

Research on Innovation
Capability of Chinese Service
Outsourcing Enterprises

中国服务外包企业 创新能力研究

施建军 王永贵 / 著



对外经济贸易大学出版社
University of International Business and Economics Press

中国服务外包企业 创新能力研究

施建军 王永贵 著

对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

中国服务外包企业创新能力研究 / 施建军, 王永贵
著. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2021.6

ISBN 978-7-5663-2302-6

I. ①中… II. ①施…②王… III. ①服务业—对外
承包—企业管理—企业创新—研究—中国 IV. ①F726.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2021) 第 142162 号

中国服务外包企业创新能力研究

施建军 王永贵 著

责任编辑: 董 黛

出版发行: 对外经济贸易大学出版社
社 址: 北京市朝阳区惠新东街 10 号
网 址: www.uibep.com
资源网址: www.uibepresources.com

邮政编码: 100029
邮购电话: 010-64492338
发行部电话: 010-64492342
E-mail: uibep@126.com

成品尺寸: 170mm×240mm
印 张: 12.25
字 数: 233 千字
ISBN 978-7-5663-2302-6

印 刷: 北京九州迅驰传媒文化有限公司
版 次: 2021 年 6 月北京第 1 版
印 次: 2021 年 6 月第 1 次印刷
定 价: 72.00 元

序

20 世纪 80 年代以来，企业发展面临日益激烈的市场竞争力挑战，选择新发展路径，强化创新动力，以推进企业持续创新能力，这是摆在每一个企业家面前的战略选择。在国际化大背景下，在科技革命风起云涌的时代推动下，在社会网络平台不断延伸扩大的条件下，企业家开始全面思考企业发展的创新能力和市场竞争力的提升。随着社会生产力的不断提升，产品和产业间的分工协作体系日益强化，任何一个世界性的产品，都很难归于某个企业、某个区域的产出，而往往是世界产品价值链其中的一个零部件组合。因此，企业只能关注自己的产品特色和优势，专注于自己的服务水平和服务能力，做自己最好的产品和服务，在世界价值链形成当中获取自己应有的价值地位，为客户提供满意的价值创造。归核化战略，就是回归核心竞争力产品和核心竞争力业务所产生的一种对于企业非常实用的发展战略。这一战略的本质，就是剥离非核心业务，让企业的资源能力集中于企业核心业务的发展。这一战略帮助企业在新的市场竞争条件下，继续保持市场持续竞争能力。产品和业务的核心，是企业发展竞争力的内核，既是产品的利润核心，也是企业核心竞争力所在。归核化战略，一般有两层含义：第一层就是把企业发展的重心聚焦在核心产品上，强调在产业和产品价值链形成过程中，参与世界分工和协作体系。第二层就是强调企业业务能力必须与企业的核心能力相关性，企业必须把主要资源聚焦到服务贸易业务上，通过擅长的服务贸易参与世界分工和协作体系。按照归核化战略，那些与核心能力没有直接关系的业务，应当剥离出售。相反，有利于增强企业核心能力的资源，应当兼并，以强化企业的核心竞争力。用三个案例可以说明这一战略，第一个案例是：部分企业家在企业扩张初期产品多元化大发展的背景下，对所形成的企业产业群，提出“先做加法，后做减法”的战略发展思路。这一战略思路，就是以“试错逼进”的发展路径，寻求到企业最佳的产品、业务和核心竞争力。通常做法是企业先大力发展多样化产品和服务，扩大多元化，在多样化发展的同时，企业开始寻求对于企业发展最有利的产品、技术和市场，集中于其中少部分产品和技术领域，开展专业化，缩小多元化。这就是“先做加法，后做减法”的企业战略发展的成功案例，也是企业不自觉地实施归核化战略的具体行动方案。第二个案例是：有一手表厂，既生产表芯、表壳，也生产表带，三个中间产品组合在一起，叫手表厂。这样的企业，也是一个全能企业，就是产品零部件和组装全覆盖。事实证明，这样的企业竞争

