

上海 WTO 事务咨询中心系列丛书

总主编 王新奎

服务贸易自由化

——中国入世后的新课题

张磊◎著

The Liberalization of Service Trade:

A New Challenge after China's accession to the WTO

 上海人民出版社

上海 WTO 事务咨询中心系列丛书

总主编 王新奎

服务贸易自由化

——中国入世后的新课题

张磊◎著

The Liberalization of Service Trade:

A New Challenge after China's accession to the WTO

 上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

服务贸易自由化: 中国人世后的新课题/张磊著. —上海: 上海人民出版社, 2008
(上海 WTO 事务咨询中心系列丛书 / 王新奎主编)
ISBN 978-7-208-08095-9

I. 服... II. 张... III. 服务贸易-经济发展-研究-中国 IV. F752.68

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 136150 号

责任编辑 文周 峭
封面装帧 陈楠

· 上海 WTO 事务咨询中心系列丛书 ·

服务贸易自由化

——中国人世后的新课题

张磊 著

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行 常熟新骅印刷厂印刷

开本 635×965 1/16 印张 19 插页 2 字数 266,000

2008 年 11 月第 1 版 2008 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-208-08095-9/F · 1796

定价 28.00 元

内 容 摘 要

当前,服务业跨国转移和服务贸易的快速发展成为了经济全球化的新趋势和新特征。对于中国而言,尽管在相当一段时间内制造业依然是中国经济增长的主要动力,但服务业也将可能成为中国下一个主要的增长动力。

通过本书对入世五年来中国服务业及服务贸易整体发展的初步考察可见,中国在过去五年中严格履行了自己在 GATS 下所做出的开放承诺,服务产业获得了全面的发展,而且并未出现入世之初所预料的市场冲击。但另一方面,中国的服务贸易目前在整体上还处于劣势阶段,只有积极承接服务业跨国转移,继续促进服务贸易自由化,才能够提高中国服务贸易的竞争力水平,促进国家经济增长方式的转变。

本书对上海地区分销、物流、建筑等行业的分析,典型反映出中国的服务业在具体履行开放承诺的过程中尚存在大量问题需要解决,被研究行业在开放实践中普遍存在着“大门开放而小门不开”的情况。我国服务业市场的开放实践目前已经进入了与贸易伙伴国间进行具体制度协调的阶段。此外,对上海地区“重点”服务企业的调研也突出反映出,相关行业在开放过程中产生的种种问题大多与当前存在的行业控制与垄断联系密切。国家应当从促进行业竞争,打破行业内部利益联盟的角度出发,在相关行业做出更高的市场准入承诺,鼓励外国资本与民营资本进入相关行业市场,并以此推动中国“重点”服务行业的市场化改革。

长期以来,中国始终致力于贸易自由化的多边进程。然而,2000年以后多边进程受阻的现实、FTA 的激增及其在各国贸易政策中的重要性迫使中国要重视对区域经济合作的参与。截至目前,仅就服务贸易而言,中国所展开的区域自由化尝试无疑是非常有限的,其效果也尚

未可知,但中国在区域贸易合作中参与服务贸易自由化无疑为本国获取利益平衡提供了契机。

在本轮国际产业转移的过程中,服务外包成为了新的重要推动因素。中国应当把承接国际服务外包作为扩大服务贸易的重点,加快培育一批具备国际资质的服务外包企业,形成一批外包产业基地。此外,随着技术经济的发展和科技创新在经济中作用的加强,以知识为基础的服务业日益取代传统服务业而成为全球服务业发展的趋势和支持经济增长的新兴动力。中国应当抓住知识密集型服务业国际化发展的机遇,继续采取开放措施促进知识密集型服务业在本国的发展。

最后,伴随中国人世过渡期的结束,中国服务业已根据入世承诺实现了全面的开放,但同时也有需要解决的若干问题。尽管中国已经做出了诸多努力,但现状表明中国尚需进一步开放服务业;与此同时,世界服务贸易发展的新特点与新趋势也对中国服务贸易的深入开放提出了新的要求和挑战。中国应当继续坚持融入多边服务贸易自由化的道路,在明确自身战略目标与行动策略的基础上,进一步深化服务业对外开放,并借此推动本国服务业的发展。

Abstract

With steady increase of the international service trade, the transformation of the international service industry became a new character of today's globalization. It means that instead of the manufacture, China may have another way to improve its economy performance.

