

国家科技支撑计划

National Key Technology R&D Program



“十二五”国家科技支撑计划项目

“支撑认证认可的评价分析、检测验证与有效性保障技术研究示范”成果系列丛书

合同能源管理服务 综合评价与认证技术

方圆标志认证集团产品认证有限公司 编著



中国质检出版社
中国标准出版社

“十二五”国家科技支撑计划重点项目

“支撑认证认可的评价分析、检测验证与有效性保障技术研究及示范”成果系列丛书

合同能源管理服务

综合评价与认证技术

方圆标志认证集团产品认证有限公司 编著

中国质检出版社

中国标准出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

合同能源管理服务综合评价与认证技术/方圆标志认证
集团产品认证有限公司编著. —北京:中国标准出版社, 2015. 3
ISBN 978-7-5066-7835-3

I. ①合… II. ①方… III. ①节能—能源管理—工业
—企业管理—研究—中国 IV. ①F426.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 021994 号

中国标准出版社

中国质检出版社 出版发行
中国标准出版社

北京市朝阳区和平里西街甲 2 号(100029)

北京市西城区三里河北街 16 号(100045)

网址:www.spc.net.cn

总编室:(010)64275323 发行中心:(010)51780235

读者服务部:(010)68523946

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

开本 787×1092 1/16 印张 7.75 字数 173 千字

2015 年 3 月第一版 2015 年 3 月第一次印刷

*

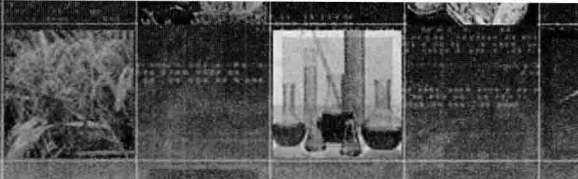
定价:32.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换

版权专有 侵权必究

举报电话:(010)68510107

京北



《“十二五”国家科技支撑计划项目 “支撑认证认可的评价分析、检测验证与有效性保障技术 研究与示范”成果系列丛书》

编 委 会

主 任 王大宁

副主任 许增德 刘先德 葛红梅 李卫华

委 员 (按姓氏笔画排序)

| | | | |
|-----|-----|-----|-----|
| 王甲正 | 王彦斌 | 王晓冬 | 邓 绩 |
| 曲 波 | 乔 东 | 牟 峻 | 李铁男 |
| 吴海文 | 邹明强 | 陈 华 | 金国强 |
| 周明辉 | 郑 深 | 郑建国 | 赵 静 |
| 赵庆松 | 娄 丹 | 贺 婧 | 袁秀松 |
| 徐 睿 | 唐丹舟 | 唐茂芝 | 唐晓芬 |
| 黄晓蓉 | 曹 鹏 | 谢正文 | |

丛书前言

本套丛书基于“十二五”国家科技支撑计划“支撑认证认可的评价分析、检测验证与有效性保障技术研究与示范”项目的研究成果编写而成。

该项目的组织单位为国家质量监督检验检疫总局和国家认证认可监督管理委员会。2012年5月国家科技部正式批准下达计划任务,共设6个课题:《IT产品信息安全认证关键技术研究》、《海上风电和物联网与智能电网评价技术研究与示范》、《适宜我国农业生产条件的良好农业规范质量保证关键技术研究与示范》、《快速检测技术及电动汽车相关产品和材料检测验证技术研究与示范》、《合同能源管理及E环境下金融与物流服务认证技术研究与示范》、《司法鉴定/法庭科学认可评价技术研究与示范》。

该项目围绕认证认可的三大技术领域(即评价分析技术、检测验证技术、有效性保障技术),优先选择战略性新兴产业、现代农业与生产性服务业等领域中,急迫需要解决的认证认可重大技术问题,重点突破IT产品安全性评价与测评一致性验证技术、新能源汽车相关产品/材料检测验证技术、物联网系统评价模型与指标体系建立的假设检验评价技术与评价因子主成分分析识别技术、国际互认的司法鉴定/法庭科学机构认可评价技术和无量纲化的合同能源管理服务综合评价技术。创建海上风电认证评价体系、满足不同技术层面和应用领域需求的物联网系统评价测试公共服务平台评估验证体系、既适宜我国农业生产方式又能被全球良好农业规范(GLOBAL GAP)认可的中国良好农业规范认证标准体系、E环境下金融与物流服务认证关键技术体系和试剂盒评价技术体系。项目研究为建立比较系统的认证认可技术创新体系提供了支撑,同时,对进一步发挥认证认可对国民经济和社会发展的基础性支撑作用,落实国家“十二五”重要产业政策和节能减排措施以及提升认证认可国际影响力具有重要意义。

