



21世纪经济与管理规划教材

国际经济与贸易系列

2nd edition

国际服务贸易概论 (第二版)

Generality of
International
Trade in Service

刘东升 主编



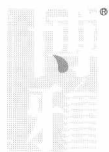
北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

INTERNATIONAL SERVICE TRADE THEORY

国际服务贸易理论

第 1 版

ISBN 7-309-05000-0



国际服务贸易概论 (第二版)

Generality of
International
Trade in Service

刘东升 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

国际服务贸易概论/刘东升主编.—2版.—北京:北京大学出版社,2014.10
(21世纪经济与管理规划教材·国际经济与贸易系列)
ISBN 978-7-301-24634-4

I. ①国… II. ①刘… 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(2014)第 184142 号

书 名: 国际服务贸易概论(第二版)

著作责任者: 刘东升 主编

策划编辑: 李 娟

责任编辑: 马 霄

标准书号: ISBN 978-7-301-24634-4/F·4012

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电子信箱: em@pup.cn QQ:552063295

新浪微博: @北京大学出版社 @北京大学出版社经管图书

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926 出版部 62754962

印 刷 者: 北京富生印刷厂

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 17.75 印张 397 千字

2009 年 1 月第 1 版

2014 年 10 月第 2 版 2014 年 10 月第 1 次印刷

印 数: 0001—4000 册

定 价: 36.00 元

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

举报电话:010-62752024 电子信箱:fd@pup.pku.edu.cn

丛书出版前言

作为一家综合性的大学出版社,北京大学出版社始终坚持为教学科研服务,为人才培养服务。呈现在您面前的这套“21世纪经济与管理规划教材”是由我国经济与管理领域颇具影响力和潜力的专家学者编写而成,力求结合中国实际,反映当前学科发展的前沿水平。

“21世纪经济与管理规划教材”面向各高等院校经济与管理专业的本科生,不仅涵盖了经济与管理类传统课程的教材,还包括根据学科发展不断开发的新兴课程教材;在注重系统性和综合性的同时,注重与研究生教育接轨、与国际接轨,培养学生的综合素质,帮助学生打下扎实的专业基础和掌握最新的学科前沿知识,以满足高等院校培养精英人才的需要。

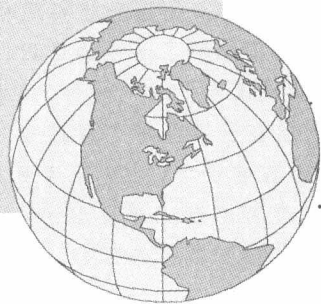
针对目前国内本科层次教材质量参差不齐、国外教材适用性不强的问题,本系列教材在保持相对一致的风格和体例的基础上,力求吸收国内外同类教材的优点,增加支持先进教学手段和多元化教学方法的内容,如增加课堂讨论素材以适应启发式教学,增加本土化案例及相关知识链接,在增强教材可读性的同时给学生进一步学习提供指引。

为帮助教师取得更好的教学效果,本系列教材以精品课程建设标准严格要求各教材的编写,努力配备丰富、多元的教辅材料,如电子课件、习题答案、案例分析要点等。

为了使本系列教材具有持续的生命力,我们将积极与作者沟通,争取每三年左右对教材不断进行修订。无论您是教师还是学生,您在使用本系列教材的过程中,如果发现任何问题或者有任何意见或者建议,欢迎及时与我们联系(发送邮件至 em@pup.cn)。我们会将您的宝贵意见或者建议及时反馈给作者,以便修订再版时进一步完善教材内容,更好地满足教师教学和学生学习的需要。

最后,感谢所有参与编写和为我们出谋划策提供帮助的专家学者,以及广大使用本系列教材的师生,希望本系列教材能够为我国高等院校经管专业教育贡献绵薄之力。

北京大学出版社
经济与管理图书事业部



总 序

应北京大学出版社之约,长期工作在国际经济与贸易专业教学科研第一线的多位教师编写了这套本科专业系列教材,这是我国高校国际经济与贸易专业建设中的一件大事,对于特色专业建设和提高高等教育质量具有重要意义,也是对我国在新的历史起点上扩大对外开放、提高开放型经济水平所做出的积极贡献。

