

教育部教育管理信息中心书刊中心编组
21世纪高等教育系列教材

国际服务贸易学

沈明其编 著

南海出版公司

海口

摇摇图书在版编目(CIP)数据

国际服务贸易学 沈明其编著 海口 南海出版

公司, 2002

241页 21cm

Ⅰ. 国... Ⅱ. 沈... Ⅲ. 国际贸易 服务贸易 Ⅳ. 贸... 贸易

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 12345 号

国际服务贸易学

国际服务贸易学

编摇摇著摇摇沈明其

责任编辑摇摇邵摇摇萍

装帧设计摇摇水木时代(北京)图书中心

出版发行摇摇南海出版公司电话(0898) 2522222(出版) 2522222(发行)

社摇摇址摇摇海南省海口市海秀中路 25 号星华大厦五楼摇摇邮编 570202

电子信箱摇摇lsh@nph.com.cn

经摇摇销摇摇新华书店

印摇摇刷摇摇安徽省蚌埠市广达印务有限公司

开摇摇本摇摇32 开 10.5 厘米×14.5 厘米

印摇摇张摇摇10 张

字摇摇数摇摇25 千字

版摇摇次摇摇2002 年 1 月第 1 版摇摇2002 年 1 月第 1 次印刷

书摇摇号摇摇ISBN 7-5442-0000-0

定摇摇价摇摇18.00 元

南海版图书版权所有 盗版必究

序

由浙江林学院国际贸易系主任沈明其编著的《国际服务贸易学》，与国内其他类似著述相比较，具有以下特色或优点 第一，这是一本专著，学术性非常强，而不是为了普及国际服务贸易有关知识而编写的教材。第二，是专著，就有比较和评论。《国际服务贸易学》对各种观点和见解的比较和评论随处可见，这样，既方便了读者借鉴和识别，又不失时机地表述了作者自己的观点。第三，学术渊源的追索工作细致到家，下了很大的工夫。例如，某些概念最早是谁在什么地方提出来的，后来谁谁谁又怎么论述的，今天演变了什么什么提法，在《国际服务贸易学》中均有很好的交代，体现了作者深厚的学术功底。第四，从全书的框架结构来说，不但内容周全，而且章节之间的安排合理，有逻辑联系。第五，有总论也有分述。单单写国际服务贸易总述部分已属不易，《国际服务贸易学》在总述部分之后花了大半的篇幅对各大类服务贸易例如金融、保险、旅游、法律、运输等具体门类的服务贸易分别作了详细的论述。我们知道，上述分述涉及各个具体的业务部门，要写好该服务贸易各部门需要专门的知识作为基础，作者由此花费的功夫和精力可见一斑。

根据该书的特色，有可能的读者范围是服务贸易方面的有关人员，包括政府部门、行业协会、金融、贸易、旅游等具体服务行业的从业人员，以及高等院校和相关研究所的学生、研究生和研究人员。因为，审稿者相信，《国际服务贸易学》可以为他们提供丰富的学术素养。

相信沈明其教授编著的《国际服务贸易学》的出版，一定能进一步推动我国对国际服务贸易问题的研究。

上海财经大学摇朱钟棣

二〇〇四年 八月

前 言

二十世纪六七十年代以后,随着科技的进步、产业结构的高级化和全球经济生活的国际化,国际服务贸易呈现出前所未有的发展态势。服务贸易增长速度超过货物贸易增长速度,规模日益扩大,结构不断优化,成为当今世界经贸领域中最活跃的发展极。

目前,中国国内对国际服务贸易的研究,主要体现在理论与政策研究、实务操作规范研究两个领域。前者主要围绕 1980 年达成的《服务贸易总协定》(GATS)的背景、框架、规则及其影响进行理论和政策分析,较少涉及国际服务贸易理论问题的研究。后者主要体现在有关服务部门的实务操作上,如对工程承包与技术咨询、技术转让、租赁、运输、旅游、金融保险等领域实务操作的描述和归纳。可喜的是,改革开放以来,借助国外研究成果探讨国际服务贸易理论与政策的气氛在学术界逐步形成。

