

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:吴胜琥,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:吴胜琥,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

外包最显著的特性。

Gartner Group 公司按最终用户与 IT 服务提供商所使用的主要购买方法将 IT 服务市场分为离散式服务和外包(即服务外包)。服务外包又可分为 IT 外包(ITO)和业务流程外包(BPO)。

资料 1-2 Gartner Group 公司简介

Gartner Group 成立于 1979 年,是第一家信息技术研究和分析的公司,总部设在美国康涅狄格州斯坦福市,为有需要的技术用户来提供专门的服务,是全球最具权威的 IT 研究与顾问咨询公司。其研究范围覆盖全部 IT 产业,涉及 IT 的研究、发展、评估、应用、市场等领域,为客户提供客观、公正的论证报告及市场调研报告,协助客户进行市场分析、技术选择、项目论证、投资决策。为决策者在投资风险和管理、营销策略、发展方向等重大问题上提供重要咨询建议,帮助决策者做出正确抉择。多年来,Gartner 公司的研究与咨询服务一直被认为是客观技术思想领导的权威来源。今天,Gartner 公司已经成为一家独立的咨询公司,其服务主要是迎合中型公司的需要。它希望使自己的业务覆盖到 IT 行业的所有领域,让自己成为每一位用户的一站式信息技术服务公司。

资料来源:百度百科,<http://baike.baidu.com/view/1231927.htm>,2010-12-29

IDC 公司认为 IT 服务市场由 3 个子市场构成:IT 外包市场(ITO)、咨询及系统集成市场(C&SI)以及技术产品支持市场(TPS)。其主要业务外包(BPO)市场包括采购、财务会计、培训人力资源、客户服务等业务流程外包服务。IT 外包(ITO)市场和主要业务外包(BPO)市场共同组成了服务外包市场。

资料 1-3 IDC 公司简介

IDC(International Data Company,国际数据公司)是全球著名的信息技术、电信行业和消费科技市场咨询、顾问和活动服务专业提供商。IDC 帮助 IT 专业人士、业务主管和投资机构制订以事实为基础的技术采购决策和业务发展战略。IDC 在全球拥有超过 900 名分析师,具有全球化、区域性和本地化的专业视角,对 90 多个国家的技术发展趋势和业务营销机会进行深入分析。在 IDC 超过 43 年的发展历程中,众多企业客户借助 IDC 的战略分析而达至关键业务目标的成功。

IDC 是首家专门建立以评估、分析研究与深度探讨全球信息科技产业现况的研究调查机构,协助客户获得科技与电子商务趋势的精辟观察与建议,以作为企业规划发展策略时的重要参考依据。至今,IDC 拥有的全球分析师团队,所提供服务项目涵盖针对 500 种以上不同技术与市场的详细分析,并出版包括 500 项以上的各种研究调查报告,以及依据企业需求量身订制多元化的顾问咨询服务合作或世界级研讨会及活动。

IDC 奠基于 4 大核心竞争优势:诚正(integrity)、精准(accuracy)、客户为尊(access)、优秀人才(people)。

IDC 于 1982 年正式在中国设立分支机构,是最早进入中国市场的全球著名市场研究公司。IDC(中国)客户不仅包括全球财富 500 强中多家著名跨国公司,而且包括中

国本土许多行业的知名企业。IDC 通过对信息技术和通信行业的分析和研究,帮助客户制订完善的经营策略。通过一系列严谨的一手数据调研和深入分析,IDC 对全球市场总体趋势进行预测,并提供可靠且权威的分析与建议。

资料来源:MBA 智库百科,<http://wiki.mbalib.com/wiki/IDC%E5%85%AC%E5%8F%B8>, 2011-10-24

毕博管理咨询公司对服务外包的定义是:服务外包是指企业为了将有限资源专注于其核心竞争力,以信息技术为依托,利用外部专业服务商的知识劳动力,来完成原来由企业内部完成的工作,从而达到降低成本、提高效率、提升企业对市场环境迅速应变能力并优化企业核心竞争力的一种服务模式。

资料 1-4 毕博管理咨询公司简介

毕博(Bearing Point)管理咨询公司是世界上最大的商业咨询、系统集成和管理外包服务提供商之一。其总部设在美国弗吉尼亚州麦肯林市,于 2001 年 2 月 8 日在美国纳斯达克上市,2002 年 10 月 3 日转至纽约证券交易所交易。毕博管理咨询公司在公共和私人领域为全球 2 500 余家客户提供服务,其中包括 430 家《财富》杂志前 1 000 强企业和 72 家《财富》杂志前 100 强企业;在全球 40 个国家和地区有 17 000 余名咨询顾问,平均拥有超过 12 年的行业经验。毕博管理咨询于 2001 年 8 月正式进入中国市场,公司总部位于上海,在北京、广州和大连设有分公司。

