

我国与发达国家服务业 企业经营模式比较

汤海燕 沈玉良

摘 要：随着信息技术和服务业开放，服务业全球化的速度具有加快的趋势，而推动服务业全球价值链的是跨国服务性公司和制造性公司中服务业务的发展。本文通过比较我国和发达国家服务业企业在核心技术，经营管理和全球化方面的差距，旨在为我国服务业的改革提出发展的思路。

关键词：服务业；核心竞争力；经营模式；国际化程度

中图分类号：752.18 **文献标识码：**A **文章编号：**1006-1894(2007)06-0026-05

服务业是现代经济中的重要产业，而服务业发展的主体是大型服务企业，本文从服务企业核心竞争力和现代技术条件下的大型服务企业经营方式入手比较我国与发达国家服务企业企业经营差距。

一、服务业的核心竞争力

服务业企业的核心竞争力与制造业不同，制造业企业的核心竞争力来自规模、产量和技术领先，新产品开发以及相对应的技术专利是制造业企业核心竞争力的体现。服务业企业的核心竞争力在于高价值的研究、设计、销售、市场、品牌管理。但不管是制造业，还是服务业，跨国公司倾向于更加集中价值链的知识密集，如产品定义，研究和开发，管理服务，以及营销和品牌管理等，而完成这些核心竞争力，都同现代服务业的发展存在着密切的关系。因而，从全球范围看，制造业已成为全球供给普遍过剩、边际收益严重递减（制造技术标准化和模块化）的成熟技术行业，国际相对价格的剪刀差已从工农业产品之间转化为知识产品与工业产品之间，发达经济的优势已转型升级到虚拟经济、服务经济和知识经济阶段。

服务性企业核心技术的重点是如何将整个业务链通过 IT 技术有机整合起来，形成各自独特的商业运行模式。例如在零售业核心技术中，采购管理技术、店铺营运管理技术、信息管理技术、品类管理技术和防损防盗技术的培植、利用和管理等都是大型零售企业的重要管理技术，每个跨国零售公司不是简单的购买软件，而是根据业务流程形成独特的商业运作方式。

现代服务业核心技术必须以信息技术作为基础和支撑，主要是以下 3 个方面的原因：第一，信息技术使许多不可贸易的服务变成可以贸易了，例如研究和开发（R&D）通过信息

技术使服务通过全球网络的方式进行,这种中间产品形成模块化和标准化,在全球之间进行研发资源的配置,一方面为国内市场服务,另一方面为全球研发价值链提供载体。第二,传统的服务业通过信息技术进一步提升核心竞争力,例如媒体产业越来越通过数字媒体的方式。传统的传输媒介是分离的,服务内容也彼此区别,它们在不同的网络中,使用不同的技术平台运作:电视机,电话,计算机,等等,因而每一种都易于受到不同的法律和法规的管理,并且基本上是在一个国家内部的水平上。数字技术是一种根本性的突破,它是一个统一的传输通道,使得所有传统的和现代的服务内容可以在一个统一的网络上,连接所有的用户设施加以提供。最后,服务规模和范围的提升需要通过信息技术手段进行有效的控制。例如大型零售超市的射频识别(RFID)技术,俗称电子标签。RFID是一种非接触式的自动识别技术,它通过射频信号自动识别目标对象并获取相关数据,识别工作无须人工干预,可工作于各种恶劣环境。全球最大的零售商沃尔玛公司早在2004年就宣布全面实施RFID技术,沃尔玛不仅仅将RFID技术应用于供应商在商品上贴电子标签,还用在整个业务流程中。RFID有助于解决零售业两个最大的难题:商品断货和损耗(因盗窃和供应链被搅乱而损失的产品),而现在单是盗窃一项,沃尔玛一年的损失就差不多有20亿美元,如果一家合法企业的营业额能达到这个数字,就可以在美国1000家最大企业的排行榜中名列第694位。研究机构估计,这种RFID技术能够帮助把失窃和存货水平降低25%。

服务性企业投入大量的信息技术必须以服务市场容量为前提,没有超大规模的数量,就难以支撑企业对信息技术的投入。但同时服务业超大的市场不是同质性的市场,其市场不仅包括服务产品的数量,还包括服务产品的品种,服务的区域(世界市场),大规模定制是跨国服务企业主要面对的市场经营方式,而这种经营方式高效的进行,必须在管理的各个环节具有协调性和高效率。

