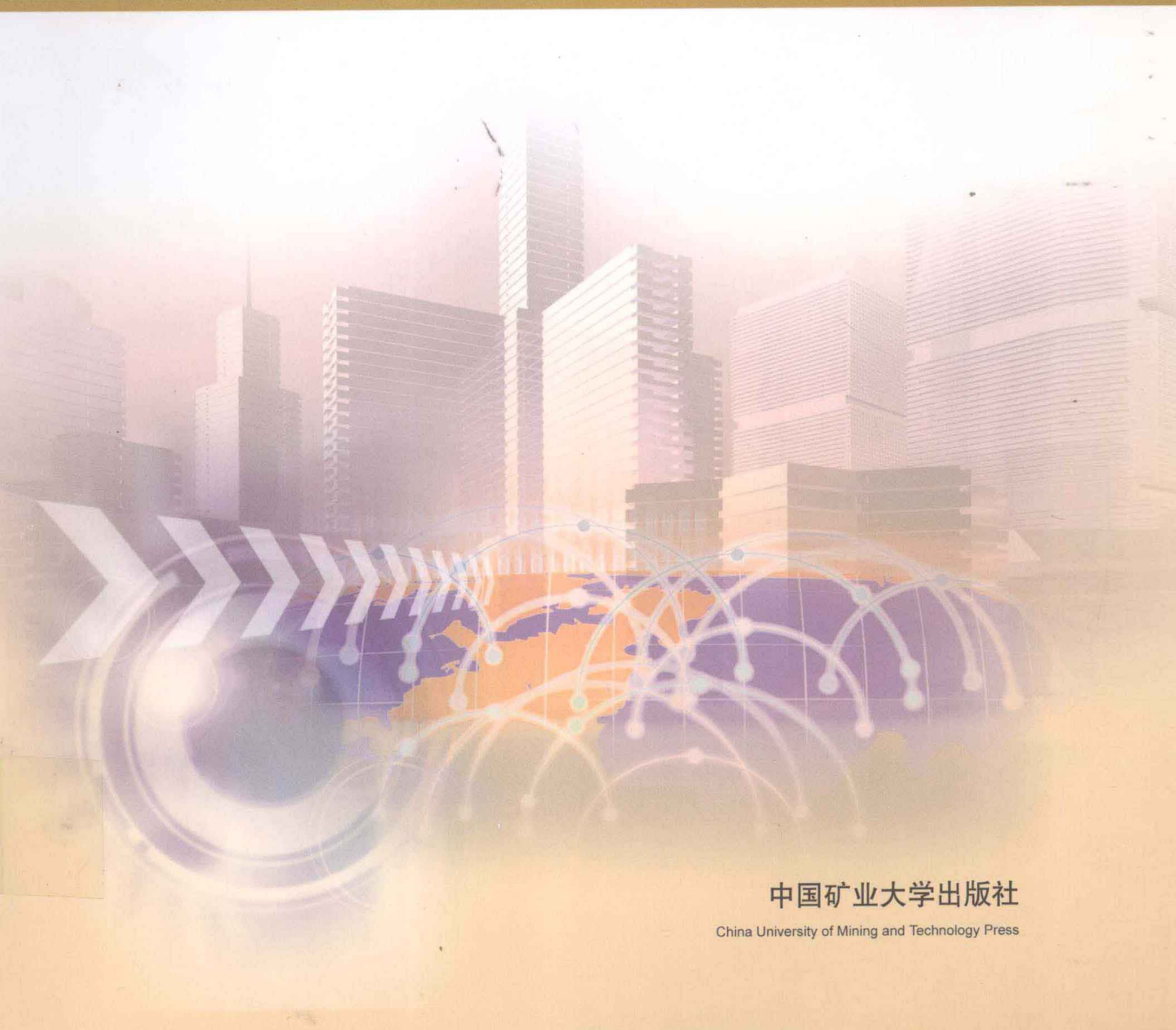


高等院校经济管理类“十二五”应用型规划教材

国际服务贸易新编

Guoji Fuwu Maoyi Xinbian

罗吉文 主编



中国矿业大学出版社

China University of Mining and Technology Press

高等院校经济管理类“十二五”应用型规划教材

国际服务贸易新编

主 编 罗吉文

副主编 孙 勤 陈 澎 王成林

中国矿业大学出版社

内 容 提 要

本书分上、下两篇,上篇主要介绍国际服务贸易总论,内容包括国际服务贸易的概论、分类、有关理论、政策措施、服务贸易总协定及 GATS 与中国的关系;下篇主要介绍国际服务贸易分论,内容包括国际工程承包、劳务合作、金融服务、保险服务、租赁服务、运输服务、旅游服务、专业经济服务及税务管理。

