

国际服务经济研究

International Service Economy Research



第 2 期
2014.06

国际服务经济研究（季刊）

编委会主任

隋广军：广东外语外贸大学党委书记、教授

编委会副主任

顾也力：广东外语外贸大学副校长、教授

编委会成员(按姓氏笔画排列)

刘德学、陈万灵、杨继军、林吉双、顾也力、夏杰长、
隋广军、黄立军、蒋吉频

主 编

林吉双：广东外语外贸大学国际服务外包研究院、国际服务
经济研究院院长、教授

副主编

黄立军：广东外语外贸大学国际服务外包研究院、国际服务
经济研究院副院长、教授

责任编辑

唐 玲：广东外语外贸大学国际服务外包研究院、国际服务经
济研究院秘书

目 录 CONTENTS

全球经济治理

中国参与全球经济治理的战略选择·····隋广军等 (1)

服务外包

服务外包高端人才知识和能力需求调研报告·····林吉双 (9)

服务贸易

中欧服务贸易竞争力比较及政策建议·····孙秀丽(23)

International Service
Economy Research

中国参与全球经济治理的战略选择

隋广军 等

内容提要:本文通过考察世界主要国家经济、金融、贸易、科技等指标,认为未来10-15年里,继续崛起的中国将从全球性经济大国提升为经济强国,贡献全球公共产品的能力和参与全球经济治理的影响力将得到强化。根据中国经济的发展势态和全球经济治理体系调整、改革现实需求,中国应作为国际制度体系的深度参与者、重要建设者和共同改善者的身份定位,按照参与进程的渐进性、参与方式的合作性和参与层面的国内外统筹性原则融入全球经济治理体系。其目标是构建一个与综合实力相适应、权力和责任基本对称、发展共同利益和促进本国利益相结合的参与全球经济治理的战略框架,提升中国的国际形象和全球经济治理机制的合法性、有效性,最终推动建立更加公正合理的国际经济新秩序。

关键词:全球经济治理 国际定位 国际经济组织 国际战略

一、中国参与全球经济治理的实力基础

进入二十一世纪以后,在和平与发展的世界主题下,中国抓住了“大有可为的战略机遇期”。在新的重要战略机遇期内,中国的经济发展实力和未来国际经济格局的变化,是中国参与全球经济治理战略选择的基础条件。

(一) 经济总量

从人口、资本和全要素生产力等角度看,中国今后10年的增长潜力较过去可能呈现转折性变化。2015年面临劳动力人口峰值,随后劳动力绝对数开始缓慢减少。资本积累仍将是中国未来10年经济增长的主要动力,但未来的投资速度较过去会由10%下降至7%左右,相应地资本积累速度也将有所下降。伴随着中国的技术追赶,中国从其他国家的技术模仿和引进变难,全要素生产率的增长将可能由过去的3%下滑至2%左右的水平。国际经验表明,当人均GDP达到1.1万国际美元的时候,经济增长率都出现了不同程度的下降,下降的幅度大体是在30%到40%(刘世锦,2013)。根据李善同(2010)的预测,中国未来10-15年的增长可能将由过去平均10%左右的高速增长转为6-8%的中高速增长。

(二) 金融实力

本文由广东外语外贸大学党委书记隋广军教授牵头,其他成员包括:陈伟光、程永林、蔡伟宏,肖鹤飞、李青、梁立俊、刘继森、陈寒溪。

金融实力反映的是一个国家或地区金融发展的总体状况。世界经济论坛（WEF）公布的世界62个主要国家的年度金融发展报告（Financial Development Report）显示，尽管中国领先于金砖四国，但和主要发达国家确实存在较大差距，特别是美国。综合来看，中国在62个国家中排名第23位，而美国排第2位。中国金融“硬实力”扩张迅速，但金融“软实力”提高相对缓慢，导致了中国现阶段金融实力和发达国家仍有较大的差距。就人民币国际地位而言，2014年1月人民币作为全球支付货币的市场占有率为1.39%，排名已经晋升至第7位，紧随澳元和加拿大元。SWIFT将人民币的晋升评价为：“人民币通过离岸市场的推进作用，正在攀升为国际性支付货币”。预计到2015年人民币将超过英镑和日元，成为除美元、欧元外的全球三大跨境贸易结算货币之一。

（三）贸易实力

商务部研究院（2010）预测，2020年我国包括货物贸易和服务贸易在内的总贸易额将达到5.3万亿美元左右，其中，货物贸易额进出口额将分别达到约1.9万亿和2.4万亿美元，占世界比例分别约8.2%和10.1%，分别居世界第二和第一位；服务贸易进出口额将分别达到0.5万亿美元左右，占世界比例分别约8.7%和8.1%，各居世界第二位。到2015年我国与贸易强国标准差距缩小1/4，到2020年我国与贸易强国标准差距缩小1/2，到2030年各指标与贸易强国基本相等。到2030年，中国将实现由“大”到“强”，拥有一批跨国公司和世界品牌；占据产品、技术、环境、劳工、社会等标准的国际领先地位；提升国际贸易规则制定和主导权；提升商品定价权或议价权；提升人民币国际地位；不断改善我国对外贸易条件，形成国际竞争的综合优势。

（四）制造业竞争力

德勤全球制造业研究小组与美国竞争力委员会发布的《2013全球制造业竞争力指数》显示，由于中国拥有劳动力及原料成本优势、政府大力投资制造行业以及完善的供应商网络，所以中国的制造业竞争力指数在当前以及未来五年均位居世界榜首。美国、德国和日本等20世纪的制造业中坚力量在未来五年维持其竞争优势方面将面临印度和巴西等新兴国家的挑战。目前德国和美国位列全球第二和第三名，但是调查显示五年后他们的排名将有所下滑，德国将退居第四，而美国则排名第五。而金砖四国中的印度和巴西虽然目前排名第四和第八位，五年后竞争力排名将窜升至全球第二和第三位。目前列于榜单前十的其他两大发达国家的竞争力也将在五年后有所下降：加拿大将从第七名降至第八名，而日本将跌出前十，退至第十二名。由此可见，中国的制造业已经与美国、德国和日本一道，成为世界制造业的中坚力量。

（五）科学技术

世界知识产权组织（WIPO）2012年的报告指出，2011年中国的专利申请数量第一次超过美国，成为世界第一大专利申请国，占了全世界比例的1/4。2012年，中国研发（R&D）经费突破一万亿元，占国内生产总值的1.97%，大约是美国同期研发投入的40%。2008年金融危机以后，从2008年到2012年四年间，中国的研发经费增长了122%，年均增长22%，远高于同期GDP增速。根据2020年中国将实现全社会研发经费占GDP 2.5%以上的目标，以及美国研发方面投资占GDP总量的2.8%的假定，中国研发经费将是美国同期研发投入的80%。而巴特尔研究所（Battelle Memorial Institute）则预测，中国的研发总投入将于2022年超越美国。

二、中国参与全球经济治理的战略目标

全球经济治理的基本宗旨在于通过金融、贸易、产业等领域的国际协调机制，矫正全球经济总量和结构的失衡，维护和保持世界经济持续和健康增长，以实现共同发展这一普惠的价值理想。由于不存在一个统一的世界政府提供全球经济治理的公共产品，治理行为体的合作机制和共同行动也就显得尤为重要。从集体理性的角度讲，各国参与全球经济治理的目标是：通过设计合理的国际制度最大限度地防范和处置全球系统性经济风险，实现世界经济的共同发展。但是，即便是在无霸权治理条件下，作为民族利益代表者的主权国家在参与全球经济治理中，必然会根据自身的能力和意愿，权衡参与成本和收益问题，这是各国个体理性的一般表现。所以，各国参与全球经济治理的具体目标选择会表现出较大的差异性。例如，对于极不发达国家来说，获得外部援助、消除贫困是其最迫切的要求；对包括新兴国家在内的发展中国家来说，实现经济可持续增长和国家繁荣是其优先选项；但就美国而言，保持自身的领导优势地位、维护美国治下的国际政治经济秩序，是其更看重的目标。

