

中产过渡层： 营销服务群体进入中产的障碍与对策

——特大城市G高科技园Z镇案例研究

丁辉文 郑路 杨艳文

内容提要 以商业营销、餐饮服务为代表的城市生活服务业具有很强的就业吸纳能力,是当前我国吸纳就业的重要领域。然而,当前这类生活服务业还普遍停留在低层次的服务形态,大量“非正规就业”的存在使得这一领域的许多经营者成为城市社会治理、整治甚至打击的对象,因此,城市生活服务就业部门聚集了大量的“中产过渡层”。在特大城市严控人口规模的政策背景下,户籍屏蔽、购房资格限制以及教育排斥制度成为生活服务业从业群体向中产转化的主要制度障碍。本研究以某特大城市G高科技园周边Z镇上的两大主要营销服务行业为例,认为树立行业规范,创新组织管理模式,促进城市生活服务业的现代化转型升级,是培育该领域职业中产的重要前提;而创新城市治理,提升城市公共政策的包容性和吸纳性是培育服务业中产的重要保障。

关键词 中产过渡层 商业营销层 服务业阶层 中产障碍 中产培育

丁辉文,比利时IMEC研究院中国分院院长、上海大学社会学系、中组部千人计划特聘专家 200444

郑路,清华大学社会学系副教授 100084

杨艳文,清华大学社会科学学院社会学系博士后 100084

一、都市营销、服务领域聚集着大量“中产过渡层”

发达国家的历史经验表明,劳动力的服务化、服务业人员的白领化、白领人群的新中产化,是中产发育和形成过程中前后相继的重要环节。然而研究发现,现阶段我国中等收入群体中“边缘中产”所占比例过大^[1];基于国内五普、六普等重要数据的长时段比较研究也表明,对于学历层次比较低的广大农民工群体而言,以营销为主体的市场渠道和以专业技能为核心的服务业渠道是其获致中产地位的两条重要渠道。但研究同时发现,迄今为止,我国劳动力中产化尚没形成前后相继的转换环节,劳动力在向中产转化过程中遇到了各种体制和制度性障碍,劳动者通过技能获得地位上升的渠道明显

[1]李培林、张翼:《中国中产阶级的规模、认同和社会态度》,[上海]《社会》2008年第2期。

受阻,市场营销渠道也面临多方面的束缚而尚未充分发挥培育商业中产阶层的潜力^[1]。

据国家统计局发布的《国民经济和社会发展统计公报》显示:2015年,我国第三产业占国民经济比重首次超过50%,其中服务业劳动力占就业劳动力的比例超过40%。可见,随着产业结构的转型升级,大量劳动人口将纷纷向服务业转移,我国也将从工业经济向服务经济转型。在服务经济中,城市生活服务业越来越成为吸纳就业的关键领域。按照国内学者的研究,生活服务业是指利用一定设备、工具为消费者提供一定服务性劳动或少量商品的企业和单位的总称,广泛涵括餐饮、住宿、美容美发、沐浴、家政服务、再生资源回收、洗染业、摄影摄像、维修服务九个组成部分^[2]。有数据显示,2010年我国生活服务业产值达到34910.5亿元,占全社会消费品零售总额的22%,占全国GDP比重的9%;上述9个领域内的从业人员高达7100多万,生活服务业已成为我国重要的支柱产业^[3]。近年来,尽管城市生活服务业保持良好的增长态势,但是长期以来,国内主要城市在产业转型升级过程中,高度重视的是生产和商务服务业的发展,各大城市都纷纷追求发展商务CBD,而对于关系城市居民日常生活和消费的营销服务业关注不足,由此导致目前国内城市很大一部分营销服务尚停留在低端业态,呈现出从业人员素质偏低、行业标准缺乏等显著特征,“小、散、弱、乱”现象随处可见,难以实现规范化管理,营销服务领域存在大量的“非正规就业”^[4]。在当前特大城市严格控制人口规模的政策背景下,这些本来为都市生活所必需的从业人员,成为城市管理部门整治的对象。因此,都市营销服务业内聚集了大批“中产过渡层”。

