



中国服务贸易 国际竞争力研究

李芳 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

中国服务贸易国际竞争力研究

李 芳 著

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国服务贸易国际竞争力研究/李芳著. —武汉: 武汉大学出版社, 2012. 5

ISBN 978-7-307-09378-2

I. 中… II. 李… III. 服务贸易—国际竞争力—研究—中国
IV. F752.68

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 275078 号

责任编辑:唐 伟 责任校对:刘 欣 版式设计:马 佳

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 武汉中远印务有限公司

开本: 720 × 1000 1/16 印张: 13 字数: 198 千字 插页: 1

版次: 2012 年 5 月第 1 版 2012 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-09378-2/F · 1613 定价: 26.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

内 容 摘 要

服务业已经在全球经济中取得主导地位，现代服务业又称第三产业，一般包括金融保险业、信息服务业、教育服务、旅游业、物流业及社区服务业等，已经成为现代经济的重要组成部分。现代服务贸易已成为经济全球化的一项新的内容，是国际贸易的重要组成部分。根据世界贸易组织（WTO）的统计数据显示，虽然受到全球金融危机的影响，2008 年世界服务贸易进出口总额仍然达到 72 000 亿美元，比 2007 年增长 11%。其中，出口 37 300 亿美元，进口 34 700 亿美元，同比增长均达 11%。进入 20 世纪 90 年代以来，国际服务贸易在全球化和信息化的推动下增长迅速并保持迅猛发展的势头。目前，服务产业的国际竞争日趋激烈，我国的服务产业也得到了长足发展，服务贸易在全球服务贸易中份额提高很快，但是与世界服务贸易强国无法相提并论。

服务产业与服务贸易的发展水平已经成为衡量一个国家的贸易竞争力和国家竞争力的重要标准，也是衡量一国现代化程度和社会文明进步程度的重要标志。当前，中国的经济结构正处于战略性调整的重要历史时期，大力促进服务业发展，提升服务贸易国际竞争力，已成为实现国民经济持续快速健康发展、提升国家整体国际竞争力的必然要求。

由于我国服务业的发展起步较晚，市场化程度低，服务产业的发达程度和发达国家及一些发展中国家相比还有不小差距，在国际服务贸易中的地位还有待进一步提高。为了加速我国服务产业的发展，促进我国服务贸易的国际竞争力提升，运用国际竞争力理论对我国服务产业的贸易竞争力进行分析，找出与服务贸易发达国家之差距，是指导我国发展服务产业、提高服务贸易国际竞争力的基础所在。因此，如何发展我国的服务产业，迅速提高我国服务贸易的国际竞争力，维护我国的经济利益是一个十分现实的问题。本书旨在分析国际服务业和我国服务业的发

展现状,通过比较研究来衡量我国服务贸易的实际竞争力和国际地位,指出我国服务贸易发展中的优势与不足,这对发展我国的服务产业,提升我国服务贸易的水平,完善社会主义市场经济体制都具有十分重要的理论与现实价值。

本书首先在评述国际竞争力的概念与内涵基础上,对有关竞争力的理论进行总结,进而提出本书的分析框架,并尝试构建评价服务贸易竞争力的综合指标体系,主要包括显示性贸易竞争力评价指标和决定性的贸易竞争力指标,前者主要由市场占有率、贸易竞争优势指数、显示性比较优势指数、净出口显示性比较优势指数等指标构成,后者包括价格因素、成本因素和生产率因素。在这些评价指标的基础上,本书通过将这些反映中国服务贸易竞争力水平的指标与其他国家的相同指标进行比较分析,以期正确地认识与评价中国服务贸易的国际竞争力,为提升中国服务贸易竞争力寻找突破口和发展途径。鉴于教育服务贸易在经济发展中的重要作用,以及对文化传播的积极影响,本书另辟章节依据竞争力指标,分析我国教育服务贸易的现状和竞争力。根据中国服务产业国际竞争力的现实情况,并结合在服务产业有较强竞争力的一些国家的实际经验,总结出提高我国服务产业国际竞争力的具体政策建议,主要是依靠强化政府职能;合理利用现有资源,大力开发高等要素;重视国内需求;积极开拓国际市场,发展服务业跨国经营;加强服务贸易相关产业的协调与支持;改善服务企业机构,鼓励服务企业创新等政策建议,以加强和提升我国服务贸易国际竞争力。本书内容共分为八章,具体的内容安排如下:

序论主要是揭示选题意义和研究背景,指出全球及我国服务产业的发展现状与特点,进而对本书的一些重要概念进行界定以明晰本书的研究范围,最后指出本书的研究方法、创新及不足之处。

第二章是本书的理论基础,在对国际竞争力的内涵进行解析的基础上,对国内外服务贸易的国际竞争力的研究文献从规范分析和实证分析两个方面进行梳理,并以钻石模型为基础对影响服务贸易国际竞争力的因素进行分析。

第三章是服务产业贸易竞争力的分析框架和评价指标的设计,是本书论证的核心。本书的分析框架将尽量采用成熟的分析框架的优点,结

合国内现有研究成果，从经济实力与产业支持、服务贸易规模、服务贸易进展度及贸易潜力各个方面来构建服务贸易竞争力评价的指标体系，评价指标体系分为显示性指标体系和决定性指标体系。

第四章通过显示性的指标体系，包括国际市场份额和贸易盈余指标，以及出口占比指标，将我国的服务贸易国际竞争力与美国、英国等发达国家和印度等发展中国家的服务贸易国际竞争力进行比较分析，结论是我国服务贸易虽然有了长足的发展，但是规模依然相对较小，贸易结构不合理，服务贸易的竞争力还处于弱势地位，竞争力还有待加强，而且束缚我国服务贸易竞争力提高的因素很多。

第五章是对影响我国服务贸易国际竞争力的因素进行实证分析，将影响服务贸易国际竞争力的决定性指标纳入实证模型，通过借鉴服务业发达国家提升国际竞争力的实践经验，从总体和行业角度分析了制约我国服务贸易国际竞争力的原因。

第六章分析美国、日本、印度以及我国香港地区等的服务贸易特点和国际竞争力；第七章研究中国教育服务贸易尤其是留学生服务贸易的现状与国际竞争力。

第八章在分析我国服务贸易现状及制约因素，结合国外发展服务贸易竞争力的经验的基础上，提出了提高我国服务贸易竞争的政策建议，包括完善政府职能、培养高等生产要素、发展国内市场、促进产业体系完善等。

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 选题意义及研究背景	1
一、全球服务产业及服务贸易的发展态势	2
二、中国的服务业发展现状	9
三、国内外关于服务贸易竞争力研究综述	13
四、选题的目的和意义	23
第二节 重要概念的界定	26
一、服务的界定	26
二、服务产业的界定	27
第三节 本书的研究框架、方法与创新	31
一、本书的研究框架	31
二、本书的研究方法	33
三、本书的创新与不足	34
第二章 服务贸易国际竞争力的理论基础	37
第一节 国际竞争力的内涵	37
一、竞争力的概念及内涵	37
二、国际竞争力的概念	38
三、贸易竞争力的概念	41
四、服务贸易竞争力和服务产业竞争力的区别与联系	42
第二节 服务贸易国际竞争力的相关理论	43
一、传统贸易理论	43
二、动态国际贸易理论	46
三、国际竞争力理论	48

四、国际直接投资理论·····	50
五、竞争优势理论的“钻石”模型·····	54
第三章 服务产业贸易竞争力的分析框架与评价指标·····	60
第一节 服务产业国际竞争力的分析框架·····	60
第二节 服务产业国际竞争力的显示性评价指标·····	63
一、国际市场份额指标·····	63
二、贸易盈余指标·····	66
三、出口占比指标·····	69
第三节 服务产业国际竞争力的决定性评价指标·····	73
一、价格因素·····	73
二、成本因素·····	74
三、生产率因素·····	76
第四章 中国服务贸易国际竞争力分析·····	78
第一节 中国服务贸易的现状、特点及制约因素·····	78
一、中国服务贸易的现状与特点·····	78
二、中国服务贸易发展的制约因素分析·····	83
第二节 国际市场份额指标分析·····	85
一、市场占有率·····	86
二、国际市场份额的其他指标·····	89
第三节 贸易盈余指标分析·····	92
一、贸易差额·····	93
二、贸易竞争力指数分析·····	95
第四节 出口占比指标分析·····	101
一、显示性比较优势指数·····	101
二、净出口显示性比较优势指数·····	102
第五节 小结·····	104
第五章 中国服务贸易国际竞争力影响因素的实证分析·····	106
第一节 中国服务贸易国际竞争力影响因素的宏观分析·····	106

