

服务外包工程教育规划教材

全国服务外包人才培养高峰论坛组织编写



服务外包理论与实务

井然哲 王金成 编著



清华大学出版社

服务外包工程教育规划教材

全国服务外包人才培养高峰论坛组织编写

服务外包理论与实务

井然哲 王金成 编著

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

本书系统介绍服务外包的理论基础知识。全书共分为12章,内容包括服务外包的产生和发展、服务外包相关概念及分类、服务外包与社会经济、服务外包理论综述、服务外包发展条件、服务外包的发展战略与相应的产业规划探索、服务外包企业管理、中国发展服务外包战略分析、世界主要外包承接国家、世界主要的服务外包发包方、服务外包产业成功案例、服务外包新趋势等内容,并附有相关的案例分析和习题。每章章前的学习指导,便于读者对本章重点的理解和把握。此外,本书附有大量的调研数据供读者参考。

本书可以作为高等院校管理科学与工程、国际贸易、电子商务、计算机专业本科生和研究生的教材,也可以作为政府、企事业单位从事服务外包的工作人员的参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

服务外包理论与实务/井然哲等编著. —北京:清华大学出版社,2012

服务外包工程教育规划教材

ISBN 978-7-302-29032-2

I. ①服… II. ①井… III. ①服务业—对外承包—高等学校—教材 IV. ①F719

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第124479号

责任编辑:袁勤勇 顾 冰

封面设计:常雪影

责任校对:时翠兰

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座

邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795954

印装者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:12.75

字 数:294千字

版 次:2012年12月第1版

印 次:2012年12月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:22.00元

产品编号:041820-01

1. 本书编写的目的与意义

发展现代服务业是我国调整经济结构、实现产业升级的重要战略决策,其中发展服务外包产业是实现我国经济增长和产业结构转移的重大决策。大力发展服务业能使我国从传统制造业向低污染、高收益的第三产业转移,能够起到增加社会就业,深化社会分工,降低社会交易成本,以及提高资源配置效率的经济作用。

服务外包产业能够逐渐改善我国过分依赖制造业出口贸易的顽疾,良好的对外服务外包的承接能够带来企业利润和国家税收的迅速提高以及国家外汇储备的增长,对预防经济危机起积极的作用,从侧面上能起到稳定国家发展的政治作用。

服务外包产业的社会效应也是巨大的,现代服务外包产业需要大批的高素质人才,为我国国民素质的提高起到积极作用,还能够极大地解决中国高校毕业生就业难的问题,从而为社会稳定做出重要贡献。

但中国服务外包产业相比于印度、爱尔兰等国家还处于初级阶段,缺乏系统的理论和实践指导,很多外包企业难以切实领会服务外包的真实含义,这些问题都是我国发展服务外包产业遇到的真实问题,亟待解决。

本书针对服务外包产业的基本问题,通过理论和实务两个角度进行阐述和总结,提出了中国服务外包产业的基本问题和相应的解决思路,突破以往只谈理论或只谈实务的编写思路,是迄今为止,比较全面和综合论述外包服务的书籍。

本书内容上从服务外包市场发展、服务外包理论的演进、服务外包的企业管理,以及最佳实践案例等多角度着手综合详尽地阐述和分析服务外包产业的基本问题,对服务外包行业有积极的指导意义。

发展服务外包产业是一项系统工程,任重而道远。希望本书的出版能够给在该领域探索的企业家、学者以及政府工作人员带来帮助,并为服务外包产业的健康高速发展贡献一份力量。

2. 本书内容安排

本书共分为12章,按照由理论到实务的顺序从浅入深进行讲解。在书

的最后两章特别选取了服务外包的成功案例进行剖析,理论联系实际地对服务外包进行深入讲解。

第1章主要介绍服务外包产生的背景,当前现状以及未来发展的趋势。从而阐明学习和研究服务外包对于国家和社会经济的重要性,这也是本书编写的重要目的和意义。

第2章主要介绍服务外包的相关概念,引用不同学者的研究来说明到底什么是服务外包,怎么去理解当今社会的服务外包。在阐述完服务外包的相关概念后,本书又从不同的角度对服务外包进行分类,帮助读者进行细化理解。