力并不是最强，往往有些中间产品，利润率偏低，核心竞争力不强。例如手表的表壳、表带，在规模不达量的情况下，利润率通常偏低。企业家就在思考：为什么不把利润率低、核心竞争力不强的零部件产品，送给其他企业外包？例如上述手表厂，表芯生产具有专利技术，模仿难，利润率高，企业有竞争能力。表芯产品可以形成企业核心竞争力，也就是企业的核心产品。而其他的产品，如表带、表壳，不是企业核心竞争力产品，完全可以由其他企业外包生产。这也是企业归核化战略中产品外包的实际案例。第三个案例是：我曾参访过这样一个企业，企业承担国外银行和保险业大数据后台加工整理。国外企业下班时，将各种杂乱的数据打包，交给中国服务外包企业。由于时间差，中国企业正好上班，完成这些数据的加工整理和表格化。下班时再发回给国外的发包企业，国外企业正好上班，使用整理好的后台数据服务顾客，效率最佳。两者各得其所，合作共赢，既解决了区域时间差和工作效率问题，也提高了服务质量，还解决了区域间、国际间劳动力成本的不平衡问题，是一个很好的国际间企业服务外包合作成功案例。通过这三个案例，我们可以理解企业发展中实施归核化战略，是分工协作的需要，是合作共赢的需要，是市场竞争的需要。企业通过向核心业务的回归和集中资源，可以全面提升企业的综合竞争力，在世界产品和服务价值链形成当中占有企业独特的位置。

归核化战略，又称企业外包战略，英文译为“outsourcing”，就是讲企业将非核心业务转移和利用企业外部资源发包企业的产品、技术和服务。服务外包，就是在这样一个背景下，将包括企业的信息化、财务金融管理、数据资源的研发、云存储云计算等多项业务发包出去，从而达到降低成本、提高效率、提升并优化企业核心竞争力的一种服务模式。外包战略，不仅在制造业，而且在服务业都得到了广泛的应用。企业外包战略出现方兴未艾的发展态势：从产品到服务，从国内到国际，从硬件服务到软件服务，从实体服务到云服务。本书就是在这样一个大背景下，聚焦于服务外包企业创新行为、动力机制、重点因素、评价体系、绩效影响以及具体案例研究。

本书的研究第一聚焦点是国际化。经济学的原理证明，一国的生产要素，必须在生产要素充分流动开放的条件下，实行有效的交换。通过市场导向的全球化资源配置，就是通过人流、物流、资本流、资金流、信息流在更广阔的空间里在更大的平台上，优化配置，以专业化分工和规模经济，让企业成本得以降低，并全面提升企业的生产效率，让社会资源得到更有效的利用，以价廉物美的产品，增加全球消费者福利，以就业创造发展中国家的经济增长和扶贫的效果。不论是绝对利益比较，还是相对利益的比较，都足以证明国际化有利于世界各国的经济发展。开放是大势所趋，世界潮流。合作是市场经济规律，是全球流通产品价值

链内在联系的要求。竞争是市场机制助推企业发展的原始推动力，是公平机制有效落实的社会条件。当前出现的一些逆全球化思潮和反全球化的行为举措，都不足以诋毁国际化所带来的全球市场繁荣和区域发展。国际化是历史潮流，是经济发展大趋势。自主、创新、包容、开放的市场化，必须打破传统单一模式的市场导向的全球化，以综合国力发展为导向，强调全球经济的包容性增长，兼顾效率与公平，积极探索出一条新型全球化模式。新型国际化，也是经济国际国内双循环的思想基础。在构建人类命运共同体的理念指导下，坚持互利、合作、共赢，将全球化上升到新的高度，推动开放、互惠、包容、协调的新全球化格局。世界各国企业携手迈向命运共同体，这是世界繁荣的必由之路。本书就是在国际服务外包这样一个大背景下，积极探索全球资源优化配置，各尽所能，走出一条服务外包企业创新之路。

本书研究的第二聚焦点是服务外包。从产品到服务，从技术到管理，从硬件到软件，外包战略正在全面延伸。聚焦服务外包，更多的是从服务贸易角度思考企业创新和发展问题。服务外包是企业外包战略重要组成部分。近年来，中国服务外包企业承接离岸服务外包业务不断增长，已经成为全球第二大服务外包接包国，仅次于印度。服务外包凭借其接包国投资环境改善、技术创新能力不断增强、比较低廉的劳动力成本三大优势获得发展，加上全球不断增长的服务外包市场总额，可以预测中国服务外包业务量将不断提升，不久可能成为全球服务外包的最大接包国。研究表明，一个国家服务外包的接包量取决于：第一，该国的投资发展环境，服务质量是影响承接离岸服务外包竞争力的重要因素，如该国人力资本的水平和服务提供商的服务水平。第二，劳动力成本的比较，当一国劳动力成本处于较低水平时，接包竞争力处于优势地位。第三，信息通信技术的发展水平。国家信息通信技术，包括电信设施，网络软件以及数字化软件处理技术，其繁荣和发展，是离岸服务外包发生的充分必要条件。随着数字化技术发展，通信技术普及和全球宽带技术的发展，加上电子商务已经全球化的生产和服务体系连接和平台化，服务外包接包国必然进一步得到快速发展。第四，服务贸易的开放度。服务贸易开放度，对一个国家承接服务外包的竞争力产生较大影响。中国实施服务贸易自由化，改革进程较快，开放力度大，特别是加入世界贸易组织以后，中国在银行、保险、证券、电信、旅游、交通、教育等多领域承诺服务贸易进一步开放，修改了一系列法规，有力地促进了中国服务贸易开放度，加大了中国融入世界的机会。第五，知识产权保护。知识产权保护对一国离岸服务外包接包竞争力有重要影响。如果对知识产权保护有力，就会增加其市场竞争力。随着中国服务贸易中对知识产权的保护力度加强，进一步促进市场竞争的公平，就会进一步提高我国服务外包接包业务总量。第六，服务外包的桥梁是语言文化。目前在世

