

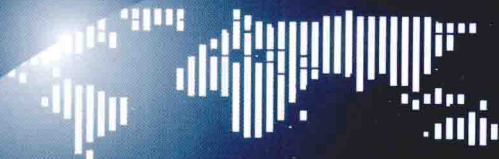


新编国际经济与贸易专业系列教材

国际服务贸易

INTERNATIONAL SERVICE TRADE

王佃凯 主编



首都经济贸易大学出版社
Capital University of Economics and Business Press

新编国际经济与贸易专业系列教材

国际服务贸易

INTERNATIONAL SERVICE TRADE

王佃凯 主编

 首都经济贸易大学出版社
Capital University of Economics and Business Press

图书在版编目(CIP)数据

国际服务贸易/王佃凯主编. —北京:首都经济贸易大学出版社,2015.3
(新编国际经济与贸易专业系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5638 - 2320 - 8

I. ①国… II. ①王… 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 296677 号

国际服务贸易

王佃凯 主编

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

网 址 www.sjmcb.com

E - mail publish@cueb.edu.cn

经 销 全国新华书店

照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部

印 刷 北京地泰德印刷有限责任公司

开 本 710 毫米×1 000 毫米 1/16

字 数 277 千字

印 张 15.75

版 次 2015 年 3 月第 1 版 2015 年 3 月第 1 次印刷

印 数 1~3 000

书 号 ISBN 978 - 7 - 5638 - 2320 - 8/F · 1311

定 价 27.00 元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

《新编国际经济与贸易专业系列教材》 编审委员会

主 任 郎丽华 周义军

副主任 刘 宏

委 员 (按姓氏笔画排序)

于晓云	王佃凯	田玉春	刘 宏
朱 月	朱钟棣	杨 玲	郎丽华
周义军	武晋军	赵 侠	赵春明
赵 涛	赵家章	崔日明	燕秋梅

总 序

21 世纪是一个经济日益全球化的世纪。国际贸易的规模日益扩大,国际投资的领域空前拓展,国际商务合作的形式日益多样。历史上从未有过任何一个时代像今日中国这样迫切需要迅速融入全球化的潮流,迫切需要国际经贸领域的人才。

作为北京市重点学科的首都经济贸易大学国际贸易学专业,自建立以来一直是培养高层次国际经贸人才的摇篮。作为重要的教学研究成果,以前我们也陆续出版了一些本领域的专业教材,并且受到了广大读者的欢迎。当前,在全球化与地区经济一体化并存、国际经济秩序重构、多边体制面临挑战的背景下,中国怎样从贸易大国向贸易强国迈进,是我们每一个经贸人责无旁贷的使命,新的贸易与投资规则、新的双边、多边关系需要对原有知识体系做出相应的调整,需要把新的贸易安排与新的知识点写入教材。为了适应新时期我国经济发展的需要,培养更多更好的国际经贸领域的专业人才,我们在原有教材的基础上,根据教育部教学改革的要求,吸收近几年国内外学科发展的最新成果,反映国家对外经贸的最新变化趋势,组织中青年骨干教师编写了《新编国际经济与贸易专业系列教材》。本系列教材第一批共计 6 本,包括:《国际贸易》《国际贸易结算》《外贸函电》《国际服务贸易》《国际技术贸易》《国际贸易单证实务》。

本系列教材在结构、内容、形式等方面,都根据方便学生学习和教师授课的原则而设计,不仅理论与实务并重、知识新、内容全,而且各章后均附有复习思考题、练习题,有的还附有开篇案例和习题参考答案。本系列教材可作为高等院校国际经济与贸易专业及其他相关专业的教材,同时也可作为广大外经贸领域工作者系统学习对外经贸知识的参考书。