第3章从服务外包与社会经济的关系的角度来论证服务外包对社会经济的有利和不利的影响,以指导如何在发展外包服务的过程中趋利避害,达到企业、国家、社会三者效益最大化。

第4章介绍当前对于服务外包的相关理论研究,主要从理论发展历程、企业产生理论、企业管理理论等几个方面进行介绍,为理解服务外包奠定理论基础。

第5章主要介绍发展服务外包所要具备的主观和客观条件,并且联系当前国内外比较著名的服务外包城市进行分析,从交通、投资环境、政策、人才等角度说明发展服务外包的一些关键要素。

第6章主要介绍服务外包的相关发展战略和产业规划,从动态竞争力、核心竞争力、成本领先等角度进行分析,主要分析相关战略实施的意义和应该注意的问题,以及如何构建相关战略。

第7章主要从服务外包企业的构建,服务外包企业内外部的沟通 and 交流,外包企业与发包商关系的管理,外包企业绩效考核等角度来阐述服务外包企业应该如何进行管理,如何与发包商建立管理并且沟通维护,如何正确实施内外部沟通等。

第8章主要用SWOT分析法来分析中国发展服务外包的优劣势以及存在的机遇和挑战,提出相关应对建议。分析当前中国发展服务外包的现状,以及中国服务外包的重点城市发展的思路,通过比较分析得出当前中国模式的优势和不足。

第9章主要从印度、菲律宾、爱尔兰等承接服务外包大国来说明当前世界主要服务外包承接国家的产业结构、基础设施以及发展现状。

第10章主要介绍美国、日本以及欧洲发包市场的相关情况,分析不同市场之间的异同。分析中国同主要发包方之间的关系,以及中国承接的业务范围。

第11章通过案例对服务外包进行详细的分析,让读者更好地理解服务外包。两个案例分别设计ITO和BPO,比较具有行业代表性。

第12章“服务外包发展新趋势”探讨网络环境下的在线服务外包及其表现形式,并对在线服务外包典型案例进行剖析。

3. 本书特色

本书具有以下特点:

(1) 内容充实,体系完整,涵盖了服务外包各个领域的情况。本书按照理论到

实务的顺序进行编写，通俗易懂，思路清晰。

(2) 本书提供了大量的数据，有丰富的数据支持，经得住科学的考证。在编写过程中，引用了大量国内外著名咨询公司的数据，使本书内容更加丰富，更加真实。

(3) 为了使读者更好地理解所学内容，本书增加了大量的案例，理论联系实际进行分析，与现实紧密结合。

(4) 本书可以充分调动学生的积极性和主动性。由于引用大量的案例，因此可以使学生在学习过程中充分思考，增加学习的趣味性。

(5) 本书的内容完整充实，信息量较大，重点突出，逻辑连贯，可以使学生在理解的基础上获得大量的知识。

本书由井然哲、王金成执笔编写，主要参编人员有张永、李慧、王景阳、杨秋艳、徐慧等。

在编写过程中，作者参阅了诸多国内外学者在服务外包领域的研究成果，在此一并对他们表示感谢。本书得到了清华大学出版社、国家自然科学基金（No.71072037）、国家高技术研究（863）计划项目（No.2007AA04Z1B2）的大力支持，在此表示衷心感谢。由于时间紧迫，加之水平所限，书中错误和遗漏之处敬请广大读者批评指正。

编 者

2012年7月

目 录

第 1 章 服务外包产业的产生与发展	1
1.1 服务外包产生的背景	1
1.2 服务外包国内外的发展现状	4
1.3 服务外包的发展趋势	7
1.4 案例——一家全流程金融运营服务商的崛起	8
第 2 章 服务外包概念及分类	11
2.1 服务外包的相关概念	11
2.2 服务外包的一般分类	13
2.2.1 信息技术外包简介	13
2.2.2 BPO 简介	17
2.2.3 知识流程外包简介	19
2.3 服务外包的其他分类	22
2.3.1 根据供应商的地理位置划分	22
2.3.2 根据业务和应用领域划分	23
2.3.3 根据核心业务的差异划分	24
2.4 案例——惠普外包服务助力百安居实现快速成长案例	29
第 3 章 服务外包与社会经济	33
3.1 服务外包产业对社会经济的贡献	33
3.2 服务外包的消极影响	35
3.3 服务外包对中国的启示	36
3.4 案例——改善流程,支持交付和成长	41
第 4 章 服务外包理论综述	43
4.1 服务外包理论的研究重点及发展历程	43
4.1.1 对服务外包概念的界定	43
4.1.2 关于服务外包动因的研究	44

