

<https://doi.org/10.52288/jbi.26636204.2019.10.02>

增加值視角我國服務出口貿易的結構特徵及國際比較 The Structure Characteristics and International Comparison of China's Service Export Trade from the Perspective of Value-added Trade

劉莉^{1*}

Li Liu

盛厚欽²

Hou-Qin Sheng

摘要

本文基於增加值統計方法，對我國服務出口貿易中的直接出口和間接出口重新進行計算，並通過國際比較，考察我國服務出口貿易的規模發展和結構變遷的特徵，得到以下主要結論：考慮到間接出口的存在，我國服務出口貿易的能力被低估；與其他經濟體相比，我國服務間接出口對製造業嚴重依賴，農業和採礦業對服務業間接出口的拉動作用十分微弱；服務業直接出口的占比偏低且持續下降；製造業、農業和採礦業中進口的國外服務增加值比例相對高，國內服務增加值占比有所上升，但是仍然有很大提升空間。

關鍵字：增加值視角、服務業的直接出口、服務業的間接出口

Abstract

The article is based on the value-added trade statistical methods to recalculate China's service export trade, including direct export and indirect export. With international comparison, we examine the scale of value-added export trade in services and the characteristics of the structure change. We get the following main conclusions: considering the existence of indirect export, export trade in services has been underestimated. Compared with other economies, China's indirect export of services is heavily dependent on manufacturing industry, while agriculture and mining industries have played very weak role in indirect export of services. The proportion of direct exports of services in value-added export trade in services is low and falling. The proportion of foreign service value-added in manufacturing, agriculture and mining industries are relatively very high, while the proportion of domestic service value-added has increased, but there is still a lot of room for them to improvement.

Keywords: Value-added Perspective, Direct Export of Services, Indirect Export of Services

¹ 廈門大學嘉庚學院國際商務學院副教授 liuli101@xujc.com*通訊作者

² 中山大學資料科學與電腦學院資訊與計算科學本科生

1. 引言

當一國服務業增加值占比和就業人數占比居於絕對優勢以後，一國的經濟變為服務經濟結構。2017 年我國服務業占比 51.6%，無論從增加值還是勞動力占比角度，服務業無疑已經是我國的主導性產業。但從國際競爭力的角度來看，與我國的經濟實力和國際地位極不相稱的連年服務貿易逆差，導致我國服務貿易的國際競爭力處於不利地位，我國從服務貿易大國到服務貿易強國的道路仍然任重道遠。

實際上服務業與製造業具有不同的特徵，製造業生產出許多的最終消費品，而許多服務業如研發、諮詢、管理等生產者服務業都具有中間品特徵，都是作為製造業等有形產品的投入品，被包含在有形產品的最終價值之中。因此，這部分“隱含”在有形產品出口之中的服務貿易，並不被記錄在以總貿易額為統計口徑的傳統服務貿易資料之中，也被稱為服務貿易除了跨境交付、過境消費、商業存在和自然人流動四種服務貿易總協定（GATS）定義模式之外的“模式5”，或者是服務貿易的“隱形”出口，實質上屬於服務貿易的“間接出口”。服務貿易除本身跨境流動外的主要管道，就是包含服務的商品跨境流動（Grubel, 1987）^[1]。

20世紀90年代以來，由於資訊技術的革命和新技术的廣泛運用，越來越多的服務環節得以從原來的產品生產中被“解綁”出來，不斷地加入到全球價值鏈的生產體系之中。從傳統呼叫中心、資料錄入等商業後臺的運營環節，到越來越核心的研發和產品開發，以及新興的大資料、雲計算等資訊技術服務類（ICT）等核心和高附加值環節，都不斷地通過外包，從傳統的生產體系中分離出來專業化生產後，再通過貿易的方式進入全球價值鏈的體系之中。越來越多的專業化服務投入品出現的原因在於：(1)規模經濟以及更為專業的服務投入，使整個的製造業生產變得更為迂回，勞動生產率得以提高；(2)可以吸收外部技術進步的成果，服務投入品越來越多地承載著傳輸和擴散技術進步的職能；(3)定制服務元素的加入可以使製成品更為個性化和差異化。最終產品中所包含服務投入品的種類可謂多種多樣：既包括傳統的“粘合劑”，如跨境物流、金融服務，也包括越來越重要的商務行銷活動，還包括全球研發中心、全球事業部等價值鏈的研發和管理部門，以及新興的大資料、資料處理與傳輸等資訊技術服務類。凝結著新技术的服務投入品在越來越由消費者定義價值的市場中具有重要的競爭價值，比如大資料結合資料分析，可以說明企業觀察用戶行為，並隨之調整產品，使之在到達最終客戶前就得到價值提升。服務投入品在製造業的價值提供中不斷上升，為競爭價值重要來源的過程，被人們稱做製造業的服務化（Servicification of manufacturing, Servicizing, Manuservice）。

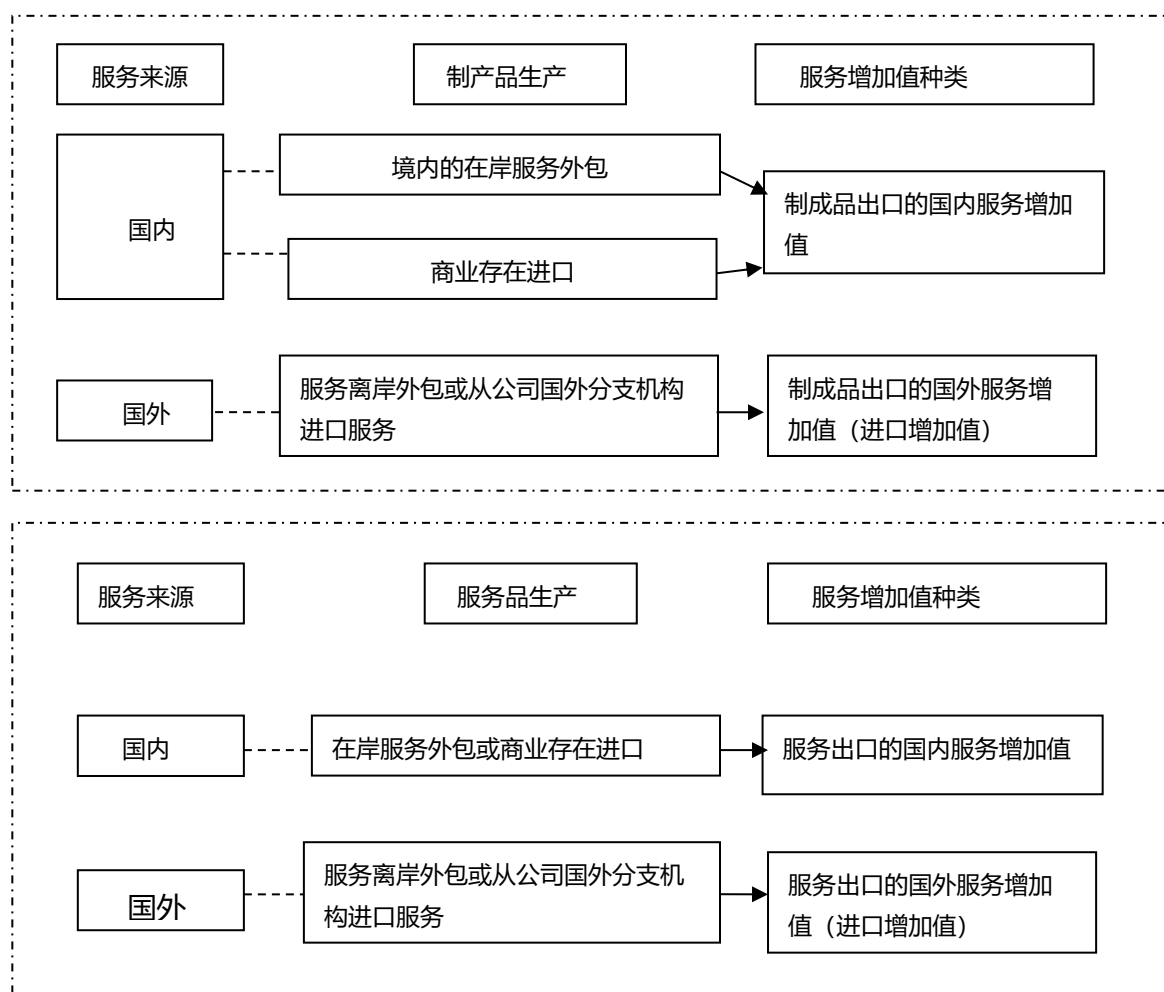
隨著碎片化後重新進入全球價值鏈體系的生產方式變得普遍，使用傳統角度以進出口的總價值為核算標準的統計資料和指標，已經不能準確反映貿易規模和結構的實際變化，對以眾多投入品為主要特徵的服務貿易來說更是如此。全球價值鏈時代，服務產品的跨境交易實際上存在兩大類途徑：一是服務產品的直接貿易，包括服務貿易總協定（GATS）中定義的過境交付、跨境消費、商業存在和自然人流動四種模式；另一種則是服務產品的間接貿易形式，即通過進入製造業或農業、採礦業等有形產品的價值鏈出口實現的跨境流動。隱含在有形產品出口之中的服務出口，被一些學者形容為“盒子裡的服務貿易（services trade in a box）”，甚至是服務貿易的“模式5（mode 5）”。服務業通過有形產品的跨境流動而實現的間接出口，在全球價值鏈廣泛發展，而我國深度參與的時代是不可忽視的重要存在。

