



中青年经济学家文库

ZHONGQINGNIAN JINGJIXUEJIA WENKU

南昌航空大学学术文库

基于价值链的服务模块化 价值创造机理研究

余长春 / 著

JIYU JIAZHILIAN DE FUWU MOKUAIHUA
JIAZHI CHUANGZAO JILI YANJIU



经济科学出版社
Economic Science Press

中青年经济学家文库

教育部人文社科基金（11YJC880149）资助

南昌航空大学学术文库

江西文化产业服务模块化价值网的价值创新机制研究（12GL11）资助

基于价值链的服务模块化 价值创造机理研究

余长春 著



经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

基于价值链的服务模块化价值创造机理研究/余长春著.

—北京: 经济科学出版社, 2012. 12

(中青年经济学家文库)

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2726 - 3

I. ①基… II. ①余… III. ①服务业 - 经济发展 - 研究 - 中国 IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 282439 号

责任编辑: 李 雪

责任校对: 徐领弟 郑淑艳

责任印制: 邱 天

基于价值链的服务模块化价值创造机理研究

余长春 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 88191217 发行部电话: 88191537

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京密兴印刷有限公司印装

710 × 1000 16 开 13 印张 220000 字

2012 年 12 月第 1 版 2012 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2726 - 3 定价: 41.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 88191502)

(版权所有 翻印必究)

前 言

信息技术的突飞猛进使世界经济呈现经济服务化的新趋势，服务性竞争越来越成为国家和区域竞争的焦点。另外，从分工到模块化是产业组织演进所遵循的一般路径，模块化是产业组织研究的一个重要课题。模块化最初运用于制造业中的生产领域，随后，在服务业中也出现了模块化的倾向。根据青木昌彦（2003）的观点，服务模块化思想和方法，必将在更多的产业领域对企业生产及服务产生深远的影响。为此，有关服务模块化的研究逐渐成为学界的前沿和热点。

迄今为止，有关服务模块化的研究成果主要运用定性的研究方法来分析服务模块化的可行性、效率、动因、边界、治理等问题。然而，已有的研究大多从服务产品和服务技术角度研究服务模块化，没有进一步分析服务模块化的内涵、特征和运行机制等问题，特别是基于价值链、从价值创造这一关键维度来探求服务模块化的成果并不多见。此外，现有研究方法比较单一，缺少案例型及实证型的量化研究。

基于此，本书把规范研究、案例分析和实证研究方法结合起来，力图理清基于价值链的服务模块化内涵与实质，阐明基于价值链的服务模块化规律，探究服务模块化对价值创造的影响机制，求解促进价值创造的服务模块化机理。为了达到这一研究目标，本书在文献综述及诠释服务模块化相关概念的基础上，着重进行了以下五方面的研究：

研究一：对服务模块化的前提、生成机理及价值创造本质进行分析。服务模块化的前提是价值链与服务的耦合，从而形成若干价值单元。价值链中的服务系统可分成人力资源服务模块、服务关系模块、服务质量模块、服务创新模块、服务外包模块、服务信息共享模块、知识服务和绩效模块等维度，价值链中的

每个环节都同这些服务模块中的部分或全部产生或紧或松的耦合。除了分工,基于价值链的服务模块化生成还离不开内外动力要素。在服务组织模块化的外部,客户和技术是服务模块化的两大动力要素。在服务组织模块化的内部,价值协同与风险规避是促成服务模块化的两大动力要素。由于服务活动能够聚焦于价值创造过程的特定服务环节,从而使其已有的核心服务能力要素得到最好的积累、培育和利用;并且,服务模块化会使总量成本下降、系统服务价值提高和创新动力增强;因而基于价值链的服务模块化有利于价值创造。

研究二:对基于价值链的服务模块化构成要素及其价值创造机理进行了分析。结合企业案例,站在服务价值创造的视角,从价值链系统出发,沿着基本服务活动、辅助服务活动、服务对象和服务职能四条维度来分析实施服务模块化的路径。基本服务活动包括仓储服务模块、物流服务模块、品牌服务模块、售后服务模块和分销服务模块;辅助服务活动包括采购服务模块、研发服务模块、人力资本服务模块、基础设施服务模块和金融服务模块;服务对象包括顾客服务模块和员工服务模块;服务职能包括服务创新模块、信息服务模块、知识服务模块和服务外包模块。然后,从服务模块要素组合的角度,运用服务模块化网络组织和自组织理论,剖析了基于价值链的服务模块化价值创造机理。

