

高等学校经管类规划教材

主编 © 竺杏月 狄昌娅

国际服务贸易与案例

GUOJI FUWU
MAOYI YU ANLI

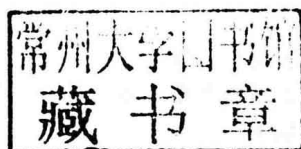


东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

高等学校经管类规划教材

国际服务贸易与案例

主 编 竺杏月 狄昌娅



东南大学出版社

·南京·

图书在版编目(CIP)数据

国际服务贸易与案例 / 竺杏月, 狄昌娅主编. — 南京: 东南大学出版社, 2018. 6

ISBN 978-7-5641-7624-2

I. ①国… II. ①竺…②狄… III. ①国际贸易—服务贸易—案例 IV. ①F746.18

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 014288 号

国际服务贸易与案例

出版发行: 东南大学出版社

社 址: 南京市四牌楼 2 号 邮编: 210096

出 版 人: 江建中

责任编辑: 史建农

网 址: <http://www.seupress.com>

电子邮箱: press@seupress.com

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 大丰科星印刷有限责任公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 15

字 数: 373 千字

版 次: 2018 年 6 月第 1 版

印 次: 2018 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5641-7624-2

定 价: 49.00 元

本社图书若有印装质量问题,请直接与营销部联系。电话:025-83791830

目 录

第一章 导论	1
本章要点	1
引导案例	1
第一节 服务与服务业	1
第二节 国际服务贸易概述	9
第三节 国际服务贸易的产生与发展	17
第四节 国际服务贸易统计	24
本章小结	27
思考练习题	28
第二章 世界与我国服务贸易发展	31
本章要点	31
引导案例	31
第一节 发达国家服务贸易发展	31
第二节 发展中国家服务贸易发展	35
第三节 我国服务贸易发展	37
本章小结	45
思考练习题	45
第三章 国际服务贸易规则	48
本章要点	48
引导案例	48
第一节 服务贸易总协定	48
第二节 服务贸易区域性协议	55
第三节 多哈回合服务贸易谈判及其进展	63
本章小结	68
思考练习题	68
第四章 国际服务贸易理论	70
本章要点	70
引导案例	70
第一节 比较优势理论与国际服务贸易	70
第二节 服务外包理论	76
第三节 服务业对外直接投资理论	79
本章小结	82

思考练习题	82
第五章 服务贸易竞争力	85
本章要点	85
引导案例	85
第一节 国际服务贸易竞争力内涵	85
第二节 国际服务贸易竞争力决定因素	86
第三节 服务贸易自由化与国家竞争力	88
第四节 国际服务贸易竞争力评价方法	90
本章小结	92
思考练习题	93
第六章 自然人流动服务贸易	96
本章要点	96
引导案例	96
第一节 自然人流动概述	96
第二节 自然人流动对发达国家的影响	100
第三节 自然人流动对发展中国家的影响	104
第四节 我国自然人流动服务贸易发展	107
本章小结	114
思考练习题	114
第七章 国际旅游服务贸易	117
本章要点	117
引导案例	117
第一节 旅游服务贸易概述	117
第二节 世界各国旅游服务贸易发展现状	121
第三节 我国旅游服务贸易发展	127
本章小结	132
思考练习题	132
第八章 国际金融服务贸易	135
本章要点	135
引导案例	135
第一节 金融服务贸易概述	135
第二节 金融服务贸易自由化与资本流动	140
第三节 商业银行国际经营动因理论	145
第四节 我国金融服务贸易发展	148
本章小结	150
思考练习题	150
第九章 国际运输服务贸易	153
本章要点	153
引导案例	153

