

全国外经贸院校

21世纪

高职高专统编教材

国际 服务贸易

刘东升
编著

中国对外经济贸易出版社

全国外经贸院校 21 世纪高职高专统编教材

编 委 会

主 任 王 红 王乃彦 吕红军 姚大伟

副 主 任 罗凤翔 张建华 刘宝泽 范冬云

秘 书 长 王伟利

副 秘 书 长 谢伟芳 杨 琦

委 员 (以姓氏笔画为序)

刘德标	庄菊明	庄瑞金	朱建华	严卫京
宋东今	李宗元	李留山	李学新	肖玲凤
张亚珍	狄文霞	陈福田	郑吉昌	林 峰
郭清山	钱建初	袁永友	黄菊英	

出版说明

中国加入世界贸易组织后，必将以更快的步伐融入全球化的浪潮中。中国将在众多的领域特别是在经济和贸易领域全面与国际接轨。为了适应这一新的形势，为我国对外经济贸易事业培养更多既懂得新的国际经济贸易法律和规则，又了解国际贸易运作的具体程序和惯用做法的实用型高职高专人才，在外经贸部有关司局及教育部有关司局的直接指导和帮助下，我们组织了全国主要的外经贸高职高专院校编写了这套教材。

这套教材暂定为 38 本，涉及外经贸的各个主要学科，是外经贸高职高专教育的主干教材。这套教材的编著者大多数是从事外经贸职业教育多年的老师，他们有着丰富的教学经验，同时我们还邀请了一些外经贸教育方面的权威专家和教授对本套教材进行了审定。另外，我们还请了一些外经贸公司和金融系统的专家加入了这套教材的编写，使得这套教材的可操作性更强。我们将结合各有关院校的实际使用情况不断修订、增补和完善这套教材。由于时间紧，任务急，书中难免出现疏漏和不足，恳请广大读者及时提出宝贵意见，以便充实和完善。

全国外经贸院校 21 世纪高职高专统编教材编委会

2002 年 6 月

目 录

第一章 国际服务贸易概论	1
第一节 国际服务贸易的基本概念	1
第二节 国际服务贸易的形成与发展	14
第三节 国际服务贸易的研究方法	24
第二章 国际服务贸易的分类	28
第一节 国际服务贸易的统计分类	28
第二节 国际服务贸易的逻辑分类及形式	34
第三节 对国际服务贸易分类的评价	43
第三章 国际服务贸易的价值理论	59
第一节 商品和服务的价值理论	59
第二节 影响服务产品国际市场价格变动的因素	66
第三节 国际市场价格的形式	75
第四章 国际服务贸易的政策与措施	80
第一节 国际服务贸易政策概说	80
第二节 国际服务贸易的政策措施	97
第三节 国际劳动力流动的政策和措施	111
第五章 国际服务贸易的发展	119
第一节 国际资本移动与国际服务贸易	119
第二节 经济全球化与国际服务贸易	125
第三节 跨国公司与国际服务贸易	133
第四节 经济发展对国际服务贸易的影响	146
第六章 国际服务贸易协议	152
第一节 国际多边贸易体制	152

第二节	WTO体制与国际服务贸易发展	161
第三节	《服务贸易总协定》的主要内容	170
第四节	中国加入WTO和建立国际服务贸易 管理体制	182
第七章	加入世界贸易组织与我国服务业市场开放	189
第一节	我国服务业市场开放的必要性	189
第二节	加入世界贸易组织与我国主要服务业的 开放	200
第三节	加入世贸组织对我国服务业发展的影响	206
第八章	中国服务业的对外开放	219
第一节	我国金融业的发展与对外开放	219
第二节	我国基础电信业的发展与对外开放	232
第三节	我国旅游业的发展与对外开放	245
第四节	我国海运业的发展与对外开放	253
第五节	我国分销服务业的发展与对外开放	274
附录1	《服务贸易总协定》	287
附录2	中国加入世贸组织议定书	321
参考书目	336
后 记	337

