构建广州国际商贸中心研究
——基于现代服务业的视角

◎ 魏作磊 侯瑞瑞

摘 要：现代服务业是商贸业生产的主要中间投入来源，也是现代商贸业发展的保障。无论是从广州目前的服务业发展现状，还是从未来广州构建国际商贸中心的走势来看，大力发展现代服务业都是广州构建国际商贸中心的必要前提。未来广州国际商贸中心从本质上来讲应是一个发达的现代服务业体系。

关键词：国际商贸中心 现代服务业 广州

【中图分类号】F719

最近广州市政府明确提出了以“国际商贸中心”作为未来城市发展的一个战略定位，这是在综合考虑广州市的历史文脉、产业基础、区位优势和资源禀赋，把握广州经济发展环境的基础上做出的一项重要战略选择。广州市商贸业发展历史悠久、商业氛围浓厚、产业基础扎实、发展环境优越，以“国际商贸中心”作为未来广州城市发展的战略定位与广州市产业发展的比较优势吻合。但是，在构建广州国际商贸中心的过程中，必须清醒地认识到构建国际商贸中心仅仅靠“商”和“贸”还远远不够，一个现代化的国际商贸中心应该是一个包括金融保险、商务服务、教育培训、科技研发、医疗保健等诸多以知识和技术密集为主要特征的现代服务业经济体系。构建国际商贸中心不能仅仅把产业发展的重点停留在商贸业，广州国际商贸中心建设必须依托发达的现代服务业体系。

一、现代服务业是商贸业生产过程中主要的中间投入

现代服务业这一概念引起人们关注

【基金项目】国家社科基金项目《发展现代产业体系研究——基于珠江三角洲高级服务业和制造业互动发展的视角》（09BJY046）研究的阶段成果，并得到广东外语外贸大学“211工程”重点学科建设项目支持。

© 1994-2012 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

始于1997年9月中共十五大报告，十五大报告指出，社会主义初级阶段是由农业人口占很大比重、主要依靠手工劳动的农业国，逐步转变为非农业人口占多数、包含现代农业和现代服务业的工业化国家的历史阶段。2000年10月《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》提出要发展现代服务业，改组改造传统服务业，明显提高服务业增加值占国内生产总值的比重和从业人员占全社会从业人员的比重。2002年11月中共十六大报告要求加快发展现代服务业，提高第三产业在国民经济中的比重。2005年10月《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年计划的建议》又提出大力发展金融、保险、物流、信息和法律服务等现代服务业。现代服务业在我国的受重视程度日益提高。从我国政府出台文件强调的内容和学术界讨论经常论及的范围来看，现代服务业大体上包括国际标准产业分类（ISIC/Rev.3）中的金融保险和商务服务业[①]，它们是在工业化的高级阶段开始兴起（即现代服务业成为服务业增长的主要推动力量），依托现代科学技术和管理理念发展起来的知识和技术密集型服务行业。这类服务业主要是为现代化的生产方式提供中间服务，目前现代服务业的发展水平已经成为衡量一个国家或地区经济发展水平的重要标志。

从产业关联来看，商贸业的发展严重依赖现代服务业的中间投入。表1是目前美国、日本、英国、法国等几个代表性发达国家商贸业生产过程中中间投入的行业构成。从表中可以看出，目前服务业已经成为这些发达国家商贸业生产过程中主要的中间投入，服务业占商贸业生产过程中的中间投入比重都超过了70%，美国甚至超过了80%，而工业和农业合在一起占商贸服务业生产中间投入的比重还不足30%。从作为中间投入服务业的内部行业构成来看，商贸业生产过程中来自服务业的中间投入又主要以金融保险和商务服务业等现代服务业为主。从这几个发达国家目前的情况来看，金融保险和商务服务业占到商贸业生产过程中中间投入的30%左右，也就是说，商贸业生产过程来自服务业的中间投入中将近一半是来自金融保险和商务服务业。这些发达国家的经验表明，金融保险和商务服务业等现代服务业是商贸业生产过程中主要的中间投入，在现代商贸业的发展过程中扮演着至关重要的角色。

金融保险和商务服务业成为商贸业主要的中间投入来源反映了发达国家商贸业生产的高级化特征。与传统意义上的商贸业仅仅充当厂商和消费者的中介、简单地将商品由生产者传递给消费者这一基本职能不同，现代商贸业更多通过引入专业化、个性化的知识和技术密集型的服务投入，将更多的服务、文化、创意等内容融入商贸业，为顾客创造更多的价值，从而实现行业的价值增值。传统商贸业价值增值更多地依靠资本和劳动投入，商贸业的附加值很低。而现代商贸业的价值增值更多地依靠资本运营和品牌运作，依靠知识、技术、信息和人力资本的投入，更多地依靠现代服务业，因而商贸业带来的附加值更多。仅仅充当商品流通的一个简单环节、主要依靠数量扩张获得更多价值是传统商贸业的基本特征，而现代商贸业则更多依靠引入现代技术（特别是信息技术）、人力资本和管理理念实现业态和模

