
聚焦高能级主体打响“上海服务”品牌

潘闻闻¹

(上海市发展改革研究院 20032)

【摘要】：打响“上海服务”品牌，是推动上海经济高质量发展的重要行动，是构筑上海发展战略新优势的重要抓手，是服务国家战略的重要举措。上海要集聚高能级生产服务主体，对标国际最高标准、最好水平，以全球化与世界城市研究网络指标排名为基础，分析在生产性服务业方面存在的短板与瓶颈，在新一轮改革开放背景下提升服务能级、打响服务品牌。

【关键词】：高能级服务主体 上海服务 全球城市

【中图分类号】：F269.22.51 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：1005-1309(2020)09-0044-007

全球城市功能的关键在于高端服务功能，其服务“半径”面向全球，衡量在全球范围内的集聚、配置和辐射资源能力。由此可知，为深化“上海服务”品牌建设，要在做强服务功能、提升服务能级上做文章，用对内对外的集聚、辐射和带动提升品牌含金量。其中，高能级服务主体是衡量城市服务功能的重要载体。通过对标国际一流水平，找到上海服务的关键短板，对提升上海服务能级，打造“上海服务”品牌具有重要意义。

一、高能级服务主体是“上海服务”提高辐射度、提升影响力的关键因素

打响“上海服务”品牌是深化供给侧结构性改革和构筑上海发展战略新优势的必然要求和重要内容。打响“上海服务”品牌，有助于上海进一步发挥中心城市全球资源配置功能和区域发展带动辐射功能，更高标准推进“五个中心”建设，实现经济高质量发展。打响“上海服务”品牌，有助于上海着眼于满足人民群众对教育、医疗、养老、交通等美好生活的向往和需求，进一步提高服务供给覆盖面和质量，创造高品质生活。通过深化改革开放和提升营商环境，上海需要进一步集聚国内外高端服务平台、市场、人才、品牌、主体等服务要素资源，增强全球范围要素资源配置功能，不断彰显和强化上海在服务全国和联系全球中不可替代的核心枢纽作用，为上海新一轮发展赢得竞争主动权、构筑战略新优势。

(一)打响“上海服务”品牌核心功能：提升服务的辐射力和影响力

打响上海服务品牌、提升上海服务能级有利于上海加强产业链、价值链、创新链高端环节的整合和控制能力，加快带动周边地区融入全球经济贸易网络，实现区域协同和一体化发展，不断提高上海服务国家发展战略的能力与水平。一直以来，服务经济是上海的最大优势和发展特色，在新时代背景下打响上海服务品牌，主要体现在以下3个方面的功能：

1. 服务半径：全球坐标下的辐射能力

在新时代背景下打响上海服务品牌，关键要做到提升服务的辐射力和影响力，在全球占据价值链高端。上海作为我国的经济中心城市，其使命不仅在于自身发展水平上，更重要的是服务全国大局，集聚和配置全球要素资源，代表国家参与全球合作竞争。

作者简介：潘闻闻，经济学博士，上海市发展改革研究院高级经济师。

为此,打响上海服务品牌,需要明确上海服务的“远近坐标”。从近处看,中央已提出“服务长三角、服务长江流域、服务全国”的要求,身为改革开放排头兵、创新发展先行者的上海,实现这“三个服务”为其他地区创造经验并带动共同发展,是当好“排头兵、先行者”的基本站位。从远处看,上海还要继续积蓄力量 and 提升能力,更好地服务“一带一路”倡议,更好地在全球配置资源,在全球经济发展中发挥更大作用。因此,新时代上海发展的参照系是纽约、伦敦、巴黎等顶级全球城市,要在全球范围内集聚、配置和辐射资源,以全球层面度量“服务半径”,这是“上海服务”的基本方向,也是最终目标。

2. 服务平台:做大做强做深功能

上海服务的核心内涵是进一步提升上海服务国家战略的能力,体现经济中心城市对周边地区的辐射带动能力,逐渐从资源要素的“吸收集聚”转向“扩散辐射”,在全国乃至全球范围内发挥服务功能。因此,彰显服务能级的主要载体是构建起大而强有力的辐射平台——“五个中心”,这正是五大最重要的服务平台。对上海而言,“大”在很多方面已不是问题,如何将服务平台的内涵做强,则是当务之急。以国际航运中心建设为例,上海港目前已拥有世界上最先进的集装箱码头,吞吐量连续 10 年居世界第 1 位。同时,上海深水航道整治已全面完成,也为社会综合物流成本下降提供了非常大的保障。除了这样的量级提升,更重要的是通过制度创新带来要素集聚和功能提升。“五个中心”及各大服务平台需要着眼于内涵提升,以进一步的改革、开放和创新来获取竞争力。金融领域需要提供全方位、高水准的,涵盖金融市场、金融业务、金融工具、金融配套、金融人才等方面的国际化金融服务,并通过积极吸引外资、努力增加国际交易,提升上海金融市场的国际话语权。贸易、航运和科创领域也需要充分利用自贸试验区、科创中心建设两大国家战略契机,积极扩大开放、创造环境,使上海成为枢纽型的平台。

