

电子政务服务价值共创及战略要素分析*

刘柳** 胡广伟

南京大学信息管理学院 江苏南京 210023

摘要: 价值共创作为一种创新的公共服务工具,有助于政府部门快速准确地把握民意、降低服务创新风险、提高服务的针对性及可用性;社会用户参与价值共创则能够与政府部门共同创造满足其个性化需求的服务体验。探讨了价值共创视角下政府与社会用户共同创造电子政务服务价值的内涵、领域和内容,并以PARTS模型作为分析电子政务服务价值共创体系及其实现的途径,从多个视角对其战略要素——利益相关者、附加价值、规则、激励策略以及范围进行分析。

关键词: 电子政务; 电子政务服务; 公共服务; 价值共创; PARTS模型

一、引言

在当今的网络社会环境下,社会对政府服务的需求出现了新的变化,社会化媒体与电子政务服务的深度融合为社会用户参与政府服务的全过程提供了便利通道。社会用户(公众、企业、非政府组织等)在政府服务中的角色也相应发生了转变,他们不再只是政府服务的被动接受者,而更愿意并且有能力参与到电子政务服务的设计、提供和改进等环节中,与政府部门共同创造能够满足社会用户个性化需求的服务价值,提升社会的政务服务体验。

目前,学界已有学者通过案例研究对社会用户参与电子政务价值共创活动的相关问题进行了讨论。如Subbiah和Ibrahim分析了不同国家为促进公众与政府之间价值共创采用的方法,以及用户参与电子政务服务价值共创遇到的障碍。^[1]同时,他们还以马来西亚为例分析了公众在价值共创过程中扮演的角色,认为公众参与电子政务服务价值共创能够有效提高政府服务的质量。^[2]Bridge则以澳大利亚为例分析了该国公共服务部门与公众进行价值共创的发展历程,以及为促进价值共创而做

出的努力。^[3]然而,有关电子政务服务价值共创的内涵、边界、内容以及规则等问题,还有待进一步研究。

本文将价值共创理论引入电子政务服务领域,结合中国电子政务服务发展与应用现状,探讨社会用户与政府进行价值共创的概念、领域及内容,同时借助PARTS模型对电子政务服务价值共创的利益相关者、附加值、规则、激励策略及范围等战略要素进行分析,期望能促进电子政务服务价值的创造与转化,完善电子政务服务管理体系服务。

二、价值共创

价值共创是商业领域中一种新的价值创造模式,是指消费者参与到某种产品或服务的设计、生产以及消费等环节中,通过与企业(生产者)互动、合作共同创造价值的过程。小米手机商业模式的成功即为很好的例证。对于价值共创的概念,不同学者从不同的角度对其进行了阐释。Prahalad和Ramaswamy通过比较“价值共创是什么(what co-creation is)”及“价值共创不是什么(what co-creation is not)”,认为价值共创将企

*基金项目:江苏省社科基金项目“江苏政府职能部门电子政务能力提升路径研究”(项目编号:12TQB008);江苏省教育厅高校哲学社会科学基金重点项目“江苏惩防体系现代化建设研究”(项目编号:2014ZDIXM004)。

**通讯作者 收稿日期:2014-10-27

刘柳 胡广伟·电子政务服务价值共创及战略要素分析

业与消费者联系起来,企业并不是试图去迎合消费者,而是与消费者积极对话,参与服务体验的共同构建。^[4]中国学者刘文超等将价值共创定义为消费者与企业之间的一种积极互动行为,在此过程中,消费者将自己的劳动与智慧主动贡献出来,与企业共同发明、合作设计,一起为消费者生产和提供有价值的产品、服务与体验。^[5]卢泰宏教授则用“接近—社区—圈子、关联—互动—分享、体验—共鸣”三组关键词概括了价值共创的思想。^[6]在当前国际学术界具有广泛影响力的是美国夏威夷大学学者Vargo和亚利桑那大学学者Lusch提出的基于“服务主导逻辑”的价值共创理论^[7],以及美国密歇根商业大学学者Prahalad和Ramaswamy提出的基于消费者体验的价值共创理论^[4,8]。两种观点在价值共创的研究视角以及内涵上虽有不同^[9],但是其实质都是消费者与企业通过有效互动共同创造产品与服务价值。目前,价值共创思想已被广泛融入商业领域中,无论是生产环节中新产品或服务的设计与研发,还是消费环节中消费者体验价值的形成,均涌现出大量的实例。

