

分类号 _____
U D C _____

密级 _____
编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

论文题目 中国与日本服务贸易发展潜力研究

研究生姓名: 雍锐

指导教师姓名、职称: 雷兴长 教授

学科、专业名称: 应用经济学 国际贸易学

研究方向: 地区经济一体化与多边贸易体制

提交日期: 2023年5月31日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 雍颖 签字日期： 2023.5.31

导师签名： 隋岩岩 签字日期： 2023.5.31

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

- 1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；
- 2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 雍颖 签字日期： 2023.5.31

导师签名： 隋岩岩 签字日期： 2023.5.31

Research on Potential of Service Trade between China and Japan

Candidate : Yong Rui

Supervisor : Lei Xingchang

摘 要

服务贸易在当今国际贸易中占据的位置愈发重要,其也逐渐成为各国重点发展的对外经济领域。中国已是当之无愧的服务贸易大国,常年服务贸易规模居于世界第二,但是始终存在服务贸易大而不强的问题。日本与中国地缘相近,服务贸易规模也是稳居世界前十。中日两国互为重要的服务贸易伙伴,未来进一步加强两国之间服务贸易往来,对彼此都有利好。因此,通过对中日服务贸易的各自特点进行研究,积极评估两国之间的贸易潜力,或能为中国接下来推动服务领域高质量、高水平开放提供参考。

首先,从贸易规模、贸易结构、贸易关系三个方面对中日两国的服务贸易现状进行分析。分析结果表明:中国服务贸易规模虽然远高于日本,但出口竞争力主要则集中在制造服务、建筑服务等服务行业;日本服务贸易体量小,但知识产权费服务、金融服务及政府服务都具有一定竞争优势。两国服务产业侧重点不同,有颇强的互补性,中国和日本的双边服务贸易还有进一步发展空间。其次,运用 cms 模型,分析近几年来中日两国双边服务贸易的出口效应,发现两国对彼此出口主要依赖需求效应及价格优势效应,产业结构效应还有发挥空间。再次,结合理论对两国服务贸易的影响因素进行了分析,该部分也为之后章节的实证研究的变量选择提供了依据。然后,利用随机前沿方法对两国服务贸易的影响因素进行了回归分析,并对潜力进行评测。最后,本文展望了中日两国服务贸易未来合作方向并为提升两国的经贸合作水平、实现优势产业互补,提出了相应的政策建议。

关键词: 中日服务贸易 贸易关系 CMS 模型 影响因素 贸易潜力

Abstract

Service trade plays a more important role in today's international trade, also gradually becoming the development focus of every country. China has been an extremely large country in service trade, with the scale of service trade ranking second in the world. But there has always been the problem that the service trade is not strong enough. Japan is geographically close to China, and the scale of service trade is also among the top ten in the world. The two countries are important service trade partners to each other. In the future it is good for them to further strengthen the exchange of service trade. Therefore, by studying the respective characteristics of the two countries' service trade and evaluating the trade potential between them, may bring references for China to promote high-quality and high-level opening of services.

First of all, the dissertation analyzes the current situation of service trade between China and Japan from three aspects: trade scale, trade structure and trade relations. The results show that the scale of China's service trade is far higher than that of Japan's, but the former export competitiveness of service trade is mainly concentrated in some service industries such as manufacturing services and construction services. Japan's service trade volume is smaller, but intellectual property fee services, financial services and government services have certain competitive advantages. The service industries of the two countries have

different emphases and good complementarities. There is still room for further development of bilateral service trade between China and Japan. Secondly, the dissertation uses the cms model to analyze the export effects of the bilateral service trade between China and Japan in recent years. And it finds that the two countries mainly rely on the demand effect and price advantage effect to promote each other's exports. The industrial structure effect still has room to explore. Thirdly, The article combines theory to analyze the influencing factors of service trade between China and Japan. This section also provides a basis for selecting variables for empirical research in subsequent chapters. Then, using the SFA to carry out regression analysis on the influencing factors of the service trade between the two countries and evaluate the potential. Finally, this dissertation looks forward to the future direction of service trade cooperation between China and Japan, and proposes corresponding policy recommendations to enhance the level of economic and trade cooperation between the two countries and achieve complementary advantages in industries.

Keywords: Service trade between China and Japan; Trade relations; CMS model; Influencing factors; Trade potential

目 录

1 绪论	1
1.1 研究背景及意义	1
1.1.1 研究背景	1
1.1.2 研究意义	3
1.2 研究内容与方法	4
1.2.1 研究内容	4
1.2.2 研究方法	5
1.3 创新点及不足	5
1.3.1 可能的创新点	5
1.3.2 存在的不足	6
2 理论基础和文献综述	7
2.1 服务贸易的定义及分类	7
2.1.1 服务贸易的定义	7
2.1.2 服务贸易的分类	8
2.2 贸易相关理论	9
2.2.1 比较优势理论与要素禀赋理论	9
2.2.2 经济相互依赖理论	9
2.3 文献综述	10
2.3.1 中国与日本服务贸易研究综述	10
2.3.2 服务贸易出口研究综述	11
2.3.3 贸易潜力相关研究	13
2.3.4 文献评述	14
3 中国与日本服务贸易发展现状分析	16
3.1 中国与日本服务贸易总体比较分析	16
3.1.1 中国服务贸易发展规模分析	16
3.1.2 中国服务贸易发展结构分析	18
3.1.3 日本服务贸易总体分析	20
3.2 中国与日本双边服务贸易分析	21
3.2.1 中国与日本双边服务贸易规模分析	21
3.2.2 中国与日本双边服务贸易行业分析	22
3.3 中国与日本服务贸易关系分析	24
3.3.1 中国和日本服务贸易强度指数分析	25
3.3.2 中国和日本服务贸易比较优势性指数	28
3.3.3 中国和日本服务贸易互补性指数	30
3.4 本章小节	32
4 中国与日本服务贸易出口增长效应分解	34
4.1 CMS 模型的构建	34

4.1.1 CMS 模型的理论基础	34
4.1.2 CMS 模型的设定与构建	34
4.1.3 CMS 模型计算结果分析	36
4.2 本章小结	39
5 中国和日本服务贸易潜力的影响因素分析	40
5.1 自然因素	40
5.2 经济因素	41
5.3 国际贸易环境	42
5.4 其他特定因素	42
6 中国与日本双边服务贸易的潜力实证研究	45
6.1 随机前沿引力模型理论基础	45
6.1.1 传统引力模型	45
6.1.2 随机前沿引力模型	46
6.2 模型的设定与数据选取	47
6.2.1 模型的构建	47
6.2.2 样本数据说明	49
6.3 模型的检验	50
6.4 实证分析	52
6.4.1 随机前沿引力模型回归结果	52
6.4.2 贸易非效率模型实证结果	55
6.5 中国与日本贸易潜力测算	58
6.5.1 中国与日本服务出口效率比较分析	58
6.5.2 中日双边服务贸易潜力分析	60
7 结论与建议	63
7.1 结论	63
7.2 中国与日本双边服务贸易的未来展望	64
7.2.1 中日携手发展数字服务贸易	64
7.2.2 通过文化交流, 促进服务贸易	65
7.2.3 利用 RCEP 深化服务贸易合作	66
7.3 建议	68
7.3.1 改善中日双边服务贸易情况, 增加贸易流量	68
7.3.2 共建服务贸易平台和高水平服贸规则	69
7.3.3 参与区域贸易合作, 提高经济自由度	70
7.3.4 打造专属文化品牌, 加快数字服贸转型	70
参考文献	72
后 记	77

1 绪论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

(1) 世界服务贸易快速发展

近十年来,国际形势多变、国际环境复杂,整个世界的经济形势充满了不确定性。世界服务贸易却逆流而上获得较大发展,其焕发出的活力让各国对服务贸易的关注度与日俱增。新冠疫情期间,云计算、人工智能及大数据技术更广泛地运用到各国人民生活工作之中,与信息技术和数字技术深度融合的特征使得服务贸易快速实现了发展复苏。2022年召开的全球服务贸易大会更新了疫情前后全球服务贸易的年度数据:2012年全球服务贸易总额为9.1万亿美元,而至2021年该数额增长到11.7万亿美元,贸易规模增长28.7%。虽然与货物贸易的体量相比,服务贸易依然有较大差距。但在新冠疫情前,服务贸易的增速一度超过了货物贸易和世界生产总值的增速,不断提高的增长加速度表明了服务贸易有充足的发展潜力。综合来看,服务贸易因其具有一定的规避环境风险能力和良好的发展潜能将是世界各国未来促进国民经济增长的重要引擎,于是服务贸易的规模与质量亦成为衡量国家对外贸易竞争力的重要标志之一。

(2) 中国和日本是服务贸易大国

中国和日本分别是世界第二、第三大经济体,对亚太经济甚至世界经济都能产生不可忽略的影响。作为处于世界前列的两个经济大国,中日皆极为重视服务贸易的发展,也为世界服务贸易发展贡献不少力量。2021年中国服务贸易基本恢复至疫情前水平,进出口总额达到近52983亿元人民币^①,约占世界总服务贸易额的7%,连续8年稳坐全球服务贸易规模第二的位置。除保持着高水平的贸易流量之外,中国服务贸易的综合评价也是逐年提升。《全球服务贸易发展指数报告2022》发布了全球80个经济体的服务贸易综合指数排名,中国在此排名中

^① 数据来源:中国商务部数据中心

历史性地上升到了第 9 名，这表示中国正明确地向服务贸易强国的方向迈进。看到中国在服务贸易领域取得较大成就的同时，也不能忽视现阶段仍存在的问题。出口竞争力不强、长期贸易逆差及区域发展不平衡是中国服务贸易亟待解决的几个难题。习总书记于 2022 全球服务贸易大会和二十大报告中，先后强调了中国需致力构建高标准服务业开放制度体系与创新服务贸易发展机制，目的就是给本国服务贸易发展创造更好的政策环境，以便突破上述的发展瓶颈和提高服务业开放水平。毫无疑问，中国下一步定将深入挖掘与其他国家的服务贸易潜力，继续探索提升服务贸易效率的途径，借此实现服务贸易甚至整体经济的高质量发展。

包含日本在内的发达国家往往把服务业当作自身经济发展的支柱，自然对服务贸易也颇为重视。可与其他服务强国不同，日本服务贸易发展起步较晚且同样面临服务出口产业发展不均衡、服务贸易长期逆差等困境。UNCTAD 的数据显示，2019 年日本的国际收支中服务贸易项目基本实现平衡，意味该国接近克服服务贸易逆差问题，其中的经验正是中国可以借鉴学习的。但受新冠疫情的影响，2021 年日本服务贸易逆差又扩大至近 5 万亿日元。为了增大自身服务贸易规模、改善服务贸易的国际收支状况，日本需积极发挥比较优势扩大服务出口市场。而随着国内人民消费能力的提高，中国正好存在高质量的服务贸易需求缺口。因此，后疫情时代中国是日本开展服务贸易交流的最佳对象之一。

（3）区域贸易协定取得进展

中国和日本彼此互为良好的经济合作伙伴。2020 年 11 月，全球规模最大的自由贸易协定——区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）正式签订。作为该协定成员国的中国和日本将按照承诺放宽彼此间跨境服务贸易的限制、减少各自的服务贸易壁垒。受益于此，中日两国之间的服务贸易往来将更加便利、合作将更加频繁。与此同时，中国还在持续推进加入《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》（CPTPP），日本也是此协定的重要成员之一。无论最终结果如何，中国是在用实际行动维护多边贸易体制、推动区域经济合作，尤其近年多次与日本展开贸易协定的磋商。由此，我们可以憧憬中日两国在服务贸易领域开展更深入的交流。

综上所述，在全球服务贸易发展如火如荼之际，中国与日本也紧跟时代大力发展服务贸易。发展至今，中日两国也遇到了各自的问题。两国之间应该加深经

济贸易合作、取长补短，有效利用目前已有的贸易协定和政策措施合力破局。中国和日本之间进一步破除贸易障碍、挖掘贸易潜力，特别是开发服务贸易潜力，是能携手共赢的康庄大道。

1.1.2 研究意义

(1) 现实意义

中国与日本是亚洲最大的两个经济体，两国之间的经贸合作健康发展对整个亚洲甚至世界经济都能产生举足轻重的影响。前有中国“一带一路”合作倡议的开展，后有包含两国在内的区域全面经济伙伴关系协定正式签署，都为两国进一步推进经济贸易往来创造了条件。如此环境下，正是积极探究中日之间服务贸易多领域合作可能性，发掘其内含潜力的大好时候。这对两国无疑都具有重要意义。

一是对中国而言，可在与日本的经贸交流中吸收充足的经验，借此提升自身服务贸易竞争力，同时加快服务业优势转移，争取能早日与国际高标准协定接轨。毕竟，中国与日本的服务出口优势集中在不同行业。这种情况有助于本国发挥产业优势、扩大出口，并且通过进口学习他国的技术、补齐自身短板。如果中日间服务贸易潜力进一步得到激发，《“十四五”服务贸易发展规划》中提出的扩大服务贸易规模、优化服务贸易结构、强化竞争实力三个目标也更容易获得实现。中日服务贸易发展都相对较晚，发展情况有类似之处。

二是在日本方面，其外贸发展相当一部分源自对华出口的贡献。依靠外贸出口的拉动力量，日本从宏观层面能够促进日本国内生产、带动企业投资、刺激民生消费，最后达到重振本国经济的目的；在微观层面，发掘更大的服务出口市场能直接改善日本企业收益、增加就业和居民收入。不少研究指出，日本虽为发达国家，但其服务贸易发展历程与中国相似，综合竞争力只比中国稍强，部分行业实力甚至落后于中国。因此，中国和日本有互相参考借鉴的地方，存在加强伙伴关系、共同发展的空间，这也是择取该二国为研究对象的主要原因。

(2) 理论意义

目前，服务贸易已是众专家学者研究的热点。但是从两国双边贸易角度，分析服务贸易的研究较少，针对中日服务贸易潜力的研究更少。因此，中日之间服

务贸易具有一定的研究价值，能够印证相关贸易理论的科学性。另一方面，也为中日服务贸易企业进军海外市场提供战略参考、为中国选择其他服务贸易伙伴提供依据。

1.2 研究内容与方法

1.2.1 研究内容

在服务贸易作为全球热点的大背景下，本文聚集中国与日本的服务贸易潜力。首先，梳理了有关中日两国服务贸易的文献，发现目前针对该领域的研究普遍使用定性分析方法，少数以定量方法进行的实证研究也多集中在竞争力比较，所以中日两国服务贸易潜力大有进一步探索空间。于是，本文以贸易规模、贸易结构、贸易关系三个视角分析了中日两国的服务贸易发展现状。之后，先采用CMS模型对中国和日本近年双边服务贸易发展的内部驱动效应进行研究，后采用随机前沿引力模型与贸易非效率模型对两国服务贸易进出口的潜力进行测评，同时探究各个影响因素的作用情况。最后，综合以上结果和两国近况提出具有适时性的建议。本文的研究主要分为7个章节，具体的研究思路如下：

第一章是绪论部分。主要简单的介绍了本文的研究背景，并以此引申出本文的研究意义、说明研究价值。另外，梳理了本文的写作框架及思路且点出了本次研究可能存在的创新点和不足。

第二章是理论基础和文献综述。此部分陈述了本文研究内容所依据的理论，包括比较优势理论、产业内贸易理论、要素禀赋理论。同时，整理了国内外与本文研究领域相关的文献资料，主要从中日服务贸易研究、影响服务贸易出口研究、贸易潜力研究三个方面展开综述，并进行综合评述。

第三章是中国和日本服务贸易发展现状分析。首先对中日两国的各自的服务贸易发展特点进行论述；之后分析中日双边服务贸易规模、结构，研究两国的各个服务行业出口情况，使用贸易强度指数、贸易竞争性指数和贸易互补性指数，分析两国服务贸易关系。

第四章是中国和日本服务贸易出口增长效应分解。利用CMS模型，从不同的

服务行业视角计算中日两国服务贸易出口的需求效应、结构效应及竞争力效应。对两国服务贸易情况进行深入剖析。

第五章是中国和日本服务贸易影响因素分析。本章探究哪些影响因素是决定未来中日服务贸易合作发展的关键，为第六章实证提供理论基础。

第六章是中日双边服务贸易潜力分析。该部分使用随机前沿引力模型和贸易非效率模型测算中日服务贸易的潜力水平；同时分析从哪些变量入手能带来最佳的贸易效率。

第七章，结论及建议。本章分析中日服务贸易可开辟的新的合作领域，通过上述几章分析结果给出结论及建议。

1.2.2 研究方法

(1) 定性分析法

通过对中日服务贸易的现状描述，定性分析两国服务贸易具体发展情况，并进一步分析中日服务贸易在未来合作的可能性及影响因素。

(2) 定量分析法

通过中国与日本服务贸易的数据，利用相关贸易指标分析目前的中日两国的服务贸易关系；结合 CMS 模型分解中国对日本、日本对中国的服务出口效应，以此探索两国双边服务贸易主要推动力；运用随机前沿方法和引力模型实证检验哪些变量对服务贸易产生显著影响、影响作用如何并评测中日之间服务贸易潜力。

1.3 创新点及不足

1.3.1 可能的创新点

(1) 现有的多数文献研究集中在对货物贸易或者某种商品的潜力分析，将视线投入到服务贸易潜力或细致的服务行业研究的相关文献较少。本文将服务贸易潜力评测作为研究重点并将 CMS 模型引入到服务贸易分析中。

(2) 中日双边服务贸易的关注度较低，多数文献没有使用定量分析方法，这亦是本文可能的创新点。

1.3.2 存在的不足

因为服务行业产品极具多样性，影响因素各不相同，服务贸易的数据又有一定程度的缺失，想具体分析服务贸易中各个行业的潜力情况尤为困难。加之近年来受新冠疫情的影响，服务贸易受影响较大，因此实证研究过程中近年的数据可能会影响对最终实证结果的准确性。

2 理论基础和文献综述

2.1 服务贸易的定义及分类

2.1.1 服务贸易的定义

“服务贸易”一词从上世纪的70年代后才逐渐在贸易学术界流行。在此之前，因为受制于距离和交易成本，多数观点认为服务贸易不可发生；又或受新古典经济学影响，服务贸易在理论上不和货物贸易加以区分。直到1972年经合组织的一份多边贸易谈判报告使用了“服务贸易”这一词汇，加之后来T. P. Hill（1977）的研究中明确了“服务”的概念，服务贸易才正式被单独作为一种新兴贸易形式受到各专家学者的重视。

J. N. Bhagwati (1984) 与 Sampson & Rsnape (1985) 两位学者就霍尔提出的“服务”概念更深度地探讨了服务的可贸易度。他们认为国家间发生服务的贸易，并不一定需要物理上的接近。基于此，服务贸易可能类似于货物贸易，不需要买卖双方在实际中碰面通过物质载体实现跨境交易，也可能由其中一方到另一方国家或第三方国家从而实现服务交易。正是由于服务贸易交易方式的多样性以及存在对服务贸易不同的认识，服务贸易目前还没有一个精确的定义。现有的几种定义，是从不同角度做出的描述性表达。

第一种是直接从国际收支的角度看待服务贸易。当一个国家或地区提供服务给另一个国家或地区，并获得外汇报酬记录在贷方的过程就是服务出口；相反，当从其他国家或地区获取服务，并支付外汇报酬记录在借方的过程就是服务进口，借贷双方构成了服务贸易的全过程。

《美国和加拿大自由贸易协定》中也给出了国际服务贸易的解释，即服务贸易是缔约双方中的一方或代理的自然人、法人，在其境内或者跨境提供另一方所要求的特定服务。其中，对于“特定服务”，文件中给出了详尽的解释，明确界定了构成服务贸易的有关条件。

WTO的《服务贸易总协定》(GATS)提出的服务贸易定义最具有普适应，所

以被大多数国家认可。该定义与 J. N. Bhagwati 的理论相似，并不限制贸易的交易地点，并以买卖双方移动为标准分为 4 类：跨境交付，服务供给方和服务需求方均在自己的领域内，双方都不移动。境外消费，服务供给方不移动，服务需求方去供给方国家接受服务。商业存在，服务供给方去服务需求方国内设立商业机构，向服务需求方提供服务的贸易方式。自然人流动，这一类往往包含第三方国家，供给方和需求方均移动去第三方国家。

2.1.2 服务贸易的分类

既然服务贸易的定义并没有完全得到统一，那么对服务贸易的统计数据也无法完全一致。世界各国和国际经济组织所使用的服务贸易分类也不尽相同。

GATS 将服务贸易分列为 12 个不同的部门。第一类是商业性服务，凡是商业活动中的服务交易均在此类，包括专业咨询、研究开发等服务活动，主体可以是个人、企业或者政府；第二类是通讯服务，顾名思义与通讯相关的服务归于这一项；还有九类服务部门也如同通讯服务一样，比较容易从分类名目上知晓其所包含的服务活动，分别是建筑服务、销售服务、教育服务、环境服务、金融服务、健康及社会服务、旅游及相关服务、文化娱乐及体育服务、交通运输服务；最后一个部门是其他服务，主要囊括以上十一项未记录的服务活动。

