

“十二五”高等院校国际经济与贸易专业规划教材
江苏省精品教材

国际服务贸易

GUOJI FUWU MAOYI

第2版

► 汪素芹 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

国际经济与贸易专业规划教材

江苏省精品教材

国际服务贸易

第2版

主 编 汪素芹

副主编 赵玉焕 陶忠元

参 编 宗永建 张 杨 余 康 王有鑫

主 审 王绍媛



机械工业出版社

本书共分十章,分别为:国际服务贸易概述,国际服务贸易的分类与统计,国际服务贸易理论,国际服务贸易与经济发展,国际服务贸易政策,国际服务贸易规则及其协调机制,主要经济体的服务贸易,中国服务贸易,国际服务贸易竞争力,国际服务贸易格局及其发展趋势。

本书文字表述通俗易懂,条理清楚。每章首先介绍要学习的主要内容,章后有本章小结、本章重要概念及复习思考题,以巩固和提高学习效果。

本书可作为高等院校国际经济与贸易及相关专业教材,也可供社会读者参考。

图书在版编目(CIP)数据

国际服务贸易/汪素芹主编. —2版. —北京:机械工业出版社,2011.2

“十二五”高等院校国际经济与贸易专业规划教材.
江苏省精品教材

ISBN 978-7-111-33092-9

I. ①国… II. ①汪… III. ①国际贸易:服务贸易—
高等学校—教材 IV. ①F746.18

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第007908号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:常爱艳 责任编辑:常爱艳

版式设计:张世琴 责任校对:赵蕊

封面设计:鞠杨 责任印制:乔宇

北京铭成印刷有限公司印刷

2011年4月第2版第1次印刷

184mm×230mm·18.5印张·365千字

标准书号:ISBN 978-7-111-33092-9

定价:35.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010)88361066

销售一部:(010)68326294

销售二部:(010)88379649

读者购书热线:(010)88379203

门户网:<http://www.cmpbook.com>

教材网:<http://www.cmpedu.com>

封面无防伪标均为盗版

“十二五”高等院校国际经济与贸易专业规划教材

编审委员会名单

主任委员:

副主任委员:

(排名不分先后)

赵春明	北京师范大学	教授	博士生导师
董瑾	北京理工大学	教授	
陈向东	北京航空航天大学	教授	
焦军普	河南财经学院	教授	
汪素芹	南京财经大学	教授	
陈丽珍	江苏大学	教授	
邱继洲	哈尔滨工业大学(威海)	教授	
徐松	安徽财经大学	教授	
俞毅	浙江工商大学	教授	
郭笑文	北京外国语大学	教授	
刘秀玲	大连民族学院	教授	
李红梅	中央民族大学	教授	

委员单位:

(排名不分先后)

北京师范大学	北京理工大学
北京航空航天大学	河南财经学院
南京财经大学	江苏大学
哈尔滨工业大学(威海)	安徽财经大学
浙江工商大学	北京外国语大学
大连民族学院	中央民族大学
河海大学	南京理工大学
天津工业大学	汕头大学
浙江林学院	绍兴文理学院
上海应用技术学院	北华航天工业学院
浙江外国语学院	

序

摆在读者面前的这套“‘十二五’高等院校国际经济与贸易专业规划教材”是一项凝聚了众多高校教师辛勤劳动的集体性成果。我们编写这套教材主要是基于以下两大背景。

1. 在经济全球化条件下，国际贸易作为一国参与经济全球化和国际分工的重要途径之一，其作用和重要性都大大加强

20 世纪 90 年代以来，在经济全球化浪潮的推动下，资本的国际流动得到迅猛发展。在这种情况下，有人认为国际贸易对经济增长的作用因此会被削弱，其实并不尽然。通过以下分析可以看出，国际贸易对一国经济增长的作用不但没有被削弱，反而在加强。

首先，在经济全球化条件下，国际分工的日益细化不但使越来越多的消费品具有了可贸易性，而且越来越多的中间产品和劳务也进入了国际交换领域，从而使贸易的范围不断扩大。

其次，在经济全球化条件下，社会化生产以及市场经济的本质并未发生根本性的变化，市场交换依然是扩大再生产的前提，国际贸易仍是各国在世界范围进行交换的主要方式和彼此间经济关系的“晴雨表”。