比较而言,公共服务领域的价值共创研究与实践较商业领域滞后,原因是公共服务与私有服务相比处于较低程度的竞争环境之下。^[10]在税收、民政等宪法规定属于政府职责范围的服务领域,以及教育、基础性科研等宪法没有明确规定政府职责的服务领域,竞争很少存在。^[11]尽管如此,一些公共服务的提供,比如社区服务、城市环卫、交通路况等,由于受到资源、能力的限制以及社会需求的不断变化,面临着日益巨大的挑战。而价值共创作为一种创新的公共服务工具,可有效利用社会公众所掌握的知识与技能,帮助政府以较少的资源提供更优质的服务。Nunes等对乘客参与城市公共交通服务的价值共创进行了研究,他认为公共交通网络中的乘客使用私人移动设备(和专用的网络服务)获取实时

交通信息,在降低交通管理部门服务成本的同时可以提升自己及他人的出行体验。^[10]Golooba和Ahlan则基于价值共创理论和工作系统理论(Work Systems Theories, WST)对高等教育机构与企业之间为提高研究成果数量与质量的价值共创活动进行了探讨。^[12]

随着价值共创研究的深入,其思想也逐步渗透到电子政务服务领域。《新加坡电子政务总体规划(2011—2015)》(eGOV2015)中明确指出,此阶段电子政务服务的传递方式正由“政府向公众(Government-to-You)”向“政府与公众(Government-with-You)”转变,其目标是通过政府、公众及私营部门之间更多的互动和价值共创活动为新加坡的公民创造更好的服务价值体验。^[13]Bertot和Jaeger等认为通过更多的沟通、提供员工学习机会以及服务协调,政府机构、图书馆和社区组织三方进行价值共创,能够更好地满足电子政务服务用户的需求。^[14]Subbiah和Ibrahim分析了不同国家为促进公众与政府之间价值共创采用的方法,以及电子政务系统中用户参与服务价值共创遇到的障碍;^[1]他们在合作的另一篇文章中以马来西亚为例分析了公众与政府间价值共创所面临的挑战,以及公众在价值共创过程中扮演的角色。^[2]

目前,将价值共创思想引入社会公共服务领域在国内尚属较新的研究视角,与公共服务价值共创主题相关的文献还不多见。杨坤等通过将商业领域价值共创的概念和实施要素进行对比,探讨了公共服务领域价值共创的概念,并提出公共服务领域价值共创的六个关键要素;^[15]吴清津等在价值共创理论的基础上探讨了民众在垃圾处理服务变革中的感知价值类型与参与障碍;^[16]石艳霞等论述了图书馆与用户协作共同创造和提供知识服务的实现过程,建立了图书馆知识服务价值共创模型。^[17]可见,学术界与实践界已开始将目光投向利用价值共创思想来创新公共服务的新领域。但是,目前国内还鲜有

刘柳 胡广伟·电子政务服务价值共创及战略要素分析

学者将价值共创思想融入电子政务服务的相关研究中。本文尝试将价值共创的思想引入电子政务领域,对其概念、内涵、范畴及实现过程中的战略要素进行探讨,以期抛砖引玉。

三、电子政务服务价值共创

(一) 电子政务服务价值共创的内涵

政府部门利用信息通信技术 (ICTs) 为公众、企业及其他利益相关者提供的公共服务,被称作电子政务服务 (E-Government Service, EGS)。^[18]在该模式下,政府可以更为便捷、高效、低成本地为公众、企业提供服务,服务的回应性及双方的互动性得以加强。