本书编写体系新颖,针对性强,兼顾理论知识与实践能力的培养,可作为高等院校经济与贸易类专业的教材,也可供广大经济贸易实务工作者阅读、参考。

图书在版编目(CIP)数据

国际服务贸易新编/罗吉文主编. —徐州:中国矿业大学出版社,2011.12

高等院校经济管理类“十二五”应用型规划教材

ISBN 978 - 7 - 5646 - 1305 - 1

I. ①国… II. ①罗… 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 226841 号

书 名 国际服务贸易新编

主 编 罗吉文

责任编辑 陈振斌 孙 浩

出版发行 中国矿业大学出版社有限责任公司
(江苏省徐州市解放南路 邮编 221008)

营销热线 (0516)83885307 83884995

出版服务 (0516)83885767 83884920

网 址 <http://www.cumtp.com> E-mail: cumtpvip@cumtp.com

印 刷 徐州中矿大印发科技有限公司

开 本 787×1092 1/16 印张 21.5 字数 537 千字

版次印次 2011 年 12 月第 1 版 2011 年 12 月第 1 次印刷

定 价 39.50 元

(图书出现印装质量问题,本社负责调换)

前 言

近年来服务贸易在整个国际贸易中所占的比重日趋上升,已超过 30%;规模不断扩大,20 世纪 90 年代以后,年均增长速度超过了 7%。为顺应这一宏观背景与发展趋势、满足高等院校国际贸易专业学生 and 实际工作者对服务贸易理论与实践日益增长的需求,我们组织编写了《国际服务贸易新编》一书。全书分上、下两篇,上篇主要介绍国际服务贸易总论,内容包括国际服务贸易的概论、分类、有关理论、政策措施、服务贸易总协定及 GATS 与中国的关系;下篇主要介绍国际服务贸易分论,内容包括国际工程承包、劳务合作、金融服务、保险服务、租赁服务、运输服务、旅游服务、专业经济服务及税务管理。本书的特点是:① 具有很强的针对性,主要是针对应用型本科院校与高职高专院校的经济与贸易专业的学生学习;② 兼顾理论知识与实践能力的培养,侧重于对应用能力的培养;③ 避开了传统财经院校侧重对学生理论与研究能力培养的模式,压缩了高深理论内容的课堂教学,增加了实务操作的各专门领域的内容,添加了教学案例的讨论。

本书的写作参考了大量国内外已出版的著作和论文,书中难以一一列出,谨向这些作者表示感谢。本书的出版得到了中国矿业大学出版社的帮助和支持,在此表示衷心的感谢。

本书由徐州工程学院罗吉文副教授担任主编,徐州工程学院孙勤教授、陈澎教授,盐城工学院王成林副教授担任副主编。各章执笔者如下:罗吉文(第一、三、四、五、九、十、十一、十二、十三章),孙勤(第二、十四章),陈澎(第六、十五章),王成林(第七、八章)。全书由罗吉文拟定大纲,并进行总纂定稿。

由于时间仓促,加之水平有限,书中疏漏失当之处在所难免,敬请专家和读者不吝赐教。

编 者

2011 年 11 月

目 录

上篇 国际服务贸易总论

第一章 国际服务贸易概论.....	3
第一节 国际服务贸易的基本概念.....	3
第二节 国际服务贸易的形成与发展	10
第三节 国际服务贸易的研究内容与特征	16
本章小结	20
核心概念	20
复习思考题	20
案例分析	20
第二章 国际服务贸易分类	21
第一节 国际服务贸易分类的依据和标准	21
第二节 国际服务贸易的统计分类	23
第三节 国际服务贸易的逻辑分类	26
第四节 国际服务贸易分类的评价	31
本章小结	40
核心概念	40
复习思考题	40
案例分析	41
第三章 国际服务贸易理论	42
第一节 国际服务贸易的价值理论	42
第二节 国际服务贸易的比较优势理论	53
第三节 现代国际贸易理论与国际服务贸易	55
本章小结	62
核心概念	62
复习思考题	63
案例分析	63
第四章 国际服务贸易政策与措施	65
第一节 国际服务贸易政策	65

