

Shewai Jingji Congshu

·涉外经济丛书·

# 国际 服务贸易

GUOJI FUWU MAOYI

陈 宪 ● 主编

●立信会计出版社



GUOJI FUWU MAOYI

# 国际服务

# 贸易

陈勇 ● 主编

立信会计出版社

**(沪)新登字 304 号**

涉外经济丛书

**国际服务贸易**

陈 宪 主编

立信会计出版社出版发行

(上海中山西路 2230 号)

邮政编码 200233

新华书店经销

宜兴太华彩印厂印刷

开本 850×1168 毫米 1/32 印张 9.5 插页 2 字数 228,000

1995 年 11 月第 1 版 1995 年 11 月第 1 次印刷

印数 1—5,000

ISBN7-5429-0337-3/F·0325

定价: 13.00 元

## 作者分工

- 第一、九章 陈 宪 (上海大学国际商学院)
- 第二、三章 曲林迟 (上海海运学院)
- 第四章 徐文虎 (复旦大学)
- 第五章 罗 晓 (交通银行上海分行)
- 第六章 戴新环 (上海旅游高等专科学校)
- 第七、十章 曹声容 (上海大学国际商学院)
- 第八章 张南保 (上海大学国际商学院)
- 中英文术语索引 孙 璇 (上海大学国际商学院)

## 前 言

在当代国际贸易发展的诸特征中，有一个引起人们高度关注的显著特征，那就是，无形贸易及作为无形贸易主体的服务贸易有了迅速的发展。这一特征的具体表现是：无形贸易占世界贸易的比重开始接近商品贸易（有形贸易）的比重；无形贸易的增长速度开始超过商品贸易的增长速度。

受世界经济回升和乌拉圭回合结束的影响，1994年世界贸易得到快速发展，全年世界商品贸易总值为41000亿美元，比1993年增长6%以上。世界无形贸易总值达到28000亿美元，占世界贸易总值的40%以上。“无形胜有形”的新局面，改变了传统的国际贸易概念。服务贸易是无形贸易的主体，服务贸易现已占全球贸易总值的25%。另据测算，近几年来，无形贸易和服务贸易的年增长率均接近或超过10%。

过去有一些国际贸易教科书，往往把无形贸易等同于服务贸易，这是不准确的。各国和有关国际组织对无形贸易的分类和范围规定不一，但一般都将无形贸易划分为“要素服务贸易”和“非要素服务贸易”。一国因向其他国家提供劳动、资本及土地等生产要素的服务，而从国外得到的货币报酬被认为是该国的要素服务收入，其中包括直接投资和间接投资的收益及侨民的汇款。在无形贸易中扣除要素服务贸易即为通常所说的服务贸易，或者说，非要素服务贸易就是本书所要研究的服务贸易。服务贸易包括的项目比较多，主要有：与商品贸易有关的各项服务，如仓储、运输及船舶维修；通讯服务；保险和再保险服务；银行业务

服务；专利和许可证贸易；信息与咨询服务；国际旅游；建筑工程，及广告业务、会计事务、租赁业务、教育和卫生服务等。

国际服务贸易是国与国之间服务业的贸易往来。不论贸易的地点是在国内还是在国外，只要在交易活动中一方是外国消费者或外国服务提供者，就是国际服务贸易活动。世界服务贸易85%集中在发达工业国家和亚洲新兴国家。美国商品出口额与服务出口额的比例是2.5:1(1993年)。长期以来，美国商品贸易一直出现逆差，而服务贸易一直是顺差。1993年美国服务贸易顺差为650亿美元。服务业在发达工业化国家的经济比重接近70%。服务贸易在多数发展中国家发展缓慢。例如，1993年我国商品出口居世界第11位，而服务出口仅占27位。我国商品出口额占世界总量的2%左右，而服务出口只占世界总量的0.5%。服务贸易是关贸总协定乌拉圭回合的重点议题之一。预计在各国进一步开放服务市场后，到本世纪末，服务贸易将占全球贸易的三分之一。服务的成本依次是：智力、技术、劳务和资源等，而商品的成本依次是：资源、能源、技术和劳务等。所以，发展服务业和服务贸易的经济意义远远超过了以上所列的数据。这一点已经引起了我国政府和商界的高度重视。我们编写本书的目的也正是想为服务贸易在我国的发展作一点贡献。

