

高职高专国际商务应用系列教材

服务外包实用教程

— FUWU WAIBAO SHIYONG JIAOCHENG —

李 雪 邓春姊 主 编

高 音 卢改红 黄亚静 副主编



清华大学出版社

高职高专国际商务应用系列教

国际贸易实务	鲁丹萍
国际贸易实务习题集	鲁丹萍
国际贸易岗位综合实训	鲁丹萍
商检与报关实务	温耀庆
商检与报关实务习题与实训指导	鲁丹萍
国际货物运输与保险	安 徽
国际商法	刘明鑫
国际商法模拟法庭与习题集	刘明鑫
国际商务单证实务	姚大伟
国际商务单证实务习题集	姚大伟
进出口贸易实务	赵 轶
国际贸易实务	邢 娟
服务外包实用教程	李 雪

清华大学出版社数字出版网站

WQBook 书文局泉
www.wqbook.com

ISBN 978-7-302-29537-2



9 787302 295372 >

定价: 34.00元

高职高专国际商务应用系列教材

服务外包实用教程

— FUWU WAIBAO SHIYONG JIAOCHENG —

李 雪 邓春姊 主 编

高 音 卢改红 黄亚静 副主编

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书基本涵盖了我国承接服务外包的主要业务模块,并尽量符合企业对学生职业技能的实际要求。书中对服务外包的产生、服务外包国内外市场分布、服务外包的业务分类、服务外包的风险分析、IT外包、财务/金融外包、人力资源外包、客户关系与呼叫中心外包、物流外包、知识流程外包等有详细的流程讲解,并对外包领域职业规划给出指导。

本书适合高职高专经济管理类专业作为课程教材使用,也可供行业企业相关人员阅读参考。

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

服务外包实用教程/李雪,邓春姊主编. —北京:清华大学出版社,2012.9

(高职高专国际商务应用系列教材)

ISBN 978-7-302-29537-2

I. ①服… II. ①李… ②邓… III. ①服务业—对外承包—高等职业教育—教材 IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 171209 号

责任编辑:刘士平

封面设计:宋 彬

责任校对:刘 静

责任印制:沈 露

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

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印 装 者:北京嘉实印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:17 字 数:389 千字

版 次:2012 年 9 月第 1 版 印 次:2012 年 9 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:34.00 元

产品编号:045880-01

前言

20 世纪 90 年代以来,伴随着信息技术突飞猛进、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,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。

作为现代高端服务业,服务外包经历了 20 余年的发展,其内涵不断扩大,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。

2010 年,全球服务外包市场规模达 5 100 亿美元,较 2009 年增长近 16%,中国服务外包产业已基本形成了“三大集群、东西映射”的格局:长三角城市集群、环渤海城市群、珠三角城市群“三大集群”,分别以上海、北京、广州/深圳为核心。此外,2008 年国际金融危机带来的企业成本压力加速了国内产业由东向西进行映射转移。从发展离岸外包的角度出发,我国已成为全球第二大目的地国家。2010 年,我国在岸服务外包收入为 2 381.2 亿元人民币,离岸服务外包收入为 144.5 亿美元。从微观的服务外包企业发展角度来看,我国服务外包企业已超过 1 万家,承接、交付能力不断提高,外包企业共获得 6 类国际资质认证 2 810 个,并涌现出一批员工数超万人、营业额超亿美元的领军企业。

从政策角度来看,2010 年商务部确定北京、上海等 21 个城市作为服务外包示范城市,在市场导向和政府推动的共同作用下,服务外包示范城市建设取得明显成效,带动效应、辐射效应、聚集效应都十分明显。国家制定了“十二五”国家服务外包发展规划,标志着服务外包产业已经上升到国家战略层面,各部委陆续出台了财税、人才培养、大学生就业等 20 多项服务外包产业扶持政策。与此同时,综合服务体系逐步建成,网络、通信等基础设施进一步完善。

