

国家出国留学基金委员会

资 助 研 究 项 目

# 美国是如何 促进服务贸易出口的

沈丹阳 著



中国商务出版社  
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

国家出国留学基金委员会资助研究项目

# 美国是如何 促进服务贸易出口的

◎ 沈丹阳 著

中国商务出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

美国是如何促进服务贸易出口的/沈丹阳著. —北京: 中国商务出版社, 2013. 7  
ISBN 978-7-5103-0929-8

I. ①美… II. ①沈… III. ①服务贸易—出口贸易—研究—美国 IV. ①F757.126.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 154832 号

国家出国留学基金委资助项目

美国是如何促进服务贸易出口的

MEIGUO SHI RUO HE CUI JIN FU WU MAO YI CHU KOU DE

沈丹阳 著

出版: 中国商务出版社

发行: 北京中商图出版物发行有限责任公司

社址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号

邮编: 100710

电话: 010—64245686 (编辑室)

010—64266119 (发行部)

010—64263201 (零售、邮购)

网址: [www.cctpress.com](http://www.cctpress.com)

邮箱: [cctp@cctpress.com](mailto:cctp@cctpress.com)

照排: 嘉年华文排版公司

印刷: 北京松源印刷有限公司

开本: 787 毫米×980 毫米 1/16

印张: 13.5 字数: 149 千字

版次: 2013 年 7 月第 1 版 2013 年 7 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5103-0929-8

定价: 30.00 元

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64242964

如所购图书发现有印、装质量问题, 请及时与出版部联系。电话: 010—64248236

## 前 言

---

进入新世纪以来，我国对外贸易以令世人不可思议的速度发展，迅速成为世界贸易大国，2009 年至今连续四年成为全球货物出口第一大国、进口第二大国、进出口第二大国。2012 年，货物进出口总额已非常接近美国，成为货物进出口第一大国显然也将很快成为现实。

相对于货物贸易，我国国际服务贸易出口明显落后。2012 年，我国货物出口贸易占全球货物出口的比重约为 11.2%，而服务贸易出口占世界服务出口仅 4.4%。与此同时，我国服务贸易连年逆差，2012 年逆差额约 910 亿美元。这与我国的经济实力及国际地位很不相称。我国服务贸易不仅发展速度落后于同期货物贸易的发展速度，而且，从我国服务贸易结构来看，出口多属于附加值较低的低端服务产业的出口；而进口则大多数以附加值较高的知识、技术密集型产业为主。这种贸易结构也使我国在国际服务贸易竞争中处

于不利地位。

转变我国总体上仍显粗放的外贸增长方式，是今后一个时期对外贸易工作的重中之重，而积极发展服务贸易正是转变外贸增长方式的一个重要内容。因为服务贸易出口对一国经济、社会发展的好处是显而易见的，尤其是对人力资源丰富、自然资源不足的我国而言，大力发展服务贸易出口不仅应成为转变外贸增长方式的重要内容，对贯彻科学发展观，实现党的十八大提出的“两个翻番”战略目标还有更深远的意义。

但是，中国发展服务贸易，促进服务出口，绝非一朝一夕之功，不会轻而易举。服务出口的规律也不同于货物出口，我们需要更多地向做得好的国家学习，而首先值得我们研究的便是美国。

自从有“国际服务贸易”这个概念和国际服务贸易统计体系建立以来，美国一直是国际服务贸易的第一大国，也是目前全球最大的国际服务贸易顺差国。20世纪90年代以来，美国服务贸易更是高速发展。从1990年到2012年22年间，美国服务贸易出口额从1025亿美元增长到6323.5亿美元，年均增长率超过10%，几乎是货物贸易出口年均增长率的两倍，占其货物贸易出口的比重一直保持在25%~30%之间（2009年曾一度占33%）。从1976年至今，美国的服务贸易年年保持顺差，且顺差额不断扩大，2012年顺差额已接近2000亿美元。服务