第一章 国际服务贸易概论

随着世界经济的发展和全球产业结构的调整，服务业在各国国民经济中所占比重不断提高，发达国家基本上完成了以制造业为主向以服务业为主的产业结构的转变，使国际服务贸易迅速发展，并成为国际贸易的重要组成部分。本章主要介绍国际服务贸易的基本概念，国际服务贸易的形成和发展，以及国际服务贸易的研究方法。

第一节 国际服务贸易的基本概念

一、服务 (service)

(一) 服务的含义

“服务”一词人们经常使用，但在不同学科中含义往往不同。在经济学中《辞海》定义为：服务“亦称‘劳务’，不以实物形式而以提供活劳动的形式满足他人某种特殊需要”。实际上服务和劳务是两个性质不同的经济范畴。在生产活动过程中，服务生产的特点是服务生产者必须有劳动力和劳动资料，其劳动对象一般由消费者来确定；劳务活动的特点则是劳务提供者仅有劳动力，劳动对象和劳动资料均由消费者提供，其劳动力受他人的支配和使用。市场营销学认为服务是“可被区分界定，主要为不可感知，却可使欲望获得满足的活动，而这种活动并不需要与其他的产品的服务的出售联系在一起。生产服务时可能会或不会需要利用实物，而且即使需要借助某些实物协助生产服务，这些实物的所有权将不涉及转移的问题”。1987年，经济学家希尔对服务

下了一个定义：“服务即是生产者的活动会改善其他一些经济单位的状况。它既可以改善消费单位的商品的物质形态，又可以改善某些人的肉体或精神状况。服务生产的显著特点是对其他经济单位的商品或个人增加价值。”

综合以上定义，我们认为服务是指服务提供者通过直接接触或间接接触的形式，满足服务接受者的某种需要并取得相应报酬的经济行为。服务一般是以非实物形式满足他人（自然人或法人）的某种特殊需要，或改善其他一些经济单位的状况，它既可改善消费单位的商品的物质形态，又可以改善某些人的肉体或精神状态。从20世纪60年代以来，西方经济学家对服务及服务经济进行了大量的研究，逐渐形成一个共识，就是服务与生产是同等重要的，他们提出“生产者服务”也是经济增长的动力，这对传统经济理论是一个很大的突破。这里，“生产者服务”是指为最后消费或进一步生产而提供服务的生产者所使用的中间投入。这些生产者大多使用人力资本和知识资本作为主要的投入，因而其产出包含有大量人力资本和知识资本的服务，于是生产者服务可以促进生产专业化，扩大资本与知识密集型生产，从而提高劳动及其要素的生产率。

（二）服务的基本特征

和实物产品相比，服务具有以下一些基本特征，掌握这些基本特征，有助于我们进一步了解服务的本质。

1. 无形性或不可感知性（intangibility）。这是服务的最主要的特征。商品的空间形态是确定的，有形的，其生产和消费随着空间形态的变换而产生和消亡；而服务的空间形态基本上是不固定的，无形的。我们可从两个不同的方面来理解。首先，服务与有形产品比较，在很多时候都是无形的，让人不能触摸或凭肉眼看见其存在。其次，服务消费者在购买服务之前往往不能感知服务，接受服务后的利益也很难被察觉，或是要等一段时间后，服务消费者才能感觉到“利益”的存在。由于服务的无形性，顾客

对它们的质量很难评估，因为即使在消费和享用之后，顾客也难以根据消费经验感受到这种产品所带来的利益，而只能相信服务提供者的介绍和承诺，并认为该服务确实给自己带来了自己所期望得到的好处。当然也有某些服务能与有形物品结合在一起。加拿大经济学家赫伯特·G·格鲁伯和迈克尔·A·沃克于1989年提出了“物化服务”的概念。“物化服务”即是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，服务就被认为是“物化”了。这种改变对个人或商品所有者是有价值的。如学生受益于教师的物化服务，病人受益于医生的物化服务，音乐家的服务体现在唱片中；计算机程序的服务体现在数据存储盘中等等。

