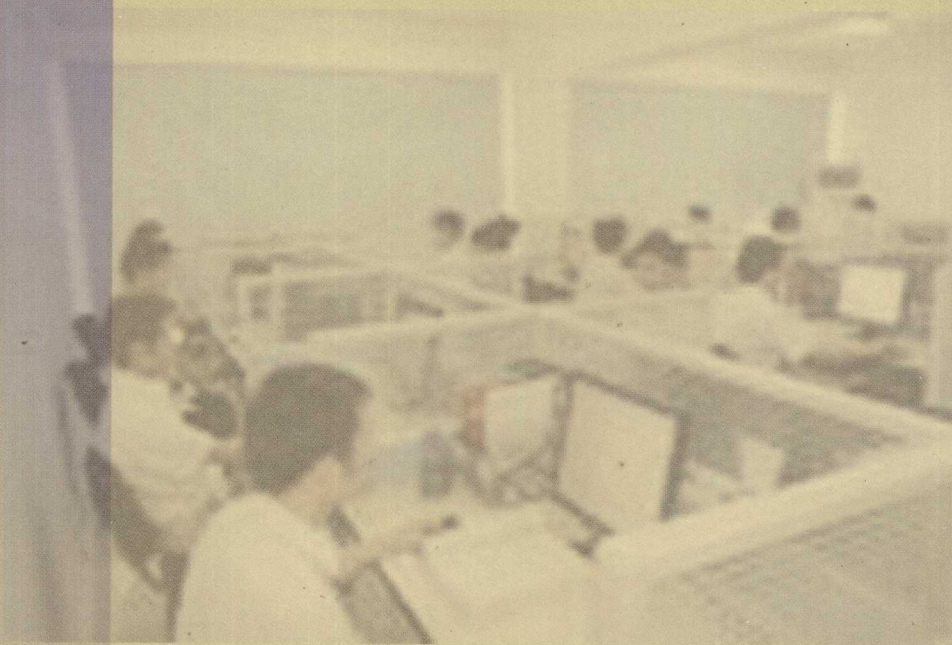


服务

外包

教程

魏秀敏 王乃彦 主编



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

服务外包教程

魏秀敏 王乃彦 主编

F719
W20

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

服务外包教程/魏秀敏, 王乃彦主编. —北京: 中国商务出版社, 2008. 4

ISBN 978-7-80181-883-6

I. 服… II. ①魏…②王… III. 服务业—对外承包—技术培训—教材 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 050899 号

服务外包教程

魏秀敏 王乃彦 主编

中国商务出版社出版

(北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码: 100710

电话: 010—64269744 (编辑室)

010—64295501 (发行部)

010—64266119 (发行部)

零售、邮购: 010—64263201

网址: www.cctpress.com

E-mail: cctp@cctpress.com

北京中商图出版物发行有
限责任公司发行

卓越无限排版

三河市和达印务有限公司印刷

787 毫米×1092 毫米 16 开本

22 印张 441 千字

2008 年 4 月 第 1 版

2008 年 4 月 第 1 次印刷

印数: 3000 册

ISBN 978-7-80181-883-6

F · 1134

定价: 40.00 元

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64212247

编委会

主 编 魏秀敏 王乃彦

副主编 武春平 齐海涛 刘 叶

编 委 (以下按姓氏笔画排)

田玉娟 刘军华 吕 璐 何云魁

何立洋 杨延华 娄承斌

前 言

经济全球化有力地促进了生产的国际化、贸易的国际化 and 生产要素流动的国际化。正是国际之间资本流动、技术转移、贸易服务的相互依存、相互补充和相互作用，有力地促进了各国间的分工与合作。特别自 20 世纪 90 年代，伴随信息技术突飞猛进，产业分工不断细化以及全球化竞争对降低成本要求的日益强烈，促使越来越多的跨国公司将非核心业务转移，呈现出一种新兴产业——服务外包。