最后，在经济全球化条件下，虽然国际直接投资的规模越来越大，跨国公司的作用越来越显著，但是它并不排斥国际贸易，更不能取代国际贸易；相反，资本和生产的国际化不仅为国际贸易提供了更加便利的条件，而且增添了新的贸易方式和贸易动力。因为跨国资本流动规模的扩大，特别是产业资本的国际化，不仅使国际贸易的规模和发展呈现出某些新特点，而且使国际贸易出现了内部化现象，推动了以要素禀赋差异为基础的产业间贸易模式逐步向以竞争优势为基础的产业内贸易模式转变，世界范围内产业内贸易的比重不断加大。规模巨大的跨国公司在世界各地组织生产，在“全球战略”的指导下，企业内部贸易和产业内贸易发展迅速，构成世界贸易的重要组成部分。不仅如此，第二次世界大战后国际资本的流动还促使了新的贸易方式的产生，例如加工贸易、补偿贸易、国际租赁业务、国际分包等。这些贸易方式是为适应资本的流动而出现的，它们与传统的商品贸易方式有很大的差别。比如补偿贸易，就是引进方首先引进国外的先进技术和设备，然后再用生产的

产品直接或间接地给予技术和设备提供者补偿,这实际上已起到了国际直接投资的作用。

2. 我国加入世界贸易组织之后,对国际经济贸易人才的培养提出了更高的要求

众所周知,我国于2001年正式加入了世界三大经济组织之一的世界贸易组织,从而标志着我国已全方位地融入到经济全球化的浪潮中。“入世”不仅给我们的社会经济生活带来了巨大的影响,而且对传统国际经济与贸易专业的教育也提出了深层次的挑战。20世纪80年代,当改革开放大潮刚刚涌动之时,很多学校开设了国际经济与贸易专业,似乎只要沾上涉外的字眼,就可以“通吃天下”,但这种低层次的量的扩张在20世纪90年代中后期就遇到了“瓶颈”,许多学生毕业后找不到如愿的工作。“入世”之后,涉外色彩浓重的国际经济与贸易专业再次引起了世人的关注和青睐,但是这一次并不是上一次的简单重复,它不仅要求涉外人才量的增加,更要求涉外人才质的提升。具体来说,现在需要的涉外人才是能系统掌握现代经济学基本原理,通晓国际经济与贸易知识及惯例,同时能熟练运用外语和计算机等现代工具的高层次的复合型人才。

经济全球化和“入世”的大背景要求我们在国际经济与贸易专业的教材编写、课程设置、人才培养方式等方面进行相应的变革,这套“‘十二五’高等院校国际经济与贸易专业规划教材”就是响应这种变革所做的一项尝试性成果。

目前市场上国际经济与贸易方面的教材品种较多,其中不乏优秀之作,前人的优秀成果是我们编写这套教材的重要参考来源和写作基础。当然,相比较而言,我们这套教材无论在内容的编写上还是在写作的体例和形式上,都具有自身的一些重要特色,具体包括以下几个方面。

1. 在内容的编写上

过去,人们普遍注重这个专业的应用性特色,而相对忽视了这个专业所具有的理论性和素质培养功能。随着我国加入世界贸易组织、更深入地融入到经济全球化浪潮中,对经贸人才的需求已从简单的操作型人才转变为高素质的复合型人才,显然,传统教学模式和方法已很难适应时代发展的要求。我们编写的这套教材在保持传统教材重视应用性和操作性的基础上,力求吸纳和反映当代国际经济与贸易领域的最新发展实践和理论成果,凸显教材的基础性、理论性和前沿性,并与时俱进,使之更加贴近我国的改革开放实践,加强为建设 and 完善我国社会主义市场经济体制服务的功能,挖掘各门课程对学生素质培养的潜能,从而赋予国际经济与贸易专业新的活力和意义。