4.1.3	对国际服务外包的一般性经验研究	44
4.1.4	技术变革与服务外包关系的研究	44
4.1.5	离岸服务外包对发包国的经济影响研究	44
4.1.6	从交易成本角度对企业外包进行的研究	45
4.1.7	对服务外包影响因素的研究	45
4.1.8	关于外包风险的研究	45
4.1.9	关于外包承接方的选择研究	45
4.2	服务外包企业产生理论研究成果	46
4.2.1	社会分工理论	46
4.2.2	社会交换理论	47
4.2.3	委托代理理论	48
4.2.4	交易成本理论	49
4.2.5	比较成本理论	51
4.3	服务外包企业管理理论	51
4.3.1	供应链管理理论	51
4.3.2	核心竞争力理论	53
4.3.3	资源基础理论	57
4.3.4	规模效应(产业集群)理论	60
第5章	服务外包业的发展条件	63
5.1	服务外包产业的客观条件	63
5.1.1	外包地区的地理交通及通信环境	63
5.1.2	外包地区的产业环境	64
5.2	服务外包产业的主观条件	64
5.2.1	外包地区的人才环境	64
5.2.2	外包地区的技术环境	66
5.2.3	外包地区的投资促进环境	66
5.2.4	外包地区的政治环境	67
5.2.5	地区文化和价值观	67
5.3	主要服务外包城市的环境条件	68
5.3.1	国外外包城市外包的发展环境(以印度为例)	68
5.3.2	国内主要外包城市的发展环境	69
5.4	案例——中关村软件园	71
第6章	服务外包的发展战略与相应的产业规划探索	74
6.1	服务外包的发展战略	74
6.1.1	成本领先战略	74
6.1.2	动态竞争力战略	77

6.1.3 核心竞争力战略	79
6.2 服务外包产业规划	81
6.2.1 优势战略的构建	81
6.2.2 动态竞争力战略的构建	84
6.2.3 核心竞争力战略的构建	86
6.3 案例——印度 Wipro 公司的发展	89
第 7 章 服务外包企业的管理	91
7.1 服务外包企业的组织构建	91
7.1.1 成本优势战略外包企业的组织构建	91
7.1.2 核心竞争力战略外包企业的组织构建	93
7.2 外包企业的沟通 and 交流	95
7.2.1 外包企业内部的沟通 and 交流	95
7.2.2 外包企业与发包方的沟通 and 交流	98
7.3 外包企业与发包商的关系管理	100
7.3.1 外包企业与发包商合作关系的建立	100
7.3.2 外包企业客户关系的维护	102
7.4 外包企业的绩效评价	105
7.4.1 外包绩效及其管理研究现状	105
7.4.2 绩效评价的原则	107
7.4.3 外包绩效的影响因素	107
7.4.4 外包绩效评价维度设计思想	109
7.4.5 绩效评价指标体系的建立	111
7.5 案例——英国荷兰合作银行	112
第 8 章 中国发展服务外包战略分析	114
8.1 中国发展服务外包产业的动因分析	114
8.2 中国发展服务外包的 SWOT 分析	115
8.2.1 中国发展服务外包的竞争优势	115
8.2.2 中国发展服务外包的劣势	118
8.2.3 我国发展服务外包的机遇	119
8.2.4 我国发展服务外包面临的挑战	120
8.2.5 对我国服务外包发展的建议	121
8.3 中国服务外包市场的总体概况	122
8.3.1 中国服务外包市场的产业结构	124
8.3.2 中国服务外包产业结构升级建议	125
8.3.3 中国服务外包企业竞争能力提升建议	126
8.4 中国主要服务外包城市的发展概况	126

