



中国服务贸易 国际竞争力研究

万红先 等 著

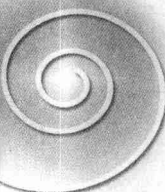
ZHONGGUO FUWU MAOYI
GUOJI JINGZHENG LI YANJIU

中国科学技术大学出版社

- ▶ 教育部高等学校特色专业建设点国际经济与贸易专业建设成果
- ▶ 安徽省重点学科国际贸易学建设成果
- ▶ 安徽财经大学著作出版基金资助

中国服务贸易 国际竞争力研究

万红先 等 著



ZHONGGUO FUWU MAOYI
GUOJI JINGZHENGLI YANJIU

中国科学技术大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国服务贸易国际竞争力研究/万红先等著. —合肥:中国科学技术大学出版社,
2008. 10

ISBN 978-7-312-02407-8

I. 中… II. 万… III. 服务贸易—国际市场—市场竞争—研究—中国
IV. F752. 68

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 153527 号

出版 中国科学技术大学出版社
安徽省合肥市金寨路 96 号, 230026
网址: <http://press.ustc.edu.cn>
印刷 合肥现代印务有限公司
发行 中国科学技术大学出版社
经销 全国新华书店
开本 710 mm×960 mm 1/16
印张 22
字数 428 千
版次 2008 年 10 月第 1 版
印次 2008 年 10 月第 1 次印刷
定价 45.00 元

前 言

半个多世纪以来,世界经济发展的一个重要特征是:在产业结构上,各经济体服务业的产值比重与就业比重逐渐上升,在发达经济体,这两项指标均已超过60%,有的甚至高达80%,发展中经济体这两项指标也有较大提高;在国际贸易领域,服务贸易的增长速度超过货物贸易的增长速度,服务贸易占国际贸易的比重逐渐提高。中国是一个货物贸易大国,服务贸易规模却较小,世界服务贸易出口额占货物与服务出口总额的比重为20%,我国这一比例仅为9.6%(美国为29.6%,日本和德国同为14.1%)。决定服务贸易规模的是服务贸易的国际竞争力,因此,中国服务贸易国际竞争力问题开始逐渐引起国内众多研究者的关注。通过运用各种指标对中国服务贸易国际竞争力的测度,中国服务贸易整体竞争力较弱、行业间存在较大差异的观点已得到众多研究者的认同。然而,对中国服务贸易竞争力的测度多集中在整体竞争力方面,尽管有些研究者也对中国传统的服务贸易部门竞争力进行了单独测定,但对新兴服务贸易部门竞争力的单独研究还没有开展,因此,研究中国服务贸易各部门的国际竞争力,就这些部门如何提高国际竞争力提出对策是非常必要的。

安徽财经大学国际经济贸易学院国际经济与贸易专业是教育部公布的第二批高等学校特色专业建设点,还是安徽省教改示范专业,国际贸易学科是安徽省“省级重点学科”。在国际经济与贸易专业和国际贸易学科带头人冯德连教授的领导下,安徽财经大学国际经济与贸易专业在国内高校中较早开设了国际服务贸易课程,形成了较稳定的教学与科研队伍,在学术刊物上发表了一些国际服务贸易领域的科研论文。

本书的逻辑结构是笔者几年来在从事国际服务贸易教学与研究的过程中酝酿形成的,2007年6月作为国际经济贸易学院2007年度科研课题发布出来,题目定为“中国服务贸易国际竞争力研究”,其中包括中国旅游服务贸易国际竞争力研究、中国海运服务贸易国际竞争力研究、中国电信服务贸易国际竞争力研究、中国证券期货行业服务贸易国际竞争力研究、中国文化服务贸易国际竞争力研究、中国教育服务贸易国际竞争力研究、中国建筑工程设计与承包服务贸易国际竞争力研究、中国法律服务贸易国际竞争力研究、中国专业经济服务贸易国际竞争力研究、

中国零售服务贸易国际竞争力研究等 10 个子课题,共有 11 位国际经济贸易学院教师参加了课题的研究工作,本书是这一课题的研究成果。

本书得到了安徽财经大学国际经济贸易学院院长张庆亮教授的大力支持,从研究项目的启动到书稿的修改都是在张庆亮教授的直接领导下完成的。本书还得到了安徽财经大学专著出版基金的资助,人事处处长冯德连教授、图书馆馆长赵有广教授对我们的研究也非常关心,邢孝兵博士、沙文兵博士、魏彦杰博士、韩刚博士对本书部分章节提出了重要的修改意见,在此一并表示衷心感谢!