2. 在写作的体例和形式上

我们借鉴国外流行教材的经验，在内容有关之处增加了为数不少的专栏，这些专栏或者是时代背景，或者是作者小传，或者是案例，或者是对有关问题的进一步阐述，有助于拓展学生的视野，让其更深入地了解和掌握书中内容。所列复习思考题也力求灵活多样，以启发学生作进一步的思考。另外，章中所列关键术语、学习要点、小结以及荐读书目等，不仅方便学生总览教材内容，也为其作进一步研讨提供了文献参考。

当然，作为尝试性的成果，我们这套教材也难免有不尽如人意之处，特别是每本教材的作者均来自不同院校，因此在编写风格方面可能还会存在一些差异，这些都需要我们在以后的修订过程中进一步完善。我们真诚地期待着广大读者多提宝贵意见！

北京师范大学教授、博士生导师 赵春明
编审委员会主任委员

前言

当代世界产业发展的格局已经从以农业和工业为主导过渡到以服务业为主导的新阶段，以服务业与服务贸易为主要内容的服务经济迅速崛起，成为 20 世纪中叶以后世界经济显著特征。服务业在一国经济贸易活动中占据越来越重要的位置，发达国家和新兴工业化国家服务业产值在国内生产总值中的比重已超过 65%，有的国家或地区甚至高达 85% 以上。与服务业快速发展相适应，全球贸易结构向服务贸易倾斜，国际服务贸易正以超过货物贸易的速度发展，成为国际贸易中最具活力的部分与重要力量，也成为当今世界经济与国际贸易发展的重要特征与发展趋势。

服务贸易的发展是产业进步的标志，是贸易强国的重要增长点，也是一国或地区经济增长的重要助推器。服务贸易的发展，特别是金融、保险、物流、信息、会计、法律等服务贸易的发展，可以降低农业和制造业的运输成本和交易成本，促进整个国民经济效率的提高；同时，服务出口、服务外包可以直接带来就业机会及贸易利益。与货物进口不同，由于服务进口往往与服务业的外资流入结合在一起，也可以吸纳劳动力就业；服务进口和服务业的发展可以改善投资环境，降低商务成本。尤其是现代服务业与服务贸易，由于其要素密集度属性、需求收入弹性、生产率的增长及产业关联度等特性，成为一国经济增长、产业结构升级中的主要推动力；此外，服务贸易已经迅猛发展为继商品贸易和 FDI 之外的一种重要的国际经济活动，并且还将成为未来国际市场竞争的重要领域。

我国是一个商品贸易大国，服务贸易规模却不突出。世界服务贸易出口额占商品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%。我国对外服务贸易的发展很大程度上受国内服务业发展的制约。目前我国第三产业增加值占 GDP 比重为 42.6%，不但远低于工业发达国家，而且也低于发展中国家的平均水平。发展服务贸易，是转变对外贸易发展方式，实现贸易大国向贸易强国转变的关键，今后我们需要像重视货物贸易那样重视服务贸易的发展。

国际服务贸易的研究与教学起步迟于货物贸易的教学与研究，也滞后于服务贸易发展的实践，近几年为加强国际服务贸易的教学与研究，一些有关国际服务贸易

的教材应运而生,各具特色。但因该学科在我国研究起步晚,所涉及内容又很广泛、复杂,所以在这方面的的工作仍需加强。本教材的撰写目的之一,也是为国际服务贸易教材建设做些努力与贡献。

本书的特点概括如下:

第一,体系有特色。本书在介绍基本知识、基本理论基础上分析实践,突出了服务贸易的基本特征及其发展变化趋势。

第二,内容有突破。本书包括基本理论、政策、规则与实践。本书在理论上不生搬硬套,也不排斥商品贸易理论,而是实事求是地将两者有机地结合起来,而且力求创建服务贸易的基本理论体系;在实践上介绍了世界主要经济体服务贸易,并进行归纳、分析与研究;对主要经济体的服务贸易竞争力也进行了分析。

第三,分析有力度。本书理论上的分析尽可能吸收前人的研究成果,并反映最新的研究动态;实践分析则强调客观、准确,并尽可能引用最新的数据反映服务贸易领域的发展变化。

第四,便于教与学。本书文字表述力求通俗易懂,每章首先介绍要学习的主要内容,章后有本章小结、本章重要概念及复习思考题,便于学生学习。另外,为便于教学,我们为选择本书作教材的教师免费提供制作精良的电子课件(该课件2009年获江苏省教育厅二等奖)及教学案例。

