

一、影响服务业的区位因素

服务业是指生产和销售服务类产品的活动。服务产品与工农业的产品相比，具有非实物性、不可储存性、生产与消费同时性等特征，它主要包括生活性服务业和生产性服务业。其中，生活性服务业包括餐饮娱乐、文化与旅游业、家庭健康与养老服务业以及法律服务等。生产性服务业包括交通运输业、现代物流业、金融服务业、信息服务业、高技术服务业和商务服务业等。

与工业、农业相比，自然因素对服务业区位的影响较小。但对某些服务业部门来说，自然因素为其提供必要的资源和空间场所，例如丰富的旅游资源是发展旅游业的基础条件。

社会经济因素中，市场对服务业区位的影响很大。市场需求越大，服务产品越多，服务企业的发展潜力就越大。而市场容量的大小与该地区人口规模和结构、消费水平和习惯以及对外开放程度等密切相关。随着消费者对服务产品需求量和个性化要求的提高，服务业市场将进一步扩展和细化。例如，随着我国进入老龄化社会，面向老年人的服务业市场快速发展。

交通运输的发展使服务业布局更灵活，并促进了服务业的空间集聚。交通通达度高的城镇，人流量大，有利于餐饮、休闲、娱乐等消费性服务业和零售业的集聚。

服务业还受劳动力因素的影响。劳动密集型服务业，如旅游、餐饮、零售等，需要的劳动力数量较多，劳动力成本占总成本比例较大。技术密集型服务业，如信息产业、金融业等，需要专业化人才，对劳动力素质的要求较高。

技术因素对服务业区位的影响在不断增强。例如，计算机服务和软件等行业，技术水平是其核心竞争力，往往布局在靠近高等院校和科研机构等科技创新能力强的地区；而餐饮、娱乐、文化旅游等行业与专业化的管理技术融合，使得布局更加广泛，服务更为完善。

此外，政府财政支持、税收和土地优惠等政策因素，对服务业有明显吸引作用。同时，合理的政府监管和健全的法律制度等，也有利于服务业的健康发展。