



中国人民大学经济学研究所
工作论文

发展与中国长期经济 发展相匹配的高端服务业

发展与中国长期经济发展相匹配的高端服务业

聂辉华 王宇锋

内容摘要:

经济发展模式决定了服务业的发展水平。中国要实现长期经济发展,就必须从过去主要依靠高投入、高消耗的粗放型增长方式转变到主要依靠知识和技术进步的集约型增长方式,就必须大力发展知识密集型和技术密集型产业。这一转变决定了中国必须大力发展高端服务业。高端服务业指那些为生产者提供服务,并且具有高技术密集度、高人力资本密集度、高产品差异度和高利润率的行业。世界发达国家的经验证明,经济起飞的过程也是高端服务业迅速发展的过程。中国的高端服务业发展规模小,品牌效应不显著,缺乏国际竞争力,效率比较低,总体情况不容乐观。我们建议,国家要加强对高端服务业的政策引导,从战略高度保护产业安全;同时高端服务业要加强行业规范,保护企业声誉,增强行业自律。

关键词: 粗放型增长 集约型增长 服务业 高端服务业 金融保险

从产业演变的一般规律来看，产业的产出结构和就业结构的重心应该从第一产业转移到第二产业再到第三产业。中国经济持续了 30 年的高速增长，但是中国的服务业发展却显得非常滞后。为什么中国服务业的发展如此滞后？今后服务业的发展方向是什么？如何发展与中国未来经济发展模式相匹配的服务业？本文将就这些问题进行讨论。

一、中国长期经济发展对高端服务业的需求

1、中国经济发展模式的转变

从 1978 年到 2006 年，中国经济高速增长，GDP 年均增长率超过 9%。2006 年中国 GDP 为 210871 亿元人民币，跃居世界第四位。但是，中国经济仍然存在一些不容忽视的问题，主要表现为：（1）粗放型增长，即主要依靠劳动力、资本的高投入来实现高产出，而不是主要依靠技术进步。从长远来看，由于要素的边际生产力是递减的，劳动力、土地等原本廉价的要素今后也将更加昂贵，因此依靠大规模的生产要素投入所维持的经济增长必然难以持续。（2）能源瓶颈日益突出。一方面，中国能源供给紧张。中国拥有 13 亿人口，不仅人均资源比较匮乏，而且一些关键资源在总量上也不占有优势。例如，世界人均淡水资源为 8241 立方米，上中等收入国家人均均为 7586 立方米，下中等收入国家人均均为 9537 立方米，而中国仅有 2257 立方米（世界银行，2002）。此外，中国的石油、铁矿、铜矿等战略性资源也不丰裕。另一方面，中国能源利用率很低。以石油为例，我们以每千克石油当量所能生产的 GDP 来比较。日本为 8.02 美元，美国为 4.39 美元，巴西为 2.75 美元，土耳其为 2 美元，中国只有 1.04 美元（世界银行，2002）。中国的能源利用率不仅低于发达国家，甚至低于发展中国家。（3）环境破坏比较严重。据估计，在整个 20 世纪 90 年代年均 9.8% 的 GDP 增长中约有 4~6 个百分点是环境成本（包括自然资源耗减、生态破坏和污染）。^①

中国要从一个经济大国变成经济强国，要实现长期经济发展，就必须致力于解决上述三个方面的隐患。从产业发展的角度来看，首先，如果要转变经济增长方式，从过去主要依靠高投入、高消耗的粗放型增长方式转变到主要依靠知识和技术进步的集约型增长方式，就必须大力发展知识密集型和技术密集型产业。其