本书自2007年出版以来,受到广泛认可,被数所高校选作教学用书,已先后8次印刷,被江苏省教育厅评为2008年度高等教育精品教材。近年来,国际服务贸易理论与实践发展迅速,因此,需要对原教材进行修改。本次修改除保留原有的框架及特色外,在内容方面进行了大量修改与补充。对理论脉络进行了进一步梳理,吸收了大量最新研究成果;全面更新了数据,反映国际服务贸易实践新的发展变化;突出实用性,强调理论与实践相结合,增加了微观视角的国际服务贸易实务运作内容的分析。总之,修订后的本书撰写更规范,层次更清晰,内容更充实,更适合教学的特点与要求。

本书第1版出版得到过对外经济贸易大学薛荣久教授的指点;东北财经大学王绍媛教授作为主审,提出过大量详细的修改建议与意见;浙江林学院黄水灵、江苏大学屠立峰、南京财经大学盛朝迅、胡玲玲等参加了部分章节的编写;在此对他们的付出与帮助表示衷心的感谢!

参与本次修改的人员如下:宗永建(第一章,南京理工大学);汪素芹、余康(第二章,南京财经大学);汪素芹、王有鑫(第三章,南京财经大学);陶忠元(第四、五、六章,江苏大学);赵玉焕(第七、八章,北京理工大学);汪素芹、张杨(第九

章,南京财经大学);张杨、汪素芹(第十章,南京财经大学)。汪素芹负责全书的修改与统稿。

由于编者水平有限,本书可能还存在若干不足,甚至不乏错误之处,恳请读者批评指正,以便我们更好地总结,不断进步。

编 者

2010 年 10 月于南京

目 录

序	
前言	
第一章 国际服务贸易概述	1
本章主要学习内容	1
第一节 国际服务贸易的 基本概念	1
第二节 国际服务贸易的 产生与发展	14
第三节 国际服务贸易的研究 对象和研究方法	26
本章小结	29
本章重要概念	30
复习思考题	30
第二章 国际服务贸易的 分类与统计	31
本章主要学习内容	31
第一节 国际服务贸易分类	31
第二节 国际服务贸易分类的 评价	44
第三节 国际服务贸易统计	48
本章小结	52
本章重要概念	53
复习思考题	53
第三章 国际服务贸易理论	54
本章主要学习内容	54
第一节 国际服务贸易的比较 优势理论	54
第二节 国际服务贸易的价值 理论	63
第三节 配第一克拉克定理在服务 贸易中的运用	69
第四节 国际服务贸易理论 模型	74
本章小结	84
本章重要概念	84
复习思考题	84
第四章 国际服务贸易与经济 发展	86
本章主要学习内容	86
第一节 国际服务贸易与经济 增长	86
第二节 国际服务贸易与经济 效应	92
第三节 国际服务贸易与 FDI	104
本章小结	115
本章重要概念	116
复习思考题	116
第五章 国际服务贸易政策	117
本章主要学习内容	117
第一节 国际服务贸易政策 概述	117
第二节 国际服务贸易 自由化政策	120
第三节 国际服务贸易 保护政策	126
本章小结	133

本章重要概念	134
复习思考题	134
第六章 国际服务贸易规则	
及其协调机制	135
本章主要学习内容	135
第一节 服务贸易的国际性	
协议	135
第二节 WTO 体制与国际	
服务贸易	148
第三节 服务贸易的区域性	
协议	156
本章小结	167
本章重要概念	168
复习思考题	168
第七章 主要经济体的	
服务贸易	169
本章主要学习内容	169
第一节 发达国家的	
服务贸易	169
第二节 新兴工业化经济体的	
服务贸易	188
第三节 主要发展中国家的	
服务贸易	195
本章小结	203
本章重要概念	203
复习思考题	204
第八章 中国服务贸易	205
本章主要学习内容	205
第一节 中国服务贸易	
发展	205
第二节 中国服务贸易	
对外开放	214

