

doi:10.3969/j.issn.1674-8131.2011.03.009

中国服务贸易出口的动态增长^{*}

—— 基于恒定市场份额模型的分析

马凌远

(郑州航空工业管理学院 经贸学院, 郑州 450015)

摘要:采用恒定市场份额模型(CMS 模型)对 1997 年以来中国加入 WTO 前后两个不同时期的服务贸易出口增长成因进行分析,结果显示:世界市场服务需求的扩大和中国服务产品竞争力的提高是导致中国服务出口增长的主要因素;而长期以来,世界服务进口结构的变化在一定程度上阻碍中国服务出口的增长;另外,中国服务出口结构与世界服务进口结构的交互变化对于中国服务出口增长的贡献不大,但中国加入 WTO 后表现出明显增长的态势。我国在改善服务贸易出口结构的同时,还应打破服务行业垄断或者在一定程度上引入竞争,提高其行业效率,这样才能使我国的服务出口更具国际竞争力。

关键词:服务出口;服务进口;世界贸易组织;服务产品竞争力;服务贸易出口结构;服务行业垄断;行业效率;CMS 模型

中图分类号:F752.62 文献标志码:A 文章编号:1674-8131(2011)03-0060-06

Dynamic Growth of China's Services Export

— Analysis Based on the Constant Market Share Model

MA Ling-yuan

(College of Economics and Trade, Zhengzhou Institute of Aeronautical Industry Management, Zhengzhou 450015, China)

Abstract: Constant Market Share Model is used to analyze the reasons for service export growth at two different stages before and after China's WTO entry since 1997, the results show that the expansion of the world market's demand for services and the improvement of the competitiveness of China's service are the foremost formative factor for for increased services export, however, the long-term change of the world service export structure impedes the export growth of China's service to some degree, furthermore, the contribution of the interchange between China's service export structure and the global service export structure to China's service export growth is small but is obviously big after China's WTO entry. China should break through service industry monopoly or introduce competitive mechanism to service industry to some extent while improve service export structure, raise service export industry operating efficiency so as to let China's service export with more international competence.

Key words: services export; service import; World Trade Organization; service product competence; service export structure; service industry monopoly; industry efficiency; CMS Model

* 收稿日期:2011-03-26;修回日期:2011-04-29

基金项目:河南省软科学研究计划项目(112400410022)“中国服务贸易发展对经济增长的影响研究”

作者简介:马凌远(1981—),男,辽宁营口人;讲师,博士,2009年毕业于中南财经政法大学,现在郑州航空工业管理学院经贸学院任教,主要从事国际服务贸易研究;Tel:13673661020, E-mail: malingyuan1229@yahoo.com。

一、引言

伴随着全球产业结构升级和国际产业转移,服务贸易作为服务经济发展的标志之一,已经成为国际贸易和投资中越来越重要的组成部分(商务部,2008)。自1980年以来,世界服务贸易进出口额都取得了前所未有的增长,到2008年其分别增长了8.62倍和10.22倍。同时,世界服务贸易进出口结构也发生了显著的变化,由原来运输服务、旅游服务和其他服务的“三分天下”,到现在的其他服务占据“半壁江山”(见表1)。近些年来,中国服务贸易发展迅速,1982年我国服务贸易出口占全球服务贸易出口比重为0.7%,2008年这一比重提高了3.22

个百分点;同时,我国服务贸易出口世界排名由1982年的第28位上升到2008年的第5位。其中,我国入世后服务出口表现出了更为强劲的增长势头,服务出口年均增长23.77%,接近同期全球服务出口年均增速(13.96%)的两倍。与此同时,在“WTO后过渡期”,中国的服务市场逐渐开放,服务进口越来越容易进入国内市场。面对服务市场竞争逐渐呈现国际竞争国内化、国内市场国际化的趋势,分析影响我国服务出口增长的主要因素,对今后提高服务业国际竞争力和增加服务出口具有重要的指导意义。

