

扩大中国与东盟通讯服务的经贸合作

——基于中国与马来西亚、菲律宾、柬埔寨的比较分析

□ 陈万灵 潘加矿

(广东外语外贸大学 国际经济贸易研究中心, 广东 广州 510420)

摘要: 中国与东盟的《服务贸易协议》使得中国电信通讯服务可以进入马来西亚等六个国家的电信通讯市场。通过对中国与马来西亚、菲律宾、柬埔寨东盟三国在通讯服务业多方面的比较分析, 发现中国进入东盟通讯服务市场存在一定优势和挑战, 必须借助于中国与东盟自由贸易区 2010 年基本建成的机遇, 充分发挥优势和迎接挑战, 扩大中国与东盟通讯服务的经贸合作。

关键词: 通讯服务; 服务贸易; 中国与东盟自由贸易区

Abstract: "the Agreement on Trade in Services" of CAFTA for trade in services makes the Chinese telecommunication operators gained access to the telecommunication markets of Malaysia and other five countries. Through making a comparative analysis of China and three countries of ASEAN in various aspects of communications services, we find that opportunity always be side with challenge, we must grasp the opportunity of CAFTA is basically finished in 2010 and make good use of our advantages to meet the challenge for further cooperation in Communications Services.

Keywords: Communication Services; Service Trade; CAFTA

自 2001 年以来, 中国和东盟将信息通信领域确定为双方五大重要合作领域之一。2003 年 10 月, 中国与东盟签署信息通信合作谅解备忘录; 2007 年 1 月, 中国与东盟签署自由贸易区《服务贸易协议》, 马来西亚、菲律宾、越南、老挝、缅甸、柬埔寨 6 国正式承诺向中国开放电信市场; 2010 年 1 月 1 日, 中国-东盟自由贸易区全面建成(何若, 2009)。可见, 中国与东盟在通讯服务方面的合作已经将近 10 年, 但对于中国与东盟在通讯服务方面的研究文献很少, 已有的研究所关注的更多是服务贸易整体性的比较研究; 并没有对已经向中国承诺开放其电信市场的东盟六国在通讯服务方面进行研究。

上述六国的经济发展水平不同, 其服务贸易发展水平也参差不齐, 其中越南在通讯服务方面并没有相关的数据; 而缅甸与老挝的数据不足, 且他们两个国家所占的比例也非常小。因此, 基于数据的可获得性以及数据比较的合理性, 在此选择马来西亚、菲律宾、柬埔寨这三个国家(简称“东盟三国”)作为比较分析的对象, 探讨中国与东盟各国通讯服务业经贸合作机遇。

一、中国与东盟三国在通讯服务业方面的比较

1. 通讯服务业发展规模的比较

通讯业作为国民经济的基础性、战略性、先导性行业, 在国民经济和社会发展中发挥着重要的作用, 因此各国特别重视通讯服务的发展与出口。1982 年中国通讯服务贸易进出口总额仅为 0.33 亿美元, 其中, 出口 0.27 亿美元, 进口 0.06 亿美元; 顺差 0.19 亿美元。2007 年通讯服务进出口贸易总额达到 22.56 亿美元, 其中, 出口 11.75 亿美元, 进口 10.81 亿美元, 顺差 0.94 亿美元(参见图一)。

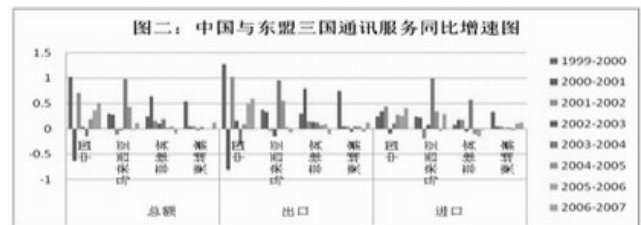


数据来源:《中国国际收支平衡表》(1997~2008), 国家外汇管理局网站, <http://www.safe.gov.cn/>《Unctad handbook of statics 2009》。网址 <http://stats.unctad.org/Handbook/ReportFolders/reportFolders.aspx>。

