

► 中国服务经济丛书

专业服务业：

Professional 治理与发展
Service Industry

GOVERNANCE AND DEVELOPMENT 石弘华 著

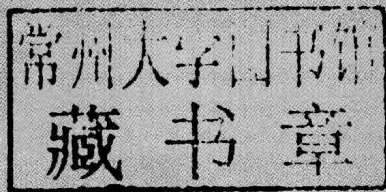


► 中国服务经济丛书

专业服务业：

Professional 治理与发展
Service Industry

GOVERNANCE AND DEVELOPMENT 石弘华 著



图书在版编目(CIP)数据

专业服务业:治理与发展 / 石弘华著. —太原:山西经济出版社, 2012. 1

(中国服务经济丛书)

ISBN 978 -7 -80767 -485 -6

I. ①专… II. ①石… III. ①服务业—经济发展—研究—中国 IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 278588 号

专业服务业:治理与发展

著 者: 石弘华

责任编辑: 李慧平

助理责编: 王童彦

封面设计: 卫 玮

出 版 者: 山西出版传媒集团·山西经济出版社

社 址: 太原市建设南路 21 号

邮 编: 030012

电 话: 0351 -4922133(发行中心)

0351 -4922085(综合办)

E - mail: sxjfx@163.com

jingjshb@sxskcb.com

网 址: www.sxjjcb.com

经 销 者: 山西出版传媒集团·山西经济出版社

承 印 者: 山西人民印刷有限责任公司

开 本: 787 毫米×960 毫米 1/16

印 张: 9.25

字 数: 164 千字

印 数: 1—3000 册

版 次: 2012 年 1 月第 1 版

印 次: 2012 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 -7 -80767 -485 -6

定 价: 25.00 元

序 言

当今世界，服务业已成为经济社会发展的战略引擎，成为世界经济增长的重点所在。服务业的兴旺发达，是现代经济的重要特征，也是国家竞争优势的重要解释变量。各国工业化、信息化、城镇化、市场化、国际化的深入发展，以及产业结构（供给结构）、需求结构、要素投入结构和产业组织结构的调整升级，正在与服务业发展之间形成广泛深入的互动效应。与此同时，我国发展中不平衡、不协调、不可持续的问题仍然比较突出，加快转变发展方式的要求日趋强烈，迫切要求加快发展服务业，加快形成三次产业在更高水平上协同发展的格局。《国民经济和社会发展的第十二个五年规划》提出要以科学发展为主题，以加快转变经济发展方式为主线，坚持把经济结构战略性调整作为加快转变经济发展方式的主攻方向，把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点。推动服务业大发展，有利于顺应我国发展的新的阶段性特征，推动经济社会结构加快转型，是推进经济发展方式转变的重要突破口。

“十二五”时期，是我国经济社会发展的重要战略机遇期，也是推动我国服务业大发展的良机。在此期间，我国全面建设小康社会正处于关键时期，深化改革开放、加快转变经济发展方式正处于攻坚时期。错过“十二五”，就会错过推动服务业大发展的契机！

在“十二五”期间，加快发展服务业，有一系列有利条件，也面临着严峻制约和挑战。特别是，我国经济社会发展面临若干重大阶段性乃至“拐点性”变化，为加快发展服务业提供了特殊机遇和新的要求。一是从2011年开始，我国城市人口将超过农村人口。这意味着城市发展和城市化对服务业发展的拉动作用将明显增强，城市生产方式和生活方式对发展方式转变的带动效应将显著增强。二是我国在总体上处于从中等收入国家向中等发达国家迈进的阶段，需要时刻警惕“中等收入陷阱”。这就要求我国通过发展服务业，在鼓励创新创业和扩大就业，在解决民生问题、缓解社会矛盾、增进社会和谐方面有更大作为。三是到“十二五”末，服务业

