



高等院校国际经济与贸易系列规划教材

International  
Service Trade

国际服务贸易  
(第2版)

李小牧 王海文 编著



电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>



高等院校国际经济与贸易系列规划教材



International  
Service Trade

# 国际服务贸易

(第2版)

李小牧 王海文 编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有，侵权必究。

### 图书在版编目（CIP）数据

国际服务贸易 / 李小牧，王海文编著. —2 版. —北京：电子工业出版社，2012.10  
高等院校国际经济与贸易系列规划教材  
ISBN 978-7-121-18583-0

I. ①国… II. ①李… ②王… 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(2012)第 226428 号

责任编辑：李 静

印 刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装 订：三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：787×980 1/16 印张：19.25 字数：308 千字

印 次：2012 年 10 月第 1 次印刷

定 价：35.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 [zltz@phei.com.cn](mailto:zltz@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

服务热线：(010) 88258888。

---

# 高等院校国际经济与贸易系列规划教材

## 编委会名单

编委会主任：储祥银

编委会委员：（按汉语拼音排序）

白小伟	蔡惠伟	陈春燕	丁黎
段元萍	杜奇华	高凌云	华坚
李嘉珊	李小牧	刘军	罗立彬
缪东玲	田明华	魏景赋	武晋军
谢康	杨坚争	张孟才	

# 总 序

随着对外开放的扩大，中国经济参与世界经济的程度不断提高，与世界经济的联系日益紧密。作为与世界经济联系重要渠道之一的对外贸易，内容不断丰富，形式日趋多样化。科学技术的飞速进步，一方面大大拓展了国际贸易的领域，增添了新的国际贸易内容；另一方面，新科技成果运用到国际贸易业务中来，大大提高了国际贸易的效率，便利了国际贸易的运营。中国社会主义市场经济体制建设目标的确立，使我国对外贸易经营管理体制发生了根本性转变，一大批各种性质的企业获得对外贸易经营权，涌入对外贸易领域。所有这些都促进了对外贸易人才的培养和国际贸易学科的建设，同时也对国际贸易人才培养，对从事国际贸易人才的基本素质和知识结构，进而对国际贸易学科的建设提出了新的要求。

对外贸易事业的发展，国际贸易人才需求的增加，促进了高等院校国际贸易学科的发展。改革开放以来，大专院校加强了国际贸易学科建设，众多高校设立了国际经济与贸易专业。据不完全统计，目前，设有国际经济与贸易专业的高等院校约 380 所，高等职业学校约 490 所。这些国际经济与贸易专业的设立，大批国际贸易专门人才的培养，满足了我国对外贸易事业发展对专业人才的基本需求，为我国对外贸易事业发展提供了人才保障。与此同时，各大专院校在培养对外贸易人才的过程中，十分重视国际贸易学科体系的建设，开辟了许多新的学科领域，引进和开创了许多新的课程和教材，为完善国际贸易学科体系、保障人才知识结构更新、适应我国对外贸易事业发展需要做出了贡献。各相关出版社也配合出版了不少好的教材和书籍。

然而，国际贸易学科建设任重而道远，需要不断根据变化了的形势和新的业务领域补充新的内容，开辟新的领域；需要数代学者的不懈努力；需要不断地继承与发展，推陈与出新。为此，电子工业出版社在广泛深入调查研究的基础上，从当前国际贸易事业发展对人才知识结构的要求出发，根据学科发展和教学实际需要，从偏重国际贸易运作实务角度，策划了一套教材。首批推出 14 本。本套教材的主要特点是：尽可能全面反映国际贸易实务以及学科的发展，注重知识的创新性和前瞻性，吸取目前学科应用领域的最新知识；注重实务性，突出可操作性，兼顾学科理论体系的完整性。

本套教材的所有参编人员均来自教学第一线，有多年的实际教学经验。具体书目的确定和编写体例均经过全体参编人员的集体讨论，切合学科发展和教学的实际需要。因此，

本套教材的体例设计基本一致，同时，为了便于教学，我们还增设了一些学习导航、引导案例和前沿话题之类的栏目，以帮助教师使用，便于学生记忆，拓展学生视野。此外，本套教材还配有教学资料包，包括教学 PPT、复习题和答案、模拟训练题和答案，以及一些相关的资料，使用者可以随时从网上下载。

