

Services Marketing
and Management

服务业

营销与管理

品质提升与价值创造



曾光华 || 著

- 融合理论与实务之教学
- 结合精彩的服务业案例
- 生动活泼的写作风格



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

Services Marketing
and Management

服务业 营销与管理

品质提升与价值创造



曾光华 || 著

- 融合理论与实务之教学
- 结合精彩的服务业案例
- 生动活泼的写作风格



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

本书中文简体版由前程文化事业有限公司授权经济管理出版社独家出版发行。未经书面许可，不得以任何方式复制或抄袭本书内容。

北京市版权局著作权合同登记：图字：01-2014-4245号

图书在版编目（CIP）数据

服务业营销与管理/曾光华著. —北京：经济管理出版社，2016.2
ISBN 978-7-5096-4153-8

I. ①服… II. ①曾… III. ①服务营销—营销管理 IV. ①F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 000252 号

组稿编辑：陈 力
责任编辑：胡 茜
责任印制：黄章平
责任校对：雨 千

出版发行：经济管理出版社

（北京市海淀区北蜂窝8号中雅大厦A座11层 100038）

网 址：www.E-mp.com.cn

电 话：（010）51915602

印 刷：北京银祥印刷厂

经 销：新华书店

开 本：787mm×1092mm/16

印 张：27.5

字 数：480千字

版 次：2016年6月第1版 2016年6月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5096-4153-8

定 价：78.00元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部负责调换。

联系地址：北京阜外月坛北小街2号

电话：（010）68022974 邮编：100836

中正大学教学发展中心在“奖励大学教学卓越计划”下，资助本书出版。

在中国台湾学术界，无论是就个人成就还是大学评鉴而言，一本可以充实中国台湾下一代知识的教科书受到的重视，远不如一篇可以累积点数、写给美国人看的论文。

在“I 疯”与“iPhone”同样流行的年代，中正大学多年来鼓励教授走上“人迹罕至之路”出版教材，是教育界的异数，也是中国台湾的幸运。

序

融入服务情境，感受市场脉动

Q1：本书从2007年出版至今，目前已是第四版。这一版和过去有何不同？

A1：“协助读者掌握专业知识的精髓”是每一本大学教科书的重要目标，本书也不例外。另外，多年来我希望本书能让读者对生活“有感”、对中国台湾服务业者的努力及全球精彩的服务案例“有知”，为了更有效实践这项目标，这一版强化了“带领读者融入服务情境”的效果。

Q2：融入服务情境？怎么做到呢？

A2：各章均有不少摘自杂志的报道，本版新增约三十则报道，大部分来自天下杂志，这些报道都是近年的案例，对情境的描述相当生动，让读者更亲近实务，发现重要或有趣的现象。另外，协助读者掌握全球服务趋势及国外服务创新的“纵横天下”版块，其中15篇短文也是摘自天下杂志的精彩文章，读者可到专书网站阅读全文，这样印象将更为深刻。

Q3：篇末共有8个影音个案也是来自天下杂志？

A3：是的，篇末的个案文字仅是摘要，影音档案及全文都在专书网站。这些获得天下杂志特别授权的影音资料相当生动，具有启发性，读者将可融入实境，加深对服务业的了解。建议读者在观赏影音、阅读全文后，思考篇末个案中的问题，如此一来收获将更丰富。

Q4：新版除了保留“台湾服务里程碑”海报，还多了一张名为“The Road Not Taken”的海报。为什么？

A4：许多人对世界上大型或连锁服务业耳熟能详，甚至是他们的忠实



顾客，不过对于在中国台湾秉持人文价值、土地关怀的业者却未曾听闻。这种偏差不应漠视，因为我们的心灵与知识世界应该要纳入为下一代着想的人们。这张新海报是为了凸显中国台湾一群走上“人迹罕至之路”的业者，同时也为读者创造充满当地关怀的阅读经验。

