

商务系统服务贸易培训教材

服务贸易

International Trade in Service

主 编 张钱江 戴小红



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

商务系统服务贸易培训教材

服务贸易

International Trade in Service

主 编 张钱江 戴小红



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

服务贸易 / 张钱江, 戴小红主编. —杭州: 浙江
工商大学出版社, 2013. 5
ISBN 978-7-81140-762-4

I. ①服… II. ①张… ②戴… III. ①服务贸易—职
业培训—教材 IV. ①F746.18

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 088076 号

服务贸易

主编 张钱江 戴小红

责任编辑 孙一凡 祝希茜

责任校对 何小玲

封面设计 周真恺

责任印制 汪俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排版 杭州朝曦图文设计有限公司

印刷 杭州杭新印务有限公司

开本 710mm×1000mm 1/16

印张 22.5

字数 369 千

版印次 2013 年 5 月第 1 版 2013 年 5 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-81140-762-4

定价 48.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804227

编委会

编委会主任:周日星 周建松

编委会成员:张钱江 徐林军 戴小红 陆志红
吕旗 张卫 叶光胜 舒培冬
何蔚萍 李玮 吾晓红 陈永红
周宏 陈力洵 赵依芳 戴从容
张虹 陈莹 周虹 鲁丹萍
鲍观明 夏顺仁 范晓清 叶伟巍
陈勇

主 编:张钱江

执行主编:戴小红

本书编写人员:(按姓氏笔画为序)

王婧 韦昌鑫 朱慧芬 刘一展
肖旭 吴艾竟 张帆 张正荣
罗国正 金方增 唐春宇 曹晓兰
鲁丹萍

编写单位:浙江省商务厅

浙江省服务贸易协会

浙江金融职业学院

目 录

CONTENTS

导 论 / 1

第一章 国际服务贸易概述 / 11

第一节 国际服务贸易概念 / 14

第二节 国际服务贸易的分类与统计 / 23

第三节 国际服务贸易实践 / 37

第二章 国际服务贸易理论 / 65

第一节 服务价值论 / 68

第二节 服务贸易的比较优势理论 / 75

第三节 规模经济 and 不完全竞争下的服务贸易 / 81

第三章 国际服务贸易协议 / 89

第一节 服务贸易协议的形成 / 92

第二节 《服务贸易总协定》的结构与内容 / 97

第三节 《服务贸易总协定》的基本原则 / 106

第四章 国际运输服务贸易 / 113

第一节 运输服务贸易概述 / 116

第二节 国际海上货运服务贸易 / 119

第三节 国际航空货运服务贸易 / 133

第五章 国际旅游服务贸易 / 145

第一节 旅游服务贸易概述 / 148

第二节 世界旅游服务贸易发展现状 / 153

第三节 中国旅游服务贸易的开放与发展 / 162

第六章 国际建筑工程服务贸易 / 171

- 第一节 建筑工程服务贸易概述 / 174
- 第二节 建筑工程服务贸易市场准入的“入世”承诺 / 179
- 第三节 中国建筑工程服务贸易的发展与现状 / 187

第七章 国际金融保险服务贸易 / 205

- 第一节 金融服务贸易 / 208
- 第二节 保险服务贸易 / 217
- 第三节 中国金融保险服务贸易的现状与发展 / 223

第八章 国际电信服务贸易 / 235

- 第一节 电信服务贸易原理概述 / 238
- 第二节 电信服务贸易的主要模式 / 244
- 第三节 中国电信服务贸易的现状与发展 / 253

第九章 国际文化服务贸易 / 273

- 第一节 文化服务贸易原理概述 / 276
- 第二节 文化服务贸易的内容与分类 / 281
- 第三节 世界文化服务贸易的现状与发展 / 283
- 第四节 中国文化服务贸易的现状与发展策略 / 286