服 务 外 包

服务外包，是指企业为降低成本、提高效率、充分发挥核心竞争优势，而将部分业务流程以合同形式发包给外部承接商的一种商业模式。

服务外包作为现代高端服务业 20 余年的发展历程，从软件外包、信息技术服务、客户服务、呼叫中心等领域切入，内涵不断扩大，发展日益加速，具有信息技术承载度高、附加值大、资源消耗低、环境污染少、吸纳就业能力强、国际化水平高等特点——以服务外包和高科技、高附加值的高端制造及研发转化为主要特征的新一轮全球产业结构调整正在蓬勃兴起。

联合国贸发组织与世界服务外包协会预测：至 2010 年，全球服务外包市场将以每年 30%~40% 的速度递增，进入产业结构调整加速期。服务外包已成为当今国际产业特别是现代服务业转移的新趋势。

中国大力承接国际服务外包，迅速提高现代服务业发展水平机遇难得、时不我待。

中国服务外包

在国际制造业外包和 OEM（贴牌生产）模式中，“中国制造”享誉全

球。从2006年开始,国家商务部根据我国“十一五”规划提出的“建设若干服务外包基地、有序承接国际服务业转移”的目标,启动了发展服务外包产业“千百十”工程。计划每年投入不少于1亿元资金,在2010年内建设十余个中国承接服务外包业务基地,推动100家跨国公司将其部分业务转移到中国,培养1000家大型承接国际服务外包企业。

国内外专家一致看好中国将以其强劲的增长态势成为跨国外包的主要承接地。因为中国有庞大的、相对低廉的人才储备,这种优势远远高于印度的基础设施;中国的外包从业人员流动率较低;更为重要的是政府的大力扶持。然而,中国目前承接国际服务外包项目的形势不容乐观。截至2008年,中国承接服务外包业务量仅占世界离岸市场3.7%,与中国国情接近的印度则拥有全球离岸外包业务50%的份额。这与中国在国际产业分工中拥有的地位极不相称。中国现有服务外包承接企业8000家,其中员工少于50人的占80%,拥有2000名以上员工的企业不到10家。印度外包承接商虽然不到3000家,但至少有15家拥有2000名以上员工。

中国未来承接软件离岸外包和国际业务流程外包的发展空间极大。中国大力承接国际离岸外包业务转移刻不容缓。

中国服务外包人才培养

商务部外资司的一名负责人认为,发展服务外包是中国面临国内外环境变化和机遇的一项重要选择。商务部、工业和信息化部、科技部等政府主管部门强化协调配合,共同促进中国服务外包发展。各地方政府也正在加紧制定服务外包产业相关规则,努力营造发展服务外包的良好环境。

中国政府清醒地意识到,发展服务外包产业不仅要靠低廉的劳动力成本,更重要的是为外包企业提供到位的增值服务,创造科学发展的各种环境。在采取多种措施,从资金、税收等方面积极扶持各地加快发展服务外包产业的同时,加快对服务外包高端专业人才和广大从业人员的系统培养和岗上培训。2007年仅国家中央财政对服务外包人才培养投入的资金已逾亿元,2008年又成倍增长。到2010年,实现全国拥有各类服务外包专业领军人才、骨干团队、从业人员及高等院校中与服务外包企业对口衔接人才200万人规模的建设目标。

《服务外包教程》

为适应中国大力承接国际离岸外包业务转移对专业人才的迫切需要，在商务部外资司、服务贸易司和人事教育司教育培训处的殷切鼓励、大力支持与中国商务出版社、全国外经贸教育教学指导委员会的精心指导和悉心帮助下，我们在深入实践和广泛调研的基础上，倾力打造了这本《服务外包教程》。

《服务外包教程》力求有利于教师在教学过程中使用方便，有利于学生在自学复习时通俗易懂，有利于服务外包企业员工进修时深入理解，有利于服务外包管理人士运营程序的科学规范，有利于热衷服务外包理论研究的教育界同仁阅读参考。《服务外包教程》的编写贯彻了如下原则：

理论与实践相结合——精理论、重实践。从内容选材、教学模式、学习重点、学习方法、案例分析等诸方面均突出服务外包产业发展实际的引领。做到理论深入浅出，实践简明通透，运作程序清晰，使《服务外包教程》的读者对理论来源基本了解，对操作技能准确把握；