第三节 中国服务贸易	
发展战略	221
本章小结	226
本章重要概念	227
复习思考题	227
第九章 国际服务贸易竞争力	228
本章主要学习内容	228
第一节 国际服务贸易竞争力	
理论	228
第二节 国际服务贸易竞争力的	
评价	237
第三节 全球服务贸易国际	
竞争力的分析	242
第四节 中国服务贸易国际	
竞争力分析	246
本章小结	252
本章重要概念	253
复习思考题	253
第十章 国际服务贸易格局及	
其发展趋势	254
本章主要学习内容	254
第一节 国际服务贸易发展的	
基本格局	254
第二节 国际服务贸易提供方式	
的发展与创新	262
第三节 国际服务贸易	
发展的趋势	275
本章小结	279
本章重要概念	279
复习思考题	279
参考文献	280

第一章

国际服务贸易概述

【本章主要学习内容】

- 国际服务贸易及与其相关的服务、服务业基本概念
- 国际服务贸易的特点
- 国际服务贸易的形成与发展
- 国际服务贸易影响因素及迅速发展的原因
- 国际服务贸易的研究对象、内容和研究方法

伴随着经济全球化与国际分工的发展,服务业成为全球第一大产业,服务业发展水平成为衡量一个国家或地区生产社会化程度和市场经济发展水平的重要标志。与服务业快速发展相适应,国际服务贸易发展十分活跃,正日益成为影响各国经济发展的重要力量。以服务业与服务贸易为主要内容的服务经济的迅速崛起,成为 20 世纪中叶以后世界经济显著特征。

第一节 国际服务贸易的基本概念

国际服务贸易的快速发展是世界各国(地区)服务业、服务经济迅猛发展的必然结果。因此,要理解国际服务贸易的内涵及其发展,首先应该从服务、服务业等基本概念入手。

一、服务的含义、基本要素和基本特征

(一) 服务的含义

“服务”一词，虽然人们经常使用，但其含义不尽相同。在日常生活用语中，“服务”是指为某组织或他人工作。经济学上的“服务”是指一种特殊形式的劳动产品，一般是指提供非实物形态的经济物品。对这一概念的探讨是随着服务业的发展及其在国民经济中的地位不断上升而逐渐展开的。

法国古典经济学家萨伊最早定义了服务的内涵和外延。他在《政治经济学概论》一书中指出，无形产品(服务)同样是人类劳动的果实，是资本的产物。另一位古典经济学家巴斯夏在《和谐经济论》中认为，“这(劳务)是一种努力，对于甲来说，劳务是他付出的努力，对于乙来说，劳务则是需要和满足。”^①劳务必须含有转让的意思，因为劳务不被人接受也就不可能提供，而且劳务同样包含努力的意思，但不去判断价值与努力是否同比例。巴斯夏在这里明确了两点：一是服务需要交换；二是服务等同于劳动(努力)。这实际上就是认为服务具有一般商品的基本特征。

马克思指出：“服务这个名词，一般地说，不过是指这种劳动所提供的特殊使用价值，就像其他一切商品也提供自己的特殊使用价值一样；但是这种劳动的特殊使用价值这里取得了‘服务’这个特殊名称，是因为劳动不是作为物，而是作为活动提供服务的。”^②

第二次世界大战后，特别是20世纪六七十年代以来，服务经济迅速发展，对服务概念的理解也越来越多样化。

1972年，企鹅出版社出版的《经济学词典》把服务定义为“服务主要是不可捉摸的，往往在生产的同时就被消费的消费品或生产品”。在《新帕尔格雷夫经济学百科全书》中，一种服务表示使用者的变形或者使用者的商品的变形，所以享用服务并不含有任何可以转变的获得物，只是改变经济人或其商品的特征。

富克斯对第二次世界大战后美国的服务经济进行了经典研究，认为服务就在生产的一刹那间消失，它是在消费者在场参与的情况下提供的，它是不能运输、积累和储存的，缺少实物性。

前苏联经济学家沙洛特科夫在1980年出版的《非生产领域经济学》中指出，“劳务具有双重定义：第一，劳务可解释为作为活动所耗费的劳动的一种特殊使用价值；第二，如果劳动同收入相交换，劳务可理解为非生产性劳动的形式。”^③

