

对外经济贸易大学国际贸易教材编写组
经济管理类课程教材·国际贸易系列



国际服务贸易

栗 丽 主 编
陈 军 副主编

对外经济贸易大学国际
经济管理类课程教材·国际贸易系列

国际服务贸易

栗 丽 主 编
陈 军 副主编

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

国际服务贸易/栗丽主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2016. 5
经济管理类课程教材·国际贸易系列
ISBN 978-7-300-22790-0

I. ①国… II. ①栗… III. 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 (2016) 第 079184 号

对外经济贸易大学国际贸易教材编写组

经济管理类课程教材·国际贸易系列

国际服务贸易

栗丽 主编

陈军 副主编

Guoji Fuwu Maoyi

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511770 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京密兴印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2016 年 5 月第 1 版

印 张 14.75

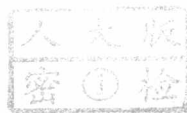
印 次 2016 年 5 月第 1 次印刷

字 数 341 000

定 价 33.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换



主编简介

栗丽，中国人民大学经济学博士，河南财经政法大学国贸学院教授，硕士研究生导师。省跨世纪学术带头人，中国 WTO 研究会常务理事，中国政府采购专家，中国服务贸易协会专家。在国际贸易、世界贸易组织等研究领域有一批有一定影响力的成果：在外文期刊上发表论文 3 篇，发表译文、论文 30 多篇。其中，有一篇论文被国家级高级内参全文转载。主持完成两项国家哲学社会科学课题；获得两项省部级科技进步二等奖。

序 言

国际服务贸易是个新生事物。

国际货物贸易是伴随着资本主义工业革命开始的。出于对国际市场的争夺和比较利益的推动，在工业革命时期形成了国际直接投资和国际间接投资。国际直接投资需要对投资企业进行管理和控制，而国际间接投资只需考虑投资报酬，不需涉及管理和控制。于是，国际服务贸易与国际间接投资同步发展，并且逐渐形成了规模。

自 20 世纪 80 年代以来，随着亚太地区经济的迅速发展，特别是“亚洲四小龙”的崛起，东南亚的国际服务市场十分活跃。国际经贸关系中的国际服务贸易成为迅速崛起的领域，并且引起了国际工商界和政治家们的高度重视，各国对国际服务贸易的研究逐渐展开并加强。

1986 年，GATT 主持的乌拉圭回合谈判将服务贸易纳入谈判议题，并最终达成了《服务贸易总协定》。可见，代表着国际经贸关系新趋势的国际服务贸易，在国际经贸关系中的地位处于不断提升和强化之中。基于这种时代背景，作者将自己多年从事国际贸易研究与实践的积累，凝结成了这本《国际服务贸易》。

《国际服务贸易》的最大特点是理论联系实际、可操作性强。全书共分为八章，主要讲解了国际服务贸易理论及当今的世界服务贸易市场格局，介绍了传统的国际服务贸易，并详细论述了国际服务贸易的新形式。《国际服务贸易》以马克思的经济学原理为指导，以自由贸易理论为基础，以 WTO 的条款为行动规则，这些构成了该书的理论特色。

为了便于学生掌握所学的内容、把握每一部分内容的知识点，本书在每章的结尾都提供了本章小结和课后思考题，书后还附有《中华人民共和国加入世界贸易组织议定书（标准中文版全文）》、《不同类型 WTO 成员对具体服务活动的承诺概况》等附加内容。

鉴于本书的语言通俗易懂、内容深入浅出，因而本书既适合作为高等院校国际经贸专业、商务专业、物流管理专业本、专科学生的教材，也可以作为业内工作人员的岗位培训教材或业务工具书。

全书由栗丽教授主编，具体参加撰写的人员为：栗丽（第三章）；薛玉莲（第五章）；陈军（第四、六章）；张后乐（第一章）；张娟（第二章）；黄兴光（第七、八章）。全书由

栗丽统撰。

在教材的撰写过程中，寇倩倩、陈卫东、王乐、张海霞、石红芦、张爽、程良、童艳丽、李海岭、张新林、乔鹏飞、张远达、张溢木、吕鹏翰、侯东臻、郭靖等同志在数据收集、文字翻译与整理等方面给予了一定帮助，在此一并感谢！

