



农村信息服务的 虚拟价值网络模式研究

Research on Virtual Value Network Model of
Rural Information Service

易法敏 / 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

目录 CONTENTS

| | |
|--------------------------------|----|
| 第一章 导 论 | 1 |
| 第一节 研究背景 | 1 |
| 第二节 研究范畴与基本概念界定 | 5 |
| 一、研究范畴 | 5 |
| 二、基本概念界定 | 7 |
| 三、基本理论 | 10 |
| 四、项目研究框架 | 23 |
| 第二章 农村信息服务体制与政策 | 27 |
| 第一节 我国农村信息服务政策发展脉络 | 27 |
| 一、农村信息服务政策的发展脉络 | 28 |
| 二、农村信息服务的组织管理 | 32 |
| 三、农村信息化工程 | 36 |
| 第二节 农村信息服务体制创新 | 38 |
| 一、农业商务信息服务的发展趋势 | 39 |
| 二、农业商务信息服务对我国农业发展的意义 | 40 |
| 三、农业商务信息服务体系中的主体及其功能 | 41 |
| 四、我国农村商务信息服务体制创新框架 | 43 |
| 第三章 农业龙头企业的信息服务——以温氏集团为例 | 46 |
| 第一节 温氏集团的信息化历程 | 49 |
| 一、基于单机的信息系统应用 | 49 |
| 二、基于互连网络的信息系统扩充 | 52 |
| 三、集中式信息系统革新 | 54 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 四、物联网与智能装备应用 | 60 |
| 第二节 “公司+农户”模式下的信息服务与管理 | 66 |
| 一、集团层面的信息服务与管理 | 66 |
| 二、基于信息系统的信息服务与管理 | 67 |
| 第四章 农村信息服务体系与模式 | 73 |
| 第一节 农村信息服务需求 | 73 |
| 第二节 农村信息服务模式 | 77 |
| 一、农村信息服务模式 | 77 |
| 二、社会化媒体时代信息服务模式创新 | 79 |
| 第三节 区域性农村信息服务模式示例 | 85 |
| 一、云浮市农村信息服务：政府主导推动模式的范例 | 85 |
| 二、遂昌县农村信息服务：市场自发式引领模式的范例 | 93 |
| 第四节 农村信息服务体系 | 103 |
| 一、农村综合信息服务构成要素 | 103 |
| 二、农村信息服务体系 | 104 |
| 第五节 现代农业信息服务体系示例 | 107 |
| 一、广州市农业信息服务发展现状 | 107 |
| 二、广州都市型农业信息服务体系 | 112 |
| 第六节 农村综合信息服务体系运行机制 | 119 |
| 一、运行机制 | 119 |
| 二、实现途径 | 120 |
| 第五章 涉农网站与农村信息服务 | 124 |
| 第一节 农业信息及其各类门户网站 | 124 |
| 一、农业网站类型与发展模式 | 124 |
| 二、农业网站发展对农业信息化建设的影响和作用 | 129 |
| 三、现阶段农业网站发展的不足之处 | 133 |
| 第二节 农业网站间关系结构分析 | 135 |
| 一、指标选取 | 136 |
| 二、数据来源及收集方法 | 136 |
| 三、数据分析结果 | 137 |

