

“一带一路”背景下的中国国际服务贸易发展

宋晓东

(深圳行政学院政治经济学教研部,广东深圳518040)

摘要:服务业在国民经济中的地位不断上升,服务贸易成为中国国际贸易发展新的增长点,“一带一路”战略为中国服务贸易发展带来新的机遇。在“一带一路”沿线国家和地区,中国服务贸易尽管规模较大,但还存在开放度不高、贸易竞争力行业差别大等问题,未来在运输服务、旅游服务、建筑服务、通信服务、金融服务、保险服务、计算机和信息服务、技术专利使用费和特许费服务等方面具有广阔的发展前景。当前应着力促进服务贸易优势行业发展;推进中西部服务贸易发展,改善地区发展不平衡状况;加快人民币国际化进程,推动金融服务贸易发展;提升服务贸易竞争力,扩大旅游服务贸易出口。

关键词: 一带一路; 服务贸易; 贸易竞争力; 比较优势

中图分类号: F746.18

文献标识码: A

文章编号: 1007-8266(2016)12-0071-07

随着中国产业结构的调整和优化,服务业在经济发展中的地位和作用越来越重要,自2012年起服务业产值超过制造业产值,在国内生产总值中比重最大。服务业发展与服务贸易的发展紧密相连,世界贸易组织(WTO)的统计数据显示,2015年中国服务贸易进出口额达到7130亿美元,比2014年增长了18.0%,2005年服务贸易占中国贸易总额的比重不足10%,2015年服务贸易占比超过15%,服务贸易发展良好,总体规模持续扩大。^[1]

当前中国经济由高速增长转为中低速增长,下行压力增大,^[2]经济增长动力由要素驱动转变为创新驱动,产业结构和贸易结构正在调整和优化中,服务贸易在外贸结构转型中的作用越来越大。服务贸易的迅速发展有利于促进贸易结构优化,为中国对外贸易可持续发展增添新的发展动

力。基于“一带一路”战略背景来分析中国国际服务贸易发展状况,剖析自身存在的问题,就中国与“一带一路”沿线国家和地区之间服务贸易发展提出建议,意义重大。

一、“一带一路”沿线国家和地区服务贸易发展现状

“一带一路”沿线国家和地区既包括发达国家也包括发展中国家,涉及60多个亚欧国家,鉴于数据的可得性和篇幅的局限性,本文分别选取了“一带一路”沿线6个亚洲国家与6个欧洲国家进行分析。6个亚洲国家是中国、韩国、哈萨克斯坦、印度、土耳其与马来西亚,6个欧洲国家为意大利、西班牙、荷兰、俄罗斯、德国、英国。

收稿日期:2016-09-20

基金项目:国家社会科学基金一般项目“‘海上丝绸之路’战略下东南沿海湾区经济发展战略研究”(15BJL113)

作者简介:宋晓东(1972—),男,吉林省长春市人,深圳行政学院副教授,经济学博士,主要研究方向为国际贸易理论与政策。

(一)服务贸易规模

表1中的数据 displays, 大多数“一带一路”沿线国家和地区2015年服务贸易额比2014年有所减少, 服务贸易占世界服务贸易的比重有所下降。中国服务贸易发展势头良好, 总体呈现稳定增长的趋势, 贸易规模不断扩大, 2015年服务进出口总额突破7 000亿美元, 达到7 554亿美元, 服务贸易额占世界服务贸易额的比重上升到7.91%。印度作为服务贸易大国, 2015年服务贸易额接近2 790亿美元, 占世界服务贸易的比重为2.92%。德国、意大利、西班牙和韩国服务贸易额和服务贸易比重都有所下降。与其他11个“一带一路”沿线国家和地区相比, 2015年中国服务贸易额占世界服务贸易额的比重最大, 说明中国在世界服务贸易中的地位不断上升。

(二)服务贸易开放度

随着中国服务贸易的迅速发展和服务业对外开放领域的扩大, 中国服务贸易开放度不断上升, 本文以服务贸易进出口额与国内生产总值之比来衡量服务贸易开放度。2001年中国服务贸易开放度为5.4%, 从2002年到2007年不断提高, 受2008年全球金融危机影响有所下降, 但随着全球经济形势的好转和中国服务贸易的发展, 2010年起持续攀升, 2015年上升到6.76%(参见表2), 服务贸易开放度的提高进一步促进了中国服务贸易的发展。与其他11个国家相比, 中国服务贸易额占国内生产总值的比重并不高, 2015年荷兰服务贸易开放度最高, 为44.97%, 印度服务贸易开放度为13.46%(参见表2)。