In the GATS, China made specific commitments in nine out of the 12 large sectors contained in the classification list generally used by Members for GATS. In its liberalizing service practice, China has tended to follow closely its commitments under the GATS rather than liberalize autonomously, although its GATS commitments tend, in general, to be more extensive than those of other developing countries. As we think, further liberalization of service may contribute to the development of china's economy.

Our analysis to the service sector of wholesale/retail trade, transportation and logistics, and construction, engineering and design in Shanghai is shown that China's service sector reforms have improved the climate for foreign business. But, there still have many problems need to be solved, just like the lack of clarity and transparency of China's regulatory environment, the local protectionism, and so on. It is necessary for China to do constructive dialogue with its trade partners on resolving these business challenges. On the other hand, the analysis to the key areas of financial, telecommunications in Shanghai reflect that China's competition policy needs to address the continuing role of administrative and other state monopolies. As we think, further liberalization of these key areas may be useful for

China's antimonopoly practices.

China believes that economic globalization and regional economic integration are inevitable trends and hope to strengthen its economic ties with other countries. But in international service trade, China only have a less development in regional economic integration, and its performance is still unknown. But we believe that it is a chance for China to try for its service trade interests from its trade partners.

With the development of the international service trade, service outsourcing became an important composition, and China owns the infrastructure and potentiality for the development of service outsourcing. At the same time, the knowledge-intensive service industry had become one of the most important parts of the modern service trade. China should recognize fully the importance and emergence for developing our national industry, and take effective measures to meet the new adjustments of the global industry layout.

Finally, since China's accession to the WTO, China has followed closely its commitments under the GATS to open its service markets. But our analysis is shown that there are still many problems for China to solve. On the other hand, the new adjustments of the international service trade have given china a chance for a further development. As for China, further liberalization in service market under a new strategy and tactics will be a wise choice.

目 录

C O N T E N T S

第一章 全球服务贸易的发展及其自由化	001
第一节 国际服务贸易发展的全球化特征	001
一、服务业的内涵与经济学特征.....	001
二、国际服务贸易及其发展的全球化特征.....	008
三、全球服务贸易的快速发展给各国经济带来了新的 挑战.....	015
第二节 《服务贸易总协定》与全球服务贸易的制度自由化	016
一、《服务贸易总协定》的基本内容与原则.....	016
二、《服务贸易总协定》产生的巨大意义.....	020
三、《服务贸易总协定》存在的问题与缺陷.....	021
第二章 中国入世与服务业开放	029
第一节 中国加入世界贸易组织与中国服务业市场的开放 承诺	029
一、中国复关和入世的曲折历程与战略意图.....	029
二、中国加入《服务贸易总协定》及其承诺评估.....	033
三、关于《服务贸易总协定》对中国经济可能影响的 事先预测.....	039
第二节 入世过渡期与中国服务业市场开放承诺的履行	041
一、过渡期内中国服务业市场的主要开放步骤.....	041
二、对中国入世服务业承诺履行情况的评价：来自外部 视角的分析.....	044
第三节 入世后中国服务贸易的迅猛发展及对经济的影响	046