第一节 国际运输服务贸易概述	154
第二节 海运服务贸易	155
第三节 我国运输服务贸易发展	160
本章小结	162
思考练习题	163
第十章 国际文化服务贸易	165
本章要点	165
引导案例	165
第一节 国际文化服务贸易概述	166
第二节 版权贸易	167
第三节 我国文化服务贸易发展	171
本章小结	175
思考练习题	176
第十一章 专业性服务贸易	178
本章要点	178
引导案例	178
第一节 专业性服务贸易概述	179
第二节 会计服务贸易	180
第三节 法律服务贸易	183
第四节 咨询服务贸易	187
本章小结	191
思考练习题	191
第十二章 国际服务外包	194
本章要点	194
引导案例	194
第一节 服务外包概述	194
第二节 印度服务外包发展	198
第三节 我国服务外包发展	205
本章小结	211
思考练习题	211
第十三章 服务业对外直接投资与服务外包	214
本章要点	214
引导案例	214
第一节 服务业对外直接投资概述	215
第二节 我国服务业对外直接投资发展	216
第三节 服务业跨国公司	219
本章小结	224
思考练习题	224
参考文献	227
参考答案	231

本章要点



1. 服务的定义与特征、服务业的定义与分类
2. 国际服务贸易的定义、供应模式、分类与特征
3. 国际服务贸易的产生与发展
4. 国际服务贸易的统计方法

引导案例



当前,我国经济正进入需要积极发展服务业的阶段,政府相关产业政策也在服务业上有所倾斜。2017年5月28日,商务部相关负责人介绍了我国在推动服务业和服务贸易领域的开放、改革与创新等方面的积极成就。2016年,我国服务贸易总额达到6575亿美元,规模居世界第2位。

在区域开放布局上,设立了上海等11个自贸试验区,在天津等15个地区开展服务贸易创新发展试点,在北京开展服务业扩大开放综合试点。在行业开放布局上,提出放宽银行、证券、期货、保险等领域外资准入限制,放开会计审计、建筑设计、评级服务等领域外资准入限制,推进电信、互联网、文化、教育、交通运输等领域有序开放。此外,2016年,中国服务业实际使用外资885.6亿美元;我国对外直接投资1832亿美元,同比增长43.6%,其中服务业投资占比超过70%。在“一带一路”政策方面,其总结道:“一带一路”倡议提出以来,我国对沿线国家的服务业投资超过300亿美元,带动了各国经济发展,创造了大量就业机会。

未来5年,我国预计还将从全世界进口超过2.2万亿美元的服务。面对未来,该负责人表示,希望加快重点领域的务实合作,围绕技术、文化、金融、建筑、医药、服务外包等重点领域,共同打造新的贸易增长点。

第一节 服务与服务业

一、服务的定义

“服务”是经济学中一个极具争议性的范畴,许多与之有关的基本理论问题以及实际操作

问题可以说迄今为止尚未解决；“服务”又是人们日常生活中经常使用的词语，这一词语使用的相对简单性与经济分析中服务确切定义的困难性形成了鲜明的对比。

在日常用语中，服务通常被认为是“为集体或为别人工作”；在英语词典里，service 有两个相近的解释：work or duty done for someone 和 an act or job done in favor of someone，意思都是“为某人做某事”，中心词 work 或 act 都表示一种活动即 activity，与产品的主词 thing 相对应。《辞海》的解释是：“服务”亦称“劳务”，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；认为服务是相对于产品的一个经济学概念，是以提供劳动形式满足他人某种需要并取得报酬的活动。《企鹅经济学字典》的定义是：“服务”主要是不可捉摸的、往往在生产的同时就被消费的消费品或生产品。自古典经济学产生以来，经济学家就试图在经济分析范围内给服务一个明确的含义，但始终未得到令人满意的答案，许多经济学家围绕服务给出了若干解释。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。

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，服务的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质产品的约束，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：“在顾客与服务业服务员之间，或者与物质资源或产品之间，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。