本书在国际服务贸易研究方面的特色体现在:(1)国际服务贸易政策的研究,如自由贸易政策、保护贸易政策及管理贸易政策能否成为服务贸易政策;(2)传统国际贸易理论能否在服务贸易中运用,如要素禀赋理论、比较成本理论、规模经济与不完全竞争理论在服务贸易中的应用问题;(3)服务贸易关税与非关税的政策分析,即在国际服务贸易中如何利用关税与非关税壁垒,它与货物贸易有何不同;(4)国际服务贸易制度框架的研究,如美国、欧共体及其他西方发达国家的服务贸易制度,世界贸易组织的《服务贸易总协定》、《信息技术协定》等有关协定的研究;(5)国际服务贸易与国家安全和国际竞争力的讨论,服务贸易包括所有服务产品和服务要素贸易使它与国家安全,特别是国家经济安全和文化利益保持密切联系,因此,没有一个国家愿意完全开放本国服务市场,也没有一个国家倾向于执行严格的服务进口替代政策;(6)中国服务贸易开放的经济效应及模式研究。如探讨中国服务贸易的对外开放和适度保护问题,提出中国服务贸易的市场准入的“适度保护模式”,重点研究在对外开放总格局中的中国服务贸易开放的政策和措施,系统分析中国服务贸易适度保护的对象、原因、手段和保护度。在对中国的金融服务、商业服务、电讯服务、运输服务、专业服务等各类服务贸易考察的基础上,对这几类服务贸易市场准入所应采取的对策和发展战略提出了许多新的观点。

本书共分十四章,主要内容有服务、服务业及国际服务贸易理论、国际服务贸易政策、国际服务贸易的发展状况、服务贸易总协定、旅游服务贸易、环境服务贸易、教育服务贸易、专业服务贸易、金融服务贸易、中国服务贸易的发展状况、中国服务贸易发展的国际比较,以及中国服务贸易的发展战略等。其特点是:(员)国际服务贸易知识的系统性和结构的严谨性。关于服务、服务业及国际服务贸易的定义与分类、形成与发展,国际服务贸易理论,国际服务贸易政策,国际服务贸易种类的分析等方面的论述内容充实,使读者能在最短时间内最有效地掌握国际服务贸易的基本内容。(圆)具有很强的实用性。本书通过对服务、服务业及国际服务贸易发展的分析,揭示国际服务贸易发展的规律,利用服务贸易理论与政策发展和对贸易政策的研究,提出了中国服务贸易开放的经济效应及具体发展战略和思路。

非常感谢上海财经大学世界经济研究所所长、博士生导师朱钟棣教授对本书的审稿,并感谢他多年来对我在该领域研究的教诲和指导。感谢我的工作单位浙江林学院,感谢宣裕方书记、石道金教授对我的帮助。

限于我们的水平,加上国际服务贸易是一个新兴的学科领域,许多问题尚在探讨之中,书中肯定有许多不足之处,望广大读者给予指教。

沈明其

圆园园年 员圆月

目 录

第一章 服务与服务贸易的概念及分类	(员
第一节 服务与服务业	(员
第二节 国际服务贸易的概念和分类	(员
第三节 与服务贸易相关的概念	(员
附 国际服务贸易分类表	(员
第二章 国际服务贸易的发展	(员
第一节 国际服务贸易的发展	(员
第二节 服务业发展与分工的演进	(员
第三节 国际服务贸易格局与地区分布	(员
第四节 服务业在各国经济中的重要作用	(员
第三章 服务业的相关理论	(员
第一节 服务业理论的兴起与发展	(员
第二节 服务业的生产率	(员
第三节 服务价值理论	(员
第四章 国际服务贸易理论	(员
第一节 服务贸易比较优势理论	(员
第二节 服务贸易比较优势理论模型	(员
第三节 服务贸易的比较优势与竞争优势理论	(员
第四节 规模经济与不完全竞争理论	(员
第五章 国际服务贸易政策	(员
第一节 保护贸易政策	(员
第二节 服务贸易政策:自由贸易	(员
第六章 服务贸易总协定	(员
第一节 《服务贸易总协定》的产生	(员
第二节 《服务贸易总协定》的基本内容	(员
第三节 《服务贸易总协定》评析	(员
第七章 服务贸易与对外直接投资	(员
第一节 服务业对外直接投资理论概述	(员

