



中国北京一家票务网站的客服中心。

不再是传统 的服务业

普拉卡什·洛嘉尼、沙鲁巴·米什拉

1988年，通用汽车推出的广告活动中有句令人难忘广告语：“这不是你父亲的奥兹莫比尔牌汽车（Oldsmobile）。这是新一代奥兹（Olds）”。汽车性能正由稳重的驾驶感向高科技和时尚转变，而其形象还未跟上这样的转型。服务业可以套用这样的广告活动：服务业太需要一个重塑的形象，以符合其在过去十年间的转变。虽然奥兹莫比尔没能成功，但服务业却得到了发展，全球60%的就业都是由服务业提供。

人们对服务业的这种偏见根深蒂固。有人把它作为经济中其他部门（如

农业和制造业）的无用部分。在《国富论》中，亚当·斯密对“牧师、律师、医生、各类文人、球员、滑稽剧演员、音乐家、歌剧歌唱家、歌剧舞蹈家等”所提供的社会价值提出质疑。时至今日，经济学家克里斯蒂娜·罗默（Christina Romer）在《纽约时报》的专栏中感叹道，“似乎生产‘实物’比提供服务更有价值。”（Romer，2012年）。

另一些人认为服务业对社会有益，但也并不太受欢迎。美国经济学家威廉·鲍莫尔（William Baumol）1967年在一篇著名的论文中提出，服务业对生产力

服务业正在
赢得作为现
代全球贸易
基础的新尊
重

的改进具有抵抗性。他指出，如餐厅、理发和医疗检查等服务所提供的服务需要进行面对面的交易。这使服务业不容易标准化，不适合交易，不能成为生产力提高的源泉，因此不能增加收入。

而今，这个形象不再客观地代表服务业。今天的服务业包含了一些甚至连亚当·斯密都可能会认为有价值的行业。服务贸易在国内外已不断增长。现在，许多服务涉及高科技，并需要支付高薪。而制造业和服务业之间已不再相互竞争，而成为联合创造价值团队的一部分。服务业对制造业的成功运作更具关键性，驳斥了国家需要在这两个部门之间进行选择的讨论。

流通和科技

理发仍然意味着要去当地的理发店。但许多其他的服务不再需要供应商与客户的近距离接触。人们再也不用去当地的银行办理货币业务：金融服务是全球性的。许多咨询服务，如建筑设计，可以来自任何地方。虽然大多数医疗服务的提供仍然需要人们去看医生，但远程提供医疗服务（在某些情况下包括手术）越来越多。服务业在全球出口中的份额越来越大体现了这种转变。从全球来看，在过去十年中现代服务业出口增长超过了制造业出口（见图1）。

服务业可贸易性增强主要源于信息和通讯技术的革命。电讯费用锐减、互联网在全球的不断普及以及宽带互联网服务的快速扩展使在境内和境外交付服务成为可能。使用电讯网络，远程服务产品几乎可以即时运输。可以数字化和全球化的服务活动范围正在扩大，从保险索赔和税收支付的处理到医疗记录的转录、

通过在线课程接受教育。

技术以及越来越多的贸易已经依次结合，以提高服务业的生产力，虽然这种结合不及与制造业的多（Summers, 2013年）。现在越来越多的服务可以被拆分：单个服务活动可以划分不同的任务，在不同地理区位完成。亚当·斯密曾很好地描述了一个针厂的生产率如何得到提高——每个工人专门完成指定任务，然后交换劳动成果，而不是一个工人完成制作针的所有步骤。很多服务行业正进行着专业化和交换的类似过程。与货物一样，专业化（劳动分工更细）和规模（降低单位生产成本）可以提高服务业的生产力。

服务的分拆开辟了发展中经济体（在本文是指新兴市场和低收入国家）及发达经济体（见地图）可开发利用的利基市场。虽然衡量服务贸易很困难，但发展中经济体在世界服务出口中的份额从1990年的14%上升到2011年的25%，而且即使是从一个非常低的基数衡量，其服务出口增长也已超过了发达经济体（见图2）。

最近的研究表明，中等收入国家开始输出通常由发达经济体输出的服务。此外，在控制经济增长的其他标准决定因素之后，服务业的不断成熟与发展中经济体的增长正相关。通常很难建立因果关系，但结果显示了发展中经济体发展的一个新渠道，特别是中等收入经济体，如马来西亚（Mishra、Lundstrom和Anand, 2011年；Anand、Mishra和Spatafora, 2012年）。

