

中国服务贸易国际竞争力分析与提升对策研究

EVALUATION AND PROMOTION OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF CHINA'S SERVICE TRADE

杨欢

Huan Yang

中国福建师范大学经济学院

School of Economics, Fujian Normal University, China

Received: February 10, 2022 / Revised: May 4, 2022 / Accepted: May 9, 2022

摘要

近些年中国货物贸易总额一直位于世界第一的地位,在货物贸易大额顺差的同时,服务贸易却大额逆差。为了了解中国服务贸易的发展现状以及分析其国际竞争力,并在此基础上为提升中国服务贸易国际竞争力提供对策建议,本文采用定量分析方法并且依据中国最新的统计年鉴数据对服务贸易发展现状进行了简要分析,然后借助国际竞争力评价指标中的 RCA 指数、国际市场占有率、TC 指数对中国近年来的服务贸易竞争力进行测评。测评结果显示,中国服务贸易整体的国际竞争力并不强;另外,中国的劳动密集型服务贸易行业具有较强的国际竞争力。最后,依据波特的钻石模型来给出相关建议,从而为政府相关部门,服务贸易企业提供参考。

关键词: 服务贸易 国际竞争力 竞争力分析 竞争力提升

Abstract

In recent years, China's trade in goods has been the largest in the world. While China's trade in goods has a large surplus, its trade in services has a large deficit. In order to understand the development status of China's service trade and analyze its international competitiveness, and on this basis to provide countermeasures and suggestions for improving the international competitiveness of China's service trade, this paper adopted the quantitative analysis method and generated a brief analysis for the development status of China's service trade according to the latest statistical yearbook data. Subsequently, the RCA

index, international market share and TC index were used to evaluate China's service trade competitiveness in recent years. The evaluation results showed that the overall international competitiveness of China's service trade was less than robust. In addition, China's labor-intensive service trade industry has strong international competitiveness. Finally, according to Porter's diamond model, relevant suggestions are given to provide a reference for relevant government departments and service trade enterprises.

Keywords: Service Trade, International Competitiveness, Competitiveness Analysis, Improved Competitiveness

引言

服务贸易作为中国目前经济发展的新动能,对于推动中国经济发展和提升中国贸易竞争力都具有重大战略意义。作为世界上最大的发展中国家,中国的货物贸易额位居世界第一,服务贸易额位居世界第二,但是服务贸易却出现了大额逆差以及整体竞争力不足的情况。为了了解产生这种情况的原因以及中国服务贸易在整個世界经济中的地位,本文通过对近年来中国服务贸易的数据分析和中国服务贸易的 RCA 指数(RCA 指数是一个国家某种商品的出口额占据其出口总额的比例与世界该商品出口额占据世界出口总额比例的比值。)、MS 指数(MS 指数是一国某产业出口额与世界该产业出口总额的比值,该数值越高,说明该国的国际竞争力越强。))以及 TC 指数(TC 指数是一国进出口差额与其进出口总额的比重。))的测算,对中国服务贸易发展现状有大致的了解。并就测评结果对中国服务贸易整体和各细分行业进行深入分析,针对服务贸易发展中的不足给出相关的对策建议来提高其国际竞争力。

研究目的

1. 研究中国服务贸易的发展现状。
2. 通过测度中国服务贸易的 RCA 指数、国际市场占有率以及 TC 指数来了解中国服务贸易的国际竞争力。
3. 通过对中国服务贸易国际竞争力的了解与分析,针对已有的问题提出相关的对策建议。

文献综述

服务贸易国际竞争力的测评

中国兴服务贸易国际竞争力水平的测度指标包括国际市场占有率、贸易竞争力指数、出口结构竞争力指数(出口结构竞争力指数是某国某产品出口额与出口总额的比重和世界该产品出口额与出口总额之间的关系)、显性比较优势指数以及净出口显示性比较优势指数(净出口显示性比较优势指数是一国某一产业出口在总出口中的比例与该国该产业进口在总进口中的比例之差)(Chai, 2020)。Hong (2020)

认为“一带一路”沿线国家服务贸易竞争力测评应该采用服务贸易比较优势测度指标与服务贸易竞争优势测度指标,然后根据这两类指标来评价中国服务贸易的国际竞争力。Wang (2021) 借助显示性比较优势指数、国际市场占有率、贸易竞争力指数三个指标对中国近十年服务贸易国际竞争力进行测评,并就测评结果对中国服务贸易整体及各具体项目国际竞争力进行了深入分析,从而为政府相关部门、服务贸易企业提供参考。