二、服务的特征

经济学把人类必须付出努力才能得到的物品称为经济物品,在人类社会生活中占有相当重要的地位并且数量有限的经济物品有两种基本的存在形态:实物形态和非实物形态。实物形态的经济物品就是商品,非实物形态的经济物品就是服务。服务作为非实物的使用价值,与一般商品相比,具有以下被普遍认可的特征:

(一) 服务的无形性

商品的存在形式是直观的、确定的、有形的,其生产、供给、消费伴随着它的空间形态而产生、转移和消逝。作为非实物形态的经济物品,服务也具有在特定时间和地点生产和消费,并随之消逝的特点,但服务的消费者无法根据服务的空间形态直接判断其价值或价格,这一方面是因为服务的存在形态基本上是不直接可视的、不固定的、无形的,服务提供者通常无法向消费者介绍空间形态确定的服务样品;另一方面,服务消费者在未购买服务之前,往往不能感知服务,购买服务后也只能感觉到服务的结果,或是要经过一段时间后,方能感觉到服务的作用与质量。服务的这一特性决定了服务交易面临着严重的信息不对称问题,相应产生相关的逆向选择和道德问题;这种信息不对称也为服务提供者创造了一个向消费者展示服务品牌和服务质量的机遇。随着科学技术的进步,服务无形性也并非绝对的,在服务无形性基础上产生了“物化服务”,如电影碟片、软件等;但作为服务产品的载体,其自身价值相对于所提供的整个价值很小,其价值主体仍是物化其上的服务。

(二) 服务的异质性

在社会化大生产的条件下,产品质量基本上是稳定的,消费者在不同地点、不同市场购买的同类型产品,其消费效果和品质通常是均质的。而服务行业是以“人”为中心的产业,即使是同一服务提供者提供同种类型的服务,服务消费者的效用或满足程度也是不同的。这一方面是由于服务提供者的服务技术和服务态度往往因人、因时、因地而异;另一方面是由于服务消费者的不同服务要求,造成对服务质量满意程度的差异。对于一般服务而言,制定一个统一的标准是可行的,但对于特殊的、个别的服务,难以制定一个这样的标准,这使得服务质量具有很大的弹性。服务质量的差异性或者弹性,为服务行业创造优质服务提供了广阔的空间,也为劣质服务留下了活动的余地。此外,服务的异质性还表现为服务价格的弹性,因为服务的价格多取决于服务消费者的主观效用和意愿支付水平。

(三) 服务生产与消费的时空一致性

商品进入市场体系或流通领域便成为感性上独立的交易对象,生产与消费的过程在时间和空间上是相互分离的。而服务是一种具有双向性质的活动,一般具有不可分离的特征,即服务的生产过程与消费过程同时进行,两者在时空上是不可分离的,例如,教育服务中的教师和学生、医疗服务中的医生和患者。当然,由于远距离通信系统的发展,使服务的提供者与消费者获得了同时但异地服务的可能;物化服务的出现,使服务提供者与消费者在时间和空间维度可以分离,这些现象都增加了人们认识服务时空一致性的难度。但是,这只是一种特殊现象,并没有改变服务生产与消费时空一致性的本质。此外,服务的一致性还表现为提供者与消费者之间存在的互动关系,例如,教育过程既需要教师的讲授能力,也需要学生的接受领悟能力。

(四) 服务的不可储存性

商品从生产领域制造出来以后,不进入消费领域,这种储存状态不一定会给所有者带来损失,或造成商品价值的降低。但服务一旦被生产出来,就要立即被消费或者立即进入消费领域;如果服务不被使用,则既不能给消费者增加效用,也不能给提供者带来收益。汽车、火车、飞机的空位不会产生服务收入,医院、饭店、商店、银行等没有顾客光临,就会带来巨大的经济损失。但是,服务的不可储存性并不意味着服务不可被运输传递,如电力供应系统提供的服务;不可储存的服务产品的消费过程可能在时间维度上持续相当长的时期,如保险服务;现实生活中一些服务表现出物理性质方面的可储存性,如自动电话应答系统提供的服务。因此,服务的不可储存性不是物理性质上的不可能,而是逻辑上的不可能。这些现象大多归因于现代技术在服务领域的应用,随着现代技术水平的提高与发展,具有这些特殊形式的服务所占的比重会逐步增加。