| | |
|---|-----|
| 第三节 研究结论与讨论 | 143 |
| 一、研究结论 | 143 |
| 二、农业网站建设存在的问题 | 145 |
| 三、启示与建议 | 148 |
| 第六章 电子商务平台与农产品交易信息服务 | 152 |
| 第一节 农产品电子商务平台与农产品市场 | 152 |
| 第二节 农产品流通市场网络平台的构建 | 155 |
| 第三节 农产品电子商务消费者感知服务质量与忠诚行为 | 159 |
| 一、引言 | 159 |
| 二、理论背景与假设 | 160 |
| 三、研究方法 | 168 |
| 四、结果分析 | 170 |
| 五、讨论与建议 | 173 |
| 第七章 农村信息服务接受者：IT 素质与接受意愿 | 177 |
| 第一节 农村信息服务者接受（合作）意愿——农户视角 | 177 |
| 一、文献回顾 | 178 |
| 二、理论模型 | 181 |
| 三、若干结论及启示 | 185 |
| 第二节 农村信息服务接受者能力调查——IT 素质维度 | 186 |
| 一、背景与目的 | 186 |
| 二、信息通信技术（IT）在农村地区的应用 | 188 |
| 三、农村地区乡镇干部群体的 IT 应用状况 | 190 |
| 四、调查与研究过程 | 193 |
| 五、分析与讨论 | 204 |
| 第八章 传统农村信息服务渠道创新 | 207 |
| 第一节 农业高校图书馆的网络化服务 | 207 |
| 一、国内外科技成果转化研究 | 209 |
| 二、高校图书馆科技成果转化信息服务模型构建 | 212 |
| 三、农业科技信息服务平台应用实例——华南农业大学图书馆 信息服务平台 | 214 |

| | |
|---------------------------------|-----|
| 四、结论与建议 | 216 |
| 第二节 农业技术服务网络中的技术转移与模式创新 | 218 |
| 一、理论基础与研究假设 | 219 |
| 二、量表与测度 | 224 |
| 三、分析与假设验证 | 226 |
| 四、结论与讨论 | 236 |
| 五、现代农业技术体系中的信息服务模式创新 | 238 |
| 第九章 价值共创的农村信息服务网络 | 242 |
| 第一节 价值共创网络 | 242 |
| 一、从价值链到价值网络 | 242 |
| 二、顾客赋能与价值共创 | 243 |
| 三、农村信息服务价值网络 | 244 |
| 第二节 价值网络中的多元主体合作：基础与方式 | 246 |
| 一、组织间合作的基础：关系租金 | 246 |
| 二、关系租金产生的前提：网络嵌入 | 247 |
| 三、关系租金的持续产生：网络嵌入关系的调适 | 249 |
| 四、网络主体持续合作机制：双重嵌入关系的调适 | 250 |
| 五、进一步的讨论 | 259 |
| 第三节 农村信息服务价值网络中的关系调适 | 260 |
| 一、农村信息服务网络结构 | 260 |
| 二、农村信息服务价值网络中的关系调适 | 262 |
| 三、信息服务价值网络新形态——农村电子商务生态系统 | 264 |
| 第十章 研究结论 | 268 |
| 一、农村信息服务政策与体制 | 269 |
| 二、农村信息服务的模式与服务接受者行为 | 271 |
| 三、农村信息服务渠道创新与服务网络构建 | 275 |
| 参考文献 | 279 |
| 重要术语索引 | 303 |
| 后记 | 307 |

第一章

导 论

第一节 研究背景

信息服务是信息服务机构（者）依据用户的需求，运用一定的方式和手段，及时地将收集加工、分析处理好的信息产品（服务）以方便用户使用的形式提供给特定用户的活动。农业信息服务是对有关农业生产、经营管理、战略决策过程中的自然、经济和社会信息进行收集、整理、加工、传递和利用的过程，主要包括农业信息知识产品服务、农业信息生产技术服务和农业信息参考咨询服务等。当前中国农村发展相对滞后、农民增收困难的现状，在很大程度上是由于农民信息比较封闭、获取信息渠道相对有限、对市场状况缺乏了解所造成的。随着农业市场化和国际化的快速发展，农业和农村领域对信息服务的需求急剧增加，依靠信息引导生产经营已是基本趋势和根本要求，农民掌握的有价值信息越多、越丰富，在经济活动中自主选择的范围就越大，在竞争中就更加主动。

解决我国的“三农”问题，极为重要的一个任务就是向农村提供有质量的信息服务。唯有建立完善高效的农业信息服务体系，将农业信息服务网络真正延伸到最基层的农村，科学引导农民打开市场这扇门，逐步提高农产品的市场竞争力，才能真正实现农业增效、农民增收、农村发展。

