

全国良好出版社



FUJIAN EDUCATION PRESS

福建教育出版社是福建省教育厅领导的地方教育专业出版社，创办于1958年12月。福建教育出版社以“为社会主义教育事业和精神文明建设服务，为广大师生服务”为办社宗旨，出版了大量教育理论著作、学术专著、中小学教材、教辅读物以及学生课外读物，受到广大学生和教育工作者的赞誉。《朱子大传》、《周恩来教育思想研究》、《教育基本理论之研究》、《20世纪中国杂文史》、《中国萌芽木刻集》、《邓小平理论学生读本(初中版)》等一批图书荣获中国图书奖、国家图书奖提名奖、“五个一工程”一本好书奖。

福建教育出版社将为促进教育出版事业发展，繁荣世界文化而努力奋斗！

EBOOK 负责人：沈国才

联系地址：福州市梦山路27号福建教育出版社（350001）

联系电话：0591-83786691

传真：0591-83726980

网址：www.fep.com.cn

Email：webmaster@fep.com.cn

前 言

我国加入世贸组织，加速了国际化发展的进程，也促进了我国教育国际化的发展。在国际贸易活动中，服务贸易愈来愈成为国际商贸的主导产业，国际教育服务贸易是整个国际服务贸易业的重要组成部分。在这一大背景下，我承担了北京市关于国际教育服务贸易的研究课题，我的学生庞诗博士、张向丽博士、石邦宏博士、梁金辉硕士、辛灵梅硕士从不同角度都撰写了关于国际教育服务贸易方面的博士、硕士论文。我结合科研课题将他们论文中精华部分进行了选择整理，编辑成这本书稿，因此这本著作是我和我的弟子们集体研究成果。我们试图把这份研究成果资源变为社会财富，对社会、对学术界尽点力量，做些贡献。

本著作的体系结构主要由三个相互关联的主线，九大部分构成。三条主线为：国际教育服务贸易的基本理论、国际教育服务贸易的原则与规则、国际教育服务贸易的行动与进展。九大部分为国际教育服务贸易概述、国际教育服务贸易理论基础、国际教育服务贸易行动与进展、国际教育服务贸易境外消费、中国加入WTO与教育服务市场开放、中国国际教育服务贸易优劣势分析、中国教育机构持续竞争优势模型、中国教育服务贸易国际竞争力模型分析、中国发展国际教育服务贸易战略对策。其中关于国际教育服务贸易的理论、国际教育服务贸易竞争优势模型，以及关于我国国际教育服务贸易优劣势分析和对策、建议与战

略，都有新的创意和见解，给人们一种新的感受、理解与启发。我想本著作对于未来我国国际教育服务贸易的推进与发展，会有一定的参考价值，如果能起到这点作用，获得如此结果，我和我的弟子们也就感到欣慰了，也就满足了。

全书九大部分每部分参加撰写者为：第一部分庞诗、张向丽、梁金辉；第二部分靳希斌、石邦宏；第三部分张向丽；第四部分辛灵梅；第五部分庞诗、梁金辉；第六部分庞诗、张向丽；第七部分张向丽，第八部分庞诗；第九部分张向丽。全书由靳希斌教授统稿主编。我的夫人杨玉恩女士、我的弟子王炳明先生做了大量的具体工作，在此深表感谢。

由于时间太紧，选择、整理、统编各部分书稿十分费劲，书中肯定会有不少问题，甚至错误，恳切希望同行学者们多提宝贵意见。

靳希斌

2005年2月24日于北京

图书在版编目 (CIP) 数据

国际教育服务贸易研究 / 靳希斌主编 .
—福州 : 福建教育出版社, 2005.1
(明日教育文库)
ISBN 7 - 5334 - 4063 - 3

I . 科... II . ①朱... III . 教育改革 -
研究 - 中国 IV . G521

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 003107 号

明日教育文库
国际教育服务贸易研究
靳希斌 主编

*

策 划 : 黄 旭
责任编辑 : 任争健

福建教育出版社出版发行

(福州梦山路 27 号 邮编 : 350001)

电话 : 0591 - 83726971 83725592

传真 : 83726980 网址 : www. fep. com. cn)

福州华彩印务有限公司印刷

(福州新店南平路鼓楼工业小区 邮编 : 350012)

开本 850 毫米 × 1168 毫米 1/32 印张 12.5 字数 303 千 插页 4

2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

印数 : 1 - 3 100

ISBN 7 - 5334 - 4063 - 3/G·3242 定价 : 24.50 元

如发现本书印装质量问题, 影响阅读,
请向出版科 (电话 : 0591 - 83786692) 调换。

总 序

教育的话题沉重而充满希望，我们从这里祈想明日。

在诸多累于外鹜的措辞黯然失色后，教育再度返回到人生的亲切处寻找它的元始命意。比起政治、经济等有恃于某种力量感的领域来，教育有其超功利的一度。这一度使教育有可能独立于世俗的“力”或“利”以留住那份审度与成全人生的从容，并由此确定自己无可替代亦未可推诿的职志。教育当然不会对来自政治、经济的多方祈使置之不理，但重心自在的教育永远不可萎缩其批判而超越的性状。它以自己的理念相应于政治、经济的理念，却并不要充任当下政治、经济的仆役。它的职志的多维度只是因着人生价值的多维度，它的当有内涵最终取决于人生的当有内涵。如果说，政治依其本分在于为社会厘定一种合理的秩序以实现人生所期许的“公正”价值，经济依其本分在于为族类提供最佳的生存境遇以成就人生所趣求的“富强”价值，伦理依其本分在于指示一种天人之际、人人之际的和谐关系以践履人生所默祈的“和谐”价值，艺术依其宗趣在于借重审美形式创造另一种世界以陶育人所向往的“美”的价值，道德依其主旨在于反省中的人自律地提升心灵境界以涵养人生不可稍缺的精神内向度上的“善”的价值，那末，教育的职分便在于诱导人的价值自觉，把握好多维度的价值间的张力以陶冶人的生命。我们期待中的明日的教育是意识到自身职分的教育，凭着这职分，它不必屈从于

任何外在的威压，只是一味致力于如何在人生价值的恰当分际上成全一个又一个健全而富有个性的人。

不执著于某一畸变了功利价值而以诸多价值之生命主体——人——为鹄的教育，必致要求教育过程的生命化而非知识化。教育的知识化是知识在教育中对于活生生的人说来的外在化，教育生命化则意味着自觉到生命价值之真谛的人对蕴于知识中的智慧的统摄。“知识就是力量”（培根）这一几乎成为几百年来人们信守不移的格言的论断，其实自始就带着一个时代的褊狭的印记。随着“力量”被非批判地崇尚，人们把“征服”和“竞争”视为人生的常态；“知识”既然只是被关联于“力量”，求知便可能游离人的生命本真而为急切的功利所驱遣。这一时潮下的教育的知识化即是教育的功利化，功利化的教育在使人异化为功利的工具时使自身降格为工具的工具。教育的尊严的凭藉是人的尊严，由知识化教育向生命化教育转进的底蕴在于人的真实生命的复归。知识化教育把人淹没在种种程式化的知识中，生命化教育则把知识归结于创造性的智慧，把智慧归结于时时处在价值抉择中的人的灵动的生命。正像世界上找不到两片相同的树叶那样，真正灵动的生命只属于一个个永无重复的个人。因此，教育生命化在一定意义上，也正可以说是教育的个人化或个性化。生命化或个性化教育格局中的人不再是对于教育程序说来的偶然的个人，教育在尊重人的个性并就此依其各别的天赋培养受教育者为有个性的个人之外别无目的。这种教育把每个人都视为一个运思和创意的原点，把每个人都视为一个智识和灵感的凝结中心。它不在个人与所谓社会间畸轻畸重，对于它说来，社会的盎然生机仅仅在于社会得以最大程度地成全每个活生生的心有存主的个人。

生命化的教育并不弃置或轻蔑知识，它只是力图使逻辑化、

体系化了的知识与新的生命主体创思、立命（确立生命祈向）的生长点相契接，由生命化既有的知识而开辟出别一种格局中的生命的深度。这里，个性化的创思、立命的生长点的萌生是教育的要旨所在，与此相应的施教方式则在于切近个我心灵的诱导。古汉语“教”字兼有两义，亦“教”亦“学”；无论以“教”（xiào）称“教”，还是以“教”（xué）称“学”，其义皆归于“觉”。《说文》谓：“教，觉悟也。”这个有趣的字源学上的事实透露着古人施教从学难以尽喻的心曲，它启示我们这样拟议可托望于明日的教育的意境：生命化教育的归趣，倘一言以蔽之，亦可谓为“觉”境的求达；此“觉”略可分为三个层次，一为生命本体之“觉”，一为学以致道之“觉”，一为智思创发之“觉”。所谓生命本体之“觉”是指对人生的终极意义的觉解与体悟。人有此一觉，才得以生发人生的元始信念，而有了未可轻易摇夺的元始信念，人也才可能有价值取向上的清醒决断和人生道路的自主选择。人是这世界上唯一能够反省其生命并就此究问天人之际的存在，他以其有终极关切而能超越自己经验的当下，他以其不为经验所囿而从相接于感官的感性的真实询问那虚灵的真实。教育自始就该正视人的这一潜在的穿透世俗的心灵眷注，启迪受教育者在对待性的世界（人以其对象化活动获得其对象性存在的世界）中心存一份忧患意识，在非对待性世界（人的内在的精神世界）中自勉于良知烛引的高尚追求，使人在不懈奔竞的形而下生命运作中默默葆有一种进退从容的形而上境界。所谓学以致道之“觉”是指对人必至于学而不厌才终于可能成其为人的觉解与体悟，这一重所“觉”，乃谓人只有在未可停息的“学”中才可能蒙惠于前人及时贤的生命创造而使一己之生命弘大那人之所以为人之“道”。学以致道涵盖了学以致用却并不委落在过分逐求功利的实用上，“道”由此也可理解为希冀中的人生诸多价值的无

所偏颇的实现。学当然涉及人对自处于对待性世界中所必要的智识与能力的致取，学也意味着人在反观自照中对非对待性世界（亦即纯粹的心灵世界）的发现与掘进。对“学”本身即是人之为人的凭藉之一的觉悟是教育与人的生命相接的契机，受教育者倘没有这一“觉”的策勉便不可能有真正向学的内驱力。至于所谓智思创发之“觉”，则是指一个人的独立决断的精神性状或隐有创造之机的精神端倪的萌朕与觉醒。生命化教育对这一觉境的开启在于使每个受教育者能够以富有个性的方式组织、提炼、驾驭知识，并因此把切己的体会和酝酿中的个我的智慧融会其中。只有个性化的知识才是活的知识，也只有知识的个性化才会有以个性化为特征的精神创造。生命化的教育并非以原创性的智慧苛求于每一个人，但创造机制的生成既然总是一个过程，而且每个人参与和获得这个过程的潜能又都未可轻易否认，那末，教育从一开始便应对智思创发之“觉”在每个受教育者那里的可能出现存有信心。

“觉”的境地非理辨或逻辑之路可通，它同濡染、熏炙、陶冶、潜移默化等心灵相感方式的机缘更近些。但无论是生命本体之觉、学以致用之觉，还是智思创发之觉，虽可说是人终其一生修身治学的要津所在，更多地诉诸课堂教学的中小学乃至大学教育于此却并非没有方便之门。近年来，由华东师大叶澜教授在全国各地中小学倡导并主持的“新基础教育”教改试验，以及福建的王永、余文森、张文质诸先生在中小学倡导的“指导—自主学习”教改试验，即是引导学生入“觉”境以立人求学的有效门径之一。新的教学方式认可了学生在教学中的主位性，使先前纯粹被动于某一权威知识体系的受教育者有了以自己的个性契入知识的主动。被一向作了定论既在而理致一元预设的教学内容，现在打上了学生富有个性的理解的烙印，依附性的记忆与背诵也更大

程度地为寻求新思路的心智的自我发动所替代。教师的角色依然是重要而受尊敬的，不过，这时他不是作为权威知识体系的唯一权威阐释者，而是作为能够以自己的灵思感动、启悟学生的灵思的个性丰盈的个人。学生以其学习上的主动要求教师以更大的主动与之配称；教改所蕴含的教师引导与学生自主间的可能大的张力，给了双向度——而非传统的由“教”而“学”的单向度——的教学以全新的生命。

教育在探索中走向明日，可寄望的明日又正赖于与之相称的别一种风致的教育。既然明日教育可堪称之为生命化的教育，这教育的新机的赢得便须有缘于此的一代人以全副生命相许。在这人类文化危机日见深重的时代，更多地凝神于教育也许所透露的恰是对未来命运有欠自信的消息，但无可依托的我们却终究只能从这不自信处找回自信。

黄克剑

2000年8月13日

目 录

第一章	国际教育服务贸易概述	1
一	WTO 体制与国际服务贸易	1
二	国际教育服务贸易基本范畴	11
三	国际教育服务贸易基本原则	26
四	WTO 成员教育服务贸易承诺及 贸易壁垒	32
第二章	国际教育服务贸易理论基础	51
一	绝对优势和比较优势理论	51
二	要素禀赋理论和国际产品 生命周期理论	57
三	国家竞争优势理论	60
四	新制度经济学理论	63
五	经济一体化理论和国际文化理论 ...	67
六	持续竞争优势理论	70
七	服务营销理论	76
第三章	国际教育服务贸易行动与进展	78
一	国际教育服务贸易行动与进展概述	78
二	主要发达国家国际教育服务贸易	

	行动与进展	82
三	我国国际教育服务贸易行动与进展	95
第四章	国际教育服务贸易境外消费	123
一	境外消费教育服务贸易方式概述	124
二	境外教育消费的经济价值	126
三	境外教育消费的发展历程	132
四	境外教育消费的特点	136
五	境外教育消费的发展趋势	142
六	发达国家境外消费的经验及启示	147
七	发展我国境外教育消费的对策建议	159
第五章	中国加入 WTO 与教育服务市场开放	173
一	中国加入 WTO 的历程	173
二	中国加入 WTO 在教育服务贸易方面的承诺	177
三	中国在教育服务贸易方面有关承诺产生的影响	180
四	研究加入 WTO 对教育的影响的必要性	190
五	国际教育服务贸易面临的问题及对我国的启示	196
第六章	中国国际教育服务贸易优劣势分析	202
一	中国国际教育服务贸易劣势分析	202
二	中国国际教育服务贸易比较优势分析	216
三	提高我国教育服务贸易国际竞争力的对策	224
第七章	中国教育机构持续竞争优势模型	239
一	教育机构持续竞争优势模型	239
二	教育机构持续竞争优势因素构成分析	241
三	教育机构持续竞争优势战略因素分析	255
四	教育机构持续竞争优势模仿障碍分析	268
第八章	中国教育服务贸易国际竞争力模型分析	272

一	影响教育服务贸易国际竞争力要素构成分析	272
二	组织竞争力各要素分析	279
三	中国教育服务贸易国际竞争力研究模型	289
四	关于新的研究模型的构建	299
第九章	中国发展国际教育服务贸易战略对策	304
一	建立国际教育服务贸易制度和政策支持体系	304
二	扬长避短，增强教育服务贸易出口竞争力	311
三	面向国际市场，创造我国教育机构持续竞争优势	318
四	重视教育服务国际营销，赢得国际教育市场	322
五	组建战略联盟，壮大教育机构实力	326
六	加快品牌建设，构筑强势竞争优势	328
附录		
一、	论教育服务及其价值	329
二、	国际教育服务贸易研究——规则解读与我国的承诺	335
三、	国际教育服务贸易笔谈	344
参考文献	358

第一章

国际教育服务贸易概述

一 WTO 体制与国际服务贸易

1 WTO 发展历程

WTO 是世界贸易组织 (World Trade Organization) 的简称, 是致力于监督世界贸易和使世界贸易自由化的多边国际经济组织, 是目前国际上唯一调整大多数国家之间贸易关系的一个关于关税和贸易的多边国际组织。世界贸易组织成立于 1995 年 1 月 1 日, 有 104 个国家为其创始成员国。世界贸易组织的前身为 1947 年创立的《关税及贸易总协定》(General Agreement on Tariffs and Trade)。按照乌拉圭回合 (1986 ~ 1994) 最后一次会议的决议, 关税及贸易总协定这一组织正式

结束，新成立的世界贸易组织取代它担当起全球经济贸易组织的角色。

世界贸易组织的成立是与世界经济贸易的发展进程分不开的，是国际贸易发展到一定历史阶段的产物。国际贸易是一个历史的范畴，是社会历史发展到一定阶段后才出现的一种经济活动^①。按照不同的时期划分，国际贸易的发展可以分为四个阶段：奴隶社会时期的国际贸易；封建社会时期的国际贸易；资本主义时期的国际贸易；战后时期的国际贸易。不同时期的国际贸易有着不同的特点，而伴随着不同时期国际贸易的发展，产生了不同的适应当时社会发展的国际贸易理论。关贸总协定，即世界贸易组织的前身，产生的理论基础则来源于18世纪末到19世纪的古典学派国际贸易理论中的“比较成本论”。

在15世纪到17世纪欧洲资本主义生产方式形成时期，重商主义的对外贸易政策在欧洲极为盛行，这个时期各国贸易政策的主要特征是高关税。到18世纪初，以蒸汽机发明为标志的产业革命使英国资本主义率先进入了一个新的发展阶段。英国资本主义的发展要求原材料市场和产品市场的进一步扩大。适应这一历史时期的需要，英国古典政治经济学的奠基人亚当·斯密在1776年发表的《国民财富的性质和原因的研究》即《国富论》一书中提出了绝对成本理论，并主张实行专业化分工，进行自由贸易。亚当·斯密主张用市场价格这只“看不见的手”自行调节经济活动，并用绝对成本原理来解释国际贸易的形成和影响，提出了比较完善的自由贸易理论。但亚当·斯密仍然采用与国内贸易相同的方法来分析国际贸易，没有提出具有相对独立意义的国际贸易

^① 黄鲁成，陈文辉主编：《国际贸易》，哈尔滨船舶工程学院出版社，1994年版，第10~22页。

理论来。

真正创立国际贸易基本分析原理的是英国古典经济学家大卫·李嘉图。他进一步发展了亚当·斯密的自由贸易理论，在1817年出版了《政治经济学及赋税原理》一书中，提出了著名的“比较成本学说”，^①被人们称为国际贸易理论之父。比较成本的原则是将一国不同产品的比率与该国相应产品成本的比率进行比较，以成本的高低来确定一国进口什么和出口什么。这一原则今天已经被广泛地应用到了许多经济领域的分析上。按照“比较成本学说”进行国际分工，可以使两国通过交换来分享利益，实现资源的合理配置，提高各自的劳动生产力。比较成本的分析是以国际贸易不同于国内贸易为前提的，提出了国际间商品成本比率的相对比较是各国可以普遍遵循的参与国际贸易的标准，并且指出了各国参与国际商品交换的具体范围。比较成本理论是第二次世界大战后关贸总协定所倡导的开放贸易体制最重要的理论基础。

自由贸易论是建立在英国应当成为农业世界的唯一工业中心这一背景上的。而当时美国和其他国家并没有完全接受自由贸易的倡议反而加强了关税并系统地提出了保护贸易理论。第一个创立保护主义的经济理论的代表人物是德国历史学派的代表人物F·李斯特。^②与当时英国的机器大工业迅速发展相比，德国刚进入起步阶段。李斯特以此为背景提出：“一国应对其幼稚工业进行保护，保护的手段是通过禁止输入与征收高关税”的“幼稚产业保护论”。这一理论成为很多发展中国家寻求贸易保护的理论

^① 黄鲁成，陈文辉主编：《国际贸易》，哈尔滨船舶工程学院出版社，1994年版，第40~41页。

^② 同上，第58~60页。

武器，特别是关贸总协定中发展中国家缔约方保护国内工业的最有利依据。贸易保护理论在一定程度上保护了弱小国家的发展，但由于其引起的激烈的“高关税战”使国际贸易的发展严重萎缩。随之而来的两次世界大战也使世界经济急剧倒退。各国的贸易保护政策对已经陷入困境的世界经济来说无疑是雪上加霜。第二次世界大战后冷战的爆发促使市场经济国家认识到，必须建立一个相对自由的经济体系来刺激国际贸易的增长，重建并维持国际经济秩序。在美国的主导下，1947年在日内瓦会议上签订了《关税及贸易总协定》。关贸总协定从1948年1月1日临时实施一直到1995年1月1日世界贸易组织成立，共存在了47年。关贸总协定在促进国际贸易方面起到了一定的作用，但由于其产生背景的特殊性，难免会有一些的局限性。因而缔约方的各国均认为有必要在其基础上建立一个正式的国际经贸组织来行使协调、监督的职能。加上战后各国经济普遍增长，在信息化社会和高科技的推动下，产业结构的调整加快，激烈的国际竞争使生产要素优势的全面优化配置成为现代国际分工的基础，信息产业的发展和国际服务贸易的广泛推进，呼唤一个能调节和规范国际贸易的多边体系的建立。在这样一个大背景下，始于1986年的关贸总协定第八轮多边贸易谈判即乌拉圭回合在1994年正式宣布成立世界贸易组织，104个参加国的代表签署了协议，其中包括中国政府。WTO目前拥有145个成员国/地区，世贸组织成员国/地区的贸易量超过世界贸易总量的90%，与国际货币基金组织、世界银行并称为世界经济的“三大支柱”。关贸总协定和WTO在战后扩大国际贸易，解决国际贸易争端，吸收广大发展中国家参与多边贸易，促进世界经济发展方面发挥了重要的作用。尤其在促进贸易自由化、规范世界贸易行为、仲裁贸易争端方面更具权威性和影响力。自关贸总协定成立以来的50年间，

发达国家的加权关税水平已从 1948 年的 40% 左右，降到目前的 3.8% 左右，发展中国家的加权关税水平已降到 12.3% 左右。

2 WTO 体制框架

按照乌拉圭回合多边贸易谈判协定，WTO 的总部设在日内瓦，于 1995 年 1 月 1 日开始正式运行。与关税及贸易总协定相比，WTO 有着更完善的组织结构和管理机制。

WTO 的机构和协议是根据新制度经济学中“霍布斯规范定理”——“通过建立法制和契约的权力机构，使得阻碍交易行为主体之间达成合作协议的交易成本降至最小”，而在主权国家以及自由经济体之间通过谈判达成的一种制度安排。^①从这一点出发，世贸组织的宗旨为：“协定的成员方在发展和经济关系方面应当按照提高生活水平，保证充分就业和大幅度、稳步提高实际收入和有效需求，扩大货物和服务的生产与贸易”，“坚持走可持续发展之路，各成员方应促进对世界资源最优利用、保护和维护环境，并以符合不同经济发展水平下各成员需要的方式，加强采取各种相应的措施”，“积极努力确保发展中国家，尤其是最不发达国家在国际贸易增长中获得与其经济发展水平相应的份额和利益”。^②其目标是：“建立一个完整的包括货物、服务与贸易有关的投资与知识产权等更有活力和持久的多边贸易体系，以包括关税与贸易总协定、以往贸易自由化努力的成果和乌拉圭多边贸易谈判的所有成果。世贸组织的职能就是要通过实施非歧视的原

^① [德] 柯武刚、史漫飞著，韩朝华译：《制度经济学》，商务印书馆，2000 年版，第 431 页。

^② 唐铁汉、郑志海主编：《WTO 知识简明读本》，国家行政学院出版社，2000 年版，第 1~2 页。

则，削减贸易壁垒，促进贸易自由化，在可持续发展的基础上，充分利用世界资源，扩大商品的生产和交换。”^①

与关贸总协定相比，WTO 体制的完善主要表现为：首先，WTO 是具有法人地位的正式组织，而关贸总协定只是一契约式的文件。关税与贸易总协定是在美国贸易法授权下进行谈判的产物，但由于美国国会以该法没有授权总统谈判建立国际组织为由拒绝批准成立国际贸易组织，同时《哈瓦那宪章》也没有得到其他国家的批准，关税与贸易总协定最终选择以多边协定形式存在，而非正式的国际组织。WTO 则是在 WTO 协定基础上建立的一个具有完善组织机构的正式国际组织。WTO 的最高决策权力机构是部长大会，至少每两年召开一次会议，可对多边贸易协议的所有事务作出决定。部长大会下设总理事会和秘书处，负责 WTO 日常会议和工作。总理事会设有货物贸易、服务贸易、知识产权三个理事会和贸易与发展、国际收支、行政预算三个委员会。秘书处设总干事一人。WTO 机构的职员与联合国专门机构享有同等的豁免权和特权，但 WTO 是独立的国际法主体，不隶属于联合国。其次，WTO 管辖的范围大大超出了关税与贸易总协定，原来的 GATT（服务贸易）只处理货物贸易，而乌拉圭回合完善了有关服务贸易的协议，还达成了有关服务贸易和与贸易有关的知识产权的协定。

3 GATS 有关服务贸易的规定

历史上关贸总协定总共进行了 8 轮多边贸易谈判。前 6 轮主要是围绕各国商品贸易的关税减让进行的。第 7 轮“东京回合”

^① 张汉林、刘光溪：《经济全球化世贸组织与中国》，北京大学出版社，1999 年版，第 155～156 页。

的谈判重心转移到各国商品贸易的非关税壁垒问题，到了第8轮“乌拉圭回合”谈判，服务贸易才开始成为关注的主题之一。“乌拉圭回合”谈判的一个重要成果就是签署了《服务贸易总协定》(GATS)。《服务贸易总协定》于1995年1月1日与WTO同时生效。在乌拉圭回合中，中国作为服务贸易谈判的全面参加方，在《服务贸易总协定》的最后文本上签了字。中国加入世界贸易组织之后，要全面履行根据《服务贸易总协定》作出的承诺，在教育服务贸易方面的承诺也一样，所以，有必要先来全面了解《服务贸易总协定》。

《服务贸易总协定》共35条，由前言、范围和定义、一般义务和原则、具体承诺、逐步自由化、组织机构条款、最后条款和5个附录及各国的市场准入单组成。

服务贸易的定义

根据乌拉圭回合谈判达成的《服务贸易总协定》，“服务贸易”指的是国际服务贸易，有别于国内服务贸易。对服务贸易的定义是以国境为界进行划分的，凡是在一国境内发生的服务活动称为国内服务贸易，而对居住或生活、工作在另一国家国境的人销售的服务被当作是国际服务贸易。

在《服务贸易协定》中，对于服务贸易有了较为明确的表述，服务贸易被列举为四项交流：(A) 从一成员方境内向任何其他成员方境内提供服务；(B) 在一个成员方境内向任何其他成员方的服务消费者提供服务；(C) 一成员方的服务提供者，通过在任何其他成员方境内的商业现场；(D) 一成员方的服务提供者，通过任何其他成员方境内的某一成员方自然人的商业现场（注：《服务贸易协定》第一条）。

服务贸易的分类

乌拉圭回合服务贸易谈判小组在乌拉圭回合中期审评会议

后，加快了服务贸易谈判进程。在 GATS 减让表所遵循的服务贸易部门分类基本是以《联合国中心产品分类系统》为基础的。这一系统确定了 11 个基本的服务部门，第 12 个部门为其他服务见（表 1-1）。在这 12 个部门中又细分为大约 160 个分部门。

表 1-1 服务贸易包含的主要类别^①

1. 商业性服务	2. 通讯服务	3. 建筑及有关工程服务	4. 销售服务
5. 教育服务	6. 环境服务	7. 金融服务	8. 健康与社会服务
9. 旅游及相关服务	10. 文化、娱乐与体育服务	11. 交通运输服务	12. 其他服务

商业性服务

指在商业活动中涉及的服务交换活动，服务贸易谈判小组列出的 6 类这种服务，其中既包括个人消费的服务，也包括企业和政府消费的服务。

通讯服务

通讯服务主要指所有有关信息产品、操作、储存设备和软件功能等服务。通讯服务由公共通信部门、信息服务部门、关系密切的企业集团和私人企业间进行信息转接和服务提供。主要包括：邮电服务；信使服务；电信服务其中包含电话、电报、数据传输、电传、传真；视听服务包括收音机及电视广播服务；其他电信服务。

建筑及有关服务

^① 资料来源：《经济全球化世贸组织与中国》，北京大学出版社，1999 年版。

建筑服务主要指工程建筑从设计、选址到施工的整个服务过程。具体包括：选址服务，涉及建筑物的选址；国内工程建筑项目，如桥梁，港口、公路等的地址选择等；建筑物的安装及装配工程；工程项目施工建筑；固定建筑物的维修服务；其他服务。

销售服务

指产品销售过程中的服务交换。主要包括：商业销售，主要指批发业务；零售服务；与销售有关的代理费用及佣金等；特许经营服务；其他销售服务。

教育服务

指各国间在高等教育、中等教育、初等教育、学前教育、继续教育、特殊教育和其他教育中的服务交往。如互派留学生、访问学者等。

环境服务

指污水处理服务；废物处理服务；卫生及相似服务等。

金融服务

主要指银行和保险业及相关的金融服务活动。包括：(1) 银行及相关的服务；银行存款服务；与金融市场运行管理有关的服务；贷款服务；其他贷款服务；与债券市场有关的服务，主要涉及经纪业、股票发行和注册管理、有价证券管理等；附属于金融中介的其他服务，包括贷款经纪、金融咨询、外汇兑换服务等。(2) 保险服务；货物运输保险，其中含海运、航空运输及陆路运输中的货物运输保险等；非货物运输保险。具体包括人寿保险、养老金或年金保险、伤残及医疗费用保险、财产保险服务、债务保险服务；附属于保险的服务。例如保险经纪业、保险类别咨询、保险统计和数据服务；再保险服务。

健康与社会服务

主要指医疗服务、其他与人类健康相关服务；社会服务等。

旅游及相关服务

指旅馆、饭店提供的住宿、餐饮服务、膳食服务及相关的服务；旅行社及导游服务。

文化、娱乐与体育服务

指不包括广播、电影、电视在内的一切文化、娱乐、新闻、图书馆、体育服务，如文化交流、文艺演出等。

交通运输服务

主要包括：货物运输服务，如航空运输、海洋运输、铁路运输、管道运输、内河和沿海运输、公路运输服务，也包括航天发射以及运输服务，如卫星发射等；客运服务；船舶服务（包括船员雇佣）；附属于交通运输的服务。主要指报关行、货物装卸、仓储、港口服务、起航前查验服务等。

其他服务

服务贸易的提供方式

GATS 第 1 条以服务的 4 种提供方式，即跨境交付、境外消费、在服务消费国的商业存在和自然人的流动，对服务贸易作了全面定义。这也是人们理解服务贸易提供的四种方式的关键。

服务的跨境交付方式（cross-border supply），又称“第一种方式（Mode 1）”，即从一参加方境内向任何其他参加方境内提供服务，这与一般的货物贸易形式非常相似，是最简单的服务贸易形式，它强调买方和卖方地理上的界限，跨越国境或边界的只是服务本身。

第二种方式是（Mode 2）境外消费（consumption abroad），即在一参加方境内向任何其他参加方的服务消费者提供服务。这种方式比较典型的例子是消费者为旅游或求学的目的，进入服务提供国的领土内。其他的例子如船舶和飞机在境外的维修等。它也是一种简单的服务贸易形式，涉及的问题很少，因为它不要求服

务的消费国允许服务提供者进入其境内。

第三种方式是 (Mode 3) 在服务消费国的商业存在 (commercial presence), 即一参加方在其他任何参加方境内通过提供服务的实体的介入而提供服务。具体例子包括通过设立分支机构或代理机构, 提供诸如银行、法律咨询或通讯等服务。这是最重要的一种服务提供方式, 并且给东道国政府和服务贸易谈判提出了许多棘手的问题。服务的交易中有很一部分要求服务的提供者和消费者位于同一地点。不过, 关于商业存在的规则与关于货物贸易的关税及其他边境措施有很大的不同。GATT 仅仅是在补贴和技术标准等一些领域才涉及敏感的国内政策问题。而 GATS 却是从一开始, 就不得不处理外国服务提供者商业存在的开业权等国内政策问题。由此, 并且随着保障企业和个人在国外市场设立商业存在的多边规则的制定, GATS 开辟了一个全新的领域。

“第三种方式”虽然并不一定意味着需要有外国人的参与 (外国服务提供者的商业存在可以完全由本地雇员组成), 但是外国服务提供者也会觉得有必要任用一些自己的专家和管理人员。在这种情况下, 第三种方式自然就与“第四种方式”联系起来。

二 国际教育服务贸易基本范畴

国际教育服务贸易实质上是以教育服务为对象的贸易, 因此, 研究国际教育服务贸易, 首先必须从理论上对服务、服务贸易、教育服务贸易进行讨论和界定。下面对服务、服务贸易、教育服务贸易概念的历史演变进行简要的梳理。

1 服务

服务作为一个产业部门已有几千年的历史, 但由于服务本身

的复杂性，对于究竟如何定义服务，理论界至今尚无能被普遍接受的权威意见。

最早对服务的内涵和外延进行定义的是法国的古典经济学家萨伊。他在《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，是资本的产物。”他指出无形产品的特征是：“自己没有永久性，一生产出来，便立即归于毁灭，无形产品的性质，使人无法在任何时候把它们储积起来……因为他们的产品一经产出就被消费掉，服务的生产和消费同时发生。”^①他用精辟的语言对服务进行了解释，对服务经济的研究做出了很大贡献。马克思在《剩余价值学说史》中给服务下的定义是，“一般说来，服务也不外是这样一个用语，用以表示劳动所提供的特殊的使用价值，和每个其他商品都提供自己的特殊使用价值一样。但是，它成了劳动的特殊使用价值的特有名称，因为它不是在一个物品的形式上，而是在一个活动的形式上提供服务。”^②对于什么是服务，马克思在这里强调了两点：一是服务是劳动的成果，是劳动所提供的使用价值；二是和一般物品相比，服务的特殊性主要表现在其存在形式上，即服务是一种非实物形态的产品，它主要以活动（或运动）形式存在，其产品与其生产者和生产过程不能分离，正如马克思接着论述的那样，它“不采取实物的形式，不作为物而离开服务者独立存在，并且随着劳动能力本身活动的停止而消失，产品同生产行为不能分离，如一切表演艺术家、演说家、演员、教员、医生、牧师等等的情况”。^③另外

① 萨伊：《政治经济学概论》，商务印书馆 1972 年版，第 126～129 页。

② 马克思：《剩余价值学说史》第 1 卷，人民出版社 1972 年版，第 158，456 页。

③ 马克思：《马克思恩格斯全集》第 26 卷（I），人民出版社 1972 年版，第 443 页。

比较有代表性的定义是，1960年AMA（美国市场营销学会）将服务定义为：“用于出售或者是同产品连在一起进行出售的活动、利益或满足感”。^①该定义表明服务是可以从销售中直接购买的，或是伴随某一产品的销售而出现。A.佩恩（1993）在分析了各国营销组织和学者对服务的定义之后，对服务概念做出这样的界定：“服务是一种涉及某些无形性因素的活动，它包括与顾客或他们拥有财产的相互活动，它不会造成所有权的更换，服务产出可能或不可能与物质产品紧密相连。”^②该定义从所有权的角度指出服务具有的性质。目前，绝大多数学者都认为服务部门包括了所有产出不是有形产品的经济活动，其生产和消费同时进行，并为其购买者提供在本质上无形的内容。

在我国，白仲尧先生提出服务的定义具有一定的代表性，他认为，服务是人们在消费者支配下为满足其需要而创造某种效用的活动。^③这一定义较为全面地概括了服务的本质及其特征。首先，该定义指出了服务的本质，即服务是一种产品，一种能给消费者提供某种效用，能满足消费者某种需求的产品；其次，该定义指出了服务的最重要的特征，一是服务主要是一种活动形式的产品，它多以活动的形式来满足消费者的某种需要；二是服务要求生产者和消费者在物理上接近，服务产品的生产往往有消费者的参与，消费者直接参与服务生产过程。我们主要采用这一定义，并以此作为探讨教育服务和教育服务贸易的基础。

① G. 佩里切利著，张密译：《服务营销学》，对外经济贸易大学出版社2000年版，第65页。

② 葡雷、吴贵生：《服务创新》，清华大学出版社2003年版，第37页。

③ 白仲尧主编：《中国服务贸易方略》，社会科学文献出版社1998年版，第24页。

2 服务贸易

服务和贸易的复杂性，服务定义的多样性以及服务贸易和货物贸易相比的不同特点，使得理论界对于服务贸易的定义同样是众说纷纭，难以形成一个权威的定义。据文献记载，“服务贸易”一词最早出现在1972年9月经济合作与发展组织(OECD)的一份有关“高级专家对贸易和有关问题的报告”中，该报告用了不长的一章专门讨论了服务贸易问题，对即将进行的关贸总协定的“东京回合”多边贸易谈判所要讨论的问题进行了论述。^①此后，随着关贸总协定乌拉圭回合谈判的开始和不断深入，各国学者围绕服务贸易的定义展开了认真的研究和激烈的争论。目前关于服务贸易比较有代表性的定义有以下三种：

西方学者关于服务贸易的定义

自20世纪70年代以后，西方学者对服务贸易的定义进行了广泛的讨论，提出了许多不同的定义，其中比较有代表性的是桑普森(G. Sampson)和斯拉普(R. Snape)提出的服务贸易的定义，他们认为服务贸易是不同国家的居民之间发生的服务交易活动。他们还根据服务交易地点的不同，或者服务提供者和服务消费者的物理接近程度的不同，将服务贸易划分为四种类型，即(1)服务提供者和服务消费者均不移动的服务贸易，亦称为可分离性服务贸易或越境服务贸易(across border service)，其特征是服务提供者和服务消费者不需要在物理上接近；(2)服务提供者不移动而服务消费者移动的服务贸易，这类服务贸易要求服务消费者移动到服务提供者所在国(地区)去接受服务；(3)服务提

^① 陶明、吴申元等：《服务贸易学》，山西经济出版社2001年版，第1页。

供者移动而服务消费者不移动的服务贸易，即服务提供者到服务消费者所在国（地区）提供服务，这种服务贸易的典型特点是必然伴随着生产要素的跨国界移动；（4）服务提供者和服务消费者都移动的服务贸易，即“第三国服务贸易”，它是指服务提供者和服务消费者都移动到第三国所进行的服务贸易。^①

《美国和加拿大自由贸易协定》（FAT）对服务贸易的定义

《美国和加拿大自由贸易协定》是世界上第一个在国家间贸易协议上正式定义服务贸易的法律文件。该文件将服务贸易定义为，服务贸易是指代表其他缔约方的一个人，在其境内或进入一缔约方提供所指定的一项服务。这里“指定的一项服务”包括：生产、分配、销售、营销及传递一项所指定的服务及其进行的采购活动；进入或使用国内的分销系统；以商业存在（Commercial Presence）（并非一项投资）形式为分销、营销，传递或促进一项指定的服务；遵照投资规定，任何为提供指定服务的投资，及任何为提供指定服务的相关活动。缔约方的一个人既可以是自然人，也可以是法人，进入一缔约方提供服务包括过境服务提供。^② 这种对服务贸易说明性的、非规范性的定义，说明了服务贸易活动的复杂性。

《服务贸易总协定》对服务贸易的定义

乌拉圭回合服务贸易谈判中达成的《服务贸易总协定》是迄今为止第一个有关服务贸易的具有法律效力的多边规则。GATS将服务贸易定义为：（1）从一缔约方境内向任何其他缔约方境内

^① G. Sampson and R. Snape, 1985, "Identifying the issues in trade in services", *The World Economy*, 8, 171 ~ 182.

^② 《美加自由贸易协定》第14章第1条（US—Canada FTA, Article 1401, Scope and Coverage）。

提供服务；(2) 在一缔约方境内向任何其他缔约方的服务消费者提供服务；(3) 一缔约方在其他缔约方境内通过提供服务的实体性介入而提供服务；(4) 一缔约方的自然人在其他任何缔约方境内提供服务。这个定义目前已成为国际服务贸易的权威性定义，并为各国所普遍接受。GATS 中的“服务提供”包括任何部门的任何服务，但实施政府职能活动所需的服务提供除外，包括任何生产、分销、营销、销售和传递一项服务。

以上关于服务贸易的定义，都较为全面地概括了服务贸易的内容，体现了服务贸易的特征以及服务贸易与货物贸易的区别。但由于上述定义都是采用描述性方法来定义的，严格来说，只是对服务贸易内容和范围的概括，而不是服务贸易的定义。在定义服务贸易时，既要体现国际贸易的共同特点，又要突出其不同于货物贸易和其他贸易的特殊性。所谓国际贸易，是国与国之间、或不同国家的居民之间的商品交换，可以看出，国际贸易的一个典型特点是，参与商品交易的双方是不同国家的居民。货物贸易往往体现为商品的跨国界流通，而服务贸易的交易对象是服务（或服务商品），服务商品主要是以活动形式（或非实物形式）存在。服务商品的生产、流通和消费往往具有直接同一性，它们同时产生、同时结束，正因如此，服务商品一般具有不可贮存性和不可运输性，不可能通过远距离运输从一个国家转移到另一个国家。服务贸易的实现，往往不是通过作为服务贸易客体的服务商品的跨国界流通实现的，而是通过作为服务贸易主体的服务提供者和服务消费者的跨国界移动、通过生产要素的跨国界移动实现的。

根据以上分析，我们认为可以将服务贸易定义为：服务贸易是指发生在国家（地区）与国家（地区）之间的服务商品的交易行为和交易过程。

3 教育服务贸易

同服务贸易一样，教育服务贸易既包括国内贸易也包括国际贸易。目前没有见到对教育服务贸易明确的定义，有关教育服务贸易的研究也不多见。我国加入 WTO 后，大多数学者在教育服务贸易领域的研究多为国际教育服务贸易。但国内也有学者提到了教育服务贸易的范围，如“教育服务贸易当然既包括国际贸易也包括国内贸易，在我国国内已有教育界人士考虑吸引外地生源作为拉动地区经济增长的重要因素。上海市计划扩大外地学生在上海的教育消费，以有利于上海 GDP 的增长。经过若干年努力，上海能吸收 5 万名高中生和 5 万名大学生，上海每年就可新增 20 亿元 GDP。”^① 我们认为，教育服务的国内贸易是指国界内的教育服务的交换活动。服务贸易总协定中涉及的教育服务贸易概念专指国际教育服务贸易，即国家间的服务输入或服务输出这样一种贸易形式，而不包括国内教育服务贸易。我们将研究的范围界定在国际教育服务贸易领域，所以以下各部分在提到教育服务贸易时，如没有特别说明，也专指国际教育服务贸易。

4 国际教育服务贸易

国际教育服务贸易定义

教育服务贸易是服务贸易的一个重要组成部分，虽然教育服务贸易的概念是在近几年提出，但在实践中教育服务贸易的开展

^① 袁振国等著：《发展我国教育产业政策研究》，华东师范大学出版社 2002 年版，第 88 页。

在早些年已经存在。教育服务贸易的形成有两个重要的标志^①。首先，20世纪80年代中期以来，国际经济贸易机构或组织在统计国际服务贸易时，将教育服务贸易当作服务贸易的一个部分来对待，列入统计范围，说明教育服务贸易是国际贸易额的一个重要组成部分；其次，20世纪80年代末，英国、澳大利亚等发达国家相继取消了对海外留学生的学费优惠措施，采取了全成本收费政策。这一政策标志着教育服务国际交流的重点从单纯的援助和合作转向以营利为主要目的的贸易活动，极大地刺激了教育服务贸易的发展。

对教育服务贸易的定义，由于认识基点各异，不同的学者提出了各不相同的定义。如有学者认为，“国际贸易以服务的形式在教育领域中的一种反映就是国际教育服务贸易。”^②“国际教育服务贸易是世界各国（地区）之间进行的商品交换活动以服务的形式在教育领域中的反映，也可看作是国家之间相互提供的作为教育活动服务的特殊作用价值。”^③也有人针对某一领域的教育服务下了定义，认为：“高等教育国际贸易是指国与国之间主要出于经济目的而进行的关于高等教育输入与输出，它属于一种国际服务性贸易”。^④目前学术界对国际教育服务贸易的定义为：“这种贸易在实践中表现为以留学生为主要标志的，兼有教育产

① 靳希斌：“国际教育服务贸易研究——规则解读与我国的承诺”，《北京师范大学学报》，2004年第1期。

② 顾永才：“论国际教育服务贸易”，《对外经济贸易大学学报》，1998年第3期。

③ 胡晓莺、许明：“略论国际教育贸易的发展动因、现状和特点”，《教育研究》，1997年第1期。

④ 熊庆年、王修娥：“高等教育国际贸易市场的形成与分割”，《教育发展研究》，2001年第9期。

品或教育物资进口与出口的服务贸易的一种”。^① 此定义虽然对教育服务贸易进行了比较好的概括，但也存在着不足之处，此定义对教育服务贸易所包括的内容和范围定义过窄，不能涵盖教育服务贸易的全部。教育服务贸易实际上包括了上述服务贸易的全部四种方式，但该定义仅将境外消费方式发生的教育服务贸易概括在内；虽然教育服务贸易的大部分是以境外消费形式开展的，但其他三种形式的教育服务贸易也是教育服务贸易的重要组成部分。因此，此定义对教育服务贸易的概括存在片面性。

世界贸易组织在 1994 年乌拉圭回合谈判的最后文本中将教育服务纳入到服务贸易的范围，据 WTO 服务贸易总协定第 1 条第三款（B）规定，服务包括“任何部门的任何服务，但在行使政府职权时提供的服务除外”；第三款（C）规定行使政府职权时提供的服务指“既不依据商业基础提供，也不与一个或多个服务提供者竞争的任何服务”。延伸到教育领域，可以理解为，除了由各国政府彻底资助的教学活动之外，凡收取学费、带有商业性质的教学活动均属于教育服务贸易范畴。^② 这样的表述也基本属于对教育服务贸易范围的概括。

综合前述关于国际教育服务贸易的定义，结合教育服务贸易的特点，本文认为，国际教育服务贸易可作如下定义：国际教育服务贸易是指发生在国家（地区）与国家（地区）之间的教育服务的交易活动和交易过程。

国际教育服务贸易的标的物是教育服务，关于教育服务，根

^① 庞守兴、李淑俊：《现代国际教育贸易的形成与理论探源》，教育发展研究 2002 年第 12 期。

^② 周满生：《国际教育服务贸易的新趋向及若干对策思考》，研究动态 2002 年第 9 期。

据 WTO 的统计和信息系统局 (SISD) 提供的分类, 教育服务被分为以下 5 类 (按分支部门编号): (74): 初等教育服务; (75) 中等教育服务; (76) 高等教育服务; (77) 成人教育服务; (78) 其他教育服务。各国在制定部门服务贸易承诺一览表时使用了联合国《中心产品分类》(CPC) 的分类方法和相关代码, 因此, 教育服务的详细定义和范围亦可参照此种分类 (见表 1—2)。WTO 分类中只有教育服务的第一个分支部门与 CPC 分类略有偏离 (WTO 为初等教育, CPC 为基础教育)。在教育服务分支部门中的“其他教育服务”, 主要包括教育测试服务、学生交流项目服务、留学便利服务, 以及因教育部门迅速变革产生的新服务, 因此在承诺一览表中, 其他教育服务需在谈判中详细定义。

《服务贸易总协定》减让指南和主要产品分类^①

表 1 - 2 (CPC) 中的教育服务

教育服务类别	相关 CPC 号	在临时 CPC 中的定义和范围
A. 基础教育服务	921	学前教育服务: 小学学前教育服务。通常由托儿所、幼儿园或小学附属机构提供, 主要目标是使儿童适应学校环境。除外: 儿童日间看护划归支类 93321。 其他基础教育服务: 其他第一阶段的小学教育服务。目的是为学生提供不同学科的基本知识, 特点是专业知识较少。除外: 成人扫盲课程划归支类 92400 (成人教育服务)。

^① 资料来源: 世贸组织服务贸易委员会, “世贸组织服务贸易委员会关于《教育服务》的资料背景说明”, 教育参考资料, 2001, (20)

B. 中等教育服务	922	<p>初级中等教育服务：普通初级中学教育服务。继续小学的基础课程，但学科更明确，并且开始教授专业知识。</p> <p>高级中等教育服务：普通高级中学教育服务。课程包括更多学科且更专业。目的是使学生具备接受技术或职业教育，或大学教育的资格，但不针对专门的科目。</p> <p>中等技术职业教育服务：大学层次以下的技术职业教育服务。课程强调各科专业知识、理论和实践技能的指导。适用于专门的职业。</p> <p>为残疾学生提供的中等技术职业教育服务：专门针对残疾学生，适应他们需要的大学以下中等技术职业教育。</p>
C. 高等教育服务	923	<p>中等后技术职业教育服务：中等后副学位技术职业教育服务。包括各种不同的学科课程。强调实践技能的教授，以及相当的理论知识的指导。</p> <p>其他高等教育服务：使学生获得大学学位或相等学历的教育服务。由大学或专科学校提供。课程不仅强调理论的教授，并且为学生将来的就业做准备。</p>
D. 成人教育服务	924	<p>成人教育服务：为不在普通学校或大学系统的成人提供的教育服务。由学校的日间或夜间课程以及专门的成人教育机构提供，包括广播、电视或函授，科目有普通的或职业的，成人扫盲也包括在内。除外：在普通教育体系中提供的高等教育服务划归支类 92310（中等后技术职业教育服务）或 92390（其它高等教育服务）。</p>
E. 其他教育服务	929	<p>其他教育服务：一级二级教育中不易归类的特别科目和无法定义级别的其他教育服务。除外：与娱乐业有关的教育服务划归类别 9641（体育服务）。家庭教师提供的教育服务划归支类 98000（家庭雇佣服务）。</p>

国际教育服务贸易类型

GATS 第一条规定的“服务”指除政府当局为履行职能所提供的服务之外的所有一切服务。这里的“政府当局为履行职能所提供的服务”是指非商业性的，不与其他服务提供者相竞争的各

类服务。也就是说，凡是承诺开放教育市场的国家，除了政府彻底资助的教育活动外，凡带有商业性质的教育活动或相关行为，所有成员方均有权参与其教育服务竞争。服务贸易被定义为以下四种服务提供方式见（表 1-3）：

- 跨境交付（cross-border supply），指一成员方在其境内向任何其他成员方境内提供的服务，其特点是服务提供者与服务消费者分别处于不同的国家，如通过网络教育、远程教育等形式提供的教育服务。

- 境外消费（consumption abroad），指在一成员方境内向任何其他成员方的服务消费者提供的服务，其特点是服务消费者必须进入服务提供国，比如一国人员到他国的学校或科研机构留学、进修与学术访问等。

- 商业存在（commercial presence），指一成员方的服务提供者通过在其他任何成员方境内建立商业实体提供的服务，其特点是服务者跨越国界，与对外直接投资联系在一起，比如一国企业或学校到他国直接开办独资或合资学校、培训机构等。

- 自然人流动（movement of natural persons），指一成员方的自然人在任何其他成员方境内提供的服务，其特点是服务提供者以自然人身份进入并暂时居住在服务消费国，比如外籍教师来华任教，中国教师或科研人员到国外学校或科研机构就职等（见表 1-3）。

表 1 - 3 国际教育服务贸易的主要形式及其市场现状^①

《服务贸易总协定》下的提供方式	教育服务实例	市场规模、潜力与发展的主要障碍
跨境交付	远程教育 虚拟教育机构 教育软件 通过信息与通信技术进行的公司培训 (ICT 教育)	目前市场相对较小, 但发展很快, 通过利用信息与通信技术具有巨大的市场潜力, 尤其是通过因特网
境外消费	到另外一个国家进行课程学习或攻读学位, 即出国留学	目前在国际教育服务市场份额最大, 特别是在高等教育领域政府的限制较少, 所以《服务贸易总协定》对市场影响不大, 作用主要是在鼓励学历承认上
商业存在	在另一成员境内建立学校或分校 在另一成员境内成立语言培训公司 跨国公司在东道国进行的单独培训, 如微软、思科的证书培训等	市场利益和未来增长潜力很大但是, 成员普遍不愿意在这个领域作出承诺: 目前只有 7 个世贸组织成员在这种方式下对高等教育作出了充分的开放承诺
自然人流动	教授、教师或研究人员到另一成员境内进行短时间工作	对专业人才和高技术人才的需求使市场有潜力。但是由于政治和商业敏感, 大多数成员通过水平承诺对此保留了限制 (如限制移民)。学术机构之间的人才流动限制较少

国际教育服务贸易特征

教育服务贸易的对象是教育服务产品, 教育服务产品是教育机构为满足人们的各种教育需求而提供的服务产品。这些产品既

^① 资料来源: 根据世贸组织有关文献整理。

不同于实物生产部门所生产的有形的消费品和资本品，也不同于其他服务业所提供的服务产品。国际教育市场上教育服务产品包含四个方面的内容。但不管教育产品具有如何丰富的内容，服务都是教育服务产品的基本特质，正是由于教育服务产品的这一特质，决定了教育服务贸易的基本特征。

无形性 无形性是服务的最基本，也是最重要的特征。服务的无形性，可以从两个方面来理解。首先，与有形的实物产品相比，服务的特质及其组成服务的元素，很多都是无形的，让人不能触摸或凭肉眼看见其存在；其次，服务使用后的利益也是无形的，它要使用一段时间以后，享用服务的人才能感觉到利益的存在。教育服务作为服务的一种，同样具有无形性这一服务的基本特质。学生消费者在接受教育服务之前，对教育服务是难以用视觉、触觉、听觉、味觉和嗅觉感知的。服务提供者通常无法向顾客介绍教育服务的具体形态，服务消费者通常只能在主观上知道服务的种类，并在消费服务之后感知服务的结果。学生消费者主要从教育服务过程和教育服务效果两个方面来感知教育服务质量。

教育服务的无形性特征，使得教育服务贸易也具有无形性的特征，教育服务贸易并不像有形的商品贸易一样，人们可以在特定的时间、地点看见商品的跨国界移动，大多数教育服务的进口和出口往往是无形的。教育服务的无形性特征给教育服务贸易带来了一系列问题：一是统计上的困难性和复杂性。由于有些教育服务贸易的进出口并不是以看得见的形式经过海关，而是通过网络远程信息传输等看不见的方式跨越国境的，往往无法由海关进行统计。因而，国际上和世界各国所搜集的教育服务贸易的数据是相当有限和很不全面的。目前各国所搜集的教育服务贸易数据大多以境外消费，即出国留学贸易方式来统计教育服务贸易的数

据，其规模远远小于其实际规模；二是政府管理上的困难。教育服务贸易作为无形贸易，不同于货物那样在通关时加以海关措施予以控制、管理。对教育服务贸易的管理只能通过国家立法和制定行政法规来达到目的。在这种情况下政府对教育服务贸易进行有效的管理比较困难。

不可分离性 与有形商品的贸易相比，教育服务贸易的标的物教育服务具有的一个典型特征是，教育服务具有不可分离性的特征，即教育服务的生产与消费具有同时性。教育服务的生产过程就是教育服务被消费的过程。教育服务的这种生产与消费的同时性，使得大多数教育服务不可能像有形产品一样，可以贮存和运输。教育服务的这样一些特征，使得在教育服务的贸易过程中，教育服务的提供者和消费者必须存在某种形式的接触，要求教育服务的消费者必须参与到教育服务的生产和贸易过程中。国际教育服务传统上是学生到教育机构完成他们的学业。但是，随着跨国办学和远程教育地开展，这些正在发生变化，深刻改变了传统的教育服务传送过程。一国的教育服务提供者，为使远在天涯之外的他国学生消费者能够购买和消费其教育服务，就必须使自己在物理上与他国的消费者接近，必须通过生产要素的移动和对外直接投资的方式，在学生所在地建立商业存在或吸引学生来本国学习。因此教育服务贸易必定涉及到教育服务出口国在进口国的开业权问题，涉及到移民政策和投资限制等问题。当然，某些教育服务其生产和消费过程是可以分离的，或者说可以与教育服务生产者相分离，如跨境交付提供的教育，但教育服务贸易的不可分离性仍是广泛存在的。

异质性 异质性是教育服务的一个基本特征，不同的生产者提供的服务质量是不同的，即使是同一生产者提供的同一种服务，由于消费者不同所享受到的服务结果也会有所不同。不同的

教育机构提供的教育质量有很大的差别，许多教育机构经过多年的历程已经形成了自己的品牌和特色。尤其教育发达国家优质的教育资源在国际教育服务市场上有较强的竞争力，所以教育服务的异质性使教育服务贸易的国际竞争更为激烈，并且今后教育机构的声誉、品牌形象将成为竞争的焦点。在教育服务贸易的竞争中，发达国家的教育服务具有绝对的竞争优势，因此，发展中国家在竞争中往往处于十分不利的地位。

所涉及到的法律关系的复杂性和特殊性 教育服务贸易的特殊性，使得教育服务贸易所涉及到的法律关系与商品贸易相比，显得特殊而复杂。由于教育服务贸易的无形性，使得教育服务贸易可以绕过各国海关的监管，因此，各国主要不是通过海关措施、而是通过国内立法和规章来实现对教育服务贸易的管制。这样教育服务贸易必然涉及到各国复杂的法律、法规等问题，而这些法律、法规的制定和执行又涉及到一国现行的法律法规等政治经济和国家主权等问题。各国主要利用国内立法对教育贸易进行管理，而国内立法更强调国家利益的安全性和教育主权利益。因此，各国常常出于自身利益的考虑，利用国内立法对教育服务贸易设置重重障碍。而且由于各国国内立法所涉及到的法规领域范围广泛、内容庞杂，在灵活性、隐蔽性和保护力等方面使教育服务贸易壁垒相对于货物贸易而言，显得有过之而无不及。

三 国际教育服务贸易基本原则

《服务贸易总协定》作为 WTO 中教育服务贸易领域的基本法，规定了 WTO 成员的权利与义务，该法律文件中的一般规定，已经成为 WTO 成员从事教育服务贸易活动时的基本原则，包含最惠国待遇原则、国民待遇原则、透明度原则、发展中国家更多

参与原则、市场准入原则以及逐步自由化原则等。

1 最惠国待遇原则

最惠国待遇原则 (most-favoured-nation treatment) 是 WTO 赖以生存的基石,也是教育服务贸易领域最重要的核心原则。它的主要意义是承担该项义务的 WTO 成员在税收、行政监管等方面,给予其他成员的,不低于现在或将来给予任何第三方的利益、优惠、特权或豁免等待遇。最惠国待遇既是国际公法的原则,也是国际教育服务贸易的政策工具。从内容上,可以将最惠国待遇原则分为一般规定和例外(免除)措施两大部分。最惠国待遇的一般规定要求 WTO 成员(给惠方)一旦给予其他成员方(受惠方)教育服务领域的任何利益、优惠、特权或者豁免等待遇,则所有 WTO 的其他成员都会立即成为该待遇的受惠方,获得最惠国待遇的权利,除非特别说明该待遇只属于对某些成员的特惠待遇。这表明在 WTO 的多边框架中,受惠方的数量将自动增多,各国教育服务领域的开放,一般并不针对特别对象,而是面向 WTO 的所有成员。最惠国待遇原则普遍存在于教育服务及相关服务贸易领域之中,成为指导世界教育服务贸易的重要原则。但是,由于 WTO 成员教育服务业的竞争力水平存在着巨大的差异,最惠国待遇原则无法不加区别地顺利实施。因此,充分考虑到各成员方利益和立场,最惠国待遇还包含了两项例外规定。一是“授权条款”,即为了改变发展中国家在国际教育服务贸易中的不利处境,WTO 允许发展中成员作出不对等减让,也允许仅对发展中国家实行优惠待遇,以及允许发展中国家相互间实行优惠待遇,而不将此待遇扩大到发达国家。二是“毕业条款”,即对成员方在起始阶段难以给予最惠国待遇的特定部门,可列入最惠国待遇豁免清单。但随着发展中国家教育发展及贸易状况的改善,将逐

渐提高其在世贸组织中的减让水平，待“毕业”后，便取消普惠制待遇。此外，这里关于最惠国待遇的例外规定条件是依据程序而非实体规则制定的。在 WTO 协定生效之后，成员方提出任何新的免除最惠国待遇的清单应该通过弃权程序来进行，由于 WTO 的弃权程序极为苛刻（需要四分之三的 WTO 成员同意），教育服务水平较低的成员方很难通过此程序来达到在教育服务贸易领域免除最惠国待遇的目的。总之，最惠国待遇作为教育服务贸易等领域必须坚持的一项普遍原则，具有一般性、广泛性和无条件性等特征。

2 国民待遇原则

国民待遇（national treatment）是指一个国家在其领域内行使属地管辖权时，给予其他国家的法律主体或客体与本国法律主体或客体相同的待遇。国民待遇条款也是 WTO 的一种反歧视待遇条款，但它与最惠国待遇条款不同。从教育服务贸易来看，国民待遇主要是调解外国教育服务机构与本国教育服务机构在国内教育服务市场的关系，从某种角度上讲，它是最惠国待遇的补充。在教育服务贸易领域，国民待遇并不是 WTO 成员的一项普遍义务，它仅属于具体承诺义务的一个组成部分。成员方可以根据本国教育业的竞争力水平，选择具体教育服务部门实施国民待遇，而且，还可以为国民待遇在本国教育领域的实施，列出相应的条件并进行限制。如，成员方可以就教育服务贸易的四种提供方式——跨境交付、境外消费、商业存在与自然人流动，选择某种或几种具体方式给予外国教育机构以国民待遇，并列入其“具体承诺表中”，而未在具体承诺表中列出的教育服务提供方式，外国教育机构则不能适用国民待遇原则。在这种情况下，国民待遇只适用于已承诺开放的部门，且给予方式也不要求完全一致。给予

另一成员方教育服务和教育服务提供者的待遇在形式上可以与提供给本国相同教育服务和教育服务提供者的待遇不同，即无论采取相同的或不同的形式，只要不造成对其他成员方教育服务和教育服务提供者事实上的歧视，就不属违反国民待遇。而无论形式上是否相同，只要给予内外不同的教育服务或教育服务提供者的待遇改变了双方的竞争条件，使其实际上有利于国内的教育服务或教育服务提供者，就将被认为是违反了国民待遇原则。

3 透明度原则

透明度 (transparency) 也是 WTO 成员在教育服务贸易领域应履行的基本义务之一。由于教育服务产品具有无形性特征，客观上，就要求在教育市场中信息系统的作用能得到充分发挥，而这就需要成员方的国内法规、政策以及行政管制措施这些教育市场竞争的规则，保持极高的透明度。为了增强教育服务贸易领域的透明度，WTO 下属的服务贸易理事会建立了经常性的审查制度，对各成员方影响到教育服务贸易的所有文件，包括国内教育法律、法规、命令，以及该成员参加的有关影响教育服务贸易的国际协定等进行登记、审查，以有效地促进 WTO 成员提高教育服务贸易政策的透明度。成员方现行法律、行政法规、命令做任何修改时，应立即或至少每年一次向服务贸易理事会通报。此外每个成员应至少设立一个咨询点，以便为其他成员的政府和个人提供本国教育服务贸易的有关资料，还应及时答复其他成员就教育服务贸易领域提出的问题等。对世贸组织的各成员方来说，保证不增加教育服务贸易壁垒和减少教育服务贸易壁垒是同等重要的。由于“措施”不清可能造成新的贸易壁垒，因此 GATS 规定所有成员必须履行透明度义务，为教育服务提供者提供可预见的规则，以便各成员能清晰地把握未来的机会和公平地享受竞争的

好处。当然透明度原则也有一定范围的限制，由于世界贸易组织各成员机密材料的公开会妨碍有关法律的实施，有害于公共利益等，因此，对于成员方教育服务贸易领域涉及国际安全及国家秘密、商业秘密等方面的机密材料，并不要求其实施透明度原则。总之，透明度问题与竞争规则以及成员方的政府效率和国家安全密切相关。透明度原则在教育服务贸易领域的实施，可以促进教育服务贸易的公平竞争和扩大贸易。同时，由于透明度问题又涉及到世界贸易组织成员的国家秘密乃至国家安全，因此，必须设置透明度原则的例外条款，以保证其被合理实施。

4 发展中国家更多参与原则

发展中国家更多参与原则是考虑到 WTO 发达成员与发展中成员，在教育服务贸易领域发展的差距性和不平衡性，为了实现世界范围内教育服务贸易的公平竞争，而特别规定的为保证发展中成员更多地参与到国际教育服务贸易中来，而对发展中成员实施优惠的原则。WTO 四分之三以上成员都是发展中国家或是处在由非市场经济向市场经济过渡的转型国家。GATS 的宗旨就是在透明度和逐步自由化的条件下，扩大服务贸易，促进各成员的经济增长和发展中国家服务业的发展。“促进发展中国家服务业的发展、使发展中国家能更多地参与”是该原则的核心内涵。WTO 考虑到发展中国家和最不发达国家的实际教育情况，给予发展中国家以特殊待遇，譬如发展中国家可以承诺较低水平的义务；可以享有较长的过渡期；可以享有某些程序性的灵活性和优惠待遇，而且为了促进发展中国家的教育发展，发达国家应对发展中国家承担义务，对发展中国家提供必要的教育援助。为了切实体现对发展中国家的优惠待遇，WTO 提出了差别对待的原则：一是“发达国家与发展中国家之间”的非互惠原则，即发达国家

在教育服务贸易谈判中对发展中国家所承诺的减让和撤销的壁垒，不应希望得到发展中国家对等的互惠；二是“发达国家给予最不发达国家差别和优惠待遇”的授权条款，即 WTO 成员可以给予发展中国家差别和更为优惠的待遇，而不须按照最惠国待遇的原则将这种待遇给予其他成员，也无须得到世贸组织的批准。这种对发展中国家实行差别和更优惠待遇的做法，体现了在 WTO 框架下发展中国家在世界教育服务贸易体系中地位得到了足够的重视和倾斜。因为，WTO 中四分之三的成员方为发展中国家，由于历史和经济发展不平衡的原因，发展中国家在教育服务贸易领域处于竞争劣势，但如果没有她们的更多参与，那么世界国际教育服务贸易的发展也将是一句空话。

5 市场准入原则

市场准入是 WTO 成员的一项具体承诺义务。教育服务贸易领域的市场准入原则，是指 WTO 成员一旦在具体承诺表中做出对其他成员开放其教育服务贸易领域中具体部门的承诺以后，就应保证其他成员的教育服务提供者，以不低于具体承诺表中承诺的待遇进入本国教育市场。首先，在教育服务贸易领域，市场准入并非是每个成员的普遍义务，WTO 各成员可以根据本国教育市场的实际情况，在同其他成员的谈判中确定自己在该领域的开放方式。例如，一成员的教育产品要进入其他成员的教育市场可以通过下述方式发生：(1) 通过开设一个分支教育机构；(2) 通过与目标成员教育服务提供者合作开办教育项目或机构；(3) 通过国际互联网等方式开展跨国远程教育。在这三种方式中，目标成员可以根据国内教育服务业竞争力现状以及其他交换利益的考虑，在同其他成员的多边谈判中确定以何种方式、在何种范围内开放教育市场。其次，WTO 成员在教育服务贸易领域，同其他

成员的谈判中确定的开放具体部门以及具体开放方式及范围应该列入其具体承诺表中。对于具体承诺表中同意和明确给予其他成员教育服务提供者的待遇，在进入本国教育市场的审批过程中，该成员必须严格遵守和履行，作到“言而有信，信而必践”。此外，在确定了教育服务贸易领域市场准入一般原则的基础上，WTO框架中有六种市场准入措施要加以限制，除非其他成员同意并明确记载在其具体承诺表中，否则，这些措施将不允许被维持或采取。即：

- 限制教育服务提供者的数量。
- 限制教育服务交易的总值或资产额。
- 限制教育服务业务的总量。
- 限制雇佣教师的人数。
- 限制提供教育服务的商业存在的实体性质。
- 限制外资持股比例或投资金额，否则被视为采用了歧视性措施。目的就是使成员政府不能轻易改变游戏规则，为教育投资者和教育消费者提供一个稳定、可预见的商业环境和市场准入机会。

四 WTO 成员教育服务贸易承诺及贸易壁垒

回顾教育服务贸易领域的基本法，即《服务贸易总协定》的产生过程，可以发现，由于WTO成员教育服务业的竞争力水平相差悬殊。因此，只能将教育服务贸易多边规则独立于关税与贸易总协定的框架之外，将教育服务贸易的基本原则与成员在教育服务贸易领域的具体承诺适当分离，许多具体协议不是像《1994年关税及贸易总协定》中的具体协议那样，作为一揽子协议的一部分，对全体成员方生效，而只是采取成员方各自承诺并签字生

效形式存在。因此，在现行的教育服务贸易多边规则体系之中，所谓具体承诺的协议占有十分突出的地位。

1 WTO 成员教育服务贸易承诺

教育服务贸易承诺的主要内容

《服务贸易总协定》中有关市场准入、国民待遇的条款，是 WTO 成员在教育服务贸易领域做出具体承诺的主要法律依据。因此，各成员的教育服务贸易具体承诺表，就包括了教育服务及与教育服务相关部门关于四种教育贸易方式（跨境交付、境外消费、商业存在和自然人流动）的市场准入、国民待遇承诺的各项内容。对于市场准入这项具体承诺来说，在教育服务贸易市场准入基本原则下，各成员方除非在其承诺表中明确规定，否则，不得维持或采取上述提到的六种限制其他成员教育服务提供的措施。即成员针对四种教育服务贸易方式，应在具体承诺表中逐一列明：在来自其他成员的每一种教育贸易方式中，本成员方将采取何种限制措施。否则，这六种限制措施将被禁止使用。对于教育服务贸易的国民待遇这项具体承诺来说，一般成员认为，对其他成员的教育服务给予完全国民待遇，实际上就意味着保证其他成员教育机构进入本国教育市场后，能够享有与本国教育机构同等的待遇，拥有平等的竞争机会。因此，WTO 成员往往会根据本国教育业竞争力的现状，从帮助本国教育业提高竞争力的角度出发，针对来自其他成员的每一种教育贸易方式，决定给予或取消国民待遇。而从成员方教育市场准入具体承诺和国民待遇具体承诺之间的关系来看，由于国民待遇限制的内容和市场准入限制的内容密切相关，市场准入是国民待遇的前提，如果某成员不承诺给予其他成员的教育服务提供者以市场准入的机会，国民待遇就无从谈起；对市场准入承诺的研究，基本上可代表各成员方教

育服务贸易市场开放程度的研究。

WTO 成员教育服务贸易承诺

大多数减让表由部门承诺和水平承诺两部分组成，水平承诺的条款适用于减让表所列的所有部门，具体部门承诺仅适用于特定部门。因此，分析某国或地区的承诺减让表时，需要同时注意其水平承诺，方能全面理解承诺范围。在市场准入和国民待遇方面，不同的国家在提供服务的四种方式中的承诺程度是不同的，发达国家与发展中国家的限制情况差别很大。因教育关系到维护国家主权、民族文化继承以及社会道德等重大问题，许多国家政府在开放教育市场时，态度相当谨慎，使得教育服务成为继能源服务之后各成员承诺最少的部门。

就各方开放教育市场的承诺来看，截止到 2002 年 5 月，在 144 个 WTO 成员国中共有 42 个（欧盟 12 国在减让表中作为一个成员）至少在一个教育分部门做出了一项承诺，承诺愿意通过谈判和协商，消除彼此分歧，促使各国政府下放办学权利，逐步取消限制性的教育法律与法规，开放教育市场，最终在世界范围内形成自由、开放的教育市场。这 42 个国家分别是：澳大利亚、奥地利、牙买加、日本、墨西哥、冈比亚、海地、马里、新西兰、挪威、波兰、卢旺达、塞拉利昂、哥斯达黎加、捷克、欧盟 12 国、加纳、匈牙利、斯洛文尼亚、扎伊尔、斯洛伐克、瑞士、列支敦士登、泰国、特立尼达、多巴哥、土耳其、美国及中国等。OECD 30 个成员国中的 25 国至少在一个教育分部门上做出了承诺，加拿大、芬兰、冰岛、韩国和瑞典没有在教育服务上做承诺。在非 OECD 成员中，中国、中国台北和泰国作为教育服务的主要进口国（每年派出大量留学生）做了开放度较大的承诺。其中有为数不多的几个低收入国家，如莱索托、吉尔吉斯作了开放度非常大的承诺，OECD 认为其主要目的是为了吸引外国教育

投资。在做出教育服务承诺的 42 个成员中，25 个成员在 4~5 个分部门中做出了承诺。总体上看，在乌拉圭回合之后承诺的部门覆盖范围比乌拉圭回合之前要宽。这表明在乌拉圭回合后加入 WTO 的成员在谈判过程中承受了更大的承诺压力。一般来说，WTO 成员在基础教育和中等教育的承诺比高等教育与成人教育的承诺有更多的限制。在成人教育分部门上，许多国家在“跨境交付”、“境外消费”与“商业存在”方面承诺的力度较大。此外，高收入国家比低收入国家在私人资助的初等、中等、高等教育上有更严格的承诺限制。WTO 成员在教育服务贸易方式上，对“商业存在”和“自然人流动”的限制比“跨境交付”和“境外消费”的限制要更严格。所有国家在“境外消费”教育服务都做出了承诺，在所有分部门做出的承诺中，“境外消费”占的比例最高。“自然人流动”是所有四种交付方式中限制最多的，许多国家仅做了水平承诺而不做教育具体部门的承诺，在市场准入上比国民待遇有更多的限制。对教育的各个分支部门作出承诺的数量是相当稳定的：30 个国家对初等教育作了承诺，35 个国家对中等教育作了承诺，32 个国家对高等教育和成人教育分别作了承诺，最少得到承诺的分支部门是“其他教育”，只有 20 个。从 WTO 成员对教育服务贸易的具体承诺中，可以看出，不同类型的成员对教育服务活动的承诺情况相差很大。发达国家在凭借其较高的教育水平以及人才、信息、管理的优势在开放教育市场上态度积极，特别是美国、法国、英国、日本等主要教育服务出口国，承诺开放力度很大，这些国家往往是制定服务贸易规则的主导国家。

总之，发达国家教育水平高，再加上这些国家的人口出生率下降，教育资源尤其是高等教育资源过剩，因此，积极开放高等教育市场，同时也希望将其教育产业输出到其他国家。而发展中

国家及转型经济国家由于经济条件和教育水平落后，教育产业实力较为脆弱，出于保护本民族教育服务业的需要，在开放其教育市场时，态度相当慎重，即使签订了教育服务减让表，承诺的力度和范围也显然低于发达国家。在所有签约国家（地区）中，目前尚没有全部无条件开放的成员。

2 几个主要国家教育服务贸易承诺

美国入世的教育服务承诺

水平承诺：

美国签订的水平承诺减让表中与教育服务贸易有关的内容如下：

- 关于自然人流动的市场准入 服务（包括教育服务）销售人员符合水平减让表条件者^① 允许入境，但时间不可超过 90 天。内部调任的经理、行政管理人員和专家，符合水平减让表条件者^② 允许入境，但时间仅限于三年，加上延长的 2 年，总的期限不得超过 5 年。

- 关于商业存在的国民待遇 联邦政府规定对国家土地的初始销售仅限于美国公民^③。用政府资金进行的土地改造的收益，以及对荒凉土地改造的收益均限于美国公民。非美国公民对土地的所有权限制在：肯塔基州（限制只针对个人，不针对并入

① 此条件为：不在美国领土内常驻、不从在美国境内的来源获得报酬、从事和代表与服务提供者有关的活动、以就销售该提供者的服务进行谈判的人员，如：(a) 此类销售不向公众直接进行，且 (b) 该销售人员不从事该项服务的供应。

② 作为在美国境内设立并提供服务的分公司、子公司或附属公司的雇员，在该公司未进入美国之前就已经是该公司的雇员，并且在该公司申请进入美国之前的不少于 1 年的时间里，即是公司的经理、行政管理人員和专家。

③ 上述限制不应用于在美国州立法律约束下成立的外国公司。

美国的国外公司)和南卡罗莱纳州(适用于个人和国外公司)。非美国常驻居民购买土地被限制在:俄克拉荷马州、佛罗里达和怀俄明州。在密西西比,非美国居民购买的有住宅性质的土地不可以超过5英亩,为了工业发展的土地不可以超过320英亩。非美国居民不可以购买或竞标以下各州公用土地的出售:包括夏威夷、爱达荷州、密西西比、蒙大纳和俄勒冈州。

具体部门承诺

美国的教育承诺限制在成人教育服务和其他教育服务领域,根据《豁免清单》中的规定,美国的教育服务承诺主要包括以下几方面内容(表1-4):

表1-4 美国签订的WTO教育服务贸易具体承诺减让表

服务提供方式:(1)跨境交付 (2)境外消费 (3)商业存在 (4)自然人流动		
部门或分部门	市场准入限制	国民待遇限制
成人教育服务(飞行指导除外)	(1)没有限制 (2)没有限制 (3)肯塔基州美容学校的许可证总数限制在48以内,每个选区最多允许有8份开设此类学校的许可证 (4)除水平承诺中内容外,不作承诺	(1)奖学金和助学金只限于美国公民和(或)特殊州的居民,某些情况下仅用于特定州的机构,或在美国特定辖区内。 (2)同上 (3)同上 (4)同上
其他教育服务	(1)没有限制 (2)没有限制 (3)没有限制 (4)除水平承诺中内容外,不作承诺	(1)同上 (2)同上 (3)同上 (4)同上

(注:表1-4根据http://www.wto.org/English/tratop_e/serv_e/serv_com)

mitments_e.htm 中, Australia, Schedule of Specific Commitments 资料翻译而来, 仅为参考。)

- 跨境交付 美国对跨境交付方式下的市场准入没有限制, 即美国允许以跨境交付形式开展教育服务, 外国缔约方的教育机构可以从外国向美国境内提供远程教育服务(网络或者函授教育)。但是在国民待遇方面, 尤其是在奖学金和助学金的获得上, 不提供与美国公民同等的待遇。

- 境外消费 同大多数 WTO 成员国一样, 美国对境外消费方式下的市场准入没有限制, 即准许其他成员国成员来美留学, 也不采取任何限制美国公民出境留学或者接受培训的措施。但在国民待遇方面有一定的限制, 即外国服务提供者不能享受与美国公民完全同等的待遇。

- 商业存在 对于其他教育服务, 美国在商业存在的市场准入方面没有限制; 而对于成人教育服务, 在商业存在的市场准入方面有一定的限制。在国民待遇方面, 无论成人教育服务还是其他教育服务, 均有一定的限制。

- 自然人流动 关于自然人流动的市场准入, 减让表规定: 除水平承诺的内容外, 不作承诺。在国民待遇方面也有限制, 对于奖学金和助学金, 只有美国或特定州的公民才能得到。

澳大利亚入世的教育服务承诺

水平承诺

从澳大利亚签订的水平承诺减让表来看, 有以下几项内容与教育有关:

- 有关商业存在的市场准入限制

通知和测试要在澳大利亚国外投资政策方针和 1975 年的外国购置和接管行为之内进行。对减让表中确定的服务的投资国的利益的建议, 不需要论证经济利益或者不需要规定澳大利亚人平

