

# 中国

# 2011

## 服务贸易报告

——视听服务贸易专题研究 李墨丝 沈玉良/著

China's Trade in Services Report 2011:

A Monographic Study of Trade in Audiovisual Services



复旦大学出版社

# 中国 服务贸易报告 2011

——视听服务贸易专题研究 李墨丝 沈玉良/著

China's Trade in Services Report 2011:

A Monographic Study of Trade in Audiovisual Services

**图书在版编目(CIP)数据**

中国服务贸易报告 2011——视听服务贸易专题研究/李墨丝,沈玉良著. —上海:  
复旦大学出版社,2013.3  
ISBN 978-7-309-09483-1

I. 中… II. ①李…②沈… III. 服务贸易-经济发展-研究报告-中国-2011 IV. F752.68

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 022595 号

**中国服务贸易报告 2011——视听服务贸易专题研究**

李墨丝 沈玉良 著

责任编辑/鲍雯妍

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编:200433

网址:fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

江苏省句容市排印厂

开本 787×960 1/16 印张 19.75 字数 327 千

2013 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-09483-1/F·1905

定价:45.00 元

---

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

# 前 言

1980年以来,世界服务贸易迅猛发展,总量迅速增长,结构快速变化。相比旅游、运输等传统服务部门,通信、金融、计算机服务、个人娱乐和文化服务等新兴服务部门在技术革命和服务贸易自由化的驱动下,上升趋势尤为明显。其中,随着文化产业力量日渐增长,作为新兴服务部门之一的视听服务越来越受到重视。

近年来,全球视听服务贸易增长迅猛,显示出巨大的经济价值。尽管与旅游服务、运输服务、金融服务等服务部门相比,视听服务仍然处于边缘地位,在整个服务贸易中所占的比重还相当有限,但是视听服务贸易在国际贸易格局中发挥着越来越重要的作用。更为重要的是,视听服务贸易的重要地位不仅源于其经济价值,更在于其社会文化功能。视听服务是现代社会重要的文化形态和主要的文化载体之一,是传播价值观念和意识形态的重要途径,也是应对国际文化竞争、扩大文化输出的核心资源与主要手段。

正是因为视听服务兼具文化和经济双重属性,所以就国际视听服务贸易而言,推进自由化与实施文化政策措施保护文化多样性本身就是一对矛盾。在WTO贸易自由化体制中,特别是在乌拉圭回合以后,贸易与文化问题引发了极大的纷争,美欧双方在视听部门开放问题上的立场严重对立。在美国独霸国际视听市场的格局下,不仅发展中国家高举保护文化多样性的旗帜,就连一些发达国家也力图谋求视听服务贸易的例外地位。只有少数WTO成员承诺有限开放视听服务贸易,更多的成员声明保留适用文化政策措施的权利。各国政府往往采取各种措施保护和促进本国的内容制作。如此一来,视听服务贸易自由化阻力重重。

与此同时,数字技术、网络技术的日新月异给视听部门带来了重大变革,对视听产业的内容、形式乃至基本理念都产生了深刻的影响。数字时代视听内容跨国界流动不可阻挡。网络内容在技术上也无法画出国界。技术进步在为消费者提供更多选择和更强操控能力的同时,也使得国家无法有效干预个人对于视听服务

的选择。在这样的媒体环境下,国家要就视听服务市场准入制定适当的监管法规变得十分困难。换言之,无论各国是否进一步开放视听部门,数字技术的迅猛发展都将在一定程度上使得视听服务贸易自由化成为现实。

目前,尽管我国视听服务贸易大幅增长,但是在国际贸易中所占的比重仍然很小,与我国文化大国和贸易大国的地位极不相称。当前,正值我国大力推动社会主义文化大发展大繁荣之时,我国政府将文化产业的发展作为服务业的支柱产业之一。因此,大力发展国际视听服务贸易,在加快视听服务“走出去”步伐的同时,进一步适度开放视听服务市场,有利于促进文化相互借鉴,增强中华文化在世界上的影响力。当然,在发展国际视听服务贸易的过程中,我国同样面临着视听服务贸易自由化和民族文化保护的两难选择。我国如何在进一步适度开放视听市场的同时,保护国家的文化安全以及民族文化的正常生存,在防止外来文化冲击的同时,推动本土视听服务走向世界,是我国视听服务贸易发展当中亟待解决的问题。