2002 年，联合国与联合国贸易与发展会议、世界贸易组织、经济合作与发展组织等国际机构一起公布了《国际服务贸易统计手册》。这一文件的出世意味着服务贸易的统计可操作性进一步加强。可是世界服务贸易的发展使得相关统计体系仍然需要完善。于是 2010 年，七大国际机构对《国际服务贸易统计手册》进行了修订，并以《国际收支服务扩展分类》(EBOPS 2010)及第六版的《国际收支和国际头寸手册》为基础将服务贸易具体分为十二个大类，分别是：加工服务（基于他人拥有的实物投入的制造服务）、维护和维修服务、运输服务、旅行服务、建设服务、保险和养老服务、金融服务、知识产权使用费、电信、计算机和信息服务、其它商业服务、个人文化和娱乐服务、别处未提及的政府服务。

中国统计部门对服务贸易数据也是按照《国际服务贸易统计手册》罗列的十二个大类进行整理的。考虑到数据的可采集性，本文亦将使用此分类方式。

2.2 贸易相关理论

2.2.1 比较优势理论与要素禀赋理论

比较优势理论由著名经济学家大卫·李嘉图提出，其核心观点认为国际间发展贸易的基础是各国劳动生产率存在差距，且每个国家应根据自身的生产效率选择集中出口相对具有相对优势的产品，以此达到节约成本各国互惠的目的。比较优势理论具备极高的科学价值是当代国家贸易研究的重要依据，也为实际中开展贸易交流提供了理论指导。日本作为发达国家，其部分服务行业出口或比中国服务行业出口具备更高的生产效率。但根据比较优势理论，中国依然可以选择其中具有相对优势的行业发展、扩大出口。本文也将使用显示性比较优势指数分析中日服务行业出口。

要素禀赋理论是对比较优势理论的补充与发展，学界又称之为赫克歇尔-俄林模型。该理论分析了各国的生产函数相同的情况下，贸易是如何发生的。它认为不同国家比较成本不同的原因还有两个：一是国家间的要素禀赋不同；二是每个国家生产各种产品使用的生产要素配置不同。中国和日本国情不同，生产要素的差异是两国服务贸易交流的现实基础。

2.2.2 经济相互依赖理论

经济相互依赖理论是以世界各国在经济上的联系及依赖关系为重点的经济理论。上个世纪六十年代，西欧共同体的成立导致了一些西欧经济体与美国往来下降、与日本产生碰撞。这样的形势让不少学者开始关注发达经济体之间的依赖关系，相关理论开始萌芽。随着世界经济的不断发展，发达国家与发展中国家的经济联系成了学界的谈论焦点，理查德·库伯、约瑟夫·奈等学者先后论述了国际相互依赖理论，国际间合作已成为主流，各国间的经济交流不断加深。至今，全球化的大背景下，各个国家的经济联系错综复杂，相互之间有着不同程度的经济依赖已基本成为共识。经贸相互依赖是经济相互依赖的一个特征，具体表现在：贸易结构的依赖、贸易目标的依赖、贸易政策的依赖、干扰贸易因素的关联。中

国与日本是彼此重要的经贸伙伴，挖掘双边服务贸易潜力，加强两国之间贸易联系是时代所趋。

2.3 文献综述

2.3.1 中国与日本服务贸易研究综述

关于中日之间的服务贸易，部分研究关注点在于两国经贸的合作，认为中日深化服务贸易合作能给彼此带来诸多利益。现实情况也支持这一观点，因为东亚各经济体的服务贸易竞争力参差不齐，优势部门却并不集中，中日之间的局面大体如此。这有利于中国和日本就各自的优势服务行业展开合作（王丽华，2012）。既然如此，那么中日之间究竟哪些服务行业有着合作潜力呢？苏哲琼、熊涓（2018）给出了部分答案，两位学者计算了中国和日本的文化旅游贸易显性比较优势指数，结论是日本旅游贸易竞争力优于中国。但定性分析发现中日存在生产要素和需求要素两方面的互补，展开文化旅游交流大有可为。当然服务贸易不止文化旅游服务一个类别，其它类别的服务行业中日之间合作前景如何也值得研究。王惠敏、武文一等（2022）论述了当今时代数字技术的重要性，并认为当今服务贸易中数字服务贸易作用不可估量，是推进下一步高水平开放的关键。其文章最后建议中国和日本应积极开展协作，共同制定高质量的数字服务贸易规则。

除了行业间合作能带来巨大的效益，2022年正式生效的RCEP也从政策环境方面支持了中日经贸的交流往来。一些条例的设置直接为中日间服务贸易提供了方便，陈慧（2022）从四个服务贸易领域，分析了RCEP框架下中日两国合作的契机。第一点是商业性的服务贸易，包括研发、咨询等行业，中国可学习到先进的管理经验；第二点金融与证券领域，中国加快推进金融服务的最新举措落实，促进两国货币交易便捷化，扩大跨境金融服务规模；第三是养老服务，日本的康养行业的技术成熟、模式先进，是逐渐进入老龄化社会的中国迫切需要的；最后一个为运输服务贸易，在RCEP的支持下两国已经具备共同建立口岸数字平台的条件，若能顺利实施，便能大大提升运输服务效率。RCEP的生效时间不长，对于此区域经济协定的条款解读还有待深入，该协议究竟能给两国的服务贸易产生

多大影响，学界也是拭目以待。

另外，还有部分文献侧重对中日两国服务贸易做定量分析，较常见的为竞争性和互补性分析。马静、逯宇铎（2012）应用净出口比较优势指数方法分析中日两国各类服务贸易产品的相对出口竞争力及其存在的出口劣势——中国在旅游、建筑服务、计算机和信息服务以及其他商业服务上具有一定的净出口比较优势，而在运输、通讯、保险以及专有权利使用费和特许费方面略显薄弱，且落后于日本。周锐（2020）则使用了TCI指数测度中日服务贸易的互补性，具体结论为两国最具互补性的行业是建筑和运输服务，其中又以建筑服务表现最突出。结合两者的研究结论，我们能认识到两国在不同的服务行业确实存在各自的优势，由此探究二者之间服务贸易的潜力也是有价值的。庞德良、华景斌（2019）则提出，中日两国间服务贸易互补程度较低，且中国对日本出口服务贸易的依赖度略高于日本对中国的依赖度。互补性一定程度表现了两国之间相互的需求，但不能完全衡量双边贸易的潜力，因此进一步实证分析中国与日本的服务贸易潜力仍是有必要的。

2.3.2 服务贸易出口研究综述

（1）服务贸易的影响因素研究综述

哪些因素对服务贸易的往来有着至关重要的影响，一直是国内外的专家学者讨论的焦点。需要认识到的是服务贸易并不是完全可以参照货物贸易的分析方法，目前来说，归纳总结的服务贸易影响因素大致分为国内经济因素和国际因素。

国家内部角度看，能联想到的与服务贸易关联较大的影响因素有：国家的经济规模、服务业发达程度以及国民的收入水平等。Falvey&Gemell(1991)通过实证方法检验了收入水平与比较优势服务行业之间的联系，他将发达国家与发展中国家分开考虑，发现收入水平与行业的比较优势关联度很高。高收入发达国家新兴服务行业具有优势、低收入发展中国家在传统服务行业具有优势，服务行业的优势不同自然造成服务出口主要项目不同。罗文玥（2018）将研究重点放在中国服务贸易影响因素，最后结论是有两个变量对服务贸易影响最为显著。一个是国家经济发展水平，另一个是国家第三产业发展水平。王元彬，杨立卓（2015）将

新兴市场国家作为样本，选取的变量大多与服务业相关包括：服务业生产总值、服务业开放水平、服务业就业人数占比，全面地分析了服务业发展状况对服务贸易产生的影响。以上三篇文献重点关注的影响因素，也是目前普遍认为提升服务贸易规模及竞争力的关键。除此之外，一些学者也产生了疑问——货物贸易是否在某种程度上影响着服务贸易呢。孙秀丽（2020）利用多元线性回归模型得出了答案，货物贸易出口于服务贸易出口的促进程度虽不如人均 GDP 和服务贸易开放度，却因为互补和协同关系能够拉动服务贸易的增长。易行健和成思（2010）先是采取主成分分析法从多维指标体系中筛选出信息含量高、代表性强的影响因素。然后将提取的指标代入回归模型实证检验，证实了货物贸易的进出口对服务贸易的进出口产生了显著影响。

当然，不限于上述主流的观点，不少学者另辟蹊径从其它方面入手，丰富了相关研究内容。黄健青、张娇兰（2012）定量分析了我国京津沪渝地区科研投入水平对服务贸易竞争力的影响，结果是两者呈负相关关系。诚然，服务行业中个别是需要高水平的技术作为支撑的，比如数字服务贸易需要运用数字技术；电信、计算机和信息服务需要 ICT 技术。但是我国的发达地区都还未将科研成果进行有效转化，提升服务出口技术附加值对中国来说也是迫在眉睫。

从国际角度看待服务贸易影响因素，大致可以从对外经济开放程度和外国直接投资两个方面考虑。我国总体上已经步入了工业化后期，依照历史经验如此背景下，要再进一步实现经济高质量发展，经济结构的服务化这一目标得尽早达成。同时，提高服务业开放水平，能够带动降低服务贸易壁垒，不仅能为中国服务贸易交流提供便利，也能繁荣本国服务业（迟福林 2018）。王岚（2019）界定了数字服务贸易壁垒的内涵，并评估了国际间的数字服务贸易限制程度。最后研究结果显示 STRI（服务贸易限制指数）不利于服务贸易的出口。这也再次说明了需重视服务行业的贸易自由化，有关政策的落实势在必行。外国直接投资方面，Hardin(1997)认为 FDI 对服务贸易的影响非常大。裴长洪、杨志远（2012）也肯定了这个结论，另外详细梳理了 FDI 影响服务贸易的主要机制。外国直接投资改善了国内要素配置同时加强了技术正外部性，两方面作用直接促进了本国服务产业发展。再者，因为服务业发展水平的提高和生产效率的提升，又能推动服务贸

易的升级。

(2) 基于恒定市场份额模型的服务贸易出口分析

贸易出口的定量分析方法中，恒定市场份额模型一直受国内外学者的青睐。该模型缩写简称为 CMS 模型，是对国家贸易研究的重要补充。

Pandiella AG (2015) 就以 CMS 分解为主要分析方法，将西班牙的货物出口作为研究对象，衡量其出口竞争力和出口商品的结构变化分别给市场规模带来了多大的影响。刘钧霆、佟继英 (2017) 则用恒定是份额模型针对中国文化产品出口进行剖析，发现中国文化产品出口与世界需求波动相一致，而竞争力效应则在文化产品出口中起了主导作用，也是中国从自身角度最需把握之处，结构效应对出口于出口的带动作用并不明显。

2.3.3 贸易潜力相关研究

Tinbergen (1962) 和 Poyhonen (1963) 最早建立引力模型用于分析双边贸易流量，此后国内外学者基于该模型不断进行延伸，方法不停地完善。终于，Nilsson (2000) 和 Egger (2002) 运用扩展的引力模型摸索出一套能测算贸易潜力及贸易效率的方法。此方法沿用至今，为国家间贸易提供了科学的理论参考。比如：罗明、邱艳 (2023) 测评了中国的鞋靴产品出口市场，发现在“一带一路”战略的引导下，阿联酋、埃及等国最有利于中国鞋靴产品输出。李加林、江慧 (2022) 把眼光投向木质林产品，因 RCEP 的签署给协定成员国之间贸易往来带来了新的展望，所以该文献所研究的出口对象均为 RCEP 成员国。由此可见，当有普惠的贸易政策发生时，探究贸易潜力就变得极为重要。不同的伙伴国和不同的产品结果不能一概而论。

后来，Armstrong (2007) 提出用传统引力模型评估贸易潜力并不一定准确，他认为贸易效率的变化一定有主观原因的参与。于是，随机前沿方法便被加入到引力模型中，与之前传统的方法最大的不同就是建立了贸易非效率项，能够综合考虑主客观因素对贸易潜力带来的影响。随机前沿引力模型因其更全面、更科学受到了学界的普遍认可。至此以后，国内外皆不乏对随机前沿引力模型的实例运用，Miankhel、Kalirajan 和 Thangavelu (2014) 不仅测度了 65 个国家的双边

贸易潜力，还验证了模型中各个变量的相关性、作用程度。王翀（2023）将随机前沿引力模型用至测算中国与 CPTTP 国家的贸易潜力，为中国加入 CPTTP 提供理论支持。模型中主模型部分依然采取引力模型的主要解释变量，副模型则将贸易自由度、投资自由度、物流效率、班轮联通程度等政策干扰项纳入其中，最后结论部分提示应注重加强与文莱和新西兰的贸易来往，中国对此二国的出口效率偏低。

研究两国之间贸易潜力的文献也不在少数，这一类研究往往选取两个互为重要贸易伙伴的国家做针对性实证分析。王绍媛和郑阳芷（2022）截取了 2007 年到 2019 这一时间段，把与中国和印度贸易流量最大的 15 个国家作为实证样本，最后得到结论：中国对印度贸易出口潜力巨大，尤其是中国方面对印度的出口效率始终不高。赵青松和祝学军（2020）也是运用随机前沿引力模型对中印间贸易潜力进行了评估，异于前一篇文献的是，贸易非效率项的设定加入了贸易合作度。而前文则更多将基础设施情况量化代入方程。不过，两者的研究都在结论处强调一点——中国对印度出口效率不足，大有合作发展空间。随机前沿引力模型自然不单单只能对贸易总量的上限进行度量，尹伟华（2020）评测的对象定为中美的高技术制造业贸易，文献中还使用了 *wwz* 贸易分解法，并指出众多因素影响了两国在此产业贸易上的潜力释放。

以上文献潜力研究对象为贸易总额或者货物贸易。事实上，将视线只投入到服务贸易领域进行潜力测度的较少。近年来，因为国家推进服务业高水平开放和数字经济的兴起，引起部分学者对服务贸易潜力研究的关注。潘紫燕、胡德顺等（2021）研究了我国对“一带一路”沿线国家的服务贸易出口潜力，结果现实服务出口效率偏低，应该加强合作。祝哲华、黄梦（2022）测度了中国与 RCEP 中的 8 个国家的数字服务贸易潜力，结果显示仍有较大的数字服务贸易出口潜力未被发掘。

2.3.4 文献评述

总结以上文献，现有的研究重点与中日服务贸易相关的有以下几点：

一是有关中日服务贸易的竞争性和互补性。多数学者认为，应该推动中日之

间服务贸易展开合作，实现双方共赢。但在两国之间服务行业的互补性方面，目前的结论仍有待完善。因此，笔者拟用最新数据再次对两国服务贸易的互补性做出客观评估。与此同时，RCEP 协定的正式签署，为中日服务贸易合作推波助澜，积极探索两国之间服务贸易潜能具有重大意义。若能激发更大的贸易效应或许可以推动中日自由贸易协议的落实，形成良性循环。

二是有关服务贸易的影响因素。文献中涉及到的影响服务贸易的因素众多，在本国内部主要涉及到国家经济水平、服务业发展程度、国民收入水平三方面，在国际外部主要涉及到对外经济开放程度和外国直接投资。另一方面，近年的文献中，利用 CMS 模型分析服务贸易出口的较少，运用此模型至中日服务贸易的研究几乎没有。因此，本文计划使用该模型进行实证分析。

三是有关贸易发展潜力。当前，贸易潜力已经成为学者分析国家、行业、产品贸易问题的重要手段，学术界积累了大量的研究，但是现有关于研究贸易潜力的文章，研究对象普遍集中于工业制成品、农产品等货物贸易方向，研究服务贸易潜力的文章仍然较少，集中研究中日服务贸易潜力的更是少之又少。

综合以上三点，本文期全面地分析中日服务贸易发展现状，进一步发掘中国与日本甚至其他国家的服务贸易的合作潜力，进行优势互补、扬长避短，制定更优的改进策略，从而开拓中国服务贸易整体的进、出口潜力，改善中国的服务贸易进、出口结构。

3 中国与日本服务贸易发展现状分析

近年来,中日两国的服务贸易实力均呈现稳定增长态势,中国服务贸易体量的世界排名已经连续 8 年稳居世界第二,日本也长期处于世界前十的水平。在中日两国政府及民间企业等多方努力下,中日双边服务贸易也是蓬勃发展,现如今已颇具规模。

本章节将重点剖析中国和日本服务贸易的发展近况,大致从贸易体量、双边贸易发展规模以及贸易关系三个角度,对两国的服务贸易做出比较。在此基础上,进一步展望两国服务贸易合作的可能性。

3.1 中国与日本服务贸易总体比较分析

3.1.1 中国服务贸易发展规模分析

中国服务贸易相对于发达国家起步较晚,在改革开放之后才具备一定的发展规模。到 1988 年,中国服务贸易进出口额仅为 80 亿美元,占当时世界服务贸易总额的 0.7%。本世纪初加入世界贸易组织,中国的服务贸易迎来了前所未有的发展良机,展现出无与伦比的发展势头,总体服务贸易规模不断扩大,占世界服务贸易份额不断提升。

详细数据正如表 3.1 所示,入世后只用了十年的光景,中国的服务贸易进出口总额就从 928 亿美元升至 2012 年的 4829 亿美元,增加了 4 倍多。截至 2021 年,中国服务贸易总体规模已经稳居世界第二,8212 亿美元的服务贸易总额相较于 10 年前又接近翻了一番。综合十九年的数据来看,中国服务贸易总额年均增长速度约为 12%,远高于世界平均水准。较快的发展速度也意味着当前中国服务贸易总额占世界比重越来越大。在 2002 年,中国服务贸易体量不足世界的 3%,而到了 2021 年该指标已达 7%。各类数据皆表明,中国已在世界的服务贸易格局中占据着重要的位置。

将进口和出口贸易分开研究:服务贸易出口是当今世界评价各国贸易竞争力

甚至经济实力的标志之一，因此我国也一直将服务出口规模及出口质量看作重中之重。从表中我们观察到，近二十年来我国服务贸易体量增长明显，比本世纪初中国刚入世之时提高了近 9 倍。在 2002 年至 2012 年这段时间里，中国服务出口实现了高速发展。只有 2009 年受全球金融危机的影响，出口增速为负。其它年份均实现服务贸易出口增速 10% 以上，个别年份甚至超过了 30%。这说明入世之后，中国的服务贸易出口潜力得到开发，国内的部分服务产业已经拥有了一定的国外市场。2012 年之后，伴随着中国将服务贸易重点逐渐从数量转向质量，服务出口增速有所减缓。尤其是在 2015 年与 2016 年，因为中国经济政策的调整，国内消费成为国家经济的主要拉动力量，造成服务出口出现了负增长的情况。而后的 2020 年，突然的疫情更是阻滞了全球的经贸发展服务贸易，中国的服务贸易的出口额也不可避免地下滑。但 2021 年的中国服务贸易出口数据让人惊喜，疫情后全球服务需求的反弹加之国内一系列有关政策的加持，在这一年中国的服务出口增速重新回到了 20% 以上，该迹象表明中国的服务贸易出口迎来了新的发展契机。

进口方面，自 2008 年之后我国净出口额一直为负值，说明在这十三年的时间里服务进口规模大于出口规模，服务贸易的总体发展也是进口拉动力量大于出口拉动力量。除受疫情影响的年份外，中国的服务贸易进口额增长速率始终为正。这些从侧面反映了我国国内服务行业市场的壮大，国内对于服务需求量处于较高水平。虽然高水平的贸易逆差一直是我国服务贸易的主要问题之一，但需要认识到的是高需求能推动中国国内服务行业的发展，有利于进一步加强服务贸易出口实力。近些年来不断缩小的逆差，也说明中国学习与借鉴进口服务，推动自身服务产业升级，服务贸易逆差问题或在不长的时间里得到解决。

综上所述，中国服务贸易在本世纪取得了显著的成果。即使 2009 年和 2020 年先后发生了世界金融危机及新冠疫情这样的“黑天鹅事件”，全球经济都受到不同程度的持续影响，中国的服务贸易依旧能逆流而上，在相对较短的时间里重回正轨，并拥有较快的增长速度。至今，虽然我国服务贸易额约占世界服务贸易额 7%，但这一数据与自身 GDP 和货物贸易的国际市场份额相比存在明显的差距，表明我国服务贸易依旧存在开拓发展的空间，服务贸易有望成为下一阶段我国经

