

<<服务经济发展与制度环境>>

图书基本信息

书名：<<服务经济发展与制度环境>>

13位ISBN编号：9787543219892

10位ISBN编号：7543219891

出版时间：2011-10

出版时间：格致出版社

作者：周振华 编

页数：264

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<服务经济发展与制度环境>>

前言

上世纪中叶以来,世界经济全面向服务经济转型,这种转型不仅从根本上改变了世界经济的发展模式,而且对人们的行为方式和社会关系产生深刻的影响。

但是另一方面,对于服务经济的研究远远落后,表现在从经济形态意义上分析服务经济的研究还很少,对服务经济的定义、内涵、规律和特征缺乏科学可信的分析和阐述,对于服务经济所依赖的制度环境缺乏系统全面的研究,很多研究还将服务经济与服务业或现代服务业相混淆。

从国内看,当前加快发展服务经济已成为我国结构调整的重要方向,但目前我国的制度环境仍然延续原来工业经济的框架,有利于促进制造业发展,而对服务经济发展形成诸多制约。

特别是一些特大型城市的服务经济发展已走在全国的前列,因而也比其他地区感受到更大的制约。

为此,从2009年起,上海专门成立了专家小组,开展了“服务经济发展的若干重大问题研究”。

其中,由上海市人民政府发展研究中心牵头,委托和组织国务院发展研究中心、上海市社科院、上海交通大学、上海财经大学、上海外贸学院、上海海关学院、上海立信会计学院等七家中央和地方研究机构和高校,开展了“服务经济发展及其对制度环境的要求”的课题研究。

该研究历时一年,于2010年6月结束,形成了一个总报告、14个专题报告、4个分报告和15个案例报告

。课题研究报告在科学分析服务经济的特征、发展趋势、对制度环境的要求和借鉴国际经验的基础上,立足全国、着眼长远,重点剖析了我国服务经济发展需要突破的重大制度性障碍,提出了税收、信用、监管、市场准入、法律、统计等制度改革和完善的方向,并在此基础上,提出了上海可以先行先试的领域。

<<服务经济发展与制度环境>>

内容概要

本书总结了十五个国内外服务经济发展的具体案例，剖析了成功经验，分析了改进之处，力求揭示服务经济不同于工业经济的发展特征和规律。

十五个典型案例包括电子商务的领航者淘宝网，“世界最佳俱乐部”皇家马德里足球俱乐部，炙手可热的苹果公司，金融航母汇丰银行，旅游网上超市携程，并购巨头通用电器，老少皆爱的迪斯尼公司……通过这些有趣生动的案例，读者不仅可以回顾这些公司或品牌的成长历史，还能发掘其成功经验，更能看到它们危机中转危为安的智慧，体会服务理念的力量。

<<服务经济发展与制度环境>>

作者简介

周振华，上海市人民政府发展研究中心主任。
周国平，上海市人民政府发展研究中心副主任。

<<服务经济发展与制度环境>>

书籍目录

- 案例一 淘宝网
- 案例二 澳门博彩业
- 案例三 迪斯尼公司
- 案例四 皇家马德里足球俱乐部
- 案例五 携程
- 案例六 汇丰银行
- 案例七 广交会
- 案例八 通用电气公司
- 案例九 BM
- 案例十 上海电气集团
- 案例十一 惠普在中国
- 案例十二 宝钢集团
- 案例十三 深圳海格物流
- 案例十四 美国运通公司
- 案例十五 苹果公司
- 后记

<<服务经济发展与制度环境>>

章节摘录

1994年,互联网进入中国,在不知不觉走过的15年中,中国互联网产业经历了门户、SP、搜索、网游、WEB2.0、电子商务六大主流。

随着电子商务的迅速发展,互联网也开始向生活服务功能进行转变。

淘宝网,作为中国电子商务标志性、领军式的代表,其出现及发展毫无疑问是中国电子商务发展历程中最具影响的事件之一。

1.1 生于乱世 互联网泡沫破灭的阵痛遍及全球,中国电子商务的发展也受到了严重影响,创业者的信心正经受着严峻的挑战。

1999年,电子商务巨头美国eBay投资1.8亿美元,接管易趣,正式进军中国市场。

在经历了中国网络经济的疯狂与寂静后,eBay占据90%以上的市场份额,并且拥有良好的品牌优势和用户基础,可谓独领风骚。

同时,“非典”的突如其来既使人们避免了人群聚集的行为,也为中国电子商务发展提供了意外的机遇。

2003年5月,淘宝网上线。

20天后,淘宝网迎来了第一万名注册用户。

2003年7月,阿里巴巴集团正式宣布投资1亿人民币开办淘宝网,试图打破中国C2C市场格局。

从此,淘宝在这互联网时代的乱世之中诞生。

1.2 飞速成长 从2003年开始,淘宝网以惊人的速度迅猛发展。

支付宝的诞生,使其拥有第三方来进行交易担保的工具,创新的交易流程使消费者可以在虚拟的网络中放心消费,交易安全性得到保证。

阿里旺旺的引入,为消费者提供了解网络购物的途径,使消费者能在网络购物的任意环节与卖家接触,其参与性得到满足。

由数据可见,自淘宝成立以来,每年都以超过100%的速度迅猛发展。

到2005年,仅仅两年时间,淘宝网将中国网络购物市场规模从10亿元年交易额提升至100亿元。

随着与腾讯的结盟,到2008年,淘宝又仅用了三年时间将中国网络购物市场规模从100亿元上升至1000亿元。

淘宝的惊人成长,堪称是全球互联网发展历程中绝无仅有的传奇。

.....

<<服务经济发展与制度环境>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>