界服务外包语言中、英语还占有主导地位。良好英语水平的国家，承接服务外包的竞争力会明显提高。有效的语言沟通，成为国际服务外包的重要支撑工具。此外，还有信息安全保护，也会促进服务外包接包总量的提升。加强各国的信息安全，无论是对商业秘密还是公司利益的保护，都会显著提升一个国家服务外包的接包量。随着数字化技术的发展，国内外服务外包市场平台不断扩大，中国服务外包企业面临着机遇和挑战并存的发展格局，应不断提高服务外包的技术含量和高附加值产品，形成企业间新型战略协作伙伴关系。中国服务外包业务将逐步向高技术、高附加值产业延伸，在产业咨询、软件开发、系统设计、金融服务、大数据服务、云计算、云存储，通信服务外包等高端领域，将不断得到新的发展。中国是一个人口大国，具有丰富的人力资源，不断完善上述国际化服务外包的环境，将会大大提升中国在国际服务外包市场的地位，全面提升中国参与国际服务外包的能力，为全球经济的发展做出更大的贡献。

本书研究的第三聚焦点是创新。创新是企业发展之本。按照管理学大师德鲁克的观点，创新就是顾客价值最大化和顾客的满意度的实现。从需求侧道理来看，企业每一次创新，都是消费权利的张扬，为消费者创造更大的价值。创新既包括技术创新，也包括管理创新，还有服务创新。在理念创新的指导下，企业创新无处不在，无时不有。近年来商业模式创新风起云涌。企业管理曾更多地关注于新产品、新技术的升级换代，而现代企业管理，更多地关注于企业生产要素的组合、消费者价值创造、市场的创造性破坏。在这样一个背景下，服务贸易、服务外包创新方兴未艾。在服务外包创新体系中，包括知识创新、技术创新、管理创新、模式创新等多种创新手段，特别是系统创新、协同创新。本书将服务外包企业的创新能力界定为：对服务外包业务各创新要素创造性集成和融合的能力。本书将服务外包创新要素分解为技术创新能力、管理创新能力、创新产出能力、系统创新能力和流程创新能力五个维度进行系统研究，提出了服务外包企业创新评价体系。本书研究发现服务外包企业创新能力，是包括产品、流程、管理和技术四个方面的结合，构成理想的分析模型。本书提出从发包方和承包方不同角度探讨企业创新能力的积累机制，十分有价值。服务外包企业创新能力是一个长期积累的过程。本研究基于横截面数据，从承包方和发包方不同角度探讨创新能力的形成机制。在服务外包业中，对于承包企业而言，可以在向发包方提供服务的同时，学习和积累企业的创新能力。企业创新能力的积累，不仅仅关注企业内部的因素对企业创新能力影响，而且从知识传授角度提升学习能力，在动机、能力、机会方面进行知识转移。和发包方建立长期合作关系，发包方的参与和发包方的创新要求，都会通过深入互动促使双方企业创新能力提升。对于知识传授方来说，传授的动机、传授能力和传授机会相互结合，才能有效地促进发包方创新能力的积