本书的整体构思由万红先完成,万红先负责拟订提纲并统稿。各章的具体分工如下:万红先撰写导论和第一章,戴翔撰写第二章,秦超撰写第三章,刘敏撰写第四章,赵森和陈清萍撰写第五章,张莉撰写第六章,张如庆撰写第七章,刘培培撰写第八章,刘刚撰写第九章,丁宁撰写第十章。戴翔协助整理书稿,赵森协助整理了参考文献,周经、田秀华、刘学航在资料 and 数据的搜集整理方面做了大量工作。

由于我们水平的限制,书中难免存在缺点和不足,我们会在今后的研究中改进,同时敬请同行专家和读者批评指正。

万红先

2008 年 5 月 10 日

目 录

前 言	(i)
导论 中国服务贸易国际竞争力变动研究	(1)
第一章 中国旅游服务贸易国际竞争力研究	(9)
第一节 引言	(9)
第二节 中国旅游服务贸易的兴起与发展	(14)
第三节 中国旅游服务贸易竞争力的实证分析	(26)
第四节 提高我国旅游服务贸易竞争力的对策	(43)
第二章 中国海运服务贸易国际竞争力研究	(53)
第一节 导言	(53)
第二节 入世后中国海运服务贸易的竞争环境	(55)
第三节 海运服务贸易国际竞争力度量指标及其体系构建	(66)
第四节 中国海运服务贸易国际竞争力实证分析	(75)
第五节 提升中国海运服务贸易国际竞争力的战略措施	(89)
第三章 中国电信服务贸易国际竞争力研究	(96)
第一节 中国电信服务贸易国际竞争力理论和评价体系	(96)
第二节 中国电信服务贸易国际竞争力的现状	(106)
第三节 中国电信业国际竞争力优劣势分析	(123)
第四节 提升中国电信服务业的建议	(127)
第四章 中国证券期货行业国际竞争力研究	(137)
第一节 前言	(137)
第二节 现代证券期货行业的竞争特点	(138)
第三节 证券期货行业的竞争力研究	(148)
第四节 中国证券期货行业竞争力及发展战略	(163)
第五章 中国文化产品服务贸易国际竞争力研究	(170)
第一节 文化产业与文化产品	(170)

第二节 文化产品服务贸易的国际竞争力分析	(182)
第三节 提升文化产品国际竞争力的策略	(190)
第六章 中国教育服务贸易国际竞争力研究	(195)
第一节 导言	(195)
第二节 教育服务贸易竞争力的理论概述	(201)
第三节 我国教育服务贸易现状和竞争力评估	(210)
第四节 提升我国教育服务贸易竞争力的对策研究	(219)
第七章 中国建筑服务贸易国际竞争力研究	(225)
第一节 导论	(225)
第二节 中国建筑服务贸易竞争力的国际比较	(227)
第三节 影响中国建筑服务贸易竞争力的因素	(234)
第四节 国际建筑市场发展趋势及中国建筑业的问题	(238)
第五节 提升中国建筑服务贸易竞争力的对策建议	(241)
第八章 中国法律服务贸易国际竞争力研究	(248)
第一节 研究动态及相关概念	(248)
第二节 世界法律服务贸易发展概况	(253)
第三节 中国法律服务业的发展与开放	(256)
第四节 中国法律服务贸易国际竞争力评价	(264)
第五节 提高中国法律服务贸易国际竞争力的政策建议	(278)
第九章 中国专业经济服务贸易国际竞争力研究	(281)
第一节 导论	(281)
第二节 我国专业经济服务贸易国际竞争力的现状	(286)
第三节 影响我国专业经济服务贸易国际竞争力的因素	(291)
第四节 提高我国专业经济服务贸易国际竞争力的政策建议	(298)
第十章 中国零售服务贸易国际竞争力研究	(305)
第一节 引言	(305)
第二节 基于竞争优势的中国零售服务贸易竞争力分析	(309)
第三节 中外零售服务贸易国际竞争力的比较	(323)
第四节 提高我国零售服务贸易竞争力的对策	(330)
参考文献	(335)

