

编辑 韩哲 美编 李燕 责校 林海英

# 中国式服务的逆袭憧憬

本报评论员 韩哲

服务一词我们并不陌生，“为人民服务”从小就牢记于心。但很可惜，心动并没有转化成行动，对服务的投诉率居高不下，让服务成为了我们眼中最熟悉的陌生人。

时代日新月异，服务的范畴也不会是“脸难看”、“态度差”、“跟不上”等区区几只井底之蛙。中国式服务，有两个层面的问题，一个是面向广大消费者的传统服务，比如餐饮、旅游、酒店、物流等，我们能感受到其迅速而来的变化，但同样感同身受的，是其让人头痛不已的服务质量问题；另一个则是面向未来的创新服务，金融服务、专业服务、信息服务、研发及科技服务等现代国家的支柱产业，我们的发展还远远不足，仍然还是短缺经济。两个层面都暴露出中国服务业的短板：前者是不够专业，后者是不够创新。

低价制胜的“中国制造”是如此的成功，让“中国服务”在这背影里迟迟走不出来。低价思维也影响到“中国服务”，重价轻质，使得“中国服务”渐变成有些自嘲的“中国式服务”。

拨开历史的迷雾，虽然商人总是被抑制和丑化，但中国社会恰恰是一个很商人的社会。因此尽管被割了二十多年的尾巴，一旦改革开放，各行各业做起生意来立马有声有色，没有陌生感，这也是我们改革开放取得迅速发展的一个民族性原因。但商人是不能跟企业家画等号的，后者被赋予更多，要有创新精神，要有专业精神，而前者就非常粗放

和简单，只要用最低的价格把产品卖出即可。我们经济的优势就是价格优势，从来也不是技术优势和服务优势。

商人社会的特质让我们迅速起步，从后发国家中脱颖而出，并让那些先发国家为之侧目，但这不足以让我们获得持久的优势，我们现在的转型忧虑正是在寻求获得这种持久的优势。商人社会的下一步在哪？答案是匠人社会。

经常地，我们笑话德国人做菜用量杯，笑他们机械，不过从另一方面来看，机械的背后，是服务的严谨和不打折。再有，中国的面馆遍布大街小巷，人们吃得很赞，但除非是高档餐厅，否则包括厨师和服务员，穿着都不讲究，不大重视。而在隔壁的岛国，哪怕是一个不起眼的小面馆，店家都是穿戴整齐，干干净净。这就是差异，也可以说是差距，专业精神的差距。我们认为吃饭卖的是手艺，以为酒香不怕巷子深，也不怕“差不多先生”的服务水准。其实不然，一丝不苟、严丝合缝、不放过任何细节的匠人精神，正是我们欠缺的，这影响到我们的竞争力和软实力。

服务的好坏，不仅影响到消费经济的转型成败；服务的高低，更是影响到创新经济的胜出与否。在以制造业全球产业链分工为标志的第一轮全球化中，中国凭借低廉的要素价格优势成为赢家，顺势成为世界第二大经济体。但一波未平一波又起，以创新和智力为核心、服务为载体的第二轮全球化势头已起，

所有经济体再一次走到十字路口，谁能走向“服务立国”，谁就是下一个赢家。

在发达国家，以现代服务业为主的第三产业占GDP比重平均为65%。2009年美国的这个数据是76.9%，欧盟亦在70%左右；而中国服务业目前只占40%，并且知识密集型服务业比重很低，这是非常值得担忧的事情。服务的知识化正在集聚，知识正在改变服务业，特别是信息技术与服务业相融合，促使服务业从传统的以劳动密集型和资本密集型为主转向以技术密集型和知识密集型为主。无创新，不服务，我们如果抓不住这一点，就很难走出低价的谷底。

中国式服务，至少到现在还是一个金字招牌。在服务品牌和口碑的塑造上，除非我们抱定知耻而后勇的态度，否则服务将成为我们经济社会发展的瓶颈。历史给我们提供了一个例子。现在公认是高品质象征的“德国制造”，最初却是一项耻辱的登记。1871年德国统一后，大量廉价粗劣的德国产品冒用英国优良产品的名字，输入英国市场浑水摸鱼。当英国人发现后，通过法律命令以后德国输入英国的产品必须印上“德国制造”，以让英国民众辨别优劣。在被嘲笑、吐槽、侮辱后，德国产品知耻而后勇，百年后的今天，“德国制造”完成了从山寨到标杆的逆袭。“德国制造”可以完成丑小鸭到白天鹅的童话蜕变。中国式服务，这个眼下并不完美的称谓，未尝不可也成就一段逆袭的佳话。

## CONTENTS | 目录

### 服务经济为什么重要

T06

### 服务也是竞争力

T07

### 汽车

打折三包难成消费者保护伞

T08

T09

### 装修

看上去很美的一站式装修

T12

T13

### 地产

房产中介缘何那么遭人恨

T14

T15

### 物业

除了收费 物业还能干点儿啥

T16

T17

### 家电

家电售后外包 企业莫当甩手掌柜

T18

T19

### 保险

谁来为我的孤儿保单负责

T24

T25

### 旅行社

导游何时不再兼任导购

T26

T27

### 移民

投资移民到底靠不靠谱

T28

T29

### 鉴宝

谁来鉴定“文物鉴定专家”

T30

T31

## 广告索引

林肯公园	T02
东风标致	T03
宏图三胞	T04
北京现代	T10
博洛尼	T11
伊利	T20-T21
圣象地板	T22
众信旅游	T23
康宝莱	T32-T33
LG	T34
华晨汽车	T34
小米手机	T35
长安马自达	T35
一汽丰田	T36
金域国际中心	T37
雅士利	T38
东风日产	T39
世纪京洲	T40