一、实证模型	107
二、实证方法	107
三、数据及实证结果	109
四、结论	115
第二节 中国服务贸易国际竞争力影响因素的产业分析	116
一、实证模型	116
二、实证方法	116
三、实证结果分析	120
四、结论	122
第三节 发展服务产业提升国际竞争力的国外实践经验	122
一、美国发展服务产业的经验	123
二、新兴工业国家发展服务产业的经验	127
三、中国与发达国家服务业发展模式比较	129
第六章 世界部分国家和地区的服务贸易	131
第一节 美国服务贸易特点及国际竞争力	133
一、美国服务贸易特点	133
二、美国服务贸易国际竞争力	135
第二节 日本服务贸易特点及国际竞争力	141
一、日本服务贸易特点	141
二、日本服务贸易国际竞争力	142
第三节 印度服务贸易特点及国际竞争力	144
一、印度服务贸易特点	144
二、印度服务贸易国际竞争力	145
第四节 中国香港地区服务贸易特点及国际竞争力	148
一、香港服务贸易特点	148
二、香港服务贸易国际竞争力	150
第七章 中国教育服务贸易研究	152
第一节 教育服务贸易及中国的承诺	152
一、教育服务贸易的内涵	152

二、教育服务贸易的有关规则	154
第二节 中国留学生教育服务贸易发展现状	156
一、中国出国留学服务贸易	156
二、中国来华留学服务贸易	161
第三节 中国教育服务贸易国际竞争力	166
一、国际市场占有率	166
二、比较优势指数	167
三、显示性比较优势指数	168
第四节 中国教育服务贸易存在的不足及其改进	169
一、中国教育服务贸易存在的不足	169
二、提升中国教育服务贸易国际竞争力的对策	172
 第八章 提升中国服务贸易竞争力的政策分析	 176
一、努力构建科学高效运行的管理体制,加快建立服务贸易促进 体系	 176
二、放松对服务业的管制,坚持循序渐进的开放,加大吸引外资 的力度	 180
三、促进我国服务业竞争优势的培育	182
四、加强服务贸易相关产业的协调与支持	183
五、提高服务需求比重,挖掘内需,扩大国内市场	184
六、提高与强化服务企业竞争力	184
七、提高服务业对外开放水平,推动服务贸易“走出去”	185
八、积极参与国际服务贸易规则的制定	186
 参考文献	 187
 后 记	 198

第一章 绪 论

服务业又称第三产业，主要包括金融保险、信息服务、旅游、教育、物流及社区服务等多个产业，服务业已经成为现代经济的重要组成部分。第二次世界大战结束以来，随着科学技术和经济全球化的迅猛发展，现代服务业的发展已经达到了空前水平，尤其是在发达国家。现代服务贸易已成为经济全球化的一项新内容，是国际贸易的重要组成部分。因此，现代服务业的重要性日渐凸显。

由于我国服务业的发展起步较晚，市场化程度低，服务产业的发达程度和发达国家及一些发展中国家相比还有不小差距，在国际服务贸易中的地位还有待提高。为了加速我国服务产业的发展，促进我国服务贸易的国际竞争力提升，运用国际竞争力理论对我国服务贸易的国际竞争力进行分析，找出和服务贸易发达国家的差距所在，对指导我国发展服务产业、提高服务贸易国际竞争力，具有重要的现实意义。

第一节 选题意义及研究背景

服务业已经在全球经济中取得主导地位，服务贸易也是国际贸易的重要组成部分。世界经济日益呈现出服务经济的特点。世界贸易组织(WTO)的统计数据显示，虽然受到全球金融危机的影响，2008年世界服务贸易进出口总额仍然达到72 000亿美元，比2007年增长11%。其中，出口37 300亿美元，进口34 700亿美元，同比增长均达11%。进入20世纪90年代以来，国际服务贸易在全球化和信息化的推动下增长迅速并保持迅猛发展的势头。目前，服务产业的国际竞争日趋激烈，我国的服务产业也得到了长足发展，服务贸易在全球服务贸易中份额提高很快，但是与世界服务贸易强国相比仍存在很大不足。

因此,如何发展我国的服务产业,迅速提高我国服务贸易的国际竞争力,维护我国的经济利益是一个十分现实的问题。分析国际服务业和我国服务业的发展现状,研究我国服务贸易的实际竞争力,指出我国服务贸易发展中的优势与不足,对于发展我国的服务产业,提升我国服务贸易的水平,完善社会主义市场经济体制都具有十分重要的理论与现实价值。

