



對外經濟貿易大學
UNIVERSITY OF INTERNATIONAL BUSINESS AND ECONOMICS

第五章 国际服务贸易

第一节 国际服务贸易的发展

一、国际服务贸易概述

（一）国际服务贸易的概念

国际服务贸易指的是不同国家之间所发生的服务买卖与交易活动。

（二）国际服务贸易的项目

根据《服务贸易总协定》，将服务分为**12**个部门、**160**多个分部门。**12**个服务部门是：商业服务、通信服务、建筑与相关工程服务、分销服务、教育服务、环境服务、金融服务、健康服务、旅游服务、娱乐、文化及体育服务、运输服务和其他服务。

(三) 国际服务贸易的方式

1. 直接出口。
2. 间接出口。
3. 国外当地生产当地销售。

二、国际服务贸易的发展和格局

（一）国际服务贸易的产生与发展

- 较早出现的服务贸易行业是航运业
- 带有殖民主义色彩的国际劳务贸易
- 资本主义竞争时期，铁路运输、金融、保险、通讯等服务行业也随着货物贸易的迅速发展而有 了长足的进步
- 新科技革命兴起，服务贸易急剧发展



（二）国际服务贸易的格局

根据WTO发布的《2004年国际贸易统计》，2003年全球商业服务出口总额达到**17950**亿美元，相当于当年全球商品出口总额**72740**亿美元的**25%**左右。2003年全球前**20**名主要服务进出口国家或地区排名见表6-1所示。

表5-1 2003年全球主要服务进出口国家或地区排名
金额单位：十亿美元

排名	出口国家或地区	金额	所占比例 (%)	排名	进口国家或地区	金额	所占比例 (%)
1	美国	287.7	16.0	1	美国	228.5	12.8
2	英国	143.4	8.0	2	德国	170.8	9.6
3	德国	115.6	6.4	3	英国	118.3	6.6
4	法国	98.9	5.5	4	日本	110.3	6.2
5	西班牙	76.3	4.2	5	法国	83.7	4.7
6	意大利	72.7	4.0	6	意大利	74.0	4.2
7	日本	70.4	3.9	7	荷兰	64.9	3.6
8	荷兰	63.0	3.5	8	中国	54.9	3.1
9	中国	46.4	2.6	9	爱尔兰	50.2	2.8
10	中国香港	44.6	2.5	10	加拿大	50.0	2.8
11	奥地利	43.0	2.4	11	西班牙	45.6	2.6
12	比利时	42.4	2.4	12	奥地利	42.8	2.4
13	加拿大	41.9	2.3	13	比利时	41.5	2.3
14	爱尔兰	35.7	2.0	14	韩国	39.0	2.2
15	丹麦	32.1	1.8	15	瑞典	28.5	1.6
16	瑞士	32.0	1.8	16	丹麦	28.3	1.6
17	韩国	31.3	1.7	17	新加坡	27.2	1.5
18	新加坡	30.4	1.7	18	俄罗斯	26.5	1.5
19	瑞典	30.3	1.7	19	中国香港	25.2	1.4
20	卢森堡	25.2	1.4	20	中国台湾	24.8	1.4

三、《服务贸易总协定》的主要内容

（一）《服务贸易总协定》的主要条款

《服务贸易总协定》分**6**个部分，包括**29**个条款。**6**个部分是：范围与定义、一般义务与纪律、具体承诺、逐步自由化、机构条款和最后条款。**29**个条款中较主要的有：范围和定义、最惠国待遇、透明度、发展中国家的更多参与、经济一体化、垄断和专营服务提供者、商业惯例、保障国际收支的限制、一般例外、市场准入和国民待遇等

（二）《服务贸易总协定》的附件

《服务贸易总协定》的附件共有**8**个，它们分别是：《关于第**2**条例外的附件》、《关于本协定项下提供服务的自然人流动的附件》、《关于空运服务的附件》、《关于金融服务的附件》、《关于金融服务的第二个附件》、《关于海运服务谈判的附件》、《关于电信服务的附件》和《关于基础电信谈判的附件》。