(三)服务贸易竞争力

传统服务贸易领域主要包括运输

表1 2014—2015年“一带一路”样本国家服务贸易额

国家	出口额/亿美元		进口额/亿美元		贸易额/亿美元		占世界服务贸易比重/%	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
中国	2 804.771	2 865.397	4 528.321	4 688.959	7 333.092	7 554.356	7.20	7.91
德国	2 777.317	2 521.994	3 307.573	2 910.61	6 084.89	5 432.604	5.98	5.69
印度	1 562.52	1 558.395	1 276.681	1 231.112	2 839.201	2 789.507	2.79	2.92
意大利	1 150.627	996.513	1 158.033	1 008.761	2 308.66	2 005.274	2.27	2.10
哈萨克斯坦	63.481	61.809	127.833	117.105	191.314	178.914	0.19	0.19
韩国	1 121.059	978.77	1 157.844	1 135.851	2 278.903	2 114.621	2.24	2.21
马来西亚	419.482	348.438	453.519	400.438	873.001	748.876	0.86	0.78
荷兰	1 969.550	1 801.854	1 730.334	1 573.932	3 699.884	3 375.786	3.63	3.53
俄罗斯	657.445	517.907	1 210.222	884.016	1 867.667	1 401.923	1.83	1.47
西班牙	1 327.131	1 180.441	684.077	649.485	2 011.208	1 829.926	1.97	1.92
土耳其	518.560	467.360	250.880	227.210	769.440	694.570	0.76	0.73
英国	3 654.596	3 490.745	2 172.196	2 116.904	5 826.792	5 607.649	5.72	5.87

数据来源: 根据联合国贸发会议(UNCTAD)数据库整理而得。

服务、旅游服务等劳动密集型行业, 金融、通信、计算机和信息服务等资本、技术和知识密集型行业属于现代服务贸易。

由表3可知, 在我国服务贸易各行业中, 传统贸易包括运输服务、建筑服务和旅游服务的竞争优势比较明显, 其中建筑服务的显示性比较优势(RCA)指数大于2.5, 说明其非常具有国际竞争力; 技术专利使用费和特许费服务、通信服务和金融服务的RCA指数比较小, 竞争力比较弱。韩国在建筑服务方面具有明显优势, 哈萨克斯坦运输服

表2 2009—2015年“一带一路”样本国家服务贸易开放度

国家	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
中国	5.24	5.56	5.97	5.63	5.58	6.95	6.76
德国	13.80	14.26	14.52	15.24	15.79	15.66	16.14
印度	12.69	13.57	14.46	15.05	14.75	13.90	13.46
意大利	9.44	10.05	10.06	10.48	10.44	10.78	11.04
哈萨克斯坦	12.30	10.46	7.64	8.15	7.11	8.41	9.70
韩国	17.20	16.52	16.14	17.36	16.39	16.15	15.35
马来西亚	26.69	26.40	25.91	26.69	26.99	25.82	25.28
荷兰	34.59	35.49	36.40	37.51	38.12	41.99	44.97
俄罗斯	8.31	7.59	7.36	7.89	8.90	9.20	10.57
西班牙	12.25	12.65	13.56	13.94	13.84	14.54	15.25
土耳其	8.61	7.68	8.03	8.18	8.84	9.63	9.67
英国	18.89	18.70	19.38	19.73	20.06	19.41	19.62

