

<<制造业发展与服务创新>>

图书基本信息

书名：<<制造业发展与服务创新>>

13位ISBN编号：9787030229397

10位ISBN编号：7030229398

出版时间：2008-12

出版时间：科学出版社

作者：蔺雷，吴贵生 著

页数：186

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<制造业发展与服务创新>>

前言

从20世纪60年代开始,以美国为代表的发达国家,产业结构相继发生革命性变化,陆续进入以服务经济为主导的产业结构时代。

继美国之后,英国在20世纪80年代中期、德国在20世纪80年代末、日本在20世纪90年代初相继实现向服务型经济的转型,服务业增加值占GDP的比重超过60%。

由此,发达国家已完全确立了服务经济背景下的产业结构,如OECD的30个成员国中,服务业增加值占GDP的比重均达到70%以上。

尤其是到了20世纪90年代,在经济全球化和信息化浪潮推动下,全球产业结构开始从“工业型经济”向“服务型经济”转型,全球服务业增加值占全球GDP的比重由1990年的61%,提高到2004年的68%。

在发达国家的引领下,发展中国家也普遍进入服务业加快发展的时期。

据世界银行统计,中等收入国家的服务业增加值占GDP的比重从1990年的45%提高到2005年的56%,部分新兴工业化国家已实现或接近实现向服务经济的转型。

如韩国服务业增加值比重从1990年的50%提高到2004年的62%,俄罗斯从1990年的35%提高到2004年的60%,捷克从1990年的45%提高到2004年的59%,匈牙利从1990年的46%提高到2004年的66%,南非从1990年的55%提高到2004年的65%,土耳其从1990年的52%提高到2004年的65%,印度也从1990年的41%提高到2004年的52%。

近年来,尽管中国的服务业也得到一定程度的发展,但与整个经济发展相比较,却呈现出负增长的趋势,服务业增加值占GDP的比重从2002年的41.7%下降到2006年的39.9%,不但远远落后于发达国家,也落后于印度、南非等发展中国家。

国际经济发展的经验表明,服务业在整个经济中的比重与经济发展水平密切相关,并随着人均GDP水平的提高而上升。

当人均GDP超过3000美元后,第三产业将成为主导产业并持续上升。

在中国,不少地区和城市的人均GDP已达到甚至超过这一水平。

例如,2004年长江三角洲地区实现生产总值28775亿元,人均GDP达到4247美元,突破4000美元大关,步入中等收入国家水平。

然而,至2006年,“长三角”地区16个城市服务业增加值占GDP的比重仅为41.3%。

这一数据表明,中国的服务业发展水平和三次产业结构滞后于中国经济的发展水平,成为经济发展中的一条短腿,开始严重制约中国经济的平稳、协调、可持续发展。

<<制造业发展与服务创新>>

内容概要

制造与服务之间出现了明显的融合、相互增强的新趋势，服务在制造企业中发挥了越来越重要的作用，制造企业的服务创新已成为国内外研究的热点。

本书是一部专门针对制造企业服务创新中的服务增强进行研究的学术著作。

本书定位在企业层面，在系统归纳国内外研究成果的基础上，界定了制造企业服务增强的概念，并通过理论与实证研究，揭示了制造企业服务增强的差异化和要素替代的内在机理，总结了制造企业服务增强的基本模式，阐述了制造企业服务增强战略的分析框架以及实施中的能力要求、过程管理和要素管理，提出了管理启示与对策建议。

