



高校联编国际经济与贸易专业“十二五”规划教材

国际服务贸易

GUOJI FUWU MAOYI

► 主 编 汪素芹
副主编 朱启荣 王丽华



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

高校联编国际经济与贸易专业“十二五”规划教材

国际服务贸易

主 编 汪素芹

副 主 编 朱启荣 王丽华

参编人员 余 康 王有鑫 张 杨

对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

国际服务贸易 / 汪素芹主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2011

高校联编国际经济与贸易专业“十二五”规划教材
ISBN 978-7-5663-0093-5

I. ①国… II. ①汪… 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 (2011) 第 155321 号

© 2011 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

国际服务贸易

汪素芹 主编

责任编辑: 董 涛 郭华良

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

唐山市润丰印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 230mm 24 印张 482 千字

2011 年 8 月北京第 1 版 2011 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-0093-5

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 39.00 元

前 言

20 世纪 60 年代,世界产业结构开始调整,服务业逐渐成为世界经济结构的重心。目前,在全球的经济总量中,服务业已占 60% 以上,全球 FDI 总额的一半以上流向了服务业,发达国家服务业就业人数占总就业人数 69%。与服务业快速发展相适应,国际服务贸易也以超过货物贸易的速度发展,成为国际贸易中最具活力的部分与当今世界经济与国际贸易发展的重要特征。

服务贸易是将一个国家所具有的服务品生产能力转变为可贸易的无形商品或无形资产,以获得增殖价值的贸易形式。发展服务贸易,是用较少资源实现更多财富的途径。因此,服务贸易正在成为世界经济发展的制高点,也是新形势下各国经济竞争的焦点。

伴随着世界产业结构的调整以及我国服务业的对外开放,我国服务业及其服务贸易发展快速。目前,我国服务业增加值占 GDP 的 42.6%,服务业占全部从业人数的 32.4%,服务业外资占吸收外资的 1/3。我国服务贸易在世界市场的份额急剧上升,2009 年已跻身世界服务贸易第 5 位。服务贸易和服务业的快速发展不仅推动了我国产业结构升级,也改变了长期主要依靠第二产业带动经济增长的格局,同时在促进我国经济平稳较快的发展、扩大就业、节能降耗等方面发挥了重要作用。但我们也应清醒地看到,我国服务业发展总体滞后的状况还没有根本改变,我国服务贸易尚存在发展规模小、服务水平低、竞争力弱、内部发展失衡等问题。因此,必须大力推进服务贸易的发展。通过发展服务贸易,提升制造业和现代服务业发展水平,改善我国在国际分工中的地位,提高承接离岸服务外包的能力。以新的方式引进服务业外商投资,增加服务业对外投资;发挥我国高端人才的比较优势,发展出口导向型服务业,转变我国经济发展方式和对外贸易增长方式,实现从经济大国迈向经济强国、从贸易大国走向贸易强国质的飞跃。

随着中国服务经济与贸易实践的发展,目前我国高校中普遍开设了国际服务贸易课程,陆续出版了国际服务贸易教材,以适应实践发展的需要。

本教材经过一年多的努力,现将呈现在读者面前。本教材分为三篇共十三章。第一

篇为国际服务贸易理论与政策（第一章至第五章），是本教材的重要内容。国际服务贸易理论目前尚处于不成熟阶段，对此我们对货物贸易理论及相关理论进行梳理，结合服务贸易的特点，对服务贸易原因、贸易模式、贸易利益等进行了分析，形成国际服务贸易的基本理论。在理论分析的基础上，对国际服务贸易政策与规则进行了介绍与分析；第二篇为行业贸易（第六章至第十章）。本篇从行业（或称产业）分析运输与旅游服务贸易、金融服务贸易、通讯信息服务贸易、专业服务贸易等，并将近几年发展起来的分布于各行业的服 务外包进行了分析研究；第三篇为贸易格局（第十一章至第十三章）。本篇从世界服务贸易格局为起点，分析各国服务贸易发展实践。主要内容有：发达国家服务贸易、发展中国家服务贸易及中国服务贸易发展。不同类型国家的服 务贸易发展，是理论与政策应用的实践体现。通过对各国服务贸易实践的分析，进行相关比较，有利于总结经验，找到差距。