3. 服务目标:占据价值链高端位置

在经济全球化特别是全球价值链驱动下,服务功能不断向产业链和价值链高端环节汇集,这是体现全球城市资源配置能力和产业链整合功能的重要标志。十几年来,上海在全球城市网络体系中的地位不断攀升,得益于在全球占据价值链高端的高能级服务主体不断增长。这反映出上海在生产性服务业领域具有较强的集聚优势和影响力,对全球经济网络的高端链接能力和集聚辐射能力较强。这一方面得益于中国经济的崛起,另一方面则是源于越来越多的跨国公司“头脑中心”扎根上海配置“全球资源”。特别是在沪跨国公司总部的功能和能级不断提升,如通用电气(GE)在上海的亚太全球运营中心,在其全球研发网络体系中处于中枢地位,研发创新不仅服务中国,而且面向于全球。值得关注的是,上海高端服务排名较前次下降了 3 位,被北京、东京和迪拜所超越,表明距离国际一流水平仍有差距。因此,打响上海服务品牌的要义就是要将服务功能向价值链高端汇集。

(二) 衡量全球城市高端服务能级和水平的 GaWC 榜单分析

世界城市研究权威组织全球化与世界级城市研究小组(GaWC)自 1999 年起发布全球城市排名,突破了对城市功能静态描述(如 GDP、人口规模等统计指标)的传统局限,以跨国公司能够获得的服务集中度、便利度和效率情况动态刻画城市在全球经济体系中的角色。GaWC 的具体评价方法是找出五大领域内的全球性高端生产服务企业(会计、广告、法律和管理咨询领域选取全球排名前 25 的企业,金融/保险领域选取全球排名前 75 的企业,共 175 家企业,简称 GaWC175)在哪些城市设立办公室/分支机构,以这些企业为该城市提供的服务价值进行评判。该服务价值包括两层含义:第一层为专业服务企业在该城市的办公室/分支机构数量值;第二层为该办公室/分支机构的重要程度(全球性、亚太区、全国性、区域性、分区等)。通过全球性生产服务企业可以推断城市间的联系程度,进而获得全球城市之间的连通性。以伦敦为例,由于其资源集聚度高,其他城市(如 alpha 级世界领先的十大城市城市)都试图与其保持通畅的联系,其在全球经济体系中拥有最多的连接节点,意味着在伦敦开展的业务,能够便捷地获得最多知名专业服务企业(如广告:美国 TMP 公司;金融:德国德累斯顿银行;法律:英国斯德利&奥斯汀律所)为其提供高能级服务,使伦敦具有最强的连通性和支配力(图 1)。

