

»» 现代商贸研究丛书

丛书主编：郑勇军



教育部省部共建人文社科重点研究基地

浙江工商大学现代商贸研究中心资助

服务创新管理

——浙江案例

李靖华 盛 亚 胡永铨 等著



经济科学出版社
ECONOMIC SCIENCE PRESS

现代商贸研究丛书

丛书主编：郑勇军

副主编：肖亮 陈宇峰



教育部省部共建人文社科重点研究基地

浙江工商大学现代商贸研究中心资助

服务创新管理

——浙江案例

李靖华 盛 亚 胡永铨 等著



经济科学出版社
ECONOMIC SCIENCE PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

服务创新管理: 浙江案例/李靖华等著. —北京:
经济科学出版社, 2012. 12

(现代商贸研究丛书)

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2804 - 8

I. ①服… II. ①李… III. ①服务业 - 企业管理 -
案例 - 浙江省 IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 313819 号

责任编辑: 柳 敏 李晓杰

责任校对: 杨 海

版式设计: 齐 杰

责任印制: 李 鹏

服务创新管理

——浙江案例

李靖华 盛 亚 胡永铨 等著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

汉德鼎印刷厂印刷

华玉装订厂装订

710 × 1000 16 开 14.5 印张 250000 字

2012 年 12 月第 1 版 2012 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2804 - 8 定价: 30.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 翻印必究)

总 序

随着经济全球化和信息化的快速推进，全球市场环境发生了深刻的变化。产能的全球性过剩和市场竞争日趋激烈，世界经济出现了“制造商品相对容易，销售商品相对较难”的买方市场现象。这标志着世界经济发展开始进入销售网络为王时代，世界产业控制权从制造环境向流通环境转移，商品增加值在产业链上的分布格局正在发生重大变化，即制造环节创造的增加值持续下降，而处在制造环节两端——商品流通和研发环节所创造的增加值却不断地增加。流通业作为国民经济支柱产业和先导产业，已成为一国或一个地区产业竞争力的核心组成部分。在全球化和信息化推动下的新一轮流通革命，引领着经济社会的创新，推动着财富的增长，正在广泛而深刻地改变着世界经济的面貌。

世界经济如此，作为第二大经济体和全球经济增长火车头的中国更是如此。正处在经济发展方式转变和产业升级转型的关键时期和艰难时期的中国迫切需要一场流通革命。

在 20 世纪 90 年代中后期，中国已从卖方市场时代进入买方市场时代。正如一江春水向东流一样，卖方时代一去不复返。买方市场时代的到来正在重塑服务业与制造业的关系，以制造环节为核心的经济体系趋向分崩瓦解，一种以服务业为核心的新经济体系正在孕育和成长。在这一经济转型的初期，作为服务业主力军的流通产业注定被委以重任，对中国经济发展特别是经济发展方式转变、产业升级转型以及内需主导型经济增长发挥关键性的作用。

中国经济的国际竞争优势巩固需要一场流通革命。随着中国经济发展进入工业化中期、沿海发达地区进入工业化中后期，制造业服务化将是大势所趋，未来产业国际竞争的主战场不在制造环节，而是在流通环节和研发设计。谁占领了流通中心和研发中心的地位，谁就拥有产业控制权和产

业链中的高附加值环节的地位。改革开放以来,我国制造业发展取得了举世瞩目的成就,在国际竞争中表现出拥有较强的价格竞争优势和规模优势,但流通现代化和国际化明显滞后于制造业,物流成本和商务成本过高已严重制约我国产品价格的国际竞争优势。随着我国土地、工资和环保等成本上升,制造成本呈现出刚性甚至持续上升的趋势已大势所趋。如何通过提高流通效率和降低流通成本,继续维持我国产品国际竞争的价格优势,将会成为我国提升国家竞争优势的重大的战略选择。

中国发展方式转变和产业升级需要一场流通革命。中国经济能否冲出“拉美式的中等收入陷阱”继续高歌前行,能否走出低端制造泥潭踏上可持续发展的康庄大道,能否激活内需摆脱过度依赖投资和出口的困局,关键取决于能够通过一场流通革命建立一套高效、具有国际竞争力的现代流通体系,把品牌和销售网络紧紧地掌控在中国人手中,让中国产品在国内外市场中交易成本更低,渠道更畅,附加值更高。

