

Chapter 5

A Study of International Trade in Services in China

Xiaoning Gong

Statistician/Lecturer

United Nations Statistics for Asia and the Pacific (SIAP)

Chiba, Japan

xgong@unsiap.or.jp or xgong@email.com

Abstract

International trade in services in China has grown very rapidly. Today, China is one of the top leading traders in commercial services in Asia. At the same time, China has made a series of commitments to reduce and eventually remove trade barriers in many key service sectors as a result of its accession to WTO. Against this backdrop, however, little is known about how the service trade functions in China due in practice to the scarcity of data and in theory to conceptual weakness. Facilitated by the new concepts and framework and the latest statistics of international trade in services, this study pursues the following four questions. (a) What determines the direction and magnitude of the service trade? (b) Who are China's major service trading partners? (c) How competitive is China in the service trade? (d) How do foreign affiliates behave in China's service sectors? Applying the gravity model of trade, the revealed comparative advantage indicator and the production function, the main findings of this study are that: (i) bilateral commercial trade is determined by economic size, income per capita, distance between trading partners and the level of bilateral trade in goods; (ii) China's top five trading partners are Hong Kong, the United States, Japan, Korea and Taiwan, with the lion's share of flow with China not only in services but also in goods, capital and people; (iii) the travel sector is the only service sector in which China has comparative advantage; (iv) foreign direct investment would chase these service sectors where either foreign affiliates have "location-specific advantages" or domestic enterprises perform better than average in China. One implication of the last finding is that the financial service sector in China can expect severe competition from foreign affiliates following China's commitment to WTO.

要約

中国におけるサービス貿易は非常に急速に成長してきた。今日では、中国はアジアにおける商業サービスのトップ・トレーダーの1つである。一方、中国は、WTO加入の結果として、多くの重要なサービス・セクターにおける貿易障壁を削減し、将来的には撤廃するという一連のコミットメントを行っている。このような背景があるにも関わらず、データの希少性という実際的な理由と、概念の脆弱さという理論的な理由により、中国においてサービス貿易がどのように機能しているかについてはほとんど知られていない。新しい概念及び枠組、そして最新のサービス貿易に関する統計を用いることにより、本稿は次の4つの問題を追求する。(a) サービス貿易の方向及び規模を決定するものは何か？(b) 中国の主要なサービス貿易のパートナーはどの国・地域か？(c) 中国はサービス貿易においてどの程度競争力があるか？(d) 中国のサービス・セクターにおいて外資系企業はどのような行動をとっているか？貿易に関するグラビティ・モデル、顕示比較優位指数、及び生産関数を適用することによって導かれる本稿の主要な結論は以下の通りである：(i) 二国間のサービス貿易は、経済の規模、1人当たり所得、貿易パートナー間の距離、及び財の貿易のレベルによって決まる；(ii) 中国の貿易パートナーの上位5ヵ国・地域は、香港、米国、日本、韓国及び台湾であり、これらの国では、サービス貿易のみならず、財、資本及び人の移動の面でも中国との間の出入りが最も大きい；(iii) 中国が比較優位を有するサービス・セクターは、旅行セクターのみである；(iv) 海外直接投資は、外資系企業が「立地特殊的優位性」を有するか、国内企業が中国での平均よりもよい業績を上げているサービス・セクターを狙うと考えられる。この最後の結論の1つのインプリケーションは、中国の金融サービス・セクターは、中国のWTOへのコミットメントの結果、外資系企業からの激しい競争にさらされることが予想されるということである。