总结改革开放以来中国经济发展的经验,积极扩大对外开放作为一条基本国策得到了贯彻,在过去的三十年中发挥了积极的作用,在今后的几十年中仍将发挥重要的作用。国际经济与贸易专业人才的培养是实施扩大对外开放基本国策的基础保障,在以往的专业人才培养方面我国高校的同行教师积累了丰富的经验,其心血成果凝结在已出版的各类教材之中,尤其是一些知名高校专业教师所出版的教材在全国产生了较大的影响,这是支撑我国改革开放事业的基石,我国几代对外经贸战线上的领导和专业人员都是在这些教材的武装下走在对外经贸事业最前沿的。随着经济全球化的日益发展和我国对外开放格局的变化,当今我国对外经济贸易关系涉及的领域和问题进一步扩大,国际经济与贸易专业人才的培养环境和专业要求也发生了很大的变化,要求本专业人才在理论素养、专业知识和运作技能三方面能够更好地结合,成为一名复合型的国际化人才。可喜的是,全国的学术同行对此已有了比较充分的准备,他们的教学科研能够做到与时俱进,反映时代对人才培养的要求。呈现在读者面前的这套教材代表了我国国际经济与贸易专业教育的水平。

我国已有 520 多所高校设置了国际经济与贸易专业,就读于本专业的学生一般是所在高校的佼佼者,这种持续热门的现象一方面反映了社会对本专业的需求一直比较大,另一方面也表明本专业的学生综合素质高,能够适应社会需求及其变化。反映在专业培养定位上,就是体现通识教育和专业技能教育相结合的原则,充分发挥生源综合素质较好的优势,加强通识教育,打好理论基础,拓展学生的国际视野;加强专业技能教育,借助先进的教学手段,培养学生的基本操作技能

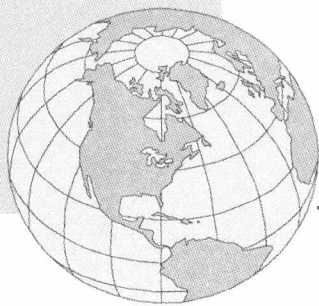
和商务现实感;通过第二课堂和实习,取得理论与实践相结合的初步经验。本套教材从选题、写作大纲论证到体例编排上都体现了上述的认识,是全体编写者集体智慧的体现。

本套教材的编写者均是各高校的专业骨干教师,其中对外经济贸易大学的教师占多数,这也体现了对外经济贸易大学在国际经济与贸易专业教育方面所取得的成绩和社会认可度。在全国高等教育质量工程建设中,对外经济贸易大学被教育部批准为“国际经济与贸易国际化人才培养”第二类特色专业建设点,对全国的同类专业建设具有示范意义,本套教材是特色专业建设工程的重要组成部分,相信对全国的国际经济与贸易专业建设具有积极的推动作用。

鉴于教材编写人员均承担繁重的教学科研任务,在编写过程中难免存在疏漏不足。另外,国际经贸领域日新月异,理论与实务的最新发展往往难以及时并准确地收入教材之中,偏颇之处在所难免,希望使用本套教材的教师和同学们提出批评建议,以便在今后再版时能日臻完善。

赵忠秀 教授

对外经济贸易大学

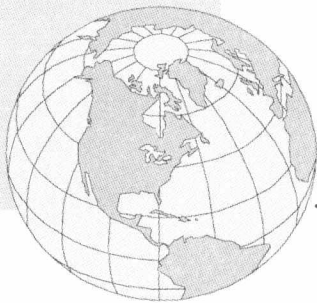


第二版前言

《国际服务贸易概论》一书自出版发行以来,得到广大读者的厚爱,发行量不断攀升。近几年国内外经济环境发生了巨大变化,需要对教材内容进行调整和充实,故此次应出版社之邀进行了修订,修订的主要内容有:一是增添了部分章节,以适应客观环境变化的需要,如国际服务外包发展速度加快,且正在成为我国对外贸易的重要内容,故增加了第九章,专门论述服务外包;二是在基本原理的基础上,增加了部分专业知识和相关案例,有利于读者掌握相关内容;三是对统计数据 and 案例进行了更新,有助于读者掌握服务贸易发展的最新趋势,提高学习兴趣;四是对个别地方进行了勘误,使表述更加准确。

北京大学出版社对本书修订版的出版发行付出了许多努力,特此表示感谢!