（一）树立大国形象的目标

塑造大国风范，提升国际形象是中国参与全球经济治理基础性目标，如果在参与进程中，国际形象得不到有效提升，中国的长远发展不仅将受到影响，而且容易被孤立起来难以在全球治理中获得相应的大国地位。中国参与全球经济治理是2008年全球金融危机之后广泛兴起的话语体系，为了共同应对危机的影响和协商解决治理机制的问题，中国政府做出了不懈的努力并付出了巨大的投入，积极参与应对危机的国际协调，为世界经济复苏做出了积极贡献，这种积极的态度和迅速的行动本身又是一次“负责任大国”的明确宣示，这也是全球经济治理的公益性目标和公共产品的属性所决定的。

参与全球经济治理不等同于参与全球经济，以获取经济利益为单一目标。参与全球经济治理更多的体现为利益协调基础之上的责任、义务以及相应的地位和权力，是参与全球经济的高级形态。治理强调的是达成良好秩序以规则为基础的“善治”，国家作为主要的全球经济治理的主体，首先要求它是现有规制体系的执行者、维护者和遵循者，按规则办事的“自律”行为显得非常重要，所以中国的企业在从事贸易和投资活动中，遵守规则、恪守道德、规范行为必须引起重视，避免不必要的“被治理”事件而影响国家形象。其次，随着国家的经济实力的提升，相应的增加国际援助和公共产品，做好从经济全球化的受益者向全球财富增长的贡献者的身份转换，在与世界的互动中向外界持续传递中国“正能量”，帮助感受中国竞争压力的国家正确认知崛起的中国是“和平可亲文明的醒狮”。再次，明确政府和跨国公司参与全球经济治理的边界，在国际市场上同样需要规范政府职能，发挥市场的决定性作用和更好地发挥政府的作用，防止企业市场行为泛化为国家战略，保证中外企业的平等竞争，避免西方对“中国的国家资本主义”挑战的夸大。最后，对全球经济治理中代表发展中国家的利益诉求，在更多的发展中国家中赢得尊重和声誉。

（二）协调各方利益的目标

随着经济全球化和世界经济一体化的不断发展，经济主体的交易和互动不断加深，促进双边、区域跨区域乃至全球的共同利益成为各国战略选择主要考量。中国的国家利益是国家安全、经济、政治和文化利益的集中体现，是实现和平发展和中华民族伟大复兴的中国梦的基础。参与全球经济治理进程中，中国的经济利益主要表现为国际贸易投资、国际金融、国际产业分工等利益，随着中国的继续崛起和海外投资能力同步增进，开拓海外市场，谋求更多的海外利益将成为中国的重要选择。

但是，中国经济的赶超战略和快速增长不可避免地对一些国家产生利益竞争甚至经济冲击，所以应注意树立更加包容的义利观，为其他国家特别是其他发展中国家留出空间，扩大对需要帮助的国家的经济援助，让中国的发展真正惠及全球。正如全球治理委员会强调的那样：“治理是各种公共的或私人的个人和机构管理其共同事务的诸多方式的总和。它是使相互冲突的或不同的利益得以调和并且采取联合行动的持续的过程”。全球经济治理中利益原则始终是行为体的基本导向，多元利益协调伴随着对全球问题管理的整个过程，国家利益目标只有和全球经济治理的公益性目标基本协调一致，公正有效的全球经济治理才能实现。

（三）平衡权力和责任的目标

既然世界多极化趋势不可逆转，全球经济的多边共治也就越来越成为这个时代的

特征。在未来的多极化国际结构的演变中，中国的经济规模超越美国后，综合国力特别是软实力还需要相当多长的时间赶上美国，由于国际制度体系的相对稳定性，中国的综合国力转化为参与全球治理决策影响力和规则制定权更需要漫长的历练。所以，未来多极世界的国际领导结构发展趋势可能是，由美国的单边集权领导格局向主要包括中国在内的“国际集体领导”的分权格局转变。

2010年《美国国家安全战略》报告指出：“美国继续推进与中国积极的、建设性的和全面的联系，欢迎中国与美国一起承担负责任的领导角色”，因为无论是传统安全还是非传统安全，经济还是环境领域，今天的美国都需要与他国的共同合作。中国参与全球经济治理一方面需要提高在治理系统中的话语权、代表性和影响力，争取权力和责任的基本称性，致力于优化治理结构，推动治理结构转型，使得多边治理体制因中国的因素显得更加合理、公正和有效；另一方面在于中美两个世界最主要大国的权力和责任均衡，承担全球共治的主要责任，这是中美新型大国关系的高级形态。中美新型的大国关系除了在相互依存中维护彼此的核心利益开发共同利益外，还需要提供相应的国际公共产品的义务，共同应对诸多地区和全球性挑战。

三、中国参与全球经济治理的战略原则

（一）渐进性原则

数量的边际演进与时间的逐次推进的渐进性改革原则是当代中国现代化建设的成功经验，从“摸着石子过河”的改革路子到“韬光养晦、有所作为”的外交策略，都体现这种原则所蕴含的理念，中国参与全球经济治理同样需要遵从渐进性原则，具体来说：

1、在参与深度上，量力而行，顺势而为。从目前来看，重点是培育和集聚全球经济治理的参与能力，为深度参与全球经济治理提供保障基础。必须要承认，实力仍然是国际政治经济格局的核心要素，是实现参与全球经济治理目标的基本条件，中国需要继续保持中高速增长速度，提升增长质量，保持适度经济规模，避免中等收入陷阱，注重科技、研发的投入，保持军事实力相应提升，中国参与全球经济治理的影响力将会得到进一步改进。全球化人才是参与全球经济治理能力根本要素，与发达国家相比，中国具有国际视野、跨文化交际特别是全球化管理能力的人才匮乏，对中国深度参与全球经济治理和国际事务造成制约。因此，加速通晓国际规则、国际规范和跨文化交际国际化人才队伍的建设是中国国际战略重要内容。

2、在参与治理地域范围上，以周边国家为基础，以亚洲地区为重心，以金砖国家为关键，以新型大国关系为纽带，重点突破，整体推进。中国的快速崛起，除了要协

调和管理好与传统大国的关系外，很重要的一点是，要考虑周边国家的感受，增强战略互信减少战略互疑，处理好与周边国家的关系。中国是众多周边国家最大的贸易伙伴，共同利益高度融合，周边地区是中国崛起的战略依托地带，周边环境安全与否直接影响中国和平发展的目标实现。所以，加强同周边国家的经济往来和合作，更加重视周边外交，积极“经营周边”，以“睦邻、富邻”促“安邻”，实现“立足亚太，稳定周边”，具有超越地缘政治的战略意义。在此基础上，通过海陆两条丝绸之路的构建，向更大地域范围延伸，同时管理好中美为核心的大国关系和以金砖国家为代表的新兴大国关系，更加有效促进中国全面深化参与全球经济治理。

3、在参与治理全球经济的对象上，要有所侧重，鉴别轻重缓急，区分在贸易投资、金融和产业等领域内哪些问题中国更有实力解决，哪些问题与中国相关度较大，哪些问题过于敏感容易引发冲突，确定和设计好相关问题的先后次序。在国际组织和治理平台上，对于一些比较迫切需要解决的全球性问题，要表达自身的意见，发出自己的声音，提出解决的方案，争取对议题更大的话语权和决策权。

（二）合作协同性原则

从多极化趋势来看，目前还没有哪一个大国单独解决全球问题的能力，美国在经历911和金融危机后，也开始从主张单边主义过度到全球主义，提倡“伙伴关系”。从中国的现有情况来看，中国参与全球经济治理的模式更不宜单边行动，形成广泛的“统一战线”，合作协同式参与才可能是合理的取向。

1、国家合作模式参与，新兴经济体的群体性崛起是推动世界多极化的重要力量，全球治理结构必须反应这种变化，中国参与全球治理应体现这种群体效应，运用G20、金砖国家峰会等合作平台，提出发展中国家的利益诉求和治理议题，增强全球治理的合法性和有效性。

2、区域合作模式参与，区域合作是全球治理的必要补充，发挥中国在周边和亚洲地区的影响力，在实践中不断注入具有中国特色的国际和地区机制建构理念，充分利用中国—东盟自贸区、东盟地区论坛和东亚峰会等合作机制，推动东盟共同体顺利建成，强化中国主导或主要发起的区域合作平台，如上海合作组织、博鳌亚洲论坛等，提升中国参与全球经济治理能动性和创造性。