为了宣传和推广项目研究成果,项目管理办公室组织对研究成果进行整理,编写了这套系列丛书,具体如下:

- 金融窗口服务质量管理；
- 服务认证技术研究与示范；
- 合同能源管理服务综合评价与认证技术；
- 司法鉴定/法庭科学认可评价体系汇编；
- 司法鉴定/法庭科学机构认可不符合项案例分析；
- 食品安全快速检测方法确认。

考虑到项目研究时间和资源有限，而且有关研究仍需要继续深化进行，所以本套系列丛书难免有不足和尚需完善的地方，欢迎读者提出宝贵意见。

《“十二五”国家科技支撑计划项目

“支撑认证认可的评价分析、检测验证与有效性保障技术研究 研究与示范”成果系列丛书》编委会

2014年9月29日

前 言

《合同能源管理服务综合评价与认证技术》

编写委员会

主 编：郑 深

副 主 编：李 臣 邓秋玮 蒋 洁

编 委：李可伟 谢修平 李 云 靳辰阳

马晓侗 邵 盟 刘晓晨 赵长云

朱 玉 黄 姗

前 言

20世纪70年代中期以来,一种基于市场的、全新的节能项目投资机制“合同能源管理”(energy performance contracting, EPC)在市场经济国家中逐步发展起来,并日益引起各国政府的重视。我国政府对“合同能源管理”机制给予了高度关注,国务院批准的《节能中长期专项规划》和《国务院关于加强节能工作的决定》明确提出“加快推行合同能源管理,推进企业节能技术改造”。2010年4月2日,国务院办公厅转发了国家发改委、财政部等部门《关于加快推行合同能源管理 促进节能服务产业发展的意见》(国办发〔2010〕25号,以下简称《意见》),对合同能源管理的发展目标、资金补助、税收优惠、会计政策、示范项目等作出了说明,强调通过加快推行合同能源管理,以促进节能服务产业在中国的发展。后续出台的多个重要的国家及地方政策规划文件都明确提出,要把推广“合同能源管理”作为推进我国节能工作的重要措施。

随着节能服务公司大量涌入市场,当前合同能源管理服务市场的竞争日益激烈,客户对节能服务质量的关注持续升温。如何科学、有效、全面地评价合同能源管理服务质量,引导节能服务公司更好地为客户服务,是一个值得关注的问题。合同能源管理实施过程中,节能服务公司和用能企业往往在项目绩效,包括节能环保效益、项目回收期等方面存在纷争,各执一词。这与国内市场上提供节能技术、节能产品的公司鱼龙混杂、行业合格评定和推广都尚未规范有紧密关系,相关的部门和专家呼吁应在这方面加强国家投入,设立一批专业性强的实验室或认证机构,来对这些节能技术和服务进行评价和认证,否则节能服务产业很难有序规范快速发展。

本书是“十二五”国家科技支撑计划项目“支撑认证认可的评价分析、检测验证与有效性保障技术与示范”中《合同能源管理及E环境下金融与物流服务认证技术与示范》课题的研究成果之一,课题针对国家加快推动合同能源管理新机制的政策需求,结合合同能源管理服务特点,研究建立合同能源管理服务认证制度和评价技术标准体系,促进节能服务产业健康有序发展,推动认证认可工作在国家“十二五”节能减排过程中发挥更大的支撑作用。本书详尽阐述了合

同能源管理服务评价与服务认证研究的相关成果,内容包括合同能源管理概念、发展现状及趋势;服务、服务特性、服务评价理论等研究基础;合同能源管理服务特点及特性识别,影响因素分析;合同能源管理服务评价指标体系构建;合同能源管理服务认证技术和认证制度研究,认证案例分析、实施成效及推广建议,我国服务认证制度发展建议等部分。

