



創品牌、迎趨勢、自由化、育人才

4大策略 加強台灣服務輸出能量

全球服務貿易活動日漸活絡，2012年全球服務輸出總額已達到4.3兆美元，為提升經濟實力，各國無不積極加強發展服務貿易，台灣也必須加快腳步迎頭趕上，包括自由化、創造華人品牌、培養優質人才與迎合現代服務興起的趨勢，將是台灣攻占全球服務貿易出口的關鍵策略。

撰文／劉麗惠 圖片提供／達志影像、中央社

一直以來，進出口貿易都以商品貿易為主流，不過，近年來隨著資訊發展與技術革新，服務的可流通性（transportability）與可交易性（tradability）大幅提升，各國間以「服務」為型態

的貿易活動日漸活絡。不僅歐美先進經濟體持續推廣服務貿易，亞洲地區服務貿易發展更強勁成長。

觀察台灣服務貿易發展趨勢，經濟部投資業務處處長邱一徹指出，2012年我國服務貿易出口僅占



服務貿易的定義、模式與型態

1.服務貿易業種：根據世界經濟貿易組織（WTO）於1995年制定的「服務貿易總協定」（General Agreement on Trade in Services, GATS）的分類，服務貿易業者包括商業、通訊、營造、配銷、教育、環境、金融、健康及社會、觀光與旅遊、運輸、娛樂與文化及運動等。

2.GATS將服務貿易提供模式分成4種：1.跨境提供服務：例如阿里巴巴支付寶，透過網路平台提供海外客戶第三方支付服務；2.國外消費：指一國消費者直接到他國消費，如觀光與留學；3.商業據點呈現：指企業直接到海外設立營運據點，如85度C到中國大陸設置分店。4.自然人呈現：例如印度軟體工程師前往美國提供軟體資訊服務。

3.服務貿易又分成「傳統」與「現代」兩種型態：依據亞洲開發銀行的定義，「傳統服務貿易」包括：運輸、旅遊、營建、文化及休閒服務、政府提供服務、生產製程之服務投入、維修服務。「現代服務貿易」則包括：金融服務、年金保險服務、電信、電腦及資訊服務、智慧財產與專利及證照的使用服務、研究發展、專業管理等商業服務、專門技術、貿易相關等其他服務。

總出口比重的12.97%，在全球服務業輸出比重更只有1.1%，比例相當低，足見台灣服務貿易有很大的發展空間。經濟部統計局的資料顯示，我國商品出口在全球排名第17名，服務輸出卻只有26名，顯示未來除了應繼續發展商品貿易外，更要強化服務貿易，才能以商品與服務雙引擎，帶動台灣貿易競爭力。

歐美占比高 亞洲後續成長動力強

世界貿易組織（WTO）於2013年4月10日發布的資料顯示，2012年全球服務輸出總計達4.3兆美元，各國服務輸出比重仍以歐美國家為主，美國占14.1%居首、英國以6.4%站上亞軍、德國占5.9%位居第三，其次分別為中國大陸、日本、新加坡、香港與南韓，分別占有4.4%、3.2%、3.1%、2.9%與2.5%。

不過，儘管歐美服務貿易占比仍高，但近年來因經濟動能不足而出現服務貿易競爭力下降現象，包括英國與德國在2013年的服務貿易分別年減少4.0%與2.1%，反觀亞洲各國，服務貿易成長動能非常強勁，南韓年增率高達16.3%、台灣也增加6.8%、中國大陸則成長4.3%。亞洲開發銀行（ADB）於2013年3月發表的《亞洲經濟整合監測》（Asia Economic Integration Monitor）報告指出，亞洲地區服務貿易發展雖不及歐美先進經濟體，但在全球服務貿易版圖的重要性已大幅提升，包括中國大陸、日本、印度、新加坡更已進入全球前10大服務貿易國家之列。

ADB指出，傳統服務貿易因為與商品、人員流動密切相關，非常容易受到經濟波動影響；反之，現代服務因應經濟衝擊能力佳，較具穩定性，因此，近年來亞洲地區服務貿易，已逐漸由傳統服務轉向現代服務發展。