本教材在编写过程中，将国际服务贸易理论与实践结合起来，反映最新的研究成果与发展动向。从编写体例、内容安排、分析方法等方面，形成了本教材的特点：

1. 体现创新性。本教材框架结构分为三篇：即理论政策、行业贸易、贸易格局三个模块，在介绍基本知识、基本理论基础上分析行业实践、各国实践，在体例设计上具有新颖性。在内容上尽可能采用最新研究成果，用最新服务贸易发展数据进行分析。

2. 突出实用性。本教材以理论政策分析为起点，结合行业贸易发展、各国贸易实践进行分析。因此，在体例上突出了服务贸易发展的实践；在内容上从宏观、微观角度分析，特别安排了服务贸易各行业的贸易实践，以及服务外包等内容，克服了不少教材主要是从宏观角度进行分析的局限性。

3. 便于学习性。本书脉络清晰、文字表述通俗易懂。每章首先概括本章学习目标，然后用案例或阅读材料导入；在介绍了主要学习内容后，对本章知识点进行了总结，最后安排了复习思考题。通过归纳、提炼、总结、练习，便于学生学习、理解与掌握主要理论与方法。

本教材由南京财经大学汪素芹教授组织编写。山东经济学院朱启荣、河北大学王丽华为副主编。具体分工如下：汪素芹负责本教材总体结构、编写大纲；第一章：汪素芹、余康（南京财经大学）；第二章、第三章：王丽华（河北大学）；第四章、第五章：朱启荣（山东经济学院）、第六章：张杨（南京财经大学）；第七章：王有鑫（南京财经大学）；第八章：余康（南京财经大学）；第九章：王丽华、余康（河北大学、南京财经大学）；第十章：朱启荣（山东经济学院）；第十一章：汪素芹、张杨（南京财经

大学)、第十二章、第十三章：朱启荣（山东经济学院）。最后由汪素芹进行全书总纂、修改、定稿。

由于编者水平有限，体系上还不很成熟，论证还不够严密，也可能存在错误与问题，恳请读者批评指正，以便我们更好地总结，不断进步。

作者

2010年12月于南京

目 录

第一篇 理论政策

第一章 服务、服务业及服务贸易概述	(3)
第一节 服务及服务产品	(4)
第二节 服务业及其分类	(10)
第三节 国际服务贸易及其发展历程	(14)
第四节 国际服务贸易分类与统计	(20)
第二章 国际服务贸易基本理论	(31)
第一节 服务贸易的比较优势理论	(32)
第二节 配第一克拉克定理及其在服务贸易中的运用	(44)
第三节 全球价值链理论与服务贸易	(53)
第三章 国际服务贸易与经济发展	(63)
第一节 服务贸易与经济增长	(64)
第二节 服务贸易的经济效应	(75)
第三节 服务贸易与对外直接投资	(82)
第四章 国际服务贸易政策	(93)
第一节 国际服务贸易政策概述	(94)
第二节 国际服务贸易自由化政策	(95)
第三节 国际服务贸易保护政策	(103)
第五章 服务贸易总协定与区域性协议	(119)
第一节 服务贸易总协定	(120)
第二节 服务贸易后续谈判	(137)
第三节 服务贸易区域性协议	(139)

第二篇 行业贸易

第六章 运输和旅游服务贸易	(155)
---------------------	-------

» 国际服务贸易

第一节 运输服务贸易	(156)
第二节 旅游服务贸易	(171)
第七章 金融服务贸易	(183)
第一节 保险服务贸易	(184)
第二节 银行服务贸易	(195)
第八章 通讯、信息及技术服务贸易	(213)
第一节 通讯服务贸易	(214)
第二节 信息服务贸易	(220)
第三节 技术服务贸易	(227)
第九章 专业、咨询服务贸易	(235)
第一节 专业服务贸易概述	(236)
第二节 咨询服务贸易	(248)
第三节 其他服务贸易	(253)
第十章 国际服务外包	(267)
第一节 服务外包概述	(268)
第二节 服务外包理论依据	(272)
第三节 国际服务外包对发包国与承接国作用	(277)
第四节 我国承接国际服务外包	(279)

第三篇 贸易格局

第十一章 国际服务贸易发展格局	(291)
第一节 国际服务贸易发展的基本格局	(292)
第二节 国际服务贸易竞争力格局	(297)
第三节 国际服务贸易格局发展趋势	(313)
第十二章 主要经济体的服务贸易	(317)
第一节 发达国家的服务贸易	(318)
第二节 新兴工业化经济体的服务贸易	(336)
第三节 主要发展中国家的服务贸易	(340)
第十三章 中国服务贸易	(347)
第一节 中国服务贸易发展概况	(348)
第二节 中国服务业对外开放	(354)
第三节 中国服务贸易发展战略	(364)
参考文献	(369)