3、是国家主导下的多元共同参与。中央政府及相关政府部门是参与全球经济治理的主导性行为体，这是中国国内政治体制所决定的，但参与权力过度集中在最高行政层面上，尽管能充分体现国家意志，但不利于分散参与成本、集聚参与力量，形成合理有效的参与结构。所以，培育和引导国家次政府、非政府组织、跨国公司积极参与

全球经济治理，才能形成中国多元的参与结构。

（三）内外统筹性原则

1、治理规则的内外协调。经济全球化相当程度上是市场经济规则的一体化，全球经济治理是市场经济规则为基础的治理。国际市场准则特别是正在酝酿的一些新的高标准经贸规则为国内经济可持续发展提出来了机遇和挑战，倒逼中国新一轮开放和更全面深化的市场化改革，建立“市场在资源配置中起决定性作用和“政府发挥更好的作用”的经济运行机制和管理模式，将巩固融入全球市场经济规则体系的基础。中国国内的经济治理体系，如宏观经济管理体系、货币运行体系、金融监管体系和产业政策体系需要走一条治理能力现代化的之路，既要立足国内实情，又必须注重与国际的协调与互动。而国际贸易和对外投资等领域直接受到国际规范的约束，其运作方式和规则体系更要体现与国际对接的相容性。

2、治理过程的互动关联。无论国内治理还是全球治理，都是一定制度下的持续的管理过程。在这种过程中，各国的内部治理过程都是联动的，如各国特别是大国之间的宏观经济调控政策、中观的产业政策以及企业微观层面的价值链无不相互影响、相互依存。所以中国的各项政策的出台，面对不仅是国家层面的治理，还要考虑对其他国家可能的传递和辐射效应以及其他国家应对策略。同时，国际形势变化和其他主要国家的治理政策的调整，也是中国制定针对性经济治理政策的风向标。

3、治理内容的相互衔接。中国的国内层面的问题，相当多的是涉及跨国问题和全球问题，如贫困治理问题是国际社会共同面临的主要问题，也是二元经济条件下中国多年所面临的的困境，中国在改革开放的三十多年的时间内，在解决贫困问题的成就为一些发展中国家提供了范例，也为世界贫困治理做出了贡献。中国当前是世界最大的碳排放国，国内的低碳经济建设和产业结构调整直接关系到全球气候治理的问题，全球经济治理的内容向国内拓展是有效提升治理效率的途径。

四、结 语

中国参与全球经济治理是中国的国家战略和全球战略的重要组成部分。未来10-15年，基本反映经济综合实力的经济总量、贸易、产业和科技实力将处于赶超美、欧等国家的态势。中国将从全球性经济大国提升为经济强国，贡献国际公共产品的能力和参与全球多边共治的经济基础将得到强化

根据中国的发展趋势和全球经济治理体系的现实需求，中国应以一个现存国际制度体系的深度合作者、重要建设者和共同完善者的身份定位，按照参与进程的渐进性、参与方式的合作性和参与层面的国内外统筹性原则积极参与全球经济治理。其目

标是提升中国的国家形象和国际声誉，构建一个与综合实力相适应、权力和责任基本对称、发展共同利益和促进本国利益相结合的参与全球经济治理的战略框架，提升全球经济治理机制的合法性和有效性，最终推动建立更加公正合理的国际经济新秩序。

参考文献

- [1]陈伟光：《全球治理与全球经济治理：若干问题的思考》，《教学与研究》2014第2期。
- [2]何帆、冯维江、徐进：《全球治理机制面临的挑战及中国的对策》，《世纪经济与政治》2013年第4期。
- [3]胡鞍钢、熊义志：《对中国科技实力的定量评估(1980—2004)》，《清华大学学报(哲学社会科学版)》2008年第2期。
- [4]李善同：《“十二五”时期至2030年我国经济增长前景展望》，《经济研究参考》2010年第43期。
- [5]李向阳：《亚太蓝皮书：亚太地区发展报告(2014)》，社会科学文献出版社，2014。
- [6]刘世锦：《中国经济增长十年展望(2013-2022)》，中信出版社，2013。
- [7]潘晟：《人民币结算的贸易需求不断增加》，《上海金融报》2012年6月26日。
- [8]庞中英：《全球治理的转型——从世界治理中国到中国治理世界》，《国外理论动态》2012年第10期。
- [9]裴长洪：《全球经济治理、公共产品与中国扩大开放》，《经济研究》2014年第3期。
- [10]商务部国际贸易经济合作研究院：《后危机时代中国外贸发展战略研究》(研究报告)2010年4月18日。
- [11]唐双宁：《提升中国金融“软实力”问题》，《银行家》2009年第4期。
- [12]吴成良：《拖延IMF改革，美国遭“最后通牒”》，《人民日报》2014年4月13日。
- [13]王义桅：《如何应对中国国际形象的下滑？》，《对外传播》2013年第8期。
- [14]Battelle, 2014 Battelle Global R&D Funding Forecast, December 2013.

服务外包高端人才知识和能力需求调研报告

林吉双

内容提要：我国服务外包行业同其它行业一样，高端人才非常缺乏；如何解决高端人才的缺乏问题，已经成为服务外包企业转型和升级的关键所在。为此，我们对北京、湖南、江苏、浙江和广东等五省市的85家样本企业进行了调研，梳理了服务外包高端人才知识和能力的需求情况，据此提出了缓解我国服务外包高端人才缺乏的相关建议。

关键词：服务外包 高端人才 知识和能力 需求调研

一、服务外包高端人才界定标准、知识需求问卷发收情况

（一）服务外包高端人才界定标准

1. 高端人才类型界定

服务外包高端人才包括管理、技术和商务三类人才：管理类包括总经理和高级经理等，技术类包括高级架构师、高级流程设计师、高级产品研发师、高级工业设计师和数据分析师等，商务类包括高级谈判师、高级营销师和高级投资师等。

2. 高端人才能力界定

表一：服务外包高端人才能力情况

能力 \ 类型	管理类	技术类	商务类
领导能力	***	*	**
专业技能	**	***	**
行业知识	***	***	***
管理能力	***	**	**
商务技能	**	**	***
创新能力	***	***	***

注：“***”表示“非常重要”，“**”表示“重要”，“*”表示“一般”。


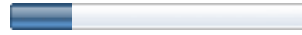
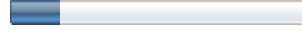
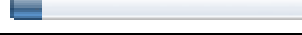
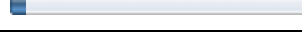
（二）问卷发放与回收情况

作者简介：林吉双，广东外语外贸大学国际服务外包研究院、国际服务经济研究院，院长，教授。

本次共发放问卷120份，历时近2个月，回收85份，回收率为71%；调研样本企业的所属区域包括北京、湖南、江苏、浙江和广东五省市，其中88%的样本企业来自广东省服务外包发展良好的广州、深圳、佛山和珠海四市。


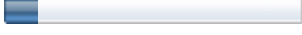
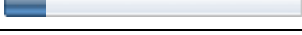
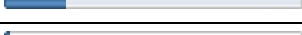
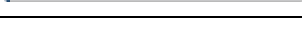
1. 调研样本企业的规模、行业类别、业态分布、服务发包国或地区和地域所属情况调研样本企业的规模。如表二所示，1000人以下规模企业占调研样本企业的86%，1001人以上规模企业占样本企业的14%，调研样本企业与我国服务外包企业的规模分布情况较为吻合。

表二：调研样本企业的规模情况

选项	小计	比例
A. 200 人以下	28	 32.94%
B. 201—500 人	25	 29.41%
C. 501—1000 人	20	 23.52%
D. 1001—5000 人	7	 8.23%
E. 5001 人以上	5	 5.88%
本题有效填写人次	85	

调研样本企业的服务外包业务类别如表三所示，ITO、BPO和KPO业态分别占52%、12%和15%，这满足了我们将ITO业态做为本次调研的重点所需；同时，其他占比为22%，说明了服务外包业态还有再进一步细分的必要。

表三：调研样本企业服务外包业务类别情况

选项	小计	比例
A. ITO	43	 51.80%
B. BPO	10	 12.04%
C. KPO	12	 14.45%
D. 其他	18	 21.68%
(空)	2	 2.40%
本题有效填写人次	83	