济增长的重要引擎。

表格 3.1 中国近二十年服务贸易进出口概况（单位：亿美元）

年份	进出口额	进出口增长速率	出口额	出口增长速率	进口额	进口增长速率	净出口额
2002	928	18.2	462	18	465	18.5	-3
2003	1066	15	513	11	553	18.9	-40
2004	1452	36.2	725	41.3	727	31.5	-2
2005	1683	15.9	843	16.3	840	15.5	3
2006	2038	21.1	1030	22.1	1008	20.1	21
2007	2654	30.2	1353	31.4	1301	29	52
2008	3223	21.4	1633	20.7	1589	22.1	44
2009	3025	-6.1	1436	-12.1	1589	0	-153
2010	3717	22.9	1783	24.2	1934	21.7	-151
2011	4489	20.8	2010	12.7	2478	28.2	-468
2012	4829	7.6	2016	0.3	2813	13.5	-797
2013	5376	11.3	2070	2.7	3306	17.5	-1236
2014	6520	21.3	2191	5.9	4329	30.9	-2137
2015	6542	0.3	2186	-0.2	4355	0.6	-2169
2016	6616	1.1	2095	-4.2	4521	3.8	-2426
2017	6957	5.1	2281	8.9	4676	3.4	-2395
2018	7919	13.8	2668	17	5250	12.3	-2582
2019	7850	-1.4	2836	4.5	5014	-4.5	-2178
2020	6617	-15.7	2806	-1	3811	-24	-1005
2021	8212	24.1	3942	40.5	4270	12	-327

数据来源：中国商务部，wto 数据库

3.1.2 中国服务贸易发展结构分析

除发展规模之外，中国整体服务贸易出口结构不断优化也是其积极特征之一。主要服务出口产业从原来的传统服务产业逐渐向高技术、高知识型产业转移，最明显的就是电信、计算机和信息服务产业出口提升较快。这说明中国一直推行的高质量服务开放已经初见成效。如表 3.2 所示：中国在 2021 年各服务行业进出口情况。

中国的出口服务行业主要包括以下 12 个行业。其中运输服务、旅游服务、其他商业服务、电信、计算机和信息服务和知识产权使用费构成了我国服务贸易

的主体，此五个行业的贸易总额占据了总体的近 90%。运输服务是中国服务贸易中体量最大的行业，其在出口金额 1271.9 亿美元和进口金额 1335.5 亿美元都比其它行业数额更大，为国际服务贸易最重要的领域。其次是其他商业服务和旅游服务，前者和电信、计算机和信息服务同属于新兴服务业也都是中国服务出口的主要产业之一；后者属于传统服务业，该行业 2021 年净出口额为-996.7 亿美元是中国服务贸易逆差的最大来源。

表格 3.2 2021 年我国服务分类进出口统计（单位：亿美元）

服务类别	进出口	出口	进口	净出口
	金额	金额	金额	金额
总额	8212.5	3942.5	4270	-327.5
加工服务	208.3	201.2	7.1	194.1
维护和维修服务	116.8	78.7	38.2	40.5
运输	2607.4	1271.9	1335.5	-63.6
旅行	1224.1	113.7	1110.4	-996.7
建筑	402.7	304.8	97.9	206.9
保险和养老金服务	212.3	52	160.4	-108.4
金融服务	103.2	49.7	53.5	-3.7
知识产权使用费	586.7	117.8	468.9	-351.1
电信、计算机和信息服务	1195.8	794.7	401.1	393.5
其他商业服务	1455.5	923.6	531.9	391.8
个人、文化和娱乐服务	51.7	19	32.7	-13.7
别处未提及的政府服务	47.9	15.5	32.4	-16.9

数据：国家外汇管理局

从各个行业的进出口数据，我们可以大致了解到目前我国的服务进出口结构。不难发现，我国的服务贸易逆差主要来自于运输服务、旅游服务、保险和养老金服务及知识产权服务等等。具体原因分析，导致旅游服务如此大的贸易逆差根源在于中国文化的国际认可度依旧不高，没有能收获广泛关注的文化品牌。另外，这几年国内的防疫政策严格，增加了跨境旅游的成本也是引起旅游服务逆差的原因。保险和养老金服务、知识产权使用费、运输服务皆属于现代服务业，中国作为人口大国和经济大国，对这些领域的服务需求颇大，因此在国际收支方面这三个服务类别也是处于逆差状态。另外，中国在这些服务贸易领域发力较晚没有先手优势也是造成逆差的原因之一。不过各行各业迎难而上，持续缩小相关服

务行业贸易逆差，说明我们也正在缩小与前列者的差距。服务贸易规模的扩大和出口结构的优化，使得我国服务贸易世界排名位次稳步上升。

3.1.3 日本服务贸易总体分析

日本的服务贸易历史发展周期与中国具有相似性。上世纪 80 年代是日本国内服务业发展开端，但日本主要精力依然是利用本国制造业优势发展商品贸易，服务贸易虽也有一定程度的发展，可总体速度不快、规模未显。上世纪末，亚洲金融风暴使得日本经济发展受阻，服务贸易停滞。进入本世纪后，日本的服务贸易才开始更为蓬勃地发展，总体规模始终稳居世界前列，日本也成为当之无愧的服务贸易大国。表 3.3 反映了日本近十几年服务贸易发展概况——本世纪初，至 08 年世界金融危机前日本服务贸易有着不错的增长趋势。在此之后，总体服务贸易规模稳中有进。截至 2021 年，日本服务贸易进出口总额已是 2005 年的 1.5 倍。

表格 3.3 历年日本服务进出口统计（单位：百万美元）

年份	进出口额	进出口增长 长速率	出口额	出口增长 速率	进口额	进口增长 速率	净出口额
2005	241059		102029		139030		-37001
2006	250795	4.04	109387	7.21	141408	1.71	-32021
2007	280036	11.66	121496	11.07	158540	12.12	-37044
2008	319880	14.23	141010	16.06	178870	12.82	-37860
2009	276598.6	-13.53	120864.8	-14.29	155733.8	-12.93	-34869
2010	299117	8.14	134413.5	11.21	164703.5	5.76	-30290
2011	316486.1	5.81	140826.7	4.77	175659.4	6.65	-34832.7
2012	321641.1	1.63	136939.4	-2.76	184701.7	5.15	-47762.3
2013	306097	-4.83	135226.9	-1.25	170870.1	-7.49	-35643.2
2014	356212.5	16.37	163789.6	21.12	192422.9	12.61	-28633.3
2015	341224.4	-4.21	162637	-0.70	178587.4	-7.19	-15950.4
2016	361990	6.09	175807.3	8.10	186182.7	4.25	-10375.4
2017	379915.9	4.95	186879.2	6.30	193036.7	3.68	-6157.5
2018	397508.8	4.63	194130.1	3.88	203378.7	5.36	-9248.6
2019	428927.6	7.90	209500.6	7.92	219427	7.89	-9926.4
2020	362140.2	-15.57	163953.9	-21.74	198186.3	-9.68	-34232.4
2021	378465.5	4.51	169955	3.66	208510.5	5.21	-38555.5

数据来源：WTO 数据库、OECD 数据库

具体分析进口数据和出口数据，日本在 2015 年之前出口增速波动较大，峰值与谷值相差 35 个百分点。且有一些年份增长速率较低甚至为负，说明日本服务贸易出口影响因素较多，存在起伏。在 2015 年之后，除去疫情影响较大的 2020 年，日本服务贸易出口方面表现稳定，平均增速略高于世界水平。在进口方面，日本的进口速率相对平稳，年均速率为 2.6%。这意味其国内需求稳步增长，但速率不快。总体来看，日本也有服务贸易逆差的问题存在，不过在新冠疫情之前，日本的服务贸易净出口额趋近为正。不断改善的服务贸易结构曾使得日本正逐渐摆脱服务贸易逆差的处境。现如今，日本想恢复至疫情前的服务贸易状态，需要与各国通力合作，各取所长加强服务贸易交流。中国巨大的市场以及便利的地理位置无疑是日本重点合作的对象。

3.2 中国与日本双边服务贸易分析

中日实现国家关系正常化的五十年里，两国贸易往来日益密切。作为一衣带水的邻居，又同为世界前列的两大经济体，相近的地理位置和庞大的经济规模为中日服务贸易合作提供了有利条件。

但不能忽视的是，中国与日本有着复杂的政治关系及充满变化的外部环境，这些均为服务贸易发展造成了阻碍。本节通过图表，详细分析两国目前服务贸易往来的规模状况、增长速度及具体各个服务行业情况。

3.2.1 中国与日本双边服务贸易规模分析

中日双边服务贸易总额从 2005 年的 143.37 亿美元增长至 2019 年的 398.05 亿美元，提高了 1.8 倍，年均增长率约为 7.6。虽然该增长速度不低，但中日服务贸易额占中国服务贸易额的比例由 8% 左右下降到 5%，而同时日本 GDP 占中国贸易伙伴 GDP 总额的 7% 左右，这也侧面反映了中日之间服务贸易尚有可开拓的空间。从具体各个年份的数据看，除了 2009 年和 2020 年，两国的服务贸易额都呈现稳定增长的态势，排除全球性干扰事件的影响，中日双边服务贸易势头良好。综合目前的贸易情况，再考虑到日本与中国特殊的地理关系及文化相似度、区域

经济伙伴关系的建立等，中日服务贸易在原基础上再进一个台阶并非不可能。

从服务贸易平衡角度来看，在出口贸易方面，2005-2019年中国对日本服务出口额从63.27亿美元上升至119.24亿美元，增加了不到一倍，年均增长率仅4.6%。在进口贸易方面，与出口贸易额、进出口贸易额趋势一样，中国对日本服务贸易进口额也是稳定逐年增长。但增长速度总体较出口贸易更快，达到年均增长9.3%。由此可见，在两国双边贸易额中，中国的进口比出口拉动作用更大。

3.2.2 中国与日本双边服务贸易行业分析

讨论双边服务贸易的各行各业情况，是为了更好地了解两国之间服务贸易的优劣势，方便确定以后部门之间的合作交流方向，实现优化双边服务贸易市场结构、促进两国服务易往来的目标。

从wto数据库与oecd数据库整理得到的中日两国双边服务贸易各行业情况，具体见下表3.4和图3.1:

表格 3.4 中国从日本服务贸易进口结构情况（单位：百万美元）

年份	运输	旅行	保险和养老服务	知识产权使用费	其他商业服务	其它服务
2010	4443.08	2958.42	1108.68	2432.71	1700.32	268.9
2011	5027.25	3019.2	1192.07	2820.46	2234.56	311.68
2012	4816.33	4106.43	1974.61	2924.99	1540.09	315.51
2013	5067.56	4973.28	1685.8	3275.35	1784.22	383.51
2014	5060.41	7135.33	1661.93	3990.83	1890.38	549.51
2015	4696.8	11190.39	766.83	3807.01	2025.45	618.08
2016	4294.79	12113.4	929.49	3924.95	2018.5	834.94
2017	4732.8	11838.86	725.61	4561.38	1972.01	961.48
2018	4690.42	14450.71	815.34	5360.67	2098.51	970.89
2019	4481.57	14045.14	832.12	5095.33	2254.95	1171.94
2020	2449.60	3918.50	91.30	5329.90	1885.30	1650.00

注：其它类别包括——建筑、金融、通信计算机和信息、个人及政府、加工服务及维修服务
数据来源：WTO数据库

表中数据反映了近十年中国对日本服务贸易进口结构情况，不同的行业各有发展特点。2010-2019年间，总量增长最大的服务贸易行业是旅游服务，其也是所有服务行业中份额最大的项目。中国国民消费能力的提升与日本文化的传播是

该项目增长的主要因素，提示我们文化产品对服务贸易有着显著的助推作；其它服务行业、其他商业服务及专利和知识产权服务在这段时间里，皆呈现增长态势。其中，知识产权使用费的额度仅次于旅游服务，该项服务增速稳定，不易受突发因素影响，是日本对中国服务出口的传统优势产业；其它行业增长速度最快，良好的势头得益于 14 年前后 4g 通信技术的运用导致了金融产业和信息产业的兴起，进而带动了相关产业贸易的发展。且该行业的服务形式主要利用互联网技术和信息通信技术，使得新冠疫情并没有影响到其发展，可以预见在数字经济如火如荼发展的今天，该项目下行业的发展亦值得期待；专利和知识产权服务的进口增长速度仅次于前两者，不到十年的光景进口贸易额翻了一番，规模量也在各项服务贸易行业中位居第二，知识型产业的贸易也是各国重点发展的对象之一；其它商业服务的进口贸易额发展平稳，虽有个别年份波动，但总体保持增长；新冠疫情前，运输服务一直在 45 亿美元上下波动，体量平稳。而保险和养老服务这一类社会保障服务行业进口额则在 14 年发生断崖式下降，2020 年更是不到 1 亿美元。

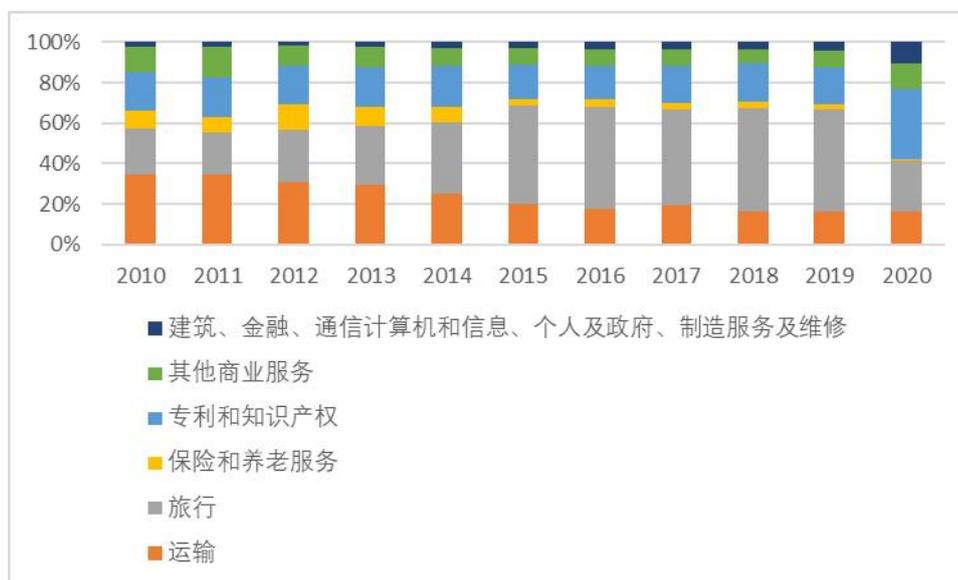


图 3.1 中国对日本服务贸易进口各行业占比

分析 3.1 图，我们能得到一些补充信息：即使专利和知识产权服务及其他商业服务的总进口量是上升的，但二者在进口额中的占比是下降的。该部分由旅行服务和其它服务占据，意味着日本对中国的服务出口有了更多的增长点。日本正有效地开拓中国市场，掌握了中国居民的需求从而实现多产业贸易共同发展。

表格 3.5 中国对日本服务贸易出口结构情况（单位：百万美元）

年份	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
加工服务	2043.53	2072.03	1761.29	1372.88	1340.20	1206.39	1069.12	1206.61	1036.25	426.10
维护和维修服务	20.09	31.88	26.46	371.07	226.71	224.42	236.43	293.88	381.41	322.40
运输	1679.13	1876.22	1699.79	1591.94	1400.09	1369.58	1549.02	1734.45	1681.80	1512.70
旅行	1900.58	1993.27	1700.15	1501.34	1391.01	1527.35	1446.19	1469.17	1442.13	752.70
建筑	116.05	102.01	107.86	101.03	116.98	187.83	295.32	327.04	327.39	151.90
保险和养老服务	56.19	62.56	63.40	60.46	61.40	57.90	59.85	69.86	80.70	54.50
金融服务	11.89	24.21	36.24	46.70	31.02	42.39	46.14	42.71	51.28	47.60
知识产权使用费	43.82	50.72	44.46	53.96	65.07	44.07	74.14	116.91	120.26	145.80
电信、计算机和信息服务	615.51	705.14	742.17	1367.49	1397.38	1412.85	1380.05	1846.89	2322.29	1878.50
其他商务服务	3353.32	3173.73	3430.21	4299.79	4068.46	3814.87	3820.04	4327.08	4410.97	5013.40
个人、文化和娱乐服务	7.29	8.91	7.84	8.73	16.41	9.86	14.44	20.06	17.57	27.20
政府商品和服务	37.98	42.09	43.84	51.84	46.87	48.87	59.27	52.89	52.22	53.60

数据来源：wto 数据库

从中国向日本出口角度看（表 3.5），各项服务行业规模及趋势又是另一种状态。中国的制造服务、其他商业服务及电信、计算机和信息服务向日出口规模远大于从日进口规模，但这三类行业情况也不尽相同。制造服务加工服务的出口额度逐年下降，电信、计算机和信息服务则成为了中国对日本出口的主要增长点。运输和旅行服务方面，即使中国在此二项上对日本出口额度不低，甚至一度超过了制造服务，产业内贸易依然是逆差局势，出口远低于进口。日本的知识产权使用费服务更是遥遥领先于中国，成为仅次于旅游服务的第二大贸易顺差来源。总之，虽然两国都在发挥各自的比较优势，在服务行业出口中各有所长。可中国的服务产业出口相比之下却显得过于集中，需要在更多领域打开市场。两国开展更深度的服务贸易合作交流大有可为。

3.3 中国与日本服务贸易关系分析

总体来看，传统的区域间的产品贸易关系可以分为贸易竞争关系和互补关系两大类，其确定的原则为区域内资本、资源、技术、劳动力等生产要素及其产品

范围的相似程度。如果区域内生产要素及其产品的差异性较小,那么则认为双方贸易具有竞争性;反之则认为双方具有互补性。因为特定的生产要素只能固化在贸易品内部,无法进行流动,因此实际上贸易品的流动只是表面形式,而隐含在贸易品内部的生产要素流动才是实质。由于生产要素难以进行量化,因此度量区域间的贸易关系可以从贸易产品着手,通过分析产品的种类差别和市场差别间接的得到区域间的贸易关系。

在服务贸易研究领域,也大多应用货物贸易研究中的相关指数指标,本章即选用贸易领域常用的贸易指数对中日服务贸易关系进行测量分析,以期对中日服务贸易关系有更加深入的了解。

3.3.1 中国和日本服务贸易强度指数分析

贸易强度指数主要用于测量两国贸易关系的紧密程度。最早由 A. J. Brown (1947) 提出,是用来描述国家间产品贸易相互依存程度和相对集中度的重要指标,后来 Kiyoshi Kojima (1958)、Peter Drysdale (1967)、山泽逸平 (1971) 等人完善,将表达式定义如下:

$$TII_{ij}^k = \frac{a_{ij}^k / a_{iw}^k}{b_{jw}^k / (b_{ww}^k - b_{iw}^k)} \quad \text{公式 3.1}$$

TII_{ij}^k 表示国家 i 与国家 j 间 k 产品的贸易强度指数,式子右边的 a_{ij}^k 表示国家 i 对国家 j 关于 k 产品的出口额, a_{iw}^k 表示国家 i 对世界的 k 产品的出口总额, a_{ij}^k / a_{iw}^k 表示则为国家 i 对国家 j 的 k 产品出口额占国家 i 的 k 产品出口总额的比重, b_{jw}^k 表示国家 j 的 k 产品进口总额, b_{ww}^k 表示世界 k 产品的进口总额, b_{iw}^k 表示 i 国 k 产品的总进口额, $b_{ww}^k - b_{iw}^k$ 表示世界与国家 i 的 k 产品进口额相减, $b_{jw}^k / (b_{ww}^k - b_{iw}^k)$ 表示国家 j 的 k 产品的总进口额占世界 k 产品总进口额的比重 (在世界 k 产品进口额中减去国家 i 的 k 产品进口额是因为国家 i 无法与本国进行贸易)。当 $TII_{ij}^k > 1$ 时,则表明国家 i 对国家 j 的出口水平高于同期国

家 j 从世界市场进口 k 产品的份额，说明两国间 k 产品贸易的紧密程度较强，一般来说， TII_{ij}^k 值越大，则表明两国间 k 产品的贸易强度越强、互补性越强；反之则表明两国间 k 产品贸易强度较弱，互补性较弱。

表格 3.6 中国对日本出口服务贸易强度指数

年份	加工服务	维护和维修服务	运输	旅行	建筑	保险和养老服务	金融服务	知识产权使用费	电信、计算机和信息服务	其他商务服务	个人文化娱乐服务	政府商品和服务
2005	0.98	1.45	0.88	1.61	0.32	0.91	0.32	1.12	3.89	2.24	0.97	2.01
2006	0.9	1.75	0.94	1.57	0.3	1.02	0.27	1.07	4.19	2.31	1	2.03
2007	0.86	1.46	0.91	1.64	0.28	0.94	0.3	1.35	4.06	2.34	0.94	1.84
2008	0.95	1.68	0.97	1.74	0.29	0.89	0.22	1.14	4	2.19	1.01	1.79
2009	1.08	1.18	0.98	1.73	0.29	1.02	0.27	1.25	3.68	2.06	0.79	1.84
2010	0.95	1.26	0.88	1.54	0.28	0.94	0.35	1.05	3.28	2.13	0.74	1.74
2011	0.97	1.1	0.85	1.52	0.25	0.79	0.24	1.08	3.01	2.07	0.61	1.68
2012	1.05	1.86	0.86	1.48	0.24	0.71	0.39	0.97	2.65	1.9	0.65	1.52
2013	1.1	1.12	0.88	1.46	0.3	0.7	0.48	0.97	2.67	1.88	0.65	1.51
2014	1.35	2.97	0.82	1.52	0.16	0.58	0.42	1.29	3.58	1.84	0.6	1.83
2015	1.39	1.89	0.76	1.37	0.19	0.55	0.34	1.34	2.68	1.73	0.78	1.43
2016	1.23	1.22	0.82	1.41	0.41	0.5	0.37	0.74	2.38	1.57	0.34	1.32
2017	1.11	1.14	0.83	1.5	0.36	0.45	0.3	0.53	2.5	1.64	0.41	1.42
2018	1.23	1.19	0.87	1.47	0.37	0.4	0.26	0.88	2.28	1.68	0.64	1.24
2019	1.31	1.17	0.87	1.43	0.38	0.44	0.29	0.69	2.31	1.61	0.53	1.32
2020	0.63	0.77	0.6	2.79	0.15	0.17	0.36	0.51	1.72	1.7	1.22	0.83

