

《中国制造业服务化》

图书基本信息

书名：《中国制造业服务化》

13位ISBN编号：9787302270362

10位ISBN编号：7302270368

出版时间：2012-1

出版社：清华大学出版社

页数：154

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《中国制造业服务化》

内容概要

《中国制造业服务化:理论、路径及其社会影响》不但清晰地描述了服务型制造的表象，更从历史的角度阐述了这一模式的重要意义，也从理论上对其给予了社会制度的解释，并通过实证研究证实了这一模式对中国制造业的积极作用。此外，作为社会经济结构的基本变革，制造业服务化对整个社会都将产生深远影响。《中国制造业服务化:理论、路径及其社会影响》揭示了这一变革对社会治理的影响，认为制造业服务化必将推动政治民主化和社会善治的实现。《中国制造业服务化:理论、路径及其社会影响》具有学术性与可读性，既适合制造领域的专家阅读，也适合一般社会学科的学者参考，对于关注经济发展、产业变革、政治进步等领域的读者，《中国制造业服务化:理论、路径及其社会影响》同样会有所启发。

书籍目录

第1章 绪论

- 1.1问题的提出——中国制造的转型与服务型制造
- 1.2制造业服务化——一个有效的路径
- 1.3章节安排

第一部分 理论篇

第2章 服务的相关概念及西方的研究

- 2.1什么是服务
 - 2.1.1服务是一种行为
 - 2.1.2服务是一种经济活动
 - 2.1.3服务是一个被独立统计的经济部门
 - 2.1.4延伸意义的服务概念
 - 2.1.5本书所指的服务概念——服务型制造中的服务
- 2.2服务业的分类
- 2.3服务研究的演进
 - 2.3.1第一阶段(20世纪前)——古典时期
 - 2.3.2第二阶段(20世纪三四十年代)——服务业的确立时期
 - 2.3.3第三阶段(20世纪60年代后)——服务的多元化时期
 - 2.3.4第四阶段(进入21世纪)——服务业的大发展时期
- 2.4服务经济的趋势
- 2.5服务经济下的制造业转型
- 2.6小结——西方服务研究的脉络

第3章 制造还是服务——中国学术界对产业优先序的争论

- 3.1中国产业结构的变迁——30年的经历和解释
 - 3.1.1中国的产业结构变迁的基本历程
 - 3.1.2中国服务业的发展
 - 3.1.3过去产业结构变迁的解释
- 3.2中国学术界对制造与服务关系的争论
 - 3.2.1服务还是制造的三次大讨论
 - 3.2.2历次大讨论的特点
 - 3.2.3历次大讨论的启示
 - 3.2.4国内学术界服务经济观点的演变
- 3.3服务还是制造——当前主要的观点争论和探讨
- 3.4对两种观点的探讨和辨析——服务落后论是一种误区
- 3.5反思——重新看待制造业与服务业的关系
- 3.6小结

第4章 产业结构升级与制造业的服务转型

- 4.1制造向服务变迁的经济史模型
- 4.2世界主要发达国家制造业向服务转型的历史和国家实力的变迁
 - 4.2.1世界历史上的典型强国制造业向服务业的变迁
 - 4.2.2主要发达国家历史经验的启示
- 4.3从世界历史经验看中国需要保持强大的制造能力
- 4.4保持制造能力的措施——三条道路及其比较
- 4.5中国制造的服务创新和服务型制造的提出
- 4.6小结

第5章 什么是服务型制造?——服务型制造的概念体系

- 5.1服务型制造提出的背景
 - 5.1.1时代背景——经济转型、消费变化和技术进步

- 5.1.2产业背景——制造业与服务业的融合
- 5.1.3历史背景——新的生产方式的提出与中国的历史机遇
- 5.2服务型制造的概念
 - 5.2.1服务型制造的概念演化
 - 5.2.2服务型制造的核心概念
 - 5.2.3月良务型制造的语义解释
- 5.3服务型制造概念的研究领域
 - 5.3.1服务型制造所产生的新问题
 - 5.3.2月良务型制造的研究体系和层次
 - 5.3.3服务型制造的主要研究层面
 - 5.3.4服务型制造研究的学科定位
- 5.4小结

