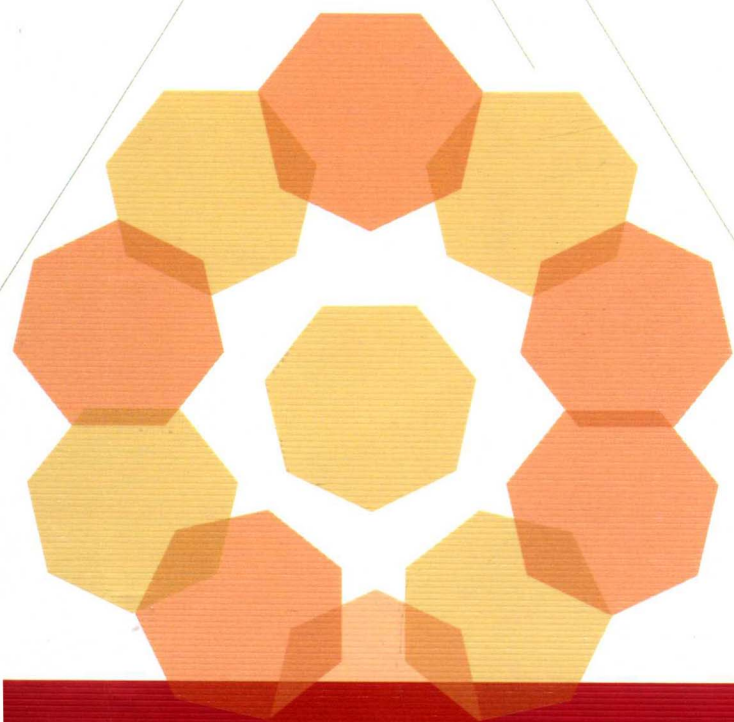




创优系列·管理科学与工程



# 服务质量管理

Service Quality Management

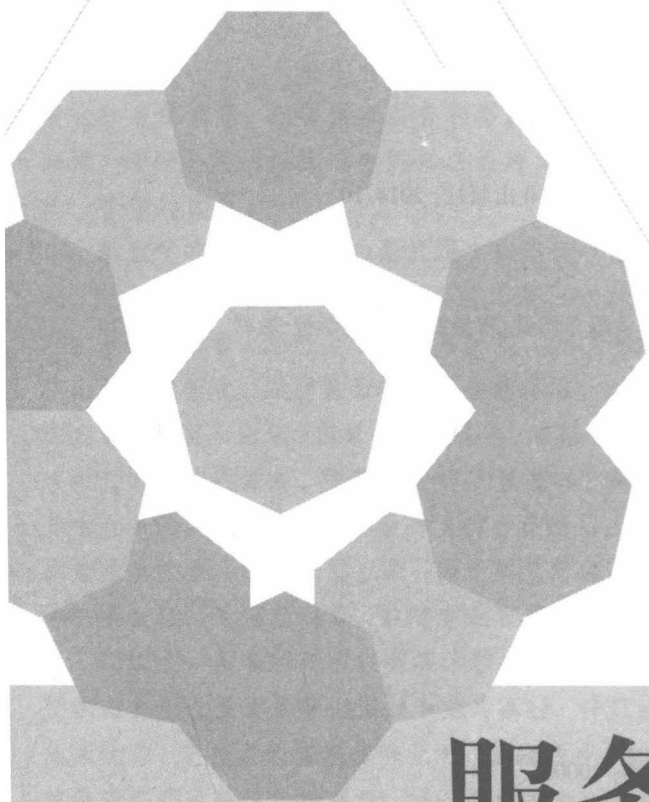
王海燕 张斯琪 仲琴 主编

电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>



创优系列·管理科学与工程



# 服务质量管理

Service Quality Management

王海燕 张斯琪 仲 琴 主 编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

本书在对服务质量管理的相关理论发展进行全面总结和评价的前提下,对服务质量评价与管理方面的许多问题做了新的探讨,并在服务质量评价方法中,对城市公共交通的案例进行了深入的实证研究。全书体系严谨、内容新颖、实用性强,将理论与实际应用紧密结合,对于读者了解服务质量管理具有积极的指导作用。

本书可作为普通高等院校工业工程、质量管理工程和管理科学类专业本科生和研究生的课程教材与学习参考书,也可作为工业企业质量工程技术与管理培训人员的培训和自学用书。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

## 图书在版编目(CIP)数据

服务质量管理/王海燕,张斯琪,仲琴主编. —北京:电子工业出版社,2014.10

(华信经管创优系列)

