

<<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

出版时间：清华大学出版社

作者：何哲，孙林岩 著

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，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.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。

本书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，本书同样会有所启发。

<<中国制造业服务化>>

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 service 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

<<中国制造业服务化>>

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仕

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

<<中国制造业服务化>>

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

<<中国制造业服务化>>

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>>

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>