导论 中国服务贸易国际竞争力 变动研究

20 世纪 90 年代以来,世界服务贸易得到了迅猛的发展,服务贸易的增长超过了货物贸易的增长,成为国际贸易的重要组成部分。我国的服务贸易现已初步形成了全方位、多层次的服务开放格局,近年来我国服务贸易年均增长速度超过了同期我国货物贸易的增长速度和国民经济的增长速度。但是在目前我国商品贸易和整体贸易状况为顺差的情况下,我国服务贸易始终处于逆差状态,而且逆差不断加大,出现了不协调发展的局面。因此对我国服务贸易的国际竞争力进行分析和评估有一定的现实意义。

一、我国服务贸易整体国际竞争力分析

据世界贸易组织统计资料显示,2005 年我国服务贸易总额为 1571 亿美元,比 2004 年增长了 17.5%。服务贸易总出口额为 739 亿美元,总进口额为 832 亿美元,分别比 2004 年增长了 19%和 16%,贸易逆差已达 93 亿美元,较 2004 年也有所增加。

一国服务贸易整体国际竞争力的强弱可以用国际市场占有率指标直接反映,国际市场占有率即出口市场占有率,是一国出口总额在世界出口总额中所占的比重,因此 2005 年我国服务贸易整体国际竞争力可以用我国服务贸易出口总额在世界服务贸易出口总额中所占的比重表示。根据世界贸易组织的最新统计数据,2005 年世界部分国家或地区服务贸易出口额排序如表 0-1 所示。

由表 0-1 可以看出,在世界服务贸易出口国家或地区中前十名共出口服务 11794.5 亿美元,除中国内地和中国香港之外,其余都是发达国家,美国仍居于霸主地位。我国服务贸易出口额进一步增加,排名从 1999 年世界的第 14 位升至 2002 年的第 10 位,2005 年更上升到第 9 位。但我国在世界服务贸易出口额中所占比例非常小,与主要发达国家相比仍然很低,仅占美国服务贸易出口额的 20.88%,说明我国服务贸易的整体国际竞争力还很弱。

表 0-1 2005 年部分国家和地区服务贸易进出口额一览表

排名	国家和地区	出口额 (亿美元)	出口额 在世界 贸易总 额中所 占份额	出口额 年变动 率	国家和地区	进口额 (亿美元)	进口额 在世界 贸易总 额中所 占份额	进口额 年变动 率
1	美国	3540	14.7%	10%	美国	2812	12.0%	9%
2	英国	1887	7.8%	2%	德国	2014.4	8.6%	4%
3	德国	148.5	6.2%	10%	英国	1541	6.6%	6%
4	法国	1150	4.8%	4%	日本	132.6	5.6%	2%
5	日本	1079	4.5%	14%	法国	1049	4.5%	8%
6	意大利	935	3.9%	13%	意大利	924	3.9%	15%
7	西班牙	927	3.8%	9%	中国	832	3.5%	16
8	荷兰	767	3.2%	7%	荷兰	709	3.0%	3%
9	中国 ^①	739	3.1%	19%	爱尔兰	661	2.8%	3%
10	中国香港	622	2.6%	10%	西班牙	652	2.8%	11

资料来源:WTO Annual Report (2006)。

我国服务贸易整体国际竞争力状况可以进一步用可比净出口指数来衡量。本书在分析我国服务贸易国际竞争力时,引入了一个较常使用的测度指标——贸易竞争力指数^②,国外大多数学者称之为“可比净出口指数(Normalized Trade Balance, 简称为 NTB)”,它指一国某一产业或商品进出口贸易的差额占进出口贸易总额的比重,即

$$NTB_i = \frac{X_i - M_i}{X_i + M_i}$$

其中, X_i 和 M_i 分别表示 i 国 t 产业或产品的出口额和进口额。该指数的优点在于作为一个相对值,它剔除了通货膨胀、经济膨胀等宏观总量方面波动的影响,即无论进出口的绝对值是多少,它均介于 -1 和 1 之间,因此不同时期、不同国家之间是可比的。如果 $NTB_i > 0$, 说明比较优势大,而且越接近 1 比较优势越大,竞争力越强;如果 $NTB_i < 0$, 说明比较优势小,竞争力也小。如果 $NTB_i = -1$, 说明该国