刘东升
2014年7月



第一版前言

随着世界经济的发展和产业结构的调整,服务业在国民经济中的比重不断提高,到20世纪末服务业在国民经济中所占的比重,全世界平均为63%,其中中等收入国家为53%,发达国家已达到79%。服务业的发展为国际服务贸易奠定了基础,国际服务贸易逐渐成为国际贸易的重要组成部分。服务贸易的发展还对传统的多边贸易体制提出了挑战,并成为乌拉圭回合的重要议题之一。1994年4月15日,世界贸易组织成员于摩洛哥马拉喀什最终签订了《服务贸易总协定》,奠定了世界服务贸易发展的基本规则。该规则以服务贸易自由化为目标,对国际服务贸易的发展产生了重大影响。

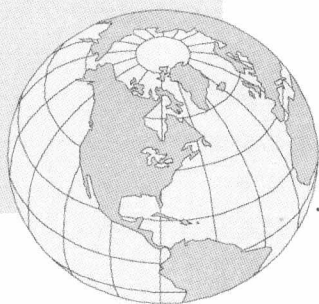
2001年12月11日,我国加入世界贸易组织,成为第143个成员国,这就意味着要按照《服务贸易总协定》的基本要求,开放国内服务市场,积极参与国际服务贸易的竞争。进入21世纪后我国服务贸易发展迅速,出口贸易呈现迅猛增长态势,传统服务贸易出口保持增长势头;资金和技术密集型新兴服务贸易迅速发展,部分新兴服务贸易部门的出口增速超过发达国家;在全球服务贸易出口中的比重逐年提高。但我国服务贸易出口的部门结构与全球服务贸易还存在一定差距。旅游、运输和建筑服务等传统部门出口占据主导地位,特许和专利权使用出口占比低于全球平均水平,而且新兴服务贸易部门的增长速度低于世界水平。

扩大服务贸易出口,不断提高我国服务贸易企业的国际竞争力,缩小与发达国家的差距,就要求提高理论知识,熟悉国际服务贸易的游戏规则。为此,我们编写了《国际服务贸易概论》一书,希望在完善国际服务贸易知识结构、熟悉国际服务贸易规则方面为读者提供帮助。本书可以作为本科生的教材、经济类专业研究生的参考资料,也可以作为从事国际服务贸易工作和研究者的参考读物。

本书在编写过程中参考了有关服务贸易的研究成果,并得到北京大学出版社的大力支持,在此深表谢意。

刘东升

2008年4月



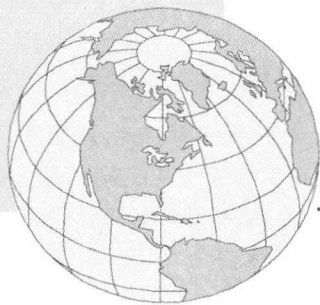
目 录

第一章 国际服务贸易的基本概念	1
第一节 服务	2
第二节 服务业	4
第三节 国际服务贸易	7
第二章 国际服务贸易的形成与发展	21
第一节 国际服务贸易的产生	22
第二节 国际服务贸易的发展	25
第三节 影响国际服务贸易迅速发展的因素	26
第四节 当代国际服务贸易的特征	27
第三章 国际服务贸易的地位与作用	35
第一节 国际服务贸易与国家竞争力	36
第二节 国际服务贸易与经济发展	43
第三节 经济全球化与国际服务贸易	46
第四节 国际服务贸易与货物贸易	50
第四章 国际服务贸易中的价值和价格	55
第一节 有形商品的价值理论	56
第二节 服务产品的价值和使用价值	59
第三节 影响服务产品国际市场价格变动的因素	64
第四节 服务产品国际市场价格的形式	69
第五章 WTO 体制与国际服务贸易的发展	73
第一节 多边贸易谈判及其影响	74
第二节 《服务贸易总协定》的产生	79
第三节 《服务贸易总协定》的基本内容	84