毕博公司为全球众多企业和政府组织提供战略咨询、应用服务、技术解决方案及管理外包服务,帮助客户发现关键任务问题、实施创新和量身定做的解决方案,帮助其实现业务增长、降低成本,并且在正确的时间得到正确的信息,最终实现目标。

资料来源:百度百科,<http://baike.baidu.com/view/1231927.htm>,2012-02-10

三、服务外包的分类

外包可以分为制造业外包(生产外包或生产加工外包)和服务外包。服务外包按照不同的标准,可以进行不同的分类。

(一) 按标的性质分类

1. IT 外包

IT 外包(Information Technology Outsourcing, ITO)是指组织为了专注于自己的核心业务,将全部或部分 IT 工作外包给第三方(即服务外包提供商)来完成。ITO 涉及基础信息技术服务外包、信息系统操作服务外包和信息系统应用服务外包 3 大方面内容。

(1) 基础信息技术服务外包

组织将基础信息技术的研发和服务等外包,包括信息技术研发外包、软件开发设计外包和基础信息技术管理平台整合外包等。

(2) 信息系统操作服务外包

组织将系统具体操作外包,包括信息系统集成外包、网络管理外包、桌面管理外包、应用程序开发外包与维护服务外包等。

(3) 信息系统应用服务外包

组织将应用系统的设计、开发和维护等工作外包,包括承接组织信息工程、应用服务系统开发与运营外包、地理信息系统外包、远程维护外包等。

2. 业务流程外包

业务流程外包(Business Process Outsourcing, BPO),是指将企业内部管理、业务运作和供应链管理等一些重复性的非核心业务或者核心业务流程委托给第三方机构,按照一整套定义好的规范来拥有、管理和运作整个业务流程。

在服务外包行业发达的印度,仅在 2008 年,全球计算机用户电话服务中心领域就为印度提供了多达 200 多亿美元的收入和 110 万个工作岗位。发展 BPO 是中国争取服务外包国际市场地位的重要手段。

BPO 市场前景十分广阔,随着国内银行、证券、保险、商业、旅游、电信等服务领域的发展和产业升级,国内市场的进一步开放,业务流程外包趋势明显,且中国国内市场需求也日益广阔。

BPO 虽然兴起较晚,但市场增长迅速。据统计,全球 BPO 市场复合年均增长率将超过 15%,高于整体服务外包市场的 13%;中国 BPO 市场复合年均增长率将超过 40%。BPO 业务广泛覆盖金融、电信、政府、医疗保健、航空、制造业等行业,主要包括销售服务外包、人力资源管理外包、物流外包、财务管理外包、金融外包、呼叫中心外包、资产管理外包与行政管理外包。

3. 知识流程外包

知识流程外包(Knowledge Process Outsourcing, KPO),是业务流程外包的高智能延续,是 BPO 最高端的一个类别。一般来说,KPO 是指将公司内部具体的业务承包给外部专门的服务提供商。KPO 的中心任务是以业务专长而非流程专长为客户创造价值。由此,KPO 将业务流程外包,更甚者整个外包产业推向更高层次的发展,更多地寻求先进的分析与技术技能,以及果断的判断。KPO 更加集中在高度复杂的流程,这些流程需要有广泛教育背景和丰富工作经验的专家们完成。工作的执行,要求专家们对某一特殊领域、技术、行业或专业具有精准、高级的知识。表 1-1 是按服务外包的标的性质对服务外包进行的分类。

表 1-1 服务外包的分类

类 别	内 容	
信息技术外包 (ITO)	基础信息技术服务	承接技术研发、软件开发设计、基础技术或基础管理平台整合或管理整合等
	信息系统操作服务	银行数据、信用卡数据、各类保险数据、保险理赔数据
	信息系统应用服务	信息工程及流程设计、管理信息系统服务、远程维护等

续表

类 别	内 容	
业务流程外包 (BPO)	企业内部管理服务	为客户企业提供企业各类内部管理服务,包括后勤服务、人力资源服务、工资福利服务、会计服务、财务中心、数据中心及其他内部管理服务等
	企业业务运作服务	为客户企业提供技术研发服务、销售及批发服务、产品售后服务(售后电话指导、维修服务)及其他业务流程环节的服务等
	供应链管理 服务	为客户企业提供采购、运输、仓库/库存整体方案服务等
知识流程外包 (KPO)	研究类	商业研究/商务智能(分类市场研究、市场规模、竞争策划、商业计划起草、创新鉴定等),市场研究(电话调查、网上调查、客户满意度研究、品牌研究、消费者倾向研究、消费者调查等),股票、金融及保险研究
	分析类	数据分析、财务分析、风险分析及数据挖掘等服务
	其他	销售流程外包(SPO),法律流程外包(LPO),工程及设计服务,设计、动画、模拟化服务,人力资源研究及支持,决策支持系统(DSS)