《新编国际经济与贸易专业系列教材》编审委员会

2015 年 1 月

前 言

由于服务产品具有无形性和不可储存性,服务常常被认为是不可贸易的。但是随着服务业在国民经济中的地位上升和科学技术进步,服务贸易在国际贸易中的比重不断提高,根据世界贸易组织的统计数据,服务贸易在国际贸易中的比重已经接近20%。各国尤其是发达国家特别重视服务贸易的发展,在世界贸易组织的推动下,国际服务贸易自由化的水平不断提高。我国的服务贸易发展也非常迅速,尤其是2001年我国正式成为世界贸易组织成员之后,我国已经成为世界服务贸易的大国。2012年我国服务贸易出口已经位列全球第六位,服务贸易进口位居全球第四位。我国成为继印度之后的承接国际服务外包最多的发展中国家。在入世之初,我国对于国内服务业的开放进行了广泛的承诺,在银行、保险、商业服务等诸多服务行业引进了大量外资,外资在国内服务业的比重不断上升。外资的进入促进了我国国内服务业的发展,也引发了国内服务业产业结构的变动。虽然我国服务贸易发展速度很快,但是与货物贸易相比,在贸易规模、贸易结构上都还存在着巨大的发展空间。随着我国新一轮改革开放的启动,服务业市场的进一步开放也是我国新一轮改革开放中的重要内容,服务贸易的发展必将迎来新的机遇。

本书分为八章,分别介绍了国际服务贸易的相关内容:第一章是服务、服务业与服务贸易,介绍了服务、服务业、服务贸易的概念和特征,并总结了国际服务贸易的基本特点。第二章是服务贸易理论,介绍了传统和现代贸易理论对于国际服务贸易的解释,这一章是理解国际服务贸易的基础。第三章是服务贸易

前言

政策,分别介绍了服务贸易政策的演变、各国的服务贸易政策分类、服务贸易壁垒以及服务贸易壁垒的测量。第四章是国际服务贸易规则体系,介绍了世界贸易组织的《服务贸易总协定》和主要区域组织关于国际服务贸易的各项协议,分析了各自的特点以及在全球服务贸易自由化中的作用。第五章是服务贸易自由化,介绍了服务贸易自由化的形成与发展,以及服务贸易自由化的经济和非经济影响。第六章是服务业的国际直接投资,介绍了服务业国际直接投资的发展以及理论解释,并从经济增长、产业结构和贸易发展等方面分析了服务业直接投资对于东道国的影响。第七章是国际服务外包,介绍了服务外包的概念、发展与现状,分析了服务外包兴起的原因和所产生的影响。第八章是我国服务贸易的发展与战略,介绍了我国服务贸易的发展,对我国服务业市场开放的影响进行了分析,并对我国服务贸易自由化战略的内容进行了介绍。

在我国产业结构调整的过程中,服务业的地位越来越重要,服务贸易已经成为学术研究的一个热点,本书的编写借鉴了很多学者的研究成果,在此一并感谢。本书全面介绍了服务贸易的基本内容,适合作为经管院校贸易类专业本科学生的教材,以及相关研究人员的参考资料。由于编者学识有限,不当之处敬请各位专家、读者指正。

王佃凯

2015年于北京

目 录

第一章 服务、服务业与服务贸易	1
第一节 服务	2
第二节 服务业	6
第三节 国际服务贸易	11
第四节 国际服务贸易的发展	18
第二章 国际服务贸易理论	27
第一节 比较优势学说与国际服务贸易	28
第二节 要素禀赋论和国际服务贸易	38
第三节 新贸易理论与国际服务贸易	47
第三章 国际服务贸易政策	61
第一节 国际服务贸易政策概述	62
第二节 国际服务贸易壁垒分类	73
第三节 国际服务贸易壁垒的测量	82
第四章 国际服务贸易规则体系	91
第一节 服务贸易总协定	92
第二节 服务贸易的新一轮多边谈判	105
第三节 区域性服务贸易协议	111
第五章 国际服务贸易自由化	123
第一节 国际服务贸易自由化的含义与成因	124
第二节 服务贸易自由化的现状与特征	128

目 录

第三节	国际服务贸易自由化的影响	139
第六章	服务业的国际直接投资	148
第一节	服务业国际直接投资的发展	149
第二节	服务业国际直接投资的解释	157
第三节	服务业国际直接投资对东道国的影响	167
第七章	国际服务外包	177
第一节	国际服务外包的定义与特征	178
第二节	国际服务外包的发展	185
第三节	国际服务外包兴起原因与效应	196
第八章	我国服务贸易的发展与战略	213
第一节	我国服务贸易的发展	214
第二节	我国服务贸易市场的开放与影响	220
第三节	我国服务贸易自由化战略	226
	专业名词中英文汇编	236
	参考文献	237