我国对服务贸易的研究及教学都处于起步阶段。立信会计出版社副总编曹均伟先生很有眼光地提出了《国际服务贸易》的选题。经过反复酝酿和讨论，确定了现在的写作体系。本书尽管还不能概括国际服务贸易的全部内容，却也囊括了它的主要项目。受种种条件的限制，本书的研究还是初步的，难免存在一些不尽如人意之处，我们期待着读者的批评指教。

陈 宪

1995年2月28日

# 目 录

前言 .....	( 1 )
<b>第一章 绪论 .....</b>	<b>( 1 )</b>
<b>第一节 当代国际服务贸易的兴起 .....</b>	<b>( 1 )</b>
一、服务贸易的概念与项目 .....	( 1 )
二、服务贸易发展的原因、现状与特征 .....	( 4 )
<b>第二节 关贸总协定与服务贸易 .....</b>	<b>( 9 )</b>
一、服务贸易总协定的框架 .....	( 9 )
二、服务贸易总协定的意义 .....	( 15 )
<b>第三节 发达国家服务贸易概述 .....</b>	<b>( 17 )</b>
<b>第四节 发展中国家服务贸易概述 .....</b>	<b>( 22 )</b>
<b>第五节 服务贸易在中国 .....</b>	<b>( 25 )</b>
<b>第二章 运输服务贸易 .....</b>	<b>( 29 )</b>
<b>第一节 运输服务贸易概述 .....</b>	<b>( 29 )</b>
一、运输服务贸易的概念与特点 .....	( 29 )
二、运输服务贸易的主体与客体 .....	( 30 )
三、运输服务贸易的作用 .....	( 30 )
<b>第二节 海上运输服务贸易 .....</b>	<b>( 32 )</b>
一、海上运输服务贸易的主要业务形式 .....	( 33 )
二、租船业务 .....	( 34 )
三、港口服务 .....	( 37 )

四、海运代理服务 .....	( 37 )
五、国际海运服务贸易市场的特性 .....	( 38 )
第三节 其他运输服务贸易 .....	( 44 )
一、航空运输服务 .....	( 44 )
二、公路运输服务 .....	( 46 )
三、铁路运输服务 .....	( 46 )
四、管道运输服务 .....	( 47 )
五、国际多式联合运输服务 .....	( 47 )
第四节 国际货运服务贸易市场发展的趋势 .....	( 49 )
一、影响国际货运服务贸易市场的因素 .....	( 49 )
二、国际货运服务贸易市场的发展趋势 .....	( 50 )
<b>第三章 通讯服务贸易 .....</b>	<b>( 53 )</b>
第一节 通讯服务贸易概述 .....	( 53 )
一、通讯服务贸易的概念与特点 .....	( 53 )
二、通讯服务贸易的作用 .....	( 54 )
第二节 通讯服务的系统 .....	( 54 )
一、通讯收、发点 .....	( 55 )
二、通讯线路 .....	( 55 )
三、通讯网 .....	( 56 )
四、电信通讯的技术 .....	( 57 )
第三节 电信通讯的新业务 .....	( 60 )
一、电子信箱 .....	( 60 )
二、电子货币 .....	( 61 )
三、可视电话与会议电视电话 .....	( 61 )
四、可视图文信息系统 .....	( 61 )
五、电视报刊 .....	( 61 )
第四节 电信自由化浪潮及我国的对策 .....	( 62 )



一、	电信自由化浪潮的背景 .....	( 62 )
二、	乌拉圭回合中有关电信服务的谈判 .....	( 63 )
三、	我国的对策 .....	( 63 )
<b>第四章</b>	<b>保险服务贸易 .....</b>	<b>( 66 )</b>
第一节	保险服务与世界经济发展 .....	( 66 )
一、	国际保险与风险 .....	( 66 )
二、	国际保险与国际贸易 .....	( 68 )
三、	国际保险与国际投资 .....	( 70 )
四、	国际保险与国际交往 .....	( 72 )
第二节	国际保险市场的基本形态 .....	( 73 )
一、	保险市场的内涵 .....	( 73 )
二、	英国保险市场 .....	( 76 )
三、	美国保险市场 .....	( 78 )
四、	日本保险市场 .....	( 81 )
五、	国际再保险市场 .....	( 83 )
第三节	国际保险经营与管理 .....	( 86 )
一、	保险经营技术 .....	( 86 )
二、	保险资金运用 .....	( 92 )
三、	保险业务结构 .....	( 93 )
<b>第五章</b>	<b>银行服务贸易 .....</b>	<b>( 95 )</b>
第一节	银行服务贸易概述 .....	( 95 )
一、	银行服务贸易的概念 .....	( 95 )
二、	银行服务发展的背景 .....	( 97 )
三、	银行服务业的不断创新 .....	( 99 )
第二节	银行服务贸易网络 .....	( 102 )
一、	银行服务贸易网络的设置及选择 .....	( 102 )