(五) 服务所有权的不可转让性

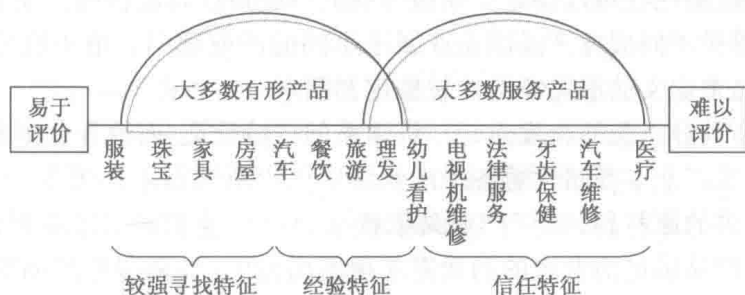
所有权的不可转让性是指服务的生产和消费过程中不涉及所有权的转移。既然服务是无形的且不可贮存,服务产品在交易完成后便消失了,消费者并没有实质性地拥有服务产品。以银行取款为例,通过银行的服务,顾客手里拿到了钱,但这并没有引起任何所有权的转移,因为这些钱本来就是顾客自己的,只不过是“借”给银行一段时间而已。缺乏所有权会使消费者在购买服务时感受到较大的风险。因此,服务这一特征导致服务交易风险较商品交易风险要大,服务交易更加复杂。

(六) 服务的经验特征和信任特征

1970年,美国经济学家F. 尼尔森(F. Nelson)将产品品质区分为两大类,即寻找品质和经验品质。寻找品质是指顾客在购买之前就能够确认的产品属性(如颜色、款式、手感、硬度、气味等)及产品价格;经验品质是指只有在购买之后或者在消费过程中才能体会到的产品属性,包括味道、耐用程度、满足程度等。

1973年,达比(Darby)和卡内(Canet)两人又在这种商品品质二分法的基础上增加了信任品质,它是指顾客即使在购买和消费之后也很难做出评价的属性。譬如阑尾炎手术,由于通常不具备足够的医学知识(此病专家患了该病除外),病人即使在接受手术之后,也很难判断手术是否必要或者手术实施得是否得当,病人只能相信医生的诊断,认为手术确实为自己带来了所期望的利益。

很显然,不同的产品表现出不同的品质特征。像服装、家具、珠宝等有形产品,顾客在购买之前就可以借助其颜色、款式、手感、硬度、价格等对其质量进行评判,因此具有较强的寻找特征;像度假、餐饮等服务产品,其品质只有在顾客度假和用完餐之后,或者在度假和用餐的过程中才能感知到,因而具有较强的经验特征;其他一些技术性、专业性较强的服务,如汽车修理、电器维修、医疗、法律咨询等,由于消费者常常缺乏足够的专业知识(这些方面的专家除外),即使在购买和消费之后也很难对其质量做出评价,从而表现出较强的信任特征。如图1-1所示,从有形产品到服务,再到专业性服务,产品的特征逐渐从较强的寻找特征向经验特征和信任特征过渡;伴随着这一过渡,消费者对商品的评价由易变难,同时,消费者在购买或消费时所承担的风险也在逐渐加大。这一变化的根本原因在于服务的无形性和异质性特征。



三、服务业的定义与分类

（一）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。

（二）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,存在着一些明显的差别。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体系的需求分类为基础。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市场。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。”