表 3.6 的数据显示，2020 年的中日之间一些服务行业的贸易强度指数具有跳跃性，且多表现在传统服务贸易领域，说明相比新兴服务贸易领域，传统服务行业更容易受到类似新冠疫情等不稳定因素的冲击。另外，整体分析 20 年之前的数据，不难发现各服务行业贸易强度指数变化大致可分为三种：首先是呈总体平稳上升趋势，如加工服务，数据显示唯一一个两国十几年来关系不断加强的服务贸易行业便是加工服务；再者运输服务、旅行服务、建筑服务及金融服务贸易强度表现平稳，且中日两国在前两者的密切程度甚于后两者；剩下七个行业的贸易强度指数都在近十几年中不断下降。总体而言，中国与日本服务贸易强度不断减弱，究其可能的原因一是我国服务贸易出口价格优势不再，二是全球化形势下及新兴技术的诞生，地理距离对服务贸易的影响变小，从而两国的服务贸易伙伴

更为广泛，最终导致数值上两国的服务贸易依赖程度减弱。三是两国关系也一定程度影响了贸易往来。

从另外的角度说，贸易强度指数的下降也提醒我们应该重视与日本在服务贸易上的交流往来，在互惠互利的基础上，探索两国服务贸易的合作空间。毕竟，在 12 个服务行业中，两国之间有半数行业贸易强度指数依然在大于 1，运输服务及知识产权费服务的该指标也趋近于 1。因此，中日服务行业依旧存在明显的互补性，加之后疫情时代各国迫切希望加强国际交流、促使经济复苏以及 rcep 之类的区域经济合作协定的签署等有利因素，中日服务贸易的合作应是可期的，前景应是乐观的。

表格 3.7 日本对中国出口服务贸易强度指数

年份	加工服务	维护和维修服务	运输	旅行	建筑	保险和养老服务	金融服务	知识产权使用费	电信、计算机和信息服务	其他商务服务	个人、文化和娱乐服务	政府商品和服务
2005	2.08	0.96	1.93	4.57	0.22	8.38	1.16	2.51	2.27	2.13	1.52	1.06
2006	4.33	1.15	2.07	4.06	0.25	7.55	1.25	2.39	2.39	2.19	1.28	1.07
2007	5.12	1.18	2.04	3.80	0.27	8.24	1.30	2.43	2.76	2.36	1.45	1.00
2008	6.19	1.17	1.99	3.89	0.28	8.91	1.08	2.26	2.65	2.28	1.51	0.99
2009	6.10	1.18	2.07	3.86	0.24	9.77	1.15	2.63	2.24	2.21	1.71	1.01
2010	4.67	0.92	1.80	3.23	0.24	7.39	0.70	2.17	2.05	2.03	1.59	0.87
2011	5.89	0.49	1.85	3.08	0.30	6.65	0.82	2.31	2.03	2.00	1.31	0.77
2012	4.92	0.63	1.68	2.84	0.28	7.46	0.69	2.03	1.92	1.78	1.44	0.65
2013	5.56	0.42	1.79	2.72	0.32	7.91	0.65	1.94	2.49	1.88	1.67	0.58
2014	6.21	0.87	1.74	2.43	0.27	6.84	0.86	1.93	2.18	1.86	1.28	0.54
2015	2.79	1.83	1.69	2.52	0.17	6.54	0.70	1.97	2.27	2.04	2.62	0.58
2016	1.56	1.78	1.64	2.31	0.40	5.48	0.56	1.74	2.67	1.74	2.62	0.65
2017	0.91	2.43	1.63	2.27	0.39	5.42	0.45	1.88	2.81	1.76	1.93	0.63
2018	1.14	2.45	1.59	2.34	0.36	5.69	0.55	1.86	2.49	1.71	1.41	0.70
2019	1.23	2.49	1.58	2.34	0.35	5.82	0.45	1.89	2.54	1.80	1.65	0.63
2020	1.14	2.99	0.92	2.14	0.24	5.30	1.08	1.73	2.29	1.65	3.58	0.43

从日本对中国的服务贸易强度指数看（表 3.7），日本的大多数类服务均呈与中国有着高的依存度，这反映了中国是日本服务贸易出口的主要对象之一。近些年的各个服务行业 TII 指数相比之前都有所下降，说明日本在外贸出口上不再像过去那样依赖中国，而中国经济发展服务进口选择也更具多样性。即使这样，日本总体服务出口对我国还是有着较高水平的依存度。其中一些服务行业出口的体

量不大，却在贸易强度指数方面表现的极为出众。保险和养老服务就是如此，这意味着日本保险和养老服务出口的很大部分消费者来自中国。中国在该领域的建设不足造成了这一现象，但从最新几年的数据看，贸易强度指数的下降说明中国本土的保险和养老服务行业也在发展，正逐渐地改善这一行业的国家贸易收支。

3.3.2 中国和日本服务贸易比较优势性指数

中日服务贸易比较优势性指数显示性比较优势指数 (Revealed Comparative Advantage Index, 简称 RCA) 是由 Balassa (1965) 提出的, 通常指一国某种商品出口占其本国出口总值的份额与世界贸易中该商品出口占世出口总值的份额之比。一般来讲, 如果一国某出口产品的 RCA 指数越高, 则表明该国在国际分工中该产品的专业化程度越高, 因此该产品的出口竞争力就越强; 相反, 则证明该产品的专业化程度较低, 出口竞争力弱。用公式表示为:

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / X_i) / (X_{wj} / X_w) \quad \text{公式 3.2}$$

本文将 RCA 指数运用至服务贸易研究中, 于是公式各个变量定义有所改变。其中, X_{ij} 表示 i 国的 j 服务行业向世界出口的总价值; X_i 为 i 国向世界市场出口所有服务的价值; X_{wj} 为世界市场 j 服务行业的出口价值; X_w 是世界所有服务出口的价值。一般地, 当 RCA 指数大于 1, 认为该国某行业在国际贸易中具有比较优势; 当 RCA 指数小于 1 时, 认为该国某行业在国际贸易中缺乏竞争力; 当 RCA 指数等于 1 时, 认为该国某行业的国际竞争力处于世界平均水平。

表格 3.8 中国历年服务行业出口竞争力

年份	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
加工服务	6.63	6.07	5.52	5.47	4.97	4.62	4.48	4.06	3.31
维护和维修服务	0.35	0.52	0.67	0.97	1.28	1.28	1.23	1.49	1.21
运输	1.14	1.16	1.18	1.19	1.19	1.22	1.21	1.23	1.71
旅行	0.98	0.97	0.86	0.88	0.91	0.81	0.75	0.72	0.83
建筑	2.13	1.88	2.41	2.77	2.45	3.89	3.68	3.82	3.53
保险和养老服务	0.37	0.43	0.53	0.60	0.53	0.54	0.62	0.56	0.60
金融服务	0.17	0.20	0.25	0.20	0.25	0.30	0.28	0.28	0.25
知识产权使用费	0.08	0.08	0.06	0.08	0.09	0.19	0.17	0.20	0.26

续表 3.8 中国历年服务行业出口竞争力

电信、计算机和信息服务	0.77	0.81	0.80	0.90	0.95	0.82	1.03	1.07	0.96
其他商务服务	1.07	1.13	1.24	1.16	1.17	1.13	1.13	1.16	1.02
个人、文化和娱乐服务	0.20	0.20	0.25	0.32	0.39	0.51	0.52	0.48	0.46
别处未提及的政府服务	0.34	0.38	0.37	0.39	0.44	0.50	0.48	0.43	0.61

中国的服务行业出口竞争力有明显的偏向性，18 年之前制造服务出口竞争力在众多服务行业出口中可谓一骑绝尘，虽然制造服务的 RCA 指数逐年下降但依旧维持在 3 以上，意味着我国制造服务出口依旧具有优势。与之相反的是建筑服务，近年来总体呈现竞争力上升的态势，至 2020 年甚至在 RCA 指数上已经超过了制造服务。其它服务行业方面，总体竞争力发展平稳，建筑服务、运输服务、电信、计算机和信息服务其他商务服务都具备一定出口竞争力，剩下的服务行业则 RCA 指数小于 1，当视为之后重点挖掘潜力的对象。

表格 3.9 日本历年服务行业出口竞争力

年份	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
加工服务	0.18	0.28	0.16	0.15	0.25	0.21	0.20	0.24	0.32
维护和维修服务	0.19	0.23	0.62	0.32	0.37	0.32	0.33	0.35	0.54
运输	1.45	1.40	1.28	1.25	1.15	1.16	1.07	1.05	1.22
旅行	0.50	0.54	0.58	0.75	0.81	0.84	0.93	0.95	0.63
建筑	2.54	2.29	2.32	2.44	2.19	2.17	1.86	1.92	1.77
保险和养老服务	1.04	0.88	0.90	0.68	0.65	0.63	0.66	0.68	0.78
金融服务	0.52	0.50	0.58	0.72	0.78	0.72	0.74	0.83	0.97
知识产权使用费	2.97	3.11	3.11	2.92	2.86	2.74	2.77	2.64	3.05
电信、计算机和信息服务	0.24	0.25	0.25	0.23	0.25	0.29	0.24	0.30	0.43
其他商务服务	0.86	0.89	0.89	0.83	0.86	0.85	0.86	0.84	0.85
个人、文化和娱乐服务	0.18	0.20	0.26	0.29	0.40	0.55	0.52	0.62	0.46
别处未提及的政府服务	1.34	1.43	1.71	1.82	1.82	1.85	1.74	1.85	1.82

日本存在和中国同样的问题，就是服务行业的出口竞争力具有偏向性，发展并不均衡。运输服务、建筑服务、知识产权费用服务以及政府服务 RCA 指数都比较高，尤其是知识产权费服务，日本在此领域肯定属于世界顶尖水准。其它部分行业如金融行业在疫情影响年份（2020 年）有着高于以往的水准，分析其原因，可能是疫情增加了世界经济的不确定性，从而推动了日本的金融服务发展。旅游服务出口则极度容易受到突发因素的干扰，在受疫情影响年份 RCA 指数有明显的滑坡。其余服务行业则表现平平，不具有明显的竞争力。

3.3.3 中国和日本服务贸易互补性指数

贸易互补性指数 (Trade Complementarity Index, 简称 TCI) 是 1967 年由经济学家 Peter Drysdale 提出的, 用来衡量一国的产品出口结构与另一国的产品进口结构吻合程度的指标, 它能够体现各国在产品结构以及贸易结构方面的匹配程度, 从而明确各国的比较优势。

贸易互补性指数实则衡量了一个国家的某个部门出口的“比较优势”和另一国家相同部门进口的“比较劣势”的匹配程度。该指数主要用来描述一个国家某个部门或某个产业的“出口比较优势”另一国在相同部门或产业“进口比较劣势”间的匹配情况。具体公式如下:

$$TCI_{ab}^s = RCA_{xa}^s \times RCA_{mb}^s \quad \text{公式 3.3}$$

$$RCA_{xa}^s = \frac{X_a^s / X_a}{X_w^s / X_w} \quad \text{公式 3.4}$$

$$RCA_{mb}^s = \frac{M_b^s / M_b}{M_w^s / M_w} \quad \text{公式 3.5}$$

公式中 TCI_{ab}^s 表示 a, b 两国某个服务行业的互补性指数。 RCA_{xa}^s 、 RCA_{mb}^s 分别表示 a 国的某个服务行业的贸易比较优势指数和 b 国某个服务行业的贸易比较劣势指数。 X_a^s 指代 a 国某服务行业的出口额, X_a 表示 a 国服务贸易的总出口额; X_w^s 则是世界某个服务行业的总出口额, X_w 是世界服务贸易总出口额。 M_b^s 表示 b 国特定服务行业的进口额, M_b 表示 b 国服务贸易总进口额; 同样, M_w^s 与 M_w 也分别表示世界特定行业进口额与世界总服务贸易进口总额。

一般来讲, 只要两国在某部门或某产业具备贸易往来, 则双方就具备不同程度的贸易互补。如果互补性指数大于 1, 说明双方的贸易互补性较强, 指数越大互补性就越强; 如果互补性指数小于 1, 就说明双方的贸易互补性较弱, 指数越小互补性越弱。如果随着时间的变化, 互补性指数呈现增长的趋势, 说明正在发生的贸易结构的改变提高了资源配置效率, 相反则降低了资源配置效率。

表格 3.10 中国对日本服务贸易出口互补性指数

年份	加工服务	维护和维修服务	运输	旅行	建筑	保险和养老服务	金融服务	知识产权使用费	电信、计算机和信息服务	其他商务服务	个人、文化和娱乐服务	政府商品和服务
2012	13.00	0.21	1.35	8.64	2.85	0.37	0.13	0.11	0.55	1.10	0.16	0.20
2013	12.19	0.26	1.34	6.90	2.74	0.42	0.17	0.10	0.60	1.30	0.15	0.23
2014	7.64	1.22	1.30	4.06	4.39	0.43	0.22	0.08	0.73	1.51	0.16	0.22
2015	7.45	1.13	1.30	3.44	4.51	0.51	0.18	0.10	0.91	1.50	0.22	0.27
2016	7.25	1.66	1.21	3.49	3.68	0.51	0.23	0.11	1.04	1.48	0.29	0.31
2017	6.68	1.78	1.28	3.32	5.91	0.60	0.29	0.24	0.90	1.35	0.32	0.34
2018	5.97	1.80	1.22	3.07	5.58	0.73	0.29	0.21	1.17	1.38	0.27	0.32
2019	4.83	2.16	1.15	3.21	5.40	0.72	0.30	0.26	1.33	1.35	0.27	0.29
2020	4.41	2.60	1.47	1.19	5.61	1.01	0.16	0.36	1.00	1.10	0.14	0.37

与前文 TII 指数对比, TCI 指数有相同的结论——制造服务、维修服务及运输服务均展现良好的互补性。可也反映出了不同的情况, 主要矛盾之处在建筑服务、电信、计算机和信息服务这几个行业。其实从两个指标的定义我们能明白其中的更深层次的信息: 中日虽然在建筑服务方面存在明显的比较优势和比较劣势差异, 但两国并未在建筑服务贸易上建立很好的联系。也就是说, 中国没有很好地利用自己在建筑服务领域的比较优势, 对日本展开建筑服务出口。中国的建筑服务正是日本方面所需要的, 但是中方没有更好地利用日本市场。而电信、计算机和信息服务却相反, 可以说中国是日本在该服务行业领域最为重要的贸易伙伴, 中国在此行业没有展现出巨大的竞争优势但中国和日本之间的贸易强度却很高。中日两国或在电信、计算机和信息服务方面各有所长, 相互之间能够填充各自国内市场的空缺。同时, 两国通过贸易交流也能相互促进, 倒逼国内电信、计算机产业的发展, 这种通过贸易发生合作的模式值得扩展运用至其它的服务行业。

从相反的角度继续探究中日服务贸易的互补性, 将中国的进口数据与日本的出口数据放入公式中进行计算, 从中发现日本哪些服务行业出口可以很好地弥补中国国内供给的不足。结果如下表所示:

表格 3.11 日本对中国服务贸易出口互补性指数

年份	制造服务	维护和维修服务	运输	旅行	建筑	保险和养老服务	金融服务	知识产权使用费	电信、计算机和信息服务	其他商务服务	个人、文化和娱乐服务	政府商品和服务
2012	0.02	0.07	17.89	9.03	1.91	1.72	1.16	17.64	0.61	34.63	0.02	0.31
2013	0.04	0.09	16.98	10.99	1.62	1.34	1.40	20.77	0.69	37.04	0.02	0.28
2014	0.02	0.31	14.49	14.67	1.61	1.25	1.73	21.13	0.77	32.27	0.03	0.37
2015	0.02	0.14	13.01	20.87	2.28	0.58	2.19	20.41	0.96	32.27	0.04	0.42
2016	0.02	0.15	10.74	21.95	1.57	0.72	2.14	21.94	1.00	34.28	0.07	0.43
2017	0.02	0.12	11.56	21.54	1.57	0.56	2.48	24.52	1.44	34.17	0.11	0.42
2018	0.02	0.13	10.43	22.73	1.27	0.54	2.52	26.95	1.40	33.54	0.10	0.40
2019	0.03	0.17	10.71	23.56	1.58	0.56	2.96	27.17	2.10	36.59	0.14	0.39
2020	0.08	0.27	14.56	8.62	1.60	0.90	6.10	40.72	5.36	45.30	0.20	0.48

日本对中国的服务贸易互补性指数也能与前文中中日服务贸易现状相印证。日本对中国服务贸易互补性最高的几个行业，正是目前日本对中国出口最集中、贸易出口额最高的几个行业——运输服务、旅行服务、知识产权服务及其他商务服务。换言之，日本很好地利用了当前对华服务贸易出口优势，积极将日本国内的优势服务产业与中国的市场需求相结合。正因如此，日本能对中国保持服务贸易顺差，其部分服务行业的优势预计仍会维持相当长的一段时间。另外，从2020年的数据看，除旅游服务外，其他服务行业的互补性在该受疫情影响年份都有提高，甚至个别行业提升幅度较大。这从侧面反映，面对世界存在的各种不稳定因素，中日间加强经济往来是可选之路。两国应加强区域经济交流，继续挖掘两国服务贸易潜力。

3.4 本章小节

以上各类数据结果表明，中国和日本两国在服务贸易方面的表现既有不同又有相似之处。比较中日服务贸易发展速度与规模，本文发现中国的服务贸易增速更快且相对稳定，而日本虽然也保持服务贸易增长但存在不稳定性。总体而言，

中国在服务贸易上展现出更大的活力。不过，日本是在两国双边服务贸易方面表现更好的那一方。诚然中国较日本的服务贸易竞争力差距在不断缩小，可日本依然长期对中国保持服务贸易顺差，中国在旅游服务、知识产权服务、运输服务行业对日本仍存在较大的依赖性。认识到存在的不足，中日两国便能由此展开更多的合作。毕竟，中国和日本的服务行业展现出良好的互补性，这也是两国服务贸易竞争优势集中在不同行业的结果。

贸易比较性指数显示，中国服务行业出口最大的优势体现在制造服务和建筑服务；日本则侧重于知识产权服务、政府服务、运输服务及建筑服务。贸易强度指数反映了现实的情况，也表明目前中国与日本服务贸易关系最紧密的行业却是旅游服务、其他商务服务以及电信、计算机和信息服务。中日两国双边服务贸易还存在较大开拓空间，如何更好地利用好各自的比较优势以及两国之间的互补性值得探讨。在下一个章节中将利用 CMS 模型，更全面地分析中日双边服务贸易，为两国开展更广泛地贸易交流提供参考。

4 中国与日本服务贸易出口增长效应分解

4.1 CMS 模型的构建

4.1.1 CMS 模型的理论基础

恒定市场份额（CMS）模型，最初于 1951 年由 Tyszynski 提出，后来在使用过程中，多方学者指出其中的问题并加以解决和完善。经过不断地补充，CMS 成为了学术界应用于国际贸易领域的重要分析工具。相较于其他计量模型具有直观、易于操作的特点，所以近年来开始受到国内众多学者的广泛应用，通常国内学者利用 CMS 模型来研究贸易出口的增长因素和结构因素等，此模型的基本假定是，随着时间的推移，倘若一国（或地区）的竞争力依旧不变，则其在世界市场上的贸易份额应该保持不变。基于此项假定，CMS 模型将一国商品或服务出口的实际值与保持原有份额的出口额之间的差异分解为贸易需求、贸易结构和竞争力等三个因素的影响，将结构因素作为一个独立变量从其他因素中分离出来并予以量化，是该模型的独特之处。通过比较分析各影响因素在一国（或地区）对外贸易实际变化中所占份额及其变动，CMS 模型能够反映制约该国（或地区）对外贸易增长的短板之所在。