服务贸易国际竞争力的国别比较

通过国际市场占有率、对称性显性比较优势指数(对称性显性比较优势指数是显示性比较优势指数与 1 的差值和与 1 的和值的比例)、贸易竞争力指数及其演变指数与 Michaely 指数(Michaely 指数是某国某种产品的出口额占据总出口额的比重与该国某种产品的进口额占据总进口额的比重的差值,主要功能在于衡量经济变数每年变动平均程度的大小)。对中国和日本 2000-2018 年服务贸易总体及各行业的竞争力进行了对比分析。结果是,从整体上看,中日两国竞争力都不强,在国际竞争中都处于劣势地位,但日本总体强于中国。不同之处在于,中国在劳动密集型的传统行业具有一定的竞争优势,而日本在资本、知识密集型行业具有竞争优势(Gao, 2020)。Niu 和 Peng (2021) 基于 2008-2018 年的统计数据,对中美两国服务贸易的发展现状进行了比较。结果表明,中国服务贸易虽然在整体上逐渐与美国缩小差距,但是服务贸易逆差日益严重,结构有待优化。Peng (2019) 从贸易总量、贸易结构、MS、TC 以及 RCA 指数对中国和印度的服务贸易进行比较分析,发现印度虽然在服务贸易总量和增速上不及中国,但从分行业竞争力指标上看,中国服务贸易竞争力相对印度处于劣势。

推动中国服务贸易发展及提升其国际竞争力的分析

服务经济时代的全面来临为服务贸易大发展奠定了坚实基础,发展服务贸易既是当前中国增长阶段转换的内在要求,也是应对当前国际经济金融形势变化的有效手段。高度重视服务业发展对服务贸易的基础性作用,采取措施缩小服务贸易逆差,加强服务贸易立法等都是推动中国服务贸易持续快速健康发展的措施(Yan et al., 2018)。Zhan 和 Lin (2020) 认为,在中国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段的同时,服务贸易已成为中国由贸易大国迈向贸易强国的新引擎。促进服务贸易高质量发展对中国稳就业、保民生、强外贸、稳增长,抵御世界经济下行风险冲击,实现经济良性循环具有举足轻重的作用;同时对加快培育中国服务贸易竞争新优势,建设现代化经济体系也具有深远意义。

通过文献综述,我们了解到,学者们已经提出相关的一系列服务贸易竞争力测度指标。包括 TC 指数、国际市场占有率、RCA 指数以及净出口显示性比较优势指数、对称性显性比较优势指数和 Michaely 指数等等。另外,学者们已经开始将中国服务贸易的国际竞争力与其他国家进行对比并且找出了差距所在,针对这些差异给出了相关的提升对策。但是,很少有学者将中国服务贸易的国际竞争力同时与其他多个有代表性的国家相比;除此之外,在提升中国服务贸易国际竞争力的对策分析中很少有学者从钻石模型入手来给出相关建议。所以,本文在前人基础上将中国服务贸易的国际竞争力同时与多个具有代表性的国家进行比较来找出问题所在,同时,依据波特的钻石模型为本文研究提出相关的对策建议。

研究方法

鉴于定量分析法在科学研究中可以使人们对研究对象的认识进一步精确化,以便更加科学地揭示规律,把握本质,理清关系,预测事物的发展趋势。并且本文需要通过收集相关数据来计算中国和其他几个相关国家服务贸易的国际竞争力指标,所以本研究通过中国最新统计年鉴和世界银行数据库中的数据,采用定量分析法中的统计分析方法对中国服务贸易的国际竞争力进行分析,然后通过该统计分析对中国服务贸易国际竞争力提升给出对策建议。文中加入对其他几个国家服务贸易国际竞争力指标的测算是为了使读者更加准确地理解中国服务贸易在世界上的具体竞争力。所以,在阅读相关文献和收集大量数据的基础上,将中国服务贸易的 RCA 指数、国际市场占有率以及 TC 指数与国际上的其他经济体进行对比,分析中国服务贸易的国际竞争力与他国的差距所在,这样就能够在对策建议中引入其他国家的优秀发展经验。