8.4.1	大连服务外包的发展模式·····	126
8.4.2	上海服务外包的发展概况·····	129
8.4.3	北京服务外包的发展概况·····	132
8.4.4	天津服务外包的发展概况·····	135
第9章	世界主要外包承接国家·····	139
9.1	印度服务外包产业·····	139
9.1.1	印度服务外包产业的发展现状·····	139
9.1.2	印度服务外包产业的产业布局·····	140
9.1.3	印度服务外包产业的发展模式·····	141
9.1.4	印度服务外包产业的竞争优势劣势分析·····	145
9.2	菲律宾服务外包产业·····	148
9.2.1	菲律宾服务外包产业的发展现状·····	148
9.2.2	菲律宾服务外包产业的产业布局·····	148
9.2.3	菲律宾服务外包产业的发展模式·····	150
9.2.4	菲律宾服务外包产业的竞争优势劣势分析·····	152
9.3	爱尔兰服务外包产业·····	154
9.3.1	爱尔兰服务外包产业的发展现状·····	154
9.3.2	爱尔兰服务外包产业的产业布局·····	154
9.3.3	爱尔兰服务外包产业的发展模式·····	155
9.3.4	爱尔兰服务外包产业的竞争优势劣势分析·····	157
第10章	世界主要的服务外包发包方·····	159
10.1	世界主要发包国市场分析·····	159
10.1.1	日本发包市场分析·····	159
10.1.2	美国发包市场分析·····	160
10.1.3	欧洲发包市场分析·····	162
10.2	中国与主要发包方的业务关系·····	163
第11章	服务外包产业成功案例·····	166
11.1	国家开发银行的IT服务整体外包案例·····	166
11.2	BPO成功案例·····	170
11.2.1	荷兰皇家银行的人力资源外包·····	170
11.2.2	阿迪达斯王国的供应链物流外包策略·····	172
第12章	服务外包新趋势——在线服务外包·····	177
12.1	在线服务外包产生的背景·····	177
12.2	在线服务外包的表现形式·····	178

12.2.1 在线众包.....	178
12.2.2 云计算下的 IT 服务外包	180
12.2.3 传统服务外包的在线转移.....	183
12.3 在线服务外包案例分析.....	184
12.3.1 猪八戒在线外包交易平台.....	184
12.3.2 云计算在澳洲银行业业务外包应用案例分析.....	186
参考文献	189

第1章

服务外包产业的产生与发展

本章介绍服务外包产生的背景,以及当前国内外服务外包发展的趋势。

本章的学习要求:

- (1) 熟悉服务外包产生的各个阶段。
- (2) 了解服务外包在国内外的发展现状。
- (3) 了解服务外包在当前国际形势下的发展趋势。

1.1 服务外包产生的背景

2010年,一部美国电视剧《服务外包》迅速风靡全球。电视剧中的故事发生在印度,主要描述美国文化和奇异的印度文化产生碰撞时所带来的笑料和喜剧元素。

众所周知,当前印度的服务外包业全世界著名,而美国也是印度的主要发包市场。美国很多企业都将其产品(特别是软件产品)委托给印度企业制作,也有些企业直接在印度开设以服务外包为主业的分公司或相关机构。当然,美国和印度之间的服务外包关系只是世界服务外包产业的一个缩影,当前我们的生活处处离不开服务外包。

如果你去英国合作银行(Cooperative Bank)办理业务,你会发现里面的工作人员都穿着英国合作银行统一的制服,都拥有着极其熟练的业务技能与标准的解决问题的流程,但是你没想到的是你此次业务的办理可能是英国合作银行全面借助外包提供的服务,在英国合作银行中,与我们生活息息相关的账户管理、信用卡管理、现金业务、计算机交易记录、自动柜员机等业务都被英国合作银行外包给第三方公司实现。其本公司的员工则致力于其核心业务——客户关系的建立和维护,英国合作银行一直强调和用户的接触是至高无上的。银行愿意将更多的精力放在客户的满意度上,以带来更加可观的利润。

其实,当前很多公司都通过外包的形式来降低自己的成本,使自己的主要精力集中于优势的、核心的、关键性的业务。例如,雪佛兰和奇瑞不约而同地把车型设计委托给外部设计厂商进行;国家开发银行委托汇浦对其下属机构台式机和主机提供维修管理等IT服务;美国电脑软件企业每年把几十亿美

元软件编程工作分配给印度工程师完成;香港银行则把数据输入和电话呼叫工作转移给深圳服务公司提供;还有一些像公司的财务、人力招聘等非核心业务也会被外包出去,以使企业专注于自身优势业务。

那么,到底什么是外包,它是如何发展来的呢?