二、 银行网络的传递渠道 .....	( 107 )
<b>第三节 银行服务贸易的主要业务 .....</b>	<b>( 110 )</b>
一、 国际融资业务 .....	( 110 )
二、 国际贸易结算业务 .....	( 119 )
三、 对外担保业务 .....	( 122 )
四、 财务顾问 .....	( 127 )
五、 咨询业务 .....	( 128 )
<b>第四节 银行服务贸易的主要障碍及对策 .....</b>	<b>( 130 )</b>
一、 乌拉圭回合有关金融服务的内容 .....	( 130 )
二、 银行跨国经营的主要障碍 .....	( 131 )
三、 金融创新是克服障碍的重要手段 .....	( 133 )
<b>第六章 旅游服务贸易 .....</b>	<b>( 136 )</b>
<b>第一节 旅游服务贸易概述 .....</b>	<b>( 136 )</b>
一、 旅游服务贸易的概念与作用 .....	( 136 )
二、 旅游服务贸易的特点 .....	( 141 )
三、 旅游服务贸易的现状 .....	( 142 )
<b>第二节 旅游服务贸易的主要业务 .....</b>	<b>( 145 )</b>
一、 旅游服务贸易的业务程序 .....	( 145 )
二、 旅游服务贸易的产品 .....	( 149 )
三、 旅游服务贸易的市场调研与开发 .....	( 155 )
<b>第三节 我国旅游服务贸易的发展与对策 .....</b>	<b>( 161 )</b>
一、 我国旅游服务贸易存在的问题 .....	( 161 )
二、 我国旅游服务贸易的对策 .....	( 165 )
<b>第七章 技术服务贸易 .....</b>	<b>( 169 )</b>
<b>第一节 技术服务贸易概述 .....</b>	<b>( 169 )</b>
一、 技术服务贸易与货物贸易 .....	( 169 )

二、技术服务贸易的内容 .....	( 172 )
三、技术服务贸易与经济增长 .....	( 174 )
第二节 专利、商标与专有技术 .....	( 178 )
一、专利 .....	( 178 )
二、商标 .....	( 180 )
三、专有技术 .....	( 184 )
第三节 许可证贸易与许可证协议 .....	( 188 )
一、许可证贸易 .....	( 188 )
二、许可证贸易的一般程序 .....	( 189 )
三、许可证协议的种类 .....	( 191 )
第四节 技术贸易合同 .....	( 192 )
一、技术贸易合同的主要条款 .....	( 192 )
二、技术贸易合同与货物贸易合同的关系 .....	( 198 )
<b>第八章 信息服务贸易 .....</b>	<b>( 201 )</b>
第一节 信息服务与经济发展 .....	( 201 )
一、信息的含义 .....	( 201 )
二、信息对社会经济发展的重大作用 .....	( 202 )
三、信息服务的现状与趋势 .....	( 206 )
第二节 信息服务的管理与效益 .....	( 211 )
一、信息加工与信息服务 .....	( 211 )
二、信息服务的管理 .....	( 214 )
三、信息服务的效益 .....	( 218 )
第三节 信息市场与信息服务价格 .....	( 220 )
一、信息市场 .....	( 220 )
二、信息商品的价格 .....	( 223 )
<b>第九章 咨询服务贸易 .....</b>	<b>( 228 )</b>