出口的扩大，促进了美国国内服务业的发展，国内服务业的发展反过来又进一步促进了服务出口的再扩大，两者之间形成良性互动，从而有力地促进了美国经济的增长。与此同时，服务业及服务贸易成为美国就业和就业率增长的主要来源，服务出口的快速增长支持了美国数以百万计的高质量就业。据世界经济金融集团估计，1988年—1993年间服务业出口为美国新增了170多万就业机会。根据美国彼得森国际经济研究所的研究，过去10年中，美国制造业的岗位减少了20%以上，而服务业领域的新增岗位则增长了20%以上，服务业岗位的员工平均薪酬比制造业同样要高出20%左右，这主要得益于服务出口快速发展和服务贸易巨额顺差的贡献。

美国服务在全世界竞争中如何脱颖而出？从2005年到美国密歇根州立大学做访问学者开始，笔者通过持续多年研究，得出的基本结论是，美国服务贸易特别是服务出口之所以取得如此巨大成功，除了其经济社会基础、产业基础特别是服务产业发展的因素外，不容忽视的是政府的促进因素。国内外经济学术界有关经济增长的许多研究已经表明，在经济全球化趋势下，各国政府在国际市场争夺中总是扮演着一个极其重要的角色；政府通过宏观调控、政策激励、协调管理和商务促进，能动地影响着国际经济活动，已成为影响比较优势转化为竞争优势的一个关键变量。一般认为，市场机制配置资源的功能，国

际贸易比国内贸易更容易受到扭曲，而在国际贸易过程中，服务贸易比货物贸易更具备“不完全竞争”和“市场失灵”特征。服务出口涉及的政府部门很多，需要政府和全社会重视的内容很多。换言之，在促进服务贸易发展的过程中，政府更能有所作为。美国服务贸易出口的持续、快速发展，离开美国政府对服务贸易出口的支持与促进，是不可想象的。

全球服务贸易做得最好的国家是美国，政府促进服务出口最到位的国家也是美国。但说实在的，国内知道美国是如何促进服务出口的人可能寥寥无几，这是因为。一方面，美国人对此类事情往往“只做不说”；另一方面，我国理论界对于以下问题的介绍和研究明显不够：美国政府对服务贸易出口如何加以引导、支持、推动、促进的？美国的“国家出口战略”与服务贸易出口有何关系？美国的做法对我国来说有何可借鉴之处？

这就是笔者开展有关美国服务贸易出口研究介绍并著写本书的主要目的。

本书正文部分于2005年笔者在美国进行访问研究后期就基本成稿，附录部分则是近几年在查找大量数据和资料基础上反复加工而成。由于全书是笔者在繁忙工作中经过多年断断续续完成的，且受限于手中资料和研究水平，书中难免有疏漏谬误，敬请读者批评指正。

# 目 录

---

|                           |        |
|---------------------------|--------|
| 第一章 制定“服务先行”的出口促进策略 ..... | ( 1 )  |
| 一、加强对外谈判、扩大市场准入 .....     | ( 4 )  |
| 二、巩固传统市场、打开新兴市场 .....     | ( 5 )  |
| 三、与企业密切合作、注重务实性措施 .....   | ( 7 )  |
| 四、确定重点行业、实施重点支持 .....     | ( 8 )  |
| 五、改进数据采集、加强市场调研 .....     | ( 9 )  |
| 六、改进跨部门合作、提高促进效率 .....    | ( 10 ) |
| 第二章 保持重点服务出口产业竞争优势 .....  | ( 12 ) |
| 一、充分重视国内服务产业发展 .....      | ( 13 ) |
| 二、提高重点服务出口行业的综合竞争优势 ..... | ( 15 ) |
| 三、根据不同行业特点采取不同的市场战略 ..... | ( 19 ) |
| 第三章 加强统计、分析与研究 .....      | ( 25 ) |
| 一、统计完善的重点和统计质量提高的表现 ..... | ( 26 ) |