教材市场上国际贸易类教材很多，林林总总，各有千秋。编出既有特色、又符合广大教师和学生需要的教材，实属一件不太容易的事情。电子工业出版社和本套教材的编委会组织编写和出版这套教材，主要目的是想在国际贸易教材建设中探索一条自己的道路，为国际贸易学科建设贡献自己的力量。但鉴于国际贸易学科的开放性，以及国际贸易理论、实践和业务内容的不断发展，囿于编者和组织者的学识和水平，本套教材肯定会有一些不尽如人意的地方。希望各高等院校国际经济与贸易及相关专业的师生在实际使用中提出宝贵意见和建议，并及时向出版社反馈。我们将认真组织修订，不断提高教材质量，努力完善国际贸易教材体系。



对外经济贸易大学教授  
中国国际贸易促进委员会北京分会副会长

---

## 第2版前言

从《国际服务贸易》第1版发行至今，短短几年时间里，国际服务贸易既有快速增长的繁荣发展之势，又经历着世界金融危机带来的下滑与波动。但是，无论经济环境如何变化多端，总也改变不了服务经济时代全球服务贸易增长发展的大势。单以中国为例，从1982年服务贸易进出口总额仅为43.4亿美元，到2008年3044.5亿美元，增长了70倍，年均增长17.8%，进口排名保持在第5位，出口则升至世界第5位，仅次于美国、英国、德国和法国，已成为全球服务贸易的重要国家。即使在全球经济危机的背景下，2009年中国服务贸易进出口总额仍达到2868亿美元，能够取得这样的成绩，着实不易。

服务经济浪潮在不断推动人类社会生产方式和生活方式发展变化的同时，也对相关教学、科研、人才培养等提出了更新、更高的要求。如何顺应形势发展，反映国际服务贸易实践最新状况及前沿理论研究成果，将其写进教材、带进课堂，成为教学一线教师不可推卸的责任。正是基于这种想法和本书第1版良好的市场反映，作者着手进行了本书的修订工作。

此次修订，不仅更新了本书中的案例、数据，调整了篇章结构，更加突出了第1版的特色，而且还增加了对部分问题的研究探讨。具体包括：合并了第1版的第1章和第2章，进一步明晰了知识点之间的内在逻辑联系；强化了对中国服务贸易发展状况的介绍和分析；深化了有关中国对外文化贸易的探讨，使本书继续保持国内同类教材中国际文化贸易相关内容的创新性和探索性等，也增强了本书的可读性和新颖性。

本次修订工作由我和王海文博士共同主持，我的研究生王佳林参与了部分资料收集及修订工作，第7章仍由李嘉珊副教授修订，最后由我负责全书修订的统筹及定稿工作。本书既可作为高等院校相关本科专业学生的教材，也可供外经、外贸等实际部门的从业人员业务培训及业余学习之用。

本书再版得到了电子工业出版社的大力帮助，在此也一并表示感谢。

李小牧

---

---

# 第1版前言

第二次世界大战后，随着科技的进步和社会生产力的发展，生产和经济生活的国际化步伐进一步加快，特别是跨国公司的大量涌现，极大地促进了生产要素在国际间的流动，这不仅加速了资本的国际转移，也推动了整个服务业的国际分工，使服务渗透到社会生产过程的各个领域，成为人们生活和社会经济活动的重要组成部分，在世界经济中形成了一支令人瞩目的生力军。

作为一种新兴的国际贸易方式，服务贸易涉及领域广，问题复杂，统计、监管等问题缺乏协调和规范，因此，国际服务贸易研究仍然很不充分，理论体系尚待进一步完善和统一。由于没有成熟且富有竞争力的产业做基础，中国的服务贸易不仅规模小、结构不合理，而且还需要完成由计划体制向市场体制的转轨和由传统的劳动密集型的产业向以高新技术应用为特征的新兴服务业的转换。

基于上述大的背景及我国在加入 WTO 后对于相关领域人才培养的现实需要，作者根据本科院校教学的实际，重新建构了国际服务贸易课程的逻辑框架，全书以国际服务贸易导论和主要认知关系开篇，重点介绍国际服务贸易在全球范围内的发展趋势及其国际规则的历史沿革等内容，再辅之以对国际旅游、国际金融、国际电信、国际运输和国际文化等服务贸易具体类别的阐述，最后总结分析国际服务贸易理论和一国在开放经济下的国际服务贸易政策。本书力求适应国际经济贸易发展变化的新形势，较为全面地论述国际服务贸易的有关理论及政策，结合相关案例，适时分析各方在从事国际服务贸易活动中所面临的风险，并提出读者应该注意的知识要点和技能要点。

