

編號：(99)040.212

我國服務業拓展大陸市場遭遇
貿易障礙之研究

行政院經濟建設委員會

民國 99 年 11 月

編號：(99)040.212

我國服務業拓展大陸市場遭遇 貿易障礙之研究

計畫主持人：劉大年

委託單位：行政院經濟建設委員會

研究單位：中華經濟研究院

(本報告內容係研究單位之觀點，不代表委託機關之意見)

行政院經濟建設委員會

民國 99 年 11 月

我國服務業拓展大陸市場遭遇 貿易障礙之研究

(案號：98111901)

計畫主持人：劉大年

協同主持人：顧瑩華、史惠慈

研究人員：高文宏、陳厚銘

靖心慈、楊書菲

李 淳、顏慧欣

金梅音、高君逸

石孝榮、盧鈺雯

胡聚男、曾昱璟

研究助理：高至茹、陳姿妤

委託單位：行政院經濟建設委員會

受託單位：中華經濟研究院

民國 99 年 11 月

摘要

近年中國大陸內需市場蓬勃發展，惟其服務業市場開放程度及自由化程度，均不及我國，導致台灣服務業在進入中國大陸市場存在諸多障礙。在中國大陸市場商機逐漸擴大，且深具潛力下，各國逐漸重視中國大陸服務業市場的發展與布局；而在兩岸關係和緩，ECFA 早期收穫計畫即將執行，服務貿易協定談判即將展開之際，未來中國大陸服務業市場的開放勢不可免，也為台灣服務業進入中國大陸市場開啟先進商機，基此，如何協助台灣服務業順利進入中國大陸市場，排除相關貿易與投資障礙，成為現階段政府施政重要工作。

台灣服務業在中國大陸市場的投資比例，相對於台灣對其他地區服務業的投資比例要低很多。例如 2006~2008 年間我國對外投資總額中(除中國大陸外)，服務業所占比例在 5~7 成多左右；但在對中國大陸投資總額中，服務業所占比例不及 2 成，顯示出我國服務業對中國大陸投資尚有很大的發展空間。過去基於中國大陸市場的未開放及台灣投資限制，使得台商對中國大陸服務業投資明顯偏低，然隨著中國大陸潛在市場商機的逐漸浮現，以及兩岸即將開啟服務貿易協定之洽談，未來兩岸服務業市場的開放，勢必替台灣業界帶來許多商機。

服務業在中國大陸的經濟地位日漸重要，根據統計，自 2005 年起，服務業占中國大陸 GDP 比重已達 40%，遠高於改革開放初期 1978 年之 23.9%。其次若以服務業對經濟成長的貢獻率觀察，2007 年中國大陸服務業對經濟成長貢獻率為 42.3%，略高於其占 GDP 的比重。不過若與先進國家相比，中國大陸的服務業仍有很大的成長空間，中國大陸希望在 2020 年服務業占 GDP 比重可以成長至 50%。

本報告選定 6 個產業(批發零售、旅行、醫療、電信、物流、視聽)進行對中國大陸服務業投資及貿易障礙之研究，並依據業者在法律面及經營面所遭遇之障礙研擬建議以供政策參考，上述各產業之貿易障礙及建議於附表中有詳細整理。在此針對各產業所面臨之主要共通障礙作一說明，共通障礙大概可分為下列幾點：

1. 外資申請合資的流程十分繁複且費時。
2. 外資營運門檻過高。
3. 業務開放營運範疇過小，影響獲利來源。

- 4.中央與地方政策不一致，外資無所適從。
- 5.營運法規不明確、歧視外資或過於嚴苛。

根據上述幾點，對各產業分別於法律面及經營面優先開放之項目的共通建議為：

1.法律面

- (1)爭取至少同等甚至優於 WTO 及 CEPA 所開放之內容，如更廣闊的業務營運範疇、放寬經營條件限制等。
- (2)簡化申請流程及要求審核標準、過程的透明化。
- (3)經營法規待遇比照中國大陸內資企業。

2.經營面

- (1)建立兩岸溝通的窗口，協助業者排除在中國大陸的經營面障礙。
- (2)要求中國大陸針對各服務業成立單一行政窗口協助辦理各項營業所需執照及相關行政業務。

最後，分項產業建議未來優先開放的項目如表 1 所示。

表 1 各服務業優先開放項目之建議

	批發零售	旅行	醫療	電信	物流	視聽
優先開放之項目	<p>1.法律面</p> <p>(1)要求明訂許可核發程序，包括審查期限及審查標準，再進一步作簡化審批之爭取。</p> <p>(2)爭取比照內資企業標準。</p> <p>(3)開放至 CEPA 標準：</p> <p>(4)爭取 WTO 及 CEPA 尚未開放之項目：</p> <p>2.經營面</p> <p>(1)雙方應建立共同窗口</p> <p>(2)明訂商標審議標準，縮減商標審議時間</p> <p>(3)建議建立單一行政窗口協助辦理各項營業所需執照及相關行政業務</p> <p>(4)放寬外匯管制</p> <p>(5)建立完備證照制度</p> <p>(6)針對中國大陸市場稅務問題之建議：</p> <p>a.統一稅務相關規範</p> <p>b.加強查核不合法的</p>	<p>1.法律面</p> <p>(1)爭取獨資試點經營出境旅遊業務；爭取票務代理執照；開放台灣自由行。</p> <p>(2)爭取更多城市可以在非戶籍地辦理來台簽證及異地出團。建議兩岸針對大企業、旅行社負責人、導遊、領隊開放一年多次簽證。</p> <p>2.經營面</p> <p>(1)爭取兩岸通匯，並要求放寬匯款上限；開放台商旅行社網路付款交易功能。</p> <p>(2)取消現行為控制陸客赴台遊出團量的領隊配額制。</p> <p>(3)建議增加兩岸每週航班。</p>	<p>1.法律面</p> <p>(1)爭取比照內資醫院標準。</p> <p>(2)要求完善醫院的審核、評估及監督機制。</p> <p>(3)開放至 CEPA 標準：</p> <p>a.允許在中國大陸開設個體診所時，比照當地條件辦理。</p> <p>b.允許台灣專業人員中國大陸短期執業。</p> <p>(4)爭取 WTO 及 CEPA 尚未開放之項目：</p> <p>a.放寬台灣人民申請參加中國大陸醫療衛生專業人員資格考試及資格認定。</p> <p>b.允許以獨資形式設立醫院，不受地區限制。</p> <p>2.經營面</p> <p>(1)應監督地方政府，使其與中央政策一致，對於相關開放的優惠也應確實執行。</p> <p>(2)設置申訴及監察單位保障外資權益。</p> <p>(3)重新檢視及調整非營利及營利醫院的相關政策</p> <p>(4)建議對岸建立單一行政窗口，協助辦理各項營業所需執照及相關行政業</p>	<p>1.法律面</p> <p>(1)爭取較 WTO 及 CEPA 更為優惠的待遇，例如增加開放基礎及增值業務經營範圍；爭取降低持股比例限制或是獨資經營。</p> <p>(2)要求在某些經營條件下將台商享受內資同等待遇，例如給予台商與中國大陸內資企業相同的註冊資本額度規定、執照核發標準及過程。</p> <p>(3)要求中國大陸政府盡快通過完整的電信法明白劃分台商可經營之業務範圍，同時將執照申請過程透明化或是設立單一窗口處理台商的申請以減少行政成本。</p> <p>2.經營面</p> <p>目前只有少數台資電信業者於中國大陸投資，且大部份為非電信業務，無法確知業者在經營面所遭遇之實際問題及</p>	<p>1.法律面</p> <p>(1)貨物裝卸允許獨資。</p> <p>(2)貨運代理允許獨資。</p> <p>(3)降低外國貨運代理公司設立第二個合資企業之規定年限。</p> <p>(4)開放貨物航空運輸。</p> <p>(5)開放貨物內水運輸之商業據點設立。</p> <p>(6)與管理顧問相關之服務允許獨資，取消經濟需求測試。</p> <p>(7)開放至 CEPA 標準。</p> <p>2.經營面</p> <p>(1)快遞業障礙—</p> <p>a.降低聘僱資格限制。</p> <p>b.排除強制收集商業資訊的規定。</p> <p>c.開放城區進入管制。</p> <p>d.降低向快遞服務公司徵收的海關電子資料傳輸費。</p> <p>(2)允許倉儲業將保稅和免稅兩種產品存放在同一倉儲地點；保稅倉庫安管比照內資企業。</p> <p>(3)運輸業障礙</p> <p>a.降低機場收費標準；燃料價格與國際接軌。</p> <p>b.降低聘僱資格限制。</p> <p>c.爭取電腦系統的國際連結。</p> <p>(4)提高海關效率之障礙。</p> <p>(5)租稅之障礙</p> <p>a.爭取與國際運輸服務同等待遇，收入免徵營業稅</p>	<p>1.法律面</p> <p>至少比照 CEPA 對香港的承諾。</p> <p>(1)在部分受到嚴格管制的部分，建議稍微降低市場門檻，如在特定地區允許頻道落地。</p> <p>(2)將台灣與中國大陸合拍電視劇的審查及集數限制比照中國大陸國產劇之標準。</p> <p>(3)開放台灣與中國大陸合拍影片可在中國大陸以外地方沖印；可以獨資方式在中國大陸設立公司，發行中國大陸國產影片。</p> <p>(4)允許中國大陸國產影片(含合拍片)得在台灣進行後期製作。</p> <p>(5)開放台商以獨資方式在多個地點經營電影放映業務。</p> <p>(6)盡可能比照內資企業辦理，並明列無法享有等同內資企業優惠之項目。</p> <p>2.經營面</p> <p>(1)建立溝通的窗口。</p> <p>(2)雙方協商選擇特定地區進行服務業的試點，協助解決台商在中國大陸當地面臨的實際經營面障礙，並給予台商與中國大陸內資企業同等對待的基本條件。</p>

表 1 各服務業優先開放項目之建議(續)

	批發零售	旅行	醫療	電信	物流	視聽
優先開放之項目	內資企業。		務。 (5)協助台資醫院爭取與當地醫學院建教合作機會。	所需之開放條件。	b.排除城際運輸車輛的運費限制。	

Abstract

The last few years have seen dramatic growth in the size of China's domestic market; however, China still lags behind Taiwan in terms of the degree of market opening and liberalization in its service sector. As a result, Taiwanese companies in the service sector have encountered many obstacles when attempting to enter the Chinese market. With the market opportunities in China continuing to grow, offering great potential for market development, countries all over the world are beginning to pay more attention to the state of development of service industry markets in China. Given the improvement in relations between Taiwan and China, the impending implementation of the Economic Cooperation Framework Agreement (ECFA) Early Harvest List, and the fact that negotiation of a "cross-strait" agreement on trade in services between China and Taiwan will soon get underway, it is clear that the opening up of China's service sector markets to Taiwanese firms will happen, giving Taiwanese companies in service industries the opportunity to gain first-mover advantage in the China market. One of the key policy objectives for the government now must be to help Taiwanese enterprises in the service sector to enter the Chinese market successfully, helping them to overcome the various barriers to trade and investment that exist at present.

Service sector firms account for a much smaller share of Taiwanese investment in China than for Taiwanese investment in other overseas markets. During the period 2006 – 2008, the service industries accounted for around 50 – 70% of total Taiwanese overseas investment (excluding investment in China); by contrast, service sector investment accounted for less than 20% of total Taiwanese investment in China during this period. Clearly, there is considerable potential for increased investment in China by Taiwan's service industries. In the past, service sector firms in Taiwan were discouraged from attempting to invest in China by the limited degree of market opening permitted by the Chinese government, and by the restrictions on investment in China imposed by the Taiwanese government. However, with the business opportunities in China growing more attractive by the day, and with Taiwan and China about to begin the

negotiation of an agreement on cross-strait trade in services, it can be anticipated that, in the future, the potential for investment in China by Taiwan's service industries will grow steadily greater.

The service sector accounts for an increasingly large slice of China's GDP. By 2005, the service sector already represented 40% of China's total GDP, compared to the situation in 1979 (before the process of economic reforms began) when the service sector accounted for just 23.9% of China's GDP. Furthermore, the service sector accounted for 42.3% of China's economic growth in 2007, slightly higher than its share of GDP. However, China still has some way to go before the service sector's share of GDP matches that of the advanced nations. The Chinese government is hoping to bring the service sector's share of GDP up to 50% by 2020.

This study examines the obstacles to service sector investment and trade in China, focusing on six individual service industries (wholesaling and retailing, travel agency operation, healthcare, telecommunications, logistics, and audiovisual services). On the basis of the legal and operational obstacles that companies investing in these industries in China encounter, the study puts forward a number of policy recommendations. Details of the obstacles affecting each industry, and of the policy recommendations put forward for each industry, are given in the attached table. The following section presents a brief overview of the obstacles that are common to all service industries. The key obstacles are as follows:

1. The procedures that foreign companies wishing to establish a joint venture must go through are very complex and time-consuming.
2. The operational challenges that foreign companies investing in the service sector in China have to overcome are excessively high.
3. The range of business areas covered by market opening is too narrow, limiting the potential sources of profit.
4. Lack of consistency in central and local government policy makes it

difficult for foreign-investment firms to know what is expected of them.

5. The legal and regulatory framework within which firms have to operate is often unclear, discriminatory against foreign-invested firms, or excessively restrictive.

Based on the above, we put forward the following suggestions applicable to all service industries, with regard to legal and operational issues affecting those industries to which priority is being given in terms of market opening:

1. Legal issues:

- (1) Taiwan should strive to secure market opening commitments from China that are at least equivalent to those required by the WTO and CEPA, such as an expansion in the scope of business areas to which market opening applies, relaxation of operational constraints, etc.
- (2) Taiwan should attempt to secure a simplification of application procedures and the introduction of more transparent application review standards and processes.
- (3) Taiwan should ask China to give Taiwanese-invested firms operating in China the same legal and regulatory treatment as Chinese firms.

2. Operational issues:

- (1) A channel for cross-strait communication needs to be established to help Taiwanese firms investing in China to overcome the operational difficulties that they encounter.
- (2) The Chinese government should be asked to establish a unified contact window for all service industries to help firms in these industries to obtain the operating licenses they need, and to handle other administrative matters.

The recommendations for individual service industries (among those to which priority is being given with respect to market opening) are shown in Table 1 below.

Table 1 Recommendations Regarding Service Industries to Which Priority is being Given with Respect to Market Opening(1/3)

	Wholesaling and Retailing	Travel Agency Operation	Healthcare	Telecommunications	Logistics	Audiovisual Services
Market Opening Priority Items	<p>1. Legal Issues:</p> <p>(1) The Chinese government should be asked to clearly specify the procedures for operating permit approval, including the length of time required for application review and the approval criteria, accompanied by a further simplification of the approval process.</p> <p>(2) The government should attempt to secure equal treatment for Taiwanese firms to that enjoyed by Chinese firms in the China market.</p> <p>(3) Marketing opening with respect to Taiwanese firms should at least match CEPA standards.</p>	<p>1. Legal Issues:</p> <p>(1) Secure the right for wholly-owned subsidiaries to operate overseas tours on a trial basis; secure the right for firms to engage in ticketing agent business; secure the opening up of the Taiwan market for FIT travel.</p> <p>(2) Secure the right for citizens of more Chinese cities to apply for visas to visit Taiwan from a location other than that where they are registered s being resident for household registration purposes, and for tour groups to leave for Taiwan from cities other than those where the participants are registered as resident. It is also</p>	<p>1. Legal Issues:</p> <p>(1) Taiwanese-owned hospitals in China should be able to operate according to the same standards as Chinese-owned hospitals.</p> <p>(2) China should be asked to improve its hospital accreditation, evaluation and supervision mechanisms.</p> <p>(3) Market opening in the healthcare sector should be brought up to CEPA standards:</p> <p>a. The establishment of individual clinics in China by Taiwanese healthcare providers should be handled according to the same conditions applying to Chinese healthcare providers.</p> <p>b. Taiwanese healthcare professionals should be permitted to practice in China for short periods.</p> <p>(4) The government should seek to secure the opening up of areas where marketing opening has not yet been implemented within the WTO and CEPA frameworks:</p>	<p>1. Legal Issues:</p> <p>(1) The government should strive to secure treatment for Taiwanese firms superior to that required by the WTO and CEPA frameworks; for example, increasing the scope of market opening to include telecommunications infrastructure and value-added services, reducing the restrictions on shareholding, and permitting the establishment of wholly-owned subsidiaries.</p> <p>(2) The government should ask the Chinese government to give Taiwanese firms equal treatment to that enjoyed by Chinese firms (while accepting the need for certain operational restrictions); for example, having the same registered capital requirements apply to both Taiwanese and Chinese firms, and the</p>	<p>1. Legal Issues:</p> <p>(1) Taiwanese companies should be allowed to establish wholly-owned subsidiaries in China to undertake cargo-handling operations.</p> <p>(2) Taiwanese companies should be allowed to establish wholly-owned subsidiaries in China to undertake freight forwarding operations.</p> <p>(3) The number of years that must elapse before a foreign-invested freight forwarding firm operating in China is permitted to establish a second joint venture company should be reduced.</p> <p>(4) The air freight transportation market should be opened up.</p> <p>(5) Taiwanese-invested firms should be allowed to establish business locations to undertake inland waterways freight transportation within China.</p> <p>(6) Taiwanese firms should be allowed to establish wholly-owned subsidiaries in China to provide logistics-related management consulting services; the current “economic need test” should be abolished.</p> <p>(7) Market opening in the logistics sector should be brought up to CEPA standards.</p> <p>2. Operational Issues:</p> <p>(1) Obstacles affecting express delivery service providers:</p>	<p>1. Legal Issues:</p> <p>China should be asked to make at least the same level of commitments as made to Hong Kong under the CEPA.</p> <p>(1) With regard to certain areas where particularly strict restrictions are in place, it is suggested that the barriers to market entry should be lowered slightly, for example by permitting Taiwanese TV channels to operate in particular regions of China.</p> <p>(2) The review standards and restrictions on the number of episodes applying to TV series produced as Taiwan-China co-productions should be the same as those applying to Chinese TV productions.</p> <p>(3) Film lab operations for films produced as Taiwan-China co-productions should be permitted to take place outside China; Taiwanese film lab service providers should be allowed to set</p>

Table 1 Recommendations Regarding Service Industries to Which Priority is being Given with Respect to Market Opening(2/3)

	Wholesaling and Retailing	Travel Agency Operation	Healthcare	Telecommunications	Logistics	Audiovisual Services
Market Opening Priority Items	<p>(4) The government should seek to secure the opening up of areas where marketing opening has not yet been implemented within the WTO and CEPA frameworks.</p> <p>2. Operational Issues:</p> <p>(1) A shared channel for bidirectional cross-strait communication should be established.</p> <p>(2) The criteria for trademark registration approval should be clearly stipulated, to reduce the amount of time needed to complete trademark registration.</p> <p>(3) A single, unified contact window should be established to help firms deal with operating permit applications and</p>	<p>suggested that representatives of large business enterprises, owners of travel agencies and tour guides should be able to apply for one-year multiple-entry visas.</p> <p>2. Operational Issues:</p> <p>(1) The free remittance of funds between Taiwan and China should be secured, with a relaxation of the upper limit on remittances; Taiwanese-owned travel agencies operating in China should be allowed to undertake online payment transactions.</p> <p>(2) The tour guide quota system currently used to limit the number of Chinese tour groups visiting Taiwan should be abolished.</p>	<p>a. Taiwanese citizens should be permitted to sit for Chinese healthcare professional certification examinations.</p> <p>b. Taiwanese healthcare providers should be allowed to establish wholly-owned hospitals in China, without being subjected to restrictions on which regions should hospitals may be established in.</p> <p>2. Operational Issues:</p> <p>(1) The Chinese government should exercise closer supervision over local government authorities, to ensure harmonization of policy implementation between central and local government, and to ensure that market opening related incentive measures are properly implemented.</p> <p>(2) The Chinese government should establish agencies for handling complaints and implementing supervision and investigation, to ensure that the rights of foreign-invested healthcare providers are protected.</p>	<p>same criteria and processes for the issuing of operating permits.</p> <p>(3) The government should ask the Chinese government to bring a comprehensive telecommunications act into law as quickly as possible, so as to clarify which business areas Taiwanese-invested firms are permitted to engage in. At the same time, the procedures for applying for operating permits should be made more transparent, and a unified contact window should be established to handle applications from Taiwanese-invested firms, in order to reduce administrative costs.</p>	<p>a. The qualification restrictions with respect to hiring should be made less restrictive.</p> <p>b. The regulations governing compulsory collection of business information should be abolished.</p> <p>c. The restrictions on operating in particular areas should be relaxed.</p> <p>d. The Customs electronic data transmission fees that express delivery firms are required to pay should be reduced.</p> <p>(2) Warehouse operators should be permitted to store bonded and duty-free goods in the same warehouse facility, and should be permitted to comply with the same bonded warehouse security regulations as Chinese firms.</p> <p>(3) Obstacles affecting transportation services providers:</p> <p>a. Airport charges should be reduced; the price of fuel should be brought into line with international levels.</p> <p>b. The qualification restrictions with respect to hiring should be made less restrictive.</p> <p>c. Transportation services providers should be permitted to integrated their computer systems with international systems.</p>	<p>up wholly-owned subsidiaries in China, and Taiwanese firms should be allowed to distribute films made by Chinese companies.</p> <p>(4) The Chinese government should allow post-production work on films made in China (including Taiwan-China co-productions) to take place in Taiwan.</p> <p>(5) Taiwanese should be allowed to establish wholly-owned subsidiaries in China to engage in multi-location movie theater operation.</p> <p>(6) As far as possible, Taiwanese firms should receive the same treatment as Chinese firms; those areas where Taiwanese firms are not entitled to benefit from the same special treatment as Chinese firms should be clearly specified.</p> <p>2. Operational Issues:</p> <p>(1) A contact window should be established to facilitate communication.</p>

Table 1 Recommendations Regarding Service Industries to Which Priority is being Given with Respect to Market Opening(3/3)

	Wholesaling and Retailing	Travel Agency Operation	Healthcare	Telecommunications	Logistics	Audiovisual Services
Market Opening Priority Items	<p>other administrative matters.</p> <p>(4)The Chinese government should be asked to relax its foreign exchange controls.</p> <p>(5)The Chinese government should be asked to establish a comprehensive professional certification and licensing system.</p> <p>(6)Suggestions regarding taxation issues in the China market:</p> <p>a. Harmonization of tax regulations.</p> <p>b. Stepped-up auditing of illegal activity by Chinese enterprises.</p>	<p>(3)The number of flights per week between Taiwan and China should be increased.</p>	<p>(3)Government policy as it relates to not-for-profit and for-profit hospitals should be reviewed and adjusted.</p> <p>(4)A unified, cross-strait administrative contact window should be established, to assist healthcare providers with operating licenses and other administrative matters.</p> <p>(5)Taiwanese hospitals should be helped to develop opportunities for collaboration with Chinese medical colleges.</p>		<p>(4) The efficiency of China’s Customs needs to be enhanced.</p> <p>(5) Obstacles relating to taxation:</p> <p>a. The government should try to get the Chinese government to provide Taiwanese transportation services providers with treatment equivalent to that given to international transportation services providers, including exemption from corporate income tax.</p> <p>b. The restrictions governing fees for inter-city transportation should be eliminated.</p>	<p>(2) Taiwan and China should negotiate to agree on specific regions in which Taiwanese audiovisual services providers would be permitted to provide services on a trial basis, to help find solutions to the operational difficulties that Taiwanese firms in China experience, and to ensure that Taiwanese firms operating in China receive the same treatment as Chinese firms.</p>

目 錄

摘 要.....	I
英文摘要.....	V
目 錄.....	XIII
表 次.....	XVI
圖 次.....	XX
第一章 緒論.....	1
第一節 計畫緣起與目標.....	1
第二節 研究內容與方法.....	1
第二章 兩岸服務業發展概況.....	9
第一節 台灣服務業發展概況.....	9
第二節 中國大陸服務業的發展概況.....	39
第三節 中國大陸服務業法規與貿易障礙之分析.....	61
第四節 小結.....	77
第三章 批發零售業.....	81
第一節 中國大陸批發零售業發展概況.....	81
第二節 中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 中對批發零售業開放概況.....	88
第三節 中國大陸批發零售業之貿易障礙及台灣的商機.....	92
第四節 小結.....	106
第四章 旅行業.....	109
第一節 中國大陸旅行社產業發展概況.....	109
第二節 中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 中對旅行社開放概況.....	117
第三節 旅行社在中國大陸之貿易障礙彙整及台灣的商機....	120

第四節 小結.....	126
第五章 醫療服務業.....	129
第一節 中國大陸醫療服務業發展概況.....	129
第二節 中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 中對醫療服務業開放概況	140
第三節 中國大陸醫療服務業之貿易障礙及台灣的商機.....	148
第四節 小結.....	157
第六章 電信業.....	159
第一節 中國大陸電信產業發展概況.....	159
第二節 中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 中對電信產業開放狀況	165
第三節 中國大陸電信產業貿易障礙之彙整及台灣的商機....	171
第四節 小結.....	180
第七章 物流產業.....	183
第一節 中國大陸物流產業發展概況.....	183
第二節 中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 中對物流產業開放概況	190
第三節 中國大陸物流業貿易障礙之彙整及台灣的商機.....	196
第四節 小結.....	206
第八章 視聽服務業.....	209
第一節 中國大陸視聽服務產業發展概況.....	209
第二節 中國大陸在 WTO 及雙邊對視聽服務產業開放概況	222
第三節 中國大陸視聽服務業之貿易障礙及台灣的商機.....	226
第四節 小結.....	239
第九章 結論與建議.....	243
第一節 結論.....	243

第二節 建議.....	263
參考文獻.....	R-1
附錄一 期中報告審查委員會意見辦理說明	附錄 1-1
附錄二 期末報告審查委員會意見辦理說明	附錄 2-1
附件一 中華經濟研究院出國考察人員報告表-中國大陸廣東省.....	附件 1-1
附件二 中華經濟研究院出國考察人員報告表-中國大陸上海市.....	附件 2-1
附件三 中華經濟研究院出國考察人員報告表-中國大陸北京市.....	附件 3-1
附件四 中華經濟研究院出國考察人員報告表-中國大陸福州市.....	附件 4-1

表 次

表 1 各服務業優先開放項目之建議	III
TABLE 1 RECOMMENDATIONS REGARDING SERVICE INDUSTRIES TO WHICH PRIORITY IS BEING GIVEN WITH RESPECT TO MARKET OPENING	IX
表 1-2-1 產業研究項目之摘要說明.....	6
表 2-1-1 1981~2009 年我國三級產業生產毛額結構	10
表 2-1-2 2002~2008 年我國服務業各細產業(大類)生產結構.....	11
表 2-1-3 我國服務業各細產業(中類)之國內生產毛額.....	12
表 2-1-4 1981~2009 年我國三級產業就業結構	13
表 2-1-5 2002~2008 年我國服務業各細產業(大類)就業結構....	15
表 2-1-6 1981~2008 年我國三級產業固定資本形成比重	16
表 2-1-7 1981~2008 年我國三級產業固定資本形成 占生產毛額之比重	17
表 2-1-8 2002~2008 年我國服務業各細產業(大類)投資結構....	18
表 2-1-9 2003~2008 年我國民營企業部門研發經費分布概況 ..	19
表 2-1-10 2003~2008 年我國服務業各細產業(大類)研發結構..	19
表 2-1-11 1991~2008 年我國服務業貿易進出口比重.....	20
表 2-1-12 1992~2008 年我國服務貿易順逆差來源	21
表 2-1-13 「服務業發展綱領及行動方案」各項服務業之發展願景、目標、策略及優先項目	23
表 2-1-14 「服務業發展方案」各項服務業之發展願景、目標、及策略.....	31
表 2-1-15 台灣服務業 2004~2008 年實際表現與「服務業發展綱領及行動方案」發展目標之比較	33
表 2-1-16 主要國家服務業發展概況.....	34
表 2-1-17 1991~2009 年台灣服務業吸引外資及對外投資概況	36

表 2-1-18	核准對外及對中國大陸投資服務業金額比較 (2007-2009).....	37
表 2-2-1	中國大陸第三級產業生產及就業結構.....	40
表 2-2-2	中國大陸服務業各行業之產值結構.....	41
表 2-2-3	中國大陸服務貿易概況.....	42
表 2-2-4	2009 年中國大陸服務業行業貿易概況.....	43
表 2-2-5	「十一五」規劃中服務業發展重點.....	44
表 2-2-6	「關於加快發展服務業的若干意見」對促進服務業發展 措施.....	47
表 2-2-7	「十二五」規劃建議與服務業相關之內容.....	49
表 2-2-8	中國大陸服務業實際利用外資.....	57
表 2-2-9	2009 年中國大陸服務業行業實際利用外資.....	58
表 2-2-10	中國大陸生產性服務業行業存在的市場進入限制....	59
表 2-4-1	2008 年兩岸整體服務業概況.....	78
表 3-1-1	2001~2009 年中國大陸批發零售業概況.....	83
表 3-1-2	2009 年中國大陸批發零售業發展概況.....	85
表 3-1-3	2005~2009 年批發零售業實際利用外資及外商企業概況	86
表 3-2-1	中國大陸批發零售業對 WTO 及雙邊 FTA 開放承諾彙整	91
表 3-3-1	批發零售業貿易障礙彙整.....	100
表 3-3-2	2001~2009 年台灣對中國大陸批發零售業投資概況	103
表 3-3-3	兩岸批發零售業者的合作方式.....	104
表 4-1-1	中國大陸歷年旅遊人次統計.....	110
表 4-1-2	中國大陸歷年旅遊收入.....	111
表 4-1-3	2006~2009 中國大陸內地居民出境人次國別統計	113
表 4-1-4	中國大陸歷年旅行社數量統計.....	114
表 4-2-1	目前中國大陸旅行社服務業對 WTO 及雙邊 FTA 開放承	

諾彙整	120
表 4-3-1 中國大陸旅行社貿易障礙之彙整.....	123
表 5-1-1 中國大陸歷年 GDP 及衛生醫療費用概況.....	130
表 5-1-2 城鎮與農村人均支出及收入比較表.....	131
表 5-1-3 2009 年中國大陸各地區醫療資源分布概況.....	132
表 5-1-4 2009 年中國大陸營利與非營利醫療機構之比較.....	133
表 5-1-5 2009 年按經濟類型分之醫療機構條件比較.....	134
表 5-1-6 台資醫院在中國大陸醫療市場的布局概況.....	137
表 5-2-1 中國大陸在 WTO 及雙邊對醫療產業開放概況.....	146
表 5-3-1 營利性醫療機構與非營利性醫療機構繳納稅收之差異	151
表 5-3-2 貿易障礙彙整	154
表 6-1-1 中國大陸歷年電信產業發展概況.....	160
表 6-1-2 中國大陸電信產業發展沿革	162
表 6-2-1 中國大陸 WTO 承諾開放業務名稱與「中國大陸電信業 務分類表」之對應關係	166
表 6-2-2 中國大陸在 WTO 對電信業之承諾表.....	168
表 6-2-3 CEPA 與 WTO 承諾內容差異	171
表 6-3-1 中國大陸內外資於電信法規之差別	172
表 6-3-2 各國貿易障礙彙整	176
表 6-3-3 中國大陸與台灣所承諾開放部分差異比較.....	179
表 7-1-1 中國大陸物流業產值.....	184
表 7-1-2 中國大陸交通運輸業職工人數.....	185
表 7-2-1 中國大陸核心和相關貨運物流服務在 WTO 之開放承諾	191
表 7-2-2 中國大陸物流業對 WTO 及雙邊 FTA 開放承諾彙整	196
表 7-3-1 物流業貿易障礙彙整	202
表 7-3-2 2001~2009 年台灣對中國大陸運輸及倉儲業投資概況	

.....	205
表 8-1-1 2003~2009 年歷年中國大陸電影票房收入	210
表 8-1-2 2004-2009 年中國大陸廣播電視收入概況	213
表 8-1-3 2008 年中國大陸有線電視用戶概況.....	214
表 8-1-4 中國大陸影城分布概況.....	218
表 8-1-5 2010 年 3 月 28 日至 4 月 3 日廣東省各頻道收視率.	219
表 8-2-1 中國大陸在 WTO 及雙邊對視聽服務產業開放概況	226
表 8-3-1 貿易障礙彙整.....	231
表 8-3-2 台灣電視產業節目產製情形.....	236
表 8-3-3 台灣電視產業節目銷售地區比例分布.....	237
表 8-3-4 台灣電視產業頻道銷售節目類型比例分布.....	238
表 9-1-1 兩岸服務業發展概況摘要.....	244
表 9-1-2 中國大陸批發零售業發展概況摘要.....	247
表 9-1-3 中國大陸旅行業發展概況摘要.....	249
表 9-1-4 中國大陸醫療產業發展概況摘要.....	251
表 9-1-5 中國大陸電信產業發展概況摘要.....	254
表 9-1-6 中國大陸物流產業發展概況摘要.....	256
表 9-1-7 中國大陸視聽服務產業發展概況摘要.....	260

圖 次

圖 1-2-1	研究架構圖	4
圖 2-1-1	1981~2009 年我國三級產業生產毛額結構變化	10
圖 2-1-2	1981~2009 年我國三級產業就業結構變化	14
圖 2-1-3	1981~2008 年我國三級產業固定資本形成比重變化	16
圖 2-2-1	1978~2009 年中國大陸三級產業發展變化	39
圖 3-1-1	2009 年連鎖零售業型態(門店數).....	84
圖 3-1-2	2009 年連鎖零售業型態(銷售總額).....	84

第一章 緒論

第一節 計畫緣起與目標

一、計畫緣起

中國大陸在 2001 年 12 月加入世界貿易組織(WTO)，而台灣也在 2002 年 1 月加入。兩岸在加入 WTO 後，除了更加融入世界經濟體系之外，兩岸經貿互動也同時受到 WTO 規範。近年中國大陸內需市場蓬勃發展，惟其服務業市場開放程度及自由化程度，均不及我國，導致台灣服務業在進入中國大陸市場存在諸多障礙。在中國大陸市場商機逐漸擴大，且深具潛力下，各國逐漸重視中國大陸服務業市場的發展與布局；而在兩岸關係和緩，ECFA 服務貿易協定談判即將展開之際，未來中國大陸服務業市場的開放勢不可免，也為台灣服務業進入中國大陸市場開啟先進商機，基此，如何協助台灣服務業順利進入中國大陸市場，排除相關貿易與投資障礙，成為現階段政府施政重要工作。

二、計畫目標

了解台灣服務業在中國大陸發展現況，以及中國大陸服務業對外開放概況。分析台灣服務業在中國大陸發展遭遇之貿易及投資障礙，並研析應優先排除的障礙項目，以作為政府訂定相關政策參考。

第二節 研究內容與方法

一、研究內容

以下就本計畫所包含之研究項目，分別做進一步說明。

(一)台灣服務業在中國大陸發展現況

相較於製造業，台灣服務業在中國大陸市場的布局較晚，一方面是因為中國大陸在改革開放政策下，最先開放外人投資製造業，而且非常積極地進行招商引資；另一方面則是中國大陸的服務業仍存在較高的進入障礙，直到 2001 年加入 WTO 之後，服務業才有較大規模且制度化的開放。而台灣本身對於服

務業前往中國大陸投資，也有不少限制，以致使得台灣服務業在中國大陸的發展並不如製造業。

台灣服務業在中國大陸市場的投資比例，相對於台灣對其他地區服務業的投資比例要低很多。例如 2006~2008 年間我國對外投資總額中(除中國大陸外)，服務業所占比例在 5~7 成多左右；但在對中國大陸投資總額中，服務業所占比例不及 2 成，顯示出我國服務業對中國大陸投資尚有很大的發展空間。過去基於中國大陸市場的未開放及台灣投資限制，使得台商對中國大陸服務業投資明顯偏低，然隨著中國大陸潛在市場商機的逐漸浮現，以及兩岸即將開啟服務貿易協定之洽談，未來兩岸服務業市場的開放，勢必替台灣業界帶來許多商機，值得研究。

(二)中國大陸服務業發展現況及對外開放情形

服務業在中國大陸的經濟地位日漸重要，根據統計，自 2005 年起，服務業占中國大陸 GDP 比重已達 40%，遠高於改革開放初期 1978 年之 23.9%。其次若以服務業對經濟成長的貢獻率觀察，2007 年中國大陸服務業對經濟成長貢獻率為 42.3%，略高於其占 GDP 的比重。不過若與先進國家相比，中國大陸服務業仍有很大的成長空間，事實上加速服務業發展已成為中國大陸「十一五計畫」優先推動的目標，中國大陸希望在 2010 年服務業占 GDP 比重可以成長至 43.3%，2020 年成長至 50%。

隨著 2011 年即將來到，「十二五計畫」的規劃會議也已於 2010 年 10 月召開，而轉變經濟發展方式，促進經濟結構轉型將是十二五著墨的重點，因此服務業發展目標將大幅提升，預計 2015 年服務業產值占 GDP 的比重要超過 50%，較先前目標的實現期限提前 5 年。

本部分除了將分析中國大陸服務業發展之概況外，也將針對中國大陸目前服務業對外開放的情形進行研析。中國大陸服務業對外開放可以分為兩個層次說明，一是中國大陸在 WTO 下之多邊承諾，另一則是中國大陸在雙邊 FTA 對服務業之承諾。將選取中國大陸主要之雙邊 FTA，例如中國-香港 CEPA，就其對服務業開放情形進行研析比較，以對中國大陸服務業開

放情形有一整體瞭解。

(三)中國大陸服務業主要貿易及投資障礙

中國大陸加入 WTO 開始履行入會承諾，其中當然也包括服務業之自由化。但中國大陸的服務業仍存在不少貿易及投資障礙，對於外資企業營運有負面的影響。

由於服務業涵蓋範圍廣泛，本研究將分析主要國家及國際經貿組織對中國大陸服務業投資及貿易障礙之報告，以了解中國大陸服務業的障礙所在。

(四)台灣服務業對中國大陸貿易及投資所遭遇的困難及應優先排除的障礙

由於各國在中國大陸服務業所面臨的問題不盡相同，本計畫除了利用外國研究報告外，亦將廣徵國內企業之意見，以瞭解台灣企業目前面對中國大陸服務業市場之障礙所在。由於國內目前對此並沒有較大規模的調查及完整之報告，所以未來將針對重點行業項目，進行訪查以彙整國內意見。進一步歸納出台灣未來在中國大陸可能遭遇的困難及障礙，並列出優先排除的項目，以做為未來政府的參考。

(五)政策建議

根據以上之研究結果，研擬相關政策建議供政府及企業參考。

本研究之研究架構，則請參考圖 1-2-1。

二、研究架構

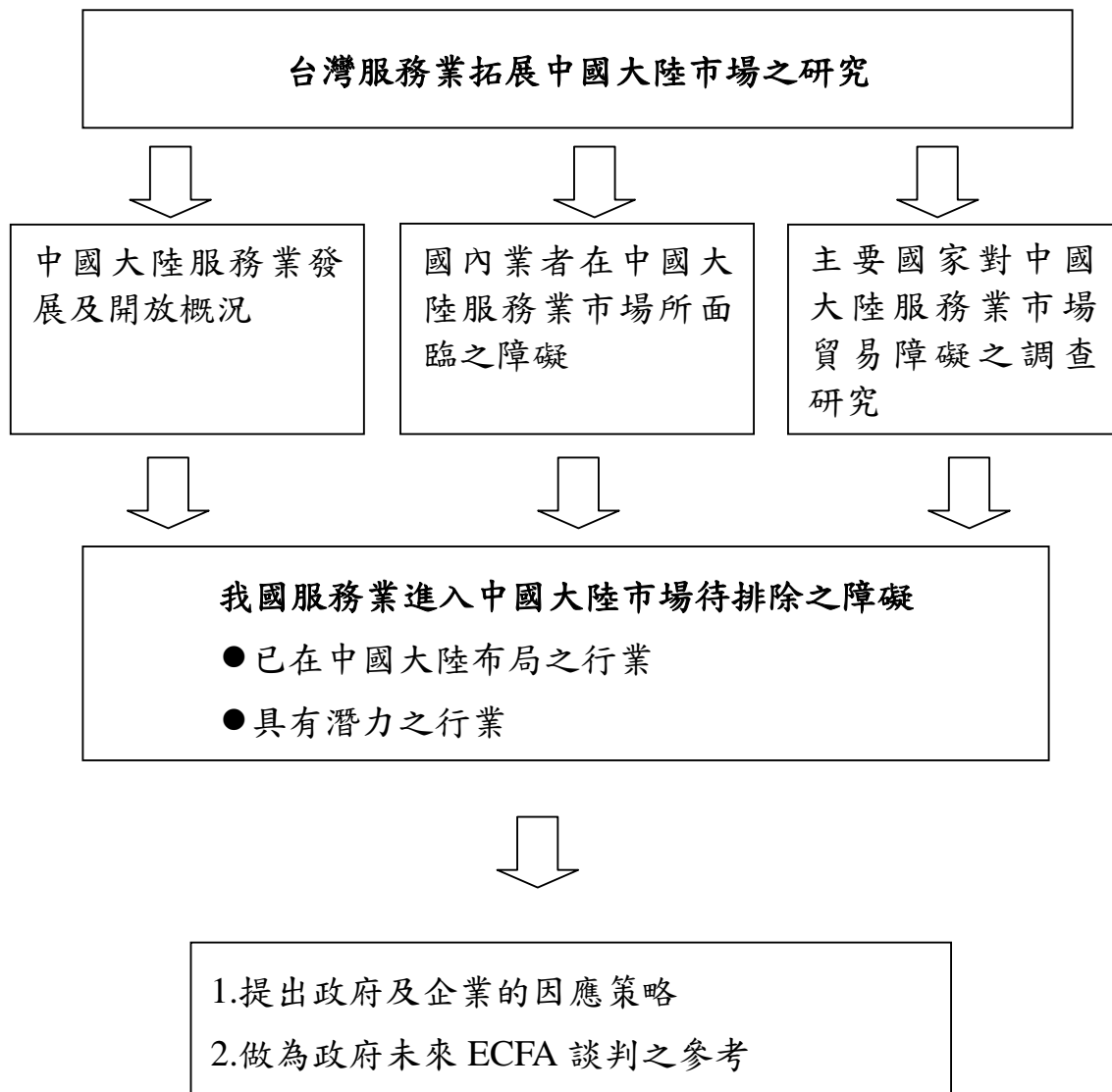


圖 1-2-1 研究架構圖

三、研究方法

(一)文獻探討

本計畫將有系統的蒐集及整理過去有關中國大陸服務業市場的相關研究及報告，以做為本計畫研究之基礎。綜合而言，目前有關中國大陸服務業相關的研究，除了一般研究論文外，各國政府的評估報告，以及有關產業間的意見均具有參考的價值，未來均將納入研析的範圍。

(二)企業訪談

在研析我國服務業拓展中國大陸市場之議題時，除了參考主要國家之經驗外，本研究還將針對重點產業，進行台商企業訪談，就目前該產業的競爭概況、我國的利基、中國大陸市場開放概況等面向，徵詢廠商的意見，以便瞭解實際的狀況，並提出具體可行的因應策略。

(三)出國考察

本計畫除了進行國內訪談及研析外，亦將規劃赴中國大陸考察訪問。初步規劃將訪問中國大陸商務部以瞭解中國大陸中央政府對於服務業市場開放之立場；也將訪問中國大陸相關之產業協會組織，以瞭解中國大陸服務業市場之商機。

四、章節大綱

綜合而言，本計畫將分為總體分析及個別產業研析兩主要部分，在總體分析部分，將有系統地介紹兩岸服務業發展的概況；而在個別產業研析的部分，由於服務業涵蓋範圍廣泛，所以在研析台灣企業拓展中國大陸服務業市場所面臨的障礙時，將分析重點放在以下三類服務業上：

第一類：台商已經在中國大陸布局之服務業：這些企業在中國大陸已經建立營運據點；不過在營運過程中，仍有可能遭受中國大陸的若干限制，以及其他的不公平待遇。未來將綜合其他國家的調查報告及台灣企業的訪查結果，彙整出此類產業目前在中國大陸所面臨之障礙。

第二類：未來台商在中國大陸發展具有潛力的服務業：過去由於中國大陸市場未完全開放或台灣限制台商投資之服務業，若中國大陸市場具有商機，這些服務業將納入研究範圍，此也包括 ECFA 中服務業早期收穫計畫之項目。

第三類：未來可以服務製造業的項目：台商在中國大陸製造業投資非常多，為使台商在中國大陸供應鏈運作更加順暢，應加強對服務製造業之服務業加以研究。

根據上述原則並與委辦單位討論後確認，本計畫共篩選出批發零售、旅行、醫療、電信、物流及視聽服務等 6 項產業，未來將研析上述服務業目前中國大陸所存在之障礙，以供政府及企業參考。有關各產業之範圍及初步說明，請參考表 1-2-1。

表 1-2-1 產業研究項目之摘要說明

項目	產業	類別	W/120 項目*	理由
1.	批發零售	第一類、第二類	批發業服務(Wholesales trade service)：622 零售業服務(Retailing service)： 631,632,61111,6113,6121	為目前台灣在中國大陸服務業投資最主要的項目，已有一定基礎。
2.	旅行	第二類	旅行社及旅行社經營服務(Travel agencies and tour operators services)：7471	台灣赴中國大陸，觀光人數持續成長，未來具有發展潛力。
3.	醫療	第二類	醫院服務(Hospital service)：9311 其他人類衛生服務活動(Other human health services)：9319	台灣已有醫療機構在中國大陸布局，未來市場成長前景看好。
4.	電信	第二類	電信服務(Telecommunication services)：7521 開始各項	電信加值在中國大陸具發展潛力，台灣具有一定競爭力。
5.	物流	第三類	未明確分類	台灣製造業在中國大陸投資甚多，由於中國大陸物流發展尚在起步，國內業者在中國大陸仍有發展空間，並可提供台商更好的服務品質。
6	視聽服務	第二類	視聽服務(Audiovisuals services)：9611 起各項	中國大陸市場開放程度低，台灣業者表達高度意願前進中國大陸市場。

註：*係指 WTO 對該產業之細部分類(MTN.GNS/W/120)。

資料來源：本研究整理。

根據上述之說明，本研究之章節大綱如下：

- 第一章 緒論
- 第二章 兩岸服務業發展概況
- 第三章 批發零售業
- 第四章 旅行業
- 第五章 醫療產業
- 第六章 電信產業
- 第七章 物流產業
- 第八章 視聽服務產業
- 第九章 結論與建議

以下就各章規劃內容做進一步之說明。

在第二章將研析兩岸服務業發展概況。第一節在台灣部分除了介紹服務業總體概況外，也將著重台商在中國大陸服務業布局概況。第二節則將分析中國大陸服務業發展概況，除了一般總體現況說明外，也將分析服務業在中國大陸「十一五計畫」重要性以及在未來「十二五計畫」之地位。至於第三節則將研析中國大陸服務業總體法規規範情形。

本研究之第三章至第八章則將進行產業別研析，每一章之架構如下：

(一)中國大陸該產業發展概況

由於服務業的統計資料相當缺乏，因此本計畫將盡可能蒐集該產業的相關具體數據(包括產值、就業人數及銷售金額等)。另外也將概括描述該產業目前中國大陸內外資企業競爭概況，以及此產業未來發展之方向。

(二)中國大陸在 WTO 及雙邊對該產業開放概況

本部分將整理分析中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 對該產業承諾開放的情形。在多邊方面，以中國大陸入會議定書為主，

而在雙邊 FTA 部分，則將以中國-香港 CEPA、中國-澳門 CEPA 及中國-東協 FTA 為重點。

(三)中國大陸該產業貿易障礙之彙整及台灣的商機：

本部分將研析中國大陸該產業之貿易障礙，原則上將彙整主要國家(美、日、歐盟)及 WTO 對於中國大陸貿易障礙的報告。另外經由深度訪談，整理出台灣企業在中國大陸所面臨的障礙。

本部分將明確地列出未來開拓中國大陸市場可能面臨的障礙，做為未來談判的參考。而為方便政府未來談判，未來障礙將分為以下二部分說明。

1.法律面障礙

主要是中國大陸目前仍未對外國開放的項目，而使台灣企業無法進入中國大陸市場。另外雖然在法令上已經對外資開放，但可能面對法規不透明、申請執照之要件與程序不明確、欠缺司法救濟管道等之障礙。

2.經營面障礙

指在實際經營面上遭遇之整體經營環境與法規執行上之實際障礙。

第九章則為本研究之結論與建議，原則上均以產業別撰寫。

第二章 兩岸服務業發展概況

本章將研析兩岸服務業發展概況，共分為三小節。首先第一節將分別從產出、就業及投資等層面分析台灣服務業總體發展概況；此外，台灣服務業發展政策、發展瓶頸，以及台商服務業在中國大陸布局概況也將一併進行分析。第二節將介紹中國大陸服務業發展概況，除了一般總體現況說明外，也將分析服務業在中國大陸「十一五計畫」重要性以及在未來「十二五計畫」之地位。至於第三節則將研析中國大陸服務業總體法規規範情形，以了解中國大陸服務業開放的狀況及可能形成貿易障礙的地方。

第一節 台灣服務業發展概況

一、台灣服務業總體發展概況

(一)生產結構

台灣過去由於價廉質優的製造優勢及出口導向的貿易政策，經濟發展皆以製造業為發展重心，但事實上，早在 1980 年代初期，台灣服務業的產值便已超過製造業(詳表 2-1-1 及圖 2-1-1)。1980 年代初期，台灣三級產業的生產結構大致維持在 1：4：5 左右，工業與服務業的差距並不算太大。但自 1988 年開始，服務業生產毛額成長速度加快，占 GDP 的比重亦逐年增加，與工業所占比重的差距逐年擴大。2001 年後台灣服務業生產毛額占 GDP 的比重已將近七成，與西方已開發國家相近¹，工業約占 29~32%，農業所占比重則不到 2%。以上數據顯示，台灣工業對 GDP 的貢獻程度持續下降，而服務業的重要性則持續上升。

¹ 根據 IMD(2008 年)統計，美、法、日、荷、英、加、星等國之服務業占生產毛額比重皆在七成以上(台經院，2008 年)。

表 2-1-1 1981~2009 年我國三級產業生產毛額結構

單位：%

年	農業	工業	服務業	年	農業	工業	服務業
1981	7.33	43.86	48.81	1996	3.06	32.50	64.43
1983	7.26	44.00	48.74	1997	2.46	32.22	65.32
1984	6.27	45.06	48.67	1998	2.38	31.66	65.96
1985	5.73	44.57	49.70	1999	2.45	30.55	67.00
1986	5.43	45.83	48.75	2000	2.02	30.52	67.47
1987	5.27	45.04	49.70	2001	1.90	28.74	69.36
1988	4.99	42.90	52.11	2002	1.82	30.38	67.80
1989	4.81	40.39	54.80	2003	1.71	31.20	67.08
1990	4.05	38.93	57.02	2004	1.68	31.75	66.57
1991	3.68	38.48	57.84	2005	1.67	31.26	67.08
1992	3.50	36.81	59.69	2006	1.61	31.33	67.06
1993	3.50	35.91	60.59	2007	1.49	31.38	67.12
1994	3.37	34.37	62.27	2008	1.60	29.25	69.16
1995	3.33	33.14	63.52	2009	1.55	29.79	68.66

註：1982 年的資料缺失。

資料來源：國民所得統計摘要(2010 年 8 月更新)。

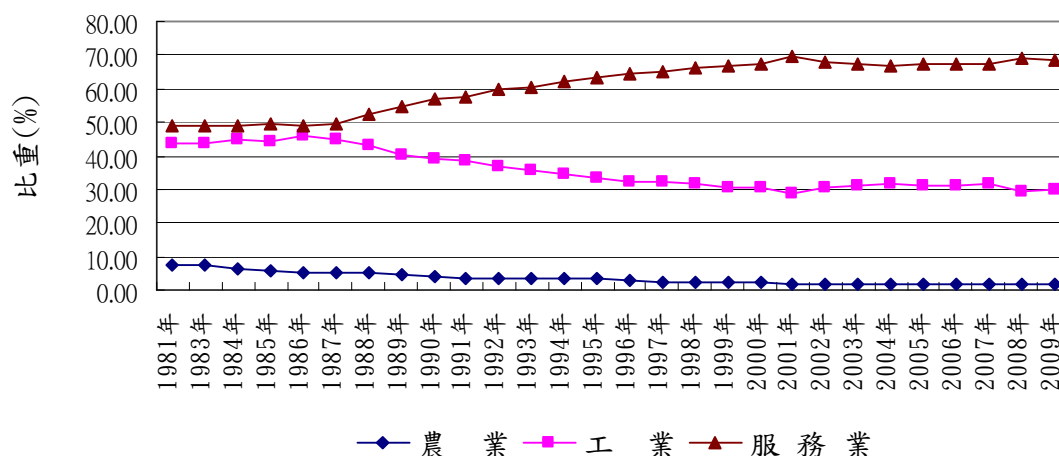


圖 2-1-1 1981~2009 年我國三級產業生產毛額結構變化

以服務業細產業別來看，2002~2008 年服務業各細產業生產結構並無太大變化，以批發及零售業所占的比重最高，成長速度也最快，占整體服務業生產毛額的比重由 2002 年的

25.94%上升至 2008 年的 28.33%(表 2-1-2)。其次依序為不動產業、公共行政及國防業、金融及保險業，2008 年占整體服務業的比重在 10~13%左右。雖然近年來台灣服務業各細產業生產結構的變化不大，但仍可發現運輸及倉儲業生產毛額占整體服務業的比重呈現大幅下降的趨勢，由 2002 年的 6.27%下降至 2008 年的 4.75%，且為台灣服務業中唯一在 2002~2008 年生產毛額減少的細產業(大類)，由 2002 年的 4,217 億台幣減少至 2008 年的 3,991 億台幣(詳表 2-1-3)，主要是陸上運輸業及航空運輸業產值減少所致。而近年來成長較快的產業主要有支援服務業(包含租賃業、旅行業等)及專業、科學及技術服務業，2002~2008 年的成長率分別達 72.47%及 47.97%，惟其占整體服務業的比重仍非常小，2008 年僅分別占 2.14%及 3.17%。

表 2-1-2 2002~2008 年我國服務業各細產業(大類)生產結構

單位：%

排序	產業別	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1	批發及零售業	25.94	25.96	26.86	27.51	27.85	28.33	28.33
2	不動產業	12.72	12.99	12.82	12.74	13.30	13.27	13.21
3	公共行政及國防	12.02	12.33	12.07	11.85	11.57	11.06	11.30
4	金融及保險業	12.38	11.74	11.89	11.95	11.34	11.28	10.90
5	教育服務業	7.26	7.72	7.36	7.26	7.29	7.26	7.18
6	資訊及通訊傳播業	5.86	5.86	5.65	5.45	5.29	5.36	5.46
7	運輸及倉儲業	6.27	5.94	5.91	5.49	5.02	4.99	4.75
8	醫療保健及社會工作服務業	4.37	4.34	4.27	4.32	4.42	4.41	4.53
9	其他服務業	4.35	4.29	4.25	4.32	4.40	4.38	4.49
10	專業、科學及技術服務業	2.79	2.89	2.91	2.97	3.23	3.31	3.31
11	住宿及餐飲業	3.09	2.98	2.98	3.05	2.98	2.96	2.96
12	支援服務業	1.61	1.61	1.72	1.85	2.03	2.10	2.23
13	藝術、娛樂及休閒服務業	1.34	1.35	1.29	1.27	1.29	1.29	1.34
服務業合計		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

資料來源：主計處《2008 年國民所得統計年報(2009 年出版)》

表 2-1-3 我國服務業各細產業(中類)之國內生產毛額

單位：新台幣百萬元，%

產業別	2002 年		2008 年		2002~2008 年 成長率(%)
	金額	比重	金額	比重	
批發及零售業	1,744,101	24.80	2,380,000	27.19	36.46
批發業	958,177	13.62	1,410,699	16.12	47.23
零售業	785,924	11.17	969,301	11.07	23.33
運輸及倉儲業	421,717	6.00	399,058	4.56	-5.37
陸上運輸業	179,431	2.55	162,075	1.85	-9.67
水上運輸業	30,836	0.44	32,961	0.38	6.89
航空運輸業	63,149	0.90	42,767	0.49	-32.28
運輸輔助及倉儲業	121,922	1.73	131,682	1.50	8.01
郵政及快遞業	26,379	0.38	29,573	0.34	12.11
住宿及餐飲業	207,752	2.95	248,326	2.84	19.53
住宿服務業	41,434	0.59	49,135	0.56	18.59
餐飲業	166,318	2.36	199,191	2.28	19.77
資訊及通訊傳播業	394,088	5.60	458,783	5.24	16.42
傳播業	85,347	1.21	105,356	1.20	23.44
電信業	229,941	3.27	228,249	2.61	-0.74
資訊業	78,800	1.12	125,178	1.43	58.86
金融及保險業	832,267	11.83	915,966	10.46	10.06
金融中介業	601,190	8.55	587,912	6.72	-2.21
保險業	156,959	2.23	214,439	2.45	36.62
證券期貨及其他金融業	74,118	1.05	113,615	1.30	53.29
不動產業	855,445	12.16	1,109,921	12.68	29.75
不動產業	70,794	1.01	166,553	1.90	135.26
住宅服務	784,651	11.16	943,368	10.78	20.23
專業、科學及技術服務業	187,658	2.67	277,672	3.17	47.97
支援服務業	108,384	1.54	186,934	2.14	72.47
租賃業	30,137	0.43	37,522	0.43	24.5
其他支援服務業	78,247	1.11	149,412	1.71	90.95
公共行政及國防	808,341	11.49	949,531	10.85	17.47
教育服務業	488,249	6.94	603,216	6.89	23.55
醫療保健及社會工作服務業	293,560	4.17	380,645	4.35	29.67
醫療保健服務業	269,751	3.84	347,730	3.97	28.91
社會工作服務業	23,809	0.34	32,915	0.38	38.25

表 2-1-3 我國服務業各細產業(中類)之國內生產毛額(續)

單位：新台幣百萬元，%

產業別	2002 年		2008 年		2002~2008 年 成長率(%)
	金額	比重	金額	比重	
藝術、娛樂及休閒服務業	90,203	1.28	112,590	1.29	24.82
其他服務業	292,628	4.16	377,167	4.31	28.89
對家庭服務之非營利機構	46,206	0.66	58,946	0.67	27.57
家事服務業	77,668	1.10	98,001	1.12	26.18
未分類其他服務業	168,754	2.40	220,220	2.52	30.5
進口稅及加值型營業稅	309,132	4.40	353,886	4.04	14.48
服務業合計	7,033,525	100.00	8,753,695	100.00	24.46

註：按當期價格計算。

資料來源：主計處《2008 年國民所得統計年報(2009 年出版)》。

(二)就業結構

台灣三級產業的就業結構變化趨勢與生產結構大體一致。1980 年代初期，台灣三級產業的就業結構約為 2：4：4 左右，工業的就業比重微幅大於服務業。但自 1988 年開始，隨著服務業生產毛額快速增加，服務業就業人數占總就業人口的比重亦逐年增加，並大幅超過工業所占的就業比重。2009 年台灣工業的就業人數為 368.5 萬人，占總就業人數 35.85%；服務業的就業人數達 605.1 萬人，占總就業人數 58.87%。

表 2-1-4 1981~2009 年我國三級產業就業結構

單位：%

年	農業	工業	服務業	年	農業	工業	服務業
1981	18.84	42.39	38.77	1996	10.12	37.48	52.39
1982	18.85	41.30	39.85	1997	9.57	38.16	52.27
1983	18.63	41.15	40.23	1998	8.85	37.93	53.22
1984	17.60	42.27	40.13	1999	8.25	37.21	54.54
1985	17.46	41.57	40.97	2000	7.78	37.24	54.99
1986	17.03	41.58	41.39	2001	7.52	36.57	55.91
1987	15.28	42.77	41.95	2002	7.50	35.84	56.66
1988	13.73	42.47	43.80	2003	7.27	35.50	57.24
1989	12.91	42.09	45.00	2004	6.56	35.90	57.52
1990	12.85	40.83	46.32	2005	5.93	36.40	57.67
1991	12.95	39.93	47.11	2006	5.48	36.60	57.94

表 2-1-4 1981~2009 年我國三級產業就業結構(續)

單位：%

年	農業	工業	服務業	年	農業	工業	服務業
1992	12.34	39.61	48.05	2007	5.27	36.79	57.92
1993	11.49	39.09	49.42	2008	5.14	36.85	58.02
1994	10.92	39.22	49.86	2009	5.28	35.85	58.87
1995	10.55	38.74	50.71				

註：1981~1998 年(按行業標準分類第六次修訂)；1999~2000 年(按行業標準分類第七次修訂) 2001~2009 年(按行業標準分類第八次修訂)。

資料來源：主計處統計資料庫。

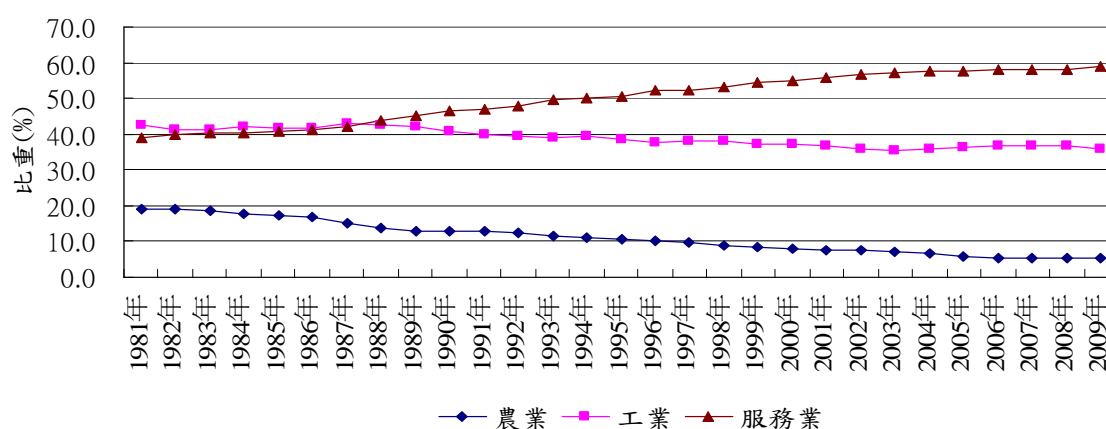


圖 2-1-2 1981~2009 年我國三級產業就業結構變化

以服務業細產業別來看，2002~2008 年服務業各細產業的就業結構亦無太大變化，同時也是以批發及零售業所占的比重最高，占整體服務業就業人數的比重約為三成(表 2-1-4)，與產值比重相當。其次依序為住宿及餐飲業與教育服務業，就業人數約占整體服務業的一成左右，高於產值比重，顯示這兩個產業可吸納較多的就業人口。

表 2-1-5 2002~2008 年我國服務業各細產業(大類)就業結構

單位：%

排序	產業別	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1	批發及零售業	31.60	30.99	30.66	30.10	30.03	29.89	29.32
2	住宿及餐飲業	10.81	10.77	10.75	11.06	11.35	11.42	11.38
3	教育服務業	9.11	9.38	9.56	9.70	9.61	9.86	10.02
4	其他服務業	9.26	9.07	9.06	8.95	8.95	8.77	8.75
5	運輸及倉儲業	7.60	7.55	7.44	7.19	7.12	6.96	6.86
6	金融及保險業	7.09	6.90	6.93	7.08	6.95	6.78	6.81
7	醫療保健及社會工作服務業	5.25	5.33	5.38	5.63	5.70	5.70	5.88
8	公共行政及國防； 強制性社會安全	5.90	6.42	6.34	5.86	5.70	5.57	5.68
9	專業、科學及技術服務業	4.11	4.09	4.16	4.50	4.51	5.05	5.25
10	支援服務業	2.95	3.28	3.25	3.38	3.50	3.61	3.83
11	資訊及通訊傳播業	3.57	3.41	3.46	3.47	3.57	3.46	3.36
12	藝術、娛樂及休閒服務業	2.00	2.01	2.03	2.02	1.89	1.69	1.62
13	不動產業	0.77	0.80	0.98	1.06	1.13	1.24	1.23
服務業合計		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

資料來源：主計處統計資料庫。

(三)投資結構

1980 年代初期台灣工業及服務業的固定資本形成占整體固定資本形成的比重約分別為 45%及 52%左右，農業的固定資本形成比重很低，不到 4%(表 2-1-6)。1980 年代中後期，隨著服務業生產毛額快速增加，服務業固定資本形成的比重亦逐年增加，並在 1992 年達到高峰(65.23%)，惟之後便呈現逐年下滑的趨勢，2006 年服務業固定資本形成比重跌破五成，首度低於工業所占的比重(圖 2-1-3)。2008 年台灣工業及服務業的固定資本形成占整體固定資本形成的比重分別為 48.59%及 51.02%，服務業所占比重再度超越工業，而農業固定資本形成比重則僅餘 0.39%。由台灣三級產業固定資本形成比重變化趨勢可以發現，台灣服務業的固定資本投入與其生產及就業結構

發展並不一致，尤其是自 1990 年代中後期，台灣服務業固定資本形成比重非但沒有像生產及就業比重一樣向上攀升，反而有下滑的趨勢。

表 2-1-6 1981~2008 年我國三級產業固定資本形成比重

單位：%

年	農業	工業	服務業	年	農業	工業	服務業
1981	3.03	45.37	51.60	1995	1.27	36.02	62.70
1982	2.48	42.91	54.61	1996	1.46	36.37	62.16
1983	2.59	41.25	56.17	1997	1.29	38.87	59.84
1984	2.51	41.31	56.19	1998	0.98	38.57	60.45
1985	2.54	37.09	60.37	1999	1.13	41.12	57.76
1986	3.10	39.96	56.94	2000	0.64	47.10	52.27
1987	2.81	40.99	56.20	2001	0.88	41.64	57.48
1988	3.25	38.41	58.34	2002	0.78	41.68	57.54
1989	3.11	36.54	60.35	2003	0.79	43.35	55.86
1990	2.31	35.71	61.99	2004	0.50	48.18	51.32
1991	2.05	33.56	64.39	2005	0.64	48.11	51.25
1992	1.63	33.14	65.23	2006	0.50	51.04	48.46
1993	1.45	33.42	65.14	2007	0.30	52.62	47.08
1994	1.39	35.00	63.61	2008	0.39	48.59	51.02

資料來源：國民所得統計摘要(2010年8月更新)。

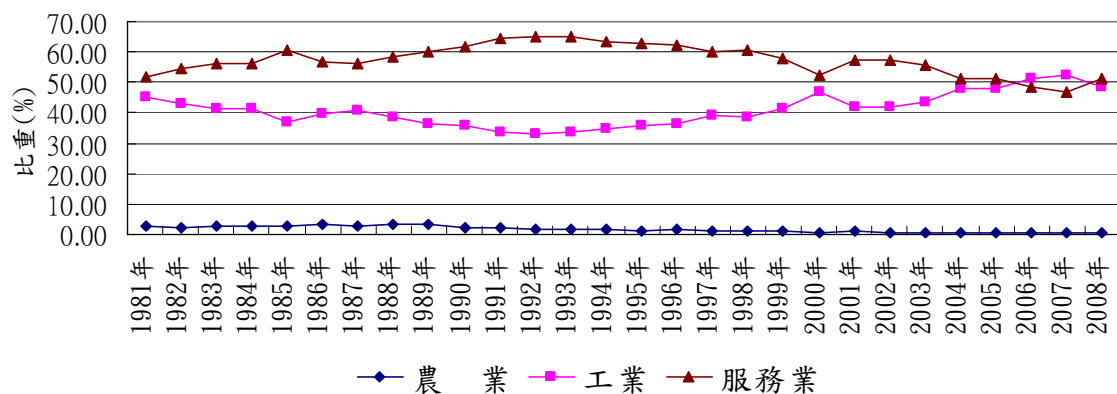


圖 2-1-3 1981~2008 年我國三級產業固定資本形成比重變化

從我國三級產業固定資本形成占生產毛額之比重亦同樣

可以發現，台灣服務業投資相對製造業明顯不足的現象。1981年，台灣三級產業的固定資本形成占生產毛額之比重分別為11.33%、28.38%及29.01%(表2-1-7)，工業與服務業的比重相差不多。然而隨著服務業的發展，台灣服務業固定資本形成占生產毛額之比重卻不增反減，2008年時僅餘15.65%，與工業的比重差距擴大至20個百分點，顯示台灣服務業部門投資並未與其重要性呈現一致性的發展。

**表 2-1-7 1981~2008 年我國三級產業固定資本形成
占生產毛額之比重**

單位：%

年	農業	工業	服務業	年	農業	工業	服務業
1981	11.33	28.38	29.01	1996	11.37	26.67	22.99
1983	8.20	21.58	26.53	1997	12.64	29.04	22.06
1984	8.70	19.93	25.10	1998	10.35	30.46	22.91
1985	8.81	16.53	24.12	1999	11.20	32.81	21.01
1986	10.89	16.61	22.25	2000	7.81	38.27	19.21
1987	10.94	18.64	23.16	2001	9.47	29.67	16.97
1988	14.52	19.96	24.96	2002	8.54	27.21	16.83
1989	15.15	21.19	25.80	2003	9.08	27.43	16.44
1990	13.49	21.70	25.72	2004	6.86	34.61	17.59
1991	13.01	20.41	26.05	2005	8.68	34.49	17.12
1992	11.79	22.77	27.64	2006	6.90	36.33	16.12
1993	10.84	24.41	28.20	2007	4.44	37.09	15.52
1994	10.63	26.14	26.22	2008	5.25	35.24	15.65
1995	9.93	28.24	25.65				

註：1982年生產毛額的資料缺失。

資料來源：國民所得統計摘要(2010年8月更新)。

以服務業細產業別來看，2008年服務業固定資本形成以公共行政及國防業、不動產業、批發及零售業所占的比重最高，分別占整體服務業固定資本形成總額的29.15%、20.25%及16.38%(表2-1-8)，其中，不動產業與批發及零售業所占的份額較2002年增加3~6個百分點，除了顯示這些產業較為資本密集外，亦可能代表這些產業的發展相對其他產業熱絡。值得注意的是，需要較多資本設備的資訊及通訊傳播業與運輸及

倉儲業，2002~2008 年卻減少固定資本投入，導致 2008 年固定資本形成投入比重較 2002 年低很多，分別減少 3.13% 及 6.19%，顯示此兩產業的發展可能遇到瓶頸，值得後續追蹤探討。

表 2-1-8 2002~2008 年我國服務業各細產業(大類)投資結構

單位：%

排序	產業別	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1	公共行政及國防	30.66	29.72	26.82	27.62	26.28	26.47	29.15
2	不動產業	16.82	16.26	17.58	17.13	19.29	20.91	20.25
3	批發及零售業	10.32	11.42	12.64	13.40	14.66	15.11	16.38
4	資訊及通訊傳播業	9.60	7.68	6.88	5.23	5.44	5.32	6.47
5	金融及保險業	7.58	7.25	7.32	7.14	7.39	5.99	6.24
6	運輸及倉儲業	11.43	12.87	14.55	14.94	10.62	9.84	5.24
7	教育服務業	3.98	4.32	4.07	4.06	4.57	4.55	4.57
8	醫療保健及社會工作服務業	2.82	3.26	3.30	3.59	4.33	3.90	3.81
9	住宿及餐飲業	1.58	1.67	1.63	1.72	1.98	2.12	2.29
10	專業、科學及技術服務業	0.95	1.45	1.55	1.41	1.48	1.55	1.89
11	支援服務業	1.39	1.31	1.28	1.70	1.93	2.13	1.51
12	其他服務業	1.40	1.37	1.25	1.08	1.15	1.20	1.14
13	藝術、娛樂及休閒服務業	1.47	1.42	1.14	0.99	0.86	0.91	1.05
服務業合計		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

資料來源：主計處統計資料庫。

(四)研發結構

台灣企業部門的研發投入過去皆以製造業為重心，服務業部門的研發支出近年來雖呈現上升的趨勢，歷年成長率亦普遍高於製造業(2007 年例外)，但所占比重仍很低，僅約 7% 左右(詳表 2-1-9)。若以服務業細產業別來看(表 2-1-10)，資訊及通訊傳播業為服務業研發支出的主要來源，2008 年占服務業研發總支出的 61.96%；其次是醫療保健及社會工作服務業(14.65%)，專業、科學及技術服務業(10.09%)及金融及保險業(7.33%)。

醫療保健及社會工作服務業與金融及保險業雖分別是服務業研發支出的第二及第四大來源，但近年來皆呈現成長減緩的趨勢，2003~2008 年成長率分別為 43.29% 及 27.23%，低於全體服務業的成長率(90.85%)，導致該二產業研發投入比重大

幅下滑。而運輸及倉儲業則是唯一研發投入呈現負成長的產業，2003~2008年的成長率為-31.03%，再次顯示此產業的發展可能遇到瓶頸。

表 2-1-9 2003~2008 年我國民營企業部門研發經費分布概況

單位：新台幣百萬元，%

年	金額			變化率			比重		
	合計	工業	服務業	合計	工業	服務業	合計	工業	服務業
2003	146,739	137,796	8,943	-	-	-	100	93.91	6.09
2004	164,358	154,124	10,234	12.01	11.85	14.43	100	93.77	6.23
2005	185,674	172,241	13,432	12.97	11.75	31.26	100	92.77	7.23
2006	204,398	189,001	15,397	10.08	9.73	14.62	100	92.47	7.53
2007	226,432	211,348	15,084	10.78	11.82	-2.03	100	93.34	6.66
2008	245,683	228,616	17,067	8.50	8.17	13.15	100	93.05	6.95

資料來源：國科會《科學技術統計要覽》。

表 2-1-10 2003~2008 年我國服務業各細產業(大類)研發結構

單位：新台幣百萬元，%

排序	產業別	2003 年		2008 年		2003~2008 年 成長率(%)
		金額	比重	金額	比重	
1	資訊及通訊傳播業	4,901	54.81	10,574	61.96	115.74
2	醫療保健及社會工作服務業	1,745	19.51	2,501	14.65	43.29
3	專業、科學及技術服務業	974	10.90	1,722	10.09	76.71
4	金融及保險業	984	11.00	1,252	7.33	27.23
5	批發及零售業	135	1.50	656	3.84	387.18
6	其他行業	40	0.45	240	1.41	496.08
7	運輸及倉儲業	157	1.76	109	0.64	-31.03
8	不動產業	6	0.07	15	0.09	152.12
服務業合計		8,943	100.00	17,068	100.00	90.85

註：其他行業包含「住宿及餐飲業」、「支援服務業」、藝術、娛樂及休閒服務業」及「其他服務業」。

資料來源：國科會《2009 年科學技術統計要覽》。

(五)貿易表現

根據 WTO 統計資料顯示，台灣服務貿易歷年均呈現逆差，惟逆差金額已呈現縮小的趨勢。2008 年台灣服務貿易出口 335.69 億美元，進口 336.27 億美元，服務貿易逆差僅 0.58 億美元，為歷年來最少(表 2-1-11)。若以台灣服務出口占全球的

比重來看，台灣服務出口占全球服務出口的比重歷年來僅約1%左右(表 2-1-11)，2000~2002 年服務出口比重略上升至1.3%，但近年來又逐漸下滑，2008 年台灣服務出口占全球服務出口的比重僅餘 0.89%，且全球排名亦由 2000 年的 18 名一路下滑至 28 名，顯示我國服務業出口競爭力非但未能有重大突破，反而有逐漸衰退的趨勢。

表 2-1-11 1991~2008 年我國服務業貿易進出口比重

單位：百萬美元，%

年	服務貿易			占全球比重	
	出口	進口	貿易餘額	出口	進口
1991	8,389	16,023	-7,634	1.02	1.88
1992	10,140	18,589	-8,449	1.10	1.96
1993	13,229	20,469	-7,240	1.40	2.14
1994	13,115	20,465	-7,350	1.27	1.96
1995	14,927	22,982	-8,055	1.27	1.95
1996	16,154	23,750	-7,596	1.29	1.91
1997	17,021	24,120	-7,099	1.30	1.88
1998	16,660	23,246	-6,586	1.24	1.77
1999	17,037	23,285	-6,248	1.22	1.71
2000	19,890	25,507	-5,617	1.34	1.75
2001	19,760	23,435	-3,675	1.33	1.59
2002	21,501	23,852	-2,351	1.35	1.53
2003	23,028	24,803	-1,775	1.26	1.39
2004	25,545	29,859	-4,314	1.15	1.41
2005	25,574	31,420	-5,846	1.03	1.34
2006	28,860	31,752	-2,892	1.02	1.21
2007	31,015	34,265	-3,250	0.92	1.10
2008	33,569	33,627	-58	0.89	0.96

資料來源：WTO 統計資料庫。

以服務貿易三大類別來看，運輸及旅行向來呈現逆差，尤其運輸服務的貿易逆差近年來有大幅擴大之趨勢，2008 年逆差金額達 42.85 億美元(詳表 2-1-12)。其他服務則大致呈現順差，以其他事務服務為最大順差來源，而專利商標為最大逆差來源。

表 2-1-12 1992~2008 年我國服務貿易順逆差來源

單位：百萬美元，%

產業別	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
運輸	-2,217	-2,327	-2,838	-2,515	-2,771	-3,433	-4,285
旅行	-2,373	-3,503	-4,116	-3,705	-3,610	-3,857	-3,179
其他服務	1,506	3,361	2,012	-433	2,838	3,495	7,109
通訊	-190	-122	-163	-185	-129	-147	-79
營建	-385	-339	-406	-255	-143	-172	0
保險	-390	-785	-823	-602	-470	-564	-582
金融	-99	-249	258	147	-158	520	818
電腦與資訊	-190	-138	-128	-210	-127	-122	-143
專利權、商標等使用費	-1,465	-1,474	-1,387	-1,562	-2,077	-2,355	-2,824
其他事務服務	5,128	7,328	5,478	3,281	6,716	7,014	10,557
個人、文化與休閒服務	-170	-166	-189	-240	-123	-134	-85
不包括在其他項目的政府服務	-733	-694	-628	-807	-651	-545	-553

資料來源：中央銀行國際收支平衡表。

二、台灣服務業產業發展政策

台灣過去經濟發展皆以製造業為發展重心，即使台灣服務業的產值早在 1980 年代初期已超過製造業，服務業的發展仍未受到同等的重視。1990 年代後期，台灣開始面臨後進國家的競爭，製造業生產優勢受到嚴重衝擊，使得台灣多年來以製造業為經濟重心的發展策略受到挑戰。為因應時代發展潮流，及台灣產業結構的改變，台灣在近年來逐漸調整過去「重製造業、輕服務業」的產業政策，並陸續研擬服務業發展的相關政策。以下將針對台灣近年來服務業發展的重要政策進行介紹。

(一)2004 年「服務業發展綱領及行動方案」

行政院經建會及相關主管部會於 2004 年訂定「服務業發展綱領及行動方案」，明確規劃出台灣服務業發展的願景、目標、策略與方向。該方案以服務業發展再創台灣奇蹟為願景，並以提高附加價值及創造就業機會為二大主軸。而具體的發展目標則是服務業發展年平均成長率 6.1%，於 2008 年占國內生產毛額(GDP)達 71.4%，並以服務業支援農業及工業的發展，持續各產業的成長動能，使整體經濟成長率達 5% 以上。

「服務業發展綱領及行動方案」針對整體服務業提出八大發展策略，包括人才培訓，法規鬆綁，樹立有利服務業發展的

機制，統合相關部會功能，投資獎勵，國際化，擬訂旗艦計畫，發展具有地方特色的服務業等。同時選定金融服務業、流通服務業、通訊媒體服務業、醫療保健及照顧服務業、人才培訓人力派遣及物業管理服務業、觀光及運動休閒服務業、文化創意服務業、設計服務業、資訊服務業、研發服務業、環保服務業、工程顧問服務業等 12 項服務業作為發展重點。有關各項服務業之發展願景、發展目標、發展策略以及優先發展項目請參考表 2-1-13。

表 2-1-13 「服務業發展綱領及行動方案」各項服務業之發展願景、目標、策略及優先項目

服務業	發展願景及發展目標	發展策略	優先發展項目
1.金融服務業	<p>■發展願景： 改善金融機構體質，強化國際競爭力；健全金融總體環境，促進經濟穩定成長。</p> <p>■發展目標 以 2003 年為基期，預期至 2008 年：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.金融服務業產值占GDP比重由11.5%提高至13%。 2.金融領域中，有1~3家成為區域具代表性之金融機構。 3.外資持有股票占總市值比重由18.8%提高至25%。 4.國際企業及機構來台籌資金額倍增。 5.資產證券化發行量成長4倍。 6.整體金融機構資產總額成長 30%以上。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 健全總體金融環境。 2. 推動區域籌資中心。 3. 推動資產管理業務。 4. 發展多樣化金融服務。 5. 強化金融市場體質。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建制合宜之總體金融法制環境，加強金融服務業人才培育。 2. 健全保險市場及債券市場，發展我國成為區域性籌資中心，發展我國資產業務，發展多樣化金融服務。 3. 強化金融監理，有效處理不良債權，解決金融產業過度競爭。 4. 建立與國際接軌的金融租稅環境，增強國際競爭力。
2.流通服務業	<p>■發展願景： 以「發展台灣成為世界級供應鏈」為願景，持續朝向自由化、國際化；制度化、效率化；網路化、整合化方向推動。</p> <p>■發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 活絡市場機能，促進產業發展 2. 加強運輸基礎建設，健全營運環境 3. 整合通關簽審作業，提升貨物通關效率 4. 推動資訊化及標準化作業，強化產業競爭力 5. 配合產業發展，提供輔導及獎勵措施 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 降低市場管制。 2. 調整現行管理機制。 3. 建置海陸空運輸設施。 4. 設置物流專區、增加貨物裝卸作業區。 5. 推動通關貿易便捷化。 6. 提升通關作業效率。 7. 建構資訊整合系統。 8. 建立共同標準與標示格式。 9. 研議租稅減免獎勵措施。 10. 規劃產業相關輔導措施。 	<p>批發業、連鎖加盟事業、儲配運輸物流業、報關業、貨運承攬業、倉儲業</p>

表 2-1-13 「服務業發展綱領及行動方案」各項服務業之發展願景、目標、策略及優先項目(續)