4.1.2 CMS 模型的设定与构建

笔者借鉴前人修正的 CMS 模型，构建中日服务贸易出口变化的 CMS 模型，该模型为单一市场恒定市场份额模型，不考虑其他市场结构的影响因素。将出口增长因素分为 3 个组成部分：市场需求引致效应、出口产业结构效应和出口价格竞争效应^①。假设中国对日本的服务贸易出口的概念定义如下所示：E：中国对日本服务贸易出口总额； E_i ：中国对日本服务行业 i 出口总额；R：日本由 t_x 期到第

^① 本文的 CMS 分解方法参考来源：徐顺勇，朱屿，李翔. 中日、中韩服务业贸易增长因素研究[J]. 价格月刊, 2021 (07) :86-94.

t_y 服务业总体贸易进口的增长百分比； R_i 日本由第 t_x 期到第 t_y 期服务行业 i 进口的增长百分比。

假设中国对日本市场具有恒定的服务贸易出口份额，则日本服务贸易进口率 R 的增长将带动中国向日本服务出口增长，即恒定市场的进口增长效应，可表示为： $R * E$ 。但在现实中，中国对日本服务业的出口市场份额会发生变动，可能会高于或低于假设中的恒定市场份额。因而，可将中国对日本服务业出口增长分解为两部分——日本服务业进口增长率引致的部分和一个余项。表达式如下：

$$E(t_y) - E(t_x) = R * E(t_x) + \mu, \quad \mu = E(t_y) - E(t_x) - R * E(t_x) \quad \text{公式 4.1}$$

$$E(t_y) - E(t_x) = R * E(t_x) + [E_i(t_y) - E_i(t_x) - R * E(t_x)] \quad \text{公式 4.2}$$

由于中国出口到日本（或韩国）的服务由不同行业组成，将上式进一步细分为：

$$E_i(t_y) - E_i(t_x) = R_i * E_i(t_x) + [E_i(t_y) - E_i(t_x) - R_i * E_i(t_x)] \quad \text{公式 4.3}$$

$$\text{由于 } E = \sum_i^n E_i \quad i=1, 2, n$$

$$E(t_y) - E(t_x) = R \sum_i^n E_i(t_x) + \sum_i^n (R_i - R) E_i(t_x) + \sum_i^n [E_i(t_y) - E_i(t_x) - R_i * E_i(t_x)] \quad \text{公$$

式 4.4

由上式 4.4 可以看出，中国对日本的服务贸易出口增长因素可以分为三个部分：

第一部分，日本的市场需求引致效应 $R \sum_i^n E_i(t_x)$ ，模型本身假设中国对日本出口占日本总进口的比例保持不变，则日本服务贸易进口的增加直接导致中国对日本出口的增加。该效应反映的是日本进口的变化对中国服务出口增长的拉动，其值与基期中国对日本出口额以及日本的市场需求增速呈正比，若该值为正，说明日本服务市场需求增加对中国向日本的服务出口具有正向作用，该值越大，说明带动作用越大；若该值为负，说明日本服务市场需求的减少阻碍了中国向日本服务出口的增长。

第二部分，出口产业结构效应 $\sum_i^n (R_i - R)E_i(t_x)$ ，表示在 t_x 时期中国向日本服务出口的服务在多大程度上集中于进口增长率高于日本总体服务进口增长率的服务行业上。该值衡量的是中国服务出口产业结构是否与日本服务进口需求产业结构相适应，若该值为正，则表示中国服务行业出口符合日本的服务行业的进口需求，反之，则表示中国服务行业的出口与日本服务进口需求不相适应。

第三部分，出口价格竞争效应 $\sum_i^n [E_i(t_y) - E_i(t_x) - R_i * E_i(t_x)]$ ，该部分反映的是中国因国际竞争力变动所引起的服务贸易出口的增加或减少。该部分是由价格变动导致的，若该值为正，则说明中国的服务产品具有价格竞争优势，即中国对日本服务出口的价格增长低于其他竞争对手，反之，则说明价格竞争优势下降，中国在日本的市场份额减少。

4.1.3 CMS 模型计算结果分析

表格 4.1 2011-2019 年中国对日本服务贸易出口 CMS 分解结果

服务行业（单位： 百万美元）	第一时期			第二时期			第三时期		
	市场需 求效应	产业结 构效应	价格竞 争效应	市场需 求效应	产业结 构效应	价格竞 争效应	市场需 求效应	产业结 构效应	价格竞 争效应
制造服务	33.94	-219.38	-97.55	-25.35	84.90	-226.56	91.63	-224.64	100.02
维护和维修服务	0.33	0.44	5.23	-6.85	-86.30	-53.86	20.23	42.01	82.76
运输	27.88	-97.21	90.34	-29.39	-246.40	53.79	132.77	-200.06	200.29
旅行	31.56	-145.67	-86.89	-27.71	-0.27	53.98	123.94	34.35	-162.29
建筑	1.93	8.62	-18.54	-1.86	-29.73	118.60	25.29	-25.58	32.29
保险和养老服务	0.93	2.70	3.37	-1.11	6.14	-7.03	5.14	10.50	5.36
金融服务	0.20	1.18	22.62	-0.87	0.86	-4.99	3.94	3.45	-2.39
知识产权使用费	0.73	-3.93	3.20	-1.00	-0.84	-8.16	6.34	3.03	36.62
电信、计算机和信息服务	10.23	120.11	-4.34	-25.24	395.98	-324.75	118.28	287.09	536.63
其他商务服务	55.67	415.60	-394.27	-79.38	404.41	-810.02	327.43	-68.87	332.44
个人、文化和娱乐服务	0.12	-0.99	1.87	-0.17	2.23	-1.07	1.20	-1.90	4.70
政府商品和服务	0.63	-0.85	6.21	-0.96	3.54	-5.58	5.06	-2.93	-9.13
效应加总	164.13	80.62	-468.75	-199.88	534.52	-1215.6	861.25	-143.54	1157.29
总效应		-224			-881			1875	

研究的时间段为 2011—2019 年，依次将其分为 3 个时期，每 3 年为 1 个时期。

由上表 4.1 可知,不同的阶段中日两国的双边服务贸易驱动因素的施力作用全然不同。

第一时期(2011年-2013年),促进中国对日本服务贸易出口依靠的是市场需求效应,即日本国内市场的需求作用为主要动力,带动了中国有关服务行业对日本出口。出口服务行业的主力军是制造服务、运输服务、旅行服务和其他商务服务。而这一时期价格竞争效应为负,说明在日本看来,中国在服务贸易方面并没有价格优势,正是这一原因导致了这一期中国对日本服务贸易出口总效应为负。

第二时期(2014-2016年),这一时期中国对日本出口服务贸易又有一定程度的下滑,从年度统计上看,2016年的中国对日本服务贸易出口水平只比2011年稍高。这段时间,价格效应占了总效应的138%,所以可以推断导致2014年-2016年,中国对日本出口服务贸易遭挫的主要原因是,中国的服务贸易出口价格偏高,从而进一步丧失了价格竞争优势。而导致总的价格竞争效应为负的主要行业是其他商务服务、电信、计算机和信息服务和制造服务,这三个服务行业带来的价格竞争效应基本是该时期总价格竞争效应的全部,说明这几类服务行业在贸易上遭遇了较大价格竞争压力。好的方面是,该时期中国部分服务产业对日本出口有较大的提升,主要贡献力量依然是来自其他商务服务行业和电信、计算机和信息服务行业。正是因为此二者在这一时期产业结构效应的贡献,抵消了部分价格效应的负作用,才没有引起中国对日本服务出口的进一步下降。结合以上两点,中国应是在这一时期做到了在商务服务和电信服务上高质量开放,相关行业质量和技术优势得到体现,自然而然出口价格也比国家市场价格更高。

第三时期(2017年-2019年)的 cms 实证结果可谓与第二期结果截然相反。这一时期中,在价格竞争效应与市场需求的共同作用下,中国对日本服务贸易出口有一个较大的提升。笔者认为,第二时期是一个过渡期,第三期则是第二时期的发展结果,14年开始兴盛的商务服务及电信计算机服务经过若干年的发展,成本得到了降低,从而日本方面有了更大的需求,引起了861.25的市场需求效应。同时成本的下降,直接带来了价格优势的恢复。两个效应一起导致了对中国对日本服务贸易的繁荣。

表格 4.2 2011-2019 年日本对中国服务贸易出口 CMS 分解结果

服务行业(单位: 百万美元)	第一期			第二期			第三期		
	市场需 求效应	产业结 构效应	价格竞 争效应	市场需 求效应	产业结 构效应	价格竞 争效应	市场需 求效应	产业结 构效应	价格竞 争效应
制造服务	6.26	-6.07	11.81	2.35	1.69	-17.04	0.63	0.82	3.56
维护和维修服务	2.09	-1.32	-1.77	5.20	-10.66	14.47	7.10	18.48	9.41
运输	1497.48	-828.18	-628.30	496.34	-834.74	-426.60	494.34	21.59	-766.94
旅行	899.32	815.24	239.44	699.88	581.66	3696.46	1236.54	-685.86	1655.32
建筑	21.75	-16.65	-1.10	7.65	10.98	52.37	15.14	34.57	-43.72
保险和养老服务	355.08	-230.67	369.59	163.03	-359.82	-536.21	75.83	-65.75	95.92
金融服务	19.66	17.44	-28.10	15.01	-23.32	-5.69	13.68	11.44	19.88
知识产权使用费	840.04	-16.68	-368.36	391.48	-35.00	-422.48	476.38	353.54	-295.92
电信、计算机和 信息服务	27.11	-9.08	25.97	15.40	24.49	68.11	39.90	106.19	-40.08
其他商务服务	665.78	-523.94	-592.84	185.39	-29.01	-28.38	205.97	104.17	-27.13
个人、文化和娱 乐服务	2.68	-0.97	2.29	1.57	9.72	63.71	11.18	11.28	-7.46
政府商品和服务	13.40	-3.10	-11.30	6.77	8.17	34.06	12.74	-10.08	-2.66
效应加总	4350.64	-803.97	-982.67	1990.08	-655.85	2492.77	2589.43	-99.61	600.18
总效应		2564			3827			3090	

表 4.2 为日本对中国服务贸易出口分解，同样将 2011 年-2019 年分成 3 个时段进行分析。

第一时期（2011 年-2013 年），只有市场需求效应为正，说明当时国内服务需求增长极快，但是国内的服务产业发展未能满足快速增长的需求。该阶段日本为中国提供了大量的运输服务、旅行服务、知识产权服务及各类商业服务，很大程度上弥补了国内相关服务的供给缺口。

第二时期（2014 年-2016 年），这一时期日本对华出口价格优势有所提升。较低的价格使得中国对日本服务更加青睐，最直接的特征就是日本对中国的服务出口额增加的速度更快。而带来这一效应最多的行业便是旅游行业，日本旅游价格优势带来了巨大的市场。

第三时期（2017 年-2019 年），这一时期总体保持着第二时期的特征。中国依旧有着高需求，同时日本也受到了其它国家旅游服务的竞争，价格优势不再像第二时期那样庞大。

4.2 本章小结

事实上，本章利用恒定市场份额模型对中日双边服务贸易展开进一步的剖析，是对第三章中日双边服务贸易关系进一步补充。我们通过 CMS 分解，能够更加清楚中国与日本服务贸易增长的内部动因。

从中国对日本服务出口的角度看，每个时期的都具有不同的特征。就最新的时期（2016-2019）而言，中国的服务出口竞争力的较大提升，导致了对日出口的增长。但是总产业结构效应为负，说明中国没有及时跟随日本的服务进口结构进行调整。如果中国只依靠日本自然增长的需求以及自身服务出口竞争力的提高，来维持中国对日本服务出口的增长，也难免会再次出现对日本服务出口负增长的情况。CMS 分解的结论提醒我们，要提升技术、降低成本提高服务竞争力的同时，不能忘记随机应变，根据进口国的进口需要针对性地出口相关服务。再从日本对中国的服务出口角度看，也表现出同样的情况。虽然两国近期对彼此服务出口呈现增长态势，两国产业结构效应却皆为负值，中国和日本之间相互服务出口并没有很好地考虑对方进口结构的调整。长此以往，可能不利于两国服务贸易潜力的释放。

由此，又引出了另一个问题，中日之间的服务贸易潜力到底发挥出了应有的多少水平。本文将通过实证手段比较中日的服务贸易潜力水平，并评估中日双边服务贸易效率。

5 中国和日本服务贸易潜力的影响因素分析

在实证研究中国和日本的服务贸易潜力之前，需要对影响贸易潜力的因素进行分析。

中日两国虽然服务贸易发展有相似之处，但是各自的资源禀赋和经济环境并不相同。本章节比较中日两国之间的异同，重点分析哪些因素影响了两国的服务贸易潜力。

5.1 自然因素

学者们研究贸易潜力的初始之时，自然因素就首当其冲的被认为是重要影响因素。比如，贸易引力模型中将距离作为影响贸易流量的核心因素，此处‘距离’的含义是地理距离，这便是自然因素的一种。其它被讨论的自然因素有共同语言、共同边界等。无论是货物贸易，还是服务贸易中以上三项因素皆会与运输成本、信息成本产生关联。一般来说，在其它条件同等的情况下，地理距离越长，商品或服务的供给者进行贸易活动所产生的额外成本就越高，在维持利润不变的前提下，供给者将提高价格将成本转移至消费者承担，相对应地，消费者需求就会下降。最后的结果往往是供给者放弃舍近求远的想法，直接去地理位置靠近的国家进行贸易。这时候，地理位置与供给者更近的国家更具贸易潜力。其它二者影响贸易潜力的作用机制大体上也是如此，都是给卖方带来了更高的成本。

事实上，自然因素所涉及不单单只有距离因素，上述三个距离因素只能说是在考虑贸易流量或者贸易潜力时，使用频率最高的几个自然因素。自然因素还应涵盖更多事物种类，比如各个国家所处地理位置不同，自然环境带来的资源禀赋也不同。其中一些就像距离因素一样是可以量化的，对贸易活动的影响也是巨大的。举例来说：日本和中国在地理位置上相近，隔海相望贸易往来较为方便。在语言文字方面，日本日常学习汉文字，不少地方依然沿用了汉字的用法与习惯。日本文化的形成吸收了不少中华文化为基础，造就两国文化存在共通之处，中日之间贸易往来因为相似的文化更易发展壮大。某些无法量化或者极难量化的，也

能影响到国家间双边服务贸易潜力。还是以中国和日本为例，地理的差异性往往有助于跨境旅游服务，中国大面积的地区处于内陆，山川大河数不胜数；日本为岛上国家，风光独特，分外迷人。两国人民对彼此别具一格的山河风光都有好奇心，心理驱使下，旅游活动便自然而然产生了。

5.2 经济因素

一个国家经济的发展才能支撑起对外贸易的繁荣。只有国家经济水平的提高，才能满足相关产业长期稳定发展所需的要素，保证最后市场上的产品或者服务跟随时代创新升级，不在某个时刻被其它替代品所淘汰。经济水平也是一个国家内部市场的反映，高质量的经济水平对应的是国内蓬勃向上的贸易市场，市场富有活力便能吸引更多外来投资，继而使得优势产业获得更多优势资源实现竞争力的不断提升。从购买者角度看，只有本国人民购买能力足够，才能选择购买更多外国的优质产品或服务。更高的需求会倒逼本国产业的发展，产业的进步又意味着收入的提高，这将开启新一轮国内外产业的发展。所以经济水平和贸易规模往往是息息相关的

服务贸易的购买者，除了个人企业外也有可能是政府。所以当国家经济水平高，人民比较富有时，通常能成为理想的贸易出口对象。作为服务贸易出口国，自身服务业强大是最牢固的后盾，服务业处于高水平才能在国际市场上无往不利。GDP 通常用来量化一国经济发展水平，人均 GDP 一定程度代表了一个国家人民富裕程度；产业水平的衡量方式则选择更多，服务业增加值能反映一定时期服务业的发展状况。中国和日本在经济上互相重视。虽然中国的人均 GDP 排名一直中流水准，但拥有着不可小觑的购买能力，长期以来一直是日本的最大贸易伙伴。日本也长期处于经济强国的位置，国民消费水平高。中国和日本两国不同服务业的发展水平有着较大差异，正如第三章的现状数据所示，中国在传统服务业上有着独有的优势。而日本在高技术高知识型服务行业领域则要领先于中国，但也不是尽善尽美，发展不平衡的问题始终困扰着日本。中日两国服务贸易想要实现质的提升，都必须先着力提高本国服务业实力。

5.3 国际贸易环境

多边贸易体制一直维护着世界各国贸易的健康发展,大多数国家也在该体制引导下逐步消除设置的贸易壁垒,以便保证贸易相当程度的自由化。随着国际局势发生变化,自由贸易导致的国际化分工而产生的全球价值链也面临多重威胁与挑战。于是,一些国家内部重新主张贸易保护,希望流失的产业能再次掌控在自己手中;更多的国家选择把经济合作的重点放在一定区域内,避免价值链延伸过长,这便是区域经济合作。区域经济合作达到一定程度,就发展为区域经济一体化组织。区域经济一体化是对多边贸易体制的一种补充,两者可以相容都是为了尽可能的改善贸易环境,释放与他国的贸易潜力。国家间签订区域贸易协定就是推进区域经济一体化的一种方式,其本质是在消除阻碍成员国之间贸易流通的屏障,使得成员国之间的贸易活动能带来更多福利。

中日之间的关系颇为微妙、时好时坏,对于经贸往来却能产生很大影响。事实上,中国和日本分别与不少共同的贸易伙伴签订过服务贸易协定,例如:智利、东盟各国等。两国完全可以以这些国家作为中介,联合磋商定制标准的服务贸易协定,为中日之间服务贸易提供稳定器。RCEP的签署就是好的示范,它给中国与日本的贸易合作带来更多的发展空间,也给两国的进一步经济合作打下了基础。若能一鼓作气,建立中日包括韩国的自贸区,就能进一步减少服务贸易壁垒,降低协定内国家的服务贸易成本,最大限度发挥中日之间的服务贸易潜力。

5.4 其他特定因素

现如今的服务贸易所涵盖的服务行业种类繁多,既涉及与人们生活紧密相关的传统服务行业,也内含一日更比一日好的新兴服务业。因为服务贸易本身组成具有综合性,两个国家之间的双边服务贸易往来也会受到国内环境、国内人民的主观意识的影响。

(1) 经济自由度水平

如上文所述,有关经济变量对服务贸易的影响几乎是显而易见的。而在当前社会化生产的大环境中,一国国内的经济环境也会对影响到其能发挥贸易潜力的

上限。一是因为一个国家的经济氛围好、经济自由水平高更能吸引外国投资者，外来资金的流入壮大了本地产业规模，有利于产品或服务出口。另一方面，本国经济自由程度高，则对其它国家的商品或服务更易接受，不会因为是进口商品或服务而施加不公平待遇，外国的出口商当然愿意来此进行贸易。美国传统基金会每年都会公布最新的《全球经济自由度指数报告》对世界近两百个经济体的经济自由度进行综合评价及赋值，评价指标包括金融自由度、贸易自由度、货币自由度等等。中国在该报告上的评分一直不高，但更应注重的还是完善促进经济自由的相关措施与政策而不是分数本身。目前，中国已经积极推动建立服务贸易创新发展试点，目的就是提升服务贸易便利化水平、促使服务贸易高质量发展。日本方面，经济自由度评价相对较好。但服务贸易涵盖面广泛，日本也不可能面面俱到，在任一服务行业都能有高水平开放度，多尝试与中国沟通，就具体行业、具体需求进行磋商，有利于提高自由度带来更大的贸易效益。

（2）制度距离

在各项国际贸易学术研究中，讨论制度距离与贸易流量两者关系的文献同样比较常见。一般结论是，两国的制度距离越大，越不利于两国之间贸易往来。具体的作用机理与上文经济因素中三个距离因素相似：制度差异越大，贸易活动越容易发生不确定性的意外，徒增贸易成本；制度差异越小，贸易活动者越熟悉和了解伙伴国的社会制度，从而避免额外风险的发生。制度距离和服务贸易进出口总额的关系将在下一章节验证。

在世界银行 WGI 数据库中，国家制度被量化为六项，六个维度分别为政治稳定性与无暴力程度、控制腐败、政府效率、监管质量、法治、话语权和问责权。这六项维度的最高的得分为 2.5，最低得分为-2.5，比较各个指标的得分大小，能基本了解一个国家的制度情况。当一个高得分国家的人民去一个低得分国家进行贸易出口时，往往会因为制度质量低蒙受风险。相反，低得分国家会因高得分制度约束而感到不适应，从而无法进行贸易出口。

（3）文化距离

国际贸易活动中，出口对象国的文化差异是经常要考虑的因素。根据 Linder (1961) 的理论观点：两国文化差异越大时，文化的分歧通常会造成两国消费偏

好的不同；若两国文化差异较小，一国出口的商品及服务更可能被另一个国家接受。现阶段学术研究中，多使用霍夫斯泰德六项文化维度测算文化距离，六项维度主要测度一个国家人民在集体与个人主义、避免不确定性、权力距离、男或女性偏向、长期取向和短期去向、放纵与自我约束的得分。中国和日本的历史文化相似，历史文化承载的价值倾向使得两国人民在价值观上也有相似性，比如热爱自己的国家。但现代社会信息纷杂，中日两国国情不能一概而论，两国人民价值观念是否相似，文化距离是否靠近，还得通过测算分析。无论如何，中日两国开拓文化服务贸易潜力，应该围绕着共同的价值观打造文化产品和服务。