第六章 国际服务贸易理论与政策	93
第一节 国际服务贸易理论	95
第二节 国际服务贸易政策的演变及内容	100
第三节 国际服务贸易自由化政策	109
第四节 国际服务贸易保护政策	121
第五节 国际服务贸易保护政策举例	125
第七章 当代国际服务贸易的国别格局	133
第一节 国际服务贸易的发展现状	134
第二节 美国的服务贸易	141
第三节 欧盟的服务贸易	152
第四节 日本的服务贸易	157
第五节 印度的服务贸易	162
第八章 中国服务贸易的发展及服务业的对外开放	167
第一节 中国服务贸易的发展	168
第二节 中国服务业的对外开放进程	175
第三节 中国加入世界贸易组织的服务贸易谈判承诺	178
第四节 入世对我国服务业发展的影响	185
第九章 国际服务外包	193
第一节 服务外包简介	194
第二节 国际服务外包的发展	203
第三节 服务外包在中国的发展	209
第四节 服务外包成功案例	214
附录 1 中国加入世界贸易组织议定书	220
附录 2 服务贸易总协定	229
附录 3 与贸易有关的知识产权协定	250
主要参考文献	269

21世纪经济与管理规划教材

国际经济与贸易系列



第一章

国际服务贸易的基本概念

【学习目标】

- 掌握服务的含义和基本特征
- 了解服务业的涵义和分类
- 掌握国际服务贸易的含义、特点及相关概念

引导案例

据国际货币基金组织2014年1月份的估计,按照购买力平价法GDP汇总,2013年全球经济增长3.0%,比上年放缓0.1个百分点;美国经济增长1.9%,比上年放缓0.9个百分点,日本经济增长1.6%,比上年加快0.2个百分点,欧元区经济下降0.4%,降幅比上年扩大0.2个百分点。包括货物和服务在内,2013年世界贸易量增长2.7%,增速与上年持平。其中发达国家进口量增长1.4%,比上年加快0.4个百分点;发展中国家进口量增长5.3%,放缓0.4个百分点。当前世界经济发展已经进入服务经济时代。2012年,服务业对全球经济贡献率达63.6%。其中,发达国家服务业占GDP比重较高,一般在60%—80%,金砖国家服务业占比也均在60%以上。2012年,世界贸易总额为453426亿美元,其中服务贸易额为84526亿美元,占比18.6%。虽然服务贸易占比还不到20%,但服务贸易额占世界贸易总额的比例在逐年增长,且全球贸易增长的近50%来自服务贸易。服务贸易已逐渐成为世界经济增长的重要推动力。在经济全球化背景下,我国的国际服务贸易也呈现不断增长的态势,贸易规模和产品结构朝着高级化方向延伸。那么什么是服务?什么是国际服务贸易?国际服务贸易又有哪些特征呢?

资料来源:中国经济网(<http://www.ce.cn/>),2014年2月27日。

国际服务贸易是随着社会生产力的发展和产业结构的调整而逐渐产生和发展起来的,第二次世界大战后服务业的发展为国际服务贸易奠定了基础。不同于传统的货物贸易,国际服务贸易在贸易对象、发展路径等方面具有明显的特征。

第一节 服 务

人们在日常生活中要消费各种各样的有形商品,如面包、服装、水果等,但也需要消费别人提供的无形商品,如坐车、看演出、旅游等。这些无形商品就是服务。所以服务是相对于有形商品而言的一个经济学概念,人们一般认为它是以提供活劳动的形式满足他人某种需要并取得报酬的活动。从国际服务贸易的角度,服务就是指以活劳动的形式满足经济单位或个人的需要,增加服务接受者的价值或效用。