所谓外包,一般是组织把自己做不了、做不好的事交给专业公司去完成,利用它们的专长和优势达到降低成本,提高生产效率和增强发包商竞争力的一种管理模式。

外包是经典比较优势理论的最新实践,是经济发展的必由之路。英国经济学家大卫·李嘉图创立了基于比较优势的自由贸易理论,即如果每个国家专门生产自己具有比较优势的产品,然后用各自的产品进行交换,贸易双方都会从这种交换中获益,各自的整体居民收入水平都会提高。

发达国家与发展中国家经济发展水平的差异以及各国产业的分工、IT技术的进步为发包商通过外包实现降低生产成本创造了现实的可行性。另外,实施外包可以获得价值链优势。随着社会分工的不断深化,价值链的增值环节变得越来越多,结构也更加复杂。价值链的不断分解使发包商不可能也没有必要从事所有的价值链活动。外包正是在这样的环境下应运而生并得以发展的,发包商把不具有比较优势或非核心的环节外包分离出去,在市场上寻求新的合作伙伴,组成协同关系,共同完成整个价值链的全过程。

随着生产社会化、专业化水平的提高,制造外包应运而生。制造外包出现于20世纪初叶工业生产进入大规模机械化时期。制造商出于降低成本的目的将零部件外包给接包商生产,结果导致了社会化、专业化水平的提高,从整体上提高了劳动生产率。20世纪80年代,随着运输成本的下降和生产后勤组织的改进,外包向低工资邻国延伸。20世纪90年代以来,西方制造商纷纷舍近求远,中国成为主要接包国家,被称为“世界工厂”。作为经济全球化的重要表现,制造外包的产生和发展有其历史的必然性。1913年,美国福特公司先将流水装配线引入到T型小轿车的制造,标志着工业生产进入规模机械化生产时期的开始。其特点是生产组织日趋复杂化,整个生产程序被分解为设计、部件制造、组装等阶段。以后工业生产虽然向海外扩展,但是在海外和国内的生产方式雷同,产品就地生产,就地销售。这就是说,产品品牌已经全球化了,而生产方式并未改变,对海外的直接投资只是为了利用当地的原材料和人力资源,并占据那里的市场。随着生产分工日益细密,尤其是部件制造标准化,公司把一部分部件制造分包给外厂,如汽车的电气系统、制动装置、变速箱等,部件接包商又将一部分零件再转包出去。于是,生产的专业化、社会化水平得到不断提高,这有利于降低生产成本和提高产品质量,从整体上提高劳动生产率。

20世纪90年代初,主要发达国家开始普及应用IT。随着网络技术的发展和通信成本的迅速下降,在世纪之交远程IT产业应运而生,其效益大大超过制造外包。许多著名的IT公司开始提供专业的IT服务,并且逐渐成为公司的主业。众所周知,IBM公司以前是计算机硬件制造厂商,为了适应市场的需求变化,它在20世纪90年代初进行经营战略调整,改组为以提供IT服务为主的企业,从而使它从衰退中得到振兴。与此同时,IT产业结构本身也产生了深刻变化,表现为企业客户对IT需求的格局出现以硬件为主向以软件为主的转变。中国设备部研究院等机构对中国行业信息工厂投入中轻软件的想法大大改观,软件服务占总体信息化工厂投入的比例由2004年的34%上升到2007年的