等参与的，要根据政府的政策方针来检验，且只有国家的利益报酬出现时才能得到认可。

- 有关商业存在的国民待遇限制

澳大利亚国外投资的方针政策针对的是在澳设立的外资（外国拥有或控制的）企业。在上市公司（public company，包括上市的教育公司）中，至少要有两名董事是澳大利亚常驻居民。对联邦、州或地方政府层级的当前和未来措施不作承诺。根据本地居民或组织的权利或优先选择权，对他们提供在服务部门购置、成立或者运行工商企业（包括教育机构）等的优惠待遇。对研究和发展的津贴不作承诺。

- 关于自然人流动的市场准入限制

《豁免清单》规定，作为内部调任人员临时调动的行政管理 人员和高级经理人员^①，允许其作为自然人进入澳大利亚境内，首期居留时间为 4 年。不需要通过劳动力市场测试的独立的行政 管理人员^②，允许其作为自然人入澳大利亚境内，在澳大利亚的

① 此处行政管理 人员和高级经理人员指：作为在澳大利亚从事商业活动的公司的雇员，这些人员将对在澳公司的运行的全部过程或实质性过程负责，主要从高一 级行政管理 人员那里得到总的监督和指导（指导委员会或商业机构的股东会），包括指导公司、部门或分部门的工作，督导和支配其他监督者、专职雇员和管理者的工作，同时还拥有制定公司的部门或分部门的目标和政策的权力。

② 此处的独立行政管理 人员指：符合行政管理 人员和高级经理人的标准的人员，其打算或负责在澳创立一个由某一服务提供者提供的新的商业机构，而这一商业机构的总部在另外一个成员国境内，且在澳没有任何其他的代表处、分支机构或附属机构。

首期居留时间不能超过 2 年。属于个体通过劳动力市场测验的专家^①，在澳的首期居留时间最大限度为 2 年，加上延长规定总共居留时间不得超过 4 年；服务销售人员，符合水平减让表条件者^② 允许入境，首期停留时间为 6 个月，最多不得超过 12 个月。

对于国民待遇，《豁免清单》规定，除了市场准入栏中涉及到的关于自然人的类别外，不作承诺。

具体部门承诺：

澳大利亚入世后对教育服务的承诺主要限制在中等教育、高等教育、其他教育服务领域，初等教育、成人教育不包括在内，根据《豁免清单》中的规定，澳大利亚的教育服务承诺主要包括以下几个方面的内容（表 1-5）：

① 具备贸易、技术或职业技能的专家可以作为自然人入澳境内，如负责（或被雇佣用于）在澳公司运转的特殊方面。申请者的技能水平是根据其工作经历、资格证书以及对职位的适合程度来评估的。符合以下条件者不需要参加劳动力市场测试：（1）掌握公司运转的专有权性质这样一种高级专门知识的自然人，已经被公司雇佣不少于 2 年时间；（2）如果被讨论的职位在申请时没有超越有效劳动协议的范围。该劳动协议是在澳大利亚政府、雇主或者工业组织和联合会之间达成的一个有关外国专家进入澳境内的协议。

② 此条件为：作为商业访问者、不需要通过劳动力市场测试、非澳大利亚国籍、作为服务提供者的销售代表短暂进入澳大利亚并就销售该提供者的服务进行谈判或参加销售协议的研讨的人员，且此类销售不向公众直接进行；该销售人员不从事该项服务的供应。商业访问签证的申请者可以作为自然人入澳境内，只是试图到澳进行商业目的旅行，并且不打算从事其工作，该工作可能被澳大利亚公民或永久居民完成。这个条件将是令人满意的：服务销售人员在访问期间的报酬和经费支持完全来自澳大利亚以外的来源。

表 1-5 澳大利亚签订的 WTO 教育服务贸易具体承诺减让表^①

服务提供方式：(1) 跨境交付 (2) 境外消费 (3) 商业存在 (4) 自然人流动

部门或分部门	市场准入限制	国民待遇限制
B. 中等教育服务 (CPC922 * * , 包括普通中学和同等水平的私立技术、职业教育)	(1) 没有限制 (2) 没有限制 (3) 没有限制	(1) 没有限制 (2) 没有限制 (3) 不作承诺
C. 高等教育服务 (CPC923 * * , 包括提供大学水平的私立的第三级教育服务)	(4) 除水平承诺中内容外, 不作承诺	(4) 除水平承诺中内容外, 不作承诺
E. 其他教育服务 (CPC929 * * , 包括英语收费教育)		

▪ **跨境交付** 与我国截然不同, 澳大利亚对跨境交付方式下的市场准入和国民待遇均没有限制, 即澳大利亚允许以跨境交付形式开展教育服务, 外国缔约方的教育机构可以从外国向澳大利亚境内提供远程教育服务(网络或者函授教育)。

▪ **境外消费** 作为留学生大国的澳大利亚, 对境外消费方式下的市场准入和国民待遇没有限制, 即准许其他成员国成员来澳留学, 也不采取任何限制澳大利亚公民出境留学或者接受培训的措施。这与大部分 WTO 成员国就该方式的承诺相一致。

▪ **商业存在** 澳大利亚对商业存在方式下的市场准入没有限制, 即允许外国在澳设立教育机构或举办学校; 但对给予外方国民待遇不作承诺, 即不给外国教育服务提供者和澳方教育服务

^① 根据 http://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/serv_commitments_e.htm 中, Australia, Schedule of Specific Commitments 资料翻译而来, 仅为参考。

提供者同等的待遇。就市场准入来说，澳大利亚对商业存在方式的开放程度要高于我国，即我国在商业存在方面的门槛要高一些，但就国民待遇而言，两个国家的口径是一致的，即都不允许给予其他成员国服务提供者和本国教育服务提供者同等的待遇。

▪ 自然人流动 除了水平承诺中指定的内容外，澳大利亚对自然人流动方式下的市场准入和国民待遇均不作承诺。在这一方式下，澳大利亚的限制条件依旧比我国多。

德国入世的教育服务承诺

水平承诺

在 WTO 中欧盟是作为一个成员国签订教育服务承诺的，德国作为欧盟的成员国之一，将遵守欧盟签订的水平承诺减让表中的原则。具体说来，与德国的教育服务有关的承诺如下：

▪ 关于商业存在的市场准入 作为国家或当地公共事业的服务，可以从属于政府垄断或私人经营者的专有权。这里，与教育有关的公共事业指的是：与社会科学和人文科学的研究开发等部门相关的公共事业。

▪ 关于自然人流动的市场准入 除了与进入和暂时居留于德国境内有关的措施外，作为内部调任人员的短暂居留，可以作为自然人入德国境内提供服务：假如服务提供者是法人且有关人员至少在移动之前的当年，已经被这个法人所雇佣，或者已经是其合伙人（除非作为大股东）。在一个法人实体工作的高级职员，主要从商行或其等价物的指导委员会或股东大会那里得到总的监督和指导，进而指导商业机构的经营。在法人实体工作的拥有商业机构的服务、研究才能、技术或管理的特殊知识的人员。在评估时，不但会考虑建立商业机构的具体知识，而且要考虑其是否拥有与某种工作或贸易所需要的具体的技术知识有关的资格证书，包括是否成为鉴定为合格职业的成员。

▪ 关于商业存在的国民待遇 根据德国法律组建的，在德国拥有注册的办事处、中心行政部门或主要商业地点的附属机构（第三国公司的）的待遇不会延伸到第三国公司在另一成员国境内设立的分支或代理机构。然而，这并不阻止一成员国向第三国公司在另一成员国设立的分支机构或代理处延伸这一待遇，可以把他们的运作看作在第一个成员国境内，除非这些扩展是德国法律所明确禁止的；较小优惠的待遇或许符合根据成员国法律组建的，在德国境内拥有注册办事处的附属机构（第三国公司的），除非他们与德国有着有效和持续的经济联系。

具体部门承诺

根据欧盟签订的服务承诺减让表的规定，欧盟成员国将教育服务主要限制在私人资助的教育服务部门，德国也不例外。

从具体承诺减让表（表 1 - 6）中不难看出，德国对跨境交付、境外消费、商业存在等三种提供方式的市场准入和国民待遇均没有限制；对于自然人流动的市场准入和国民待遇，除水平承诺中的内容外，均不作承诺。

可见，德国的教育服务承诺也是有限承诺，从开放的教育服务的类别上看，只允许外国服务提供者对私人资助的教育服务部门提供教育服务；但从开放程度上看比较高，对已开放部门很少有市场准入和国民待遇方面的限制。

表 1-6 德国签订的 WTO 教育服务贸易具体承诺减让表^①

服务提供方式：(1) 跨境交付 (2) 境外消费 (3) 商业存在 (4) 自然人流动		
部门或分部门	市场准入限制	国民待遇限制
(私人资助的教育服务)	(1) 没有限制	(1) 没有限制
A. 初等教育服务 (CPC921)	(2) 没有限制	(2) 没有限制
B. 中等教育服务 (CPC922)	(3) 没有限制	(3) 没有限制
C. 高等教育服务 (CPC923)	(4) 除水平承诺中内容	(4) 除水平承诺中内容
D. 成人教育服务 (CPC924)	外, 不作承诺	外, 不作承诺

3 各国教育服务贸易承诺呈现的特点及原因分析

总体特点

通过对以上各国签订的入世教育服务承诺减让表的解读, 不难发现其存在以下总体特点:

▪ 基础教育限制多于高等和成人教育限制

总体来说, 以上国家和地区对中等教育、高等教育、成人教育等部门的开放程度均较高, 在基础教育方面设置的限制多于高等和成人教育。另外, 德国等高收入国家更倾向于将承诺限制在私人资助的教育领域, 尤其是初等、中等和高等教育。美国作为教育服务贸易的最大输出国, 相比之下, 开放的教育部门最少。

▪ 方式 3 和 4 的限制多于方式 1 和 2 的限制

在对四种服务提供方式做出承诺时, 较之跨境交付和境外消费, 以上几个国家在商业存在和自然人流动的教育服务贸易上施加更多的限制。境外消费是四种方式中承诺最多的方式 (以上几

^① 根据 http://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/serv_commitments_e.htm 中, Australia, Schedule of Specific Commitments 资料翻译而来, 仅为参考。

个国家均就境外消费做出了承诺)。自然人流动是四种方式中限制最严格的方式(以上几个国家尚未就方式4做出具体部门承诺,而仅仅做了水平承诺)。

- 市场准入限制多于国民待遇限制

纵观美、澳、德及我国签订的教育服务承诺减让表,总体而言,市场准入方面的限制多于国民待遇。例如,各国对教育“商业存在”在市场准入限制方面无限制承诺的比例,低于在国民待遇限制方面无限制承诺的比例。各国在执行过程中,都设有一些技术门槛,尤其是对境外独资办学进行限制和引导,对教育服务贸易影响较大的商业存在形式,各国也都采取了较多的限制措施。

而从横向上看,美、澳、德等教育服务贸易大国对教育“商业存在”特别是市场准入的承诺开放力度,普遍高于我国。

具体原因分析

因教育关系到维护国家主权、民族文化继承等重大问题,而且由于经济条件和教育水平的落后,以及出于保护本民族教育服务业的需要,很多国家的政府对是否开放教育领域即把教育纳入服务贸易中去,都持十分审慎的态度。

德、澳等发达国家原有教育水平高,在国际上具有较强的竞争力,再加上这些国家的人口出生率下降,教育资源尤其是高等教育资源过剩,因此,积极开放高等教育市场。同时,他们也希望其他国家开放,以便输出其教育产业,因此,对教育市场的开放程度较高。

美国之所以只开放了高等教育和成人教育领域,究其原因可能如下:一方面,为保护本国市场考虑。尽管美国在高等教育和其他教育服务方面占据绝对优势,但在考虑向外国开放教育的市场时,仍担心是否危及其教育利益,尤其是否会冲击其国内教育

市场。特别是在乌拉圭回合谈判时，美国从自身利益出发，慎重选择承诺范围，在其优势明显、同时受影响也可以较小的成人教育和其他教育服务领域先做出承诺是很自然的。另一方面，出于谈判策略上的选择。从有关情况看，美国在 WTO 教育服务谈判中，特别是在其重点关心的高等教育和其他教育服务领域，早已具备做出承诺的条件。美国之所以在乌拉圭回合谈判时只做极少承诺，然后再在相关谈判中提出和扩大承诺及谈判范围，从谈判策略上看，这种选择也是比较合理和符合常规的。

由于我国是穷国办大教育，因此教育资源相对不足，优质教育资源更是匮乏。为了引进外国优质教育资源，吸引外国教育机构到我国进行教育投资，我国对教育服务承诺做出了较高等级的承诺。而对跨境交付方式未作承诺，主要基于以下原因：如果做出承诺，外国教育机构就可以通过广播、电视、计算机网络等远程教育手段来向中国学生提供教育服务。其有可能造成的危害是对教学内容和教学管理难以控制，既无法保证教学质量，又不能对违背我国意识形态、国家安全和民族传统的内容进行甄别、筛选和有效剔除。

4 国际教育服务贸易壁垒

服务贸易和货物贸易不同，它往往需要要素的流动，这比货物的跨境流动要复杂得多。它直接涉及服务进口国国内的法律体系，即使这种法律体系并未对外国服务实施歧视性待遇，仍有众多的障碍影响着国际服务贸易的顺利进行。就教育服务贸易而言，主要有以下几种常见的贸易壁垒：

- 与跨境交付相关的教育服务贸易壁垒，主要集中在一成员方对其他成员方的网络教育、远程教育或函授教育所颁发的证书与学位等证明文件或资格，在认可与转换方面进行的限制。

- 与境外消费相关的教育服务贸易壁垒，多与限制学生流动有关，直接限制一般采取移民限制、境外货币控制方式，间接限制多表现为学生在境外获得的学位依据学科标准转化为国内相应学位时遇到困难，或者其资格在国内不予承认。

- 与商业存在相关的教育服务贸易壁垒，这种壁垒在实践中最多，它主要表现为不能获得国家执照，譬如不能被承认是一所能颁发学位或证书的院校，限定外国教育提供者直接投资的限额，即“合理的最高限额”，国籍要求、需求程度测试、招聘外籍教师的限制，以及存在政府垄断和地方院校的高额补贴等。

- 与自然人流动相关的教育服务贸易壁垒，主要有移民限制、国籍要求、需求测试和资格认定等。例如，希腊就有对教师和理事会成员的国籍要求，法国则通过各种有关停留期限、赋税和需求测试等规定来限制外国教授的流入。

2002年6月，WTO邀请各成员国提出他们准备解除管制、对外国服务供应商开放的服务业领域。就教育而言，直至2003年5月，已有31个WTO成员国表示愿意在教育和培训方面降低贸易壁垒，其中有4个成员国明确提到了高等教育，它们是澳大利亚、日本、新西兰和美国，分别提出了新一轮GATS磋商回合教育服务的谈判目标。在各国政府提交的建议中对降低教育服务贸易壁垒的建议占了大量的篇幅（见表1-7和表1-8）。美国的建议主要是：教育服务贸易主要针对高等教育、成人教育与培训部门的私立教育服务，提出“私立教育与培训将继续补充而非代替公立教育体制”。美国建议澄清分类问题，提出教育服务的分类应该明确包括和区分为两类服务：培训和教育考试服务。它列出了阻碍实现教育服务贸易的障碍，如禁止由外国实体提供教育服务，不允许在一个成员国境内授权建立可授予学位的机构，不允许进行有经济回报的测验等等，建议各成员国在做出市场准入

承诺时，以及制定涉及国内部门规章的附加承诺时将这些问题考虑在内。澳大利亚的建议是，承认政府在财政、供给和制定教育规章中起着重要作用。然而，作为国家提供给个人的一种范围广泛的教育选择方式，它支持进一步的教育贸易自由化。而且澳大利亚还建议，有必要让教育服务谈判在整个服务业回合的谈判框架下进行。新西兰的谈判建议明确指出，减少教育贸易的障碍不等于削弱公共教育体系的核心地位与标准。国际教育服务贸易可以对国家教育政策目标提供补充和支持。它认为对教育服务贸易在层次上不应该加以限定。日本的谈判建议也鼓励 WTO 成员“通过放宽市场准入，确保国民待遇，削减国内规章来促进教育服务部门的自由化”，但日本的建议也强调需要确立保障措施，改进服务的质量，保护消费者免受境外低质量教育提供者的损害。

表 1 - 7 美国向世贸组织呈交的报告提及的教育服务壁垒^①

禁止其他成员实体提供高等、成人教育以及培训服务 不允许其他成员在境内成立教育服务实体 不批准其他成员教育服务实体颁发学历 对电子传输课程不合理的限制 对其他成员提供者经济条件的检查 禁止在自愿的基础上加入或退出合资企业 批准后的拖延，以及拒绝后缺乏信息披露	税收歧视 缺乏国民待遇 与其他领域相比，教育特许经营机构缺乏相同的待遇 国内法规缺乏透明度，实施上的不公平 当地雇员最小比例要求太高，造成不经济 自然人流动障碍 利润汇回本国或纳税时兑换成本过高 对特许经营或特许使用金征收的税费过高
--	---

^① 资料来源：[www.oecd.org/document/14/ Trade, Education and the GATS, "What's In, What's Out, What's All the Fuss About?"](http://www.oecd.org/document/14/Trade,Education%20and%20the%20GATS,%20What's%20In,%20What's%20Out,%20What's%20All%20the%20Fuss%20About%20?), 23 ~ 24 May 2002.

表 1-8 澳大利亚向世贸组织呈交的报告提及的教育服务壁垒^①

跨境交付	政府对因特网上教育服务设置新障碍 对教育资料利用和进口的限制
境外消费	对国际间学生自由流动的签证限制 对国际间学生自由流动的外汇使用限制 对获得海外留学资格国内进行的有关资格认定、承认手续
商业存在	对拥有权的限制 对机构间联合的法律限制 政府有关教育的管理、政策和融资框架缺乏必要的透明度
自然人流动	对国际间学者自由流动的签证限制 对国际间学者自由流动的就业法规限制 对教育资料利用和进口的限制

GATS 的主要关注点是以市场为导向的高等教育服务贸易与投资。教育服务是 GATS 成员最少承诺的部门，各成员国对这个问题的政治敏感性很高。以 4 个 WTO 成员国——澳大利亚、日本、新西兰、美国提出的磋商建议为例，他们都认为 GATS 在促进教育服务的国际化上能够起到有效的作用。四国建议的共同点是在尊重每个国家在发挥制定规章和监管公立教育作用的同时，也寻求清除高等教育合作的障碍。美国的建议仅限于高等教育和培训服务，澳大利亚和新西兰的建议要求教育服务贸易适用于各级教育，日本的建议强调保持高质量教育和保护消费者利益的重要性，同时也关注使学历与文凭国际互认等值应采取的措施。这四个国家同属经济发达、经济实力雄厚、教育产品具有竞争力的国家，所以提倡自由贸易政策或者倡导贸易自由化。各国对教育服务贸易政策的制定也同样因经济基础和教育实力的强弱而区分

^① 资料来源：[www.oecd.org/document/14/ Trade, Education and the GATS](http://www.oecd.org/document/14/Trade,Education%20and%20the%20GATS), “What s In, What s Out, What s All the Fuss About?”, 23 ~ 24 May 2002.

为提倡教育服务贸易保护主义和提倡教育服务贸易自由化两种。尤其教育服务贸易因涉及到维护国家的教育主权、保护民族文化传统乃至保护民族语言等意识形态问题而更具敏感性、特殊性，有时贸易保护主义的色彩更浓厚。一定程度上，教育服务贸易壁垒广泛地存在于各成员国中，并且将长期存在。国际组织解决这些问题的方式是通过谈判达成一些公认的标准和协议，共同遵守。WTO通过有计划地推行各国在市场准入和国民待遇两个方面具体承诺的谈判，来实现教育服务逐步自由贸易的目标，同时WTO也承认适当的国家监管和应急保障措施的必要性，以保障各国获得最大的市场开放利益。

第二章

国际教育服务贸易理论基础

国际教育服务贸易是一个特殊而复杂的范畴。由于人才是一个国家的重要战略资源，教育又是国家发展的基础性战略要素，这就决定了国际教育服务贸易必然受到社会政治、经济、文化、宗教等因素不同程度的制约与影响，而基于政治学、经济学、哲学、管理学、文化人类学、宗教学的相关理论对其也仅具部分解释力。国际教育服务贸易理论基础有多种理论流派，这里择其重要者予以论述。

一 绝对优势和比较优势理论

- 1 绝对优势理论(theory of absolute advantage)
绝对优势理论由亚当·斯密在其著作

《国富论》^① 中提出。该理论认为通过商品生产的专业化，一国可比其他任何国家更有效地生产，进而提高国家的经济福利。通俗地讲，就是一国的某些产品会在绝对生产成本上低于他国，因而产生绝对利益，各国应按绝对成本的差异进行国际分工，进行专业化生产，即各国分别生产绝对成本低的产品，然后进行国际贸易，最终将提高生产力水平，增加国民财富，给双方带来好处。其理论模型如下：

假设条件：(1) A、B 两国能生产粮食和布匹这两种产品；(2) 劳动力是唯一稀缺的生产要素；(3) 劳动力耗费是唯一的生产成本。

表 2-1 基本原理

国别	布匹	粮食	生产单位产品的 劳动力成本（小时）
A 国	10	20	
B 国	20	10	

由于劳动消耗是唯一的生产成本，生产单位产品的更低工时便意味着更低的生产成本和更高的单位工时率。A 国生产单位布匹产品需要 10 个工时，而 B 国需 20 个工时，因此 A 国在布匹生产上具有绝对优势。同理 B 国在粮食生产上有绝对优势。

在这种条件下，A、B 两国均可通过贸易而受益。如果两国各自分别专门化于布匹和粮食两种产品的生产，并以 1:1 的相对价格交换这两种产品，两国便都可以利用自己的资源来生产更多的产品，A 国用一个单位的布匹换取 B 国一个单位的粮食，因而只为一个单位的粮食支付了 10 个工时的劳动，如果 A 国自己生

^① 亚当·斯密，《国民财富的性质和原因的研究》下卷，商务印书馆，1972 年版。

产粮食，则需支付 20 个工时的劳动。同理可知 B 国的情况。

该理论的主要缺陷是没有预见到一旦开放贸易，产品（如布匹与粮食）间的交换比价将会发生变化，也不能确定贸易导致的两国间的收益分配。上述模型中假设两种商品的国际交换比例为 1:1，但这一比价可以位于 2:1 和 1:2 之间。为确定在贸易条件下两种商品的交换比价，我们应当知道两国各自的资源总量（每年可提供的工时数），还必须知道两国各自的消费偏好。

该理论无法解释如果贸易中的某一方在两种产品上都具有绝对优势，或者都不具有绝对优势的情况下，国际贸易仍然能够进行的原因。

2 比较优势理论 (theory of comparative advantage)

比较优势理论在 20 世纪 70 年代以前一直被认为是西方国际贸易理论的基础。该理论在西方国际贸易理论中地位的获得首先应归功于大卫·李嘉图，李嘉图模型是对亚当·斯密的绝对优势理论的重要扩充^①。在李嘉图之后，J.S. 穆勒 (J.S. Mill)、马歇尔 (A. Marshall) 和埃奇沃思 (Edgeworth) 等人都对这一模型的完善做出了重要贡献。

这一理论认为国家应当进行那些自己具有最大相对优势的产品生产。它实际在告诉人们，对一个各方面都强大的国家或个人，由于其时间、精力和资源有限，应当将这些生产要素用在自己最擅长的地方。

李嘉图模型：

假设条件：仍使用绝对优势模型中 A、B 两国布匹与粮食两

^① [加] 艾伦·M. 鲁格曼、[美] 理查德·M. 霍杰茨，李克宁译：《国际商务》，经济科学出版社，1999 年版。

种产品的条件。

表 2-2 基本原理

国别	布匹	粮食
A 国	50	100
B 国	200	200

生产单位产品的
劳动成本
(小时)

表 2-2 显示，A 国在布匹和粮食两种产品生产中都具有绝对优势，因而乍一看不存在促使贸易发生的条件，然而，如果两国间进行生产的相对成本不同，两国都能够从贸易中受益。

贸易发生之前，在 A 国单位布匹的生产成本为粮食的 $1/2$ ，因此其价格为粮食的一半。在 B 国 1 单位布匹的生产成本与粮食相同，因此两者价格也相同。如果 A 国可用 1 单位布匹换取多于半个单位的粮食，它便能从贸易中受益。同理如果 B 国能用少于 1 单位的粮食换得 1 单位的布匹，也将从贸易中受益。这些相对价格比率决定了贸易的边界。价格比（布匹：粮食）在 $0.5 \sim 1$ 之间时，贸易便有利可图。例如在国际价格比为 $2:3$ 时，A 国可通过出口 1.5 单位的布匹来进口 1 个单位的粮食，因为 A 国生产 1 单位布匹只花费 50 小时劳动，它通过贸易获取 1 单位进口粮食的实际成本为 75 小时劳动，而贸易发生前，A 国要花费 100 小时才生产 1 单位粮食。同理可知，B 国通过贸易用 $2/3$ 个单位粮食换取 1 单位布匹的实际成本为 133 小时（贸易前 200 小时）。双方均从贸易中获益。假设两国间可自由贸易，A 国专门从事布匹生产，B 国将专门从事粮食生产。从本例可得出一个一般性原理，即只要发生国际贸易时两种商品的相对价格比与不发生国际贸易时不同，便可从贸易中获益，自由贸易优于闭关自守。当贸易双方进行专业化生产，出口自己具有比较优势的商品而进口自

已具有比较劣势的商品时，贸易便可导致双方更多的经济产出与消费。进而，尽管一国在两种商品的生产中均具有绝对优势，各国仍可从贸易中受益，自由贸易可以提高全球的总体生产效率，增加全球的消费总量。

该理论的主要缺陷：其一，李嘉图模型预测了极端的专业分工，而这种分工在现实中基本看不到。其二，李嘉图模型忽略了国际贸易对国内收入分配的影响，并据此认为国家作为一个整体是始终能够从贸易中获利的，在实际中国际贸易对国内收入分配有强烈的影响。国际贸易产生的结果是：出口部门特定的要素所有者受益，与进口产品竞争部门特定要素的所有者受损，流动要素所有者所受到影响则是不确定的，一个国家因国际贸易而带来的整体福利是上升还是下降要作综合分析。其三，该模型忽略了各国资源的不同和规模经济都可能是国际贸易产生的原因，因而它无法解释明显相似国家之间大量的贸易往来。其四，该模型没有考虑政府管制、汇率、消费者偏好等影响国际贸易的重要因素。

3 绝对优势和比较优势理论为国际教育服务贸易提供的解释视角

绝对优势理论从绝对优势的角度解释了国际教育服务贸易产生的原因。例如，为什么美国人要到中国学习中医，为什么中国可以在美国等发达国家开办中医学校？为什么中国人要到美国哈佛商学院攻读 MBA 学位？答案是显而易见的，中国是中医的发源地，在中医学的研究与教学上具有不可替代的绝对优势，而哈佛大学的商学院则拥有世界最优秀的教学科研团队和世界一流的 MBA 课程，在 MBA 教育上拥有绝对优势。

一国在教育上的绝对优势是一国在国际教育服务贸易中获利的重要原因，是制胜的法宝。对已有的绝对优势我们要通过巩

固、创新的手段使之更具活力和竞争力，并积极培育新的绝对优势，扩大市场份额。同时，我们也要看到绝对优势不是永恒的，随着科技的进步和时代条件的变化，新技术新方法不断产生，国际教育服务贸易市场也是风云变幻，替代产品层出不穷，直接威胁原有的绝对优势。一国要维持其在某方面的绝对优势地位，离开创新和提高难以实现。

运用比较优势理论可解释国际教育服务贸易中的以下事实。例如，美国在很多科学技术学科上与我国相比都具有绝对优势，为什么还有美国学生到中国来学习这些学科呢？这是比较优势特别是学费成本的比较优势起了重要作用——尽管我国在这些学科的教学科研能力上与美国存在差距，但是近年发展很快，距离正在不断缩小，而且中国对留学生的收费远远低于欧美发达国家，这就使我国获得了较大的比较优势。同样，运用比较优势理论可以解释东南亚的学生为什么会放弃到美国等科学技术先进国家留学的机会而选择中国的原因。

比较优势理论告诉我们，尽管我国在很多方面处于弱势，但美国的教育资源也是有限的，它不可能满足全世界所有的教育需求，国际教育服务贸易市场中必然有我们的位置，只要我们积极追赶，不断缩小技术和能力差距，加上我们在学费成本方面的优势，市场的份额就会不断扩大。然而我们也要认识到，比较优势的形成绝非轻而易举的事，正如我们在李嘉图模型的分析中指出的那样，它是有边界的，边界之外（比如科技水平极其落后）贸易发生的可能越来越小，这也就是即使你不收学费，也没人愿意到非洲落后国家学习管理学的的原因。

二 要素禀赋理论^① 和国际产品生命周期理论^②

1 要素禀赋理论 (factor endowment theory)

基本原理 在现实世界中,各国间劳动生产率的不同(正如李嘉图模型所假设的那样)只能部分解释贸易产生的原因,贸易还反映了各国之间资源的差异。加拿大向美国出口林木产品并非由于加拿大林业的相对劳动生产率比美国同行业高,而是因为加拿大人口稀少,其人均森林面积高于美国。用各国之间的资源差异来解释国际贸易原因的学说,是国际贸易理论中最有影响者之一。这一理论是由瑞典经济学家伊莱·赫克歇尔和贝蒂尔·俄林提出的,通常称之为赫克歇尔·俄林理论,即要素禀赋理论。他们认为国家将生产和出口可大量使用其充裕的生产要素的产品,并进口那些本国大量需要稀缺的生产要素的产品。该理论通过引入生产要素禀赋,也称要素丰裕度,指一国拥有的各种自然资源的相对丰裕关系,可用各要素存量的实物量比率和要素相对价格比率来衡量,通过引入成本概念而有效地扩展了比较优势理论。

该理论有助于解释为什么相对拥有大量劳动力的国家(如中国)将集中生产劳动密集型产品;而相对拥有更多资本的国家(如瑞士)将专业化于资本密集型产品的生产。

该理论的主要缺陷:其一,该理论与以下事实相矛盾,即某

① [加] 艾伦·M. 鲁格曼、[美] 理查德·M. 霍杰茨著,李克宁译:《国际商务》,经济科学出版社,1999年版。

② [美] 保罗·克鲁格曼、茅瑞斯·奥伯斯法尔德著,海闻等译:《国际经济学》,中国人民大学出版社,2000年版。

些国家的最低工资法使其相对充裕的劳动力拥有较高的价格，这些国家很快发现，进口特定商品比自己生产还要便宜。其二，该理论还与以下事实相矛盾，诸如美国这样的国家实际上却在出口相对更加劳动密集型产品，并进口资本密集型产品，这现象由瓦西里·里昂惕夫（Wassily Leontief，诺贝尔奖获得者）最先发现，被称为“里昂惕夫之谜”。该现象曾被用“劳动力的质量不仅仅是劳动的工时”而得到解释，比如由于技术差异的原因1个美国工人可能相当于7个墨西哥工人。近期研究表明，考虑技术差异的经过调整的模型比假设不同国家间没有技术差异的模型更有效。

要素禀赋理论解释国际教育服务贸易的能力。该理论有助于分析教育资源，特别是优质教育资源的丰裕度对国际教育服务贸易的影响，这种影响主要通过以比较低的成本提供更优质的教育，进而吸引国际教育消费表现出来，比如美国的教育资源相对丰裕，它就可以以比较合适的价格向更多他国求学者开放不同层次的教育服务，而一些教育资源相对稀缺的国家向其他国家提供教育服务的能力则相对较弱。同时，由于各国教育内部存在不同的丰裕度结构，各国参与国际教育服务贸易的能力会表现出某些方面较强，某些方面较弱的结构特点。

受这一理论的启发，我们在现实的国际教育服务贸易研究中，摸清教育资源禀赋对于确定国家参与国际教育服务贸易的战略选择具有重要意义，这可以帮助我们认识本国的教育资源禀赋优势，把“以较低成本提供较优质教育服务”变成现实，从而提高教育服务的国际竞争力，吸引更多的国际教育服务消费。

2 国际产品生命周期理论（international product life cycle theory）

基本原理。这一理论是弗农（Vernon）提出的，他认为新专

有技术产品的生产分为不同的阶段，该产品首先被母公司所生产，然后由其海外下属公司生产，最终则在世界上任何成本最低的地方被生产。

这一理论有三个产品阶段：新产品、成熟中产品和标准化产品。新产品是指具有创新性或某种独特性的产品，开始在国内被消费，价格不具弹性且获利丰厚，当产出超出本国需求极限时，出口开始发生；产品进入成熟期后，销售越来越多地靠出口实现，其他国家的替代品开始出现，需求逐步减退，战略重点由生产转向市场保护；进入标准化阶段后，生产技术已广泛传播并易于获得，生产向低成本地区转移，产品差异化趋势出现。

该理论有助于解释为什么有些产品开始是某国的出口品但最终又往往成为该国的进口品，它强调了市场扩张和技术创新这样一些在比较优势理论中相对被忽视的概念。它的两个重要观点是：第一，技术是研制和开发新产品的关键因素；第二，市场规模与结构对于决定贸易模式至关重要。

该理论对国际教育服务贸易的解释力。在当今时代，知识和技术正以前所未有的速度不断更新，教育服务产品不仅存在生命周期问题，而且这个周期正不断缩短。要维持和提高一国在国际教育服务贸易市场的竞争力，只有不断地进行知识创新和技术创新，站在科学技术前沿，不断地创造新的优势教育服务产品，否则市场地位难以确立，从教育服务贸易中获利的愿望难以实现。此外我们还要十分重视教育服务贸易市场的规模与结构，在新技术、新知识传播的初期，目标市场应是发达国家，市场规模要迅速扩大，以便在服务价格尚不具弹性时获取丰厚利润；当教育服务产品已被广泛传播之后，目标市场应主要指向欠发达地区。在整个市场推广的过程中，新的创新教育服务产品不断产生，交错进入产品生命周期的各个阶段，这样市场的地位将会持续地得到

巩固，贸易利益也会日趋丰厚。

三 国家竞争优势理论^①

基本观点 国家竞争优势理论 (competitive advantages of nations) 是由美国哈佛大学商学院迈克尔·波特教授于 20 世纪 80 年代创立的。在他的理论中波特认为要素条件、需求条件、相关及支持产业、公司结构与竞争的环境等四种决定因素单独地或在相互作用中共同地决定国家竞争优势。四因素模型见图 2-1。

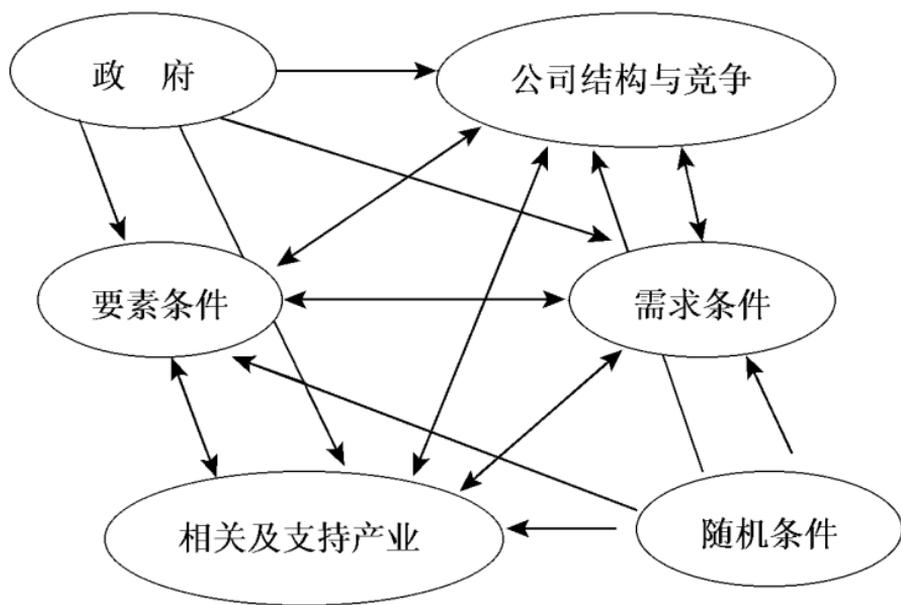


图 2-1

要素条件包括人力资源、物质资源、知识资源存量、资本资源和基础设施等。要素条件的国际贸易含义是，为保持竞争优

^① [美] 迈克尔·波特著，陈小悦译：《竞争优势》，华夏出版社，1997 年版。

势，一国必须不断地改进或调整其要素条件，有时国家还需要创造和发展所需要素条件。

需求条件包括：(1) 国内市场需求结构，购买者的复杂性，国内市场需求在何种程度上预示国外市场需求；(2) 国内需求规模及其增长与速度；(3) 国内需求国际化以及本国产品与服务走向国外的方式。

相关及支持产业包括：(1) 给下游产业带来竞争优势的具有国际竞争力的上游产业；(2) 在竞争中可以协调和参与价值链活动并与国际竞争相关的产业，或生产互补产品的产业。相关及支持产业通过与生产商分享信息，可以帮助生产者保持其竞争地位。

公司结构与竞争包括：(1) 公司的经营管理以及选择竞争产业的方式；(2) 公司要达到的目标，公司雇员和管理者的动机；(3) 国内竞争程度以及建立和保持特定产业竞争优势的能力。

此外，随机事件可以使一些竞争者失去竞争优势，并使整体竞争格局发生变化。这些随机事件包括 (1) 新的发明；(2) 外国政府的政治性决策；(3) 战争；(4) 国际金融市场或汇率的剧烈变化；(5) 诸如石油危机这类事件导致的投入品价格的变化；(6) 国际性和地区性需求的突然增长；(7) 重大的技术突破。

政府可以通过以下方式影响四个决定因素：(1) 补贴；(2) 教育的政策；(3) 对资本市场管制与解除管制；(4) 建立当地产品标准及法规；(5) 商品和服务的购买；(6) 税法；(7) 反垄断法规。

波特描述了国家竞争力的四个界线分明的发展阶段，以支持他的模型。这四个阶段是：

要素驱动阶段：从自然资源和国家大量的廉价劳动力这类基本生产要素中汲取竞争优势，在国际市场取得的成功主要是通过

价格竞争实现的。

投资驱动阶段：投资于现代化、高效的设施和技术，并通过调整和修改来改进这些设施与技术。

创新驱动阶段：公司通过自己的创新，或在相关与支持产业公司协助下取得的创新来开发新技术和新方法。

财富驱动阶段：公司开始失去其竞争优势，竞争开始减弱，投资热情开始消退。

国家将从一个阶段按顺序移至下一个阶段，而不跨越其中的某一个阶段。

该理论的主要缺陷：第一，波特模型是基于 10 个工业化国家的出口份额数据的统计分析构造的，因此不能保证这一模型的普遍适用性；第二，各国政府对本国的竞争优势有着至关重要的影响，波特的模型仅把其作为一般外部影响条件，未予以足够重视；第三，尽管随机事件是影响国际贸易的重要因素，但这种事件极难预料和防范；第四，波特模型对跨国公司的作用未予以足够的重视；第五，波特的分析多局限于国内和当地环境因素给企业带来的优势，几乎忽略了国际环境因素的变化对企业竞争力的影响，在某种程度上缺乏全球性战略思考。

波特模型对国际教育服务贸易的解释力。波特的四因素模型所揭示的公司竞争力决定机制包含了内外部条件，国家竞争力的四个发展阶段突出了创新驱动的地位，这些观点同样适用于参与国际竞争的教育机构或国家。一个教育机构，甚至一个国家要想保持和发展在国际教育服务贸易中的竞争优势，必须利用和创造一切外部条件和内部条件，通过创新提升其竞争能力，通过战略选择和战略调整发展竞争优势。

波特注意到了政府和随机事件对公司竞争优势的影响，这两个因素对于国际教育服务贸易的作用和影响尤为重要。世界贸易

组织的各成员国对教育都不同程度地采取了有限开放的政策，这就是政府的力量，这种力量是巨大的，绝非教育机构所能左右。影响国家做出限制性决策的原因是多方面的，其中国家教育主权等意识形态方面的原因则是主要的。随机事件的影响可以从美国“9·11”事件和伊拉克战争得到说明：“9·11”事件以后，美国增加了留学签证的难度，对阿拉伯国家申请留学的人员实行歧视政策，从而改变了美国留学生的结构和数量；伊拉克战争爆发后，由于政局混乱，愿到伊拉克留学的人员、愿到伊拉克办学的教育机构急剧减少。由此可见，国际教育服务贸易的政治敏感性和随机变动性都很强，这给预测国际教育服务贸易的发展趋势带来了困难。

波特认为竞争优势一般可分为两类，即低成本优势和差异化优势。教育机构同样需要用低成本优势来打败竞争对手，获取相对更多的收益或者迅速占领市场，也需要依靠差异化优势为消费者提供满足其特殊偏好的教育服务产品。

四 新制度经济学理论^① (theory of new institutional economy)

基本观点 以科斯、诺思为代表的新制度经济学派，抛弃了西方主流经济学依赖过多假设、忽略制度因素的推理方法，通过个案分析和典型样本的积累，更加贴近经济现实和社会现实，与主流经济学形成很好的互补关系。他们主张制度对经济发展极具影响力，在审视和分析经济问题时不能像主流经济理论那样，论企业不考虑实体，论市场不考虑法律，而必须分析制度的构成与

^① 盛洪主编，《现代制度经济学》上、下卷，北京大学出版社，2003年版。

运行，发现这些制度在经济体系中的地位和作用，也就是说讨论经济问题时不能就经济论经济而必须结合制度环境。

新制度经济学认为交易先于企业产生；为了节约交易成本，必须界定产权；最佳产权界定是通过建立契约关系自愿达成的；产权维护需要制度支持；政府由于其规模经济和强制权威的原因可以降低产权维护的交易成本；人成为组织的人、制度的人；制度变迁是各种组织之间互动的结果，制度创新的动力来源于利润机会。

新制度经济学视野中的国际教育服务贸易。第一，交易成本决定了教育机构的边界。交易成本和产权是新制度经济学的核心概念。交易成本包括事前发生的为达成一项合约而发生的成本和事后发生的监督合约执行而发生的成本，它区别于生产成本即为执行合约本身而发生的成本。产权通常是指对物品或劳务根据一定的目的加以利用或处置以从中获得一定收益的权利。交易是产权的交易，如果产权界定不清，交易就无法实现；如要界定产权，又需花费成本。一个教育机构选择什么样的产权结构和经营规模，其主要的考量依据就是如何最大限度地节约交易成本。目前存在的公办、民办、合作举办、集团举办等各类学校都是举办者通过权衡以契约的形式确定下来的产权形式，在国内国际竞争中表现出不同的优势和活力。一旦交易成本超过教育机构可以承受的极限，除了国家扶持的以外，教育机构一般不会继续存在。第二，教育机构之间的竞争体现着国家之间的利益。科斯在其著作《社会成本问题》中指出，“在某种意义上讲，政府是一个超级企业（但不是一种非常特殊的企业），因为它能通过行政决定

影响生产要素的使用”^①。政府的活动也要花费成本，这些成本最终会转嫁给企业。因此在国际贸易中，企业与本国政府的利益是一致的。各国政府都会利用自己在政治、经济、资源、文化等各方面优势不断调整自己的策略，为本国产品或服务的出口和进口提供财政支持，从而将企业之间的竞争提升到了国家的层面。由于当代的教育事关一国国民素质的提高和民族的强盛，它与国家利益的联系更加紧密，出于意识形态和政治风险的考虑，国家会采取直接干预国际教育服务贸易的行动，从而对其产生至关重要的影响。世贸组织成员国在教育上都采取了程度不同的有限开放政策就是最好的例证。第三，制度变迁和制度创新是国际教育服务贸易竞争的重要领域。按照新制度经济学的观点，整个经济生活都打上了制度的烙印，教育服务贸易也不例外。所谓制度，科斯认为是社会经济生活中对人们的行为约束；诺思则认为制度就是一个社会“游戏的基本规则”，它可以是宪法、法律或习惯，也可以是这三者的结合体。这些规则制约着组织的行为，这在一定程度上解释了为什么一些国家科教发达，而另一些国家却十分落后，一个可能的原因就是崇尚科学、重视教育的社会习惯或社会文化，也就是制度在起作用。一个组织为了遵守这些规则都要付出一定的成本，加入 WTO 意味着主权国家在经济主权和法律主权等方面必须有所让渡，反映在教育上则是一个国家对教育主权的部分让渡，例如允许外国机构在本国提供非义务教育服务、取消境外消费限制、一定条件下允许跨国交付或自然人流动等，让渡的程度直接影响着国际教育服务贸易的性质、发展程度和发展方向。教育机构之间的竞争互动，会促使他们通过调整产权安

^① 罗纳德·科斯著，龚柏华等译：“社会成本问题”，收于盛洪主编《现代制度经济学》上卷，北京大学出版社，2003年版。

排，最大限度地降低交易成本，以应对日趋严峻的竞争形势；通过设计、创造新的制度形式，超常规地激发内部活力，形成领先于同行业的技术优势和管理优势。第四，产权理论有助于从新的视角理解跨国教育集团的形成机制。产权理论是新制度经济学的理论核心，根据产权理论^①，国际教育服务贸易的实质是教育服务产品的产权在国际间的交易，价格只是产权的标价，价格的形成和决定实际上是产权如何界定和如何交易问题的现实反映。国际教育服务贸易表现为一系列降低交易成本及风险的合约安排，其结果是在企业形式和市场形式之间做出制度选择，当贸易的交易成本较高时，从事贸易的机构可能会将交易内部化，从而形成跨国教育集团。近年来外国著名大学纷纷与我国同类大学合作办学，在我国境内提供教育服务，颁发外国大学文凭证书，这种办学形式产生的一个重要原因，就是解决国内求学者直接去外国某大学读书而产生的过高交易费用问题。

产权理论也告诉我们，产权制度的创新是参与国际贸易的教育机构生存的命脉。一个不能突破旧制度的框架，不能采用灵活的产权安排，不能吸收、借鉴和创造更加适应市场的产权形式的教育机构，难以在国际教育服务贸易中获得持续的竞争力和强健的生命力。

^① 李景峰、刘英：“国际贸易的新制度经济学分析”，《国际经贸探索》2004 - 3 第 20 卷第 2 期。

五 经济一体化理论和国际文化理论^①

1 经济一体化理论 (theory of economic integration)

基本观点 经济一体化是指建立能够促进各国间贸易与合作的跨国家的规则和法规。其极端的发展趋势就是形成一个全球化的自由贸易市场。

区域性经济一体化引起了商务活动的变化，这种变化导致了贸易创造和贸易转移。贸易创造是指经济一体化成员国集中于自己具有比较优势的产品和服务，开展更多相互贸易；贸易创造会使成员国中那些高效率低成本的生产者从低成本生产者手中得到市场贸易份额，并增加出口。贸易转移则指经济一体化集团成员国减少与非集团成员国的贸易以利于集团内贸易，其后果是更高效的非成员国将其生产及出口市场丢失给更低效、但却受到关税及其他壁垒保护的成员国。当前有五种程度的经济一体化正在或已经形成。

- 自由贸易区：成员间贸易壁垒消除，各成员国集中生产具有比较优势的产品和服务，进口具有比较劣势的产品和服务，以此获利。如美国、加拿大、墨西哥签订《北美自由贸易协定》。
- 关税同盟：取消各种关税，建立一致的对非成员的贸易政策。
- 共同市场：成员国之间不存在贸易壁垒，使用共同的外贸政策，允许生产要素的流动。

^① [加] 艾伦·M. 鲁格曼、[美] 理查德·M. 霍杰茨著，李克宁译：《国际商务》，经济科学出版社，1999年版。

- 经济联盟：统一各成员国的货币和财政政策，具有单一货币，采用相同税率和税收结构，如欧共体。
- 政治联盟：实行统一的经济政策并拥有单一的政府，如1991年西德东德统一。

经济一体化理论对国际教育服务贸易的影响。面对科学技术的突飞猛进，国际市场竞争的空前加剧，一国资源的有限性和应对市场的柔弱性被越来越多的国家所认识，许多国家不约而同地选择了联合，以利用地缘文化的相容性，政治经济利益的一致性和资源的互补性，促进本国社会经济的发展。

国际政治经济制度的变迁，知识经济社会的到来，把教育推到了促进经济社会协调发展的战略地位，肩负着培养公民，培养稀缺性人才，发展科学技术等多项重任，从而使国际教育服务贸易面临更大的舞台。但是随着经济一体化程度的深化以及多样性一体化集团的存在，一国在国际上面对的竞争对手和贸易壁垒也是多样的，一国的教育机构在制定经营战略时，必须充分认识自己所处的竞争环境，明智地做出可行的战略选择。同时，还要看到经济一体化的形式仍在不断变化之中，教育机构应当时刻关注国际社会变化的趋势，有能力对将来的市场做出较为科学的预测，为自身的可持续发展提供可靠的保证。

经济一体化还将带来以经济联合或企业收购为特征的跨国教育集团。这些跨国教育集团将会成功地采取本地化经营战略，即产品本地化、利润本地化、生产本地化、管理本地化。这种经营策略将导致本地教育机构竞争优势减弱，直至消失。要面对这一挑战，除本国政府的贸易保护外，只能仰仗自身的建设，从各方面提升自己的实力，加强外联与合作，积极开辟新的市场。因此，在经济一体化背景下国际教育服务贸易市场的变数不断增加，市场在培育出一批强势教育机构的同时，一些弱势教育机构

将退出国际竞争的舞台。

2 国际文化理论 (theory of international culture)

文化的概念 文化是人们后天获得的用于解释经验和产生社会行为的知识。文化要素包括语言、宗教、价值观与态度、行为方式与习惯、物质商品、审美和教育。这些要素可以解释人们的行为区别。

霍夫斯泰德的文化特征理论。该理论由荷兰科学家格尔特·霍夫斯泰德 (Geert Hofstede) 发现, 有助于解释各种文化中行为方式的差别及其原因。

霍夫斯泰德的文化特征:

权力差距:指有较少权力的组织和机构成员“接受权力并没有被平等分配”这一事实的程度。在权威被无条件服从的社会中, 人们生活在高度权力差距之中。

回避不确定性:指人们感觉到不确定性的威胁, 并建立制度与信念以减少或回避不确定性的程度。

个人主义:指人们只关心自己和自己家庭的倾向。

男性化:指“追求成功、金钱与物质”这种价值观主导社会的程度。反之, “女性化”是指“关心他人和注重生活质量”这种价值观主导社会的程度。

文化对国际教育服务贸易的影响 教育与文化的关系是密不可分的, 教育承担着传承文化与发展文化的任务。根据霍夫斯泰德的文化特征理论, 各国各民族都有自己与该国他民族相区别的文化。在这样的国际文化背景下, 跨国经营教育服务产品, 必然考虑消费者的文化偏好, 通过适当的经营策略的选择, 通过差异化产品的提供, 更好地满足消费者的不同需求。

我们还要认识到, 不同的文化中成长起来的教育机构具有不

同的企业文化和企业精神。例如，霍夫斯泰德通过大量的调研发现，在高度权力差距国家中成长起来的企业组织，往往具有控制严密和工作热情较低的特征，如何通过制度创新和激励的运用来发挥企业与个人的创造性是一大难题；而在个人主义文化占主导地位的社会中，企业组织在重视个人独创性和成就的同时，又缺少人们相互合作、相互关心、相互忠诚的倾向。再如，在具有高回避不确定性的国家，人们更关注自己的安全，保守性强，创新力差；而具有低回避不确定性的国家中，人们更多依靠自己的智慧与独创性，这个独创性正是应对市场变化的一种特殊能力。简言之，处于特定文化的企业组织或教育机构对自己文化的特殊性要有充分的认识，注意借鉴和吸收外域文化的优秀内涵，通过创造能应对国际市场竞争需要的新型企业文化和企业精神，达到获得更强竞争优势的目标。

六 持续竞争优势理论

1 竞争与竞争理论

竞争的概念和基本特征

竞争的概念和分类。竞争广泛地存在于社会生活的各个领域，是经济发展和社会进步的重要动力，《辞海》释为“并逐为竞，对辩为争”。通常竞争是指两个或者两个以上的主体为了达到某一目标或维护和实现某种利益而进行的争夺与较量。竞争是一个过程，是相互独立的某一个体或组织为了生存和发展需要，同另一个体或组织互相角逐或斗争的过程。

竞争的基本要素包括：(1) 竞争主体。竞争主体是指竞争者和竞争对手，一般是两个或两个以上利益相对独立的主体。(2)

竞争对象。竞争对象指竞争者所要达到的目的或想要获取的利益。(3) 竞争领域。竞争往往在一定的时间和空间中发生，比如经济领域的竞争，体育项目的竞争。(4) 竞争结果。一般情况下，竞争的结果是利益在不同竞争主体之间的分配。

现代社会的竞争具有复杂性。按照不同标准，从不同角度，竞争可以划分为不同形式和类型：

国内竞争和国际竞争。国内竞争是指同一国家或地区的竞争者在其国内或国外市场上进行的竞争。国际竞争是指国家或地区之间在经济、科技、贸易、文化等方面实力的较量。

部门内部竞争和部门外部竞争。部门内部竞争指生产同种产品（服务）或相似产品（服务）的企业或机构之间的竞争，主要体现为对市场份额的争夺。部门外部竞争指不同行业之间的竞争，主要是围绕着资源进行的争夺。

购买者和供给者的竞争。其中包括购买者之间、供给者之间、购买者与供给者之间的竞争。

完全竞争和不完全竞争。前者指存在一个自由市场，对竞争过程和竞争者没有约束，竞争者可以进行无干预的竞争。后者指竞争是在一个存在约束的环境中开展的，对竞争规则、竞争过程和竞争者存在一定的干预和控制。通常的市场竞争是不完全竞争。

公平竞争和不公平竞争。前者指参与竞争的各个主体有着同一的竞争环境，在竞争的起点和遵守的规则方面享受同等待遇。否则即为不公平竞争。

价格竞争和非价格竞争。价格竞争是指竞争者通过价格的变化来取得竞争优势，价格竞争是市场竞争的基本手段。非价格竞争是指竞争者通过价格以外的手段进行竞争，例如产品质量、广告等。

在社会经济发展过程中，各种形式的竞争交错进行，甚至同时采用几种竞争形式。

竞争的基本特性。(1) 竞争的客观性。在现实社会中，由于个体差异，利益分割不均衡带来的竞争存在于每一领域，竞争具有客观性。(2) 竞争的普遍性。竞争发生在自然界和人类社会中的各个领域。在一个社会的经济、政治、文化等各方面，在社会生产的各行业、各组织之间，在各个体之间，竞争无时不在，无处不在。(3) 竞争的排他性。在竞争者之间存在着永恒的利益竞争和利益的分配。由于资源的有限性和利益的独占性，竞争具有排他性。(4) 竞争的风险性。竞争的风险在于竞争过程的未知因素影响和竞争结果的不确定性。

竞争观念的转变。进入 21 世纪，经济全球化趋势显现。货物、服务、生产要素和信息的跨国界流动，推动人类社会进入新的发展时期。竞争面临新环境，出现新特点。

竞争的全球化。竞争在全球范围内展开，竞争者面临来自全球竞争对手的挑战。在审视竞争环境，把握竞争对手，进行竞争决策时，必须以全球为背景。

竞争的新领域。传统的经济竞争以获取市场份额和发展消费群体为目标。随着信息技术的发展和产业的升级，竞争的领域不断扩大，例如在新技术、销售渠道、人才方面的竞争。

竞争的新形式。许多竞争对手面对强敌时又会变成合作者。有时他们在一方面是竞争对手，在另一方面又是合作者。这种既竞争又合作的关系在当今的企业中普遍存在，这种关系既有利于竞争者之间的优势互补和各自利益的实现，也有利于避免过度竞争带来的风险。

竞争的新手段。竞争者除了运用价格手段外，先进的管理和高新技术的应用已经成为有效手段。

竞争理论的发展

竞争推动社会发展。在经济领域，竞争尤为激烈，竞争成为经济理论研究的重要内容，不同时期不同流派随之产生。

重商主义是西欧早期经济学说，产生于 15 ~ 17 世纪的资本主义原始积累时期。它主张用贸易差额来确定一个国家的财富和国力，强调国家对经济的控制。随着资本主义的发展，代表资产阶级经济利益的自由竞争和自由贸易的经济自由主义产生了。古典政治经济学代表亚当·斯密是自由放任、自由主义的积极倡导者，其基本观点是：他主张自由竞争，认为竞争有利于经济的协调和社会的发展从而推动财富的增长。新古典经济学秉承了古典经济学的观点，否认自由竞争的负面性，极力论证竞争的正面作用，其代表人物有英国经济学家马歇尔等。

20 世纪二三十年代，资本主义经济危机爆发，资本主义制度面临新的困境，反对自由放任经济学观点的凯恩斯主义学派产生。英国经济学家凯恩斯认为，国家要对经济实施干预，以保证充分就业和经济增长。该理论被西方广泛采用，连同美国经济学家张伯伦的“垄断理论”和英国经济学家罗宾逊的“不完全竞争理论”，成为西方竞争理论的很好补充。

美国经济学家克拉克于 20 世纪 60 年代提出的“有效竞争理论”，成为现代竞争理论产生的标志。他认为竞争是动态的，必须把竞争同大规模生产和技术应用结合起来才能构成有效的竞争。与该理论相对的芝加哥学派在 20 世纪 70 年代后成为主流学派，其主要观点是，市场机制具有自我调节作用，国家应该制定一套切实可行的竞争政策，同时尽量减少对竞争活动的干预。

到了 20 世纪 90 年代，以美国哈佛大学教授波特为代表的经济学家进一步提出了竞争优势理论（详见本章第三点）。波特对竞争优势和竞争战略进行了全面深刻的研究，运用动态的方法，

分析了影响竞争优势的各种因素。波特把竞争优势理论引入国际贸易理论研究，是西方经济学理论的一大进步。

2 持续竞争优势理论^①

持续竞争优势的含义

在经济学界对持续竞争优势的界定有静态和动态两个视角。从静态的视角看，持续竞争优势是指能够较长时间内存在或维持的竞争优势，其中代表性的观点是波特提出的“一个企业只要能够长时间维持高于其所在产业平均水平的经营业绩，就可以认为这个企业具有持续竞争优势”。^②从动态的视角看，持续竞争优势绝不是某种竞争优势在日历时间上的延续，而是不断主动放弃原有的竞争优势，创建和维持新的竞争优势，形成“竞争优势连续统”，^③在动态环境下，可能采取的企业成长战略，包括规模扩张、复制成长与选择性成长三种模式。

持续竞争优势之源

核心竞争能力 Gary Hamel 和 C.K.Prahalad 认为，“公司是一株大树，树干和大树枝是核心产品，小树枝是业务单位，叶、花和果实是最终产品，提供养分、营养和保持稳定的根系就是核心竞争能力”。^④“核心竞争能力是一个企业所具有的在本行业独树一帜的、难以复制模仿的能力，可实现用户看重的、高于竞争对手的价值，可提供进入多样市场的潜能，从而是企业长期利润

^① 加里·哈默、C.K. 普拉哈拉德：《竞争大未来》（theory of sustained competitive advantage），昆明出版社，1998年版。

^② 迈克尔·波特：《竞争战略》，华夏出版社，1997年版。

^③ 蒋学伟：《动荡环境中的企业持续竞争优势》，经济管理 2000 - 20。

^④ 赵树宽：《基于核心能力的企业竞争优势研究》，2002 - 7，第 23 卷，第 4 期。

的源泉”。^① 综合一些重要的研究成果，所谓企业核心竞争能力是指企业开发独特产品、发展独特技术和发明独特营销手段的能力，它一般以企业的核心技术能力为基础，通过企业战略管理，使企业保持持续竞争优势。例如，北京师范大学在教育学学科和心理学学科、北京大学在管理学学科，由于拥有雄厚的实力和国内一流的教学科研水平，都使他们在相同学科的竞争中奠定了自己的持续竞争优势。

模仿障碍 维持核心竞争能力，获得持续竞争优势的重要手段就是提高模仿障碍的强度或效率。竞争优势的模仿障碍是指那些能够限制企业竞争优势被侵蚀的各种经济力量，其实质和作用在于保护企业竞争优势免受或减缓市场竞争者的侵蚀。如果竞争性企业企图模仿优势企业的竞争优势，就必须克服或通过创新避开优势企业所构建的模仿障碍，因而会额外增加生产成本或降低收益率，从而减弱它们模仿和进入市场的动力。模仿障碍大致有以下几种：

- **来由性模糊**。它是指企业的某种竞争优势与其来源之间的关系或作用方式与程度，不能或很难被竞争对手甚至其自身所完全认识和理解，它主要源于意会性知识、复杂性和专有性等三个方面的因素。意会性知识包括信仰、隐喻、直觉、思维模式和“诀窍”等很难意识到，只在特殊环境下才起作用，来源于长期经验体验，难以编码和储存，不能有规则地传递的各种知识。复杂性是指一个企业尽管了解哪些因素能够创造竞争优势，却无法确认或评估这些因素的独立或联合效应的大小。专有性则是指某项资产在某种特定用途上可发挥最大效用，在其他方面则效用较

^① 赵树宽：《基于核心能力的企业竞争优势研究》，2002 - 7，第 23 卷，第 4 期。

小或无效用，如地理区位、人力资本、物力资本、品牌或商标等。

- 独特的历史条件。特定企业在获取或开发某一资源方面的低成本可能依赖于其独特的历史条件和时空条件，一旦这些条件成为过去，其他不具备这些条件的企业将会面临成本劣势，因为他们需要重新创造历史。

- 社会复杂性。它是指企业某种竞争优势的获得涉及多种相关的社会关系，它们超出了企业自身管理或影响能力的范围，企业与这些社会关系的相互作用和相互影响复杂而微妙。复杂的社会关系主要包括内部人际关系，与供应商、销售商及消费者的关系，与政府或社区的关系等。它们一般表现为声誉、信用、友谊和企业文化等组织现象。

七 服务营销理论^①

服务营销学于 20 世纪 60 年代产生于西方，其发展大致经历了三个阶段：第一阶段（六七十年代）脱胎阶段。这一阶段主要研究服务与有形实物产品的异同、服务的特征、服务营销学与市场营销学研究角度的差异。第二阶段（80 年代初、中期）理论探索阶段。这一阶段主要讨论服务特征如何影响消费者的购买行为，尤其集中于消费者对服务的评估。第三阶段（80 年代后期——）理论突破和实践阶段。这一阶段的代表性观点是：服务营销包括 7 种变量组合，即产品、价格、地点、促销、人、服务过程、有形展示，也称 7p 组合；提出服务质量由技术质量和功能质量组成；强调跨学科研究。主要代表人物有美国伊·杰·麦卡锡

^① 叶万春主编，《服务营销学》，高等教育出版社，2001 年版。

和拉斯摩等。

服务营销学提出了一些重要的概念、思想和方法，其实践性和操作性很强，因而在更微观的层面上指导着国际教育服务贸易。以下概念和方法是我们要给予充分重视的：

- 市场细分。它是指根据消费者不同的需求特征把整个市场划分为若干消费者群的过程，每一个消费者群都是一个具有相同需求欲望的子市场。

- 目标市场的确定。目标市场是企业决定进入的细分市场，企业可以有一个或多个目标市场。细分市场成为目标市场需满足三个条件：其一具有一定规模；其二有一定需求量；其三企业具备占领市场的能力。

- 目标市场策略。其中差异性策略是指企业分别设计不同产品，运用不同营销手段，满足不同细分市场的需求；集中性策略指企业集中设计一种或一类产品，运用一种营销组合，为一个或有限的几个细分市场服务。

- 市场定位。它是指企业根据市场情况和自身条件，建立和发展差异化竞争优势，服务于特定的消费者群。

- 服务营销组合。它是指企业针对特定的目标市场综合运用营销手段，组合成一个系统化的整体策略，以实现其经营目标。

除了上述理论流派以外，与国际教育服务贸易有关的理论还有一些，例如普遍理性主义理论、自由市场理论、公共选择理论、国际竞争理论等等，这些都有待于我们在国际教育服务贸易的研究和实践中进一步提炼和应用，以丰富和发展国际教育服务贸易理论基础，推动国际教育服务贸易在理论指导下健康发展。

第三章

国际教育服务贸易行动与进展

一 国际教育服务贸易行动与进展概述

从历史的角度看，国际教育服务贸易产生于 20 世纪 80 年代。自 80 年代末起，随着国际贸易商品结构的变化，服务贸易发展十分迅速，成为经济贸易联系中最活跃的部分，占国际贸易的份额不断上升。作为服务贸易的重要组成部分，教育服务贸易正日益成为国际贸易的一个重要新兴领域，成为一些国家和教育机构获取外汇的重要手段。

据统计，目前在全世界各国学习的留学生已经超过 160 万人。从表 3 - 1 我们看到，1995 年全世界最大的 10 个高等教育服务出口国都是发达国家，也是高等教育发达国家。西方发达国家凭借其科技、资金和信息

优势，在教育交流与合作中处于主体和支配的地位。美国、英国等世界 10 个主要教育服务提供国，每年度的海外学生总数已经超过 120 万人（这些数字还不包括在本国接受国外教育的学生），教育服务贸易额至少达 100 亿美元以上。据 2004 年统计，美国的教育产业总产值处于其所有经济产业的第三位，仅教育服务一项，一年创下的收入就达到 2000 亿美元，提供 200 万人就业。美国是世界上留学生最多的国家，仅留学生在美国的花费每年高达 700 亿美元，成为美国第五大赚钱的出口产业。中国学生到美国留学一人一年的学费平均 10 万元人民币。^① 来自 OECD/US2002 年国际教育服务贸易论坛的报告表明，世界范围内高等教育学生的数量将从 1990 年的 4500 万发展到 2025 年的 15 000 万人。^② 这些数字表明，跨国教育的市场规模非常巨大。从表 3-2 可以看出，国际教育服务进口国主要集中在中国、印度以及南亚和非洲等发展中国家。其中德国、日本等少数发达国家是个例外。从两个表的对比中我们可以看出，国际教育服务贸易的地区发展十分不平衡，发达国家一般是教育服务的出口大国，发展中国家往往是教育服务的进口大国。在参与国际教育服务贸易过程中，发达国家和发展中国家的动因也有很大的差异，欧美等发达国家更多追求的是经济效益和商业利润，与之相比，大多数第三世界或发展中国家更强调提高本国的教学和研究水平，实现国家整体经济实力的提高。但与以往相比，无论是片面追求商业利润，还是提高国际竞争力，经济因素在这一进程中扮演越来越重要的角色。

① 《教育发展研究》2004 年，第 12 期，68 页。

② http://www.oecd.org/document/14/0,2340,en_2649_34549

1833550_119656_1_1_1,00.html。

表 3-1 世界 10 大高等教育服务出口国 (境外消费方式)^①

母国	年度	外国留 学生人数	年度	外国留 学生人数	年增长率 %
美国	1985	343 780	1995	453 787	2.8
英国	1985	53 694	1995	197 188	13.9
德国	1990	107 005	1995	159 894	8.4
法国	1985	131 979	1995	130 431	- 0.1
俄罗斯	1985	—	1995	67 025	—
日本	1985	12 442	1995	53 847	15.8
澳大利亚	1985	16 075	1995	47 834	11.5
比利时	1985	24 761	1995	34 966	3.5
加拿大	1985	29 496	1995	31 435	0.6
奥地利	1985	15 388	1995	26 883	5.7

表 3-2 世界 10 大高等教育服务进口国 (境外消费方式)^②

母国	年度	出国学 生人数	本国学 生总人数	出国学 生的比重 %
中国	1995	115 871	5 621 543	2.1
韩国	1995	69 736	2 225 092	3.1
日本	1994	62 324	3 917 709	1.6
德国	1995	45 432	2 144 169	2.1
希腊	1995	43 941	329 185	13.3
马来西亚	1994	41 159	191 290	21.5
印度	1995	39 626	5 582 340	0.7
土耳其	1994	37 629	1 174 299	3.2
意大利	1995	36 515	1 775 186	2.1
中国香港	1993	35 141	97 392	36.1

① 资料来源：UNESCO。

② 同上。

在国际教育服务贸易的构成中，境外消费的贸易方式占主要位置，目前世界教育服务贸易额的估算也以境外消费的数字为准。它的规模与水平都远远超过跨境交付、商业存在和自然人流动三种方式，并且这种贸易提供方式的比例结构在短期内也不会改变。进入 20 世纪 90 年代后，教育服务贸易在全球范围内出现了一些新的发展趋势，一是以商业存在方式进行的贸易逐渐增多，尤其是通过跨国联盟的方式与外国教育机构合办学校或合作开发项目在世界各国变得普遍；二是随着电子商务和函授类远程教育的迅速发展，跨境交付方式的教育服务贸易增长速度很快，这一方面使跨境交付、境外消费、商业存在三种服务贸易提供方式之间的关系更加密切，逐步出现“你中有我、我中有你”的局面，另一方面也为跨境交付这一贸易方式提供了更为广阔的发展空间。自然人流动的教育服务贸易方式对所在教育机构的教学起到一定的补充作用，一般不会对教育机构和服务贸易产生很大的影响。

目前，教育服务贸易的增长领域主要集中在高等教育（第三级教育）上，表现为到国外接受高等教育的留学生数量迅速增长，各国大学开始在境外设立分校，国家之间的教育合作不断加强等等。由于国际上对留学生的统计，主要是以高等教育留学生的数字统计为准，所以，我们对留学生贸易额进行国际比较分析时，也以高等教育留学生数字为准。主要教育发达国家和我国教育服务贸易的进展，以及相比之下我国教育服务贸易存在的问题是本章将要讨论的问题。下面就近年来主要教育发达国家和我国教育服务贸易进展状况在客观描述的基础上进行分析，通过比较找到差距。

二 主要发达国家国际教育服务贸易行动与进展

自 1979 年英国首先改变留学生政策，开始以营利为目的对外国留学生实施全额收费以后，从 20 世纪 80 年代开始，英联邦的澳大利亚、新西兰和加拿大等国也纷纷采取同样的措施。此后，美国、西欧的德国、法国和荷兰、甚至东南亚的新加坡、马来西亚与香港地区等，也相继改变了以往政府对外国留学生实行全额资助或优惠的收费政策，将留学教育和教育服务商品化，谋取商业利润。^① 下面我们来看三个比较有代表性的国家的国际教育服务贸易进展情况。这三个国家分别是：教育服务贸易最大输出国美国、位于亚洲的日本和近年来教育服务贸易发展最为迅猛的澳大利亚。

1 美国国际教育服务贸易行动与进展

美国教育服务出口贸易

境外消费贸易方式

下面对美国 1981 ~ 2000 年的教育出口状况做一个简单的分析。根据美国教育部的统计数据，1981 ~ 2000 年部分年份在美外国留学生人数统计见表 3 - 3。

^① Hans de Wit. , Internationalization of Higher Education in the United States of America and Europe. "A Historical , Comparative. And Conceptual Analysis" [M] U.S.A. , Greenwood Press. 2002.

表 3-3 1981~2000 年部分年份在美外国留学生人数统计^①

年份	1981	1986	1991	1994	1995
合计	311 880	343 780	407 530	449 704	452 635
年份	1996	1997	1998	1999	2000
合计	453 787	457 984	481 280	490 806	514 723

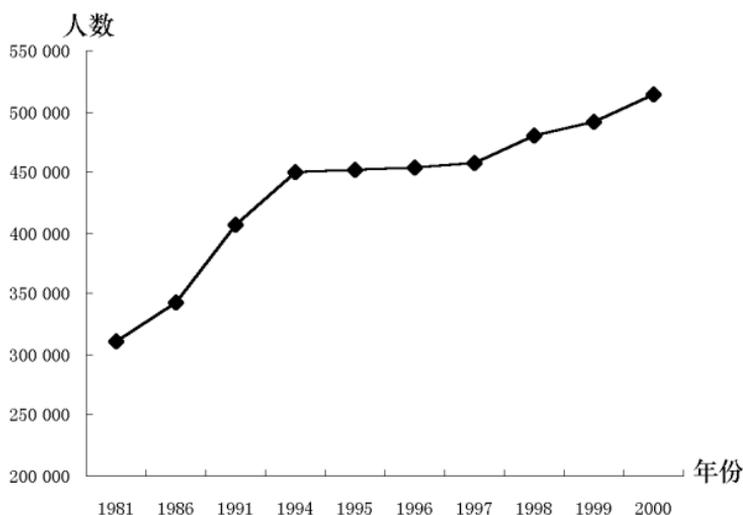


图 3-1 1981~2000 年在美外国留学生人数增长趋势图

从图 3-1 可以看出，从 20 世纪 80 年代中期到 90 年代中期，美国教育服务出口持续快速增长，但进入 90 年代中期后，增速放缓。美国的留学生教育规模至今仍处于世界第一，吸引了世界 1/3 的留学生，但一方面由于美国的传统优势近年来受到新兴教育大国的挑战，其市场份额正在被新兴的留学教育大国如英国、澳大利亚、日本和德国等国所分享，另一方面发展中国家的教育制度在逐步完善，对美国高等教育的依赖程度降低，从而导致其留学教育优势相对下降。在美国大学学习的外国留学生人数经历

^① 资料来源：美国教育部《1999 年教育统计摘要》(Digest of education statistics, 1999)。

了连续七年的低增长，但是仍在增长。在未来半个世纪美国仍将是世界最大的留学生接收国。这是因为，第一，美国优质的高等教育资源，优异的科研设备，较高的科研经费是吸引学生的重要原因；第二，美国在世界上的影响以及美国在科学领域的领先地位是其他国家所不能替代的，这一点对外国学生很有吸引力；第三，美国社会和美国大学对外国学生的开放态度使留学生较易适应和生存。

美国教育服务出口结构

- 按学生类别。据美国国际教育中心（Institute of International Education）的统计，1997年美国的非学历留学生共有119 546人，他们主要是访问学者（进修生）和参加美国强化英语学习的留学生。与美国的学历留学生相比，美国的非学历留学生远远少于学历留学生，学历留学生占绝大多数。

- 主要出口对象。在美国高校的外国留学生中，亚洲人的比例最高。据统计，1992~1993学年，亚洲学生占美国高校外国留学生总数的59.4%，其次分别是欧洲占13.2%、拉丁美洲占9.9%、中东占6.9%、北美洲占4.9%、非洲占4.7%、大洋洲占1.0%。在美留学人数中来自中国大陆的留学生最多，1999年~2000学年度中国在美留学生人数为54 466人，2000~2001学年度为59 939人，印度其次，两个年度人数分别为：42 337人和54 669人，接下来分别是日本、韩国、台湾、加拿大、印度尼西亚和泰国等国家。^①

美国教育服务进口贸易

与美国接收的留学生数目相比，到国外学习的美国学生人数

^① 李新华、孙琦：“美国高等教育国际化的现状”，《高等教育》，2003年第1期。

就显得很少，但是近年来在政府政策的指引下，出国学习的学生有所增加。1988年美国国际教育交流委员会建议，到1995年以前，要把美国派到海外学习的人数提高到国内大学生数的10%，到2008年争取达到20%~25%。1991年，美国总统布什签署了《国家教育安全法》(National Security Education Act of 1991)，规定1992年拨款1.5亿美元作基金，同年度用于包括资助本科生去国外的重要国家学习一个学期。但每年出国的学生数也只有0.8%，整个本科学习过程出国学习的学生数为3%，^①与2000年10%的目标相差甚远。当然也有极少数高校的留学生人数较高，如密德百瑞学院(Middlebury College)和玛克里斯特(Macalester)的外出学生比例分别达到了22%和15%。但这些学校的“流出”与美国高校吸纳的外国学生相比，显得微不足道。从过去10年的资料统计来看，美国在派出留学生方面呈现出两个特点：一是在国外学习的期限趋于更短，多数学生参加的是短期可得学分的学习计划。1995~1996学年70%的在国外拿学分的学生参加的是暑假计划或一个学期的计划，只有12%的学生学满了一学年；^②二是美国学生前往学习的国家越来越多样化，由于对非西方文化的重视，越来越多的美国学生选择到一些非英语国家学习。中国、厄瓜多尔、墨西哥、俄罗斯接收的美国学生在1995~1996学年比上一年有较大增长，前往阿根廷、危地马拉、洪都拉斯、秘鲁和古巴等西班牙语国家的学生也有所增加。“国家担保教育计划”是促使美国学生前往非洲、亚洲和拉美国

^① 李新华、孙琦：“美国高等教育国际化的现状”，《高等教育》，2003年第1期。

^② Chronicle of Higher Education, Nov. 12, 1997.