2. 增加值口徑的統計方法及文獻

關於服務貿易的統計，國際社會傳統採用的是對交易標的總價值進行統計的方式，這種統計方式基於國際收支平衡表（BOP統計，主要適用於模式1、2、4的統計）和外國附屬機構當地服務銷售的統計（FATS統計，主要適用於模式3）的“二元”模式，基本覆蓋了GATS定義的服務貿易的四種模式，但不能統計包含在有形產品的跨境流動中的服務產品間接出口部分。由於全球價值鏈時代，服務產品間接出口的規模巨大，因此傳統的服務貿易統計顯然嚴重低估了一國和世界服務產品的實際出口額，這也是解釋20世紀80年代以來，服務業增加值在世界各類型國家的經濟總量中，占比都在不斷攀升，以及服務的可貿易性不斷增強的情況下，服務出口占世界貿易的比例卻在相當長時期圍繞20%上下波動的重要原因。根據UNCTAD（2013）的估計，如果按照將製成品出口中所含的服務價值也計算在內（不包括製造企業邊界內部提供的服務）的增加值計算方法，早在2010年的服務出口總額就可以占到世界貿易的46%，遠超過按照總價值口徑計算的20%。

傳統的貿易統計方式在全球價值鏈的分工體系下的不適用性導致的“統計幻象”問題，自2011年以後得到國際社會的廣泛關注。在全球價值鏈的分工中，主要出口勞動密集型商品的國家雖然出口的是完整的產品，統計的出口額大，但是這些國家只完成的是勞動密集型產品中的加工裝配環節，這一環節創造的價值增值較少，因此它們獲得的貿易利益與貿易順差額極不匹配。OECD和WTO提出了增加值貿易（Trade in Value-added）的概念，旨在全球價值鏈背景下，將傳統的貿易統計理念引向一個更加符合“碎片化”國際分工的貿易利益統計上（潘文卿等，2015）^[2]。增加值貿易的實證研究最早來自於Hummels et al.（2001）^[3]關於垂直專業化的衡量，他們用進口中間品占總出口的比重，計算出口的外來附加值（VS指數），來衡量一國垂直專業化的程度，這就是HIY方法。VS指數的計算中強調了總出口中的國內和國外兩類增加值來源，由於該方法存在未考慮出口中的加工貿易和轉口貿易，以及局限於一國的投入產出表分析等問題，Koopman et al.（2012）^[4]通過構建全球多部門投入產出資料庫，將國內增加值統計從單一國家拓展至地區乃至全球。同時根據增值出口的目的地對國內增加值進一步細分，多層次地對一國貿易中的國內與國外增加值進行估算，這就是KPWW法。具體來說，該方法將出口分解為國內增加值出口和國外增加值出口兩部分（國內增加值會增加該國的GDP總量，而國外增加值不會），再根據國內增加值出口的目的地以及最終產品還是中間品，將國內增加值進一步劃分為直接用於進口商消費的最終產品和服務、用於進口商生產國內所需的中間品和用於進口商生產第三國所需的中間品。

目前常用的OECD-WTO的TiVA資料庫使用的就是上述方法。增加值方法衡量的一國服務出口可以分為直接出口和間接出口兩部分，即服務品出口中的國內服務增加值和物化在貨物出口中的國內服務增加值。而服務品出口中的國外服務增加值和物化在貨物出口中的國外服務增加值，則對應的是本國價值鏈生產時進口的服務。傳統按總價值統計的貿易資料中，也將價值鏈進口計算在本國的出口總額之中，這是誇大中國對美國出口順差額的重要原因。而在增加值核算體系中，按照國別來源將投入品分為國內增加值和國外增加值兩部分，只核算本國國內增加值的部分，顯然更為準確地衡量了貿易規模。製成品價值鏈和服務價值鏈包括的服務投入和對應的增加值種類如圖1所示。圖1中製成品出口的國內服務增加值（服務的間接出口）和服務出口中的國內服務增加值（服務的直接出口）都屬於本國服務出口，而製成品和服務品生產中使用的國外服務增加值都屬於本國的服務進口。



參考資料: 本文自行整理

圖 1. 價值鏈中的服務投入及其增加值貿易的種類

衡量價值鏈的增加值貿易統計得到廣泛的使用，產生了數量眾多的研究成果。祝坤福等（2013）^[5]認為中國對外貿易中加工貿易的比例大，出口帶來的國內增加值低，因此準確測算中國出口貿易的國內增加值，對正確理解中國對外貿易的利益格局、把握對外貿易在經濟增長中發揮的作用和地位具有重要意義。在增加值基礎上，對2002-2007年中國出口的國內增加值進行了測算，認為2002-2007年中國出口的國內增加值增長主要依靠總出口規模的擴大，今後隨著中國出口增速的下滑，今後中國出口對國內經濟的拉動作用將更多地依賴國內增加值率的提升。劉琳（2015）^[6]基於增加值貿易視角，測度了中國整體及低、中、高三類技術製造業行業參與全球價值鏈的程度，及其在國際分工中的地位。研究表明，1995~2011年間中國參與全球價值鏈的程度逐年增強，加入WTO更是加速了中國融入全球價值鏈的進程。中國整體處於全球價值鏈的下游位置，在國際分工中的地位較低；中高技術製造業的國際分工的地位在波動中下降，但是低技術的製造業的國際分工提升穩定並向上游靠近。

基於增加值貿易的計算方法，也有國內學者對我國服務貿易的競爭力狀況重新進行了測算。李玉峰與張志明（2015）^[7]利用OECD資料庫的增加值資料，計算了2000-2009年我國服務貿易的顯示性比較優勢（RCA），並同基於總出口資料的測度結果進行了分析比較。結果發現我國整體服務業的真實貿易順差被低估，而真實的貿易逆差則被高估。2000年以來我國整體服務貿易的國際競爭力呈現先降後升態勢，其中批發零售與住宿餐飲業的國際競爭力排名最靠前，而金融業和運輸、倉儲與郵政通信業國際競爭力排名最靠後。郭晶與劉菲菲（2015）^[8]則基於增加值視角綜合考察了服務業的直接出口和間接出口，對國際競爭力指標進行了修正並進行重新估算，得出主要的結論包括：由於未剔除進口中間投入的影響，傳統的國際競爭力指標高估了中國服務業直接出口的國際競爭力，由於未包括物化在製造業出口中的服務業間接出口，傳統的國際競爭力計算低估了中國服務業整體的國際競爭力。閔雲鳳（2018）^[9]基於增加值貿易方法，對中美服務業在全球價值鏈中的地位和競爭力進行比較，結果表明中國整體服務業在全球價值鏈中的地位比美國低，在局部細分行業GVC的地位指數高於美國。

可見，基於增加值視角的貿易統計方法可以更準確衡量在價值鏈分工體系下的實際貿易狀況。不過現有的文獻缺乏從增加值視角對我國服務貿易的結構性變遷的考察，並且現有文獻的服務間接出口貿易無一例外都只考察了製造業，未考慮農業和採礦業出口帶動的服務間接出口。因此，本文將在增加值統計體系中，分解我國服務貿易的直接出口和間接出口的構成，並將間接出口的來源包含有形生產的所有部門，結合國際間比較，描述與刻畫我國服務出口貿易的結構變遷特徵與不足，為增加值視角下我國服務出口貿易的發展提供有益思路和建議。