在本书的编写过程中，我的研究生宋玮玮、杨永梅和王旭楠参与了资料收集及初稿撰写工作，第8章由李嘉珊副教授编写，最后由我负责全书的统稿工作。本书既可作为高等院校相关本科专业学生的教材，也可供外经、外贸等实际部门的从业人员业务培训及业余学习之用。

本书的出版得到了电子工业出版社的大力帮助，在此也一并表示感谢。

李小牧

2007年1月28日于北京望京花园

---



---

## 作者简介

李小牧，教授，现为北京第二外国语学院副校长兼国际经济贸易学院院长，主要研究领域为国际金融、国际贸易和世界经济。在国内著名学术刊物上发表论文 20 余篇，主编、参编 10 余部学术著作，主持完成多项省部级科研课题，荣获多项省部级科研奖励，所编《国际金融》被审定为北京高等教育精品教材。

王海文，经济学博士，讲师，现为北京第二外国语学院国际经济贸易学院国际文化贸易系主任，中国管理科学学会高级会员，主要研究领域为文化贸易、服务贸易、服务业。在《国际贸易》、《经济评论》、《复旦学报（社科版）》等杂志上发表论文近 30 篇，主持、参与多项省部级科研课题。

---

---

# 目 录

第 1 章 服务经济与国际服务贸易导论 .....	1
1.1 服务与服务业 .....	3
1.2 国际服务贸易 .....	7
1.3 国际服务贸易与国际货物贸易 .....	21
本章小结 .....	25
复习思考题 .....	25
第 2 章 国际服务贸易的发展与我国现状 .....	26
2.1 国际服务贸易的发展阶段 .....	27
2.2 国际服务贸易发展的原因 .....	34
2.3 国际服务贸易的发展趋势 .....	38
2.4 国际服务贸易投资自由化 .....	42
2.5 我国国际服务贸易的发展现状 .....	46
本章小结 .....	55
复习思考题 .....	55
第 3 章 服务贸易总协定及其影响 .....	56
3.1 乌拉圭回合前的尝试努力 .....	57
3.2 乌拉圭回合中的相关过程 .....	60
3.3 GATS 及其影响 .....	65
3.4 GATS 对中国服务业的影响 .....	81
本章小结 .....	86
复习思考题 .....	87

---

<b>第4章 国际旅游服务贸易</b> .....	<b>88</b>
4.1 国际旅游服务贸易概述 .....	89
4.2 影响国际旅游服务贸易的宏观经济因素 .....	95
4.3 中国旅游服务贸易及其三大市场发展战略 .....	99
本章小结 .....	112
复习思考题 .....	112
<b>第5章 国际金融服务贸易</b> .....	<b>114</b>
5.1 国际金融服务贸易概述 .....	115
5.2 国际金融服务贸易与全球金融一体化 .....	125
5.3 中国的金融开放问题 .....	134
本章小结 .....	149
复习思考题 .....	150
<b>第6章 国际电信与运输服务贸易</b> .....	<b>151</b>
6.1 国际电信服务贸易 .....	152
6.2 国际运输服务贸易 .....	167
本章小结 .....	184
复习思考题 .....	185
<b>第7章 国际文化贸易</b> .....	<b>186</b>
7.1 国际文化贸易概述 .....	188
7.2 文化贸易全球化趋势和文化多样性保护 .....	194
7.3 WTO 与相关文化产品贸易的国际协定 .....	200
7.4 中国文化贸易的发展战略 .....	203
本章小结 .....	208
复习思考题 .....	208
<b>第8章 国际服务贸易理论</b> .....	<b>209</b>
8.1 传统货物贸易理论的应用 .....	210
8.2 国际服务贸易的经济效应 .....	218
本章小结 .....	231
复习思考题 .....	232

第 9 章 国际服务贸易政策 .....	233
9.1 国际服务贸易竞争力 .....	235
9.2 国际服务贸易保护政策 .....	243
9.3 国际服务贸易开放政策 .....	254
本章小结 .....	258
复习思考题 .....	259
附录 A .....	260
参考文献 .....	292

# 第1章

01

## 服务经济与国际服务贸易导论



### 引导案例

菲律宾话务服务行业协会（Contact Center Association）发表报告说，菲律宾已经超过印度成为全球最大的话务中心服务外包国。目前在菲律宾从事话务服务工作的人数已经高达35万人，超过了印度的33万人。该报告称，2010年菲律宾话务服务行业营业收入已达63亿美元。

