

Comparative Analysis of the International Competitiveness of China-US Trade in Services

Chen Chen Xiaojuan Shi

Chengdu University of Information Technology, Chengdu, Sichuan, 610103, China

Abstract

In recent years, China's international trade in services has developed rapidly. In order to accelerate the level of international competitiveness of China's trade in services, on the basis of the present situation of China-US trade in services, the paper uses the method of comparison and analysis. Using international market share (IMS), display comparative advantage index (RCA) and trade competitiveness index (TC) to compare the international competitiveness of China-US trade in services. Using international market share (IMS), display comparative advantage index (RCA) and trade competitiveness index (TC) to compare the international competitiveness of China-US trade in services. The analysis shows that the scale of China's service trade is far lower than that of the United States, and China is in a state of trade deficit between the two countries. In different areas of trade in services, the two countries have different levels of development. Although the trade in services between the two countries is still dominated by the traditional service industry, the United States has obviously developed faster in the new service industry than China, and China still has a distance from the United States in the overall service trade level. Therefore, this paper further analyzes the causes of the gap in international competitiveness between China-US trade in services, and puts forward some targeted countermeasures and suggestions, such as improving the input status of higher factors, promoting the optimization of the structure of trade in services, and actively playing the role of government, it is expected to help promote the transformation of China's trade in services industry and enhance the competitiveness of China's international trade in services.

Keywords

trade in services; international competitiveness; comparative analysis

中美服务贸易的国际竞争力比较分析

陈辰 史晓娟

成都信息工程大学, 中国·四川成都 610103

摘要

近年来, 中国的国际服务贸易发展迅速, 为了加快提升中国服务贸易的国际竞争力水平, 论文运用对比和分析的方式, 在中美服务贸易发展现状的基础上, 利用国际市场占有率(IMS)、显示性比较优势指数(RCA)以及贸易竞争力指数(TC)对中美服务贸易国际竞争力进行了比较分析。分析结果显示, 中国服务贸易规模远低于美国, 两国之间中国处于贸易逆差状态。在不同领域的服务贸易中, 两国发展水平也不尽相同。虽然两国的服务贸易仍然以传统服务业为主, 但是美国在新型服务行业上的发展速度明显快于中国, 中国在整体的服务贸易水平上还是与美国存在距离。为此, 论文进一步探析了中美服务贸易国际竞争力产生差距的原因, 并提出了一些针对性的对策和建议, 如改善高等要素投入状况, 促进服务贸易结构优化, 积极发挥政府作用等, 由此期望对促进中国服务贸易产业的转型、提升中国国际服务贸易竞争力水平有所帮助。

关键词

服务贸易; 国际竞争力; 比较分析

1 中美服务贸易发展现状

服务贸易自20世纪六七十年代以来发展迅速, 各个发达国家都十分注重服务产业的发展, 尤其是美国、英国等国家, 成为世界服务贸易的强国。中国服务贸易起步比较晚, 自从改革开放以后, 服务贸易一直不断进步, 但是发展进程较缓, 与美国相比, 仍然有很大的进步空间。

1.1 中国服务贸易发展总量

近年来, 中国服务贸易在发展过程中虽然有小的波动, 但是仍然保持稳步上升。2012-2019年期间中国服务贸易进出口总额整体呈上升趋势, 尤其是2018年达到顶峰7918亿美元, 虽然2019年存在小幅度下降, 但总体仍是保持着上升趋势。

2012-2019年中国服务贸易出口额虽然2014年到2016年有略微下降, 但是总体是呈上升趋势, 2019年出口额达到顶

峰 2811 亿美元, 相较于 2012 年的服务贸易出口额增长幅度约为 39.4%。

2012-2019 年中国服务贸易进口额除了 2019 年以外总体呈增长趋势, 其中 2012-2018 年逐年增长。2013 年到 2014 年服务贸易进口额增长速度较快, 一年间同比增长幅度为 30.9%, 到了 2018 年突破 5000 亿美元, 但是 2019 年同比下降了 320 亿美元左右, 相对于 2017 年的 4676 亿美元进口额, 2019 年仍然增幅达 6.3%, 相对于 2012 年的服务贸易进口额更是增长幅度达到 76.7%。

