

提升中国服务贸易国际竞争力的动力和思路

文/赵雪飞

一、服务贸易的涵义及范畴

服务贸易是以经济利益为目的的、追求利润最大化的商业性服务活动。“服务贸易”一词在1972年由OECD最早提出。随着1986年关贸总协定乌拉圭回合谈判的开始和不断深入，围绕着服务贸易的概念，各国学者对其进行了认真的研究和激烈的争论。西方学者对服务贸易概念的探讨是从“服务”本身的概念开始的。科特勒(P.Kotler)对服务贸易下的定义是：“一方能够向他方提供在本质上是无形的，不带来任何所有权的某种活动或利益。其生产也许受到物质产品的约束，或不受约束。”

乌拉圭回合协议把服务贸易定义为：第一，跨境提供(Cross-Border Supply)，即从一成员方境内向任何其他成员方境内提供服务。第二，境外消费(Consumption Abroad)，即在一成员方境内向任何其他成员方的服务消费者提供服务。第三，商业存在(Commercial Presence)，即成员方的服务提供者在任何其他成员方境内以商业存在提供服务。第四，自然人流动(Movement of Natural Persons)，即成员方的服务提供者在任何其他成员方境内以自然人的存在提供服务。

二、我国服务贸易的发展现状

一国服务业的发展以及服务市场的开放状况是服务贸易发展的前提。在我国成立后的十年间，国内服务业就开始起动，并有了一定程度的发展。随着改革开放政策的实施，我国的服务业发展迅速。上个世纪80年代，服务业每年以10.9%的平均速度增长，超过同期国民生产总值年平均8.9%的增长速度。20世纪90年代以来，特别是邓小平同志南巡讲话和“中共中央，国务院关于加快发展第三产业的决定”颁布以来，服务业规模进一步扩大。到1991年，服务业增加值占国民生产总值的比例达到27.2%，从业人员达11015万人，占当年总就业人数的18.8%。近几年来，由于改革的深入和高科技产业、现代工业的迅速发展，我国服务业的内部结构也发生了变化，旅游、咨询、信息、广告、房地产以及增值电信服务业、金融服务业的收入都迅速增加。2001年，服务业增加值为3225亿元，占国内生产总值的比重达到33.6%，服务业从业人员达2.06亿人。并且，服务业的投资总额还在快速增加。仅2001年，服务业就完成投资18306亿元，占当年社会固定资产投资总额的65.8%。一批新的服务投资热点必将激发交通运输、电信、零售、物流等多种大型综合性服务行业的进一步发展。

2003年中国服务贸易进出口总额首次突破1000亿美元大关，达到1013亿美元，成为全球第九大服务贸易国，首次进入世界前10位。可以说，中国的服务贸易近年来已成为国际市场上一支不可忽视的力量。加入世界贸易组织，我国政府根据各个服务领域的相关特性，做出了具体承诺。总体来讲，我国服务业开放的承诺水平较高。在境外消费和自然人流动方面，我们对所有的部门都做出了局部的承诺；对商业存在的限制比较多，主要涉及允许外贸进入中国市场的开放时间、开放地域、股权限制和业务范围；在过境交付上，对超过80%的部门做出了承诺，开放度较高。世界银行在对中国服务贸易所做的承诺进行评估后认为，在过渡期结束后，中国全部的市场准入承诺平均数是57.45%，市场准入的平均比例也达到38%，略高于高收入国家的36%；中国在国民待遇方面的承诺平均数和平均比例分别为57.4%和45%。应该说，我国的服务贸易领域正在进行深层次和广泛的对外开放。

三、增强我国服务贸易国际竞争力的动力

1、外部动力

我国是发展中国家的中坚力量，也是全世界最大的发展中国家。2001年底，中国正式加入世界贸易组织，意味着中国经济正式融入世界经济，这为提高我国服务贸易国际竞争力创造了良好的外部条件。加入世贸组织，不但可以引入国际竞争机制，打破国内服务业垄断的格局，提高服务质量和效率；而且还可以通过服务市场的对等开放，扩大我国服务产品的出口。只要打开更多的海外市场，消除竞争对手对我国的服务贸易壁垒，才能将我们的优势项目推广出去，才有可能在国际市场上争取更多的服务贸易出口份额；另外，加入世贸组织后，由于关税降低、进口数量限制逐步取消的原因，更多的高技术含量产品(主要指基础设施方面)将进入中国市场，这将大大提升我国服务产业的投资结构和规模。

2、内部动力

从需求角度看，经济增长创造了生产性服务需求和消费性服务需求。首先，经济的发展依托基础设施的建立。基础设施建设使相应的生产性服务需求也大为增加，如为公路铁路、机场、港口

等项目建设提供的设计服务、金融服务、商业和电信服务等。其次，经济增长带来的居民收入增加促使了消费性服务需求的增加。相对于有形商品来讲，服务的需求和供应弹性都很大。收入的提高使人们增加服务商品的消费，居民消费结构发生变化。从现实的情况来看，我国居民现有的可支配收入增长迅猛，以人均收入超过3000美元为标志的中产阶层正在扩大，而由其主导的住房、旅游、教育和文化等消费热点将带动相关服务产业的扩张。因而经济增长创造了新的服务需求，必然推动服务生产的扩张。在这种生产扩张中，服务业能够积累丰富的经验，提升服务质量和效率。服务业分工也将进一步细化，规模经济下的服务产品会在竞争中创造优势，进入国际市场去获取更大的利润。