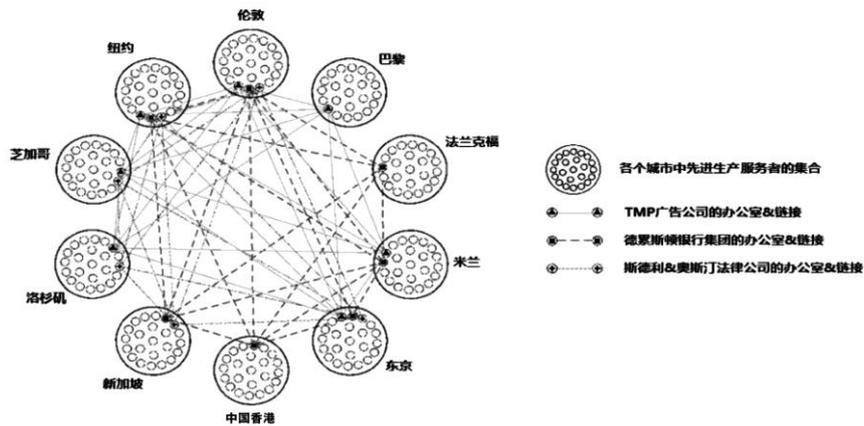


图 1 10 个先进城市中 3 个先进生产性服务公司的分布与链接

世界级城市共分为:最高层次为 alpha++, 即能够满足全球的高级服务需求, 多年来只有伦敦和纽约两个城市入选;第一梯队为 alpha, 包含 alpha+, alpha, alpha-三级, 即能够满足主要经济区域和国家的高级服务需求, 在世界经济中连接着大的经济区或国家;第二梯队为 beta, 包含 beta+, beta, beta-三级, 即能够满足较少地区和国家的高级服务需求, 有助于将其地区或国家与世界经济联系;第三梯队为 gamma, 包含 gamma+, gamma, gamma-三级, 先进的生产性服务业较弱, 连接较小的地区或国家进入世界经济的城市;最后一档是“准世界城市”, 包括“高度自足”“自足”两个级别, 仅满足自身所需的服务, 即较小的首府城市和传统的制造业中心。

(三) 全球城市中上海高端服务能力比较

在 GaWC 世界级城市评估的全球 707 个城市中, 伦敦和纽约一直属于世界超一线城市(alpha++), 能够满足全球的高级服务需求。近年来, 我国城市排名显著提升, 香港、北京、上海一直处于 alpha+级, 成为世界强一线城市。根据最新发布的 2018 年 GaWC 全球城市排名, 上海位列 alpha+级, 排名由 2016 年的第 9 名上升为第 6 名, 在专业服务方面具有较强的集聚优势和影响力。

自 2008 年以来, 上海在不到 10 年的时间内不断完善自身发展, 取得长足进步, 排名大幅提升, 已与巴黎、东京等老牌世界城市并驾齐驱, 仅次于伦敦和纽约, 步入世界级城市的第一级梯队(表 1)。目前, 上海拥有 197 家 GaWC175 公司分支机构(居国内第 1 位), 成为高端专业服务业境外公司进入中国市场的首选门户城市, 这说明上海对全球经济网络的高端链接能力和专业服务的集聚辐射能力在增强。

表 1 2004—2018 年部分城市等级情况

城市等级	2004	2008	2010	2012	2016	2018
alpha++	伦敦	伦敦	伦敦	伦敦	伦敦	伦敦
	纽约	纽约	纽约	纽约	纽约	纽约
alpha+	中国香港	中国香港	中国香港	中国香港	新加坡	中国香港
	巴黎	巴黎	巴黎	巴黎	中国香港	北京
	东京	新加坡	新加坡	新加坡	巴黎	新加坡

	新加坡	东京	东京	上海	北京	上海
	—	悉尼	上海	东京	东京	悉尼
	—	米兰	芝加哥	北京	迪拜	巴黎
	—	上海	迪拜	悉尼	上海	迪拜
	—	北京	悉尼	迪拜	—	东京
alpha	多伦多	马德里	米兰	芝加哥	悉尼	米兰
	芝加哥	莫斯科	北京	孟买	圣保罗	芝加哥
	马德里	首尔	多伦多	米兰	米兰	莫斯科

二、上海在高能级服务主体方面存在的短板和发展瓶颈

打响上海服务品牌,总体要求是对标国际最高标准、最好水平,深化国际经济、金融、贸易、航运、科技创新中心建设,着力提高配置全球资源能级,加快发展创新融合的现代服务业,充分发挥金融、科技、教育、医疗服务资源优势,积极打造具有国际影响力的服务平台,在更大范围内集聚高端资源要素,为全国和全球提供优质服务,不断增强城市服务的吸引力、创造力、竞争力。尽管上海在全球城市排名上取得了明显进步,但对标国际一流水平,特别是与全球顶级城市伦敦、纽约相比,上海高端服务能级和水平仍有很大改善空间。依据 GaWC 高端生产服务企业在全球各个城市的分布,可以发现上海与全球顶级城市之间存在的差距。

(一)从总体上看,上海缺乏具备全球资源配置能力的高端服务企业和机构

根据 GaWC 报告中选取的 175 个“全球性”先进生产服务企业在各城市设立办公室及服务价值的分布情况,上海所吸引或培育的全球性先进生产服务总部仅有 1 家(交通银行),相比纽约(47 家)、伦敦(28 家)差距较大,并在反映全球影响力的跨国指数方面得分偏低,主要表现为缺乏能够对世界经济起关键作用和影响力的大型企业机构。例如,国际金融机构、国际顶级律师事务所、股票交易所数量仅为个位数,世界重要国际组织(如世界银行、国际货币基金组织等)在沪的分支机构或办事处几乎没有,仅有 UNIDO(联合国工业发展组织)、UNPAN(联合国公共行政网络)两家分支机构,对全球经济的影响力和资源配置能力方面与纽约、东京等城市相比差距甚大(图 2)。