第二节 服务业对外直接投资现状	(圆景)
第三节 服务业跨国公司	(圆源)
第四节 服务业对外直接投资与跨国公司的影响	(圆圆)
第八章 金融服务贸易	(圆景)
第一节 战后国际金融服务贸易的发展	(圆景)
第二节 摇宰裁对金融服务贸易范围和定义的规范	(圆苑)
第三节 国际金融业的开放状况	(圆源)
第四节 金融服务贸易自由化	(圆猿)
第五节 摇宰裁关于保险服务贸易的法律规范	(圆苑)
第九章 国际电信服务贸易	(圆缘)
第一节 国际电信服务概述	(圆缘)
第二节 国际电信服务贸易的发展现状	(圆源)
第三节 摇宰裁成员电信服务贸易的具体承诺	(圆圆)
第四节 世界主要发达国家电信服务贸易政策	(圆苑)
第十章 国际旅游服务贸易	(圆源)
第一节 旅游服务贸易概述	(圆源)
第二节 旅游服务贸易的发展现状	(圆源)
第三节 世界贸易组织成员旅游服务贸易承诺	(猿猿)
第四节 世界主要发达国家旅游服务贸易法规	(猿猿)
第十一章 国际专业服务贸易	(猿缘)
第一节 国际专业服务贸易概述	(猿缘)
第二节 国际法律服务贸易	(猿圆)
第三节 国际会计服务贸易	(猿猿)
第四节 医疗服务贸易的概念和特点	(猿源)
第十二章 国际教育服务贸易	(猿苑)
第一节 国际教育服务贸易概述	(猿苑)
第二节 摇世界贸易组织成员有关教育服务承诺	(猿猿)
第三节 摇国际教育服务贸易的教育质量保障和认证	(猿圆)
第十三章 国际环境服务贸易	(猿苑)
第一节 国际环境服务贸易概述	(猿苑)
第二节 世界环境服务贸易发展现状和特点	(猿猿)
第三节 世界贸易组织主要成员环境服务贸易承诺	(猿猿)
第十四章 宰裁与中国服务贸易	(猿猿)
第一节 我国服务贸易发展现状	(猿猿)

第二节 中国服务贸易开放模式选择	猿
第三节 中国服务贸易开放战略目标	猿
第四节 中国服务贸易开放战略重点	猿
附录 中国加入世界贸易组织服务贸易具体 承诺减让表(摘录)	猿
附录 中国服务贸易具体承诺减让条款(金融 服务部分)	猿
附录 服务贸易总协定	猿
参考文献	猿

第一章 服务与服务贸易 的概念及分类

20世纪中期以来,科学技术的进步和社会生产力的发展,使全球产业结构的调整步伐加快,发达国家已基本完成了以制造业为主向以服务业为主的产业结构的转变,服务业在各国国民经济中的地位日益重要。服务业的迅速发展带动了国际服务贸易的发展,使其成为国际贸易的重要组成部分,并对国际经济运行产生了重大影响,国际服务贸易在各国的对外经济活动中也占有越来越重要的地位。认识和了解国际服务贸易的运行规律,首先要明确国际服务贸易的基本概念以及国际服务贸易的特征。

第一节 服务与服务业

一、服务

(一) 服务的含义

“服务”一词具有不同含义,通常是指“为集体或为别人工作”,已经含有提供劳动的意思。在经济学中,服务一般是指提供非实物形态的经济物品。在《新帕尔格雷夫经济学百科全书》中提出:一种服务表示使用者的变形(在对个人服务的场合)或使用者的商品的变形(在服务涉及商品的场合)……实际上是认为服务只是改变经济人或其商品的特征。它强调的是服务接受者的感受及其影响。在《辞海》中则定义为:服务“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需要的活动”。把服务看做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。人们一般认为服务是相对于有形产品的一个经济学概念。对这一概念的探讨是随着服务业的发展和在国民经济中的地位不断上升而逐渐展开的。

古典经济学家最早对服务及服务业进行了探讨。法国古典经济学家萨伊在其《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。另一位古典经济学家巴斯夏在其名著《经济和谐论》中提出“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，而且劳务同样包含有努力的意思，但不去判断价值同努力是否同比例”。

巴斯夏在这里明确了两点：一是服务需要交换；二是服务等同于劳动（努力）。这实际上就是认为服务具有一般商品的基本特征。英国的经济学家西尼尔在《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，或者用不同的字眼表达的同样区别是商品和服务”。那么，根据什么理由作这种分类呢？西尼尔的回答是：“把服务这个词应用于促使事物现有形态发生变化的动作，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。

马克思主义经济理论中同样包含对服务及服务业的探讨，马克思认为：“服务这个名词，一般地说，不过是指这种劳动所提供的特殊使用价值，就像其他一切商品也提供自己特殊的使用价值一样，但是，这种劳动的特殊使用价值在这里取得了‘服务’这个特殊名称，是因为劳动不是作为活劳动，而是作为提供服务的劳动。”马克思首先肯定服务是使用价值，是劳动产品；其次认为服务同其他产品只是形式上不同。马克思的服务经济理论对服务这种特殊商品进行了高度概括，使服务经济理论逐渐成熟。