2012-2019 年中国服务贸易进出口差额长期处于逆差中。服务贸易逆差在 2012-2016 年间一直是不断增大的, 直到 2017 年差额有所回落, 虽然在 2019 年, 伴随着出口额的增加和进口额的减少, 贸易逆差数额回落至 2200 亿美元以下, 低于 2015-2018 年的逆差数额, 贸易逆差规模开始缩小, 但相较于 2012 年的逆差额, 2019 年逆差幅度仍增长了 171%, 所以总体上看, 中国的服务贸易长期处于逆差的状态。

1.2 美国服务贸易发展总量

美国的服务贸易总体呈现稳步上升趋势, 规模大。美国服务贸易进出口总额在 2012 年到 2019 年间呈现逐年上升的趋势, 2019 年较 2012 年相比, 同比增长 30.4%。

2012-2019 年美国服务贸易出口额与进口额同样也是逐年上升的, 从 2012 年的 6557 亿美元到 2019 年的 8467 亿美元, 增长接近 2000 亿美元, 增长幅度约为 29.1%。服务贸易的进口额虽然也在增长, 但其增长速度会比出口额的增长速度略微快一些, 服务贸易进口额从 2012 年的 4520 亿美元到 2019 年的 5974 亿美元, 增长了接近 1500 亿美元, 增长幅度约为 32.2%。

2012-2019 年美国的服务贸易进出口差额长期处于顺差中, 2012-2015 年间进出口差额逐年增长, 2015 年达到最高值 2633 亿美元, 而 2019 年又下降到 2500 亿美元以下。虽然在 2019 年, 美国服务贸易的差额相对于前两年有所下降, 但 2019 年较 2012 年相比, 其增长幅度仍然达到 20%, 所以从整体上看, 美国的服务贸易长期处于顺差状态。

1.3 中美服务贸易发展总量比较

从服务贸易进出口总额来看, 2012-2019 年间中国和美国总体上是呈现上升的趋势, 而中国在此期间的增长接近 3000 亿美元, 增长幅度约为 61.2%, 美国的增长额为 3365 亿美元, 增长幅度约为 30.4%, 从增长幅度来看, 中国是远高于美国的,

但是进出口额总量上差距还是较大的, 中国服务贸易进出口总额最高峰时为 7918 亿美元, 而美国的最低峰为 11077 亿美元, 中国的最高峰甚至不如美国的最低峰, 美国服务贸易的进出口总额早在 2012 年就达到上万亿美元, 而中国至今仍未达到, 所以中国服务贸易出口总体规模是不如美国。

从服务贸易出口额来看, 2012-2019 年间中美两国是不断增长的, 中国在此期间增长额接近 800 亿美元, 增长幅度约为 39.4%, 而美国的增长额约为 1910 亿美元, 增长幅度约为 29.1%, 虽然中国的出口额增长快于美国, 但是中国的出口额最高为 2811 亿美元, 而美国为最低 6557 亿美元, 中国的最高值甚至不到美国最低值的三分之一, 中国服务贸易进出口总体规模还是远小于美国的。

从服务贸易进口额来看, 2012-2019 年间中国在此期间增长额约为 2158 亿美元, 增长幅度约为 76.7%, 而美国的增长额为 1454 亿美元, 增长幅度约为 32.1%, 中国的增长幅度是高于美国的, 中国的进口额最高时为 5250 亿美元, 美国为 5974 亿美元, 两者相差仅为 724 亿美元, 差距仅为几百亿美元, 进口额的差距不大。

从服务贸易进出口额差额来看, 2012-2019 年间中国的服务贸易一直处于逆差状态, 其逆差最高峰是 2582 亿美元, 而美国的服务贸易一直处于顺差的状态, 其顺差最高峰为 2596 亿美元, 两者相差约为 5000 亿美元。