ISBN 978-7-121-24022-5

I. ①服… II. ①王… ②张… ③仲… III. ①服务业服务质量-质量管理-高等学校-教材 IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 182512 号

策划编辑:王志宇(wangzy@phei.com.cn)

责任编辑:王志宇 文字编辑:徐 颢

印 刷:三河市鑫金马印装有限公司

装 订:三河市鑫金马印装有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编:100036

开 本:787×1 092 1/16 印张:10.25 字数:244 千字

版 次:2014 年 10 月第 1 版

印 次:2014 年 10 月第 1 次印刷

印 数:3 000 册 定价:32.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

# 总 序

质量问题是经济社会发展的一个战略问题。党和国家历来高度重视质量工作，新中国成立以来，尤其是改革开放以来，党中央、国务院制定实施了一系列政策措施，初步形成了中国特色的质量发展之路，但是产品、工程、服务等质量问题造成的经济损失、环境污染、资源浪费等现象比较严重；质量安全形势仍然严峻，产品质量安全特别是食品安全事故时有发生；一些生产经营者质量诚信缺失，肆意制售假冒伪劣产品，危害人民群众生命安全和身体健康，损害国家信誉和形象；与发达国家相比，“中国制造”质量竞争力还不够强，缺少具有国际影响力的知名品牌和产品，质量问题已成为我国经济社会健康发展的一个制约因素。

新世纪的第二个十年，是我国全面建设小康社会、加快推进社会主义现代化的关键时期，是深化改革开放、加快转变经济发展方式的攻坚时期，也是质量发展的又一个重要时期。从国际上看，经济全球化深入发展，科技进步日新月异，全球产业分工和市场需求结构出现明显变化，以质量为核心要素的标准、人才、技术、市场、资源等竞争日趋激烈。从国内看，我国工业化、信息化、城镇化、市场化、国际化进程加快，要贯彻落实科学发展观，实现又好又快的发展，需要坚实的质量基础；要加快转变经济发展方式，特别是实现制造业由大变强，需要可靠的质量作支撑；要满足人民群众日益增长的质量需求也需要更强的质量保障能力。然而长期以来，由于质量管理工程专业一直没有列入教育部学科目录，从本科生教育到研究生教育，针对专业质量人才的培养规模极为有限。

2012年，教育部批准在高等学校本科专业当中增设质量管理工程专业，南京财经大学是国内首个设置质量管理工程专业的高校，并且江苏省教育厅为了充分发挥区域高教资源集聚优势，高校之间实现优势互补、强强联合，加快推进高等教育内涵式发展，扎实推进高等教育综合改革试验区建设，将此专业作为南京财经大学、南京大学、南京师范大学、南京邮电大学和南京中医药大学五校共建的专业。因为质量管理工程专业教育缺乏系统的教材，因此我带领南京财经大学质量管理工程专业的骨干教师们主编了这套质量工程系列教材，主要包括《质量统计学》、《质量可靠性理论与技术》、《质量分析与质量控制》、《服务质量管理》、《质量工程试验设计》五本教材，希望这套教材能缓解质量管理工程专业高等教育教材短缺的压力，为我国质量管理工程专业的发展尽一份绵薄之力。由于质量管理工程的专业建设在我国还处于探索期，加上我们的学术水平和知识有限，教材当中难免存在各种不足，恳请国内外同仁多加批评指正。



## 服务质量管理

另外,本套教材受以下项目资助——国家重大科学仪器设备开发专项:微分迁移谱——质谱快速检测仪的开发与应用(项目编号2013YQ090703)、国家自然科学基金:我国食品安全管理中的质量链协同控制理论与方法研究(项目编号71373117),在此对科技部和国家自然科学基金委员会表示感谢!

南京财经大学管理科学与工程学院 院长

江苏省质量安全工程研究院 执行院长

王海燕 教授

于南京



# 前 言

随着全球经济的快速发展,服务业在经济增长中具有越来越重要的作用,已经成为经济发达国家的显著特征。服务经济已经成为推动各国经济不断发展的原动力,成为经济发展的必然趋势。现代服务经济不仅有相当一部分关系到国计民生,而且服务经济的产值与就业人数已经成为衡量一个国家或地区经济发展水平的重要指标。服务成为发达国家市场经济中的重要形式,服务业也成为推动国民产出总量增长、经济持续发展的重要动力。