而国内的服务企业首先在规模和范围上没有达到一定的总量和覆盖,因而没有足够的资金购买技术,每个环节的管理技术没有形成整体的效率。上海百联(集团)有限公司是国内最大的零售企业,2006年,集团营业总额为1482.33亿元,该公司是2003年由上海一百(集团)有限公司、华联(集团)有限公司、上海友谊(集团)有限公司、上海物资(集团)总公司归并而成。且不说公司在规模上与国际大型零售企业的差距,这类公司不仅没有核心竞争力,而且很难形成核心竞争力。其一,经营商品多样,经营业态多样,难以使用标准化的管理技术对整个集团的业务流程进行设计和再造。集团的经营范围为国有资产经营,资产重组,投资开发,国内贸易,生产资料,企业管理,房地产开发等。集团拥有遍布全国25个省市共计7180家营业网点,几乎涵盖了国际商贸流通集团现有的各种业态,如百货、标准超市、大卖场、便利店、购物中心、专业专卖和物流等业态。从经营的产品看,涉及金属、燃料、机电、木材、化工原料、汽车贸易等生产资料流通贸易的众多业务。其二,以两级法人的集团组织构架,集团拥有百联股份、友谊股份、物贸股份、第一医药和联华超市等5家上市公司,还包括第一百货商店、永安百货(华联商厦)、东方商厦、华联超市、联华超市、妇女用品商店、第一医药等,这种企业都是通过出租柜台的方式,这种组织构架难以形成核心竞争力。

二、服务经营模式

由于服务企业核心技术的变化,因而信息技术在服务业的广泛应用使许多服务业企业

的商业模式正在发生重大的变化,虚拟企业是商贸企业、品牌制造商的主要经营模式。大多数商贸企业都采用连锁经营的方式,本企业主要关注对非控股企业的控制,控制的方式是业务流程控制。例如一家比较典型的国际商贸企业,在其组织构架下,没有一家是制造性的公司,它主要通过外包的方式,这些商贸业务流程的特点:(1)市场业务的推广,与主要协会和组织建立业务推广网络;(2)产品定义。产品定义是目前跨国公司的研发方面的重点业务,这些企业的主要研发工作是形成产品的框架,至于具体的产品设计和生产都由契约企业完成;(3)对契约合同商的控制,主要是标准控制和信息流程控制。面对如此巨大的贸易量和数以万计的产品品种,为了形成高效率的业务运行,必须实行业务标准化,将业务通过一定的标准进行细分,例如霍尼韦尔,作为一家跨国采购公司,他们从供应商选择、供应商评估到供应商业绩进行了必要的分类和细分,这样就形成了一定的业务标准,而这种标准是建立在专业化分工的基础上。只有标准化的商业模式,才能不断复制,形成规模经济和范围经济。同时只有专业化,才能形成企业内部的效益。

这些企业的资源配置模式完全面向全世界,根据各国不同的资源配置优势,形成不同的贸易方式和贸易模式。在发展中国家,主要成为这些产品的制造地,在发达国家,主要从事产品定义方面的开发,市场研究。销售则通过全世界的方式。

在服务供应链管理方面,服务业的供应链管理比制造业要复杂,因为制造商货物的标准化程度很高。要进行有效的供应链管理,第一,服务业企业在相当市场条件下有自己知识产权的核心系统,非核心业务交给相应的供应商进行。例如花旗银行本身的IT部门拥有技术上的强大能力,自己开发一些关键的有知识产权的核心系统,将具体编码等外包,包括支持性的核心业务比如信用卡账单处理、欺诈检测,以及属于银行非核心业务的业务,比如与IT相关的部分包括数据中心、网络管理,以及呼叫中心等等。花旗银行的IT部门会主导导入进程,在内部想法产生后,主导需求、流程,而供应商则扮演提供支持和国际化想法的角色。

服务业跨国公司真正对外扩张的主要方式是设立网络性分支机构,这种分支机构有的使用股权控制方式(例如金融保险服务业,专业服务业等),有的则是契约控制方式(例如商贸业)。网络扩张指数是企业提供服务的基础,没有网络,服务无法提供,同时即使有网络,也存在着对网络的控制,这种控制需要有严格的管理制度和管理技术。