服務業	發展願景及發展目標	發展策略	優先發展項目
3.通訊 媒體服 務業	<p>■發展願景： 建構公平競爭的環境及良好的通信網路，整合通訊及傳播管理機制，推動無線電視數位平台的建置，展現多元文化主體性的數位內容產業，促進新興服務發展，使通訊媒體服務業成為高附加價值的服務業，提升國家整體競爭力。</p> <p>■發展目標： 1.促進市場競爭，以合理價格提供高品質服務 2.整合管理機制，促成新興服務發展 3.加速寬頻網路建設，帶動相關產業發展</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 排除網路建設障礙，加速寬頻網路建設。 2. 持續檢討市場開放相關措施，創造服務契機。 3. 加強市場規範，建立公平競爭環境。 4. 整合通訊媒體管理機制，加速新興服務發展。 5. 加強輔導通信媒體服務業發展，推動無線電視數位平台的建置，創造優質應用。 6. 強化無線電視營運規模，建立多元文化主體性的媒體平台。 7. 保護兒童及少年上網安全。 8. 增加收視戶的頻道選擇權。 9. 重整調頻廣播頻譜。 	寬頻服務
4.醫療 保健及 照顧服 務業	<p>■發展願景： 建構理想的醫療健康照顧體系並發展相關服務產業，提供國人更加舒適、便利、安全，以及更有尊嚴的生活品質。</p> <p>1. 發展目標： 1.醫療保健服務業 (1)加強預防保健與健康促進。 (2)發展觀光醫療服務。 (3)提升醫療品質，保障病人安全。 (4)發展醫療資訊化。 (5)落實急性醫療與後續醫療之銜接機制。</p> <p>2.照顧服務業 (1)藉由充實照顧服務供給市場、誘發潛在的照顧服務需求以及調整外籍看護工政策。 (2)預計制度萌芽之 3 年內約可增加 2 萬人次的就業機會，6 年內約可創造 5 萬人次的就業機會。以國內照顧服務員，逐步取代外籍看護工。 (3)隨著照顧服務市場成熟後，逐步整合長期照護資源，統籌建立長期照護制度。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 加強預防保健與健康促進。 2. 發展觀光醫療服務。 3. 提升醫療品質，保障病人安全。 4. 發展醫療資訊化。 5. 落實急性醫療與後續醫療之銜接機制。 6. 整合照顧服務資源，落實照顧服務管理機制。 7. 充實多元化照顧服務支持體系，全面提升照顧服務品質。 8. 強化照顧服務人力培訓與工作保障，促進照顧服務專業化。 9. 適度調整外籍看護工之引進政策與審核機制。 10. 開發輔具及無障礙空間之使用與發展。 11. 充實與調整相關法令、措施與規範，促進福利及產業平衡發展。 12. 加強宣導工作，推廣照顧服務資源網絡。 13. 建制研究發展機制，提供產業發展所需資訊。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 醫療資訊科技：電子化病歷、預防保健知識通訊化、遠距居家照護服務、建立全國整合性醫療健康資訊網 2. 照顧服務：醫院病患照顧、居家照顧、社區臨托中心、失智中心

表 2-1-13 「服務業發展綱領及行動方案」各項服務業之發展願景、目標、策略及優先項目(續)

服務業	發展願景及發展目標	發展策略	優先發展項目
<p>5.人才培訓、人力派遣及物業管理服務業</p>	<p>■發展願景：</p> <p>1.人才培訓服務業 使我國人才培訓服務業成為具經濟價值之知識密集型產業</p> <p>2.人力派遣服務業 (1)勞動型態逐漸轉換為多樣化的型態，增加用人單位之人力資源彈性。 (2)在法規制度建立完成後，人力派遣業蓬勃成長，並促進就業量大幅增加。</p> <p>3.物業管理服務業 整合業界軟硬體標準化系統，提升物業管理服務品質。</p> <p>■發展目標：</p> <p>1.人才培訓服務業 (1)建設網路科學園區雛型 (2)建構產業學習網 (3)建立數位學習產業之國際競爭力 (4)招收外國留學生總數由 91 學年度 1,283 人，至 2008 年目標 8,000 人。 (5)回流教育</p> <p>2.人力派遣服務業 人力供應業容量達1至2千家，受雇於人力供應業的員工，包括從事人力派遣工作者之人數將可達30萬人。</p> <p>3.物業管理服務業 (1)五年內物業管理服務業及關聯產業就業人口由 25 萬人增加至 35 萬人。 (2)五年內可培育物業管理服務業及關聯產業人才約 6 萬人。 (3)五年內物業管理服務業及關聯產業產值由 650 億元提高至 1,000 億元。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提供環境誘因及構建人才培訓發展的平台。 2. 與國際知名校院或培訓機構策略聯盟，建立國際知名度。 3. 加速人才培訓服務國際化，因應全球自由市場競爭。 4. 人才培訓相關法規鬆綁，減少不必要之管制。 5. 建立適合人力派遣業發展之制度。 6. 人力派遣相關法規鬆綁，減少不必要之管制。 7. 建立人力派遣業及工作相關資料。 8. 增修訂物業管理服務業管理法規。 9. 積極輔導業者產業升級。 10. 提升物業管理人才素質。 	<p>e-learning 學習</p>

表 2-1-13 「服務業發展綱領及行動方案」各項服務業之發展願景、目標、策略及優先項目(續)

服務業	發展願景及發展目標	發展策略	優先發展項目
6.觀光及運動休閒服務業	<p>■發展願景</p> <p>1.觀光服務業：打造台灣為國際會議展覽重鎮，並塑造成多元且優質觀光之島，建立兼顧永續發展及生態保護之觀光產業。</p> <p>2.運動休閒服務業：打造台灣為全民運動王國，建構優質運動休閒環境。</p> <p>■發展目標：</p> <p>1.觀光服務業</p> <p>(1)短程目標：藉由推動會議展覽業商業化與國際化，自 96 年起達成來台參加國際會議展覽人次每年成長 10% 目標，帶動國內觀光及周邊服務業發展，使 2008 年來台觀光客順利倍增至 500 萬人次。</p> <p>(2)中程目標：預計至 97 年輔導會議展覽主導廠商與周邊廠商 17 家，而我國觀光服務業從業人員數將自 91 年之 9.2 萬人成長至 99 年之 11.9 萬人。</p> <p>(3)長程目標：打造台灣為國際會議展覽重鎮，並塑造成為多元且優質的觀光之島。</p> <p>2.運動休閒服務業</p> <p>(1)短程目標：96 年達成運動人口倍增至 300 萬規律運動人口。</p> <p>(2)中程目標：規劃軟體性國際及國內各項活動，提供便捷投資環境及完善服務產品。</p> <p>(3)長程目標：期能每年增加 50 萬運動人口，逐步達到人人喜愛運動水準，並形成龐大關聯服務產業網絡。</p>	<p>1. 在既定觀光及體育政策下，進一步擬訂推展會展觀光及運動休閒服務業之政策。</p> <p>2. 排除行政及法令障礙，建構有利觀光及運動休閒服務業發展之整體環境。</p> <p>3. 建立友善且具競爭力、吸引力之觀光旅遊環境。</p> <p>4. 促進觀光及運動休閒服務業之行銷。</p> <p>5. 培訓觀光及運動休閒服務業之推展及經營專業人才。</p>	<p>會議展覽、運動休閒服務及休閒農業</p>

表 2-1-13 「服務業發展綱領及行動方案」各項服務業之發展願景、目標、策略及優先項目(續)

服務業	發展願景及發展目標	發展策略	優先發展項目
7.文化 創意服 務業	<p>■發展願景： 開拓創意領域，結合人文與經濟，發展具國際水準之文化創意產業。</p> <p>■發展目標(至 2008 年)：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.文化創意產業營業額提升為1.5倍。 2.文化創意產業直接就業機會提升為1.5倍。 3.文化創意消費占家庭總支出比重由13.5%提升為15%。 4.文化創意產(作)品參加國際競賽得獎提升為2倍。 5.文化創意產業區域性國際品牌提升5倍。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 整備文化創意產業發展機制。 2. 設置文化創意產業資源中心。 3. 發展藝術產業。 4. 發展重點媒體文化產業。 5. 促進台灣設計產業起飛(另詳見設計服務業)。 6. 協助文化創意服務業拓展國際市場。 	電影產業
8.設計 服務業	<p>■發展願景： 使台灣成為亞太地區的創意設計重鎮。</p> <p>■發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 於 2008 年設計服務業產值達新台幣 370 億元。 2. 於 2008 年設計服務業從業人員達 17,000 人。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立設計推動機制，健全設計發展環境。 2. 加強設計人才培訓，提升設計人力素質。 3. 強化設計研究開發，厚植設計核心技術。 4. 策進育成設計產業，提高設計服務能量。 5. 開發設計服務需求，擴大設計產業市場。 6. 推動台灣設計運動，促進全民設計認知。 7. 促進重點設計發展，增進設計產業優勢。 	工業產品設計、電腦輔助設計、包裝設計、流行時尚設計、工藝產品設計、CIS 企業識別系統設計、品牌視覺設計、平面視覺設計、廣告設計、網頁多媒體設計、產品企劃
9.資訊 服務業	<p>■發展願景： 以有效分工整合體系發展資訊服務業，提升製造業的附加價值及策略性服務業的競爭力，促使我國成為全球特定領域資訊服務的主要供應者。</p> <p>■發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.於 2008 年資訊服務業之產值達新台幣 3,000 億元。 2.於 2008 年資訊服務業之外銷值達新台幣 600 億元。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 培育資訊人力。 2. 健全資訊服務業之發展環境。 3. 強化資訊服務業研發能量。 4. 輔導資訊服務業朝國際化及大型化發展。 5. 促進國際交流及拓展國際市場。 	企業應用、資通安全、電子商務、線上遊戲

表 2-1-13 「服務業發展綱領及行動方案」各項服務業之發展願景、目標、策略及優先項目(續)

服務業	發展願景及發展目標	發展策略	優先發展項目
10.研發服務業	<ul style="list-style-type: none"> ■發展願景： 成為亞太地區的研發重鎮。 ■發展目標： <ol style="list-style-type: none"> 1.至 2008 年鼓勵至少 40 個跨國企業在台設立研發中心。 2.至 2008 年研發服務業營業額將較 2001 年成長 1 倍，達新台幣 1,400 億元。 3.至 2008 年研發服務業從業人員將較 2001 年成長 0.5 倍，約 3.2 萬人。 	<ol style="list-style-type: none"> 6. 建構良好的研發服務業發展環境。 7. 建立研發服務交易機制。 8. 促進研發服務業國際化。 9. 強化研發服務業發展配套措施。 	<p>推動智慧財產管理、智慧財產事業化、產業分析研究、技術預測、投資評估、研發(專用技術應用或整合、創新創業育成)、設計、實驗、模擬、檢測</p>
11.環保服務業	<ul style="list-style-type: none"> ■發展願景： 建立國際化永續化發展之環保服務業。 ■發展目標： <ol style="list-style-type: none"> 1.國際化： <ol style="list-style-type: none"> (1)成為在東南亞地區(含中國大陸)的環保系統、設備及材料之領先供應國，並建立銷售品牌。 (2)建構台灣成為先進國家在亞洲地區環保產品之協力製造、推廣及營運中樞。 (3)整合具可執行國際環保統包及 BOT 案業務之環保技術團隊，成為亞洲地區主要環保技術服務支援國，創造外匯利益。積極參與國際環保活動，建立環保外交之國家形象。 2.永續化： <ol style="list-style-type: none"> (1)配合國家政策，推動國家各項環境保護建設。 (2)提昇國民生活環境品質，維護國家自然資源。 (3)解決產業活動所關連之環保問題，促進服務業發展，確保服務業之永續經營。 (4)健全環保服務業體質，強化競爭能力，創造經濟產值。 (5)企業使用回收水的比率由 2003 年的 49%提高至 2007 年的 55%。 (6)通過 ISO14000 系列環境管理認證的廠商比率至 2007 年提高為 5%。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 檢討政府環保服務業政策，改善經營環境。 2. 制訂合宜之環境法規，強化公權力行使。 3. 推動環保服務業之產、官、學合作模式。 4. 結合傳統知識與創新技術以產生高附加價值產業技術。 5. 統一國家標準，推動環境管理認證系統，並建立與國際接軌之驗證系統。 6. 調整政府之管制及財務配合措施，提供有效措施輔導及獎勵。 	<p>資源回收</p>

表 2-1-13 「服務業發展綱領及行動方案」各項服務業之發展願景、目標、策略及優先項目(續)

服務業	發展願景及發展目標	發展策略	優先發展項目
12.工程顧問服務業	<p>■發展願景： 建構具全球化競爭力之工程顧問服務業。</p> <p>■發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.台灣能在全球化的競爭中，經營出有競爭力的工程顧問服務業。 2.賡續發展先進的施工技術及管理能力，持續加強工程顧問服務業的工程「專業性」，配合修訂法規、改善經營環境。 3.政府、相關公會及業者三方通力合作，以厚植營建產業的競爭能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 研訂工程技術顧問服務產業政策。 2. 修訂營建產業管理法規。 3. 積極輔導及獎勵優良業者。 4. 提供融資輔導措施。 5. 鼓勵機關就重大公共建設彈性編列補助業者引進新技術、工法之技術服務費用。 6. 加強協調重要大型公共建設宜重視景觀設計。 7. 檢討調整工程技術服務費率。 8. 加強廠商輔導。 9. 改善廠商經營體質。 10. 保護智慧財產強化競爭優勢。 11. 建立廠商合作機制。 12. 人才培育。 13. 強化公會功能。 	<p>建立網路管理系統，協助取得政府採購商機</p>

資料來源：經建會(2004)，《服務業發展綱領及行動方案》總論。

(二)2009 年「服務業發展方案」

2008 年全球金融海嘯重創台灣經濟，主要原因在於台灣經濟過於偏重出口，因此，當台灣主要出口市場，歐美等地經濟衰退、消費降低、進口減少時，台灣出口及經濟表現亦面臨極大的衝擊。再加上台灣資訊與通訊科技(ICT)產業比重過高，其他產業的發展明顯不足，顯示產業結構亟需適度調整，以降低資源過度集中、依賴單一產業的風險。

2009 年初，為彰顯台灣未來產業發展方向將由製造業轉為高附加價值產業，行政院核定觀光、生技、醫療照護、文化創意、精緻農業及綠色能源等產業為台灣六大新興產業，其中，觀光、醫療照護、文化創意及精緻農業(部分)等四項皆在服務業的發展範疇內。有鑑於「服務業發展綱領與行動方案」階段性任務已完成，但在法令鬆綁、出口競爭力、服務創新等方面，仍有提昇空間，行政院經建會遂於 2009 年七月擬訂「服務業發展方案」，做為台灣未來服務業發展方向之指導方針，希望透過該方案各項策略之推動，建構適合整體服務業發展之重要基礎，達到與六大新興產業發展相輔相成的效果。

「服務業發展方案」之願景在於讓服務業成為提高附加價值、創造就業、提升生活品質及帶動經濟成長的引擎。以 2012 年服務業名目 GDP 達 11 兆新台幣，每年平均增加 12 萬個就業機會，及服務出口達全球比重 1.2% 等三項為總體目標。主要發展策略包含提升服務業國際競爭力、加強研發創新、創造差異化服務、強化人才培育與引進、健全服務業統計，及發展新興服務業等六項。該方案同時選定觀光、文創、醫療照護、樂活農業、物流、電信及技術服務業(IC 設計、資訊、節能、工程技術服務業)等七項為重點發展產業。有關各項產業之發展願景、發展目標及發展策略請參考表 2-1-14。

表 2-1-14 「服務業發展方案」各項服務業之發展願景、目標、及策略

服務業	發展願景及 2012 年發展目標	發展策略
1. 觀光拔尖領航方案	<p>■發展願景： 打造台灣為東亞觀光交流轉運中心及國際觀光重要旅遊目的地。</p> <p>■發展目標</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 觀光收入 5,500 億元; 2. 就業人數 40 萬人; 3. 民間投資 2,000 億元; 4. 至少 10 個國際連鎖飯店品牌進駐。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 拔尖(發揮優勢)。 2. 築底(培養競爭力)。 3. 提升(附加價值)。
2. 健康照護增值白金方案	<p>■發展願景： 提升醫療服務之效率與品質，以完善醫療照護服務促進國民健。</p> <p>■發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 增加就業機會 26 萬人(直接就業 20 萬人，間接就業 6 萬人); 2. 整體產值增加 3,464 億元。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 健全醫療照護體系。 2. 推動長期照護體系。 3. 發展養生保健產業。 4. 發展台灣智慧醫療服務。 5. 推動醫療服務國際化。 6. 強化國家衛生安全。
3. 文化創意產業發展方案	<p>■發展願景： 打造台灣成為亞太文化創意產業匯流中心</p> <p>■發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 總產值達 1 兆元; 2. 增加 20 萬就業人口; 3. 提升家庭娛樂教育及文化服務支出比例至 15%; 4. 獲國際獎項 800 件以上; 5. 媒體總產值成長 20% 以上; 6. 海外獲利提升 3 倍以上。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 環境整備。 2. 六大旗艦計畫。
4. 精緻農業健康卓越方案：樂活農業	<p>■發展願景： 打造優質農業深度旅遊環境，產值倍增，並邁向國際；開發金鑽等級農林漁牧精品，享譽全台，與國際齊名。</p> <p>■發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 產值 326 億元; 2. 就業人數 6,000 人; 3. 至少籌建 3 處平地森林遊樂區、4 處遊艇專用泊區、2 處示範級休閒漁港及 4 處國際級休閒農業區。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立新經營模式。 2. 研發新技術。 3. 開發新市場。
5. 物流服務業	<p>■發展願景： 充分利用兩岸直航契機，發展台灣成為東亞區域轉運中心；配合我國製造業全球發展，布建全球物流服務網絡。</p> <p>■發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 整體營收達 1 兆 1,618 億元; 2. 就業人數 22.2 萬人。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 強化台灣國際分工能力。 2. 規劃建置港區運籌儲運腹地。 3. 提升物流效率。

表 2-1-14 「服務業發展方案」各項服務業之發展願景、目標、及策略(續)

服務業	發展願景及 2012 年發展目標	發展策略	
6. 電信服務業	<p>■發展願景 普及寬頻網路，加速網路寬頻升級，加速數位匯流，推動物件連網，完善價廉物美之寬頻應用環境。</p> <p>■發展目標： 1. 30Mbps 寬頻網路涵蓋率達 80%； 2. 產值 3,900 億元； 3. 民間投資 213 億元； 4. 就業人數 4.1 萬人。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 基礎環境建置。 2. 推動數位匯流網路。 	
7. 技術服務業	(1) IC 設計服務業	<p>■發展願景： 推動台灣成為全球晶片系統(SoC)設計暨製造中心，提升台灣在國際市場之 IC 設計供應國地位。</p> <p>■發展目標： 1. 整體營收達 4,800 億元； 2. 就業人數 4.17 萬人。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 推動技術升級。 2. 建立高階技術人才培育與引進機制。
	(2) 資訊服務業	<p>■發展願景： 推動我國成為亞太特定領域資訊服務的主要供應者</p> <p>■發展目標： 1. 整體營收達 3,600 億元； 2. 外銷值 540 億元。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 促成產業垂直分工水平整合。 2. 推動創新應用與營運模式 3. 建立行銷通路與發展國際品牌。 4. 健全產業發展環境。 5. 發展新興服務行業或群聚性產業資訊解決方案。
	(3) 節能技術服務業	<p>■發展願景： 對能源用戶推動「低碳化、高值化」之創新增值服務，發展科技化服務導向之能源科技產品驗證產業。</p> <p>■發展目標： 1. 產值 40 億元； 2. 就業人數 2,200 人。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立節能績效驗證體系。 2. 擴大節能市場。
	(4) 工程及相關技術服務業	<p>■發展願景： 提升國際競爭力參與全球市場，推動台灣成為軌道、道路、水利、發電廠工程與石化及電子、資訊產品製造業建廠工程技術服務輸出國。</p> <p>■發展目標： 1. 整體營收國內 8,000 億元、國外 1,200 億元； 2. 就業人數 91 萬人。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 協助工程相關產業與國際接軌及提升競爭力。 2. 建立產業國際化策略聯盟與商情蒐集機制。 3. 拓展海外市場。

資料來源：經建會(2009)，《服務業發展方案》。

三、台灣服務業發展瓶頸與挑戰

儘管近年來我國政府發現服務業的重要性，並致力於服務業的發展，但台灣服務業的發展並不如預期。檢視台灣服務業 2004~2008 年的表現，與「服務業發展綱領及行動方案」的發展目

標(1)2004~2008年服務業發展年平均成長率6.1%；(2)2008年占國內生產毛額(GDP)達71.4%，仍有些許差距(詳表2-1-15)。

表 2-1-15 台灣服務業 2004~2008 年實際表現與「服務業發展綱領及行動方案」發展目標之比較

	「服務業發展綱領及行動方案」發展目標	實際表現
2004~2008年服務業發展年平均成長率	6.1%	4.1%
2008年服務業占國內生產毛額比重	71.4%	69.2%

資料來源：實際表現由主計處《2008年國民所得統計年報(2009年出版)》公布數字計算之。

綜觀台灣服務業發展現況，大致可歸納出幾點當前台灣服務業發展所面臨之困境：

(一)吸納就業能力尚有提升空間

表 2-1-16 顯示服務業占國內生產毛額比重七成以上之主要國家，服務業就業人數、固定資本形成毛額及研發支出占全體產業比重之概況。從表可以發現，與台灣服務業生產比重相當的其他國家，服務業就業比重大多或等於生產比重。但台灣服務業就業人口的比例不但遠低於其他國家，且與台灣生產比重落差極大，不禁令人對於台灣服務業就業吸納效果產生疑慮。然而，若細究台灣統計結構的內涵，或許可釐清此一謎團。台灣在生產毛額計算上，是將進口稅與加值型營業稅、央行外匯存底孳息、常備役之政府支出預算(如現役軍人報酬)、住宅服務租金等科目之產值納入服務業，但是這些科目並沒有實際的勞動投入(如軍人不列入勞動人口)，因而拉大產值比重與就業比重之間的差異。

若簡單先將公共行政及國防的產值及就業自服務業中扣除，則可得到2007年及2008年服務業產值占有所有產業的比重分別為58.86%及60.55%，與服務業就業比重56.53%及56.58%差距縮小許多。惟相較於其他國家的服務業就業比重，台灣服務業吸納就業能力雖沒有顯著不足的現象，但尚有提升的空間。

表 2-1-16 主要國家服務業發展概況

單位：%

國家別	2007 年生產毛額比重	2007 年就業人數比重	2007 年固定資本形成毛額比重	2006 年研發支出比重	2008 年服務出口占全球比重
台灣	67.1	57.9	47.1	7.5	0.89
美國	78.5	81.6	78.6	29.6	13.8
加拿大	71.7	76.9	70.3	35.8	1.72
英國	73.0	80.9	84.2	-	7.49
德國	69.1	72.4	79.6	9.4	6.39
法國	76.7	76.6	84.3	-	4.25
荷蘭	74.3	80.1	83.5	21.9	2.69
日本	72.0	68.2	-	8.5	3.88
韓國	66.0	66.7	65.7	7.1	1.96

資料來源：1. 台灣生產毛額、就業人數及固定資本形成毛額資料來自主計處統計資料庫，研發支出資料自國科會《2009 年科學技術統計要覽》。

2. 國外資料來自 IMD、OECD STAN Structural Analysis 及 WTO Statistic Database.

(二) 固定投資不足

若從服務業固定資本形成毛額占全體產業的比重來看，台灣服務業所占的比重不到二分之一(表 2-1-16)，與其他國家的差距更甚於就業比重，這一方面除顯示台灣服務業資本密集程度可能較其他國家低外，另一方面也顯現台灣服務業的固定資本投入明顯不足。

(三) 研發投入偏低

台灣服務業研發支出比重不高，2006 年僅占全國研發支出的 7.5%(表 2-1-16)(2008 年下降至 6.95%)。雖然台灣服務業的研發投入歷年來皆有所成長，但金額仍與製造業相差懸殊。反觀其他國家服務業的研發支出，美國、加拿大及荷蘭等國的服務業研發支出比重均在二成以上，美國及加拿大更高達三成。造成台灣服務業研發投入少的原因，除了服務業研發統計界定標準模糊不清等統計因素外，也肇因於台灣多屬中小企業，資源有限，研發能量不足。

(四) 出口競爭力薄弱

台灣的服務業缺乏複製能力，出口能力薄弱，偏向內銷導向。根據 WTO 於 2008 年所公布的最新國際貿易統計資料中顯示，台灣服務業出口占全球服務貿易出口的比重為 0.89%，在全球服務貿易出口的排名為第 28 名，創下歷年來最低排名紀

錄。

反觀其他主要國家服務出口狀況，2008 年美國為全球服務出口最多的國家，占全球服務貿易出口比重 13.8%(表 2-1-16)；其次依序為英國及德國，分別占 7.49%及 6.39%。而亞洲國家中的日本及韓國服務出口表現亦優於台灣，在 2008 全球服務貿易出口的排名分別為第 6 名及第 16 名，占全球服務出口的比重分別為 3.88%及 1.96%。以上種種數字皆顯示台灣服務業的國際競爭力過於薄弱，對於台灣服務業未來發展無疑是個警訊。

四、台灣服務業吸引外人投資及對外投資概況

表 2-1-17 顯示 1991~2009 年台灣服務業吸引外人投資及對外投資概況。在吸引外投資方面，台灣早期外人投資以製造業為主要投資對象，1952~1990 年外人在台製造業之投資比重達七成左右。1990 年後，製造業的投資比重不斷下降，而服務業的投資比重則逐漸上升，且在 1990 年代末期有超越製造業的趨勢。1991~2009 年台灣吸引外人投資服務業之平均比重約五成(表 2-1-17)，2009 年比重更高達八成，以金融及保險業為最主要的投資標的。

在對外投資方面，台灣服務業對外投資開始的時間亦約在 1990 年代初期，但成長的速度較吸引外人投資快。1991~2009 年台灣服務業對外投資之平均比重高達六成(表 2-1-17)，2007 年比重更高達七成五，2009 年則下滑至七成左右。惟台灣服務業對外投資的集中度高，以金融業為最主要投資行業(表 2-1-18)，投資地區則集中在加勒比海英國屬地等免稅天堂。相較於對其他地區的投資，台灣服務業在中國大陸的投資比例低很多，1991~2009 年台灣服務業對中國大陸投資之平均比重僅約一成(表 2-1-17)，惟 2008 年投資金額增加很多，比重也上升至 17%左右，主要是專業、科學及技術服務業、資訊及通訊傳播業及其他服務業投資大幅增加所致(表 2-1-18)。以細產業別來看，台商服務業對中國大陸的投資較為分散，不像對其他國家投資高度集中於金融業。台商服務業對中國大陸投資以批發及零售業、資訊及通訊傳播業，以及其他服務業最多(表 2-1-18)，其中 2009 年批發及零售業的投資比重約占服務業對中國大陸投資總額的六成以上。

相較於製造業，台灣服務業中國大陸的布局較晚，此一方面是

因為中國大陸在改革開放政策下，最先開放外人投資製造業，而且非常積極地進行招商引資；另一方面則是中國大陸的服務業仍存在較高的進入障礙，直到 2001 年加入 WTO 之後，服務業才有較大規模且制度化的開放。而台灣本身對於服務業前往中國大陸投資，也有不少限制，以致使得台灣服務業在中國大陸的發展並不如製造業。惟隨著兩岸關係改善，及 ECFA 生效後，預期台灣服務業對中國大陸投資尚有很大的發展空間。

表 2-1-17 1991~2009 年台灣服務業吸引外資及對外投資概況

單位：千美元

年	外人投資		對外投資 (不含中國大陸)		對中國大陸投資	
	金額	比重 ¹	金額	比重 ²	金額	比重 ³
1991~2003 年	23,498,305	54.28	22,876,905	64.24	2,727,849	7.95
2004 年	1,804,477	45.66	1,848,019	54.64	541,536	7.80
2005 年	2,611,787	61.77	1,729,459	70.66	651,525	10.85
2006 年	6,504,116	46.56	2,802,330	64.94	908,817	11.89
2007 年	7,171,689	46.69	4,948,630	76.49	983,231	9.86
2008 年	5,735,640	69.63	2,561,204	57.34	1,844,766	17.25
2009 年	3,775,619	78.69	2,093,994	69.67	1,197,575	16.10
1991~2009 年 合計	51,101,633	51.04	38,860,541	61.90	8,855,299	10.70

註：1.指外人來台投資服務業占外人來台投資總額之比重；

2.指台灣服務業對外投資(不含中國大陸)占台灣對外投資總額(不含中國大陸)之比重；

3.指台灣服務業對中國大陸投資占台灣對中國大陸投資總額之比重。

資料來源：投審會「2008 年核准僑外投資、對外投資、對中國投資統計年報」，「2009 年 12 月核准僑外投資、對外投資、對中國投資統計月報」。

表 2-1-18 核准對外及對中國大陸投資服務業金額比較(2007-2009)

單位：千美元;%

產業別	對外投資(中國大陸除外)						對中國大陸投資					
	金額			比重			金額			比重		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
金融業	4,649,310	1,799,732	1,395,204	93.95	70.27	54.47	117,948	255,623	48,717	12.00	13.86	4.07
批發及零售業	169,818	328,544	286,416	3.43	12.83	11.18	411,902	499,106	743,150	41.89	27.06	62.05
其他服務業	3,821	36,196	227,225	0.08	1.41	8.87	48,728	273,027	93,047	4.96	14.80	7.77
資訊及通訊傳播業	37,973	170,606	68,152	0.77	6.66	2.66	151,269	324,465	106,845	15.38	17.59	8.92
運輸及倉儲業	234	124,717	62,386	0.00	4.87	2.44	36,136	57,527	31,210	3.68	3.12	2.61
專業、科學及技術服務業	5,926	29,155	23,669	0.12	1.14	0.92	58,497	224,058	17,011	5.95	12.15	1.42
不動產業	21,635	21,521	18,082	0.44	0.84	0.71	13,647	28,960	17,200	1.39	1.57	1.44
醫療保健及社會工作服務業	2,852	7,654	9,232	0.06	0.30	0.36	25,589	32,625	9,595	2.60	1.77	0.80
支援服務業	50,396	38,929	3,429	1.02	1.52	0.13	41,503	56,459	8,057	4.22	3.06	0.67
藝術、娛樂及休閒服務業	5,565	4,050	200	0.11	0.16	0.01	25,332	14,559	35,130	2.58	0.79	2.93
教育服務業	0	100	0	0.00	0.00	0.00	5,673	5,430	7,153	0.58	0.29	0.60
住宿及餐飲業	1,100	0	1	0.02	0.00	0.00	25,093	68,962	80,292	2.55	3.74	6.70
公共行政及國防；強制性社會安全	0	0	0	0.00	0.00	0.00	21,914	3,966	170	2.23	0.21	0.01
服務業總計	4,948,630	2,561,204	2,093,994	100.00	100.00	100.00	983,231	1,844,766	1,197,575	100.00	100.00	100.00

資料來源：整理自投審會網站資料。

五、台灣服務業發展的方向及機會

2008 年金融海嘯後，歐美需求銳減，對中國大陸進口需求減少，造成以中國大陸為生產基地之台灣莫大的衝擊。這樣的衝擊更加堅定政府積極發展服務業，調整產業結構的政策方向。惟近年來，我國政府雖致力於發展服務業，但從具體成效來看，卻似乎未能有重大的突破。台灣服務業發展起步晚，競爭力不如先進國家，服務業出口表現並不理想，再加上國內內需市場小，因此難以達到經濟規模，發展上困難重重。

雖然台灣產業政策必須有所調整，但片面由「重製造業」轉向「重服務業」並不能為台灣服務業找到出路，反而可能不利於台灣製造業的發展。事實上，台灣的製造業競爭力很強，若台灣能夠在目前的製造優勢基礎上發展服務業，在生產過程中多增加一些服務元素，或可達事半功倍之效，為台灣服務業走出一條新的道路。可發展模式如 1.加強產品生產後的延伸服務，如由汽車生產延伸至汽車行銷及汽車維修等售後服務；2.加強軟體內容與硬體產品的整合，提高附加價值，進而帶動文化創意產業之發展；3.由產品生產者進升成為系統整合者，將台灣 IT 技術應用於物流、電信、醫療及技術服務等相關產業，進行新服務模式的創新，發展各種可出口的系統服務。

台商過去將中國大陸視為生產加工基地，疏於經營中國大陸的內部市場，對於中國大陸的內銷產業，兩岸分工關係不明顯。但隨著中國大陸調整經濟發展方向，由出口導向轉為內需拉動的發展策略，台商在中國大陸的經營模式勢必亦需加以調整。近年來，中國大陸服務業市場開放腳步加速，為台灣服務業及服務型的製造業發展開啟了一個新契機。中國大陸市場廣大，且是台灣對外投資最主要的地區，台灣企業及台商在中國大陸數量眾多，將可衍生許多服務業發展商機。再加上服務業具有文化及區域特殊性，兩岸文化、語言及生活習性相近，很適合兩岸發揮各自的優勢進行產業分工與合作。此外，台灣產業發展最常面臨的品牌問題，隨著兩岸交流漸深，中國大陸對台灣產品日漸熟悉，台商在中國大陸推出自我品牌亦較容易成功，目前在中國大陸經營十分成功的品牌有達芙妮女鞋、自然美、85 度 C、康師傅及捷安特等。

儘管中國大陸服務業日漸開放，兩岸服務業合作前景與空間大，但不可諱言的是，中國大陸服務業市場目前仍存在許多貿易及非貿易障礙，尤其中國大陸集團企業及國有企業經常是市場壟斷者，形成不公平競爭，造成外資及台資企業進入市場及經營上的困難。因此，如何在兩岸關係和緩，ECFA 服務貿易協定即將展開協商之際，為台灣服務業進入中國大陸市場開啟先進商機，協助台灣服務業順利進入中國大陸市場，排除相關貿易與投資障礙，成為現階段政府施政重要工作。

第二節 中國大陸服務業的發展概況

一、中國大陸服務業總體發展概況

中國大陸改革開放之初，以第二產業產值所占的比重最高，其次是第一產業，第三產業較不受重視，1978 年中國大陸三級產業所占的產值比重約為 3：5：2(圖 2-2-1)。然而隨著服務業的發展，第三產業產值比重逐年上升，並於 1985 年超越第一產業，與第二產業的差距逐漸縮小。惟 2000 年以後，中國大陸服務業產值比重一直停在四成左右，始終未能突破(表 2-2-1)。雖然中國大陸服務業歷年來皆有所成長，但與台灣及西方國家相較，其服務業發展明顯落後。

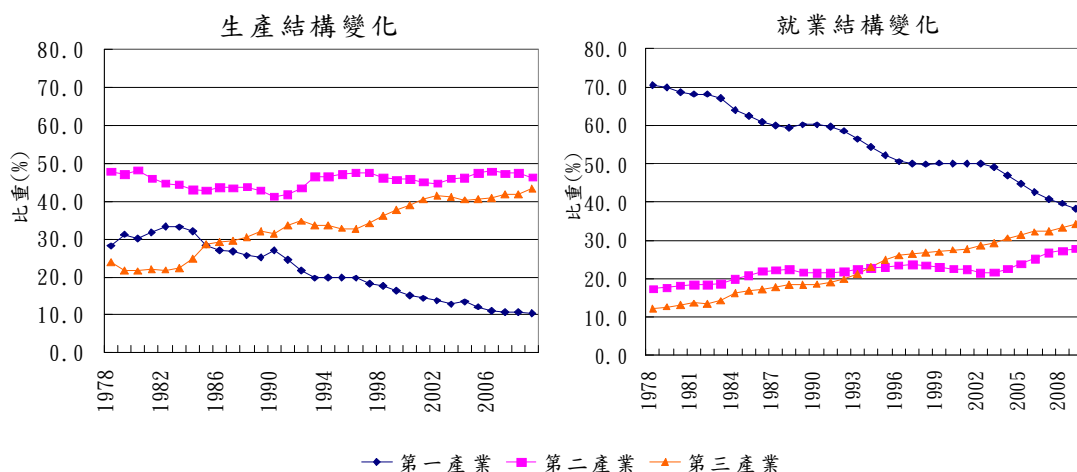


圖 2-2-1 1978~2009 年中國大陸三級產業發展變化

若從就業結構來看，中國大陸是農業大國，第一產業一直是吸納就業人口的主要來源，惟隨著工商服務業的發展，其就業比重呈現逐年下滑的趨勢。1978 年中國大陸三級產業所占的就業比重約為 7：2：1，然至 2009 年時，其比重變為 4：3：3，第三產業於 1995 年超越第二產業，成為吸納就業的次要來源，並有超越第一產業的趨勢。2009 年中國大陸服務業就業人數達 2.66 億人，占總就業人數比重 34.1%。

表 2-2-1 中國大陸第三級產業生產及就業結構

單位：人民幣億元，%，萬人

年份	生產			就業		
	產值	成長率	比重	人數	成長率	比重
2001	44,361.6	14.59	40.5	20,228	2.0	27.7
2002	49,898.9	12.48	41.5	21,090	4.3	28.6
2003	56,004.7	12.24	41.2	21,809	3.4	29.3
2004	64,561.3	15.28	40.4	23,011	5.5	30.6
2005	74,919.3	16.04	40.5	23,771	3.3	31.4
2006	88,554.9	18.20	40.9	24,614	3.5	32.2
2007	111,351.9	25.74	41.9	24,917	1.2	32.4
2008	131,340.0	17.95	41.8	25,717	3.2	33.2
2009	147,642.1	12.41	43.4	26,603	3.5	34.1

資料來源：中國統計年鑑(2010 年)。

從行業結構來看，2004~2008 年各行業產值都有顯著的增加，惟增加幅度不一，因此反映在行業比重上有或多或少的增減，比重明顯提升的行業只有金融業及房地產業，其餘行業的比重則呈現不變或略為下降的趨勢，金融業的比重由 2004 年的 8.4% 提高到 2008 年的 11.3%。但在 2008 年服務業行業結構中還是以批發和零售業為主，占服務業比重 19.9%，其次是交通運輸、倉儲和郵政業的 12.5%，再來是金融業的 11.3%。從趨勢上來看，傳統服務業如批發和零售業、交通運輸、倉儲和郵政業、住宿和餐飲業等雖然仍占主要地位，但比重正逐年下滑²，2008 年批發和零售業、交通運輸、倉儲和郵政業、住宿和餐飲業比重合計占 37.4%。代表現代服務業

² 傳統服務業是指運用傳統的生產方式經營，在工業化以前就存在的服務業。現代服務業包括新興服務業，以及對傳統服務業的技術改造和升級。(夏杰長，2008)

的金融業、信息傳輸、計算機服務和軟件業、科學研究、技術服務和地質勘查業等行業 2008 年所占比重為 20.3%，這些行業中科學研究、技術服務和地質勘查業的比重略微上升，而金融業比重提升幅度最大(表 2-2-2)。

表 2-2-2 中國大陸服務業各行業之產值結構

單位：人民幣億元，%

行業	2004		2005		2006		2007		2008	
	金額	比重	金額	比重	金額	比重	金額	比重	金額	比重
批發和零售	12,453.8	19.3	13,966.2	18.6	16,530.7	18.7	20,937.8	18.8	26,182.3	19.9
交通運輸、倉儲和郵政	9,304.4	14.4	10,666.2	14.2	12,183.0	13.8	14,601.0	13.1	16,362.5	12.5
金融業	5,393.0	8.4	6,086.8	8.1	8,099.1	9.1	12,337.5	11.1	14,863.3	11.3
房地產業	7,174.1	11.1	8,516.4	11.4	10,370.5	11.7	13,809.7	12.4	14,738.7	11.2
公共管理和社會組織	6,141.4	9.5	7,361.2	9.8	8,836.6	10.0	10,830.4	9.7	13,783.7	10.5
教育	4,892.6	7.6	5,759.7	7.7	6,407.0	7.2	7,693.2	6.9	8,887.5	6.8
信息傳輸、計算機服務和軟件業	4,236.3	6.6	4,904.1	6.5	5,683.5	6.4	6,705.6	6.0	7,859.7	6.0
住宿和餐飲	3,664.8	5.7	4,195.7	5.6	4,792.6	5.4	5,548.1	5.0	6,616.1	5.0
租賃和商務服務業	2,627.5	4.1	3,129.1	4.2	3,790.8	4.3	4,694.9	4.2	5,608.2	4.3
衛生、社會保障和社會福利業	2,620.7	4.1	2,987.3	4.0	3,326.2	3.8	4,013.8	3.6	4,628.7	3.5
居民服務和其他服務業	2,481.5	3.8	3,128.0	4.2	3,541.7	4.0	3,996.5	3.6	4,628.0	3.5
科學研究、技術服務和地質勘查業	1,759.5	2.7	2,164.0	2.9	2,684.8	3.0	3,441.3	3.1	3,993.4	3.0
文化、體育和娛樂業	1,043.2	1.6	1,204.5	1.6	1,362.7	1.5	1,631.3	1.5	1,922.4	1.5
水利、環境和公共設施管理業	768.6	1.2	850.0	1.1	945.8	1.1	1,110.7	1.0	1,265.5	1.0

資料來源：中國統計年鑑(2006 年、2010 年)。

表 2-2-3 顯示中國大陸服務貿易出口概況。2009 年中國大陸服務貿易總額達到 2,868 億美元，較 2001 年增加 2,149 億美元，年均成長 18.9%，占全球服務貿易約 4.4%。在此同時，2009 年貿易逆差突破 296 億美元，達到 8 年來最大。由於中國大陸服務貿易成長快速，服務出口的全球排名已從 2005 年的第 8 位升至 2009 年的第 5 位。

表 2-2-3 中國大陸服務貿易概況

單位：百萬美元，%

年份	貿易總額		出口	進口	貿易餘額
	金額	占全球比重			
2001	71,933	2.4	32,901	39,032	-6,131
2002	85,461	2.7	39,381	46,080	-6,699
2003	101,227	2.8	46,375	54,852	-8,477
2004	133,658	3.1	62,056	71,602	-9,546
2005	157,082	3.3	73,909	83,173	-9,264
2006	191,748	3.5	91,421	100,327	-8,906
2007	250,908	3.9	121,654	129,254	-7,600
2008	304,450	4.2	146,446	158,004	-11,558
2009	286,800	4.4	128,600	158,200	-29,600

資料來源：WTO 統計資料庫。

從服務業結構來看，2009 年旅遊業及運輸業的貿易總額占總貿易額的比重最大，約在 20~30%，其次的諮詢及其他商業服務約佔 1~2 成。貿易出口方面，金融業成長最大，較 2008 年成長 29%，保險服務為其次，成長率為 15.9%，其他服務出口包括計算機和信息服務、諮詢及廣告宣傳等均有正向成長，漲幅在 5% 以下，出口衰退最大則為電影音像業³，減少幅度達 76.2%。貿易進口方面，成長最快的是建築服務，較 2008 年增加 35.3%，其他如旅遊、金融及電影音像等服務均有 20% 以上的成長，降幅較大的為通訊及其他商業服務，降幅分別達 20.5% 及 18.7%。在貿易餘額方面，運輸服務的貿易逆差最大，其次是專有權利使用費和特許費服務；建築、計算機和信息、諮詢、及廣告宣傳及其他商業服務等服務業則都出現順差(表 2-2-4)。

³ 依照「音像製品管理條例」，音像製品包含錄有內容的錄音帶、錄影帶、唱片、雷射唱片、VCD 等產品。

表 2-2-4 2009 年中國大陸服務業行業貿易概況

單位：億美元，%

行業	貿易總額		出口		進口		貿易餘額
	金額	成長率	金額	成長率	金額	成長率	
總計	2,868.0	-5.8	1,286.0	-12.2	1,582.0	0.1	-296.0
運輸	702.0	-20.9	236.0	-38.6	466.0	-7.4	-230.0
旅遊	834.0	8.3	397.0	-2.8	437.0	20.9	-40.0
通訊服務	24.0	-22.1	12.0	-23.6	12.0	-20.5	0.0
建築服務	154.0	4.8	95.0	-8.0	59.0	35.3	36.0
保險服務	129.0	-8.6	16.0	15.9	113.0	-11.3	-97.0
金融服務	11.0	25.0	4.0	29.0	7.0	22.8	-3.0
計算機和信息服務	97.0	3.0	65.0	4.0	32.0	0.9	33.0
專有權利使用費和特許費	115.0	5.6	4.0	-29.8	111.0	7.6	-107.0
諮詢	320.0	1.0	186.0	2.5	134.0	-1.0	52.0
廣告、宣傳	43.0	3.9	23.0	4.5	20.0	3.1	3.0
電影、音像	4.0	-40.3	1.0	-76.2	3.0	20.0	-2.0
其他商業服務	435.0	-11.5	247.0	-5.0	188.0	-18.7	59.0

資料來源：中國服務貿易指南網。

二、中國大陸服務業發展政策

(一)「十一五」規劃中的服務業發展重點

依據「十一五」規劃所訂定之服務業發展目標，2010 年服務業產值占國內生產總值比重須較 2005 年提高 3%、2010 年服務業就業人數占全國就業人數的比重須較 2005 年提高 4%、服務貿易總額達 4,000 億美元，且有條件的城市要逐步形成以服務業為主的產業結構，服務業產值的成長速度要超過國內生產總值和第二級產業的成長速度。至於服務業行業之發展重點依據「中華人民共和國國民經濟和社會發展第十一個五年規劃綱要」彙整如下(表 2-2-5)：

表 2-2-5 「十一五」規劃中服務業發展重點

促進服務業發展政策		
<ol style="list-style-type: none"> 1. 打破壟斷，放寬准入領域 2. 鼓勵社會資金投入服務業，提高非公有制經濟比重 3. 公共服務以外的領域，要按照營利性與非營利性分開的原則加快產業化改組。營利性事業單位要改制為企業，並建立現代企業制度 4. 推進政府機關和事業單位後勤服務社會化改革 5. 採取積極的財稅、土地、價格等政策，支持服務業關鍵領域、薄弱環節、新興產業和新型業態的發展 6. 健全服務業標準體系，推進服務業標準化 7. 大城市要把發展服務業放在優先位置，有條件的要逐步形成服務經濟為主的產業結構 		
生產性服務業行業發展目標		
交通運輸業	鐵路	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建設客運專線、城際軌道交通、煤運通道，初步形成快速客運和煤炭運輸網路 2. 加強集裝箱運輸系統以及主要客貨樞紐建設 3. 建設鐵路新線 1.7 萬公里，其中客運專線 7,000 公里
	公路	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立國家高速公路網 2. 完善國道、省道幹線公路網路，打通省際間通道 3. 公路總里程達到 230 萬公里，其中高速公路 6.5 萬公里
	水路	<ol style="list-style-type: none"> 1. 完善沿海沿江港口布局，重點建設集裝箱、煤炭、進口油氣和鐵礦石中轉運輸系統，擴大港口吞吐能力 2. 改善出海口航道、內河通航條件，建設長江黃金水道和長江三角洲、珠江三角洲高等級航道網 3. 推進江海聯運
	航空	<ol style="list-style-type: none"> 1. 優化民用機場布局、運輸資源配置 2. 強化樞紐銜接和集疏運配套，促進運輸一體化 3. 開發應用高速重載、大型專業化運載、新一代航行系統等高新技術、推廣集裝箱多式聯運和快遞服務 4. 應用信息技術提升運輸管理水準 5. 發展貨運代理、客貨行銷等運輸仲介服務 6. 建設上海、天津、大連等國際航運中心
物流業	<ol style="list-style-type: none"> 1. 推廣現代物流管理技術、實現企業物資採購、生產組織、產品銷售和再生資源回收的系列化運作 2. 培育專業化物流企業、積極發展第三方物流 3. 建立物流標準化體系、推進物流信息化 4. 加強物流基礎設施整合，發展區域性物流中心 	

表 2-2-5 「十一五」規劃中服務業發展重點(續)

金融服務業	<ol style="list-style-type: none"> 1.健全金融體系，完善服務功能，創新服務品種，提高服務品質 2.規範發展多種所有制形式的中小銀行以及證券公司、財務公司、融資租賃公司、基金管理公司等非銀行金融機構 3.鼓勵金融創新，發展綜合類金融服務、網上金融服務 4.發展面向中小企業的融資和小額信貸 5.完善支付結算體系，提高支付清算效率 6.健全金融市場的登記、託管、交易、清算系統 7.發展境外金融服務和外匯風險管理、綜合理財等 8.拓寬保險服務領域，發展養老、醫療保險，發揮商業保險在健全社會保障體系中的重要作用 9.發展農業保險、責任保險，建立農業和巨災再保險體系 10.拓寬保險資金運用管道。發展網上保險等新的服務方式
信息服務業	<ol style="list-style-type: none"> 1.改善郵政、電信基礎業務，並發展增值、新興業務促進普遍服務 2.調整電信業務結構，發展互聯網產業 3.發展電子商務、企業間電子商務，建設在線支付服務平臺，並推廣面向中小企業、重點行業和區域的第三方電子商務交易與服務 4.推進電子政務，整合網路資源建設統一的電子政務網路、開發基礎數據資源和辦公資源、健全政府與企業、公眾互動的門戶網站體系，培育公益性資訊服務機構，開發利用公益性資訊資源 5.加強測繪基礎設施建設，發展地理資訊產業 6.鼓勵教育、文化、出版、廣播影視等領域的數位內容產業，並發展動漫產業
商務服務業	<ol style="list-style-type: none"> 1.拓展和規範律師、公證、法律援助、司法鑑定、經濟仲裁等法律服務 2.發展項目策劃、財務顧問、併購重組、上市等投資與資產管理服務 3.規範發展會計、審計、稅務、資產評估、校準、檢測、驗貨等經濟鑑證類服務 4.發展市場調查、工程諮詢、管理諮詢、資信服務等諮詢服務 5.鼓勵工業設計、廣告業、會展業發展
消費性服務業行業發展目標	
商貿服務業	<ol style="list-style-type: none"> 1.發展所有制形式和經營態樣多樣化的零售、餐飲等商貿服務 2.發展連鎖經營、特許經營、物流配送等現代流通方式和組織形式 3.按照優化城市功能、疏解交通的要求，合理調整城市商業網點結構和布局

表 2-2-5 「十一五」規劃中服務業發展重點(續)

房地產業	<ol style="list-style-type: none"> 1. 調整住房供應結構，發展普通商品住房和經濟適用住房，嚴格控制大戶型高級商品房 2. 按保障供給、穩定房價的原則，加強對房地產一、二級市場和租賃市場的調控，促進住房梯次消費 3. 完善房地產開發融資方式，加強資本金管理，規範發展住房消費信貸和保險 4. 規範物業管理行為，提高市場化程度
旅遊業	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全面發展國內旅遊，積極發展入境旅遊，規範出境旅遊 2. 合理開發和保護旅遊資源，改善基礎設施，推進重點旅遊區、旅遊線路建設，規範旅遊市場秩序 3. 發展觀光旅遊，開發休閒度假以及科普、農業、工業、海洋等專題旅遊，完善自助遊服務體系 4. 推動紅色旅遊 5. 加快旅遊企業整合重組。鼓勵開發特色旅遊商品
市政公用事業	<ol style="list-style-type: none"> 1. 優先發展公共交通，完善城市路網結構和公共交通場站，有條件的大城市和城市群地區要把軌道交通作為優先領域 2. 積極發展出租車業 3. 加強城市供排水、中水管網改造和建設，增強安全供水能力，擴大再生水使用範圍 4. 合理規劃建設和改造城市集中供熱、燃氣設施
社區服務業	<ol style="list-style-type: none"> 1. 發展社區衛生、家政服務、社區保安、養老托幼、食品配送、修理服務和廢舊物品回收等 2. 推進社區服務規範化和網路化建設
體育事業和體育產業	<ol style="list-style-type: none"> 1. 加強城鄉基層和各類學校體育設施建設，並開展全民健身活動，提高全民特別是青少年的身體素質 2. 保護發展民族民間體育 3. 鼓勵社會力量興辦體育事業和投資體育產業 4. 規範發展體育健身、競賽表演、體育彩票、體育用品，以及多種形式的體育組織和經營實體 5. 提高競技運動水準，辦好北京奧運會和廣州亞運會

資料來源：中華人民共和國國民經濟和社會發展第十一個五年規劃綱要。

中國大陸在政策上積極引導服務業的發展方向，2006年「十一五」規劃中確立了服務業的總體方向後，2007年3月中國國務院即頒布「關於加快發展服務業的若干意見」，進一步強調服務業發展的重要性，提出以科學調整服務業發展布局，並要求各地區依據職責範圍儘速制定加快發展服務業的配套實施方案和具體政策措施(表 2-2-6)。中國國家發展改革委員會亦旋即在 2007 年 4 月頒布「關於認真貫徹落實國務院關於加快發展服務業的若干意見的通知」，進一步敦促地區發展改革委、經貿委制訂落實「意見」的具體方案。2009 年因應金融危機，中國大陸提出「保增長、保就業、保民生、保穩定」的大局，積極推動經濟結構的戰略性調整，加快發展現代服務業。

**表 2-2-6 「關於加快發展服務業的若干意見」
對促進服務業發展措施**

類目	措施
服務業改革措施	<ol style="list-style-type: none"> 1. 深化電信、鐵路、民航等服務行業改革，放寬市場准入，引入競爭機制，實現投資主體多元化 2. 明確教育、文化、廣播電視、社會保障、醫療衛生、體育等社會事業的公共服務職能和公益性質，能夠實行市場經營的服務，要盡快由政府提供轉向由市場提供 3. 加快事業單位改革，將營利性事業單位改制為企業，並盡快建立現代企業制度 4. 繼續推進政府機關和企業單位的後勤服務、配套服務改革，推動由內部自我服務為主向主要由社會提供服務轉變
服務業政策	<ol style="list-style-type: none"> 1. 從財稅、信貸、土地和價格等方面進一步完善促進服務業發展政策體系 2. 推進服務價格體制改革，完善價格政策，對列入國家鼓勵類的服務業逐步實現與工業用電、用水、用氣、用熱基本同價 3. 國家財政預算安排資金，重點支持服務業關鍵領域、薄弱環節發展和提高自主創新能力 4. 調整政府投資結構，國家繼續安排服務業發展引導資金，逐步擴大規模，引導社會資金加大對服務業的投入 5. 引導和鼓勵金融機構對符合國家產業政策的服務企業予以信貸支持 6. 根據實際情況，對一般性服務行業在註冊資本、工商登記等方面降低門檻

**表 2-2-6 「關於加快發展服務業的若干意見」
對促進服務業發展措施(續)**

類目	措施
服務業發展環境	<ol style="list-style-type: none"> 1. 營造有利於擴大服務消費的社會氛圍 2. 規範服務市場秩序，取消各種不合理的收費項目，對合理合法的收費項目及標準按照規定公示並接受社會監督，保護自主創新，維護消費者合法權益 3. 建立健全服務業標準體系，擴大服務標準覆蓋範圍 4. 加快信用體系建設，引導城鄉居民對信息、旅遊、教育、文化等採取多樣的信用消費方式，並規範發展租賃服務，拓寬消費領域 5. 鼓勵有條件的城市加快戶籍管理制度改革，逐步放寬進入城市就業和定居的條件，增加有效需求
組織領導	<ol style="list-style-type: none"> 1. 國務院設立全國服務業發展領導小組，指導和協調服務業發展和改革中的重大問題，提出促進加快服務業發展的方針政策，部署涉及全局的重大任務 2. 領導小組辦公室設在發展改革委，負責日常工作

資料來源：「國務院關於加快發展服務業的若干意見」、發展改革委負責人就「國務院關於加快發展服務業的若干意見」問答。

然而「十一五」規劃中服務業部分的發展並不順利，原計畫 2010 年服務業產值比重要達到 43.1%，但至 2008 年為止服務業產值比重與 2005 年比重同為 40.1%，預期 2010 年要達到指標非常困難。就業比重依計畫在 2010 年要達到 35.4%，然至 2008 年止，就業比重達到 33.2%，僅提高 1.8%，2010 年達成目標的可能性也不高。

(二) 展望「十二五」時期服務業的發展

目前「十二五」規劃內容仍在研擬階段，展望中國大陸未來服務業的發展，中國國務院總理溫家寶在 2010 年 3 月 5 日的工作報告中提到，將加快發展服務業，進一步提高服務業發展水準和在國民經濟中的比重，並大力發展金融、物流、資訊、研發、工業設計、商務、節能環保服務等面向生產的服務業，促進服務業與現代製造業有機融合。以及發展市政公用事業、房地產和物業服務、社區服務等面向民生的服務業，加快發展旅遊業，積極拓展新型服務領域。

2010 年 10 月 18 日中國大陸第 17 屆中央委員會通過「十二五」規劃之「建議」，其中與服務業相關之內容整理如表 2-2-7：

表 2-2-7 「十二五」規劃建議與服務業相關之內容

「十二五」規劃之建議	建議要點
<p>1. 加快轉變經濟發展方式，開創科學發展新局面</p>	<p>基本要求：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 構建擴大內需長效機制，發展戰略性新興產業，加快發展服務業。統籌城鄉發展，促進區域良性互動、協調發展。 ● 實施科教興國戰略和人才強國戰略，提高教育現代化水準，提高勞動者素質。 ● 加快發展各項社會事業，推進基本公共服務均等化，使發展成果惠及全體人民。 ● 節約能源，降低溫室氣體排放強度，發展迴圈經濟，推廣低碳技術，積極應對氣候變化。 ● 構建有利於科學發展的體制，實施互利共贏的開放戰略，與國際社會共同應對全球性挑戰、共同分享發展機遇。 <p>「十二五」目標：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 居民消費率上升，服務業比重和城鎮化水準提高，經濟增長的科技含量提高，生態環境品質明顯改善。 ● 加強社會建設，提升全民教育程度，文化事業和文化產業加快發展，完善社會管理制度。 ● 財稅金融、要素價格、壟斷行業等領域之改革，及提高行政效率。
<p>2. 堅持擴大內需戰略，保持經濟平穩較快發展</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 加強和改善宏觀調控，防範各類潛在風險。 ● 建立擴大消費需求的長效機制，增加就業創業機會，提高城鄉中低收入居民收入，擴大社會保障制度覆蓋面，逐步完善基本公共服務體系。此外，要加強市場流通體系建設，發展新型消費業態，改善消費環境，保護消費者權益，發展節能環保型消費品。 ● 調整投資結構，發揮投資對擴大內需的重要作用，將投資導向民生和社會事業、農業農村、科技創新、生態環保、資源節約等領域，及增加對中西部地區的投資。嚴格執行投資專案用地、節能、環保、安全等准入標準。明確界定政府投資範圍，規範國有企業投資行為，鼓勵擴大民間投資，放寬市場准入，支持民間資本進入基礎產業、基礎設施、市政公用事業、社會事業、金融服務等領域。

表 2-2-7 「十二五」規劃建議與服務業相關之內容(續)

「十二五」規劃之建議	建議要點
<p>3. 發展現代產業體系，提高產業核心競爭力</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 加快發展服務業，建立公平、規範、透明的市場准入標準，調整稅費和土地、水、電等要素價格政策，營造有利於服務業發展的政策和體制環境。大力發展生產性服務業和生活性服務業，積極發展旅遊業。此外，還要拓展服務業新領域，發展新業態，推進規模化、品牌化、網路化經營。推動特大城市形成以服務經濟為主的產業結構。 ● 推動資訊化和工業化深度融合，發展和提升軟體產業、電子商務，加強重要資訊系統建設，強化地理、人口、金融、稅收、統計等基礎資訊資源開發利用。實現電信網、廣播電視網、互聯網“三網融合”⁴，並推進物聯網研發應用⁵。此外，加強國家電子政務網路建設，整合提升政府公共服務和管理能力。確保基礎資訊網路和重要資訊系統安全。
<p>4. 促進區域協調發展，積極穩妥推進城鎮化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 實施區域發展總體戰略。西部大開發戰略放在優先位置；支援西藏、新疆和其他民族地區之發展、振興東北地區等老工業基地；促進中部地區崛起，發揮承東啟西的區位優勢，發展現代產業體系，強化交通運輸樞紐地位；東部地區發揮支撐作用，參與國際經濟合作和競爭，在經濟發展方式、經濟結構調整和自主創新中走在全國前列。加強和完善跨區域合作機制，消除市場壁壘，促進要素流動，引導產業有序轉移。發揮經濟特區、上海浦東新區、天津濱海新區在改革開放中先行先試的重要作用，並加快沿邊地區開發開放。 ● 按照全國經濟合理佈局的要求，規範開發秩序。對人口密集、開發度高、資源環境負荷重的部分城市化地區要優化開發；對資源環境承載能力較強、集聚人口和經濟條件較好的城市化地區採重點開發；而對影響生態安全的生態區則要限制大規模、高強度的工業化城鎮化之開發；依法設立的各級各類自然文化資源保護區和其他需要特殊保護的區域要禁止開發。 ● 完善城市化佈局和形態。遵循城市發展規律，以大城市為依託，以中小城市為重點，促進大中小城市和小城鎮協調發展，並以科學規劃城市群內各城市的功能定位和產業佈局。

⁴ 2010年1月13日中國總理溫家寶於國務院常務會議中提出，將於五年內分階段完成三網合一：2010~2012年展開廣電和電信業務雙向進入試點，要探索保障三網融合的政策體系和體制機制；2013~2015年總結推廣試點經驗，全面實現三網融合發展，建立三網融合的體制和監管體系。2010年6月30日國務院公布第一批三網融合試點地區(城市)名單，試點城市包括北京、大連、哈爾濱、上海、南京、杭州、廈門、青島、武漢、湖南省長株潭地區、深圳、綿陽等12個城市。

⁵ 物聯網(The Internet of Things)即是透過紅外線感應器、全球定位系統等無線裝置與網路結合，達到遠程聯繫及控制，可應用在工廠自動化、貨品銷售，車輛身分識別等，例如公文包會提醒主人忘帶了什麼東西，衣服會「告訴」洗衣機對顏色和水溫的要求等。

表 2-2-7 「十二五」規劃建議與服務業相關之內容(續)

「十二五」規劃之建議	建議要點
<p>5. 加快建設資源節約型、環境友好型社會，提高生態文明水準</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 積極應對全球氣候變化，有效控制溫室氣體排放，合理控制能源消費總量，完善節能法規和標準，推廣先進節能技術和產品，加快推行合同能源管理，抓好工業、建築、交通運輸等重點領域節能。此外，調整能源消費結構，增加非石化能源比重，建立碳排放交易市場。 ● 完善再生資源回收體系和垃圾分類回收制度，推進資源再生利用和產業化。 ● 加強資源節約和管理，完善土地管理制度，健全水資源配置體系。 ● 改善環境品質、落實減排目標責任制。完善環境保護科技和經濟政策，建立健全污染者付費制度及多元環保融資機制，大力發展環保產業。 ● 加強生態保護和防災減災體系建設。
<p>6. 深入實施科教興國戰略和人才強國戰略，加快建設創新型國家</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 增強科技創新能力。 ● 實施知識產權戰略，完善知識產權法律制度，加強知識產權創造、運用、保護、管理。 ● 加快教育改革發展。 ● 充分發揮國內人才作用，積極引進海外人才，推動人才事業全面發展。
<p>7. 加強社會建設，建立健全基本公共服務體系</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 加快醫療衛生事業改革發展。優先滿足群眾基本醫療衛生需求、加強公共衛生服務體系建設，擴大國家基本公共衛生服務專案。建立和完善以國家基本藥物制度為基礎的藥品供應保障體系，推進公立醫院改革，鼓勵社會資本以多種形式舉辦醫療機構。 ● 優先發展社會養老服務，培育老齡服務事業和產業，並支援殘疾人事業發展，健全殘疾人服務體系。
<p>8. 推動文化大發展大繁榮，提升國家文化軟實力</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 推進文化創新。 ● 發展文化事業和文化產業。以農村基層和中西部地區為重點實施文化惠民工程，加強重要新聞媒體建設，重視互聯網等新興媒體建設、運用、管理，扶持公益性文化事業，加強文化遺產保護。鼓勵和引導非公有制經濟進入，發展新型文化業態。
<p>9. 加快改革攻堅步伐，完善社會主義市場經濟體制</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 堅持和完善基本經濟制度。加快國有大型企業改革，深化壟斷行業改革，鼓勵非公有制企業參與國有企業改革。 ● 推進行政體制改革。深化行政審批制度改革，推進政企分開，減少政府對微觀經濟活動的干預，加快建設法治政府和服務型政府。推進大部門制改革，在有條件的地方，建立由省直接管理縣(市)的體制。增強公共政策制定透明度和公眾參與度。

表 2-2-7 「十二五」規劃建議與服務業相關之內容(續)

「十二五」規劃之建議	建議要點
<p>9. 加快改革攻堅步伐，完善社會主義市場經濟體制</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 加快財稅體制改革。增加一般性轉移支付規模和比例，加強縣級政府提供基本公共服務財力保障。完善預算編制和執行管理制度，改革和完善稅收制度。擴大增值稅徵收範圍，相應調減營業稅等稅收，合理調整消費稅範圍和稅率結構。逐步建立綜合和分類相結合的個人所得稅制度。繼續推進費改稅，改革資源稅，開徵環境保護稅，推動房地產稅改革。此外，逐步健全地方稅體系，賦予省級政府適當稅政管理許可權。 ● 深化金融體制改革。推動利率市場化改革，完善以市場供求為基礎的管理浮動匯率制度，改進外匯儲備經營管理，逐步實現人民幣資本項目可兌換。加強金融監管協調，建立健全系統性金融風險防範預警體系和處置機制。參與國際金融準則新一輪修訂。建立存款保險制度。健全國有金融資產管理體制。 ● 深化資源性產品價格和要素市場改革。加快多層次資本市場體系建設，顯著提高直接融資比重。積極發展債券市場，穩步發展場外交易市場和期貨市場。健全土地、資本、勞動力、技術、資訊等要素市場，加快社會信用體系建設，完善市場法規和監管體制，規範市場秩序。 ● 加快社會事業體制改革。改革基本公共服務提供方式，引入競爭機制，擴大購買服務，實現提供主體和提供方式多元化。推進非基本公共服務市場化改革，增強多層次供給能力，滿足群眾多樣化需求。
<p>10. 實施互利共贏的開放戰略，進一步提高對外開放水準</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 保持現有出口競爭優勢，加快培育以技術、品牌、品質、服務為核心競爭力的新優勢。大力發展服務貿易，促進出口結構轉型升級。促進貿易收支基本平衡。 ● 鼓勵外資企業在華設立研發中心，促進體制創新和科技創新。擴大金融、物流等服務業對外開放，發展服務外包，穩步開放教育、醫療、體育等領域，引進優質資源，提高服務業國際化水準。 ● 加快實施“走出去”戰略。引導各類所有制企業有序到境外投資合作。發展並深化海外工程承包、農業國際合作、國際能源資源互利合作。逐步發展我國大型跨國公司和跨國金融機構，提高國際化經營水準。擴大人民幣在跨境貿易和投資中的作用。做好海外投資環境研究。 ● 積極參與全球經濟治理和區域合作。引導和推動區域合作進程，加快實施自由貿易區戰略，深化同新興市場國家和發展中國家的務實合作，增加對發展中國家的經濟援助。

表 2-2-7 「十二五」規劃建議與服務業相關之內容(續)

「十二五」規劃之建議	建議要點
11. 全黨全國各族人民團結起來，為實現“十二五”規劃而奮鬥	<ul style="list-style-type: none"> ● 鞏固兩岸關係發展基礎，深化兩岸經濟合作，落實兩岸經濟合作框架協議，促進雙向投資，加強新興產業、金融等現代服務業合作。擴大兩岸各界往來，加強兩岸文化、教育等領域交流合作，依法保護其正當權益，並發揮海峽西岸經濟區在推進兩岸交流合作中的先行先試作用。

資料來源：中共中央關於制定國民經濟和社會發展第十二個五年規劃的建議。

三、中國大陸服務業發展瓶頸與挑戰

根據學者研究，中國大陸服務業的發展存在以下幾個問題：(一)服務業整體發展的水準仍相當落後；(二)服務業的發展仍受到體制上的限制；(三)對外開放程度低；(四)新興生產性服務業沒有統一標準。以下將分別說明(夏杰長，2008 及王曉紅，2009)：

(一)服務業發展水準仍低

中國大陸服務業產值近年的成長速度相當快(表 2-2-1)，各年度均有 12~26%的成長。儘管成長如此快速，占 GDP 比重始終維持在 40%左右，且有些微下降的情況。據世界銀行的統計，2007 年服務業產值占 GDP 比重，高所得的經濟體為 72%，中所得的經濟體為 59%，因此中國大陸服務業 40%的比重相較於許多已開發國家來說明顯較低。從就業人數來看(圖 2-2-1)，1990 年以後服務業的就業成長彈性已經遠遠超過第二級產業，因此服務業吸收大部分的新進就業人口，並承接第一、二級產業轉出的勞動力，成為主要的就業管道，但對於勞動力的吸收仍明顯不足。美、日服務業的就業人口約是第二級產業的 3 倍，保加利亞及巴西等中所得國家服務業就業人數亦為第二級產業的 2 倍，但 2009 年中國大陸服務業就業人數卻僅有第二級產業的 1.2 倍，可見服務業發展仍然相對落後，吸收勞動力的潛能未能發揮。

就服務業內的產業結構來說(表 2-2-2)，近年來傳統批發零售、交通運輸、倉儲和郵政的產值占服務業比重逐步下降，而現代服務業如金融業所占的比重逐步增加，表現出中國大陸服務業產業結構逐步優化的現象，但傳統服務業所占的比重仍然偏高，約 40%。而資金和技術密集型的金融業、信息傳輸、計算機服務和軟件業、科學研究、技術服務和地質勘查業等現代服務業，僅占服務業產值 20%左右。

(二)服務業的發展受到體制上的限制

服務業部分行業存在特有的功能與意義，如銀行可以作為調節經濟的手段；科技、教育、醫藥衛生、體育等領域有公益性、福利性事業的功能；文化、傳媒等具有意識形態的功能等，

因此多由政府或國營企業壟斷經營，這些產業包含銀行、證券、保險、電信、民航、鐵路、教育衛生、新聞出版、廣播電視等，至今仍有嚴格的市場進入限制，且多數服務產品的價格由政府制訂，服務提供的效率低落，影響服務業的成長。

再來是行政效率的問題，中國大陸行政審批環節太多、多頭管理、政府部門的政策和管理辦法存在無法銜接、沒有配套的情況，且執法又寬嚴不一、收費過多，亦有重複檢查、收費、行為不規範等問題，以及法令修改機制沒有效率，使得法律、法規和規章、文件都無法及時修改、及時廢止退出，因而影響到了企業的發展。

另外事業單位及國有企業的改革過於緩慢且不夠徹底嚴重影響服務業的發展。首先事業單位仍掌握很多原來可以市場化和產業化的服務業行業，如各種應用開發性科研機構、職業培訓機構、社會仲介機構、一般性藝術表演團體、新聞出版機構、部分賓館、及招待所等。且公共支出占用公共資源分散財力，使得社會所需的公共服務供給不足。政府機關、醫院及學校等事業單位後勤服務的社會化程度不高，如政府機關設置資訊中心以提供電子政府服務，但運作效率仍較外面專業的資訊中心差。另外國有企業為自身利益及安置人員，仍保留車隊、法律服務、後勤、學校、醫院等非核心業務，且大多數的生產性服務業都在內部消化，影響了物流、工業設計等生產性服務業的發展。

(三)對外開放程度低

外資進入中國大陸服務業無可避免的會對內資企業造成一定程度的衝擊，尤其長期被國家壟斷的金融、電信市場，服務品質差、經濟效率低，根本難以與國際企業競爭。加入 WTO 之後，中國大陸承諾開放包括銀行、保險、證券、電信服務、分銷等服務業行業，使競爭力差的內資企業相繼遭到淘汰，明顯可以看出中國大陸服務業企業與外資服務企業的差距。由於長期計畫經濟時代，內資企業的經營重視生產與產品，缺乏服務經營的概念，企業也沒有購買服務的觀念，因此沒有形成完整的生產性服務業市場。內資生產性服務供應商也缺少專業的知識以及經驗，無法滿足生產企業對服務的需求，使得內資生

產企業轉而向國外專業的服務供應商購買服務。除此之外，國有服務企業對於人才的培育與重視也遠不及外資企業，外資企業不僅有優良的培訓機制、提供優厚的報酬、並擁有專業的企業管理知識，吸引大量優秀的人才，相對使得國內服務企業人才流失嚴重。

但外資的進入對中國大陸服務業亦存在正面的影響，目前中國大陸服務業正面臨產業調整不足的問題，使得服務業占 GDP 比重持續偏低、傳統行業仍占服務業大多數，因而服務業整體發展遲緩。而外資的進入可以引進新的服務業項目以及管理方法，對於新興服務業的發展與產業升級有一定的幫助。而且外資服務供應商擁有專業的管理、營銷等知識技術，高品質的服務能有效改善當地服務的效率，增加服務市場的競爭，提升整體服務品質，且由於服務業的技術層面不像製造業保密性這麼高，外資服務業的專業與知識完全展現在對客戶服務的行為上，因此可作為中國大陸國內服務企業的示範。除此之外，外資服務業應用其專業知識與技能培育當地的人才，提高了當地人力資源的素質，亦改善了當地的產業環境，因此可以吸引更多外資進入，加速服務業的發展。

中國大陸服務業對外資開放時間比製造業晚，開放的程度也比製造業低，對外資亦存在諸多的市場進入限制，使得市場在缺少外資競爭下，同時也缺乏外資所導入的管理經營、人才培育、創新精神、技術、資金等要素，導致服務專業水準難以提高，因此中國大陸服務業的發展與開放程度有關，開放愈早則發展程度愈高，如長期被國家壟斷的金融和電信市場，這些行業的服務品質與經濟效率就很低。因此學者提議中國大陸應進一步降低外資門檻以及開放市場限制，讓服務業市場能有充分的競爭，整體提升服務業供應品質，加速服務業的發展。

(四)新興生產性服務業沒有統一標準

目前許多新興的生產性服務業行業沒有統一的行政部門管理，未制訂行業標準，也沒有資格認證如工業設計、技術中介、經紀機構及技術代理人等，造成行業素質不一，魚龍混雜的情況。另外綜合性專業服務使用 90 年代制訂的法律，在交易、代理、評估、諮詢等業務領域的管理制度多依照行政條例

及規定，存在制度落後不符現狀的問題。

四、中國大陸服務業吸引外人投資概況

隨著中國大陸服務業的逐步開放，實際利用外資金額從 2004 年的 140.5 億美元增加到 2009 年的 385.3 億美元，年均成長達到 22.4%，比重也由 2004 年的 23.2% 提高到 2009 年的 42.8%，5 年間增加了近 20 個百分點(表 2-2-8)。

從行業結構來看，2009 年服務業所吸引到的外資有超過四成投入房地產業，其次的租賃和商務服務業以及批發零售業，均約在 1~2 成左右。若與 2008 年相比，房地產(成長率-9.6%)、交通運輸倉儲和郵政(-11.4%)、信息傳輸、計算機服務和軟件(-19%)、住宿和餐飲(-10.1%)、金融(-20.3%)及教育(-62.9%)等服務均為負成長。而其他正成長的產業中，居民服務和其他服務、水利、環境和公共設施管理及衛生、社會保障和社會福利等服務業，成長皆在 60% 以上，尤以居民服務和其他服務增幅最大，達到 178.3%，其次的衛生產業，因有廣大內需市場也成為外資投資的重點，2009 年成長率達到 126.6%(表 2-2-9)。

表 2-2-8 中國大陸服務業實際利用外資

單位：個，百萬美元，%

年份	合同項目	實際利用金額	占總利用外資比重
2004	11,003	14,052.6	23.2
2005	12,916	14,914.0	24.7
2006	14,797	19,914.6	31.6
2007	16,736	30,982.8	41.4
2008	14,298	37,948.2	41.1
2009	12,215	38,528.2	42.8

資料來源：中國統計年鑑(2005-2010 年)。

表 2-2-9 2009 年中國大陸服務業行業實際利用外資

單位：個，百萬美元，%

行業	合同項目	實際利用金額	成長率	占服務業比重
房地產業	569	16,796.2	-9.6	43.6
租賃和商務服務業	2864	6,078.1	20.1	15.8
批發和零售業	5100	5,389.8	21.6	14.0
交通運輸、倉儲和郵政業	395	2,527.3	-11.4	6.6
信息傳輸、計算機服務和軟件業	1081	2,246.9	-19.0	5.8
科學研究、技術服務和地質勘查業	1066	1,673.6	11.2	4.3
居民服務和其他服務業	207	1,586.0	178.3	4.1
住宿和餐飲	502	844.1	-10.1	2.2
水利、環境和公共設施管理業	183	556.1	63.4	1.4
金融業	52	456.2	-20.3	1.2
文化、體育和娛樂業	158	317.6	23.0	0.8
衛生、社會保障和社會福利業	18	42.8	126.6	0.1
教育	20	13.5	-62.9	0.0
公共管理和社會組織	--	0.0	--	0.0

資料來源：中國統計年鑑(2009年)。

值得一提的是，儘管中國大陸逐漸放寬外人投資服務業的相關管制，但對於外資十分感興趣的生產性服務業仍存在著許多進入障礙(表 2-2-10)，有待進一步開放。

表 2-2-10 中國大陸生產性服務業行業存在的市場進入限制

障礙	影響行業及內容
國有企業壟斷，非國有難以進入	金融保險、電信、郵政、電力、鐵路、民航、港口、新聞出版、科研等
對民營資本限制	郵政、通信、中介服務(公證、資產評估、產權交易、會計、審計、稅務、拍賣、招投標)、金融、對外服務、鐵路、民航、新聞出版、科研等
行政審批對國有及民營有差別待遇	銀行
註冊資本過高	研發、諮詢、中介、物流
規模要求過高	對會計師事務所註冊會計師數、註冊資金規模、營業收入的要求很高。如期貨證券的審計資格，需有 40 名以上的註冊會計師，其中還必須有 20 名取得期貨證券特許的註冊會計師
行政部門多頭管理造成企業及個人的資格證書繁雜，且個人執業受到限制	工程諮詢業： 1.企業的資格證書包含工程勘查、設計、諮詢、監理、造價諮詢、招標代理 2.執業人員資格證書有土木工程師、結構工程師、建築師、規劃師、造價工程師、監理工程師、諮詢工程師等 3.規定不得個人執業，必須隸屬於企業
對外貿易的服務企業過多管制、出口手續複雜，取得出口自營權的註冊資本有差別待遇	進出口自營權註冊資本： 國有、集體及控股企業的最低註冊資本為 500 萬人民幣，但私營企業的註冊資本要 850 萬人民幣

資料來源：(王曉紅，2009)。

五、中國大陸服務業發展的方向及機會

中國大陸過去著重於製造業的發展，服務業發展較為停滯，服務業僅占總產值比重四成左右，與已開發國家相去甚遠。雖然中國大陸傳統服務業的發展程度不高，但由於工業迅速成長，為生產性服務業提供極大的發展空間，2003 年中國大陸生產性服務業產值達到 1990 年的 5.7 倍。有鑑於此，中國大陸正積極發展生產性服務業，並推動製造業的服務化。2007 年中國國務院「關於加快服務業的若干意見」中提到，要發展面向生產的服務業，促進現代製造業與服務業的融合與互動發展，推進業務外包、提升物流的專業化、積極發展資訊服務業、健全金融市場體系、發展科技服務業等。

2010 年中國國務院總理溫家寶在工作報告中更直接點出金融、物流、資訊、研發、工業設計、商務、節能環保服務為生產性服務業的主要發展行業。

生產性服務業包含因應製造業發展的服務需求和服務外包業務。前者包含物流與營銷、研發與人力資源開發、軟件與信息服務、金融與保險服務、財務法律中介等服務。而後者又可進一步分為國外服務外包業務及國內服務外包業務，其中國外服務外包業務包含信息技術、研發設計、以及管理諮詢等服務，發包的外國企業有軟件業、專業服務、創意設計、以及商務等行業。而國內服務外包業務則包含供應鏈與物流、裝備製造業融資性租賃、第三方品質檢驗、產品 OEM(委託加工製造)以及 ODM(委託設計加工製造)等業務。《2007 中國服務外包發展報告》顯示，2006 年中國大陸離岸服務外包業務主要集中在軟件、電訊、管理諮詢、芯片、生物信息等行業，市場規模為 13.8 億美元，較 2005 年成長 48.4%，未來 5 年的平均成長率預期達到 37.9%，外包市場商機相當龐大。

中國大陸生產性服務業的崛起除了給中國大陸服務業發展新契機，也有助於中國大陸產業結構調整，提高生產的附加價值，並將出口導向的經濟成長模式逐漸轉為內需拉動式的成長模式。但相較傳統服務業，生產性服務業為滿足製造業的相關需求，需要較高的技術含量、創新能力與整合能力，如信息諮詢服務業、計算機應用服務業、科學研究、綜合技術服務業等產業都需較多的研發資金及高技術人才，對於目前中國大陸的服務提供者而言難度較高。因此，未來中國大陸生產性服務業若要進一步發展，並提高附加價值，除了本土企業技術能量的提升、人才的培育，及相關配套法規的擬定與修正外，中國大陸亦應逐步解除服務業的市場進入障礙，允許外資企業加入市場競爭，加速中國大陸本土企業提升效率及競爭力。

第三節 中國大陸服務業法規與貿易障礙之分析

一、整體發展狀況

隨著經濟貿易全球化與服務化程度之加深，自 90 年代以來各國服務業皆迅速發展，各國的服務貿易不論在廣度與深度上亦不斷擴大。服務貿易在現今全球的經濟與國際貿易之發展中扮演了相當重要之角色，並且漸漸成為國際貿易競爭之重要領域。基於以上之發展背景，可以觀察到目前各國多將推展服務貿易的國際自由化，作為促進其國內經濟發展與增進國際貿易之重要手段，相同的，對於中國大陸而言，服務產業之推廣亦漸成為中國大陸重要貿易政策目標之一。

中國大陸於 2001 年 12 月加入世界貿易組織，之後中國大陸依照承諾開始逐步消除貨物貿易與服務貿易之限制。特別在服務貿易方面，中國大陸針對九大產業做出了具體承諾，包括：商業服務、通訊服務、建築服務與相關工程服務、教育服務、環境服務、金融服務、旅遊及相關服務、以及運輸服務等。雖然相較於未加入 WTO 前，中國大陸已對其他 WTO 會員放寬些許限制，然而根據 WTO 服務貿易總協定(The General Agreement on Trade in Services, GATS)之規定，服務貿易必須達到漸進式之自由化，並逐步減少或排除對服務貿易有不利影響之措施，以提供更有效之市場開放。因此，中國大陸服務貿易之市場開放仍存在大幅改善空間，且各國對於中國大陸仍期待其能持續國內服務貿易環境之自由化與完善相關之法規制度。

自中國大陸加入 WTO 後，中國大陸的服務貿易出現大幅的成長，以 2003 年為例，中國大陸成為全球第九大服務貿易出口國以及第八大服務貿易進口國，其比重約占全球服務貿易之 3%⁶；至 2008 年，中國大陸服務貿易進出口總額更大幅成長，其進出口排名皆上升至全球第五名⁷。探其原因，除了服務貿易在國際間快速發展原因之外，中國大陸的服務貿易市場也自 2005 年開始進入深度開放的後過渡階段，即某些敏感產業、領域已解除保護措施，並

⁶ 張磊，「服務貿易自由化—中國入世後的新課題」，頁 53，上海人民出版社，2008 年 11 月。

⁷ 人民網，網址：<http://finance.people.com.cn/BIG5/9253922.html>，最後瀏覽日：99 年 3 月 9 號。

逐步取消外資進入的地域限制、數量以及股權限制等，整體市場開放之廣度與範圍在 2008 年幾乎到達過渡期的終點，因此，中國大陸的服務貿易市場才能持續且快速的成長⁸。

正因如此，全球多數國家與外資無不希望進入中國大陸服務貿易市場，然而，由於各國服務貿易實力不同，縱使各國相關規範仍須遵循 GATS 基本原則，但對於中國大陸而言，由於中國大陸服務貿易起步較晚，因此相關立法體系尚非完整。除此之外，服務貿易的開放勢必對中國大陸有一定之衝擊，因此，在中國大陸整體服務貿易達至一定水平與競爭力之前，縱使中國大陸 GATS 承諾表已解除大部分之限制，但外資在進入中國大陸市場時，仍難以避免須面對許多未知之困難與障礙。