家的重要因素，这个计划不资助前往欧洲学习的学生，^① 这项计划的实施一定程度上强化了美国学生选择留学国家的多样化趋势。表 3-4 反映出美国高校派出留学生的人数占当年全部学生总数的比例，从中可见其增幅不大。总体而言，美国留学生教育方面学生的流入与流出量极不均衡。

表 3-4 部分年份美国高校派出留学生占当年全部学生的比例情况^②

年份	1985	1987	1989	1991	1993	1994	1995	1996	1997
占入学人数比例	0.39%	0.50%	0.52%	0.51%	0.54%	0.59%	0.63%	0.71%	0.88%

美国教育服务进口结构

▪ 进口的主要对象 美国学生外出留学 64% (1985 约 80%) 去欧洲，拉丁美洲为第二大选择地区，占 16%，接下来为亚洲占 6%，非洲占 3%。1991 ~ 1992 学年美国在国外的留学生共 71 154 人，他们所在的 10 个主要国家依次为英国 (占总数的 23.3%)、法国 (11.5%)、西班牙 (10%)、意大利 (7.5%)、墨西哥 (6.5%)、德国 (4.9%)、日本 (2.8%)、澳大利亚 (2.8%)、以色列 (2.6%)、奥地利 (2.5%)。来美国的留学生至少是美国赴国外的留学生的 6 倍。^③

▪ 按学生类别 在美国的留学生中有 44% 是研究生，37% 攻读学士学位，11% 攻读准学士学位，3% 修读强化英语课程，3% 为非学位学生，2% 为实习生。留学的主要领域为商科 (20%)、工程学 (18%)、物理和生命科学 (9%)、数学和计算

^① 王英杰著：“美国高等教育的发展与改革”，人民教育出版社，2002 年版，第 154 页。

^② 资料来源：李联明、陈云棠，“高等教育国际化进程中国际学生流向不均衡现象”，《比较教育研究》，2004 年第 2 期。

^③ 李新华、孙琦：“美国高等教育国际化的现状”，《高等教育》，2003 年第 1 期。

机科学(8%)以及社会科学(8%)。

将美国的留学情况与欧洲相比,可以看出,欧洲非常注重并花了很大财力鼓励学生的流动,其每年出国的留学生占全部学生的比例是2%(美国仅为0.8%)。尽管这些距欧盟预期的10%的目标还很远,但相对于美国在鼓励学生出国留学方面,已经取得了很大的成绩。欧洲各国学生出国留学的比例也呈不均衡分布状态,芬兰低于1%,奥地利为5.6%,英国为4%,比利时为3.6%,德国为6%。大约33%的欧洲留学生,与参加欧盟的“伊拉斯莫”(Erasmus)项目有关,也即他们是在欧盟内部流动。德国十分重视留学生市场,既是留学生接受大国,又是留学生派出大国,以1991年为例,在德学习的外国留学生达116474人,仅低于美国的419585人和法国的139963人,^①而德国赴海外的学生达3.4万名,在数量上仅低于发达国家的日本(1990年出国留学学者达3.9万人)和发展中国家的中国、沙特阿拉伯和摩洛哥。^②

跨境交付贸易方式

跨境交付就是从一成员国内向境外任何一成员方提供服务,其特点是服务提供者和消费者分别处于不同的国家,通过电讯、邮电、计算机网络等为对方服务。在教育服务贸易中,跨境交付的典型形式是远程网络教育和函授教育等。例如,美国洛杉矶的加利福尼亚(UCLA)实习学校与“家庭教育网络”一起,通过国际互联网开设了50门课程,美国44个州和另外8个国家的学生都能学习这些课程。杜克大学福克商学院在互联网上通过电子邮件方式开设了“全球执行工商管理硕士”课程,学习该课程的

^① “英国从外国留学生中获利15亿美元”,中国教育报,1995-8-3。

^② “英国在境外办学的有关情况”,《世界教育信息》,1998(7)。

学生有一半是在美国以外的国家。可以预见，随着劳动力市场需求的不断扩大与变化，随着新技术的出现，远程教育市场份额将会得到迅速扩展。

自然人流动方式

在接受和派遣留学生的同时，广泛接受世界各地学者从事教学与科研活动一直是发达国家促进教育发展的重要途径和成功经验。以美国为例，美国高等学校不仅打开大门吸引人才，而且还极为重视国际间的学术交流。据统计，在 1993 ~ 1994 年，美国大学共接收近 6 万名国外学者，1997 ~ 1998 年，在美国高校从事科研与教学的访问学者突破历史记录，达 6.55 万人，亚洲学者占 43%，欧洲占 37.7%。中国大陆学者人数居第一位，约 1.07 万人，其次是日本、韩国、印度。再如日本，自 90 年代以来，专业院校和综合大学接受外籍教师的人数增加很快，1990 年为 1891 人，1993 年是 3092 人，1995 年达到 3858 人，1997 年增至 4578 人，他们除从事语言教学工作以外，更多的是进行专业教学。^①

2 日本国际教育服务贸易行动与进展

日本作为当前亚太地区经济与科学最为发达的国家，在经济与科学技术方面起着亚太领头羊的作用，也是高等教育较为发达的国家。日本教育服务贸易不及美国的六分之一，但在亚太地区却是最为发达和完善的国家。下面我们来看日本 20 世纪 70 年代末以来国际教育服务贸易的发展趋势。

^① 彭伟强：《发达国家教育人员国际流动探讨》，《高等教育研究》，2000 年第 6 期。

表 3 - 5 1979~2002 年在日本外国留学生人数统计^①

年份	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
人数	5933	6572	7179	8116	10 428	12 410	15 009	18 631
年份	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
人数	22 154	25 643	31 251	41 347	45 066	48 561	52 405	53 787
年份	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
人数	53 847	52 921	51 047	51 298	55 755	64 011	78 812	95 550

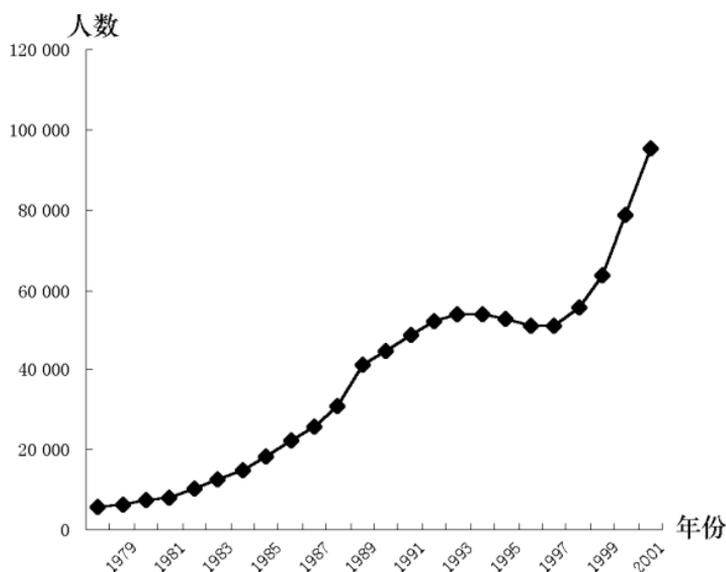


图 3 - 2 1979~2002 年在日外国留学生人数增长趋势图

从图 3 - 2 可以看出, 20 世纪 70 年代末, 来日本的留学生数量增长缓慢, 从 20 世纪 80 年代初到 90 年代初近十年的时间里, 来日本留学的学生逐年大幅度提高, 但从 1994 年开始, 增速放缓, 到 1996 年呈负增长态势, 经过两年的低迷期, 从 1998 年开始至今, 日本留学生进入快速发展阶段, 尤其近年来增势明显,

^① 资料来源: “日本留学生制度概况—接收与派遣”, 2003 年度文部科学省高等教育局留学生科。

近两年平均增长率高达 20%。日本留学生这样的一种增长态势与日本政府政策的有力支持是分不开的。1983 年 8 月日本文部科学省提出了“关于面向 21 世纪留学生政策”及“面向 21 世纪留学生政策的开展”两个建议，提出 21 世纪初接纳 10 万名留学生的目标，并采取留学生赴日前至回国后等一系列综合性的措施，有计划地招收留学生。1999 年文部省召开留学生政策恳谈会，并提出报告“致力于知识性国际贡献及开展新的留学生政策”，这份报告强调在今后不仅要继续维持接收 10 万留学生计划，同时要改善留学环境，提高留学生教育质量的建议。此外 2000 年日本在东京举办了 G8 教育大臣会议，专门讨论今后 10 年中加倍增加学生流动性的议题。在这样的状况中，截止到 2002 年 5 月，在日本学习的外国留学生与前一年相比增加 21.2%，达到了 95 550 人，留学生总数以及与前一年度相比增加人数都达到了过去的最高水平。日本“接收 10 万留学生计划”的实现已近在眼前，2002 年 12 月日本又开始探讨有关接收 10 万留学生计划实现以后的新的留学生政策。

在日本，学历留学生占大多数，2002 年在日本的学历留学生达 76 550 人，占全部在日留学生 95 550 人的 80.1%。^① 非学历生主要是访问学者和在日本语学校学习日语的留学生，与日本的学历留学生相比，日本的非学历留学生远少于学历留学生。

日本留学生中来自亚洲的留学生占 90% 以上，如 2002 年在日本留学的亚洲留学生有 88 664 人，占全部留学生的 92.8%，其余依次为：欧洲占 2.6%，北美洲占 1.5%，中南美洲占

^① 资料来源：“日本留学生制度概况—接收与派遣”，2003 年度文部科学省高等教育局留学生科。

1.0%，非洲占 0.9%，中东占 0.6%，大洋洲占 0.6%。^①

日本近年来学生到国外留学的人数在逐年增加，根据统计，2000 年赴海外留学的日本学生主要分布在 32 个国家，共 76 464 人，其中 80% 分布在欧美各国。见表 3-6

表 3-6 日本学生赴海外留学国家分布^②

国家（地区）名称	留学生人数
美国	46 497
中国	13 806
英国	6163
韩国	613
澳大利亚	2200
德国	2040
法国	1446
加拿大	1478
新西兰	680
奥地利	302

3 澳大利亚国际教育服务贸易行动与进展

澳大利亚是近年来国际教育服务贸易增长最为迅速的国家，从图 3-3 可以看出澳大利亚的教育出口除 1998 年略有回调之外，其他年份均呈快速增长态势，尤其在 1992~1996 年之间是发展最为迅速时期，平均增速达到 30%，是近年来增速较快的国家，也是新兴的教育服务贸易大国。澳大利亚在教育服务贸易方面的出色表现，除了具有地理、语言优势之外，与这个国家坚

^① 资料来源：“日本留学生制度概况—接收与派遣”，2003 年度文部科学省高等教育局留学生科。

^② 同上。

持提供高质量教育服务，采取配套措施加强管理分不开。澳大利亚政府对国际教育服务提供者有许多法律规范和限制，包括政府监督，注册管理和担保金、保证金制度，很大程度上减少了留学生和政府的经济与社会风险，保障了国家教育服务贸易的长远利益。

表 3 - 7 1988 ~ 1999 年在澳外国留学生人数统计^①

年份	1988	1989	1990	1991	1992	1993
人数	21 118	32 198	47 065	47 882	52 540	86 541
年份	1994	1995	1996	1997	1998	1999
人数	100 666	120 001	143 729	151 159	147 136	157 834

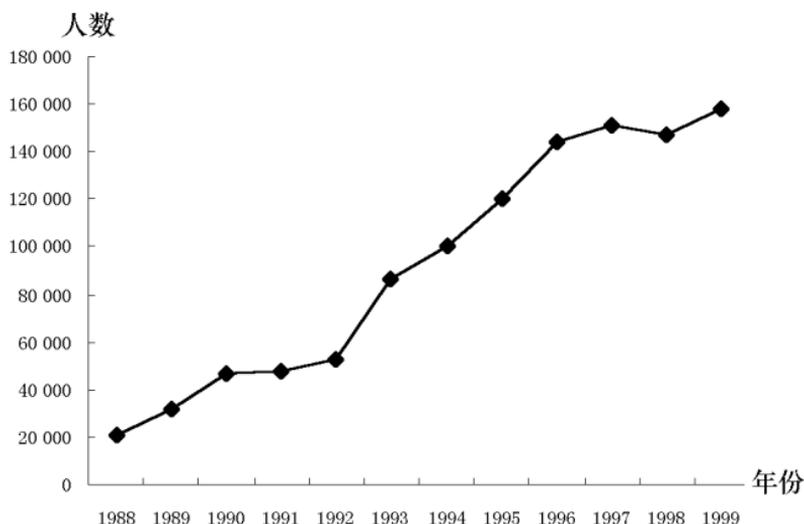


图 3 - 3 1988 ~ 1999 年在澳外国留学生人数增长趋势图

跨境交付贸易方式

1995 年 WTO《服务贸易总协定》颁布以来，澳大利亚大学迅速地抓住了《总协定》达成的两大共识，成员国必须努力“降

^① 资料来源：the Australian Bureau of Statistics.

低贸易壁垒”，同意成员国之间以商业存在方式提供教育服务，大力拓展澳大利亚政府和大学在海外的教育服务机构。2000年政府出台相关配套法律，如《海外学生教育服务法》、《海外学生教育服务条例》，并建立了两个促进海外教育事业的官方机构：“澳大利亚教育国际”和“澳大利亚贸易委员会”，在鼓励各个大学积极招收海外学生的同时，努力拓展跨国办学和跨国远程教育。

澳大利亚大学校长委员会 2001 年的调查显示，澳大利亚 38 所大学在世界各地开设的海外教学项目共有 2009 个，学生超过 349 056 人。^① 澳大利亚的努力已经取得了巨大的成就，开始改变澳大利亚海外学生的比例结构和教育出口收入的比例，尤其通过远程教育进入国外市场的贸易份额越来越大（见表 3-8）。近十几年来，澳大利亚远程教育的巨大潜力为其教育出口提供了契机，也增强了澳大利亚教育的实力，使澳大利亚的教育逐步走向世界，遍及全球。

表 3-8 澳大利亚国际学生学习类型变化 (%)^②

年份	在澳国内大学学习	在澳海外分校学习	通过远程网络学习
1996	75.9	18.3	5.9
1997	72.4	21.3	6.3
1998	69.8	24.0	6.2
1999	67.4	27.4	5.2
2000	63.2	28.3	8.5
2001	63.5	27.6	9.0

商业存在贸易方式

^① 张民选：“澳大利亚：迅速崛起的教育出口大国”，《教育发展研究》，2003 年第 11 期。

^② 同上。

跨国合作办学是以商业存在为基础的国际教育服务的第二种贸易提供方式，跨国合作办学，按字面的解释，即以本国教育机构为基点，通过在其他国家和地区设立教育分支机构，从事跨国界的直接投资、转让技术等办学活动。跨国合作办学最早出现于发达国家，主要以美国、加拿大、英国、澳大利亚、新加坡、马来西亚等国为主。

关于跨国办学的统计资料很少。据澳大利亚大学校长委员会1999年5月的报告，35所澳大利亚大学开展了750个海外项目（澳大利亚共有大学40所），这些项目主要集中在新加坡、马来西亚、中国和中国香港，在校生31850人。另据英国统计，75%的英国大学至少开设了一门合法的海外课程，大约有135000~140000学生在学习这些课程。希腊的学位课程（总共1370种）42%是与英国大学合作开设的；与法国合作开设占21%；与美国合作开设的占11%。^①目前美国在我国教育合作项目约140多个，澳大利亚在我国约有125个。OECD的报告认为，商业存在形式的教育服务贸易机构和投资也会进一步增长，大学和其他高等教育机构会进一步寻求在国外建立校园和教育设施。从目前的发展态势来看，已经印证了这样的判断，除了跨国办学的数量迅速增加外，一种新的跨国合作办学方式已经出现并且发展很快，即以在海外建立分校的方式进入国外教育市场的教育机构越来越多。发达国家在亚太地区尤其是马来西亚和新加坡设立分校开展办学的情况较为普遍，如，澳大利亚莫纳什大学和科庭工业大学、英国诺丁汉大学分别于上个世纪末在马来西亚设立分校。目前马来西亚已建立了4所国际大学的分校；新加坡有3个类似的

^① 《国际教育服务贸易》专题研究组，“国际教育服务贸易的最新进展”，《教育发展研究》，2002年，第7~8期。

分校,6个分校正在筹划之中;泰国有1个分校,3个正在商谈中;在越南、印度尼西亚、中国、文莱、台湾地区也有类似的情况。^①

三 我国国际教育服务贸易行动与进展

1 我国教育服务进口贸易

境外消费贸易方式

改革开放近30年来我国出国留学工作取得了显著成绩。从历史上看,自1977年我国国家领导人提出要扩大对外派遣留学人员,直到1984年国务院颁发《关于自费出国留学的暂行规定》之前,我国留学人员很少,主要是以公派的访问学者、进修生为主,所有费用大多由政府一手包办;自规定颁布之后,紧接着中央于1987年明确规定全国出国留学人员工作统一由国家教育委员会管理,在加强管理的同时出台了一系列的政策,有力地推动了我国自费留学教育的发展,出现了公派和自费留学平分秋色的局面;1990年国家教育委员会成立了“中国留学基金会”,1992年国家制定了“支持留学,鼓励回国,来去自由”的出国留学方针,我国出国留学教育开始出现蓬勃发展的势头;1999年教育部《面向21世纪教育振兴行动计划》全面启动,留学教育被放在重要位置,随后国家又颁布了《自费出国留学中介服务管理规定》,为出国留学营造了有利的环境。在国家政策支持,留学

^① 提姆·马扎罗尔、杰弗里·诺曼·苏塔、米歇尔·S.Y.Seng 著,李良成译:“第三次浪潮:国际教育的未来趋势”,《比较教育研究》,2003年第11期。

环境趋于规范的情况下，我国留学人数呈逐年快速递增的势头。目前我国已经成为世界最大的留学生派出国，自 1978 年至 2003 年底，我国出国留学人员总数达 70.02 万人，遍布世界 100 多个国家和地区。

进口规模 我国学生外出留学在进入 20 世纪 90 年代后发展迅速，1997 年增速明显，尤其进入 21 世纪，我国的出国留学教育进入了一个全新的发展阶段，每年输出的留学生人数保持在 10 万人以上，2003 年由于受 SARS 的影响，出国留学人数有所回落（见图 3-4）。

表 3-9 1991 年至 2003 年我国各类出国留学学生人数统计表^①

年份	1992	1993	1994	1995	1996	1997
人数	6540	10 742	19 071	20 381	20 900	22 410
年份	1998	2000	2001	2002	2003	
人数	17 622	38 989	146 000	125 000	117 300	

我国学生出国留学人数连年增长，除了我国政府政策支持的原因外，一方面由于国外优质的教育资源深深吸引中国学子学习他们的先进科学文化技术，另一方面近年来西方发达国家高等教育资源出现了过剩现象，而我国教育市场呈现“卖方市场”的特点，高等教育服务供不应求，再加上中国经济持续快速的增长，使这些国家纷纷推出优惠政策加大了招揽中国学生的力度。

进口的主要来源国 我国教育进口国来自五大洲的 100 多个国家和地区，但主要集中在经济和教育均发达的西方国家。目

^① 根据相应年度中国教育年鉴及中国教育统计年鉴整理得来（少 1999 年）。

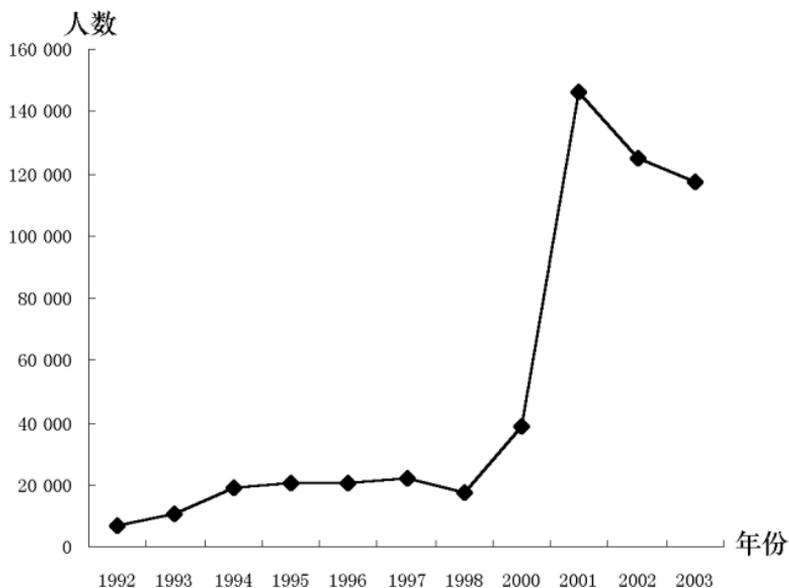


图 3-4 1992~2003 年在中国外国留学生人数增长趋势图

前，位居中国学生出国留学排名前几位的国家分别是：美国、日本、澳大利亚、英国、加拿大、德国和法国。在过去的二十几年中，我国向这七个国家派遣的留学生占到所有海外留学生人数的 95% 以上。尤其美国历年来是我国最大的教育进口国。近年来我国从英国进口的教育贸易额有较大的增长，而且总体上呈现出进口国别多样化的趋势，进口结构逐步趋于优化。截止到 2004 年，中国大陆已经成为美国留学生的最大输出国，人数约七万人，占美国招收外国留学生人数的近一成。目前，日本接收的中国大陆留学人员数量居第二位，据有关资料统计，1992~1997 年间，中国大陆留学生在日本外国留学生中的比例一直保持在六成左右。^①到 2002 年在日本的留学生数达到 95 550 人，其中中国留学

^① 朱惠玲：“简述改革开放以来中国大陆留学人员的状况及其特点”，《欧美同学会会刊》，1999 年版（24）。

生达58 533人，中国留学生占到 61.3%。^① 德国总统约翰内斯·劳 2003 年 9 月 12 日在中德科学中心举行的关于人才外流与人才引进的论坛上说，目前在德国高校就读的外国学生中，中国学生数量最多，在德国大学里，来自中国的学生达到约 14 000 人。目前德国已经成为继美国和英国之后最受外国学生欢迎的国家。

进口结构按学生类别 在我国改革开放的初期，即 20 世纪 70 年代末 80 年代初，我国教育服务进口主要是以公派进修和访问学者居多，占到当时出国留学人数的 80%，而研究生教育不足 10%。20 世纪 80 年代后期，我国放宽了出国留学政策，出国接受正规学历教育的留学生逐渐多起来。在接受正规学历教育的中国留学生中，接受教育的学历层次普遍很高，留学生接受研究生教育占到了绝大多数。根据美国国际教育研究所 2001 年 11 月 13 日公布的统计数字，中国大陆当年在美注册攻读学位的留学生为 59 939 人，其中研究生为 48 029 人，本科生为 8252 人，其他类为 3658 人，访问学者、博士后等 14 772 人。留学总人数为 74 711 人。研究生与本科生之比为 5.8:1。如果将博士后人员也算在内，比例还会更高。2001 ~ 2002 学年我国在牛津大学的研究生与本科生比例为 75:27，达到了 2.8:1（见表 3-10）。随着自费留学的进一步升温，我国留学生出国接受正规学历教育的在出国留学人员中的比重将越来越大。统计表明，我国留学生中分别接受研究生、本科及本科以下学历教育的学生比例为：82:15:3，而同期我国台湾地区留学生的这一比例为：61:34:5，韩国留学生同比为：46:44:10，日本留学生同比为：18:72:10。^② 可以看

① “日本留学生制度概况—接收与派遣”，2003 年度文部科学省高等教育局留学生科。

② “欧美同学会研讨会采访纪实”，《华声月报》，1996（9）。

出，目前我国学生出国留学的主体以自费生为主，而且主要是接受高层次的学历教育。

表 3-10 2001~2002 学年牛津大学来自非欧盟国家学生分布情况^①

	本科生	研究生	其他学生	2001~2002 学年总计	2000~2001 学年总计
美国	107	601	219	927	870
加拿大	281	187	5	220	188
澳大利亚	16	132	2	150	145
中国香港	88	53	1	142	124
印度	35	76	3	114	102
日本	17	81	6	104	101
中国	27	75	1	103	76
新加坡	68	28	4	100	112
韩国	25	55	2	82	80
马来西亚	38	30	1	69	64
南非	11	49	5	65	70
以色列	4	44	2	50	43
俄罗斯	16	23	7	46	30
其他国家	204	578	72	854	860
总计	384	2012	330	3026	2876

进口结构按学科类别 我国出国留学学生所选课程以理工科为主。我国在德国的留学生一半以上攻读的是自然科学和工程技术专业。我国留美学生所学热门专业依次为：工程、自然与生命科学、数学、计算机、经贸、管理、健康科学、社会科学、法律、农业、教育、艺术、文科、英语。从我国留学生到美国学习的科目上看，排在前 5 位的学科都是属于理工科类的，社会科学，文

^① 资料来源：Oxford University Gazette Students Numbers, Supplement to No. 4641, December 2002, p504.

科，艺术等相对靠后。这种不平衡实则反映了留学生的价值趋向，即主要学习西方先进的自然科学技术和管理手段，同时了解西方的社会科学。

商业存在贸易方式

▪ **基本情况** 我国早在 1978 年改革开放之初，已经开始探索各种形式的中外合作办学活动。进入 20 世纪 80 年代中期，我国一些知名大学与国外相继举办了为数不多的合作项目，国家教育部于 1995 年 1 月正式颁布《中外合作办学暂行规定》之后，我国中外合作办学迅速发展起来。2001 年我国加入世贸组织，进一步推动了中外合作办学的加速发展。目前，我国的合作办学机构无论在数量上还是质量上都有巨大的提升和改观，沿海地区申报的数量大大增加，中西部地区的中外合作办学项目开始起步。总体上讲办学层次有所提高，合作形式也日益多样化。

据不完全统计，截至 2002 年底全国共有中外合作办学机构和项目 712 个，与 1995 年初相比，增加了 9 倍多，覆盖了除西藏、甘肃、宁夏外的 28 个省直辖市自治区。^① 虽然近年来合作办学机构有了长足的发展，但在我国中外合作办学数量上还远远不够，尤其是优质的中外合作办学项目还非常紧缺。随着中外合作办学条例实施办法的出台，我国中外合作办学会有非常广阔的发展前景，问题的关键在找准合作对象（引进优质资源），找准合作领域和找准合作模式。

▪ **进口的区域** 中外合作办学机构相对集中在经济、文化较发达的东部沿海省份及大中城市。办学机构和项目数位居前 10 位的为：上海（111）、北京（108）、山东（78）、江苏（61）、辽宁（34）、浙江（33）、天津（31）、陕西（29）、广东（27）、

^① http://news.xinhuanet.com/edu/2003-04/07/content_819267.htm.

湖北(23)等省市,符合这些地区经济和社会发展对各类人才的迫切需求。

- 进口主要来源国和地区 外方教育机构主要来自经济发达、科技及教育先进的国家和地区。排名前10名的为:美国(154)、澳大利亚(146)、加拿大(74)、日本(58)、香港地区(56)、新加坡(46)、英国(40)、台湾地区(31)、法国(24)、德国(14)、韩国(12)等。

- 进口结构从专业角度看 工商管理类专业,如工商管理、市场营销、会计学、财务管理、人力资源管理、旅游管理的项目居多,共255个,占36%;外国语言文学类,如英语、德语、法语、俄语、日语132个,占19%;电气资讯类,如计算机、计算机科学与技术、电子科学与技术94个,占13%;经济学类,如国际经济、国际贸易、财政学、金融学74个,占10%;艺术类,如艺术设计、戏剧影视文学37个,占5%;教育学类19个,占3%;其他类101个,占14%。

- 从办学层次角度看 学历教育占多数,有372个,其中初中教育项目2个、高中教育项目40个、职业教育项目69个、中等专业教育36个、大学专科层次82个、大学本科层次69个、研究生层次74个;非学历教育机构313个;幼儿园27个。从发展态势来看,中外合作办学机构的学历层次类别在提高,高等教育层次的机构日益增多,研究生层次不同程度提高。

- 我国中外合作办学的特点 在中外合作办学机构中,虽然外方的学校和中方的合作仍然是占合作机构的主体,但外方学校之外的机构与中方的合作越来越多。许多国际机构也在中国寻找合作伙伴,如美国的教育集团“诺贝尔公司”(NOBEL)已与中国的南洋教育集团签订了战略伙伴关系框架协议,为进一步的合作奠定了基础,中国教育市场具有巨大的市场潜在价值,越来

越多地被外方教育机构、企业和个人所看好。

在引进优质教育资源方面我国做得很不够。这一方面是因为我国现行政策缺乏吸引力，考虑中方利益多，照顾外方利益少，构不成有效的拉动力；另一方面，国外教育机构中，低层次和一般性的教育机构对中国教育开放政策反映比较敏感，为了自身生存和发展的需要纷纷抓住机会主动出击，而一些较高层次的教育机构，他们也看到与中国教育合作存在着机会，但这种交流合作的愿望是潜在的，还没有被激发出来，所以在与中国合作办学上显得谨慎，这也是我国的外国合作者中鲜见世界知名大学的原因。国外知名大学在国内找合作伙伴时往往要求合作大学在国内市场上同样享有盛名，以保证教学的质量，因此国内名牌大学在引进国外优质资源时有很大优势，但目前我国知名大学毕竟是少数，在引进时更多的是同水平的大学合作者。

中外合作办学开设学科结构相对偏重于几个方面，合作办学的布局、区域分布不平衡，一定程度存在低水平重复的情况。目前合作办学开设的专业大多集中于工商管理专业，大约占全部专业的36%左右，在我国急需的高新技术，如农业、生命科学、新材料领域的合作办学力度显得不够，同时在引进国外较成熟但国内没有或较新的专业和学科方面也比较落后。在合作办学过程中有些外方合作办学机构追求经济利益，商业性较强，以及合作办学规模较小，还不能满足社会需要等问题均不同程度地存在。

根据我国入世教育承诺，我国不承诺外国教育机构在我国境内开设分校和代表处。因此，在我国的合作办学实践中，主要有两种形式的合作办学：一种是国外教育机构或其他组织与国内教育机构共同发起注册一家新的教育机构，该教育机构既可以是法人，也可以是非法人实体；另一种方式是以合作项目的方式进行，主要是通过国内教育机构与海外院校建立的校际姊妹项目。

目前采用第一种方式的中外合作办学已经有 712 个，仅北京地区就有 85 个；采用第二种方式实施的中外合作项目不计其数。虽然对外方来我国设立分校的方式没做承诺，但我国政府可以根据我国国民经济的发展水平及教育水平的发展情况，自行决定开放度的大小。

综上所述，“入世”后，国外的教育资源根据国际规则已经参与到我国教育之中，我们也通过该种方式，直接引进了国外先进教育理念、办学模式、教学方法和优质师资，尤其一定程度上引进了国内急需，在国际上具有先进性的课程和教材，培养了我国迫切需要的紧缺人才，对促进教育改革、加快人才培养、优化办学模式、引进先进课程、提高教师水平和改善办学条件等方面发挥了积极作用。虽然我们以让出部分国内市场为代价，但从长远的眼光看，对我国的教育是十分有利的。引进来是为了更好地走出去，事实上近年来我国越来越多的高校通过合作办学，日益提高了自己的教学质量而走向了国际大市场。

2 我国教育服务出口贸易

境外消费贸易方式

从历史上看，我国接受来华留学生大致经历了以下三个发展阶段。

第一个阶段：1950~1978，即从建国初期到 1978 年中国实施改革开放政策以前。这个阶段的主要特点是，中国政府提供奖学金，为与我国建立外交关系的友好国家培养人才。建国初期我国接收留学生的范围和数量都十分有限，当时实行一边倒的外交政策，在经费严重匮乏的情况下我国招收社会主义国家学生来华学习；后来国际形式发生变化，招生范围进一步扩大到亚洲、非洲等一些与中国建立外交关系的友好国家。自 1950 至 1978 年的 28

年间，我国 30 余所院校累计共接受培养了 12 800 余名留学生，几乎全部由我国政府提供奖学金。1978 年在华学习的留学生人数为 1200 余名。

第二个阶段：1978 ~ 1989，即从中国实行改革开放政策的 1978 年底开始到 1989 年。这个阶段的主要特点是，自费留学生开始进入中国。中国实行改革开放政策对来华留学工作有特别重要的意义，来华留学工作是这一政策的重要体现，突出的标志是一些接收政府奖学金留学生的高等学校被政府允许接收自费来华留学生。1979 年的自费留学生为 300 余名，1989 年发展到 2500 余名，增加了 7 倍多。尽管如此，由于中国社会与世界的相互了解还远远不够，自费留学生的来华渠道尚不十分畅通，加上招生计划须提前报告上级主管部门审批等限制，这一时期的自费来华留学生的规模和层次还处于一个较低的水平。自费留学生的来源国家主要是日本、美国等 20 几个西方发达国家，其中一年中自费来华留学人数超过 1000 人的只有日本和美国，超过 100 人的也只有法国和澳大利亚。以 1985 年为例，全年自费来华学习的日本留学生为 1900 余名，美国为 1300 余名，法国为 220 余名，澳大利亚为 130 余名。

第三个阶段：1990 年至今，是中国扩大开放的新时期，也是来华留学生教育空前大发展时期，这个阶段的主要特点是，学校成为来华留学生教育的主体，自费留学生在来华留学生中的比例逐年上升。进入 20 世纪 90 年代，我国政府先后制定、完善了一系列法规，将招收留学生工作纳入法制化轨道。教育部于 1990 年 6 月 23 日颁布了《对外汉语教师资格审定办法》，为对外汉语教学师资的培养提供了有力的保障；1992 年 9 月 2 日通过发布了《中国汉语水平考试（HSK）办法》，启动了中国的“托福”考试。为适应形势的发展需要，保证来华留学生教育事业的健康

发展，1989年原国家教育委员会发布了《关于招收自费来华留学生的有关规定》，允许有条件的高等学校均可经申请批准后招收自费留学生，并把学校招收外国留学生资格的审批权下放给地方教育行政主管部门，同时允许学校根据国家的有关规定自主决定留学生的招生和录取，使学校的留学生教育自主权进一步得到扩大，此举大大刺激了来华留学的需求，1990年中国具有接收来华留学生资格的高等学校已经达到100余所，1991年中国接收来华留学生总数首次突破10000名，全年在华学习的各类留学生达12000余名，是1978年的10倍。其中自费留学生的人数比1990年增加了1倍多，达8300余名，进入20世纪90年代，来华留学生数量稳定持续增长，平均增速保持在30%左右。

随着全球化的发展，校际交流渠道越来越呈现出多样化。北美、东亚、东南亚等地区的国家都开始和中国建立了定期的校际交流，而且一个新的趋势是，不光在研究生阶段，本科生也开始实行。比如说3+1项目，即三年在本国学习，一年来中国学习。此外，为了促进更广泛地开展交流合作，很多国家开始签署国家之间的学历学位互认，我国政府也做出了积极努力，截止到2003年底，中国已经与17个国家签订了国家间相互承认学位、学历和文凭的双边协议，分别是：斯里兰卡、苏联、阿尔及利亚、秘鲁、毛里求斯、乌兹别克斯坦、喀麦隆、罗马尼亚、俄罗斯、埃及、匈牙利、乌克兰、蒙古、白俄罗斯、德国、英国和法国。

出口规模

近年来，我国综合国力进一步增强，经济和教育发展水平都有较大的提高，政府加大了对来华留学的扶持力度，所以越来越多的外国学生选择来我国留学（见表3-11）。

表 3 - 11 1992 ~ 2003 年来华留学生人数统计^①

年份	1992	1993	1994	1995	1996	1997
人数	10 490	16 871	25 586	34 617	41 211	43 712
年份	1998	1999	2000	2001	2002	2003
人数	43 084	44 711	52 150	61 869	85 829	77 715

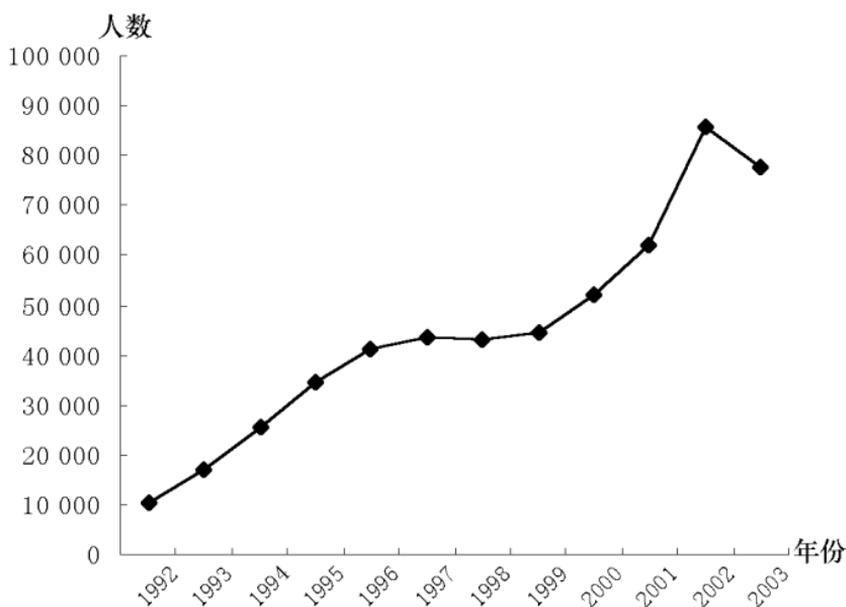


图 3 - 5 1992 ~ 2003 年来华留学生人数增长趋势图

从图 3 - 5 可以看出,自从 1991 年来华留学生实现了 1 万人的突破后,到 1997 年,我国接收来华留学生人数年均递增速度超过 30%,其中自费留学生增长速度超过了 40%。1998 年尽管东南亚地区发生了严重的金融危机,给我国接收来华留学生的工作带来了很大的负面影响,但来我国学习的外国留学生数量继续保持了稳定的规模。此后来华留学生数量以近 20% 的速度增长,

^① 资料来源:根据相应年度中国教育年鉴及中国教育统计年鉴整理得来。

2002年,来华留学生的总数达到85 829人,增幅达38.73%。2003年尽管受到了SARS的影响,但仍然保持了基本稳定的规模,来华留学人数达到77 715人,长期生达到了64 456人,占来华留学生总数的82.9%,自费留学生占全部来华留学生的比重超过92%。

主要出口对象

我国教育服务的出口对象,是指外国留学生的来源。地缘因素是影响留学生流动的一个重要因素,在我国学习的外国留学生中有五分之四来自亚洲国家,也是近年来留学生增长幅度最大的地区,在6年内增长了12.2%。由于我国与亚洲许多周边国家有着悠久的历史渊源,再加上中国经济市场的潜力,使得亚洲国家的来华留学生占有很大的比重,其中来华自费留学的人数众多。在亚洲地区,来自韩国的外国留学生占我国来华留学生总数的45.5%,目前是我国教育服务贸易最大的出口国,来自韩国和日本这两个近邻国家的自费留学生占到全体自费来华留学生总数的62%。随后依次是欧洲、美洲、非洲和大洋洲(见表3-12)。由于我国在世界上政治经济地位的不断提高,我国与欧美发达国家的教育交流水平不断增强,加上一些学校利用校际交流渠道主动加强与欧美学校的留学生交流,促进了包括发达国家在内更多国家的留学生来到中国,其中自费来华留学生人数在不断增多。此外,越来越多的广大发展中国家的留学生也加入到自费来华留学的行列中来,如老挝、缅甸等国家,这无疑为我国接收来华留学生提供了更广阔的生源市场,生源市场呈现多元化趋势。

如果按国别统计,截止到2003年,我国招收的外国留学生

主要来自全世界 175 个国家。^① 在这些国家中，最主要的来源国是韩国、日本、美国，他们一直稳居前三位。近年来越南来我国留学生日益增多，超过印度尼西亚越居第四位（见表 3-13）。

表 3-12 1998~2003 年来华留学生洲别统计^②

年份	类别	亚洲	欧洲	美洲	非洲	大洋洲
1998		72	12	11	3	2
1999		71	13	11	3	2
2000		75	11	10	3	1
2001		75	11	10	2	2
2002		77	10	10	2	1
2003		82	9	6	2	1

表 3-13 2003 年在华留学生数量前五名国别统计^③

国家	韩国	日本	越南	印度尼西亚	泰国
人数	35353	12765	3693	3487	2563

出口结构按学生类别

世界各国接受的外国留学生大致分三类：学历留学生，包括专科生、本科生、硕士研究生和博士研究生，他们在出口国高等学校注册，以获取出口国高等学校学位为目的；非学历生主要包括访问学者和短期语言生。访问学者（进修生），是在所在国家高等学校或研究机构进行短期研究的留学生；语言生，是以学习所在国语言为主的留学生。

① 教育部 2003 年全国来华留学生统计摘要。

② 资料来源：根据相应年度中国教育年鉴及中国教育统计年鉴整理得来。

③ 资料来源：教育部 2003 年全国来华留学生统计摘要。

表 3-14 1997~2003 年在华外国留学生本科以上学历统计^①

年份	博士生		硕士生		本科生		在华留学生总人数
	人数	比例	人数	比例	人数	比例	
1997	704	1.6	1750	4.0	—	—	43 712
1998	850	2.0	1907	4.4	8445	19.6	43 084
2000	1059	2.0	2192	4.2	10 224	19.6	52 150
2002	1389	1.62	2858	3.33	16 309	19.0	85 829
2003	1637	2.11	3397	4.37	19 319	24.85	77 715

表 3-15 1999~2003 年在华外国留学生学历生统计^②

年份	1998	1999	2000	2001	2002	2003
人数	11 362	11 479	13 703	16 650	21 056	24 616

表 3-16 在华外国留学生中本科生与研究生的比例^③

年份	类别	本科生	研究生	比例
1998		8445	2757	3.1:1
1999		8402	2896	2.9:1
2000		10 224	3251	3.1:1
2001		11 797	3571	3.3:1
2002		16 309	4247	3.8:1
2003		19 319	5034	3.8:1

① 资料来源：根据相应年度中国教育年鉴及中国教育统计年鉴整理得来

② 同上。

③ 同上。

表 3 - 17 2003 年来华攻读学历生分布情况^①

洲别	总数	学历生					非学历生				
		合计	博研	硕研	本科	专科	合计	高进	普进	短期	
亚洲	63 672	21 482	1199	2437	17 595	251	42 190	597	31 684	9909	
欧洲	6462	800	46	111	641	2	5662	64	3953	1645	
美洲	4703	744	117	179	439	9	3959	124	2694	1141	
非洲	1793	1430	258	619	552	1	363	25	250	88	
大洋洲	1085	160	17	51	92	0	925	4	445	476	
总计	77 715	24 616	1637	3397	19 319	263	53 099	814	39 026	13 259	

从这四个表(表 3 - 14, 表 3 - 15, 表 3 - 16, 表 3 - 17)中可以看出,近年来,来华留学生的层次稳步提高,攻读学历的留学生有显著增加,学历生的增速达 20% 以上。增幅超过非学历留学生的增长速度。其中攻读博士、硕士的人数逐年增加,在 2003 年,留学生总人数虽然比 2002 年有所下降,但攻读学历的留学生显著增加,增加幅度约 17%。学历生中,在本科生增长速度日益加快的同时,研究生的增速保持了同等的发展水平。2003 年我国本科生增长速度为 18.46%, 研究生增长速度为 18.53%, 两者增速基本持平,我国在保持本科生教育水平的情况下,研究生教育也有了一定的发展,得到越来越多留学生的认可,尤其来自亚洲和非洲的学生攻读研究生的比例达到 90%,我国研究生学历教育对这两个地区非常有吸引力,具有较强的竞争力,这也是我国学历生保持强势增长势头的一个原因。此外,我国各科研机构因科研经费不足等原因,缺乏吸引外国高层次人才机制,外国学者在我国进行博士后研究的几乎没有。

出口结构按学科类别

来我国学习的留学生,根据 1999 年的资料显示,文科学生占 81.4%,理工科学生只占总人数的 4.8%,来我国学习的留学

^① 资料来源:教育部 2003 年全国来华留学生统计摘要。

生，有相当一部分是为了学习语言或文化。发达地区的学生来我国留学以学习中国历史、中国文化的居多，近年来专业选择情况有所改善，来我国学习经济、管理、法律专业的留学生有增长的趋势。

商业存在与跨境交付贸易方式

境外办学是指一国境内的机构或个人在本国境外开办以外国人为教育对象的课程、专业，或者独办、合办具有独立法人资格的教育机构提供教育服务的活动。境外办学作为教育服务贸易的重要提供方式之一，在深化高等教育的国际交流，促进中华文化的传播，增进中外人民的相互了解，提高中国高等教育国际影响和国际竞争力，增加高等教育产业的收益等方面发挥着重要的作用。我国教育市场供不应求，因此，引进国外教育资源占绝大部分。面对国际教育市场竞争的局面，近年来我国高校也开始向海外教育市场拓展，参与全球教育产业竞争。目前我国走出国门办学的高校已经有几十家，但业内人士认为，没有备案的高校数目会更多，除了工商管理，我国高校在境外办学主要涉及的专业为汉语语言文学、中医、中药、法律等专业。如北京语言大学分别在韩国、泰国和新加坡建立了办学点，培养语言和经贸人才；上海中医药大学赴马来西亚、印度尼西亚等国开办中医内科、推拿和针灸培训班；上海交通大学在新加坡招收授予上海交大 MBA 学位的学生，并在新加坡设立研究生院；北京中医药大学近十年来先后在德国、英国、瑞典、挪威等十几个国家和地区与当地的教育机构合作建立了 26 个含学历教育、非学历教育和短期培训的教学网点等。教育部于 2002 年颁布了《高等学校境外办学暂行管理办法》，这个新办法的出台，不仅规范了高等学校境外办学行为，而且对我国教育参与国际竞争与合作起到了积极的推动作用。

在跨境交付方面，由于网络技术的原因，我国开展的比较晚。近年出现了快速发展的势头，但主要是输入的多，输出的少。

自然人流动贸易方式

聘请外国文教专家工作是我国高等学校引进国外智力，学习外国先进科学技术和进步文化的重要形式，是加强学科建设，提高师资队伍水平和科研能力，培养高层次人才的重要途径。

新中国成立伊始，我国教育部门和主要高等学校就开始聘请外国专家。鉴于当时我国尚处在少数发达资本主义国家的包围和封锁中，且同我国建立外交关系的国家又多为社会主义国家和极少数西方发达国家，因此聘请的外国专家大多来自原苏联等国家。从解放后到 1978 年的 30 年里，我国 80 多所高等学校先后聘用了以原苏联专家为主的 1000 多名外国专家。

我国高校聘请外国文教专家工作取得重大发展是改革开放以后。改革开放近 30 年来，引进国外智力作为我国对外开放政策的重要组成部分，在中央关于“引进国外智力，加速四化建设”战略方针的指引下，聘请外国专家工作对于促进我国的文化教育、科学技术和经济建设发挥了重要的作用，随着我国高等教育事业的发展，我国教育战线也迎来了聘请外国专家工作的新时期。

近 30 年来，由于聘请外国专家工作的指导思想明确，各级领导重视以及各聘请单位的努力，这项工作取得了丰硕的成果。受聘外国专家、教师的人数有了显著的增长，规模有了很大的发展，层次不断提高，专业结构也日趋合理，突出了以效益为中心，为我国培养了大批急需的专业人才，协助完成了大批国家重点科研项目，为教育、科研和经济发展做出了积极的贡献，主要体现在以下几个方面：

▪ 聘请外国专家、教师的学校数量有很大的增长。据统计，“八五”计划期间，全国有聘请外专资格的单位有 624 个，到 1994 年底，发展到 1130 个，1999 年底增加到 1399 个。聘请外国专家、教师的人数有很大的增长。从解放到 1978 年底，全国教育系统共聘请外国专家、教师 1350 余人次，从 1979 年至 1998 年的 20 年特别是 1996 年开始，聘请外专、外教的人数增长很快，其总数达到 70 677 人次，为解放后至 1978 年间总和的 52 倍，仅 1998 年的聘请数即达到 13 538 人，为 1979 年的 94 倍多。

▪ 所聘请外国专家、教师的结构、比例和层次发生了显著的变化。“六五”计划期间语言类专家所占比例为 85%；“七五”期间降低为 70%，“八五”期间进一步降低为 28%；教育部直属高校聘请语言类专家的比例为 20%。除了专家的比例发生变化外，聘请专家、教师的层次和质量也在不断提高。

▪ 突出重点，保证急需，培养了一大批高层次专业人才，加强了重点学科和重点实验室的建设，为教育、科研和经济发展服务。仅“七五”计划期间，外国专家、教师在我国高等学校直接教授的本科生就达 60 多万名，直接参与或同我国合作培养硕士、博士研究生 6 万余名，培养青年教师 8 万名。“八五”计划期间，外国专家参与培养的博士有 12 197 人，硕士生 64 384 人，本科生 48 0771 人，各类专业人才 73 317 人，教师 64 009 人。在学科建设和重点实验室建设方面，仅在“八五”计划期间，在外国专家的帮助和参与下，加强了重点学科建设 1565 个，新建学科 751 个，其数目比“七五”计划期间增长近一倍；加强重点实验室建设 787 个，建立新的实验室 451 个，新建实验室比“七五”计划期间增加 59%。^①

^① <http://www.chinaembassyCanada.org/chn/jy/t28037.htm>.

综上所述，世界教育发展水平的不平衡，决定了教育服务贸易发展的不平衡。从进出口国别来看，发展中国家与发达国家相比教育服务业相对落后，每年大量的留学生涌入欧美等教育发达国家接受高等教育，就拿高等教育较为发达的日本来说，其留学生的80%分布在欧美各国。而发达国家除了少数国家之外，往往是教育服务的出口大国，进口小国，发达国家与发展中国家的这种差距仍然在继续扩大。

3 我国教育服务贸易存在的问题

由上述的实证分析，我们不难看出，中国与主要发达国家在国际教育服务贸易上存在巨大的差距，这些差距可以归纳为以下几个方面：

教育服务贸易总体竞争力不强

首先，我国教育服务出口规模偏小。近年来，我国综合国力和国际地位不断提高，我国在国际教育服务出口方面取得了令世界瞩目的发展，国际教育服务出口规模增长很快，外国来华留学人数也进入增长最快的时期。从增长速度来看，我国近年保持了30%到40%的增长幅度，这样的增速在世界上非常突出。尤其最近5年，来华留学人数增长尤为迅速，累计接收外国留学生32.2万人，比前一个5年增长了1.7倍。虽然我国教育发展速度很快，但与教育发达国家相比，还有很大的差距。我国出口的教育服务规模与我国庞大的高等教育规模体系极不相称，2002年是我国接收来华留学生最多的一年，留学生人数达到85 829人，但其中长期生只有60 501人，占全部留学生总数的70.5%。但同年同样位于亚洲、语言上没有优势的日本招收的留学生已经达到9.5万人，其中长期生89 379人，占全部留学生的93.5%。我国与美国、澳大利亚相比，差距就更大。

其次，外国留学生占本国学生的比例也从一个侧面反映了我国与主要发达国家之间的差距。我国 2003 年来华留学的总数是 77 715 人，高等院校在读学生人数为 1 700 多万，我国留学生的人数占全部高校在籍人数的比例只有 0.46%，与高等教育发达国家相比这是一个非常微不足道的数字，不要说和欧美国家，和日本也不能相比（见表 3 - 18）。从表 3 - 19 可以看出澳大利亚留学生占高等教育总入学人数的比例逐年增长，尤其近几年增速迅猛。到 2000 年外国留学生的比例占到全部留学生的 14.8%，高居世界之首，可见澳大利亚大学国际化程度相当高。

表 3 - 18 外国留学生占本国学生的比例^①

国名 区分	美国	英国	德国	法国	澳大利亚	日本
高等教育机关在校人数 (千人)	8786 (14 791)	1276	1774	2097	726	3697
留学生(接收)人数(人)	582 996 (2001年)	230 870 (2000年)	206 141 (2001)	159 463 (2001)	107 622 (2000年)	95 550 (2002年)
公费留学生人数(人)	3677 (2001)	3980 (2002)	6226 (2001)	10 156 (2002)	3387 (2000)	9009 (2002)
留学生(接收)人数占高等 教育机构在校人数比例(%)	6.6	18.1	11.6	7.6	14.8	2.6

^① 美国、德国、法国的数字截至 1999 年，英国、澳大利亚的数据截至 2000 年，日本截至 2002 年。资料来源：《日本留学生制度概况》，2003 年文部科学省高等教育局留学生科。

表 3 - 19 部分年份澳大利亚大学外国留学生数^①

年份	外国留学生	所有大学生	留学生所占比例 (%)
1950	300	36 000	0.83
1960	5000	81 000	6.71
1970	7500	180 000	4.16
1980	8777	324 000	2.71
1990	24 998	485 066	5.15
1992	34 076	559 381	6.45
1994	40 494	604 176	6.92
1996	53 188	634 094	8.39
1998	72 183	671 853	10.74
2000	95 540	695 445	14.8

最后，我国教育服务贸易逆差较大。进入 21 世纪我国的出国留学教育进入了一个全新的发展阶段，每年输出的留学生保持在 10 万人以上。2003 年，我国各类出国留学人员总数为 11.73 万人，其中自费留学 10.92 万人，按每人每年 14 万元至 18 万元人民币的下限来计算，我国每年留学投资就有 170 多亿元流向国外。相比外国留学生给我国带来的收入，我国国际教育服务存在着巨大的贸易逆差。

教育服务贸易进出口结构不合理

来华学历留学生规模偏小。从上面的分析中我们看到，美国、日本、澳大利亚等国家的外国留学生以学历生为主，学历留学生是留学生的主体。同时也有访问学者（进修生）和以学习所在国语言为目的的留学生，但后两者占少数。与美国和日本相比

^① 资料来源：张民选，“澳大利亚：迅速崛起的教育出口大国”，《教育发展研究》2003，11。

较，我国学历生规模偏小，即使是 2003 年，也只有学历留学生 24 616 人，差距甚大。来华留学的非学历生的比重达 68.33%，成为来华留学生的主体，其中大多数是学习汉语语言的留学生；与此同时，我国出国接受正规学历教育的人数在出国留学人员中所占比重很大，接受教育的学历层次明显比其他国家高。从表 3-20 可以看出，美国的外国留学生中，研究生是留学生的主体，占多数。如果把本科生和专科生分开统计，美国的外国留学生中，实际上研究生数量最多，本科生数量少于研究生数量。而日本本科生是留学生的主体，其绝对数大于研究生留学生数。从表 3-21 和表 3-22 可以看出，美国与日本外国留学生中研究生比例的增高，是有一个发展过程的。而且，伴随着研究生比例增高的同时，本科留学生仍然保持增加的趋势，虽然其比例相对下降。从表 3-21 可以看出，上个世纪 60 年代，美国的外国留学生中，本科生与研究生的比是 2:1。1960 年，美国的外国留学生总数为 48 000 人，其中三分之二是本科生。从上个世纪 70 年代以后，美国外国留学生中的研究生与本科生的比例基本保持在 1:1.1 的水平。日本的情况与美国不同。1960 年，不但在日本的外国留学生数量较少，只有 4700 人，而且绝大多数是本科生，研究生与本科生的比为 1:7。但是此后，研究生的数量保持不断增加的趋势，到 1980 年，研究生与本科生的比已经达到 1:4。80 年代初，日本政府提出到上个世纪末接待 10 万外国留学生的目标后，研究生的比例继续增加，到 1997 年，研究生与本科生的比例已经达到 1:1.6，与美国的水平接近。^①

与美国和日本相比较，我国学历留学生规模偏小，即使是

^① 《率先实现首都教育现代化——北京教育发展研究报告 2002 年卷》，红旗出版社，2003 年版。

2003年，也只有学历留学生 24 616 人，接受的研究生留学生人数的差距更大。从表 3-23 可以看出我国研究生和本科生留学生近年来增长迅速，本科生的年均 20% 的速度增长，研究生以平均 15% 的速度增长，但在人数绝对量上与发达国家相比有很大的差距。

改革开放以来，我国高等教育质量方面有很大的提高，整个高等教育中一批重点大学和特色学院已经具备进入国际留学市场的优势，相比而言，我国来华留学生在本科生和研究生中所占的比例远远低于美国 60 年代的同类比率，只相当于日本 70 年代的水平。

表 3-20 1997 年美国、日本外国留学生类别^①

国家类别	美国	日本
研究生	207 510	20 051
本科生	174 609	32 432
社区学院（短大）	48 667	2631
其他	50 494	—
合计	481 280	55 114

^① 资料来源：《率先实现首都教育现代化——北京教育发展研究报告 2002 年卷》，红旗出版社，2003 年版。

表 3 - 21 1997 年美国外国留学生本科生与研究生的比例

年份	类别	本科生	研究生	比例
1960		25 164	12 118	2:1
1970		63 296	59 112	1.1:1
1980		172 378	94 207	1.2:1
1990		184 527	169 827	1.1:1
1995		218 620	190 092	1.2:1
1996		218 743	190 224	1.1:1
1997		223 276	207 510	1.1:1

表 3 - 22 1997 年日本外国留学生本科生与研究生的比例

年份	类别	本科生	研究生	比例
1960		3 874	557	7:1
1970		7 730	1 857	4:1
1980		10 913	2 644	4:1
1990		23 574	12 306	2:1
1995		32 567	18 712	1.7:1
1996		32 745	19 833	1.6:1
1997		32 432	20 051	1.6:1

表 3-23 在华外国留学生中本科生与研究生的比例^①

年份	类别	本科生	研究生	比例
1998		8445	2757	3.1:1
1999		8402	2896	2.9:1
2000		10 224	3251	3.1:1
2001		11 797	3571	3.3:1
2002		16 309	4247	3.8:1
2003		19 319	5034	3.8:1

我国进口的学科产品结构不合理。国外来我国进行合作办学开设学科结构相对偏重于几个方面，专业大多集中于工商管理专业，大约占全部专业的 36% 左右，在我国急需的高新技术如农业、生命科学、新材料领域的合作办学力度显得不够，同时在引进国外较成熟但国内没有或较新的专业和学科方面也比较落后，合作办学的布局、区域分布不平衡，一定程度存在低水平重复的情况。

我国出口的学科产品结构单一、层次低。来我国学习的留学生，根据 1999 年的资料显示，文科学生占 81.4%，理工科学生只占总人数的 4.8%，来我国学习的留学生，有相当一部分是为了学习语言或文化。发达地区的学生来我国留学以学习中国历史、中国文化的居多，近年来专业选择情况有所改善，来我国学习经济、管理、法律专业的留学生逐渐增多。而 1999 年赴日留学的 64 011 人中，理工科学生占 20.7%，人文社会科学学生占

^① 资料来源：根据相应年度中国教育年鉴及中国教育统计年鉴整理得来。

54%。到日本留学的学生中亚洲国家和地区占 90.5%，他们主要是为了学习先进的科学技术。^① 在发达国家，理工科类的留学生占学生总数的比率普遍高于人文学科类，而我国重点理工大学的留学生比率普遍很低，这类学校的留学生比率不仅低于国内其他综合性大学，也低于国外同类水平大学。从 1997 年清华大学与其他学校的留学生人数比较可以发现（见表 3-24），我国理工科专业招收的留学生很少。

表 3-24 97 年中国接受留学生最多的 10 所大学^②

学校	人数	学校	人数
北京语言文化大学	5414	华东师范大学	1092
北京大学	1997	南开大学	980
北京师范大学	1453	中国人民大学	850
复旦大学	1512	上海师范大学	841
北京外国语大学	1168	清华大学	353

2002 年我国出国留学人数最多的 10 所高校分别是清华大学、北京大学、中国科学技术大学、浙江大学、复旦大学、南开大学、南京大学、上海交通大学、华中科技大学和天津大学。^③ 从以上的对比中可以看出，在出国留学学生中理工科学生占很大比例，而来华留学的人文社会科学占多数。

以上我们对主要发达国家以及我国的国际教育服务贸易进展进行了详细分析，通过比较发现，虽然我国国际教育服务贸易近年来有了较大的发展，但与发达国家相比，我国国际教育服务贸

① 于桂玲、吕晓伟：“日本留学生教育政策及其借鉴”，《哈尔滨工业大学学报（社会科学版）》，2002 年 6 月。

② 资料来源：教育部统计资料，1998 年。

③ “留学人数最多的 10 所高校”，《扬子晚报》，2003 年 5 月 30 日。

易总体竞争力不强、教育服务贸易进出口结构不合理，突出表现在我国教育服务出口规模偏小、外国留学生占本国学生的比例很低、我国教育服务贸易逆差较大、来华学历留学生规模偏小、进口的学科产品结构不合理、出口的学科产品结构单一、层次低等方面，这些都是中国国际教育服务贸易缺乏竞争力的表现，什么原因造成的呢？在以后的章节中我们还将具体分析我国国际教育服务缺乏竞争力的具体原因，在分析我国发展国际教育服务贸易劣势的同时，找到发展我国国际教育服务贸易的比较优势。

第四章

国际教育服务贸易境外消费

境外消费在国际教育服务贸易中占有举足轻重的地位，是国际教育服务贸易最主要的形式，也是最具产业化性质和开放程度最高的教育形式，以境外消费方式进行教育服务贸易已经成为国际商务的重要领域。通过境外消费教育服务贸易吸引和聚集人才，不但可以创造直接的经济效益，还能带来不可估量的巨大附加价值。目前，国际境外消费教育服务贸易发展迅速，价值巨大，涉及巨额外汇流动。境外消费教育服务贸易已经成为服务贸易不可忽视的一种重要形式，成为留学接收国出口创汇的重要渠道，成为留学接收国经济增长不可忽视的重要推动力量。为了追逐利益的最大化和扩大本国的国际影响，更重要的是从境外消费教育服务贸易中赚取更多利润，越来越多的国家把境外消费

教育服务贸易作为赚取外汇、拉动本国经济增长和弥补高等教育经费不足的重要途径。

一 境外消费教育服务贸易方式概述

大多数 WTO 成员国对教育市场开放持谨慎态度，与其他方式相比，境外消费受到的限制较少，从而是开放程度最高的教育服务贸易方式，是教育服务贸易最主要的方式。

境外消费教育服务贸易在近年来获得了长足发展，贸易额不断升高，占据整个教育服务贸易额的绝对比重。目前，国际上只用境外消费贸易额的数字来估算整个服务贸易额，其他方式的贸易额很少，故忽略不计。境外消费教育服务贸易在实践中表现为留学，体现在留学生这一社会群体上。如今，留学教育被人们称为新兴的“无烟产业”，主要是说通过境外消费教育服务贸易可以为留学接收国创造直接的经济效益。留学生接收国通过收取留学生的学费和杂费以及求学期间的生活费，如住宿、餐饮、购物、旅游、娱乐、交通等费用可以获得巨大的经济收益。同时，有相当一部分留学生在发达国家留学，他们学成后不回国，而是留在接收国继续创造经济价值，留学接收国从中得到的收益肯定要大大超过接收留学生的直接经济收入。此外，留学接收国的获利还在于：培养一名学生达到研究生所需的费用已由派出国支付了，接收国无需花费大成本就可获得大收益。例如自费留学美国一年约需 2 万美元，而美国本国的学生每年的学费却不到 2000 美元，国外学生每年给美国带来百亿美元的收入。从美国政府 1994 ~ 1995 学年的统计就不难看出，该学年美国从外国学生的学费收入中共得到了 70 亿美元，而外国学生在美国每年的开销约为 35 亿美元，两项相加超过 100 亿美元，按照每出口 6 万美元

创造一个就业机会的标准来计算，100 亿美元可以创造 16~17 万个就业机会。最新资料表明，美国国内常年在校外国留学生已达 50 多万，他们的学费、食宿、休闲及其他花费使美国每年收入约 130 亿美元。事实上美国高校已经成为排在军火、电子等行业之后从海外获取利益最多的第五大行业。^①

美国留学教育的繁荣兴旺及由此所带来的巨额利润，刺激了其他发达国家，他们纷纷采取各种措施大力招收海外留学生。例如澳大利亚就积极发展教育出口，可以说在 OECD 国家中，澳大利亚教育服务出口的增长速度最快，也是国际教育服务市场上最具竞争优势的国家。在积极推进留学教育市场化的同时还积极采取各种优惠措施，如发放绿卡、扩大签证名额、放宽对留学生的打工和就业的限制等来吸引留学生，留学被澳视为“出口工业”，1994 年留学教育创汇 20 亿澳元，该行业也已经成为澳大利亚的第九大外汇来源。英国政府决心到 2005 年达到吸收全世界四分之一留学生的目标，为此英国政府从上到下采取了种种有力措施，把目光聚焦在了中国留学生身上，据统计，从 2000 年开始，英国从中国吸收的留学生已突破一万人大关。同时境外消费教育服务贸易也已经成为新西兰、法国、加拿大等国的重要外汇来源，他们纷纷采取优惠政策吸引留学生并从中获利。由此可见，境外消费的贸易额远远高于其他方式的创汇额，成为最主要的教育服务贸易方式。

^① 郑庆文：“国际留学生教育不平等现象分析”，《世界教育信息》，2003（7~8），第 87 页。

二 境外教育消费的经济价值

1 境外消费具有巨大的经济价值

近年来，国际境外消费教育服务贸易发展的最显著特点之一就是留学生规模的急剧膨胀。联合国教科文组织 1965 年统计的全世界留学生人数为 354 959 人，而 1975 年是 1965 年的两倍，1990 年是 1965 年人数的三倍，而到 1997 年，留学生人数就达到了 1 502 040 人，是 1965 年的四倍。^① 到了 2000 年世界各国接受高等教育的外国留学生就达到了 162 万，其中在 OECD 国家留学的外国学生人数为 152 万。^② 由此可见，20 世纪留学生教育经历了一个很大的发展阶段，使世界留学生规模急剧膨胀，例如，1970~1980 年的 10 年间，尽管西方各国经历了两次严重的石油危机，经济状况普遍衰退，但世界各地的留学生总人数却增加了一倍，达到了 100 万人左右。

第二个显著特点就是境外消费教育服务贸易额急剧上升。据统计，到 20 世纪 90 年代上半期，国际境外消费教育贸易已达到相当大的规模，每年全球的留学生以数十万计，涉及巨额外汇流动。以亚洲 5 个主要留学生“输送国”为例，1993~1995 年，平均每年有超过 30 万学生在较先进国家留学，以每人每年学费及生活费 1 万美元计算，其中贸易额就高达 30 亿美元。20 世纪 80

^① 转引自熊永根、王安虎、肖地生：“国际教育交流与合作浅探”，《江苏高教》，2003（5），第 80 页。

^② 摘自网站：<http://202.121.15.143:81/document/2004-2/gj040207.htm>

年代中期，全世界共有留学生 92 万人，而到 1996 年，已超过 150 万，世界留学生人数在短短的 10 年内激增了 50% 以上，并呈现出继续增长的势头。

伴随着留学生规模的扩大，人们越来越认识到境外消费教育服务贸易的巨大经济价值。同时，许多国家已经将留学教育服务作为一种贸易付诸实践，取得了极大成功，并对其他国家也产生了积极影响。1995 年，全球高等教育服务贸易总额估计达 270 亿美元，全世界在外国学习的人数达 160 万人。以美国为例，高等教育服务贸易是美国的第五大出口部门，2000 年美国依靠境外消费教育服务贸易获益 21.5 亿美元，约占 OECD 国家留学生教育市场消费总额的 7%。^① 2001 年美国吸纳的外国学生超过 49 万人，出口创汇额达 90 亿美元，支撑近 14 万个就业机会。此外，从 70 年代中期起，美国服务业出口年年保持顺差，服务业出口额从 1989 年的 1364 亿美元增长到 1993 年的 2100 亿美元。在服务业的出口中，教育出口一直扮演着十分重要的角色，在十大服务出口行业中仅次于旅游、运输和金融，名列第四。^② 从 1970 年到 2000 年，美国教育服务收入占总服务收入的 3.5%，处于领先地位。而在教育服务收入中，以境外消费的贸易额为主。20 世纪 90 年代以来，美国的教育出口每年的收益都超过 70 亿美元，可提供超过 10 万个就业机会。据美国学者估计，留美学生每年可给美国增加 33.5 亿美元财富，这是相当庞大的数字。

澳大利亚的境外消费教育服务贸易额也非常巨大。1988 年澳大利亚境外消费获益为 1 亿美元，1989 年增至 1.74 亿澳元，

① 摘自网站：<http://www.edu.cn/20030512/3084468.shtml>。

② 胡晓莺、许明：“略论国际教育贸易的发展因、现状和特点”，《教育研究》，1997（1）第 39 页。

1990 ~ 1991 学年更增至 3.92 亿澳元。1991 年在澳全国最大的 500 家出口单位排行榜中,就有 5 所高校的名字。1994 年,留学生给澳带来了近 20 亿澳元的外汇收入,位列澳大利亚外汇来源的第 9 位,可与该国的农业和食品出口额相媲美。2000 年澳教育服务贸易获益 21.55 亿美元,占全部服务业收入的 11.8%,成为本国第三大出口产业。^①到 2001 年教育出口额已增长到 41 亿澳元,与小麦和羊毛出口额相同。^②澳大利亚联邦教育部长还宣称:“教育是我们发展最为迅速的出口产业,在过去的十年间,平均每年增长 20%。”澳大利亚还在积极开拓中小学的留学市场,据估计,2010 年留学生贸易可给该国带来 60 亿澳元的收入,成为第一创汇产业。

澳大利亚的高等教育机构数量相当有限(只有 43 所大学),也没有可以与哈佛、耶鲁、牛津、剑桥比肩的著名学府,甚至没有一所大学能够真正进入“世界 100 强”。然而,却在 2002 年华盛顿“国际教育服务贸易论坛”上赢得了“教育出口大国”的美誉。事实上,澳大利亚已经成为世界第五大留学生接收国,留学生占在校大学生 12.6%,排位世界第二。^③2002 年澳大利亚从教育服务贸易中获得 50 亿澳元收入,成为该国第三大服务贸易产业,直接为澳大利亚现代知识产业的发展 and 国民经济做出了巨大贡献。

① Nelson, B. (2003), “protecting Australia’s International Education Sector.”, A Joint Media Release of Ministry of Education and Ministry of Immigration, Australia Government.

② 摘自网站: <http://au.mofcom.gov.cn/article/200208/20020800036232-1.xml>。

③ Marginson .s. (2001), “The Global Market in Foreign Higher Education, The Case of Australia”, A paper for 26th Annual Conference, ASHE. Virginia.