Q5：除了“纵横天下”，是否还穿插其他的专栏或版块？

A5：没错。专栏“美丽之岛”以中国台湾案例揭开每章的序幕，“典范人物”则介绍中国台湾重要的服务业者。“缤纷课外”是版块文章，主要介绍藏有丰富服务业知识与常识的网站、电影、影集、书本、杂志等。

Q6：总体而言，你希望本书为读者带来什么？

A6：希望读者在吸收专业的同时，也能融入服务情境，感受中国台湾与全球服务业正在跳动的脉搏。

致谢

感谢王建文、吴正国、吴伟豪、林良文、林珂聿、施俊吉、叶庭志、侯信辅、陈昱廷、蔡俊戎协助搜集资料或撰写专栏及版块文章。中正大学企业管理系有许多活跃积极的学生给了我许多写作启发，并让我体会到知识传播的重要性。

特别感谢前程文化公司傅国彰、陈佳妮、赖芝卉、玛莉等人的努力，让本书更为完善。饶怡云润饰本书的文句、撰写部分专栏与版块文字、提供部分照片、处理书写相关行政事务等内容，明显提升了本书的质量。

感激母亲的保佑、父亲的辛劳，淑暖、玮琦、玮玟对我专注于写书的包容。马来西亚新山华人社会在艰困中奋力发展华文教育，让我日后得以使用世界上最优美的文字来造福人类。

最后感谢采用本书的老师与读者。本书诚心为您而写，希望它带给您的不仅是知识，还有随知识而来的自信与希望。

2013年6月12日

marketingkfc@gmail.com

目 录

第1篇 鸟瞰服务业

第1章 服务业的崛起与重要性 3

美丽之岛 卡滋帮从文创出发，走向国际 3

1.1 服务业的重要性 5

缤纷课外 网站：中国台湾服务业联网 6

纵横天下 江南大叔救经济 8

1.2 影响服务业的环境因素 11

典范人物 勇于开创的梦想实践家

——詹宏志 18

纵横天下 大地震之后，日本消费文化转变 21

纵横天下 我家沙发借你睡 23

1.3 中国台湾服务产业的发展 25

1.4 服务业营销与管理的观念架构 28

第2章 服务的内涵 32

美丽之岛 寄情于山野深处 32

2.1 服务的意义 34



纵横天下 数字教学照亮黑暗大陆	36
2.2 服务系统	37
2.3 核心服务与服务营销功能	40
2.4 服务的特性	43
缤纷课外 电影：料理鼠王	45
典范人物 虚怀若谷、持续求进步的银行家 ——黄永仁	48
2.5 服务的分类	51
纵横天下 “泰”精彩的创意与文化	53
纵横天下 “食德好”利用剩食行公益	57
影音个案 台版穷人银行 眉溪部落的互助大梦	61
影音个案 日本金泽 “倚老卖老”创商机	63

第2篇 掌握服务业消费者与营销核心

第3章 服务业消费者购买过程与行为	67
-------------------------	----

美丽之岛 对健康有益，对环境友善	67
3.1 鸟瞰服务业消费者购买过程	69
纵横天下 印度尼西亚消费者爱买、爱吃、爱3C	70
3.2 购买之前的决策	72
纵横天下 中国东西南北消费习性大不同	73
缤纷课外 网站：Mobile01、PPT	78
典范人物 用功学习、重视执行的流通业霸主 ——徐重仁	79
3.3 购买当中的行为	82
纵横天下 重视客户接触点，DHL表现亮眼	83
3.4 购买之后的反应	88