截至 2010 年年底,我国服务外包产业从业人员达到 232.8 万人,大学生占 75%。2010 年吸纳大学生就业 48.56 万人,占当年大学毕业生人数的 7.7%。此外,服务外包业是典型的高收入行业,2009 年信息传输、计算机服务和软件业的平均工资为 27 730 元,是其他行业平均工资的 1.9 倍。

目前,中国服务外包人才供给与需求之间最大的矛盾在于欠缺实际工作技能,尤其是每年新毕业大学生的实际工作技能与用人企业的

标准存在较大差距,其主要原因是学校参加实际操作的机会较少、学校教材内容滞后等。提高我国大学毕业生的能力和质量是一项长期的工作,需要学校、教师、政府和社会培训机构的共同努力,才能为发展服务外包行业储备人力资源。

教育部、商务部出台的(教高[2009]5号)文件,将培养服务外包人才放到国家战略高度,将“建立服务外包人才培养培训体系”、“调整专业结构适应服务外包产业需要”、“采取灵活措施培养服务外包人才”、“加强高校学生实习实训工作”、“深化高校与服务外包企业的合作”、建立“服务外包大学生实训基地”作为工作重点明确提出来。高等职业教育是服务外包人才培养的主要途径,由于服务外包课程刚刚起步,服务外包教材较少且大多偏理论,适应高职服务外包课程的教材市场供给缺口较大,亟待编写一本专门适合培养实用型人才的服务外包教材。

这本《服务外包实用教程》基本涵盖我国承接服务外包的主要业务模块,结合“必需、够用”的原则,整合了服务外包概论部分,对较深的理论内容进行简编,尽量符合企业对学生专业素养的实际要求。全书对服务外包的产生、服务外包国内外市场分布、服务外包的业务分类、服务外包的风险分析、IT外包和软件外包、财务/金融外包、人力资源外包、客户关系与呼叫中心外包、物流外包、知识流程外包等都有较为详细的讲解,并结合当前毕业生面临的行业选择及其性格特征等,对从事服务外包领域和相关岗位工作的职业规划也给出了一定指导。

按照让学生学以致用为指导思想,本书在每章起始处都提出了具体的学习目标、知识目标、技能目标和本章导读,多数章节起始处设有“案例导入”,用具有代表性和启示性的案例等形式激发学生学习兴趣。

本书由天津开发区职业技术学院李雪、邓春姊担任主编,由天津开发区职业技术学院高音、卢改红、黄亚静担任副主编,参编的还有天津开发区职业技术学院王健虹、王志山。编写的具体分工如下:李雪(第1章、第10章)、黄亚静(第2章)、高音(第3章、第6章)、王志山(第4章)、邓春姊(第5章)、卢改红(第7章、第8章)、王健虹(第9章)。

在编写过程中,编者花费了大量精力,寻找相关材料和案例,内容上力求做到简、实、新。由于服务外包自身尚处于发展阶段,许多相关的概念还在讨论和形成过程中,若读者对本书内容有所异议,欢迎联系编者一同思考和讨论,为促进我国服务外包的发展共同努力。

编者
2012年6月

目 录

第 1 章 服务外包概论	1
第一节 外包与服务外包	1
一、外包概述	2
二、服务外包的产生及其定义	4
三、服务外包的分类	7
四、各国对服务外包的态度	11
第二节 服务外包的基础理论	15
一、分工理论	15
二、要素禀赋理论	18
三、核心竞争力理论	19
四、供应链管理	19
五、木桶原理	20
第三节 承接服务外包与我国的国际分工地位	21
一、服务业与服务外包	21
二、“中国制造”与服务外包	23
三、我国发展服务外包对提升国际分工地位的作用	26
本章小结	27
关键概念	28
课堂讨论	28
第 2 章 服务外包市场国内外发展现状	29
第一节 全球服务外包发展现状	29
一、全球服务外包发展现状	30
二、全球服务外包典型承接地发展现状	37
第二节 中国服务外包产业发展现状	41
一、中国服务外包发展的环境分析	42
二、中国服务外包的发展现状	46
三、中国主要城市服务外包发展现状	54
四、中国服务外包行业发展现状及趋势	56
本章小结	60
关键概念	61
课堂讨论	61