话务中心的英文为“call centre”，主要是指电话顾客服务。话务中心同时为数家签约公司负责接听顾客来电，处理来自企业、顾客的电话垂询，为顾客提供一系列的服务与支持，如IT行业的技术支持中心、保险行业的电话理赔中心等。

《今日美国》报道说，如今在菲律宾的宿务（Cebu）街头随处可见话务服务中心的招聘广告，一些急于招人的话务公司甚至将招聘广告张贴到了公园入口、停车场和餐馆里。

剑桥大学Forrester研究所（Forrester Research）专家约翰·麦卡锡说：“菲律宾的外包服务潜力一直没有得到充分开发。”他说：“事实上，与印度相比，菲律宾在地理位置上更有优势，因为它距离全球最大的外包服务需求国——美国更近。”

约翰·麦卡锡说，事实上许多美国公司已经将客户服务转交给菲律宾的话务服务中心，美国消费者在给银行、保险公司和计算机公司打电话的时候可能并不知道他们正在与设在菲律宾的话务服务中心通话。

菲律宾话务公司Accenture首席执行官凯文·坎贝尔说：“与印度相比，菲律宾话务中心接线员的英语发音更为地道纯正，没有明显的口音。”“这让菲律宾的话务服务更有亲和力。”

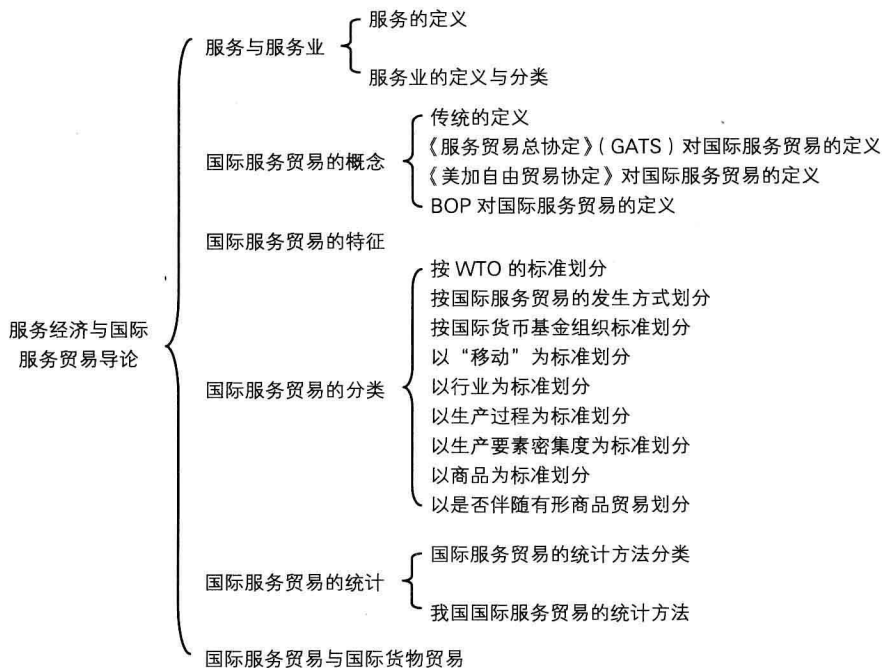
（资料来源：转引自中国经济网，原文为“菲律宾超越印度成全球最大话务中心服务外包国”，作者王红娟，网址：[http://intl.ce.cn/specials/zxxx/201101/12/t20110112\\_22134951.shtml](http://intl.ce.cn/specials/zxxx/201101/12/t20110112_22134951.shtml)）

### 本章学习目标

- ◆ 掌握服务、服务业、国际服务贸易的定义；
- ◆ 理解国际服务贸易的特征；

- ◆ 了解国际服务贸易的分类；
- ◆ 熟悉国际服务贸易的统计方法；
- ◆ 理解国际服务贸易与国际货物贸易之间的联系与区别。

### 学习导航



国际服务贸易是当今国际贸易中发展最为迅速的领域。近十几年来，西方发达国家服务贸易领域的增长远远超过了货物贸易的增长速度。随着世界新一轮产业结构的调整和贸易自由化进程的继续推进，服务业和服务贸易在各国经济中的地位还将不断上升，服务贸易发展整体趋于活跃。世界各国纷纷制定加快发展服务贸易的发展战略，欧美等经济发达国家利用其服务贸易发展水平领先的优势，通过各种多双边谈判要求世界各国开放服务贸易市场，以此来扩大服务贸易的出口，世界贸易组织（World Trade Organization, WTO）新一轮谈判及区域性经济合作的谈判中，服务贸易都成为主要议题。世界服务贸易领域的利益格局将在各方博弈中重新形成。各国为顺应这一趋势不断调整国内经济政策。一方面，积极推动服务贸易的自由化，率先削减本国服务贸易壁垒；另一方面，国际服务贸易的保护程度实际上也在变相提高。在内在需求和外来推动的双重因素下，如何加快发展服务贸