第十章 国际教育服务贸易 / 297

- 第一节 教育服务贸易原理概述 / 300
- 第二节 教育服务贸易的提供方式 / 307
- 第三节 中国教育服务贸易的现状与发展 / 310

第十一章 国际服务外包 / 325

- 第一节 国际服务外包的内涵 / 328
- 第二节 国际服务外包的分类与发展 / 334
- 第三节 中国服务外包的现状与发展 / 346

导 论

一、什么是服务贸易

什么是服务贸易? 简单地说, 就是服务的进出口, 是服务业的国际贸易。服务贸易是服务的进出口, 是相对于国际贸易中的货物贸易, 也就是商品进出口而言的。服务贸易与货物贸易共同组成国际贸易。服务贸易是服务业的国际贸易, 是服务业的进出口环节, 是服务业面向国际市场延伸的部分。

传统的服务贸易理论定义: 是指一国(地区)的劳动力向另一国(地区)服务消费者(法人、自然人或其他组织)提供服务并获得外汇收入的交易过程, 即构成了服务的出口; 一国(地区)的服务需求者购买他国(地区)劳动力所提供服务的交易过程, 即构成了服务的进口。各国(地区)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。

1995年初, 世界贸易组织(WTO)的《服务贸易总协定》(GATS)正式生效。它没有对什么是“服务贸易”给出精确定义, 只是描述了服务贸易的四种提供模式: 跨境交付(cross-border supply), 跨境消费(consumption abroad), 商业存在(commercial presence), 自然人流动(movement of personnel)。WTO首次把“商业存在”纳入国际服务贸易统计体系, 大大推动了对服务贸易全貌的认识, 但这种定义缺失和没有完全说明服务贸易的交易方式给统计带来了困难, 现实统计没有能囊括这四种模式。国际上服务贸易的统计方法主要有两种。第一, 国际收支统计 BOP(Balance of Payments): 搜集和整理跨境交付、境外消费两类服务贸易的数据, 以及某些自然人流动提供的服务, 但无法全部涵盖商业存在提供的服务。第二, 外国附属机构服务贸易统计 FATS(Foreign Affiliates Trade in Service): 该统计与 WTO 定义中的商业存在相对应, 着重对设立在引资国境内、为外国公司所拥有的企业的服务贸易和其他基本经济指标统计, 它通过企业销售指标和雇员报酬指标涵盖了商业存在服务提供和(部分)自然人存在服务提供。FATS 依然无法提供 WTO

定义的四种服务贸易方式的各部分确切统计数据。

国际货币基金组织(IMF)的《国际收支手册》(BPM 5)系统地概述了某一经济体与世界其他地方的交易,其分类成为国际通行标准,被普遍用于服务贸易统计。1994年我国外汇体制改革后,以BPM 5为基准建立并逐步完善了国际收支体系。根据国家外汇局公布的国际收支平衡表,服务贸易被分为13类,即运输,旅游,通讯服务,建筑服务,保险服务,金融服务,计算机与信息服务,专有权利使用费和特许费,咨询,广告、宣传,电影、音像,其他商业服务,以及别处未提及的政府服务。

2008年,由商务部和国家统计局共同发布的《国际服务贸易统计制度》开始实施,数据来源的主要渠道为:一是相关部门提供,如国际收支统计项下的服务进出口数来自国家外汇局;二是商务部自有的外商直接投资和对外直接投资调查系统;三是各省(市、区)上报数。2007年商务部发布《服务外包统计报表制度》,开始建立“服务外包及软件出口业务信息管理系统”,实行企业直接申报,市、省、部三级商务部门审核审定,由此服务外包统计逐步完善。

围绕国际服务贸易有许多相近的概念,其相互之间有区别与差异。

(一)服务贸易与服务业

服务业的概念是从国内角度来说的,指国内的服务生产与交易,而服务贸易指的是服务的进出口,是跨境的服务,是指国内服务业走向国际市场。服务贸易与服务业的领域、范围也不相同,不是所有的服务都包含在服务贸易之内的,有些服务,如社会性福利、国家行政服务等仅限于国内消费,是不能跨境交易或进出口的,不属于服务贸易的范畴。服务贸易是现代服务业的高级表现形态。