本文將使用以下主要指標來分析增加值視角各經濟體服務出口貿易的構成：第一，服務的直接出口，量化衡量的指標是服務業出口中所包含的國內服務增加值，用每個年度服務業的總出口乘以該年份的國內服務增加值比重（services value added content of total exports）計算得出；第二，服務的間接出口，主要考察的是隱含在有形商品出口中的服務間接輸出，該資料由三部分加總構成，分別是製造業出口中的國內服務增加值，農業、狩獵、林業、漁業出口中的國內服務增加值和採礦業出口的國內服務增加值，由每個年度該部門的總出口額乘以該行業中國內服務的增加值比重分別計算得出。資料獲取來自OECD-WTO的TiVA資料庫。計算期為2000年至2014年，該時期既見證了新世紀以來我國服務貿易的蓬勃快速發展，也經歷了金融危機後的貿易動盪和衰退，同時也是跨國公司的價值鏈生產體系深入發展與重構的重要時期。通過對該時期資料的考察，可以看到全球價值鏈的深入發展對我國服務貿易發展的結構性影響和普遍特徵，以及變化的大致趨勢。

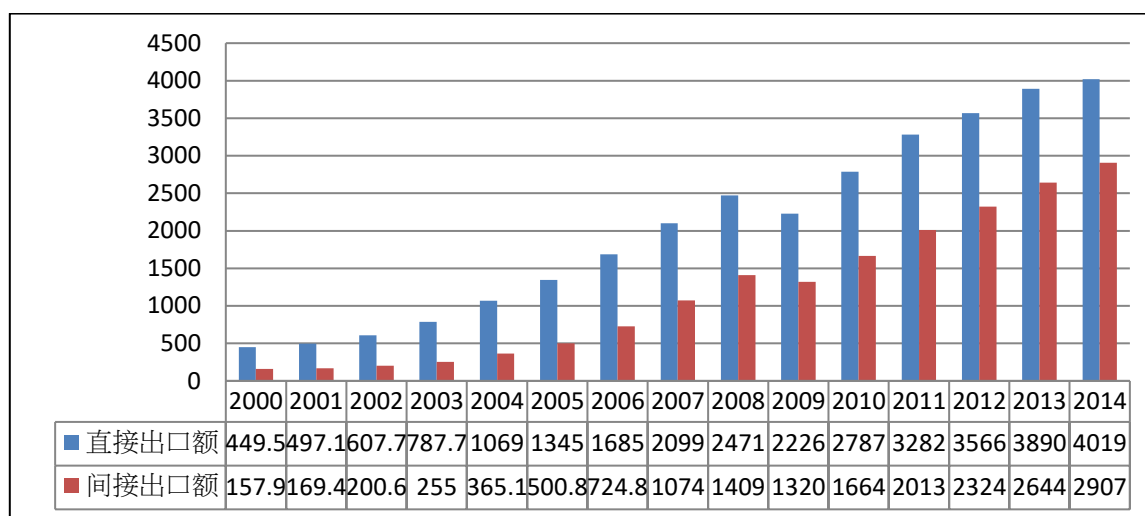
3. 增加值視角我國服務出口貿易的結構變化特徵

增加值視角下我國服務貿易發展和實際出口的情況究竟如何？通過對增加值統計口徑貿易數額的重新計算，我們可以得到以下我國服務出口結構變動的主要趨勢。

3.1 新世紀以來我國的直接和間接服務出口，在規模上都得到很大的發展，傳統統計方式低估了我國服務出口的實際能力。

2000年以來我國服務貿易取得了很大進步。圖2顯示出了2000-2014年間增加值視角的我國服務直接出口和間接出口，在總體上都保持了大幅增長的態勢。2014年

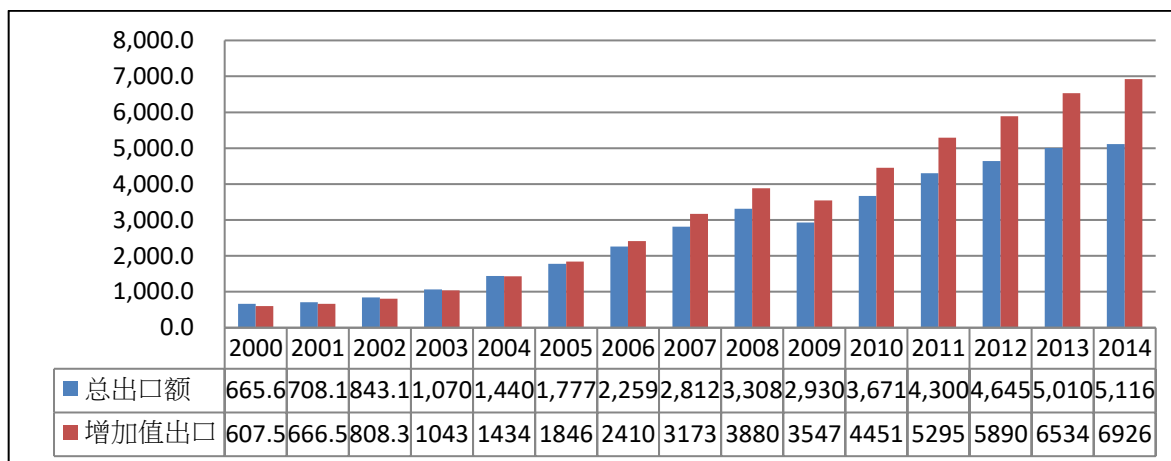
服務的間接出口和直接出口的規模分別是2000年的18.5倍和8.9倍，間接出口和直接出口的年均增長率為13%和6%。除了金融危機對2009年服務的直接和間接出口都造成了比較明顯的負面影響之外，其餘年份都保持了平穩快速的增長趨勢。



資料來源：根據 OECD-WTO 的 TiVA 資料中資料經作者計算所得（以下圖表資料來源相同），具體網址：<https://stats.oecd.org>。

圖 2. 2000-2014 年增加值視角我國服務業的直接和間接出口額
(單位：億美元)

圖 3 的資料進一步比較了傳統統計方式的總出口額和增加值統計計算得出的我國服務出口額的差別。2000-2014 年兩種統計口徑計算的我國服務出口規模都實現大幅增加，但是增加值統計口徑中的服務出口規模增加得更快，例如在 2000 年時，總值統計的我國服務出口額是增加值統計額的 1.1 倍，而到了 2014 年，增加值統計口徑的服務出口額是總額統計口徑的 1.35 倍。兩者之間最主要的差距來自於隱含在製造業出口的國內服務增加值部分，由於這段時期中我國製造業出口規模和製造業使用國內服務增加值占比的雙雙上升，隱含在製造業出口中的服務間接出口規模十分顯著地增長，從 2000 年的 152.5 億美元上升到 2014 年的 2,887.2 億美元。2014 年，隱含在製造業出口中的服務出口占我國增加值統計口徑的服務出口總額已經超過 40%。如此巨大的服務間接出口規模的存在，使得增加值視角下我國服務出口規模上升更為顯著。根據圖 3 的資料也可以看出，從 2005 年起，增加值統計口徑的服務直接和間接出口總額，超過傳統統計口徑的服務出口額，並且兩者之間的差距加大。因此，傳統貿易統計顯示的我國服務業的出口規模和能力，相對於增加值統計視角的規模被低估。

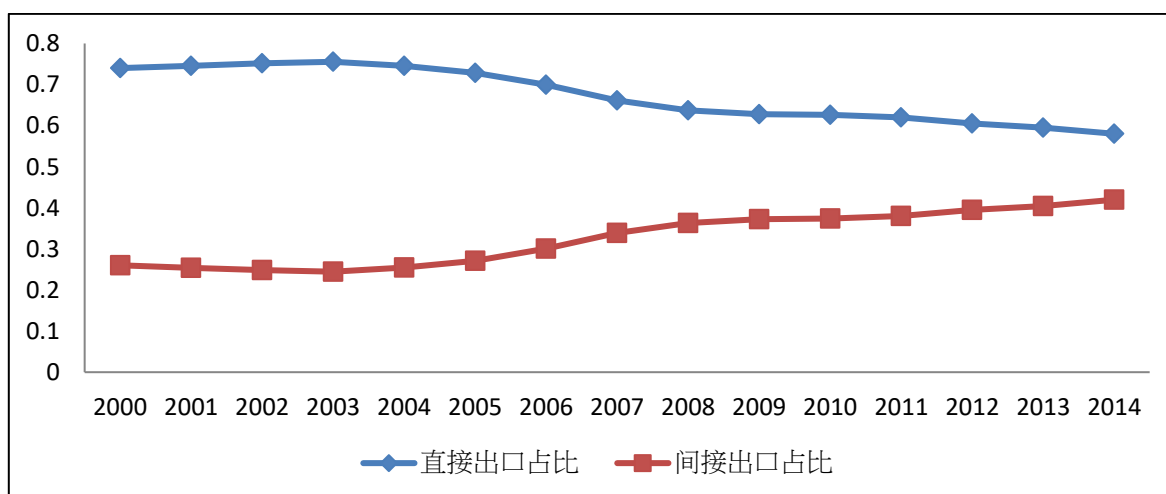


資料來源：根據 OECD-WTO 的 TiVA 資料中資料經作者計算所得

圖 3. 2000-2014 年我國服務業出口總額和增加值出口額的對比
(單位：億美元)