|                                  |               |
|----------------------------------|---------------|
| 二、主要统计方法 .....                   | ( 28 )        |
| 三、美国的外国附属机构服务贸易 (FATS)           |               |
| 统计体系的主要内容 .....                  | ( 30 )        |
| 四、美国服务贸易统计体系的优点 .....            | ( 34 )        |
| 五、美国学术界对服务贸易的理论研究 .....          | ( 37 )        |
| <b>第四章 构建高度发达的出口促进体系 .....</b>   | <b>( 39 )</b> |
| 一、咨询、决策与协调体系 .....               | ( 39 )        |
| 二、横向服务体系 .....                   | ( 43 )        |
| 三、纵向服务体系 .....                   | ( 51 )        |
| 四、民间出口服务体系 .....                 | ( 55 )        |
| <b>第五章 提供高效务实的出口促进服务 .....</b>   | <b>( 60 )</b> |
| 一、一般性信息与咨询服务 .....               | ( 60 )        |
| 二、国外市场调查与个性化咨询服务 .....           | ( 65 )        |
| 三、出口融资与保险服务 .....                | ( 67 )        |
| 四、国外商务对接服务 .....                 | ( 71 )        |
| 五、展览、会议等营销推广服务 .....             | ( 73 )        |
| 六、通过促进海外投资促进服务出口 .....           | ( 76 )        |
| 七、法律服务与知识产权保护 .....              | ( 77 )        |
| <b>第六章 对重大服务出口项目实施重点支持 .....</b> | <b>( 79 )</b> |
| 一、建立“大项目出口对策支持”网络与中心 .....       | ( 79 )        |

---

|                                     |                |
|-------------------------------------|----------------|
| 二、向重大海外项目提供“一揽子”融资竞争<br>方案 .....    | ( 85 )         |
| 三、全力争取“跨国开发银行”(MDBs)项目 .....        | ( 89 )         |
| 四、主攻环保与能源技术与服务项目 .....              | ( 91 )         |
| <b>第七章 加强国际贸易谈判与经济外交 .....</b>      | <b>( 94 )</b>  |
| 一、服务贸易对外谈判国内立法 .....                | ( 94 )         |
| 二、大力推进服务贸易对外谈判 .....                | ( 95 )         |
| 三、务实的对外谈判策略 .....                   | ( 98 )         |
| 四、积极开展经济外交 .....                    | ( 103 )        |
| <b>第八章 提供有力的公共财政保障 .....</b>        | <b>( 105 )</b> |
| 一、联邦财政关于出口促进支出的原则 .....             | ( 106 )        |
| 二、联邦财政出口促进总体支出情况 .....              | ( 111 )        |
| 三、服务贸易出口促进支出情况及其主要特点 .....          | ( 114 )        |
| <b>第九章 美国促进服务出口政策措施给我们的启示 .....</b> | <b>( 118 )</b> |
| 一、尽快制定我国的服务贸易出口战略 .....             | ( 118 )        |
| 二、理顺促进体制并建立服务体系 .....               | ( 123 )        |
| 三、明确支柱性服务出口产业和贸易方式重点 .....          | ( 130 )        |
| 四、完善我国服务贸易统计体系 .....                | ( 133 )        |

|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| 五、综合运用财税金融政策等对服务出口给予必要的支持 ..... | (137) |
| 六、加强服务贸易法律制度建设 .....            | (141) |
| 七、把国内相关服务产业的发展作为促进服务出口的根本 ..... | (145) |
| <br><b>附 录</b>                  |       |
| 一、美国国际服务贸易出口总体情况 .....          | (152) |
| 二、美国现代服务业发展概况 .....             | (167) |
| 三、美国主要出口服务行业简况 .....            | (183) |
| 四、美国联邦与服务贸易出口相关的主要综合贸易法案 .....  | (193) |
| 五、美国政府对服务出口的管理规定 .....          | (197) |
| 主要参考资料 .....                    | (200) |
| 后 记 .....                       | (202) |

# 第一章

---

## 制定“服务先行”的出口促进策略

美国对服务贸易出口的重视由来已久，是最早认识到促进服务贸易出口的重要性并付诸实施的国家。美国国会与联邦政府利用政治力量，推行“服务先行”的出口发展策略，为其服务出口提供了最有力的保障和动力。

从 20 世纪 70 年代开始，美国经济界和政界就已认识到美国国际贸易的竞争优势将不可避免地从商品领域转向服务领域，扩展服务出口对美国实现经济增长和增加就业的宏观经济目标极为重要。从那时起一直到现在，国会和联邦政府就不断采取政策措施，鼓励、促进服务贸易出口。相比较于其他产业，其对重点服务业发展和服务贸易出口的干预是广泛而深入的。