© 1994-2012 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

表1 一些发达国家商贸业生产过程中中间投入的行业构成（%）

国别 行业	美国（2007年）	日本（2005年）	英国（2007年）	法国（2005年）
农业	0.05	0.03	0.39	0.21
工业	15.11	24.8	24.34	23.7
服务业	84.84	75.17	75.27	76.09
其中：金融保险与商务服务业	30.37	37.88	28.03	33.76
交通运输与通讯业	8.57	13.9	25.83	15.32
房地产业	11.84	9.35	14.5	9.61
商贸餐饮业	8.61	8.78	5.41	13.24
教育与医疗卫生保健业	0.23	0.05	0.56	1.53
合计	100	100	100	100

数据来源：根据各国相应年份投入产出表计算。投入产出表取自OECD网站，http://stats.oecd.org/index.aspx?lang=en。

式的不断革新，变革创新是现代商贸业获得价值的主要源泉。

二、现代服务业是未来广州构建国际商贸中心的保障

从未来发展方向来看，现代服务业也是广州构建国际商贸中心的主要保障。改革开放以来，广州商贸业的发展主要依托于珠三角庞大的制造业和飞速增长的加工贸易，商贸业更多是充当商品流通的一个简单环节，制造业商品流动是这一阶段广州商贸业发展的主要驱动力，商贸业的发展模式主要以规模扩张和量的增长为主，商贸业创造的附加值不高，在国际市场上影响力较弱，应对国际风险的能力也不强。未来广州国际商贸中心必须超越前一阶段的商贸业发展模式，走依靠创新驱动的内涵式发展道路。从发达国家的经验、现代商贸业的发展趋势和目前广州的实际情况来看，未来广州国际商贸中心应该是综合国际品牌云集、引领世界商业潮流、依靠知识驱动不断创新、信息化主导、富有岭南文化内涵等诸多特征于一体的现代化国际商贸中心。

首先，品牌引领。现代化的国际商贸中心应该是国际知名品牌云集、著名品牌新款商品首发和国际新名牌打响之地。根据全球最大的商业地产服务公司世邦魏理仕（CB Richard Ellis, CBRE）最近发布的研究报告《零售业全球化进程》（How Global Is the Business of Retail?）提供的研究结果，目前全球排名前十位的著名国际商贸中心吸引到的世界著名零售企业的比例都达到或超过了40%（表2）。尽管目前广州的商贸业发展规模在全国名列前茅，但与北京、上海、香港等大城市相比，广州商贸业在全国叫得响的知名品牌数量稀少，引领全国商贸业潮流的知名品牌更少，世界各大零售业品牌进入广州的也很少。这一现状与广州构建国际商贸中心的战略目标仍有很大差距。未来广州构建国际商贸中心必须在打造国内外知名商贸品牌上狠下功夫，除了要充分挖掘拓展广州自身的老

© 1994-2012 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

表2 2010年全球十大零售业中心吸引全球著名零售商的比例

名次	城市	进驻城市零售业比例（%）
1	伦敦	56
2	迪拜	55
3	巴黎	46
4	纽约	44
5	香港	43
6	北京	41
7	东京	40
8	上海	40
9	莫斯科	40
10	马德里	39

说明：研究报告选取的全球知名零售商涵盖了遍布69个国家的世界最大的294家零售商。
数据来源：CB Richard Ellis：How Global Is the Business of Retail? http://www.cbre.eu/emea_en/research/report_results。

表3 2010年3月中国电子商务网站市场份额前十强

排名	网站名称	市场份额（%）	企业总部
1	淘宝网	39.94	杭州
2	阿里巴巴	11.94	杭州
3	支付宝	6.31	杭州
4	拍拍网	4.03	深圳
5	卓越亚马逊	3.03	北京
6	慧聪网	2.95	北京
7	当当网	2.86	北京
8	携程网	2.27	上海
9	财付通	1.58	深圳
10	中国制造网	1.51	南京

资料来源：中国互联网指数（CIIS）核心报告，http://ciis.chinalabs.com/。

字号品牌、培育打造新的名牌之外，还应大力吸引国内外一流品牌企业入驻广州，努力提高广州国际商贸中心的品牌影响力。而无论是打造新名牌还是吸引知名品牌进入，首先都需要营造良好的名牌发展环境，这更多地依靠广告、信息、咨询、策划、营销等现代服务业的支撑。