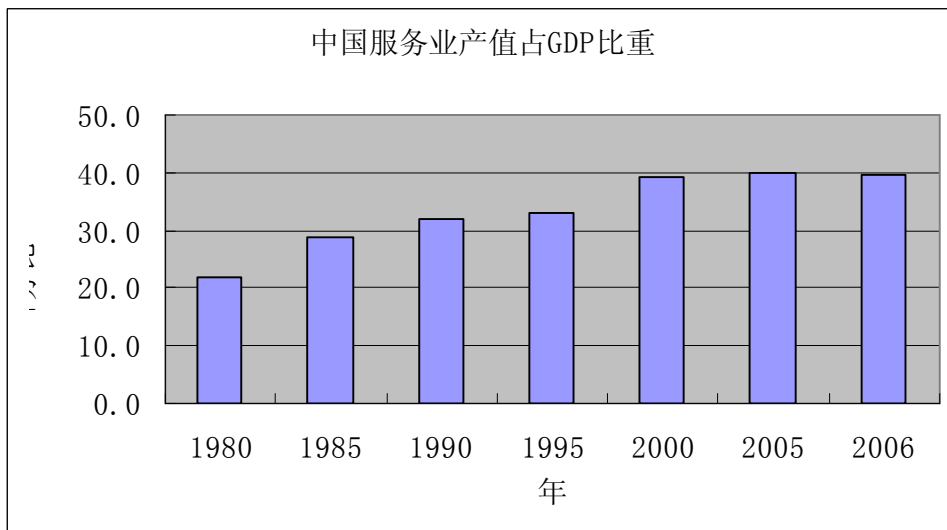
^① “环境成本上升当如何遏制”，《经济参考报》2005 年 7 月 2 日。

次，中国要大力发展能源消耗较少、环境污染程度较轻的其他产业。

2、中国服务业滞后之谜

从产业结构优化与经济发展阶段的关系来看，根据著名的配第一克拉克定律，伴随一国经济的不断发展，产业的产出结构和就业结构的重心应该从第一产业转移到第二产业，最后转移到第三产业（Clack，1940）。这一定律符合世界各国发展的普遍经验（Kuznets，1966）。第三产业即服务业，因此中国的服务业理应有一个快速增长的过程。但是，事实恰恰相反。图 1 显示了从 1980 年到 2006 年中国服务业增加值占 GDP 比重的情况。从 1978 年到 2006 年，30 年间中国服务业的比重平均每年只增加了 0.5 个百分点。2006 年中国服务业增加值为 72000 多亿元，占 GDP 的比重为 39.9%。专家认为，这不仅远低于世界平均水平 64%，甚至低于低收入国家平均水平 45%。^① 图 2 显示了三次产业就业人数的比例，表明服务业的就业人口比例直到 1995 年才超过第二产业，并且至今落后于第一产业，处于 30% 左右的低水平上。显然，无论是与世界平均水平相比，还是与同等收入国家平均水平相比，中国的服务业都比较落后（江小涓、李辉，2004）。

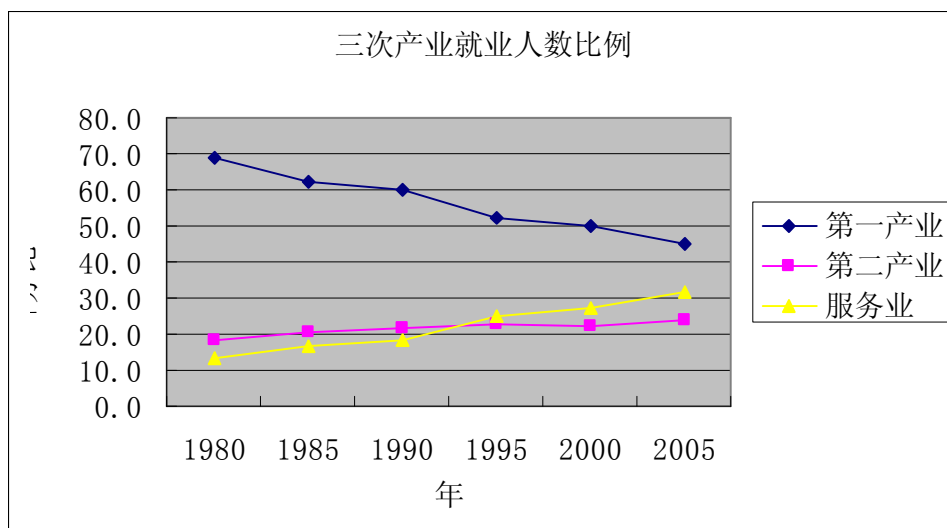
图 1



数据来源：《中国统计年鉴 2006》

图 2

^① 世界比较的数据来自国务院发展研究中心网站，“服务业处于加速发展的转折点”，http://cys.ndrc.gov.cn/fwyfz/t20060929_87227.htm。



数据来源：《中国统计年鉴 2006》

中国服务业发展何以如此落后？我们认为，这是由中国经济发展模式决定的。在粗放型经济增长方式下，经济增长主要依靠大量的劳动、土地、原材料以及其他基本生产要素的投入，作为主导产业的工业大多是资本密集度低、技术水平低、人力资本含量低的轻工业，产品的科技含量少，品牌价值少，无形价值少，因此大部分制造业处于低利润水平陷阱。第一产业中的农业、畜牧业主要是劳动密集型产业，市场化水平低。服务业主要是为第二产业和第一产业服务的，因此低水平的工业和农业决定了低水平的服务业。例如，如果工业产品是劳动密集型的，那么那些提供产品研发、法律服务和企业管理咨询的服务业就不可能发展起来。只有作为国民经济主导力量的工业和作为基础产业的农业不断升级优化，作为第三产业的服务业才能获得广阔的发展空间。此外，中国处于由计划经济向市场经济转型的过程中，政府对经济活动介入较多，很大程度上替代了企业对各种非生产性服务的需求。因此，虽然中国也有资本密集型的重化工业，但是因为这些企业几乎都是国有企业，对市场化、社会化的非生产性服务需求同样有限。在这样的发展模式下，对服务业的辅助要求非常低，服务业难以作为一个庞大的产业发展起来。从这个角度讲，中国服务业在整体上的滞后发展是由当前的经济发展模式决定的。