数据来源: 根据联合国贸发会议(UNCTAD)数据库整理而得。

表3 2015年“一带一路”样本国家服务贸易各行业比较优势指数

国家	运输服务	旅游服务	建筑服务	保险服务	金融服务	通信、计算机和信息服务	技术专利使用费和特许费服务
中国	0.741 9	1.562 0	3.146 4	0.691 0	0.293 5	0.874 9	0.038 7
德国	1.137 8	0.573 1	0.457 0	1.348 3	1.004 0	1.153 2	0.864 5
印度	0.507 0	0.528 9	0.516 3	0.498 8	0.396 6	3.778 4	0.048 3
意大利	0.798 3	1.556 8	0.295 3	0.780 6	0.498 9	0.794 1	0.487 4
哈萨克斯坦	3.186 8	0.928 3	1.435 8	0.501 6	0.044 4	0.240 0	0.002 3
韩国	1.838 5	0.612 5	7.463 2	0.273 9	0.189 6	0.380 5	1.028 3
马来西亚	0.641 8	1.990 2	1.571 9	0.412 2	0.118 5	0.782 6	0.037 8
荷兰	1.105 3	0.252 8	0.985 4	0.378 6	0.301 3	2.435 6	2.010 1
俄罗斯	1.789 8	0.641 1	3.830 4	0.416 6	0.270 2	0.783 1	0.227 7
西班牙	0.716 3	1.874 6	0.656 7	0.699 5	0.344 0	0.939 1	0.222 9
土耳其	1.679 9	2.233 7	0.905 9	0.936 5	0.163 2	0.045 4	—
英国	0.650 7	0.481 7	0.286 6	3.110 5	2.813 7	0.789 9	0.745 6

资料来源:根据联合国贸发会议(UNCTAD)数据库和经济合作与发展组织(OECD)数据库相关数据计算而得。

务的RCA指数较高,俄罗斯、韩国和土耳其在建筑服务方面的RCA指数相对较高。英国的金融服务比较优势非常大,2015年其金融服务的RCA指数为2.81,保险服务RCA指数为3.11。土耳其和马来西亚在旅游服务方面的比较优势非常明显。荷兰在技术专利使用费和特许费服务方面比较优势大,2015年其技术专利使用费和特许费服务的RCA指数为2.010 1。

大于0,说明其服务贸易竞争优势不断上升;日本TC指数虽然小于0,但差距不断缩小,说明其服务贸易竞争优势在不断扩大;印度的TC指数也大于0,总体呈现上升趋势,服务贸易竞争优势明显;德国的TC指数虽然小于0,但也在不断提高,服务贸易竞争力逐步上升;2013年意大利的TC指数大于0,说明其服务贸易竞争力处于上升时期,2015年

二、中国服务贸易发展存在的问题

(一)服务贸易竞争优势较弱

从表4可以看出,2005—2015年中国的贸易竞争力(TC)指数均小于0,且波动幅度较大;英国历年的TC指数均大于0,说明其服务贸易竞争优势大;韩国的TC指数近年来有所上升,2012年和2013年的TC指数均

表4 “一带一路”部分样本国家服务贸易竞争力指数

国家	年份										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
中国	-0.034	-0.035	-0.014	-0.037	-0.087	-0.084	-0.104	-0.165	-0.230	-0.235	-0.241
德国	-0.137	-0.107	-0.101	-0.089	-0.058	-0.078	-0.083	-0.085	-0.100	-0.087	-0.072
印度	0.050	0.085	0.104	0.095	0.072	0.010	0.051	0.058	0.081	0.101	0.117
意大利	-0.015	-0.019	-0.046	-0.063	-0.059	-0.057	-0.037	-0.001	0.004	-0.003	-0.006
哈萨克斯坦	-0.566	-0.534	-0.552	-0.447	-0.421	-0.468	-0.433	-0.451	-0.409	-0.336	-0.309
韩国	-0.083	-0.104	-0.085	-0.035	-0.062	-0.079	-0.063	-0.025	-0.030	-0.016	-0.074
马来西亚	-0.053	-0.057	0.007	0.008	0.015	0.030	0.006	-0.033	-0.035	-0.039	-0.069
荷兰	—	—	—	—	—	0.086	0.077	0.082	0.083	0.065	0.068
俄罗斯	-0.168	-0.129	-0.160	-0.152	-0.161	-0.210	-0.224	-0.272	-0.293	-0.296	-0.261
西班牙	0.201	0.197	0.197	0.201	0.224	0.248	0.293	0.311	0.334	0.320	0.290
土耳其	0.399	0.363	0.307	0.342	0.354	0.298	0.326	0.350	0.326	0.348	0.346
英国	0.150	0.171	0.192	0.170	0.180	0.185	0.217	0.225	0.232	0.254	0.245