43%。这种变化的原因之一便是硬件制造已逐渐外包给低工资国家,从而降低了成本。至此,作为服务外包起源的 IT 服务外包得到迅速的发展。

凭借着互联网和电信技术的广泛普及,服务业正经历着与制造业相似的变化:由生产成本低高的地区转移到成本低的地区。因此,服务外包领域逐渐由单一的 IT 服务向其他服务业务扩展,许多发达国家开始把大量服务性、知识性的职位向低工资国家转移,像发包商的市场研究、人力资源管理、债务托收、审计以及法律事务、保险承销等业务都可以外包,这不仅有助于发包商增强其核心竞争力,而且能够为发包商降低成本、提高效益。例如,第一数据公司(FDC)专营信用卡业务,它为 1400 家信用发行公司发放 4.17 亿张信用卡,雇员达 3 万人之多。由于计算机网络不受时空限制,服务业比制造业更容易打破地理限制,最具有全球性的特点,因此服务外包发展极为迅速。据调查,2002 年只有 1% 的美国发包商愿意将服务业务外包给海外接包商,一年后这个比重就骤升到 19%,2004 年已达到 50%。据 Garener 公司预测,未来中国在 10 年内,全球服务外包市场将以年均 8.2% 的速度快速增长。商务部提供的资料显示,根据不同机构的估计,目前全球服务外包的市场规模在 3000 亿美元至 5000 亿美元之间,并将在未来若干年继续保持 20%~30% 的增长速度,预计到 2008 年服务外包的市场规模将突破 1 万亿美元。图 1-1 是毕马威统计的选择第三方外包服务商的原因。

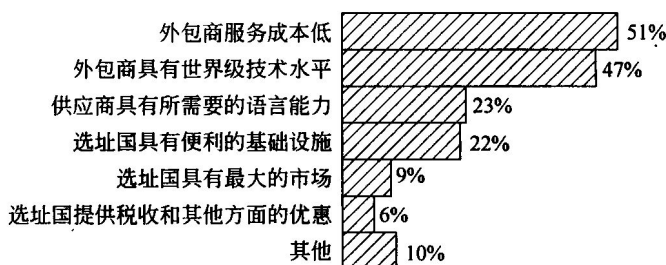


图 1-1 毕马威统计的选择第三方外包服务的原因

服务外包的实际效益要比制造外包更加明显,根本原因是信息传递要比物质运输便捷得多,成本也相对便宜得多,这使得西方发包商可以在更大的范围内广泛利用全球的廉价智力资源。日本丰田公司在美国芝加哥生产小轿车,就地开拓市场,同美国三大汽车公司竞争。小轿车的核心部件 V6 发动机由日本的名古屋运到芝加哥需要 25~27 天,为此丰田在芝加哥的组装工厂不得不库存大批发动机,从而积压一大笔资金。而通过远程信息传输的服务外包完全无此负担。但是服务外包也同样存在许多特殊障碍,突出的有以下两个方面:一是外包手续烦琐。制造厂商外包只需按订货单验收产品付款即可,而服务外包则有一个特殊的过程,双方必须签订有法律约束力的合同,而且在执行过程中经常会出现纠纷。为了建立和谐互信的合作关系,双方还需要有共同的文化基础。二是服务外包的远程信息处理不像工厂生产零部件那样固定、规范,没有现场指导很容易出现偏差,影响整体工作的进程。因此,这类外包一般采取两个步骤实行,首先在公司近距离的本国服务商试行,经过实践有了准则和技术标准后再向国外转移。服务外包产业发展的动因分析如图 1-2 所示。

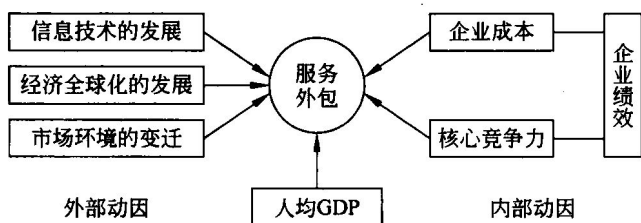


图 1-2 服务外包产业发展的动因分析

服务外包产业越来越成为世界各国关注的焦点。随着世界范围内新一轮产业结构的调整和贸易自由化进程的继续推进,服务业和服务贸易在各国经济中的地位还将不断上升,服务外包产业整体趋于活跃。与此同时,随着欧美等主要发包国的白领职位向人力成本较低的国家大量转移,国内公民就外包对其就业市场的影响显示出极大忧虑。一些政策制定者已经建议政府出台相关限制政策阻止业务被外包出去,并有一些国家已经采取了这类做法。但是麦肯锡全球研究所(MGI)就美国离岸外包争议的一项研究显示,美国离岸外引起就业机会流失和工资损失的恐惧被夸大了。保护主义可能在短期内会保护一些职位不被转移出去,但是长期如此势必会限制创新,同时阻碍新就业岗位的创新。所以,与其试图阻止全球化的进程,还不如将目标放在应对其所产生的变化上。