3、对高端服务业的需求

既然经济发展模式决定了服务业的发展水平，那么在中国经济发展模式开始转变的今天，作为能源消耗较少、环境污染很少的服务业，总体上应该步入一个

快速发展的阶段。今年9月，国务院在《关于加快发展服务业的若干意见》中第一次提出，要尽快使服务业成为国民经济的主导产业。长期以来，中国选择的主导产业通常是机械、电子、化工和建筑等第二产业。在这个时期，国务院提出要把服务业作为主导产业，充分说明了中国经济发展模式的转变已经刻不容缓。最重要的是，当经济增长方式由粗放型向集约型转变时，高端服务业应该成为今后中国服务业发展的重心。这正是本文需要阐释的主要内容。

所谓“高端服务业”，是指那些为生产者提供服务，并且具有高技术密集度、高人力资本密集度、高产品差异度和高利润率的行业。具体地说，从劳动者来看，高端服务业的从业人员大多具有较高的教育水平，不是简单的体力劳动者，而是脑力劳动者；从劳动产品来看，高端服务业的产品往往是无形的知识产品，例如法律咨询、管理咨询和专利技术服务等，这些产品的品质具有高度的信息不对称；从劳动结果来看，由于产品的知识和科技含量高，产品的品质难以标准化，劳动过程难以监督，因此这类行业总体上具有高额利润，从业人员的收入也相对较高。从企业和市场的关系上理解，高端服务业有利于减少市场上的交易费用，包括信息搜寻、价格谈判、产品监督和契约履行等方面的成本。从宏观角度看，高端服务业掌握着市场的核心信息或关键资源。

目前学术界对于高端服务业的定义似乎没有。在政策层面，深圳市政府率先在其2007年1号文件中对高端服务业的特征做了基本的概括，认为高端服务业具有“高的科技含量、高人力资本投入、高附加值、高产业带动力、高开放度、低资源消耗、低环境污染”等特征，并根据本地发展战略需要概括了几个“高端服务行业”：创新金融、现代物流、网络信息、创意设计等。但这一定义没有体现“高利润”的特征。我们定义的高端服务业与现代服务业有差别。不是所有的现代服务业都是高端服务业，仅仅是现代服务业中具有高技术密集度、高人力资本密集度、高产品差异度和高利润率的环节才构成高端服务业。例如，物流是现代服务业，但是物流的仓储、包装和运输等环节就比较简单，显然不是高端服务业。物流的供应链管理属于高技术环节，属于高端服务业。

根据前述概念和特征，在中国现有的产业分类标准的框架下，将高端服务业界定为金融、保险、法律、财会、管理咨询、研发、高等职业培训等行业。为了便于国际比较，我们将中国统计局和美国NAICS分类标准中的高端服务业归纳

为表 1。

表 1 高端服务业分类

中国第三产业	NAICS 分类
金融业	金融和保险
信息传输、计算机服务和软件业	信息业（指数据处理和信息服务）
商业服务业 （含法律、会计、税务、管理咨询等）	专业、科学与技术服务 （除了法律等，还包括计算机系统设计）
科学研究、技术服务和地质勘查业	
教育（指高等职业培训）	教育（指高等职业培训）

说明：中国分类标准参照《国民经济行业分类与代码》（GB/T 4754-2002）

经济增长方式由粗放型向集约型转变，就是要大力发展那些知识密集型、技术密集型的重化工业和新兴技术产业。从企业层面来讲，企业必须主要依靠技术进步和产品创新来提高效益，必须保护自己的知识产权，必须有足够的研发人员，必须运用高级融资工具。特别是，中国已经具有一定数量的世界级规模的企业。以 2005 年《财富》“世界 500 强”为例，中国石化、国家电网、中国石油等 14 家中国企业登上该榜。今年 8 月，中国工商银行总市值超过 2 万亿元，成为全球市值最大的银行，总市值也位居全球第四。这批巨无霸型企业的诞生，必然对本土金融、保险、管理咨询、会计、财务和高级职业培训提出新的挑战，从而推动本土服务业发生质的提升。从产业层面来讲，要有足够多的高级人才、良好的基础服务设施和提供各种专业事务（如法律、咨询和财务）的机构，知识和技术密集型产业才能发展起来。从国家层面来讲，要保护自己的战略或关键产业，掌控国民经济命脉，就必须发展自己的金融、保险和信息服务等涉及终端信息安全的产业。总之，无论从企业、产业还是国家层面来看，实现集约型经济增长方式都需要高端服务业的支持。动态地看，经济增长方式的转变引导高端服务业的发展，反过来高端服务业的发展又进一步推动经济增长方式的转变，这是一个良性互动的过程。