乐意效劳

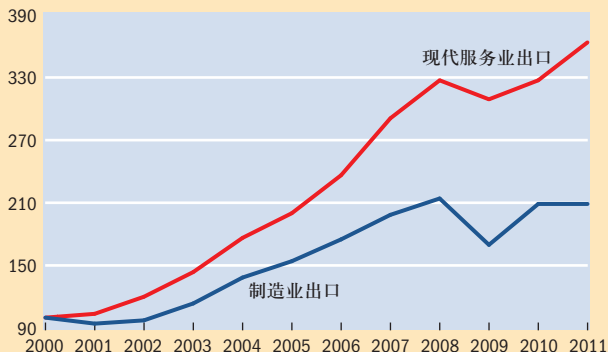
由著名作家如尼古拉斯·卡尔多（Nicholas Kaldor）、

图1

服务业发展情况

从全球范围看，现代服务业出口已经超过制造业出口。

（指数，2000年=100）



资料来源：作者使用IMF、国际贸易中心、联合国贸易和发展会议统计数据的计算。

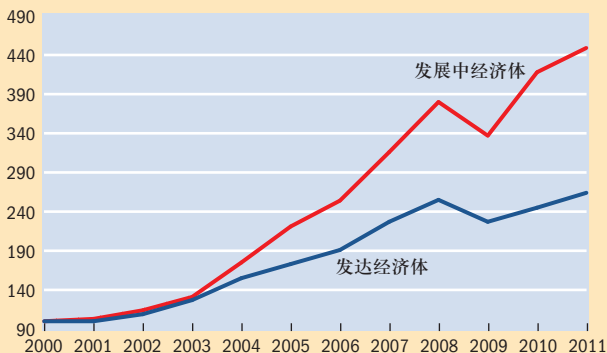
注：现代服务业出口包括保险、金融、计算机和信息、版权和许可证费及其他商务服务。传统服务业是指运输、旅业、建筑、劳务、文化以及娱乐业。