兩岸服務貿易協定 加速自由化

有鑑於服務貿易興起，各國為強化服務貿易輸出能量，在與他國簽署自由貿易協定時，都將「服務貿易」列為重要談判項目之一，如美國主導的跨太平

洋夥伴關係（The Trans-Pacific Partnership, TPP），以及東協國家倡議的「東協區域廣泛經濟夥伴架構（ASEAN Framework for Regional Comprehensive Economic Partnership, RCEP）」等，都把服務貿易的協商，列為重要議題。另外，亞太經濟合作會議近來也積極就服務業自由化進行探討。就個別國家而言，包括新加坡、日本、韓國等也都不斷加強與他國洽簽服務貿易自由化協議，尤其內需市場長年疲弱不振的日本，更積極藉此提高服務貿易自由化，帶動經濟發展，避免該國經濟陷入更嚴峻的狀況。中華經濟研究院指出，日本一直致力於進行區域服務貿易談判，自2001年與新加坡簽定經濟夥伴關係協定，達成雙邊服務貿易協定之後，接著又陸續與東協多國、印度、墨西哥、韓國、瑞士等國家簽訂FTA或RTA，協議內容皆將「服務貿易」列為重點。

於此之際，台灣也必須加速與其他國家進行服務貿易協定談判，才能讓台灣在亞洲服務貿易快速成長的過程中，提升我國服務輸出到海外的競爭力。對

此，2010年我國在與中國大陸洽簽「海峽兩岸經濟合作架構協議」（ECFA）後，即將兩岸服務貿易列為ECFA後續協議。歷經2年多談判，兩岸服務貿易協議已於2013年6月21日完成簽署。

根據長達48頁的《海峽兩岸服務貿易協定》內容，兩岸服務業市場相互開放領域涵蓋：商業服務、通訊、建築、配銷、健康與社會、娛樂文化運動、金融等。其中，台灣對中國大陸共開放64個服務業項目，包括銀行業、證券業、旅行社及旅遊服務業、印刷業、平面廣告、租車、保險業、美容美髮業、快遞、一般網路、醫療服務業、電影業等在內。至於中國大陸則對台灣共開放80項服務業，包括銀行業、證券業、保險業、文創產業、電子商務、旅遊業、醫院、運輸業等項目。

經濟部部長張家祝指出，台灣的服務業發展較中國大陸早，具有創意及人才方面的優勢，如今，在兩岸服務貿易協議生效後，台灣服務業可利用既有優勢，搶進龐大的中國大陸服務貿易市場，壯大我國服務業的實力。行政院大陸委員會主委王郁琦也指出，「兩岸服務貿易協議」是依據ECFA及WTO「服務貿易總協定」（GATS）第5條所完成的自由貿易協議，因此，簽署協議是對國際釋放台灣貿易將更進一步自由化的訊息，除有助於相關國家加速與台灣簽署自由貿易協定外，對於台灣未來申請加入TPP及RCEP也將帶來幫助。北京捷安特代理商暨北京台商協會會長林清發表示，中國大陸服務業發展已經超過製造業，未來服務商機將持續成長，因此兩岸簽署服務貿易，對台商布局中國大陸服務市場有很大幫助。

4大方向 帶動輸出產值成長

台灣要加速服務貿易發展，除了透過政府與他國洽簽貿易協定，提高自由化程度，企業本身的努力也不可少。素有台灣品牌教父之稱的宏碁創辦人暨國家文化藝術基金會董事長施

振榮指出，服務業對台灣GDP貢獻是製造業的兩倍，但是出口卻相對不足，未來，若可以強化服務貿易發展，將服務整案輸出到國際市場，對台灣經濟發展的幫助將難以估計。

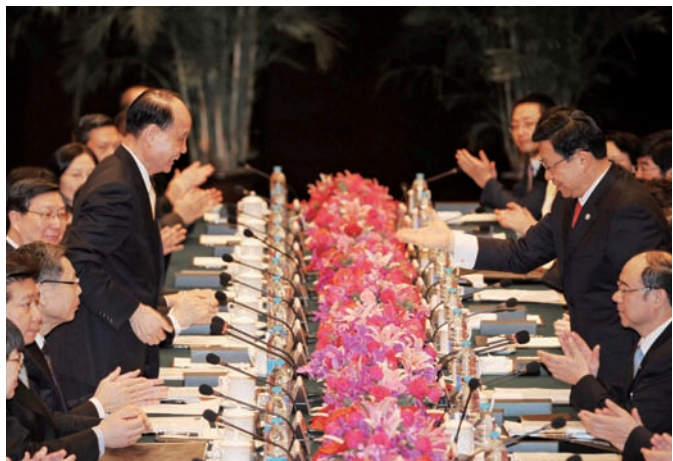
根據WTO統計資料顯示，2005年台灣服務貿易總額只有583億美元，儘管過去幾年逐步成長，到了2012年提高到919.55億美元，但是占全球服務貿易比重仍然極低，所以台灣必須積極在各方面進行努力，強化我國服務業輸出能量，提升服務貿易額，而具體執行有四大方向。