二、高端服务业的国际比较

为了更深刻地理解中国发展高端服务业的战略意义，我们来分析一下发达国家在其发展历程中高端服务业的发展状况。配第一-克拉克定律从总体上描述了三次产业发展的规律，不过，随着社会经济发展，产业内部结构也会有很大的变化。当 20 世纪 70、80 年代信息化浪潮席卷而来时，世界各主要发达国家的服务业内

部结构发生了显著的变化。表 2 是 OECD 国家从 1970 年代以来服务业增加值和就业结构的变化情况。

表 2 OECD 国家服务业增加值、劳动就业变化情况

分类	占总 GDP (%)			占服务业增加值 (%)			占全部就业 (%)			占服务业就业 (%)		
	1971	1992	差值	1971	1992	差值	1974	1992	差值	1974	1992	差值
I	15.8	14.9	-0.9	29.5	21.8	-7.7	17.5	19.1	1.6	32.6	28.8	-3.8
II	7.6	7.3	-0.3	14.1	10.6	-3.5	6.5	6.4	-0.1	12.1	9.6	-2.5
III	12.3	19	6.7	22.9	27.9	5	5.6	9.2	3.6	10.4	13.7	3.3
IV	6.8	9.5	2.7	12.6	16.3	3.7	8.4	11.9	3.5	15.3	18.0	2.7
V	10.7	13.2	2.5	20	19.2	-0.8	14.4	18.5	4.1	26.9	27.8	0.9
VI	1.2	1.3	0.1	2.3	2.1	-0.2	—	—	—	—	—	—
总计	54.6	65.4	10.8	101.4	97.9		52.4	65.1	12.7	97.3	97.9	

资料来源：OECD（1996），由黄少军（2000）表 7.15 和 7.16 整理而成；

说明：表中数据来自 13 个 OECD 国家的简单平均值，包括：加拿大、美国、日本、澳大利亚、新西兰、奥地利、比利时、丹麦、芬兰、法国、原西德、意大利和挪威。I、II、III、IV、V 和 VI 分别为下列细类：零售、旅馆酒店业；交通、仓储、通讯业；金融、保险、房地产及经营服务业；社区、社会及个人服务业；政府服务业；其他。各国统计口径并非完全相同。

表 2 显示，从总体上看，服务业增加值占 GDP 的比重在上升，从 1971 年到 1992 年，服务业的比重增加了 10.8 个百分点，平均每年增加大约 0.5 个百分点。就平均速度而言，与中国差不多，这再次说明中国的服务业总体上并不特别滞后，尽管考虑到中国处于向工业化国家急剧转型的历史阶段。值得注意的是，分类 III 即金融、保险、房地产以及经营服务业，最接近于我们定义的高端服务业，占 GDP 的比重由 12.3% 增加到 19%，增加了 6.7 个百分点，其发展速度是所有服务业中最快的。

从服务业内部来看，高端服务业在 1970 年代工业化高峰时期就已经占据了第二高的比重，高达 22.9%。到 1992 年，其比重进一步上升到最高，约占全部服务业增加值的三分之一。基本上，这 20 年来，服务业的发展主要是依靠高端服务业带动的。

从就业比重来看，高端服务业占全部就业的比重从 5.6% 增加到 9.2%，增加了 64%。无论是从整体就业情况来看，还是就服务业内部就业情况来看，高端服务业的发展速度都是最快的。

综合以上信息，我们可以毫不夸张地说，20 世纪 70 年代以来西方国家 20

年的黄金繁荣阶段，高端服务业的发展居功至伟。是信息化的浪潮和工业化的强劲动力，推动了高端服务业的迅猛发展。反过来，高端服务业的繁荣也为信息化和工业化提供了增长动力和支持力量。

我们再考察一下后发国家的发展历程。我们不妨选择中国的邻居韩国。韩国人均 GDP 于 1977 年开始超过 1000 美元关口，1987 年达到 3170.9 美元，2003 年超过 12000 美元，开始步入发达国家行列。中国 2003 年人均 GDP 超过 1000 美元。粗略地说，中国现在的经济发展阶段类似于韩国 1970 年代末的情况，因此分析一下韩国近几十年高端服务业的发展对中国的借鉴意义重大。

