

丛书主编：汪泓

21世纪物流管理系列教材

国际服务外包

GUOJI FUWU WAIBAO

高中理 蒋晓舰 [美]陈海晓◎主 编
邓业建 邵 明◎副主编



清华大学出版社

丛书主编：汪泓

21世纪物流管理系列教材

国际服务外包

GUOJI FUWU WAIBAO

高中理 蒋晓舰 [美]陈海晓◎主 编
邓业建 邵 明◎副主编

清华大学出版社

内 容 简 介

20 世纪后半叶,随着信息技术的迅速发展,全球经济服务化进程加速,服务经济成为主导的经济形态。与此同时,服务的全球化发展带来了服务外包的兴起,也促进了印度等发展中国家的服务经济融入世界。进入 21 世纪,随着 ICT 技术迅速得到广泛的应用,服务业的新兴业态和新的商业模式不断涌现,服务外包在我国发展起来。本书把服务外包作为一种服务业新兴业态、新的商业模式以及得到日益广泛应用的管理方式,系统介绍了服务外包的知识体系及服务外包发展的来龙去脉,主要包括服务外包发展的背景、基础设施、服务外包的主要业务分类及其特征、服务外包管理体系、服务外包的经济学与管理学的分析、国外服务外包研究的主要方法、服务外包政策等。

本书适合用于国际经济与贸易专业、企业管理专业、IT 相关专业的本科生和研究生,以及服务外包示范园区管理人员等。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

国际服务外包/高中理,蒋晓航,(美)陈海晓主编.--北京:清华大学出版社,2015

(21 世纪物流管理系列教材)

ISBN 978-7-302-38892-0

I. ①国… II. ①高… ②蒋… ③陈… III. ①服务业一对外承包一高等学校一教材
IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 004827 号

责任编辑:刘志彬

封面设计:汉风唐韵

责任校对:宋玉莲

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:三河市中晟雅豪印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:16.75 字 数:380 千字

版 次:2015 年 2 月第 1 版 印 次:2015 年 2 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:35.00 元

产品编号:055326-01

前 言

随着信息通信新技术与新商业模式融合互动,服务的交易、交付及结算方式掀开了崭新的一页,带来消费与生产方式日新月异的变化,我们正在进入一个服务经济主导的全球化新阶段。大数据、云计算、平台经济、移动互联网、物联网等迅速崛起,商业经营的跨界融合及跨境服务的强劲发展,推动服务专业化分工持续加深,进而促进了国际服务外包发展。随着主要经济体间的服务贸易与投资贸易新规则即将推出,服务贸易与服务业跨境投资迅速扩张,国际服务外包业务也将大量产生。中国服务经济与国际先进水平差距较大,中国(上海)自由贸易试验区的成立,为我国服务外包的进一步发展提供了新的空间。

服务外包得到了我国各级政府的重视,新世纪伊始,服务外包被视作经济转型升级的一个重要发展方向,在大连等高等教育人力资源丰富的沿海城市率先发展起来,2006年以来,中央政府及各省市地方政府陆续出台了一系列扶持政策,全国先后设立21个服务外包基地城市、100多个服务外包示范区和服务外包专业园区。国际服务外包对劳动要素尤其是高素质人力资源的要求较高,不断拓宽的服务外包领域,推陈出新的外包模式,人才培养的挑战性越来越高。当前我国服务外包发展的主要症结,是人力资源供需结构的不匹配,能够承接国际化业务的中高端人才尤其匮乏。事实上,中央政府出台了促进服务外包人力资源发展的一系列配套政策,包括对园区、企业雇员以及培训机构都有一定的资助。但是,由于服务外包中高端人才的特殊性要求以及相关教育培训配套资源的制约,中高端人力资源短缺情况尚未得到有效的解决,国际服务外包在我国的发展潜力远未得到充分释放。

作为服务经济体系的重要环节,作为一种渗透性很强的新的商业模式和管理模式,也作为服务学知识体系的重要分支之一,深入研究服务外包发展的规律,对于大力推动服务外包发展,带动我国服务经济的国际化,具有重要意义。目前,高等院校本科、研究生层次的服务外包专业及国际贸易、电子商务、物流管理、软件外包等相关专业开设系统的服务外包知识课程的需求越来越多。为满足本科以上层次对国际服务外包概论学习研究的需要,我们编写了本书。