调研样本企业的服务外包业态分布如表四所示，服务外包业态主要分布在IT、电信和金融等9个领域，其中IT、电信和金融占比较高，这也反映了我国目前服务外包业

态的基本分布状况。

表四：调研样本企业服务外包业态分布情况

选项	小计	比例
A. 电信	28	32.94%
B. 金融	28	32.94%
C. 制造	9	10.59%
D. 政府	9	10.59%
E. IT	40	47.06%
F. 航空、交通	8	9.41%
G. 石油工业	5	5.88%
H. 电力电气	5	5.88%
I. 医药医疗	5	5.88%
J. 其他	11	12.94%
本题有效填写人次	85	

调研样本企业的服务发包国或地区如表五所示，服务发包国主要集中在亚洲、欧洲和北美洲，其中亚洲占66%。亚洲占比高的原因主要是因为调研的样本企业主要来自广东省，广东省服务的发包方主要来自亚洲；但广东省是我国服务外包发展名列全国前三的省份，因此调研样本企业服务发包来源国或地区不会影响本次调研的结论。

表五：调研样本企业服务发包地区分布情况

选项	小计	比例
A. 亚洲	56	65.88%
B. 欧洲	13	15.29%
C. 北美洲	8	9.41%
D. 其他	8	9.41%
本题有效填写人次	85	






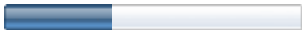
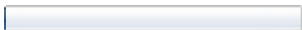
二、服务外包高端人才知识需求结构分析

（一）行业知识与专业技能需求分析

1. 行业知识需求分析

行业知识对服务外包高端的管理、技术和商务类人才都非常重要，不可或缺。如表六所示，调研样本企业认为，高端人才必须拥有行业知识的占比达到67%，高于其他选项。

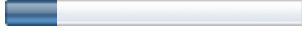
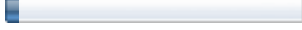
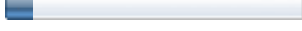


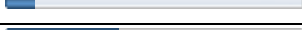

表六：高端人才应具有的知识、能力分布情况

选项	小计	比例
A. 基本能力	24	 28.57%
B. 行业知识	56	 66.66%
C. 专业技能	56	 66.66%
D. 管理技能	49	 58.33%
E. 沟通能力	51	 60.71%
F. 商务技能	31	 36.90%
(空)	1	 1.19%
本题有效填写人次	84	

2. 专业技能需求分析

我国服务外包企业在技术领域里极为缺乏高级架构师、高级流程设计师、高级产品研发师、高级工业设计师和数据分析师等，高端人才的缺乏，使得我国处在全球服务价值链的低端。如表七所示，在43家ITO企业中只有5家获得CMMI5的资质，这表明有88%的软件企业不能够为用户提供持续改进的服务能力；同时，有30家ITO企业了解这些标准，但企业还没能力获得，这也进一步说明我国软件行业高端技术及技术管理人才的缺乏程度。

表七：ITO服务外包企业所获得的资质情况

	选项	小计	比例
获得 资质 调查 情况	A. CMM	13	 31.70%
	B. CMMI1	4	 9.75%
	C. CMMI2	8	 19.51%
	D. CMMI3	10	 24.39%
	E. CMMI4	6	 14.63%
	F. CMMI5	5	 12.19%
	(空)	44	 107.3%

继表七：

本题有效填写人次		41	
未获 资质 原因	A. 不了解这些标准	34	53.12%
	B. 了解这些标准，但企业还没有能力获得	30	46.87%
	(空)	21	32.81%
本题有效填写人次		64	

（二）管理与商务技能需求分析

1. 管理技能需求分析

战略思维能力和开拓创新能力不强。如表八所示，高端管理人员基本素质方面的战略思维能力和开拓创新能力明显不足，分别占58%和61%；决策判断和组织协调的比例也占到了30%以上。这说明高端管理人员的战略思维能力和开拓创新能力急待提高，管理者的战略有多远企业就能走多远，管理者的开拓创新能力有多强企业就会有多强，我国服务外包企业整体实力不足与管理技能欠缺和开拓创新能力弱等是紧密相关的。

选项	小计	比例
A. 战略思维	47	58.02%
B. 决策判断	26	32.09%
C. 组织协调	25	30.86%
D. 开拓创新	50	61.72%
(空)	4	4.93%
本题有效填写人次	81	

控制能力和商业模式创新能力很弱。如表九所示，服务外包高端管理人才在管理中的控制能力和商业模式创新能力很弱，分别占调查样本企业的62%以上。控制能力的欠缺说明了我国服务外包企业在面对大型跨国公司时，在议价能力和成本控制等方面存在困难的现实；同时，商业模式创新的能力对于服务外包企业的转型升级是非常重要的和迫切的。

表九：服务外包高端管理人才管理环节存在的不足

选项	小计	比例
A. 规划	27	33.33%
B. 组织	27	33.33%
C. 执行	27	33.33%
D. 控制	51	62.96%
E. 商业模式创新	50	61.72%
F. 资源整合能力	8	9.87%
(空)	4	4.93%
本题有效填写人次	81	

服务外包高端管理人员逆境转化顺境的心理素质和能力急待提高。如表十所示，我国绝大多数服务外包企业的管理者的适应力、抗挫力和减压力强，但逆境转化顺境的心理素质差、商值低，迅速提高这方面的素质和能力对于渡过当前服务外包企业的困难期就显得尤为重要。

表十：服务外包高端管理人才的心理素质和商数

	选项	小计	比例
需要增强的心理素质	A. 适应力	16	19.27%
	B. 抗挫力	17	20.48%
	C. 减压力	16	19.27%
	D. 逆境转化顺境	48	57.83%
	(空)	2	2.40%
本题有效填写人次		83	
欠缺的商数	A. 智商	7	8.43%
	B. 情商	26	31.32%
	C. 灵商	23	27.71%
	D. 逆商	42	50.60%
	(空)	2	2.40%
本题有效填写人次		83	

2. 商务技能需求分析

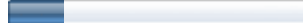

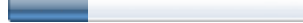

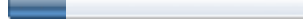
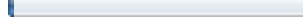

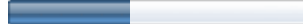



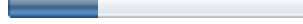
表十一： 高端商务人才对商务技能重要性排序情况

选项	小计	比例
A. 会面	16	19.04%
B. 协作	46	54.76%
C. 报告	25	29.76%
D. 贸易	12	14.28%
E. 洽谈	44	52.38%
F. 营销	35	41.66%
G. 职业	12	14.28%
H. 销售	18	21.42%
I. 出差	5	5.95%
J. 演讲	17	20.23%
(空)	1	1.19%
本题有效填写人次	84	

高端商务人才最重要的商务技能为协作、洽谈和营销能力等。国际商务谈判和营销人才是我国最紧缺的人才之一，国际服务外包业更是如此。如表十一所示，协作、洽谈和营销技能被认为是高端商务人才所看重的；同时，在谈判中更应加强阐述技巧和答复技巧的运用等。这些也验证了我们对高端商务人才的认定为高级谈判师和高级营销师的观点。对于在和国际大型跨国公司合作中处于附属地位的绝大多数中国服务外包企业来说，切实增强商务活动中的协作力、谈判力和营销力就更为重要。

高端商务人才在谈判活动中主要欠缺商务技巧和商务文化。如表十二所示，高端商务人才在与国外客户谈判中最缺乏的是商务技巧，这占到调研样本企业的53%，商务谈判技巧的缺失使我国企业与国外企业合作中处于不利的地位。这一技巧缺失的原因不仅有我国企业缺少与外国企业打交道的经验，而且更在于缺少对合作国家的文化、特别是商务文化的了解。在谈判时需要注意的事项中，缺乏换位思考和不够尊重对方的价值观等也占较高比例。

表十二： 高端商务人才在谈判过程中的主要能力欠缺及注意事项





	选项	小计	比例
主要欠缺	A. 工作状态	16	 19.27%
	B. 心理素质	15	 18.07%
	C. 专业知识	23	 27.71%
	D. 商务技巧	44	 53.01%
	E. 相关工具	17	 20.48%
	(空)	2	 2.40%
本题有效填写人次		83	
注意事项	A. 重视沟通的重要性	23	 27.38%
	B. 换位思考	35	 41.66%
	C. 人际交往尊重为本	17	 20.23%
	D. 尊重他人即意味着尊重对方的价值观及其选择	29	 34.52%
	E. 给别人创造机会	26	 30.95%
	(空)	1	 1.19%
本题有效填写人次		84	