一、全球服务产业及服务贸易的发展态势

在经济发达国家和一些发展中国家,服务业已经发展成为国民经济中的主导产业。自20世纪60年代末开始,在经济全球化和信息化的推动下,全球产业结构呈现出由“工业型经济”向“服务型经济”的重大转变,并正式拉开了现代服务业突飞猛进的发展序幕。1970—1986年,美国现代服务业的产值与就业分别增长了173.3%和200.8%,远远高于国民经济的整体增长速度。这种情况在其他发达国家和很多发展中国家也同样上演,这使得服务业产值在这些国家经济中的比重持续上升,并逐渐取得了主导地位。

从发展进程上看,20世纪90年代以来服务业的发展速度要快于此前时期,尤其是低收入国家和中等收入国家,这种速度差异表现尤为明显。低收入国家的服务业在整体经济中的比重在20世纪80年代只增加了1%,而90年代却增长了7%以上;中等收入国家的服务业在整体经济中的比重在80年代增加了4%,而在90年代却增长了6%。

进入21世纪以来,全球服务产业的发展继续保持极快的势头,在美国、日本、欧盟等发达国家与地区,服务业产出在经济总量中的比重已经超过或接近70%,经济软化的趋势越来越明显,这些原来以发达的制造业为经济主体的国家,其服务业现在已经占到国民经济的绝大部分。相比于这些发达国家,发展中国家的服务业比重相对要小一些,但是很多国家都超过了50%,而且增长速度非常迅速,对本国经济结构的影响同样十分显著。

在服务业快速发展的同时,全球服务业的就业人数也随之持续增长。根据库兹涅茨法则,在经济发展的过程中,随着人均国民收入水平的提高,劳动力在各产业中的比重,表现为由第一产业向第二产业转

移、再由第二产业向第三产业转移的趋势，整个过程呈现显著的倒 U 形，而这种转变背后的推动力是在经济发展过程中各产业之间的人均收入的差异。国际经济发展的历史经验已经证明，人均 GDP 在 1 000 美元以上和 3 000 美元以下的区间时，是服务业加速发展的转折点，在 3 000 美元以上时，服务业会稳步发展。因此，经济增长和就业结构之间存在很强的相关性，即经济发展过程会伴随经济结构的变革，发达经济体都有较多的服务业就业人口。

服务业和制造业之间的关系正在变得越来越密切，并形成良好的互动机制。虽然经济结构正在不断软化，许多制造业环节不断为被服务业所替代，这主要表现为以制造业为主的企业逐渐将产业附加值低的制造业环节进行外包，而集中资源从事产业附加值高的服务环节的生产，不断拉长产业链。因此，制造业中服务环节的投入大量增加，导致制造业和服务业之间依赖性加强。20 世纪 90 年代以来，发达国家的企业为了发挥自身的比较优势与竞争优势，提高企业的核心竞争力，开始把企业的专业服务环节也进行全球外包。服务外包在全球的快速发展，极大地提高了发达国家产品和服务的全球竞争力，也进一步刺激了其他国家制造业对服务外包的热情。许多全球顶级的跨国制造型企业（如汽车、家电、计算机等）也同服务型企业一样注重它们的服务业务，这些跨国公司也充分认识到优质服务对提升企业的全球竞争力的重要作用。此外，生产性服务业迅速发展，为制造业的发展提供了更大的空间和更好的质量。产业理论中著名的“微笑曲线”已经很明确地表明，在产业链两端的产品设计及售后服务等环节才是最富有附加值的环节，这些服务性环节虽然依附于生产环节，却是企业核心竞争力所在。因此，20 世纪 90 年代以来，国外许多制造型企业纷纷转型，通过大规模发展工业生产性服务业来整合自身业务，如通用公司通过进入金融服务业为其客户提供贷款和租赁业务，以刺激其产品的销售；IBM 公司在 20 世纪 90 年代由制造型企业转型为服务型企业；惠普公司则通过兼并服务性公司来为客户提供从硬件到软件、从销售到咨询的全套服务。相似的经营转型的案例还有很多，这些案例均证明了现代生产型服务业与制造业之间的关系日益密切并相互促进。

