

# 经济制度差异与中国服务贸易出口竞争力研究

■ 宋津睿 崔日明 辽宁大学

**摘要:**目前,服务贸易在中国对外贸易中发挥着越来越重要的作用。本文选取并测算了中国与服务贸易较强的七国在 2010-2019 年的服务贸易显示性比较优势指数数据,比较他们与中国之间的经济制度差异,结果显示中国服务贸易出口额近年来虽然有所增长,但中国服务贸易整体竞争力依旧较弱。因此,本文提出应从制度建设、科技建设以及人才培养等方面进一步提升中国服务贸易出口竞争力。

**关键词:**中国服务贸易;出口竞争力;经济制度差异

中国服务贸易始于改革开放初期的 1982 年,当时进出口贸易总额只有 44 亿美元,截止 2019 年,中国服务贸易额已达到 7434 亿美元,占同期对外贸易总额的 14.9%,中国服务贸易规模连续 5 年位居世界第二位。近年来,中国服务贸易取得的成就有目共睹,体现着在中国对外贸易发展和深化对外开放中服务贸易的重要地位。但中国服务贸易的发展目前仍面临着严峻挑战,中国货物贸易的交易总额仍远远高于服务贸易,根据世界贸易组织的统计,2019 年中国服务贸易进出口总额已高达 7839 亿美元。在经济全球化的区域经济一体化背景下,中国服务贸易取得了举世瞩目的成就。然而,在 2019 年中国服务贸易出口额 2832 亿美元,进口额 5007 亿美元,逆差 2175 亿美元。正是因为中国服务贸易这样的发展现状,所以探究如何增强中国服务贸易出口竞争力,进一步缩小逆差,有助于中国服务贸易的未来发展。在中国经济站在历史机遇期与转型期的关键时刻,推进服务贸易的发展是“十四

五”时期重要战略任务,这将为中国经济再创辉煌提供新的增长动力。

## 一、中国服务贸易出口竞争力现状

### (一) 中国服务贸易出口规模

从 2001 年中国正式加入 WTO 开始,中国就向世界展示了大力开发和发展服务贸易的决心,中国政府承诺对 WTO 规定的 12 个服务贸易部门中的 9 个,160 个服务业分部门中的 100 个进行逐步开放,并在 2007 年底完全实现,目前,中国政府正致力于加大服务贸易领域的改革开放力度,助力中国服务贸易发展。因此,中国服务贸易经过十余年的快速发展,截至 2019 年,中国服务贸易出口额已达到 7434 亿美元,占同期对

外贸易总额的 14.9%,中国服务贸易规模连续 5 年位居世界第二位。加入世贸组织以来,中国服务贸易出口规模不断扩大,根据世贸组织统计,2019 年中国服务贸易出口额已经达到 2817 亿美元,虽然相比之下中国服务贸易逆差还是不小,但总体而言,中国服务贸易的出口还是处于增长之中,但由下图我们也能看出,中国服务贸易的出口增长较为缓慢,这与中国服务贸易出口竞争力不强有一定关系。本文选取世界上服务贸易出口额较多的七个国家——美国、英国、澳大利亚、德国、法国、日本以及印度为样本与中国进行对比。

由表 1 我们可以看出,中国服务贸易的出口总量仅仅只占世界服务贸易出口总量的不到 5%,距离世界发达国家美国还有很大

表 1 2019 年八国服务贸易出口额及占世界服务贸易出口额比例 单位(百万美元)

	美国	英国	德国	法国	中国	印度	日本	澳大利亚
出口额	853270	411794	335249	287084	281651	213731	200541	69168
占比	14.1%	6.8%	5.5%	4.8%	4.6%	3.5%	3.3%	1.1%

数据来源:WTO 数据库

[作者简介]宋津睿(1996—),男,辽宁大学经济学院国际商务专业硕士研究生;研究方向:国际经济与贸易。崔日明(1963—),男,辽宁大学教授;研究方向:国际贸易理论与政策、开放型经济新体制等。