累。承包企业也有意寻求和选择有能力、有动机、有机会传授知识的发包企业，建立一系列创新机制和文化，在学习中寻求外部创新机会，提升企业自身的吸收和应用能力。

本书研究服务外包的基础理论，服务外包的构成要素，服务外包创新诉求以及创新要素的分解。利用抽样调查的数据，进行统计实证分析，也利用企业服务外包的成功案例，进行案例分析，是一本系统阐述服务外包理论和实践经验的著作。通过国家社会科学基金重点项目的资助，完成了本研究的全部内容，并顺利结项。这是一个中国服务外包理论与实践相结合的研究成果，填补了我国在国际服务外包创新领域的研究空白。从服务外包理论层面上讲，本书积极构建理论模型，探索创新要素，为企业发展国际化服务外包提供理论架构和知识基础。从服务外包的实践层面上讲，本书通过案例分析和服务外包创新要素的分解，为企业参与国际服务外包和提高创新能力提供经验和智慧。相信本书出版对服务外包企业持续创新有重要参考价值。这是一份集体智慧的结晶，我和王永贵教授领衔，加上我们指导的博士生一起共同努力完成了这一著作。希望读者从中理解和学会如何进一步提升中国企业国际化服务外包的能力，创新服务外包的模式，在中国经济发展中，在中国经济与世界经济融合的过程中，进一步发挥出企业家们的积极作用。

谨以此书献给对外经济贸易大学 70 华诞！

对外经济贸易大学 施建军教授
2021 年 5 月于北京

目 录

第一章 服务外包企业创新导论	1
第一节 国内外服务外包企业面临的发展环境	1
第二节 国内外服务外包企业的发展现状	5
第三节 国内外服务外包企业的创新诉求	10
参考文献	13
第二章 服务外包企业创新研究回顾与综述	15
第一节 服务外包企业创新及其相关研究概述	15
第二节 服务外包企业创新的理论基础与模式	33
参考文献	49
第三章 服务外包企业创新的评价体系与经验总结	63
第一节 服务外包企业创新评价的理论模型构建	64
第二节 服务外包企业创新评价的实证模型与评价	72
参考文献	83
第四章 服务外包企业创新的驱动因素研究	87
第一节 服务外包企业创新的驱动模型构建	87
第二节 服务外包企业创新的驱动因素与驱动机制的实证研究	94
参考文献	114
第五章 服务外包企业创新的绩效影响研究	121
第一节 服务外包企业创新的绩效影响模型	121
第二节 服务外包企业创新绩效影响因素的理论阐述和实证分析	128
参考文献	135
第六章 服务外包企业创新跃迁探索	143
第一节 服务外包与协同创新	143
第二节 服务外包与价值链跃迁	156
第三节 服务外包创新与智慧商务	170
参考文献	181
后记	185

第一章

服务外包企业创新导论

第一节 国内外服务外包企业面临的发展环境

一、国际主要接包地的产业环境介绍

服务外包业发端于 20 世纪 80 年代，最初从境内服务外包开始，逐渐跨越国界以服务贸易的形式形成离岸服务外包。目前，印度成为头号全球服务外包承接国，占有全球服务外包市场总额的 46% 及全球软件外包市场总额的 65%，其中 90% 以上的接包业务来自欧美国家，对美国离岸外包业务更是处于垄断地位。2008—2019 年，中国服务外包企业承接离岸服务外包执行额从 46.9 亿美元增长至 968.9 亿美元，年均增幅超过 34.6%，占全球离岸外包市场份额已增长至 6.9%，跃升为全球第二大服务外包接包国，仅次于印度。

（一）老牌离岸服务接包国——美国、英国、爱尔兰、印度

贸易的兴盛建立在一国强大的产业基础之上，从全球范围来看，服务外包产业最为发达的国家为美国、英国、爱尔兰等发达国家。比如美国的内部服务外包中心与服务提供商一直在向企业提供现场外包服务。从国际收支平衡表来看，我们发现，美国和英国的计算机和信息技术服务以及其他商业服务贸易出口量（承接量）都在较高水平，且一直处于顺差位置，但是随着这些国家服务劳动力成本的不断升高，顺差逐渐减小。爱尔兰曾一度是世界上最大的软件服务出口国，而印度也一直都是信息技术服务的主要出口地，尤其软件外包每年增速高达 30% 以上，最高时超过 50%。由于成本和质量上的综合优势，印度成了迄今为止最受离岸外包发包方青睐的地区，成为全球的后台办公室，是全球最大的服务外包承接国。

（二）全球新兴离岸服务外包接包国——中国、菲律宾、捷克、加拿大

对计算机信息服务来讲，俄罗斯、菲律宾和捷克等发展中国家曾是逆差国，但近年来随着发达国家将业务转移到发展中国家，俄罗斯、菲律宾和捷克等国开始呈现上升趋势，捷克和菲律宾都在 2005 年由逆差变为顺差，俄罗斯的逆差也在不断缩小。中国发展服务外包的起步较晚，但凭借良好的投资环境、丰富而低廉的劳动力成本、巨大的服务外包市场，预测到 2023 年后将取代印度成为承接高科技服务外包最多的国家。