由上图可以直观的看出中国与东盟三国在通讯服务的规模方面的差异, 在进出口总额、出口额、进口额上中国均大于东盟三国, 其次是马来西亚, 第三是菲律宾, 柬埔寨的通讯服务规模最小。比如在 2007 年通讯服务进出口总额中国分是马来西亚、菲律宾、柬埔寨的 1.6、3.7、26 倍。

2. 通讯服务业增长速度的比较

通讯服务作为新兴服务行业, 与传统服务行业相比, 能够带来更高的经济效益, 其发展速度也比较快, 图二是中国与东盟三国通讯服务从 1999~2007 年的增长速度统计图。



数据来源:《中国国际收支平衡表》(1997~2008), 国家外汇管理局网站: <http://www.safe.gov.cn/>《Unctad handbook of statics

2009》。网址：<http://stats.unctad.org/Handbook/ReportFolders/reportFolders.aspx>。

从图二可以看出中国通讯服务进出口总额的发展速度在2003年以前有波动,但自那以后其增长速度呈逐年递增的趋势,在2007年增速达到50%,并且历年数值均要大于同期东盟三国的数值,在出口方面与进口方面同样是上述情况。同时在通讯服务进出口发展的平均速度上,中国以0.26位居第一,马来西亚是0.24,而菲律宾与柬埔寨则仅仅为0.17与0.13,可见不论从哪个角度考察,中国通讯服务的发展态势始终是优于东盟三国。

3. 通讯服务业竞争力的比较

中国与东盟三国的通讯业经贸合作的基础和可能性可以通过表1

1997~2006年中国以及东盟三国通讯业行业竞争力(TC)指数

年份	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
中国	-0.03	0.60	0.51	0.70	-0.09	0.08	0.20	-0.03	-0.11	-0.02	0.04
马来西亚	—	—	-0.17	-0.12	-0.08	0.01	-0.11	-0.12	-0.05	-0.01	-0.17
菲律宾	—	—	0.43	0.50	0.64	0.63	0.68	0.58	0.63	0.70	0.68
柬埔寨	0.21	0.28	-0.01	0.12	0.12	0.12	0.08	0.09	0.13	0.05	0.05

表2

1997~2006年中国以及东盟三国通讯业行业竞争力(NRCA)指数

年份	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
中国	-0.001	0.002	0.016	0.037	0	0.003	0.006	0	-0.002	0	0.002
马来西亚	—	—	-0.002	-0.003	-0.002	-0.018	0.006	-0.015	-0.012	-0.015	-0.016
菲律宾	—	—	0.029	0.042	0.093	0.095	0.113	0.098	0.096	0.074	0.048
柬埔寨	0.02	0.01	-0.002	-0.003	-0.02	-0.018	-0.006	-0.015	-0.012	-0.015	-0.016

数据来源:《中国国际收支平衡表》(1997~2008),国家外汇管理局网站, http://www.safe.gov.cn/Unctad_hanbook_of_statics_2009》。网址 <http://stats.unctad.org/Handbook/ReportFolders/reportFolders.aspx>。

4. 通讯服务业配套产业的比较

由于一国某一产业的快速发展,离不开其配套产业的有力支持。通讯服务业离不开通讯运营与通讯设备制造业的支持。在已经向中国承诺开放电信通讯市场的东盟六国中,多数国家是仍处于较为落后的阶段,其通讯基础设施建设还需要大力的投入和完善。东盟三国的电话覆盖率并不是很高,比如菲律宾每千人中仅有82部固定电话,柬埔寨则更低,仅仅为3部,并且这几个多家的固定电话普及率远远低于其移动电话的普及率。在中国与东盟的双边贸易中,通讯网络设备是东盟国家主要的进口商品之一,可见,马来西亚、菲律宾、柬埔寨三国并没有得到相关配套产业有力的支持。

