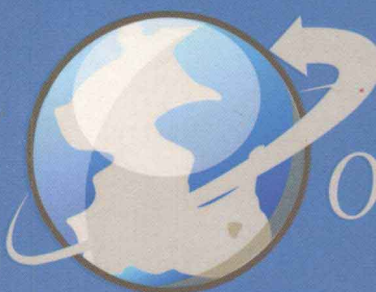


 国际服务外包专用教材

服务外包

OUTSOURCING



 浙江人民出版社
ZHEJIANG PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

国际服务外包丛书编撰委员会 组编

服务外包

本书主编 张钱江 詹国华

图书在版编目(CIP)数据

服务外包/张钱江,詹国华主编;国际服务外包丛书编
撰委员会组编.—2版.—杭州:浙江人民出版社,2011.2

ISBN 978-7-213-04244-7

I. ①服… II. ①张…②詹…③国… III. ①服务
业-对外承包-技术培训-教材 IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 033554 号

书 名
作 者

出版发行

经 销

责任编辑

责任校对

封面设计

电脑制版

印 刷

开 本

印 张

字 数

插 页

版 次

书 号

定 价

服务外包

张钱江 詹国华 主编

国际服务外包丛书编撰委员会 组编

浙江人民出版社

杭州市体育场路347号

市场部电话:(0571)85061682 85176516

浙江华硕国际贸易有限责任公司

虞文军

朱志萍 朱 妍

厉 琳

杭州兴邦电子印务有限公司

杭州广育多莉印刷有限公司

787×1092毫米 1/16

19

30.2万

2

2010年3月第1版

2011年2月第2版

2011年2月第2次印刷

ISBN 978-7-213-04244-7

40.00元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与市场部联系调换。

序 言

PRETACE

浙江省委常委、省委组织部部长、杭州市市长 **蔡奇**

近年来,服务外包已越来越成为国际产业转移的重要形式。全球产业转移大趋势正从制造业转向现代服务业、从生产外包转向服务外包。

服务外包具有信息技术承载度高、附加值大、吸纳就业能力强等特点,能节约资源、减少能源消耗和污染、降低碳排放、促进大学生就业。大力发展服务外包,有利于优化产业结构,转变外贸发展方式,提高引进外资质量与水平,拓宽对外经济技术合作渠道。加快发展服务外包,是产业转移的新趋势、科学发展的新机遇。

在各级政府的有力推动下,我国服务外包产业经受住了国际金融危机的严峻考验,实现了快速增长。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》(国办函[2009]9号),确定了北京、天津、上海、杭州等20个城市为中国服务外包示范城市,并实施一系列新政策促进服务外包产业发展。

加快服务外包产业发展,人才是基础和关键。在中国服务外包快速起步发展阶段,人才需求尤其紧迫。目前,高等院校毕业生中,真正能符合服务外包企业要求的人才,特别是中高级人才还比较缺乏,需要经过针对性的培训,才能符合服务外包产业的需求。因此,亟须开展各类服务外包人才培养。

《服务外包》,作为服务外包人才培养的专业培训教材,对服务外包产生的背景、基本概念和形式,对国际服务外包的接发包市场等进行了深入阐述。相信,本书的出版,将有助于服务外包人才的培养和培训,并能为研究服务外包的业界人士提供有益的参考。

2010年2月7日

目 录



序言 / 蔡 奇

绪论 / 1

- 第一节 服务外包产生的背景 / 2
- 第二节 服务外包发展的动因 / 4
 - 一、服务外包的动因 / 5
 - 二、中国发展服务外包的基本动因 / 7
- 第三节 服务外包的理论基础 / 9
 - 一、亚当·斯密的分工理论 / 9
 - 二、大卫·李嘉图的比较优势理论 / 12
 - 三、核心竞争力理论 / 13
 - 四、供应链管理理论 / 21

第一章 服务外包的概念和特征 / 25

- 第一节 服务外包的基本定义与内涵 / 26
 - 一、外包的定义 / 26
 - 二、服务外包的定义 / 27
 - 三、服务外包的内涵 / 29
 - 四、服务外包的分类 / 30
 - 五、案例与分析(印度的服务外包) / 35

- 第二节 服务外包的基本特征 / 37
 - 一、服务外包与生产制造外包的区别 / 37
 - 二、服务外包的基本特征 / 39
 - 三、案例与分析(道富信息科技、美的集团) / 41
- 第三节 国际服务外包市场的总体状况 / 45
 - 一、服务外包发包市场状况 / 45
 - 二、服务外包接包市场状况 / 46
 - 三、国际服务外包市场的发展趋势 / 46