3.2 在增加值統計資料體系中，相較於直接出口方式，我國服務業的間接出口規模上升快；相較於間接出口，我國服務業的直接出口占比高。

增加值統計口徑所得的資料中，可以看到我國服務業的直接出口規模在各年份都超過間接出口規模。例如在 2014 年，我國有形產品出口中隱含的國內服務額為 4,018.6 億美元，占增加值出口總額 6,926.1 億美元的 58%。可見即使是在增加值視角下，服務業的直接出口仍占我國服務出口總額的絕對多數，直接出口仍然是我國服務業出口占比最大的方式。但是，由於直接出口和間接出口的增長速度並不平衡，間接出口規模的上升速度更快，導致增加值統計中我國服務的間接出口占比持續上升，兩者占比的差距不斷在縮小，間接出口對於我國服務業出口的貢獻越來越居於十分重要的地位。



資料來源：根據 OECD-WTO 的 TiVA 資料中資料經作者計算所得

圖 4. 增加值出口總額中直接出口和間接出口占比

由圖4所顯示的資料可以看出，我國服務的間接出口占比從2000年的26%一直增加到2014年占42%，越來越成為增加值視角我國服務出口的重要方式。這一方面反映出我國價值鏈分工的日益專業化和細化，服務環節進入製造業等有形產品的價值鏈體系越來越普遍和深入；另一方面也反映出有形產品的出口對於服務業出口的間接拉動作用日益巨大。對於已經成為製造業第一大國的我國來說，通過細化價值鏈分工，融入更多的服務環節，不僅可以提高我國製成品出口的複雜度，促進先進製造業的發展，也有利於現代的生產者服務業的跨越發展。國內學者胡景岩很早就意識到往往貨物貿易的附加值越高，含高附加值的服務貿易就越多（胡景岩，2008）^[10]，認為任何貨物貿易都離不開服務貿易，服務貿易往往處於價值鏈的高端，兩者的增長速度和附加值分佈都呈現明顯的正相關性。

3.3 增加值視角我國服務的間接出口構成中製造業佔據絕對份額，農業等其他行業帶動的服務出口比例甚小。

增加值視角的服務間接出口由製造業出口中所含國內服務，農業、狩獵、林業和漁業出口中所含國內服務和採礦業出口中所含國內服務三部分構成。表1描述了在2000-2014年間我國服務的間接出口構成。

表 1. 我國服務間接出口的構成（單位：%）

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	96	96	96	97	98	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
2	1.8	1.7	1.6	0.8	0.7	0.5	0.5	0.4	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4
3	1.6	1.6	1.4	1.2	1.3	0.9	0.6	0.7	0.5	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3	0.2

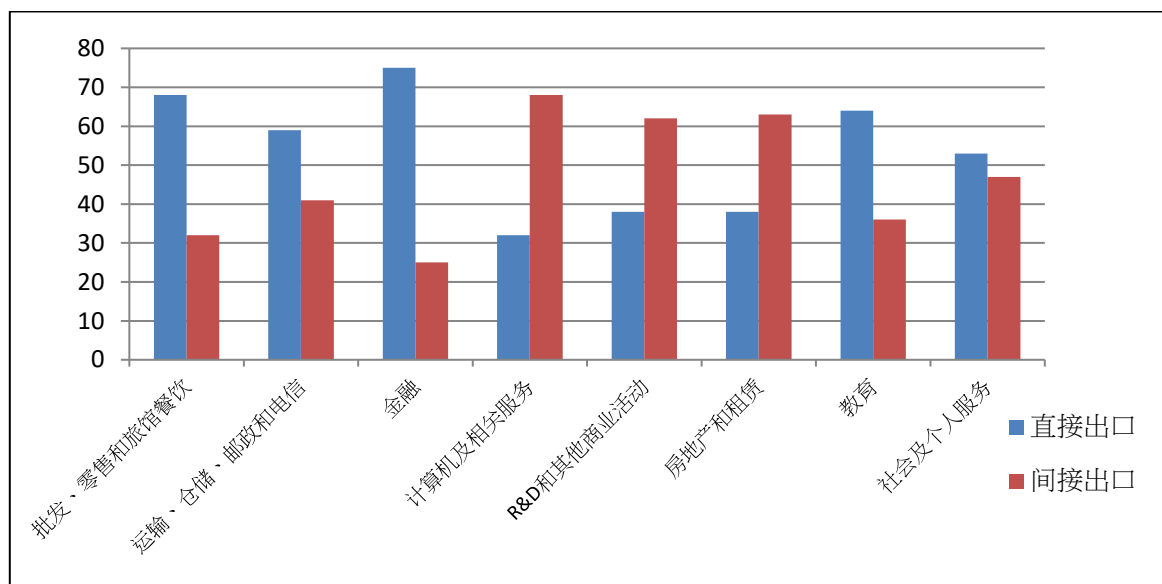
注：1 為製造業的間接出口服務占比；2 為農業、狩獵、林業和漁業的間接出口服務占比；3 為採礦業的間接出口服務占比。

由表1的資料可見，在我國增加值口徑中，服務間接出口的三部分構成，製造業幾乎佔據了間接出口的全部。對於我國來說，服務的間接出口幾乎全部都是通過製造業出口進行的，從比例上來看，其他行業的所含間接服務出口似乎可以忽略不計。這種現象可以從兩個主要方面進行解釋：一是我國農業和採礦業等行業的總體出口規模偏小，如2014年我國農業、狩獵、林業和漁業的總體出口規模只有131.1億美元，是2000年的3.4倍；2014年我國採礦業的出口規模為56.6億美元，是2000年的1.35倍，與製造業2014年17,969.3億美元的出口規模相比金額非常有限，因此對服務出口的帶動作用弱；二是在三個產業大類中，國內服務增加值的占比也有所不同，2000年到2014年，製造業的國內服務增加值從8.1%上升到16%，而農業、狩獵、林業和漁業的國內服務增加值占比只是從7.6%上升到9.6%，採礦業的國內服務增加值占比從6%上升到13%。我國農業的國內服務增加占比偏低，是宏觀上農業發展服務要素投入不足的反映。隨著未來我國精準扶貧戰略和農業農村振興計畫的深入推廣和實施，農業發展所需要的技術支援、電商零售和物流服務等服務的投入加大，該比例存在較大的上升空間和可能。

3.4 我國服務業直接和間接出口的重要性存在著部門差異。

根據OECD-WTO的TiVA資料庫所提供的投入產出資料，我們計算了有代表性的若干服務業的直接出口，和包含在有形產品出口中的間接出口資料，計算結果如圖5所示。根據從圖4的對比來看，我國以直接出口為主的服務業部門包括：批發、零售和旅館餐飲服務業，運輸、倉儲、郵政和電信業，金融、教育、社會及個人服

務業。這些產業多是商業服務業和個人服務業，提供的主要是最終消費品，可見這類服務的直接出口仍是主要的出口方式。以間接出口方式為主的服務業部門有：電腦和相關服務，研發R&D和其他商業活動，房地產、租賃和商業活動。尤其是電腦和相關服務業的間接出口規模已超過直接出口的2倍水準，因此，對這類以提供中間投入品為主要特徵的服務部門來說，通過融入製造業等有形產品的價值鏈而實現間接出口是進行跨境傳輸的主要方式。



資料來源：根據 OECD-WTO 的 TiVA 資料中資料經作者計算所得

圖 5. 2014 年我國若干服務業的直接出口和間接出口占比情況
(單位：%)

4. 全球價值鏈時代我國服務出口貿易結構特徵的國際比較

為更清晰地顯示我國增加值視角的服務出口貿易特徵，我們選取了美國、歐盟中的英國和德國、亞洲的日本、香港、印度等經濟體的服務出口情況來進行對比分析。美國和歐盟是世界上服務貿易發展水準最高和最具代表性的地區，20世紀90年代以來知識經濟時代的空前繁榮，歐盟和美國在服務部門中的優勢地位此升彼降、相互交替，英國是歐盟地區中服務貿易競爭力水準最高的國家。德國是傳統的製造業大國，但是由於其歐盟中央銀行總部所在地的身份，使其傳統的金融等服務業的國際化水準得到促進，在服務貿易領域的競爭力也日趨上升。香港的服務貿易發展具有悠久的歷史和極強的競爭力，經過多年的發展早已打造出以金融、航運、旅遊、專業服務為等服務業占突出地位的經濟模式。而印度則與中國同屬發展中大國，但選擇的發展路徑卻有所不同，20世紀90年代以來的印度的“服務業革命”不僅大量彌補其國際收支逆差，增加了就業，並且在服務外包的浪潮中大展身手，使其成為除了美國外，在承包領域極具國際競爭力的國家，具有發展中國家服務業發展的領先水準。日本是傳統的製造業出口強國，近些年來，通過對服務業和新科技發展的支持政策，在研發等技術密集型領域服務業的競爭能力上升顯著。與這些經濟體服務貿易發展的同類指標對比，可以更清晰地看出我國在服務貿易領域的優勢和差距。