第3章 外包决策与风险	62
第一节 服务外包的优势	62
一、外包动因的理论研究	63
二、企业开展外包的优势	63
第二节 外包决策	68
一、外包的条件	68
二、外包决策的理论依据	69
三、外包决策模型	69
四、企业外包决策的影响因素	73
五、外包决策的实施	74
六、外包决策的过程	76
七、企业成功实行外包战略的保证条件	78
第三节 服务外包的风险与管理	80
一、服务外包风险	81
二、服务外包风险控制	82
本章小结	83
关键概念	83
课堂讨论	83
第4章 IT外包与软件外包	84
第一节 IT外包概述	84
一、IT外包的产生及其概念	85
二、IT外包市场的分类	86
三、全球IT外包市场发展概况	87
第二节 IT外包的优势、风险及对策分析	92
一、IT外包的主要内容	92
二、IT外包的优势分析	93
三、IT外包的风险与对策	94
第三节 软件外包概述	98
一、软件外包概念和国际市场概况	99
二、软件外包市场分类	100
三、软件外包的一般流程	101
四、软件外包动因分析	101
五、软件外包的风险与防范	102
六、全球软件外包发展概况	106
第四节 软件外包流程和本地化测试	107
一、软件外包流程	107

二、国际化软件开发流程	110
三、软件本地化测试阶段	111
四、软件本地化测试流程	112
五、本地化测试质量控制流程分析	114
本章小结	117
关键概念	117
课堂讨论	117
第5章 财务、金融外包	118
第一节 财务外包	118
一、财务外包概念	119
二、财务外包特点	120
三、财务外包业务类型	122
四、财务外包的流程	123
五、适合财务外包的企业类型	124
六、财务外包的风险	125
第二节 金融外包	125
一、金融外包的含义	126
二、金融外包产生和发展的条件	127
三、金融外包的业务类型	127
四、金融外包的风险	130
五、金融外包在国际上的发展	130
六、金融外包在中国的发展	132
本章小结	134
关键概念	134
课堂讨论	134
第6章 人力资源外包	136
第一节 人力资源概述	136
一、人力资源外包的含义	137
二、人力资源外包的理论基础	138
三、企业开展人力资源外包的原因	139
四、人力资源外包的优势和风险	141
第二节 人力资源外包的模式选择与实施	144
一、人力资源外包项目	145
二、人力资源外包的模式选择	146
三、人力资源外包的实施	148
四、外包实施过程中应注意的关键环节	152

第三节 我国发展人力资源外包的现状与对策	155
一、我国实施人力资源外包的现状	155
二、我国实施人力资源外包的战略意义	156
三、我国发展人力资源外包所面临的问题	158
四、我国发展人力资源外包的对策	159
本章小结	160
关键概念	161
课堂讨论	161

第7章 客户关系外包与呼叫中心

第一节 客户关系管理与外包	162
一、客户关系管理	163
二、客户关系管理的意义	164
三、企业建立客户关系管理系统的模式	165
四、客户关系管理外包	166
第二节 呼叫中心的产生与发展	169
一、呼叫中心的概念	170
二、呼叫中心的起源和发展	170
三、呼叫中心的优势	171
四、呼叫中心的基本组成	172
五、现代呼叫中心的发展趋势	176
第三节 呼叫中心的管理	178
一、呼叫中心管理规范	178
二、呼叫中心坐席员应具备的素质及管理方法	179
三、呼叫中心服务质量提升的方法	182
四、客户关系管理与呼叫中心	183
本章小结	186
关键概念	186
课堂讨论	186