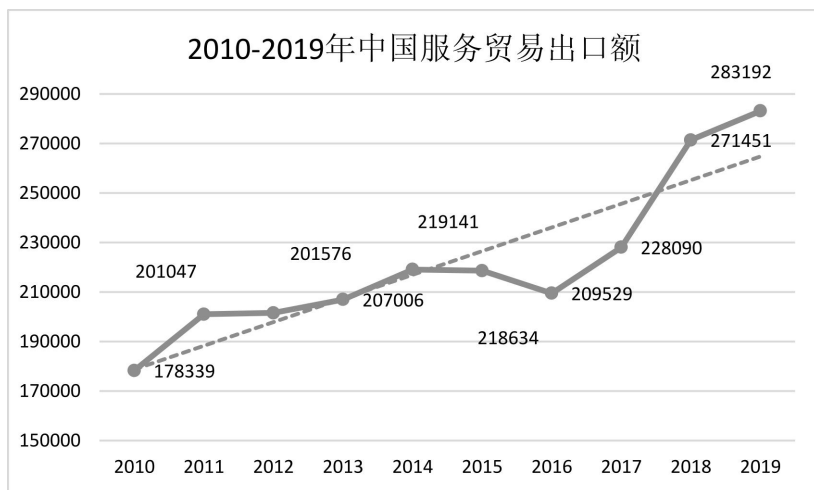


图1 2010-2019年中国服务贸易进出口额(单位:百万美元)

数据来源:WTO数据库整理所得

差距,距离服务贸易出口大国英国、德国及法国也有一定差距,但总的来讲还不至于遥不可及。亚洲的印度和日本凭借近年来的科技进步以及印度的人口红利,服务贸易的出口量也不可小觑。服务贸易出口额的差距也从侧面反映出中国与世界一些国家服务贸易出口竞争力的差距。

由图1可知,我们可以更加直观地看出历年中国服务贸易出口的发展趋势。首先在整体上,我国服务贸易的出口总量处于一个高速发展的状态,个别年份的增速很快。在2008年受金融危机的影响,中国服务贸易出口也减少

了很多,受到了不小的打击,但2009年开始,中国服务贸易逆势上扬,2019年的中国服务贸易出口额已经比2009年增长了一倍多。然而近年来受逆全球化的影响,中国服务贸易出口额的增长有所放缓,体现出中国服务贸易出口增长动力不足的问题。

根据WTO数据库统计,细分中国服务贸易各行业来看,2019年中国服务贸易出口规模中传统行业即运输、旅行和加工行业共约占35%的份额,中国服务贸易的出口对这些行业过于依赖也是造成目前出口增长动力不足的原因之一,尤其是加工服务贸易出

表2 2010-2019年中国服务贸易部分行业出口额(单位:百万美元)

	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
运输	45966	42310	37104	33827	38594	38243	37646	38912	35570	34211
旅游	34458	39468	38799	44426	44969	44044	51664	50028	48464	45814
建筑	27962	26594	23926	12690	16652	15355	10663	12246	14724	14495
加工	19531	21979	18068	18627	20436	21421	23257	25745	26529	25212
电信	53785	47068	27767	26531	25784	20173	17098	16247	13908	10476
金融	3904	3482	3694	3212	2334	4531	3185	1886	849	1331
保险	4772	4924	4046	4154	4976	4574	3996	3329	3018	1727
知识产权	6644	5563	4762	1085	1085	676	887	1044	743	830

数据来源:WTO数据库整理所得

口额已经比十年前缩水近四分之一,而且近年来,这三个行业的出口额都显现出颓势,对中国服务贸易出口规模增长的贡献有限。不过,好在中国建筑服务贸易的出口额已经比十年前翻了一番,而随着中国科技的不断进步,中国服务贸易中新兴产业的占比确实也在不断提高,在跨境电子商务的带动下,高技术附加值产业快速发展,部分新兴服务贸易部门的发展推动了中国服务贸易的发展。仅2019年电信服务贸易的出口占比就将近到达了20%,尤其是“十三五”时期,中国电信服务贸易出口份额从2015年的不到10%发展到2019年的20%,可谓成效显著。知识产权服务出口额增长较快,体现了中国知识密集型服务产业的快速发展。但不得不提的是,中国服务贸易中其他的新兴行业发展起色并不如电信行业这般迅猛,以保险金融行业为例,虽然十年来,2019年这两个行业服务贸易出口占比加一起也不到5%,近十年来增长速度也并不十分显著,这都充分说明中国服务贸易发展已经处于重要战略转型期,传统服务贸易行业对中国服务贸易的发展促进作用已经没有以前那么多了,若想中国服务贸易出口规模再上一个台阶,那么,中国服务贸易的出口竞争力的提升刻不容缓。

### (二) 中国服务贸易出口竞争力现状

基于比较优势理论,本文提出使用显性比较优势指数测算中国服务贸易出口竞争力。RCA指数(Revealed Comparative Advantage Index)是指一个国家某种