① 巴斯夏：《和谐经济论》，中国社会科学出版社，1995年版，第76、160页。

② 马克思，恩格斯：《马克思恩格斯全集》第26(1)卷，人民出版社，1979年版，第435页。

③ 沙洛特科夫：《非生产领域经济学》，上海译文出版社，1985年版，第221页。

1977年,希尔阐述了被经济学家广泛采用的服务的定义,他认为,“一项服务生产是这样一种活动,即生产者的活动会改善其他一些经济单位的状况。这种改善可以采取消费单位所拥有的一种商品或一些商品的物质变化形式,另一方面,改善也可以关系到某个人或一批人的肉体或精神状态。随便在哪一种情形下,服务生产的显著特点是,生产者不是对其商品或本人增加价值,而是对其他某一经济单位的商品或个人增加价值。”^①

综合上述经济学家及其他学者的观点,可以将服务的定义表述为:服务是对其他经济组织的个人、商品或劳务增加的价值,并主要以活动形式表现的使用价值或效用。

(二) 服务的基本要素

服务作为一种特殊的商品,它同一般商品一样,是由生产要素组成的。一般来说,服务包含资本、劳动力和知识技术(即人力资本)等三个基本要素。

1. 资本(实物资本)

与一般商品生产相同,服务生产也离不开资本要素的投入。许多服务的生产必须拥有一定的生产资料,此外,服务提供者本身就需要资本投入后的专业培训。因此,要提供服务,必须要有一定的资本投入。

2. 劳动力

它是服务的提供者或服务的载体。比如,会计服务是会计师为有关机构或组织提供的专业服务,法律服务是律师为需求者提供的专业服务。即使是以机器设备为基础的服务,如自动化汽车刷洗、自动售货机,也是以人的管理为前提的,这种服务可以看作是物化的人的劳动。

3. 知识与技术

知识与技术既属于人力资本的基本要素,又是所提供服务的的基本内容。除了直接接触式服务外,大多数的服务都是提供知识或技术的。人力资本通常是指资本投资形成的、凝结于劳动者身上的知识、技能和健康等。

根据服务与一般有形商品的不同特征(这里强调生产服务产品与有形产品所需基本生产要素的不同,特别是将人力资本看作是重要的生产要素),在估算服务产品的价值时,应考虑劳动的不同质量。此外,人力资本和实物资本之间存在着显著的差异。实物资本随着时间的推移逐步被消耗,人力资本却不同。首先,信息、训练或知识是不易消失的。其次,大部分的劳动者在劳动和学习中,会不断提高他们的知识和技能,即人力资本的增值。相比之下,机器在生产过程中则起着被动的作用。人力资本是经

① T. Hill: On Goods and Services, Review of Income and Wealth Series 23, 1977, pp315 ~ 338。

济进步的主要动力，显然是由于它的出现和存在，使得知识积累的速度加快，知识的储存已达到了足以引起传统生产方式发生重大变革的阶段。因此，人力资本积累的质变导致19世纪的工业革命和20世纪后半叶的信息革命。这一积累过程已达到要求重新定义能反映出主要生产构成要素的价值，它在服务与商品之间的产出分配方面及在服务本身的构成方面都发生了变化。

在一定的产出范围内，要素之间的关系是一种互补的关系，人力资本和劳动之间的互补性就是这种情况。这是因为提供服务一般要求有实物存在，或者提供服务的经济机构的干预，它们起到效用载体的作用。对于涉及大量信息及高度精确数据的服务，用人力资本替代劳动的可能性增大。相反，在生产尖端型服务时，人力资本和实物资本不易被代替。所以，要素之间在一定范围内主要是互补关系，而不是替代关系。由于服务与实物产品的基本要素不同，其生产、交换、分配和消费也就存在较大的区别。