第8章 物流外包

第一节 第三方物流与物流服务外包	187
一、第三方物流概述	188
二、物流外包的兴起	190
三、物流外包的管理流程	191
四、物流外包的风险和防范	195
五、中国物流外包现状	196
第二节 第四方物流与物流供应链外包	198

一、第四方物流概述	198
二、供应链管理概述	200
三、第四方物流与物流供应链外包	202
第三节 逆向物流外包	203
一、逆向物流概述	204
二、逆向物流外包(第三方逆向物流)	208
本章小结	212
关键概念	212
课堂讨论	213
第 9 章 知识流程外包	214
第一节 知识流程外包概述	214
一、知识流程外包的产生与发展	215
二、知识流程外包的含义及作用	217
三、KPO 的业务领域	219
四、KPO 在中国的发展	221
第二节 研发外包概述	223
一、研发外包的概念及产生动因	224
二、研发外包的内容	224
三、研发外包的形式	225
四、研发外包的风险	226
五、研发外包风险的防范	227
第三节 药物研发概述	228
一、CRO 的产生	229
二、CRO 的形成动因及作用	229
三、我国医药产业 CRO 的现状及其面临的主要问题	230
四、我国医药产业 CRO 的发展策略建议	231
本章小结	232
关键概念	233
课堂讨论	233
第 10 章 服务外包岗位与职业规划	234
第一节 服务外包岗位	234
一、信息技术外包	235
二、业务流程外包	235
三、知识流程外包	238
第二节 服务外包岗位需求	239
一、我国服务外包岗位的供求概况	240

二、服务外包岗位人才的基本能力	241
三、服务外包岗位人才的素质要求	243
四、软件外包人才缺口及素质分析	245
第三节 个人职业规划与服务外包	246
一、职业规划的概念	246
二、职业生涯规划概念	247
三、学生阶段做好职业生涯规划的重要性	248
四、制订职业生涯规划应注意的问题	249
五、职业生涯规划与服务外包	249
第四节 我国的服务外包人力资源储备	252
一、我国服务外包潜在人力资源现状	252
二、我国服务外包人力资源的储备模式	252
三、社会共建服务外包人才环境的必要性	254
四、建立、健全多层次、全方位的培训体系	255
本章小结	257
关键概念	258
课堂讨论	258
参考文献	259

第1章

服务外包概论

学习目标

了解当前我国服务外包行业的大环境概况和服务外包岗位的具体分类,对本行业、所涵盖的具体岗位、所需的职业素养有全面的认识。

知识目标

掌握外包的概念、生产外包的起源和发展、服务外包的特征、服务外包的分类、国际分工理论、核心竞争力理论等。

技能目标

通过学习外包、服务外包的形成和概念,对外包市场有一定的了解,掌握服务外包这一新型业态的概念及其发展现状,对我国制造业国际分工地位、现状,服务外包对提升国际分工地位的作用有一定的认识。

本章导读

在早期的人类社会,外包就已出现,其实质是外部资源的利用。随着科学技术飞速发展,产品和服务的更新加快,生产外包后产生了服务外包,且越来越深入。现代服务外包涵盖了几乎从基础的外包业务到较高层次技术含量的全部业务,凭借其绝对不可替代的巨大优势,正逐渐成为企业的核心战略之一。从国家角度出发,现代服务外包也日益成为国家发展战略中不可缺少的部分。

第一节 外包与服务外包

案例导入

耐克的外包策略

耐克的运动鞋都是外包生产的。2001年中国生产了其40%的鞋,在各国外包工厂中排名第一;越南只占到13%的份额。到2005年,中国的份额降至36%,还是排第一;越南升到26%,排第二。2009年,中国和越南并列第一,都是36%。到2010年,越南超过中国,占37%;中国退居第二,占34%。

