中澳服务贸易影响因素研究—基于双边面板数据实证分析

目录

目录.....2
第一章 导论.....2
1.1 选题背景.....3
1.2 选题意义.....5
第二章 相关概念界定及分类标准.....7
2.1 服务贸易及其分类.....7
2.2 服务贸易特点.....7
第三章 中国金融服务贸易竞争力的国际比较.....9
3.1 贸易规模对比分析.....9
3.2 金融服务贸易竞争力指标对比.....10
第四章 中澳服务业产业内贸易影响因素实证分析.....12
4.1 中澳服务业产业内贸易影响因素.....12
4.2 研究方法：基于灰色关联度的实证.....15
4.3 实证结果及分析.....17
第五章 结论与建议.....20
5.1 主要结论.....20
5.2 政策建议.....21
参考文献.....24

第一章 导论

在现代经济中，服务贸易作为服务贸易和服务贸易的主要内容，服务经济迅速崛起，已成为世界经济发展的显著特征。服务贸易日益发展[1]，成为全球经济贸易活动与企业跨国生产经营的纽带。在全球产业与市场整合的进程中，具有特殊的功能和服务业占有重要的地位，在一个国家的经济和贸易活动的同时越来越重要的位置，服务贸易已经成为当代国际竞争的重要内容，是否具有竞争力的服务业和服务贸易已成为一个国家可以成为一个在国际竞争的关键赢家。特别是现代信息技术的发展，促使许多服务不能贸易有了突破性进展，从而使制造性服务业的不断加强，并成为一定程度上一个国家全面深化国际化程度的基础，因此，在国家整体发展服务贸易的发展重要的意义[2]。

服务业和服务贸易已经成为国际贸易领域越来越多的关注，不仅因为其在国民经济中所占比重上升的发展势头远远超过了制造业，以提高国民经济的效率已逐渐成为主导力量，提高国民产出的增长。未来国际市场的竞争将从商品贸易转向服务贸易的核心，各国服务贸易的竞争力将显示对外贸易的未来[3]。

澳大利亚作为太平洋地区的两个大国，近年来日益密切的政治和经济关系，2009，中国已成为澳大利亚最大的贸易伙伴，澳大利亚也是中国重要的贸易伙伴。拥有 13 亿人口的中国有广阔的市场，但服务业相对落后，需要大量的海外服务。澳大利亚作为发达国家，服务业比较发达。因此，分析两国服务贸易的比较优势和优化合作的可能性，不仅有利于加强两国经贸关系，而且有利于促进两国服务业的发展[4]。

1.1 选题背景

1.1.1 服务业在全球经济中的突起

20 世纪 60 年代开始，世界经济发展的重点是服务业和服务贸易，作为服务经济的主要内容，特别是在发达国家，产业结构呈现出产业经济向服务经济转变的总趋势。

---

[1] 刁二媛.京津冀服务贸易竞争力及其影响因素的实证分析[D].天津商业大学，2015.
[2] 贵明佳.中日韩服务贸易收支影响因素比较分析[D].辽宁大学，2015.
[3] 彭娉婷.中印服务贸易出口结构影响因素分析[D].海南大学，2015.
[4] 潘晖.中美产业内服务贸易指数及其影响因素分析[D].广东财经大学，2015.

首先，最值得注意的是服务业产出在国内生产总值中所占的比例以及服务业在就业中所占的比例。据统计，美国，德国，在发达国家英国和法国，近年来服务业产出比重已经上升到接近或超过 70%，这被称为制造业大国，现在是以服务业为主体的经济动力源。与这些发达国家相比，发展中国家的比例要小得多，但都在 50%以上[5]，并呈现出快速增长的态势，对国民经济的发展也起到了很强的促进作用。与此同时，全球服务业的就业比例与产出相当，自 20 世纪 80 年代以来一直在稳步上升[6]。1980，低收入和中等收入国家服务业就业的平均比例仅为 40%，高收入国家的比例为 50%。2008，低收入发展中国家的服务业占就业人口的比例为 30%至 45%，中等收入发展中国家为 48%至 62%，发达国家为 60%至 78%。