(二)服务贸易与服务业对外开放

服务业对外开放通常指的是允许外国资本投入本国的服务行业,如允许外资进入我国金融、保险、流通、运输、旅游等服务行业,是一种投资或市场准入的概念,不同于服务贸易的跨境交易或进出口的概念。

(三)服务贸易与国际服务交流

服务贸易是有偿的商业行为,是以利润为目的的。国际服务交流通常是无偿的,或仅仅收取必要的活动经费,不以营利为目的,属于交流性质的非商业行为。如各国政府为了政治、经济和文化对外交流的需要,向外派出人员,

提供教育培训、合作医疗、文化演出等各种免费服务。国际服务交流与服务贸易的区别在于是否为商业行为。赴境外开展文化交流活动与开展商业性文化演出其性质不同,前者属文化交流,后者属服务贸易范畴。

(四)服务贸易与货物贸易

现代国际贸易主要由货物贸易与服务贸易构成。两者的区别是贸易标的的不同。服务贸易可以不跨越国境实现,货物贸易一般要跨越国境实现;服务贸易的实现只需要各生产要素——人员、资本、技术知识中一项移动即可,货物贸易需要其生产要素综合后的结晶——产品的移动才能够实现。两者的联系是部分服务贸易伴随着货物贸易的发生而实现,即追加服务贸易,如运输服务、售后服务等。

(五)服务贸易与技术贸易

技术贸易大部分可列入服务贸易,部分(即技术产品)归于货物贸易。服务贸易和技术贸易都是无形贸易,但技术贸易往往只是使用权的交易,而服务贸易既是使用权的交易,又是所有权的交易;技术的交付,仅是交易的开始,服务的交付则是双方交易的终结;技术可以连续出售多次,服务贸易则要一次收回成本和预期利润。

(六)服务贸易与无形贸易

国际上多把服务贸易与无形贸易(Invisible Trade)混用。严格地说,无形贸易比服务贸易范围更广,除包括服务贸易中的所有项目外,还包括国际直接投资收支、捐赠、侨汇、赔款等无偿转移。从统计口径上看,服务贸易与无形贸易存在差异。无形贸易中的最大比重是直接投资,而直接投资中只有3/5归属于服务贸易。

(七)服务贸易与服务外包

服务外包是服务贸易新兴的重点领域,服务外包是服务贸易的一种贸易方式。对这两者的关系作出经典定义的是《关于加快发展服务业的若干意见》(国发〔2007〕7号),该文件明确提出:“把承接国际服务外包作为扩大服务贸易的重点。”首先,服务外包是国际服务贸易中增长最迅速的部分。根据国家外汇局的国际收支平衡表,服务贸易被分为13类。应该说,这13类中没有直接针对离岸外包的分类,但笼统地看,其第7项“计算机与信息服务

(CIS)”,主要由软件与信息服务外包出口组成,第12项“其他商业服务(OBS)”,更多包含了研发、呼叫中心等一些业务流程外包。因此,CIS、OBS和离岸外包内涵外延虽然不尽一致,但是在国际收支平衡表中是最为接近的。其次,国际服务外包促进了全球服务贸易的深化与发展。作为服务全球化的新趋势,国际服务外包与WTO服务贸易模式及收支平衡表服务贸易分类具有相互交叉的关系。服务外包与服务贸易关系密切,深化与发展了全球服务贸易。服务外包包括远距离海外购买服务,主要但不必然通过电子媒介,如电话、传真、因特网等,主要是指WTO《服务贸易总协定》定义的四种服务贸易方式的第一种,即跨境交付。离岸服务外包对于世界服务贸易增长与贸易模式的改变起了巨大作用。但服务贸易的统计分类滞后于快速发展的服务外包。第三,也可以认为服务外包是服务贸易的一种贸易方式,是服务的加工贸易。从这个角度来说,可以认为服务外包是一种横向产业。