一、服务的基本特征

服务作为无形商品,和一般商品相比明显不同,它具有如下一些基本特征。

第一,服务的无形性或不可感知性,是服务的最主要特征。不同于有形商品直观的存在形态,服务的存在形态基本上是无形的、不固定的,让人不能触摸或凭肉眼看见其存在。在消费服务之前,人们并不知道服务是什么样的;另外,服务消费者往往不能事先感知到服务,只能等到消费服务后才能感觉到服务的结果,或是要等一段时间后,享用服务的人才能感觉到服务“利益”的存在。随着科学技术的进步,有些服务项目在无形式的基础上产生了“物化服务”。所谓“物化服务”,简单地讲就是改变了服务的存在形态,服务

消费也随之发生了变化。如文艺演出本来只能到剧院等演出场所消费,出现唱片、磁带、光盘后,人们就可以随时欣赏文艺演出了,这些唱片、磁带、光盘等就是“物化服务”的载体。作为服务产品的载体,其自身物质形态的价值很小,价值主体是物化在其上的服务。这种服务存在形态的改变,对服务提供者和消费者都是有价值的。

第二,服务生产和消费的不可分离性。有形商品从生产、流通到最后消费的过程中,一般要经过一系列的中间环节,生产过程与消费过程在时间和空间上是相互分离的,如服装先是在服装企业生产,然后经过运输进入市场,再从市场上卖给消费者,消费者的消费和生产者的生产是在两个地方、两个不同时间段进行的。而服务一般则具有不可分离性,即服务的生产过程与消费过程同时进行,两者在时间和空间上不可分离,生产过程就是消费过程,消费过程就是生产过程,服务过程中生产者和消费者必须发生直接联系。如教师的授课与学生的听课,一般是在同一时间、同一场所进行的;运输服务过程和运输消费过程;医生提供的医疗服务和病人接受治疗等。但在物化服务的条件下,服务的生产与消费可以在时空上不一致。

第三,服务的不可贮存性。有形商品可以在生产出来以后存在仓库里,处于闲置状态,不进入消费领域,这种情况不一定给生产者带来损失,或造成商品价值的降低。但服务却不可能像有形商品一样被贮存起来,生产者不能存储服务,消费者在大多数情况下也不能将服务携带回家保存。所以,服务生产出来以后如果不消费,既不能给生产者带来利润,也不能增加消费者的效用,只会造成损失。如飞机运输时如果机上有空座位,意味着这些服务没有被消费,只能给生产者带来损失等;文艺演出如果上座率不高,空置的座位就是服务提供者的损失。虽然这种损失不像有形商品损失那样直观,造成商品使用价值的丧失或价值的损失,但它也会造成服务提供者劳动的浪费,服务产品功能的消逝,以及服务设备折旧的发生等。

第四,服务的差异性,也称为服务的异质性。它是指同种类型的服务因服务提供者不同,或同一服务提供者在不同时间提供服务,受主客观因素的影响而使其提供的服务有差异,服务消费者对服务产品的满足程度也就不同。如不同理发师提供不同质量的理发服务,同一理发师在不同时间可能提供不同的理发服务等。而一般有形商品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,其质量基本上是相同的。

服务的这些特征是与有形商品相比所具有的,当然由于物化服务的出现,有些服务产品具有了有形商品的部分特征,但其实质还是不同的。

二、服务的基本要素

服务作为一种特殊商品,也是在一定的生产要素结合下生产出来的。一般商品的生产必须具备两个基本要素:生产资料和劳动力。服务的生产也应包含生产资料和劳动力两个基本要素。服务的提供以提供者自身的素质为基础,要求提供者具有一定的知识与技术,所以可以把服务的基本要素分为三部分:资本、劳动力和知识技术(即人力资本)。

(1) 资本。服务生产同样离不开资本要素的投入,这是构成生产的基本条件。服务生产过程中的资本投入,首先是用来购买生产资料,如生产设备、原材料及其他辅助设施

等。在有些服务行业中,流动资金在资本总量中占相当大的比重。其次,服务业中的资本要素还要用于对服务人员的培训。服务提供者本身只有经过专业培训,才能进入市场为消费者提供服务。最后,同其他商品生产一样,服务产品的经营也需要一定的广告、宣传费用。