（三）国家政策、法规和文化知识需求分析

1. 服务外包企业对我国政策和法规的知识需求分析

调研样本企业对我国政策和法规的知识需求如表十三所示，我国服务外包高端人才对国家和法规非常了解的占41%，59%的企业处在基本了解和初步了解的状况。分析其原因，可能是我国服务外包产业快速发展，刚刚进入这个行业的小企业对国家的政策法规了解的程度较差；同时，也存在灯下黑的问题。

表十三： 服务外包企业对我国政策和法规知识的了解情况



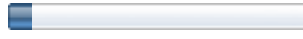
选项	小计	比例
A. 非常了解	34	 40.47%
B. 基本了解	32	 38.09%
C. 初步了解	18	 21.42%
(空)	1	 1.19%
本题有效填写人次		84

2. 服务外包企业对发包国或地区政策、法规和文化的知识需求分析

企业对发包国政策、法规和文化知识的了解情况。如表十四所示，61%的企业高管

对发包国或地区政策、法规和文化的了解比较好，39%的企业高管了解的一般或较差，这与我们的常识（服务外包企业普遍对发包国或地区的政策、法规和文化了解较差）相悖。分析其原因可能是调研样本企业的业务主要集中在东南亚和香港，基于地域相邻和文化相同或相近，所以了解程度好的企业高管占比较高。

表十四：高层管理人员对发包国政策、法规和文化的了解情况



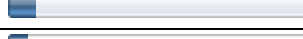
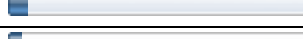
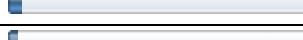
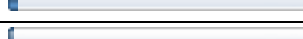
选项	小计	比例
A. 好	52	 61.18%
B. 一般	26	 30.59%
C. 差	7	 8.24%
本题有效填写人次	85	

三、服务外包高端人才培养内容与培训方式分析

（一）我国服务外包高端人才的培养渠道不畅

人才来源渠道不畅通。如表十五所示，符合企业需要的高端人才难找，占被调研企业总数的75%，高端人才的缺乏使我国服务外包企业处在全球服务价值链的低端，这也进一步影响了我国服务外包企业的转型与升级。当然高端人才的缺乏，既有我国服务外包产业起步较晚、也有高等学校人才培养标准与现实需求脱节、更有行业提供的薪酬缺乏对高端人才的吸引力等原因。因此，需多方携起手来共同解决这一难题。

表十五：高端人才来源渠道不畅的原因排序

选项	小计	比例
A. 人才来源渠道不畅通，符合企业需要的人才难找	62	 74.69%
B. 人才流失问题严重	8	 9.63%
C. 人才信息沟通不够及时	6	 7.22%
D. 进行员工培训的成本高	4	 4.81%
E. 其他	3	 3.61%
(空)	2	 2.40%
本题有效填写人次	83	


（二）高端人才培养内容的选择

1. 高端管理人才培养内容分析

高端管理人才培养内容应侧重于战略规划能力和资源整合能力。表十六显示战略

规划能力和资源整合能力两个选项分别占到54%和58%，说明我国服务外包企业高端管理人才这方面能力较弱。

表十六：高端管理人才培训内容排序

选项	小计	比例
A. 战略规划能力	45	 54.21%
B. 资源整合能力	48	 57.83%
C. 商务谈判能力	19	 22.89%
D. 专业技术修养	12	 14.45%
E. 综合管理能力	30	 36.14%
(空)	2	 2.40%
本题有效填写人次	83	

2. 高端技术人才培训内容分析



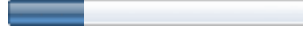
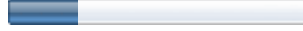
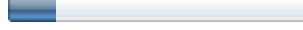
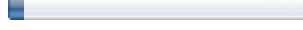

精准的研究分析能力和替客户提供行业解决方案的能力有待提高。目前，我国服务外包企业精准的研究与分析能力和为客户提供行业解决方案的能力很弱，表十七的两个选项分别为41%和42%。

表十七：高端技术类人才培训内容情况排序

选项	小计	比例
A. 业务专长	12	 17.39%
B. 精准的研究与分析能力	28	 40.57%
C. 替客户提供行业解决方案的能力	29	 42.02%
(空)	16	 23.18%
本题有效填写人次	69	

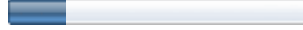
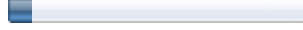
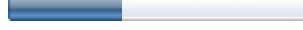


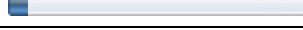
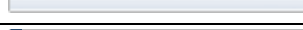
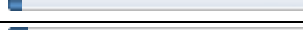
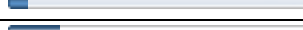
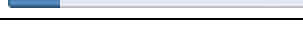
企业业务流程设计和企业内部管理流程设计的能力有待加强。如表十八所示，在BPO业态中，我国企业对企业业务流程设计和企业内部管理流程设计等的需求巨大，但很多企业都将这些业务发包给了外国咨询公司，我国服务外包企业接单很少；因此，服务外包企业迫切需要提高这些方面的能力。

表十八： BPO业态中更需要哪方面的高端人才排序

选项	小计	比例
A. 企业业务流程设计	27	 36.00%
B. 企业内部管理服务	24	 32.00%
C. 企业业务运作服务	22	 29.33%
D. 企业运营服务	20	 26.66%
E. 供应链管理服务	14	 18.66%
F. 其他	5	 6.66%
(空)	10	 13.33%
本题有效填写人次	75	

产品技术研发、工业设计、医药和生物技术研发及数据分析与数据挖掘等高端人才短缺。我国是制造大国而非制造强国，其主要原因是我国高端产品技术研发和工业设计等人才的稀缺导致产品技术研发和工业设计等能力较弱，因此急需培养这方面的高端人才。在大数据逐渐成为一个国家战略资源的时代，能否有效利用好这些数据，关键在于是否拥有数据分析与数据挖掘的高端人才，我国目前也急缺这类的人才。

表十九： KPO行业中最需要的高端人才排序情况

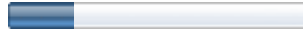
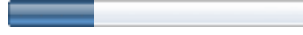
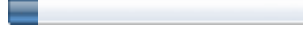

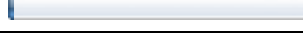
选项	小计	比例
A. 知识产权研究	17	 24.28%
B. 医药和生物技术研发和测试	7	 10.00%
C. 产品技术研发	33	 47.14%
D. 工业设计	7	 10.00%
E. 分析学和数据挖掘	14	 20.00%
F. 动漫及网游设计研发	6	 8.57%
G. 教育课件研发	0	 0%
H. 工程设计	4	 5.71%
I. 其他	6	 8.57%
(空)	15	 21.42%
本题有效填写人次	70	

（三）高端人才培养方式的选择

高端人才是家庭教育、学校教育、单位教育和社会教育的结果，是自我教育和社会教育并以自我教育为主的结果，虽然高端人才的管理能力、技术能力和商务能力主要从工作经历中获得，但良好的学历教育和相应的职业培训还是能够起到较大的作用。由上面分析可知，高端人才培养，应以企业独立培训为主，国家专门机构培训、

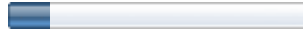

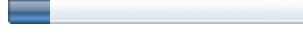

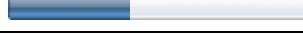

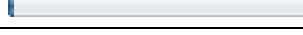
校企联合培训和出国培训为辅。如表二十所示，选择企业独立培训的占52%，这说明高端人才的培训应以企业为主；同时，也反映出高端人才的知识、技能和综合能力是在企业工作实践的亲身经历中获得的。另一方面，国家专门机构和校企联合机构等培训也是有益的补充。

表二十：高端人才的知识技能等超前培训机构需求排序

选项	小计	比例
A. 企业独立培训	43	 51.80%
B. 校企联合培养	19	 22.89%
C. 国家专门培训机构	25	 30.12%
D. 出国培训	9	 10.84%
E. 其他	6	 7.22%
(空)	2	 2.40%
本题有效填写人次	83	

培训方式应以案例分析、情景教学和互动训练为主。如下表所示：案例分析、情景教学、互动训练等培训方式占比高，因此各培训机构应更多的运用这些培训方式，使理论与实践紧密结合，以便达到事半功倍的效果。

