

论 80 年代以来美国服务出口的扩展和前景

余玉苗

战后,美国很快成为世界上第一个“服务经济”国家。随着产业结构调整并向高级化方向发展和服务业的日益发达,其服务出口也不断增加。进入 80 年代后,美国服务出口,特别是私人服务出口更是如日中天,规模和顺差急剧扩大,在世界服务贸易中独占鳌头。美国服务出口的迅速扩展,不仅在较大程度上抵销了其商品贸易的巨额赤字,改善和加强了其国际收支地位,而且为国内劳动力市场创造了大量的就业机会。可以预料,服务贸易总协定(GATS)的达成、世界范围内服务贸易的逐步自由化,以及美国政府“服务先行”出口战略的实施,将使美国服务领域里的比较优势得到更充分地发挥,服务出口增长和顺差得以继续保持下去。

一、美国服务出口扩展的状况及其经济影响

由于服务的无形性和复杂多样性、服务生产和消费的特殊性(往往要求实体接触、同时进行)、服务长期游离于国际贸易的认真研究与分析之外,以及人们关注的利益角度不同,迄今为止,对服务出口和国际服务贸易尚未形成一个统一、公认、确切的定义。各国、各国际组织,甚至一国内部不同“集团”、不同学者,对服务贸易包含的内容及其分类都大不一样。1994年4月关贸总协定(GATT)主持下签订的《服务贸易总协定》虽然对服务贸易作了界定,但实际上只是指出了服务贸易的四种进行方式,即越境交付、境外消费、自然人流动和商业存在,而并未说明构成服务贸易的实质内涵,本文论述的是美国的服务出口,故按美国官方(商务部)的分类方法和统计资料为基准进行分析。美国商务部长期以来将服务贸易界定为非要素服务贸易(具体又分为美国军事机构销售合同下的转移、旅游、客运、其他运输、特许权和许可证费、其他私人服务、美国政府杂项服务等七项),而将投资收益、侨民汇款等所谓的要素服务收支排除在外。根据商务部的这种分类法和所进行的统计,80年代以来,美国服务出口规模及其增长情况(按现行价格计算)如表1所示。

由表1可见,80年代以来,美国服务出口规模不断扩大,1988年突破1000亿美元,短短7年后又突破2000亿美元大关,15年中有11年增长率超过10%以上(而同期商品出口增长率只有4年超过10%,1982、1983和1985年还是负增长);1985年后服务出口一直占美国出口总额的1/4以上,这说明服务业已成为美国出口的一大支柱;美国服务出口在世界服务贸易中的份额更是持续上升,引人注目。

总的来看,美国服务出口的扩展对美国产生了以下重要影响:

1. 大量的服务贸易顺差在一定程度上抵销了商品贸易逆差,改善了其国际收支地位。由于80年代以来美国国内储蓄与投资不足(如1980、1985、1990和1994年美国国内投资总额占GDP比重分别为20%、19%、16%和16%,国内储蓄总额占GDP比重分别为19%、16%、15%和15%,均低于其他发达国家)、美元坚挺、劳动生产率增长相对缓慢等原因,美国商品的国际竞争力日趋下降,从而导致商品贸易连年出现逆差,且逆差数额急剧扩大。1989年逆差为280.23亿美元,1995年增至1734.24亿美元,扩大了5.19倍;此间累计逆差高达16644.75亿美元。而同期服务贸易顺差累计为4051.45亿美元,抵销了商品贸易逆差的24.34%,其中1995年服务贸易顺差则抵销了该年商品贸易赤字的39.42%。1993—1995年,美国对欧洲联盟服务贸易盈余几乎将双边商品贸易逆差全部抵销,对日服务贸易盈余将双边商品贸易逆差也分别抵销了22.92%、22.32%和28.17%。大量服务贸易顺差的存在在一定程度上改善了美国的国际收支状况。

2. 为国内劳动力市场创造了众多的就业机会。服务出口的扩大促进了国内服务业的发展,吸纳了更多的

就业人口从事服务业活动。据美国商务部的统计资料表明, 1992 年出口贸易提供的近 1 050 万个就业岗位中有 340 万个是由服务出口创造的, 占 32.38%。

表 1 美国服务出口表 (1981—1995 年)