在我国，由政府引导、多方社会力量广泛参与的农村信息服务开展已多年，取得了较好的效果：

（1）政府管理部门及生产经营者的信息意识和信息综合利用能力明显提高。政府作为农业信息化建设的组织管理者，同时也是信息服务的重要提供者，其管理人员的信息意识和信息利用能力对推进农业信息体系建设起着决定性的作用。近年来，通过多种形式的宣传、教育，政府部门工作

人员对信息的重要性、严肃性、风险性、时效性的认识显著提高。作为信息服务的最终用户和接受主体的企业和农户，获取信息、使用信息和利用信息的意识和能力也大大增强。

(2) 农业信息服务投入力度不断加大。农业信息服务体系建设具有很强的公益性，与其他建设项目相比，具有需求迫切、基础薄弱、覆盖面广、受益民众多等特点，是近年来政府优先支持的重点之一。政府通过加强和引导地方加大投入，推进地方信息体系建设：一方面，政府研究制定了许多优惠政策，对于从事农业信息服务的部门和基层农民获取、使用信息给予必要的扶持；另一方面，政府运用各种方式，引导和鼓励各类公司、中介组织、产业化龙头企业、经营大户等社会力量投资农业信息服务行业。

(3) 通过农业信息标准的制定和实施，推进农业信息资源的共建共享。从整合农业部门信息资源入手，统一标准和规范，统一发布制度。同时，建立涉农部门信息交流共享机制，推进各部门涉农信息资源的集成和整合，实现涉农公共数据的兼容和共享，确保农产品市场信息的全面、系统和权威，切实提高信息服务的整体效益。

(4) 农产品信息服务的针对性逐步加强。对于土地密集型大宗农产品，通过加强宏观政策法规和市场中长期信息分析预测服务，引导和促进其持续、健康发展，保障安全；对于有竞争优势的劳动密集型产品，通过提高信息服务的专业化水平，从产业、产品品种、品牌等不同层次，到产前、产中、产后不同环节，提供全方位信息服务，提高产品的市场竞争力；对于有潜在竞争优势的农产品，实行信息服务先行发展战略，将其潜在优势尽快转变为现实优势服务。

(5) 农业信息服务功能不断完善。不断加强同有关国家和国际组织机构的信息交流与合作，特别是与世贸组织、联合国粮农组织等国际组织的合作，建立信息交流机制，充分利用他们丰富的信息资源，引进先进的信息管理技术和经验，完善农业信息体系；同时，促进并加强民间的国际农业信息合作与交流，提高我国农产品生产经营者参与国际农产品贸易竞争的能力。^①

^① 张玉香. 中国农业信息体系建设发展战略研究 [J]. 农业展望, 2005 (1): 4-9.

尽管如此，现阶段我国农村信息服务还有很多需要改进的方面：

(1) 涉农部门缺乏有效的信息资源共享机制。我国涉农信息由不同部门归口管理，缺乏统一协调的信息服务管理机制，各部门和各单位分别依靠各自独立、相对薄弱、不尽规范的信息系统进行信息采集和资源开发，标准不够统一，体系建设存在交叉重复，信息资源尚不能得到充分共享。

(2) 基础设施建设投入严重不足。对比发达国家，我国的农业信息体系建设投入，特别是体系基础设施建设投入还有较大的差距，信息采集、处理、分析、发布等手段落后，难以满足加入世贸组织后农业和农村经济发展的需要。

(3) 信息采集面窄，缺乏规范化和标准化。信息的采集面相对较窄，采集、分析和发布缺乏统一的标准。目前信息的采集范围还主要以国内为主，对国际农业信息涉足不多，与国际有关组织合作力度较小，未能充分利用现有的国际农产品市场信息资源。各主体的信息采集缺乏统一规划和标准，信息分析形式和发布窗口种类繁多，但实用性、统一性和固定性较差，需要加强规范和管理。