综上, 中美在服务贸易进出口总额方面增长速度差距并不大, 但是在 2012-2019 年间, 中国的服务贸易出口额增长速度是略高于美国的, 但是中国的服务贸易进口额增长速度却远高于美国, 两者的服务贸易差距才会逐渐拉大。

2 中美服务贸易国际竞争力指数

人们在研究某国家在某一产业的国际竞争力的指数时通常采用国际市场占有率 (*IMS*)、显示性比较优势 (*RCA*) 以及贸易竞争指数 (*TC*) 这三种指标, 论文也利用这三种指数指标, 通过对比分析 2012-2018 年来中美服务贸易数据, 来看两国服务贸易的国际竞争力大小。

2.1 国际市场占有率

$$MS_{ij} = \frac{X_{ij}}{X_{wj}}$$

国际市场占有率 (*International Market Share*) 简称 *IMS*, 是指某种产品在国际市场上占有的份额大小。通常我们会用这个比值来反映某种行业或者某种产品的国际竞争力或者竞

争地位的变化^[1]。其中,国际市场占有率公式为:

公式中, MS_{ij} 是指 i 国 j 产品的国际市场占有率; X_{ij} 是指 i 国 j 产品的出口总量; X_{wj} 是指世界 j 产品的出口总额。

如果市场占有率较高,说明该商品具有较强的竞争优势。相反,如果该商品市场占有率较低,则说明其竞争优势不大。

2012-2018 年中国的服务贸易国际市场占有率一直徘徊在 4.5% 上下,不足 5%。2012 年到 2014 年连年下降,2014 年下跌至最低点 4.252%,2016-2018 年连年上升回到 4.5% 以上,但是 8 年间上下浮动率最大为 0.311%,没有太大的变化。而美国的国际市场占有率在 2012 年到 2014 年一直稳定在 14%-15% 之间,2015 年后从 14% 上升至 15%,2015 年达到顶峰 15.443%,2015-2017 年间连年下降,但是仍处于 15% 以上,2018 年回升到 15.23%,美国的国际市场占有率在 2015 年之后突破了 15%,浮动率超过 1%,这几年一直保持在 15% 以上。

中国与美国相比,服务贸易的国际市场占有率还是较低的,虽然稳定中也有上升的趋势但是没有较大的突破,上下浮动率最大不超过 0.5%,并且中国的服务贸易国际市场占有率约为美国的 1/3 不到,差距大,说明中国的服务贸易的竞争水平与美国相差较多,国际市场占有率较低,服务贸易竞争力较低,还有一定的上升空间。

2.2 显示性比较优势指数

显示性比较优势指数 (Revealed Comparative Advantage Index, 简称 RCA), 是指一个国家的某种产品出口额占其出口总值的份额与世界出口总额中该商品出口额所占份额的比率。其中,公式为:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij}/X_{it}}{X_{wj}/X_{wt}}$$

公式中, RCA_{ij} 是指 i 国 j 产品的显示性比较优势; X_{ij} 是指 i 国 j 产品的出口额; X_{it} 是指 i 国全部产品的出口额; X_{wj} 是指全世界 j 产品的总出口额; X_{wt} 是指全世界所有产品的总出口额。

当比值大于 1, 则说明该商品在国家中的出口比重大于在世界上的出口比重,说明该国的某种产品或者服务有显性优势,具备一定的国际竞争力;若该比值小于 1, 则说明该商品在国际市场上的优势较小,竞争力较弱。

中国的服务贸易在 2012-2018 年间 RCA 值都是低于 0.5, 并且在 2012-2015 年间呈持续下降的趋势,在 2015 年 RCA

值跌至最低谷,只有 0.3993,虽然 2016 年以后开始反转,呈现出逐年上升的趋势,但上升微弱,直到 2018 年 RCA 值才上升到 0.4121,仍未达到 2012 年的最高值 0.437,反观美国的 RCA 值一直在 1.4-1.5 上下波动,美国的 RCA 值在 2012-2015 年也同样呈现下降的趋势,2014 年跌破 1.5,2015 年 RCA 值跌至低谷 1.4386,2016 年起开始稍微回升,到 2018 年回升到 1.4568,但是没有超过 1.5。