随着中国经济发展水平的提高,服务业将进入增长更加迅速、地位更加上升的阶段。服务经济与社会经济、服务业的发展与社会进步密切相关。社会进步推动了服务业的升级,服务的创新也成为经济增长的引擎。服务业之所以日益引起人们的高度重视,不仅仅在于它在国民经济中的比重不断上升,还在于它是吸纳就业的主要部门,并呈现出超出制造业的发展趋势,已渐渐成为促进国民经济效率提高和国民生产总值增长的主导力量。因此,加强服务业的服务质量的管理很有必要。关于服务质量的重要性,学者们达成了以下共识:顾客感觉中的服务质量会直接影响感觉中的服务价值;顾客感觉中的服务价值会直接影响顾客的购买行为;顾客感觉中的服务价值不仅会直接影响顾客的购买行为,而且会通过顾客满意感间接影响顾客今后的购买行为。因此,如何有效地进行服务质量管理对现代企业意义重大。

本书在对服务质量评价理论发展过程进行了全面总结和评价的前提下,对服务质量评价与管理方面的许多问题进行了超前性的研究:从不同角度,利用不同方法,对两种最重要的服务质量评价方法,即SERVQUAL和顾客满意度评价进行了较为详细的研究,并对城市公共交通的案例进行了深入的实证研究;除此之外,本书还对西方学者所发明的服务质量评价方法在中国文化背景下、不同行业间的实用性进行了全方位探索,并将服务质量评价和评价后的服务质量管理结合起来,进行了整合性研究。

同时,本书还采用科学的统计学方法,针对服务质量评价理论从多维度、全过程进行研究,并对研究结论均进行了严格的统计验证。全书理论体系严谨,对当前服务质量管理中许多似是而非的概念和理论框架进行了修正,并提出了许多新的观点,对于企业提升服务质量管理水平具有积极的指导作用。最后,本书将服务管理上升到战略管理的角度,对构建服务质量的管理体系进行了探索。

本书可作为普通高等院校工业工程、质量管理工程和管理科学类专业本科生和研究生的课程教材与学习参考书,也可作为工业企业质量工程技术与管理人员的培训和自学用书。



本书由南京财经大学管理科学与工程学院组织编写，王海燕、张斯琪、仲琴担任主编，参与编写的其他人员有刘军、孟秀丽、唐润、张庆民等老师，感谢沈鑫、俞磊、王虎、尹小华、钱昆、马晖玮、陆晶晶等研究生在教材编写过程中付出的辛苦劳动。在编写过程中参考了国内外的大量文献、教材和专著，由于篇幅原因未能将所有的参考资料都列出，编者在此对这些资料的作者表示衷心的感谢，对大力支持此次编写工作的电子工业出版社和南京财经大学也一并表示感谢！

由于编者水平有限，书中难免有不妥之处，诚请广大读者批评指正。咨询意见和建议可反馈至本书责任编辑邮箱：[wangzy@phei.com.cn](mailto:wangzy@phei.com.cn)。

编 者



# 目 录

第一章 概论 .....	1
第一节 服务经济 .....	2
一、服务经济的到来 .....	2
二、服务经济的重要性 .....	3
三、服务经济的内涵、特征及表现形态 .....	3
四、服务经济的发展趋势 .....	8
第二节 服务的概念与特性 .....	10
一、服务的概念 .....	10
二、服务的本质 .....	11
三、服务的特性 .....	12
四、服务与产品的区别 .....	14
第三节 服务的分类 .....	16
一、管理视角的服务分类 .....	16
二、功能视角的服务分类 .....	19
小结 .....	20
思考 .....	21
第二章 服务质量 .....	22
第一节 质量的概念及特性 .....	23
一、质量的概念 .....	23
二、质量的特性 .....	25
第二节 服务质量的概念及特性 .....	26
一、顾客感知服务质量概念的产生与发展 .....	27
二、顾客感知服务质量概念与构成研究的总结、归纳 .....	28
三、服务质量的基本特性 .....	31
第三节 服务质量的维度 .....	32
一、服务质量维度研究 .....	32
二、进行服务质量维度研究需要注意的问题 .....	33
三、服务质量维度研究评价 .....	33
小结 .....	34
思考 .....	34
第三章 顾客感知服务质量模型 .....	35
第一节 格罗鲁斯顾客感知服务质量模型 .....	36
一、格罗鲁斯模型的提出 .....	36