中国社会和谐稳定需要一场流通革命。流通不仅能够吸纳大量的就业人口,还事关生活必需品供应稳定、质量安全等重大民生问题。目前,最令老百姓忍无可忍的莫过于食品安全问题。中国市场之所以乱象丛生,与中国流通体系的组织化程度低、业态层次低,经营管理低效和竞争秩序混乱不无关系。中国迫切需要一场流通革命重塑流通体系。

令人遗憾的是,尽管流通业作为国民经济支柱产业和先导产业的地位将会越来越突出,但中国学术界和政府界却依然以老思维看待流通,几千年来忽视流通,轻视流通的“老传统”依然弥漫在中国的各个角落。改革开放以来我国形成了重工业轻流通、重外贸轻内贸的现象没有得到明显改观。

中国需要一场流通革命,理论界需要走在这场革命的前列。这就是我们组织出版这套丛书的缘由。

浙江工商大学现代商贸研究中心(以下简称“中心”)正式成立于是2004年9月,同年11月获准成为教育部人文社会科学重点研究基地,是我国高校中唯一的研究商贸流通的人文社科重点研究基地。成立7年以来,中心紧紧围绕将中心建设成为国内一流的现代商贸科研基地、学术交流基地、信息资料基地、人才培养基地、咨询服务基地这一总体目标,开展了一系列卓有成效的工作。目前,中心设有“五所一中心”即:流通理论与政策研究所、流通现代化研究所、电子商务与现代物流研究所、国

际贸易研究所、区域金融与现代商贸业研究所和鲍莫尔创新研究中心。中心拥有校内专兼职研究员 55 人，其中 50 人具有高级技术职称。

成立 7 年以来，中心在流通产业运行机理与规制政策、专业市场制度与流通现代化、商贸统计与价格指数、零售企业电子商务平台建设与信息化管理等研究方向上取得了丰硕的科研成果，走在了全国前列。在最近一次教育部组织的基地评估中，中心评估成绩位列全国 16 个省部共建人文社会科学重点研究基地第一名。

我们衷心希望由浙江工商大学现代商贸研究中心组织出版的现代商贸研究丛书，能够起到交流流通研究信息，创新流通理论的作用，为我国流通理论发展尽一份绵薄之力。

郑勇军

浙江工商大学现代商贸研究中心主任

2011 年 12 月 6 日

本书的研究和出版得到以下资助：

浙江省重点创新团队——生产性服务业与区域经济发展

教育部省属高校人文社会科学重点研究基地——
浙江工商大学现代商贸研究中心

国家自然科学基金项目“新服务开发的前后台知识转移机制及其管理策略研究：知识密集型服务业案例”（70972136）

目 录

第一章 服务创新管理研究框架（绪论）	1
第一节 引言	1
第二节 中国服务业发展	3
第三节 方法论和综述框架	5
第四节 国内研究综述	7
第五节 讨论和展望	15
第二章 城市商业银行创新的知识转移管理（案例1）	18
第一节 引言	18
第二节 文献综述	19
第三节 理论框架	29
第四节 研究方法	32
第五节 分析结果	36
第六节 管理启示	47
第三章 保险公司创新的利益相关者管理（案例2）	52
第一节 引言	52
第二节 文献综述	54
第三节 理论构建	58
第四节 案例分析	69
第五节 管理启示	83

第四章 移动通信公司创新的大规模定制管理（案例3）	89
第一节 引言	89
第二节 理论基础	90
第三节 案例企业背景	102
第四节 移动通信资费套餐分析	106
第五节 中国移动资费套餐分析	112
第六节 讨论和结论	125
第五章 制造企业服务创新的集成解决方案能力（案例4）	128
第一节 引言	128
第二节 文献综述	129
第三节 理论基础	134
第四节 研究方法	136
第五节 分析结果	146
第六节 讨论和结论	158
第六章 网络零售企业的商业模式创新（案例5）	162
第一节 引言	162
第二节 理论背景	163
第三节 研究方法	166
第四节 分析结果	170
第五节 结论和展望	189
附录 6.1 淘宝商城数据的开放编码（部分）	191
参考文献	197
后 记	221