第一章 服务、服务业与服务贸易

学习目标和要求

1. 掌握服务、服务业的定义与分类。
2. 了解服务贸易的定义和分类。
3. 掌握服务贸易统计的方法。
4. 了解国际服务贸易发展的基本状况。



引导案例

我们都知道,学校教育收费往往与学生的身份注册联系在一起,而不是基于学生实际能够获得的人力资本(即学生到底获得了多少知识和技能)进行收费,其他类似例子还有医疗服务、法律服务等。对于医疗服务,医疗服务提供者(医院和医生等)本质上是提供健康维护服务的,但具体结果部分取决于病人的特征,医疗服务提供者不是基于成功的结果(即真实产出)收费,而是将费用收取与中间提供的服务相挂钩(有时病没治好,医院照样收钱)。对于律师服务,服务的结果也是部分地取决于顾客案件的特点,收费并不是基于成功的结果,而是基于中间提供的服务。

请结合服务产品的本质特征,对上述现象进行解释。

第一节 服务

经济生活中对于“什么是服务”至今尚没有统一的定义。经济学把满足人们欲望的物品分为“自由物品”和“经济物品”。前者指人类无需通过努力就能自由取用的物品,如阳光、空气等,它的数量是无限的。后者指人类必须付出代价方可得到的物品,这种在人类社会生活中占有相当重要地位且数量有限的经济物品有两种基本的存在形式:实物形态和非实物形态。实物形态的经济物品就是商品或货物;非实物形态的经济物品则称做服务。

一、服务的定义

亚当·斯密在《国民财富的性质和原因的研究》第一卷中称:服务生产所使用的劳动并不“将它本身固定或实现在任何特定的物体上,这个物体在那种劳动过后仍将持续存在,随后还能够购得等量的劳动”。他把“牧师、律师、医生、文人、演员、歌手、舞蹈家”等人的劳动列入非生产劳动范畴,“像演员的对白、雄辩家的演说、音乐家的歌唱,他们这一班人的工作都是随生随灭的”^①。

法国古典经济学家萨伊 1803 年在《政治经济学概论》一书中指出,无形产品(服务)同样是人类劳动的果实,是资本的产物。“医生、公教人员、律师、法官的劳动(这些劳动属于同一种类)所满足的需要是那么重要,以至于这些职业如果不存在,社会便不能存在”,“大部分无形产品都是这种或那种技能的产物,获得一种技能,总需先做一番钻研,而从事钻研就非预付资本不可”^②。

巴斯夏的服务价值论对服务经济的研究做出了重要贡献。他在《和谐经济论》中指出,“这是一种努力,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”^③。

1977 年,希尔从服务生产入手来解释什么是服务:“服务是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”,

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

② 萨伊. 政治经济学概论. 陈福生、陈振骅,译. 北京:商务印书馆,1997:125.

③ 巴斯夏. 和谐经济论. 许明龙,译. 北京:中国社会科学出版社,1995:第 76 页,第 160 页.

“服务的生产和消费同时进行,即消费者单位的变化和生产者单位的变化同时发生,这种变化是同一的。服务一旦生产出来必须由消费者获得而不能储存,这与其物理特性无关,而只是逻辑上的不可能”。

瑞德尔和佩蒂特在 20 世纪 80 年代分别提出了两个具有代表性的服务的定义。瑞德尔关注服务所带来的时间、地点和形态方面的效用,他于 1986 年在《服务引致的增长》一书中指出,“在为服务接受者带来一种变化时,服务是提供时间、地点和形态效用的经济活动”。根据《新帕尔格雷夫经济学大辞典》,佩蒂特认为,服务表示使用者的变形(在个人服务的场合)或使用者的商品的变形(在涉及商品的场合),所以享用服务并不含有任何可以转移的获得物,只是改变人或其商品的特征。