（三）国际主要接包国发展环境因素研究

1. 服务质量

服务质量是影响一国承接离岸服务外包竞争力的最重要因素，该因素主要考察两大方面，一是人力资本水平，二是服务提供商水平。无论是在服务外包人力资本水平，还是服务提供商水平上，印度都处于绝对的优势地位。这也解释了为什么印度能成为世界最大的离岸服务外包地。而中国专业的人力资本储备和服务企业规模还与印度存在一定差距。

2. 劳动力成本比较

中国的劳动力成本处于较低水平，正因为这个原因，一些发达国家现在开始将以前交由印度完成的低端服务外包转移到中国。但是，我们也应该看到，决定一国接包竞争力的最重要因素是其提供服务质量的高低，这才是决定长远竞争力的要素，所以，中国应该在利用自身低廉劳动力优势的同时，不断加强服务外包人力资本的培养以及塑造优秀服务提供商的品牌形象，这样才能在离岸服务外包的激烈竞争中立于不败之地。

3. 信息通信技术发展水平

信息通信技术包括电信设施、网络、软件、数字化技术等，它的出现与发展使得生产的全球细化分工成为可能，是离岸服务外包发生的实现条件。随着 21 世纪以数字化为基础的通信技术的普及和全球数字宽带的迅猛增加，20 世纪 90 年代后期由电子商务和数字通信所造成的全球生产和服务体系加速联结。因此，信息通信技术基础设施的质量与可获得性对于一国接包竞争力会产生重要影响。

4. 服务贸易开放度

服务贸易开放度会对一国承接服务外包的竞争力产生正面影响。中国服务贸易自由化进程较快，开放力度大。加入世界贸易组织（World Trade Organization, WTO）以来，中国在包括银行、保险、证券、电信、建筑、分销、法律、旅游、交通等在内的众多服务部门，修改和新制定了一系列进一步对外开放的法规和规章，服务贸易领域的开放承诺得到落实。在 WTO 分类的 160 个服务贸易部门中，中国已经开放了 100 个，占 62.5%，接近发达成员水平。与另外四个离岸服务接

包国相比，中国服务贸易开放度仅次于发达国家爱尔兰，远远高于印度、菲律宾和俄罗斯。

中国融入服务贸易自由化的决心和行动一方面大大降低了服务贸易壁垒，使得更多种类的服务都能以离岸服务外包的形式满足世界庞大的需求，增加了吸引力；一方面也增进了世界对自己的了解，提高了国际声誉，提高了发包方选择中国作为离岸服务外包目的地的可能性。

5. 知识产权保护 and 信息安全水平

知识产权保护水平会对一国离岸服务外包接包竞争力产生影响，若因为法律体制或是社会习惯使得保护力度不够，则会降低其竞争力，也会成为其与国外交易中较大的障碍。印度的软件公司多数有灾难恢复计划，租用网络专线保证数据的传输和安全，处于国际知识产权保护协会的“优先观察名单”上。爱尔兰知识产权保护力度强，出台了《电子商务法案 2000》和《2019 年版权与其他知识产权法案》，为知识经济尤其是软件产业的发展提供了主要的法律保护依据。中国知识产权保护力度和社会信用机制正日益增强，但软件企业对信息安全投入尚须加大，多数没有灾难恢复计划。但我国深切了解知识产权保护的重要性，以致日益加大知识产权保护力度。世界知识产权组织的数据显示，2019 年中国的国际专利申请量为 58 990 件，位居世界第一；申请量占全球申请总量的比重达到 22.2%。2019 年中国的国际专利申请量比 2018 年增长了 10.6%，首次超越美国，成为《专利合作条约》体系中的第一大用户。

6. 语言文化要素

目前外包交易语言中，英语已占主导地位，所以具有良好英语水平的国家承接离岸服务外包的竞争力会更高一些。中国英语教育所培养的 IT 专业人士英语水平普遍较低，缺乏跨文化沟通和理解力，主要接包对象为日本与韩国。印度有 2 500 万~3 000 万人能讲流利的英语，软件人才绝大多数可与客户直接沟通。俄罗斯在语言方面能力不足。爱尔兰英语水平高。

可见，与其他主要接包国家相比，中国英语普及度不及印度、菲律宾等发展中国家高，与欧美国家语言文化的差异大会扩大自身与欧美发包方之间的沟通成本（焦杨和杨东，2011）。

二、国内服务外包业的发展环境因素分析

接包方国家的宏观环境、政策导向、产业结构、基础设施和企业能力等，大大地影响着服务外包发包方对接包方国家的选择，也很大程度上决定了承接服务外包的质量和效果。中国凭借宏观经济环境、基础设施、政策支持、劳动成本等各方面的优势，近年来承接服务外包的综合竞争力大幅提高，已成为国际服务外