注:数据根据经济合作与发展组织(OECD)数据库计算而得。

意大利TC指数有所下降;哈萨克斯坦贸易竞争优势较弱,历年TC指数都小于中国;马来西亚的TC指数呈现“先下降后上升再下降”的趋势。从总体来看,我国服务贸易竞争优势较小,欧洲等发达国家的服务贸易竞争力比较强,与中国同属于发展中国家的印度服务贸易竞争优势比较大,中国的服务贸易竞争优势比较弱,与国际竞争水平仍有较大差距。

(二) 地区和行业结构不合理

我国服务贸易发展良好的区域集中于东部,2015年东部地区服务贸易金额占中国服务贸易总额的85%,服务贸易发展势头较好的省(市、区)集中于京津冀地区与长江经济带,中西部地区服务贸易发展较差。从表2中可以看出,中国服务贸易竞争优势集中在传统服务贸易部门,如运输服务、建筑和旅游服务一直占据主导地位,服务贸易结构层次较低,国际竞争力仍然较弱,尤其是现代服务业在国际竞争中还处于劣势地位。

(三) 服务贸易占中国总贸易的比重较低

2013年中国首次超过美国,成为世界第一货物贸易大国。海关总署的统计数据显示,2015年中国仍然是世界第一货物贸易大国,货物贸易长期保持顺差,与货物贸易相比,服务贸易的发展相对落后,在中国贸易总额中的比重一直不高,2000—2014年一直在15%以下,服务贸易处于逆差状态,2015年服务贸易比重上升到约17%。从表5中可以看出,英国、印度和美国的服务贸易比重都在20%以上,中国服务贸易比重低于美国、英国、日本等发达国家和印度。

三、中国与“一带一路”沿线国家和地区服务贸易发展前景

(一) 运输服务

“一带一路”所指的丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路^[3]里程较长,沿线国家和地区众多,随着中国与各国的货物贸易量不断增长,商品流通范围不断扩大,物流、运输服务将迅速发展。国内许多省份和城市如连云港、义乌、重庆等都开通了与“一带一路”沿线国家和地区的运输线路,“一带一路”的建设有利于建立统一的全程运输协调机制,促进商品、货物跨境联合运输。互联互通的

推进将促进中西部地区高速公路、铁路建设和运输基础设施改善,带动中国运输服务出口,中国与沿线国家和地区的国际运输业务将不断扩大,铁路和海路运输服务出口将大大增加,运输服务逆差将逐渐缩小。

(二) 旅游服务

中国与丝绸之路经济带沿线国家和地区的经济、文化交流最早源于西汉时期,如今随着国民生活水平的提高,人们对旅游服务的需求日益旺盛,中国公民出国旅游人数越来越多。中国与“一带一路”沿线许多国家和地区签订了旅游协议,老挝、尼泊尔、越南、文莱、东帝汶、埃及、约旦和马尔代夫等国家对公民实行免签或落地签,方便了中国公民到这些国家旅游。东南亚国家和马尔代夫旅游服务贸易优势较强,也是中国公民出境旅游的重要目的地之一。“一带一路”沿线的国内

表5 服务贸易占各国总贸易比重

年份	国家							%
	德国	印度	日本	韩国	英国	美国	中国	
2000	17.63	26.97	18.65	16.18	26.19	20.14	12.45	
2001	18.14	28.05	19.75	17.97	26.66	20.83	12.60	
2002	18.46	27.68	19.78	17.74	27.72	21.54	12.33	
2003	18.07	27.44	19.04	16.79	29.14	21.23	10.84	
2004	17.50	29.88	19.46	16.51	30.02	21.30	10.57	
2005	17.52	29.65	19.00	16.67	29.29	20.65	10.14	
2006	16.62	30.67	18.02	16.53	28.41	20.64	10.01	
2007	16.59	30.33	18.27	17.55	31.56	21.42	10.56	
2008	16.78	28.50	17.92	17.79	30.75	21.41	10.82	
2009	18.86	29.31	20.97	18.48	33.84	25.28	11.74	
2010	17.34	29.40	17.95	17.18	31.04	23.01	11.10	
2011	16.29	26.36	16.43	15.48	29.90	21.96	10.54	
2012	16.86	26.88	16.66	16.90	29.68	22.10	11.01	
2013	17.54	27.06	17.40	16.91	29.85	22.69	11.67	
2014	18.29	29.27	19.13	16.17	31.85	22.83	12.94	
2015	18.94	29.04	22.75	17.79	34.51	24.08	16.89	

