



国际服务贸易： 原理、政策与产业

GUOJI FUWU MAOYI:
YUANLI ZHENGCE YU CHANYE

■ 主编 刘东升 蒋先玲



对外经济贸易大学出版社
University of International Business and Economics Press

国际服务贸易： 原理、政策与产业

刘东升 蒋先玲 主编

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：原理、政策与产业 / 刘东升，蒋先玲主编. —北京：对外经济贸易大学出版社，2012
ISBN 978-7-5663-0402-5

I. ①国… II. ①刘…②蒋… III. ①国际贸易 - 服务贸易 IV. ①F746.18

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 170107 号

© 2012 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：原理、政策与产业

刘东升 蒋先玲 主编

责任编辑：朱 洋 刘 静

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

山东省沂南县汇丰印刷有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸：185mm × 260mm 20.5 印张 437 千字

2012 年 8 月北京第 1 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-0402-5

印数：0 001 - 3 000 册 定价：37.00 元

前 言

随着入世过渡期的结束，我国服务贸易的对外开放程度不断提高，逐渐接近发达国家水平。目前我国服务业的开放已涵盖了《服务贸易总协定》的 12 个服务大类，涉及 100 余项小类，包括金融服务、运输服务、旅游服务、电信服务、分销服务等在内的服务贸易部门已经陆续开放，外资进入的规模和比重也不断提高。一些具有全球竞争实力的外资银行、保险、商业、运输和电信巨头持续扩大在华投资和经营范围，使缺乏足够竞争力的国内服务业面临较大的结构调整压力。所以，熟悉国际游戏规则，提高自身的竞争能力就成为我国服务业发展的首要任务。

服务贸易是服务业进步的标志。扩大服务贸易出口，不仅有利于改善服务贸易国际收支、优化我国外贸出口的整体结构，而且对于改善我国在国际分工中的地位、促进产业结构调整、实现可持续发展的道路等有着重大的历史意义和现实意义。

为此，我们编写了《国际服务贸易：原理、政策与产业》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。该书可以作为本科生的教材，也可以作为从事国际服务贸易工作和研究者的参考读物。

该书由刘东升、蒋先玲主编，刘东升（第 1~3、5~9 章）、蒋先玲（第 12 章）、王春艳（第 4、14 章）、刘东升、钱川（第 10、11 章）、英涛（第 13 章）共同撰写，在写作过程中还得到了对外经济贸易大学出版社的大力支持，在此深表谢意。

目 录	
第一章 国际服务贸易的基本概念	(1)
第一节 服务	(1)
第二节 服务业	(3)
第三节 国际服务贸易	(6)
第二章 国际服务贸易的形成与发展	(19)
第一节 国际服务贸易的产生	(19)
第二节 国际服务贸易的发展	(22)
第三节 影响国际服务贸易迅速发展的因素	(24)
第四节 当代国际服务贸易的特征和作用	(25)
第三章 国际服务贸易的地位与作用	(33)
第一节 国际服务贸易与国家竞争力	(33)
第二节 国际服务贸易与经济发展	(41)
第三节 国际服务贸易与货物贸易	(44)
第四章 国际服务贸易的发展环境	(49)
第一节 市场机制及其功能	(50)
第二节 我国国际服务贸易发展的法律环境	(53)
第二节 美国、日本、法国的国际服务贸易法律	(55)
第三节 我国国际服务贸易的管理体制	(59)
第五章 WTO 体制与国际服务贸易的发展	(69)
第一节 多边贸易谈判及其影响	(70)
第二节 《服务贸易总协定》的产生	(75)
第三节 《服务贸易总协定》的基本内容	(79)
第六章 国际服务贸易政策	(89)
第一节 国际服务贸易政策的演变	(89)
第二节 国际服务贸易自由化政策	(92)
第三节 国际服务贸易保护政策	(99)
第四节 国际服务贸易的保护政策举例	(103)

第七章 当代国际服务贸易的国别格局	(113)
第一节 国际服务贸易的发展现状	(113)
第二节 美国的国际服务贸易	(118)
第三节 欧盟的国际服务贸易	(124)
第四节 日本的国际服务贸易	(129)
第五节 印度的国际服务贸易	(134)
第八章 中国服务贸易的发展及服务业的对外开放	(139)
第一节 中国国际服务贸易的发展	(139)
第二节 中国服务业的对外开放进程	(145)
第三节 中国加入世界贸易组织的国际服务贸易谈判承诺	(149)
第四节 中国服务业的对外开放战略	(156)
第九章 国际服务贸易外包	(163)
第一节 服务外包简介	(164)
第二节 国际服务外包的发展	(173)
第三节 服务外包在中国的发展	(180)
第四节 服务外包成功案例	(188)
第十章 国际运输服务贸易	(195)
第一节 国际运输贸易概述	(195)
第二节 国际海运服务贸易	(199)
第三节 其他运输服务贸易	(207)
第四节 我国运输服务业的“入世”承诺及对策	(211)
第十一章 国际旅游服务贸易	(215)
第一节 国际旅游服务贸易	(215)
第二节 国际旅游服务贸易发展状况	(218)
第三节 我国旅游贸易的发展	(222)
第十二章 国际金融服务贸易	(231)
第一节 国际金融服务贸易概述	(231)
第二节 国际银行服务贸易	(239)
第三节 国际保险服务贸易	(249)
第四节 我国金融业的对外开放	(257)
第十三章 国际电信服务贸易	(263)
第一节 国际电信服务贸易概述	(264)
第二节 国际电信服务贸易自由化	(268)