第二章 服务外包按业务性质分类 / 52

- 第一节 信息技术外包(ITO) / 53
 - 一、信息技术外包(ITO)的概念 / 53
 - 二、国际 ITO 市场 / 54
 - 三、中国 ITO 市场 / 55
 - 四、案例与分析(IBM 等) / 58
- 第二节 业务流程外包(BPO) / 81
 - 一、业务流程外包(BPO)的概念 / 81
 - 二、BPO 的主要业务 / 82
 - 三、国际 BPO 市场 / 84
 - 四、中国 BPO 市场及其特征 / 85
 - 五、案例与分析(大展集团) / 88
- 第三节 知识流程外包(KPO) / 90
 - 一、知识流程外包(KPO)的概念 / 90
 - 二、KPO 服务内容 / 91
 - 三、KPO 流程 / 92
 - 四、KPO 市场概述 / 92
 - 五、案例与分析(印度医疗外包服务) / 93

第三章 服务外包按地域分类 / 99

第一节 离岸外包 / 100

- 一、离岸外包概述 / 100
- 二、离岸外包模式 / 103
- 三、离岸外包经济分析 / 107
- 四、离岸外包风险与防范 / 112
- 五、案例与分析(EDS) / 114

第二节 近岸外包 / 116

- 一、近岸外包概述 / 116
- 二、近岸外包与离岸外包的区别 / 117
- 三、近岸外包的优势 / 118
- 四、案例与分析(墨西哥 IT 服务外包) / 118

第三节 在岸外包 / 119

- 一、在岸外包概述 / 119
- 二、中国在岸服务外包的现状 / 120
- 三、案例与分析(GDS 等) / 125

第四章 服务外包按行业领域分类 / 134

第一节 重点服务外包行业 / 135

- 一、软件和信息服务外包 / 135
- 二、金融后台服务外包 / 139
- 三、运输物流服务外包 / 142
- 四、案例与分析(浙大网新、上海通用、联合利华) / 147

第二节 发展中的服务外包领域 / 150

- 一、生物医药研发服务外包 / 150
- 二、人力资源服务外包 / 155
- 三、文化创意服务外包 / 159
- 四、案例与分析(张江药谷、宝洁公司、爱丁堡) / 166

第三节 新兴服务外包领域 / 169

- 一、物联网服务外包 / 169
- 二、云计算服务外包 / 175
- 三、案例与分析(亚马逊、Google、Salesforce) / 178

第五章 国际服务外包发包方市场 / 182

第一节 美国服务外包市场 / 183

- 一、美国服务外包市场概况 / 183
- 二、美国跨国公司服务外包的动因 / 185
- 三、美国对服务外包的认识与观点 / 188
- 四、案例与分析(通用电气) / 191

第二节 欧洲服务外包市场 / 192

- 一、欧洲服务外包市场概况 / 193
- 二、欧洲对服务外包的认识 / 194
- 三、案例与分析(如德意志银行、瑞典跨国公司) / 198

第三节 日本服务外包市场 / 203

- 一、日本服务外包市场概况 / 203
- 二、日本对软件外包的认识 / 205
- 三、案例与分析[如索尼(中国)、杭州东忠] / 209

第六章 国际服务外包承包方市场 / 213

第一节 爱尔兰服务外包市场 / 214

- 一、爱尔兰服务外包市场的起源、现状及其发展趋势 / 214
- 二、爱尔兰服务外包市场的特色与优势 / 217
- 三、爱尔兰服务外包市场的经验与启示 / 219
- 四、案例与分析(爱尔兰香依开发区) / 221

第二节 印度服务外包市场 / 222

- 一、印度服务外包市场的现状及其发展趋势 / 223
- 二、印度服务外包市场的特点与主营产业 / 225
- 三、印度服务外包市场的优势与发展瓶颈 / 226
- 四、案例与分析(TCS、Infosys、Wipro) / 231

第三节 菲律宾服务外包市场 / 234

- 一、菲律宾服务外包市场的发展状况和环境 / 235
- 二、菲律宾服务外包市场的特征和主要业务 / 237
- 三、菲律宾服务外包市场的成功经验 / 239
- 四、案例与分析(菲律宾电话客服中心) / 240