二、GATS 之基本原則

於探討中國大陸服務貿易相關法令之前，首先必須先對 GATS 之基本原則有一定之掌握與理解，如此較能掌握中國大陸服務貿易相關法令不足之處以及外資現今可能面臨之障礙。根據 GATS 規定，圍繞著服務貿易最基本之核心原則共有四項，其分別為：最惠國待遇原則(Most-Favoured-Nation Treatment, 以下簡稱 MFN)、國民待遇原則(National Treatment, 以下簡稱 NT)、市場進入(Market Access, 以下簡稱 MA)、以及漸進式自由化之原則。基此，各國皆應在原有的國內服務貿易法律與相關法規基礎上，參照 GATS 此四項核心原則對國內相關立法進行修改與訂定，使之更加符合 GATS 之要求。以下分別就此四項基本原則分別說明。

(一)最惠國待遇原則(MFN)

MFN 規定於 GATS 第 2 條，根據此一原則，每一會員給予任何其他會員之服務或服務提供者之待遇皆應立即且無條件地給予其他任何會員的服務或服務提供者相同之待遇。然而，於 GATS 之規定中，MFN 有一項例外，即在一定條件下，於 GATS 所規定的免除範圍內，會員國可以採取與 MFN 不一致之措施，但所有措施不得超過十年。

⁸ 張磊，「服務貿易自由化—中國入世後的新課題」，頁 53，上海人民出版社，2008 年 11 月。

(二)國民待遇原則(NT)

NT 規定於 GATS 第 17 條，按 GATS 第 17 條第 1 款之規定，NT 是指每一會員在其承諾表所列之行業別或次行業別中，依該承諾表列明之條件與資格，給予任何其他會員之服務或服務提供者之待遇，皆應不低於其給予國內相同之服務或服務提供者之待遇。簡言之，NT 所涉及者為外國服務或服務提供者進入市場之後之待遇問題。

(三)市場進入(MA)

市場進入則規定於 GATS 第 16 條，該條雖未對市場進入有所定義，不過其明確列舉了會員不得在其境內或某一地區維持或採行六項措施，除非會員在承諾表中列明該項措施。此六項措施分別為：1.限制服務提供者之數量；2.限制服務交易或資產的總價值；3.限制經營活動之總量或服務總量；4.限制特定服務部門提供者僱用自然人之總數；5.限制服務提供者通過特定形式之法人實體或合資企業提供服務；6.限制外資的最高股權數或投資總額。GATS 之所以禁止會員採取上述措施，其原因在於市場進入乃服務貿易自由化之具體表現，其代表著本國市場對外國服務業之開放。除此之外，若會員在市場進入方面實施其他某些限制性措施，只要不具歧視性，那麼基本上 GATS 皆不會禁止之。

(四)漸進式自由化

漸進式自由化主要規定於 GATS 第四部分，此一原則基本上與 WTO 之宗旨相同，WTO 最終目標在於實現全球貿易之高度自由化，而 GATS 之最終目標則為實現服務貿易自由化。然而，由於服務貿易發展時間較短，行業別眾多，加上服務為無形之性質，以及各國服務業發展水平參差不齊，因此，GATS 才會有漸進式自由化之原則。GATS 要求各會員在 WTO 協定生效後五年內開始談判，並定期舉行，已逐步提高服務貿易自由化之程度，並考慮發展中國家之發展情況，允許其開放較少之部門，並分階段逐步擴大市場進入之程度。

三、中國大陸服務貿易相關立法之探討與分析

(一)服務業法規總體體系

誠如上述，WTO 各會員於入會後皆應根據 GATS 相關原則規定加以調整國內自身法令規範與政策，以逐步達到 GATS 之最終目標—服務貿易之自由化。自 1990 年代以來中國大陸已開始加快國內服務貿易立法之腳步，制定並公布相關法律與法規，其中，與國際服務貿易最密切相關之法令即為中國大陸之「對外貿易法」。

1994 年公布實施並於 2004 年修訂之「對外貿易法」與國際服務貿易相關之規定主要為第四章，該章共有五項條款，其中根據第 24 條之規定可以確認中國大陸現今服務貿易發展主要依循三項原則，即：逐步發展原則、有條件的開放市場原則、以及互惠對等原則⁹。就「逐步發展原則」方面，係指中國大陸將根據中國大陸實際情況有順序、目的的選擇開放部門，並逐步開放到達最終自由化之目標，而此項原則是等同於 GATS 漸進式自由化之原則。「有條件的開放市場原則」方面，凡屬中國大陸尚未承諾開放之服務部門和條件，中國大陸皆不承諾市場進入與國民待遇之義務。至於「互惠對等原則」上，則指凡未與中國大陸洽簽條約之國家，中國大陸便無予以互惠對等之義務。

此外，按照 GATS 規定，服務貿易的提供模式上分為四種類型¹⁰，其中最為常見之提供模式為「商業據點呈現」(模式三)。所謂「商業據點呈現」，亦即指外國服務業者，至本國設立分公司、子公司或代表處等商業據點，作為提供服務之基礎。由於設立商業據點必然涉及資金的流入，因此依據 GATS 規定，凡是承諾開放模式三市場的服務業，其同時等於承諾開放外資進入該服務業市場¹¹。換言之，服務貿易的市場開放，非但是

⁹ 沈木珠，「WTO 與中國法制」，頁 146-147，中國法律出版社，2002 年 9 月。

¹⁰ GATS 第一條 範圍與定義

本協定所稱服務貿易，謂：

自一會員境內向其他會員境內提供服務 (跨境服務)

在一會員境內對其他會員之消費者提供服務 (境外消費)

由一會員之服務提供者以設立商業據點方式在其他會員境內提供服務 (商業據點呈現)

由一會員之服務提供者以自然人呈現方式在其他會員境內提供服務 (自然人移動)

¹¹ GATS 第十六條的註腳：若會員依第一條第 2 項第(a)款所指供給模式，對就某服務之供給作出市場開放承諾，而跨國性資本移動為該服務本身之必要部分者，則其已允許該等跨國性資本移動。若會員依第一

進入限制的解除，也涉及投資的開放與管理；因此對於外資投資規範的法規，同時也對服務貿易有所適用。

對此，中國大陸投資法規中除了有針對特定服務業的專門立法外¹²，也包括水平適用於各服務業的各項法規，包括《公司法》、《中外合資經營企業法》、《中外合作經營企業法》、《外資企業法》、《指導外商投資方向暫行規定》等，如《中外合資經營企業法》第 1 條¹³以及其實施條例第 3¹⁴、5¹⁵條；《中外合作經營企業法》第 1 條¹⁶及其實施細則第 4¹⁷、5¹⁸條皆有具體之規定。

以上各條款均有關於外資以不同形式進入中國大陸之原則性規定，以及允許、限制、或禁止外資進入之具體行業，茲說明較具重要性之規範如次。

(二) 涉及服務貿易市場進入之規範

中國大陸涉及服務貿易市場進入主要規範，為《指導外商投資方向規定》¹⁹與《外商投資產業指導目錄》。²⁰依據《指導外商投資方向規定》，外資投資項目分為鼓勵、允許、限制與禁止等四類。其中鼓勵類、限制類和禁止類的外商投資專

條第 2 項第(c)款所規定之供給模式，對某服務之供給作出市場開放承諾，則其已允許相關資本進入境內。¹²例如針對金融服務之「外資金融機構管理條例」、海運服務之「外商投資國際貨運代理企業審查辦法」、以及商業服務業之「外商投資商業企業試點辦法」，以及其他「商業銀行法」、「保險法」、「律師法」、「註冊會計師法」、「海商法」等，詳細內容請參見沈木珠，WTO 與中國法制，中國法律出版社(2002 年 9 月)，頁 148~151。

¹³第一條：「中華人民共和國為了擴大國際經濟合作和技術交流，允許外國公司、企業和其他經濟組織或個人(以下簡稱外國合資者)，按照平等互利的原則，經中國政府批准，在中華人民共和國境內，同中國之公司、企業或其他經濟組織(以下簡稱中國合資者)共同舉辦合資企業。」

¹⁴實施條例第三條：「在中國境內設立的合資企業，應當能夠促進中國經濟的發展和科學技術水平的提高，有利於社會主義現代化建設。國家鼓勵、允許、限制或者禁止設立合資企業的行業，按照國家指導外商投資方向的規定及外商投資產業指導目錄執行。」

¹⁵實施條例第五條：「在中國法律、法規和合資企業協議、合同、章程規定的範圍內，合資企業有權自主地進行經營管理。各有關部門應當給予支持和幫助。」

¹⁶第一條：「為了擴大對外經濟合作和技術交流，促進外國的企業和其他經濟組織或者個人按照平等互利的原則，同中華人民共和國的企業或者其他經濟組織在中國境內共同舉辦中外合作經營企業，特制定本法。」

¹⁷實施細則第四條：「合作企業包括依法取得中國法人資格的合作企業和不具有法人資格的合作企業。不具有法人資格的合作企業，本實施細則第九章有特別規定的，從其規定。」

¹⁸實施細則第五條：「合作企業的主管部門為中國合作者的主管部門。合作企業有二個以上中國合作者的，由審查批准機關會同有關部門協商確定一個主管部門。但是，法律、行政法規另有規定的除外。合作企業的主管部門對合作企業的有關事宜依法進行協調、提供協助」

¹⁹中華人民共和國國務院令 第 346 號公布，自 2002 年 4 月 1 日起施行，其前身為「指導外商投資方向暫行規定」。

²⁰四大分類所包含之業別細目，請參見：外商投資產業指導目錄(2007 年修訂)，中華人民共和國國家發展和改革委員會、中華人民共和國商務部令 第 57 號，文件連結：http://www.fdi.gov.cn/pub/FDI/zcfg/law_ch_info.jsp?docid=88026

案，列入《外商投資產業指導目錄》。未列入《外商投資產業指導目錄》之項目，即屬於「允許類」外商投資項目。

屬於外資投資「鼓勵類」之行業，通常為具有農業新技術或綜合開發效益、或屬於能夠改進產品性或節約能源之高新先進技術、或有開拓國際市場、或符合國家產業政策屬於適應國際市場需求，能夠提高產品檔次，開拓新市場，擴大產品外銷等項目。至於外商投資「限制類」者，則屬於低技術水準；或從事國家保護的自然資源開採的；或屬於需要國家逐步開放的產業者等。至於「禁止類」外資投資項目則多半屬於涉及國家安全、社會公益、自然資源、人類健康等安全與公益考量的投資項目。

此外，為防範外資控制屬於具有社會經濟安全等關鍵性產業，對於外資進入中國大陸市場提供服務之模式，以及在合資企業中的控股權比例均有所規定。如上述外資投資項目屬於「限制類」者，《外商投資產業指導目錄》在特定業別又將外資投資模式分為「合資、合作」、「中方控股」與「中方相對控股」三種。所謂「合資、合作」模式，係指僅允許中外合資經營或中外合作經營。「中方控股」則為外資投資之項目，中方投資者所佔比例應達51%及以上。最後「中方相對控股」項目，是指外資投資之項目，中方投資者所佔總比例應大于任何一方外國投資者之投資比例。²¹

除了上述數個不同法令規範是與服務貿易有關之外，事實上，由於服務貿易種類繁多，且各產業特性不同，因此，中國大陸亦針對特定服務產業訂定產業特別法，例如：針對金融服務之「外資金融機構管理條例」、海運服務之「外商投資國際貨運代理企業審查辦法」、以及商業服務業之「外商投資商業企業試點辦法」。²²

(三)綜合分析

整體而言，中國大陸關於服務貿易的相關法律規章，雖歷經WTO入會時的國內法制調整與近年來多次的修法過程，對

²¹ 《指導外商投資方向規定》第8條。

²² 沈木珠，「WTO與中國法制」，頁148-150，中國法律出版社，2002年9月。

於 GATS 所要求的基本原則與宗旨已盡其努力加以滿足，惟仍可發現若干有待進一步強化之處，否則仍對於包括台商在內的外國投資人，造成相當程度的貿易障礙。

首先，中國大陸對於服務貿易相關規定基本上以產業別做為立法導向，除了《對外貿易法》對於服務貿易有幾項原則性規定外，並未有全面性規範的服務貿易基本法規，形成外資進入中國大陸服務貿易市場將面對各種繁雜不一的規定與限制，形成投資的不確定性。蓋服務貿易相關規定分散於各項外人投資、專門業別等諸多法規命令，又於中央法規之外，地方各省政府也訂有其管理規定，如此繁雜多層次的法律體系，勢必增加外資掌握中國大陸服務貿易與投資相關法令的困難度。

第二，現行立法存有適用衝突之問題。鑒於中國大陸有關外資的法律規章主要有兩種來源：其一為專門針對外資的法律法規，包括上述《指導外商投資方向規定》與指導目錄，除此之外，尚有《中華人民共和國中外合資經營企業法》與實施條例、《中華人民共和國中外合作經營企業法》與實施細則、《中華人民共和國外國獨資企業法》與實施細則等其他相關規定。第二種規範來源則是適用於國內外所有企業經濟活動的一般法規，包括中國大陸《公司法》、《合同法》與《保險法》等。

當多種交叉適用的法規架構，適用同一投資行為時，即可能有相互衝突的問題，例如《外資金融機構管理條例》第 5 條規定，外資銀行、合資銀行之最低註冊資本為 3 億元人民幣等值的自由兌換貨幣，實收資本不得低於註冊資本的 50%；然而，《商業銀行法》第 13 條卻規定，設立商業銀行的註冊資本最低限額為 10 億元人民幣，且註冊資本為實收資本²³。復於審批期限的規定，根據《合資企業法》第 3 條規定，期限為 3 個月；根據《外資企業法》第 6 條規定，期限為 90 天；而根據《合作企業法》第 5 條規定，則為 45 天²⁴。在實際適用上，是依據從新從輕原則，亦或是不同業者而有不同解釋與適用待遇，均可能發生。對於外資而言，此等法律適用間之矛盾與不確定，徒增投資上的不確定與潛在貿易障礙。

²³ 沈木珠，「WTO 與中國法制」，中國法律出版社，2002 年 9 月，頁 152-155。

²⁴ 中國大陸加入世貿組織與外資立法的完善，文章連結：
<http://www.govyi.com/lunwen/2007/200711/180542.shtml>

第三，固然中國大陸目前業已針對某些服務產業制訂相關法令，但有些法令過於鬆散且不具可操作性。以《外商投資產業指導目錄》為例，其中雖已對限制產業列舉說明，但對於這些被限制產業的申請設立條件、審查程序並無相關具體規定，因此造成諸多條文不具可操作性，致使若干產業縱使開放，但外資無法得知如何申請同時，主管機關亦於法無據進行審批核准。²⁵

第四、部份規定有違反 WTO 規定之疑慮。例如在旅遊、運輸等服務提供上，對於外資所收取之費用標準高於中國大陸投資人，此不僅不利於中國大陸本身服務貿易發展，也有違反 WTO 不得歧視外國業者之「國民待遇」(national treatment)義務之虞。更遑論中國大陸對內外資企業之實行上所存有的差別待遇，例如許多貿易法規明確禁止外商設立獨資企業，即便是合資企業也必須由中方控股，此即為明顯的差別待遇。此等差別待遇可能符合 WTO 等國際義務規範，但亦不乏屬於違反義務之措施。中國大陸過去對於視聽發行服務之限制，便於 2009 年被 WTO 爭端解決小組認定為違反義務之措施(詳見下段分析)。

綜上所言，在加入 WTO 十年後，中國大陸在 GATS 承諾表中許多敏感受保護產業其暫緩開放的過渡期間均已屆滿，故現今多數業別的限制與條件業多已解除放寬，但中國大陸內國法規本身仍有許多不確定因素與限制，而此種情況亦導致中國大陸與服務業相關的投資市場，表面上似符合其在 GATS 承諾表之開放義務，但外資在進入中國大陸市場時，仍面臨許多無法預知之經營障礙與困難。

四、外資進入中國大陸市場所面臨之障礙

中國大陸在加入 WTO 時，以提出涵蓋面相當廣泛之服務業開放承諾。不過從市場開放程度的角度來看，中國大陸在 GATS 承諾開放的行業別中，銀行、電信、證券、銀行、交通、教育、專業服務、批發、以及觀光等行業，開放程度相對較低。探其原因，主要因為中國大陸將上述行業別視為其經濟命脈，故必須由中央或地方

²⁵沈木珠，「WTO 與中國法制」，頁 152-155。

政府加以掌控，從而此類產業多以國有企業之型態存在²⁶。並且，即便中國大陸加入 WTO 後對外資開放市場，且外資擁有充足資金、高度技術與競爭力，但中國大陸維持此種型態管控上述各項產業，外資實際上並無法進入該等市場與中國大陸業者進行公平競爭。以下透過歐盟、美國與其他 WTO 會員之調查發現與爭端解決案件，分析外資進入中國大陸市場所普遍面對之障礙。

(一) 歐盟

根據歐盟執委會之貿易委員會 (EU Trade Commission) 2006 年出版之報告顯示，因為中國大陸市場進入所存在之貿易障礙，歐盟每年因此損失了大約 200 億歐元之機會²⁷。整體而言，歐盟業者在中國大陸遭遇最多之貿易障礙與問題包括了盜版猖獗，導致歐盟業者許多的商品或創意有 80% 皆遭到中國大陸仿冒，以及中國大陸目前欠缺智慧財產權之保護與法規的嚴格執行。

而歐盟執委會在 2007 之調查報告²⁸，亦指出縱使中國大陸已逐步開放其服務貿易市場，但仍透過許多手段加以限制。例如在電信、建築、保險以及金融服務方面，受調查之歐盟業者普遍認為其遭受中國大陸政府的歧視待遇，特別是以限制許可執照數量方式保護其國內業者，或者限制產業必須透過國內投資、合資、或者合夥之模式方得投資。歐盟認為此等措施有違反中國大陸入會承諾之虞。

又在歐盟執委會 2009 年公布之中國歐盟貿易情勢與數據中指出²⁹，歐盟服務業公司多數認為市場進入仍為主要障礙，以電信執照為例，至今中國大陸政府發出多達 2 萬多張電信執照中，僅有 12 張是執照是發給外國公司。此外，在法律服務業部分，外國法律事務所仍不得雇用中國大陸律師，亦不開放參加考試取得中國大陸律師執照。

²⁶ Vai Io Lo and Xiaowen Tian, "Law and Investment in China – The legal and business environments after WTO accession", at.346, RoutledgeCurzon, 2005.

²⁷ EUbusiness, China – EU trade – background note, 12 June 2007, available at: <http://www.eubusiness.com/topics/trade/china-eu-trade/>

²⁸ EUbusiness, China – EU trade – background note, 12 June 2007, available at: <http://www.eubusiness.com/topics/trade/china-eu-trade/>.

²⁹ EU Trade Commission, EU-China trade in facts and figures, 04/09/2009, available at: <http://ec.europa.eu/trade/creating-opportunities/bilateral-relations/countries/china/>

根據中國歐盟商會在 2010 年提出之「歐盟企業在中國建議書」顯示³⁰，各服務業別貿易障礙主要分布在市場進入、透明度、行政協調以及智慧財產權。部分服務業存在著申請許可之要求仍將外國企業排除在這些行業的門外。中國大陸加入世貿組織已近 10 年，儘管政府當局作出了提升服務業競爭的明確承諾，但在部分領域，歐洲企業仍無法獲得公平的市場進入機會，特別是：

1. 電信服務：中國大陸在加入世界貿易組織時簽署了《基礎電信協定》及電信參考文件(Reference Paper)，其中包括設立獨立的監管機構、採用透明的政策和法規、國民待遇、平等享有無線電頻譜使用權等等。但迄今為止，無論在法令或實質上，上述承諾均未獲得全面落實。
2. 航空公司電腦訂票系統(CRS)：中國大陸尚未實現在 CRS 服務的市場進入和國民待遇方面所做的承諾。中國大陸目前尚未建立在服務貿易總協定(GATS)的相關承諾中提到的必要審批流程。因此，外國 CRS 服務提供者，無法直接向中國大陸旅行社和航空公司提供服務。
3. 石油產品批發許可證：根據 2007 年 1 月的《成品油市場管理辦法》，獲得批發許可證的官方要求實際上將所有外商投資企業都排除在外。其中兩項要求如下：(1)一項要求是需擁有一家煉油廠，也就是說擁有其 51% 的股份。然而，煉油廠在中國大陸被視為戰略性資產，因此，外商在其中的股份被限制為 49%。換言之，外資企業不可能擁有一家煉油廠。(2)另一項要求是，申請批發許可證的外商投資企業必須先獲得進口許可證，但迄今為止尚未向任何外商投資企業頒發此許可證。

(二)美國

自中國大陸入會後，美國貿易談判代表署(United States Trade Representative, USTR)持續每年對於中國大陸履行其 WTO 承諾之情形向美國國會提交報告，在 2009 年最新報告³¹

³⁰ European Union Chamber Of Commerce In China, European Business In China Position Paper 2009/2010 and European Business In China Position Paper 2010/2011, available at: <http://www.europeanchamber.com.cn/view/media/publications>

³¹ USTR, "2009 USTR Report to Congress on China's WTO Compliance", Dec.2009, 文件連結：http://www.ustr.gov/webfm_send/1572

中，USTR 指出中國大陸雖陸續履行其 WTO 承諾，但在某些領域仍維持或設定繁瑣嚴苛之條件，以抑制外資的進入。法規執行方面，USTR 指出中國大陸執行法規之程序仍相當不透明，並且針對銀行、保險、電信以及法律等服務要求業者必須取得執照、符合相關營運條件、以及其他措施來阻止美國業者完全進入中國大陸市場³²。除此之外，就電子支付系統、相關銀行服務、以及信用卡與提款卡市場方面，中國大陸至今仍不願開放其市場³³。

至於批發零售方面，美國亦認為對於若干版權敏感產品之零售業中國大陸仍拒絕進一步開放，例如：書籍、報紙、雜誌、影片、DVD、以及音樂等，而中國大陸的拒絕開放亦違背中國大陸在零售服務方面之承諾³⁴。在智慧財產權方面，USTR 更特別指出，中國大陸政府於網際網路著作權保護上之不足，隨著中國大陸加入世界智慧財產權組織(the World Intellectual Property Rights Organization, WIPO)之後，中國大陸更應力求改善此方面之保護³⁵。事實上，在 USTR 此份報告中，並對金融、法律服務、電信、建築與相關工程服務、快遞服務、運輸服務等業別，提出相關之問題與疑慮，並指出中國大陸對個別產業所實施之貿易障礙³⁶。

再者，中國美國商會在其 2010 年白皮書中，針對中國大陸各項服務業限制提出批評。在建築服務方面，白皮書指出外籍員工在中國大陸工作時間仍面臨著繁瑣的要求，且仍然必須通過繁瑣的程序才能獲得專業技術人員身份認可。外國投資者收購了國內企業後，原企業擁有的經營許可證必須由相應的建築行政主管部門重新進行評估和核定，但重新評估的標準並未明確規定。

在保險服務方面，白皮書亦指出中國大陸新《保險法》規定，國務院保險監督管理機構，應當對保險公司設立分支機構的申請進行審查，自受理之日起六十日內作出決定。但符合資格的外資保險公司往往需要等待更長的時間才能收到設立分

³² 前揭 USTR 報告，at 9.

³³ Id.

³⁴ Id., at 8.

³⁵ Id., at 5.

³⁶ Id., at 89-103.

支機構的核准。此外，要求外資壽險公司在合資公司中持股比例 50% 的上限，以及車輛強制險與政治風險保險均未開放，均構成外資在保險服務之障礙。

又關於在郵政服務方面，新《郵政法》規定外資企業不得提供國內信件的遞送服務，只允許從事包裹遞送業務，且不得擁有航空運輸執照，而須與中國大陸業者合作。此外，在各服務業方面，均普遍存在對外資不合理之差別歧視，因而受到美國商會的許多質疑。

事實上，美國在過去 3 年內，連續針對中國大陸服務貿易障礙向 WTO 提出二件爭端解決控訴。第一件為關於金融資訊服務業(financial information service)之提供限制。蓋中國大陸過去金融資訊服務之主管機關為新華社，而新華社於 2006 年公布新的規定中，要求所有外資金融資訊服務業者應透過新華社指定代理商，提供金融資訊給在中國大陸境內的所有本國與外國籍客戶，同時新華社的相關機構在該期間也開始提供金融資訊服務，但其限制外資金融服務業者不得在中國大陸設立地方的營運點。其次，新華社又要求外資金融資訊服務業者應提供其客戶與服務的敏感商業資料。

前述新華社新規定實施的結果，比中國大陸入會前之管制措施更為嚴格，導致美國認為其違反在 GATS 下「祖父條款」(grandfathering)³⁷的義務要求。此外，由於新華社本身亦提供金融資訊服務，因此其既為管制者又是競爭者，故新華社的規定顯有利益衝突的問題。中國大陸此等作法對於如 Dow Jones、Reuters 與 Bloomberg 等外資金融資訊服務業者影響很大。據此，美國、加拿大與歐盟在 2008 年 11 月就該爭議向 WTO 提出與中國大陸進行爭端解決程序的諮商。

本案最終由中國大陸與美國等國達成協議，並於 2008 年 11 月 13 日，由中國大陸與歐盟、美國與加拿大，就此爭端案件在日內瓦簽署了一項諒解備忘錄(MOU)。依據該備忘錄，中國大陸同意最遲在 2009 年 6 月 1 日以前，實施調整後的新措施。依據中國大陸之承諾，其將針對金融資訊服務業，成立一

³⁷「祖父條款」的適用上係指當會員國法律之改變，對特定業別的外國業者訂定較為嚴苛限制時，對於已設立的外國業者應確保其得繼續享有與過去相同之權利。

個與受管制之事業沒有利益衝突的獨立監管機關，利用公平透明方式核發執照。同時，將取消美國服務提供者從事商業活動時必須通過代理的要求。另外，中國大陸將限制監管機關要求金融資訊提供者提供資訊之義務範圍，僅限於該資訊與監管目的有關，而監管機關有保障該資訊的隱密性與不受濫用該資訊的義務。在備忘錄中，並確認了美國與歐盟公司在中國大陸當地設置營業據點的權利。

中國大陸在 MOU 中承諾將自從 2009 年 1 月 31 日開始逐步解除前述限制，並於 2009 年 5 月 30 日完全消除。³⁸隨後，中國大陸於 2009 年 4 月 30 日公布了「外國機構在中國境內提供金融資訊服務管理規定」(以下簡稱管理規定)。依據管理規定第 4 條規定，外國機構在中國大陸境內提供金融資訊服務時之主管機關，將由新華社改為「國務院新聞辦公室」，而外國機構在中國大陸境內提供金融資訊服務，必須經國務院新聞辦公室批准。而國務院新聞辦公室應當自受理申請之日起 20 個工作日內作出批准或者不批准決定。予以批准的，發給批准檔；不予批准的，書面通知申請人並說明理由。同時，管理規定允許外國金融資訊供應業者，直接向客戶銷售，並允許外國金融資訊服務業者，在中國大陸境內投資設立金融資訊服務企業，但不得開展新聞採集等通訊社業務。

此外，在關於中國大陸對於電影與其他視聽服務之貿易障礙上，美國亦於 2007 年提出爭端解決控訴。蓋依據中國大陸於 2007 年修訂之《外商投資產業指導目錄》，禁止外資經營視聽產品的發行服務。中國大陸工業和信息化部與中國廣電總局於 2007 年聯合發布之《互聯網視聽節目服務管理規定》中，更進一步限制網路視聽服務僅能由國營企業經營。復依據 2004 年《中國電影企業經營資格准入暫行規定》以及 2001 年發布之《國家廣播電影電視總局、文化部關於改革電影發行放映機制的實施細則(試行)》，所有外國及港澳台影片由中影集團統一進口，外片的發行則由中影集團子公司及華夏電影發行公司兩家公司發行。

³⁸USTR, Resolving WTO Challenge to China's Treatment of U.S. Financial Information Service Suppliers, 文件連結：http://www.ustr.gov/sites/default/files/uploads/factsheets/2008/asset_upload_file345_15219.pdf

針對以上關於視聽服務發行以及電影進出口之限制，美國於 2007 年向 WTO 爭端解決機構提出控訴(WT/DS363)，認為中國大陸違反其入會議定書與服務貿易承諾。³⁹該案爭端解決小組於 2009 年 8 月提出報告，認定前述限制外國影片由中影集團統一進口之規定，違反中國大陸入會議定書第 5.1 與 1.2 段，以及入會工作小組報告(working party report)第 83(d) 84(a) 段關於開放進出口貿易權利(trading right)之承諾。此外，前述禁止外資經營視聽產品發行服務之限制，以及限制透過網際網路發行相關視聽影音產品，亦與其 GATS 承諾表所記載之國民待遇承諾不一致。⁴⁰基於相同之原因，前述之統一進口規定亦違反服務貿易之國民待遇義務⁴¹。

不過對於外片發行之寡占結構，WTO 爭端解決小組認為並非中國大陸政府之措施造成，故無違反義務之問題。⁴²隨後，WTO 爭端解決上訴機構亦於 2009 年 12 月確認前述小組判決。⁴³依據爭端解決小組之意見，中國大陸應於合理期間內消除前述違反 WTO 義務之規定。不過至 2010 年 10 月為止，中國大陸尚未提出其修正後之規定。

(三)其他 WTO 會員

其他 WTO 會員對此也表達相同的質疑與疑慮。例如 2008 年中國大陸進行 WTO 貿易政策檢討(Trade Policy Review)時，各會員對於中國大陸貿易政策與其履行 WTO 承諾的情形，提出許多質疑及詢問，其中不乏針對中國大陸服務貿易市場進入障礙的問題，特別是電信與金融服務此兩項產業為會員最為關切的業別⁴⁴。

以電信服務業為例，許多會員表示中國大陸目前電信法遲遲無法完成立法程序⁴⁵，且對資本以及執照皆有不公平之要求，此情況容易造成業者進入中國大陸市場遭受不公平待遇

³⁹ China — Measures Affecting Trading Rights and Distribution Services for Certain Publications and Audiovisual Entertainment Products, WT/DS 363.

⁴⁰ WT/DS 363, at para. 7.1311.

⁴¹ WT/DS 363, at para.

⁴² WT/DS 363, at para.7.1693.

⁴³ WT/DS363/AB/R, 21 December 2009

⁴⁴ WTO Trade Policy Review Body, Trade Policy Review — China, Doc. WT/TPR/M/199/Add.1, 28 August 2008.

⁴⁵ 目前中國大陸對於電信業之規範，係依據屬於法規命令位階之「電信條例」為依據。

⁴⁶，因此多數會員希望中國大陸提出何時解除上述各項限制的規劃。特別是中國大陸目前正在進行電信相關立法之起草⁴⁷，但整體立法方向與過程處於不透明狀態，因此會員亦希望中國大陸可盡快對外公開最新發展情形⁴⁸。又如金融業方面，WTO 會員表示，中國大陸法規對於外資合資銀行僅要求其資本不得低於 100 億美金即可，然而，對於外資銀行預設立分支機構者，其資本卻不得低於 200 億美金，可能成為一種違反義務的差別待遇⁴⁹。另外，多數會員認為中國大陸對於外資持股仍多有限制為其最主要之貿易障礙。再者，就中國大陸配銷、觀光旅遊以及運輸服務等方面，也有為數不少之會員提出質疑。

復於 2010 年中國大陸貿易政策檢討報告中⁵⁰，WTO 秘書處針對金融服務、電信服務、運輸服務、郵政與快遞服務與其他服務提出檢討，並認為固然中國大陸自前次貿易政策檢討後，持續鬆綁與服務業有關之外人直接投資相關法規，但在一些部門與私部門活動中仍存有顯著的限制。

例如在銀行服務的部分，中國大陸仍維持有許多嚴格的資格要求與限制，例如：限制信用卡服務之供給、限制外國銀行分支機構之營業範圍等。此外，秘書處指出中國大陸金融市場的發展程度偏低，市場上有相當高比例的金融機構屬於國營企業。

又外國企業在能源領域面臨許多針對外資之條件限制，因而造成進入中國大陸燃料批發市場的障礙。該限制條件包括需擁有 30 家加油站之所有權，且具備特定貯藏量。對此，澳洲具體指出，期望中國大陸針對外國企業之投資相關規定，能強化其公開、透明、可預測性以及有效率。例如在金融、法律、會計與採礦業等服務業方面，澳洲希望中國大陸對貿易與投資政策能進一步自由化。

⁴⁶ 2008 WTO Trade Policy Review – China, at 23-24.

⁴⁷ 根據報章媒體之報導，中國大陸政府已擬訂電信法草案，最快可能在 2010 年 8 月通過，文件連結：http://big5.ce.cn/cysc/communications/zcx/201005/24/t20100524_20394922.shtml

⁴⁸ 2008 WTO Trade Policy Review – China, at.38.

⁴⁹ 2008 WTO Trade Policy Review – China, at.30.

⁵⁰ WTO Trade Policy Review Body, Trade Policy Review – China, WT/TPR/S/230/Rev.1, 5 July 2010

(四)綜合分析

綜上所述，外資目前進入中國大陸服務貿易市場整體上最易於面臨之問題與貿易障礙可歸納為下列七點：1.對於部分服務業別，市場開放之承諾與實際落實情形，仍有相當程度之落差，且法制化工作仍有待加強；2.中國大陸欠缺對外人智慧財產權方面之保護；3.外資持股限制過高，且要求必須與中國大陸合資或合夥；4.法規不夠透明化且欠缺嚴格執行，外資無法正確掌握相關訊息；5.對於某些技術或標準之要求，中國大陸欠缺統一的國際化標準；6.政府採購方面仍然存有歧視待遇；7.雖然中國大陸中央政府表面已遵循 WTO 之承諾與精神，但各地方政府實際上並未依循規定，且地方政府亦常使用非關稅之貿易障礙措施以及某些企業政策來阻止外資進入中國大陸市場。

(五)小結

整體而言，雖然相對於其他開發中國家會員，中國大陸於 GATS 之承諾開放範圍可算廣泛，但中國大陸在數個重要的服務產業別中之開放程度仍舊偏低，尤其是電信業、銀行業、保險以及運輸服務業等，仍舊帶有濃厚的國有色彩，私人經營成份尤其是外資成分更少。除此之外，中國大陸針對服務業所設立開放相關法規與 GATS 之要求仍存有一定差距，某些服務業仍不允許外資採取獨資之形式，而只能採取中外合資型態，且必須由中方控股，例如：電影院服務，外資持股不得超過 49%，以及電信服務，外資持股不得超過 50%⁵¹，此一現象事實上仍然有悖於 GATS 市場進入與漸進式自由化之原則。

除了對外資進入與持股之限制之外，中國大陸法令規範與執行之不透明、過度保護國內企業政策、欠缺智慧財產權、著作權等保護，皆為外國業者目前進入中國大陸市場面臨的最大貿易障礙，而其他 WTO 會員對此亦相當憂心。目前，中國大陸入會已超過八年，至 2009 年為止，縱使各國均針對若干特定產業對中國大陸提出類似之關切與疑慮，中國大陸仍於此等服務業上仍持續以各種限制措施或手段阻止外國業者進入中

⁵¹ 詳細內容請對照中國 WTO 承諾表。

國大陸市場，縱使中國大陸於表面上已幾乎完全履行其 WTO 之承諾，但實質上之限制與障礙卻層出不窮。

隨著 ECFA 的生效，兩岸彼此相互投資之關係將逐漸朝向制度化與正常化的方向前進。而在政府政策領導與市場發展下，中國大陸服務業市場亦可期待成為未來帶動其整體經濟發展的動能所在，這也意味著龐大的商機與發展空間。然而不同於貨品貿易，服務貿易在性質上往往必須進入地主國建立據點，並需要與當地同業與消費者緊密結合，因此對於境內的歧視性監管措施所造成的貿易障礙特別敏感。

準此，後 ECFA 時代的兩岸交流協商重點的前景，應跳脫單純思考市場開放程度的框架，並以取得與中國大陸本地業者相同之無歧視待遇，或許才是核心關鍵，以協助台商降低在中國大陸可能面臨的投資環境與風險，以及許多不公平的貿易限制或不合理的國內管理措施。

第四節 小結

2008 年金融海嘯後，歐美需求銳減，對中國大陸進口需求減少，造成以中國大陸為生產基地的台灣莫大的衝擊。這樣的衝擊更加堅定政府積極發展服務業，調整產業結構的政策方向。惟近年來，我國政府雖致力於發展服務業，但從具體成效來看，卻似乎未能有重大的突破。台灣服務業產值比重雖已將近七成，與西方主要國家相近，但由於發展起步晚，且存在資本、研發投入偏低等困難，競爭力不如先進國家，服務出口表現並不理想，再加上國內內需市場小，難以達到經濟規模，因此發展上困難重重。

而中國大陸服務業產值比重僅約四成左右，與已開發國家相去甚遠，數字雖然有低估之嫌，但中國大陸服務業發展落後是不爭的事實（有關台灣及中國大陸整體服務業之比較請參考表 2-4-1）。中國大陸傳統服務業的發展程度雖不高，但工業成長迅速，提供生產性服務業極大的發展空間。目前中國大陸政府正積極發展生產性服務業，以及推動製造業的服務化。惟生產性服務業為滿足製造業的相關需求，需要較高的技術含量、創新能力與整合能力，對於目前中國大陸服務提供者而言，困難度較高。

表 2-4-1 2008 年兩岸整體服務業概況

重要指標	台灣 ¹ (新台幣億元)	中國大陸 (人民幣億元)	中國大陸/台灣 ²
1.產值：金額(比重)	87,537 (69.2%)	120,487 (40.1%)	6.23
2.就業：人數(萬人)(比重)	604 (58.0%)	25,717 (33.2%)	42.58
3.固定資本形成：金額(比重)	13,703 (51.0%)	90,803 (52.5%)	30.14
4.固定資本形成占生產毛額之比重	15.7%	75.4%	
5.服務出口	336 (0.89%)	1,464 (3.88%)	4.36
(1)金額(億美元)(占全球比重)	28 名	5 名	
(2)排名			
6.核准外資/實際利用外資： 金額(百萬美元)(比重)	5,735 (69.6%)	37,948 (41.1%)	6.62 ³

註：1.此處台灣統計數值均以 2009 年 11 月統計更新後的新版統計數字為主；

2.以 2008 年平均匯率計算：1 元人民幣=4.54 元台幣；

3.台灣為核准金額，中國大陸為實際利用金額，因此數字恐有低估。

資料來源：本研究整理。

就兩岸產業合作的模式而言，過去兩岸產業分工關係多偏重於製造業，服務業的合作十分薄弱。台商將中國大陸視為生產加工基地，對於中國大陸的內部市場及內銷產業並不特別重視，兩岸分工關係不明顯。但隨著中國大陸調整經濟發展方向，由出口導向轉為內需拉動的發展策略，台商在中國大陸的經營模式勢必亦需加以調整。近年來，中國大陸服務業市場開放腳步加速，為台灣服務業及服務型的製造業發展開啟了一個新契機。中國大陸市場廣大，且是台灣對外投資最主要的地區，台灣企業及台商在中國大陸數量眾多，將可衍生許多服務業發展商機。再加上服務業具有文化及區域特殊性，兩岸文化、語言及生活習性相近，一方面很適合兩岸發揮各自的優勢進行產業分工與合作，另一方面也提供台灣本土品牌發展的機會。

晚近服務業的創新常以資訊科技(IT)的技術為平台或輔助。以 IBM 為例，IBM 憑著對資訊技術的掌握，幫助全球大大小小的廠商，提供策略建議、企業流程改善、評估外包非核心業務、管理價值鏈、提升營運績效，成功從 IT 製造者轉型成 IT 系統整合服務的提供者。據估計，目前 IBM 的收入已經有超過 50% 來自於 IT 服務。台灣 IT 製造的能力也很強，未來可遵循 IBM 模式，將 IT 技術應用於物流、電信、醫療及技術服務等相關產業，進行新服務模式的創新，並在中

國大陸市場進行複製推廣。這樣的做法不僅能夠充分發揮台灣企業現有的優勢，更與中國大陸發展生產性服務業以及推動製造業服務化的政策方向不謀而合。

兩岸在服務業若能合作，將徹底改變台灣服務業在小國寡民下的發展思維，有利於創新和知識的累積，使台灣服務業能夠開創新的格局。惟目前中國大陸服務業市場仍存在許多貿易及非貿易障礙，尤其中國大陸集團企業及國有企業經常是市場壟斷者，形成不公平競爭，造成外資及台資企業進入市場及經營上的困難。誠如第三節所言，表面上中國大陸雖已履行其 WTO 開放承諾，但由於立法過於籠統鬆散，且存在不同法規相衝突的問題，造成許多產業雖有開放，但在實際操作申請時卻困難重重的情況；再加上各地方政府亦常常不依循開放規定，利用非貿易障礙措施或產業政策來阻止外資進入市場，使得外資企業進入中國大陸仍面臨許多無法預知的障礙與困難。中國大陸服務業過多的限制，常迫使台商必須以借名的方式進入中國大陸市場，風險很大，失敗的機率亦很高。因此，政府應協助台灣服務業排除相關貿易與投資障礙，順利進入中國大陸市場，將使台商較其他外資擁有更多的競爭優勢，為台灣服務業進入中國大陸市場開啟先進商機。

第三章 批發零售業

本章將針對中國大陸批發零售業目前發展之概況，分析台商進入中國大陸市場之後，可能面臨到在法律面及經營面之障礙，並整理相關建議供政府制定政策及兩岸協商時之參考。內容共分成四小節：第一節是中國大陸批發零售業產業發展概況，將針對產業目前的發展情形、競爭概況進行分析。第二節是中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 中對批發零售業開放概況，將針對中國大陸對 WTO 的承諾及在 CEPA 對香港的承諾進行整理分析。第三節是中國大陸批發零售業貿易障礙之彙整及台灣的商機，將外資企業在中國大陸面臨之貿易障礙彙整，並針對台商進入中國大陸市場需排除之障礙及商機進行深入剖析。第四節是小結。由於目前中國大陸的批發及零售業者皆同時存在批發及零售業務，只是著重程度不一，在業務垂直整合發展下難以區分，因此本章部分內容將不會特別區隔批發業及零售業。

第一節 中國大陸批發零售業發展概況

一、產業發展概況

產品通路簡化在中國大陸已經成為趨勢，處於中間通路的批發業者正面臨上游生產者及下游零售商同時往批發業整合的壓力。位處上游的生產者隨著自身規模擴大之後，由自行設立的銷售公司來涉足批發業務，直接供貨到零售業者，或採取直銷、網銷的方式直接面對消費者。而在銷售通路的另一端，零售業者也會進軍批發業直接面對生產者，以降低中間批發通路的成本並提高貨物流通的效率。就連身處中介的批發及代理商，也開始涉足零售的經營。因此目前在中國大陸市場上，兼營批發與零售業務已成為常態。

隨著中國大陸對外全面開放，外資的競爭改變了零售業的發展模式及型態。2004 年公布的「零售業態分布和基本特點」，明確定義零售業分類的原則，不過目前各式新型的零售業型態，早已使過去的分類原則不敷使用，因此中國大陸連鎖經營協會正進行零售業態標準修訂，預期「超市業」型態將分成「便利超市」、「社區超市」、「綜合超市」、及「大型超市」；「專業店」型態則分成「專業市場」及「專業超市」兩種，並將「家居建材商店」併入「專業店」中。

此外，零售業者以連鎖的經營方式來擴張經營規模，如以直營、特許加盟的方式增加店舖數量，並整合物流服務，設置自營配送中心，採取統一採購、配送、廣告來降低營業、管理成本，達到規模經濟的效益，以提升企業的競爭力。因此透過連鎖的方式，可以降低成本及價格，迫使低競爭力的企業退出市場，使得大型零售業不斷擴大，提高市場進入的門檻，讓零售市場的集中程度愈來愈高。

2009年批發零售業的名目總產值達到2.9兆人民幣，較前一年成長11%，占服務業的20.3%，比重僅次於其他服務業。2001~2009年批發零售業的產值成長速度很快，8年年均成長15.6%，但由於近年中國大陸經濟發展迅速，因應需求而擴張的金融服務業成長幅度相對較大，因此批發零售業比重自2001年以來呈下滑的趨勢，2006年後比重才逐步增加到20%。就業人數方面，2009年限額以上企業的就業人數達到749萬人⁵²，較前一年增幅約1.6%，年均成長約為8%，除2001年及2003年這兩個年度為負成長外，其他年度皆為正成長，2004年及2008年成長幅度更超過20%。銷售總額方面，2009年共創造約20.1兆人民幣的銷售額，受金融風暴影響，較前一年減少3.4%，年均成長24.4%，與就業人數相似，在2004年及2008年皆有跳躍性成長，增幅均在50%以上，分別達到78.8%及56.9%(表3-1-1)。

⁵² 限額以上批發貿易企業：指年末就業人數20人及以上，主營業務收入人民幣2000萬元及以上。
限額以上零售貿易企業：指年末就業人數60人及以上，主營業務收入人民幣500萬元及以上。

表 3-1-1 2001~2009 年中國大陸批發零售業概況

單位：人民幣億元，萬人、%

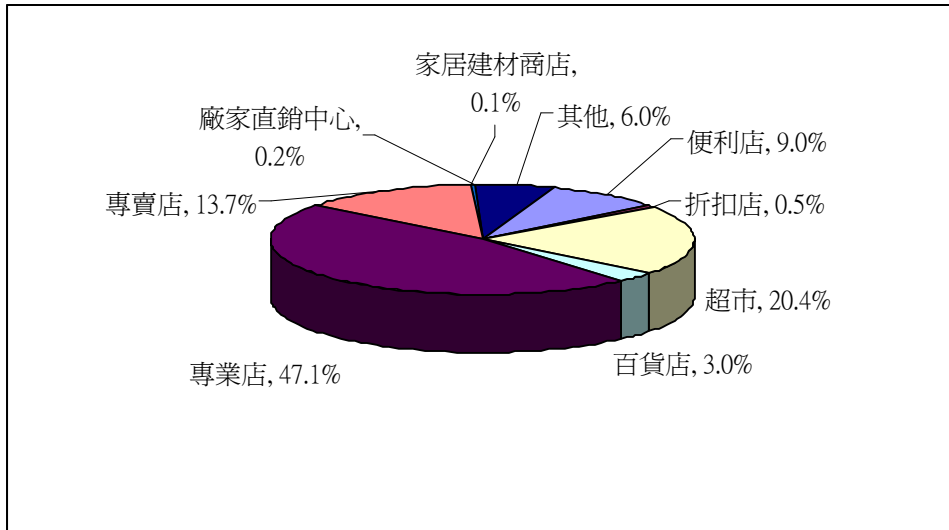
年度	產值			限額以上企業 ¹ 就業人數		銷售總額	
	產值	成長率	比重	人數	成長率	金額	成長率
2001	9,119.4	11.8	20.6	404.6	-9.8	35,153.3	9.0
2002	9,995.4	9.6	20.0	419.1	3.6	40,090.3	14.0
2003	11,169.5	11.8	19.9	406.8	-2.9	48,613.2	21.3
2004	12,453.8	11.5	19.3	507.7	24.8	86,928.6	78.8
2005	13,966.2	12.1	18.6	519.5	2.3	93,151.3	7.2
2006	16,530.7	18.4	18.7	544.3	4.8	110,054.8	18.1
2007	20,937.8	26.7	18.8	604.9	11.1	132,740.8	20.6
2008	26,182.3	25.0	19.9	737.4	21.9	208,229.8	56.9
2009	29,052.5	11.0	20.3	749.0	1.6	201,166.2	-3.4

註：1. 限額以上批發貿易企業：指年末就業人數 20 人及以上，主營業務收入人民幣 2000 萬元及以上；限額以上零售貿易企業：指年末就業人數 60 人及以上，主營業務收入人民幣 500 萬元及以上。

資料來源：中國統計年鑑(2004-2010 年)

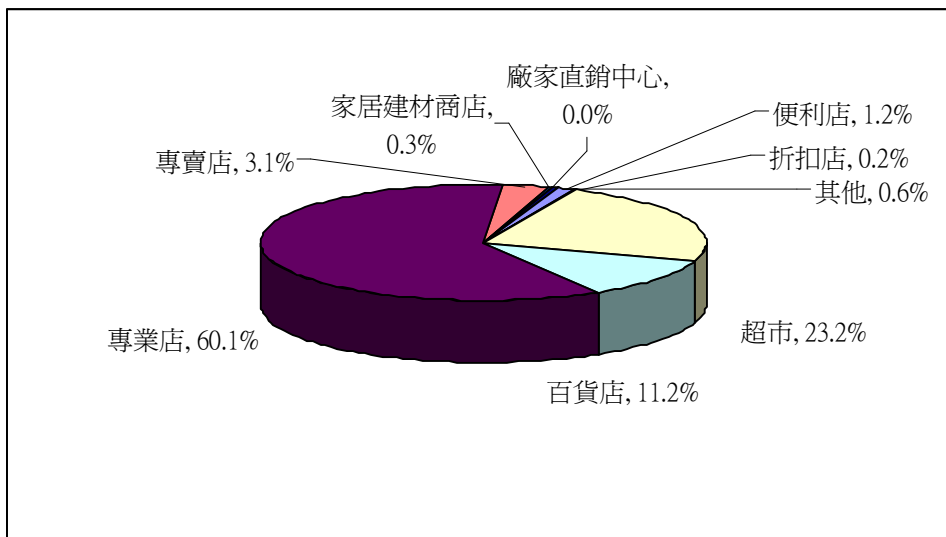
連鎖零售市場方面，目前規模較大的零售型態是超市及專業店。2009 年連鎖企業門店總數共 17.6 萬家，專業店占 47.1%、超市(包含大型超市及倉儲會員店)占 20.4%(圖 3-1-1)。以銷售總額來看，2009 年連鎖零售企業銷售總額達到 2.2 兆人民幣，專業店占 60.1%、超市(包含大型超市及倉儲會員店)占 23.2%(圖 3-1-2)。而百貨業不論在門店數或銷售額比重都在 12% 以下，可見傳統大型百貨公司的主導地位已經隨著零售業多元化的型態及消費者購買力的提升，逐漸被各類超市、專業店等取代。

依據中國大陸連鎖零售企業經營分析報告(2008-2009)指出，在 2008 年連鎖行業的銷售額及店舖數持續保持 20% 的成長速度，除連鎖超市、百貨、便利店、家電、藥店銷售幅度有所增長外，以新店面擴張規模的銷售額亦能維持平均 10% 的增幅，但目前在中國大陸連鎖超市的規模仍比西方來的小。



資料來源：中國統計年鑑(2010年)

圖 3-1-1 2009 年連鎖零售業型態(門店數)



資料來源：中國統計年鑑(2010年)

圖 3-1-2 2009 年連鎖零售業型態(銷售總額)

二、產業競爭狀況

由於中國大陸全面開放批發零售業的時間不長，外資所占比重不高，目前內資企業仍占有大部分的市場。從表 3-1-2 來看，2009 年批發零售業 20.1 兆規模的銷售總額中，內資企業比重高達 88.9%，相形之下外資企業對銷售總額的貢獻較小，不過若我們就批發及零售分別來看，2009 年批發業無論內資或外資企業的銷售

總額均有減少，其中以外資(不含港澳台)的衰退最大(成長率-11.4%)，其次為內資企業(-7.1%)，港澳台企業的銷售總額僅減少2.1%；在零售業方面，港澳台或外商投資企業的銷售額成長則皆遠大於內資企業。再從企業家數來看，2009年批發及零售業限額以上企業家數約在9萬家，外資(含港澳台)家數雖占不到4%，但與銷售總額雷同，外資(含港澳台)零售企業家數的成長速度高於內資企業許多。至於在就業人數方面，2009年限額以上企業就業人數達到749萬人，內資企業比重就高達88.5%，但外資企業雇用人數不論是港澳台或其他外國企業成長均較內資來得快速。

表 3-1-2 2009 年中國大陸批發零售業發展概況

單位：人民幣億元，家，人，%

行業	銷售總額			限額以上企業家數			限額以上企業就業人數		
	金額	成長率	比重	家數	成長率	比重	人數	成長率	比重
批發零售業	201,166.2	-3.4	100.0	95,468	-5.4	100.0	7,489,598	1.6	100.0
批發業	157,834.6	-7.3	78.5	52,853	-11.1	55.4	3,122,535	-1.0	41.7
內資企業	141,429.3	-7.1	70.3	50,498	-10.9	52.9	2,801,147	-1.4	37.4
港澳台企業	3,976.0	-2.1	2.0	790	-9.3	0.8	105,718	0.9	1.4
外商投資企業	12,429.3	-11.4	6.2	1,565	-18.0	1.6	215,670	3.3	2.9
零售業	43,331.6	14.1	21.5	42,615	2.7	44.6	4,367,063	3.5	58.3
內資企業	37,475.6	13.8	18.6	41,313	2.4	43.3	3,827,945	2.6	51.1
港澳台企業	2,246.7	33.9	1.1	509	16.2	0.5	205,967	16.1	2.8
外商投資企業	3,609.2	7.5	1.8	793	12.8	0.8	333,151	6.1	4.4

資料來源：中國統計年鑑(2009年、2010年)。

由表 3-1-3 可知，港澳台及外資企業的企業家數從 2005 年的 1,405 家增加到 2009 年的 3,657 家，年均成長 27%，比重也由 2.9% 增加到 3.8%；就業人數亦逐年成長，2009 年外資企業就業人數約有 86.1 萬人，佔全批發零售業的 11.5%，年均成長 27.6%。顯示不論在企業家數或就業人數，外資企業在中國大陸的增長速度都相當快速。另外，再從外人投資來看，2005 年批發零售業實際利用外資僅 10.4 億美元，至 2009 年已快速增加到 53.9 億美元，年均成長 50.9%，其中 2006 年及 2008 兩年成長幅度更超過 60%。而批發零售業實際利用外資占總外資金額比例則由 2005 年的 1.4% 快速上升到 2009 年的 6%，由此可見，相對於其他產業，外資相當看好中國大陸批發零售業背後存在的商機。

表 3-1-3 2005~2009 年批發零售業實際利用外資及外商企業概況

單位：百萬美元，家，人，%

年份	實際利用外資			限額以上港澳台及外資企業					
	金額	成長率	占總利 用外資 比重	企業家數			就業人數		
				家數	成長 率	占批發零 售比重	人數	成長 率	占批發零 售比重
2005	1,038.5	40.4	1.4	1,405	--	2.9	324,971	--	6.3
2006	1,789.4	72.3	2.8	1,553	10.5	3.0	422,980	30.2	7.8
2007	2,676.5	49.6	3.6	1,870	20.4	3.4	575,518	36.1	9.5
2008	4,433.0	65.6	4.8	3,921	109.7	3.9	804,874	39.9	10.9
2009	5,389.8	21.6	6.0	3,657	-6.7	3.8	860,506	6.9	11.5

資料來源：陸委會兩岸經濟統計月報(第 169、200 及 210 期)，中國統計年鑑(2006-2010 年)。

在內外資連鎖企業的布局方面，外資一直以來以一線城市作為布點擴充的主要戰場，2007 年外資連鎖超市在一線城市有高達 60% 的市占率，相對競爭力不足的內資企業則退往二、三線城市及鄉村發展。然而 2009 年發展的情勢開始轉變，外資將投資焦點轉移到受金融海嘯影響較小的中西部二、三線城市，同時具有實力的內資企業亦開始往一線城市布點。外資轉移布局的主因在於一線城市已經趨近飽和，商業網點稀少，北京、上海等一線城市網點的審批取得愈來愈困難，而二、三線城市則相對容易，因此促使外資企業向內陸移動。原來在二、三線城市發展的內資企業，由於在店鋪選址上沒有外資企業嚴格，因此進軍一線城市不存在外資企業選址困難的問題。

內外資企業布局轉向，如樂購(TEESCO)在 2009 年一共展店 13 家，僅 1 家在上海，家樂福(Carrefour)在 2009 年展店 8 家，有 4 家在二、三線城市。內資企業方面，永輝超市 2009 年在北京開 2 家店，預計 2010 年在北京還要再展店 8 家。至於台資企業布局方式，以大潤發為例，在發展之初為避免與外資企業競爭一線城市，從華東、華南的二、三線城市開始布局，目前已將展店目標轉往一線城市，2010 年在北京開設旗艦店，2009 年全年營收及店面數都已超過家樂福。

三、未來發展方向

自 1978 年改革開放以來，批發零售業的發展面臨許多挑戰，包含產值、就業比重偏低、企業制度落後，以及部分國有企業改革不足等問題，再加上 2004 年底陸續對外資開放，讓內資企業面臨加劇的市場競爭。為此，中國商務部於 2004 年發佈「流通業改革發展綱要」，以 2010 年流通業(批發、零售、物流、餐飲及居民服務)對 GDP 的貢獻率達到 9% 為目標，培育具有國際競爭力的大企業，並要求大、中型企業在軟體資訊系統需具有一定的水準。

針對流通企業的培育，中國國務院於 2005 年頒佈的「國務院關於促進流通業發展的若干意見」提出許多具體措施，要求地方政府在市場准入、信用擔保、金融服務、物流服務及人才培訓等方面支持企業的發展。而重點培育的大型企業更可直接向中國商務部申請進出口配額、許可證、國營貿易經營等相關資格。

此外，中國大陸還從預算中提撥專項資金，聯合銀行以貸款方式來支持流通企業，在「2004 年流通業結構調整國家預算內專項資金(國債)項目建設實施意見的通知」中，將從中央及地方預算內安排一部分作為專項，支援流通業結構調整的專案建設。而 2007 年的「商務部、國家開發銀行關於進一步推進開發性金融支持流通業發展的通知」，則提及未來五年內由中國國家開發銀行提供 500 億人民幣的政策性貸款支持流通業發展。

同時在相關政策上，中國大陸也鼓勵批發零售與物流、資訊等服務相結合。如 2008 年中國商務部訂定的「商務部關於加快我國流通領域現代物流發展的指導意見」，將培育具完整功能的物流企業，並鼓勵連鎖企業將物流需求交由專業物流企業提供，或由批發企業及中小零售商彼此合作，共同成立聯購分銷的連鎖組織，以加強連鎖企業與物流服務的結合。另一方面，中國大陸也開始重視網購市場，2010 年商務部發佈「關於加快流通領域電子商務發展意見」，以培育大型流通企業及建立完整的電子商務平台，目標在「十二五」期末，網路購物的交易額占社會消費品零售總額的比重提高到 5% 以上。其中對於外商的管理，2010 年 9 月中國商務部發佈「關於外商投資互聯網、自動售貨機方式銷售項目審批管理有關問題的通知」，允許外資生產企業及商業企業只要依法向省級商務部門批准、註冊，即可直接從事網路上的銷售業務。

整體而言，中國大陸的政策都以培育大型且具競爭力的品牌企業為重心，以因應外資進入可能面臨的衝擊。為此，中國大陸在中央及地方政策上，給予重點培育的企業許多優惠，如貸款政策以及許可證、貿易權的申請等方面，並透過流通服務的整合來增加企業的競爭力，如結合物流及連鎖建立一體化的服務，及開拓網路零售通路，培育網路零售的大型企業等。不過中國大陸中央及地方政府在支持內資企業、給予許多優惠扶植政策的同時，外資企業並無法比照內資企業享有的優惠與便利，在行政程序上比起內資企業要複雜的多，如相關資格的申請，對外資造成無形的限制與障礙，這將是我們特別需要注意的問題。

第二節 中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 中 對批發零售業開放概況

本節將就中國大陸對批發零售業，在市場進入限制及國民待遇限制兩部分的承諾分別討論，並將市場進入限制中，模式三(商業據點)迄今應實現之承諾，與 CEPA 額外開放的部分及 ACFTA 開放內容比較。

一、中國大陸加入 WTO 對批發零售業之承諾

(一)對批發業的承諾及限制(622)

批發業(不含鹽及煙草)在市場進入限制及國民待遇限制兩部分中，模式一(跨國提供服務)皆是“不予承諾”；模式二(國外消費)皆為“沒有限制”；而模式三在市場進入限制裡的內容，會在加入 WTO 後 5 年內陸續開放，在國民待遇中則是“沒有限制”；模式四(自然人呈現)在此兩部分都是“除水平承諾外，不做承諾”。以下為中國大陸在市場進入限制中的模式三裡，迄今已實現的承諾：

- 1.開放 CPC 62 二位碼的行業且包括「非於固定場所之批發服務」，但排除武器、軍事用品、鹽及煙草的批發銷售。
- 2.取消所有限制。

(二)對零售業的承諾及限制(631、632、6111、6113、6121)

零售業(不含煙草)在市場進入限制及國民待遇限制兩部分中，模式一都是「除郵購外不予承諾」；模式二皆是「沒有限制」；模式三在市場進入限制裡，除特定產品的經營在外資股權比例仍有限制外，其他已陸續開放，而在國民待遇中為「沒有限制」；模式四在此兩部分都是「除水平承諾外，不做承諾」。以下為中國大陸對於市場進入限制的模式三裡，迄今已實現的承諾：

- 1.開放 CPC 61、63 二位碼的行業且包括「非於固定場所之零售服務」，但排除武器、軍事用品及煙草的零售。
- 2.取消所有限制，但超過 30 家分店且銷售不同供應商所提供之不同品牌及不同種類產品的連鎖業者，且經營產品包含圖書、報紙、雜誌、藥品、農藥、農膜、成品油、化肥及中國大陸入會議定書附表 2A 中限由國營貿易企業進出口之商品，外資不得持有多數股權。中國大陸入會議定書附表 2A 所列之商品包括種子、植物油、糖、煙草、原油、成品油、化肥、棉花、茶，稻米、玉米、大豆、鎢礦、鎢酸鹽、鎢產品、煤、蠶絲、未漂白絲綢機織物、棉紗、棉梭織布、銻礦、氧化銻、銻產品及銀。
- 3.外國連鎖業者可以自由的選擇與在中國大陸合法設立的業者合作。

二、中國大陸在 CEPA 對香港額外開放的部分

(一)港資從事出版分銷事業的最低資本要求比照內資企業實行⁵³，即按照「出版物市場管理規定」，設立出版物批發企業，註冊資本應不少於 200 萬人民幣；若設立出版物連鎖經營企業，則註冊資本不少於 300 萬人民幣，從事全國連鎖，註冊資本不得少於 1,000 萬人民幣。相較於 WTO 所承諾之部分，外資必須符合「外商投資圖書、報紙、期刊分銷企業管理辦法」之要求，批發業註冊資本不得少於 3,000 萬人民幣，零售業註冊資本不得少於 500 萬人民幣，明顯港資企業面臨的門檻較低。

⁵³根據中國大陸在 WTO 服務貿易承諾減讓表(中文版)中的附件二提到有關分銷之定義，分銷貿易服務由佣金代理服務、批發、零售及特許經營組成，分銷服務涵蓋 CPC61、62、63 及 8929。

(二)超過 30 家以上的連鎖業者，若是經營藥品、農藥、農膜、化肥、植物油、糖及棉花等商品，且商品來自不同品牌與不同供應商，允許獨資形式經營。相對於 WTO 所承諾之部分，若超過 30 家以上之連鎖業者，商品來自不同品牌與不同供應商，且經營上述之商品，則外資不得持有多數股權。

(三)超過 30 家以上的連鎖業者，若是經營圖書、報紙、雜誌、糧食，且商品來自不同品牌與不同供應商，限制出資比例 65%。特別在經營圖書方面，中國大陸允諾港資設立企業分銷香港出版的圖書，但其銷售之香港圖書需由國家批准的出版物進口單位代理進口。相對於 WTO 所承諾之部分，若超過 30 家以上之連鎖業者，商品來自不同品牌與不同供應商，且經營上述之商品，則外資不得持有多數股權。

三、中國大陸對東協承諾開放的部分

在與東協的自由貿易協定中，中國大陸對批發業服務及零售業服務沒有額外承諾。

以下將中國大陸對於 WTO 及雙邊 FTA 開放承諾彙整如(表 3-2-1)：

表 3-2-1 中國大陸批發零售業對 WTO 及雙邊 FTA 開放承諾彙整

	批發業	零售業
WTO	<p>開放：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 開放至 CPC 62 二位碼的行業且包括「非於固定場所之批發服務」 2. 取消所有限制 <p>限制：</p> <p>排除武器、軍事用品、鹽及煙草的批發銷售</p>	<p>開放：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 開放至 CPC 61、63 二位碼的行業且包括「非於固定場所之零售服務」 2. 取消所有限制 <p>限制：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 排除武器、軍事用品及煙草的零售 2. 超過 30 家分店，且經營來自不同供應商、不同品牌種類之特定商品，外資不得持有多數股權
CEPA	<ol style="list-style-type: none"> 1. 出版分銷比照中國大陸企業標準，採用「出版物市場管理規定」，不受「外商投資圖書、報紙、期刊分銷企業管理辦法」之限制¹ 2. 港資可在中國大陸設立企業批發香港出版的圖書，但其銷售之香港圖書需由國家批准的出版物進口單位代理進口 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 出版分銷比照中國大陸企業標準，採用「出版物市場管理規定」，不受「外商投資圖書、報紙、期刊分銷企業管理辦法」之限制 2. 若超過 30 家以上連鎖且經營來自不同供應商不同品牌種類之特定商品，允許持有至 65% 之股權或允許獨資經營 3. 港資可在中國大陸設立企業零售香港出版的圖書，但其銷售之香港圖書需由國家批准的出版物進口單位代理進口
ACFTA	沒有額外承諾	沒有額外承諾

註：1. 根據中國大陸在 WTO 服務貿易承諾減讓表(中文版)中的附件二提到有關分銷之定義，分銷貿易服務由佣金代理服務、批發、零售及特許經營組成，分銷服務涵蓋 CPC61、62、63 及 8929。

資料來源：本研究整理。

第三節 中國大陸批發零售業之貿易障礙 及台灣的商機

一、法律面障礙

(一)批發業及零售業共同障礙

1.許可審批之障礙

2006年實施的「商務部關於委託地方商務主管部門審核外商投資商業企業通知」以及「關於委託國家級經濟技術開發區審批外商投資商業企業和國際貨物運輸代理企業有關問題的通知」，已將審批權由中央下放到省級單位或國家級經濟技術開發區管委會管理，以節省審批的時間，不過經營方式若透過電視、電話、郵購、互聯網、自動售貨機⁵⁴，或商品分銷業務中包含鋼材、貴金屬、鐵礦石、燃料油、天然橡膠等重要工業原材料及「外商投資商業領域管理辦法」第十七條、十八條規定的商品，包含圖書、報紙、期刊、雜誌、原油、成品油、藥品、汽車、農副產品、及農業生產資料之商品⁵⁵，則仍須由地方上報中國商務部審批。

2.經營期限之障礙

依據「外商投資商業領域管理辦法」，外商投資商業企業的經營期限不超過30年，在中西部地區經營期限不超過40年。

3.從事特定產品經營之障礙

關於從事煙草批發零售，2007年3月7日發布「煙草專賣授權管理辦法」，禁止外資商業企業從事煙草批發或零售業務。從2009年1月起，外商投資商業企業或個體工商戶不得直接或間接進入煙草市場。

⁵⁴ 2010年9月商務部發佈「關於外商投資互聯網、自動售貨機方式銷售項目審批管理有關問題的通知」，若外商採用互聯網及自動售貨機銷售，只須上報省級單位審批。

⁵⁵ 上述商品為外商投資商業領域管理辦法第十七、十八條內文提到的商品，其中糧食、植物油、糖、棉花、鹽、煙草已包含在農副產品，化肥、農膜、農藥已包含在農業生產資料，故未列入。

(二)批發業障礙

從事特定產品批發之障礙

因應對 WTO 的承諾，中國大陸應於 2004 年 12 月 11 日解除出版品，如圖書、報紙、期刊、電子出版、錄音、錄像視聽產品(AVHE)、音樂、影片等產品的市場進入及國民待遇的限制，然而中國大陸卻透過中國國務院、國家發展改革委員會、商務部、文化部、廣電總局、新聞出版總署及對外貿易及經濟合作部等機關發布各式各樣限制的法令，限制這些產品的貿易權，並對外資企業設立了許多連內資企業都無須配合的限制，如對註冊資本的限制，依據「外商投資圖書、報紙、期刊分銷企業管理辦法」之要求，批發業註冊資本不得少於 3,000 萬人民幣，而內資企業依照「出版物市場管理規定」之規定，設立出版物批發企業，註冊資本僅須 200 萬人民幣。

關於原油及成品油的經營，依國務院 1999 年第 38 號文「關於清理整頓小煉油廠和規範原油成品油流通秩序的意見」之內容，中國石油天然氣股份公司及中國石油化工股份有限公司成為壟斷中國大陸油品市場的兩大企業，其他煉油廠僅能將產品銷售給這兩家企業，且所有零售商也必須從這兩家同時也是競爭者的公司進貨。直到 2006 年 12 月頒布的「成品油產品市場管理辦法」，提供油品批發許可證核發的條文，可是第 38 號文仍未廢除，而且相關辦法限制太多，必須符合下列任一條件：(1)申請者必須擁有長期穩定的成品油供應渠道，故外資必須擁有一家煉油廠，但煉油廠在中國大陸被視為戰略性資產，外商不可能持有多數股權；(2)申請企業必須持有進口許可證，但目前沒有任何外資有進口許可證；(3)申請企業必須與批發商達成一年以上的供應契約，惟目前仍沒有外資企業能夠做到。因此油品批發市場上還是由兩大企業所掌控。

此外，對於油庫儲量、管線、鐵路線、碼頭等的管制亦提高了油品市場的進入門檻，使得外資無法在油品市場獲得較大的利潤。目前中國大陸已發出了 17 個石油批發相關的執照，但其中大部分為內資企業。2007 年 6 月，福建聯合石油

化工公司與中石化森美石油有限公司兩家中外合資公司獲准進入油品批發市場，這是第一次將批發許可授與外資相關企業(中資持有多數股權)，但由於第 38 號文規定仍然有效，因此其他公司也僅能向中國石油天然氣股份公司及中國石油化工股份有限公司兩家企業買賣石油產品。

關於汽車產品的經營，中國大陸陸續在 2005 年 2 月頒布「汽車品牌銷售管理實施辦法」、11 月頒布「汽車產品外部標示管理辦法」，以及在隔年 1 月頒布「汽車總經銷商和品牌經銷商資質條件評估實施細則」。這些法令的推出對外資企業的影響仍有待觀察，但其中的「汽車品牌銷售管理辦法」對外商有明文規定，外資設立汽車總經銷商及品牌經銷商必須額外符合外商投資管理有關規定，且在申請設立程序上，設立與購併汽車總經銷商及品牌經銷商需經由省級商務主管部門經過初審後，1 個月內上報中國國務院商務主管部門(若合資中方有國家計畫單列企業集團，可直接報送中國國務院商務主管部門)，再由中國國務院商務主管部門會同工商行政管理部門審核後，3 個月內做出是否批准的決定，批准後再行頒發或換發外商投資企業批准證書。然而內資企業卻可以直接向中國國務院工商行政管理部門備案，無須三級上報。

(三)零售業障礙

1. 新店鋪設立之障礙

(1) 許可審批之障礙

若外資零售業單一店鋪之營業面積大於 300 平方公尺的店鋪數量超過 30 家，則申請新店鋪的許可須經過市級、省級、中央政府三級審核。中國商務部批准後方能拿到中國工商管理總局的許可⁵⁶。而內資企業可直接向中國工商管理總局申請許可，而不需要經過三級繁瑣的手續。在 2008 年 9 月中國商務部外資司將店鋪開設審批下

⁵⁶以上為中國美國商會提到須三級上報的條件，但依商務部「關於委託地方部門審核外商投資商業企業的通知」，零售業者不符合下列三個條件就須呈商務部：(1)單一店鋪面積不超過 300 平方米；(2)單一店鋪面積不超過 3,000 平方米，且店鋪數量不超過 5 家，其外國投資者通過設立的外商投資商業企業在中國大陸開設同類店鋪總數不超過 50 家；(3)單一店鋪面積不超過 5,000 平方米，且店鋪數量不超過 3 家，其外國投資者通過設立的外商投資商業企業在中國大陸開設同類店鋪總數不超過 30 家。

放給省級政府，並在 12 月發佈針對地方部門的指導方針，其中包括開設店鋪的審批程序，如此將有助於簡化審核程序，不過政府對零售業管理的一些領域仍存在著歧視性待遇以及透明度缺乏的問題，不僅影響外資零售企業的發展，同時也阻礙了外國投資者向中國大陸提供其專業技術。

而在特定商品的經營上，如從事藥品、農藥、農膜、化肥、成品油、種子、植物油、糖、棉花和出版物等領域，仍普遍存在歧視性待遇，外資零售業必須限制店鋪數量，或者得到中國大陸中央的特別許可，許可核發又曠日廢時，內資企業卻僅需獲得地方的許可。此外，煙草、CD 和 DVD 等商品的經營還禁止外資零售業涉足。

(2) 註冊資本之障礙

依據「外商投資商業領域管理辦法」，外商投資零售業的註冊資本須符合「公司法」及其他法規之相關規定，而「公司法」設定的註冊資本為 3 萬人民幣到 50 萬人民幣之間，但中國商務部通常會要求外資企業每開設一家新店鋪就必須將其註冊資本增加大約 10 倍，而對內資企業卻沒有這些要求。且依「外商投資商業領域管理辦法」註冊資本必須全部繳清。

(3) 商業分區之障礙

外資申請企業設立及開設新店鋪還須取得地方政府的證明，其開設的新店鋪必須符合城市商業發展分區計畫，且該計畫還須經過公眾聽證流程，使得審批時間耗時三個月以上，若無法提出符合規定之證明，中國商務部會以新店鋪不符合商業區域發展計畫而拒絕，而內資企業卻無須提出證明可以直接申請。可是許多城市的商業發展分區規畫根本尚未完成，因此中國商務部就會以資格不符為由拒絕核發許可。

2.從事特定產品零售之障礙

外資企業經營圖書、報紙、期刊等商品，依據「外商投資圖書、報紙、期刊分銷企業管理辦法」之要求，零售業註冊資本不得少於 500 萬人民幣，而內資企業依照「出版物市場管理規定」之規定，設立出版物連鎖經營企業，註冊資本的限制僅為 300 萬人民幣，若從事全國連鎖，註冊資本不得少於 1,000 萬人民幣。而在經營圖書及音像產品的規定上，只有在中國大陸設立獨立的法人企業，且其外資比例少於 49% 的外資零售企業才能銷售圖書；只有外資比例不超過 49% 的中外合作企業才能銷售音像製品。

由於加油站的經營是屬於 WTO 承諾中 30 家連鎖限制的經營項目之一，外資不得持有多數股權，因此提高了外資進入油品市場的障礙。

根據「外商投資產業目錄」和「商業領域管理辦法」，連鎖店鋪超過 30 家，並從事藥品、糧食、植物油、糖及棉花等商品且來自不同供應商多種品牌之零售企業，外資不得持有多數股權，但香港和澳門投資者則可獨資持有。

二、經營面障礙

批發業及零售業共同障礙

(一)分銷網路之障礙

由於省、地方的限制，以及基礎建設的缺乏，中國大陸的分銷網路相當破碎，就連內資企業都沒有普及全國的分銷網路，也沒有內資企業占市場份額超過 2% 以上。為此，中國大陸政府正積極的建立完整的分銷網路，盼能促進經濟及勞動發展並加速偏遠地區的開發。

(二)地方約定成俗的規範

許多台商在中國大陸市場面臨最大的問題不在於法規對企業營運產生的限制，而是地方上有許多約定成俗的「潛規則」。這些所謂的「潛規則」即是與當地企業及地方政府交流時需注意的「規矩」及可以運用的「關係」，這些「潛規則」

透明度低，有些甚至與地方法令相抵觸，外商受到「潛規則」的無形影響遠勝於明文的規條。例如台灣某家房屋仲介業者在受訪時曾提到，該公司在蘇州是納稅第一，甚至曾獲得當地政府的肯定，但該公司無論是業績或營收在當地市場卻都不是第一，可見其他業者透過「關係」避稅的情形相當普遍。

(三)法令繁雜不透明，且地方政府偏袒內資企業

中國大陸法令繁雜，且法規效力完全取決於執行的政府單位，他們可選擇是否要利用這些法令來限制及規範業者，有時地方法規的效力甚至還高過於中央法規。且因內資企業政府關係較深，政府單位對內資企業的管理也較為寬鬆，甚至給予許多優惠，像內資企業可以和稅務局私下協商或透過各種方式逃避賦稅，如企業可以不開發票以減少 17% 的增值稅，或採用包稅(一年繳固定稅額)的方式繳納。此外，對於外資企業，地方政府還經常利用各種名目收受規費，增添企業成本，對外資企業發展造成許多無形的阻礙。

(四)融資困難

台商在中國大陸融資相當困難。在台灣，銀行可以接受應收帳款、訂單契約或現金流等「準資產」進行貸款，但中國大陸的銀行只接受土地、機器設備及廠房等固定資產抵押融資，且陸銀對台商徵信不易，因此台資中小企業很難獲得貸款，故有部分台商透過境外公司回台融資。針對此一困難，僑委會已提出願意運用海外信保基金，協助台商融資創業。

(五)商標問題

在中國大陸知名商標被惡意註冊的問題相當嚴重，而且商標申請案件經常要二、三年才會有結果，對於台商品牌經營造成很大的阻礙。

(六)證照制度不完整

中國大陸相關證照考試在中央與地方沒有建立統一標準，上海證照只適用於上海，要到北京執業勢必需要考取當地的證照，而中央的證照雖然名義上通行全國，但部分的地方政府還是會要求持有當地的證照才能執業，甚至還有地方政府要

求考證資格需有當地執業的經驗，對於積極想招募新人的外資業者來說相當不方便，例如中國大陸房地產經紀人的考照條件，即需有相關業務之從業經驗，對廣召新人的業者，證照取得相對不易。另外據某房仲業者表示，若將同一店鋪中的員工分成兩組分別管理，此二組員工之工作業務獨立且互不統屬，則會被地方政府視為是兩家店鋪，必需具備兩張證照才允許執業。

(七)營業執照申請手續繁雜

營業執照多且申請手續繁雜，像是便利店因有許多營業項目，以致每開立一家門市(分公司)，就需辦理多達 14 張證照，且中國大陸行政效率不佳，每張執照的審核就長達 20 天以上，申請過程相當耗時費日，增加企業的營運成本。

(八)外匯管制

企業到中國大陸投資，匯入的外幣無法一次換成人民幣，因為中國大陸的外匯管制，規定需有實際支出才能將外幣換成人民幣，導致企業的外幣資本帳戶存在不確定的外匯風險，若採分次注資，則將增加作業之麻煩，也影響業者資金運用效率。

(九)稅務問題

中國大陸的稅制各地規範不一，如浙江、北京對服務業允許營業稅差額徵收(如：代售或代收費業務)或允許扣除合理費用，再課徵營業稅，但其他地區則無明確規範，致企業營運存有稅務不確定的風險。此外，據受訪企業表示，2009 年在上海稅務單位要求下該公司使用收銀機(加值營業稅 17%)，但迄今未見其他上海店家使用，甚至是上海市政府經營的便利店也未採用，如此造成稅負不公平的情況。

由於中國大陸稅務需票、證、款三者一致才行，但實務上常因營運需要，會代替或委託第三方收付款，致金流與文件流會產生差異，造成稅務單位的質疑。因此為符合稅務單位之規定，廠商每筆交易都必須票、證、款三者一致，以致於常常會有收不到錢的狀況發生。例如便利店需付給廠商進貨款項，而廠商可能也有其他款項(如贊助金、廣告費、上架費等)要支付

給便利店，在台灣的作法，便利店可將貨款先行扣除廠商欲支付的金額，再以淨額交付給廠商，但在中國大陸則不得以淨額交付，便利店必須將貨款全額交給廠商，且廠商亦須將欲支付之款項完整交給便利店，唯有如此，票據上的金額才會與流通的現金款項一致，以便於當地稅務人員逐一核查每筆款項。

(十)從事特定產品經營之障礙

目前外資企業不允許販售香煙，僅中資企業允許販售。但香菸銷售是便利店業者重要收入來源之一，因此對於相關企業經營而言影響很大。有些外商投資的便利商店為了爭取客源，遊走於灰色地帶，透過關係與當地陸資合作，以插乾股等方式取得香菸販賣許可。

藥商資格的取得採取地方審批的形式，跨城市跨省區發展就必須另外取得當地核可，方能從事藥品的零售。以統一康是美為例，康是美從深圳拓展到中國大陸其他城市，受制於當地藥商資格的取得，或必須找到當地具藥商資格的廠商合作，因此在中國大陸的發展並不順利。

經營影音產品(CD、DVD)的許可申請不易取得。雖然因應WTO承諾，中國大陸已於2004年12月11日解除了各類出版品、影音產品的市場進入及國民待遇限制，不過專賣許可的取得依然限制重重，每家店面都需要單獨向地方政府申請執照，可是地方政府行政效率不彰，加上各省區城市規定又有不同，許可取得相當不易，續發核可的機會也相當低。

針對法條對外資的限制、台商在中國大陸的經營障礙、與美國貿易代表署(USTR)、中國美國商會、中國歐盟商會、日本經濟產業省、以及WTO中國貿易政策檢討中對中國大陸貿易障礙所提出之意見整理如下(表3-3-1)：

表 3-3-1 批發零售業貿易障礙彙整

貿易障礙項目	說明	提出意見之單位或法令出處
一、法律面障礙		
(一)批發業及零售業共同障礙		
1. 許可審批之障礙	經營方式若透過電視、電話、郵購，或商品分銷業務中包含鋼材、貴金屬、鐵礦石、燃料油、天然橡膠等重要工業原材料及「外商投資商業領域管理辦法」第十七條、十八條規定的商品，包含圖書、報紙、期刊、雜誌、原油、成品油、藥品、汽車、農副產品、及農業生產資料之商品，則仍須由地方上報商務部審批	商務部關於委託地方部門審核外商投資商業企業的通知
2. 經營期限之障礙	外商投資商業企業的經營期限不超過30年，在中西部地區經營期限不超過40年	外商投資商業領域管理辦法
3. 從事特定產品經營之障礙	限制外資從事煙草批發或零售業務	中國美國商會
(二)批發業障礙		
從事特定產品批發之障礙	(1)對於外資經營圖書、報紙、期刊、電子出版、錄音、錄像視聽產品(AVHE)、音樂、影片等出版品之批發，法令限制了部分產品的貿易權，並存在許多歧視性規定，但內資企業卻無須配合 (2)中國大陸對於外資經營經營成品油及原油批發仍存有許多管制措施，使國有企業依舊掌控石油產品市場 (3)外資若經營汽車批發，則可能面臨審批程序繁雜耗時的問題	美國國際貿易代表署 日本經濟產業省 中國歐盟商會 WTO
(三)零售業障礙		
1. 新店鋪設立之障礙	(1)2008年9月商務部外資司將店鋪開設審批下放給省級政府，如此有助於簡化審核程序，不過政府對零售業管理的一些領域仍存在著歧視性待遇以及透明度缺乏的問題。且若是經營特定商品，許可核發更是曠日廢時 (2)商務部會要求註冊資本提高大約10倍 (3)地方政府常以商業區域發展計畫未完成阻礙拓點	美國國際貿易代表署 中國美國商會 WTO

表 3-3-1 批發零售業貿易障礙彙整(續)