本书的知识体系充分吸收了国内外服务学已有成果。由于服务经济以及开展服务外包的领域宽广,服务领域对人才的需求,在实际中涉及的内容也给人包罗万象之感。在面向这样快速发展、更新换代的行业领域,知识的深度和更新频率是难以高要求的。然而知识的脉络和基本逻辑,知识的源泉、缘起,知识的基本方法等,恰恰应该是我们着重注意的。我们的指导思想是授人以渔,最核心的是要努力建立围绕服务的思维方式。因此,本教材去粗取精,把握线索,围绕服务学的逻辑展开。

本书的内容主要分为基础理论基础与背景分析篇、现象分析与操作实务篇、政策篇三大大板块,既突出不断发展的新领域,也要把握一以贯之的发展脉络,把握学理性依据,围绕

基本概念、基本规律、基本逻辑、基本方法,在基本的知识体系上展开。

本书的主要特点有两个:一是关注服务外包学科知识交叉的特点。服务外包涉及的领域广泛,涵盖服务业多个领域,涉及 IT 基础设施、软件、网络、服务工程、服务标准、服务管理、经济学与管理学对服务外包的分析等知识点。本书广泛参考了相关领域国内外最新权威著述或主要观点。二是兼顾理论与实践,兼顾学理与实际应用。注重理论与实践相结合,既注重基本理论体系的完整,又通过数据、案例导入,引入大量的实际动态信息。本书试图通过在大量案例中梳理服务外包的相关知识 with 理论分析,使学生通过相关联的服务外包现象、案例分析、业务类型分析、项目质量管理及理论分析,把握服务外包现象及案例的发展渊源、发展历程、发展脉络、发展趋势,深入系统地理解服务外包本身及关联因素,把握服务外包发展的来龙去脉。考虑到理论联系实际的需要,除了大量的案例资料外,本书的内容体系还征求了一些行业资深专家的意见。

作为课程主讲教师,我们提出以下教学建议:一是大量引入相关案例,引导学生参与案例分析讨论;二是动员学生自己搜集国内外权威性动态资料,充分利用互联网,强化学生获取数据的能力;三是注重运用新方法和新教学模式,如借鉴众包式的教学,通过 QQ 群、微信群等信息共享交流沟通的平台,促进相关信息在师生、同学们之间的共享、讨论,增加互动,促进教学相长,提高学生参与感和学习兴趣,激发共鸣,强化学习效果。如果该课程能够与配套的软件服务外包等实训紧密结合起来,教学效果会更好。

本书由高中理、蒋晓舰、陈海晓在征求行业及教育培训界专家意见的基础上拟定提纲,确定内容框架。各章执笔主要分工如下:第一章高中理,邓业建;第二、七章,刘龙飞;第三、四、五章,李颖;第六、八章,梁丽君;第九、十章,张卫山。邵明通读了全部内容,全书由高中理、邓业建负责统稿。

由于当前服务经济以及服务外包正处在快速发展阶段,理论研究及教育培训难以及时总结并跟上实践步伐,加之编者水平有限,本教材不可避免存在着这样那样的缺点和不足。我们真诚欢迎教育界同行、服务外包业内专家提出宝贵意见和建议,以期完善。

本书是上海工程技术大学国际经济与贸易专业教学团队的工作成果之一。在此,还要特别感谢上海工程技术大学内涵建设及教材建设项目的资助。

目 录

第 1 章 服务全球化与服务外包的兴起	1
1.1 服务经济发展的历程、现状和态势	1
1.1.1 经济发展的阶段性演变	1
1.1.2 服务经济的发展趋势	2
1.2 服务全球化发展与服务外包的兴起	4
1.2.1 服务全球化	4
1.2.2 服务贸易与服务外包的发展	4
1.2.3 服务外包的兴起	5
1.3 中国案例：服务经济与经济转型	6
1.3.1 经济发展方式与产业结构调整	6
1.3.2 服务经济与中国经济转型	6
本章小结	7
复习与思考	7
案例分析	7
第 2 章 服务学概要	9
2.1 服务与服务学	9
2.1.1 服务概述	9
2.1.2 服务学概述	14
2.2 服务业分类	15
2.2.1 服务业的概念	15
2.2.2 服务业的分类	16
2.3 国际服务贸易概要	20
2.3.1 国际服务贸易的定义	20
2.3.2 国际服务贸易的特点	22
2.3.3 国际服务贸易的分类	23
2.4 服务经济的基本维度	24
2.4.1 服务经济概述	24
2.4.2 服务经济发展的趋势	26
本章小结	28
复习与思考	29