二、 格罗鲁斯服务质量模型的修正 .....	37
三、 模型的评价 .....	39
第二节 PZB 服务质量差距模型 .....	39
一、 PZB 服务质量差距模型的产生 .....	39
二、 PZB 服务质量模型的修正 .....	44
三、 PZB 对服务质量与顾客满意关系的探讨 .....	46
四、 对 PZB 感知服务质量模型的几点认识 .....	48
第三节 其他服务质量模型 .....	49
一、 李亚德尔和斯特拉迪维克关系质量模型 .....	49
二、 洛夫洛克服务质量模型 .....	54
三、 波尔顿和德鲁服务质量模型 .....	56
四、 奥利弗感知服务质量模型 .....	57
五、 布洛格维茨、迪里恩和李斯顾客感知服务质量综合模型 .....	58
六、 谷姆森 4Q 产品/服务质量模型 .....	60
第四节 顾客感知服务质量度量标准 .....	61
一、 服务期望与服务绩效 .....	62
二、 服务经历标准 .....	70
三、 适当服务 .....	72
四、 应得的产品或服务 .....	73
第五节 顾客感知服务质量比较标准 .....	73
一、 正确理解服务特性的意义 .....	73
二、 服务特性问题总结 .....	75
小结 .....	76
思考 .....	77
<b>第四章 顾客感知服务质量管理评价方法 .....</b>	<b>78</b>
第一节 SERVQUAL 服务质量评价方法 .....	79
一、 SERVQUAL 评价方法的由来 .....	79
二、 SERVQUAL 评价方法的具体步骤 .....	81
三、 SERVQUAL 评价方法的应用 .....	83
四、 SERVQUAL 评价方法的修正 .....	84
五、 SERVQUAL 评价方法的扩展 .....	87
第二节 顾客满意度评价方法 .....	92
一、 顾客满意度的基本概念 .....	92
二、 美国顾客满意度理论 .....	93
三、 基于 PLS 建模技术的顾客满意度模型 .....	94
第三节 其他服务质量评价方法 .....	96
一、 加权绩效评价方法 .....	96
二、 归因模式 .....	97





三、“非差异”评价方法 .....	99
四、关键事件技术 .....	100
五、IPA 评价法 .....	103
小结 .....	103
思考 .....	104
<b>第五章 顾客感知服务质量评价方法实证案例 .....</b>	<b>105</b>
<b>第一节 公交车调研数据统计分析 .....</b>	<b>106</b>
一、基本研究方法和问卷设计 .....	106
二、本次调查的信度分析 .....	106
三、数据整理 .....	108
<b>第二节 公交车乘客满意度分析 .....</b>	<b>113</b>
一、PLS 结果分析 .....	114
二、改进矩阵分析 .....	117
<b>第三节 影响公交车乘客满意度指数的因素分析及建议 .....</b>	<b>119</b>
一、影响公交车乘客满意度指数的关键因素分析 .....	119
二、对策与建议 .....	120
小结 .....	121
思考 .....	121
<b>第六章 服务质量管理体系 .....</b>	<b>122</b>
<b>第一节 服务战略的制定 .....</b>	<b>123</b>
一、制定服务战略的分析框架 .....	123
二、环境分析：产业/技术/市场/政策 .....	125
三、企业内部因素分析 .....	131
四、服务战略的内容框架 .....	133
<b>第二节 服务质量政策和标准的确定 .....</b>	<b>134</b>
<b>第三节 服务系统的建立 .....</b>	<b>135</b>
<b>第四节 服务质量控制及改进 .....</b>	<b>138</b>
一、服务质量控制 .....	138
二、服务质量改进 .....	141
<b>第五节 服务失败与服务补救 .....</b>	<b>143</b>
一、服务失败 .....	143
二、顾客抱怨行为 .....	145
三、服务补救 .....	147
小结 .....	151
思考 .....	151
<b>参考文献 .....</b>	<b>152</b>

# 第一章 概 论



- 第一节 服务经济
- 第二节 服务的概念与特性
- 第三节 服务的分类



服务经济是近五十年来崛起的新的经济形式，它在国民经济构成中占有极其重要的地位，涵盖了服务业乃至对外服务贸易广阔的市场经济门类与形式。在国外，服务经济已基本形成相对成熟的体系，并有其自身的运作方式。在我国，随着市场经济的发展，服务经济开始得到政府主管部门的高度重视，并在国民经济中逐渐加大其比重。它是我国正在进行的产业结构调整升级的主要途径，关系未来经济发展的走向与创新，具有十分重要的战略意义。