表3 2010-2019年八国服务贸易RCA指数

	中国	美国	英国	日本	澳大利亚	德国	法国	印度
2019	0.42	1.41	1.93	0.91	0.84	0.76	1.38	1.64
2018	0.42	1.43	1.94	0.87	0.90	0.76	1.43	1.65
2017	0.39	1.46	1.95	0.88	0.93	0.76	1.43	1.62
2016	0.38	1.44	1.96	0.88	0.96	0.74	1.43	1.59
2015	0.38	1.45	1.93	0.88	0.98	0.75	1.46	1.60
2014	0.40	1.46	2.02	0.88	0.91	0.77	1.49	1.53
2013	0.42	1.51	1.98	0.77	0.91	0.77	1.50	1.58
2012	0.45	1.53	2.10	0.73	0.93	0.76	1.48	1.67
2011	0.49	1.53	2.03	0.74	0.90	0.74	1.46	1.62
2010	0.50	1.51	1.99	0.72	0.96	0.73	1.37	1.68

数据来源: WTO 数据库整理所得

商品出口额占其出口总值的份额与世界出口总额中该类商品出口额所占份额的比率,RCA指数越大,说明其产品的竞争力水平越强。一般而言,RCA值大于1,表示该商品在国家中的出口比重大于在世界的出口比重,则该国的此产品在国际市场上具有比较优势,具有一定的国际竞争力;RCA值小于1,则表示在国际市场上不具有比较优势,国际竞争力相对较弱。

从表3中看出,服务贸易出口竞争力较强的是美国、英国、法国和印度,德国、中国、日本和澳大利亚的服务贸易都处于弱竞争力水平,总体比较来看,英国的服务贸易出口竞争力最强,而中国的服务贸易出口竞争力最弱。近年来中国的竞争力水平总体处于上升趋势,但服务贸易出口竞争力薄弱的问题由来已久,对比十年前的2010年,甚至还有过一段时间的下降,说明我国服务贸易的整体水平较低,竞争力较弱。服务贸易竞争力较强的国家大多为发达国家,法国的服务贸易竞争力水平一直保持着较为稳定的水

平,波动不大。美国的服务贸易竞争力水平对比十年前也略有下降,但优势还是十分明显。英国是样本国家中服务贸易竞争力最高的,有很大的比较优势,对英国经济的贡献很大,这与服务业在英国经济中占有主导地位有关,英国服务贸易对英国GDP的贡献率一度可以达到八成以上的地步,与此同时英国服务业的就业人数占英国总劳动人数的83%,体现了英国拥有的发达的服务业。不仅如此,英国政府采取的相关保障措施也对英国服务业的发展起着显著作用。德国和日本作为传统的工业强国,在服务贸易方面的竞争力优势并不大。印度作为亚

洲范围内仅次于中国的发展中大国,其服务贸易对比中国有着十分巨大的优势,这不仅是来源于印度庞大的人口数量,更是意味着较中国更合理的服务贸易发展结构和更合理的配套制度结构。

根据表4可知,中国服务贸易中的大部分行业竞争力水平都不高,只有建筑服务、加工服务和电信服务行业竞争力较强,拥有一定的比较优势,传统服务贸易行业的RCA指数较大,这些大多以劳动密集型服务贸易为主,总体来说我国的服务贸易结构较为偏向低端,高附加值产业竞争力较弱,低附加值产业竞争力却很强,充分说明我国的服务贸易出口仍以传统的资源、劳动力禀赋产品为主。

运输服务贸易方面中国的竞争力比较平稳,但也没有较强优势。中国的运输服务业受制于一定地理条件限制,而且还有着效率低下和成本高昂的问题,这些都制约着运输服务业的发展。

中国旅游服务贸易近十年来不升反降,出口竞争力减弱,中国是个拥有5000年灿烂文化的历史大国,并且中国幅员辽阔、地大物博,可以说有非常丰富的旅游

表4 2010-2019年中国服务贸易部分行业RCA指数

	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
运输	0.96	0.90	0.93	0.93	0.97	0.91	0.93	0.95	0.86	0.91
旅游	0.51	0.61	0.69	0.86	0.85	0.83	1.01	1.01	0.99	1.05
建筑	5.26	5.06	5.57	3.38	3.91	3.32	2.57	2.89	3.49	3.78
加工	3.37	3.81	4.43	4.84	5.17	5.12	5.41	5.86	5.87	6.05
电信	1.71	1.66	1.24	1.28	1.22	0.99	0.90	0.89	0.79	0.70
金融	0.16	0.15	0.19	0.17	0.12	0.24	0.18	0.11	0.05	0.07
保险	0.75	0.76	0.74	0.79	0.92	0.80	0.72	0.60	0.60	0.40
知识产权	0.35	0.30	0.30	0.08	0.07	0.05	0.07	0.08	0.06	0.08