传统与创新相结合——精传统、重创新。在继承传统理论和传统知识精华的基础上，强调当代服务外包视角的国际性、内容的时代性、资料的宽泛性、思路的创新性、技能的操作性、复习的系统性、阅读参考的补充性与网络资源的探究性；

整体与先进相结合——精整体、重先进。教程的编写不是孤立地对某个理论观点、某一项操作技能进行单纯介绍，而是从国际服务外包产业转移的整体趋势考虑，从服务外包从业人员观念转变与基本技能培养的目标着眼，既强调教材文本的整体优化性，更把握信息技术不断发展、教育技术持续更新、信息来源丰富多样的现实，精心建设网上《学习导航》，给读者以更大的研究便利；

动手与思考相结合——精动手、重思考。教程安排一定篇幅讲解各种形式服务外包项目的实战操作，以期强化青年学生和求职人员的岗前基本操作技能。与此同时，在突出服务外包应用型人才培养重点的基础上，用较多的文笔旁征博引并针砭剖析国际、国内服务外包成功与失败案例，提供多角度的阅读参考资料，以期引发服务外包专业人才、教育界同仁及立志投身于中国服务外包事业发展广大莘莘学子的深层次探究和缜密思考。

《服务外包教程》的作者队伍中既有具备数十年外经贸专业教学经验的教师，又有重点高校的理论研究人员，还有著名服务外包公司的 CEO 与业务一线专业技术工作者。他们精心学习经典理论、用心深入企业实践、潜心总结提炼服务外包的应用能力和未来中国推进服务外包加速发展之广阔前程与实现路径。他们集广博的专业教学经验、企业实战经验和理论研究经验于一体，严谨认真地编著了本教程。

《服务外包教程》由天津对外经济贸易职业学院魏秀敏、王乃彦两位教授担任主编。武春平老师、中国外包网 CEO 齐海涛先生和南开大学国际经济研究所刘叶博士担任副主编。刘军华、娄承斌、吕璐、田玉娟、何云魁老师与 IBM（中国）公司工程师何立洋、英国 TITCACA（天津）有限公司客户服务部经理杨延华参加了部分章节编写。杨莹、邢欣、朱云溪、周雅婷、孙丽娟、黄盈等青年教师参加了信息资料的整理工作。

《服务外包教程》编著过程中，借鉴、吸收了许多专家、学者的研究成果，并有幸得到博彦科技（中国）公司副总裁曲玲年先生、惠普（中国）有限公司大客户经理谷宁女士、中国外包网首席运营官唐欢先生、英国渣打银行中国北方大区行总经理吕刚先生等服务外包实业界成功人士的无私支持与专业性指导。在此一一深表谢意！

由于作者涉入服务外包产业不深，系统研究服务外包理论的水平有限，错误和疏漏在所难免。恳请教育界同行、企业家和广大读者、青年学子不吝赐教。

作者书于 2008 年春夜

目 录

第一章 服务外包的产生	(1)
第一节 现代服务业的发展	(1)
第二节 服务外包的产生	(10)
▲ 复习与思考	(19)
▲ 学习导航	(19)
第二章 外包基础知识	(20)
第一节 外包概念与特征	(20)
第二节 外包分类	(23)
▲ 复习与思考	(38)
▲ 学习导航	(39)
第三章 服务外包理论基础及国际评价	(40)
第一节 服务外包理论动因分析	(40)
第二节 国际对外包的主要评价	(61)
▲ 复习与思考	(69)
▲ 学习导航	(70)
第四章 国际服务外包市场细分	(71)
第一节 国际服务外包市场概况	(71)
第二节 外包加速发展的原因和市场细分	(77)
第三节 全球服务外包承接方优势比较	(89)
第四节 印度服务外包产业崛起	(94)
▲ 复习与思考	(97)
▲ 学习导航	(97)