研究三:以汽车金融服务业和民航业为例,对基于价值链的服务模块化过程中的价值创造机理进行了分析。主要剖析了汽车金融服务业服务模块化的三个层次(服务产品模块化、服务组织模块化和服务产业模块化)与价值创造的关系,并探究了价值创造导向下汽车金融服务业服务模块化的路径,即产业价值链服务模块化、构建新型服务模块和形成立体式生态服务模块化网络。同时,从服务产品模块化、服务流程模块化、服务对象模块化和服务职能模块化四个角度诠释了民航业基于价值链的价值创造性,并从顾客价值、价值发现、价值创新和价值管理四个层次出发,阐述了民航业基于价值链的服务模块化对价值创造的正向作用。

研究四:构建了基于价值链的服务模块化影响价值创造机制的概念模型。在前文对服务模块化的文献综述、概念阐释、形成前提、生成机理和形成路径的研究基础上,把基于价值链的服务模块化作为自变量,把模块化网络组织作为中介变量,把价值创造作为因变量,把价值链治理结构作为调节变量,同时,将基于

价值链的服务模块化进一步分解为服务流程模块化、服务对象模块化、服务职能模块化和服务产品模块化四个维度，以此构建出基于价值链的服务模块化影响价值创造机制的概念模型。

研究五：实证分析了基于价值链的服务模块化对价值创造的影响机制。对基于价值链的服务模块化对价值创造的影响机制进行了实证分析。首先，结合对服务模块化企业的实地访谈设计调查问卷、选择样本；其次，通过信度和效度检验，检验上一章概念模型中变量的测量题项，并根据最终检验结果纯化变量的测量量表；再其次，展开层次回归分析和结构方程建模，检验假设的显著性；最后，讨论检验结果。实证结果表明，基于价值链的服务模块化与价值创造之间存在三大路径：第一，基于价值链的服务流程模块化→模块化网络组织→价值创造；第二，基于价值链的服务对象模块化→模块化网络组织→价值创造；第三，基于价值链的服务职能模块化→模块化网络组织→价值创造。三条路径共同形成了基于价值链的服务模块化对价值创造的作用机制。具体作用机制为：基于价值链的服务产品模块化通过作用于模块化网络组织，进而影响价值创造，然而其对于模块化网络组织的影响并不明显；基于价值链的服务流程模块化、基于价值链的服务对象模块化和基于价值链的服务职能模块化对模块化网络组织有显著影响，这三条路径构成了对价值创造的主要影响机制。

以上研究发现：（1）基于价值链的服务模块化是基于价值链中的服务，把垂直一体化整个服务活动拆解成若干具有某一价值创造功能的价值节点，通过各价值节点的横向整合，形成多个相对独立运行的服务价值模块的提供部门和提供者，或形成若干服务价值模块规则设计者与集成者，从而使价值链产生持续动态分化与集成的过程。可以从两个维度来理解服务模块化：一是服务系统的模块化设计、解构及集成；二是产业组织层面的服务模块化。（2）从价值链系统出发，沿着基本服务活动、辅助服务活动、服务对象和服务职能四条路径来实施服务模块化利于价值创造。基于价值链的服务模块化包括服务产品模块化、服务流程模块化、服务对象模块化和服务职能模块化四维度。（3）基于价值链的服务模块化积极影响价值创造，其中模块化网络组织起着部分中介作用，价值链治理结构起着调节作用。基于价值链的服务模块化作用于价值创造的路径有三条：基于价值链的服务流程模块化→模块化网络组织→价值创造；基于价值链的服务对象模块

化→模块化网络组织→价值创造；基于价值链的服务职能模块化→模块化网络组织→价值创造。

本书的主要创新之处在于：从价值链角度出发，围绕价值创造这一核心问题，研究服务模块化的运行机制；基于价值链来界定服务模块化的内涵及构成维度，以便在此基础上开发有效可靠的量表；依据价值链来探究服务模块化的价值创造路径；通过探索性案例分析和理论阐释来构建基于价值链的服务模块化影响价值创造的机制模型；实证研究服务模块化的价值创造机制。