图 目 录

图 1. 1	中国服务创新研究的路线	6
图 2. 1	城市商业银行创新的知识转移初始概念模型	30
图 2. 2	城市商业银行创新的知识转移综合框架模型	47
图 3. 1	二元视角与超二元视角的对比	59
图 3. 2	二元视角下的企业 - 利益相关者环境	60
图 3. 3	超二元视角下的企业 - 利益相关者网络	61
图 3. 4	利益相关者管理的超二元视角分析维度	63
图 3. 5	企业与利益相关者关系中的权力结构	64
图 3. 6	结构洞的两个视角	68
图 3. 7	中华保险 NSD 的利益相关者网络	70
图 3. 8	中华财险、投保客户 A 与竞争者之间的三元网络	76
图 3. 9	中华财险、保险经纪公司与投保客户 B 之间的 三元网络	76
图 3. 10	中华财险、保险经纪公司与竞争者之间的 三元网络	77
图 3. 11	中华寿险、投保客户 C 与竞争者之间的 三元网络	81
图 3. 12	中华寿险、保险代理公司与投保客户 D 之间的 三元网络	81
图 3. 13	中华寿险、保险代理公司与竞争者之间的 三元网络	82
图 3. 14	中华保险 NSD 的利益相关者网络	83
图 4. 1	服务创新概念要素	92
图 4. 2	移动通信市场资费套餐发展历程	108
图 4. 3	营业厅服务标准设计流程	112

图 4.4	资费套餐的实施流程	113
图 4.5	浙江（杭州）移动通信业务概况（2012 年）	120
图 4.6	基于 Ward 电信服务模型的浙江移动通信服务 定位	121
图 4.7	服务创新可组合模块化和总线模块化	123
图 5.1	“产品系统”连续谱	131
图 5.2	服务型制造实施体系	133
图 5.3	集成解决方案提供商的三部组织结构	135
图 5.4	中控业务发展历程	142
图 5.5	企业向集成解决方案提供商转型的驱动力模型	152
图 5.6	企业走向集成解决方案提供商的转型机制	156
图 6.1	扎根理论方法的数据编码过程模型	169
图 6.2	淘宝商城运营系统内部结构关系	172
图 6.3	淘宝商城运营系统的外部系统	174
图 6.4	商业模式外部系统结构	177
图 6.5	网络零售企业商业模式创新的理论模型	186
图 6.6	商业模式创新的整体概念结构	190

表 目 录

表 2.1	知识转移研究变量定义	32
表 2.2	案例银行主要特征	33
表 2.3	城市商业银行服务创新业务比较	33
表 2.4	访谈资料来源	34
表 2.5	资料编码示例	34
表 2.6	城市商业银行组织文化的特性	36
表 2.7	服务创新过程中转移知识的种类	37
表 2.8	知识转移意愿与能力代表性	39
表 2.9	服务创新（新服务开发）绩效	39
表 2.10	组织文化与知识转移意愿及能力的关系	40
表 2.11	组织文化与知识转移的引文例证	41
表 2.12	知识转移与服务创新绩效的关系	45
表 2.13	知识转移与服务创新绩效间关系总览	46
表 3.1	中华财险与外部利益相关者的二元关系状态	74
表 3.2	中华财险与利益相关者间三元网络状态	77
表 3.3	中华寿险与利益相关者的二元关系状态	79
表 3.4	中华寿险与利益相关者间三元网络状态	82
表 3.5	中华保险与利益相关者间三元网络的特征	84
表 3.6	提升从三元网络获取资源能力的方式及可行性	86
表 3.7	NSD 的利益相关者管理策略选择	87
表 4.1	服务业特征及其创新战略	92
表 4.2	中国移动基于需求分解的细分市场	114
表 4.3	中国移动三大品牌的特点和套餐（2012）	121
表 4.4	移动资费套餐的两个产品示例	124

表 5.1	拟调研企业资料	140
表 5.2	访谈资料来源	144
表 5.3	核心编码示例	146
表 5.4	SK 项目流程分解及责任人工作明细	147
表 5.5	中控系统的四大能力分布	148
表 5.6	中控系统的组织结构模型匹配结果	149

第一章 服务创新管理研究 框架（绪论）^{*}

第一节 引言

作为一个内涵丰富的研究领域，近年来服务创新研究获得广泛关注。但与对制造部门创新行为的深入研究相比，世界上对服务创新研究的时间还不长，而且理论上的进步也远远落后于实践的需要。自1986年巴拉斯（Barras）提出的“逆向产品周期理论”以来，基于服务创新与制造业创新的关系，国际上服务创新的研究大致经历了相似派与差异派的对立、作为两派调和的综合派的出现两个阶段（Moulaert, 1988; Coombs & Miles, 2000; de Vries, 2004; Drejer, 2004）。相似派认为，服务创新与制造业创新并无本质区别，制造业创新的很多研究成果大都可以移植到服务业中；“差异派”认为，服务业与制造业有很大的不同，甚至不同服务业之间也差异巨大，因此要从专业轨道、服务范式等更高层面和服务企业管理实践的长期变化趋势来看这些具体的改变。“综合派”则认为，相似的程度和差别的程度，都没有两派所强调的那么极端，完全可以在服务和物质产品相互融合的基础之上，将两者看作在功能上无差别的“统一体”进行分析。

