

209

F-626
T27

电信服务质量与 服务营销

唐守康 编著

北京邮电大学出版社

·北京·

图书在版编目(CIP)数据

电信服务质量与服务营销/唐守廉编著. - 北京: 北京邮电大学出版社, 2000.6

ISBN 7-5635-0432-X

I.电… II.唐… III.电信-邮电企业-企业管理 IV.F626

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 61160 号

电信服务质量与服务营销

编 著 唐守廉

责任编辑 郑捷 周明

*

北京邮电大学出版社出版发行

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

北京忠信诚印刷厂

*

850mm×1168mm 1/32 印张 9.5 字数 244 千字

2000 年 6 月第 1 版 2000 年 12 月第 2 次印刷

印数: 10001—13000 册

ISBN 7-5635-0432-X/F·29

定价: 22.00 元

前 言

2000年1月18日，信息产业部在京颁布了《电信服务标准（试行）》，并举行了信息产业部电信用户申述受理中心的揭牌仪式。这标志着我国电信行业自政企分开以后，政府转换工作职能和管理方式，加强电信行业管理的一大举措。在市场经济体制下，政府究竟应该发挥什么作用？可以说，政府的主要职责不外乎两个方面：一方面是保证市场的公平有序竞争，另一方面就是维护消费者的正当权益。我国政府对信息产业部的指示精神是：“政企分开、转变职能、破除垄断、保护竞争与责权一致”。遵照这一精神，信息产业部对电信服务管理工作也制定了“政府监管、企业自律、用户监督”的具体方针。1999年9月16日，在信息产业部的支持下，全国电信用户委员会正式成立。这个委员会由47位社会各界电信用户和相关部门、社会团体代表组成，中国质量管理协会、信息产业部、最高人民法院的干部担任该会领导。用户委员会的目的是倾听用户对电信服务和电信质量监管工作的意见和建议，为用户与电信主管部门之间搭起相互沟通的桥梁。

这次颁布的《电信服务标准（试行）》是我国第一个由政府主管部门颁布的有关行业服务的强制性标准。该标准分为四部分：总则、通用服务规则、服务质量指标和通信质量指标。服务

质量指标针对广大电信客户普遍关注的装移机时限、故障修复时限、计费查询等问题进行了详细规定。通信质量指标主要包括呼叫接续时延、信息传递质量、计费准确率、网络可靠性等内容。指标中为保护用户的知情权，特别明确了电信企业应向用户免费提供详细的长途、移动漫游和信息服务账单；为了保护弱小电信企业及保证大用户服务的需求而设置了租用电路的服务质量指标等；还有为促进新业务发展而设置的因特网接入服务质量指标等。

成立电信用户申诉受理中心的主要目的就是接受广大电信用户对电信服务质量的监督，以促进电信服务质量的不断改善和提高。受理中心的主要职责包括以下几个方面：

1. 受理用户对电信服务质量问题的申诉，对用户与电信企业之间的纠纷进行调解和处理。
2. 对违反电信服务质量标准，损害用户权益的行为进行调查，并向主管部门提出处理建议。
3. 定期对用户申诉的重点、热点问题进行分析，就改进和提高电信服务质量提出报告和建议。
4. 依照需要，定期公布用户申诉的有关情况。
5. 宣传电信业务，解答用户问题。

这次颁布和实施《电信服务标准（试行）》和成立电信用户申诉受理中心，就是切实贯彻国家和信息产业部的方针政策，确实保护广大电信用户的基本权益和促进电信市场的合法竞争的具体行动。为《电信服务标准（试行）》的贯彻落实和便于电信用户申诉受理中心开展工作，信息产业部还将尽快颁布《电信服务质量监督管理办法》和《电信用户申诉处理暂行办法》。

为配合信息产业部的工作，为电信企业提高服务质量和营销水平，本书作者在近年对电信市场开放竞争、电信行业管制、电

信集中计费系统、电信企业发展战略、电信市场营销策划、电信企业形象设计和电信质量指标体系设计等方面的研究基础上，对电信服务质量和电信服务营销问题进行了系统深入的研究。