年份	出口额 (亿美元)	其中: 私人服务 出口 (亿美元)	服务出口占商品和 服务总出口比重 (%)	增长 率 (%)	占世界服务 出口份额 (%)
1981	573 54	461 17	19 48	20 53	10 73
1982	640 79	509 31	23 28	11 73	11 13
1983	643 07	511 17	24 17	0 36	11 53
1984	711 68	604 85	24 45	10 67	13 39
1985	731 55	635 59	25 31	2 79	13 73
1986	859 38	767 94	27 79	17 47	14 26
1987	983 17	866 85	28 21	14 40	13 60
1988	1109 33	1009 85	25 73	12 83	14 12
1989	1270 22	1178 71	25 97	14 50	15 01
1990	1474 77	1368 77	27 47	16 10	14 68
1991	1638 10	1519 85	28 21	11 08	16 56
1992	1773 05	1640 57	28 71	8 24	16 23
1993	1861 19	1721 38	28 95	4 97	16 40
1994	1958 39	1827 04	28 05	5 22	16 30
1995	2105 90	1964 10	26 78	7 53	16 20

注: 美国服务出口占世界服务出口份额依据 GATT 和 WTO 国际贸易统计资料计算。

资料来源: 美国商务部: 《现代商业概览》, 1996 年 (7), 68 页, “美国国际交易表”。其中增长率与占商品和服务总出口比重系作者根据该表数字计算而得。

3. 促进了美国的经济增长。对外贸易是经济增长的重要源泉。如果说 80 年代以前, 美国商品出口是促进其经济增长的一个重要发动机的话, 那么 80 年代后随着美国经济服务化的进一步发展和服务出口规模顺差数额不断扩大, 服务出口则成了带动其经济增长的重要引擎。1980—1990 年间美国 GDP 年增长率为 3.0%, 高于除加拿大、日本外的其他西方主要发达国家; 1990—1994 年 GDP 年均增长率为 2.5%, 在西方主要发达国家中高居榜首。这主要是因为, 美国服务业增长较快 (1980—1990 年增长率为 3.1%), 作出了较大贡献 (如 1987 年美国 GDP 比上年增长 3%, 其中服务业对 GDP 增长的贡献百分点为 1.9%, 占 69.3%)。虽然美国服务出口占服务业产值的比重不大, 但由于出口的“乘数效应”, 服务出口对美国经济增长的推动作用实际上是不小的。

二、美国服务出口扩展的原因分析

80 年代以来, 美国服务出口规模和服务贸易顺差达到前所未有的水平, 原因是多方面的: 既得益于美国自身在知识、技术和资本密集型服务行业创造和积累的比较优势, 又得益于经济国际化、全球化的蓬勃发展和以信息技术为代表的新技术革命的发展这一“机遇”; 既因功于美国企业的市场扩张努力, 又与美国政府政策的推动和“护航”分不开。具体分析如下:

1. 国际市场竞争加剧, 扩大了对高效率、高质量的美国生产性服务的需求。由于科学技术的进步、经济国际化的发展, 企业之间的竞争无论是在国内还是在国际市场上都更加激烈, 而且竞争的模式已从传统的以价格竞争为主转变为以非价格竞争为主。在这种情况下, 企业 (含服务企业) 能否获得高质量、高效率、低成本的生产性服务投入, 生产出满足市场需要的差异性、高附加值产品, 直接关系到企业的市场竞争力和持久的生存与发展。所谓生产性服务是指用于其他商品或服务生产的中间投入服务, 如在生产“上游”阶段所需投入的投资可行性研究、产品设计、市场调查与预测、风险资本筹集; 在“中游”阶段所需投入的设备租

赁和维护、质量控制、后勤保障、仓储；在“下游”阶段所需投入的广告运输、分销、售后服务；在整个生产过程所需投入的会计审计、金融保险、数据处理、通讯、培训、法律服务、管理和技术咨询、公共关系等。加拿大著名经济学家格鲁伯和沃克曾指出：生产者服务是将日益专业化的人力资本和知识资本引入生产部门的飞轮；在生产过程中，它们为劳动和物质资本带来更高的生产率，并改进了商品与其他服务的质量。现在，无形投入已经占到汽车价值的70%。不少经济学家将上述变化称之为“轻型经济”、“减少原材料的经济”。

企业出于降低成本、提高服务投入效率和质量的考虑，越来越多地将原来内部供应的服务转向从外部专业化生产者处购买。据日本通产省调查表明，日本制造业中信用调查、广告、机械修理、计算机软件开发、市场调研、职员培训等许多服务的外购比重都超过了50%。而企业一旦在当地和国内市场上购买不到满意的服务，就自然要依靠国际市场。在发展中国家，本国服务业落后，水平较低，而实施工业化发展战略，又急需先进的技术、科学的管理经验和其他配套的服务投入，这时更要从国外进口。据国际货币基金组织统计资料粗略估算，1985年生产性服务（以货物运输、其他民间服务为代表，不含港口服务）在非要素服务进口额中的比重，发达国家为48.2%，发展中国家则为61.7%，明显高于52.5%的世界平均水平，反映了发展中国家对生产性服务进口较深的依赖性。美国人力、知识、信息、技术资源丰富，资本雄厚，生产性服务业十分发达，是各国生产性服务的主要供给者。这就推动了美国生产性服务出口的增长。如美国1981年至1995年累计出口生产性服务（以其他运输、特许权和许可证费、其他私人服务为代表）达10 037.89亿美元，1995年当年为1 167.40亿美元，比1981年增长了2.88倍，年定基增长率高达20.57%（含价格上涨因素）；累计顺差达3806.11亿美元，占服务贸易总顺差的93.94%。经济增长较快的韩国、东盟、墨西哥等新型工业化国家和地区已成为美国设备安装维修、建筑工程、基础设施等工业性服务出口的主要市场。