(2) 劳动力。它是服务的提供者或服务的载体。在一切经济活动中劳动力都是最基本的因素,服务行业也不例外,而且许多服务部门还是劳动密集型行业。

(3) 知识与技术。知识与技术属于人力资本的基本要素,除了直接接触式服务外,大多数服务都是提供知识或技术的,与其他行业相比,服务业需要更丰富的知识和技术。所以知识与技术既是提供服务的条件与手段,又是服务的基本内容。

第二节 服 务 业

一、服务业的含义

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。服务业包含的部门众多,并且不同部门间还具有不同的特征。服务业是随着商品生产和交换的发展而发展起来的,商品经济的发展扩大了人们之间的经济交往,产生了对服务的需求,如对货物运输、货物储存等方面的需求。因此,最早的服务是面向商品流通的。随着城市的繁荣和居民的日益增多,生活服务也逐渐发展。虽然服务活动产生的时间很早,但只是到了19世纪末20世纪初,服务业作为一个完整的产业才逐渐得到发展,进入20世纪后经济学家才开始关注和研究这一经济现象。服务业的提出与第三产业这一概念密切相关。服务业早期被称为第三产业,在20世纪30年代,由英国经济学家、新西兰奥塔哥大学教授费舍尔(A. Fisher)在其所著的《安全与进步的冲突》一书中首先提出来。他运用“剩余法”对三次产业进行划分,认为经济中以农业为主的初级产品生产是第一产业,以工业为主的初级产品加工部门是第二产业,两者之外的所有其他经济部门都属于第三产业。经济学界后来也沿用了这一概念。服务业概念与第三产业的划分有关,在行业构成上,服务业十分接近第三产业,但两者并不等同。

专栏 1-1

服务业和第三产业

首先,第三产业的界定采用的是剩余法。费舍尔鉴于第一产业与第二产业无法将所有的经济活动包括在内,就把这二次产业以外的所有经济活动统称为第三产业。按剩余法界定的第三产业的范围通常是难以确定的,如建筑业的归属问题。而服务业的界定是以是否提供或生产各种类型的服务为标准的。所以,与第三产业相比,根据产业产品即服务来确定服务业的范围,是很明确的。

其次,三次产业划分思想的出发点是经济体系的供给分类,暗含着高阶层次产业的发展单向地依赖于低阶层次产业的产品含义,即第二产业依赖于第一产业提供的原料,第三产业又依赖于第二产业和第一产业的产品供应。相反,服务业是以经济系统的

需求分类为思想基础的,这种观点强调服务业同其他经济产业的相互依赖关系,而不是单向依赖关系。概言之,第三产业的概念隐含着传统经济思想的逻辑,而服务业的概念则体现着现代经济思想的灵光。

最后,第三产业概念的经济结构含义主要是相对于国内经济的,而服务业概念的经济结构含义则是面向国内和国际两个市场的。

在我国,国务院于1985年批准了国家统计局《关于建立第三产业统计的报告》,第一次对我国三大产业做出了明确的划分,并将第三产业的产值计入国民生产总值。1992年中共中央、国务院专门发出了《关于加快发展第三产业的决定》。2000年中共十五届五中全会通过的“十五”计划建议中,开始将第三产业改为“服务业”,但在统计上仍在使用“第三产业”。因此,从1985年起,在我国国民经济核算中,第三产业一直是服务业的同义语,第三产业被称为广义的服务业,是第一产业和第二产业以外各行业的统称。我国的第三产业包括四个层次:流通部门(含交通运输业、仓储业、邮电通信业、批发零售贸易和餐饮业等)、为生产和生活服务的部门(含金融保险业、房地产业、地质勘查业等)、为提高居民素质和科学文化水平服务的部门(含文教艺术业、广播电影电视业、卫生体育和社会福利业等)和为社会公共需要服务的部门(含国家机关、政党机关和社会团体等)。