案例分析	29
第3章 服务外包的基础设施	33
3.1 IT 基础设施	33
3.1.1 IT 基础设施的定义	33
3.1.2 IT 基础设施的组成	36
3.2 IT 服务常用标准	37
3.2.1 国际标准——信息技术基础设施资料库(ITIL)	37
3.2.2 国家标准——信息技术服务标准(ITSS)	39
3.3 网络基础设施	41
3.3.1 网络基础设施的定义	41
3.3.2 网络基础设施的体系结构	42
3.4 IT 服务技术	45
3.4.1 软件开发与部署技术	46
3.4.2 运行环境技术	48
3.4.3 运行维护技术	51
3.4.4 信息安全技术	52
3.5 新技术与基础设施	53
3.5.1 大数据技术	53
3.5.2 云计算技术	55
3.5.3 电子商务平台技术	60
3.5.4 移动互联网技术基础设施	63
本章小结	68
复习与思考	69
案例分析	69
第4章 服务外包概述	71
4.1 外包	71
4.1.1 外包的概念	71
4.1.2 外包的类型	72
4.2 内包	74
4.3 众包	76
4.3.1 众包的定义	76
4.3.2 众包的特征	77
4.3.3 众包与外包的异同点	77
4.4 服务外包	77
4.4.1 服务外包的定义	78
4.4.2 服务外包的分类	79

4.4.3 推动服务外包发展的因素	80
4.4.4 服务外包的发展历程	81
4.4.5 服务外包带来的变化	83
4.4.6 国际服务外包的发展现状和趋势	84
4.4.7 国内服务外包的发展现状和趋势	87
本章小结	91
复习与思考	91
案例分析	91
第 5 章 信息技术外包	95
5.1 信息技术外包	95
5.1.1 信息技术外包概述	95
5.1.2 信息技术外包的产生	98
5.1.3 信息技术外包市场	98
5.1.4 信息技术外包的业务流程	102
5.2 软件外包	106
5.2.1 软件外包概述	106
5.2.2 软件外包发展的动因	108
5.2.3 软件外包的发展历程	111
5.2.4 国际软件外包发展现状	115
5.2.5 中国软件外包的发展现状	116
5.3 网络外包	118
5.3.1 网络外包概述	118
5.3.2 网络外包产业生命周期的各个阶段	126
5.3.3 网络外包发展趋势及面临的挑战	128
本章小结	129
复习与思考	129
案例分析	129
第 6 章 业务流程外包	131
6.1 业务流程外包概述	131
6.1.1 业务流程外包的概念	131
6.1.2 业务流程外包发展现状	132
6.2 业务流程外包的分类及特点	134
6.2.1 业务流程外包的分类	134
6.2.2 业务流程外包的特点	142
6.3 金融服务外包	143
6.3.1 金融服务外包概述	144

6.3.2	金融服务外包的现状与发展趋势	148
6.3.3	金融服务外包业务流程	150
6.3.4	金融服务外包的风险与防范	152
本章小结		160
复习与思考		160
案例分析		160
第7章 知识流程外包		162
7.1	知识流程外包概述	162
7.1.1	知识流程外包的概念	162
7.1.2	知识流程外包的应用领域	163
7.1.3	知识流程外包的特点	167
7.2	研发外包	170
7.2.1	研发外包概述	170
7.2.2	研发外包的业务流程	173
7.2.3	研发外包的风险管理	175
7.3	数字内容外包	178
7.3.1	数字内容外包的概念	178
7.3.2	DCO 的主要业务类型	180
7.3.3	DCO 的业务特点	181
7.4	众包	182
7.4.1	众包的概念	182
7.4.2	众包的特征	183
本章小结		184
复习与思考		184
案例分析		184
第8章 服务外包管理体系		186
8.1	项目管理	186
8.1.1	项目管理概述	186
8.1.2	项目管理的知识体系	191
8.1.3	项目管理的具体操作内容	193
8.2	质量管理	195
8.2.1	质量管理概述	195
8.2.2	国际通行的质量标准简介	197
8.3	风险管理	203
8.3.1	服务外包风险识别	203
8.3.2	服务外包风险控制策略	210