在这样的背景下,研究各国如何应对数字技术革命给视听服务贸易带来的挑战,如何寻求突破视听服务贸易自由化的法律障碍,如何协调视听服务贸易自由化与国内文化政策之间的矛盾具有重要的理论价值。在此基础上,借鉴国际和国外相关做法,对于解决我国视听服务贸易进一步开放的战略及政策措施问题,具有重要的现实意义。

从2009年以来,上海对外贸易学院国际经贸研究所将服务贸易作为重点研究内容,并且逐年推出相关研究报告。《中国服务贸易报告2011——视听服务贸易专题研究》是研究所在2008—2010年研究和调研的基础上推出的第二份研究报告。报告的基本框架分为五部分:第一部分是是世界和中国服务贸易的年度总体分析,由沈玉良教授撰写;第二至五部分是专题研究,2011年的专题是“视听服务贸易专题研究”,由李墨丝副研究员撰写。

参与研究所暑期实习的2011级国际经济与贸易专业全英语实验班的庄卫毅、沈雨茜、卢晓东、程安琪、孙程洁、孙晓文、殷胜眉等24位同学对本报告的资料查找和文献翻译提供了帮助,冯湘、满砚婷两位研究生在实习管理的过程中提供了全面协助,在此表示感谢!

本报告的出版获得上海市普通高等学校人文社会科学重点研究基地的资助。

# 目 录

|          |   |
|----------|---|
| 前言 ..... | 1 |
|----------|---|

## 第一部分 服务贸易：中国新的增长机会

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 第一章 快速增长的世界服务贸易(1980—2011) ..... | 3  |
| 1.1 世界服务贸易的总量增长 .....            | 3  |
| 1.2 世界服务贸易结构的快速变化 .....          | 4  |
| 1.3 新兴服务部门服务贸易快速增长的原因 .....      | 6  |
| 1.4 本章小结 .....                   | 12 |
| 第二章 中国服务贸易：能否实现超越货物贸易？ .....     | 14 |
| 2.1 中国服务贸易的总量变化(1998—2011) ..... | 14 |
| 2.2 中国服务贸易结构 .....               | 17 |
| 2.3 中国服务贸易：靠什么带动？ .....          | 21 |
| 2.4 本章小结 .....                   | 35 |

## 第二部分 视听服务贸易总论

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 第三章 视听服务贸易的内涵和发展规律 .....   | 39 |
| 3.1 视听服务的界定和归类 .....       | 39 |
| 3.2 视听服务贸易的发展环境和运行规律 ..... | 48 |
| 3.3 开展国际视听服务贸易的重要意义 .....  | 57 |

### 第三部分 技术创新背景下的

#### 视听服务贸易

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 第四章 新技术时代视听服务发展的新趋势 .....   | 63  |
| 4.1 新技术对视听服务的冲击与革新 .....    | 63  |
| 4.2 传统视听服务：颠覆与挑战 .....      | 71  |
| 4.3 新型视听服务：创新与生发 .....      | 106 |
| 第五章 新技术时代我国视听服务发展的新趋势 ..... | 114 |
| 5.1 我国传统视听服务的创新发展 .....     | 114 |
| 5.2 我国新兴视听服务的发展趋势 .....     | 116 |

### 第四部分 服务贸易自由化趋势

#### 下的视听服务贸易

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 第六章 WTO 框架下的视听服务贸易自由化 .....     | 123 |
| 6.1 视听服务贸易提供方式的特点 .....         | 123 |
| 6.2 WTO 贸易自由化与视听服务：僵局与困境 .....  | 129 |
| 6.3 视听服务的文化政策措施：保护主义之争 .....    | 148 |
| 第七章 区域层面的视听服务贸易自由化 .....        | 162 |
| 7.1 欧盟的视听政策及文化目标：区域整合的范例 .....  | 162 |
| 7.2 双边贸易协定的视听部门承诺：重要进展与超越 ..... | 181 |
| 第八章 国内层面的视听服务贸易自由化 .....        | 189 |
| 8.1 法国的视听政策与 WTO 视听市场开放谈判 ..... | 189 |
| 8.2 印度的视听政策与视听服务贸易自由化 .....     | 203 |
| 第九章 我国视听服务贸易的市场准入 .....         | 218 |
| 9.1 我国视听服务市场准入的法律制度 .....       | 218 |
| 9.2 我国视听服务部门的入世承诺及履行 .....      | 223 |