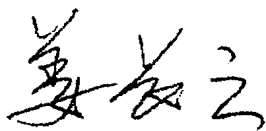
很可能同时成为三次产业中占国内生产总值比重最高、吸纳就业人数最多的产业。因此，在产业结构优化升级和现代产业体系建设中，更需要把促进服务业大发展放在突出地位，在更广领域、更深层次上推进服务业与三次产业融合发展、协同发展和互动发展。四是我国人口老龄化进一步深化，由此将会深刻影响服务业的人才和劳动力供给，并深刻影响服务业需求（结构）和重点产业选择。到“十二五”末，我国 65 岁及以上老人占总人口的比重很可能超过 10%，60 岁及以上人口很可能超过 2 亿人。

在此背景下，加强对服务业发展的理论和政策研究至关重要。这也是许多发达国家加快服务业发展的重要经验之一。为了从理论与实践的结合上，更好地促进我国服务业发展的理论和政策研究，山西经济出版社邀请我担任主编，推出这套山西省重点图书——“中国服务经济丛书”。本套丛书冠名“中国服务经济丛书”，主要有两个原因。一是服务经济是以服务业为主导的经济形态，代表着以现代服务业为主导的发展方式；在发展服务经济的过程中，必须以发展服务业和促进服务业与三次产业融合发展为重点。这些恰好是本套丛书关注的重点。二是无论当前是按照服务业增加值占国内生产总值的比重，还是按服务业就业占全社会就业的比重，我国都还没有进入服务业占主导地位的服务经济时代。但是，我国已有部分地区、部分行业在发展服务经济方面走在全国前列，发展服务经济同样不可错过战略机遇期。2010 年，在我国 36 个省会城市和计划单列市中，已有 16 个城市服务业占国内生产总值的比重超过 50%。

本丛书的作者主要来自国家发改委宏观经济研究院。基于作者们的研究专长和工作特点，考虑当前国内服务业或服务经济图书市场的状况，本套丛书将力求突出 3 个特点：其一，突出宏观性或战略性。本套丛书大多针对中国服务业发展的宏观性、战略性问题，尽可能进行深入分析。虽有个别书的内容偏重于微观分析，但它关注的内容也是中国服务业发展中较为重要的战略性问题，或较具成长性的领域。其二，突出前瞻性和前沿性。邀请一批主要从事服务业或服务经济理论，特别是政策研究的学者，就中国服务业和服务经济发展的前沿问题进行前瞻性分析，避免空谈，力戒无病呻吟。其三，突出现实指导性和可读性。本套丛书力求有别于主要介绍国际经验或服务发展一般理论的图书，坚持理论联系实际的原则，针对中国服务业或服务经济发展的现实问题进行探讨，并提出建设性意见。本套丛书还力求增强文字的可读性。当然，本套丛书实际上能否体现以上 3 个特点，最权威的评判是读者，而不是我们作者自己。

本套丛书的出版，首先应该感谢山西经济出版社的慷慨支持，尤其是总编辑赵建廷编审和第一编辑室主任李慧平副编审，他们对出版本套丛书的热情支持让我们感动，他们良好的敬业精神和优秀的专业素质，为提高本书编辑质量提供了保证。赵建廷先生和李慧平女士是我多年的老朋友，我多次受益于他们的支持，这次我又荣幸地获邀担任本套丛书的主编，借此机会感谢他们和山西经济出版社对我的信任，是必须的！本套丛书出版，还要感谢各位作者所在单位，尤其是国家发改委宏观经济研究院及其产业经济与技术经济研究所、经济体制与管理研究所提供了良好的科研环境。

实施“十二五”规划，等于吹响了服务业火热发展的号角。近年来，我国服务业发展的实践如火如荼，对加强服务业和服务经济研究的需求日趋旺盛。但是，坦率地说，我国服务业、服务经济发展的理论和政策研究，同推动服务业大发展的需求仍有很大差距。但愿本套丛书在加强服务业、服务经济理论和政策研究方面能够真正的有所贡献！但愿本套丛书能让广大读者，真正的有所启发，则幸甚！