第一节	咨询服务概述 .....	( 228 )
一、	咨询的涵义与特征 .....	( 228 )
二、	咨询服务的发展及其现状 .....	( 231 )
三、	咨询服务兴起的原因分析 .....	( 233 )
四、	咨询服务的作用 .....	( 236 )
第二节	咨询服务的业务范围与基本类型 .....	( 238 )
一、	咨询服务的业务范围 .....	( 238 )
二、	咨询服务的基本类型 .....	( 240 )
第三节	咨询服务的程序与收费 .....	( 242 )
一、	咨询服务的工作程序 .....	( 242 )
二、	咨询服务的收费标准 .....	( 243 )
<b>第十章</b>	<b>国际承包工程和劳务合作 .....</b>	<b>( 246 )</b>
第一节	国际承包工程概述 .....	( 246 )
一、	国际承包工程的概念 .....	( 246 )
二、	国际承包工程的业务程序 .....	( 247 )
第二节	国际工程承包合同 .....	( 253 )
一、	国际工程承包合同的种类 .....	( 253 )
二、	国际工程承包合同的内容 .....	( 257 )
第三节	国际承包工程的保险与索赔 .....	( 260 )
一、	国际承包工程的保险 .....	( 260 )
二、	国际承包工程的索赔 .....	( 263 )
第四节	国际劳务合作 .....	( 273 )
一、	国际劳务合作概述 .....	( 273 )
二、	国际劳务合作的种类 .....	( 273 )
三、	国际劳务合作的作用 .....	( 276 )
四、	国际劳务合作的合同 .....	( 278 )

附录一	1993 年世界服务贸易主要进出口方 .....	( 282 )
附录二	中英文术语索引 .....	( 283 )

# 第一章 绪 论

## 第一节 当代国际服务贸易的兴起

### 一、服务贸易的概念与项目

服务，是指提供活劳动的形式以满足他人某种需要并获取报酬的活动。劳动力在提供服务时是当作商品来出售的，所以，服务同样具有商品的属性。广义的商品是包括服务在内的。服务的出口，主要是指一国劳动力向另一国消费者提供服务并获得外汇收入的过程；服务的进口，则是指一国消费者购买他国劳动力提供的各项服务。各国服务的总出口构成了国际服务贸易。

在前言中，我们已经提出了要素服务（Factor Service）贸易和非要素服务（Non-Factor Service）贸易的分类，并指出，这两部分之和可称为无形贸易（Invisible Trade, Intangible Trade），而通常所说的服务贸易（Service Trade）仅指非要素服务贸易。除了这一分类外，国际服务贸易按其是否伴随着货物贸易而发生，可划分为追加服务贸易和核心服务贸易。

追加服务（Additional Service）是伴随着商品实体出口而提供的。在这种情况下，对于消费者来说，商品实体本身是核心效用，而服务只是提供了某种追加效用。然而，在科技革命不断发展的推动下，这种追加服务却往往在很大程度上左右着消费者对所需核心效用的选择。这是因为，在当代以不完全竞争为主的国际市场上，基于差别产品的非价格竞争已经取代了传统的价格竞争而上升到首要地位。与此相适应，强调过程管理、技术服务投

入，增加软件比重，借以改善生产函数的动态比较利益说，也开始在理论上补充过去那种基于自然禀赋不同的静态比较利益说而受到人们的重视。今天，名目繁多的知识密集型追加服务正在被广泛应用于商品生产的各个阶段。例如，在它的上游阶段，要求有先行的追加服务，主要包括：可行性研究、风险资本筹集、市场调研、产品构思和设计等；在它的中游阶段，一方面要求有与商品生产融为一体的追加服务，主要是质量控制与检验、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，如财务会计、人事管理（人员的聘用和培训）、情报和图书资料的收集、整理与应用、不动产管理、法律、保险、通信事务、卫生安全保障，以及职工后勤供应等；在它的下游阶段，要求以下追加服务项目：广告、运输、商品使用指导、退货索赔保证，以及替换零件等一系列售后服务。上述追加服务，有些属于“被锁住型”追加服务（Locked-in Additional Service），即这类追加服务很难从某一特定生产阶段脱离，只能与一定比例生产要素相结合，从而完全附于商品价值体而并不形成一种独立的市场交易对象。还有一些则属于“自由型”追加服务（Foot-loose Additional Service），即这类追加服务虽与商品贸易有关，但可以外在化而成为独立的市场交易对象。

