

国际服务贸易学

罗余才 刘 军 著



GUOJI FUWU MAOYIXUE

中国财政经济出版社

国际服务贸易学

罗余才 刘 军 著

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际服务贸易学/罗余才, 刘军著. - 北京: 中国财政经济出版社, 1999.5

ISBN 7-5005-4186-4

I. 国… II. ①罗…②刘… III. 国际贸易: 服务贸易
IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 12869 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com>

E-mail: cfeph@drc.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京东城大佛寺东街 8 号 邮政编码: 100010

发行处电话: 64033095 财经书店电话: 64033436

涿州市新华印刷厂印刷 各地新华书店经销

850×1168 毫米 32 开 10.75 印张 253 000 字

1999 年 6 月第 1 版 1999 年 6 月北京第 1 次印刷

印数: 1—3000 定价: 18.00 元

ISBN 7-5005-4186-4/F·3799

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

目 录

第一章 国际服务贸易学概论	(1)
第一节 国际服务贸易学的研究对象.....	(1)
第二节 国际服务贸易的基本概念.....	(3)
第三节 国际服务贸易学的研究内容及其特性.....	(22)
第四节 国际服务贸易学的研究方法.....	(26)
第二章 国际服务贸易分类	(30)
第一节 国际服务贸易分类的依据和标准.....	(30)
第二节 国际服务贸易的统计分类及形式.....	(34)
第三节 国际服务贸易的逻辑分类及形式.....	(43)
第四节 国际服务贸易分类的优劣分析和比较.....	(53)
第三章 国际服务贸易的产生和发展	(62)
第一节 国际服务贸易的产生及二战前的国际 服务贸易.....	(62)
第二节 二战后国际服务贸易的发展.....	(67)
第三节 经济服务化和服务经济化.....	(71)
第四节 经济知识化、经济一体化与国际服务 贸易.....	(79)
第五节 现代国际服务贸易迅速发展的原因.....	(87)

第六节	国际服务贸易市场及其发展趋势·····	(91)
第四章	国际服务贸易理论·····	(97)
第一节	国际服务贸易中的价值理论·····	(97)
第二节	分工、专业化和国际服务贸易·····	(110)
第三节	知识、科技进步和国际服务贸易·····	(121)
第四节	国际贸易一般理论·····	(128)
第五节	国际服务贸易的若干理论问题·····	(135)
第五章	国际服务贸易中的利益和利益分配·····	(142)
第一节	国际贸易中有关利益分配的理论·····	(142)
第二节	国际服务贸易利益的价值分析·····	(154)
第三节	国际服务贸易与经济发展·····	(169)
第六章	国际服务贸易自由化·····	(182)
第一节	国际服务贸易自由化成因·····	(182)
第二节	服务贸易自由化的理论与主张·····	(187)
第三节	多边服务贸易协议与服务贸易自由化·····	(190)
第四节	发展中国家与服务贸易自由化·····	(196)
第五节	经济国际化与服务贸易自由化·····	(200)
第七章	国际服务多边贸易框架·····	(207)
第一节	国际服务多边贸易框架概述·····	(207)
第二节	多边服务贸易框架构成及其主要内容·····	(216)
第三节	WTO 体制与国际服务贸易 ·····	(228)
第四节	多边贸易体制下中国的服务贸易管理 体制·····	(233)

第八章 对外服务贸易政策	(240)
第一节 对外服务贸易政策目标.....	(240)
第二节 对外服务贸易部门政策.....	(248)
第三节 GATS 对各国服务贸易政策的影响	(265)
 第九章 中国对外服务贸易	(268)
第一节 中国对外服务贸易概述.....	(268)
第二节 我国对外服务贸易的主要领域及发 展战略.....	(279)
第三节 我国服务业的对外开放及对策.....	(290)
 附 录 服务贸易总协定	(301)

第一章 国际服务贸易学概论

第一节 国际服务贸易学的研究对象

一、国际服务贸易学的研究对象及任务

任何一门学科，它首先必须要有自身与其他不同的研究对象。显然，国际服务贸易学的研究对象，首先是关于这门学科自身的研究，即本学科的有关概念的定义及精确化，相关内容的逻辑联系，怎样构成一个有机的整体。其次，国际服务贸易学研究国际服务贸易活动的内在规律。故可简单定义：国际服务贸易学就是研究国际服务贸易活动（关系）规律性的科学。