数据来源:根据经济合作与发展组织(OECD)数据库和Wind资讯数据库整理而得。

省份、沿线国家和地区旅游资源丰富,旅游景点较多,如果能够整合这些旅游资源,形成“一带一路”旅游专线,将会大大促进“一带一路”沿线国家和地区旅游项目开发及旅游服务发展。除了鼓励公民出国旅游之外,还要增强与“一带一路”沿线国家和地区的文化交流,加强国内文化资源保护,加大中国传统文化宣传力度,吸引周边国家消费者到中国旅游,缩小旅游服务贸易逆差。

(三)建筑服务

“一带一路”沿线的许多国家如中亚地区国家基础设施建设落后,不能满足其国内经济发展要求,“一带一路”战略的提出,有利于沿线国家和地区公路、铁路、港口、航空中心的建设。“一带一路”为中国企业提供了新的发展机遇,中国的建筑服务比较有优势,近年来中国企业积极“走出去”,在其他国家和地区进行工程建设,取得了较大成就。2015年,中国企业在“一带一路”沿线60多个国家新签工程项目合同金额达到926.4亿美元,占同期中国对外承包工程新签合同额的44.1%,同比增长7.4%。^[4]“一带一路”战略同时推动了中国高铁、核电“走出去”,如中国能源建设集团在“一带一路”区域实施的工程项目超过500个,涉及的领域包括水电、火电、核电、新能源、市政、交通等。

(四)通信服务

“一带一路”区域涉及的国家和地区众多,地理形势各异,各国通信服务水平参差不齐,缺乏统一规划,中国通信卫星技术发展较好,通信技术水平不断提高,通信卫星在国际市场具有较强的竞争力,“一带一路”建设产生了很大的通信服务需求,从而也增加了对中国通信卫星的需求,有利于中国通信卫星技术水平的进一步提升,并将加快中国通信技术自主创新步伐。政府和相关企业已经认识到“一带一路”战略为中国通信卫星带来的机遇,正在对“一带一路”区域通信卫星进行规划和研究。通信卫星的开发为通信装备的发展提供了机遇,华为和中兴是中国通信设备产业“走出去”的代表性企业,华为海外收入占总收入的70%,中兴海外收入占比也超过了50%。毋庸置疑,“一带一路”通信基础设施建设将带动中国通信服务的出口。

(五)保险服务

“一带一路”区域既包括发达国家也包括发展

中国家,新兴经济体和发展中国家占的比重较大,各国各地区之间经济发展水平不同,政治文化存在较大差异,宗教信仰错综复杂,领土冲突不断,企业进行国际经贸合作时面临较大风险,需要保险业提供支撑和保障。随着“一带一路”战略的推进,中国企业境外投资项目不断增多,2014年中国人保集团参与承保的中亚天然气管道C线,中石化哈萨克斯坦KPI石油化工一体化等工程项目,为中国企业跨境项目提供了相应保障,保险服务还可以为企业境外投资项目融资,互联互通建设中需要大量资金支持,保险业可以为港口、航空、园区建设等提供资金支持。

(六)金融服务

中国人民银行的统计数据显示,截至2016年2月,中国人民银行已经与33个国家的中央银行或货币当局签订了本币互换协议,其中“一带一路”沿线国家和地区的比重约为50%。随着“一带一路”战略的提出,人民币跨境使用和流通的范围将逐渐扩大。《2014年全球企业跨境人民币业务调查报告》显示,人民币国际化程度正在不断提高,法国、美国、英国、加拿大、香港和中国台湾对人民币国际化的认同水平都在60%以上,中国香港、新加坡、英国、德国、澳大利亚等离岸人民币市场的发展进一步推动了人民币国际化水平的提高,跨境贸易结算业务量不断增长,2015年人民币跨境贸易结算金额为7.23万亿元,比2014年增长了10.4%。“一带一路”战略的推进为实现区域金融合作创造了有利条件,有利于加快人民币跨境贸易投资产品的开发,拓宽企业资金来源和渠道,加强与沿途国家的金融合作,扩大人民币跨境使用范围,促进中国金融服务发展。