(三) 服务业的分类

服务业中的许多行业在产业性质、功能、生产技术与经济发展的关系等方面都存在着很大的差异,服务业理论中最为人们所质疑的就是该产业所包含的各种类别的行业,因此,服务经济学家们很早就开始试图对服务业进行分类。分类就需要有一个分类标准,不同的标准有不同的分类方法,服务业的分类也不例外。一般来说,对服务业的分类既可以根据各服务业在经济发展阶段的不同特点来分类,也可以根据各服务业的不同功能来分类。诚如布莱逊(Bryson)和达尼尔(Darnill)所说:“有多少服务理论研究者就有多少服务业的分类方法。”服务业分类的主要目的:一是要揭示服务业内部结构的变化;二是要揭示不同服务业的经济性质,研究各服务业与整体经济增长的关系以及对经济增长的贡献,制定正确和准确的产业政策。

1. 从消费角度分类

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体——是企业还是个人,用于购买服务产品的货币是资本还是个人工资收入。如果购买者以企业为主,则属于生产资料服务业,否则就属于生活资料服务业。生活资料服务业是指其产品主要进入生活消费领域,服务对象以居民个人消费者为主。如旅馆业、美容业、客运业、家庭服务业、餐饮业等。当然,生活资料服务业和生产资料服务业的划分并不是绝对的,随着社会经济的发展及居民个人收入水平的提高,特别是消费支出结构的变动和需求偏好的变化,有些原来只是被团体所购买的服务逐渐成为个人消费的对象,最明显的是旅游业。

2. 从服务业产生的时间顺序分类

从服务业产生的时间顺序看,服务业又可划分为传统服务业和新兴服务业两大类。属于传统服务业的主要有饮食业、理发业、旅馆业、医疗卫生业等;属于新兴服务业的主要有咨询服务业、美容业、电信业等。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,它们提供的服务产品质量、品种及价格也各不相同。这主要取决于一国的经济发展水平、历史文化传统及消费者的消费偏好因素等。

3. 以功能为基础的分类

经济发展表现为经济资源在部门间的转移,依据经济发展过程中服务业内部结构的变化,经济学家辛格曼(Joachim Singelman)使用了一种四类分类法,将服务业划分为流通服务、生产者服务、社会服务和个人服务,这种分类法的依据主要是基于服务的功能。

流通服务包括交通业、仓储业、通信业、批发业、零售业(不含饮食业)、广告业以及其他销售服务业。流通服务与第一产业和第二产业加起来就是商品从原始自然资源经过提炼、加工、制造、销售最后到消费者的整个生产、流通、消费的完整过程;流通服务随着商品规模的扩大而增长。

生产者服务又称生产性服务,是生产者在市场上购买的中间服务。生产者服务是围绕企业生产活动进行的,包括银行、信托、保险及其他金融业、房地产业、工程和建筑服务业、会计和出版业、法律服务以及其他营业服务。从实际情况看,生产者服务并非完全是作为商品生产的中间投入,也有一些是为最终消费者服务的,但其重要性和规模远远不及中间投入;这类部门随着商品生产规模的扩大而发展,也会随着专业化程度的加深和产业组织的复杂化而不断从商品生产企业中“外部化”出来而扩大。

社会服务包括医疗和保健业、医院、教育、福利和宗教服务、非营利机构和政府、邮政及其他专业化服务。社会服务具有公共需求的特性,这种需求是物质文明高度发展的产物,它们的实现也必须借助于高度发达的物质生产条件,类似于新兴服务业,它们的显著发展出现在工业化后期。

个人服务也称消费者服务或者消费性服务,是指消费者在市场上购买的服务,包括家庭服务、旅馆和饮食业、修理服务、洗衣服务、理发与美容、娱乐和休闲以及其他个人服务。个人服务主要来自最终需求,大多是传统服务业,一般具有规模小、分散经营、人力资本和物质资本投入少、技术含量低等特点。

4. 市场营销学家对服务业的分类

按部门的分类难以反映服务业的共同特征,所以市场营销学家对产品分类进行大量的研究,提出了一系列根据产品分类的服务分类方法,主要包括科特勒分类法和拉夫洛克分类法,这两种方法有助于我们在做市场营销分析时对某种特定的服务进行研究。