研究结果

中国服务贸易总体进出口现状

表 1 中国服务贸易发展情况

2010-2020 年中国服务贸易发展情况 (亿美元)				
年份	出口总额	进口总额	进出口总额	进出口差额
2010	1702.0	1922.0	3624.0	-220.0
2011	1821.0	2370.0	4191.0	-549.0
2012	1905.0	2801.0	4706.0	-896.0
2013	2106.0	3291.0	5397.0	-1185.0
2014	2222.0	3821.0	6043.0	-1599.0
2015	2186.2	4355.4	6541.6	-2169.2
2016	2095.3	4521.0	6616.3	-2425.7
2017	2280.9	4675.9	6956.8	-2395.0
2018	2668.4	5250.4	7918.8	-2582.0
2019	2836.0	5014.0	7850.0	-2178.0
2020	2806.3	3810.9	6617.2	-1004.6

来源: 中国统计年鉴

1. 服务贸易整体规模不断增大, 进出口总额逐年增加

中国服务贸易整体规模在不断增长, 同时服务贸易的出口优势也开始显现。由表 1 可知, 2010-2020 年间, 中国服务进出口总额从 2010 年的 3624 亿美元增长到 2020 年的 6617.2 亿美元, 增长率较高。虽然新冠疫情和贸易摩擦等一系列外部冲击使得中国服务进出口总额在 2020 年有所下降, 但是并没有影响其服务贸易整体规模不断增长的趋势。

从中国服务贸易的进出口差额来看, 2010 年的服务贸易进出口差额为 220 亿美元; 到了 2018 年, 服务贸易的进出口差额上升到 2582 亿美元; 到了 2020 年进出口差额又下降到 1004.6 亿美元。中国服务贸易进出口差额先上升后下降的趋势表明近两年中国服务出口优势逐渐显现出来, 国家对于服务贸易的相关政策得到了有效的发挥, 未来中国服务贸易也将朝着更好的方向发展。

2. 服务贸易总体逆差规模不断扩大

在 2010-2020 年间, 中国服务贸易出口总额的增长速度保持相对稳定, 但服务贸易进口总额的增长速度却迅速提高, 结果导致服务贸易逆差从 2010 年到 2020 年扩大了近 5 倍。据相关统计, 服务贸易逆差逐年增加使得服务贸易逆差与货物贸易顺差之比在逐渐减小。事实上, 中国服务贸易逆差持续扩大的根本原因就是中国服务业的基础相对薄弱, 导致其服务业出口竞争力一直不强。

3. 服务贸易逆差可能使国际收支平衡更加脆弱

按照服务贸易逆差在 2010-2020 这十一年间扩大了近五倍的趋势来看, 货物贸易和服务贸易总额早晚会的由顺差转变为逆差, 进而影响中国国际收支平衡的稳定性。假如中国经常项目出现了逆差, 那么根据国际收支平衡原则, 中国就需要依靠资本项目的顺差或是资本的流入来弥补经常项目的逆差, 这样就会使得中国的国际收支平衡依赖于其他国家的资本投入, 容易受到其他国家经济政策与经济发展周期的影响, 进而其国际收支的脆弱性将会进一步增加。

中国服务贸易分行业进出口现状

表 2 中国服务贸易出口分行业情况

项目	2010-2020 年我国服务贸易出口分行业情况 (亿美元)										
	时间										
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
运输	342.1	355.7	389.1	376	383	385	338	371	423	460.3	566
旅行	458.1	484.6	500.3	517	569	1149	444	388	394.6	345.1	165.5
建筑	144.9	147.2	122.5	107	154	163	127	239	265.9	280	251.3
保险服务	17.3	30.2	33.3	40	46	50	41	40	49.2	47.8	53.8
金融服务	13.3	8.5	18.9	29	46	22	32	37	34.8	39.1	41.8
电信、计算机和信息服务	104.8	139.1	162.4	171	202	270	265	278	470.6	538.6	607.7
知识产权使用费	8.3	7.4	10.4	9	6	11	12	48	55.6	66.5	86.8
个人、文化和娱乐服务	30.1	41.4	48.8	50	52	200	7	8	12.1	12	13.2
维护和维修服务	0	0	0	0	0	31	52	59	71.8	101.8	76.6
加工服务	0	0	0	0	0	183	185	181	174.2	195.8	170.3
其他商业服务	355.9	322.8	284.2	401	335	217	345	615	699	733.5	748.2
政府服务	9.5	7.5	9.9	0	0	0	0	17	17.5	15.4	25.1