第二，服务业结构升级显著，其他行业的带动作用明显。随着经济的发展，服务业不仅在总量上大幅度提高，而且在内部结构上也不断优化。从发达国家来看，服务业经历了三个不同的发展阶段[7]：1.在商业和交通通信业的发展；2.以金融和保险业为导向的发展；3.发展金融保险业、工业、科技教育和信息产业。目前，服务业已发展到许多国家的第三个阶段。随着产业结构的不断升级，服务业对经济发展的协同作用越来越强，在工农业生产中起着“粘合剂”的作用。特别是设计、金融、通信和流通等生产性服务业或基本服务流域，是各种工业生产部门的基本投入。这些服务的良性发展，将有效促进相关制造业的持续增长，实现产品的高附加值[8]。

1.1.2 服务贸易总额增长迅猛，占贸易总额比重不断提高

随着服务业的快速发展，国际服务贸易也迅速发展。多边贸易谈判乌拉圭回合于 1993 正式结束，正式将服务贸易纳入全球多边贸易体系框架内。从 1990-2008 年的长期发展趋势，除了 1996-2000 年平均增长率为 2008，在全球服务贸易出口增速高于货物贸易出口的增长，如表 1 所示[9]。

表 1 世界不同时期货物和服务出口的平均增长速度单位：%

	1990—1995	1996—2000	2001 一 2007	2008-2012	2013-2015	2016

[5] 张君.中国服务贸易影响因素分析[D].云南财经大学，2015.
[6] 王东.中国金融服务贸易竞争力影响因素研究[D].兰州财经大学，2015.
[7] 王建豪.中国服务贸易国际竞争力及其影响因素分析[D].首都经济贸易大学，2015.
[8] 姚传高.服务贸易出口技术复杂度的国际比较及其影响因素研究[D].广东外语外贸大学，2015.
[9] 杨诗蕊.中国服务贸易出口规模影响因素的理论及实证分析[D].安徽工业大学，2015.

货物	一0.8	12.04	8.4	4.54	5.21	14.67

服务	1.09	15.31	8.72	4.49	6.71	10.61

数据来源：世界贸易组织网站数据库

由于世界服务贸易增长率高于货物贸易，服务贸易占世界贸易总额的比重亦逐步提高。服务贸易出口占全球贸易出口的比重从 1985 年的 16.3%上升至 2008 年的 18.9%。

1.1.3 国际服务贸易结构进一步优化，现代服务贸易兴起

世界服务贸易的发展不仅体现在总量的增长上[10]，随着现代技术、信息和知识密集型服务业的快速发展，服务贸易结构发生了许多变化。在新一轮科技浪潮的推动下[11]，在金融服务、保险服务、计算机和传输通道，建设服务，专利和其他商业服务等项目为代表的资本密集型、技术密集型和人力资本密集型服务贸易，其增长速度远远超过传统的运输和旅游服务。根据 WTO 的国际贸易统计（2001）（表显示：1990、交通、旅游等服务贸易产品占比分别为 62.4%和 37.6%；世界服务贸易比例 2007，交通运输、旅游等服务业比重下降到 52%，产品贸易比重上升到 48%。可以看出，世界服务贸易正逐步从传统的以自然资源或劳动密集型服务贸易为主[12]，知识、技术密集型和资本密集型的现代服务贸易为基础；此外，随着新业务的不断涌现，服务内容、类型和形式日益多元化的发展趋势，国际服务贸易竞争的焦点将集中在未来的新兴服务行业和部门[13]。

1.1.4 中澳双边政经关系日渐紧密

据澳大利亚官方统计，2009 年 1-9 月，中国和澳大利亚之间的双边贸易额为 309 亿 6000 万美元，同比增长 28.2%，高于澳大利亚的平均外贸增速 12.7 个百分点。其中，中国对澳门出口 141 亿 6000 万美元，增长 7%，中国，出口占澳大利亚总出口的 13.8%，比去年同期提高 1.9 个百分点，中国日本澳大利亚的第二大出口市场后；中国从澳大利亚进口 168 亿美元，同比增长 24.6%，从中国进口占进口总额的 14.9%，中国是澳大利亚最大的进口来源。在 2009 上半年，在日本超过了澳大利亚成为澳大利亚最大的贸易伙伴，中国保持其地位，1-9 月[14]。

在服务贸易领域，据澳方统计，中国是澳大利亚第六大服务贸易伙伴。

---

[10] 殷凤，陈宪.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，2011，(02)：61-69.[2017-08-26].DOI：10.13510/j.cnki.jit.2011.02.013

[11] 沈华珊.上海市服务贸易竞争力评价及影响因素研究[D].海南大学，2016.