自 20 世纪 50 年代以来，全球经济经历着一场结构性的变革，对于这一变革，美国经济学家维克托·福克斯 (Victor R. Fuchs) 在 1968 年称之为“服务经济”。福克斯认为美国在西方国家中率先进入了服务经济社会。福克斯的宣言预示着始于美国的服务经济在全球范围的来临。伴随着信息革命和技术的飞速发展，服务经济也随之表现出新的发展趋势。

随着全球经济的快速发展，服务经济已经成为推动各国经济不断发展的原动力，以及经济发展的必然趋势。现代服务经济不仅有相当一部分关系国计民生，而且服务经济的产值与就业人数已经成为衡量一个国家或地区经济发展水平的重要指标。

## 第一节 服务经济



### 一 服务经济的到来

1968 年美国经济学家维克托·福克斯在他的经典著作《服务经济学》中，率先提出美国在西方发达国家中已经首先进入了“服务经济”社会，同时认为服务经济在所有发达国家都已开始出现。在他研究的基础上，服务经济的理论随着实践发展而不断深化。

英国经济学家约翰·杜宁在分析生产的服务形式时，曾把社会进化划分为三个时期：从 17 世纪初到 19 世纪，是以土地为基础的农业经济；从 19 世纪到 20 世纪末，是以机器为基础的工业或制造业经济；从 20 世纪末开始，则要过渡到以金融或知识为基础的服务经济时代。服务业取代农业和工业成为国民经济的第一大产业，这是经济发展的必然趋势。

当今经济全球化的趋势下，服务业得到了快速的发展，服务贸易飞速发展，服务业就业人数持续增加，竞争越来越激烈。服务经济在国民经济中的比重不断上升，服务成为发达国家市场经济中的重要形式，服务业也成为推动国民产出总量增长、经济持续发展的重要动力。服务经济时代有两层含义：一是指服务业迅速发展；二是指服务成为一种理念，各行各业都在提供服务、进行服务。

和世界先进服务业的发展水平相比，我国的服务业相对还比较落后，一方面体现在绝对量的规模上，另一方面体现在服务业增加值占 GDP 的比重上。近几年来，国内服务业增加值占 GDP 的比重一直维持在 40% 左右，发达国家服务业这一比重在 70% 以上，即使是世界平均水平也在 60%。因此，我国服务业的发展还远没有达到服务经济社会要求的水平，还有很大的发展潜力和发展空间。

当前，中国正处于工业化和城镇化加速发展时期，加快发展服务业至关重要。如果在





整个 GDP 增长结构中, 第三产业比重上升一个百分点, 相应第二产业比重下降一个百分点, 单位 GDP 能耗就将降低一个百分点。20 世纪 90 年代, 中国在“十一五”计划和《国务院关于加快发展服务业的若干意见》中明确提出: 有条件的大城市要逐步形成服务经济为主的产业结构, 到 2020 年, 希望服务业的增加值能占到国内生产总值的 50% 以上。加快发展服务业已是转变经济发展方式、调整经济结构的重要战略举措, 也是促进我国经济较快增长的现实选择。



## 二 服务经济的重要性

当今世界, 服务经济成为发达国家明显区别于发展中国家的竞争优势, 并成为发展中国家经济的努力方向, 也成为涉及范围最广、比重最大的产业, 它早已不局限于传统的饮食业、修理业、零售业之类, 有相当一部分关系国计民生, 如金融服务经济事关国民经济命脉, 信息服务经济事关国家安全和人民生活。在发达国家, 服务经济已经成为经济增长的中坚力量, 通过其各种服务功能, 服务业有机连接社会生产、分配和消费诸环节, 加速人流、物流、信息流和资金流运转, 对推进工业化和现代化进程具有重要的作用。服务经济与社会经济、服务业的发展与社会进步密切相关。社会进步推动了服务业的升级, 服务的创新也成为经济增长的引擎。服务业之所以日益引起人们的高度重视, 不仅在于它在国民经济中的比重不断上升, 还在于它是吸纳就业的主要部门, 并呈现出超出制造业的发展趋势, 已渐渐成为促进国民经济效率提高和国民生产总值增长的主导力量。

随着中国经济发展水平的提高, 服务业将面临着增长速度、地位上升阶段。我国已经进入全面建设小康社会、构建和谐社会的新的历史阶段, 我国的经济结构正处于战略性调整的重要历史时期。因此, 大力促进服务经济发展, 是推进国家战略实施的必然要求。发展服务业是落实科学发展观、实现和谐社会的关键。因而, 对服务经济的研究有着重要的理论意义和现实意义。