2. 不可分离性 (inseparability)。服务具有不可分离性的特征，是指服务的生产过程与消费过程同时进行，也就是说服务人员提供服务于顾客时，也正是顾客消费服务的时刻，两者在时间上不可分离。所以在服务的过程中消费者和生产者必须直接发生联系，从而生产的过程也就是消费的过程。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，生产与消费的过程一般具有一定的时间间隔。服务的这种特性表明，顾客只有加入到服务的生产过程中才能最终消费到服务。故服务的不可分离性是服务的另一个主要特征。当然，在物化服务的情况下，服务的生产和消费可以不同时发生。

3. 不可贮存性 (perishability)。商品在生产出来以后和进入消费领域之前，可以处于库存状态，而且不一定给商品生产者带来损失。但服务却不可能像有形的消费品和其他产品一样被贮存起来，以备未来出售；消费者在大多数情况下也不能将服务携带回家保存。提供的服务如果不被使用，既不能给提供者带来收益，也不能给消费者带来效用。如电影院的空位不会产生服务收入等。尽管提供服务的设备可能会提前准备好，但生产出来的服务如不当时消费，就会造成损失，这种损失不像有形产品损失那样明显，它主要表现为服务效用的丧失和折旧的发生。随着科学

技术的发展，有些服务在时间上也是可以贮存的，即购买和消费在时间上不一致，如保险服务等。

4. 差异性 (heterogeneity)。差异性是指服务的构成及其质量水平经常变化，很难统一界定。与机械化和自动化生产条件下的物质产品不同，服务行业是以“人”为中心的产业，由于人类个性的存在，使得对于服务的质量检验很难采取统一的标准。一方面，由于服务人员自身素质（如心理状态）的影响，即使是同一服务人员，在不同时间所提供的服务质量也可能会有差别；另一方面，由于顾客直接参与服务的生产和消费过程，因而顾客本身的因素（如知识水平、兴趣和爱好等）也直接影响服务的质量和效果。如同是上课听讲，有人津津有味，有人昏昏欲睡。由于服务的这个特征，服务的质量和效果要受两方面的影响——生产者和消费者。服务质量的差异性，既为发展优质服务提供了广阔的空间，也给劣质服务留下了活动余地，这就对服务质量管理提出了更高的要求。

尽管商品和服务在形态上存在着明显的差别，但在现代市场经济体系中，商品和服务间存在着一定的替代性和统一性。替代性表现为商品和服务间的相互替代，如运输服务可以替代生产者自备运输工具等；统一性主要表现在两者都是通过货币购买来实现的，即与货币资产交换的一致性。

（三）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，也是由相应的生产要素在一定条件下生产出来的。服务生产包含三个基本要素：资本、劳动力和知识技术（即人力资本）。

1. 资本。服务生产同样离不开资本要素的投入。一方面在许多服务生产必须拥有一定的生产资料，服务提供者借助一定的生产资料向消费者提供一定的服务，这一点与其他物质产品生产是相同的，生产资料构成了服务的基础。另一方面是服务提供者本身就需要资本投入后的专业培训，通过专业培训掌握一定的技

能，从而满足消费者的需要。服务行业的特点决定了服务提供者的培训和教育具有更为重要的意义。故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，是最基本的服务要素。随着知识经济的发展，服务业对劳动者的技能提出了更高的要求。