科特勒(Kotler)从四个方面对服务进行了分类:一是根据提供服务的工具不同,分为以机器设备为基础服务和以人为基础服务两种。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。二是根据顾客距离服务现场远近,分为顾客必须亲临现场的服务(如旅游、航空运输等)和不需要顾客亲临现场的服务(如会计服务等)。三是根据消费者把服务分成不同的类型,如为企业提供的服务和为居民个人提供的服务,因服务对象不同而可能收取不同的费用。四是根据服务机构提供服务的目的不同,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。

拉夫洛克(Lovelock)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,分为作用于人的有形服务和作用于物的有形服务、作用于物的无形服务和作用于人的无形服务。

(2) 根据服务组织同顾客之间的关系,分为连续性、非正式关系的服务(如广播电台服务),间断的、会员关系的服务(如担保维修、电话服务),间断的、非正式关系的服务(如街头收费电话等)。

(3) 根据服务提供的方式及顾客的满意程度进行划分,如公共汽车服务和出租车服务,服务提供的方式不同,顾客的选择自由度不同,满意程度也可能不同。

(4) 根据服务供求的关系,分为需求波动较小的服务(如保险、银行服务)和需求波动幅度较大的服务(如交通运输、饭店等)。

(5) 根据服务推广的方法,分为消费者主动到服务现场接受的服务和服务机构主动向消费者提供的服务等。

【专栏】

服务业纳税超五成,我国进入“服务经济”时代

2017年上半年全国税务部门共完成税收收入70789亿元(已扣减出口退税),同比增长8.9%,反映出今年以来我国宏观经济稳中向好的发展态势。上半年,我国第二、第三产业税收收入均实现较快增长,特别是第二产业税收收入由去年的下降转变为今年上半年较快增长,反映出实体经济好转;第三产业税收收入占全国税收的比重为57.6%,比2016年全年提高1.1个百分点,反映出我国经济结构继续优化。

前不久,国家统计局发布数据也显示服务业快速发展,继续发挥经济增长的主引擎作用。上半年,服务业增加值占全国GDP比重为54.1%,比上年同期高出0.1个百分点,比第二产业高出14.0个百分点。服务业增长对国民经济增长的贡献率为59.1%,比第二产业高出21.3个百分点。

从财税贡献率以及GDP占比、贡献率等经济指标都指向一个可喜的经济变化——我国今年以来服务经济加快发展,说明我国产业结构积极转型、新旧动能转换取得较好成绩,提示我国经济由“工业主导”向“服务业主导”转变的趋势非常明显,我国经济正在逐步摆脱投资、出口依赖,逐渐步入“服务经济”良性发展轨道。

以上数据充分说明我国经济已经步入“服务经济”时代,即第三产业在整个经济活动中居于首屈一指地位的现象,也被经济学界的不少人称为“经济服务化”现象。

从产业演进规律来看,“服务经济”是国家现代化和经济高级化的标志。农业是第一产业,

当它在国民经济中比重最大时为农业经济社会;工业为第二产业,其比重最大时为工业经济社会;其余所有产业归为第三产业。服务业作为第三产业,当其比重最大时就是服务经济社会。产业发展的历史顺序是由第一产业到第二产业,再到第三产业,这是产业成长和供给结构演变的一般规律。

服务业是我国经济社会发展中的“稳定器”和“助推器”。2016年,服务业成为我国国民经济第一大产业。2016年,我国服务业比上年实际增长7.8%,在三个产业中继续领跑,增速比第二产业高出1.7个百分点。服务业占GDP比重已上升为51.6%,比第二产业高出11.8个百分点。服务业对国民经济增长的贡献率为58.2%,比第二产业高出20.8个百分点。