2. 新技术革命的突飞猛进为美国服务业创造了有利的贸易机会。80年代以来，以光纤通讯和微型计算机技术的不断突破和广泛应用为标志的新技术革命在美国蓬勃发展，美国取得了信息技术方面的领先地位。1981年美国有95个联机业务系统接入450个数据库，而1990年底，已有650多个联机业务系统接入3900个数据库。新技术革命的迅猛发展大大缩短了贸易伙伴之间的“经济距离”，降低了运输、通讯和信息处理成本，以及交货的不确定性，促进了商品贸易和与之相关的追加服务贸易的扩大，创造了许多新的服务业，如计算机与通讯设备安装与维护、信息和网络系统设计与运行控制、数据处理等。同时，还使服务的贸易性大大增强，服务贸易的外延大大扩大。正如美国贸易谈判代表办公室官员指出：信息技术的重要进展在服务领域创造了新的贸易机会，因为需大量服务投入的新的生产流程日益涌现，借助通讯卫星、国际网络等媒介可以进行数据处理、计算机编程、视听娱乐、培训和教育、法律、会计审计、工程设计、银行、保险、研究与开发、出版、广告、公共关系、通讯、信息等几乎各种服务的远距离高效率地交换，克服了以前许多服务的贸易需生产者和消费者实体接触、同时存在方能进行的时空局限性，这些无疑有利于美国的服务出口，特别是与信息技术有关的新服务的出口。1991年，美国金融、电讯、电脑数据处理、管理咨询、公关、数据库及信息一类服务的出口达102.61亿美元。¹⁰

3. 美国跨国公司的迅速发展带动了美国服务业的国际化和服务的出口。80年代后，为了充分利用国际分工利益，绕过贸易壁垒，抢占和控制国外市场，美国跨国公司在世界范围内进一步发展，从而带动了美国服务出口的扩大。这种带动作用主要体现在以下几方面：

首先，制造业跨国公司在全球的扩展，促进了公司内部服务贸易的增长。如母公司向海外分支机构提供经营管理、市场营销、数据处理、研究开发、人员培训、系统设计等方面的服务，以及商标、专利、专有技术之类的工业产权、特许经营权，收取报酬和费用，扩大了美国的服务出口。

其次，许多制造业跨国公司利用自身雄厚的资金实力、丰富的信息资源、积累的技术优势和发达的分销网络，积极开展多样化经营，直接出口服务，以提高内部服务生产的规模经济效益；或通过在海外设立服务分支机构，在当地市场销售服务产品，以分散经营风险、谋求更多利润。如，波音公司所属计算机服务中心向许多国家的客户出售数据处理服务，麦道公司支持其内部研究与开发活动的数据库80年代初期就发展为一个独立的机构，向国外客户提供线上数据服务。而国际电话电报公司在40多个国家经营旅馆酒店、金融保险等边际利润高的服务业。

再者，美国许多服务企业为了跟踪向制造业跨国公司提供及时、有效的会计审计、广告、公共关系、法律、投资咨询等服务，或由于国内服务市场饱和，竞争加剧，边际利润下降，一直努力向海外进军。这样，美国服务企业的经济活动逐步走向国际化，服务业跨国公司在80年代后同样得到较大发展。事实上，由于服务生产的特殊性，服务贸易高度依赖于服务业投资（在很多场合，投资往往是服务贸易得以进行的必要条件），服务企业也必须通过海外直接投资，以商业存在的模式才能向国外市场提供有竞争力的服务。据美国

商务部对 18 个服务行业的调查, 会计审计、广告、银行、租赁、旅店、法律等 8 个行业的国际交换中, 投资占统治地位; 通讯、计算机服务、工程设计、教育、保险、保健等 8 个行业的国际交换中, 投资和贸易(直接出口)同等重要; 只有航空、海运两个行业, 贸易占统治地位。¹¹