随着政务微博等政务社交媒体成为政民 (G2C) 沟通的渠道,公众更容易,也更愿意将自己的观点、意见以及建议及时传递给政府,政府部门得以完善其服务,从而提高公共服务的质量与满意度。可见,政务服务价值的创造模式已由政府单独创造向政府与社会用户共创价值转变。

具体而言,在政府与社会用户共同创造电子政务服务价值的过程中,政府部门通过电子政务平台提供服务及用户获取服务的相关信息和技能。社会用户在获取及使用这些服务的同时结合自身需求感知服务质量,并通过政府提供的互动参与渠道与政府进行对话,根据掌握的相关知识和技能,充分表达对电子政务服务的设计、提供、改进等方面的期望、需求以及建议。政府部门充分了解公众的真实意愿和需求,努力为其提供能够满足其个性化需求的电子政务服务体验。

基于上述我们可以认为,电子政务服务价值共创是社会用户 (公众、企业、群体、非政府组织等) 与政府部门之间的有效互动行为:在互动过程中,社会用户通过政府部门提供的有效渠道,利用所掌握的知识和技

能,参与电子政务服务设计、提供、改进、补救等价值创造过程,与政府一同设计、提供以及传递电子政务服务。

(二) 电子政务服务价值共创的领域和内容

在中国,政府提供的基本公共服务涉及教育、就业、社会保障、医疗卫生、计划生育、住房保障、文化体育、交通、通信、公用设施、环境保护、公共安全、消费安全以及国防安全等领域。^[19]参考国际、国内常见的分类体系,相应的电子政务服务内容可分为信息服务 (Information Service, IS)、事务服务 (Transaction Service, TS) 和参与服务 (Participation Service, PS)。^[20,21]结合对北京、上海、南京、苏州、广州等十余个城市提供的电子公共服务的调研分析,梳理出适用于电子政务服务价值共创的领域和内容 (参见表1)。

1. 电子政务信息服务价值共创

信息服务是政府通过电子方式向公众及企业提供公共信息的服务。政府通过电子政务服务平台向社会用户发布各类公共信息,实现信息共享。随着政务社交媒体的广泛应用,社会公众的角色发生了极大变化,公众不再仅仅是信息的接受者,他们也可以作为信息的提供者和发布者,参与电子政务服务价值共创。例如,公众参与安徽交通信息服务网官方微博发起的话题“合肥实时路况”,提供身边的实时路况信息,既方便了其他市民出行,也减轻了交通部门的工作压力 (参见图1)。

2. 电子政务事务服务价值共创

事务服务是政府通过电子政务服务系统为社会用户办理各项事务的服务。电子政务事务服务的提供能够简化办事流程、提高办事效率。通过电子留言板、电子信箱、在线访谈、网络问卷等形式,用户可以根据自身服务体验对所接受的服务进行评价,对可改进的地方提出意见或建议,与政府进行价值共创。例如,公众通过上海市政府网站互动平台的网上评议栏目对2012年度普陀