尽管《国际服务贸易》是作者三十多年从事国际贸易领域科研与实践成果的结晶，并且十几年来的教学改革探索也给作者以自信，但由于国际服务贸易属于新兴的成长学科，书中的内容涉及范围广泛，研究对象瞬息万变，因而不妥和舛误之处在所难免，恳请同行和莘莘学子提出宝贵的意见。对那些编者未能发现的错误或纰漏，敬请广大读者予以指正。

栗 丽

目 录

第一章 国际服务贸易概述	1
第一节 国际服务贸易的基本概念	2
第二节 国际服务贸易的形成与发展	8
第三节 国际服务贸易的基本特征	23
附 录 服务贸易的分类	30
第二章 国际服务贸易理论	34
第一节 国际服务贸易的比较优势理论	35
第二节 国际服务贸易学说	41
第三节 服务产品的价值与使用价值	47
第四节 国际服务贸易政策	54
第三章 《服务贸易总协定》	65
第一节 乌拉圭回合的服务贸易谈判	66
第二节 《服务贸易总协定》概要	68
第三节 《服务贸易总协定》的减让表规则与其他规定	73
第四节 服务贸易的区域性协议	76
第四章 世界服务贸易市场格局	84
第一节 世界服务贸易市场现状	85
第二节 美、欧的国际服务贸易	94
第三节 日本的国际服务贸易	101
第四节 印度的国际服务贸易	103
第五章 传统的国际服务贸易	108
第一节 国际金融服务贸易	109
第二节 国际保险服务贸易	115
第三节 国际运输服务贸易	120

第四节 国际旅游服务贸易	128
第六章 新兴的国际服务贸易	137
第一节 国际技术服务贸易——知识产权交易	138
第二节 计算机及信息国际服务贸易	147
第三节 专业国际服务贸易	149
第四节 国际服务外包	155
第七章 国际服务外包	161
第一节 国际服务外包简介	162
第二节 国际服务外包的兴起和发展趋势	167
第三节 国际服务外包在中国	171
第八章 中国的国际服务贸易	178
第一节 中国国际电信服务贸易	179
第二节 中国金融服务贸易	181
第三节 中国海运与旅游服务贸易	185
第四节 离岸服务外包的兴起与发展	189
附录一 中华人民共和国加入世界贸易组织议定书(标准中文版全文)	192
附录二 服务贸易总协定	201
附录三 不同类型 WTO 成员对具体服务活动的承诺概况	223
附录四 服务外包成功案例	224
参考文献	227

第一章

国际服务贸易概述



学习目标

1. 掌握服务和服务业的基本概念
2. 掌握服务贸易的定义
3. 了解服务贸易的基本特点
4. 了解国际服务贸易的形成和发展历程
5. 掌握当代国际服务贸易的特征

引 子

《海峡两岸服务贸易协议》的酝酿，旨在促进两岸贸易。然而，民进党却对该协议进行歪曲和丑化，以至于部分不明真相的大学生认为《海峡两岸服务贸易协议》或将影响年轻人就业。

在民进党的蛊惑下，2014年3月18日100多名大学生于晚间9时突破警方的封锁线并占据“立法院”，声称《海峡两岸服务贸易协议》是“暗箱操作”、“不透明”，如果该协议在“立法院”通过后，“台湾经济将被大陆吞并”、“他们这一代人届时将失去工作机会……因此，他们要求当局退回该协议”。

学生运动很热闹，但什么是国际服务贸易？《海峡两岸服务贸易协议》涉及哪些内容？该协议的签署将会给台湾地区带来多少就业？对于这些事情，闹事的学生并不清楚。如果他们知道，该协议的实施不是减少而是增加台湾地区就业机会的话，也许他们就不会去做反对协议的蠢事了。

