

Giving Full Play to Key Role of Service Industry in Stabilizing Economic Growth

如何充分发挥服务业稳增长的关键作用

■ 田野 夏杰长

中国经济正在波动中复苏，服务业增长势头比较突出。无论是从短期来看，还是从长期来看，服务业在稳定和推动经济增长上都发挥着关键作用。在中国式现代化进程中，生活性服务业、生产性服务业分别发挥着化解消费领域供需矛盾、促进实体经济高质量发展的重要作用。然而，当前中国服务业的发展也存在一些突出问题。生活性服务业的供给与需求不匹配、运营风险较高，生产性服务业规模较小、结构失衡和产业融合度较低，服务业“走出去”的壁垒仍然广泛存在且服务贸易国际竞争力不强。为推动服务业高质量发展，充分发挥其对经济增长的关键作用，需要在生活性服务业结构优化中提升服务消费品质，在深化“两业融合”（先进制造业和现代服务业融合）中重点发展高端生产性服务业，在扩大服务业对外开放中抢抓国际贸易规则重构的机遇。

服务业成为当前经济发展的主引擎

从短期来看，服务业是经济复苏的主要增长点。从国家统计局公布的2023年1—5月的数据来看，衡量宏观经济的PPI、CPI和PMI等关键指标均存在不同程度的下降。CPI环比持续下降，PPI更是在2023年5月份同比降低4.6%，PMI指数也有两个月低于50%的临界值。然而，服

务业却逆势增长，成为2023年前半段经济发展的主引擎。从服务业生产指数来看，2023年5月同比增长11.7%，1—5月同比增长9.1%，这一增长速度已高于疫情发生前的2019年1—5月的同比增速（7.3%）。再从三次产业对经济增长的贡献率来看，2023年第一季度第三产业增加值为165475亿元，占比约为58%，对2023年中国第一季度GDP的贡献率达到69.67%。对比2019年同期，二者分别为57.31%和62.68%。由此可以看出，服务业已经恢复到疫情前的水平，服务业主导了2023年一季度的经济增长。

从长期来看，服务业已成为中国经济发展的主引擎，服务业比重持续提高也是中国式现代化进程中的必然现象。在过去20年的绝大多数年份中，服务业增加值占比和对GDP的贡献率都稳步提升。2020年服务业增加值占比达到54.5%，2019年服务业对GDP增长贡献率为65.12%，分别为过去20年的最高值。疫情期间，服务业对GDP的贡献率下降幅度较大，但服务业占比却没有下降。随着疫情后经济的恢复，服务业对GDP的贡献率重回60%以上。从国际经验来看，世界银行发展指标数据库给出的数据表明，世界主要国家人均GDP在1万美元、2万美元、3万美元和4万美元时，平均的服务业占比分别为56.31%、64.63%、68.41%、72.48%。2022年，中国人均GDP为1.27万美元，服务业占比

却仅有52.8%，与国际经验相比差距还较大。在中国式现代化进程中，服务业占比进一步提高是产业结构转型和升级的必然结果。因此，在未来，随着服务业占比上升，制造业占比下降，服务业对GDP增长的贡献率将会更高。

服务业发展是经济高质量发展的重要支撑

生活性服务业化解消费领域的供需矛盾。促进生活性服务业的高质量发展不仅是新发展格局加快形成的关键动力，也是促进经济增长的持久动力，更是经济高质量发展的题中之义。2008年全球金融危机以来，中国经济结构已发生了内生转变，内需已是中国经济发展的主要动力，外部需求的增长作用已大大减弱。新发展格局下扩大内需的关键在于扩大消费。《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》指出，实施扩大内需战略是满足人民对美好生活向往的现实需要，需要进一步增强消费的基础性作用。当前，人民群众在以吃穿、出行、居住等为代表的传统消费已经基本得到保障的情况下，对旅游、养老育幼、医疗健康、教育、群众体育、家政服务及社会公共服务等服务消费的需求更为迫切。换言之，人民群众的消费需求，已经从生存型消费需求向发展型和享受型消费需求转变，消费领域呈现出消费升级的需求，供需矛盾突出。发展型和享受型消