第4章 顾客知觉价值、服务质量与顾客满意度	93
美丽之岛 真情流转,回味无穷	93
4.1 顾客知觉价值	95
4.2 服务质量	103
典范人物 向往与追求美好社会的智慧女性	
——殷允芃	103
纵横天下 帕克鱼铺以创新、热情及信念感动顾客	111
缤纷课外 电影:型男飞行日志	112
4.3 顾客满意度	113
纵横天下 日本7-Eleven 善解人意	116
第5章 顾客关系与顾客忠诚度	123
美丽之岛 Liv 贴心服务女性单车族	123
5.1 顾客关系与顾客忠诚度	125
纵横天下 资料采矿,采出商机	125
纵横天下 小城以大气魄吸引工艺人才	130
5.2 打造顾客忠诚的基础	133
缤纷课外 书:美味关系——纽约四星餐厅女领班的私房	
密语	134
5.3 强化顾客关系联结	137
纵横天下 曼谷 Tenface 以神话及“宝盒”抓住旅客的心	139
典范人物 以慈悲心聆听病患的人文医生	
——黄达夫	141
5.4 防止顾客变心	142
5.5 补救服务缺失与提供服务保证	145
第6章 顾客体验与体验营销	150
美丽之岛 用灵魂演唱,用心听	150
6.1 体验营销的兴起与重要性	152
纵横天下 想象+娱乐+科技,新加坡环球影城令人迷醉	154



缤纷课外 书：体验经济时代	155
典范人物 充满热情的饭店教父与年轻人导师 ——严长寿	157
6.2 顾客体验的决定因素与构成方面	159
纵横天下 大食代美食广场很有 FU	160
纵横天下 全城狂欢、丰收幸福的清迈水灯节	164
6.3 体验营销的特性	166
影音个案 爱美爱买 印度尼西亚内需大爆炸	175

第3篇 规划服务营销策略

第7章 服务的STP与创新

美丽之岛 在混乱的时代，发出清明的声音	179
7.1 目标市场营销	181
纵横天下 以微额贷款消弭贫穷的葛莱敏银行	185
7.2 服务的定位	188
纵横天下 新奇、刺激、顶级的旅游	188
典范人物 为眼界与知识插上翅膀的出版人 ——郝明义	192
7.3 服务的创新	197
缤纷课外 影集：谁是接班人	198
纵横天下 日本兴起“分租住宅”	199

第8章 服务实体环境

美丽之岛 自在惬意，浪漫如诗	205
8.1 服务实体环境的角色	206
缤纷课外 杂志：Shopping Design	208
8.2 Bitner 服务场景模式	210

典范人物 丰富阅读内涵的人文企业家 ——吴清友	212
纵横天下 在清迈的林野间发呆，是一种奢侈	214
纵横天下 和日本卡通相遇在博物馆	216
8.3 服务实体环境的构面	219
8.4 服务实体环境的设计	227
纵横天下 人文、美学、节能的设计当道	228
第9章 服务人员	232
美丽之岛 以人才摘下服务业的金牌	232
9.1 服务人员的重要性	234
缤纷课外 书：我在底层的生活	235
9.2 跨界者角色与冲突类型	238
纵横天下 原一平如何成为日本最伟大的保险经纪人？	239
典范人物 实践“一家人主义”的餐饮巨人 ——戴胜益	243
9.3 服务业人力资源管理	245
纵横天下 新加坡求才若渴	247
纵横天下 这些职位，另类、冷门、高薪	248
第10章 服务流程与供需管理	258
美丽之岛 另类“笑”果，纾解烦躁	258
10.1 服务流程管理	260
纵横天下 物流与信息管理的苏宁称霸	267
10.2 服务流程中的顾客角色	270
纵横天下 日本的自助服务方便又舒适	273
10.3 服务供需管理	274
缤纷课外 电影：抢救旭山动物园	275
典范人物 帮企业找人才、帮人才找方向的功臣 ——杨基宽	276
纵横天下 迪士尼 FASTPASS 让人省时又放心	281



