

电信服务贸易出口： 现状、路径选择与发展前景

汤 婧

内容提要 随着“一带一路”倡议的不断推进,电信服务作为先行者的重要角色更加凸显。但是,中国电信服务的出口竞争力不强,与电信基础设施建设水平不相匹配。因此,提高中国电信服务出口能力是当前亟需解决的重要课题。本文分析了中国电信服务贸易出口现状、面临的困境、出口路径的选择,以及国际背景下中国电信服务贸易的发展前景,并有针对性地提出了促进中国电信服务贸易出口的政策建议。

关键词 电信服务贸易 竞争力 出口路径 “一带一路”

一、中国电信服务贸易出口现状及面临的困境

当前,中国的电信服务贸易竞争力较弱,与欧盟、美国等发达国家或地区相比较,仍然存在较大差距。从世界贸易组织(WTO)《2016年国际贸易统计》发布的各国电信服务贸易出口的国际市场占有率最新数据来看,欧盟具有明显优势,比重超过一半,2014年达到65.6%。其次是美国,比重达到17%,远超其他国家。值得注意的是,科威特的电信服务贸易颇具国际竞争力,2014年出口额的国际市场占有率达到3.8%,居世界第三位。印度紧随其后,市场占有率均达到

2.7%。相较之下,中国的电信服务贸易竞争力较弱,出口额的国际市场占有率尚未进入前十名。因此,提高中国电信服务出口能力是中国电信产业做大做强、实施“走出去”战略的迫切需要。

中国电信服务出口面临的最大困难在于两个方面:首先,中国电信服务企业在海外开展业务普遍的“痛点”是受制于所在地区的网络连接和服务能力,随着业务量增长,数据呈现几何级增长趋势,跨国带宽费用迅猛增长。其次,中国电信服务企业在海外运行IT系统,需要IT专家在现场部署、调试、维护,需要本土化的服务支撑,导致公司运营成本增加。但随着技术的不断更新,云

服务可以解决上述难题,使得IT的部署更为简便,远程控制可以大幅减少本地支持人员。因此,云计算是中国电信运营企业全球化发展的一个重要的业务方向。在海外部署云节点,通过“云网融合”形成服务运营的支点,在全球范围内提供安全、便捷和优质的云服务。

二、中国电信服务贸易出口的路径选择

纵观中国电信运营商“走出去”的发展实践,服务贸易出口的国际化道路是渐进式的,主要采用了三种模式:开展国际通信业务、海外投资和运营、管理和技术输出。这三种模式有不同的实现

方式:开展国际通信业务模式,主要通过业务合作、国际同行联盟以及设立海外销售分支等方式实现;海外投资和运营模式,主要通过并购海外运营商、直接绿地投资经营的方式实现;管理和技术输出模式,主要通过提供管理咨询、工程技术服务等方式实现。

(一)通过双边合作开展国际业务

中国电信运营商开拓国际市场业务的最初路径是通过双边合作,即通过签订双边国际业务合作及结算协议,开展国际电路出租、国际互联网、国际长途电话等业务。例如,中国移动和中国联通分别与 231 和 209 个国家/地区的运营商签订了国际漫游合作协议。中国电信在收购原联通的 CDMA 网络和业务后,通过实施 CtoG 的漫游方式,使 CDMA 的漫游国家和地区增加到 213 个。为深化国际业务合作,中国运营商还选择与国际领先运营商结成

战略合作伙伴关系,针对国际通信业务集中的区域通过设立销售分/子公司,不断拓展国际业务种类和规模。

(二)通过海外直投获得运营资源

随着对国际市场的逐步了解,特别是中国运营商的财务实力显著增强,在海外进行直接投资,以及在当地运营逐步提上中国运营商的议事日程。其形式表现为在海外取得基础电信运营牌照并建网运营,或收购海外运营商,开拓本地市场业务。

中国电信服务行业的海外并购要追溯到 2002 年,但是大多数并购项目的谈判遭遇阻力并以失败告终。近几年来,中国运营商的海外直投众多,但仅有的几项成功项目集中在香港市场。直到 2007 年,中国移动成功收购巴基斯坦电信运营商 Paktel,这是中国移动海外扩张的第一步。随后,2014 年中国移动通过竞拍成

功同时获得巴基斯坦 3G 和 4G 移动网络运营权。作为电信服务贸易出口的主力军,中国移动还肩负着将具有中国自主知识产权的 4G 通信标准——TDD-LTE 模式——在全球推广商用的重任。截至 2016 年第三季度,全球已有 46 个国家开通 85 个 TD-LTE 商用网络,TD-LTE 全球用户规模超过 8 亿。相比之下,中国联通和中国电信的发展重点在国际光缆的建设上,通过在当地建设 POP 节点和网络,逐步拓展海外市场。