耐克最早的外包工厂设在日本,随着日本劳动力成本的提高及日元的升值,生产基

地转移到韩国和中国台湾。后来,韩国和中国台湾的劳动力成本上升,耐克开始把生产基地迁至菲律宾、泰国、马来西亚和中国香港,同时调研未来长期的生产基地在哪里。比较中国和印度之后,选择了中国。1981年,耐克开始在中国内地生产运动鞋。接下来的近30年里,中国很快成为耐克运动鞋的最大生产国,直至2010年被越南超过。耐克公司自己不设工厂,不仅所有的产品都是外包给其他国家(地区)的厂家生产,甚至连公司设计的样品都是由中国台湾地区试制的。耐克向外借力,通过整合外部资源,利用外部资源和优势来弥补自身的不足。这样一来,耐克公司节省了大量的生产基建资产、设备购置费用以及人工费用,自身只做研发、品牌维护和升级。这是耐克之所以能够以较低的成本和其他品牌竞争的重要原因,也为其全球化战略起到积极的作用。

资料来源:黄晨.越南取代中国 成耐克鞋最大生产基地.财新网.<http://www.caixin.com>, 2011-06-29

一、外包概述

(一) 外包的基本概念及其起源

1. 外包的基本概念

外包源自英语 outsourcing,作为一种经营模式在制造业领域很早就出现了。20世纪20年代,福特公司就开始零部件供应的外部化。中国香港最古老的纺织企业之一——利丰集团董事长冯国经说,他的公司多年来一直按照“外包到亚洲,销售到欧美”的规则经营,而现在的规则是“到处外包,到处生产,到处销售。‘出口’这个概念事实上已经逐渐消失”。

管理大师德鲁克(Drucker)在《大变革时代的管理》一书中曾说过这样一段话:“再过10年或15年,组织也许会将所有‘支持性’而不‘产生收入’的工作以及所有不提供升入高级管理层职业机会的活动都委托给外单位去做。”

根据外包的内容,外包可以分为生产(制造)外包和服务外包两大类。目前,在国内学术界,对外包的定义大多是从战略管理的角度进行阐述的,引用较多的定义为“外包是在企业内部资源有限的情况下,为取得更大的竞争优势,仅保留其最具竞争优势的核心资源,而把其他资源借助于外部最优秀的专业化资源予以整合,达到降低成本、提高绩效、提升企业核心竞争力和增强企业对环境应变能力的一种管理模式”。

2. 外包的起源

从语源上看,外包(outsourcing)作为一个英语词汇最早出现于1982年。但是,作为一种组织的运作方式,外包却有很长的历史。现代意义上的外包大体上经历了以下三个发展阶段。

(1) 外包概念的形成阶段

20世纪70年代末到80年代初,英国兴起一股私有化浪潮,在美国则开始了对大量公用事业、行业进行放松规制的运动。同时,从20世纪80年代中期开始,世界各国企业大

量进行业务流程重构,使企业的组织形式产生巨大的变化。过去仅以规模来评价一个企业成功与否的观点,被替代为企业的营利性和增长性,这一变革使企业的外包活动空前活跃。

(2) 外包的发展时期

从 20 世纪 90 年代初开始,外包越来越普及。作为企业重构运动的延续,从 1992 年到 1995 年企业界再次掀起精简机构和结构调整的高潮。20 世纪 80 年代的管理实践使管理理论界空前活跃,如 20 世纪 90 年代初生产运作领域的精益生产理论、敏捷制造观点以及以“核心竞争力”为代表的战略管理思想等开始流行。随着企业界和学术界对一体化的认识逐步深化,外包作为“准一体化”或“反向一体化”的一种管理、组织方式越来越受到人们的重视。