2011年12月17日
于北京西城区国宏大厦

目 录

第一编 导论

第一章 导论	1
一、研究背景	1
二、研究意义	3
三、相关研究综述	4
四、研究对象、思路与方法	11
五、研究内容和结构安排	14
六、创新之处	18

第二编 本质与治理

第二章 企业治理理论	20
一、企业本质	20
二、企业治理	27
三、小结	33
第三章 专业服务业企业的本质及其扩展	35
一、专业服务业企业的特性分析	35
二、专业服务业企业的本质	40
三、专业服务业企业中的权力问题	44
四、专业服务业企业的边界问题研究	47
五、小结	51

第四章 专业服务业企业治理目标	52
一、专业服务业企业治理目标的新解读	52
二、人力资本投资的激励	55
三、关键性人力资本的保护	58
四、小结	60
第五章 专业服务业企业治理机制	61
一、专业服务业企业治理机制的新思考	61
二、利润分成治理机制	63
三、晋升或走人治理机制	68
四、小结	74
第六章 专业服务业企业的治理模式	76
一、理论与假说	77
二、研究设计	81
三、统计检验与结果分析	85
四、小结	88

第三编 现实与选择

第七章 中国专业服务业企业的现实表现	90
一、会计服务业	91
二、法律服务业	93
三、广告服务业	95
第八章 中国本土专业服务业企业的治理隐忧	100
一、未能充分认识企业自身的本质特征	101
二、尚未建立良好激励与约束治理机制	102
三、治理模式缺乏选择空间和配套支持	104

第九章 中国专业服务业企业的出路思考	106
一、理解企业本质特性，注重人力资本作用和地位	106
二、结合企业自身特点，完善激励与约束治理机制	107
三、优化企业治理模式，实现组织结构扁平化管理	109
四、加强职业道德建设，维护企业与行业公共声誉	110
五、构建企业文化制度，提升企业内在文化软实力	111
第十章 结论与研究展望	113
一、结论	113
二、研究展望	114
附录	117
附录 1：广东利通置业投资有限公司之合作专业服务业企业一览表	117
附录 2：《今日会计》2010 年美国会计师事务所前 100 强	118
附录 3：2010 年中国会计师事务所综合评价前百家信息	121
附录 4：2010 年中国广告企业（非媒体服务类）广告营业额前 100 名 排序	124
参考文献	128
后记	140

第一编 导论

第一章 导论

一、研究背景

随着知识经济时代的到来，人们在追求“体验”过程和个性化消费的同时，也需要大量多方位、多层次的专业性服务（汪丁丁，2001）。这促使了专业服务业企业的迅速兴起，其影响力也日益深远，逐渐成为各国经济增长的动力源，并成为知识经济时代的重要企业形式。专业服务业企业的基础性工作为世界经济运行扫清了许多巨大障碍。如果没有专业服务业企业，商业发展将寸步难行（Sharma，1997）。例如，在资本市场上，投资者的投资决策在很大程度上依赖于会计师事务所专业的审计报告，这些审计报告需建立在诚信的基础上，并严格遵循国际会计准则的规范要求，如果没有了它们，资本市场将失去最重要、最基础的信任；而在复杂的公司商业交易过程中，法律事务所提供的专业法律咨询也起到了很重要的保障作用（Lorsch 和 Tierney，2002）；它们充当了各个国家和地区、各种社会体制之间的黏合剂，使跨国购并这种复杂的商业交易得以顺利进行（Greenwood et al.，2005）。

专业服务业企业在当代经济运转中扮演着关键角色。它们不仅是商业活动全球化的守护神，还是从服务经济转向知识经济的领跑者。专业服务业企业的发展势头迅猛，势不可当。以美国为例，该国专业服务业企业在 20 世纪 50 年代至 70 年代中期，年增长率达到 33%；在 1978～1986 年间，就业人数增长了 53.8%，同时期其他产业就业人数增长仅为 13.1%；法国同期这两项数据分别为 25.4% 和 0.1%