10.4 降低顾客等候负担	284
第11章 服务业的定价	290
美丽之岛 中国台湾的旅游医疗, 优质平价	290
11.1 服务业定价目标与影响因素	292
纵横天下 网络收费, 平面媒体现生机	294
缤纷课外书: 沃尔玛效应	297
纵横天下 亚洲航空, 掀起票价革命	299
11.2 服务业主要定价方法	300
典范人物 注重细节与精致管理的3C流通渠道总裁 ——杜书伍	302
11.3 服务业价格管理	304
纵横天下 顶尖的管理咨询, 收费顶尖	308
第12章 服务业的沟通	311
美丽之岛 紫荆花开时, 校园鼓声起	311
12.1 推广与沟通的概论	312
纵横天下 伦敦奥运的“轻推”让市民改变	315
12.2 服务沟通的问题与挑战	316
12.3 应对服务沟通的挑战	320
纵横天下 具体化策略让世界展望会成功行善	322
纵横天下 米其林评鉴, 评论界权威	324
典范人物 用生命热情服务客户的媒体天后 ——余湘	327
缤纷课外书: 服务生机密档案	329
第13章 服务业的流通渠道	334
美丽之岛 都可茶饮在国际市场擦亮品牌	334
13.1 服务流通渠道的重要性	335
13.2 服务传递与流通渠道	337
纵横天下 是的, 电力也可以直销	339

13.3 自有流通渠道与中间商	340
纵横天下 缅甸的现代化服务流通渠道萌芽中	344
典范人物 不断创新、放眼国际、实践公益的房屋中介业龙头 ——周俊吉	345
13.4 网络科技与服务流通渠道	348
纵横天下 淘宝网大军压境中国台湾	349
缤纷课外 电影：世界是平的	351
影音个案 创意城市：巴西库里奇巴 （中南美的奇葩、公交车篇）	355
影音个案 Studio A 关恒君：让3C走进精品商圈	357
影音个案 沈方正非比寻常的一天	359
影音个案 【超级店长】小纯给妈妈的礼物	361

第4篇 强化服务业营销管理

第14章 服务业的企业功能与领导	365
美丽之岛 启动微革命，让老店续航	365
14.1 服务业的企业功能	367
纵横天下 日本学界与业界抢救学用落差问题	369
14.2 服务组织的绩效	374
典范人物 积极踏实、刚柔并进的零售专家 ——潘进丁	378
14.3 服务业的领导	381
纵横天下 说故事的领导力量，渐受重视	384
14.4 服务组织的文化	387
缤纷课外 影集：奇迹餐厅	387
纵横天下 富国银行，低调、稳健、关怀	390



第15章 服务业的科技应用	392
美丽之岛 咦！那是什么蛙？什么鸟？	392
15.1 科技的内涵与分类	393
15.2 科技与服务营销策略	397
纵横天下 上亿人聊天带来的商机	398
典范人物 抓紧趋势、热情经营事业的科技人 ——张明正	399
纵横天下 服务工作全球化	402
纵横天下 不同的脸，不同的广告	405
15.3 科技影响力的评估与应对	407
缤纷课外 网站：TED	408
影音个案 薰衣草森林，最会卖幸福的企业	411
参考文献	413
各章经典文献与重要书籍	414

第 1 篇

鸟瞰服务业

第1章 服务业的崛起与重要性

美丽之岛



卡滋帮从文创出发，走向国际

天空的八卦泡泡云是怎么来的？卷竹村村民为什么变成只会跳不会走的弹簧腿？卡滋帮马上出动查明真相！卡滋是一只能激发儿童潜力的神奇小老虎，是小朋友酷儿从爷爷遗留的线索中，经历一番冒险才找到的。酷儿和卡滋都很喜欢侦探小说，所以跟好朋友黑儿、蝶儿、喜儿等组成了卡滋帮（Katz Fun），专门解开周遭的奇异事件。但是，有一群黑暗使者却虎视眈眈想夺取卡滋的神秘力量……

这可不是日本或法国的动画，更不是皮克斯或迪斯尼的杰作，而是百分百的 MIT（台湾制造）。卡滋帮是顽石创意公司的知名作品，曾荣获 2012 年金钟奖最佳动画奖。评审们赞许这部动画结合了侦探、魔幻与冒险等元素，剧情发展天马行空；在内涵上强调小朋友通过相互合作来迎接挑战，克服困难，具有教育意义；在风格表现上运用丰富的东方元素，与欧、美、日的作品有明显差异。这部作品不但打入巴西、以色列等国，还成为目前美国 Cartoon Network（卡通频道）唯一播映的中国台湾动画，在全美 17 州联映。