第一篇

理论政策

第一章

服务、服务业及服务贸易概述

本章教学目标

1. 理解服务的含义及服务与现代经济的关系
2. 掌握服务业的概念、分类和发展进程
3. 掌握国际服务贸易的概念与特点
4. 掌握国际服务贸易的分类与统计方法
5. 了解国际服务贸易的产生与发展

阅读材料 ● ● ●

20 世纪 60 年代以来,全球产业结构加快调整,经济全球化迅猛发展,有力地推动了全球服务业的发展,服务业在世界经济中的地位持续攀升。1990 年,全球服务业占全球 GDP 的比重突破 60%,标志着全球服务型经济格局的形成。到 2004 年,这一比重进一步上升至 68%。其中,发达国家从 65% 上升至 72%,美国更是高达 77%;发展中国家也从 45% 上升到了 52%。但随着一场突如其来的金融危机,世界主要经济体服务贸易都出现了不同程度的下滑,这一方面是因为危机导致经济低迷、需求不振、贸易保护主义抬头,另一方面则是由于汇率的变化。

2008 年,北美服务贸易出口和进口增速趋缓,其服务贸易出口额和进口额分别为 6 030 亿美元和 4 730 亿美元,增速为 9% 和 6%,均低于世界平均水平。金融危机对其影响很明显地反映在季度数据上,2008 年前 9 个月,北美服务贸易增长较快,出口增长 13%,进口增长 10%;第四季度骤然下降,出口和进口增速分别为 -2% 和 -3%。

其中,旅游服务受影响最大,出口与进口增长率分别为-2%和-6%。

同年,欧洲服务贸易出口额19 190亿美元,进口额16 280亿美元,分别增长11%和10%,比上年下滑了8%和7%。金融危机对欧洲服务贸易的影响在第四季度开始显现,2008年前9个月,出口增速为19%,最后一个季度则下滑至11%。其中,欧盟27国服务贸易出口额和进口额分别为17 380亿美元和15 160亿美元,增长率为10%。德国取代英国成为欧洲最大的服务贸易国,其服务贸易出口额2 350亿美元,进口额2 850亿美元,增速为11%,与世界平均水平持平。英国服务贸易出现了大幅下滑,出口额2 830亿美元,进口额1 990亿美元,仅比上年增长了2%和1%。法国进出口增速为6%,低于欧洲及世界平均水平。意大利和西班牙服务贸易增速基本与欧洲和世界平均水平相当。

亚洲服务贸易增速也出现了较大幅度的下滑,仅略高于全球平均水平。2008年,亚洲服务贸易出口额8 370亿美元,进口额8 580亿美元,增速均为12%,比上年分别下滑了7%和5%。

中南美洲、非洲和中东的服务贸易增速均超过世界平均水平。2008年,中南美洲服务贸易出口额和进口额分别为1 090亿美元和1 170亿美元,增长16%和20%;非洲出口额和进口额为880亿美元和1 210亿美元,增长13%和15%;中东出口额和进口额为940亿美元和1 580亿美元,增长17%和13%。

此外,2008年独联体国家服务贸易延续了2007年的高增长,其服务贸易出口和进口额为830亿美元和1 140亿美元,分别比上年增长26%和25%,显著高于世界平均水平和其他地区增长水平,是服务贸易增长最快的地区。

资料来源:中国服务贸易指南网(<http://tradeinservices.mofcom.gov.cn/g/2007-09-05/5766.shtml>)

当今世界,服务业已成为全球第一大产业,其发展水平反映着一国或一个地区的社会化和市场自由化程度。伴随着经济全球化与国际分工的发展,近些年来,西方发达国家服务贸易的增长远远超过了商品贸易的增长速度。以服务业与服务贸易为主要内容的服务经济的迅速崛起,使各国都开始关注服务贸易的理论研究及其在实践中的创新。