(七)计算机和信息服务

随着中国信息技术水平的不断提高,作为现代服务业之一的中国计算机和信息服务业迅速发展,涌现出了一大批国际企业。“一带一路”沿线的一些发展中国家信息化基础设施较差,^[5]而中国计算机和信息服务优势正在不断扩大,“一带一路”建设为中国计算机和信息服务业提供了良好契机,开拓了新的发展空间,互联互通建设过程中必然会带动计算机和通信服务业的进一步发展,并为相关上下游产业链的发展提供新的机遇。

中国服务外包业务发展迅速。2014年中国服

务外包企业承接离岸服务外包执行额达到559亿美元,占全球服务外包市场的30%,服务外包业务来源国之前集中于美国、日本、欧洲和中国香港,随着中国服务外包国际地位的上升和“一带一路”的建设,可以预见,来自中亚、中东、东欧等“一带一路”沿线国家和地区的服务外包业务将迅速增加。根据商务部统计数据,2015年中国企业承接“一带一路”沿线国家和地区服务外包执行金额达到121.5亿美元,同比增长23.4%。2016年1月合同金额达到77.4亿元,同比增长31.6%,其中承接东南亚国家服务外包合同金额为44.5亿元,同比增长29.5%;承接西亚北非国家服务外包合同金额15.6亿元,同比增长132.5%。^[6]

(八) 技术专利使用费和特许费服务

技术专利使用费和特许费服务贸易长期处于逆差状态,这反映出当前我国技术专利使用进口量超过出口量的事实,而这也是中国高新技术发展水平较低的结果。“一带一路”的建设推动国内对技术专利和知识产权的保护,不断完善相关法律法规。“一带一路”建设将促进国内比较劣势产业转移出去,注重提高知识产权和技术专利效益,带动国内产业结构升级,提高国内产业创新和研发水平。中国与中亚国家的农业合作不断增多,因此要增强对农业技术专利和农产品商标的保护和运用,在“一带一路”建设过程中,其他发展中国家对中国先进技术专利的使用将增加技术专利使用费服务出口。

四、借力“一带一路”发展中国服务贸易的对策

(一) 加强“一带一路”区域合作,促进服务贸易优势部门发展

服务贸易是服务产业参与国际分工的具体体现。^[7]中国服务贸易优势集中在传统服务贸易方面,如运输服务、建筑服务等,中亚国家基础设施不完善,互联互通是“一带一路”建设的重点之一,中国企业需要抓住发展机遇,促进运输和建筑服务贸易发展。同时,“一带一路”建设拓展了中国服务外包行业的发展空间,为其提供了更广阔的平台和更有利的机遇,“一带一路”沿线省(市、区)尤其是中西部地区应抓住机遇,积极承接服务外

包业务,促进服务贸易发展。基础设施互联互通是“一带一路”建设的优先领域,“一带一路”战略大大促进了中国建筑服务走出去,带动铁路、公路、基建等企业对外承包业务,亚投行为“一带一路”建设调动可用资金,推动储蓄向实体投资转化,^[8]丝路基金作为先导基金,可以更快地运作和推进“一带一路”项目建设。^[9]

(二) 加快中西部服务贸易发展,改善地区服务贸易发展不平衡状况

中国服务贸易发展较好的省份集中于东部地区,中西部地区地理位置偏向内陆,经济基础薄弱,经济发展水平偏低,服务贸易发展缓慢。“一带一路”战略的实施有助于进一步提高中西部地区的对外开放度,促进中西部地区的跨境合作,推动服务贸易发展,“一带一路”为中西部地区与中亚、东欧国家合作搭建了好的平台。2016年2月14日,国务院决定开展服务贸易创新发展试点,其中包括两江新区、贵安新区和西咸新区三个西部国家级新区,国家和各级政府给予服务贸易创新试点相关政策支持,设立服务贸易创新发展引导基金,为试点地区的中小企业提供资金支持。^[10]服务贸易试点有利于促进中国服务贸易发展,为西部服务贸易发展提供便利条件,服务贸易试点与“一带一路”共同推进中西部服务贸易发展进程,改变中西部地区在服务贸易中的弱势地位。