英国也是境外消费教育服务贸易的最大受益国之一，仅英语教学这一产业每年就可以为英国积汇 10 亿英镑。英国政府采取设立奖学金等优惠措施吸引海外留学生，1991 年在英的留学生有 8.81 万名，位居世界第四（前三位分别是美国、法国、德国），1992～1993 学年，在英的留学生增至 9.59 万名，占英高校学生总数的 10%，巨大的留学生市场份额使英获得了 15 亿美元的经济收入，是同年煤、电、天然气出口总额的两倍多。^① 1999 年仅英国 79 所大学的外国留学生就带来了 7 亿英镑的外汇收入，2000 年英国更是从教育服务出口中获得 37.58 亿美元的外汇收入。^②

据统计，2000 年国际学生为美国的经济贡献了 110 亿美元，其中大部分来自于没有获得美国奖学金资助的留学生（73%）。在澳大利亚，留学是其所依赖的收入最高的出口产业之一，在 2000 年这一产业为澳大利亚的经济贡献了 44 亿多澳元（合 26 亿多美元），超过了澳大利亚的传统出口产业——牛肉和羊毛的出口收入。在英国，来自联邦国家的 58% 的学生是自费的，如果再加上来自非联邦国家的学生，自费学生的比例要远远高于 58%，自费生所交的学费要远远高于英国本土或欧盟的学生。

2 境外消费教育服务贸易具有巨大的附加价值

境外消费教育服务贸易的附加价值虽然很难量化，但却是比经济价值更大和更为重要的价值，它影响着一个国家未来在国际

^① 王留栓：“欧盟国家的高等教育国际化——从大力发展留学生教育谈起”，《外国教育研究》，2002，27（2）。

^② 摘自网站：<http://202.121.15.143:81/document/2004-2/gj040207.htm>。

社会中的地位、竞争力和影响力。境外消费教育服务贸易已经成为西方发达国家扩张市场经济与全球影响力的重要政治策略。因为对于一个在发达国家学习和生活了多年的留学生来说，他在不知不觉中已经接受了留学所在国的生活方式和价值观，对其所在国会有一种特殊的感情，而当他们回到国内后，往往会成为国内在很多领域中的决策者和领导人，他们的决策会不自觉地向发达国家倾斜，这样发达国家就在悄然中征服了第三世界国家。在过去相当长的一段时期里，一些西方发达国家之所以慷慨大方，在教育援助方面不惜动用大量资金，一个重要目的就是为了扩大自己在政治、经济、文化等方面对受援国的影响。

境外消费教育服务贸易带来的巨大附加价值已经为许多国家所认识。如美国一位负责教育和文化事务的国务卿首席助理就把教育和文化事务看作是除政治、经济和军事问题之外的第四个也是最人道的组成部分。教育一直是国际文化交流中传统的、占据主要地位的活动，许多国家都把对外提供教育服务作为扩大本国国际影响的重要手段。美国联邦储备委员会主席格林斯潘在一次谈话中，也强调了美国大学在提升国际竞争力方面的重要作用。有资料显示，1972年美国工程技术领域中，35岁以下的年轻教授只有10%是外国人，而到了1985年这个比例就上升到了55%。美国工程科学院在给美国政府的报告中指出，这对于美国的发展和国际竞争力有着至关重要的意义，建议美国政府在制定移民法规时一定要注意这一点。^① 发达国家对发展中国家的教育输出的结果将提高教育输出国的国际影响，从而进一步增强其经济扩张的基础。

^① 闵维方：“关于一流大学建设的几个问题”，《教育科研参考》，2003（14）第6页。

目前，收取外国留学生的学费收入，更重要的是争取外国留学生的人心已经成为西方发达国家的重要政治目标。日本对此就有清醒的认识并积极采取了许多措施。日本认为美国之所以能在世界上发挥重要影响，除了拥有政治、经济、军事等方面的实力外，还与其大力发展境外消费教育服务贸易，大量接收各国优秀人才和留学生，并通过他们传播美国的思想观念和价值准则密切相关。“教育的国际贸易使美国的影响扩展到了世界的许多角落”，^①在深刻分析了原因之后，日本强烈要求政府以接收留学生为契机，在开发人力资源方面与发展中国家密切合作，谋求大量接收外国留学生，作为推进本国国际影响的重要步骤。日本自20世纪80年代以来，一直企图在经济大国的基础上加快成为政治大国的步伐，大量接收留学生是其实现这一目标的重要措施之一。在这一政策的鼓励下，日本政府早在1983年就推出了“接收10万留学生”的计划，到2000年留日外国留学生数量扩大到10万人。

德国政府也从境外消费教育服务贸易发展中获得了巨大的附加价值。德国作为一个经济大国，其经济的发展十分依赖国际贸易和国际交往，而开拓外国留学生教育市场，则是德国持续保持国际交往的首选突破口。正如德国外长金克尔所说：“没有一个国家像德国这样依赖于国际关系，正是在教育和科学领域，为我们国家的命运确立了战略方向。教育向世界开放和进行国际交流，对于作为依赖出口的德国来说，具有生存般的重要意义。”因而，接收外国留学生发展境外消费教育服务贸易始终在德国的战略发展措施中占有重要位置。

^① 黄新宪主编：《中国留学教育问题》，湖南教育出版社，1995年第269页。

由此可见，大力发展境外消费教育服务贸易，不仅可以通过留学生的学费和生活开支等获取直接的经济利益，还可以通过接收留学生获得更多的附加价值和潜在收益，最终获得政治和经济双重收益。正是由于境外消费教育服务贸易的这种双重功能，它引起了世界各国政府普遍的高度重视，他们纷纷采取各种优惠措施大力吸引外国学生前来留学，这也正是目前国际境外消费教育服务贸易竞争激烈、发展迅速的原因。

三 境外教育消费的发展历程

国际间的留学生教育交流已有相当长的历史。但在很长时间内，这种交流是各国政府对外援助或民间教育交流的一部分，不带经济色彩。当时的教育交流主要表现为发达国家向发展中国家提供无偿的教育援助，对来自发展中国家的留学生提供免收学费或政府奖学金等优惠措施，使他们获得前往发达国家留学的机会。可以说，在 20 世纪 70 年代之前，还没有教育服务贸易的概念，没有人会将教育与贸易联系在一起，也没有人会用教育服务贸易来赢利。有关的国际教育交流活动，基本上都是由国家直接拨款资助的，是国家对外援助或外交政策的组成部分。

这种情况在 20 世纪 70 年代末开始发生变化，特别是 20 世纪 90 年代以来，国际间教育交流的性质发生了质的改变。以关贸总协定于 1989 年 4 月将教育列入“服务部门清单”为标志，教育服务贸易作为服务贸易组成部分的提法得到正式确认，其商业价值在国际上合法化。

境外消费的发展历程：从援助到贸易

自 20 世纪 70 年代中期以来，西方主要发达国家的经济大多

面临停滞或低速发展的状况，政府财政赤字日趋严重。经济的不景气使各国政府相继采取了缩减教育经费的做法。在教育国际交流方面，西方国家政府也采取了新的政策，开始逐步改变无偿援助的吸引留学生政策，直至终止针对发展中国家的教育无偿援助计划及对留学生实行收费政策。英国和澳大利亚等国率先取消了对海外留学生的学费优惠措施，采取“全成本收费”政策。这种转变标志着教育活动的国际交流由援助和合作转向以盈利为主要目的的贸易。

20世纪60年代末70年代初世界范围内出现了第二次留学高潮后（第一次高潮出现在第二次世界大战结束之时）。此后，英国接收的外国留学生与日俱增，1979年在英的外国留学生创纪录地达到了8.8万人，仅次于美国和法国，居世界第三位，给英国的高等教育财政形成了严峻的压力。英国政府决定从1980年起对欧共体成员国之外的其他国家的留学生实行“全费政策”，该政策的实施曾导致80年代上半期赴英的外国留学生急剧下降，1983年减至最低点，当年在英的外国留学生仅为4.2万余名，较之1979年的人数下降了一半多。即使这样英国政府依然没有改变留学生收费政策，而是积极采取有效措施，重塑英国留学教育强国形象。这些措施主要包括英国政府1983年以来推出的奖学金制度，包括政府奖学金、学术团体奖学金和高校奖学金，以及英国高校在扩招留学生方面所做的富有成效的工作。虽然很多人认为政府给留学生提供全额奖学金是赔本生意，但英国政府仍然认为，留学生在英国不仅学到了科学技术等“明确知识”，更重要的是学到了英国的思维方式、行为方式、价值观等“默会知识”，这在他们身上永远打上了英国文化的烙印。同时，政府和学术团体提供给留学生的奖学金大部分也以学费、培训费、生活费、交通费等形式在英国本土消费掉了。此外，能获得全额奖学

金的学生一般都是少数最优秀的人才，他们学成后留在英国工作，对英国的社会经济发展所做出的贡献更是不可估量。毫无疑问，英国政府所采取的这种“全费政策”使英国政府和教育界受益匪浅，不但可以减轻政府的负担，高校还可通过多招收留学生弥补教育经费紧张状况，可谓一举两得。

自英国首先开始改变援助式的留学生政策，对留学生实施全额收费以后，从20世纪80年代开始，英联邦的澳大利亚、新西兰和加拿大等国也纷纷采取同样的措施。澳大利亚的教育出口战略形成于20世纪80年代中期。^①“二战”前澳大利亚的留学生教育以个人行为为主，基本属于单向性流动，无法形成规模，当时澳大利亚高校录取的外国留学生不足500人。“二战”后吸引海外留学生就成了澳历届政府的一贯政策，到1962年海外留学生占澳全部学生的比例就高达11.2%，海外学生虽与本国学生一样要交纳一定的学费，但当时在澳的留学生大多都接收澳政府资助。自20世纪50年代以来，随着世界范围内留学高潮的兴起，澳大利亚对接收留学生政策几经调整，形成了颇具特色的留学生教育战略。1950年澳大利亚根据“科伦坡计划”（Colombo Plan），向部分发展中国家派遣赴澳的留学生提供巨额援助（aid）式奖学金，但对海外学生人数有严格限制。被澳接收的留学生需交纳一定数额的学费，但又可部分或全部减免学费并受到联邦政府的资助，因此当时的留学生教育还根本谈不上是赚取利润的手段，不属于服务贸易，这一政策一直延续到20世纪70年代初。研究资料表明，20世纪50~80年代澳高校招收留学生的活动只是学校教学和科研的附属工作，被视为对外援助的组成部分，因为联

^① 王留栓：“澳大利亚高等教育的普及化与国际化”，《国际高等教育研究》，2003（2）第18页。

联合国国际教育局自 1968 年起一直推动国家间的教育协作和援助活动，这期间澳大利亚联邦政府对学校的拨款按照学生人数（含外国留学生）而定。1973 年澳政府重新评估了留学生教育政策，决定将因私赴澳的外国留学生总数控制在 1 万名以内。1974 年 1 月，澳政府决定取消高等学校收费制度，留学生同样无需缴费。此后，赴澳的外国留学生增长较快，1982 年达到 1.2 万名。1979 年澳大利亚开始实施“外国留学生收费条例”，规定留学生必须交纳培养成本 1/3 的费用，当时被称为“签证费用”，后又被称为“海外留学生费用”，此费用自 1982 年起逐渐增加，1988 年增至 55%，这一政策一直延续下来演变成了今天的全额收费政策。

在澳大利亚留学生教育政策的演变过程中，曾经出现过两种截然不同的观点。一种观点是杰克逊委员会 1981 年向联邦政府提交的《杰克逊委员会关于澳大利亚海外援助项目的考察报告》，该报告认为教育应该被视为一种出口产业，要鼓励学校互相竞争，争取更多的生源和资金。另一派持反对意见的戈德林（Goldring）委员会则在其同年发表的《戈德林委员会关于自费海外留学生政策的考察报告》中写道，本委员会曾多次讨论海外留学生教育是否要走市场化道路，但最终因其涉及到正规教育问题而被否决。这两种相互对立的观点争论了相当长时间，最终杰克逊委员会的观点逐步被接受，澳大利亚新的海外留学生政策（即前面提及的援助式政策变为商贸式政策）就应运而生了。终于在 1985 年澳大利亚联邦政府根据杰克逊委员会的建议，公布了向海外留学生收取全额费用的指南书。至此，20 世纪 50 年代澳政府根据“科伦坡计划”实施的向马来西亚等发展中国家提供援助式奖学金的留学生政策，以及 20 世纪 70 年代中期实施的留学生免费政策，终于被“教育服务出口政策”所代替，标志着澳大利亚海外留学生政策由援助向贸易的转变。

1988年澳大利亚“高等教育经费法”又规定，所有外国留学生必须交纳全部培养成本，所有高等院校的收费均不得低于政府确定的标准。1990年澳政府决定取消留学生资助项目，规定所有外国留学生（或其资助人）必须全额交付培养费用。1994年澳大利亚教育部长在澳大利亚高等学校国际发展计划组织年会上指出，教育和培训服务创汇从8年前的0.5亿澳元剧增至1993年的15亿澳元。澳大利亚联邦政府主管教育的大臣也多次强调这一“教育服务出口政策”的重要性，在1992年，当时主管教育的大臣就指出，我们必须认识到，留学生教育除了促进教育出口贸易外，还会使我国的教育体系国际化。

此后，美国、德国、法国和荷兰，甚至东南亚的新加坡、马来西亚和中国香港地区等，也相继改变了对外国留学生的全额资助或优惠政策，实行收费制度。他们纷纷制定吸引自费留学生的政策，以鼓励本国的教育机构面向国际竞争，增强教育机构的活力，扩大影响。近年来，这些国家的教育机构，如语言培训机构、高等院校纷纷派人加入力图拓展国际经济的经贸团体，共同组团来到社会经济发展较快、人民收入水平提高迅速的发展中国家举办各种教育展，推销教育服务项目，开展教育服务贸易。中国政府也在1989年开始制定招收外国自费来华留学生的政策，改变了以往由政府提供免费或全面资助的留学教育政策，对来华留学生收费。由此不难看出，留学政策由援助向贸易的转变具有国际普遍性和明显的功利性。

四 境外教育消费的特点

从境外消费教育服务贸易在各国的实际发展来看，国际境外消费教育服务贸易明显呈现出以下几个特点：

不平衡性。由于经济和社会文化发展的自然差异，全球境外消费教育服务贸易市场也不可避免地形成了一种非均衡的状态，突出表现在发达国家和发展中国家之间，即发达国家与发展中国家相比处于压倒性的优势地位，这明显体现在留学生和留学费用的绝大部分是从发展中国家流向发达国家这一事实上。同时，国际境外消费教育服务贸易在发达国家之间也是不平衡的。

国际境外消费教育服务贸易的出口，主要表现为发达国家之间或发达国家向发展中国家的出口，而不是发展中国家向发达国家的教育出口。发达国家占据世界教育服务贸易的绝对份额，几个发达工业国在境外消费教育服务贸易市场上处于垄断地位。具体体现在：第一，全世界 95% 的留学生就读于美、英、法、德、俄、澳、日、加八大工业国；第二，美英两国获得全球留学生市场一半以上的份额，其中美国占 33.3%，英国占 17%。美、英等英语国家利用其传统的教育资源和语言优势，占有了更多的市场份额。以 1996 ~ 1997 学年为例，该学年留美的学生人数达 46 万人，留英的外国学生为 19 万人，这两个国家的留学生人数之和远远高于法（14 万人）、德（11 万人）、俄（8.3 万人）、澳（6.5 万人）、加（4.5 万人）、日（4 万人）的留学生人数之和。^① 美国居全球教育服务出口国的榜首，遥遥领先于其他发达国家，这充分说明了境外消费教育服务贸易在发达国家之间也是不平衡的。

这种不平衡性还体现在境外消费教育服务贸易资金的流向上。早在 1996 年，美国教育服务贸易的出口额估计为 70 亿美元，使高等教育成为该国的第五大服务出口部门。2001 ~ 2002 年

^① 张国忠：“抢夺留学生：一场没有硝烟的战争”，《国际人才交流》，2001（4）第 17 页。

在美国的留学生达到了 582 996 人，成为世界上接收留学生最多的国家，给美国带来了超过百亿美元的财富。日本截至 2002 年 5 月，接受的国际学生也达到了 95 500 人，接近其文部省制定的“接收 10 万留学生”的计划，英、法和德国接收的留学生也都大有增长。大量接收留学生为这些发达国家带来了大量的外汇收入和其他无形的收益，而发展中国家却从中流失了大量的外汇。国际留学生总是从经济不发达国家流向经济发达国家，形成一边倒的状况，这是国际境外消费教育服务贸易最突出的特征。由于目前全球范围内的绝大多数留学生都是自费的，这就使得大量资金从原本就不富裕的发展中国家流向富裕的发达国家，从而进一步加深了国际境外消费教育服务贸易的不平衡。

地缘政治性。国际留学生市场存在一个隐性势力范围划分问题，且带有强烈的地缘政治色彩。作为境外消费教育服务贸易的头牌老大，美国以其强大的经济实力和国际影响力，吸引着来自世界各地的留学生，但是美国的境外消费教育服务贸易也带有地缘政治性，其主要的教育出口市场是亚洲，即日本、中国大陆、韩国、中国台湾、印度、马来西亚和印度尼西亚，占美国教育服务出口额的 58%，其次的出口市场是欧洲和拉丁美洲。^①《洛杉矶时报》1992~1993 年度所做的调查显示：该学年到美国读书的外国人有 438 618 人，而同期美国去外国读书的只有 71 154 人，大约是 6:1。亚洲人去美国读书的最多，约占 59.4%，其中中国学生超过 10 万人，占大约 1/4。根据美国国际教育研究所 IIE (the Institute of International Education) 提供的资料，1997~1998 学年，留美学生人数为 481 280 人，比上年增长 5.1%，占全美注

^① “世界贸易组织服务贸易委员会关于教育服务的背景资料说明”，《教育参考资料》，2001 (20) 第 8 页。

册学生总数的 3.4%。亚洲是赴美留学生最多的地区，共 260 743 人，约占 58%，其中中国、日本、韩国和印度赴美留学生最多。^① 然而，近年来美国在争夺亚洲生源方面正面临着来自其他国家如澳大利亚和英国的激烈的竞争。

英法两国教育的主要输出地为前殖民国家和地区，以及其他第三世界国家，特别是亚洲（中国香港、马来西亚、新加坡等）及非洲国家，而非洲前法属殖民地国家在法国的留学生占全部留法学生的 67% 以上，有过法国殖民统治史的印尼和印支半岛也是法国主要的留学生生源地。澳大利亚接收留学生的势力范围也划定在亚洲、拉丁美洲各国。由于地域上的接近，加拿大成为唯一能从美国本土招揽大批留学生的国家。俄罗斯的留学生以“独联体”各国和亚洲学生居多。在日本，中国大陆、韩国以及中国台湾的留学生占据留日学生总数的 75.3%，其中中国大陆留学生占的比例高达 43.7%，^② 一个重要的原因就在于日本和中国一衣带水的地理关系。据统计，截至 2002 年 5 月，留日学生达到了 9.55 万人，其中亚洲学生占了 92.8%，主要来自于中国大陆、韩国和中国台湾。可以说，在日本的留学生更具有区域化而不是国际化的特点，这无不体现了境外消费教育服务贸易浓郁的地缘政治性。

收费普遍较高。留学生被东道国看作重要的收益来源，世界范围内高等教育财政支出的削减以及大学市场化的日益加深，使得收入成为一个更重要的目标。英语国家毫无疑问地把留学生看

^① 肖伯符、胡艳：“加入 WTO 对我国高等教育基本政策的影响及其对策”，《国家高级教育行政学院学报》，2002（2）第 22 页。

^② 张国忠：“抢夺留学生：一场没有硝烟的战争”，《国际人才交流》，2001（4）第 17 页。

作是重要的收入来源，通过收取较高的学费实现教育创汇。一些欧盟国家虽然收取较低的学费，或者根本不收学费，但对来自非欧盟的学生收取的学费要高于本国的学生。尽管高价格在一定程度上被奖学金所缓和，但不管对本国学生还是对留学生来说，美国的私立大学都是世界上收费最昂贵的大学，奖学金在某种程度上也只是杯水车薪。美国的公立大学对来自本州和来自本州以外的学生及留学生收取不同的学费，对后两者的收费要高。1970年美国大学的学费占校财政来源的20.5%，到1986年就上升到了22.4%。英国也对来自非欧盟国家的留学生收取教育的“全额培养费”。在英国，来自英联邦58%的学生靠自费，如果有非英联邦学生来就读，对其收取的学费也要比英国本国的学生及欧盟内部的学生高很多。1971年英国大学的学费占学校财政来源的比例为6%，到1986年就上升到了14%。^①

我国也对留学生实行高收费政策，我国1997年颁布的《自费来华留学生收费标准》规定，文科类专业：（1）本科大学生每学年14 000~26 000元；（2）硕士研究生每学年18 000~30 000元；（3）博士研究生每学年22 000~34 000元；（4）短期生学习时间约为一个月的3000~4800元；（5）理科和工科类专业比照文科相应类别学费标准上浮10%~30%；（6）医学、艺术、体育类专业比照文科相应类别学费标准上浮50%~100%。从我国对来华自费留学生学费收取标准上不难看出，我国对留学生也实行高收费政策。

所学专业 and 学历层次差异大。不同留学生所选专业差异很大，几乎截然相反。发展中国家的学生到发达国家留学，所学专

^① 李黎明、陈云棠：“国际学生流向的不均衡现象”，《河北师范大学学报（教育科学版）》，2003，5（5）第70页。

业一般为理工科，主要是学习国外的先进技术，辅之以适当了解西方的社会历史。而发达国家在自然科学领域处于世界领先的优势地位，他们到发展中国家留学主要是学习当地的语言和传统文化。例如我国留美学生所学热门专业依次为：工程、自然与生命科学、数学、计算机、经贸、管理、健康科学等。而美国来华留学生主要学习的专业为汉语言文学、历史、中医、京剧等中国传统文化，学习自然科学的相对较少。

目前到发达国家留学的学生中，研究生占的比例很大。根据美国国际教育研究所 2001 年 11 月 13 日公布的统计数字，中国大陆当年在美注册攻读学位的留学生为 59 939 人，其中研究生为 48 029 人，本科生为 8252 人，其它类为 3658 人，访问学者、博士后等 14 772 人，留学生总人数为 74 711 人，研究生与本科生之比为 5.8:1。这一点从 2001 ~ 2002 学年牛津大学的海外留学生中研究生与本科生之比也可得到验证，其人数比例为 2752:1113，基本上达到了 2.5:1。相反，在发达国家流向发展中国家的留学生中，接受学历教育的留学生很少，很多是短期生或语言生。

受政治经济的影响明显。境外消费受国际政治环境影响明显，例如 1965 年世界总体形势是东西方两个集团冷战，受这种政治环境的影响，当时的教育交流活动主要在两个集团内部进行。这两大阵营为了维护本国的政治制度，曾对欧洲和第三世界发展中国家和地区提供无偿的技术援助，免费招收留学生。到了 20 世纪 70 年代，国际形势处于缓和期，特别是在 1972 年中美关系的逐步正常化推动了国际形势的进一步缓和，在这种背景下境外消费出现了大的发展，留学生数量翻了一番。到了 20 世纪 90 年代冷战结束，和平与发展成为世界的主流，国际留学生教育又出现了新高潮。

但是，到了 20 世纪 80 年代以后，经济因素或经济利益成为大多数国家和地区境外消费教育服务贸易的主要因素。目前不少国家和地区通过大量招收全额自费留学生为国家开辟财源和增加院校收入，这已经成为推动目前国际境外消费教育服务贸易发展的关键因素。

五 境外教育消费的发展趋势

1 境外消费发展的原因分析

经济和贸易全球化的推动。始于 19 世纪末 20 世纪初的全球化进程，提供了境外消费教育服务贸易发展的动力基础。境外消费教育服务贸易是经济全球化进程的必然产物，在经济全球化大背景下，一国的教育必须融入世界经济和社会发展的大循环中，这就要求教育培养的人必须是具有国际视野和国际竞争能力的开放型人才，这就促使了人才在各国间的流动，引发留学热潮。当代中国的留学潮在时间、规模、数量、流向等方面，在相当程度上是由国际社会的发展的一般进程所决定的。

发达国家使用优惠政策吸引境外消费教育服务贸易最成功的国家大都是富有的移民国家，他们向留学生提供的学习和生活条件优越，工作报酬高，这些都会吸引留学生前往就读。美国是向外国留学生提供经费资助最多的国家，一直奉行“借外国优秀科技人才的头脑来保持其高技术优势，以谋求技术霸权”的政策。美国前总统克林顿在 2000 年 5 月向国会提出了一项人才引进计划，2001~2003 年，美国对高科技人才的引进名额将从目前的 11 万人增加到 20 万人。加拿大认为来加深造的外国留学生是“与外国贸易和投资的桥梁，也是将来技术移民的最好来源

……”。澳大利亚大量接收海外留学生，放宽学生居留许可条件，以吸引和截留海外人才。

交通和通讯技术的发展。英语已经成为国际上的通用语言，这保证了留学生的国际流动不会存在语言障碍，同时现代交通和通讯技术的发展大大减少了各国在地域上的限制和时空上的距离感，这在很大程度上便利了留学生的国际流动，为国际境外消费教育服务贸易的发展提供了物质和技术上的便利条件。

发达国家的教育资源相对过剩。在国际境外消费教育服务贸易中占优势的国家大都是发达工业国，他们的经济实力很强，教育资源相对过剩，高等教育的毛入学率高达 50% 以上，基本满足了国内人民的教育需求，有能力吸纳大量的留学生前来就读。同时又由于其社会发展程度较高，对留学生有很大的吸引力，这就决定了发达国家可以从国际境外消费教育服务贸易中赚取高额利润。

国际知识体系和主要科研经费由工业化国家控制。国际竞争力中的核心要素，如科学、技术、知识、人才等都是跨国界流动的，倾向于流动到最有利于发挥他们效用的地方，而西方发达国家处于世界知识体系的中心，控制了国际知识体系和主要科研经费^①，为这些要素提供了发挥效用的学术环境和制度环境，所以世界各地的留学生纷纷涌向发达国家去求学。书籍与杂志是传播知识的重要因素，而全世界的书籍出版集中在工业化国家，特别是那些对大学来说至关重要的学术著作、研究报告及其他出版物。据统计全世界有 62% 的社科杂志是在美国、英国和法国出版的，而且国际上重要的学术杂志大都采用通用语言即英语来出

^① 王建香：“开放教育市场与维护教育主权”，《河北师范大学学报（教育科学版）》，2002，4（6）第 6 页。

版。同时在世界知识体系中，知识的生产和分配手段都高度集中，少数工业化国家占据了大部分的研究与开发经费，而发展中国家包括中国和印度，处于知识体系的外围只占世界研究和发展经费的10%。发展中国家从根本上来说只是知识的“消费者”而非知识的“创造者”。^①因此境外消费教育服务贸易的不平衡是必然的。

留学生和留学派出国自身的追求。一般来说留学生都具有较高的素质，具有很好的知识结构和能力结构，迫切追求自我价值的实现，而发达国家处于知识领域的前沿，在知识经济社会中，到发达国家留学是一条改变或提高自身社会经济地位和实现自我的理想选择。同时，在发达国家完成学业拿到学位之后，不但可以找一份报酬优厚的工作，甚至还可以直接移民到这些国家，这对大多数留学生来说是一个很大的诱惑。

发展中国家也越来越意识到一国的发展需要走向世界，只有学习发达国家先进的东西，借鉴发达国家的先进经验才能改变贫困落后的面貌，因此，发展中国家纷纷把派遣留学生视为推进国家现代化进程的有效途径，从而，发展中国家政府的行为也促使了留学生向发达国家的流动。

2 境外消费的发展趋势

境外消费仍是最主要的教育服务贸易方式

未来，境外消费教育服务贸易仍然会是最主要的教育服务贸易方式。因为同商业存在等服务贸易方式相比，境外消费服务贸易方式具有很大的成本优势。首先对于个人来说，对接收优质教

^① 转引自郑庆文：“国际留学生教育不平等现象分析”，《世界教育信息》，2003（7~8）第85~86页。

育的追求热切，但本国优质教育资源有限，虽有能力和愿意支付较高学费，也不能享受到优质的教育服务。而通过境外消费方式到国外留学虽然比在国内获得同等学位的花费要高很多，但很多人还是会选择到国外留学。因为留学学成之后，给个人带来的收益也更大，不但可以扩大个人的视野，而且就业也有优势，报酬较高，所以未来出国留学深造将会继续成为很大一部分人的追求和选择。

对于留学生派出国来说，国内对高等教育需求的增多和政府资助能力的下降，政府无法提供更多的受教育机会，这就迫使政府和高校寻求更具成本效益的方法来满足国内学生接受优质教育的需求。一个有效的方法就是鼓励学生到国外留学，学习国外先进的技术和管理经验，学成后回国服务，即借助国外的优质教育资源为国内培养高、精、尖人才。在留学派出国教育资源，尤其是优质教育资源不足的情况下，一部分人自费到海外留学可以缓解对国内优质教育需求的压力。如果不允许学生到海外留学，而必须在国内接受教育，政府就必须增加优质教育资源的供给，途径就是建立高校、组建师资等，花费的成本难以估量。

同时，留学现象是国际文化势差作用下的必然结果，而且这种势差越大，留学所获得的动能与速率也就越大。而国际经济和文化发展的势差在短期内是不会消失的，因此，在未来相当长的时间内，还会有大批学生出国留学。

同跨境交付、商业存在和自然人流动相比，境外消费具有很多方面的优势。高等教育的大量需求以及新技术的涌现迅速扩展了远程教育的市场份额，使跨境交付成为国际教育服务贸易中最具发展潜力的部分，国外教育机构肯定会通过远程教育方式介入到教育服务贸易中，学生不必到国外去，通过网络就可以享受到国外的教育服务，这似乎非常具有成本效益。但是，网络学习无

法保证教学的质量，缺乏师生间的互动，同时在获取学历资格认证上也存在一定的困难，更重要的是这种服务方式的开放程度很低，因此，跨境交付不会成为最主要的教育服务贸易方式。

未来商业存在会有非常大的发展，根据 OECD 的报告，商业存在形式的教育服务贸易机构和投资会进一步增长，大学和其他高等教育机构会进一步寻求在国外建立校园和教学设施。但是，商业存在不具有成本优势，而且其在设立国未必能享受到国民待遇。同时，由于商业存在可能会对一国的教育主权构成一定威胁，一般得不到设立国政府特别积极的支持。因此，在未来商业存在不可能成为最主要的教育服务贸易方式。

自然人流动是目前国际教育服务中贸易额最小的部分，目前国际教育服务贸易集中在学生流动而非教师流动上，关于自然人流动的综合统计资料目前还没有。但是，1996~1997 年在美国讲学的外国学者达到 62 350 人，比上一年增加了 5%，^① 未来国际人才交流与引进会更加频繁，自然人流动方式在教育服务贸易中的份额肯定会有提高，但不会取代境外消费。

低龄化趋势明显

目前，境外消费教育服务贸易的低龄化趋势日益明显，广东省的出国留学生由两年前的一二千人上升到现在的五六千人，其中 50% 是低龄学生，低龄化趋势非常明显。据不完全统计，目前上海留学低龄生人数累计约达 3000~4000 名，仅 1999 年 1~10 月上海自费出国留学生中的低龄学生就有 642 名，占 21% 的

^① “世贸组织服务贸易委员会关于教育服务的背景资料说明”，《教育参考资料》，2001（20）第 9 页。

比例，而且有很多是高中毕业生。^① 因此，低龄化趋势是未来境外消费教育服务贸易中值得关注的问题。

六 发达国家境外消费的经验及启示

未来，境外消费教育服务贸易的国际竞争将更加激烈，还将继续受到“留学教育全资本产业化运作的”催化。美国最早把外国留学生教育看作是重要的知识产业，并采用市场化运作，获利匪浅，1999年的统计资料显示，当年留学生在美国的学费、食宿、休闲及其他花费竟使“美国多入账130亿美元”。^② 美国的成功使其他发达资本主义国家竞相效仿，他们一方面宣布首选把外国留学生教育作为“全资本产业化运作”的试点，另一方面使出浑身解数，积极采取各种优惠措施，如设立各种奖学金、发放绿卡、放宽打工限制、取消配额等来吸引留学生，加大宣传力度，不惜成本单独或联合起来到发展中国家举办教育展。这些措施就是他们获得成功的宝贵经验，下面我们就介绍几个比较典型国家境外消费教育服务贸易的经验，以供我国借鉴和参考。

1 发达国家境外消费的经验

英国

美国稳居国际境外消费教育服务贸易的榜首，英国位居第二，该地位的获得完全是近年来全力拼搏的结果。1996年以前，在英的外国留学生稳定地保持在10万名左右，位居世界第五，

^① 课题组（姜海山、张沧海、吕志清、谢仁业、张秋萍）：“自费出国留学及低龄化发展趋势研究”，《教育发展研究》，2000（2）第35～37页。

^② 李保田：“我为什么鼓励学生出国”，《科学时报》，1999-10-16。

处在法、德之后。1996~1997 学年留学生人数激增到 19 万名，成功超越了只有 14 万留学生的法国和 11 万留学生的德国，位居全球第二。^① 为了稳坐此位，英国首相布莱尔于 1999 年推出了一项全球性的吸引海外学生的一揽子计划，希望在未来的 4~5 年内，英国占全球留学生教育市场的份额将由目前的 17% 提高到 25%，到 2005 年至少有 7.5 万学生到英国留学。为此，英国政府采取了一系列措施。第一，简化一些国家学生入境的申请程序。第二，通过各种渠道为留学生提供获得资料的便利，绝大多数专业任留学生选读，多数实验室向留学生开放，为留学生提供免费医疗服务（只有取药时须支付少量挂号费）等。第三，为留学生提供更多的校园内课余工作和假期打工的机会。第四，扩大英国著名的政府、大学及商界提供的奖学金——奇吾林奖学金的名额，从现有的 2200 名增加至 2700 名^②。同时，对移民制度进行 30 年来的首次重大改革，即每年允许 10 万外籍人员赴英工作。

法国

1998 年之前，法国并未从战略高度认识到推广法国教育的重要性，法国的大学凭借悠久的历史、深厚的学术传统以及法国政府充足的经费支持，不屑于在国际教育市场上推销自己，但法国政府很快发现自己在国际教育市场上的竞争力迅速下降。针对这种不利的情况，法国成立了专门机构——法兰西教育署来参与争夺留学生的竞争。法国政府希望通过法兰西教育署的努力将外

^① 白雪转引自马来西亚南洋商报：“西方大国抢占全球教育市场”，《世界教育信息》，1999（7~8）第 17 页。

^② 刘刚选自马来西亚星洲日报：“英国政府推行吸引外国学生计划”，《世界教育信息》，2000（10）第 16~17 页。

国留学生的人数（大学生）从目前的 13 万增加到 50 万，是目前人数的近 4 倍。虽然目前的留法学生只有 13 万，但其亚洲、南美洲的留学生仅分别占留学生总数的 0.7% 和 2.7%，大有潜力可挖。为达到这一目标，法国政府采取了一系列措施：第一，简化入境签证手续。1998 年 5 月法国内政部颁布了 98 - 349 号外国人入境法国、在法国居留以及申请避难权的新法案。根据这一法案，法国内政部从 1998 年底开始，要求其驻外机构在签发入境签证上简化手续，为外国留学生、教师赴法留学提供方便；第二，解决留学生打工难问题。2002 年 1 月，法国内政部和就业部再次发布两条政令，允许外国留学生在学业中进行半日打工，学业结束后，只要提供雇佣证明，就可变学习居留为工作居留；第三，改善留学生接待工作，专门设立外国留学人员接待处，改善外国留学生的居住条件；第四，逐渐放开语言限制，在奖学金发放的标准上，法语不再是必要的条件；第五，增加奖学金生的名额。1997 年法国用于外国留学生的奖学金为 5 亿法郎，1998 年的奖学金更多，有 2 万名留学生享受到了奖学金，1999 年的奖学金生在 2 万名的基础上又增加了 500 名；^① 第六，积极加强国际宣传。法兰西教育署积极参加世界各国的教育沙龙和教育展，宣传和推广法国的教育；第七，积极促进与重点国别间的合作。如 1999 年 9 月法兰西教育署与中国国家留学基金管理委员会在北京签署合作议定书，选派中国具有高中以上学历的学生和在职人员赴法国攻读学位或进修，初步估计在中国招收 1 万名学生赴法留学。

澳大利亚和新西兰

澳大利亚成为境外消费教育服务贸易发展最为迅速的国家，

^① 刘刚：《世界教育信息》，2000 年第 23 页。

这与其政府实施的一系列举措不无相关。第一，成立专门机构，如澳大利亚国际教育基金会（AIEF，成立于1994年）和澳大利亚国际教育协会（AAIE，创建于1993年）等在国际教育市场上推进教育出口。同时在国内外设立咨询服务机构，加强海外宣传，举办展览、刊登广告，吸引海外学生。第二，通过优良的高等教育体系、纯英语的语言环境、稳定透明的移民政策以及较低的学费吸引留学生。1986~2002年4月间，就为中国签发了9万个学生签证^①。根据澳大利亚统计局发表的数字，2000年来澳留学生从上年的162 865人增加到188 277人，增幅为16%，这一数字大大超过与其竞争的美国（5%）和英国（2%）。澳大利亚外国学生在校的比例为14.3%。^②就学费而言，澳大利亚的学费较英国和美国低。澳大利亚教育国际开发署1994年的研究报告表明，赴澳攻读文科硕士学位、工商管理硕士学位及工科博士学位的费用分别是0.78万、1万和1.1万美元，第一项低于新西兰、英国的高校和美国的公、私立大学；第二项高于美国公立大学而低于新西兰、英国高校和美国的私立大学；第三项高于新西兰高校和美国的公立大学但低于英国高校和美国的私立大学。第三，为留学生提供多种形式的国际性课程，提高教学质量，这是澳大利亚所采取的重要举措。

据悉新西兰在连续三次宣布向中国新增配额3000余名后，又宣布从1999年起取消配额制，让新西兰的教育市场对中国学生全面开放，雄心勃勃地扩展对中国的教育出口。

^① 《中国教育报》[N]，2002-5-15。

^② 摘自网站：<http://au.mofcom.gov.cn/article/200208/20020800036232>

美国

美国以其无与伦比的竞争优势吸引着世界各地的留学生。首先美国是世界上经济最发达的国家。强大的经济实力，能给大量人才提供比较好的薪酬福利、科研工作条件。第二，美国是个移民国家，同时也是世界上实行人才战略最为成功的国家。美国采用多种途径，形成了一个有效的人才汇聚机制，吸引、引进和留住了大量发展中国家甚至是发达国家的优秀人才。

但近年来，面对其他国家的激烈竞争，美国政府也开始改变以往“无为而治”的态度，积极采取措施吸引留学生。1997年10月，美国林顿教育服务公司（Linden Education Services）组织了44所高校赴中国港台、日、新、马、泰、印尼和韩国等招收留学生。其次，美国的社区学院也纷纷加入吸引留学生的行列，他们凭借便宜的学费、低的入学标准以及可直接升本等优势，吸引了大批海外留学生，获利不少。1995~1998年，美国社区学院的外国留学生增长了20%，在校生已达7.3万人。^①1990年美国开始实施专门为吸纳国外人才的H-1B签证（用于招聘科技人员的签证）计划，每年签发6.5万个，有效期为6年。1998年美国国会又通过一项法案，将1999年和2000年H-1B名额从6.5万增加到11.5万。^②美国总统于2000年5月提出了一项旨在吸引外国技术人才的新签证议案，美国参议院于10月3日以96票对1票的表决结果通过了该议案。根据此议案，在2001~2003年内，对从国外引进高科技人才的工作签证（H-1B），将从

^① 驻纽约总领事馆教育组岑建君供稿：“世界各国赴美留学人数有增无减”，《世界教育信息》，1999年第7页。

^② 引自网站：http://www.sass.stc.sh.cn/link/zx/show__New.asp?id=3645。

2000 年度的 11.5 万人/年（2000 的额度到 3 月份即已用完）增加到 19.5 万人/年，并考虑逐步取消在签证方面的限制。^①

美国 720 多个联邦研究开发实验室的不少单位招聘和引进国外著名科学家。美国核武器的研制、阿波罗登月计划的实施、计算机的诞生和应用等，在很大程度上都是通过国外专家实现的。美国企业里的国外专家最多，美国电子行业聘用的外籍科技人才占企业科技人员的 16%，在美国 59% 的高技术公司里，外籍专家占了 90%。此外，美国还以合作攻关的名义，借用外国专家的智慧。近几年，美国政府提供的科研经费不断增长，目前约占国民生产总值的 2.52%。“国家科学基金会”及“国立卫生研究院”等单位是联邦政府向研究人员正常划拨科研经费的渠道。2004 财政年度，国家科学基金会预算为 64 亿美元，2006 年度为 85 亿美元，而 2008 年度则达到 98 亿美元。国立卫生研究院 2004 年度的预算为 293 亿美元。另外，企业也不断加大科研经费投入。如，美国 100 家最大的工业企业用于科技人员更新、拓宽知识及深化专业知识的经费每年增长 25%，其中国际商用机器、通用汽车、麦道飞机、杜邦化工、福特汽车等公司在这方面的开支年均增长 40% 左右。这些企业都能为科研人员配备世界一流的实验室，并提供充足的科研经费和后勤保障。因此，美国充足科研经费创造的良好科研环境使外籍科研人员申请“绿卡”的人数逐年上升。^②

不难看出，美国政府吸引留学生的主要措施有三：一是拨出

^① 苗丹国：“出国留学教育的政策目标——我国吸引在外留学人员的基本状况及对策研究”，《清华大学教育研究》，2004，24（2）第 24 页。

^② 引自网站：http://www.sass.stc.sh.cn/link/zx/show_New.asp?id=3645。

大量资金资助和吸引外国优秀留学生；二是对外国留学生的政策具有连续性，外国学生和本国学生奖学金发放和学费收取有许多灵活政策；三是以移民政策和各种各样的就业机会以及绿卡等吸引优秀外国学生，尤其是对获得博士学位的留学生，鼓励其留在美国为其服务。从 1950 年开始，美国多次修改移民法，为吸引外国优秀人才奠定了坚实的法律基础。法律规定，来自世界各地的人，只要学术、专业上有突出成就，不考虑国籍、资历、年龄和信仰，一律允许优先进入美国。如，1965 年颁布“优惠制”新移民法，每年留出 2.9 万个移民名额专门用于引进外国的高科技人才；1992 年，美国移民法修正案通过了对“杰出人士”移民的法律，为“杰出人士”提供了快速向美国移民一条捷径；2001 年出台的《加强 21 世纪美国竞争力法》，其核心就是要吸纳世界各国的优秀科技人才，计划 3 年期间内，每年从国外吸收 19.5 万名技术人员。

日本

日本把外国留学生培养看作面向 21 世纪最重要的国家政策之一，非常重视留学生工作，早在 1983 年就提出了“接收 10 万留学生”的计划。为了实现这一目标，日本制定了很多政策和实施方案，把实现 10 万留学生的计划分为两个阶段，第一个阶段为 10 年（从 1983 年到 1992 年），目标是把留学生人数从 1 万名提高到 4 万名；第二阶段发展计划数为 10 万名。为实现这一目标，日本首先调整留学生接收体制，鼓励大学制定自己的留学生政策；采取积极、独立的方法帮助留学生做好渡日前的语言准备和其他准备；改善留学生的生活条件；改善日语教学；建立允许留学生在本国大学注册，到日本进行短期学习的制度，这个制度包括开设一些特别的课程，用英语或其他语言授课；做好归国留学生工作，为已经回国的学生继续提供服务，帮助他们继续学

习和研究，从而保持他们本国和日本的友好关系和学术交流；增加文部省奖学金名额，在 2000 年将名额增至 1 万名；对自费留学生实行医疗补助，并根据日元的升值情况，对自费留学生实行减免措施，对自费生中的成绩优异者给予学习资助费；支持公益财团法人兴建留学生宿舍，并向这些财团法人提供财政支持。

德国

德国是世界高等教育发达国家，对留学生很具吸引力。德国最主要的学术交流与促进组织——德国学术交流中心（DAAD）推出了一系列计划。1992 年该中心的预算达 3.45 亿马克，分别以一年奖学金、短期资助或项目基金等形式，资助了两万多名外国师生和 2.4 万名德国师生。1996 年在德国高校的 DAAD 外国奖学金生总数就达 24 380 人。为了排除外国学生留德障碍，德国政府采取了一系列措施，包括采用国际通行的学士、硕士学位授予体制，即 1998 年德国新的《高等教育总法》决定设立国际承认的毕业文凭，高校可以开设学士和硕士课程^①，为国外的学士毕业生开设专门课程；开设用英语授课的国际专业。同时，排除原来存在的细节性障碍和问题，更多地提供服务 and 咨询。大学生服务中心负责向留学生提供低价的住房和饮食、社会和学习技术方面的咨询等便利。放宽工作和居留限制也是德国吸引留学生的措施之一。为排除外国学生居留许可和入学权方面的障碍，减少住房和保险等问题，德国修改了《外国人法管理条例》，新条例把留学生的最长留学期限（包括攻读博士学位）从原来的 10 年延长到 15 年。大大降低经济担保的费用，原来须提供够 5 年开销的费用如今只需 1 年。此外，取消有关对发展中国家留学申请

^① 陈发美：“德国高等教育的国际化走向及思考”，《吉林教育科学·高教研究》，2001（2）第 32 页。

者的年龄限制（30岁），居留许可也从原来的一年期延长为两年期。新条例还允许留学生转专业和勤工俭学等。德萨克森州科研部长奥波曼建议，给每年在本州毕业的约11 000名外国留学生中的前1000名以无限期的工作和居留许可。^①为消除语言障碍，德国政府和教育界正致力于设立一个德语作为外语的标准化考试“德福考试”（TESTDAF），旨在为拟赴德留学的外国人在消除语言障碍方面提供一种可能性，即在所在国的两年之内完成进入德国高校所必需的语言测试，从而能够在入境后直接开始学业。

加拿大

1994年加拿大工业联合会也发表了题为《教育与培训服务》的报告。报告指出：1994年加拿大已经有外国留学生35 451人，报告注意到1991年加拿大的教育产业为加拿大带来了26.4亿元的收入。加拿大大学协会的统计指出：1996年加拿大高校对该国的国际贸易做出了近27亿美元的贡献。

1998年经济合作与发展组织发表了加拿大布兰顿大学前校长、经济学家马立俄教授的长篇论文《专业和教育服务中的国际贸易——对专业与高等教育的影响》。马立俄教授第一次从一个经济学家的立场，从国际贸易收入的视角来讨论高等教育国际化对发达国家经济不可小视的意义，第一次将发达国家大学招收留学生和收取学费的活动视为一种重要的外贸产业活动。^②

^① 伍慧萍：“德国高等教育国际化的政策框架及措施分析”，《德国研究》，2000，15（2）第33页。

^② 摘自网站：[http://202.121.15.143:81/document/2004-2/gj040207.](http://202.121.15.143:81/document/2004-2/gj040207.htm)

2 对我国的启示

大力发展境外消费教育服务贸易可以拉动经济增长

发展境外消费教育服务贸易能够为教育出口国带来巨额利润。2002年澳大利亚从教育服务贸易中获得50亿澳元收入，成为该国第三大服务贸易产业，直接为澳大利亚现代知识产业的发展 and 国民经济的发展做出了巨大贡献，有力地拉动了经济的增长。1999年仅英国79所大学外国留学生带来的收入就高达7亿英镑。而美国的气势尤其咄咄逼人，每年利用托福考试手段从全球招揽约45万优秀人才，获利达100亿美元以上。跨境交付教育服务贸易为美、英澳等国的经济发展做出了显著贡献。^①

大力发展境外消费教育服务贸易是筹措教育经费的一种方式

经济利益的驱动是高校积极招收留学生的动因，高等院校在面临经费不足的压力下，纷纷通过招收留学生来获取办学经费，拓宽经费来源。境外消费教育服务贸易可为输出国的教育机构带来十分可观的经济利益，其中最主要的部分就是直接的学费收入。例如在澳大利亚，政府对澳大利亚38所大学的公共资助显著下降。10年前，大多数大学90%以上的资金来自联邦政府，如今，没有一所大学能够从联邦政府那里得到50%以上的资金。^②因此，澳大利亚的高校普遍感到办学经费存在较大的缺口，学校就转而通过扩大吸纳留学生来弥补办学经费的不足。由于澳大利亚高等院校的学杂费和生活费还是比较贵的，目前，经

^① 汪金龙、吴福光：““入世”与我国高等教育的国际竞争力”，《江苏高教》，2001（2）第36页。

^② 威廉·泰勒、克莱格·麦克尼斯著，肖秀平译，黄建如校：“全球化及其不足：澳大利亚的高等教育面临窘境”，《国际高等教育研究》，2003（2）第22页。

济、商业、法律等专业的学杂费每年高达 10 000 至 15 000 澳元，全年需要支付的生活费约为 10 000 至 12 000 澳元，而海外留学生一般来说必须全额支付学杂费，这对高等院校无疑是一笔庞大的收入。据统计，在 1992 年，澳大利亚莫纳什大学 (Monash University) 从外国留学生处获得的收入达 4 千万澳元，占该校当年经费预算的 12.5%，而到 2000 年，该校收取的留学生学费就达 7.37 千万澳元，2002 年该校的留学生学费更是飙升至 1.11 亿澳元，占该校当年总收入的 15%。

据澳 2003 年 12 月 22 日发布的高等教育报告数字显示，昆士兰大学现有 38% 的收入来自海外学生，卧龙岗大学及柏斯的 CURTIN 科技大学则依赖海外生提供两成财源。澳洲半数的大学，另外 19 家学校，则有一成收入来自海外学生。澳大利亚大学从留学生学费中获得的收入在逐年增加，且极大地改变了澳大学的经济收入结构，澳大利亚教育部的两份统计资料很能够说明这种重要变化。^①

表 4-1 澳大利亚外国学生学费在大学收入中的比例^②

年份	留学生学费收入 (澳元)	学费收入占总收入 的比例 %	政府拨款占总收入 的比例 %
1989	66.28 百万	1.51	70.29
1990	136.71 百万	2.86	68.44
1992	269.24 百万	4.76	64.08
1994	355.38 百万	5.59	65.09
1996	473.57 百万	6.60	58.08

^① Marginson, s.(2001)。"The Global Market in Foreign Higher Education, The Case of Australia", A paper for 26th Annual Conference, ASHE. Virginia.

^② 资料来源：Marginson, S.(2001).P.18.

表 4-2 澳大利亚高等院校收入结构的变化 (%)^①

	政府拨款	HECS*	学费	捐献	投资	其他	全部
1989 年	70.29	11.41	5.89	3.20	5.26	3.96	100
1998 年	51.85	17.16	16.03	1.35	3.53	10.07	100

英国高校也设法多招收留学生，既可弥补因政府减少教育经费造成的经费不足，还可以自由支配留学生的学费。1980 年撒切尔政府大幅削减教育经费，仅 1981~1982 年和 1983~1984 年，英国大学的经费就削减了 11%~15%，^② 致使大量教师和科技人员出走欧美其他国家。但英国高校转而采取贸易方式，参与国际留学生市场竞争来赚取学费。使现在的留英学生大幅剧增，从 1982 年的 4.2 万人增加到 1996 年的 19.6 万人，占英国在校大学生的 12%，大大高于留美大学生占美国大学生的比例。留英学生学费占英国大学收入的 5%~16%。^③ 英国高校不仅走出了政府教育经费削减造成的困境，而且每年还能从海外学生身上收取近 10 亿美元的费用。发展境外消费教育服务贸易可以给高校带来可观的学费收入，各国纷纷采取措施促成本国高等教育服务的出口，解决教育经费的不足，这已成为很多国家的大学筹措教育经费的一种重要方式。

大力发展境外消费教育服务贸易是教育国际化的标志

境外消费教育服务贸易的表现形式是留学生，学生的国际交

① 资料来源：Marginson, S. (2001). P. 18.

HECS = “高等教育贡献方案”，学生交纳相当于 20% 成本的学费，学费可以用政府贷款支付，毕业后根据收入比例还贷。

② 王承绪、徐辉：《战后英国教育研究》，江西教育出版社，1992，第 323 页。

③ 刘克苏：“国际教育市场的动向”，《教育与经济》，1999（4）第 62 页。

流主要是指大学生在国际范围内的流动，这是高等教育国际化潮流中最活跃的因素。学生国际流动既是高等教育国际化程度的重要指标，也是工业化国家高等教育体制中重要的发展策略。世界留学生的人数是高等教育国际化最明显的表现。^① 衡量一所大学国际化办学水平的重要标志之一，是这所大学中外国留学生占学生总数的比例，特别是外国留学研究生所占的比例。所以，为建设国际化的大学，增强大学在国际高等教育领域的竞争力，扩大招收培养外国留学生数量，已成为许多国家的大学尤其是重点大学努力的方向。据统计，哈佛大学学生中留学生数所占的比例为 15%；MIT 的学生中留学生占 22%。^② 澳大利亚海外学生数量增长迅猛，增长率为 45.4%，远高于美国的 6.4% 和英国的 4.2%，教育国际化程度在短期内显著提高。这些到国外学习的留学生是教育国际化的有力推动因素。

七 发展我国境外教育消费的对策建议

目前，国际境外消费教育服务贸易呈现出极端的不平衡性，这归根结底是由一国的经济和文化发展水平决定的，为了吸引更多的留学生来华留学，中国还需要积蓄更多的实力才能对国际学生更具吸引力。当然这是一个长期的过程，需要以中国经济的飞速发展为基础。境外消费教育服务贸易是一项复杂工作，需要政府相应的宏观和微观政策的支持，因此，要按照 WTO 的通行惯

^① 张建新：“英国高校学生的国际流动”，《比较教育研究》，2003（5）第 80 页。

^② 谢绳武：“经济全球化与高等教育的国际化”，《中国高教研究》，2002（1）第 43 页。

例并借鉴国外的先进经验，采取各种措施为吸引来华留学广开渠道，才能促使我国的境外消费教育服务贸易大发展。

1 政府应采取的宏观政策措施

转变政府职能，克服体制性障碍

我国的教育体制是在长期的计划经济体制下形成的，教育长期以来处于垄断体制中，竞争意识差、效率低，学校缺乏办学自主权，惰性很大。10多年来，我国教育体制虽然有了突破性发展，但教育观念、运行机制、管理体制、教学内容和教学方法等仍然比较陈旧，某些体制性障碍成了制约教育发展的羁绊。加入WTO后我国教育将与外国教育处于同一竞争平台上，质量和水平将成为各自竞争的关键，因此，我们要在教育领域引入新的竞争机制，促使一批学校提高质量和效益，成为吸引外国留学生来华留学的先锋。

同时，要进一步理顺政府与学校的关系，转变政府的宏观管理职能，建立和完善新的行政管理机制，如质量认证机制、拨款机制、法律约束机制、评估机制等，并积极将来华留学工作委托给中介机构进行，同时，要制定完善的法律法规，依法管理这些中介机构，规范中介机构的行为。中介机构构成了介于政府的法律管理和企业自主管理之间的一种群体的自律管理，是社会管理的必要补充。^① 政府重在提供一个宽松的法律环境，保证各项制度的良好运作。该放权的一定要放，要减少行政审批，增强政府的服务意识；充分发挥市场的调节作用，努力构建良好的学校、社会环境和秩序，保护和促进公平竞争。届时政府不能逾越规则

^① 周满生：“国际教育服务贸易的新趋向及对策思考”，《教育研究》，2003（1）第42页。

而偏袒一方，必须建立一种富有创造活力，反应灵敏的体制系统，使我国教育迅速提升服务贸易竞争力，吸引更多的来华留学生。

转变观念

转变观念就是改变教育是一种社会福利事业的观念，采用服务贸易的方式来发展我国的教育。入世后，中国教育将面对面与其他国家一起抢夺国际教育市场，在这场竞争中，我国的教育与国外的教育并非处于同一个起跑线上，尤其是欧美发达国家，早已采用产业化方式来发展留学生教育并取得了极大成功，在招收国际生源、科技成果转化、教育产品开发等方面已经积累了相当成功的经验，而我国的教育暂时还处于劣势。可见观念上的落后已成为制约我国教育服务贸易发展的瓶颈。

转变观念的同时，要增强教育的服务意识，增强留学教育的服务功能。教育质量的核心指标，其本质内涵就是服务水平的高低，质量标准是多元的，包括需求的满足程度、可选择性、诚信等，具体来说，一国的教育质量、效果由5项指标组成：一国的教育体系能否与当前的社会需要相适应，是否有足够的师资以满足学生的需要以及学生的学习效果如何，教育体系、大学教育是否适应竞争的社会需要，学校的师生比，教育成绩。^①今后要以这些质量标准为依据，从这5个方面的建设着手提升我国教育服务的质量，提升我国境外消费教育服务贸易的竞争力。我们要做的工作包括完善服务提供者的资格认定，克服体制上尚存的障碍，建立合理的师生比，提升教育服务提供者的专业化水平等。同时教育服务的条件与设施应立足于提供符合留学生教育所必需

^① 王建香：“开放教育市场与维护教育主权”，《河北师范大学学报（教育科学版）》，2002，4（6）第6页。

的基本条件，如学习费用、生均学习和生活场地、实验室和设备以及教师等。我们要在这些方面扭转传统的观念，为发展境外消费扫清观念上的障碍。

创设适合留学生的相对宽松的环境

大量接收留学生是一项社会系统工程，要创造一个适合来华留学生生活和学习的相对宽松的环境，消除留学生的疑虑。这个环境包括社会对外国留学生的容纳程度、留学生的社会居住问题、医疗保险问题、交通安全问题等。扩大外国留学生教育的规模，不仅意味着已经接收外国留学生的高等院校外国留学生规模的扩大，同时也意味着需要有更多的院校参与到接收留学生的工作中来，这对接受留学生的高等院校以及这些院校所在的城市和社区来说都是一个新的问题和挑战。留学生的社会居住问题和医疗保险尤其难以解决，急需政府尽快出台相应的切实有效的措施，解决留学生的后顾之忧，使他们能放心踏实地生活和学习。

开设国际化的教育教学内容

日本为了吸引更多的留学生，采取的一项重要措施就是设置国际化的教育教学内容：（1）扩大人文、社会科学方面的课程设置，如增设国际贸易、国际金融、国际关系、地区文化、国别史等国际教育课程，使学生接受正确反映国际社会政治、文化、经济、历史等状况的“全方位国际化教育”。（2）增大外语教育力度，以掌握国际交流、国际对话、国际谈判、国际研究的工具，培养留学生的国际视野。（3）增设各种涉外专业，国际政治、金融、贸易、外交和国际法等方面的专业增设最多，以使留学生掌握国际竞争的武器，培养更多从事国际事务和专司外事研究的人才，与国际日益频繁的经贸、外交活动相适应。美国自1970年起，在四年制大学的普通教育课程中，西方文化、第三世界研究等具有国际内容的课程，逐步受到学生的欢迎。近年来美国有

75%的四年制学院、大学在普通教育课程中增加了世界历史和文化方面的内容并修习国际性课程；近67%的四年制学院、大学设立了国外学习科目；50%的四年制学院、大学参加了院校之间合作开展的国际教育计划，签订了国际研究协议；87.5%的四年制学院、大学设有专职官员负责国际学术交流事务等等。^①

中国的大学要想赢得同世界其他大学相比的竞争优势，也必须与世界接轨，开设国际化的专业和课程，这样才能对留学生有吸引力。据悉国外有很多大学都会规定在四年的大学生涯中必须至少有1个学期的海外学习经验，如波莫纳私立大学这所被列入美国文科大学前10位的名校要求每个学生在其为时4年的大学生涯中，必须至少到国外学习1个学期。日本风行暑期海外学习，让学生在短期内体验在异国环境学习外语。目前国际上越来越多的国家的大学都采用这种做法。中国开设与国际接轨的课程之后，就可以吸引这一批学生来中国学习，这对于中国的境外消费教育服务贸易来说也是一笔不小的财富。

2 政府应采取的微观政策措施

有效解决留学生的学习费用问题

有效解决留学生的学习费用问题，也是吸引大批外国留学生来华留学的关键举措之一。一般来说，各国享受各类奖学金的留学生总是占少数，大多数留学生都需要打工来筹措学习费用。因此，弹性学习制度和是否允许留学生打工是影响留学生流动的两个重要条件。我国对留学生实行高收费政策，且大部分来我国留学的留学生都是自费生，享受政府奖学金的人数很有限，大部分

^① 韩延明：“大学国际化：走向与对策”，《江苏高教》，2002（2）第28页。

留学生来华都需要自筹费用。但是我国的法律对外国留学生打工限制非常严格，只允许留学生从事与其知识特长或所学专业相关的科研、文化等服务活动，不允许做其他方面的兼职，在很大程度上限制了自费留学生的进入。而国际上留学生教育发达的国家一般都允许留学生从事兼职工作，同时又限制其打工的时间。如日本政府规定，在日本注册的外国留学生，每星期的打工时间不得超过 28 小时。^① 因此，政府还要出台相应的政策，允许留学生在中国打工，以解决其部分学习和生活费用，但打工问题的解决不是一蹴而就的，可以慢慢开展试点。

今后为了吸引更多的留学生来华并解决他们的后顾之忧，政府可以适当增加奖学金的数额和种类，除政府奖学金外还应设立其他性质的奖学金，以扩大享受奖学金学生的名额。虽然扩大奖学金名额后，奖学金留学生仍只占来华留学生的少数，但奖学金留学生的存在对吸引来华留学能起到积极的示范作用。目前，我国的奖学金主要由政府提供，金额低、覆盖范围小，只有国际一级的政府留学生奖学金，个别部属院校有校际交流基金，市级、市属院校都没有设立奖学金，这使得我国的院校在国际留学生市场上缺乏吸引力。美国等发达国家从国家、地方政府到学校都设立有奖学金，而且奖学金的渠道多种多样，有政府设立的、学校设立的，还有民间团体和企业财团设立的。高额奖学金成为这些国家吸引大量优秀留学生的重要原因。而且国外的奖学金都是直接发放到学生手中，我国的做法则是不直接发给留学生，而是直接代为支付学费等费用，今后可借鉴国外的做法，把奖学金发放给留学生，由其自由支配。因此，今后政府一定要着手解决留学

^① 北京教育科学研究院：“率先实现首都教育现代化—北京教育发展研究报告 2002 年卷”，《红旗出版社》，第 270 页。

生的学习费用问题，使之更适应目前国际留学生市场竞争的要求。

各国相互承认学历

相互承认学历又称为学分互换与学位等值。随着教育的国际化，各国的学期制度、学分制度、学位制度、学衔制度逐步趋于统一，各国的院校之间可以相互承认所修课程的学分，并可得到对方学校的学位证书（学位等值）。自欧洲委员会于20世纪50年代联合20多个欧洲国家先后签订了“中学毕业证书等值问题的欧洲公约”、“大学学历等值问题的欧洲协议”、“大学毕业证书及学位问题的欧洲协议”之后，联合国教科文组织也牵头签署了多所大学学位等值的地区性公约或协议。1997年4月11日，欧洲50多个国家的代表在葡萄牙里斯本国际高教会议上正式签署了欧洲地区国家相互认可高等教育学位证书的协议。签署协议的国家除欧洲所有国家外还包括加拿大、以色列、俄罗斯和美国。1998年5月25日，德国、法国、英国和意大利四国教育部长又郑重发表了联合声明：“我们在此保证促成一个共同参考框架，旨在承认各国的高等文凭，为大学生的流动和就业提供便利条件。”

在发展境外消费教育服务贸易的过程中，有一定质量标准的教育服务作保证是很关键的。目前，高等教育没有一个统一的国际质量保证框架，外国学生无法确定其接受的是否是合格的高等教育，以及其所获得的证书在国外劳动力市场上能否得到承认。^①为建立这样一个框架各国已费尽周折，但目前只达成一些区域性协议，以便为高等教育服务提供者界定一个国际标准，同

^① Kurt Larsen等著，余露译：“教育服务贸易的趋势与问题”，《中外教育》，2002（1~2）第35页。

时使对消费者（学习者）的保护获得保证。OECD 各国关于中等后教育的质量保证机制存在很大的差异，几乎所有现行的质量保证模式均被限制于境内相关机构的教育活动。随着国际学生流动的不断增长，人们越来越认识到一国内部的质量保证的方法必须通过国际竞争来完善，以便更好地保证教育消费者免受低质量课程的危害，改进教育服务的质量，也有利于加强中等后教育市场的透明度。WTO 框架下的教育服务贸易既是经济范畴的活动，也是文化和教育产业发达程度的体现，是一个国家现代化水平的重要标志。加快我国学位在 WTO 成员国之间的相互认定和国际通用职业资格的引进，是实施境外消费教育服务贸易的先决条件。只有做到了这一点，才能保证我国的境外消费教育服务贸易正确驶入跨越式发展的轨道。

加强对外汉语教学

我国对外国留学生汉语水平的考核，采用 HSK（汉语水平考试）形式。我国从 1991 年开始在海外推行由国家教育部批准实施的初中等汉语水平考试鉴定，共有 15 个考点，遍布亚洲、欧洲、北美洲。目前全世界 60 多个国家的上千所高校设有中文系或中文专业。另外，在华侨集中的国家，海外华侨及其子女常被汉语教育及国情教育所困扰。针对这种情况，我们可以充分利用我国已有 300 多所高校从事对外汉语教学的优势，在国内外，尤其是国外广泛开展汉语教育，扩大 HSK 考点，满足报考中国高校的外国学生的需要，提高我国高校的国际知名度。

最后，政府还应鼓励更多有能力的单位参与到外国留学生的汉语培训工作中来，这样可以吸引一大批短期来华留学生接受汉语培训，因为汉语培训属于非学历教育，完全可以在权威机构中进行，而不必一定在专门招收留学生的高等院校中进行，这既可以大大解决高校不能接收大量留学生的负担，又能吸引大批短期

接受汉语培训的非学历教育留学生。

加强外语教学

要大力提高整个教师队伍的外语水平以及高校的外语教学水平。教育部在下达的“加大本科教学质量”的文件中，重申要提高大学教师的外语水平，要求广大教师尽量使用外语教科书，采用外文原版教材，对有的专业还专门规定使用外文教材的比例以及用外语授课的课时。教师外语水平尤其是英语水平提高了，不但能提高本国学生的外语水平，而且还能为留学生提供更优的服务，这是吸引留学生来华的很重要的一个方面。目前，国际上很多国家为了消除留学生的语言障碍，纷纷加强英语教学，采用英语授课来吸引更多留学生。目前，我国高校教师的外语水平普遍不高，仅有极少数的学校能够为留学生提供英语授课服务，绝大多数高校还没有这个能力，这是制约来华留学教育发展的重要因素。

3 鼓励和吸引海外留学人员回国服务

鼓励留学人员以各种途径为国服务

加入 WTO 后，我国在境外消费教育服务贸易上不作限制的承诺，决定了入世对我国境外消费教育服务贸易的影响基本是难以控制的。在境外消费教育服务贸易竞争日益激烈的今天，各国为了吸引和留住人才纷纷采取了很多优惠措施，因此，入世后我们不可能也不能控制大量优秀的学生出国留学。我国既然无法控制人才的外流，就只能尽一切可能的办法，吸引和鼓励优秀人才学成后回国服务。我们要在“支持留学、鼓励回国、来去自由”的 12 字留学方针的指导下，积极采取各种可能的措施，鼓励和吸引留学生学成归国。政府要高度重视，要统一协调留学生回国管理工作，在中央政府的统一领导下，由教育部归口，组织各有

关单位实施统一协调的整体“鼓励回国”工作。同时，加强以“资助项目”为主导的人才引进项目建设，是吸引留学人才的有效手段。在中央留学方针的指导下，从90年代初开始，加大了海外留学人员回国服务和为国服务的工作力度。主要措施：设立了各项鼓励留学人员回国工作和以多种方式为国服务的各种基金和计划，其中包括霍英东教师青年基金和教师奖，80%获奖人员是回国留学人员，优秀青年教师资助计划差不多98%都是留学回国人员，给留学回国人员科研启动基金，这是中央书记处做出的决定。^①

为此，教育部采取了许多切实可行的措施，支持留学人员通过各种途径、以各种形式为国服务。多年来，国家自然科学基金委在吸引海外留学人员为国服务方面做了大量工作。一方面逐步增加经费投入，提高资助强度，加强协调和配合，与教育部、人事部以及欧美同学会等单位共同举办了一些有影响的大型活动，鼓励和促进出国留学人员为国服务。另一方面拓宽工作思路，采取有力措施，吸引更多的留学人员为国服务。为此他们主要采取了两大措施：一是设立国家杰出青年科学基金B类，自1994年起拨专款设立的国家杰出青年科学基金是资助力度较大，荣誉也较高的一项基金，但仅限于即将长期回国工作的留学人员。从1998年起又新设立了国家杰出青年科学基金B类，从总经费中拨出一定额度的经费专门资助海外符合条件的学者。该项目设立后不久，海外学者便踊跃申请，目前已有不少学者获得了国家杰出青年科学基金的资助。而且，早在1992年8月，国家自然科学基金委就在国内第一个出台了以资助留学人员短期回国工作、讲学为目的的专项基金。截至1998年在该基金实施的6年多里，

^① 转引自网站：<http://www.jsj.edu.cn/dongtai/017.html>。

累计资助留学人员达 1500 人次，使留学人员发挥了很大的学科带头作用，带回了最新的科研信息，为国家重点实验室的建设和人才培养等起到了积极的推动作用。

此外，中国科学院也设立了众多项目支持留学人员回国服务，这些项目主要包括高级访问学者项目，邀请留学生回国参与课题研究，携手攻关，中科院为他们提供优厚的待遇；中科院还为留学生提供“择优支持回国工作基金”、“王宽诚科研奖金”以及中国青年学者学术讨论会等项目，吸引了大量留学生以学术交流、科研等形式为国服务，成效显著。

除此之外，教育部也积极参与吸引留学生回国服务工作，采取各种政策措施为留学生回国服务开辟道路，为此，教育部设立了跨世纪优秀人才培养计划、长江学者奖励计划等等，其中很重要的一个措施就是教育部于 1997 年全面实施的面向高层次海外留学人才的“春晖计划”，该计划拨出专项经费，积极创造条件引导在外留学人员以多种方式为国服务。该计划的主要资助对象为优秀尖子留学人员，范围包括：回国参加高水平的重要学术会议、参与国家科技和教育重点项目合作研究、参与国家级科研基地和人才基地建设等。截止至 1997 年底，春晖计划共资助 600 多名在外留学人员短期回国工作。近年来“春晖计划”得到了国内外各方面和在外留学人员的积极响应，在规模、方式和效益上都有了很大的扩展，即后来又设立了春晖计划海外留学人员回国休假项目。这个项目一共资助了 21 000 多名海外留学人员以多种方式为国服务。1995 年组织了 35 位留学学者回国考察，他们先后考察了北京、青岛、上海、深圳，他们对国内的发展感到非常吃惊。为了配合国家西部大开发战略，我国在西部地区设立了三个“走入工程”，让双边、多边的服务项目和资金进一步走入西部，让国家公费留学项目进一步走入西部，让更多的在外留学

人员进一步走入西部。2003年在春晖计划下又设立一个项目，鼓励海外留学人员以集团式、捆绑式、积极化的方式，组织各国优秀留学人员到西部11个省市自治区开展学术交流，为留学人员报效祖国开辟绿色通道。

鼓励留学人员回国创业

优秀留学人才一般都具有强烈的事业心，他们最关心的是事业的成功及个人价值的实现，因此，提供能施展其才华的机会和环境是吸引优秀人才回国最有效手段之一。所以要在中央和地方政府的协同领导下，积极构筑留学人员创办高新技术企业报国的“回国创业平台”。为此，教育部根据中央提出的“成立留学人员投资服务机构”的指示，于1995年4月20日，在教育部留学服务中心设立了“留学人员投资事务处”，其主要任务是为留学人员提供投资政策、法律、法规、国家产业投向、有关地域的投资状况和投资环境以及企业的申办程序、手续等咨询服务。同时还为留学人员回国投资办企业、科技成果转让、新产品开发、资金引进等提供中介服务。近几年来我国在这方面做得比较成功，实施了“长江学者奖励计划”、“留学回国人员科研启动基金”等项目，积累了丰富的经验。今后要加大对各类留学资助项目的支持力度，增加资金投入，扩大资助范围，以争取更多的在外优秀人才回国发挥作用和价值。同时，吸引留学生回国工作后，也要注意解决他们的后顾之忧，如解决留学归国人员子女的入学问题等，这个问题虽然不大，但解决的好坏也关系着留学回国人员能否踏实安心地工作。为此，2002年教育部又会同公安部、外交部联合制定了方便优秀留学人才多次出入境和在国内长期居留的实施办法。同时针对留学人员子女难以适应国内学校教育的困难，教育部制定并在积极地落实方便留学人员子女回国入学的措施。同时教育部的留学服务中心有专门的回国服务处，并且开办

中国留学服务网。

近年来回国创业已经成为吸引在外优秀留学生回国的新热点，但由于一直受资金缺乏、贷款难的制约，很多好的创业机会都夭折了，因此，设立留学人员创业风险基金也是吸引优秀留学生回国的重要途径。可由中央政府、各部委、省级政府拨出专项经费设立“留学归国人员创业风险投资基金”作为创业启动基金，并采用风险投资的运行机制进行示范性操作，经过1~2年的发展，政府基金可以退出，使企业按照市场规律独立运作。因此，政府应尽快出台相应的政策和法规，将鼓励留学生回国工作纳入政策性和法制化轨道，切实将这项工作落到实处，使鼓励留学回国工作真正能发挥经济效益。

根据国内的有关统计，截至2000年底，以留学人员名义在国内注册创办的科技企业约有4000多家（其中在留学人员创业园内的企业约1300多家），年产值逾100多亿元人民币，参与创业的留学人员估计有1万人左右。随着我国经济实力的不断增强和国际地位的不断提高，留学人员回国人数也在逐年上涨，到2003年底，教育部、科技部、人事部、外国专家局共同批准设立了21个国家留学人员创业园。在创业园里注册的企业有5000多家，产值300多亿人民币。^①截止至2003年仅上海市就有1000家左右由留学回国人员创办的企业，发挥了极大的经济效益。同时留学人员创办的企业大都具有产品技术含量高、管理理念先进、可以引进国外大公司或风险投资公司的资金，解决创业初期投资资金缺乏的困难，以及和国外技术发展保持密切联系，便于及时跟踪世界高新技术发展的方向，研发新产品和开拓国际市场等特点，具有强劲的发展动力和广阔的市场前景。因此，今后政

^① 转引自网站：<http://www.jsj.edu.cn/dongtai/017.html>。

府一定要出台更多的措施，来吸引留学人员回国创业报效祖国，同时也要完善相应的法律法规，保证留学归国人员创办的企业朝着市场化、法制化、规范化方向发展。

第五章

中国加入 WTO 与教育服务市场开放

一 中国加入 WTO 的历程

1 加入和退出世界贸易组织的机制

《WTO 协议》规定了成为 WTO 成员的方法。第一种方法是“创始成员 (original membership)”，主要是针对原 GATT 缔约方政府的情况。第二种成为成员的方法是“加入 (accession)”，意思是与现成员政府谈判加入的条件。

创始成员。成为世界贸易组织创始成员的条件是：第一，在《建立世界贸易组织协定》生效之日，即 1995 年 1 月 1 日前已经成为关税与贸易总协定缔约方，并接受《建立世界贸易组织协定》；第二，在货物贸易

和服务贸易方面做出减让和承诺，包含减让和承诺的减让表已经被各方接受并分别附在《GATT1994》和《GATS》后面。《关于接受与加入建立世界贸易组织协定的部长决定》中给予了所有符合资格的关税与贸易总协定缔约方以创始成员身份加入世界贸易组织的充足时间，同时也规定了截止日期。几乎所有关税与贸易总协定缔约方都在1996年底批准了各自的加入条件，唯一的例外是关税与贸易总协定缔约方刚果（布）在1997年3月加入世界贸易组织。

加入。加入世界贸易组织的大门对任何国家和单独关税区无限期地开放，世界贸易组织成员资格的条件并不是固定不变的，申请加入方需要按照与世界贸易组织成员谈判议定的条件加入。尽管加入方的加入条件有可能不同，但加入方必须履行世界贸易组织的基本义务。

加入世界贸易组织的程序如下。第一阶段：提交有关文件。申请加入方向世界贸易组织总干事递交信函，表明其根据《建立世界贸易组织协定》第12条加入世界贸易组织的愿望。申请散发给世界贸易组织全体成员，并列入总理事会会议议程。总理事会审议加入申请并建立工作组，所有感兴趣的世界贸易组织成员都可以参加工作组。经与申请加入方和工作组成员磋商后，任命工作组主席。工作组职权范围是，审议加入申请，并最终将“加入议定书草案”等文件提交给总理事会或部长会议审议和决定。申请加入方准备并散发说明其对外贸制度的“外贸制度备忘录”、现行实施关税税则及有关法律、法规。提交以上文件后，工作组成员通常会提出书面问题，要求申请加入方对外贸制度的运作进行澄清，加入方需准备书面答复并散发给工作组成员。第二阶段：外贸制度审议和市场准入的平行谈判。工作组举行第一次会议，审议备忘录及关于问题与答复的文件，并为今后的工作

做出安排。此后，工作组还需召开数次会议，进一步审议备忘录及其他文件，通常是以工作组成员进一步提出的问题为基础开展工作。对外贸制度审议进入到比较深入的阶段后，开始双边货物贸易和服务贸易市场准入谈判。谈判的结果是最终达成双边协议。第三阶段：多边起草加入文件。工作组起草工作组报告书草案（工作组讨论情况总结）、决定草案、加入议定书草案（包含申请加入方与工作组成员议定的加入条件，并附货物贸易和服务贸易减让表）。工作组举行最后一次正式会议，协商一致通过上述文件后，提交总理事会或部长级会议进行审议。第四阶段：作出决定。

2 世界贸易组织成员

随着世界经济一体化的迅速发展，全球化成为世界发展的又一股潮流。广义的全球化包括经济、文化及政治的全球化，通常意义上主要指经济的全球化。全球化包括自由市场、投资流动、贸易和信息一体化，这从本质上导致了货物、服务、生产要素更加自由跨界流动，各国经济的相互依存、相互依赖性越来越大。这一点马克思在《资本论》第一卷中就已经进行了论述：“大工业造成的新的世界市场关系，也引起产品的精致和多样化，不仅有更多的外国消费品同本国的产品相交换，而且还有更多的外国原料、材料、半成品等作为生产资料进入本国工业。”所以，一国想要获取更多的生产资料和拓展国外市场，必须更好地利用国家贸易组织的机制。现在越来越多的国家把世界贸易组织和国际贸易规则看成是推进国家目标的机制，发展中国家也日益表现出改革自身贸易管理体制的决心。这表现为越来越多的国家已经加入、正在加入或申请加入 WTO。（见表 5-1）

表 5 - 1 越来越多的国家正在加入 WTO^①

年度	1980	1990	2000	2002
GATT/WTO 成员国数量	85	100	139	147

而且愿意加入世界贸易组织的发展中国家也越来越多。1987 年有 65 个发展中国家是关贸总协定成员国，到 1999 年有 110 个非经济合作与发展组织（OCED）国家是世界贸易组织的成员，它们的出口额占世界贸易出口总额约 20%。（见表 5 - 2 和表 5 - 3）

表 5 - 2 1987 年各国在世界出口总额中所占份额^②

国家类型	作为 GATT/WTO 成员国的发展中国家	作为 GATT/WTO 成员国的工业国	非成员国
所占份额	11%	66%	23%

表 5 - 3 1997 年各国在世界出口总额中所占份额^③

国家类型	作为 GATT/WTO 成员国的发展中国家	作为 GATT/WTO 成员国的工业国	非成员国
所占份额	19%	71%	10%

3 中国加入世界贸易组织历程

中国是关贸总协定 23 个创始缔约国之一。1948 年 4 月 21 日，当时的中国政府签署了《临时适用议定书》，同年 5 月 21 日，中国成为关贸总协定缔约方。在未得到中国唯一合法政府

① 资料来源：WTO，历年《年度报告》。

② 资料来源：WTO，《1997 年度报告》。

③ 同上。

——中华人民共和国授权的情况下，台湾当局擅自于 1950 年 3 月通知联合国秘书长，决定退出关贸总协定。显然，这一退出决定是无效的。但由于受当时国内外政治、经济环境的制约，我国未能及时提出恢复关贸总协定缔约国地位的申请。

随着我国 1978 年实行改革开放政策取得巨大经济成就，我国经济与世界经济联系日益紧密。从加快实行改革开放政策、进一步发展国民经济的需要出发，中央于 1986 年作出了申请恢复我国关贸总协定缔约国地位的决定。自 1986 年 7 月 11 日我国正式提出恢复我国缔约方地位后，1987 年 3 月关贸总协定成立了“中国工作组”，开始中国的“复关”谈判。1995 年 1 月，世界贸易组织成立，从当年 7 月起我国复关谈判转为加入 WTO 谈判。经过不断努力和反复谈判，中国于 2001 年 12 月 11 日正式加入 WTO，成为其第 143 个成员。

二 中国加入 WTO 在教育服务贸易方面的承诺

我国就 WTO - GATS 正式签署的服务贸易减让表，不包括“健康与社会服务”和“娱乐、文化与体育服务”领域，对教育服务等 9 个领域进行了承诺。我国对教育服务的承诺，主要包括以下几个方面的内容：

1 我国签订的水平减让表与教育服务有关的承诺

(1) 水平减让表对于契约式合资企业的说明是，依照中国法律、法规及其他措施订立的设立“契约式合资企业”的合同条款，规定诸如该合资企业经营方式和管理方式以及合资方的投资或其他参与方式等事项。契约式合资企业的参与方式根据合资企业的合同决定，并不要求所有参与方均进行资金投入。我国认定

的中外合作教育服务将以契约式合作机构为主，以有别于其他商业性合资合营机构。

(2) 允许不得从事任何营利性活动的外国企业（包括教育服务机构）在中国设立代表处，对设立分支机构不作承诺。

(3) 以教育为目的的土地使用期限最长为 50 年，这说明中外合作教育服务机构在享有中国土地使用权出让方面的最高年限，等同于国内教育机构的待遇。

(4) 对外国机构代表处、分公司和子公司的经理、高级行政管理人员和专家作为高级雇员、公司内人员临时调动，或被中国境内外国投资企业雇佣，允许其作为自然人入境，在中国居留首期为三年（如合同期不满三年，以雇佣合同时间为准）。服务销售人员符合水平减让表条件者允许入境，时间不超过 90 天。以上均适用于教育服务减让表承诺的活动。

2 我国签订的教育服务部门减让表的承诺

(1) 国家规定的义务教育（我国实施九年制义务教育，包括初等教育和初中教育两个部分）和特殊教育服务（如军事、警察、政治和党校教育等）不包括在教育服务中。

(2) 对跨境交付方式下的市场准入和国民待遇均未作承诺。因此，对外国机构通过远程教育和函授等方式向我国公民提供教育服务，我国可以完全自主地决定开放尺度，不受 WTO 协议的约束。

(3) 对境外消费方式下的市场准入和国民待遇没有限制，即不采取任何措施限制我国及其他 WTO 成员的公民出境（入境）留学或者接受其他教育服务。

(4) 在教育服务的商业存在方面，不允许外国机构单独在华设立学校及其他教育机构；在市场准入上允许中外合作办学，并

允许外方获多数拥有权，但没有承诺给予中外合作办学以国民待遇。

(5) 在自然人流动方面，要求外国个人教育服务提供者入境提供教育服务，必须受中国学校和其他教育机构邀请或雇佣；对其资格要求是：外国个人教育服务提供者必须具有学士及以上学位，具有相应的专业职称或证书，具有 2 年专业工作经验。

与教育服务有关的其他内容

(1) 我国加入 WTO，在服务贸易方面的市场准入和国民待遇承诺只是一个允许概念，我国保留了对外资企业从事相关业务的审批权。在教育服务方面，政府将依据我国专门法规，对减让表承诺的中外合作办学进行审批与管理，同时，对其他教育服务进行管理。

(2) 教育服务贸易减让表无过渡期和地域限制，应当视为从 2001 年 12 月 10 日起生效。但是，由于我国保留了对外方从事相关业务的审批权，实际上须等待有关法律法规正式颁布以后才能执行。

(3) 对某些领域的中外合作办学实行政府定价。在 WTO 议定书中，我国保留了对重要产品及服务实行政府定价和政府指导价的权力，其中，对教育服务减让表中的初等、中等和高等教育服务（CPC921、922 和 923），我国实行政府定价。

表 5-4 中国签订的 WTO 教育服务贸易减让表^①

服务提供方式:(1)跨境交付 (2)境外消费 (3)商业存在 (4)自然人流动			
部门或分部门	市场准入原则	国民待遇限制	其他承诺
5. 教育服务			
(不包括特殊教育服务,如军事、警察、政治和党校教育) A. 初等教育服务(CPC921,不包括 CPC92190 中的国家义务教育) B. 中等教育服务(CPC922,不包括 CPC92210 中的国家义务教育) C. 高等教育服务(CPC923) D. 成人教育服务(CPC924) E. 其他教育服务(CPC929,包括英语培训)	(1)不作承诺 (2)没有限制 (3)将允许中外合作办学 (4)除水平承诺中内容和下列内容外,不作承诺:外国个人教育服务提供者受中国学校和其他教育机构邀请或雇佣,可入境提供教育服务	(1)不作承诺 (2)没有限制 (3)不作承诺 (4)资格如下:具有学士学位或以上学位;且具有相应的专业职称或证书,具有 2 年专业工作经验	

三 中国在教育服务贸易方面有关承诺产生的影响

近 30 年的改革开放,中国的市场体系框架已经初具雏形。WTO 带来的全新精神理念将对教育产生重大辐射,中国的市场门户将前所未有地开放。加入 WTO 对中国教育来说,应当是挑战与机遇并存、困难与希望伴随的。我们应该以科学的态度来分析 WTO 对于中国未来教育的影响。从总体上说是利大于弊,喜大于忧的。下面仅以变挑战为动力、化机遇为现实的眼光来分析 WTO 带给中国教育的机遇和挑战。

^① 资料来源:根据中国加入世贸组织相关法律文件整理。

1 WTO 带给中国教育的机遇

促使教育观念发生真正转变和飞跃

首先，WTO 以往的种种“壁垒”由于全球经济的一体化而逐渐消除，这使我们深切感受到知识经济浪潮冲击中，政府直接干预经济权力的弱化和宏观调控能力的增强。在国际大竞争的环境中，教育不仅是原来“教育—人才—经济”认识链条上的兴国之本，而且又被赋予了更重大的政治意义，国际间竞争优势变成按国际标准衡量的教育制度和质量的竞争优势，从而使对教育战略地位的认识上升到新的历史高度。其次，WTO 基本原则在抽象的理性层次上与我们期望中所定义的好教育有一致的含义：各国、各种商品的自由性、公平性贸易原则与提倡学生德智体等全面发展、还学生自由、体现个性和主体性原则等一脉相承；贸易的公开性、开放性原则与教育应当不断适应社会的变化、吸取外部能量、追求可持续发展原则等是异曲同工的；贸易争端解决所提倡的公正性原则与充分考虑学生差异性、教育机会均等、让全体学生在原有基础上都有所发展等观念有本质的出发点。加入 WTO 后，公开性、公平性、公正性等观念将逐渐渗入教育目标的追求上。第三，全球化中的竞争必然也蔓延到教育领域，这促使学校将认识到，有无独特、原创的特色成为学校存在和发展的基本前提。从这一点出发，WTO 使实施素质教育具有更迫切的战略意义。

提供教育发展所需的优越环境

首先从宏观层次来看，我国教育发展的经济基础会得到明显改善。经济的发展是教育发展的物质基础，经济的增长是国民生产总值增加的源泉。一国的教育财政投入占国民生产总值的比例决定于国家经济实力，即国民生产总值的多少。在教育财政经费

占国民生产总值比例一定的情况下，国民生产总值的增加决定着教育投入的多少。1999年全国教育总经费3349亿元，是1995年1412亿美元的1.8倍，其中全国财政性教育经费2287亿元，是1995年1412亿元的1.6倍，平均增长速度是12.2%。加入WTO后，国民经济的增长将会扩大教育投入的空间。2000年是我国顺利实现国民经济和社会发展“九五”计划的最后一年，在这五年期间，我国国民经济保持了8.3%的平均增长率，2000年的国内生产总值达到89404亿元^①。据国际组织测算，加入WTO后中国每年国内生产总值GDP将提高将近3个百分点；另据国务院发展研究中心估算，到2005年全部完成各项入世承诺时，与不加入WTO相比，当年的贸易生产总产值和社会福利收入将分别比现在提高1955、1595亿元，占当年GDP的1.5%和1.2%。显然，在国民经济整体“蛋糕”做大的情况下，政府教育投入力度更大地将成为可能。同时，我国政府近年来对教育的财政性投入一直是在不断增加的（见表5-5），表明了我国政府实施科教兴国战略的决心。在国民收入增加的基础上，教育财政经费在国民生产总值中所占的比例也相应地增加，这就为全国教育经费的增长打下了“双重”包票。此外，加入WTO后，国内外社会面向我国教育视野投入的渠道将会更加多样，数量会持续增长，从而使以往高等教育投入比重偏大而基础教育经费比重偏小的状况得到改观，在投入基数普遍增长的同时使基础教育的经费欠缺得到补偿会是一种必然的趋势。

^① 《经济日报》，2001年3月6日。

表 5-5 1996 年~2001 年国家财政性教育经费投入情况^①

年份	1996 年	1997 年	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年
金额 (亿元)	1671.70	1862.54	2032.45	2287.18	2562.61	3057.00
年均增长 (%)	18.43	11.42	9.12	12.53	12.67	19.29