(三)真正实现技术和管理海外输出

中国运营商进行技术和管理输出主要包括工程技术服务和运营管理咨询两大类。近些年来,随着中国电信运营商在海外业务的不断拓展和深化,其下属的工程技术服务实体,如设计院、工程公司等,通过采用管理合同、工程技术解决方案等形式向海外市场成功输出管理和运营经验。例如,中国电信通过其控股的上市公司“中国通信服务公司”与中国设备厂商合作,在亚洲、非洲、东欧、拉美等地的几十个国家提供设计、施工、维护等服务。

值得注意的是,面对纷繁复杂、竞争激烈的海外市场,顺应当前电信产业变革方向和互联网发展规律转型。为促进国际电信服务贸易的出口,中国运营商加速了转型步伐,以创新思维发展新兴业务,即由主要依靠海外直投获取跨境资源为主,向构建海外平台整合资源转变。2016 年,分享通信集团收购尼日利亚电信运营商 80% 的股权,以其先进的技

表 1:电信服务贸易:2015 年主要国家和地区出口排名

单位:百万美元、%

国家或地区	出口总额		占比
	2014 年	2015 年	2014 年
欧盟	52292	-	65.6
美国	13550	12525	17.0
科威特	3064	2710	3.8
印度	2163	2088	2.7
加拿大	1921	1641	2.4
中国香港	1775	-	2.2
俄国	1732	1418	2.2
日本	1379	988	1.7
挪威	962	865	1.2
印度尼西亚	876	786	1.1
前 10 名总计	78880	-	100.0

数据来源:World Trade Organization International Trade Statistics 2016

术“SIM+”平台整合模块化操作系统,带动当地移动通信技术的升级换代。这是中国虚拟运营商的首次海外收购,也是中国民营企业收购海外电信运营商并非简单地建基站发展用户,而是真正意义上实现技术服务的输出。

三、国际背景下中国电信服务贸易的发展前景

(一)国际电信服务发展新趋势

鉴于基于互联网的语音、短信、视频通话等服务对电信运营商的传统业务带来的客观替代效应,电信业通过壮大客户群来实现收入增长的机会在逐渐消失,国际电信服务正面临电信服务商业模式与技术标准不断创新、国际电信服务自由化程度不断加强的新趋势。

1. 国际电信服务身处纵横融合发展的新格局

纵向来看,国际电信服务的核心竞争力是提供咨询、规划、设计、网络建设与维护、系统集成、软件开发、运营支撑、供应链管理以及呼叫中心等一揽子信息化服务。横向来看,其发展趋势日益从单一通信产业链向融合电信、互联网、传媒与娱乐于一体的复杂产业生态体系转变。

2. 各国政府逐步放松管制推进国内电信服务市场有序竞争

当前,国际电信市场的新结构、新秩序逐步确立,自由化浪潮不可逆转。从各国的实践经验来看,发达程度越高的国家和地区,市场开放的积极性越高;相反,发达程度越低的国家和地区,越不

愿开放。发达国家的市场开放度总体上大于发展中国家。随着全球电信市场的逐步自由化,各国国内电信垄断将逐渐销声匿迹,竞争成为市场的主要特征,涌现大批新兴电信公司,市场结构在调整升级后逐渐形成新的市场平衡。

(二)中国电信服务业发展前景与机遇

从对外和对内两个方面来看,中国电信服务业的未来发展均面临着机遇和挑战。从对外开放角度来看,中国电信服务业开放的业务范围在不同时期体现了不同的开放度。从时间上来看,可大致分为三个阶段:

第一阶段是在WTO框架下电信服务首次做出开放承诺,并在2010年全部履行所有承诺。第二阶段是高于WTO框架的开放承诺推进阶段。例如,2010年离岸呼叫中心试点取消了外资股比限制,2014年上海自贸区从地域限制、持股比例、业务范围等方面为增值电信业务“松绑”。同年,在《关于建立更紧密经贸关系的安排》(CEPA)项下开放政策又进一步推进,成为目前中国电信领域内针对外商投资最为优惠的开放政策。第三阶段是对标国际深度开放阶段。显然,中国电信服务的开放水平仍十分有限,与发达国家甚至一些发展中国家仍有较大差距。与金砖国家相比,中国电信服务的开放水平也远低于其他四国。可以说,中国电信服务业开放阶段仍处于上述第二阶段。未来,对于增值电信业务开放政策必将根据2015新版《电

信业务分类目录》新增的业务类型有所突破,尤其是当前基于互联网的相关业务在持股比例上也存在进一步开放的可能性。同时,上海自贸区和CEPA项下的开放政策也具有在全国范围内可复制、可推广的改革试点经验。

从电信服务“走出去”角度来看,当前中国“一带一路”倡议为电信服务出口提供了新的国际化发展机遇,这主要体现在以下三个方面:首先,“一带一路”沿线的多数国家的经济发展水平相对较低,尤其是中亚、南亚、东南亚、中东、非洲等地区的多数国家通信发展水平相对落后,宽带以及移动普及率普遍较低,中国电信服务出口有巨大的业务发展空间。其次,新战略为消化过剩产能和去库存提供了契机,中国电信行业相关产能过剩,如光纤光缆行业产能过剩率已超50%,拓展国际市场将是最佳出路。更重要的是,凭借电信基础设施建设“走出去”的良好契机,推动电信服务包括成熟技术标准、网络建设及运营能力的输出,为整个电信产业链的可持续发展提供全面保障。第三,中国电信服务运营商能够借势把先进互联网及电商企业“带出去”,把沿线国家碎片化的利益吸附在统一平台上,并加速整合升级。