第七章 中国服务外包的发展 / 244

第一节 大连服务外包的发端 / 245

- 一、大连服务外包产业发展的基本情况 / 245
- 二、大连服务外包产业的发展特色 / 246

第二节 中国服务外包示范城市的发展 / 247

- 一、全国 20 个服务外包示范城市的演变 / 247
- 二、中国服务外包示范城市的基本情况 / 248
- 三、服务外包示范城市的重点产业与战略定位 / 260
- 四、案例与分析(南京、无锡、杭州) / 262

第三节 服务外包的扶持政策与措施 / 270

- 一、服务外包扶持政策的演进过程 / 270
- 二、商务部“千百十工程”的主要内容 / 272
- 三、对 20 个服务外包示范城市的扶持政策 / 273
- 四、中国服务外包发展的重点方向 / 274

第四节 服务外包人才培养 / 276

- 一、服务外包人才培养的发展历程 / 276
- 二、服务外包人才培养的发展目标与工作举措 / 278
- 三、案例与分析(杭师大国际服务工程学院、东忠科技、杭州达内) / 285

后 记 / 294

再版后记 / 295

绪 论

物有本末,事有终始,知所先后,则近道矣。

——《大学》

学习目标

- 了解服务外包产生的背景
- 了解服务外包发展的实质与动因
- 了解服务外包的理论基础

20世纪80年代,一些美国企业发现,利用PC结合光缆,可以创造出一种合作价值更高的产业新形式——外包(Outsourcing)。任何一种服务,包括呼叫中心、物流管理、医疗服务、知识教育工作,通过互联网,包给全球更便宜、更专业、更有效率的供应商。这样一股由美国刮起的“外包”旋风迅速蔓延至欧洲、日本、印度、菲律宾等国家和地区,先后形成承接外包的“巨擘”和“黑马”,如印度的Infosys(Infosys Technologies LTd,印孚瑟斯技术有限公司)、Wipro(惠普罗)、塔塔咨询服务公司(Tata Consulting Services,简称TCS)等企业。随着21世纪初网络泡沫的破灭及近年来发生的国际金融危机,进一步加剧了发达国家企业为了降低成本而将一些非核心业务外包给新兴发展中国家的趋势,服务外包成为全球服务产业转移的重要形式。《纽约时报》著名的专栏作家托马斯·弗里德曼(Thomas L.Friedman)写下了风靡全球的《世界是平的》(*The World is Flat*),获得了美国最高新闻奖——普利策奖,成为服务外包的形象教科书。“服务外包”已成为全球企业界的新潮流,是世界新型经济。

第一节 服务外包产生的背景

世界主要工业化国家的发展进程一般经历以下几个阶段:首先是发展轻工业,然后发展重工业和重化工业,最后大力发展服务业。近年来,随着信息产业和网络技术的迅猛发展,新兴服务手段的不断涌现,服务业正在从“传统服务业”逐步发展到“现代服务业”。

18世纪60年代,第一次产业革命使英国成为世界工厂,随后便发生了制造业的转移,从英国向美国、欧洲大陆等地区的转移。20世纪初,欧洲大陆和美国取代了英国成为世界工厂。20世纪50年代,美国的钢铁、纺织等传统产业开始向日本、联邦德国等国家转移。60年代,日本、联邦德国等把一部分劳动密集型产品的生产转移到韩国、新加坡,及我国的台湾、香港地区(“亚洲四小龙”)。70—80年代,美、日等发达国家把失去比较优势的传统产业和一部分低附加值的技术密集型产业转移到“亚洲四小龙”和东盟一些国家和地区,而“亚洲四小

龙”则把劳动密集型和一些高能耗、低效率的工业转移到我国和东盟地区。

产业转移随着交通、运输、通信条件以及国家和地区之间经济合作关系的加强而不断发生变化。从转移的内容来看,逐渐从有形商品的生产向提供服务转变;从转移的方式来看,逐渐从“自己完成”向“外包”转变;从转移的价值链来看,产业转移的附加值有逐步提高的趋向。

由于全球化和新技术革命的进一步发展,特别是随着新一轮国际产业的转移,即服务业转移和服务外包的速度不断加快,世界正在变得越来越“平”,以“金砖四国”[来源于英文 BRICs 一词,是指巴西(Brazil)、俄罗斯(Russia)、印度(India)和中国(China)四国,因这四个国家的英文名称首字母组合而成的“BRICs”一词,其发音与英文中的“砖块”(bricks)一词非常相似,故被称为“金砖四国”]为代表的新兴市场国家,在世界经济舞台上也发挥着越来越重要的作用。