费需求主要涉及生活性服务业，高质量发展的生活性服务业有利于实现消费升级，化解这一供需矛盾。

生产性服务业促进实体经济高质量发展。实体经济的重要基础产业为制造业，生产性服务业以“两业融合”的方式支撑实体经济的发展。自改革开放以来，中国在嵌入全球价值链的进程中已发展成为产业门类最为齐全的国家，制造业第一大国地位持续巩固，实体经济规模领先。然而，在实体经济领域仍然存在着核心技术被“卡脖子”的关键短板。关键技术依靠高端的研发活动形成突破，这些研发活动在行业划分中属于科学研究和技术服务业，后者属于典型的生产性服务业。专业化、高端化的生产性服务业作为制造业的关键投入，可以通过技术创新、集聚降低交易成本、提高劳动生产率，并进而实现制造业转型升级。

服务业开放是推进高水平对外开放的主要抓手。高水平开放与构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局密切相关。全球服务贸易蓬勃发展，而中国服务贸易发展则相对迟缓。世界银行发展指标数据库显示，2019年全球服务出口占总出口的比重已增长到25.16%，而同期中国的服务出口比重仅为9.28%，远低于世界平均水平。中国服务业的对外开放程度严重滞后于工业领域的对外开放，要推进高水平对外开放应该以扩大服务业的开放为主要抓手。一方面，生产性服务业作为全球价值链中关键的无形投入，高质量发展的服务业将提高工业产业出口竞争力，进而促进对外开放。另一方面，中国产业结构中服务业占比更高，服务贸易具有巨大潜力，促进服务贸易发展，不仅有利于提高对外开放水平，也有利于培育中国经济发展的新动能。服务业

开放更多的是规则、标准或制度方面的国际对标，扩大服务业开放领域、提高服务业开放水平和优化服务业开放结构，对推进高水平对外开放意义重大。

当前服务业发展面临的挑战

生活性服务业主要存在供给与需求不匹配、运营风险较高的问题。当前对生活性服务业的需求已经转向发展型和享受型需求，但这一高梯度需求存在供给不足的问题。从增长速度来看，2017—2020年，生活性服务业增长率为23.11%，而同期生产性服务业增长率为29.95%，前者慢于后者。从结构来看，2020年批发和零售、住宿和餐饮、房地产及居民服务业占生活性服务业的比重仍达75.72%，发展型和享受型服务供给总量不足。从具体服务来看，养老公共资源和卫生公共服务资源短缺的情况较为突出，发展型服务发展滞后。来自国家统计局和民政部的数据表明，2021年中国65岁以上人口数量为20056万人，占中国人口的14.2%，而各类机构养老床位为503.6万张。以65岁以上老年人5%需进入养老机构的标准计算，养老床位缺口达499.2万张。国务院联防联控机制2022年11月12日新闻发布会的数据表明，中国每千人口的医疗床位数为6.7张，每10万人口的重症医疗床位不到4张。德国和日本每千人口的医疗床位数分别为8张和13.1张。从服务质量来看，存在服务投诉居高不下和竞争力不足的问题。中国消费者协会给出的2022年服务大类投诉数据表明，生活社会服务类投诉占比达13.2%，高居服务大类投诉榜首，且相比2021年，其占比有所下降，但数量有所增长。我国生活性服务业企业鲜有国际的知名品牌，如知名酒店企业多为国外品牌而非本土品牌。另外，生活性服务业领域也存在较为严重

的运营风险问题。市场主体普遍较弱，在经济增长预期不确定性增加的背景下，易发生资金链断裂进而破产的情况。同时，生活性服务业还面临着新技术、新业态、新模式带来的挑战，这需要企业短期内通过高投入换取市场流量，但现金流承压和投资回报缓慢会使企业的运营风险进一步加大。

