

2020年市場總規模1000億美元

中國打造「外包強國」





繼2010年全球技術和相關服務產業強勁復蘇以來，軟件與服務外包市場保持了穩定增長，作為全球第二大離岸服務外包承接國，中國對世界展現出巨大吸引力。三十日，一系列服務外包研究成果在首屆中國北京國際服務貿易交易會上發布。北京服務外包企業協會會長曲齡年預測，中國服務外包產業的國際份額將進一步擴大，至2020年，中國離岸服務外包市場總規模將突破1000億美元。

【本報記者龐旭北京三十日電】

根據北京服務外包企業協會發布的《國際服務外包市場開拓對策研究》，目前以歐、美、日等發達國家作為主要發包國，以新興經濟體作為主要接包國的全球離岸服務外包格局基本形成，印度和中國接包總量約佔全球的80%以上，中國作為世界第二大承接國十分具有優勢。

中印佔全球八成市場份額

曲齡年認為，中國良好的宏觀環境和在世界經濟變化中表現出來的靈活性和穩定性，使其作為重要離岸服務外包承接國展現出獨特的吸引力。數據顯示，2011年中國承接的國際離岸服務外包合同執行金額為238.3億美元，同比增長65%，佔國際市場份額進一步擴大，美國、日本、歐盟成為中國服務外包產業的主要市場區域。近年來，一些領先的中國服務外包企業開始登陸歐美市場，美國已成為中國最大的離岸業務發包國家。「2011年，我們對美國服務外包的合同執行額就達到了61億美元，美國在中國的市場份額也從2008年的不足20%，增長到了2011年的25.7%。」曲齡年說。

對日承接中國已超印度

另外，在日本的主要接包國中，中國超越印度享有極為明顯的優勢。至2009年，中國佔日本離岸服務外包的總份額已達76.5%。曲齡年說，目前中國以建立起承接對日服務外包業務的城市集群，以北京、大連、上海為代表的東部地區為主，同時西安、杭州、成都等二線城市也正在崛起。

有關專家認為，在歐洲市場上，中國承接的外包規模有限，業務也相對較軟，目前尚未形成規模優勢。中國國際投資促進會服務外包工作委員會顧問付宏星對此表示，通過中小規模項目的多點合作、歐洲國家現地研發中心及德國電信等大型公司開展的戰略合作，中國服務外包企業正逐步滲透歐洲市場。

向產業鏈高端調整升級

對於未來中國服務外包產業的發展預期，與會專家與嘉賓均持樂觀態度，認為成為「外包強國」將是中國下一個10年的戰略目標。中國服務外包研究中心副主任金世和預測，未來幾年，中國服務外包產業將保持40%至50%左右的增長速度，中國政府應該繼續加大財政支持和地方配套，信息安全及知識產權保護也應進一步得到完善。

曲齡年則表示，中國服務外包在規模擴張的同時，也面臨著向產業鏈高端轉型升級的任務。他認為，離岸服務外包市場的擴張能力，很大程度上取決於服務外包提供商的到岸服務能力，單純的成本和地域優勢，已不能保證其在未來競爭中的主動地位。「現在行業價值鏈已經持續向擁有全球化交付能力的領先企業轉移，所以中國的服務外包企業需要在加速全球交付能力方面進行更多投資，通過收購美、歐、日公司進一步提升到岸交付能力，建立其全球化的交付系統。」

▲業內預測，至2020年，中國離岸服務外包市場總規模將突破1000億美元。圖為在西安軟件服務外包學院大廳牆壁上，掛滿了與學院合作的高校及企業的牌子

資料圖片

吸取教訓不走「血汗路」

【本報記者賈磊北京三十日電】國際權威調研機構IDC研究認為，2011年中國服務外包的交付能力已經超過印度。中國工程院院士倪光南三十日在出席首屆京交會期間對大公報表示，中國服務外包企業需從自身核心競爭力上狠下功夫，以實現提升產業整體規模的目標。他表示，「中國服務業的發展必須吸取製造業外包只賣血汗，只靠價格來比拼的教訓。」

培育外包龍頭企業

2009年，中國服務外包企業達到8900家，2010年超過萬家，印度企業約有三四千家。倪光南認為，中國企業數量增加但領軍企業很少，應進一步提升產業集中度，不僅要促進中小企業發展，同時要注重對龍頭企業的培養。