## 第五部分 我国视听服务新一轮 对外开放战略

|                                         |     |
|-----------------------------------------|-----|
| 第十章 我国视听服务对外开放的基础 .....                 | 231 |
| 10.1 我国视听服务的对外开放 .....                  | 231 |
| 10.2 进一步适当扩大我国视听服务的对外开放 .....           | 238 |
| 附录 1 部分 WTO 成员在视听服务部门做出的具体承诺 .....      | 246 |
| 附录 2 部分 WTO 成员在视听服务部门提出的最惠国待遇义务豁免 ..... | 266 |
| 主要参考文献 .....                            | 297 |



# 第一章 快速增长的世界服务贸易(1980—2011)

1980 年以来,世界服务贸易进入快速增长时期,这种增长不仅表现为传统服务部门服务贸易的增长,更表现为新兴服务部门服务贸易的快速发展。

## 1.1 世界服务贸易的总量增长

1980—2011 年,世界服务贸易出口总额从 3 650 亿美元增加到 41 688 亿美元,增长了 11.42 倍(见图 1-1),同样,服务贸易进口总额从 1980 年的 4 024 亿美元增加到 2011 年的 39 530 亿美元,增长了 9.82 倍,服务贸易总体呈现较大的增长趋势。

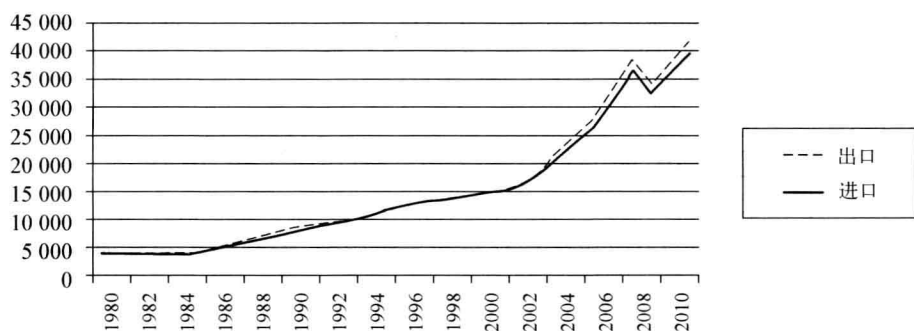


图 1-1 世界服务贸易进出口额(1980—2011)(单位: 亿美元)

数据来源: WTO: *International Trade and Tariff Data*, <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBViewData.aspx?Language=E>.

从 1980—2011 年的变化阶段看,20 世纪 80 年代初期世界服务贸易增长较为缓慢,从 1986 年开始出现了快速增长,1986—1995 这十年中服务贸易出口额平均

增长率为 13.6%(见图 1-2)。1996 年开始,服务贸易平均增速下降,约为 5%,进入 21 世纪后,世界服务贸易出口进入稳定增长期,增幅开始逐渐回升,年均增长率为 9.88%。

从总体上看,服务贸易总额超过世界国内生产总值的年均增长速度,但同货物贸易的增长幅度大体一致。

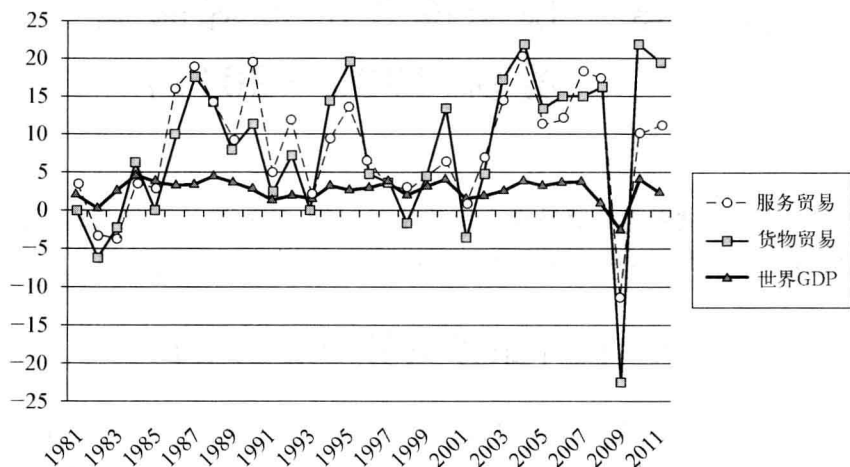


图 1-2 世界 GDP、服务贸易与货物贸易  
增长率变化(1980—2011)

(单位: %)

WTO: *International Trade and Tariff Data*, <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBViewData.aspx?Language=E>.

