消费性服务业需进一步深化供给侧结构性改革

□ 王微 王青 赵勇

调查研究

促进消费性服务业长足发展对实现服务业发展质量、效率和动力变革，培育和壮大经济增长新动能，具有重要意义。当前，我国消费性服务业存在有效供给不足、供给质量相对较低、供给呈结构性不平衡等问题。对此，应重点通过增供给、提质量、促改革、扩开放、优环境，加快推进消费性服务业供给侧结构性改革，使消费性服务业更好适应新一轮消费变革发展的新趋势。

更好发展消费性服务业有重要意义

当前，我国在消费内容、消费方式、消费人群、消费市场格局等方面都出现了不同以往的深刻变革，服务消费需求加速扩张，消费升级趋势日益突显。在此背景下，更好发展消费性服务业有重要意义。

一是有利于满足居民消费需求升级的需要。2017年，我国居民服务消费占全部消费支出约40%，正处于消费需求快速升级的重要阶段。不断提高消费性服务业发展的质量和效率，能更好满足居民消费需求升级的需要，也有利于更充分地满足人民日益增长的美好生活需要。

二是有利于实现服务业发展质量、效率和动力变革。我国要建设现代化强国，服务业是较为突出的短板，尤其是包括医疗、教育、文化等在内的消费性服务业，供给质量、效率较低，动力转换尚未完成。在此背景下，通过推进供给侧结构性改革，促进消费性服务业供给提质增效，推动发展动力由主要依靠要素投入向主要依靠创新驱动转变，有助于实现服务业发展质量、效率和动力变革，能更好促进服务业高质量发展。

三是有利于培育和壮大经济增长新动能。增强消费引领、服务驱动的能力，培育和壮大经济增长新动能，是推动国民经济稳步发展的关键一环。近年来，消费性服务业已成为我国保持经济中高速平稳增长的主要动能。2017年，服务业增加值占到GDP的51.6%，对GDP的贡献率达到58.8%。消费性服务业作为服务业的重要组成部分，进一步发挥其兼具消费和服务的双重作用，对于扩大消费和培育壮大经济增长新动能具有重要意义。

四是有利于扩大国际影响力和竞争力。我国已经成为世界第二大经济体，要进一步扩大国际影响力，国家软实力的重要性日益显现。加快旅游、教育、文化等消费性服务业发展是扩大国际影响力、展示国家形象、提高国家软实力的重要方式。当前，我国消费性服务业国际竞争力还较低，旅游、电影、教育等服务贸易逆差规模不断扩大。这些消费性服务业发展短板，制约了我国国际影响力和竞争力的进一步提升。

突出问题需重视 诸多瓶颈待突破

当前，消费性服务业发展存在一些较为突出的问题。

一是部分行业的有效供给不足。受多方面因素制约，我国医疗、养老、体育等行业发展相对滞后，总量供给不足。另一些领域则呈现出结构性过剩与结构性不足并存的情况，低端化、同质化服务供给过剩，高品质、特色化服务供给相对短缺，与居民需求不适应，致使很多境内消费需求流向境外。

二是整体上供给质量相对较低。由于行业从业人员素质和管理水平参差不齐，我国消费性服务业供给质量整体上相对较低，尤其是部分行业和领域消费者满意度不高。2017年，全国消协组织受理的服务类投诉达38.28万件，占总投诉量的52.67%。

三是供给存在结构性不平衡。部分消费性服务行业发展结构不平衡，劳动力低成本优势不断弱化，新的技术和商业模式优势尚未形成。消费性服务业对外开放程度较低，国际竞争力也较弱。

四是行业人才、资本、基础设施保障不足。总体上看，我国零售、住宿和餐饮、居民服务等行业从业人员素质相对较低，不利于进一步提升服务质量。同时，多数消费性服务业融资能力有限，特别是资本市场在支持融资、发债以及知识产权抵押等方面的作用还不明显。此外，与零售、旅游、文化娱乐、教育医疗等相关的基础设施和配套设施整体尚不完善，特别是不同行业基础设施之间的融合联通性不强，城市商务区、旅游景点、交通枢纽与主要商业网点、商圈建设之间脱节现象较为普遍。