那么，什么是国际服务贸易呢？国际服务贸易如何促进就业？

第一节 国际服务贸易的基本概念

一、服务和服务业的理解

“服务”从字面意义上说是履行某一项任务或是从事某种业务。在中文地区以及法国等国，也赋予了这一概念为公众做事、替他人劳动的含义。每一个人对“服务”一词都不会陌生，但如果要准确回答“什么是服务”，却有些困难。

“服务”与“管理”一样，很多学者都曾给它下过定义，但由于服务是看不到、摸不着的东西，其应用的范围又日益广泛，故难以概括。所以，直到 WTO 体制运转以后，服务贸易的概念才暂时统一在乌拉圭回合谈判达成的《服务贸易总协定》之下。

(一) 什么是服务

“服务”在古代是“侍候”、“服侍”的意思，随着时代的发展，“服务”被不断赋予新意，如今，“服务”已成为整个社会不可或缺的人际关系的基础。社会学意义上的“服务”是指为别人、为集体的利益而工作或为某种事业而工作，如“为人民服务”。经济学意义上的“服务”是指以等价交换的形式，为满足企业、公共团体或其他社会公众的需要而提供的劳务活动，它通常与有形的产品联系在一起。

早在 1977 年，希尔 (T. P. Hill) 提出了为理论界所公认的服务概念。希尔指出：“服务是指人或隶属于一定经济单位的物在事先合意的前提下由于其他经济单位的活动所发生的变化……服务的生产和消费同时进行，一种服务一旦生产出来必须由消费者获得或不能储存，这与其物理特性无关，而只是逻辑上的不可能。”20 世纪 80 年代中期，巴格瓦蒂 (J. N. Bhagwati)、桑普森 (C. I. Sampson) 和斯内普 (R. Snape) 相继扩展了希尔的“服务”概念，他们把服务分为两类：一类为需要物理上接近的服务，另一类为不需要物理上接近的服务。以此为基础，巴格瓦蒂将服务贸易的方式分为四种：一是消费者和生产者都不移动的服务贸易；二是消费者移动到生产者所在国进行的服务贸易；三是生产者移动到消费者所在国进行的服务贸易；四是消费者和生产者移动到第三国进行的服务贸易。虽然关于服务的具体定义有所差别，但对于服务的描述都涉及几个共有的特点。

1. 服务的无形性

商品与服务之间最基本，也是最常被提到的区别是服务的无形性，因为服务是由一系列活动（而不是实物）所组成的过程。在这个过程中，我们不能像感觉有形商品那样看到、感觉或者触摸到服务。

对于大多数服务来说，购买服务并不等于拥有其所有权，如航空公司为乘客提供服务，但这并不意味着乘客拥有了飞机上的座位。

2. 异质性

服务是由人表现出来的一系列行动，而且员工所提供的服务通常是顾客眼中的服务。由于没有两个完全一样的员工，同时没有两个完全一样的顾客，因而就没有两种完全一致的服务。

服务的异质性主要是由员工与顾客之间的相互作用以及伴随这一过程的所有变化因素所导致的,同时它使服务质量取决于服务提供商不能完全控制的许多因素,如顾客对其需求的清楚表达能力、员工满足这些需求的能力和意愿、其他顾客的到来以及顾客对服务需求的程度。由于这些因素,服务提供商无法确知服务是否按照原来的计划和宣传的那样提供给顾客;有时,服务也可能会由中间商提供,那样更加大了服务的异质性,因为从顾客的角度来讲,这些中间商提供的服务仍代表服务提供商。

3. 生产和消费的同步性

大多数商品是先生产,然后存储、销售和消费,但大部分服务却是先销售,然后同时进行生产和消费。

这通常意味着服务生产的时候,顾客是在现场的,而且会观察甚至参加到生产过程中来。有些服务是很多顾客共同消费的,即同一个服务由大量消费者同时分享,比如一场音乐会。这也说明了在服务的生产过程中,顾客之间往往会有相互作用,因而会影响彼此的体验。