(三) 加快人民币国际化进程,推动金融服务贸易发展

2015年10月8日人民币跨境支付系统成功上线运行,进一步推动人民币在世界范围内使用。2015年12月1日,人民币加入国际货币基金组织特别提款权(SDR),人民币的国际认同度不断提高,为中国企业跨境投资和货币结算提供了极大便利。人民币国际化程度的提高,有利于国际金融机构的建立,促进金融服务贸易的发展。随着中国金融市场的改革,金融机构在市场准入、业务范围等方面限制的减少,更多的外资银行将进入中国市场,“一带一路”建设有利于促进中国金融市场改革和人民币国际化^[11],自贸区和“一带一路”建设将加快中国金融体系改革,促进金融市场完善,鼓励国内银行为企业跨境贸易与投资提供资金支持,推动中国银行企业“走出去”。

(四) 提升服务贸易竞争力,扩大旅游服务贸

易出口

中国旅游服务贸易发展迅速,东南亚国家、南亚国家和欧洲国家都是出国旅游的热门目的国。相比出境旅游,中国吸引的国外入境旅游人数较少,自2009年以来,旅游服务一直呈现逆差状态,2014年旅游服务贸易逆差达到1 079.46亿美元,是中国服务贸易逆差的最大来源。事实上,中国历史文化悠久,旅游资源丰富,但由于诸多原因并没有形成优势明显的国际旅游竞争力。因此,中国旅游服务业要形成合力,从提升竞争力角度出发抢抓“一带一路”机遇,从供给侧角度入手完善中西部旅游景点的基础建设,凝练文化历史内涵,提升旅游商品品质,加大“一带一路”沿线景点宣传力度,提高“一带一路”旅游景点影响力和竞争力,最终吸引更多的国外游客来国内旅游、消费,从而扩大旅游服务贸易出口。

参考文献:

- [1]商务部.中国对外贸易形势报告(2016年春季)[EB/OL]. (2016-05-10)[2016-05-15].<http://zhs.mofcom.gov.cn/article/cbw/201605/20160501314656.shtml>.
- [2]邹嘉龄,刘春腊,尹国庆,等.中国与“一带一路”沿线国家和地区贸易格局及其经济贡献[J].地理科学进展,2015(5):598-605.
- [3]郭芳,谢玮.“一带一路”:新全球化时代的经济大动脉[J].中国经济周刊,2014(32):56-58.
- [4]商务部.2015年与“一带一路”相关国家经贸合作情况[EB/OL]. (2016-01-26)[2016-02-01].<http://fec.mofcom.gov.cn/article/fwydyl/tjsj/201601/20160101239838.shtml>
- [5]程昊,孙九林,董锁成,等.“一带一路”信息化格局及对策[J].中国科学院院刊,2016(6):656-661.
- [6]商务部.1月份服务外包市场亮点多[EB/OL]. (2016-02-23)[2016-03-07].<http://tradeinservices.mofcom.gov.cn/a/2016-02-23/285453.shtml>
- [7]李钢,李俊.中国服务贸易的未来竞争优势——基于比较优势动态的分析[J].人民论坛·学术前沿,2015(5):64-73.
- [8]赵钊.亚投行是“一带一路”战略的重要支柱[J].国际融资,2015(5):24-26.
- [9]张建平,刘景睿.丝路基金:“一带一路”建设的启动器[J].国际商务财会,2015(3):9-13
- [10]国务院.国务院关于同意开展服务贸易创新发展试点的批复[EB/OL]. (2016-02-25)[2016-03-10].http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-02/25/content_5046212.htm.
- [11]韩玉军,王丽.“一带一路”推进人民币国际化进程[J].国际贸易,2015(6):42-47.

责任编辑:林英泽

Explore China's Service Trade Development under the Background of the Belt and Road Initiative

SONG Xiao-dong

(Shenzhen Academy of Governance, Shenzhen, Guangdong518040, China)

Abstract: The position of service industry in national economy is continuously rising; service trade has become one of the new economic growth points for China's international trade development; and the Belt and Road initiative has brought China's trade service development with new opportunities. Among countries and regions along the Belt and Road, though the size of China's service trade is larger, there are still some problem with that, such as the low level of openness and the difference in trade competitiveness among different industries; and in the future, there are so many opportunities for China's service trade in terms of transportation, construction, communication, finance, and so on. At present, we should promote the development of service trade in some industries with advantages, promote the development of service trade in central and western regions, accelerate RMB internationalization, and improve the competitiveness of service trade.

Key words: the Belt and Road; service trade; trade competitiveness; comparative advantage