第二节 国际服务贸易措施	83
本章小结	88
核心概念	88
复习思考题	88
案例分析	88
第五章 服务贸易总协定	90
第一节 国际服务多边贸易体系形成	90
第二节 《服务贸易总协定》主要内容	99
第三节 《服务贸易总协定》评述	110
本章小结	114
核心概念	114
复习思考题	114
案例分析	114
第六章 GATS 与中国对外服务贸易	115
第一节 加入 WTO 前中国服务贸易的基本特点	115
第二节 中国加入 WTO 与 GATS	117
第三节 加入 GATS 对中国服务业发展的影响	121
第四节 中国发展服务贸易的问题与对策	124
本章小结	127
核心概念	127
复习思考题	128
案例分析	128

下篇 国际服务贸易分论

第七章 国际工程承包贸易	131
第一节 国际工程承包的形式	131
第二节 国际工程承包的特点	132
第三节 国际工程承包的方式	132
第四节 国际工程服务贸易壁垒	134
第五节 国际工程承包程序	135
第六节 国际工程承包合同的签订	142
第七节 国际承包工程的保险	146
第八节 国际工程承包中的银行保函	148
第九节 国际工程承包中的施工索赔	149
本章小结	152

核心概念·····	152
复习思考题·····	152
案例分析·····	152
第八章 国际劳务合作贸易·····	154
第一节 国际劳务合作的含义与方式·····	154
第二节 国际劳务合作的影响·····	155
第三节 国际劳务合作的劳务成本和报价·····	156
第四节 国际劳务合作合同·····	156
第五节 国际劳务合作的政策和措施·····	157
本章小结·····	161
核心概念·····	161
复习思考题·····	161
案例分析·····	161
第九章 国际金融服务贸易·····	163
第一节 国际金融服务贸易概述·····	163
第二节 国际金融服务机构·····	166
第三节 国际融资途径·····	167
第四节 银行担保与财务顾问·····	183
本章小结·····	186
核心概念·····	186
复习思考题·····	186
案例分析·····	186
第十章 国际保险服务贸易·····	188
第一节 国际保险服务贸易概述·····	188
第二节 国际保险机构·····	192
第三节 国际保险服务种类·····	195
第四节 国际保险市场·····	203
第五节 国际保险经营·····	208
本章小结·····	215
核心概念·····	215
复习思考题·····	215
案例分析·····	215
第十一章 国际租赁服务贸易·····	217
第一节 国际租赁概述·····	217
第二节 国际租赁机构·····	220

第三节 国际租赁的类型·····	221
第四节 租赁业务的基本程序·····	227
第五节 租赁服务合同·····	228
第六节 租金的计算·····	232
第七节 主要发达国家的租赁业概况·····	234
本章小结·····	236
核心概念·····	236
复习思考题·····	236
案例分析·····	236
第十二章 国际运输服务贸易·····	237
第一节 国际运输服务贸易概述·····	237
第二节 国际海洋运输·····	238
第三节 国际航空运输·····	248
第四节 国际陆路运输·····	252
第五节 国际集装箱运输·····	257
第六节 管道运输服务·····	260
第七节 国际多式联运·····	260
本章小结·····	264
核心概念·····	264
复习思考题·····	264
案例分析·····	264
第十三章 国际旅游服务贸易·····	266
第一节 旅游服务贸易概述·····	266
第二节 旅游资源·····	270
第三节 旅游服务贸易产品·····	273
第四节 旅游市场·····	276
第五节 国际旅游业的三大支柱行业·····	277
第六节 旅游企业经营·····	281
第七节 旅游预订网络系统·····	283
第八节 国际旅游服务贸易发展现状·····	285
本章小结·····	290
核心概念·····	291
复习思考题·····	291
案例分析·····	291
第十四章 国际专业经济服务贸易·····	292
第一节 国际专业经济服务概论·····	292

第二节 国际咨询服务·····	296
第三节 国际广告·····	302
第四节 国际信息数据传递等服务·····	316
第五节 其他专业经济服务·····	319
本章小结·····	320
核心概念·····	321
复习思考题·····	321
案例分析·····	321
 第十五章 国际服务贸易的税务管理·····	 322
第一节 国际征税原则·····	322
第二节 避免双重征税的措施·····	324
第三节 国际避税和逃税·····	325
第四节 国际反避税和反逃税·····	327
本章小结·····	330
核心概念·····	330
复习思考题·····	330
案例分析·····	330
 参考文献·····	 331