中国的服务贸易显示性比较优势是远小于 1 的,按照显示性比较优势指数,可以说明中国的服务贸易在国际市场上竞争力较弱,而美国的显示性比较优势是大于 1 的,并且远高于中国,两国的指数差距大概在 1,说明美国的服务贸易在国际市场上的竞争力是有一定优势。

2.3 贸易竞争力指数

贸易竞争力指数 Trade Competitive Index, 简称 TC, 是用来衡量一个国家的贸易竞争力,是指一个国家的进出口差额与其进出口总额之比^[2]。其中,公式为:

$$TC = \frac{\text{出口额} - \text{进口额}}{\text{出口额} + \text{进口额}}$$

若该比值大于 0, 则说明该国家是该类产品的净出口国,相反,若该比值小于 0, 则说明该国家是该类产品的净进口国。

中国服务贸易竞争力指数总是小于 0 的,从 2012 年到 2016 年中国的服务贸易竞争力指数呈明显的下降趋势,并在 2016 年跌至低谷 -0.3697,2017 年开始有所回升,2017 年到 2018 年间逐年上升,但是 2018 年贸易竞争力指数没有回到最高峰 -0.1651,说明中国在服务贸易方面还是以进口为主,出口较少,中国的服务产业还处于一个净输入的阶段,贸易竞争力还是比较弱的。而美国的服务贸易指数则是长期大于 0,并且稳定在 0.2 左右,2012-2014 年呈现上涨的趋势,2014 年上升至最高峰 0.214,到 2015 年后有所下降,并且 2015 年到 2018 年呈现逐年下降的趋势。但是美国的服务贸易竞争力指数一直是大于 0 的,虽然近些年有一些下降的趋势,但整体仍保持在 0 以上,说明美国的服务贸易出口量大于进口量,服务贸易具有一定竞争优势。

美国的贸易竞争力指数长期是正值,而中国的贸易竞争力指数是负值,说明美国服务贸易一直保持顺差的状态,而中国一直保持逆差的状态,就目前来看,中国的贸易竞争力依旧处于弱势状态,与美国差距较大。

3 中美服务贸易国际竞争力存在差异的原因

虽然中国的服务贸易水平有了显著的提高,但相对于美国来说,仍然有较大差距。波特菱形理论又称波特钻石模型,通常用于分析一个国家某种产业为什么会在国际上有较强的竞争力,基于此,论文结合目前研究现状,作出以下的分析。

3.1 生产要素

生产要素是衡量各个国家国际竞争力的重要因素之一,若一个国家拥有的生产要素越丰富,那么提高这个国家产业竞争力就越有益。若是将生产要素看作是由初级要素和高级要素组成的话,当科学技术产生创新发展时,初级要素在产业中所扮演的角色重要性会越来越减弱,而高级要素的重要性会越来越提高。

初级生产要素是指天然资源、气候、地理位置、非技术工人以及资金等,高级生产要素则是指现代通讯、信息、交通等基础设施,受过高等教育的人力、研究机构等。中国作为一个发展中国家,人口众多,幅员辽阔,在劳动力和自然资源方面较有优势,而美国虽然国土面积不小,但是人口较少,并且美国的群众所受教育程度普遍较高,这导致其劳动力成本较高,所以美国在以初级劳动力为主的行业,出口份额占其服务贸易进出口总额并不是太大。

从中国的进出口行业情况来看,中国服务贸易出口行业还是以初级生产要素为主的行业,而以高级生产要素为主的行业,例如金融服务,保险服务等新型服务行业所占的进出口份额较小,而美国在合理初级要素的情况下,拥有较多较好的高级生产要素,例如高端技术人才,基础设施建设较为完善,所以美国的金融服务和知识产权使用费等行业都是其服务贸易进出口的主要行业,进出口额都在1000亿美元以上,并且发展形势良好。