事实上，服务创新本质上是一种组织创新。服务企业的组织设置往往是业务导向的，且随着新业务的开展表现出很强的组织变动性。服务创新通常按照项目进行组织，但实际过程中需要涉及到企业大部分的组织，从

^{*} 本章基于以下论文改写得到：LI Jing Hua, 2012, Service innovation research in China: past, present and future, Journal of Science and Technology Policy in China, 3 (1): 68-91.

而效率低下 (Edvardsson et al., 1995)。以及服务企业有研发部门的较少, 即使有研发部门也主要是获取组织中的创新构思并将其提交管理层。一项调查显示, 有独立的开发部门、由已经存在的部门附带承担、临时项目组开发、外包新服务开发四种开发形式的采用率, 大致分别为 10%、77%、49% 和 7% (Fahnrich et al., 1999)。

同时, 服务创新也更多地受到环境规制的影响, 企业的服务创新行为表现出很强的权变主义色彩。以金融业为例, 还必须面对经济环境周期性变化的冲击。因此, 在研究企业服务创新问题时, 应更多地考虑其社会经济变革的背景和含义, 以及充分运用权变和系统的思想。也即最佳实践必须在不同背景、不同企业规模和任务复杂性下, 以及根据服务提供定制化程度和环境不确定性, 加以调整和采用 (Tidd & Bessant, 2009)。故应采用更广泛的创新思想, 包括技术的、组织的和市场改变的思想 (Tidd & Nightingale, 2009)。问题解决的关键就是组织和技术配置与特定市场环境的匹配。

上述两点基本认识突出反映在服务创新的第一个研究高潮中。即, 1998 年欧洲 CIS 调查直接推动了相关研究成果的发布, 还有多国学者参加的欧洲“服务业中的创新和创新中的服务业”(SI4S, 1996~1997)项目颇引人注目。目前得到普遍接受的是服务创新的驱动力模型和四维度模型。驱动力模型认为 (Sundbo & Gallouj, 1998), 服务企业进行服务创新的驱动力分为内部驱动力和外部驱动力。内部驱动力包括企业的战略和管理、员工、创新部门和研发部门。外部驱动力又分为轨道(技术轨道、制度轨道、服务专业轨道、管理轨道、社会轨道)和行为者(竞争者、顾客、公共部门、供应商)两类。不同驱动力的相对重要性不是固定不变的, 不同的场景、环境、时间都会有所不同。

四维度模型认为 (Bilderbeek et al., 1998), 服务创新除了与技术和服务业的应用有关, 还更多地与服务本身特性的变化(新服务概念)、新的“顾客—生产者”交互作用方式(新的顾客界面), 以及新的服务生产方法(新服务传递系统)密切相关。服务创新是在一定“社会—经济”背景下发生的。服务企业需要识别并接触潜在与实际的顾客, 也需要明确员工的能力、技巧和态度能否胜任“生产”新服务, 以及注重对技术的选择和运用。

我国经济长期以来在世界上表现颇为引人注目, 2010 年 GDP 达到 58 786 亿美元, 超越日本成为世界第二经济大国, 是最大的发展中国家。

但与制造业的发展相比，服务业的发展还非常不足。我国服务业增加值只占 GDP 的 40%，远比不上国际发达国家服务创造了超过四分之三财富。由于市场经济的不发达，我国长期存在“重制造、轻服务”的文化观念。此外与此相伴随的，是从计划经济转向市场经济过程中出现的种种问题，如国有服务企业的垄断经营、服务产业链的割裂、服务监管体制的错位和僵硬等。这些都严重影响着我国服务业的持续健康发展。