一、中国经济发展与服务业的重要性	047
二、中国服务贸易的快速发展	053
三、对中国服务业开放整体状况的一个总结	062
附录 中国在《服务贸易总协定》中的特殊承诺(英文本)	064
第三章 分销、运输和建筑行业的对外开放	079
第一节 研究中国服务业部门开放实践的一种方法	079
一、集中研究发达区域服务业开放实践的分析方法及 依据	079
二、上海服务业的发展状况及其在全国的地位	080
第二节 上海地区分销行业的市场开放实践	082
一、零售行业	083
二、药品分销服务行业	085
三、批发行业	086
四、总结	088
第三节 上海地区交通运输行业的市场开放实践	089
一、港口航运国际服务	089
二、保税区内的运输公司	092
三、快递业务	094
四、总结	097
第四节 上海地区建筑施工与设计行业的市场开放实践	098
一、上海建筑业市场发展的总体状况	099
二、上海地区外资建筑类企业状况分析	100
三、总结	103
第五节 小结	106
一、中国入世后服务业市场的开放促进了国内相关行业的 发展,提升了国内企业的竞争能力	106
二、中国对服务行业的市场开放实践正逐步进入制度协调 层面	108

第四章 法律咨询、金融和电信行业的对外开放	109
第一节 中国对外开放的“重点”服务行业	109
一、中国“重点”服务业部门的入世承诺	109
二、外界对中国“重点”服务行业开放的评议	109
第二节 上海地区法律咨询行业的市场开放实践	111
一、入世后中国对外资律师事务所经营的主要管理规则	112
二、上海外国律师事务所代表处的发展状况	112
三、总结	116
第二节 上海地区保险行业的市场开放实践与经验	118
一、入世后我国对外资进入保险行业的主要承诺	118
二、上海地区保险业发展及外资进入状况分析	119
三、外资促进了中国保险业市场的发展	123
四、总结	125
第三节 上海地区证券、基金行业的市场开放实践与经验	127
一、入世后中国证券行业的开放承诺	127
二、近年来上海证券业发展及对外开放基本状况	127
三、总结	134
第四节 上海地区电信行业的市场开放实践与经验	136
一、入世后中国对电信行业外资进入主要管理规则	136
二、近年来上海电信业发展及对外开放基本状况	137
三、总结	140
第五节 小结	142
一、入世后中国“重点”服务业市场的开放促进了国内相关 行业的发展,但尚需进一步调整和完善	142
二、中国“重点”服务行业内存在的市场控制与垄断成为了 对外开放的巨大障碍	145
第五章 中国参与区域性服务贸易自由化的实践	148
第一节 中国对区域及双边贸易合作的参与	148
一、中国参与区域与双边贸易合作的现状	149

二、中国参与区域贸易协定的特征与区域贸易谈判中的 服务业开放	152
第二节 CEPA 协定下内地与香港服务贸易的发展与实践 经验	154
一、中国入世承诺与 CEPA 协定内容的比较	154
二、CEPA 框架下中国内地与香港服务贸易的实践经验	161
三、关于 CEPA 框架下内地与香港服务贸易发展的评价	167
第三节 中国参与其他区域性质的服务贸易自由化尝试	168
一、中国与东盟签订《服务贸易协议》	168
二、中国与澳大利亚自贸区谈判中的服务贸易	172
第四节 小结	179
一、中国服务业在区域贸易合作中的开放经验	179
二、中国在服务贸易自由化中的进攻利益	180
第六章 全球服务外包贸易的兴起及中国的对策	182
第一节 全球服务外包贸易的发展:背景与经验	182
一、全球服务外包贸易的兴起	182
二、全球服务外包贸易的发展前景与新兴经济体承接服务 外包的现状与经验	187
三、服务外包贸易对全球服务贸易自由化规则提出的新挑战 与新要求	194
第二节 中国服务外包贸易的发展:特征与差距	201
一、我国服务外包贸易的发展现状	201
二、中印服务外包贸易发展的跨国比较	208
第三节 中国积极承接国际服务外包:战略与对策	212
一、扩大服务业开放,加快承接国际服务外包	212
二、促进中国服务外包贸易发展的政策建议	213
三、推动全球服务贸易规则的调整,改善服务外包贸易 发展的制度环境	219