美国跨国公司通过其发达的海外分支机构在国外市场上销售的服务比重远远高于直接出口的服务比重。美国国会技术评估办公室 1986 年发表的调查报告表明, 美国服务企业(不含银行) 1983 年的对外销售额 1520~1690 亿美元中, 直接出口为 610~751 亿美元, 占 40.13%~44.44%, 海外分支机构当地销售 875~937 亿美元, 占 57.56%~57.57%, 而会计、广告、数据处理、工程设计、保险、投资银行(含经纪业)、租赁、法律服务、管理或咨询等行业海外销售份额高达 80% 以上¹²。而据美国商务部的统计资料, 1993 年至 1995 年, 美国特许权和许可证技术出口中来自跨国公司母公司或分支机构的比重分别高达 77.29%、78.22% 和 80.20%, 充分反映了跨国公司对技术服务出口的促进作用和垄断性; 该期间美国其他私人服务出口中, 跨国公司所占的部分也有 31% 左右。¹³

4. 世界商品贸易, 特别是美国商品贸易的发展, 促进了对美国相关服务的需求。运输、港口服务、货运代理、保险、分销之类的传统服务贸易随着商品贸易的发展而发展, 两者是相辅相成的。80 年代以来, 由于以非关税壁垒为主流的新贸易保护主义的盛行, 世界商品贸易的增长速度有所放慢(1970—1980 年增速为 20.9%), 但仍以 4.8% (1980—1990 年)、5.7% (1990—1994 年) 的平均年率在继续增长,¹⁴ 1980—1995 年美国商品出口也从 2 242.50 亿美元增加到 5759.40 亿美元, 约增长了 1.57 倍, 年增长率约为 6.5%¹⁵ (含价格上涨因素)。随着商品贸易的增长, 与此相关的国际运输、国际金融与保险、国际商务旅行、售后服务、技术咨询等服务业也同时发展起来, 从而带动了美国服务的出口。如 1981 至 1995 年, 其他运输服务(货运、港口服务、其他非客运项目) 共为美国赚取了 2 877.07 亿美元的收入。但由于各国对运输业的管制和保护较多, 美国运输业的比较优势(取决于资本实力) 难以发挥, 加之 80 年后美国商品贸易连年发生巨额赤字, 因而自 1984 年起其他运输领域一直是逆差(1963 至 1983 年 20 年间, 有 15 年是顺差)。¹⁶

当然, 商品贸易的发展, 国际市场竞争的加剧, 也刺激了对高质量其他生产性服务投入的需求, 促进了美国技术和知识密集型商业服务的出口。

5. 世界范围内总体生活水平的提高, 消费结构的变化, 促进了美国个人消费类服务的出口。据维克托·富克斯研究, 美国 60 年代服务需求的总收入弹性为 1.12, 商品需求的总收入弹性则为 0.93。¹⁷ 这说明随着收入水平的提高, 人们对服务、特别是对旅游、教育、文化娱乐之类的服务的需求强度要大于对商品的需求, 这一原理对任何国家都是适用的。80 年代后, 绝大多数的国家人均 GNP 和私人消费都有不同程度地增长, 对旅游、教育、娱乐等服务的需求日益提高。美国具有发达的教育、先进的医疗保健系统、多元化的文化、丰富多彩的娱乐业, 对外国服务消费者具有极大的吸引力, 这方面的服务出口占有重要地位。如 1987 年美国教育部门的出口(主要为研究生学费) 为 38.04 亿美元, 顺差近 33 亿美元, 而到 1995 年教育出口增至 75.17 亿美元, 顺差高达 66.4 亿美元, 占当年私人服务贸易顺差 667.56 亿美元的 9.95%;¹⁸ 1993 年医疗保健服务也大约有 7 亿美元顺差。1981—1995 年间, 旅游服务出口所占比重一直仅次于其他私人服务, 其中 1981 年、1989 年、1990—1993 年居各类服务出口之首, 如果将旅客运费包括在内, 则该类出口收入更是遥遥领先。同期, 旅游服务贸易有 8 年(1981 年、1989—1995 年) 为顺差, 顺差累计为 862.13 亿美元, 占这 8 年私人服务顺差总额 3 835.93 亿美元的 22.48%; 如果加上旅客运费, 则顺差高达 1 176.33 亿美元, 占私人服务顺差总额的 30.67%。¹⁹ 由此可见, 旅游行业是 80 年代以来美国服务出口的一大支柱。

