

高职高专国际商务应用系列教材

国际服务外包理论与实务

—— GUOJI FUWU WAIBAO LILUN YU SHIWU ——

(美)格利哥(Greco, J.F.) 鲁丹萍 (美)肖步哲 编著



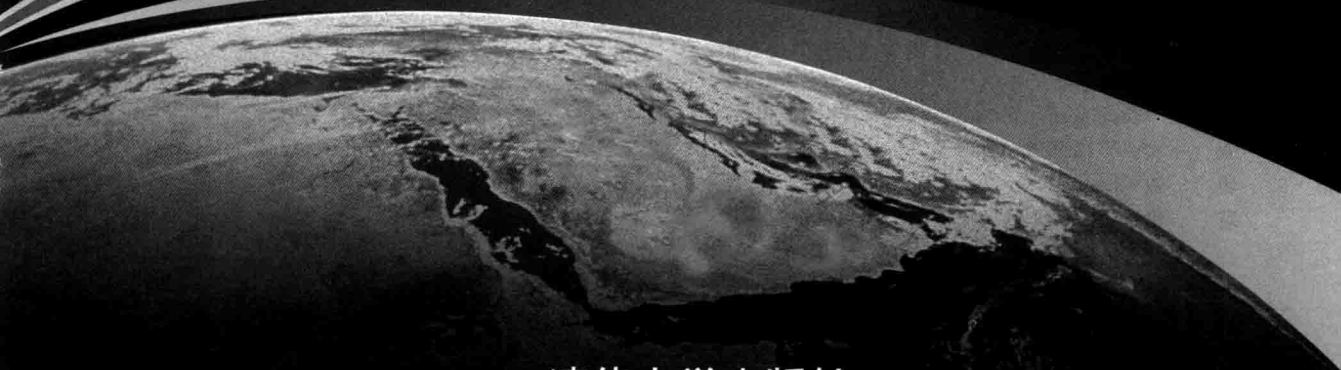
清华大学出版社

高职高专国际商务应用系列教材

国际服务外包理论与实务

—— GUOJI FUWU WAIBAO LILUN YU SHIWU ——

(美)格利哥(Greco, J.F.) 鲁丹萍 (美)肖步哲 编著



清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

《国际服务外包理论与实务》立足于研究外包理论和外包实务操作,系统地介绍了国际服务外包的产生和发展,外包策略和业务流程;分析了外包的成本与收益,以及服务外包在中国的发展现状、存在的问题,以及未来的发展趋势;全面阐述了服务外包发展的主要分类与主要形式。本书内容广泛、重点突出、实用性强,理论与实务操作相结合,体现了本学科当前最新成果。

本书可供大中专院校财经类专业及相关专业学生作为教材,也可作为外经贸工作者的参考书。

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

国际服务外包理论与实务/(美)格利哥(Greco, J. F.),鲁丹萍,(美)肖步哲编著. —北京:清华大学出版社,2012.8

(高职高专国际商务应用系列教材)

ISBN 978-7-302-29339-2

I. ①国… II. ①格… ②鲁… ③肖… III. ①服务业—对外承包—高等职业教育—教材 IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 160376 号

责任编辑:康 蓉 陈凌云

封面设计:宋 彬

责任校对:刘 静

责任印制:何 芊

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>, 010-62795764

印 刷 者:北京季蜂印刷有限公司

装 订 者:三河市兴旺装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:16.5 字 数:376 千字

版 次:2012 年 8 月第 1 版 印 次:2012 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:35.00 元

产品编号:047261-01

高职高专国际商务应用系列教材

编委会名单

主 任：安 徽(北京经济管理职业学院)

副 主 任：鲁丹萍(温州职业技术学院)

编委会成员 (按拼音排序):

岑丽娟(浙江林学院)

符海菁(上海思博职业技术学院)

蒋琴儿(浙江林学院)

江文虎(温州出入境检验检疫局)

李友新(温州海关)

林 俐(温州大学)

刘明鑫(辽宁经济职业技术学院)

孙玮琳(浙江商业职业技术学院)