第七章 知识密集型服务业的国际化及其在中国的发展·····	223
第一节 知识密集型服务业的发展及其国际化进程·····	223
一、知识密集型服务业的概念与分类·····	224
二、知识密集型服务业特征分析·····	228
三、知识密集型服务业的国际化发展趋势·····	230
第二节 知识密集型服务业在中国的发展现状·····	232
一、中国知识密集型服务业的发展现状·····	232
二、中国服务业知识密集化的区域特征:以上海为例·····	237
第三节 顺应知识密集型服务业国际化的发展趋势,促进 中国服务业知识密集度的提升·····	243
一、知识密集型服务业发展的国际化趋势与中国重点 服务业市场的深入开放·····	244
二、调整国家的外资政策,建立适应新形势的外资鼓励 政策体系·····	246
附录 关于高新技术服务企业认定的三大原则·····	248
 第八章 多哈谈判与中国服务业的发展·····	 258
第一节 多哈谈判下的服务贸易自由化与中国·····	258
一、多哈回合谈判总体评估与前景判断·····	258
二、多哈服务贸易谈判状况·····	263
三、中国参与多哈回合服务贸易谈判·····	266
第二节 中国下阶段参与多边服务贸易自由化的战略目标与 策略选择·····	268
一、中国参与多边服务贸易自由化的战略目标·····	268
二、中国下阶段参与服务贸易自由化的策略选择·····	274
附录 多哈回合谈判主要议题利益集团列表·····	282
 参考文献·····	 285
后记·····	291

第一章

全球服务贸易的发展及其自由化

第一节 国际服务贸易发展的全球化特征

一、服务业的内涵与经济学特征

1. 服务业内涵分析

服务是相对于货物的一个概念。因此,为了把服务和货物区分开来,许多学者从服务产品的特性角度以及服务交易条件的角度,对服务的概念作了界定。但是,迄今为止,服务业无论在概念的外延还是内涵上都还没有形成一个广为接受的定义。从内涵方面而言,传统的非实物性、非生产性、不可储存性、不可贸易性、即时性、发展的停滞性等都只能反映服务业在某一发展阶段的部分经济学特征。

希尔^①从服务的内涵方面给出了一个到目前为止被广为接受的定义:服务是指某一个人或某一物(隶属于某一经济单位)的状态所发生的改变,这一改变是按照事先的约定由其他经济单位提供的。但这一定义并不能完全将服务同商品区别开来。比如一盘录像带(商品)与相同的电视节目(服务)可能带给消费者同样的“改变”。十年后,希尔对上述定义进行了补充。在新的定义中,他强调在服务过程中生产者与消费者所具有的接触性(contact):“一个农民可能在其最后的雇主完全隔绝的情形下种庄稼,然而一位教师却不能没有学生而从事教学”。但这一定义仍然无法将服务同商品完全区别开来。比如订购一

^① Hill T. P. : *On goods and services. The Review of Income and Wealth, Series 23, Vol. 23, pp. 315—338. 1977.*

辆个性化的汽车或者从服装店订做服装,二者都属于商品范畴,但也都发生了某种接触。

对服务内涵的理解所存在的巨大分歧一方面反映了服务本身的复杂性,另一方面也反映了对一个概念的理论界定和统计标准之间的不同步性。因为理论界定追求的是概念内在逻辑的一致性和外延的周全性,而统计标准则还要考虑统计的可操作性。

上海社会科学院陶纪明博士认为^②,经济学概念的界定不仅要有逻辑上的一致性和统计上的简明性,更重要的是,还应该有助于对经济现实及其发展趋势的理解和把握。为此,他提出了对服务内涵的一种新的界定:服务满足的是消费者的个性化的需求,相比较而言,商品满足的则是消费者的标准化的需求。因为是个性化的,所以服务必然要求生产者和消费者的共同参与,服务的结果使得生产者和消费者的状态发生了改变:生产者获得了收入而消费者得到了效用^③。与服务相比,商品可以由生产方单独提供。