3. 知识与技术。知识与技术既属于人力资本的基本要素，又是所提供的基本内容，除了直接接触式服务外，大多数服务都是提供知识或技术的。人力资本，通常是指经资本投资形成的、凝结于劳动者身上的知识、技能和健康等。在经济学中一般认为资本、劳动和土地是基本生产要素，在经济增长理论中，还考虑技术进步、企业家才能等因素。对服务活动进行分析时将人力资本看作是独立的生产要素，是因为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将逐渐被消耗，人力资本却不同。首先，信息、训练或知识是不易消耗的。其次，大部分的劳动者在劳动和学习中，会不断地提高他的知识和技能，即人力资本的增值。人力资本在生产过程中起到动力的作用并成为经济增长的杠杆。相比之下，机器在生产过程中则起到被动的作用。正由于服务与实物产品的基本要素不同，其生产、交换、分配和消费也就有较大的区别。

(四) 服务的分类

多年来人们对产品分类法进行了大量的研究，提出了一系列产品分类方法。但在很长一段时间内服务却一直按行业分类。最近30年来，营销学家对服务分类法进行了大量的探索，提出了许多新的分类方法。常见的有：威斯（1978）根据顾客服务推广的参与程度将服务分为三大类，即高接触性服务、中接触性服务和低接触性服务。科特勒（1980）从四个方面对服务进行分类：一是根据提供服务的工具不同，划分为以机器设备为基础（如自动化汽车刷洗、自动售货机等）和以人为基础（如会计服务）两

种。而以人为基础的服务，又可分为非技术性、技术性和专业性服务等。二是根据顾客在服务现场出现的必要性大小来划分，有的服务必须要求顾客亲临现场，如身体检查、理发等；而有的服务则不需要顾客亲临现场，如汽车维修服务。三是服务会因个人需要与企业需要的不同而有分别，比如同一家医院对公司职员与单一个人的医疗收费可能不同。四是根据服务组织的目的与所有制分为盈利性和非盈利性服务以及私人服务和公共服务等。

拉夫罗克将服务分类同管理过程结合起来，从五个方面对服务进行划分。(1) 根据服务活动的本质，把服务分为四类：作用于人的有形服务如民航服务、理发；作用于物的有形服务如航空运输、草坪修整；作用于人的无形服务如广播、教育；以及作用于物的无形服务如保险、咨询服务。(2) 根据服务组织同顾客之间的关系将服务分为：连续性、非正式关系的服务如广播电台、警察保护；间断的、会员关系的服务如担保维修、对方付费电话服务；以及间断的、非正式关系的服务如邮购、街头收费电话。(3) 根据在服务过程中服务提供者选择服务方式的自由度大小以及服务本身对顾客需求的满意程度进行划分。如公共汽车的服务，提供者和顾客的选择自由度都很小；电话服务、旅馆服务等，虽然顾客的需求得到充分的满足，但是服务提供者对服务方式的选择自由度却很小。(4) 根据服务供应与需求的关系进行划分，可分为需求波动较小的服务如保险、银行服务；需求波动幅度大而供应基本能跟上的服务如电话等；以及需求波动较大并会超过供应能力的服务如交通运输、饭店等等。(5) 根据服务推广的方法，即服务组织与顾客取得联系的方式，可分为顾客去找服务组织，服务组织去找顾客等。

以上分类主要是从营销的角度，如果从服务参与实物生产过程的角度，可将服务分为中间服务产品和最终服务产品。中间服务就是将服务的价值转移到实物产品，消费者通过实物产品来获得服务，如唱片、计算机软件等等；这种服务也可看作是对实物

生产的服务。第二章将着重介绍服务业的分类。

二、服务业

(一) 服务业的含义及其分类

服务业是生产或提供各种服务的经济部门或企业的集合。服务业是一个门类十分繁杂的产业，服务业在其刚刚形成时期，就包括十个以上行业。饮食服务业、旅馆、理发、浴池、交通运输、殡葬、医疗卫生、娱乐场所管理等是服务业的基本行业。服务业的一大特点是行业间的技术差异较大，其职业分工侧重点弹性较小。随着现代科学技术的发展，一些新兴的服务行业陆续出现，行业间的差异及分工越来越明显，这就需要对服务业进行科学的划分。如果我们不对服务业内部结构进行全面划分，就不可能对服务业的社会价值以及自身的发展变化规律进行科学的认识。对服务业可以进行多角度的划分，从消费角度看，可把服务业划分为生产资料服务业和生活资料服务业两大类。