8.4 人力资源管理	216
8.4.1 服务外包人才管理概述	216
8.4.2 服务外包人才的技能要求	221
本章小结	223
复习与思考	223
案例分析	223
第9章 服务外包的理论分析	226
9.1 服务外包经济学相关理论分析	226
9.1.1 专业化分工理论	226
9.1.2 比较优势和要素禀赋理论	227
9.1.3 企业合约理论	228
9.1.4 规模经济理论	228
9.1.5 交易费用理论	229
9.1.6 委托—代理理论	230
9.2 服务外包的管理学分析	231
9.2.1 企业核心竞争力理论	231
9.2.2 价值链理论	231
9.2.3 木桶理论	232
9.3 国外关于服务外包的研究内容与方法*	232
9.3.1 基于微观视角——2000 年以前服务外包研究进展与主要内容	233
9.3.2 基于宏观视角——2000 年以来跨国服务外包研究脉络与主要内容	236
复习与思考	240
第10章 服务外包政策	241
10.1 服务外包相关政策	241
10.1.1 服务外包政策及政策工具	241
10.1.2 服务外包政策分类	242
10.2 服务外包政策的国际比较	243
10.2.1 印度等主要国家的服务外包政策简介	243
10.2.2 服务外包促进政策国际比较	245
10.3 中国服务外包政策分析	248
10.3.1 中国现有服务外包政策	248
10.3.2 政策前瞻	251
本章小结	252
复习与思考	252
案例分析	252
参考文献	254

第1章 服务全球化与服务外包的兴起



本章关键词

服务经济(service economy)

服务全球化(service globalization)

产业结构(industrial structure)

制造业(manufacture)

服务业(service industry)

制造业的服务化(manufacturing service)

服务贸易(service trade)

服务外包(service outsourcing)



互联网资料

<http://www.wto.org>

<http://www.stats.gov.cn>

经济发展方式的演进对应不同的社会发展阶段。服务经济越来越成为当代世界经济发展的主流。随着经济服务化和服务全球化,服务贸易和国际服务外包得到快速发展。

中国经济转型升级需要大力发展现代服务业,服务外包模式伴随的服务经济的快速发展是中国经济保持持续较快增长的重要支撑。

1.1 服务经济发展的历程、现状和态势

1.1.1 经济发展的阶段性演变

经济活动伴随着人类的需求及其满足的过程,人们的生存和发展都需要物质和精神产品来满足,形成了生产、交换、分配、消费等经济活动。随着科学技术的发展和专业化分工的深化,经济生活中占主流和主导地位的产业形态也在不断地演进。主流地位指的是产业形态的规模和比重较大,主导地位则是指价值量和影响力较大。

从经济学的角度来看,人类社会的历史也是人类的需求不断演进的历史。在这个历史进程中,劳动分工不断深化,物质和精神生产日益发展,人类需求获得满足的不同层次对应经济发展的不同阶段。大体来说,迄今为止人类社会经历了农业经济、工业经济和服务经济为主的发展阶段,相应地对应于农业社会、工业社会和后工业化社会。

大体上来说,农业经济是以土地作为主要生产要素、农牧业占主导的经济。工业经济

是以资本作为主要生产要素、制造业占主导的经济。服务经济是以人力资本作为主要生产要素、服务业占主导的经济。在服务经济时代,土地和资本的重要性都大为降低,人力资本成为最重要的生产要素。

总体来看,当前世界经济正处于工业经济与服务经济共存的阶段,制造业与服务业占据了90%以上的份额,同时也是制造业经济向服务经济转型升级的阶段。在当代发达经济体,服务业在GDP中的比重往往占到80%左右。服务经济已经成为当代发达经济体经济发展的主流形态。

1.1.2 服务经济的发展趋势

1. 经济的服务化

经济服务化主要表现在两方面:一方面是服务业比重提高导致的产业结构服务化;另一方面是产业和服务企业的服务化。

从长期来看,产业结构调整是促进经济增长的重要因素之一。一国经济结构最基本的方面是第一、二、三次产业的结构,或具体化为农业、工业、服务业的结构。经验研究显示,一国经济的发展过程既表现为人均收入的提高,也表现为经济结构依次由农业为主转变为工业为主,再转变为服务业为主,这种结构变迁可以用产值比例和就业比例来衡量。产业结构的调整意味着资源的重新配置,即资源从生产率低的部门向生产率高的部门转移,这会提高总的生产率,进而促进经济增长。