表1 全球(商务)服务贸易部门构成

| 项 目 | 出口额/亿美元 | | 进口额/亿美元 | | 比重/% | |
|----------|---------|-------|---------|--------|-------|-------|
| | 2008 | 1980 | 2008 | 2008 | 1980 | 2008 |
| 全球服务贸易总额 | 37 313 | 100.0 | 100.0 | 34 690 | 100.0 | 100.0 |
| 其中:运输服务 | 8 727 | 36.8 | 23.4 | 10 367 | 41.7 | 29.9 |
| 旅游服务 | 9 472 | 28.4 | 25.4 | 8 505 | 26.9 | 24.5 |
| 其他服务 | 19 114 | 34.8 | 51.2 | 15 818 | 31.4 | 45.6 |

数据来源:WTO秘书处

目前,国内对服务出口增长影响因素的定性研究居多,而定量研究的文献也大都局限于利用引力模型(黄建锋等,2005;卢现祥等,2009;杨雪玉等,2009;王英,2010)和时间序列模型(贺卫等,2005;李扬等,2008;殷凤等,2009)来寻求个别因素对于服务贸易增长的解释,并没有反映服务出口增长的一般成因。应用“恒定市场份额模型(Constant Market Share Model,以下简称CMS模型)”从增长的动态结构来研究服务出口的增长,可以对服务出口增长影响因素有更全面地把握。尽管国内还没有采用CMS模型来系统研究服务贸易,但其已经大量地应用于货物贸易(尤其是农产品贸易)增长的文献中。本文利用中国与世界服务贸易出口数据,采用CMS模型,并通过对中国加入WTO前后两个不同时期的对比,分析自1997年以来中国服务出口增长的一般成因,并据此提出相关建议。

二、CMS模型及数据来源

1. CMS模型

CMS模型(Constant Market Share Mode)由Tyszynski在1951年首先提出并应用,后经多次修改完善,成为研究对外贸易增长源泉和出口产品国际竞争力趋势的重要模型之一(Simonis,2000)。1988年Jepma通过扩展传统的CMS模型,将其用于研究出口贸易增长的成因。该扩展模型在国际上被广泛采用,国内也有不少学者将其用于农产品贸易增长研究,然而,对于中国服务贸易增长问题的实证研究还没有涉及。鉴于CMS模型能很好地分解出口增长效应,本文也采用该模型对中国服务出口增长原因进行实证分析。根据Jepma(1988)的研究,在CMS模型中,出口的增减一般可以分为进口需求效应、结构交叉效应、竞争力效应和出口市场分布效应。其中,出口市场分布效应是衡量出口国(地区)某个具体进口市场规模的相对变化所引

起的出口变化。本文没有考虑服务出口市场分布的变化,这是因为中国服务出口市场较为固定,香港、美国、欧盟和日本等是服务出口的主要对象,且市场集中度较高,仅香港和日本在2006年对中国服务的进口就占中国服务出口总额的近30%和10%(商务部,2007)。因此,在不考虑市场分布效应的情况下,中国服务出口的变化可分解为“进口需求效应”、“出口竞争力效应”和“结构交叉效应”三个因素,即:

$$\Delta X = \sum_i p_i^0 \Delta q_i + \sum_i \Delta p_i q_i^0 + \sum_i \Delta p_i \Delta q_i \quad (1)$$

进口需求效应 出口竞争力效应 结构交叉效应

其中, i 代表服务产品的种类,共三类; $0, t$ 分别表示基期和报告期。 X 代表中国出口额, ΔX 表示 t 时中国出口总额变化, q_i^0 表示基期世界 i 类产品的进口总额, Δq_i 表示在 t 时期世界 i 类产品的进口变化, p_i^0 表示基期中国在世界 i 类产品进口总额中所占的份额, Δp_i 表示 t 时期中国在世界 i 类产品进口总额中所占份额的变化。式(1)中, $\sum_i p_i^0 \Delta q_i$ 称为“进口需求效应”,即因世界产品进口规模及结构变化而导致中国的出口变化; $\sum_i \Delta p_i q_i^0$ 称为“出口竞争力效应”,反映了中国产品出口结构变化而导致的出口变化,该值大于零则表示中国产品竞争力在世界市场上的提高; $\sum_i \Delta p_i \Delta q_i$ 称为“结构交叉效应”,它反映了中国出口结构与世界进口结构的交互变化而导致中国的出口变化。式(1)又可以转换为:

$$\begin{aligned} \Delta X = & p^0 \Delta q + \left[\sum_i p_i^0 \Delta q_i - p^0 \Delta q \right] + \\ & \text{需求规模效应} \quad \text{需求结构效应} \\ & q^0 \Delta p + \left[\sum_i \Delta p_i q_i^0 - q^0 \Delta p \right] \\ & \text{综合竞争力效应} \quad \text{产品竞争力效应} \quad (2) \\ & + [q^i/q^0 - 1] \sum_i \Delta p_i q_i^0 + \\ & \text{结构交叉效应} \\ & \left\{ \sum_i \Delta p_i \Delta q_i - [q^i/q^0 - 1] \sum_i \Delta p_i q_i^0 \right\} \\ & \text{净交叉效应} \end{aligned}$$

其中, q^0 表示基期世界的进口总额, p^0 表示基期中国在世界进口总额中所占的份额, Δq 表示世界在两个时期内的进口总额变化。根据式(2),3种

出口变化效应可以进行二次分解,即进口需求效应可进一步分解为需求规模效应($p^0 \Delta q$)和需求结构效应($\sum_i p_i^0 \Delta q_i - p^0 \Delta q$),前者反映因世界进口需求规模变动而引起的中国出口变化,后者则反映因世界进口结构变化而引起的中国出口变化;出口竞争力效应可分解为综合竞争力效应($q^0 \Delta p$)和产品竞争力效应($\sum_i \Delta p_i q_i^0 - q^0 \Delta p$),前者反映因中国对世界的出口占世界进口总额的比重变化而导致的出口变化,后者则反映因中国对世界的各产品出口占世界各产品进口总额的比重变化而导致的出口变化;结构交叉效应可分解为净交叉效应($[q^i/q^0 - 1] \sum_i \Delta p_i q_i^0$)和动态交叉效应($\sum_i \Delta p_i \Delta q_i - [q^i/q^0 - 1] \sum_i \Delta p_i q_i^0$),前者表示中国出口结构与世界进口规模的交互变化而导致中国的出口变化,后者表明中国出口结构与世界进口结构的交互变化而导致中国的出口变化。若 $[q^i/q^0 - 1] \sum_i \Delta p_i q_i^0 > 0$,则表明中国出口结构变化能适应世界进口规模的变化;若 $\sum_i \Delta p_i \Delta q_i - [q^i/q^0 - 1] \sum_i \Delta p_i q_i^0 > 0$,则表示中国对世界进口需求增长较快的产品具有较高的出口市场份额。

2. 数据来源

本文基于上述CMS模型扩展形式对中国服务出口增长成因进行实证分析,中国与世界服务贸易出口总量与分部门数据都来自中国服务贸易司网站(<http://www.mofcom.gov.cn>)《1997—2009年中国服务贸易出口分项目表》和《1980—2008年世界服务贸易进出口额》。其中,中国的服务贸易数据分为12大部门,而世界服务贸易数据只分为旅游、运输和其他服务,所以这里将中国服务贸易除旅游和运输外的其余10个部门加总为其他服务(结果见表2),这样中国与世界服务贸易分部门数据得以统一。此外,为判断中国加入WTO前后中国服务贸易出口发展变化,本文以2001年为界,将1997—2001年和2002—2008年作为两个不同的分析时期。

表2 1997—2008年中国服务出口分项目表/亿美元

| 年份 | 总额 | 运输 | 旅游 | 其它服务 |
|------|----------|--------|--------|--------|
| 1997 | 245.04 | 29.55 | 120.74 | 94.75 |
| 1998 | 238.80 | 23.01 | 126.02 | 89.77 |
| 1999 | 261.65 | 24.20 | 140.98 | 96.47 |
| 2000 | 301.46 | 36.71 | 162.31 | 102.43 |
| 2001 | 329.03 | 46.35 | 177.92 | 104.74 |
| 2002 | 393.80 | 57.20 | 203.90 | 132.71 |
| 2003 | 463.70 | 79.10 | 174.10 | 210.56 |
| 2004 | 620.60 | 120.70 | 257.40 | 242.51 |
| 2005 | 739.10 | 154.30 | 293.00 | 291.95 |
| 2006 | 914.20 | 212.20 | 339.50 | 364.73 |
| 2007 | 1 216.50 | 313.20 | 372.30 | 530.85 |
| 2008 | 1 464.50 | 384.20 | 408.40 | 671.40 |