二、为什么要发展服务贸易

服务业的跨国转移成为经济全球化的新趋势,服务贸易成为推动世界经济增长的新动力。大力发展服务贸易是贯彻落实科学发展观、转变经济发展方式、推动经济又好又快发展的客观需要,是应对日益激烈的综合国力竞争、适应世界发展大势、掌握发展主动权的必然要求。大力发展服务贸易是加快转变经济发展方式、推进经济结构战略性调整的必然选择。

(一)服务贸易可以在加快转变对外经济发展方式中发挥突出作用

加快转变经济发展方式,是解决我国经济发展不平衡、不协调、不可持续问题的关键。推进经济结构战略性调整,既是一个长期的过程,也是当前紧迫的任务。改革开放初期,我国物质商品匮乏,同时又有大量劳动力的优势,从历史角度看,发展制造业促进商品进出口贸易是我国经济发展的必然选择。制造业的发展为我国货物贸易的发展提供了基础,反过来,货物贸易的发展又为制造业的提升创造了条件。我国制造业的发展,商品出口的做强做大,对促进中国改革开放、经济社会发展、经济实力增强作出了巨大贡献,功不可没。随着改革开放的不断深入推进、经济社会的持续发展,社会各界对环境保护、资源能源的关注度越来越高,对转变经济发展方式的呼声也越来越高。同时,对外贸易也面临着转变发展方式的挑战,必须更加关注对外贸

易的转型升级,更加关注产品质量和品牌效应。服务贸易中的设计、创意、分销、运输、环境等服务有利于货物贸易的转型提升;金融、保险、会计、法律、通讯等服务可以为我国企业“走出去”提供良好的保障;服务贸易的健康发展,还有利于引进更高质量和水平的外资,改善我国利用外资结构。总的来看,我国开放型经济要实现在更高水平上的平衡发展,对大力发展服务贸易提出了迫切要求。

(二)服务贸易可以在扩大内需特别是扩大服务消费中发挥积极作用

当前,我国扩大内需特别是扩大消费需求战略全面实施,对服务业以及服务贸易发展提出了新的期待。21 世纪的头十年,我国国内消费每年以 15% 的速度增长,今后还将继续保持这样的增速。消费者在出国留学、国际旅游、教育培训、医疗保健等服务方面的需求会很大。扩大内需特别是消费需求是我国经济长期平稳较快发展的根本立足点,是今后工作的重点。服务贸易是服务业的进出口,是现代服务业。大力发展服务贸易,有助于推动提高我省服务业的水平,扩大内需特别是消费需求。

(三)服务贸易可以在扩大就业、促进社会和谐稳定中发挥重要作用

就业是民生之本,关系到稳定发展大局。随着我国经济社会发展水平的不断提高,我国劳动力结构正在发生变化,越来越多的年轻大学毕业生走向社会,他们就业难的问题和农民工就业问题一样突出。大力发展服务贸易,特别是服务外包,可以为大学生这个重要群体创造更多的就业机会。服务贸易对能源资源的需求相对较少,对环境的直接污染较小,符合中央提出的转变经济发展方式的要求。近年来,我国承接服务外包领域吸纳的新增社会就业越来越多。

三、如何加快发展服务贸易

我国经济的发展已经具备了加快发展服务贸易的现实基础。从 2006 年至 2010 年的 5 年间,我国服务贸易稳步发展,对外开放有序推进,贸易规模迅速扩大,国际地位不断提升,贸易结构逐步优化,竞争优势初步显现。

贸易规模迅速扩大。2006—2010 年,我国服务贸易进出口总额从 1917 亿美元增长到 3624 亿美元,增幅达 89%,年均增长 17.3%。其中,服务贸易出口年均增长 16.8%,是同期全球服务贸易出口平均增速 7% 的两倍。

国际地位不断提升。2006—2010年,我国服务贸易出口总额的世界排名从2006年的第八位升至2010年的第四位。我国服务贸易进出口总额全球占比从2006年的3.6%增长到2010年的5.1%,世界排名由第八位上升到第四位。