貿易障礙項目	說明	提出意見之單位或法令出處
2. 從事特定產品零售之障礙	<p>(1)外資經營圖書、報紙、期刊等商品之零售，註冊資本不得少於 500 萬人民幣，但內資企業的註冊資本僅需 300 萬人民幣</p> <p>(2)中國大陸僅允許外資持股比例不超過 49% 的中外合作企業才能銷售影音製品。</p> <p>(3)外資若經營圖書、報紙、雜誌、糧食等商品之零售，超過 30 家以上分店且銷售來自不同供應商不同品牌種類之商品，外資不得持有多數股權，但港商持股比例可以到 65%。其中港資若經營香港出版圖書之零售則不受股權比例之限制</p> <p>(4)外資若經營加油站從事成品油之零售超過 30 家連鎖且銷售不同品牌種類商品，則外資不得持有多數股權</p> <p>(5)外資若經營藥品、農藥、農膜、化肥、植物油、糖及棉花等商品之零售超過 30 家分店且銷售來自不同供應商不同品牌種類之商品，外資不得持有多數股權，但港商可以獨資</p>	<p>外商投資圖書、報紙、期刊分銷企業管理辦法 出版物市場管理規定 中國美國商會 美國國際貿易代表署 CEPA 補充協議</p>
二、經營面障礙		
批發業及零售業共同障礙		
(一)分銷網路之障礙	基礎建設不足、分銷網路破碎	美國國際貿易代表署
(二)地方約定成俗的規範	地方有許多約定成俗的「規矩」，其效力甚至高過中央法令	台商業者
(三)法令繁雜不透明，且地方政府偏袒內資企業	<p>(1)中國大陸中央及地方法規繁雜不透明，且法規效力取決於執行單位</p> <p>(2)內資企業不開發票，藉此減少 17% 的增值稅，或以包稅方式繳稅</p> <p>(3)地方政府各種名目的費用收取，增加成本</p>	<p>台商大陸投資名人訪談錄 台商業者</p>
(四)融資問題	<p>(1)中國大陸的銀行只接受固定資產如土地、廠房或機器設備等動產或不動產作為貸款抵押品，不像台灣可以接受應收帳款、訂單契約或現金流等「準資產」進行貸款</p> <p>(2)銀行對台商徵信不易，因此中小企業難以獲得融資</p>	貿易雜誌電子報
(五)商標問題	<p>(1)商標經營兩三年，可是商標仍在審議</p> <p>(2)存在商標蟑螂搶先註冊及容易被模仿問題</p>	<p>中國評論新聞網 台商大陸投資名人訪談錄</p>

表 3-3-1 批發零售業貿易障礙彙整(續)

貿易障礙項目	說明	提出意見之單位或法令出處
(六)證照考試問題	中國大陸中央及地方的證照制度沒有統一標準，即使領有中央證照，地方政府仍會要求持有地方證照，且考照要求嚴格，證照取得不易	台商業者
(七)營業執照申請手續繁雜	營業所需執照多且申請手續繁雜，加上中國大陸行政效率不佳，申請過程相當耗時費日。	台商業者
(八)外匯管制	外匯管制規定需有實際支出才能結匯，導致企業的外幣資本帳戶存在不確定的外匯風險	台商業者
(九)稅務問題	(1)各地稅務規範不一，且存有內外資稅賦不公平的情形 (2)稅務需票、證、款三者一致，使代收代付交易常有損失	台商業者
(十)從事特定商品經營之障礙	(1)目前僅中資企業允許販售香菸，有些外資的便利商店為了爭取客源，遊走於灰色地帶，透過關係與當地陸資合作，以插乾股等方式取得香菸販賣許可 (2)藥商資格的取得採取地方審批的形式，跨城市跨省區發展就必須另外取得當地核可 (3)影音產品專賣許可的取得限制重重，每家店面需要單獨向地方政府申請執照，可是地方政府行政效率不彰，加上各省區城市規定又有不同，許可取得相當不易，續發核可的機會也相當低	台商業者

資料來源：本研究整理。

二、台灣的商機

依經濟部投審會資料，台灣對中國大陸服務業的投資以批發零售業所占比重最大，2009年達到66.2%，除2002及2003年，投資比重皆超過3成。2009年投資金額達到7.4億，較前一年成長48.9%。從趨勢來看，8年來投資金額快速上升，年均成長達到26%，但投資件數卻有先增後減的趨勢，2008年及2009年投資件數甚至少於100件，顯示單件投資金額愈來愈大(表3-3-2)。

表 3-3-2 2001~2009 年台灣對中國大陸批發零售業投資概況

單位：件，千美元，%

年份	投資件數	投資金額	成長率	占服務業比重
2001	110	117,211	102.4	51.3
2002	199	146,957	25.4	27.8
2003	255	175,404	19.4	22.7
2004	320	183,070	4.4	33.8
2005	143	274,288	49.8	42.1
2006	150	312,778	14.0	34.4
2007	138	411,902	31.7	41.9
2008	72	499,106	21.2	31.5
2009	82	743,150	48.9	66.2

資料來源：核准僑外投資、陸資來臺投資、國外投資、對中國投資統計月報(99年1月)。

台灣業者前往中國大陸發展，在便利商店、量販店、藥妝、及百貨公司等零售類型的經營都相當出色。在便利商店方面，台商企業包括有潤泰集團、全家便利商店及統一超商等業者。2001年潤泰集團在上海所成立喜士多便利商店，成立以來便積極的往華東地區及華南地區發展，目前有直營及加盟店超過500多家；全家(福滿家便利商店)自2004年在上海開幕以來，至2009年年底已經有255家店舖；統一超商在2009年正式進軍上海，2010年1月又開了4間分店，目前已有18個據點。在量販店方面，目前台資企業有潤泰集團的大潤發，2009年營收超過400億人民幣，門市數量超過125家，營收及門市都已經超越家樂福。並計畫在2010年展店至160家。

藥妝店方面，由統一超商與中國大陸麗珠醫藥集團合作的康是美連鎖店，2005年在深圳開第一家店以來，自2008年底曾達到14家分店，但因中國大陸對藥品銷售證照有新規定，在一定距離內不能有兩家店，因此康是美無法在選定區域內展店，且取得藥品也受到限制，使得銷售的產品由藥妝調整為美妝，選址也因產品結構的改變而調整，故而收掉部分不適宜的店面，目前僅剩9家分店。另外，中化製藥在上海成立了12家名為百靈的連鎖藥妝門市，吸引了日本第二大的Segami連鎖藥局前來投資，並得到中國商務部的批准允許在上海成立30家門市。百貨方面，遠東集團是目前到中國大陸投資的百貨業中最成功的例子，2008年底其所屬遠東百貨及太平洋百貨在中國大陸已分別有2家及10家分店。

目前中國大陸服務業比重只占 4 成，批發零售業占不到 GDP 的 8%，在發展上仍有很大的空間，若能加強兩岸批發零售業的合作，結合兩岸業者的優勢及配合中國大陸重視內需的經濟環境，相信有很大的發展空間。表 3-3-3 為兩岸業者合作方式之彙整：

表 3-3-3 兩岸批發零售業者的合作方式

合作方式	合作內容
品牌	<ul style="list-style-type: none"> ● 以授權品牌方式進入市場 ● 共同合作經營自有品牌及代理國外品牌
資金	<ul style="list-style-type: none"> ● 以併購方式取得經營權 ● 投資但不涉入經營權 ● 共同出資合作經營
技術合作	<ul style="list-style-type: none"> ● 提供顧問服務，提高經營績效 ● 技術輸出、或將物流、倉儲等管理服務以委外方式合作
商品合作	<ul style="list-style-type: none"> ● 兩岸相互引進特色商品 ● 新商品研究、開發合作 ● 建立共同採購、共同物流、共同零售賣場
人才培育	<ul style="list-style-type: none"> ● 人才交流，資訊、經驗交換 ● 引進當地優秀人才，降低成本
區域	<ul style="list-style-type: none"> ● 共同開拓兩岸市場及其他區域市場。

資料來源：整理自統一超商總經理徐重仁「兩岸批發零售業現況與合作模式以統一超商為例」投影片、(徐斯勤、陳德昇，2009)。

許多台商為避開一線城市的市場競爭，以二、三線城市作為發展的起點。這是因為二、三線城市市場競爭較不激烈，因此可向地方政府要求到比較好的地段，投入成本也較低，如台商在二、三線城市的廣告方式是採用機動三輪車貼廣告，每月廣告費只要 10~30 元人民幣。不過，二、三線城市人均 GDP 普遍不高，加上基礎設施不足，這使許多廠商對當地消費能力感到質疑，同時也擔心進入之後反而需要投入更多的資本，因此二、三線城市若無一定之規模，可能造成台商發展之限制。為此，《台商大陸投資名人訪談錄》中以 2,000 人民幣的人均所得作為衡量的基準，建議人均所得大於 2000 人民幣時為市場的進入時機；若低於 2,000 人民幣時，由於當地市場規模不大，將無法負擔台商所提供的高價位服務及產品。

現在透過網路銷售商品，是一種投入成本低且具未來性的銷售方式，連中國商務部也在積極的推動，並制訂相關法令。其中對外商的管理，2010 年 9 月商務部發佈「關於外商投資互聯網、自動

售貨機方式銷售項目審批管理有關問題的通知」，已允許外資生產企業及商業企業只要經過省級商務部門的批准、註冊，即可從事網路上的銷售業務。現今中國大陸的網購市場，根據艾瑞諮詢發布的報告顯示，2008 年網購交易額達到 1,200 億人民幣，年成長達 128.5%。目前有意進入的台商包括奧黛莉及鴻海等業者，奧黛莉預計 2010 年下半年要進駐淘寶網；市場上也盛傳鴻海為擴張 3C 通路，有意併購中國大陸網站。

儘管在 WTO 的承諾中，批發零售業已解除大部分的限制，但中國大陸中央及地方政府仍會針對外資企業設立一些法令及法規，使外資在經營上受到許多限制。例如註冊資本雖然比照公司法，但中國商務部會要求以 10 倍資本金額投入，且在拓展店鋪時，地方經常以商業分區規劃未完成為由拒絕新店鋪的開設等。因此如果台商在面對中國大陸的行政法規之時，能在最大限度上比照內資企業辦理的話，或者兩岸透過一些組織的方式建立共同窗口，協助台商法律諮詢及維護台商之權利，如此可以避免法令政策對業者經營造成的障礙。

中國大陸對許多敏感產品的管制仍相當嚴格，即使是已開放的成品油批發市場，其進口及批發業務仍牢牢控制在兩大國營企業，相關法規限制重重，就算是非國有的內資企業也難以進入，業者根本難以取得許可核發，以致所有油品零售商都被迫從同是競爭對手的兩家企業進貨。更何況其他尚未完全開放經營之商品，如圖書、報紙、藥品等，外商若經營這些特定商品超過 30 家連鎖仍存有股權比例之限制。但台商無可避免會經營上述產品，因此 30 家連鎖之規定勢必限制業者的擴張，相對於內資企業及有額外承諾優勢的港資，台商將處於不利的競爭條件，如港資屈臣氏已拓展到 450 家分店，而康是美卻受限於藥品銷售法令與城市區域規劃，分店數反而減少，且百靈也僅受中國商務部批准成立 30 家分店，在經營拓展上受到很大的限制。

因此我們除希望中國大陸方面實現開放承諾，降低市場進入門檻，亦希望能解除特定商品 30 家連鎖之限制，至少能比照 CEPA 對港資的標準部分開放，而其他 WTO 及 CEPA 均未完全開放經營之商品，若也能稍微降低相關產品的市場門檻，例如在特定地區經營不受 30 家之限制，則台商將有機會比外資提早進入市場布局，

且能在平等或優於港資的條件下競爭。

第四節 小結

在中國大陸縮減產品通路的趨勢下，處於通路中間商的批發業，被製造業及零售業內置化的情形愈來愈普遍，而且批發商也開始從事零售業務，使得批發業與零售業的界線愈來愈模糊，兩者之間已難以區分。現在中國大陸零售業的發展，除在零售類型的表現上日趨豐富之外，還採用連鎖的方式經營，使其規模快速擴張。同時部分零售業者整合通路中的物流、批發、廣告等服務，設置自營的物流配送中心或與專業的物流企業合作，大大降低營業及管理成本，提高其在市場上的競爭優勢。

雖然中國大陸批發零售業的開放時間不長，使得目前在市場上仍以內資企業為主，但外資進入的速度相當快，且挾帶優勢的資金、技術、管理經驗、及新的經營方式，不僅促進當地的零售市場走向多元型態，還帶來了劇烈競爭，迫使缺乏競爭力的小零售業者退出市場，而大型零售業不斷擴大規模，市場集中程度也愈來愈高。目前由於一線城市的市場已趨近飽和，外資連鎖業者開始從一線城市的主戰場轉移到二、三線城市。而原來避開一線戰場的內資及台資企業，在中小型城市發展頗具規模之後，也開始往一線城市移動，由於店鋪選址受限程度不若外資嚴格，因此內資企業在一線城市逐漸開始擴張版圖。未來可預期不只於一線城市，二、三線城市的競爭將轉趨激烈。

為有效扶植內資企業，中國大陸祭出許多優惠措施及貸款政策，讓內資企業在市場准入、信用擔保、金融服務、物流服務及人才培訓等方面得到許多便利，並計畫整合流通服務及拓展網路零售。然而，重點培育的內資企業在相關行政程序上所享有之優惠及簡便，外資無法比照辦理，需注意可能對外資進入市場產生無形的限制及障礙。

中國大陸對於 WTO 的承諾，幾乎開放所有產品經營及限制。批發業保留武器、鹽、及煙草，其餘限制完全解除；零售業保留武器及煙草，除經營特定商品的 30 家連鎖店有特別規定外也解除全部之限制。在 CEPA 承諾中，中國大陸將經營特定商品的 30 家連鎖限制部分開放，允許港資對部分商品的經營可以持有超過 50% 的股權，若是

經營出版分銷事業，其註冊資本可比照內資企業辦理。不過，儘管中國大陸在批發零售業解除大部分的限制，中國大陸中央及地方政府還是會設置許多法規要求外資遵守，而且內資無須比照，因此提高了外資進入市場的門檻，特別是針對新店鋪的擴張及經營敏感商品都有許多歧視性的規定。換言之，即使中國大陸已逐漸放寬部分限制，如審批權之下放，提高了審批的效率，但外資依然受到嚴重的差別待遇。

目前中國大陸的服務業及批發零售業占 GDP 的比重，明顯比起先進國家來的低，在未來仍有很大的發展空間，加上中國大陸正以「內需拉動」作為經濟發展策略，直接面對消費市場的批發零售業具有很大的商機。特別是電子商務市場，隨著 2010 年 9 月中國商務部進一步對外資開放之後，外商僅需向地方政府登記，即可從事網路銷售業務。中國大陸幅原廣大，業者只要透過網路，即可不侷限在實體店面將產品行銷全國，由於多數業者在台灣已有豐富的網路行銷經驗，如此將有利於台商開拓中國大陸市場。

不過，由於中國大陸對 CEPA 的承諾，讓港資的發展條件優於台資及其他外資，特別是特定商品的經營，其股權限制比起外資放寬了許多，使得港資在這些產品的經營相對於台灣有很大的優勢，如藥妝市場裡，港資的屈臣氏已經展店 450 間，但台資的康是美、百靈皆受到 30 家之限制。再加上中國大陸中央及地方政府都會針對外資設立許多規定，即使經營的項目在中國大陸承諾之內，仍受到諸多限制。因此我們在兩岸協商的談判中爭取與 CEPA 相同的承諾僅是基本底線，目的是讓台商與港資不至於在不平等的條件下競爭。但我們仍期待在連鎖經營特定商品的限制能部分對台商放寬，如採取在特定區域經營不受限制的方式，以及在行政法規上台商能在最大限度上比照內資企業，以拉近台資與內資企業的發展條件，加強台商在中國大陸的競爭力。

第四章 旅行業

旅行業包括旅行社、觀光旅館及餐館等行業，由於中國大陸對於觀光旅館與餐館在 WTO 中已承諾開放外資可以擁有多數股權，並於 2003 年底進一步允許外資設立獨資子公司，因此本章僅探討旅行社產業。本章第一節概述中國大陸旅遊業概況、產業競爭概況與未來發展方向；第二節整理中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 對旅行社業開放之承諾及比較；第三節彙整外資旅行社在中國大陸經營所碰到的法律面及經營面之障礙，並分析台灣旅行社在中國大陸市場可能的發展機會；第四節為本章小結。

第一節 中國大陸旅行社產業發展概況

一、產業發展概況

中國大陸觀光資源豐富，旅遊業已為中國大陸帶來大量外匯收入。基本上，中國大陸的旅遊業共分為入境旅遊⁵⁷、國內旅遊、出境旅遊⁵⁸三種型態。在中國大陸積極發展入境旅遊、有序發展出境旅遊的國家政策下，WTO 2008 年出版之中國大陸貿易政策檢討文件中指出，中國大陸入境旅遊已占其服務業出口第一名、出境旅遊則為服務業進口第二名。

(一)入境旅遊及國內旅遊

根據中國大陸國家旅遊局公佈的 2010 年上半年旅遊經濟運行報告，2010 年 1~5 月入境人數 6,550 萬人次，比去年(2009)同期成長 5.5%，其中外國人 1,240 萬人次，成長 21.5%；香港 3,950 萬人次，成長 3.7%；澳門 1,120 萬人次，下降 4.0%；台灣入境人數則為 240 萬人次，成長 13.6%。國內旅遊方面，人數 10.97 億人次比去年(2009)同期成長 8.6%。以下表 4-1-1 列出中國大陸歷年旅遊人數統計。

⁵⁷ 入境旅遊：指來中國大陸觀光、度假、探親訪友、就醫療養、購物、參加會議或從事經濟、文化、體育、宗教活動的外國人、港澳台胞等入境遊客。

⁵⁸ 出境旅遊：指中國大陸居民因公或因私出境前往其他國家、中國香港特別行政區、澳門特別行政區和台灣觀光、度假、探訪親友、就醫療養、購物、參加會議或從事經濟、文化、體育、宗教活動的人數，即出境遊客。

表 4-1-1 中國大陸歷年旅遊人次統計

單位：萬人

指標	2003 年	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年 1~5 月
入境	9,166.21 (--)	10,903.82 (18.96)	12,029.23 (10.32)	12,494.21 (3.87)	13,187.33 (5.55)	13,002.74 (-1.40)	12,647.59 (-2.73)	6,550.00 (5.5%)
港澳	7,752.73 (--)	8,842.05 (14.05)	9,592.79 (8.49)	9,831.83 (2.49)	10,113.57 (2.87)	10,131.64 (0.18)	10,005.44 (-1.25)	5,070.00 (--)
外國人	1,140.29 (--)	1,693.25 (48.49)	2,025.51 (17.62)	2,221.03 (9.65)	2,610.97 (17.56)	2,432.52 (-6.83)	2,193.75 (-9.82)	1,240.00 (21.5%)
台灣	273.19 (--)	368.53 (34.90)	410.92 (11.50)	441.35 (7.41)	462.79 (4.86)	438.56 (-5.24)	448.40 (2.24)	240.00 (13.6%)
出境	2,022.19 (--)	2,885.00 (42.67)	3,102.63 (7.54)	3,452.36 (11.27)	4,095.40 (18.63)	4,584.44 (11.9%)	4,765.63 (3.95%)	2,680.00 (19.0%)
國內	87,000 (--)	110,200 (26.67)	121,200 (9.98)	139,400 (15.02)	161,000 (15.50)	171,200 (6.30)	190,200 (11.1%)	109,700 (8.6%)

註：()表示為與去年同期相比之成長率，單位為%。

資料來源：中國國家旅遊局網站(www.cnta.gov.cn)，中國旅遊統計公報(2003~2009 年)。

2008、2009 中國大陸連續兩年入境旅遊收入下降，主要是受到 H1N1 流感及全球金融海嘯的影響，使得歐美觀光客的消費態度轉為保守，影響到中國大陸的入境旅遊收入，金額從 2007 年的 419 億美元連續下降到 2008 年的 408 億美元及 2009 年的 397 億美元；不過根據表 4-1-1，2010 年上半年入境旅遊轉變為正成長。由於中國大陸政府轉向擴大內需，鼓勵國內旅遊，使得 2009 年國內旅遊人數大幅成長 11.1%，且國內旅遊收入也較 2008 年成長 16.40%，達到 1.02 兆人民幣(約 1,491 億美元)。2008、2009 年中國大陸旅遊總收入以美元計算分別為 1,689 億美元及 1,888 億美元，分別較前一年成長 17.4% 及 11.74%。但若以人民幣計算則成長率分別為 5.2% 及 11.7%。2008 年的成長率用美元及人民幣計價差異極大，主要是因為人民幣當年度大幅升值，導致以人民幣計算的旅遊總收入成長幅度縮小。

2009 年入境外國旅客以探親訪友為目的的人數成長最快，比 2008 年成長 17.95%，其中商務、觀光為目的的外國旅客人數，比 2008 年分別下降 7.76% 及 15.84%。2010 年，由於中國大陸舉辦上海世博會，對入境人數、國內旅客人數與收入

都應有所助益，不過確切的數據，仍待第四季旅遊統計結果。

另外，根據「中國旅遊行業分析報告」指出，2009年外國人在中國大陸消費共計222.5億美元，比2008年下降6.10%，占入境旅遊總消費的56.09%；香港在中國大陸的消費金額為97.5億美元，比2008年成長5.26%，占總消費的24.56%；澳門的消費金額為27.5億美元，比2008年下降19.27%，占總消費的6.92%；台灣的消費金額為49.3億美元，比2008年成長9.96%，占總消費的12.42%。從以上數據可以發現，2009年只有台灣及香港在中國大陸的消費金額是呈現成長的狀態，其中又以台灣的消費成長最大。

表 4-1-2 中國大陸歷年旅遊收入

指標	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年 1~5月
當年平均匯率	8.27	8.27	8.19	7.81	7.62	6.83	6.83	4.67
入境旅遊 收入/億美元	174.06 (--)	257.39 (47.87)	292.96 (13.82)	339.49 (15.88)	419.19 (23.48)	408.43 (-2.57)	396.75 (-2.86)	215.00 (14.5)
國內旅遊 收入/億人民幣	3,442.27 (--)	4,710.71 (14.05)	5,285.86 (12.21)	6,229.74 (17.86)	7,770.62 (24.73)	8,749.00 (12.59)	10,183.69 (16.40)	6,055.00 (20.6)
以美元計算之總收入								
總收入(億美元)	590.30 (--)	827.00 (40.09)	938.36 (13.47)	1,137.15 (21.19)	1,438.96 (26.54)	1,689.40 (17.40)	1,887.77 (11.74)	--
總收入(億人民幣)	4,881.75 (--)	6,839.33 (40.09)	7,685.20 (12.37)	8,881.16 (15.56)	10,964.85 (23.46)	11,538.58 (5.23)	12,893.49 (11.74)	--

註：()表示為與去年同期相比之成長率，單位為%。

資料來源：中國國家旅遊局網站(www.cnta.gov.cn)，中國旅遊統計公報(2003~2009年)。

(二)出境旅遊

中國大陸是一個外匯管制的國家，因此中國大陸政府一向用管制方式控制出境旅遊人數，以避免外匯流失過多。其對於出境旅遊的政策是「有序發展出境旅遊，堅持採有組織、有計畫、有控制的適度發展原則」。「有組織」是指中國大陸居民出國旅遊必須以團進團出方式進行，不辦理散客業務；「有計畫」是指政府根據入境旅遊的情況，包括創匯的數額和接待外國觀光客的人數，針對國內市場的需求、外匯管理與總體旅遊發展需求，相對應制訂出境旅遊計畫，以確定出境旅遊的規模；「有

控制」是指對出境旅遊採取總量管制與配額管理，並對旅遊目的地進行審查批准，對特許經營出境旅遊業務的旅行社進行審查與數量控制。(邱錦添、邱筠惠 2008)目前全中國大陸可以經營出境旅遊的旅行社有 1,800 多家，經營赴台旅遊的只有 159 家。法律規定外資獨資旅行社是不可以經營出境旅遊業務，在 2009 年 12 月 3 日中國國務院的「關於加快發展旅遊業的意見」中指出，在試點的基礎上，逐步對外資旅行社開放經營中國大陸居民出境旅遊業務。中國商務部、國家旅遊局並於 2010 年公佈《中外合資經營旅行社試點經營出境旅遊業務監管暫行辦法》，允許合資旅行社辦理出境旅遊業務。

中國大陸出境旅遊人數從 2003 年的 2,022 萬人次成長到 2009 年的 4,765.63 萬人次，六年成長近 2.5 倍(表 4-1-1)。2010 年 1~5 月出境旅遊人數成長更為快速，共計 2,680 萬人次，比去年(2009)同期成長 19%，其中赴台旅客為 62.26 萬人次，比去年同期成長 101%(資料來源：國家旅遊局 2010 年上半年旅遊經濟運行報告)。

目前已開放的出境旅遊目的地總計有 108 國，2009 年赴港澳陸客人數占全國出境旅遊總人數的 70.91%。2009 年陸客出境人數排名前 6 名國家為香港、澳門、日本、韓國、越南、美國，大都集中在亞洲地區。日、韓是長久以來陸客喜好到訪的國家，其中美國是 2008 年才被允許到訪的國家。(表 4-1-3)

根據中國大陸旅遊研究院資料，2009 年中國大陸出境旅遊消費金額為 480 億美元，較 2008 年成長 14%。出境旅遊客花費在 2,001~3,000 美元之間的占 30.8%，3,001~5,000 美元的占 25.6%。

表 4-1-3 2006~2009 中國大陸內地居民出境人次國別統計

單位：萬人

指標	人數				比重 %				成長率%			
	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009
香港	1,433.40	1,613.69	1,755.70	1,866.59	41.52	39.40	38.30	39.17	6.0	12.6	8.8	6.3
澳門	989.50	1,277.02	1,552.17	1,512.76	28.66	31.18	33.86	31.74	16.7	29.1	21.6	-2.5
日本	128.00	145.81	155.65	155.25	3.71	3.56	3.40	3.26	14.6	13.9	6.8	-0.3
韓國	109.82	131.25	137.43	147.42	3.18	3.21	3.00	3.09	30.2	19.5	4.7	7.3
越南	50.66	92.03	145.90	134.33	1.47	2.25	3.18	2.82	-40.0	81.7	58.5	-7.9
美國	--	--	--	82.42	--	--	--	1.73	--	--	--	6.3
新加坡	55.72	64.76	71.26	66.81	1.61	1.58	1.55	1.40	16.8	16.2	10.0	-6.3
泰國	76.69	71.69	62.39	62.19	2.22	1.75	1.36	1.31	28.8	-6.5	-13.0	-0.3
馬來西亞	43.52	57.35	62.26	60.90	1.26	1.40	1.36	1.28	22.7	31.8	8.6	-2.2
澳大利亞	34.50	39.84	41.31	45.21	1.00	0.97	0.90	0.95	8.5	15.5	3.7	9.4
緬甸	10.16	16.38	33.48	34.63	0.29	0.41	0.73	0.73	-61.5	61.2	104.4	3.4
德國	25.77	27.16	25.28	23.57	0.75	0.66	0.55	0.50	12.2	5.4	-6.9	-6.8
柬埔寨	8.23	14.05	22.09	22.23	0.24	0.34	0.48	0.47	83.8	70.7	57.2	0.6
菲律賓	13.83	16.00	16.27	16.98	0.40	0.39	0.36	0.36	16.1	15.7	1.7	4.3
其他	472.56	528.37	503.25	534.34	13.69	12.90	10.97	11.21	--	11.8	-4.8	
總計	3,452.36	4,095.40	4,584.44	4,765.63	100.00	100.00	100.00	100.00	11.3	18.6	11.9	3.95

資料來源：中國旅遊統計公報(2006~2009年)。

二、產業競爭狀況

中國大陸旅遊業快速發展，且以本土旅行社為主，但本土旅行社面臨發展落後、基礎設施不足、服務品質不高等問題；大多數業務掌控在國有企業手中，使得旅遊業發展在保護政策下成長有限。由於中國大陸入境遊的規模急速擴大，加上政府政策支持，國內旅行社數目龐大，2009 年旅行社已達 20,399 家，較 2008 年增加 1.44%(表 4-1-4)，但因為缺乏經營管理能力、產品同質性高，造成削價競爭，使得中國大陸旅行社長期處在低層次的價格戰上，利潤微薄。

表 4-1-4 中國大陸歷年旅行社數量統計

單位：家

指標	2003 年	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年
旅行社業	13,361 (--)	14,927 (11.72)	16,245 (8.83)	18,475 (13.73)	18,943 (2.53)	20,110 (6.16)	20,399 (1.44)
國際旅行社	1,364 (--)	1,460 (7.04)	1,556 (6.58)	1,688 (8.48)	1,797 (6.46)	1,970 (9.63)	(--)
國內旅行社	11,997 (--)	13,467 (12.25)	14,689 (9.07)	16,787 (14.28)	17,146 (2.14)	18,140 (5.80)	(--)

註：1.()表示為與去年同期相比之成長率，單位為%。

2.國際旅行社為帶入境旅遊業務的旅行社。根據新「旅行社條例」已經取消國內旅行社和國際旅行社的區分。

3.2009 年旅遊業統計公報僅公佈旅行社總數量，不再分國際、國內旅行社。

資料來源：中國旅遊業統計公報(2003~2009 年)。

2006 年 1 月 1 日，中國大陸國內旅遊業務全面開放，外資旅行社採取境外自己組團、境內自己接待的經營方式，衝擊到中國大陸本土旅行社之主要業務。面對國內市場紊亂及外資企業的競爭，中國大陸政府鼓勵「國營旅遊企業集團化與聯合化」，支持中國國際旅行社、中國旅行社和中國青年國際旅行社向「企業聯合體」和「企業集團化」的方向經營，透過連鎖經營和購併，水平整合國內旅遊業，形成零售旅遊代理商和旅遊批發經營商的經營模式，創造規模經濟和網路化經營的旅行業集團(丁宗勝，2008)。

2009 年 5 月中國大陸公布新的《旅行社管理條例》，大幅度開放旅行社，降低進入門檻，許多外資旅行社躍躍欲試。新的條例統一外資旅行社的准入條件，規定取得旅行社業務經營許可後，就可同時經營國內旅遊及入境旅遊業務。同時，該條例還將經營國內旅遊及入境旅遊的外資旅行社最低註冊資本額降至與本土旅行社相同之 30 萬人民幣，並取消外資旅行社不得設立分支機構及股權限

制，外國投資者可以設立「中外合資」、「中外合作」和「外商獨資」的旅行社。然而，外資旅行社不得經營中國大陸居民出境旅遊業務以及赴香港、澳門和台灣旅遊的業務，除非中國國務院或者中國大陸簽署的自由貿易協定另有規定外。

不過，根據中國大陸媒體的最新報導，中國大陸政府已公佈《中外合資經營旅行社試點經營出境旅遊業務監管暫行辦法》，並於今年(2010年)開始，允許外商合資旅行社試點辦理出境旅遊業務，但外資獨資旅行社仍不得經營出境旅遊業務。同時外資旅行社很難取得票務代理執照，至今年8月止，旅遊業的外商投資企業有665家，投資金額14.78億美元。由於中國大陸的入境旅遊市場競爭激烈，加上有業務範圍限制，使得外資旅行社在中國大陸的投資並沒有想像中的高獲利。

以台灣來說，目前在中國大陸的台商旅行社沒有一家申請合法旅行社執照，主要因為中國大陸幅員廣大，台商旅行社如果出團量不大，成立分公司據點多，成本太高，並不划算，因此目前台商多半用分包、承包或借用中國大陸業者執照經營，主要業務則為服務台商機票、收集陸客來台文件、進行聯繫報價等諮詢工作。根據旅行商業同業公會全聯會表示，未來若爭取到台商旅行社在中國大陸可以經營陸客赴台出境旅遊業務這一塊，則台商即有意願在中國大陸成立旅行社。

三、未來發展方向

2009年12月3日中國國務院的「關於加快發展旅遊業的意見」指出，中國大陸的旅遊產業發展快速，產業規模不斷擴大，旅遊業對經濟成長、擴大內需等方面有促進效果，因此政府將入境旅遊業發展成為國家經濟的戰略支柱產業及現代化服務業。

中國大陸制定旅遊業的發展目標為2015年國內旅遊人次達33億人，年成長10%；入境過夜遊客人數達9,000萬人次，年成長8%；出境旅遊人數達8,300萬人次，年成長9%。為達成旅遊消費穩定成長，要求城鄉居民每年平均出遊超過2次，旅遊消費占居民消費總量的10%。除此之外，旅遊業者每年總收入將成長12%以上，旅遊收入占全國GDP比重提升到4.5%，占服務業產值比重達12%，每年新增旅遊就業人口50萬人。同時要求提高旅遊服務品

質、建立市場秩序，達到持續發展目標，力求到 2020 年旅遊產業的規模、品質、效益達到世界旅遊強國水準。

2010 年 1 月 7 日，中國旅遊研究院發布《中國旅遊經濟藍皮書第 2 號》，預測 2010 年中國大陸旅遊總收入將達 1.4 兆人民幣(約 2,049 億美元)，較 2009 年成長 8.4%；其中國內旅遊收入為 1.1 兆人民幣(約 1,610 億美元)，入境旅遊外匯收入 420 億美元。至於旅遊人數則是國內旅遊人數將達 21 億人次，其中入境旅遊人數將達 1.36 億人次，出境旅遊人數將達 5,400 萬人次，較 2009 年成長 13%。

除此之外，根據 2009 年 12 月中國國家旅遊局的《2010~2020 海峽西岸旅遊區發展總體規劃》，配合海峽西岸經濟區建設，為海峽兩岸交流與合作搭建一個更為便捷、有利的平臺。擬逐步建立海峽西岸對台旅遊機制，由點到面，相互推介、相互參展、客源互送、資訊共用，促進海峽兩岸旅遊區與東岸旅遊產業全面連接。2009 年福建已經開放暫住居民可以在非戶籍地申請赴台簽證，並由廈門擴大至福州，使得福建成為兩岸旅遊交流合作的重要口岸和便捷通道。經由中國旅遊局、台辦、公安等部門密切配合，積極爭取國家相關部門的政策支持，建設環海峽無障礙旅遊區，進一步拓展對台旅遊合作。積極推動海峽兩岸旅遊行業管理部門與行業協會之間的溝通、交流與協商，簡化手續、減少限制，推動兩岸直接三通。

2010 年 3 月 2 日在貴陽舉辦的第十三屆海峽兩岸旅行業聯誼會中，中國國家旅遊局指出 2010 年兩岸旅遊交流協會的四個工作重點：1.將擴大開放赴台旅遊的工作，適時擴大開放區域，增加赴台旅遊組團社數量；2.重視赴台旅遊交流的協調工作，推動各地展開各層次、全方位的對台旅遊交流活動；3.兩岸旅遊界的協調為工作重點之一；4.確保陸客赴台旅遊的品質和市場監管工作。

由上述政策發展方向可以瞭解中國大陸對於旅遊產業的重視與支持，由於中國大陸已將旅遊業列為國家經濟發展的戰略支柱產業，因此前景可期。在這樣的發展趨勢下，台灣旅行業者應該把握商機，到中國大陸設立合法旅行社，不僅可經營中國大陸入境旅遊，在未來兩岸談判爭取經營赴台出境旅遊時，亦可以有龐大的商機。

第二節 中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 中 對旅行社開放概況

本節將分析中國大陸加入 WTO 時對旅行社在市場進入及國民待遇兩部分的承諾，並將目前市場進入限制中之模式三的承諾和 CEPA 額外開放的內容做比較分析。

一、中國大陸加入 WTO 對旅行社(CPC7471)之承諾及限制

中國大陸入會時承諾外商可在政府指定的旅遊度假區和北京、上海、廣州、西安開辦「中外合資」旅行社，並要求合資之外資旅行社全球年營收須超過 4,000 萬美元，且合資旅行社的註冊資本額不得少於 400 萬人民幣，在 2003 年註冊資本額又降為不得少於 250 萬人民幣並取消外商控股限制。在 2007 年年底允許外商獨資，但條件是其全球年營收不得少於 5 億美元，並同時取消地域經營的限制。

除此之外，外資旅行社不得經營以下業務：1.在中國大陸境內外資旅行社不得提供遊覽車等交通和飯店住宿服務；2.在中國大陸境內不得從事國內旅遊團服務；3.在中國大陸境內不得從事旅行支票兌現業務。

在 2009 年 5 月新的《旅行社條例》，降低外資旅行社最低註冊資本額為 30 萬人民幣，刪除投資者年營收、不得設立分支機構及股權的限制，外國投資者可以設立「中外合資」、「中外合作」和「外商獨資」旅行社。

但是針對中國大陸在市場進入之「模式三」部分(外國人到中國大陸開設旅行社)，限制獨資之外資旅行社，不得從事出境旅遊業務。2010 年《中外合資經營旅行社試點經營出境旅遊業務監管暫行辦法》，僅允許外商合資旅行社試點辦理出境旅遊業務，換言之，獨資之外資旅行社仍不得從事出境旅遊業務。

二、中國大陸在 CEPA 對香港額外開放部分

- 1.中國大陸在 2003 年 6 月 29 日與香港簽署 CEPA，即放寬可以設立港資的合資旅行社，若陸資企業擁有多數股權則無地

域經營限制；另外允許北京市、上海市和廣東省的廣州市、深圳市、珠海市、東莞市、中山市、江門市、佛山市、惠州市的居民可以個人赴港旅遊，並不遲於 2004 年 7 月 1 日在廣東省全省實施。

2. 在 2005 年 10 月 18 日中港簽署第二次 CEPA 補充協議中，降低香港旅行社進入中國大陸的准入條件，即：在中國大陸設立「獨資旅行社」的香港旅遊企業的年營業額不低於 2,500 萬美元，在中國大陸設立「合資旅行社」的香港旅遊企業的年營業額不低於 1,200 萬美元。
3. 在 2006 年 6 月 27 日中港簽署第三次 CEPA 補充協議中，允許在廣東省的香港獨資或合資旅行社，申請試點經營廣東省居民(具有廣東省正式戶籍的居民)前往香港、澳門的團體旅遊業務。
4. 在 2007 年 6 月 29 日中港簽署第四次 CEPA 補充協議中，即香港合資旅行社之年營業額降至 800 萬美元，獨資旅行社年營業額降為 1,500 萬美元。並且除了可在廣東省經營出境港澳業務外，也允許在廣西、湖南、海南、福建、江西、雲南、貴州和四川等省、自治區的香港獨資或合資旅行社，申請試點經營具有該區域正式戶籍的居民前往香港、澳門的團體旅遊業務。
5. 在 2007 年 7 月 29 日中港簽署第五次 CEPA 補充協議中，委託廣東省審批香港服務提供者在廣東設立獨資、合資或合作旅行社。
6. 在 2009 年 5 月 9 日中港簽署第六次 CEPA 補充協議中，允許香港永久性居民中的中國大陸公民取得中國大陸出境旅遊領隊證，並可受雇於中國大陸具有出境旅遊業務經營權的國際旅行社和獲准經營赴港澳團體旅遊業務的香港、澳門旅行社。另外，經營赴台旅遊的中國旅行社可組織持有效《中國大陸居民往來臺灣通行證》及旅遊簽注(簽注字頭為 L)的遊客以過境方式在香港停留，以便利中國大陸及香港旅遊業界推出「一程多站」式旅遊產品。

以下彙整歷次中港 CEPA 協議中，中國大陸給予香港額外的優

惠措施：

1. **取消股權、地域及年營業額限制**：2009年5月新《旅行社條例》已對所有外資旅行社解除股權、地域、年營業額等相關限制。換言之，已非香港企業可獨享之優惠，但香港企業已藉由 CEPA 先享受市場進入的商機。
2. **增加出境旅行(港澳)試點處**：可在廣東省經營出境港澳業務外，也允許在廣西、湖南、海南、福建、江西、雲南、貴州和四川等省、自治區的香港獨資或合資旅行社，申請試點經營具有該區域正式戶籍的居民前往香港、澳門的團體旅遊業務。
3. **申請簡便化**：一般外資需向中國國務院旅遊行政主管部門提出申請，然香港旅行社則可經廣東省審批設立於廣東省之獨資、合資或合作旅行社。
4. **取得中國大陸出境旅遊領隊證**：香港永久居民中的中國大陸公民取得中國大陸出境旅遊領隊證，可受雇於中國大陸具有出境旅遊業務經營權的國際旅行社和獲准經營赴港澳團體旅遊業務的香港、澳門旅行社。
5. **可組團赴台觀光旅遊**：經營赴台旅遊的中國大陸旅行社可組織持有效《中國大陸居民往來台灣通行證》及旅遊簽證(簽證字頭為L)的遊客以過境方式在香港停留，以便利中國大陸及香港旅遊業推出「一程多站」式旅遊產品。

三、中國大陸對東協承諾開放部分

在與東協的自由貿易協定，中國大陸對旅行社沒有做額外承諾。

**表 4-2-1 目前中國大陸旅行社服務業對 WTO 及雙邊 FTA
開放承諾彙整**

	旅行社服務業(CPC7471)
WTO	<p>開放： 7471 四位碼開放。</p> <p>限制：</p> <ol style="list-style-type: none"> 市場進行的模式三(商業據點)部分要求(1)外資旅行社合資及獨資的最低註冊資本額為 30 萬人民幣。(2) 要求旅行社/旅遊經營者的業務範圍。 國民待遇的模式三(商業據點)部分，限制獨資之外資旅行社和旅遊經營者，不得從事中國大陸居民出境及赴香港、澳門和台灣的旅遊業務。
CEPA	<ol style="list-style-type: none"> 外資需向中國國務院旅遊行政主管部門提出申請，然香港旅行社可經廣東省審批位於廣東省之獨資、合資或合作旅行社。 香港旅行社在中國大陸設立的旅行社除了可在廣東省經營出境港澳業務外，也允許在廣西、湖南、海南、福建、江西、雲南、貴州和四川等省、自治區的香港獨資或合資旅行社，申請試點經營具有該區域正式戶籍的居民前往香港、澳門的團體旅遊業務。 經營赴台旅遊的中國大陸旅行社可組織持有效《中國大陸居民往來台灣通行證》及旅遊簽證(簽證字頭為 L)的遊客以過境方式在香港停留，以便利中國大陸及香港旅遊業推出“一程多站”式旅遊產品。 香港永久居民中的中國大陸公民取得中國大陸出境旅遊領隊證，可受雇於中國大陸具有出境旅遊業務經營權的國際旅行社和獲准經營赴港澳團體旅遊業務的香港、澳門旅行社。
ACFTA	沒有做額外承諾

資料來源：本研究整理。

第三節 旅行社在中國大陸之貿易障礙彙整 及台灣的商機

一、貿易障礙

(一)法律面障礙

1.禁止外資獨資旅行社從事出境旅遊業務

以往中國大陸禁止外資合資、獨資旅行社經營出境旅遊業務，2010 年《中外合資經營旅行社試點經營出境旅遊業務監管暫行辦法》，允許外商合資旅行社試點辦理出境旅遊業務，但並未開放外資獨資旅行社經營出境旅遊業務。

2. 限制出境旅遊目的地(Approved Destination of States, ADS)

中國大陸是少數對其國民出境旅遊目的地進行管制的國家。由於中國大陸觀光客消費力強，在 2007 年時已經名列世界前茅⁵⁹，因此中國大陸透過地區管制及數量管制進行「旅遊外交」，以控管人民出境旅遊做為其拓展外交、發揮國際影響力的重要籌碼，達到對外親善與經援友邦的目標。以美國為例，兩國於 2007 年簽署備忘錄後，2008 年 6 月第一批陸客團抵達美國。根據中國歐盟商會資料，從 2004 年 9 月中國大陸開放歐盟旅遊並准許各國可以直接在中國大陸發簽證，使得赴歐旅遊人數快速增加。

3. 票務代理執照取得困難

不論合資或獨資外商旅行社很難取得票務代理執照。一般而言，旅行社必須先持有合法旅行社執照，再經過講習才能申請票務代理執照。持有旅行社執照，可以經營 B2C(企業對顧客)之票務，須取得票務代理執照才可以做 B2B(企業對企業)之票務。中國大陸所有境內外機票業務均受中央政府管制，並要求所有的旅行社和航空公司在預訂機票時，都要連結到中國大陸國營的電腦預約系統。目前台商旅行社沒有一家持有合法旅行社執照，更不用說票務代理執照了。

4. 簽證限制條件太多

中國大陸規定須在戶籍地辦簽證，並在當地出團，使得在非戶籍地工作的子女若想帶老家親人一起出國旅遊是不可能的，此影響到陸客來台的意願。

除此之外，兩岸大企業員工、旅行社負責人及導遊等，無法取得往返兩岸的多次簽證，對經常往來兩岸的人士來說非常不便。

⁵⁹ 根據著名退稅機構「全球回報集團」(Global Refund)資料顯示，截至 2009 年 11 月，陸客的境外消費額較上年同期增長 57%，是全球境外消費增長最快的國家。「全球回報集團」並表示，陸客 2009 年在該集團英國加盟商店的消費總額同比增長 126%，成為英國第一大退稅購物群體，其次有阿拉伯聯合大公國、科威特、沙烏地阿拉伯、尼日和俄羅斯等國家遊客。陸客在法國加盟購物商店消費約 1.58 億歐元(約新台幣 70 億元)，比 2008 年增長 47%，占法國當年退稅購物貿易額 60%，取代俄羅斯人擠身法國第一大旅遊消費群。

台灣觀光局 2007 年來台旅客消費及動向調查，中國大陸觀光客雖整體消費力稍遜於日本，但從購物消費的角度看，其花費金額與占全部消費金額的比例，均領先日、韓客人，名列第一。

(二)經營面障礙

1.限制必須使用本土網路系統交易

禁止外國旅行社經營出境旅遊業務，所有外國旅行社網路只可做資料收尋，無法在網路上進行付款交易，使得消費者對產品的選擇性減低。

2.限制旅行社購買外匯額度

台商旅行社抱怨中國大陸實施外匯管制，使得大額美金、人民幣無法一次匯出國，一家旅行社一天只准匯出3萬美金，若想多匯款需轉成其他貨幣，金額大時承受嚴重匯率損失。

3.領隊配額限制

中國大陸以領隊配額來控制出團數量，雖然現已放寬給159家有赴台遊經營權的旅行社，每家有30個領隊名額。但除了領隊一定是中國人外，赴台灣團有專屬領隊證，即使有國際領隊證也不可帶赴台遊的團體。(請參考表4-3-1)

由於中國大陸國營企業規模大，加上政府政策的支持，使外資企業立於不公平的競爭。根據WTO文件(WT/TPR/S/199, Rev.1)顯示，至2007年底只有29家外商獨資或控股之旅行社在中國大陸經營生意，營業額僅占總產值的1.6%。

表 4-3-1 中國大陸旅行社貿易障礙之彙整

法律面障礙		
貿易障礙項目	說明	提出意見之單位
禁止外資獨資經營出境旅遊業務	外資獨資旅行社不得經營出境旅遊業務	1.世界貿易組織 2.美國貿易總署 3.中國歐盟商會 4.台灣旅行商業同業公會全聯會
限制出境旅遊目的地(Approved Destination of States, ADS)	為了安全因素中國大陸政府管制出境旅遊目的地，須事先申報並被核准，2001 年中國大陸居民被核准到 18 個地區國家旅行，2007 年 12 月被放寬為 134 個地區國家。	1.世界貿易組織 2.中國歐盟商會
票務代理執照取得困難	外資旅行社無法與本土旅行社公平競爭，例如獨資或合資外商旅行社很難取得票務代理執照。如果沒有旅行社執照，就無法申請票務代理執照，沒有執照是被禁止販賣出境機票及旅遊產品。台商旅行社沒有一家持有合法旅行社執照，因此想拿到票務代理執照是不可能的。	1.美國貿易總署 2.台灣旅行商業同業公會全聯會
簽證限制條件太多	中國大陸規定陸客赴台，目前法律明文規定須在戶籍地辦證，當地出團，使得在外地工作者無法全家同團一起出遊，影響陸客來台數量。	台灣旅行商業同業公會全聯會
經營面障礙		
貿易障礙項目	說明	提出意見之單位
限制必須使用本土網路系統交易	禁止外國旅行社經營出境旅遊業務，所有外國旅行社網路只可做資料收尋，無法在網路上付款交易，使得消費者對產品的選擇性減低。	中國歐盟商會
限制旅行社購買外匯額度	台商旅行社收款匯出困難。一家旅行社一天只准匯出 3 萬美元，若想多匯款需轉成其他貨幣，金額大時，承受匯率損失。	台灣旅行商業同業公會全聯會
領隊配額限制	以領隊配額來控制出團數量。除了領隊一定是中國人外，赴台灣團有專屬領隊證，有國際領隊證也不可帶赴台遊的旅客。	台灣旅行商業同業公會全聯會

資料來源：世界貿易組織、美國貿易總署、中國歐盟商會、台灣旅行商業同業公會全聯會。

二、台灣的商機

中國大陸目前已開放外資旅行社可以經營入境及國內旅遊業務，今年 7 月份又公佈允許外資合資旅行社試點經營出境旅遊業務。雖然中國大陸開放外資旅行社可以經營入境及國內旅遊業務，但因為中國大陸有兩萬多家本土旅行社，且大部分是國有大型企業，入境旅遊價格競爭非常激烈，利潤微薄，這也是台灣旅行社一直不積極到中國大陸設點的原因之一。相對而言，中國大陸出境旅

遊的商機較大，在 2003~2009 年間，陸客出境總人數成長近 2.5 倍，2009 年已超過 4,700 萬人次出國旅遊。加以近期人民幣升值，刺激人民出境旅遊的意願，2010 年 1~5 月，出境人數已達到 2,680 萬人次，比去年同期成長 19%。此外，陸客境外消費能力名列世界前茅，中國大陸出境旅遊的市場潛力極大。不過，在中國大陸擁有經營出境旅遊執照的旅行社極少，根據中國國家旅遊局的統計全國僅有 1,800 多家本土旅行社可以經營出境旅遊業務，這些旅行社大多是國營企業，經驗不足、產品規劃能力差，無法與外資旅行社競爭，這也是中國大陸政府刻意保護他們的重要原因。

目前台灣已經開放陸客來台觀光，且陸客來台觀光人數成長快速，2010 年 7 月 18 日，中國大陸政府已開放全國 31 個省、市、自治區來台觀光；此外，赴台「自由行」正在熱烈討論。從中國大陸開放陸客赴港自由行經驗來看，2004 年陸客赴港旅遊人數已達 1,225 萬人，較 2003 年成長 1.5 倍，之後香港陸客人數成長亦大。觀光旅遊業替香港的經濟帶來轉機，2009 年第 4 季香港有超過 56 萬人從事旅遊相關行業，約占整體就業人口的 16%，同年香港飯店家數亦較 2008 年成長 12%。

未來我國若能爭取中國大陸開放台灣旅行社可以在中國大陸境內經營出境旅遊，或至少比照香港，可以經營赴台遊的業務，對台灣旅行社將是一大利多。目前台灣旅行社只能做陸客赴台遊的地接業務，利潤不高。依照台灣旅行社同業表示，目前陸客來台觀光團費已降到 30 美元以下，台灣旅行社幾乎沒有利潤，只能靠遊客購物賺取佣金，補貼團費。按照目前香港陸客旅行團的狀況，香港旅行社幾乎已不收陸客團費，而是由陸客購物消費中賺取佣金，香港旅行社甚至還要倒貼中國大陸旅行社團費，形成中國大陸旅遊團「負團費」的不合理狀況。將來台灣亦可能演變成付錢請陸客來台購物旅遊的「負團費」情形，必須注意。

根據一家旅行社上海負責人表示，在中國大陸經營旅行社，「帶團業務」和「票務代理」必須分開申請執照，各分為三級，分別由觀光和民航單位管轄。「帶團業務」第一級旅行社才能辦理出境旅遊，二級旅行社可辦理入境旅遊，三級旅行社則只能辦理國內旅遊。中國大陸擁有一級旅行社執照的旅行社家數很少，上海市 1,020 家旅行社中僅有 42 家擁有出境權。若要帶團赴台旅遊仍需要經過

審批，目前全中國大陸只有 159 家旅行社可以承接赴台遊業務。

由於中國大陸尚未開放外資獨資經營出境旅遊業務，因此台商多採合資或借牌方式營運，與當地業者合作，或在台灣承接陸客團接待行程(地接社)為主。前半段組團業務，由於可以控制團費價格並可替客人量身訂做旅遊行程，因此利潤較高，但台商旅行社無法承接；而地接社生意雖可經營，但競爭者眾，利潤極小，需仰賴陸客購物的佣金維持生意，所以一般中小型台商旅行社對陸客赴台遊業務多興趣缺缺。以某旅行社業務為例，該公司在大陸主要的業務即為服務台商，而非陸客來台旅遊。

因此若能爭取到陸客赴台出境旅遊業務經營許可權，台灣旅行社即可直接在中國大陸當地掌握客源，提升台商旅行社利潤，並且將在當地招團到台灣的接待，改成一條龍式經營。這可以避免一個旅行團轉手幾次，造成旅遊品質差的問題，同時也可解決大陸旅行社組團來台所發生之積欠台灣旅行社團費事件。

目前中國大陸政府對於陸客出境旅遊業務的管制已逐漸放寬，2009 年中國國務院的「關於加快發展旅遊業的意見」(國發 41 號)明白表示，未來將在試點的基礎上，逐步對外資旅行社開放經營中國大陸人民出境旅遊業務。目前選定的試點區域為海西經濟特區：包括福建省、廣東北部、浙江南部、江西東南部。海西經濟特區距離台灣近，在目前中國大陸尚未開放台灣旅行社經營赴台遊業務之前，或許可以先從海西區試點先做起，因為台灣旅行社已經具備國際化、現代化經營的條件及在同文同種的優勢下，若能爭取到直接控制客源，經營陸客出境旅遊業務，對台灣旅行社的業績成長將有很大幫助。根據旅行商業同業公會全聯會表示，在可以經營出境旅遊的情況下，台資旅行社會願意在中國大陸申請合法旅行社執照。不過，若是中國大陸同時也要求台灣對等開放陸資旅行社來台設立的話，對台灣中小型旅行社來說會有不利的影響。以下分析對等開放陸資旅行社來台可能發生以下的影響：

- 1.陸資國營旅行社以低價吸引旅客，有可能造成台灣中小型旅行社關閉以及其員工失業。不過，陸資來台設旅行社同時也會增加台灣的就業機會。
- 2.台灣業者在中國大陸面對的行政問題，較大陸赴台投資人

多，競爭力因而較低。台灣經濟自由，一張台灣旅行社執照既可以經營出入境旅遊業務，亦可經營票務；但是在中國大陸經營旅行社有許多相關行政措施的限制，如須具備「帶團業務執照」、「票務代理執照」；經營出境業務時出團量有「領隊配額」的限制；大陸旅行社又分一級~三級旅行社可以經營之業務不同等，這對台商投資大陸的旅行社不利。在中國大陸的本土旅行社擁有辦理赴台旅遊權的家數就已經為少數，台商獨資旅行社即使被允許經營出境旅遊業務，是否可以取得到賺取利潤較高的陸客赴台旅遊業務權，仍是未知數。

3. 服務品質方面，台灣業者的服務業水準優於陸資，短期陸資無法與台灣競爭。但如果台灣旅行社在知識與技術上無法更上一層樓，長期則無法與陸資競爭。
4. 中國大陸市場廣大，若開放的話，對台商而言是個利多。不過，由於必須需設很多分公司，對於資本較小的中小企業而言，至中國大陸投資成本較高。相較而言，大陸赴台投資成本低。
5. 台灣換匯、匯款等銀行業務及網路交易付款較中國大陸自由，經營成本低，對陸資有利。

由於台灣 2,800 多家民營旅行社規模均不大，資本額大多無法與中國大陸國營企業相比，再加上中國大陸擅長以行政措施限制外資的經營，因此兩岸若要對等開放旅行社，將對台灣旅行社造成衝擊。建議政府在爭取比照香港拿到陸客出境經營權時，也應注意開放陸資來台投資對台灣中小型旅行社之影響。

第四節 小結

2009 年中國大陸旅遊業整體成長 11.9%，產值 1,890 億美元，其中入境旅遊收入 397 億美元，與 2008 年比較成長 -2.86%；2010 年上半年轉變為正成長。國內旅遊收入 1.02 兆人民幣，較 2008 年成長 16.40%。整體而言，國內旅遊在政府政策下是呈現成長的狀況，但因為外資旅行社競爭不過本土旅行社，因此這部分對外資旅行社來說商機有限。

中國大陸出境旅遊成長潛力十足，在 2003~2009 年間，陸客出境人次成長近 2.5 倍，2009 年出境總人數為 4,765.63 萬人次，其中赴港澳人次占總出境人數的 72.16%，而其他主要出國旅遊地區也以亞洲國家為主，包括日本、越南、韓國、新加坡、泰國、馬來西亞、緬甸。

過去因為兩岸關係特殊，台灣赴中國大陸觀光人數屢創新高，但台灣卻不准陸客來台觀光。這種不平衡的狀態在新政府上台後已改變，目前台灣已開放陸客來台觀光，但是因為開放時間不長，加上兩岸政策仍有一些限制，如循序漸進、總量管制等政策，以致大陸觀光客來台數量不如預期，不過，兩岸旅遊協議定期諮商，近期陸客來台人數已經明顯增加，國家旅遊局公佈的最新報告 2010 年 1~5 月已有 62.26 萬人次陸客來台旅遊，顯示台灣陸客仍有極大的成長空間

中國大陸旅遊業雖然發展迅速，但陸資本土旅行社家數高達兩萬家以上，競爭相當激烈，且大都為國有企業，外資旅行社在中國大陸境內旅遊市場處於劣勢，獲利有限。加上外資旅行社經營業務仍受限制，造成外資旅行社處於不公平的競爭地位。

台商旅行社在不能經營出境旅遊業務及入境旅遊利潤微小的情況下，到中國大陸設分社以就地接待台灣觀光客的誘因仍然不足。主要是因為大陸幅員廣大，台灣旅行社規模較小，沒有能力在中國大陸各地設點接待，不符合規模經濟原則，因此寧可找大陸旅行社合作，台商旅行社只做地接工作。目前台灣旅行社在中國大陸大都用分包、承包或借用大陸業者執照，經營台商機票及陸客來台的報價聯繫業務。最近中國商務部與國家旅遊局公佈允許外商合資旅行社試點辦理出境旅遊業務，已有台灣的旅行社表示如果可以爭取到出境旅遊業務，看上中國大陸出境旅遊的潛力，已準備申請執照，預作準備。

根據中國大陸在 2009 年 12 月 3 日中國國務院的「關於加快發展旅遊業的意見」中，表示將在試點的基礎上，逐步對外資旅行社開放出境旅遊業務。目前選定的試點區域為海西經濟特區，2009 年福建已經開放暫住居民可以在非戶籍地申請赴台簽證，並由廈門擴大至福州，使得海西區成為兩岸旅遊合作的重要口岸，台商可以善用海西區的優勢先行經營赴台出境旅遊，並進一步取得其他國家出境旅遊的機會。但是中國大陸經常有一些行政障礙，台商是否可以順利取得經營

出境旅遊的執照，仍須觀察。

中國大陸旅行社在 WTO 的承諾已經陸續完成，外資旅行社的註冊資本額已經於 2009 年降至與本土旅行社相同，並且允許外商合資旅行社試點辦理中國大陸居民出境旅遊業務。至於中國大陸在 CEPA 對香港額外開放部分，經過六年六次簽署 CEPA(2003~2009 年)，已經增加八省份給港澳旅遊試點經營、申請手續簡便化、香港永久居民的大陸公民被允許取得中國大陸出境旅遊領隊證、香港旅行社可以在大陸組團赴港澳台觀光旅遊。中國大陸在東協自由貿易協定中沒有對旅行社作額外承諾。

由於台商旅行社不可以經營出境旅遊業務，雖然在中國國務院的「關於加快發展旅遊業的意見」中第四條指出「...支持民營和中小旅遊企業發展，支援各類企業跨行業、跨地區、跨所有制兼併重組、培育一批具有競爭力的大型旅遊企業集團。積極引進外資旅遊企業。在試點的基礎上，逐步對外商投資旅行社開放經營中國大陸公民出境旅遊業務。...支持各地展開旅遊綜合改革和專項改革試點，...」，第十三條「...積極推動海南國際旅遊島建設。繼續促進大陸居民赴香港、澳門旅遊。加強海峽兩岸旅遊交流與合作。」，各項規定似乎對外資旅行社放寬限制，但台商旅行社在大陸經營實際面臨的困難仍很多。

目前允許經營赴台旅遊業務的皆是國營旅行社如中青旅、中國國際旅行社等，全國總計 159 家。台商獨資尚未在中國大陸設立合法旅行社，即使爭取到出境旅遊業務將來實際經營時是否會遭遇困難尚不得而知，不過開放外資合資旅行社試點經營出境旅遊，對台商合資旅行社這應該是個機會，應好好把握。

第五章 醫療服務業

本章將分析中國大陸醫療服務業之概況及台、外資進入市場所面臨到的法律面及經營面障礙，並整理相關建議供政府訂定相關政策及兩岸協商時之參考。內容分成四小節：第一節是中國大陸醫療服務業產業發展概況，將對醫療服務業目前發展概況、產業競爭概況進行分析。第二節是中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 中對醫療服務業開放概況，將中國大陸對 WTO 的承諾及在 CEPA 對香港的承諾進行整理分析。第三節是中國大陸醫療服務業貿易障礙之彙整及台灣的商機，將外資企業在中國大陸面臨之貿易障礙做整理，並針對台灣進入中國大陸醫療市場需排除之障礙及商機進行分析。第四節是小結。

第一節 中國大陸醫療服務業發展概況

一、產業發展概況

中國大陸人口眾多，加上近年來經濟成長快速，醫療市場極具開發潛力。2000 年至 2009 年中國大陸人均 GDP 從人民幣 7,858 元成長至 25,575 元，成長幅度達 3 倍之多。人民所得的提高帶動對醫療服務的需求，使得中國大陸人均衛生費用從 2000 年的人民幣 362 元增加到 2009 年的 1,289 元，全國衛生總費用將達到人民幣 1 兆 7,205 億元(表 5-1-1)。

然而儘管中國大陸衛生費用支出成長快速，但根據 2010 年世界衛生組織報告，2007 年全球衛生總費用占 GDP 的平均值為 9.7%，高於中國大陸的 4.50%(詳表 5-1-1)，甚至高於中國大陸 2009 年的比重(5.13%)；此外，2000-2009 年之年平均中國大陸每一萬人中有 14 名醫生、10 名護理和助產人員，醫護人員約占全世界醫護人員總數的 11.87%，低於中國大陸人口占世界人口的比例(約為 20%)，顯示中國大陸對醫療衛生資源投入仍是相對偏低。

表 5-1-1 中國大陸歷年 GDP 及衛生醫療費用概況

單位：人民幣，%

年度	GDP		人均 GDP		衛生總費用		人均衛生總費用		衛生總費用占 GDP 比例
	金額 (億元)	成長率	金額 (元)	成長率	金額 (億元)	成長率	金額 (元)	成長率	
1990	18,718	9.86	1,644	8.23	747	21.43	65	19.78	4.00
1991	21,826	16.68	1,893	15.13	893	19.55	77	17.89	4.10
1992	26,937	23.61	2,311	22.10	1,097	22.76	94	21.40	4.07
1993	35,260	31.24	2,998	29.74	1,378	25.61	116	24.25	3.90
1994	48,108	36.41	4,044	34.87	1,761	27.83	147	26.31	3.65
1995	59,811	26.13	5,046	24.77	2,155	22.36	178	21.10	3.54
1996	70,142	17.08	5,846	15.86	2,709	25.72	221	24.45	3.81
1997	78,061	10.95	6,420	9.82	3,197	17.99	259	16.80	4.05
1998	83,024	6.87	6,796	5.85	3,679	15.08	295	14.04	4.36
1999	88,479	6.25	7,159	5.33	4,048	10.02	322	9.12	4.51
2000	98,000	10.64	7,858	9.77	4,587	13.32	362	12.46	4.62
2001	108,068	10.52	8,622	9.72	5,026	9.58	394	8.81	4.58
2002	119,096	9.74	9,398	9.00	5,790	15.20	451	14.45	4.81
2003	135,174	12.87	10,542	12.17	6,584	13.71	510	13.05	4.85
2004	159,587	17.71	12,336	17.01	7,590	15.28	584	14.60	4.75
2005	185,809	14.60	14,185	13.92	8,660	14.09	662	13.43	4.73
2006	217,523	15.67	16,500	15.03	9,843	13.67	749	13.06	4.64
2007	267,764	21.41	20,169	20.78	11,290	14.69	854	14.11	4.50
2008	316,229	16.85	23,708	16.26	14,535	28.75	1,094	28.06	4.83
2009	343,465	11.54	25,575	10.69	17,205	18.37	1,289	17.80	5.13

註：衛生費用即衛生保健總支出，全社會在衛生保健服務上所消耗的資金總額，含政府預算衛生支出、社會衛生支出、個人現金衛生支出。

資料來源：中國衛生部「2010年中國衛生統計年鑑」、「2010年中國統計年鑑」。

除此之外，中國大陸醫療衛生資源分配亦相當不平均。由表 5-1-2 可以看出，農村居民不論是在收入、衛生費用或醫療健保支出上都明顯低於城鎮居民。2008 年中國大陸醫療衛生總費用共計人民幣 14,535 億元，其中 77.4%(11,255 億元)用於城鎮，22.6%(3,280 億元)用於農村。亦即占人口總數 54.3%的農村居民僅能享有 22.6%的醫療資源，而占不到二分之一的城鎮居民卻可享受近八成的資源。此外，在某些年度，城鎮或農村的人均醫療保健支出成長率有高於人均收入成長幅度的現象，顯示中國大陸醫療費用有上漲過快的問題。

表 5-1-2 城鎮與農村人均支出及收入比較表

單位：人民幣元，%

年份	衛生總費用 (億元)		人均衛生總 費用		人均醫療保健支出				人均收入			
	城鎮	農村	城鎮	農村	金額		成長率		金額		成長率	
					城鎮	農村	城鎮	農村	城鎮	農村	城鎮	農村
1998	1,907	1,772	626	195	205	68	14.2	9.1	5,425	2,162	5.1	3.4
1999	2,193	1,854	702	203	246	70	19.7	2.7	5,854	2,210	7.9	2.2
2000	2,624	1,962	814	215	318	88	29.5	25.1	6,280	2,253	7.3	1.9
2001	2,793	2,233	841	245	343	97	7.9	10.3	6,860	2,366	9.2	5.0
2002	3,448	2,342	987	259	430	104	25.3	7.6	7,703	2,476	12.3	4.6
2003	4,150	2,434	1,109	275	476	116	10.7	11.4	8,472	2,622	10.0	5.9
2004	4,939	2,651	1,262	302	528	131	11.0	12.9	9,422	2,936	11.2	12.0
2005	6,306	2,354	1,126	316	601	168	13.8	28.7	10,493	3,255	11.4	10.8
2006	7,175	2,669	1,248	362	621	192	3.3	13.9	11,760	3,587	12.1	10.2
2007	8,969	2,605	1,516	358	699	210	12.7	9.8	13,786	4,140	17.2	15.4
2008	11,255	3,280	1,862	455	786	246	12.5	17.0	15,781	4,761	14.5	15.0
2009	-	-	-	-	856	288	8.9	16.9	17,175	5,153	8.8	8.2

資料來源：中國衛生部「2010年中國衛生統計年鑑」、中國統計局「2010年中國統計年鑑」。

表 5-1-3 顯示 2009 年中國大陸各地區⁶⁰醫療資源分布概況。根據中國衛生部統計，2009 年中國大陸衛生醫療條件以東部地區最優，其次是中部，西部的醫療資源最不足。不論從病床數或衛生醫療人員來看，西部地區醫療條件都明顯不如東部及中部，顯示西部醫療機構在資金募集及人才招募上相對較為困難。若以每家醫療機構平均衛生技術人員來看，東部地區的醫療機構平均每家約有 10 位衛生技術人員，醫院更達 190 人，遠高於中部及西部地區。由此可見中國大陸醫療資源除了患寡外，也存在患不均的困境。

⁶⁰東部地區包括北京、天津、河北、遼寧、上海、江蘇、浙江、福建、山東、廣東和海南等 11 個省(市)；中部地區包括山西、吉林、黑龍江、安徽、江西、河南、湖北、湖南等 8 個省(區)；西部地區包括四川、重慶、貴州、雲南、西藏、陝西、甘肅、青海、寧夏、新疆、廣西、內蒙古等共 12 個。

表 5-1-3 2009 年中國大陸各地區醫療資源分布概況

區域 分類	東部		中部		西部		合計	
	數量	比重	數量	比重	數量	比重	數量	比重
醫療機構數(家)	333,717	36.4	302,801	33.0	280,053	30.6	916,571	100
其中：醫院	7,771	38.3	6,428	31.7	6,092	30.0	20,291	100
病床數(張)	1,828,145	41.4	1,390,939	31.5	1,197,528	27.1	4,416,612	100
其中：醫院	1,352,931	43.4	954,656	30.6	813,186	26.1	3,120,773	100
衛生技術人員(人)	3,348,672	43.0	2,478,125	31.8	1,954,651	25.1	7,781,448	100
其中：醫院	1,473,262	46.0	964,840	30.2	761,802	23.8	3,199,904	100
每家醫療機構平均衛生技術人員(人)	10.0	-	8.2	-	7.0	-	8.5	-
其中：醫院	189.6	-	150.1	-	125.0	-	157.7	-

資料來源：中國衛生部「2010年中國衛生統計年鑑」。

中國大陸醫療資源的「不均」，除了存在於城鄉等地理位置上外，亦存在於不同類型的醫療機構中。2000年2月中國國務院頒布《城鎮醫藥衛生體制改革的指導意見的通知》，建立新的醫療機構分類管理制度。該《通知》將醫療機構分為非營利性和營利性兩類。非營利性醫療機構執行政府規定的醫療服務指導價格，享受相應的稅收優惠政策，而營利性醫療機構醫療服務價格開放，依法自主經營，照章納稅。中國大陸的醫療機構以非營利性醫療機構占主導地位，尤其是在醫院方面。2009年非營利醫院約占77.6%，其中47.6%為政府辦醫院。非營利醫院不論是在病床數、衛生技術人員或門診及住院人數上，均占有絕對的優勢(表5-1-4)。

表 5-1-4 2009 年中國大陸營利與非營利醫療機構之比較

醫療機構分類	營利		非營利				合計	
			小計		政府辦			
	數量	比重	數量	比重	數量	比重	數量	比重
醫療機構數(個)	216,820	28.20	552,089	71.80	113,624	14.78	768,909	100
其中：醫院	4,543	22.42	15,724	77.58	9,651	47.62	20,267	100
病床數(萬張)	20.37	4.62	420.99	95.38	360.56	81.69	441	100
其中：醫院	19.53	6.26	292.46	93.74	241.55	77.42	312	100
衛生技術人員(萬人)	54.9	10.47	469.32	89.53	388.69	74.15	524	100
其中：醫院	18.99	5.94	300.92	94.06	252.81	79.03	320	100
診療人數(百萬人)	609.16	11.88	4,516.88	88.12	3,070.56	59.90	5,126	100
其中：醫院	83.2	4.34	1,835.72	95.66	1,589.70	82.84	1,919	100
住院人數(百萬人)	3.83	2.89	128.67	97.11	117.6	88.75	133	100
其中：醫院	3.61	4.25	81.25	95.75	71.86	84.68	85	100

資料說明：1.按分類管理分為非營利性和營利性醫療機構。按主辦單位分為政府辦、社會辦和私人辦，政府辦包括衛生行政和其他行政部門辦的衛生機構，社會辦包括企業、事業單位、社會團體和其他社會組織辦的衛生機構，其中政府辦必為非營利，其餘無法分辨。

2.本表不含村衛生室及分類不詳者。

資料來源：本研究整理自中國衛生部「2010年中國衛生統計年鑑」。

若以經濟類型⁶¹來看(表 5-1-5)，2009 年中國大陸國有醫療機構約占 12%，私營醫療機構約占 40%；但若以醫院統計，則國有醫院占 62%左右，私營醫院所占比例僅 21%，顯示私營醫療機構偏向於規模較小的衛生院所、診療中心或私人診所等。就補助金額來看，國有醫療機構所接受的補助金額占整體醫療機構的九成以上，平均每家國有機構補助金額為人民幣 127 萬元。此外，國有醫療機構人員的平均年收入為人民幣 58,779 元，顯著高於其他經濟類型的醫療機構。由以上數據可以得知，國有醫療機構的資源及其員工所享有的福利皆在其他類型的醫療機構之上。

⁶¹ 經濟類型依中國統計局「關於統計上劃分經濟成分的規定」：

公有經濟：指資產歸國家或公民集體所有的經濟成分，包括國有經濟和集體經濟。其中國有經濟是指資產歸國家所有的經濟成分；集體經濟是指資產歸公民集體所有的經濟成分。

非公有經濟：指資產歸中國內地公民私人所有或歸外商、港澳臺商所有的經濟成分，包括私有經濟、港澳臺經濟和外商經濟，其中私有經濟是指資產歸中國內地公民私人所有的經濟成分。

表 5-1-5 2009 年按經濟類型分之醫療機構條件比較

單位：人民幣，%

類型		國有	集體	私營	其他	總計
醫療機構數	家數	105,938	354,808	365,820	90,005	916,571
	比重	11.56	38.71	39.91	9.82	100
其中：醫院	家數	12,621	1,430	4,214	2,026	20,291
	比重	62.20	7.05	20.77	9.98	100
衛生技術人員	人數	4,196,674	562,070	543,759	232,621	5,535,124
	比重	75.82	10.15	9.82	4.20	100
補助金額	金額(萬元)	13,412,016	1,051,217	97,757	108,184	14,669,174
	比重	91.43	7.17	0.67	0.74	100
人員支出/年	金額(萬元)	24,667,724	2,312,654	1,866,260	1,224,397	30,071,035
	比重	82.03	7.69	6.21	4.07	100
平均每家機構補助金額	金額(萬元)	126.60	2.96	0.27	1.20	16.00
人員平均年收入	金額(元)	58,779	41,145	34,321	52,635	54,328

資料說明：1.補助金額含財政補助與上級補助。

資料來源：本研究整理自中國衛生部「2010年中國衛生統計年鑑」。

二、產業競爭狀況

(一) 中國大陸醫療產業之投資規範

中國大陸於 1989 年及 1997 年先後制定《關於開辦外賓華僑醫院診所和外籍醫生來華執業行醫幾條規定》與《關於外商投資醫院的補充規定》，規範外資投資醫療機構的相關事宜，允許外資在持股不超過 50% 的條件下可以設立中外合資、合作醫院，且對投資總額不設限，正式表明中國大陸政府對外開放的立場。

2000 年 7 月，中國衛生部與對外貿易經濟合作部共同發布《中外合資合作醫療機構管理暫行辦法》⁶²，外商雖依然不能獨立設置醫療機構，但可持有不超過 70% 的多數股權。該《暫行辦法》同時提高外資進入中國大陸醫療產業的投資門檻，規定投資總額不得低於 2,000 萬人民幣。

隨著中國大陸服務業逐漸對外開放，中國大陸在港澳簽署

⁶² 1989 年的《關於開辦外賓華僑醫院診所和外籍醫生來華執業行醫幾條規定》及 1997 年的《關於外商投資醫院的補充規定》同時廢止。

CEPA 中亦給予香港、澳門醫療服務業特別優惠，包括可以在廣東省獨資設立門診部，且投資總額不作限制；與中國大陸合資、合作設立的門診部投資總額、雙方投資比例不作限制等；並在 CEPA 補充協議七及 ECFA 中，進一步開放香港及台灣可分別在五個不同的省市設立獨資醫療機構。

在醫療人員方面，中國大陸衛生部於 1993 年 1 月 1 日實施《外國醫師來華短期行醫暫行管理辦法》，允許外國醫生至中國大陸進行短期行醫，註冊的有效期間不超過一年。2003 年之後，中國大陸逐漸放寬台港澳居民取得中國大陸醫師資格執照的條件，且將台港澳醫師赴中國大陸短期行醫之時間延長至三年。

(二)外資投資現況

中國大陸醫療產業從 1989 年起逐步開放，據中國商務部統計⁶³，至 2009 年 7 月底，中國大陸共審核通過中外合資合作醫療機構 214 家，但尚在經營中的僅約 70 家左右，在中國大陸醫療市場上所占比例很低，因此中國大陸醫療市場仍以當地國營醫院為主。另根據中國商務部「2007 年外商投資報告」，截至 2006 年底，中國大陸醫療產業利用外商直接投資專案數為 228 個，累計合同外資金額為 9.72 億美元，實際利用外資金額為 5.48 億美元。主要來源國為美國、新加坡、古巴、加拿大和台灣，分別占 45%、16%、14%、10%和 6%，以集中在沿海省份或直轄市，如湖南、上海市等為主。

此外，由於中外合資合作醫療機構受限於法規，被定位為營利醫療機構，無法享有國營醫院等非營利性醫療機構之稅收優惠待遇，再加上醫保申請不易，因此中外合資合作醫療機構中有近一半是設立投資額低於 2,000 萬人民幣、經營規模小的門診部和診所，大型綜合醫院則相對較少(王小萬，2008)。且中外合資合作醫療機構普遍集中在頂端醫療領域發展，服務對象為台、外商及中國大陸金字塔頂端等消費能力較高的人士，因此，即使無法獲取醫保資格仍能維持營運。

⁶³ 由於中國大陸政府對於此項統計數據並不對外揭露及提供明確的資訊，因此截至目前為止，中國大陸境內的中外合資合作醫療機構數量、投資金額、投資來源國及醫療機構類型等資訊並不明確，文中所提供的中外醫療機構資訊皆從中國大陸官方新聞稿、文獻等處得知。

在台資醫院方面，台商在中國衛生部 2000 年 7 月公布《中外合資合作醫療機構管理暫行辦法》，允許外資最多持有 70% 股權後，才正式進軍中國大陸投資醫療業務。由表 5-1-6 顯示，目前營運中的台商大型綜合醫院有 4 家，包括廈門長庚醫院、湖南長沙旺旺醫院、南京明基醫院及昆山宗仁卿紀念醫院等，這些醫院目前仍處於創院初期階段，每日的門診量普遍偏少，因此台資醫院在短期達到損益平衡實屬不易。另外，中小型台商綜合醫院及診所則包括上海辰新醫院、東莞裕元醫院、上海瑞東醫院、秀傳眼科等。其中，上海辰新醫院以醫療管理、地理位置及以台商和外國人為就醫對象而無須中國大陸醫保資格等優勢，營業狀況較佳，其門診數量及營業狀況已達損益平衡。

表 5-1-6 台資醫院在中國大陸醫療市場的布局概況

投資者名稱	投資區位	經營內容	床數	
醫療體系	長庚	廈門	長庚醫院(2008 年啟用)	4,500
	敏盛	河南	輔導中方經營健檢中心	
	秀傳	上海	眼科診所	
	聯新國際	上海長寧區	辰新醫院(2002 年啟用)	60
		上海閔行區	上海聯新國際醫院(2010 年啟用)	300-600
		浙江	聯新國際醫院(籌備中)	300-500
		江蘇	聯新國際醫院(籌備中)	300-500
		山東	聯新國際醫院(籌備中)	300-500
		寧波	上海辰新醫院與寧波北侖凱爾醫院合作	
	台中澄清醫院	上海	翰德健康信息諮詢公司(2007 年成立)	
	安法診所	上海嘉定區	安法健診中心(籌備中)	
	美兆健診中心	香港	美兆香港健檢中心(2001 年啟用)	
		北京	美兆北京健康體檢中心(2007 年啟用)	
上海古北區		美兆健診中心(2009 年啟用)		
企業財團	日月光	上海盧灣區	景康診所	
	佳世達 (原明基)	南京	接受托管南京港口醫院 20 年(2006 年 7 月起)	
		南京	南京明基醫院(2008 年啟用)	1,500
		蘇州	蘇州明基醫院(建設中)	1,500
	六和	昆山	宗仁卿紀念醫院(2007 年啟用)	500
	寶成	廣州	中山寶元醫院	<100
	旺旺	長沙	旺旺醫院(2005 年啟用)	500
	寰宇投資公司	上海浦東區	浦東瑞東醫院(2009 年啟用), 與台北萬芳醫院合作	
裕元工業集團	東莞	東莞裕元醫院	75	

資料來源：蔡孟娟(2008)、2010.4.9 華夏經緯網及各醫療機構網頁。

綜上所述，雖然外資已經可以進入中國大陸醫療市場，但中國大陸醫療市場存在重重障礙，許多外資醫院在進入中國大陸後，才發覺要搶食中國大陸 1.61 兆人民幣產值的市場大餅並不容易，因此外資醫院在中國大陸市場的經營並不是很順利，急需相關法規的鬆綁以突破各種經營障礙。

三、未來發展方向

2009 年 3 月、4 月中國大陸先後公布《關於深化醫藥衛生體制改革的意見》與《醫藥衛生體制改革近期重點實施方案(2009~2011 年)》做為 2009 至 2011 年中國大陸醫療產業發展的政策方針。中國大陸預計自 2009 至 2011 年 3 年內，投入 8,500 億元人民幣(約

1,250 億美元)於加快推進基本醫療保障制度建設、初步建立國家基本藥物制度、健全基層醫療衛生服務體系、促進基本公共衛生服務及推進公立醫院改革試點等五項改革。以下整理 2009~2011 年中國大陸三年醫改五項重點工作及目標：

(一)加快推進基本醫療保障制度建設

- 1.3 年內，城鎮職工基本醫療保險(以下簡稱“城鎮職工醫保”)、城鎮居民基本醫療保險(以下簡稱“城鎮居民醫保”)和新型農村合作(以下簡稱“新農合”)醫療覆蓋率超過 90%；城鄉醫療救助制度全覆蓋。
- 2.2010 年各級財政對城鎮居民基本醫療保險和新農合的補助標準提高到每人每年 120 元，並提高住院費用與門診費用的報銷比例。
- 3.城鎮職工醫保與城鎮居民醫保最高支付限額分別提高到當地職工年平均工資和居民可支配收入的 6 倍；新農合最高支付限額提高到當地農民人均純收入的 6 倍。
- 4.做好醫療保險關係轉移接續和異地就醫結算服務。

(二)初步建立國家基本藥物制度

- 1.建立比較完整的基本藥物遴選、生產供應，使用和醫療保險報銷的體系。
- 2.2009 年公布國家基本藥物目錄；規範基本藥物採購和配送；合理確定基本藥物的價格。
- 3.2009 年起，政府舉辦的基層醫療衛生機構全部配備和使用基本藥物，其他各類醫療機構也都必須按規定使用基本藥物，所有零售藥店均應配備和銷售基本藥物；完善基本藥物的醫保報銷政策。

(三)健全基層醫療衛生服務體系

- 1.加強基層醫療建設：3 年內(2009~2011 年)使每個縣至少有 1 所縣級醫院基本達到標準化水平，有 1~3 所鄉鎮衛生院及實現全國每個行政村皆有衛生室。另外對社會資本興辦醫療機

構提供的公共衛生服務，採取政府購買服務等方式給予補償。

- 2.加強基層醫護人員數量：2009~2011 年為鄉鎮衛生院、城市社區衛生服務機構和村衛生室培訓醫護人員 36 萬人、16 萬人和 137 萬人。從 2009 年起，對志願到中西部地區鄉鎮衛生院工作三年以上的高校醫學畢業生，由國家代償學費和助學貸款。