从上述视角来看,工业化意味着资源从农业部门向工业(制造业)部门转移,从就业的角度来看,表现为农业部门的就业量占总就业人数的比例下降,工业部门的就业量占总就业人数的比例上升;从经济成果的角度来看,表现为农业产值占总产值的比例下降,工业产业占总产值的比例上升。进入20世纪以来,发达国家又出现了随着收入水平的提高,服务业就业和产值比重上升、工业比重相应下降的现象,这种经济服务化的过程,在20世纪五六十年代开始经济现代化的其他国家同样出现。世界各国经济发展过程中出现明显的趋同现象,即随着经济的不断发展,几乎所有的国家最终都会出现经济的服务化。

更重要的是,服务经济中的制造企业与服务企业的界限越来越模糊,例如,IBM的业务模式已经从制造商转变为服务提供商,为客户提供各种解决方案。随着加工技术的日益提高,制造企业越来越多地从事信息处理和服务工作,而不是生产制造活动,其经营战略正在从生产导向、营销导向转变为服务导向,通过对服务环节的绩效改进来增加利润。

在世界500强企业中,金融、商业、信息和物流等服务业跨国公司的数量总体呈上升趋势,另外,不少500强企业虽然没有被明确划入服务业,但是服务类业务在其业务总额中所占比重正在增加,例如一些电子信息类企业正在或已经由电子产品的制造商向信息服务的运营商转型。越来越多的传统产业企业,在其业务收入构成中服务收入超过了制造活动的收入。加强服务的创新及其在企业跨国网络内的流动成为领先型跨国企业竞争战略的重心。另一方面,跨国公司为应对日趋激烈的竞争而加强“归核化”战略的应用,企业内部以信息处理与功能性服务为主的服务环节转向外部获取的策略日趋强烈,引发的需求推动专业服务供应商市场的繁荣与创新。在这个背景下,知识密集型服务行业获得更强的发展动力,出现了制造业和服务业交融的“新制造业”和“制造业服务化”。

2. 服务使用的中间化和公共性

服务经济形态的形成不仅表现在服务业比重的提高,而且体现在服务业内部结构的变化。服务业结构是指不同门类服务业之间的比例。根据对服务业门类的不同划分方法,可以从不同角度观察和分析服务业的结构变化,例如可以将服务业划分为生产者服务业、分配性服务业、社会服务业和个人服务业四大类。

从发达国家的发展经历来看,服务业结构的变化大致可以分为三个阶段。第一阶段从18世纪50年代至19世纪末,商业、交通和通信领先发展,构成服务业的主要部分。第二阶段从20世纪初至20世纪50年代初,以金融、保险和商务服务业的发展为主导,使生产服务由单纯的供销服务转变为生产过程的服务。第三阶段是20世纪50年代以来,在金融、保险和商务服务业进一步发展的基础上,信息服务业和社会服务业迅速发展,特别是信息产业极大发展,其他产业利用信息技术对自身进行了改造升级,提高了自身的服务水平和效率,使得现代经济成为基于信息化的服务经济。

依据上述服务业发展的三个阶段的情况,大致可以发现服务业发展的两种趋势:一是为生产经营活动提供的服务比重逐步提高,表现为生产者服务和分配性服务比例的上升;二是公共服务比例的上升。

3. 服务提供的工业化和全球化

服务经济形态中的服务业与其他经济形态中的服务业具有质的不同。一方面表现为服务业的工业化趋势,另一方面表现为服务的可贸易性增强及相应的服务贸易在一国经济中的重要性提高。