服务生产和消费的同步性使得服务难以进行大规模的生产,服务不太可能通过集中化来获得显著的规模经济效应,问题顾客(扰乱服务流程的人)会在服务提供过程中给自己和他人造成麻烦,并降低自己或者其他顾客的感知满意度。另外,服务生产和消费的同步性要求顾客和服务人员都必须了解整个服务传递过程。

4. 易逝性

服务的易逝性是指服务不能被储存、转售或者退回的特性。比如一个有100个座位的航班,如果在某天只有80个乘客,它不可能将剩余的20个座位储存起来留待下个航班销售;一个咨询师提供的咨询也无法退货,无法重新咨询或者转让给他人。

由于服务无法储存和运输,服务分销渠道的结构与性质和有形产品的差异很大,为了充分利用生产能力,对需求进行预测并制订有创造性的计划就成为了重要和富有挑战性的决策问题。此外,由于服务无法像有形产品一样退回,因而服务组织必须制定强有力的补救策略,以弥补服务失误。尽管顾客无法退回咨询师糟糕的咨询,但咨询企业可以通过更换咨询师来重拾顾客的信心。

(二) 服务与服务业

既然服务产品是一种个体的行为和活动,那么服务业就是生产服务产品的产业部门。

服务业是随着社会生产力的发展以及商品生产和交换的发展,继商业之后产生的一个行业。商品的生产和交换扩大了人们的经济交往。为了解决由此产生的人的食宿、货物的运输和存放等问题,出现了饮食、旅店等服务业。

服务业最早主要是为商品流通服务的。随着城市的繁荣、居民的日益增多,不仅人们在经济活动中离不开服务业,而且服务业也逐渐转向以为人们的生活服务为主。社会化大生产创造的较高的生产率和日趋精细的生产分工,促使生产企业中某些为生产服务的劳动从生产过程中逐渐分离出来(如工厂的维修车间逐渐变成修理企业),加入了服务业的行列,成为为生产服务的独立行业。

服务业从为流通服务到为生活服务,经历了一个很长的历史过程。服务业的社会性质也随着历史的发展而变化。在前资本主义社会,服务业主要是为奴隶主和封建主服务,大

多由小生产者经营，因而具有小商品经济性质。资本主义服务业以营利为目的，资本家和服务劳动者之间的关系是雇佣关系。社会主义服务业是以生产资料公有制为基础，以提高人民群众的物质文化生活为目的，是真正为全社会的生产、流通和消费服务的行业。

二、服务贸易的定义

服务贸易又称劳务贸易 (trade in service)，是指国与国之间互相提供服务的经济交换活动。

服务贸易有广义与狭义之分，狭义的服务贸易是指一国以提供直接服务活动形式满足另一国某种需要以取得报酬的活动。广义的服务贸易既包括有形的活动，也包括服务提供者与使用者在没有直接接触下交易的无形活动。一般情况下，服务贸易都是指广义的服务贸易。

国际服务贸易和货物贸易的发展史一样漫长，它随着各国经济特别是国际货物贸易的发展而发展。长期以来，它作为辅助国际货物贸易的补充性角色，在世界经济发展中发挥了越来越重要的作用。

虽然服务业作为一个传统的产业部门已有数千年的发展史，但“服务贸易”这一概念的提出相对于古老的货物贸易而言，则是近现代的事情。

国际货币基金组织 (IMF) 在进行各国国际收支统计时一直把服务贸易列入无形商品贸易 (invisible trade) 一栏中，这种情况直到 1993 年才做出了调整。中国过去一直把服务贸易称作劳务贸易。在 1986 年 9 月乌拉圭回合多边贸易谈判之前，服务贸易只是在发达国家的有限范围内开展，还谈不上作为国际贸易的普遍问题引起人们的高度关注。事隔数年，步履维艰的乌拉圭回合多边贸易谈判最终签署了《服务贸易总协定》(GATS)，这标志着服务贸易与货物贸易一样，成为世界贸易组织 (WTO) 多边协定管辖的范围，因而备受世人瞩目。GATS 为各国开展别具特色的服务贸易提供了所需的法律基础和行为准则。