服务业的判断标准和概念确定一直是一个存在争议的问题,同时,随着社会经济的不断发展,一些服务行业会逐步消亡,而一些服务行业又会陆续产生,因此服务业的范围和概念的确定只能是一个大概的情况,服务业是一个动态的、相对的、既抽象又具体的概念。我们要用发展的眼光看待这个行业,而不能僵化地、一成不变地理解服务业。

二、服务业的分类

同其他产业一样,服务业也可以按照一定的标准分成不同的组成部分。长期以来人们主要是按行业分类,这种分类方法是根据提供的产品不同而把服务业分成不同部门。如我国国家统计局在1994年的《中国统计年鉴》中首次对服务业做了两级分类。包括农、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、政党机关和社会团体。这些是第一级,另外还包括许多二级部门。

2003年国家统计局在《行业划分规定》的通知中明确提出:“第三产业是指除第一、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,租赁和商务服务业,科学研究、技术服务和地质勘查业,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、体育和娱乐业,公共管理和社会组织,国际组织。”

从服务消费的角度看,可以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。生产资料服务业是指那些把已经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、物流运输业等。这种服务实际上是作为生产过程的一个环节发挥作用的,构成有形商品生产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。

生活资料服务业是指服务产品主要进入生活消费领域,服务对象以居民个人为主,如酒店业、美容业、客运业、家庭服务业、饮食业等,都归于生活资料服务业。当然,有许多服务产业既进入生产资料消费领域,也进入生活资料消费领域,如邮电服务业、信息咨询业等。考察某一服务业是否属于生产资料服务业,主要是看服务消费者是什么样的市场活动主体,即是企业还是个人,用于购买服务产品的货币是资本还是个人工资收入。如果购买者是以企业为主,则属于生产资料服务业,否则就属于生活资料服务业,主要向个人提供服务。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,它们也处于不断的发展变化之中。随着社会经济的发展,特别是居民个人收入水平的不断提高,消费支出结构的变动和需求偏好的变化,生活资料服务业的发展速度和发展空间也不断提升,原先只是被集团购买的服务陆续成为个人消费的对象,在我国表现最明显的是旅游业。

从服务业产生的时间顺序看,服务业又可被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运输业、旅游业、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、邮电业、计算机信息与服务业等。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,它们各自提供的服务产品质量、品种以及价格也不相同,这主要是取决于一国的经济发展水平、历史文化传统以及消费者的消费偏好等因素。

专栏 1-2

美国的三次产业结构

美国三次产业结构的划分与我国的划分方法总体上大同小异。按照美国的产业划分,第一产业包括农业、渔业、林业及狩猎业,第二产业包括建筑、制造业(包括耐用消费品制造业和非耐用消费品制造业)、公用设施(电、气、水)以及采矿业,第三产业包括批发零售贸易、交通运输及仓储业、信息业、金融保险与房地产租赁业、专业及商业服务业、教育医疗保健及社会救助业、艺术休闲娱乐及餐饮住宿业和政府。

第二次世界大战以后,美国经济进入后工业化时期,产业结构总体上呈现出第一产业和第二产业占 GDP 的比重持续下降,第三产业占 GDP 的比重不断提高的趋势。

从二战后到 21 世纪的今天(2010 年),美国的第一产业由 200 亿美元增加到 1000 多亿美元,增长约 5 倍,但第一产业占 GDP 的比重从 8% 递减到 1% 以下。与第一产业类似,美国的第二产业由 800 多亿美元增加到近 30 000 亿美元,增长了 30 多倍,但占 GDP 的比重则由 30% 以上下降到 20% 左右。美国的第三产业总量和 GDP 占比均呈显著上升的趋势,从二战后至今,美国第三产业由不到 1 500 亿美元增加到 10 万多亿美元,增长约 70 倍。第三产业占 GDP 的比重由不到 60% 上升到 80% 左右。有研究显示,美国第三产业中传统服务业总体上呈周期性下降趋势,而新兴现代服务业则呈上升趋势。