数据来源:服务贸易出口总额、运输和旅游的数据来自中国服务贸易司网站(<http://www.mofcom.gov.cn>),其他服务是根据除旅游和运输外的其余10个部门加总得来。

三、模型计算结果与分析

1. 模型计算结果

基于CMS模型对中国服务出口增长效应进行分析,首先我们需要计算 q (世界服务进口额)与 p (中国服务出口占世界服务进口比重)的总量与部门数值,以及 p 与 q 的变化量,进而对服务出口增长效应进行分解,计算结果分别见表3和表4。

表3显示在整个考察期内,世界服务进口增加20 782亿美元,其中第一阶段(1997—2001年)和第二阶段(2002—2008年)进口分别增加1 885亿美元和18 897亿美元,增加的比重分别为14.43%和119.65%。其中,运输进口增加为6 584亿美元,两个阶段增加值分别为388亿美元和6 196亿美元,增加比重分别为10.41%和148.54%;旅游进口增加4 210亿美元,两个阶段的增加值分别为277亿美元和3 933亿美元,增加的比重分别为6.83%和86.02%;其他商业服务进口增加为9 991亿美元,两个阶段增加值分别为1 222亿美元和8 796亿美元,增加比重分别为23.17%和124.40%。以上的统计结果表明:随着世界经济一体化的逐渐深入,世界各国对于服务进口的需求总量是显著增加了,第二阶段服务进口增加比重是第一阶段的8倍多,

而从部门层面来看,运输、旅游和其他商业服务也都表现出了相类似的情况。

表3 世界各类服务进口及中国服务出口所占份额的变化量/亿美元,%

| 1997—2001 | | | | 2002—2008 | | | |
|--------------|-------|--------------|-------|--------------|--------|--------------|------|
| Δq | 1 885 | Δp | 0.33 | Δq | 18 897 | Δp | 1.73 |
| Δq_1 | 388 | Δp_1 | 0.33 | Δq_1 | 6 196 | Δp_1 | 2.91 |
| Δq_2 | 277 | Δp_2 | 1.13 | Δq_2 | 3 933 | Δp_2 | 1.82 |
| Δq_3 | 1 222 | Δp_3 | -0.18 | Δq_3 | 8 769 | Δp_3 | 2.45 |

数据来源:根据世界与中国服务贸易数据计算得出

另外,在整个考察期内,我国服务出口共增加了1 154.69亿美元,其中,第一阶段(1997—2001)和第二阶段(2002—2008)出口分别增加83.99亿美元和1 070.70亿美元,增加的比重分别为34.27%和271.88%。中国服务出口占世界进口的比重在两个阶段也表现出不同的变化特征。中国服务出口在第一阶段占世界服务进口份额的增加值为0.33%,第二阶段该份额的增加值为1.73%,表明我国入世后服务贸易出口在世界服务市场的地位显著提高了。从部门的层面来看,我国运输、旅游和其他商业服务出口也都表现出相似的特征,其中运输和其他商业服务出口份额的变化更明显一些,第一阶段份额增加值分别为0.33%和-0.18%,其他商业服务出口份额出现下降;第二阶段份额增加值分别为2.91%和2.45%,第二阶段相对于第一阶段运输和其他商业服务的出口份额明显增加。相对来说,我国旅游服务出口份额在入世后虽然有所增加,但增加值与入世前相比变化不是很大。

2. 中国服务出口增长的影响因素分析

(1)进口需求效应。1997—2001年,全世界服务进口从13 056亿美元增加到14 941亿美元,4年时间内国际市场需求增加了1 885亿美元,增长14.43%,年均增长率为3.42%。而在2002—2008年,全世界服务进口从15 793亿美元增加到34 690亿美元,增长119.65%,年均增长率为21.73%。由于这两个阶段世界市场需求的增加,导致了即使是在国际市场份额不变的情况下,中国在两个阶段的出口也分别增加34.27%和271.88%。从贡献率来