贸易结构逐步优化。计算机、保险、金融、咨询等高附加值现代服务贸易快速起步,竞争优势不断提升。2006—2010年,进出口总额从313.4亿美元上升到702.9亿美元,增长约1.2倍,占服务贸易进出口总额的比重从16.3%上升到19.4%,年均增长22.4%。运输、旅游、建筑等传统服务贸易稳步发展,规模优势继续巩固。2006—2010年,进出口总额从1184.6亿美元上升到2177.3亿美元,占服务贸易进出口总额的比重从61.8%调整到60.1%,年均增长16.4%。同时,与现代服务贸易行业相关的服务外包迅速发展,教育、文化、中医药等中国特色服务贸易领域潜力巨大,出口体系粗具雏形。

我国服务贸易的加快发展,要坚持深化改革与对外开放相结合,坚持服务贸易发展与服务业发展相结合,坚持服务贸易发展与货物贸易发展相结合,坚持总量增长与结构优化相结合。要推动重点行业服务出口。进一步巩固国际运输、旅游、建筑等行业在服务贸易中的规模优势,积极推进文化艺术、广播影视、新闻出版、教育、体育和中医药等有中国特色的服务出口,重点培育通信、金融、会计、计算机和信息服务、传媒、咨询等现代服务贸易,积极承接服务外包。

我国服务贸易发展重点领域“十二五”发展目标如下:

(一)国际运输服务

海洋运输服务方面,领域不断拓展,贸易规模不断扩大,贸易结构明显改善。建成具有较强综合竞争力的现代化船队,提高能源、原材料等战略物资的运输能力,本国海洋货轮船队在我国外贸石油、天然气、矿石海运市场的比重明显提高。保障战略物资海运通道安全。航空运输服务方面,完善现有民用航空体系,扩大我国航空运输服务规模,提高服务质量,实现航空运输服务又好又快发展。铁路运输服务方面,根据“引进来、走出去”的需要进一步加快铁路发展,形成功能完善、衔接顺畅的对外铁路运输通道,基本建成与港口有机衔接的集疏运系统,对外经济和技术合作迈上新台阶,主要技术装备达到世界先进水平,提升运输能力和服务质量。公路运输服务方面,加强与周

边国家和地区的道路运输交流与合作,提高我国道路运输领域的对外开放水平,推动我国道路运输技术标准规范国际化,扩大国际道路运输服务贸易规模,改善贸易结构。货运代理服务方面,加大资源整合力度,优化服务结构,转变经营方式,拓展海外市场发展空间;提高外贸运输代理主导权控制能力,降低运输服务贸易逆差,国际物流成本降低3%。实现80%企业升级、技术改造和信息化建设,70%企业完成海外服务网络的建设;培训专业人才50万人,向外输出2万名管理人员以及4万名服务人员。

(二)国际旅游服务

到2015年,实现旅游服务贸易进出口总额进入世界前五位;入境旅游1.5亿人次,入境过夜游8000万—9000万人次,出境旅游8800万人次;推动8—10家中国旅游企业“走出去”;向外输出较大规模的旅游经营、管理、培训与服务等人才。

(三)国际建筑工程服务

积极稳妥地扩大建筑服务对外开放。建筑企业“走出去”规模不断扩大,区域稳步拓展,高端市场开拓步伐逐步加快。建筑服务出口效益和附加值明显提高,建立与国际规则接轨的风险防范机制。企业核心竞争力和综合实力得到提升,鼓励采用特许经营、项目融资等国际通行方式开展国际工程承包。对外劳务合作和承包工程方面,保持对外劳务合作规模稳中有升,对外承包工程快速增长。创新业务发展模式,转变增长方式。培育具有国际竞争力和自主品牌的骨干企业,维护劳务人员的合法权益,提升对外劳务合作和承包工程的质量和效益。

