



“新疆企业发展研究”学术丛书



Research on the Competitiveness of Xinjiang Service Enterprises

新疆服务企业竞争力研究

殷少明◎著

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位



“新疆企业发展研究”学术丛书



Research on the Competitiveness of Xinjiang Service Enterprises

新疆服务企业竞争力研究

殷少明 著

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

图书在版编目 (CIP) 数据

新疆服务企业竞争力研究 / 殷少明著. 一大连: 东北财经大学出版社, 2017.4
(“新疆企业发展研究”学术丛书)

ISBN 978-7-5654-2725-1

I. 新… II. 殷… III. 服务业-企业竞争-竞争力-研究-新疆 IV. F726.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 061358 号

东北财经大学出版社出版发行

大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

虎彩印艺股份有限公司印刷

幅面尺寸: 170mm×240mm 字数: 196 千字 印张: 14

2017 年 4 月第 1 版

2017 年 4 月第 1 次印刷

责任编辑: 李 彬 魏 巍

责任校对: 思 齐

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

定价: 38.00 元

教学支持 售后服务 联系电话: (0411) 84710309

版权所有 侵权必究 举报电话: (0411) 84710523

如有印装质量问题, 请联系营销部: (0411) 84710711

2016年度新疆财经大学专著出版

基金资助项目

总 序

“一带一路”战略把新疆推向了改革开放的浪尖和前沿，新疆能否真正建好“核心区”，起到枢纽、桥梁、示范效应，企业的发展成为关键环节。

新疆的地缘优势和资源优势决定了其是“丝绸之路经济带”交通和能源通道的关键节点，新疆企业迎来了核心区建设的黄金期。新疆处于亚欧大陆的中心位置，是亚太与欧洲两大经济圈的重要节点和枢纽，新疆的企业将要担负起两大经济圈核心资源、能源、劳动力的配给整合任务，这必将给新疆企业整体能力的提升带来机遇。从资源开发方面来看，新疆拥有丰富的资源，是我国重要的能源生产区，能源合作将成为“一带一路”战略实施的突破口，因此新疆企业参与国际能源合作开发、加工利用的前景非常广阔。同时，新疆是东西方文化的交汇点，新疆与中亚国家文化共生的人文优势是新疆企业进一步“走出去”、开展区域合作的有利条件。新疆企业应以此为契机加快形成大开放的经济格局，充分利用地理位置、自然资源、劳动力资源等优势，当好建设“丝绸之路经济带”的主力军，争取把新疆建设成经济带上重要的交通运输

中心、商贸物流中心、文化科技中心等,使新疆成为经济带上的核心区。新疆在新常态视角下努力融入“丝绸之路经济带”的建设之中,有利于新疆企业形成实现自身发展的新空间,有利于引入新的动力促进企业的发展。

新疆企业的发展是政府、学术、社会各界人士关注的核心问题,需要各方面进行充分的理论探索和实践调研。新疆财经大学是一所以经济学、管理学为主,多学科协调发展的自治区重点建设大学,现已形成了全方位、多层次的人才培养体系。学校设有企业战略研究所、企业品牌研究所和中亚经贸研究院等研究机构,拥有新疆企业发展研究中心、中国(新疆)与中亚区域经济合作研究中心等自治区普通高校人文社科重点研究基地,建立了新疆财经大学创新创业基地,具有区域经济学、金融学和国际贸易学3个博士二级学科授权点和1个应用经济学博士后流动站。学校在发展过程中,始终坚持为新疆经济建设服务,为推进新疆社会稳定和长治久安服务。在国家“一带一路”战略的背景下,学校进一步加速向“新疆名牌、西北一流、全国知名、辐射中亚”的有特色、高水平教学研究型财经大学的目标推进。为此,学校及时对相关研究成果进行梳理和整合,推出了“新疆企业发展研究”学术丛书。该丛书包括三本专著,涉及丝绸之路经济带背景下新疆民营企业转型升级问题、提升新疆服务企业竞争力问题以及新疆外向型农业发展及出口加工基地建设问题等重大主题。具体包括以下方面:

1. 专著《丝绸之路核心区建设中新疆民营企业转型升级问题研究》

新疆经济工作会议和十九个省区援疆、丝绸之路经济带建设、“核心区”建设等一系列利好政策和历史机遇摆在新疆民营企业面前,新疆民营企业要努力调整自身的发展策略,顺应发展趋势进行转型升级。达尔文也说过:“那些能够生存下来的并不是最聪明和最有智慧的,而是那些最善于应变的。”