温耀庆(上海对外贸易学院)

姚大伟(上海思博职业技术学院)

张 琦(浙江湖州职业技术学院)

张润卓(辽宁经济职业技术学院)

赵 轶(山西省财政税务专科学校)

郑 敏(辽宁经济职业技术学院)

出版说明

随着中国加入 WTO 和对外贸易的飞速发展,外贸从业人员越来越多,外销员、报关员、货代员、单证员、跟单员、报检员等与岗位要求密切联系的外贸职业资格考试在全国迅速展开。国际商务专业的教学逐渐与相应的岗位需求和职业资格考试接轨,以培养应用型人才为主要目标的高职高专院校、应用型本科院校以及相关的职业培训机构更是适应了这种要求。国际商务专业教学目标的新要求,对于国际商务的教材建设提出了全新的要求。

应对这种需求和变化,清华大学出版社职业教育分社组织国际商务领域的专家以及相关从业人员编写了这套“高职高专国际商务应用系列教材”。本套教材的编委会成员均为在该专业领域中办学特色鲜明、教学改革成效显著、师资力量雄厚的高职高专院校和应用型本科院校的一线骨干教师,以及外贸管理、外贸企业等部门的从业人员。编委会根据最新的国家外贸政策、国际商务教学需求,以及外贸行业岗位需求规划教材体系,突出人才培养的针对性、实践性、应用性原则。

本套教材有效地解决了教材编写与外贸行业岗位需求、职业资格考试的要求互不衔接的问题。同时,本套教材注重立体化建设,兼顾“教学”、“实训”、“练习”、“考证”、“培训”五个方面,实现了“五位一体”,重点教材配备了习题、实训、多媒体课件和网络资源,可以满足教、学、考、练等方面的综合要求。

本套教材的组织编写原则如下:

1. 根据外贸行业岗位需求和职业资格考试确定产品,并成立高职高专国际商务应用系列教材编写委员会。
2. 在内容构建上根据教学需要和实际业务需要,在体现课程系统性和知识性的同时,根据岗位需求和职业资格考试要求突出重点,详略得当。
3. 摆脱传统教材单一叙述性的编写方式,引进案例式教学、实训式教学、模拟式教学等教学模式,根据课程特点加强习题和实训教材建设与立体化教材建设。
4. 体例格式方面全面创新,融系统性、知识性、趣味性、可读性为一体。

(1) 每个项目或模块前有“知识目标”和“能力目标”,提示出要达到的能力要求;后有“模块小结”和“关键概念”,概括总结

核心内容。

(2) 加大教材中课后习题量,并独立编写有关的习题和实训指导教材,以方便讲练结合。教材的课后习题以及习题集,均做到贴近各门考试的真题,题型丰富,并配有参考答案。

(3) 为了使教材的形式活泼多样,教材中适当添加点缀性栏目,不仅拓展了学生的思路、扩大了学生的知识面,而且增加了教材本身的趣味性和可读性。

5. 编委会由具有丰富教学经验和多年实践经验的教师以及相关部门从业人员共同组成,突出“双师型”编者体系。

清华大学出版社职业教育分社自成立以来,就立足于出版质量上乘、特色鲜明的优秀教材。随着我国国际贸易的进一步发展,广大高职高专院校和应用型本科院校的国际商务专业无论是课程设置还是教材建设,都会有许多新课题。希望各院校在使用教材时能积极提出宝贵意见和建议,并向我们推荐优秀的选题,反馈信息请发至 gzgz@tup.tsinghua.edu.cn。清华大学出版社将不断对已出版教材进行修订,使其日臻完善,并进一步开发更多的优秀教材。

清华大学出版社职业教育分社
2012年1月

丛书前言

三十多年的改革开放已经使中国成为经济全球化的受益者，中国已成为对外贸易增长最快的国家之一。自 2002 年以来，中国的对外贸易连续 4 年保持两成以上的高速增长。2011 年中国外贸进出口总值 36 420.6 亿美元。据世界银行预测，到 2020 年，中国有望成为美国之后的世界第二大贸易国，并带动世界贸易的增长。对外贸易的快速发展必然对国际商务人才产生巨大的需求。