所谓生产资料服务业是指用自己创造的服务产品直接满足生产性消费领域的服务经济部门。如广告业、市场咨询服务业、信息情报业、生产资料修理业、安装业等。一般来讲，说某种服务业属于为生产消费服务或为生活消费服务是根据该部门产品的主要用途，因为很多服务产业既进入生产消费领域，也进入生活消费领域。例如，邮电业服务业，当生产企业为联系原材料和产品的购销事宜时，邮电业服务产品完全是被作为生产性消费之用的；而当人们为了联系私人事情而寄信或拍电报时，邮电业服务产品完全是被当作生活资料消费的。

同生产资料服务产业一样，生活资料服务业是用自己创造的服务产品直接满足生活消费的服务经济部门。当我们认定某一服务行业属于生活服务业时，我们只是就这一行业的绝大多数产品将进入生活消费领域而言的。所谓绝大多数是指服务产品价值量和使用价值量两方面而言的。当然，对某一服务行业而言，其自

身的性质也不是一成不变的。伴随社会经济的变动，特别是居民个人收入水平和消费支出结构及需求偏好的转变，原来是作为生产消费的服务产品很可能会陆续成为个人消费基金的交换对象。因此，当我们界定某一服务业的具体属性时，应当从静态和动态两个角度考虑问题。所谓静态，就是从行业自身提供的服务产品的使用价值特性及其社会应用广度出发来考察；所谓动态，就是从外部经济环境的特点和发展变动趋势出发去考察。从静态和动态两者结合中去判别服务业的行业划分，就可使这种分类更符合实际。

从使用价值本身的特性与人类自我发展的关系角度，我们可以将生活资料服务业提供的服务产品再细分为生存资料、发展资料、享受资料三大类。这种划分说明，由于部分产品属于生存资料，服务产品的消费对人类来讲，和基本消费品具有同等重要意义。一种服务产品属于何类消费资料取决于多种社会经济因素的影响。同一服务产品在不同的经济发展条件下，会分属于不同类消费资料。比如，在生产水平较为落后、居民消费能力较为低下的时代，到公共浴室去洗澡会被视为是一种奢侈性消费支出，即在这一时期，公共浴室业提供的服务属于享受资料。而在近代社会，公共浴室业提供的服务则纯属生存资料范畴。在现代，当住宅设施现代化之后，公共浴室则退后为经济水平较低的人们的一种消费场所。这体现一个规律性原则：经济发展水平愈高，人均收入水平愈高，原属于享受资料范畴的服务产品会逐步转变为生存资料。这种层层递落现象，在经济增长率急剧提高，收入水平迅速上升的时代，表现得特别突出，也特别普遍。但是这并不意味着服务业创造的消费资料没有固定属性。很多服务产品其基本使用价值特性是不可更改的。比如饮食业和旅馆业的服务产品，无论从何种角度分析，都应算是生存资料。此外，同一服务产品对具有不同收入水平和消费偏好的人来说，具有不同的消费价值，属于不同类消费资料。职业是影响人们服务产品消费偏好

的重要因素。对一个演员来讲，美容服务产品可以说属于生存资料（演出时化妆用的应属于生产资料），但对从事其他工作的人来说，美容服务产品就可能属于发展资料或享受资料了。社会经济发展水平、居民经济收入水平、和服务产品使用价值的特殊性质，都是对服务业提供的消费资料进行划分时需综合考虑的几个基本依据。