6 中国与日本双边服务贸易的潜力实证研究

6.1 随机前沿引力模型理论基础

6.1.1 传统引力模型

‘引力模型’顾名思义初始是用于物理学领域，计算两物体间的引力作用大小的研究工具。后经不断拓展由 Tinbergen (1962) 首次将引力模型应用至贸易领域，认为两国间的贸易量和物体之间的万有引力相似。引力与物体各自的质量成正比，与距离成反比，同样贸易量应该与两国 GDP 成正比，与距离成反比，利用公式进行数学反映亦即下面的模型：

$$T_{ij} = \frac{GDP_i^\alpha GDP_j^\beta}{DIST_{ij}^\gamma} \quad \text{公式 6.1}$$

该模型作为一种实际经济规律因具有科学的理论基础和一定的实用性而被广泛应用于国际贸易研究，包括但不限于贸易往来的影响因素、贸易潜力及贸易效率。公式中 i 与 j 指代国家 i 和国家 j ， T_{ij} 表示两国之间的贸易流量， GDP_i 与 GDP_j 分别为两国的国内生产总值， $DIST_{ij}$ 表示两国之间的地理距离（一般采用两国政治或经济中心的球面距离或两国主要港口间的航海距离来表示）。

随着国家贸易领域的研究逐渐深化，引力模型也随之得到补充与完善。毕竟时代的进步，让贸易的内容与形式更具有多样性。学者也不再单单从国家的经济规模和各国间的远近来考虑贸易的影响因素，于是更多的变量被加入到模型中，由此形成了引力模型的扩展形式即拓展的引力模型。一般对该模型两边取对数变换成多元线性方程，其表达式如下：

$$\ln T_{ij} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln GDP_i + \alpha_2 \ln GDP_j + \alpha_3 \ln DIST_{ij} + \alpha_4 \delta_{ij} + \varepsilon_{ij} \quad \text{公式 6.2}$$

除了原有的两个主要变量，该方程式还添加了其他控制变量以 δ_{ij} 表示，此外加入 ε_{ij} 表示随机扰动项， $\alpha_0 - \alpha_n$ 表示待估参数。

6.1.2 随机前沿引力模型

引力模型及其拓展形式虽然经典并且应用广泛，但受制于模型设定，其仍然存在两个问题。

一是将贸易的一些政策因素、主观阻碍因素，亦即贸易非效率项都归于随机扰动项中，这将难以避免地导致估计偏差。在实际贸易活动中，贸易流量一方面由两国 GDP、人均收入、距离等诸多客观因素决定，另一方面也受贸易政策等因素影响。对于传统的引力模型来说，其假定随机扰动项是完全随机的，而政策的影响及人为的主观因素显然不符合这个特征。因此，即使其变量体系已经纳入了绝大部分客观因素，那些对贸易产生影响的其它因素也很难在随机扰动项中得到体现，将这些贸易的主观因素纳入到零均值正态分布的随机扰动项中将不可避免地引起估计偏差。

二是引力模型衡量的是贸易的平均水平而非最优水平。单就“潜力”一词的意思来说，其应该是实际贸易水平与最优贸易水平的差距，但引力模型测算的是实际贸易水平与平均贸易水平的差距。因此使用引力模型来测算贸易潜力存在语义上的偏差。

随机前沿引力模型同时解决了传统引力模型存在的两个问题。该模型将原来的随机扰动项拆成随机误差项 v 和非效率项 u ，其中 v 仍然表示未被纳入模型中的客观因素， u 表示对贸易产生影响的主观因素，这样就避免了忽略主观因素而引入的误差。随机前沿引力模型使用的随机前沿分析法（SFA）由 Aigner 等（1977）首先提出，用于测算生产环境中的技术效率，即固定要素投入下的实际产出与最优产出的比值。后被引入到贸易领域，用于测算固定贸易条件下实际贸易流量与最优贸易流量的比值。其模型设定如下：

$$T_{ijt} = f(x_{ijt}, \beta) \exp(v_{ijt}) \exp(-u_{ijt}), u_{ijt} \geq 0 \quad \text{公式 6.3}$$

$$T_{ijt}^* = f(x_{ijt}, \beta) \exp(v_{ijt}) \quad \text{公式 6.4}$$

其中， T_{ijt} 与 T_{ijt}^* 分别表示 i 国与 j 国在 t 时期的实际贸易量和最大贸易量（贸易潜力）， x_{ijt} 表示影响双方贸易量的主要因素， β 为待估参数， v_{ijt} 为随机

误差项, u_{ijt} 表示贸易非效率项。进一步类比生产函数中技术效率概念进而引入贸易效率 (TE_{ijt}) 的概念, 具体表示为实际贸易量与贸易潜力的比值:

$$TE_{ijt} = T_{ijt} / T_{ijt}^* = \exp(-u_{ijt}), u_{ijt} \geq 0 \quad \text{公式 6.5}$$

上面的式子表明, 贸易效率的大小取决于贸易的非效率水平(贸易障碍) u_{ijt} 。当 $u_{ijt} = 0$ 时不存在贸易非效率, 此时的实际贸易量与最大贸易量相等, 即 $TE_{ijt} = 1$; 当 $u_{ijt} > 0$ 时则存在贸易非效率(贸易障碍), 此时的实际贸易量小于最大贸易量, 即 $TE_{ijt} \in (0, 1)$ 。

总之, 随机前沿分析法在贸易引力模型中的运用需从两个角度出发: 一是从经济视角出发, 模型的设定及变量的选取需遵从引力模型的基本原理, 符合经济意义; 二是从技术视角出发, 模型中各指标的内涵界定和计算方法则是类比随机前沿分析法在生产函数中的具体运用而得出。

6.2 模型的设定与数据选取

6.2.1 模型的构建

(1) 主模型构建

本章将利用实证方法测度中日之间的服务贸易潜力, 经上一节对模型的理论进行具体阐述后, 本文决定采用随机前沿引力模型作为实证研究的基础模型。主模型方面, 结合本文第五章对贸易一般影响因素的理论分析, 将经济规模、人口规模、服务业发展水平及地理距离纳入主模型方程作为解释变量。

方程两边取对数后得到如下的基本表达形式:

$$\ln T_{xyt} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln PSG_{xt} PSG_{yt} + \alpha_2 \ln PR_{xt} + \alpha_3 \ln PR_{yt} + \alpha_4 \ln DIST_{xyt} + v_{xyt} - u_{xyt}$$

公式 6.6

式中, T_{xyt} 为 x 国对 y 国在 t 年的服务贸易出口额; α_0 为常数项(截距项); $\alpha_1 - \alpha_4$ 为待估参数; $PSG_{xt} PSG_{yt}$ 表示 xy 两国在 t 年的人均 GDP 乘积; PR_{xt} 、 PR_{yt}

分别表示 x 国人口与 y 国人均服务产业增加值； $DIST_{xy}$ 表示 x 国与 y 国之间的地理距离； v_{abt} 是随机误差项； u_{abt} 是非效率项。变量的具体选取说明及数据来源见下表

表格 6.1 变量名及数据来源

变量名	变量选取说明	数据来源
$PSG_{xt}PSG_{yt}$	反映了两个贸易国的经济发展情况与富裕水平	世界银行数据库整理所得
PR_{xt}	反映中国 t 年的服务产业发展水平	世界银行数据库整理所得
PR_{yt}	反映贸易伙伴国 t 年服务产业发展水平	世界银行数据库整理所得
$DIST_{xy}$	反映中国与伙伴国的地理距离	CEPII 数据库

(2) 贸易非效率模型构建

由前文的分析可知，贸易障碍在模型中被假定为是非负的，正是由于贸易非效率（贸易障碍）的存在影响了服务贸易潜力的实现。但这一假设并不意味着副模型中选取的所有解释变量都是双方服务贸易的阻碍因素，而主模型中没有变量会阻碍双方服务贸易的开展。相反，服务贸易潜力可在既定的贸易条件、资源投入下，通过加强区域合作、提高贸易自由度等主观因素的改善后而达到最优水平。因此，本文在对副模型各解释变量的选取中，考虑的均是一定时期内可通过人为调节进而使贸易障碍为零（达到最优贸易）的主观因素变量指标。基于前文对于贸易流量影响因素的分析。贸易非效率模型构建如下：

$$\mu_{xyt} = \beta_0 + \beta_1 RUL_{xyt} + \beta_2 CUL_{xyt} + \beta_3 FREE_{yt} + \beta_4 INS_{xt} + \varepsilon_{xyt} \quad \text{公式 6.7}$$

其中， RUL_{xyt} 、 CUL_{xyt} 、 $FREE_{yt}$ 分别表示中国与样本国家的制度距离、文化距离，样本国的经济自由度， INS_{xt} 则表示中国与样本国是否签订区域服务贸易协定。贸易非效率模型的选取变量具体释义及数据来源如下：

RUL_{xyt} 反映了两个贸易国的制度差距, 制度差距越大, 两国相互交流障碍越大。计算公式为: $RUL_{xyt} = \frac{1}{6} \sum_1^6 \left| \frac{I_{yct} - I_{xct}}{\max I_{yct} - \min I_{xct}} \right|$, I_{yct} 、 I_{xct} 分别表示中国与中样本国家六项制度维度得分情况。数据来源世界银行数据库。

CUL_{xyt} 反映了两个贸易国的文化距离, 文化距离越大, 两国彼此认同感越低, 行为差距越大。本文依照綦建红 (2012)^① 在传统 KSI 指数的改进, 构建文化距离计算公式: $CUL_{xyt} = \sum_{w=1}^6 \left[\frac{(W_{wx} - W_{wy})^2}{V_w} / 6 \right] + (1/T_x)$, W_{wx} 、 W_{wy} 表示中国与样本国的文化维度得分, V_w 表示文化维度的方差, T_x 表示两国建交年数。数据来源 Hofstede 官网。

$FREE_{yt}$ 为样本国经济自由度, 经济自由度的得分包含对样本国贸易自由度、金融自由度以及投资自由度的衡量, 数据来源全球竞争力报告。

INS_{xt} 数据来源世界银行数据库。

6.2.2 样本数据说明

本文目的是研究中国和日本的服务贸易潜力及中日之间的服务贸易潜力, 样本国将从中日共同的主要服务贸易伙伴中进行选取。再综合考虑数据的可获取性和伙伴国的代表性, 筛选的样本国如下: 澳大利亚、奥地利、比利时、加拿大、捷克、丹麦、芬兰、法国、德国、爱尔兰、意大利、韩国、马来西亚、荷兰、新加坡、西班牙、瑞典、英国、美国; 以及主要评测对象日本一共 20 个国家, 基本涵盖了中日两国的服务贸易主要交流对象。样本时间段截取 2005 年-2020 年, 共有 320 个观测值, 运用 Frontier 4.1 软件做回归分析。

^① 綦建红, 李丽, 杨丽. 中国 OFDI 的区位选择: 基于文化距离的门槛效应与检验[J]. 国际贸易问题, 2012(12):137-147.

6.3 模型的检验

一般情况下,选择随机前沿分析方法做贸易实证需要先检测贸易非效率项是否存在,即模型的适用性检验,之后还需要对模型的时变性与否进行判断。若模型确实存在贸易非效率项及时变性,再进行显著性检验。

所谓贸易非效率是否存在其实就是检测模型方程式中 u 项是否存在,而通常的检验方式为广义似然比(LR)检验。具体来说,LR 检验原假设为 H_0 : 不存在贸易非效率项,备择假设 H_1 : 存在贸易非效率项,如果设置模型得出的 LR 统计量 ($LR = -2[\ln H_0 - \ln H_1]$) 大于相对应自由度下的混合卡方分布临界值,则该拒绝原假设,即存在贸易非效率项;反之则应该接受原假设使用普通最小二乘法进行回归。同理,用似然比检验判断贸易效率是否具有时变性,若 LR 统计量大于临界值,则效率具有随时间变化的特征,对应使用时变模型;反之效率为固定效应不随时间变化,该使用时不变模型。

本文中国和日本对样本国服务贸易潜力的测评皆采取上述回归方程结构,中国对样本国出口的方程为模型一,日本对样本国出口的方程为模型二。

表格 6.2 模型一检验结果

原假设	约束模型统计量	非约束模型统计量	LR 统计量	1%临界值	检验结论
不存在贸易非效率项	-371.62	-47.06	649.12	10.501	拒绝
不存在时变性	-68.1	-47.06	42.08	12.483	拒绝

正如上表 6.2 所示,适用性检验与时变性检验的结论均为拒绝原假设。因此,模型一使用随机前沿方法进行贸易实证研究是可行的,且应运用时变的随机前沿引力模型探究不同年份中国与各个样本国的服务贸易效率。

模型二也采用改检验方法对日本出口模型进行贸易非效率项及时变性检验,结果如下表 6.3。

表格 6.3 模型二检验结果

原假设	约束模型统 计量	非约束模型 统计量	LR 统计量	1%临界值	检验结论
不存在贸易非效 率项	-460.92	-65.39	791.06	10.501	拒绝
不存在时变性	-119.87	-65.39	108.96	10.501	拒绝

模型二的结果也表明，模型应该引入贸易非效率项，且模型亦是存在时变性的。

既然确定中国出口模型与日本出口模型都受贸易非效率项影响。于是，本文将利用 LR 检验分析贸易非效率模型中被选择的各个变量是否对两个模型都具有适用性。

表格 6.4 模型一变量适用性检验结果

原假设	约束模型统 计量	非约束模型统 计量	LR 统计量	1%临界值	检验结论
不引入制度距离	-399.97	-341.73	116.48	10.501	拒绝
不引入文化距离	-354.21	-341.73	24.96	10.501	拒绝
不引入经济自由 度	-398.26	-341.73	113.06	10.501	拒绝
不引入服务贸易 协定	-353.37	-341.73	23.28	10.501	拒绝

表格 6.4 的结果证实了以上四个变量引入到副模型中的做法是正确的，可将此四个变量纳入到回归方程当中，即制度距离、文化距离、经济自由度和服务贸易协定都是影响贸易效率的变量。

模型二同样采取相同的步骤，逐一验证在不引入特定变量的情况下，最后的 LR 的统计量是否大于混合卡方分布临界值，结果如下表 6.5 所示。

表格 6.5 模型二变量适用性检验结果

原假设	约束模型统 计量	非约束模型统 计量	LR 统计量	1%临界值	检验结论
不引入制度距离	-457.88	-447.86	20.04	14.325	拒绝
不引入文化距离	-460.47	-447.86	25.22	14.325	拒绝
不引入经济自由 度	-459.14	-447.86	22.56	14.325	拒绝
不引入服务贸易 协定	-458.33	-447.86	20.94	14.325	拒绝

注：模型二的混合卡方分布临界值采取自由度为 5 情况下的临界值

在日本对样本国服务贸易出口的模型中，按照表 6.5 的结果也应纳入上述的四个变量。

因此，可以确定随机前沿引力模型和非效率模型的方程，并采用一步法将主模型与副模型进行整合，得到完整的函数形式（模型一及模型二）为：

$$\begin{aligned} \ln T_{xyt} = & \alpha_0 + \alpha_1 \ln PSG_{xt} + \alpha_2 \ln PR_{xt} + \alpha_3 \ln PR_{yt} + \alpha_4 \ln DIST_{xy} + v_{xyt} \\ & - (\beta_0 + \beta_1 RUL_{xyt} + \beta_2 CUL_{xyt} + \beta_3 FREE_{yt} + \beta_4 INS_{xt} + \varepsilon_{xyt}) \end{aligned} \quad \text{公式 6.8}$$

6.4 实证分析

6.4.1 随机前沿引力模型回归结果

得到具体的模型方程式后，本文使用 Frontier 4.1 软件进行回归。统计数据见表，左右分别为使用时不变模型与时变模型得出的回归结果。

(1) 中国对样本国服务出口主模型回归结果

首先是模型一（中国对样本国出口模型）的时变模型及时不变模型回归结果，正如下表 6.6 所示。

表格 6.6 主模型一回归结果

变量	时不变模型		时变模型	
	系数	T 值	系数	T 值
常数项	37.51***	38.16	36.94***	36.29
$\ln\text{PSG}_{xt}\text{PSG}_{yt}$	-2.26***	-4.32	-2.36***	-8.49
$\ln\text{PR}_{xt}$	2.30***	5.20	2.76***	11.49
$\ln\text{PR}_{yt}$	3.47***	5.76	3.11***	7.33
DIST_{xy}	-2.54***	-12.03	-2.22***	-7.82
σ^2	0.735***	4.44	1.03***	4.82
γ	0.948***	84.3	0.967***	115.80
μ	1.67*	1.77	1.99***	2.79
η	/	/	-0.012***	-3.72

注：*、**、***分别代表在 10%、5%以及 1%的显著性水平下显著。

从上表 6.6 的统计量我们能再次确认模型的适用性与时变性： μ 值为正且通过了 t 检验，说明中国与各个贸易伙伴的服务贸易交流中存在各项阻碍因素，未达到贸易的最高效率。表中 γ 值也同样证实了这一点，该值无论在时变模型还是时不变模型中，都非常接近于 1，均在 1%的显著水平下显著。这意味着服务贸易过程中存在较大阻力，贸易非效率项值得深入探究；另外， η 值为负数，同样在 1%显著水平下显著，表示贸易非效率项是随着时间推移会发生变化——时间越近贸易效率反而越低，反映了存在其它因素不仅干扰着中国服务行业的进出口效率，负面影响甚至越来越大。

其次，我们从时变模型的变量系数中，可以进一步了解中国服务贸易出口与各变量存在的关系以及背后的含义。当中国的人均 GDP 和样本国的人均 GDP ($\text{PSG}_{xt}\text{PSG}_{yt}$) 整体上升的时候，对中国的服务贸易出口带来了负作用。可能的原因是当中国居民富裕起来后，会更多的选择消费本国的服务，原本对外出口的服务产业将市场更多的投向了国内；而样本国居民消费能力提高后，也同样的选择本国或者除中国以外的他国服务，两方作用下导致中国的服务出口不升反降，与其他国家的服务贸易往来有所减弱。这也能从第三章的中国服务贸易现状找到根

据,中国的服务行业出口依然较为集中在运输服务和其他商业服务。虽然在电信、计算机和信息服务领域我国近年出口表现出色,但是总体服务出口竞争力不强,缺乏高技术、高知识性服务产业作为支撑。不过,现今我国主张以内循环为主体,在不断加强的国内需求倒逼之下,兴许服务产业能到快速升级。接下来的国内外人均服务业增加值($PR_{xt}PR_{yt}$)都与我国服务贸易的流量大小呈现正相关,这是与事实经验所相符的,国内的服务产业强大是提高服务出口的基础;国外服务业发展也能刺激本国服务业加快升级步伐,提高服务质量的同时服务出口便增加了。最后一项 $DIST_{xy}$ 表现为与服务进出口负相关,可见即使服务贸易因其形式和有关技术能一定程度突破距离的束缚,但不可避免的对服务贸易往来造成了影响。

(2) 日本对样本国服务出口主模型回归结果

之后,再对模型二(日本对样本国出口)进行回归,并与模型一进行对比,以此分析中日在服务贸易出口方面的异同,结果如下表 6.7。

表格 6.7 主模型二回归结果

变量	时不变模型		时变模型	
	系数	T 值	系数	T 值
常数项	50.95***	51.29	51.06***	51.06
$\ln PSG_{xt}PSG_{yt}$	-1.25**	-2.50	-4.22***	-7.27
$\ln PR_{xt}$	0.58	1.21	3.35***	5.27
$\ln PR_{yt}$	2.12***	4.64	5.00***	9.99
$DIST_{xy}$	-4.56***	-13.83	-4.01***	-12.98
σ^2	1.41***	7.14	1.80***	2.95
γ	0.976***	280.63	0.964***	50.67
μ	2.34***	3.09	2.64***	2.80
η	/	/	-0.011	-0.59

注: *、**、***分别代表在 10%、5%以及 1%的显著性水平下显著。

回归模型二的主模型部分,最后的得出的统计量 μ 和 γ 均通过了 t 检验,前者在回归结果中为正且在 1%水平下显著,后者非常趋近于 1 同样是在 1%水平下

显著，两者共同印证了贸易非效率项的存在。

与模型一相比（中国对样本国出口），模型二的变量系数方向保持不变。这再次说明了日本与中国在服务贸易出口方面有着相似性，日本的服务出口也会在本国消费水平提高的情况下更多地投向国内市场，且在国际市场容易被更高质量的服务所替代。事实上，日本的服务贸易竞争优势也确实集中在个别行业，整体服务出口竞争力不高。日本若想提高服务贸易出口额，也必须提高本国服务产业水平，以产业发展为基础推动服务贸易的发展。