高等教育体系中的国际商务专业教学，是使该专业的学生能够在外经贸企业、外资企业、外贸管理等部门从事外贸销售、外贸制单、进出口货物报关、涉外商务代理、货运代理、船务代理、涉外商务咨询、商务文秘和其他涉外商贸服务与管理的工作。在知识结构、能力结构等方面要求掌握基本的贸易政策、法规和国际惯例，能够具体运作国际商务中各个业务环节，并具有扎实的外语基础和应用能力。由于国际商务专业具有明显的技能型特点，因此，在教学内容与手段上强调应用性和实践性。

高职高专和应用型本科院校的国际商务专业教学应以就业为导向，以培养高技能人才为目标，满足社会发展和经济建设的需要。在以就业为导向方面，目前我国已由相关部门推出了外销员、国际商务师以及单证员、跟单员、货代员、报检员、报关员等职业资格从（执）业资格考试制度。明确的职业资格准入制度以及职位岗位能力要求，使得国际商务专业的教学有了与就业需求对接的“接口”，可以减少学生毕业后的职业“磨合”过程。

为了适应国际商务专业教学教改以及就业需求导向的要求，我们在清华大学出版社的组织下编写了“高职高专国际商务应用系列教材”。本套系列教材完全适合国际商务专业核心骨干课程的需要，同时兼顾了外销员、单证员、货代员、报检员、报关员等职业资格考试的要求，既可作为广大高职高专院校、应用型本科院校学生的教材，也可供从事外贸业务的人员用作专业培训的参考用书，对参加有关职业资格考试的人员也大有裨益。

本系列教材的编写力求做到：

- （1）以能力为本位，强调对学生应用能力的培养；
- （2）注重技能的训练，在基本原理的基础上，将技能实训引进来，让学生通过实训学会解决问题；
- （3）注重启发性，开头有知识目标、能力目标、先行案例等，

让学生带着问题学习；

(4) 具有综合性，将案例分析、小资料等与教材内容有机地结合，以开阔视野和锻炼学生把握复杂业务的技能；

(5) 具有可操作性，在教材的各模块之后附有一定量的思考题与练习，帮助学生消化所学的知识，主要教材附有习题集或实训指导；

(6) 与职业资格考试相衔接，在内容和练习等方面紧扣相关考试要求；

(7) 注重对新知识的介绍，国际贸易环境处在不断的变化之中，本教材尽可能地将新知识、新方式、新手段介绍给学生，以提高学生的适应能力。

参与本套系列教材编写的人员来自我国天南地北，既有高职高专院校、应用型本科院校第一线专业教师，也有外贸从业人员，公办高等院校、民办高等院校的教师。经过集体反复讨论、修改、征求意见，最终确定了本套教材的出版计划和教材结构、特色以及内容和体例。希望本系列教材的付梓出版能够在国际商务专业的教学教改中发挥重要的作用。

高职高专国际商务应用系列教材编委会

2012年1月

前言

每一次经济与金融危机过后总会迎来一个科技密集创新和产业快速调整的时期。软件和信息服务业作为战略性新兴产业,正面临难得的发展机遇,因而成为各国展开新一轮竞争的重要领域。服务外包作为软件产业的重要组成部分,是调整外贸结构、提升产业竞争力的重要途径。大力发展服务外包,对中国经济贸易发展具有极其重要的意义。

中国服务外包产业虽然整体上与先进国家有很大差距,但是目前发展势头强劲,越来越多的国内高校已开始重视国际服务外包专业人才或复合型人才的培养。高职高专学校也不甘落后,许多高职高专学校已经开设服务外包相关专业和课程,本书正是为满足这些院校的需求而编写。“国际服务外包理论与实务”课程是高等院校国际商务专业的专业基础课,是为培养学生掌握、理解和应用国际服务外包的基本理论、基本技能而设置的一门专业基础课。