表 3 是韩国 1970 年以来三次产业产值占 GDP 比重的情况。表 3 显示，从 1970 年以来，韩国服务业的比重一路增加到 2005 年的 65.2%，平均每年增速接近 0.9 个百分点。与此同时，韩国制造业和其他部门（类似于中国的第一产业）的比重不断下降。韩国产业结构的变化再次验证了配第一克拉克定律，也从另一个方面说明了中国的服务业在整体上将有一个快速发展的阶段。

表 3 韩国 1970—2005 年各次产业产值（单位：%）

	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005
服务业	34.3	32.4	38.6	45.6	47.7	54.8	61.2	65.2
制造业	14.2	19.9	22.7	24.3	27.9	23.6	20.3	18.5
其他部门	51.5	47.8	38.7	30.1	24.4	21.6	18.5	16.3
总和	100	100	100	100	100	100	100	100

资料来源：OECD, Korean National Statistical Office (NSO)

说明：其他部门包括农林牧渔矿石，电气水供应和建筑业

表 4 是 1992—2004 年韩国就业总变化情况。说明一下，该分类方式为辛格曼分类法（黄少军，2000），其中生产者服务大致可以代表本文所指的高端服务行业。表 4 表明，韩国服务业（第三产业）的就业人口从 1992 年到 2004 年迅速增加了 499 万人，而第一产业和第二产业的就业人口反而分别减少了 84 万和 60 万。在净增加的 355 万就业人口中，以生产者服务行业为代表的高端服务业带来的就业增加占了 139 万，比例高达 39%。

表 4 1992—2004 年韩国就业总变化（单位：万）

产业	第一产业	第二产业	第三产业	流通服务	生产者服务	社会服务	个人服务	合计
变化量	-84	-60	499	90	139	107	163	355

资料来源：韩国统计局（Korea NSO），转引自 Kim（2006）

为了更深刻地理解高端服务业和作为主导产业的工业的发展关系，我们来看表 5。表 5 显示了 1980—2000 年韩国制造业投入结构的变化情况。在 1980 年到

2000 年间，以生产者服务业为代表的高端服务业占制造业的投入比重从 2.8% 上升到 7.3%，增加了 161%。更重要的是，高端服务业的投入比重和生产效率（中间投入/总产出）有着非常明显的相关性。投入占产出的比值越低，说明生产效率越高。从 1980 年到 2000 年，韩国的投入/产出从 0.7721 下降到 0.7264，说明韩国的生产率进步了。与此同时，韩国的高端服务业也是总体上增加的。更明显的是，从 1995 年到 2000 年，韩国的高端服务业下降了 2 个百分点，生产效率则下降了 3 个百分点。

表 5 韩国 1980—2000 年制造业投入结构的变化（单位：%）

	1980	1985	1990	1995	2000
制造业产品	56.7	60.6	66.8	69.4	68.9
服务业产品	10.1	10.2	13.2	14.7	14.2
生产者服务业	2.8	4.1	6.2	7.5	7.3
其他	33.2	29.2	20.0	15.9	16.9
总和 (中间投入/总产出)	100 (0.7721)	100 (0.7525)	100 (0.7280)	100 (0.6921)	100 (0.7264)

资料来源：同上表

说明：其他产业定义同表 3

总之，无论从 OECD 国家在繁荣阶段的发展历程来看，还是就韩国从中等收入国家步入发达国家行列的典型事实来看，服务业特别是高端服务业的发展，都起着举足轻重的作用。中国如果要维持高速增长，实现可持续发展和科学发展，就必须大力发展高端服务业。

三、中国高端服务业的现状

1、中国高端服务业的总体情况

中国于 1993—1995 年间进行了首次第三产业普查报告，但是前后统计口径不一，因此难以进行精确的统计。为此，我们选择高端服务业中的金融保险业作为其代理指标。理由有二：首先，金融保险业属于高端服务业的主要部分，它的发展应该与高端服务业的整体发展最为接近；其次，金融保险业的数据比较统一，便于计算和比较。表 6 显示了几个与中国发展水平相近的国家的金融保险的发展水平。与发达国家金融保险占 GDP 总额通常在 7% 以上（1998 年美国这一数值为 8%）相比，中国远低于这一水平。就服务业本身而言，中国的比例明显落后于印度和菲律宾。从发展趋势上看，中国的金融保险业占 GDP 的比重呈下降态势，总体发展甚至还显得略微落后于印度和菲律宾。