第6章 服务型制造运作上的新特点和理论解释

- 6.1服务型制造运作的特点
 - 6.1.1服务型制造与传统制造业运作上的差异
 - 6.1.2制造网络中不同服务业的整合方式
- 6.2服务型制造产业组织形态的解释——基于交易成本理论
 - 6.2.1交易成本理论
 - 6.2.2服务型制造的产生与交易成本
 - 6.2.3交易成本的降低导致企业形态和企业间关系的异仕
 - 6.2.4交易成本降低导致企业与消费者关系的异化
- 6.3基于交易成本理论对服务型制造发展战略的启示
- 6.4小结

第二部分 实证篇

第7章 服务与制造融合对增强制造业能力的验证

- 7.1服务与制造融合的度量——投入产出方法的应用
 - 7.1.1投入产出方法
 - 7.1.2中国制造业与月良务业之间的融合趋势
- 7.2服务与制造融合对制造业规模和绩效提升的验证
 - 7.2.1对制造业规模提升效果的测量
 - 7.2.2对制造业绩提升效果的测量
- 7.3小结

第三部分 战略篇

第8章 服务型制造的发展战略

- 8.1服务经济下发展服务型制造的意义
- 8.2中国制造企业实施月良务型制造转型的战略
 - 8.2.1制造企业中且良务型制造的变革内容
 - 8.2.2企业开展月良务型制造的步骤和阶段
- 8.3产业层面的服务型制造转型——以山寨机产业为例
 - 8.3.1山寨机与服务型制造
 - 8.3.2服务型制造与政府管制——基于山寨机产业的发展
 - 8.3.3中国服务型制造的产业层面发展方向和努力
- 8.4小结

第四部分 开放式的讨论

第9章 经济服务化的社会和政治影响——一个开放式的讨论

- 9.1服务不仅仅是经济——经济发展与社会改变
- 9.2经济服务化的社会和政治影响——文献回顾
 - 9.2.1异质的服务经济中的共同特征
 - 9.2.2资本流动性和政治民主化

9.3从经济服务化到政治民主化

9.3.1经济服务化、资产流动性和政治民主化

9.3.2一个统一的模型

9.4经济服务化对中国社会政治的影响

9.4.1促进地方政府之间的竞争和向实现区域治理的善治

9.4.2自底向上地增加政治参与度和促进增量民主的实现

9.4.3国家层面的政府努力

9.5基本的结论

第10章 结论与展望

10.1结论

10.2展望

参考文献

章节摘录

第一类，财务、保险和房地产。包括商务和投资银行，各类型的服务业以及商务和居民房地产开发。第二类，商务服务。包括法律服务、广告、制造和设计、公共关系、会计、研发和咨询。第三类，交通和通信服务。包括电子媒体、运输、铁路、航空以及本地的运输（如大巴、出租车服务等）。第四类，批发和零售服务。类似的产业也包括餐饮业、个人服务以及维修和维护服务。第五类，娱乐、宾馆以及旅游业。第六类，不同层面的政府服务。包括公共服务、国防服务以及教育、医疗、警察、消防。第七类，非营利性服务。包括慈善团体、教会、博物馆以及私人的非营利的健康护理组织。

5) Fahrnich和Meiren的分类法 在2007年的会议论文集（SpathandFahrnich, 2007）中，Fahrnich和Meiren根据其在1999年发表的德文论文，从服务业与客户联系的密切性（contactintensity）和其服务多样性（variety）两个维度将服务业划分为4大类，分别是聚焦于客户的服务业（密切度高，多样性低，如呼叫中心、零售业），聚焦于知识的服务业（密切度高，多样性高，如咨询、市场研究），聚焦于过程的服务业（密切性低，多样性低如自动化洗车、在线银行）和聚焦于柔性的服务业（密切性低，多样性高，如生命保险、IT外包等）。从以上列举的一些典型的分类方法可以看出，当代服务研究的一个重要的特征就是否定了由费舍尔和克拉克提出的一元的简单化的服务观，而把服务看做是一个极为不同的异质性的群体。正因为如此，不同的学者才从不同的角度提出了对服务业的不同的分类方法。