基于上述课程定位,《国际服务外包理论与实务》系统地介绍了国际服务外包的产生和发展,外包策略和业务流程;分析了外包的成本与收益,服务外包在中国的发展现状、存在的问题以及未来发展趋势;全面阐述了服务外包发展的主要分类与主要形式。本书以外包业务流程为导向,系统地介绍了国际服务外包理论和业务操作,穿插了很多经典案例。本书根据外包理论的内在逻辑结构、国际服务外包实践和教学经验,采用课堂讲授、案例讨论、实践平台三位一体教学的模式进行编写,旨在培养学生应用知识分析、解决实际问题的“动脑”能力。如需查阅相关资料,请登录课程网址: <http://jp.wzvtc.cn/outsourcing/index.aspx>。

本书可作为高等职业学院、大中专院校经贸专业及相关专业学生的教材,也可作为外经贸工作者的参考书和国际服务外包从业人员资格考试复习用书,是外经贸工作者的重要参考资料。

本书由美国加州州立大学格利哥(Greco, J. F.)教授、温州职业技术学院鲁丹萍教授和美国加州州立大学肖步哲教授编著。格利哥(Greco, J. F.)教授是美国外包协会(Global Outsourcing Association)创办者和领导人之一,国际外包专业协会南加州分会的联合主席。美国加州州立大学 Weili Lu 教授和对外经济贸易大学国际服务外包专家委员会秘书长仲泽宇先生担任本书主审,中国环境管理干部学院冯晓宇

和江苏城市职业学院孙惠老师参加了本书部分章节的编写和资料搜集工作，全书最后由鲁丹萍教授统稿总纂。

本书的顺利出版，要感谢清华大学出版社给予的大力支持和帮助！本书在撰写过程中参考了大量的书籍和文献，书中未一一列出，在此一并向有关作者和出版社表示衷心的感谢！

由于编者水平和能力所限，书中难免存在不妥之处，请读者原谅，并提出宝贵意见。

编 者
2012 年 3 月

目 录

第 1 章 服务外包概述	1
1.1 外包与服务外包	2
1.1.1 外包的概念及分类	2
1.1.2 服务外包的概念及主要内容	3
1.2 外包的原因、特点和优势	4
1.2.1 外包的原因	4
1.2.2 外包的特点	6
1.3 服务外包的产生和发展	7
1.3.1 发展的驱动因素	7
1.3.2 外包的产生和兴起	9
1.3.3 服务外包的迅猛发展	10
1.4 服务外包的种类及形式	10
1.4.1 信息技术外包、业务流程外包和知识流程外包	10
1.4.2 境内外包、近岸外包和离岸外包	14
1.5 服务外包的内容	15
1.5.1 信息系统外包	16
1.5.2 后勤服务外包	17
1.5.3 客户关系外包	17
1.5.4 研发外包	18
1.5.5 人力资源管理外包	19
1.5.6 销售外包	19
1.5.7 物流管理外包	20
1.5.8 财务管理外包	21
1.5.9 售后服务外包	21
1.5.10 文件服务外包	22
第 2 章 外包策略	25
2.1 业务外包计划	26
2.1.1 实施纲领	26
2.1.2 行动计划	27
2.1.3 整体战略	27
2.1.4 企业运营计划	28

2.1.5	人力资源与财务计划	28
2.1.6	沟通计划	29
2.2	外包成功的关键要素	30
2.2.1	项目需求	30
2.2.2	项目计划	30
2.2.3	质量控制	31
2.2.4	进度控制	32
2.2.5	交流沟通	32
2.2.6	服务水平协议	33
2.3	外包风险管理	33
2.3.1	外包风险的种类	33
2.3.2	外包风险的管控	35

第3章 全球服务外包市场 42

3.1	全球服务外包现状与发展趋势	43
3.1.1	全球服务外包发展现状	43
3.1.2	全球服务外包市场发展趋势	49
3.1.3	中国服务外包市场发展趋势	52
3.2	全球服务外包接包国比较	53
3.2.1	老牌离岸服务外包接包国	53
3.2.2	新兴离岸服务外包接包国	54
3.3	中国承接国际服务外包概况	56
3.3.1	中国承接国际服务外包的优势和劣势	56
3.3.2	中国承接国际服务外包面临的机遇	57
3.3.3	中国承接服务外包的具体形式和领域	58