按照这个定义,目前关于三次产业划分的标准可能要进行相当程度的调整:一些传统意义上的制造业部门事实上也在提供某种服务,而一些服务却应该被划入商品的范畴中。比如订做的服装应该归入服务的范畴,而像 Windows XP 这样的产品则应该被归入商品范畴,其根本原因在于它是非个性化的,是厂商单方面提供的产物。依这种标准划分的商品,还应该包括通讯、邮政、广播影视等服务行业以及电子词典、电子杂志等电子产品。

而目前软件产业的发展趋势也表明,大量的软件生产遵循着制造业的生产模式^④,其产品不仅被“标准化”地生产出来,而且也以低廉的成本进行大规模的复制和生产。这种新的划分绝不仅仅是统计标准和统计口径上的一种改变,它还有更为深刻的经济学涵义在其中:由商品范畴向服务范畴的转变表明了服务经济的发展趋势,即生产过程的人

② 陶纪明:《服务业的内涵及其经济学特征分析》,《社会科学》,2007年1月。

③ 非营利性组织也许是个例外,其服务的目的是满足个人理想或实现其个人价值。

④ 其生产流程同商品的加工流程相似,而编写软件模块的工作人员则被称为“蓝领工人”。

性化和个性化;而服务范畴向商品范畴的转变则表明了技术进步对服务模式的冲击和改变,即技术进步可能会使得某些服务以一种标准化的手段表现出来从而从根本上改变了这一服务的性质,因此,这种服务应该归入商品的范畴。

2. 服务业的经济学特征^⑤

(1) 服务业的产品价格。一般的观点是,随着收入水平的提高,服务产品价格的上升幅度明显大于物质产品,这已被统计数据所证实^⑥。由于难以标准化,故服务业的规模效应不明显,因而劳动生产率较低。另外,实证研究还发现,发展中国家服务价格要明显低于发达国家,巴格瓦蒂对此的解释是^⑦:这是由发展中国家和发达国家不同的资源禀赋水平决定的。发展中国家由于劳动力丰富而资本贫乏,因此劳动力工资与资本租金的比率要低于发达国家,而服务业一般是劳动密集型的,因此发展中国家服务的价格要较发达国家为低。另外,发达国家居民的个人素质也比发展中国家高,其服务的质量和效率(包括服务规范、服务强度、服务意识、服务环境等)要高于发展中国家,因而其价格水平自然也要高于发展中国家。

(2) 服务业的收入弹性。传统观点认为,服务的收入弹性要大于1,这是导致服务业持续增长的根源,其理论基础是:服务是一种“高档产品”,其需求增长率要高于收入水平的增长率。但卡拉维斯等人以及弗维和泽曼^⑧利用联合国国际比较项目(ICP)的跨国数据基本推翻了这一看法。该研究表明,服务总体^⑨的收入弹性基本等于1。现实情况是,既存在着低档的服务,也存在着高档的商品。因此,服务业的增长从收入水平进而是经济增长的角度是难以直接解释的。而从上文提

⑤ 陶纪明:《服务业的内涵及其经济学特征分析》,《社会科学》,2007年1月。

⑥ 黄少军:《服务业与经济增长》,经济科学出版社2000年版,第242页。

⑦ Jagdish N. Bhagwati: *Why are Services Cheaper in the Poor Countries? The Economic Journal*, Vol. 94, No. 374, 279—286. 1984.

⑧ Rodney E. Falvey and Norman Gemmill: *Are services income-elastic? Some new evidence*, *Review of Income and Wealth*, Series 42, No 3. 1996.