新疆民营企业在促进新疆经济发展和增加地方财政收入、加强民族团结和维护社会稳定、增加就业和改善民生方面发挥了重要作用。截止到2015年年底,新疆民营企业约占新疆企业总数的98%,创造产值占新疆GDP的30%,纳税占新疆税收收入总额的35%,就业人数比重达

73.2%。民营企业涉足能源生产、设备制造、交通运输、批发零售、餐饮服务、商贸流通、矿产开发、农副产品加工、建筑建材、民生建设等各个领域。但是，新疆民营企业发展的整体状况与中央关于新疆跨越式发展和长治久安的要求相比还不适应：一是比重低；二是企业规模小；三是发展层次低；四是发展不均衡；五是财政贡献小。因此，新疆民营企业未来还有很大的发展空间。

该书以新疆民营企业为研究对象，通过问卷调查和实地调研访谈，收集大量翔实的资料，通过这些基础资料分析新疆民营企业发展的现状、存在的主要问题；通过文献分析法、主成分分析法，归纳新疆民营企业转型升级的规律，从而发现新疆民营企业转型升级的影响因素；总结新疆民营企业转型升级的路径和相关的政策建议；通过广汇集团、特变电工、美科集团、帕尔拉克公司、新康有限公司五个企业的发展案例，揭示企业转型升级的过程，验证该书提出的新疆民营企业转型升级的影响因素及转型路径案例研究法，分析案例企业转型升级的具体办法。

2. 专著《新疆服务企业竞争力研究》

人类社会经历了从农业经济到工业经济，再到服务经济的社会经济形态，这是一个不可抗拒的历史潮流。相对于农业生产活动和工业制造占主导的经济发展阶段而言，服务经济是以服务活动为主的更高层次的经济发展阶段。随着服务经济时代的到来，服务业在国民经济中的地位日益提高，服务企业的竞争力已成为衡量一个国家或地区综合竞争力的重要因素。服务业兴旺发达既是新疆区域经济发展跃上新台阶的一个显著标志，也是新疆实现社会稳定和长治久安的战略目标的强大动力。在经济全球化和社会分工细化的过程中，区域经济的发展将更多地依赖于服务业。

当前，新疆服务企业正面临着新疆大建设、大开放、大发展的历史机遇，也面临着国内外服务市场的激烈竞争。新疆服务企业只有有效开展服务营销、提升服务企业的市场竞争力，才能创造和维持竞争优势。所以，新疆服务企业正在进入一个崭新的天地，积极开展新疆服务企业竞争力研究正当其时。

该书在对国内外相关研究文献进行系统梳理之后,运用企业竞争力等相关理论,采用规范研究与实证研究相结合的研究方法,对新疆服务企业竞争力进行了系统研究:对新疆服务业的发展历程进行了简要回顾和考察,总结了新疆服务业发展的结构特征,提出了新疆服务业的发展潜力与战略构想,全面系统地分析了新疆服务企业发展中存在的问题及成因、面临的机遇与挑战;讨论了新疆服务企业竞争力的影响因素,构建了新疆服务企业竞争力评价指标体系;选择了具有典型意义的新疆本地的特色餐饮企业、零售企业、旅游企业和物流企业,对其竞争力进行了分析与评价;分析了新疆服务企业竞争力的提升必须采取差异化战略、顾客价值战略,阐述了新疆服务企业竞争战略模式的选择;讨论了新疆服务企业竞争战略的实现路径,即制定正确的服务市场营销组合策略;从政府层面提出促进新疆服务企业竞争力的提升必须树立新观念、实施新机制和健全新体制,加大政策引导和保障,加强科技支撑工作,组织实施服务企业的名牌战略。