易、增强服务贸易竞争力必将成为各国长期关注的焦点。

本章从包括服务、服务业在内的服务经济切入，进而扩展至开放条件下的服务贸易，由此形成对国际服务贸易基本知识的系统理解并深化对服务贸易现象的认识。

## 1.1 服务与服务业

### 1.1.1 服务的定义

服务是人们生活中的常见现象，它是随着社会分工的不断深化而发展起来的。由于社会分工的发展，一部分人不从事工农业生产，只为他人提供非工农业实物产品的效用或有益活动。随着这部分活动日益频繁，对经济和社会的影响日益加深，并形成一种专门的社会分工，人们便把这种现象称为“服务”。在服务的发展过程中，很多国内外学者都对服务的定义提出了自己的想法<sup>①</sup>。

科特勒 (P. Kotler) 对服务下的定义是：“一方能够向他方提供在本质上是无形的，不带来任何所有权的某种活动或利益。其生产也许受到物质产品的约束，也许不受约束。”他的定义的缺陷在于，服务作为一种社会存在，总是具有一定形式的。“无形”只是服务的形式，而不是它的“本质”。此外，从服务的提供者来说，服务提供或让渡是有条件的，服务归提供者所有，交换或赠送都关系着所有者的利益。任何服务的生产都受到物的产品的约束，只是存在受物质约束的大小之分，没有物质作为依托，任何服务都是无法生产的。

哥伦卢斯 (C. Gronroos) 说：“在顾客与服务服务业服务员之间，或者与物的资源或产品之间，或者与服务提供者的系统之间的相互作用，虽然不能说是必然，但通常多多少少要产生一些无形性质的活动或一系列的活动。而且，它是为解决顾客的问题而提供的。”哥伦卢斯看到了服务是可以买卖的商品的这一服务的特点，但是服务是由商品服务和非商品服务两部分组成的，他过于强调了商品服务的部分而忽视了非商品服务部分，所以他的定义也是有欠缺的。

马克思说：“由于这种劳动所固有的物质规定性，由于这种劳动的使用价值，由于这种劳动以自己的物质规定性给自己的买者和消费者提供服务。对于提供这些服务的生产者来说，服务就是商品。服务有一定的使用价值和一定的交换价值。”马克思肯定服务是商品，有价值和使用价值。这是我们对服务下定义的理论依据，再结合服务活动过程的特征，便可以得到比较符合实际的认识。此外，服务的提供或生产过程中有消费者参与，而工农业产品的生产过程是独立于消费者的，或者说是远离消费者的，这也是服务生产和货物生产的根本区别所在。

根据上述情况，我们做如下定义：服务是人们在消费者支配下为满足其需要而创造某

<sup>①</sup> 白仲尧. 中国服务贸易方略. 北京：社会科学文献出版社，1998

种效用的活动。这样，服务首先具有效用，是一种商品，用于自我服务，是非商品服务产品；用于交换，则为商品，即服务商品；其次，服务产品或服务商品是在消费者参与下生产或提供的，有别于货物的生产、流通和消费过程；最后，服务多以活动形式满足消费者的需要，因而多以无形产品的形式存在。

服务的定义明确有助于加深对服务贸易的理解。服务贸易或国际服务贸易就是不同国度的商品服务交易；对一个国家来说，就是服务贸易的对外贸易。

### 1.1.2 服务业的定义与分类

#### 1. 服务业的定义

服务业是生产或提供各种服务产品的经济部门或企业的集合。对于服务业有很多不同的划分，但是对服务业分类的最终目的是帮助我们更好地认识服务业的本质，方便我们对服务业进行研究。只有对服务业的范围和分类有了清晰的认识，我们才能更好地了解国际服务贸易的范畴。