从以上的许多定义可以看出,目前还没有一致的服务定义,在国内一个普遍接受的定义是:“服务是对其他法人机构(具有法人资格的企事业单位和政府部门等)和自然人、商品或服务增加价值,并主要以活动形式表现的使用价值或效用。”例如,邮电通信、文化教育和商务会展等以活动形式表现的服务可以直接为政府部门、企事业单位和个人增加价值和效用,而保险、再保险服务则可以为金融服务、运输服务和保险服务增加价值和效用。

二、服务的基本特征

一般来说,服务具有无形性等特征,详述如下。

(一) 服务的无形性

商品的空间形态是确定的、直接可视的、有形的,商品的生产、供应和消费伴随着它的空间形态而产生、转移和消失,人们通常还可根据商品的空间形态直接判断它的价值或价格。服务的空间形态基本上是不固定的、不直接可视的、无形的,其使用价值不能脱离生产者和消费者,不能独立地固定在某种具体的实物形态上。服务的无形性是指顾客与服务提供者之间抽象化的、个体化的互动关系。同有形商品不同,服务在很大程度上是不可感知的,这包括两层含义:一方面,服务提供者通常无法向顾客介绍空间形态确定的服务样品;另一方面,服务消费者在购买服务之前,往往不能感知服务,在购买之后也只能觉察到服务的结果而不是服务产品本身。

服务的无形性是相对的,它和有形商品紧密联系,但是无形性是主要的,它是服务的核心和本质。随着科学技术的发展,有些无形的服务逐渐变得“有形

化”。1989年,加拿大经济学家格鲁伯和沃克提出物化服务的概念。例如,唱片和光盘作为服务的载体,本身的价值相对其提供的整个价值来说可以忽略不计,其价值主体是服务,这就是无形服务的“有形化”和服务的物化。

(二) 生产和消费不可分离

服务的不可分离性是指服务的生产与消费同时进行。如果服务是由人提供的,那么这个人就是服务的一部分,因为当服务正在生产时顾客也在场,顾客与生产者的直接接触构成了产品的一部分。比如,在医院看病,病人诉说病情,医生做出诊断并对症下药。服务是一种双向性的活动,其形成必须包括两个主体:一个是服务的消费者;另一个是服务的提供者(生产者)。服务生产者与消费者都互相平等地、主动地参与服务活动的全过程。服务的提供者或(和)购买者不能与服务在时间上或(和)空间上相分离。

具体地说,在一般情况下,服务生产和消费的同时性决定了离开服务的消费,服务的生产就无法进行。同时,只有服务的消费和生产在同一场合下相遇,服务才能完成。随着信息通信技术的发展,服务生产消费的同时性受到了冲击。例如:远距离通信系统的发展,使服务生产者和消费者同时获得了在异地服务的可能;实体化服务(如计算机软件)的出现,使得服务生产者和消费者在时间和空间上都可以分离。

(三) 服务不可储存性

商品可以在被生产出来和进入消费之前这一段时间处于库存状态,而且这不一定给商品生产者带来损失。服务一旦被生产出来,一定不能长久的搁置,也就是说不可能处于库存状态。服务不被使用,既不能给购买者带来效用,也不会给提供者带来收益。随着科学技术的发展,服务有时也是可以储存的。实际上,储存既包括空间上的储存,也包括时间上的储存,或者是时空两方面的储存。服务是否可以储存,主要指时间上的储存,即服务是购买时就消费还是在购买以后的某一时点消费。

(四) 服务的异质性

服务的异质性即同一种服务的质量差别。商品的消费效果和品质通常是均质的,同样品牌的食品和服装,只要不是假货,其消费效果和品质基本上没有差别,而同一种服务的消费效果和品质往往存在显著差别。这种差别来自供求

双方:其一,服务提供者的技术水平和服务态度,往往因人、因时、因地而异,他们的服务随之发生差异;其二,服务消费者对服务也时常提出特殊要求,所以,同一种服务的一般和特殊的差异是经常存在的。统一的服务标准只能规定一般的要求,难以确定特殊的、个别的需要。这样,服务质量就具有很大的弹性。服务质量的差异或者弹性,既为服务行业创造优质服务开辟了广阔的空间,也为劣质服务留下了活动余地。