第一节 服务及服务产品

一、服务的定义

经济学中一般把提供非实物形态的经济物品称为服务。“经济物品”是指人类必须

通过付出代价方可得到的物品，这是相对于无需通过努力就能自由取用的物品，如阳光、空气等而言的。经济学中对服务的定义，有各种不同的解释。

（一）古典政治经济学家对服务的定义

古典政治经济学家很早就提出了对服务的描述和定义。“经济学之父”亚当·斯密（1776）曾这样描述服务业生产的易逝性：“（它们）在其发挥职能的短时间便消失。”它既不能贮存，也不能进一步交易。生产与消费的同时性使从事的工作失去价值：“（服务）很少能留下什么痕迹和价值。”^① 法国古典经济学家萨伊最早定义了服务的内涵和外延，他在《政治经济学概论》中写道：“无形产品（服务）同样是人类劳动的果实，是资本的产物。”^② 穆勒在其《政治经济学原理》中花了大量篇幅表明了相同的观点，他认为：“服务是劳动生产的效用并未固定或体现在任何物体中，即给予一种快乐，消除不变或痛苦，时间可长可短，但不会使人或物的性质得到永久性改变。”^③

1850年巴斯夏在其《和谐经济论》中对服务的定义产生了突破性的贡献，他这样定义：“这（劳务）是一种努力，对于甲来说，劳务是他付出的努力，对于乙来说，劳务则是需要和满足”，“劳务必须含有转让的意思，因为劳务不被人接受也就不可能提供，而且劳务同样包含努力的意思，但不去判断价值同努力是否成比例。”^④ 在这里他至少明确了两点：一是服务和商品一样需要交换；二是服务等同于劳务即努力。

伟大的政治经济学家卡尔·马克思也提出了自己的服务经济学理论，他认为：“服务这个词，一般地说，不过是指这种劳务所提供的特殊实用价值，就像其他一切商品也提供自己的特殊使用价值一样；但是这种劳务的特殊使用价值在这里取得了‘服务’这个特殊名称，是因为劳务不是作为物，而是作为活动提供服务的”^⑤ 在马克思的定义中他肯定服务是劳动产品，具有实用价值，与其他产品相比只是形式上的不同。马克思对服务这种高度的概括式服务经济理论日趋成熟。

（二）现代西方经济学者对服务的研究

第二次世界大战后，特别是20世纪六七十年代以来，随着服务业的迅猛发展，在发达国家的GDP中所占比重不断提高，人们对这一领域的关注越来越高。经济学家们

① [英] 亚当·斯密，国民财富的性质和原因的研究[M]，郭大力、王亚南，译，北京：商务印书馆，1974：303-304。

② [法] 萨伊，政治经济学概论[M]，陈福生、陈振骅，译，北京：商务印书馆，1997：127。

③ [英] 约翰·穆勒，政治经济学原理[M]，赵荣潜，桑炳彦，等，译，北京：商务印书馆，2009：136。

④ [法] 巴斯夏，和谐经济论[M]，许明龙，译，北京：中国社会科学出版社，1995：85。

⑤ 马克思，恩格斯，马克思恩格斯全集第[M]，北京：人民出版社，1972（第26卷）：35。

对服务的定义也趋于多样化和精准化。

富克斯在其《服务经济学》中最早对第二次世界大战之后的美国的服务经济做过经典性的研究，他从服务的“特殊性”，将服务定义为：“服务就是在生产的一刹那间消失，它是在消费者在场参与的情况下提供的，它是不能运输、积累和贮存的，它缺少实质性。”^①

希尔在1977年出版的《论商品与服务》中提出了现在被经济学家广泛采用的定义，他说：“服务应定义为隶属于某一经济单位的状况的改善性变化，所谓改善既可以采取消费单位所拥有的一种商品或一些商品的物质变化形式，另一方面，改善也可以关系到某个人或一批人的肉体或精神状态。服务生产与消费同时进行，这种变化是同一过程的变化。”^② 希尔是把对服务的认识和服务的基本特征相结合，概括出了服务区别于一般商品的性质。

综合上述对服务贸易的理解与认识，我们可以将服务的定义表述为：服务主要是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的经济活动。

二、服务产品的要素

服务产品作为一种特殊的商品，它同一般商品一样，是由生产要素组成的。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。服务产品的生产也应包括生产资料和劳动力两个基本要素。由于服务产品的提供是建立在服务提供者具有一定的知识与基础之上的，所以服务产品中包含资本、劳动力和知识技术（即人力资本）三个基本要素。