全书分为七章，分别从电信产业、电信服务产品、电信质量、电信质量管理、电信服务营销、电信服务管理和电信竞争战略七个方面，以电信服务为中心议题，展开分析和研究。第一章论述了服务业的兴起、电信业的发展，以及电信业对社会经济和人们生活的促进作用。第二章详细论述了电信整体产品的概念，总结了电信服务的种类，并详细分析了电信服务的特征。第三章主要针对电信质量，首先强调了质量的重要意义，其次对质量的定义、技术质量和职能质量、全面可感知质量、顾客满意程度等进行了详细的分析论证，重点不是介绍具体的电信服务评价指标，而是介绍服务质量的相关概念。第四章主要介绍了全面质量管理理论和方法，介绍了 ISO 质量管理体系，介绍了世界电信服务质量指标体系的大致内容，目的是为了说明企业如何对质量进行控制和管理。第二、三、四章都围绕着质量问题，是本书前半部分的主要议题。

从第五章开始主要针对电信企业的营销工作，是本书的后半部分。但它不同于一般的市场营销理论，而是建立在先进的服务营销的概念基础上，力求用新的服务营销理论来分析和研究电信营销问题，希望能给读者带来一些新的感受。第五章首先说明了服务营销学在原市场营销学基础上的产生和发展，其次对电信服务市场和客户购买行为进行了分析，对电信市场细分和电信产品设计、客户的信任感和关系质量、客户的忠诚感和“跳槽行为”进行了细致的分析研究，对当前电信企业关注的大客户营销、惊喜服务、话务营销进行了剖析，希望能对电信企业实际的营销工作提供一点参考意见。电信企业要做好市场营销工作，企业的内

部管理工作也必须有相应的转变。第六章回答了如何针对营销,进行企业的内部管理工作的问題,提出了服务理念、服务企业形象、服务组织结构、内部承诺制度、服务员工管理等相关概念。第七章研究了电信市场的开放竞争和管制问题,以及电信企业的竞争战略。

本书是一本针对电信行业的服务营销学书籍。全书立足于电信服务质量,强调电信服务营销,深化电信服务管理,突出电信服务竞争战略,力求具有以下几个特点:

(1) 定位准确。作者从全新的市场和客户的角度,而不是完全站在企业的立场上,观察和审视市场营销问题。

(2) 理论新颖。不囿于人们所熟悉的市场营销的框架,引进现代服务营销学的理论和观念,例如技术质量和职能质量、可感知质量模型、顾客满意度、关系质量、客户忠诚、大客户营销、惊喜服务、话务营销、服务理念、服务企业形象、服务组织结构、内部承诺制度、服务员工管理等相关内容,突出其中的重点概念。

(3) 对象明确。针对我国的电信产业,以及更大概念上的信息产业的实际问题进行了深刻的剖析和研究,并提出观点和建议,希望能给企业提供参考价值。

(4) 案例感受。避免枯燥乏味的说教,尽量采用大量实际案例,启发思路,说明问题。

(5) 系统全面。围绕服务一根主线,全书涵盖了电信产业、电信服务产品、电信质量、电信质量管理、电信服务营销、电信服务管理和电信竞争战略7个方面的议题,每一部分都抓住重点深入研究。

(6) 策略实用。不做过多的理论描述,而是尽力提出企业实用的营销观念和策略。

本书适于电信企业的管理人员和营销人员开展工作之参考，也可作为管理类专业研究生和本科生有关服务营销学的课程教材。

由于时间紧促和作者本身水平之限，难免有不当之处，敬请读者指正。

在此向所有对本书的问世有所贡献的人们，包括我的家人表示衷心的感谢。谨以此书作为对他们的真心回报。

献给信息产业（电信产业）

的朋友们！

作者
2000年5月

1

电信产业

1.1 服务业和服务经济

最近几十年，经济发达国家的服务业得到强劲的发展，这个趋势还将持续下去。一些服务领域已成为社会经济发展的基础和先行行业。这个现象得到了世界经济贸易组织（WTO）的高度重视，在 20 世纪 90 年代，开始进行了服务贸易谈判。一些服务领域和服务细分市场里的竞争已经全球化展开。