(四)促進基本公共衛生服務逐步均等化

- 1.國家制定基本公共衛生服務項目，從 2009 年起，逐步向城鄉居民統一提供疾病預防控制、老人健康檢查、婦幼保健、健康教育等基本公共衛生服務。
- 2.2009 年人均基本公共衛生服務經費標準不低於 15 元，到 2011 年不低於 20 元，透過移轉支付對困難地區給予補助。

(五)推進公立醫院改革試點

- 1.改革公立醫院管理體制，運行機制和監管機制，積極探索政事分開，管辦分開的有效形式。
- 2.完善醫院法人治理結構，推進公立醫院補償機制改革，實施醫藥分開，逐步取消藥品加成，不得接受藥品回扣，並加大政府投入，完善公立醫院經濟補償政策，逐步解決「以藥補醫」的問題。
- 3.加快形成多元化辦醫格局，除了將部分公立醫院轉制為民營醫療機構，亦鼓勵民營資本舉辦非營利性醫院。
- 4.大力改進公立醫院內部管理，優化服務流程，規範診療行為，調動醫務人員積極性，提高服務質量和效率，明顯縮短病人等待時間，實現同級醫療機構檢查結果互認，努力讓群眾看好病。
- 5.於 2010 年 2 月 21 日發布《關於公立醫院改革試點的指導意見》，在各省級單位選擇 1~2 個城市作為試點城市，主要改革公立醫院管理體制、補償、運行及監管機制，形成多元辦醫格局。

綜合而言，中國大陸政府長期投入醫療照顧不足，醫療資源集中在大城市和大醫院，「看病難、看病貴」一直是困擾農村居民的社會問題。除此之外，中國大陸不同類型的醫療機構所享有的醫療資源存在極大差異，絕大多數的醫療設備及資源掌握在國有醫院手中。為解決醫療問題，並擴大內需，中國大陸於2009年公布2009-2011年新醫改方案，預計自2009至2011年3年內，投入8,500億元人民幣(約1,250億美元)於推進基本醫療保障等五項改革。雖然目前中國大陸醫療改革的成效仍然看不出來，但不可諱言的是，未來中國大陸醫療市場的商機著實可觀。

第二節 中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 中 對醫療服務業開放概況

一、中國大陸加入 WTO 對醫療服務業之承諾

本節將分別討論中國大陸醫療服務業在 WTO 的市場進入及國民待遇承諾，並將 WTO 承諾與中港 CEPA 及東協-中國 ACFTA 額外開放的部分進行比較。

中國大陸 WTO 承諾表對於醫療機構之承諾出現在專業服務業的醫療(人員)與牙醫服務(CPC 9312)之次行業別項下，但實際上醫療服務之分類應屬於人體健康服務業的醫院服務(CPC 9311)項下。不過雖然中國大陸並未承諾開放醫院服務(CPC 9311)，但由其在醫療與牙醫服務(CPC 9312)承諾對於模式三之限制，可以導出中國大陸實際上已承諾開放醫療機構服務(CPC 9311)。

中國大陸於其所開放「醫療(人員)與牙醫(CPC 9312)」之市場進入與國民待遇限制上，於模式一、二並無限制，惟在市場進入方面，模式三限制「於中國大陸視需求所設定的數量限制範圍內，允許外國服務提供者與中國大陸合資設立合資醫院或診所，且外資經許可後可取得多數股權」。而於模式四除水平承諾中內容和下列內容外，原則上不予承諾，即持有中國大陸頒發的專業證書的外國醫生，在獲得衛生部的許可後，得在中國大陸提供短期醫療服務，服務期限以1年為限。

二、中國大陸在 CEPA 對香港額外開放的部分

(一)CEPA(2003 年 6 月 29 日)

- 1.香港與中國大陸合資合作設立的醫院或診所聘用的醫務人員可大多數為香港永久性居民。
- 2.具有香港特別行政區合法行醫權的醫師在中國大陸短期執業的最長時間為 3 年。短期執業期滿需要延期的，可重新辦理短期執業。
- 3.允許香港大學和香港中文大學的醫學(西醫)專業畢業的香港永久性居民，在香港完成了 1 年的實習期並已取得香港合法行醫權後，參加中國大陸的醫師資格考試。成績合格者，發給中國大陸的《醫師資格證書》。
- 4.允許香港大學的口腔(牙醫)專業畢業的香港永久性居民，已取得香港合法行醫權並執照行醫一年以上後，參加中國大陸的醫師資格考試。成績合格者，發給中國大陸的《醫師資格證書》。
- 5.允許具有中國國務院教育行政主管部門認可的全日制高等學校醫學(西醫)專業本科以上學歷的香港永久性居民，在香港通過執業資格試後，完成了 1 年的實習期並已取得香港合法行醫權的，參加中國大陸的醫師資格考試，成績合格者，發給中國大陸的《醫師資格證書》。
- 6.允許具有中國國務院教育行政主管部門認可的全日制高等學校口腔(牙醫)專業本科以上學歷的香港永久性居民，通過許可試取得香港合法行醫權並執照行醫 1 年以上後，參加中國大陸的醫師資格考試。成績合格者，發給中國大陸的《醫師資格證書》。
- 7.具有中國國務院教育行政主管部門認可的全日制高等學校醫學(西醫)專業及口腔(牙醫)專業本科以上學歷的香港永久性居民，可以分別按上述第 5、6 條規定參加中國大陸醫師資格考試，也可以根據有關規定，在中國大陸實習期滿 1 年並考核合格後，參加中國大陸的醫師資格考試，成績合格者，發給中國大陸的《醫師資格證書》。

8. 允許香港中文大學和香港浸會大學的中醫專業畢業並取得香港合法行醫權的香港永久性居民，在中國大陸三級中醫醫院實習期滿 1 年並考核合格後，或在香港已經執照行醫 1 年以上後，參加中國大陸的醫師資格考試。成績合格者，發給中國大陸的《醫師資格證書》。
9. 允許具有中國國務院教育行政主管部門認可的全日制高等學校中醫專業本科以上學歷的香港永久性居民，通過中醫執業資格試取得香港合法行醫權並執照行醫 1 年以上後，參加中國大陸的醫師資格考試；也可以根據有關規定，在中國大陸實習期滿 1 年並考核合格後，參加中國大陸的醫師資格考試。成績合格者，發給中國大陸的《醫師資格證書》。
10. 香港永久性居民可申請參加中國大陸醫師資格考試的類別為臨床、中醫、口腔。

(二)CEPA 補充協議(2004 年 10 月 27 日)

1. 具有香港特別行政區合法行醫權的香港永久性居民在中國大陸短期執業前不需參加國家醫師資格考試。
2. 允許取得香港合法行醫權的香港永久性居民報名參加國家醫師資格考試(不含中醫)。成績合格者，發給中國大陸的《醫師資格證書》。
3. 允許具有香港合法行醫權，並在香港執業滿 5 年的香港永久性居民，取得中國大陸《醫師資格證書》(執業醫師)後在中國大陸開設診所。診所申辦和登記註冊等事宜按中國大陸有關規定辦理。
4. 允許香港大學的中醫專業畢業並取得香港合法行醫權的香港永久性居民，在中國大陸三級中醫醫院實習期滿 1 年並考核合格後，或在香港已經執照行醫 1 年以上後，參加中國大陸的醫師資格考試。成績合格者，發給中國大陸的《醫師資格證書》。
5. 允許符合相關規定的香港居民參加內地以下專業技術人員資格考試：註冊建築師、註冊結構工程師、註冊土木工程師(岩土)、監理工程師、造價工程師、註冊城市規劃師、房地產經

紀人、註冊安全工程師、註冊核安全工程師、建造師、註冊公用設備工程師、註冊化工工程師、註冊土木工程師(港口與航道)、註冊設備監理師、價格鑒證師、企業法律顧問、棉花質量檢驗師、拍賣師、執業藥師、環境影響評價工程師、房地產估價師、註冊電氣工程師、註冊稅務師、註冊資產評估師、假肢與矯形器製作師、礦業權評估師、註冊諮詢工程師(投資)、國際商務、土地登記代理人、珠寶玉石質量檢驗師；質量、翻譯、計算機技術與軟件、審計、衛生、經濟、統計、會計專業技術資格。考試成績合格者，發給相應的資格證書。

(三)CEPA 補充協議四(2007 年 6 月 29 日)

- 1.對香港服務提供者在中國大陸設立的合資、合作醫療機構的投資總額要求，由不低於 2000 萬人民幣降至不低於 1000 萬人民幣。
- 2.允許取得中國大陸《醫師資格證書》的香港服務提供者在中國大陸開設個體診所時，按照中國大陸執業醫師設立個體診所的條件辦理⁶⁴。

(四)CEPA 補充協議五(2007 年 7 月 29 日)

- 1.允許香港服務提供者在廣東省以獨資形式設立門診部⁶⁵。
- 2.對香港服務提供者在廣東省設立的合資、合作門診部的中國大陸與香港雙方投資比例不作限制。
- 3.對香港服務提供者在廣東省設立的獨資、合資或合作門診部的投資總額不作要求。
- 4.香港服務提供者在廣東省設立的獨資、合資或合作門診部的立項審批工作交由廣東省省級衛生行政部門負責。
- 5.允許符合條件的香港永久性居民中的中國大陸公民通過認定方式申請獲得中國大陸《醫師資格證書》⁶⁶。

(五)CEPA 補充協議六(2009 年 5 月 9 日)

- 1.允許具備香港藥劑師執照並符合中國大陸《執業藥師資格制

⁶⁴ 需經中國大陸省級衛生行政部門審批。

⁶⁵ 須符合中國大陸設立門診部要求。

⁶⁶ 具體實施辦法由衛生部頒布。

度暫行規定》(人發[1999]34 號)報考條件的香港永久性居民，報名參加中國大陸執業藥師資格考試。成績合格者，發給中國大陸的《執業藥師資格證書》。

2. 允許具備香港藥劑師執照的香港永久性居民在取得中國大陸《執業藥師資格證書》後，按照中國大陸《執業藥師註冊管理暫行辦法》(國藥管人[2000]156 號)等相關規定辦理註冊。
3. 允許香港服務提供者在中國大陸設立的合資、合作醫療機構的外資股比不超過 70%。

(六)CEPA 補充協議七(2010 年 5 月 27 日)

1. 允許香港服務提供者在上海市、重慶市、廣東省、福建省、海南省以獨資形式設立醫院。⁶⁷
2. 對香港服務提供者在廣東省設立合資、合作醫院的投資總額不作要求。
3. 對香港服務提供者在上海市、重慶市、廣東省、福建省、海南省設立的合資、合作醫院的中國大陸與香港雙方的投資比例不作限制。
4. 允許香港法定註冊醫療衛生專業人員⁶⁸中國大陸短期執業。短期執業的最長時間為三年，期滿需要延期的，可以重新辦理短期執業。
5. 香港服務提供者在廣東省設立的合資、合作醫療機構的立項審批工作交由廣東省省級衛生行政部門負責。
6. 允許香港服務提供者在廣東省設立獨資、合資、合作療養院，提供醫療服務。⁶⁹

三、中國大陸對東協承諾開放的部分

中國-東協 FTA 中，中國大陸的承諾主要涵蓋建築、環保、運輸、體育和商務服務(包括電腦、管理諮詢、市場調研等)等 5 個服

⁶⁷應符合中國大陸關於外商投資設立獨資醫院的有關規定。

⁶⁸根據香港法例的規定，12 類香港法定註冊醫療衛生專業人員在香港執業前，必須向有關管理局或委員會註冊。當中包括醫生、中醫、牙醫、藥劑師、護士、助產士、醫務化驗師、職業治療師、視光師、放射技師、物理治療師、脊醫。

⁶⁹須符合中國大陸《醫療機構管理條例》及《醫療機構管理條例實施細則》的有關規定。

務部門的 26 個分部門，醫療服務產業僅水平承諾並無特定承諾表。有關醫療服務產業之水平承諾如下：

(一)市場准入限制

在中國大陸，外商投資企業包括外資企業(也稱為外商獨資企業)和合資企業，其中合資企業有兩種類型：股權式合資企業和契約式合資企業。股權式合資企業中的外資比例不得少於該合資企業註冊資本的 25%。由於關於外國企業分支機構的法律和法規正在制定中，因此對於外國企業在中國大陸設立分支機構不作承諾，除非在具體分部門中另有標明。允許在中國大陸設立外國企業的代表處，但代表處不得從事任何營利性活動。

「合同服務提供者」為履行雇主在中國大陸的服務合同而進入中國大陸境內提供臨時性服務的外國自然人。其雇主應為其他會員國的公司、合夥人或企業，且在中國大陸境內無商業據點者。合同服務提供者應具備與所提供服務相關的學歷和技術(職業)資格。停留時間以合同期限為準，但最長不超過一年。在中國大陸停留期間不得從事與合同無關的服務活動。合同服務提供者提供的服務僅限 9 個部門⁷⁰，其中包含醫療及牙醫服務業。

(二)國民待遇限制

「東協—中國全面經濟合作框架協議服務貿易協定」之國民待遇限制中，對於醫療服務業之所有現行補貼不做承諾。

四、中國大陸給予台灣之優惠

2007 年 4 月 3 日中國衛生部及國家中醫藥管理局頒布《關於台灣地區居民和獲得國外醫學學歷的中國大陸居民參加醫師資格考試有關問題的通知》，自 2007 年大幅度放寬台灣居民的學歷認證資格，及參加中國大陸醫師資格考試的條件。

2007 年 5 月 30 日中國國務院頒布《關於向臺灣居民開放部分

⁷⁰ 9 個部門分別為：1.會計服務 2.醫療和牙醫服務 3.建築設計服務 4.工程服務 5.城市規劃服務(城市總體規劃服務除外)6.電腦及其相關服務 7.建築及相關工程服務 8.教育服務：合同服務提供者應具有學士或以上學位；有相應的專業職稱或證書，且具有兩年專業工作經驗；與其雇主簽訂合同的中方合同主體應為具有教育服務職能的法人機構。9.旅遊服務。

專業技術人員資格考試有關問題的通知》，允許符合執業藥師及衛生專業技術人員資格考試報名條件的台灣居民，可在大陸的任何省、自治區、直轄市相應專業考試考務管理機構指定的地點報名並參加考試。

2009年1月4日中國衛生部發布《台灣地區醫師在大陸短期行醫管理規定》，規定自2009年3月12日起，具有台灣地區合法行醫資格的醫師，應聘在中國大陸醫療機構從事臨床診療活動的時間最長為3年。短期執業期滿若需延期，可重新辦理短期執業註冊手續。

2009年4月16日中國衛生部發布《台灣地區醫師獲得大陸醫師資格認定管理辦法》，規定2007年12月31日前已取得台灣合法行醫資格滿5年的台灣永久性居民，具台灣專科醫師資格證書，並在台灣醫療機構執業者，可申請中國大陸臨床、中醫及口腔三類之醫師資格認定。

2009年6月29日兩岸簽署 ECFA，中國大陸允許台灣服務提供者可在上海市、江蘇省、廣東省、福建省及海南省以獨資形式設立醫院，且在醫療服務提供者方面，允許台灣法人醫療機構、醫療機構的設置人及醫療機構設置的特定目的公司赴上述五個省份開立獨資醫院。

以下將中國大陸對於 WTO 及雙邊 FTA 開放承諾彙整如下(表 5-2-1)：

表 5-2-1 中國大陸在 WTO 及雙邊對醫療產業開放概況

協議名稱	內容	詳細內容
WTO 承諾表	僅開放「醫療與牙醫」(CPC 9312)	市場進入： ● 模式三：允許外國服務提供者與中國大陸合資設立合資醫院或診所，且外資經許可後可取得多數股權。 ● 模式四：除水平承諾中內容和下列內容外，不作承諾，即持有中國大陸頒發的專業證書的外國醫生，在獲得衛生部的許可後，得在中國大陸提供短期醫療服務，服務期限不超過1年。

表 5-2-1 中國大陸在 WTO 及雙邊對醫療產業開放概況(續)

協議名稱	內容	詳細內容
中國-香港 CEPA	投資總額	不低於 1,000 萬人民幣之限制。
	在廣東省試點的優惠條件	<ul style="list-style-type: none"> ● 允許以獨資形式設立門診部； ● 中港合資、合作門診部的中港雙方投資比例不作限制； ● 在廣東省設立的合資或合作門診部的投資總額不作要求等； ● 香港服務提供者在廣東省設立的合資、合作醫療機構的立項審批工作交由廣東省省級衛生行政部門負責。 ● 允許香港服務提供者在廣東省設立獨資、合資、合作療養院，提供醫療服務。
	放寬港資持股比例	<ul style="list-style-type: none"> ● 允許香港服務提供者在上海市、重慶市、廣東省、福建省、海南省以獨資形式設立醫院。 ● 對香港服務提供者在上海市、重慶市、廣東省、福建省、海南省設立的合資、合作醫院的中國大陸與香港雙方的投資比例不作限制。
	放寬取得中國大陸資格證書的條件	放寬取得中國大陸《醫師資格證書》及《執業藥師資格證書》的條件
	放寬開設個體診所的條件	取得中國大陸的醫師資格證書之醫師可在中國大陸開設個體診所，開設條件與中國大陸執業醫師相同。
	短期至中國大陸行醫	允許香港法定註冊醫療衛生專業人員中國大陸短期執業。短期執業的最長時間為三年，期滿需要延期的，可以重新辦理短期執業
中國-東協 FTA	醫療服務產業	市場准入限制： <ul style="list-style-type: none"> ● 股權式合資企業中的外資比例不得少於該合資企業註冊資本的 25%。 ● 合同服務提供者停留時間以合同期限為準，但最長不超過一年。在中國大陸停留期間不得從事與合同無關的服務活動。
		國民待遇限制：對於醫療服務業之所有現行補貼不做承諾
中國大陸給台灣之優惠	允許參加專業技術人員資格考試	允許參加中國大陸執業藥師及衛生等專業技術人員資格考試。
	放寬取得中國大陸《醫師資格證書》的條件	放寬取得中國大陸《醫師資格證書》的條件。
	短期至中國大陸行醫	獲得衛生部的許可後，得在中國大陸提供短期醫療服務，服務期限不超過 3 年。
	放寬台資持股比例 (ECFA)	允許台灣服務提供者在上海市、江蘇省、廣東省、福建省及海南省以獨資形式設立醫院。

資料來源：本研究整理。

第三節 中國大陸醫療服務業之貿易障礙 及台灣的商機

一、貿易障礙

(一)法律面障礙

1.不得獨資設置醫療機構

依據 2000 年中國大陸對外貿易經濟合作部發布之《中外合資合作醫療機構管理暫行辦法》規定，外商只能用「中外合資」或「中外合作」的方式設立醫療機構，不允許獨資，外資在中外合資合作醫療機構中所占的股權比例或權益不得超過 70%。此外，《暫行辦法》尚規定，投資總額不得低於 2,000 萬人民幣，合資/合作期限不超過 20 年。

2.設置、審查及登記程序繁複，曠日費時

(1)中外合資合作醫療機構

外商申請設置中外合資、合作醫療機構的流程十分繁複，且曠日費時。以台資明基醫院為例，明基集團在 2004 年提出申請，2006 年拿到衛生部的批文，到 2008 年第一家明基醫院開設，共耗時 4 年多的時間。根據《中外合資合作醫療機構管理暫行辦法》規定，申請設置中外合資、合作醫療機構的主要流程如下：

經所在地設區的市級衛生行政部門初審

- a.經所在地的省級衛生行政部門審核。
- b.報衛生部審批⁷¹，取得《設置醫療機構批准書》。
- c.獲得衛生部設置許可後，按照有關法律、法規向外經貿部提出申請，取得《外商投資企業批准證書》。
- d.至國家工商管理部門辦理註冊登記手續。

⁷¹ 外合資合作中醫醫療機構尚需報國家中醫藥管理局審核後才能轉報衛生部審批。

e.按《醫療機構管理條例》和《醫療機構管理條例實施細則》關於醫療機構執業登記所規定的程式和要求，向所在地省級衛生行政部門規定的衛生行政部門申請執業登記，領取《醫療機構執業許可證》。中外合資、合作醫療機構的《醫療機構執業許可證》每年校驗1次。

(2)中國大陸本土醫療機構

反觀中國大陸本土醫療機構設置、審查及登記的程序相對簡便許多，且依病床數多寡設有不同的申請單位⁷²及審查標準：

不設床位或者床位不滿100張的醫療機構，向所在地的縣級人民政府衛生行政部門申請及登記，其《醫療機構執業許可證》每1年校驗1次；

a.床位在100張以上的醫療機構和專科醫院按照省級人民政府衛生行政部門的規定申請及登記，其《醫療機構執業許可證》每3年校驗1次；

b.國家統一規劃的醫療機構的設置，由中國國務院衛生行政部門決定。

3.中外合資合作醫療機構不得申請為非營利性醫療機構，因而無法享受政府補貼與稅收優惠

2000年2月中國國務院頒布《城鎮醫藥衛生體制改革的指導意見的通知》，建立新的醫療機構分類管理制度。該《通知》將醫療機構分為非營利性和營利性兩類。非營利性醫療機構執行政府規定的醫療服務指導價格，享受相應的稅收優惠政策，而營利性醫療機構醫療服務價格放開，依法自主經營，照章納稅。非營利性醫療機構又可分為政府舉辦及其他兩類，其中政府舉辦的非營利性醫療機構由同級財政給予合理補助，並按扣除財政補助和藥品差價收入後的成本制定醫療服務價格；而其他非營利性醫療機構雖執行政府指導價，但不享受政府

⁷² 參考中國國務院《醫療機構管理條例》。

補助。

2000年7月《關於城鎮醫療機構分類管理的實施意見》發布，中外合資合作醫療機構被定為營利性醫療機構，因而無法享受財政補助及稅收優惠政策。有關營利性醫療機構與非營利性醫療機構繳納稅收的差異，整理如表5-3-1。

表 5-3-1 營利性醫療機構與非營利性醫療機構繳納稅收之差異

稅種	徵稅(免稅)	營利性醫療機構	非營利性醫療機構	法源
營業稅	免稅	醫療服務收入	醫療服務收入	依 2008 年 11 月發布之《營業稅暫行條例》，自 2009 年 1 月 1 日起實施。
	徵稅	非醫療服務取得的收入，如租賃收入、財產轉讓收入、培訓收入、對外經營飲食業收入。	非醫療服務取得的收入，如租賃收入、財產轉讓收入、培訓收入、對外經營飲食業收入。	
企業所得稅	免稅		醫療服務收入	1.2000 年 7 月發布之《關於醫療衛生機構有關稅收政策的通知》 2.2007 年 3 月發布之《企業所得稅法》
	徵稅	醫療服務、非醫療服務取得的收入徵收 25% 企業所得稅。	非醫療服務收入直接用於改善醫療衛生服務條件的部分，經稅務部門審核批准可抵扣其應納稅所得額後，就餘額部分徵收企業所得稅。	
房產稅、土地使用稅、車船稅	免稅	自用部分，自取得執業登記之日起，免徵 3 年。	自用部分	2000 年 7 月發布之《關於醫療衛生機構有關稅收政策的通知》
	徵稅	1.自用部分免徵 3 年 2.非自用部分	非自用部分	
增值稅	免稅	自產自用的製劑，自取得執業登記之日起，免徵三年	自產自用的製劑	
	徵稅	自產自用的製劑免徵 3 年		

註：1.在 2009 年 1 月 1 日以前，根據 2000 年 7 月發布之《關於醫療衛生機構有關稅收政策的通知》，營利性醫療機構取得的醫療服務收入，直接用於改善醫療衛生條件的，自其取得執業登記之日起，3 年內免徵營業稅，3 年免稅期滿後恢復徵稅。

資料來源：本研究整理。

4. 中外合資合作醫療機構進口醫療器材無法享受稅收優惠

國家關稅總局在 2007 年 1 月頒布的《科學研究和教學用品免徵進口稅收規定》中規定，「科學研究機構和學校，以科學研究和教學為目的，在合理數量範圍內進口國內不能生產或者性能不能滿足需要的科學研究和教學用品，免徵進口關稅、進口增值稅和消費稅。」其中醫藥類院校、專業和醫藥

類科學研究機構進口科學研究、科學試驗和教學用的醫療檢測、分析儀器及其附件，享有該項優惠。且經海關核准，上述免稅醫療檢測、分析儀器用，在每5年每種1台的範圍內，可用於其附屬醫院的臨床活動。亦即根據該《規定》，中國大陸附屬於教學或研究機構之醫院，進口醫療器材亦同享稅收優惠。

而原本對外商企業進口設備免徵增值稅政策⁷³及外商投資企業採購國產設備增值稅退稅政策，卻自2009年1月1日起廢除。

5.中外合資合作醫療機構不得設置分支機構

依據2000年中國大陸對外貿易經濟合作部發布之《中外合資合作醫療機構管理暫行辦法》規定，中外合資合作醫療機構不得設置分支機構，但中國大陸本土醫療機構並無設置分支機構之限制。

6.台港澳籍學生取得中國大陸醫學專業學歷後，無法在中外合資合作醫療機構內實習

依據2001年中國衛生部發布之《關於取得內地醫學專業學歷的臺灣、香港、澳門居民申請參加中華人民共和國醫師資格考試有關問題的通知》規定，臺灣、香港、澳門居民取得內地醫學專業學歷後，須在中國大陸的醫療機構內，在執業醫師指導下接受參加醫師資格考試所需的專業訓練(以下稱“實習”)滿一年，才能申請參加國家醫師資格考試。其中，可接受臺灣、香港、澳門居民實習的中國大陸機構，必須是提供臺灣、香港、澳門居民中國大陸醫學專業學歷教育的高等院校附屬醫院。這樣的限制不僅使得台港澳籍學生取得中國大陸醫學專業學歷後，難以取得實習機會，直接影響其後續求職及發展，也間接增加了中外合資合作醫療機構人才招募的困難度。

⁷³ 主要是指《國務院關於調整進口設備稅收政策的通知》(國發[1997]37號)和《國務院辦公廳轉發外經貿等部門關於當前進一步鼓勵外商投資意見的通知》(國辦發[1999]73號)規定的增值稅免稅政策。

(二)經營面障礙

1.申請成為醫保定點機構困難

雖然中國大陸《城鎮職工基本醫療保險定點醫療機構管理暫行辦法》(勞社部發[1999]14號)並未對中外合資合作醫療機構申請成為醫保定點機構加以限制，但是一些地方行政部門(如湖北省麻城市)卻明確將外資醫療機構排除在醫保定點單位的申請資格之外。根據許易民(2009)研究，中國大陸針對各區域的醫保定點機構設置數量早已預作規劃，許多公立醫院透過地緣之便在能獲利的區域已事先卡位，再加上申請納入醫保醫院須經各省審批，而各省政府基於保障本土醫院，審核十分嚴苛，且手續複雜，外資醫院若非有特殊人脈恐難取得。

對醫院而言，看診人數是長期經營最重要的關鍵，若中國大陸人民到中外合資醫院就診不可享有醫保，則將導致中外合資醫院的服務客群受到很大的限制。以廈門長庚醫院為例，其2008年開始營運，2009年獲得市醫保定點單位資格後，日平均接診量成長了5倍⁷⁴。不過，雖然中外合資醫院申請成為醫保定點機構後將有助於看診人數的增加，但卻可能因此而被定位為一般民眾就醫機構，而失去高端客源。另外，中外合資醫院的成本結構普遍較中國大陸本土醫院高，即使申請成為醫保定點機構亦不易與本土醫院競爭，使得中外合資醫院在申請成為醫保定點機構時常面臨兩難。

2.醫師招募困難

根據1998年6月頒布的《執業醫師法》，中國大陸醫生在取得執業醫師資格後必須申請註冊，然後依據註冊上崗證書中載明之執業地點、執業類別及執業範圍的規定，進行相對應的業務。該規定嚴格限制了中國大陸的醫生只能在人事檔案所屬的醫院行醫。由於中國大陸醫務人員無法自由流動亦不可兼職，且公立醫院可享有較好的福利及聲譽，致使外資醫療機構在招募醫療相關人員上，顯得格外困難。

⁷⁴ 資料來源：中國經濟網，記者訪問廈門長庚醫院行政中心特別助理何國豪。

3.醫務人員素質差異太大且流動率高

醫療團隊不單由醫師組成，尚需相關醫務人員如護理、放射、麻醉等專業的支持。但中國大陸醫學教育品質良莠不齊，且大部分醫學院的畢業生欠缺足夠的實務經驗，再加上中國大陸醫師專業證照容易取得，考核不如台灣嚴謹，使得台資醫院很難從文憑上判斷醫生的專業能力。除此之外，中國大陸的醫療專業人員汰換率與流動率偏高，再加上目前中國大陸僅開放台灣醫師可以持台灣所核發之醫師執照換發短期行醫執照，對於相關醫務人員則尚未開放，使得台資醫院在醫療相關人才的招募及培訓上均難以進行。

針對法條對外資的限制、台商在中國大陸的經營障礙、與中國美國商會以及日本經濟產業省對中國大陸貿易障礙所提出之意見整理如下(表 5-3-2)：

表 5-3-2 貿易障礙彙整

貿易障礙項目	說明	提出意見之單位或法令出處
法律面障礙		
投資障礙	醫療衛生為外商投資產業目錄限制類	單位： ● 中國美國商會 ● 日本經濟產業省 法令： ● 《外商投資產業指導目錄》
中外醫療機構設置障礙	設置條件(不含港、澳)： ● 不允許獨資 ● 投資總額不得低於 2,000 萬人民幣(約 290 萬美元) ● 外資持有股權最高不得超過 70% ● 合資/合作期限不超過 20 年	單位： ● 中國美國商會 ● 日本經濟產業省 ● 台灣醫療院所業者 ● 台灣私立醫療協會 法令： ● 《中外合資合作醫療機構管理暫行辦法》及補充規定
	設置、審查及登記程序繁複，曠日費時 中外合資合作醫療機構不得設置分支機構	
中外醫療機構體制障礙	中外合資合作醫療機構不得申請為非營利性醫療機構，以致於無法享受政府補貼及若干稅收優惠	單位： ● 台灣醫療院所業者 ● 台灣私立醫療協會 法令： ● 《城鎮醫藥衛生體制改革的指導意見的通知》

表 5-3-2 貿易障礙彙整(續)

貿易障礙項目	說明	提出意見之單位或法令出處
中外醫療機構進口醫療設備障礙	中外合資合作醫療機構進口醫療器材無法享受稅收優惠	單位： ● 中國美國商會 ● 台灣醫療院所業者 ● 台灣私立醫療協會 法令： ● 《科學研究和教學用品免徵進口稅收規定》
台港澳籍學生取得中國大陸醫學專業學歷後，申請實習機構的限制	台港澳籍學生取得中國大陸醫學專業學歷後，無法在中外合資合作醫療機構內實習	單位： ● 台資醫院 法令： 《關於取得內地醫學專業學歷的臺灣、香港、澳門居民申請參加中華人民共和國醫師資格考試有關問題的通知》
經營面障礙		
醫保資格	申請成為醫保定點機構困難	單位： ● 台灣醫療院所業者 ● 台灣私立醫療協會 ● 工商時報
醫療人員招募	外資醫院招募醫師困難且醫務人員無法自由流動亦不可兼職	
醫療人員素質及流動率	醫學教育品質良莠不齊、欠缺實務經驗、中國大陸醫師專業證照容易取得、考核不如台灣嚴謹，使得台資醫院很難從文憑上判斷醫生的專業能力。除此之外，中國大陸的醫療專業人員汰換率與流動率偏高，使得台資醫院的人才培訓不易進行。	

資料來源：本研究整理。

二、台灣的商機

台灣醫療服務業不僅提供高品質醫療服務且收費合理，台灣在肝、腎移植成功率與癌症治療品質具國際水準；依據 2010 年瑞士洛桑國際管理學院(IMD)所作之「世界競爭力評比」數據顯示，台灣醫療基礎建設(Health Infrastructure)受評為全世界第 11 名，亞洲第 2 名，僅次於新加坡；在 2009 年英國經濟學人智庫(EIU)針對全球產業競爭力進行評比，台灣 IT 產業競爭力業占全球第 15 名，在亞洲排名第 3，對於將 IT 技術應用於醫療服務上，深具發展潛力；2008 年 4 月 16 日，美國公共電視台(PBS)「Sick Around the World」單元，將美國之健康照護制度與英國、德國、瑞士、日本、台灣等國作一比較，台灣與世界先進國家並列，以上數據顯示台灣醫療服

務業有強大競爭優勢。

除此之外，台灣在醫院管理水準較中國大陸進步，面對中國大陸新醫改方案對公立醫院的改革，許多小的公立醫院(2009年二級醫院有6,523個，一級醫院5,110個)或是營運不佳的醫療機構，台商可善用醫院管理經營團隊的方式切入投資，藉由提供專業的醫院管理理念、技術、服務模式及方法逐步與中國大陸醫療機構進行合作。再者，由於台灣與中國大陸語言相同、文化相近，與外商相較，除與當地容易溝通外，也較熟悉當地之人脈關係與訊息管道，管理經營也相對適於當地化，加上台商在中國大陸布局多年，相較其他外商較容易建立人脈與政商關係，方便台灣業者進軍中國大陸醫療市場(許易民，2009)。

目前外資進入中國大陸醫療市場受限仍大，雖然中國大陸允許台灣可以在五個省市設立獨資醫療機構，給予台灣超WTO待遇，但部分受訪廠商卻表示，在中國大陸醫療市場既存的法律面及經營面的重重障礙下，純外資醫療機構不見得較中外合資合作醫療機構具有優勢。例如醫院專業用地取得方面，由於醫療機構屬於特殊行業，有專屬用地，不能隨便設置。規劃醫療用地時必須經過社區居民公聽會，居民同意後才能推動。一般而言，外資很難取得醫院用地，因而常被迫必須與當地企業或醫院合作。再者如行政便利性方面，中國大陸醫療機構可能涉及的相關政府單位除中央及地方衛生部門、衛生監察、醫藥監察等系統外，尚有勞動、稅賦及工商管理等相关部門，往來單位十分龐雜。醫療機構與這些主管機關的熟悉度及關係交情常主導行政流程的便利及效率，而外資機構要周旋於這些主管單位並在短時間取得友好關係並不容易。因此台灣私立醫療院所協會建議有意至中國大陸投資的台商可朝以下方式投資，可降低投資風險，提高獲益率：

(一)以小型診所進入中國大陸醫療市場

目前已在中國大陸投資的台資醫院經營狀況皆不是很好，致使尚未進入市場的台商仍在觀望。台灣私立醫療院所協會建議台商可以專業醫學診所進入中國大陸市場，如健檢診所(例如美兆)等，理由為健檢中心投資金額較醫院小，設備投資成本不似醫院那麼高，只需購買健檢相關儀器設備和相關行政費用，而其收入主要是靠行銷手法招攬會員，如利用網路等，

鎖定特定族群即可，此種方式較不引起注意，容易進入市場，即使經營有盈餘，同業或當地政府也不會太過於注意而遭遇刁難，據業者指出目前部分台商皆在觀察健檢的商機。

(二)以「醫學大學附屬醫院」的名義較易進入市場

除了以專業醫學診所進入外，台灣私立醫療院所亦建議可以「醫學大學附屬醫院」的名義進入。中國大陸喜歡醫學附屬醫院的名號，認為這才是品質的保證，例如中山大學附屬東莞醫院，若不考慮名稱授權問題，這或許是一個可行的方法。

綜上所述，依目前中國大陸的醫療改革程度尚有一段時間，但長期下，不管是投資醫院、或是藥品皆有機會，不過真正的契機還待中國大陸在政策面上的改革，如醫療保險、外資醫院可申請非營利醫院等。在獲取醫保的資格後，會使醫院病人數增加，核准設立為非營利醫院可使稅負大大減少，若再加上中國大陸國營醫院的醫生願意到民營醫院的意願增加及中國大陸醫生各方面的素質提高，並配合台灣良好的醫療和服務品質，相信台商醫院在中國大陸是很有優勢的。

第四節 小結

中國大陸人口眾多，經濟成長快速，加上新醫改方案將在 2009 ~ 2011 年內投入 8,500 億元人民幣於醫療改革上，中國大陸醫療市場潛在商機十分可觀。然而儘管中國大陸醫療市場商機大，但外資醫療機構卻不一定能順利分食這塊大餅，主要原因在於，目前中國大陸醫療服務產業仍然存在相當多的法律及經營障礙。

根據《中外合資合作醫療機構管理暫行辦法》，中國大陸目前允許外資企業以持股不超過 70% 的方式成立中外合資合作醫療機構，合資期限為 20 年，投資金額不低於 2,000 萬人民幣。此外，外資申請設立醫療機構所需的審查程序十分繁複，往往需要花上數年的時間才能正式對外營運。然而，真正造成外資醫療機構與中國大陸本土醫療機構不公平競爭的是，中國大陸根據《城鎮醫藥衛生體制改革的指導意見的通知》將醫療機構分成非營利及營利兩種，其中非營利性醫療機構執行政府規定的醫療服務指導價格，享受相應的稅收優惠政策；

而營利性醫療機構的醫療服務實行市場調節價，醫療機構根據實際服務成本和市場供需情況自主制定價格，依法自主經營，照章納稅。外資醫療機構一般被認定為營利機構，除了無法享受政府補貼外，尚需負擔額外的稅賦，造成經營成本大幅上升。除了法律面的障礙外，許多經營層面的障礙亦困擾著外資醫療機構，如申請醫保定點機構的困難及招募醫療人員的困難等。

台資醫療機構於 2000 年後陸續進入中國大陸市場，以廈門長庚醫院、湖南長沙旺旺醫院、南京明基醫院及昆山宗仁卿紀念醫院等四家規模較大。台資醫療機構由於上述障礙，經營情況亦不甚理想。2007 年之後，中國大陸陸續放寬台灣取得中國大陸醫師資格的條件，也將台灣醫師赴中國大陸進行短期行醫的時間延長至三年，讓台資醫院在醫師調度上更為彈性且有更多的選擇。惟台資醫院大部分的醫療人員最終仍須倚賴中國大陸當地人才，因此，在中國大陸政府尚不允許醫療人員可以自由移動及自由兼業前，醫療人才的招募都將會是外資及台資醫院沉重的課題之一。因此，政府在未來後續的談判中，不妨爭取台灣相關醫事人員(護理、放射、麻醉等)亦可赴中國大陸換照執業，以讓台資醫院在醫療人員的調度上更有彈性。此外，目前台灣學生赴中國大陸就讀醫學院的人數不少，但畢業之後卻難以取得實習機會，若有亦屬較差等級的醫院，直接影響其後續求職及發展。因此，政府亦可協助台資醫院爭取與當地醫學院建教合作機會，不僅解決台生實習問題，也有利於舒緩台資醫院人才不足的困境。

雖然目前中國大陸醫療市場仍存在許多貿易障礙，但台灣由於與中國大陸同文同種，不僅語言上較無隔閡，常見的病症亦較為雷同，相對外資而言，有較大的競爭優勢。再加上目前兩岸關係大幅改善，中國大陸已允許台灣可以在五個省市設立獨資醫療機構，未來尚可能進一步對台開放相關的配套措施，台資醫院較外資醫院可有更多的運作空間。因此，相信台資醫療機構只要運用合適的策略，必可突破目前的營運困境，在中國大陸的醫療市場找到生存利基。

第六章 電信業

本章將分析中國大陸電信業之概況及台、外資進入市場所面臨到的法律面及經營面等障礙，並整理相關建議供政府擬定相關政策之參考。本章內容分為四節：第一節是中國大陸電信產業發展概況，針對目前中國大陸電信業發展形勢、內外資競爭概況進行分析。第二節是中國大陸在 WTO 中及雙邊 FTA 中對電信業的開放概況，將中國大陸在 WTO 對電信業的承諾及在 CEPA 對港澳的承諾進行整理。第三節是中國大陸電信產業貿易障礙之彙整及台灣的商機，將外資企業在中國大陸面臨之貿易障礙做整理，並針對台灣業者進入中國大陸電信市場需排除之障礙及商機進行分析。第四節則是小結，對於本章內容作簡要敘述並整理。

第一節 中國大陸電信產業發展概況

一、產業發展狀況

根據中國大陸工業和信息化部的統計(表 6-1-1)，電信產業的產值於 2004 年時為 5187.6 億人民幣，到了 2009 年則高達 8707.3 億人民幣，五年間成長了 67.8%。電信產業的就業人口於 2004 年 85 萬人左右，至 2008 年為 98 萬人。2004 年中國大陸的移動電話用戶為 3.3 億戶，2009 年達到了 7.4 億戶；移動電話普及率由 2004 年的每百人 25.91 台達到了 2009 年每百人有 56.3 台的水準，五年來的成長率將近 120%，成長幅度著實驚人。移動電話用戶也由 2004 年的 3.3 億戶增加為 2009 年的 7.4 億戶，成長了 1.24 倍。

在電信業務的成長方面，移動電話通話時間與簡訊數量更是創下新高，移動電話通話時間在 2004 年為 9 千 4 百億分鐘，到了 2009 年為 3.5 兆分鐘，足足成長了 272%；移動電話國際通話時間長由 2004 年的近 3 億分鐘至 2009 年則成長至 8 億多分鐘，成長率為 177%。簡訊數量在 2004 年為 2 千 1 百億條，2009 年時則高達 7 千多億條，成長率為驚人的 255%。

由這些資料可以知道，中國大陸電信產業不但發展迅速，且毫無疑問為全球最大的行動電話市場。不僅如此，2004 年中國大陸的寬頻網路接入口數量為 3 千 5 百多萬，至 2009 年數量達 1 億之

多，超越美國同時成為世界上最大的網路市場，而且寬頻和無線增值服務等技術也將繼續保持成長，另外隨著中國大陸於 2009 年 1 月開放 3G 執照，至同年 11 月底，3G 用戶規模也已達到 1307 萬。

表 6-1-1 中國大陸歷年電信產業發展概況

指標	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年
業務營收(億人民幣)	5,187.6	5,799.0	6,483.8	7,280.1	8,139.9	8,707.3
就業人口(人)	858,992	896,292	955,771	980,431	985,309	1,189,463
電信固定資產投資(億元)	2,136.5	2,033.4	2,186.9	2,279.9	2,953.7	3,724.9
移動電話用戶(萬戶)	33,482.4	39,342.8	46,108.2	54,728.6	64,123.0	74,738.4
移動電話普及率(部/百人)	25.91	30.26	35.30	41.64	48.5	56.3
固定電話普及率(部/百人)	24.9	27.0	28.1	27.8	25.8	23.6
移動電話通話時間長(萬分鐘)	94,303,281.7	125,087,832.2	168,686,933.8	230,558,664.8	293,977,796.3	353,409,617.4
移動電話國際電話通話時間長(萬分鐘)	29,940.9	33,496.5	41,716.1	58,243.1	77,368.5	83,198.4
移動電話港澳台電話通話時間長(萬分鐘)	33,073.3	33,358.3	40,409.7	67,000.8	96,078.1	106,017.0
移動短信業務量(億條)	2,177.6	3,046.5	4,296.7	5,921.0	6,996.7	7,713.0
互聯網寬帶接入端口(萬個)	3,578.1	4,874.7	6,486.4	8,539.3	8,342.5	10,322.6

資料來源：中國國家統計局「中國統計年鑑」、中國工業和信息化部、中國數據在線資料庫。

二、產業競爭狀況

中國大陸電信業的改革始於 1980 年代的改革開放初期，但是真正較明顯的改革出現在 1990 年代。在 1990 年代中期，中國大陸消費結構開始轉變，對於電信的需求增加，因此推動了電信產業的高速成長。1993 年中國國務院發布了「國務院批准郵電部關於進一步加強電信業務市場管理意見的通知」，開放了無線尋呼、800MHz 無線移動通信、國內衛星通信、電話資訊服務、450MHz 無線移動通信、電腦資訊服務業務、電子信箱業務、電子資料交換業務、可視圖文業務等 9 項內容，使中國大陸電信產業開始蓬勃發展。

中國大陸電信改革採取「政企分家、郵電分營、引入競爭機制」的策略，因此在開放公司競爭的情形下，中國大陸政府由電子部、電力部、鐵道部和廣電部聯合成立中國聯通公司，於 1994 年 7 月 19 日正式掛牌成立。中國聯通公司的成立代表著中國大陸電信產

業由政府獨家壟斷經營的局面被打破，以往中國大陸的信件、電報及電話等通信網路由郵電部獨家經營，因此郵電部集政府與企業兩種功能於一身。然而中國聯通的發展並不順利，成立後四年，即1998年，中國聯通的市占率只占中國大陸電信市場的1%。1998年3月，中國國務院決定籌組工業和信息化部，作為主管中國大陸電子信息產品製造業、通信業和軟件業的政府部門。至此以後，中國大陸政府加速電信產業的改革速度，1999年2月，中國國務院通過中國大陸電信重組方案。同年10月和2000年1月、4月及6月進行第一次的重組，分別成立中國網路通信集團、中國移動通信集團、中國電信集團和中國衛星通信集團等數家公司，目的在於強化電信市場的競爭機制。

2003年中國大陸頒布「電信業務分類目錄」，將電信業務朝向規範市場經營及促進市場競爭的方向調整，使中國大陸電信產業的業務層次更加分明，不僅方便政府進行管理，也推動了電信增值業務市場的發展。

隨後中國大陸電信業至2008年間又進行了三次複雜的重組，中國大陸電信產業的發展概要可由表6-1-2說明。到目前為止，中國大陸電信產業呈現三雄鼎立的局面，市場上分別為中國電信、中國移動和中國聯通等三家電信業者在競爭。至2009年10月，固網市占率以用戶數及收入分別計算的話，中國電信為64.5%及69.9%；中國聯通及中國移動合計為35.5%及30.1%。至於在移動通訊方面，中國電信則分別為6.7%及5.2%；中國聯通為20.5%及12.1%；中國移動為70.8%及82.7%。由此可知，固網業務由中國電信稱雄，移動通訊業務則是中國移動一家獨大。雖然這三家仍由中國大陸政府掌控大多數股份，但外資仍可透過參股參與了電信營運業務，外資參股率在中國電信、中國聯通及中國移動分別為25.8%、31.6%及22.3%。

表 6-1-2 中國大陸電信產業發展沿革

年代	重大事紀
1993	中國國務院發布「國務院批轉郵電部關於進一步加強電信業務市場管理意見的通知」，開放電信業務
1994	中國聯通成立，打破政府壟斷經營局面
1998	籌組工業和信息化部作為電信業主管機關
1999~2000	中國大陸電信重組方案通過，進行電信產業第一次重組。原中國電信分拆成新中國電信、中國移動、中國衛星等三家公司；中國網通公司成立
2000	中國大陸提交的 TD-SCDMA 正式成為國際第三代移動通信標準，與歐洲 WCDMA、美國 CDMA2000 成為 3G 時代主流的三大技術之一
2000	進行第 2 次重組，形成中國電信、中國移動、中國聯通與吉通、網通等三大兩小的經營局面
2002	進行第 3 次重組，形成中國電信、中國移動、中國聯通、中國網通與中國鐵通、中國衛通等四大兩小的市場競爭局面
2003	頒布「電信業務分類目錄」，使中國大陸電信產業的業務層次更加分明
2008	發布《關於深化電信體制改革的通告》，進行電信產業第 4 次重組，透過合併使電信運營商由 6 家變為 3 家，即中國電信、中國移動與中國聯通
2008	國務院常務會議通過決議，同意 3G 牌照發放
2009	國家工業和信息化部發放 3G 牌照，正式進入 3G 時代

資料來源：香港文匯報。

2003 年底中國大陸電信增值業務經營廠商即已超過 8,000 家，各類電信增值業務經營許可累計達 18,000 多張，主要集中在尋呼⁷⁵、網路服務提供、呼叫中心⁷⁶等領域。其後電信增值業務廠商的數量呈現更快速的成長，至 2007 年底達到 22,000 多家。隨著中國大陸電信增值業務不斷開放與擴張，相關技術與業務發展亦不斷創新，目前以大眾娛樂以及消費類為主的資訊服務為電信增值服務的市場主流；偏向企業資訊化服務的呼叫中心、資料中心、虛擬專用網⁷⁷等業務所占比例仍較小。

三、未來發展方向

中國大陸自 1953 年起，每五年制定一項經濟發展計畫，2006 年是「十一五」的開始，至 2010 年，即第十一個五年計畫。其中電信產業的發展目標是為：業務收入達到 6,390 億元；固定電話普及率和移動電話普及率分別達到 29% 和 34%；電信固定資產投資

⁷⁵ 尋呼：一種傳送呼叫信號的單向個人選呼系統，將選呼信號發送給攜帶尋呼機的移動用戶，例如 BB Call。

⁷⁶ 呼叫中心：即電話中心，即為向客戶提供服務的客服中心。

⁷⁷ 虛擬專用網：即 VPN (Virtual Private Network)，其為在公眾網路 Internet 上建立私有網路，具有保密、認證及保持傳送封包之完整性等特點，只有知道密碼的相關人員才可以從遠端連結到企業內部存取資料。

繼續保持 2,000 億元左右。為達到上述目標，施政重點在於：一、加強規劃指導、法制法規建設及政策研究；二、加快推動傳統電信業的轉型；三、提高自主創新能力；四、推動農村通信發展和農村信息化建設；五、規範市場秩序，加強網絡與信息安全；六、推動企業「走出去」，即擴大出口及加強國際合作。由表 6-1-2 可以看出，「十一五」的發展目標在計畫推動的第一年，即 2006 年就已達到部分目標，如業務收入、移動電話普及率等，足見中國大陸電信產業發展之迅速。

2011 年即將邁入「十二五」的階段，在目前「十二五」的前期研究中，電信產業的發展「以信息化與工業化的融合」，即「兩化融合」將會是計畫的核心，並著重在市場競爭、市場開放與法規面等問題解決方面。另外，中國國務院申明三網融合將是電信產業「十二五」規劃的重點，其中三網分別為電信網、廣播電視網及互聯網，三網融合的最終目標在於用戶可以利用電話、電視、電腦等任一終端，不論經由何種網路，都可享受上網、視頻、通話等服務和應用。未來幾年，中國大陸中小型通信技術和業務提供類企業將可能成為融合業務的先鋒。

「十二五」的另一重點為 3G 技術的發展。中國大陸專家認為未來應對 3G 寬頻戰略、移動互聯網的技術、網絡信息安全、數據通信高效能傳輸技術以及 4G 技術的前瞻性等，作出充分的研究與具體規劃，確立往後 3G 市場定位和營運方式定位等問題。2009 年 1 月中國大陸核發 3 張 3G 執照給予 3 家電信公司，中國移動使用 TDS-CDMA；中國聯通使用 W-CDMA；中國電信則是 CDMA2000⁷⁸。

目前在市內電話、固定長途電話、數據傳輸等電信業務領域形成了由中國電信和中國聯通兩家占領主要市場的寡頭壟斷情形。移動通信業務則是由中國移動擁有主要的市占率，至 2009 年初，中國移動的行動電話業務市占率達到全球的一成，為全世界最大的行動電信公司。中國移動的個人行動通訊業務仍將保持不可動搖的地位，企業客戶將成為中國移動所要面對的新市場挑戰。

⁷⁸ TDS-CDMA、W-CDMA 及 CDMA2000 為 3 種不同的 3G 標準系統，TDS-CDMA 為中國自訂之標準；W-CDMA 多為歐洲廠商使用；CDMA2000 以日韓及北美為主。由於中國大陸龐大的市場，因而使 TDS-CDMA 受到各大主要電信設備商的重視，以致於全球一半以上的設備商都宣佈可以支援該標準。

然而中國電信透過收購中國聯通 CDMA(分碼多工存取)網路獲得經營行動電話業務的牌照，擺脫固網運營商的身分，正式進入行動電話市場成為全業務運營商⁷⁹。而且從未來市場的發展趨勢來看，行動通訊市場將是爭奪重點，中國電信將借助移動牌照對行動通訊市場展開攻勢，其主要目標為移動語音業務市場，可先作為其他移動業務開展的經驗累積。

在三家業者都進入全業務營運的模式後，以客戶為中心的產品和業務創新將成為中國大陸電信業者在全業務運營上的主要方向，因此針對不同客戶的需求及附加的娛樂服務會為其重要發展手段。針對個人和家庭客戶，以娛樂為代表的資訊服務將成為最大賣點。但是由於娛樂服務的模式各式各樣，內容變異性也十分龐大，服務的創新層出不窮，對娛樂服務發展經驗仍嫌不足的中國大陸電信業者來說，借鑒外資企業如 AT&T 以及 KDDI 等的經驗做為提供服務的基礎，不失為一個快速累積相關知識技術的方法。

然而當個人和家庭客戶在通信需求上達到一定程度後，就很難再有較大規模的增長。因此，通信需求的成長率將取決於企業客戶。企業客戶在語音和數據傳輸等服務上，由於中國大陸經濟的高度成長拓展中國大陸各企業業務的需要，在未來仍將保持一定的速度增加，因此中國大陸電信市場中的企業客戶將是兵家必爭之地。

而未來隨著 3G 網路的成熟，綜合視訊數據業務最有可能成為中國大陸電信未來的創新方向。目前網路的主要視訊業務包括網路視訊直播和點播、視訊分享、視訊監控、視訊會議等；手機的視訊業務包括行動賽事直播、行動視訊會議、手機電視等。在新型終端開發上市後可以實現網路和 3G 的自由切換，將在目前的服務基礎上衍生出豐富的服務種類，成為中國大陸電信增值服務最主要的市場機會。

⁷⁹ 全業務運營：指同時經營固定業務(長途、市話、IP 電話等)、寬帶業務(互聯網接入等)、無線業務(移動通信、衛星通信等)。

第二節 中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 中對電信產業開放狀況

一、中國大陸在 WTO 承諾項業務名稱與電信業務分類表之對應

中國大陸在 WTO 開放部分包括了增值電信業務、基礎電信業務、國內業務及國際業務等四個部分。在增值電信業務方面，根據中國大陸在 WTO 承諾表的分析，增值電信服務包括電子郵件、語音郵件、在線信息和資料檢索、電子資料交換、增值傳真服務、編碼和規程轉換、在線信息和/或資料處理(包括交易處理)。然而中國大陸在 WTO 承諾表中所開放的業務名稱與其在中國大陸國內的「電信業務分類表」之業務名稱不盡相同，根據表 6-2-1 可了解中國大陸在 WTO 承諾開放的業務名稱與依據「中國電信條例」制訂之「電信業務分類表」的對應關係，例如在 WTO 開放的增值電信業務部份，WTO 承諾的電子郵件、語音郵件和增值傳真服務等業務，屬於中國大陸「電信業務分類表」第二類增值電信業務中的存儲轉發業務；WTO 承諾的在線信息和資料檢索，則屬於增值電信業務中的信息服務業務；WTO 承諾之在線信息和/或資料處理(包括交易處理)以及電子數據交換，屬於第一類增值電信業務中的在線數據處理與交易處理業；WTO 承諾之編碼和規程轉換則已無具體應用(見表 6-2-1 第 3 欄)。

其次在進一步整理下，依據「中國電信業務分類表」，中國大陸在 WTO 開放的增值電信業務有存儲轉發業務、信息服務業務以及在線數據處理與交易處理業務(見表 6-2-1 第 4 欄)。透過對照，未來才能與中國大陸在 CEPA 依「中國大陸電信業務分類表」對港澳開放的電信業務作一比較。

WTO 在 1991 年參考聯合國中央產品分類(CPC)標準暫行版有關服務業類別的分類方式，經部分調整後作成談判版的分類參考標準 W/120。在電信服務方面，將電信服務分為基本電信服務、增值電信服務以及其他，並依傳輸技術再予以分為 14 項。但是這種分類無法對應部分會員對於基本與增值電信服務的分類外，而且也沒有涵蓋全部的電信服務。另外多種電信服務已經逐漸沒落，甚至已經沒有業者經營，因此本部分討論的電信業務主要為 CPC7523，

並沒有將各項業務之 CPC 一一列出。

表 6-2-1 中國大陸 WTO 承諾開放業務名稱與「中國大陸電信業務分類表」之對應關係

WTO 業務分類	中國大陸 WTO 承諾開放之業務名稱	中國大陸電信業務分類表之名稱	對照中國大陸電信業務分類表，增值電信開放部分
增值電信業務	電子郵件	第二類增值電信業務中的存儲轉發業務	存儲轉發業務
	語音郵件		信息服務業務
	增值傳真服務		
	在線信息和資料檢索	第二類增值電信業務中的信息服務業務	在線數據處理與交易處理業務
	在線信息和/或資料處理(包括交易處理)	第一類增值電信業務中的在線數據處理與交易處理業	
	電子數據交換	已無具體應用	
編碼和規程轉換			
WTO 開放部分	中國大陸 WTO 承諾開放之業務名稱	中國大陸電信業務分類表之名稱	對照中國大陸電信業務分類表，基礎電信開放部分
基礎電信業務	尋呼服務	第二類基礎電信業務中的無線尋呼業務	無線尋呼業務
	移動語音與數據服務(模擬、數據、蜂窩、個人通訊)	第一類基礎電信業務中的蜂窩移動通信業務	蜂窩移動通信業務
國內業務	語音服務	第一類基礎電信業務中的固定通信業務(固定網本地電話業務和固定網長途電話業務)	固定通信業務(固定網本地電話業務和固定網長途電話業務)
	傳真服務		
	電路交換數據傳輸業務	第二類基礎電信業務中的第二類數據通信業務	第二類數據通信業務
	分組交換數據傳輸業務	第二類基礎電信業務中的國內通信服務設施業務	國內通信服務設施業務
	國內專線電話租用服務	第一類數據通信業務(網際網路數據傳送業務和國際數據通信業務)	第一類數據通信業務(網際網路數據傳送業務和國際數據通信業務)
國際業務	語音服務	第一類基礎電信業務中的固定通信業務(固定網長途電話業務)	
	傳真服務		
	電路交換數據傳輸業務		
	國際閉合用戶群語音服務		
	分組交換數據傳輸業務	第一類基礎電信業務中的第一類數據通信業務(網際網路數據傳送業務和國際數據通信業務)	
國際閉合用戶群數據服務	第一類基礎電信業務中的第一類數據通信業務(國際數據通信業務)		

資料來源：本研究整理。

二、中國大陸在 WTO 對電信產業承諾開放內容

中國大陸於 2001 年 12 月 10 日正式加入 WTO，根據「服務貿易總協定」(General Agreement on Trade in Services, GATS)，其所涉及的國際服務貿易規定以下四種交易方式：跨境交付、境外消費、商業據點呈現、自然人流動。WTO 會員在 WTO 所承諾開放的服務貿易業別，表現在「服務貿易承諾表」。在服務貿易承諾表(表 6-2-2)中分為 4 欄，第 1 欄為服務部門，第 2 欄為市場進入限制，第 3 欄為國民待遇限制，第 4 欄則為其他附加承諾。在市場進入限制與國民待遇限制中，會分別列出上述四種交易方式所獲得的開放承諾。而服務貿易的四種交易方式，即跨境交付、境外消費、商業據點呈現和自然人流動在表 6-2-2 中分別以(1)、(2)、(3)、(4)代表。其中又以市場進入限制中，商業據點呈現的交易方式所承諾的開放程度，最為影響外商對中國大陸投資的水準。

以市場進入限制中之商業據點呈現的交易方式來說明(表 6-2-2)，在各種增值服務與基礎電信業務中的尋呼業務方面，允許外商設立合營企業，且合營企業的數量不予限制。在加入 WTO 之初，允許外商在合營企業中的持股比例最高為 30%，地理區域限制在北京、上海與廣州。在加入 WTO 後一年內，地理區域允許擴展至成都、重慶、大連、福州、杭州、南京、寧波、青島、瀋陽、深圳、廈門、西安、太原和武漢等 14 個城市，且外資持股比例最高可達到 49%。在加入 WTO 後 2 年內，地理區域限制取消，且外資持股比例最高可達 50%。

在基礎電信業務的移動語音與數據服務方面(如類比、數據及蜂窩業務和個人通信業務)，允許外商設立合營企業，且合營企業的數量不予限制。在加入 WTO 之初，允許外商在合營企業中的持股比率最高為 25%，地理區域限制在北京、上海與廣州。在加入 WTO 後 1 年內，地理區域允許擴展至與增值電信業務第二階段開放的城市相同，且外資持股比例最高可達 35%。在加入 WTO 後 3 年內，且外資持股比例最高可達 49%。在加入 WTO 後 5 年內，地理區域限制取消。

在國內業務方面包括了語音服務、分組交換數據傳輸業務、電路交換數據傳輸業務、傳真服務、國內專線電話租用服務；國際業務方面則包含了話音服務、分組交換數據傳輸業務、電路交換數據傳

輸業務、傳真服務、國際閉合用戶群語音和國際閉合用戶群數據服務(允許使用專線電路租用服務)。

國內及國際業務允許在中國大陸加入 WTO 後 3 年內，允許外國服務提供者在上海、廣州和北京設立合資企業，並在這些城市內及其之間提供服務，無數量限制。合資企業中的外資不得超過 25%。待加入後五年內，地域將擴大至包括成都、重慶、大連、福州、杭州、南京、寧波、青島、瀋陽、深圳、廈門、西安、太原和武漢市內及這些城市之間的服務，外資不得超過 35%。中國大陸加入後 6 年內，將取消地域限制，外資不得超過 49%。

表 6-2-2 中國大陸在 WTO 對電信業之承諾表

部門	市場進入限制	國民待遇限制	其他承諾
增值電信服務 1. 電子郵件 2. 語音郵件 3. 在線信息和資料檢索 4. 電子資料交換 5. 增值傳真服務(包括儲存和發送、儲存和檢索) 6. 編碼和規程轉換 7. 在線信息和/或資料處理(包括交易處理)	(1)見模式 3。(見表末註解) (2)沒有限制。 (3)將允許外國服務提供者在上海、廣州和北京設立合資增值電信企業，並在這些城市內提供服務，無數量限制。合資企業中的外資不得超過 30%。 中國大陸加入後 1 年內，地域將擴大至包括成都、重慶、大連、福州、杭州、南京、寧波、青島、瀋陽、深圳、廈門、西安、太原和武漢，外資不超過 49%。 中國大陸加入後 2 年內，將取消地域限制，外資不得超過 50%。 (4)除水平承諾中內容外，不作承諾。	(1)沒有限制 (2)沒有限制 (3)沒有限制 (4)除水平承諾中內容外，不作承諾。	中國大陸承擔本承諾表附件 1 中《參考檔》所包含的義務。
基礎電信服務 尋呼服務	(1)見模式 3。 (2)沒有限制。 (3)將允許外國服務提供者在上海、廣州和北京設立合資企業，並在這些城市內及其之間提供服務，無數量限制。外資企業中的外資不得超過 30%。 中國大陸加入後 1 年內，地域將擴大至包括成都、重慶、大連、福州、杭州、南京、寧波、青島、瀋陽、深圳、廈門、西安、太原和武漢市內及這些城市之間的服務，無數量限制。外資不得超過 49%。 中國大陸加入後 2 年內，將取消地域限制，外資不得超過 50%。 (4)除水平承諾中內容外，不作承諾。	(1)沒有限制 (2)沒有限制 (3)沒有限制 (4)除水平承諾中內容外，不作承諾。	中國大陸承擔本承諾表附件 1 中《參考檔》所包含的義務

表 6-2-2 中國大陸在 WTO 對電信業之承諾表(續)

部門	市場進入限制	國民待遇限制	其他承諾
<p>基礎電信服務 移動話音和資料服務</p>	<p>(1)見模式 3。 (2)沒有限制。 (3)自中國大陸加入時起，將允許外國服務提供者在上海、廣州和北京設立合資企業，並在這些城市內及其之間提供服務，無數量限制。合資企業中的外資不得超過 25%。 加入後 1 年內，地域將擴大至包括成都、重慶、大連、福州、杭州、南京、寧波、青島、瀋陽、深圳、廈門、西安、太原和武漢市內及這些城市之間的服務，外資比例不得超過 35%。 加入後 3 年內，外資不得超過 49%。 加入後 5 年內，將取消地域限制。 (4)除水平承諾中內容外，不作承諾。</p>	<p>(1)沒有限制 (2)沒有限制 (3)沒有限制 (4)除水平承諾中內容外，不作承諾。</p>	
<p>國內業務 1. 語音服務 2. 分組交換資料傳輸業務 3. 電路交換資料傳輸業務 4. 傳真服務 5. 國內專線電路租用服務 國際業務 1. 語音服務 2. 分組交換資料傳輸業務 3. 電路交換資料傳輸業務 4. 傳真服務 5. 國際閉合用戶群話音和資料服務(允許使用專線電路租用服務)</p>	<p>(1)見模式 3。 (2)沒有限制。 (3)中國大陸加入後 3 年內，允許外國服務提供者在上海、廣州和北京設立合資企業，並在這些城市內及其之間提供服務，無數量限制。合資企業中的外資不得超過 25%。 中國大陸加入後 5 年內，地域將擴大至成都、重慶、大連、福州、杭州、南京、寧波、青島、瀋陽、深圳、廈門、西安、太原和武漢市內及這些城市之間的服務。外資不得超過 35%。 中國大陸加入後 6 年內，將取消地域限制，外資不得超過 49%。 (4)除水平承諾中內容外，不作承諾。</p>	<p>(1)沒有限制 (2)沒有限制 (3)沒有限制 (4)除水平承諾中內容外，不作承諾。</p>	

註：模式 3：所有國際通信業務應通過經中國電信主管機關批准設立的出入口局進行，中國大陸電信主管機關將依照《參考檔》第 5 段的原則作為獨立的監管機構運作。

資料來源：本研究整理。

二、中國大陸在 CEPA 對港澳額外開放的部分

中國大陸於 2003 年 6 月 29 日與香港簽署 CEPA，規定同年 10 月 1 日起，香港電信服務商能夠不受地域限制的在中國大陸設立合資企業，提供 5 項增值電信服務，分別是互聯網數據中心業務、存儲轉發類業務(包括語音信箱、電子郵件、傳真存儲轉撥)、呼叫中心業務、互聯網接入服務業務和信息服務業務。港商在合資經營的企業中所持有的股權不得超過 50%。

在 2007 年 6 月 29 日中港 CEPA 第 4 次補充協議上，增加開放中國大陸網絡虛擬專用網(VPN)業務，港商在合資經營的企業中所持有的股權不得超過 50%。

在 2009 年 5 月 9 日中港 CEPA 第 6 次補充協議上，允許香港服務提供者在廣東省銷售只能在香港使用的固定/移動電話卡(不包括衛星移動電話卡)。

澳門則於 2003 年 10 月 17 日與中國大陸簽訂 CEPA，電信產業開放的內容與香港相同。澳門電信服務商於同年 10 月 18 日開始能不受地域限制的在中國大陸設立合資企業，提供 5 項增值電信服務，分別是互聯網數據中心業務、存儲轉發類業務(包括語音信箱、電子郵件、傳真存儲轉撥)、呼叫中心業務、互聯網接入服務業務和信息服務業務。澳門商在合資經營的企業中所持有的股權不得超過 50%。

在 2007 年 7 月 2 日中澳 CEPA 第 4 次補充協議上，中國大陸增加開放網絡虛擬專用網業務，澳商在合資經營的企業中所持有的股權不得超過 50%。

在 2009 年 5 月 11 日中澳 CEPA 第 6 次補充協議上，中國大陸允許澳門服務提供者在廣東省銷售只能在澳門使用的固定/移動電話卡(不包括衛星移動電話卡)。

表 6-2-3 為中國大陸在 WTO 對外國投資者承諾開放的部分以及對港澳於簽訂 CEPA 時所承諾開放部分的比較。

表 6-2-3 CEPA 與 WTO 承諾內容差異

	港澳 CEPA	WTO
差異	<ol style="list-style-type: none"> 1. 香港電信商從2003年10月1日起可進入中國電信增值服務市場(澳門為同年10月18日)。 2. 港澳電信業者在中國大陸設置增值服務合資企業，合資比率直接開放到不得超過50%。 3. 可合資經營增值電信服務： <ol style="list-style-type: none"> (1) 網路數據中心業務 (2) 存儲轉發類業務 (3) 呼叫中心業務 (4) 網路接入服務業務 (5) 信息服務業務 (6) 網絡虛擬專用網業務 (7) 在廣東省銷售只能在香港/澳門使用的固定/移動電話卡(不包括衛星移動電話卡)。 4. 直接開放地域限制。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2004年1月1日起對外開放電信增值服務市場。 2. 在外資持股比率上，漸進開放至不逾50%。 3. 可合資經營增值電信服務： <ol style="list-style-type: none"> (1) 存儲轉發業務 (2) 信息服務業務 (3) 在線數據處理與交易處理業 4. 地域限制逐步開放。

資料來源：本研究整理。

三、中國大陸對東協承諾開放部分

在與東協的自由貿易協定中，中國大陸並無對電信產業向東協做出額外的承諾。

第三節 中國大陸電信產業貿易障礙之彙整及台灣的商機

一、貿易障礙

以下為各國在中國大陸經營電信業時所遭遇之問題，之後將各國所提出之障礙分別以法律障礙面及經營障礙面等兩個方向來整理。台灣由於目前僅有少數電信業者進入中國大陸電信市場，資料不豐，因此台灣業者所面對之法律障礙面及經營障礙面，分析的基礎則建立在其他各國已遭遇之問題及在台灣電信業當前之限制上。

(一) 美國

美國針對中國大陸政府在電信產業中的貿易障礙提出了

許多說明。美國指出，中國大陸政府同時具有對電信事業的監督權與所有權，對於外資業者造成利益衝突；外商在法律上亦面臨到一些阻礙營運的規定，如表 6-3-1 所示，例如雖然中國大陸降低了外資經營電信業務之註冊資本至與內資同等水準，但美國認為基礎電信的資本額要求仍屬過高；而執照申請過程繁複冗長，說明中國大陸政府有意延遲發照過程，不願將發照過程透明化。目前中國大陸給予國內企業超過 2 萬張的增值電信執照，然而從 2009 年 12 月起，只有 19 張增值電信執照發給了外商；在 3G 執照核發時中國大陸政府宣稱其保持技術中立，但美國仍懷疑中國大陸政府有「指導」之嫌，這些做法明顯違反了市場公平競爭。

表 6-3-1 中國大陸內外資於電信法規之差別

	內資	外資
法律	電信業務經營許可辦法	外商投資電信企業管理規定
持股比例限制	<ul style="list-style-type: none"> 基礎電信業務： 公司的國有股權不得少於 51% 	<ul style="list-style-type: none"> 基礎電信業務： 外資最高不得超過 49% 增值電信業務： 外資最高不得超過 50%
註冊資本額規定	<ul style="list-style-type: none"> 基礎電信業務： 在省、自治區、直轄市範圍內經營的，註冊資本最低限額為 1 億元人民幣；在全國或者跨省、自治區、直轄市範圍經營的，註冊資本最低限額為 10 億元人民幣 增值電信業務： 在省、自治區、直轄市範圍內經營的，註冊資本最低限額為 100 萬人民幣；在全國或者跨省、自治區、直轄市範圍經營的，註冊資本最低限額為 1000 萬元人民幣 	於 2008 年修改後同內資規定

表 6-3-1 中國大陸內外資於電信法規之差別(續)

	內資	外資
經營許可證之審批機關	<ul style="list-style-type: none"> ● 基礎電信業務： 由工信部審批通過後頒發許可證 ● 增值電信業務： 跨地區增值電信業務經營許可證由工信部審批；省、自治區、直轄市範圍內的增值電信業務由省、自治區、直轄市通信管理局審批通過後頒發許可證 	<ul style="list-style-type: none"> ● 基礎電信業務： 由工信部審批通過後頒發《外商投資經營電信業務審定意見書》；憑意見書再報請國務院商務部主管機關審批，通過後頒發批准證書 ● 增值電信業務： 跨地區增值電信業務意見書由工信部審批，通過後憑意見書再報請國務院商務部主管機關審批，通過後頒發批准證書；省、自治區、直轄市範圍內的增值電信業務由省、自治區、直轄市通信管理局審批通過後轉報國務院工信部主管部門再行審批，通過後頒發意見書，再向省、自治區、直轄市人民政府商務主管部門報送審批，通過後頒發批准證書
審批過程	<ul style="list-style-type: none"> ● 基礎電信業務： 自受理申請之日起 180 日內完成審查工作 ● 增值電信業務： 自收到申請之日起 60 日內完成審查工作 	<ul style="list-style-type: none"> ● 基礎電信業務： 意見書自受理申請之日起 180 日內完成審查工作；批准證書自受理申請之日起 90 日內完成審查工作 ● 增值電信業務： 跨地區增值電信業務經營意見書自受理申請之日起 90 日內完成審查工作，批准證書自受理申請之日起 90 日內完成審查工作；省、自治區、直轄市範圍內的增值電信業務經營意見書自受理申請之日起 60 日內完成審查工作，通過後轉報國務院工信部主管部門，該部自受理申請之日起 30 日內完成審查工作，批准證書自受理申請之日起 90 日內完成審查工作 ● 投資需要經國務院發展改革部門核准的，須將申請轉送該部門核准，審批期限可以延長 30 日。

除了法規上面臨不平等的規範外，美國認為在互聯網合作對象、經營項目的許可、網站使用的註冊碼等方面皆有限制存在，再加上中國大陸電信法規對於部分業務的分類、規範、定義等過於模糊，使外資可經營項目缺乏明確的範圍，而一套

完整的電信法十年前草擬至今仍只進行到審查階段，遲遲未頒布，使得外資無所適從，經營困難。

其次美國舉出中國大陸網路對於政治敏感性議題有高度的管制，如台灣、西藏、天安門、抵制、抗議、人權、民主、反對等字眼進行嚴格的過濾；同時中國大陸對於部分搜尋引擎，在無預警的情況下與以封鎖，如 Google 事件；此外中國大陸對於網路有管轄權的單位過多，而這類單位不時干預跨國企業的商業行為，而且中國大陸政府要求網路服務供應商在有要求下，必須提供網路使用者的登入資訊及交易紀錄，大大增加網路使用安全性的疑慮。

事實上中國大陸的監管制度相當複雜，並限制 ICPs(Internet Content Providers, 網路內容供應商)的網路內容，在中國大陸的電子商務網站和應用服務提供商以很多種措施被管制，而且未必只有新聞網站被管制，中國大陸也會干涉非新聞機構的正常商業報導機制。

在電信硬體方面，中國大陸公布的信息安全測試及管理辦法要求政府購買資訊產品時需通過通訊安全測試，美國商會擔心中國大陸會因此要求外商提供源代碼⁸⁰、產品設計及其他相關的智慧財產作為審查的藉口。中國大陸也要求外商提供的產品必須在使用國際通用的 WiFi 標準外，也同時配備中國大陸自有的 WAPI⁸¹加密演算標準以確保通訊安全，因此規定在採購之前需對外商的加密標準進行審查，這些標準事前未通報 WTO，等於另行提高了市場准入門檻。外商參與負責制定中國大陸國家標準的技術委員會方面也受到排擠與歧視。

另外十二五計畫重點-三網融合將使中國大陸網路建設突飛猛進，這也造成美國擔心中國大陸政府在採購三網融合所需技術及設備時偏重於國內企業。

(二)日本

日本方面則認為中國大陸在 2003 年調整電信產業分類目錄後，雖容許外資投資電信服務事業，但對於資料中心服務、

⁸⁰ 我國稱原始碼，指一系列人類可讀之電腦語言指令，透過編譯器編譯成電腦可執行之二進制指令

⁸¹ WiFi 和 WAPI 都為短程無線傳輸技術，然各自採用不同之協議，在用戶鑑別及加密等方面擁有不同特性。

網路聯接服務、以及其他日商高度需求的服務項目仍存有諸多限制。中國大陸對於電報事業的經營執照，管理當局對於發照並不透明化，許可程序並沒有明確的法規規範，沒有任何法令規章可循，僅以口頭告知。中國大陸雖然積極促進電信法案符合其對 WTO 承諾，直到 2007 年該法仍尚未頒布。

(三) 歐盟

歐盟認為雖然外資可透過合資方式投入中國大陸電信市場，然而仍沒有一家外資股分式合資企業在中國大陸提供移動或固網業務，基礎電信業務仍由政府壟斷，外資角色僅侷限於投資者的角色；而 22,000 張增值服務許可證中只有少數幾張是發給了外商投資的合資公司，而且申請流程繁瑣漫長。另外中國大陸電信與媒體的監管機構之間不夠密切的合作會延遲 IP 電視與移動電視等融合服務的發展，妨害到從業者的利益。

與美國一樣，歐盟對電信硬體方面的認證及標準提出了許多問題。在中國大陸合法註冊的企業可以以擁有投票權的成員身份參加制定中國大陸國家標準的技術委員會，但外資不是無法投票就是根本無法加入。其次中國大陸為了支持本土技術，強迫外商提供的硬體設備必須符合中國大陸自有而偏離國際的標準化規格，例如手機標準化的功能包括電池容量、電話簿格式、衛星導航方式等等，增添手機業者的負擔；而且這些標準的認證程序繁複，甚至未通報 WTO TBT(Technical Barriers to Trade，技術性貿易障礙)，造成中國大陸利用認證標準做為控制產品和技術進入市場的障礙，中國大陸允許具有 WiFi 功能手機進行認證，但前提是需具備 WAPI 加密標準即是一例。

三網融合超過 500 億歐元的龐大市場對歐盟來說可能只能望而興嘆的機會，外商在投入市場將會受到許多來自中國大陸本土企業及政府方面的限制。另外相較於中國大陸企業在歐洲可獲歐盟政府資助技術研究，外商卻無法向中國大陸申請技術研發的政府資助，歐盟認為這對其智財權的保護有所損害。

(四) WTO

WTO 同樣認為中國大陸政府對於電信業的管制過多以及多方的管理規則而仍無一套明確的電信法供業者遵循，另外外

資持股比例的限制及發照明顯偏袒本國營運商都影響外資進入中國大陸電信市場的利益。

整體來說各國認為中國大陸對於電信服務事業的發照、電信法規、許可經營項目、市場競爭狀況、網路訊息管制、監管部門之間的合作關係等皆有待改善。

表 6-3-2 各國貿易障礙彙整

法律面障礙		
貿易障礙項目	說明	提出意見之國家
電信事業執照核發	執照核發的過程不透明而且冗長，沒有清楚的申請程序，有意打壓外資的經營。例如相較於中國大陸國內企業超過 20,000 張的增值電信執照，2009 年 12 月起外商只獲得了 19 張。	美、日、歐盟、WTO
政府採購	中國大陸政府在採購三網融合所需技術及設備時可能偏重其國內企業。	美、歐盟
電信法規	中國大陸缺乏明確的電信法規，對於部分業務的分類、規範、定義等並不明確，例如在增值電信服務中的 IP-VPN 在針對外資時是分類到基礎電信(因為外資只能持有較低的持股比例和需要較高的資本限制)。	美、日、歐盟、WTO
許可經營項目	增值服務開放的內容過少。	美、日
認證及標準	外資缺乏參與負責制定中國大陸國家標準的技術委員會的管道。 外商提供的硬體設備必須符合中國大陸自有而偏離國際的標準化規格，並利用認證標準做為控制產品和技術進入市場的障礙	美、歐盟
政府補助	外商無法向中國大陸申請技術研發的政府資助	歐盟

表 6-3-2 各國貿易障礙彙整(續)

法律面障礙		
貿易障礙項目	說明	提出意見之國家
市場競爭狀況	<p>經營基礎電信的資本要求仍過高，且只有少數外資企業獲准投入增值電信服務。</p> <p>外資有持股比例的限制，外國電信業者只能透過與中國大陸電信業者合資才能進入中國電信市場，而中國大陸電信業者幾乎是國營企業，因此市場還是由中國大陸政府把持。</p> <p>中國大陸政府不願授權新的電信服務或科技以防侵蝕現存的電信業者利潤，例如手機的 WiFi 功能及 3G 直至 2009 年才開放。</p>	美、日、歐盟、WTO
網路訊息管制	<p>中國大陸網路對於政治敏感性議題有高度的管制，同時中國大陸對於部分搜尋引擎，在無預警的情況下與以封鎖。</p> <p>中國大陸干涉非新聞機構的商業報導機制，例如跨國企業公司使用網路與客戶、會員、總公司和其他有關的團體傳達有關中國大陸的事件也會被管制。</p>	美、WTO
網路及訊息安全性	<p>中國大陸要求網路服務供應商在有要求下，必須提供網路使用者的資訊及交易紀錄。</p>	美
監管部門間的合作關係	<p>電信網路轉向 IP 系統，電信營運商被迫為其承載的流量價值之損失買單。</p>	歐盟

資料來源：本研究整理。

(五)台灣

1.法規面之困難

目前中國大陸電信業所適用之「電信條例」，只屬於行政法規之性質，缺乏明確的法律規範。台灣電信產業發展協會認為對於外商而言，最大的市場風險即在於中國大陸政府模糊政策和法規不透明等。目前在中國大陸電信市場經營之其他國家外商所面對到之法規面障礙，即是台灣業者同樣須面對到的問題。

另外經濟部投審會以往將電信業列為「禁止類」，因此在

投審會未將該類別服務修改為「一般類」之前，台灣的電信業者也無法到中國大陸發展。但投審會於 2010 年 2 月開放第二類電信之一般業務(第二類特殊業務及第一類電信業務仍屬禁止)，其按中國大陸「電信業務分類表」之適用範圍為存儲轉發業務、信息服務業務、在線數據處理及交易處理業務、因特網數據中心業務及因特網接入服務業務。目前台灣業者受限於中國大陸法令，只能透過與中國大陸企業合資的方式進行第二類電信業務的投資，如中華電信藉由香港子公司與廈門的企業合資成立客服中心(call center)；或是獨資經營毋須電信執照的資通訊(ICT)業務以及其他相關事業如手機通路、技術服務、軟體開發等行業，因這些事業無需電信執照或不屬電信業務範圍，並無外資持股限制而成為台商前進中國大陸市場的試金石。以中華電信為例，其轉投資公司神腦已進軍中國大陸從事零售通路業務，並將於 2010 年年底於中國大陸成立獨資子公司提供資通訊服務。

2. 實際營運面之困難

中國大陸與台灣在 GATS 承諾中對電信增值服務皆承諾開放的部分有電子文件存送服務、語音存送服務、資訊儲存與資料庫檢索服務、電子資料交換服務、增值傳真服務、編碼及通信協定轉換服務、資訊處理(含交易處理)服務。

但台灣方面另外開放「其他(遠端交易業務、電子公布欄業務、文字處理編輯業務)」，此部分為中國大陸未承諾開放範圍。加上中國大陸虛擬網路經營者(VNO)未能開放經營(表 6-3-2)，台商所能從事的基礎電信投資項目過少，因此台灣業者認為中國大陸基礎電信業務市場較不具備大規模投資價值。

表 6-3-3 中國大陸與台灣所承諾開放部分差異比較

行業別	台灣未承諾開放而中國大陸承諾開放之次行業別與國民待遇限制	中國大陸未承諾開放而台灣承諾開放之次行業與國民待遇限制
電信服務業	無	電信增值業務 其他： 遠端交易業務 電子布告欄業務 文字處理編輯業務

資料來源：本研究整理。

台灣電信業者表示，中國大陸對於外資持有的股權限制在 50%(增值服務部分)，且規定電信增值業務公司的負責人必須為中國大陸籍人士，使得台商赴中國大陸投資無法掌控實體經營權，另外美日及歐盟各國目前在中國大陸市場所遭遇到的貿易障礙皆有可能為往後台商所面臨的問題，因此台商希望，若開放赴中國大陸投資後，這部分能夠進一步放寬，並擴大試行地區。