而我国学者对服务创新的研究，正是在这样的背景下起步和奋起直追的，前后也就十多年。走的主要是一条从模仿到创新的道路。一方面大量吸收和借鉴了国际服务创新研究的理论和成果，另一方面对我国服务创新实践中遇到的问题进行了深入的分析和思考。出于追赶的紧迫心情，又主要以创新先导性的知识密集型服务业为研究对象展开。从而表现出与国际上不同的研究轨迹。其中多主体参与和制造业与服务业互动融合两个研究趋势，也逐渐明显起来。

第二节 中国服务业发展

服务业的发展是建立在第一产业和第二产业不断发展成熟基础上的。我国自 1978 年改革开放以来，也经历了这样的一个发展中心转移历程。改革开放初期，经济改革的重心是农业，标志是 1982 年以来中国共产党连续发布的五个有关农业的“三农”一号文件。20 世纪 80 年代中期到 90 年代初期，经济改革的重点转移到城市，并对国有企业进行全面改革，第二产业得到快速发展，直到今天。近年来，服务业的发展开始引起我国政府的高度重视。^①

目前的情况是，我国服务业发展很快但仍然严重滞后。2008 年我国国内生产总值（GDP）300 670 亿元，其中第三产业 120 486.6 亿元；占比为 40.1%，自 2001 年突破 40% 后一直在 40.1% ~ 41.5% 徘徊^②。2008

^① 我国第十一个五年计划（2006 ~ 2010）指出，要大力发展现代服务业，提高服务业的比重和水平。《中国中长期科技发展规划纲要（2006 ~ 2010）》也提出，要把加快现代服务业发展作为我国转变经济发展方式，全面提高科学发展观，实现经济社会全面协调发展的战略举措。

^② 2010 年我国国内生产总值（GDP）397 983 亿元，约合 6.04 万亿美元，第三产业增加值 171 005 亿元，约合 2.60 万亿美元，第三产业增加值比重为 43.0%。

年我国就业人口 77 480 万人，其中第三产业 25 717 万人；占比为 33.2%，在 2001 年 27.7% 的基础上不断提高。但与世界一些国家相比较，我国产业结构和就业结构仍存在较严重的失衡现象。1990 年前后，OECD 的 30 个成员国服务业增加值占 GDP 比重均在 70% 以上，第三产业就业比重都在 65% 以上。发展中国家第三产业就业比重也多在 50% 以上。

服务业改革方面。我国第十一个五年计划（2006 ~ 2010 年）期间，国有银行股份制改革、电信企业调整重组、文化和新闻出版体制创新、完善社会保障制度、深化医药卫生体制改革、税收、价格、收费等改革逐步推进等，这些都对破解体制约束、加快服务业发展产生了积极推动。服务业对外开放方面，国际服务业转移浪潮带来服务业发展机遇。世界服务外包保持 30% ~ 40% 的年增长速度，2010 年市场规模达 20 000 亿美元，亚洲承接了其中 45% 以上的外包业务，转移重点就是中国、印度等发展中国家。此外还体现在中国和东盟自由贸易区建设、内地与港澳《关于建立更紧密经贸关系的安排》（CEPA）等方面。

目前，我国服务需求进入加速扩张阶段。大型服务企业实力不断壮大。美国《财富》杂志公布的世界 500 强排行榜，2005 年入选的中国服务企业共有 12 家，2009 年增加到 18 家。中国企业联合会公布的中国服务企业 500 强排行榜，2005 年入围门槛为年营业收入 5.1 亿元，2009 年入围门槛上升到年营业收入 12 亿元，提高了 1.4 倍。国际经验表明，人均 GDP 突破 1 000 美元后，服务业特别是消费性服务业将加快发展；人均 GDP 突破 3 000 美元后，服务业发展更加活跃，特别是生产性服务业迅速提升。中国 2009 年人均 GDP 已超过 3 000 美元，笔者所在的浙江省人均 GDP 大约 6 500 美元。

综上，转型和发展的逻辑共同决定着我国服务业的发展质量和速度。因此早在 2006 年英国《经济学家》杂志就指出，只要计划经济的思维依然把服务业看成是制造业的一个补充，那么，中国在服务业中所创造的工作岗位就会达不到其本来可以创造出来的那么多。中国经济尽管在快速增长，但自 1995 年以来已经流失了 1 500 万个制造业就业机会，而随着基础生产向越南等国转移，这种流失将更严重。服务业可以为每年加入劳动力大军的 1 000 万 ~ 1 500 万中国人创造出充足的机会。但要实现这一潜力，服务业各行业需要得到决策者的更多尊重和关注（The Economist, 2006）。