由于处于特大城市生活服务业领域的这些“中产过渡层”,地位十分脆弱,如果在城市治理政策和制度上予以吸纳,他们很可能在城市立足生根,逐渐实现向城市中产家庭的地位转化;而一旦遭遇政策打压和制度排斥,他们很容易滑落到社会底层。因此如何采取政策措施,助力这一数量庞大的“中产过渡层”向城市中产家庭转化,就成为时下壮大中等收入群体、建设橄榄型社会的重要内容和关键路径。本研究认为,以“六小企业”^[5]经营者、流动摊贩等为代表的营销阶层和服务业群体,也是城市中产的重要来源,如果城市管理部门能放弃简单而粗暴的“驱逐”式执法,在商业经营政策和城市管理方式上进行创新,通过行业标准的设置和规范化、系统化管理,促进城市营销服务业在业态和组织形式上转型升级,能有效推动营销服务业领域这批庞大的“中产过渡层”实现中产地位转化。

二、个案来源:基于G科技园周边Z镇的实地调查

G科技园作为高科技企业的聚集地,有近30万从业人员,由于初始规划的局限,园区的生活服务配套相对稀缺,大量生活服务需求外溢到邻近的Z镇,因此Z镇聚集了大量的生活服务人员,成为外来谋生人员的聚集地。据当地工商城管部门的综合执法统计,截至2013年底,Z镇共有个体工商户3530户,共吸纳从业人员8694人,其中餐饮类小企业就有806家;此外还有上百个市政道路餐车位和80余家非法流动摊贩。

实际上,在欧美、日本和台湾等已经形成中产社会结构的国家和地区,市场营销、商业服务业群体都是构成社会中产阶层的重要组成部分。由于在G科技园区,餐饮业个体商贩及足浴养生类店面经

[1]李强:《中国中产社会形成的三条重要渠道》,〔哈尔滨〕《学习与探索》2015年第2期。

[2]洪涛、王凤宏等:《中国生活服务业发展报告》,〔北京〕经济管理出版社2011年版,第26页。

[3]王凤宏、洪涛:《我国城市生活服务业的发展与对策研究》,《北京劳动保障职业学院学报》2013年第1期。

[4]胡鞍钢、赵黎:《我国转型期城镇非正规就业与非正规经济(1990-2004)》,《国情报告(第八卷(下))》,2012-10-01。

[5]通常指小餐馆、小旅馆、小酒吧、小市场、小洗染店、小修理店等,由于门面小、规模小、员工人数少等特点而被基层管理部门统称为“六小企业”。

营者是一个非常典型且易于接触的群体,也是时下城市基层治理的主要对象。而从理论上,他们又分别代表和对应着传统职业分层理论中的市场营销和服务业阶层,因此,本研究选取了餐饮和足浴这两个典型生活服务业作为观察重点。通过多次购买食物与入店消费的形式,笔者对这两个行业中的部分从业人员进行了深度访谈,从打工经历,收入状况、住房及家庭状况、未来发展预期等各方面对其做了全面了解。研究发现,业态转型升级和组织管理模式创新是提升营销和服务阶层收入水平的关键因素,而在一定的政策和制度支持和吸纳下,这两部分群体都有上升到城市中产家庭的潜质。

三、Z镇生活服务业转型与营销及服务中产的培育

一直以来,跨门营业、占道经营、油烟污染、游商走贩……成为Z镇社会治理的顽疾,为了治理好市容市貌,Z镇政府为此投入了大量的人力和财力。然而,事倍功半,商贩与城管等城市管理部门陷入了一场“猫捉老鼠”的拉锯战,有时甚至难免产生冲突和矛盾,管理部门疲于奔命,聘用再多的“编外用工”也无济于事。近年来,Z镇在社会治理上转变方式,从过去以“驱赶”、“整治”和“联合执法”为主的简单粗暴执法方式开始走向从源头上进行治理,以业态升级的形式对流动摊贩进行规范化管理和合法化吸纳,不仅有效缓减了上述城市治理的顽疾,也给相关从业人员提供了实现地位上升的通道。