4.1 增加值統計口徑服務業出口規模的對比中，美國具有更強的絕對優勢，中國與美國在服務出口規模上的差距在縮小。

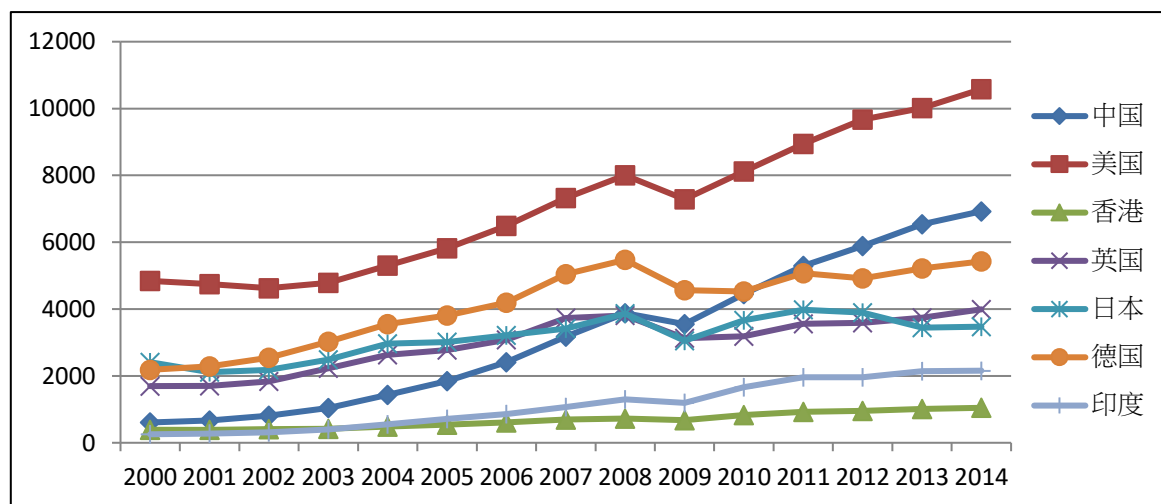
根據增加值統計方法所計算得出的服務出口貿易資料，美國的服務出口規模遙遙領先。增加值視角下美國的出口規模2013年就已經超過1萬億美元，也超過傳統統計方式的服務出口額，因此根據增加值統計規則計算的美國服務的出口能力更為強大。增加值統計中，中國的服務出口貿易規模居於第二位元，2014年約為美國服務出口規模的65%。第三位元是德國，德國2014年的出口規模為5,424.52億美元。雖然名次與傳統統計的結果相同，但這三個國家增加值統計的服務出口貿易規模都比傳統統計口徑大，分別是傳統統計口徑的1.3、1.35和1.48倍。增加值統計口徑的中國與美國的服務出口貿易規模的差距在縮窄，2000年時增加值視角我國服務出口的規模大約只是美國的12%。

表 2. 2014 年增加值視角各經濟體的服務出口規模（單位：億美元）

	美國	中國	德國	英國	日本	印度	香港
直接出口	7,208.1	4,018.67	3,157.5	3,072.4	2,036.53	1,559.0	1,007
間接出口	3,371.3	2,907.43	2,267.05	920.03	1,437.29	597.05	39.10
增加值總出口	10,579.4	6,926.1	5,424.52	3,992.38	3,473.82	2,156.04	1,046.10

資料來源：根據 OECD-WTO 的 TiVA 資料中資料經作者計算所得

從增長速度來看，中國是七個經濟體中服務出口貿易規模增長最為迅速的（具體資料請參見圖 6）。2014 年中國的服務出口規模是 2000 的 11.4 倍。其次是印度，2014 年的服務出口規模是 2000 的 8.5 倍，香港是 2.6 倍，德國為 2.5 倍，英國為 2.3 倍，日本為 1.4 倍。增加值視角美國 2014 年的服務出口規模雖然僅是 2000 年的 2.2 倍，但是由於初始規模大，美國 14 年間的服務出口貿易的增長規模蔚為可觀，淨增加 5,738 億美元。



資料來源：根據 OECD-WTO 的 TiVA 資料中資料經作者計算所得

圖 6. 2000-2014 年各經濟體增加值視角的服務出口規模
（單位：億美元）

由於中國的增長速度更快，因此在這段時期，增加值視角的中國與美國服務出口規模的差距在縮小。自 2011 年起，中國超過德國成為服務出口的第二大國，但是在同一時期，美國與其他經濟體在增加值視角的服務出口規模上的差距被拉大，如德國與美國服務出口的差距由 2000 年的 2,660 億美元擴大到 2014 年的 5,155 億美元，英國與美國服務出口規模上的差距由 3,146 億美元上升到 6,587 億美元。可見，從增加值視角來考察，美國的服務出口能力進一步提高。

4.2 增加值統計中我國直接出口的占比相對偏低且呈現持續下降的趨勢。

直接出口衡量了在服務業出口中包括的國內服務量，應該是服務出口的主要構成部分。表 3 對七個經濟體 2000 年和 2014 年的增加值結構統計結果顯示，的確對於所有的經濟體來說，直接出口仍然是服務出口的主要部分。

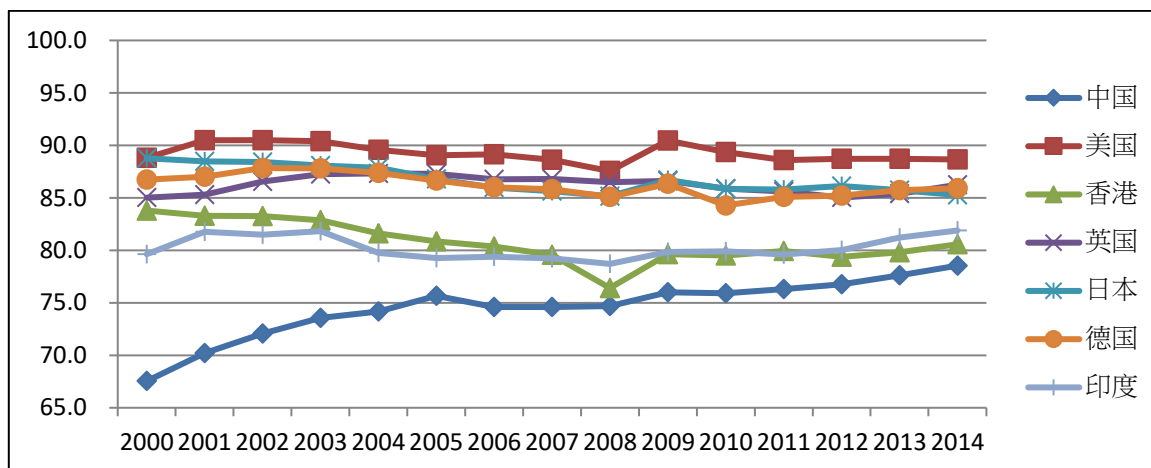
表 3. 服務的直接出口占增加值出口的比重（單位：%）

	美國	中國	德國	英國	日本	印度	香港
2000 年占比	60	74	50	70	57	71	89
2014 年占比	70	58	58	77	59	72	96

資料來源：根據 OECD-WTO 的 TiVA 資料中資料經作者計算所得

根據表 3 的資料我們可以發現，2000 至 2014 年間，香港的服務直接出口占比都是七個經濟體中最高的。增加值視角中香港 96% 的服務出口都來自於服務業的直接出口貢獻，間接出口對於香港來說只占微乎其微的份額。其實對於香港來說，製造業、農業和採礦業等行業的國內服務增加值占比並不低，如 2014 年，香港製造業出口中境內服務增加值的比例約為 32%，農業、狩獵、林業和漁業服務約為 27%，採礦業約為 15%，超過多數經濟體的水準，間接服務出口對於香港的貢獻率低的主要原因在於農業、狩獵、林業、漁業和採礦業的出口規模小。過小的間接出口規模和出口服務業中所含進口服務相對高導致香港是七個經濟體中，唯一一個從增加值視角計算服務出口貿易規模時，小於傳統統計的經濟體，2014 年前者僅為後者的 84%。