来源: 中国统计年鉴

由表 2 可知，传统服务贸易在中国服务贸易中占据了较大比重，而新兴服务贸易占据的比重较小。就服务出口总额而言，出口增长最快的是电信、计算机和信息服务，由 2010 年的 104.8 亿美元增加到 2020 年的 607.7 亿美元，增加了近五倍。另外，其他商业服务在这 10 年时间里也增长了近一倍多，具有较快的出口增长速度。另外我们还可以看出，运输、旅行和其他商业服务的出口收入是中国服务贸易出口中的主要收入来源，三者的比重超过了其服务贸易出口收入的 50%。

表 3 中国服务贸易进口分行业情况

2010-2020 年我国服务贸易进口分行业情况（亿美元）											
项目	时间										
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
运输	632.6	804.4	858.6	943	962	873	806	929	1082.9	1048.7	946.8
旅行	548.8	725.9	1019.8	1286	1648	2386	2611	2548	2768.4	2511	1312.3
建筑	50.7	37.3	36.2	39	49	101	85	86	86	92.9	81.5
保险服务	157.5	197.4	206	221	225	80	129	104	118.8	107.8	123.4
金融服务	13.9	7.5	19.3	34	55	26	20	16	21.2	24.7	31.7
电信、计算机和信息服务	41.1	50.3	54.9	76	108	114	126	192	237.7	269	329.7
知识产权使用费	130.4	147	177.5	210	226	220	240	286	355.9	343.8	376.3
个人、文化和娱乐服务	24.1	31.7	33.3	39	47	171	21	28	33.9	40.8	30.1
维护和维修服务	0	0	0	0	0	13	20	23	25.4	36.6	33.6
加工服务	0	0	0	0	0	2	2	2	2.6	3.1	5
其他商业服务	171.8	182.6	196	206	238	24	164	429	472.8	498.5	504.9
政府服务	11.5	10.6	10.4	0	0	0	0	35	44.7	37.2	35.6

来源：中国统计年鉴

表 3 显示，在进口方面，中国服务贸易进口总额从 2010 年的 1922 亿美元增加到 2020 年的 3810.9 亿美元,增加了近 2000 亿美元。虽然 2020 年一些负面冲击减少了一部分中国服务贸易进口量，但是依然没有改变其服务贸易进口规模庞大的事实。从表中我们还可以看到中国服务贸易的进口也主要集中在运输、旅行和其他商业服务这三项。在整个服务贸易进口中，增长较快的有运输、旅行、其他商业服务和知识产权使用费，金融和保险等现代服务业的进口基本上保持稳定。

由于近些年中国传统服务业受到人工成本和房租成本增加的影响，使得中国传统服务业失去了以前的成本优势，与一些新兴的发展中国家相比，优势已不复存在。所以虽然在这十年间中国传统服务业的进出口总额逐渐增加，但是在全球竞争中却体现出较薄弱的竞争力。

关于中国运输业的发展状况，其整体竞争力是有待提高的。首先中国运输业的进出口企业在国际上处于弱势地位，并且承运人多指定为外运公司，自然会受到外方是否支付运费的影响。其次，国际运输业的市场垄断程度高，从而也削弱了中国运输业的国际竞争力。根据相关数据显示，中国唯一进入前

5 名的海运企业的全球市场份额仅占 10% 左右, 市场份额严重不足, 这也充分展现出中国运输业的国际竞争力并不高。

中国服务贸易的国际竞争力测评

1. 中国服务贸易的 RCA 指数

显示性比较优势指数是通过一个国家某种商品的出口额占据其出口总额的比例与世界该商品出口额占据世界出口总额比例的比值来计算的, 如表 4:

表 4 RCA 指数大小分析

RCA<0.8	0.8<RCA<1.25	1.25<RCA<2.5	2.5<RCA
较弱的国际竞争力	一定的国际竞争力	很强的国际竞争力	极强的国际竞争力

为了更加清晰地反映中国服务贸易的出口竞争力, 本文选取美国作为发达国家的代表, 印度作为发展中国家的代表来与中国服务贸易出口的 RCA 指数进行对比分析。

表 5 RCA 指数的国别比较

年份	国别		
	中国	美国	印度
2010	0.506	1.460	1.580
2011	0.494	1.485	1.533
2012	0.451	1.484	1.596
2013	0.415	1.470	1.506
2014	0.402	1.428	1.462
2015	0.387	1.415	1.530
2016	0.385	1.416	1.527
2017	0.363	1.438	1.565
2018	0.365	1.407	1.580
2019	0.372	1.387	1.575
2020	0.383	1.447	1.864