生产性服务业主要面临着规模较小、结构失衡和产业融合度较低的问题。当今，第二产业和第三产业的边界已变得越来越模糊，制造业和现代生产性服务业在生产组织形式方面的融合发展已成必然，也是先进制造业发展的必经之路。基于亚洲开发银行全球投入产出表的测算可以发现：第一，从总体层面来看，中国生产性服务业存在规模不足。2021年中国生产性服务业占比仅为17.06%，而以美国、法国、德国、加拿大、日本为代表的发达国家均在32%以上，中国在所有国家中排名倒数第二，甚至低于同为发展中国家的印度（18.14%）。第二，从结构方面来看，中国生产性服务业在服务业中占比低，生产性服务业的高端领域与高端环节发展不足。2021年，中国生产性服务占服务业的比重仅为32.28%，在所有国家中排名倒数第二，仅高于印度尼西亚（26.02%），而以美国、法国、德国、加拿大为代表的发达国家生产性服务业占服务业的比重则基本达到50%以上。在科学技术服务为代表的高端领域，2021年中国该行业的占比仅为2.28%，而发达国家一般在8%左右。而中国的金融中介活动占比则达到了5.1%，占生产性服务业的比重高达39.76%。第三，从产业融合度来看，中国生产性服务业和制造业融合程度很低。2021年中国各制造业平均服务化水平仅为3.22%，而以美国、德国、法国为首发达国家均在7%以

上。生产性服务业领域的突出短板和瓶颈问题，使得其支撑制造业技术进步、生产率提高、转型升级的作用发挥不充分。

服务业“走出去”的壁垒仍然广泛存在，服务贸易国际竞争力不强。当前，全球价值链处于深度重构阶段，大国竞争引发的贸易保护主义频现，国际贸易规则处于重塑期，这些都为中国的服务业走出去制造了障碍。第一，“价值观贸易”大行其道。在国际贸易规则重塑的关键时期，排他性区域贸易协定使中国服务业“走出去”的不确定性增加。欧美国家广泛奉行“价值观贸易”，在制定多边贸易规则时对中国提出诸多限制，甚至是将中国排除在外。个别国家采用“泛化国家安全”概

念，对中国正常的贸易往来发起针对性调查，并实施无理的制裁行为，同时对跨境投资审查日益严格，限制中国在其国内的正常投资，这些行为严重阻碍了中国服务业“走出去”。第二，数字贸易领域尚缺乏公认的国际标准。过去十余年快速兴起的数字贸易正在重构全球服务贸易，而作为服务贸易领域的“新兴事物”，目前全球并未建立统一的数字贸易规则，各国对数字贸易规则制定话语权处于激烈的博弈阶段。欧美以其成熟的国内数字贸易规则为基础在多边贸易协定中制定了高标准的数字贸易规则。尽管中国在近年来签订的双边、多边自由贸易协定增设数字贸易条款。然而，总体而言，中国的数字贸易规

则话语权相对不足，在数字贸易领域备受制约。第三，中国服务业出口竞争力较弱。从显性比较优势（RCA）来看，疫情前的2019年中国服务贸易RCA指数仅为0.37，而美国和印度则分别1.39和1.58。中国服务产品在国际市场的竞争力严重不足，这也是制约服务业“走出去”的关键因素。

发挥服务业高质量发展对经济增长的关键作用

服务业在扩大消费，支撑实体经济高质量发展和推进高水平对外开放上均能发挥重要作用，服务业高质量发展不仅事关高水平对外开放，也事关经济增长的



持续。

在优化生活性服务业结构中提升消费服务品质。一是提高生活性服务业供给水平，实现供需匹配。当前生活性服务业供给不足主要表现在发展型消费和享受型消费领域，相较而言，医疗、养老等热点发展型消费领域的供需矛盾更为突出。政府应当重视并加大对发展型生活性服务业的支持力度，特别是要首先加大医疗机构、养老机构及社会福利机构等具有公共产品属性的生活性服务业建设，促进城乡公共服务均等化发展。营造良好的营商环境，鼓励私有市场主体从事生活性服务业，增强市场活力。同时，文化、娱乐、体育、旅游等享受型生活性服务业正处于黄金发展时期，应当鼓励并引导产业合理布局，实现享受型生活性服务业的蓬勃发展。二是引导生活性服务业数字化转型，增强市场主体的抗风险能力。以信息通信技术为核心的数字技术实现了生活性服务业的信息化、网络化、智能化，实现了服务功能的提升。面对新形势，需加快线上线下融合发展，推动服务数据开放共享，但也需创新监管模式，加强风险防控。新的变革需要政府加强在财税、投资、价格、用地等方面的支持，增强市场主体的抗风险能力。三是建设质量保障体系。质量问题事关人民福祉，须加快行业标准制定，创建、培育服务消费知名品牌，完善监督检查机制，加强权益保障。