与此同时，一些行业发展的体制机制障碍也值得关注。具体表现为：

部分行业准入限制较多。当前，教育、医疗、育幼、养老、文化行业的准入限制相对较多；行业的行政垄断和地域保护比较突出，涉及的前置审批、核准、认证项目较多，执行层面变相设置不合理规定的现象较为普遍；消费性服务业未开业企业、无债权债务企业注销制度繁琐；与消费性服务业相关的行政审批时间过长、行政审批透明度和审批方式信息化程度较低，与实践中服务业态和商业模式快速创新发展的要求不相适应。

行业监管的理念和体制机制相对滞后。部分行业的监管归属不明晰，政府监管部门职能存在交叉，且监管协调困难。例如，在便利店快餐和配餐食品经营领域，食药监、环保等部门监管权责不清，且不同地区监管标准不统一。行业监管方面重审批、轻监管，过分强调事前审批和“以审代管”，部门监管的有效性和协调性不足。

相关法律法规不完善。一些法律法规不适应消费性服务业新业态、新模式发展的需要，在执行过程中还存在配套法规不完善、相关法律之间缺乏协调性等问题。同时，一些关键领域和重点环节法律缺失的情况也较为突出。

配套制度不健全。目前，我国消费性服务业涉及的增值税、消费税、个人所得税等税制设计与行业发展不相适应。以产值、税收为主的政绩考核体系缺少对小微企业特别是轻资产服务业企业的有效引导和扶持。同时，配套制度落实不到位同样制约了消费性服务业的发展。

深化供给侧结构性改革促产业发展

面对当前情况，应紧紧围绕“增供给、提质量、促改革、扩开放、优环境”的思路，进一步深化供给侧结构性改革，促进消费性服务业更好发展。

在增供给方面，要增加消费性服务的有效供给，鼓励和支持各类市场主体加大幼儿教育、职业教育、医疗、养老康复、健康管理等领域的服务供给，加快推动动漫游戏、创意设计等文化体育产业发展；培育和发展新兴消费性服务行业，适应消费升级新需要，重点培育以人力资本服务、信息消费、网络消费、数字消费、绿色消费、时尚消费等为代表的新兴消费性服务行业；鼓励技术创新和商业模式创新，加快数字技术的广泛深度应用，不断促进新服务、新业态和新模式创新发展，提升消费性服务供给的便捷性。

在提质量方面，要提升服务质量，鼓励企业强化服务质量意识，制定服务标准和规范，加强员工培训，积极运用新理念和新技术精细服务环节、延伸服务链条、创新服务方式、改进服务流程；要改善服务管理，运用互联网、大数据、人工智能等现代信息技术，加强服务规范和监督管理，规范服务质量分级管理，完善服务质量社会监督平台、服务质量治理体系和顾客满意度测评体系。

在促改革方面，一是要进一步放宽市场准入，鼓励公平竞争，在放宽市场准入条件、减少审批环节和流程等方面切实发力；二是要加快监管协作，推进监管方式创新，在明晰职能部门监管事权和职责的同时，强化监管机构间的协作、创新监管方式方法；三是放宽市场主体设立和退出的条件限制，支持各地结合实际放宽新注册消费性服务业企业场所登记条件限制，适当放宽对非营利机构、专业服务业领域个人执业等的限制，同时建立有序的市场退出机制；四是加快消费性服务领域国有企业和事业单位改革，推动国有企业建立现代企业制度和法人治理结构，事业单位亦应加快推进治理结构、产权制度、经营决策机制等方面的改革。

在扩开放方面，要推动消费性服务领域的开放；加强开放综合试点探索，以自贸试验区、服务业综合试点城市为依托，加大消费性服务业扩大开放的创新探索；同时优化服务贸易结构，积极扩大新兴消费性服务进口，充分发挥技术和知识溢出效应，改善消费性服务业供给结构，提高国际消费便利化。