(4) 农业信息体系整体服务水平不高。到目前为止，我国还没有建立起一支稳定的专业化农业信息服务队伍，现有的信息服务人员素质参差不齐，技术人才不足，培训工作滞后，影响了信息服务质量。海外农业信息采集渠道少，不能及时有效地获取国际市场信息，影响了对国际农产品市场的开拓。农业信息服务网络不健全，向基层网络延伸才刚刚起步，涉农企业、生产和经销大户入网率低。在不少地方，传统媒体与信息网络之间缺乏有效合作，使得信息服务难以形成整体优势。

从实践来看，我国农村信息服务已经初步建立起了全方位、多渠道、多层次的现代农村信息服务体系，出现了许多有代表性的农村信息服务模式：按区域划分，有吉林模式、浙江模式、宁夏模式和广东模式等；按信息类别划分，有福建武夷山市的土特产和旅游信息服务、上海的食品质量安全跟踪信息服务模式等；按技术应用程度划分，从最基本的信息技术应用模式到最尖端的“云计算”模式都有在全国各地应用。随着农村广播电视覆盖率和固定电话、互联网的接入率大幅提高，各类农业网站（政府类农业网站、行业类农业网站、农业电子商务网站）、农业数据库（国

外引进数据库、综合数据库、专业数据库)、农业信息系统(采集系统、服务系统、管理系统)和综合信息平台初步建成,农业信息服务在服务基础设施、服务平台、服务内容等建设方面成效显著。

我国农村信息服务在基础设施建设、服务系统开发、服务体系建设等方面都已经取得了明显成效,随着“三网融合”和农业现代化进程的深入,农村信息服务问题逐渐集中在信息资源开发水平不高、信息共享程度低、信息服务缺乏针对性与灵活性、基础网络重复建设、利用率低等方面,因此,现阶段我国农村信息服务发展的方向应该是整合资源、统一平台、强化服务。

在农村信息服务主体多元化、形式网络化的现实背景下,如何以有效模式整合网络等基础设施,开发利用和共建共享涉农信息资源,强化面向农村的信息服务,是现阶段农村信息服务亟须解决的关键问题。

针对我国农村信息服务的实践发展现状及其发展对策,管理者和研究者有过不同的概括:郭作玉(2008)认为,农村信息服务呈多元化、网络化和社会化发展趋势;陈立平(2006)把发达国家的信息服务发展趋势归结为“形式网络化、主体专业化、内容全程化、系统集成化”;李道亮(2008)认为,在农村信息服务体系中,各主体间利益分配采用了政府输血性、社团自助式、商业市场化等多种机制,但是从建立长效机制的角度出发,农村信息服务有必要实行投资渠道多元化、服务过程协同化、服务消费集中化。

信息服务形式网络化、主体专业化、内容全程化、系统集成化是信息服务发展的主要趋势,依托互联网络和移动通信网络的聚集连接作用,我国农村信息服务组织之间必然要形成虚拟网络组织,网络成员实现平台共建、信息共享、资源互通,以“虚拟嵌入式”服务推进我国农村信息服务的综合与纵深。

本项目从演进的、动态发展的视角,运用服务科学、信息管理、网络组织治理以及农村信息化相关理论,研究我国农村信息服务的虚拟网络组织模式,力图拓展组织理论研究领域,丰富和深化农业信息化的内容,同时又在大力发展农村信息服务、使用信息技术改造和提高农业现代化水平的过程中提供有益的理论指导。

第二节 研究范畴与基本概念界定

一、研究范畴

本项目研究的对象指向农村信息服务体系,包括服务主体、客体、内容、模式以及传播渠道、利益分配机制、支撑保障体系等,这些组成部分间相互制约、相辅相成,形成一个有机整体。其中,信息服务主体、服务客体、服务渠道和服务内容是基础性的必备要素,而为信息服务体系运作提供良好保障的则是利益分配机制和服务支撑保障体系。本项目研究的对象主要涉及信息服务体系的基础要素,也就是说,信息服务主体如何根据信息服务客体对信息的需求及反馈,在遵循信息资源传播规律原则的前提下进行信息资源的开发,并通过各种信息服务渠道如何向信息服务客体提供信息服务内容,以满足客体对信息的需求。