直接出口占增加值總出口額比重的國際比較發現，我國處於偏低的水準，也是七個經濟體中唯一一個在 2000 年到 2014 年間直接出口占比持續顯著下降的經濟體。服務的直接出口占增加值服務總出口規模的比重從 2005 年前超過 70%，下降到 2012 年不足 60%，2014 年繼續下降到 58%。直接出口占比持續下降的原因，一方面是因為製造業出口規模的大幅上升，中國擁有七個經濟體中製造業出口增加最快的地位，導致製造業中所含服務間接出口的規模快速上升。另一方面也與服務業出口的自身狀況相關，一是我國服務業的總出口規模的增長速度不及製造業，如 2014 年我國製造業的出口總額是 2000 年的 9.5 倍，服務業只有 7.7 倍。二是我國的服務業中國內服務增加值占比偏低。如圖 7 所示，2000-2014 的 14 年間我國服務業中國內服務增加值占比雖然上升顯著，但始終在七個經濟體中是占比最低的一個。國內服務增加值占比低，國外服務增加值占比相對高，是增加值視角國際競爭力相對較弱的一個表現。



資料來源：根據 OECD-WTO 的 TiVA 資料中資料經作者計算所得

圖 7. 2000-2014 年各經濟體服務業出口中國內服務增加值占比
(單位：%)

值得注意的是，各經濟體服務業的國內服務增加值占比都顯著高於製造業的國內服務增加值占比。對比製成品出口中國內服務和國外進口服務的構成，我們可以發現：各經濟體的出口服務業中的國內服務含量都非常高，而進口服務的比例相比製造業更低，說明服務業離岸服務外包的普遍程度相比製造業更低。其中的可能原因是服務產業鏈的當地化比製造業更為重要。相比製造業，服務業表現出更強烈的產業集聚動機。知識和觀點的外溢、專業化人員的尋找、不易標準化的需求的表達，頻繁交流的需要，都使當地化提供在更專業的服務生產中的優勢更為突出。因此，服務業中的國內提供仍具有重要的競爭優勢。

4.3 我國服務間接出口的規模和占比高，且嚴重依賴製造業出口對於服務業間接出口的貢獻。

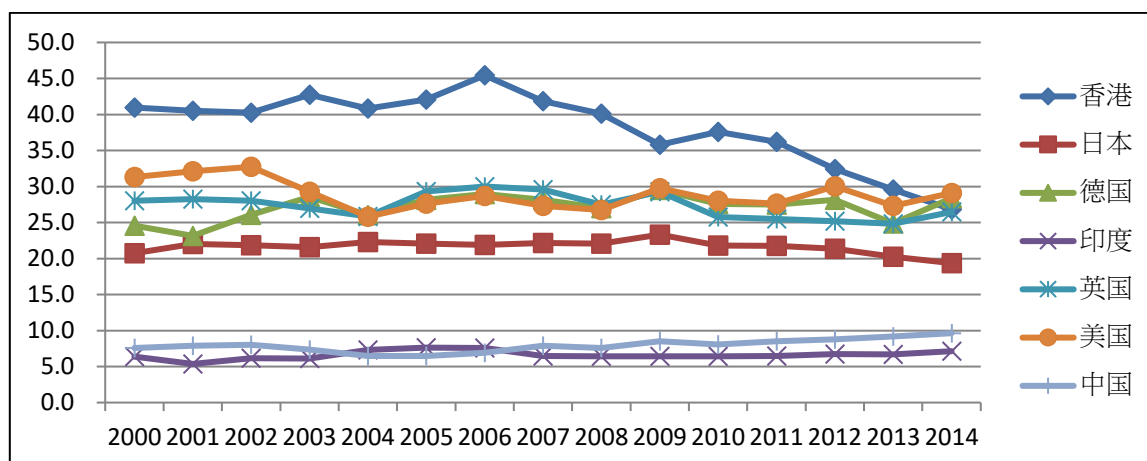
我國服務的直接出口占比相對偏低，反過來也說明我國服務間接出口的占比高。我國服務間接出口的占比從 2000 年的 26% 上升到 2014 年 42%，是七個經濟體中間接出口比重最高的一個，說明隱含在有形產品出口中的服務部分，對於我國的服務出口是重要管道。在我國增加值視角服務的間接出口貿易中，製造業所占比例最高，農業等和採礦業所占比例極低。我國和美國都是服務的間接出口規模龐大的國家，但是兩國在服務間接出口的結構構成上存在明顯不同。從表 4 中的資料可以看出，農業、狩獵、林業、漁業和採礦業中隱含服務出口占美國間接出口比例接近 10%，而我國同樣的指標不到 1%，甚至幾乎可以忽略不計，再次說明農業和採礦業等行業的出口對我國服務出口的帶動作用非常有限。

表 4. 2014 年中國和美國的服務間接出口構成 (單位：億美元、%)

	中國			美國		
	製造業出口 中服務的 間接出口	農業等出口 中服務的 間接出口	採礦業出口 中服務的 間接出口	製造業出口 中服務的 間接出口	農業出口中 服務的 間接出口	採礦業出口 中服務的 間接出口
金額	2,887.19	12.63	7.61	3,062.18	184.1	125.1
占間接出口比重	99.3	0.4	0.3	90.8	5.5	3.7

資料來源：根據 OECD-WTO 的 TiVA 資料中資料經作者計算所得

從絕對量上來看，2014 年我國製造業的總出口規模是美國的 1.48 倍，但是我國隱含在製造業出口中的國內服務增加值，卻比美國反而低 175 億美元。形成這種反差的主要原因在於我國製造業出口中，國內服務增加值的占比偏低（請參見圖 9，後文具體分析）。同樣，我國農業、狩獵、林業、漁業和採礦業中國內服務含量偏低，也是造成這些產業出口中隱含的服務出口規模低的重要方面之一。



資料來源：根據 OECD-WTO 的 TiVA 資料中資料經作者計算所得

圖 8. 2000-2014 年各經濟體農業、狩獵、林業和漁業國內服務增加值占比
(單位：%)

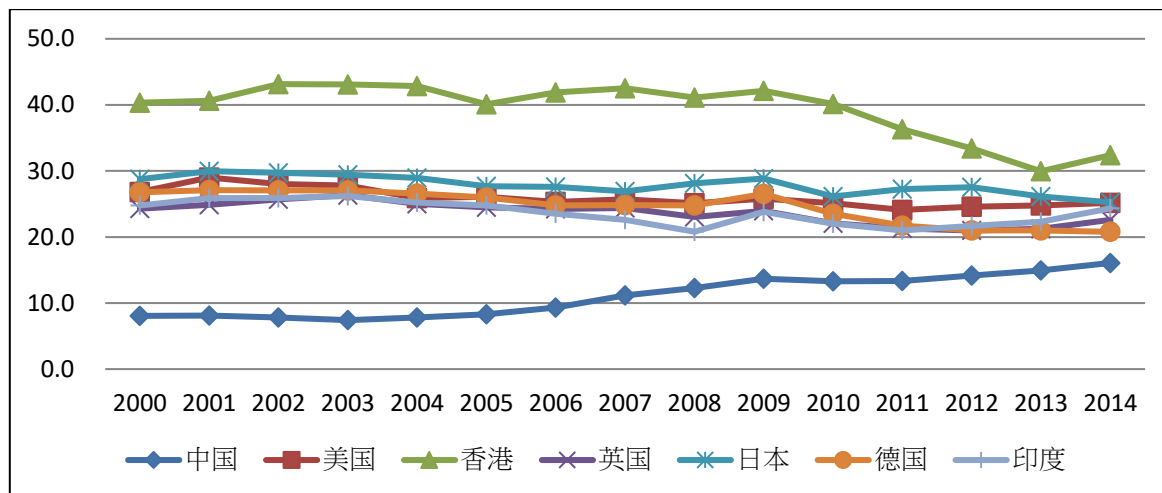
根據圖 8 中的變化趨勢可以看到，我國在農業、狩獵、林業和漁業中國內服務增加值的占比始終沒有超過 10%，僅略高於印度，與其他經濟體存在明顯的差距。2014 年處於服務出口貿易第一位的美國，農業、狩獵、林業和漁業中國內服務增加值的占比為 29%，幾乎為中國的 3 倍，德國、香港、英國的該比例都超過 26%，日本在這一項上的比例在發達經濟體中處於相對偏低水準，接近 20%。我國在農業、狩獵、林業和漁業中國內服務增加值的占比低的狀況，既是該領域隱含國內服務出口規模小的重要原因，同時也說明我國農業、狩獵、林業和漁業中國內服務要素的投入遠遠不足，存在很大的上升空間，也是未來服務業發展的重要方向之一。