（三）服务的基本特征

服务作为非实物的使用价值，和一般商品相比，具有以下基本特征：

1. 服务的无形性或不可感知性

这是服务最主要的特征。不可感知性包括两层含义：第一，商品的存在形式是直观的、确定的，服务的存在形态基本上是无形的、不固定的，不能触摸或凭肉眼看见其存在；第二，服务消费者往往不能事先感知服务，享用服务后只能感觉到服务的结果，或是要经过一段时间后，享用服务的人才能感觉到“利益”的存在。服务的这一特性决定了消费者在购买服务前，不能用对待实物商品的办法判断服务的好坏。随着科学技术的进步，在服务无形化的基础上产生了“物化服务”。“物化服务”即在服务生产活动者改变了一些人或他们所拥有的商品状态以后，服务被认为是“物化”了。例如，电影碟片作为服务产品的载体，其自身物质形态的价值很小，价值主体是物化在其上的服务。

2. 服务过程与消费的不可分割性

有形产品从生产、流通到最后消费的过程中，一般要经过一系列的中间环节，生产与消费的过程在时间和空间上是相互分离的。而服务一般则具有不可分离的特征，即服务的生产过程与消费过程同时进行，两者在时空上不可分离，所以在服务过程中消费者和生产者必须直接发生联系，因而生产过程也就是消费的过程。

3. 服务的异质性

服务的异质性是指同种类型的服务提供者在不同时空条件下所提供的服务不同，使服务消费者的效用或满足程度不同。即使是同一服务提供者，在不同条件下因客观因素或其主观因素的影响也会造成服务产品的差异。而一般有形产品在社会化大生产的条件下，产品质量基本上是稳定的，消费者在不同地点、不同市场购买的同类型产

品,其质量基本上是相同的。造成这种差异的原因既与服务供给者有关,也与服务产品的消费者有关。因为服务行业是以“人”为中心的产业,由于人类个性的存在,使对于服务的质量检验很难采取统一的标准。一方面,由于服务人员自身因素(如心理状态)的影响,即使由同一服务人员所提供的服务也可能会有不同的水准;另一方面,由于消费者直接参与服务的生产和消费过程,因此消费者自身的知识水平、兴趣和偏好等,也直接影响服务的质量和效果。例如,同是上课听讲,可能有人听得津津有味,有人却昏昏欲睡。由于服务的这个特征,服务的质量和效果要受其生产者和消费者两方面的影响。

4. 服务的不可储存性

有形产品可以在生产出来以后处于闲置状态,不进入消费领域,这种情况不一定给生产者带来损失,或造成商品价值的降低。但服务不可能像有形产品一样被储存起来。因为服务生产出来以后如果不被消费,既不能给生产者带来利润,也不能增加消费者的效用,只会造成损失。这种损失会造成服务提供者劳动的浪费、服务产品功能的消逝或表现为服务机会的丧失以及服务设备折旧的发生。

5. 服务的所有权不可转让性

不可转让性是指服务的生产和消费过程中不涉及所有权的转移。服务在交易完后就消失,消费者所拥有的对服务消费的权力并未因服务交易的结束而产生像商品交换那样获得使用的东西,服务具有易逝性。服务的这一特征是导致服务风险的根源,由于缺乏所有权的转移,消费者在购买服务时并未获得对某种东西的所有权,因此感受到购买服务的风险性,可能造成消费心理障碍。

6. 服务价格名称多样与不易确定性

服务业里的价格名称众多,如酬金、手续费、租金、保险费等。在确定服务业价格时涉及社会学和心理学,还有国家的服务价格政策。价格的确定围绕三个基本点来考虑,即生产和销售成本、需求(对于顾客的价值)、竞争对手的价格。服务企业确定服务价格的首要目标是保证需求,从而确保一定的利润。其他目标还有:投资回报、市场份额、社会目的、质量优异、现金流动等。影响服务价格差异的因素包括:服务的可支配性、提前评估的可能性、长期忠诚的关系、价格的敏感性等。一般而言,得到的服务越困难,服务的价格就越高;越能提前了解服务的特点,就越可以支付更高的价格;服务越是标准化,消费者对价格就越敏感;按照消费者需求研究的服务,消费者对价格的敏感程度较低一些;如果需要与顾客建立长期的稳定的关系,定价就会偏低一些。

服务的这些基本特征是与有形产品相比所具有的,当然由于实物化服务的出现,有些服务产品具有了有形产品的部分特征,但其实质还是有所不同的。