农村信息是指有关农业科技、农业教育、农产品市场、农业资源、农业政策方针、农业生产、农业人才、农业经济、农业科技推广、农业管理等信息,除具有信息的一般特点外,还具有连续性、周期性、分散性以及不确定性等特点。这些信息需要进行收集、整理、加工、传递,通过示范、培训、咨询等手段和服务,为农民提供有价值的信息服务。

农业信息服务主体是指能够进行信息和知识收集整理、向用户提供经过筛选加工的、有价值并及时的信息服务的公益性或企业性的组织机构和信息服务人员。其中组织机构包括各级政府以及从事农业信息服务的事业单位、涉农企业和社会团体等,可以区分为公共服务组织和企业性质的农村信息服务组织。信息服务客体是指在农业信息传播过程中接收信息的群体,即接受信息服务的群体。接受信息服务群体也可以称为信宿、信息接收者、信息受体等。

农业信息传播渠道是指农业信息从信息服务主体出发到达信息服务客体所经过的路径,主要是指各类传播载体或传播媒介。由于一条信息要经过许多环节才能到达客体,所以农村信息传播渠道主要包括:广播、电

视、图书、报刊、网络等。^①

我国农业信息服务内容主要包括以下几个方面：组织政府部门的信息工作人员深入农村基层进行调研，宣传农业信息的重要性从而提高农民的信息意识，了解农民的基本情况及他们的信息需求、利用现状；制定促进农业、农村、农民发展的信息政策方针、信息法律法规等；针对农民的信息需求现状，通过多元化的可靠途径搜集加工整理农民喜闻乐见可以接受和理解的信息产品，通过有效渠道传递给农民；为农民提供的信息可以包括：政策法规、市场信息、农业科技、劳动就业及气象信息等；聘请农业科技专家，为农民提供面对面的信息咨询和技术指导，也可以通过电话或者网络进行信息咨询，而最好的方式是科技专家能够直接进村入户，现场解决农民在生产中遇到的疑难问题；政府部门需要定期组织开展各种农业科技培训活动等。

已有文献研究表明，近年来我国农村信息服务的研究主题集中在农民信息需求结构与渠道选择、农民特定信息需求与农村特定人群信息需求、农村信息供给与需求、农村信息服务模式、图书馆与农村信息服务等几个方面；从研究方法来看，主要有两大类，一是采用将未基于数据或特定事实的、以单纯的现象描述或观点阐述的研究划归为一般描述性研究，二是基于数据或特定事实的，对应某一种或几种具体研究方法，包括问卷调查法、访谈法、案例法、参与式农村评估、二次数据利用等。^②

本项目研究基于 IT 视角，这意味着，如果按照以资源为中心、以技术为中心、以机构合作为中心和以用户为中心来划分类型的话，本项目是关注以信息网络技术为中心的信息集成服务。即面向农村的，在现代数字网络环境下，以现代信息集成理论和技术为基础，通过对服务要素进行集成与动态整合并构建优势互补的集成化服务体系，使用户在最短的时间里通过最小的成本利用到最需要的资源和服务的一种服务理念 and 模式。这种集成服务理念 and 模式能以最少的成本最大限度地满足用户的需求，不仅强调服务要素的集成，更强调服务内容与功能的集成和一站式服务目标的实现。

^① 杨九龙. 当代西北地区农业信息服务研究 [D]. 咸阳: 西北农林科技大学, 2013.

^② 史海燕, 杜晓静. 农民信息需求与农村信息服务研究综述: 2008 年以来 [J]. 山东图书馆学刊, 2014 (5). 15-20.