(Lowendahl, 2005)。并且,专业服务业企业逐渐壮大,其中部分优胜者已进入了世界跨国企业的行列,如麦肯锡(McKinsey & Company)、波士顿咨询公司(The Boston Consulting Group)、安盛(Andersen Consulting)、罗兰·贝格(Rolandberger)、IBM全球服务公司(IBM Global Services)、德勤(Deloitte Touche Tohmatsu)、埃森哲(Accenture)、普华永道(PricewaterhouseCoopers)、安永(Ernst & Young)和毕马威国际(KPMG International)等。以会计师事务所毕马威(KPMG)为例,2010年其在146个国家和地区设有分支机构,员工规模已经达到13.8万名,企业年收入突破了206.3亿美元^①。

与传统工业企业相比,专业服务业企业更加突出专业服务高度的客户定制性和员工与客户的面对面互动(Maister, 1993)。这降低了物质资本的重要性,并提升了人力资本的重要性,员工拥有了更多外部选择的机会,随着外部机会的增多,那些拥有高素质人力资本的员工能够非常容易地离开一个企业,加入另一个企业或者自己创业(Rajan和Zingales, 1998)。人力资本逐渐取代物质资本成为企业价值创造的重要乃至主要源泉,从而深刻地改变了企业进行商业活动、组织工作和结构的方式(Sang-Woo Nam, 2003)。这种变化,导致企业的本质及其诸如企业权力、企业边界、企业治理等相关问题发生重大变化,需要我们重新认识和研究。

员工专业服务水平的高低直接决定了专业服务业企业所提供服务的质量和企业的利润,为了提高员工的专业服务水平,要求其不断进行学习和提升自身的能力,即人力资本投资。因此我们必须将企业治理的焦点从减少股东与经理之间的代理成本转到研究企业如何向人力资本提供激励的机制(Rajan和Zingales, 2000);而员工在提供服务的过程中,要与客户面对面地交谈,这就容易导致敲竹杠(hold-up)、道德风险等不利于专业服务业企业发展的行为,如何防范这些行为并合理有效地控制人力资本也关系到专业服务业企业治理的成功与否。随着人力资本被纳入企业治理的范畴,设计一套制度安排以处理企业内各个参与者之间的关系成为新型企业治理的焦点所在(Blair, 1999)。传统企业理论特别是产权理论能够较为理想地解释以物质资本为企业关键性资源的传统工业企业的治理问题,但当专业服务业企业的关键性资本转变为人力资本时,传统企业理论的适用性将大打折扣(陈和, 2009)。这迫使我们重新思考那些曾经视为理所当然的东西。同时,专业服务业企业的重要性日益凸现,其治理问题也越来越需要我们关注。

^①数据资料来源于该企业的网站。

二、研究意义

本研究不仅是一项充满挑战性的工作，更是一项具有一定理论意义和现实意义的工作。

（一）理论意义

企业治理源于贝利和米恩斯（Berle & Means, 1932）在其著作《现代公司与私有产权》中对现代公司所有权与控制权分离问题作出的分析。他们认为管理者权力的增强将会导致投资者利益面临遭受损害的危险，担心两权的持续分离可能促使管理者掠夺公司。投资者与管理者潜在的利益背离产生了投资者监督与约束管理者行为的要求，也即实施治理的要求。自贝利和米恩斯（Berle & Means）以来，学术界对企业治理问题的研究基本上一直是围绕着代理问题展开的。