刘柳 胡广伟·电子政务服务价值共创及战略要素分析

表1 中国电子政务服务价值共创的领域及内容

| 服务领域 | | 基本服务内容 | | |
|------|------|--------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| | | 信息服务 (IS) | 事务服务 (TS) | 参与服务 (PS) |
| 公共教育 | | 相关政策、规定、办事指南, 如学费标准、学籍管理规定等 | 在线报名考试、在线缴费、在线申请助学贷款等 | 违规投诉、在线调查、在线访谈、在线评议等 |
| 社会保障 | | 如养老、生育、失业等保险的基本办法; 儿童、老年人相关福利政策等 | 养老保险的在线缴纳、变更; 低保家庭生活困难补助申请等 | 留言反馈、听证、违规投诉、在线调查、在线访谈、在线评议等 |
| 劳动就业 | | 相关政策、规定、办事指南及信息, 如就业、创业相关政策及其解读等 | 职业技能鉴定个人申报; 个体工商户开业、变更、歇业登记等 | 留言反馈、在线调查、在线访谈、在线评议等, 如劳动保障监察举报 |
| 医疗卫生 | | 如监管信息公告发布、医疗收费标准、食品安全信息等 | 市民体质在线检查、医疗救助申请等 | 如医疗卫生投诉、在线调查访谈、评议等 |
| 交通出行 | | 如交通法规、道路异常信息通报、电子地图等 | 互联网申请预约办理机动车注册登记等 | 留言反馈、听证、投诉、在线调查、在线评议等 |
| 公用事业 | | 如停水停电通知; 图书馆、档案馆等基础文化产品、设施介绍说明等 | 在线缴费、报修, 电子账单等 | 留言反馈、听证、监督投诉、在线调查、在线访谈、在线评议等 |
| 生活安全 | | 各类安全法律法规, 如治安管理处罚条例等 | 个人养犬审批、公共娱乐场所举办大型文体活动审批等 | 留言反馈、监督投诉、在线访谈、在线评议等, 如案件线索举报 |
| 住房保障 | | 如廉租住房相关政策; 公积金贷款、提取业务指南、政策等 | 网上贷款申请与受理; 廉租住房申请等 | 留言反馈、听证、监督投诉、在线调查、在线访谈、评议等 |
| 民政户政 | 身份户籍 | 各种证件申请须知、落户指南、国家地区相关政策规定等 | 户口登记、户口注销、身份证申领、落户申请等 | 留言反馈、监督投诉 |
| | 婚育收养 | 结婚、计生、收养相关政策法规、办事流程等 | 结婚、离婚登记; 一次性计划生育奖励费申领等 | 留言反馈、监督投诉、在线调查、在线访谈、在线评议等 |
| | 殡葬管理 | 殡葬管理相关政策法规制度; 退管、退养、遗属生活费及丧葬费办理程序等 | 骨灰安(存)放服务申请; 遗属、丧葬补助申领等 | 留言反馈、听证、监督投诉、在线调查、在线访谈、在线评议等 |
| 其他 | 兵役抚优 | 相关政策法规, 如退役士兵接收安置办事指南、军队离退休干部管理办事指南等 | 伤残人员伤残等级评定审核、烈士认定审核、军人残疾等级评定等 | 留言反馈、听证、监督投诉、在线调查、在线访谈、在线评议等 |
| | 出境入境 | 相关法律法规、业务受理通知、证件办理规定、办事指南等 | 中华人民共和国护照签发、往来港澳通行证签注等 | 留言反馈、听证、监督投诉、在线调查、在线访谈、在线评议 |
| | 法律公证 | 开庭日期、各类案件立案须知、指导意见、案例评析等 | 基层法律服务工作者执业证审查等 | 留言反馈、监督投诉、在线访谈等, 如网上信访、监督举报等 |
| | 民族宗教 | 民族事务以及宗教相关法律法规、办事指南等 | 变更民族成分审核、宗教活动审批、宗教教职人员认定备案等 | 留言反馈、监督投诉、在线评议等 |
| | 经营纳税 | 相关政策、规定、办事指南及信息 | 个人所得税在线缴纳、发票挂失、经营注册登记等 | 留言反馈、听证、监督投诉、在线调查、在线访谈、在线评议等 |

资料来源: 首都之窗 (<http://www.beijing.gov.cn/>)、中国上海 (<http://www.shanghai.gov.cn/>)、中国天津 (<http://www.tj.gov.cn/>)、中国南京 (<http://www.nanjing.gov.cn/>)、中国苏州 (<http://www.suzhou.gov.cn/>)、中国杭州 (<http://www.hangzhou.gov.cn/>)、中国无锡 (<http://www.wuxi.gov.cn/>)、中国武汉 (<http://www.wuhan.gov.cn/>)、中国四川 (<http://www.sc.gov.cn/>)、厦门市人民政府网站 (<http://www.xm.gov.cn/>)、重庆市人民政府网站 (<http://www.cq.gov.cn/>)、中国长沙 (<http://www.changsha.gov.cn/>)、郑州市人民政府网站 (<http://www.zhengzhou.gov.cn/>)、中国广州政府网站 (<http://www.gz.gov.cn/>)。