三、服务的分类

服务的多样性和异质性给其分类带来了困难,根据不同的分类方法,可以把服务进行不同的分类。

(一) 根据消费者的参与程度来分类

1. 高接触性的服务。高接触性服务是指消费者必须全部或大部分参与到服务活动中,如果没有消费者参与,该项服务无法完成。例如,身体健康检查、理发、学校教育等活动。

2. 中接触性的服务。中接触性的服务是指消费者只是部分地参与到服务活动中,如保险服务、银行服务以及律师服务。

3. 低接触性的服务。低接触性的服务是指消费者在服务提供活动中较少参与的服务,主要是通过机器、仪器来完成的服务,如通信服务、邮寄服务等。

(二) 按照服务的作用来分类

1. 核心服务。核心服务是指与商品的生产和交易无关,是市场交易的独立对象,能为消费者提供主要的使用价值的服务。核心服务又可以分成面对面服务和远距离服务两种,前者如旅游服务,后者如通信、互联网服务等。

2. 附加服务。附加服务是指伴随商品生产和交易所提供的补充性服务,本身不能为消费者提供独立的使用价值,是商品或者核心服务的附属价值。虽然不能提供单独的使用价值,但是附加服务可以影响商品或者核心服务的价值。在生产和交易的各个阶段,附加服务都发挥着重要作用。在生产的上游阶段,附加服务包括市场调研、产品设计服务等;在中游阶段,包括质量控制、设备保养检修等服务;下游阶段,包括广告运输、售后服务等。

(三) 按照服务有形化程度来分类

1. 附属于商品的服务。此类服务是依附在商品之上的,消费者购买商品的同时可以获得的服务,如家用电器的维修服务。消费者购买是为了获得商品提供的效用,而服务只是为了增加商品的效用。

2. 需要商品作为辅助的服务。此类服务是消费者购买行为所需要的主要效用,但是服务活动必须依靠商品的辅助才能提供,比如购买 CD 唱片或者软件等。

3. 纯服务。此类服务可以单独满足消费者的需求,消费者在消费此类服务时不需要有商品作为载体,如家政服务、律师服务等。

第二节 服务业

第二次世界大战结束后,由于科技的进步和管制的放松,服务业的发展非常迅速,服务业在国民经济中的比重和地位都在不断上升。根据联合国贸易和发展会议的统计数据,2011 年发达国家服务业在当年 GDP 的比重平均为 70%,发展中国家平均比重为 56%,全球经济服务化的趋势非常明显。

一、服务业的定义

尽管对于服务的理解目前并没有统一的认识,但是对于服务业的内容来说,各国的理解和认识都是比较接近的。一般说来,服务业是指专门从事服务产品生产的行业和部门的总称。一个国家的产业划分基本上可以分为第一产业、第二产业和第三产业。这种划分方法是 20 世纪 30 年代提出的,后来在 20 世纪 50 年代,美国经济学家克拉克提出要用服务业来代替第三产业。这两个概念目前在各国都存在混用的现象,实际上服务业与第三产业间虽然内容上比较接近,但是仍然存在一些不同。

首先,界定方法不同。按照费舍尔的解释,第一产业是为人们提供食品和原材料的部门,第二产业是为人们提供工业制成品的部门,除了这两个部门以外的所有部门都属于第三产业。也就是说,第三产业的定义采取的是剩余法来界定的。服务业是指为人们提供服务产品的行业和部门,这是从产品的种类来界定的,产业范围比较准确。

其次,两者的划分依据不同。三次产业的划分是依据各产业间的供给关系来划分的,即第一产业向第二、第三产业提供产品,第三产业必须依赖前两个产

业才能生存。服务业的划分是以各产业间的需求来划分的,强调各产业是相互依赖的关系。

第三,两者的市场指向不同。三次产业划分中的第三产业主要是为了国内经济发展提供服务。服务业的市场指向是国内外两个市场,服务业的发展必然会要求国内外服务贸易同时并存。