第五章 中国服务外包产业现状和发展	(98)
第一节 中国在全球服务外包市场地位	(98)
第二节 中国发展服务外包环境建设	(112)
第三节 中国利用外资促进服务外包发展	(122)
▲ 复习与思考	(125)
▲ 学习导航	(125)
第六章 外包战略与供应商选择	(126)
第一节 企业外包战略与执行	(127)
第二节 把握成功实施外包的关键因素	(135)
第三节 服务外包承接商选择	(141)
▲ 复习与思考	(151)
▲ 学习导航	(152)
第七章 IT 外包	(153)
第一节 IT 外包的概念与市场形成	(154)
第二节 IT 外包运作与产业政策	(163)
第三节 中国 IT 外包典型案例剖析	(166)
▲ 复习与思考	(170)
▲ 学习导航	(171)
第八章 软件外包	(172)
第一节 软件外包市场和好处	(172)
第二节 软件外包流程解析	(178)
第三节 软件外包的风险与防范	(186)
第四节 软件本地化测试	(190)
▲ 复习与思考	(197)
▲ 学习导航	(197)
第九章 财务/金融外包	(198)
第一节 财务外包	(199)
第二节 金融外包	(209)
▲ 复习与思考	(221)

▲ 学习导航	(221)
第十章 人力资源外包	(222)
第一节 人力资源外包与市场	(222)
第二节 人力资源外包程序与项目	(230)
第三节 人力资源外包风险规避	(234)
▲ 复习与思考	(239)
▲ 学习导航	(239)
第十一章 客户关系外包与呼叫中心	(240)
第一节 客户关系管理与外包	(241)
第二节 呼叫中心的产生与发展	(247)
第三节 呼叫中心的建设与管理	(254)
▲ 复习与思考	(260)
▲ 学习导航	(260)
第十二章 供应链管理与物流外包	(261)
第一节 供应链管理下业务外包	(262)
第二节 物流服务外包	(267)
第三节 第四方物流与逆向物流外包	(278)
▲ 复习与思考	(287)
▲ 学习导航	(287)
第十三章 知识流程外包	(288)
第一节 知识流程外包概述	(289)
第二节 研发外包概述	(298)
第三节 药物研发概述	(304)
▲ 复习与思考	(309)
▲ 学习导航	(309)
第十四章 外包行业与职业发展	(310)
第一节 我国服务外包人才环境	(311)
第二节 服务外包企业用人标准	(316)

第三节 服务外包人才环境建设	(323)
▲ 复习与思考	(335)
▲ 学习导航	(335)
参考文献	(336)

第一章 服务外包的产生

20 世纪 80 年代后期，一股由美国刮起的“外包”旋风迅速蔓延至欧洲、日本，印度与越南先后凸显出承接外包“巨擘”和“黑马”的角色。作为国际经济新型业态——“服务外包”成为全球企业界新潮流。

提起苹果 Mac 机、宏基 Aspire 电脑，几乎人所共知；可说到青蛙设计公司，则鲜为人晓。更少有人知道的是，苹果与宏基这两款大名鼎鼎的产品造型设计，都是外包给这位“青蛙”完成。

总部位于德国黑森州的“青蛙”是国际最负盛名的专业设计公司，以其前卫派风格赢得遍及世界各地的客户，包括 AEG、苹果、柯达、索尼、奥林巴斯等著名跨国公司，“青蛙”在承接国际服务外包中快速发展。

你想走进服务外包吗？

教学目的：

通过本章的学习，基本了解现代服务业的产生与发展、外包与服务外包的产生背景与发展趋势。

教学重点：

现代服务业的概念与特征，外包与服务外包的产生与发展趋势。

教学难点：

现代服务业与服务贸易、服务外包的关系。

建议课时：4。

第一节 现代服务业的发展

世界主要工业化国家的进程一般经历以下几个阶段：首先是发展轻工业，然后发展重工业和重化工业，最后则是大力发展服务业。近年来，随着信息产业和网络技术的迅猛发展，新兴服务手段不断涌现，服务业正在从“传统服务业”逐步发展到“现