从中观层次来看,在知识经济时代即将来临之时中国加入 WTO,将会在知识的生产、传播、应用方面为学校教育教学的升级改造注入新鲜血液。全球互联网络构造的虚拟平台,给不同门类、不同领域、不同学科的大杂交、大融合、大渗透提供了广阔的场所,为新知识的生产提供了丰富的养料,它将全面提升新技术的更新率和新知识的生产率,这必将促使我国各级各类学校学科内容更加科学化。此外加入 WTO 后,顺应时代要求,学校不再仅仅是生产、传播知识的场所,还将成为转化、交换、出售知识技术的大市场。而“入世”也为中国教育借助西方“先发”经验发展远程教育、电化教育、网络教育提供方便,学校将有能力满足各种教育需求,不离开家门的“家里蹲大学”将成为现实。

从微观层次上看,居民生活水平的提高使居民教育支出承受能力增强。首先“入世”后居民收入绝对量与相对量的双重攀升,意味着人们在考虑教育支出时有更大的回旋余地,告别投资教育心有余而力不足的尴尬境地。其次随着房价、药品价、食品价、电讯资费的大幅降价,居民衣食住行等主要方面的消费支出下降,家庭可自由支配的“活钱”份额增加,居民必然将把更多的资金转向教育消费领域。再次由于电脑、高质量图书资料、教学用具等教育用品价格下降,过去可望而不可及的一些教育物资

^① 资料来源:教育部财务司,《中国教育经费统计年鉴》(1996 年~2001 年)。

设备将会惠及广大群众，现代化的教学设施将以较优惠的价格进入寻常百姓家。

引入深化教育体制改革的强大推力

加入 WTO 后，在我国经济体制与世界对接过程中，我国的教育制度必然会从外围和内核两个不同层位受到影响。从体制外围来看，“入世”后的大环境，将有效化解长期以来人们对教育体制向放权、开放、灵活、弹性方向变革存在的过分疑虑和过多假设，造就一个宽松的教育体制改革氛围。就教育体制本身来说，按“取消主要服务业限制”的要求，国外办学主体将以各种形式参与中国办学，使办学主体更加多样化、教育体制结构异质化。这一方面将促使我国旧有教育体制、不规范的办学行为和之后的教育管理模式淡出和转型，另一方面国际上一些行之有效的运行机制的直接介入，在客观上也将为教育办学体制和管理体制改革注入活力。^①

2 WTO 带给中国教育的挑战

WTO 有关条款对中国教育的直接影响

开放教育市场将冲击现有的教育体制，维护教育主权将是一项艰巨的任务。按照“教育服务”协定中的“开放教育市场”条款的有关规定，在中国教育还没有准备好，相关法规、政策不完善的情况下放开中国教育市场，将会在教育主权、办学方向、教育观念、民族传统文化以及经营管理等方面发生矛盾和问题，将会对中国的教育事业产生强烈的冲击。尤其在教育主权方面，如何抵御西方文化价值观的影响，维护我国的教育主权，是一项艰巨而神圣的任务。

^① 郑金洲等：“WTO 与中国教育”，《教育发展研究》，2003 年第 1 期。

与教育相关的产业将受到冲击和挑战。目前中国的教育产业尚属于发展阶段，很多产业还没有具备一定的竞争力。高等学校把科学技术转化为现实生产力的能力还远远不能满足提高国家竞争力的需要，而与教育相关的教学设备、仪器的生产能力也大大落后于发达国家，在生产的机器设备、生产的规模、产品的数量、质量、花样等方面都缺乏竞争力。加入 WTO，势必会将具有强竞争力的教育教学类“洋货”送入中国，相应地导致生产教学仪器设备、教育网络软件、教育图书玩具等在内的民族教育相关产业部分受挫甚至牺牲。

人才流动出现新的特点，调配教师资源的压力空前加大。中国加入 WTO 将加剧国际国内高素质人才的竞争。随着外国公司的进入，对高层次人才的需求加大，会有一批高技术含量、高回报职位的增加，会有相当一部分高层次人才流向外国机构。在利益的驱动诱发下，教师资源也会流向其他行业或国外，这是教育受到的最大挑战。

WTO 基本原则对中国教育间接的和潜在的影响

催生我国确立相应的教育意识。WTO 带来的基于创新的全球经济更加倚重于教育的人才、智力方面的支持，举国上下应该去思索教育应该放在什么位置，而现在我们把教育放在什么位置？在人们的观念意识中国家的战略中教育应该上升到什么高度？目前仍然讨论的关于教育与经济发展的关系当中，教育与经济应该是实行“教育先导论”，还是“教育、经济并行论”或是“教育滞后论”的相关政策呢？加入 WTO 之后，最关键的问题不是无用地磨嘴皮子，而是确确实实地要把教育的先导性战略位置摆正，以实际行动促进教育的改革和发展。

传统的教育价值观将受到挑战

“入世”后，我国市场经济将会发展得更快。市场经济时代

的价值观将会对计划经济时代的价值观产生猛烈的冲击，市场经济的潮水将会涌现许多新的观念。我国教育传统的道德观、人才观、民主观、法制观和评价观会受到挑战，我国教育发展与世界教育发展的矛盾，民族化与国际化的矛盾将会更尖锐。

呼唤教育功能结构重组。教育本身的功能是多样化的，但在社会经济文化不发达的情况下，其基本的功能表现为“传道授业”，其他的功能没有得到体现。而在经济文化比较发达的国家，教育的经济功能、文化功能、休闲功能等已经被开发出来，并得到了充分的体现。我国的教育长期以来只强调其传递知识、提高人的素质的基本功能，“入世”后教育在经济功能借助现代生产技术和现代传媒手段得到空前加强的同时，文化功能会突现，消费功能也会“浮出水面”，休闲功能和商业审美功能随之崭露头角，所有这些功能要求重新寻求平衡，整合成新的教育功能结构，来促进教育功能本身的完善和满足人们日益增长的教育需求。

对各级各类人才素质的要求将不断提高。加入 WTO，我国部分产业将“直通”式进入知识化时代，部分处于工业化或传统阶段的产业必将在技术上优化、改造、升级，各类产业在相当范围内将不同程度参与国际化竞争。这就要求从培养目标、课程内容上考虑培养熟悉国情、具有很高外语水平、丰富的专业知识、精通 WTO 基本规则和国际惯例的各类人才。

教育质量定位受到大挑战。首先是传统的教育结构受到严峻的挑战。教育结构必须面向市场化的产业结构，实行更主动的调适。结构不同产生不同的质量，长期以来，我国教育结构的调整都是由政府通过严格的非市场性控制的。如大学专业的设置、学校的规模、普通高中与职业高中的比例等等，学校也因此缺乏对市场的适应性。加入 WTO 后，在近七年内，除农业劳力份额

减少外，机械仪器减少 2.5%，汽车工业减少 4.5%，而纺织业增加 23.6%，^① 服装业增加 52.3%，食品加工业、服务业、建筑业也有明显的增加。大学教育应该如何调整？第二是传统的精英教育对象的内涵受到严峻的挑战。我国教育的“金字塔”结构，长期以来都是以知识积累为表征并由此作为基础的。有外国专家在指出我国教育的这种弊病时，介绍了国外发达国家的经验是，有一个基础研究专家，就有两个搞应用研究、有四个搞开发研究、八个搞生产力转化的。要彻底改变我国经济长期以来在世界经济中较落后的局面，除了要加速技术改造，改进管理，提高产品质量外，其实最迫切的莫过于要加快培养出一大批真正意义的企业家了。产业结构的市场化国际化，必须有一大批经过市场化教育的，有超前眼光，有魄力，观念新，有搞技术或搞管理的人才来支撑或实现。第三是传统人才培养目标必须得到真正的改变。要大力推进素质教育，尤其是高等学校培养出来的人，不仅仅是求职者，而且是能够适应市场变化的成功的企业家和创业者。加入 WTO，意味着加入到全球化人才积累的大竞争。墨守成规、以知识经验为行为坐标的人才主持的企业或社会，不足与国际社会竞争。人才的严酷竞争，将迫使我国教育目标改向。我们培养出来的人才，应当是具有创新能力、实践能力、适应能力和创业能力的。在今天，最迫切的是要建立有利于创造型人才培养的机制。

人才竞争加剧，就业机制受到挑战。加入 WTO 将对我国产业发展和结构调整产生重大影响，并通过影响产业结构来影响我国的就业，但此种影响并非在各产业间和各个地区之间平均分

^① 张铁明：“WTO：中国教育产业发展的新挑战”，《教育研究》，2000 年第 9 期。

配。“十五”期间，中国将面临着劳动力持续增长和就业规模不断扩大的挑战，年登记失业率将超过 3%。全国有 15 个省的 50% 下岗职工难以实现再就业。乡村剩余劳动力的持续增加，目前已经超过 1 亿人。同时，政府机构改革和事业单位的改革还将释放大约 430 万人，年劳动力供给增量将达到最高峰。长期以来，政府主要是依靠行政命令的方式来促进就业和降低失业率，但是，这种以牺牲企业经济效率为代价的就业促进模式，已经越来越不适合我国经济发展的需要，其效果也越来越差。尤其在高校应届毕业生分配机制上，虽然从 1989 年开始，逐步试行“双向选择”的就业制度，目前基本实现了自主择业。但是近年来，城镇新增劳动力和下岗规模的持续增加，使社会就业压力增大，导致毕业生的市场需求呈现减弱的趋势，毕业生就业形势趋于严峻。据教育主管部门不完全统计，北京地区高等学校毕业生的总供需比已经连续几年下降，1993 年为 1:3，1995 年为 1:2.6，1996 年~1999 年仅维持在 1:1.1 的水平，甚至出现了供大于求的情况。2002 年我国普通高等学校的本专科毕业生已经达到 1600 万人，随着高校扩招规模的扩大，将来的就业人数会进一步扩大，就业市场供需矛盾进一步加剧。加入 WTO 要解决的一个深层次的问题就是改革中国的劳动力市场管理体制，完善就业机制。

思想品德教育和民族优秀传统文化教育需进一步加强。从政治的角度来看，WTO 提供的不仅是经济竞争的舞台，更是国际政治战略逐鹿的场所，势必引发东西方不同民族、不同文化背景的价值理念的对峙与抗衡。考虑到 WTO 是依托全球网络而出现的，世界各地的文化思潮比以往任何时候都更为迅速地相互传播，因此“入世”后在东西方文化互相碰撞、互相融合的过程中，如何教育青少年树立正确的世界观、人生观和价值观，如何

长葆民族文化的精华、坚守民族自信心和自尊心是一项艰巨的任务。

教育范式转型。加入 WTO 后，随着中国教育市场的开放，教学电子化、网络化更加盛行。国营企业和私营企业面临的外部环境发生了很大变化，市场的约束力越来越明显。现代科学技术的飞速发展，产业结构的逐步升级，生产组织和工艺不断变革。劳动力市场和职业岗位变动频繁，我国企业家、技术人员亟需更新知识，建立与之相适应的继续教育、终身教育新体系势在必行。

经济全球化对教育市场的开放造成很大压力。我国政府出于对教育主权的考虑，自改革开放以来，基本没有开放教育市场，我国教育在总体上依然是在“计划经济”的模式下运作。但这并不意味着中国教育市场对国外是完全封闭的。随着国外经济活动全面介入中国市场，教育作为西方经济活动的“附属活动”，伴随着经济活动而间接地介入中国教育市场。加入 WTO 之后，中国教育市场的这块巨大“蛋糕”，将会引起国外更多跨国公司和教育机构的垂涎。而且国外在高等教育、职业培训和继续教育方面经验丰富，具有明显的优势，竞争是严峻的。面对这一新的挑战，中国教育机构如何迅速做出反应和进行应有的准备，树立应有的市场意识，是摆在中国教育管理部门和学校面前的紧迫任务。国外各种机构在中国教育市场的“抢滩登陆”，中国如何与其展开竞争，将现实地提到中国教育改革的使命中来。

教育发展的地区不平衡性加大。加入世界贸易组织，人才的需求更加旺盛，境外教育资源的流入对加快人才的培养是有利的。但是，由于获利是境外教育机构的主要目的，所以在选择办学区域的时候，境外办学机构更多地会选择经济较发达的地区，这对我国原来已经存在的东西部教育发展不平衡的局面是不

利的。

四 研究加入 WTO 对教育的影响的必要性

1 WTO 要求成员国开放服务业市场

服务贸易的潜力是巨大的。20 世纪 90 年代以来，全球服务业总产值已突破 15 万亿美元，服务贸易额约占全球贸易额的 1/4。乌拉圭回合谈成的服务贸易总协定（GATS），要求成员方在非歧视原则基础上，逐步开放本国服务市场，对服务贸易执行与货物贸易同样的无歧视和无条件的最惠国待遇、国民待遇、透明度和逐步地降低贸易壁垒，开放银行、保险、运输、建筑、旅游、通讯、法律、会计、咨询、商业批发、零售等行业。世贸组织统计的服务行业多达 150 多种，都将属于开放范围。国际服务贸易已经成为国际竞争的新领域，而且在地理分布上存在不平衡性，已经进入服务社会的发达国家显然占据了明显的比较优势。并且，发达国家与发展中国家的国际服务贸易在结构上存在很大的差异性。世界上服务贸易最发达的美国，服务业产值占其 GDP 的 75%，新兴服务业比重也较大，在信息、银行、保险、咨询等方面遥遥领先，教育服务业也呈现出急剧增长的态势。而发展中国家仍然以旅游、劳工等传统服务业为主。就我国情况看，服务业不够发达。1998 年我国服务业产值占我国 GDP 的 32%。新兴服务业如金融业、保险业、会计事务所、律师事务所等中介机构中涉外服务业务虽然日渐扩大。但是，这些涉外服务业不论规模或数量都无法与美国等发达国家相比，也不能适应 21 世纪我国经济社会发展的目标。而这些领域恰恰是最有发展前景、最关系到一国在国际贸易中的竞争力的行业。对中国来说，应逐步

地、有选择地、有范围地开放一些服务业，引进竞争机制，提高中国服务业的质量，并带动服务业的出口。教育属于服务业的其中一部分，服务业市场的开放意味着教育市场也受到影响。也就是说，随着其他行业领域的开放，教育行业或多或少地会受到方方面面的渗透，所以我们要尽早研究 WTO 中与教育有关的条款，做好教育迎接 WTO 的准备。

2 教育供给与需求之间的矛盾要求进一步拓宽开放空间

21 世纪使环境的变迁和发展节奏比以往任何时候都要快得多，未来世界的前景是难于预料的。面对全球性的挑战和全球性的问题，世界各国已经达成共识：人类的知识和智慧才是决定国家乃至世界未来的最关键的因素。几千年的社会文明史昭示人们：教育兴，国家兴，人类兴；教育衰，国家衰，人类衰。教育在国家经济社会发展和人类的发展史上具有不可替代的作用。当代各国对教育发展的要求远远超过了以往任何时候，并且越来越强烈地要求教育能够在更广的空间得到进一步发挥。同时，随着教育对社会和个人经济效益影响日益显著，人们接受教育的需求是越来越强烈了。而目前我国高等教育的有效供给严重不足，不能满足人们日益增长的教育需求，并且束缚了教育本身的发展，不能跟上国际教育发展的速度。2004 年，我国高等教育毛入学率只有 19%，仍属于精英教育阶段，与已经实现高等教育大众化的西方发达国家相比，还落后了一大截，甚至比不过其他发展中国家（见表 5-6）。这种状况不仅与人们的需求不相符合，而且不符合国家培养更多人才来发展经济的意愿，也不符合教育发展的客观规律。进入 WTO 后，教育的供需矛盾将会更加突出。解决供需矛盾的可行性办法之一就是尽量解除约束教育的人为条件，把教育放到更广阔的国际化空间去，汲取各种有效的资源要

素来满足发展的要求。

表 5-6 2001 年世界各国高等教育毛入学率 (%)^①

国家	美国	英国	法国	德国	泰国	印度
毛入学率	81.4	63.6	53.6	48.4	36.7	11.4

3 国家吸引外国投资需要国民教育水平的提高

如何吸引长期投资已经成为发展中国家政策制定的一个重要考虑因素。长期外国投资将对发展中国家提供许多重要的益处，最明显的表现就是长期外国投资能更大程度地满足城市化进程中对于公共部门基础设施项目的需求，而且由跨国公司支配着的外国直接投资强化了国内市场的竞争，能使资源配置得更有效率。最近的一项研究表明，与那些教育水平高、外国直接投资流入多的国家相比，教育水平低下、外国直接投资流入少的国家经济增长更为缓慢。劳动人口的平均受教育程度在中等学校以下的、外国直接投资规模占不到 GDP 的 0.1% 的国家，其年经济增长率不到 1%；但是，工人的平均受教育程度平均超过中等学校一年、外国直接投资流入规模占 GDP 的 0.2% 的国家，平均的年经济增长率达到 4.3%。^② 从这里可以看出，在其他因素相近的情况下，一个国家或地区所能吸引到的外国长期资金的量与其国民的平均受教育水平成正比。从中国的各区域的发展也可以看出，地区的教育水平高，能够吸引到的外国直接投资也就相对要高一些，平均教育水平低的地区，缺乏足够的吸引力，外资流入量就会少很

^① 资料来源：世界银行数据库。

^② 世界银行：《1999/2000 世界发展报告》，中国财政经济出版社，2000 年版，第 77~78 页。

多。一个国家或地区想要使劳动力能够促进外资的不断流入，就必须使工人具有足够高的受教育水平——常常还需要掌握与特定产业相关的技能——而且工人还应该能够有继续学习的机会。当外国投资者越来越重视投资区域群体的受教育程度时，政府应该重视教育和培训体系的完善。教育体制面向 WTO 进行有针对性的改革，将会有利于受教育人口素质的提高和更好地吸引外国投资。

从短期投资的角度来看，教育服务所带来的贸易额是不小的。经济全球化所带来的世界人才和资源的全球化流动，使得与知识经济高度相关的教育产业呈现向国外扩张的态势，由提供教育服务带来的外汇收入成为各国吸引投资的主要项目之一，而留学又是教育服务中最常见的方式。从目前来看，全世界的高校在校生有 8800 万人，其中留学生 150~160 万人，在美国的有 50 万人。按测算，这 50 万名留学生每年给美国交的学费大约是 100 亿美元，生活费 50 亿美元，总计约 150 亿美元。可见，教育服务贸易给一国带来的收入是巨大的。但在我国由于教育本身的因素和政策方面的因素，能够开展留学服务的地域和学校数量都受到一定的限制，在这方面与美国等教育发达国家相比有相当的差距。所以，要加紧开展我国的教育服务贸易，特别是开展留学服务及发展相关的产业，加大吸引短期投资的力度。

4 世界各国教育市场开放对中国的压力

乌拉圭回合谈判包括了所有的大约 160 个服务部门，但是在最终承诺的时候，有一些部门没有包括在内，比如说视听服务、邮政、速递及基础电信等。发达国家成员就所有服务活动的 2/3 作出了承诺，在部门覆盖上相对来说是比较全面的。发展中国家成员列入减让表的服务部门的比例比发达国家的要小的多，160

多种具体服务活动中只涉及了 16%。(见表 5-7)

表 5-7 不同类型成员对具体服务活动的承诺概况^①

	160 种具体活动的百分比	160 种具体服务活动除视听服务、邮政、速递和基础电信服务及运输服务外的百分比
发达经济体	64	82
转型经济体	52	66
发展中经济体	16	19

在市场准入和国民待遇原则方面，不同的国家在提供服务的四种方式中的承诺程度是不同的，发达国家与发展中国家的限制情况差别很大。

教育服务属于服务贸易的范畴，在经济和贸易全球化的背景之下，大力发展服务贸易，加强国际间的文化与教育的交流与合作成为一种必然的趋势。现在高等教育国际合作与交流非常频繁，以美国为首的发达国家在服务业上具有相当大的比较优势。他们在教育服务领域的开放力度很大，并且从他们自身的利益出发，也强烈要求其他成员国开放教育市场。教育服务的大幅度扩展，对发展中国家的教育业造成很大的压力。在 WTO 服务贸易总协定中第 13 条有关“教育服务”的条款规定，除政府彻底资助的教育活动外，凡带商业性的教育活动，所有协定签署国都有权参与服务竞争，涉及各级各类教育与培训活动。世界各国对教育服务开放的承诺情况，根据其发达的程度各不相同。在 WTO 的 140 多个成员国中，目前有 40 个国家签署了该协议，且大多

^① 资料来源：《乌拉圭回合协议导读》，法律出版社，2000 年 5 月。

数是发达国家。^① (见表 5 - 8)

表 5 - 8 不同类型成员对具体服务活动的承诺情况^②

教育服务	发达国家	发展中国家	转型经济国家	总计
初等教育服务	18	4	4	26
中等教育服务	19	6	3	28
高等教育服务	18	3	4	25
成人教育服务	18	1	4	23
其他教育服务	3	4	2	9

在已经承诺开放的国家中，其市场开放的力度还是比较大的。(见表 5 - 9) 从中可以看出，在有关的市场准入方式当中，对“境外消费”这一准入方式没有限制的有 36 个国家，有部分限制的是 2 个国家，有 2 个国家不作承诺。在“自然人流动”方面没有限制的有 35 个国家，不作承诺的有 2 个国家，另外有 3 个国家作了部分限制。

表 5 - 9 教育服务部门的限制情况^③

没有限制	没有限制	部分限制	不作承诺
跨境交付	32	4	4
境外消费	36	2	2
商业存在	28	8	4
自然人流动	35	3	2

服务贸易协议规则对于具备人才、信息、管理优势、教育资

^① 柏杰、苏俊、何晋秋：“WTO 对我国高等教育的影响及对策”，《WTO 与中国教育》，清华云舟网络工作室，2000 年版。

^② 资料来源：《乌拉圭回合协议导读》，法律出版社，2000 年 5 月。

^③ 同上。

源过剩的发达国家极为有利，为其占领 21 世纪经济发展制高点、取胜世界人才争夺战打开通途。而发展中国家，由于经济条件和教育水平落后，以及要保护自己的民族教育服务业，对教育产业的开放持谨慎观望的态度，开放的国家数目很少。对于我国来说，虽然外资的进入可以扩大教育资源、加快教育产业的发展，但面临的挑战也是严峻的。

教育服务在各国国民经济中的比重和教育服务贸易在整个服务贸易的比重还比较小，相对于电信、金融、保险等服务领域而言，重视程度还不够。各国在谈判的时候焦点一般集中在电信、金融、保险等产业，还没有深入考虑教育更大程度的开放问题。在中国和美国就加入 WTO 的双边协议中，也没有就教育问题进行深入探讨。但随着国际贸易开放程度的不断扩大，国际间教育的互动与合作的加强，以及人们对教育产业在国民经济建设中作用的认识不断提高，教育服务业的开放问题，将是未来争论的焦点。

五 国际教育服务贸易面临的问题及对我国的启示

1 教育服务贸易面临的主要问题

贸易壁垒问题

教育服务贸易不存在关税问题，但却有着与货物贸易相类似的贸易壁垒。在教育服务贸易中，各国之间的主要壁垒主要表现在两个方面：一个是市场准入方面，就是外国的服务能不能进入本国的市场，并且是否能够获得和本国同类服务部门一样的待遇，会受到哪些限制。这就是我们通常说的是否给与对方“最惠国待遇”，受到什么限制；另一方面是外国的服务人员能不能到

本国的服务部门来工作，有什么限制，这就是我们通常所说的是否给与对方“国民待遇”。

这些贸易壁垒存在于国家立法、司法和行政机关制定的法律、法规、程序、标准和制度之中，主要表现为通过移民限制、歧视外国文凭、股权限制、财政补贴、外汇管制等措施对外国教育服务的进入和经营设置障碍。

在 2002 年 5 月召开的“教育服务贸易国际论坛”上，各国纷纷就教育服务贸易壁垒问题提出质疑，其中尤以美国为典型。美国有关方面认为，虽然美国依靠其高等教育及其他教育服务上的优势在教育中获益巨大，占据全球教育市场的份额最多，但在高等教育及培训等教育服务领域仍面临一些困难和障碍。美国贸易代表处在 2000 年 12 月 14 日的《提案》中明确指出，要努力解决传统高等教育以及培训等教育服务中面临的问题，而且还特别强调要消除和减少通过电子手段进行的高等教育和教育培训面临的障碍；美国就市场准入、国民待遇和政府监管三个方面列出了所面临的 17 种障碍，要求 WTO 各成员国对此做出承诺，尽快制定“无限制”市场准入和国民待遇的时间表。这 17 种障碍为：

- (1) 禁止外国实体提供高等教育、成人教育及培训服务；
- (2) 高等教育、成人教育及培训服务的外方提供者在成员国境内无法获得建立机构的授权；
- (3) 高等教育、成人教育及培训服务的外方提供者无法成为有资格授予学位的机构；
- (4) 对电子传输教材作不适当的限制；
- (5) 对这些服务提供者的经济需求进行探测；
- (6) 对聘用当地合作伙伴设定标准；
- (7) 拒绝允许提供高等教育、成人教育及培训服务的私营部门在自愿的基础上与本地或非本地的伙伴合作办学；
- (8) 在需要政府批准的情况下，政府拖延批准的时间相当长；当未获批准时，也不告知未予批准的主体不提供以后采取什么措施可获得批准的信息；
- (9) 在税收待遇方面

歧视外国办学者；(10) 合作办学中的外方的待遇低于当地合作方的待遇；(11) 特许经营业的待遇低于其他形式的商务机构的待遇；(12) 国内法律、法规不透明及执法不公正；(13) 对高等教育、成人教育和培训的补贴不公开、不透明；(14) 聘用当地员工的最低标准失衡高，导致运作成本不经济；(15) 临时需要的专业技术人员（包括管理人员、计算机专业人员及专家级代言人）难以获准进出境；(16) 所得的报酬返还须交纳过高的货币兑换费/税；(17) 对执照和专利版权收取过高的费/税。

其他潜在问题

缺乏高教质量保障和认证的国际体系

至今还没有一个国际公认的高教质量认证体系。因此，外国学生对他们所受高等教育的质量没有信心，也不能确定他们获得的学历资格在劳动力市场上是否有价值。对于建立这样一种体系人们也曾做过几次尝试，但迄今为止只达成了几个范围相当有限的地区性的协议，用于定义高教提供者的国际标准，同时保护消费者（学生）利益。

在 OECD 成员国，中等后教育的质量保障和认证机制千差万别。几乎所有现行的质量保证模式都只局限于本国教育机构的活 动。随着新型教育提供者的出现，以及新的教育方式如网上教学，跨境学习的机会，还有日益增多的国际间学生的流动，人们逐渐意识到必须建立一套国际通用的质量保证体制，以保护消费者不受低质量教育的损害，并增加国际中等后教育市场的透明度。

网上教学提供者对现有高教市场的影响

人们对网上教学巨大的市场潜力谈论得很多，但实际上设置高质量的、能够吸引大量学生并且为提供者创造利润的网上教学课程并不容易，花费也相当大。尽管如此，跨境的网上教学市

场快速拓展的潜力还是存在的。

网上教学提出了一个高教机构普遍面临的问题，就是必须向顾客提供“及时教育”，而不是只按自己的想法设定规则、时间表和内容标准。多数高教机构不再将它们的“顾客”视为当然，很多时候它们不得不与私立的或外国的大学/机构进行竞争。然而，要正式地挑战校园教育，网上教学还差得很远。

尽管如此，网上教学仍然可能对教育服务贸易的未来发展造成很大影响。首先，它极有可能增加学习国外课程、然而至少是部分时间仍留在本国的学生的数量。其次，它凸显了质量保证的必要性，因为新的跨国网上教学机构在许多国家只有学生，却没有实体，因此很难服从于当地的质量认证体制。第三，如果那些著名的大学决定大力投资网上教学，它们在劳动力市场上能得到更多的优势。最后，网上教学可以降低国际间学生流动的增长率。

2 对我国的启示

贸易壁垒方面的启示

教育服务贸易壁垒严重影响了国际教育服务贸易的发展，为此 GATS 要求成员方在遵守最惠国待遇、透明度等普遍义务与原则以及市场准入、国民待遇等具体承诺义务的前提下，通过市场准入谈判，减、消除贸易壁垒，逐步开放本国的教育市场。具体地说 WTO 提倡各成员方高等教育机构赴海外办学；允许外国教育机构在所在国颁发学位证书或学历证明；鼓励成员方之间相互承认学位证书或学历证明；支持专业人才流动，减少移民限制；要求成员方政府取消对教育市场的垄断，减少对本国教育机构的财政补贴。但与此同时，GATS 也允许一国在加入服务贸易总协定时，依据自身情况提出开发市场的承诺。

对中国来说，面临的就是一个把握教育服务贸易开放度的选择问题。我们要借鉴国外教育发展的有益经验，学习先进的教学理念、教学模式、教学内容和教学方法，加速本国紧缺人才的培养，促进国家教育体制的革新和发展，就要大胆地引进国外优质的教育资源，如品牌、课程体系、教师、教学方法、教学手段、管理模式、评估体系等，创造更加开放的条件。同时我们要维护国家基本的政治文化经济利益，坚持党和国家的教育方针，保持和弘扬中华民族优秀传统文化，这就要通过制定比较严格的法律法规，设定一定的技术门槛来保护我们的教育市场。要把握好教育开放和国际合作的政策界限和尺度。因此，在制定和修订涉外教育法规时，要经得起 WTO 规则的司法审查，要切实保证合作人的合法权益，尽量提供较为宽松的良好合作的制度环境。同时，新的法规一定要把握“扩大开放，依法办学，规范管理，促进发展”的准则，坚持国家法律在规范教育服务贸易活动中应有的地位，对教育服务贸易按照法定程序实行审批、监管和评估。

当然，由于发达国家在教育服务贸易中占主导地位，最大受益者必然是发达国家成员。一旦大幅度开放教育市场，有可能加剧西方国家价值观念对发展中国家意识形态的渗透和对其民族传统文化的冲击；必然会对发展中国家教育方针的贯彻执行、教学质量及教育管理提出新的挑战；有可能导致发展中国家某些专业的文凭贬值，更有可能加剧发展中国家的外汇和优秀人才的流失。这些都要求发展中国家要学会掌握运用好国际游戏规则，争取制定全球公正、公平、无歧视的规则，同时要健全自身的法律法规，保持应有的独立自主，趋利避害，采取积极有效的对策来迎接挑战。

潜在问题的启示

鉴于目前国际上还缺乏真正的高教质量保障和认证体系，因

此我国应在开展教育服务贸易的过程中重点做好以下工作：各地应严格执行《中外合作办学条例》（草案）的相关规定，对中外合作举办教育考试管理办法、高等学校境外办学有关管理办法等要进行深入的研讨，制订出全国性的标准，紧握走依法办教育、规范管理的轨道。同时，应进一步加强对自费出国留学中介活动的管理，各地要严格根据教育部、公安部、国家工商行政管理总局颁发的《关于进一步规范自费出国留学中介活动秩序的通知》，建立和完善自费出国留学中介市场的长效监管和联合执法机制；各地要严格把好自费出国中介市场准入关；各地教育行政部门要严格审核境外机构的资质情况；各地教育行政部门要责成留学中介机构完善内部管理，建立健全规章制度；要加强对留学中介机构留学业务广告的监管；要建立自费出国留学中介活动的监督机制，向社会公布举报渠道。此外，关于中外合作举办教育考试管理办法、高等学校境外办学有关管理办法等也都在酝酿之中。

在远程教育方面，我国虽未做承诺，但由于网络教育具有任意时间、任意地点、个性化等特点，很容易跨越国界，绕过现行管理体制，又有发达国家文凭、课程设置、教学内容、教学方法的吸引力，即使比起面授教育有其局限性，也将对我国现行的教育产生影响。诸如，一些国外机构会通过网络教育、远程教育以非设立方式越来越频繁地介入我国的教育服务领域，由此引发的学历资格认证、教学质量等问题可能会日益增多。目前，暗自通过网络教育和远程教育介入中国市场提供服务的外国机构已不在少数。为此，我国除了需要在短期内建立完善的网络预警机制，以抑制外国非法远程教育机构的介入；更重要的是加快教育改革步伐，大力发展本土化教育，提高教育质量和水准，增强教育的国际竞争力；另外，还要主动出击，使我们的教育跨出国门，走向世界，在国际教育市场中开拓进取。

第六章

中国国际教育服务贸易优劣势分析

当今国际教育服务市场的格局是教育服务从发达国家流向发展中国家，这一方面是因为发达国家拥有高质量的教育水平，一流的师资队伍，对一些教育相对落后的国家，尤其是发展中国家具有很大的吸引力，但另一方面国外教育机构乃至政府观念的改变和对国际教育服务贸易的重视，在很大程度上提高了这些国家教育服务贸易的优势和竞争力。与教育发达国家相比，目前我国在以下几方面与发达国家之间有较大的差距。

一 中国国际教育服务贸易劣势分析

1 思想认识不到位

教育发达国家无论是政府部门还是教育

机构，都将国际教育服务作为重要的贸易来经营，通过市场化的手段来运作。他们早已认识到国际教育市场的现实价值和广阔前景，将国际教育服务出口摆在整个国家对外贸易的重要位置，并从战略高度以市场化原则来指导教育产业的发展，采用成熟的市场化运作手段积极拓展国际市场。澳大利亚 1997 年公布的《高教财政和政策之检查报告》明确提出，高等教育应成为一种产业，要通过招收留学生增加外汇收入，而美国高等教育已成为美国从海外获取利益的第五产业，这些教育发达国家在市场化观念的指导下，在开拓国际教育市场时均提出了明确的战略目标，长期规划国际教育服务贸易的发展。如澳大利亚政府提出，到 2010 年接收 20 多万外国留学生，创汇 72 亿澳元；英国政府提出，2005 年吸收全世界四分之一的留学生，并将留学生产业成为刺激英国经济增长的手段。在此基础上这些国家采取一系列积极有效的措施鼓励和支持发展教育服务贸易，这都是在其市场化运作国际教育服务贸易指导思想下进行的战略安排。由于政府高度重视，教育机构纷纷作出响应，加大对外宣传力度，提高教育机构在海外的知名度，通过多种方式加大招收留学生的力度，使得留学生收入成为教育机构财政收入的重要组成部分。这些国家通过积极的战略规划，通过对教育服务的国际经营增大了教育服务出口规模，在国际上获得了较好的政治、经济利益。

长期以来我国教育更多地与公益性事业相联系，现有的教育政策法规中至今没有承认教育服务是一种商品。但 WTO 从外在的方面突破了这一禁区，随着中国“入世”，根据世界贸易组织把教育列入服务贸易条款的规则而间接地予以确认，我国对于在国际市场上运作教育服务贸易的意识在整个国际环境的催化下才刚刚觉醒。我国改革开放近 30 年来，教育的改革基本上处于管理体制和教学环节两大领域，对于直接将教育运用市场机制进行

运作的几乎没有，教育机构人员也不熟悉教育的市场化规律。由于观念的缺失，使我国错失了许多占领国际教育市场的机会。但是教育服务贸易强国，包括在我国的中外合作办学机构没有一个不是把教育服务作为市场去占领，作为产业去经营的。当我国还在争论有没有教育产业，要不要发展教育市场时，教育服务贸易在国际间已经开展得热火朝天，教育是有利可图的产业得到世界各国的公认，各国对国际教育市场的争夺也日益激烈。尤其是留学生教育对于一些发达国家而言，已经逐渐成为重要的支柱产业，取得了可观的经济收益和国际声誉。在这种情况下，我们若仍按过去计划经济时的思路来发展国际教育，显然不能适应我国日益提高的国际地位和发展国际合作交流的需要。我们完全应该转换角度，改变思路，借鉴发达国家的有益经验，走市场化运作的道路来发展我国国际教育服务贸易，同样可以把留学生教育作为教育创汇产业。与此同时，我国教育服务贸易的微观主体教育机构也缺乏教育服务国际市场竞争观念，普遍对如何扩大学校在国际市场的影响吸引留学生和走出国门跨国办学缺乏积极性，不能从市场的角度分析、开拓国际市场，从而使我们具有比较优势的学科没有体现出其优势价值，没有发挥出应有的竞争力和影响力，导致我国国际教育服务贸易处于劣势地位。

2 政府政策支持力度不够

国外在把国际教育服务作为一项贸易来经营，运用市场化手段运作的观念的指引下，各国政府政策给予了积极扶持，大力倡导教育机构开展国际教育服务贸易。日本为吸引外国留学生，十分重视在经费投入和政策方面给予优惠。为了促进从发展中国家招收留学生，外务省从 2001 年起实行对自费留学生贷学金制度。留学生贷学金是由日本国际银行每年出资数十亿日元，通过位于

东京的联合国大学借贷给自费在日本大学以及研究生院留学的发展中国家的留学生，同时为了进一步扩大留学对象的范围，日本政府于1999年改正了学校教育法施行规则，引进秋季入学机制，以方便那些8月份在自己的国家毕业，想到日本留学的学生。日本政府的政策收到了显著的效果，近年来到日留学的学生每年以20%的速度增长。在英国，政府正在把教育当作一种产业向全世界推广，对世界各国申请留英的学生实行了诸多优惠政策，如欧盟国家学生不必支付在英国的教育费用，超过半年留学签证的学生，英国政府都给予免费的医疗保险，允许留学生打工，进一步扩大奖学金的发放范围及发放量等。英国的奖学金来源渠道多样化，包括政府奖学金、学术团体奖学金和高校奖学金，这些奖学金吸引了不少留学生，这些政策的实施大大吸引了来自世界各地的学子。从1996年起，英国政府针对中国这个最大的生源国，调整了对中国留学生的政策，采取更为宽松和开放的弹性政策，使中国到英国的留学生比例在不断上升。再来看国际教育市场的新秀澳大利亚，澳大利亚近年来从国际教育服务贸易中获得了许多利益，为了巩固既得利益着眼于长远发展，政府于2003年5月提出了《高等教育未来发展财政预算》，在预算中政府明确提出，教育服务已经成为一项每年具有50亿澳元收入的出口产业，为了支持这项事业的发展，政府拨款1.13亿澳元，专门用于国际教育的研究开发工作。其中专门设立四个“卓越国际教育研究中心”，着重研究高等教育的质量保障问题，以确保澳大利亚的长期利益；一个“国家国际英语研发培训中心”，研究作为第二语言的英语的教学研究，扩大对外国学生的语言学习能力的吸引力；拨款2.6亿澳元给移民部和教育部研究和改善签证、检疫及移民等问题，为澳大利亚开展国际教育服务贸易营造了良好的宏

观环境。^① 面对国际教育市场的激烈竞争，德国政府制定了高等教育改革方案，参照英美学士、硕士学位制度，建立起与外国接轨的学位体系，并将向有学士学位的外国留学生开设硕士或博士课程，扩大对留学生的吸引力。可以看出这些国家实施的政策为其赢得留学生，占有更大的国际教育市场份额带来了显著的收益。我国政府近几年也加大了政策支持力度，但因为政府一手操办的传统机制得不到根本转变，阻碍了国际教育的市场化进程，各方面的积极性没有调动发挥出来，在奖学金方面，我国目前为留学生提供奖学金主要是国家行为，奖学金渠道单一，数量有限，没有建立起多元化设立奖学金的渠道，此外在留学生管理模式等方面思想比较保守，与其他国家相比差距比较大，这些政策的不配套一定程度上抑制了来华留学的生源。

3 教育服务贸易管理滞后

我国教育服务贸易管理滞后主要表现在这样几个方面：第一，缺乏完备的教育服务贸易法律法规体系，我国教育服务贸易立法严重滞后，虽然近几年有了较大的改观，先后颁布了《中外合作办学条例》、《高等学校境外办学暂行管理办法》等法规，但与教育服务贸易广泛的内涵和教育服务贸易发展的要求相比还存在着许多不足之处。目前我国尚没有一个关于教育服务贸易的一般性法律，现有立法未成体系，相当一部分领域法律处于空白状态，如有关远程教育服务和留学教育等方面的法规。没有这样的法规，我国政府关于教育服务贸易发展的政策就缺乏透明度，不利于教育服务进出口的健康发展；第二，对国外教育服务贸易发

^① 张民选：“澳大利亚：迅速崛起的教育出口大国”，《教育发展研究》，2003年第11期。

展的有关态势没有系统分析和研究，既不了解外国教育机构的做法，也不掌握各国学生消费者的需求，这对发展我国教育服务贸易极为不利；第三，缺乏能够反映我国教育服务贸易的统计指标体系，尽管我们可以确定教育服务贸易呈持续发展的态势，但缺乏全面准确的数据来描述教育服务贸易的整体发展状况。如有关出国留学的数据方面，只是集中于高等教育层次，而没有反映出各个教育层次的总体状况，这不利于我国制定正确的发展教育服务贸易的战略和策略。我国对教育市场的开放作了较大的承诺，如何在对外开放我国教育服务业市场的同时，促进我国教育服务业出口的发展是一个战略选择的问题，理应得到我国政府有关部门的充分重视。因此，改变目前教育服务贸易管理滞后的现状，加强对教育服务贸易的宏观管理非常必要。

4 教育服务贸易市场发展不成熟

教育服务贸易的有效开展离不开相关市场的支撑，目前我国教育服务贸易的相关市场没有建立起来。现有的出国留学中介市场也很不完善，主要表现在：一是目前很多中介机构只注重眼前利益，缺乏长远的眼光和品牌发展的思路，坑害学生消费者利益的情况时有发生；二是出国留学中介市场的从业人员素质普遍不高。有关教育专家定位留学中介行业是新兴的知识密集型行业，从事这个行业的人必须有比较深的教育背景，包括有出国经历的法律、外语方面的专业人士。但是我国大学的教育体制没有留学中介这个专业，现在中介的从业人员几乎都是转行而来。目前我国每年各类出国留学生多达十几万人，出国留学保持着不断升温的态势，留学市场需求远未达到饱和状态。因此，对留学中介市场进行规范，使留学市场日臻趋于完善是我国发展教育服务贸易的重要环节。

目前我国具有盈利性质的留学中介基本上都是出国服务中介，而没有一家专业从事引进外国留学生及优质外方合作办学者的中介，跨国合作办学的中介组织几乎没有，缺乏中介组织将我国大学的优势专业课程推向国外，也缺乏将外国学生吸引到我国的来华留学中介。总之，由于缺乏与国外教育机构争夺国际教育市场的体制与强有力的中介实体，导致我国在教育服务贸易中存在一定的盲目性，全方位开展教育服务贸易需要在市场建设和机构健全方面做出更大的努力。

5 教育机构缺少优质教育资源

教育产品质量较低

教育产品的质量直接决定教育服务的国际流向，是决定教育服务贸易竞争力的决定性因素。从世界留学生的分布来看，留学生主要集中在高等教育发达国家的颇有声望的知名大学中，因为这些大学拥有高质量的教育产品。美国作为世界经济、政治强国，长期以来其高等教育发展水平处于世界前列，被公认为世界教育最发达国家，优质的高等教育质量是其获取国际教育市场优势的关键因素。在国际上，美国最有声望的大学被认为是世界上其他任何国家的大学都比不上的，留学生数量最多的十所大学中，有八所大学属于美国最有声望的大学，这些大学中留学生数占全校学生总数的比例普遍达到 15% 以上。^① 美国高等院校设置的学科专业名目繁多，达 2000 种左右。美国教育之所以蕴涵巨大生命力，是因为随着科学技术的发展和时代的进步，其新兴学科和边缘学科层出不穷。美国教材的丰富程度和更新速度在世界

^① Michael Flows, Costs and benefits of foreign student to the US, Do we face a problem? Conference on Foreign students on US Campuses, 1995, (4): 77.

上首屈一指。同时，其教学手段及教学方法等，也都不断地得到更新。此外教育产品的科技含量，直接影响到对外国留学生的吸引力。美国和英国之所以能够吸引世界上将近一半的留学生，很大程度上就是因为其教育产品具有无可比拟的高科技含量，这里的高科技含量是指教育服务所能提供给受教育者的先进思想、知识和技能的数量。从我国出国攻读研究生学历的留学生占绝大多数的现状可以看出，国外高科技含量的教育产品对吸引高层次的留学生尤显重要。同样，英国也是教育服务贸易的出口大国，英国以优质的教育质量在全世界享有盛誉。英国实行一套独特的质量保证体系，拥有成熟完善的教育制度。英国各教育机构均制定了明文章程来确保所授课程的高质量，他们课程更新很快，一年左右就要重新修订一次。英国拥有像牛津、剑桥这样的世界一流大学，其教育产品质量也是世界一流的，所以即使实行昂贵的全成本收费，其教育对留学生依然充满吸引力。英国在过去 50 年产生了 44 个诺贝尔奖获得者，尽管英国人口占世界人口的 1%，但它却拥有世界上 8% 的科学出版物，世界上引用率最高的出版物中 13% 是英国的。美国在 20 个主要的科学研究领域，处于领先地位，而英国在 15 个领域的引用率居第二位，在任何一个学科都不低于第五名。^① 可见这些国家教育产品的科技含量非常高。另外，法国、德国和日本的教育也非常发达，其教育产品的质量都处于世界前列。

与之相比，我国陈旧的教育体制，使得教育机构的教材、教学、课程和专业等都是几年、十几年甚至几十年一贯制。我国高校教学内容和课程体系虽几经改革，但内容陈旧、结构不合理、

^① 潘发勤：“英国高等教育：优势、挑战与对策”，《比较教育研究》，2004 年第 2 期。

人才培养模式落后的状况依然存在。具体表现在专业知识和内容陈旧、学科内容更新慢和教育产品科技含量不高等方面。无论在自然科学、技术科学还是人文社会科学领域，与国际先进教育水平相比，存在着相当大的知识差距，知识陈旧、课程落后已经成为我国吸引留学生的巨大障碍。这些要素得不到及时的改革和更新，在很大程度上影响了我国教育产品在国际教育市场中的竞争力。

师资队伍整体素质低下

教师质量是保持教育机构声望和地位的最重要因素。最优秀的教师能够吸引最优秀的学生，做出最高水平的研究成果，取得最大限度的外界支持。优秀教师是教育质量的保障，教育质量是学校参与竞争和争取生源的基础，没有品质优良的教育服务，教育机构同样无法在教育市场的竞争中求得生存和发展。因此，在“入世”大背景下，教育机构办的好坏、水平高低，很大程度上取决于这所学校的教师阵容，国内外一些有名望的教育机构都拥有比较雄厚的师资力量。在国外，以培养本科生、研究生为主要任务的普通高等学校，多数教师要求具有受过六年以上高等教育（相当于硕士以上学历）的学历。现今发达国家的高等学校教师绝大多数具有博士学位。1950年美国大学中拥有博士学位的教师为37%，到1970年达到50%，美国规定申请助理教授及以上职位者，必须具有博士学位，只有最低职位讲师才允许仅具有硕士学位的人竞争。而美国著名学府的教师几乎100%都具有名牌大学的博士学位。在“研究型”的大学（或能授予博士学位的大学），高学历的教师人数比例比一般大学高。整个高校教师队伍的学历结构都向高学历方向发展。德国明确规定高等学校的教授、助教必须具有博士学位。1980年，德国高等学校的教授占教师总数的33%，助教占教师总数的1%左右。法国明确规定，

高等学校的教授、讲师必须具有博士学位，助教必须具有硕士学位，甚至规定正式助教也要具有博士学位。1983年，法国高校教授、讲师占教师总数的70%左右，反映了高校师资队伍的高学历趋势。日本高校师资队伍的高学历趋势也日益明显化。1989年日本高校专任教师中，具有博士、硕士学位的教师占教师总数的74%；短期大学教师中，具有博士、硕士学位的占教师总数的35%以上，其中博士生占14.7%；高等专门学校的教师中，具有博士硕士学位的占教师总数的43%以上，其中博士占10.1%。目前，日本高校师资队伍中，具有硕士及以上学位的教师已达98%。

我国教育机构与之相比差距很大。如在国内高等教育较为发达的北京，1998年教育部直属高校专任教师中具有博士学位的人仅占13.36%，具有硕士学位的仅占36.22%，博士所占比例最高的清华大学也只有30.75%。表6-1中所列的是1998年北京地区若干著名学府的教师学历结构，从中可以看到我们和上述国家之间的差距。

表6-1 1998年北京部分高校专任教师学历结构(%)

学校名称	博士所占比例	硕士所占比例	其他人员所占比例
清华大学	30.75	29.52	39.73
北京大学	29.24	29.77	40.99
北京科技大学	16.13	42.13	41.74
中国人民大学	13.51	47.72	38.77
北京化工大学	7.10	31.51	61.39

教育机构资金实力薄弱

经济是基础，经费是教育机构教学活动出人才、科研活动上水平、社会服务出效益的前提条件。不管是开展教学活动，还是

进行科研活动，或是从事社会服务，都离不开资金的启动。有了巨额的经费，可以吸引一流的学者，可以添置先进的仪器设备，可以购买最新的图书资料，可以为教育机构的教学、科研及服务提供有力的物质保障，从而保证高水平的教育质量。世界上有名牌的大学，无不以雄厚的资金实力作为保障。雄厚的资金是世界一流大学保持科研水平长盛不衰的重要原因，也是它们获得成功的基础所在。正如马丁·特罗所说的：“对于由大学自由支配使用的充足的经费的重要性，以及这种特权对革新和创造的意义，无论如何估价也不过分。其他院校没有或很少有这样的资源，这是与著名大学在学术环境方面的一个明显差别”。^① 美国主要研究型大学由于有充足的经费保证，因此不断在科研和高级人才培养上做出重大贡献。反过来说，也正由于它们不断做出重大贡献，经费才滚滚而来。这种“马太效应”^②使它们保持着世界一流大学的地位。美国实行多元化筹措高等教育经费，其中政府拨款是最主要的来源，此外接受教育捐赠、本国学生学费、招收外国留学生学费、利用科研专利筹措办学经费、校企合作获取资金等都是高等教育经费的来源。其中招收外国留学生和收取本国学生学费所得，达到美国高等教育经费的16%。^③ 美国大学经费来源中，政府投入仅占39.04%（联邦12.3%，州24.14%，地方2.6%），而政府以外的投入要占到60.96%（其中学费收入占26.5%）。如美国1995年统计共有大学3700所，其中私立大学占55.8%，私立大学在校生占总数22%左右，公立大学政府投

① Burton R. Clark, "Perspectives on Higher Education", University of California Press, 1984.

② 圣马太说：“赋予有者，他将更富，取自无者，即使他穷。”——Burton R. Clark, Perspectives on Higher Education, University of California Press.

③ www.edubrand.org. 2003. 5. 5 美国多元化筹措高等教育经费。

入占 55%，私立大学政府拨款占 18%，其他的为多渠道筹措。可以看出，国外私立学校办学的高比例以及办学经费来源渠道多样化一定程度上保证了教育经费的充足供给。

我国教育经费投入不足严重制约了教育水平的提高，相对于国民巨大的教育需求，高层次、高质量教育机会明显不足。我国原有的教育管理体制一直采用单一的财政拨款体制，政府是教育的唯一投资者、管理者，这加大了政府的财政支出负担，例如 1991 年，全部教育投入中政府财政性投入占 84.5%，2001 年时仍然占到 65.9%，政府以外的教育投入在这两个年份仅占 15.5% 和 34.1%，^① 我国单一的财政投入体制制约了大学经费的来源。而且从教育机构的角度来说，单一的投资结构阻碍了教育机构开辟新的融资渠道，难以获得更多的办学资金。我国教育经费的短缺与我国单一的教育投入体制及私立学校不发达有很大关系。所以说，加入 WTO 使我国教育投入具有了一种新的意义，使这一问题的解决显得更加紧迫。增加教育投入，首先是要继续加大各级政府财政对教育投入的力度。因为政府财政投入是教育经费的主渠道，教育的国际竞争主要是也必须是一种国家行为，并且这些年来我国国民经济的持续发展和国家财政状况的逐渐好转，也为增加教育投入提供了更加有利的条件。同时，还要采取有效措施、制定合理政策，吸引国内更多的民间资金投向教育事业，这就需要有利的政策引导和对教育投资利益的明确保障。除了资金缺乏成为制约教育质量提高的因素外，教育机构开展境外办学形式的教育服务贸易也需要大量的资金做后盾，所以资金的缺少直接制约了教育服务贸易的深入发展。

教育信息化水平不高

^① 根据 2001 年中国教育统计年鉴中的数据计算得出。

现代远程教育可以帮助教育机构抢占市场份额，确立市场地位，教育信息化程度的高低，对国际教育服务贸易发展有直接影响。进入 20 世纪 80 年代以来，人类已快步迈入信息技术革命的时代。以卫星通讯和网络为代表的远程传媒技术的迅猛发展和世界范围内信息高速公路的建设，使远程教育系统日臻完善，从而直接推动了全球化教学的实现。近年来由于众多的大学热衷于开展多种形式的远程教育，纷纷把课程搬到电视上或网络上或刻写在光盘上等等，人们可以灵活地选择自己喜欢的课程，以自己喜欢的方式进行学习，学生可根据自己的意愿通过网络选修世界上任何大学的课程，甚至在同一段时间内选修几所大学的课程，只要考试合格照样可以获得远在千里之遥的名牌大学文凭，而无须踏足校园，所以跨国远程教育的潜力无比巨大。信息技术在教育服务领域的广泛运用，带来了教育服务新的贸易方式，大大地扩展了教育服务贸易的范围。

国外远程教育发展较早，已经形成了比较成熟的远程教育技术，编制了符合现代远程教育特点与要求的网络教材，形成了比较稳定的现代远程教育体系。以美国为例，美国政府曾宣布要把教育广泛架构在 Internet 上，^①把每一间教室和每一个图书馆，都连到 Internet 上。1998 年国家投入 510 亿美元的巨额预算用于实施克林顿教育行动的宏伟计划，旨在使每个公民都能利用信息技术进行终身学习。美国教育部投资 7800 万美元用以建立网上课程，为了实现克林顿政府宣布的计划，国家用于网络教育每年开支达 100 ~ 200 亿美元，美国这一举措旨在为美国教育界抢占教育国际化新的制高点做准备。美国大学的计算机普及率几乎是每个学生拥有一台电脑。1997 年至 1998 年统计显示，美国 5020

^① “网络教育周游列国”，《每周电脑报》，2001，2，22，第 17 版。

所大学中，34%的高校提供远程教育；万人以上的400所大学中有87%开展远程教育。粗略计算约有166万学生已注册接受各种远程教育，占在校生的11%。目前，美国通过学习网站学习的人数正以每年300%的速度增大，有60%的企业通过网络对员工进行培训和继续教育。

日本政府于1999年7月提出“教育的信息化工程”报告，确定的目标是“到2005年，全国所有学校的每个教室都配有电子计算机，并能够接通国际互联网”。同年12月19日，日本首相决定并公布了“新千年工程”，其中第一项便是“教育的信息化”。2000年文部省又据此提出“信息化教育立国工程”的报告。^①目前，日本的大学校园网都已接入了国际互联网。大约64%的学校为全体教职员提供了网络账号，66%的学校为管理人员提供了网络账号，61%的学校为本科生提供了网络账号，48%的学校为研究生提供网络账号。加上按照用户要求建立网络账号的比例，总的来说有90%的学校为教师和学生提供了网络账号。在日本有74%的学校为教师提供了个人电脑，其中为学生提供电脑的比例本科生为6.4%，研究生为15.2%。日本很多学生有自己的个人电脑。^②

就我国而言，从1998年起教育部先后批准67所高校开展网络远程高等教育试点，有力地促进了远程教育的发展。但我国与发达国家相比，无论在技术力量、管理方式、发展经验方面都有很大的差距。由于现代远程教育发展时间不长，我国基本上还处于探索与实验阶段，在信息处理技术、网络传输、招生管理等很

^① www.edubrand.org. 2003.7.5, 一些国家的信息化发展战略。

^② 郭文革：“本土化：国际高教信息化现状与发展趋势——高等教育信息化国际研讨会综述”，《开放教育研究》，2002年第5期。

多方面还缺乏系统的理论指导。对跨境交付方式提供教育服务，尽管我国没有做出承诺，但它对我国高等教育也会产生潜在的影响。网络教育本身具有任何时间、任何地点以及个性化的特点，很容易跨越国界，绕过现行的教育管理体制，加上发达国家的文凭、课程设置、教学内容、教学方法的吸引力，因而会对高等教育产生深刻的影响。计算机普及率偏低也是阻碍我国远程教育发展的重要因素，从上文可以看出教育发达国家的计算机普及率比我国高出许多，到 2001 年 9 月，我国中小学（不含中等职业教育学校）约有 294 万台计算机，平均 67 人只有一台。独立建制的小学仅有 10.33% 开设了信息技术教育课。按现在的投入水平和推进速度，我国至少需用 10 年左右才能基本普及信息技术教育。我国教育行业信息化经费主要靠国家财政拨款，由于资金匮乏严重影响了信息化的进程，使得信息化发展缓慢。

从以上分析可以看出，教育发达国家之所以有庞大的教育服务出口规模，不仅是因为教育机构拥有雄厚的教育实力，还在于他们拥有市场化的经营理念，明确的战略目标，科学的营销手段以及健全的政策体系。政府政策的鼓励与配套措施的实施，使这些国家的教育服务在国际竞争日益激烈的今天能保持持续的增长态势。相比之下，我国在对教育服务贸易的思想认识、政府政策支持力度、教育服务贸易管理、相关市场发育程度、教育机构本身缺少竞争实力等方面存在不足，加快我国教育服务贸易的发展，扭转目前处于劣势的竞争势需要在上述方面不断完善和改进。

二 中国国际教育服务贸易比较优势分析

我国教育服务整体竞争力与国外主要教育发达国家相比，存

在着绝对的差距，但在以下方面，同样具有开展国际教育服务贸易的比较优势。在同国外教育机构竞争中，这些优势是必不可少的重要资源，是我国开展国际教育服务贸易的出发点。

1 本土文化的相对优势

教育机构的竞争优势有赖于教育机构具备的学科、师资队伍等方面的优势，同时，在很大程度上还取决于社会人文环境、社会群体的价值观等方面。我国教育服务提供者比较了解国内教育消费的需要，也就是说，国内的教育服务提供者能够更好地提供适合中国学生消费者的教育服务。这些优势都源于业已形成的本土化的教育服务模式，由于我国各地经济发展水平程度不一，在对教育的需求方面也呈现出多样化的趋势。任何一个外国教育机构进入我国市场需要有一个准备时间，来了解我国复杂的教育需求状况、我国的文化市场。也就是说，任何一个“外资”的本土化都是一个耗时费力的过程。而国内的教育机构不存在这样的问题，能够有针对性地提供具有本土化特色的教育服务。

2 一定的学科优势

与教育发达国家相比，我国大学的理、工类学科落后于发达国家的大学，在这些学科上，我们对外国留学生吸引力不大，但我国在一些学科领域有特定的优势。首先，我国有其他国家不具备的特有学科，如中文、历史、哲学、建筑、中医等学科力量雄厚，在国际教育市场上有一定的竞争力；其次我国在国际科技教育领域明显地占有一席之地，包括一些新兴学科，处于世界领先地位，很多院校在师资、经验、设备等方面名列前茅，多年来一直吸引着大批国外学者；最后，我国有些学科如机械、水电、能源等应用性强的学科具有相对较高的发展水平，对许多与我国经

济发展水平相近或落后于我国水平的发展中国家学生来说，有很大的吸引力，这种潜在的留学教育需求量也很大。因此，应当充分利用我国在国际教育市场的独特资源优势开拓国际教育市场，扩大教育出口。

3 价格优势

教育产品的国际价格是指学生出国完成全部学业所需支付的全部费用的总和，包括报名费、学费、生活费及其他日常费用。在国际教育服务市场，国家与国家之间的教育产品价格相差很大。教育产品作为特殊的商品，它的价格不完全由市场供求来决定，而是受到下面两个关键因素的影响，一是各国劳动力价格及消费水平的高低，比如我国的教育产品价格只相当于美英两国的四分之一左右；二是国家的教育政策，比如法国和德国不向学生收取学费，他们的教育产品价格要比美英两国低得多。从教育产品的价格来讲，法、德、中三国优势比较明显，尤其是我国的优势最明显。

综观世界各国针对留学生的收费政策，美国、英国和加拿大对留学生收取高学费。美国的私立大学是世界上收费最昂贵的大学，这一点即使对国内学生也是如此。尽管存在某种程度的奖学金资助以缓解学费之高，但显然是杯水车薪于事无补。美国公立大学是很典型的对国外学生和国内非本洲学生收取高额学费的大学。美国教育的三大支柱之一是海外留学生，1970年，美国大学的学费占全校财政来源的比例为20.5%，1986年则上升为22.4%。

英国政府自1980年开始大幅度削减教育经费，取消了对海外学生的学费优惠措施，并对海外留学生收取全额培养费(FULL COST)的政策。在英国的大学里，来自英联邦58%的学

生靠自费，如果有非英联邦学生到来，对其收费会比英国本国学生或欧盟学生高出许多。1971年，英国大学的学费占学校财政来源的比例为6%，1986年则上升为14%。

以本科学历理科学费为例，在英国每年学费需5 700~8 900英镑，合人民币7万~10万元，生活费一年5000英镑，合人民币5万~6万元；在澳大利亚，根据学校有所不同，最低和高中差不多，每年也是11 000澳元，最高可达18 000澳元，折合人民币为4万~8万元，生活费一年需要10 000澳元，合人民币每年4万元；在日本大学费用每年大约100万日元，合人民币7万元左右，日本的生活费也比较贵，每年约100~120万日元，合人民币7~8万元；德国的大学费用全免，只需要缴纳每学期注册费约150马克，合人民币500多元，生活费每月约600~900马克，合人民币3000元左右。一年大概需要4万元人民币。^①我国目前执行的留学生收费政策是1997年颁布实行的《自费来华留学生收费标准》规定，根据该规定，文科类专业本科大学生每学年14 000~26 000元，理科和工科类专业比照文科相应类别学费标准上浮10%~30%，在我国留学的生活费用相对国外也低得多，虽然较之于对待本国学生，我国对待来华留学生实行的也是高收费政策，但与国外相比，我国有着明显的价格优势。

4 华语优势

进入21世纪，随着中国经济的飞速发展和国际地位的日益提高，汉语的国际化趋势日益增强。汉语，因其承载着中华民族深邃、悠久的文化底蕴，成为令人向往的热门语言。据统计，目

^① “留学热点国家费用比较”，《中国教育年鉴》，2002，第827页。现在这些外币与人民币比值已不同。

前全世界有 85 个国家的 2100 多所大学在教授中文，另有不计其数的中小学、社会办学机构也在开展汉语教学，学习中文的人数已达 3000 万人，学习汉语的国家分布也极其广泛。^① 日本在学习汉语的人数、开设汉语教学的学校数和聘请我国汉语教师的人数等方面均在世界各国中名列第一。目前，全日本有约 100 万人在学习汉语，95% 以上的日本大学都将汉语作为最主要的第二外语；韩国 1992 年开设中文系的大学为 90 余所，目前已增加到 200 余所，开设汉语课的中学达 120 余所，另有 100 多个社会汉语教学机构，超过 50% 的企业愿意优先录用懂汉语的求职者，来华留学的人数每年超过 2 万人，成为各国之中来华留学生人数最多的国家；澳大利亚统计局 2002 年 11 月 19 日发表的 2001 年人口普查最后一期报告称，中文已成为澳大利亚第二大语言。调查报告指出，全澳讲中文的人口有 401 357 人，占总人口的 2.1%，超过意大利裔移民（1.9%）及希腊移民（1.4%）。中文一跃成为澳大利亚最大的外语语种；更令人兴奋的是，资料显示，美国国内高校学中文的人数是所有外语语种中增幅最大的。由于美国与日本的经济联系密切，过去美国人学习最多的东方语种是日语。但近年来，美国东西海岸的一些大学学汉语的人数有赶超日语的势头。哥伦比亚大学汉语专业已是该校最大的外语专业，学生超过了 400 人。中国的日益强大和中国文化特有的魅力使国际市场对汉语语言有巨大需求。华语教育的最重要的基地就是中国大陆，目前国际市场学习华语的人越来越多，对学习华语的需求越来越大，我们要充分利用这种需求，大规模地接受外国留学生，并通过跨国办学的方式直接到国外提供华语教育服务，这就是我们的优势。目前，中国汉语水平考试（HSK），已拓展

^① <http://www.china.org.cn/chinese/EDU-c/183526.htm>。2002，8，2。

到世界 26 个国家，并且国外还有近 20 多个城市在申请设立新考点。2002 年，国外报名参加汉语水平考试的人数达到了 18 528 人，比 2001 年增长了 44%；国内参加考试的外国人达到 38 219 人，比 2001 年增长了近 48%。因此，在发挥华语优势输出教育服务的同时，我们应当以此为基础带动一大批外国留学生来我国学习专业课程。

5 区位优势

从表 6-2 可以看出区位因素是影响留学生流动的主要因素之一，美国的外国留学生来源最多地区是亚洲地区，占 61%，其次是欧洲地区，占 15%。德国外国留学生来源最多地区是欧洲本地国家，占 46%，其次是来自亚洲地区，占 37%。英国的外国留学生来源最多地区是欧洲本地国家，占 47%，其次是来自亚洲地区，占 36%。法国的外国留学生来源最多地区是非洲地区国家，占 52%，其次是来自欧洲本地国家，占 26%。俄罗斯的外国留学生来源最多地区是亚洲地区，占 54%，其次是来自欧洲地区，占 40%。日本的外国留学生来源最多的地区是亚洲地区国家，占 89.5%，其次是来自欧洲地区国家，占 3.7%。从这些数字可以看出，德国、英国、俄罗斯和日本的外国留学生，都以来自本地区国家为主。法国的外国留学生的多数来自非洲国家，而这些留学生的多数是来自地中海对岸的阿拉伯非洲国家，法国也是地中海沿岸国家，这些国家与法国仅仅隔海相望，这是一种区位关系。美国的外国留学生的多数来自亚洲国家，亚洲国家的多数国家与美国是太平洋两岸的国家，虽然相隔距离遥远，但没有任何国家横在期间，这也是一种区位关系。所以，区位因素在法国和美国的外国留学生来源上也发挥着重要作用。在接受外国留学生比较多的发展中国家，区位因素同样发挥着重要

作用。例如，1995 年约旦外国留学生来源最多的国家依次为巴勒斯坦、马来西亚、也门、阿曼、伊拉克、叙利亚、沙特和苏丹，这 8 个国家的留学生总数占约旦接收的外国留学生总数的 89%，这些国家的多数是与约旦相邻的国家。^① 所以不论发达国家还是发展中国家区位因素在决定留学生的流向方面起着较为重要的作用。

表 6-2 接受外国留学生最多的几个国家留学生来源地区分布^②

类别	欧洲	北美	大洋洲	亚洲	南美洲	非洲
美国	15%	5%	1%	61%	11%	8%
德国	46	0.9	0.2	37	2	4
英国	47	7	0.9	36	1	7
法国	26	4	0.1	14	3	52
俄罗斯	40	0.4	—	54	0.7	5
日本	3.7	2.3	0.9	89.5	1.5	1.3

虽然留学生教育市场中有 90% 是受英语为母语的国家所垄断，英国、美国、澳大利亚和加拿大是主要竞争对手，但从流向看，受地域临近和同属东亚文化圈优势的影响，很多东南亚国家如韩国、日本、马来西亚的学生都愿意来我国留学。就我国教育服务贸易的发展现状而言，同样能说明区位因素对教育服务贸易的重要影响。近十多年来，亚洲始终是我国留学生的主体，而且近年来增长速度明显加快，而亚洲地区也多是世界留学生的输入大国，我国对招收亚洲留学生有着独特的区位优势。

^① 《率先实现首都教育现代化—北京教育发展研究报告 2002 年卷》，红旗出版社，2003，8。

^② 资料来源：《率先实现首都教育现代化—北京教育发展研究报告 2002 年卷》，红旗出版社，2003，8。

6 后发优势

所谓后发优势，其基本内涵是发展中国家在实现现代化过程中，由于有早发现代化国家成功的经验的“示范作用”和早发现代化国家积累的科学技术、较为成熟的计划、生产设备、组织结构、管理经验及各类人才等现代化文明成果可供借鉴，所以后发国家在实现现代化比早发国家具有优势，发展速度会大大加快。经济史学家格申克龙在其论文《从历史观点看经济落后》（1952）中指出：“正是由于落后国家的落后，他们发展过程的许多方面将会根本不同于先进国家。”^①格申克龙认为，后发国家具有“后发优势”。根据这种理论，一国越落后，它通过模仿发达国家迅速增长的余地就越大；越晚实现工业化，其工业化的速度可能会越快。这在教育领域同样适用。与国外教育发达国家相比，我国高等教育服务的竞争力相对较弱，伴随着国际教育服务贸易的迅猛发展，我国高校不可避免会受到外国教育机构进入的冲击。但是，在竞争激烈的同时，对于发达国家在其教育发展中积累的经验教训，我们可以拿来参照和借鉴，我们利用和他们合作与交流的机会引进国外优质的教育资源，如课程体系、教师、教学方法、教学手段、管理模式、评估体系等，借助国外的教育经验、教育产业观念和成熟的教育产业市场化运作经验，来提高我国教育水准，可以有效地节省发展的成本，加速我国教育机构对发达国家教育机构的追赶。

以上是我国开展国际教育服务贸易的比较优势，但是任何一国的比较优势都不是一成不变的，都将随着要素供求状况的变化

^① 转引自孙立平：《传统与变迁》，黑龙江人民出版社1992年版，第185页。

而发生变化。随着时间的推移，竞争的加剧，有些比较优势将逐渐丧失或改变。面对我国加入 WTO 后的新形势，要掌握新一轮竞争的主动权，赢得更大的发展空间，既取决于对我国教育服务比较优势的挖掘与培育，也取决于将比较优势转化为竞争优势。

三 提高我国教育服务贸易国际竞争力的对策

1 提高教育服务贸易国际竞争力的国家对策

以提高国际竞争力为目标，树立新的教育理念

树立教育应当适当超前发展的观念 对于一个国家的发展，教育具有基础性的地位。立足于改革开放和社会主义现代化建设的全局，面临经济全球化和加入世界贸易组织所带来的挑战，教育对我国经济和社会的发展居于先导性、全局性的地位。所以要从根本上确立教育优先发展的战略地位，坚持“科教兴国”的战略方针，加快我国各级教育的发展。

以增强国际竞争力为目标，建立新的教育理念 从超越民族国家的层次上、从全球的角度、以开放的态度理解教育，为了教育的进步积极参与到世界的全球化当中去；同时又要从中国的国情出发，以增强国际竞争力为目标，把经济改革发展和教育改革结合起来，建立新的观念，包括全球观念、竞争观念、危机意识和创新观念。在教育改革中，转变观念是当务之急，没有教育观念的转变，教育改革难以实现。转变观念，最重要的是树立正确的教育观、人才观和质量观，同时彻底改变闭关自守的局面，树立国际教育竞争的理念。要加强教育服务国际化、全球化的观念，认识到教育服务产品不仅要进入国内教育市场，而且还要打入国际教育市场，参与国际教育服务贸易的竞争，并且要以自己

的竞争实力争取一定的市场份额。

强化品德教育和民族精神教育 文化的力量、道德伦理的力量，已经成为竞争力和国力的重要组成部分，中华民族的优秀文化传统和民族精神是我们的宝贵财富，在对外经济活动中，更应该讲求人格、国格，讲究品位和现代精神文明，讲究民族尊严，讲求公共道德和遵纪守法的自觉性。青少年一代是最具有活力的一代，也是思想最活跃的一代，他们所面临的国际国内环境也是最复杂的。2000年，江泽民同志在关于教育问题的重要谈话中重申，“教育是一个系统工程，要不断提高教育质量和教育水平，不仅要加强对学生的文化知识教育，而且要切实加强对学生的思想政治教育、品德教育、纪律教育、法制教育。……加强和改进教育工作，不只是学校和教育部门的事，家庭、社会各方面都要一起来关心和支持。”^① 为了在未来能担负起振兴中华的使命，21世纪的中国学生在应对来自开放的世界中的各种挑战的时候，除了学习科学文化知识，具有科学的精神、创新的精神以外，还要具有收集处理信息、批判分辨问题的能力，同时还要树立起正确的世界观、人生观、价值观。为此，面临更加开放的世界体系，我们在WTO新的体系下，政府、学校、家庭和社会各方面应当积极合作，全面推进素质教育，把德育摆在重要的位置，把德育、智育、体育、美育有机地统一起来，共同形成有利于青少年身心健康成长和社会发展的社会环境。

此外，教育系统在加强社会主义精神文明建设，宏扬民族优秀文化传统，在全社会形成共同的理想和精神支柱上起着重要的作用。我们在加强社会主义法制建设的同时，必须加强社会主义的道德建设。在教育系统当中，要坚持社会主义的办学方向，坚

^① 《光明日报》，2001年2月1日。

持爱国主义、集体主义的思想教育，从我国目前的情况出发，建议本着从实际出发、讲求实效的原则，对思想品德课和政治理论课进行必要的改革。在教材方面，要改变古板的模式，增加一些时代感强的内容；在教学方式上，防止僵化的教条主义，多采用灵活生动、易接受的方式。

重新定位政府职能，规范政府管理作用

经济学家刘易斯说过，没有一个国家不是在明智政府的积极刺激下取得经济进步的。在一个国家经济贸易发展和国际竞争力提升中，政府发挥着重要作用。中国在新世纪全面提升国际竞争力，关键是全面发挥政府管理的积极主导作用。强化政府的公共管理与服务职能，根本上是在提升国际竞争力的框架下，在核心竞争力、基础竞争力、环境竞争力内部和外部关联上，充分体现以人为本的竞争力成长的可持续发展轴心。政府的首要任务是对包括教育服务在内的一些竞争力比较弱的幼稚服务业和战略性服务业进行政策保护，防止国外服务提供者对国内服务业的过度竞争，保证国内经济贸易的平稳过渡。在政府与学校的关系上，要明确政府的宏观管理职能，实行政校分开，建立学校独立法人制度，并在此基础上，政府加以规范和引导，使学校具有相应的经营自主权。政府在教育中的主要作用要放在平衡贫富地区教育资源的差异，引导教育市场的规范化运转上。同时，政府要创造高校之间建立有效的竞争机制的环境，突出改革教育人事制度、财政制度、成本核算制度。要广泛动员和吸纳全社会对教育的投入，积极大胆鼓励个人、团体、行业、企事业单位自筹资金依法办学。要重视发展民办高等教育，以促进国立、公立、私立学校并存的有效竞争机制的形成。

深化教育体制改革

继续深化办学体制改革，积极鼓励多种形式的社会办学。加

快教育体制改革步伐，继续推进办学体制改革，不断探索教育发展的新机制。进一步转变政府职能，着重创造有利于教育发展的政策环境和体制基础；要打破政府包揽办学的格局，广泛动员和筹措一切可利用的社会资源，逐步建立起政府办学与社会各界参与办学相结合的新格局。强化政府对义务教育的责任，加大各级财政对公共教育的投入；调动社会各界的积极性，以多种方式参与办学，完善有利于民办教育健康发展的激励政策；鼓励民办高校的建立，积极促进国际合作与联合办学，实现教育与国际接轨。

深化教育管理体制改革，进一步转换管理方式。巩固高等教育管理体制成果，加快省级高教管理体制和布局结构的调整，继续按照“共建、调整、合作、合并”的方针，建立健全中央、地方两级管理，以地方为主的新体制。加强省级政府的统筹力度，因地制宜地制定本地区高等教育结构、发展模式和布局规划，形成与区域经济发展相适应的新格局。新合并组建的高校要抓紧内部管理体制变革，尽快推进实质性融合。进一步理顺政府和学校的关系，依法落实高等学校办学自主权，扭转教育管理体制上高度集中、统得过死的局面，逐步形成分级办学、分级管理的新体制。

积极倡导终身教育，努力构建学习化社会。阿尔温·托夫勒曾指出，“扩大人的适应能力，这是后工业革命时期教育的中心任务”。^①终身教育是不间断造就人、不断扩展其知识与才能以及

^① 阿尔温·托夫勒著，秦麟征等译：《未来的冲击》，贵州人民出版社，1985年。

不断培养其判断能力和行动能力的过程。^①“终生教育”成为教育的重要方式，首先是因为知识老化周期缩短，终生职业不复存在；此外，知识生产在时间上的灵活性，也为这种教育提供了前提和条件。目前西方发达国家很重视联合国教科文组织提出的“继续工程教育”，即已经接受过大专以上的高等教育并已在工程和技术岗位上工作的技术人员、管理人员进一步接受最新知识的教育。据有关统计，目前法国政府在这方面支付的经费约为全国普通教育经费的 25%，美国每年有 15% 的工程师接受继续教育，人均教育经费超过 3000 美元。终生学习是当今社会发展的必然趋势，要逐步建立有利于终生学习的教育制度。大力发展继续教育、岗位培训和其他形式的成人教育，开辟多样化的人才成长道路，逐步完善终生教育体系。要充分利用各种社会教育资源，形成横向联合、纵向沟通的社区教育网络，推进学习化社区的建设。

提高教育信息化水平。现代远程教育可以帮助教育抢占市场份额，确立市场地位，还可以加速不发达地区教育的发展提高教育的整体实力。教育界应与信息产业界结合，长足发展远程教育事业。在教育中应用信息技术是适应以知识为基础的经济的一个关键战略，20 世纪 90 年代的一个标志性变化就是信息技术的学习和应用迅速进入各国的大中小课堂内外。新加坡政府 1997 年拨款 20 亿新元，在全国 365 所中小学推行“能手计划”，普及信息技术教育。由于电脑和网络的出现，远程教育有了本质的改变。1995 年，美国有 44% 的 2 年制和 4 年制学校提供了远程教育课程。而我国目前在这两方面都是比较落后的。因此，我们要

^① 联合国教科文组织国际 21 世纪教育委员会报告：《教育——财富蕴藏其中》，教育科学出版社，1996 年。

大力推进教育信息化基础设施建设，研究改进中国教育科研网的运行机制，建设和完善中国教育科研网高速宽带网和卫星传输系统。通过广播电视、卫星、计算机网络等多种形式，加强中小学教师的信息技术培训，推进以多媒体为重点的现代教育技术的运用。为加快教育信息化步伐，全国已有 31 所高校开展现代远程教育。发展网络教育，逐步形成一批有影响的网络教育中心。要以远程教育网络为依托，实施“现代远程教育工程”，以现有中国教育科研网和卫星视频传输系统，充分利用现代信息技术，形成社会化、开放式的教育网络，大力提高教育技术现代化水平和教育信息化程度，为适应多层次、多形式的教育需求开辟更广阔的途径，逐渐完善终生教育体系。积极开发具有自主知识产权的教育软件，丰富网络资源，依法逐步规范教育网站。