传统理论通常使用产权理论、交易费用理论、委托代理理论来研究企业治理问题。这些理论在研究以物质资本为主体的传统企业的相关治理问题时适用性很强。但随着技术的进步，特别是信息技术进步，高技能性人力资本正日渐成为企业最为核心的资本。企业治理研究的发展趋势将逐渐把焦点转向研究企业的关键性资源——人力资本；包括如何为人力资本提供进行企业专用性投资的激励，如何让人力资本实现企业的利润分享，如何对人力资本实行有效的管理和监督等。

正基于此，本书在汲取传统理论的基础上，利用一种新的理论——关键性资源进入权理论来研究以专业知识和技术及其载体——人力资本为企业关键资源的专业服务业企业的本质及其治理问题，并以新的研究视角为该理论的深入应用和推广做出贡献。

（二）现实意义

经济全球化的过程是世界范围内各国、各地区的经济相互交织、相互影响并融合成一个整体的过程。在这个过程中，生产要素在全球范围内实现自由流动，寻求优化配置。各国间的合作障碍日益减少，渗透和依存关系不断增强，各个国家程度不同地分享着全球市场上生产要素自由流动而实现的资源最佳配置带来的收益。随着政府干预的减少，各国间市场信息的完善，全球网络的普及带来的信息成本的降低以及交通运输方式的不断发展，世界市场越来越成为一个整体，即形成了全球市

场。中国经济在全球化的背景下要持续快速地发展，必须致力于依靠知识，走集约型发展道路，利用后发优势，找到在新的经济环境中积极参与全球市场、有效地发挥自身优势的途径。其中，大力发展服务业是必由之路。2011 年是中国“十二五”规划的开局之年。在政府的“十二五”规划文件中规定，服务业增加值比重 2015 年将达到 47%，年均增长 4%。要达到这一目标，未来 5 年服务业增速要高于过去 5 年。这也意味着在大力提倡产业结构转型与升级的今天，服务业迎来了前所未有的发展机遇，专业服务业企业在国民经济中的地位和作用也将变得日益重要。

快速发展的专业服务市场为中国本土专业服务业企业带来了巨大的机会，但中国本土专业服务业企业起步晚，起点低，缺乏规模优势和经验积累，尚处于发展初期，与发达国家在完善的市场经济体制下长期积累的竞争优势相比，我们不具备竞争实力。特别是在提升企业自身竞争力的企业治理方面，从对企业本质特征的认识，到具体企业治理目标和治理机制，以及治理模式和配套制度等各个层面，中国本土专业服务业企业存在诸多隐忧。

在此背景下，通过对专业服务业企业治理理论研究，探讨中国本土专业服务业企业的治理实践和出路将具有很强的现实意义。

三、相关研究综述

（一）专业服务业企业的定义

Greenwood (1990)、Masister (1993)、Lowendahl (1997) 和 Nachum, L. (1999) 等诸多学者都有过关于专业服务业企业的详尽描述，尽管他们关注的焦点不太一样，但对专业服务业企业的定义大体上并没有太大的分歧。

Greenwood (1990) 认为专业服务业企业是指由专业人士组成的组织，这些专业人士通过给商业机构提供建议以便于经济活动和促成交易。这些组织包括会计师事务所、律师事务所、工程和管理咨询机构、建筑服务企业、广告公司、投资银行，还包括计算机软件服务商和技术集成商等。与其他大多数企业不同，这种企业缺少等级制度 (lack hierarchy)，权力得到下放 (decentralized) 并且权力结构相对分散。

Masister (1993) 在其经典著作《专业服务企业治理》(*Managing the professional service firm*) 中指出，专业服务业企业指的是在特定领域，具备精深的专业知识和丰富的经验提供专业服务的企业。他把研究的重点放在了这类企业的管理上，他认为专业服务业企业的管理与其他工业型企业或餐饮业、航空公司等普通服务型企业的

管理有很大的不同。为了提供让客户感到满意的服务，专业服务业企业需要充分发挥专业人士的潜能、自主性和创新能力；在这类企业中，员工既是生产力，又是企业的产品。吸引和留住高素质且稳定的团队是专业服务业企业健康成长和盈利的关键。因此，他认为“专业服务业企业的资产就是企业的员工”。