图2

快捷服务

发展中经济体服务业出口的增长已经远超发达经济体。

（商业服务出口，指数，2000年=100）

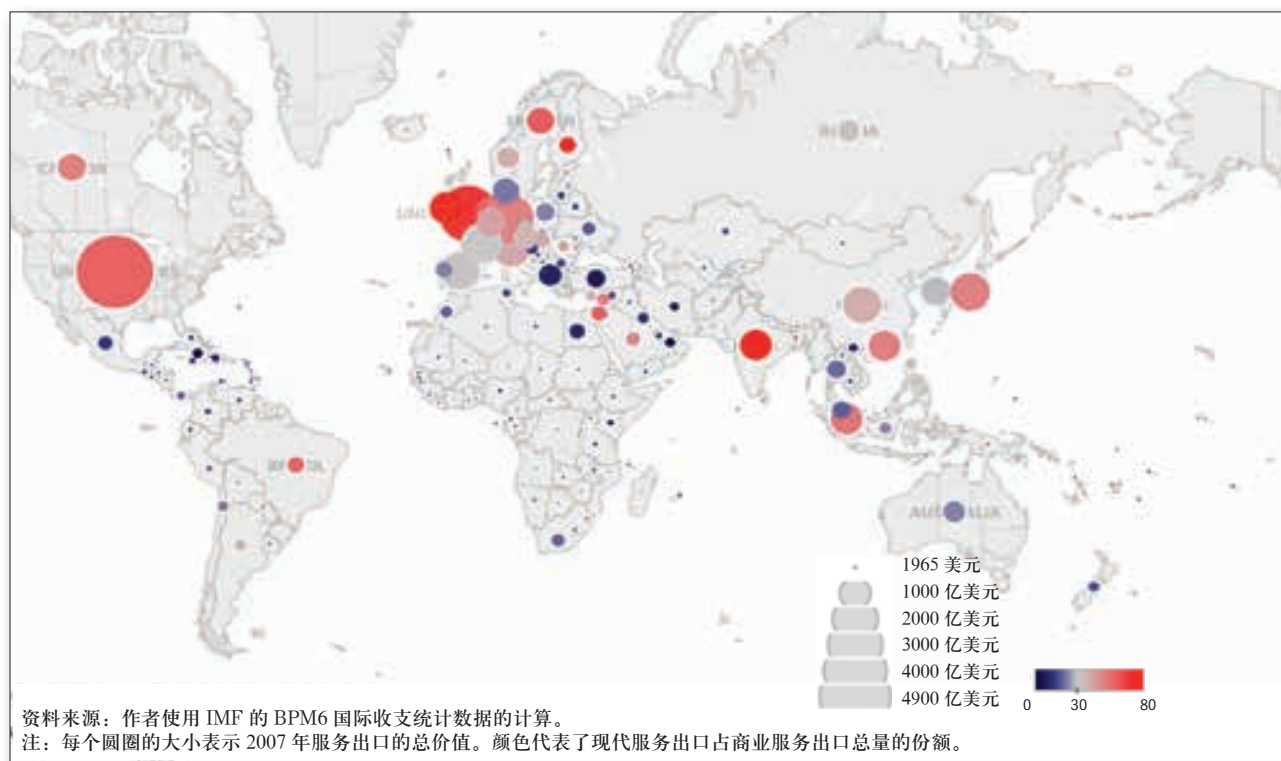


资料来源：作者使用IMF、国际贸易中心统计数据的计算。

注：商业服务出口是指服务出口总量减去政府服务。发展中经济体包括低收入和下中等收入国家。发达经济体包括经济合作和发展组织的高收入国家。

扩张财富

服务业出口在美国和欧洲更集中，但在发展中经济体迅速扩张。



诺克赛·纳克斯 (Ragnar Nurkse) 和亚瑟·刘易斯 (Arthur Lewis) 发展的结构性转型传统经济理论，将工业化作为就业和经济增长的主要动力。推动制造业为主导的经济增长一直持续至今（参见，例如，Lin，2011 年；Rodrik，2011 年）。但制造业和服务业的相互依存可能很快结束“二选一”的争论。

众所周知，在加利福尼亚硅谷，“70% 的硬件是软件”——早期发现的计算机销售及软件服务之间的联系。现在这个现象不仅限于计算机行业。服务已经成为许多制造供应链中不可分割的一部分。许多连锁店的成功取决于服务的支持，从产品的研发到成品的销售和维修。

认识到这种相互依存关系，企业正在由“销售产品”向“销售一体化的产品和创造价值的服务”转变，学术文献中将其称之为“制造业服务化” (Baines、Lightfoot 和 Smart，2011 年)。制造业企业销售服务，无论是这个术语或还是实践，都已经不新鲜了。令人耳目一新的是其实践的范围——和其在发达和新兴市场公司的盛行率——管理者的态度发生了变化，不再将服务作为一种无可避免的灾祸，而是一个有助于提供顾客想要产品的重要功能。现在，如果来自其他供应商的产品和服务的结合有助于建立和维护与顾客之间的关系，公司也会对其更加开放。

例子比比皆是。一个明显的例子是联邦快递 (FedEx)，其通过可靠交付和跟踪系统确保公司产品到达客户手中。商界为人所熟知的罗克韦尔自动化公司 (Rockwell Automation) 专业从事自动化产品的维护和修理，几乎涉及每一个主要行业。更普通的一个例子是美捷步 (Zappos)，这个“网上购物乌托邦”已经使鞋子生产商将购买鞋子从面对那些“应付成堆箱子的步履蹒跚的推销员（他们通常都是男人，不喜欢思考为什么）”转变为在“舒适的私密的顾客客厅中”的交易 (Jacobs，2009 年)。

微笑服务

虽然一些公司只负责供应链的一个组成部分，并将所有其他部分进行外包，但许多公司青睐于垂直整合策略，这样他们可以控制价值链的多个部分。公司价值链中的活动一般分为三类：上游端包括设计、基础和应用研究，并努力将创意商业化；中间活动包括生产及提供标准化服务；下游端包括营销、品牌管理、售后服务。

管理大师拉姆·穆丹碧 (Ram Mudambi) 指出，许多“企业将地理位置的比较优势和自己的资源与能力结合，以最大限度地发挥其竞争优势” (Mudambi，

2008年)。一个常见的模式是价值创造的“微笑”曲线，其中，公司打破了高附加值和低附加值的活动位置（见图3）。早期的和突出的例子（虽然也有争议）是耐克公司价值链的地理位置：其总公司在美国俄勒冈州，专注于设计和营销，同时通过低成本供应商的境外网络密切协调生产。广告活动挽救不了奥兹莫比尔，但通用汽车公司通过在发达经济体进行设计和营销，在新兴市场经济体进行装配，使其庞提亚克·勒曼（Pontiac LeMans，汽车名）死里逃生，获得发展。