4.4 我國製造業中使用國內服務的增加值比例低，使用國外的服務增加值比例高，同時我國製造業服務化的趨勢日趨明顯。

我國是製造業的生產和出口大國，如前所述製造業也是我國服務間接出口的主要管道。我國在這一領域不僅實現的出口規模大，同時帶動的服務間接出口規模效應顯著。如 2014 年我國製造業出口的規模不僅超過美國幾乎 50%，也是傳統的製造業大國——德國製造業出口的 1.68 倍，是日本的 3.16 倍。但是，我國製造業出口中隱含的服務出口規模反而卻不及美國，也只是德國的 1.3 倍和日本的 2 倍，低於製造業總出口規模的倍數對比。究其原因，是我國製造業中使用國內服務業增加值的占比偏低所致。

由圖 9 中的資料可見，在七個經濟體中，我國製造業國內服務增加值比例是最低的一個，甚至低於印度。印度雖然在農業、狩獵、林業和漁業中國內服務增加值的占比偏低，但是製造業之中國內服務增加值的占比卻不低於發達國家的普遍水準，說明印度國內的服務業除了直接出口具有較強的競爭力之外，與國內製造業的融合也發展較好。中國製造業的國內服務增加值水準從趨勢上看一直保持著上升態勢，

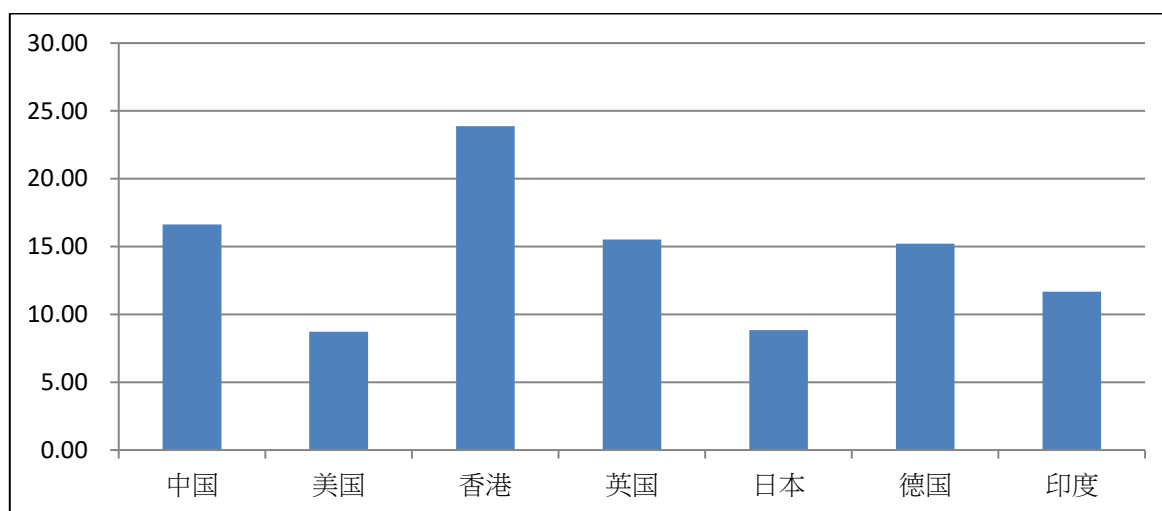
但與其他經濟體相比則存在明顯的差距。例如，2014 年美國製造業服務的國內增加值占比為 25.17%，香港為 32.37%，日本為 25.25%，印度為 24.32%，而中國只有 16.07%。這個顯著的差距說明在我國製造業與國內服務業的融合仍存在明顯不足，國內生產者服務業對國內製造業發展的支持不夠，仍然存在很大的發展空間。



資料來源：根據 OECD-WTO 的 TiVA 資料中資料經作者計算所得

圖 9. 2000-2014 年各經濟體製造業國內服務增加值占比
(單位：%)

我國製造業國內服務的增加值占比處於較低水準，但是我國製造業中使用國外服務的比例卻不低。如圖 10 所示，2014 年各經濟體製造業中使用國外服務增加值的比例，我國僅次於香港，遠超美國和日本。美國和日本在該項中的占比均不足 9%，說明兩國在製造業的生產中，使用的離岸服務外包比例實際上並不高。

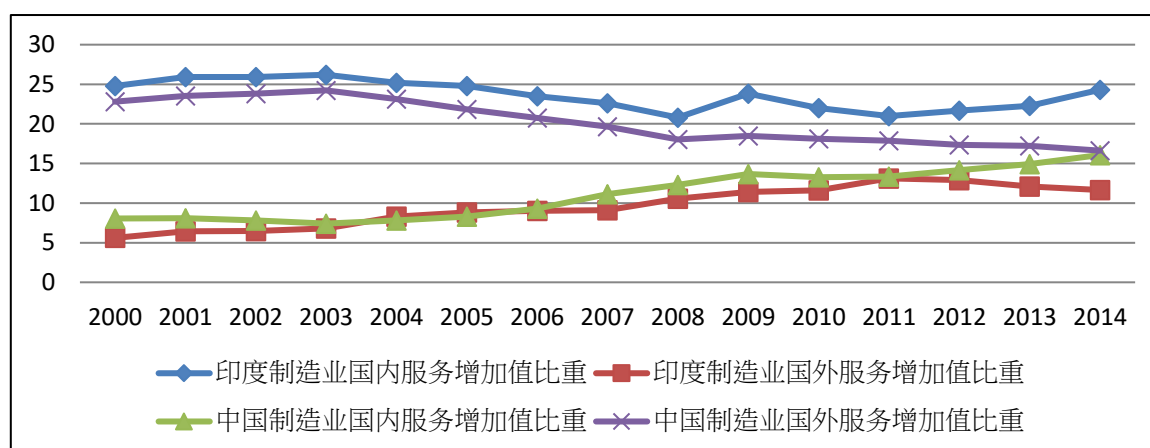


資料來源：根據 OECD-WTO 的 TiVA 資料中資料經作者計算所得

圖 10. 2014 年各經濟體製造業國外服務增加值的占比
(單位：%)

製成品之中的國外服務增加值 (foreign service value added content in manufacturing export)，指通過離岸服務外包等形式跨境從國外購買的服務。我國

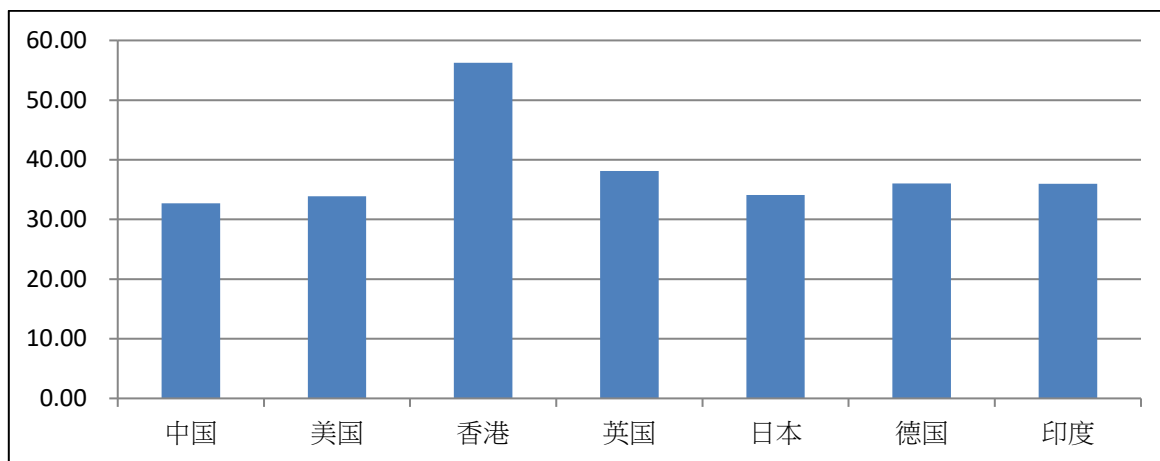
製造業的國外服務增加值比例偏高，一方面說明隨著我國對外開放的擴大和先進服務業的引入，製造業中的服務外包進口使用比例上升，另一方面也說明我國國內為製造業提供的生產者服務業的競爭力不足。通過圖 11 的比較可以更清楚地看到這點，在 2000-2014 年間，我國製造業中使用國內服務和國外服務一直處於倒掛情形，雖然兩者的差距一直在縮小，這與其他經濟體完全不一樣。即使是印度，製造業中國內服務增加值占比都遠超國外服務增加值占比，前者一直是後者的兩倍以上。較高的國外服務增加值占比具有兩面性，一方面提升了我國製成品出口中的服務增加值含量，有助於提高出口製成品的複雜度，增強出口的競爭力，另一方面，國外進口增加值與國內增加值的倒掛，說明我國在增加值視角下的服務間接貿易存在逆差，國際競爭力弱，是增加值視角服務貿易逆差形成的重要來源。