第三节	我国电信服务业的发展·····	(273)
第十四章	国际文化服务贸易·····	(279)
第一节	国际文化贸易相关概念·····	(280)
第二节	知识产权与文化贸易·····	(284)
第三节	我国文化贸易现状·····	(287)
第四节	我国文化贸易发展的战略选择·····	(290)
附录	《服务贸易总协定》·····	(295)



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

20 世纪 70 年代国际服务贸易得到快速发展，在国际贸易中所占比重不断扩大，对一国经济、社会、文化生活等方方面面产生了越来越大的影响。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？

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。国际服务贸易不同于传统的货物贸易，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。

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，具有如下一些基本特征：

第一，服务的无形性或不可感知性，这是服务最主要的特征。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，让人不能触摸或肉眼看不见其存在。你在消费服务之前，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化的基础上产生了“物化服务”。所谓“物化服务”，简单地说就是改变了服务的存在形态，服务消费也随之发生了变化。如文艺演出本来是只能到剧院等演出场所消费，唱片、磁盘、光盘出现后，人们就可以随时欣赏文艺演出了，这些唱片、磁盘、光盘等就是“物化服务”的载体了。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，消费品的消费和生产是在两个地方、两个不同时间段进行的。而服务一般则具有不可分离性的特征，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是不可分离，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。如教师的授课与同学们的听课，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医疗等。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，但它也造成服务提供者劳动的浪费、服务产品功能的消逝、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，或同一服务提供者是在不同时间提供的服务，因为受主客观因素的影响使其提供的服务具有差异，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特有的，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。但由于服务的提供以提供者自身的素质为基础，要求提供者要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、服务业的涵义

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服务的。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，但是到了19世纪末20世纪初，服务业才作为一个完整产业逐渐得到发展，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希尔（A. Fisher）在其所著的《安全与进步的冲突》一书中首先提出来的。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，但是两者并不等同。

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。费希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涵义主要是相对于国内经济的，而服务业概念的经济结构涵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、邮电通讯业、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、地址勘查业等）、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的确定一直是一个存在争议的问题，同时，随着社会的不断发展，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》中首次对服务业作了两级分类。包括：

农、林、牧、渔服务业；地质勘探、水利管理业；交通运输、仓储及邮电通讯业；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。”

1. 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，如旅馆业、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，它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，它们也处于不断地发展变化之中。随着社会经济的发展，特别是居民个人收入水平地不断提高，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，原先只是被集团所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。

2. 从服务业产生的时间顺序看，服务业又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；属于新兴服务业的则主要有：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，他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看大同小异。“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（包括耐用品制造业和非耐用品制造业）、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（Gross Domestic Product）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 30000 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。

第三节 国际服务贸易

服务贸易是指服务（服务产品）作为商品进行交易，以满足消费者需求的经济行为。在国际服务贸易过程中，服务作为交换对象具有有形商品的一般特

征，即服务消费者能够体会到服务的效用（或使用价值），并向服务提供者支付一定的报酬。

一、国际服务贸易的含义

简单地说，国际服务贸易就是指跨越国界进行服务交易的商业行为。当一国（地区）的劳动者向另一国（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，形成服务的出口；相对于服务的出口，一国（地区）消费者购买他国（地区）劳动者提供服务的过程，形成服务的进口。各国的服务进出口活动，便构成国际服务贸易，其贸易额为服务出口额或进口额。

国际服务贸易的定义分为狭义和广义。狭义的定义是指传统的为国际货物贸易服务的运输、保险、金融等无形贸易；广义的定义还包括现代发展起来的新的贸易活动，如承包劳务、卫星传送等。

乌拉圭回合协议把国际服务贸易定义为：“（1）从一缔约方境内向任何其他缔约方境内提供服务；（2）在一缔约方境内向任何其他缔约方消费者提供服务；（3）一缔约方在其他任何缔约方境内通过提供服务的商业存在而提供服务；（4）一缔约方的自然人在其他任何缔约方境内提供服务。”