服务业对“保就业”发挥了重要作用。劳动力在产业之间的转换规律提示,第三产业(服务业)比制造业能够创造更多的就业。发达国家第三产业的就业人员常可占全部就业人员的70%至80%。从三个产业就业人员的结构来看,2015年中国第一、第二、第三产业就业人员的比重分别为28.3%、29.3%和42.4%。据测算,服务业每增长1个百分点带动的就业人数大约比工业多50万人。

服务业还是投资最多、税收贡献最大的领域。2016年,服务业投资仍保持两位数增长,比上年增长10.9%,增速高出第二产业7.4个百分点;占全部固定资产投资比重为58.0%,高出第二产业19.1个百分点;服务业新增投资占全部新增投资的76.0%;服务业实际使用外资占全国实际使用外资总量的比重达70.3%。2016年服务业税收收入增长6.6%,比全部税收收入增速高出3.3个百分点,高出第二产业税收收入增速7.3个百分点。服务业税收收入占全部税收收入的比重为56.5%,比第二产业占比高出13.2个百分点。

这些数据不仅充分证明了我国经济正在步入服务经济时代,更揭示了服务经济在就业、税收、投资等国民经济增长、增进民众福利方面的重要作用。事实上,我国服务经济的增长空间和潜力还很大,但我们离服务强国还有不小的距离,这需要我们持续深化服务业改革,让服务业继续在我国经济社会发展中发挥“稳定器”和“助推器”作用,并向服务强国迈进。

(资料来源:南方都市报,2017年7月24日。)

第二节 国际服务贸易概述

一、国际服务贸易的定义

虽然服务业作为一个传统的产业部门已有数千年的发展历史,但“国际服务贸易”这一概念的提出是相对于国际货物贸易而言的,是一件并不遥远的事情。

国际货币基金组织(IMF)在统计各国国际收支时将服务贸易列入无形贸易(invisible trade)一栏中,这种情况一直持续到1993年。国际服务贸易问题得到官方的认同是在20世纪70年代初。1971年,许多主要的工业化国家的贸易政策制定者认识到有必要推进贸易进一步的自由化,时任经济合作与发展组织(Organization for Economic Cooperation and Development, OECD)秘书长埃米尔·范里纳普(Emile Van Lennep)就此召集了一些国家的专家

开会,从长远的角度分析贸易以及相关问题。1972年9月他们提出一份《高级专家对贸易和有关问题的报告》,这份报告是为《关税与贸易总协定》(GATT)的东京回合谈判寻求知识界的共识;这篇报告中有一个不长的章节专门讨论了服务贸易,这是“国际服务贸易”(international trade in services)第一次出现在官方文件中,并以此讨论服务贸易问题,主张将服务贸易问题写入该报告的其中一人便是瑞典著名经济学家、诺贝尔经济奖获得者俄林(Bertil Ohlin)。该报告指出:“虽然服务部门的许多活动对国际间贸易影响不大……但却在一些重要的领域,国际间贸易发展迅猛,以与国际货物贸易相同的或更快的速度发展着……服务部门和工业部门一样正经历着一个国际化的相互渗透的过程。对有些国家来说,服务贸易至少与货物贸易同等重要,而在有些情况下比货物贸易更重要。”

由于服务本源的庞杂性,人们对服务贸易的认识各有千秋,定义也多种多样,加之服务跨国交易的复杂性,理论界对国际服务贸易的定义有着不同的表述形式,各种经济贸易文献里也没有统一的、公认的、确切的解释,以下是比较有代表性的表述。

(一) 统计学家的表述

统计学家从国民收入、国际收支平衡出发,以国境为标准,将服务出口解释为将服务出售给其他国家的居民,将服务进口解释为本国居民从其他国家购买服务。“居民”是指按照所在国法律的规定,基于居住期、居所、总机构或管理机构所在地等负有纳税义务的自然人、法人和其他在税收上视同法人的团体;“贸易”是指销售具有价值的东西给居住在另一国家的人;“服务”是指任何不直接生产制成品的经济活动。