## 1.2 世界服务贸易结构的快速变化

世界贸易组织(WTO)将服务贸易分为运输服务、旅游服务和其他商业服务三大服务部门,又将其他商业服务分为通信、建筑、保险、金融、计算机和信息服务、特许使用费和许可费、个人文化和娱乐以及其他商务服务等八大服务部门。我们将运输服务和旅游服务称为传统服务部门,其他商业服务部门称为新兴商业服务部门。

世界服务贸易结构变动有以下三个基本特点。

第一,传统服务部门服务贸易所占比重下降,新兴服务部门服务贸易上升趋势明显。在全球服务贸易出口构成中,1980 年运输服务贸易占整个服务贸易的

36.8%，旅游服务贸易占28.4%，传统服务部门服务贸易所占比重为65.2%，新兴服务部门服务贸易只占34.8%。到2011年，传统服务部门服务贸易所占比重下降到46.2%，新兴服务部门的服务贸易则上升至53.8%(见图1-3)。

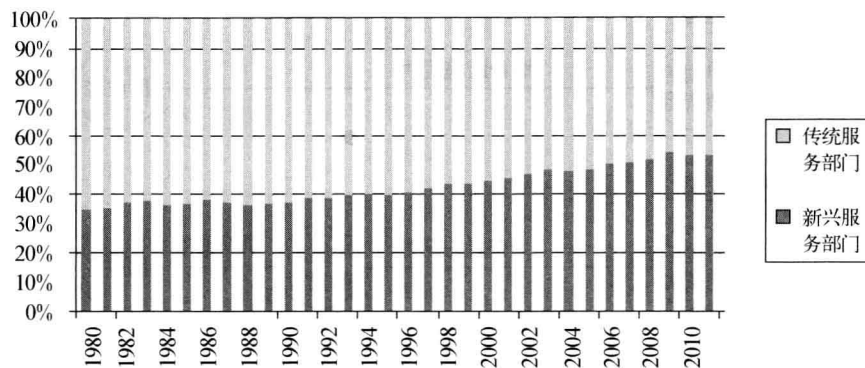


图1-3 世界服务贸易总额的构成(1980—2011) (单位: %)

数据来源: UNCTAD, *Statistics*, <http://unctadstat.unctad.org/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=17629>.

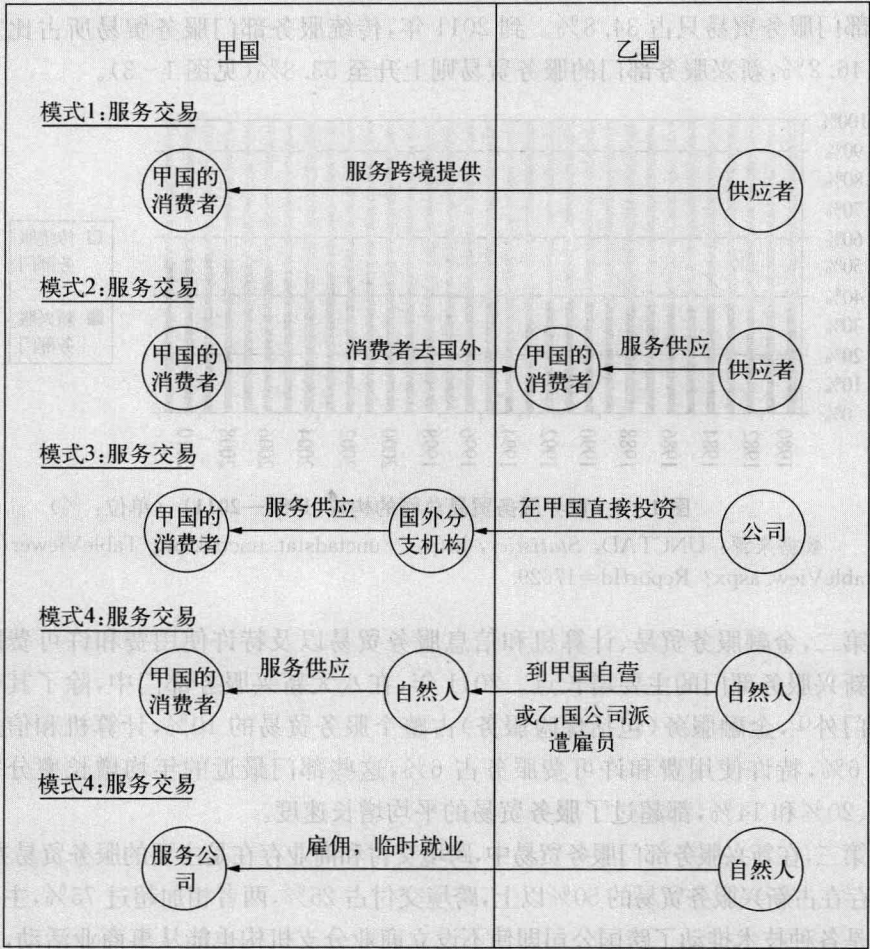
第二,金融服务贸易、计算机和信息服务贸易以及特许使用费和许可费服务成为新兴服务部门的主要增长点。2011年,在八大新兴服务部门中,除了其他商务部门外<sup>①</sup>,金融服务(包括保险服务)占整个服务贸易的10%,计算机和信息服务占6%,特许使用费和许可费服务占6%,这些部门最近的年均增长率分别为27%、20%和14%,都超过了服务贸易的平均增长速度。