⑨ 这里的服务业包括住房、健康、交通、通讯、娱乐、教育和政府共七个子项。

及的观点来看,服务业持续增长的原因在于标准化的需求(即对商品的需求)基本满足之后,消费者将更加追求个性化需求(即对服务的需求)的满足。按照这种观点的看法,并非是人们收入的提高会导致服务业需求的增加,只是在人们收入增加之后,个性化的需求才更容易被激发。如果把这种理解置于宏观层面,则就会引出一个被广泛接受的经验性规律,即一国服务产业的发展同该国的工业化阶段以及人均收入水平之间可能存在某种模糊的正相关关系。

(3) 服务业的劳动生产率。劳动生产率是一项极为重要的研究指标,它对揭示经济增长和产业结构的变化规律有着重要的参考价值。服务业劳动生产率的测度涉及极为复杂的理论问题和统计技术问题,因此一直都存在着较大的争议和分歧,尽管如此,现有的研究基本上认为服务业的劳动生产率要低于其他产业。

格里利切斯^⑩提出了另外一种观点:服务业的劳动生产率并不像人们想象的那样低,甚至在某些行业,比如银行、保险等,已经出现了很大程度的改善,之所以在统计数据上出现生产率的下降,主要原因在于服务部门的生产率是难以测量的。同商品相比服务业的增长在更大程度上表现为质量的提高而不是数量规模的扩大。这是一条非常重要的特点,它使得按传统的测度方法必然会导致对服务业劳动生产率的低估^⑪,因为我们无法区分出,服务价格的上涨在多大程度上是由通货膨胀造成的,而在多大程度上是由服务质量提高所导致的。

据夏普和贝利、劳伦斯^⑫对美国 20 世纪 90 年代各行业劳动生产率的实证研究,金融、保险、房地产以及个人服务、商业服务、健康服务、

^⑩ Griliches, Zvi: *Productivity, R&D, and the Data Constraint*, *American Economic Review*, Vol. 84 March, 1994.

^⑪ 传统测度经济增长以及劳动生产率的基本思想是通过价格缩减指数还原出产品真实的数量增长情况(假定产品是同质的),用这一方法对服务业进行实证分析会严重扭曲服务质量提高这一事实,这也是服务业名义增长率很高(没有剔除价格因素)而实际增长率却很低的根本原因。需要指出的是,这一问题在商品的测度中同样存在,但对商品而言它只是技术性的,而对于服务而言,它却是根本性的。

^⑫ Andrew Sharpe: *The productivity Renaissance in the U. S. Service Sector*, *International Productivity Monitor*, No. 1, Fall 2000.

批发零售业等服务行业的生产率在 20 世纪 90 年代后期均出现了明显的上升,特别是个人服务业、商业服务业和保险业的劳动生产率还发生了由负变正的大幅逆转(表 1.1)。这一现象基本可归因于 IT 技术的扩散效应,认为是 IT 部门对这些服务业部门生产率的改善发挥了重要的作用。需要注意的是,在这一过程中,IT 部门本身劳动生产率的提高较小,而密集使用 IT 产品的行业(主要是服务业)的劳动生产率提高幅度较大。目前,基于新兴技术在服务业当中的广泛使用,人们已经开始对知识密集型服务业展开研究。本书第七章将就此专门展开讨论。

表 1.1 美国 1989—1999 年间各行业劳动生产率年均增长率(%)

	1989—1995	1995—1999	差 别
私人经济	0.88	2.31	1.43
制 造 业	3.18	4.34	1.16
批 发	2.84	7.84	4.99
零 售	0.68	4.93	4.25
金 融	3.18	6.76	3.58
保 险	-0.28	0.44	0.72
房 地 产	1.38	2.87	1.49
个人服务	-1.47	1.09	2.55
商业服务	-0.16	1.69	1.85
健康服务	-2.31	-1.06	1.26
IT 密集使用部门	2.43	4.18	1.75
非 IT 密集使用部门	-0.10	1.05	1.15

资料来源: Martin Neil Baily and Robert Z. Lawrence: Do we have a New Economy? NBER Working Paper No. 8243, April, 2001.

(4) 服务业的劳动力和资本密集度。一般认为服务业是劳动力密集而制造业是资本密集的。但据库彻和马克^⑬对美国的研究,在资本

^⑬ Ronald E. Kutscher and Jerome A. Mark (1983): *The service-producing sector: some common perceptions reviewed*, *Monthly Labor Review*.