对于一个国家来说,高级生产要素是提高国际竞争力必不可少的条件之一。与美国相比,中国缺乏高级人才,科技水平并不是太高,这将直接导致中国在金融、保险、专利等以高级要素为主的产业中处于劣势地位。缺乏高级生产要素是抑制中国服务贸易发展的主要瓶颈。

3.2 政府行为

政府是国家的服务部门,在服务贸易中应该起到健全服务贸易管理体制,完善服务贸易的法律法规,优化升级服务贸易的产业结构等作用。政府不仅要让有竞争力的行业继续发展,还要让缺少竞争力但是在未来服务贸易中占据重要地

位的行业有发展的空间^[1]。

中国服务贸易起步较晚,所以中国在政府的政策上并没有能够及时给予支持或者完善,并且服务业相关的职能部门在对外贸易的管理上责任不明确,但是美国由于在国际贸易方面起步早,发展快,所以美国政府在其国际贸易管理局设立有专门的办公部门,并且采取对服务进出口贸易和国内服务业发展并重的政策,对重点发展行业进行扶持。

中国政府在法律法规上仍有许多不足之处,目前,中国是以《对外贸易法》为核心来规定对外贸易的基本制度和基本原则,在服务贸易方面,虽然陆陆续续有《商标法》《著作权法》《价格法》《商业银行法》《保险法》《海商法》等相关法律出台,但是在有些方面仍存在立法空白。例如,商品货物方面有《产品质量法》,而服务贸易方面就没有相关法律。并且有些法律存在落后滞后的问题。例如,《价格法》其出台时间为1997年,但是由于中国的服务贸易发展较为滞后,所以在服务价格方面的定制还不够完善,并且至今仍未修订。而美国政府在贸易领域建立了完善的法律体系,美国的贸易法规体系包括三大部分:基本法、部门法以及国际协定,具体包括综合性的立法《外贸法》《综合贸易与竞争法》等,行业性质的包括《航运法》《金融服务公平交易法》等。

3.3 企业策略、结构和竞争对手

一个行业中存在激烈的国内竞争与该行业保持竞争优势二者之间存在密切的联系。激烈的国内竞争引导企业努力寻求提高生产与经营效率的途径,反过来促使它们成为更好的国际竞争企业。

由于中国和美国的企业所处的市场环境不同,所以导致他们所存在的发展策略和方式也存在不同。很多企业将生产、销售、供应等工作集于一身,外包比重小、种类少,且主要集中在低端生产性服务领域,很多工业企业运行仍处在自我封闭、自我循环、自我服务阶段。而美国的服务贸易由于起步早,发展成熟,所以很多服务业务是外包出去的,是发包方,这使得其服务贸易更多的是国际之间的服务。

在中国的市场里除了宏观调控和政府规定,中国的服务企业基本处于一个被动的地位。例如,中国的一些新兴发展企业在对外贸易的道路上没有充足的经验,容易遇到障碍,所以发展缓慢,例如,中国的一些商业银行,虽然成功入驻不少海外国家,但是其普及程度还不是很,更多的是当地的华人在使用,而本地群众不是其主要的受众群体。目前中

国仍以较低级的服务业为主导,因为在某些新兴行业领域,如金融、保险、通讯业等行业,允许进入中国市场的相关行业要求较高,所以中国这些服务业市场开放程度不够高,使得这些新兴行业难以提高其竞争力,结构失衡。而美国的市场较为自由,服务业市场开放程度较高,很多企业愿意进军美国,这使得美国很多企业积极热情投入到国际竞争中,竞争意识十分强,不断完善和提高自己的实力,竞争优势不断增强,并且不断改变完善自身的企业管理模式,为企业的竞争力的提升贡献巨大。再加上美国本身身为发达国家,有着优良的服务业配置和优质的资源。越是开放程度高的市场,竞争越激烈,却对本国的服务贸易更有着积极推动的作用,这样会推动整个国家服务贸易的发展。