第三,在新兴服务部门服务贸易中,跨境交付和商业存在是主要的服务贸易方式。商业存在占新兴服务贸易的50%以上,跨境交付占25%,两者相加超过75%,主要原因一是各种技术推动了跨国公司即使不设立商业分支机构也能从事商业活动,二是新兴工业化国家市场和人力资源的提高促进了跨国公司为这些市场提供服务。

### 专栏1-1 服务贸易的四种模式

世界贸易组织等国际机构将服务贸易分为四种模式:模式一:跨境提供;模式二:境外消费;模式三:商业存在;模式四:自然人存在。

<sup>①</sup> 其他商务服务部门涉及100多个服务部门,都属于专业服务部门。



供应模式综合图

资料来源：联合国等六大国际组织,《国际服务贸易统计手册》, <http://www.oecd.org/dataoecd/32/45/2404428.pdf>。

### 1.3 新兴服务部门服务贸易快速增长的原因

新兴服务部门服务贸易快速增长主要表现为服务技术和贸易自由化两

个方面的原因。

在服务产品的生产过程中,现代的信息通讯技术使知识可被编码化、标准化和数字化,服务产品可被分解成更小的部分,形成不同的技术模块,这种技术模块被写成商业模式中的服务工序。但是每个工序的标准化程度和技术复杂度存在着比较大的差异,服务工序的标准化程度越高,技术的复杂程度低,企业倾向寻找南方国家的服务性企业,采用离岸服务外包的形成。同时,服务工序的标准化程度高,但是技术的复杂程度和技术含量相对也高,企业倾向通过跨国公司内部的离岸服务交易。如果服务不是标准化的,则很难达成离岸服务贸易合同,难以分配给国外服务提供商承担。

### 专栏 1-2 任务、服务与中间品

贸易任务很可能同时包括服务贸易和中间产品的贸易。

任务可以分类成:(1)分析任务;(2)互动任务;(3)常规认知任务;(4)常规手工任务;(5)非常规手工任务。

(1)到(3)贸易的任务是服务贸易。(4)和(5)是货物贸易,因为它意味着物理投入(中间品)的原料是在国外生产的。因此,贸易任务可以同时涉及服务贸易和货物贸易。

资料来源:Spitz-oener(2006)。转引自 WTO, *World Trade Report 2008: Trade in a Globalizing World*, 2008, p. 37.