## 三 服务经济的内涵、特征及表现形态

### (一) 服务经济的内涵

如果把工业经济生产理解为“工业范式”的话, 那么服务经济则是一种“信息范式”。具体而言, 在服务经济中, 信息和知识的创造成为生产过程的核心环节。因此, 服务经济的本质是信息经济或知识经济。服务经济按其研究的范围有广义和狭义之分, 狭义的服务经济就是生活服务业经济, 主要研究与人民生活相关的饮食、旅店、日用品修理、理发、照相等行业的活动。广义的服务经济除研究生活服务业之外, 还研究包括邮电、通信、运输、娱乐、文化教育、科研、卫生等诸多领域在内的国民经济部门和行业的活动, 即凡是具有时代特征的、适应现代人的需求和城市现代化发展的服务业, 都应引入服务经济研究的范畴。

服务经济学作为一门独立的学科理论, 在西方是从 20 世纪 30 年代开始的。服务经济理论的创始人费希尔首次提出了对产业经济学和国民经济核算理论具有重大影响的“三次产业”理论, 认为社会经济的发展是从第一产业(农业)占优势的经济, 依次过渡到第二产业(工业)占优势的经济和第三产业(服务部门)占优势的经济。国内外学术界通常使用以



下三种定义方法：第一种是“规模定义法”，即定义“服务业 GDP 占比 50% 以上，且服务业就业占比 50% 以上的为服务经济”；第二种是“对比定义法”，即定义“与工业经济、农业经济形成对比，有特殊性质的经济形态为服务经济”；第三种是“阶段定义法”，即“农业经济、工业经济发展以后的经济阶段为服务经济阶段”。综合以上三种模式，本书将服务经济定义为：“以知识、信息和智力要素的生产、扩散和应用为经济增长的主要推动力，以科学技术和人力资本的投入为核心生产方式，以法治和市场经济为制度基础，经济社会发展主要建立在服务产品的生产和配置基础上的经济形态。”从内涵上来讲服务经济包括三个层次：第一层次（最高层次）是经济形态，第二层次（产业层次）是产业形态（服务业），第三层次（基本层次）是经济活动（服务）。这三个层次的内涵是不一样的：从基本层次上看，服务构成了服务经济中的基本经济活动形式。从产业层次上看，服务业是服务经济产业结构中的主导产业。而从最高层次上看，服务经济除了服务活动和产业以服务为核心外，还包含一整套适应服务活动和产业发展的制度环境、管理体制、要素市场以及公共政策和公共服务体系，是一种完整的经济形态。本书着重从最高层次的角度，也就是把服务经济作为一种经济形态来研究服务经济的内涵。

### 1. 服务经济作为一种经济形态，核心是提供服务产品

尽管关于新的经济形态的提法很多，如知识经济、信息经济、数字化经济、网络经济等。但从主导产业及其产出、就业，以及服务产品与制成品或农产品在有形无形、生产消费、营销保障等上面有着本质区别这两个方面来分析，唯有服务经济可以与农业经济、工业经济并列而成为一种经济形态。它以农业经济和工业经济提供产品为前提要素，以提供服务产品为核心，形成以服务为中心的经济活动，从而构成以服务业特别是现代服务业为主的产业体系。

### 2. 服务经济作为一种经济形态，不但包括服务业，也涵盖了成熟发展的制造业和农业

在服务经济中，服务业固然是产业结构中的主导产业，制造业和农业也是服务经济的重要组成部分。农业、制造业的现代化和服务化趋势促进了服务业的迅猛发展，服务业的快速发展反过来又为农业、制造业提供了全面高效的服务，把农业、制造业提升到新的更高水平。三次产业相互依赖、相互促进、融合发展，服务经济作为一种经济形态，不是一个产业可以涵盖的，而是各个产业的动态均衡和全面协调发展。

### 3. 服务经济作为一种经济形态，除了服务产出、服务就业、服务贸易、服务消费、服务业投资等经济活动成为其重要组成部分外，还包含一整套的制度环境、管理体制、要素市场以及公共政策和公共服务体系

制度环境指能保障服务经济有效运行、保障产权和交易、促进知识创新的法律规则，例如受到良好监督执行的产权、合同、信用、财税规则。管理体制是指适应服务经济发展的更加市场化、法制化和国际化的组织架构与治理方式。要素市场是以人力资本市场为主体的资源要素配置体系。公共政策和公共服务则是为服务经济发展创造低成本、高效率的运作环境。

我国最初对服务经济理论的研究是在 20 世纪 60 年代，围绕社会主义的服务是生产性劳动还是非生产性劳动问题展开讨论的。真正引起大家注意是在 1980 年以后，对是否采用