本书可作为服务认证机构从业人员,节能服务公司、用能单位的管理和技术人员,政府节能主管部门、科研机构、金融机构等相关业务人员的参考用书。

方圆标志认证集团产品认证有限公司

2014年10月

第一章 合同能源管理概论

目 录

| | |
|---------------------------------------|----|
| 第一章 合同能源管理服务概论 | 1 |
| 第一节 服务概论 | 1 |
| 第二节 合同能源管理概述 | 8 |
| 第二章 国内外合同能源管理服务发展及评价经验分析 | 15 |
| 第一节 国际合同能源管理服务评价 | 15 |
| 第二节 我国合同能源管理发展现状 | 29 |
| 第三章 服务评价与服务认证理论基础 | 45 |
| 第一节 服务质量评价理论 | 45 |
| 第二节 服务评价标准体系 | 51 |
| 第三节 服务评价相关研究进展 | 54 |
| 第四节 服务认证理论与实践 | 55 |
| 第四章 合同能源管理服务评价指标体系及评价模型 | 57 |
| 第一节 评价目的和范围的确定 | 57 |
| 第二节 合同能源管理服务特性分析与识别 | 57 |
| 第三节 评价指标体系构建 | 59 |
| 第四节 服务评价模型构建 | 76 |
| 第五章 合同能源管理服务评价要求 | 79 |
| 第一节 评价要素和评分指南 | 79 |
| 第二节 服务能力评价指标 | 80 |
| 第三节 服务过程评价指标 | 83 |
| 第四节 服务绩效评价指标 | 86 |

| | |
|---------------------------|-----|
| 第六章 认证模式分析 | 89 |
| 第一节 认证属性 | 89 |
| 第二节 认证模式设计与选择 | 89 |
| 第七章 试点示范 | 96 |
| 第一节 试点示范实施过程 | 96 |
| 第二节 试点示范结果评价与实施成效分析 | 103 |
| 第三节 试点经验总结及后续推广建议 | 107 |
| 第八章 我国服务认证发展政策建议 | 109 |
| 参考文献 | 112 |

第一章 合同能源管理服务概论

第一节 服务概论

随着世界经济的快速发展,服务业在经济增长中的重要作用已经成为经济发达国家的显著特征。随着国际分工的深化、服务需求的增加、服务业竞争的加剧以及部分行业进入壁垒的降低,服务业呈现出国际化、标准化和定制化的发展趋势。中国服务业从 20 世纪 80 年代以来取得了较快的发展,但是相对于中国国内服务行业的市场需求现状以及经济发展的需要,服务业发展水平和产业结构仍然有待于进一步的提高和优化。研究服务产品的内涵和特征对于促进中国服务业快速发展,进而满足经济发展、社会进步和市场需求结构转变的需要具有积极意义。

一、服务

(一)服务的概念

目前,对于什么是“服务”,学术界还没有十分统一的界定,不同视角产生了多种服务概念,导致这一现象的主要原因是服务业的复杂性和多样性。最早定义服务的内涵和外延的是法国古典经济学家萨伊,他指出,无形产品(服务)是人类的劳动果实,是资本的产物。随着社会和生产力的发展,关于服务的定义和内容的不同见解一直持续着。国际标准化组织(ISO,1991)对服务的定义为:有形产品的附属物(子集),即由生产过程而产生的结果。在第 5 版的《朱兰手册》中,爱德华·富克斯(Edward Fuchs)认为,顾客服务包括与顾客之间的交易活动,以及在产品或服务的售前、售后与顾客之间发生的联系活动的总和。这些交易与活动因产品与服务的类型而异,通常包括包装、运输、送货、安装、维护、抱怨处理、问题处理等传统的售后服务要素,以及市场研究、关键顾客需求分析、顾客跟踪、增值服务等具有创新性的售前、售后服务要素。

随后,不同研究人员和学者分别从经济学、服务营销、服务过程、服务特性、服务管理、与实物产品的对比等多个视角对服务进行理解和定义。

ISO9004—2:1991《质量管理和质量体系要素 第 2 部分:服务指南》中“服务”的定义是:为满足顾客需要,供方与顾客接触的活动和供方内部活动所产生的结果。并在其注释中指出,在接触面上,供方或顾客可能由人员或设备来代表。ISO9000:2008《质量管理体系基础和术语》虽未给出服务的定义,但在其“产品”定义的注释中指出,服务与软件、硬件、流程性材料并称为四种通用的产品类别,服务通常是无形的并且是在供方和顾客接触面上至少需要完成一项活动的结果。