6. 美国政府利用政治力量, 推动服务贸易自由化, 为美国服务出口创造了条件。早在 70 年代, 美国政界和经济界就已认识到美国国际贸易的比较优势已从商品领域转向服务领域, 扩展服务出口对美国实现经济增长和增加就业的宏观经济目标极为重要。而当时, 其服务出口面临着外国设置的重重壁垒。于是, 政府开始了旨在促使外国打开服务市场的一系列努力。1974 年国会通过的《贸易法》首次提出, 国际贸易既包括商品贸易, 又包括服务贸易。该法案第 301 条款授权总统对阻碍美国商务扩张的外国行动进行报复; 参议院金融委员会特意指出, “商务”一词包含与商品贸易有关的服务。1973—1979 年在美国推动下进行的东京回合多边贸易谈判达成的重要成果之一——政府采购、标准和补贴三个规范, 初步涉及了用于商品贸易的运输、保险、检验等服务的自由化问题。²⁰ 鉴于 70 年代美国新增加的 2 000 万个就业机会中有 1 700 万在服务业, 服务业已成为美国的主导和有国际竞争力的产业, 服务贸易盈余在一定程度上抵销了其商品贸易逆差等事实,²¹ 里根上台后将服务贸易置于优先地位, 成立了服务咨询委员会来协调政府和产业界在服务贸易上的立场。1984 年国会通过的《贸易与关税法》和 1988 年通过的《综合贸易和竞争法》都明确授权总统就服务贸易、投资和知识产权进行谈判, 并对不向美国让步的国家和地区进行报复, 以迫使外国开放服务市场。在尚未建立起一个服务贸易国际规则框架的情况下, 美国力图通过双边谈判解决服务市场准入和不公平竞争问

题。如 1975—1988 年, 美国曾 11 次引用《1974 年贸易法》301 条款处理服务贸易争端, 涉及空运、海运、广告、广播、电影发行、建筑和工程、保险等部门。²² 美国通过双边主义、区域主义策略的运用, 凭借政治经济实力施压, 各个击破。如迫使日本、韩国等国开放保险市场、建筑市场, 迫使东南亚国家开放航空市场, 迫使发展中国家开放潜力巨大的保险、电信、金融、职业服务等市场。积极与加拿大、墨西哥进行自由贸易谈判, 先后签订了美加自由贸易协定、北美自由贸易协定, 将实现集团内服务的自由流动作为重要内容, 产生了服务贸易创造的良好效应。如 1989 年 1 月 1 日美加自由贸易协定生效前的 1986 和 1987 两年, 美国对加拿大私人服务出口分别只有 66.58 亿美元、77.45 亿美元, 占当年美国私人服务出口总额的 8.67% 和 8.93%²³。而生效后, 美国在服务贸易方面较加拿大所具有的明显竞争优势得到发挥, 特别是计算机和基于通讯网络的增强服务、金融服务、旅游等最具活力的领域受益显著。如 1989 年至 1991 年, 美向加出口私人服务增至 131.95 亿美元、160.56 亿美元和 178.03 亿美元, 分别占美国当年私人服务出口总额的 11.20%、11.73% 和 11.71%, 份额有较大幅度提高。²⁴ 北美自由贸易协定的谈成 (1992 年 8 月 12 日) 和生效 (1994 年元月 1 日) 又为美对墨服务出口扫清了障碍, 1993 年和 1994 年向墨出口服务 84.27 亿美元和 88.14 亿美元。可见, 美国积极寻求的双边和区域服务贸易自由化为其服务出口带来了切实利益。

在美国采用双边谈判处理服务贸易争端及酝酿与加拿大进行自由贸易谈判的同时, 美国不断施加压力, 要把服务贸易纳入新一轮多边贸易谈判之中, 以改善其服务在市场准入、利润汇回等方面的障碍和在国外受到的歧视性待遇。随着发达国家的认识逐步统一, 发展中国家态度的转变, 1986 年 9 月于乌拉圭埃斯特角召开的发动新一轮多边贸易谈判的关贸总协定缔约国特别部长会议上, 服务贸易被正式列为谈判的重要议题, 在其后长达 7 年的乌拉圭回合多边贸易谈判中, 各方陆续提出了自己的市场准入初步承诺开价单, 并象征性地对外开放了本国原来一直关闭的某些服务部门, 这无疑促进了美国的服务出口。如中国于 1991 年 7 月提出第一个初步承诺开价单, 承诺开放海运、金融、旅游、专业服务、广告和近海石油勘探 6 个服务部门, 以后修订时又扩大到保险、医疗、建筑、公路运输、房地产等部门。美国六大国际会计公司也均乘机在我国设立了常驻代表处和中外合作会计师事务所, 提供会计审计、税务、投资咨询等服务, 我国 24 家境外上市股就是由六大会计公司审计后上市的。美国在我国会计服务市场上占据着绝对统治地位, 最早成立的一家中美合作制会计师事务所——毕马威华振会计师事务所 1992 年成立以来, 年收入保持着 25~30% 的递增速度。²⁵