表二十一：高端人才培训方式需求排序

选项	小计	比例
A. 讲授	12	 14.45%
B. 情景教学	40	 48.19%
C. 多媒体教学	12	 14.45%
D. 问题研讨	30	 36.14%
E. 互动训练	35	 42.16%
F. 案例分析	51	 61.44%
(空)	2	 2.40%
本题有效填写人次	83	

四、结论与建议

(一) 服务外包高端人才知识需求调研结论

根据本次的调研，我们基本可以概括出服务外包高端管理类、技术类和商务类人才知识结构和知识需求的情况，如下表所示：

表二十二：服务外包高端人才主要知识与技能需求情况

高端人才类型	知识与技能需求	培训需求占调研样本企业的比例
管理类	战略规划能力	54%
	管理与控制能力	57%
	资源整合能力	57%
	沟通与交流能力	60%
	开拓创新能力	59%
	逆境转化顺境能力	57%
技术类	软件架构能力	88%
	精准的研究与分析能力	41%
	行业解决方案能力	42%
	业务流程设计能力	36%
	产品研发与设计能力	47%
商务类	商务谈判能力	53%
	国际营销能力	42%
	国际合作能力	55%
	商业模式创新能力	62%

如表二十二所示，服务外包管理类高端人才需要在战略规划等6个方面提高能力，技术类高端人才需要在软件架构等5个方面（因调查问卷设计原因应该更多）提高能力，商务类高端人才需要在商务谈判等四个方面提高能力。本次调研的结论如下：

1. 高端人才的缺乏使得服务外包行业的人才洼地效应明显并有进一步强化的趋势
2. 高端人才中，管理类和商务类人才较技术类人才的知识需求更为强烈
3. 高端人才需进一步增强个人的意志品质修养等

（二）服务外包高端人才培养建议

1. 通过“干中学”和“学中干”来提升高端人才的知识和能力

“干中学”就是通过承接高端业务来积累知识和经验。当前的困难是服务外包企业很难承接到国外的高端服务外包业务，这就需要通过各种有效方法来拓展国外市场；同时，更要积极拓展在岸市场，努力承接国内大型企业的服务外包高端业务，下大力气提高服务质量和水平，建立与这些大型企业的信任关系，待积累足够的经验后进一步开拓国际市场。另外，政府也需出台相关政策，鼓励国内大型企业将服务高端业务外包给国内大型服务外包企业。

“学中干”主要包括企业要增加R&D投入，建立企业内部的创新系统；同时，政府也需出台相关扶持政策，支持企业创新活动的开展等。

2. 成立全国服务外包高端人才培养基地，集中全国优质教育资源培训服务外包高端人才。

选择在服务外包研究与人才培养开展得较好的高校，首批成立2—3家全国服务外包人才培养基地，构建完善的服务外包高端人才培养体系，通过短训和轮训的办法提高现有服务外包企业高端人才的知识 and 能力水平。

3. 出台服务外包高端人才培养补贴政策，支持培训基地和服务外包企业开展高端人才的培训工作。

中欧服务贸易竞争力比较及政策建议

孙秀丽

内容提要：随着全球服务贸易的迅猛发展，中国服务贸易的发展缺陷日益成为制约中国经济进一步发展的瓶颈。本文通过比较2000年以来中欧服务贸易竞争力指数，发现一是欧盟服务贸易持续保持竞争优势；二是中国处于相对竞争优势的传统服务贸易竞争力在下降；三是中国处于竞争劣势的新兴服务贸易竞争力在上升。最后，选取旅游服务和金融服务作为传统服务贸易和新兴服务贸易的代表，对其竞争力的提升给出具体建议。

关键词：服务贸易 贸易竞争力指数 中欧比较

相对薄弱的中国服务贸易，要在激烈的国际竞争中生存和发展，在服务贸易全球价值链重构中赢得先机，急需向欧盟等服务贸易发展势头强劲，新兴服务贸易优势突出的国家和地区学习。本文选取国际市场占有率（M），显示性比较优势指数（RCA），贸易竞争优势指数（TC），净出口显示性比较优势指数（NRCA）构建多指标评价体系，从出口总量占比、出口结构、国际收支占比、进出口结构四个维度衡量中国与欧盟27国、中国与欧盟四种经济社会子模式及其代表性国家近十年的服务贸易竞争力。

一、服务贸易基本情况

中国服务贸易出口、进口、进出口总额均与欧盟差距较大，但年均增长速度均远高于欧盟，具体可以归纳如下：1、中欧服务贸易出口额差距明显，中国增长迅速，年均增长13%，欧盟为7%；2、中欧服务贸易进口额差距明显，中国增长迅速，年均增长16.3%，欧盟为5.8%；3、进出口差额，中国逆差逐年增大，欧盟顺差逐年增大；4、中欧进出口总额差距明显，中国增长迅速，年均增长14.7%，欧盟为6.6%。

2004-2012年中欧服务贸易进出口结构，可以归纳如下，具体见表1：1、中国传统服务贸易在服务贸易进出口中占50%以上，欧盟新兴服务贸易占50%以上；2、传统服务贸易出口占比均有所下降，新兴服务贸易出口均逐年增加；3. 欧盟金融服务出口在新兴服务贸易出口中占比最高；4、旅游服务进口方面中国增加了9个百分点，欧盟减少

作者简介：孙秀丽，广东外语外贸大学工商管理学院教师，在读博士。

了6.5个百分点；5、欧盟新兴服务贸易进口占比递增了5个百分点。中国服务贸易快速增长，显示出巨大的发展潜力。计算机和信息服务所占比例的快速提高说明中国部分技术密集型服务贸易的竞争力在提高，但是结构性不平衡的问题没有得到明显改善，通讯、保险、金融、专利和特许费、个人、文化娱乐服务等新兴服务贸易所占比重依然偏低。

二、服务贸易竞争力指数比较

（一）中国与欧盟27国服务贸易竞争力指数分析

中国与欧盟27国服务贸易竞争力指数情况如表1所示：

1、中欧服务贸易竞争力整体和各行业差距明显，除建筑服务外，各子项目差距没有显著改善，行业优势及其变动呈现不同特点：（1）欧盟高技术、知识密集型新兴服务贸易保持竞争优势，发展势头良好；（2）中国劳动密集、资源密集型传统服务贸易竞争力相对较高，但与欧盟仍有较大差距；（3）中国高技术、知识密集型新兴服务贸易基本处于竞争劣势，竞争力保持持续递增。

2、中国旅游服务的竞争力迅速下降，导致整体竞争力的下降。具体体现为：（1）旅游服务进口的增加大于出口的增加，贸易逆差持续快速增大；（2）2004-2012年，世界旅游服务出口占服务贸易总出口的比例从28.8%下降到25%左右，中国从39.88快速下降到26.26%，下降速度远高于世界同期水平；（3）旅游服务出口占贸易总出口的比重与世界平均水平相比在下降。

3、中国服务贸易结构在逐步改善，新兴服务贸易国际市场占有率持续增长，竞争力有所提高，但与欧盟相比，差距仍很大。高技术、知识密集型服务贸易通讯、计算机信息服务顺差增长迅速，保险、金融、计算机和信息服务的国际市场占有率持续增大，但均低于6%，欧盟则均超过20%。这些都是高附加值和基础性行业，发展不足成为制约经济增长的“瓶颈”。

表一：中欧2004-2012年服务贸易竞争力指数

项目		M	RCA	TC	NRCA
中国	2004	0.0287	0.5006	-0.0560	-0.0159
	2005	0.0294	0.4582	-0.0600	-0.0237
	2006	0.0322	0.4542	-0.0464	-0.0263
	2007	0.0356	0.4623	-0.0303	-0.0284
	2008	0.0381	0.4830	-0.0380	-0.0296
	2009	0.0369	0.4451	-0.1029	-0.0391
	2010	0.0422	0.4636	-0.0876	-0.0283
	2011	0.0413	0.4491	-0.1486	-0.0350
	2012	0.0438	0.4448	-0.1907	-0.0485
欧盟 27国	2004	0.1976	1.3910	0.0622	0.0378
	2005	0.1968	1.4154	0.0697	0.0471
	2006	0.1960	1.4560	0.0849	0.0610
	2007	0.1992	1.4569	0.0943	0.0641
	2008	0.1972	1.4630	0.0735	0.0619
	2009	0.2014	1.4454	0.0892	0.0596
	2010	0.1939	1.4591	0.1014	0.0622
	2011	0.1948	1.4661	0.1118	0.0601
	2012	0.1909	1.4494	0.1211	0.0566