① 凡是本书不加特别说明的,中国的统计数据不包括中国香港地区、中国澳门地区和中国台湾地区的统计数据。

② 金碚. 中国工业国际竞争力: 理论方法和实证研究[M], 北京: 经济管理出版社。

t 种商品只有进口,没有出口;如果 $NTB_t = 1$,说明该国 t 种商品只有出口,没有进口;当该指数接近 0 时,说明比较优势接近平均水平。

从 1985~2005 年的数据看(见表 0-2),21 年来我国服务贸易出口额累计 4655.1 亿美元,而进口额则累计 5263 亿美元,服务贸易逆差累计 607.9 亿美元。1992 年以后,除 1994 年外,我国服务贸易均为逆差,而且逆差总体上呈现下降态势(见图 0-1)。1991 年以前我国服务贸易的可比净出口指数为正,但 1992 年以来(除 1994 年)均为负数,1995 年达到最低值 -0.144。由此可见,我国服务贸易不但总体水平低,国际竞争力弱,而且服务贸易发展的趋势表明我国服务贸易国际竞争力有所下降。

表 0-2 1985~2005 年我国服务贸易逆差与可比净出口指数

年份	出口额(亿美元)	进口额(亿美元)	差额(亿美元)	NTB
1985	29.3	22.6	6.7	0.1291
1986	36.1	20.3	15.8	0.2801
1987	41.8	23.4	18.4	0.2822
1988	46.9	33.3	13.6	0.1696
1989	44	35.7	8.3	0.1041
1990	57	41.4	15.6	0.1585
1991	67.9	39.4	28.5	0.2656
1992	90.5	91.9	-1.4	-0.0077
1993	109.5	115.4	-5.9	-0.0262
1994	162.4	156.4	6	0.0188
1995	184.3	246.4	-62.1	-0.1442
1996	205.7	223.7	-18	-0.0419
1997	245.3	300.6	-55.3	-0.1013
1998	240.4	287.8	-47.4	-0.0897
1999	237.8	312.9	-75.1	-0.1364
2000	304.3	360.3	-56	-0.0843
2001	333.4	392.7	-59.3	-0.0817
2002	394.5	461.8	-67.3	-0.0786
2003	464	549	-85	-0.0839

续表

年份	出口额(亿美元)	进口额(亿美元)	差额(亿美元)	NTB
2004	621	716	-95	-0.0711
2005	739	832	-93	-0.0592