第一类国际服务贸易主要是指“过境交付”。这里“过境”的是服务，一般并不涉及资金及人员的过境流动，所以服务提供者和服务消费者都不移动，像电信服务、信息咨询、卫星影视服务等。

第二类国际服务贸易一般是指通过服务的消费者（购买者）的过境移动来实现的，这类国际服务贸易方式一般被称为“境外消费”。这是因为服务的对象是在服务提供者所在国消费的。最典型的是旅游服务，另外还有像教育培训、健康服务等。

第三类国际服务贸易主要涉及到市场准入和直接投资，即在一缔约方境内设立机构，通过提供服务取得收入，从而形成贸易活动，这种情况通常被称为“商业存在”。服务人员可以来自母国，也可以在东道国雇佣；服务对象可以是东道国的消费者，也可以是来自第三国的消费者。常见的第三类国际服务贸易形式有在境外设立服务分支机构，如银行、律师、会计事务所、维修服务站等。与第二类不同的是它强调通过生产要素流动到消费者所在地提供服务。

第四类国际服务贸易主要是缔约方的自然人（服务提供者）过境移动，在其他缔约方境内提供服务而形成贸易，这种方式通常被称为“自然人流动”。最常见的这类贸易是建筑设计与工程承包以及所带动的服务人员输出，即承包公司通过雇佣他国的服务人员，向第三国的消费者提供服务。这类国际服务贸易方式涉及几方面的问题：一是自然人的国籍在一缔约方，服务地点是在另一缔约方；二是自然人以商业目的为导向，在异国（地）提供服务，其部分收入汇回境内，用于境内消费。如果单个自然人受雇于外国机构，取得的工资用于自己的消费，一般不被视作国际服务贸易。

有关服务贸易的定义

1. 联合国贸易与发展会议关于国际服务贸易定义：

联合国贸易与发展会议利用过境现象阐述服务贸易。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，并符合于严格的服务定义的、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，也包括在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，比如卫星传送和传播等。

2. 《美加自由贸易协定》对国际服务贸易的定义：

《美加自由贸易协定》认为，国际服务贸易是指由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。这里所说的“指定的一项服务”包括：（1）生产、分配、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配系统；（3）奠定一个商业存在，为分配、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。“一个人，既可以是法人，也可以是自然人，进入一缔约方提供的服务”，包括提供过境服务。

二、国际服务贸易的特点

随着国际服务贸易的发展，其经济特征日益明显地表现出来，与商品贸易相比，国际服务贸易具有如下特点：

第一，国际服务贸易的标的物一般是无形的。因为贸易的对象——服务产品具有无形的特征，因而国际服务贸易主要表现为无形贸易，当然在物化服务的条件下，国际服务贸易可以表现为直观的、实实在在的物品。

第二，国际服务贸易生产、消费的同步性和国际性。前面讲过服务具有生产和消费的不可分离性，服务产品使用价值的生产、交换和消费是同时完成的。在国际市场上服务产品的提供和消费同样不可分离，服务提供的过程就是服务消费的过程，只不过服务提供者和服务消费者具有不同的国籍，通过商业存在或自然人的移动等形式实现了服务产品的跨国境流动。而有形商品的生产、交换和消费可以在时空上发生背离。

第三，国际服务贸易保护更具有隐蔽性和灵活性。首先是国际服务贸易的保护通常采取非关税壁垒的形式。因为贸易对象的特殊性，传统的关税壁垒不起作用，只能转而采取非关税壁垒的形式。而非关税壁垒手段是多种多样的，可以针

对某种具体的产品制定规则，如技术标准、资格认证等，更具有灵活性；其次各国对国际服务贸易的限制通常采用市场准入和国内立法的形式，这种限制措施更具有刚性和隐蔽性，因为关税具有较高的透明度，可以通过贸易双方或多方的谈判达成降低关税的目的，如关贸总协定的多轮贸易谈判使成员国的关税大幅度地降低，而国内立法既不属于数量限制，也不能通过谈判来解决，因为这属于一国国内主权的范围；最后国际服务贸易的限制措施涉及到许多部门和行业，任何一种行业标准的改变都可能影响到国际服务贸易的发展。

第四，国际服务贸易管理的复杂性。主要表现在以下几个方面：一是国际服务贸易对象的范围十分庞大，涉及的行业众多，服务产品又以无形商品为主，传统的管理方式和管理手段并不适应；二是国际服务贸易管理还包括对人员流动的管理，有形商品贸易是以商品流动为主，往往不发生人员的流动，或只派生出追加的服务人员流动，界限十分明显，而国际服务贸易的生产者和消费者经常要跨国界流动，这种人员流动的规模、性质和范围与有形贸易完全不同，直接增加了管理的难度；三是管理规则复杂，往往难以适应不断发展的国际服务贸易的变化。