在深化“两业融合”中重点发展高端服务业。一是抓住数字技术关键变量赋能“两业融合”发展。生产性服务业作为基于比较优势的专业化分工行业，往往需要嵌入到制造业的生产环节中。在制造业领域，数字技术催生了智能制造、柔性生产、产品全生命周期管理等多种全新的组织形式，大大提高了全社会的资源配置效

率。通过数字技术赋能，促进生产性服务业与战略性新兴产业、先进制造业融合，实现服务的精准、高效和高质量，形成二者融合发展的产业生态系统，实现中国实体经济的高质量发展。二是优化生产性服务结构，实现高端化发展。当前我国制造业发展中存在一些“卡脖子”的技术问题，解决这些技术问题所需的研发、设计就属于生产性服务业的范畴。生产性服务业的发展应与先进制造业相适应，实现研发、设计等专业化服务与先进产品制造相匹配。以市场导向为基础，引导企业依托创新科技园、国家高新技术开发区、高技术特色产业基地等各类平台，实现专业化服务的规模化、高效化和集群式发展。人才既是创新的源泉，也是企业的核心竞争力。加快建设和培育高端生产性服务业人才队伍，尽快形成高水平的人才队伍。三是加大在金融和税收方面的支持力度。高端生产性服务业往往是投入成本较高而投资回报较慢的产业，这一特征给风险承受能力较小的中小微企业造成了发展困境。应加大金融业对高端生产性服务业的支持力度，应针对性地对高端生产性服务业进项税抵扣范围进行核定，以切实降低高端生产性服务业的经营成本。

在扩大服务业对外开放中抢抓国际贸易规则重构的机遇。一是缩减服务业外资准入负面清单，提升对外开放水平。在健康医疗、文化教育和旅游服务等生活性服务业领域对外资限制较多，应当逐步放宽外资进入限制；在科学技术等知识技术密集型生产性服务业领域适当放宽外资进入限制。加快对外投资管理体制的改革，持续提升服务业企业对外投资的便利化水平。二是以数字贸易为突破口，提升服务贸易的国际市场份额。数字经济是带动全球经济发展的新动能，中国2021年数

字经济规模达到7.1万亿美元，仅次于美国，位居世界第二。然而，在数字贸易领域，美国仍居世界第一位，而中国则排名全球第四。中国庞大的数字贸易规模为数字贸易的发展提供了巨大空间，应当引导数字经济进入国际市场，使之成为中国服务贸易发展的突破口。三是主动参与数字贸易国际规则制定，掌握服务贸易竞争主动权。数字贸易正在扩展服务贸易的新业态、新模式，为全球服务贸易增添新动能。建立数据资源产权、交易流通等基础制度和标准规范，加快完善国内数字贸易法律法规的制定，推动其落地实施，尽快在国内构建成熟的数字贸易规则制度。在数字贸易规则制定层面，积极参与多边数字贸易规则协商，借力“一带一路”倡议、RCEP实践数字贸易规则“中国方案”，在全球服务贸易规则制定博弈中赢得话语权，进而掌握服务贸易发展的主动权。四是着力提升服务贸易国际竞争力。全力构建面向全球的贸易、投融资、生产和服务网络，创新发展服务贸易，提升服务贸易数字化水平，增强服务业出口产业链竞争力，强化中国服务业在全球价值链的比较优势和地位。①

（本文系中国社会科学院财经战略研究院创新工程项目“数字经济赋能服务业高质量发展研究”基金项目的阶段性研究成果）

（作者单位：中国社会科学院财经战略研究院，其中夏杰长系中国社会科学院财经战略研究院副院长）

责任编辑：董治
Yfj_dz@126.com