Lowendahl (1997) 从专业服务业企业特征的角度给出了定义，他指出专业服务业企业是具有高知识密集型的服务、专家专业的评估或诊断、高度定制化、大量融入专家们的甄别和个人判断、客户的高度参与和交流、受到职业行为规范约束的一类企业。

美国统计局 (1998) 对专业服务业企业的内涵概述为：从事专业科技服务，一般需要掌握较高水平的专业技术，并经过专门培训，为各种产业或个人家庭提供专门的服务，包括有法律建议与诉讼、会计、建筑工程与专业设计、计算机服务、咨询、研究、广告、摄影、翻译与口译、兽医及其他专业科技服务。这一领域的商业活动不同于人们平时所描述的那种商业交易、企业贸易，而是用于在商品评估、货物与服务的贸易活动中维持交易过程的顺利开展。

Travica (1998) 从另一种角度给出了专业服务业企业的定义，他将专业服务业企业归为知识密集型企业的子集。其后，Haney (2003) 利用关系图做了进一步的补充 (如图 1-1)。他认为以工业化时代和后工业化时代为界，虽然专业服务业企业和知识密集型企业的出现都早于后工业化型组织时代，但大部分还是应包含于更大的

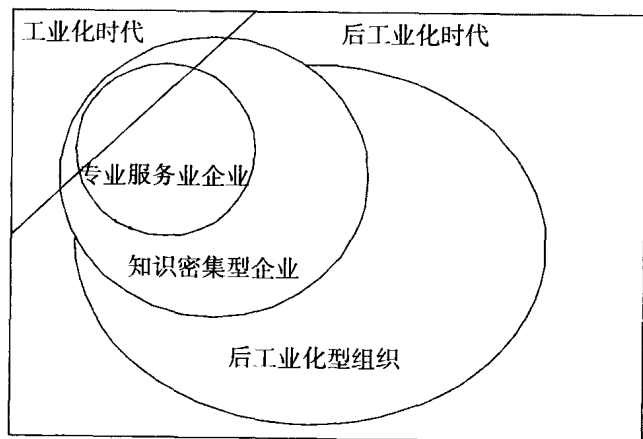


图 1-1 专业服务业企业、知识密集型企业和后工业化型组织关系图

资料来源 Debra S. Haney: *Knowledge Management in a Professional Service Firm*, Indiana University, 2003.

集合——后工业化型组织之中。

Nachum, L. (1999) 则认为专业服务业企业通常被看作是一种有别于制造业和其他一般服务企业, 具有自身独特性的一类企业。

到了 20 世纪 90 年代, 虽然专业式控制、科层制控制的组织机制问题和典型“专业”问题的研究仍在持续进行, 但伴随着对于以专业服务业企业为典型代表的知识密集型企业研究的兴起 (Alvesson, 2000) 以及管理咨询等产业的高速发展, 学者们在关注“专业”的社会意义之外, 不再严格地限制“专业”这一条件, 更多地从管理视角出发讨论知识密集、技术密集型员工的管理, 如何激励和留住具有高知识性和高流动性的员工 (Teece, 2003), 专业服务业的范围也相应得到了扩展 (Greenwood, 2005)。这种概念范围的扩展将学者的焦点更多地引向了商业企业, 原本具有专业特征的非商业组织逐渐淡出了主流研究的视野。律师事务所和会计师事务所仍然是专业服务业中较为典型的例子, 但与医疗相关的组织逐渐较少被提及了, 取而代之的是管理咨询和广告行业。