在优环境方面，要完善公共服务设施及商业服务载体；加强法律法规和标准体系建设；完善相关配套制度，适当调整消费性服务业适用的增值税、消费税、个人所得税、关税等条款，加大消费性服务业企业在研发投入、职工培训、技术改造等方面的税收激励。

（作者单位：国务院发展研究中心市场经济研究所）

如何提升服务业大企业发展质量

□ 高蕊

近年来，服务业占GDP的比重不断提升。2017年，服务业增加值为42.7万亿元，同比增长8%，远高于工业和农业6.1%、3.9%的增长水平。国民经济结构中，三大产业的地位由以“二、三、一”为序进入到以“三、二、一”为序的新阶段，服务业成为经济增长的重要动力。中国企业联合会发布的数据显示，中国服务业500强企业在2017年实现的营业收入总额为33.8万亿元，相当于同期服务业增加值的80%。值得注意的是，2012年至2017年，服务业500强企业的营收总额复合增长率高达10.54%，远高于同期制造业500强企业营收6.37%的增长水平。以“中国服务业500强”为代表的服务业大企业已经成为推动服务业高质量发展的主力军，并呈现出良好的发展势头：

第一，随着新一代信息技术的广泛应用，“互联网+”“科技+”“金融+”“物流仓储+”“大数据+”等重塑了服务业企业的商业模式，服务业新业态新模式迅猛发展。尤其是我国消费性服务业发展势头强劲，在世界范围内实现了一定程度的领先，产业服务也开始崭露头角，集聚资源、链接一切的平台化、数据化模式正推动着服务业发展开启新阶段，服务业大企业正在向产业整合者转变。

第二，在服务业内部，新老产业更替加快，行业出现重大分化。整体上看，传统贸易零售和交通运输类企业占比持续走低，互联网、金融和供应链等现代服务业企业快速崛起。在2006年至2018年的“中国服务业500强”中，前者从313家减少至208家，后者则由59家攀升至120家，占比增加至24%。

第三，并购整合持续升温，行业龙头逐步形成。一是以BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）为代表的服务平台以掌控更多服务资源为目的，逐步构建自己的生态版图。二是以医药、电子为代表的流通渠道不断整合、集中，并由赚取价格差这种微利模式，转型成为更具话语权、具有可提供专业咨询服务和供应链支持能力的分销服务商。同时，铁路、水上、航空和港口服务等运输服务企业也进入了整合阶段。三是以共享经济为代表的新兴业态，在资本的推动下大量涌现并快速迭代，并购现象在这些领域也频繁出现。

第四，融合发展成为趋势。在产业链上下游，随着制造业和服务业不断延展和融合，出现了制造业服务化和服务业制造化的趋势；新业态与旧业态之间开展了更为积极的联合甚至共融；在企业组织之间，在大众创业、万众创新如火如荼的背景下，以云服务、数字经济等发展为契机，产业资源、高端人才、金融资本和数据资产等要素表现出更大程度的共享和协同。

应该看到，服务业大企业的发展质量直接关系到服务业的发展质量和竞争力。当前，以云、大、智、物、移为代表的技术迅猛发展，消费升级和重构带动了服务需求的快速增长。同时政策红利密集释放，“一带一路”建设和乡村振兴战略的实施带来了空间拓展等众多外部机遇。服务业企业应紧紧抓住这些难得的发展机遇，以服务业企业尤其是大企业的高质量发展，推动整个服务业实现高质量发展。

对此，应从以下三方面发力：

一是更好把握服务的本质，不断夯实服务业发展的根基。具体来看，就是要不遗余力地满足客户需求，赋能相关产业，提升产业效率。

在服务内容方面，既要满足市场的显性需求，更要激发潜在的隐性需求。对于显性需求，市场竞争日趋激烈，服务业企业壮大的关键在于紧紧围绕客户需求提升服务品质。对于隐性需求，如何能精准识别需求并提供有效服务，对服务业企业的成长更加重要，比如，为解决“最后一公里”的痛点而诞生的出行和零售类企业正是如此。当前，企业成长的环境更加复杂、边界日趋模糊，那些隐性消费需求和产业需求恰恰是更具爆发力的市场空间，对这些空间的挖掘、激发和满足的程度决定了服务业企业的竞争能力。