余长春
2012 年 10 月

目 录

第1章 引言	1
1.1 研究背景和研究意义	1
1.2 问题的提出	5
1.3 研究方法、技术路线和章节安排	6
1.4 创新及不足	15
第2章 文献综述	17
2.1 价值链理论研究综述	17
2.2 服务模块化理论研究综述	25
2.3 简要评述	31
第3章 概念界定	33
3.1 基于价值链的服务模块化	33
3.2 模块化网络组织	37
3.3 价值链治理结构	38
3.4 价值创造	39
第4章 基于价值链的服务模块化价值创造机理：理论分析	44
4.1 基于价值链的服务模块化前提：服务与价值链的耦合	44
4.2 基于价值链的服务模块化生成机理	47
4.3 基于价值链的服务模块化价值创造维度及构成要素	49
4.4 基于价值链的服务模块化要素组合与价值创造	64

第5章 基于价值链的服务模块化价值创造机理：探索性案例研究	69
5.1 案例分析思路及程序	69
5.2 案例数据来源	71
5.3 理论基础及分析框架	71
5.4 第一个案例：汽车金融服务业	75
5.5 第二个案例：民航服务业	93
5.6 汽车金融服务业与民航服务业的案例结论	110
第6章 基于价值链的服务模块化对价值创造影响机理的实证分析	113
6.1 基于价值链的服务模块化对价值创造影响的机理模型	113
6.2 基于价值链的服务模块化对价值创造影响机理的实证分析	123
第7章 研究结论	167
7.1 主要研究结论	167
7.2 研究的展望	169
附录1 基于价值链的服务模块化研究访谈提纲	171
附录2 基于价值链的服务组织模块化与价值创造研究调查问卷	174
参考文献	178
后记	196

第 1 章

引 言

1. 1

研究背景和研究意义

1. 1. 1 现实背景

(1) 服务经济的崛起。从全球产业发展的一般规律看,服务与制造彼此融合,服务在制造业产值中的比重持续增加,经济服务化是当今世界经济发展的重要特征和主导。一方面,信息和通信技术的进步使世界经济呈现新趋势:经济服务化。另一方面,服务经济在很大程度上影响、制约着一个国家和地区的竞争力水平,服务经济与国家和区域经济的发达程度成正相关关系。为此,各国及地区都非常重视服务型经济的成长。

(2) 服务模块化的演进。产业组织沿着“分工→模块化”的路径演进,模块化是在产业组织领域兴起的新的课题,^[1]现代产业组织开始转向以服务业为研究对象,由此,对服务业模块化的研究也大量涌现。

服务模块化的概念最早出现在服务业这一产业领域。现实中,服务模块化逐渐应用和推广到服务型跨国公司和金融、保险等服务产业。服务模块化思想和方法,必将对企业生产及组织产生深远影响。^[2]

模块化从本质上改变了现存产业及其结构,正在重塑社会经济的微观基础和结构,模块化是新经济时代的重要特征。^[3]网络经济时代,由于竞争的基点

不再是单一组织或线性价值链，而是组织与其协力者所共同营造的价值网的竞争。所以，模块化产业组织显示出了超强的环境适应能力和市场竞争优势。^[4]

服务模块化作为一种新型产业组织形式，它打破了传统的一体化组织边界，提高了组织的渗透性和灵活性，能够充分发挥对专业化分工“分”和合作“聚”的作用，从而实现技术、知识和制度等生产要素收益的递增，促进服务产业价值创造能力的提高。

1.1.2 理论背景

理论研究方面，学界学者主要站在服务产品和服务业的视角，通过对服务系统模块化及服务组织模块化的分析，来探求服务模块化的形成动因、分工、组织特性、治理边界及治理效率问题。少数学者借用价值链来分析服务模块化的价值创造。例如，吴照云和余长春（2011）^[5]以价值链这一产业组织形式为立足点，找出了服务与价值链耦合的八大模块：人力资源服务模块、服务关系模块、服务质量模块、服务创新模块、服务外包模块、服务信息共享模块、知识服务和绩效模块。以上研究均欲阐明服务模块化的内涵，并试图找出服务模块化运作的基本规律和本质特性，遗憾的是，尚无一个系统、清晰及深入的分析框架来诠释服务模块化的形成轨迹、演化机理和运行机制，也忽略了从价值创造这一关键维度来剖析服务模块化的运作规则与实现路径。毕竟，服务模块化的实质是为了优化服务活动的运作效率，以利于价值增值，某种意义上讲，它是在价值创造范畴内服务性分工的产物。此外，在现有研究中，经验型、概念型、文献型和规范型的较多，而案例型及实证型的却不足。服务模块化作为一个新的研究领域，仅仅运用定性的分析方法来探讨是难以从更深的层面抓住其本质的，更需通过实证的方法来进行进一步理解，以用来检验、推理服务模块化的实质及其价值创造机理。