资料来源:相关年份的 WTO Annual Report。

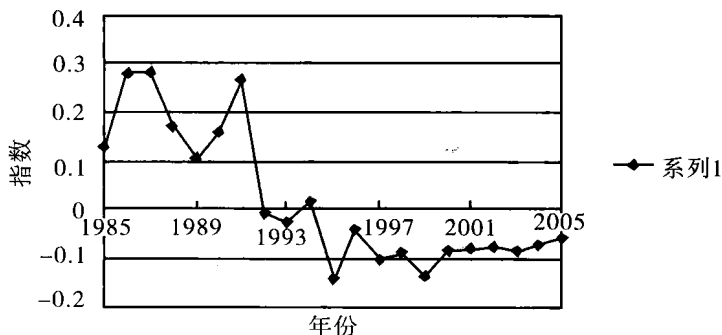


图 0-1 1985~2005 年我国服务贸易 NTB 指数变化图

资料来源:相关年份的 WTO Annual Report。

我国服务贸易总体国际竞争力很弱,在一定程度上是因为我国服务业自身缺乏一定的竞争力。制约我国服务业发展的主要原因除了基础设施落后,从业人员素质偏低,技术落后等方面外,服务业各部门经济体制和经营机制落后也是一个很关键的因素。长期以来,我国许多服务部门都是垄断经营,造成市场竞争力的缺乏,国内市场一旦开放,难以与国外的服务业开展竞争。1992 年邓小平南巡讲话后,我国加大了对外开放的步伐,尽管我国服务业的开放是循序渐进的,但面临更多的国外先进的服务提供者的竞争已不可避免,这是导致该年度我国服务贸易出现逆差的原因之一。随着我国居民可支配收入的不断增加,居民对国外高水平服务的消费需求上升,也使逆差进一步增长。2001 年 12 月我国正式加入世界贸易组织,根据世贸组织(WTO)和《服务贸易总协定》(GATS)的要求,我国对服务贸易做出了相应的承诺减让,我国在入世协议书中的具体承诺和减让高于发展中国家的水平,超越“维持现状”的贸易自由化使服务业的开放程度有了明显的提高^①。就过境交付、境外消费和自然人流动这三种开放形式而言,由于过去我国在这方面限制较多,一旦开放,我国服务业自身竞争力不强,而市场需求较大,将会促成服务贸易进口的增加。这样,我国在入世后的短期内服务贸易的逆差将难以改变,并有进一步增长的可能。

^① 盛斌. 中国加入 WTO 服务贸易自由化的评估与分析[J]. 世界经济, 2002.

二、我国服务贸易行业结构国际竞争力分析

以上是从总体上对我国服务贸易国际竞争力做出的判断,即我国服务贸易国际竞争力较弱,具体到我国服务贸易各行业,其国际竞争力的强弱是不尽相同的。下面就以 2001~2005 年服务贸易中各行业的进出口情况进行分析(见表 0-3)。

在 2001~2005 年我国服务贸易出口行业结构中,所占份额居于前三位的依次为旅游、其他商业服务和运输,其中旅游和运输在服务出口中占了很大的比重,2001 年这两项占到总服务出口的 67.27%,2002 年占 65.68%,2003 年占 54.55%,2004 年占 60.56%,2005 年占 60.11%。由此可见我国依然以有比较优势的劳动密集型出口为主。出口增长较快的服务项目为通信、计算机和信息等知识、技术密集型服务,特别是电影和音像在 2001~2004 年稳步增长,2004~2005 年出现了一次大幅度增加,由 2004 年的 0.41 亿美元增加到 2005 年的 1.34 亿美元。这与整个世界服务贸易向知识型、技术型方向转变的趋势一致。但它们在服务贸易出口中所占的比重依然偏低,处于比较劣势。

通过对比 2001~2005 年我国服务贸易各项项目的可比净出口指数,可以看到五年中只有旅游和其他商业服务的指数都大于零,说明我国旅游服务业在世界上有一定的比较优势,具有较强的国际竞争力。但是运输、保险、专有权使用费和特许费、电影音像等四个项目在五年中的可比净出口指数均为负,这说明我国服务贸易的国际竞争力水平很低。这里需要注意的是运输业,它在我国出口结构中所占的比重很大,但是其竞争指数五年中为负。按比较优势说,我国是劳动资源丰富的国家,应在劳动密集型的运输业上具有一定的比较优势,国际竞争力较强,而事实并非如此。在某种程度上这是因为近年来国际运输业出现了新的变化,如远洋集装箱运输的使用,运输业更多地向资本、技术密集型转变,而我国在这方面较为薄弱。因此我国应顺应国际货运的需求,改善货运方式,提高货运质量。此外,还有一些服务贸易项目的国际竞争力发生了变化,其中建筑和通信的可比净出口指数由负数变成了正数,说明它们的国际竞争力得到了提高。我们应当看到虽然我国通信业竞争力较以前有所提高,其比较优势的获得主要还是依靠国家垄断。金融的指数则由正变为负,说明金融业的国际竞争力有所降低。长期以来我国对金融业实行垄断经营,造成其效率低下,除中国银行在国际市场上有一定竞争力外,其他金融机构的经营水平与国际水平差距很大。我国在入世后的第一年中根据减让承诺,在一些大中城市开放了人民币业务,允许外资金融机构提供外汇服务,取消地域及服务对象限制,这对于我国的金融业造成一定冲击,进而导致金融业服务国际竞争力下降。