三、美国服务出口的发展前景

可以预料, 今后美国服务出口的发展将有一个良好的前景, 出口规模和顺差将会继续扩大。这是因为:

1. 美国具有服务贸易比较优势, 有很强的国际竞争力。经济学家认为, 在服务领域, 一国贸易的比较优势取决于: 专有技术的数量; 现有物质基础设施 (如固定资本、高技术设备) 的存量; 拥有的信息资源和应用技术创新的能力; 供应商的规模和市场的规模 (规模经济性和能支撑专有技术的大规模国内服务市场的存在); 与规模经济有关的专业化协作及相关技术和信息的发展; 政府规制对规模经济的作用等因素。²⁶ 美国每年研究与开发费用一直占 GDP 的百分之二点多 (1985 年为 2.8%), 教育支出占 GDP 的比例 (1991 年为 7.0%) 高于所有其他发达国家,²⁷ 科技力量和高等教育水平居世界之首, 信息技术和信息网络处于领先地位, 国内市场规模庞大, 自由竞争度很高。这些都意味着美国在服务贸易领域具有明显的竞争优势。

2. 美国服务出口有很大的增长空间。1995 年, 服务业产值占 GDP 的 51.65%, 该年服务出口 (含军事销售合同下的转移和政府杂项收入) 为 2105.9 亿美元, 占其产值 (出口强度) 的 5.62%, 占 GDP 的 2.90%; 商品产值占 GDP 的 36.76%, 该年商品 (不含军备) 出口为 5759.41 亿美元, 出口强度达 22.2%, 占 GDP 的 7.94%²⁸。假定 1995 年的服务出口达到其产值 10%, 出口额即高达 3746.5 亿美元。另外, 据统计, 美国人均服务消费比西方其他 6 大经济强国高出 40%。如果今后 5 年, 他们的人均服务消费升至美国的水平, 那么只要其服务进口的一半来自美国, 美国服务出口每年就可高达 5500 亿美元 (这还未包括对其他地区的出口)²⁹, 若按 1995 年服务贸易顺差占服务出口的比例 32.46% 计算, 届时年服务贸易顺差将达到 1785.4 亿美元, 远远大于 1995 年 683.60 亿美元的规模。由此可见, 美国服务出口的巨大潜力。

3. GATS 的签订和实施, 为美国迎来了服务贸易逐步自由化的良好国际经济环境。据来自伦敦经济学院的阿尔廷哥和世界贸易组织的恩德斯研究, 在乌拉圭回合服务贸易谈判覆盖的 149 种服务活动中, 参与方的市场准入承诺程度如下: 发达国家为 64%, 经济转轨国家为 52%, 发展中国家为 16%; 如果将不属于最后承诺范围的视听、邮政、基础电讯、运输几类服务排除在外, 承诺程度则分别升为 82%、66% 和 19%; 在美国比较优势显著的职业教育、计算机和相关服务、线上信息和数据库服务、金融服务等领域, 参与方总体承诺水平在 50% 以上, 在美国同样具有较大比较优势的研究与开发、租赁、市场研究、广告、管理咨询、电子

邮件和电子数据交换、分销、工程设计、环保服务等领域，作为美国服务出口主要市场的欧盟、加拿大、日本等发达国家几乎全部承诺对外开放；即使是 77 个发展中参与方，也分别有 1/2、1/3 和 1/4 的国家和地区承诺开放保险市场、银行和其他金融服务市场，以及计算机和相关服务市场。³⁰这对美国今后服务出口来说，无疑是个极为有利的条件。

此外，2005 年建立美洲自由贸易区谈判的完成（1994 年 12 月美洲 34 国迈阿密首脑会议决定），亚太经济合作组织成员国于 2010/2020 年前实现贸易、投资自由化（1994 年 11 月《茂物宣言》），也将为作为重要成员的美国服务出口提供一个巨大的区域性市场。

4. 美国政府推行“服务优先”的出口发展战略，将其服务出口提供有力的保障和动力。1995 年 6 月美国商务部公布了克林顿向国会提出的《国家出口战略》体系中极为重要的战略举措——“服务先行”出口发展战略，并决定在继续依靠欧、日等传统服务出口市场的同时，积极在墨西哥、阿根廷、巴西、中国经济区、印度、印尼、韩国、波兰、土耳其和南非十大新兴市场开拓新的贸易机会，特别要重点支持环保、信息、能源、交通运输、卫生保健、金融等关键领域服务出口的发展。为了促进和扩大服务出口，美国政府其他许多部门，如贸易谈判代表办公室、财政部、运输部、国务院、能源部、旅游管理局、进出口银行、国际开发署等，与制造业和服务业密切合作，为其提供有关市场、外国经贸法规等信息和咨询服务，并为他们与外商接触牵线搭桥，帮助他们打入国际服务市场，提高在全球服务市场中的占有率。