在服务对象方面，不断巩固消费端服务的同时，更要发力企业端服务。应该看到，企业级服务所面对的是与自己同等量级或更大的组织，涉及的是从售前到售后各个环节的综合服务体系，因此，企业端服务发展的关键在于价值创新，更好提升专业能力，为整个产业链赋予新的价值。提升企业端服务，可以发力平台化建设，进行核心能力输出，为生态系统内的企业赋能；可以抓住信息技术的大机遇，推动SaaS（软件即服务）、PaaS（平台即服务）、IaaS（基础设施即服务）等云服务理念落地，助力企业实现客户增长；可以嵌入客户内部，无限地接近客户的客户，做好供应链服务和强链接，以专业知识和IT系统，在虚拟的互联网络和物理的物流网络中提升流转效率。

二是以新一代信息技术的投入和应用为基础，坚持服务创新。技术投入对服务业企业发展的重要性不言而喻。在挖掘客户需求方面，大数据与潜在需求之间的关联性已经十分明显，需在抓取技术、识别技术、存储技术和分析技术方面切实发力。在提升服务效率方面，更新软件系统的投入、改进流通技术、完善设施条件等，都将有效提升企业对市场需求变化的应变能力。在打造新的增长极、优化商业模式方面，许多细分企业在发展中遇到的具体问题也都需要技术提供强有力的支撑。

三是实现管理能力和商业模式创新协同推进。在推动商业模式创新的同时，企业管理能力的重要性也日渐显现。应该看到，已经有部分企业出现管理能力提升跟不上模式创新发展的情况。特别是当前，许多服务业创新企业的初创期和成长期被大大压缩，企业管理方面的“磨合期”严重缺失，管理能力较为低下，这影响了企业的发展后劲。对此，必须将企业管理摆在更为重要的位置上，实现企业管理能力与商业模式创新齐头并进、协调发展。

（作者单位：中国企业联合会）

实践真知

精准扶贫要在“准”和“实”上下功夫

□ 曾国安 李伟航

近5年来，我国有6000多万贫困人口实现脱贫，贫困发生率从10.2%下降到了4%以下，精准扶贫、精准脱贫工作取得了重要的阶段性成果。目前，我国仍有3000万左右的农村贫困人口，下一阶段的任务仍很艰巨。要确保实现到2020年贫困地区和贫困群众同全国一道进入全面小康社会的目标，就必须坚持精准扶贫、精准脱贫基本方略，攻克深度贫困堡垒，采取有针对性的措施，在“准”和“实”上下功夫，确保脱贫攻坚目标顺利实现。

贫困人口识别要“准”要“实”

扶贫开发贵在精准，重在精准。对贫困人口进行精准识别是做好扶贫工作的第一步，也是关键一步。一定要从实际情况出发，做实做细贫困人口的识别工作。

一是要根据收入、消费、资产等，更为科学、准确地设定贫困人口的标准。二是要进一步完善贫困识别机制，最大程度减少由于贫困户对扶贫政策了解不及时、申请不及时造成的贫困户漏选等情况。一方面要做好政策宣传工作，认真进行包括入户调查在内的综合调查，另一方面要用好民主评议机制，使其真正发挥提升贫困户认定精准度和可信度的作用。三是要创新体制机制，促进贫困人口识别的规范化、程序化、公开化，实现村、乡、县等全层级公示公告，进行多层级、多方式监督，防止漏评、错评。四是要切实抓好贫困人口精准识别、精准退出排查以及“回头看”等工作，及时纠错和补漏。五是要建立动态管理机制，确保新增的贫困人口及时进入扶贫范围，脱贫人口及时退出扶贫范围。特别是要关注因为自然灾害、重大疾病等因素造成的新贫困人口和脱贫后又返贫的人口，让他们能及时获得帮扶。