在国内, 按照国家统计局的统计分类标准, 未设定单独的专业服务业分类统计指标, 而是将其与租赁归为一类, 以“专业服务与租赁”细项体现在国家的统计年鉴中^①。但香港地区对专业服务业企业有明确的定义, 是指某个组织或个人应用某些方面的专业知识和专门知识, 按照客户的需要和要求, 为客户在某一领域内提供特殊服务, 其知识含量和科技含量都很高, 是已经获得和将继续获得巨大发展的行业。具体包括: 会计、法律、商业管理与咨询服务、工程及技术服务、建筑设计、教育与服饰设计、质量监督及检测等 (王德生, 2006)。

^①在国际上也存在类似的情况。比如世贸组织将专业服务归纳在商业服务的范围内, 包括 12 个服务类别: 法律服务; 会计、审计和簿记服务; 税收服务; 建筑服务; 工程服务; 集中工程服务; 城市规划 and 风景建筑服务; 医疗与牙医服务; 兽医服务; 助产士、护士、理疗家和护理员提供的服务。据欧盟统计局工业的分类标准, 欧盟国家范围内的法律、会计、咨询、广告、市场研究、人力资源等行业也归属在商业服务大类中的“其他商业活动”类目下。按照欧盟工业分类标准, “其他商业活动”类目主要包括以下内容: 会计、法律以及管理咨询服务、广告、技术检测分析以及人力资源等。而根据北美工业分类体系 (NAICS 2007), 加拿大国家统计局将会计、法律、市场研究服务与咨询归属于“专业、科学与技术服务”这一大类的体系中。加拿大国家统计局对“专业、科学与技术服务”的行业分为以下几个方面: 会计及相关服务、法律、建筑、工程及相关服务、测绘服务、设计服务、管理、科学和技术咨询服务、科学研究与开发服务、广告服务及其他专业科技服务等。该行业的显著特点对从业人员的个人技能要求较高, 从业人员一般要具备大学或以上学历水平, 并经过专门培训获得相关执业资格认证才能为各产业或个人、家庭提供专门的服务。据欧盟统计局工业的分类标准, 欧盟国家范围内的法律、会计、咨询、广告、市场研究、人力资源等行业归属在商业服务大类中的“其他商业活动”类目下。按照欧盟工业分类标准, “其他商业活动”类目主要包括以下内容: 会计、法律以及管理咨询服务、广告、技术检测分析以及人力资源等 (王德生, 2009)。

另外,也有部分学者,如郑琴琴和李志强(2007)指出,专业服务业企业属于新兴服务行业,具有高度知识密集型、高度顾客定制的特点;它们主要服务于企业型顾客,是根据每一个顾客的独特性,借助专业的评估或诊断进行方案设计,找到合适的解决方法,提出具有针对性的建议、方案的一类企业。王勃然(2010)将专业服务业企业界定为以会计、法律、投行、建筑服务等行业为代表的,由拥有专业从业资格的专家,针对客户在特定情境下的独特问题,结合自己与客户知识,通过长期的紧密互动,定制化地提出商务解决方案的企业。

笔者赞同 Masister (1993) 和 Lowendahl (1997) 的定义,专业服务业企业主要突出其“专业”的特性、交互及定制程度和劳动力密集程度;专业服务业企业的界定除了其属于服务行业的属性外,重点考察其“专业”内涵,即人力资本。

(二) 专业服务业企业的相关特征

1. 专业服务业企业的知识、人力资本与价值创造

Drucker (1998) 将知识看作是专业服务业企业的主要资源。Travica (1998) 更是将专业服务业企业归为知识密集型企业的子集。Wineh 和 Schneider (1993) 甚至将专业服务业企业称为基于知识型组织。Alvesson (1995) 指出,专业服务业企业的知识特征表现在于采用创意和创新的方案解决复杂问题的能力。Greenwood (2006) 认为专业服务业企业有两个非常重要的特征,其一是产出无形且产生于复杂的知识,针对每个客户的情况而定制;其二是专业人员作为知识的原载体、开发者和填充器而被雇用。Orlikowski (1988) 和 Maister (1993) 都用实例说明了先进通信与电脑等信息技术被当做团队沟通和合作的支持工具,很早就专业服务业企业内部加以应用,并通过这些信息技术支持专业服务业企业内部的知识产生和共享。Coff (1997) 认为知识的产生和应用归根到底离不开高素质的企业人力资本。