代服务业”阶段。

一、现代服务业的产生与发展

（一）现代服务业的产生、分类与特点

1. 现代服务业含义

现代服务业相对于传统服务业而言，它伴随信息技术应用和信息产业发展而出现，是信息技术与服务产业相结合的产物。

2. 现代服务业类别

主要有两种：

（1）基于信息化产生的新兴服务业态。即直接因信息产业和信息化发展而产生的新兴服务业形态，如计算机软件服务、移动通信服务、信息咨询服务等。

（2）基于传统服务业改造的新兴服务业态。即通过对信息技术的应用，从传统服务业改造过程衍生而来的服务业形态，如金融保险、现代物流、企业管理、房地产、广告会展、研发设计、旅游、电子商务等。

3. 现代服务业发展

伴随经济全球化浪潮，在信息技术强力推动下，现代服务业获得迅猛发展，并将进一步发展为占 GDP 权重最高的产业形态。当前，一些发达国家已完成向现代服务业转型，逐步进入信息社会的初期阶段。

（二）现代服务业特点

在知识、信息和技术等多方因素推动下，世界服务业发展势头不断加快，呈现新的特点。表现在：

1. 服务业占社会经济主导地位

服务业快速增长使服务业产出在整个社会经济的比重持续上升，逐步取得主导地位。2007 年 2 月 7 日《金融时报》报道，服务业对美国 GDP 贡献率达 90%；日本服务业产值占 GDP 64.4%；英国服务业产值占 GDP 70%；澳大利亚早在 1997/1998 年度服务业增加值即占 GDP 的 76%。

2. 服务业结构凸现新经济特点

在发达国家，以知识创新为动力的新经济正在取代传统工业经济，服务业内部结构愈发呈现新经济特征。表现在：

（1）增值最大。以金融保险、物流管理、广告会展、研发设计、旅游酒店、商务服务、房地产为主的现代服务业在增加值中的比重最大，而其他传统服务业变化不

明显。

(2) 就业最多。现代服务业就业比重增加最多。

(3) 速度最快。知识密集型、软件信息型服务业发展速度最快。

3. 服务业和制造业融合

随着经济全球化快速发展,一些服务业逐渐从第一产业、第二产业中过滤出来,出现了专门为生产和市场服务的服务业。这类服务业作为与第一产业、第二产业的中间环节,行业间关联度紧密,服务业和某些制造业界线逐渐消融。发达国家的统计数据显示,为生产和市场服务的服务业发展速度最快。

4. 全球服务贸易增长加快

表现在三方面:

(1) 服务贸易增长快于货物贸易增长。

(2) 服务业成为外商投资重点。

(3) 在所有服务贸易中,商务服务业贸易增加最快。如表 1-1:

表 1-1 世界货物贸易和世界服务贸易

(百万美元)

年 份 指 标	1995	2000	2004	2005	2006
世界货物贸易总额	5 640 000	6 540 000	9 210 000	10 472 000	12 083 000
世界服务贸易总额	1 183 800	1 493 600	2 212 900	2 458 800	2 755 900
其中: 运输	303 500	348 500	510 300	576 400	631 200
旅游	408 200	478 900	636 900	685 200	747 000
其他服务	472 000	666 200	1 065 800	1 197 200	1 377 700

资料来源:世界贸易组织

因此,从国际现代服务业的产生和发展趋势看,以技术密集和知识密集为特征的现代服务业将成为今后最具发展潜力的重点产业。

资 料 卡

国际企业跨进服务化发展道路

近年来,发达国家的制造业特别是很多典型制造业大公司都在向服务化发展。例如美国通用电气公司(GE),尽管已经把飞机的引擎做得很大,但现在收入的63%是来自其服务业;过去一直做大型商务计算机的IBM公司现在66%的收入来自服务业。尤为引人注意的是,IBM已将自己定位为服务性企业。