2.对不同国家和不同的具体服务部门的研究 当代西方服务业研究的第二个主要特点是更加强调对不同国家和不同的服务部门的具体研究。由于在基本的观念上否定了服务业是一种高度同质性的经济部门，以及否定了在从农业向服务业演化的过程中各个国家都具有趋同的演化模式，因此，当代的服务研究更强调对具体的服务部门在具体的国家内的研究。根据研究出发点和所探求的目的性不同，这些研究还可以分为两种：其一是为了在不同的部门和国家中探求异同点的跨国和跨部门的比较性研究；其二是只针对某一个国家内具体行业的单纯分析。虽然这两种分析方法看起来差异不大，但是其内在所蕴含的研究出发点和哲学前提是有所不同的。下面对此具体进行分析。……

《中国制造业服务化》

精彩短评

1、了解服务型制造，了解经济服务化的理念与实践，学习一下这方面的知识。

1、工信部近日出台了《发展服务型制造专项行动指南》（20160712），要求各省工业和信息化主管部门抓紧贯彻落实。部委文件洋洋洒洒上万字，地方要出台实施方案却没有那么容易，需要在对地方服务型制造发展状况及服务型制造基本概念、运作机理、相关案例等有充分了解的基础上，制定切实可行的政策措施。何哲博士的《中国制造业服务化理论、路径及其社会影响》深入浅出，同时具有学术性和可读性，对于非经济专业的学生来说也一样容易阅读，十分适合地方工业经济主管部门工作人员。本书共分为理论篇、实证篇、战略篇及开放讨论等四个部分。首先在理论部分，本书从对东西方的服务研究和对服务活动思想上的演变历程回顾入手，发现东西方的服务研究都经历了从否定到肯定、从简单到复杂、从教条到多样的历程。继而，本书从经济史的角度，进行了产业结构从采集向农业继而向制造业和服务业转型的经济学的理论分析，认为经济从制造向服务的转移实质上是受着个人追求利润最大化、产业部门间的效率差异和边际规模递减的三个基本的围观及指导制约下所产生的自然的经济演化过程。但是这个过程自然而然地对国家实力有所削弱。因此，一个大国必须要保持相当的制造能力。服务型制造是制造业的服务创新的最终形式，服务型制造是面向服务的制造和基于制造的服务的有机结合，是新的经济组织方式和生产模式。本书基于交易成本理论，剖析了服务型制造体系的演化实质上是由于社会交易成本的下降，以及企业内外部交易成本各自下降速度的不同和交易成本在时空范围内的异化的分布所引发的多样性的社会经济组织的自然演化。基于此，本书提出，对于发展服务型制造而言，一个基本的策略应该是力图通过各种手段降低全社会的交易成本。在实证部分，本书通过投入产出模型证实了制造部门与服务部门之间日益增加的联系以及这种联系对制造业部门的运作效率提高的积极作用。最后在开放讨论部分，本书将对服务发展的影响拓展到了社会和政治领域，通过资本流动性理论和对社会中新的知识阶层的兴起的分析，认为服务经济的发展将加大资产在区域间的流动，从而激发地方政府之间的良性的制度竞争，加之新的知识阶层的兴起，将自底向上地增进政治参与度，最终实现区域的“善治”。从国家的角度，应该力图消除地方保护主义，促进经济的流动和进一步激发区域间的良性竞争。

章节试读

1、《中国制造业服务化》的笔记-第130页

降低产业交易成本有很多种渠道。从技术角度说，新的通信、生产、管理技术都会有效降低生产者与消费者交互的成本。从政府角度，建立产业的标准、降低进入门槛、降低国家内部的物流通信成本、建立第三方服务平台等都可以有效地降低产业的交易成本。从管理角度，企业自己完善管理渠道、利用新的组织形态和营销手段也可以有效地降低与消费者和企业内部的交易成本。从而使服务与制造密切地连接起来。这就是推进服务型制造的关键。

2、《中国制造业服务化》的笔记-第9页

延伸的服务的概念具有一个基本的新观点：即服务无所不在，既不是一个新的经济形态，也不是一个崭新的概念，服务活动贯穿与人类经济发展的始终，过去、现在、未来都一直在各个具体的经济活动中存在，它既不能被彻底地从概念上分离，也不能在经济运行中独立存在。

3、《中国制造业服务化》的笔记-第136页

资本流动性指的是一个国家资本构成中易于移动的资本所占的全部资本的比率以及由此而衍生的资本越过国家边境的能力（Pauly, 1995）。相应地，资本流动性也反映了资产所有者隐藏资产或者逃过政府没收其资产的能力。