概述之，现有研究还难以解释以下五大问题：第一，从企业的服务组织模块化设计、运作及变革的角度看，服务模块化对企业组织的系统整合与创新到底起着怎样的作用，对服务产品设计、服务流程设计与企业价值链设计产生怎样的影

响,服务模块化的形成机理和系统运作机制是什么,服务组织模块化怎样进行变革;第二,从企业的服务模块化运作角度看,模块化能运用于那些处于复杂系统中或者需要解决复杂问题的服务行业;也适合于引入信息和通信技术、经过数字化改造的传统服务业。这些类别的企业(包括服务型制造业和服务业)如何引入服务模块化思想,如何运用服务模块集成商与服务模块供应商之间的合作创新来寻找转型与升级之路;第三,从服务模块化的实际运作角度看,服务模块化集群作为产业结构范畴,政府层面如何基于服务模块化来建立和运作产业集群,以此促进区域产业升级,借以提升区域产业竞争力;第四,从价值创造的角度看,模块化生产网络是价值链的模块化,如何基于价值链来研究服务模块化协调和管理,以此向价值链的价值创造高端攀升,服务模块化的价值创造机理是什么;第五,从全球价值链的角度看,服务模块化网络是如何形成的,怎样构建、运作及创新服务模块化网络组织,在全球服务模块化价值网络面临风险的情形下,如何有效地规避。

经济全球化态势下,企业竞争模式和产业组织结构经历着持续变革和创新。服务模块化作为一种新型的组织形态,其研究还可以着重从以下三方面进一步深化和拓展:一是服务模块化与制造模块化之间的区别与联系。模块化组织方面的研究最早是立足于制造业,模块化制造方面的研究已经较为成熟,而服务模块化方面的研究还处于前期不够成熟阶段,因此,通过把制造模块化同服务模块化之间的差异进行对比,能够使服务模块化的研究结果更为鲜明,从而能够更加深刻地掌握服务模块化的特性及其运行机理。二是从服务模块化供应商和集成商的角度进行分析。服务模块化对服务供应商、集成商及服务产业集群有重要的影响,从服务供应商和集成商的利益博弈和平衡的角度出发,研究他们之间激励与约束机制的构建以及政府作为宏观调控方面所发挥的能动作用,以此促进服务产业集群的形成与运行,属于服务模块化现实运作层面的重要课题。三是服务模块化之间的知识共享机制。服务组织模块化作为一种以知识为联结纽带的知识型网络组织,凸显着企业间及企业内部各服务组织模块之间的知识共享作用,而服务模块化之间的知识共享网络的某些属性导致了知识共享网络的多重治理困境,由此造成“组织失灵”。因此,建立服务组织模块化治理构架,探索防止“组织失灵”的知识共享机制,值得深入剖析。

服务模块化问题既可以站在自然科学（如工科）的视角进行分析，又可站在社会科学（如经济学、管理学）的视角进行探索，其学科的交叉性决定其研究方法的多样性和研究内容的广泛性。所以，通过案例分析求解服务模块化运作的客观现实并检验现有研究结论的科学性，依托价值链和服务利润供应链，从产业结构的宏观层面和企业组织的微观层面出发，加强实证分析，站在工科的视角分析服务系统的模块化拆解原理，站在组织管理的视角寻求服务模块化的分工、协调、激励与创新机制，站在区域产业经济发展的视角探求以服务模块化方式促进产业集聚集群的路径与策略，通过实证研究探讨服务模块化的运行机理和实现路径，通过博弈分析剖析服务模块化独立及耦合单元的价值分配与价值交换原理，最终深刻揭示服务模块化网络组织的形成机理和运行规律，理应成为未来研究的重要取向。

1.1.3 理论意义和实践价值

1.1.3.1 理论意义

（1）组织模块化方面的现有研究多局限于传统的制造业这一领域，且偏重于对生产制造模块化，然而，依托价值链，对服务模块化进行探究的文献明显不足，本书的分析视角从生产制造组织模块化转向服务组织模块化，这拓展了模块化组织的研究思路。