当然，美国未来服务出口也不会一帆风顺。一方面，面临着来自欧盟、日本和新兴工业化国家与地区的竞争的挑战。据国际货币基金组织统计，早在 1984 年，欧共体服务出口（含内部贸易）在世界运输、旅游、其他私人服务三类私人服务出口中的份额就分别高达 39%、43% 和 48%，几倍于美国的 14%、12% 和 9% 的份额。³¹而到 1992 年，根据关贸总协定统计，仅法德两国的服务贸易份额就达 16.7%，超过了美国的 16.2%。³²随着欧共体内部统一大市场的建成和欧洲联盟经济进一步向一体化发展，服务实现区内无障碍自由流动，越来越多的服务进口将转向内部供给。以银行和保险业为例，据研究在单一市场建成前后其产值和对外贸易会发生以下变化，见下表所示。³³

市场类型	产 值		从非成员国进口	
	短 期	长 期	短 期	长 期
分割的市场 (建成前)	0.3	0.7	- 1.0	- 0.8
一体化的市场 (建成后)	1.5	13.5	- 6.4	- 3.2

由表可见，欧共体内部单一市场的建成会导致金融服务贸易发生转向，从区外进口在短期和长期内都会下降。最近，欧盟 15 国达成协议，彼此之间全面开放天空，建立统一的民航市场，以推动区内市场结构调整，实现优化组合，达到规模效益，增强对外竞争能力，就是一个迹象。

日本服务出口虽然在 1992 年只占世界服务贸易的 5%，且有 480 亿美元的巨额逆差，但自 1986 年以来其服务业海外投资年均增长 23.5%，高科技服务业海外投资年均增长 49%，高于美国 17.14% 和 35% 同类数字，可谓潜力较大。而且，日本已将金融和人力资源集中于服务业，雄心勃勃地期望成为重要的服务出口国，特别是期望在金融、保险、建筑和工程、房地产、咨询、电影和出版、休闲娱乐、旅游、时装设计等领域的出口获得较大增长。日本会成为服务出口“明天的强有力的竞争者”。³⁴

同时，新兴工业化国家和地区也迅速积累起技术、资本、信息和人力资源，在某些部门具有了比较优势，至少相对于许多发展中国家是有“梯度”竞争优势的，出口潜力也不容忽视。如新加坡在医疗保健、数据处理、金融服务等领域竞争力较强，1993 年服务贸易出口额为 172 亿美元，有 57 亿美元的顺差。发展中国家在旅游和建筑一类劳动密集型服务中拥有潜在比较利益。早在 80 年代初中期，加勒比、拉丁美洲和地中海地区的国家就已成功地开发了旅游业；印度和韩国在输出工程劳务方面也大获成功。如 1981—1983 年，韩国充分发挥其劳动力成本低廉、工人组织严密的优势，利用中东地区大规模进行基础设施建设的良机，积极扩大建筑服务出口，在世界建筑服务市场中的份额连续三年超过 11%。³⁵中东大规模建设结束，市场骤然缩小后，韩国又努力开拓东南亚、北美和太平洋地区工程承包市场，1996 年承包额超过了 100 亿美元。目前，韩国已成为世界建筑工程承包服务的主要出口国之一。

世界服务贸易的市场规模在动态上虽然是不断扩大的，竞争也并非必然为“零和”结局，但在静态上、

在短期内却是有限的，竞争是“你死我活”的。其他国家的强有力竞争无疑对美国的服务出口提出了挑战。

另一方面，全球范围内的服务贸易自由化将是一个漫长而艰苦的过程。虽然乌拉圭回合多边贸易谈判最终达成了GATS，世界经济日益全球化决定了服务贸易自由化是大势所趋，但由于服务贸易本身的特点，贸易扩大涉及开业权、移民、信息流动等许多敏感问题，因而真正实现自由化困难重重。无论是发达国家，还是发展中国家，出于保护本国市场（很多服务行业是由国家或私人垄断的，利润丰厚）或幼稚产业的目的，出于平衡国际收支的需要，或出于保护民族文化的目的、基于维护国家安全和主权完整的政治考虑，都不可能完全开放本国服务市场，或多或少地对一些重要部门进行永久、长期或短期的保护；即使在已开放的服务部门，也往往不给予实质性国民待遇，设法使其在与本国服务提供者竞争中处于不利地位。如日本表面上答应开放海运市场，但却采取不向外国商船提供有效率、有竞争力的港口服务（装卸货商业服务由日本港口运输联合会JHTA—家垄断经营）、增加港口费用负担的不正当手段，阻止外国海运公司进入日本，惹得美国联邦海运委员会拟对日海运业进行制裁。事实上，美国自己也对本国的一些服务部门进行保护，其中航空和内河航运领域最为突出，在银行、保险、电信等行业，外国公司在美业务经营也遇到规制方面的特殊障碍。³⁶因而，全球服务贸易自由化绝非一朝一夕的事情，美国服务出口仍将面临着来自各国各种各样的贸易壁垒的影响，前进的道路是曲折的。