从使用价值的基本性质角度分析，提供生存资料的服务业主要有饮食业、旅馆业、理发业、医疗卫生业、空运业、浴池业等；提供发展资料的服务业主要有美容业、修理业、个人广告业、家庭服务业等；提供享受资料的服务业则主要有旅游业、高级宾馆饭店业、高级娱乐场所管理业、高级美容业等。

从服务业产生的时间顺序看，服务业又可被划分为传统服务业和新兴服务业两大类。属于传统服务业的行业主要有：饮食业、修理业、理发业、旅馆业、殡葬业、医疗卫生业、洗染业等；属于新兴服务业的服务行业则主要有：咨询服务业、旅游业、娱乐场所管理业、美容业、广告业、邮电业等。对不同的国家和地区来说，传统服务业和新兴服务业往往有着不同的内容。传统服务业和新兴服务业各自提供的服务产品的质量结构、品种结构以及价格结构也是及其不一致的。在一个国家或地区里，传统服务业和新兴服务业的具体内容，一方面取决于本国的经济发展水平；另一方面常常要受本国或本地区自然地理条件、国际经济环境、政府经济发展战略的制约。

我国国家统计局于1994年首次对我国服务业作了两级分类，包括：农、林、牧、渔服务业，地质勘探、水利管理业，交通运输、仓储及邮电通信业，批发零售和餐饮业，金融、保险业，房地产业，社会服务业，卫生体育和社会福利业，科学研究和综合技术服务业，国家机关、党政机关和社会团体。

（二）服务业与第三产业

20世纪30年代，在新西兰和澳大利亚工作的英国经济学家

费希尔 (A. Fisher) 和克拉克 (C. Clark) 提出经济增长阶段的观点, 认为经济中以农业为主的初级产品生产产业是第一产业, 以工业为主的初级产品加工产业是第二产业, 两者之外的所有其他经济部门都属于第三产业。现在许多人认为, 服务业就是第三产业。我们认为, 两者有密切的联系, 因为它们包含的行业基本相同。一般来说, 服务业所包含的行业比第三产业要狭窄一些, 这是因为: (1) 三次产业分类的界定采用的是剩余法。凡不属于第一和第二产业的部门都属于第三产业。以上这种方法界定的第三产业范围是难以确定的。比如说建筑业是否应当归属于第二产业就是一个悬而未决的问题。而服务业的界定是以其能否提供或生产各种类型的范围为标准的。由于范围本身的若干特点是明确的, 因此同第三产业概念相比, 根据产业产品 (服务) 来定义的服务业, 是比较稳定和明确的。(2) 三次产业划分思想的出发点是经济体系的供给分类, 暗含着高层次的产业发挥单向地依赖于低阶层次产业产品的含义。相反, 服务业同其他经济产业的区分是以经济系统的需求分类为思想基础的, 这种观点重视服务业同其他经济产业的相互依赖关系, 而不是单向的依赖关系。(3) 第三产业概念的经济结构含义主要是相对于国内经济的, 而服务业概念的经济结构含义是面向国内和国际两个市场的。所以以下我们提到的服务业是同第三产业有所区别的。

三、国际服务贸易

(一) 服务贸易及其分类

服务作为商品进行交易或等价交换, 这就是服务贸易。服务只有在体现商品价值时, 才具有服务贸易的特征。服务贸易有三个基本类型: 一是提供要素服务的贸易; 二是人员移动和商品移动引起的服务贸易; 三是物化服务的贸易。(1) 要素服务贸易。提供要素的服务贸易称为要素服务贸易。它包含三个组成部分: 一是以人力资本和知识资本的收入形式表现的; 二是以手续费和

版权税形式表现的，如以书籍、影片、唱片、乐谱、电脑软件、药品以及类似的商品和服务形式使用专利、商标、版权而支付的费用；三是劳务，包括工人、技术人员及管理人士的劳务贸易。