（一）服务产品的三要素

1. 资本（实物及资金）

与一般商品生产相同，服务产品生产也离不开资本要素的投入。许多服务产品的生产必须拥有一定的生产资料，如生产设备、原材料及其他辅助设备等。在有些服务行业中，流动资金占有相当大的比重。此外，服务产品提供者本身就需要资本投入后的专业培训。因此，要提供服务产品，必须要一定的资本投入。

2. 劳动力

它是服务产品的提供者或服务的载体。比如，会计服务是会计师为有关机构或组织提供的专业服务，法律服务是律师为需求者提供的专业服务。即使是以机器设备为基础的服务，如自动化汽车刷洗、自动售货机，也以人的管理为前提的，这种服务可以看做

① [美] 富克斯，服务经济学 [M]，许徽云等，译，北京：商务印书馆，1987：177.

② Hill, T. P. On Goods and Service. The Review of Income and Wealth, V. 23, pp. 315 - 319.

是物化的人的劳动。

3. 知识与技术

知识与技术既属于人力资本的基本要素，又是所提供的基本内容。除了直接接触式服务外，大多数的服务都是提供知识或技术的。人力资本，通常是指资本投资形成的、凝结于劳动者身上的知识、技能和健康等。

(二) 对三要素的进一步说明

根据服务产品与一般有形商品的不同特征，这里强调生产服务产品与有形产品所需基本生产要素的不同，特别是将人力资本看做是重要的生产要素。在估算服务产品的价值时，应考虑到劳动的不同质量。此外，人力资本和实物资本之间存在着显著的差异。实物资本随着时间的推移，将逐步被消耗，人力资本却不同。首先，信息、训练或知识是不易消失的。其次，大部分的劳动者在劳动和学习中，会不断地提高他们的知识和技能，即人力资本的增值。相比之下，机器在生产过程中则起到被动的作用。人力资本是经济进步的主要动力，显然是由于它的出现和存在，使得知识积累的速度加快，知识的贮存已达到了足以引起传统生产方式发生重大变革的阶段。因此，人力资本积累的质变已导致 19 世纪的工业革命和 20 世纪的后半叶的信息革命。这一积累过程已达到要求重新定义能反映出主要生产构成要素的价值，它在服务与商品之间的产出分配方面及其在服务本身的构成方面都发生了变化。

在一定的产出范围内，要素之间的关系是一种互补的关系，人力资本和劳动之间的互补性就是这种情况。这是因为提供服务一般要求有实物存在，或者提供服务的经济机构的干预，它们起到效用载体的作用。对于涉及大量信息及高度精确数据的服务，用人力资本替代劳动的可能性增大。相反，在生产尖端型服务时，人力资本和实物资本不易被代替。所以，要素之间在一定范围内，主要是互补关系，而不是替代关系。由于服务与实物产品的基本要素的不同，其生产、交换、分配和消费也就存在较大的区别。

三、服务产品的特性

服务产品作为非实物的使用价值，与一般产品相比具有显著的不同，包括以下基本特性：

(一) 无形性或不可感知性

无形性或不可感知性是服务产品最主要的特性，这一特性包括两层含义：首先，商品的存在形式是直观的、确定的，服务产品的存在形态基本上是无形的、不固定的，不能触摸或凭肉眼看见其存在；其次，服务产品消费者往往不能事先感知其消费品，享用服务产品后只能感觉到服务的结果，或是要经过一段时间后，享用服务产品的人才能感觉到“利益”的存在。服务产品的这一特性决定了消费者在购买服务前，不能以对待

实物商品的办法去判断服务产品的好坏。随着科学技术的进步,在服务产品无形化的基础上产生了“物化服务”,这一概念是由加拿大经济学家 H·格鲁伯和 M·沃克于 1989 年提出的。“物化服务”即是在服务产品生产活动者改变了一些人或他们所拥有的商品状态以后,服务产品被认为是“物化”了。如电影碟片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。

(二) 生产与消费过程的不可分割性

有形产品从生产、流通到最后消费的过程中,一般要经过一系列的中间环节,生产与消费的过程在时间和空间上是相互分离的。而服务产品一般具有不可分离的特性,即服务产品的生产过程与消费过程同时进行,两者在时空上不可分离,所以在服务过程中消费者和生产者必须直接发生联系,从而生产过程也就是消费的过程。毫无疑问买了电影票又想看电影的消费者,不会不到电影院;同样,一名理发师也不能为相隔千里之外的消费者理发。