包转移方首选的承接地之一。

（一）强大的政策支持

中国政府将发展服务外包作为未来推动经济增长的重点领域，发布的服务外包产业发展相关报告主要包括：《中国国际服务外包产业发展规划纲要（2011—2015）》（商服贸发〔2012〕431号）、《国务院关于促进服务外包产业加快发展的意见》（国发〔2014〕67号）、《国际服务外包产业发展“十三五”规划》《关于推动服务外包加快转型升级的指导意见》（商服贸发〔2020〕12号）等。财政部和商务部继续安排承接国际服务外包业务发展专项资金，对承接国际服务外包的相关业务给予资金支持。中国各级政府已经或即将出台支持服务外包发展的政策，会采取更加积极有效的措施，鼓励跨国公司把具有一定规模的服务外包业务转移到中国。

（二）大批的高素质劳动力

2019年，全国新增服务外包从业人员103万人，其中新增大学毕业生（含大专）60.6万人，占新增从业人数的58.8%。全国服务外包从业人员达到1172万人，其中大学（含大专）以上学历为750.1万人，占总数的64%^①。在人才供应成为服务外包产业发展主要瓶颈的情况下，拥有充足、可培养的初级人才资源为中国承接服务外包打下了坚实的基础。此外，中国的服务外包人才流失率较低，总体小于15%，而印度通常高于25%，在劳动力成本方面，中国是世界上劳动力成本最低的国家之一，预计未来工资涨幅为每年5%~8%，仍将保持成本优势。

（三）成熟的交通、通信等现代基础设施

改革开放40多年的经济建设，中国的交通、通信、网络等基础设施快速发展，部分设施服务水平已达到发达国家水平，交通、通信方面等基础设施条件优良且成本低廉，为服务外包的开展提供良好的硬件基础。与其他服务外包包国家相比，中国在高速互联网和宽带接入、主要软件基地的稳定不间断双电源供电、连接大部分一级和二级城市的大约240个民用机场方面具有明显优势。从软环境看，中国建起了许多地理位置优越、人文环境良好、配套设施齐全的服务外包园区，为服务外包接包方开展业务提供了便利和支持，大大地促进了中国服务外包接包方的发展并吸引了外资服务接包方的入驻。

（四）有良好的地理优势和与北亚地区客户文化相容性

凭借地理邻接、文化相容性和语言优势，中国确立了在北亚地区服务外包与离岸服务外包市场的领先地位。在中国东北地区，如大连，在日、韩服务外包市场方面已经具备了优势。随着对日本服务外包市场空间的扩大和欧美软件外包市

^① 中国服务外包研究中心：《中国服务外包发展报告2019》，中华人民共和国商务部。

场的开拓，越来越多的企业将加入外包服务市场中。

（五）大规模的制造业基础

中国是“全球制造中心”，在许多行业（白色家电、手机等行业）已位居世界第一位（江维等，2012）。牢固的制造业基础和产业集群使中国在新兴的设计研发服务离岸领域拥有得天独厚的后发优势。在发达地区，尤其是珠三角、长三角、京津唐一带，已经形成了产品配套程度很高的产业集群，为承接服务业国际转移和离岸服务外包业务打下了坚实的基础。

第二节 国内外服务外包企业的发展现状

一、国际服务外包业的现状

进入 21 世纪以来，跨国公司制造业外包规模的不断扩大，对制造业具有支撑性作用的生产性服务业需求越来越强，由此发生了大量的服务业转移。国际服务外包已成为企业重要的商业行为。与此同时，发展中国家经过多年的对外开放，产业结构不断优化，劳动力素质不断提高，经济环境不断改善，已经具备了承接发达国家外包的条件。因此，越来越多的发达国家将部分服务业外包给发展中国家。它们纷纷在全球范围内寻找承接外包业务的合作伙伴，越来越多的国家和企业被纳入国际服务外包的全球网络中。全球离岸服务外包的潜在市场规模巨大，2019 年，全球离岸服务外包执行额达到 13 964.6 亿美元，同比增长 6.4%。^①2019 年，美国、西欧和日本 3 个区域持续占据全球服务外包发包市场的主导地位。但随着新兴市场印度和中国等外包需求的不断释放，美、日、欧三个发包市场占比或有所下降。