上 篇

国际服务贸易总论

第一章 国际服务贸易概论

学习目标

通过对本章的学习,要求学生理解国际服务贸易的概念,了解国际服务贸易的形成与发展,把握国际服务贸易的内容,掌握国际服务贸易发展的特点。

本章重点

服务的基本要素;国际服务贸易定义;国际服务贸易的四种形式;国际服务贸易的特征。

本章难点

服务、服务业的内涵;现代国际服务贸易发展的动因。

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内容、特征和研究方法。

第一节 国际服务贸易的基本概念

一、服务

(一) 服务的概念

“服务”(service)这个词人们经常使用,但其含义往往并不相同。它在日常用语、经济学和市场营销中都不一样。在日常用语中,其含义通常是指为集体或别人工作;《辞海》将其定义为,不以实物形式而以提供劳动的形式满足他人某种特殊需要;一般人认为,服务是以提供活劳动形式满足他人某种需要并取得报酬的活动;市场营销将其定义为:可被区分与界定的不可感知却可使欲望获得满足的活动,它不需要与其他的商品出售相联系,不涉及实物的所有权转移。综合而言,服务可定义为:以非实物形式满足他人某种特殊需要,既可改善商品的物质形态,又可改善人的肉体或精神状态,并取得报酬的劳动成果。

(二) 服务的主要特性

(1) 服务是社会劳动分工的产物,是生产力发展的表现。服务是人们将自己的劳动能力供他人驱使的体现,反映了一定的生产关系。

(2) 无形性或不可感知性。这是服务的最主要特征。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价。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,如“物化服务”,这些服务能改变一些人或其拥有商品的状态,让被服务者感觉到价值的存在。学生受益于教师的服务,病人受益于医生的服务,音乐家体现在唱片中的服务,计算机程序体现在数据存储盘中的服务等,都是“物化服务”。

(3) 不可分离性。这是指服务的生产过程与消费过程同时进行,或者说服务者提供服务时,也正是顾客消费服务的时刻,两者在时间上不可分离。在服务的过程中,消费者和生产者须直接发生联系,顾客只有加入到服务的生产过程才能最终消费到服务。它不同于有形产品的生产与消费,在有形产品的生产、流通、消费过程中,一般要经过一系列的中间环节,生产与消费的过程具有一定的时间间隔。当然,服务的不可分离性也有一些例外。如随着远距离通讯技术的发展,服务的提供者和消费者可以在异地提供和消费服务;物化服务的出现也可使服务的生产者和消费者在时间和空间上分离。但这些现象只是服务的特殊情况,并没有改变服务的生产与消费同时存在的本性。

由于服务的生产与消费的同时性,因此,协调其供求关系并使之保持一致只能用时间调节,这有别于以库存变动调节供求的货物交易。医疗部门的预约系统、教育部门的授课时间表等,都是服务以时间调节供求关系的反映。这种特性强调行动的时间一致性,否则服务无法正常进行。任何一方的过于集中或者过于分散,都会导致供求失衡。而且,这种服务交易还表现为服务供求双方存在某种互动关系,如在教育过程中,既需要教师的讲授能力,也需要学生的接受领悟能力。

(4) 不可贮存性。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,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、自动电话的应答系统服务等。

(5) 差异性。这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不会一样;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,有人却昏昏欲睡。影响服务质量和效果的是供需双方。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,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(人力资本)。

(1) 资本。服务生产需要资本要素投入表现在,服务生产者需要借助一定生产资料向消费者提供服务,这与物质生产一样,生产资料是服务的基础;同时服务提供者还必须进行专业培训,形成一定技能,满足服务生产需要。相对物质产品生产,服务行业的人员培训更为重要。这两方面需要一定的资本投入。

(2) 劳动力。劳动力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、技能和素养等。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做是独立的生产要素,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,会不断地提高其知识和技能,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,又可分为非技术性服务、专业性服务和专业性服务等。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,如汽车修理服务。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营利性服务和非营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;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;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,服务可分为: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;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。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,服务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。这种服务也可看做是对实物生产的服务,它是一种中间产品,而非最终产品,其投入后形成的实物产品不再看做是服务产品。