三次产业分类的方法来指导国民经济实践的讨论。20世纪80年代,对服务的研究主要集中在服务的价值创造问题。20世纪90年代,服务业在国民经济中的地位和作用日益重要,服务业创造价值又一次成为讨论的热点,服务业各行各业的经济理论逐步成熟。21世纪初,中国加入世界贸易组织,服务业面临开放的挑战,理论研究的重点转移到了服务业和服务贸易竞争力的分析上,如中国服务业服务贸易的现状、服务业和服务贸易的发展特征、服务业滞后对经济增长和产业升级的制约、中国服务业的地位和作用、中国服务业与服务贸易发展的国际比较等方面。

## (二) 服务经济的特征

世贸组织部总干事鲁杰罗认为现代全球经济是一种新型的服务经济,它有四大特征:

(1)它越来越漠视地理、距离和时间;

(2)服务业,尤其是金融、电信和运输正在为世界经济创造全球基础设施,极大地促进老产业调整和新产业发展的基础设施;

(3)全球服务经济将是以知识为基础的经济,其最宝贵的资源将是信息和智慧,而不是传统生产要素的土地、劳动力和资本。信息和知识不是被束缚在各个国家和地区内,而是几乎不受限制地流动,并有无限的扩大能力;

(4)这些变化导致了无边界技术有潜力使国家之间和地区之间的关系变得平等,因为它有能力为每一个国家自由平等地获得知识和信息开辟道路。

本书从服务经济的形态、结构、运行三个方面阐述如下。

### 1. 服务经济的形态特征:服务业与制造业趋于“同化”

由于生产性服务业的异军突起,制造业和服务业之间彼此依赖的程度日益加深,传统意义上的制造业与服务业的边界越来越模糊,企业也把注意力从制造转移到制造与服务相结合上来,注重从以制造为中心逐渐转向以服务为中心。具体表现如下。

#### (1) 产业发展服务化

服务经济时代,服务业成为服务经济中的主导产业。服务性经济活动是产业活动的主导方式,产业链中的服务环节日益占据主导地位,制造部门的服务意识不断深化,使得生产者将重心从车间转到提供服务上来。

#### (2) 行业发展融合化

伴随着信息化和全球化的不断深入,服务业与农业、制造业之间相互渗透和融合的趋势日趋明显。具体表现为:一是消费者更加注重产品解决问题的功能而非产品本身,这使得产品和服务的边界变得模糊;二是生产方式的变化促使服务业和制造业相互融合;制造企业将服务当做利润增加的源泉,从而使其业务中心发生根本改变;三是消费者和生产者之间的关系从一次短期购买变为持续的多次服务,这种长期关系的建立使消费者更多地参与到生产中来,从而使消费者和生产者趋于融合。

#### (3) 企业运作网络化

随着现代信息技术的广泛运用,生产价值链日益成为服务经济时代主导性的生产组织方式,企业的组织结构和运作方式也由传统的层级制逐渐向松散而富有弹性的网络型组织结构发展。



#### (4) 生产活动高端化

在服务经济时代,越来越要求生产活动包含更多的知识和信息,并向高端化发展。随着工业化大生产累计的实物产品的极大丰富,个性化、多元化的服务需求需要大量的企业进行创新,提供差异化的产品,这要求生产活动的技术含量不断提升,无形的服务所占的价值越来越大,如研发设计、销售等形成了生产活动的整体高端化趋势。

#### 2. 服务经济的结构特征:服务业占主导地位

服务经济时代,服务业成为经济发展的核心和主要动力。服务业提供了较多的产出和较大的就业量,并带动其他产业共同发展,在经济中占据主导地位。主要有几个标志:首先,服务业产值比重较大,服务经济社会的服务业规模大多占到 GDP 的 60% 以上;其次,服务业提供较多的就业量,到 21 世纪初,世界主要发达国家服务业占全部就业的比重大多超过或接近 70%;再次,农业和制造业加速与服务业融合而趋向高端化,产业链中的服务环节日益占据主导地位。如服务业正加速向制造业的生产前期研究、生产中期设计和生产后期的信息反馈过程展开全方位的渗透,金融、法律、管理、培训、研发、设计、客户服务、技术创新、贮存、运输、批发、广告等服务在制造业中的比重和作用日趋加大。最后,许多制造企业的服务性收入和功能占据了主导地位,逐步实现了向服务型企业的转变。