3. 专著《新疆外向型农业发展及出口加工基地建设研究》

新疆属于农牧业大区,农业发展是地区经济发展的重要环节,发展外向型农业对于实现新疆经济统筹发展意义重大。新疆的农业资源种类繁多,自2000年以来,新疆农产品贸易快速增长,年均增长率达12%。中亚是新疆农产品出口的主要市场,面向中亚的农产品出口品种多、数量大,中亚诸国对新疆农产品的需求旺盛,能够充分扩大特色农产品出口的地缘优势和资源优势,极大地推动新疆外向型农业的发展。发展外向型特色农业,通过加工贸易带动特色农产品向西扩大出口,既是新疆农业发展的潜力所在,也是提升新疆农产品国际竞争力、增加农民收入的战略选择。近年来,新疆农产品出口中亚的数量快速增长,在新疆昌吉、喀什、塔城、伊犁等地区形成了瓜果、蔬菜、清真食品等面向中亚的特色农产品生产加工和出口基地,该基地正逐步成为新疆特色农产品开拓中亚市场的重要载体和平台。

外向型农业是今后新疆经济发展的重要支撑力量,如何将新疆外向型农业的发展置于国际贸易发展的大环境中,进行突破式发展,对外向型农业的未来进行综合性的战略规划,是当前的重要课题。

该书介绍了全球农业贸易发展的总体环境，分析了全球农业贸易环境对新疆外向型农业发展的影响；从农产品出口以及新疆农产品出口加工基地等方面着手进行了详尽的现状分析；用SWOT分析法将新疆外向型农业的发展置于当前面临的国际贸易大环境中进行深入分析；对当前影响外向型农业发展的诸多因素进行梳理，从中找出影响新疆外向型农业发展的主导因素，分析其对新疆外向型农业发展的影响机理；研究了当前新疆特色农产品出口加工基地的规模、运行等相关情况，分析了发展中存在的问题；提出了新疆外向型农业发展的模式选择，以山东和新疆为例对比了农产品出口加工基地的模式及经验借鉴，在此基础上提出了新疆农产品出口加工基地建设模式的选择方法，进一步分析了农产品出口加工基地的管理思路及营销战略；对新疆外向型农业发展和新疆农产品出口加工基地建设提出了有针对性的对策建议。

总体上看，本套丛书具有以下鲜明特色：首先，能够紧密结合“丝绸之路经济带”核心区建设背景下新疆企业发展中面临的核心问题进行研究，具有较强的资政作用；其次，能够根据研究主题的需要，注重实施多学科交叉研究，在理论创新层面上有显著提升；最后，能够综合运用多种研究方法，以数量或实证分析来支撑研究结论，立论坚实。本丛书得到了新疆财经大学出版基金和企业管理重点学科经费、国际贸易重点学科经费等的资助。该丛书的出版发行，不仅有利于推动相关研究领域的深入发展和繁荣，而且可以为“丝绸之路经济带”核心区的建设提供重要的智力支持和决策参考。

“新疆企业发展研究”学术丛书编写组

2016年9月9日

前 言

人类社会经历了从农业经济到工业经济，再到服务经济的社会经济形态，这是一个不可抗拒的历史潮流。相对于农业生产活动和工业制造占主导的经济发展阶段而言，服务经济是以服务活动为主的更高层次的经济发展阶段。随着服务经济时代的到来，服务业在国民经济中的地位日益提高，服务企业的竞争力已成为衡量一个国家或地区综合竞争力的决定因素。服务业的兴旺发达既是新疆区域经济发展跃上新台阶的一个显著标志，也是新疆实现社会稳定和长治久安的战略目标的强大动力。在经济全球化和社会分工细化的过程中，区域经济的发展将更多地依赖于服务业。改革开放以来，新疆服务业得到了长足的发展，取得了可喜的成绩，对区域经济的增长和构建和谐社会做出了重要贡献，但从总体上看，新疆服务业的发展水平不高、竞争力不强，服务产品还不能很好地满足各种生活需要和生产需要，与我国大多数省（直辖市）相比还存在较大的差距。因此，加快新疆服务业的发展必然任重道远。为了尽快缩小新疆服务业与全国的差距，一是要有好的政策环境和基础设施，二是新疆本地服务企业要有较强的竞争力。服务企业活，则服务产业活；

服务产业活，则区域经济活。服务企业强，则服务产业强；服务产业强，则区域经济强。新疆服务业的繁荣与发展最终还是要体现在新疆服务企业的繁荣与发展上。因此，在完善政策环境和基础设施建设的同时，提高新疆服务企业的竞争力就成为当务之急。