优化教师结构，建设高素质的教师队伍。面对新世纪的需要，加强师德建设，提高教师素质，是教育改革与发展的关键。江泽民总书记在《关于教育问题的谈话》中指出：“老师作为‘人类灵魂工程师’，不仅要教好书，而且要育好人，各个方面都要为人师表。”加强和改进教育工作，抓好青少年思想教育，最终要通过校长和教师去实施。要引导教师树立正确的价值观、人才观、质量观和师生观，增强教书育人、以身立教的社会使命感，加强尊重学生、爱护学生、保护学生的责任意识。要建立健全监督机制，不断提高校长、教师的思想政治素质和业务素质，规范师德、师风。未来新型的学生给教育带来了新问题。进入 WTO 以后若干年的学生与现在的学生可能有很大的不同。他们的知识结构更加复杂，知识量更大。他们的个性突出，更加具有独立性，他们可能越发不服“管教”，对学校的枯燥生活难以适应，渴求丰富多彩的学习生活。在不改变现有操作的情况下，教学和管理的难度将会加大。教师必须更具耐心和方法，思想政治

教育必须更加注重实效。

完善教育法制建设

WTO 提出了重要的“公开性”原则，要求其成员随时公布现行的贸易政策和法规。这就必然对我国教育服务贸易提出了法规建设的要求。然而，我国在关于教育贸易法规方面仍有很大的不足，从目前而言，完善相应的法规应从以下几方面着手：

加强教育服务贸易法规建设重要性的宣传。服务贸易法规的制定是现今面临的一件大事，在制定教育服务贸易法规之前，首先着重要消除两个误解：一是现在进行法规建设的任务不紧迫，没必要杞人忧天；二是认为 WTO 只涉及贸易领域，做好贸易领域的法规工作就可以了，教育法规的建设不重要。

着手制定新的有关教育服务贸易的法规。加入 WTO 后，涉及到教育产业的法规将是方方面面的，包括从教育主权、教育产权到教育合作方式等各层次的不同问题。在实际工作当中，我们要根据 WTO 有关条款的要求，对照我国的现有教育法规体系，尽快进行整理、修改和重新制定的工作。有关的法律条款大概包括的内容有：如何界定国家的教育权、教育司法权、教育行政权；现有的各类民办学校，可否允许国外教育机构参与办学，或者和国内机构合作办学？如果允许，在资格审定、质量监控、入股方式以及相关的权利与义务等问题有何规定；关于外籍教师的资格认定、招聘、录用、报酬以及其他一些事项的规定；引入国外的教育评估机构。这可能牵涉到国外教育评估机构的合法性、经营范围、合作方式等问题；对国外教育资料的使用规定，即在多大程度上，在哪些阶段，在哪些科目上可以使用国外的教育资料？

作好发布有关教育服务贸易法规的准备。按照 WTO 的要求，为增加教育服务的政策透明度和贸易活动的可预测性，我们必须

事先做好准备，以便按时以一定的方式在指定的公开刊物上公布现行的教育服务贸易的政策法规，并明确实施政策的机构和执行与监督程序。

2 提高教育服务贸易国际竞争力行业对策

充分利用国内教育比较优势向国际市场输出教育服务

与发达国家相比，虽然我国的教育竞争力在一定程度上还比较弱，但在国际教育服务贸易市场，我国所能提供的教育服务在要素禀赋方面还是有一定的比较优势的。我们要在进行仔细分析的基础上，充分理解并应用我们的优势来输出教育服务。首先，汉语是我国教育的一大特色。随着我国经济发展、国力强盛和国际贸易的开展，对汉语学习的需求越来越大，主要消费群体有：与中国有经常性贸易往来国家的留学生、中国传统文化的崇拜者和海外华侨的子女。充分发挥这一优势，我们可以大规模接收来华留学的学生，还可以在海外设立语言学院。其次，我国的工业专业技术在一定程度上存在优势。随着我国信息产业和高新技术的发展，在工业生产能力和产业结构升级方面，我们已经比部分比较落后的第三世界的国家要发展得快一些。我们可以利用技术上和专业上的优势，向这些国家输出具有相对优势的专业培训和技术培训服务。

大力调整教育结构和布局，实现教育资源优化配置

适应国民经济结构战略性调整的需要，进一步调整教育结构。在不断推进“两基”工作的基础上，加快非义务教育的发展。大力发展各种职业教育和职业培训。加快建设人才成长的立交桥，促进不同类型教育之间的融合和沟通，建立职业教育和普通教育相互沟通的教育体系。根据国家现代化建设目标对人才培养的要求，正确处理好新时期基础教育、职业教育、成人教育、

高等教育之间的关系。

根据世界经济与科技发展趋势及国内经济结构调整对人才的需求,在当前我国教育资源有限的条件下,要实现资源的合理配置,优化学科和专业建设。在我国目前的 1000 多所高校当中,设置的专业大概有 800 多个,但是总的来说划分过细,而且存在着结构不合理的现象。各学科之间相比较而言,工科专业的比重过大,文科所占的比重要小一些;在工科之中重工业所占的比例比较大,轻工业所占的比例比较小;与传统产业相关的专业占的比重大一些,而与高新技术产业相关的专业比较少。这一状况与我国目前的社会经济发展要求不相适应,不能满足我国产业结构日新月异的变化。据有关部门预测,到 2002 年,劳动力在各个产业之间的分配比例发展趋势是,第一产业 30%,第二产业 30%,第三产业 40%。所以,在高等学校的专业设置上,要增强适应市场经济的能力,考虑全国经济和社会发展的需要,统筹规划学科建设;要根据市场的需要改革学校的院系结构和学科结构,提出重点学科建设要求,要支持领先学科、重点学科和适应经济发展的学科。在专业设置上,要压缩数量,加强基础,拓宽专业面,提高适应性。加大高等教育学科专业和人才培养结构的调整力度,建立“跨学科”的科研与教学组织,抓好“通才”教育,培养具有专业知识且知识面广博的高素质人才。优化发展新兴学科,努力扩大信息技术、生物技术等高新技术类专业的人才培养规模。加大用信息科学提升和改造传统学科的力度,加快培养与世界贸易接轨的高层次经营管理人才。

加大教学改革的力度,把教学改革作为整个教育改革的核心,进一步更新教学内容与教学方法。根据经济、社会的迅速发展和科学技术的不断进步,建立调整、改革课程体系和更新教学内容的机制。改革教学方法,要改革教师单向灌输的单一教学模

式。“填鸭式”的教育方法已经过时，教育应该在使学生掌握宽厚的基础知识的基础上，训练学生以简驭繁、触类旁通的能力，培养学生的自学能力、研究能力、清晰的思维能力和表达能力以及创新能力、协作能力和组织管理能力，使学生成为“创造性”人才。

大力提升高等教育整体国际竞争力

不断地提升高等教育的国际竞争力，是一个国家增强其综合实力和国际竞争力的重要举措之一。西方一些发达国家，其国际竞争力之所以较强，很大程度上得益于其发达的高等教育。如美国的科学研究之所以一直保持着世界领先水平，主要得益于大学的科学研究，很多诺贝尔奖获得者都出自大学。近年来，美国高等院校的研究与开发工作约占全国的 10% 左右。其中基础研究占 62% 左右，应用研究占 25% 左右，开发工作占 13% 左右。与发达国家相比，我国高等教育国际竞争力还处于较低的位置。举例来说，1995 年美国高等学校毛入学率已经达到 81%。我国 2002 年数字统计，高等学校毛入学率才达到 14%。

要提升我国高等教育的国际竞争力，第一个基本问题是要进一步发展高等教育，不断扩大人才培养规模，同时保证高等教育发展的质量，提升全体国民的素质。要加强信息科学、生命科学、新材料学等高新技术人才和具有国际意识、知识结构合理、精通一至二门外国语言、熟悉 WTO 的游戏规则、具有较强竞争和合作能力的金融、经贸、管理和法律高层次复合型人才的培养。第二个基本问题是，高等学校要加强基础理论研究，加强应用性研究和科研成果转化工作。要结合社会经济发展需要开展应用研究，加大科学研究成果迅速转化为生产力的力度，促进我国社会经济的发展，为增强我国国际竞争力服务。第三个问题是，高等教育服务是 WTO 的有关服务贸易协议其中的主要内容之一，

我国高等教育必须适应世界高等教育国际化的趋势，直接参与世界范围的高等教育竞争。要通过改革、发展和进一步开放，积极创造条件，在激烈的国际竞争中争取占有更大的国际市场份额，争取更多的国际资源。

强化我国基础教育

WTO代表的不仅仅是一个经济组织，它更是代表了开放、竞争、创新、规范与自由精神，代表着世界级的竞争标准，代表着实力和领先潮流的能力。它们必须在基础教育中得到反映与实现。基础教育功能的最终表现是人才质量。就目前基础教育的管理、教学、课程开发而言，我国教育所培养的人才仍不能适应WTO的要求。我国的基础教育缺乏创新精神与竞争活力，与人民群众对教育的多种多样需求不相适应，这种矛盾在进入WTO后会更加激烈。进入WTO后，当基础教育向世界市场开放之后，原来的制度型壁垒不复存在，基础教育与外界的联系将会更加扩大，各种各样的办学方式将会涌入我国，如合作办学、外语教学等等，人们也必然有更多的选择的空间。直接入境办学的国外教育机构，很多是有着良好的国际声誉和教学质量的，如果我国的基础教育还是原来的样子，肯定不能与国外的教学机构相抗衡，原来的市场份额很快就会被抢走。因此，我们必须尽快建立适应我国社会主义市场经济的基础教育体制，做好防范的工作，主要的途径有：提高教师的素质，增加教师的知识含量和更新教学方法；加快基础教育课程的优化设置；寻求新的教育管理方法，活跃学校的氛围，增强学校的活力；积极探索“引进来”和“走出去”的道路，加强与国外的交流与合作。

3 提高教育服务贸易国际竞争力的学校对策 面向国际市场，创造满足顾客需求的核心竞争力

C.K. 普拉哈拉德和 G. 哈默在 1990 年出版的《哈佛商业评论》上发表的“公司的核心能力”一文中指出，把企业界关注的焦点从研究竞争策略转向了增强核心能力是企业战略理论的一个里程碑。显然，必须从顾客需求的角度定义组织的核心竞争力。深入理解和准确把握顾客需求的核心竞争力是组织独有的，也是最难模仿的。

创造满足顾客需求的核心竞争力，首先要贴近顾客，深入实际，理解教育消费者的教育需求及教育需求的变化趋势。其次，要建立顾客导向的组织，构建专门的为受教育者和教育需求者服务的机构，尽量满足顾客需求。再有，要及时访问顾客，理解顾客需求，随时把握教育市场的变化，是教育举办者最重要的责任。

加强学校经营职能，开发适合消费者需求的产品

随着社会的发展，消费者对教育消费的要求呈现出多元化，不仅消费者群体出现多元化，在需求层次也表现出明显的差异性，还在需求类型上体现出的多样性。在国际教育服务市场也同样如此，世界人民对教育的需求表现出多样性和层级性日益明显。这既为各国教育产品开发创造了巨大的、复杂多样的需求空间，又要求教育产品必须适应社会教育需求的不同特点及其演变趋势。随着国际教育服务贸易市场的开放，教育产品之间的质量竞争、服务竞争更趋激烈。因此，学校所提供教育服务的质量、价格是决定其在国际教育市场上能否具有竞争力的重要因素。想要在国际教育市场上具有竞争优势，学校要对教育市场开发给予高度的重视，加强经营职能，在市场实践中创立一套规范运作体系。总的来说，就是要充分重视对教育消费需求的调查研究，重视教育产品的特色开发，善于根据教育消费的变化趋势作出准确的判断和科学的决策，以适应市场需求的教育产品占领教育服务

市场。

实现人才培养模式转变

今后相当长一段时间内，我国在经济上始终面临着加快工业化步伐和迎接知识经济挑战的双重任务。随着 WTO 的临近，市场的开放迫使企业组织趋向集团化规模经营，全球经济贸易一体化的潮流促使企业积极开拓跨行业、跨地区、跨国别、跨所有制的领域，并在拓展新领域的同时，带动了产业结构的优化和社会消费结构的升级。在由传统产业向高科技产业转变的过程当中，高科技是传统产业向高科技产业实现跨越式飞跃的主要动力，同时也是高科技产业的灵魂。在行业技术的相互渗透和广泛发展中，高科技应用人才成为高新技术产业发展的生力军。行业界限的逐渐模糊和企业组织形式的不断分化，衍生出更加丰富的经济结构和领域，这对人才的多样化和可替代性人才的出现提出了迫切的要求。

要培养的人才首先是创造型人才。创造型人才在个性上有如下特点：有高度的自觉性和独立性；有旺盛的求知欲；有强烈的好奇心；知识面广，善于观察；工作中讲求理性与严格性；有丰富的想象力、敏锐的直觉；富有幽默感；意志品质出众，能排除干扰，长时间地专注于某个感兴趣的问题之中。其次是复合型人才。这类人才不仅要熟悉我国国情，具有很好的外语水平、丰富的专业知识，还要精通 WTO 规则和国际经济法律，积极参与国际事务，维护我国正当权益。再次，要培养全面发展的人才。21 世纪人才素质的 7 条标准是：积极进取开拓的精神；崇高的道德品质和对人类的责任感；有较强的适应能力和创造能力；有宽厚扎实的基础知识，有解决实际问题的能力；有终身学习的本领；有丰富多彩的健康个性；具有和他人协调和进行国际交往的能

力。即 KAP：知识、能力、人格三位一体的人才培养模式。^①

这些类型的人才从大体上可分为高层次经济决策人才、企业高级管理人才、技术人才、经营人才、国际经济法律人才和专门研究人才等等。这些人才的培养可以采取内部培养的方式，也可以采取外部培养的方式。在内部培养方面，我国长期受计划经济人才培养模式的影响，在培养复合型人才的学科专业水平、师资能力、设施条件和教学培训方法上面一直比较薄弱，在校企合作培养高层次应用型人才方面起步较晚，缺乏制度化和规范化的机制。面对经济一体化的挑战和 WTO 的要求，作为人才培养基地的高等学校应该率先成为培养高素质的复合型人才的摇篮。高等学校应当营造出有利于发挥教师和学生创造精神的良好环境，建设一批既出人才又出成果的基础研究和应用研究基地。高等学校要与企业、生产部门和服务部门的合作，广泛实行产学研结合的人才培养模式，加快科研成果转化为现实生产力的速度。外部培养是指国内机构将人员送到国外去进修或结合本国的实际，对照国际标准，与国外相关机构合作进行人员培训。这在实践中取得了很好的效果。美国普林斯顿大学、法国里昂大学等都与企业进行过合作，为企业培养人才。上海市的一些高校与国外的一些机构合作，开设涉外贸易、涉外会计等培训项目，收效很好。

建设一流大学，创造具有强劲竞争力的国际品牌

学校品牌是教育服务质量的集中体现，也是学校经营能力、经营水平、经营状况的综合反映。教育消费者一般都是通过学校知名度来认识学校所能提供的教育服务的质量高低，因此教育服务市场竞争表现之一就是品牌竞争。成功的学校无一不把品牌开

^① 黄忠敬：“WTO 与我国人才培养模式的转变”，《教育发展研究》，2001 年第 1 期。

发视同学校的生命，制定与实施各具特色的“品牌战略”，以树立学校品牌形象，并扩大品牌效应，促进品牌增值。世界一流大学是高等教育强国的标志，也是一个国家国际竞争力强弱的主要标志，更是在国际教育服务市场中占据优势地位的主要品牌。从世界一流大学的标准及目前我国大学的实际情况看，我国只有一批世界知名的大学而没有一所世界一流的大学，所以在国际服务贸易市场中不具备强劲的竞争力。也正因为如此，我们要集中经费与精力，重点建设若干所世界一流大学。

一流大学要适应经济全球化和高等教育国际化的趋势，通过进一步的改革和发展，逐步把自己建设成为综合实力更强，国际竞争影响力更大的开放性、国际化大学。要大胆改革，整合学科专业结构和专才教育模式，更新教学内容、调整课程体系、改进教学方法，吸收国外一流大学先进的教育思想和教育观念，加强国际合作、交流，不断提高精英人才的培养质量。在科学研究工作方面，要向世界一流大学看齐，创造条件建立一批具有国际先进水平的实验室或研究中心，大力开展基础性理论方面的原创性研究，并把科研成果的转化工作作为一项重点任务来抓，通过加强与企业界的联系与合作，加大将科学技术成果转化为现实生产力的力度，从而达到促进整个社会经济的发展，不断增强我国的综合国力和国际竞争力的根本目的。

第七章

中国教育机构持续竞争优势模型

比较优势是一国资源禀赋和交易条件决定的静态优势，是竞争优势的基础，只有当比较优势转变为竞争优势之后才能形成真正的出口竞争力。所以，中国既不能放弃比较优势，又要顺应国际竞争及市场需求发展的趋势，构建我国教育机构面向国际市场的持续竞争优势，为此要积极探寻在比较优势的基础上，构建竞争优势的途径。

一 教育机构持续竞争优势模型

在国际教育市场谋求持续竞争优势，是每个教育机构在教育全球化的今天应当追求的，但是持续竞争优势只是一种外在的市场表现，那么隐藏于其后的真实力量或来源究竟是什么，它们又是如何创造竞争优势呢？

本文批判性地吸收已有的战略理论，认为在 21 世纪开发教育机构的持续竞争优势需要坚持理论原则以及相关的商业和营销战略。认为教育机构竞争优势来自于两个方面，即教育机构所处的环境和教育机构拥有的核心竞争力。所处的环境是教育机构获得竞争优势的外在条件，核心竞争力是教育机构创造竞争优势的内在基础。在建立必要的模仿障碍的基础上教育机构可以获得持续的竞争优势。此外，正确合理地使用海外市场进入战略以及服务营销战略是教育机构获得竞争优势的重要支持因素。我们认为，以上五个要素共同构成教育机构持续竞争优势模型（见图 7-1）。

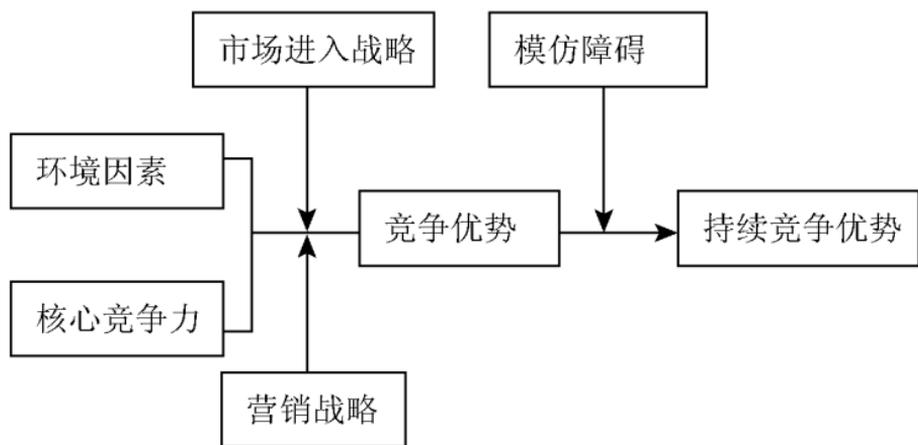


图 7-1 教育机构持续竞争优势模型

教育机构的竞争优势体现在最终的教育产品和服务上，它们无论是从价格还是创造的价值上都超越竞争对手。也就是说，教育机构通过为学生消费者提供优于竞争对手的价格或比竞争对手为学生带来更多的价值而获得竞争优势，而教育产品或服务的领先需要教育机构核心竞争力的支持。基于这样的认识，我们认为教育机构的持续竞争优势是指，在市场环境中，教育机构以核心竞争力为基础，比竞争对手更好地创造学生消费者所需的价值，而竞争者无法成功地复制教育机构所实施战略的利益或竞争者缺

乏模仿的信心与能力，从而扩大教育机构市场份额，就可以认为教育机构具有持续竞争优势。

从定义来看，教育机构持续竞争优势有以下三个基本特点：

首先认为教育机构持续竞争优势的关键在于培养和发展教育机构的核心竞争力，在进行国际教育服务贸易时，要求教育机构从自身的能力和资源条件出发，发挥自己的优势从事教育服务贸易；并不是教育机构所有的资源能力都能带来竞争优势，只有其中的核心竞争力才能形成教育机构的竞争优势，核心竞争力是获得竞争优势的内在基础。

其次，教育机构的外在环境尤其是产业环境也是竞争优势的一个来源，虽然每个教育机构所处的外在环境是相同的，但在产业环境中对自身正确的定位，以及根据环境变化，能够作出快速反映的教育机构就可以得到竞争优势。

最后，教育机构要建立可持续竞争优势，一方面要建立相对于所有竞争者的模仿障碍，教育机构在国际市场上所面对的竞争者不仅包括其所在产业中现有的显在的竞争者，而且还包括未来有可能进入的所有的潜在竞争者，只有当教育机构各种竞争优势不能被现在和未来的所有竞争者的模仿所侵蚀时，它才能获得持续竞争优势，获得和维持在国际教育市场上优于竞争对手的竞争优势；另一方面教育机构正确运用战略和商业原则是在当今国际竞争日益激烈的背景下获得可持续竞争优势必不可少的组成部分。

二 教育机构持续竞争优势因素构成分析

1 环境因素分析

一般来说，每一个教育机构都身处于某种环境当中，环境通

过市场转化为市场环境对教育机构产生影响力。古典战略理论的“SWOT”模型和波特的产业结构理论已经进行了比较清楚的说明。在输入国市场与教育机构相关的各种外部因素构成的环境，对教育机构的决策和最终获得成功产生很重要的影响。教育机构所处的环境通常可以分为两大类：一是由国民经济、政策和法律、教育体制、社会文化、市场前景、地理位置等多种因素组成的宏观环境；二是由竞争者、教育产品购买者等构成的产业环境或市场环境。产业环境相对于宏观环境而言，对教育机构的决策和经营效果具有更大和更直接的影响力，这是因为宏观环境一般不直接影响个体教育机构的决策和经营效果，而是通过产业环境来产生间接影响或发生作用。尤其对教育行业来说，教育受国家政策导向因素作用明显，所以教育机构所处的宏观环境相对于其他产业来说对产业环境的影响更大，但是总体上而言，宏观环境通过产业环境对教育机构的竞争优势产生影响。在环境因素中，教育机构竞争优势主要来自于教育机构所处的产业环境，其实质是指教育机构在其所处产业中的相对市场位势。如果教育机构能够利用有利的市场力量，避免威胁性市场力量，并根据环境的变动适时地变动其行为，那么就可以获得优势市场位势，从而获得竞争优势。教育机构所处的宏观环境与其市场环境之间的作用可以用图 7-2 简单表示。

因此教育机构在进入国际市场时，应当同时考虑教育机构所处的产业环境和宏观环境，才能作出进入目标市场的正确判断。下面对教育机构向输入国输出教育服务时，应当考虑的具体产业环境和宏观环境予以说明。

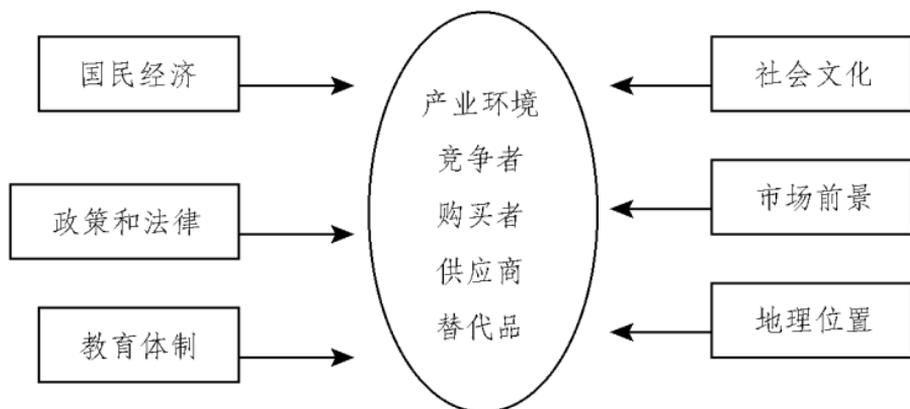


图 7-2 教育机构所处的目标国家环境

宏观环境因素分析

国民经济 国民经济水平反映了一个国家经济发展的现状和未来潜力的重要内容。输入国经济发展水平高，经济持续稳定增长，尤其人均 GDP 比较高，人均收入的持续增长为民众接受教育提供了物质保障，民众接受国际教育的可能性更大；此外，输入国国家经济对外开放度大，允许跨国公司存在，也为教育机构招收国际学生营造了良好的氛围，因为外资机构对较高级人力资源的需求，使留学生可以预期在学成后有更多的工作机会，从而有利于教育机构在国外招到更多的学生。

政策和法律 教育机构在制定市场战略时必须考虑输入国有关教育的政策和法律。各种各样的政府规章对输出国教育机构产生积极或消极的作用。许多国家控制外国教育机构进入他们教育领域的数量。一些国家则积极鼓励国外办学者来办学，如马来西亚鼓励发展跨国办学，帮助他们自己高等教育部门的成长。除了这些积极的政府政策外，也有消极的，如消极的税收政策和法律框架及签证和移民政策方面的变化，一定程度上限制了教育机构的跨国办学行为。

教育体制 输出国和输入国的教育体制越相近，在招收国际

学生时招生就越容易。例如，新加坡的教育体制与英国的很相容，每年有大量的新加坡学生选择到英国留学。教育体制问题往往涉及到留学生在一个国家所修的学分是否能得到另外一个国家的认可问题，即输出国所授予的文凭是否能得到输入国的认可。一些国家在一些专业上进行了限制，如果在输出国获得的各种学位及资格不被输入国认可时，一定程度上限制了教育机构进入输入国市场的能力。在当前普遍存在各种各样教育服务贸易壁垒的情况下，教育机构在开发国际市场时必须考虑教育体制因素。

社会文化 国际上大多数国家将教育作为教育下一代的手段，而不仅仅是传授技术技能。输出国和输入国在文化方面如果比较接近，双方开展国际教育服务就会比较顺利。比如，我国与东南亚诸国有着文化上的相似之处，所以较西方发达国家更易于与这些国家进行国际性合作，我国教育机构也易于了解这些国家国内学生的需求倾向。否则，文化上太大的差距将导致跨国提供教育服务面临各种各样的非关税壁垒，而不是通常在有形产品上的征税，因此，教育机构在开拓国际市场时，开发应对这种类型壁垒的战略对取得竞争优势很重要。

市场前景 教育机构在进入一个国际市场时需要对输入国的市场进行充分的了解，对国外市场了解得越多，则进入该市场获得成功的可能性越大，例如在输入国的招生量以及未来市场潜在需求的增长程度等。比如一些分析家认为中国和印度两个国家在整个 21 世纪对国际教育服务有很大的需求，所以教育发达国家纷纷看好我国良好的教育市场前景来华办学。研究表明，国际教育全球市场总体规模显示有可能增长，但增长的速度放慢，所以，面对日趋饱和的市场和日益理性的学生，教育机构需要考虑输入国的学生消费者的整体需求状况，作为决定进入市场的前提条件。

地理位置 教育输入国与输出国地理位置的接近性，也是一些留学生选择留学地的原因之一。如印度尼西亚、新加坡和马来西亚与澳大利亚的地理位置很接近，使澳大利亚接收了大量的来自这三个国家的学生；再如韩国、日本与我国地理位置很接近，所以，我国留学生中这两个国家的留学生占据了 2/3 的份额。总之，在考虑上述宏观环境的基础上，教育机构还需要综合考虑地理位置因素对招收留学生以及进入国际市场带来的影响。

产业环境因素分析

竞争者因素 “在决定一个行业的威胁水平方面，来自不同国家的企业，具有与在国内市场上经营的企业同样的重要性。如果不能意识到五种力量模型中的国外企业的作用，可能导致得出一个行业比其实际更具有吸引力或者得出比实际吸引力小的结论。一般而言，没有意识到非国内的卖方和买方作用时，可能导致对一个行业吸引力的低估。因为在五种力量分析中包括非国内的卖方和买方，通常具有增加与一个行业相关的总的潜在卖方和潜在买方数目的效果。这些潜在的卖者和买者的数量增加了，相对而言，国内的卖方和买方的实力就降低了，整个行业的吸引力增加了。”^① 巴尼的这段话，说明了在一个市场上同时考虑国内外竞争者因素的重要性，因为，只要愿意或已经实际进入国际市场的教育机构，进行同样的教育服务，就将成为教育机构的竞争者。当它们由“潜在”转变为“显在”状态时，它们就成为教育机构的现有竞争者，从而直接和显著影响教育机构的盈利水平和市场占有率，而且只有同时考虑现有的和潜在的竞争者和消费者，才能对面临的整体产业环境作出科学的判断。因此，教育机

^① [美] 杰恩·巴尼：《获得和保持竞争优势》，清华大学出版社 2003 年版，第 102 页。

构在进入国际市场时，需要同时考虑现有的和潜在的市场竞争者的竞争状况。需要分析输入国市场现有教育机构的竞争强度，如对来自（对手）竞争教育机构竞争水平的评估，以及竞争对手对我们行动的反映和教育机构主要竞争对手所采用的战略等，以及来自其他国家教育机构在目标国市场的竞争情况等，都是教育机构在进入目标国家市场时需要考虑的因素。虽然教育领域竞争的激烈程度与其他产业相比往往小得多，更多的是合作式竞争，但从目前全球教育市场的发展趋势来看，教育竞争的强度也在加剧。因此对竞争者的分析是正确评估教育机构所面临的产业环境的一个重要方面。

学生购买者 近年来，一些发展中国家加大对教育的改革力度，提高了自身提供高等教育满足市场需求的能力，国际上一些国家教育市场正趋于饱和；同时，国际市场上可供学生选择的教育产品越来越丰富，大大增强了学生消费者讨价还价的能力。为了成功推销教育服务产品，世界各国均对教育营销进行了大量的投入来拓展国际市场。所以，有关留学的信息比从前变得透明和更加容易获得，这样的活动加深了学生对国际市场教育服务提供者的了解。随着学生知识和了解的增加，学生作出选择的倾向性也增加，他们通过相关质量评估，在鉴别不同服务提供者的能力方面得到提高，因此国际教育市场的竞争也空前激烈。在这种情况下，教育机构加强对国际市场学生消费者的了解，并提供差异性的教育产品，在开拓国际市场时非常重要，如学生对学费等相关费用的敏感度如何，学生对教育机构所提供教育服务的期望等，必须予以考虑。教育机构在面对拥有充分信息和日益理性的学生消费者时，需要投入更多的时间来满足学生持续增长的期望。

波特认为：“决定企业盈利能力首要的和根本的因素是产业

的吸引力”，^① 他同时认为，仅仅只是进入一个富有吸引力的产业还不够，因为“即使在一个非常有吸引力的产业中，如果企业选择了处于劣势的竞争地位，也许仍不能获取令人满意的利润”。^② “在产业结构并不理想、产业的平均盈利能力并不高的情况下，定位合适的企业仍然能够取得很高的投资收益率”。^③ “一个企业的竞争战略目标在于使其在产业内部处于最佳位置，保卫自己，抗击五种市场作用力量，或根据自己的意愿来影响这五种竞争作用力”。^④ 波特对企业面临的产业环境作了较为细致的分析，在国际教育市场上，教育的产业属性非常明显，所以我们认为这种产业分析的思路在国际市场上同样可以适用于教育机构，从中也可以得出，教育机构在所面临的产业环境中的正确定位，对教育机构的成功至关重要。

综上所述，教育机构的外部环境是由宏观环境和产业环境共同组成的，也可以被看作是由这两个环境所带来的一系列机会和威胁所组成的集合。教育机构在国际市场的市场占有率，应该由产业环境的威胁力量和机会力量共同决定。因此，教育机构在对输入国整体环境分析的基础上，应当对自己进行适当的市场定位，利用市场机会，克服外在威胁，同时保持对外部影响的快速应变能力，才能获得竞争优势，以达到在输出国教育市场取得较高的市场占有率的目的。

2 核心竞争力分析

从理论上讲，环境对身处其中的所有教育机构应该具有相同

① 迈克尔·波特：《竞争优势》，华夏出版社 1997 年中文版，第 3 页。

② 同上，第 1 页。

③ 同上，第 10 页。

④ 同上，第 3 页。

或类似的影响，然而，处于同种环境的不同教育机构却具有不一样的市场份额。无论是在富有吸引力还是缺乏吸引力的教育服务领域，都存在着成功的教育机构，同时也存在着不成功的教育机构。这就说明导致教育机构之间竞争优势的有无与强弱的原因不仅在于其所处的环境，更在于其自身的素质。教育机构的素质表现为教育机构所拥有的核心竞争力，环境只是教育机构获取持续竞争优势的条件，核心竞争力才是关键。

尽管教育机构所面临的国际环境，尤其是产业环境对其获得竞争优势很重要，但相比较而言，教育机构自身具备的素质更为重要，教育机构素质实际上就是教育机构所拥有或控制的资源的外在表现。因为教育机构在国际市场相对市场位势的根本基础在于其素质的强弱，或者说教育机构的相对市场位势实际上是其相对资源位势的反映或表现。尽管每一个教育机构都拥有或控制某些资源，但是只有其中的核心竞争力能够为创造持续竞争优势做出显著贡献。所以说教育机构核心竞争力是其持续竞争优势的内在基础。

普拉哈拉德和哈默提出“核心竞争力”概念后，很快成为一个流行的术语，被理论界和企业家所接受。根据有的学者在SCI、SSCI和A&HCI的检索，1990~1999年引用《企业的核心竞争力》的文章533篇，发表有关核心竞争力的论文176篇。^①可见，理论界对企业核心竞争力的关注程度。现在理论界对核心竞争力的理解，已经不再限于普拉哈拉德和哈默所指的多元化公司的核心技术能力。不同研究者所理解的企业核心竞争力有很大区别，其中具有代表性的有知识观、资源观、技术观、组织系统

^① 张炜：“核心竞争力辨析”，《经济管理》，2002年第12期。

观、文化观等。^①可见，20世纪90年代以来，尽管有关企业核心竞争力的理论受到广泛的重视，但国内外理论界和企业界对企业核心竞争力的理解还有很大的分歧，对它的界定还不清晰，核心竞争力理论还很不成熟。

下面我们根据核心竞争力的相关理论知识，具体分析教育机构核心竞争力的构成。

任何一个教育机构要为社会提供教育首先必须占有一定的资源，资源是教育机构存在和发展的基础；教育机构在市场上竞争力的大小，很大程度上取决于教育机构对其所占有资源的配置和利用能力；教育机构作为一个组织，在本质上是一种社会关系，是在一定制度下建立起来，并在一定制度下生存和发展的，制度决定了教育机构所能具备的能力。因此，在现实条件下，任何教育机构都离不开资源、能力和制度这三个要素。

资源

资源是教育机构生存和发展的基础。教育机构资源的外延很广，按照物质属性来分，包括物质性有形资源、非物质性无形资源。物质性有形资源主要指教育机构的财务资源，包括教育机构资金、土地、仪器设备、物资和房地产等。非物质性无形资源包括人力资源、信息、声誉、品牌、专利、积累的学识和经验等。杰恩·巴尼在《获得和保持竞争优势》一书中认为，^②企业的资源具有价值性、稀缺性、不可模仿性，以及企业的政策和程序也是为支持利用企业有价值的、稀缺的、仿制成本高的资源，这一

^① 魏江：《企业技术能力论——技术创新的一个新视角》，科学出版社，2002年版3月。

^② [美] 杰恩·巴尼：《获得和保持竞争优势》，清华大学出版社，2003年版，第159页。

资源就能成为企业竞争优势的源泉。对于教育机构来说，那些具有价值性，难以复制并能够为教育机构带来竞争优势的有形或无形资产，包括人力资源、知识产权、范围广泛的课程、学校品牌、社会声誉等是教育机构市场竞争的关键资源。比如，清华大学以核能技术、计算机科学等专业闻名；牛津大学所以被人们所称道，主要是因为它的教师队伍是世界一流的，培养出来的学生也是一流的，所以，这两所学校占有的独特的资源，即专业资源和人力资源分别构成了其核心竞争力。

能力

在一个组织内，能力可以划分为个人能力和组织能力。个人能力依附在各个生命有机体上，教育机构内部各类人员都相应地拥有与其岗位相对应的能力。教育机构内部个人能力的增长和发挥，取决于教育机构的激励和约束机制、文化价值观等制度性的因素。对教育机构的生存和发展而言，个人能力非常重要，它是教育机构能力的基础和组成部分。但更重要的是教育机构作为一个组织的整体能力，与资源相比，教育机构组织能力是教育机构协作和利用其他资源能力的内部特性，能力是教育机构特定的，通过教育机构资源长期而复杂的交互过程形成的。教育机构整体能力包括技术创新能力、科研能力、科研转换能力、服务能力、管理能力等。能力可以抽象地看作是为了提高其资源的生产率或者提高战略灵活性以及对其市场的保护而形成的“中间产品”。能力的开发和建立是通过公司的人力资本之间的信息交流而产生的。^①但能力也有自己的生命周期，这就需要教育机构建立一个开放的、灵活的学习型组织，以调整教育机构能力适应社会发展

^① Itami, H. and T. W. Roehl, "Mobilizing Invisible Assets", Harvard University Press, Cambridge, MA, 1987.

的要求。教育机构能力依赖于积累性学习，依赖于教育机构所拥有的资源、组织价值观，因此教育机构有的能力容易辨识，有的能力很难辨识，也很难模仿。这种难以辨识和模仿的教育机构能力，就成为教育机构保持竞争优势的特殊能力。例如美国的雪城大学地处偏僻的小城镇，但以其优异的经营管理能力被美国公认为对青年学子尤其是外国留学生独具吸引力的学府，^①成为不少求学者向往的地方，这种独特优异的经营管理能力就是雪城大学的核心竞争力。

制度

制度的本质是指人与人之间结成的社会关系的总和。柯武刚认为：“制度是人类相互交往的规则。它抑制着可能出现的机会主义的和乖僻的个人行为，使人们的行为更可预见并由此促进着劳动分工和财富创造。制度要有效能，总是隐含着某种对违规的惩罚。”^②他认为，“在我们日常生活中占有重要地位的规则，多数是在社会中通过一种渐进式反馈和调整的演化过程而发展起来的，并且多数制度的特有内容都将渐进地循着一条稳定的路径演变。”这样的规则为“内在制度”，“内在制度是从人类经验中演化出来的，它体现着过去曾最有益于人类的各种解决办法。如习俗、伦理规范、良好礼貌等”^③，“外在制度是被自上而下地强加和执行的。它们由一批代理人设计和确立，这些代理人通过一个

^① 袁仲孚：《今日美国高等教育》，上海翻译出版公司，1988年版，第150页。

^② [德]柯武刚、史漫飞：《制度经济学》，商务印书馆，2000年版，第33页。

^③ 同上，第35、36页。

政治过程获得权威，如司法制度，外在制度配有惩罚措施”。^①从这些论述中可见，“制度”这一概念具有以下内涵：（1）制度分为内在制度和外在制度，都是人制定的规则并具有强制性，主要由法律法规和政策来表现，隐含着对违规的惩罚；（2）习俗、伦理规范是内在制度的重要形式之一，可以表现为没有约束力的惯例，也可以表现为有约束力的道德准则；（3）制度是人类相互交往的规则，也就是说，它被社会中人所接受并遵守。在教育机构中，有的制度，特别是习俗、文化等制度性的东西是在教育机构长期发展过程中形成的，难以辨识，好的机制和制度的融合可以产生 $1+1>2$ 的增值效应，为教育机构带来竞争优势。

教育机构要参与市场竞争，都离不开资源、能力和制度这些要素。资源、能力和制度的有机结合，决定了教育的整体实力。不同的教育机构其整体实力是不一样的。与其他教育机构相比，教育机构如果拥有其他教育机构所没有的某种优势资源，就具有市场竞争的某种优势；教育机构如果拥有某种配置和利用资源的特殊能力，能够更有效地利用资源，创造更多的价值，也具有更强的竞争优势；教育机构如果具有某种更好的制度，就能够使资源和能力更好地发挥作用，也具有更强的市场竞争优势。因此，我们认为，教育机构核心竞争力并不是什么玄虚的概念，而是指教育机构拥有的比竞争对手能够更好地为学生提供不可取代的教育产品的独特的资源、能力和制度。核心竞争力使教育机构获得和维持了在国际教育市场上优于竞争对手的竞争优势。核心竞争力是不同教育机构之间独特的竞争能力，它有利于给受教育者带来更多的价值，能够使受教育者在人才市场创造价值和获取

^① [德] 柯武刚、史漫飞：《制度经济学》，商务印书馆，2000年版，第37页。

收益方面比竞争对手更优越，求学者的满意度是核心竞争力的最终检验者。

根据这样的理解，教育机构核心竞争力的内涵具有以下特点：

第一，核心竞争力是相对于竞争伙伴或对手而言，对于任何一个教育机构来说，它所拥有或控制的资源、能力和制度有些可能劣于竞争对手，有些则与竞争对手差不多，有些却可能优于竞争对手。在竞争性的环境中，前两种资源不可能为教育机构创造竞争优势，而只是最后一种，即核心竞争力才是教育机构竞争优势的来源。

第二，教育机构核心竞争力必须满足四个必要条件，这四个条件分别是：价值性、异质性、难以模仿性和价值可变性。价值性是指教育机构应该在降低成本，为学生消费者提供超值服务方面具有自己的特点，即可以在价值创造和成本降低方面比竞争对手做得更好，从而给学生消费者带来新增价值；异质性是指构成教育机构核心竞争力的资源、能力和制度是教育机构自身特有的；难以模仿性是指教育机构的核心竞争力在某一方面占有独特优势，而使其他教育机构难以获得或模仿；价值可变性是指核心竞争力也有自己的生命周期，需要维护和及时地更新换代。

第三，核心竞争力不是孤立的，而是教育机构综合竞争力的一部分，教育机构竞争力也是一个系统化的资源、能力和制度的有机结合，而核心竞争力是其中的特殊部分和突出环节，核心竞争力不能够脱离系统竞争力单独存在，如只有研究开发，没有相应的生产和市场手段相配合，教育机构是不能取得成功的。

第四，核心竞争力具备独特性，不容易被竞争对手所模仿，能够使教育机构比竞争对手为用户创造更多的价值，核心竞争力的要素不是偶然的机遇带来的，主要是通过教育机构较长时期的

积累形成的。

第五，核心竞争力是动态调整的，具有阶段性和层次性。所谓阶段性是指核心竞争力总是与大学的成长阶段相联系的，即不同的阶段有不同内容和形式的核心竞争力。所谓层次性是指在竞争范围扩大和竞争内容深化的过程中，低层次的核心竞争力难以适应市场竞争的需要，因此，需要及时地创新和发展。^① 因此教育机构需要持续投资于其核心竞争力，确保其竞争优势的持续性。

核心竞争力一方面直接创造竞争优势，另一方面形成模仿障碍维护教育机构竞争优势，使其尽可能延续，从而成为持续竞争优势。面对日趋激烈的国际竞争，唯有追求核心竞争力才是教育机构谋求长期竞争优势的根本战略。核心竞争力对教育机构的重要性表现在：首先，核心竞争力是教育机构最宝贵的财富。资源、能力和制度都是教育机构的构成要素，但核心竞争力是教育机构最宝贵的财富，它使教育机构在教育产品特色、教育质量以及市场位势等诸多方面独具特色，在国际市场最终体现在教育机构所占有的国际市场份额的大小之上；其次，核心竞争力是教育机构长期竞争优势的源泉。在教育产品生命周期日渐缩短，教学内容更新加快与教育日益国际化的今天，竞争成功的往往是有核心竞争力的教育机构，核心竞争力在教育机构的成长与发展进程中发挥着关键作用。

综上所述，教育机构持续竞争优势主要来自于两个方面，一是教育机构所处的环境（尤其是产业环境），其实质是指教育机构在所处产业之中的相对市场位势；二是教育机构所拥有或控制

^① 赖德胜、武向荣：“论大学的核心竞争力”，《教育研究》，2002年第7期。

的资源。如果从动态或基于长期的角度来看，这两个方面实际上是连续或继起的阶段或环节。也就是说，教育机构在产业内的相对市场位势是它有效运用其资源的结果或市场表现，反过来，教育机构所拥有或控制的资源是教育机构为提升其相对市场位势所做的既往投资的结果。因此教育机构对其核心竞争力的有效运作，可以创造优越的相对市场位势，教育机构所拥有的优越市场位势，最终可以体现为其所占有的市场份额。

在经济全球化，教育国际化的背景下，教育机构要想成功地开拓海外市场，使自己提供的教育服务从国内市场走向国际市场，离不开正确的商业原则及战略的指导，正确合理地使用海外市场进入战略以及服务营销战略是教育机构获得竞争优势的重要支持要素。

三 教育机构持续竞争优势战略因素分析

1 国外市场进入战略

市场进入战略是围绕着进入某一个（或几个）海外教育市场展开经营的综合性、战略性决策的统称。选择正确的市场进入战略对教育机构在国际教育市场获得竞争优势有重要的意义。毕竟市场进入是国际市场的最重要的决策之一。^① 教育机构自身条件不同以及各国市场环境存在着差异，决定了教育机构进入海外市场的具体动机、选择的目标市场以及市场进入战略的不同。在进

^① 提姆·马扎罗尔、杰弗里·诺曼·苏塔、米歇尔·S. Y. Seng 著，李良成译：“第三次浪潮：国际教育的未来趋势”，《比较教育研究》，2003年第11期。

行战略决策时，必须充分考虑各种因素，选准海外目标市场，确定并实施切实可行的方式进入市场。目前较为常见的海外市场进入战略主要有：在海外投资设立分校、与海外结成联盟和远程教育方式。

通过在海外投资办学设立分校形式进入

教育机构依靠自身的力量，通过在海外投资办学设立分校进入目标市场。采用这种方式进入目标市场的教育机构，类似于在国际市场建立一个生产工厂，既包括最佳水平的投资，也因此孕育着更大的风险。它要求教育机构必须具有较强的实力，这样才有能力通过调查研究，推出符合目标市场需要的教育服务。采用这种方式，在国外目标市场能够使教育服务更加符合目标市场的需求特点，从而可以增加教育服务市场份额，对教育机构的经营业绩产生有意义的积极影响。其缺点是需要较多的投资，存在一定的风险，因为教育机构在获得投资回报之前，需在财力和人力资源方面进行大量投资。激发建立分校的动因有许多，但似乎常受到输入国政府政策的驱动，例如马来西亚和新加坡政府积极鼓励国外教育机构来他们国家投资办学，所以目前这两个国家也是国外教育机构建立分校最多的。

通过与海外学校结成联盟方式进入

20世纪90年代末以来，战略联盟与合作是组织变革中的一个重要趋势。所谓战略联盟指的是在两个或者两个以上的组织或特定部门之间，为实现某种共同的战略目标，通过协议或者联合组织等方式而结成的一种联合体，它是组织加强和提升竞争力的重要形式。教育机构走联合之路，可以形成强大的竞争力，有利于在激烈的教育市场争夺中取得优势地位。近年来许多教育机构通过战略联盟在国外建立了海外教学项目（机构）。这些姐妹项目和合作办学机构，成为输出国开拓国际教育市场，销售本国教

育的重要渠道。该种方式在为学生提供更多的入学机会，确保从国际市场获得生源的同时，也为学生降低了学习成本。但通过这种联盟提供课程也带来了一个主要问题，即如何确保教育服务的质量。由于教育服务异质性的特点，使得从输入国雇佣教师不能保证其资格和技能如输出国教育机构的一样，并且课程内容、教学材料和图书馆资源也不可能是同等标准的，因此教育输出国派出本校的教师到国外授课以确保教学质量成为目前的一种解决办法。

通过战略联盟的方式进入国际教育市场有很多优点：首先教育服务是一种特殊商品，其自由流动的程度会受到诸多贸易壁垒的限制，通过战略联盟方式进行跨国办学可以绕开进口和出口国的各类形形色色的教育服务贸易壁垒；其次，教育机构通过建立联盟可以获得必需的互补性的资源和能力。如很少有教育机构拥有进入当地市场所必需的当地知识、关系和分销网络；第三，在有些情况下，同当地合作伙伴结成战略联盟是唯一可以进入新市场的途径，例如，外国教育机构要来中国办学必须与中国教育机构进行合作，即建立战略联盟，而不允许外方单独办分校；最后，战略联盟中存在的学习的外溢是联盟收益中微妙而重要的部分，而且越是涉及管理、科研方面的合作，其产生的外溢越明显。因此通过战略联盟方式获得国外关键资源，进而提升自身能力是我国教育机构的长远利益。

通过跨国远程教育方式进入

信息技术的发展使国际教育服务可以通过技术媒介进行远距离传送，大量希望到国外深造而因各种原因无法出国的学生，通过跨国远程教育达到了不出国门接受国外教育的目的。近年来，一些教育发达国家开始通过远程教育方式输出服务，如美国1999年通过远程教育所开展的国外员工培训和教育考试，输入

金额达 1.75 亿美元，输出金额达 4.08 亿美元。目前在一些国家中，通过跨境交付方式输出教育服务在整个教育服务贸易总额中所占比重越来越大，如 2001 年在澳大利亚参加各所大学远程学习的国外学生占在澳大利亚注册的留学生总数的 9%（1996 年该数据为 5.9%）。教育机构一般认为，基于信息通讯技术的授课是一种进入新市场的低风险、低成本战略。但有研究表明，该方法与传统授课方式的成本相差无几（Ives and Jarvenpaa, 1996），而且究竟该方式能占国际市场多大份额，尚存一定的局限性（Chandersekaran, 1998）。然而，信息通讯技术是极其便利的媒介，要保持国际竞争力，许多教育机构在该技术上进行投资，国际教育服务贸易中纯跨境交付贸易形式将更多地与境外消费和商业存在形式相结合的方式出现。

2 国际市场营销战略

我国教育机构和世界上其他国家（地区）教育机构相比，无论在知名度，还是竞争力上同我国的国际地位、经济实力极不相称。这是由众多因素造成的，但最为重要的原因是我国教育机构对外宣传力度不够，国际上对我国教育体制、教育水平不了解，自然不会选择接受中国的教育。所以，加强我国教育服务的国际市场营销对于增强教育机构竞争优势，开拓国际市场有重要意义。作为一项专业服务，教育服务可以运用大量服务营销领域的研究成果，下面以营销理论为基础，重点探讨教育机构面向国际市场的国际营销策略。

教育服务市场细分战略

教育服务市场细分

在国际教育服务市场同样需要进行市场细分，在目标市场根据学生消费者需求的差异，把某一产品的整体市场划分为若干个

学生消费者群的过程，就是教育服务市场细分的过程。每一个消费者群就是一个细分市场，每一个细分市场都是由具有类似需求学生消费者构成的群体，市场细分是教育机构开拓目标市场的前提。尤其在国际教育服务某些市场日趋饱和的情况下，市场细分不仅必要而且重要。例如，近年来提供 MBA 教育项目的教育机构日益增多，拥有 MBA 学位的人数增长巨大，市场变得日趋饱和。面对这种市场饱和，有些教育机构用更加专业化和差异化的方式，在 MBA 的基础上设计出 EMBA、DBA 等工商管理课程和项目，来满足更加细致的学生消费者需求，这就是通过对市场进行细分的结果。

确立目标市场

教育机构在对目标市场进行细分之后，服务营销就进入目标市场选择阶段。目标市场就是教育机构教育产品决定进入的细分市场，决定进入哪一个细分目标市场，很大程度上取决于教育机构的特长和优势，即应当选择与教育机构独特能力相匹配的特定的市场。在这一阶段，需要通过营销调研，认真分析目标市场学生消费者的价值取向，探究学生消费者的期望。因此在确定目标市场时，既要树立学生消费者导向的观念，深入理解和准确把握国际教育市场学生的需求，及时推出满足学生需求的教育服务项目，又要发现和创造自身教育服务的比较优势，并将其及时地推向市场转化成竞争力。例如我国北京中医药大学发挥自己在中医药教育方面的比较优势，将自己的目标市场锁定在中医、针灸、推拿、气功养生等专业领域，满足了境外不同国家学生对此项教育服务的需求，就是在市场细分的基础上，根据自身优势选择和挖掘目标市场的结果。

进行市场定位

在教育机构选定的目标市场上，往往会遇到竞争对手。因

此，教育机构需要对目标市场的竞争状况作进一步的分析，从而确定本教育机构的教育产品进入目标市场的位置。这就是教育服务市场定位的问题。也就是说，教育机构根据目标市场上学生消费者状况、市场竞争状况和自身资源条件，建立和发展差异化竞争优势，以使自己的教育产品在学生消费者心中形成区别于并优越于竞争者及其产品的独特形象。教育机构进行市场定位的过程，也是通过差异化建立起自身优势的过程，以便使教育机构产品能有效地与市场上其他竞争者提供的教育产品相区别，从而促使学生认可教育机构的市場定位，实现预期定位目标。

综上所述，市场细分、目标市场和市場定位是循序漸進战略步骤有机的统一，是成功开展市场营销的前提条件。当教育机构在目标市場上定位之后，就必须根据目标市場学生消费者的特点和教育机构所确定的定位方案，制定有针对性的、全方位的市场营销组合策略，并通过该组合策略的实施来实现教育机构的定位目标。

教育服务市场营销组合策略

国际教育服务中的产品，由于服务无形性的特征，对服务产品进行定义十分困难。在服务营销中，产品（Product）、服务（Services）与有形商品（Goods）是具有一定区别的概念。严格地说产品是一个大概念，它是指能够为顾客提供某种利益的客体或过程，而服务和有形产品则是产品概念下的两个小概念。^①西奥多·莱维特在20年前曾经指出：我们生活在一个对产品或服务的认识同以前不同的时代。从很大程度上说，重要的不是基本的核

^① 叶万春主编：《服务营销学》，高等教育出版社，2001年版，第128页。

心产品，而是我们围绕着核心产品的整个满意度的组合。^①此后，莱维特描述了他所谓的“整体产品概念”^②。这个概念是由一个核心产品及包围它的三个同心圆组成的，这个核心产品被定义为在市场上行动所需要的基本技能和资源。莱维特把围绕着核心产品的内环部分称为期望产品，代表顾客最低限度的期望；第二个圆环所包含的范围被称为延伸产品，它包括进一步的利益，以用来增强产品的吸引力；当市场对某些延伸产品部分习惯后，这些延伸的部分就发展成期望产品的一部分了；最外面同心圆所包含的面积被称为潜在产品，它是由所有可能吸引和留住顾客的因素组成的。教育服务是一种无形性程度很高的专业服务，因此对教育产品进行定义更加困难，以下根据产品的这四个因素具体分析国际教育服务产品。

核心产品 学生人力资本的有效增值。从某种意义上说，留学能够改变一个人的命运，出国留学其实就是人力资本的投入与产出过程。留学生通过选择特定的国家和教育机构来接受教育，是根据自己的发展需要，为了获得比在国内更有价值的教育。通过国外教育机构对学生有计划、有组织地培养，使留学生实现人力资本的有效增值，所以，很多留学生将留学作为国际范围内获取人力资本优势而进行教育投资的重要方式。

期望产品 国际教育给学生带来的经济和社会利益。对留学生从国际教育中获得的利益很难进行衡量，需要综合考虑经济、社会和文化方面的因素。一般而言，学生在国外接受的往往是本

^① Theodore Levitt, "Marketing for Business Growth" (New York, McGraw-Hall, 1974), p. 47.

^② Theodore Levitt, "Marketing Success through Differentiation-of Anything," Harvard Business Review, January-February, 1980.

国所缺乏的特色学科或高质量学科，留学生期望在接受国外教育并获得证书后，能在经济发达国家和地区获得好的职业和理想的经济收入；此外，了解更多的不同国家的文化，增强国际交往合作能力以及通过留学途径增加移民的机会，都是留学生渴望通过留学获得的期望产品所在。

延伸产品 教学课程和项目。1972年科特勒把延伸产品描述为“伴随着整个服务组合的有形产品”。^①国际教育服务的延伸产品是教育机构提供的课程和项目。教育服务的国际贸易包括范围广泛的课程和项目。WTO中的服务贸易总协定（GATS）第13条规定，除了由各国政府彻底资助的教学活动之外，凡收取学费、带有商业性质的教学活动均属于“教育服务贸易”的范畴。依据日内瓦WTO统计和信息局按服务的部门（行业）划分，把全世界的服务贸易分为12大类，教育服务属于其中的第五大类，在具体项目（按各国公认的中心产品目录 Central Product Classification，简称CPC）上又分为初等教育服务、中等教育服务、高等教育服务、成人教育服务及其他教育服务五类，因此凡涉及这五类教育服务的课程和项目均构成了国际教育延伸产品的内容。事实上，各个国家提供的教学课程和项目质量差异非常大，设置科学、范围广泛的课程构成了教育服务的延伸产品，无疑对学生有巨大的吸引力。

潜在产品 教育机构品牌形象。所有可能吸引和留住学生的有形和无形因素构成了教育服务的潜在产品。国际教育输出国及其教育机构的声誉和品牌形象是学生做留学决定时主要考虑的因素。由于信息的不对称，学生往往很难判断教育机构之间教学水

^① Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning and Control*, 2nd ed. (Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1972), p. 424.

平的细微差别，拥有良好品牌形象的教育机构往往意味着高质量的教育水平，成为影响学生做留学决定的重要因素，即学校的声誉和品牌形象为教育机构提供了可被识别的差异性。教育服务无形性特征，使教育机构成功地开展品牌战略显得日益重要，因为只有这样才能将提供相似产品的教育机构区分开来。服务营销大师贝里弘扬了做一个“有力的品牌缔造者”的思想，即选择和弘扬一个能把企业同其他竞争者区分开来的品牌名称，这样，“当品牌出现时，现有顾客和未来顾客在他们头脑中就可以看到—一个具体的景象”^①。因此在进行教育服务的国际市场营销时，教育服务潜在产品具有重要的意义。

国际教育服务定价政策 国际教育服务定价是一个重要的问题，由于教育服务无形性的特征使对教育服务定价变得复杂。不像物质产品可以通过成本与利润的关系来衡量其产品的价格，教育服务业在衡量教育服务的成本时颇为困难。国际上教育服务的定价可以分别采取以下三种策略：第一种，全成本价格，是基于生产教育服务平均成本基础上的定价；第二种，最高价格，一般市场需求较大，处于教育市场最高价格定位，通常是世界上最有名望大学的定价标准；第三种，价值基础上的定价，指基于一个项目潜在长期利益基础上的定价。例如，攻读医学或法律学位的学生毕业后将比其他学科的学生挣得更高的收入，所以支付较高的学费。每个国家教育服务价格设置不同，同一个国家不同教育机构的价格设置也不尽相同。一般而言，各个国家教育机构对国际教育服务价格的设置会选择一个特殊的价格政策，收取高于平均成本的费用。在教育领域价格通常是教育服务质量标志的一个

^① Leonard Berry, “Big Idea in Services Marketing,” *Journal of Services Marketing* (Summer 1987), pp. 5-9.

重要信号，高收费常常意味着高质量。

国际教育服务渠道策略 国际教育服务渠道策略就是教育机构为学生提供教育服务时，对所使用的渠道做出的决策。一般来说，教育机构就像旅游行业一样，是通过将顾客吸引到服务提供国所在地来提供服务，而不是将服务通过某种方式传送到顾客所在地。但是，近年来通过在教育输入国建立海外教学项目、合作办学、跨境交付方式传送教育服务已经出现并有不断增长的趋势。因此，国际教育服务渠道策略大致包括三种，即在海外投资设立分校、通过战略联盟方式合作办学和跨境远程教育方式。

国际教育服务促销策略 国际教育市场竞争越激烈，就越是需要采取有力的促销措施来促使学生理解、接受教育机构的教育产品。国际教育服务输出国通常通过三种方式来宣传和推销本国教育、招募留学生。第一，运用大众媒体广告，包括在报纸、杂志、广播和电视等媒体上做广告来推销其教育；第二，人员推销，包括利用招生代理机构、政府信息中心及在海外市场参加国际教育贸易展览会等方式以及口碑广告的形式进行国际教育的推销；第三，通过新媒体推销，即通过运用因特网和其他新的通讯技术（ICT）来推销国际教育服务。

大众媒体上做广告 教育服务的无形性特征要求广告必须以有形的方式传达其服务内容和特征。许多教育机构通过放映学校建筑物和设施、教学仪器、设备及学校学生形象的方式来进行宣传。通过广告可以向学生表明学校提供教育服务的差异性，从而帮助学生更好地了解该校和做出正确的决定。大众媒体广告的优点，如今还没有在国际教育营销中得到广泛的运用，但是目前大学运用大众媒体做广告宣传趋势有所增加。通过对 20 世纪 90 年代在澳大利亚的留学生的一项调查显示，只有 3% ~ 8% 的学生

认为大众广告是其选择教育机构时的重要信息来源^①。一个重要的原因是许多留学生认为做广告的教育机构教育质量往往不高，好的院校根本不用做广告。

人员推销 人员推销是指在面对面的基础上进行的人际接触。这种沟通形式允许销售代表根据顾客的需要和他们所关心的问题有针对性地向他们传递信息。^② 在许多产业市场上，销售人员对潜在消费者解释产品特征和好处的能力对成功地进行商业交易起关键作用。在国际教育营销中，同样有人员推销的广告形式，主要包括以下两种。

第一种，是通过招生代理机构工作人员代表教育机构说服学生去他们的国家学习。这一类还包括对其他类型中介机构的使用，包括政府运作的教育信息中心（如澳大利亚教育中心及我国的国家留学中心）、参加国际教育展览会和其他公共关系活动等形式。但由于经济利益的驱动，一些招生机构在推销国际教育服务时往往提供错误信息误导学生，从而使这种促销方式的有用性遭到怀疑。一项研究表明，在被调查的学生中，有 29% 的留学生曾经咨询过招生代理机构，20% 的学生强烈依赖他们的建议^③。需要注意的是由于代理机构或政府信息部门的人员是与学生的第一接触人员，因此，教育机构确保促销代表能正确传达教育机构教学质量的形象显得尤为重要。

第二种，是通过口碑广告的形式。口碑广告也是人员推销的一种形式，只不过它不是由领取报酬的销售代表承担的，而是由

^① Harris, D. R. and Rhall, T. M. (1993), "Survey of International Students, Department of Employment Education and Training", Braddon. ACT.

^② [美] 克里斯托弗·H. 洛夫洛克著，陆雄文、庄莉译：《服务营销》，中国人民大学出版社 2001 年版。

^③ 同^①。

感到满意（或不满意）的学生消费者承担的。通过口碑，可以大大提高广告的可信度，尤其是来自朋友和亲戚的推荐对学生选择国外教育机构起到积极的作用。因此，在人员推销的方式中，口碑对学生的影响力最大，也最难控制。如果口碑的内容是积极的，对教育机构能起到良好的宣传，从而吸引更多的学生；但是，如果口碑内容是消极的，教育机构的国际形象就会大打折扣，在国际竞争中处于不利地位。

通过新媒体推销 通过运用因特网和其他新的通讯技术（ICT）来提升国际教育服务是 21 世纪新出现的一种推销方式。ICT 的关键利益在于为留学生提供了通过网络全面了解教育机构的机会，并且通过使用 CD-ROM 和 DVD 等技术来创造互动的多媒体工具，使留学生无论位于哪个国家，只要能连上因特网就可以看到教育机构以及教育机构提供的网上课程。20 世纪 90 年代以来，随着以网络为基础的娱乐及电子商务的出现，大众媒体的观众在逐渐缩小，尤其对年轻人来说，越来越热衷于因特网等新媒体。由于新媒体几乎涵盖了上述传统媒体的所有优势（如通过因特网对教育机构产品的宣传、销售以及对学生的录取均可通过网络完成）而被教育机构所青睐。

总体来说，以上三种营销方式各有利弊，第一种方式目前在国际教育营销中没有得到广泛应用，如上所述，只有 3% ~ 8% 的学生认为大众广告是其选择教育机构时的重要信息来源；第二种方式的使用较为广泛，尽管通过人员推销方式获取信息有一定的弊端，但仍然是一种有效的营销方式，尤其通过学生积极的口碑宣传给教育机构带来强有力的正面影响；第三种通过新媒体推销的方式有诸多优点，自 20 世纪 90 年代以来得到肯定和推广。

有形展示 教育服务是无形的，而教育机构的建筑物、教学设备、仪器、教材、师资队伍等都是有形的，这些有形物都可为

无形的教育服务提供有形的展示。因此，教育机构一切可传达教育服务特色及优点的有形组成部分都可以称为有形展示。在教育服务的传送过程中，必然涉及到教学设备、仪器、教材等实体性要素，通过有形要素的展示可以从一个侧面反映教育机构的教育质量，一定程度上弥补了教育无形性带来的教育营销的困难。此外，教育机构所在地宜人的气候、城市优美的风景、好的膳宿环境及学生能够获得良好的教育服务，这些特征都是学生选择留学地时的积极因素。许多留学生在选择留学地时，认为气候、生活方式和他们面对的环境很重要，这些有形要素是输出国教育机构无法控制的，但另外的有形要素如学校建筑物、师资队伍、教学设备等是教育机构可以控制的。也就是说，教育机构要努力使自己能够控制的有形要素发挥到最好的程度。

此外，在准备一项市场活动前，教育机构必须考虑其内部资源的可提供性。教师数量以及物质资源是否足够招收留学生，是教育机构在确定招生目标或进行跨国办学时必须考虑的问题。国际招生量的迅速增长要求教育机构建设新的公寓，以解决招收留学生时面临的住宿紧张问题。在一定程度上，教师数量的短缺相对容易解决，但教育机构物质资源的扩张则需要资金的实际注入。师资是否充足，教育设备是否能保证教学全过程的有序进行，各项设施是否保证了一个较好的学习环境等至关重要。有条件不充分使用固然不对，条件不具备勉强招收留学生，或超过师资力量、设备超负荷去招生也是错误的，这将无法保证留学生的教育质量，从而影响教育的国际声誉。

以上详细分析了教育服务市场营销战略，教育机构运用科学的营销战略在开拓国际教育市场时意义重大。教育机构只有在市场细分的基础上，找准目标市场进行恰当的定位，并有针对性地使用教育服务的市场营销组合战略，充分结合自身资源条件，循

序渐进，必将提高教育服务国际市场份额。在全球化的背景下，加入 WTO 为中国教育服务的发展带来了新的机遇，教育机构成功地开拓国际教育市场离不开市场进入战略和市场营销战略的运用，对这两个战略的合理使用，可以强化教育机构的竞争优势。

四 教育机构持续竞争优势模仿障碍分析

前面我们提出了模仿障碍的三个主要来源：来由性模糊、独特的历史条件、社会复杂性。并讨论了这三种模仿障碍在维持企业竞争优势时的重要性。结合教育的特性以及面向国际市场教育机构建立持续竞争优势的特殊性，我们认为维持教育机构持续竞争优势最主要的模仿障碍主要有三个，分别是：教育机构优质的品牌形象、核心竞争力以及具有稀缺性的战略联盟。通过对这三方面的管理，教育机构可以有效维持已经获得的竞争优势。

1 优质品牌形象

教育服务的无形性特征，使教育机构对品牌的塑造变得十分重要。教育的基本产出是教育服务，而教育服务的无形性为教育质量的衡量带来困难。教育质量不能像产品质量一样能够通过十分精确的指标来控制，教育服务的质量缺乏统一、明确的衡量指标。学生在接受教育服务之前通常无法感知教育服务质量的优劣，即使在接受教育服务之后也无法很好地感知教育的质量。因为高等教育质量并不完全由高校所决定，它同高等教育需求者的感受有很大关系，人们对高等教育服务质量的判定更多地蕴涵了

主观的成份。^① 基于教育服务的特性，民众对一所教育机构的认可，更多来源于教育机构的声誉，如果一个教育机构有一个好的声誉将被感知能提供高质量的课程和产出，也往往是莘莘学子向往的求学场所。由于对教育质量的客观衡量很困难，所以强化教育机构自身的品牌形象就非常重要。对学生来说作出一个错误的购买教育服务决定的风险要比商品高得多，所以学生一般基于品牌名称的认可而对教育机构充满信心，拥有品牌形象的教育机构能提高市场的占有份额，是学生做出购买教育服务决定的关键。在教育中发展这种品牌形象往往要用几十年甚至更长的时间，所以优质的品牌形象是竞争者最难以模仿的。拥有悠久历史的教育机构在面对后来的市场进入者的竞争时，经常能保持竞争优势，就是因为那些有悠久历史和好的声誉形象的教育机构能利用其“时间压缩非经济”带来的效应，使这种“非一日之功”的优质品牌形象成为模仿障碍的一个重要来源。

2 核心竞争力

教育机构的核心竞争力一方面直接创造竞争优势，另一方面构筑模仿障碍维护教育机构的竞争优势，使其尽可能延续。教育机构的核心竞争力在创造竞争优势的同时可以成为模仿障碍的来源，是因为核心竞争力具有价值性、异质性、难以模仿性的特征，即构成教育机构核心竞争力的资源、能力和制度是教育机构自身特有的，这些独特的优势，是通过教育机构较长时期的积累形成的，也是其他教育机构难以获得和模仿的。

^① 刘俊学、张力：“试论教育需求者感知服务质量”，《国家教育行政学院学报》，2003年第4期。

3 具有稀缺性的战略联盟

20世纪90年代以来,通过战略联盟的方式进入国际市场的教育机构越来越多,在这种情况下,很容易得出错误的结论:战略联盟并不具有稀缺性。战略联盟的稀缺性并不只是依赖于联盟本身的频率,它还依赖于建立联盟的竞争公司的数量,以及公司从联盟中获得的利益的大小。^①一些研究表明,联盟双方的信任关系既重要,又难以维护。其中最为普遍的原因就是合作双方之间不能做到相互信任。人际沟通、文化差异的容纳、耐心和为了长期成功而牺牲短期利益的意愿等都是联盟伙伴信任水平的重要决定因素。^②最近的研究表明,成功的战略联盟通常具有复杂的社会关系。成功的联盟通常都不仅仅是单纯的法律合约,它总是包括许多复杂的社会现象,像联盟伙伴的相互信任、友谊,甚至为了联盟的长期利益而牺牲公司利益的意愿等。^③所以当教育机构双方具备这种复杂的社会关系,能够在信任的基础上与合作伙伴建立交流与合作关系,战略联盟就具有稀缺性。而且当教育机构进入一个全新的外国市场时,很少教育机构拥有建立战略联盟所必需的互补性的资源和能力,所以从特定的战略联盟中教育机构获得的利益也是稀缺的。当战略联盟具有稀缺性时,就成为教育机构持续竞争优势模仿障碍的一种,使教育机构获得持续的竞

① [美]杰恩·巴尼著,王俊杰译:《获得与保持竞争优势》,清华大学出版社,2003年版,第378页。

② Ernst, D. and J. Bleeke (1993). "Collaborating to Compete, Using Strategic Alliances and Acquisition in the Global Marketplace", New York: John Wiley & Sons, Inc.