4、《中国制造业服务化》的笔记-第88页

传统的供应链的模式是由于社会交易成本的高昂导致的市场交易失灵后企业不得不通过内部整合和外部控制的方式降低生产服务过程中的交易成本的一种组织形式。然而，在整个社会交易成本都较高的情况下，企业内部的任何交易成本的降低的努力都是有限度的，而内部的交易成本会随着规模的增长而非线性地增长。这也导致了传统供应链体系效率的损失和限制了其对消费者产品和服务提供能力的进一步拓展。

5、《中国制造业服务化》的笔记-第24页

Quah（1999）比较了制造业与服务业的异同，他认为，整体的经济发展正在转为越来越“轻量化”的经济形态，而这一经济形态主要是由知识的生产构成的，而知识的生产主要是被版权和商标而不是专利所保护的。制造业主导的经济是一个专利时代，而服务业的经济是一个版权时代。

6、《中国制造业服务化》的笔记-第84页

科斯，1937，《公司的性质》：公司的存在是由于平衡内外部用于交易的成本的大小，而公司的边界总是拓展到通过组织内部的交易成本与通过外部市场的交易成本刚好相等的位置。

科斯，1960，《社会成本问题》：当交易成本不存在的时候，无论哪种制度安排，最终的经济效益都是相同的。反过来，正式由于交易成本的存在使得制度的存在有了意义。

7、《中国制造业服务化》的笔记-第33页

除宏观原因外，中国制造业在发展速度上快于服务业的另一个原因是在微观上政策上缺乏有效的激励机制。……任何经济的发展和方向的引导都必须从微观单元的边际效益入手加以引导而不能简单地通过行政命令等方式实现。

8、《中国制造业服务化》的笔记-第57页

两个基本相互抵触的事实：1.制造业与国家的实力息息相关特别是关系到一个国家在国际舞台的定位和整体竞争能力；2.伴随着制造业的发展，制造业总是趋向于自我削弱的，要么向服务业转型，要么向其他国家转移，也就是樊纲所说的制造业空心化的问题（2003）。

这就产生一个基本问题：基于制造业对国家经济的重要性，为了维持一个国家的基本竞争实力，应该通过何种手段来实现一个国家制造能力的保持？

9、《中国制造业服务化》的笔记-第22页

“服务业不仅仅是经济”。服务业的发展实际上带来的是人类社会生产生活方式和组织结构的变革。因此，服务不仅是一种经济，而且是一种关乎与社会、政治、文化等包含多个领域的综合的研究范畴。

10、《中国制造业服务化》的笔记-第126页

服务型制造产生条件：

- 1.国际化的消费特征的转变和服务化浪潮。
- 2.完善和成熟的产业技术。
- 3.强大的市场动力。
- 4.核心企业的推动。
- 5.完善的第三方服务机构。
- 6.完善的信息系统和技术。
- 7.宽松的政府管制和引导。

11、《中国制造业服务化》的笔记-第8页

20世纪三四十年代，费舍尔和克拉克将服务业从其他产业中划分出来，进行独立统计。根据他们的统计结果发现，经济的发展是由第一产业（农业）向第二产业（制造业）然后向第三产业（服务业）的转化过程，这就是著名的费舍尔-克拉克定律。

（该定律后世学者有质疑）

p46

服务业并不是一种更高级、更新的产业，而是一种贯穿于经济全过程的活动。其次，从国家与国家之间的发展数据显示，并不存在一种单纯的从农业向制造业再向服务业转型的线性模型，而是存在着多条路径。因此，更多的服务业份额，并不意味着更为先进的经济形态。中国相对较低的服务部门份额不能说明中国经济整体的结构滞后。

12、《中国制造业服务化》的笔记-第85页

诺斯：1.通过对历史上交易成本的变迁考察了制度和产权的形成，并认为随着经济的发展，交易费用呈现单个下降趋势并成为促进经济增长的关键（1987）；2.将交易费用理论应在政治学领域，用以解释政治制度的演化（1990）。

13、《中国制造业服务化》的笔记-第75页

《中国制造业服务化》

服务型制造在不同的产业和不同的区域有着不同的表现形式和特定的适应范围。如在电子消费领域和大型装备制造领域所表现的服务型制造就具有截然不同的特征与形式。又如在东部等制造业发达地区和西部等仍然需要大力发展传统制造业的地区，服务型制造的开展也有着不同的形式和方法。