为掌握好国际服务贸易学的研究对象，我们特别指出以下几点：（1）这里的“服务贸易活动”，是指国际间的服务交换；（2）这里的“服务贸易关系”，是指如何调整一国的对外服务贸易关系，以及如何协调各国间的服务贸易关系；（3）这里要揭示的“规律性”，一是指国际服务贸易成因及其发展变化的客观规律；二是指一国的对外服务贸易与国内经济发展关系的规律性。

研究国际服务贸易学的任务是：一方面通过研究促成这一学科体系不断发展；另一方面，通过掌握国际服务贸易的基本理论及有关的国际惯例，以便正确地选择有关的政策措施，处理好本国与其他国家和地区的服务贸易关系，进而促进本国经济的健康

发展。

二、国际服务贸易学与其他学科的关系

1. 国际服务贸易学与国际贸易学的关系。国际服务贸易学与国际贸易学既相互联系又相互区别。国际贸易学研究国际贸易活动（关系）的规律性。这里的“贸易活动”是指国际间的商品交换和服务交换，一般以商品交换为主，而国际服务贸易学只是研究国际服务贸易活动（关系）的规律性。服务和商品的贸易，一般认为有共同的规律，故过去只有国际贸易学而没有国际服务贸易学。但由于服务和实物作为商品，两者有许多不同的特点，服务贸易与商品贸易实质上有许多不同的规律。但由于 20 世纪以前，服务贸易一般不单独发生，国际服务项目往往从属于货物贸易，由国际服务而产生的国际收入流量在世界贸易总额中所占比例很小，故一般的研究就以有形的货物贸易为主，形成国际贸易学，并认为它可以概括货物贸易和服务贸易的规律性。20 世纪 70 年代以来，国际服务贸易在国际贸易总额中所占比重迅速扩大，这就要求有一套专门的国际规则对其活动加以规范。此外，当今国际服务贸易额的年增长率远远超过货物贸易，许多现象用现有的国际贸易理论难以解释。这说明服务贸易有其特殊的规律性，它应该成为一门独立的学科。1986 年开始的“乌拉圭回合”服务贸易谈判以及最终达成的《服务贸易总协定》(GATS)，标志着“国际服务贸易”开始成为一门新兴的相对独立的学科。

2. 国际服务贸易学与服务经济学的关系。首先，两者的研究对象不同。服务经济学的研究对象应该是服务经济领域内的经济关系和交往关系。而国际服务贸易研究的是服务产品交换中的规律。其次，两者的研究范围不一样。国际服务贸易学研究的是

各国间服务贸易的规律，其范围是国际，而服务经济学研究的范围是国内服务经济。

两者的联系是：它们都研究“服务”这个特殊对象。国际服务贸易与一国的服务经济有很密切的关系。故两者的许多研究成果可相互借鉴。

3. 国际服务贸易学与第三产业经济学的关系。第三产业经济学，是以第三产业的服务产品的生产、分配、交换和消费的经济现象、经济关系和经济规律为研究对象的经济科学。第三产业经济学的研究范围和研究对象与服务经济学基本相同。但两者的研究方法不一样，而且第三产业和服务业的范畴也不完全相同。国际服务贸易学与第三产业经济学的关系大致相当于国际服务贸易学与服务经济学的关系。

第二节 国际服务贸易的基本概念

一、服务 (service)

1. 服务的涵义。“服务”这个词，人们经常使用，但其涵义往往并不相同。在日常用语、经济学和市场营销中都不一样。日常用语中，其涵义通常是“为集体或为别人工作，如‘为人民服务’”。经济学中的涵义，亦众说纷纭。《辞海》定义为：“亦称‘劳务’。不以实物形式而以提供活劳动的形式满足他人某种特殊需要”。一般人认为服务是相对于产品的一个经济学概念。服务是指以提供活劳动形式满足他人某种需要并取得报酬的活动。而市场营销中又常认为服务是“可被区分界定，主要为不可感知，却可使欲望获得满足的活动，而这种活动并不需要与其他的產品或服务的出售联系在一起。生产服务时可能会或不会需要利用实

物，而且即使需要借助某些实物协助生产服务，这些实物的所有权将不涉及转移的问题”。1987年，经济学家希尔对服务下了一个定义：“服务即是生产者的活动会改善其他一些经济单位的状况。它既可以改善消费单位的商品的物质形态，又可以改善某些人的肉体或精神状况。服务生产的显著特点是对其他经济单位的商品或个人增加价值。”