(3) 外包的普及和迅猛发展阶段

外包真正进入黄金发展阶段是 20 世纪 90 年代中期以后,得益于 IT 行业的迅速发展并进入成熟化和细分化。作为企业的一种管理方式,外包的可操作性大大增强。随着全球企业竞争加剧,组织结构向小型化、扁平化甚至虚拟企业的方向发展,以 IT、通信、网络及信息技术为代表的技术进步,以及新兴行业的兴起和企业对核心能力的重视,外包开始涉及企业的几乎所有职能,如人力资源、物流、售后服务等。

(二) 外包的本质

从本质上来说,外包是企业的一种经营战略,是企业在内部资源有限的情况下,为取得更大的竞争优势,仅保留其最具竞争优势的功能,而把其他功能进行整合,利用外部最优秀的资源予以实现。外包战略是在专业化分工日益细致的前提下,企业非一体化的战略选择,其实质是企业对边界的一种重新界定。总的来说,外包能够使企业内部最具竞争力的资源和外部最优秀的资源相互结合,从而产生巨大的协同效应,使企业最大限度地发挥自有资源的效率,获得竞争优势,提高对环境变化的适应能力。

(三) 外包的作用

外包的作用有:把外部资源为我所用,节省各项投资,降低企业运营成本;在分工的架构下,风险因素因分摊而大幅降低;有利于分工的细化,有利于各个工作环节上的员工在自身专精的领域不断有效地突破,从而提高公司效益。

正是因为外包的巨大效用,全世界企业外包规模至少达到 2 500 亿美元,外包企业与“非外包企业”相比可减少 2/3 的财务麻烦,欧美企业的外包规模年增长率更是达到 35%。高科技企业特别是信息技术企业,外包比例最大,几乎占总外包规模的 30%;属于制造业务的外包占 25%,人们预测几年后高科技企业外包将会达到 50%。

(四) 外包的特征

1. 突出核心竞争力

外包的目的在于巩固和扩张企业的核心竞争力,建立突出优势。“外包”是规模减小的过程,既充分利用了外部资源,也没有增加企业的管理难度。企业在外包中利用的是外界已经存在的资源,不需要企业再做更多的工作和消耗更多的企业自身资源,这种内部化

过程不需要对核心竞争力要素的长期积累,直接把原有的资源应用在巩固、发展核心竞争力上,可以迅速建立核心竞争优势,实现快速反应。因此,外包是建立核心竞争力的最有效途径。

2. 强调技术创新

在知识经济时代,形成竞争优势流的关键环节是技术创新,因为技术创新是企业发展的最终源泉。同时,在技术创新周期和产品生命周期不断缩短的情况下,开展外包的企业能以柔性技术为基础,保持技术领先。企业在满足新产品快速开发、降低成本、保障产品质量的前提下,可以更加重视高新技术应用和敏捷制造。外包战略所实现的对外部资源的整合,也是为了满足企业对技术创新的要求,将更多资源应用于技术开发,建立和维持技术的领先地位。

二、服务外包的产生及其定义

(一) 服务外包市场的形成

案例 1-1

每当世界银行总部所在地——美国华盛顿夜幕降临时,正是中国宁波这个著名国际港口城市太阳升起的时候。世界银行总部保安部门的夜班工作人员不再像过去一样,通过计算机显示屏通宵达旦地监视银行办公大楼的一举一动,而是将这一工作委托给宁波高新区的“全球监视”网络公司的雇员来做。“全球监视”同时也接受美国、日本和一些欧洲国家等的很多公司的保安监视服务的委托。这是一个典型的“弗里德曼”式的服务外包情景。

由于全球化和新技术革命的进一步发展,特别是新一轮国际产业转移,即服务业转移和服务外包的不断进展,世界正在变得越来越“平”,以“金砖四国”(Brazil 巴西、Russia 俄罗斯、India 印度、China 中国,BRICs)和“远景五国”(Vietnam 越南、Indonesia 印度尼西亚、South-Africa 南非、Turkey 土耳其、Argentina 阿根廷,VISTA)为代表的新兴市场国家,在世界经济舞台上也发挥着越来越重要的作用。中国作为“金砖四国”的一员,从商务部、工业与信息化部,到地方的信息产业、外经贸主管部门,都在努力将“世界工厂”变成“世界办公室”,从“中国制造”走向“中国服务”。