上述三个阶段的被锁住型和自由型的各项追加服务，通常都是互相依存而组合成为一个一体化过程的服务网络。各个厂商所提供的这些同类异质的追加服务及其组合网络，正是形成他们的产品差异和增值的主要源泉，也是厂商之间开展非价格竞争的一个决定性因素。在当前国际市场的激烈竞争中，非价格竞争往往会反过来推动追加服务中对新科学和新技术的采用。

核心服务（Core Service）同货物的生产和贸易无关，而作为消费者单独购买的，能为消费者提供核心效用的服务。按照服务中供给者与消费者接触的不同情况，它又可细分为“面对面型”

和“远距离型”两种。

“面对面型”核心服务 (Face to Face Core Service) 需要通过供给者和消费者双方的实际接触才能实现其服务。这种实际接触的方式, 可以是供给者流向消费者, 或者是消费者流向供给者; 也可以是供给者与消费者之间的双向流动。无论是哪一种实际接触方式, 通常都会伴随生产要素的跨国界流动。银行金融业的服务就是伴随着资本的跨国界流动而提供的一种面对面的核心服务。国际旅游是伴随着人员的跨国界流动而发生的一种面对面的核心服务。国际咨询、单独的劳动力输出, 也是伴随着人员跨国界流动而发生的面对面核心服务。

“远距离型”核心服务 (Long Distance Core Service) 毋需供给者和消费者的实际接触, 但往往需要通过一定的媒介体, 方可实现其跨国界的服务。借助于现代通讯卫星作为媒介传递的视听服务, 就是远距离型核心服务。以上所说的银行金融服务 (Financial Service) 和咨询服务 (Consulting Service) 如并不伴随人员的跨国界流动, 而只是借助于国际通讯为媒介, 也应属于远距离型核心服务。

服务贸易是通过以下四种方式进行: (1) 过境交付 (Cross-Border Supply), 是指一国向另一国提供服务, 没有人员、物资和资金的流动, 而是通过电讯、邮电、计算机的联网实现的, 如视听和金融。(2) 境外消费 (Consumption Abroad), 是指一国消费者到另一国接受服务提供者提供的服务。例如, 本国病人到外国就医; 外国人到中国来旅游, 本国学生到外国留学等。(3) 商业存在 (Commercial Presence), 是服务贸易活动中最主要的形式。它是指允许外国的企业和经济实体到本国来开业, 提供服务, 包括投资设立合资、合作和独资企业。例如, 外国公司到中国来开饭店, 建零售商店和办律师事务所等。(4) 自然人流动 (Movement of Personnel), 是指允许外国单位的个人入境来本



国提供服务。例如外国教授、高级工程师或医生来中国从事个体服务。相对于有形贸易来说，服务贸易又都具有生产与消费同时进行、不可储存、无形和异质性的特点。

目前，服务贸易的内容已十分广泛，根据关贸总协定各成员国递交的材料中所列的项目看，多达150多种。为了确定统一标准来界定服务贸易，关贸总协定成员国印度曾提出了四个标准：服务和支付的过境流动；项目的具体性；交易的连续性；有限的服务时间。根据该标准，国际服务贸易的项目通常有：运输服务（Transport Service）；旅游服务（Travel Service）；金融服务；保险与再保险服务（Insurance and Re-Insurance Service）；信息服务（Information Service）；通讯服务（Communication Service）；建筑和工程承包等劳务输出（Construction and Engineering Contracting）；广告、设计、会计等服务；国际租赁（International Lease）；维修和保养、技术指导等售后服务（After-Sale Service）；视听服务（Vedio-Audio Service）；教育、卫生、文化艺术的国际交流服务（International Interchange Service）；商业批发与零售服务（Wholesale and Retail Service）；其他官方国际服务（Official International Service）等。本书选择其中的主要项目——运输服务贸易、通讯服务贸易、保险服务贸易、银行服务贸易、旅游服务贸易、技术服务贸易、信息服务贸易、咨询服务贸易、国际承包工程和劳务合作，分列若干章节予以研究与介绍。由于篇幅的限制，本书未能涵盖国际服务贸易的全部内容，但它们的基本部分均包括在其中了。

## 二、服务贸易发展的原因、现状与特征

随着社会生产力和科学技术的发展，人类进入了一个新的时代，即一个以信息、文化和知识为主要生产手段的时代。这一时代的一个重要特征，就是资本和劳动从物质生产向服务领域的转移加速，从而使得社会分工更加深化，服务贸易向多元化、集约