二、台灣的商機

台灣電信業者認為台灣電信市場已趨於飽和，而中國大陸正在發展 3G 電信，據中國工商部指出，將投入 4,500 億人民幣，預計未來可帶動 3G 產業鏈的產值超過 10 兆台幣；再加以台灣電信業者所具備之 3G 發展經驗與對中國大陸較為熟悉的文化、民情等，而且投資增值服務所需投資之資本較少，進入門檻低，因此相較於其他各國更有機會在中國大陸市場搶占一席之地。

台灣電信業者赴中國大陸投資經營不僅僅只是開拓其自身的市場機會，也連帶地造福其他產業的發展，其中最有潛力的為數位內容產業，即透過 3G 所提供的電信增值服務，包括了音樂、電子書、視訊、漫畫、電視等。以往台灣的數位內容廠商到中國大陸發展，必須依附中國大陸的電信服務提供廠商，往往因勢單力薄而發生許多不愉快的合作經驗，也無法在中國大陸市場取得較佳的獲利空間。台灣電信業者進入中國大陸市場發展後，可結合台灣的數位內容廠商並與中國大陸的電信業者合作，開發中國大陸的電信增值市場，不僅降低台灣數位內容廠商在中國大陸的經營風險，更可將過去在台灣的合作經驗直接複製，降低營運成本。

透過數位內容的提供，台灣的影視產業、文化創意產業等都將因此受惠，例如台灣藝人的歌曲或戲劇及本土流行文化由於語言、文化等因素的相同，因此在中國大陸接受度高，可以更深入中國大陸市場，製造更多商機來活化台灣產業。

在中國大陸營運的台商也將是台灣電信業者服務的對象。台灣的電信業者目前無法至中國大陸提供當地台商第一類電信服務，造成台商須將存有許多商業資訊及機密的電腦主機及電路交由中國大陸的電信業者保管，許多台商對安全性表示高度疑慮。因此，台灣電信業者一旦獲准至中國大陸投資第一類電信業務，不但可協助當地台商營運，亦可透過提供的服務從中獲利。

從硬體設備提供廠商的角度來看，中國大陸在未來3年內計畫推動3G手機使用量達1億支，在極富吸引力的發展潛力下，台灣宏達電及富士康等手機製造商皆投入生產行列。另外中國大陸在現今3G技術TD-SCDMA的基礎上，研究開發出TD-LTE技術，形成了4G(TD-LTE-Advanced)技術標準提案，並已成為國際電信聯盟(ITU)確定的國際4G候選技術標準之一。為了搶先擴展更新一代的電信市場，中國移動與宏達電簽下合約，進行4G手機的開發。目前中國大陸的電信業者計畫藉由3G手機的多樣化服務來增加手機的銷售量，穩固3G手機市場基礎。若台灣電信業者能在中國大陸市場上將數位內容與硬體製造中創造出產業聯結，並發揮產業整合的效果，將可帶動整個產業鏈價值的提升。

第四節 小結

隨著中國大陸電信市場開放，驚人的產業成長速度使其成為兵家必爭之地，然而其中卻也存在著種種限制及障礙。例如在市場保護與監控方面，中國大陸政府所頒布的「互聯網視聽節目服務管理規定」中規定申請從事網路視聽節目服務者，須為國有獨資或國有控股單位，此規定即是限制外資欲經營此項電信增值服務的話，必須依附中國大陸國營的電信商，突顯中國大陸政府在電信產業同時兼具了經營權與管理權的獨大局面。

在資訊內容的管制方面，依據「廣電總局關於加強互聯網視聽節目內容管理通知」，網路視聽節目服務提供者須依法取得廣播影視行

政部門頒布的各種許可證；而網路音樂經營者亦須取得文化部的「互聯網文化經營許可證」。也就是說，電信增值服務業者需通過層層關卡申請到各種許可證並受到各政府部門的監督審查才能經營其業務，壓縮到業者的獲利空間。

台灣電信業者的核心策略，應該是著眼在開發增值服務的能力，及對台灣文化競爭力的信心。隨著數位匯流及未來 4G 技術的成熟發展，手機即將成為所有內容產業，包括新聞、電視節目、戲劇電影、流行音樂、電玩的供應平台。但在各種限制及障礙下，台商未必能在短期內掌握中國大陸電信市場，然而著眼於長期，台灣業者的發展經驗有可能獲取不小的商機，且在兩岸業者都具有高度合作意願下，例如 2009 年中國移動董事長來台拜訪台灣各家電信業者及電信硬體製造商，積極推動中國大陸 3G 技術 TD-SCDMA 的產業鏈，未來台灣業者在中國大陸電信市場的發展仍大有可為。

整體而言，中國大陸電信市場商機雖然龐大，但中國大陸對於外資投資其電信產業不僅有諸多限制，並透過一些隱形障礙來阻礙外資的市場進入。而且中國大陸基於政治考量，台灣所具備的語言文化優勢較他國更為突顯，因而更加有訊息傳播的能力，台灣電信業者登陸中國大陸後，必會導致中國大陸政府對於台灣業者所經營的電信增值內容做更謹慎的監控與管制。再加上中國大陸限制持股 50% 的門檻，除了保護其國營企業外，亦帶有控制中國大陸境內資訊傳播的政治意圖，即使中國大陸與港澳所簽訂之 CEPA 也無較他國放寬持股比例，因此未來台灣希望在 ECFA 中放寬股權限制的可能性並不高。目前台灣電信業者只能在中國大陸投資第二類電信業務，而且所獲待遇相較於港澳業者的 CEPA 為差，再加上許多外資耕耘中國大陸市場多年，已有一定基礎；而且電信業需要龐大資本的門檻，台商與其他外資競爭可能會居於劣勢，因此台灣應向中國大陸爭取電信業經營條件最低程度必須比照 CEPA 所開放之內容，甚至是享有更優惠之待遇，才有機會於中國大陸市場獲利。

第七章 物流產業

物流是一種實體流通活動的行為，在流通過程中，透過管理程序有效結合運輸、倉儲、裝卸、包裝、流通加工、資訊等相關物流機能性活動，將物品從生產地送至消費者或其使用地點，以創造價值、滿足顧客及社會需求。在實務運作上，物流不僅在國內發展，更延伸至國際，發展所謂的國際物流。

在 WTO 杜哈回合談判中，將物流服務談判討論議題規劃為核心貨運物流服務(core freight logistics services)、相關物流服務(related freight logistics services)，以及非核心物流服務(non-core freight logistics services)三類。第一類核心貨運物流服務業，包括貨物裝卸服務、倉儲服務、貨運代理服務、其他輔助性服務。第二類相關貨運物流服務，包括 1.貨物運輸服務：含海運、內河運輸、空運、鐵路運輸及路上運輸(包括貨運運輸與商業車輛之租賃)；2.其他相關物流服務：含工程、綜合工程、工業測試與分析、郵政專差(含快遞)、進口代理商、批發貿易、零售等服務。第三類，非核心貨運物流服務，包括電腦與相關服務、包裝服務以及管理顧問服務等。由於物流業範圍過廣，本章探討涉及談判承諾的重點是核心貨運物流和貨物運輸服務，一般來說物流業主要也是包括這些服務。至於，中國大陸國內所定義的物流業與分類又與談判使用之分類不相同，所以涉及大陸之資料就會牽就於其物流分類。

本章分析中國大陸物流業之概況及台、外資進入中國大陸市場所面臨到的障礙，並整理相關建議供政府訂定相關政策及兩岸協商時之參考。內容分成四小節：第一節介紹中國大陸物流產業發展和產業競爭概況，第二節分析中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 中對物流產業承諾開放情形，雙邊 FTA 整理分析 CEPA 對香港和東協-中國自由貿易區(ACFTA)對東協的承諾，第三節討論中國大陸物流業貿易障礙及台灣的商機，第四節為小結。

第一節 中國大陸物流產業發展概況

一、產業發展概況

隨著經濟發展水準的提高，中國大陸之物流業務需求快速成

長，但目前約 90% 是由企業本身完成，第三方物流占市場營業額比重約 10%。在需求增加下，物流費用規模繼續擴大。但也因為物流成本上升，越來越多的中國大陸製造業者開始重視物流功能整合，實施流程再造，甚至只著重在核心競爭力，而將部分內部物流業務改為外包，預估未來第三方物流將進一步成長。

另外，隨著現代物流向採購環節延伸發展，供應鏈管理在中國大陸也加快發展。而跨國公司也增加在中國大陸採購，建立零附件生產與採購網，將中國大陸企業納入全球供應鏈體系，更推動中國大陸企業供應鏈管理的迅速發展。在中國大陸連鎖零售業快速擴張下，靠近消費者端的重要性也越來越高，業者都力圖強化自己的供應鏈，例如海爾、聯想等強勢品牌生產企業，發展大批連鎖專賣店，並發展自身的物流配送能力。而製造業物流外包，要求物流業者能夠提供完全解決方案和運作模式，也促進了物流業的成長。如表 7-1-1 所示，2009 年中國大陸物流業產值人民幣 2.3 兆元，佔服務業比重為 16.1%，佔 GDP 比重為 6.9%，成長率則為 7.3%，遠不及以往幾年的成長水準，主要原因是受到全球經濟不景氣的影響。不過 2004-2009 六年來的平均成長率 15.4%，仍高於整體經濟成長率。

從物流來源組成成分來看，2009 年工業品物流、進口物流、農產品物流、再生資源物流和單位與居民物品物流五項分別占社會物流總額的比重為 90.4%、7.1%、2.1%、0.3%、0.1%，顯示工業品物流仍佔絕大多數。若進一步由物流支出組成成分來看，2009 年運輸占比為 55.3%，保管占比為 32.8%，管理占比為 11.9%。

表 7-1-1 中國大陸物流業產值¹

單位：人民幣億元，%

	物流業產值	成長率	占服務業比重	占 GDP 比重
2009	23,100	7.3	16.1	6.9
2008	21,528	20.1	16.4	6.8
2007	17,925	22.5	16.6	6.7
2006	14,120	15.1	16.7	6.7
2005	12,271	13.9	16.8	6.7
2004	10,776	18.3	16.6	6.7
2003	9,112	15.0	16.2	6.7

資料來源：中國物流發展報告(2008-2009)、中國物流發展報告(2009-2010)。

註 1：本表物流業之範圍，較本研究表 2-2-2 中交通運輸、倉儲及郵政範圍較大，所以佔 GDP 比重亦較高。

2009 年物流產業總員工人數約為 582.6 萬人，其中，交通運輸業 516.66 萬人、郵政業 43.6 萬人及倉儲業 22.4 萬人。2008 年交通運輸業中各業職工人數以鐵路運輸業最多占比 33.5%、道路運輸業其次佔比 29.6%，而城市公共交通業 18.3%、水上運輸業 8.4%、航空運輸業 4.9%、管道運輸業 0.4%、裝卸搬運和其他運輸服務業 4.8%(表 7-1-2)。

表 7-1-2 中國大陸交通運輸業職工人數

單位:人

	鐵路運輸業	道路運輸業	城市公共交通業	水上運輸業	航空運輸業	管道運輸業	裝卸搬運和其他運輸服務業	總計
2008	1,732,909	1,528,087	947,342	435,417	252,953	19,773	250,135	5,166,616
2007	1,741,029	1,495,349	925,750	456,608	231,127	17,661	261,236	5,128,760
2006	1,652,720	1,512,393	919,627	478,841	221,193	17,537	282,037	5,084,348
2005	1,665,588	1,549,025	896,132	498,182	209,868	17,900	252,303	5,088,998
2004	1,698,667	1,595,449	882,213	525,120	205,023	18,653	277,790	5,202,915
2003	1,727,735	1,624,952	888,518	570,463	178,820	21,439	277,122	5,289,049

資料來源：中經網。

在固定資產投資方面，2009 年中國大陸物流業固定資產投資為人民幣 2.6 兆億，較 2008 年大幅成長 47.6%，成長率創歷年新高。雖然 2009 年物流產值成長趨緩，但中國大陸政府及企業仍看好未來物流業發展，積極擴大物流相關產業基礎建設。

除了上述一般趨勢外，2009 年中國大陸物流市場，在需求面亦呈明顯變化。在中國大陸擴大內需政策的推動下，汽車、家電、電子產品物流需求成長很快，另外農產品、醫藥、食品和日用消費品等物流需求亦穩定增長，所以與此相關的城市配送、倉儲中轉、貨運快遞等呈現較快的發展趨勢。

其次在積極的財政政策和適度寬鬆的貨幣政策支持下，基礎設施建設、農村物流、災後重建等物流需求大幅成長。從區域來看，東部沿海地區受外需萎縮影響較大，成長速度放緩；中西部地區以內需為主，隨著沿海地區的生產製造業務加快向內陸轉移，帶動社會物流需求快速上升；中西部地區物流市場未來成長潛力很大。

二、產業競爭狀況

依中國大陸加入 WTO 之承諾，從 2005 年 12 月 11 日起，包括公路貨物運輸、貨物租賃，一般貨物的批發、零售及其物流運送，出入境汽車運輸公司等將取消在地域、股權比例等對外資的限制，實現物流領域全面開放。顯示外資物流企業將享有中國大陸境內經營之國民待遇，也使得外資物流企業進入中國大陸物流市場，與其國內企業一同競爭。

(一)外資企業進入中國大陸物流業模式

就目前所知道的外資物流企業進入中國大陸市場的模式，大致有五種方式：(1)購買航線；(2)投資物流設施；(3)設立分公司；(4)成立中外合資物流公司；(5)設立獨資物流企業⁸²。

外資物流企業擁有雄厚的資金、先進的技術設施和豐富的管理經驗，隨著市場開放進程逐步深入，加快網路布局成為跨國物流企業躋身中國大陸物流市場的主要策略。早在 2004 年底，各主要跨國物流企業就已開始大規模經營其物流設施和服務網路；2005 年後，各公司紛紛擴大投資，加速物流基礎設施建設，增加分支機構數量，實施全中國大陸布局；2006 年，從新加坡吉寶訊通公司注資安得物流到優比速國際股份有限公司(UPS)以 1 億美元代價與中外運協定分手，再到荷蘭跨國物流商 TNT 以買斷方式兼併華宇物流，外資物流企業紛紛調整其在中國大陸經營策略，由部分持股、組建合資公司模式向收購全部中資股權、形成獨資公司轉型。

另外，外資物流企業也加快在中國大陸轉運中心與操作中心的建設，如美國聯邦快遞(FedEx)在杭州與廣州建設轉運中心、聯邦快遞與奧凱航空公司聯合實現國際和中國大陸國內貨運的聯結、美國聯合包裹(UPS)在上海與深圳建設轉運中心、聯合包裹與揚子江快運聯合完成國際和中國大陸國內貨運的聯結、德國敦豪快遞(DHL)在上海建設轉運中心。另外外資航空貨運企業也通過併購或合資方式加快進入中國大陸市場，例如美國運輸服務商耶魯全球(YRC worldwide)收購上海佳宇物

⁸²應急物流是指為應對嚴重自然災害、突發性公共衛生事件、公共安全事件及軍事衝突等突發事件而對物資、人員、資金的需求進行緊急保障的一種特殊物流活動。

流、美商世能達物流收購中國大陸寶運物流、亞致力物流商收購上海百歲新聯物流、法蘭克福機場合資經營西安機場。

整體而言，中國大陸已成為全球吸引外資的主要國家及全球製造中心，這足以使其成為一個物流大國。中國大陸物流業的規模普遍存在經營規模小、服務功能少、高素質人才少、競爭力弱、融資能力弱、貨源不穩定且結構單一、中小規模倉庫及運輸企業多的缺點，而且，倉儲設施、物流技術裝備落後。另外物流管理體制則是另一發展限制，中國大陸受計劃經濟的影響，物流行業發展滯後，不僅物流系統較封閉，且物流管理體制混亂，管理機構多元化，未來中國大陸物流業的現代化，仍有很大的困難需克服，當然此也對外資企業提供了契機。

(二) 中國大陸本土企業經營方式

面對外資物流企業的大規模進入與擴張，中國大陸本身物流企業紛紛調整戰略，積極應對挑戰，在日益激烈的國際化競爭中不斷整合、全方位拓展。中遠、中海、中外運、中郵、中鐵、中儲等大型國有物流企業，全面進行改制重組，加快向現代物流轉型；寶供、南方、大田、宅急送、遠成等民營物流企業，發展快速。這些企業在競爭中合作，在改革中成長，促進專業化、社會化物流的發展，提高物流服務品質和服務能力，也加快生產與流通企業物流業務分離和外包。汽車物流、家電物流、醫藥物流、電子物流、會展物流、連鎖零售配送等專業物流獲得快速的發展。資源整合和網路建設是現階段中國大陸本土物流企業發展壯大的重要手段，業者不斷整合自身現有資源以及其他的物流資源和物流業務，擴大服務網路，提高物流服務能力和服務品質，實現企業集團化、規模化經營，以鞏固和擴大在物流市場中所占有的份額。

其次一些具有競爭優勢的大中型物流企業開始浮現，他們根據市場需求和自身優勢，進行市場細分和功能定位，將其服務客戶定位於附加值較高的行業和產品，在專業領域上控制資源，提供增值服務，提高物流服務附加值，通過整合逐步向上下游延伸，占據專業市場的主導地位。同時，企業不斷擴大資訊化方面的投入，逐步改善企業技術裝備水準；注重服務品質，建立健全品質控制體系，全面提高企業素質，並重視物流

人才培養工作，採取不同的方式培養物流人才。

三、未來發展方向

2009年3月10日，國務院發佈「物流業調整和振興規劃」(以下簡稱規劃)。規劃共分6大部份：發展現狀與面臨的形勢，指導思想、原則和目標，主要任務，重點工程，政策措施和規劃實施。規劃期為2009-2011年。

根據《規劃》內容，建立現代物流服務體系，以物流服務促進其他產業發展，是中國大陸未來物流產業發展的願景。主要目標包括：力爭在2009年改善物流企業經營困難的狀況，保持產業的穩定發展。到2011年，培育一批具有國際競爭力的大型綜合物流企業集團，初步建立起佈局合理、技術先進、節能環保、便捷高效、安全有序並具有一定國際競爭力的現代物流服務業體系，物流服務能力進一步增強；物流的社會化、專業化水平明顯提高，第三方物流的比重有所增加，物流業規模進一步擴大，物流業年成長值達10%以上；物流整體運行效率顯著提高，全社會物流總費用與GDP的比率比目前的水平有所下降。

基於上述目的，《規劃》提出10項主要任務：積極擴大物流市場需求，大力推進物流服務的社會化和專業化，加快物流兼併重組，推動重點領域物流發展，加快國際物流和保稅物流發展，優化物流業發展的區域佈局，加強物流基礎設施建設的銜接與協調，提高物流信息化水平，完善物流標準化體系，加強物流新技術的開發和應用。並搭配9大工程：多式聯運、轉運設施工程，物流園區工程，城市配送工程，大宗商品和農村物流工程，製造業與物流業聯動發展工程，物流標準和技術推廣工程，物流公共信息平台工程，物流科技攻關工程，應急物流工程。

另外本規劃也有9項保障措施，包括：加強組織和協調，改革物流管理體制，完善物流政策法規體系，制定落實專項規劃，多渠道增加對物流業的投入，完善物流統計指標體系，繼續推動物流業對外開放和國際合作，加快物流人才培養，發揮行業社團組織的作用。

這是中國大陸第一個物流業專項規劃，也是中國大陸十大振興產業中唯一，也是最後一個提出的服務業規劃。中國大陸政府將促進物流業發展提升到國家戰略層面，提高物流業在國民經濟全局發展中的地位。

《規劃》公佈後，中國國家發改委進一步制定了《落實物流業調整和振興規劃部門分工方案》，並成立了落實物流業調整和振興規劃工作小組。把《規劃》涉及的 58 個問題分別落實到 33 個部門和 4 個行業協會。

除中央政策外，目前中國大陸已有超過半數的省份公佈了《物流業調整和振興規劃》，提出了支持物流業發展的政策措施。上海市確定物流業作為現代服務業的支柱產業，制定了八項具體扶持政策。已有 47 家物流企業享受了徵收營業稅的試點政策；99 家物流企業並享受了洋山保稅港區免徵物流運輸等環節營業稅的政策。河北省開始實施推進物流業發展的“六大工程”，並規畫 100 個物流重點建設項目。福建省人大立法組正加快制定《福建省促進現代物流業發展條例》，推進物流業法規建設。成都市強化物流辦職能，確保規劃落實。瀋陽市、青島市出台具體的財稅扶持政策，鼓勵工商企業分離外包物流業務。一些省市政府還成立了主管物流工作的常設機構，開始制定相應的專項法規，物流業發展的政策環境進一步好轉。

第二節 中國大陸在 WTO 及雙邊 FTA 中 對物流產業開放概況

本節將研析中國大陸物流服務業市場開放與限制之情況，首先從中國大陸入會之服務業承諾表著手，了解其市場開放程度和瞭解其對於四種不同供應模式之限制。另外，從雙邊自由貿易協定著手，針對中國大陸對香港和對東協之額外開放的物流服務部分做敘述。

一、中國大陸入會承諾表之市場開放

在中國大陸物流服務業入會承諾方面，核心貨運物流和貨物運輸服務納入項目包括：海運貨物裝卸服務(CPC 741)、船務代理業、所有運輸模式之輔助服務－倉儲服務(CPC 742)、貨運代理服務業(CPC 748、749，不包括貨物檢驗)、國際貨物海上運輸(CPC 7211，不包括內河沿岸運輸服務)、貨物內水運輸(CPC 7222)、貨物航空運輸(CPC 732)、貨物鐵、公路運輸(CPC 7112,7123)，針對入會服務業承諾表上開放之情況(含市場開放與國民待遇)進行分析，見表 7-2-1。

表 7-2-1 中國大陸核心和相關貨運物流服務在 WTO 之開放承諾

服務供應模式:(1)跨境提供服務；(2)國外消費；(3)商業據點設立；(4)自然人移動		
行業別	入會承諾表 市場開放	入會承諾表 國民待遇
核心物流業		
海運貨物裝卸服務(CPC 7411)	(1)不開放 (2)完全開放 (3)部分開放 (4)部分開放	(1)不開放 (2)完全開放 (3)完全開放 (4)部分開放
其它貨物裝卸服務(CPC 7419)	(1)不開放 (2)不開放 (3)不開放 (4)不開放	(1)不開放 (2)不開放 (3)不開放 (4)不開放
貨運代理服務業(CPC 748，不包括貨物檢驗)	(1)完全開放 (2)完全開放 (3)部分開放 (4)部分開放	(1)完全開放 (2)完全開放 (3)完全開放 (4)部分開放
所有運輸模式之輔助服務－倉儲服務(CPC 742)	(1)不開放 (2)完全開放 (3)部分開放 (4)部分開放	(1)不開放 (2)完全開放 (3)完全開放 (4)部分開放
其它輔助運輸服務－(CPC 749，不包括貨物檢驗)、船務代理業	(1)完全開放 (2)完全開放 (3)部分開放 (4)部分開放	(1)完全開放 (2)完全開放 (3)完全開放 (4)部分開放
相關貨運物流		
國際貨物海上運輸(CPC 7211，不包括內河沿岸運輸服務)	(1)完全開放 (2)完全開放 (3)部分開放 (4)部分開放	(1)完全開放 (2)完全開放 (3)部分開放 (4)部分開放
貨物內水運輸(CPC 7222)	(1)部分開放 (2)完全開放 (3)不開放 (4)部分開放	(1)部分開放 (2)完全開放 (3)不開放 (4)部分開放
貨物航空運輸(CPC 732)	(1)不開放 (2)不開放 (3)不開放 (4)不開放	(1)不開放 (2)不開放 (3)不開放 (4)不開放
貨物鐵、公路運輸(CPC 7112,7123)	(1)完全開放 (2)完全開放 (3)部分開放 (4)部分開放	(1)完全開放 (2)完全開放 (3)部分開放 (4)部分開放

資料來源：本研究整理自 WTO 相關文件。

在其入會承諾表仍存在之相關限制，在其入會承諾表方面，核心物流中的海運貨物裝卸服務項目開放外資以合資型態進入，且外資可持有大多數股權；模式四(自然人呈現)為除水平承諾外，不予承諾。

在船務代理方面，在模式三(商務據點呈現)上開放外人投資但僅限合資型態，且外資持股不得超 49%；模式四(自然人呈現)則除水平承諾外，不予承諾。

在倉儲服務方面，於入會時，允許外資以合資型態進入，但外資不得超過 49%。入會後一年內，外資可持有大多數股權。入會後三年內取消所有限制，外資可設立獨資之子公司；模式四(自然人呈現)也是除水平承諾外，不予開放。

貨運代理服務方面，模式三(商務據點呈現)入會時，至少有連續 3 年經驗之外國貨運代理公司，可設立合資貨運代理企業，外資持股不得超過 50%；入會後 1 年內允許外資可持有大多數股權；入會後 4 年內允許外資設立獨資子公司。另外，合資企業最低註冊資本額不得低於 100 萬美元⁸³，入會後 4 年內，則將依國民待遇原則一體適用。合資企業營運期限不得超過 20 年。在中國大陸營運 1 年後，在雙方注入資本下，可設立分公司。除註冊資本外，另每一分公司，須另投入 12 萬美元之初始設立費用。入會後 2 年內，對前述額外投入資本額之要求，將依國民待遇原則一體適用。外國貨運代理公司可在其第一個合資企業營運 5 年後設立第二個合資企業。入會後 2 年內，前述限制則降為 2 年。模式四(自然人呈現)仍然除水平承諾外，不予承諾。

相關貨運物流方面，貨物航空運輸完全不予開放；跨境和國外消費完全開放之項目有國際貨物海上運輸、貨物鐵、公路運輸；投資商業據點和自然人移動大部分都存在有限制，貨物內水運輸開放部分跨境服務，對投資商業據點則不予開放。

⁸³ 中國大陸 1998 年實施、2004 年 1 月 1 日修訂的《國際貨物運輸代理業管理規定實施細則》，對註冊資本的要求按照業務範圍分為幾種：經營海上國際貨運代理業務的註冊資本最低限額為 500 萬元人民幣；經營航空國際貨運代理業務為 300 萬元人民幣；經營陸路國際貨運代理業務或者國際快遞業務為 200 萬元人民幣；而經營前款兩項以上業務的，註冊資本最低限額為其中最高一項的限額。此外，每設立一個不具有法人資格的分支機構，應當增加註冊資本 50 萬元人民幣。但是中國於入會承諾確實是填寫 100 萬美元，在杜哈回合談判中已經將此承諾刪除。

中國大陸在杜哈回合之修正回應清單中，增加開放的部分幾乎都是市場開放限制之模式三(商務據點呈現)，並無就物流進行實質內容之開放，可見中國大陸物流業對外資企業投資部分仍存在很大之限制。

二、中國大陸在 CEPA 對香港額外開放的部分

(一)2003 年開放內容

- 1.國際運輸(貨運和客運)、貨櫃集散站(集裝箱堆場)和其它服務服務—允許香港服務提供者以獨資形式在中國大陸設立企業，經營國際船舶管理、國際海運貨物倉儲、國際海運貨櫃集散站以及無船承運人業務。允許香港服務提供者在中國大陸設立獨資船務公司，為其擁有或經營的船舶提供攬貨、簽發提單、結算運費、簽訂服務合同等日常業務服務。允許香港服務提供者利用幹線班輪船舶在中國大陸港口自由調配自有和租用的空集裝箱，但應辦理有關海關手續。
- 2.倉儲服務—允許香港服務提供者以獨資形式在中國大陸提供倉儲服務；對香港服務提供者在中國大陸投資設立倉儲企業的最低註冊資本要求比照中國大陸企業實行。
- 3.貨代服務(Freight transport agency services 和 Other supporting and auxiliary transport services，不含貨檢服務)—允許香港服務提供者以獨資形式在中國大陸提供貨代服務；對香港服務提供者在中國大陸投資設立貨代企業(國際貨代)的最低註冊資本要求比照中國大陸企業實行。
- 4.允許香港服務提供者以獨資形式在內地提供相關的貨運分撥和物流服務，包括道路普通貨物的運輸、倉儲、裝卸、加工、包裝、配送及相關信息處理服務和有關諮詢業務，國內貨運代理業務，利用計算機網路管理和運作物流業務。

(二)2004 年開放內容

- 1.國際運輸(貨運和客運)、貨櫃集散站和其它服務—允許香港服務提供者在中國大陸設立獨資船務公司，為該香港服務提供者擁有或經營的船舶提供船舶代理服務，包括報關和報檢；使用商業通用的提單或多式聯運單證，開展多式聯運服務。

允許香港服務提供者在中國大陸設立獨資船務公司，為其經營香港與中國大陸開放港口之間的駁運船舶提供攬貨、簽發提單、結算運費、簽訂服務合同等日常業務服務。允許香港服務提供者在中國大陸設立獨資公司，為該香港服務提供者擁有或管理的船舶提供除燃料及水以外的物料供應服務。允許香港服務提供者在中國大陸設立獨資公司，經營港口貨物裝卸業務。

2. 貨代服務(不含貨檢服務)－允許香港服務提供者在中國大陸設立的貨代企業在繳齊全部註冊資本後設立分公司。

(三)2005 年開放內容

國際運輸(貨運和客運)、貨櫃集散站和其它服務－允許香港服務提供者在中國大陸設立的獨資公司，對其經營中國大陸與香港港口之間的拖船提供攬貨、簽發提單、結算運費、簽定服務合同等日常服務。允許香港服務提供者在中國大陸設立的獨資公司提供船舶保養及維修服務。允許香港服務提供者在中國大陸設立的獨資公司提供國際海運貨櫃租賃、買賣以及貨櫃零件貿易服務。允許香港服務提供者在中國大陸設立的獨資公司為在香港註冊的船舶提供船舶檢驗服務。

(四)2007 年開放內容

國際運輸(貨運和客運)、貨櫃集散站和其它服務－允許香港服務提供者以合資形式在中國大陸設立企業，提供第三方國際船舶代理服務，其中香港服務提供者的股權不超過 51%。

(五)2008 年開放內容

國際運輸(貨運和客運)、貨櫃集散站和其它服務－自 2009 年 1 月 1 日起，香港服務提供者可以在廣東省設立獨資企業及其分支機構，為廣東省至港澳航線船舶經營人提供船舶代理服務。

(六)2009 年開放內容

國際運輸(貨運和客運)、貨櫃集散站和其它服務－允許香港服務提供者在中國大陸設立獨資船務公司，為該香港服務提

供者租用的中國大陸船舶經營香港至廣東省二類港口之間的船舶運輸，提供包括攬貨、簽發提單、結算運費、簽訂服務合同等日常業務服務。

(七)2010 年開放內容

沒有進一步開放核心貨運物流和貨物運輸服務。

彙整歷次中港 CEPA 協議中，中國大陸給予香港額外的優惠措施：

- 1.國際運輸、貨櫃集散站服務業和其它：**享受獨資、港口自由調配自有和租用的空集裝箱、獨資船務公司提供自己-港商-陸商日常業務服務、經營港口貨物裝卸業務、經營中國大陸與香港港口之間的拖船提供服務、國際海運貨櫃租賃-買賣及貨櫃零件貿易服務、港商船舶檢驗服務、提供股權不超過 51% 的第三方國際船舶代理服務、廣東省至港澳航線獨資船舶代理服務、經營香港至廣東省二類港口之間的獨資船務公司。
- 2.倉儲服務業享受最低註冊資本要求、提前一年適用獨資：**最低註冊資本要求比照中國大陸企業實行；允許 2003 年起以獨資形式在中國大陸提供服務。
- 3.貨代服務業享受最低註冊資本要求、取消設立分公司限制：**最低註冊資本要求比照中國大陸企業實行；在繳齊全部註冊資本後設立分公司。

三、中國大陸對東協承諾開放部分

在與東協的自由貿易協定中，中國大陸允許有至少連續 3 年經驗的外國貨運代理在中國大陸設立合資貨運代理企業；允許設立外資獨資子公司；合資企業的經營期限不得超過 20 年；在中國大陸經營一年以後，合資企業可設立分支機構。外國貨運代理在其第一家合資企業經營 2 年後，可設立第二家合資企業。與 WTO 承諾相比，並未有額外承諾。

有關中國大陸對物流業在 WTO、CEPA 及東協-中國 FTA 之比較，則請參考表 7-2-2。

表 7-2-2 中國大陸物流業對 WTO 及雙邊 FTA 開放承諾彙整

	核心物流業 (海運貨物裝卸服務、船務代理業、倉儲服務、貨運代理服務業)	相關貨運物流 (國際貨物海上運輸、貨物內水運輸、貨物航空運輸、貨物鐵路、公路運輸)
WTO	<p>開放：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 開放海運貨物裝卸服務，但限合資 2. 開放貨運代理服務設立商業據點有許多限制 3. 開放倉儲 4. 開放其它輔助運輸服務、船務代理業 <p>限制：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 其它貨物裝卸服務不開放 2. 貨運代理服務設立商業據點有營運期限、最低註冊資本額、成立第二個合資企業許多限制 3. 倉儲在入會三年後才可獨資 4. 其它輔助運輸服務設立商業據點有營運期限、最低註冊資本額、成立第二個合資企業許多限制、船務代理業限持股 49% 以下合資 	<p>開放：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 開放國際貨物海上運輸 2. 開放貨物內水運輸 3. 開放貨物鐵、公路運輸 <p>限制：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 國際貨物海上運輸限可持多數股權合資 2. 貨物內水運輸限開放外輪停靠港口、不許設立商業據點 3. 貨物航空運輸不開放 4. 貨物鐵、公路運輸入會多年後才可設立獨資公司
CEPA	<ol style="list-style-type: none"> 1. 倉儲一提前享受獨資 2. 貨運代理服務一提前享受獨資和比照中國大陸企業的最低註冊資本要求、設立分公司 3. 開放貨運分撥和物流服務 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 開放國際貨物海上運輸之獨資、在中國大陸調度貨櫃箱、船舶保養和維修、船舶檢驗、獨資廣東至港澳間的船舶運輸 2. 持股 51% 以下合資提供第三方國際船舶代理服務、獨資廣東至港澳間的船舶代理服務
中國-東協 FTA	<p>外國貨運代理一提前享受中國大陸之承諾：設立獨資子公司；在中國大陸經營一年後，可設立分支機構；第一家合資企業經營 2 年後，可設立第二家合資企業</p>	<p>沒有額外承諾</p>

資料來源：本研究整理。

第三節 中國大陸物流業貿易障礙之彙整及台灣的商機

一、貿易障礙

(一)法律面障礙

1.最低設立資本額及經營業務限制

外資物流業在中國大陸投資主要依據法規為 2004 年之

《公司法》與 2005 年之《外商投資國際貨物貨運代理企業管理辦法》。在《公司法》中第一百九十九條規定，外國公司依照本法規定可以在中國大陸境內設立分支機構，從事生產經營活動。第二百零條規定外國公司在中國大陸境內設立分支機構，必須向中國大陸主管機關提出申請，並提交其公司章程、所屬國的公司登記證書等有關文件，經批准後，向公司登記機關依法辦理登記，領取營業執照。第二百零一條規定外國公司在中國大陸境內設立分支機構，必須在中國大陸境內指定負責該分支機構的代表人或者代理人，並向該分支機構撥付與其所從事的經營活動相適應的資金。對外國公司分支機構的經營資金需要規定最低限額的，由國務院另行規定。

但在《外商投資國際貨物貨運代理企業管理辦法》中已明訂自 2005 年 12 月 11 日起，允許設立外商獨資國際貨運代理企業。但在設立資本額及經營業務上則有所限制。辦法第六條規定：設立外商投資國際貨運代理企業註冊資本最低限額為 100 萬美元。第七條規定：外商投資國際貨運代理企業僅可經營下列部分或全部業務：1.訂艙(船租、包機、包艙)、托運、倉儲、包裝；2.貨運的監裝、監卸、貨櫃拼裝拆裝、分撥、中轉及相關的短途運輸服務；3.代理報關、報驗、報檢、保險；4.繕制有關單證、交付運費、結算及交付雜費；5.國際展品、私人物品及過境貨物貨運代理；6.國際多式聯運、集運(含貨櫃拼箱)；7.國際快遞(不含私人信函和縣級以上黨政機關公文的寄遞業務)；8.諮詢及其他國際貨運代理業務。第八條規定不可從事私人信函和縣級以上黨政軍機關公文的寄遞業務之信件和信件性質物品，其餘可從事，但仍應經商務主管部門批准後應向郵政部門辦理郵政委託手續。第十一條規定外商投資國際貨運代理企業正式開業滿 1 年且註冊資本全部到位後，才可申請在國內其他地方設立分公司。且每設立一個從事國際貨物貨運代理業務的分公司，應至少增加註冊資本 50 萬人民幣。如果企業註冊資本已超過最低限額，超過部分，可作為設立公司的增加資本。

即中國大陸透過部份市場不開放、證照、業務範圍和安全措施的管制，提高外資物流業之進入障礙，例如在超過某

一金額之外國投資須受到審查及批准；當地政府規定全部或某些比率之董事需由本國人或當地居民所擔任方可設立據點；存在獨佔或獨家服務供應商以致不允許外資建立與其競爭之公司；限制外國企業之營業範圍等⁸⁴。

但對香港與澳門的服務提供者則給予較低的門檻：1.經營海上國際貨物貨運代理業務的，註冊資本最低限額為 500 萬元人民幣；2.經營航空國際貨物貨運代理業務的，註冊資本最低限額為 300 萬元人民幣；3.經陸路國際貨物貨運代理業務的，註冊資本最低限額為 200 萬元人民幣。而在香港服務提供者和澳門服務提供者在中國大陸投資設立的國際貨運代理企業在繳齊全部註冊資本後，可申請在國內其他地方設立分公司。每設立一個分公司，應當增加註冊資 50 萬元。如果企業註冊資本已超過最低限額，則超過部分，可作為設立分公司的增加資本。

2. 物流倉儲業定位不清之障礙

物流之中的倉儲活動通常不被視為特定產業而有特定法規來規範，以致該活動會與城市規劃、危險設施安全、經濟發展、港口和機場儲存設施安全等許多政策目標和法規相掛鉤，受到更多的約束。

3. 物流承攬業/貨代海關管制之障礙

例如，保稅倉庫強制性安全管制對於國內和國外供應商/不同類型的供應商有差別待遇。

(二) 經營面障礙

1. 快遞業障礙

中國大陸《郵政法》於 2009 年 10 月 1 日開始生效，有關政府部門推出一系列實施細則、規定和標準。美國商會擔心國家郵政局對相關法律法規的解釋為國際企業獲取快遞業務經營許可設置了不切實際的門檻。雖然從技術上而言中國國家郵政局出臺的《快遞業務員國家職業標準》僅僅是“建議”，但有跡象表明它們事實上是作為強制性標準執行。例

⁸⁴ 參見台灣服務業聯盟協會之 99 年物流服務業貿易障礙報告。

如，《快遞業務經營許可管理辦法》規定，從事國際遞送業務的快遞服務公司中，必須有 50% 的快遞業務員根據《快遞業務員國家職業標準》通過資格認定，方可獲得經營許可。此外，商會也對中國國家郵政局準備將現行行業標準《快遞服務標準》上升為中國國家標準表示擔憂。最後，業界企業已經獲悉，中國國家郵政局計畫推出一個數據港系統，用以收集快遞服務公司的快遞業務績效以及遞送交付時間等資訊。這引發了外界對如何保護機密商業資訊的擔憂——尤其是中國國家郵政局與主要行業競爭對手關係密切。

再者，城市准入一直是快遞服務公司長期關注的問題。大部分主要城市不允許貨車在白天進入市區，因而影響快遞公司的正常業務運作。由於快遞業本身的性質，快遞服務公司需要在白天收遞快件。因此，快遞公司不得不使用客車在市區遞送包裹，並經常會受到當地交管部門的嚴厲處罰。這些限制和嚴格的執法影響了遞送效率，提高了經營成本，也給客戶造成了不便。在一些省市，通過向快遞服務用車發放特別許可證，此問題已經得到解決。但還有許多相關問題，尤其是對許多區域臨時停車的限制，仍然給北京以及其他一些主要城市快遞服務公司的日常業務帶來了巨大的影響。由於公安部和交通運輸部採取的行政措施存在衝突，快遞公司不得不使用所謂的“客運麵包車”來運送貨物，但即便如此，還是會不時地受到處罰。

快遞服務公司通過海關電子資料交換(EDI)系統進行報關時，每批貨物必須向中國海關總署支付人民幣 1 元(0.15 美元)。中國美國商會建議將向快遞服務公司徵收的傳輸費降低至更適當的水準。

2. 倉儲業障礙

倉儲分散化而無法將保稅和免稅兩種產品存放在同一倉儲地點，無法在保稅倉庫中進行增值物流作業(組裝、配置等)和保稅以節省利息。

3. 運輸業障礙

民用航空服務業在中國大陸遭遇之具體問題，空域和機

場的使用費過高，通用航空業飛機進口關稅和其他稅費過高；通用航空和支線航空運營商的維護、修理和設備檢修不佳。中國大陸主要關口在航班上的分配上缺乏透明度，雖然歐盟航空公司已經根據國際航空運輸協會規則遞交申請，但是中國民航總局並未即時予以明確回覆。中國民航總局 2008 年 3 月底實施新的民航機場費，造成航空公司成本增加。國外航空公司目前只能通過外航服務公司僱用本地員工，降低聘僱的靈活性。國外電腦訂位系統(CRS)尚未獲得許可向任何在中國大陸的國外或中國航空公司簽發開帳與結算計畫(BSP)機票，航信(TravelSky)是目前中國大陸旅行代理公司或經銷商獲准用於提供這些服務的唯一 CRS。中國大陸旅行代理公司和經銷商也尚未獲得許可直接使用國外 CRS。航空燃料市場缺乏競爭，中國大陸採用的燃料價格計算方法不符合國際慣例。根據規定，行李要在中國大陸第一個入境機場辦理報到手續；但是某些航空公司在某些航線上可享受優先處理服務，獲得許可將行李直接運至最終目的地，其乘客無需在轉機時提取和再次辦理行李托運手續。

海運服務業在中國大陸所遭遇之具體問題，國際貨物在中國大陸各港口之間的運輸只能由懸掛中國大陸旗並由中國大陸企業全資運營的船來完成；外國企業參與或投資中國大陸的內河航運還不被允許。

路運服務業在中國大陸所遭遇之具體問題，中國大陸允許在地方以母公司-分支機構的公司結構註冊公路運輸企業並獲得經營許可。但地方政府要求公路運輸公司成立獨立法人實體的子公司，而不允許分支機構從事經營。

鐵運服務業在中國大陸所遭遇之具體問題，火車運位仍然無法滿足當前的需求，大多數危險貨物幾乎都不能通過鐵路運輸。只有極少數本地物流公司能夠直接向中國大陸鐵路預定運位。到目前為止，尚沒有任何跡象表明新的鐵路網路規劃將包含面向外國物流公司提高開放度和透明度的內容。

4. 其它障礙

(1) 傳輸艙單要求過高之障礙

中國海關總署第 172 號令要求企業在航空器裝載出境貨物前的四小時向海關傳輸艙單，這一時限比美國和歐盟的規定以及世界海關組織《全球貿易安全與便利化標準框架》的相關規定苛刻許多，對企業及時交付大量貨物和滿足客戶需求的能力造成了不利影響。

(2) 海關效率之障礙

中國大陸各地海關在實際操作(包括法規實施和關稅評估)方面缺乏統一性，增加了對進出中國大陸的貨物進行管理的複雜性。中國大陸海關在很大程度上仍然依靠人工作業，相對來說速度較慢。海關工作人員資源不足，也就是說海關在工作日和週末的辦公時間有限，嚴重影響了供應鏈管理的效率。海關受理報關單修改或撤銷申請、海關處理尚未清關退運貨物的行政決定時限最多長達 20 個工作日，特殊情況下甚至可延長到 30 個工作日，不僅浪費時間，而且繁瑣。

(3) 租稅之障礙

外國航空運輸或海洋運輸企業在國際貨物運輸業務中獲得的應稅收入為發貨地在中國大陸的貨物運輸業務所產生的總收入的 5%。但這一數字並不適用於本地註冊的國際承運商。相反地，稅務部門將這些承運商視為一般性服務公司，並最高按其收入的 30% 計算核定利潤，這遠高於上述標準。這種計算方法背離市場現實，並且使企業背上過度不合理稅務負擔。只要服務的接受方或提供方位於中國大陸境內，服務即屬境內服務，中國大陸在地企業獲得的運輸服務即使實際上發生在中國大陸境外，也需要繳納營業稅。對於外國國際承運商將部分服務外包給從事城際運輸的長途運輸公司，一輛貨運車

輛每月的發票定額在 3 萬人民幣到 5 萬人民幣之間的作法，無法反映整個運程，更不用說運輸高價值貨物還需要更多與貨運車輛噸位不相關的投資。航空和海運承運人受惠於 2010 年 4 月 23 日中國財政部和國家稅務總局聯合頒佈之稅務通知，對國際運輸服務獲得的收入免徵營業稅。但，國際貨運代理商和快遞公司未能受惠。

(4)我國業者反應之障礙

相關商業資訊取得不易、稅務問題、當地政府各級政府審批形式過於複雜、與台灣之間雙方金融通匯往來之困難、與當地合資方之糾紛、合作廠家之誠信度不足、以及當地法令對於外資保障不足等。

有關物流業之障礙，綜合整理於表 7-3-1。

表 7-3-1 物流業貿易障礙彙整

貿易障礙項目	說明	提出意見之單位或法令出處
法律面障礙		
部分市場不開放、證照、業務範圍和安全措施的管制構成物流業之障礙	在超過某一金額之外國投資須受到審查及批准；當地政府規定全部或某些比率之董事需由本國人或當地居民所擔任方可設立據點；存在獨佔或獨家服務供應商以致不允許外資建立與其競爭之公司；限制外國企業之營業範圍等	中經網 WTO
最低資本額設限	有註冊資本最低限額規範；外商投資國際貨運代理企業正式開業滿 1 年且註冊資本全部到位後，才可申請在國內其他地方設立分公司。且每設立一個從事國際貨物貨運代理業務的分公司，應至少增加註冊資本 50 萬人民幣	《公司法》 《外商投資國際貨物貨運代理企業管理辦法》
物流倉儲業定位不清之障礙	物流之中的倉儲活動通常不被視為特定產業而有特定法規來規範，以致該活動會與城市規劃、危險設施安全、經濟發展、港口和機場儲存設施安全等許多政策目標和法規相掛鉤，受到更多的約束	中國美國商會
物流承攬業/貨代業障礙 海關管制之障礙	保稅倉庫強制性安全管制對於國內和國外供應商/不同類型的供應商有差別待遇	中國歐盟商會 中國美國商會

表 7-3-1 物流業貿易障礙彙整(續)

貿易障礙項目	說明	提出意見之單位或法令出處
經營面障礙		
快遞業障礙		
經營許可之障礙	設置《快遞業務員國家職業標準》有跡象表明是作為強制性標準執行。例如，《快遞業務經營許可管理辦法》規定，從事國際遞送業務的快遞服務公司中，必須有 50% 的快遞業務員根據《快遞業務員國家職業標準》通過資格認定，方可獲得經營許可	中國歐盟商會 中國美國商會
城市准入之障礙	主要城市不允許貨車在白天進入市區。在一些省市，通過向快遞服務用車發放特別許可證，此問題已經得到解決。快遞公司使用“客運麵包車”來運送貨物，但還是會不時地受到處罰。	中國歐盟商會 中國美國商會
傳輸費過高	海關電子資料交換(EDI)系統進行報關時，每批貨物必須向中國海關總署支付人民幣 1 元(0.15 美元)	中國美國商會
倉儲業障礙		
服務品質觀念之障礙	倉儲分散化而無法將保稅和免稅兩種產品存放在同一倉儲地點，無法在保稅倉庫中進行增值物流作業(組裝、配置等)和保稅以節省利息	中國歐盟商會
運輸業障礙		
使用費用過高	民用航空服務業在中國大陸遭遇之具體問題，空域和機場的使用費過高，通用航空業飛機進口關稅和其他稅費過高	中國歐盟商會
航空維修之障礙	限合資，現行通用航空和支線航空運營商的維護、修理和設備檢修不佳	中國歐盟商會 WTO
航班分配缺乏透明度	歐盟航空公司已經根據國際航空運輸協會規則遞交申請，但是中國民航總局並未即時予以明確回覆	中國歐盟商會
電腦訂位系統之障礙	未承諾開放，航信(TravelSky)是目前中國大陸旅行代理公司或經銷商獲准用於提供這些服務的唯一電腦訂位系統	中國歐盟商會 WTO
航空燃料市場缺乏競爭	中國大陸採用的燃料價格計算方法不符合國際慣例	中國歐盟商會
行李處理服務不公平	行李要在中國大陸第一個入境機場辦理報到手續；但是某些航空公司在某些航線上可享受優先處理服務，獲得許可將行李直接運至最終目的地，其乘客無需在轉機時提取和再次辦理行李托運手續	中國歐盟商會

表 7-3-1 物流業貿易障礙彙整(續)

貿易障礙項目	說明	提出意見之單位或法令出處
海運、內河航運之障礙	國際貨物在中國大陸各港口之間的運輸只能由懸掛中國大陸旗並由中國大陸企業全資運營的船來完成；外國企業參與或投資中國大陸的內河航運還不被允許	中國歐盟商會 WTO
路運服務之障礙	地方政府要求公路運輸公司成立獨立法人實體的子公司，而不允許分支機構從事經營	中國歐盟商會
鐵運服務之障礙	火車運位仍然無法滿足當前的需求，大多數危險貨物幾乎都不能通過鐵路運輸	中國歐盟商會
其它障礙		
傳輸艙單要求過高之障礙	中國海關總署第 172 號令要求企業在航空器裝載出境貨物前的四小時向海關傳輸艙單，對企業及時交付大量貨物和滿足客戶需求的能力造成了不利影響	中國美國商會
海關效率之障礙	中國大陸各地海關在實際操作方面缺乏統一性，增加了對進出中國大陸的貨物進行管理的複雜性。海關受理報關單修改或撤銷申請、海關處理尚未清關退運貨物的行政決定時限最多長達 20 個工作日，特殊情況下甚至可延長到 30 個工作日，不僅浪費時間，而且繁瑣	中國歐盟商會 2005 年公佈的海關總署(GAC)令第 143 號中第 10 條規定
租稅之障礙	外國航空運輸或海洋運輸企業在國際貨物運輸業務中獲得的應稅收入為發貨地在中國大陸的貨物運輸業務所產生的總收入的 5%。但這一數字並不適用於本地註冊的國際承運商。相反地，稅務部門將這些承運商視為一般性服務公司，並最高按其收入的 30% 計算核定利潤	中經網

資料來源：本研究整理。

二、台灣的商機

依經濟部投審會資料，台灣對於中國大陸物流服務之運輸及倉儲業投資比重很小，除 2002、2005 及 2006 年外，投資比重皆低於百分之一。2009 年為 0.4%，投資金額則為 3,121 萬美元，較前一年同期衰退 45.7%。從趨勢來看，2002-2009 年投資金額在 2006 年達高峰，隨後快速下跌，在投資件數方面以 2003-2004 年最多，2008 年及 2009 年投資件數甚至少於 10 件，單件投資金額以 2005、2006 及 2008 年較高(表 7-3-2)。

表 7-3-2 2001~2009 年台灣對中國大陸運輸及倉儲業投資概況

單位：件，千美元，%

年份	投資件數	投資金額	成長率	占服務業比重
2001	8	16,512	75.6	0.6
2002	14	68,086	312.3	1.0
2003	30	25,597	-62.4	0.3
2004	27	20,972	-18.1	0.3
2005	14	99,039	372.2	1.6
2006	15	104,781	5.8	1.4
2007	8	36,136	-65.5	0.4
2008	8	57,527	59.2	0.5
2009	9	31,210	-45.7	0.4

資料來源：核准僑外投資、陸資來臺投資、國外投資、對中國投資統計月報(99年8月)。

整體而言，台商經營中國大陸物流產業，仍多屬中小企業型，業務重點放在兩岸物流。中國大陸保稅區的設計偏好大企業及大宗物件，台商企業要找到合適進駐的商業模式，必須善用當地市場資源、拼規模、講速度，才能得以長遠發展。台商如能整合資源加強人才訓練，可望隨著中國大陸整體物流產業的發展而獲利。

我國可以要求開放或移除貨物裝卸服務、倉儲服務、貨運代理服務、貨運承攬服務、貨櫃集散站等之障礙，如進一步放鬆最低註冊的資本額和設立第二個合資企業的年限。我國政府應該再提升和整合我國物流業和物流供應鏈方面之努力，才可望協助業者成功進軍中國大陸市場。

最後，中國大陸物流業處於快速發展時期，在物流基礎設施建設成本、人工成本等方面具有一定的比較優勢，對於物流技術和物流管理的需求非常迫切，且中國大陸物流市場的龐大空間特別是進出口物流需求及成長中的內需市場均孕育著巨大的商機，而台灣在這方面已有一定的水準，兩岸物流業存在相當多的合作空間。

第四節 小結

在國際分工日益細密，競爭更加激烈的趨勢下，更加突顯物流業的重要性。而隨著中國大陸經濟快速成長，物流業的需求也隨之增加。中國大陸物流目前約 90% 是由企業本身完成，第三方物流占市場營業額比重約 10%。然因為物流成本上升，越來越多的中國大陸製造業者開始重視物流功能整合，實施流程再造，甚至只著重在核心競爭力，而將部分內部物流業務改為外包，預估未來第三方物流將進一步成長。

在 2009 年物流業產值達 2.3 兆元，成長率為 7.3%，雖然不及以往的成長水準，但未來成長前景看好。在中國大陸擴大內需政策的推動下，汽車、家電、電子產品物流需求成長很快，另外農產品、醫藥、食品和日用消費品等物流需求亦穩定增長，所以與此相關的城市配送、倉儲中轉、貨運快遞等呈現較快的發展趨勢。特別是中國大陸目前中央挹注大量資源，加強基礎建設，此對於物流業的長期發展，具有正面的作用。

有鑑於物流業的重要性，2009 年中國國務院發佈「物流業調整和振興規劃」做為未來推動物流業的主要方針。在此規劃方針下，提出了 10 項任務、9 大工程及 9 項保障，主要是建立現代化物流產業，並以物流服務促進其他產業發展，此為中國大陸第一個物流專項規劃，中國大陸將促進物流業的發展提升到國家戰略層面，提高物流業在國民經濟全局中發展的地位。

中國大陸積極發展物流業，主要目的是要協助本土產業現代化。但物流業對外開放程度並不算高。目前對外國企業而言，中國大陸仍存有多項限制及貿易障礙。除了一些項目不開放外，在開放的項目中也有外資股份的限制，對於外資企業營運有不小的影響。而且除了法律面之限制外，中國大陸目前在經營面仍存在不少障礙，除了一些不合國際規範的措施外，另外也獨厚中國大陸國內企業，而對外資企業歧視的差別待遇。

相對於其他服務業，台灣物流業在中國大陸不但佈局較晚，投資

金額也不多。而且業務重點是以兩岸物流為主。在面對國際大型物流業在中國大陸加強佈局下，未來除了業務範圍需擴張外；也需擴大規模並提高經營效率，並積極尋求兩岸物流業合作的機會，才有可能在國際競爭中脫穎而出。

未來在 ECFA 架構下，我國可以要求開放或移除貨物裝卸服務、倉儲服務、貨運代理服務、貨運承攬服務、貨櫃集散站等之障礙，如進一步放鬆最低註冊的資本額和設立第二個合資企業的年限。我國政府應該再提升和整合我國物流業和物流供應鏈方面之努力，才可望協助業者成功進軍中國大陸市場。

第八章 視聽服務業

本章分析中國大陸視聽服務產業概況以及台、外資進入中國大陸市場時會面臨的各項法律面與經營面的貿易障礙，本章分成四小節：第一節概述中國大陸視聽服務業發展現況。第二節是中國大陸在WTO及雙邊FTA中對視聽服務業開放狀況，並整理分析中國大陸對WTO的承諾及在CEPA對香港的承諾。第三節則分析中國大陸視聽服務業法律面和經營面貿易障礙及台灣的商機，並將外資企業在中國大陸面臨之貿易障礙做整理，用以探討台灣未來進入中國大陸市場所需排除之障礙。第四節則為視聽服務業小結。其中，視聽服務業分成電影產業及廣播電視產業；若依產業價值鏈做進一步分類，電影產業又可分為電影製片業、電影發行業與電影放映業，而廣播電視產業則可分為廣播電視製作、廣播電視台以及下游的廣電傳播媒介產業。

第一節 中國大陸視聽服務產業發展概況

一、產業發展概況

(一)電影產業

1993年1月《廣電字3號文件》取消了中國大陸電影發行放映公司對國產電影的包銷；而《關於进一步深化行業機制改革通知》規定，亦自1995年起允許各製片廠商直接將所生產的電影發行至各個電影院，毋須經過省級電影發行放映公司購買後，再逐級向下發行至各個電影院，此對中國大陸電影產業的發展有重要的影響。而2002年6月電影業實施院線制⁸⁵，更加速中國大陸電影業的市場化，也促使中國大陸電影院快速成長，截至2009年底，中國大陸共有1,687家電影院與4,723個銀幕數。2009年更因3D電影熱潮促使中國大陸3D數位銀幕由2008年不到300塊，快速攀升到約800塊。而中國大陸電影市場亦逐步發展，根據中國電影公司統計，中國大陸電影票房從2003年的9.5億人民幣上升到2008年的43.41億人民幣，成長幅度達30.47%，成為世界十大電影市場之一。2009中國大陸電影票房總收入更是高達62.06億人民幣，年成長

⁸⁵ 所謂院線制即是由電影公司、製片公司等發行主體和若干電影院組合形成，進行統一經營管理的發行機制，任何一家電影院皆需加入某條院線才能夠獲得放映資格，而製片商僅需和院線洽談電影放映事宜。

43.29%，顯示中國大陸電影市場正以高速成長。依影片來源分析，則中國大陸國產電影票房達 35.13 億人民幣，約占票房總收入的 60%，進口電影票房為 26.93 億人民幣，顯示中國大陸的電影市場仍以國產影片為主(見表 8-1-1)。

隨著中國大陸電影市場的快速成長也帶動中國大陸電影出片數的增加，2009 年國產電影產量達 456 部，不僅影片品質改進，拍攝電影類型亦更加多元化，2009 年中國大陸共生產 27 部動畫片、19 部紀錄片、52 部科教片。不僅如此中國大陸電影業的籌資營運環境也開始改善，朝好萊塢的營運模式發展⁸⁶，如 2006 年底中國招商銀行首次為電影〈集結號〉進行了 5,000 萬人民幣的無擔保授信，隨後，北京銀行與北京文化創意產業促進中心簽訂了以 50 億人民幣之授信為主要內容的合作協議，為華誼等公司提供貸款。

表 8-1-1 2003~2009 年歷年中國大陸電影票房收入

單位：億人民幣，%

年度	國內總票房	國內票房成長率	國產電影票房	進口電影票房	海外銷售及票房收入	電影頻道廣告收入	總收入	總收入成長率
2003	9.50	-	-	-	5.50	7.00	22.00	-
2004	15.70	65.00	8.30	6.70	11.00	10.00	36.00	63.60
2005	20.00	27.00	11.00	9.00	16.50	11.50	48.00	33.30
2006	26.20	31.00	14.40	11.80	19.10	12.00	57.30	19.40
2007	33.27	26.00	18.01	15.26	20.20	13.79	67.26	17.00
2008	43.41	30.47	26.89	16.52	25.28	15.64	84.33	25.38
2009	62.06	43.29	35.13	26.93	27.70	16.89	106.65	26.47

資料來源：本研究整理自電影藝術，2009 年第 2 期。

以下從電影製片業、電影發行業與電影放映業三部分來分析中國大陸電影產業概況。其中，製片與發行歸屬於 WTO 服務業分類中的「電影及錄影帶製作與行銷服務」(CPC9611)，放映則屬於「電影放映服務」(CPC9612)。就電影製片業而言，雖然在中國大陸拍片現在仍然會受到很多繁雜行政手續的限制，不僅劇本需要先送審，而且嚴格的電影檢查制度使得很多電影作品往往在上映時原貌大失。但不可否認地，中國大陸電

⁸⁶ 美國電影主要依靠金融融資，獨立製片公司只需要募集劇本和團隊，在拿到市場部分訂單之後，求得保險公司為所拍電影進行擔保，金融機構在看到這些訂單和擔保之後開始投資，其基本收益可以達到 30% 左右。

影市場的跨國投資與製片體制、國際市場分銷規則正逐漸成型，電影產業的活絡也帶動了大量資金與人才、技術湧入市場，在指標性大片創下佳績之餘，也使許多中小成本的自製電影獲得發展空間，例如 2006 年的票房黑馬〈瘋狂的石頭〉以 400 萬人民幣的小成本製作創下 2 千多萬的票房收入，成績令人驚艷，現在包括好萊塢等世界電影工業，都認為中國大陸將會成為全球最大的電影市場而紛紛開始討論跟中國大陸的合作計畫，中國大陸電影市場不可忽視。

電影發行業方面，發行業者負責電影產品之授權、與院線公司(放映業者)簽約協調上映檔期、決定放映間隔時間、製作拷貝與訂定行銷宣傳計畫，而發行業者與放映業者交易模式主要採分帳處理⁸⁷。然而，此一分帳模式因 2004 年 11 月 10 日的《電影企業經營資格准入暫行條例》而轉變，限制由中影集團進出口分公司統籌負責辦理外片購買業務，再由中影集團公司所屬電影發行放映分公司與華夏電影發行股份有限公司負責向院線供片，此項政策導致中國大陸兩家特許發行公司可採用策略性會計方式影響國外版權所有者所得利潤，亦即特許發行公司利用降低帳面淨收益以獲取較高之利潤。此外，中國大陸的兩家院線發行公司每年可發行進口影片數量尚取決於前年發行放映國產電影之業績，換言之中國大陸進口影片的發行除受到資格限制外，亦受中國大陸國產影片發行狀況的影響。

另外在電影放映業方面，中國大陸地區 70% 電影院屬多廳戲院類型，全國影廳總數從 2004 年的 1,000 個影廳，到現在共有 4,000 個影廳，都市電影院在 2009 年新增 142 家，共新增 626 個新影廳，平均每天增加 1.7 個影廳，不過主要戲院幾乎集中在大城市與沿海城市，二級城市戲院數量則明顯不足，還有很大的成長空間。另外，中國大陸電影放映市場則由五大院線主導，2008 年中影星美、萬達、上海聯合、中影南方新幹線、北京新影聯票房合計達 23 億人民幣，約占中國大陸總票房五成左右，其中又以中影星美為票房收入最高的院線，2008 年票房達 5.31 億人民幣。值得一提的是，中影集團在電影放映業亦涉獵頗深，目前以參股或控股型式握有北京新影聯、中影星

⁸⁷ 即發行業者從放映業者的票房總收入中收取一定比例的費用，稱為影片租金；影片租金再減去發行公司投入支出才為此一電影的淨收益，發行業者依據淨收益與製片商、其他投資人所簽的合約分成。

美、四川太平洋、江蘇東方、中影南方新幹線與海南海藍院線股權。此外，浙江時代、遼寧北方、四川太平洋、世紀環球等中型院線近年的快速發展，帶動二三線電影市場成長，形成中國大陸主流市場、二級市場、農村市場的梯次發行放映模式。

(二)廣播電視產業

根據中國大陸廣播電視部⁸⁸1983年在第11次全國廣播電視工作會議提報的《關於廣播電視工作的匯報綱領》以及後續中國大陸中央所發布的《關於批轉廣播電視部黨組〈關於廣播電視工作的匯報綱領〉的通知》，中國大陸的廣播電視產業實施「四級辦⁸⁹」政策，放鬆對地方政府的限制，改為四級辦廣播、四級辦電視、四級混合覆蓋的方式，使得電視台、廣播電台數量遽增，加速地方傳播媒體的建設。但在「管辦合一」的制度下，這些縣市級的電台、電視台都隸屬於當地政府，也因此加大政府財政的負擔。1992年的《關於加速發展第三產業的決定》確立這些機構要自負盈虧，促進了廣播電視的市場化。

然而鑒於「四級辦」政策造成了管理混亂、不具綜效、缺乏競爭力等負面效果，在1996年公布《關於加強新聞出版廣播電視業管理的通知》，規定縣級播出機構整合以避免重複設台與非法建台之現象，成為中國大陸媒體機構整合之濫觴；1999年的《關於加強廣播電視有限網絡建設管理的建議》更進一步規定停止四級辦台，地方縣級電視台轉為轉播機構，由省級部門管理。

此外早期中國大陸廣播電視的性質較具宣傳性，因此限制極為嚴格，不但不得以個人名義設立電台，且不得與境外單位或個人合資設立或合作經營廣播電台與電視台，所有硬體設備皆歸於國家與人民所共有。另根據1997年實施《廣播電視管理條例》第13條，電台不得出租或轉讓撥出時段，使得外資無法藉由購買撥出時段進入中國大陸市場。同時，該條例以及之後各項規定亦對境外節目之引進、審查與播放設立諸多限制。至2004年實施的《中外合作製作電視劇管理規定》才正式開啟中國大陸廣播電視產業之門，中外資方可由聯合製作、

⁸⁸ 1986年與文化部電影局合併為廣播電影電視部，1998年則進一步改組為國家廣播電影電視總局。

⁸⁹ 「四級辦」政策即為中央、省、地方、縣四級政府皆可興辦電視台。

協作製作或委託製作方式進入中國大陸市場。有關衛星電視及有線電視等傳播媒介，中國大陸亦有嚴格規定，如境外衛星電視只能在三星級或中國大陸國家標準2星級以上涉外賓館落地入網，一般家庭禁止接收；未經批准各有線電視網絡不得傳送境外衛星電視節目等。

根據中國大陸廣播電影電視總局的統計資料顯示，2009年中國大陸廣播電視總收入(含財政補助收入)為1,853億人民幣，比2008年成長17.06%。中國大陸各省、自治區、直轄市廣播電視產業發展基本保持穩定，收入也穩步提升，廣播電視產業收入超過50億人民幣的省、自治區、直轄市達到7個。而2008年中國大陸因舉辦奧運之故，連帶推動2008年廣告收入大幅增長，2008年全中國大陸廣播電視廣告收入達到702億人民幣，年成長16.85%，2009年則增加至782億人民幣。(見表8-1-2)

表 8-1-2 2004-2009 年中國大陸廣播電視收入概況

單位:億人民幣

年度	總收入	財政收入	廣告收入
2004年	825	89	414
2005年	931	109	469
2006年	1,099	126	527
2007年	1,316	175	601
2008年	1,583	209	702
2009年	1,853	-	782

資料來源：中國國家廣播電影電視總局，2009年。

在節目製作方面，主要源自三個部分：1.廣電集團所屬節目製作部門；2.民營電視節目製作部門；3.國際媒體節目供應商。而省級電視台在成本限制、自製節目比低的因素考量下，節目片源主要以國外供應商供應，提供國外影音產品進入中國大陸市場的機會。至於合作方式主要為收取版權費或換取廣告時間兩種，一般而言，省級以上的電視台以版權費為交易方式，而以下的電視台則多以廣告時間作為交換，將廣告收入依合約分帳。此外在合資製作節目部分，根據2004年發布的《關於促進廣播影視產業發展的意見》，實施「製播分離」制度，亦即電視節目製作部門與國營電視台分離，轉而朝向民營化、

中外合資經營，可見中國大陸近年對於媒體控制有所鬆綁，且對境外媒體機構而言，由於中國大陸將合資合製節目視為國產節目，可迴避中國大陸對於境外節目的限制。

在廣播電視技術方面，主要的傳播媒介分為有線電視與衛星電視。根據 2008 年國家廣電總局資料與行政院新聞局委託政治大學廣播電視學系劉幼俐教授等人所做的〈世界重要國家有線電視數位化策略比較分析暨我國有線電視數位化可行策略研析〉研究中指出，中國大陸有超過 3 億戶的電視收視戶，有線電視普及率約為四成左右，但是在北京、上海等大城市的密集區普及率則超過九成，主要分布在人口集中的城市區，偏遠地區與人口稀疏地區則透過無線地面廣播與衛星電視接收(見表 8-1-3)。有線與衛星電視的全中國大陸家用電視滲透率達 94%，目前共有 98 個數位衛星頻道與 1,300 個有線電視台。無線電視則主要是以中央電視台的頻道為主，每日 7 點開始的全國新聞聯播占有極高的收視率。衛星電視由於相關法規的限制，只能播送省市自製節目，而不能播送境外節目，內容吸引力不及有線電視，目前仍以服務偏遠地區、人口稀疏地區與少數民族居住區為主。

此外，根據中國廣電總局的統計，2008 年中國廣播電視綜合人口覆蓋率分別為 95.96%、96.95%，年成長 0.56%、0.39%；有線廣播電視用戶達到 1.64 億戶，其中數位電視用戶 4,527.86 萬戶，付費數位電視用戶 449.34 萬戶，分別比 2007 年成長 7%、68.57%、156.19%(見表 8-1-3)。在數位化轉換方面，據中國廣電總局的統計，截至 2009 年 3 月全中國大陸有 229 個城市進行了數位化整體轉換，其中 106 個城市已完成整體轉換，廣西、寧夏的城市已完成基本數位化，北京、天津、青海、海南、貴州、吉林等地城市有線數位電視用戶比例已超過 50%。2008 年有線電視網絡收入穩步提升，總收入 369.5 億人民幣，年增長 20.47%，付費數位電視收入 14.22 億人民幣，年成長 70.55%。

表 8-1-3 2008 年中國大陸有線電視用戶概況

單位：萬戶；%

普及率 排名	地區	有線電視 用戶數	數位電視 用戶數	付費數位電視 用戶數	有線電視 普及率
	全國合計	16,397.94	4,527.86	449.34	41.63

1	廈門市	62.60	34.77	2.04	120.13
2	上海市	527.22	70.95	15.05	104.76
3	深圳市	216.59	111.04	6.89	91.94
4	青島市	218.57	140.93	1.82	85.41
5	計畫單列市	797.04	422.72	17.67	82.71
6	北京市	383.13	192.01	0.18	81.00
7	寧波市	169.17	43.46	3.90	77.33
8	浙江省	1,056.70	205.24	34.96	66.93
9	天津市	221.76	179.32	175.81	66.71
10	江蘇省	1,569.24	556.88	19.67	65.78
11	大連市	130.12	92.52	3.02	64.65
12	廣東省	1,493.82	517.16	28.50	63.34
13	福建省	515.72	112.90	5.38	53.23
14	山東省	1,371.19	268.24	8.94	48.43
15	遼寧省	678.05	166.46	3.14	45.79
16	四川省	1,168.71	102.22	13.46	42.96
17	海南省	92.70	56.60	1.46	42.92
18	重慶市	445.67	96.76	5.64	42.16
19	雲南省	460.57	162.78	37.01	38.45
20	湖北省	730.45	166.92	21.71	38.27
21	廣西壯族自治區	539.41	250.61	2.31	38.11
22	內蒙古自治區	282.91	141.93	5.63	37.74
23	陝西省	418.82	111.64	2.78	37.69
24	寧夏回族自治區	66.88	56.66	0.02	37.37
25	山西省	368.22	125.87	0.80	36.24
26	黑龍江省	446.08	54.29	13.41	35.60
27	貴州省	338.23	130.06	4.69	31.07
28	吉林省	274.04	137.29	5.94	30.97
29	江西省	382.48	29.96	16.30	30.20
30	河北省	616.30	189.05	4.62	30.00
31	新疆維吾爾自治區	163.89	32.42	0.30	29.93
32	甘肅省	187.89	58.17	0.33	26.21
33	湖南省	543.93	223.12	6.12	26.08
34	西藏自治區	16.16	1.51	-	25.97
35	青海省	36.47	25.05	1.12	25.16
36	河南省	583.76	48.63	5.54	20.47
37	安徽省	371.77	57.16	8.54	19.07
38	新疆生產建設兵團	45.78	-	-	-

資料來源：中國國家廣播電影電視總局。

二、產業內外資競爭狀況

(一)電影產業

就外資進入中國大陸電影放映業市場而言，2002年華納兄弟國際影院公司與上影永樂合資成立上海永華國際影城，為全球八大電影公司唯一進入中國大陸放映產業之集團。永華影城期初投資金額為2,800萬人民幣，華納與永樂集團各持股49%與51%。而華納集團總裁米拉德·歐克斯於開幕典禮上宣布計劃向中國國家廣電總局與中國電影公司申請，使其股份能提高

至 51%，且在接下來三至四年能在中國大陸市場投資管理 10 個電影院，充分展現華納集團積極進軍中國大陸市場之決心。

2003 年 9 月中國國家廣電總局頒布《外商投資電影院暫行規定》，雖然仍禁止外資獨資經營電影院及院線公司，但放寬北京、上海、廣州、成都、西安、武漢、南京等七個試點城市的外資投資比例上限至 75%，其他城市中方資本則維持不得低於 51%。在外資限制放寬之後，華納與上影合資成立第一家外資控股影院—南京上影華納影城，之後又與大連萬達集團、廣州金逸影視投資公司(即深圳國際信託投資公司)合作，並陸續於南京、廣州、長沙、南昌、重慶等城市與多家中方集團合資影院。但 2005 年中國大陸所頒布《關於文化領域引入外資的若干意見》，取消試點城市的政策，規定中方投資影城比例須在 51% 以上或中方占有主導地位。因此，在中國大陸對外資政策改變、影城投資報酬率過低、美國影城管理模式不符合中國大陸文化以及與中國大陸合作夥伴產生摩擦等因素下，華納於 2006 年 11 月 8 日宣布暫別中國大陸電影放映市場，由上影、萬達、金逸與中影金典影城接手。而其中更重要的因素在於中國大陸不開放外資成立院線公司，就華納立場考量，若要能夠充分展現華納集團綜效，其影片能否自主上映即屬於重要因素，亦即電影院經營與其票房收入實非華納集團真正的重點，若能藉由刺激中國大陸市場對於好萊塢影片的需求，進而影響中國大陸的進口配額政策，才能夠達到華納集團之目標。

雖然華納目前暫時放棄中國大陸電影放映市場，但另一家由中港合資成立之公司—星美影院發展有限公司，則在中國大陸市場有截然不同之發展。該公司於 2003 年由中資星美傳媒持股 75% 以及港資星美國際之全資控股子公司—東星集團持股 25% 合資成立，在 2005 年的股權交易則使星美影院的 60% 股權由星美國際所持有。其影院定位則選在全國一級、二級等大型城市設立，提供高級且多功能休閒中心之服務。此外，由於星美傳媒與中國電影集團公司合資的中影星美院線為中國大陸最大的跨省院線，因此給予星美影院發展偌大助益。而 2010 年星美國際在收購偉恆(香港)後，共計擁有 15 家現代化多影廳電影城，其座位總數超過 1.4 萬個、年最高票房(全年滿

場)達 2.6 億人民幣，並可望成為中國大陸最大上市電影營運商。

此外，韓國、台灣、日本、美國與歐洲其他外資亦曾進入或計劃進入中國大陸電影院放映市場，如韓國好麗友集團、美國 LOWES 集團與新影聯院線亦曾於 2003 年合資成立多功能影院，其中資持股 25%，韓美各持 37.5%。台灣目前在中國大陸的影城只有兩家，分別為揚州京華城的喜滿客影城與上海新世界的威秀影城，而國賓連鎖影城與美麗華影城未有登陸計畫。然就外資進入電影院經營，仍以港資為最主要角色，其原因在於 CEPA 放寬港資進入此產業諸多限制(見表 8-1-4)。

表 8-1-4 中國大陸影城分布概況

	影院數量	影城名稱	合計
國資影城 共計 16 家	20 座以上	中影國際影城、太平洋影城(四川)、奧斯卡影城(河南)	3 家
	11 座-20 座	SFG 上影永華(上海)、時代電影大世界(浙江)、華臣影城(大連)	3 家
	5 座-10 座	中影南國影城(廣東)、新世紀影城(山東)、新東北影城(瀋陽)、銀興影城(湖北)	4 家
	4 座以下	瀟湘國際影城(湖南)、中影東方影城(江蘇)、幸福藍海國際影城(江蘇)、銀龍影城(海南)、金棕櫚影城(石家莊)、中影南方影城(廣西)	6 家
民營影城 共計 17 家	20 座以上	萬達影城、金逸影城、大地影城	3 家
	11 座-20 座	星美國際影城、橫店影城、金典放映影城、世紀環球影城	4 家
	5 座-10 座	奧納國際影城、博納國際影城、保利國際影城	3 家
	4 座以下	左岸銀河影城、正天影城、魯信影城、華誼兄弟影城、金球影城、紫金影城、CVA 飛揚影城	7 家
	備註	華誼兄弟將在青島建設影城樂園，橫店影城樂園已在浙江經營多年	
外資影城 共計 18 家	20 座以上	無	0 家
	11 座-20 座	香港 UME 影城、香港百老匯影城	2 家
	5 座-10 座	香港環藝—UA 影城、香港嘉禾影城—美麟	2 家
	4 座以下	韓國 CGV 希杰影城、韓國美嘉歡樂影城、法國盧米埃影城、香港 NCL 州立角川、日本新華角川影城、美國 APEX 國際影城、香港萬裕影城、台灣喜滿客影城、美國 Premier 海上國際影城、美國 UA 影城	10 家
	其他(影院家數不明)	香港麗新寰亞、香港鑫樂影城、美國柯達影城、台灣華威影城	14 家
	備註	美國華納影城已暫時退出中國大陸市場，而英國維珍影城與韓國樂天影城都曾計畫進入，但最後皆沒有付諸實行。 目前美國環球影城樂園計畫投資落戶北京，而美國派拉蒙影城計畫進駐天津。	

資料來源：整理自聯商網專刊。

(二)廣播電視產業

相較於電影產業，中國大陸對於廣播電視產業的開放程度較低，目前僅以廣東省為試點，以漸進方式開放外資進入廣播電視產業。而廣東省與香港文化、地理位置相近等因素，自 70 年代廣東省居民即非法觀看香港電視節目，1999 年香港電視頻道即占廣東省近七成的市占率。中國廣電總局於 2001 年起，先後准許鳳凰衛視、華娛、星空、MTV、香港電視廣播(簡稱 TVB 或無線電視)的翡翠台與明珠台以及亞洲電視(ATV)的本港台與國際台等八個電視頻道於廣東省落地。

雖然香港製頻道在廣東省合法落地，但是卻因轉播單位於廣告時段插播自家廣告，使香港業者原有的廣告效益降低。另一方面，中國大陸電視節目型態亦大幅翻新，使得收視率提

高。此外，2004年南方廣播影視傳媒集團正式掛牌成立，目的在於解決原來廣東兩省級電視台(廣東電視台與南方電視台)之收視失衡與資源重疊問題，旗下共有廣東電台、廣東電視台、南方電視台、廣東省廣播電視技術中心以及廣東有線廣播電視網路股份有限公司等五個成員，其頻道大多以粵語方式播出，如衛星頻道、綜藝頻道以及影視頻道。這些當地以粵語播出節目亦對香港電視頻道產生直接衝擊，根據CSM媒介研究收視率調查，2004年至2006年香港節目在廣州市的市占率即從約39%下滑至約25%，呈現逐年下滑趨勢，而南方廣播影視集團的收視率則從22%上升至約30%。此外，根據2010年3月28日至4月3日CSM收視率廣東省調查研究，南方廣播影視集團已占約半數之市場份額，香港電視頻道則占6.5%(見表8-1-5)。

表 8-1-5 2010年3月28日至4月3日廣東省各頻道收視率

單位：%

電視台/頻道		全天時段		黃金時段	
廣東電視台	珠江頻道	32.0	22.9	35.4	26.3
	廣東衛視		4.5		4.8
	體育頻道		1.5		1.6
	公共頻道		1.3		1.1
	新聞頻道		0.9		0.7
	嘉佳卡通頻道		1.0		0.9
南方台		14.6		14.4	
香港台		6.5		7.4	
中央台		15.9		13.9	
上星頻道 ¹		12.3		10.0	
其他境外頻道		1.7		1.5	
其他頻道		17.0		17.5	
合計		100		100	

註：1.上星頻道即通過衛星傳播覆蓋全中國大陸的頻道。

資料來源：廣東電視台、CSM媒介研究。

三、未來發展方向

2009年7月22日中國國務院在《文化產業振興規劃》的八項重點工作中提出—推進有線電視網絡、電影院線、數字電影院線與出版品發行的整合，換言之，中國大陸電影產業未來發展重點著重在數位影院之建立。而廣電產業發展則以三網融合建設為主，所謂

三網融合即將電信網、電視網與網際網絡相互結合，以提供更多元便利之服務；此外，三網融合亦為十一五規劃重點項目之一。

(一)電影產業

雖然中國大陸電影院近年蓬勃發展，但是現代化電影院仍集中在一級與沿海等重點城市。近年數位影院(D-cinema)發展則將電影產業版圖做進一步擴展。傳統電影院是利用放映機播放膠卷所拍攝之電影，而數位影院則是使用數位投影機播放數位電影⁹⁰之影院。2003年中國大陸電影集團成立「中影集團數位電影院線公司」⁹¹，為中國大陸首家經營數位電影院線公司。之後，中國大陸官方則不斷更新、訂定數位電影放映規定、推動數位影院放映試點，並於2006年4月投入1.27億人民幣於浙江、陝西、江西、河南等八個省份推動農村電影改革發展與數位化試點。

目前中國大陸數位影院在大城市、中小型城市與農村之放映系統依序為2K、1.3K以及0.8K⁹²，其畫面解析度與聲音品質等放映效果明顯優於傳統農村影院所使用的16毫米電影膠片。中國大陸的數位電影院已達到國際放映標準，並造福許多偏遠地區的觀眾也能同步欣賞首輪影片，也使電影娛樂事業觸角開始深入偏遠地區，如新疆地區大部分的影廳目前都採數位放映模式。而電影數位放映技術解決了傳統拷貝運送不易與同步接收問題，並大幅降低傳統膠卷電影所需之拍攝、後製成本。由於數位電影沒有拷貝成本與數量的問題，數位影院未來將會大幅改寫電影院發行模式，可以實現多點同時放映，如2002年全球40家數位電影院同步放《星際大戰二部曲：複製人全面進攻》即引起各國對數位影院熱潮。此外，2010年在《阿凡達》3D數位電影熱潮下，中國大陸各影院亦將放映設備升級成3D設備，目前中國大陸近2,000個數位銀幕，其中約有800個銀幕可撥放3D電影，其數位影院數量居於全球第二，且根據2010年所發佈的《關於促進電影產業繁榮發展的指導

⁹⁰ 數位電影之特色為：(1)以數位攝影機拍攝、(2)利用數位技術完成後製、(3)經由網路或衛星進行傳輸、(4)使用數位影像投影機放映、(5)藉由數位媒體進行保存與修復工作。

⁹¹ 2009年更名為「中影集團數位電影發展有限公司」。

⁹² 2K、1.3K、0.8K為放映機規格。依據中國現行數位電影標準，2K為甲級放映模式，其解析度為2048*1080；1.3K為乙級放映規格，解析度為1280*1024；0.8K為流動放映模式，解析度為1024*768。此外，4K亦為甲級放映模式，其解析度為4096*2160。