四、促进中国电信服务贸易出口的政策建议

(一)紧抓“一带一路”倡议的重大机遇,提供“畅通无阻”的电信服务

首先,电信服务“走出去”应

紧抓“一带一路”倡议带来的重大机遇,着重加强政策沟通,主动对接“一带一路”沿线国家通信业发展政策、标准、战略规划、监管等,减少企业海外投资政治性和非商业性因素的干扰,进一步提升互联互通水平,营造更加开放和公平的发展环境。其次,在落实“一带一路”倡议方面,着力解决电信服务“通而不畅”的问题,尤其在信息化水平相对落后的西亚、中亚、南亚地区,存在业务单一、价格偏高、网络接入速度慢等问题。因此,中国电信运营商需要根据“一带一路”沿线国家和地区电信服务发展水平,以客户需求为导向,提高通信服务的多样性、质量、价格及活跃度。

(二)转变业务拓展理念,以高质量、差别化、综合性的电信服务提升国际市场竞争力

促进电信服务贸易的出口,核心要素是服务质量。中国电信服务企业亟需转变国际业务拓展理念,实现以下四个方面的转变:一是从资源销售为主向提供高质量、差异化的产品与服务转变;二是从以自营自建为主向灵活运作共享资源转变;三是从基本依靠销售跨境资源的中国运营商向开拓多元合作路径的全球竞争者转变,积极探索国外股权投资和通信本地化经营新模式;四是从传统的跨国电信运营商向移动互联网时代的跨国信息服务提供商转变,聚焦基础通信能力、云计算、物联网、车联网、工业互联网等重点领域,积极开展业务创新合作,构建全球优势网络平台,提供跨国通信服务、IT

解决方案、移动运营、媒体运营等业务,最终成为面向移动互联网、能够提供全球解决方案的电信服务企业。

(三)加强自主创新能力和知识产权保护,不断提升中国通信技术标准的影响力和软实力

目前,中国电信服务产业提升自主技术标准的国际影响力,需要从以下三个方面攻坚:一是跟踪国外最新技术。通过研究、引进、消化吸收,最终实现超越,但这种做法的最大弊端在于无法解决关键技术自给率低、核心产业落后等核心问题。二是鼓励自主创新。客观而言,中国电信行业在研发和投入上均显不足,对国际电信服务的影响力还十分有限,目前的当务之急是提升关键技术的自给能力。同时,通信网络的构建也包含了无数的专利应用,在用户操作终端,知识产权方面的竞争更加激烈。中国电信服务企业在无线移动通信领域的专利数量正逐年增长,企业加强知识产权保护是电信服务国际化得以实现的技术保障。三是积极推动行业标准体系互认,发起成立电信技术服务标准化联盟,打造电信技术服务标准合作平台。在此基础上,加快电信领先技术向国际标准转换,扩大中国电信服务技术标准的国际影响力。

(四)开辟新的合作运营模式,构筑牢固、稳定、长远的国际电信服务战略伙伴关系

目前,合作运营模式在全球通信业界受到了普遍关注和认同。首先,在国家战略方面,加快

与国际电信联盟签署《关于加强“一带一路”框架下电信和信息网络领域合作的意向书》,主动挖掘与“一带一路”沿线国家的合作潜力。其次,需要根据中国的实际情况,通过与国内外各大电信运营商的合作,加强在资源共享、产品研发、用户服务、信息沟通等方面的同业合作,进一步完善电信服务产业链各环节的跨国合作,发展综合型融合的全方位业务。第三,探索利用金融手段,与潜在伙伴探索研究成立产业基金促进海外业务规模发展。第四,从国家安全角度来看电信领域发展,由于各国对技术、软件、网络维护、信息安全等需求上升,中国应重视加强国际安全电信合作,有效抵御信息技术安全领域的国际威胁。

(作者单位:中国社会科学院财经战略研究院)

主要参考文献:

李正茂:电信企业如何把握“一带一路”机遇,光明网理论专稿,2016年8月31日。

联合国:从国际安全的角度来看信息和电信领域发展,《研究丛刊》,2012年。

修媛媛、付亦重:中国电信服务贸易管制及政策差异性影响研究,《国际经贸探索》,2014年第5期。

郑世林、张昕竹:经济体制改革与中国电信行业增长:1994-2007,《经济研究》,2011年第10期。

Prakash Loungani, Chris Papageorgiou, Ke Wang. Services Exports Open a New Path to Prosperity, IMF, Insights and Analysis on Economics & Finance.