我们认为，从一般经济学的角度出发，综合以上定义可定义服务为：以非实物形式满足他人（自然人或法人）的某种特殊需要或改善其他一些经济单位的状况，它既可改善消费单位的商品的物质形态，又可以改善某些人的肉体或精神状态，并取得报酬。这里首先得分清实物与非实物。实物是由具有静止质量的基本粒子组成的物质。它具有静止质量、有一定的体积和有不可入性（即不同的实物不能同时占有同一空间）。“非实物”是指不具有静止质量、没有一定的体积、没有不可入性的自然性质。而且这里所说的“服务”，通常是指非实物的劳动成果。有时，服务又指的是服务业中的服务劳动。以后为避免歧义，在劳动意义上使用服务概念，就称为“服务劳动”。这个定义剔除人类社会中的非劳动活动的“成果”。如“从娼妓到教皇”、“无赖之徒”、“通商口岸等地的大批帮闲的打手”的“服务”，诬陷者、告密者、寄生者、谄媚者、姘妇、布道的“服务”。其次，强调取得报酬，也排除非商业性的服务。

这里还要分清服务与劳务的区别。有的人将其看作是等同的，因其英语单词是一样的（service）。但为了更好理解服务，应将它们区别开来。其区别主要在于：首先，服务是社会劳动分工的产物，是生产力发展的表现；劳务是人们将自己的劳动能力供他人驱使，是生产关系发展的表现。其次，在生产活动过程中，服务生产的特点是服务生产者必须备有劳动者、劳动资料，

其劳动对象由消费者来提供或指定；劳务生产的特点则是，劳务生产者仅备有劳动者，劳动对象和劳动资料均由消费者提供。故服务和劳务是性质不同的两个经济范畴。

2. 服务的基本特征。服务作为非实物的劳动成果，和实物产品相比，通常还有以下的一些共同的基本特征，掌握这些基本特征，对我们进一步了解服务的本质是有帮助的。

(1) 无形性或不可感知性 (intangibility)。这是服务的最主要的特征。我们可从两个不同的方面来理解。首先，服务与有形的消费品或产业用品比较，服务的特质及组成服务的元素，很多时都是无形的，让人不能触摸或凭肉眼看见其存在。其次，使用服务后的利益，也很难被察觉，或是要等一段时间后，享用服务的人才能感觉到“利益”的存在。

要正确的了解服务的无形性，知道“物化服务”这个概念很重要。加拿大经济学家赫伯特·G·格鲁伯和迈克尔·A·沃克于1989年提出了“物化服务”的概念。“物化服务”即是在服务生产活动者改变了一些人或他们所拥有的商品状态以后，服务就被认为是“物化”了。这种改变对个人或商品所有者是有价值的。如学生受益于教师的物化服务，病人受益于医生的物化服务等。由于服务的无形性，服务在被购买前，你不可能去尝、感觉、触、见、听或嗅到“服务”。由于大部分服务属于不可感知性的产品，顾客对它们的质量很难评估，因为即使在消费和享用之后，顾客也无法根据消费经验感受到这种产品所带来的利益，而只能是相信服务提供者介绍和承诺，并认为该服务确实给自己带来所期望得到的好处。

(2) 不可分离性 (inseparability)。有形的产业用品或消费品在以生产、流通、到最后消费的过程中，一般要经过一系列的中间环节，生产与消费的过程一般具有一定的时间间隔。而服务则

与之不同，它具有不可分离性的特征，即是指服务的生产过程与消费过程同时进行，也就是说服务人员提供服务于顾客时，也正是顾客消费服务的时刻，两者在时期上不可分离。由于服务本身不是一个具体的物品，而是一系列的活动或者说是过程，所以在服务的过程中消费者和生产者必须直接发生联系，从而生产的过程也就是消费的过程。服务的这种特性表明，顾客只有而且必须加入到服务的生产过程中才能最终消费到服务。故服务的不可分离性是服务的另一个主要特征。

(3) 差异性 (heterogeneity)。差异性是指服务的构成成分及其质量水平经常变化，很难统一界定。区别于那些机械化和自动化生产的第一和第二产业，服务行业是以“人”为中心的产业，由于人类个性的存在，使得对于服务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，由于顾客直接参与服务的生产和消费过程，于是顾客本身的因素（如知识水平、兴趣和爱好等）也直接影响服务的质量和效果。如同是上课听讲，有人津津有味，有人昏昏欲睡。由于服务的这个特征，服务的质量和效果要受两方面的影响——生产者和消费者。