1. 营业方式转型升级与营销中产的培育

餐饮业是城市生活服务业的重要组成部分,既是最典型的市场营销行业,也是吸纳众多进城务工人员的重要行业。从经营环境、业态和合法性来看,Z镇餐饮类营销人员实际上包括两种主要类型:一类是无固定经营场所,也没有营业执照,经常被城管执法部门驱逐的流动摊贩。流动摊贩由于占道经营,油烟污染,食品安全隐患等多种问题而成为城市管理部门驱逐的对象。另一类是有证照和固定经营场地的合法个体工商户,例如进驻在商业广场、农贸市场的店铺,或由市政招标引进的餐饮公司负责招租管理、常年停靠在市政道路旁边的合法摊位。

对于进城务工人员来说,从事商品营销是其实现社会地位上升的重要途径。许多进城务工者通过多年的打工积累后,都会改行开小店做买卖。从替别人打工到自己当老板,这是社会身份和地位的惊人一变:

徐师傅,浙江温州人,小学文化,1990年代进城打工,1968年生。有了些积蓄后,孩子也大了,需要稳定一点的生活,于是想经营店铺。2003年以6.8万元在G科技园旁Z镇的农贸市场购得一间30平米的店铺做快餐。“刚买下来那几年生意还可以,每年能够赚个10来万块钱……”徐师傅有一个儿子,在本市里念的小学和初中,初中毕业后回老家念高中,高考没考上好的大学,又来跟父母一起生活,21岁,未婚,现在一家汽修企业工作,5000元/月。

赵师傅,浙江嘉兴人,小学文化,今年43岁。赵师傅也是上世纪90年代中期进城打工,之前夫妻两口都在建筑工地上干活,积累了一些资本后孩子大了,要想办法在城里上学。于是2003年在Z镇购买了一间24平米的商铺,干起个体工商户来。老赵盘下这个店铺后一直经营快餐,生意一直还不错,夫妻两口每年能赚个10多万块钱。我与徐师傅有所不同的是,我家孩子回家高考后考上了大学,目前大学快毕业。老夫妇租住在园区附近Z镇老街未动拆迁的民房里,房租800元/月。“现在生意远远不如以前了,但在这个城市里能养家糊口就不错了,我们唯一的奔头就是希望孩子大学毕业后来这里找个好工作,我们可以卖掉这间商铺给孩子买房付首付……”

可见,对于老一代的进城务工人员来说,通过多年的打工积累,在城市购买商铺从事个体经营成为其步入城市中产家庭,实现身份转变的重要路径。然而,随着城市商业地产价格的大幅度抬升,对

于年轻的进城务工人员来说,购买商铺从事经营是遥不可及的梦想。因此,在Z镇的大街小巷里,出现了许多非法经营的“流动摊贩”。

何师傅夫妇,安徽马鞍山人,夫妇均30岁,大专学历。两人之前在企业打工认识,后来感觉打工收入太少,也不自由,于是夫妻俩便共同经营一个摊位,做起生意来,卖炒粉,炒面和炒饭,8-10元/份,主要针对外来务工人员和夜市。如果城管不驱赶,每天能卖出200份左右,净利润2-3万/月。但这两年城管抓得严,能经营的时间短了,因此一天只能卖出70-80份。即便如此,两人觉得但还是比打工要强。夫妇租住在科技园附近未动迁的城中村民房里,800块钱/月。

邱师傅夫妇,安徽合肥人。邱师傅27岁,中专学历,汽修专业,之前在私企打工。现在夫妻两人共同经营一流动摊位,主要卖炒菜,15-20元一份,顾客大多是年轻的白领群体。如果城管不驱赶的话,一天能卖150份左右,每月净利润在2万以上……但是,这两年来城管抓得严,只能卖70-80份一天。孩子5岁,在老家父母带。夫妇租住在Z镇老街尚未动迁的民房里,800元/月。

像何师傅,邱师傅这类“流动摊贩”的聚集,给城市市容市貌带来了严重影响。在过去很长一段时期里,Z镇政府不断加强城管执法力量,聘请了大量“临聘人员”扩充城管队伍,加大对流动摊贩的整治和驱赶,Z镇城管队伍从之前的40多人扩充到120余人。然而,治标不治本,流动摊贩与城管执法队伍玩起了猫捉老鼠的游戏。一些摊贩们甚至组织起来,轮流到城管执法部门门前站岗盯梢,一见执法车出行,立即电话给各摊贩们相互报信,如此,流动摊贩赶之不尽。