在我国的农业信息服务领域，始终面临着这样的现状：农业信息服务的用户对于农业信息资源有着巨大的刚性需求，而以政府为主导的农业信息服务市场上的信息服务机构，所能依赖的最直接、最主要的解决方式就是不断加大农业信息化基础设施投入和不断应用新的信息技术。以上两种手段虽然在短时期内给予了农业信息化水平的规模化提升，但是并未解决农业信息需求和农业信息服务之间深刻的结构化矛盾。这种深刻的结构矛盾，再结合各地区之间信息化程度的差异，不同用户之间的信息素质、信息能力的差异，不同信息服务提供者的信息组织程度、信息渠道的差异，共同形成了我国目前农业信息服务当中种种问题的症结。基于这个现状，本项目研究聚焦在农村信息服务体系、农业网站建设、农村信息服务主体（既是信息接收者又是信息传播者的乡镇干部）的 IT 技能、农村信息化项目实施效果、农业技术转移平台和面向农村的图书馆信息传播等几个方面展开研究。

二、基本概念界定

（一）涉农网站

农业网站，包括主题为农业、农村、农民的网站，总体上可分为政府网站和社会网站（或市场化网站）两大类，也可以分为综合性网站、行业化网站和专业性网站（特色网站）。政府网站主要提供公益性信息服务，社会网站（或市场化网站）主要提供商业化信息服务。

（二）农产品电子商务平台

农产品电子商务平台主要是在交易所电子交易系统中进行交易的，交易商可以在电子交易系统中进行集中报价、签订或转让电子交易合同，并按照交易所规章制度，进行收付货款和交收货物。它能够保证信息的准确性、及时性和价格的真实性，也可以规避市场价格波动带来的风险。

农产品电子商务平台有如下特点：

（1）平台实现统一为客户提供信息、质检、交易、结算、运输等全程电子商务服务。

（2）支持网上挂牌、网上洽谈、竞价等交易模式，涵盖交易系统、接收系统、仓储物流系统和物资银行系统等。

(3) 融合物流配送服务、物流交易服务、信息服务、融资担保类金融服务等于一体。平台系统将实现基础业务、运营业务、平台管理和运营支持4个层面的业务功能。

(4) 实现各层级会员管理、供应商商品发布、承销商在线下单交易、订单结算、交易管理、担保授信等全程电子商务管理。为了支持平台业务向农产品产业链两端延伸,满足开展订单农业、跨国电子交易及国际贸易融资等业务的发展需求,平台支持多种交易管理流程共存,支持标准及可灵活拓展商品,具备交易规则灵活性、结算多样性及管理复杂性的特点。

(5) 在配送和销售过程中,通过制定和实施符合现代物流要求的技术标准,对农产品在流通过程中的包装、搬运、库存等质量进行控制,形成“从田头到餐桌”的完整产业链,由市场有效需求带动农业产业化,提高农业生产区域化、专业化、规模化水平。

(三) 农村信息需求

农村人口具有广泛的信息需求,首先大多数研究揭示的信息需求都涵盖了医疗卫生、农业技术、教育、经济、法律等众多领域;其次,绝大多数研究都凸显了医疗卫生信息、农业技术信息和教育信息对农村人口的价值,其中医疗卫生信息几乎出现在所有研究中;最后,大多数研究都发现,农村信息传播的主要渠道是人际传播(包括亲友邻里和农业技术推广人员),尽管很少有研究能够确认这种依赖究竟反映了什么——是农村居民内在的媒介选择倾向,还是有组织的农村信息服务的欠缺。

在我国,对农村居民信息需求的关注主要集中在农业专业化信息方面,对综合信息需求结构的研究很少;在为数不多的相关研究中,主要结论也存在很大的差异。一项对上海郊区农民信息需求的问卷调研显示,首先当地农民对政策信息的需求最高(主要包括农业结构调整政策、非农就业政策、土地流转的相关政策、征地农民安置政策等);其次是对成人教育和培训的需求;再次是对农产品市场信息的需求;最后是对非农就业信息的需求。此外,沪郊农民还比较关注村务政务信息。

(四) 农村信息服务模式^①

面对我国信息服务形式多样、应用范围广、服务主体不一等问题,要衡量信息服务质量的好坏,就需要搭建一套科学合理的质量评价体系,进而为信息服务供给主体提升服务质量,创新信息服务模式与机制提供决策依据。