分析,这两个阶段世界市场进口需求效应增加是导致中国服务出口增长的主要因素,其增长贡献率在1997—2001年和2002—2008年分别达到39.63%和39.74%。通过将进口需求效应进一步分解,我们得到需求规模效应和需求结构效应,第一阶段的贡献率为42.12%和-2.5%,第二阶段的贡献率为44.01%和-4.27%,这表明世界市场进口需求效应

对中国服务出口的推动主要来自于世界进口需求规模的变动,而中国服务出口不能够适应世界服务进口结构的变化,这一因素甚至对中国服务出口起到阻碍作用。另外,从入世前后两个阶段比较来看,入世后中国服务出口不能够适应世界服务进口结构变化的问题更为明显,其成为阻碍我国服务出口增长的主要因素。

表4 中国服务出口增长影响因素的CMS测算结果

| 项目 | 1997—2001年 | | 2002—2008年 | |
|---------|------------|--------|------------|--------|
| | 绝对额/亿美元 | 贡献率/% | 绝对额/亿美元 | 贡献率/% |
| 出口实际增长 | 83.99 | 100.00 | 1 070.70 | 100.00 |
| 进口需求效应 | 33.28 | 39.63 | 425.46 | 39.74 |
| 需求规模效应 | 35.38 | 42.12 | 471.20 | 44.01 |
| 需求结构效应 | -2.10 | -2.50 | -45.73 | -4.27 |
| 出口竞争力效应 | 48.52 | 57.76 | 377.45 | 35.25 |
| 综合竞争力效应 | 42.48 | 50.58 | 272.93 | 25.49 |
| 产品竞争力效应 | 6.04 | 7.19 | 104.52 | 9.76 |
| 结构交叉效应 | 2.17 | 2.58 | 267.79 | 25.01 |
| 净交叉效应 | 7.00 | 8.33 | 252.54 | 23.58 |
| 动态交叉效应 | -4.83 | -5.75 | 15.25 | 1.43 |

数据来源:来自CMS模型的测算结果。

(2)出口竞争力效应。表4反映出中国服务贸易竞争力效应是另一个推动我国服务出口的主要因素,中国服务出口绝对额在保持增长趋势的同时,出口额占国际市场的相对比例即中国服务的国际市场占有率也有显著上升的趋势。由于国际市场占有率可以反映一国的产业竞争力,所以我国服务出口的国际市场占有率上升说明了我国服务的国际竞争力在逐步增强。通过将竞争力效应进一步分解,我们可以得到综合竞争力效应和产品竞争力效应,第一阶段的贡献率分别为50.58%和7.19%,第二阶段的贡献率为25.49%和9.76%,两个阶段的综合竞争力效应贡献率均高于产品竞争力效应的贡献率。这表明中国服务出口增长更多的是来自中国服务的综合竞争力的提高,而具体到服务的各个部门的竞争力的贡献就不是特别明显,即由服务出口结构变化而导致的出口变化较少。这与中国服务贸易结构滞后有很大的关系,中国的服务出口主要还是集中于传统的优势部门(旅游和

运输),而知识技术型服务一直落后于发达国家,竞争力较弱,出口较少。中国服务贸易综合竞争力的提高依赖于传统服务部门出口保持增长态势的同时,部分新兴领域的出口增长率也有一定程度的提高,如2006年的新兴服务行业中计算机和信息服务、通信和咨询服务出口占中国服务贸易出口总额的比重分别提高1个百分点、0.1个百分点和1.4个百分点。

(3)结构交叉效应。在两个阶段,该效应都为正值,表明了中国服务出口结构与世界服务进口结构的交互变化导致了我国服务出口的增加。两个阶段其对于中国服务出口的贡献率分别为2.58%和25.01%,排在三个影响因素的最后一位。通过将结构交叉效应进一步分解,我们可以得到净交叉效应和动态交叉效应,在第一阶段的贡献率分别为8.33%和-5.75%,第二阶段的贡献率为23.58%和1.43%。两个阶段的净交叉效应的贡献率明显要高于动态交叉效应的贡献率,表明中国服务出口