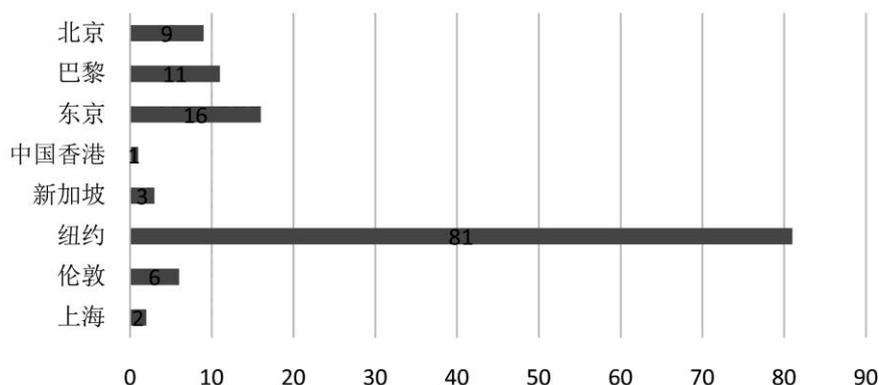


图 2 2017 年上海及部分其他全球城市国际组织分支数量

对标国内先进城市,上海在高端专业服务企业的等级方面落后于北京和中国香港。尽管上海与北京在专业服务企业办公室/分支机构的数量上差别不大,但由于办公室/分支机构的等级较低,导致上海与世界领先城市伦敦和纽约的商业服务连接深度仅为0.81,低于北京(0.89)和中国香港(0.92)。

(二)从细分领域看,上海须提升法律、管理咨询等高能级专业主体的全球服务功能

根据高端服务业分类,这175个企业分别属于会计、广告、金融、法律、管理咨询5个大类。综合比较排名前8位的世界级先进城市,上海在各个全球性生产服务企业分布上总体均低于上述先进城市,除了金融领域略高于北京外,在法律、管理咨询方面的服务能级和水平与其他城市差距较为明显,金融方面的服务功能优势仍未体现(图3)。

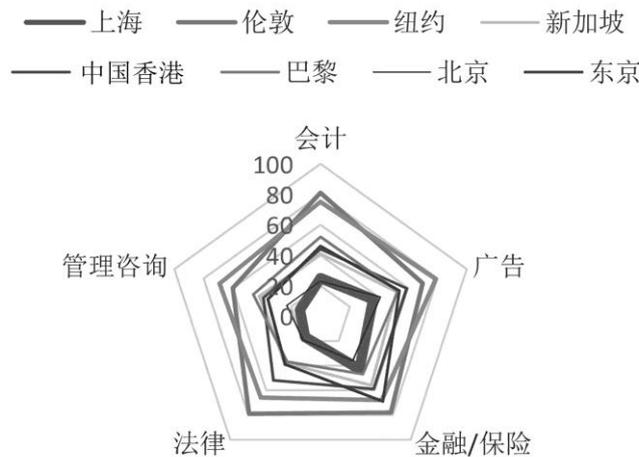


图3 “全球性” 高端服务企业在部分城市设立办事处服务价值分布(按行业)

1. 上海法律服务机构规模较小、服务能级偏弱,极度缺乏具有国际影响力的律师事务所

国际专业律师事务所主要集中在连通性最强的世界级城市,如伦敦、纽约、巴黎、中国香港等。目前,上海仅有17家国际专业律所的分支机构,较纽约(79家)、伦敦(66家)差距明显。上海吸引国际顶级律师事务所的规模和能级都较弱,法律行业的知名品牌数量少(仅有锦天成1家),国际化程度不高,缺少规模化、专业化的核心律所。据全球规模居前的某律所反映,在国内开展业务仍受制于执业资格限制,仅能以办事处或代表处形式在沪开展咨询、文书服务等业务,与内资律所的合作模式也受相关法规所限。上海自贸试验区虽已放开国内律所与外资律所合作的方式和机制,但由于缺乏具体的实施细则,在实际业务中仍不能开展国内的相关法律服务。