4 提升中国服务贸易竞争力的对策建议

4.1 改善高等要素的投入状况

要素供给对服务业以及服务贸易的发展水平有着重要的影响,综合分析来看,中国在生产要素供给方面,高等要素较为匮乏,想要提高中国的服务贸易水平,重点在于提高高等要素的投入。

服务业是智力密集型行业,一个国家的服务贸易发展前景与其从业人员的素质高低和提供服务的好坏有着极其密切的关系。相对于美国的“精英教育”,中国的教育质量较低,对此,中国应该注重人才的教育发展,继续加大对高等教育的大力投入,可以引进优秀人才,优化教育环境,从而提高教育水平和科学技术的水平。高等的人才也会给科技研究带来积极的作用,科技研究会加强创新能力和科学技术的进步速度,采用各种奖励的模式或者高薪政策引导高等人才积极投入到高端服务行业中。

4.2 积极发挥政府作用

政府应该通过调查中国服务贸易的现有状况,有针对性出台相关的政策,并对原有的法律法规进行完善修改,查缺补漏。鼓励企业进行创新,支持企业之间的良性竞争,减少一些服务行业的垄断,促进企业提高自身的服务水平和技术水平;放宽服务贸易的进出口限制,鼓励商家们将资金多投入于服务贸易的建设中,建立高效管理机制;加大相关制度的监管力度,营造井然有序的市场环境,保证以法律法规以及相关政策能够有效的实施,以此提升服务贸易的国际竞争力,支持服务贸易的发展。

利用“新丝绸之路经济带”和“21世界海上丝绸之路”

的战略构想,向沿线国家学习经验,合作发展,促进中国的服务贸易发展。最重要的是,向发达国家借鉴相关的立法经验,结合中国的国情,制定适合中国服务贸易的法律法规,对于过时或者是与国际服务贸易有矛盾的法律政策应及时修改或者废止^[4]。

4.3 加快促进服务贸易结构的优化

首先,应该加大投入信息技术,改造传统的劳动密集型服务贸易模式,引导传统的产业进行优化升级,以此提高服务贸易出口产业的技术含量和附加值,提高服务产业的水平和层次,同时应加快资本密集或者技术密集型的产业发展步伐,提高这些产业在服务贸易中的占比。其次,企业应该多学习借鉴发达国家服务业的经营方法,勇于尝试新兴服务业,多摸索实践,脚踏实地,一步一步改变原有传统模式,不拘泥于传统行业。政府应该多建立一些新兴的发展园区,形成服务贸易的产业化集聚,使中小型企业能够联合发展,而不是处于散落的状态。最后,拓宽服务贸易的领域,大力发展新兴产业,刺激新兴产业的发展,加大新兴服务业的出口。

5 结语

通过与美国的服务贸易进行对比,可以从客观上了解到中国与美国服务贸易产生差距的原因。因此,中国要提高高级生产要素的投入,建立健全中国服务贸易的法律法规,促进企业服务贸易的良性竞争等都是提高中国服务贸易水平的方法。服务贸易在提高一国国际竞争力上所处的位置越来越重要,所以无论是政府还是企业或者是社会都应该重视服务贸易的发展,共同推进服务贸易的发展,这是促进中国国际竞争力水平发展的关键步骤^[5]。

参考文献

- [1] 王洋洋.中美服务贸易竞争力比较分析[J].科技经济市场,2018(03):70-72.
- [2] 许志瑜,张梦,马野青.全球价值链视角下中国服务贸易国际竞争力及其影响因素研究[J].国际贸易,2018(01):60-66.
- [3] 邱爱莲,倪志刚,李媛.中美服务贸易竞争力比较与中国的应对策略[J].沈阳工业大学学报(社会科学版),2016(01):31-40.
- [4] 班蕾.中美服务贸易竞争力比较[J].特区经济,2018(11):106-108.
- [5] 薛晓佳.中美服务贸易国际竞争力比较研究[J].西部皮革,2019(01):90.