国外关于农村信息服务的研究最初关注如何把科研机构研发的农业技术信息传递到农民手中,伴随信息服务在提升农村地区信息传播能力重要性方面的凸显,学者关于农村信息服务方面的研究逐渐由涉农部门的信息服务体系向农民信息需求与接纳、多样化信息服务模式、信息获取渠道等方面转变。从近期研究来看,针对农村信息服务效能较低、农村地区信息供需不对称、信息服务供给主体缺失等问题,学界和政界就与此相关的农村信息服务体系和建设模式展开了大量研究,关于现有的农村信息服务模式主要基于两类考察,即农业经营者与农村居民,而信息服务模式的类型则主要从利益相关者、信息获取渠道以及信息技术等角度进行分析。

(1) 基于利益相关者角度的农村信息服务模式。农村信息服务的利益相关者主要包括了政府、信息中介、运营商等信息供给者,以及涉农经营者、农村居民等信息受体,主要模式包括了政府主导的公益性信息服务、企业主导的市场性信息服务,以及农村社区自我发展的半公益性服务。

(2) 基于信息传播渠道角度的农村信息服务模式。从信息获取渠道的角度,国内学者总结提出了网络传播、视频专家咨询、手机短信、12316综合信息服务平台、农村信息直通车、农技110、农民信箱、农家书屋、农村现代远程教育、社交网络等模式。

(3) 基于信息技术角度的农村信息服务模式。伴随着新一代信息技术的发展,农村信息服务模式不断创新,各类信息服务系统及解决方案成为农民生产决策和农村居民丰富生活的重要依据。

^① 冯献等.“互联网+”背景下农村信息服务模式创新与效果评价[J].图书情报知识,2016(6):4-15.

三、基本理论

(一) 服务与服务创新理论

1. 服务及其相关概念

(1) 服务

服务是常常被与商品成对提及的一个概念,与材料或有形的人工制品形态的商品相比较而言,服务通常被定义为基于某种介质状态的转换过程。这种介质可能是一个对象、信息整理、个人或组织(Hill, 1977; Gadrey, 1996a);转换过程通常是无形的和互动的(Coase, 1978; Berry, 1980; Grönroos, 1990; Gustafsson & Johnson, 2003),且不容易储存。这样的“产品”或输出服务是一种行为、一个过程,由惯例传统、多重互补或竞争评估系统基础上决定其定义和设计。在现实中,所有的服务活动受许多不同的介质的影响:它们的组合形式在时间和空间上是变换的,作用上则与不同的介质(材料、信息、认知和关系功能)相关联。

服务的直接结果是产生服务价值,它是构成顾客总价值的重要因素之一。服务价值理论从价值链(Heskett et al., 1994)或价值网(Basole et al., 2008),发展到包含整个价值形成系统的“价值星系”,以在解决方案的联合生产中动员供应商和消费者(Norman & Ramirez, 1993; Norman, 2001)。Wise和Baumgartner(1999)识别出适用于制造商的4个下游业务模型,它能实现从价值链到提供服务的集成。当围绕最终消费者需求设计的供应链被用于提供“精益解决方案”时,会使资源浪费和效率低下情况达到最小化(Womack & Jones, 2005)。

服务概念主要见于营销领域,作为市场营销第5个因素的服务,从产品的整体概念中延伸出来,服务的对象及内容出现了新的变化。它不仅包括对现实顾客的服务,而且也包括对潜在顾客的服务;不仅要提高顾客的现实的(售后的)满意程度,还要提高预期的(售前的)满意程度。把服务作为第5个因素,进一步体现了营销的核心思想,即以消费者为中心。服务可以使企业创立个性,增加竞争优势,有效地增加企业的新销售和再销售的实现概率。

除企业对客户的服务之外,另一种常见的服务形式是公共服务。公共

服务主要是指城市的公用服务行业所提供的服务，如自来水、供气、供热、电力、污水处理、垃圾处理、园林绿化、道路保洁、公共交通、信息等。其主要的经济特征包括：

①公益性。公共服务的公益性主要体现在其产品的特殊性上。公用服务所提供的产品或服务是一种介于公共物品和私人物品之间的准公共物品。它是一种最终消费品，与居民的生活、消费直接相关；同时也是生产要素，与生产者的成本、生产组织相关。