(二) 按地域分类

根据服务外包的发包方和接包方所在地域不同,可分为在岸外包(onshore)和离岸外包(offshore)。

1. 在岸外包

在岸外包是指转移方与承接方来自一个国家和地区,外包工作在国内或地区内完成。

2. 离岸外包

离岸外包是指转移方与承接方来自不同国家或地区,承接来自国外的(地区外的)或者外包给国外(地区外)的外包活动。由于全球通信网络的迅猛发展和完善以及全球经济发展的差异,发达国家将业务转移到劳动力价格低廉的海外地区可以大大降低成本。因此,目前的服务外包大多数采用离岸外包的方式。

(1) 近岸外包

如果对离岸外包进行细分,还可以分出近岸外包(nearshoring)。近岸外包是指接包方和发包方来自两个邻接国(地区),这种离岸外包形式主要强调发包方和接包方由于地域上的临近,在历史、文化、语言甚至政治背景上都十分接近,外包的沟通成本较低,有利于服务外包业务的顺利完成。这种分类方式主要强调的是发包方、接包方所处的地理位置。

(2) 离岸外包的接包国

离岸服务外包必须与一个本国以外的服务供应商签订外包合同,这样的公司一般会选在工资水平比发包国低的国家中。当然,除了人力资源成本的考虑以外,还会考虑到接包国政治环境、文化、语言、经济发展水平、员工福利、基础设施建设等因素。

离岸服务外包的形式在 20 世纪 90 年代中期和后期高速增长,引起了像印度等国 IT 业经济的繁荣,也使许多其他国家开始考虑把低成本的资源作为吸引美国和欧洲客户服务外包发包的优势。

资料 1-5 离岸外包快速发展的 4 个主要驱动因素

- (1) 发包国国内艰难的经济环境,使发包国的商业急需大量节省成本。
- (2) 通信成本的大幅度降低和互联网影响力的逐渐扩大。
- (3) 供应商能力的提高。
- (4) 先导者成功得到了丰厚的回报,如 GE(通用电气)公司。

资料来源:百度百科, <http://baike.baidu.com>, 2011-12-11

(3) 离岸外包的发展趋势

① 承接国和发包国的双赢模式

离岸外包对服务外包发包国而言,能够降低企业成本,控制发展风险,提高企业效益,并最终提升本国的产业层次,优化产业结构,增强综合经济竞争力。对服务外包承接国,离岸服务外包可以提升经济实力和科技创新力,优化产业格局、进出口结构,增加就业,吸引更多国际投资从事本国服务业,推动国内服务业的全面提升和发展,促使服务业与国际接轨。

② 正在进入快速发展的机遇期

在全球金融危机的冲击下,为了降低企业成本、控制发展风险、提升创新力和竞争力,大型跨国公司纷纷采取外包来实现企业效率的提高,使服务外包市场规模得到进一步的扩展。同时,随着世界经济进一步向绿色、新兴科技、扁平化发展,凭借节能环保、低投入、高产出的特点,服务外包行业正在成为重要的战略性新兴产业,成为世界各国未来发展的重要领域,成为世界经济发展的重要趋势。

③ 多元化发展已十分明显

目前,全球服务外包市场处于“三足鼎立”的局面,ITO 仍占有决定性优势,BPO 和 KPO 凭借科技含量较高、涉及领域众多等特点,正逐步成为服务外包产业的重点和新的发展方向。这种产业发展格局导致全球服务外包市场呈现出多元发展的态势。

(三) 按承接方分类

根据承接方的类型,服务外包可以分为隶属专一型承接方、隶属服务型承接方、独立专业型承接方和独立综合型承接方。

隶属专一型承接方隶属于发包商,是发包商内部或独资的服务中心,如 GE 公司、英国航空等在印度、爱尔兰、菲律宾建立离岸服务外包中心。这些离岸的服务外包中心只在海外为自己的发包商提供服务。

隶属服务型承接方与隶属专一型承接方相比,虽然隶属于母公司,但不仅仅为母公司服务,同时也利用其某个行业领域的专业性为其他发包商提供服务。目前,各行各业一些大发包商的子公司,充分利用其领域专业知识和母公司的品牌效应,为相关行业提供专业服务。例如,Sabre 公司从事航空订票业务,First Data 公司从事信用卡处理业务等。

独立专业型承接方,又叫“专业服务提供商”,其作为第三方专注某个流程为全球范围内需要服务的发包商提供非常专业、可靠的服务。在非核心、非关键性业务方面,对多个