表 6 中国、印度、印尼和菲律宾第三产业和代表性高端产业占 GDP 比例（单位：%）

		1990	1995	2000	2003
第三产业 比重	中国	33.4	30.7	33.4	33.4
	印度	40.9	43.7	48.8	51.2
	菲律宾	43.6	46.3	52.0	53.2
	印尼	41.5	41.1	36.7	39.9
金融保险	中国	6.6	6.0	5.7	3.4
	印度	4.4	5.8	5.7	6.2
	菲律宾	3.9	4.1	4.4	4.4
金保房、商业 服务	印度	7.3	10.6	11.4	12.3
	菲律宾	10.6	12.1	12.6	12.5
	印尼	7.8	8.7	6.3	6.6 (2002)
金保房	中国	7.6 (1991)	7.8	7.7	7.5
金保房、社会 服务	中国	9.7 (1991)	11.3	11.3	11.7

资料来源：邓于君（2006）、《中国统计年鉴 2002—2006》和《世界经济年鉴 1996—2005》。

说明：金保房即金融、保险和房地产。《中国统计年鉴》中的“社会服务”除包括居民（家庭、个人）服务、公共设施服务、娱乐休闲服务外，还包括商业服务，如信息咨询服务、计算机应用服务、法律服务、审计服务等等。若没有当年数据，就用括弧内的年份的数据。

从要素生产率来看，根据邓于君（2006）对服务业的 TFP（全要素生产率）的估算，20 世纪 90 年代，除政府服务和社会服务^①，大部分服务业细类的 TFP 贡献率大幅下降，其中金融保险的 TFP 贡献率下降了 68%。全要素生产率贡献率下降是服务业整体增长放缓的直接原因。这也从侧面说明，经济增长方式决定了高端服务业的发展水平。

2、若干高端服务业行业分析

除了金融保险业之外，高端服务业的重要部分还包括法律、会计、税收、广告和管理咨询等专业服务行业。

我们先来看一下管理咨询业的情况。管理咨询行业是典型的高人力资本密集型、高知识密集型行业。随着市场的繁荣，市场结构的丰富多变，国际化进程的深入，企业对于管理咨询的需求越来越旺盛。20 世纪 70 年代，美国 70% 的企业和日本 50% 的企业在管理咨询顾问的帮助下改善经营管理，取得了很大的成绩。我国的管理咨询业从 20 世纪 80 年代初起步，90 年代末特别是进入新世纪以来后进入高速发展阶段。

从企业的分布来看，尽管国内企业数量众多，客户数量也较多。然而，国外

^① 社会服务业为旧的统计口径，包括公共设施服务业、居民服务业、旅馆业、租赁服务业、旅游业、娱乐服务业、信息、咨询服务业、计算机应用服务业、其他社会服务业

的咨询额以其强大的实力、丰富的经验占领了大部分市场份额，像麦肯锡、安达信、罗兰贝格等国际咨询公司，单笔的咨询费用往往数十倍甚至数百倍于中国的企业，占了市场分额的 50% 以上。在相当一段时期里，这一行业中的高端市场，如大型企业、特大型企业和企业集团的并购、重组，以及大集团法人治理机构和海外跨国经营运作，其 90% 以上的份额由国外的咨询管理所占领（曾庆学，2004）。王莲、刘小红（2006）的调查表明，外国管理咨询公司总员工数均在 100 人以上，而国内管理咨询公司总员工数多在 100 人以下，其中 10 人—50 人的占 35.7%；50 人以上的占 50%。从咨询业务类型上来看，客户在进行战略咨询、管理信息系统、以及高管激励这几个高端的咨询业务上，更倾向于选择国外的知名企业，其比例分别为 62%、69%、60% 和 62%。而在市场营销业务上 69% 的企业都更加愿意选择国内的公司，在人力资源以及培训业务方面，国外知名咨询公司和国内咨询公司则旗鼓相当。

接着我们对广告业进行简略分析。市场经济发展的过程，就是信息不对称总体上加剧的过程，因此必然伴随广告业的迅速发展。改革开放特别是 20 世纪 90 年代以来，中国的广告业从零起步，发展迅速。市场规模从 1991 年的 35 亿元年增长到 2005 年的 1416 亿元。不过，中国广告业产值占 GDP 的比值仍然较低。1996—2005 年，中国广告经营总额占 GDP 的比重一直徘徊在 0.548—0.926%，而欧美发达国家的比重一直在 2% 以上。例如，美国 2000—2004 年的广告经营总额占 GDP 的比重最高达 2.46%。

值得注意的是，随着开放的深入，特别是中国进入 WTO 以来，外资广告企业如潮水般涌来。由于其先进的管理经验，充足的资金，外资广告公司迅速占领中国市场。据统计，1992—1995 年营业额排名在前 5 或 10 位的大多是本土公司，其中多数位于上海、北京和广东省。但 1996 年后，合资公司就一直占据着前五名的位置。只有 2001 年的北京公交广告有限责任公司（第五位）、2002 年的江苏邮政广告有限公司（第二位）、2004 年的北京未来广告公司（第五位）进入了前五名。但是合资公司在前 10 名中，仍然占据更多的席位。