刘柳 胡广伟·电子政务服务价值共创及战略要素分析

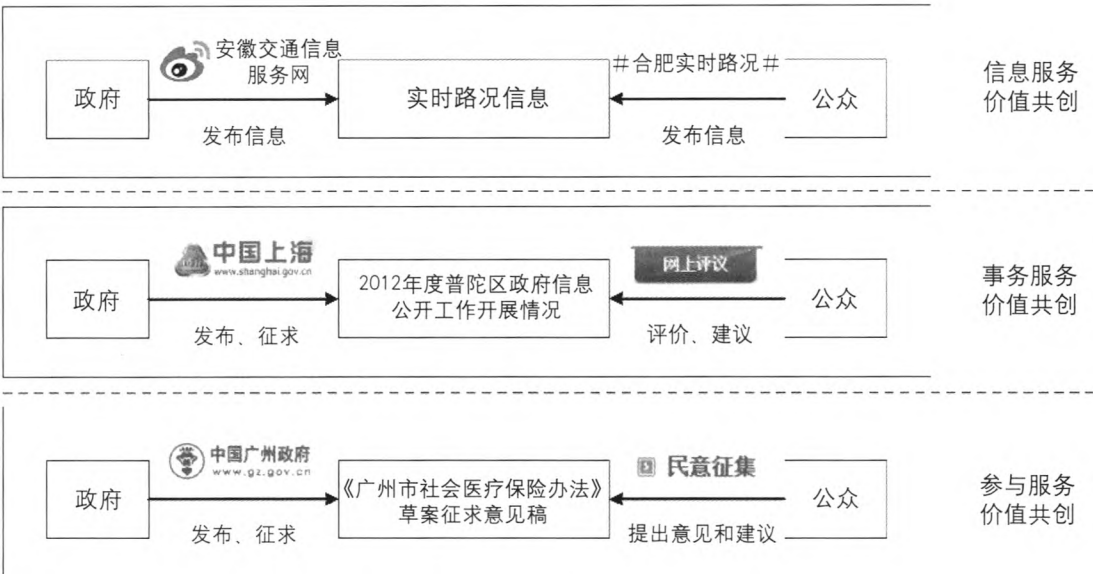


图1 电子政务服务价值共创模式

区政府信息公开工作的开展情况进行评议（参见图1）。

3. 电子政务参与服务价值共创

参与服务是政府为公众和企业参与政策决策制定提供的服务。参与服务的提供能够提高政府决策质量，提高公众对于政府政策的满意度和接受度。公众参与的过程既是政府与公众互动的过程，也是政府与公众价值共创的过程。政府在制定法律法规的过程中，将其征求意见稿通过电子政务服务系统向社会发布，市民通过留言信箱、意见征集入口等通道将自己对该项政策法规的意见及建议反馈给意见征集者，帮助政府部门快速、准确地了解民意。例如，市民通过广州市政府网站提供的民意征集栏目，可以对《广州市社会医疗保险办法（草案征求意见稿）》的制定提出各自的意见和建议（参见图1）。

四、电子政务服务价值共创的战略要素分析

内勒巴夫（Nalebuff）与布兰登勃格（Brandenburger）将价值创造的战略要素分为参与者（Players）、附加值（Add Values）、规则（Rules）、战术（Tactics）以及范围（Scope），即PARTS模型。^[22]

为了保障价值共创活动能够具有持续的生命力，本文引入价值创造的战略要素分析框架（参见图2），通过PARTS模型的应用，以更全面的视角认识电子政务服务价值共创战略要素之间的交互影响关系，为设计科学、合理的管理、激励机制服务。

（一）电子政务服务价值共创的利益相关者

电子政务服务系统是面向社会的开放式服务系统，其应用目标是为社会用户提供高效、参与式的电子公共服务。电子政务服务价值创造的过程涉及政府、企业、公众等各方，承载着多方的利益。具体而言，电子政务服务价值共创的利益相关者是指所有影响或者受到价值共创的过程、产出等影响的个人、群体和组织。