(4) 不可贮存性 (perishability)。基于以上两个特征，使得服务不可能像有形的消费品和产业产品一样被贮存起来，以备未来出售；消费者在大多数情况下，亦不能将服务携带回家保存。当然，提供服务的各种设备可能会提前准备好，但生产出来的服务如不当时消费，就会造成损失，不过，这种损失不像有形产品损失那样明显，它仅仅表现为机会的丧失和折旧的发生。

(5) 缺乏所有权 (absence ownership)。既然服务是无形的又不可贮存，服务在交易完成后便消失了，在服务的生产和消费过

程中，基本不涉及任何东西的所有权转移，这就是缺乏所有权。

3. 服务的基本要素。服务作为一种特殊的商品，它同一般的商品一样，是由生产要素组成的。一般它包含三个基本要素：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。许多服务生产必须拥有一定的生产资料，此外，服务提供者本身就需要资本投入后的专业培训，故要提供服务，必须要一定的资本投入。

(2) 劳动力。它是服务的提供者或服务的载体。

(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，通常是指经资本投资形成的、凝结于劳动者身上的知识、技能和健康等。

在一般经济学中，基本生产要素是：资本、劳动和土地。后来加上企业家才能。在经济增长理论中，还考虑技术进步等因素。我们这里根据服务与商品的不同特征，强调生产服务产品与实物产品所需基本生产要素的不同。这里，将人力资本看作是分立的生产要素，这便提供了一个思考问题的方式。在估计服务产品的价值时，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，将逐渐被消耗。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。当然，当某些人的学习曲线变得扁平，他们所存储的知识便会产生贬值。这种贬值是一种市场现象，而非自然或物理现象。在一个新的知识资源开放的社会里，以及倡导获取、积累和使用（通过创新）知识的社会里，人力资本总的是在增值，人力资本在生产过程中起到动力的作用，并成为经济增长的杠杆。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，显而易见正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 世纪的工业革命和本世纪后半叶的信息革命。这一积累过程已达到要求重新定义能反映出主要的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样的情况，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（即一般称之为信息或知识密集型的服务），用人力资本替代劳动的可能性增大。这是就存在于服务发生者之外被积累的知识可以记录、贮存和交付使用的情况而言的。这一情况被人称为“脱离载体”的服务。这时，要素之间可发生替代关系。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，这是因为能模仿人脑运动的机器尚未发明出来。故要素之间在一定范围内，主要是互补关系，而不是替代关系。在服务的基本要素中，人力资本很重要，如果已有人力资本，再加更多的人力资本，就有可能改变服务的性质。正由于服务与实物产品的基本要素的不同，其生产、交换、分配和消费也就有较大的区别。

4. 经济学界对服务的认识。经济学界对服务的认识是一个不断深入的过程。但长期以来，传统经济理论大都是以货物交易经济为思想基础，服务（在西方经济学中，亦等同于劳务）常常被忽略，或认为与实物商品完全一样，其经济规律相同。现在有一些经济学家已专门对服务经济进行了研究，但主要是在实际运行层次的研究，有的对其深层次的一些问题避而不谈，有的虽然

作了分析和研究，但因为服务与商品的不同特性，这些深层次的问题，如服务的价值和使用价值（效用）问题很难搞清，它们还需要进一步研究。

在农业社会，服务业的就业和产值在整个社会总产值中比重很小，没有成为经济学的主要研究对象而被忽视。在 20 世纪 30 年代以前，产业或交换意义上的服务提供在经济中的比重基本上不存在，因此在魁奈、斯密、李嘉图和萨伊等古典经济思想的创立者和发展者的头脑中，不可能产生“服务”与“商品”等同的观念。虽说萨伊提出无形产品这个概念，是对以活动形式满足他人需要的服务产品的一个形象而又恰当的概括，而究竟什么是无形产品，他自己也不清楚。英国的经济学家西尼尔（1790—1864 年）继承了萨伊的观点并进一步完善了主观价值论。他在《政治经济学大纲》一书中指出“就政治经济学而论，进行生产是促使现存的，一些物质的状态发生变化，由于这一变化的发生，或者是由此造成的结果，可能转换某些事物，这一变化的结果是产品。”“产品分成两类：物质的和非物质的，或者用不同的字眼来表达的同样区别是商品和服务。”那末，根据什么理由做这种划分呢？西尼尔的回答是：“把服务这个词应用于促使事物现有状态发生变化的动作，把商品这个词应用于所变化的事物，使产品这个词包括商品和服务两者。”西尼尔从服务是一种生产活动的原则出发，进一步认识到服务的产生是生产发展、社会分工发展的结果。但他对服务的价值的理解当作等同于交换价值是不对的。自 19 世纪 70 年代以来，新古典学派成为主流，放弃劳动价值论，只讲效用。服务（等同于劳务）被认为与商品一样，都能产生效用，服务被纳入到国民经济总体中去考察，人们不再仅从劳动性质角度考察服务的具体功能，而是从国民收入分配、国民经济核算、产业结构变动等多个角度对服务进行多层次的分析。