来源: 根据世界银行数据库整理

由表 5 可知, 近年来, 不管是发达国家代表的美国还是发展中国家代表的印度, 服务贸易出口的 RCA 指数均在 1 以上, 具有很强的国际竞争力; 而中国服务贸易的 RCA 指数基本上维持在 0.4 左右, 国际竞争力较弱。由此可见, 美国和印度两个国家的货物贸易和服务贸易发展较为均衡, 二者之间相互促进相互协调。而中国货物贸易和服务贸易发展不平衡, 未能齐头并进。也就是说, 中国货物贸易的快速发展并不能代表其服务贸易的发展速度。

从三个国家服务贸易的具体 RCA 指数来看,中国服务贸易的 RCA 指数在 2010-2020 年间呈现出下降趋势,由 2010 年的 0.506 下降到 2020 年的 0.383,并且除了 2010 年的 RCA 指数在 0.5 以上,其他年份的 RCA 指数均在 0.5 以下。这一方面表明中国服务贸易国际竞争力有所下降,另一方面表明相对于货物贸易出口的较大比重,服务贸易的比重较低,并且有进一步降低的趋势。相比之下,美国服务贸易的 RCA 指数虽然一直在波动地下降,从 2011 年的 1.485 下降到 2020 年的 1.447,但是这并没有影响它位于当今服务贸易第一强国的地位,国际竞争力依旧十分强势。另外,印度服务贸易的 RCA 指数在 2010-2020 年间一直在上升,虽然这种上升路径是不断波动的,但是却从 2010 年的 1.580 上升到 2020 年的 1.864。即使上升幅度不大,但是也表明了印度服务贸易有很强的国际竞争力,并且这种国际竞争力一直保持在高水平。

a. 中国服务贸易的国际市场占有率

国际市场占有率是指一国某产业出口额与世界该产业出口总额的比值,该数值越高,说明该国的国际竞争力越强。

表 6 国际市场占有率的国别比较

年份	国别			
	中国 (%)	美国 (%)	日本 (%)	印度 (%)
2010	4.41	14.38	3.32	2.89
2011	4.41	14.13	3.08	3.04
2012	4.29	14.58	2.92	3.10
2013	4.15	14.42	2.71	2.99
2014	4.13	14.25	3.09	2.96
2015	4.28	15.13	3.20	3.08
2016	4.05	15.16	3.41	3.14
2017	3.82	14.87	3.35	3.32
2018	3.81	14.08	3.17	3.35
2019	3.92	14.05	3.36	3.44
2020	4.67	13.75	3.22	4.04

来源: 根据世界银行数据库整理

由表 6 可知,美国依然是名副其实的服务贸易第一强国,国际市场占有率由 2010 年的 14.38% 上升到 2016 年的 15.16%。虽然由于各种外部冲击使得美国 2020 年的服务贸易国际市场占有率下降,但是其依然保持在 14% 左右的高水平。相较之下,日本和印度服务贸易国际市场占有率就比较低,日本最高为 2016 年的 3.46%,其平均值为 3.17%;印度的最大值为 2020 年的 4.04%,平均值为 3.21%。中国服务贸易出口国际市场占有率指数平均值为 4.18%,最高为 2020 年的 4.67%,约为美国相应年份的 1/3,这充分展现了中国服务贸易的发展与服务贸易第一强国之间的巨大差距。

美国的服务贸易出口国际市场占有率波动较小, 总体上保持平稳状态, 这说明传统的服务贸易强国在国际服务贸易领域一直保持着很高的竞争力。相比之下, 印度的服务贸易出口国际市场占有率上升幅度较大, 从 2010 年的 2.89% 上升到 2020 年的 4.04%, 这充分说明了印度的服务贸易在飞速发展。而中国服务贸易国际市场占有率一直维持在 4% 左右, 只有在 2017-2019 年这三年时间里下降到 4% 以下。此外, 从表中还可以看出, 印度的服务贸易国际市场占有率与中国的差距在不断缩小。虽然中国服务贸易出口额在近些年有一定的增长, 但与一些相关国家比较, 服务贸易的发展速度缓慢, 在国际上的出口竞争力薄弱, 还存在很大的上升空间。

b. 中国服务贸易的 TC 指数

贸易竞争力指数 (TC 指数) 是通过一国进出口差额与其进出口总额的比重来进行计算的 (见表 7)。

表 7 TC 指数大小分析

-1	(-1, 0)	0	(0, 1)	1
只进口不出口	竞争力薄弱	平均水平	竞争力较强	只出口不进口

以下表 8 是中国各细分服务业行业近六年来的贸易竞争力指数:

表 8 中国服务贸易竞争力指数

项目	时间					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
服务贸易总额	-0.33	-0.37	-0.34	-0.33	-0.28	-0.15
运输	-0.39	-0.41	-0.43	-0.44	-0.39	-0.25
旅行	-0.35	-0.71	-0.74	-0.75	-0.76	-0.78
建筑	0.23	0.20	0.47	0.51	0.50	0.51
保险服务	-0.23	-0.52	-0.44	-0.41	-0.39	-0.39
金融服务	-0.08	0.23	0.40	0.24	0.23	0.14
电信、计算机和信息服务	0.41	0.36	0.18	0.33	0.33	0.30
知识产权使用费	-0.90	-0.90	-0.71	-0.73	-0.68	-0.63
个人、文化和娱乐服务	0.08	-0.50	-0.56	-0.47	-0.55	-0.39
维护和维修服务	0.41	0.44	0.44	0.48	0.47	0.39
加工服务	0.98	0.98	0.98	0.97	0.97	0.94
其他商业服务	0.80	0.36	0.18	0.19	0.19	0.19
政府服务	0.00	0.00	0.00	-0.44	-0.41	-0.17

来源: 中国统计年鉴

近些年来, 中国服务贸易整体的 TC 指数一直在 -0.3 上下波动, 这表明中国服务贸易整体的国际竞争力一直比较稳定, 同时也表明这是一种持续性的状况, 在短时期内难以得到有效改善。但是在 2020 年, 中国服务贸易整体的 TC 指数上升到 -0.15, 这也反映了近年来中国服务贸易整体竞争力有所上升, 服务贸易逆差有所收窄。

从服务贸易各细分行业来看,中国主要在建筑,维护和维修服务,加工服务等劳动密集型服务贸易中具有较强的国际竞争力。其中,中国加工服务的 TC 指数在 2015-2020 年间一直接近于 1,说明它具有极强的国际竞争力。另外,我们可以看到中国电信、计算机和信息服务的 TC 指数一直在 0.4 左右波动,说明它具有较强的国际竞争力。同时,随着中国经济的发展,知识密集型的金融服务行业的国际竞争力在 2015-2020 年间呈现上升的趋势,国际竞争力在这几年间有了较大的提升。需要注意的是,与货物贸易关系密切的运输与保险服务的国际竞争力均十分薄弱,二者的 TC 指数基本上维持在 -0.4 左右,竞争劣势凸显。这说明中国货物贸易与服务贸易之间联动性不高,货物贸易不能拉动服务贸易的发展,同时服务贸易的发展对货物贸易的发展也没有影响,即二者之间不能相互协调、相互促进地发展。

讨论

提升对策

大力培育高级、专业的生产要素

服务业专业技术人才对中国服务贸易国际竞争力的提升起着至关重要的作用。因为它能从根本上促进服务业相关产品的创新,进而提高服务业的出口竞争力。所以,中国要加快新型高层次的专业人才以及精通跨境电商、国际商法等业务的复合型人才的培养。特别要继续加大对服务外包人才的培养,形成高等院校、培训机构、行业协会和服务外包企业共同组成的多层次的服务外包人才培养体系,为中国的服务外包提供人力资源支撑。另外,为了使中国服务贸易在数字经济时代实现又快又好发展,要不断推进其 5G 建设、大数据中心和人工智能等领域的基础设施建设。

1. 扩大国内需求,不断完善服务贸易需求结构

中国居民收入的不断提高,使得他们的服务性消费逐渐增多,包括对于教育、文化、健康和旅游的消费迅速增长。所以,中国要加快创建良好的国内消费服务市场环境,加快建立对外卖、快递和网络直播等新兴服务行业的监管体系,最终通过这些举措不断提高服务质量和效率来进一步扩大国内的服务需求。