本书紧密结合国内制造企业服务增强的现状，理论研究与实证研究并重，内容系统、完整，逻辑性强

。

本书适合制造业研究人员、工商管理类研究生、政府行业主管人员和企业中高层管理人员阅读。

<<制造业发展与服务创新>>

作者简介

蔺雷，理学学士、硕士，管理学博士。

目前在清华大学经济管理学院、教育部人文社会科学重点研究基地——清华大学技术创新研究中心从事博士后研究工作。

研究兴趣为服务创新、服务管理、技术创新、项目投融资评价。

近年来在国内重点核心期刊上发表学术论文20余篇，出版服务创新与服务管理方面的专著4部、译著2部、合著3部。

主持1项中国博士后基金项目、2项省部级课题，主研1项国家自然科学基金项目，参与完成国家发展和改革委员会、科技部、教育部等部委重大课题8项。

担任科技部中小企业创新基金评审专家，国内管理类重点期刊《科研管理》、《科学学研究》审稿人。

为国内多家大中型企业做过服务创新和服务管理类咨询项目。

荣获2004年度“小林实中国经济学优秀论文奖”。

<<制造业发展与服务创新>>

书籍目录

《服务创新系列丛书》序前言第一章 绪论 第一节 制造企业服务增强研究回顾 一、制造企业服务创新与服务增强的关系 二、研究起源 三、研究视角 第二节 制造企业服务增强的概念 一、现有服务增强概念研究回顾 二、产品层次模型、服务概念与产品质量 三、服务增强概念的界定 第三节 制造企业服务增强研究的内容框架第二章 理论研究：服务增强制造企业的竞争机理 第一节 差异化机理 一、产品差异化研究回顾 二、服务差异化博弈模型的构建与求解 第二节 要素替代机理 一、生产函数与要素替代原理 二、模型构建及求解第三章 实证研究：机理的检验 第一节 实证模型构建与数据收集 一、实证模型构建 二、数据收集 第二节 实证模型检验与结果讨论 一、概念变量的测量与检验 二、服务质量差异化实证模型检验 三、要素替代实证模型检验第四章 模式研究：功能实施与整合模式 第一节 制造企业服务增强的功能模式 一、质量增强模式 二、功能外包模式 三、价值衍生模式 四、功能模式的特征 第二节 制造企业服务增强的实施模式 一、实施主体模式 二、实施对象模式 三、实施阶段模式 第三节 制造企业服务增强的整合模式 一、下游整合模式 二、要素整合模式第五章 战略研究：战略制定与战略实施 第一节 制造企业服务增强战略的框架 一、战略分析框架 二、战略定位与特征 第二节 战略实施的能力要求 第三节 战略实施的过程与要素管理 一、战略实施的过程 二、战略实施的组织 三、战略实施的评价第六章 案例研究 案例一 陕鼓集团的服务价值创造 一、案例研究概述 二、内外部环境分析 三、陕鼓的战略转型：从“制造”到“服务组合” 四、战略转型的效果 一五、案例评述 案例二 海尔的服务增强战略 一、案例研究概述 二、案例研究主体 三、服务增强战略的升级：海尔家居集成服务模式 四、案例评述 案例三 天奇股份基于价值链延伸的服务增强战略 一、案例研究路径。 二、天奇的服务增强战略 三、服务增强战略的实施 四、案例评述 案例四 华为OEM产品的国际化服务战略 一、案例研究概况 二、案例背景：华为全球OEM服务 三、华为OEM服务支持体系和成本分析 四、华为全球OEM服务的创新路径 五、华为OEM服务创新的实施 六、华为全球OEM服务创新效益分析 案例五 由制造商向服务商的转型——施乐与IBM 一、施乐公司：由硬件制造商向文档复印服务商的转变 二、IBM由制造商向高端IT服务商的转型第七章 管理启示与对策建议 第一节 服务增强制造业的意义 一、制造业提升竞争力的重要途径 二、拓展服务业发展空间 三、有助于建设新型工业化、实现制造业发展模式的转型 四、服务增强带来的挑战 第二节 制造业服务增强的管理启示 一、中国制造业服务增强的现状 二、管理启示 第三节 制造业服务增强的对策建议主要参考文献附录 调查问卷

<<制造业发展与服务创新>>

章节摘录

第一章 绪论 本章在系统回顾国内外制造企业服务增强研究的基础上，界定制造企业服务增强的概念，并提出制造企业服务增强的研究框架。

第一节 制造企业服务增强研究回顾 一、制造企业服务创新与服务增强的关系 本研究的大框架是制造业的服务创新研究，这是一个内容丰富的研究范畴。要对此展开理论和实证研究，必须要有恰当的落脚点。

服务增强制造企业是制造业服务创新研究中的一个重要组成部分。

服务增强主要从“结果”指出服务创新对制造企业的独特作用。

本研究正是以服务增强为线索，探讨服务创新在制造企业中发挥作用的内在机理、基本模式以及相关战略的制定和实施。

其中，对内在机理的研究是从理论层面揭示服务创新在制造企业中的作用机制，对服务增强模式和战略的研究是从实践层面总结服务创新在制造企业中的作用方式和具体实施。

因此，本研究的研究既能在一定程度上体现制造企业服务创新在理论上的一般性，又能初步探索制造企业服务创新的具体实施，为后续的深入研究奠定坚实的基础。

需要说明的是，“服务增强”一词来自英文“service—enhancement”，读者在阅读时，宜将其理解为名词结构而非动词结构，它用来描述服务对制造企业影响的结果状态。

综上所述，本研究对服务增强机理、模式与战略的研究是具有先导作用的制造企业服务创新研究的重要组成部分、书中的相关术语也都通过“服务增强”来表达。

二、研究起源 制造企业服务增强的研究源于中外学者对服务在制造业中动态地位演变的考察，它体现在微观和宏观两个层面。

<<制造业发展与服务创新>>

编辑推荐

《制造业发展与服务创新：机理模式与战略》在战略管理和服务创新管理的框架内，对制造企业服务增强的概念、框架、机理、模式、战略和对策展开了理论和实证层面的研究。

全书共七章。

《制造业发展与服务创新：机理模式与战略》在服务创新领域内提出了制造业服务增强的研究框架，对制造业服务增强的内涵、机理、模式与战略展开了系统的理论与实证研究，并提出了管理启示与政策建议。

这在国内同领域研究中具有一定的领先性。

《制造业发展与服务创新：机理模式与战略》不仅从理论层面剖析了制造业服务创新的机理，而且进行了针对国内制造企业的大样本统计研究以及国内外典型企业的案例研究，内容较为饱满。

<<制造业发展与服务创新>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>