6.4.2 贸易非效率模型实证结果

（1）中国对样本国服务出口模型一步法回归结果

本文通过 frontier4.1 软件，运用 BC95 模型对构建的贸易非效率模型进行一步法回归估计，实证结果中各个变量系数以及对应的 t 值见下表 6.8。

表格 6.8 模型一一步法回归结果

模型一	变量	系数	T 值
	常数项	29.81***	13.94
随机前沿引力模型	$\text{LnPSG}_{xt}\text{PSG}_{yt}$	-3.46***	-6.97
	LnPR_{xt}	3.30***	7.65
	LnPR_{yt}	3.99***	9.35
	DIST_{xy}	-0.77***	-8.93
	常数项	4.01***	5.65
贸易非效率模型	RUL_{xyt}	2.61***	5.47
	CUL_{xyt}	0.20**	2.34
	FREE_{yt}	-8.45***	-5.97
	INS_{xt}	-0.79***	-2.79
	σ^2	0.52***	10.95
参考量	γ	0.12	0.64
	对数似然值	-341.73	
	LR 统计量	59.77	

在前文随机前文引力模型的基础上，贸易非效率模型的回归结果能得出更多

的结论，值得注意的是：因为 μ 值前面的符号为负，所以贸易非效率模型的解释变量系数的正负性与实际带来的作用相反。

1. 随机前沿引力模型中的解释变量与中国贸易出口的正负关系与前文一致，这再次肯定了前文的结论——国内外的服务产业发展对中国的服务贸易出口有促进作用；地理距离和中国及伙伴国的经济规模、富裕程度则与中国的服务贸易出口负相关。

2. 中国与样本国的制度距离 (RUL_{xyt}) 系数为 2.61，所以说明中国与样本共的制度距离越大，相互之间开展服务贸易的阻力越大。制度距离的大小会反映成国家近的亲疏，深度表现为国家人民之间的认同感。服务贸易不同于货物贸易，货物贸易的主体是产品，而服务贸易则需要人与知识技能相结合所呈现。若人民之间存在较大分歧，服务贸易自然而然会受到影响。

3. 文化距离 (CUL_{xyt}) 的系数为 0.2，表示该项也与被解释变量负相关。文化上的差异，也会给服务贸易带来不便。从心理上说，人们更期望与自己相似的人、更熟悉的人进行交往。类似中国的传统文化自成一脉、源远流长，但常与西方的价值观念进行碰撞。文化上的格格不入，造成目前中国文化还未在国际上打开大的市场。因此加强文化间交流，也能从侧面推动贸易活动的往来。

4. 贸易伙伴国的经济自由度系数 ($FREE_{yt}$) 为负，且通过 1% 水平下显著性检验。贸易伙伴的国内经济环境越自由，给服务贸易带来的便利程度就越大。贸易流程越少，带来的时间成本越少，同样经济成本也越少。中国在推动服务行业高水平开放时，也在不断地实行相关举措给服务贸易活动带来方便，将贸易壁垒减至最低，给本国的服务产业与国际进行交流创造契机。

5. 是否签订服务贸易区域协定 (INS_{xt}) 系数为负。无疑区域服务贸易协定给国家间的服务贸易交流带来了好处，签订服务贸易协定的目的也正在于此。中国签署 rcep，积极加入 CPTPP 带来的效益短时间无法衡量，但长期维持服务业的高水平开放，保持积极的对外交流态度。本国的服务贸易定能再上一个新的台阶。

(2) 日本对样本国服务出口模型一步法回归结果

表格 6.9 模型二一步法回归结果

模型二	变量	系数	T 值
	常数项	50.84***	50.83
随机前沿引力模型	$\text{LnPSG}_{xt} \cdot \text{PSG}_{yt}$	-9.86***	-16.93
	LnPR_{xt}	8.72***	12.21
	LnPR_{yt}	8.85***	12.27
	DIST_{xy}	-1.48***	-10.20
	常数项	1.11***	2.08
贸易非效率模型	RUL_{xyt}	-1.27***	-3.19
	CUL_{xyt}	-0.25**	-3.73
	FREE_{yt}	-0.01**	-2.11
	INS_{xt}	-0.63***	-4.03
	σ^2	1.06***	8.55
参考量	γ	0.003	1.56
	对数似然值	-477.86	
	LR 统计量	9.32	

注：贸易非效率模型的解释变量系数的正负性与实际带来的作用相反

如表 6.9 所示，在加入贸易非效率项后，随机前沿引力模型的解释变量的系数正负号并没有改变，意味着传统的变量对中日的服务贸易出口影响作用相似。

但在副模型中，四个解释变量的其中两个在模型一和模型二中系数方向不同，一个是制度距离另一个是文化距离。这就揭露了中国和日本在服务贸易出口时遇到的不同境况。制度距离在模型二中系数为负，说明制度距离的差别在日本服务出口时并不降低日本的出口额，反而有利于出口。会出现这种情况，可能的原因是日本的制度距离得分很高，并不像中国在该评测中排在较低的位置。日本与其他国家之间即使存在制度距离也往往处于优势方，这种优势让进口国消费群体心理上更容易接受来自制度得分领先国家的服务。可以说，制度上的优势带来了好的经济效益，且收益远大于风险带来的损失，这才造就了日本服务出口不减

反增的情况。在文化距离方面，与中国相反，文化距离成为了日本服务出口的促进因素。文化差异反而成了日本服务的吸引点，日本能成为文化输出强国，正是得益于此。

6.5 中国与日本贸易潜力测算

引力模型用实际贸易额和理想的贸易潜力比，即贸易效率，估计双边贸易潜力的大小。具体公式如下：

$$T_{abt}^* = T_{abt} / TE_{abt} \quad \text{公式 6.9}$$

上式中， T_{abt}^* 为贸易潜力， TE_{abt} 为 a、b 两国贸易效率， T_{abt} 为实际贸易额。

刘青峰、江书竹(2002)两位学者把贸易潜力划分成 3 种类型：一、潜力再造型：如果两国实际贸易额和两国贸易模拟额比值高于 1.2，那么贸易伙伴之间的贸易潜力极其有限，两国需要挖掘有利的影响因素才能开拓新的贸易空间。二、潜力开拓型：两国实际贸易额和两国模拟贸易的额比值在 0.8 和 1.2 间，此时贸易伙伴间仍然有着一定的贸易潜力，具有较大双边贸易发展空间。三、潜力巨大型：两国实际贸易额和两国模拟贸易的额比值低于 0.8，此时有很大的贸易潜力，努力减小或消除贸易障碍促进两国贸易更好的发展。需要注意的是，这是根据已有的条件来估计的，如果出现新的影响因素仍然会使贸易潜力产生改变。

6.5.1 中国与日本服务出口效率比较分析

利用随机前沿方法，能够测算出贸易效率进而计算出贸易潜力实现了多少。为了使结果更具参考性，本文选取中日在 2019 年的数据，对比研究中国与日本服务出口的效率。

表格 6.10 中国和日本服务出口效率对比

中国对样本国服务出口效率		日本对样本国服务出口效率	
澳大利亚	92	澳大利亚	92
奥地利	47	奥地利	56
比利时	53	比利时	60
加拿大	70	加拿大	74
捷克	90	捷克	63
丹麦	42	丹麦	99
芬兰	47	芬兰	83
法国	54	法国	68
德国	83	德国	50
爱尔兰	87	爱尔兰	93
意大利	79	意大利	81
日本	78	中国	91
韩国	95	韩国	76
马来西亚	97	马来西亚	99
荷兰	60	荷兰	96
新加坡	97	新加坡	84
西班牙	76	西班牙	82
瑞典	39	瑞典	99
英国	84	英国	79
美国	88	美国	96
平均值	72.9	平均值	81.05

注：frontier4.1 软件计算得出

由上表 6.10 数据，本文归纳出中国和日本目前对主要服务贸易伙伴国的出口概况。在除中日以外的 19 个样本国中，日本对多数国家的出口效率比中国高。仅对英国、捷克、德国、韩国及新加坡的出口表现，是中国比日本更好。出口效率平均值也是日本更高，不过当前未发掘的贸易潜力，正是中国接下来需要把握住的机会。中国服务贸易起步比日本及其他西方国家晚，能有如今的成绩已属不易。中国需要认识到提升自己服务业水平是关键，积极打开欧洲及美洲市场，维持亚洲市场是目前看来最可行的战略。值得注意的是，中国对日本的服务出口效率比中国对其他亚洲国家的出口效率低，可以说日本是中国进一步推进服务贸易交流的潜在伙伴。

日本方面，虽说整体服务出口效率高于中国。但是也应注意提升对个别国家的服务出口，表中数据显示，日本对德国与捷克的出口效率远低于其出口效率的

平均水准。日本若想最大程度提升自身服务贸易水平，就不能忽视任何一个发展服务贸易的对象，必须全力探索服务贸易市场及发展空间。

6.5.2 中日双边服务贸易潜力分析

用贸易非效率模型测算中国对日本服务贸易出口效率，结果如表 6.11 所示。

表格 6.11 中国对日本服务贸易出口效率及潜力

年份	实际出口总额 (百万美元)	理想的出口总额 (百万美元)	贸易效率	贸易潜力评级
2005	6327	10723.24	0.59	潜力巨大
2006	6686	8683.69	0.77	潜力巨大
2007	7847	9687.87	0.81	潜力待开拓
2008	8788	10717.21	0.82	潜力待开拓
2009	7582	9597.60	0.79	潜力巨大
2010	9149	11581.47	0.79	潜力巨大
2011	9885	12673.58	0.78	潜力巨大
2012	10143	13706.43	0.74	潜力巨大
2013	9664	13421.81	0.72	潜力巨大
2014	10827	14831.79	0.73	潜力巨大
2015	10162	13196.87	0.77	潜力巨大
2016	9946	12917.36	0.77	潜力巨大
2017	10050	15000.01	0.67	潜力巨大
2018	11508	14753.28	0.78	潜力巨大
2019	11924	15287.50	0.78	潜力巨大
2020	10386	12665.85	0.82	潜力待开拓

上表 6.11 数据，由 frontier4.1 软件计算得出。需要说明的是，2020 年全球受到新冠疫情的影响，导致贸易流量大幅度下降。表中 2020 年估计的理想服

务贸易出口值也是综合各类情况，因而将新冠的因素考虑在内的，是在防疫管制下能达到的理想额度，因此出口上限略微有所减少，大约为 2011 年的水平。此外，即使有疫情的困扰，中国对日本的服务贸易出口额也达到了较高水准超过了所估计最大理想值的 80%。而从其它年份看，自 2008 年后中日服务贸易效率一直在 0.8 以下，在 2017 年甚至不到 0.7。中国与日本无论从地缘角度还是经济关系上都是亲密的伙伴，挖掘未开发的服务贸易潜力势在必行。一方面，要利用好“一带一路”战略，加强与包括日本在内的海上丝路国家的贸易往来；另一方面，更好地把握签署 rcep 带来的机会，与日本相互促进，共谋发展。

表格 6.12 日本对中国服务贸易出口效率及潜力

年份	实际出口总额 (百万美元)	理想的出口总额 (百万美元)	贸易效率	贸易潜力评级
2005	8010	9314.33	0.86	潜力待开拓
2006	8888	8977.72	0.99	潜力待开拓
2007	10356	11903.46	0.87	潜力待开拓
2008	12144	13958.52	0.87	潜力待开拓
2009	10842	11913.82	0.91	潜力待开拓
2010	12912	14034.90	0.92	潜力待开拓
2011	14605	15875.23	0.92	潜力待开拓
2012	15678	17041.24	0.92	潜力待开拓
2013	17170	18462.06	0.93	潜力待开拓
2014	20288	21815.47	0.93	潜力待开拓
2015	23105	24843.61	0.93	潜力待开拓
2016	24116	26213.12	0.92	潜力待开拓
2017	24792	27244.11	0.91	潜力待开拓
2018	28387	30854.93	0.92	潜力待开拓
2019	27881	30638.52	0.91	潜力待开拓
2020	15325	17027.78	0.90	潜力待开拓

如表 6.12 所示，日本一直对华服务出口效率都在一个较高的水准，自 2009 年以后基本维持在 90% 以上的水平。从中日双边服务贸易的角度看，日本将伙伴关系利用的更好，而中国则需要努力提升对日本服务出口额，发挥出应有的对日服务贸易出口潜力

综上所述，中日服务贸易潜力规模较大，存在较大开拓空间。经济规模、服务业增加值、地理距离、国家的经济自由度、各国之间的文化距离、经济环境、制度距离都可能影响双边服务贸易发展。统筹兼顾多种因素，制定合理的服务贸易发展方向，会更有利于中日两国的服务贸易交流。

7 结论与建议

7.1 结论

本文运用定性及定量方法对中日两国双边服务贸易进行了较细致的研究，总结得到如下结论：

其一分析中日之间服务贸易现状可以得出：日本对中国服务出口相较于中国对日本服务出口，增速更快。整体来说，日本对中国服务出口规模及贸易强度，大于中国对日本服务出口规模及贸易强度。中国的加工服务更具竞争力，而在知识产权使用费服务、政府服务及金融服务方面日本更有优势。两国各自擅长的领域也有着非常好的互补性，两国服务贸易合作大有可为。

其二通过现状和 CMS 模型相结合分析，本文发现中日双边服务贸易出口的主要推动效力来自两国各自的国内需求和价格优势带来的竞争力，信息、计算机及电信服务和其他商务服务是目前我国对日本服务贸易出口的主导产业。而反之，中国作为日本的重要服务贸易出口对象，较多服务产业对中国消费者具有较高吸引力，特别是旅游服务、运输服务和知识产权使用费服务。总而言之，中国和日本的本当之急是发展本国服务产业，解决各个服务行业贸易发展不均衡的问题；中日两国应该进一步发挥自己的比较优势扩大双边服务贸易规模。两国在发展双边服务贸易时，要注意对方的进口服务结构调整，更好地利用产业结构效应对服务贸易的提升作用。

其三在模型回归估计中可以看出，本国服务业发展是提升出口的关键。虽然中国拥有强大的内需，但是目前中国本土服务业大而不强仍需进口大量的高品质服务从而造成巨大规模的服务贸易逆差。日本则在制度综合评价上得分较高，并将文化差异当作了自身优势很好地提升了服务贸易出口。继续展开区域贸易合作，提升本国经济自由度、拉近与各大贸易伙伴国的制度距离和文化距离也是发展本国服务贸易的有效手段。中国与日本之间，贸易潜力还有待挖掘。两国地理位置较近，文化上交流颇多，产业上又极为互补。针对性地制定两国之间的服务

贸易合作方略对两国大有裨益。

7.2 中国与日本双边服务贸易的未来展望

本文结论显示中日双边服务贸易潜力有进一步开拓的空间。两国根据自身现实状况,各自发挥比较优势及把握好潜在的种种机遇或能将中日双边服务贸易额提升至更大规模。

结合实际情况,本小节提出若干点未来中国和日本就服务贸易可能采取的合作方案。

7.2.1 中日携手发展数字服务贸易

疫情期间甚至全球疫情基本结束之后,世界各国经济能尽早踩住下滑的刹车,恢复往日经济水平,数字技术的应用功不可没。数字技术的远程输送功能与服务贸易结合可谓强强联手,改善服务贸易的交易方式的同时,也大大提升了服务贸易的效率和质量。正因如此,数字服务贸易已成为服务贸易甚至国际贸易中势头最猛的佼佼者,是各国贸易合作迈向更高台阶的关键。中国和日本对数字技术和数字服务贸易都有着极高的关注度,两国在发展数字技术方面都做出了各自的重要部署;数字服务贸易也均在两国服务贸易总额中占据较大比例,在新冠肆虐之时,数字服贸逆流而上实现正增长证明其有强大、稳定的发展活力。

中日双方可尝试先在数字服务贸易领域罗列合作项目清单,为两国服务贸易乃至东亚经济圈的贸易交流树立一个良好的示范。举例而言,发展数字服务贸易离不开完善的数字基建。中国的5G技术处于世界前列,世界5G基站六成有余是中国建造的,中国的建筑服务在国际上也具备一定的竞争力。而日本正紧锣密鼓筹备5G部署,希望达到高水平的5G网络覆盖率。所以,中日双方之间供求正好匹配,合作共赢满足彼此所需也正是两国想看到的结果。还有,日本方面其技术研发能力一直在国际上位列前茅,强盛的知识产权使用费服务出口始终印证这一点。中国长时间在知识产权进口上对日本有所依赖,加之国内数字经济有着良好的商业氛围、运营模式。日本或可利用高水平数字技术来华进行技术投资,并开

通数字化支付渠道。中国的中小企业因为数字技术带来的效应，一定程度能减少成本；数字化支付更加提升了效率，加快了资金周转，从而整体上形成良性循环给企业和日本投资商带来不菲的经济效益。再比如，日本人工智能的专业化程度较高、应用领域广泛，与医疗健康行业也有所结合。我国中医保健历史悠久、源远流长，若能引进日本相关技术有利于我国跨境医疗服务的发展，让世界更多人了解中医的魅力。

7.2.2 通过文化交流，促进服务贸易

中国和日本历史渊源颇深，也不乏两国人民和谐往来的历史典故。日本在文化上受我国影响较大，其各类文化作品和娱乐产业中都充斥着中国的历史文化气息。中国人民向来喜欢领略它国文化，对日本部分文化也相对亲近些。众所周知，日本属于文化输出强国，游戏、日漫、日料都是著名的日本文化符号。包括中国在内整个世界都或多或少被日本展示出来的艺术文化所惊艳过。中日两国民间文化交流频繁，茶、棋、历史名著让日本人民着迷不已；中国也欣赏对方的文学作品、和服文化，双方互相汲取对方的优秀精华，用之以发展自身。服务贸易中有文化服务贸易的分类，该类别的服务承载着文化价值，中日两国文化互动频繁正适合携手发展文化服务贸易。就日本的经验来看，日本在动漫作品中加入过《西游记》元素，最后大获成功，且打造了一个世界知名的动漫 IP；游戏领域，日本多家游戏公司使用了三国题材，合理的素材选择直接吸引了成千上万的中国大陆玩家、台湾地区玩家、韩国玩家以及本土玩家。日本在文娱行业的文化输出，是中国所欠缺的，两国可联手共同制作富有文化内涵的文娱产品。在此过程中，中国提供素材编写服务，将优秀经典融入其中；日本提供包装、艺术加工服务，吸引更多消费者的目光，最后达到既发展中日双边服务贸易又繁荣本国文化的目标。文化服务业具体包含的类目尚未见统一，凡涉及文化的相关服务广义上可能都属于此，文化服务贸易亦然。但基于中日两国国情，日后双方文化服务贸易发展至何种程度都在情理之中。

文化的交流，也带来了旅游的狂潮。中日两国人民去往对方国家旅游的不在少数，从 2015 年开始中国游客到日本旅游人数更是出现了爆发式的增长，旅游

服务也因此成了日本对华服务出口的最大顺差来源。中国和日本政府可通过磋商建立一套针对双边旅游服务的合作机制，方便两国人民跨境旅游，同时相配套的管理体系也应该一并商议健全。中日双方可各自选择本土的旅游热点城市设立跨境旅游试点，外国游客前往试点城市旅游入境手续可以简化。民间旅游社也能跨国合作，推出中日旅游试点套餐，多样化的旅游地点无疑更激发两地人民旅游热点热情，带动两国旅游业发展。突发的疫情，致使中日双方跨境旅游人数锐减，猝不及防的变故让两国旅游业面临着巨大的损失。但在应对疫情的过程中，数字化技术快速在各行业得到应用，给旅游服务业带来了新的生机。“云旅游”项目在封控期间大放异彩，点缀了因疫情而变得枯燥、乏味的生活。危机过去，线上旅游的方式却能得以继续存在，并持续改进发展，带来了更多视角享受。中日两国若在旅游服务领域合作，也可考虑从数字旅游平台入手。相较而言，数字平台方便管理、可控性高，且能以此为桥梁推动其传统服务贸易线上化转型。

教育服务也是潜在的合作领域之一。中国留学生选择去日本接受高等教育的人数甚多，日本一些专业的高等教育在中国国内也有不错的口碑，这些事实反映了教育服务合作的可行性。日本在教育服务行业一贯显得保守，谨慎看待着高等教育国际化，所以中国方面可考虑提供更多元的教育服务。

7.2.3 利用 RCEP 深化服务贸易合作

(1) 运输服务合作

RCEP 的条款为两国贸易提供了极大便利，带来的最大好处是通关程序进一步简化，大幅拔高了运输服务的效率。相当比例的服务贸易涉及通关，而贸易的进一步便利化无疑能节省有关业务的中间成本。

在运输效率大幅改善的条件下，运输服务将会踏入发展的黄金期。两国应重视和做好下述方面的工作，第一，健全港口及配套体系，优化港口布局及其整体结构，打造大型化、立体化、高效化的交通网络，确保两国大宗货物能够十分通畅地输出和运抵。第二，尽早启动 RCEP 港口进出口简化程序，同时积极践行贸易便利化的其他各项措施，基于两国特点和需求打造统一的、高效运转的口岸数据平台，以此不断改善海洋运输效率。第三，积极践行多式联运合作。在发展海