2. 上海管理咨询服务范围较小,专业化程度不高,缺乏国际顶级管理咨询公司

管理咨询服务能级是衡量城市进入全球经济核心区的标志之一。目前,上海仅有14家国际知名管理咨询分支机构,不仅与伦敦(60家)、纽约(69家)差距甚大,甚至远低于北京(23家)。当前,世界500强企业中有50%左右的公司拥有自己长期合作的国际著名咨询公司,如美国AT&T公司有1000多家咨询公司为其提供咨询服务。据调研的全球知名管理咨询公司表示,咨询公司总体架构属于扁平化的精简设置,重要的是人才的集聚,该公司在沪开展业务过程中,近几年由于户口、住房等问题,优秀人才流失比较明显,特别是境外优秀毕业生想来沪实习或工作,受制于工作签证年限(有关条件是必须工作满一年以上)要求无法实现。

3. 上海会计领域专业服务总体规模偏小,行业集中度低

根据 GaWC 测算, 会计行业对于全球城市连通性的贡献最大(约为 63.3%), 在前 152 个城市中都存在会计服务机构。目前, 上海仅有 25 家专业会计服务企业, 不足先进城市的一半(伦敦、纽约、巴黎皆为 70~80 家)。截至 2016 年底, 我国具有证券期货相关业务资格的会计师事务所共 40 家, 主要分布在北京(22 家), 上海仅为 5 家。据接受调研的国际知名会计师事务所反映, 目前对于会计从业人员的资格互认仍未完全放开, 对高管合伙人的资质限制阻碍了外籍人才在沪开展业务。

4. 上海广告公司经营主体结构单一, 新兴载体培育不足

广告业是反映一国门户城市在全球经济流动性的重要体现。目前, 上海仅有 36 家专业广告企业, 与伦敦(70 家)、纽约(79 家)相比差距较大, 大型国有企业仍占据较大市场份额, 国际广告公司在沪业务规模偏小。据全球知名 4A 广告公司反映, 广告行业受国家主流媒体影响较大, 因此一般集聚在首都城市, 近两年随着移动网络、自媒体的发展, 杭州、深圳集聚了更多的新广告载体企业, 上海本土广告企业缺乏内生成长动能和竞争力。

5. 上海跨境业务金融服务便利度较弱

根据全球金融中心指数(GFCI)显示, 近年来上海国际金融中心排名虽有进步, 但与伦敦、纽约、中国香港的差距并没有显著缩小。上海金融服务仍局限于国内, 国际化程度偏低, 国际资本仍难以进入中国市场。在调研中, 多家国际金融服务企业反映, 开展业务过程中资金流动便利性仍存困难。比如, 国内股票业务规模最大的总部在开展 QFII/RQFII 业务吸引海外投资者投资国内股票的同时, 作为机构投资者开展海外股票投资业务, 公司虽然已通过“场外收益互换”(由证监会发放牌照)模式创新, 一定程度提升了资金融通的便利度, 但实际操作中还缺相应的额度匹配。

三、引增量、提存量, 营造高端专业服务业开放竞争发展的良好环境

高端专业服务业是体现全球城市功能和地位的重要标识, 是决定城市服务能级的关键一环。上海既具有发展高端专业服务业的深厚土壤和有利条件, 也具有必要性和迫切性, 应确定年度目标和任务, 引增量, 提存量, 加大国际高端机构集聚力度和专业服务业对外开放力度, 打造全球生产性服务业高地, 建成媲美世界超一线城市的全球城市。

(一) 加快集聚国际高端专业服务机构

伦敦之所以能问鼎全球第一城市, 在于其具有全球最高等级的商业连通度和高能级专业服务体系。与伦敦相比, 上海在高能级服务主体的数量、质量和服务能级方面都有较大差距, 应对标纳入 GaWC 排名的金融、会计、广告、法律、咨询领域中的 175 家全球性生产服务机构, 实施国际高端专业服务机构集聚专项行动, 制定重点支持国际企业名录, 细化年度目标和任务, 引增量和提存量并举, 在帮助已有机构提升等级的同时(目前在上海有分支机构的企业共 85 家, 其中, 会计 15 家、广告 7 家、金融 42 家、法律 13 家、管理 8 家), 大力吸引尚未在沪开展业务的全球性生产服务巨头(其余 90 家)入住上海, 加快补上法律、广告等领域国际高端机构缺乏的短板, 全面提升城市服务能级。同时, 鼓励本地服务机构与全球知名专业服务机构开展多元化的业务合作, 吸引高端专业服务领域的国际行业组织、协会等机构落户上海。