（2）对价值链模块化的现有研究主要把价值链中的企业分为两大功能模块，即旗舰企业及受控供应商模块，本书拟从服务与价值链耦合、基于价值链的服务模块化四个维度（服务产品模块化、服务流程模块化、服务对象模块化和服务职能模块化）来探究服务模块化的价值创造机理，这可以进一步充实、丰富服务模块化理论。

1.1.3.2 实践意义

在当前日趋激烈的竞争环境下，经济活动已从以制造为中心转向以服务和创新为中心，经营理念也转向顾客价值至上的服务型之特征。企业竞争的焦点越来

越转向基于制造的服务和服务型制造。服务型经济成为未来经济发展的主力军；服务已超越传统的制造，成为竞争的焦点和核心，新型的网络型组织也开始替代传统的组织构架而成为未来主要的组织形式。

模块化组织作为新兴分工方式和一种生产性组织的协调形式，其出现和所能够发挥的作用是与经济背景紧密相关的，特别是企业和市场的演进过程紧紧地决定着协调形式，而这又集中体现在价值链形态的演变上。价值链形态中各节点所包含的供应商、经销商以及生产商等由于“界面”和“耦合”关系不同，经历了不同的历史演变阶段，也表明了产品模块化过程中模块化组织协调形式的必然性。^[6]

解决日益增长的服务需求与服务低效率、高风险间的矛盾是企业寻求新的价值增长空间的重要途径。把服务嵌入价值链之中，研究价值链中的服务系统问题，是产生新价值和提升原价值的动力源泉。价值整合是激发组织成功的关键方法，价值管控是模块化组织运行机制的核心，贯穿于组织过程的三种价值管控模式包括：价值扩散、价值引导和价值整合，以价值链为依托研究服务模块化价值创造问题是整合及提升价值的有益途径。

1.2

问题的提出

正如前述的现实背景所言，服务模块化已经成为产业及企业运用的新型生产组织形式，更是二者寻求价值增长空间关键路径。但是，我国产业及企业的服务模块化活动在政府宏观、产业中观及企业微观三层还面临着诸多亟待破解的难题。理论研究方面，运用服务模块化来提升价值创造能力已经成为一个重要的研究方向。

由于服务模块化的现有研究成果还不够成熟，作为该领域的探索性研究，本书在界定服务模块化概念的基础上，围绕价值创造这一核心问题，从价值链的基本服务活动、辅助服务活动、服务对象和服务职能四个维度出发，重点运用案例研究和实证分析的方法，阐释服务模块化的价值创造机理，最终求解服务模块化策略，以促进价值创造。具体来说，侧重探析以下三大问题：

问题一：价值链视阈下服务模块化构成要素及其价值创造机理是什么？

在界定基于价值链的服务模块化内涵的基础上，从基本服务活动、辅助服务活动、服务职能及服务对象四个维度来分析其构成要素，并对每个构成要素及其相互链接的价值创造机理进行探索。

问题二：价值链视阈下服务模块化的价值创造逻辑是什么？

以汽车金融服务业和民航业为研究对象进行案例剖析。具体来说，从分工与集成两种基本方式着手，在服务产品模块化、服务组织模块化及服务产业模块化三个层级，从基于价值链的服务产品模块化、服务流程模块化、服务对象模块化和服务职能模块化四个维度来分析服务模块化与价值创造的关联性，并沿着基于产业链的服务流程模块化、创新型的服务模块化及服务模块化生态价值网络三条路径来分析服务模块化的价值创造逻辑。

问题三：价值链视阈下服务模块化对价值创造的影响机制是什么？

以基于价值链的服务模块化为自变量，以价值创造为因变量，以模块化网络组织为中介变量，以价值链治理结构为调节变量，构建基于价值链的服务模块化对价值创造的影响机制，并实证研究服务模块化对价值创造影响机制模型。

1.3

研究方法、技术路线和章节安排

1.3.1 研究方法

多元方法使研究者得以“攻治某个研究问题时具有囤积各种研究方法的武器库，多种研究方法之间可以优势互补”。服务模块化作为一个新领域，用定性的研究方法进行阐释较为适当，但要从深层次进行探究，更需要用量化的分析方法。