为什么服务业会得到快速发展？主要来源于两个方面，一方面是由于竞争的需要，另一方面是人民生活的需要。

全球经济一体化和国际间贸易的增加，市场竞争的激化，要求企业不断增强自己的竞争实力。为此，企业把主要精力和主要资源集中于能获得经济效益的业务上，并为主业的发展，聘请社会的专业服务机构（法律事务所、会计审计事务所、管理咨询公司、市场调查公司、广告策划公司、计算机公司、安全保卫公司等）的支持和帮助。技术进步也使许多产品变得更为复杂，这就要求比以往有更多的售前、售后服务，以及各类的维修服务。

人们收入的增加，特别是“可自由支配收入”，即满足生活必需之后剩余收入部分的提高，使得人们从过去主要对有形产品的需求，逐渐扩展到对无形服务的需求。并且从对基本服务的需求，如：交通运输、饮食、医疗卫生、学校教育等，扩展到对娱乐服务（电影、电视、游戏、音乐会、博物馆、业余爱好培训）、健身服务（健身房和教练、保健减肥咨询、旅游观光）、家政服务（家庭装修、卫生打扫、照顾老人和婴儿）、法律咨询服务、金融和税收咨询服务等的需求。技术的快速进步提高了生产效率，减轻了人们的劳动强度，意味着缩短了工作时间，也为人们享受各种服务提供了时间。

斯考尔·WF 和埃维·J·T（1981）总结了服务行业发展的 8 项原因：

1. 生活富足，以往自己干的修剪草坪、清洁地毯等工作可以请别人完成。
2. 休闲时间增加，对旅游度假和成人教育等的需求增加了。
3. 妇女就业增加，更多家庭需要日间托儿服务、家庭佣人服务，以及减少了在家用餐。
4. 人的预期寿命延长，对养老院及保健服务的需求增加了。
5. 产品功能复杂，汽车、电脑等高科技产品在维修保养上需要专家的指导。
6. 生活事务繁多，例如：收入申报、婚姻咨询、法律顾问、就业服务等需求的增加。
7. 生态平衡和资源稀缺，使公共汽车到家接送服务及汽车出租业务的增加。
8. 新产品涌现，计算机的发展推动程序设计服务、维修及分时服务系统的发展。

纵观人类社会的发展历程。原始社会持续了数十万年的历史，人类以狩猎为主，战争以争夺奴隶为目的。接着的农业社会

持续了数千年，人类以农业和狩猎为主，劳动表现为身体的、力量的运动。生活节奏依照季节的变化。收获取决于土地、气候和水资源的条件。劳动生产率低下。社会组织以自给自足的家庭为核心。在这个基点上，几乎不存在对服务的需求。土地是基本的生产资料，封建领主拥有土地，也就拥有了财富，战争多以争夺土地为目的。到了16世纪工业革命，人类开始进入工业社会。首先产生的是农产品的加工工业，其次是纺织工业，继而再发展其他制造工业。人口中的一部分从农村迁往城市，进入工厂。生产率不再取决于人力，而取决于机械的能力。工业社会以工业制造业为主，各种稀缺资源（原材料、设备和能源）成为工业的基本生产资料，资本家拥有资本，就可以得到进行工业生产的各种资源，就可以获得财富。这时期的战争主要表现为争夺资源。随着社会的发展，社会化大生产的发展，商业、运输、通信、银行和其他服务变成社会运行的基础。人们的生活质量越来越取决于教育、交通运输、医疗卫生等服务，而不再只取决于产品的数量。劳动主要表现为通过专业能力和创造性的智力工作，而不再是体力或机械能力。大部分人开始从事服务业。服务业的地位不断上升。这时人类进入了信息社会和知识经济时代。如果没有运输系统，无论是农业、工业还是采矿业都无法发展。如果没有银行、通信、法律咨询、销售、售后服务等服务工作和生产活动就无法进行。在现代社会，信息和知识已经成为必不可少的基本生产资料，拥有知识就会拥有财富，争夺人才成为长远竞争的手段。把服务与第一产业和第二产业相结合，就可以使这两个产业的产品更具竞争力，增加出口，减少进口。因此某些服务业，如金融中介、交通运输、电信和后勤保障等，已经成为经济的要害部门。与农业和制造工业相比，服务业在国民经济中的份量越大，这个国家的经济和社会发展就越是强劲。服务业在各个国家的经济发展中起着中心作用，它不仅使生产活动成为可能，而且