GB/T 19000—2000 将服务作为产品类别之一,在其 3.4.2“产品”中对服务及其特性进

行了详细的阐述。标准 3.4.2 的“注 1”中指出,有下述 4 种通用的产品类别:服务(如运输)、软件(如计算机程序、字典)、硬件(如发动机机械零件)、流程性材料(如润滑油)。许多产品由不同类别的产品组成,服务、软件、硬件和流程性材料的区分取决于其主导成分。例如:外购产品汽车是由硬件(如轮胎)、流程性材料(如燃料、冷却液)、软件(如发动机控制软件、驾驶员手册)和服务(如销售人员所做的操作说明)所组成。标准 3.4.2 的“注 2”中进一步指出,服务通常是无形的,并且是在供方和顾客接触面上至少需要完成一项活动的结果。服务的提供可涉及,例如:在顾客提供的有形产品(如维修汽车)上所完成的活动;在顾客提供的无形产品(如为准备税款申报书所需的收益表)上所完成的活动;无形产品的交付(如知识传授方面的信息提供);为顾客创造氛围(如在宾馆和饭店)。

从上述关于服务的描述和定义中可以看出,服务是一种无形的活动(而不是有形的“物”)或过程;服务一般在其行为主体和服务对象的互动过程中完成(而不是事先生产好的);服务的结果是,服务对象获得某种利益发生“状态变化”(可能是物质形态的变化,如机器设备的维修、理发后的发型变化;也可能是精神形态的变化,如心理咨询),而服务行为的主体也获得自身的利益(利润)或建立起与其他服务行为主体不同的竞争优势;服务是一种产品,同时也是一种竞争的工具和手段,对于面临激烈竞争的航空制造业来说,获取竞争优势的途径不仅包括技术优势、产品优势、品牌优势,服务是企业实施差异化战略的重要手段,通过提供个性化的服务,企业可以创建自己长期的竞争优势。

菲利普·科特勒(Philip Kotler,1982)对服务做了如下定义:任何组织或个体以一定行为方式满足其他组织或个体的某种无形需求的活动,其过程不必依赖于有形的工具。本书研究的服务业是指从事服务类生产活动或提供服务类产品的行业和领域。其中第一产业的农、林、牧、渔业中的服务业,以及第二产业的电力、燃气及水的供给等公共服务也包含于服务业之中。

目前,关于“服务”的概念,学术界还没有统一的界定,导致这一现象的主要原因是由于服务业的复杂性和多样性。而且,不同国家和地区对于服务业的分类标准也不相同。服务性组织从规模上看既有航空、银行、保险、电信、连锁店和货运等领域的巨型跨国公司,也有当地人所有并在当地经营的小企业,其业务包括餐饮、洗衣、出租车、验光配镜等和大量发生在企业之间的服务。

(二)服务的分类

服务的分类也具有多样性,可以根据经济发展阶段、社会经济作用、功能和发展趋势等多个角度进行系统性的分类。传统的服务活动观念认为服务主要包括知识型服务和大规模生产型服务。从服务的本质、关系、界面和供求等多个层次还可以对服务进行多维度的系统分类。服务行业和服务产品的多样性以及服务产品自身的特征属性导致了服务分类方法和分类标准的多样性,同时也是服务产品分类复杂化和多样性的重要原因。

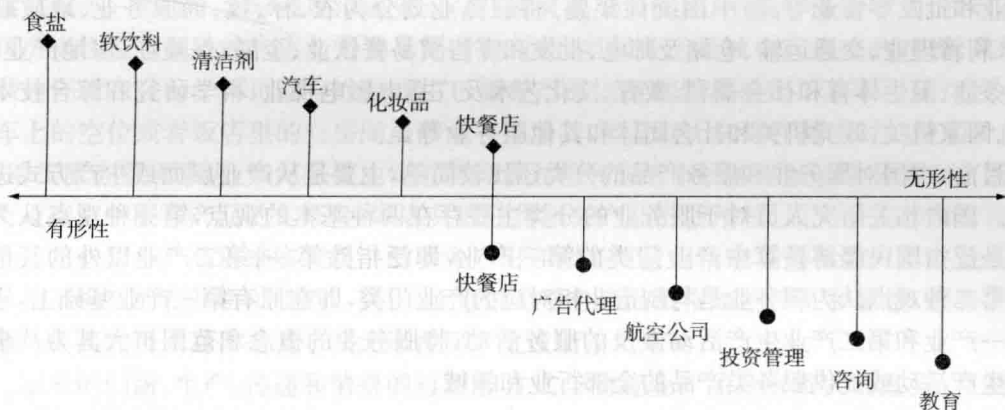
根据罗斯托(W. W. Rostow)的经济发展阶段理论,服务业按照经济发展阶段可以划分为传统服务业、补充性服务业和新兴服务业。而按照服务业在社会经济中的作用,服务业可划分为流通服务、生产服务、社会服务和个人服务(表 1-1)。