1.2 服务外包国内外的发展现状

目前全球服务业主要发包国家集中在北美、西欧和日本等发达国家和地区。美国是外包业务最活跃的地区之一,最高时占据全球服务外包发包市场 90% 的份额,接包国家主要是印度、爱尔兰、菲律宾、巴西、中国等。外包第一大国印度几乎垄断了美国市场,其软件业 80% 的收入依赖外包业务。欧洲的市场则被爱尔兰垄断。近年来,我国服务外包业务迅速发展,形成了环渤海、长三角、珠三角三大产业集群,日渐成为一个新兴的全球外包中心。但与服务外包发展最快的印度相比,无论是在经济转型的思路,还是在地方发展的实践上,都处于产业发展的初期阶段。2008 年印度承接服务外包金额 422 亿美元,是我国的 9 倍;直接从业人员超过 200 万,是我国的 4 倍;承接全球 65% 的软件外包业务和 46% 的其他服务外包业务,是全球最大的提供外包服务的国家。

商务部指出,2010 年全球服务外包市场规模将达到 12 000 亿美元。而按照印度的估计,到 2010 年左右全球将有 1 万亿美元的信息技术外包(Information Technology Outsourcing, ITO)、有 1 万亿美元的业务流程外包(Business Process Outsourcing, BPO)。另据分析,全球离岸服务外包市场规模未来几年将保持 20% 以上的增长速度。但是,国际服务外包仍处于发展的起步阶段,世界最大的 1000 家公司中,大约 70% 尚未向低成本国家外包任何商务流程,迄今国际服务外包业务只占全部业务流程的 1%~2%。随着跨国公司经营理念的进一步变革,非核心业务的离岸外包将成为趋势,国际服务外包市场前景十分广阔。未来 5~10 年将是我国服务外包发展的黄金时期。图 1-3 是毕博咨询公司调查的 2006 年—2010 年世界服务外包产业规模。

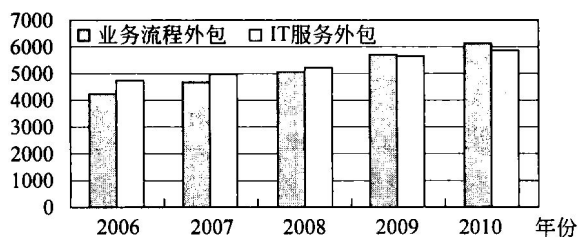


图 1-3 毕博咨询公司调查的世界服务外包产业规模

我国积极发展服务外包业。2006年以来,商务部与工业和信息化部、科技部相继认定北京、天津、上海、重庆、南京、西安等20个中国服务外包示范城市。这些城市纷纷出台鼓励服务外包发展的政策措施,逐步发展成我国国际服务外包的主要承接地,20个示范城市的各项主要统计指标已占全国总量的75%以上。2009年1~9月,全国新增服务外包企业3287家,新增从业人员58.5万人,其中新增大学毕业生(含大专)从业人员39.8万人;承接国际服务外包合同签约金额126.9亿美元,同比增长212%;实际执行合同金额73.4亿美元,同比增长170.2%。在金融危机背景下,取得了相当不错的成绩。中国的服务外包业主要包括ITO和BPO。ITO是指服务外包发包商委托服务外包提供商向企业提供部分或全部信息技术服务,主要包括信息技术的系统、应用管理及技术支持服务。ITO用于向客户提供IT基础设施,或企业应用服务,或同时提供这两方面的服务。BPO即业务流程外包,就是企业将一些重复性的非核心或核心业务流程外包给供应商,以降低成本,同时提高服务质量。在一个典型的BPO合同中,外包服务供应商将承担公司的某个特定职能,并对流程进行重组。埃森哲的中国服务外包市场细分如图1-4所示。