(三) 质量的差异性

服务产品质量的差异性也称为服务产品的异质性。服务产品的差异性是指同种类型的服务产品提供者在不同时空条件下所提供的服务产品不同,使服务产品消费者的效用或满足程度不同。即使是同一服务产品提供者,在不同条件下会因客观因素或其主观因素的影响也会造成服务产品的差异。而一般有形产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,其质量基本是相同的。造成这种差异的原因既与服务产品供给者有关,也与服务产品的消费者有关。因为服务行业是以“人”为中心的产业,由于人类个性的存在,使对服务产品的质量检验很难采取统一的标准。一方面,由于服务人员自身因素(如心理状态)的影响,即使由同一服务人员所提供的服务也可能会有不同的水准;另一方面,由于消费者直接参与服务产品的生产和消费过程,因此消费者自身的知识水平、兴趣和偏好等,也直接影响服务的质量和效果。例如,同是上课听讲,可能有人听得津津有味,有人却昏昏欲睡。由于服务的这个特征,服务的质量和效果要受其生产者和消费者两方面的影响。

(四) 不可储存性

有形产品可以在生产出来以后处于闲置状态,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。但服务产品不可能像有形产品一样被存储起来。因为服务产品生产出来以后如不消费,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,如飞机上的空座位等。虽然这种损失不像有形产品损失那样直观,但这种损失会造成服务提供者劳动的浪费、服务产品功能的消逝或表现为服务机会的丧失以及服务设备折旧的发生。

服务产品的这些基本特性是与有形产品相互比较而显现出来的,当然,由于实物化

服务的出现,有些服务产品具有了有形产品的部分特征,但它们的实质还是不同的。

四、服务产品与现代经济

当今社会,服务产品已深入到社会经济的各个方面,很难想象现代社会如果离开了服务业从业者与他们提供的服务产品,如何维持它的正常发展和运转。因此,服务产品与现代经济已经成为了密不可分的整体。

(一) 服务产品的出现是经济发展的必然结果

随着分工和生产力的向前发展,由初始阶段的服务劳动发展到现代服务劳动经历了一个漫长的历史发展过程。在奴隶制社会和封建社会,服务主要是简单的生活服务,如女仆、侍者、厨师、马车夫提供的家庭生活服务,医生、商业人员提供的社会服务。服务范围狭窄,服务的行业较少,大体上是以个体为单位的服务劳动,对社会经济生活影响不大。在资本主义初期,服务劳动除了进行生活服务以外,还产生了运输、仓储、保管等生产性服务活动。在农业社会向工业社会的转型中,工业产品的经济作用比较突出,而交换意义上的服务则数量甚微。随着现代科学技术的迅速发展,社会分工发展和扩大,社会生产力迅速提高,在当代的市场经济中,以生产服务产品为主体活动的第三产业已经占据了大半江山,成为推动经济发展的发动机。

(二) 现代经济的发展与服务产品密不可分

服务产品和现代经济有着密切的关系,并在后工业时代取代工业产品成为现代经济的主体产品。首先是人们需求的发展。从消费结构看,起初主要是满足人们衣、食、住、行的物质产品的需要,随着生产的发展和人们生活水平的提高,人的发展需要和享受要不断增加,即从最基本的生活需要发展到更高级的需要,已由基本生活必需品为主发展为以享受和发展资料为主,这就推动了社会分工的发展,促进了新产品和新兴行业的出现,及要求生产大量的物质产品也要求提供大量的服务产品,这就出现了用于食品等生活必需品的支出在总收入中的比例下降,用于非生活必需品方面的服务性开支不断增加。这就是说,需要促进了服务产品在现代经济中的发展。其次,由于现代生产力的迅速发展,推动了分工的发展,推动了市场的扩大。但反转过来,分工、生产的发展,又引起了需要的增加。例如,电信技术的发展,使电信服务业成为国民经济中的重要行业;由于信息交流的日益重要,促使信息咨询等信息服务业成为日趋活跃的行业。现在手机、电脑已经成为工作的重要工具,成为生活中不可缺少的需要。再次,分工的发展,有促进新的服务产品的产生,如融资产品,由个人活动的融资行为发展为证券公司、证券经纪人等专业活动。

这说明服务产品与现代经济是相互依赖相互促进的两面。正因为现代经济的发展才催生出一个个新的服务产品的产生,而新生的服务产品又推动现代经济的向新的高度的崛起。