表 1-1 服务业按功能分类

| 服务类型 | 案例 |
|------|---|
| 流通服务 | 交通运输、仓储、通信、批发、零售(不含饮食业)、广告和其他销售服务 |
| 生产服务 | 银行、信托及其他金融服务、保险、房地产和建筑服务业、会计和出版业、法律服务业、营业服务 |
| 社会服务 | 医疗保健、教育、非营利机构、政府、邮政、其他社会服务 |
| 个人服务 | 家政服务、旅馆、餐饮、休闲娱乐、理发美容 |

资料来源: Singlemann. From Agriculture to Service: The Transformation of Industrial Employment. Stage Publications, Inc., 1978.

有关研究还对服务业进行了如下分类: 运输、通信、批发和贸易、零售、金融服务(银行、保险、不动产等)、旅游、保健、汽车修理、商业服务、法律、政府服务、教育, 并按照服务产品的无形性进行了排序(图 1-1)。



资料来源: Shostack, Breaking Free from Product Marketing, Journal of Marketing, April, 1977, 41: 73-80.

图 1-1 产品有形性谱图

服务产品在生产和传递的过程中必然受到技术因素和劳动力密集程度因素的影响, 并以劳动密集型、技术密集型、标准化、定制化四个纬度对服务进行划分类别。服务业按功能还可划分为网络经济型服务、最终需求型服务、生产服务、交易成本型服务。联合国统计署编制的《全部经济活动的标准产业分类》(1989年修订, 第3版, 简称 ISIC/Rev. 3) 对服务业进行了分类如表 1-2 所示。

表 1-2 ISIC 服务业分类

| 大类 | 小类 |
|---------------|------------------------------------|
| 批发和零售业; 机动车维修 | 批发、零售贸易; 机动车的销售、维护和修理、燃料零售 |
| 酒店和旅馆业 | |
| 运输、仓储、通讯业 | 海、陆、空运输; 辅助性运输活动、旅游业(不含酒店); 邮政、通讯业 |
| 金融业 | 金融中介、保险(不含社会安全强制保险)、辅助性金融服务 |

续表 1-2

| 大类 | 小类 |
|--------------|--------------------------------|
| 不动产、租赁和经营活动 | 不动产、设备租赁、计算机服务、研发活动 |
| 公共行政、国防和社会安全 | 行政部门、国防、社会安全 |
| 教育 | |
| 医疗保健及相关社会服务 | |
| 其他团体、社会和个人服务 | 污水处理、垃圾处理；社会团体活动；文化、体育、娱乐；其他服务 |
| 家政服务 | 个人使用的无差异产品生产活动；个人使用的无差异服务生产活动 |
| 国际及跨国组织和团体 | |

资料来源：全部经济活动的国际标准产业分类 (ISIC/Rev. 3). 联合国统计署, 1989.

美国联邦统计局统计标准对服务业进行了如下分类，即艺术娱乐业、社会保障业、教育服务业、咨询服务业、金融保险业、管理服务业、信息服务业、住宿餐饮业、软件服务业、运输仓储业和批发零售业等。《中国统计年鉴》将服务业划分为农、林、牧、渔服务业、地质勘查业、水利管理业、交通运输、仓储及邮电、批发和零售贸易餐饮业、金融、保险业、房地产业、社会服务业、卫生体育和社会福利、教育、文化艺术及广播电影电视业、科学研究和综合技术服务业、国家机关、政党机关和社会团体和其他服务业等。