#### 3. 服务经济的运行特征:稳定增长

服务经济不像工业经济那样,以周期性行业为主导而在危机时容易陷入全面衰退,它既有周期性行业也有反周期性行业,会产生相互抵消作用,使得经济增长相对稳定。因而具有经济稳定器的作用。

### (三) 服务经济时代服务业的特点

服务经济时代服务的内涵发生了变化。服务不仅要为客户提供所需的产品和服务,而且还要满足客户的情感需求。服务经济时代的客户不仅包括购买企业产品或服务的外部客户,还包括企业内部工作的员工,他们依靠企业所提供的服务、产品和信息来完成工作。他们也需要得到企业给予外部客户同样亲切、体贴的服务。因为利润的增长点主要是由客户的忠诚度刺激产生的。忠诚度是由忠诚有效率的员工创造的,员工的满意和忠诚主要来自企业各方面的支持。具体来讲服务经济时代的服务业具有如下特点。

#### 1. 无形性

服务业提供的产品是一种能满足人们某种需要的劳动活动,其主题由人类行为组成,无法以形状、质地、大小等标准去衡量和描述,并且生产与消费同时进行,是一种无形的产品。当然这种无形产品不存在物体性所有权的转移,而只存在活动性的所有权伴随着生产与消费的同步转移。

#### 2. 非物质性

现代服务业是非物质生产活动。服务作为一种“行为”或“体验”而不是有形物品的特性,决定了服务生产的实质是一种“人与人”的游戏。服务的提供主要是靠人而不是机器来完成。因此服务质量会由于服务提供者和消费者双方的个人因素发生变化而波动,由此失去其稳定性。尽管是非物质性的经济活动,但由于它在合理配套资源、提高效率、方便生





产生活等方面有较为重要的作用，并且创造了价值，因此，现代服务业是现代经济中一种不可缺少的生产性活动。

### 3. 知识性

现代服务业是知识密集型产业。随着经济全球化趋势不断加速，人们不断创造知识、传播知识，新知识向产业渗透的进程日益加快，现代服务产业，尤其是咨询、开发、情报等，是知识的传播和渗透活动的主体。与此相应，知识转化为创新源，也是现代服务业的动力特征。通过理念创新、知识创新、技术创新、制度创新和管理创新等多维度的创新来为制造业和其他产业的发展提供服务，帮助产业消除发展中遇到的瓶颈，帮助企业实现高效率发展的目标。

### 4. 集聚性

产业集聚性是现代服务业体系的空间特征。现代服务产业体系的形成过程是一个产业空间结构调整的过程。基于活动成本的节约、公共设施成本的分摊、产业链的联系、信息沟通的便捷、知识技术传播扩散效应和学习效应等多种形式使得服务产业集群成为获得竞争优势的基本条件之一，并且城市发展本身就提供了服务产业集聚的空间载体，因此现代服务业呈现出大都市市区化的趋势，现代服务业的发展与都市化有着密切联系。

### 5. 便捷性

现代服务业是产业分工深化的产物。根据社会生产和生活中的某些环节而进行专门化和规模化的活动，以这种活动和行为给其他企业和个人带来生产、生活上的便捷与心理或生理的满足，这样既减少了社会矛盾，又节约了社会资源，而且提高了生产效率和生活质量。特别是在信息化时代或新型工业化时期，社会性生产分工由纵向分工不断转向横向的水平式分工，如工业外包，服务所提供的生产便捷性作用就显得越来越重要、越来越明显。

## (四) 服务经济的表现形态

相对于农业生产活动和工业制造占主导的经济发展阶段而言，服务经济是以服务活动为主的更高层次的经济发展阶段，是继农业经济、工业经济(或制造经济)之后一种新的社会经济形态。服务经济时代，服务中的每一个人的位置都是因顾客而存在的。服务经济的表现形态有以下几方面。

### 1. 产业结构服务化

在服务经济中，服务产业在经济体系中的地位不断上升，成为产业结构的主体，即产业结构的服务化。与农业经济以提供农产品为核心、工业经济以提供制成品为核心不同，服务经济无论是生产、流通还是消费都围绕服务这一基本要素，以提供服务产品为核心，形成以服务为中心的经济活动，构成以服务业特别是现代服务业为主的产业体系。服务业不但随经济的发展而发展，而且发展速度要快于经济整体水平的发展速度，服务业的价值创造已在服务经济中占据绝对主导地位，进而导致产业结构发生变化，物质生产产业比重呈下降趋势，服务经济比重呈上升趋势，随着这种变化趋势的持续进行，服务经济已成为国民经济中最大的组成部分。