第4章 外包流程 64

4.1	外包流程中的实际问题	65
4.1.1	非正式的业务外包流程	65
4.1.2	对业务外包的隐性成本认识不足	65
4.2	外包的评估和管理流程	67
4.2.1	决定企业目前的业务范围	67
4.2.2	分析企业业务活动的重要性	67
4.2.3	分析相关能力	68
4.2.4	选择服务供应商	68
4.2.5	运用关系策略	69
4.2.6	管理和评估关系	69
4.3	外包流程设计——以人力资源外包为例	70

4.3.1	进行内部沟通,做好宣传工作	71
4.3.2	成立外包实施团队,指定执行单位	71
4.3.3	确定外包模式,锁定服务项目	71
4.3.4	甄选供应商,细化外包方案	72
4.3.5	确定外包方案,选定供应商签约	72
4.3.6	加强外包监管,实行动态调整	72
第5章	离岸外包	76
5.1	离岸外包概述	77
5.1.1	离岸外包的定义	77
5.1.2	供应与共享服务	78
5.1.3	离岸外包的驱动因素	79
5.1.4	外包与离岸外包	80
5.1.5	离岸服务外包与服务外包直接投资	81
5.2	离岸外包的收益	82
5.2.1	经济收益	82
5.2.2	质量收益	83
5.2.3	管理收益	83
5.3	承接离岸外包的风险规避	84
5.3.1	承接离岸服务外包的风险	84
5.3.2	承接离岸服务外包的风险防范措施	85
第6章	IT 外包	89
6.1	IT 外包概述	90
6.1.1	IT 外包的概念与类型	90
6.1.2	IT 外包的特征	93
6.1.3	IT 外包的流程	95
6.2	IT 外包市场	96
6.2.1	全球 IT 外包市场	96
6.2.2	主要国家和地区 IT 外包市场概要	97
6.2.3	中国 IT 外包市场发展现状与趋势	100
6.3	IT 外包风险规避	103
6.3.1	IT 外包风险	103
6.3.2	IT 外包的风险防范措施	105
第7章	财务外包与金融外包	109
7.1	财务外包	110
7.1.1	财务外包的概述	111

7.1.2	财务外包的形式	113
7.1.3	财务外包的优势	115
7.1.4	财务外包的风险	117
7.2	金融外包	118
7.2.1	金融外包概述	118
7.2.2	金融外包的优势与风险	118
7.2.3	欧美国家金融外包的发展趋势	120
7.2.4	中国金融外包的发展策略	123

第8章 人力资源外包 130

8.1	人力资源管理与外包	131
8.1.1	人力资源管理	131
8.1.2	人力资源外包概述	132
8.1.3	人力资源外包的优势	137
8.2	人力资源外包程序	139
8.2.1	发包方操作程序	139
8.2.2	接包方操作程序	142
8.3	人力资源外包的风险与防范	143
8.3.1	人力资源外包的风险	143
8.3.2	人力资源外包风险的防范	145
8.4	美国人力资源外包的发展与经验	147
8.4.1	美国人力资源管理的发展历程	147
8.4.2	美国人力资源外包的成功经验	148

第9章 客户服务与呼叫中心外包 154

9.1	客户服务外包	156
9.1.1	客户服务外包的含义及内容	156
9.1.2	客户服务外包的优势	158
9.2	呼叫中心	159
9.2.1	呼叫中心的概念	159
9.2.2	呼叫中心的产生与发展	160
9.2.3	现代呼叫中心的基本构成、业务及应用领域	162
9.2.4	现代化呼叫中心的发展趋势	166
9.2.5	呼叫中心外包的驱动因素	167
9.3	呼叫中心的建设与管理	169
9.3.1	呼叫中心的构建成本分析	169
9.3.2	呼叫中心的构建方式和步骤	169
9.3.3	呼叫中心的管理	170