基于此，为弥补现有研究方法单一性的不足，本书将综合运用管理学及统计学等多学科的分析方法和手段，采取混合研究方法，亦即用定性分析和定量分析相结合的研究范式，以此系统、深入地剖析基于价值链的服务模块化价值创造机

理。具体研究方法的总体设计如图 1-1 所示。

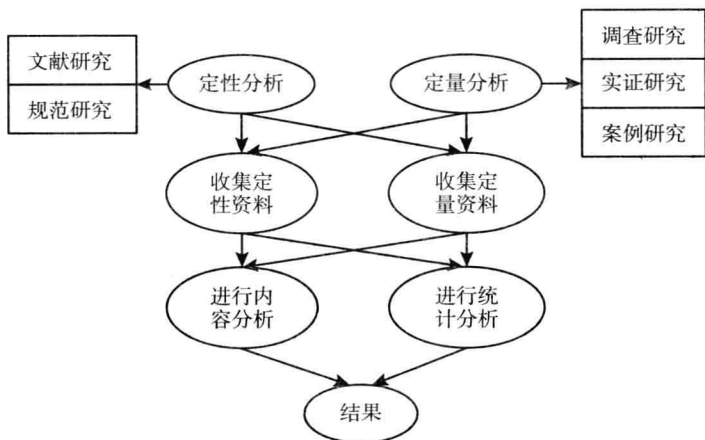


图 1-1 本书的混合分析方法应用方案

资料来源：作者整理。

本书运用混合研究方法的主要目标有以下五点：寻求服务模块化影响价值创造的机理；检验服务模块化影响价值创造机理这一现象的相同方面和不同之处；发现服务模块化影响价值创造机理之中的一些悖谬、矛盾或新视角；推进服务模块化影响价值创造机理这一研究进程；扩展服务模块化影响价值创造机理这一研究内容的广度。

1.3.1.1 文献研究法

追踪国内外服务模块化的研究前沿，吸取服务模块化理论的最新进展，利用期刊、网络、杂志、专著和会议等渠道广泛获取研究的相关文献资料，并进行整理与分析研究，梳理与服务模块化相关的各种理论，为本书的深入研究奠定最基本的理论支撑。

1.3.1.2 规范研究法

由于服务模块化这种研究对象的复杂性和混沌性，并且这一领域的研究成果并不多见，缺少直接的理论基础，必须从现实的企业案例资料和相关理论中归

纳、演绎出服务模块化的价值创造机理，逻辑分析服务模块化影响价值创造的模型、机理和作用路径，所以，规范研究法将贯穿全文的始终。

1.3.1.3 实证研究法

本书的实证研究方案如图 1-2 所示。

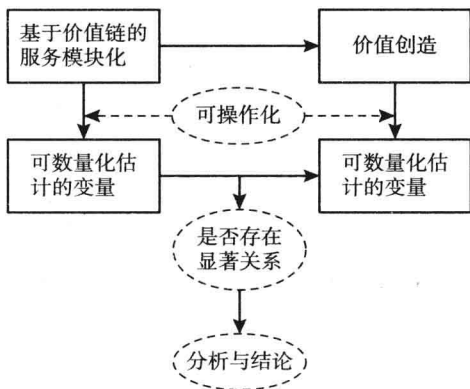


图 1-2 本书的实证研究方案

资料来源：作者整理。

对照以上方案，在实证研究过程中，为了提高实证研究的质量，本书重点关注四种研究效度：构念效度、统计结论效度、内部效度和外部效度。对于构念效度，本书拟通过精确界定构念（基于价值链的服务模块化和价值创造等构念）的内涵并明确其结构、选择恰适的测量量表（Likert5 点量表）来控制测量误差，以此保证构念效度得以提高；对于统计结论效度，本书拟采取取样的随机化、样本容量的增大化、选取较高同质性的样本和运用高信度的测量工具等方法，以此保证统计结论效度的提高；对于内部效度，本书拟通过使研究假设随机化处理、在假设检验过程中通过控制混淆变量，以此保证来内部效度的提高；对于外部效度，本书拟通过抽取高代表性的样本来保证外部效度的提高。同时，处理好因变量（价值创造）的变异问题：最大化系统变异（通过选择江西不同类型的企业以及同行业中的不同公司为样本进行）、控制外生变异（采取统计控制的方法，即将一些无关的变量与本书所提出理论模型中的自变量服务模块化一起进行测