现代服务业较多采用制造业的生产方法,力图实现服务提供标准化,如金融、保险、物流等生产者服务行业,在业务程序方面形成规范的操作流程;餐饮、商业等生活服务业在经营场地、标识、服务内容方面形成统一的风格。尽管与有形产品相比,无形服务的提供数量和质量取决于买卖双方的共同参与,供应商单方面的标准化存在难度,但技术进步和经营方式的创新,使得服务标准化已经逐步取得重要进展。服务企业根据行业特点力图模仿制造业的规模经营。物流服务业通过进行大规模的基础设施和设备投资,使其业务覆盖的市场范围扩大,这具有明显的规模经济效应。金融、保险类服务业的规模经济建立在大量顾客基础之上,因此也需要进行大规模的初始投资,这种固定投资下的业务量不断扩大,同样形成规模经济。信息、通信和公用事业等具有网络性质的产业,更是以规模经济作为生存的必要条件。即使是传统上不需要较大规模的服务业,如餐饮、住宿、保洁、保安等,也通过连锁、授权或特许经营等多种新型经营方式,构建较大规模的经营单位,努力获得规模经济的利益,它们并不像制造业那样把大量业务或要素集中在同一地点而获得规模经济效应,而是依靠采购、管理、组织、形象、品牌甚至文化这样的软要素获取规模经济效应。

此外,服务业由传统的消费者服务为主转变为生产者服务为主,特别是信息服务业的发展及其向其他行业渗透,使得服务业的要素密集度由传统的劳动密集型转变为人力资本和技术、知识密集型。服务的无形性以及生产与消费的同时性,决定了服务的可贸易程度往往低于有形产品,但是随着信息、通信技术的进步以及政策性管制的放松,服务的可贸易程度在提高,服务贸易的规模也较快扩大。

服务全球化与就业、经济增长、国际分工和可持续发展等当代世界经济发展中的重大议题密切相关。服务全球化的一个突出表现就是国际服务贸易和服务外包的兴起和发展。从世界经济的产业演进来看,服务全球化是近年来经济全球化进程中最鲜明的阶段特征,影响广泛而深刻。

1.2 服务全球化发展与服务外包的兴起

国际服务外包的兴起和发展主要有以下两方面的原因:一方面,人类社会经济已经发展到服务经济时代,经济发展方式的演进推动了服务经济和服务外包的发展;另一方面,服务经济自身的变化及有利的外部因素也促进了服务外包的发展,主要表现为:一是服务的中间产品化及其可贸易性的增加,二是服务全球化的发展,三是信息技术的发展。可以说,国际服务外包的兴起和发展是世界经济发展的必然结果。

1.2.1 服务全球化

近年来,服务全球化后来居上,成为全球化的主导力量。服务全球化的表现多种多样:某国研发机构为外国企业研发新产品,从而出口研发服务;中国接待美国游客,是中国出口旅游服务;英国金融机构在上海设立分支机构,是服务业跨国投资,如果利润汇回中国就是金融出口服务。简单地说,服务本身、服务消费者、服务提供者和其他相关要素中任何一项的跨境流动,都是服务全球化的表现。

服务全球化是指服务的生产、消费和相关生产要素的配置跨越国家边界,形成一体化的国际网络,各国服务业相互渗透、融合和依存,国际化的服务消费和供给不断增加。在经济全球化不断深化,全球产业转移加快的背景下,服务外包已成为国际产业转移和经济全球化的重要表现形式。服务外包成为重要的战略性产业,关乎经济发展的全局,对于一国的经济发展具有重要意义。

服务业全球化的发展与服务业自身特征的变化直接相关。由于传统服务业具有无形性、非标准化、同步性和不可存储性等特征,使得以往服务很难被“贸易”,因此过去服务往往被视为“非贸易品”。近年来,随着科学技术和经济全球化的发展,许多服务业的特征发生了根本变化,突出表现在其“可贸易性”增强,其原因主要有以下几方面:一是信息技术的发展,使得各种与信息生产加工相关的服务不仅可以远距离提供,而且交易成本极低;二是服务中间需求即生产者服务增加,信息、金融、物流、商务服务等中间服务在世界服务贸易总额中所占的比重很高;三是各国的服务消费需求趋同,跨国公司可以采用标准化的技术给全球客户提供同样的服务;四是服务业跨境配置资源的成本迅速下降,各国服务业开放加快,政策性障碍减少,这些都降低了服务全球化的交易成本。

1.2.2 服务贸易与服务外包的发展

国际服务贸易和服务业投资正在成为当代世界经济发展的一个重要组成部分。服务已经以《服务贸易总协定》(GATS)的形式被纳入 WTO 多边贸易体系。GATS 中没有对