第 10 章 软件外包	175
10.1 软件外包概述	176
10.1.1 软件经营模式	176
10.1.2 软件外包的含义	178
10.1.3 软件外包的分类	179
10.1.4 软件外包发展的驱动因素	180
10.1.5 软件外包的优势	181
10.2 国际软件外包的现状与发展趋势	184
10.2.1 国际软件外包市场的总体规模	184
10.2.2 国际软件外包的地缘分布	184
10.2.3 国际软件外包的发展趋势	185
10.3 中国软件外包的模式与战略	185
10.3.1 中国软件外包的现状	185
10.3.2 中国软件外包的主要模式及特点	187
10.3.3 中国软件外包企业的战略选择	191
第 11 章 供应链与物流外包	195
11.1 供应链管理下的业务外包	196
11.1.1 从“纵向一体化”到“横向一体化”	196
11.1.2 全球供应链业务外包	199
11.2 物流外包	203
11.2.1 物流外包的概念与兴起	204
11.2.2 物流外包的流程	205
11.2.3 物流外包的作用	208
11.2.4 物流外包的风险与防范	209
11.2.5 中国物流外包市场	211
第 12 章 知识流程外包与研发外包	216
12.1 知识流程外包	217
12.1.1 知识流程外包概述	217
12.1.2 知识流程外包与业务流程外包比较	220
12.1.3 知识流程外包市场规模与面临的挑战	220
12.1.4 中国发展知识流程外包的机遇和挑战	223
12.2 研发外包	225
12.2.1 研发外包的产生与概念	225
12.2.2 研发外包的收益	227
12.2.3 研发外包的风险与防范	229

第 13 章	外包模型及成本收益分析	235
13.1	传统外包模型	236
13.1.1	传统外包模型概述	236
13.1.2	传统外包模型的成本与收益	236
13.2	GOA 外包模型	237
13.2.1	GOA 外包模型中的三种形式	237
13.2.2	GOA 外包模型的收益	239
13.2.3	GOA 外包模型的成本	242
参考文献		246

第 1 章

服务外包概述



知识目标

1. 了解外包的定义及分类。
2. 熟悉外包的特点。
3. 熟悉服务外包的特点和优势。



能力目标

1. 能区别制造业外包和服务外包。
2. 能熟悉服务外包的特点和优势。
3. 能理解服务外包的产生和发展。

案例引读

耐克公司从来不生产一双耐克鞋

如今提起运动鞋就一定会提到耐克(NIKE),多年来,耐克鞋在全球范围内畅销不衰。随着耐克在全球知名度的提高,有一句话也变得非常有名:“耐克公司从来不生产一双耐克鞋”;也有一则家喻户晓的耐克神话:在美国俄勒冈州的比弗顿市,四层楼高的耐克总部里看不见一双鞋。那么全球畅销的耐克鞋是怎样生产出来的呢?答案就外包。

NIKE 公司是通过制造业外包创造巨额财富的典型。耐克公司最初和其他制鞋企业一样,有厂房,有工人,生产的鞋也主要是供给国内的消费者。但是美国国内市场的需求毕竟有限,而且在阿迪达斯和彪马两大巨头的打压下,耐克能拥有的市场份额就更加有限了。一次偶然的机会,NIKE 创始人奈特路过一家养鸡场,看到鸡棚里活蹦乱跳的母鸡,他突然联想到了他的业务,“借鸡生蛋”的想法油然而生。奈特想,如果在世界上每个国家都设立一个工厂,公司只出资金和技术力量,而工厂的主管、工人都由当地人组成,这样不就可以既避免关税,又减少总公司的负担吗?奈特决定立即实行这一想法,最先的目标是欧洲和日本。随着各地区生产成本的变化,耐克公司的合作对象不断变化:先是日本、西欧,其后是韩国、中国台湾地区,接着是中国内地、印度;到 20 世纪 90 年代,耐克开始看好越南等劳动力更为廉价的东南亚国家。