下面基于 WTO 的《服务贸易总协定》框架，介绍几种世界市场现行的且具有代表性的定义。

(一) 传统进出口视角下服务贸易的定义

传统的定义是从传统的进出口角度进行的定义。

当一国 (地区) 的劳动力向另一国 (地区) 的消费者 (法人或自然人) 提供服务，并相应获得外汇收入的全过程，便构成服务的出口；与此相对应，一国 (地区) 消费者购买他国 (地区) 劳动力提供的服务的过程，便形成服务的进口。各国的服务进出口活动就构成国际服务贸易，其贸易额为服务总出口额或总进口额。

这样的定义涉及国籍、国界、居民、非居民等问题，即人员移动与否、服务过境与否及异国国民之间的服务交换等问题。因此，需要注意以下几点：

(1) 这里的劳动力含义较广，它既可以以单个形式提供服务，也可以以集体形式提供服务。

(2) 劳动力在提供服务时，一般要借助一定的工具、设备及手段。

(3) “劳动力”与“消费者”的不同国籍 (地区) 问题也应做广义的理解。比如跨国公

司在境外设立分支机构，雇佣当地居民并向当地消费者提供服务时，这时的“劳动力”（或称“服务提供者”）应理解为该外商机构的股权持有人（单个的私人或法人集体），单个的本地劳动力在向本地消费者提供服务时是以“集体”形式，代表外商机构在提供服务。

（4）这里的服务进出口是相对的过境，未必发生真正的过境。因为服务贸易一般涉及人员、资本及技术信息的流动，比如电信服务只需要服务“过境”，而无须“国民移动”。因此，只要有一种要素发生移动，往往就构成贸易。

（5）对于劳动力的智力成果，也应被视作劳动力提供服务。

（二）联合国贸易与发展会议（UNCTAD）关于服务贸易的定义

联合国贸易与发展会议从过境现象这一视角来阐述国际服务贸易，它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。狭义的国际服务贸易是指有形的、发生在不同国家之间的、符合严格服务定义的、直接的服务输出与输入。广义的国际服务贸易既包括有形的服务输入和输出，也包括服务提供者与使用者在没有实体接触的情况下发生的无形的国际服务交换。

一般来说，人们所指的服务贸易都是广义的国际服务贸易概念，只有在特定的情况下，“国际服务贸易”或“服务贸易”才是狭义的国际服务贸易的概念。

本书中的“服务贸易”及“国际服务贸易”均是指广义的国际服务贸易概念。

（三）《美国和加拿大自由贸易协定》对服务贸易的定义

《美国和加拿大自由贸易协定》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。

服务贸易是指由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（a covered services）。这里的“指定的一项服务”包括：

（1）生产、分销、销售、营销及传递一项所指定的服务及其进行的采购活动。

（2）进入或使用国内的分销系统。

（3）以商业存在（commercial presence）（并非一项投资）形式为分销、营销、传递或促进一项指定的服务。

（4）遵照投资规定，任何为提供指定服务的投资及任何为提供指定服务的相关活动。这里提供服务的“相关活动”包括公司、分公司、代理机构、代表处和其他商业经营机构的组织、管理、保养和转让活动；各类财产的接受、使用、保护及转让，以及资金的借贷。

进入一缔约方提供服务包括过境提供服务。缔约方的“一个人”是指法人或自然人。

这种对服务贸易说明性的、非规范性的定义，说明了服务贸易活动的复杂性。

（四）乌拉圭回合《服务贸易总协定》（GATS）关于服务贸易的定义

关贸总协定乌拉圭回合多边贸易谈判的一个重要结果是在1994年4月15日产生了《服务贸易总协定》（General Agreement on Trade in Services, GATS），该协定的第1条第2款将服务贸易定义为通过以下四种方式提供的服务：

（1）跨境交付（cross-border supply），术语中又称“第一种方式（Mode 1）”，即自一

成员领土向其他成员领土提供服务，如视听、金融服务等。

(2) 境外消费 (consumption abroad)，术语中又称“第二种方式 (Mode 2)”，即在一成员领土内向其他成员的服务消费者提供服务，如旅游、境外就医、留学等。