扶贫举措要“准”要“实”

做好精准扶贫，不能“手榴弹炸跳蚤”，必须针对贫困地区、贫困户的不同情况，对症下药、精准施策。只有科学分析、实事求是、找准“贫根”，才能从根本上解决贫困问题。

要找准精神“贫根”。精神层面的“贫根”主要表现为缺乏理想追求，得过且过、安于现状，脱贫动力不足。不拔除精神“贫根”，就不可能实现精准扶贫、精准脱贫目标。对此，要在“扶志”上加大力度，帮助贫困人口自强自信，激发贫困人口摆脱贫困的内在动力。具体地看，就是要更加重视贫困群众的主体地位，要促使贫困群众变消极脱贫为积极脱贫、变被动脱贫为主动脱贫、变“要我脱贫”为“我要脱贫”。

要找准能力“贫根”。一些贫困地区由于教育水平不高，导致劳动者素质偏低、就业困难、就业质量低。解决这种能力“贫根”，一是要在贫困地区大力发展基础教育，提高基础教育质量，为“能力脱贫”打好基础；二是要通过劳动素质培养、职业技能培训等方式，提升贫困人口的生产技能和竞争能力，增强他们的经营意识；三是要进一步破除妨碍劳动力、人才社会性流动的体制机制障碍，使劳动力市场更加开放，为人们提供更多公平就业的机会。

同时，还要针对因灾、因病造成的贫困采取特殊的帮扶措施。自然灾害和重大疾病不仅能造成贫困，而且是贫困久扶不脱、脱贫之后再返贫的主要原因之一。要通过生产扶助、灾害保险等措施增强贫困人口的防灾抗灾能力，要通过医疗保险、大病保险以及大病救助等措施向贫困人口提供基本医疗保障。

应该看到，贫困人口致贫的原因十分复杂，给精准扶贫、精准脱贫工作增加了难度。过去对贫困的治理过于强调政府的主体作用，而对市场、社会等发挥的作用重视不够。当前和今后一个时期，要充分发挥市场机制在精准扶贫中的作用，对扶贫资源进行聚集、整合，不断提高精准扶贫资源的配置效率。

脱贫考核要“准”要“实”

当前，精准扶贫、精准脱贫已进入攻坚阶段，工作成效如何？各级政府的扶贫政策、扶贫资金是否落实到位？需要有效的监督和评估。

要强化对扶贫实绩的考核。坚决杜绝“数字脱贫”“表格脱贫”“被脱贫”等现象，需在脱贫考核中更加注重脱贫实效，促使各地方将更多精力、物力、财力投入到解决贫困群众所忧、所急、所盼上，确保脱贫攻坚各项任务全面落实。

要严格开展脱贫督查巡查。应该看到，当前一些地方挤占、挪用扶贫资金的现象仍然存在，还有个别地方没有把扶贫资金真正用到贫困群众身上，导致扶贫效果打了折扣。应通过督导、检查、审计、稽查等形式，督促各地各部门落实责任，切实保障扶贫资金专款专用，扶真贫、真扶贫、真脱贫。

要用好考核“指挥棒”。制定出台贫困地区扶贫绩效考核办法，提高减贫成效考核权重；加强对行业扶贫、定点扶贫、驻村帮扶和结对帮扶工作实绩的考核，注重对党政干部扶贫实绩、贫困群众满意度等进行评价，树立正确的脱贫攻坚工作导向；同时还要切实加强对扶贫工作一线干部的关爱和激励。

要创新考核体制机制。实践中，不少地方通过第三方评估全程评价并监督扶贫工作，这一创新举措避免了相关部门“自弹自唱”，有力提升了扶贫工作的针对性、有效性。接下来，还需加大体制机制创新力度，让对扶贫工作的考核与激励更加有力有效，确保打赢这场精准脱贫攻坚战。

（作者单位：武汉大学经济与管理学院）

本版编辑　栾笑语