“服务”进行定义,而是对服务贸易进行了全面的介绍。GATS将服务贸易定义为包括四种交易或供应模式:模式1:从一成员方领土到另一成员方领土的服务供应,即供应者和消费者远距离的互动(跨境贸易);模式2:已经迁移到供应方领土的某一成员方的消费者对服务的消费(境外消费);模式3:一成员方供应商在另一成员方领土建立商业机构和提供服务(商业存在);模式4:被雇佣或者个体经营的一成员方自然人正在另一成员方领土提供服务(自然人存在)。由此可见,GATS中的范围比GATT中的商品贸易要广泛得多。GATS不仅包括传统的跨境贸易,而且还包括另外三种贸易。

根据WTO的统计数据,2011年,全球商业服务贸易额为41490亿美元,比2010年增长11%。其中运输服务贸易额为8550亿美元,增长8%;旅游服务贸易额为10630亿美元,增长12%;其他商业服务贸易额为22280亿美元,增长11%。

根据2011年12月中国国务院新闻办公室发表的《中国的对外贸易》白皮书,2001年至2010年,中国服务贸易总额(不含政府服务)从719亿美元增加到3624亿美元,增长了4倍多。中国服务贸易出口在世界服务贸易出口中的比重从2.4%提高到4.6%,2010年达1702亿美元,从世界第12位上升到第4位;服务贸易进口比重从2.6%提高到5.5%,2010年达1922亿美元,从世界第10位上升到第3位。

20世纪80年代以来,发达国家大量向新兴经济体转移制造活动,当时的跨境投资大多集中在制造业。约从20世纪90年代开始,跨国公司的投资呈现由制造领域转向服务领域的趋势。这个转变的宏观背景是“制造业服务化”趋势,全球范围内,制造业价值链的核心由产品制造向服务提供转变。全球外国直接投资向服务业集聚,这一趋势极大地推动了世界服务贸易规模的扩大。

1.2.3 服务外包的兴起

服务全球化有一种发展迅速的特殊形式,即国际服务外包。例如,北京的一家保安服务公司,其客户是美国的保安公司,中方公司员工在北京的办公室内,通过互联网所连接的监控视频为美国社区提供保安服务,发现可疑情况立即通知美国保安公司。上海的一家设计服务企业,通过视频终端,与客户一起讨论和修改设计方案。这些企业的共同特点是,提供服务的员工在中国,服务对象在国外,中方服务业务不直接向市场提供,而是海外公司整体业务的一部分。这是国际服务外包的典型形态。

随着全球通信技术的日新月异,专业服务行业内部的可分性日趋提高,服务跨境交付的便利化有了极大地提升,大大扩展了服务以外包方式跨国组织与交易的地理范围,这意味着跨国公司得以在全世界范围安排一个或者几个地点提供服务功能,这已经成为跨国公司在全球投资的新趋势。外包作为非股权属性的跨境服务转移,成为现代服务部门组织方式最活跃的创新,构成了当代服务贸易强劲发展的重要动力。国际服务外包的迅猛发展来自两个深层动因:一方面是基于服务的可分性的服务外包的发展,另一方面是大型跨国公司经营战略的调整引发的服务增值逐步超越产品增值的经营形态。

据统计,美国仍然是全球外包市场上最重要的发包方,而接包方国家则高度集中于亚洲新兴经济体。在覆盖北美、欧洲与亚洲的服务外包地理范畴内,外包的网络结构正趋于分化,形成业务网络的主级与次级层次。在实际运作中,一级接包方将外包项目“分离”出

若干子外包项目,分别外包给其他地区的企业,后者作为二级接包方完成子项目后再由一级接包方作总集成。

国际服务外包的兴起有着深刻的经济原因。服务外包有两个要素:一是将原本在企业内部的业务外包出去;二是外包出去的业务还是企业整体业务的组成部分,只是以合约形式从境外供给。从交易成本的角度来看,由于存在交易成本,企业 and 市场是相互替代的,企业和市场的区别在于,企业是长期合同,市场是短期合同。交易成本越大,企业替代市场的倾向就越强;交易成本越小,市场替代企业的倾向就越强。信息技术和互联网的不断发展带来交易成本的大幅降低,从而使得企业的很多业务可以通过短期合同的方式在企业外完成。这造成企业的边界在缩小,市场的范围在扩大,过去许多企业内部的业务现在可以通过“外包”等方式从市场中购买。