目前，中国对服务业和服务产品的分类还比较简单，主要是从产业层面或生产方式进行划分。国内相关研究人员对于服务业的分类主要存在两种基本的观点，第一种观点认为服务业是泛指国民经济核算中产业门类的第三产业，即泛指除第一、第二产业以外的其他行业。第二种观点认为服务业是与制造业相对应的产业门类，即在原有第三产业基础上，还包括第一产业和第二产业生产活动涉及的服务活动，将服务业的概念和范围扩大其为从事服务类生产活动或提供服务类产品的全部行业和领域。

服务产品不但与制造业产品具有显著差异，同时，服务业内部不同行业的服务产品之间也具有一定的差异性，服务行业的分类及划分标准也具有显著的多样性。因此，从经济发展阶段、社会经济作用、服务功能和服务业发展趋势等多个角度，根据不同研究和应用的需要，都可以将服务产品进行科学的系统化分类。

(三) 服务的特性

从对服务的概念理解中可以概括出服务的 4 大特性：无形性、生产与消费的同时性、易逝性（无法存储性）、差异性。

1. 服务的无形性

服务与商品不同，它不是一个静态的“物”，而是一种动态的使用价值，不能固化或物化在任何耐久的对象或可出售的物品中，不能作为物而离开服务者独立存在，顾客在购买服务之前无法看见、听见、品尝、触摸服务，购买服务之后顾客并未获得服务的物质所有权，其所获得的也只是一种消费经历。

2. 生产与消费的同时性

商品的生产与消费基本上是被分割开的，存在着一定的时间与空间上的距离。而服务则不然，其生产与消费是同时进行的，服务的生产过程同时也是消费过程，即使是在一些低

接触程度的服务中,也是如此,如自动取款机提供服务(生产)与顾客取款(消费)之间的关系。

3. 易逝性(无法存储性)

服务是一种活动或过程,而不是顾客可以保有的一种有形的物品,因此服务是易逝和无法存储的。虽然在有些服务业中可以事先准备好必要的场地、人员以创造服务,但是这些仅能代表服务的生产能力,而不是服务产品本身。因此,在提供顾客服务时,服务能力与需求之间的平衡非常重要,决定了服务生产能力的利用率高低和企业经济效益的好坏。

4. 差异性

企业提供的服务不可能完全相同,同一位服务员提供的服务也不可能始终如一,同样的服务对一部分顾客是优质服务,而对另一顾客则可能是劣质服务。因此,服务质量标准的制定和执行往往具有不确定性,而对于顾客来说,服务质量标准难以统一意味着购买风险很大。

服务产品的基本特征和属性主要包括无形性、不可分离性、不可储存性、所有权缺失、难测度性和不一致性。无形性是指服务不存在所有权交换问题,不能够注册专利,没有存量。不可分离性是指服务的产生与消费是同时进行的,当服务产品被生产出来的时候,其销售、消费也同时在进行。不可储存性是指由于服务产品固有的性质决定了其不可储存性,长途客车上的空位或者饭店里的空房间虽然没有被消费,但是却无法保存其当时的使用价值,因此,对于服务管理来讲,如何有效地促进利润最大化和应对市场需求波动十分重要。所有权缺失是指由于服务产品的无形性,顾客只能获得服务产品的使用权,而无法获得所有权。难测度性是指服务产品很难实现统一的服务产出和服务质量的精确测量标准。不一致性是指服务是不标准的和非常可变的。其中,无形性是服务产品最根本的特征和属性,服务产品的其他特征属性可以看作是基于其无形性而产生或衍生出来的。

服务的创新、生产、传递和消费的过程和方式与制造业产品具有较大的差异,在制造业中,库存是企业内部生产计划的制定、实施和控制的重要参考因素,同时更是生产系统与客户需求(市场需求)的中间环节,具有调节生产和需求的缓冲作用。此时,生产是相对封闭的系统(过程)。而服务产品的无形性和无法储存性等决定了服务的生产和消费是同时进行的,也决定了服务生产管理的特殊性。服务产品因为很难库存,因此,服务的生产过程直接受到服务传递过程中客户需求(市场需求)的全面影响,服务生产是相对完全开放的系统(过程)。与制造业相比,服务业中的库存问题主要表现为排队,降低其排队时间的主要影响因素是员工服务技能、辅助工具效率、空间利用率等。由于服务产品的生产和消费经常是同时进行的,而且顾客经常参与服务的创新、生产和传递过程,这就导致了服务的创新、生产和传递等过程与制造业具有显著差异,同时,服务产品的特征也与制造业产品具有显著差异。