二、服务业

(一) 服务业的含义

服务业(industry of service)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、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。

(二) 服务业的分类

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。前者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、市场咨询业、信息情报业、生产资料修理业、安装业等。后者是指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。一般来讲,认为某种服务业属于为生产或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发传真时,邮电业服务产品完全是被当做生活资料消费的。

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。所谓绝大多数是就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,和整个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。这种层层逐落现象,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,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极其不一致的。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。

(三) 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属于第三产业。现在许多人认为,服务业就是第三产业,两者所包含的行业基本相同。但服务业所包含的行业比第三产业要狭窄一些,因为三次产业分类的界定采用的是剩余法,即凡不属于第一和第二产业的部门都划归第三产业,这种方法界定的第三产业范围是难以确定的,如建筑业是否当属第二产业就是一个争议问题。另外,三次产业划分思想的出发点是经济体系的供给分类,暗含着高阶层次的产业发展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。因此,只有根据产业产品来定义服务业,其标准才是稳定和明确的。再者,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,尽管第三产业与服务业在许多场合可以交互使用,但无论在思想方法还是在理论逻辑上,服务业的提法都更符合现代经济的特征与要求。

三、国际服务贸易

(一) 国际服务贸易的概念

服务是指以提供活劳动形式满足他人需要并获得报酬的活动。服务的出口主要是指一国劳动力向另一国消费者提供服务并获得外汇收入的过程;相对于服务出口,一国消费者购买他国劳动力提供的各项服务就是服务的进口;各国服务的进出口活动,便构成了国际服务贸易(international trade in service)。国际服务贸易在概念上有广义与狭义之分。狭义的国际服务贸易是无形的,是指发生在国家间的符合于严格服务定义的直接服务输出与输入活动。广义的国际服务贸易既包括有形的劳动力的输出输入,也包括无形的提供者与使用者在没有实体接触的情况下的交易活动,如卫星传送与传播、专利技术贸易等。无形贸易一般划分为要素服务贸易和非要素服务贸易,无形贸易扣除要素服务贸易即为服务贸易。国际服务贸易也可理解为服务在国家之间的等价交换过程,或者服务在国家之间的有偿流动过程。

对国际服务贸易的定义历来都有不同看法。例如,Geza 认为国际服务贸易是服务行业部门的产出向其他国家居民的销售,其中“服务”指任何不直接生产制成品的经济活动,“居民”则指按所在国法律具有纳税义务的自然人、法人和其他视同法人的团体。联合国贸易与发展会议(UNCTAD)利用过境现象来阐述服务贸易,据此将国际服务贸易定义为:货物的加工、装配、维修以及货币、人员、信息等生产要素为非本国居民提供服务并取得收入的活动,是一国与他国进行服务交换的行为。在“乌拉圭回合”多边谈判中,经发展中国家和发达国家的激烈争论,《服务贸易总协定》(GATS)将服务贸易的概念定义为跨境提供、境外消费、商业存在和自然人流动的范围。

各种不同的定义,既反映了人们的认识差别和理解深浅,也体现了人们不同的视角或方位。但从总体上看,高度抽象的概念式定义无法或不足以直接用于解释国际服务贸易现象,不利于对复杂多样的国际服务贸易形成理解;而分类式定义则从服务提供方式角度对国际服务贸易进行描述性解释,缺少对服务贸易的性质判定。因此国际服务贸易概念式与分类式定义在诠释国际服务贸易时各有利弊,只有综合两者才能对国际服务贸易形成全面的认识。应基于“服务”的定义,从概念层界定国际服务贸易为第一层含义:一国居民与另一国居民就服务为交易对象所进行的国际贸易往来;再使用 GATS 中的四大内容分类方法对该定义进行精细化界定,定义的涵盖面才会比较完整,也才便于国际经济交流。因此说,服务贸易概念的界定不仅是个理论问题,也是实践性和政策性很强的原则问题。

(二) 国际服务贸易的相关概念

1. 国际服务贸易与国内服务贸易的异同

国际服务贸易与国内服务贸易在社会再生产中的地位相同,它们都属于流通范畴,都是把生产和消费联结起来的中间环节。它们在内容与本质上都是一种商品交换,都要遵循某些相同的市场经济规律。其不同点表现在以下几个方面。