进入 20 世纪以后，随着社会生产力的发展和产业结构的调整，服务业在国民经济中的地位日益重要。特别是六七十年代后，服务业迅速发展，在发达国家的国民经济中所占比重不断提高，成为最重要的产业部门，客观经济的发展刺激服务经济理论研究不断深入，人们对服务的理解也出现了不同的观点。

从 20 世纪 70 年代以来，西方经济学家对服务及服务经济进行了大量的研究，逐渐形成一个共识。在服务经济研究中，一种广为人知的服务定义是克拉克（A. B. Clark）提出的“剩余定义”。克拉克认为，服务是除第一产业和第二产业以外的一切活动。根据这一定义，服务变成第二产业外延的函数。例如，建筑业、汽车修理业和公用事业有时被划入第二产业范畴，有时却又划入第三产业范畴。显然，服务业范畴及分类上的理论认识的不统一，给服务贸易研究造成了许多困难。

1977 年，希尔就提出了理论界所公认的服务概念。希尔指出：“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对其他经济单位的商品或个人增加价值。服务的生产和消费同时进行，即消

费者单位的变化和生产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……”希尔把对服务的认识和服务的基本特征相结合,概括了服务区别于一般商品的性质。

20世纪 80年代中期,巴格瓦蒂 (Balagati) 将服务贸易的方式分为四种: (1) 消费者和生产者都不移动的服务贸易; (2) 消费者移动到生产者所在国进行的服务贸易; (3) 生产者移动到消费者所在国进行的服务贸易; (4) 消费者和生产者移动到第三国进行的服务贸易。巴格瓦蒂是从服务分类的角度概括了服务的特征。

桑普森和斯内普 (Sampson and Snipp) 年相继扩展了希尔的服务概念,他们把服务区分为两类:一类为需要物理上接近的服务,另一类为不需要物理上接近的服务。与此相类似,1985年,格鲁伯则直接把服务贸易定义为人或物的国际流动。随着研究的不断深入,经济学界开始把生产要素引入研究范围。巴格瓦蒂等人把生产要素的国际流动区分为暂时流动和永久流动,认为生产要素在国际间的暂时流动为服务贸易,而生产要素的永久流动则不属于服务贸易——资本在国际间的永久流动是国际直接投资,人力资本在国际间的永久流动则是国际移民。

80年代中叶,加拿大经济家里德对服务下了一个比较严密的定义:在服务为服务接受者带来一种变化时,它是提供时间、地点和形态效用的经济活动。服务是靠生产者对接受者有所动作而产生的。接受者接受一部分劳动;生产者与接受者在相互作用中产生服务。

美国卡卡巴德斯 (Cacabades) 提出:“服务就是那些你可以买卖却不会掉在你脚下的东西。”这一观点形象地指出服务的三个基本特征:无形性 (Intangibility)、不可运输性 (Intransportability) 和不可储存性 (Instorageability)。

在跨国公司领域有独到研究的邓宁 (Dunning) 认为,这种主观性在于人们购买大部分物品是因为它们能够提供服务,极少有纯粹的货物或服务,而且,大部分服务需要提供服务的相应物品,而大部分货物产品又需要包含服务。商品与服务的这种不可分性,导致了人们倾向于从历史、习惯、传统文化或国家利益与政治角度给予主观的区别。

与此相对应的是,1985年,加拿大经济学家赫伯特·H·格鲁伯和迈克尔·波特创造性地提出了“物化服务”的概念。“物化服务”即是指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 机械师的服务体现在被修理的器材中 音乐家的服务体现在唱片中 计算机程序的服务体现在数据存储盘中,等等。“物化服务”的概念彻底改变了过去那种认为服务是“看不见,摸不着”和不能储存的虚幻观念,服务不仅是精神的,也是物质的。

《营销管理学》一书中认为:服务是不可感知,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产品的出售联系在一起。生产服务时可能不会需要利用实物,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。科特勒的这一定义强调:服务能够满足需要,服务活动是以明晰所有权为前提。