全球新一轮的产业转移给国际产业分工合作和全球经济发展带来了巨大的机遇,一些国家,特别是发展中国家,竞相制定战略、规划和政策以鼓励 and 促进软件与服务外包产业的发展。目前,从接包市场来看,亚洲承接最多,约占 45%,印度是全球软件与服务外包产业发展最快的国家,被誉为“世界办公室”。此外,中国、菲律宾、马来西亚、新加坡、墨西哥、巴西、俄罗斯、以色列等也是重要的服务外包承接国。

2001 年 12 月 11 日,我国正式加入了世贸组织。加入世贸组织后,我国的服务外包业发展迅速。日本是最早对我国发包的国家,NEC 和富士通等公司从 20 世纪 90 年代初开始就把软件开发项目外包给国内的软件商。目前,日本和韩国在我国的软件外包市场上占据主导地位,欧美的服务外包业务发展也很快。在 2008 年我国的外包业务中,32.3%的业务来自日本,24.6%的业务来自美国,12.9%的业务来自港澳台地区,7.8%的业务来自欧洲,上述 4 个地区的业务量已占我国国际业务接包总量的 77.5%。^①

为了抢抓全球新一轮产业转移所带来的机遇,我国近年来高度重视软件与服务外包产业的发展,提供了强大的政策支持。国务院在“十一五”规划中明确提出要在全中国建设若干服务外包基地,有序承接国际服务外包产业的转移,并实施了服务外包“千百十工程”,目标是在 3—5 年内,每年投入不少于 1 亿元的

^①数据来源:CCID——《中国电子报》。

资金建设 10 个承接服务外包的基地,推动 100 家世界 500 强大型跨国公司将其主要外包业务转移到我国,同时要培养近 1000 家国内大型接包企业,全方位接纳国际外包业务。作为一个重要的发展中国家,我国从商务部、工信部,到地方的商务、信息产业、科技主管部门,都在努力将“世界工厂”发展成为“世界办公室”,从“中国制造”走向“中国服务”。^①国内许多省市,特别是一些中心城市、沿海开放城市把发展服务外包产业作为转变经济发展方式的重要抓手,加紧构建组织推进体系,根据当地实际情况,制定和落实具体的服务外包促进政策和推进措施,基本形成了规模较大、基础设施完善、功能齐备、产业集聚的专业园区。随着各级政府部门的强势推动,2009 年 1 月,北京、天津、上海、重庆、大连、深圳、广州、武汉、哈尔滨、成都、南京、西安、济南、杭州、合肥、南昌、长沙、大庆、苏州、无锡等 20 个城市被国务院批准为全国服务外包示范城市^②。2010 年 4 月,厦门成为全国第 21 个服务外包示范城市。通过制定“十二五”服务外包产业专项发展规划,我国进一步明确服务外包产业的发展战略。服务外包作为正处于快速发展中的具有战略意义的新兴产业,对提升我国现代服务业的发展水平具有十分重要的作用。

第二节 服务外包发展的动因

随着国际经济竞争的不断加剧,跨国公司为了控制成本、追求高利润,在全球范围内进行资源最优配置,并逐渐将其非核心服务业务向海外转移。越来越多的企业通过购买由第三方提供的服务来完成原来由企业内部完成的工作——“外包”。“外包”并不仅仅只是简单地将企业内部的工作和流程转移到外部,还伴随着产业分工的继续深化,并逐步发展和开始形成多种新兴服务业,包括软件外包、物流外包和人力资源服务外包等,这些新兴的服务产业统称为服务外包。服务外包是当前以跨国公司为主体的国际服务业转移的新形式。服务外包按承接外包的地域可以分为“近岸(域内)外包”和“离岸外包”;按业务领域分,主要有信息技术外包(Information Technology Outsourcing,简称 ITO)、业务流

^①吴胜武等:《服务外包:从“中国制造”走向“中国服务”》,浙江大学出版社 2009 年版。

^②<http://www.sqlserver.com.cn>

程外包(Business Process Outsourcing,简称 BPO)、知识流程外包(Knowledge Process Outsourcing,简称 KPO)三大类,其中 ITO 占据了超过 60%的市场份额,BPO 市场份额近 40%,KPO 刚刚兴起。目前,全球服务外包的发包方主要是美国、欧洲、日本的跨国公司和国际机构。由于服务外包可大大降低成本、优化产业链、提升企业的核心竞争力,因此近年来全球服务外包产业发展极其迅猛。据联合国贸易及发展会议(United Nations Conference on Trade and Development,简称 UNCTAD)估计,未来几年全球服务外包市场将以每年 30%—40%的速度递增,2004、2005 年总值已经分别达到 3000 亿美元和 5850 亿美元,2006 年达到 8600 亿美元,2007 年达到 1.2 万亿美元,2008 年达到 1.5 万亿美元。在此背景下,世界各国都在争相发展服务外包。