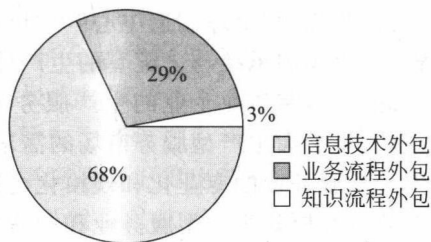


图 1-4 埃森哲的中国服务外包市场细分

尽管我国服务外包尚处于起步阶段,总体规模还很小,但发展的潜力巨大,优势明显。

首先,从人力资源看,2005年全国科学家和工程师超过250万人。全国每年毕业的大学生、研究生在400万人以上。并且,这一数字仍呈上升趋势。

其次,从政策环境看,我国初步形成了良好的外商投资环境,很多地方政府出台了相关产业扶持政策,建立了较完整的支持服务体系。表1-1列出了我国近几年制定的行业政策。

表 1-1 我国几年来频繁出台行业政策一览

出台时间	文件名称	政策内容
2006年10月	2006年10月《商务部关于实施服务外包“千百十工程”的通知》	建设10个具有一定国际竞争力的服务外包基地城市,培养1000家有国际资质的大中型服务外包企业
2008年2月	《财政部、商务部关于支持承接国际服务外包业务发展相关财税政策的意见》	积极发挥公共财政职能,支持外包基础设施、外包人才培养

续表

出台时间	文件名称	政策内容
2009年1月	《国务院办公厅关于促进服务外包产业发展问题的复函》	鼓励政府与企业业务外包
2009年4月	《财政部等关于技术先进型服务企业有关税收政策问题的通知》	2010年7月1日—2013年12月31日,对20个服务外包示范城市的技术先进型服务企业减按15%税率征收企业所得税
2009年9月	《财政部等关于鼓励政府和企业发包促进我国服务外包产业发展的指导意见》	鼓励政府、央企以及地方企业加大外包力度,分步骤的将业务外包,扶持外包领域龙头企业
2010年4月	《国务院办公厅关于鼓励服务外包产业加快发展的复函》	在税收、金融服务、财政支持等方面加强对服务外包企业的发展
2010年7月	《财政部等关于示范城市离岸服务外包业务免征营业税的通知》	对注册在北京等21个示范城市的服务外包企业实行税收优惠
2010年10月	《中共中央关于制定十二五规划的建议》	促进产业结构升级,加快发展服务业,大力发展生产型服务业和生活性服务业。利用外资优化结构,发展服务外包
2011年2月	《进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展的若干政策》	强调大力发展国际外包服务,同时鼓励政府、企业的非核心业务进行外包

再次,从市场看,除了劳动力资源丰富和强大的政府支持外,我国还有一个较大的优势,就是被称为“全球制造中心”与“世界工厂”的制造业优势。跨国公司制造业继续向我国转移,为我国承接与之配套的生产性服务外包业务提供了市场。随着科技进步与社会分工的深化,制造业企业的生产服务部门逐步外部化,使得服务外包数量和种类不断增加,进一步扩大生产型服务市场的需求,促进生产型服务业的发展更加专业化和规模化,而生产型服务业的专业化和规模化会进一步造成制造业企业的生产服务部门外部化,这一循环过程便是生产型服务业和制造业之间的互动发展关系。当前我国制造业正处于从传统制造业向先进制造业转变升级的关键阶段,而实现这种转变与升级就必须充分利用服务业对制造业的推动作用,更多地把人力资本和知识资本引入制造业企业。

另外,我国的“现代服务业”对服务外包的需求强劲。“现代服务业”是指以现代科学技术装备的、实施现代管理方式的服务业。传统服务业向现代服务业体系的转变过程意味着服务业技术含量的提升、管理模式的转变、运行机制的更新、产品创新性的增加。服务业在现代化的过程中将衍生出对信息、管理、研发、咨询等信息技术服务和商务流程服务的外包需求。服务业自身的服务外包发展趋势使得各个服务行业协同发展、相互融合,形成服务业的“自我增强的机制(self-enforcing mechanism)”。

最后,从基础设施看,我国交通、电力、通信网络等基础设施建设的加强,同样为承接国际服务外包提供了较好的硬件条件。近几年来我国的交通、电力、通信网络等基础设施建设发展迅速,特别是东部沿海城市。水路、公路、铁路、航空等交通网纵横交错,城市内部公交运输系统逐渐完善,很多城市已经建设有或者准备建设地铁,进一步增强了交通运输能力和便捷性。通信方便宽带、移动通信等全方位覆盖,能够满足人们正常生活及娱乐需求,并且不断完善,通信基础设施建设取得了不错的成绩。这些都为服务外包在我国的发展提供了便捷的条件,从而可以更好地吸引国外发包商,为承接国际服务外包提供了较好的硬件条件。