

2010年外销员考试辅导：服务营销与服务营销学 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/645/2021\\_2022\\_2010\\_E5\\_B9\\_B4\\_E5\\_A4\\_96\\_c28\\_645822.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022_2010_E5_B9_B4_E5_A4_96_c28_645822.htm)

在社会经济活动中，随着服务业的发展和产品营销中服务活动所占比重的提升，将服务营销从市场营销中独立出来加以专门研究成为必要。服务营销学既是从市场营销学中衍生出来的，也是对市场营销学的拓展。服务营销学对服务营销行为的专门研究是新世纪知识经济发展的需要，并必将成为推动第三产业发展的动力和理论依据。

(一) 知识经济时代的服务营销

1、知识经济是以服务业为主导的经济 知识经济是相对于农业经济、工业经济而言的。知识经济是建立在知识和信息的生产、分配、交换和使用基础上的经济。知识用于经济，知识成为经济发展的主要动力。知识经济时代突出表现为以下特征：知识成为主导资本. 信息成为重要资源. 知识的生产 and 再生产成为经济活动的核心. 信息技术是知识经济的载体和基础. 经济增长方式出现了资产投入无形化、资源环境良性化、经济决策知识化的发展趋势。知识经济一方面促进世界新时代的到来，加速经济全球化的进程，使知识化取代工业化. 另一方面促使全球面临新的国际分工，知识经济发达国家将成为“头脑国家”，而知识经济发展滞后者将论为“躯干国家”，听“头脑国家”驱使。知识经济发展直接的变化即促使服务业成为国民经济的主导行业。据世界银行1998年发表的《知识促进发展》的报告报道，发达国家以知识为基础的行业的产值已占GDP的50%，其中高技术产业的产值占25%。在新的世纪，以知识为主导的服务业的发展将以锐不可挡的乘数发展态势迅速成

为GDP的主要份额。 知识经济时代将催动以下服务业大发展：

：信息产业。随着信息技术成为知识经济的主要载体和基础，信息的硬件、软件的发展将以突飞猛进的态势进行。信息产业的发展将带动一系列的经济革命，如购销方式将无纸化、电子化发展.库存管理将在追求零库存的条件下实行信息控制.生产工艺和控制手段将成为生产高质量产品的保证.企业决策向程序化、规范化、智能化发展.人事管理将依据客观标准进行数据控制等等。

咨询服务业。各种生产、流通、技术、法律、环保、卫生等涉及广泛领域的咨询业将得到全面发展。

调研策划业。各类市场调研、分析，营销策划、企业形象策划组织将伴随着知识经济时代企业对信息、知识的需求而相继得到发展成为服务中颇富活力的力量。

旅游服务业。随着知识经济时代人们消费水平的提高和生活质量的改善，人们用于国谟牒事糜蔚男柞蠃嵯肴站阉觫允视 庵中柞蠃似鸬穆糜我到靡匠杆俦 梗晌鞞DP中占有较大比重的行业。

科技教育保健业。各个领域的科技开发将出现强劲发展态势，尤其是航空航天、生物医药、海洋工程等领域将会发生前所未有的突破性进展。与科技领域发展的需要相匹配，教育将以产业发展的态势进入快车道。

医疗、卫生、全民保健服务业的发展也会开创新的天地。

环保服务业。全球经济的可持续发展要求世界各国重视并加强投入环保服务业。治“三废”、防污、处理垃圾、绿化美化、市政管理、资源开发控制、空气监测、防灾减灾等领域将成为各国社会经济发展中重要的组成部分而获得全面发展。

知识经济时代是服务业大发展并上升为国民经济主导产业的时期。服务业的发展呼唤服务营销学将在更广泛的领域和行业发挥巨大功能作用的新型学

科。2、服务营销学与经济全球化 知识经济时代是加速经济全球化进程的时代。在知识经济条件下，服务营销的理论和实践必然突破疆域国界的限制，成为具有跨国性、普遍性、通用性的学科。服务营销既是经济全球化中的行为，也是推动经济全球化的因素。经济全球化的表现之一是各国经济的互相渗透、互相依存，其中国际贸易的迅猛发展是重要的表现，在国际贸易中，服务贸易的发展尤为突出。近三十年来，发达国家的国内生产总值(GDP)中，服务业产值所占的比重超过50%以上，其中美国服务业的产值是GDP中的比重已高达75%左右，这意味着国民财富的创造主要依赖于服务业。经济全球化还表现为金融全球化趋势的形成。金融是经济发展的核心。金融业也是服务业的支柱行业。经济全球化的过程也是金融国际化的过程。由于股票、期货以及各种有价证券的大量出现，尤其是各种金融衍生产品的问世，使得货币资产的面值额迅速膨胀，虚拟成分倍增，这样的状况具有高度的不确定性或变动性，为适应这一时代特性的要求，各种金融服务大量地应运而生。其中，不仅有金融自身运行的各种服务，还有如何使货币资产增殖的服务，更有规避金融风险的服务.不仅有金融信息服务，还有金融法规服务，更要有金融传输机制、传送手段的服务和高级金融人才的培养和训练。金融服务业不仅自身得以发展而且带动和促进其他相关服务业如电脑服务业、信息服务业的繁荣。经济全球化也包容信息全球化的内涵。信息全球化使高新科技成为变革经济结构的动力，导致4.4万个国际企业的出现，导致只掌握关键技术、工艺设计、品牌及销售渠道，而把生产委托给关联企业去做的虚拟企业的出现。国际企业和虚拟企业的出现，

使服务营销进入了一种新的境界，服务营销不仅要面对顾客，而且还要提供面对内部分支机构和广大员工的服务营销管理。经济全球化促使制造业的国际营销网络的形成，国际营销网络的完善需要服务营销。营销网络完善化的过程是聚集营销人才、进行营销信息交流、推动适销对路的商品，开发市场的过程。在这一过程的每一环节都伴生服务需求，服务营销活动将贯穿营销网络完善化的始终。经济全球化推动了服务营销在更大范围、更多领域的发展，反过来服务营销兴盛与发展也有利于促进经济全球化的实现。服务营销学将以它科学的、系统的、完备的营销管理理论指导服务业的营销活动实践，从而推动服务业由传统向现代、由国内向国际、由自发向自觉地发展。为服务业企业的成长和国际化进程、为服务业的营销活动和商品营销中的服务提供充分的、明确的理论依据。服务营销学将推动全球资源的优化配置和国际协调型开发。服务营销学通过对服务营销方式、战略规划、策略措施等问题的研究，推动技术专利转让，全球金融的有序融通和信息的良性、均衡发展。服务营销学以其鲜明的营销管理文化特色推动服务企业的管理文化建设。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

[www.100test.com](http://www.100test.com)