鉴于此,《财富》在进行世界500强排名时,已经把服务业收入占公司总收入

比重达到或超过 60% 的传统大型制造业列为服务业企业进行统计。

随着技术的不断进步，国际知名管理软件公司的主页上很难发现具体的产品，取而代之的是服务和解决方案。世界各大软件公司技术上的优势已经不再成为竞争的的决定性因素，取而代之的是建立在全新服务理念基础上的个性化服务竞争。

例如，美国甲骨文公司（Oracle）2006 年年报中的“收入”一栏显示只有“授权和其他”与“服务”两个项目，其中授权的收入为 44.5 亿美元，服务的收入则为 56.8 亿美元。

二、现代服务业概念与特征

（一）现代服务业概念

1. 一般服务业

服务业即第三产业，是那些不生产商品和货物的产业，主要有批发零售、商贸餐饮、公共交通、仓储运输、邮电信息、旅游酒店、金融会计、中介咨询、法律服务等行业。

资料卡

何谓现代服务业

现代服务业是我们国内的提法，先后在党的十五大报告、十五届四中全会关于“十五”计划纲要的决议以及十六大报告中使用，但没有明确定义。我国国民经济统计体系也未明确界定现代服务业范围。至今，国际上正式使用现代服务业概念的亦不多见。

20 世纪 90 年代以来，曾有划分传统服务业和知识密集服务业的先例。例如，OECD（经济合作发展组织）将信息服务业、金融服务业、教育服务业、专业技术服务业、健康保健服务业五大类行业列为知识密集型服务业，或称战略性服务业。它是知识经济背景下成长性最强的产业。

2. 现代服务业

现代服务业相对于批发零售、商贸餐饮、公共交通、仓储运输、邮电电讯、旅游酒店等传统服务业而言。

（1）概念。现代服务业是指依托电子信息等高新技术或现代经营方式与组织形式发展起来的服务业。

（2）内容。既包括新兴服务业，如以互联网为基础的网络服务、移动通信、信息软件、现代物流等行业，也包括应用现代高新技术改造和升级的传统服务业，如电信服务、金融保险、中介咨询、房地产、旅游酒店、广告会展等行业。

(3) 本质。现代服务业是工业化发展到一定阶段的产物，是知识和技术相对密集的新型服务业态，是新时期的朝阳产业，其本质是实现服务业的现代化。

资料卡

OECD

OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) 是“经济合作发展组织”的英文缩写，亦可简称为“经合组织”。它是由 30 个市场经济国家组成的政府间国际经济组织，旨在共同应对全球化带来的经济、社会和政府治理等方面的挑战，共同研讨把握全球化带来的机遇。

OECD 的历史可追溯到第二次世界大战后重建欧洲经济的“马歇尔援助计划”，其最初宗旨一直延续到今天：

1. 促进成员国的持续经济增长、就业以及生活水平的提高，同时保持财政的稳定，以此对世界经济的发展作出贡献。
2. 帮助成员国和其他国家在经济发展进程中保持健康的增长形势。
3. 在多边、平等的基础上促进世界贸易发展。

虽然 OECD 成员国提供全球近 60% 商品和服务，但在一个相互依存的全球经济体系中，它和世界其他 70 多个国家进行着广泛的技术和观点方面的交流。

(二) 现代服务业特征

1. 服务业具有四方面特征

主要是：

(1) 无形性。劳务、咨询、中介、技能、娱乐、医疗、教育等形式的服务成果是看不见、摸不着的，而有形产品往往是看得见、可触摸的。

(2) 不可存。无形产品无法储存，生产与消费同时同地进行；而有形产品的“产、销、存”在时间和空间上可分离。

(3) 耗能低。尽管服务业需要完善的基础设施支持和相应投资强度，但大多数服务行业对资源消耗和环境依赖较少。

(4) 相互依存。服务业具有区别于有形产品行业的特征，但并非可以脱离其他行业。相反，服务业，特别是为生产和市场服务的行业，与制造业、农业、其他行业发展互为依存；伴随技术进步的日新月异，服务业与其他行业既有专业分工越来越细的趋势，又有相互渗透融合的特点。

2. 现代服务业具有六方面特征

主要是：

(1) 发达工业化产物。产生于工业化发达阶段。