意見》，也顯示中國大陸將致力於數位影院之建設，期使在 2015 年數位影院能覆蓋全中國大陸，並將採取信貸、稅收優惠或補貼獎勵等方法鼓勵業者增加數位影院之投資。

(二)廣播電視產業

在廣播電視業方面，電信、廣播電視、網際網路的三網融合、移動多媒體廣播電視(CMMB)以及下一代廣播電視網(NGB)將會是未來廣電產業發展重點。而中國大陸目前針對三網融合的規劃分為兩發展階段：1. 2010 年至 2012 年著重在廣電與電信雙向試點，建立初期體系；2. 2012 年至 2015 年全面實現三網融合，達成完善的三網融合體制，並形成適合競爭的網路格局。而中國廣電總局將在第一階段成立國家級有線電視網絡公司，負責參與三網融合業務以及全中國大陸有線電視網絡升級改造。2010 年 4 月廣電系統與電信系統已將各自的試點名單提交，雖然名單仍屬保密階段，但基本上會從省級廣電網絡整合程度較高的省份⁹³中選取，其中又以江蘇、湖南、北京、上海等省市為重點。而未來三網結合勢必會打破現階段中國大陸廣電產業、電信產業各自完整的產業鏈、網路、終端設備與內容供應等業務之界限，雙方將可被允許進入對方網絡；簡言之，市內電話、網際網路以及電視未來將可共用一條線，用戶端使用三者業務時可更為便利。而三網完成融合後，網路電視台(IPTV)、手機電視、行動網際網路、網路電話(VOIP)等產業將更有發展，大幅改變中國大陸人民生活方式。

此外，地面無線網絡產業亦隨著電視數位化而發展，其中以移動多媒體廣播電視(CMMB)與車載移動電視兩個傳播媒介為主。CMMB 為中國大陸自主研发的移動多媒體技術標準，由中國廣電總局直屬出資單位—中國衛星移動廣播有限公司為營運單位，而 CMMB 將會是中國廣電總局未來三網融合實現基礎。在 2008 年奧運時期試撥時，用戶端可藉由 CMMB 接收晶片接收 7 至 8 個中央、省級或市級的電視節目與 3 至 4 個廣播節目，未來則會針對移動用戶的需求推出全國與區域性緊急廣播、天氣指南、交通導航、遊戲等服務。目前廣電總局與中

⁹³ 截至 2009 年底為止，中國大陸已有上海、江蘇、河北、吉林等十個省市完成網路整合，而湖南、湖北、江西、貴州等省市則即將完成網路整合，廣東、貴州則是將要進行整合。

國大陸移動合作，推出 TD+CMMB 搭配服務，2010 年 3 月中
國大陸移動所舉辦的手機電視啟用發表會中展示 27 款
TD+CMMB 功能手機，預估一年內將會增加至 67 款，而未來
中國大陸移動 3G 手機將會全數搭配 CMMB。至於車載移動電
視部分，目前尚未有一個國家標準，但車載移動電視試撥市場
仍穩定發展，如北廣傳媒集團擁有 22,000 個公車終端接受器、
3,000 個計程車終端接受器以及 2,000 個其它移動電視終端。

下一代電視網(Next Generation Broadcasting Network, NGB)則是結合有線電視網、無線 CMMB 等相關核心技術，使其成為三網融合之基礎建設，提供高清晰度電視、數位音頻節目等業務，亦可為科教、文化、商業等活動搭建服務平台，其特色在於全程全網⁹⁴、互聯互通⁹⁵與可管可控⁹⁶。為順利推出 NGB，中國廣電總局與中國科技部簽署《國家高性能寬帶信息網暨中國大陸下一代廣播電視網自主創新合作協議》，取得並擴展高性能寬帶訊息網(3Tnet)之核心技術，以及創新有線無線相結合的無縫切換技術，而用戶端可享有 60 兆 bps，比現有上網速度快數十倍。目前 NGB 已在上海、杭州與南京進行互聯，其覆蓋用戶達 3 萬戶，為全球規模最大的寬頻媒體互動示範網路。

第二節 中國大陸在 WTO 及雙邊對視聽服務產業開放概況

本節將依中國大陸在 WTO 多邊承諾、中國大陸對香港 CEPA 額外開放的部分，描述中國大陸在電影產業(CPC9611 與 CPC9612)以及廣播與電視服務業(CPC9613)所對外承諾之開放程度。

一、中國大陸在 WTO 對視聽服務業承諾開放內容

(一)電影產業

就「電影及錄影帶之製作與行銷服務」(CPC9611)而言，中國大陸只開放錄影帶及電影之製作與行銷服務業中的錄影

⁹⁴ NGB 支持跨領域類服務，用戶端將可藉由機上盒搜索全國媒體庫內的資訊。

⁹⁵ NGB 可以和電信網、網際網路互通，實現三網融合，提供用戶互相交流平台。

⁹⁶ NGB 為專網，可進行媒體內容監管、網絡及業務管理與用戶業務管理，故相較於網際網路更為安全。

配銷(distribution)服務(CPC96113，包括娛樂軟體)，另外又開放出租服務(CPC83202)。但在市場進入的模式三中，中國大陸仍保留審查影音製品內容的權利，且外國服務提供者僅能設立合資企業。

至於「電影放映服務」(CPC9612)部分，中國大陸承諾開放外商合資建設、改造電影院，惟外資持股不得超過 49%。

(二)廣播電視產業

無論是廣播及電視服務(CPC96131 和 CPC96132)的部分，或是廣播電視傳輸服務(CPC7524)，中國大陸在 WTO 多邊承諾時，均完全未開放此一項目。

二、中國大陸在 CEPA 對香港額外開放的部分

(一)電影產業

中港 CEPA 的具體承諾中可分為「錄影、錄音製品的製作與分銷服務」、「電影院服務」以及「華語影片與合拍影片」。

首先就「錄影、錄音製品的分銷(distribution)服務」(可歸類於 CPC9611)分析，中國大陸在 2003 年 6 月 29 日與香港簽署的 CEPA 中，對此項所開放承諾為允許港商在中國大陸以合資方式提供音像製品(含後電影產品)的分銷服務，但須符合中國大陸相關法令與審查制度，且規定所擁有股份不得超過 70%；在 2009 年 5 月 9 日所簽訂的補充協議六以及《關於〈中外合作音像製品分銷企業管理辦法〉的補充規定》中，則再放寬港商可以獨資形態在中國大陸市場提供音像製品(含後電影產品)的分銷服務。另外，在 2010 年 5 月 27 日簽訂的補充協議七，進一步允許港商在內地設立獨資、合資或合作企業，從事音像製品製作業務。

在「華語影片與合拍影片」項目上，中國大陸於 2003 年與香港簽訂 CEPA 中承諾開放：

1. 香港所拍攝之華語影片不設進口配額限制，所謂的「香港拍攝之華語影片」意指根據香港特別行政區有關條例所設立或建立之製作單位所拍攝且擁有 75% 以上著作權的華語影片，

且該片主要工作人員組別⁹⁷中香港居民應占該組別整體員工50%以上。

2. 中國大陸與香港合拍之影片視為中國大陸國產影片，惟其片中其他中國大陸民族語言或方言須以中國大陸官方語言譯製。此外，合拍片港方主創人員⁹⁸所占比例不受限制，但中國大陸主要演員的比例不得少於影片中主要演員總數的1/3，且其情節與人物應與中國大陸相關，故事發生地點則不受限制。

至2004年補充協議則針對華語影片與合拍影片進一步開放，對於中港合拍影片經中國大陸主管部門批准後可在中國大陸以外地方沖印；以及港商經批准後，可以獨資方式在中國大陸設立公司，發行國產影片。

2005年CEPA的補充協議二，則針對「華語影片與合拍影片」增加下述兩點的開放承諾：

1. 原本合拍片須以中國大陸官方語言在中國大陸市場發行，而補充二則放寬此項限制，經主管機關核准後可在廣東省發粵語版本；且港片經主管機關審查後可藉由中影集團進出口公司進口在廣東省發行。
2. 依據香港特別行政區有關條例設立之電影公司所拍攝且擁有影片之著作權比例達50%以上的華語影片，則該影片在中國大陸發行放映時不受配額限制。

而根據2009年5月9日簽訂的補充協議六，允許國產影片(含合拍片)由中國大陸第一出品單位提出申請並經廣電總局批准後，得在香港進行後期製作。上述各項「華語影片與合拍影片」的開放項目，記載於廣電總局發布的《關於加強內地與香港電影業合作、管理的實施細則》與《〈電影企業經營資格准入暫行規定〉的補充規定》。

至於「電影院放映服務」(可歸類於CPC9612)在2003年的承諾允許港商以合資、合作方式建設或改造經營電影院，港商擁有股權上限為75%；在2004年與2005年簽訂的中港CEPA

⁹⁷ 主要工作人員組別包含導演、編劇、男主角、女主角、男配角、女配角、監製、攝影師、剪接師、攝影師、美術指導、服裝設計、動作/武術指導以及原創音樂。

⁹⁸ 主創人員為導演、編劇、攝影以及主要演員(含主角與主要配角)。

補充協議、補充協議二以及《〈外商投資電影院暫行規定〉補充規定二》，則開放港商以獨資方式在多個地點新建或改建多間電影院，經營電影放映業務。

(二)廣播電視產業

中港 CEPA 在「合拍電視劇」部分，2004 年的 CEPA 補充協議中提出中港合拍電視劇經審查後，可視為國產電視劇發行播出；2005 年的補充協議二則進一步放寬中國大陸與香港合拍電視劇集數與國產劇之標準相同(過去的限制為 40 集)；2006 年的補充協議三則將各省級單位所出產、且有香港演員參與拍攝之國產片的審查，轉由各省級廣播電視行政部門負責；2007 年的補充協議四則承諾中港合拍電視劇立項的分集梗概，由原先的「不得低於 5,000 字」下修至「不得低於 1,500 字」，並且透過《〈中外合作製作電視劇管理規定〉的補充規定》於 2008 年 1 月 1 日實行，大幅降低製作公司作業成本。

至於「有線電視技術服務」，2004 年的 CEPA 補充協議中允許香港經營有線電視網路的公司經中國大陸主管部門允許後，得在廣東省試點提供有線電視專業技術服務。

三、中國大陸對東協承諾開放部分

「東協-中國全面經濟合作框架協議服務貿易協定」之國民待遇限制中，對於視聽服務業之所有現行補貼不做承諾，而在市場進入部分則未在具體承諾中涉及視聽服務業。換言之，在與東協的自由貿易協定中，中國大陸對視聽服務業沒有做額外承諾。

表 8-2-1 中國大陸在 WTO 及雙邊對視聽服務產業開放概況

協議名稱	電影	電視
WTO	<p>開放：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.於錄影的配銷服務(CPC96113)得在不損害中國大陸審查影音製品內容的權利之情況下，中外可設立合資企業，從事除電影外的影音製品之配銷。 2.開放外商合資建設、改造電影院，惟外資持股比例不得超過49%。 	不開放
CEPA	<ol style="list-style-type: none"> 1.允許香港以獨資型態提供音像製品(含後電影產品)的製作與分銷服務。 2.香港所拍攝之華語影片不受進口配額限制。而中國大陸與香港所拍攝之合拍影片視為中國大陸國產影片。且港商經批准後，可以獨資方式發行國產影片。 3.「香港所拍攝之華語影片」之著作權限制由依據香港特別行政區有關規定設立之製作單位所擁有「75%以上」下修至「50%以上」。 4.中國大陸與香港合拍影片之粵語版本，可在廣東省發行放映。 5.由中國大陸電影集團電影進出口公司統一進口的香港影片粵語版本，可於廣東省發行放映。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.香港有線電視公司經許可後，可在廣東省提供有線電視專業技術服務。 2.中港合拍電視劇經審查後，可視為國產電視劇。有香港人員參與之國產電視劇，由省級廣播電視行政部門負責審查。 3.允許中港合拍電視劇的最多集數標準與中國大陸國產電視劇相等(目前中國大陸對國產電視劇並無集數限制)。 4.中港合拍電視劇立項的分集梗概最低字數從 5,000 字下修至 1,500 字。
ACFTA	沒有額外承諾	沒有額外承諾

資料來源：本研究整理。

第三節 中國大陸視聽服務業之貿易障礙及台灣的商機

一、貿易障礙

(一)法律面障礙

1.不得投資視聽產品發行服務

中國大陸在 2007 年修訂的《外商投資產業指導目錄》中，明文禁止外資參與視聽產品的發行服務，包含網路視聽服務；在中國大陸工業和信息化部與中國廣電總局聯合發布的《互聯網視聽節目服務管理規定》(2007)中，更進一步限

制網路視聽服務僅能由國營企業經營。依據中國廣電總局發布的《電影企業經營資格准入暫行規定》(2004)及《國家廣播電影電視總局、文化部關於改革電影發行放映機制的實施細則(試行)》(2001)，所有外國及港澳台影片由中影集團統一進口，外片的發行則由中影集團子公司及華夏電影發行公司兩家寡占。

中影集團主宰影片進口合約各項內容，還要求電影出版品要由國內廠商壓製，這包括大部分的公播版及所有的家用版，使得外國電影公司難以控管品質，還可能增加成本。

2.不得投資視聽節目播送服務

私人資本不得營運廣播或電視台，且包括了相關的硬體設施，像是基地台、衛星及網路骨幹。

3.不得獨資經營電影放映場所

雖然中國大陸開放外資與國內合作或合資電影放映事業，資本額門檻卻規定需達到五百萬人民幣，而且外資持股不得大於49%；而且雖在某些試點城市曾放寬到75%，但也逐漸被政府取消。

4.不得獨資製作電視節目或電影

外資可和中國大陸企業合作電視節目或電影，但是資本額要求門檻為二百萬人民幣，並且有49%的外資持股上限。中國廣電總局還規定，這些公司所製作的節目必須有三分之二是取材於中國大陸。

5.電影的總額管制

中國大陸政府每年僅准許50部外片上映，其中還包含20部好萊塢大片保障名額，而這份名單是由中國大陸決定，並規定外片放映時間總和不得超過所有電影總和的三分之一。台灣電影被歸類到50部外片之中，因此難以進入中國大陸市場，而香港因為CEPA的關係，純由香港公司所拍攝的華語影片經中國大陸主管部門審批後，可以不受50部外片配額的限制，並以進口影片的名義在中國大陸自由發行。《不能

說的祕密》便是以港片的名義進入中國大陸，而真正以台灣名義進入中國大陸的，第一部是布袋戲《聖石傳說》，第二部是《運轉手之戀》，還是透過公共關係才取得額度。2009年7月份結束的兩岸經貿文化論壇中，中國國家廣電總局提出嘉惠台灣電影業的政策，將於近期推出放寬對台灣電影的配額限制，只要是海峽兩岸合拍的影片，不受境外電影進口配額的限制，行政院新聞局也提出開放中國大陸演員來台合拍電影的建議；2010年ECFA早收中，中國大陸將台灣華語電影片進口配額限制取消，這將會是台灣電影產業突破的一契機，對台灣電影業有很大幫助。

6. 電視節目的總額管制

在電視頻道方面，國外的戲劇或影片播出時間不得超過總播出時間的25%，其它類型的國外節目則不得超過15%。無線頻道不得在晚上7點到10點的黃金時段播出外國節目。在有線電視方面，國外節目最多只能占全部時間的30%。而根據2004年中國大陸與香港所簽訂之CEPA補充協議，中港合拍電視劇在中國大陸市場之發行與播出可視為中國大陸國產電視劇，故不受此項總額管制。

7. 工作人員比例限制

依據《中外合作攝製電影片管理規定》，中外合拍片須聘用境外主要創作人員時應報請廣電總局批准，且外方主要演員比例不得超過主要演員總數的三分之二。另外，外方應通過中方在中國大陸聘用電影創作及勞務人員，並依據中國大陸法規與應聘者簽訂合約。

8. 衛星電視接收限制

依據《衛星電視廣播地面接收設施廣理規定》及其實施細則，個人不得安裝及使用衛星電視地面接收設施。僅位於收不到當地電視台、電視轉播台、電視差轉臺、有線電視台(站)的電視節目之地區，可向所在單位提出申請且經當地縣、市人民政府廣播電視行政部門同意後報省、自治區、直轄市人民政府廣播電視行政部門審核通過後，方可安裝衛星電視接收器。

(二)經營面障礙

1.內容審查制度

中國大陸的電檢制度對華語片的影響，可分為電影進口和合作製片兩方面。台灣電影在中國大陸放映的機會不多，這不僅是因為進口總額的限制，跟中國大陸的電檢制度也有關係。一些非常有風格的電影，如蔡明亮、侯孝賢等名導的作品，即使非常多觀眾感興趣，也無法在中國大陸上映。還有一些以黑道、暴力為題材的電影，或是政治敏感的文件，也都不可能在中國大陸放映，即使想盡辦法放映了，電影內容可能也被修改得慘不忍睹。在中國大陸放寬香港到中國大陸拍片的限制後，香港電影業便大量地與中國大陸電影業合作，許多企業資源與人力資源都轉移進中國大陸，以搶攻中國大陸市場。然而，為了適應中國大陸的電檢制度，拍出來的作品往往喪失了香港電影的本質，抹煞了香港電影的創意和特色。

政府對電影內容的審查，常會拖延到電影上映的時程，而且審查過程的不透明也引人垢病。當中國大陸的重要國產影片上映時，政府時常利用審查制度製造外國影片的「空窗期」，以避免國產影片的票房受到影響。再者，這些限制手段也間接助長了盜版的風氣。

2.著作權保護

到目前為止，音樂和電影等等的盜版光碟仍然十分氾濫，占相當高的市場比率，其來源包括了地下工廠、合法工廠及走私者，而銷售管道則為各地的零售業者。不過，網路上的侵犯版權行為已成為愈來愈嚴重的問題，透過各種新興的網路科技，中國大陸的盜版活動正對全球視聽服務市場產生惡劣的影響，例如各類 P2P 軟體的下載、搜尋引擎上的侵權「深層連結」(deep linking)、和各類「網友貢獻內容」(User Generated content, UGC)網站的侵權內容。基本上由於中國大陸政府的種種管制，增加了人們參與盜版的動機，盜版提供的內容往往比電影院提供的更加豐富和即時，造成大家不進電影院的習慣，也造成中小城市的電影院難以營運。

當然，中國大陸法律對盜版行為的規定不夠周延，也留下許多無法可管的灰色地帶。如在與中國大陸廠商簽訂家用出版品的合約時，通常僅有模糊的授權範圍，家用版本可能會被使用在實際上該算是公開場合的場所，例如小型電影院或飯店。2006年頒布的《信息網路傳播權保護條例》不及網路技術的發展，不能有效遏制網路侵權行為，而且規定不夠嚴謹、處罰太輕微，對於網路業者約束力低。再者，中國大陸政府常被批評在著作權的執法上面有著雙重標準。中國大陸需修改相關法令以符合世界潮流，並賦加刑事處罰，才能有效遏止盜版行為。

3.文化隔閡

即使現在台灣自製電影成功進入了中國大陸的市場，其實台灣和中國大陸自製電影在彼此的市場目前接受度都不高，例如台灣最賣座的電影〈海角七號〉在中國大陸票房不如預期，主要是目前兩岸文化上有許多隔閡存在，需要以創意來合作打破隔閡。

針對法條對外資的限制、台商在中國大陸的經營障礙、與美國貿易代表署(USTR)、中國美國商會、日本經濟產業省等的報告中，對中國大陸貿易障礙所提出之意見整理如下(表 8-3-1)：

表 8-3-1 貿易障礙彙整

貿易障礙項目	說明	提出意見之單位或法令出處
法律面障礙		
視聽產品發行服務	視聽產品發行服務僅限於國營企業，包括網路視聽服務。並且只有中影集團擁有影片進口權，並主宰各項合約內容。	單位： ● 美國貿易代表署 ● 日本經濟產業省 ● 世界貿易組織 法令： ● 《外商投資產業指導目錄》
視聽節目播送服務	私人資本不得營運廣播或電視台，這包括了相關的硬體設施，像是基地台、衛星及網路骨幹。	單位： ● 美國貿易代表署 法令： ● 《廣播電視管理條例》 ● 《廣播電台電視台審批管理辦法》
合作視聽節目	一般外資(不含港、澳)： 不得獨資製作電視節目或電影 合作或合資最低資本額二百萬人民幣 外資持股上限 49% 中國廣電總局還規定，所製作的節目必須有三分之二是取材於中國大陸。	單位： ● 美國貿易代表署 ● 日本經濟產業省 ● 世界貿易組織 法令： ● 《中外合作製作電視劇管理規定》
合資電影放映場所	一般外資(不含港、澳)： 不得獨資經營電影放映場所 合作或合資最低資本額六百萬人民幣 外資持股上限 49% 合資、合作期限不超過 30 年	單位： ● 美國貿易代表署 ● 日本經濟產業省 ● 世界貿易組織 法令： ● 《外資投資電影院暫行規定》
衛星電視及有線電視等傳播媒介	境外衛星電視只能在三星級或中國大陸國家標準 2 星級以上涉外賓館落地入網，一般家庭禁止接收。 未經批准各有線電視網絡不得傳送境外衛星電視節目等規定。	法令： ● 《衛星地面接收設施接收外國衛星傳送電視節目管理辦法》 ● 《境外衛星電視頻道落地管理辦法》
電影總額管制	每年僅准許 50 部外片上映，其中還包含 20 部好萊塢大片保障名額，而這份名單是由中國大陸決定；外片放映時間總和不得超過所有電影總和的三分之一；且這些影片的進口合約中，也是由中國大陸政府來決定票房收入的分帳。	單位： ● 美國貿易代表署 ● 中國美國商會 法令： ● 《電影管理條例》
電視節目總額管制	國外的戲劇或影片播出時間不得超過總播出時間的 25%，其它類型的國外節目則不得超過 15%。無線頻道不得在晚上 7 點到 10 點的黃金時段播出外國節目。在有線電視方面，國外節目最多只能占全部時間的 30%。	單位： ● 美國貿易代表署 法令： ● 《境外電視節目引進播出管理規定》

表 8-3-1 貿易障礙彙整(續)

貿易障礙項目	說明	提出意見之單位或法令出處
法律面障礙		
工作人員比例限制	中外合拍片須聘用境外主要創作人員時應報請廣電總局批准，且外方主要演員比例不得超過主要演員總數的三分之二。另外，外方應通過中方在中國大陸聘用電影創作及勞務人員，並依據中國大陸法規與應聘者簽訂合約。	法令： ● 《中外合作製作電視劇管理規定》
衛星電視落地限制	一般民眾不能安裝及使用衛星地面接收設施，除因位於通訊不便地區等原因使其無法觀看電視節目，則可經當地縣、市人民政府廣播電視行政部門申請並向上級通報後單位，始可安裝。	法令： ● 《衛星電視廣播地面接收設施廣理規定》 ● 《衛星電視廣播地面接收設施廣理規定實施細則》
經營面障礙		
內容審查制度	一些非常有風格的電影，還有一些以黑道、暴力為題材的電影，或是政治敏感的影片，均不可能在中國大陸放映，即使想盡辦法放映了，電影內容也已被修改得慘不忍睹。政府對電影內容的審查，常會拖延到電影上映的時程，審查過程的不透明也引人垢病；同時，政府常利用審查制度造成外國影片的「空窗期」，以保護國產影片的票房。這些限制手段也間接助長了盜版的風氣。	單位： ● 美國貿易代表署
監管制度	不公平且具針對性的監管法規限制了外國發行者的發展，管理制度給外國企業造成的障礙往往高於國內企業。整體來說，法律制度常是模糊的，在執行上自相矛盾有失公平，且監管制度缺乏透明度和執行力。	單位： ● 美國貿易代表署 ● 中國美國商會
著作權保護	中國大陸法律對盜版行為的規定不夠周延，留下許多無法可管的灰色地帶；政府對進口和銷售的種種限制或拖延，也加速了盜版市場的成长；而且中國大陸政府常被批評在著作權的執法上面有著雙重標準。有組織的盜版行為一直存在，而政府斷斷續續的執法行動，一方面顯示相關部門有能力切斷非法管道，另一方面也表明他們缺乏貫徹的決心。	單位： ● 美國貿易代表署 ● 中國美國商會

資料來源：本研究參考 1. 中國美國商會所出版之「2009 年美國企業在中國之白皮書」及「2010 年美國企業在中國之白皮書」；2. 日本經濟產業省所出版之 2009 Report on Compliance by Major Trading Partners with Trade Agreements-WTO, FTA/EPA, BIT 之中國大陸部分；3. 美國國際貿易代表署在 2009 年所出版之 Foreign Trade Barriers 之中國大陸部份 自行整理。

二、台灣的商機

(一)電影產業

1.台灣電影市場的萎縮

經過 1960 年代的快速成長、1970 年代的電影產業高峰期，至今台灣電影產量由一年兩、三百部的高峰，下降到四、五十部，隨著消費大眾觀影口味的轉變，以及作品本身內容及電影事業結構的不及因應，已逐漸被香港電影攻占台灣電影市場。接著，1990 年代有線電視及衛星電視的盛行，以及好萊塢大成本大製作的商業影片大舉入侵，台灣電影工業漸漸式微幾近瓦解，每年約二十部的國片上映部數，成了每年總映演影片中的短暫曇花，而票房收益更是慘淡。以新聞局到今年 2 月底為止的統計，全台電影工業有 55 家，電影製作業 795 家，電影院數為 119 家共 561 廳，而電影發行業在外片穩定片源與觀眾的支持下，目前則有 1491 的家數。從台灣整體票房來看，在 2001 到 2005 年這段期間，台北市戲院總票房中外國影片便占了約 95%，而國片的比例卻不到 2%，這還是在輔導金的補助下所顯現的市場。不過，政府的補助政策還是有發揮一些作用，從 2006 年起，國片的生產數量和票房比例都已逐步地增加，市占率還曾在 2008 年達到了 12%。

由於電影環境的不景氣，台灣人才的流失與轉移完全可被預期，許多優秀的導演、製片、技術人才、甚至是演員，在空有抱負沒有環境輔助的影響下，紛紛前往香港、中國大陸及國際發展，又或是轉投入電視產業，如曹瑞原的《孽子》及電影電視同時開拍的《孤戀花》、王小棣的《赴宴》、萬仁的《霧中緋櫻》...等，引起不少迴響，成了跨界的成功代表，但這也同時意味著電影產業的處境艱困，讓許多原屬電影工作崗位上的專才或機構，游走在影視產業生產線以求生存。

2.香港的發展模式及受益

近年來亞洲電影或華語電影的跨國合拍成為一種趨勢，一則國際合作可以更容易進入合作方的國內市場；二來是可

以分擔研發新產品所帶來的成本及風險；第三是可帶來互補的技術和資產，以獲取技術與專業知識。諸如《如果愛》、《墨攻》、《赤壁》、《刺馬》、《滿城盡帶黃金甲》等影片的產製模式，便是這種影視跨國合作的模式，而能在中國大陸占一席之地。然而，在這股跨國影視合作風潮中，似乎還未看到政府從中為影視產業開疆拓土的身影。

2003年6月中國大陸與香港簽訂了CEPA，香港拍攝的華語片，可以不經配額限制進入中國大陸市場；香港與中國大陸合拍的影片，可視為國產影片在中國大陸發行；香港與中國大陸合拍的電影，允許香港人員增加所占的比例，但中國大陸主要演員仍不得少於影片主要演員總數的三分之一。除了前二項之外，尚包括放寬香港人經營戲院與音像事業的限制等相關措施，都是2003年後期中國大陸電影政策劇烈變動的一環，這些新電影政策所指的境外地區，不只涵蓋了外國或香港地區，也適用於澳門和台灣，所以香港電影界從CEPA中逐漸獲益。香港一向是亞洲電影量產區，現在他們完全看準中國大陸市場，拍片皆以中國大陸為依歸，進而好的商業人才也跟隨市場的走向，人才慢慢被他們吸納過去。台灣一方面因隔閡政策，另一方面因沒有好的商業電影，就被市場隔絕了。

香港說故事的能力向來優於台灣，而且香港漸漸在培訓中國大陸的人才，因此中國大陸商業電影也發展了起來，不論是張藝謀還是陳凱歌，都往商業電影靠攏，希望自己的電影能跨出中國大陸，至少要掌握住華人市場。雖然中國大陸的電影發行由官方握有較多的掌控權，但目前已在慢慢開放，是全世界電影票房成長最快且空間極大的一個市場，2005年中國大陸的電影市場為二十億人民幣，比前一年大幅成長了25%左右，其中有十億是好萊塢電影；另十億中，30%是真正中國大陸製作的《無極》及《千里走單騎》，其它的70%大都是香港電影做出來的市場，例如：《頭文字D》、《七劍》、《神話》...等。在發行、映演、行銷方面，香港以中國大陸為主要市場，定位明確且具獨特性，不論舉辦影視節或投資會，皆將自身角色界定於「亞洲電影融資中樞」及「進入中

國大陸電影的重要跳板」。正當各國爭相舉辦跨國影視節慶時，香港區隔化的策略相當值得台灣深思效法。

3. 台灣的省思與機會

在影視產業國際合作模式日漸成型，台灣亦不能背離產業發展的趨勢，尤其是未來的華語市場競逐。台灣可開放中國大陸影視人才的工作許可，這主要是為了進入中國大陸廣大市場鋪路。例如開放演員、導演、技術人員來台工作、拍攝，除了提高節目品質，也間接符合與中國大陸合拍影視節目的條件，間接開啟進入中國大陸市場的窗口，同時帶動台灣影視產業與經濟發展。再者，就目前台灣整個的電影文化與政策來講，較難在國際市場有所突破，可以努力的方向是利用資金的力量，發掘好的香港、中國大陸題材而去投資。藉由投資的方式參與製作，讓台灣的產業重新去學習製作商業電影，唯有如此才能慢慢讓台灣有拍攝商業電影的能力。現在中國大陸的電影市場已經到了每年約 40-50 億的數字，香港、中國大陸合作單位拿走 80%，其他國外的製作公司只能拿走 20%，以台灣影視產業的實力，應該要能在這個市場占一席之地。以 2007 年轟動一時的「不能說的·秘密」為例，便是由「縱橫國際影視公司」與「香港安樂影片公司」、「北京安樂影片公司」合作拍攝，並由博偉公司在台發行。由於結合周杰倫的音樂、幽默風趣的橋段、青年學子的愛情與充滿奇幻感的故事內容等兩岸三地時下流行元素，上映後迅速走紅，不僅在票房方面，而後還有藝人經紀、演唱會、音樂權利的交易，利潤可觀。

在電影放映方面，香港業者依據 CEPA 的協定，可獨資在多個地點新建或改建多間電影院，經營電影放映業務。香港的嘉禾娛樂集團積極介入中國大陸電影院經營，在深圳設有一座含七個放映廳的影城，占深圳市場占有率達 44%，該影城電影票房收入於 2006 年 7 月及 8 月，更達全中國大陸首位。基於中國大陸電影市場的龐大潛力，台灣業者若也能比照香港投資電影放映產業，預期將能帶來豐厚的報酬。

(二)廣播電視產業

1.台灣市場發展

幅員狹小的台灣在電視產業快速發展下，電視媒體頻道數量發展驚人，2007年無線電視台共5家13個頻道，節目總產出時數共20,791.15小時，節目類型以新聞類為主，其次是戲劇類與綜藝類，國語節目為最主要節目製作語言占88.33%；衛星節目供應業者共78家155個頻道，節目總產出時數共10.37萬小時，節目類型以戲劇類為主，其次是綜藝類與新聞類，國語占63.18%為最主要語言，其次是17.34%之英語；有線電視系統經營共62家，分屬凱擘、中嘉、台固、台灣寬頻、台基網等5大集團與獨立系統，衛星直播服務經營者則有4家，總計151個頻道每日在電視上傳送節目。

無線電視和衛星電視業者皆有製播節目，由於衛星電視業者家數較多，總產出節目小時數較無線高出許多(表8-3-2)，但平均而言，無線電視台平均每家產出約4,158小時的節目，遠較衛星電視業者平均每家產出約1,728小時來的多，不過衛星產業自製節目占其播出的74.80%，比例較無線電視業者高。

表 8-3-2 台灣電視產業節目產製情形

經營者屬性分層		無線		衛星		總計	
公司數		5		60		65	
總產出節目(小時)		20,791	16.70%	103,712	83.30%	124,503	100%
自製/非自製節目(小時)	自製節目	9,778	47.03%	77,566	74.80%	87,344	70.16%
	非自製節目	11,013	52.97%	26,135	25.20%	37,148	29.84%
合計		20,791	100%	103,701	100%	124,492	100%
總製作成本(億元)		44.13	52.91%	39.27	47.09%	83.40	100%
自製/非自製成本(億元)	自製成本	18.80	42.60%	16.52	42.08%	35.32	42.35%
	非自製成本	25.34	57.40%	22.75	57.92%	48.09	57.65%
合計		44.14	100%	39.27	100%	83.41	100%

資料來源：行政院新聞局。

在版權節目銷售狀況方面，主要還是銷往台灣國內市場，約占55%，其餘則銷往國外，以中國大陸、美國、亞洲

其他國家為主要銷售對象(表 8-3-3)。由於衛星節目供應業者較多，無論銷售時數和銷售金額皆是衛星電視業者居多，占總銷售約 7 成。

表 8-3-3 台灣電視產業節目銷售地區比例分布

經營者屬性分層	無線		衛星		總計	
公司數	5		60		65	
銷售時數(小時)	13,389.37	25.45%	39,229	74.55%	52,618	100.00%
銷售金額(萬元)	35,690.00	32.60%	73,800	67.40%	109,490	100.00%
國內(萬元)	11,481.79	32.17%	48,937	66.31%	60,419	55.18%
國外(萬元)	24,209.21	67.83%	24,863	33.69%	49,072	44.82%
合計	35,691.00	100.00%	73,800	100.00%	109,491	100.00%
中國大陸(萬元)	6,576.78	27.17%	27,844.74	37.73%	34,421.52	35.12%
日韓(萬元)	142.59	0.59%	966.78	1.31%	1,109.37	1.13%
亞洲其他(萬元)	11,350.89	46.89%	4,863.42	6.59%	16,214.31	16.54%
美國(萬元)	3,437.85	14.20%	37,018.08	50.16%	40,455.93	41.27%
歐洲(萬元)	61.75	0.26%	3,114.36	4.22%	3,176.11	3.24%
其他(萬元)	2,638.36	10.90%	0	0.00%	2,638.36	2.69%
合計	24,208.22	100.00%	73,807.38	100.00%	98,015.60	100.00%

資料來源：行政院新聞局。

至於銷售的節目類型則是以戲劇、綜藝和資訊類為大宗，特別是戲劇類占總銷售的 6 成(表 8-3-4)，這和國內近年來偶像劇的風行有關。就無線來說，主要銷售的節目類型以戲劇、綜藝類為主，而衛星節目供應業者則以戲劇類和資訊類為主。

表 8-3-4 台灣電視產業頻道銷售節目類型比例分布

節目類型	無線		衛星		總計	
公司數	5		60		65	
新聞類	977.01	2.74%	450	0.61%	1,428	1.30%
戲劇類	15,048.03	42.16%	50,479	68.40%	65,526	59.85%
綜藝類	13,681.03	38.33%	2,494	3.38%	16,174	14.77%
資訊類	18.42	0.05%	14,937	20.24%	14,955	13.66%
公益節目類	472.66	1.32%	0	0.00%	471	0.43%
兒少節目類	142.50	0.40%	708	0.96%	851	0.78%
體育類	0.00	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
其他	5,350.35	14.99%	4,701	6.37%	10,051	9.18%

資料來源：行政院新聞局。

2. 台灣未來的發展

面對中國大陸市場的成長，台灣最大的問題就是專業的人才一直在往中國大陸流失，而且流失的非常嚴重，大家只看到檯面上的，卻沒注意到基層的工作人員。台灣所有的鼓勵都針對演員，但是不管是一個好的戲劇或是好的節目，也都是靠幕後人員撐起來的。過去，政府一直阻擋中國大陸的影視產業進入台灣，中國大陸方面卻極力吸收台灣的人才，基於製作成本、市場潛力等等因素，許多資源都逐漸移向中國大陸，工作機會因此流失。引進台灣的藝人到中國大陸一次只能兩、三個，同樣地中國大陸來台灣拍合拍劇，也是只能帶兩、三個人過來，然而其它的次要演員、群眾演員是數百個人，開放中國大陸藝人來台是對台灣影視產業很有幫助的事情。另外，未來的機會可能是在對岸，人才流動是一定會發生的，但是要如何讓人才不斷成長，才是台灣的機會與挑戰，需要一套完整的方法培育後製跟製作人才，並且讓影視科系能夠和外面的實務工作接軌，與線上的工作人員作傳承。

中國大陸近年來在影視媒體政策上，逐漸鬆綁，這樣的現象也惠及香港 CEPA。在 2007 年 7 月 1 日所推出的 CEPA 新階段措施中，放寬香港與中國大陸合拍電視劇的審查工

作，香港演員參與合拍的中國大陸電視劇，原本是由中央的國家廣播電視總局做審查，則改由省級的廣播電視行政部門來審查。2007年10月台北市政府與北京市政府召開的兩岸文化創意產業會議上，廣電總局田進副局長宣布了從2008年1月1日起兩岸合拍劇享受國產劇的待遇，代表可以上黃金檔。然而，台灣卻遲遲未推出相應的政策，由於中國大陸藝人沒辦法來台灣，很多戲劇便無法在台灣拍攝，造成很多工作人員錯失了工作機會。幸好，行政院新聞局於2009年9月8日公布了「中國地區主創人員及技術人員來臺參與合拍電視戲劇節目處理原則」，讓中國大陸演員來台於法有據。條文中規定一部電視劇裡，中國大陸所有演員及相關工作人員必須低於全部的三分之一，而台灣演員及工作人員則必須超過三分之一，並且合作劇要能在中國大陸黃金時段播出。因此，台灣演員可以藉此機會增加戲劇的演出，並且經由在中國大陸播放，提升台灣演員的知名度。此外，條文中也要求在這些合拍劇裡面必須要有台灣的場景，後製也必須全部在台灣完成。除了希望能夠藉兩岸的合作，增加台灣演員及幕後人員工作機會外，也要行銷台灣各個景點，讓台灣觀光產業能藉此受益。

整體而言，中國大陸對視聽服務業的管制仍相當嚴格，如不開放電視產業、僅開放電影及錄影帶之製作與行銷服務中的配銷服務、保留審查影音製品內容的權利等。相對於內資企業及有額外承諾優勢的港資，台商處於不利的競爭條件。因此若中國大陸方面若能稍微降低相關產品的市場門檻，例如合拍劇的限制放寬、頻道落地等，則台資企業將有機會比外資提早進入市場布局，且能在平等或優於港資條件下競爭。

第四節 小結

中國大陸視聽服務市場成長快速，已為世界重要的市場之一。但由於中國大陸對國營視聽和出版產業的保護，以及其對政治敏感題材的管制，因此中國大陸視聽服務市場開放程度不高，外資視聽服務業在中國大陸的經營仍處處受限，存在諸多市場進入障礙。

就電影產業而言，近幾年中國大陸電影票房成長率皆在 20% 以上，2009 年票房成長率更高達 43.29%、票房總收入為 62.06 億人民幣，中國大陸已成為全世界電影票房成長速度最快的國家。此外電影院與銀幕數量亦快速發展，2009 年已有 1,687 家電影院與 4,273 個銀幕數，且二級城市與農村電影亦迅速發展。廣播電視服務業方面也呈現同樣的發展趨勢，2009 年中國大陸廣電收入為 1,665 億元人民幣(含財政補助收入)，成長率約為 5.18%；其中廣告收入為 752 億元人民幣，成長率為 7.12%。

隨著中國大陸加入 WTO 後，中國大陸對外資的控管也稍微放寬，如 2004 年中國大陸的廣播電視採取「製播分離」制度，對於廣電媒體的限制鬆綁，使得外資進入市場可以利用合資合製方式規避中國大陸對境外廣電產品總額限制問題。再如經由中國大陸與香港的 CEPA 協定，特別允許香港資可以直接進入中國大陸從事電影放映以及發行國片的業務，也對其他外資開了經由投資香港公司而間接進入中國大陸市場的便道。

但現行中國大陸在視聽服務業方面的開放範圍仍非常小，僅准許外資進入電影院的經營、電影拍攝及電視節目製作，而且僅限於「中外合資」或「中外合作」的方式，並設有投資上限；至於視聽產品發行和視聽節目播送服務則仍專屬於國營事業。影音產品的進口方面，也受到諸多限制，外國影片的進口需受到總進口配額的管制，而中國大陸國家廣電總局更嚴格管制外國影片或電視節目所占的比例。在中國大陸嚴格的影音內容審查制度，以及其刻意不讓外資電影在熱門檔期上映，以避免其和國產電影競爭的做法下，很多合法的影音產品無法在中國大陸上市，只能以盜版的形式流傳，使得中國大陸境內形成非常大的盜版外國影音產品黑市。而網際網路的發展使得盜版更加嚴重，讓美國不惜以 301 條款對中國大陸表示抗議；另一方面，盜版問題不只讓美國片商飽受損失，也阻礙了中國大陸視聽產業的發展。

另外，在市場進入方面，中國大陸也有外資的上限，例如外資不得超過企業總投資的 49%；另外 2005 年中國大陸政府更公開聲明新聞通訊社、報紙、廣播或電視台以及相關播送服務都必須由國家經營，使得外資在中國大陸的市場成長有限。

台灣的電影廣播產業發展，受到環境影響，逐漸式微，尤其人才的流失更是嚴重，影響到台灣視聽產業的發展。中國大陸則是一深具發展力的市場，但是中國大陸對此產業的保護也深、政府掌控意願也強，因此中國大陸視聽服務業市場的開拓，存在非常多的法律面與經營面的進入障礙。經由中國-東協與中國-香港 FTA 內容的比較，亦明顯看見中國大陸對此產業開放的承諾低，香港是目前唯一享受中國大陸開放承諾最多、開放程度最寬的地區。

CEPA 的承諾讓港資的發展條件優於台資及其他外資，尤其獨資提供音像製品(含後電影產品)服務、不受進口影片配額之限、合拍劇限制放寬、頻道落地等，使得港資在這些產品的經營相對於台灣有很大的優勢，也明顯看到香港影視產業發展的受益。但是根據訪談也發現，即便中國大陸對香港開放，在部分議題上，如頻道落地，也是區域性開放，同時存在非常多的實際經營面障礙。因此我們在兩岸協商的談判中爭取與 CEPA 相同的承諾是基本底線，目的是讓台商與港資不至於在不平等的條件下競爭。但我們仍期待在內部經營面限制部分的進入障礙對台商排除，以拉近台資與內資企業的發展條件，加強台商在中國大陸的競爭力。在爭取中國大陸市場進入的同時，台灣也應審慎考量國內視聽服務業的發展，於開放與進入外國市場的同時，國內的產業也能健全成長。

第九章 結論與建議

第一節 結論

中國大陸在 2001 年加入 WTO 之後，雖然必需遵照其入會承諾進行市場開放，但在服務業方面，開放的程度並不算高，對於外資企業的經營，仍有許多限制。除了法律面限制外，中國大陸在服務業市場對外資企業仍存在不少經營面之障礙，對於外資企業營運造成了很大的影響。此可由主要國家及國際經貿組織對中國大陸服務業貿易及投資之報告中反映出來。

ECFA 在 2010 年 9 月 12 日生效以後，未來即將啟動服務業貿易及其他三項議題(貨品貿易、投資議題、爭端解決)之談判。預期中國大陸服務業市場將會進一步開放，對於台灣服務業進入中國大陸開啟先機。雖然台灣服務業佔國內經濟比重不斷上升，但迄今台灣服務業主要是內需導向，出口能力相對薄弱，國際競爭力不足，在世界重要性持續下滑。而且相對於製造業，台灣服務業在中國大陸佈局較晚，如何掌握此一契機，加強開拓中國大陸服務業市場，對於台灣未來經濟發展與轉型，可以說是非常重要。

以下就本研究的結論重點摘要如下：

一、兩岸服務業總體發展概況

表 9-1-1 兩岸服務業發展概況摘要

		台灣 新台幣億元		中國大陸 人民幣億元			
總 體 發 展 概 況	1.產值(2009年):金額(比重)	86,214 (68.7%)		147,642 (43.4%)			
	2.就業(2009年):人數(萬人)(比重)	605 (58.9%)		26,603 (34.1%)			
	3.固定資本形成(2008年):金額(比重)	13,703 (51.0%)		90,803 (52.5%)			
	4.固定資本形成占生產毛額之比重(2008年)	15.7%		75.4%			
	5.服務出口(2008年) (1)金額(億美元)(占全球比重) (2)排名	336 (0.89%) 28 名		1,464 (3.88%) 5 名			
總 體 發 展 概 況	6.核准外資/實際利用外資(2009年): 金額(百萬美元)(比重)	3,776 (78.7%)		38,528 (42.8%)			
	7.主要分項產業		2008 產值 (新台幣億元)	佔服務業 比重(%)		2008 年產 值(人民幣 億元)	佔服務業 比重(%)
		批發及零售業	23,800	28.33	批發和零售	26,182.3	19.93
		不動產業	11,099	13.21	交通運輸、倉儲和郵政	16,362.5	12.46
		公共行政及國防	9,495	11.30	金融業	14,863.3	11.32
		金融及保險業	9,160	10.90	房地產業	14,738.7	11.22
		教育服務業	6,032	7.18	公共管理和社會組織	13,783.7	10.49

表 9-1-1 兩岸服務業發展概況摘要(續)

	台灣 新台幣億元	中國大陸 人民幣億元
服務業發展政策	<p>2009 年行政院核定觀光、生技、醫療照護、文化創意、精緻農業及綠色能源等產業為台灣六大新興產業，其中，觀光、醫療照護、文化創意及精緻農業(部分)等四項皆在服務業的發展範疇內。行政院經建會並於 2009 年 7 月擬訂「服務業發展方案」，做為台灣未來服務業發展方向之指導方針。</p> <p>「服務業發展方案」之願景使服務業成為提高附加價值、創造就業、提升生活品質及帶動經濟成長的引擎。以 2012 年服務業名目 GDP 達 11 兆新台幣，每年平均增加 12 萬個就業機會，及服務出口達全球比重 1.2% 等三項為總體目標。</p>	<p>2009 年因應金融危機，中國大陸提出「保增長、保就業、保民生、保穩定」的大局，積極推動經濟結構的戰略性調整，加快發展現代服務業。</p> <p>依據「十一五」規劃所訂定之服務業發展目標，2010 年服務業產值占國內生產總值比重須較 2005 年提高 3%、2010 年服務業就業人數占全國就業人數的比重須較 2005 年提高 4%、服務貿易總額達 4,000 億美元，且有條件的城市要逐步形成以服務業為主的產業結構，服務業產值的成長速度要超過國內生產總值和第二級產業的成長速度。</p>
服務業發展之瓶頸	<ol style="list-style-type: none"> 1. 吸納就業能力尚有提升空間 2. 固定投資不足 3. 研發投入偏低 4. 出口競爭力薄弱 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 服務業發展水準仍低 2. 服務業的發展受到體制上的限制 3. 對外開放程度低 4. 新興生產性服務業沒有統一標準
服務業發展之機會	<p>台灣的製造業競爭力很強，若台灣能夠在目前的製造優勢基礎上發展服務業，可為台灣服務業走出一條新的道路。可發展模式如 1.加強產品生產後的延伸服務，如由汽車生產延伸至汽車行銷及汽車維修等售後服務；2.加強軟體內容與硬體產品的整合，提高附加價值，進而帶動文化創意產業之發展；3.由產品生產者進升成為系統整合者，將台灣 IT 技術應用於物流、電信、醫療及技術服務等相關產業，進行新服務模式的創新，發展各種可出口的系统服務。</p> <p>在中國大陸市場機會方面，近年來，中國大陸服務業市場開放腳步加速，台商赴中國大陸投資為台灣服務業及服務型的製造業發展開啟了一個新契機。中國大陸市場廣大，且是台灣對外投資最主要的地</p>	<p>中國大陸政府目前正積極發展生產性服務業，以及推動製造業的服務化。2007 年國務院「關於加快服務業的若干意見」中提到，要發展面向生產的服務業，促進現代製造業與服務業的融合與互動發展，推進業務外包、提升物流的專業化、積極發展資訊服務業、健全金融市場體系、發展科技服務業等。2010 年國務院總理溫家寶在工作報告中更直接點出金融、物流、資訊、研發、工業設計、商務、節能環保服務為生產性服務業的主要發展行業。</p> <p>中國大陸生產性服務業的崛起除了給中國大陸服務業發展新契機，也有助於中國大陸產業結構調整，提高生產的附加價值，並將出口導向的經濟成長模式逐漸轉為內需拉動式的成長模式。但相較傳統服務業，生產性服務業為滿足製造業的相關</p>

表 9-1-1 兩岸服務業發展概況摘要(續)

	台灣 新台幣億元	中國大陸 人民幣億元
服務業發展之機會	區，台灣企業及台商在中國大陸數量眾多，將可衍生許多服務業發展商機。再加上服務業具有文化及區域特殊性，兩岸文化、語言及生活習性相很適合兩岸發揮各自的優勢進行產業分工與合作。此外，台灣產業發展最常面臨的品牌問題，隨著兩岸交流漸深，中國大陸對台灣產品日漸熟悉，台商在中國大陸推出自我品牌亦較容易成功，目前在中國大陸不乏經營成功的台灣品牌，均是未來可以考慮的方向。	需求，需要較高的技術含量、創新能力與整合能力，如信息諮詢服務業、計算機應用服務業、科學研究、綜合技術服務業等產業都需較多的研發資金及高技術人才，對於目前中國大陸服務提供者的難度較高。因此，未來中國大陸生產性服務業若要進一步發展，並提高附加價值，除了本土企業技術能量的提升、人才的培育，及相關配套法規的擬定與修正外，中國大陸政府亦應逐步解除服務業的市場進入障礙，允許外資企業加入市場競爭，加速中國大陸本土企業提升效率及競爭力。

資料來源：本研究整理。

二、特定產業發展概況

在個別產業部分，本研究選擇了批發零售、旅行社、醫療、電信、物流及視聽服務等 6 項產業，進行了詳細的分析。以下將各產業之重點，分別摘要於表 9-1-2、表 9-1-3、表 9-1-4、表 9-1-5、表 9-1-6 及表 9-1-7：

表 9-1-2 中國大陸批發零售業發展概況摘要

	內容摘要
產業發展概況	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2009 年批發零售業的產值為 29,052.5 億人民幣。 2. 2009 年批發零售業實際利用外資為 53.9 億美元。 3. 2009 年限額以上企業家數為 95,468 家。 4. 2009 年限額以上企業就業人數為 749 萬人。 5. 2009 年銷售總額為 201,166.2 億人民幣。 6. 2009 年限額以上外資企業家數為 3,657 家。 7. 2009 年限額以上外資企業就業人數為 86.1 萬人。
產業競爭狀況	<ol style="list-style-type: none"> 1. 中國大陸全面開放批發零售業的時間不長，外資所占比重不高，目前內資企業仍占有大部分的市場。2009 年批發零售業 20.1 兆的銷售總額中，內資企業約佔 88.9%。 2. 外資多在一線城市擴充布點，2007 年外資連鎖超市在一線城市約有 60% 的市占率，相對競爭力不足的內資企業則退往二、三線城市及鄉村發展。 3. 2009 年外資將投資焦點轉移到中西部二、三線城市。而在二、三線城市累積實力的內資企業則開始往一線城市發展，未來產業競爭將更趨激烈。
未來發展方向	<ol style="list-style-type: none"> 1. 培育具有國際競爭力的大企業，並要求大、中型企業在軟體資訊系統需具有一定的水準。 2. 地方政府須在市場准入、信用擔保、金融服務、物流服務及人才培訓等方面支持企業的發展。 3. 由國家開發銀行提供 500 億人民幣的政策性貸款支持流通業發展。 4. 鼓勵連鎖企業將物流需求交由專業物流企業提供。 5. 「十二五」期末，網路購物的交易額占社會消費品零售總額的比重提高到 5% 以上。 6. 允許外資企業只要向省級商務部門批准、註冊，即可直接從事網路上的銷售業務。

表 9-1-2 中國大陸批發零售業發展概況摘要(續)

	內容摘要
市場開放概況	<p>WTO：</p> <p>1. 批發業 開放業務：開放至CPC 62二位碼的行業且包括「非於固定場所之批發服務」，並取消所有限制 限制：排除武器、軍事用品、鹽及煙草的批發銷售</p> <p>2. 零售業 開放業務：開放至CPC 61、63二位碼的行業且包括「非於固定場所之零售服務」，並取消所有限制 限制：(1)排除武器、軍事用品及煙草的零售 (2)超過30家分店，且經營來自不同供應商、不同品牌種類之特定商品，外資不得持有多數股權</p> <p>CEPA：</p> <p>1. 批發業及零售業 開放業務：(1)出版分銷比照中國大陸標準，採用「出版物市場管理規定」，不受「外商投資圖書、報紙、期刊分銷企業管理辦法」之限制 (2)在中國大陸設立企業分銷香港出版的圖書。 限制：企業銷售之香港圖書需由國家批准的出版物進口單位代理進口。</p> <p>2. 零售業 開放業務：(1)開放藥品、農藥、農膜、化肥、植物油、糖及棉花等商品經營，不受30家之限制。 (2)超過30家以上的連鎖業者，若是經營圖書、報紙、雜誌、糧食，且商品來自不同品牌與不同供應商，允許出資比例65%</p>
主要貿易障礙	<ol style="list-style-type: none"> 1. 特定經營方式、分銷業務中包含重要工業原材料及經營特定商品，仍須由地方上報商務部審批。 2. 對於特定商品之經營，仍存有許多管制措施，且許可核發及續發繁雜耗時，取得困難。 3. 商務部會要求註冊資本提高大約10倍。 4. 地方政府常以商業區域發展計畫未完成阻礙新店鋪開設。 5. 商標審議繁雜費時，且知名商標遭搶先註冊及模仿情形層出不窮。 6. 營業所需執照多且申請手續繁雜耗時。 7. 外匯管制規定需有實際支出才能結匯，導致企業的外幣資本帳戶存在不確定的外匯風險。 8. 各地稅務規範不一，且存有內外資稅賦不公平的情形。 9. 中央及地方證照制度沒有統一標準，且資格條件嚴格，證照取得不易。

表 9-1-2 中國大陸批發零售業發展概況摘要(續)

	內容摘要
台灣的商機	<ol style="list-style-type: none"> 1. 二、三線城市市場競爭相對較不激烈，台商若由二、三線城市作為發展的起點，可向地方政府要求到比較好的地段，投入成本也較低，不過二、三線城市若無一定之規模，在基礎建設不足之下，反而可能增加投入之成本，且當地將無法負擔台商所提供的高價位服務及產品，需特別注意。 2. 目前中國大陸批發零售業佔 GDP 比重不到 1 成，仍有很大發展空間，應加強兩岸業者合作，結合雙方優勢及配合中國大陸重視內需的經濟環境，共同開拓市場。 3. 中國大陸正積極發展電子商務，外資企業僅須得到省級商務部門批准、註冊，即可從事網路銷售業務。由於多數業者在台灣已有豐富的網路行銷經驗，如此將有利於台商開拓中國大陸市場。

註：1. 根據中國大陸在 WTO 服務貿易承諾減讓表(中文版)中的附件二提到有關分銷之定義，分銷貿易服務由佣金代理服務、批發、零售及特許經營組成，分銷服務涵蓋 CPC61、62、63 及 8929。

資料來源：本研究整理。

表 9-1-3 中國大陸旅行業發展概況摘要

	內容摘要
產業發展概況	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2009 年入境與國內旅遊總收入 1,888 億美元。 2. 2010 年 1~5 月入境人數 6,550 萬人次，成長 5.5%。 3. 2010 年 1~5 月國內旅遊人數 1 億 9,700 萬人次成長 8.6%。 4. 2010 年上半年出境人數 2,680 萬人次，成長 19%。 5. 目前已開放的出境旅遊目的地計有 108 國。 6. 陸客喜好到鄰近亞洲國家旅遊如香港、澳門、日本等。 7. 已經開放全國 31 省市赴台遊。
產業競爭狀況	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2009 年中國大陸總計有 20,399 家旅行社。 2. 2010 年有 159 家旅行社可以經營赴台旅遊業務。 3. 至 2010 年 8 月止外資旅遊企業有 665 家。 4. 入境及國內旅遊市場競爭激烈，利潤微薄。 5. 出境旅遊業務只給少數 1,800 多家本土國營旅行社。 6. 2010 年開放外資合資旅行社試點經營出境旅遊業務。
未來發展方向	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2015 年國內旅遊人數達 33 億人次，年成長 10%。 2. 2015 年入境旅遊人數達 9,000 萬人次，年成長 8%。 3. 2015 年出境旅遊人數達 8,300 萬人次，年成長 9%。 4. 旅遊業每年總收入將成長 12% 以上。
市場開放概況	<p>WTO： 限制：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 市場進行的模式三(商業據點)部分要求(1)外資旅行社合資及獨資的最低註冊資本額為 30 萬人民幣。(2) 要求旅行社/旅遊經營者的業務範圍。

表 9-1-3 中國大陸旅行業發展概況摘要(續)

	內容摘要
市場開放概況	<p>2. 國民待遇的模式三(商業據點)部分,限制獨資之外資旅行社和旅遊經營者,不得從事中國大陸居民出境及赴香港、澳門和台灣的旅遊業務。</p> <p>CEPA :</p> <p>1. 外資需向國務院旅遊行政主管部門提出申請,然香港旅行社可經廣東省審批位於廣東省之獨資、合資或合作旅行社。</p> <p>2. 香港旅行社在中國大陸設立的旅行社除了可在廣東省經營出境港澳業務外,也允許在廣西、湖南、海南、福建、江西、雲南、貴州和四川等省、自治區的香港獨資或合資旅行社,申請試點經營具有該區域正式戶籍的居民前往香港、澳門的團體旅遊業務。</p> <p>3. 經營赴台旅遊的中國大陸旅行社可組織持有效《大陸居民往來台灣通行證》及旅遊簽證(簽證字頭為L)的遊客以過境方式在香港停留,以便利中國大陸及香港旅遊業推出“一程多站”式旅遊產品。</p> <p>4. 香港永久居民中的中國大陸公民取得中國大陸出境旅遊領隊證,可受雇於中國大陸具有出境旅遊業務經營權的國際旅行社和獲准經營赴港澳團體旅遊業務的香港、澳門旅行社。</p>
主要貿易障礙	<p>1. 禁止外資獨資經營出境旅遊業務。</p> <p>2. 限制出境旅遊目的地(Approved Destination of States, ADS)。</p> <p>3. 票務代理執照取得困難。</p> <p>4. 簽證限制條件太多。</p> <p>5. 限制必須使用本土網路系統交易。</p> <p>6. 限制旅行社購買外匯額度。</p> <p>7. 領隊配額限制。</p>
台灣的商機	<p>1. 比照香港,爭取陸客赴台出境旅遊業務經營許可權。</p> <p>2. 如果直接掌握客源,一條龍式經營,避免一團轉手幾次,可以扭轉目前台商經營陸客來台地接生意不賺錢的劣勢。以改善目前旅遊品質差,及中國大陸旅行社積欠團費事件。</p>

資料來源：本研究整理。

表 9-1-4 中國大陸醫療產業發展概況摘要

	內容摘要
產業發展概況	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2009 年全國衛生總費用為人民幣 1 兆 7,205 億元，占 GDP 的 5.13%；人均衛生費用為人民幣 1,289 元。 2. 2008 年城鎮醫療衛生費用所占比重為 77.4% (人民幣 11,255 億元)，農村為 22.6% (人民幣 3,280 億元)。 3. 2009 年中國大陸醫療機構共有 916,571 家，其中醫院有 20,291 家(2.2%)；衛生技術人員共有 778 萬人，其中醫院有 320 萬人(41.2%)。 4. 中國大陸衛生醫療條件以東部地區最優，中部地區次之，西部地區最差。 5. 2009 年中國大陸國有醫院占醫院總數的 62.2%，集體占 7.1%，私營占 20.8%，其他占 9.9%。
產業競爭狀況	<ol style="list-style-type: none"> 1. 中國大陸醫療市場以中國當地非營利性質的國營醫院為主。2009 年非營利醫院約占 78%，其中 48%為政府辦醫院。 2. 中國大陸醫療產業從 1989 年起逐步開放，至 2009 年 7 月底，中外合資合作醫療機構有 214 家，但尚在經營中的僅約 70 家左右， 3. 受限於法規，中外合資合作醫療機構被定位為營利醫療機構，無法享有稅收優惠，再加上醫保申請不易，因此中外合資合作醫療機構大部分為投資額低、經營規模小的門診部和診所。 4. 中外合資合作醫療機構普遍集中在頂端醫療領域發展，服務對象為台、外商及中國大陸金字塔頂端等消費能力較高的人士，因此，即使無法獲取醫保資格仍能維持營運。 5. 目前營運中的台商大型綜合醫院有 4 家，包括廈門長庚醫院、湖南長沙旺旺醫院、南京明基醫院及昆山宗仁卿紀念醫院等，這些醫院目前仍處於創院初期階段。
未來發展方向	<ol style="list-style-type: none"> 1. 中國大陸預計 2009-2011 年內，投入 8,500 億元人民幣 (約 1,250 億美元)於加快推進基本醫療保障制度建設、初步建立國家基本藥物制度、健全基層醫療衛生服務體系、促進基本公共衛生服務及推進公立醫院改革試點等五項改革。 2. 在推進公立醫院改革試點方面，預計 3 年內加快形成多元化辦醫格局，除了將部分公立醫院轉制為民營醫療機構，亦鼓勵民營資本舉辦非營利性醫院。

表 9-1-4 中國大陸醫療產業發展概況摘要(續)

	內容摘要
市場開放概況	<p>WTO： 開放業務：1.於中國大陸視需求所設定的數量限制範圍內，允許外國服務提供者與中國大陸合資設立合資醫院或診所； 2.持有中國大陸頒發的專業證書的外國醫生，在獲得衛生部的許可後，得在中國大陸提供短期醫療服務，服務期限以1年為限。 限制：1.外商持股比例不超過70%； 2.投資總額不得低於2,000萬人民幣； 3.合資/合作期限不超過20年。</p> <p>CEPA： 開放業務：1.持股比例：在上海市、重慶市、廣東省、福建省、海南省設立醫院的投資比例不作限制。 2.投資總額：投資總額不低於1,000萬人民幣；在廣東省設立的合資或合作門診部的投資總額不作要求。 3.開設個體診所：取得中國大陸的醫師資格證書之醫師可在中國大陸開設個體診所，開設條件與中國大陸執業醫師相同。 4.醫師資格： (1)允許香港法定註冊醫療衛生專業人員中國大陸短期執業。短期執業的最長時間為三年，期滿需要延期的，可以重新辦理短期執業； (2)放寬取得中國大陸《醫師資格證書》及《執業藥師資格證書》的條件。 限制：放寬醫師資格之類別限定為臨床、中醫及口腔</p> <p>中國-東協 FTA： 開放業務：1.股權式合資企業中的外資比例不得少於該合資企業註冊資本的25%。 2.合同服務提供者停留時間以合同期限為準，但最長不超過一年。在中國大陸停留期間不得從事與合同無關的服務活動。</p>

表 9-1-4 中國大陸醫療產業發展概況摘要(續)

	內容摘要
市場開放概況	<p>ECFA及其他對台優惠：</p> <p>開放業務：1.允許台灣服務提供者在上海市、江蘇省、廣東省、福建省及海南省以獨資形式設立醫院。</p> <p>2.獲得衛生部的許可後，得在中國大陸提供短期醫療服務，服務期限不超過3年</p> <p>3.放寬取得中國大陸《醫師資格證書》的條件。</p> <p>4.允許台灣國民可參加中國大陸醫師、藥師及衛生專業人員之資格考試。</p>
主要貿易障礙	<ol style="list-style-type: none"> 1. 外商不得獨資設置醫療機構，外資所占股權比例或權益不得超過 70%。另外，投資總額不得低於 2,000 萬人民幣，合資/合作期限不超過 20 年。 2. 外商申請設置中外合資、合作醫療機構的流程十分繁複，且曠日費時。 3. 中外合資合作醫療機構不得申請為非營利性醫療機構，因而無法享受政府補貼與稅收優惠。 4. 中外合資合作醫療機構進口醫療器材免徵增值稅政策，及外商投資企業採購國產設備增值稅退稅政策，自 2009 年 1 月 1 日起廢除，即無法再繼續享受稅收優惠。 5. 中外合資合作醫療機構不得設置分支機構。 6. 申請成為醫保定點機構困難，雖無法律上的限制，但一些地方行政部門(如湖北省麻城市)卻明確將外資醫療機構排除在醫保定點單位的申請資格之外。 7. 中國大陸醫生無法自由流動亦不可兼職，加上公立醫院可享有較好的福利及聲譽，因而導致外資醫療機構在招募醫療相關人員上，顯得格外困難。 8. 中國大陸醫護人員養成過程品質良莠不齊，醫務人員素質差異太大，且醫療專業人員汰換率與流動率偏高，進而影響醫院醫療水準。
台灣的商機	<ol style="list-style-type: none"> 1. 台灣在醫院管理水準較中國大陸進步，可善用醫院管理經營團隊的方式切入投資，藉由提供專業的醫院管理理念、技術、服務模式及方法逐步與中國大陸醫療機構進行合作。 2. 台灣與中國大陸語言相同、文化相近，與外商相較，除與當地容易溝通外，也較熟悉當地之人脈關係與訊息管道，管理經營也相對適於當地化。 3. 台商在中國大陸布局多年，相較其他外商較容易建立人脈與政商關係，方便台灣業者進軍中國大陸醫療市場。 4. 可考慮以小型診所進入中國大陸醫療市場，因為小型診所投資金額較醫院小，設備投資成本不似醫院那麼高，鎖定特定族群即可，此種方式較不引起同業或當地政府的注意，容易進入市場。

表 9-1-4 中國大陸醫療產業發展概況摘要(續)

	內容摘要
台灣的商機	5. 由於中國大陸喜歡醫學附屬醫院的名號，認為這才是品質的保證，台商可考慮以「醫學大學附屬醫院」的名義進入市場。

資料來源：本研究整理。

表 9-1-5 中國大陸電信產業發展概況摘要

	內容摘要
產業發展概況	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2009 年電信產業的產值為 8,707.3 億人民幣。 2. 2009 年電信產業的就業人口為 119 萬人。 3. 2009 年中國大陸的移動電話用戶為 7.4 億戶。 4. 2009 年移動電話普及率每百人有 56.3 台的水準。 5. 2009 年中國大陸的寬頻網路接入口數量達 1 億之多。 6. 中國大陸於 2009 年 1 月開放 3G 執照，至同年 11 月底，3G 用戶規模已達到 1,307 萬。
產業競爭狀況	<ol style="list-style-type: none"> 1. 固網市占率(至 2009 年 10 月以用戶數及收入分別計算)：中國電信為 64.5%及 69.9%，中國聯通及中國移動合計為 35.5%及 30.1%。 2. 移動通訊市占率(至 2009 年 10 月以用戶數及收入分別計算)：中國電信則分別為 6.7%及 5.2%，中國聯通為 20.5%及 12.1%，中國移動為 70.8%及 82.7%。
未來發展方向	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2007 年底中國電信增值業務經營廠商達到 22,000 多家，主要集中在尋呼、網路服務提供、呼叫中心等領域。 2. 十二五計劃中電信產業的發展以「兩化融合」，即信息化與工業化的融合；以及「三網融合」，即廣播電視網、電信網及互聯網的融合，為計畫的核心，並著重在市場競爭、市場開放與法規面等問題解決方面。 3. 3G 技術發展。 4. 在三家業者都進入全業務營運的模式後，針對不同客戶的需求及附加的娛樂服務會為其重要發展手段。在個人用戶飽和後，企業客戶市場將是兵家必爭之地。
市場開放概況	<p>WTO：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 基礎電信 <p>開放業務：無線尋呼業務、蜂窩移動通信業務、固定通信業務、第二類數據通信業務、國內通信服務設施業務、第一類數據通信業務。</p> <p>限制：外資持股漸進至不得超過49%，逐步消地域限制。</p>

表 9-1-5 中國大陸電信產業發展概況摘要(續)

	內容摘要
市場開放概況	<p>2. 增值電信 開放業務：存儲轉發業務、信息服務業務、在線數據處理與交易處理業務。 限制：外資持股漸進至不得超過50%，逐步消地域限制。</p> <p>CEPA： 增值電信 開放業務：網路數據中心業務、存儲轉發類業務、呼叫中心業務、網路接入服務業務、信息服務業務、網路虛擬專用網業務、在廣東省銷售只能在香港/澳門使用的固定/移動電話卡(不包括衛星移動電話卡) 限制：外資持股直接開放至不得超過50%，直接消地域限制。</p>
主要貿易障礙	<ol style="list-style-type: none"> 1. 執照核發的過程不透明且程序繁瑣冗長，沒有清楚的申請程序。 2. 中國大陸政府在採購所需技術及設備時偏重其國內企業。 3. 缺乏明確的電信法規 4. 增值服務開放的內容過少。 5. 中國大陸利用認證標準做為控制產品和技術進入市場的障礙。 6. 外商無法向中國大陸申請技術研發的政府資助。 7. 外資經營基礎電信的資本要求仍過高及外資有持股比例的限制。 8. 網路訊息管制及安全性問題
台灣的商機	<ol style="list-style-type: none"> 1. 台灣電信業者所具備之 3G 發展經驗與對中國大陸較為熟悉的文化、民情等，而且投資增值服務所需投資之資本較少，進入門檻低。 2. 台灣電信業者進入中國大陸市場發展，可結合台灣的數位內容廠商，降低台灣數位內容廠商在中國大陸的經營風險。加以台灣的影視產業、文化創意產業在中國大陸接受度高，可製造更多商機來活化台灣產業。 3. 台灣電信業者至中國大陸投資可避免當地台商對於將存有許多商業資訊及機密的電腦主機交由中國大陸的電信業者保管的安全性疑慮，亦可透過提供的服務從中獲利。 4. 中國大陸在未來 3 年內計畫推動 3G 手機使用量達 1 億支，台灣手機製造商皆投入生產行列。台灣電信業者如能在中國大陸市場上將數位內容與硬體製造創造出產業連結，並發揮產業整合的效果，將可帶動整個產業鏈價值的提升。

資料來源：本研究整理。

表 9-1-6 中國大陸物流產業發展概況摘要

	內容摘要
產業發展概況	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2009 年物流業的產值為 23,100 億人民幣。 2. 2009 年工業品物流、進口物流、農產品物流、再生資源物流和單位與居民物品物流五項分別占社會物流總額的比重為 90.4%、7.1%、2.1%、0.3%、0.1%。 3. 2009 年物流費用組成，運輸占比為 55.3%，保管占比為 32.8%，管理占比為 11.9%。 4. 2009 年物流產業總員工人數約為 582.6 萬人，鐵路運輸業 173.3 萬人、道路運輸業 152.8 萬人、城市公共交通業 94.7 萬人、水上運輸業 43.5 萬人、航空運輸業 25.3 萬人、管道運輸業 2.0 萬人、裝卸搬運與其他運輸服務業 25.0 萬人、郵政業 43.6 萬人及倉儲業 22.4 萬人。
產業競爭狀況	<ol style="list-style-type: none"> 1. 中國大陸工業、流通企業之物流業務需求快速成長，但目前約 90% 是由企業本身完成，第三方物流占市場營業額比重約 10%。 2. 因為物流成本上升，越來越多的中國大陸製造業者開始重視物流功能整合，實施流程再造，甚至只著重在核心競爭力，而將部分內部物流業務改為外包。 3. 隨著現代物流向採購環節延伸發展，供應鏈管理在中國大陸也加快發展。跨國公司也增加在中國大陸採購，建立零附件生產與採購網，將中國大陸企業納入全球供應鏈體系。 4. 製造業物流外包，要求物流業者能夠提供完全解決方案和運作模式，兩產業聯動發展的趨勢開始逐漸增加。物流業者業務量增加最快的是包裝量、配送量和流通加工量。 5. 物流企業出現兩極化的狀況，物流資源和市場進一步向貼近市場需求、產品結構豐富、服務網路完善的優勢企業集中，而勢力單薄又缺乏特色的企業開始退出市場。

表 9-1-6 中國大陸物流產業發展概況摘要(續)

	內容摘要
未來發展方向	<p>物流業是中國大陸振興十大產業中唯一的服務業規劃。中國大陸政府將促進物流業發展上升到國家戰略層面，提升了物流業在國民經濟全局發展中的地位。</p> <p>目標是建立現代物流服務體系，以物流服務促進其他產業發展。基此中國大陸的主要目標是：力爭在 2009 年改善物流企業經營困難的狀況，保持產業的穩定發展。到 2011 年，培育一批具有國際競爭力的大型綜合物流企業集團，初步建立起佈局合理、技術先進、節能環保、便捷高效、安全有序並具有一定國際競爭力現代物流服務業體系，物流服務能力進一步增強；物流的社會化、專業化水平明顯提高，第三方物流的比重有所增加，物流業規模進一步擴大，物流業年成長值達 10% 以上；物流整體運行效率顯著提高，全社會物流總費用與 GDP 的比率比目前的水平有所下降。</p> <p>為達成上述目的中國大陸提出 10 項主要任務：積極擴大物流市場需求，大力推進物流服務的社會化和專業化，加快物流兼併重組，推動重點領域物流發展，加快國際物流和保稅物流發展，優化物流業發展的區域佈局，加強物流基礎設施建設的銜接與協調，提高物流信息化水平，完善物流標準化體系，加強物流新技術的開發和應用。並搭配 9 大工程：多式聯運、轉運設施工程，物流園區工程，城市配送工程，大宗商品和農村物流工程，製造業與物流業聯動發展工程，物流標準和技術推廣工程，物流公共信息平台工程，物流科技攻關工程，應急物流工程。以及 9 項保障措施：加強組織和協調，改革物流管理體制，完善物流政策法規體系，制定落實專項規劃，多渠道增加對物流業的投入，完善物流統計指標體系，繼續推動物流業對外開放和國際合作，加快物流人才培養，發揮行業社團組織的作用。</p>
市場開放概況	<p>WTO：</p> <p>1. 中國大陸在核心物流 WTO 之承諾，開放海運貨物裝卸、船務代理、倉儲、貨運代理服務四項，大都在商業據點呈現和跨境提供服務有所限制，對於貨物處理未做承諾。在相關物流(如貨物內水運輸、貨物航空運輸)和非核心物流(如電腦及其相關服務、裝船前檢驗、與管理顧問相關之服務)服務，未做完整承諾之項目更多。</p>

表 9-1-6 中國大陸物流產業發展概況摘要(續)

	內容摘要
市場開放概況	<p>CEPA：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 國際運輸、貨櫃集散站服務業和其它：享受獨資、港口自由調配自有和租用的空集裝箱、獨資船務公司提供自己-港商-陸商日常業務服務、經營港口貨物裝卸業務、經營中國大陸與香港港口之間的拖船提供服務、國際海運貨櫃租賃-買賣及貨櫃零件貿易服務、港商船舶檢驗服務、提供股權不超過 51% 的第三方國際船舶代理服務、廣東省至港澳航線獨資船舶代理服務、經營香港至廣東省二類港口之間的獨資船務公司。 2. 倉儲服務業 (Freight transport agency services 和 Other supporting and auxiliary transport services，不含貨檢服務) 享受最低註冊資本要求、提前一年適用獨資：最低註冊資本要求比照中國大陸企業實行；允許 2003 年起以獨資形式在中國大陸提供服務。 3. 貨代服務業享受最低註冊資本要求、取消設立分公司限制：最低註冊資本要求比照中國大陸企業實行；在繳齊全部註冊資本後設立分公司。 4. 開放貨運分撥和物流服務。 <p>中國大陸對東協</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 中國大陸允許有至少連續 3 年經驗的外國貨運代理在中國大陸設立合資貨運代理企業；允許設立外資獨資子公司；合資企業的經營期限不得超過 20 年；在中國大陸經營一年以後，合資企業可設立分支機構。外國貨運代理在其第一家合資企業經營 2 年後，可設立第二家合資企業。
主要貿易障礙	<ol style="list-style-type: none"> 1. 透過部份市場不開放、證照、業務範圍和安全措施的管制構成物流業之障礙；當地政府規定全部或某些比率之董事需由本國人或當地居民所擔任方可設立據點；存在獨佔或獨家服務供應商以致不允許外資建立與其競爭之公司；限制外國企業之營業範圍等。 2. 快遞業必須有 50% 的快遞業務員根據《快遞業務員國家職業標準》通過資格認定，方可獲得經營許可；將現行行業標準《快遞服務標準》上升為國家標準表；數據港系統收集快遞服務公司的業務績效以及遞送交付時間等資訊；主要城市不允許貨車在白天進入市區，均已經和可能對業者產生不利。 3. 倉儲分散化而無法將保稅和免稅兩種產品存放在同一倉儲地點，無法在保稅倉庫中進行增值物流作業(組裝、配置等)和保稅以節省利息，不利外資業者提升競爭力。

表 9-1-6 中國大陸物流產業發展概況摘要(續)

	內容摘要
主要貿易障礙	<p>4. 運輸業受到之障礙，如空域和機場的使用費過高，通用航空業飛機進口關稅和其他稅費過高；通用航空和支線航空運營商的維護、修理和設備檢修不佳；航班分配缺乏透明度；國外航空公司目前只能通過外航服務公司僱用本地員工；國外電腦訂位系統不能使用；中國大陸採用的燃料價格計算方法不符合國際慣例。國際貨物在中國大陸各港口之間的運輸只能由懸掛中國大陸國旗並由中國大陸企業全資運營的船來完成。地方政府要求公路運輸公司成立獨立法人實體的子公司，而不允許分支機構從事經營。火車運位仍然無法滿足當前的需求，大多數危險貨物幾乎都不能通過鐵路運輸。</p> <p>5. 其它障礙有傳輸艙單要求過高、海關效率低、核定課稅方式不利外資業者。</p>
台灣的商機	<p>1. 台商經營中國大陸物流產業，仍多屬中小企業型，業務重點放在兩岸物流。中國大陸保稅區的設計偏好大企業及大宗物件，台商企業要找到合適進駐的商業模式，必須善用當地市場資源、拼規模、講速度，才能得以長遠發展。台商如能整合資源加強人才訓練，可望隨著中國大陸整體物流產業的發展，分享到甜美的果實。</p> <p>2. 短期我國可以要求開放或移除貨物裝卸服務、倉儲服務、貨運代理服務、貨運承攬服務、貨櫃集散站等之障礙，如進一步放鬆最低註冊的資本額和設立第二個合資企業的年限。</p> <p>3. 我國政府應該再提升和整合我國物流業和物流供應鏈方面之努力，才可望協助業者成功進軍中國大陸市場。</p>

資料來源：本研究整理。

表 9-1-7 中國大陸視聽服務產業發展概況摘要

	內容摘要
產業發展概況	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2009 年電影院共有 1,687 家，銀幕數 4,723 個。 2. 2009 年電影票房總收入達 62.06 億人民幣。 3. 2009 年中國大陸國產電影產量達 456 部。 4. 2009 年中國大陸國產電影票房達 35.13 億人民幣。 5. 2009 年中國大陸廣播電視總收入為 1,853 億人民幣。 6. 2009 年中國大陸廣播電視廣告收入達 782 億人民幣。 7. 2008 年廣播電視綜合人口覆蓋率各為 95.96%、96.95%。 8. 2008 年有線廣播電視用戶達到 1.64 億戶。 9. 2008 年有線電視網絡收入達 369.5 億人民幣。
產業競爭狀況	<ol style="list-style-type: none"> 1. 中國大陸影城分布概況：國資影城共計 16 家；民營影城共計 17 家；外資影城共計 18 家。 2. 中國大陸目前仍禁止外資獨資經營電影院及院線公司，並設有 49% 持股上限。故外資進入仍以港資為主要角色，原因在於 CEPA 放寬港資進入諸多限制。 3. 中國大陸對於廣播電視產業的開放程度更低，目前僅以廣東省為試點，開放香港製頻道合法落地，然而目前市占率已下滑至 6.5%。
未來發展方向	<ol style="list-style-type: none"> 1. 電影產業的未來發展重點在數位影之建立，電影數位城放映技術解決了傳統拷貝運送不易與同步接收問題，並造福偏遠地區的觀眾，且大幅降低拍攝、後製成本，將採取各項優惠鼓勵業者投資。 2. 廣播電視產業以三網融合、移動多媒體廣播電視，以及下一代廣播電視網為發展重點。 3. 所謂三網融合，即是將電信網、電視網與網際網路相互合，未來三網將可共用一條線，用戶可享受到更多元便利的服務。 4. 移動多媒體廣播電視(CMMB)為中國大陸自主研發的移動多媒體技術標準，以中國移動公司為營運單位，將會是中國大陸廣電總局實現三網融合的基礎。 5. 下一代電視網(NGB)是結合有線電視網和無線 CMMB 等技術，提供高清晰度電視、數位音樂節目等服務，成為三網融合之基礎建設，目前已在上海、杭州與南京進行互聯。

表 9-1-7 中國大陸視聽服務產業發展概況摘要(續)

	內容摘要
市場開放概況	<p>WTO :</p> <p>1.電影 開放業務：外資可合資從事除電影外的影音製品之配銷、可合資建設改造電影院。 限制：外資持股至多不得超過49%。</p> <p>2.電視 開放業務：無</p> <p>CEPA :</p> <p>1.電影 開放業務：獨資提供音像製品(含後電影產品)製作與分銷服務、香港所拍攝之華語影片不受進口配額限制、中國大陸與香港之合拍影片視為中國大陸國產影片、港商經批准可以獨資方式發行國產影片、合拍影片之粵語版本可在廣東省發行放映、進口的香港影片粵語版本可在廣東省發行放映。 限制：港資合資經營電影院持股上限75%，但在多個地點開放獨資。</p> <p>2.電視 開放業務：香港有線電視公司可在廣東省提供有線電視專業技術服務、中港合拍電視劇可視為國產電視劇、中港合拍電視劇的最多集數標準與國產電視劇相等、中港合拍電視劇立項的分集梗概最低字數從 5,000 字下修至 1,500 字。</p>
主要貿易障礙	<ol style="list-style-type: none"> 1. 視聽產品發行服務僅限於國營企業。 2. 私人資本不得營運廣播或電視台，這包括了相關的硬體設施。 3. 一般外資不得獨資製作電視節目或電影，且有資本額二百萬人民幣及 49% 持股上限。 4. 一般外資不得獨資經營電影放映場所，且有資本額六百萬人民幣及 49% 持股上限。 5. 境外衛星電視只能在三星級或中國大陸國家標準 2 星級以上涉外賓館落地入網，一般家庭禁止接收。 6. 電影總額管制每年僅准許 50 部外片上映，其中還包含 20 部好萊塢大片保障名額，外片放映時間總和不得超過所有電影總和的三分之一。 7. 外國電視節目播出時間不得超過總播出時間的 25%，無線頻道不得在晚上 7 點到 10 點的黃金時段播出外國節目。

表 9-1-7 中國大陸視聽服務產業發展概況摘要(續)