数据来源: WTO 数据库整理所得

资源，在旅游业方面有着天然的要害优势。但近年来随着时代的发展，越来越多的人对于新时代旅游业提出了新的要求。因此中国旅游业十分迫切地需要进行结构优化和产业调整，加大力度打造属于中国的“新时代旅游产业链”，各方努力共同提高附加值，才能扭转中国旅游业竞争力不断下降的趋势。

中国建筑服务贸易一直以来都具有很强的出口竞争力，这十年更是发展迅速，RCA 指数从 2010 年的 3.78 到 2019 年的 5.26，逐渐成长为中国服务贸易的领军行业。根据 WTO 数据库的统计，中国建筑服务贸易出口额已经占据了世界建筑服务贸易总出口额的四分之一，无论从规模上看还是竞争力水平上看，中国建筑服务贸易都已经走在世界前列。

中国加工服务贸易 RCA 指数虽然挺大，表明中国在这方面拥有一定的比较优势，但我们也要注意中国加工服务贸易竞争力正在持续下滑。中国服务贸易在加工行业的较强竞争力跟我国丰富的劳动力资源有一定关系，但随着中国国力的提升，中国的人力成本也变得越来越高，部分加工服务业有向东南亚转移的趋势。因此，中国加工服务贸易的传统优势正在逐步消减，应尽快进行产业升级。

表 4 中反映出中国电信、计算机和信息服务贸易正蓬勃发展，从 2010 年较弱的竞争力水平，到 2019 年逆转成为中国服务贸易行业中一颗耀眼的明珠，中国电信服务贸易竞争力的提升与

近年来国家的大力扶持密不可分。

中国服务贸易中的金融、保险养老和知识产权行业竞争力都比较弱，但这三个行业都是高附加值产业的代表，虽然在近年来有所增长，但竞争力仍然不足。随着中国改革开放的不断深入，相信这三个行业的竞争力也将得到逐步提升。

经过对中国服务贸易各行业历年 RCA 指数的比较分析，中国服务贸易竞争力较弱的行业还比较多，传统和新兴服务贸易行业的出口竞争力都有待提高。中国服务贸易整体来看还面临着出口规模较小、竞争力不足的问题。因此，传统的服务贸易出口面临困境，中国经济的快速发展对服务贸易的出口质量提出了更高的要求，中国服务贸易出口竞争力的提升已经迫在眉睫。当然，在百年未有之大变局的新时代，机会与挑战并存，把服务贸易的出口竞争力提上去，不仅需要加快服务贸易企业升级转型，更是要求全国上下统筹协调把握时机进行服务贸易的产业结构调整，才能保障中国服务贸易面对接下来的挑

战时有足够的竞争力。

## 二、中国与样本国家经济制度差异现状

经济制度差异是指各国在制定经济活动规则时产生的制度差异。如果两国之间的经济制度差异过大，意味着两国服务贸易中将面临更多的危险和不确定性，同时，交易成本也会随之升高。服务贸易出口方需要在出口时花费时间与金钱去熟悉当地经济制度，例如产权制度与交易规则等。另外，进口国可能因贸易保护等原因，设置关税等贸易壁垒，增加服务贸易出口方成本，不利于服务贸易出口方发挥自身比较优势，故而经济制度上的差异会削弱本国服务贸易出口竞争力。

对于经济制度差异的测度，本文采用美国传统基金会的经济自由度指数，该指数包括 6 个维度：商业自由度、贸易自由度、财政自由度、货币自由度、投资自由度和金融自由度，在美国传统基金会数据库中，各国在每个子指标项下都会得到 0-100 的分数，分数越高越好，使用这 6 个维度

表 5 2010-2019 年中国与七个样本国之间的经济制度距离

	中澳	中英	中印	中日	中美	中法	中德
2010	37.88	33.87	6.72	25.4	33.4	21.25	28.8
2011	35.85	32.08	10.47	23.13	31.48	21.45	28.12
2012	36.77	32.53	11.42	23.55	31.32	21.62	28.62
2013	34.97	30.95	9.4	22.47	29.7	24.57	31.22
2014	33.17	29.95	8.85	22.17	28.65	22.35	29.87
2015	33.55	30.5	9.87	24.58	29.13	24.52	29.4
2016	31.43	28.77	6.63	23.43	26.75	23.57	29.18
2017	35.55	33.67	11.18	25.45	31.65	26.93	31.8
2018	34.42	33.62	10.23	25.45	33.08	26.77	28.8
2019	34.38	32.22	9.9	24.18	31.85	26.53	27.08