更值得注意的是内外资企业规模及效率上的差别。表 7 显示，从营业额比重上看，外资广告公司在广告业中的比重从 1997 年的 16.2% 上升到 2004 年的 20.9%，户均营业额增加了 4 倍，而人均营业额则增加了 6 倍。人均营业额反映了企业效率，在这点上其他所有制的广告公司都不如外资广告公司。

表 7 中国 1997、2000、2004 年专业广告公司经营状况

年份	类别	专业公司 (户)	营业额	比重	从业人员	户均 经营额	人均 营业额
1997年	国有企业	8658	730754	37.6%	107111	84.4	6.8
	集体企业	13005	470441	24.2%	138247	36.2	3.4
	外商投资	516	315001	16.2%	9468	610.5	33.3
	股份制	6246	175455	0.9%	61878	28.1	2.8
	总计	29010	1941413		319092	66.9	6.1
2000年	国有企业	8056	1474294	46.4%	86397	183.0	17.1
	集体企业	7954	413250	13.0%	96936	52.0	4.3
	外商投资	380	453343	14.3%	9515	1193.0	47.7
	股份制	1069	56489	1.8%	10611	52.8	5.3
	总计	40497	3177300		408250	78.5	7.8
2004年	国有企业	3393	960611	17.3%	41348	283.1	23.2
	集体企业	2836	250649	4.5%	32112	88.4	7.8
	外商投资	306	1163396	20.9%	5502	3802.0	211.5
	股份制	411	24577	0.4%	4108	59.8	5.9
	总计	76210	5556511		641654	72.9	8.7

资料来源：Iresearch

说明：营业额单位为万元

除了广告业，我们还可以简单地概括一下其他专业服务业的情况。在会计和税收服务业，世界“四大”会计师事务所德勤、普华永道、毕马威和安永占领了几乎全部高端市场，本土会计师事务所只能在低端市场上进行微利竞争。

3、中国服务业的国际竞争力

为了度量中国服务业的国际竞争力，我们来比较一下服务业的进出口情况。表9显示了中国和世界的商品贸易和服务贸易情况。我们表中可以看出，中国大陆的商品贸易和服务贸易的比例不协调，商品贸易出口大大超出服务贸易出口。2003年，世界的商品贸易和服务贸易（离岸价）比值约为4.0，而中国高达9.4。这说明，与中国商品贸易相比，中国服务贸易很不充分，在国际上竞争力很弱。具体到高端服务业，根据世界银行发布的《2004年世界发展指数》，中国服务业中的金融等高端服务业在世界服务出口总额中的比例均低于2.2，远低于中国的商品出口以及总出口占世界的比重（World Bank, 2004）。

表9 我国大陆地区商品贸易和服务贸易的比较（单位：10亿美元）

	商品贸易				服务贸易			
	出口（离岸价）		进口（到岸价）		出口（离岸价）		进口（到岸价）	
年份	1980年	2003年	1980年	2003年	1985年	2003年	1985年	2003年
世界	2031.9	7443.7	2072.8	7614.6	407.5	1860.4	430.4	1835.5
中国	18.1	437.9	19.9	413.1	3.1	46.7	2.5	55.3
占世界的百分比	0.9	5.9	1.0	5.4	0.8	2.5	0.6	3.0

资料来源：United Nations（2004）

四、中国高端服务业的发展对策

经济发展模式决定了高端服务业的发展水平，高端服务业的发展反过来促进了经济发展水平。中国要从经济大国变成经济强国，必须做大、做强高端服务业。中国高端服务业发展规模小，品牌效应不显著，缺乏国际竞争力，效率比较低，总体情况不容乐观。根据我们对高端服务业的国际、国内分析，针对中国高端服务业存在的若干问题，我们提出发展中国高端服务业的若干建议。

1、国家要加强对高端服务业的政策引导，从战略高度保护产业安全

无论是整体服务业还是高端服务业，中国目前都落后于发达国家。中国是一个转型国家，政府在社会经济中掌握着强大的资源，发挥着重要的基础性作用。因此，政府的政策引导对于高端服务业的发展是关键。