表 0-3 2001~2005 年我国服务贸易各个项目状况

单位:百万美元

项目	2001 年			2002 年			2003 年			2004 年			2005 年		
	出口	进口	NTB	出口	进口	NTB	出口	进口	NTB	出口	进口	NTB	出口	进口	NTB
1. 运输	4635	11325	-0.41917	5720	13612	-0.40824	7906	18233	-0.39508	12068	24544	-0.34076	15427	28448	-0.29677
2. 旅游	17792	13909	0.12249	20385	15398	0.13937	17406	15187	0.06808	25739	19149	0.14681	29296	21759	0.14763
3. 通信服务	271	326	-0.09213	550	470	0.07843	638	427	0.19812	440	472	-0.03509	485	603	-0.10846
4. 建筑服务	830	847	-0.01014	1246	964	0.12760	1290	1183	0.04327	1462	1339	0.04391	2593	1619	0.23124
5. 保险服务	227	2711	-0.84547	209	3246	-0.87902	313	4564	-0.87164	381	6124	-0.88286	549	7200	-0.85830
6. 金融服务	99	77	0.12500	51	90	-0.27660	152	233	-0.21039	94	138	-0.18966	145	159	-0.04605
7. 计算机和信 息服务	461	345	0.14392	638	1133	-0.27950	1102	1036	0.03087	1637	1253	0.13287	1840	1623	0.06266
8. 专有权利使 用费和特许费 权利	110	1938	-0.89258	133	3114	-0.91808	107	3548	-0.94145	236	4497	-0.90027	157	5321	-0.94268
9. 电影、音像	28	50	-0.28205	30	96	-0.52381	33	70	-0.35922	41	176	-0.62212	134	154	-0.06944
10. 其他商业 服务	8448	7504	0.05918	10419	7957	0.13398	17427	10371	0.25383	19952	13911	0.17840	23283	16287	0.17680
11. 别处未提及 的政府服务	433	235	0.29641	363	448	-0.10481	359	454	-0.11685	378	531	-0.16832	495	623	-0.11449

三、提高我国服务贸易国际竞争力的对策

通过以上实证分析,可以看到我国服务贸易虽然得到一定的发展,但总体水平不高,整体国际竞争力较差。从我国服务贸易的行业结构来看,各行业国际竞争力的状况参差不齐,旅游业的可比净出口指数一直为正,有较强的国际竞争力。而金融保险业、计算机和信息服务等新兴服务贸易项目同发达国家相比,差距很大,不具有国际竞争力。在我国已加入 WTO 的新形势下,采取相应的措施提升和发展我国服务贸易的国际竞争力,改变我国服务贸易在世界贸易中的不利地位已成为当务之急。

提高服务贸易国际竞争力的关键在于服务业竞争力的增加。以下根据迈克尔·波特的产业国际竞争力钻石模型对我国服务贸易国际竞争力的提升给出一些建议。波特认为要素条件,需求条件,相关和支持性产业以及厂商的战略、结构和竞争四个基本因素及机会和政府两个辅助因素是一国某产业国际竞争力的来源,这些因素一起共同构成钻石模型。由于我国是一个发展中的大国,有自己的国情,所以笔者认为根据我国的实际情况,我国服务业国际竞争力钻石模型如图 0-2 所示。

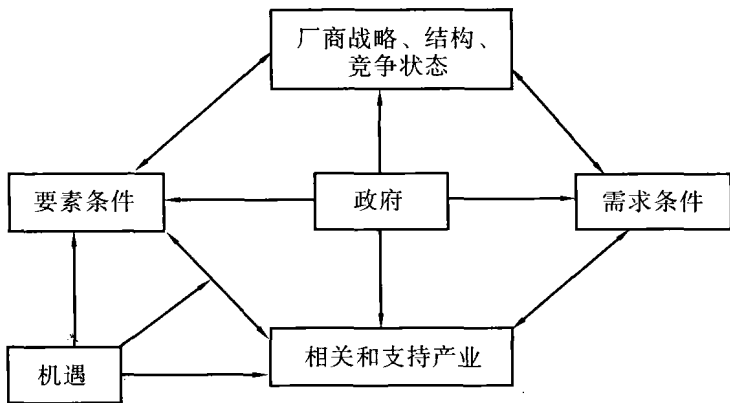


图 0-2 我国服务业国际竞争力钻石模型

该模型区别于波特的钻石模型之处在于:把波特认为是辅助因素政府放在了钻石的中央作为第五个基本因素,而辅助条件只有机遇。因为波特的钻石模型以发达国家的市场经济为基础的,而我国目前还处于向市场经济的转型时期,政府在经济发展中的作用仍然很大,而且政府因素能够激发和控制其他四个基本因素。就我国服务贸易国际竞争力现状而言,我国政府应发挥其职能作用,进一步深化服务业的改革,完善服务业的市场体系和竞争机制。在健全宏观管理体制和机构的同时,彻底转换服务企业的经营机制,大力培育服务市场体系,彻底打破行业垄断,