长期以来，受各种因素的影响，新疆比较重视工业和农业的发展而忽视服务业的发展。在社会上，人们普遍对服务企业存在偏见；在政府管理体制上，也普遍存在着偏重工业企业管理而忽视服务企业管理的倾向。这些都导致了新疆服务企业总体的市场营销管理水平不高和竞争能力不强，进而使得新疆服务企业不能积极而有效地参与到国内外服务市场的激烈竞争中去。因此，新疆服务企业必须不断提高自身的竞争力。从目前国内外学者对企业竞争力的研究现状来看，研究对象主要集中在制造企业，学者们对服务企业竞争力尚缺乏系统的研究；仅有的服务方面的研究，大多是站在中观层面，对服务业或某类服务行业如物流业的竞争力开展研究，而没有站在微观层面，对某类服务企业的竞争力开展研究。服务企业不同于制造企业，不能完全照搬现有的理论成果，必须恰当运用企业竞争力、营销管理和服务管理等理论，分析研究新疆服务企业的竞争力等重大问题。因此，开展这方面的研究具有很强的现实意义，这也是写作本书的初衷。

当前，新疆服务企业正面临着新疆大建设、大开放、大发展的历史机遇，也面临着国内外服务市场的激烈竞争。新疆服务企业只有有效开展服务营销、提升服务企业的市场竞争力，才能创造和维持竞争优势。所以，新疆服务企业正在进入一个崭新的天地，积极开展新疆服务企业竞争力研究正当其时。研究新疆服务企业竞争力问题，必须从新疆服务企业开展市场竞争的实际情况出发，努力回答新疆服务企业在竞争中面临的各种热点、难点问题，系统阐述新疆服务企业竞争力提升的思路，从而为新疆各级政府和各类服务企业决策提供有价值的参考意见和理论依据。本书在对国内外相关研究文献进行系统梳理之后，运用企业竞争力等相关理论，采用规范研究与实证研究相结合的研究方法，对新疆服务企业的竞争力问题进行了系统研究。

本书共包括 8 章：第 1 章介绍了本书的研究背景和研究意义、研究

思路和研究内容、研究方法和创新点。第2章综合梳理了国内外关于服务企业竞争力研究的成果,并介绍了相关理论。第3章对新疆服务业的发展历程进行了简要回顾,总结了新疆服务业发展的结构特征,提出了新疆服务业的发展潜力与战略构想,全面系统地分析了新疆服务企业发展中存在的问题及成因、面临的机遇与挑战。第4章讨论了新疆服务企业竞争力的影响因素,构建了新疆服务企业竞争力评价指标体系。第5章选择了具有典型意义的新疆本地的特色餐饮企业、零售企业、旅游企业和物流企业,对其竞争力进行了分析与评价。第6章分析了新疆服务企业竞争力的提升必须采取差异化战略、顾客价值战略,阐述了新疆服务企业竞争战略模式的选择。第7章讨论了新疆服务企业竞争战略的实现路径,即制定正确的服务市场营销组合策略。第8章从政府层面提出促进新疆服务企业竞争力的提升,必须树立新观念、实施新机制和健全新体制,加大政策引导和保障,加强科技支撑工作,实施名牌战略。

作者

2016年9月

目 录

第 1 章 绪论 / 1

- 1.1 研究背景和研究意义 / 1
- 1.2 研究思路和研究内容 / 5
- 1.3 研究方法和创新点 / 6

第 2 章 文献综述与相关理论 / 8

- 2.1 文献综述 / 8
- 2.2 相关理论 / 18

第 3 章 新疆服务业及服务企业发展总体分析 / 27

- 3.1 新疆服务业发展的历史考察 / 27
- 3.2 新疆服务业发展的结构特征 / 36
- 3.3 新疆服务业的发展潜力与战略构想 / 39
- 3.4 新疆服务企业在经济社会发展中的战略地位 / 52
- 3.5 新疆服务企业发展中存在的问题及成因 / 56