③ [美]杰恩·巴尼著,王俊杰译:《获得与保持竞争优势》,清华大学出版社,2003年版,第379页。

争优势。

当一个教育机构具有优质品牌形象、核心竞争力以及结成的战略联盟具有稀缺性时，教育机构在国际教育市场更有可能获得成功，所有这些资源都是教育机构模仿障碍的来源。新的市场进入者将发现很难快速地开发这些资源，这通常是成功的教育机构多年努力的结果。尤其当以上三种模仿障碍交织在一起发挥作用时，这种资源间的互相联系能提供一个潜在的模仿障碍，这种模仿障碍归因于他们的复杂性，使竞争者很难识别教育机构竞争优势的真正来源。所以，竞争者将不能轻易地鉴别竞争优势被获得的途径，使得教育机构的竞争优势不能轻易地被竞争者复制和模仿。

第八章

中国教育服务贸易国际竞争力模型分析

一 影响教育服务贸易国际竞争力要素构成分析

研究教育服务贸易的国际竞争力，需要对其国际竞争力具有重要影响的要素进行分析。下面首先从影响教育服务贸易国际竞争力的三个子系统开始分析。

1 基础竞争力分析

基础设施竞争力和国民素质竞争力构成基础竞争力，是教育服务贸易国际竞争力的基础，支持核心竞争力的持续发展和成长。
基础设施竞争力

基础设施是经济发展的基本承载。它是指一国可利用的各种设施及质量，包括交通、通讯和能源等方面。一般来说，广义的

基础设施既包括运输、电信、能源等生产性的基础设施，也包括教育、医疗、环保等非生产性基础设施。在国际竞争力的研究中，一般把生产性基础设施纳入基础设施要素中，而非生产性基础设施则纳入国民素质要素中。

基础设施的容量大小和负荷能力强弱决定该国家的产业规模，基础设施水平先进为产业的升级提供了基础，基础设施的具体类型和结构也决定着国家具体的产业结构。基础设施质量好和匹配合理，能够节约生产、运输、交易费用，降低产品的相对单位成本，从而提高产品的竞争力、扩大产业和企业规模。基础设施为一国的开放提供了载体和条件，先进的基础设施使国内与国外的交流、交往快速便捷，从而为全方位开放和交流创造了条件。先进的基础设施，能够吸引域外的居民，使高质量的人才向该地区集中，能够创造出巨大的物质财富，增强国家的竞争实力。

IMD在《世界竞争力年鉴》中把基础设施竞争力定义为：一国资源和基础设施系统服务于企业需求的能力。它强调的是，基础设施竞争力不仅仅是指基础设施的物质实体的规模和质量，更主要是指基础设施为用户提供服务的能力和水平。

在教育服务贸易的国际竞争力研究中，基础设施要素包括四个方面的子要素，即基本基础设施主要是交通设施；技术基础设施，主要指信息基础设施；能源基础设施；环境基础设施。

从具体的要素来看，发达国家都非常重视基础设施的建设，主要发达国家的基础设施竞争力都比较强，在教育服务贸易市场中，它们的国际竞争力有坚实的保障。尤其是美国的基础设施竞争力，一直独领风骚，其竞争优势来源于基本基础设施和技术基础设施，其中信息技术是美国最突出的竞争优势。优越的技术基础是保障美国教育服务贸易国际竞争力领先的强大后盾。在远程教育方面，美国一直占据市场份额的前列。

发展中国家的基础设施竞争力不强。中国的基础设施竞争力一直处于比较落后的位置，而且结构不合理，不能适应现代国际竞争的要求。交通、能源等基本设施竞争力的落后，会影响海外投资的进入。技术基础设施竞争力是中国基础设施竞争力最薄弱的地方。和其他国家相比，中国的电信、信息网络建设虽然在近些年取得了比较大的进步，但是仍然在国际竞争中处于落后位置。这也严重影响了我国教育服务贸易的发展。努力提高基础设施的竞争力，是摆在中国面前的一个严峻问题。

国民素质竞争力

国民素质竞争力反映的是一国在人力资本方面所达到的水平。国民素质竞争力包含两方面的含义：人力资源的数量和结构；人力资源的质量状况。人力资源数量的增加可以增进一国国际竞争力，人力资源的结构与国际竞争力密切相关，人力资源的利用程度与国际竞争力有正向关系。

人力资源利用自己掌握的知识和技术，不断地把新工艺、新技术应用在产品的加工制造过程中，提高企业制造系统的使用寿命，降低成本，以便产品占有市场并提高市场占有率，进而提高企业经济效益，增强企业竞争力。劳动力的构成，特别是劳动力知识技术的构成影响地区的产业结构。高素质专业化人才集聚的地方，具备了产业专业化和产业高级化的条件，可以成为高新技术创新产业的群聚区。劳动力素质高和资源丰富的地区，有利于吸引外部的投资，资金、技术、管理及知识大量流入该区域，不仅促进了地区经济的发展，而且可以带动地区全方位的对外开放。

在我国的国民素质竞争力方面，我们的优势主要集中在庞大的人口基数和人力资源的可利用程度高两个方面。但是在人力资源的质量方面，我国一直是处于劣势。这在我国教育服务贸易输

出的时候，也是一个重要的不利因素。

2 环境竞争力分析

政府管理竞争力、国家经济实力、国际化竞争力、科技竞争力、人文竞争力和自然竞争力构成的环境竞争力，是教育服务贸易国际竞争力发展的重要市场、体制、法制、政策的体现，也是国际竞争力发展的重要激励因素，对核心竞争力的实现具有直接的重要作用。

政府管理竞争力

政府管理竞争力，就是对一国政府在稳定宏观经济运行、增强国家整体经济实力等方面发挥公共管理职能，从而对整个国家竞争力的促进和影响所作的综合评价。较强的政府管理能力，可以使得该国的国际竞争力大大加强，反之，政府管理能力的低下，会使得该国在国际竞争中处于较弱地位。衡量政府管理国际竞争力的标准主要有：政府对企业经营活动的直接干预是否最小化；政府是否为微观经济主体提供可预测的客观社会环境；政府在应用经济政策方面是否具有灵活性。在世界各国政府国际竞争力的比较中，新加坡以极大的优势占据竞争力的首位，俄罗斯排的比较靠后。我国的政府管理竞争力则处于比较不平衡的状态，在某些方面很有吸引力，比如政府债务负担方面，但在政府运作效率方面就处于比较差的位置。

在教育服务贸易的开展中，我国在政府管理竞争力方面有一定的优势，但不是很明显。要更多的输出教育服务，提高政府管理地竞争力也是一个重要环节。

国家经济实力

国家经济实力的本质是增加值生产和创造的数量与能力。对国家经济实力的考察包括经济部门的运行状况、产业发展的协调

性、结构的优化、经济可持续发展和经济环境的健康等。

经济综合实力反映一个国家过去经济发展的成果，又反映了一个国家经济发展现状和未来潜力的重要内容。不仅是产业、企业、对外开放多年的沉淀结果，而且是国家产业、企业、对外开放程度的新起点。经济综合实力越强，说明产业结构越合理；产业结构的应变能力也越强，企业的创新能力越强，对外开放的层次也越高，国家的竞争力就越强。

国家经济实力也是一国开展教育服务贸易的强大后盾。美国和欧洲这样经济实力比较雄厚的国家，在教育服务的输出方面就占据了很大的优势。而发展中国家在经济实力比较落后的情况下，很多国家都只能是教育服务输入的国家。近年来，随着中国经济实力的增强，在教育服务贸易市场中也占有一定的竞争优势。

国际化竞争力

国际化竞争力展现的是一个在全球化及国际分工中所体现出来的竞争力，直接体现在贸易与投资两个方面，也是一国开放度的体现。开放程度决定生产要素合理流动和合理配置的程度。开放程度高，生产要素流动性高，企业能够有效地引进、输出、迅速合理地配置生产要素，有效地降低生产成本和交易成本，提高产品竞争力。对外开放加强了与国际之间的联系，通过吸收和引进知识、技术、技能、制度、文化和管理，企业可以进行创新，增强自身的竞争力。开放可以创造新资源，培养新优势，不仅可以扩大原有产业规模，提高产业层次，而且可以发展高技术的创新产业，实现产业的升级，促进资源的合理配置。

随着中国改革开放政策的实施，中国在贸易和投资方面取得了不小的进步。中国的开放政策，使得在教育服务贸易市场上的开放度扩大，这有利于国内教育服务的输出，但同时也使我国面

临着国外强势教育服务的输入。

科技竞争力

科技竞争力是一国竞争力的主要表现。科技竞争力的衡量包括科技转化能力、良好的科学环境和企业成为科研的主力军。一个国家的科学、技术和知识资源影响该国的产业结构，科技水平和科技综合实力是产业整体素质的技术基础。一个国家没有足够的科技力，特别是没有足够的科技成果转化能力，其产业结构整体技术水平不会高，提高的速度也不够快。科技竞争力影响着高技术产业的发展。科技力越强，特别是在某一些代表全球科技发展方向的重要应用科技领域拥有优势，并且科技成果转化能力强，则该国的高新技术产业发展就有了一定的可能性。

科技竞争力影响着企业的组织结构。一方面，新科技在产业中的应用，可以重新调整生产工序和环节，通过新的分工提高生产专业化的水平，扩大企业规模。另一方面，知识经济时代的到来，需要企业进行不断的观念、技术、组织结构的创新，而创新需要对知识的生产、占有、有效利用，这需要科学技术作为引导，引导企业进行创新，使企业竞争能力得到增强，进而增强国际竞争力。

一个科学技术和知识发达的国家，能够吸引国外的资本、人才等生产要素的流入，形成产业、企业发展的强大动力，增强竞争能力，科技要素的流动必将带动其他要素的流动，科学技术的交流与合作有利于推动政治、经济、文化的交流与合作，有利于全面开放。科技竞争力为国家建立先进的基础设施提供一定的技术支持。现代化的交通、通讯技术广泛地应用于基础设施的建设上，则该国的基础设施将是在技术上比较先进的基础设施。同时，知识和技术还能够使基础设施的建设、管理、保护、使用的效率得以提高。

随着我国科学技术的不断发展，我国的科技竞争力在很大程度上得到了提高。这对我国教育服务贸易的开展是非常有利的。

人文竞争力

人文竞争力是指一个国家在人文社会方面对于其他国家的吸引力，包括文化、风俗、宗教、信仰等等。一个国家具有独特的传统文化和浓厚的文化氛围，可以使其在吸引投资和贸易输出方面具有一定的竞争优势。中国的传统文化，使中国在教育服务贸易市场上具有很大的竞争优势。

自然竞争力

自然竞争力指一个国家在自然地理环境方面相对于其他国家来说在地理位置、风景方面的吸引力。在政治、经济等因素之外，现在优越的地理位置和拥有美丽风景的国家或地区也逐渐成为吸引投资的地方。从我国的情况来说，我国众多的秀丽风景也成为我国吸引投资和输出服务的优势。在教育服务贸易的输出方面也是如此。

以上这几个因素能够对教育服务贸易的发展产生重要的影响，并且它们之间又相互影响，相互作用，为国际竞争力的模型设计奠定了一定的基础，成为教育服务贸易国际竞争力的重要因素。

3 核心竞争力分析

核心竞争力包括产业竞争力和组织竞争力，是教育服务贸易国际竞争力的直接支持，体现深层的竞争实力和持续发展动力。

产业竞争力

产业竞争力指一国的产业在国际中的竞争能力。一个国家产业的发展及发展规模既要受到其他产业的影响，又影响着其他产业。如果各产业、各生产部门在生产上相互衔接、紧密配合，并

形成合理的比例，则资源在各部门之间将得到合理的配置，相应地为国家创造的财富就会越多，国家的经济实力就会越强，竞争力也会越强。但是，国家的自然、社会、政治、经济、技术和对外关系形成地区特定的供给结构，国家产业结构和产业组织与其相适应，则国家要素比较优势得以发挥，实现生产成本低廉，实现产品价格的上升，国家产业竞争力得以提升。同时，国家的产业结构只有适应了市场需求的变化，才能使产品的价值得以实现，产业结构的应变能力才能提高，才能向国家所需的方向调整，才能增加国家产业的吸引力，资源配置的能力就会越强，国家竞争力也会随之加强。

与发达国家相比，中国的教育产业发展比较缓慢，在市场竞争中处于不利位置。要使中国在教育服务贸易市场中赢得一定的竞争优势，必须加强发展中国的教育产业。

组织竞争力

企业是经济的基本组织单元，只有具备人才、资金、技术、管理和规模优势的企业，才能在市场竞争中取胜。企业只有利用和把握市场机会、开发新的生产技术、对变化竞争环境做出迅速的反应、适应需求的变化，才能使经济充满活力。

同样的道理，学校是教育服务贸易发展中的主体。教育服务贸易的国际竞争力由学校这一组织来直接体现。学校的竞争力是教育服务贸易国际竞争力的微观体现。下面将从学校的市场力、人才力、技术力、资金力、组织力和形象力六个方面进行比较分析。

二 组织竞争力各要素分析

为了在一个较为全面的范围内研究影响教育服务贸易国际竞

竞争力的因素，我们把着眼点落实到微观组织这一层次，从组织竞争力的角度来分析学校国际竞争力在教育服务贸易国际竞争力中的贡献。

我们把学校国际竞争力的影响因素确定为市场竞争力、人力资源管理竞争力、技术创新竞争力、资金运营竞争力、组织竞争力、形象竞争力六种要素，称为学校国际竞争力的六大要素竞争力，依次为市场力、人才力、技术力、资金力、组织力和形象力。见图 8-1。

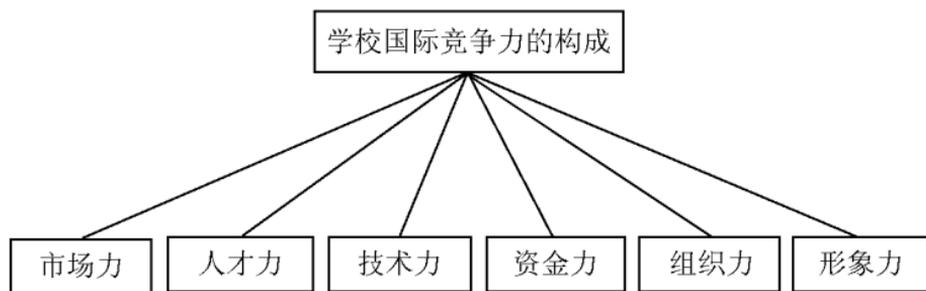


图 8-1 学校国际竞争力的构成

1 市场竞争力分析

国内市场竞争和国际市场竞争。随着我国市场经济和改革开放的进一步发展，市场竞争给学校经营造成了极大的压力。国内市场的竞争中，各个高校之间的竞争主要是围绕生源的竞争展开。激烈的竞争使得一部分专科院校和没有市场竞争力的专业在竞争中淘汰。中国加入世界贸易组织之后，在国际教育服务贸易市场竞争中，基本上处于劣势，属于教育服务输入大国。

市场细分分析

市场细分可以帮助学校发现市场、选择市场；集中资源、以弱胜强，还有 20/80 规则，即 20% 的市场完成了 80% 的营业额。这一规律将对学校的决策起着非常重要的作用。我国加入世界贸

易组织后，中外合作办学呈现加速发展的势头，沿海地区申报的数量大大增加，中西部地区的中外合作办学项目开始起步。总体上讲，办学层次有所提高，合作形式也日益多样化。据不完全统计，截至 2002 年底，全国共有中外合作办学机构和项目 712 个，与 1995 年初相比，增加了 9 倍多，覆盖了 28 个省、自治区、直辖市。

从地域分布看，中外合作办学机构相对集中在经济、文化较发达的东部沿海省份及大中城市。办学机构和项目数位居前 10 位的有：上海（111）、北京（108）、山东（78）、江苏（61）、辽宁（34）、浙江（33）、天津（31）、陕西（29）、广东（27）、湖北（23）等省市，符合这些地区经济和社会发展对各类人才的迫切需求。

从合作对象国别和地区分布看，外方合作者主要来自经济发达、科技及教育先进的国家和地区。排名前 10 名的是：美国（154）、澳大利亚（146）、加拿大（74）、日本（58）、中国香港（56）、新加坡（46）、英国（40）、中国台湾（31）、法国（24）、德国（14）、韩国（12）等。

从办学层次分布看，学历教育机构占多数，约有 372 个。其中，初中 2 个、高中 40 个、职业学校 69 个、中等专业学校 36 个、大学专科层次 82 个、大学本科层次 69 个、研究生层次 74 个；非学历教育机构 313 个；幼儿园 27 个。

从专业分布看，开设工商管理类专业的机构和项目居多，共 255 个，占 36%；外国语言文学类 132 个，占 19%；电气信息类 94 个，占 13%；经济学类 74 个，占 10%；艺术类 37 个，占 5%；教育学类 19 个，占 3%；其他类 101 个，占 14%。

不可忽视的发展中国家市场。中国教育服务的输出，在发展中国家中保持着稳定持续的发展，占有不可忽视的地位。

明星市场 表示企业获得较高的市场份额和增长率且收支平衡的新兴市场，它需要强大的市场营销支持。这类市场对现金有着强烈的需求，也最容易引起竞争者的警觉和关注。

问题市场 表示市场份额虽然很低，但市场正在快速增长。在这个市场中，对可能获得的项目应投入大量的资金，做好项目的跟踪，同时最大限度地提高学校在该市场的知名度，获得市场份额，尽力把问题市场培养为明星市场。

狗市场 表示市场份额和市场增长率均不理想的市场。一般是昨天的“金牛市场”，或者是在市场良好时期没有获得足够市场份额的市场。通常，对于“狗市场”比较明智的做法是将资金投入“明星市场”或“问题市场”中。

问题市场是正快速增长的新兴市场，市场增长率较高，要进入市场获得项目要投入大量资金，若发展顺利则该市场能由问题市场成长为明星市场，相对市场份额有较大增长，利润也由负值达到收支平衡；若发展顺利则该市场能继续成长为金牛市场，有着较高的市场份额和利润收入，中国的学校应当努力寻求金牛市场并维持尽可能长时期的稳定；狗市场是金牛市场的衰退，市场增长率和相对市场份额降低，利润也减少，但还能维持收支平衡。若情况继续恶化，则有可能退出该市场。

以上是从进入国际教育服务市场到退出该市场的一个完整循环过程，问题市场、明星市场、金牛市场和狗市场依次是在该市场中四种状态的划分。当然也不排除出现由于国际世界经济、战争等因素影响导致从明星市场直接进入狗市场等现象的出现。因此，这四种市场状态综合说明了一市场自身发展状况以及提供教育服务学校在该市场的竞争状况。

存在的问题。从国际市场来看，中国学校在教育服务贸易市场中所占份额太低。特别是在欧洲和美洲市场上份额不高。另

外，表明中国大型承包商对市场变化反应不明显。在欧洲和美洲市场开始繁荣，美国、德国、韩国等国家大举进入之际，中国学校进入这一市场速度太慢，中国的学校在抢占市场上根本就没有优势可言。

这种现象的根本原因是由于处在由社会主义的计划经济向市场经济的转变的历史时期，中国刚刚加入 WTO，学校还不能适应国际市场的变化。在市场发生变化之前没有能做好预测工作，在市场变化时又没有及时做出灵活反应。此外，教育服务与其他商品不同，不是批量生产。这一特点导致学校在适应市场过程中，缺乏对市场观念的培育，很少运用市场营销战略等手段。因此，中国的学校很少能在市场细分和市场定位等正确的市场战略和方针的指导下有目标、有针对性地开拓市场、占领市场、控制市场，也就导致了在许多市场上的无功而返，也错失了许多进入某些细分市场的良机。

2 人力资源管理竞争力分析

现状

学校管理者现状 在学校中教师的培训、考核和激励是一个方面，一个更重要的方面是拥有一个优秀的领导和管理班子。从我国学校的现状来看，通常好的学校都拥有一批优秀而稳定的管理者，他们思想敏锐、事业心强，知人善任、善经营、懂业务、会管理、勤政廉洁、团结奋斗，民主作风好，深得人民的信任。但是还有相当比例的学校领导人管理幅度过宽，因而无暇顾及学校的战略发展。尽管许多领导每天工作 12 个小时以上，可应酬多、学习少、会议多、解决学校的大政方针的时间太少。

教师队伍现状 教师队伍的总体素质有待进一步提高，教师队伍结构有待进一步改善。教育队伍地区之间分布不平衡，落后

地区教师相对缺乏，教师资源的合理配置和充分利用还缺乏有效机制。

存在的问题

未形成职业管理者及其市场 职业管理者是指以管理为职业、具备良好的管理素质和职业道德的人，其担任某一组织领导职务所取得的业绩，应当成为日后被原组织或其他组织聘用的基本依据。以往的某些领导人的领导岗位是终身制、行政任命的，即使管理不善，还可以调任到另一组织继续为“官”，而职业管理者虽也是以管理为职业，从事着领导职务，但是一旦有经营不善、或者做出了有损管理者职业道德的行为，其事业生涯也随之没落。衡量职业管理者业绩的是学校的业绩，保持职业管理者活力的是职业管理者市场，而不是行政命令。因此，可以看出，只有真正建立了现代企业制度，所有权和经营权分离，才有可能出现职业管理者和形成职业管理者市场。

缺乏有效的激励和监督机制 目前对学校的管理者没有严格的监督机制和激励机制。考核和奖优罚劣是现行学校管理制度中存在的主要问题。没有一个有效的监督机构监督实施，再严格的监督制度也是如同虚设。复旦大学首席教授、世界管理协会中国委员会主席苏东水先生就在预测 21 世纪的管理发展趋势中提到，雇佣方式将成为组织竞争优势的一个来源。果然如此，职业管理者的出现是指日可待。而且大力发展职业管理者市场能为学校提供一大批优秀的高级管理人才。

3 技术创新竞争力分析

学校技术竞争力的特点 其一，建立了日益完善的科技进步运行体制。以行政领导人为组织者、学科带头人为核心的技术管理体系，以及科研管理、开发、推广等各项科技管理制度构成的

科技进步运作体制，极大地促进了科学技术进步。其二，科研开发和推广进一步加强。科研开发的投入加大，并与项目相结合以进行新技术的应用。其三，科研技术人员所占比例较高。不论是从学校内部还是整个国家来看，科研人员的比例都高于一般的行业。其四，国际间科技交流与合作增多。科研人员能够有机会与国外科研人员进行深层次的交流。其五，易于形成综合技术优势。学校的科研技术力量雄厚，有利于形成在专业领域中的技术优势的實力。

存在问题 其一，投入太少。与国外相比，科研经费投入太少，无法与国外的学校相比拟。其二，体制创新不健全。技术创新体制的不健全是中国学校科研技术创新不足的一个重要环节，因此须使学校成为技术创新的主体，带动科研机构和大专院校形成互为协同、科研为生产服务、生产推动科研的发展的良好循环局面；同时，促进产销等部门的有效协同，使科研、开发与市场紧密联系，推动科研成果向企业的竞争优势转化。

原因分析 其一，底子薄、基础差。我国科研技术基础薄弱，技术开发和技术创新内在的动力。其二，不够重视。由于我国以前对科技的不重视，科技转化为生产力的观念甚弱，导致科技投入资金少、科技人员数量少、人均研究和开发（R&D）费用少等现象普遍。其三，科研机构管理不得力。科研机构中行政人员过多、科研人员过少，而且科研人员的素质偏低。其四，未能发挥后发优势。后发优势（the advantage of backwardness）是指作为落后国家或企业可以通过学习、模仿、观察，以较低的代价掌握先进国家或企业经过探索而获得的知识、经验或教训，包括那些已经不再是当今的“先进科技”、但过去曾经是“先进科技”的知识与技术。这就是科技进步中的比较优势。

4 资金运营竞争力分析

在我国，很多学校都出现了资金缺乏、运转不灵的问题。资金和效益问题严重地影响了学校的国际竞争力。出现这种状况的原因如下：一是历史原因。我国长期以来国家对学校的财政投入资金严重不足是大多数学校出现资金困难的主要原因。二是关系尚未理顺。学校内部资金的分散和沉淀进一步影响了资金的使用效率。三是市场原因。各种投资项目经营不规范，导致拖欠款数额有增无减。四是体制问题。没有形成社会多元投资体系。

5 组织竞争力分析

教育领域属于国家事业性行业，长期以来由国家统分统管。这在一定程度上束缚了学校活力的焕发。国家要通过原有国有学校的改制，逐步形成学校经营机制多元化的局面。要充分利用多种所有制的优势，吸引各种社会力量办学。要发挥学校的规模优势，带动学校经营机制灵活，实现资源的优化配置。

6 形象竞争力分析

目前我国学校在形象方面都不是很注重，多半侧重于传统的形象来吸引生源。主要原因是：我国还处在从计划经济向市场经济转轨时期，多数学校缺乏形象塑造的意识；不少学校凭借雄厚的资源和国家的扶持，无意或者根本无法以优良形象和品牌去参与竞争并占领国际市场；很少或者说根本就没有学校想要从整体上设计形象；某些学校的经营理念、行为理念几乎千篇一律是“团结、求实、开拓、创新”等此类词汇，很少有个性化的体现；我国学校由于产权关系不明，管理经营体制落后等原因，直接影响决策层地位的稳固，进而造成了一些领导人追求短期行为，缺

乏长期发展的责任感和使命感；即使在形象建设上已卓有成就如清华大学，其形象建设还处于视觉识别阶段，尚有待于进一步深化。

CI 战略的 CI 是形象识别 (Corporate Identity)，是指组织有意识、有计划地将组织的各种特征向社会公众主动展示与传播，使公众在市场环境中对其有一个标准化、差别化的印象和认识，以便更好地识别并留下良好印象。其本质是一种以塑造组织形象为目标的组织传播行为。

CI 战略就是要引入 CIS (Corporate Identity System)，即建立 MI、BI 和 VI 三个系统。理念识别系统 MI (或策略识别系统，Mind Identity System) 指在学校经营过程中的经营宗旨、经营信条、经营哲学、经营理念、学校精神和经营战略等因素的统一化。

行为识别系统 BI (或活动识别系统，Behavior Identity System)，是指学校在实际经营过程中所有行为的规范化、协调化、以便经营管理的统一化。对内包括生产管理、干部教育、员工教育、服务态度、研究开发等。对外包括市场调查、产品开发、公共关系等。

视觉识别系统 VI (Visual Identity System) 是指纯属视觉信息传递的各种形式的统一，是 CI 战略中分列项目最多、层面最广、效果最直接的向社会传递信息的部分，分为基本系统要素和应用系统要素两大类。基本系统要素包括学校名称、学校标志、产品商标、学校品牌标准字体、学校专用印刷字体、学校标准色等。应用系统要素则是基本系统要素融入企业经营理念、行为准则和别具特色的设计语汇，应用于学校的符号系统、产品、销售、广告、办公器具、事务用品、设备、招牌旗帜、建筑外观等系统中。

三 中国教育服务贸易国际竞争力研究模型

国际竞争力研究自 1980 年开始以来,迄今已经有 20 多年的历史。20 多年来,无论从概念到理论,还是从统计到方法,以及在分析政策和国家管理中的开发应用都获得了较大的发展,越来越多的研究机构和专家学者加入到这一领域的研究与开发工作中来。目前,在这方面最具影响力的是总部设在瑞士洛桑的国际管理发展学院(The International Institute for Management Development,简称 IMD)^①和总部设在瑞士日内瓦的国际经济论坛(World Economic Forum,简称 WEF)所进行的国家竞争力排名。世界银行也建立起了国家竞争力评价数据库。在企业层次,最近也有不少学者进行了尝试。波特的竞争力分析方法也属于多因素综合分析方法。下面将这些具有代表性的综合研究方法放在一起进行分析,并在此基础上提出中国教育服务贸易国际竞争力的研究模型。

1 IMD 国际竞争力模型

关于国际竞争力的理解

瑞士国际管理发展研究院每年 6 月出版《世界竞争力年鉴》(The World Competitiveness Yearbook,以下简称 WCY)来发布各个国家竞争力的研究报告。该报告通过评价各个国家支持企业国际竞争力的环境来评价各个国家的竞争力。IMD 认为,国家之间的竞争是其企业在特定环境下的竞争。国际竞争力不能仅仅从 GDP 和生产率方面来评价,因为企业要面对的竞争环境,包括经济、

^① 参见网址：www.imd.ch/wcy。

政治、文化、教育等多个方面的因素。国家之间的竞争是特定企业在最有效率的结构、制度和政策环境之间的竞争。因此，IMD认为，国际竞争力是国家创造一个使企业有竞争力的环境的能力。从这一点出发，WCY主要分析的是国家在提供给在其内部经营的企业维持其国内和国外竞争力的环境。

IMD关于国际竞争力的理论

IMD理论将国际竞争力分为国家竞争力和企业竞争力，并从四对基本力量要素构建了一个竞争环境。

本地化与全球化（Proximity Versus Globality）。前者指在国内、区域内布局生产，强调本地发展；后者在全球范围内布局生产活动，强调全球化发展。

吸引力与扩张力（Attractiveness Versus Aggressiveness）。前者指吸引外商直接投资的能力；后者指向国际市场扩张的能力，前者创造就业，后者创造收益。

资源与生产过程（Assets Versus Process）。前者指国内现有的各种资源，强调资产存量；后者指工艺方法、组织流程、专用技术等，强调使资产增值的能力。

个人冒险精神与社会和谐发展（Individual Risk-taking Versus Social Cohesiveness）。前者强调个人主义，主张放松管制、实行私有化，后者强调社会福利、追求平等和社会凝聚力。

这四组力量要素通过国内经济、国际化程度、政府政策和运行、金融环境、基础设施、企业管理、科学技术和国民素质 8 个方面体现出来，对一个国家国际竞争力的评价也主要是通过这 8 个方面来评估。

IMD关于国际竞争力模型

IMD认为，国际竞争力就是一国或一企业在这个世界上均衡地生产出比其竞争对手更多地财富，将国际竞争力分解为八大方

面，即国内经济、国际化程度、政府政策和运行、金融环境、基础设施、企业管理、科学技术和国民素质。其中企业竞争力是核心，可持续发展是关键。具体模型见图 8-3。

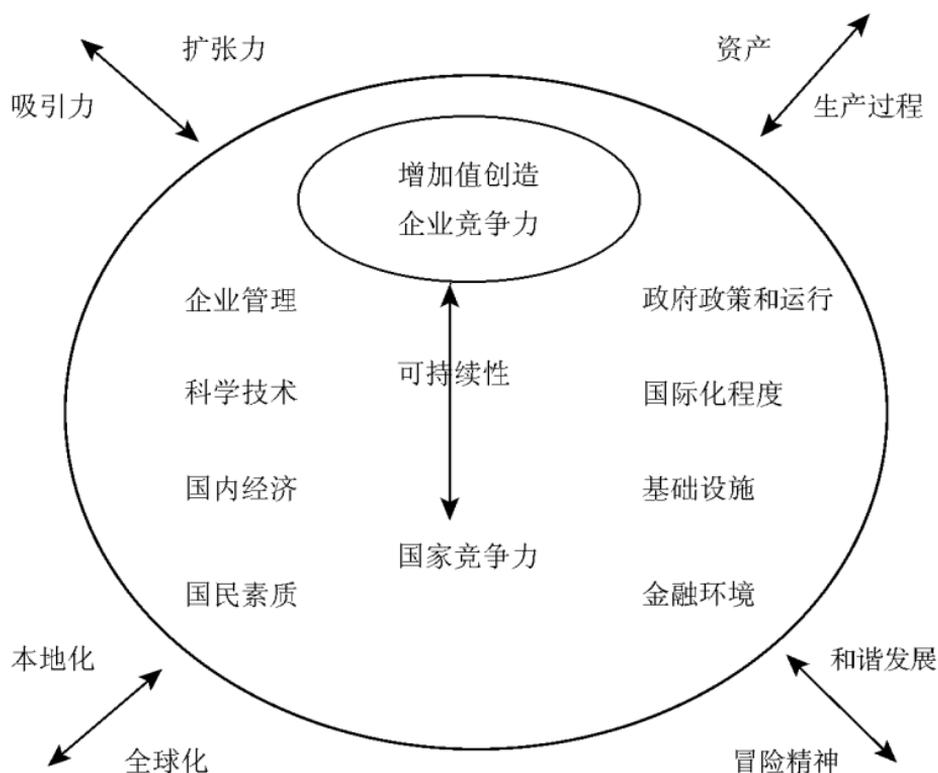


图 8-3 IMD 国际竞争力模型

IMD 的国际竞争力模型，重点是国家竞争力研究。从国家竞争力与企业竞争力的相互关系出发，认为国家竞争力的核心就在于国家内企业创造增加值的能力，即企业竞争力；而企业是否具有竞争力，则是从国家对企业营运能力的有利或不利影响来分析。

IMD 国际竞争力模型从国家这一研究对象出发，选择了八大方面的因素予以评价。增强国家竞争力要必须明确其政策目标，而目标制定的最大挑战就在于如何处理竞争力模型中这四大因素

的关系。在具体评价国际竞争力中的 8 个要素的时候，IMD 将这些要素细分为若干子要素，并以这些子要素为基础对各国的竞争力进行评价。（见表 8-1）

表 8-1 IMD 国际竞争力各要素及包含的子要素^①

国内经济	国际化程度	政府作用	金融环境	基础设施	企业管理	国民素质	科学技术
增加值	贸易	政府债务	资金成本	交通基础	生产率	人口特点	研发费用
投资	出口	政府支出	资本获得	技术基础	劳动力成本	劳动力	研发人数
储蓄	进口	税收政策	股票市场	技术基础	企业业绩	就业率	技术管理
最终消费	汇率	政府效率	银行效率	能源基础	管理效率	失业	科研环境
产业业绩	投资组合	政府干预		环境	企业文化	教育结构	知识产权
生活成本	外商投资	法律保险				生活质量	
适应能力	国家保护					价值观	
	开放程度						

IMD 还提出了提高国家竞争力的十条黄金法则：（1）使国家经济保持一个灵活、有弹性、具有适应力的经济结构；（2）加强基础设施建设，投资于传统的和技术的基础设施；（3）加强法律法规建设，创造一个稳定、透明、可预见的法律环境；（4）在政府行为方面，要努力使政府的政策和行为透明化，要保证政策实行的质量，提高办事的效率；（5）采取措施促进个人储蓄和刺激国内投资；（6）努力提高人们生活水平，改善工资收入水平和生产率、税收之间的关系；（7）积极提高向国外市场的扩张力和国内对外资的吸引力；（8）加大对教育的投资，尤其是中学教育和职业培训；（9）保持社会结构的稳定，通过缩小收入差距，加强中间阶层的培训；（10）保持居民期望的价值观，同时，通过保持自身经济的发展和全球经济的发展来保证财富的积极增长。

^① 资料来源：www.imd.ch/wcy 2002 年 1 月。

2 WEF 的国际竞争力模型

WEF 关于国际竞争力的理解

1996 年世界经济论坛（简称 WEF）在《全球竞争力报告》中，将竞争力定义为一国或者地区保持人均国内生产总值较高增长的能力。在定义的基础上，设计了三个国际竞争力指数。1999 年 WEF 的报告将竞争力定义为：在中期支持经济高速增长的制度安排和经济政策的安排。^① 在 2000 年的报告中，WEF 提出了两个定义，一个是 Jeffrey Sachs 和 Andrew Warner 的定义：在一个较长的时期获得经济高速增长的能力；另一个是 Michael Porter 的定义：获得当前较高的生产率的能力。

WEF 关于国际竞争力的理论

WEF 关于国际竞争力的定义是多方面的，并且是不断变革的。在国际竞争力的评价中，主要依据新古典学派经济增长理论、技术内生经济增长理论，强调国家竞争力主要通过开放程度、政府、金融、基础设施、技术、管理、劳动和法规制度。在 WEF 的理论体系中，包括了这样几个国际竞争力的衡量指标：国际竞争力综合指数、经济增长指数、市场增长指数、增长竞争力指数和当前竞争力指数。在 1998 年后增加了波特关于竞争力和环境方面的理论，“当前竞争力指数”和“环境管制体制竞争力指数”是基于波特的理论，即：一国经济的竞争力不仅仅受宏观环境的影响，而且与当前的生产率、当前微观经济制度有关；环境管制制度与经济业绩表现之间存在相关性，寻找决定业绩差异的环境因素，揭示环境管制制度与竞争力的关系，是设置环境

^① 见《全球竞争力报告》（1999）英文版：the set of institutions and economic policies supportive of high rates of economic growth in the medium term.

管制制度竞争力的主要目的。

WEF 关于国际竞争力的模型

WEF 在对各国的竞争力进行评价时，具体使用的要素项目包括 8 个方面：开放程度、政府、金融、基础设施、技术、管理、劳动和法制规定。WEF 的《全球竞争力报告》所公布的指标和内容每年都有较大变化。WEF 公布的内容中还包括由 1/4 最差指标和 1/4 最好指标组成的资产负债表。WEF 对国际竞争力的比较分为贸易中心经济、美英经济、欧盟经济、亚洲工业国、转轨经济、拉美经济和其他国家 7 组进行对比。《全球竞争力报告》除了定性的数据外，还包括许多预测数据，比如说基于过去 8 年数据对未来 8 年经济增长进行的预测。在《全球竞争力报告》中，还包括一系列专题研究报告。总的来说，《全球竞争力报告》比较注重机制上的问题，重视实际运营方面的问题，而且通常会采用最新的理论进行竞争力评价。

3 波特的研究模型

波特关于国际竞争力的理解

哈佛大学教授波特在竞争及竞争力方面进行了大量的研究，提出了许多具有独创性的观点、理论和方法。在他著名的“竞争三部曲”中，分别从企业、产业和国家三个层次对国际竞争力进行了系统研究。从管理学方面，波特把研究的侧重点放在了企业和产业竞争力方面，他提出的“竞争优势”理论以及他所建议的竞争战略是企业管理理论的一个重大创新。在产业竞争优势和企业竞争优势之后，波特提出了国家竞争优势理论，其核心是解释“为什么一国可以为公司提供有利的母国基地。所谓的母国基地，是指这样的国家：在这个国家里，企业或者公司的核心竞争优势被创造出来；在这里，公司战略得以确立，核心产品和生产技术

被创造出来并得以维持；在这里，拥有最有生产率的工作和最先进的技术”^①，“一国的竞争力依赖于它的产业创新与升级能力”^②。可以看出，在早期，波特对国际竞争力的研究以产业竞争力为基点。后来，在“令人叹为观止的著作”^③《国家竞争优势》中，他指出：“从国家的层面来考虑时，‘竞争力’的唯一意义就是国家生产力。”^④

波特关于国际竞争力的理论

波特在 1980 年出版的《竞争战略》一书中提出了驱动产业竞争的五种力量，即买方侃价能力、卖方侃价能力、新进入者的威胁、替代产品或者服务的威胁以及现有公司之间的争夺。他认为决定五种竞争力量的要素很多，包括规模因素、成本优势和进入退出障碍等。在竞争中，要取得胜利的战略有三种：总成本领先战略、标新立异战略和目标集聚战略。实施战略的目的，就是要取得竞争优势。在这里，波特认为企业竞争成败的关键是盈利能力。

在 1985 年出版的《竞争优势》中，波特进一步从价值链的角度来解释企业盈利能力的来源。他认为，企业竞争优势的来源是企业与竞争对手相比在价值链上的差异。企业的盈利能力是收入与成本之差，价值链是由企业各项活动收入减去成本之差后所创造的价值积累起来的。在《竞争优势》中，波特提出了价值链分析方法，应用于揭示企业之间的竞争优势。

① Porter, M. E., On Competition, pp162.

② 同上, pp155.

③ 哈佛大学经济学教授 A. Michael Spence 对波特的 The Competitive Advantage of Nations 的书评, 见 The Competitive Advantage of Nations 封三。

④ [美] 迈克尔·波特著, 李明轩、邱如美译:《国际竞争优势》, 华夏出版社, 2002 年版, 第 6 页。

在 1990 年出版的《国家竞争优势》一书中，波特从讨论国家竞争力开始，从对国家竞争优势形成原因的讨论出发，来分析国家竞争优势。他认为，国家竞争力不是人均 GDP，也不是其他，而是生产率。在批判了传统的比较优势理论和新贸易理论对国家竞争优势的来源的不正确解释后，他提出了自己的菱形理论，来解释国家竞争优势的来源。他认为，分析国家竞争优势的最好单位是细分产业，他的国家优势决定模型实际上是国家中产业的优势决定模型，意图通过国家中产业的竞争优势来说明国家的竞争优势。

波特关于国际竞争力的模型

波特在 1990 年的《国家竞争优势》一书中，提出了国家竞争优势的钻石体系。他认为国家的财富主要取决于本国的生产率（即指单位工作日所创造的新价值，或者是单位投入资本所得到的报酬）和一国所能利用的单位物质来源。国家或者地区竞争环境如何与其生产率增长密切相关。国家竞争力集中体现在一国的产业竞争力上，而一国的特定产业是否具有国际竞争力取决于六个要素，即要素条件、需求条件、相关产业和辅助产业、企业战略、结构与竞争、机遇作用和政府作用。由这几类要素组成的竞争环境构成了波特竞争力模型的钻石体系。（见图 8-4）

（1）要素条件

每个国家都有经济发展所必需的生产要素，包括人力资源、自然资源、资本资源、基础设施等。一个国家的生产要素禀赋对其国家产业的竞争力会产生重要影响，生产要素对于竞争力的重要性不在于其继承性而在于创造性。因此，对于国家竞争力来讲，单纯的配置生产要素不如高效率地利用生产要素。

（2）需求条件

影响国家竞争力的第二个因素是国家的需求状况。国内需求

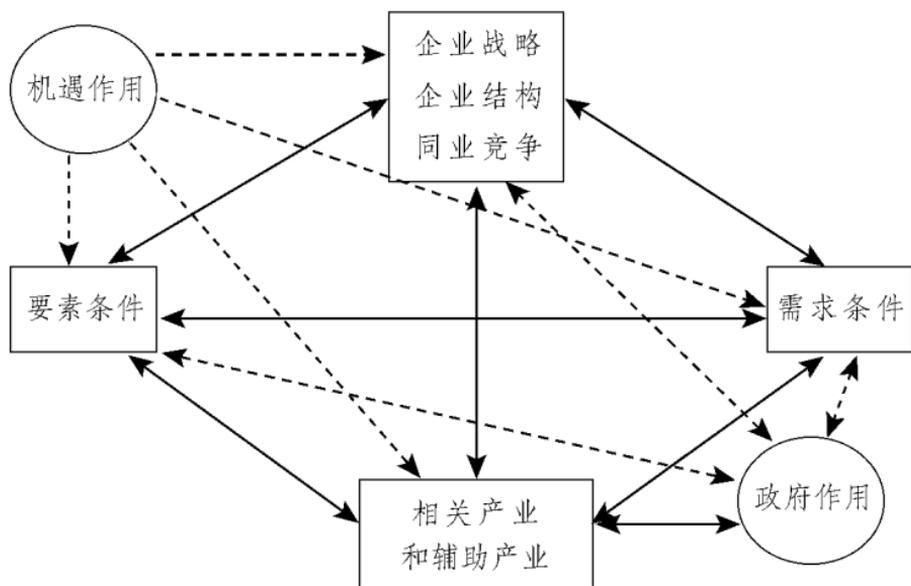


图 8-4 波特的完整钻石体系

的构成在以下三个方面对竞争力产生重要的影响。第一，需求的细分结构，即多样化的需求分布。市场的细分有助于企业形成有效的竞争战略，并发挥规模经济的作用，市场细分有助于企业集中优势，取得局部优势，对国家也是如此。第二，成熟的购买者，他们会对企业产生压力，迫使企业提高产品质量和服务的质量标准，努力降低成本，提升竞争力。第三，预示性买方需求，如果国内买方需求预示了其他国家的买方需求，这意味着国内买方需求向企业提供了关于未来买方广泛需求的早期信号，这不仅有利于开发新产品和新市场，而且有利于培养国内成熟的消费者。

(3) 相关产业和辅助产业

影响国家竞争力的第三个因素是相关产业和辅助产业。例如，上游产业具有国际竞争力，有助于提升下游产业的国际竞争力。上游产业可以及时为下游产业提供新概念、新创意，而下游产业也可及时为上游产业提供试验场所。上下游产业的密切合

作，也会增强双方的国际竞争力。

(4) 企业战略、结构与竞争

确定国际竞争力的第四个因素是企业战略、结构与竞争状况。产业中企业的目标、战略与组织形式各不相同，国家竞争力就是在这些方面找到一些平衡点。国内竞争的形式也对创新过程和长远的国际化进程带来根本性的影响。企业的管理受到环境的制约，因此能够适应本国的具体环境的管理有利于增强国家竞争力。激烈的国内竞争与国家竞争力之间存在密切关系。国内竞争对企业产生压力，迫使其改进技术，实施创新。在国内竞争中取得优势的企业，就能取得较强的国际竞争力。

(5) 机遇作用

一些偶发性的事件和机会也会对国家竞争力产生影响。例如，纯粹的发明活动、重大的技术突破、投入成本的突然变化、世界金融市场和汇率的突然变化等等，它可能使一些国家获得竞争优势，也可能使一些国家丧失优势，产生截然不同的结果。

(6) 政府作用

政府通过政策调节竞争优势，如补贴、教育、投资、控制资本市场、指定主产标准与竞争条例等，对前述的几个因素产生影响。可能是积极的，可能是消极的。反过来，政府作用也受到其他四大因素的影响。波特国家竞争力模型主要是从产业竞争力方面入手，对之进行剖析，剖析了影响产业竞争力的六大因素，对产业竞争力做出总体评价。

四 关于新的研究模型的构建

1 对 IMD、WEF 和波特模型的评价

在 IMD 竞争力模型、WEF 竞争力模型和波特竞争力模型的基础上，我们提出了关于教育服务贸易国际竞争力的研究模型。

IMD 对国家竞争力的评价是基于大量的统计数据的基础上进行的。应该说是用综合要素评价国家竞争力的比较成熟的方法，也是目前所使用的最著名的评价方法之一。使用它进行国家之间竞争力的比较分析，能够通过排名突出国家之间的竞争力的差距。但是，这种方法一般适用于国家与国家之间的比较。由于其范围比较宽泛，因为所面临的环境要素和内部构成及影响因素方面有较大的差异，这种方法并不适合于从理论上构建教育服务贸易国际竞争力体系。

WEF 关于竞争力的定义和竞争力的评价体系，一般随着理论的革新而不断变化。从《全球竞争力报告》来看，这种方法使用了大量的定性指标，其涉及问题的多样性和竞争力指标的多变性，使得在实践中会带来很多的不确定性。在对教育服务贸易国际竞争力进行研究的时候，本论文只把其看作参考。

波特的竞争力模型的研究对象包括企业、产业和国家三个方面，从研究对象来看，其强调的重点是产业竞争力。波特的模型考虑的环境因素很多，但在宏观环境方面一直涉及比较少，只有在后来的《国家竞争优势》当中才提及。教育服务贸易国际竞争力的研究立足点是教育服务业，从这一点来看，波特的模型可以有借鉴之处。但在宏观环境方面，各种因素的分析有待加强。

2 新研究模型构建

尽管国际竞争力的研究已经成为 20 世纪 90 年代世界经济领域的热门话题，但是，无论是美国还是欧洲都尚未见到有对教育服务贸易的研究。例如，在网页上对专门研究国际竞争力的瑞士国际管理学院和世界经济论坛的搜索，都没有发现此类研究。

目前，尽管学术界有对教育的国际竞争力及其影响因素的分析，但许多研究还是停留在国家或产业层面的研究上，对于教育的国际竞争力的评价还主要从某一个或几个影响方面来评价，针对教育服务贸易国际竞争力的研究还存在空白。

在全球化的背景下，国与国之间的竞争，在以往经济实力竞争、科学技术竞争的基础上，拓展到国际贸易的竞争；而且国际贸易的竞争逐渐成为国与国之间国力强弱的竞争。从国内经济结构和产业结构调整的要求和参与国际竞争两个角度来看，教育与一国国际竞争力之间的关系，不仅体现在教育是提高国民素质和科技实力、教育是增强一国国际竞争力的最有影响力的基础要素，而且体现国际服务贸易市场中教育服务贸易的发展是直接决定一国国际服务贸易竞争力的主要因素。研究和构建我国教育服务贸易国际竞争力体系，对我国的教育发展和国家竞争力的提高来说，有着重要的现实意义。

我们在借鉴 IMD、WEF 和波特竞争力模型的基础之上，以分析一个国家教育服务贸易国际竞争力为研究对象，创造性地提出具有特色的国际竞争力的理论模型。

教育服务贸易国际竞争力理论演绎

关于国际竞争力的概念，目前在国际和国内都有一定的争议，包括经济学在内的社会各界对“国际竞争力”的定义，缺乏共识。世界经济论坛和瑞士国际管理发展学院（IMD）于 1980 年

创造了国际竞争力评价体系。1996年瑞士国际管理发展学院将国际竞争力的概念定义为：“一国或一公司在国际市场上均衡地生产出比其竞争对手更多财富的能力。”这是从宏观和微观角度提出的定义。美国《关于产业竞争力的总统委员会报告》认为：“国际竞争力是在自由良好的市场条件下，能够在国际市场上提供好的产品、好的服务的同时又能提高本国人民生活水平的能力。”美国哈佛大学教授迈克尔·波特认为，在国家层面上，“竞争力”的唯一意义是国家生产力。目前，比较一致的观点是：国际竞争力是指一个国家在世界经济的大环境下，与各国的竞争力相比较，其创造增加值和国民财富持续增长的能力。

一国的国际竞争力不是抽象的，它是一个量化的概念。一个国家的国际竞争力包括8大要素，即国家经济实力、国际化、政府管理、金融体系、基础设施、企业管理、科学技术、国民素质。从宏观角度来说，国际竞争力表现为产业国际竞争力，从微观的角度来说，则落实到企业国际竞争力。

按照世界贸易组织的定义，教育服务是指各国间在初等教育、中等教育、高等教育（第三级教育）和成人教育中的服务交往。教育服务作为第三产业的一部分，其国际竞争力应该归属于产业国际竞争力的范畴。根据国际竞争力的一般概念，从经济学的角度来看，教育服务贸易国际竞争力可以定义为：在不存在贸易障碍的自由贸易条件下，一国的教育部门以技术能力为核心，整合国家经济环境、宏观政策条件、战略决策、学术研究、组织管理和经营开发等要素，创造其相对于其他国的持续竞争优势，向国际市场提供符合消费者需求的服务的能力。从定义来看，教育服务贸易国际竞争力有四个基本特点：（1）教育服务贸易国际竞争力使得教育服务具备进入国际市场的潜能；（2）教育服务贸易国际竞争力构建了服务最终产品中的关键价值；（3）教育服务

贸易国际竞争力具有独特性，竞争对手难以模仿或者在短时间内难以赶上；(4) 教育服务贸易国际竞争力具有可变性，能够根据所处内部条件的变化和国际环境的变动，结合自身的资源及时作出相应的调整。

教育服务贸易国际竞争力的模型构建

教育服务贸易国际竞争力是由各个要素组成的综合系统，整个系统包括三个部分：核心竞争力、基础竞争力和环境竞争力。核心竞争力包括组织竞争力和产业竞争力，是教育服务贸易国际竞争力的直接支持，体现深层的竞争实力和持续发展动力；基础设施竞争力和国民素质竞争力构成基础竞争力，是教育服务贸易国际竞争力的基础，支持核心竞争力的持续发展和成长；政府管理竞争力、国家经济实力、国际化竞争力、科技竞争力、人文竞争力和自然竞争力构成了环境竞争力，是教育服务贸易国际竞争力发展的重要市场、体制、法制、政策的体现，也是国际竞争力发展的重要激励因素，对核心竞争力的实现具有直接的重要作用（见图 8-5）。教育服务贸易国际竞争力的三个子系统是相互关联的，在建设教育服务竞争力的时候，要突出核心竞争力、基础竞争力和环境竞争力三位一体的整体发展和提升。

我们认为，首先，国际竞争力是针对教育服务贸易而言；其次，国际竞争力是一个综合概念，但与其他描述方式所不同的是，在以国际市场为主的情况下，还辅以其他因素来说明和定义教育服务贸易的国际竞争力。它既包括教育服务贸易在国际市场上的竞争情况，又包括组织内部各个方面形成的竞争力。

教育服务贸易国际竞争力是一个产业整体的比较优势，具体来说，指组织在现有资源基础上进行有效的经营管理，扩大国际贸易市场份额，创造更多利润的能力。

当然，国家和行业政策对教育服务贸易的发展有着举足轻重

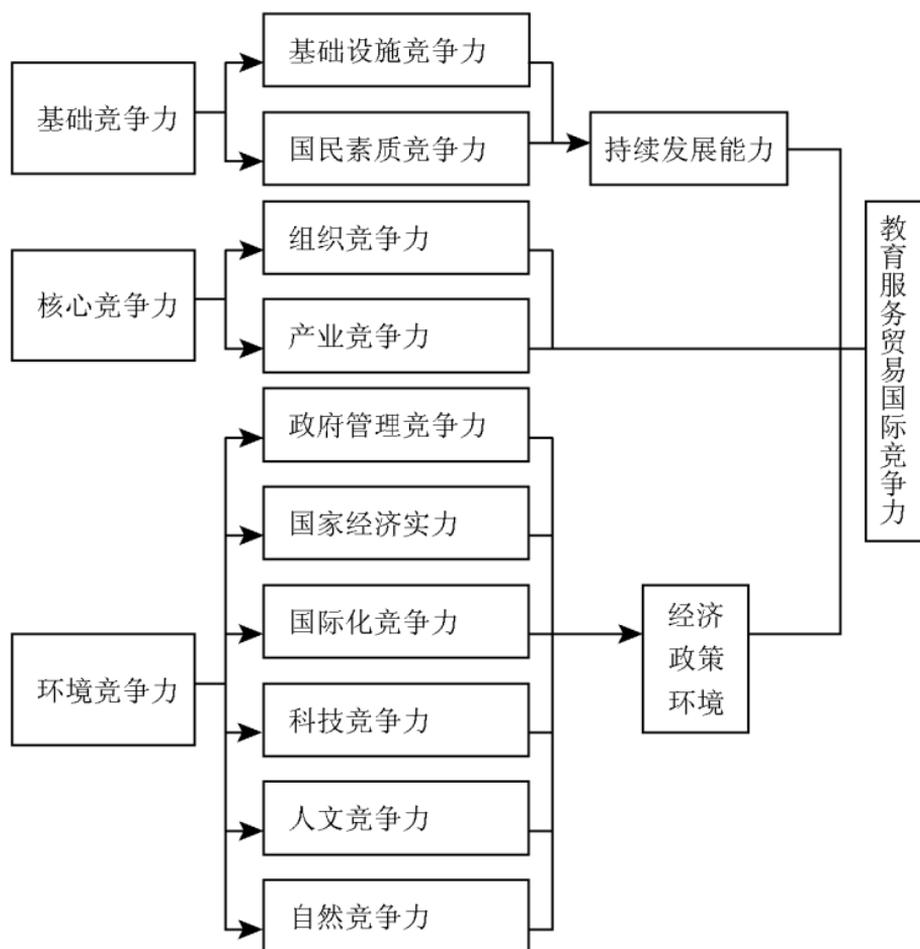


图 8-5 教育服务贸易国际竞争力模型

的作用，对其在国际教育服务贸易市场上的竞争力也有着非凡的影响。特别是我国的教育服务基本都是由公立学校提供的，如果国家不能提供或创造有利环境，对教育服务贸易的国际竞争力有负面影响。

尽管作者对教育服务贸易的国际竞争力进行了界定，但是应该看到的是，这只是众多界定的概念中的一种。国际竞争力的内容广博，还需要进一步的探究。

第九章

中国发展国际教育服务贸易战略对策

一 建立国际教育服务贸易制度和政策支持体系

波特的竞争优势理论过度强调企业和市场的作用，而低估了政府的作用，认为政府的作用仅是一个辅助性因素。而事实上，在各国的教育服务产业及教育服务贸易发展过程中，政府都发挥着极其重要的作用。从前面的分析也发现，主要发达国家教育服务贸易政策选择对其教育服务贸易产生了重要影响，因此，发展国际教育服务贸易离不开政府的大力扶持。加强政府对国际教育服务贸易在制度和政策方面的管理和支持，应当着重于以下几个方面。

1 利用开放利益，坚持适度保护

面对加入 WTO 后，具有强大竞争力的外国教育机构，我国应实行开放性的适度保护贸易政策。目前各国对教育服务贸易政策的制定因经济基础和教育实力的强弱不同，分别实行自由贸易政策和保护贸易政策两大类。教育服务贸易因涉及到维护国家的教育主权，保护民族传统文化乃至保护民族语言等意识形态问题，使得贸易保护主义的色彩更浓厚。根据我国教育发展的现状，我们应当采取开放的、适度保护贸易政策。毕竟，我国教育市场的发展不能以牺牲教育机构的利益作为代价，而应着眼于帮助教育机构培育竞争力，同时又不违背 WTO 的基本原则。适度保护贸易政策，开放是前提，保护是进一步开放的基础。在经济一体化的趋势下，商品贸易的国际化曾经起了先导作用，我们同样可以通过积极发展教育贸易，来推动教育国际化的发展。贸易保护的措施尽管多样，但其所要达到的目的是相同的，即在削弱国外服务出口的出口能力和竞争能力的同时，通过贸易保护，有效扶持国内教育机构的发展，增强本国教育机构在国际教育服务贸易中的竞争优势。需要注意的是必须认识到实行保护政策的代价，有助于增强当前教育机构的保护政策也许会降低教育机构长期的国际竞争力。我国高等教育发展的历程中，有这样一个事实：什么时候我国高等教育的大门关起来了，什么时候高等教育的发展就开始落后，甚至停滞倒退（例如“文化大革命”时期）；什么时候高等教育的大门打开了，什么时候高等教育就会前进发展。所以，即使需要对教育机构实行保护政策，也应该注意到：第一，保护必须有限度；第二，在实行保护政策以避免国际竞争冲击的同时，应该尽可能地增强教育产业的国内竞争，避免封闭导致教育服务竞争力的衰弱。

2 制定战略目标，长远规划国际教育服务贸易的发展

从历史上看，生产力的发展都是以思想解放为先导的，落后首先是由于思想和观念上的落后。只有解放思想，实事求是，才能切实发挥我国教育的比较优势，缩短与教育发达国家的距离。当前教育服务在全球已经作为贸易的方式存在，所以无论是我国教育行政部门的管理者还是教育机构的管理者，都应当及时转变观念，明确把握教育服务国际市场运行机制和市场化运作的内涵。教育行政部门对留学教育观念的转变需要迅速从对外文化和政治思想范畴转到经济范畴，并树立教育国际市场的观念，要从战略的高度来看待教育国际市场的建立，以及它将给我国经济、文化和教育国际化带来的益处。从我国与西方发达国家比较分析中可以看出，主要教育发达国家在教育服务出口贸易方面制定了雄心勃勃的发展战略，并辅之以相应的政策。而在我国还没有制定这方面的战略目标，政府应当在教育服务出口方面制定一定的发展目标，并且围绕这一目标的实现制定科学、可行的配套制度和政策，根据既定的发展目标，通过实行相应的政策，刺激教育服务出口的快速发展。

3 建立适应国际教育服务贸易发展的现代教育体制

我国教育体制是计划经济的产物，不仅不适应市场经济，更不适应加入 WTO 将教育作为贸易来发展的需要。要建立适应教育服务贸易的现代教育体制，从根本上说，就是实行政校分开，让学校成为面向社会、面向市场、面向国际教育市场的相对独立自主的办学实体。赋予教育机构在课程内容设置上的选择、规划、调整权利，通过扩大办学规模，调整专业结构，培养多层次、多领域的各类人才来满足国内外教育市场的需要。如果仍按

原有教育体制，不仅不能扩大办学规模，也不能满足市场对人才的需要。为此，必须变革传统的办学体制，将国有化的办学体制向多元化办学体制转变，形成国有公办、国有民办、民有民办、中外合作办学等多元化办学体制，从体制上改变完全靠国家办学的状况，依靠社会各方面力量实现教育投入多元化，使我国教育体制与教育服务贸易发展相适应。只有这样，才能从根本上改变我国国际教育服务贸易在国际市场上的竞争劣势。

教育领域要引入市场竞争机制，实行优胜劣汰的策略。政府必须从对学校具体事务的管制活动中退出，各级教育行政主管部门必须转变职能，从管制转变为服务，使教育服务职能社会化。政府应赋予民办教育机构与公办教育机构平等的法律地位，改变对民办教育一些政策上存在的不合理现象，为国有公办、国有民办、民有民办、中外合作办学等各种类型的教育机构创造公平竞争的良好环境，相互促进，共同发展。只有这样，才能在一定程度上实现教育资源的配置和合理流动，激发教育活力，促进各级各类教育机构教育质量和办学质量的不断提高。有时我们常常假定商业与教育互不相容，事实上恰恰相反，没有活力十足和充满竞争的方式来提供教育商品与服务，那么任何公共教育系统都是没有效率的，因为二者相辅相成。^① 教育领域引入竞争机制，直接的后果是促使我国教育市场的快速成熟，加快教育自身发展，提升教育服务的质量。这种以良性竞争为前提条件的市场机制才是教育迅速发展的真正源动力，也是加入 WTO 后，迅速培育我国教育的相对比较优势，并最终参与国际教育市场竞争的必由之路。世界银行的 HARRY PATRINOS 在分析了美国、丹麦、澳大

^① 斯蒂芬·P. 海涅曼著，陈运超译：“持续增长的国际教育商品与服务商业市场”，《复旦教育论坛》，2003年第4期。

利亚、智利、哥伦比亚、新西兰、英国、比利时等许多国家在教育中引入市场竞争的结果认为，在教育中引入市场竞争，会激励学校创新和提高效率，从而改善教育。在许多国家竞争对改善教育的作用是非常显著的。^①

4 健全国际教育服务贸易管理体制

坚持教育服务市场开放与实施教育服务贸易的合理保护都依赖于健全的教育服务贸易管理体制。目前我国教育部国际司主管全国的教育对外事务，各省直辖市的外事处分管各地的教育对外事务。随着教育服务贸易发生额不断增大，教育服务贸易主管部门应当加强对教育服务贸易统一管理，注重强化以下功能，即要根据我国教育服务业的发展状况和服务贸易总协定的规则，统筹规划并及时修正我国教育服务贸易的发展战略；制定或参与制定教育服务贸易法律法规；制定促进教育服务贸易输出的方针、政策；组织有优势的教育机构拓展国际教育服务贸易市场；统计和掌握教育服务贸易的基本数据和市场状况；落实服务贸易总协定的有关条款；监督检查有关国际双边、多边教育服务贸易协议的实施情况等方面。

我国国际教育服务贸易发展的进程，不仅取决于我国国内教育服务业的发展水平，而更重要的将取决于我国服务业对外开放的程度和我国能够获得的国际市场份额，对此，教育服务贸易管理部门，应建立健全教育服务贸易行业协会组织，充分发挥行业协会对教育服务市场的协调作用。为有利于发挥我国教育服务贸易方面的资源优势，提高服务输出的档次，建议组建中国国际教

^① Patrinos, Harry. "Market Force in Education", *European Journal of Education*, Vol. 35, No. 1, 2000. pp. 53 ~ 64.

育服务贸易促进会，促进会由从事教育服务贸易的教育机构参加、该会要作好教育服务贸易经营的协调工作，应当根据教育机构自身的优势以及所预期拓展的市场进行宏观分类指导，使各教育机构能最大限度地发挥自身的优势。教育服务对外贸易的发展在我国尚处于初始阶段，在此期间将会出现一些不规范的贸易行为或不合理竞争现象，随着教育服务贸易的发展和我国政府机关职能的进一步转变，经营过程中的有关协调应交由服务贸易促进会这样的民间组织来承担。总之，建立我国国际教育服务贸易管理体制是一项十分紧迫的任务，只有加强对国际教育服务贸易的科学管理才能更好促进我国开展国际教育服务贸易。

5 完善国际教育服务贸易法律法规体系

在赋予教育机构高度灵活自主办学权的同时，教育行政主管部门的主要职能要转到宏观指导、协调，以及宏观政策和教育法规的制定与监督上来。要通过教育法律保障及监督体系的建立，使我国教育真正驶向规范化、法制化良性发展的轨道。我国已经加入 WTO，国内教育市场在逐步开放，有关教育立法、执法等方面的法律关系和制度规范也都要作相应的调整。

近年来我国教育服务贸易立法有比较大的发展，相继出台了《中外合作办学条例》、《高等学校境外办学暂行管理办法》等法规规章，一定程度上规范了教育服务贸易的发生行为，对教育服务贸易的有序开展发挥了积极的作用，但还存在不少问题，主要表现在：(1) 还未形成一个相对完备的教育服务贸易法律体系框架，不少领域处于空白状态。例如有关招收来华留学生、出国留学和对外教学方面法律法规的缺位。针对这些问题，政府应当尽快从教育服务贸易的 4 种提供方式（即跨境交付、境外消费、商业存在和自然人流动）上，制定相应的规范性文件，全面规范教

育服务贸易行为，做到有法可依；（2）在已经颁布的法律法规中，有的条文过于抽象，在实际工作中缺乏可操作性，应当出台具体的实施细则加以明确；（3）比照 WTO 有关规则以及我国对教育服务做出的承诺，现行法律法规的某些条文没有能够及时进行相应的修改，有不少冲突的地方；此外有关教育服务贸易规章不够透明等问题也不同程度地存在。总之，我们一方面要合理利用有关法律法规为教育服务进口设置适当服务贸易壁垒，保护国内教育产业的发展，尤其在承认外国学历问题上，要建立相应的法律程序，而不是依靠行政手段来直接干预；另一方面要严格遵照我国的承诺履行相应的职责，尽快修改和完善各类涉外教育法规，从而为开展我国国际教育服务贸易创造良好的法律环境。

6 加强国际教育服务质量监督管理

在实行政校分开、明确政府宏观管理职能的基础上，政府要建立和完善新的行政管理机制。为确保各级各类教育机构的教育质量，要积极发展和培育教育中介机构。教育中介机构是介于政府法律管理和企业自主管理之间的一种群体自律组织，是社会管理的必要补充，在对教育机构的评估、质量认证等方面，政府要充分发挥中介机构的积极作用。开展国际教育服务第一位就是要保证教育的高质量，因为只有打出高质量的教育品牌，为国际社会培养和输送高质量的毕业生，才能从根本上提高我国教育服务的国际竞争力。因此，我国在加强对输出教育服务的质量进行监管的同时，也要加强对输入我国的教育质量进行监管，确保我国学生消费者的长远利益。

首先，加强对境外办学的质量监督和管理。加强对境外办学的质量监督和管理对促进我国教育机构境外办学的健康发展非常重要，如果境外办学的质量出现严重问题，将会严重影响我国教

育的国际声誉，降低我国教育的国际竞争力。境外办学是作为一种产业在运作，政府的过多干预将不利于境外办学产业的发展。所以，政府应当把一些监督管理的职能交给相关的教育中介组织，由这些中介组织在对开展境外办学的学校资质审查、境外合作方办学资质评估、境外办学质量评估等方面发挥应有的作用。

其次，对中外合作办学要完善相应的社会监督机制，委托专门的教育评估机构定期对其具体运行情况，如外籍教师的到位情况、教育经费与设备的供给、教学计划的执行以及教学质量保障等进行评估和审查，建立严格的会计审核制度，指定信誉良好、独立运作的会计师事务所，定期对中外合作办学机构（项目）的经费来源与支出情况进行审计，确保教育经费按时足额到位和有效使用，保证中外合作办学的健康有序发展。

二 扬长避短，增强教育服务贸易出口竞争力

1 发挥国内教育比较优势，扩大教育出口规模

前面分析了我国教育服务的比较优势，即具有本土文化的相对优势、一定的学科优势、价格优势、华语优势、区位优势和后发优势等。与我国拥有的诸多优势相比，教育机构对比较优势的利用却很不充分。为了全面、充分地发挥我国教育服务的比较优势，教育机构可以选择多样化的输出方式出口教育服务。除了吸引留学生来我国学习这种传统方式之外，还可以通过主动输出的方式来扩大市场需求，比如通过与国外教育机构联合办学及通过网上留学等方式。随着我国综合国力的逐步增强，国际地位的不断提高，渴望来我国留学的学生人数将会不断增长。我国教育机构应当抓住机遇，充分发挥自己在某些领域的比较优势，科学运

用营销手段推销、宣传我国教育，满足国际市场需求，这对发展我国国际教育服务贸易有深远的意义，同时可以显著提高教育机构的国际竞争力。

2 培育教育市场，促进教育服务贸易健康发展

在教育服务贸易领域，从事教育服务贸易的主体是教育机构，但政府的引导也是必要的。政府尤其是行业主管部门，应鼓励教育机构在继续加快通过各种形式和途径引进国外优质教育资源的同时，极力培育促进教育机构走出去的教育市场及相关市场。尽快形成支撑发展教育服务贸易的中介市场，包括跨国合作办学的中介机构、留学中介机构等。应当建立专门研究国际留学市场，获取相关信息的专业机构，我国教育机构普遍不能及时准确把握最新留学市场动态。在国际教育市场化发展过程中，政府和产业机构应当帮助教育机构发展必要的市场知识和经验，提供最新的国际市场趋向和特征的信息、并探讨国际教育新市场或有待开发市场的性质和潜力。通过准确获得国际留学市场供需信息，以及向国际市场及时反馈我国的培养信息，为教育机构开展服务贸易提供有利的市场环境。此外，需要进一步规范出国留学中介运作和中外合作办学相关中介市场，有必要成立由大学教授、经济界、新闻界人士以及公务员组成的相关中外合作办学中介组织，切实保证引进国外优质的教育资源。

3 建设研究型大学，改善来华留学结构不合理现象

重点建设一批研究型大学，吸引高学历外国留学生。中国现有高校 1000 多所，在国内有知名度的进入“211 工程”的有 100 多所。根据 1994 年修订的最新版本《高等教育机构分类》中，被称为研究型大学的高等教育机构要求严格达到两个标准：第

一，提供从学士学位到博士学位的教育，每年至少授予 50 个博士学位；第二，置研究于优先地位，每年至少得到 1550 万美元和 4000 万美元的来自政府的研究经费的资助。^① 对照这个标准，我国学校中能被称为研究型大学的极少。与此相比，在美国有约 120 余所研究型大学，这些大学成为美国吸引世界各国留学生的最强的优势。我国的重点大学中，目前很多还是以培养本科生为主，对外国优秀人才的吸引力很小。近年来留学教育市场中的学生层次在不断上移，研究生层次的留学需求增长超出了其他层次。因此，我国要留住自己的人才，从其他发达国家中吸引人才，需要大力发展研究型大学，彻底改变目前我国研究生留学生少，语言生是留学生主体的不利竞争位势。为此，我国应当将来华留学教育的发展目标，逐步定位在有较高学历层次的教育对象上，国家应当相对集中力量，加快建设具有国际竞争力的高水平研究型大学，不断改善来华留学结构不合理现象。

4 建立面向世界留学生制度，排除来华留学各种障碍 帮助留学生克服语言难关

加大对外汉语教学的研究和投入。对于来华留学教育发展来说，汉语言教育是拓展其他层次留学教育的基础，我国政府加强汉语对外教学是留学教育市场化发展的基本条件。但汉语被公认为世界最难学习的语言，语言不过关往往限制了大量希望来华学习的学生。因此，必须加大对外汉语教学的研究，加强对外汉语师资的培训，加快对外汉语教材的编写，以及现代教学设施的投入，探索学习汉语的教学方法，以不断提高对外汉语的教学

^① 沈红：《美国研究型大学形成与发展》，华中理工大学出版社，1999年版，第2页。

水平。

推进双语教学的广度。单一的汉语教学方式已经成为我国制约外国留学生教育发展的一个因素，我们要挖掘潜力努力开辟直接用英语授课的专业和课程，为更多的外国留学生来我国学习提供机会，为我国留学生教育的发展创造更好的条件。招收留学生的高校要大力推进双语教学，提高自身的国际化程度，使更多的专业能够面向世界开放，提高我国高等教育面向世界发展的能力，同时提高来华留学生的就学选择。

完善留学生教育管理模式

首先，我国应当放宽相关留学政策，对留学生在招生和学籍管理上采取宽进严出的政策。在政策方面，建议放宽对来华留学生入学汉语水平的要求，对不同层次留学生视对汉语的需求，采用不同的汉语入学标准。

其次，我们可以借鉴澳大利亚大学在留学生教育管理体制中的做法，教育机构应当成立健全的组织负责留学生的招生、学前培训以及日常管理，使留学生教育系统化。各教育机构可以成立语言学院或中心，专为留学生提供语言辅导以及大学预科课程，帮助学生尽快攻克语言的障碍，在学生学习语言的同时，提供相应的专业词汇教学，以方便学生尽快进入专业学习。留学生达到学校的本科或研究生入学要求后，直接转入相关的院系，与中国学生同班上课，实施趋同管理，使留学生真正融入校园，推动留学生教育的发展。

最后，国家要建立来华留学生勤工俭学政策，允许留学生业余时间打工，这种做法在其他国家非常普遍；此外，国家教育主管部门要建立健全来华留学生的各种社会保障体制，如人身保险、医疗保险等，这也是国际高等教育市场的运作机制之一，可以使来华留学生在华学习期间没有后顾之忧，这必将对来华留学

的招生产生一定的影响。

加强对留学生的援助，确保世界各国的优秀留学生来华学习

提供奖学金是目前世界各国通行的做法，这种做法对吸引留学生来华同样能起到积极的作用。要大力发展来华留学生教育，就必须发挥奖学金的功能。建议国家、地方教育主管部门和高等院校分别制定来华留学生招生的奖学金政策。一方面国家要适当加大奖学金资金的投入，积极发挥政府奖学金在来华留学工作中的主导地位，增强我国政府奖学金在国际留学生市场上的竞争力。另一方面，在政府留学生奖学金的基础上，有条件的学校可以考虑设立校内留学生奖学金，为自由申请的国外留学生以及签有校际合作关系的国外高校留学生来华求学提供经济资助，学校还可以鼓励有条件的院系乃至研究课题组设立研究奖学金，形成来华留学生多渠道的经费自主来源，以吸引更多的留学生来华留学。学校还要争取地方政府和企事业单位为留学生设立奖学金，形成全社会都重视留学生教育的局面。国家奖学金、地方奖学金、高校奖学金相结合，这既是国际高等教育市场的运作机制之一，也应当成为开拓我国来华留学生教育事业的措施之一。

5 加强师资队伍建设，培养一代教育精英

纵观当今国际教育服务贸易领域，留学生最集中的教育机构无一不是师资力量雄厚的云集地，因此大力培育和吸引人才，增加对教师培训的投资，成为世界各国特别是广大发展中国家增强教育服务贸易竞争力的关键之举。如前所述与教育发达国家相比，目前我国教师队伍状况堪忧，如果不尽快有所改善，将难以扭转教育在国际竞争中的劣势地位。师资队伍的数量和质量对教育发展起决定性作用，尤其教师的质量是影响人才质量最主要、最直接的因素。要迅速改变我国目前师资队伍整体素质不高的局

面，需要从多角度、全方位进行改善，尤其在教育国际化背景下，要充分利用国际国内两个教师资源市场，通过引进和培养两种方式不断优化我国教师队伍。首先，通过外国智力引进，聘用国外优秀的教学人才到我国的教育机构任职，从事科学研究，担任教学工作（而不仅仅是语言培训），更多地充实国际上著名的专家学者以及我国学有所成的优秀留学人员到教师队伍中来，以优化教师队伍的结构，进一步提高我国高校师资队伍整体实力；其次，一方面通过选派教师出国进修，更新知识结构，来提高现有教师队伍素质，另一方面抓好继续教育，提高教师的学历，鼓励教师在职攻读学位或进修，鼓励教师积极参加各类学习进修班、校内外学术讨论会等，让教师不断更新和补充专业领域内的新知识，了解世界学术前沿动态，保证教学质量，造就一支具有国际视野的高水平的师资队伍；最后，要不断深化人事制度改革，引入竞争机制，积极推行教师聘任制和全员聘用合同制，促进人才脱颖而出，逐步形成结构合理的高素质的师资队伍。

6 建立与国际接轨的课程体系和教学内容

在经济全球化环境下，社会对人才需求结构的改变，必然反映到高等教育的课程体系和教学模式中，只有顺应这种需求的变化，高等教育的生产才能真正符合市场需要。人才的培养是在教学过程中实施的，教育质量的高低也要体现在课程结构和教学上，高等学校要适应教育国际化的需要，加大对留学生的吸引力度，必须在课程结构上作大的改革。在课程改革中要注意以下两个方面。

首先，要建立相对完善的大学课程结构。招收留学生的高校其学科和专业建设要以向全世界开放为目标，除了加强特色学科如中文、中医药等专业的建设外，留学课程设置要求我国大学要

主动了解国际人才需求市场和国际上大学课程的发展动态，积极吸收国际上成功的课程改革经验，引进和开设在国际上有发展潜力的新兴课程并选用国际上最先进的教材。

其次，要根据市场需求对课程进行灵活调整。在建立相对完善的大学课程结构的基础上，教育机构要根据市场需求对课程不断进行灵活调整，注意在教学内容中及时补充国外最先进的科学文化知识和科技成果。要保证留学生的教育质量，除了汉语教学质量外，更重要的应该是大学整体教学水平的高质量，只有高水平的教学质量，才能吸引留学生。德国拥有高质量的高等教育，但为吸引更多的留学生，为外国留学生制定了专门的课程体系并投入资金聘用有经验的专家来提高外国留学生的培养质量，从而抵消了德国在语言和体制方面与国际通用标准不一致的不利影响，德国的这种做法很值得我们借鉴。我国有些重点高校具备一流的规模，但目前还不足以吸引国外最出色的学生来读书，除了因为师资力量和科研实力等还未达到一流水平外，与针对外国留学生的教育计划远不够完善也直接相关，这很大程度上削弱了我国教育机构对外国留学生的吸引力。

总之，在充分利用好已有学科优势的基础上，加强新兴学科、交叉学科、特色学科的建设，不断完善我国课程体系和教学内容对成功地吸引留学生，以及加强中外合作与交流有着深远的意义。

7 提高信息化水平，多种方式输出教育

信息技术的迅速发展以及在教育服务领域的广泛运用，带来了教育服务业参与国际教育服务贸易的新的竞争方式，网络教育和远程教育对教育服务贸易的影响日益增大。世界各国都在加强发展远程教育，以期在这个新的竞争领域获得优势竞争地位。目

前，我国与国外发达国家在教育信息化水平上有着巨大差异，国外教育机构急欲开拓我国网络教育市场。面对这种现状，我国要尽快提高教育信息化水平，在发展国内远程教育的基础上，开展面向国际市场的远程教育服务。我国开展对外的远程教育也有许多比较优势，其中最突出的表现在教育内容上的优势。我国富有特色的传统文化对国外的很多学子有着强烈的吸引力，可以成为对外教育输出的主要内容；此外越来越多的国家和地区热衷于学习汉语语言，全世界有 85 个国家的 2100 多所大学在教授中文，不计其数的中小学、社会办学机构也在开展汉语教学，这都为我国的远程教育提供了绝好的机会。通过远程教育可以传递正宗、纯正的中国本土文化，相对于各种培训机构更有竞争力；同时在许多学科领域，我国也处于较高的发展水平，尤其对于一些发展中国家有很大的吸引力，这些可以成为网络教育输出的重要部分。总之，在面临挑战的同时，我国也面临着很多机遇，国外大量的贸易壁垒将被拆除，准入门槛的降低，为我国以远程教育方式进入这些国家提供了便利。所以，教育机构要及时把握机会，发挥自身优势，来提高跨境交付贸易在教育服务贸易出口中的比重。

三 面向国际市场，创造我国教育机构持续竞争优势

1 树立教育全球化，教育市场国际化的观念

首先，教育机构要有教育服务国际竞争意识，树立教育发展的国内国际两个市场观念，积极开拓教育服务国际新市场，不断提高输出教育的层次、类别，因为多类别、多层次的发展模式最具有竞争的灵活性；其次，教育机构要有主动竞争意识，这种主

动性可以落实到教育机构对留学教育的效率、效益以及利润的追求上。与普通高等教育相比，留学教育利益的独享性能更完全地体现人力资本的市场价值和教育的市场属性，国际教育服务市场是更完全意义上的竞争市场，在竞争市场中，获利目标的确立能给竞争主体带来最直接的发展驱动力；最后，教育机构要加强竞争的全球意识，不能把留学生生源市场仅仅局限于某一地域，应当培育自己的核心竞争力，主动进入国际教育市场与发达国家竞争，在提供具有市场竞争力的教育产品的同时，强调运用商业运作手段开拓国际市场，在更广泛的地域招收留学生。

2 塑造核心竞争力，创造满足顾客需求的教育产品

鉴别核心竞争力

核心竞争力是教育机构获得竞争优势的前提和基础。为了在国际教育中获得一个可持续竞争优势，教育机构必须检测其资源和技能并鉴别其所拥有的核心竞争力，只有建立在现有核心竞争力基础上的教育机构经营战略才能创造竞争优势。从对大量教育机构失败的反思中不难发现，其失败的最根本原因是核心竞争能力太弱，或者说根本就未曾想到去构建自己特有的核心竞争力。其表现为没有自己的独特的异质性资源、能力，缺乏办学特色，办学随机、盲目等，最终只能导致失去市场走向失败。因此，拥有自己的核心竞争力才是教育机构的根本大策。我国高等院校大多都有几十年的办学经历，各自形成了不同的优势。找准自己的核心竞争力，首先要对自身优势，如办学条件、师资力量、地理位置、学生特点、学科建设等方面有一个全面而系统的了解，进一步鉴别出自己的核心竞争力，形成不易被其他教育机构复制的差异性，是教育机构建立竞争优势走向国际市场的前提。

培育核心竞争力

教育机构的核心竞争力是在国际市场立足的重要条件。与过去相比,当前全球领域内存在着更完全意义上的国际教育供需市场,留学生基本上以自费生为主,政府派遣生数量很少,学生留学的主要目的是获得人力资本在最大可能范围内的增值,所以势必求学于具有优质教育质量的机构。而教育机构的目的是通过不断提高自己的教育质量满足学生的需求,这样就形成了真正意义上的国际教育大市场。面对日益扩大的自费留学群体,要参与国际教育市场竞争,教育机构必须有意识地培育自己的核心竞争力,通过占有异质性的优势资源和能力,发展自己独特的一面,办出特色是极为重要和关键的。它使教育机构在科技水平、教学特色、服务质量以及市场位势等诸多方面独具优势,并最终体现在教育机构占有的国际教育市场份额上。教育机构核心竞争力的本质是“顾客期望价值的剩余”,即教育机构让学生消费者得到真正好于或高于竞争对手的不可取代性品质和消费者期望的产品或服务价值的优惠和剩余。也就是说同样的教育产品或教育服务,谁能给学生消费者提供更大的期望价值剩余,即无论是价廉还是物美,谁就拥有更大更强的核心竞争力,教育机构只有持续不断投资于其核心竞争力,加强培育,才能保持核心竞争力的领先地位,不会因为被替代而降低自己的竞争优势。

创新核心竞争力

在教育产品生命周期日渐缩短,教学内容更新加快与教育日益国际化的今天,竞争成功的往往是有核心竞争力的教育机构,核心竞争力在教育机构的成长与发展进程中发挥着关键作用。创新核心竞争力意味着教育机构具有不断推出市场需要的新项目、新制度,主动应对变化的“以变应变”的能力。核心竞争力的创新并不局限于某一个方面,可以是资源、能力和制度的任何一个方面,创新核心竞争力并不是一次性的、一劳永逸的,而是持续

的行为。教育机构不能留恋既有的核心竞争力，而要进行主动的创新，进行自我超越。自主创新核心竞争力，意味着教育机构主动地发展出新的核心竞争力，而不是等到既有的核心竞争力被消解之后才进行创新。根据环境的要求不断创造满足学生需求的核心竞争力，是教育机构拥有持续竞争优势的关键。就拿教育产品来说，任何教育产品在市场上都有生命周期，但是，事实上往往很难准确评估一个教育项目或课程何时变得过时，因为即使是最成功的项目，最后也会因为太受欢迎而导致市场空间饱和。例如根据市场需求，在 MBA 项目上首先创造出 EMBA、DBA 等项目课程的教育机构，就是面对环境变化，创造出新的教育产品来主动适应市场需要，这也是一种创新核心竞争力的表现。所以，教育机构必须建立以未来竞争和新的核心竞争力培育为中心的战略管理框架，以便比其他教育机构以更低的成本和更快的速度培养出新的核心竞争力，并开创新的教育竞争领域。要建立这样的战略管理框架，不仅要求教育机构对科技的发展和市场需求趋势进行分析，还需要教育机构具有新的思维与认知模式，这一点在国际教育市场竞争日益激烈的今天尤为重要。

3 关注竞争环境变化，创造有利的市场竞争位势

教育机构所面临的国际市场环境必然包括产业环境及宏观环境两大类，其中宏观环境相对稳定，通过产业环境对教育机构的决策和绩效产生间接的影响。教育机构所面临的产业环境主要由 5 种因素构成（即波特所说的五种力量）。教育机构可以通过自己的努力对这五种竞争力发生影响，以赢得竞争优势。虽然与教育机构所处的外部环境相比，教育机构的内部核心竞争力对于其竞争优势具有决定性的作用。但教育机构核心竞争力有时会不能完全适合教育机构所处特定市场带来的市场机会（威胁）能力，

也就是说,由于教育机构所处的产业环境处在不断的变动之中,所以要求教育机构根据环境的变化,快速调整内部核心竞争力以满足市场需求,这种以变应变的适应环境的能力也是教育机构获得竞争优势的关键所在。在对目标国家教育市场竞争者及学生消费者等5种竞争作用力进行全面分析的基础上,教育机构要根据自身的核心竞争力对自己进行正确的市场定位,以充分利用市场机会、克服外在威胁,获得竞争优势。所以教育机构要时常关注竞争环境的变化,保持对外部影响的快速应变能力,只有这样才能获得竞争优势,在国际教育市场取得较高的市场占有率。

四 重视教育服务国际营销,赢得国际教育市场

1 树立营销意识

任何一个教育机构,要提高其国际市场竞争力都应当根据自身情况制定相应的营销战略。目前我国教育在国际市场上没有很大的影响,许多优秀的教育资源没有为国外所了解,在这种情况下,要想将我国的优秀教育产品推向国外市场,必须加大对外的宣传力度,让国外的学生和知识界了解中国的教育体制和中国的教育水平。在教育发达国家即使教育产品质量具备相当竞争力,也还在进行着声势浩大的教育营销,向世界推销自己的教育服务,我国教育机构目前主动宣传意识淡薄,宣传方式落后,营销意识则处于萌芽状态。从20世纪90年代中期开始,我国政府开始组织部分高校到国外举办小规模的教育展,对新的营销方式互联网的运用非常有限。事实上传统宣传方法已不能适应信息时代市场的需求。长此以往,我国国际教育服务将会失去很多潜在市场,影响我国教育的发展。所以强化教育机构的营销意识,

运用科学的营销手段在国际市场推销自己的教育服务是必须加强和改进的方面。总的来说，对教育服务营销的重视将是今后各国教育机构开拓市场，占有更多国际市场份额的前提，对于还没有太多营销观念的中国教育机构而言，在今后更为激烈的竞争环境中，要想增强自身的竞争力，转变观念，树立营销意识将是具有决定意义的。