对民间资本的进入给予积极的鼓励,提高行业中各种所有制的竞争程度,发挥市场机制的调节作用。政府还应加大对服务业的政策支持,加强服务业的国内立法,肯定服务业发展的重要性,通过法制化、制度化的管理促进服务业规范发展。

要素条件包括一国的自然禀赋与人为创造的高级因素。从以上实证分析看,我国服务贸易在传统的劳动密集型行业中具有比较优势,有较强的国际竞争力,如旅游。具有比较优势的产业在国际贸易中可以获得一定的贸易利益。今后我们应进一步发挥这方面的比较优势,这是基于我国国情和经济发展水平的现实选择。但是,仅仅发挥比较优势是不够的,要素条件中更重要的是创造高级因素,培养竞争优势,也就是说,在有比较优势的劳动密集型服务业中增加更多的科技含量,大力发展知识、技术、资本密集型的服务业,如金融保险、咨询、电信等。只有这样才能尽快缩小与发达国家之间的差距,切实提高服务贸易国际竞争力水平。

作为一个大国,我国有足够大的市场容量,它是我们提升国际竞争力的有利条件,但是,比需求规模更为重要的是国内购买者对需求的质量要求,我国的消费者如果是世界上最老练的和最苛求的服务购买者,那么我国服务业就能够获得竞争优势。因为老练、苛求的购买者会迫使我国服务业达到更高的标准,刺激其改进经营方式,进行技术创新、制度创新、组织创新和方式创新,进而提高国际竞争力。

由于服务业竞争力的增强对提升服务贸易国际竞争力至关重要,而服务大都是由第三产业的部门提供的,不少服务还必须由专业的服务部门提供,如金融、保险、律师、会计师等。因此第三产业的发展决定着服务贸易的竞争力,但是第一、二产业的发展对改善服务贸易的国际竞争能力也有影响,因为第一、二产业也需要专业的咨询服务及广告宣传服务等。

我国一些服务行业由于具有垄断地位实际上并没有获得真正的竞争力,如电信业。而国内竞争是刺激产业升级和推动创新的动力,激烈的国内竞争及在竞争中的相互学习可以提升服务的质量,进行创新和改进,以求得更高的效率和更大的盈利。同时,经过国内激烈竞争的检验服务业将会以更强的能力,赢得国际市场的竞争优势。

当前加入世界贸易组织是发展我国服务业、提高服务贸易国际竞争力的最大机遇。在谈论入世对我国服务业的冲击时,我们应看到入世同样也意味着我国可以享受其他成员国服务贸易市场开放带来的机遇及各种优惠条件。我们应抓住时机贯彻国家“走出去”的开放战略,调整境外投资管理政策,支持有国际竞争力的服务企业在境外设址经营,进而提高竞争力。此外,2002年起我国成为吸引外商直接投资最多的国家,我们应利用这一有利时机,加快我国服务行业的利用外资、引进先进技术和和管理经验的步伐,提高服务业的技术水平和从业人员的素质,以改变我国服务业的落后状况,提高我国服务贸易的国际竞争力。

第一章 中国旅游服务贸易 国际竞争力研究

第一节 引言

当今全球经济结构正发生着前所未有的巨大变化,经济重心正在经历深刻的调整。随着科学技术不断发展和经济结构的不断调整与优化,服务业以更快的速度发展,现在大多数发达国家的服务业不论从产值还是从就业人数来看,都已占整个国民经济的 65%~80%,使世界经济与贸易发展呈现一种新的特征与趋势。20 世纪 90 年代以来,世界服务贸易增速超过货物贸易增速,服务业成为国际直接投资、产业转移、提升产业竞争力的重要领域。1982~2005 年,中国服务贸易出口增长近 29 倍,年均增长 15.9%,为全球平均增长水平的两倍,但同期中国服务贸易出口额占贸易出口总额的比重一直在 10%以下,仅为全球平均水平的一半,服务贸易长期逆差。我国服务业增加值只有 33%左右,远低于国际上 70%~80%的水平。旅游业是我国服务贸易的重要组成部分,2005 年我国服务贸易收支总规模达到 1582 亿美元,其中,国际旅游占 32.3%,旅游创汇已经占到了服务贸易总额的 2/3。2006 年上半年不含政府服务的服务贸易出口为 400.4 亿美元,比去年同期增长 17%,其中,旅游顺差为 32 亿美元。