去年开始,Z镇会同市镇相关部门,在入流量密集的主要大街小巷旁边,规划了上百个餐车位置,委托两家餐饮公司进行统一招租和管理,根据地段和人群量的不同,餐车位设置不同的租金。餐车位对全社会公开招租,车位上有招租热线。每个餐车位需要预交2万押金和半年租金,租主到指定的医院进行体检,体检合格后便颁发工商营业执照。管理部门要求租主穿戴统一的服装和口罩营业,并负责好车位周边的环境卫生。如此一来,许多原来的流动摊贩开始转型为市政餐车位的经营者。

周姐,河南人,39岁,小学文化,来沪已经10年,过去一直与丈夫在建筑工地上干活,后来摆地摊,再后来做小吃,现在通过“放心阁食品有限公司热线”申请了市政早餐工程制定的市政道路旁合法餐车车位,租金5000元/月。主要卖豆浆,煎饼,包子等早点和中餐,一月下来净利润1.2-1.5万。与丈夫一起租住在Z镇尚未动迁的民宅里,月租700/月。丈夫是涂料工,在建筑装潢公司打工。每天骑电瓶车载着各种原料来餐车经营。女儿在本市读大专。周姐希望积累一定的资本,在这城市里买房安家求发展。

张师傅,34岁,四川绵阳人,大专文化,模具编程专业,进城务工已10年,本来在汽车城上班,5000多元/月。后来辞职,做起流动摊贩来,主要卖重庆酸辣粉,炒粉,炒饭,包子等等。后来由于城管综合整治,提心吊胆,生意也不大好做,于是就租借了新成公司的餐车车位,月租6000/月。家里租住在Z镇老街上未动迁的民宅里,50多平米,两间房,1200元/月。扣除租金和进货成本,每月还能净赚1万多块钱。张师傅有两个孩子,由妻子带在身边。

自从规划出这些市政道路旁的餐车位后,Z镇游商走贩问题得到了有效缓减,在Z镇尚未动迁的城中村里,出现了许多废弃的流动摊车,之前好些处于灰色地带的游商走贩通过租赁市政餐位得到合法化的营业身份和场所。从Z镇治理经验中可以看到,从流动摊贩,到市政餐车,经营业态的转型升级和城市治理方式的变化,不仅有效地缓减了市容市貌和城市秩序的治理乱象,也为流动摊贩等商业营销群体提供了合法的经营渠道,为其实现身份转变和地位上升创造了便利条件。

2. 管理模式创新与服务中产的培育

劳动力服务化是现代产业发展的必然趋势,服务业群体的中产化是中产发育的重要途径。由于G科技园庞大的白领从业群体有很大一部分租住在Z镇,而这些在高科技企业里工作的白领职业群体亚健康现象十分普遍。因此,足疗、按摩、养生类休闲行业是Z镇上仅次于餐饮类的典型生活服务业,在Z镇商业区的大街小巷的门面里,随处可见。这类服务业从业人员以外来女性居多,据一位来自安徽合肥的足疗养生技师小张透露:

目前Z镇境内的足浴养生类企业参差不齐,鱼龙混杂,经营规范的只有少数。在这些少数规范经营的店里,职工是有专门的职业发展规划和培训的。在我们公司,目前我还只是初级技师,已经基本上每月能拿到5000多;但是如果考试通过,拿到了中级技师资格的话,工资会迈上一个台阶,至少有7000一个月;要是成为高级技师的话,月收入上万都不是问题的。

我们行业的考试,主要分为两种,一种是理论知识的考试,考试人体各个经脉和穴位的功能等相关中医知识理论;二是实操技术,就是临床考试,看你的手法到不到位,用力轻重等等……但目前这种资格认证仅仅限于我们公司自己的每一个连锁店内,店与店之间是不能相互认可的……^[1]

可见,“三百六十行,行行出状元”,如果行业运营科学,从业人员管理规范化,社会服务行业也能成为很大一部分低学历人群提供步入中等收入阶层的通道。而遗憾的是,有规范管理和良好职业发展规划和晋升通道企业并不多。在生活压力大,工作节奏快的高科技园区,在老龄化趋势日趋严峻的大都市里,健康养生类社会服务业有着巨大的市场需求和广阔的发展前景,该行业的科学设计和规范运作,将为学历层次较低的许多外来务工人员提供良好的就业机会和实现社会地位上升的通道。