数据来源：美国传统基金会网站

计算得出的结果来衡量中国与七个样本国之间的经济制度差异(Edis),公式如下:

$$Edis = \frac{1}{6} \sum_{j=1}^6 |I_{ij} - I_{cj}|$$

由表5可知,中国与众多发达国家之间的经济制度差异比较大,样本中唯一与中国经济制度差异较小的是印度。印度与中国同为发展中国家,产业结构也较为相似,因此制定的经济制度差异较小。与世界服务贸易强国相比,中国在金融开放自由、投资领域开放自由、货币交换自由、商业管制自由、贸易开放自由等方面的制度建设还未建立,对中国各行业服务贸易的发展支持力度不够,同时还会因此为企业带来额外的成本,结合上文提到的中国与这七国在服务贸易出口规模和出口竞争力上的差距,经济制度上的差异必然使中国服务贸易处于缺乏竞争力的位置。

### 三、提升中国服务贸易出口竞争力的策略

中国是当今世界最大的发展中国家,在这个百年未有之大变局的时代,中国正处于经济转型的关键时期,中国政府对于各项制度的改革与创新高度重视。为了中国在未来能够跻身服务贸易强国行列,中国要根据自身国情与发展状况制定科学的服务贸易长期发展规划,用制度保障中国服务贸易整体稳步健康发展,有针对性地提升中国服务贸易出口竞争力。因此,本文结合中国服务贸易出口发展现状以及前文的研究成果,为中国服务贸易出口竞

争力的提升提出以下对策:

#### (一) 建立健全相关经济制度,缩小国际差异

在经济制度层面,中国政府要切实做好扶持中国服务贸易发展的计划和蓝图,对国内外差异大的经济制度采取“引进来、消化掉”的策略,吸收外国先进经济制度为我所用,同时做好本土化,保留真正适合中国服务贸易企业发展的制度,逐步建立与国际服务贸易强国接轨的经济制度,为中国服务贸易企业降低出口成本,以提升出口竞争力。

#### (二) 对重点行业给予政策支持,做好保驾护航

在前文中,我们也看到,由于中国逐步向制造业强国迈进,加工建筑等服务贸易行业中国是有一定竞争力的,因此要对这些服务贸易出口企业进行鼓励,让他们保持竞争优势。而对目前中国服务贸易出口竞争力弱的行业进行重点扶持,在经济制度上给予企业政策支持,同时加大科技投入与人才培养,政府要为这些中国服务贸易行业做好保驾护航。

#### (三) 提升经济制度自由度,助力企业成长

经济制度上的差异,归根结底还是经济各领域自由度不够,还要继续深化改革开放,吸引优良资本合理投资,力争提高投资自由度,为资本进入创造有利条件。同时,中国政府要继续扩大服务贸易领域的开放力度,2020年,中国坚持在疫情防控下召开了中国国际服务贸易交易会,会议采取线上线下结合的方式举行,吸引境内外近万家企业参与,像这样的服务贸易盛会,将为中国服

务贸易提升竞争力提供难得的交流合作机会,并且也能提升中国服务贸易整体商业自由度,缩小与发达国家的经济制度差异,开放的同时,在监管的基础上给予中国服务贸易企业低息贷款等经济政策福利,有利于中国服务贸易企业向竞争力薄弱的行业进军。▲

#### 参考文献:

- [1] 付鑫.中国服务贸易现状及促进高质量发展对策[J].中国发展观察,2020(23):81-84.
- [2] 彭颖.中国服务贸易的现状与发展策略分析[J].商场现代化,2019(5):62-63.
- [3] 汪越,杨雪莲,张晶晶.“一带一路”背景下中国服务贸易现状及发展方向分析[J].财富时代,2019(08):160.
- [4] 高绵,肖琼,林珊.中国与东盟五国服务贸易发展趋势与竞争力特点分析[J].亚太经济,2010(5):44-49.
- [5] 王清.中美服务贸易竞争力比较研究[J].财经科学,2014(9):99-109.
- [6] 殷凤,陈宪.国际服务贸易影响因素与我国服务贸易国际竞争力研究[J].国际贸易问题,2009(2):61-69.
- [7] 谢孟军,王立勇.经济制度质量对中国出口贸易影响的实证研究—基于改进引力模型的36国(地区)面板数据分析[J].财贸研究,2013(3):77-83.
- [8] 崔日明,张楠,李丹.服务贸易竞争力研究评述[J].经济学动态,2009(8):121-125.
- [9] 许唯聪,李俊久.中国服务贸易的发展现状、问题及对策[J].区域经济评论,2020(5):122-130.