结构与世界进口规模的交互变化对中国服务出口增长的影响更明显。值得注意的是,在入世前(1997—2001年),中国服务出口的动态交叉效应小于0,这表明了中国对于世界进口需求增长较快的产品占有较低的市场份额;而入世后(2002—2008年),中国服务出口动态效应大于0,表明了中国服务出口占世界进口需求增长较快的产品的市场份额有所提升。

四、结论及政策建议

1. 主要结论

1997—2008年影响中国服务出口增长的因素主要来自三个方面:一是国际市场的进口需求效应,二是出口竞争力效应,三是结构交叉效应。当国际市场的服务需求处于增长趋势时,中国的服务出口也呈增长趋势;中国服务产品的竞争力效应也推动了中国出口的增加;中国服务出口结构与世界服务进口结构的交互变化导致了我国服务出口的增加。但是,需要强调的是需求结构效应一直为负值,即世界服务进口结构的变化是阻碍中国服务出口增长的因素。这是因为我国服务贸易出口主要基于传统领域(旅游和运输),而世界范围内服务贸易的发展正向新兴服务行业(计算机和信息服务、通信和咨询服务等)倾斜,这样就造成了我国服务出口与世界市场服务进口的错位,从而成为阻碍服务出口的因素。

从1997—2001年和2002—2008年两个阶段来看,首先,入世后世界服务进口需求增加对于中国服务出口增长的贡献率略有提升;而与入世前相比较,世界服务进口结构的变化在入世后对我国服务出口的阻碍作用更为明显了。其次,虽然入世前后服务产品的竞争力效应都促进了我国服务的出口,但入世后竞争力效应对于出口的贡献率却明显降低了,由57.76%降为35.25%,其中的原因主要应是入世后随着世界服务进口结构的变化,我国服务贸易结构的滞后显得愈加不能适应这种变化。最后,入世前中国对于世界进口需求增长较快的产品占有较低的市场份额,入世后该份额有所提升。

2. 对策建议

根据世界市场的需求变化,我国应大力发展具

有现实和潜在比较优势的服务出口项目,同时不断提高服务出口项目的附加值,从劳动密集型和资源密集型出口项目向资本、技术和知识密集型项目过渡;积极推进计算机和信息服务、金融、保险等新兴的资本技术密集型服务贸易的出口与继续扩大旅游、运输等传统劳动密集型服务贸易出口相结合,改善中国服务贸易出口结构。同时,政府应加大对服务贸易企业,尤其是知识技术密集型服务企业的政策倾斜与扶持力度,制定鼓励服务贸易出口的财政、税收、金融、保险、外汇等政策措施,为企业营造良好的政策环境。此外,还应打破服务行业垄断或者在一定程度上引入竞争,提高其行业效率(如电信、电力等),这样才能使我国的服务出口更具国际竞争力。

参考文献:

- 贺卫,伍星,高崇. 2005. 我国服务贸易竞争力影响因素的实证分析[J]. 国际贸易问题(2):43-47.
- 黄建锋,陈宪. 2005. 信息通讯技术对服务贸易发展的促进作用——基于贸易引力模型的经验研究[J]. 世界经济研究(11):58-64.
- 李扬,蔡春林. 2008. 中国服务贸易发展影响因素的实证分析[J]. 国际贸易问题(5):75-79.
- 卢现祥,马凌远. 2009. 中国服务贸易出口潜力研究[J]. 中国软科学(9):39-46.
- 王英. 2010. 中国货物贸易对于服务贸易的促进作用——基于服务贸易引力模型的实证分析[J]. 世界经济研究(7):45-48.
- 殷凤,陈宪. 2009. 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(2):61-69.
- 杨雪玉,李伍荣. 2009. GATS下自然人流动对美国服务贸易进出口的影响——基于引力模型的实证分析[J]. 国际经贸探索(3):56-59.
- JEPMA C J. 1983. Extensions of the constant market shares analysis with an application to long-term export data of developing countries [M]// WILLIAMSON J G, PANCHAMUKHI V R. The Balance Between Industry and Agriculture in Economic Development. New York: St. Martin's Press:64-75.

(编辑:南北;校对:段文娟)