一、服务外包的动因

(一) 服务外包的外部环境动因

1. 技术动因。

(1) 互联网使服务成为可贸易的商品。互联网的延伸性和灵活性使地理区位、自然资源对企业的约束化于无形,市场可以无限制地延伸到任何时间、任何地方,从而为服务外包跨越时空障碍提供了技术支持。

(2) 计算机技术、通信技术、光电子技术、自动控制技术和人工智能技术等的发展大幅度降低信息处理的成本,增加信息储存的容量,提高信息的传播速度,消除人们搜集和应用信息的时空限制,保证信息传输的安全可靠,为服务外包各方参与者之间方便、快捷、安全地交流和传递信息提供了技术支持。

(3) 基于计算机技术、仿真技术和信息技术建立的决策支持系统(Decision Support System,简称 DSS)能帮助企业决策者以最快的方式尽可能多地获得有关企业内外部及企业之间的各种信息,及时对这些信息进行综合处理,为服务外包管理者作出准确快速的决策提供了技术支持。

2. 经济动因。

经济全球化带动资本、信息、技术、劳动力、资源在全球范围内流动、配置和重组,使生产、投资、金融、贸易在世界各国、各地区之间相互融合、相互依赖、相互竞争和相互制约,整个世界连接成一个巨大的市场。任何企业想“闭关自守”注定是要失败的,只有通过服务外包与别的企业建立起战略联盟,协调合作,互惠互利,才能获得长久的竞争优势,享受全球化带来的胜利成果。因此,经济全

球化程度越高,服务外包程度也就越高。

3. 市场动因。

市场环境迅速变迁迫使企业采用服务外包战略。通过服务外包,企业以网络技术为依托,把具有不同优势资源的合作方组合成为反应快捷、灵活多变的动态联盟,各方资源共享、优势互补、有效合作,以共同应对激烈而严峻的市场挑战。市场变迁越剧烈,服务外包程度则越高。

(二) 服务外包的内部动因

1. 服务外包通过有效节省成本来提高企业绩效。

降低成本、减少投入是企业提高绩效最基本的手段。根据美国外包研究所的估计,服务外包能够为企业带来 9% 的成本节省。服务外包实现成本节省的途径:一是通过供应方的规模经济获得成本节省。在服务外包中,多个客户共享生产设备,不仅节约安装和建设费用,而且提高各种设备、原材料、能源的利用率和劳动生产率。规模越大,成本越低。二是通过供应方的范围经济获得成本节省。在服务外包中,供应方为不同客户提供多个不同的服务外包项目,实现范围经济,使成本降低。三是通过供应方的学习效应获得成本节省。在服务外包过程中,供应方的学习效应通过服务生产的不同侧面发生作用。例如,员工在重复性的工作中对任务熟悉程度的提高,从而使完成相同工序的速度加快,时间浪费越来越少;管理者在从原材料配送到组织协调方面逐步学会如何将生产管理安排得更有效,生产系统的运行如何更加合理等。四是虽然交易成本会随着企业的服务外包程度提高而增加,但在具体实施过程中,服务外包企业可以依靠信息技术、与供应方通过建立长期稳定的合作关系等手段来降低交易成本。可见,成本与服务外包存在正向关系。实际上,成本越高,企业越希望通过服务外包来降低成本,服务外包程度也就越高。

2. 服务外包通过关注核心竞争力来提高企业绩效。

大多数企业在服务外包过程中,为了充分利用资源,提高企业绩效,一般都会采取下列步骤:一是培育或找出一些精心挑选的核心竞争力,并确定自己从事这些核心活动是世界最好的。二是把人、财、物等资源和管理注意力集中到这些核心竞争力上。三是外包其他非核心活动。这样,企业一方面可以集中资源和能力从事自己最擅长的活动来实现内部资源回报的最大化;另一方面可以充分利用外部供应方的投资、革新和专门的职业技能,这些技能对企业自身内部来说是过于昂贵和根本不可能复制或从事的。通过发展良好的核心竞争力产生强