从供给的角度看，经济的增长使服务生产中的资本要素和人力资本要素得到提升。首先，服务的生产需要资本。发达国家具有竞争优势的服务项目大多是资本密集型服务。其次，国民收入增长带来教育支出的增加。教育是提升一国人力资本要素的关键。发达国家另一些具有竞争优势的知识密集型服务都依赖于拥有较高知识技术和管理经验的服务提供者。在服务贸易比较优势的众多因素中，人力资本因素对于一国服务贸易比较优势的形成和保持起着根本性的作用。因而，不论是资本要素还是人力资本要素的增加，都促使一国服务产业结构的提升。中国服务贸易结构也必然随着经济增长经历从简单劳动密集型服务为主到以资本和知识密集型服务为主的过程。

四、提升我国服务贸易国际竞争力的思路

第一，要为服务贸易的发展创造良好的市场环境。我国的服务业虽然有了长足的进步，但市场的发育却仍处于初级阶段。许多行业是垄断经营，个别行业现在仍属限制经营，还有些行业缺乏规范，法律法规不健全，易出现贸易纠纷；管理体制不健全，缺乏独立的机构或部门统一管理和综合协调。这些问题的存在导致许多不规范的贸易行为和不合理的竞争现象。因此改革和完善服务业的宏观管理是现阶段的一个重要问题，要打破垄断，建立服务行业良性的竞争体制。同时还要加快相关法规条文的立法进程。世界各国对于服务贸易一般都通过立法进行调节。我国也先后颁布了《保险法》、《外资金融机构管理条例》等法律和法规。但是，这些法律法规多为行业行为准则或行业法，有的规定仅为相关职能部门的规章制度，至今还没能形成我国完整的服务贸易立法体系，缺少完善的配套法规。我国已是WTO成员，必须在GATS的大框架下，建立和完善法律法规，规范服务市场，为提升我国服务贸易的竞争力从法制的角度打好铺垫。

第二，要调整和优化服务产业结构，加大对重点服务行业的管理。要大力发展知识密集型、技术密集型服务产业，改变落后的产业布局。在我国的服务业中，劳动密集型服务贸易如交通运输、旅游等仍占主导地位，知识、技术密集型服务比重很低。而当今国际服务业竞争的竞争力主要体现在知识、技术、管理类的服务行业中，此类服务呈现出制约因素少、市场增长快、附加值高的特点。所以必须加大科技投入，加快知识、信息技术型服务业的发展，从而带动整个产业结构升级。此外，还要加速对金融市场的监管，促进金融市场的有序发展。作为国际服务贸易中的一个重要方面，金融服务在整个经济的增长与发展中具有战略性意义，它为经济的增长和发展提供关键性的重要服务。但由于监管的真空，导致了我国银行信用的缺失，从而使我国金融服务在国际市场上无立锥之地。所以，加快金融体制的进程，加快现代金融体系的建设，不断完善和提高金融宏观调控水平和银行监管水平加强金融风险管理是提高我国金融服务竞争力的重要一环。

第三，要从行业的差异发展角度进行思考，全面提升我国服务贸易的国际竞争力。应侧重于考虑优先以产业链较长的某些制造业和服务业带动相关服务行业的发展，充分发挥服务业行业协会和行业主管部门的作用。很多消费品的制作过程，不仅仅局限于商品生产本身，还包括了以生产为中心的前期服务投入和后期服务供给因此，差异性的服务和优质服务常常成为商品销售中的卖点。要在各服务行业内部培育形成一批具有多元投资主体的大公司和大集团，实现服务的集团化、网络化、品牌化经营。服务企业只有规模雄厚，才能发展多元的服务业务，才能提高抗风险能力和市场公信力。国外有竞争力的服务机构大多具有集团化、网络化和品牌化的优势，因而能够处于服务业垂直分工体系中的上层。而我国从事服务性行业的企业大多数规模小，难以形成市场优势。因此，服务同类行业在无市场格局，公平竞争的环境下，可以强强联合，以相互参股的方式打造出同类企业中的航空母舰。

第四，要重视对人才的培养和储备，提升服务贸易中的智力资本因素。在服务生产的三要素中，知识技术是最为重要的要素。随着全球科技产业化、经济信息化程度的加深，整个服务贸易结构进一步朝着技术、知识密集型的方向发展。目前的现实是发展中国家竞争优势体现在初级产品的出口，旅游和劳务出口上，而发达国家主要体现在知识产权和经营服务等具有高附加值的贸易行业上。人力资源对服务贸易竞争优势的形成早已有目共睹。西方发达国家具有竞争优势的服务项目大多有服务提供人员高素质、知识技术高含量的特点。同时，我们要加强对人力资源的保护和培育。现在，国外具有竞争实力的银行、保险公司和专业服务公司进入中国市场，最重要的一个战略计划就是利用其优厚的待遇和良好的工作环境吸引国有服务企业的人才。这些人才的流失，带走的不仅是技术和信息，也可能是我们长期培养的忠实客户。所以保护人才、强化国有企业的人力资源优势和本土化的优势，这对增强我国服务业的整体竞争力是至关重要的（作者单位：河北师范大学公

相关链接

提升中国服务贸易国际竞争力的动力和思路
外商投资特许权项目政府保证法律理念转变
建国前后毛泽东对中国资本主义经济的认识
试论新一届中央领导集体的经济发展理念
试析WTO专家组程序透明度及其改进
论构建社会主义和谐社会
政府投资项目风险分析和风险防范
建设我国生态循环工业园区的思路与对策
基于多元化投资主体的项目投资收益与风险的分析

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心