1974 年，美国国会通过《1974 年贸易法》（Trade Act of 1974）。该法案的“301 条款”中首次提出，国际贸易既包括商品贸易，也包括服务贸易，并且率先使用了“世界服务贸易”的说法，授权总统可以对设置服务贸易壁垒的国家实施报复。

进入 80 年代以后,美国国会贸易立法和行政部门的重要目标之一是要减少本国的巨额贸易逆差和增强出口竞争力。鉴于整个 70 年代美国新增加的 2000 万个就业机会中大约有 85% 应归功于服务业,服务业已成为美国的主导产业和最具国际竞争力的产业,服务贸易盈余在一定程度上抵消了其商品贸易逆差,1980 年年初,卡特总统在对美国商务部国际贸易管理局的改组中首次设立了专司服务贸易促进的国际金融与服务贸易办公室,并在当年 9 月向国会所作的《关于出口促进功能—潜在的出口障碍问题报告》中,首次就发展服务贸易出口问题提出了一系列政策建议:明确总统贸易谈判代表办公室的职能包含服务贸易;注重服务贸易数据统计与分析;采取各种融资和税收优惠政策支持服务出口;加强出口市场开拓与服务等。此外,还分别由商务部和贸易谈判代表办公室各牵头组建了有关服务贸易发展与政策问题的两个顾问委员会。

里根政府上台后,更将服务贸易置于优先发展地位,继续发挥有关服务贸易发展的两个顾问委员会的作用,进一步协调政府和产业界在服务贸易上的立场。1984 年,美国国会通过《贸易与关税法》(Trade and Tariff Act),对《1974 年贸易法》“301 条款”进行修改,明确规定国际贸易内容包括服务贸易、尖端技术贸易和投资活动,要求政府对外谈判时,把服务贸易与货物贸易摆在同等重要的位置。此后,为配合贸易谈判代表在关贸总协定乌拉圭回合中的谈判,分别由联邦政府部门或相关研究机构牵头,集中组织专家学者研讨服务贸易的各种问题,发表了大量政策性探讨、建议以及实证研究成果。1988 年,美国国会又通过了《综合贸易与竞争法》

(Omnibus Trade and Competitiveness Act of 1988), 将服务贸易与货物贸易并列作为扩大出口的两项重要内容, 要求外国取消“不公平”“不合理”和歧视性的贸易措施, 否则将实行报复。

上述两个法案都把服务贸易与商品贸易并列作为扩大出口的两项内容, 同样适用“301 条款”以及作为美国打开其他国家和地区服务贸易市场的“大棒”的“超级 301 条款”。

1992 年, 美国国会通过了著名的《扩大出口法》(Export Enhancement Act)。根据该法案的要求, 联邦行政当局须强化由商务部牵头, 跨部门的联合出口促进协调机构“贸易促进协调委员会”(Trade Promotion Coordination Commission, TPCC) 的职能, 加强美国产品与服务出口促进政策的制定与协调事务, 落实《扩大出口法》的相关要求, 并且每年要向国会就出口促进情况作一次系统报告<sup>①</sup>。依据该法案, 1993 年 9 月, 克林顿政府公布了以 TPCC 名义向国会的第一份出口促进报告, 即第一个《国家出口战略》(National Export Strategy) 报告。

从 1993 年 9 月的第一个《国家出口战略》报告开始, 一直到 2011 年 6 月发布最新的《国家出口战略》报告为止, 除了 1999 年因调整向国会的报告时间(推迟至 2000 年 3 月)以及 2001 年由于两任总统交接没有发布报告外, TPCC 共出台了 17 个《国家出口战略》报告(其中克林顿政府 7 个, 布什政府 7 个, 奥巴马政府 3

---

<sup>①</sup> 1999 年以前是每年 9 月份报告并发布, 目前一般是每年 3 月底先向国会报告, 报告文本根据国会听证会的情况进行修改以后再对外公布。

个)。这 17 个报告集中反映了十几年来美国的出口促进战略、策略、政策、具体措施，以及制定这些战略、策略、政策、措施的前因后果、基本原则与实施过程。

美国服务贸易出口十几年来获得显著的增长，继续保持着在全球的领先优势的主要原因，首先就应归功于“国家出口战略”的实施。这是因为，不仅《国家出口战略》的所有战略、策略、政策、具体措施完全适用于服务贸易出口，更重要的是，根据《国家出口战略》的“商业优先次序”（Commercial Priorities）等原则，从一开始，“服务先行策略”（Services Initiatives）就成为了《国家出口战略》的最重要内容。