旅游服务贸易是服务贸易的重要组成部分,旅游业在促进国际贸易的和谐发展、完善贸易结构方面的作用,与一般贸易有所不同,其贸易壁垒和贸易摩擦较少,在创收外汇方面,不仅可以大力发展入境旅游,也可以实施“走出去”的战略。21 世纪的中国旅游服务贸易面临着前所未有的机遇和挑战。一方面,中国旅游业经过二十多年的改革开放的发展历程,从无到有,从小到大,从弱到强,实现了历史性的突破,现在正在全面实施由亚洲旅游大国到世界旅游强国的跨越发展战略。在 21 世纪头 20 年,中国将成为世界第一旅游接待大国和第四客源输出国,2005 年中国旅游外汇收入已达到 292.96 亿美元,位居世界第四位。根据加入世界贸易组织的承诺,2007 年 12 月 11 日前中国旅游业全面开放,这意味着中国旅游服务贸易的

国际竞争压力将进一步增大。另一方面,我们所处的时代深深地烙上了知识经济、网络经济、全球经济、消费经济、数字经济和注意力经济的印记。在这个时代背景下,旅游经济的发展日新月异,旅游消费需求急剧扩张,消费者权益备受重视,旅游需求日益多元化、综合化和专业化。需求市场的这些变革,对旅游服务贸易的发展趋势、旅游产品的供给、服务经营形态将带来深刻的影响。

改革开放后我国国民经济经过多年发展,有了长足的进步。但在发展过程中,近年来出现了国内社会有效需求不足、社会经济结构矛盾日趋剧烈等问题,对国民经济进一步稳定增长带来了不利的影响。而旅游服务贸易的产业基础——旅游业是一个综合性和关联性很强的产业,积极发展旅游服务贸易,加快旅游产业对服务贸易结构调整的步伐,对促进产业结构的优化将起到十分重要的作用。在国内市场需求不足的情况下,把加快旅游服务贸易作为扩大内需的一剂良方,当然是一件好事,这表明了人们对旅游产业的重视程度,也为旅游产业的进一步发展提供了契机。但要使旅游产业真正成为国民经济中的支柱产业,光喊口号是不切实际的,所以要加强对中国旅游服务贸易的研究。

中国旅游服务贸易虽然是开放比较早的服务部门,但在发展中也遇到了一些结构性的矛盾和问题,诸如旅游产品结构单一、促销费用不足、旅游配套设施不足等。如何解决这些问题关系到中国旅游服务贸易未来发展的动力。在探讨如何促进旅游服务贸易发展方面不得不先考察我国旅游服务贸易竞争力的现状,通过与国际上的旅游强国进行对照分析,找出发展中的不足,进而吸取先进国家在旅游服务贸易发展方面的经验。

中国旅游服务贸易在“十五”期间发展势头良好,按产值和市场占有率等指标测算其份额均呈上升趋势。现实中旅游服务贸易的强弱往往不完全与一国经济发展水平同步,一国经济的强弱也不能全面反映一国旅游服务贸易的实际国际竞争力的强弱。因而,在深层次上把握旅游资源 and 旅游其他因素的关系,建立起潜在能力和现实能力相结合的综合性评价指标,才有助于认识中国旅游资源的巨大价值,有助于认识中国旅游服务贸易的巨大潜力,有助于认识中国旅游服务出口蕴藏着的国际竞争力,有助于进一步缩短中国成为旅游服务贸易强国的进程,也有助于我们对世界旅游资源和旅游服务贸易的发展前景有更全面深刻的认识。

一、相关概念的界定

(一) 服务贸易

服务贸易是指一国的劳动者向另一国的消费者提供服务并获得外汇的过程。