服务业的效率和效益也决定了社会进步的速度。服务业起到了经济发展“倍增器”的作用。服务业的发展不再仅仅是服务业本身的问题，而是关系到整个国家和社会发展的大问题。

要评估一个国家服务业的规模，一般看两个指标：

(1) 服务业所创造的价值占国内生产总值的比重。在高收入国家里，已经有大约 2/3 的国内生产总值源于服务业。在中等收入国家里，这个比例约为 1/2。一般来说，人均收入水平越高，服务业占国内生产总值的比重也就越高。

(2) 服务业就业人数占总就业人数的比重。制造业就业人数的下降是普遍现象。英国在 1956 年，德国在 1960 年，日本在 1973 年，法国在 1974 年，美国在 1979 年，其制造业的就业人数达到顶峰，随后开始下滑。请看世界银行有关世界劳动力的行业分布图（见图 1.1）。根据这两个指标值，有人认为：人类的服务经济时代已经到来。

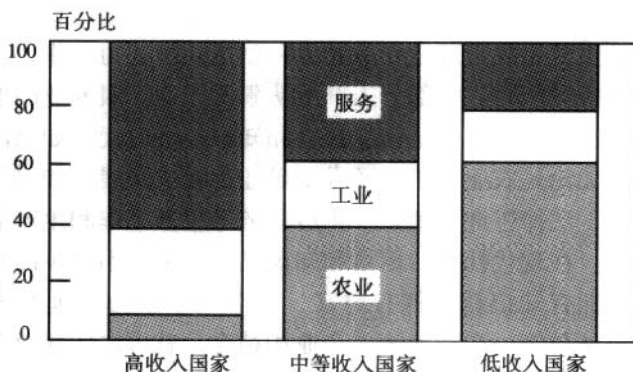


图 1.1 世界劳动力行业分布图

什么是服务业？服务业包括哪些部门？也许有人认为，服务业就是饮食、修理、理发、照像等类型的服务行业。这种观点将

服务业的范围限定得过于狭窄。也有人会认为，服务业就是常说的“第三产业”。这种说法大体正确，但也不完全准确。

1985年5月国家统计局发表《关于建立第三产业统计的报告》，第一次对我国三大产业做了明确划分，并将第三产业的产值计入国民生产总值，具体划分如下：

第一产业：农业（包括林业、牧业、渔业等）。

第二产业：工业（包括采掘业、制造业、自来水、电力、蒸汽、热水、煤气）和建筑业。

第三产业：除第一产业和第二产业以外的其他各业。

第三产业具体又可分为四大类别：

第一类是流通部门。包括交通运输业、邮电通信业、物资供销和仓储业。

第二类是为生产和生活服务的部门。包括金融业、保险业、商业饮食业、旅游业、房地产业、居民服务业和咨询业等。

第三类是科学教育等部门。包括科学研究、文化艺术、教育、广播电视、卫生、体育和社会福利事业等。

第四类是为社会公共的需要而服务的部门。包括国家机关、党政机关、社会团体，以及军队和警察等。

我国“第三产业”包括的部门众多，而其中的党政国家机关、军队和文化艺术等部门，显然不能划入服务业的范畴，这些部门与服务行业部门相比有不同的性质。因此，服务业的范围实际上应略小于“第三产业”。