目前，中國服務外包小企業佔比在90.3%，領軍企業佔比只有1%。領軍企業中，東軟集團兩萬多員工中，專門從事服務外包的約有1萬人；文思2010年年報稱有1.1萬人，產值達2.1億美元；中軟

國際超過1萬人，產值也超過2億美元。

倪光南指出，中國服務外包企業平均利潤率只有8%左右。服務產業規模越大，利潤率越高，中小企業規模小、成本相對較高，因此拉低整個行業的利潤。而印度大企業產值佔總量約為60%，人員規模大中型企業也佔到服務外包總人數的70%至80%。

學印度注重關係管理

「中國外包最初只是被動地去等候單子，以銷售為驅動。現在我們已經開始以市場為驅動，主動出擊。」倪光南認為印度有值得中國學習的地方，尤其是注重關係管理。現在國內也有許多企業把發包商發展為自己的投資商，形成利益共同體。

「服務外包歸根結底是服務，而服務有兩個核心：關係管理和溝通交流。」他強調，關係管理是了解和挖掘客戶的實際需求與潛在需求，也是服務市場的難點所在。挖掘出來以後，要不斷地和客戶溝通交流，不斷地完善，提高客戶的滿意度。他認為這是印度中高端服務業務比中國做得好的一個重

要原因。

切勿只靠價格來比拼

倪光南指出，按中國目前產業發展現狀，發展服務外包企業的核心競爭力，最關鍵的是要獲得市場的佔有率，必須要有持續的服務創新能力，給發包商提供新技術應用的方案。「中國服務的發展必須吸取製造業外包只賣血汗，只靠價格來比拼的教訓。」

其次，要提高行業解決方案的交付能力。要整合原來的交付方案、流程及能力，從單純簡單的知識勞動向提供全流程行業解決方案的方向發展。此外，中國服務外包中高層人員依然不足，倪光南指出這恰是從單個項目到整體服務外包商業模式轉型中的首要問題，也是中國服務外包快速發展的最大挑戰。他建議考慮建設公共人力外包平台，通過數據庫建設，系統化培訓、考核、評價體系，供需信息共享，資源調配等手段，提升行業從業人員整體水平和資源分配效率。

「隨著軟件服務外包的發展，它將會深入到客戶的核心業務流程，軟件服務業者與客戶將形成長期的合作關係，甚至與客戶分享業務的利潤。」倪光南認為，今後軟件服務外包公司將能接受飛機製造設計，汽車製造設計這類任務。這些都是中國服務外包業應當努力的方向。

江蘇不滿足於做「二傳手」

【本報記者張靖唯北京三十日電】同質化競爭目前，渠道單一、已成為制約中國服務外包產業發展的瓶頸，江蘇省是全國21個服務外包示範城市最多省份，該省商務廳副巡視員于震在北京表示，江蘇



▲「第五屆中國國際服務外包合作大會」新聞發布會在北京召開
張靖唯 攝

將拓寬對接渠道，從「二傳」走向一手，搭建中國企業直接接包平台。

在北京召開的「第五屆中國國際服務外包合作大會」新聞發布會上，于震在回答記者提問時表示：「對於二手訂單問題，由於中國發展服務外包起步較晚，與印度、愛爾蘭等相比還是比較落後的。這也是江蘇舉辦的中國國際服務外包大會的意義，就是為了能夠讓中國的企業直接接包國際訂單而搭建的平台。」

同時，江蘇省商務廳每年組織服務外包代表團出國考察、研討，搞項目對接。「未來江蘇企業還要到美國和墨西哥去搞專場活動，通過舉辦專場推介活動，二手訂單的問題將逐步得以解決。」于震說。

據了解，江蘇南京去年服務外包執行額達42.5億美元，同比增長60.3%，佔江蘇省總量達40%，其中離岸執行額為18.8億美元，同比增長67.6%。名列全國第一。

由商務部、中國國際貿易促進委員會和江蘇省人民政府主辦的「第五屆中國國際服務外包合作大會」將於6月18日至20日在南京國際博覽中心舉行，預計將有來自美國、日本、加拿大等21個國家和地區超過700家企業參會。