政府作为价值共创过程的组织者，拥有大量资源并提供价值主张。在价值创造过程中，政府为价值共创提供信息获取及开展对话的渠道，识别价值共创过程中存在的问题并实施改进，同时制定和采用相应激励机制促进价值共创活动的参与。社会公众是电子政务服务价值共创的重要参与者，在价值创造中根据自身掌握的知识，结合对服务的感知水平对其作出反馈，提出意见或

刘柳 胡广伟·电子政务服务价值共创及战略要素分析

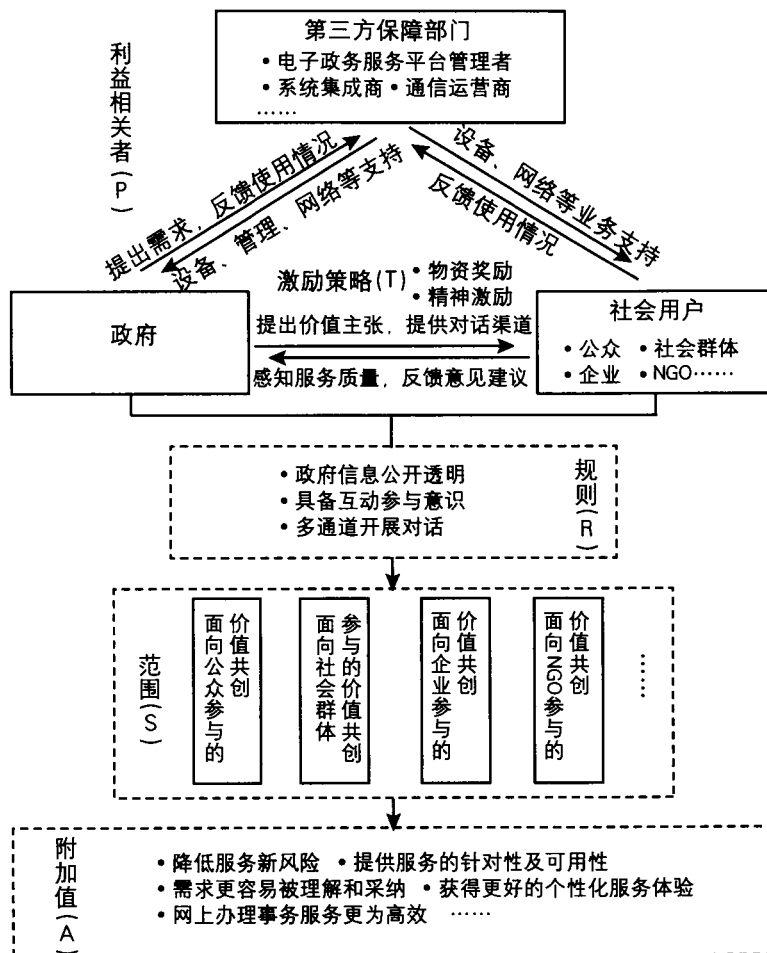


图2 电子政务服务价值共创的PARTS模型

建议，并受益于此。同样，社会群体（如老年人、残障人士等）、企业、非政府组织等也是价值共创的主要参与者和利益相关者。此外，电子政务服务价值共创的利益相关者还包括电子政务服务平台的管理者、系统集成商和通信运营商等。

（二）电子政务服务价值共创的附加值

附加值 (Added Value) 是在原有价值基础上创造出新价值的一种价值创造模式。^[23]在价值创造过程中，价值共创主体共同参与创造而产生的多于电子政务服务本身价值的部分即是其附加值。对于核心参与方（政府）来说，价值共创能够帮助政府部门快速准确地把握民意，降低服务创新风险，提高服务的针对性及可用性。对于社会公众、

群体以及企业、非政府组织来说，价值共创使其真实的需求更容易被理解和采纳，有助于问题的解决以及获得更好的个性化服务体验；通过价值共创，网上办事流程及规则得到优化，事务服务的网上办理更为高效。

（三）电子政务服务价值共创的规则

Prahalad和Ramaswamy的研究指出，建立一个价值共创系统首先要建立能够促进企业与消费者之间体验共创的互动基础。^[4]同样，在电子政务服务领域，只有价值共创主体具备一定的条件、遵守相应的“规则”，价值共创才能够实现。