在GB/T1 9004.2-1994-ISO9004-2: 1991中，对服务业的范围作了明确的规定，划分了12个方面，如下所示：

1. 接待服务：餐馆，饭店，旅行社，娱乐场所，广播，电视，度假村。

2. 交通与通信：机场与空运，公路、铁路和海运，电信，邮政，数据通信。

3. 健康服务：药剂师、医生，医院，救护队，医疗实验室，牙医，眼镜商。

4. 维修：电器、机械、车辆、热力系统、空调、建筑、计算机等的维修业。

5. 公用事业：清洁工作，废物处理，供水，场地维护，供电，煤气和能源供应，消防，治安，公共服务。

6. 贸易：批发，零售，仓储，配送，营销，包装。

7. 金融：银行，保险，津贴，财产服务，会计。

8. 专业：建筑设计（建筑师），勘探，法律，执法，安全，工程，项目管理，质量管理，咨询，培训和教育。

9. 行政管理：人事，计算机处理，办公服务。

10. 技术：咨询，摄影，试验室。

11. 采购：签定合同，库存管理和分发。

12. 科学：探索，开发，研究，决策支援。

服务业还应该包括工业的售前服务、售中服务和售后服务等。当然目前各国的国民经济统计资料中并没有将工业制造业的销售服务归入服务业，仍然计入工业制造业。即使如此，服务业在国民经济中的地位不断上升，服务业的产值在整个国民生产总值中所占的比重也在不断上升。

工业制造业实际上可以看作是一个隐性的服务部门。美国商务部门做过分析，认为“无论购买什么产品，它的生产和制造成本绝对不会超过产品最终价格的 20% ~ 30%，但周到的服务和完善的送货系统的成本却占到 70% ~ 80%”。已退休的英国帝国化学公司 ICI 的董事长琼斯先生认为：“也许 20 年以后，化学工业更大程度上是一个服务行业，而不是一个制造行业，我对这一点深信不疑。”工业制造业和服务业的界限将逐渐模糊。例如有些复印机的生产制造企业开始提供复印机租赁业务，将生产出的复印机租给使用者，并提供维修服务，仅根据复印机的复印纸张

数收取租金。再如有的计算机杀毒软件的研制公司，为反对盗版软件，提出销售软件服务的概念，提供经常性的软件升级服务，以帮助正式客户随时应对不断出现的各种计算机病毒。

1.2 电信产业到信息产业

20 世纪发生的通信变革比以往任何世纪都多。在这一百年中，通信技术日新月异，信息革命冲击着工业社会的传统观念，塑造了新的经济形态，也造就了全新的通信产业，使之成为 20 世纪最为辉煌的产业之一。

人类有组织的通信最早可以追溯到原始社会早期主要用于军事目的的击鼓和烽火；随后封建社会的邮驿，作为国家专用通信方式，只传官书，不传民信。到了 18 世纪以蒸汽机为标志的第一次产业革命，由于蒸汽机的使用，大大提高了邮运速度，平民百姓也开始享用邮政服务，邮政业务量加大，邮政部门开始使用邮票。到 19 世纪第二次产业革命，人类进入“电气时代”。美国人莫尔斯于 1837 年研制成功电报机。其后二、三十年内，电报进入通信领域。1876 年，美国人亚历山大·贝尔发明了电话。电报和电话开创了电信时代，电报使人们开始用电传递信息，电话又从电报非实时的单向通信发展为实时的双向通信。电信时代的来临，使人类的信息传递乃至整个社会生产力都发生了根本性的突破。电信加速了经济、科技情报的交流，便利了社会生产所需的原材料、能源、资金的流通，缩短了生产周期，有力地促进了工业经济的发展。电信不但在经济领域大显神通，也对社会 and 人民生活各方面产生了重大的影响。反过来，社会经济、科学、文化、军事等各个领域也对电信提出了更高的要求，促进了电信事业的进一步发展，使得电信业在 20 世纪下半叶爆发了更具意义