（三）关于各国的具体承诺减让表

具体承诺减让表是各成员方在谈判的基础上提交的开放市场的承诺，它也是《服务贸易总协定》的一个组成部分，同样具有法律约束力。具体承诺减让表的内容是各参加方在双边谈判的基础上承担的关于国民待遇和市场准入的义务。减让表明确注明各方对于他方服务和提供者实施国民待遇和市场准入的限制条件。

第二节 中国服务出口

一、中国服务出口的状况

(一) 中国服务出口发展快

2003年，中国的服务出口为**464亿美元**，在世界服务出口中的位次为第**9位**，占世界服务出口总额的比重为**2.6%**。

目前中国服务出口比较主要的行业 and 项目是：国际运输业、国际旅游业、对外承包工程与劳务合作业、计算机与信息服务业、国际咨询业、其他商业服务等。

(二) 中国服务出口落后的原因

- (1) 国内服务业的发展相对滞后，限制了服务出口规模的扩大；
- (2) 服务出口不如货物出口受重视，
- (3) 把服务出口仅仅理解成为对外工程承包与劳务合作，对整个服务出口业缺乏通盘的考虑与规划；
- (4) 服务业的对外开放起步晚，力度不够，国外资金、技术与先进管理经验的注入较少，从而影响了服务企业国际竞争力的提高；
- (5) 直接输往国外的劳动力素质同国际服务市场的需求存在较大的差距，劳动力输出的渠道过于单一；
- (6) 服务出口的管理分散在许多部门，缺乏一个统一协调和管理的机构，至今尚未制定出一套有关服务出口的法规和制度。

二、扩大中国服务出口的必要性和可能性

- (一) 广泛的参与国际经济合作
- (二) 解决国内就业

三、扩大中国服务出口应采取的政策措施

- (一) 向外商开放第三产业
- (二) 加快向国外第三产业的投资
- (三) 建立出口服务企业

四、中国服务出口的管理

中国的对外出口既包括有形商品的出口也包括无形服务的出口，因而国家对出口的管理也包括这两个方面。

- (1) 注意对服务出口管理与对货物出口管理的异同；
- (2) 注意国家有关部门的统一管理（如商务部实施的管理）与具体服务部门自身管理的有机结合；
- (3) 注意各种管理手段的相互配合，以法律手段为主，同时辅以经济和行政手段；
- (4) 对服务出口的管理既要考虑中国国情，又要考虑国际惯例和《服务贸易总协定》的原则。

第三节 中国服务进口

一、中国服务市场的对外开放

（一）入世与中国服务市场的对外开放

目前，中国已经是**WTO**成员，随着中国入世承诺的逐步兑现，中国服务行业的对外开放将会进入一个全新的阶段。入世以来，中国主要的服务行业如金融、保险、分销（商业批发零售）、对外贸易、旅游、民用航空、法律服务、会计服务、交通运输、广告、邮电通信、建筑承包、教育、医疗卫生、计算机及相关服务、咨询、房地产、远洋运输等都加快了对外开放的步伐，外资进入数量明显增加，推动了这些行业的发展。

（二）服务业扩大开放的策略

中国作为一个发展中国家，在对外资开放本国服务市场的过程中，采取了“梯度开放”的策略。“梯度开放”是一种渐进式的有调控的开放，主要包括以下内容：

- （1）行业梯度。
- （2）地域梯度。
- （3）业务梯度。
- （4）股权梯度。
- （5）数量和规模梯度。

（三）服务业对外资扩大开放的影响

- （1）引入国际竞争机制，完善服务市场结构，加速服务业的发展。
- （2）提供短缺和特色服务，克服国内服务业发展的“瓶颈”制约。
- （3）改善投资环境，促进其他行业利用外资规模的扩大。
- （4）为扩大服务出口创造更好的市场条件。

二、中国服务进口的管理

服务进口是中国进口贸易的一个重要组成部分，国家应从宏观上对其进行必要的管理。在对服务进口进行管理时，要注意处理好国家有关部门的统一管理与具体服务部门自身管理的有机结合，要注意法律、经济和行政手段的配合使用，要注意与服务出口的综合平衡，同时还要注意在给予外国服务提供者市场准入的权利之后，应逐步实行国民待遇的原则。