(3) 商业存在 (commercial presence)，术语中又称“第三种方式 (Mode 3)”，即一成员的服务提供者在其他成员领土内以商业存在提供服务，如某国的一家公司到外国开饭店、零售商店或会计师事务所等。

(4) 自然人流动 (movement of natural persons)，术语中又称“第四种方式 (Mode 4)”，即一成员的服务提供者在其他成员领土内以自然人的存在方式提供服务，如某国教授、高级技术人员或医生到另一国从事以个人身份提供的服务等。

另外，GATS 第 1 条第 3 款还指出，其所规范的“服务”是指除行使政府职权时提供的服务之外的包括任何部门的任何服务。

由此可见，GATS 中关于服务贸易的定义是相当宽泛的。宽泛的概念规定是利弊并存的。其有利的一面表现在：《服务贸易总协定》的界定是目前为止对服务贸易的定义中最简单明了、最有助于对服务贸易进行分类和描述的定义，它的确定对服务贸易的发展和管理产生了重要影响。同时，这样宽泛的定义会产生一些复杂的问题，比如使人们难以确定所交易服务的“原产地”，这种情况所造成的混乱突出表现在投资方面。

三、服务贸易的特点

服务贸易作为非实物劳动成果的交易，与货物贸易相比，通常表现出如下的特点。

(一) 服务商品的不可感知性 (贸易标的的无形性)

服务商品的不可感知性是服务贸易的最主要特征。

由于服务贸易所提供的很多服务产品都是无形的，即服务产品在被购买之前，人们不可能去品尝、感觉、触摸、观看、听见或嗅到“服务”，所以大部分服务产品属于不可感知性产品，消费者对它们的价值量很难评估，因为即使在消费或享用之后，顾客也无法根据消费经验感受到这种产品所带来的效用，只能通过服务者提供的介绍和承诺，并期望该服务确实能给自己带来好处。

(二) 不可分离性

实物产品贸易从其生产、流通，最后到消费的过程，要经过一系列的中间环节。例如，卖方要将货物交给承运商，承运商要委托船务（海洋运输）公司进行托运，最后由承运商交给买方，这中间存在着一系列复杂的过程（如保险、装运、适用的价格术语及索赔等问题）。

服务贸易与之不同，它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（如医生给患者看病）。服务发生交易时间，也就是消费者消费服务的时刻，这两个过程同时存在、不可分割。与此同时，顾客在消费服务产品的时候，必须或者只有加入到服务的生产过程中，才能最终消费到服务，而且这种服务特征随着科学技术的发展、全球一体化进程的加快，越来越显示出国际化的趋势。这种不可分离性特征是服务贸易的另一个主要特征。

（三）贸易主体地位的重要性

服务的卖方就是服务产品的生产者，并以消费过程中的物质要素为载体提供相对应的服务。服务的买方往往就是服务的消费者，并作为服务生产者的劳动对象直接参与服务产品的分享过程。

（四）服务贸易的差异性

服务贸易的差异性表现为，服务生产者所生产的服务产品的质量水平不同。对于同一种服务，由于其生产者不同，提供给消费者的产品也可能不同。即使是同一个服务的生产者，由于其不同的服务产品生产周期，也会出现不同质量水平的产品。此外，这种服务产品的质量很难像有形产品一样用其质量标准进行规范，所以很难统一界定。大多数向劳动力要素提供服务产品的服务贸易，至今没有关于其所提供服务产品的统一标准。究其原因，主要有：一是服务生产者的自身因素（如心理状态）的影响，比如医疗服务人员面对自己的亲属，往往表现出与治疗其他普通患者不同的医疗质量水准；二是服务产品的消费者，由于其不同的个人偏好，也会直接影响服务的质量与效果。例如，由于患者对医疗人员的偏见或不信任感，往往直接影响其治疗效果等。所以，服务质量和效果产生不同的结果，要受两方面因素的影响——生产者和消费者。