（二）中欧不同经济社会发展模式的服务贸易竞争力分析

根据经济社会发展方式的不同可将欧盟15国划分为四种模式：北欧模式，莱茵模式，盎格鲁-撒克逊模式，地中海模式，如表2所示。可以发现：1、莱茵模式、盎格鲁-撒克逊和地中海模式表现出较强竞争力；2、地中海模式的传统服务贸易优势明显，尤其是旅游服务，竞争优势突出；3、盎格鲁-撒克逊模式的新兴服务贸易竞争优势显著。

表二：中欧2000-2012年服务贸易竞争力指数排名

项目	中国	北欧模式	莱茵模式	盎格鲁-撒克逊模式	地中海模式
M	5	4	1	2	3
RCA	5	3→2(2007)	4	1	2→3(2007)
TC	5	4	2→1→2→3 (2008, 2009, 2012)	3→1→2→1 (2007, 2008, 2009)	1→3→2 (2007, 2012)
NRCA	4	5	3	2→1(2007)	1→2(2007)

注：北欧模式包括瑞典、芬兰、丹麦，社会民主主义，强调财富再分配，经济运行效率较高；莱茵模式包括德国、法国、荷兰、奥地利、比利时，保守合作主义，强调权利和义务的对等，重视以竞争促效率，但也会采取措施保障财富分配不过度倾斜；盎格鲁-撒克逊模式包括英国、爱尔兰，崇尚自由主义，强调财富的创造，公平分配方面较弱；地中海模式包括意大利、葡萄牙、西班牙、希腊，侧重社会公平，经济运行效率不高。WTO数据库中个别国家2004年前的分行业进出口数据缺失，故选取联合国贸易和发展会议（UNCTAD）；2000-2012年的数据进行中国与欧盟四种经济社会发展子模式及其代表国家服务贸易竞争力的比较；UNCTAD的服务贸易数据包含政府服务，2011和2012两年的贸易数据部分为估计值，欧盟15国中忽略面积最小的卢森堡。

（三）中国与欧盟6个代表性国家服务贸易竞争力指数

为探求欧盟服务贸易竞争优势源于哪些国家，选取服务贸易出口在世界排名前十的英国、德国、法国、西班牙、荷兰，以及北欧模式国家中排名居前的瑞典，共6个国家进行比较，如表3所示：

表三：各国2000-2012年服务贸易竞争力指数排名

项目	中国	英国	德国	法国	荷兰	西班牙	瑞典
M	6→4 (2008)	1	2	3	5→6 (2007)	4→5 (2008)	7
RCA	7	2→1 (2003)	6	4	3→5 (2001)	1→2 (2003)	5→3 (2001)
TC	6→7 (2009)	3→2→1 (2003, 2007)	7→6 (2009)	2→3→4 (2003, 2005)	4→5 (2002)	1→2 (2007)	5→4→3 (2002, 2004)
NRCA	5→6→7 (2004, 2012)	2→1 (2007)	7→6 (2012)	3	4→5 (2005)	1→2 (2007)	6→4 (2004)

数据来源：UNCTAD statistics

综合来看，英国和西班牙的竞争优势比较明显，英国和瑞典除国际市场占有率外，其它各项指标均保持逐年递增，表现为良好的服务贸易发展势头，荷兰、西班牙排名在下降，发展势头不足，法国相对稳定在第三、第四名，德国赶超中国。分行业指标显示，西班牙和法国的传统服务贸易竞争优势明显，尤其是西班牙的旅游服务，与地中海模式的分析结果一致，竞争优势突出。英国与盎格鲁-撒克逊模式的分析结果一致，通讯、保险、金融、计算机和信息以及个人、文化和娱乐服务等新兴服务贸易均具有竞争优势。

三、提升中国服务贸易竞争力的政策建议

分析英国、法国、德国的服务贸易发展政策，可发现以下显著特点：高效的政府核心管理体制，健全的法律法规体系，政府对相关产业的大力支持，发达的行业协会等，这些都是中国需要学习和借鉴的。

中国服务贸易竞争力的提升在战略上一是要巩固和发展传统服务贸易，确保其在国际竞争中的优势地位；二是要顺应世界服务贸易发展趋势，大力发展战略性新兴服务贸易。因此，本文选取旅游服务和金融服务分别作为传统服务贸易和新兴服务贸易的代表，借鉴欧盟典型做法，对其国际竞争力的提升给出具体政策建议。

（一）旅游服务贸易国际竞争力的提升路径

与欧盟相比，中国旅游服务贸易的竞争优势逐年下降，入境旅游需求不足与出境

旅游需求强劲同时出现是客观原因，同时反映出中国旅游业粗放型的发展方式正面临严峻挑战，简单依靠资源的独特性吸引游客已越来越不能适应竞争激烈的国际旅游市场。国际旅游接待需要实现从政府政策，企业经营，到社会公民意识的全方位调整。

1、旅游目的地政府要发挥好服务和管理的职能。（1）服务并监督企业，确保其规范经营，做好目的地营销，将国家和地区形象的塑造与推广纳入工作计划；完善行业法规和标准化建设，加强监管，规范企业经营行为，营造公平竞争的市场环境。完善交通、通讯、公厕等基础设施的建设，实现交通工具中英文报站与路牌双语标识。

（2）创建公共信息服务平台，提高公共信息服务水平，实现多语或至少双语发布景点天气、交通路况、特色餐饮、特色商品等信息。（3）做好目的地居民的引导、教育、服务和管理工作。

2、作为旅游服务的提供者，旅游企业要建立游客需求调研与满意度反馈机制，在食、住、行、游、娱、购的各个环节精心策划，做到有的放矢，贴心服务，赢取口碑和回头客。（1）做好客源地旅游需求分析，做好客源地旅游需求分析，针对性的开发深度旅游、体验式旅游、生态旅游、文化旅游、游学游等不同类型的旅游产品。（2）贴心服务，配备西式餐饮，英文工作人员，景点配备多语语音导览器、提供多语景点说明，在经营和销售网点配备POS机等。（3）加强安全保卫工作，确保游客的人身和财产安全，重视游客投诉与建议，广泛设立游客投诉中心。

3、整个社会需要调整观念，更新意识。要引导旅游目的地居民认识到，外国游客不远千里来到中国，作为主人，有责任、有义务向他们展示中国传统文化的博大精深，展示中国人的仁、义、礼、智、信的传统美德，诚信礼貌待客，让他们获得难忘的体验，塑造中国和中国人的良好国际形象。

（二）金融服务贸易国际竞争力的提升路径

与欧盟相比，我国金融服务的国际竞争力很低，金融企业长期处于政府保护下，缺乏应有的市场应对能力和活力，要实现我国金融服务国际竞争力的逐步提升，需要借鉴欧盟及其成员国的成功经验，同时充分考虑我国实际情况，选择“渐进式”开放模式，让金融企业先学会带着游泳圈游泳，然后逐步离开游泳圈游泳，在竞争中实现快速成长。以迈克尔·波特的“钻石模型”为依据，从改进生产要素，需求，相关与辅助产业，产业战略、结构与同业竞争，政府和机会等影响因素着手，构建金融服务贸易竞争力提升路径如下：

1、完善立法和金融监管，提升金融服务贸易国际信用度。欧盟在金融服务的发展过程中制定了一系列的法律法规来建立和维护金融市场秩序，如欧盟银行法等，我国

的金融业的立法已基本成形，但仍需完善和细化，还有不少领域需要规范，如修订商业银行法，制定金融控股公司法等。

2、加快金融市场化改革，培育多元化金融主体。以创建开放竞争的市场环境为目标，以对等互惠为主、适度保护为辅为原则，逐步放宽对不同金融机构所从事业务的限制，放宽对外资金融机构的准备金要求。在引进外资金融机构时，坚持数量上适度、结构上合理、质量上择优的原则。经营业务范围和内容的开放上，坚持循序渐进、逐步开放的原则。根据我国金融机构的竞争力的情况和国内金融监管体系的成熟状况确定经营业务的开放程度和开放范围。