(四)国际金融保险服务

银行和其他金融服务方面,坚持循序渐进、安全可控、资源配套的原则,建立和完善商业银行“走出去”的相关制度、规划,审慎支持中资商业银行结合自身发展战略的需要,稳妥推进海外业务和海外分支机构建设,提升服务水平和支持中资企业海外发展的能力。为中国企业的跨国发展提供支持;强化市场监管,加强国际监管合作,有效防范风险;逐步消除金融服务贸易逆差格局,实现金融服务贸易的可持续发展。保险服务方面,积极稳妥地推进对外开放;扩大保险服务贸易规模,培育一批具有国际竞争力的大型保险(金融)集团和具有自主创新能力的专业性保险公司;完善服务贸易体系,积极拓

展保险服务贸易领域和保障范围,充分发挥保险业经济补偿、资金融通和社会管理的重要作用;加强保险监管,促进保险监管国际合作,提高风险管理水平,有效防范风险,实现保险服务贸易健康发展。证券期货服务方面,积极稳妥地推进对外开放,支持境内证券期货经营机构发展壮大,提升境内机构国际竞争力和跨境业务市场份额,为境内企业“走出去”提供优质证券期货服务;强化市场监管,加强国际合作,有效防范金融风险。

(五)国际电信服务

电信服务的国际市场份额取得重大突破,海外电信服务收入大幅提高。力争3年内在2—3个国家或地区建成时分同步的码分多址技术(TD-SCDMA)试验网(或商用网)。国内主要电信运营企业具备较强的国际竞争力,拥有具有一定国际影响力的自有品牌,形成促进电信服务开拓国际市场的有效机制和成熟模式。

(六)国际文化服务

文化艺术服务方面,积极培育文化服务贸易企业,开发适应国际市场需求、具有民族特色的文化项目,提升中华文化的世界影响力。广播影视服务方面,实施全球广播影视战略,统筹国际国内两个市场,整合多种传输、覆盖、播出资源,培养参与国际竞争的广播影视市场主体,不断扩大我国广播影视产品和服务在国际影视市场的份额,稳步提高我国广播影视的国际传播力和影响力。新闻出版服务方面,提升国际市场开拓能力,积极鼓励新闻出版企业在境外设立商业存在,以国际汉文化圈、西方主流文化市场、周边国家和地区文化市场为重点,大力推进版权贸易、产品出口、对外投资,培育6—7家具有国际竞争力的大型传媒集团和国际化数字出版企业,提高新闻出版产品和服务在国际市场的份额,逐步缩小新闻出版服务贸易逆差。

(七)国际教育服务

进一步提高开放水平,引进优质教育资源,加快国内教育机构能力建设,提高办学水平和人才培养质量;大力发展来华留学教育,使我国成为亚洲地区最大的留学目的国;加快汉语国际推广,提高汉语国际影响力;促进境外办学健康发展;稳步开拓教育服务国际市场,积极参与国际教育服务。

(八)国际服务外包

产业规模进一步扩大,自主创新能力大幅提高,人才队伍建设进一步强

化,国际竞争力大幅提升。坚持做大规模、做强实力、加强集聚、扩张优势,进一步夯实现有优势行业发展基础,着力提升国际服务外包产业发展能级,力争在软件和通信、金融、医药研发等国际服务外包领域实现较大发展。坚持以市场需求为导向,以创新为核心,聚焦我国国际服务外包产业关键领域,力争在文化创意、商务、物流等领域国际服务外包业务实现较大突破。紧紧把握全球国际服务外包产业发展的新动向和新趋势,着力培育技术和安全要求高、行业成长性好、国际上已经发展成熟、国内发展潜力巨大的医疗国际服务外包、公共国际服务外包等领域。

国际服务贸易概述

学习目标

通过本章的学习,了解国际服务贸易和中国服务贸易的现状和特点,掌握国际服务贸易的基本概念与特点,熟知国际服务贸易的分类和统计方法,能够运用国际服务贸易的统计方法进行统计。