二、服务业的分类

服务业是一个门类十分复杂的产业,包括的行业和部门数量众多,由于各行业间的差异较大,各国以及国际机构的分类也不尽相同。

(一) 按照服务对象的不同分类

按照服务的对象来分,服务业可以分成生产服务业和生活服务业。生产服务业是指将本行业的服务产品用于生产性消费领域的服务部门,如广告业、会计师服务、审计服务等。但是很多服务部门的产品既可以用于生产性部门,也可以直接用于生活消费,如运输部门既可以运送货物,也可以运送乘客,因此不能将一个服务部门视为绝对的生产服务业。所谓生活服务业是指其服务产品主要用于生活性消费领域,如旅游服务、文化娱乐等。

(二) 按照技术复杂程度的不同分类

按照技术复杂程度来分,服务业可以分成传统服务业和现代服务业。所谓的传统服务业,是指为日常生活提供各种服务的行业,如旅游、运输业等。所谓现代服务业,是指伴随着信息技术和知识经济的发展产生,用现代化的新技术、新业态和新服务方式改造传统服务业,创造需求,引导消费,向社会提供高附加值、高层次、知识型的生产服务和生活服务的服务业。现代服务业的发展本质来自于社会进步、经济发展、社会分工的专业化等需求,具有智力要素密集度高、产出附加值高、资源消耗少、环境污染小等特点。现代服务业既包括新兴服务业,也包括对传统服务业的技术改造和升级,其本质是实现服务业的现代化。相对于传统服务业而言,现代服务业是适应现代人和现代城市发展的需求而产生和发展起来的具有高技术含量和高文化含量的服务业,主要包括以下四大类:①基础服务(包括通信服务和信息服务);②生产和市场服务(包括金融、物流、批发、电子商务、农业支撑服务以及中介和咨询等专业服务);③个人消费服务(包括教育、医疗保健、住宿、餐饮、文化娱乐、旅游、房地产、商品零售等);

④公共服务(包括政府的公共管理服务、基础教育、公共卫生、医疗以及公益性信息服务等)。

(三) 按照服务业行业的不同分类

1. 联合国标准产业分类法。联合国统计署编制了《全部经济活动的国际标准产业分类》,其中2006年的第四版将产业分成了21大类,用字母A~U来表示,其中:G 批发零售贸易、机动车修理;H 运输和仓储;I 住宿与食品服务;J 信息与通信;K 金融与保险;L 房地产活动;M 专业性的科技活动;N 行政和支持性活动;O 公共管理与国防、社会保障;P 教育;Q 健康与社会活动;R 艺术、娱乐;S 其他服务活动;T 有雇工的家庭活动;U 国外的组织和机构的活动。

2. 世界贸易组织(WTO)的产业分类。世界贸易组织(以下简称“世贸组织”)列出的服务行业多达160个,这些服务行业分成了12个部门,每个部门下面有具体行业:

(1)运输服务。运输服务是指在交通运输过程中形成的各种服务,主要包括货物运输服务、客运服务、船舶服务、附属于交通运输的各类服务等。

(2)旅游服务。旅游服务是指为旅行者提供的所有服务,包括宾馆与饭店、旅行社(旅游经纪人服务社)、导游等。

(3)建筑及相关服务。这包括一般建筑工作、安装装备工作、建筑物的装饰等。

(4)通信服务。这是指社会通信活动过程中涉及的各类产品、操作及软件系统等服务,包括邮政、快递、电讯、视听服务等。

(5)销售服务。这是指产品销售过程中的各种服务,包括代理服务、批发、零售等。

(6)教育服务。教育服务是指在各类、各层次上的文化教育服务。

(7)金融保险服务。这包括各种银行服务,各种类型的保险服务、证券服务等。

(8)健康与社会服务。这包括有关个体卫生健康的所有服务,主要是医院服务和各种社会卫生服务。

(9)文化娱乐及体育服务。这包括除广播、影视以外的所有文化和体育服务,主要是娱乐服务、新闻机构、图书馆、档案馆、博物馆及其他文化服务,以及各种体育服务。

(10)环境服务。这包括各种污水处理服务、废物处理、卫生及相关服务、其他环境服务。