3.6 新疆服务企业发展中面临的机遇与挑战 / 61

第 4 章 新疆服务企业竞争力评价指标体系的构建 / 66

4.1 评价指标体系的构建原则 / 66

4.2 评价指标体系的构建及影响因素 / 68

4.3 评价方法的选取与运用 / 73

第 5 章 新疆服务企业竞争力评价 / 77

5.1 新疆服务企业竞争力评价的思路 / 77

5.2 新疆餐饮企业竞争力评价分析 / 78

5.3 新疆零售企业竞争力评价分析 / 88

5.4 新疆旅游企业竞争力评价分析 / 99

5.5 新疆物流企业竞争力评价分析 / 109

第 6 章 新疆服务企业的竞争战略 / 120

6.1 新疆服务企业的特点与竞争态势分析 / 120

6.2 新疆服务企业的差异化战略 / 124

6.3 新疆服务企业的顾客价值战略 / 132

6.4 新疆服务企业竞争战略模式选择 / 140

第 7 章 新疆服务企业竞争战略的实现路径 / 157

7.1 服务产品策略 / 157

7.2 服务产品定价策略 / 162

7.3 服务渠道或网点策略 / 166

7.4 服务沟通或促销策略 / 170

7.5 服务人员策略 / 173

7.6 服务有形展示策略 / 180

7.7 服务过程策略 / 187

第 8 章 提升新疆服务企业竞争力的保障措施 / 190

- 8.1 提升新疆服务企业竞争力要树立新观念、实施新机制和健全新体制 / 190
- 8.2 提升新疆服务企业竞争力的政策保障 / 195
- 8.3 加强提升新疆服务企业竞争力的科技支撑工作 / 198
- 8.4 提升新疆服务企业竞争力必须实施名牌战略 / 200

参考文献 / 202

第1章 绪论

1.1 研究背景和研究意义

1.1.1 研究背景

1) 国际背景

在全球经济一体化的背景下，西方发达国家率先由工业社会进入服务经济社会。在发达国家，服务业已经取代制造业成为最大的经济部门，服务业占国内生产总值（GDP）的比重和占就业的比重都在 60% 以上。不仅在发达国家，“服务化”现象在发展中国家也越来越显著。其实早在 1968 年，美国经济学家维克托·福克斯（Victor R. Fuchs）就在其经典名著——《服务经济》中指出：“我们现在处在‘服务经济’之中，即在世界历史上，我们第一次成为这样的国家，其中一半以上的就业人口不再从事食品、服装、住房、汽车和其他有形产品的生产。”他同时“宣布”美国在西方国家中率先进入“服务经济”社会，并认为大多数西方国家从农业经济向工业经济的转变具有“革命”的特征。

福克斯的“革命宣言”在 20 世纪 70 年代得到了发展。美国社会学家丹尼尔·贝尔在 1974 年提出了“后工业社会”的概念，并详细分析了后工业社会的特点。他认为，后工业社会的首要特点就是服务社会。同时，他还指出了后工业社会的一个重要性质：“如果工业社会是以商品数量来定义社会质量的话，后工业社会就是以健康、教育、休闲和艺术来定义社会质量。”也就是说，在后工业社会，生产与消费都不再以物质产品为主，而主要以服务产品为主。这使得 20 世纪 50—60 年代的经济发展阶段理论逐步趋于成熟化，即从经济的角度来看，人类社会的发展基本上遵循从传统社会（农业社会）到工业社会再到后工业社会（服务社会）这样的规律。

2001 年诺贝尔经济学奖获得者斯蒂格利茨指出：在相当程度上，美国的经济是一个服务型经济，即美国的经济已经从制造业转向了与服务有关的行业。制造业、采矿业、建筑业和农业在美国经济中只占 1/3，其余部分主要是交通运输、教育、医疗、批发和零售以及金融等服务业。服务经济已经进入全盛时期，在美国经济总量的构成中，制造业和农业占比不到 20%，其余全部是服务业。在美国的国际贸易中，服务贸易的比重逐年提高，服务贸易已经成为国际贸易的主要对象和主要内容。

意大利著名学者佩里切利在关于服务业与经济发展的关系方面清楚地说明：

第一，一个国家的经济和社会发展越强劲，服务业在国民经济中的分量就越大（与农业和制造业相比较而言）。

第二，服务业在每个国家的经济发展中起着中心作用，即服务业不仅使生产活动成为可能，而且服务业的效益决定了社会发展水平。

从外部环境来看，服务业日益发展的原因在于：第一，与工业化生产方式相联系的社会分工对服务业的需求扩大。随着生产的社会分工的日益细致化，工业生产越来越依赖并推动相关产业的发展，特别是为工业生产服务的产业的发展。这些服务产业既包括资金服务、劳动力服务、交通运输服务等产业，也包括广告、批发零售、信息服务