(2) 人员和商品流动引起的服务贸易。这是一种随着商品和人员的流动而产生的一种服务贸易，有人称之为追加性服务。这种服务提供了某种追加效用。在科技革命和交通运输不断发展的影响下，这种服务会导致商品的变化和因人员流动而伴随产生的种种服务。这种服务贸易的表现形式有许多，如商务旅行者、旅游者、学生和病人，他们接受交通运输、旅馆、教育、医疗等方面的服务。

(3) 物化服务贸易。物化服务就是把服务物质化，如人们去音乐厅聆听交响乐或古典音乐演奏，乐队的演奏属于一瞬间消失的服务，演奏结束的那一瞬间就意味着作为服务供应着的乐队给消费者的服务宣告结束。但是，如果把乐队演奏的全过程录音录像，制成磁带或录像带，这就实现了服务的物质化，即物化服务。电子计算机的软件磁盘就是典型的物化服务的例子。

(二) 国际服务贸易

国际服务贸易就是指跨越国界进行服务贸易的商业行为。一些国家及其学术代表以服务业产品区别于物质产品（货物）的产品特征为界定标准，形成国际服务贸易范围的所谓狭义定义。其定义是：当一国（地区）的劳动力向另一国（地区）的消费者（法人或自然人）提供服务时，并相应获得外汇收入的全过程，便构成服务的出口；相对于服务的出口，一国（地区）消费者购买他国（地区）劳动力提供的过程，形成服务的进口。各国的服务进出口活动，便构成国际服务贸易。其贸易额为服务总出口额或总进口额。按这样的定义，显然涉及到国籍、国界、居民、非居民等问题，即人员的移动与否。服务的过境与否及异国国民之间的服务交换等问题；如电信服务，只需服务“过境”，而无需“国民移动”；又如一般性的在境外设立分支机构的跨国公司，雇佣当地人，向当地居民或部门（企业）提供服务，则这

样的服务既未发生“国民移动”，也未发生服务“过境”。然而跨国公司内部的服务提供，无论服务“过境”与否，都未发生“异国国民交换”问题。可见服务贸易发生方式的复杂性。为此，对上述服务贸易定义作以下几点补充：

(1) 这里的劳动力有广泛的含义，它既可以以单个的形式提供服务，也可以以集体形式提供服务。(2) 劳动力在提供服务时，一般要借助一定的工具设备及手段。(3) “劳动力”与“消费者”的不同国（地区）籍问题也要作广义的理解。如跨国公司在境外设立分支机构，雇佣当地居民并向当地消费者提供服务时，这时的“劳动力”或称“服务提供者”，应理解为该外商机构的股权持有人（可能是单个的私人，也可能是一个法人集体），单个的本地劳动力在向本地消费者提供服务是以“集体”形式，“代表”外商机构在提供服务。(4) 这里的服务进出口，是相对过境，作为“产品”的服务和人员，未必发生真正的过境。因为服务贸易一般涉及人员、资本及技术信息的移动，所以只要有一要素发生移动，往往都构成贸易。(5) 对于劳动力的智力成果，如技术、知识产权类的产品贸易也被视作劳动力提供服务。

广义的国际服务贸易定义是以一国的国际收支流量的统计程序为依据的。关贸总协定乌拉圭回合《服务贸易总协定》规定，国际服务贸易是指服务提供者从一国境内向他国境内、通过商业现场或自然人的商业现场向服务消费者提供服务并获得外汇收入的过程。把国际服务贸易定义为如下四类：(1) 从一缔约方境内向任何其他缔约方境内提供服务；(2) 在一缔约方境内向任何其他缔约方的服务消费者提供服务；(3) 一缔约方在其他任何缔约方境内通过提供服务的实体性介入而提供服务；(4) 一缔约方的自然人在其他任何缔约方境内提供服务。这里的“服务提供”包括任何部门的任何服务，但实施政府职能活动所需的服务提供除外。上述定义采取的是说明性方式表述，这是基于国际服务业纷繁复杂，国际服务贸易内容广泛等原因。按照《服务贸易总协