(二) 率先推进服务业, 扩大对外开放

深化体制改革、扩大对外开放, 是倒逼服务业提升能级、提高水平的重要途径。要抓住上海自贸试验区新片区建设、国家进一步扩大对外开放等重大机遇, 进一步缩减上海自贸试验区负面清单, 以 2020 年为开放节点目标, 研究推进金融、教育、文化、医疗、育幼养老、建筑设计、会计审计、商贸物流、电子商务等领域在上海自贸试验区率先开放的路线图和具体方案。借鉴国际最新多边贸易协定规则, 如美国退出后的跨太平洋贸易协定(CPTPP)、欧盟与加拿大之间的综合性经贸协议(CETA)等对服务业开放的具体条款, 探索会计、法律等职业资格在部分业务领域的国际互认, 放宽服务业重点领域高层次和紧缺急需的外籍专业人

才聘雇限制,允许符合条件的外籍人员在沪执业提供专业服务。探索适当放宽境外毕业生实习签证的年限限制扩大服务业对外开放。以改革推动服务业发展,打破制约服务业发展的体制机制障碍,顺应服务业发展规律创新经济治理,推动制度体系和发展环境优化;深度参与国际分工合作,在开放竞争中拓展空间、提升水平。

(三)充分发挥多主体市场的关键作用

“上海服务”品牌建设需要坚持以市场需求为导向,顺应消费升级趋势,提升服务品质,充分发挥市场主体在资源配置中的主导性、积极性和创造性,聚焦四大方面构建上海服务业多元化生态体系:培育并吸引大型旗舰企业、独角兽企业入驻上海,为上海服务业提供坚实的内生动力;完善生产性服务业园区服务水平,扩大园区服务半径,鼓励园区服务品牌输出;建设重大项目、开展重大活动,激发上海服务重点领域的动力和活力;加强“上海服务”品牌宣传报道,提升各类媒体宣传力度与信息质量,争取更多舆论阵地,提高对外传播内力,为上海服务品牌打造提供有力舆论保障。

(四)实施打响上海高端专业服务品牌计划

结合打响上海“四大品牌”行动,着力提升城市能级和核心竞争力,践行“人民城市人民建,人民城市为人民”理念,实施打响上海高端专业服务品牌计划,加快出台和落实一批上海发展高端服务业的政策措施。制定上海高端服务业行业分类标准,推进上海高端专业服务品牌建设奖励细则的实施,对符合标准的重点企业获得全球性奖项或评级认定给予专项奖励。加大品牌宣传力度,在金融、会计、广告、法律、管理咨询领域,着力培育一批具有影响力的上海本土专业服务品牌企业。按照进一步深化政策采购管理制度改革要求,逐步加大政府购买会计审计、法律服务、资产评估、管理咨询等专业服务力度,拓展高端服务业发展市场需求空间。

(五)制定国际领先的上海“服务标准”

随着产业服务领域新业态、新模式不断涌现,“标准真空”“标准不适”等问题严重制约了企业的规范发展和创新突破。标准服务是规范创新的基础,更是产业发展话语权和主导权的重要组成部分。为此,上海应尽快梳理企业诉求,及时制定生产性、生活性服务业相关标准,填补新兴业态标准空白,做好原有标准更新,以高标准引领服务供给创新;结合对外开放不断扩大的时代背景,对标国外高水平服务业标准,加快制定对接国际的服务行业标准。同时,政府还须进一步引导、支持发展团体和企业标准,加强标准化工作宣传推广,将生活性服务业标准化突破成就传播到社会各个方面,扩大服务业标准化工作社会影响。

(六)完善高端专业服务人才扶持政策

出台支持高端专业服务企业培育和吸引国际人才的扶持政策,完善对法律、管理咨询、广告等重点领域的境内外高层次人才和紧缺人才的认定及奖励体系,对于将亚洲总部设立在沪的高端专业服务企业设立专项人才政策,对获得奖励的高端专业人才在申办人才公寓、人才落户、人才绿卡、出入境等方面享受与金融人才相同的待遇。

四、结语

综上所述,打响“上海服务”品牌,要充分发挥国家经济中心城市优势,“给出别人想要的”,打造上海服务新品质;要充分发挥长三角门户优势,“给出别处给不了的”,打造连接全球、辐射全国的服务品牌;要充分发挥全球城市优势,“给出服务全球的上海标准”,面向全球,提升服务供给质量和品质,更好地代表国家参与全球合作竞争,塑造服务全球的上海标准体系,为提升我国在世界舞台的影响力和话语权提供新动能。