三、国际服务贸易的分类

根据不同的分类标准，人们对国际服务贸易进行了多种多样的分类。直到今天人们关于国际服务贸易的分类尚没有形成统一的意见。我们根据实用性和理论性两个层次，从国际服务贸易发展的历史进程，介绍追加国际服务贸易和核心国际服务贸易两种分类。

在一定时期（如一年）内某一个独立经济体系（国家或地区）内的经济增长总量，可以用商品（货物）总价值和服务总价值来表示。其形式：

$$Y = G + S$$

公式中的Y代表国民总收入，G表示有形的可以贮存的商品（货物）总价值，S表示无形的难以贮存的服务总价值。一定时期内的国民收入可以看作是这两种经济变量之和。实际经济活动中国际服务贸易和货物贸易是相互联系、相互影响的，以国际服务贸易和货物贸易的关联程度为标准，国际服务贸易可分为核心国际服务贸易和追加国际服务贸易。

早期的国际贸易是以商品（货物）贸易为主体，货物贸易需要的一些相关的服务项目，如国际运输、国际结算等，都是伴随货物贸易的发展和需要而逐渐发展起来的，这种服务就叫作追加服务。追加国际服务贸易是同有形货物的国际贸易有着直接联系的国际服务贸易，它是有形货物的国际投资和国际贸易派生的国际服务贸易形式，它本身并不向其需求者提供直接的、独立的服务效用，而是围绕货物的核心效用而衍生或附加的派生效用。所以，追加国际服务贸易市场的需求和供给都属于派生的需求和供给。

追加国际服务贸易的产生，主要原因在于追加服务产品的形成和发展。在实

际经济活动中，有形商品与服务是相互联系、不可分割的，比如，你在商店购买电器，你必然要接受商场及售货员提供的服务。无论你购买何种电器它们都有一个共同特点，就是你购买的核心效用不是服务，而是商品本身，这些服务是附加在其中的。随着企业以及人们对追加服务越来越重视，相对独立的提供追加服务的企业或其他服务提供者随之产生，追加服务的范围和程度会不断提高。比如，某公司从国外进口一批货物，该公司委托外国的企业办理出境手续、运输等并支付费用，这就是购买追加服务。由于国际贸易关系越来越复杂，国际贸易中涉及经济、法律、技术等问题很多，因此，从事这类追加服务的企业和个人应运而生，形成新的国际分工格局。

一般来说，追加国际服务贸易只有在有形货物进出口时才会发生。从跨国货物流动看，国际追加服务可分为三个阶段：（1）上游阶段，要求有先行的追加服务投入，包括可行性研究、风险资本筹集、市场调研、产品构思和设计等各项服务。（2）中游阶段，一方面要求有与有形商品融为一体的追加服务，包括质量控制与检验、设备租赁、后期供给以及设备保养和维修等；另一方面又要求与有形商品生产平行的追加服务投入，包括财务会计、人员聘用和培训、情报和图书资料等软件的收集、不动产管理、法律、保险、通讯、卫生、安全保障及职工后勤供应等诸项内容。（3）下游阶段，要求的追加服务项目包括广告、运输、商品使用指导、退货索赔保证以及供应更换零件等一系列售后服务。以上这些追加服务很难与某一特定生产阶段相脱离，只能与一定比例的生产要素相结合，从而完全附着于有形商品，没有有形商品的生产，就没有这些服务的追加。另外，追加服务虽然与有形商品有关，但可以脱离有形商品而成为独立的市场交易对象。随着社会分工的深入发展，追加服务的形式会变得越来越复杂。

从国际商品贸易的角度来看，最主要的追加服务项目仍然是运输业，包括海运、空运和陆运。随着国际贸易运输方式的发展，国际货运代理已渗透到国际贸易的每一领域，成为国际贸易中不可缺少的重要组成部分。市场经济的迅速发展，使社会分工更加趋于明显，单一的贸易经营者或者单一的运输经营者都没有足够的力量亲自经营每一项具体业务，他们需要委托代理人为其办理一系列商务手续，从而实现各自的目的。国际货运代理的基本特点是受委托人的委托或授权，代办各种国际贸易、运输所需要服务的业务，并收取一定报酬，或作为独立的经营人完成并组织货运、保管等业务，因而被认为是国际运输的组织者，也被誉为国际贸易的桥梁和国际货物运输的设计师。此外，作为国际运输服务体系的基本要素，原属于生产性服务的保险服务、银行服务以及信息服务也越来越深入地渗透到国际货物贸易，成为国际追加服务的一个组成部分。

当服务业发展到一定规模，国际分工体系中服务业分工初步形成，服务产品在国际市场中所占比重不断扩大，服务业从业人员在国际劳动力市场占有相当比例时，才出现了相对独立的国际服务贸易项目，这就是国际核心服务贸易。从这个意义上看，国际核心服务贸易和国际追加服务贸易的划分完全是符合历史发展