服务与一般产品的差异主要有:服务产品很难进行有效的传输;服务产品无法保存;由于服务部门没有达到规模化的生产,因此缺少精确的服务标准化;服务无法包装;服务缺少专利保护;服务没有样品,而且不能够进行实验;由于服务的无形性,经济学中的供给-需求和成本理论很难应用于服务业;经济服务部门的集中程度有限;通常采用价值的方式进行表示,而不是价格;在服务的执行过程中获得,而不能以实物的形式占有。一般条件下,很难对制造业和服务业进行精确划分。例如水、电、气的生产和供给,理论上分别属于制造业和服务业,但在统计上却难于区分。随着 IT 在服务业中应用的逐渐深入,服务业和制造业的

划分界限趋于模糊化。

二、服务质量

(一) 服务质量的定义

近 30 多年来,服务质量和质量管理研究取得了长足的进展。例如朱兰(Juran)博士认为服务质量可以分为 5 部分,即技术方面(如服务的困难度)、心理方面(如味道和感觉)、时间导向(可靠度和持续性)、契约性(保证服务)和道德方面(如服务人员态度和诚实服务等)。

格罗鲁斯(Gronroos)认为服务质量包括技术质量(服务结果)和功能质量(服务过程)两个方面,并于 2000 年提出服务质量的 7 个维度,即职业作风与技能、态度与行为、服务的易获得性和灵活性、可靠性与信任性、服务补救能力、服务环境组合、声誉与信用。

帕拉苏拉曼(A. Parasuraman)、泽丝曼尔(Valarie A. Zeithaml)和贝里(Leonard L. Berry)等人认为服务质量取决于顾客购买前期望、感知的过程质量和感知的结果质量,1985 年,他们提出衡量服务质量的 10 个维度,即可靠性、响应性、胜任力、接近性、礼貌性、沟通性、信赖性、安全性、了解性和有形性,并于 1988 年将 10 个维度缩减为 5 个,即有形性、可靠性、响应性、保证性和移情性。

(二) 服务质量的基本特征

从上述关于服务质量的定义及其发展中可以归纳出服务质量具有以下基本特征:

(1) 服务质量是一种主观质量。服务质量与有形产品的质量存在很大的差异,有形产品的质量可以采用一些客观的标准加以度量。例如对于一辆汽车,其耗油量、时速、刹车性能等即使对不同的顾客也存在一个客观的标准,这些标准不会因产品提供者的不同、购买产品的消费者的不同而产生变化。但服务质量却不同,不同的顾客可能对同一种服务质量产生不同的感知。例如服务质量的可靠性是一个非常重要的维度,但是不同文化背景的顾客对于服务可靠性的感知却存在着很大的差异,调查表明中国顾客比西方顾客更重视服务的可靠性。即使是同一个顾客,在不同的时段,可能对质量的要求也会产生变化。

(2) 服务质量是一种互动质量。虽然企业必须根据市场调查的结果,按照顾客的期望来提供产品,但是产品质量是在工厂里形成的,在产品没有出厂之前,质量就已经形成,因此在整个质量形成过程中,消费者基本上没有“发言权”。与产品质量不同,服务质量具有生产与消费的同时性,在服务提供者与顾客互动的过程中形成,如果没有顾客的密切配合、响应,或者顾客无法清晰地表达服务要求,也将导致服务过程的失败并产生不良服务质量。

(3) 服务质量中的过程质量非常重要。过程质量是服务质量构成中极其重要的部分,虽然服务结果是顾客购买服务的根本目的之所在,但是如果服务传递过程很糟糕,即使服务结果很好,最后形成的顾客感知服务质量也可能是非常低下的。

(4) 对服务质量的度量方法不同于制造业所采用的方法。对于制造质量的度量可以通过检验来证明产品与事先制定的产品标准的吻合程度,来证实产品质量是合格还是优秀。但是在服务质量的度量中,不仅要考虑服务质量与服务标准的吻合程度,还要衡量服务质量的外部效率,即对顾客关系质量的影响,以评价服务对服务提供者与顾客建立持久关系具有