#### 2. 服务业与第三产业

服务业概念的提出与第三产业这一概念有密不可分的关系。现代社会对国民经济产业结构的划分，是根据 20 世纪 30 年代英国经济学家费希尔（A. Fisher）和克拉克（C. Clark）提出的经济增长阶段论的观点，按照三次产业分类的。1935 年，在新西兰奥塔哥大学任教的费希尔在其著的《安全与进步的冲突》一书中，提出了三次产业分类法。他认为，第一产业为人类提供满足其基本需求的食物；第二产业提供满足其他更进一步的物质需求；第三产业满足人类除物质需求以外的更高级的需求，如生活上的便利舒适、娱乐休闲等各种精神上的需求。

随后，克拉克在《经济进步的条件》一书中，进一步按产业与自然资源的关系、产品特点、生产过程与消费过程的关系，对三次产业理论做了进一步论述。20 世纪 50 年代以后，这一分类标准逐渐成为国际通用的国民经济结构分类与统计方法之一。

按照克拉克的三次产业分类法，以初级产品生产产业为主的农业是第一产业，当它在国民经济中的比重最大时为农业经济社会；以初级产品加工产业为主的工业为第二产业，当它在国民经济中的比重最大时为工业经济社会；两者之外的其他所有产业部门都归属第三产业，服务业作为第三产业，当它在国民经济中的比重最大时就是服务经济社会。

克拉克在对产业进行分类的同时还指出，就业结构的中心将由第一产业向第二产业再到第三产业依次转移。这就是著名的“威廉—克拉克定律”。世界各国经济发展的历史经验证明，确实存在由第一产业向第二产业再到第三产业发展的产业升级规律。

但目前对于哪些属于第三产业，存在着一些明显差别。比如，建筑业的归属问题，有的国家将其归属于第三产业，在我国 2003 年颁布的行业分类中属于第二产业。第二产业与服务业有密切的联系，但并不等同，服务业所包含的行业要少于第三产业。第三产业与服



务业的主要区别在于以下方面。

首先，界定的方式不同。正如上文所指出的，第三产业的界定采用的是剩余法，这种方式界定的第三产业的范围往往难以确定。而服务业的界定是以其能否提供或生产各种类型的服务产品为标准的，提供不同服务产品的企业属于不同的产业部门。由于服务产品的界定是清晰的，根据服务产品来定义的服务业就比较稳定和明晰。

其次，三次产业划分思想的出发点是经济体系的供给分类，而服务业则是以经济系统的需求分类为基础。三次产业本身暗含着各个产业层层供给层层需求的关系，即第二产业的发展依赖于第一产业提供的原材料，第三产业又依赖于第一产业和第二产业提供的产品和服务。而服务业是从服务产品满足消费者的消费需求角度出发的，强调服务产品的生产同消费的关系。所以服务业同其他产业之间是一种相互依赖的关系，而不是单向的依赖关系。

最后，第三产业的经济意义主要是相对于国内经济结构而言的，而服务业的经济意义是以市场为基础，面向国内和国际两个市场。另外，第三产业的提出是根据一国经济发展的进程和产业结构的变迁，从产业演化的角度界定的。服务业是从产品的特性及生产与消费的相互联系方面提出的，所以服务产品的消费具有与其他产品不同的特点。

我国对服务业的界定主要是通过统计分类来划分的。我国国家统计局在1994年的《中国统计年鉴》中首次对服务业做出了两级分类：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。这些是第一级，另外还包括许多二级部门。

与上面的服务业定义相比较，我国第三产业的界定如下。2003年在《行业划分规定》的通知中明确提出：“第三产业是指除第一、第二产业以外的其他行业。第三产业包括：交通运输，仓储和邮政业，信息传输，计算机服务和软件业，批发和零售业，住宿和餐饮业，金融业，房地产业，租赁和商务贸易业，科学研究、技术服务和地质勘探业，水利、环境和公共设施管理业，居民服务和其他服务业，教育、卫生、社会保障和社会福利业，文化、教育和娱乐业，公共管理和社会组织，国际组织。”

### 3. 服务业的分类

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那些把创造出来的服务产品直接加入生产性消费领域的服务经济部门，如广告业、科学研究和综合技术服务业、咨询服务业等。这种服务实际上是作为生产过程的一个环节发挥作用的，构成有形产品不可缺少的组成部分，服务产品的价值量也融入最终产品价值之中。由此可知，服务业与其他产业是相互依存、相互促进的关系。当然，有许多服务产业既进入生产消费领域，也进入生活资料消费领域，如邮电服务业等。考察某一服务业是否属于生产资料服务业，主要是看其服务产品的消费者是什么样的市场活动主