(二) 联合国贸易与发展会议的表述

联合国贸易与发展会议利用过境来阐述服务贸易,将国际服务贸易解释为货物的加工、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,是一国与外国进行服务交换的活动。狭义的国际服务贸易是指有形的、发生在不同国家之间,符合服务定义的、直接的服务输出与输入。广义的国际服务贸易是指既包括有形的服务输出与输入,也包括在服务提供者与消费者没有实体接触情况下发生的无形的国际服务交换。除了特定情况下,一般所说的服务贸易是指广义的国际服务贸易。

(三) 《美加自由贸易协定》的表述

《美加自由贸易协定》是世界上第一个在国家间贸易协议上正式定义服务贸易的法律文件,它将国际服务贸易解释为由国家或代表其他缔约方的一个人,在其境内或进入一缔约方提供所指定的一项服务。

(四) 《服务贸易总协定》的表述

《关税与贸易总协定》主持的乌拉圭回合谈判所签订的《服务贸易总协定》(GATS)按照服务的提供方式,将国际服务贸易解释为:跨越国界进行服务交易的商业活动,即服务提供者从一国境内向该国境内,通过商业或自然人的商业现场向消费者提供服务并取得外汇报酬的一种交易行为。

GATS的解释是一个权威性的定义,这个定义已为各国普遍接受。同时,GATS对服务贸易的判别有四个标准,即服务和交付的过境移动性(cross-border movement of services and payments)、目的具体性(specificity of purpose)、交易连续性(discreteness of transactions)、时间有限性(limited duration),从而可以较为有效地鉴别与理解服务贸易。

以上代表性的表述都采用说明性、非规范性的方式,说明了国际服务贸易的多样性和复杂性,反映了人们认识的差别和理解的深浅,也体现了人们不同的视角或方位。

二、国际服务贸易的供应模式

根据 GATS 定义,国际服务贸易包括四种供应模式。

(一) 模式一:跨境交付(cross-border supply)

从一成员方的境内向另一成员方的境内提供服务,即跨境提供,这种服务不构成人员、物资或资金的流动,而是通过电信、邮政或计算机网络实现服务,如视听、金融和信息等。

(二) 模式二:境外消费(consumption abroad)

在一成员方的境内向另一成员方的消费者提供服务,即境外消费,如接待外国游客、提供旅游服务、为国外病人或客户提供医疗服务、接收外国留学生等。

(三) 模式三:商业存在(commercial presence)

一成员方的服务提供者在另一成员方境内设立商业实体提供当地化的服务,如投资设立合资、合作和独资服务型企业。

(四) 模式四:自然人流动(movement of personnel)

由一成员方的自然人在另一成员方境内提供服务,即自然人流动,如一国的医生、教授或艺术家到另一国从事个体服务。

三、国际服务贸易的分类

国际服务贸易概念的代表性表述采用说明性、非规范性的方式,说明国际服务贸易的多样性和复杂性,许多经济学家和国际经济组织为了分析方便和研究的需要,从不同的角度对国际服务贸易进行划分,至今也未形成统一的分类标准。

(一) 以移动与否来划分

按照服务是否在提供者与消费者之间移动,国际服务贸易可划分为分离式服务、消费者所在地服务、提供者所在地服务和流动服务。

分离式服务是指服务提供者与消费者在国与国之间不需要移动,只是借助于国内信息手段就可以实现的服务,也称为跨国境的远距离服务贸易。国际运输服务是分离式服务的典型例子。

消费者所在地服务是指服务的提供者转移后产生的服务。国际金融服务是消费者所在地服务的典型代表。

提供者所在地服务是指服务的提供者在本国国内为外籍居民提供的服务,一般要求服务消费者跨国接受服务,如国际旅游服务。

流动服务是指服务的提供者与消费者相互移动所提供和接受的服务,要求服务的提供者与消费者存在不同程度的资本和劳动力等生产要素的移动,如设在法国的美国诊所为英国病人提供医疗服务。