由于服务产品形成了专业化的分工体系以及服务工序的标准化,这样就形成了服务产品生产的规模经济,同时形成了新的商业模式。

同服务工序标准化相对应的是跨国公司的全面业务转型。20世纪初,现代工业的产生使英国出现了大型工业公司。随着美国和德国工业资本主义的发展,形成了英、美和德为主导的跨国公司,尽管三国跨国公司所从事的产业领域大致相同,但跨国公司的经营模式存在着很大的差别。钱德勒(1990)将美国跨国公司的发展概括为“竞争性管理资本主义”,英国的为“个人资本主义”,而德国的是“合作的管理资本主义”<sup>①</sup>。

20世纪70年代特别是90年代以来,全球化使跨国公司不仅在规模上进一步

<sup>①</sup> 小艾尔弗雷德·钱德勒著,张逸人等译:《规模与范围:工业资本主义的原动力》,华夏出版社,2006年,第463页。

扩张,而且在业务上出现转型,这样跨国公司内部的交易活动更为频繁,跨国公司内部化理论研究成为跨国公司研究的重点。邓宁(1998)认为世界财富创造的来源由土地、劳动力和资金向知识转型,跨国公司的管理等级制度从私人企业向资本主义的以联盟为基础的形式转变<sup>①</sup>。

跨国公司的国际生产体制由治理、全球价值链和地理布局三方面组成。《世界投资报告(2003)》全球价值链是指跨国公司在全球范围内组织和分配生产活动和其他职能,它覆盖从技术开发到制造,再到分销和营销的各个环节。治理就是跨国公司对全球价值链的各个环节通过各种不同形式进行的管理和协调,包括对子公司的管理和协调,对非产权公司通过特许经营、发放许可证、分包和营销合同等的管理和协调。这样,“跨国公司将业务功能细分成更加专业化的活动,将价值链分成段段块块在不同的国家地区采用不同的治理形式。其中,非核心的生产、营销、物流乃至非主要框架的设计活动,都离岸到成本低廉的发展中国家或外包给其他专业化的公司去完成”<sup>②</sup>。由于跨国公司将非核心的部分包括制造和部分服务业务外包出去,因而跨国公司内部“更加集中于价值链中知识密集、资本密集、最具创造性等不易被模仿的功能,例如产品定义、研究和开发、管理服务、以及核心价值营销和品牌等服务”<sup>③</sup>。

同过去 10 年相比较,跨国公司在产品经营上的策略出现了重大的调整,从梯度转移到全球同步开发、制造和销售。由于大多数跨国公司是发达国家经济体:一方面,他们需要寻求经济成长更快的新兴经济体市场;另一方面,新兴经济体生产能力的迅速提升和基础设施的显著改善,以及贸易自由化程度大大提高使得一个产品可以根据要素禀赋在全球范围内配置,跨国公司的产品经营开始从原来的梯度转移(即根据弗农的产品生命周期理论,一种产品的生产经营依序从发达国家转移到次发达国家,再到发展中国家转移的过程),到全球同步开发、同步制造和同步销售的转变。目前,跨国公司在形成一个产品的过程中,从产品定义、设计、供应商寻找到产品的组装都不是放在一国进行,而且在全球范围内形成。在跨国公司母国总部的主导和控制下,产品不同环节、工序的开发和制造都可以在全球同步进行,当产

---

① John H. Dunning, *The Changing Nature of Firms and Governments in a Knowledge-based Globalizing Economy*, University of Reading Department of Economics, Discussion Paper No. 250, March 1998.

② UNCTAD, *World Investment Report 2002: Transnational Corporations and Export Competitiveness*, pp. 121 - 123.

③ 同上, pp. 121 - 123.

品形成后,最终也可以实现产品在全球范围内的同步销售,这大大提高了跨国公司的经营效率。跨国公司的这种调整,在汽车、化学、电子产品等行业表现得尤为明显,例如,苹果公司推出的 iPhone 手机,在产品定义、制造的过程中已经在全球各国同步进行,当产品最终组装完成后就在全世界各国同步发售。

产品经营策略的调整推动了跨国公司全球化战略的调整,跨国公司离岸服务和离岸服务外包成为新兴服务贸易成长最快的一部分。

### 专栏 1-3

服务按所有权和配置地点的分类

| 服务的配置     | 服务的所有权            |                 |
|-----------|-------------------|-----------------|
|           | 内部化               | 外包              |
| 在岸服务(母国)  | 1. 服务在本国进行        | 2. 服务外包给国内的第三方  |
| 离岸服务(东道国) | 3. 服务由在东道国的关联机构提供 | 4. 服务外包给东道国的第三方 |

资料来源: GAO, *Current Government Data Provide Limited Insight into Offshoring of Services*, GAO-04-932, <http://www.gao.org/>.