（1）在产业政策方面，贯彻实施国务院关于将服务业作为国民经济主导产业的方针，为高端服务业的发展创造良好的市场环境。日本和韩国实现经济起飞的成功经验证明，有效的产业政策对于经济发展至关重要。在市场环境方面，最重要的是消除行业垄断。目前，像金融、保险等高端服务业，基本上国有资本占据了主导地位，民营资本缺乏进入的机会，而外资企业却可以进入。由于国有企业在治理结构和效率上存在不足，因此这种垄断扭曲了资源配置的效率，而且还给外资以可乘之机。应该降低高端服务业的进入门槛，让民营资本和外资公平竞争，同时激活国有资本。现在，外资企业已经在财务、广告和管理咨询等行业占据了垄断地位，随着中国加入 WTO 后，服务业管制的放松，更多的、更强的外资服务企业还会进来。高端服务业涉及整个产业的安全问题，因此国家必须从战略高度适当保护国内高端服务业企业的发展。

(2) 经济转变政府职能，由全能型政府向服务型政府转变。由于政府对经济活动介入较多，某种程度上替代了企业对社会服务的需求。政府的比较优势在于宏观调控，因此政府应该将更多的为企业直接服务的微观职能还给市场，让专业的服务企业来承担。特别是工程咨询、城镇规划、项目评估、资产评估和信息处理等与政府和国有企业密切相关的服务业务，不应该由政府下属的事业单位和国企来垄断性代办，而应该让服务业企业公平竞争。这样既减少了腐败，提高了效率，又发展了高端服务业。

(3) 国家可以采取适当的税收政策优惠，促进高端服务业的发展。高端服务业中的研发投资风险大，资金回收周期长，同时又关乎中国自主创新的绩效，因此应该给予税收优惠。新的《企业所得税法》允许企业的研发投入按照 150% 的比例进行税前抵扣，这是一个进步。由于外资高端服务企业通常规模大、品牌好、效益好，同时享受外资企业的税收优惠待遇，因此应该给予本土高端服务业企业在起步阶段一定的税收优惠。

(4) 从法律上加强对知识产权的保护。工业要提升效率，技术进步是主要途径，因此保护企业的创新成果和知识产权非常重要。中国的法制还不健全，企业利用法律进行自我保护的成本还很高，这不利于研发、法律、技术服务等高端服务业的发展。

(5) 大力发展高等职业培训，提升高等教育的品质。高端服务业是高人力资本密集型产业，没有大量的人才就会后继乏力。中国目前缺乏熟悉行业规范、了解国际标准、熟练使用外语的尖端人才，因此本土高端服务业企业难以与国际巨头竞争。国家要鼓励高校和企业合作，加强国际交流，共同培养高级职业人才。此外，要鼓励人才流动。高端服务业的主要资产就是人，因此政府应该让人员自由流动，在办理户籍时给予一定的政策优惠。

2、高端服务业要加强行业规范，保护企业声誉，增强行业自律

高端服务业的特殊性之一在于，它所提供的产品是无形的，难以进行监督，因此企业的品牌、声誉就非常重要。高端服务业的行业协会应该加强行业规范，增强企业的自律意识，减少低水平的恶性竞争。行业协会自身要能代表企业利益，颁行的行业规范要有约束力，要从信息披露的角度加强对企业的监督，迫使企业珍惜自己的声誉。以会计行业为例，很多会计师事务所缺乏长远发展战略，屈从

于委托企业的利诱，参与制造假帐，违背了诚信原则，而且破坏了整个行业的声誉，反而让外资企业渔翁得利。中国的行业协会在规范行业竞争方面缺乏能力，这是一个值得深思的问题。

参考文献

- Clack, C., 1940, *The condition of economic progress*, London: Macmillan.
- Kim, H. J., 2006, "The Shift to the Service Economy: Causes and Effects", working paper
- Kuznets S., 1966, *Modern economic growth: Rate, structure and speed*, New Haven: Yale University Press.
- OECD, 1996, *Services: Statistics on Value Added and Employment*, Paris.
- United Nations, 2004, *UNCTAD Handbook of Statistics 2004*, UN Publications.
- World Bank, 2004, World Development Indicator.
- 邓于君, 2006, 《第三产业内部结构演变趋势研究》, 广东人民出版社。
- 黄少军, 2000, 《服务业与经济增长》, 经济科学出版社。
- 江小涓、李辉, 2004, 《服务业与中国经济: 相关性和加快增长的潜力》, 《经济研究》第1期。
- 麦迪森, 安格斯, 1999, 《中国经济的长远未来》, 新华出版社。
- 深圳市政府, 2007, 《深圳市人民政府关于加快我市高端服务业发展的若干意见》。
- 世界银行, 2002, 《2001世界发展指标》, 中国财政经济出版社。
- 曾庆学, 2004, 《中国管理咨询业发展现状的分析》, 《信息空间》, 第4期
- 王莲、刘小红, 2006, 《中国管理咨询公司发展现状与战略构想》, 《特区经济》, 第5期