其次，信息化主导。信息技术的突飞猛进正在对传统的商贸发展模式产生深刻的影响，电子商务以缩短交易者距离、简化交易流程、增加交易机会、降低交易成本等诸多优势成为未来商贸发展业发展的一个主要潮流。电子商务同时也将成为国际商贸中心连接全球生产与消费的主要纽带和增强对全球辐射力的主渠道。广州商贸业发展曾经在改革开放之初领全国之先，但是在信息技术变革传统商贸业发展模式的浪潮中却失去一个黄金的十年发展期，广州电子商务发展已经落后于北京、上海、杭州、深圳等国内城市。根据中国互联网指数（CIIS）核心报告提供的数据，目前市场份额排名我国前十名的著名电子商务企业没有一家是广州企业（表3）。这与广州打造国际商贸中心的战略发展目标也是极不相适应的。广州构建现代化国际商贸中心必须大力发展信息服务业，尽快提高电子商务的发展水平。

再次，知识驱动。与前一阶段广州商贸业发展主要依靠产品驱动的规模扩张式增长不同，未来广州国际商贸中心的发展必须走知识驱动的内涵式增长道路。商贸业不再仅仅是构建生产与消费的桥梁，更重要的是要成为服务的主要提供者和价值的主要创造者。商贸业的发展从以管理产

© 1994-2012 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

品运动为主向以管理知识、经营知识为主的方向转变。以设计、法律、会计、咨询、培训、广告、物流、金融、保险、中介、文化、休闲、保健等专业化、个性化、知识型服务为主的现代服务业成为商贸业价值增值的主要源泉。知识型服务业成为未来广州国际商贸中心的主要驱动力。

最后，文化提升。目前北京、上海以及相邻的香港、深圳等都在努力打造或者已经成为国际著名的商贸中心，如何与国内的其他大城市在发展国际商贸中心的过程中避免同质化竞争、打造独具特色富有国际吸引力的国际商贸中心是广州未来建设国际商贸中心过程必须认真面对的重要课题。世界各国的实践表明，一个成功经济体最难被别人模仿移植的是该经济体借以成功发展的文化内核。广州是岭南文化的中心和古代海上丝绸之路发祥地，商贸业文化源远流长。打造广州特色的国际商贸中心，必须深入挖掘广州深厚的历史文化资源，将优秀的岭南文化融贯于未来广州的国际商贸中心，形成自己独特的文化内核。这样才能有助于形成独特的竞争优势，提升广州国际商贸中心的内涵。创意、文化、营销、广告、休闲等现代服务业将在这一过程中扮演重要角色。

三、广州现代服务业发展仍相对滞后

目前，广州服务业占GDP的比重已经达到了60%，这一指标基本上接近发达国家的水平。但是从服务业的内部结构来看，广州服务业主要由传统服务业构成，服务业产业结构层级仍然不高。根据广州市统计局发布的《2009年广州市国民经济和社会发展统计公报》中提供的数据，2009年广州市服务业实现增加值5545.56亿元，占GDP比重达到60.9%。但是服务业内部各行业中，交通运输仓储邮电业、批发和零售业、住宿和餐饮业等传统服务业的增加值分别达到了784.94亿元、1053.76亿元和282.97亿元，占服务业增加值的比重分别为23.1%、31.0%和8.3%，合计超过了60%，而金融保险和商务服务业二者合计占广州服务业的比重不足20%[②]。从目前发达国家服务业的层次结构来看（表4），商贸餐饮业、交通仓储和通讯业等传统服务业所占比重已不足30%，金融保险、商务服务、教育、医疗卫生等以知识密集型为特征的现代服务业是构成服务业的主体。其中金融保险、不动产、租赁和商务服务业占服务业的比重达到了40%左右，占GDP的比重达到了30%左右。与这些发达国家相比，广州的现代服务业发展仍然相对落后。

另外，与国内其他一些大城市相比，目前广州服务业的层次结构也相对偏低。表5是2007年广州服务业占GDP比重与国内一些大城市的比较。可以看出，尽管广州服务业占GDP比重比上海和深圳高，但是广州的商贸餐饮业和交通运输等传统服务业在服务业中的比重明显高于北京、上海和深圳等大城市，而金融保险与商务服务业等现代服务业占服务业的比重则明显低于北京和上海，只有北京市的一半，甚至也低于相邻的深圳市。

现代服务业发展滞后不利于广州商贸业品牌化、信息化、集约化和国际化水平的提升，也使广州建设国际商贸中心缺乏强有力的产业支撑。打造广州现代化的国际商贸中心必须加快金融保险和商务服务业等现代服务业的发展水平。