资料来源:吴胜璇,余志伟,杨小虎. 服务外包:从“中国制造”走向“中国服务”. 杭州:浙江大学出版社,2009

服务外包最早开始于 20 世纪 60 年代,凭借其有效降低成本、增强企业核心竞争力、优化资源配置等优势逐渐成为企业广泛采用的管理战略。据统计,在 20 世纪 90 年代,全球的服务外包的总价值只有几百亿美元,2010 年服务外包的总价值达到了 6 000 多亿美元。据中国电子信息产业发展研究院预测,在未来的几年,全球服务外包市场将保持近 8% 的增长率。

服务外包是相对于制造外包而言的。外包既以制造外包形式出现,也以服务外包形式出现。从发展的过程来看,制造外包早于服务外包。

18 世纪 60 年代开始的第一次产业革命使英国成为世界工厂,随后便开始了制造业的转移。首先是从英国向美国、欧洲大陆等地区转移。20 世纪初,欧洲大陆和美国取代英国成为世界工厂。20 世纪 50 年代,美国的钢铁、纺织等传统产业开始向日本、联邦德国等转移。20 世纪 60 年代,日本、联邦德国等把一部分劳动密集型产品的生产转移到韩国、新加坡,以及我国的台湾、香港地区。20 世纪七八十年代,美、日等发达国家把失去优势的传统产业和一部分低附加值的技术密集型产业转移到“亚洲四小龙”和东盟等国家和地区,而“亚洲四小龙”则把劳动密集型和一些高能耗、高污染、低效率的工业转移到我国内地和东盟。

产业转移随着交通、运输、通信条件以及国家经济合作关系的加强不断发展变化。从转移的内容来看,逐渐从有形商品的生产向服务的提供变化;从转移的方式来看,逐渐从“自己完成”向“外包”转变;从转移的价值链看,产业转移的附加值有逐步提高的趋向。

新一轮产业转移开始于 20 世纪 90 年代,主要是基于现代信息技术,以金融、保险、咨询等服务业和电子信息产业为重点的服务业的转移,突出特征是服务外包。日本是最早对中国发包的国家,NEC 和富士通等公司从 20 世纪 90 年代初开始就把软件开发项目外包给中国的软件商。目前,日本和韩国在中国软件外包市场占据主导地位,欧美的服务外包发展也很快。据国际数据公司(International Data Company, IDC)估算,2007 年日本和韩国占我国软件外包市场的 51%、欧洲和美国占 41%,预计 2009 年欧美将超过日韩成为我国软件外包的最大市场。全球新一轮产业转移给国际产业分工合作和全球经济发展带来了巨大的机遇,一些国家,特别是发展中国家,竞相制定战略、规划和政策,鼓励和促进软件与服务外包产业的发展。目前,从接包市场来看,亚洲承接最多,约占 45%,印度是软件与服务外包发展最快的国家,被誉为“世界办公室”。此外,中国、菲律宾、马来西亚、新加坡、以色列等也是重要的服务外包承接国。

资料来源:吴胜琬,余志伟,杨小虎. 服务外包:从“中国制造”走向“中国服务”. 杭州:浙江大学出版社,2009

(二) 服务外包的定义

服务外包是指企业将价值链中原本由自身提供的具有基础性的、共性的、非核心的 IT 业务和基于 IT 的业务流程剥离出来后,外包给企业外部专业服务提供商来完成的经济活动。

因此,服务外包应该是基于信息网络技术的,其服务性工作(包括业务和业务流程)通过计算机操作完成,并采用现代通信手段进行交付,使企业通过重组价值链、优化资源配置,降低成本、增强企业核心竞争力。基于信息技术来完成并交付外包项目也是服务