整体来讲，全球服务外包的现状呈现出以下特点：

（一）服务外包业务范围不断扩大

20 世纪 90 年代，服务外包主要集中在 IT 服务业，近年来由于信息技术及网络技术在企业中广为普及，服务外包已拓宽到金融、咨询分析等领域。国际服务外包业务逐渐从基础的技术层面的外包业务转向高层次的服务流程外包业务和知识服务外包业务。

全球信息技术外包（Information Technology Outsourcing, ITO）的离岸外包业务主要集中在软件服务外包，特别是软件开发和维护环节。对于硬件基础架构

^① 中国服务外包研究中心：《中国服务外包发展报告 2019》，中华人民共和国商务部。

外包，离岸方式常见于低端设备的日常维护，但客户的本地现场支持仍然是不可或缺的。IT 咨询和应用实施多数仍需是客户所在地进行交付。总体来说离岸外包的机会主要在软件服务外包市场。

全球业务流程外包（Business Process Outsourcing, BPO）最大的离岸外包业务是客户服务，财务会计业务增长速度最快。现阶段全球 BPO 离岸外包主要业务按照规模依次为：客户服务、财务会计、人力资源和采购，营销和销售的比例较小。与财务会计相关的离岸外包业务增长最快；同时，人力资源外包业务比例也会加大。从服务行业看，现阶段，国际上对软件与信息服务外包接受程度较高、应用较成熟的行业是金融业。金融业也是离岸外包应用度较高的行业之一；其次是汽车制造业，主要服务外包需求为职能层和战略层的中高端业务；再次是消费品制造业、医药制造业和零售业。

随着信息技术及网络技术的发展，服务外包所需的技术知识水平不断提高，全球知识流程外包（Knowledge Process Outsourcing, KPO）正在兴起。许多公司不仅将数据录入、文件管理等低端服务转移外包，而且将风险管理、金融分析、研发等技术含量高、附加值大的业务外包出去，从而产生了金融外包、医疗服务外包、研发外包等新的外包业务，使得外包业务范围不断拓展。这种发展趋势将会在未来的服务外包市场得到进一步强化。

（二）服务外包以 ITO 为主，BPO 和 KPO 为辅，业务结构继续优化

根据国际数据公司（IDC）的数据，2019 年全球离岸服务外包业务市场份额，ITO 占 41.5%，BPO 占 20.5%，KPO 占 38%。

服务外包以美国、西欧、日本等发达国家和地区为主要发包地，2019 年来自这三个市场发包总额占全球的 34.9%。美国离岸服务外包市场规模为 1 461.5 亿美元，同比增长 3.1%，ITO、BPO、KPO 分别占 35.9%、14.7%、49.4%。市场呈现资源全球化配置、管理体系成熟、产业服务完善的特点。日本离岸服务外包规模为 580.9 亿美元，同比增长 3.9%，ITO、BPO、KPO 分别占 41.0%、16.8%、42.2%。市场采用“金字塔型”外包模式，企业重视在国外设置研发机构。西欧国家服务支出规模为 2 827.9 亿美元，同比增长 2.7%，IT 服务支出和商务服务支出分别占 73.9%和 26.1%^①。“近岸转移”交易模式是西欧市场的主要特点。

以印度、中国等为代表的新兴经济体作为主要接包国的全球离岸服务外包格局基本形成。目前，印度 ITO 和 BPO 产业已经比较成熟，有研究指出，印度很可能由现在的 BPO 中心过渡成为 KPO 基地。制药业、生物科技、知识产权研究、工业设计等行业是印度 KPO 时代的优势产业。

^① 中国服务外包研究中心：《中国服务外包发展报告 2019》，中华人民共和国商务部。

（三）参与服务外包的国家和地区日益增多

目前，全球主要的服务发包方主要集中在美国、西欧和日本等地。其中，美国占全球发包市场的 10.5%左右，而日本和西欧约占 24.4%。虽然服务外包的主要发包国家仍然是发达国家，但许多发展中国家和地区的企业为了降低成本，也纷纷采用这种形式来提高其竞争力。从服务外包的承接情况来看，印度和中国已成为服务外包主要承接国；菲律宾、越南、马来西亚、俄罗斯、巴西、罗马尼亚、委内瑞拉等新兴市场国家也正成为日益重要的外包承接国；甚至南非、加纳、尼日利亚、肯尼亚、柬埔寨等也相继加入承接外包服务的行列。其中，除了印度和中国在服务外包接包国中所扮演的主导地位之外，其他新兴国家则正在努力寻求恰当定位来满足国际外包市场的需求，以便争夺市场份额，发展自身服务外包业务。在国际服务外包供需双方力量的推动下，国际服务外包市场日益繁荣。总的发展趋势有可能是服务外包需求在不断增加的同时，接包方会以更快的速度增长，因此，造成接包方之间竞争更加激烈，现有接包方和新增接包方无不使出浑身解数来增加市场份额，国际服务外包市场竞争呈现白热化。