有力的进入壁垒,阻止现有或潜在的竞争者进入企业的核心利益领域,从而维护已有的市场份额,增强战略优势。

服务外包提高了企业对核心竞争力的关注,优化了企业资源配置,使得企业能够利用核心竞争力增加竞争优势,创造更多价值,进而提升绩效。

二、中国发展服务外包的基本动因^①

1. 我国发展服务外包的潜力巨大。

服务外包在产生之初即与国际产业转移密切相关,并在发展中国家取得了蓬勃的发展。我国的服务外包起步较晚,至今规模还很小。2008年,我国以25616亿美元的货物进出口总额位居世界第二,服务贸易出口额达3044.5亿美元,位居世界第五,服务贸易与货物贸易之比为11.8%,低于19%的世界平均水平。以软件外包出口为例,2007年我国软件服务外包的出口额首次突破10亿美元,而目前全球离岸外包的潜在市场规模已经达到了4650亿美元,到2010年,全球离岸外包的潜在市场规模有望增长到6000亿美元。美国高德纳公司(Gartner)预测,中国的服务外包市场规模将从2005年的45.48亿美元发展到2009年的79.46亿美元,蕴藏着极大的发展空间。我国商务部外资司在2009年9月2日上午举行的“国际服务外包发展(广州)大会”上透露,到2013年我国将实现服务外包产值300亿美元,年均增长40%。显然,无论从国际还是国内来看,我国发展服务外包的潜力十分巨大。

2. 发展服务外包将进一步拉动我国出口业务的增长。

随着我国经济实力的不断提升,出口的主要产品已经由传统的农产品和初级产品转向工业品。而发展服务外包是为了进一步调整我国出口产品的结构,将出口转向服务贸易。实质上,发展服务外包不仅是因为服务外包背后巨大的经济利益,更在于这一新型出口方式将会促进我国贸易增长方式和经济增长方式的变革,因为离岸外包是服务贸易的新方式,是一种全新的出口方式。服务外包产业不同于传统的制造业,它对环境没有污染,有助于扩大我国企业在国际服务市场所占份额,提升我国企业参与国际竞争的能力。同时,承接全球离岸服务外包也是劳务输出的新方式,相当于在境内实现了劳务出口。离岸服务外包主要集中在知识、技术密集型行业,如IT、金融等行业,这将极大提高知识、技术

^①何骏:《中国发展服务外包的动因、优势与重点》,《财经科学》2008年第5期。

密集型劳动力的比例,必将进一步拉动我国出口的增长。

3. 发展服务外包将吸引更多的外资来华投资。

全球服务外包业务是跨国公司将非核心业务向公司外转移、发达国家将制造业和服务业向低成本国家和地区转移共同作用的结果,它将进一步推动国际资本流动,有利于培育吸收外商投资的新增长点,优化外商投资的产业结构,提高引进外商投资的质量。同时,服务外包业务的发展将有助于提高当地服务业的专业化水平,降低当地的商务成本,优化当地的投资环境,提高吸引外资的能力。我国在继续鼓励外商投资先进制造业的同时,已经高度重视跨国公司服务外包的新趋势,积极创造条件,以新的方式拓展吸收外资的新领域。近年来,我国已经开始从单纯吸引先进制造业投资为主转向引进先进制造业和现代服务业(包括国际服务外包)投资并重。我国应抓住当前国际服务业转移的大好时机,大力发展服务外包,以此吸引更多的外资来华投资。

4. 发展服务外包将加速我国先进制造业的发展。

改革开放以来,我国制造业的发展取得了长足的进步。目前,我国制造业正处于从传统制造业向先进制造业提升的关键阶段。而服务外包是制造企业将非核心生产环节外置化,从而使分工更加深化和细化。实践证明,制造企业实行服务外包,将信息服务、物流服务、人事培训和业务流程等外包给专业性更强的企业外第三方,可以极大地提高企业的运作效率,使制造企业全力以赴培育自己的核心竞争力,实现生产效率和能力的成倍提升。可见,发展服务外包对于我国突破传统制造业发展的瓶颈,跻身世界先进制造业行列显得尤为关键和紧迫。

5. 发展服务外包将进一步推动我国经济的国际化。

服务外包是国际分工日益细化、跨国公司在全球范围内优化配置资源的产物,大力发展和承接服务外包,是推动经济国际化的有效路径。目前,全球越来越多的国家和地区都在积极主动承接国际服务外包转移,以提升在国际服务外包产业链中的位置,因此,利用我国现有的基础设施和产业基础,发挥自身的优势,发展服务外包,必将有力地提升产业的国际化水平,也有利于带动我国经济的国际化和城市的国际化。