的革命。

进入 20 世纪下半叶，一些发达国家在实现了高度工业化以后，开始向一种新的经济方式转型，从单纯依赖物质资源的生产，转向大力开发信息资源的方向；无形的信息和有形的物质、能源一样成为重要的生产资源；信息的生产、分配、交换和消费也成为社会经济的一个重要组成部分；人类进入“信息社会”。

在社会生产力进步的推动下，电信领域发生了划时代的变革，以计算机技术、光纤技术、卫星技术为代表的新技术革命，尤其是以互联网为基础的计算机和电信的结合，使得电信不再仅仅是简单的信息传递，而是包括了信息的采集、加工处理、存储和传递的全过程。人类对信息的使用水平达到了前所未有的高度。电信行业已经不是一个普通的经济部门，而是作为联系社会有机整体的“神经系统”，深入到社会各行各业，影响着社会的整体运转。

因特网（Internet）是 20 世纪的一大奇迹。如果说，19 世纪通信的最大发明是电报和电话，它们开创了电信时代。那么，20 世纪通信的最大发明就是因特网，它开创了信息时代。据美国商务部 1999 年 4 月 15 日的《崛起的数字经济》报告中援引的数据，因特网用户数从 1993 年开始仅 4 年时间就增长到 5 000 万户。各种商业机构、金融机构、产业部门纷纷进入网络。他们不仅利用网络传递和获取信息，而且在这个舞台上开创了许多全新的贸易方式，电子商场、电子银行、电子报刊、电子图书馆等等。在因特网上，公众可以获得海量的信息和知识，并可享受到远程医疗和远程教育等多种服务。因特网对社会生产力的影响是巨大的。因特网“拉直”了以往迂回的经济模式，给传统产业带来了新的机遇和挑战；同时也创造了一大批高速成长的因特网企业，美国的微软、英特尔、康柏、戴尔、思科五大公司的利润总额在 1987 年不足 120 亿美元，而在 1997 年则达到 5880 亿美元，

10年内增长近50倍。

[案例] “新摩尔定律”——光纤定律

众所周知的摩尔定律 (Moore's Law) 被用来形容半导体科技的快速变革, 其基本内容是: 平均每过18个月, 芯片的容量就会增长一倍, 成本却减少一半。

“1999世界电信论坛会议”副主席, 加拿大北电网络公司 (Nortel) 总裁约翰·罗斯 (John Roth) 近日在日内瓦提出了“新摩尔定律”——光纤定律 (Optical Law), 即 Internet 的带宽每9个月会增加一倍的容量, 但成本也同时降低一半, 比半导体芯片在18个月中的变革幅度还大一倍。

约翰·罗斯用“光纤定律”形容网络科技发展的速度。约翰·罗斯指出, 人类文明起源于“沟通”, 电信科技连接全世界, 促成了现代文明, 而未来文明将由 Internet 主导潮流。他举例说, 电话自发明以来, 花了75年才发展了5千万用户; 收音机用了35年; 电视与移动电话则各用了13年与12年达到这一用户规模。但是, Internet 只花了4年的时间。

约翰·罗斯认为, 在欧洲, 电话公司仍以话音收入为主要收入来源, 但是到了2005年, 话音收入将只会占电信公司总收入的7%。

从奴隶社会、农业社会、工业社会、信息社会, 人类一直呈现着加速发展的趋势, 并且这种加速度越来越大。目前, 电信无疑是这种加速度的主要来源之一, 是经济发展和社会进步的“倍增器”。

在21世纪, 电信产业必将发生更大的革命。如果说, 20世纪是语音通信的时代; 那么21世纪将是电信网、计算机网和有线电视网“三网合一”的时代。“三网合一”造就的将是可以为社会提供宽带、高速、全方位信息服务的信息产业。据预测, 全球信息产业的总体市场规模将从1995年的17000亿美元增至