（四）服务外包的发包动因逐步过渡到提高核心竞争力

降低成本是企业考虑的一个重要因素，也是服务外包的最初动因，但是在市场竞争日益激烈的今天，越来越多的企业已经开始认识到服务外包不仅可以降低成本，更重要的是它能够增强企业的核心竞争力。任何企业要获得成功不可能仅靠降低成本来实现，还需要不断开发、培养和发展其核心竞争能力。企业通过把自身不擅长的非核心业务外包给专业公司或机构，可以将更多的内部资源投入到具有竞争优势的核心业务，从而迅速提高企业的核心竞争力。此外，服务外包使企业保持较小规模，克服了很多出于规模经营带来的弊端，使企业集中精力走专业化的经营道路，制定企业持续发展战略、研发核心技术和激发员工的创造力，赢得长期的竞争优势。

二、中国服务外包产业概况

（一）服务外包产业发展情况

根据国际数据公司的统计数据，2019 年全球离岸服务外包市场规模达到 13 964.6 亿美元（见图 1-1），同比增长 6.4%。其中，ITO 占 41.5%，BPO 占 20.5%，KPO 为 38.0%。发包国主要以美国、西欧和日本等发达国家为主，其交易量占全球总额的 34.9%。而以中国、印度等为代表的新兴经济体则成为主要接包国。

中国作为全球主要接包国之一，服务外包业务增长迅速。2019 年，我国共签订服务外包合同额 2 357.0 亿美元，执行金额 1 580.8 亿美元。其中，承接国际服务外包合同金额占总金额的 58.9%。与 2018 年相比，外包合同金额、国际服务外

包合同金额同比增长 17.9%和 15.4%，实际金额分别同比增长 9.0%和 9.3%。

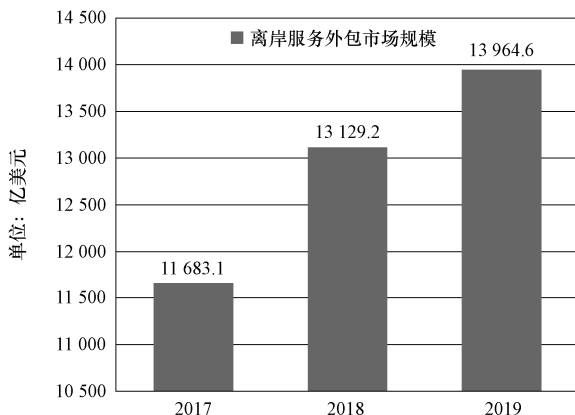


图 1-1 2017—2019 全球离岸服务外包市场规模

资料来源：《中国服务外包发展报告 2019》

由图 1-2 可以看出，我国服务外包合同执行金额在近几年来快速增长，由 2016 年的 1 064.6 亿美元增长到 2019 年的 1 580.8 亿美元，增幅达到 48.5%。与此同时，离岸合同执行金额随总金额同步增长，并保持在 61.3%左右的份额，突显出了我国服务外包市场在国内外均得到了很好的发展。

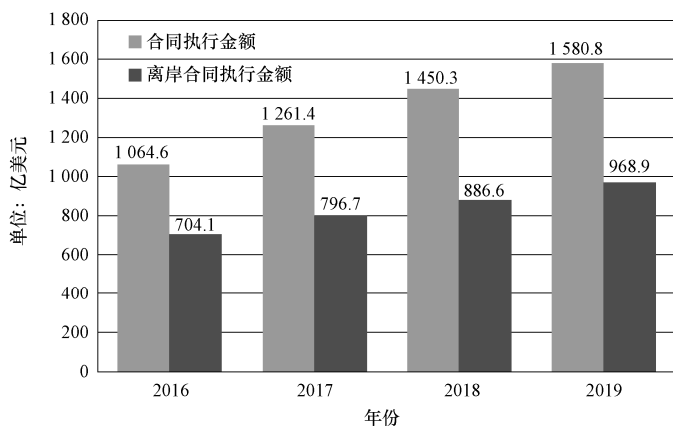


图 1-2 2016—2019 年中国服务外包产业发展情况

资料来源：《中国服务外包发展报告 2019》

截至 2019 年底，我国共有服务外包企业 54 548 家，外包行业从业人员 1 172 万人，这体现出了服务外包行业对于加快我国经济发展和提供就业机会的重要