根据 1994 年 10 月发布的第二个《国家出口战略》对服务出口促进策略的系统报告、1995 年 6 月美国商务部制定的“服务先行策略”方案，以及综合 17 个《国家出口战略》报告（2002 年布什政府上台后的第一个报告也曾专门就支持服务贸易出口提出了一些新的措施）中涉及服务业出口的有关内容、十几年来美国国会有关服务业出口的法律条文、广义联邦政府机构（Government-wide）所实施的促进服务出口的政策、措施所体现的原则，美国出口促进“服务先行策略”的主要内容是：

## 一、加强对外谈判、扩大市场准入

早在十几年前，美国经济、政界就普遍认为，在国际市场上，美国的许多有形产品竞争优势正在逐步减弱，但多数服务产品却拥

有全球竞争优势，只是这种优势因世界上许多国家在服务贸易准入上设置的“壁垒”而未能达到其应有的程度。只要世界各国对美国的服务产品的准入采取公平、开放的态度，美国的服务出口就可以继续保持并且扩大在国际市场的竞争优势，获取应得的利益。因此，要促进美国服务贸易出口，首先就必须通过加强对外谈判，提高各国对美国服务产品的市场准入程度。

按照这一战略指导思想，十多年来，美国在国际多、双边贸易谈判中不断加强旨在促使外国开放服务市场、为其服务出口提供动力和保障的一系列努力，并且，取得了诸多成效和突破。

## 二、巩固传统市场、打开新兴市场

在已经出台的 17 个《国家出口战略》报告中，区别不同出口市场采取不同的市场战略一直是其重要的内容。在服务贸易的出口促进上，美国同样采取了这一策略。

1994 年，美国贸易促进协调委员会（TPCC）在其第二个《国家出口战略》报告中就指出，美国促进服务贸易出口发展的市场战略方针是：服务业出口要巩固传统市场，打开新兴市场，“两个市场”兼顾。所谓传统市场当时主要是指欧洲和日本，所谓新兴市场（Big Emerging Markets），主要是指已确定重点开发的墨西哥、阿根廷、巴西、中国经济区（包括中国内地、台湾、香港）、印度、印尼、韩国、波兰、土耳其和南非等十大市场。

对传统市场的策略主要是，一方面，利用美国高新技术产业的



优势，不断扩大其计算机信息服务、软件程序编制和数据库开发等优势服务业的出口；另一方面，根据服务贸易总协定的成果，要求相关国家开放新的服务贸易领域，在美国相关服务产业和相关公司的配合下与这些国家展开具体谈判。例如，在信息技术产业方面，推动建立一个更加方便进入、更加灵活和更加规范的全球通信基础网络（GII），使之成为网络中的网络，以促进全球信息、通信的全面开放和贸易便利。举办一系列有关信息技术、通信、计算机服务等展览与会议活动。在民用航空方面，美国交通部和国务院努力促使日本、欧盟民用航空领域的进一步开放和自由化。在保险业方面，与贸易谈判代表办公室联合各相关机构同日本展开有关消除歧视性规定的谈判，促使日本方面重新修订相关法规。在其他金融措施方面，为促使美国共同基金、福利基金和证券在欧洲、日本的销售，商务部与美国证券交易委员会及相关公司合作，共同与欧洲、日本开展谈判，并且取得了良好的效果。

对新兴市场主要是通过谈判和具体的贸易促进措施逐步打开市场。由于新兴市场的政治、经济、社会情况复杂多样，对服务贸易的准入政策差异很大，因此，美国十几年来在服务贸易出口方面对新兴市场做了大量针对性调查，根据不同地区的不同情况采取不同的策略，并通过美国贸易谈判代表办公室的努力为服务出口公司创造更好的市场准入机会。

美国自 1995 年开始建立一个强有力的新兴市场服务出口开发计划，并就不同市场采取不同策略。对包括大中华区、东南亚、印度在内的亚洲新兴市场，主要开发能源、金融（包括保险、证券）