方向1》結合科技 打造華人服務品牌

「發展服務貿易不是短短幾年的事情，台灣要把眼光放遠，需要用長時間將台灣服務業出口做大，」施振榮強調，台灣過去在製造業有深厚的基礎，未來要在此基礎上，把台灣打造成為全球華人優質生活的創新應用示範重鎮。

施振榮接著又以其一再強調的王道精神，提出他對服務業輸出的看法。「整案輸出是達成台灣服務業國際化的關鍵策略，」施振榮指出，要實現整案輸出的目標，除了要懂得善用科技、整合人才之外，更要與他人結盟，共創價值以達到利益的平衡，勢必可以成功。

行政院經建會主委管中閔也強調，台灣ICT產業



歷經2年多談判，我國海基會與中國大陸海協會在2013年6月21日，完成《海峽兩岸服務貿易協定》簽署。

2012年全球暨重要國家服務貿易輸出額及比重

國家	全球	中國大陸	美國	德國	日本	韓國	香港	新加坡	台灣
服務輸出(億美元)	43,469	1,900	6,138	2,545	1,398	1,091	1,260	1,332	487
年增率(%)	1.6	4.3	4.3	-2.1	-2.0	16.3	6.7	3.3	6.8
全球占比(%)	100.0	4.4	14.1	5.9	3.2	2.5	2.9	3.1	1.1
GDP占比(%)	-	2.3	3.9	7.5	2.3	9.7	47.9	48.2	10.3

資料來源／WTO網站、經濟部統計處

具備優勢與規模，服務業應善用ICT優勢，強化進軍海外的實力。

方向2》加強現代服務 降低大環境影響

2012年全球現代服務輸出金額已超過傳統服務，占整體服務輸出的51.2%，但是近年來台灣現代服務輸出比重，占總服務輸出金額的比例卻呈下降趨勢，反觀中國大陸，其現代服務輸出占其總服務輸出金額的比重，在過去10年提高13%左右。

由於台灣各種服務業輸出多以華人為優先市場，因此往往面臨來自中國大陸的競爭，因此，有鑑於中國大陸現代服務貿易發展快速崛起，未來台灣應該更積極發展現代服務輸出。經建會主委管中閔強調，現代服務輸出受總體經濟環境影響較小，因此，未來台灣除了持續提升傳統服務貿易，也必須加強現代服務貿易的發展。

方向3》發展自由化 減少海外輸出障礙

面對南韓、中國大陸、日本、新加坡等其他亞洲國家在服務貿易的競爭，管中閔表示，積極與他國洽談服務貿易協定，降低我國服務業輸出障礙，也是未來強化台灣服務業輸出的關鍵。中華經濟研究院台灣WTO中心副執行長李淳表示，台灣加入WTO的11年來，我國服務業不但沒有受到影響，反而在質感與創新上發展得更為成熟，所以未來台灣應透過各種區

域整合與自由化的機會，擴大服務業在海外的市場。

方向4》強化人才庫 加快市場布局深度

不同於商品貿易只要將商品賣出去就好，服務貿易型態複雜度相對較高，並且與人關係密切，因此，台灣必須壯大優質服務人才庫。根據ADB發布的《2012亞洲發展展望更新報告》，台灣在亞洲開發中國家的服務業勞動生產力排名第3，僅次於港、星，領先南韓，顯示台灣具備充分的優質服務人力。

管中閔表示，台灣人力資源具備靈活思考、整案服務流程經驗的優勢，是未來台灣發展服務貿易的利基。邱一徹也認為，在全球華人地區，台灣人具備優質的人文素養，往往給人深度體貼與關懷的感受，可說具備充分的服務人才。不過，邱一徹也提醒，台灣年輕人欠缺移動力，因此難以成為服務業者進軍海外市場時的尖兵，未來台灣產官學研各界必須攜手努力，培育更多願意前往海外就業的服務業人才。

大方向上，強化台灣服務貿易競爭力，必須從創造品牌、人力資源、善用科技、推動自由化著手。細部來看，因為各服務業種在布局海外市場時，面臨的問題與障礙不盡相同，包括零售、批發、餐飲、物流、資訊服務與數位內容在內的6大產業，皆必須依照競爭現況與貿易環境施以正確的策略，才能揚名海外，為台灣提升服務貿易競爭力帶來貢獻。■