关于专业服务业企业人力资本的研究有很多,并且以研究企业员工的构成、行为、能力及其管理为主。Stevens (1981) 认为专业服务业企业的员工都应该是具备胜任力的团队工作者。Maister (1993) 更进一步指出,专业服务业企业的核心胜任力主要体现在 3 个方面:专长、经验和效率;他认为,不同的专业服务业企业,这 3 方面的相对比例和重要性各不相同,但专长总是来源于企业员工。因此,他夸张地认为专业服务业企业的资产就是企业的员工。Bonora 和 Revang (1993) 的研究表明,在美国和欧洲发达国家,专业服务业企业的员工拥有大学以及大学以上学历的超过 50%。

Greenwood (1990) 认为专业服务业企业在满足客户需求的同时, 也为客户和社会创造了巨大的价值。Lowendahl 和 Revang (2001) 认为专业服务业企业在为客户创造价值的同时, 也使得专业知识的基础得到了巩固和提升。Chang 和 Birkett (2003) 指出创造力和生产力作为体现专业服务能力的元素, 会随着增加的环境需求去调整其能力指标的预期, 从而更多地强调创新。Gardner 和 Morris (2008) 认为专业服务业企业的创新性、多样化能够使其从更广泛的专业或知识领域获利, 同时拓宽了能够给予服务的企业领域。

2. 专业服务业企业的组织结构、工作方式与企业文化

Mills (1983) 构造出了专业服务业企业组织结构的弹性模型, 指出低水平的形式化、高度的专业化、低水平的集权化是有利于提高“顾客合作的创新组织”的创新绩效的。Maister (1993) 指出, 专业服务业企业的组织结构与组织演进过程是否相适应, 将直接影响企业组织内的知识共享。Blækler, Reed 和 Whittaker (1993) 以及 Starbuck (1992) 的研究认为, 专业服务业企业的组织结构通常是由多个半自治式的单元组成, 因此, 组织结构分散, 并且柔性大。Nanda (2001) 认为专业服务业企业的组织结构已经趋于扁平化, 传统工业企业的组织结构图对于专业服务业企业来说已经成为摆设。“真正重要的是: 组织内部的才能之间相互关系怎样、如何发展其他才能、如何围绕企业使命把才能组合起来, 然后根据给公司带来利润增长和创新指令向外推进。” Hanlon (2004) 从制度形式和组织结构角度对专业服务业企业进行了研究, 指出专业服务业企业综合了官僚和“部落”制的结构特点, 并探讨社会网络关系、诚信、声誉资本对于专业服务业企业的意义。

Stevens (1981) 和 Alvesson (1995) 指出专业服务业企业的工作方式通常是根据该企业所提供的服务展开, 并且主要是以项目团队的形式开展。比如, 由 1 个项目经理带领 1 个项目团队, 团队成员来自不同的人事级别, 团队成员通常是 3 到 10 人左右。Huber (1984) 认为专业服务业企业中决策、创新、信息获取与分配三大工作流程尤其重要, 任何一个流程都会影响组织的知识管理或反过来受其影响, 并能检验员工工作方式的正确性。Starbuck (1992) 发现培训是增加员工的忠诚度和灌输组织文化很重要的工作方式。Maister (1993) 则指出, 专业服务业企业通过经常组织社会化活动的方式可以增加员工的忠诚度和企业认同感。

Maister (1993) 和 Alvesson (1995) 的研究表明在专业服务型企业中, 企业文化对企业的生存与发展具有支持作用。专业服务业企业的管理者习惯于使用社会化的方式来加强企业文化建设并以此来增加员工对企业的忠诚度和企业认同感。Starbuck (1992) 认为