不仅行业的职业规划和培训决定着服务业人群的生存和发展前景,行业组织运作模式对提升员工的收入水平也起到关键性作用,一家管理经营现代化的养生保健企业经理透露:

我们行业目前绝大部分店子的工资模式是底薪加提成,底薪2000-3000不等,提成一般在30%左右。也有不提供底薪,直接提成的,那样的话提成比例相对较高,50%左右。但大部分钱都被老板赚去了,还有就是门面费……

我们现在开始尝试一种新的业态模式,就是通过微信公众号、APP等移动互联网平台,为居家及住酒店需要服务但由于种种原因不愿出门的顾客提供及时、高品质的上门服务。主要是考虑到客户时间精力有限,服务不能充分满足现有的一些需求:比如工作日有需求但没时间去门店消费,周末难预约、需排队,且往返耗时长,停车难,出门消费意愿不高等情况。另一方面,随着互联网普及,各类上门服务也越来越多,尤其是年轻人,更愿意慵懒地宅在家里享受舒适,宅男宅女越来越多,越来越依赖上门服务。最后是个人的洁癖问题,公共浴缸、卫生间、床位使一些顾客、尤其是女顾客心存顾虑、不习惯。

利用APP推出这种上门服务后,需求十分旺盛,由于技师数量目前有限,因此,好多远距离的单子不能接。现在,店里技师的工资也大大提高了。以前门店服务,一般技师也就拿4000-5000元/月,因为门店需要租金,床位也有限,门店租金高昂,占总营收30%左右,成本过高,运营竞争压力大。且门店白天、工作日床位空挡多,晚上、周末床位供应不足。此外,门店普遍受个人资金、行业特性等因素制约,通常以小店形式经营,难以大规模扩张。因此,在小店里,一方面技师的服务技能、沟通、礼仪、形象等综合素养参差不齐,缺乏统一专业培训。另一方面,收入低,流动性高,缺乏职业认同感,高素质人才流失快。

[1]2015年11月19日,DTD足浴小张访谈。

搭建上门服务平台后,有效解决了上述各方面的问题,使客人足不出户,节省时间精力的同时,释放市场潜在需求。这样,客人还可以自主选择技师与服务时间段,线上线下一体化,客户可在线查看技师形象、人气、点评等信息。最重要的是,上门服务节约门店租金,大幅降低固定运营成本,更多开销用于提升技师服务水平,上门服务性价比更高,利润也高于门店。因此,我们有更多精力用于技师的专业培训,提高他们的专业技能、礼仪、沟通等综合素养,保障技师收入高于行业现有平均薪酬,吸纳培训行业内顶尖高素质员工。我们的技师,目前工资都在7000以上……^[1]

可见,对于保健养生等新生社会服务行业而言,服务供给方式,行业运作模式,职业规范化水平,技能培养模式,无论是对于延伸和拓展市场、提高顾客消费的满意度,还是对于提升从业人员的职业素质和收入水平,都起到根本性的变革作用。在未来城市生活服务业转型升级过程中,如果能利用现代科技技术对社会服务业的业态模式和组织形式创新,不仅能极大地提升城市形象和治理水平,而且也可为学历层次较低的外来从业人员创造较高的收入和较好的职业发展空间,从而为他们实现向上流动奠定基础。

四、营销服务业群体步入中产的障碍分析

当前,在上海、北京等特大型城市里,营销服务业需求极其广泛,然而,正是由于行业标准的缺乏,经营管理的不规范,使得大量营销服务群体处于“非正规就业状态”。“非正规就业”尽管并不意味着违法,但其尴尬身份不仅使得这一群体的职业地位和收入水平低下,而且使这一庞大的就业群体处于社会治理和制度保障的灰色地带,户籍政策、住房政策,教育政策等城市公共政策和制度都没能充分考虑和照顾到这一人群的基本权益。如此,一方面大大加剧了这些群体实现地位上升的难度,另一方面,也在很大程度上延缓了城市治理的现代化转型。总的来说,在特大城市里,营销服务群体实现中产转化面临如下三方面的制度性障碍:

1. 户籍制度的屏蔽

随着户籍制度改革呼声的高涨及国务院户籍改革方案的要求,各大城市都实施了居住证积分制度,人们原则上都可以办理居住证,通过居住证积分来获得户籍身份。但对于生活服务业从业人员而言,居住证办证率并不高。主要原因是,无论在哪个城市,办理居住证的基本条件本质上都是“两个合法稳定”,即合法稳定的就业和合法稳定的居住。而对于营销服务群体而言,满足其中任何一项条件都困难重重:首先,在住房方面,他们普遍租住在老板提供的集体宿舍或为动拆迁的城中村民宅里,根本没法提供符合条件的居住证明;其次,在职业方面,与生产服务业不同,营销服务以贴近和满足居民日常生活需求为主要内容,具有规模小、经营内容繁杂等特点,大部分营销服务人员不是在民营、私营性质的小企业就业,就是处于自雇状态,也就没法提供合法稳定的就业证明,因此,居住证无从办理。无法办理居住证的结果是带来一系列连锁的政策排斥,如住房限购、子女入学困难等等。

2. 社保制度的缺位

为了吸引外来劳动力,维护外来务工人员的合法权益,2002年,市劳动和社会保障局发布了《关于贯彻〈外来从业人员综合保险暂行办法〉的实施细则》,原则上强制要求用人单位为外来从业人员办理综合保险,原则上将外来从业人员全部纳入到本市城镇职工社会保障体系。然而,在政策的实施过程中,因为缺少监督管理和强制性措施,一些小企业主往往钻空子、逃避责任,不为雇佣的员工缴纳社保,由此而致使制度设计流于形式,良好的制度设计最终无法落地实施。

[1]2015年11月19日,TNT足浴Z镇分店店长访谈。

由于生活服务业业态的低端化,企业规模和营业形式的分散化、非正规化,众多生活服务业从业人员没有缴纳社保。而在特大城市里,购房资格、子女受教育机会等政策措施又都是跟所缴纳社保的年限高度挂钩的,由于社保的缺位,大量社会服务业从业人员既无法获得购房资格在城市立足,又无法解决随迁子女的入学问题。也正因如此,社会服务业从业人员对所在城市普遍没有归属感,仅仅将大都市视为赚钱的场所而没法实现城市融入。

3. 教育制度的排斥

为了贯彻落实《中华人民共和国义务教育法》和《国务院办公厅转发教育部等部门关于做好进城务工人员随迁子女接受义务教育后在当地参加升学考试工作意见的通知》(国办发[2012]46号)精神,让外来务工人员子女在城市接受更多更好的教育,近年来各大城市以居住证积分和缴纳社保年限为基本条件,不断完善权责对等、梯度赋权的随迁子女公共教育服务制度。然而,如前文所述,正是由于生活服务业领域大量“非正规就业”的存在,广大从业人员既没法顺利办理居住证,也没有缴纳社保,特别是近年来在特大城市人口疏减背景下,各种办证和入学的门槛不断抬高,因此,这些服务业从业人员的随迁子女完全没法获得在当地接受教育的机会。调研中何师傅夫妇的情况就充分反映了上述三方面的问题:

何师傅夫妇租住在城中村的民宅里,职业又是流动摊贩,因此一直无从办理居住证。

2015年,孩子达到入学年龄,由于老家教育普遍衰落,想将孩子带在身边接受城市里的教育。何师傅找一个居住在商品房小区的老乡签了个合法稳定的租赁合同,并拿着房产证到居委会申办居住证,结果发现,2014年办理居住证的条件提高了,必须在本市交足6个月的社保方可办理。于是夫妇俩又四处咨询如何缴纳社保问题。由于夫妇俩是流动摊贩,各种材料的准备困难重重,在花了两月时间,找关系和渠道用掉2000多块钱还没办成的时候,夫妇俩没有信心继续办理下去,不得已只好把孩子送回老家安庆上学。

可见,由于生活服务业的规范化程度低,不仅给城市治理现代化转型带来了各种难题,而且使从业人员游离于各种城市政策和制度的管理之外。居住证、社保、购房、子女教育等环环相扣的制度和规则,基本上将这些“低层次”的生活服务业从业人员排斥到了都市社会的边缘和最底层。