[12] 曲军朋.留学生教育服务贸易国际竞争力的评价及影响因素识别[D].江苏大学，2016.

[13] 严青珊.我国金融服务贸易出口分析及影响因素研究[D].北京林业大学，2016.

[14] 蒋琳宏.中国服务贸易成本的测算、贸易增长贡献及影响因素研究[D].华东师范大学，2016.

2007-2008 财年，[15]中澳服务贸易进出口 42.9 亿澳元，占澳大利亚服务贸易进出口总额的 5.2%，其中对中国的服务出口为 31.7 亿澳元，占澳大利亚服务贸易出口总额的 7.6%；自中国的服务进口 I1.2 亿澳元，占澳大利亚服务贸易进口总额的 2.7%，对华服务贸易实现顺差 20.5 亿澳元。中国已成为澳大利亚服务贸易的第三大出口市场和第十二大进口来源地[16]。

随着双方经贸关系的日渐紧密，中澳双方政治交往也趋密。双方政经上的紧密关系对于促进中澳双方经贸关系的进一步发展奠定了良好的基础[17]。

1.2 选题意义

1.2.1 推进中澳经贸关系稳定健康发展

目前，中国和澳大利亚正在增加其出口到对方的市场，他们在彼此的对外经济贸易关系中的地位越来越重要。但有研究表明[18]，澳大利亚和中国之间的贸易之间的关系是典型的“第三世界国家”贸易与发达国家--澳大利亚到中国的铁矿石等原材料的出口（澳大利亚超过中国出口的 40%的铁矿石），中国对澳大利亚出口的工业制成品和高附加值产品，中国是“发达国家”[19]而澳大利亚是出口原料的“发展中国家”。如果中国和澳大利亚不积极拓展贸易领域，扩大出口产品的范围，中国和澳大利亚的贸易将面临严峻的挑战，双方之间的贸易摩擦将不断涌现[20]

在这种情况下，两国通过扩大澳大利亚服务贸易将很好地解决这一问题。澳大利亚可以出口更多的增值服务，中国，如金融、咨询和工程。澳大利亚仍然在中国的比较优势。中国是一个多文化和多层次的社会，对服务的需求是多种多样的。它还提供了澳大利亚扩大服务出口到中国的一个很好的机会。只有双边贸易结构趋于合理，中国和澳大利亚之间的双边经贸关系能够稳定、持续、健康发展。

1.2.2 推动中澳两国服务业发展和国际竞争力提高

---

15 梁辰.中国服务贸易影响因素研究[D].天津商学院，2008.

16 宋加强，王强.现代服务贸易国际竞争力影响因素研究——基于跨国面板数据[J].国际贸易问题，2016，(02)：96-104.[2017-08-26].DOI：10.13510/j.cnki.jit.2016.02.010

17 资文.我国服务贸易发展影响因素的理论及实证分析[D].湖南大学，2014.

18 王佳.四川省旅游服务贸易竞争力及影响因素研究[D].西南财经大学，2014.

19 张茜.我国服务贸易国际竞争力水平及影响因素的实证研究[D].西南财经大学，2014.

20 李丽.我国服务贸易出口结构影响因素的实证研究[D].南京农业大学，2011.

对中国服务业的发展仍处于低国际化发展滞后。中国早期提倡的是一个发展中的国家，优先发展重工业，在改革开放和促进制造业的发展对农业的快速发展，在国内生产总值中的逐渐增加，制造业和农业的贡献。而中国的服务业起步晚，基础薄弱，不能与国民经济的比例在发展速度发展。近年来，虽然发展速度很快，但与发达国家甚至一些发展中国家相比还有很大的差距。上世纪 90 年代[21]，中国的服务业在价格计算，服务业增加值增长率很小：1990，服务业增加值占 GDP 增加值的 31.3%，2001 也占 GDP 增加值的 2007，只有 37.4%，只有 40.26%[22]。

其他地区的发展中国服务业不仅落后于国家经济，和其他国家的落后，不仅远远落后于发达国家，与许多发展中国家相似或更低的平均收入相比，服务业占国民经济的比重是在一个非常低的水平[23]，2003，例如，中国的服务业占比为 38.6%，而约旦（国民平均收入 3130 美元）的 50%（3540 美元），菲律宾（52%，41%，印度尼西亚（2790 美元）和印度（1700 美元）45% }。同时，在 2004，中国的服务业占就业总人数的 29.95%，比发达国家的比例要低得多。此外，中国的服务业主要集中在传统服务业[24]，如旅游、劳务输出、交通运输等劳动密集型产业和资源密集型行业，对金融、现代服务业的代表保险、咨询、电信等技术密集型和知识密集型服务业，中国仍然是一个薄弱环节，仍处于初步发展阶段[25]。