3、加大政府支持力度，推出倾斜性的行业优惠政策。（1）努力打破限制金融服务贸易发展的障碍，凭借政府的力量积极开展双边和多边的市场开放谈判；（2）税赋优惠政策，取消或降低证券交易税，对金融投资收益实行免税或低税收政策；（3）实施银行保密法制度；（4）尝试性学习卢森堡的做法，通过国家立法设立支持发展离岸基金业务的投资基金，给予投资基金低费率和低税收等优惠政策；（5）采用更加符合国际化要求的会计标准等。

4、加快“走出去”战略，拓展金融服务贸易空间。一方面是加快对海外金融机构的收购。一方面可以扩大当地业务，同时能够破除机构网点业务员的“本土化”现象，还为员工定期的实习及培训提供宝贵机会；另一方面有针对性地对跨国公司以及本地的金融企业进行投资，以在海外机构建立稳定的客户群体，从而达到拓展金融服务贸易空间的作用。

5、在国际分工中确立比较优势，积极承接金融外包业务。积极承接发达国家外包的金融服务是我国金融业开拓国际市场的一个重要途径。具体需做到以下五点：（1）政府制定支持金融服务外包产业发展的政策措施；（2）金融企业要制定总体性外包承接战略；（3）发挥比较优势，挖掘细分市场，逐渐扩大业务承接范围；（4）金融企业要建立业务动态监管制度、风险管理体系和应急预案；（5）培养适合金融外包业务的专门人才。

6、完善顶层设计，建立金融高端人才库。成立金融发展研究国家智库，专注于我国金融业改革的顶层设计和战略规划。优化人力资本，建立金融高端人才储备库，在以外派出国学习、内部培训等方式强化内部培养的同时，大力吸纳欧美国家的金融界的华人华侨，在薪酬待遇、家属安置、医疗保险等方面给予优惠政策，吸引他们回国工作。

7、构建鼓励创新的机制和平台。完善知识产权立法与监管，同时制定各种鼓励政策，鼓励金融企业、各研究机构大力引进创新性人才，加大资金投入，强化技术研发，尤其是信息技术的研发，实现金融服务和金融工具的创新。

8、支持相关产业发展，促进竞争力提升。金融服务贸易的相关及支持产业除了其他服务贸易、货物贸易外，就是信息技术产业。信息化时代，金融机构各类产品的开发和实施都离不开信息技术的支持。要提升金融服务贸易的竞争力，必须大力发展信息技术产业，不断提高信息技术水平。

参考文献

[1]何骏、郭岚：《中国服务贸易竞争力提升研究——基于全球主要服务贸易国家面板数据的实证分析》，《山西财经大学学报》2013年第3期。

[2]黄满盈：《中国金融服务贸易发展现状、国际竞争力及对策分析》，后危机时代中国国际服务贸易的发展——第四届国际服务贸易论坛，2010年11月。

[3]江心英、冯雯：《服务贸易竞争力：国内外文献综述》，《中国商贸》2013年第8期。

[4]解新华：《中美服务贸易国际竞争力比较分析》，《科技经济市场》2013年第2期。

[5]李静：《中国与欧盟15国服务贸易的比较分析与启示》，《江苏商论》2006年第5期。

[6]李静萍：《影响国际服务贸易的宏观因素》，《经济理论与经济管理》2002年第11期。

[7]刘慧颖：《我国金融服务贸易发展存在的问题及对策建议》，《财政金融》2012年第3期。

[8]王新华、汪朝阳：《中国服务贸易竞争力的国际比较的实证研究》，《江苏商论》2008年第4期。

[9]赵放、冯晓玲：《中美服务贸易国际竞争力比较分析——兼论中国服务贸易结果性失衡》，《世界经济研究》2007年第9期。

[10]Tiia; Viies, Mare; Maldre, Reet ,EU-12 Countries In The Context Of European Social Model Types, The International Business & Economics Research Journal 9.12 (Dec 2010): 37-48.

[11]Wang, Lei. Application of Gravity Model: Measurement of International

Competitiveness of Trade in Services, Studies in Sociology of Science 2.2 (2011): 50-56.

[12]Zheng, Qi Fan,A Study of Comparative Advantages of Sino-Australian Services Trade and Cooperation Optimization, UMI Dissertations Publishing, 2008. H169915.

国际服务外包研究院、国际服务经济研究院

广东省国际服务外包人才培养基地

大事记

1. 2009年10月30日，国际服务外包研究院暨国际服务外包人才培养基地在我校北校区国际会议厅挂牌成立，广州市副市长陈明德、校长隋广军等校内外各界领导30余人出席成立大会；陈德萍副校长兼任国际服务外包研究院院长。我校成为华南地区唯一一个拥有国际服务外包研究专门机构的高校。

2. 2010年4月2日，广东外语外贸大学南沙服务外包培训基地挂牌仪式在广州南沙科技创新中心举行。广州市副市长陈明德、南沙区区长罗兆慈、南沙开发区管委会副主任孙雷、校长隋广军、副校长石佑启等出席挂牌仪式。

3. 2010年4月30日，孙晓琴同志任研究院常务副院长全面主持研工作，12月孙晓琴同志任研究院院长。

4. 2011年1月12日，广外南沙服务外包培训基地启动仪式在南沙资讯科技园培训会议中心举行。出席会议的领导有校党委书记隋广军、广州市南沙开发区管委会副主任孙雷、校党委副书记许国彬、副校长顾也力、广州市对外贸易经济合作局副局长陈泳芳、广州市南沙开发区经济贸易局副局长阮晓红、广州服务外包行业协会会长孟霖等。

5. 2011年1月21日，广州服务外包行业协会成立庆典暨服务外包企业与培训机构合作发展交流会在亚洲国际大酒店隆重召开，会上研究院当选为广州服务外包行业协会副会长单位。

6. 2011年3月17日，校长仲伟合考察南沙国际服务外包人才培养基地，副校长陈子锐和发展规划处、科研处、后勤处、继续（公开）教育学院、考试中心以及服务外包研究院等部门领导陪同考察。

7. 2011年3月25日，广州市对外贸易经济合作局、广州市科技和信息化局、广州市教育局、广州市人力资源和社会保障局联合发文《关于认定广州市国际服务外包人才培养机构的通知》，国际服务外包人才培养基地被认定为广州市国际服务外包人才培养机构。

8. 2011年8月25日，我校与广东省对外贸易经济合作厅签订关于共建广东省服务外包人才培养基地的协议。

9. 2011年12月27日，广东省服务外包产业促进会成立会员大会在广东省对外贸易经济合作厅成功召开，在会上研究院被认定为广东省服务外包产业促进会副会长单位。

10. 2012年7月23日，林吉双同志任研究院院长。

11. 2012年9月26日，广东省副省长招玉芳同志来研究院进行工作检查和指导；陪同的领导有省委组织部副部长张辉、省外经贸厅副厅长和口岸办主任吴军、省外经贸厅副厅长郑建荣、我校党委书记隋广军、副书记卢景辉和副校长何传添等。

12. 2013年6月17日，校长办公会议决定成立国际服务经济研究院，与国际服务外包研究院合署办公，两块牌子一套人马。

13. 2013年10月28日，由鼎涛服务外包研究院、国家服务外包人力资源研究院联合主办，中国外包网、中国服务贸易协会专家委员会、全国服务外包考试管理中心共同支持的2012年（首届）中国服务外包教育培训机构最佳实践评选活动圆满结束。我校国际服务外包研究院荣获2012年（首届）中国服务外包教育机构十强。

14. 2013年12月，国际服务外包人才培养基地系列培训教材首批共9本正式出版。

15. 2014年3月21日，林吉双院长等参加服务外包“321”峰会，我校成为全国服务外包人力资源校企联盟常务理事单位。

16. 2014年5月29日，我校国际服务外包中高端人才知识需求研究报告在北京第四届中国服务外包人才培养大会首次发布，本研究报告填补了国内这一领域的研究空白。

International Service
Economy Research

国际服务经济研究

International Service Economy Research

2014年第二期（季刊）

主管单位：广东外语外贸大学

主办单位：广东外语外贸大学

编辑出版：广东外语外贸大学国际服务外包研究院、国际服务经济研究院

地 址：广州市白云区白云大道北2号

邮 编：510420

电 话：020-39328931, 020-36641198

电子信箱：Linjish@163.com

印 刷：广州龙粤图文制作有限公司

出版日期：2014年6月19日

发送范围：省政府相关部门，省、市、县商务厅、局，重点企业，相关单位

登记证编号：粤内登字O第11627号