同时，人们也注重深入研究服务经济各行业自身生产过程、经济效益、收入分配过程等特点。进入 20 世纪之后，各主要发达国家经济的结构性变动和周期性波动愈益强烈。服务经济在促使充分就业、缓解总供求矛盾以及抑制经济过分波动等方面的特殊功能日渐突出，因之经济学界对服务经济的研究投入了更大精力。阿伦·费希尔是英国经济学家，他在《安全与进步的冲突》一书中阐述的三次产业理论，可以说是西方服务经济理论的一个转折点。从此西方服务经济理论逐步脱离了基础概念之争，转而研究服务产业与国民经济总体增长的一般关系。费希尔的三次产业理论直接决定了日后西方世界国民收入核算体系和服务业增长理论的形成。本世纪中叶，美国经济学家维克多·富克斯的《服务经济学》系统阐述了服务经济发展变化过程。其后，各主要发达国家的经济学家相继发表了有关服务经济问题的专著。这段时期的研究，大多偏重实证分析，对服务经济领域中的规律问题缺乏系统性研究。

对服务的认识的一个核心问题是关于服务的价值。西方古典经济学家一般都认为服务不创造价值。新古典学派只讲效用而不讲价值。以后的西方经济学家也往往只分析服务的效用而不提价值。马克思的研究虽然以实物产品为主，但也有所涉及。此外，深入分析马克思的价值理论，从中也可得到有关服务价值的结论。正如李江帆教授在《第三产业经济学》中所论述的：使用价值的内涵应是能满足人的某种需要的效用。外延包括实物形式的使用价值和非实物形式的使用价值两大类。服务产品的使用价值是一种运动形式的使用价值，或称非实物使用价值。由于它是使用价值，因而具有一切使用价值都具有的共性——可消费性，构成服务型生产资料和服务消费品，可满足人的物质或精神需要，具有消费替代性、消费互补性和消费引致性；由于它具有非实物特

性，它是一种在活动形态上提供的、不能离开服务劳动者单独存在的、不采取实物形式的特殊使用价值—非实物使用价值。由于服务的特征，服务产品的使用价值具有非实物性，生产、交换和消费的同时性，非贮存性，非转移性、再生产的严格被制约性和作为劳动产物的必然性。此外，它以其可消费性，构成社会财富的物质内容。使用价值的发展使财富内容发生演变。在当代后工业化社会，“信息就是金钱”、“服务也是财富”都是当代的财富观。知识、信息、服务已成为后工业社会的战略性资源；由它们构成的无形财富是社会财富的重要组成部分。在商品经济中，服务产品的使用价值与实物使用价值一样，又是交换价值的物质承担者。

关于服务产品的价值，由于马克思创立科学的劳动价值理论时，是着重从物质生产领域的研究中得出结论的。因此，我们不容易从马克思的经济论著中找到关于服务产品的价值问题的详细论述和现成答案。但可以以劳动价值论为指导，参照马克思在考察物质生产领域时提出的原则，结合服务领域的实际情况加以研究，可得出服务产品的价值。由于在服务产品的生产上耗费的劳动具有凝结性、社会性、抽象等同性，因此形成价值。服务的价值的质的规定性—就是凝结在服务产品的非实物使用价值上的、得到社会表现的抽象劳动。既然它是服务产品的生产者的劳动力耗费的单纯凝结，也就不是从任何别的领域转移或“再分配”来的价值。关于服务产品的价值量，其确定相当困难，还有待进一步研究。

5. 服务分类。多年来，市场营销学家对产品分类法进行了大量的研究，提出了一系列产品分类方法。但是，在很长一段时间内，服务却一直按行业分类。从营销的角度看问题，管理人员不难发现，许多似乎是不同的服务往往有不少共同的特点。最近