20世纪90年代以来,发达国家的网络扩张指数(NSI)快速提高,尽管目前从总体上没有超过制造业跨国公司,但扩展速度特别快,特别是快速进入到发展中国家。

我国服务业企业的网络特征是:(1)实体网络为主,网络的技术程度不高;(2)以国内网络为主,国外网络几乎没有;(3)网络的控制能力不高,在金融业,经常出现重大恶性案件就是其中重要的表现。

三、服务企业的国际化程度

服务业全球化的进程要超过制造业全球化。1990~2004年,国际服务贸易的增长速度超过货物贸易增长速度的二倍以上,服务业FDI增长了4倍,约占70%FDI。由全球性服务引起的技术需求的协同作用和主要发展中国家政策的变化是服务业全球化进程的主要原因。服务业全球化进程之所以特别快,一是全球可贸易的服务无论是低端的业务还是高端的业务,依赖一套规则化技术,这种技术产业之间和产业内部的关联度相对较少,在经济发

展中可以采用跳跃式的发展。二是数字化和集成知识使服务企业比制造业工厂所需的设备相对更少,投入资金也少。

服务业全球化的推动者不仅是服务性跨国公司,还包括制造性跨国公司。2007年财富《全球》500强中,全球最大的500家公司共涉及52个行业,其中28个属于服务行业,占行业总数的53.8%,从事服务业的跨国公司有273家,占54.6%。在这些企业中,销售收入占53.07%,利润占53.53%。服务业跨国公司的特点是:一是成长快,许多跨国服务性公司在20年甚至更短的时间内迅速成长为大型服务性企业。二是专业化分工进一步细化,其中以信息服务业的服务产业细分最快。1987年美国SIC对信息服务业的分类只有4个细分服务业,但到2007年,NAICS定义中的信息服务业包括77个细分服务业。

20世纪90年代以来,服务企业的对外投资迅速增加,其主要原因一是制造业全球化对服务业企业的推动;另一方面是服务业开放以后,全球对服务产品的需求增加,从而服务企业的跨国化程度提高。目前,跨国服务企业的跨国公司国际化指数是相当高的。

国内服务业企业的对外投资相对比较低,截至2004年,中国累计对外直接投资额(存量)448亿美元,2004年中国对外直接投资分别相当于全球对外直接投资(流出)流量、存量的0.9%和0.55%。在对外投资行业结构分布上,制造业的比重最大,为59%,服务业仅为19%,其中批发零售业为11%,交通运输业为3%,商务服务业为5%。在我国进入世界500强最多的行业银行业中,中国银行的国外分支机构相对比较多外,其他也相当少,大型企业的国际化程度相当低。

服务业全球化主要是跨国公司通过跨国购并的方式进行的。跨国公司都把跨国并购作为进入东道国的一种快速而有效的模式,或者作为全球性或区域性重组的工具。例如,银行业一开始就在东道国建立分支机构网络比较少见,在存在这类网络的国家,只要获得允许,它们宁愿收购现有的网络,也不愿意自己建立网络,在基础设施服务领域,如基础电信、电力和供水业,也存在这种情况。

我国服务业企业的收购兼并还刚刚开始,收购总量低,也主要集中在竞争性行业,而且也主要集中在国内。

(作者单位:上海师范大学 上海对外贸易学院)

参考文献:

- [1] 联合国贸易与发展会议.世界投资报告2004:转向服务业[M].北京:中国财政经济出版社,2006.
- [2] 商务部:2004年度中国对外直接投资统计公报<http://big5.mofcom.gov.cn/gate/big5/hzs.mofcom.gov.cn/table/20040909.pdf>
- [3] 上海市经济委员会,上海科学技术情报研究所:《世界服务业重点行业发展动态》,2006-2007,第68-70页.
- [4] 王少群.试论银行信息化业务的外包与独立软件[J].金卡工程,2005,(4).
- [5] C.Fred Bergsten and the Institute for International Economics The United States and the World Economy, PP283-286. Washington, DC :Institute for International Economics,2005.
- [6] Olga Memedovic(2004) Inserting Local Industries into Global Value Chains and Global Production Networks: Opportunities and Challenges for Upgrading with a Focus on Asia, China's rising competitiveness and the phasing out of the Multi-Fibre Arrangements. P10.http://www.unido.org/file-storage/download/?file_id=33079.
- [7] Unctad: World Investment Report 2002 Transnational Corporations and Export Competitiveness http://www.unctad.org/en/docs/wir2002_en.pdf, PP121-123.