中国学者探讨服务贸易是从 20 世纪 80 年代开始的,汪尧田、周汉民就服务贸易的概念曾经明确指出:国际服务贸易在概念上有广义与狭义之分。狭义的国际服务贸易是无形的,是指发生在国家之间的符合于严格服务定义的直接服务输出与输入活动。而广义的国际服务贸易既包括有形的劳动力的输出、输入,也包括无形的提供者与使用者在没有实体接触的情况下的交易活动,如卫星传送与传播、专利技术贸易等。

根据上述对服务的不同探讨,我们认为可以把服务的定义表述为: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。

(二) 服务的基本特征

服务作为非实物的使用价值,和一般商品相比明显不同,具有以下一些基本特征。

(1) 服务的无形性或不可感知性。这是服务的最主要的特征,首先,商品的存在形态是直观的、确定的,服务的存在形态基本上是无形的、不固定的,让人不能触摸或凭肉眼看见其存在。其次,服务消费者往往不能事先感知服务,享用服务后只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“利益”的存在。随着科学技术的进步,在服务无形化的基础上产生了“物化服务”。加拿大经济学家赫伯特·A·豪斯鲁伯和迈克尔·P·波特于 1982 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。如唱片、软盘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。这种改变对个人或商品所有者是有价值的。

(2) 服务生产和消费的不可分离性。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

消费过程同时进行的,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,从而生产的过程也就是消费的过程。如教师的授课与同学们的听课,医生与病人的关系等。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。

(二) 服务的不可贮存性。商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。但服务却不可能像有形产品一样被贮存起来,消费者在大多数情况下也不能将服务携带回家保存。因为服务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造成商品使用价值的丧失或价值的损失,但它也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。

(三) 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提供者在不同时空条件下所提供的服务不同,使服务消费者的效用或满足程度不同。即使是同一服务提供者,在不同条件下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,由于消费者直接参与服务的生产和消费过程,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。如同上课听讲,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。

服务的这些特征是与有形产品相比所具有的,当然由于物化服务的出现,有些服务产品具有了有形产品的部分特征,但其实质还是不同的。

(三) 服务的基本要素

服务作为一种特殊商品,它同一般商品一样,是在一定的生产要素结合下提供和生产出来的。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这两个基本要素。但由于服务的提供是建立在服务提供者要具有一定的知识与技术基础之上,所以可以把服务的基本要素分为三部分:资本、劳动力和知识与技术(即人力资本)。

员资本

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。

圆劳动力

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。

猿知识与技术

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,所以与其他行业相比,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。

这里把知识与技术作为独立的生产要素,一是因为它们在服务提供过程中占据着重要的地位,二是因为作为人力资本的知识与技术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耗的。其次,正像马克思所说的,劳动者是生产力中最活跃的因素,大部分劳动者在劳动和学习中,会不断地提高自身的知识和技能,即人力资本的增值。人力资本在服务生产过程中发挥重要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。当然各种要素之间并不是相互孤立的,它们在一定的资源配置方式下结合在一起,提供适当的产品。在一定的经济条件下,要素之间的关系是一种互补的关系,如人力资本和劳动之间的互补性就是这样的情况。

服务的基本要素是通过服务的提供者发挥作用的。服务提供者是指提供服务产品的机制和组织方式。一般可以分为四种类型:(员个人或家庭;(圆市场;(猿非营利性的自愿组织;(源政府。家庭和市场提供人们所需要的一般的、具有个性化的服务产品,家庭内部成员的服务提供不作为产品进行交易。因此,一般不包括在服务经济研究的范围之内,这里的家庭是指提供服务商品的生产者。市场提供是服务产品提供的主要方式,服务和其他产品一样要经过生产、交换和消费的过程,也就使服务产品具有了商品的主要特征。与其他产品不同的是,服务的提供在许多情况下有服务消费者参与其中,所以服务产品具有个性化的特征。随着经济的发展和居民生活水平的提高,原来一

些家庭内部的服务逐渐为市场所代替,服务的空间范围不断扩大。自愿组织和政府提供的服务一般是公共产品或准公共产品,这些产品具有非排他性、非竞争性等特征,并且随着市场经济的不断发展,人们对服务产品的需求会呈现出不断增加的趋势。

(四) 服务的分类

服务的多样性和异质性,给其统一分类和定义带来困难。目前,人们倾向于使用服务定义的分类法确定服务的基本含义。布朗宁和辛格曼(1978)将服务划分为以下四种形式:

(1) 经销服务 (Distribution services), 如运输和仓储、批发和零售贸易等服务。

(2) 生产者服务 (Producer services), 如银行、财务、保险、通讯、不动产、工程和建筑等服务。

(3) 社会服务 (Social services), 如医疗、教育、福利和宗教服务,邮政服务和其他政府服务等。

(4) 个人服务 (Personal services), 如家庭服务、修理服务、理发美容服务、宾馆饭店等旅游服务和娱乐业服务等。

上述对服务的划分方法只是众多划分方法中的一种。根据分析的需要,服务还可以划分为市场服务 (Market services) 或私人服务 (Private services), 非市场服务 (Non-market services) 或公共服务 (Public services), 或者中间服务 (Intermediate services) 和最终服务 (Final services) 等形式。关贸总协定秘书处曾将服务划分为以下四种形式:

(1) 以商品形式存在的服务 电影、书籍、计算机、数据传送装置等服务。

(2) 对商品实物具有补充功能的服务 运输、仓储、会计、广告等服务。

(3) 对商品实物具有替代功能的服务 特许经营、租赁和维修等服务。

(4) 与其他商品不发生联系的服务 通讯、数据处理、旅游、旅馆和饭店等服务。

二、服务业

(一) 服务业的含义

服务业是生产或提供各种服务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。服务业的提出与第三产业这一概念密切相关。20世纪40年代,在新西兰和澳大利亚工作的英国经济学家费希尔和克拉克提出经济增长阶段的观点,认为经济中以农业为主的初级

第一产业 (第一产业部门) :是指对自然界存在的劳动对象进行加工生产的产业部门,包括农业、畜牧业、狩猎业、林业和渔业。**第二产业 (第二产业部门)** :是指对初级产品进行再加工生产的产业部门,包括制造业和矿业。**第三产业 (第三产业部门)** :是指一般不直接创造物质资料,但对第一、第二产业提供生产性作业或服务,以满足人类生产和生活需要的各类产业部门。

克拉克后来将之称为“服务性行业”，具体包括：建筑业、运输业、旅游业、通讯、商业、金融、专业性服务、行政管理、军队和律师业。目前，联合国等国际组织及大多数国家和地区的社会经济统计，基本上是采用上述“三次产业分类法”进行的。

（圆 萨布洛分类法。

萨布洛（~~萨布洛~~）提出，社会产业结构可以划分为以下形式：①基础产业（农业、渔业）；②非基础产业；③资本和技术高利用产业（矿业、制造业和运输业）；③资本和技术低利用产业（贸易）；④技术低利用、资本高利用产业（金融）。

（猿 标准产业分类法。

员怨源年，联合国颁布《全部经济活动的国际标准产业分类索引》，将全部经济活动分为十大项和若干中、小项。在国际标准产业分类中分出五项主要的服务业，并以两位数法将其细分为更细的组别。这样，服务业被分成五类：①批发和零售商业、饭店和宾馆；②运输、储存和通讯；③金融保险和商务服务；④公共管理和国防；⑤社区、社会及个人服务。

员怨源年，英国标准产业分类也修订了四项主要服务业，划分为：①销售业、饭店业和修理业；②运输业、通讯业；③银行业、金融和保险业；④其他服务业（包括公共行政、教育和娱乐）。

（源 欧洲命名法和霍夫曼分类法。

欧洲命名法将服务分为：为商品生产服务的服务业；市场服务部门；非市场服务部门。德国经济学家卢兹·霍夫曼（~~霍夫曼~~）为研究工业化进程，将社会产业结构划分为三类：消费资料产业（产品用途 ~~属于~~ 以上属于消费资料）；资本资料产业（行业产品 ~~属于~~ 以上属于资本资料）；其他产业（产品用途比例介于上述两者之间）。

（缘 以消费支出为基础的服务分类法，以及以功能为基础的服务分类法

日本饭盛信男（~~饭盛信男~~）主张按功能进行分类，其分类模式是将服务分为：商业、金融与保险、不动产业、运输邮电业、对个人服务业、对企业管理机构服务业、对公共服务业。

美国维克多·砾霍克斯（~~砾霍克斯~~）的《服务经济学》将服务业的范围规定为：批发与零售商业、金融与保险以及不动产经营等行业；政府一般部门（在许多情况下包括军队），以及传统上称做服务业的行业，包括专业服务、个人服务、企业性质服务和修理服务等行业。林·布朗（~~林·布朗~~）认为，导致人们对服务业本质认识模糊不清的原因，在于服务业有广义和狭义之分，广义服务业称为服务产业（~~服务产业~~），狭义服务业称为