②自然垄断性。公共服务的生产经营必须依赖网络（自来水、煤气、热力管网、公交线路网）才能得以完成。这种对网络的依赖性决定了其自然垄断的特点：一方面，网络建设是公用事业领域固定成本的主要部分，具有显著的规模经济性。另一方面，公共服务生产的重要环节高度垂直相关（如自来水的制水、供水、排水、污水处理），主要产品结合紧密，又具有明显的范围经济性。

③区域性。公共服务赖以生存的网络建设，受到人口集中程度的限制，在人口高度密集的城市建设网络是可行的，而在人口密度较小的农村地区建设网络则是不经济的。尤其是在我国，公共服务设施多数是集中在城市或比较发达的城镇，农村相对较少。因此，公共服务往往是以单个城市为基础形成区域性的网络。

服务主导着世界上最先进国家的经济实力。在美国，服务占国内生产总值和劳动力的80%以上。进一步说，服务很明显地作为一些国家诸如中国、印度和其他快速发展的发展中国家的经济力量（Bitner & Brown, 2008）。增长的服务是一个普遍的、全球性的现象，它塑造了世界的经济并深刻地影响着人们的生活。然而，尽管服务经济占据支配地位，在公司、政府和大学方面，服务的卓越程度、服务研究、服务的创新与有形商品和技术相比，关注的焦点还是有区别的。在服务经济增长不断增长的背景下，研究人员和企业实践者一致认为，需要工具、技术、框架、指标体系来支持追求卓越和创新服务。

(2) 服务质量^①

从20世纪80年代初起,有关服务质量的研究就受到了众多学者的关注。由于服务具有无形性、异质化、易逝性以及不可分割性等特点,导致很难定义、具体衡量以及控制服务质量。1982年,Grönroos首次提出了“感知服务质量”的概念,认为服务质量是顾客对其期望的服务与实际感知到的服务比较的结果,这一观点得到了众多学者的认可。Grönroos创建的顾客感知服务质量模型与差异分析的方法为理论界和企业界了解服务的特性提供了一个基本的理论框架,为服务质量管理的一些重要问题进行了准确的定位,并成为20世纪80年代后服务质量领域建立的大多数模型的基础。从此,服务质量与产品质量从本质上区别开来。继Grönroos之后,美国服务管理研究组合Parasuraman, Zeithamal和Berry对顾客感知服务质量进行了更加深入的研究。他们提出服务质量是多维的,并将其定义为感知的服务与期望的服务之间的差距,同样称之为感知服务质量。Philip Kotler等人将服务质量定义为相对于顾客的期望值而言,所提供的服务处在一个较高的水平上。总结专家学者们对于服务质量的定义可以看出,虽然学者们对于服务质量的定义并不完全相同,但差异并不大,而其中最重要的共同点是顾客是服务质量的唯一评价者。

对于服务质量的测量维度,国内外的学者研究也非常多,Grönroos将服务质量划分为技术质量和功能质量两个维度;美国服务管理研究组合对其最初提出的服务质量10个维度进行了合并,得到服务质量的5个维度,分别是有形性、可靠性、响应性、保证性和移情性。另外,还有Lehtinen和Lehtinen的过程质量和产出质量两维度,Rust和Oliver的服务产品、服务传递和服务环境三维度,以及Brady和Cronin的交互质量、实体环境质量和结果质量三维度等。

2. 服务创新

服务创新的理论基础是价值创造逻辑的变化,即以提供产品为核心转向以提供服务为核心的市场逻辑主导下,在价值创造的过程中生产者和消费者的角色相互联结,价值由在双方互动过程中相互影响且共同创造

^① 蒲国利等. 组织公民行为与服务质量和关系质量关系研究 [J]. 工业工程与管理, 2010, 15 (5): 97-104.