由于“外包”的兴起,现代企业往往只需要拥有自身的核心技术和核心竞争力,并不需要拥有很大的规模。现代的一些大企业往往也只是表面上规模很大,其内部的运作大都是以“外包”等方式,通过市场交易活动来进行,而非依赖于传统的科层制的公司内部活动。从很大程度上来说,这种类型的大公司实际上是众多中小公司之间业务合同的集合。单个的中小企业可以依靠承接“外包”业务合同的方式来获得生存和发展。比较典型的案例就是一些著名的网络购物公司,它们实际上往往是由众多的中小型电子商务户通过互联网集合在一起的大型电子商务企业。

1.3 中国案例:服务经济与经济转型

1.3.1 经济发展方式与产业结构调整

改革开放以来,中国经济持续较快增长,但也面临经济结构不够合理、资源环境约束不断强化等深层次矛盾和问题。随着我国工业化、城镇化的快速发展,资源和能源消费日益增加,我国虽然是各类资源相对丰富的国家,但是考虑到庞大的人口基数,各类资源的人均拥有量往往相对较少。另外,自改革开放以来,我国经济已经历了三十多年的快速增长,资源消耗较大,环境对经济发展承载能力的压力也在增大。总体来看,未来资源和环境对我国经济发展的制约将会逐渐加大,未来我国的资源价格和环保成本都将呈上升趋势,这种价格成本上升与劳动力成本上升类似,都会增加我国企业单位产品的成本,从而影响企业的国际竞争力。

2008年国际金融危机发生之后,上述矛盾和问题进一步突出。为了解决这些矛盾和问题,近年来中国积极采取各种政策措施,加快推进经济发展方式转变和经济结构调整,努力将经济增长的动力从要素投入量的扩张转变为生产率的提高,主要依靠技术进步来推动经济增长;同时使人民群众更加公平地分享经济增长的成果,从而促进中国经济实现全面协调可持续发展。

1.3.2 服务经济与中国经济转型

服务业部门大多属于劳动密集型或人力资本密集型产业,对资源消耗和环境破坏相

对较少。大力发展服务业,特别是现代服务业是中国经济转型的内在要求和重要内容。

中国拥有大量的劳动力,总体来看工资水平在全球处于较低水平,这是中国发展服务业,特别是劳动密集型服务业的成本优势,另外,随着中国教育水平和质量的不断提高,中国的人力资本优势将会逐渐显现,中国也具有发展技术密集型的现代服务业的巨大潜力。中国服务业的不断发展自然会带来中国国际服务外包的发展。

近年来,中国不断完善促进服务业加快发展的政策措施。“十一五”期间,服务业增加值占国内生产总值的比重稳步提高,2010 年达到 43.1%,比 2008 年提高 1.3 个百分点。文化、旅游等产业发展势头强劲。2009—2010 年,文化产业增加值年均增速高达 24.2%,2010 年占国内生产总值的比重提高到 2.75%;国内旅游人数、旅游收入两年年均增速达到 10.8%和 19.9%,2011 年前三季度同比分别增长 12.6%和 20.1%。

据中国国家统计局初步核算,2012 年我国第二产业增加值 235 319 亿元,增长 8.1%;第三产业增加值 231 626 亿元,增长 8.1%。第二产业增加值占国内生产总值的比重为 45.3%,第三产业增加值比重为 44.6%。上述数据显示,2012 年我国第三产业增加值比重已经与第二产业增加值比重基本持平。

总体来看,目前我国服务业的发展仍然相对落后,技术密集型服务业相对较少,另外,我国劳动力资源丰富,而且劳动力的受教育程度在不断提高,因此我国承接国际服务外包的潜力巨大,大力发展服务外包产业有利于实现中国经济转型。

本章小结

经济发展方式的演化对应于不同的社会发展阶段,服务经济越来越成为当代世界经济发展的主流。随着经济服务化和服务全球化,服务贸易和国际服务外包得到快速发展。中国经济转型需要大力发展现代服务业,服务外包产业的快速发展是促进中国经济转型和增长的重要动力。

复习与思考

1. 制造业早已形成广泛深入的全球分工体系,为什么服务全球化在近 20 年才开始加速?
2. 国际服务外包兴起的原因有哪些?
3. 如何理解发展服务经济在中国经济转型中的重要作用?

案例分析

服务全球化

不断增长的服务贸易一方面是离岸外包业务量的上升。通过外包,企业能够将劳动密集型服务产业的功能转移到其他国家……当一种产品或服务在国外生产成本更低时,