江蘇省貿易促進協會會展公司副總江榮鑫對大公報表示，有兩家香港參展商將參會，主要從事軟件信息類的企業。南京市副市長李琦稱：「我們歡迎港商積極參會。」

【本報記者賈磊北京三十日電】商務部部長助理李榮燦三十日出席京交會中國國際經濟合作「走出去」戰略研討會時表示，希望中國企業特別是國有企業的投資存有疑慮的國家和人士，要客觀公正看待中國企業對外投資，避免非經濟因素干擾正常的商業活動。

李榮燦強調，中國企業無論國有企業還是民營企業，開展對外投資合作完全是市場行為。以華為、吉利汽車、三一重工為代表的民營企業，都是根據企業自身條件、發展戰略和國際市場情況所作出的自主選擇。

近期編制完成的中國對外投資合作「十二五」規劃中，提出到2015年，非金融類對外投資要達到1500億美元，年均增長17%。李榮燦指出，要引導符合外部市場需求，具有較強優勢的加工製造企業對外投資設廠，支持企業開展境外研發投資和建立境外營銷網絡等；深化周邊國家投資，推動基礎設施互聯互通建設，加大對非洲和拉美地區製造業基地建設和農業、基礎設施的投資，加快歐美發達國家投資合作，提升技術研發水平；培育跨國公司和品牌，推動大型企業整合全球資源和價值鏈，鼓勵中小企業開展國際化經營。

政策環境方面，將完善政策促進體系，健全對外投資合作法律法規，推動對外投資合作便利化，拓寬企業和項目融資渠道；健全服務保障體系，推動政府和社會共同開展人才培訓，發展中介機構，推進多雙邊投資合作促進機制建設；健全風險防範體系，健全預警和信息通報，完善境外突發事件處理機制。

京交會上體驗「日式服務」

本報記者 李銳

「日式服務」名聲在外，是周到體貼、細緻耐心的代名詞。日本服務業的成名，不在於某個領域，而是一個總體印象。京交會日本主題日，給了參展者一個全方位體驗「日式服務」的機會。

京交會百餘個展區中，332.5平米的日本館沒有花哨的包裝與別出心裁的設計，只是用隔斷將19家參展企業加以區分。餐飲、娛樂、旅遊、運輸等不同的服務貿易代表就在一個個方格中展示，簡單工整，沒有一分空間被浪費。所謂細微之處見精神，他們將更精巧的心思融入到服務中。

一諮詢公司的展廳十分熱鬧，大家都在等待體驗這款名為「體成分析器」的設備。記者看到，當體驗者赤腳站到機器上後，參展商便蹲下身，挽起體驗者的褲腿，捲起他們的襪子、將兩隻電極棒送到體驗者手中，隨後便微笑的說：「放鬆，請耐心等待。」這簡單的四個動作、一句話卻不厭其煩的不斷重複著。1分鐘後，一份關於肌肉脂肪、肥胖度等指標的健康評估分析表便打印出來。

這時另外一位工作人員會為體驗者講解其健康指標，如果測試結果均在正常值內，工作人員會微笑的表示恭喜，同時提醒體驗者要繼續加強身體鍛煉。儘管儀器旁擺放了大量補充微量元素的營養品，但參展商告訴記者，這些保健醫療品不會售賣，只是為了展示與推廣宣傳。現場體驗者眾多，參展商細心的準備了三排座椅安慰體驗者耐心等待，在等待過程中大屏幕會播放日本飲食文化的宣傳片，並有專人講解，整個等待過程不覺乏味。

在全日空展台，一個寬大的商務艙座椅和一排模擬客艙舷窗吸引了不少人駐足。這是被稱作「夢想飛機」的波音787內艙局部實景展示。工作人員介紹，波音787擁有傳統機型的1.3倍的舷窗，即使不靠窗也能欣賞到窗外景色。傳統的遮光板升級為可調節遮光量的電動式，分五檔可以從透明變為半透明直至全遮光。同時還有溫水洗淨功能的廁所，從細微之處給顧客更舒適的體驗。

日本貿易振興機構服務產業支援課的工作人員告訴記者，「殷勤待客」是日本精細服務的特有文化。本次參會日本「有備而來」，他們希望將更多的服務貿易企業引進中國市場的同時，也把日本的服務文化帶到中國，佔據高速增長的中國服務業市場先機。

【北京三十日電】



▲參觀者體驗「波音787」
李銳攝