（五）服务贸易市场的高度垄断性

国际服务贸易在发达国家和发展中国家表现出严重的不平衡性，主要是因为服务市场所提供的服务产品受各国历史特点、区域位置及文化背景等多种因素的影响。例如，医疗工程、网络服务、航空运输及教育等直接关系到国家的主权、安全和伦理道德等敏感领域，也许就会受到外界（制度）或自身（内省）的限制。因此，国际服务贸易市场的垄断性较强，表现为少数发达国家对国际服务贸易的垄断优势以及发展中国家的相对劣势。例如，从国际服务贸易总额来看，发达国家与发展中国家的比例为3:1。另外，对国际服务贸易的各种壁垒也比商品贸易多2 000多种，从而严重阻碍了国际服务产品进行正常的交易。

（六）不可贮存性

由于消费者与生产者个体差别的存在，使得服务产品不可能像有形产品那样被贮存起来，以备出售。对于服务产品来说，如果服务的生产、消费不是同时进行的，那么服务产品就会受到损失，而这种损失就是机会损失或价值的贬值。

（七）贸易保护方式具有隐蔽性

由于服务贸易标的物的特点，各国无法通过统一国际标准或关税进行限制，主要通过国内政策、法令的改变进行限制，比如市场准入制度、对于贸易出口国或进口国进行限制或者采用非国民待遇等非关税壁垒形式。

（八）国际服务贸易的约束条款相对灵活

GATS条款中规定的义务分为两种：一般性义务和具体承诺义务。

一般性义务适用于GATS缔约国的所有服务部门，不论缔约国这些部门是否对外开放，都对其有约束力，包括最惠国待遇、透明度和发展中国家更多参与。具体承诺义务是

指必须经过双边或多边谈判达成协议之后才承担的义务,包括市场准入和国民待遇,并且只适用于缔约方承诺开放的服务部门,不适用于不开放的服务部门。

对于市场准入来说,GATS规定可以采取循序渐进、逐步自由化的办法。例如,允许缔约方初步进行承诺并提交初步承诺书,然后再进行减让谈判,最后达到自由化。对于国民待遇来说,GATS允许根据缔约方自身的经济发展水平选择承担国民待遇义务。总之,GATS对于服务贸易的约束是有一定弹性的。

(九) 服务产品的营销管理具有更大的难度和复杂性

无论是从国家宏观方面看,还是从微观方面看,将国际服务产品的营销管理与实物产品的营销管理相比,都有较大的难度与复杂性。从宏观层面上讲,国家对服务进出口的管理,不仅是对服务产品载体的管理,还必须涉及服务的提供者与消费者的管理,包括劳动力的衣、食、住、行等各项活动的管理,具有复杂性。

另外,国家对服务形式采取的管理方式主要是通过法的形式加以约束,但立法具有明显的滞后性,很难紧跟形势发展的需要。从微观层面上讲,由于服务本身的特性,使得企业在进行服务产品营销管理过程中经常会受到不确定因素的干扰,因而控制难度较大。如前所述,由于服务产品质量水平的不确定性,因而服务产品不可能做到“三包”。

与此同时,商品贸易可以通过供需关系的协调,使其达到供需平衡,从而使消费者与生产者达到均衡;而服务贸易就不可能通过时间的转换来完成或解决供需矛盾,实现供需平衡。

第二节 国际服务贸易的形成与发展

一、服务贸易的产生

服务贸易的历史和货物贸易的历史一样漫长,自地理大发现开始,至今延绵不绝。

国际服务贸易与货物贸易相伴相随,并随着各国经济特别是货物贸易的发展而不断发展。在服务贸易发展的历史长河中,它与货物贸易一道,共同演奏着国际贸易跌宕起伏、波澜壮阔的辉煌乐章,并在绝大部分历史发展时期充当辅助货物贸易发展的补充性角色。但是,它曾在国际贸易甚至是世界经济某些关键时期发挥了非常重要的作用。