服务型制造最终是由微观的企业节点来实现，因此，企业层面研究应该成为服务型制造研究的主要方面。

在以上的每个层面，都可以按理论-方法-技术三个角度来进行划分：理论主要解决“是什么”、“为什么”，方法主要解决“怎么办”，技术主要解决“怎么实现”、“怎么操作”的问题。

服务型制造处于多种学科的交叉位置。经济学主要解决服务型制造的产生和发展的理论问题。心理学主要解决服务型制造运作过程中人的问题，如客户的需求感知、社会群体消费心理的追踪与定位等。信息科学主要解决服务型制造实施过程中的信息支撑问题，如企业间和企业与客户间的信息协作。管理学主要解决服务型制造实施过程中的操作和执行问题。

14、《中国制造业服务化》的笔记-第2页

世界范围内经济发展的总体趋势可以归结为两个：全球化和服务化。这两者互为因果，互相促进。一方面，服务化是全球化的内在动力，全球化是发达国家经济服务化的结果；另一方面，全球化也为发达国家产业链升级和扩张提供了转型的基础，也进一步促进发达国家经济的服务化。

15、《中国制造业服务化》的笔记-第3页

服务型制造是两方面的，一方面制造业在服务化，另一方面服务业也在制造化。因此，制造与服务活动，制造业与服务业正在走向实质的融合。

16、《中国制造业服务化》的笔记-第1页

一旦当所依赖的制造业比较优势消失，中国制造的发展就将面临着不可持续的危​​险，继而影响到整个中国经济的发展。这种危险集中表现在两个方面：一是人口红利消失后大量劳动密集型的传统制造业的增长将不可持续；二是能源和资源的不可持续导致相关的重工业的发展将不可持续。因而，总体来说，未来十年是中国制造也是中国经济进入转型的关键时期。但是，转型的方向是需要警醒慎重考虑和评估的。

17、《中国制造业服务化》的笔记-第120页

Miller, 1995: “技术创新并不是产业转型的关键，而只是促进者。管制和制度才是最为重要的关键因素……，没有它们，新的技术突破无法被应用在产业中。”

18、《中国制造业服务化》的笔记-第117页

分布式员工知识管理。将所有员工的知识都纳入到统一的企业知识网络中。当面对客户需求冲击式，知识网络中的每一个节点（人或者机器），都应作出快速的反应。如客户产生某种需求，即可同时进行传导。设计人员几乎同时进行涉及资源的评估和方案的初步估计，制造人员同时进行生产流程的优化和布局，采购人员同时给出采购方案评估，销售人员同时给出市场销售预测，财务人员给出财务评估和预算等。最终汇聚成足以满足客服服务需求的即使服务流。

19、《中国制造业服务化》的笔记-第13页

配第定律：工业的收益比农业多，而商业的收益又比农业多，这种产业之间的收益差异会推动劳动力由低收入产业向高收入产业流动。

20、《中国制造业服务化》的笔记-第94页

交易成本降低的几个方面：

- 1.降低信息成本，包括大力发展IT信息技术、构建信息高速公路、发展各种信息平台等，加强企业之间的交互和企业与消费者之间的联系。
- 2.降低市场不确定性，包括完善风险规避机制，加强金融、保险、银行市场的建设，构筑信用体系等。完善司法体系的建设，完善市场管制的规范。
- 3.降低资产专有性，包括促进制定行业标准、提供产品的通用性等。
- 4.降低物流成本，减少行政审批程序及其他影响市场运行的各种行政程序；其他降低管制成本的措施包括清除内部市场的地方保护主义和区域贸易壁垒歧视等；降低腐败行为导致的信息扭曲和其他加大增加交易成本的行为；完善和明晰化市场规范，完善市场建设等。

21、《中国制造业服务化》的笔记-第140页

不同的服务业的发展对一国政治民主化的影响可以通过两条基本的渠道来实现。首先，对于非政府运营的生产服务业、消费性服务业和公共服务业，其增长会显著增加一国经济的资本流动性，进而增加该国政府与其他国家和地区之间在制度上的竞争压力，使得政府在政治制度上进行改革以更好地实现善治，增加公民权利和政治参与度。其次，对于纯粹由政府提供的服务以及其他相关服务业的增长，所并发的新的知识阶层的崛起将为民主化的进程建设一个有利的氛围，从而也间接地促进了政治民主化的进程。

《中国制造业服务化》

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:www.tushu000.com