运的同时，铁路运输与公路运输也要及时跟上，尽快架构起双边通用型的、高效运转的计算机信息管理系统，确保多式联运的一系列单证能够及时、完整、准确的传递，特别要进一步加快速件及易腐件之类特殊货物的通关效率，与时俱进地完善两国区域物流网络。

（2）金融服务合作

从 RCEP 整体观之，尽管中日两国关于金融服务贸易做出的规定依旧有一定的保留，然而和 GATS 相比却表现出了不小的进步。对该领域的进一步放开，无疑能为各自外贸的发展创造更佳机遇。

对于以新金融服务为代表的这些第一次引入和适用的规则，中国不仅要学透，更应做到活用，启动进一步放开举措，助力本国金融服务业的可持续发展。探究并借鉴日本现行跨境金融管理制度中的有益做法，尝试推出“人民币对日元的直通结算试点”，为两大币种的效率结算提供便利。引导和帮助日本实力型企业在我国境内推出区域资管试点，积极推动包括跨境证券投资在内的一系列业务。还可尝试在自贸试验区之类的特殊区域逐步取消对证券等行业的相关限制（例如外资股份占比），方便日企入驻，进一步拓延两国金融服务领域的合作区间。。

（3）知识产权使用费服务合作

RCEP 在兼顾、平衡各国国情的条件下，应重视和做好对知识产权的保护工作，为国与国之间服务贸易的发展提供助力。在服务贸易领域，知识产权费服务是一个重要组成部分，然而中国对日本在这一块处于弱势地位，近些年来一直存在不小的逆差，应进一步加深民间沟通和交流，最大化地发掘发挥两国在服务贸易领域做出的开放承诺的价值，引导企业尤其是广大中小企业积极且有效地把握这一开放机遇，适度升高外资持股水平，积极引入和学习日本一方的先进技术和管理经验，从而为中国企业的“专精特新”发展之路保驾护航。

（4）老年康养服务合作

在过去相当长一段时间里，日对中有着相当规模的养老服务出口。随着时间推移，中国境内的养老机制及配套设施更趋健全，使得日对中的这一领域的出口呈不断下行的趋势。当前，随着中国人口老龄化趋势的不断加快，中国养老服务

领域诞生了极为可观的、新的缺口。为应对这一局面，中国可尝试在当前合作架构上，有目的和有步骤地取消养老服务机构投运的许可制，积极执行备案制，刺激日本各类养老企业开发中国市场，筹建更多数量的、具有非营利特点的养老服务机构。日本拥有全球领先的康养技术，同时在康养经管模式上也跨入了相当成熟的阶段，已建构成了相当健全、支持高效运作的养老、照护及康养体系，所以中国不妨在上述领域加强同日本的合作，以此推动我国康养医疗服务不断走向成熟，获得更高水平的国际竞争力。

（5）其他领域合作

我国需要在对外开放上再下功夫，如进一步下调以日资文化娱乐为代表的多个现代服务业的准入门槛，在此基础上刺激和扩大相关高端服务对日出口规模，循序渐进地缩小中对日的服务贸易逆差。具体来说，建议做好下述工作：在文娱市场上，建议因地制宜地下调日本视听产品的准入门槛，让那些“达标”的日企能够在我国境内顺利、高效地推动包括演出服务在内的各项事宜；在医疗市场上，建议实事求是地拓展外资准入的试点范围，尤其要弱化甚至取消外资持股占比这一方面的限制，积极学习日企的先进技术和模式，循序渐进地拔高中国医疗服务行业的整体实力；在交通运输市场上，适度放开外资介入的限制，在满足要求和存在该方面的客观需要时，允许外资独资企业承揽某些市政交通项目。

7.3 建议

中日服务贸易合作是中日两国经济合作的重要组成部分。随着全球经济的不断发展，中日服务贸易合作在双方关系中的重要性不断提升。

通过以上章节的分析，本文提出四点建议，以期改善中日双边服务贸易情况，增加贸易流量。

7.3.1 改善中日双边服务贸易情况，增加贸易流量

（1）增加优势服务行业对日本出口

从中日双边服务贸易的数据来看，日本对中国出口比中国对日本出口规模更

大，日本之所以能长期对中国服务出口保持顺差，在于其妥善利用比较优势，采取针对性对华出口的方略。中方长期需从日本进口大量的运输服务、旅游服务及知识产权使用费服务，一方面是因为相关服务行业日本更具比较优势，另一方面，日本也注重把握中国的市场需求，利用需求导向决定出口。这也是其旅游服务主要出口对象即为中国，但本身旅游服务的竞争力指数并没有很高的原因。

中国也应该多利用自己服务行业的比较优势增加对日本的服务出口。中国的加工制造服务和建筑服务都很具有竞争力，但对日本出口贸易额度并不高。无论是什么原因造成的，中国都应积极探索释放两国更大服务贸易潜力的道路。即使日本国内服务需求有限，中国企业可以针对日方需求提供与众不同的定制服务，再凭借自身的竞争力进一步打开日本市场。中国与日本要一起努力，积极协商洽谈改善双边服务贸易环境，降低两国企业跨境服务的成本，让企业的贸易行为能产生更多利益。

(2) 改善中日双边服务贸易结构

CMS 模型分析结果显示，中日双边服务贸易的产业结构效应偏低且实际中，两国服务行业出口发展不均衡。中国与日本应加强具有互补性服务行业的贸易出口，双方优势互补通过进口互补性服务能够提高对国内消费者的服务供给质量，互补性服务出口规模的提高也能产生规模经济，进一步提升本国服务行业实力。对于不具有互补性的服务行业或两国竞争力都不高的服务行业，中日双方则该通力合作，制定贸易优惠政策先扶持一批行业中发展潜力较高的企业发展壮大，再通过先驱者带动整个服务行业与服务贸易的发展。中国可因地制宜选择服务产业发展迅速、潜力较大的几座城市作为新一轮服务贸易创新发展试点，同时这些试点也能作为中日服务贸易发展聚集区，将重点发展的行业、具有发展潜力的企业以及相关要素进行集中，提高中日双边服务贸易合作效能。

7.3.2 共建服务贸易平台和高水平服贸规则

中日双边服务贸易尚存潜力待开放，双方可建立一个服务贸易平台体系，多功能的平台体系能给双方服务贸易交流带来更大的便利性。平台机制也能更方便解决两国之间的服务贸易争端，加快服务贸易交易流程；还能够为中日双方提供

更多服务行业市场信息，为民间企业提供战略参考。

从随即前沿引力模型的实证结果发现，制度距离显著影响着国家间服务贸易的往来。因此，中国和日本可以就 RCEP 的服务贸易条款为基础，共同制定一份中日间服务贸易往来贸易细则。这套规则既有益于提升两国之间服务贸易规模，又能使中国就自身服务出口行业的不足向日方学习相关技术或者经验，提前适应高标准的服务贸易规则，倒逼国内服务产业提升国际竞争力，谋求创新型竞争力。

7.3.3 参与区域贸易合作，提高经济自由度

区域贸易协定能够促进区域内成员服务贸易的相互交流，有利于挖掘区域内贸易潜力。中国和日本需多与其他经济体展开区域贸易合作，包括继续践行一带一路倡议，参与 APEC 合作议题等。中日两国在区域合作中交流越频繁，越有益于双方之间的信任根植，以及在未来的经贸合作中产生默契。中国与日本的经贸联系达到更密切的程度，且民间企业、专业人才的往来更加方便之时，中国和日本可一起携手推进更大范围的区域贸易合作，甚至建立东亚自由贸易区，推动更高水平的贸易开放。

一个国家的经济自由度对贸易效率也能产生不可忽视的影响。贸易自由度水平越高，入关手续越少，通关效率越高；金融自由度水平越高，融资相对方便；投资自由度水平越高，高附加值服务业越容易得到优势资源，服务出口竞争力也随之上升。因此，中国和日本可以先就服务贸易领域一定程度上进行经济自由化改革，落实相关提升贸易便利化的措施。

7.3.4 打造专属文化品牌，加快数字服贸转型

服务贸易经常能承载一个国家的文化内涵，所以想把服务贸易做大做强，一定要注重文化软实力，让其成为推动服务贸易出口增长的内在引擎。实证结果同样反映了文化的认同感能提升贸易效率。中国拥有最悠久的历史文化，但在向全世界文化输出方面还未见有大的成功。日本是文化输出强国，可根据自身经验帮助中国进行文化推广，其能提供相关服务，将中国文化历年与文娱、音像产品融

合，以此提升中国文化知名度。中国若能与日本展开文化服务业的合作，长此以往，便能树立好的文化口碑。国内的优秀价值观与独特的历史文化、现代文化会成为中国的文化标签，此时中国的文化服务出口便能更上一个台阶，占据更多的市场份额，获得更大的经济效益。

数字技术在当下颇具关注度。中国和日本的服务贸易竞争力还未达到世界顶尖水准，但两国都对数字技术非常上心，期望数字赋能给更多产业带来高的附加值。于是，中国和日本应一同促进数字服务贸易转型，让更多传统服务贸易和新兴服务贸易与数字技术融合，通过高技术型服务和知识密集型服务增加服务贸易整体竞争力。

参考文献

- [1] AdilKhan Miankhel, Kaliappa Kalirajan, ShandreM. Thangavelu.Australia's Export potential: an expiorat-ory analysis [J].Journal of the Asia Pacific Economy, 2014.
- [2]Armstrong S. “East and South Asiain Global Trade and Economic Development ”[C].EABER working Paper Series,2007,Paper NO.70.
- [3] Brandicourt, V. Schwellnus,C.Woerz, J.Austraria's. Potential for Trade in Service[J]. FIW Research Reports Series 2,FIW, 2008(7).
- [4] Egger P. An Econometric View on The Estimation of Gravity Models and The Calculation of Trade Potentials [J]. World Economy,2002(02):297-312.
- [5] FalveyRE, GemmellN.Explaining Service-Price Differences in International Comparisons.American Economic Review.1991;81(5):1295-1309.
- [6] Hardin, A.and Holmes, L.“Service Trade and Foreign Direct Investment”,Industry Commission Staff Research Paper[J].1997(11).
- [7] Masayuki Morikawa.Innovation in the service sector and the role of patents and trade secrets:Evidence from Japanese firms [J].Journal of The Japanese And International Economies,2019,51.
- [8] NilssonL.Trade Integration and The EU Economic Membership Criteria [J]. European Journal of Political Economy,2000(04):807-827.
- [9] Park. Measuring Tariff Equivalentents in Cross-Border Trade in Services[R], Korea Institute for International Economic Policy Working Paper, 2002.
- [10] Pandiella A G. A constant market share analysis of Spanish goods exports[J]. 2015.
- [11] Poyhonen,P.A tentative model for the volume of trade between countries [J]. Weltwirtschaftliches Archiv,1963,90(1):93-99.

- [12] Renan Zhuang, Won W. Koo and Jeremy Mattson Growing Deficit in Consumer-Oriented Agricultural Products Agricultural & Applied Economics, 2008(9):13-16.
- [13] Roy, Rayhan. Import flows of bangladesh: gravity model approach under panel data methodology[J]. Dhaka University Journal of Science, 2012, 60(2).
- [14] Tinbergen J. Shaping the World Economy. Suggestions for an international Economic Policy[M]. New York: The Twentieth Century Fund, 1962: xviii-330.
- [15] Walsh. Trade in Services: Does Gravity Hold A Gravity Model Approach to Estimating Barriers to Services Trade[R], IIS Discussion Paper, 2006.
- [16] 陈慧. RCEP 生效后中日双边经贸合作的趋势变化研究[J]. 亚太经济, 2022(02): 19-28.
- [17] 陈继勇, 李知睿. “中巴经济走廊”周边国家贸易潜力及其影响因素[J]. 经济与管理研究, 2019, 40(01): 14-28.
- [18] 迟福林. 改革开放 40 年建立与完善社会主义市场经济体制的基本实践[J]. 改革, 2018(08): 35-48.
- [19] 蔡文浩, 雷兴长. 中国对外服务贸易发展的对策建议[J]. 社科纵横, 2006, (05): 35-37.
- [20] 黄健青, 张娇兰. 京津沪渝服务贸易竞争力及其影响因素的实证研究[J]. 国际贸易问题, 2012(05): 74-82.
- [21] 韩军. 人力资本要素与国际服务贸易比较优势的发挥[J]. 国际贸易问题, 2001(05): 57-60.
- [22] 李国, 美国服务贸易发展中政府的推动作用及其启示[J]. 经济研究, 2013, (23): 254-255.
- [23] 李加林, 江慧, 陈秋华. 中国与 RCEP 成员国木质林产品双边贸易实证研究[J]. 亚太经济, 2022(06): 114-122.
- [24] 李静萍. 影响国际服务贸易的宏观影响因素[J]. 经济理论与经济管理, 2002 年第 11 期.

- [25] 林玲, 闫玉宁, 赵素萍. 中美两国贸易效率及潜力研究[J]. 国际商务-对外经贸大学学报, 2018(2):1-14.
- [26] 刘钧霆, 佟继英. 我国文化产品出口贸易特征及增长因素实证研究——基于多国 CMS 模型的因素分解[J]. 国际经贸探索, 2017, 33(11):32-48.
- [27] 罗明, 邱艳, 李明武. 中国鞋靴产品对“一带一路”沿线国家出口贸易潜力研究——基于拓展的贸易引力模型的实证分析[J]. 皮革科学与工程, 2023, 33(02):103-108.
- [27]. 刘青峰, 姜书竹. 从贸易引力模型看中国双边贸易安排[J]. 浙江社会科学, 2002, (6):16-19.
- [28]. 刘秀玲, 陈浩. 中国与“一带一路”沿线国家服务贸易影响因素探究[J]. 国际商务研究, 2020年第1期.
- [29] 蕾小清, 马征宇. 海运服务贸易影响因素[J]. 水运管理, 2012(12).
- [30] 刘莹. 中美生产性服务业发展水平的对比研究——以供给侧改革为背景[J], 吉林工商学院学报, 2018(05), 9-14.
- [31] 刘岩. 贸易流量引力模型的理论研究综述[J]. 国际商务: 对外经济贸易大学学报, 2010第3期.
- [32] 罗文玥. 中国服务贸易的影响因素研究[J]. 中国集体经济, 2018(27):14-15.
- [33] 李浩学, 李盛辉. 中国与“一带一路”沿线国家农产品贸易潜力分析——基于 HM 指数及随机前沿引力模型[J]. 价格月刊, 2016(11):69-74.
- [34] 李杨, 蔡春林. 中国服务贸易发展影响因素的实证分析[J]. 国际贸易题, 2008(05):75-79.
- [35] 刘青峰, 姜书竹. 从贸易引力模型看中国双边贸易安排[J]. 浙江社会科学, 2002(06):16-19.
- [36] 雷兴长, 赵明亮. 中国服务贸易竞争力分析[J]. 黑龙江对外经贸, 2008, (08):25-27+85.
- [37] 孟方琳, 王佳豪, 李煜华, 赵袁军. 生产性服务贸易对中国制造业在全球价值链提升中的策略研究——基于中美两国比较分析[J]. 产业经济, 2020(04).

- [38] 马静, 逯宇铎. 对外贸易结构与中日韩服务贸易比较研究 [J]. 统计与决策, 2012(17):137-140
- [39] 庞德良, 华景斌. 基于商品和服务贸易全视角的中日韩贸易竞争与互补分析 [J]. 社会科学战线, 2019(02):43-53.
- [40] 潘紫燕, 胡德顺, 张玉玲. “一带一路”背景下中国服务贸易出口潜力研究 [J]. 兰州财经大学学报, 2021, 37(03):14-21.
- [41] 綦建红, 李丽, 杨丽. 中国 OFDI 的区位选择:基于文化距离的门槛效应与检验 [J]. 国际贸易问题, 2012(12):137-147.
- [42] 盛斌, 廖明中. 中国的贸易流量与出口潜力:引力模型的研究 [J]. 世界经济, 2004, (2):3-12.
- [43] 苏哲琼, 熊涓. 中日韩文化旅游服务贸易合作研究 [J]. 对外经贸, 2018(08):22-24.
- [44] 谭秀杰, 周茂荣. 21 世纪“海上丝绸之路”贸易潜力及其影响因素——基于随机前沿引力模型的实证研究 [J]. 国际贸易问题, 2015(02):3-12.
- [45] 檀怀玉. 中欧贸易发展潜力的实证分析——基于贸易引力模型 [J]. 当代经济管理, 2017, 39(5):47-52.
- [46] 王翀. 中国与 CPTPP 国家贸易效率与潜力测算——基于时变随机前沿引力模型 [J]. 价格月刊, 2023(03):49-56.
- [47] 王惠敏, 武文一, 曲维玺. 中日韩数字服务贸易发展:差异、成因及中国进阶路径 [J]. 国际贸易, 2022(12):3-11.
- [48] 王丽华. 东亚地区服务贸易合作研究 [D]. 南开大学, 2012.
- [49] 王绍媛, 郑阳芷. 中印双边贸易潜力与影响因素分析 [J]. 经济纵横, 2022(11):98-105.
- [50] 王铁山, 宋欣. 建设贸易强国背景下中国与 RCEP 成员国服务贸易的竞争性与互补性研究 [J]. 经济纵横, 2022(12):70-80.
- [51] 王元彬, 杨立卓, 邵莹雪. 新兴市场国家服务贸易影响因素的实证分析 [J]. 科学决策, 2015(05):47-59.
- [52] 王敏. 垂直专业化贸易研究的文献述评与展望 [J]. 经济问题探索, 2015(11).

- [53]. 汪素芹, 胡玲玲. 我国生产性服务贸易的发展及国际竞争力分析[J]. 国际商务: 对外经贸大学学报, 2007(06).
- [54]. 王孝松, 翟光宇, 谢申祥. 中国出口增长潜力预测—基于引力模型的若干情景分析[J]. 财贸经济, 2014(2):75-84.
- [55]. 王绍媛, 陈杨. 中美服务业产业内贸易及其影响因素分析[J]. 江汉论坛, 2019, (5):60-67.
- [56]. 王岚. 数字贸易壁垒的内涵、测度与国际治理[J]. 国际经贸探索, 2021, 37(11):85-100.
- [57]. 王拓. 数字服务贸易及相关政策比较研究[J]. 国际贸易, 2019(09):80-89
- [58]. 汪琦, William Wei . 中国、日本、美国生产性服务业出口增长的效应分解及其对比分析——基于 CMS 模型的分析 [j] . 国际商务研究, 2012, 02: 40-51.
- [59] 孙秀丽. 欧盟服务贸易竞争力及其影响因素研究——以波特钻石模型为依据 [J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2020, 41(04):128-137.
- [60] 徐顺勇, 朱屿, 李翔. 中日、中韩服务业贸易增长因素研究[J]. 价格月刊, 2021(07):86-94.
- [61] 尹伟华. 中美高技术制造业双边贸易分解及潜力分析[J]. 上海经济研究, 2020(06):42-55.
- [62]. 易行健, 成思. 中国服务贸易影响因素的实证检验:1984~2008[J]. 国际经贸探索, 2010, 26(11):33-38.
- [63] 赵青松, 祝学军. 中印贸易合作的潜力及实现路径研究——基于随机前沿引力模型[J]. 价格月刊, 2020(05):34-42.
- [64]. 周锐. 服务贸易视角下中日韩贸易竞争与互补分析[J]. 价格月刊, 2020(02):38-44.
- [65]. 祝哲华, 黄梦, 肖维鸽. 中国对区域全面经济伙伴国家数字服务贸易出口潜力研究——基于时变随机前沿模型新结构经济学视角下[J]. 江苏商论, 2022(03):63-68.

后 记

岁月如梭，一眨眼的功夫我的研究生岁月就到了尽头。回想这三年，可能是年龄大了，回忆都很恍惚，学习着，欢笑着，在宿舍里盼望国家能早日摆脱新冠疫情的困扰，点点滴滴，如梦方醒。这三年里，我没把自己的课业拉下，积极的完成老师交代的任务，写好每一篇课程论文，没有懈怠过。但是，我还是做的不够好，不够上进，不够成熟，不够有想法。不过没有一段人生能是完美的，可惜但不遗憾。我在这里首先感谢我的导师——雷兴长教授，无论是学习还是生活，他都是在学校中最关心我的人；他给我的指导我能受用终生，无论是学术方面的还是生活态度方面的。我会记住这段日子，更会记住老师对我的教导。

我也要感谢已经毕业的师兄、师姐们，你们给我的帮助同样使我受益匪浅，我也会追随你们的步伐，向着自己的理想的前进。感谢我们国贸系的所有老师，无论有没有教导我课业，你们都在为国贸专业的明天而努力。感谢我国贸系的所有同学，是你们增色了我这平凡的三年。

感谢我的父母，他们是最支持我求学的人，没有他们，我真的坚持不到今天。

差不多就这样，差不多我又要迈上新的道路了。