在服务产业迅猛发展的同时，国际服务贸易的发展也极为迅速。第

二世界大战结束以来，在多数年份中全球服务贸易的增长速度快于同期货物贸易的增速。在 1994 年 WTO 《服务贸易总协定》(GATS) 签署以后，世界服务贸易增长迅速，全球服务贸易额平均增速要比同期货物贸易增长速度高很多。具体而言，1970 年时世界服务贸易出口额仅仅为 710 亿美元，但是在 1992 年就超过 1 万亿美元，其间仅历时 22 年。服务贸易出口在 1997 年进一步增加到 1.3 万亿美元，到 2000 年达到了 1.44 万亿美元，这比 1970 年增长近 20 倍。2004 年世界服务贸易出口额首次超过 2 万亿美元大关，达到 2.13 万亿美元，是 1970 年的约 30 倍。2005 年，世界服务贸易额继续大幅增长，达到 2.4 万亿美元，增幅达 11%，已经占世界贸易总额的 19.3%。2007 年世界服务贸易额在 2006 年基础上增长 18%，比 2006 年的增速高 6 个百分点，其中出口总额达到 3.26 万亿美元。2008 年世界服务贸易进出口总额为 72 000 亿美元，比 2007 年增长 11%，出口 37 300 亿美元，同比增长 11%；进口 34 700 亿美元，同比增长 11%。

2000—2008 年世界货物贸易和服务贸易增长情况如表 1-4 所示。

表 1-4 2000—2008 年世界货物贸易和服务贸易增长情况

	贸易额 (10 亿美元)		年增长率 (%)				
	2007 年	2008 年	2000— 2008 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年
货物贸易	13 570	15 780	12	14	16	15	15
服务贸易	3 260	3 730	12	12	12	18	11

资料来源 《世界贸易状况及展望 (2001—2008)》。

从服务贸易的产业结构发展看，在第三次产业革命和信息革命的推动下，电信、金融、运输、旅游以及信息产业、知识产权保护等迅速发展，相关服务产业发展迅速，服务贸易也加快向这些产业扩展。由于技术进步和经济全球化的发展，全球服务产业与服务贸易结构也逐渐升级。由于采用了先进技术手段，不仅运输、旅游、劳工等劳动密集型和资源密集型的服务业的贸易规模在不断扩大，同时，许多从制造业中分

离出来的新兴服务产业发展也很快;而且那些以高新技术为基础的资本、技术、知识密集型的服务产业,如金融、保险、信息、咨询、数据处理等行业发展最快,导致这些产业的服务贸易额也发展迅猛。

从服务贸易的区位结构看,服务贸易在世界范围内发展并不平衡。发达国家是国际服务贸易的主体,发展中国家的服务贸易还处于从属地位,与发达国家差距很大,而且这种差距还在不断拉大。根据 WTO 的相关统计数据,2005 年位列国际服务贸易前十位的国家依次是美国、英国、德国、法国、日本、意大利、西班牙、中国、荷兰、印度,这十国的出口额占国际服务出口额的 54.1%,进口额占 53.2%,其中只有中国和印度为发展中国家,到 2007 年以后,服务贸易总额排名前十位的国家中发展中国家就只剩下中国。

从国际服务贸易市场扩展看,随着世界经济的发展,参与国际服务贸易的国家越来越多,国际服务贸易的地理分布日益广泛。在 20 世纪 70 年代以前,发达国家是全球最大的劳务输入市场。随着全球化的发展和国内经济的增长,80 年代以后,亚洲、非洲、拉丁美洲地区一些国家也出现了对境外服务的需求。90 年代以来,东亚地区已成为世界经济增长的热点,这些国家的开放性政策引起了境外服务的大量进口。同时,服务出口市场也呈现多元化态势,为了扩大服务市场份额,国家间的竞争非常激烈。在这个过程中,尽管发达国家总体上占有优势,但是这种优势会逐渐被削弱。

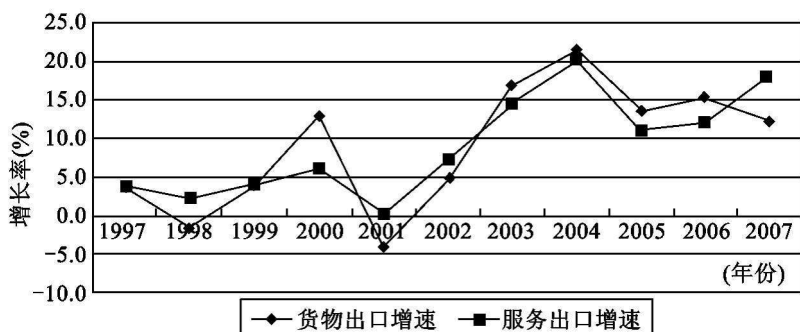
进入 21 世纪以来,服务贸易的发展呈现以下主要趋势:

1. 服务贸易推动世界贸易稳定增长

进入 21 世纪以来,世界服务贸易总额增长迅速,高于同期货物贸易的增速。从图 1-1 可以看出,1997—2007 年,服务贸易出口波动幅度明显小于货物贸易,说明服务贸易较少受到外部环境如能源价格变动、通货膨胀、贸易摩擦等因素的影响,具有稳定世界贸易的作用,有效地降低了经济波动。而且 2007 年服务贸易一改以往与货物贸易增长基本同向的趋势,在货物贸易增速减慢的同时,服务贸易增速提高,这显示服务贸易发展的独立性增强。

2. 跨国公司迅速扩张,成为推动服务贸易发展的主体

在 2005 年美国《财富》杂志评选的全球 500 强中,全球最大的



资料来源: WTO 秘书处。

图 1-4 1997—2007 年世界服务出口与货物出口增速对比

500 家公司共涉及 51 个行业, 其中 28 个属于服务行业, 从事服务业的跨国公司有 281 家, 超过半数。与此同时, 跨国公司通过掌控研发、市场营销等核心环节和强大的供应链管理体系, 在国际竞争中的地位不仅没有削弱, 反而有所增强, 具体表现为三个方面的提高: 一是在世界产业链中的竞争优势和地位进一步提高; 二是在世界价值链和利润分配中的地位进一步提高; 三是对世界市场的影响力和支配力进一步提高。

3. 服务贸易带动服务业的国际直接投资快速发展

由于服务业的不断发展, 其在世界经济发展中的作用和地位显著上升成为 20 世纪全球产业结构变化的突出特点, 这种变化也反映在国际直接投资领域。国际直接投资行业分布已由 20 世纪 50 年代以初级产业部门为主发展到以服务业为主。20 世纪 70 年代, 世界服务业吸引外资占全球总存量 25%, 到 1990 年, 服务业对外直接投资流入量比重达 50.1%。服务业对外直接投资 20 世纪 90 年代后得到迅猛发展, 相应地, 服务业吸引外国直接投资也在同期得到了迅速的发展。据统计, 2001—2002 年, 服务业占到整体 FDI 流入总量的 2/3, 约为 5 000 亿美元; 到 2002 年, 服务业在世界 FDI 存量中的比重已达 60%, 约 4 万亿美元, 表明服务业已成为 FDI 的主流, 服务业在外国直接投资中的比重

还有不断上升的势头。^① 2006 年服务业对外直接投资流入量占世界对外直接投资总流量比重约为 70%。^② 世界外国直接投资发展现实表明, 服务业的外国直接投资已在国际直接投资领域中占有极其重要的地位。

4. 服务贸易结构继续优化

随着科技发展和服务创新活动的日益活跃, 服务贸易结构加速向知识、技术密集化方向转变。自 2000 年以来, 其他商业服务出口 (主要是新兴服务产业) 一直保持快速增长态势, 在 2000 年到 2007 年, 其他商业服务出口年均增长率达到 14%, 其增速一直高于同期传统的运输业和旅游服务业的出口增速, 后两者的出口年均增速分别只有 11% 和 9%。2007 年, 其他商业服务出口 16 530 亿美元, 比 2006 年增长 19%, 增速比 2006 年提高 4 个百分点。同期, 运输和旅游服务分别出口 7 420 亿美元和 8 620 亿美元, 分别比 2006 年增长 18% 和 14% (见表 1-2)。

表 1-2 2000—2007 年世界服务贸易出口分项目情况

项目	金额 (亿美元)	增长率 (%)			
	2007 年	2000—2007 年	2005 年	2006 年	2007 年
总额	32 600	12	12	12	18
运输	7 420	11	13	9	18
旅游	8 620	9	7	9	14
其他商业服务	16 530	14	14	15	19

资料来源: WTO 秘书处。

图 1-2 显示了其他商业服务占世界服务贸易出口总额的比重, 从图中不难发现该比重保持持续上升的态势, 2007 年其他商业服务在全球服务贸易出口总额的比重已经达到 50.7%, 超过运输和旅游服务出口总和, 占全部服务贸易比重的一半以上。

^① 李京 《全球直接投资转向服务业: 相关的对策》, 《国际经济合作》, 2005 年第 1 期, 第 47 ~ 49 页。

^② 中国商务部 《2007 年中国外商投资报告: 世界服务业巨头瞄准中国》。