1. 政府信息公开透明

政府信息公开是指政府部门依照法律，通过各种方

刘柳 胡广伟·电子政务服务价值共创及战略要素分析

式和渠道,向社会公众公开其在履行职责过程中所掌握的与社会公众利益相关的信息资源。政府信息公开改变了传统自上而下的单向运行模式,打破了政府和公民之间信息不对称的局面,并且更加注重信息公开的回应性与互动性。通过政府信息公开,社会用户能够更方便、直观地了解政府及其服务,在此基础上根据所掌握的信息及自身的需求和体验参与价值共创。

2. 价值共创主体具备参与互动意识

随着行政体制的建立及其改革的不断深化,中国政府服务模式已由管制型转变为服务型。电子政务的发展正好与服务型政府以公众为中心、以服务为宗旨的目标追求相契合。在服务型政府建设过程中,公众参与机制的逐渐完善以及政民之间互动机制的建立为政府与公众之间的价值共创提供了保障。电子政务服务提供模式也为公众参与价值共创提供了良好的参与环境,互动成本(时间、精力、物质)的降低以及互动质量的提高让公众在心理和情感上更加愿意主动参与到价值共创中。

3. 价值共创主体通过多通道开展对话

对话(dialogue)是价值共创的一个关键要素,暗示着互动、深度参与以及价值共创主体双方活动的能力和意愿。^[4]在电子政务服务价值共创中,对话必须以双方都感兴趣的问题为中心,同时双方是以平等的身份——即问题解决者的身份参与对话。政务微博是政务社交媒体的重要代表,也是公众获取政府信息、与政府部门进行沟通互动的重要平台之一。此外,政务微信、政务论坛、政府门户网站的互动交流专栏等也是政府与社会用户开展对话的重要通道。

4. 电子政务服务价值共创的激励策略

互动在电子政务服务价值共创中处于十分重要的地位,目前国内各省市政府网站的政民互动通道主要包括网络问政(在线咨询问答)、领导信箱、网上评议、民

意征询、行政效能投诉、网上信访受理中心、在线访谈、网络问卷调查以及政务微博、微信等。为了鼓励公众更多地参与电子政务服务价值共创,政府网站在开通各种政民互动通道的同时,也设置了能够充分调动公众参与积极性的奖励、激励机制。例如,在北京市政府网站“首都之窗”的问卷调查栏目中,公众参与问卷调查所获积分可以用来兑换实物奖品;一些政府网站的领导信箱“来信选登”栏目会定期刊登优秀来信,鼓励社会公众献言献策。

5. 电子政务服务价值共创的范围

电子政务服务价值共创的行为主体,至少包括参与价值共创活动的双方。与政府共同参与服务价值共创的对象,既可以是公众,也可以是企业、社会群体、NGO等。根据参与价值共创活动的主体不同,可以将电子政务服务价值共创分为面向公众参与的价值共创、面向企业参与的价值共创、面向群体参与的价值共创以及面向非政府组织参与的价值共创等,且不同主体参与价值共创产生的价值以及解决的问题各不相同。

五、结语

价值共创理论提供了消费者与企业共同创造服务价值的观点,使得价值的涵义和创造过程重新得到审视。本文探索性地将该理论运用到电子政务服务领域的研究中,探讨了价值共创视角下政府与社会用户共同创造电子政务服务价值的方法,并进一步对其实现过程中的战略要素进行了分析。电子政务服务价值共创的其他相关问题,例如社会用户与政府进行价值共创的实现机制、激励机制、影响因素等方面,还有待进一步的研究与探讨。

参考文献:

[1]Subbiah A, Ibrahim O. E-Government towards Service

刘柳 胡广伟·电子政务服务价值共创及战略要素分析

- Co-creation of Value[J]. African Journal of Business Management, 2011, 5(22): 9401-9411.
- [2]Subbiah A, Ibrahim O. Value Co-Creation Process: A Case of E-services for G2C in Malaysia[J]. European Journal of Social Sciences, 2011, 19(3): 443-449.
- [3]Bridge C. Citizen Centric Service in the Australian Department of Human Services: The Department's Experience in Engaging the Community in Co-design of Government Services Delivery and Developments in E-Government Services[J]. The Australian Journal of Public Administration, 2012, 71(2): 167-177.
- [4]Prahalad C K, Ramaswamy V. Co-creation Experiences: The Next Practice in Value Creation[J]. Journal of Interactive Marketing, 2004, 18(3): 5-14.
- [5]刘文超, 任俊生, 辛欣. 企业与消费者“共同创造”的动机和结果分析[J]. 甘肃社会科学, 2011(6): 226-229.
- [6]叶文东. 卢泰宏: 与消费者共创价值[J]. 新营销, 2010(12).
- [7]Lusch R F, Vargo S L. Evolving to a New Dominant Logic for Marketing[J]. Journal of Marketing, 2004, 68(1): 1-17.
- [8]Prahalad C K, Ramaswamy V. The Future of Competition: Co-creating Unique Value with Customers[J]. Strategy & Leadership, 2004, 32(3): 4-9.
- [9]武文珍, 陈启杰. 价值共创理论形成路径探析与未来研究展望[J]. 外国经济与管理, 2012(6): 66-74.
- [10]Nunes A A, Galv O T, Cunha J F E. Urban Public Transport Service Co-creation: Leveraging Passenger's Knowledge to Enhance Travel Experience[J]. Social and Behavioral Sciences, 2014, 111: 577-585.
- [11]胡广伟, 吴云. 电子政务服务能力管理理论与方法[M]. 北京: 科学出版社, 2014.
- [12]Golooba M, Ahlan A R. Service Value Co-Creation in Research & Innovation Practices in Higher Education Institutions in Malaysia[J]. Procedia Technology, 2013(11): 342-347.
- [13]eGov Masterplans[EB/OL]. (2013-8-14)[2014-6-20]. <http://www.egov.gov.sg/egov-masterplans-introduction>.
- [14]Bertot J C, Jaeger P T, Gorham U, et al. Delivering E-government Services and Transforming Communities through Innovative Partnerships: Public Libraries, Government Agencies, and Community Organizations[J]. Information Polity, 2013, 18(2): 127-138.
- [15]杨坤, 高鑫, 杨海龙. 公共服务价值共创概念与有效实施[J]. 管理观察, 2014(1): 117-119.
- [16]吴清津, 邹锐, 杨春梅, 等. 基于价值共创的垃圾处理服务变革和社会营销策略[J]. 中国人口·资源与环境, 2014(2): 119-124.
- [17]石艳霞, 刘丹丹. 图书馆知识服务价值共创的实现模式研究[J]. 图书馆理论与实践, 2014(5): 51-53.
- [18]胡广伟, 潘文文, 顾日红. 电子政务服务、内容及其规划方法[J]. 电子政务, 2010(9): 11-17.
- [19]国务院关于印发国家基本公共服务体系“十二五”规划的通知[EB/OL]. (2012-7-20)[2014-10-9]. http://www.gov.cn/zwqk/2012-07/20/content_2187242.htm.
- [20]UN Nations E-government Survey 2014[R/OL]. [2014-10-10]. <http://unpan3.un.org/egovkb/en-us/Reports/UN-E-Government-Survey-2014>.
- [21]胡广伟. 电子政务服务管理[M]. 南京: 南京大学出版社, 2010.
- [22]Nalebuff B J, Brandenburger A M. 合作竞争[M]. 王煜全, 王煜昆, 译. 合肥: 安徽人民出版社, 2013.
- [23]周玺. 中国报纸产业合作竞争研究[D]. 长沙: 湖南大学, 2009.

作者简介:

刘柳(1989—), 女, 南京大学信息管理学院硕士研究生, 研究方向: 电子政务。

胡广伟(1975—), 男, 博士, 南京大学信息管理学院教授、博士生导师, 研究方向: 电子政务、服务管理等。