2. 激励服务企业创新,积极开拓国际市场

鼓励具有一定规模的服务企业像华为公司一样真正拥有自主创新能力和美誉度极高的品牌。鼓励它们致力于数字化能力建设,不断进行技术和服务模式的创新,并推动它们在证券市场上市。对于那些已经在国内市场具有一定规模的服务企业,要鼓励它们积极开拓国际市场,制定适宜的战略来从事跨国经营。

3. 充分发挥政府的引导和激励作用,善于抓住机遇

首先要加快中国服务业和服务贸易法律法规建设,为服务贸易的发展提供制度保障。这其中既包括修改原有的法律法规,又包括根据经济发展现状制定新的法律法规。其次要进一步健全服务业和服务贸易的管理体制,做到高效管理服务业和服务贸易。然后,在服务业的市场环境中,通过引入

竞争性企业来削弱某些服务业企业的垄断程度。同时注重强化知识产权的保护,为中国服务业的发展提供一个公平的市场环境,从而使中国服务业在良好的市场环境中健康地发展。最后,政府要引导并协调服务业和服务贸易在各区域的发展,加大对弱势发展地区的支持,使各地区充分发挥自己的比较优势,形成优势互补、协同发展的局面。

4. 加速货物贸易和服务贸易融合发展,不断提高服务贸易附加值

在国际贸易中,服务贸易不像货物贸易那样会受到贸易壁垒的限制,当然它在国际贸易中也不容易产生贸易摩擦。所以,在经济全球化的今天,我们要注重货物贸易和服务贸易的融合发展来避免货物贸易壁垒以及国际贸易中的贸易摩擦。具体的做法包括加快推动制造业向生产性服务业的方向发展,从而在提升中国制造业国际竞争力的同时,也优化了中国服务业的结构。

总结与建议

从国际竞争力的测度结果中,我们可以知道,不管是与发达国家还是与某些发展中国家相比,中国服务贸易整体的国际竞争力并不强,与它们存在一定的差距;另外,虽然近些年服务贸易整体国际竞争力的上升并不大,但是它正处于持续改善的状态。所以,中国相关部门要为服务贸易国际竞争力的提升做好路径选择,以便中国服务业更好更快地发展。

从中国服务贸易各细分行业来看的话,中国的劳动密集型服务贸易行业具有较强的国际竞争力,这其中就包括建筑,维护和维修服务以及加工服务等行业。而知识、技术和资本密集型的服务贸易行业国际竞争力并不强。但是在知识、技术和资本密集型的服务行业中,电信、计算机和信息服务以及金融服务和其他商业服务却都具有一定的国际竞争力。即虽然整体的服务行业国际竞争力并不强,但是其中也有一些国际竞争力相对较强的优势行业。

References

- Chai, L. (2020). *Research on the competitiveness of China's emerging service trade* [Master's thesis]. Inner Mongolia University. [in Chinese]
- Gao, Y. Q. (2020). *Comparative study on international competitiveness of service trade between China and Japan* [Master's thesis]. Central China Normal University. [in Chinese]
- Hong, Q. C. (2020). *Evaluation and influencing factors analysis of service trade competitiveness of countries along the belt and road* [Master thesis]. Zhejiang Gongshang University. [in Chinese]
- Niu, H., & Peng, S. L. (2021). Comparison of international competitiveness of Sino-US service trade. *Statistics and Decision*, 37(6), 122-126. [in Chinese]
- Peng, H. (2019). Comparison and optimization of international competitiveness of China-India service trade. *World Agriculture*, (4), 56-64, 99. [in Chinese]
- Wang, X. L. (2021). Evaluation of international competitiveness of China's service trade. *Journal of Harbin Institute of Technology*, 42(10), 52-55. [in Chinese]

- Yan, J. Y., Xiao, Y., & Ran, Y. H. (2018). Promoting the sustained, rapid and healthy development of China's service trade. *Macroeconomic Management*, (10), 47-51. [in Chinese]
- Zhan, X. Q., & Lin, S. (2020). Research on the high-quality development of China's service trade. *Asia-pacific Economy*, (4), 109-118, 151. [in Chinese]



Name and Surname: Huan Yang

Highest Education: Master's Degree

Affiliation: Fujian Normal University

Field of Expertise: International Trade Theory and Policy