同跨国公司离岸服务外包相比较,跨国公司离岸服务的比重呈逐年上升趋势。之所以跨国公司目前主要采用内部离岸服务方式,主要出于三个方面的考虑。第一,从目前情况看,服务工序的内部控制相对更为有效。“当公司认为对某项活动的严格控制至关重要时,所涉及的交易成本很高或专有知识和信息是敏感的,很复杂或很特殊但却容易复制时,企业通常会将这项活动安排在企业内部进行。”<sup>①</sup>因此,在任何一项经济活动中,其服务职能的战略性强,越接近企业的核心竞争力,这项服务外包的可能性就越小。从行业上看,金融服务业几乎完全依赖内部化的离岸模式。从国别上看,发展中国家承接的离岸服务许多是由跨国公司的分支机构承担的,例如在印度、美国的许多大公司,如甲骨文、德州仪器、思科、惠普、IBM、微软和 GE 等都已经是在印度设立研发中心,从事离岸研发服务。而这些业务发展的主要因素是这些国家电信设施、人力资本的改善,Arti Grover 等

<sup>①</sup> 联合国贸易与发展会议:《世界投资报告 2004: 转向服务业》,中国财政经济出版社,2006 年,第 141 页。

人验证了电信设施、教育发展与服务出口之间的关系是正向的关系,但同时认为,服务出口并不意味着整个国家基础设施和教育的提高,但在局部地区就可以带动这个国家服务贸易出口<sup>①</sup>。第二,服务的标准化程度相对还比较低。同制造业中间产品相比较,各种服务工序的分解还刚刚开始,标准化程度还比较低,在这种情况下会出现外包的风险和与外包服务商沟通的困难。第三,符合跨国公司要求的外包服务商还不是特别多,特别是在发展中国家,中间服务提供商的规模和质量都难以达到跨国公司的要求。

跨国公司全球化的运作必然推动着服务贸易自由化。在过去的十年中,WTO 服务贸易领域自由化的推进相当缓慢,但是区域服务贸易协议的签署增长相当快(见图 1-4)。

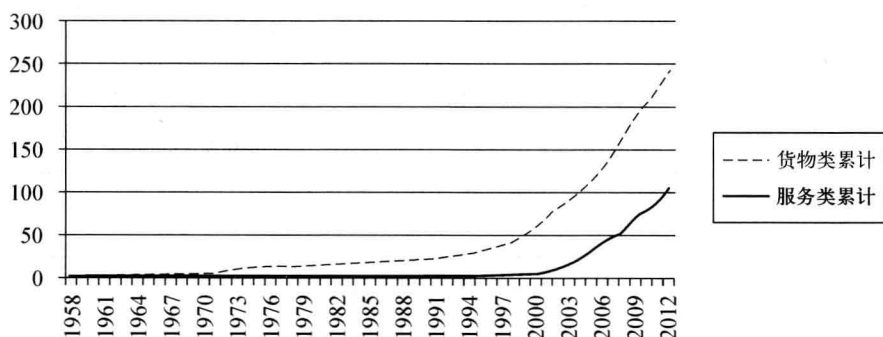


图 1-4 1958—2012 年区域贸易协议的增长

来源: WTO Secretariat, *RTA database*, <http://rtais.wto.org/UI/PublicSearchByCrResult.aspx>.

在区域贸易协议中,41%的协议是服务贸易协定,其中涉及发达国家之间的占 12%,涉及发展中国家之间的占 41%,涉及发达国家和发展中国家之间的占 41%<sup>②</sup>。Martin Roy(2012)的研究表明,不仅服务贸易四种形式的贸易自由化程度大大高于 WTO 的承诺,而且大大拓展了服务贸易协定构架方面<sup>③</sup>。

① Arti Grover Goswami, Aaditya Mattoo and Sebastián Sáez (2011), *Exporting Services: A Developing Country Perspective*, [http://www.pecc.org/resources/doc\\_view/1686-exporting-services-a-developing-country-perspective-paper](http://www.pecc.org/resources/doc_view/1686-exporting-services-a-developing-country-perspective-paper).

② Pierre Latrille and Juneyoung Lee, *Service Rules in Regional Trade Agreements: How Diverse and How Creative, as Compared to the GATS Multilateral Rules?* [http://www.wto.org/english/res\\_e/reser\\_e/ersd201219\\_e.pdf](http://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd201219_e.pdf).

③ Martin Roy, *Services Commitments in Preferential Trade Agreements: Surveying the Empirical Landscape*, NCCR TradeWorking Paper No. 2012/02, January 2012.