中国在通讯设备方面,以华为和中兴为代表的电信设备厂商在东盟市场的份额不断增长,已成为东盟各国电信运营的主流设备供应商。在技术研发方面,相关企业积极进行CDMA、GSM

和基于TD-SCDMA技术的数字集群系统的开发,并提出了具有自主知识产权的GoTa和GT800技术,最重要的是中国提出的具有自主知识产权的TD-SCDMA技术不但被国内外业界广泛接受和认可,并得以成为3G主流技术标准之一,很好的支持了中国通讯服务业的发展,可以说中国的通讯运营与通讯设备制造业已形成了互动的良性发展的格局。

5. 通讯服务市场开放程度的比较

根据中国与东盟十国签署了中国—东盟自贸区《服务贸易协议》,在具体承诺表中,中国并未对东盟承诺开放通讯市场,但实际上中国的通讯服务市场早在2004年12月1日以后已经逐步对外开放,允许外国运营商进入基础电信通讯业务,规定外商股权比例为不超过25%;2008年9月发布的最新《外商投资电信企业管理规定》,将外商投资中国电信通讯企业、经营有关电信通讯业务的注册资本门槛降了一半,但外资投资或合资基础电信通讯运营商的股权比例最高仍为49%。

对中国开放的东盟三国均做出了一些相关限制。解读马来西亚的具体承诺表,可以看出进入马来西亚市场需要采取合资入股的方式,并且对开展不同服务业务的公司的外资股份均做出了不

同的限额。外国企业在进入菲律宾市场时,需取得菲律宾议会的特许及国家电信委员会颁发的公共便利与必需证书(CPCN),外资比例被限定为40%。柬埔寨则规定了相关服务企业中的本地股权不低于49%的规定。

二、中国与东盟通讯服务经贸合作的启示与对策

从上述比较可以得到如下启示:中国与东盟通讯服务业的合作与竞争并存。首先,中国通讯服务比马来西亚和柬埔寨竞争力强,比菲律宾弱;因此,通讯服务产业内合作有一定基础,必须注意来自菲律宾的竞争。其次,从配套产业支撑看,中国通讯服务业具有一定竞争优势,并且得到3G(第三代移动通信)、NGN(下一代网络)、VOIP、三网融合等未来电信市场主要的四大技术的支撑;而且中国移动通信系统设备研发和产业化状况良好,产品已经具备较强的国际竞争力(王开良,梁坤,2009)。再次,从市场容量看,从东盟三国向东盟六国、东盟十国推广,东盟各国通讯服务水平参差不齐,通讯服务及其延伸产业具有广阔的市场机遇。对整个中国与东盟自由贸易区来说,各国企业都有存在广阔的市场空间和发挥比较优势。

鉴于此,可以采取如下对策拓展中国与东盟通讯服务经贸合作:

1. 挖掘中国与东盟自由贸易区建成后的机遇

东盟六国和中国政治、经济和文化都有着密切往来,进入2010年,中国与东盟自由贸易区启动,形式上基本建成,其实质内容还有待于进一步完善,合作领域及内涵需要逐步扩展。中国与东盟《服务贸易协议》及自由贸易区机制给通讯服务业营造更加了稳定、开放的贸易环境,创造更多的贸易机会。譬如,自由贸易区建成后,我国的电信产品、机电产品、成套设备等一系列高新技术产品的关税将逐步减少乃至取消,这对我国企业产品扩大在东盟国家的份额将更为有利。自由贸易区的建立将会大大促进次区域合作以及跨境经济合作区建设,这为中国电信通讯运营商与制造商走向东盟电信市场营造了天然的地域优势。