注释：

- 世界银行：《1987年世界发展报告》、《1992年世界发展报告》和《1996年世界发展报告》需求结构表。
15 16 19 根据美国商务部《现代商业概览》，1996（7），68页，美国国际交易表计算。
根据《现代商业概览》，1996（7），96页，美国国际交易地区分布表计算。
13 世界银行：《1996年世界发展报告》，英文版，209页经济增长表，216页商品贸易增长表。
世界银行：《1993年世界表》，英文版，表6“GDP增长表”、表9“服务业对GDP增长贡献表”。
[加]赫伯特·G·格鲁伯、迈克尔·A·沃克，陈彪如译：《服务业的增长：原因与影响》，中译本序，1、2页，上海，上海三联书店，1993。
[日]公文俊平主编，雨谷译：《日本进入服务产业新时代》，38页，北京，新华出版社，1987。
杰萨·弗凯泰卡蒂（Geza Feketekuty）、凯思琳·何塞（Kathryn Hauser），《信息技术和服务贸易》，载美国《经济影响》，1985（4）。
10 1992年美国《总统经济报告》。
11 布赖恩·欣德利（Brian Hindley）、阿莱斯代尔·史密斯（A Iasdair Smith）：《比较优势和服务贸易》，载伦敦《世界经济》，1988年（3）。
12 雷切尔·麦卡洛克（Rachel McCulloch）：《服务与乌拉圭回合》，载伦敦《世界经济》，1989（3）。
14 18 根据美国商务部《现代商业概览》美国私人服务交易表计算，1996（7），84页。
17 [美]维克托·福克斯，许微云等译：《服务经济学》，55页，北京，商务印书馆，1987。
20 杰萨·弗凯泰卡蒂：《国际服务贸易》，英文版，300~302页，1988。
21 34 马里奥·卡柯巴兹（Mario A·Kakabadse）著，联合国贸发会议编：《国际服务贸易：90年代自由化前景》，英文版，56、61页，1989。
22 于维香等著：《国际服务贸易》，76页，北京，中国对外经贸出版社，1995。
23 24 作者分别根据美国商务部《现代商业概览》1987（12）、1988（12）、1992（6）美国国际交易地区分布表数字计算。
25 张云中：《向国际化迈进——中国注册会计师业扫描》，载《国际商报》，1997-02-21。
26 墨里·吉布斯（Murray Gibbs）、米基科·哈芽实（Michiko Hayashi），联合国贸发会议编：《服务贸易：部门问题》，英文版，8页，纽约，1989。
27 《美国统计摘要》，610页、860页，1994。
28 根据美国商务部《现代商业概览》，1996（7），68页国际交易表和1996（12）按产品主要类别的GDP表计算。
29 曹自强：《美国服务贸易出口现状及战略》，载《国际贸易》，1996（3）。
30 罗拉·阿尔廷哥（Laura Altingers）、艾利斯·恩德斯（Alice Enders）：《服务贸易总协定承诺的范围和深度》，载伦敦《世界经济》，1996（3），316、328~331页。
31 国际货币基金组织：《国际收支统计年鉴》，1984。
32 关贸总协定：《国际贸易》，1992—1993。
33 根据米切尔·盖西艾科（Michael Gasiorck）、阿莱斯代尔·史密斯（A Iasdair Smith）等著：《1992：贸易和福利——一般均衡分析》，46页表2.2和48页表2.3制成，原文载于阿兰·温特斯（Alan Winters）编：《1992年后的贸易流动和贸易政策》，剑桥大学出版社，1992。
35 金苏永（Sooyong Kim）：《作为服务出口的韩国建筑业》，载《世界银行经济评论》，1986。
36 拜拉·巴拉萨（Bela Balassa）：《美国》，128~129页，载于世界银行和联合国跨国公司中心编：《乌拉圭回合与世界经济中的服务业》，英文版，1990。

（作者单位：武汉大学经济学院）
（责任编辑：曾德国）