现在，公司对来自其他供应商的产品和服务的结合更加开放。

令人高兴的是，将高附加值业务安置于发达经济体并将低附加值的业务放在发展中经济体的模式已经开始改变（Mudambi，2007年、2008年）。企业，尤其是成熟新兴市场经济体的企业，在涉及高附加值的业务时都开始迎头赶上。发达市场的企业正在剥离其高附加值业务更加规范的部分，并将其搬迁到新兴市场经济体。在整个中东地区、巴西、中国、印度和新加坡，商业咨询和信息处理办公室如雨后春笋般增长，新兴市场中的电子商务和网上零售商也急速发展。

同欢共乐？

要获得这些趋势带来的好处，甚至是制造业比例仍然很大的发展中经济体都必须发展顶尖服务。制造业企业需要这样的服务来连接全球价值链，发展整个价值链中技术密集型活动的竞争力。有些国家可以利用其劳动力成本的比较优势，成为一些中间或最终服

务产品出口国。在其他国家，服务业进入壁垒较资本密集型行业低，或为女性提供比其他可行选择更容易的就业方式。如马来西亚等国可以采取服务全球化的优势，逃避潜在的中等收入陷阱（Flaen、Ghani和Mishra，2013年）。

令人高兴的是，发展中经济体服务业和服务出口的扩展已不仅仅限于在印度经常被引用的信息技术增长的例子。想想许多非洲国家改变金融服务的移动设备革命、尼日利亚的电影业、柬埔寨的游戏设计、斯里兰卡的会计服务、阿布达比的人力资源加工企业。

结构转型常常带来制造业与服务业之间以及发达与发展中经济体之间的对立。尽管这种冲突力量肯定存在，但格局可能发生变化：服务业的转型带来了希望，至少在某些情况下，可以和谐共存。■

普拉卡什·洛嘉尼（Prakash Loungani）是IMF研究部的顾问，沙鲁巴·米什拉（Saurabh Mishra）是该部研究员。

参考文献：

- Anand, Rahul, Saurabh Mishra, and Nikola Spatafora, 2012, “Structural Transformation and the Sophistication of Production, IMF Working Paper 12/159 (Washington: International Monetary Fund).
- Baines, Tim, Howard Lightfoot, and Palie Smart, 2011, “Servitization within Manufacturing: Exploring the Provision of Advanced Services and Their Impact on Vertical Integration,” *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol. 22, No. 7, pp. 947–54.
- Baumol, William, 1967, “Macroeconomics of Unbalanced Growth: The Anatomy of Urban Crisis,” *The American Economic Review*, Vol. 57, No. 3, pp. 415–26.
- Flaen, Aaron, Ejaz Ghani, and Saurabh Mishra, 2013, “How to Avoid Middle-Income Traps? Evidence from Malaysia,” *World Bank Policy Research Paper 6427* (Washington).
- Jacobs, Alexandra, 2009, “Happy Feet: Inside the Online Shoe Utopia,” *The New Yorker*, September 14.
- Lin, Justin, 2011, “New Structural Economics: A Framework for Rethinking Development,” *World Bank Research Observer*, Vol. 26, No. 2, pp. 193–221.
- Mishra, Saurabh, Susanna Lundstrom, and Rahul Anand, 2011, “Service Export Sophistication and Economic Growth,” *World Bank Policy Research Working Paper 5606* (Washington).
- Mudambi, Ram, 2007, “Offshoring: Economic Geography and the Multinational Firm,” *Journal of International Business Studies*, Vol. 38, pp. 206–10.
- , 2008, “Location, Control and Innovation in Knowledge-Intensive Industries,” *Journal of Economic Geography*, Vol. 8, No. 5, pp. 699–725.
- Rodrik, Dani, 2011, “The Manufacturing Imperative,” *Project Syndicate*, August 10.
- Romer, Christina, 2012, “Do Manufacturers Need Special Treatment?” *The New York Times*, February 4.
- Summers, Lawrence, 2013, “Economic Possibilities for Our Children,” *NBER Reporter*, No. 4.

图3

笑一笑

价值创造的“微笑”曲线展示了公司如何打破高附加值和低附加值的活动位置。