© 1994-2012 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

表4 2007年一些发达国家服务业各行业占GDP（服务业增加值）比重（%）

	澳大利亚	加拿大	法国	德国	意大利	日本	英国	美国
商贸餐饮业	13.1（19.0）	13.8（21.1）	12.3（15.9）	11.8（17.2）	14.9（21.1）	17.0（24.9）	14.3（18.8）	15.0（19.4）
交通仓储通讯业	7.7（11.2）	6.8（10.4）	6.4（8.2）	5.8（8.5）	7.6（10.7）	6.4（9.3）	6.8（9.0）	5.9（7.6）
金融保险业	7.9（11.4）	7.4（11.3）	4.9（6.3）	4.2（6.1）	5.1（7.2）	6.7（9.8）	7.6（10.0）	7.9（10.2）
不动产、租赁与商务服务	21.7（31.5）	17.8（27.2）	29.0（37.6）	25.0（36.4）	22.5（31.8）	19.9（29.1）	24.3（31.8）	24.9（32.1）
公共服务业	4.2（6.1）	5.6（8.6）	7.4（9.6）	5.7（8.3）	6.4（9.0）	5.5（8.0）	5.1（6.7）	8.0（10.3）
教育医疗卫生与社会服务业	14.4（20.8）	14.0（21.5）	17.3（22.4）	16.2（23.6）	14.4（20.4）	13.0（18.9）	17.9（23.6）	15.8（20.4）
合计	69.0（100）	65.4（100）	77.2（100）	68.7（100）	70.9（100）	68.5（100）	76.2（100）	77.6（100）

数据来源：OECD in Figures 2009，http://www.oecd.org/document/47/0,3343,en_2649_34489_43896303_1_1_1_1,00.html。

表5 2007年部分大城市服务业各行业占GDP比重（%）

城市 / 行业	北京	上海	广州	深圳
商贸餐饮业	12.0	10.6	12.3	11.4
交通运输、仓储和邮政业	5.4	5.9	10.3	4.3
房地产业	6.9	6.6	7.0	9.7
金融保险与商务服务业	34.6	20.2	17.2	18.1
公共服务业	3.7	2.8	3.9	2.4
教育医疗卫生与社会服务业	9.5	6.5	7.7	3.9
合计	72.1	52.6	58.4	49.8

数据来源：根据各市2008年统计年鉴计算。

四、小结

综上所述，无论是从发达国家的经验还是从广州国际商贸中心未来的发展方向来看，打造广州国际商贸中心将是一个系统工程，它不仅仅是简单的商贸业发展，更牵涉到品牌树立、知识管理、信息化发展和文化提升等诸多配套体系。这些配套体系的载体或者提供者都离不开以知识和技术密集为特征的现代服务业，而知识和技术密集型服务业的生产又远远不同于工农业和传统服务业生产，后者更多的是依赖于物质资本和简单的体力劳动，而现代

© 1994-2012 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

服务业的发展更多地是依靠知识型人力资本的投入。因此，打造广州国际商贸中心的关键从根本上讲在于人才体系保障。打造保障广州国际商贸中心建设的人才保障体系除了广纳博引积聚人才之外，更多还要靠广州本身的教育、培训、科研院所等部门培养人才和医疗保健、文化娱乐以及发达的公共服务环境等留住人才，而这些无一不需要依赖于现代服务业的发展。因此，构建广州国际商贸中心必须依托一个发达的现代服务业体系，国际商贸中心从本质上讲是一个现代服务业体系。

注释：

①其中商务服务业主要包括会计服务、法律服务、咨询服务、研发服务、设计服务、广告服务、信息服务以及各种市场中介服务等以提供专业化、个性化的具有知识和技术密集型特征的现代服务业。

②数据来源：广州市统计局网站：http://www.gzstats.gov.cn/tjgb/qstjgb/201004/t20100409_20933.htm

参考文献：

[1] 魏作磊．中国服务业发展战略研究[M]．北京：经济科学出版社，2009年9月第1版.

[2] 上海市商业经济研究中心．2007-2008国际商业发展报告[M]．上海：上海科学技术文献出版社，2008年4月版.

[3] 李振勇．商业模式[M]．北京：新华出版社，2007年12月版.

作者简介：魏作磊，管理学博士，广东外语外贸大学国际经济贸易学院副教授、经济学系系主任，主要从事服务经济学、产业经济学与发展经济学研究。侯瑞瑞，广东外语外贸大学国际经济贸易学院硕士研究生，主要从事现代服务业研究。

(责任编辑：李钧)

A Study on Constructing Guangzhou into an International Business and Trade Center: The Modern Service Industry Perspective

Wei Zuolei, Hou Ruirui

Abstract: Modern service industry is the most important input and guarantee for the production of business and trade. Taking Guangzhou’s reality and future trends into account, promoting modern service industry is the prerequisite for the city to become an international business and trade center.

Keywords: international business and trade center; modern service industry; Guangzhou

© 1994-2012 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net