(一) 服务贸易的萌芽时期

服务贸易的历史和货物贸易的历史一样漫长。在地理大发现以前,服务贸易随着各国经济特别是对外货物贸易的发展而发展。它与货物贸易相辅相成,在绝大多数情况下起补充作用;其种类时有增加,而且互相关联。

1. 东、西方之间的服务贸易

东、西方之间的贸易交往由来已久,早在公元前3世纪—1世纪,欧洲国家就已经开辟了欧洲对亚洲的贸易通道。这条古商路的西端起自地中海沿岸,东至长安,将中国的丝绸运往西方,即著名的“丝绸之路”。

在中世纪,欧洲商人一直利用原有的和新开辟的商路与东方国家进行商品的交流,到14—15世纪时,已经达到相当大的规模。在其历史发展过程中,交通运输的进步起着十分重要的作用,而交通运输的发展,又主要依靠航海和造船技术以及陆上运输工具的改进。

早期,东、西方贸易的条件极为困难。海上运输是远距离贸易的关键,东、西方贸易只是在航海和造船技术有了巨大进步之后,才进一步发展起来的。经过长时期的东、西方贸易往来,逐渐形成了三条比较固定的商业通道。在地理大发现以前,主要有北路、中路和南路。

除了北路(即“丝绸之路”)外,其余两条主要是海上航线。大量东方产品通过它们运到欧洲,许多欧洲人也络绎不绝地来到东方。从总体上说,整个商路东段的贸易控制权掌握在阿拉伯商人手中,商路西段的地中海贸易则被意大利商人所垄断,这一时期的服务贸易主要体现在交通运输领域。

2. 欧洲服务贸易的发展

在中世纪的欧洲,只有商业和与商业有密切关系的金融活动才能向人们提供财富和社会地位迅速升迁的机会。在停滞的黑暗时代,西欧的对外贸易明显萎缩。

11—14世纪中叶是一个在各方面都有所增长的时期。欧洲城市兴起之前的商人专门从事对外贸易,他们主要是把只能在少数地方生产的商品(如铁、铜盐等)以及从东方运来的丝绸、香料等运到各地贩卖。中世纪,随着西欧城市的兴起和发展,促进了欧洲国家之间贸易的增长,推动了更大范围的区域性贸易的发展,12—13世纪出现了大型的定期集市,如著名的香槟集市和布鲁日集市等。

到了14世纪,整个欧洲已形成几个主要的贸易区,如地中海贸易区、北海和波罗的海贸易区及汉萨同盟等,它们彼此之间有着密切的贸易往来,并且直接或间接地与东、西方贸易相联系,因此使东、西方贸易进一步扩大。中世纪的服务贸易,特别是金融和运输服务贸易伴随着货物贸易的发展也获得了相应的发展。

在金融服务贸易方面,在中世纪的贸易总额中,信用所起的作用是相当可观的。13世纪末,英格兰的一家伦巴第公司的借款额达1 100镑,而其所有资本总共不过1 400镑;国际票据交换最初于12世纪90年代在香槟大集市上出现,随后又在安特卫普、里昂、法兰克福等城市出现。13世纪,一些意大利商人开始在香槟集市上使用汇票向外国商人支付货款。

14世纪,汇票被银行家作为一种对外国的信用支付工具,以便利对外贸易的进行。威尼斯创立了第一批正式银行,热那亚人创造了航海保险,佛罗伦萨的国际银行业务网络表明有大规模的劳务出口,它们在欧洲所有大的经济中心设有分支机构,包括米兰、阿维尼翁、里昂、巴黎、布鲁日和伦敦。意大利人是保险、付款方法、汇兑及银行业务等各方面技术的发明者和主要使用人。

此外,意大利人还是代理、通信和会计制度等各个服务贸易领域技术的发明者和主要使用人。起源于14世纪初的佛罗伦萨的复式簿记被认为是现代资本主义的试金石,经济史学家松巴特(Sombart)说:“创造复式簿记的精神,也就是创造伽利略和牛顿系统的精神。”会计学家黑泽清认为,人们实际上是通过复式簿记中的资本和其他账户,才有可能