澳大利亚属于发达国家，金融、咨询、工程等行业发达，有着丰富的知识和经验。无论是从学习的角度还是从合作的角度，澳大利亚服务贸易比较优势的仔细研究，扩大双方在服务中国和澳大利亚的贸易合作，对澳大利亚服务业引进先进的管理经验，推动两国在服务业的合作，促进中国服务业的发展比较优势，培育中国服务贸易具有重要的作用。

第二章 相关概念界定及分类标准

2.1 服务贸易及其分类

[21] 罗欢.重庆市入境旅游服务贸易影响因素研究[D].重庆大学，2016.
[22] 朱明明.福建省旅游服务贸易国际竞争力及影响因素研究[D].华侨大学，2016.
[23] 郭浩然.我国海运服务贸易逆差影响因素研究[D].中国海洋大学，2016.
[24] 郭平.银行业金融服务贸易的影响因素分析[D].天津商业大学，2016.
[25] 夏君.新疆服务贸易出口的影响因素研究[D].新疆财经大学，2016.

服务贸易，又称服务贸易，是指国家之间相互提供服务的经济交流活动。服务贸易分为广义和狭义两种。狭义服务贸易是指一国为满足另一国的需要而提供直接服务的活动。广义的服务贸易既包括有形劳动，也包括有形劳动，在没有直接联系的情况下，服务提供者和使用者之间的无形活动。一般来说，服务贸易是广义的概念[26]。

《服务贸易总协定》(CATS)将服务贸易定义为：（a）提供的服务从一成员境内向任何其他成员领土；（b）以服务消费者为成员国提供服务的任何其他成员；（c）一成员的服务提供者在任何其他成员境内以商业存在提供服务；（d）成员的服务提供者在任何其他成员领土内的对自然的存在提供服务。第一个模型是跨境交付，如通过电信、邮政、网络等手段在中国为外国消费者外。第二种模式是外国消费，如外国律师在外国短期逗留期间提供法律服务。第三种模式是商业存在，如在中国的外国服务企业向消费者提供服务的一个办事处或分支机构的建立。第四种模型是自然人流动，如外国律师，或为代表的外国法律公司办公室的代表，向消费者提供法律服务在中国[27]。

2.2 服务贸易特点

服务贸易与其他普通的贸易不同，本文主要从以下几个方面进行介绍：

2.2.1 服务贸易的商品具有无形性

隐形是服务贸易和其他贸易的最重要特征。服务贸易生产的许多产品都是无形的[28]，消费者在购买之前不能尝、摸、摸或摸其他商品。因此，该产品具有服务贸易的特点无法意识到消费者的价值，在购买的产品也是衡量效用的大小非常困难，无法根据自己的消费体验对服务产品，只能根据购买自己的承诺，为消费者的消费预期之后就可以满足的[29]。

2.2.2 服务产品的过程具有不可分离的特性

普通产品贸易是产品从生产领域进入流通领域，然后到达消费者手中的过程。在这个过程中，需要一系列的环节，如中间环节，如寄售货物[30]。但是服务贸易的产品领域不同。服务贸易的过程是不可分割的，也就是说，服务贸易从生产过

---

[26] 沈雨彤.中国金融服务贸易国际竞争力的影响因素研究[D].山西财经大学，2016.
[27] 裴绰.我国金融服务贸易国际竞争力影响因素研究[D].河北经贸大学，2016.
[28] 陆翔.中新两国服务贸易竞争力及影响因素比较分析[D].广西大学，2016.
[29] 王典.金砖国家金融服务贸易竞争力影响因素研究[D].海南大学，2016.
[30] 张文倩.中国生产性服务贸易竞争力及其影响因素研究[D].南京航空航天大学，2016.

程到最终消费之间没有中间环节。服务消费过程和生产过程是同步的。在服务生产的过程中，只有消费者加入到这个过程中才能享受到最终的服务。

2.2.3 服务贸易的主体具有特别重要的地位

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

https://d.book118.com/908054027136006052