五、对策：生活服务业现代化与服务业中产培育

生活服务业现代化,主要是指服务业经营方式的转型升级,服务供给方式的创新,以及服务业从业人员的规范化管理。生活服务业现代化的核心任务是该领域内大量“非正规就业”人员正规化,使其往专业化、职业化的方向发展,通过行业经营管理规范化提升从业人员的职业技能、收入水平和工作体面程度。生活服务业的现代化,有望打通劳动力服务化、服务人群白领化,白领人群中产化的劳动力中产化路径,促进该领域内庞大“中产过渡层”的社会流动。2015年11月,国务院办公厅在《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》(国办发[2015]85号)中指出:近年来,我国服务业发展取得显著成效,成为国民经济和吸纳就业的第一大产业,稳增长、促改革、调结构、惠民生作用持续增强。在今后一个时期,要重点发展贴近服务人民群众生活、需求潜力大、带动作用强的生活性服务领域,推动生活消费方式由生存型、传统型、物质型向发展型、现代型、服务型转变,促进和带动其他生活性服务业领域发展。

在国务院上述《意见》的指引下,北京、上海、广州等一批特大城市已经率先实施城市生活服务业发展规划。结合本研究对G科技园Z镇两类典型生活服务业的分析,我们认为,如果能从行业的规范化运作和管理、服务的组织供给方式上转型升级和创新的同时,再从城市治理的公共政策措施上对相

关从业人员进行包容和吸纳,必将带动一大批生活服务业领域的“边缘中产”进入中产阶层。为此,可从如下两方面着手努力:

一方面,建立起生活服务业的行业标准和运营规范,引导相关企业和经营者改善经营环境,提升服务质量。例如,可引进行业自治和自律机制,完善行业内部职业资格认证和职业等级晋升机制;也可充分利用互联网+的现代信息技术,优化生活服务业的供给形式和配送方式,推动特大城市生活服务业业态和管理模式的升级换代;还可在各城市开展生活综合服务示范街区建设,引导各类品牌连锁企业将家政、餐饮、美容养生、休闲娱乐等便民服务业态整合,实现连锁化经营与规范化管理。

另一方面,创新城市社会治理模式,提升公共政策的开放性和吸纳性。在推动城市生活服务业转型升级的同时,应尝试将生活服务业企业及从业人员纳入制度化的管理体系。由于目前国内特大城市生活服务业从业人员绝大部分是低层次外来人口,且处于非正规就业状态,以致有关部门如人口、综治部门在开展基层工作时存在很大的盲目性,各种城市公共政策如住房保障、社会保障和教育机会基本没能覆盖到这一人群。因此,在生活服务业转型升级的基础上,应破除现有居住证办理、社保缴纳规定等制度性樊篱,将企业及从业人员纳入制度化的管理体系。例如,可将相关企业全部纳入全市统一社保体制中(当然,这一工作需要工商、财税和食品、卫生等监管部门的协同配合),这样,不仅能有效提升基层部门在食品安全、税收征管、环境治理和清洁卫生等基层治理工作中的效率,促进特大城市市容市貌的显著改善,还能在购房资格,社会保障,子女教育机会供给等方面为相关从业人员提供公平的机会,提升其城市归属感。

[责任编辑:方心清]

The Transitional Middle Class: the Barriers and Solutions for Marketing and Service Groups to the Middle Class — A Case Study of Z, a Town Adjacent to High-Tech Industrial Park, in G, a Megacity Ding Huiwen Zheng Lu

Abstract: Urban service industry, represented by business marketing and food service, is an important area for employment increase in China. However, currently it generally remains at a low level of service, with a large amount of “irregular employment” making service providers the object of governance, regulation and even punishment. As a result, a host of transitional middle class is gathering in urban service industry. In the context of controlling megacities’ population size, registered permanent residence, house purchasing qualification, and educational exclusion has become the institutional barriers for service groups to entering the middle class. The present study, taking two major marketing services in Z, a town adjacent to high-tech industrial park, in G, a megacity, for example, argues that establishing industrial standards, innovating management modes, and advancing the transformation and upgrading of urban service industry can provide an essential precondition for the middle class cultivation in this area while reforming urban governance and enhancing inclusion and absorption of urban public policies can ensure it.

Keywords: the transitional middle class; the business marketing stratum; the service stratum; barriers to the middle class; the middle class cultivation