2 研究并细分国际教育市场，选择教育出口的突破口

通常在进入一个新的目标市场时，对其进行调研是很重要的第一步。对我们前面列出的教育市场面临的宏观环境和产业环境因素分别进行分析是决定进入目标市场的前提条件。与其他大型服务业如旅游业或银行业相比，对国际教育市场的研究几乎可以说没有，而对国际教育市场的研究往往能带来有效的市场细分。教育机构必须在对目标国市场有很充分了解的情况下，根据内部资源谨慎地对市场进行细分，这样有助于教育机构将其优势资源运用到有益成功的地方，从而避免资源的浪费。泛泛地讲，教育机构有三种瞄准国际市场的选择方案：（1）没有差异性的营销方法，这时教育机构看到的仅是作为一个整体的市场，而没有对市场的各个部分进行分析；（2）有差异性的营销方法，这时教育机构辨明了市场的各个部分，然后针对每个部分制定特别的营销组合；（3）集中的营销方法，这时教育机构了解了市场存在各个不同的部分，但教育机构的营销组合只针对某一特殊部分。对中国教育机构而言，在当前的竞争环境中，教育机构面临的竞争对手的数量日益增加，正如前面所分析的市场细分对教育机构特别重要，特别是集中的营销方法可能更适合我国的教育机构。有研究表明，北美和亚洲学生对教学的需求是不同的，在同一个国家中大学生的需求与研究生的需求也很不同。所以当教育机构开发战

略规划和制定政策时，每个细分市场都应当区别对待。可以肯定，随着中国教育服务市场的不断开放，没有太多的教育机构能够依赖没有差异性的营销办法去获得最大的市场份额，因为国际教育市场越饱和，越要求教育机构变得更加专业化以及加强对国际市场的细分。

3 找准目标市场，开拓与教育机构核心竞争力相匹配的市场

在对市场进行细分的基础上，教育机构要选择欲进入的目标市场。目标市场选择时的基本原则应当是：扬长避短，趋利避害，以较少的成本完成市场进入，并实现和获得较大的市场占有率。需要重申的是教育机构在进行市场细分时，要对市场的性质有一个很好的理解，教育机构应当选择与自身核心竞争力相匹配的特定的目标市场，即在选定的目标市场上必须有助于教育机构发挥出自身的核心竞争力，从而在该市场获得竞争优势。此外，目前我国教育机构海外投资办学绝大多数集中在亚洲地区，这同我国与亚洲国家有相似的文化背景，对这些国家的市场较为熟悉有关。但是随着教育全球化的进一步深入发展，我国教育机构不应再仅把眼光盯在亚洲，而应放眼全世界，不失时机地占领更大范围的市场，有重点、有选择地占领发达国家部分区域市场。

4 正确、明晰的市场定位

教育机构要摸准目标市场学生消费者的需求，作出正确的市场定位并及时跻身于国际市场，实非易事。在国际教育市场中，无论学生对教育需求的品种还是需求数量，都有很大的伸缩性和变动性。这是由前面所提到的宏观环境和产业环境因素等很多因素造成的。教育机构的市場定位强调的是教育机构在满足学生消费者需求方面，与竞争者相比所处的位置。对我国教育机构来

说，在全球高等教育激烈竞争的形势下，在经济全球化对中国高等教育冲击与挑战的前景下，找准自己的位置，找到自己的归宿，是能否持续发展的关键。从某种意义上讲，教育机构的定位是否科学、是否明晰，直接影响到教育机构的生存与发展。教育服务的无形性特征决定了教育机构服务定位是创造竞争差异性的主要机会，当前对我国教育机构而言，合适的教育服务定位包括对教育服务的质量、价格、公众认可等一系列的策划和实施。定位的目的在于使教育机构提供的教育服务适应某一细分市场。

5 针对特定目标市场制定服务营销组合

我们曾具体分析了教育营销组合的五个策略，即教育产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略和有形展示。如果说教育机构对市场面临的环境不可控制的话，那么教育营销组合的这五个策略是教育机构可以控制的，教育机构的营销优势，在较大程度上取决于这五个方面整体营销策略配套组合的优劣而不是单个策略的优劣，教育机构在目标市场上的竞争地位和特色，则通过营销策略组合的特点充分体现出来。所有的策略调整配套都是以目标市场的学生消费者要求为焦点的。教育产品策略、定价策略、渠道策略和有形展示是教育营销组合的四个可变的基本项目，在动态的环境中，它们互相依存，处于同等地位。单独来说虽然它们都很重要，但是真正重要的意义在于它们因势而异，配套组合，即它们结合起来的独特方式，也正是它们组合起来的独特方式，使每一个教育机构的市场营销战略成为一种独特的战略。

五 组建战略联盟，壮大教育机构实力

1 合理选择目标市场进入方式

教育机构在选定欲进入的目标市场后，接下来要对进入目标国家市场的方式进行选择，争取做到以最小的成本进入，并能获得较大收益。前面我们分析了教育机构进入海外市场的三种方式，即与海外学校形成战略联盟、在海外投资建立分校和以非设立的远程教育方式进入。教育机构决定以哪种方式进入国外市场是复杂的，这个决定将被教育服务的无形性和市场的性质所影响，而一个错误的市场进入决定的代价往往很高。总的来说，教育机构应当在综合考虑自身情况和目标国家情况的基础上，选择决定进入的具体方式。在目前我国教育服务业相对落后的情况下，重视建立与海外教育机构形成战略联盟的方式具有重要的现实意义，战略联盟是教育机构谋求发展，参与全球化竞争的有效手段，既是一种联盟方式，也是教育机构进入目标国家的有效方式。教育机构要学着以灵活多样的方式进入国际市场，如可以将非设立的远程教育方式与设立分校及战略联盟的方式结合起来为国外提供教育服务。需要指出的是，前面提到我国教育机构主要应选择战略联盟的形式，并不绝对排斥其他进入方式的存在。对于资金实力雄厚，有很强市场竞争优势的教育机构，完全可以以建立分校的方式进入国外市场。

2 慎重选择战略联盟的合作方

我国教育机构在选择与国外教育机构形成战略联盟方式时，应该值得特别注意的是要重视合作伙伴的选择，合作伙伴选择不

当，不仅会使跨国进入的难度增大乃至造成失败，还可能上当受骗，造成不应有的损失。因此，我国教育机构在进行决策前，应当对拟选择的合作伙伴做尽可能详细的调查，争取选择在其国内拥有良好声誉的教育机构，一个好的合作伙伴可以大大提升教育机构的竞争力。在国际市场中两个知名教育机构的联盟往往带来共赢，也较容易得到来自合作伙伴和教育消费者的积极反馈；而非知名教育机构也可以通过与知名教育机构结成联盟，依托他人优势提升自身价值，其中最为关键的是找准合作的契合点，发挥相对优势。

战略联盟不仅是一种组织结构，更是一种十分重要的竞争战略。教育机构选择战略联盟要以提升能力、增强竞争优势、创造价值为目的。教育机构要参与到联盟的实质性操作层面，而不能只是坐享其成，这样不利于教育机构获得能力提升的长远利益。所以进行战略联盟，赢得市场，与波特提出的价值链理论也是一致的。20世纪80年代初波特在《竞争战略》一书中提出了著名的价值链理论，他认为每个企业的经营活动都可以看作一系列基本和辅助的价值创造活动，如设计、生产、营销等，这些活动共同构成了价值链。价值链是企业分析竞争优势的基石，有些活动是企业的优势所在，有些是企业的薄弱环节，企业既可以通过优化与协调内部活动获得竞争优势，也可以通过与其他企业的价值链整合获得竞争优势，而后者就包括本文所提的战略联盟，即不同企业在价值链上相同价值活动的整合或不同价值活动的共享，战略联盟创造了企业新价值链的极大化。对于教育机构来说，可以选择在价值链中一些环节，如科研、教学服务或营销进行整合，取他人之长，补己之短或共同合作创造更大的竞争优势，这样每个教育机构都受益于战略联盟，最终反映为教育机构价值的扩大和国际市场份额的增加。可见，在选择战略联盟伙伴时，教

育机构应当对自身价值链做全面分析，了解自身优势环节和薄弱环节，在寻找合作方时才能有的放矢，减少联盟的盲目性。

六 加快品牌建设，构筑强势竞争优势

在上世纪某个年代，美国读者文摘杂志曾经做过读者的调查，就是请你给美国最好的地理系排名，大概 60% 的应答是哈佛大学。但是哈佛大学根本没有地理系，从这个例子可以看出，民众对一所教育机构的认可，更多来源于教育机构的声誉，拥有良好声誉品牌的教育机构往往被认为拥有高的教育质量，民众对哈佛大学有一种不可抑制的好感，就是来自与对其教育品牌的认同。这样的品牌无疑是最难以模仿的，是保持持续竞争优势的强有力的模仿障碍。由于教育服务的无形性特征，使学生消费者对教育机构提供的教育质量很难去衡量，这种信息不对称显示出教育品牌的重要性，因此信息越不对称，品牌越重要。但是品牌优势的积累需要很长时间，几十年甚至上百年，品牌的价值就是一种信赖，对教育机构教育质量的信赖，所以它一旦建立起来，就会持续很长时间，为教育机构带来持续的竞争优势。在教育全球化的今天，教育机构品牌的无形资产价值，在教育市场竞争中的地位和作用日益凸显，教育机构加强对品牌建设和管理是在国际市场上维持教育机构持续竞争优势的重要方面。

附录

一、论教育服务及其价值

北京师范大学教育学院 教授 靳希斌

[摘要] 教育服务是教育产品，它具有使用价值与交换价值。在教育市场上是商品。教育服务具有基础产业性、交换性、市场性、生产与消费同时性、共发性以及消费的多层次性、多元性等特征。优质的教育服务是形成学校教育服务优势的核心，创造力、特色学校是形成学校教育优势的重要举措，打造学校经营品牌是形成教育服务优势的有利手段。树立教育服务观点对于丰富与发展教育理论具有理论创新价值；对于推动教育体制改革具有实际应用价值；对于社会、学校和家庭及学生具有经济效益价值；对于促进国际教育服务贸易发展具有商贸价值。

[关键词] 教育服务；教育服务产品；教育服务贸易；教育服务价值

一、教育服务理论来源

关于教育服务的概念和原理，马克思早已有过十分精辟的论述：“有些服务是训练、保持劳动能力，使劳动能力改变形态等等的，总之，是使劳动能力具有专门性，或者仅仅使劳动能力保持下去。例如学校教师服务（只要他是‘产业上必要的’或有用的）、医生的服务（只要他能保持健康）保持一切价值的源泉即劳动力本身——购买这些服务，也就是购买提供‘可以出卖的商品等等’，即提供劳动能力本身来代替自己的服务，这些服务应加入劳动能力的生产费用或再生产费用。”“‘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；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物而是作为活动提供服务的。可见，这一点并不使它例如某种机器（如钟表）有什么区别。”“对于提供这些服务的生产者来说，服务就是商品。服务有一定的使用价值（想象的或现实的）和一定的交换价值。”今天再来理解这些论述，使我们更加明确了这样一些基本理论观点：其一，教育不是物，教育是一种活动。这种服务具有服务性或劳务性，因此教育服务可定义为：教育是一种具有服务性质的实践活动，教育服务就是教育活动的产品，或者说是一种服务形态的产品，教育产品是教育服务；其二，教育服务这种产品就是商品，它既具有使用价值，也具有交换价值，虽然它有特殊性，但同物质商品没有本质的区别，只是形式的不同；其三，作为生产者来说，在教育市场上所提供的是教育服务的质量、品牌和特色，而作为消费者来说，在教育市场上要求购买的是优质教育、特色教育和品牌教育消费品。从总体上来说，教育服务是消费品，但这种消费品需要学校去生产，教育服务产品的生产与消费是不可分割的。

总之，关于教育服务的基本理论观点为：教育产品是教育服务；教育服务产品是商品，它具有使用价值和交换价值；教育服务在市场交换中形成教育市场。

二、教育服务的主要特性

教育服务是整个服务产业的一个重要组成部分，它除了具有一般服务业的特性之外，还具有自身的一些特性。

教育服务具有基础产业性。教育属于第三产业，即服务业，但在服务业中教育服务又具有特殊性。教育服务在国民经济增长中的贡献日益增大，并在国民经济发展中具有全局性、先导性的作用。教育服务是一种为社会发展打基础的产业。其作用比起大型基础设施建设来说，更具有基础性、间接性和长效性的特征。

教育服务具有交换性、市场性。应该承认教育市场的存在，而且有国际教育市场。在市场经济条件下教育活动必然以教育服务进入社会市场。在教育市场中高质量的教育，优质教育，有特色、有品牌的教育，则是社会稀缺资源，人们会竞相购买，于是就形成了社会对教育的消费性选择。

教育服务具有生产和消费的同时性与共发性。生产教育服务产品是在

生产者与消费者同时参与下进行的，是教育者与被教育者共同劳动的结果。学校及教育者是教育服务产品的主要生产者，或者称生产的主导者，家长及学生是教育服务产品生产的参加者，若从学生主体性角度分析，学生应是积极参加者。教与学是在同一个时空中进行的。生产教育服务产品与消费教育服务产品是不可分割的，是同时发生的，教育服务具有同时空性和同发生性特性。

教育服务产品消费者具有多层次性与多元性。教育服务产品在市场上消费，其购买对象是多层次的、多方面的，从消费对象上看具有多元化特性，包括国家、社会、家庭及个人等。教育既有投资性，又有消费性，其中国家和社会是最大的投资者和消费者，也是教育服务产品的最大消费者，或者称购买者。企业和事业单位，特别是企业单位（包括私营企业），同样需要购买教育服务产品，特别是教育服务中的培训形式。这种教育服务培训形式既可以由企业投资举办，也可以在教育市场上购买。家庭和个人在非义务教育阶段需要分担部分教育成本，即学费；学费虽然不完全是教育服务产品的价格，但它部分起着教育服务产品价格的作用。

三、学校教育服务优势的形成

各种教育服务产品进入教育市场，必然形成竞争格局，按照比较优势的原则，学校将必然要考虑如何尽快形成自己的教育服务优势，并充分发挥自己的优势，使自己在教育市场竞争中立于不败之地。

优质的教育服务是形成学校教育服务优势的核心。学校高质量的教育服务的形成，有多种因素，其中关键因素有三个，即学校现代化管理水平、教师队伍素质、教学过程优化程度。校长的现代化管理理念和能力起着对学校的发展重要的作用。目前学校管理处处在一种混合型形态，即行政管理、法律管理和经济手段并存，校长应处理好这些关系。校长要对教育服务市场有所认识，敢于引入市场机制、竞争机制、激励机制和约束机制，使学校工作充满活力。教师队伍的素质是形成学校教育服务优势的关键。经验表明，提高教师队伍素质涉及多方面因素，其中，组织教师开展结合教学改革的科学研究活动，是推动教师队伍素质提高的强大动力。优化教学过程是提高学校教育服务质量的根本途径，包括先进的教育理念、有效的教学方法、良好的师生关系、合理的课程设置、教材内容、现代化的教学和

实验手段等。

创办特色学校是形成学校教育服务优势的重要举措。特色学校是指学校所特有的文化模式、经营特点和个性特征。从某种意义上说，学校特色就是学校教育服务优势。那么如何办出特色呢？

打造学校品牌是形成教育服务优势的有力手段。学校创名牌、创品牌必须将经营引入学校。因为在教育市场中，学校不仅有管理问题，还出现了经营问题。管理是对学校已有教育资源优化配置，提高其使用效率；经营还具有从社会获取更多教育资源的作用。消费者一般都是通过学校教育服务产品质量来认识学校的，因此学校品牌也是学校教育服务优势的突出反映。成功的学校无一不把打造学校品牌，开发品牌，视为学校的生命。

四、教育服务的现实价值

教育服务观点对于丰富与发展教育理论，具有理论创新价值。在教育经济理论研究中，过去只是把教育产品解释为培养劳动力和专门人才，应该肯定这些观点没有错，但这只是强调了教育劳动的成果，没有说清楚教育活动本身。因此，理论阐述得不彻底、不科学，没有说到根本上。教育服务观点的确立，彻底改变了过去把教育产品与教育产品使用混为一谈的偏颇。因为劳动力和专门人才的市场是在教育外部，在社会劳动力市场和人才市场上，没有在真正的教育市场内交易。而教育内部交易市场则是学校提供的，是教育服务商品，学校和教育者为教育市场提供的是教育服务消费品，而受教育者购买的是教育服务商品，这样才能在教育市场内进行真正交易活动，也才是教育市场交易的实质内容。同时还应看到，确立教育服务产品概念对教育经济学学科理论建设具有重要的理论意义，真正找到了该学科的核心要点。在教育服务产品这一核心要点的基础上，再去研究教育商品、教育市场、教育竞争、教育消费、教育成本、教育产权，以及学校经营就有根基，就有了逻辑起点。因此这一理论观点具有重要的教育经济学学科理论价值。

这一理论观点也引发了对学校教学过程的重新思考与定位。学校教学过程是教育服务产品生产的过程，同时也是教育服务产品消费的过程，这一思想对于提高教师在教学中的服务意识，提高教育教学服务质量，激发学生学习动力，提高学习质量有重要现实意义。

教育服务观点对于推动教育体制改革具有实际应用价值。确立教育服务就是教育产品，就是商品的观点，就可以确立教育市场理论。承认有教育市场存在，必然引发出关于教育产权、教育交易、教育契约等一系列教育领域中的实际问题，从而必然拉动、激发教育体制、办学体制和学校内部体制的改革。从制度经济学角度分析，制度创新是提高效益的关键。同样教育体制改革也是提高教育服务质量的关键。从办学体制上讲，义务教育要实行“分级办学、分级管理、地方负责、以县为主”体制；职业技术教育与私立学校建立董事会领导下的校长负责制，运用市场经营机制；高等教育应进一步处理好政府与大学的关系，逐步建立委托—代理制，减少政府行政过多干预，加大高校独立自主办学的权力，逐步成为办学实体。学校内部管理体制改革，对于提高教育服务质量，更具有直接意义。非义务教育阶段的学校应大力引入教育市场机制，推动学校自主积极地进行改革。在市场经济条件下，树立教育服务理念，对于推动教育体制改革，形成教育服务优势和提高教育质量有重要现实意义。

树立教育服务观点可以使社会、学校和家庭及学生获得经济效益。教育消费具有多方面的经济效益。其一，对国民经济增长的经济效益。国民经济增长，主要是靠出口需求、投资需求和消费需求拉动的，消费需求起着主要作用，而在消费需求中，居民消费占主体地位，约 80% 左右。教育消费又是居民消费的热点，因此，扩大教育服务产品生产规模，提高社会教育消费水平，满足社会教育消费需求，对国民经济发展来说，可以刺激内需，拉动经济增长，特别是对经济持续增长，具有更为重要的现实价值。据有关调查统计，教育服务消费已成为新的消费热点，1998 年我国城镇居民人均教育支出递增达到 30%，发达国家和地区为 45%。从潜在需求看，据国家统计局和中国经济景气监测中心居民储蓄意愿调查表明，居民储蓄准备用于教育支出的占 10%，居社会消费的首位。另据中国经济景气监测中心和 CCTV 中国财经报道调查，29% 的居民认为教育服务消费已成为新世纪的消费热点，同时 25.3% 的居民可能会在教育上进行大额消费。其二，确立教育服务观点，对于扩大教育投资渠道，增加教育投资具有现实的经济效益。20 世纪 80 年代末，随着教育体制改革，我国非义务教育经历了从全部免费到部分收费再到招生并轨、实行普遍收费的过程，使得我国学校教育经费来源已由单一的政府拨款向财政拨款，学费、教育税费、

校内产业、社会捐资等多渠道转变，确立起了学校教育以政府投入为主，多渠道筹措教育经费的制度，其中学费所占比重越来越大。据统计 2001 年全国学费、杂费收入为 745.60 亿元，占教育经费总投入的 16.08%，其年增长速度在 25% 左右，这一比例充分说明教育服务消费，对于解决我国长期教育投入总量不足，增加教育投资总量具有更为直接的经济价值。另外，高层次的教育消费可以使家庭及个人获得高额经济回报。

确立教育服务观点对于促进国际教育服务贸易发展具有直接的经济价值。教育服务产品不仅要进入国内教育市场，而且还要打入国际教育市场，进行国际教育服务贸易，因此树立教育服务观点，具有国际商贸价值。我国已加入世贸组织，并在《服务贸易总协定》（GATS）上签字承诺自己的义务。在协定书中服务贸易概念专指国际服务贸易，即国家间的服务输入与输出，不包括国内服务贸易。教育服务作为整个服务贸易的一部分，受到 GATS 有关条款的约束。目前世界各国都高度重视教育服务贸易的发展，2002 年 5 月下旬经济合作与发展组织等国际有影响机构，在美国召开了“教育服务贸易国际论坛”，中国也派代表参加了会议，集中讨论了国际教育市场发展趋势，WTO 关于教育服务贸易谈判的最新进展，跨境提供教育服务的质量认证，以及教育服务中电子学习的个案分析问题。目前，境外消费及留学生教育，在国际教育服务贸易中占据重要地位，同时，境外支付及网络远程教育和境外办学教育服务贸易也在快速发展。如美国 2000 年，依靠留学生教育服务贸易获得收益金额达 21.5 亿美元，约占 OECD 国家留学生教育市场消费总额的 7%。澳大利亚也是国际教育服务贸易占优势的强国，2000 年教育服务贸易收入占全部服务业总量的 11.8%。我国应彻底改革教育观念，真正树立起教育服务理念，努力开放教育贸易市场，加大教育服务贸易的输出量，发挥教育服务贸易的经济作用，推进我国教育服务市场化、贸易化和国际化进程。

（本文发表于《教育研究》2003 年第 1 期）

二、国际教育服务贸易研究

——规则解读与我国的承诺*

北京师范大学教育学院 教授 靳希斌

[摘要] WTO《服务贸易总协定》包括教育服务贸易,因此,国际教育服务贸易必须遵循总协定规定的各种规则。我国加入世贸组织后,开始在货物贸易、服务贸易和知识产权方面全面履行成员国的权利和义务,同时也就开始履行《服务贸易总协定》做出的承诺,展开了教育服务贸易商贸活动。了解和掌握国际教育服务贸易的基本规则与我国做出的承诺,对于推进我国国际教育服务贸易的进程与发展,具有重要的现实意义。

[关键词] 《服务贸易总协定》服务贸易;国际教育服务贸易 国际教育市场

[ABSTRACT] Since China entrance the World Trade Organization, she has to carry on the commitments on the trade in goods, services and knowledge property. The service trade should obey all rules of General Agreement Trade on Service. Thus Chinese schools begin theirs trade and business on education services which had great realistic importance in the improving process of the international education trade.

[KEY WORD] General Agreement Trade on Service Service Trade
International Education Service Trade Market of International Education

国际教育服务贸易,也称世界教育服务贸易,它是世界经济发展到全球化阶段,教育国际化与国际服务贸易相结合的产物。目前世界服务贸易的增长速度,远远高于货物贸易的增长速度,服务贸易在整个国际贸易中的比例逐年提高,并将成为贸易价值流量的主要构成部分。教育服务贸易在其中占的比重越来越大。中国加入世贸组织,并在教育服务贸易方面做

* 本文为北京市教委重点课题:“北京地区国际教育服务贸易研究”阶段性理论研究成果。课题编号:SZ 200310028007。

出了部分承诺，从而也就加入了国际教育服务贸易的行列，展开了国际教育服务贸易商贸活动。因此，了解与掌握国际教育服务贸易的基本规则与我国做出的承诺，对于推进我国国际教育服务贸易的进程与发展，具有重要的现实意义。

一、WTO《服务贸易总协定》中的教育服务贸易

WTO涉及三个开放贸易领域，即货物贸易、服务贸易和知识产权。国际教育服务贸易属于服务贸易范畴，或者说国际教育服务贸易来自于国际服务贸易。我们知道，世界贸易组织前身为关贸总协定，关贸总协定先后共进行过八轮多边贸易谈判，前七轮主要围绕各国货物贸易相关的关税减让和非关税壁垒等问题进行了谈判，第八轮“乌拉圭回合”谈判，主要涉及国际服务贸易问题，谈判中签署了《服务贸易总协定》（GATS），这一协定于1995年1月1日与WTO同时生效。在“乌拉圭回合”谈判中，中国派代表参加了会议，并在《服务贸易总协定》文本上签了字。中国正式加入世贸组织之后，开始在货物贸易、服务贸易和知识产权方面全面履行成员国的权利和义务，同时也就开始履行《服务贸易总协定》做出的承诺，从此中国作为国际服务贸易的成员，开始了国际教育服务贸易商贸活动。根据“乌拉圭回合”谈判达成的《服务贸易总协定》，“服务贸易”指国际服务贸易，它区别于国内服务贸易。国际服务贸易是指一WTO成员国公民或机构对居住、生活或工作在另一WTO成员国境内的个人或机构消费提供的服务。在《服务贸易总协定》中，服务贸易涵盖了四项内容，即从一成员方境内向任何其他成员方境内提供服务；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；一成员方的服务提供者，通过在任何其他成员方境内的商业存在提供服务；一成员方的服务提供者，通过任何其他成员境内的某一成员方自然人的商业现场提供服务。教育服务业属于服务业的一个类别。国际教育服务贸易分类是根据《联合国中心产品分类系统》确定的，共确定为12个基本服务部门，即商业性服务、通讯服务、建筑服务、销售服务、教育服务、环境服务、金融服务、健康及社会服务、旅游及相关服务、文化和娱乐及体育服务、交通运输服务和其他服务。根据《服务贸易总协定》，国际服务贸易有四种入世方式：即跨境交付、境外消费、在服务消费国的商业存在和自然人流动。上述关于国际服务贸易的概念、范畴、项目以及服务贸易的分类和入世方式，国际教育服务贸易均在其框架内，国际服务贸易总类中的第五类即是教育服务，国际教育服务贸

易是整个国际服务贸易的重要组成部分。国际教育服务贸易必须遵循《服务贸易总协定》中的各项规则。

二、国际教育服务贸易规则解读

1. 国际教育服务贸易概念

国际教育服务贸易指国际贸易即世界各国（地区）之间进行的商品交换活动以服务的形式在教育领域中的反映，也可看作是国家（地区）之间相互提供作为教育活动服务的特殊作用的价值。

国际学术界对现代国际教育服务贸易的界定为：这种贸易在实践中表现为以留学生为主要标志的，兼有教育产品或教育物资进口与出口的服务贸易的一种。

2. 现代国际教育服务贸易形成的标志

20世纪80年代中期以来，国际经济贸易机构或组织在统计国际服务贸易时，将教育服务贸易当作服务贸易的一部分来对待，列入计量统计范围，说明教育服务贸易是国际贸易数额的一部分。

20世纪80年代末，英国、澳大利亚等发达国家相继取消了对海外留学生的学费优惠措施，采取了全成本收费政策。这一政策标志着教育服务国际交流重点从单纯的援助和合作转向以营利为主要目的的贸易活动，形成了国际教育服务贸易的态势。

3. 现代国际教育服务贸易理论

关于现代国际教育服务贸易的理论，学术界有多种理论观点，具有代表性的理论主要有以下几个：

(1) 比较优势理论，也称比较成本理论、比较利益学说

比较优势理论是现代国际教育服务贸易的主要理论依据，是国际自由贸易理论发展的主线，也是分析现代国际教育服务贸易的主要工具。这一理论是由古典经济学家大卫·李嘉图提出的，他在扬弃了亚当·斯密的绝对成本理论后创立了相对优势理论。其基本观点是各国若能专门生产和出口其生产成本相对低的产品，将从贸易中获利。反之，如果各国进口其生产成本相对高的产品，也会在贸易中获利。比较优势理论是同绝对优势理论相对应的。

绝对优势：假设A国在制造汽车方面强于B国，而B国在生产面包方面强于A国。这时A国专门生产汽车，B国专门生产面包，在国际贸易中双方交易各自的产品，则都会获利。教育上同样如此，如果A国在高等教

育上强，B国在职业教育上强，双方在交易中均会获利。

相对优势：如果一国在各种产品的生产方面均无优势，在国际贸易中就会处于不利状况，这时就会考虑比较优势原则，将其资源投入到具有比较优势的领域，并将产品出口到其他国家，这样同样可以获利。诸如A国无论哪种级别教育均占绝对优势，国际交易对A国有利，但根据比较优势原则，仍然可以同其他国家交易，如A国在高等教育方面更具优势，B国在其他教育方面具有相对优势，那么A国在选择教育发展重点时会将有限的教育资源投资于高等教育领域，并将教育产品和服务出口到其他国家，其他相对优势国家，则可利用机会，将资源投资到其他教育领域，并将教育产品和服务出口到A国。这样各国通过利用其可用资源，重点生产其能生产的优势教育产品，实现本国教育贸易进出口，并从中获利。

(2) 自由市场理论

这也是现代国际教育服务贸易的一个理论根据。自由市场理论反映在经济领域，则主张发展全球性的自由贸易，在国际贸易上推崇国家自由市场，消除国际间的贸易壁垒和政策障碍，无论是经济发达国家还是经济发展中国家均应进行自由贸易，包括国际教育服务贸易，各国应该全面开放教育市场，消除各种国际教育服务贸易壁垒，对于教育服务贸易来说因为不涉及关税，其主要障碍是各国政府制定的教育法律与规则，各国应努力取消对国际教育服务贸易具有限制性的政策与法律，实现现代国际教育服务贸易自由化。

(3) 公共选择理论

公共选择理论实质上是一种国际市场化理论。该理论认为，在市场经济国家，教育大部分为公共物品，而公共物品则主要是通过政府公共财政和社会资金提供的，其中国家税收是政府提供公共物品的影子价格，是纳税人为自己所消费的公共物品支付的代价，也就是说政府提供的公共物品与个人或企业单位纳税人之间的关系实际上是一种交易关系、买卖关系。事实上把提供公共教育的政府作用转化为中介作用，即税收由纳税人所支付，受教育权由纳税换得，也就是说消费者自己花钱买来了受教育机会。在这种情况下，当政府提供的教育低效率时，受教育者就有权选择优质教育，享受优质教育资源；当国际教育市场开放时，这种教育选择权既可以在国内教育市场，也可以在国际教育市场，即跨国选择，包括选择名校名专业名师等，从而形成国际教育市场，从事现代国际教育服务贸易。

4. 国际教育服务贸易范围及入世方式

WTO《服务贸易总协定》中，关于服务贸易范围和定义部分规定，“服务”包括任何部门所提供的任何服务，但政府所提供的非商业性、非竞争性服务除外。但非市场化手段所提供的社会保障服务、公共教育服务等，不属于WTO《服务贸易总协定》所确定的“服务”范围。《服务贸易总协定》按照联合国规定的主要产品分类系统，将国际教育服务部门分为5个具体部门，即初等教育服务、中等教育服务、高等教育服务、成人教育服务和其他教育服务。

(1) 初等教育服务，包括学前教育服务及其他初等教育服务。不包括儿童照顾服务和成人文学计划有关服务。

(2) 中等教育服务，包括一般中等教育服务，高级中等教育服务，技术和专业中等教育服务及针对残疾学生的技术和职业中等教育服务。

(3) 高等教育服务，包括中等后技术和职业服务及其他高等教育服务。前者指次级技术和职业教育，后者指达到大学或相同学历的教育。

(4) 成人教育服务，包括正规教育体系之外的教育。

(5) 其他教育服务，包括所有未分类的教育服务，不包括娱乐事项的教育服务，如体育和游戏学校提供者，其属于体育和其他娱乐服务。

WTO《服务贸易总协定》规定，国际服务贸易有4种服务提供方式，包括国际教育服务贸易，即1) 跨境交付，即从一WTO成员国境内向另一WTO成员国境内的教育消费者提供教育服务。主要表现为国际网络教育和跨境远程教育；2) 境外消费，即在一WTO成员国境内向来自于另一个WTO成员国的教育服务消费者提供教育服务，其典型入世方式则是国际间互派留学生；3) 在服务消费国的商业存在，即一WTO成员国的教育服务提供者，通过其在另一WTO成员国的法人或分支机构等提供教育服务，主要表现为国际合作办学；4) 自然人流动，即教育服务提供者由一WTO成员国境内进入另一WTO成员国境内提供教育服务，主要表现为国际间相互聘任教师。

5. 国际教育服务贸易原则

国际教育服务贸易是整个国际服务贸易的构成部分，WTO《服务贸易总协定》所确立的关于服务贸易的基本原则，也适用于国际教育服务贸易。

(1) 最惠国待遇原则。WTO《服务贸易总协定》规定，一个成员国可以维持一项不符合最惠国待遇原则的措施，即豁免其根据服务贸易最惠国待遇原则所承担的各项义务。还规定在WTO协议生效后，一个成员国可以适用一项新的豁免，并且豁免期可长达10年（注：In principle, such exemp-

tions should not exceed a period of 10 years.)。此原则也适用于现代国际教育服务贸易。

(2) 一般例外原则。WTO《服务贸易总协定》规定，允许 WTO 成员国为了维护公共道德或维护公共秩序，为了保护人类、动物和植物的生命或健康的需要等而适用各种豁免措施，但这些豁免措施不能在具有相同条件的 WTO 国家之间造成任意的或不公正的歧视，或者对服务贸易，包括国际教育服务贸易，构成一种变相的限制。

(3) 国民待遇原则。WTO《服务贸易总协定》规定，如果对国内相同的教育服务或教育服务供应上给予形式上有差别的待遇，而这种做法又同样实施于任何其他 WTO 成员国的相同的教育服务或教育服务供应商，这也是符合国民待遇原则的。

(4) 逐步自由化原则。WTO《服务贸易总协定》规定。各 WTO 成员国有权根据自己的政策目标决定所承诺的教育服务项目，在国际教育服务贸易自由化进程中，应当对 WTO 成员国的国内政策目标及其所有的或单个的教育服务部门发展水平予以适当的尊重，对于发展中国家 WTO 成员教育服务开放部门少、交易自由化程度低，则可按其具体发展状况灵活对待，逐步扩大市场准入。

(5) 关于“承诺的修改或撤销”问题。根据 WTO《服务贸易总协定》的规定，各 WTO 成员国有权提出修改自己的国际教育服务所作的承诺，但需要在自承诺生效之日起已过 3 年的任何时间里，修改或撤销其减让表中的任何承诺。

6. 国际教育服务贸易与货物贸易规则上的区别

其一，国际货物贸易的壁垒是关税，而国际教育服务贸易的壁垒则是各 WTO 成员国所制定的法律、规则和政策；其二，与国际货物贸易相比，国际教育服务贸易各国有权根据本国的实际情况决定某些教育领域暂时不作承诺，暂时不适用于最惠国待遇原则。也就是说，在国际教育服务贸易中，各国可通过做出自己的承诺开放教育市场，这种具体承诺反映了其教育市场开放的水平和国际教育服务贸易发展的程度；其三，与国际货物贸易相比，国际教育服务贸易更多地则是关注教育市场结构和教育需求特征。

三、我国“入世”文件中有关教育服务贸易的承诺

WTO《服务贸易总协定》要求每个成员国提出其服务贸易，包括教育服务贸易具体承诺减让表，并且在减让表中说明市场准入限制、国民待遇

及其他任何限制。减让表一般由水平承诺和部门承诺两部分构成。

1. 国际教育服务贸易水平承诺

WTO《服务贸易总协定》中的水平承诺通常对某一种服务提供方式，特别是在消费国的商业存在和自然人流动的限制，它适用于减让表中的所有部门，包括教育服务部门。

(1) 对在消费国商业存在市场准入限制

《中华人民共和国教育服务具体承诺减让表第2条最惠国待遇豁免清单》(以下简称《豁免清单》)规定，在外商投资企业中包括投资于教育产业，股权式合资企业的外资投资比例不得少于该合资企业注册资本的25%。对外国企业在中国设立分支机构不作承诺。允许在中国设立外国企业的代理处，但代理处一般不得从事任何营利性活动。企业和个人以教育为目的使用土地的最长期限为50年。

(2) 对自然人流动市场准入限制

《豁免清单》针对三种自然人规定了各自不同的市场准入限制，对在我国境内设立代表处、分公司或于公司的一WTO成员国公司的高级雇员，应允许其在境内首期停留3年，对我国境内外商投资企业雇佣的WTO成员国公司的高级雇员，应按有关合同条款规定给予其长期居留许可，或首期居留3年，以时间短者为准；一WTO成员国的服务销售人员如不直接向我国公众销售服务且不从事该项服务的供应，其在我国境内停留期限为90天。

(3) 国民待遇限制

对于国民待遇限制，《豁免清单》只规定除上述对自然人入境和临时居留有关措施外，不作承诺。

从上述我国国际教育服务贸易水平承诺可以看出，我国在商业存在市场准入和国民待遇，在自然人流动市场准入和国民待遇方面在水平承诺上均有一定的限制，还没有达到完全承诺的水平。

2. 国际教育服务贸易部门承诺

《豁免清单》中规定，国际教育服务贸易不包括特殊教育服务，如公共义务教育、军事教育、警察教育、政治教育和党校教育等。除此之外，该清单对初等教育服务、中等教育服务、高等教育服务、成人教育服务及其他教育服务，按四种服务入市提供方式，即“跨境交付”、“境外消费”、“商业存在”、“自然人流动”，在“市场准入”和“国民待遇”方面都作了具体的承诺。

(1) 跨境支付：市场准入不作任何承诺，国民待遇不作任何承诺。

(2) 境外消费：市场准入没有任何限制，国民待遇也没有任何限制。

(3) 商业存在：市场准入将允许中外合作办学，外方可获得多数拥有权，国民待遇不作任何承诺。

(4) 自然人流动：市场准入不作任何承诺，但以下情况除外。其一，外国个人教育服务提供者受中国学校和其他教育机构邀请或雇佣时可入境提供教育服务；其二，水平承诺与自然人入境和临时居留有关的措施。国民待遇要求外国个人教育服务提供者应具备以下资格：一是具有学士或以上学位；二是具有相应的职称或证书；三是具有两年以上的工作经验（注：Schedule CL II -The Republic of China, Part II -Schedule of Specific Commitments on Service, List of Article II MFN Exemption.）。

从上述国际教育服务贸易部门具体承诺可以看出，我国对跨境交付采取审慎的态度，对商业存在也不一定给予国民待遇，而对境外消费则是完全许可的。我国对国际教育服务贸易市场采取了选择性开放政策。

3. 我国在国际教育服务贸易中的教育主权与定价政策

教育主权是指一个主权国家所固有的处理国内教育事务和国际上保持教育独立自由的最高权力。它是国家主权的一部分，是一国处理教育方面国际事务的最高原则，但也不违背国际法的基本原则。其主要是对教育主权的维护，即对本国教育支配权的维护，包括对教育发展方向和发展战略的决定、教育政策的制定等，主权国对教育具有立法权、行政权、司法权和监督权等。

在国际教育服务贸易中我国承诺外方在中外合作办学中可以拥有多数权，可以控股和担任董事长，但不能担任校长。我国在国际教育服务贸易中有决定价格的权力。目前，我国决定在国际教育服务贸易价格上实行三种形式，即政府定价、政府指导价和市场调节价。其中，政府定价的教育服务对国计民生有直接的影响。由政府管理部门制订的服务价格，未经这些部门的批准，不得变动。我国政府也承诺在政府定价方面实施国民待遇（注：Report of the Working Party on the Accession of China, available at <http://www.Case.gov.cn/new/wto/yingwen.htm>）。根据我国入世文件，即《附件4：实行价格控制的产品和服务》，初等教育服务、中等教育服务、高等教育服务三个部门的教育服务收费由政府定价。成人教育服务及其他教育服务价格不在政府定价范围之内，根据《中华人民共和国加入议定书》第9条“价格控制”规定，这些教育服务的价格由市场供求状况定价。

我国入世文件《中国加入工作报告》第53段承诺，我国政府主管部门

根据市场供求、经营成本、对消费者的影响以及服务质量等因素确定服务的具体价格；政府定价只考虑相关企业的所有权；所有企业和个人在政府定价的制定过程中享有同等待遇。我国政府还承诺在《中华人民共和国物价公报》上公布国家的服务清单及其变更情况，并公布定价机制和政策，以保证服务贸易价格公开、透明。这些定价政策均适用于教育服务部门。

4. 我国国际教育服务贸易主要媒介和载体

(1) 国际远程异地教育，如国际网络学院、国际虚拟校园等；(2) 跨国教育公司；(3) 国际合作办学机构；(4) 国际合作教育项目；(5) 国际教育服务贸易园区；(6) 国际各种教育培训机构等。

综上所述，WTO《服务贸易总协定》的国际教育服务贸易规则以及我国对教育服务贸易的具体承诺，包含教育服务市场开放与保护两部分内容，是现阶段我国在维护教育主权基础上，引导国际教育服务贸易发展和稳步推进国际教育服务市场开放的基本规则和主要承诺。

5. 今后急需研究的几个问题

我国入世后在国际教育服务贸易方面有待进一步研究的几个问题：

(1) 国际教育市场开放度和教育产业化运作模式研究；

(2) 国际教育服务贸易制度因素研究，即教育制度改革和新制度建设，包括国际教育服务贸易所涉及的法律、法规和政策等；

(3) 国际教育服务贸易发展与货物贸易、知识产权，以及经济社会发展协调与互动问题；

(4) 国际教育服务贸易在整个服务贸易中，以及经济全球化中的地位和作用问题；

(5) 国际教育服务贸易发展中所涉及的人力资本因素，特别是人力资本产权问题，应重视教育服务贸易的人力资本因素研究。

(本文发表于《北京师范大学学报》2004年第1期《新华文摘》2004年第10期，摘录)

三、国际教育服务贸易笔谈

(一) 教育服务及其优势形成与贸易价值^①

中国加入 WTO 之后，教育服务的观念逐渐被人们所认同，提出了“教育服务产品”、“教育服务是一种知识服务业”、“开放教育服务市场”、“教育服务贸易”、“国际教育服务贸易”、“教育服务能力”、“教育服务优势”等概念与观点。这里仅就教育服务基本观点及如何形成教育服务优势谈一些看法。

从经济学意义上讲，教育是一种具有服务性质的社会实践活动，而教育服务是指学校教育及培训机构为受教育者所提供的一种劳务性、服务性的活动。教育服务活动或教育服务劳动，具有特殊使用价值，其特殊性表现在教育服务不是作为物而是作为活动提供服务，其服务方式则是活动。

教育服务活动具有经济意义：

其一，这种活动具有服务性和劳务性；其二，教育服务就是教育活动的产品，或者说是一种服务形态的产品，教育产品就是教育服务；其三，从教育市场角度分析，教育服务这种产品就是商品，它既具有使用价值，也具有交换价值，其买卖关系的实质内容就是卖者出售教育服务，买者购买教育服务，买卖双方交易的商品就是教育服务。

教育服务业与其他服务业有许多不同之处，具有自身的诸多特征，如教育服务具有基础性、先导性、全面性特征；具有教育市场上的交易性特征；具有生产者与消费者在时间上、空间上的共时性与共发性特征；具有教育消费者多层次性和多元性特征。教育服务业这些特征为社会选择教育消费提供了依据和参考。

学校教育服务进入教育市场，特别是进入国际教育服务贸易市场，必须考虑自身的优势，因此形成教育服务优势，是增强教育服务竞争力，特别是国家教育服务贸易竞争力的关键。学校教育服务应如何形成优势呢？

^① 靳希斌，《河北师范大学学报》2004年第3期

办法与举措是很多的。

学校教育服务优势的形成

各种教育服务产品进入教育市场，必然形成竞争格局，按照比较优势的原则，学校之间将面对着如何尽快形成自己的教育服务优势，充分发挥自己的优势，使学校教育服务在教育市场竞争中立于不败之地。

——优质教育服务质量是形成学校教育服务优势的核心。学校高质量的教育服务的形成，有多种因素，其中关键因素有三个，即学校现代化管理水平、教师队伍质量与结构、教学过程优化程度。人们常说一位好校长可以带来一所好学校，校长的现代化管理理念和能力起着重要的作用，其中教育管理观念变革起着重要作用，目前学校管理处处在一种混合型形态，即行政管理、法律管理和经济手段，校长应处理好这些关系，例如是否能够对教育服务市场化认识，敢于引入市场机制，引入竞争机制、激励机制和约束机制，使学校工作充满活力。教师队伍的质量是形成学校教育服务优势的关键。许多教育家说：“提高教育教学质量的关键在教师”，因为再好的教育计划和课程设置以及教材，都需要教师去一节课、一节课地讲授，需要教师的主导作用去调动学生的主体性发挥。那么如何提高教师队伍质量呢？无外乎既要注意物质奖励，也要注意精神激励，从某种意义上说精神激励更为重要，如组织教师访学进修，创造条件组织教师开展教学改革科研活动，特别是组织教师开展结合教学改革的科学研究活动，是推动教师质量提高的强大动力，学校应特别重视这一点。优化教学过程是提高学校教育服务质量的根本途径。教学质量是在具体教学过程中形成的，包括合理的课程设置、教材内容更新、教学模式新颖、教学和实验手段现代化等。其中要特别注重建设现代化的实验室和采用现代化的教学手段。

——创办特色学校是形成学校教育服务优势的重要举措。特色学校是指学校所特有的文化模式、经营特点和个性特征，即独特风格和个性。创办特色学校，增强学校活力，就可以使其独具风格，提升教育服务优势程度，从某种意义上说学校特色就是学校教育服务优势。或者说学校教育服务优势是通过其办学特色表现出来的。那么如何办出特色呢？举措很多，包括新体制、新机制、新模式、新方法等。诸如办学体制改革特色、学校某些强项特色、学校管理模式特色、教学改革特色等。具体说如北京十一学校的“国有民办”特色，万里学院的“国有非国投民营特色”，广州109中学的“艺术教育特色”，上海师大附中“双轨协作教学特色”，成都7中

“三体教育模式特色”，上海建平中学的“合格+特长”、“规范+选择”办学模式等。

——打造学校经营品牌是形成教育服务优势的有力手段。学校经营品牌实际上就是说学校教育服务的品牌。学校创名牌、创品牌首先必须将经营引入学校，在经营中打造品牌。因为在教育市场中，学校不仅有管理问题，还出现了经营问题。管理是对学校已有教育资源优化配置，提高其使用效率，经营除此之外，还具有从社会获取更多教育资源的作用。学校经营，特别是品牌经营已成为形成教育服务优势的重要手段。学校品牌是教育服务产品质量的集中体现。消费者一般都是通过学校教育服务产品质量来认识学校的，因此，学校品牌也是学校教育服务优势的突出反映。教育市场竞争优势表现之一就是学校服务品牌竞争，成功的学校无一不把打造学校品牌，开发品牌，视为学校的生命，因此，为了提升自己教育服务优势，各校都在制定与实施各具特色的“品牌战略”。采取综合配套措施，树立学校品牌形象，扩大品牌效应，促进品牌增值。在实践中我们也看到教育服务品牌经营与开发，日益为学校和教育管理部门所重视，目前许多地方教育机构和学校在布置、规划教育工作时，提出要“实施教育品牌战略”、“名校工程”、“名师工程”等。

教育服务国际贸易价值

确立教育服务观点对于促进国际教育服务贸易发展具有直接的经济价值。教育服务产品不仅要进入国内教育市场，而且还要打入国际教育市场，进行国际教育服务贸易，因此树立教育服务观点，具有国际商贸价值。我国已加入世贸组织，并在《服务贸易总协定》（GATS）上签字承诺自己的义务。在协定书中服务贸易概念专指国际服务贸易，即国家间的服务输入与输出，不包括国内服务贸易。教育服务在 GATS 所列的 12 项服务门类，被列为第 5 类；教育服务贸易入市方式有跨境交付、境外消费、商业存在和自然人流动；教育服务项目分为初等教育服务、中等教育服务、高等教育服务、成人教育服务和其他教育服务。教育服务作为整个服务贸易的一部分，受到 GATS 有关条款的约束。我国教育服务所承诺具体内容为：在教育服务项目上不包括军事、警察、政治和党校等特殊领域的教育和义务教育，即这些教育领域不对外开放，除此之外，我国在初等、中等、高等、成人教育和其他教育服务等 5 个项目上做出承诺，许可外方为我国提供教育服务。在教育服务入市方式上除跨境交付的教育服务未作承诺外，其他

方式不同程度上都有些承诺，如境外消费教育服务不作任何限制，全部开放；商业存在教育服务给予了承诺，允许中外合作办学，但不给予国民待遇；自然人流动承诺了具有一定资格的外方个人教育服务提供者，应中国学校或教育机构聘用或邀请，可来中国提供教育服务。中国可以到承诺教育服务的世贸组织成员国提供各种教育服务方式和项目，参加教育服务国际贸易。目前世界各国都高度重视教育服务贸易的发展。2002年5月下旬由经济合作与发展组织等国际有影响机构，在美国召开了“教育服务贸易国际论坛”，中国也派代表参加了会议，集中讨论了国际教育市场发展趋势，WTO关于教育服务贸易谈判的最新进展，跨境提供教育服务的质量认证，以及教育服务中电子学习的个案分析等问题。目前，境外消费及留学生教育，在国际教育服务贸易中占据重要地位，同时，境外支付及网络远程教育及境外办学教育服务贸易也在快速发展。如美国2000年，依靠留学生教育服务贸易获得收益金额达21.5亿美元，约占OECD国家留学生教育市场消费总额的7%。澳大利亚也是国际教育服务贸易占优势的强国，2000年教育服务贸易收入占全部服务业总量的11.8%。我国应彻底改革教育观念，真正树立起教育服务理念，树立教育服务国际化、全球化的观念，努力开放教育贸易市场，发挥我国在汉语、中医药及其他民族传统教育内容项目上的优势，加大教育服务贸易的输出量，发挥教育服务贸易经济作用，推进我国教育服务市场化、贸易化和国际化进程。

（二）提升我国教育服务的国际竞争力^①

20世纪90年代以来，随着世界经济一体化进程的加快和第三产业的发展，世界服务贸易有了迅猛发展。在国际服务贸易的增加额中，教育服务贸易在国际服务贸易总额中所占的比重逐渐加大。在全球化的背景下，从国内经济结构和产业结构调整的要求和参与国际竞争两个角度来看，教育与一国国际竞争力之间的关系，不仅体现在教育是提高国民素质和科技实力以增强一国国际竞争力的最有影响力的基础要素，而且体现在教育服务贸易的发展是直接决定一国国际服务贸易竞争力的主要因素。提升我国教育服务的国际竞争力，对我国教育的发展和国家竞争力的提高来说，有着重要的现实意义。

^① 此节为庞诗撰写。

关于国际竞争力的概念，目前在国际和国内都有一定的争议，包括经济学在内的社会各界对“国际竞争力”的定义缺乏共识。1996年瑞士国际管理发展学院（IMD）将国际竞争力定义为：“一国或一公司在国际市场上均衡地生产出比其竞争对手更多财富的能力。”这是从宏观和微观的角度提出的定义。美国哈佛大学教授迈克尔·波特认为，在国家层面上，“竞争力”的唯一意义是国家生产力。目前，比较一致的观点是：国际竞争力是指一个国家在世界经济的大环境下，与各国的竞争力相比较，其创造增加值和国民财富持续增长的能力。

一个国家的国际竞争力是一个综合体系，从宏观角度来说，表现为产业国际竞争力，从微观角度来说，则落实到企业国际竞争力。教育作为一个产业，其国际竞争力应该归属于产业国际竞争力的范畴。秉承国际竞争力的概念，从经济学的角度来分析，教育服务国际竞争力可以定义为：在不存在贸易壁垒的自由贸易条件下，一国的教育部门以服务能力的核心，整合国家经济环境、宏观政策条件、战略决策、学术研究、组织管理和经营开发等要素，创造其相对于其他国的持续竞争优势，向国际市场提供符合消费者需求的的服务的能力。从定义来看，教育服务国际竞争力有四个基本特点：①教育服务国际竞争力使得教育服务具备进入国际市场的潜能；②教育服务国际竞争力构建了最终产品中的关键价值；③教育服务国际竞争力具有独特性，竞争对手难以模仿或者在短时间内难以赶上。④教育服务国际竞争力具有可变性，能够根据所处内部条件和国际环境的变化，结合自身的资源及时作出相应调整。

教育服务国际竞争力是一国教育实力体现，是一国服务贸易竞争力的重要组成部分。与教育发达国家相比较，我国目前的教育服务国际竞争力处于比较弱的地位。从总体来看我国的教育竞争力，在世界排名是比较落后的。据IMD公布的世界各国竞争力排名，2001年中国国际竞争力的世界排名是第33位，较2000年下降了2个名次，其中教育结构竞争力下降了2位，由38名掉到40名。

在国际服务贸易市场中，我国教育服务贸易也不具备足够的竞争力。在世界贸易组织成员国当中，包括中国在内共有40个国家签订了教育服务贸易减让表。从国际教育服务贸易市场的竞争状况中，西方发达国家的教育水平较高，具有较强的国际竞争力。目前国际教育服务市场中，在服务贸易所规定的四种贸易方式中，境外消费所占份额是最大的，留学生教育服务贸易占据了举足轻重的地位。1999年OECD国家教育服务贸易境外消

费的全球市场总额是 300 亿美元，大约占 OECD 国家服务贸易总额的 3%。单个国家来看，到美国留学的人数是最多的，约占总留学生人数的 30%。2000 年美国留学生输入人数是 51 万人，比 1981 年的 31 万人增加了 20 万。从 1970 到 2000 年教育服务收入占总服务收入的比例来看，美国的比例是 3.5%，处于领先地位。澳大利亚则是留学生人数增加最快的国家，1970 年其教育服务收入总额为 600 万美元，到 2000 年就增加到 21.55 亿美元，是教育服务市场中输入输出“贸易顺差”最大的国家。在跨境交付方式上，美国凭借其先进的科学技术和网络的应用方面的优势，在远程教育、在线培训方面走在各国的前面，2000 年的其收入总额达到 4.08 亿美元。而商业存在是近两年发展最迅速的方式，合作办学的方式也出现了多样化的趋势，尤其是澳大利亚、英国。

在我国，教育服务贸易的开展以境外消费为主。1978 年至 1999 年，我国各类出国留学人员的总数近 32 万人。在教育服务输出方面，从 1950 年到 1999 年的 50 年里，我国有关高等学校共累计接收了来自 160 多个国家的 4 万多名各类留学生。长期以来，我国出国留学人数一直超过来华留学人数，而且来华学习的以亚洲留学生人数排名第一，日本、韩国、印度尼西亚的留学生居多，这说明我国所提供的教育服务竞争力与北美和欧洲相比仍有相当的差距。再者，来华留学生学习语言的要占到 80% 以上，其次是中医、戏曲等有关我国传统文化的专业，读学历的很少，进入 20 世纪 90 年代，这种情形才有了明显的变化。目前在华学习的 5 万名留学生中，接受学历教育的占到近一半。此外，外国留学生的增加虽然给我国教育市场带来一定的经济收入，比如北京市去年一年的教育收入就有 9 个亿。但与我国留学生付给其他国家的费用相比，只不过是零头而已。巨大的教育服务贸易“逆差”，说明我国教育服务的国际竞争力有待提高，也说明我国教育服务贸易的出口还有很大的挖掘空间。

在商业存在这一方式中，我国开展比较少，主要是缺乏相应的政策法规和管理规定，我国的《中外合作办学暂行规定》还是 1995 年 1 月 26 日颁布的，不能适应加入 WTO 后的新情况。2002 年中国教育部部长陈至立与法国国民教育部部长雅克·郎及法国职业教育部部长级代表梅郎松共同签署的《中法教育交流协议》是 1995 年以来两国签署的第一个教育领域的合作协议。截至 2002 年 6 月，中国签订的国家间相互承认学位、学历和文凭的双边协议清单，只有斯里兰卡、苏联、白俄罗斯、德国等 15 个国家。

自然人的流动是开展比较早的项目，现在来华任教的教师很多，而且

呈现逐年递增的趋势。在跨境交付方面，由于网络技术的原因，我国开展的比较晚。近年出现了快速发展的势头。但主要是输入得多，输出得少，比如说 EMBA 项目的引进。

从以上状况的分析来看，在国际教育服务市场中，我国的教育服务尚不具备足够的国际竞争力。我国加入了世界贸易组织，并且签订了教育服务贸易协定。这标志着我国正式开始参与世界教育服务业的竞争。在国际教育市场竞争的考验下，今后几年里中国教育服务国际竞争力的提升面临着巨大的挑战。中国教育服务国际竞争力的提升，首先，要树立教育服务观念。要加强教育服务国际化、全球化的观念，认识到教育服务产品不仅要进入国内教育市场，而且还要打入国际教育市场，参与国际教育服务贸易的竞争，并且要以自己的竞争实力争取一定的市场份额。其次，要对政府的职能重新定位。政府在国际竞争力提升中发挥着重要作用，关键是要全面发挥政府管理的积极主导作用。要在提升教育国际竞争力的框架下，强化政府的公共管理与服务职能，在核心竞争力、基础竞争力、环境竞争力的关联上，充分体现以人为本的竞争力的可持续发展。第三，要发现和创造我国教育服务的比较优势。以市场需求为导向，找到和创造新的比较优势，发展对我国教育服务竞争力有影响的服务项目，尽快缩短我国与发达国家之间的差距。第四，面向国际市场，把握顾客需求，扩大对外交流与合作。必须从顾客需求的角度来发展教育产品，不符合顾客需求、不能为顾客最重视的价值做出关键贡献的产品是没有竞争力的。要树立顾客导向的概念，深入理解和准确把握教育市场顾客的需求，随时把握市场变化，保持对市场最敏锐的感觉，及时推出满足顾客需求的教育服务项目，并在对外交流与合作中促进我国教育服务竞争力的提高。第五，要进一步提升我国高等教育的国际竞争力。要通过改革和发展，进一步扩大高等教育人才培养数量和提高人才培养的质量；要进一步加强基础理论研究，加强应用性研究和科研成果转化工作；同时，我国高等教育必须适应世界高等教育国际化的趋势，直接参与世界范围的高等教育竞争。要加强高等教育输出，直接到国外开办高等教育机构，加强国际合作与交流，争取更多的境外学生来华留学和吸引更多的境外资金为我国服务，不断提高我国高等教育的声誉、地位以及在处理有关国际事务方面的优势。第六，要加强立法工作，完善有关法律法规，依法协调、管理和开展教育服务贸易。我国颁布的《对外贸易法》已经把服务贸易作为一项重要内容纳入其中。但许多部门或行业还没有专项法规，尤其在教育部门更是缺乏与国情相适应和与

国际惯例接轨的法律法规，要尽快完善起来。

总之，在全球化的背景下，进入 WTO，为中国教育服务国际竞争力的发展提高带来机遇和挑战。但只要找准目标，循序渐进，相信中国教育服务国际竞争力在不久之后会有大的提高。

（三）如何保证教育服务能力的发挥和提高^①

充足的教育经费是教育服务能力得以充分发挥并稳步提高的基本保障。然而，长期以来，由于历史和现实的原因，教育经费的短缺问题一直是困扰着我国教育产业健康发展的瓶颈。特别是近年来随着教育规模的不断扩大，各级教育部门、学校以及社会各界在理论和实践上积极探讨、寻求筹措教育经费的方式方法的同时，似乎面临着一个两难困境：一方面随着改革开放以来我国国民收入分配流程和资金来源结构发生的巨大变化，国民经济结构已经逐步有财政主导型经济向金融主导型经济过渡，财政“大一统”的格局已经被彻底打破，一去不复返了。指望仍然像过去那样对教育产业大包大揽已经是不可能也是不应该的了，市场运行机制及方式的进入已成必然。另一方面，我国的财政投资格局也发生了变化，由建设财政转变为公共财政。对于教育产业这样一个事关国计民生的基础产业、基础设施，政府应承担起比以往任何时期都要多的责任。这些年，我国政府也一直在加大其扶植力度，但其所增加的投入与教育产业迅猛发展的需求相比，缺口越来越大。而且，在财政投资过程中还存在着严重的“越位”和“缺位”并存的现象。笔者认为，解决这一困境的关键在于，要在相对充足的社会总量资金和教育产业部门之间构建起一个规范合理的、畅通的资金融通渠道，使得足够高的社会积累率能够转化为相应的教育产业投资率。在这一过程中，政府始终应该也必须占据并发挥龙头枢纽作用，这是由教育产业的产业基本属性、其产品和服务的性质以及在整个国民经济和产业结构调整中的重要地位所决定的。

肯定政府在教育融资中的主导作用，并不是说就仍然要沿袭过去那种政府直接从财政预算中拨款、直接投资的方式来扶植教育产业。恰恰相反，由于财政收入占国民收入的比重、中央财政占整个财政收入的比重以及政府储蓄率和财政税收收入增幅在短期内不可能有明显提高（甚至还会继续

^① 此节为张万朋撰写。

下降),这就决定了政府不能再采用传统的方式来干预教育产业的发展了,而是应积极地改变、改革其在教育融资中发挥作用的方式、方法和手段。

首先,就政府财政预算内投资而言,应在对教育产业盈利性、教育产品和服务的公共性划分的基础上,对其投资方向和领域进行明确的选择,即只投资于那些纯公益性的、非盈利的教育产业项目。在公共教育产品和服务的提供上,应根据其受益范围的不同,在中央政府和地方政府之间进行合理的权责划分。在提供教育产品和服务的方式选择上,应更多地、更合理地、更灵活地采用政府间接生产的方式,而不是像过去那样只采用单一由政府直接生产方式。

其次,政府应积极介入到日益规范的、健全的金融体系和资本市场中以帮助教育产业融资。政府介入金融体系的结果就是更多地运用政策性金融手段来干预教育产业的投融资。政策性金融是指与政府某些经济职能相联系,以实现一定的政策目标,贯彻政府社会经济政策或意图为目的的金融行为。它最大的特点在于其具有不以盈利为目标和资金使用的有偿性要求。它主要作用于一些市场失效的业务领域和范围,从产业结构来看,这些领域应该是基础产业、农业、主导产业等。近年来,随着国家经济类型的转变、产业政策的调整、教育产业规模的扩大和教育体制改革的深入,金融体系介入教育产业融资的趋势已是不可阻挡。在这一过程中,无论是银校合作、教育储蓄,还是教育助学贷款,几乎每一项介入方式都需要以政策性金融手段为保证。因此,既然在市场经济条件下教育融资与政策性金融之间已经做出了相互的选择,碰撞出了激情的火花,那么如何尽快规范教育融资中政策性金融手段的运用、尽快建立和健全教育融资的政策性金融机制就是我们应认真对待和研究的重大课题。政府介入资本市场的方式主要有三种:一是通过股票市场来扶持、帮助一些规模较大、经营较好的校办产业和教育产业集团上市融资;二是通过债券市场加大公债融资的力度,或者在发行的国债中拿出专项的资金给教育,或者发行专门的教育债券;三是通过基金市场来尝试创立教育产业投资基金以帮助教育产业筹措资金。

此外,政府还应积极拓宽视野,为教育产业的融资寻求更多的方式和渠道。如,可以尝试在条件成熟时发行教育彩票;可以借鉴、引入一些已经为基础产业融资利用的新型融资方式,像 BOT、ABS、TOT 等等。

(四) 教育服务与教育选择^①

教育选择的对象：教育服务

“选择”在经济学的概念体系中，指在拥有资源配置权的前提下，对稀缺资源，如金钱和时间进行配置的过程。每天都面临着选择，如我们应该吃早餐，还是应该睡懒觉呢？通俗地说，指在各种可能之间进行的挑选。

以经济学对理性人的前提假设为基点，人们总是选择在他们看来具有最高价值的物品和服务，即追求效用的最大化。而需求理论中通常所说的效用最大化是指人们总是选择自己最偏好的消费品组合。例如作为工薪族的你去逛超市，琳琅满目的商品让你购物欲望大增，但不可能买回每一件你想得到的物品，因为你的支付能力是有限的，只能根据自身的消费能力在不同的物品和服务之间进行排序，让有限的支出达到最大的效用，获得最大的满足。

教育选择，是指人们在教育消费的过程中发生的以不同教育服务为对象的选择活动。从主客体的角度来说，教育选择的客体是教育服务，而所谓“教育服务”，站在生产者的角度，是指教育市场上提供的教育活动，这种活动具有一定的质量、品牌和特色，站在消费者的角度，则是指其在教育市场上所要求购买的优质教育、特色教育和品牌教育。教育选择的主体主要表现为以学生及其家庭为主的教育消费人群。

消费者对服务的选择总是以某些外在的指标来体现，如学生对学校的选择、对教师的选择等。

教育选择与消费者行为

消费是收入的函数，一般来讲消费水平由收入水平决定。随着我国城市居民收入的快速增长，居民消费能力也随之不断升级，消费品的档次越来越高，消费周期越来越短，折旧越来越快。2002年国家统计局公布的《首次中国城市居民家庭财产调查总报告》中全方位记录了21世纪初中国市民的财产状况。其中在谈到消费一项时，其标题非常醒目“消费：教育

^① 此节为周玲撰写。

要做老大”，也就是说在居民众多的支出项目中，子女教育已成为家庭消费的重中之重，将子女教育排在消费意向首位的家庭达到 33.5%。

因为在教育领域中同样存在着买方市场和卖方市场，在开放的市场环境中以服务提供者（生产者）身份出现的学校和以服务消费者身份出现的学生家长作为市场行为主体都将参与到市场的选择活动中，参与到一个以等价交换为准则的资源配置过程中。

众所周知，教育领域中有关学生家长选择学校、教师的活动早就出现了，其中尤以近年来沸沸扬扬的“择校”颇为引人注目。由于种种原因，相当多的人抱着一种消极的态度来评价中国的择校，“以权择校”、“以钱择校”一系列字眼似乎在提醒人们“选择”是这一切负面影响的罪魁祸首。实际上，通过以上对教育选择的粗浅认识，我们不难发现选择本身是合乎市场经济运行原则的适当行为，是实现商品等价交换的前提，问题出在是否存在公平、合理的选择机制和健康的选择环境。

教育选择的制度建设

教育选择与教育消费在某种意义上是同义的，健康、合理的消费行为的实现需要适当的制度环境，这种环境既包括规则、体制等外在的约束，更体现为意识、权利、义务等内在关系的明晰。关于制度建设的问题可以从信息、制度、体制等各方面来谈，本文笔者仅站在主客体的角度展开论述，希望能有所启示。

（一）教育选择的主体

在社会主义市场经济体制下，尤其是在加入世贸组织后，教育选择的主体应该是作为消费者的学生及其家庭，此时的学校也应该成为具有一定自主权的教育服务的生产者、提供者，摆脱政府附庸的地位；而政府则应该从政策、法规的角度肩负起规范教育服务市场、完善教育消费市场的职责。

教育选择主体的市场回归意味着市场经济环境中行为主体的确立，意味着学生上学不再是计划的配给，而是作为市场行为主体的个人的自由选择。通过学生家长的选择，可以不断提高学校的市场竞争力，促进学校增强“质量就是生命”的意识，从而不断提高学校的教学质量，为学生、为广大消费者提供高水准的教育服务。

当然，如果一味地服从消费者的意愿，也会产生低效率的现象。如学生家长仅仅依据学校的升学率来评判学校教育服务质量的优劣，将考试分

数视为唯一的判断标准，这就势必造成对高分的片面追求。同时，由于教育市场中天生所具有的信息不完全的不足，学生家长在决策过程中难免出现错误的选择，而“教育选择”与行为主体在市场中的其他选择相比，最大差异在于前者是“一次性”的，是没有后悔药可吃的。所以，赋予学生家长个人教育选择的权利还只是改革的第一步，必须逐渐培养和引导行为主体具备相应的选择能力和意愿，才能够通过选择实现资源最终的优化配置。

（二）教育选择的客体

在新的制度环境中，教育选择的客体应该是多样化的，这种多样化表现为存在大量的，具有不同办学特色的学校，这里的“特色”绝不是以升学率高低为标准。例如在美国，学生家长要求能够在学校之间进行选择，他们的初衷是：（1）为自己的子女选择质优的学校；（2）需要一种非主流的学校来传播自己的亚文化（如少数民族的宗教、语言、文学和音乐）；（3）偏好于另一种质量的教育；（4）企图寻求另一种学校教育或家庭教育。

教育选择客体的多样化、教育服务对象的多元化反映了教育服务消费者需求的多样化。那些昂贵的贵族学校的存在不也是为满足某一阶层人群的教育服务需求吗？

随着国外大量的资本、人才的介入，中国本土的教育服务提供者唯有以高质量办出真正有特色的学校，才能够在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

如何实现有效的教育选择

通过上文的分析，我们不难发现，市场行为主体要想真正通过自己的理性选择实现教育资源的最优配置，从而在保证学生受教育权的前提下不断提高教育服务的质量，需要对以下几方面多加思考：

（一）赋予学生家长一定的教育选择权，让其成为真正的教育服务消费者

这首先是一个法律层面的问题。作为教育服务消费者的学生应该有权利对教育服务作出选择，在哪所学校就读，接受哪种模式的教育，对教学内容、对教师的选择等等。在不同的教育阶段，学生家长主体所拥有的选择权大小或选择的范围是不同的，例如在义务教育阶段，学生对教育的选择主要体现在对学校的选择上，因为作为公共产品的义务教育要求所有适龄儿童获得平等的教育服务，全国应当有统一的课程标准和教学内容，这一点在市场化程度较高的英国和美国，也是如此，他们都制定了相

应的国家课程或课程标准；而且这一年龄阶段的学生自身所拥有的知识和具备的能力都有限，不可能对教学内容等作出科学理性的选择。但到了高等教育阶段，学生已经逐渐成长为独立的社会公民，自己还要承担一部分就学的成本，这时对教育选择的范围拓宽了，选择的程度也加深了，他们可以对学校和教师进行选择，拥有了对教学内容的发言权。目前在我国的很多高校中，“消费者至上”的理念正逐渐成为校园文化的一部分，学生可以自行选择授课教师，在教师授课过程中有不满意的地方，学生有权向校方提出意见，并要求加以改善。

（二）增强学生家长主体的教育选择能力

教育选择能力，指学生家长主体在选择过程中所需要具备的一些基本能力，包括如何获取信息，获取信息的渠道，获取哪些方面的信息，如何根据所获得的信息进行理性的权衡和选择。增强主体的教育选择能力，这是一个实践层面的问题。只拥有权利，而缺乏相应的行为能力是不可能达到目的的。

选择能力首先以一定的经济能力为基础，选择本身是需要付出成本的，这里的成本包括选择前获取信息的成本、由选择所带来的制度变迁成本以及选择后的递增成本。更重要的是因选择 A 校而放弃选择 B 校所带来的收益，即机会成本。学生家长在进行决策时通常会有一个理性权衡的过程，其标准就是追求效用最大化的同时实现成本的最小化。由学生家长个人来承担以上的这些成本，他们具备相应的经济实力吗？在美国和欧洲一些实行择校制度的国家，择校的成本中有很大的部分是由政府来负担的。无论学生选择怎样的学校就读，政府都会给予基本的财政支持，到私立学校就读也不例外。在我国，由政府资助这类活动似乎还不大可能，因为我国现有的教育经费十分有限，现阶段我国教育服务的选择成本主要得由学生家长个人来负担。

引导学生家长作出理性的选择，需要向他们提供必要的、全面充分的信息，让他们了解各种不同类型的教育服务的质量和特色，并根据个人的优势选择适合自己的教育服务。学校作为市场中教育服务的提供者会存在一定的寻租行为，他们一方面会尽量夸大自身的优势，同时又会弱化甚至隐瞒存在的不足，这就为学生家长获取公平、全面的教育服务信息带来了困难。目前在全国一些大中城市中，不少学校已经引进了 ISO9002 质量管理体系，该认证体系为我们获得公正、全面的教育服务信息提供了一条良好的渠道。实际上，从消费者权益的维护来看，学生家长有权利了解所要

获取的教育服务的信息，学校也有义务和责任向社会公布所提供的教育服务的相关信息。

（三）调动学生家长主体的教育选择意愿，引导消费偏好的多元化

从市场的角度来看，消费者偏好是合乎理性的，消费者偏好的表达是引导社会生产正常运行的前提之一；但另一方面来看，学生家长的偏好和选择意愿又需要得到正确的引导。

在英国、荷兰、德国等欧洲国家，由宗教和语言多元化所形成的文化多元性，对择校的发展起了决定性的推动作用。而且随着移民的增加，这种社会文化的多元性还在不断加深。多元文化的存在反映到教育领域中，直接表现为学生家长、社会对学校教育服务多样化的需求。在欧洲国家，择校制度是为满足来自不同宗教、语言、文化背景的学生和家长的 education 服务需求而产生的；在美国，择校则代表了另外一种意愿，即重建公共教育体系、提高基础教育质量和人才素质，并在教育体系中引入竞争机制，打破公立学校的垄断，使公立学校在竞争的压力下提高教育质量和效率。

在我国，学生家长的选择目的非常清楚，就是追求优质教育服务。应该说，这种意愿本身是合理的，但什么是优质教育服务，恐怕相当多的人对此认识还不够全面，以升学率为唯一标准。形成这样一种认识有一定的社会历史原因，但同时也提醒我们有必要对消费者的偏好进行正确的引导，让学生家长逐渐认识和掌握评判优质教育服务的多元标准。

（四）向学生家长提供多元化的教育服务

教育服务的生产者、提供方应该向教育服务的消费者们提供丰富多样的选择对象。一来不断满足人们对优质教育服务的需求，不断提高教育服务的质量，例如以重点学校拉动薄弱校的方式带动整个地区教育水平的提高；二来满足人们对特色教育服务的追求，如以艺术见长的学校、以体育见长的学校等。

我国目前学校数量少，生源多，几乎所有公立学校都人满为患，即使质量较差的学校，也不愁没有生源。并且，我国私立教育极不发达，私立学校数量很少，且多数在声誉上不及公立学校，加上学费高昂，只有极少数富裕家庭才敢问津。教育服务仍然处于比较单一的阶段。需求创造供给与供给创造需求的现象在现实生活中是同时存在的，也就是说如果我们的学校还不抓紧时间和质量上下大力气，不办出自己的特色，那么随着国外教育服务提供者大规模地进入我国，抢夺我国巨大的教育服务消费市场。教育服务所面临的挑战将是十分严峻的。

参考文献

1. 石广生：《中国加入世界贸易组织知识读本》，人民出版社，2001。
2. 石广生：《中国加入世界贸易组织法律文件导读》，人民出版社，2002。
3. 袁振国：《发展我国教育产业政策研究》，华东师范大学出版社，2002。
4. 国家教育发展研究中心：《2003年中国教育绿皮书—中国教育政策年度分析报告》，教育科学出版社，2003~2004。
5. 张汉林，刘光溪：《经济全球化世贸组织与中国》，北京大学出版社，1999。
6. 杰恩·巴尼著，王俊杰译：《获得与保持竞争优势》，清华大学出版社，2003。
7. 陈宪著：《国际服务贸易：原理、政策、产业》，立信会计出版社，2000。
8. 联合国教科文组织国际21世纪教育委员会：《教育——财富蕴藏其中》，教育科学出版社，1996。
9. 黄鲁成，陈文辉：《国际贸易》，哈尔滨船舶工程学院出版社，1994。
10. 白仲尧：《中国服务贸易方略》，社会科学文献出版社，1998。
11. 艾伦·M. 鲁格曼，理查德·M. 霍杰茨著，李克宁译：《国际商务》，经济科学出版社，1999。
12. 葡雷，吴贵生：《服务创新》，清华大学出版社，2003。
13. 中华人民共和国和世界贸易组织：《中国加入世界贸易组织法律文件》，法律出版社，2002。
14. 世界贸易组织秘书处：《乌拉圭回合协议导读》，法律出版社，2000。
15. 吴松：《WTO与中国高等教育发展》，北京理工大学出版社，2002。

16. 管仁林：《中国入世承诺法律文本解释》，中国民主法制出版社，2002。
17. 靳希斌：《国际教育服务贸易研究—规则解读与我国的承诺》，北京师范大学学报，2004，1。
18. 靳希斌：“教育服务及其价值”，《教育研究》，2003，1。
19. 陈至立：“我国加入 WTO 对教育的影响及对策研究”，《中国教育报》，2002-3-23（1）。
20. 周满生：“国际教育服务贸易的新趋向及对策思考”，《教育研究》，2003，1。
21. 程大中，陈宪：“服务贸易理论研究：现实基础、总体状况及初步设想”，《上海经济研究》，2000，12。
22. 郑金洲：“WTO 与中国教育”，《教育发展研究》，2003，1。
23. 张汉林：“世贸组织成员教育服务贸易开放研究”，《国家高级教育行政学院学报》，2002，1。
24. 邓世荣：“我国教育服务贸易承诺中的市场准入与国民待遇研究”，《经济师》，2003，2。
25. 张铁明：“WTO：中国教育产业发展的新挑战”，《教育研究》，2000，9。
26. 庞守兴，李淑俊：“现代国际教育贸易的形成与理论探索”，《教育发展研究》，2002，12。
27. 胡晓莺，许明：“略论国际教育贸易的发展动因、现状和特点”，《教育研究》，1997，1。
28. 邬志辉：“WTO 教育服务贸易的主要规则解析”，《外国教育研究》，2003，3。
29. 劳凯声：“中国教育如何应对 WTO 的挑战”，《北京师范大学学报》，2002，2。
30. 覃壮才：“多边贸易体制原则与中国教育服务”，《比较教育研究》，2002，5。
31. 章新胜：“加入世界贸易组织与我国高等教育”，《中国高等教育》，2002，2。
32. 辛灵梅：“境外消费教育服务贸易的现状及其对策”，《北京教

育学院学报》，2004，3。

33. 张向丽：“中国教育服务贸易竞争力提升的对策研究”，《河南社会科学》，2003，11。

34. 屠新泉：“入世与我国高等教育服务业的发展”，《国际贸易问题研究》，2001，7。

35. 菲利浦·艾尔特巴赫：“高等教育与 WTO 全球化横冲直撞”，《中国教育研究》，2001，7。

36. 孙英，蒋耀庭：“加入世贸组织对中国高等教育的影响”，《中国高教研究》，2000，4。

37. 吴岩：《从教育承诺看 WTO 的影响》，《中国教育报》，2002 - 1 - 19 (4)。

38. Hoekman, B. , Tentative First Steps , “An Assessment of the Uruguay Round Agreement on Services” , in W. Martin and A. Winters (eds.) , “The Uruguay Round and the Developing Economies” , Washington DC , World Bank . 1995 .

39. Hoekman , B. and Kostecki , M. , “The Political Economy of the World Trading System-From GATT to GATS” , Oxford University Press , 1995 .

40. Peterson. J. , “Export Shares and Revealed Comparative Advantage , A Study of International Travel” , Applied Economics ,(1988) , 20 .

41. Rudner. M. , “International trade in higher education services in the Asia Pacific Region , The ASEAN experience and the role of APEC , World Competition” , (1998) , vol. 21 , no. 1.

42. Hans de Wit. “Internationalization of Higher Education in the United States of America and Europe , A Historical Comparative and Conceptual Analysis” , U. S. A. ,Greenwood Press .