資料來源：根據 OECD-WTO 的 TiVA 資料中資料經作者計算所得

圖 11. 中國和印度製造業外服務增加值占比對比
(單位：%)

雖然我國製造業的國內服務增加值比重低，但由於進口國外服務增加值比重高，使得我國整體製造業的服務增加值比重並不低。製造業的服務增加值比重是衡量製造業服務化的重要衡量指標，製造業服務化承載著後金融危機時代跨國企業全球價值鏈轉型的重要使命。金融危機後全球的價值創造模式都出現了逆轉，企業在生產和裝配環節捕獲的價值鏈越來越低，而在價值鏈兩端，即研發和客戶服務中，獲得的價值越來越大，消費者在鏈條上的作用空前提高，這都需要跨國公司進行越來越多的非生產性活動，服務投入的價值進一步提高。行業價值鏈相比產品的價值鏈弱化，產品的價值鏈相比服務的價值鏈弱化。加總製造業國內和國外的服務增加值比重，可以發現我國製造業的服務化水準雖然相對其他經濟體處於相對低位，但差距並不明顯。如圖 12 所示，製造業服務化水準的提高有助於我國製造業結構升級與優化，是製造業發展的重要趨勢。



資料來源：根據 OECD-WTO 的 TiVA 資料中資料經作者計算所得

圖 12. 2014 年七個經濟體製造業中服務增加值占比
(單位：%)

5. 結論與對策

根據以上對我國服務直接出口和間接出口的具體分析及其國際比較，我們可以得出以下主要結論：

第一，新世紀以來增加值視角下，我國直接出口和間接出口都有十分顯著的發展，考慮到間接出口的存在，我國實際的服務出口規模和能力，都較傳統總價值的貿易規模更高。直接和間接出口規模的更快增長，尤其是間接出口規模十分顯著的上升，使我國與美國服務業出口規模上的差距呈現縮小趨勢。服務業的直接出口仍是我國服務出口貿易的主要部分，但國際比較可以發現所占比例偏低。

第二，間接服務的出口是我國增加值統計口徑中服務出口十分重要的組成部分。在間接服務的出口中，製造業出口中隱含的服務出口占比超過 99%，幾乎構成我國服務的間接出口的全部。現階段製造業出口帶動服務業間接出口，是增加值視角中我國服務出口非常重要的管道。由於我國製造業的價值鏈體系中的國內服務增加值占比還相對不高，製造業出口帶動服務的間接出口效應仍然有很大的發展潛力。

第三，我國服務業與農業、漁業和採礦業等其他產業的融合發展仍處於起步階段。這些產業的國內服務附加值占比國際比較偏低，對我國服務間接出口的拉動作用極其有限。隨著服務業對這些產業的發展提供更多種類和更深層次的支援，這些產業占服務間接出口的比重有可能進一步上升。這不僅是增加值視角服務間接出口能力上升的要求，同時對農業等其他產業的現代化發展也是非常必要。

第四，新千年以來我國製造業的服務化水準有所上升，製造業中使用的國內服務占比存在明顯的上升趨勢，但與考察的其他經濟體差距仍然存在差距。尤其製造業中使用國外服務增加值占比長期高於國內服務增加值，說明國內生產者服務業的國際競爭力不高，且與製造業的融合仍然不充分，對先進製造業的支援作用需要進一步發揮。

根據以上結論，對如何促進增加值視角我國服務出口貿易的發展，我們有以下建議：

第一、堅持對外開放，積極融入國際價值鏈的生產體系。

近些年以來，國際社會逆全球化的浪潮風起雲湧，使國際的經濟和貿易發展面臨很多的不確定性。中美貿易爭端的演進相對惡化了我國貿易發展的外部環境。但隨著產品複雜度空前地提高，即使是最大的組織都不可能在研發、生產和行銷所有的領域都具有競爭力。全球價值鏈的生產方式順應了經濟發展潮流，符合歷史發展的趨勢。跨國公司通過全球價值鏈的生產方式獲得的主要收益包括：第一，提高效率或降低成本；第二，獲得更多外部的智力資源（主要是知識和創新的人力資本）；第三，開發新的國外市場。隨著我國越來越多的企業國際化的發展，我國將會有更多的企業走出去，積極擁抱全球化，更高層次地參與全球化，從全球化的低端加工裝配走向更高端的設計和研發，這都需要我們以更開放的態度和更包容的姿態，積極融入全球價值鏈的體系之中，這是增加值視角的服務貿易發展的獨特方式。

第二、積極利用數字經濟和新工業革命，創新商業模式，使服務業和製造業、農業更好地融合。

新技術和新工業革命極大改變了生產、管理和商業形態，不僅為服務貿易的產品創新、模式創新、行銷方式創新和商業模式創新提供了歷史性的戰略機遇，同時也為與製造業等有形產業的融合創新提供了無限可能。人、物、網路互聯互通的發展，使製造業不僅發生著商業模式的改變，而且是生態系統的整體改變（馬化騰，2017）^[11]。在新的生態系統中，企業及其合作夥伴共用以用戶為中心的各種資源，企業的管理和供應鏈運營都可能在這個生態系統內無縫對接，真正實現以客戶個性化需求為中心的定制化和智慧製造。這種新的製造業體系融合著產品推廣、行銷、新產品研發、金融等服務，真正將服務內嵌在製造業生產的全過程之中，給生產性服務業無限發展空間。

第三、充分重視國內服務產業的發展，加大科技投入和創新支持，提高重點行業的綜合競爭優勢。

服務貿易國際競爭力的提高與國內發達的服務業是分不開的。美國正是擁有當今世界上最為龐大、發展最快的國內服務業，才使其服務貿易一直保持著全球的領先地位難以撼動。服務業也大體可以分為資源密集型、勞動密集型、資本密集型和技術密集型等不同類型，根據不同類型應採取不同措施，鼓勵採取不同的發展路徑。對於有引領作用的技術密集型服務業，政府應重視與服務業和服務貿易出口相關的公共投資，提高重點行業的綜合競爭優勢。同時，服務業激烈的市場競爭使創新發展十分重要，思維和技術創新帶來的產品創新和知識創新帶來的功能創新，成為激烈市場競爭中的生存之道。未來的時代產中以創新設計為引領，同時讓設備與消費者實現互聯互通的價值鏈生態系統中，為客戶提供價值的服務能力空前重要。這都需要企業轉變發展思路，主動迎接改變，積極創新，才是不斷適應瞬息萬變的國際市場競爭。

參考文獻

1. Grubel, H. G. (1987). All traded services are embodied in materials or people. *The World Economy*, 10(3), 319-330.
2. 潘文卿、王豐國、李根強（2015）。全球價值鏈背景下增加值貿易核算理論綜述。統計研究，3(3)，69-75。

3. Hummel, D., & Ishii J., Y. K. (2001). The nature and growth of vertical specialization in world trade. *Journal of International Economics*, 54, 75-96.
4. Koopman, R., Wang, Z., & Wei, S. J. (2012). Estimating domestic content in exports when processing trade is pervasive. *Journal of Development Economics*, 99(1), 178-189.
5. 祝坤福、陳錫康、楊翠紅（2013）。中國出口的國內增加值及其影響因素分析。《國際經濟評論》，4，116-128。
6. 劉琳（2015）。中國參與全球價值鏈的測度與分析—基於附加值貿易的考察。《世界經濟研究》，6，71-83。
7. 李玉峰、張志明（2015）。中國服務貿易國際競爭力分析—基於增加值貿易視角。《當代經濟研究》，2，67-73。
8. 郭晶、劉菲菲（2015）。中國服務業國際競爭力的重新估算—基於貿易增加值視角的研究。《世界經濟研究》，2，52-60。
9. 閔雲鳳（2018）。中美服務業在全球價值鏈中的地位和競爭力比較。《河北經貿大學學報》，3，81-88。
10. 胡景岩（2008）。貨物貿易與服務貿易的相關性曲線。《國際貿易》，6，36-38。
11. 馬化騰（2017）。數字經濟—中國創新增長新動能。北京：中信出版集團。

收稿時間：2019-08-31
責任編輯、校對：張穎、劉舒霖