2. 完善通讯服务市场机制和增强企业竞争力

经过多年建设,中国通讯服务初步建立了市场体制,但仍然存在计划体制痕迹,必须逐步完善通讯服务及电信产业的市场机制。首先,通过市场机制实现了电信网络资源的合理配置,实现全业务经营,形成适度、健康的市场竞争格局。其次,加强市场秩序的监管,防止垄断和避免过度竞争,从而提升市场运作效率。再次,加强电信和通讯技术的知识产权保护。2008年中国电信产业大重组之后,电信资源配置进一步优化,竞争架构得到完善;自主创新成果规模应用,后续技术不断发展,自主创新能力显著提升;中国各大电信通讯运营商的实力得到了较大提高,对于进入东盟电信通讯市场已经具有相当的实力与经验。

3. 引导企业“走出去”和加强通讯服务业内部合作

中国信息通讯产业发展迅速,产业基础、技术基础和市场模在不断扩大,已具有一定对外投资的实力,譬如以华为、中兴为代表的通信系统厂商早在90年代就已经布局东盟市场,占有一定市场份额(杨挺,2005)。东盟六国通讯市场的开放是中国通讯服务业及其通讯设备制造业“走出去”的重大机遇,必须为中国通讯服务企业拓展东盟通讯服务业务辐射范围提供多方面支撑。对

东盟六国相关产业政策和监管体系进行跟踪研究,为企业正确制定“走出去”战略提供准确的信息。同时,加快构建多主体多渠道的投融资体系,以及促进电信企业海外投资的法律环境的完善,从而切实有效的加快企业“走出去”的步伐。

4. 推进通讯服务的配套产业再上台阶

通讯服务以电信通讯业为其配套产业。为了有效开拓东盟通讯服务市场,必须加强电信通讯的技术创新和产业发展,注重基础性知识产权的获取与通信标准的研发,在已有的TD-SCDMA标准基础上,进一步推进3G、4G、NGN(下一代网络)、NGI(下一代互联网)、IMS(IP多媒体子系统)、ISMP(移动综合业务平台)、IPV6技术、IP多媒体、WiMax和FTTx等重要技术领域的再上台阶,开发适应新一代移动通信网络特点和移动互联网需求的新业务、新应用,带动系统和终端产品的升级换代,从而增强中国通讯服务业的竞争力。

5. 培育人才和提高通讯服务水平

中国与东盟通讯服务的经贸合作需要大批人才,必须加强适应东盟语言及文化的人才的培育,并注意企业组织的本土化建设,让企业人力资源和企业文化融入当地社会文化,努力提高业务水平。其次,仔细研究东盟六国当地的电信通讯市场需求特点,从而可以提供更加符合当地消费者口味的服务产品。再次,掌握当地的市场规律,完善相关配套体系的建设,进一步提升与巩固中国企业在东盟市场的地位。 □

注:本文是广东省哲学社会科学规划项目(08Q01)和广东省教育厅创新团队项目(粤财教[2008]342号)的中期成果。

注释:

TC指数表示一国进出口贸易差额占进出口贸易总额的比重,指数越大表明竞争力越强。

NRCA指数表示一国某一产业在总出口中的比例与该产业进口在总进口中的比例之差,指数值越高表明国际竞争力越强。

参考文献:

- [1]何若.中国电信运营商在东盟电信市场营销的可行性分析[J].东南亚纵横,2009,(11).
- [2]查贵勇,陈霜华.中国和东盟五国服务贸易竞争力比较分析[J].东南亚研究,2009,(01).
- [3]王开良,梁坤.网络时代中国电信企业技术创新研究[J].改革与战略,2009,(08).
- [4]杨挺.中国电信业海外直接投资研究[J].电信建设,2005,(02).

作者简介:

陈万灵(1964年-),四川武胜人,博士,广东外语外贸大学国际经济贸易研究中心主任、教授、硕士生导师,主要研究国际贸易与经济发展。

潘加矿(1985年-),江苏连云港人,广东外语外贸大学国际经济贸易研究中心研究生。