	內容摘要
主要貿易障礙	<ol style="list-style-type: none"> 8. 中外合拍片須聘用境外主要創作人員時應報請廣電總局批准，且外方主要演員比例不得超過主要演員總數的三分之二。 9. 政府對電影內容的審查，常會拖延到電影上映的時程，審查過程的不透明也引人垢病；政府常利用審查制度造成外國影片的「空窗期」，以保護國產影片的票房。 10. 不公平且具針對性的監管法規限制了外國發行者的發展，管理制度給外國企業造成的障礙往往高於國內企業。 11. 中國大陸法律對盜版行為的規定不夠周延，留下許多無法可管的灰色地帶；政府對進口和銷售的種種限制或拖延，也加速了盜版市場的成長。
台灣的商機	<ol style="list-style-type: none"> 1. 香港業者依據 CEPA 的協定，可獨資在多個地點新建或改建多間電影院，經營電影放映業務。基於中國大陸電影市場的龐大潛力，台灣業者若也能比照香港投資電影放映產業，預期將能帶來豐厚的報酬。 2. 行政院新聞局於 2009 年 9 月 8 日公布了「中國大陸地區主創人員及技術人員來臺參與合拍電視戲劇節目處理原則」，讓中國大陸演員來台於法有據。台灣演員可以藉此機會增加戲劇的演出，並且經由在中國大陸播放，提升台灣演員的知名度。 3. 中國大陸來台灣拍合拍劇，也是只能帶兩、三個人過來，然而其它的次要演員、群眾演員是數百個人，開放中國大陸藝人來台是對台灣影視產業很有幫助的事情。 4. 條文中也要求合拍劇裡面必須有台灣的場景，後製也必須全部在台灣完成。除了增加台灣演員及幕後人員工作機會外，也行銷台灣各個景點，讓觀光產業藉此受益。 5. 另外，未來的機會可能是在對岸，人才流動是一定會發生的，但是要如何讓人才不斷成長，才是台灣的機會與挑戰，需要一套完整的方法培育後製跟製作人才，並且讓影視科系能夠和外面的實務工作接軌，與線上的工作人員作傳承。

資料來源：本研究整理。

第二節 建議

依據各項產業的研究結果，未來在兩岸 ECFA 談判時，台灣應該針對各產業在中國大陸目前現存障礙，積極要求中國大陸加以排除，以協助台商拓展中國大陸市場。

在建議排除之障礙，可分為法律面及經營面障礙，其中法律面障礙主要是中國大陸目前仍未對外國開放的項目，而使台灣企業無法進入中國大陸市場。另外經營面障礙是指在實際經營面上遭遇之整體經營環境與其他層面之障礙。首先針對各產業所面臨之主要共通障礙提出建議，接著為說明對各產業各自在法律面與經營面的特定需求所擬定之建議。

各產業在法律面及經營面優先開放之項目的共通建議為：

一、共通性之建議

對各產業分別於法律面及經營面優先開放之項目的共通建議為：

(一)法律面

- 1.爭取至少同等甚至優於 WTO 及 CEPA 所開放之內容，如更廣闊的業務營運範疇、放寬經營條件限制等。
- 2.簡化申請流程及要求審核標準、過程的透明化。
- 3.經營法規待遇比照中國大陸內資企業。

(二)經營面

- 1.建立兩岸溝通的窗口，協助業者排除在中國大陸的經營面障礙。
- 2.要求中國大陸針對各服務業成立單一行政窗口協助辦理各項營業所需執照及相關行政業務。

二、個別產業之建議

(一)批發零售業

1.法律面

- (1)在現行開放承諾內，要求中國大陸政府明訂「特定經營方式」及「經營特定商品」之許可核發程序⁹⁹，包括審查期限及審查標準，再進一步作簡化審批之爭取，如審批下放(部分仍須上報商務部)、簡化流程、縮短審查時間、或符合特定的資格條件之後，即可在當地政府單位申請全國銷售業務的許可核發，如此業者要跨省區從事銷售時便無須再重新申請經營許可。
- (2)在現行開放承諾內，爭取比照內資企業標準，如對註冊資本、商業網點、許可核發之要求均能按內資企業標準執行。
- (3)開放至 CEPA 標準：
 - a.經營特定商品包括圖書、報紙、雜誌、糧食、藥品、農藥、農膜、化肥、植物油、糖及棉花，持有多數股權不受 30 家之限制。其中藥品、農藥、農膜、化肥、植物油、糖及棉花等商品開放獨資經營。
 - b.從事出版分銷事業的最低資本要求比照內資企業實行。
 - c.在中國大陸設立企業分銷台灣出版的圖書。
- (4)爭取 WTO 及 CEPA 尚未開放之項目：
 - a.經營 WTO 及 CEPA 均未開放之特定商品，持有多數股權不受 30 家之限制。
 - b.開放鹽之批發及煙草之批發零售。
 - c.上述敏感性較高之產品，建議先爭取適度開放，對台商稍微降低市場門檻，如在特定地區經營不受 30 家之限制。

⁹⁹ 經營方式：電視、電話及郵購等。

經營特定商品：圖書、報紙、期刊、雜誌、原油、成品油、藥品、汽車、農副產品、及農業生產資料等商品

2.經營面

- (1)雙方應建立共同窗口，不論是透過 ECFA 兩岸經濟合作委員會或其他組織方式，扮演台商法律諮詢及保障台商權益之角色，讓中國大陸的法規更加透明。
- (2)明訂商標審議標準，縮減商標審議時間。兩岸共同合作研議打擊知名商標被搶先註冊及模仿之問題。
- (3)鑑於不同營業項目所需營業執照不同，所屬機關亦各有差異，如業者有多重營業項目之需求(如便利店)，申請上實屬不便，建議對岸建立單一行政窗口，協助辦理各項營業所需執照及相關行政業務，並明訂各項執照之審核標準及審核期間。
- (4)放寬外匯管制，讓資金能作一次性兌換，或採彈性外匯政策，凡守法且正當經營的企業得以享有較彈性之外匯管理政策(如資金得以一次性全數轉換為當地貨幣)以降低匯率風險。或制定其他配套措施，如指定專用帳戶，並得隨時稽核。
- (5)中國大陸政府應建立更加完備證照制度，建議可由中央授權地方執行證照考試(效力通行全國)，考照資格能適度放寬。
- (6)針對中國大陸市場稅務問題之建議：
 - a.鑑於各省區對稅務規範不一，致企業營運存有稅務不確定之風險。因此希望對岸稅務總局能統一相關規範，讓企業得以遵從。
 - b.針對內外資稅務不公平之問題，建議中國大陸加強查核不合法的內資企業。

(二)旅行業

1.法律面

- (1)優先爭取台商獨資旅行社可以試點經營出境旅遊業務，至少可以申請出境赴台遊旅行社執照；並爭取台商可以取得

票務代理執照；開放台灣自由行。

- (2)爭取開放福州、廈門以外的省市，陸客可以在非戶籍地辦理來台簽證，異地出團，以改善目前須在戶籍地辦證、在當地出團的問題。爭取只要出示親屬關係證明(一等、二等、三等親)，可以在非戶籍地辦證，異地聯合出團，使得目前一家人赴台旅遊會分團進出的不方便得以解決。並建議兩岸針對大企業、旅行社負責人、導遊，比照航空公司組員，開放一年多次簽證。

2.經營面

- (1)爭取兩岸通匯，此問題急迫性高。中國大陸為外匯管制國家，每家旅行社每天匯出金額有上限(3 萬美金)，額度太低。旅行社如需匯出高於 3 萬美金，需換成第三國貨幣，金額大時，匯率損失嚴重。為有利於向中國大陸旅行社收取積欠款項，方便將款項匯回台灣，建議台灣的銀行可以在中國大陸設分行，經營人民幣匯款及買賣業務。並向中國大陸政府要求放寬匯款上限，使得台商資金可以自由進出。並開放台商旅行社網路付款交易功能。
- (2)取消現行為控制陸客赴台遊出團量的領隊配額制。

(三)醫療服務業

1.法律面

- (1)在現行開放承諾內，爭取比照內資醫院標準，如對註冊資本、營利及非營利醫院之選擇、申請設置之流程、許可證校驗之時程、分支機構之設置均能按內資醫院標準執行。
- (2)在現行開放承諾內，要求中國大陸政府完善非營利醫院及營利醫院的審核、評估及監督機制。非營利醫院具有社會公益的使命，有其特有的判斷和評估體系，中國大陸不應一味的將中外合資合作醫療機構認定為營利醫院，另一方面卻讓一些應該認定為營利性醫院的中國大陸民營醫院取得非營利性醫院的資格，造成競爭上的不公平。

(3)開放至 CEPA 標準：

- a.允許取得中國大陸《醫師資格證書》的台灣服務提供者在中國大陸開設個體診所時，按照中國大陸執業醫師設立個體診所的條件辦理。
- b.允許台灣法定註冊醫療衛生專業人員(包含藥劑師、護士、助產士、醫務化驗師、職業治療師、視光師、放射技師、物理治療師、脊醫)中國大陸短期執業。

(4)爭取 WTO 及 CEPA 尚未開放之項目：

- a.開放台灣國民已取得醫療衛生專業技術證照之人，得取得具有中國大陸醫療衛生專業人員(包含藥劑師、護士、助產士、醫務化驗師、職業治療師、視光師、放射技師、物理治療師、脊醫)之同等資格承認。
- b.允許台灣服務提供者可以獨資形式設立醫院，不受地區限制。

2.經營面

- (1)中國大陸政府應監督地方政府，使其所發佈之地方規章應與中央政策一致，對於相關開放的優惠也應確實執行。中國大陸政府亦應設置申訴、諮詢及監察單位，避免開放優惠在地方受到阻撓。
- (2)部分法律對內外資雖沒有歧視(如申請醫保定點機構)，但外資仍會受到地方政府的阻撓與刁難。中國大陸政府宜設置申訴及監察單位，以保障外資權益。
- (3)重新檢視及調整非營利及營利醫院的相關政策，如稅收政、自主定價政策、土地政策、資金貸款、人員培訓、社區服務，甚至於醫療事故鑑定等，使非營利及營利醫院的權利及義務可以取得平衡，以創造一個公平競爭的環境。
- (4)鑑於醫療機構往來的主管及監察機關很多，為了行政上的效率，建議對岸建立單一行政窗口，協助辦理各項營業所需執照及相關行政業務，並明訂各項執照之審核標準及審核期間。

(5)目前台灣學生赴大陸就讀醫學院的人數不少，但畢業之後卻難以取得實習機會，若有亦屬較差等級的醫院，直接影響其後續求職及發展。因此，政府若可協助台資醫院爭取與當地醫學院建教合作機會，不僅解決台生實習問題，也有利於舒緩台資醫院人才不足的困境。

(四)電信業

1.法律面

(1)爭取較 WTO 及 CEPA 更為優惠的待遇，例如增加開放基礎及增值業務經營範圍：目前中國大陸對外資開放的電信業務項目不論在基礎或增值業務皆偏少，因此爭取中國大陸能對台商另行開放其他業務範疇將能擴展市場利基；爭取降低持股比例限制或是獨資經營：要求中國大陸開放台商能夠持有多數的股份甚至讓台商以獨資形式經營電信業務。

(2)要求中國大陸在某些經營條件下將台商享受內資同等待遇，例如給予台商與中國大陸內資企業相同的執照核發標準及過程，避免被核照機關有意刁難或拖延。

(3)要求中國大陸政府盡快通過完整的電信法明確規範、分類、定義電信業務，明白劃分台商可經營之業務範圍，同時將執照申請過程透明化、簡單化，或是設立單一窗口處理台商的申請以減少行政成本。

2.經營面

由於目前僅有少數台灣電信業者於中國大陸投資，且營運範疇很少屬於電信業務，因此無法確知業者在經營面所遭遇之實際問題及經營所需之開放條件。

(五)物流產業

1.法律面

(1)貨物裝卸允許獨資。

(2)貨運代理允許獨資。

(3)降低外國貨運代理公司設立第二個合資企業之規定年限由 2 年成為 1 年或取消。

(4)開放貨物航空運輸。

(5)開放貨物內水運輸之商業據點設立。

(6)與管理顧問相關之服務允許獨資，取消經濟需求測試。

(7)開放至 CEPA 標準：

a.國際運輸、貨櫃集散站服務業和其它：享受獨資、港口自由調配自有和租用的空集裝箱、獨資船務公司提供自己-港商-陸商日常業務服務、經營港口貨物裝卸業務、經營內地與香港港口之間的拖船提供服務、國際海運貨櫃租賃-買賣及貨櫃零件貿易服務、港商船舶檢驗服務、提供股權不超過 51%的第三方國際船舶代理服務、廣東省至港澳航線獨資船舶代理服務、經營香港至廣東省二類港口之間的獨資船務公司。

b.倉儲服務業享受最低註冊資本，要求比照內地企業實行。

c.貨代服務業享受最低註冊資本要求比照內地企業實行；在繳齊全部註冊資本後設立分公司，**取消設立分公司限制。**

d.允許以獨資形式提供相關的貨運分撥和物流服務，包括道路普通貨物的運輸、倉儲、裝卸、加工、包裝、配送及相關信息處理服務和有關諮詢業務，國內貨運代理業務，利用計算機網路管理和運作物流業務。

2.經營面

(1)快遞業障礙一

a.降低聘僱資格限制~降低從事國際遞送業務的快遞服務公司中，必須有 50%的快遞業務員通過資格認定，方可獲得經營許可的限制。

b.排除強制收集商業資訊的規定~避免國家郵政局推出數

據港系統，用以收集快遞服務公司的快遞業務績效以及遞送交付時間等資訊。

c.開放進入管制~允許貨車在白天進入主要城市市區，向快遞服務用車發放特別許可證。

d.降低收費~降低向快遞服務公司徵收的海關電子資料傳輸費至更適當的水準。

(2)倉儲業障礙—允許廠商將保稅和免稅兩種產品存放在同一倉儲地點，並在保稅倉庫中進行增值物流作業和仍享有保稅和免稅之好處。保稅倉庫強制安全管制比照內資企業執行。

(3)運輸業障礙

a.降低收費標準~民航總局 2008 年 3 月底實施新的民航機場費，造成民用航空服務業在中國大陸遭遇之空域和機場的使用費過高，爭取降低收費。另外，中國大陸採用的燃料價格計算方法不符合國際慣例，爭取與國際接軌。

b.降低聘僱資格限制~國外航空公司目前只能通過外航服務公司僱用本地員工，降低聘僱的靈活性。

c.爭取電腦系統的國際連結~國外電腦訂位系統(CRS)尚未獲得許可向任何在中國大陸的國外或中國大陸航空公司簽發開帳與結算計畫(BSP)機票。中國大陸旅行代理公司和經銷商也尚未獲得許可直接使用國外 CRS。

(4)提高海關效率之障礙—中國大陸海關處理受理報關單修改或撤銷申請、尚未清關退運貨物的行政決定時限冗長，最多長達 20 個工作日，特殊情況下甚至可延長到 30 個工作日。

(5)租稅之障礙—

a.爭取與國際運輸服務同等待遇，收入免徵營業稅~2010 年 4 月 23 日中國大陸財政部和國家稅務總局聯合頒佈之稅務通知，對國際運輸服務獲得的收入免徵營業稅，

對航空和海運承運人帶來利益。但國際貨運代理商和快遞公司未能受惠。外國航空運輸或海洋運輸企業在國際貨物運輸業務中獲得的應稅收入為發貨地在中國大陸的貨物運輸業務所產生的總收入的 5%。只要服務的接受方或提供方位於中國大陸境內，服務即為境內服務，在中國大陸本地註冊的國際承運商被視為一般性服務公司，並最高按其收入的 30% 計算核定利潤。

b. 排除城際運輸車輛的運費限制~對於外國國際承運商將部分服務外包給從事城際運輸的長途運輸公司，一輛貨運車輛每月的發票定額在 3 萬人民幣到 5 萬人民幣之間的作法，無法反映整個運程。

(六) 視聽服務業

1. 法律面

市場開放程度上，鑒於香港是目前中國大陸在雙邊 FTA(CEPA) 中唯一承諾開放最多、開放程度最寬者。建議除了要求優於外資的開放程度之外，更要極力爭取在香港 CEPA 承諾之上的條件。

- (1) 在部分受到嚴格管制的部分，建議對台資稍微降低市場門檻，如在特定地區允許頻道落地。
- (2) 放寬台灣與中國大陸合拍電視劇的審查及集數限制，等同中國大陸國產劇之標準。
- (3) 對於台灣與中國大陸合拍影片經中國大陸主管部門批准後可在中國大陸以外地方沖印；以及台商經批准後，可以獨資方式在中國大陸設立公司，發行中國大陸國產影片。
- (4) 允許中國大陸國產影片(含合拍片)由中國大陸第一出品單位提出申請並經廣電總局批准後，得在台灣進行後期製作。
- (5) 開放台商以獨資方式在多個地點新建或改建多間電影院，經營電影放映業務。
- (6) 在開放承諾內，盡可能比照內資企業辦理，在特定無法比照之情形下，明列無法享有等同內資企業優惠之項目。

2.經營面

根據訪談發現，即便中國大陸對香港開放，在部分議題上，如頻道落地，也是區域性開放，同時存在非常多的實際經營面障礙。因此我們在兩岸協商的談判中爭取與 CEPA 相同的承諾是基本底線，目的是讓台商與港資不至於在不平等的條件下競爭。但我們仍期待在內部經營面限制部分的進入障礙對台商排除，以拉近台資與中資企業的發展條件，加強台商在中國大陸的競爭力。因此建議：

- (1)雙方應建立溝通的窗口，在 ECFA 的兩岸經濟合作委員會或其他組織方式，提供業者一個制度面、可執行的溝通平台，協助業者排除在中國大陸的經營面障礙。
- (2)雙方協商選擇特定地區進行服務業的試點，藉由試點的推展一方面可以在地方階層落實中國大陸中央的規定，協助解決台商在中國大陸當地面臨的實際經營面障礙，再者，也可以建置一基本的各地區必須排除之經營障礙，給予台商與中國大陸內資企業同等對待的基本條件。

參考文獻

【中文部份】

1. 上創利、趙德海(2005)，「中國批發業的現狀分析及發展戰略」，商業研究，2005年第18期。
2. 于淑華、齊東(2007)，「國內批發交易呈現15種模式」，中國市場，2007年第17期。
3. 中國物流與採購聯合會、中國物流學會(2010)，「中國物流發展報告」，中國物資出版社。
4. 中國美國商會(2009)，「美國企業在中國之白皮書」。
5. 中國美國商會(2010)，「美國企業在中國之白皮書」。
6. 中國連鎖經營協會(2009)，「中國連鎖零售企業經營狀況分析報告(2008-2009) 簡介」。
7. 中國歐盟商會(2009)，「2009/2010 歐盟企業在中國建議書」。
8. 中華人民共和國國家統計局(2004-2010)，「中國統計年鑑」，中國統計出版社。
9. 中華人民共和國國家統計局(2010)，「中國統計摘要」，中國統計出版社。
10. 中華人民共和國衛生部(2010)，「中國衛生統計年鑑」。
11. 王小萬(2008)，「開放，是機遇，也是挑戰~大陸醫療服務貿易現況」，聯新醫管，No.72&73，2008年11月，頁10。
12. 史惠慈、顧瑩華(2010)，「ECFA 早期收穫清單經濟影響評估」行政院經濟建設委員會委託計畫，台北：中央經濟研究院。
13. 李敏(2004)，「我國零售商業連鎖經營現狀分析」，統計研究，2004年第11期。
14. 李曉錦(2004)，「開放經濟條件下中國零售業市場集中度的變化與思考」，生產力研究，2004年第8期。
15. 香港工業貿易署，「內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排(CEPA)」。
16. 徐重仁(2009)，「兩岸批發零售業現況與合作模式以統一超商為例」，2009年兩岸流通服務產業合作及交流會議。

17. 徐斯勤，陳德昇(2009)，「台商大陸投資名人訪談錄」，印刻文學生活雜誌出版有限公司。
18. 國際貿易局(2001)，「中共加入 WTO 對其產業及服務業之影響—商業配銷篇」。
19. 陳文敬、趙玉敏(2005)，「新建和兼併速度仍將加快-外資進入中國零售業的效應分析及擴張趨勢」，國際貿易，2005 年第 3 期。
20. 許易民(2009)，「台商投資中國大陸醫療服務業前景初探」，經建會經濟研究處。
21. 陸委會(2007、2009)，「兩岸經濟統計月報」，第 169 及 200 期。
22. 楊富貴(2007)，「試論我國批發業的發展轉型問題」，商場現代化，2007 年第 9 期。
23. 經濟部投審會(2010)，「核准僑外投資、陸資來臺投資、國外投資、對中國投資統計月報」，2010 年 1 月。
24. 詹瑤(2005)，「大陸批發零售業概況分析」，元富證券(香港)有限公司上海代表處。
25. 蔡彩凌(2009)，「兩岸簽署 MOU 台商融資更便利 有助金融業者經營與台商融資」，貿易雜誌電子報，第 221 期。
26. 蔡孟娟(2008)，「外資醫療機構進入中國區位評選模型之建構」，銘傳大學管理研究所博士論文。
27. 顧瑩華、史惠慈(2009)，「ECFA 服務業早期收穫項目之評估」，行政院經濟建設委員會委託計畫，台北：中央經濟研究院。

【英文部份】

1. A. T. Kearney(2008), "Global Retail Development Index."
2. A. T. Kearney(2009), "Global Retail Development Index."
3. ASEAN(2007), "The People's Republic of China - Schedule of Specific Commitments."
4. European Commission(2009), "Market Access Database"
5. Japan's Ministry of Economy, Trade and Industry (2009), "Report on Compliance by Major Trading Partners with Trade Agreements-WTO, FTA/EPA, BIT."
6. Japan's Ministry of Economy, Trade and Industry (2010), "Report on

Compliance by Major Trading Partners with Trade Agreements-WTO, FTA/EPA, BIT.”

7. United States Trade Representatives (2008), “Foreign Trade Barriers.”
8. United States Trade Representatives (2008), “Report to Congress on China’s WTO Compliance.”
9. United States Trade Representatives (2009), “Foreign Trade Barriers.”
10. United States Trade Representatives (2009), “Report to Congress on China’s WTO Compliance.”
11. United States Trade Representatives (2010), “Foreign Trade Barriers.”
12. WTO(2001), “Report of The Working Party on The Accession of China.”
13. WTO(2001), “Report of The Working Party on The Accession of China- Schedule of Specific Commitments on Services.”
14. WTO(2008), “Trade Policy Review, Report by the Secretariat, China”
15. WTO(2010), “Trade Policy Review, Report by the Secretariat, China”

附錄一 期中報告審查委員會意見辦理說明

計畫名稱：我國服務業拓展大陸市場遭遇貿易障礙之研究

執行單位：中華經濟研究院

審查意見	回覆意見
1. 研究架構縝密，非常具有參考價值，而且對以後更細產業建立了良好的研究基礎。	感謝肯定。
2. 有關醫療業部分，台灣有優勢，台商在大陸已設有多家醫院，目前除了服務台商之外，當地醫保的機會亦非常重要；此外，陸客來台之醫療服務，亦是可以考慮的方向，可供研究單位參考。	配合辦理。
3. 東三省的物流可多探討。	本報告物流業部分主要分析中國物流業總體發展趨勢，並未針對特定地區分析。
4. 由產業角度來觀察，目前為止本案可以說是較為完整的研究案。	感謝肯定。
5. 就產業面而言，研究團隊已經完整確實列出目前批發零售業細部障礙，例如超商業希望能逐步開放占營收比重大的菸酒及出版品的販售。還有康是美的販售也受到許多限制，批發零售業在營運條件上確實有比較辛苦的部分，值得大家參考。	感謝肯定。
6. 未來具體的談判時間表？可以讓產業在大陸的投資發展策略做出有效的調整。	本研究主要研析中國大陸服務業障礙，並就未來可以爭取開放部分提出建議，並未列出時間表。
7. 最近幾年大陸企業也積極來台考察，其高度的模仿力讓台資企業受到威脅。但台灣服務業仍有競爭優勢，政府若能排除大陸市場進入障礙，台商仍有極大的發展機會，可否建議未來談判的優先順序？	本研究主要針對中國大陸服務業開放部分提出建議，並未列出時間表。
8. 經營面及法律面的資料非常寶貴。	感謝肯定。
9. 應釐清台商在大陸目前的經營狀況，可透過協會或特定企業訪談來進一步了解經營障礙，例如台商在大陸是否遇到不平等的競爭狀況等等，最後希望能針對企業與政府提出具體建議。	配合辦理。
10. 提供大潤發在大陸經營的經驗，供研究團隊參考。	感謝提供資料。
11. 有關電子商務，因為台灣的網站在大陸看不到，加上大陸尚未開放外資經營電子商務平	配合辦理。

審查意見	回覆意見
台，這部分可以爭取大陸開放。	
12. 觀光業都集中在旅行社業者，是否標題就改為旅行社產業？	配合辦理。
13. 有關觀光產業台灣的商機部分，報告所提「爭取台灣旅行社經營陸客赴台旅遊的機會」，建議訪談從事大陸業務之企業作為經驗分享。	配合辦理。
14. 有關結論最後一點，台資旅行社無法與對岸的旅行社競爭，本局也擔心一旦對等開放，台灣的旅行社將會受到威脅，建議分析若對等開放對台灣的影响。	本研究主要是研析台灣企業拓展中國大陸服務業市場，有關開放大陸旅行業來台之影響僅做一般分析。
15. 關於電信業在台灣的商機部分，建議 WiMax 在大陸遇到的機會、障礙可分析列舉出來。	本部份涵蓋一般電信產業，WiMax 並未納入。
16. 物流部分資料詳盡，惟有關「中國大陸在 WTO 及雙邊對物流產業開放概況」所提及空運部分，建議將 WTO 會員國對大陸的要求，列入第三節作為補充。	<p>WTO 會員國對中國大陸的各別要求無法獲得，但複邊要求會議上，要求項目如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 強調物流服務業複邊要求範圍係以尚未由其他複邊要求提出之相關業別為主，以避免發生重疊現象，例如海運、空運及郵政與快遞服務業之複邊要求已透過相關非正式小組提出。 2. 所附之業別彙整對照表清單將作為檢討承諾進展之參考工具。 3. 要求承諾之具體項目及水準如下： <ol style="list-style-type: none"> (1). 核心貨物物流服務業：要求貨物裝卸、倉儲、代理 (2). 服務業及其他輔助性服務業在模式 1 至 3 作出開放承諾。 (3). 貨物運輸服務業：在鐵公路運輸服務業之模式 1 至 3 作出開放承諾。 (4). 其他相關物流服務業：在技術測試與分析服務業及其他各種運輸模式輔助性服務業，任模式 3 作出開放承諾。 (5). 非核心貨物物流服務業：在電腦、包裝及管理諮詢與相關服務業作出開放承諾。
17. 建議研究方法部分，可參考引用中國官方產業白皮書。	查無產業白皮書，但已使用所有官方物流有關文件。
18. 外資在大陸已具規模經濟，台灣企業可由 IT 方面著手。	多謝指教。

審查意見	回覆意見
19. 物流業方面中國係按 WTO 的分類還是有自己國內的分類？另報告提及，貨運代理業最低註冊資本不受 500 萬美元的限制，其資料與本局所知有所出入，請再確認是否有誤。	中國大陸有自己國內的分類，不過國際談判仍依 WTO 分類進行。 中國大陸 1998 年實施、2004 年 1 月 1 日修訂的《國際貨物運輸代理業管理規定實施細則》，對註冊資本的要求按照業務範圍分為幾種：經營海上國際貨運代理業務的註冊資本最低限額為 500 萬元人民幣；經營航空國際貨運代理業務為 300 萬元人民幣；經營陸路國際貨運代理業務或者國際快遞業務為 200 萬元人民幣；而經營前款兩項以上業務的，註冊資本最低限額為其中最高一項的限額。此外，每設立一個不具有法人資格的分支機構，應當增加註冊資本 50 萬元人民幣。但是中國大陸於入會承諾確實是填寫 100 萬美元，在杜哈回合談判中已經將此承諾刪除。
20. 未來待補充部分建議列舉實際意見供政府參考。	配合辦理。
21. 有關視聽服務業方面，非常期待後面待補的章節。	期末已全部完成供參考。
22. FTA 為雙向，因此希望能考慮對等開放後台灣產業的承受度。	本研究主要是研析台灣企業單向拓展中國大陸服務業市場，有關開放大陸對台灣產業影響並未納入分析。
23. 建議報告內容可否整理各國電信業者外資（例如 AT&T 或 KDDI）在大陸投資的出資現況、營運模式及服務業務項目等，或實際面臨之法制面及經營面等貿易障礙，以利我國主管機關及業者瞭解開放業者赴陸投資面臨之可能障礙。	本研究主要是研析中國大陸電信業之障礙及一般發展情形，特定公司的營運並未涵蓋。
24. 服務業的主管機關太多，過於複雜，所以在 ECFA 的宣導方面效果並沒有預期的理想。	敬表同意，此是未來 ECFA 及其他 FTA 談判必需改善的地方。
25. 建議研究案完成後可對不同行業的業者做宣導，說明關於貿易障礙、經營障礙等資訊，俾供企業自行評估。	配合辦理。

附錄二 期末報告審查委員會意見辦理說明

計畫名稱：我國服務業拓展大陸市場遭遇貿易障礙之研究

執行單位：中華經濟研究院

審查意見	回覆意見
1. 本計畫對於未來服務業的談判很有幫助，以往服務業缺乏政府支持，業者多以自力救濟之方式經營發展，此次經建會主持之本計畫提供了服務業一向難以取得之產業相關數據，對業者未來的營運策略裨益許多。	感謝肯定。
2. 視聽服務業似乎是最難以深入中國大陸市場的產業，旅行業則是目前兩岸非常熱門的焦點。但台灣旅行業者多受制於中國大陸業者壟斷性的手法進而壓低台灣業者的報價，不僅影響陸客來台的旅遊品質，旅遊市場也被其所把持而只有少數特定商家受惠，無法將商機擴散至其他商家，因此如何突破中國大陸業者的壟斷手法為當務之急。	感謝評審意見，已納入參考。
3. 醫療業部份除了報告中提及的貿易障礙外，實另有當地之潛規則造成台商經營之困擾，因此最重要的是爭取獨資擺脫中國大陸企業之控制及可能的衝突	感謝評審意見，已納入參考。
4. 可整合各產業一些共通性的問題進而提出建議	比照辦理。
5. 服務業牽涉之相關部會眾多，希望政府能促成單一窗口整合並回應各產業之需求	感謝指教。
6. 在貿易障礙排除的目標之外，往後台灣在結合各產業能夠代表進行跨領域及跨國際談判的人才培養也是值得探討的問題	感謝指教。
7. 各產業對貿易障礙之排除需求不一，但仍有共通原則，可勾勒出來	比照辦理。
8. 服務業最大的原則即能夠使台商在中國大陸市場公平競爭，其內涵為1) 避免過多的政府操控、2) 爭取准內資待遇，最低為 CEPA 條件、3) 台灣政府在要求大陸放寬台商投資條件是否符合大多數人民的利益	感謝指教，已納入本研究之建議事項。
9. 服務業各負責機關呈現多頭馬車現象，希望能建立統一的溝通及主導機制	感謝指教。
10. 批發業提到的該產業之機會在 2、3 線城市，然而經過業界訪問，其認為這些城市幅員遼闊，須有龐大資本才能承受營運風險，並且	感謝委員意見，台商選擇之 2、3 線城市若不具一定規模，確實讓許多廠商對當地消費能力感到質疑，同

審查意見	回覆意見
應以高品質平價的產品區隔策略為作為獲利手段。醫療產業是否已開放獨資？視聽部份，發行為利潤最高之一環，但此服務之待遇較難有所突破；兩岸電影的合拍之申請常受到中國大陸官方蓄意延宕並且對同意與否不予以回應，因此應向對岸爭取對於申請應有確定回覆之期程。	時也擔心進入之後反而需要投入更多的資本，因此本研究參考《台商大陸投資名人訪談錄》，以 2,000 人民幣的人均所得作為投資參考之指標，若低於 2,000 人民幣時，當地市場規模不大，將難以負擔台商所提供的高價位服務及產品。
11. 討論內容集中於核心物流及相關貨運物流服務，但內文標示中有些混淆，請在確認內文之名稱	已於文中修正說明。
12. 貨代業務請確認是否已開放獨資	按入會承諾表，中國大陸入會 4 年就應該允許外資設立獨資子公司，杜哈回合修正清單也改為 wholly foreign-owned subsidiaries will be permitted。
13. 可否以多方面向說明物流產業發展機會	物流包含項目眾多，本計畫已盡量加以說明。
14. 表 7-1-1、7-1-2 所呈現的統計數據與所規劃的討論物流內容不一致，是否可以用一致性的統計數據？或者有統計數據蒐集的困難？	已於文中修正說明。
15. 請納入 CEPA 第 7 次補充協議關於物流產業之內容	CEPA 第 7 次補充協議並未納入物流產業之內容
16. 視聽產業不建議比照 CEPA 之條件，而應超越 CEPA，優於外資	比照辦理
17. 視聽部份 CEPA 「補充條例」改成「補充協議」	比照辦理
18. 訪談出處應列明以增加可信度	多數廠商不願被揭露為訪談對象，因此無法明示資訊來源
19. 資料詳盡，充份表達業界的心聲並提到問題核心。	感謝肯定
20. 簡報第 16 頁法律面第 2 點提到兩岸針對大型企業、旅行社有開放一年多次簽證，但在領隊部份我國移民署也已開放大陸領隊一年多次簽證，請確認報告內容是否有誤	已刪除領隊之多次簽證要求
21. 經營面障礙關於兩岸航班數的問題，由於陸客來台有總量管制，即使增加航班，無法達到增加陸客來台數量	已刪除此建議
22. 關於十二五計畫中三網融合部份是否有更進一步的詳細資料如推動時程等？	2010 年 1 月 13 日中國總理溫家寶於國務院常務會議中提出，將於五年內分階段完成三網合一： 2010~2012 年展開廣電和電信業務雙向進入試點，探索保障三網融合

審查意見	回覆意見
	的政策體系和體制機制；2013~2015年總結推廣試點經驗，全面實現三網融合發展，建立三網融合的體制和監管體系。然目前並無詳細的時程規劃及推動細節。
23. 視聽服務業提出之建議與本局思維契合	感謝肯定
24. 批發零售業中「分銷」的意思為何？	分銷貿易服務由佣金代理服務、批發、零售及特許經營組成，分銷服務涵蓋 CPC61、62、63 及 8929。
25. 簡報第 25 頁請製作對應開放陸資來台及台灣開放赴陸投資的業務範圍比較	比照辦理
26. 建議就中國內資企業之註冊資本額度規定、執照核發標準及過程等項目與外資相異處加以論述比較（如報告第 175 頁）	比照辦理
27. 中國於 CEPA 中除承諾給予港澳額外開放之業別項目及解除地域限制外，是否給予港澳上揭資本額及審批制度之優惠待遇（如報告第 166 頁）？	中國並未在 CEPA 中給予港澳資本額及審批制度的優惠待遇
28. 研究整理中國 WTO 開放業務名稱與「中國電信業務分類別」之對應關係，建議就各項業務之聯合國中央產品分類標準暫行版（CPC）均加以註明以利參用（如報告第 162 頁）	CPC 碼無法對應部分基本與加值電信服務的分類，而且也沒有涵蓋全部的電信服務。另外多種電信服務已經逐漸沒落，甚至已經沒有業者經營，因此無法辦理
29. 意見著重在物流部份。報告第 177 頁第 2 段探討重點放在第一類及第二類服務，但之後仍將其他業務如快遞業納入討論範圍（該業務於序文既已排除），希望貴單位能夠確實確認研究範圍。	物流服務之探討涉及談判承諾的重點是核心貨運物流和貨物運輸服務，一般來說物流業主要也是包括這些服務。至於，中國大陸國內所定義的物流業與分類不同於談判使用之分類，所以涉及大陸之資料就會牽就於其物流分類。
30. 第 7 次 CEPA 補充協議納入貨物檢驗等技術，建議研究單位列為研究資料說明。中港 CEPA 於 2003 年即將物流服務業納入，然而本報告多側重在國際運輸、倉儲與貨代部份，建議可將物流服務列為研究資料說明。	比照辦理
31. 本報告結論為直接要求 CEPA 之待遇，然而未來兩岸在協商物流產業貿易時是否只有此選項？亦或可針對中港及中台之間的差異性以設計對台灣有利之條件向對岸爭取？	當然可以要求更適合我國之項目，不過必須對兩岸之產業供應鏈非常熟悉，才有辦法達成。否則在國際物流產業不斷整合和之國際標準不斷改變（例無紙化產生的電子商務）趨勢情況下，任何建議不符合我國業者之能力與需求，則意義有限。不如從外國仍未得到開放和受到限

審查意見	回覆意見
	制之地方開始。
32. 各章最後請統一是否加入建議事項	比照辦理
33. 旅行社產業改為旅行產業	因無旅行產業，本研究該章定位為觀光產業，但以旅行社產業為分析重點，此在研究中已有說明。
34. 中國統計年鑑最新資料已出版，貴單位可利用其更新資料	比照辦理
35. 兩岸對於同一事物的名詞有所不同，希望於報告中加以說明	比照辦理

附件一 中華經濟研究院出國考察人員 報告表-中國大陸廣東省

填表日期：99 年 8 月 15 日

報告名稱	#1144 我國服務業拓展大陸市場遭遇貿易障礙之研究				
出國人員	林俊甫	隸屬單位	第二所		
出國地區	中國廣東省東莞市、深圳市				
出國期間	99 年 8 月 8 日至 8 月 13 日				
內容摘要 (二百至三百字)	<p>本次考察目的為了解東莞、深圳地區原出口導向之台商，轉型經營中國內需市場遭遇的困難、當地政府與台商協會提供之資源以及台商協會近期推動事項，另亦訪談兩家成功經營中國市場之業者。主要考察心得如下：</p> <p>(1) 長期以來料加工為主要經營型態的台商，在轉型經營中國內銷市場的過程中，面臨人才、組織結構、市場資訊、品牌、通路、資金等多方面的挑戰。</p> <p>(2) 為協助廠商進行轉型升級，地方政府及東莞台商協會推動多項措施，包括由地方政府成立「加工貿易企業轉型升級」、「重點中小企業和加工貿易企業融資」、「來料加工企業就地不停產轉三資企業」、「科技東莞工程」等專項基金，以及成立「虎門港保稅物流中心(B 型)」，另台商協會引進台灣與當地專業團隊進行企業診斷與轉型輔導，地方政府並提供經費補助。</p> <p>(3) 東莞台商協會以集體力量籌建批發通路「大麥客」商城，以協助會員廠商突破通路的進入門檻，另並推動虎門港與基隆港之合作，建立物流園區，協助台商降低產品複進口成本，及提供高效率之物流服務。</p> <p>(4) 艾美特與徐福記兩家成功案例，均透過明確的中高階產品定位、持續的產品開發、高比例的研發投入、受消費者信賴之品質以及對經銷體系的掌握，在中國內銷市場維持領先的地位。</p>				
國外地區 聯絡單位 及聯絡人	東莞台商子弟學校育苗基金會 韋菟齡秘書 東莞廣聲五金塑膠公司 翟所領董事長(東莞台商協會副會長)				
建議事項	針對物流、資訊系統、人力資源培訓等台商轉型經營中國內銷市場之週邊服務產業，面臨市場進入障礙與經營現況進行深入研析。				
院 長		副 院 長		主 管	

附註：一、本報告表返國後兩週內填妥。

二、本報告表於院長閱畢後送資料處理室上網，再歸人事組存檔。

考察心得：

本次考察目的為了解東莞、深圳地區原出口導向之台商，轉型經營中國內需市場遭遇的困難、當地政府與台商協會提供之資源以及台商協會近期推動事項。另此次考察亦訪談兩家成功經營中國市場之業者，艾美特電器與徐福記集團，主力產品分別為電扇與糖果。

一、 台商轉型經營中國內需市場遭遇的困難

過去經營型態以來料加工為主的台商，在轉型經營中國內銷市場的過程中，面臨人才、組織結構、市場資訊、品牌、通路、資金等多方面的挑戰。

首先在人才方面，由於台商、外商近年皆積極開拓中國市場商機，導致經營內銷市場的人才需求甚高，加上不同產業的業態差異，廠商普遍表示尋覓適宜的人才、團隊相當不易。其次在組織方面，轉型經營內銷市場不僅涉及品牌與通路，企業組織更必須配合進行產品設計、製造、通路、物流等跨功能的系統整合，並非短時間內可實現。

市場資訊方面，相較於過去接單生產模式，經營內銷市場必須掌握快速變化的消費者需求，不斷推出新產品，維持消費者認同度，否則很容易遭到競爭者仿效甚至取代。品牌方面，國際知名品牌和本土品牌均已進入中國市場，消費者對這些領導品牌認同度亦高，如果現階段台商創立新品牌，獲得消費者支持的難度高，也要耗時更長的時間。

通路體系方面，欠缺制度化發展、區域色彩強烈的經銷體系，長期成為台商產品進入中國市場的主要障礙。此外，既有的零售體系如連鎖賣場、超市、百貨公司等，高進入門檻也不利於創立未久的品牌。最後在資金方面，國營體系銀行與當地企業關係緊密，加上一般台商的規模相對小，能做為擔保的資產有限，均導致不易自當地銀行體系取得資金。

二、 當地政府與台商協會提供的資源

由於台商是珠三角地區最重要的外商群體，雇用龐大的勞動力，轉型成功與否對於地方經濟影響深遠，因此地方政府也規劃

多項措施提供協助。根據東莞台商協會提供之資訊，主要包括「加工貿易企業轉型升級」、「重點中小企業和加工貿易企業融資」、「來料加工企業就地不停產轉三資企業」、「科技東莞工程」等專項基金，以及成立「虎門港保稅物流中心」。簡要介紹如下：

本次考察目的為了解東莞、深圳地區原出口導向之台商，轉型經營中國內需市場遭遇的困難、當地政府與台商協會提供之資源以及台商協會近期推動事項。另此次考察亦訪談兩家成功經營中國市場之業者，艾美特電器與徐福記集團，主力產品分別為電扇與糖果。

三、 台商轉型經營中國內需市場遭遇的困難

過去經營型態以來料加工為主的台商，在轉型經營中國內銷市場的過程中，面臨人才、組織結構、市場資訊、品牌、通路、資金等多方面的挑戰。

首先在人才方面，由於台商、外商近年皆積極開拓中國市場商機，導致經營內銷市場的人才需求甚高，加上不同產業的業態差異，廠商普遍表示尋覓適宜的人才、團隊相當不易。其次在組織方面，轉型經營內銷市場不僅涉及品牌與通路，企業組織更必須配合進行產品設計、製造、通路、物流等跨功能的系統整合，並非短時間內可實現。

市場資訊方面，相較於過去接單生產模式，經營內銷市場必須掌握快速變化的消費者需求，不斷推出新產品，維持消費者認同度，否則很容易遭到競爭者仿效甚至取代。品牌方面，國際知名品牌和本土品牌均已進入中國市場，消費者對這些領導品牌認同度亦高，如果現階段台商創立新品牌，獲得消費者支持的難度高，也要耗時更長的時間。

通路體系方面，欠缺制度化發展、區域色彩強烈的經銷體系，長期成為台商產品進入中國市場的主要障礙。此外，既有的零售體系如連鎖賣場、超市、百貨公司等，高進入門檻也不利於創立未久的品牌。最後在資金方面，國營體系銀行與當地企業關係緊密，加上一般台商的規模相對小，能做為擔保的資產有限，均導致不易自當地銀行體系取得資金。

四、 當地政府與台商協會提供的資源

由於台商是珠三角地區最重要的外商群體，雇用龐大的勞動力，轉型成功與否對於地方經濟影響深遠，因此地方政府也規劃多項措施提供協助。根據東莞台商協會提供之資訊，主要包括「加工貿易企業轉型升級」、「重點中小企業和加工貿易企業融資」、「來料加工企業就地不停產轉三資企業」、「科技東莞工程」等專項基金，以及成立「虎門港保稅物流中心」。簡要介紹如下：

- (一) 加工貿易企業轉型升級基金：為協助會員廠商轉型升級，東莞台商協會引進中國生產力中心、金屬中心、中衛中心、台商張老師、工研院、貿協、紡拓會、資策會、神州數碼管理系統公司等專業團隊，為台商進行個別診斷與深度輔導。輔導部分，每家企業費用 5 萬元人民幣，東莞市政府補助 80%，企業只需要承擔 20%。診斷後的深度輔導，東莞市政府則提供廠商最高 50% 的補助，補助金額最高為 30 萬人民幣。台商表示經過診斷與輔導後獲得許多建議，但真正關鍵仍是成立團隊實際執行轉型。
- (二) 來料加工企業就地不停產轉三資企業基金：早期台商進入中國大陸投資，大多與村委會合作登記為來料加工廠商。但在來料加工企業法人代表為當地人士，實際經營者為台商的結構下，經營管理常有爭議。因此近年當地政府推動來料加工企業轉型三資企業(中外合資、中外合作、外商獨資)，業者完成轉型三資後，也才能適用各種政策優惠措施。轉型過程中，包括稅務、勞動力、土地、消防、水電等，各級政府均制定相關規定協助廠商銜接。例如若來料加工企業的全部資產、債權債務及勞動力均由新成立的三資企業承接，並持有相關批文，可不徵收增值稅。另外原來與村集體經濟組織(如村委會)使用土地的來料加工企業，可經由程序取得「房地產權證」，台商得以較過去獲得具體之投資保障。
- (三) 重點中小企業和加工貿易企業融資基金：此基金主要概念是提供信用保證，自貸款金額中提取固定比率成立風險基金，承擔 50% 的貸款擔保本金損失，以協助企業取得資金，但這項基金必須是經審核後列於清單中之企業才可申請。
- (四) 科技東莞工程基金：此基金規模為 10 億人民幣，主要目的為鼓勵企業進行技術研發，總計東莞企業 2009 年專利申請

量達 19,106 件，授權專利 12,918 件。

- (五) 虎門港保稅物流中心：採兩頭在外、來料加工經營模式之台商，如要將產品轉為內銷，必須先辦理出口再轉進口(複進口)。過去東莞地區台商一般赴香港辦理複進口手續，時間與運輸成本高昂。今年五月份，東莞獲審批通過成立虎門港(B 型)保稅物流中心(A 型為企業自用物流中心)之後，廠商可以直接將貨物運至虎門港區處理，無需遠赴香港，可節省大量成本。據台商協會估計，一年東莞地區台商物流量約為 70~80 萬標準箱，虎門港可望發揮距離東莞最近的優勢，節省台商運費。此外，虎門港集團公司已與富全物流公司(台商)及新加坡威高物流公司建立合作關係，並於今年七月與基隆港簽訂合作協議，結合基隆港國際化優勢與虎門港的腹地，發展成為珠三角台商的物流基地。

五、 東莞台商協會近期推動事項

- (一) 「大麥客」批發商場計畫：珠三角地區台商普遍規模有限，同時缺乏品牌、通路等經營內銷市場必須之資源。東莞台商協會因此集結會員廠商力量，共同拓展商機。首先是今年四月下旬成功舉辦「2010 東莞台灣名品展覽會(台博會)」，吸引 30 多萬人次參觀，業者對於產品拓銷中國市場更具信心。除已有品牌的廠商，亦有尚無自有品牌的廠商於展覽會中尋求貼牌合作的機會，例如成為沃爾瑪等超市品牌的供應商。在台博會成功舉辦的基礎下，東莞台商協會進一步結合物流、會展、賣場經營等領域業者，規劃成立「大麥客」批發商場。

目前大麥客已完成登記與募資手續，由東莞台商集資達三億港幣，規劃在東莞市道滘鎮成立第一座賣場，占地約 200 畝。大麥客商場的基本概念是採取類似 Costco 概念，將台商產品集中透過批發，以大麥客為共同品牌，銷售給當地企業進行零售，解決台商缺乏自有品牌與難以打入通路體系的問題。未來大麥客預估在全國展店達 10 家，加上其網路購物系統，將成為台商經營中國內銷市場的重要平台。此外，若是企業已有自有品牌，商場內亦設計有台灣名店城做為展售空間，現況可參考大麥客網站：

<http://provider.taiwanmalls.com>。

(二) 虎門港物流中心：為提升台商物流效率以利拓展內銷市場，台商協會推動台商富全物流公司與虎門港合作，建立物流園區。今年三月底，虎門港開闢至台灣港口的直航航線，東莞的貨物兩天就可抵達台灣。相較於過去必須經過香港接駁，需時5~7天，大幅縮短運送成本。今年七月初，虎門港更與基隆港簽署了合作協議，推動區域監管、文件、系統軟體、服務等領域的合作。富全物流也期望雙方政府能協助有關行政與文件認證作業，使雙方合作早日實現。富全物流亦表示，台商目前多仰賴當地物流業者進行產品配送，但當地業者經營物流觀念較為傳統，因此台商對高品質、現代化物流服務需求甚高。儘管商機龐大，但歐、美、新加坡業者均正積極與本土運輸業者合作拓展物流服務，台商若企圖布局中國市場物流領域，必須掌握這兩三年內的商機。

六、 台商轉型經營內銷市場案例

(一) 艾美特電器：1991年於深圳設廠，最初單純替國際品牌代工，1997年開始經營內銷市場，目前已是中國市場電風扇產量第二(第一為美的電器)、電暖器第一的廠商，2008年獲頒「中國馳名商標」。艾美特的成功關鍵在於同時發展外銷與內銷市場，特別是以毛利較高的外銷市場支撐內銷市場，發展至今內外銷比例約略等同。而能在外銷市場穩定發展的基礎則是對研發與產品設計的投入。目前研發設計團隊約600人，是全球電扇製造商中規模最大者，集結來自不同國家的人才，每年開發200項以上的新產品，例如具有除濕、製冷等功能的機電技術整合電風扇。在研發、設計至製造的優勢，也促使包括日本三洋、東芝、韓國三星、法國賽博等品牌商將電扇完全委外給艾美特，成為客戶的虛擬工廠。內銷市場方面，定位在中高階市場以及對品質的堅持，一改過去消費者對電扇品質低劣的印象。此外，艾美特亦建立內部資訊系統，串連研發、製造、採購、物流與經銷體系，大幅提升管理效率。

在建立綿密的經銷體系後，艾美特進一步發揮此平台的經營效益，可視為是另一階段的通路體系發展。例如艾美特與數家台商工

廠合作，貼牌(艾美特)生產除濕機等家電，共同分攤通路成本，並擴大艾美特品牌和槓桿化經銷體系的效益。其次，艾美特近期規劃與長期合作的經銷商合作成立地區分公司，使經銷體系整合進入企業體系，發展為共同成長的夥伴。另考量募集資金，艾美特規劃於 2011 年回台上市，由台新證券負責規劃與輔導。

(二) 徐福記國際集團：1992 年考量降低生產成本，於東莞設廠，原先定位為代工外銷，後以過年糖開始嘗試推展內銷市場，消費者反應極佳，迄今連續 12 年於中國市場糖果銷量排名第一，2009 年獲頒「中國馳名商標」。歷經多年深耕市場，各地共成立 100 家分公司及近 2 萬個直接管控的終端零售點。徐福記在中國市場的成功因素包括持續開發產品、創新行銷手法與掌握經銷體系等。

在進入中國市場之初，徐福記即以消費者未曾經驗的口感快速取得糖果的市占率，至今已開發出糖果、巧克力、餅乾糕餅、沙其馬、布丁等五大產品線。不僅在口味方面持續研發新產品，去年起更創立以幼兒為主要訴求的新品牌「熊博士」，期待能活化品牌形象。其次，經銷體系方面，徐福記選擇直營與經銷交叉運用的策略，直接接觸消費者，避開在區域市場極具影響力的傳統批發體系。尤為特殊的是，不同於競爭者多採包裝型態，徐福記糖果以專櫃、散裝、統一價格進行銷售，方便商場管理與消費者購買。在大型超市賣場，並加派有導購員，不僅促銷也及時反應市場變化。資本結構方面，1997 年新加坡匯亞集團(TransPac)及仲華海外投資基金投入資金，正式成立「BVI 徐福記國際集團」，另於 2006 年在新加坡上市，近期並評估返台上市。

整體而言，這兩家成功案例於中國市場投入廣告的資源，相對於競爭者比例並不高。主要透過明確的中高階產品定位、持續的產品開發、高比例的研發投入、受消費者信賴之品質以及對經銷體系的掌握，在中國內銷市場維持領先的地位。但相對於這些 10 多年前或更早即展開經營內銷市場的廠商，台商若目前才準備布局內銷市場，將直接與國際與本土品牌競爭，勢必面臨更嚴峻的挑戰。其次，加強技術研發與產品創新，亦是可行的途徑，廠商應依據本身條件與產業生態規劃，追求自創品牌或布建通路體系並非轉型升級的唯一途徑。

七、 後續研究建議事項

台商經營中國市場過程中，對於相關服務業的需求日增，建議針對物流、資訊系統、人力資源培訓等經營內銷市場之週邊服務產業，面臨市場進入障礙與經營現況進行深入研析。

附件：訪問行程簡表

日期	行程(上/下午)	
8/8		抵達東莞市長安鎮
8/9	訪問東莞市台商協會長安分會	訪問漢欣貿易公司
8/10	考察眾源城(中國飾品交易中心)台灣館	訪問東莞台商子弟學校
8/11	訪問艾美特電器公司(深圳)	訪問廣聲五金塑膠公司
8/12	參加台品流通事業公司(大麥客商貿)籌備會議	訪問東莞徐記食品公司(徐福記集團)、富全物流公司
8/13	考察零售通路經營實況(大潤發、蘇寧電器、時尚電器等)	啟程返台

附件二 中華經濟研究院出國考察人員 報告表-中國大陸上海市

填表日期：99年8月30日

報告名稱	#1144 我國服務業拓展大陸市場遭遇貿易障礙之研究				
出國人員	林俊甫 輔佐研究員 (8/16-28) 史惠慈 研究員 (8/16-22)		隸屬單位	第二所 第一所	
出國地區	中國大陸上海市				
出國期間	99年8月16日至8月28日				
內容摘要 (二百至三百字)	<p>此次考察目的主要包括兩部分，一為了解服務業台商拓展中國大陸市場時遭遇的進入障礙與經營困難；其次則是了解這些台商於中國市場經營品牌與通路的現況。整體而言，與過去積極吸引製造業者赴投資不同，服務業領域仍屬於中國大陸限制或禁止外資投資之項目較多，特別是教育服務、醫療服務等領域，更需透過協商降低台商進入市場之障礙。至於進入障礙相對低的零售、餐飲等產業，則面臨產品開發、人才培訓、管理制度設計、資訊系統建構等議題，以支持其門市之擴張。前述對週邊服務的需求，亦顯示相關業者如資訊服務業之投資機會。另此次考察亦訪談管家服務等新興產業，了解台商可能之機會。</p>				
國外地區 聯絡單位 及聯絡人	上海市台商協會閔行分會 李崇章會長				
建議事項					
院 長		副 院 長		主 管	

附註：一、本報告表返國後兩週內填妥。

二、本報告表於院長閱畢後送資料處理室上網，再歸人事組存檔。

考察心得：

此次考察目的主要包括兩部分，一為了解服務業台商拓展中國大陸市場時遭遇的進入障礙與經營困難；其次則是了解這些台商於中國大陸經營品牌與通路的現況。

一、服務業台商經營大陸市場面臨障礙或困難事項

(一) 教育服務業(幼教)

1. 教育產業於中國大陸屬於高度管制領域，非本地人不得擔任校長、主任、教師。學校如需聘用外國專業人士(如語言教學)，學校本身首先必須具備資格可引進(經各省市外國專家局審核)，其次外國專業人士個人亦需經過審核，據受訪者表示標準極嚴，獲批准後亦限定僅能在該校授課，更不可能跨城市授課。
2. 各城市教育機構數量、學校用地規劃均有管制，可能因為地方政府認為需求已足夠而不開放增設學校。其次，一般學校執照審核時間長，必須師資(一班必須配有三位老師)、校舍(每位學生擁有單位面積等均有詳細規範)、設備、教材、招生規劃(一班不超過 25 位學生)等均準備完成後才能開始進行審核。
3. 法令雖由中央機關頒布，但各級政府會依照法令再頒布施行條例或細則，加上審批權已下放，法令實際落實程度常會因地方政府的認知不同而有落差。

(二) 醫療服務業

1. 醫療團隊不單由醫師組成，但目前大陸僅開放台灣醫師可以持台灣所核發之醫師執照換發短期行醫執照(比照港澳延長至三年，原本一年)，台商背景之醫院希望推動台灣相關醫事人員(護理、放射、麻醉等)亦可赴大陸換照執業。考量成本因素，基層護理人員應可於當地招募，但高階管理人員仍希望自台灣招募。
2. 目前台灣學生赴大陸就讀醫學院畢業後，難以取得實習機會(若有亦屬較差醫院)，間接影響後續求職。台商背景之醫院目前正積極與當地醫學院尋求建教合作，解決實習權問題。
3. 台灣醫師赴大陸執業一般必須有三張執照，本地醫師執照

(可持台灣醫師執照換發)、醫療機構所發的聘用執照、專業執照(分科)。其中專業執照因為分科過細，台灣醫師僅能選擇單一領域，影響執業範圍。

4. 大陸醫學院體系複雜，實習制度亦不完整，導致水準參落差甚大。優秀醫師高度集中於三甲(醫院評等系統，共有三級，每級再區分甲、乙級)醫院，但由於分科細化，本地醫師可能較缺乏跨科能力。相對而言，台灣整體醫療訓練體系制度完整，優勢在於跨科整合與醫療管理。
5. 規劃醫療用地時必須經過社區居民公聽會，居民同意後才能推動，造成業者尋覓空間不易。
6. 台灣醫療產業赴大陸發展面臨根本性的侷限，即醫療與當地語言、文化密切相關，若針對當地民眾之醫療需求，必須聘用當地醫師以當地語言解說較易獲得認同；或是針對旅居當地國際人士，醫師則需有雙語能力。其次，當地民眾高度信賴當地三甲醫院，並不認為台灣來的醫師醫術較具優勢；另外由於醫術不佳的診所充斥街頭，醫師在當地社會地位並不如台灣高。
7. 兩岸醫療合作實務上牽涉問題甚多，首先是病患赴台就醫需審批，易遭到質疑大陸醫院亦有能力醫治，赴台就醫之必要性。其次後續家屬是否陪同前往，甚至是若往生後的處理等問題。至於病歷問題不大，目前電子病歷皆可跨醫院傳送，只是醫院對其他醫院的檢驗報告或病歷可能不會完全相信，因此還是需要再次做檢查。
8. 對於是否開放外資獨資經營醫院，部分醫院表示中外合資可以獲得行政上許多便利，純外資不一定有利。例如與醫療相關的政府單位除衛生部外，尚有衛生監察、醫藥監察系統，往來單位龐雜。其次，醫院不得自行進口藥物(機器設備若醫院設立有公司，並取得三證—進口商營業執照、醫療器械註冊證、稅務登記證，可以自行辦理)，必須經由特定醫藥進出口公司(國營)辦理。另醫院屬特殊行業，不能隨便設置，有專屬用地，一般而言，外資很難取得醫院用地，被迫必須與當地合作，因此獨資對台商而言不一定有用。

(三) 批發零售業

1. 目前外資投資零售業均無法取得煙草銷售許可，對於便利商店營收影響尤其顯著，希望能取得。
2. 地方政府為達成年度財政目標壓力，偶有催稅情形；不同層級政府間亦有爭取稅收劃歸當地的情況。
3. 司法單位對法律的認知與台商一般認知差距大，易產生爭議，例如店面房東個人有債務問題時，租店面者(台商)的帳戶可能會遭到凍結或強制取款；或企業法人代表之個人投資行為，董監事也可能被要求負有連帶責任。
4. 門市必須個別申請多張執照，例如消防、水電、稅務、街道辦等，對門市數量較多者，如便利商店之展店造成困擾。其次，特定業別開設門市必須經過環境影響評估，例如洗衣店、美容美髮店等，如有同一建築物內有任何住戶反對，就不得設立。
5. 相關規定對內外資有差別待遇，例如大賣場增加商業網點(分店)時，外資必須經過審批。雖已下放到省市級審批即可，但內資企業並不需經過此程序。

(四) 物流服務業

1. 跨省運輸仍遭遇限制，早期收費混亂等現象已幾乎消除，但掛外省車牌車輛要進入城區仍有特定時間、區域的限制，且取得執照不易，因此廠商都是利用客車(麵包車)等交通工具運送貨物或找地方車隊合作，大車開至郊區後換車進入；若走國道則無問題。為配送至終端點，廠商甚至必需雇用當地三輪車做為運輸工具。
2. 台商仍不易自當地銀行體系取得資金，主要是當地銀行還沒有「動產質押」概念，例如物流業所屬車隊車輛或倉庫裝卸貨架等設備，均無法成為擔保品。
3. 物流業提供跨區運輸服務，並在各地設立發貨倉庫，較容易引起地方政府間，對稅收劃歸有不同意見。
4. 台商因管理系統健全，加上目標明顯，很容易成為查稅目標；相對而言，當地企業規範程度低，甚至缺乏管理系統、數據可供查核，查稅時可能直接以單一稅率徵稅結案。

二、服務業台商經營中國大陸市場策略簡述

(一) 教育服務業(幼教)

1. 目前中國大陸非公辦之教育體系，主要包括三種型態：(1)以招收外僑子弟為主的國際學校，需經由中央審批；(2)中外合資，由縣級政府審批即可；(3)當地人士辦學，由縣級政府審批即可。法令依據則為 2002 年通過之民辦教育法。
2. 中國大陸政府對於學前教育十分重視，對於設立標準訂定嚴格規範，包括應有的教學設備、教師數量、空間規劃等，甚至已接近一般中學的規格。學校空間也不得任意改變使用目的，例如招收課後才藝班等，僅限定於原申請項目。

(二) 醫療服務業

1. 由於前述的限制性因素，台灣背景的醫療體系在中國大陸經營現況普遍不理想，主要以中高所得及外籍人士為目標市場。
2. 台灣背景醫院亦可申請醫療保險(醫保)定點，但申請後等於定位於一般民眾就醫市場，在台灣背景醫院營運成本偏高的結構下，不易與當地醫院競爭。另大陸醫保制度限定於戶籍地，除非至外地就業，雇主申請轉移，否則一般無法在外地使用。
3. 台灣背景的醫院對於患者的尊重以及高服務水準，仍較當地醫院具有優勢，例如對於問診過程患者隱私權的考量等；相對而言，當地醫院多停留在患者是上門「求診」的觀念。
4. 因為當地醫院提供眾多福利和年資無法接續等問題，台灣背景的醫院也不容易招募當地人才，僅能採取支援開診或後續轉診的方式合作。

(三) 批發零售業

1. 目前在中國大陸經營成功的零售業者眾多，整體而言，由於台灣消費文化發展較早，商業模式成熟，加上兩岸語言文化接近的優勢，大陸市場消費者接受程度高。但台商經營大陸市場的挑戰在於，如何於初期經營穩定後進行擴張，包括(1)管理人才儲備與制度設計，使所有門市服務品質一致；(2)產品持續研發創新，保持與競爭者的差距，維持消費者的支持；(3)門市數量增加後，必須建構資訊系統與數據庫，以管理龐大的體系。
2. 是否透過加盟擴充門市規模，業者的看法並不一致。但普遍

認在管理制度尚未健全之前，應先以直營型態為主，再逐步開放加盟。以免因加盟門市服務品質的差異，損及品牌形象。

(四) 物流服務/貨物代理業

1. 目前製造業台商在物流方面，仍以自行尋找運輸業者進行配送為主。但隨著深入經營三、四級城市市場，物流複雜度與成本均會增加，因此對專業第三方物流服務需求將提高。
2. 第三方物流業者提供製造業者自產品出廠後，至零售端點的整合服務，甚至是資訊系統的串連，提供存貨管理等服務。
3. 與物流業相同，貨物代理也已經允許外資獨資經營，但有資本額最低限制。目前中外貨物代理商為數眾多，運作模式一般由國外客戶指定，要求供應商與代理商合作。

(五) 餐飲服務業

1. 與零售業台商類似，餐飲服務業進入中國大陸市場的障礙不高，亦有不少成功案例。但主要挑戰在於研發出適合當地市場特性的產品，同時必須不斷創新，如更換菜單等，才能持續吸引消費者。另業者能否訓練出優質管理團隊，例如店長，以因應展店需求則是另一項挑戰。
2. 據了解餐飲服務業者對於財務分析能力普遍不足，特別是展店過程中的成本評估；其次業者亦缺乏適合之資訊系統進行整合，目前多直接延用製造業之系統，相關資訊服務業者應可提供協助。

(六) 旅遊服務業(旅行社)

1. 於中國大陸經營旅行社，「帶團業務」和「票務代理」必須分開申請執照，各分為三級，並分別由觀光和民航單管轄。帶團業務方面，三級旅行社僅能辦理國民旅遊(國內)；二級旅行社可以辦理入境旅遊；一級旅行社則可以辦理出境旅遊。目前中國大陸擁有辦理出境旅遊的旅行家數極少，根據業者提供數據，上海市 1020 家旅行社中僅有 42 家擁有出境權。另外大陸當地旅行社要辦理帶團赴台旅遊亦需審批，目前僅有 20 多家可以承做此業務。由於尚未開放外資獨資，台商多採合資或借牌方式營運。
2. 由於中國大陸旅行社主要由國營體系營運，如中旅、國旅、青旅等，加上台商旅行社能取得出境權、機票授權資格者不

多，赴大陸設立據點能發展的空間有限。目前多採取與當地業者合作，或在台灣承接陸客團接待行程(地接社)為主。不過目前陸客赴台旅遊低團費現象普遍，甚至出現負團費，獲利空間極小，僅能仰賴購物行程。

- 業者表示台商若赴大陸投資旅遊服務，結合傳統旅行社業務與展場規劃、週邊活動設計的會展服務產業或許是可以發展的領域，目前當地業者數量不多。

(七) 管家服務業

- 上海地區高級住宅區、外籍商務人士對於管家服務需求成長快速，業者預估目前需求約為 50 萬人，但供給量嚴重不足。運作方式多以仲介商人力派遣，或是雇主互相介紹為主，缺乏系統化管理。服務內容則多數為清潔打掃、做月子(月嫂)等。
- 目前部分台商規劃自台灣引進培訓體系，並結合當地學校家政科系等資源，發展專業管家體系，除傳統的居家清潔服務，將延伸提供幼兒教學、老年照護、生活助理等高階私人管家服務。

三、綜合建議事項

- (一) 台商建議應爭取申辦各項投資業務時，享有比外資或中外合資者，更優惠的條件，如流程簡化等；甚至是居民待遇等。
- (二) 台灣政府服務業相關主管單位對於台商於大陸市場發展了解程度仍有所不足，無法掌握兩岸產業競合現況與業界實際需求，不利於制定談判策略。
- (三) 受訪台商普遍認為台灣優勢在於人力資源(醫療管理、市場行銷、餐飲服務等)，並且由於服務業發展時間遠較大陸市場長久，是新興商業型態極佳的創新與試驗基地，表示願意提供經費補助，協助台灣畢業生或人才進入該企業任職或實習。
- (四) 開放外資獨資可以提供原本中外合資業者，規劃轉獨資時的法律依據，但並非所有台商都認為獨資較佳，必須依照產業別和企業營運實際需求而定。
- (五) 台商若將中國大陸市場定位為 Home Market，經營者必須親自坐鎮，才能真正了解市場特性，並針對市場變化立即反應。目前經營成效較佳者，經營者本人都親自坐鎮大陸。

- (六) 此次考察發現資訊系統(資訊服務)、中央工廠、財務規劃分析、物流服務等週邊服務產業對於台商拓展中國大陸市場扮演關鍵角色，特別是在華東初步打開市場、建立知名度之後，如何擴展至其他區域甚至全國市場，配套產業將是大區域系統運作的重要支柱。目前經營大陸市場成功業者，大多由內部團隊自行開發系統。
- (七) 對於完全由大陸市場崛起的台商品牌而言，與台灣建立聯結的主動性不高，僅可能在資金(回台上市)、人力資源方面提供部分資源。但資金取得方面，業者亦可在香港，或甚至部分台商亦規劃長期在當地上市。
- (八) 在大陸市場經營通路成本偏高，例如賣場上架費、贊助費等，形成資本有限的台商相當高的進入門檻。目前已在中國大陸市場成功建立行銷通路的台商，部分有意願提供流通平台，協助知名度尚不足的台商品牌打進大陸市場。政府可規劃相關機制，進一步鼓勵其搭載台商品牌，也與台灣相對建立較多的連結。

四、 出國訪程

年	月	日	起訖地點	工作紀要
99	8	16	台北-上海	啟程/訪談三之三教育集團
	8	17	上海	訪談上海辰新醫院/景康診所
	8	18	上海	訪談大潤發/象王洗衣
	8	19	上海	參訪達芙妮集團/上海台商協會連鎖委員會
	8	20	上海	訪談頂通物流/歲盛貨代/東南旅行社
	8	21	上海	訪談聯新國際醫療集團
	8	22	上海	訪談興百食投資公司
	8	23	上海	考察捷安特生活館/七浦成衣批發市場
	8	24	上海	訪談童欣管家服務公司
	8	25	上海	訪談一茶一座/考察大潤發/85度C
	8	26	上海	訪談明基電腦/考察百腦匯/國美電器
	8	27	上海	訪談電腦產業經銷商
	8	28	上海-台北	蒐集資料;19:30 抵台

附件三 中華經濟研究院出國考察人員 報告表-中國大陸北京市

填表日期：99 年 9 月 7 日

報告名稱	#1144 我國服務業拓展大陸市場遭遇貿易障礙之研究				
出國人員	史惠慈 研究員(8/22~8/27) 楊書菲 助研究員(8/22~8/28) 胡聚男 輔佐研究員(8/22~8/28)	隸屬單位	第二所 第一所		
出國地區	中國大陸北京				
出國期間	99 年 8 月 22 日~8 月 28 日				
內容摘要 (二百至三百字)	<p>此次至北京訪談主要訪問內容分為三個部分：(1)在中國經營服務業台商所遭遇之法規面經營障礙；(2)中國對外洽簽 FTA 之策略及目前所簽訂 FTA 對中國產生之衝擊；(3)中國簽訂 FTA 對中國紡織業影響。</p> <p>在中國市場經營服務業所面臨法規面障礙方面，此次訪談業者為經營旅遊業以及批發零售與物流產業。就旅遊業而言，中國雖然逐漸鬆綁對外資進入限制，然而其經營面上仍出現許多障礙，對於「靠行」經營的台資旅行社，尤其如此。除了業務範圍遭受限制外，國際機票取得以及收款問題，更是台資旅行社在中國經營的主要障礙。在批發零售與物流業方面，台商在中國經營物流業者不多，因此台灣商品不但要給予零售店上架費用，亦會被物流業者收取其他費用，使得台灣產品難以進入零售管道。</p> <p>就中國洽簽 FTA 策略方面，主要為彼此競爭關係較小、洽簽成功機率較高的國家。迄今中國對外已簽洽或正在洽簽的 FTA 數目共計 16 個國家或地區，然而中國目前 FTA 利用率並不高，平均約為 14%，其中以中國-東協 FTA 的利用率的 36% 為最高。而產率利用率低的主要原因為：(1)小型企業認為原產地規定取得成本與利益不相符，故不使用 FTA；(2)各國海關存在執行面的漏習及灰色地帶，使得廠商並不藉由 FTA 進入該國市場。</p> <p>整體而言，中國目前所洽簽 FTA 對中國衝擊很小，僅有部分農產品遭到影響，如龍眼、桂圓與大豆；在工業品部分，中國紡織成衣近年對於東協國家出口金額提高，此一現象值得關注。</p>				
國外地區 聯絡單位 及聯絡人	<ul style="list-style-type: none"> ● 拜訪喜鴻旅行社總經理/李傳益 ● 拜訪北京台資企業協會/林清發會長 ● 拜訪中國社會科學院亞洲太平洋研究所/張蘊嶺研究員 ● 拜訪中國紡織品進出口商會/張錫安秘書長 ● 拜訪中華人民共和國商務部國際貿易經濟合作院/劉雪琴主任 				
建議事項	詳考察心得				
院 長	副 院 長			主 管	

附註：一、本報告表返國後兩週內填妥。

二、本報告表於院長閱畢後送資料處理室上網，再歸人事組存檔。

考察心得：(可續下頁)

此次北京出訪行程，訪問議題分別為(一)中國經營服務業之台商所遭受到法律面與制度面的經營障礙、(二)中國對外洽簽 FTA 之策略及影響、以及(三)中國紡織產業概況及 FTA 洽簽後之影響。以下將依上述三項訪談議題分別描述。

(一) 台商在中國經營服務業面臨之法律面、制度面障礙

1. 旅遊業：

早期中國旅遊業皆為國營單位，而公務人員出國比重占全中國七至八成，因此中國旅遊業可說是為公務需求而生之產業。自 2002 年對外開放旅遊業後，中國旅行社的家數逐年增加，由 2003 年的 13,361 家增加至 2008 年的 20,691 家，然中國政府在法律面及制度面對外資經營仍有眾多限制，且各家大小旅行社功能相似、產品雷同，長期下來價格為主要競爭手段，不利中國旅行業發展；為使中國旅行業的結構改善，中國政府在 2008 年舉辦奧運之際則著手旅行社合併並有限度地開放民營。雖然中國政府對外資(含台資)進入中國旅遊業市場法律限制逐漸鬆綁，但其內規仍存在許多限制，以下依各點分別敘述

(1)業務範圍限制：台資旅行社一開始只能承辦入境業務，經過 1~2 年後，有「實績」經旅遊局審核後才可承辦國際出境業務，然而所謂的「實績」並未公布標準數據以供評斷，此灰色地帶致使許多用心經營的台商未能順利獲得承接出境業務的許可。

(2)台資旅行社靠行限制：由於中國的法規限制經營者身分，同時對於註冊資本、經營業務範圍均有限制，因此台資旅行社進入中國市場改以「靠行」方式進入中國市場，而中國企業為了減輕外資進入所產生衝擊，將各個業務切割分包(如分為歐洲部、東南亞部等區域)授權給外資承包，且一開始僅允許外資經營一個區域。

(3)跨區經營問題：雖然中國官方已許可外資可以由獨資型態進入旅行業，但是中國跨區經營仍出現問題，受到區域法規限制，如北京經營的旅行社不能申請上海地區的簽證業務(不同區域須申請不同執照)。

(4)票務取得問題：旅行社最重要的功用為將各類觀光旅遊資源整併後，再將產品賣給消費者，然中國的旅行社除須有一張旅遊執照外，尚須有一張票務執照。票務業務屬民航局所負責，因此儘管旅遊局放寬許多外資旅行社的經營限制，然民航局仍限制外資旅行社之國際機票業務執照(中國國內機票取得則沒有限制)。中國的票務有其自己的系統，致使旅行社有安排旅遊的能力，卻無法取得機票。

(5)收款問題：中國旅行業相互往來存在「對沖」的習慣，期間約為三個月，而這一部分有可能會使得台資旅行社與中國旅行社貿易往來時無法取得款項；更甚者，有可能中國業者可能藉由拖欠台資旅行社款項，而提出接待台資旅行社部分業務的建議，此舉更將台資旅行社陷入泥濘，因為中國旅行社反而提高價格，令台灣旅行社平均獲利減少。此外，在「買名額、買發票」風氣盛行之下，所承接的客戶來源不清楚亦提高經營、收款的難度。另一方面「對沖」亦衍生其他問題，台資旅行社承辦大陸旅客赴台旅遊業務，台灣政府要求旅行社先簽訂款項已全收齊的文件，才允許陸客來台，然而實際上因對沖之故，旅行社並非獲得款項，故產生帳務糾紛時，此項文件之簽署則使得台資旅行社在法律上處於不利之位置。

2.批發零售業與物流業：

批發零售業是中國服務業中開放程度較高者，隨著中國大陸物流業對外開放，外資進入改變了中國零售業者的規模及型態的發展，大致上可分為專業店、超市與百貨店；其中外資進入型態主要為大型賣場，並且開始嘗試新的營業型態，如便利商店，且在 2008 年中央將審批進入權力下放地方(省市)後，外資進入家數發展更快。至於批發業方面的開放程度，相對於零售業為低，但部分外資仍可藉由零售品牌打進批發市場，此外，外資批發業者的主要客戶群為中小型零售商。

根據 2009 年中國連鎖經營協會所發布的「中國連鎖百強」報告，百大銷售規模已達 1.36 億人民幣、成長率為 13.5%，為自 1999 年統計以來漲幅最小的一年，代表整體零售業發展速度趨穩。此外，2009 年外資成長速度明顯高於中資企業，20 家外資企業銷售成長率以及門市成長率分別為 20.4% 和 15.7%。

至於物流業方面，2009 年中國物流業產值達人民幣 2.3 兆元，成長率為 7.3%，占整體服務業產值的 16.1%，然而目前約有 90% 的物流仍由企業自己完成，第三方物流市場營業額僅占其中的 10%。整體而言，物流業者

2009 年營運普遍效益不佳且主要業務利潤下降，其原因在於：(1)第三方物流需求較為不足，且出口相關物流需求上升緩慢、(2)物流企業各環節稅率不統一，如運輸、裝卸的營業稅為 3%，倉儲、配送的則為 5%，影響企業整體運作。

而台商在中國市場經營物流業者不多，因此許多台商所產商品在中國市場不但要給予店家上架費，亦要給物流業者部分費用。目前北京地區已有台商經營物流業，促使台灣商品能減少給予物流業者費用，目前所代理產品有酒類(金門高粱)等。

(二) 中國對外洽簽 FTA

1. 中國對外洽簽 FTA 概況

中國社科院針對中國 FTA 利用率的進行兩次研究，第一次為直接訪問 232 家企業(分布在 15 省)，其中以中國-東協 FTA 的利用率最高(29%)，而各 FTA 平均利用率則為 10%；第二次則在 2009 年針對中國六省(湖北、重慶、廣東、雲南、廣西及江蘇)進行直接訪談，中國-東協 FTA 利用率則提高至 36%，各 FTA 平均利用率亦提高 3%~4%。值得一提的是，中國-巴基斯坦的利用率雖然在 5% 以下，但是由於巴基斯坦極具市場潛力，故部分受訪廠商對於此 FTA 有較高的興趣；此外，中國-智利 FTA 利用率則沒有顯著提高。而中國為推廣 FTA，商務部會針對進出口官員與企業高階主管開班。

2. 中國對外洽簽 FTA 策略

由於中國扮演全球製造業生產工廠的角色，因此與已開發國家洽簽 FTA 時會面臨較大阻力，故目前及往後幾年中國 FTA 洽簽對象多為不具競爭關係的小國；而此洽簽對象選擇除了成功機率較高外，亦可做為試探性地研究中國對外洽簽 FTA 之影響。

此外，中國與各國洽簽 FTA 亦遭遇一些阻礙，如澳洲為美國同盟國，美國態度即會影響中國與澳洲洽簽 FTA 進展，且澳洲為資源大國，若是與中國簽訂 FTA 後將使中國能夠順利地取得許多資源，因此中-澳 FTA 談判過程較為艱難。就中日韓 FTA 而言，各自利益糾結很深、進展困難，而日本首相時常更換亦影響中日韓三國洽簽進度。2008 年金融危機所引發的外部壓力，使得中日韓 FTA 進展得以加速，然近期全球景氣回溫則使得壓力

減小，中日韓 FTA 洽簽速度亦有隨之減緩傾向。值得注意的是，日本也應為在金融危機壓力解除後，開始建議從「東協+3(中日韓)」延伸至「東協+6(中日韓印澳紐)」，顯見日本對於與中國簽訂 FTA 的態度轉換。此外，日本與中國談判時非常著重於投資與服務貿易方面，而中國方面則強調必須加入商品一起談判。

3. 中國對於服務業開放想法：

中國業者與學者對於中國服務業開放是相當贊同的，其主要原因認為可藉由服務業開放達到(1)擴大內需、調整產業結構；(2)有助中國從二元經濟體朝向一元經濟體之轉變；(3)目前中國服務業所占比重僅為 50%左右，故通過服務業開放可促進中國貿易增長；(4)2030 年中國將會面臨嚴重的人口老化問題，屆時家政服務、社會服務等需求將快速提高，服務業開放即可帶動相關產業發展。然而，亦有業者認為中國服務業目前競爭能力相對不足，而其他國家與中國簽 FTA 必然會希望中國開放服務業市場(如日本)，因此服務業開放是要謹慎考量的。

4. 中國對外洽簽 FTA 影響及問題

中國-東協 FTA 簽訂早收項目時，中國方面將農產品全部開放，依據中國學者研究，中國農產品對東協開放對中國農業部門所造成的衝擊非常小，其原因在於(1)農產品作物種類不同、(2)東協產品主要為中國北方銷售，對於產品較為類似的南方而言沒有太大影響、(3)中國農產品出口需求持續上升。然而仍有少數省分產品遭受衝擊，如海南、廣西的熱帶水果(龍眼、桂圓等)則被東協國家取代，以及大豆與棉花亦受部分影響，中國大豆的產量低、出油量小，因此易受他國取代，而棉花則是在簽訂後需求上升，導致供應量不足。就工業產品而言，工業產品主要分為原材料、半成品以及製成品，基本上原材料與半成品的關稅本來就不高，因此所產生的衝擊有限，而東協製成品在中國市場不具競爭優勢，因此開放後對中國產生的衝擊極為有限。

此外，中國學者研究所洽簽的 FTA 亦發現一些問題：(1)中國中小企業過多，尤其是小型企業再取得原產地規定證明所花費之成本與所得利益不相匹配，因而認為 FTA 效益不高，故不使用 FTA；(2)研究結果顯示，對中國出口商而言，擴大出口效益並不明顯；(3)各國海關存在漏洞，由於廠商通常委通代理人報關，而以往報關時可能會少報以減少須繳的關稅，此一現象亦造成 FTA 使用率較低，另外東協某些國家海關可能會對使用 FTA 的

廠商以及一般程序的廠商有不同待遇，進而造成廠商不使用 FTA。

(三) 中國紡織產業概況及 FTA 洽簽後之影響

現階段中國紡織業成長率低，屬於穩定成長的階段；而在金融危機後，紡織服裝所受之衝擊亦較低，2009 年紗線、面料出口則首先恢復，而服裝出口恢復則較為落後，但服裝成衣的成長力道高於紗線、面料。由於成本因素考量，簡單款式的服裝成衣在中國生產則越來越不具競爭力，因此許多中國紡織業者(含台商)已逐漸轉至東協設廠生產。就紡織產業而言，以柬埔寨生產成本最低，如巨揚(台資)近年積極在柬埔寨布局，但其缺點在於貿易環境較不穩定；生產成本居中者則為越南；東協生產成本較高者則為馬來西亞。然而越南、柬埔寨等地的工會勢力相當龐大，對於中國紡織業者投資較為不利。

中國-東協 FTA 整體而言，對中國所造成的衝擊有限，且就紡織成衣產業而言更是如此，主要原因在於中國有較為完整的紡織服裝產業鏈。然而，東協存在許多灰色地帶，當地政府亦會利用各種理由增加費用，這類不規範運作使得紡織品的 FTA 利用率不高。值得注意的是簽定 FTA 後，中國成衣出口至東協市場明顯提高，其中尤以印尼為甚，雖然訪談過程中國學者及業者皆認為其原因在於先前東協國家自中國進口成衣基數較低，或者是進口品多為配飾、附件之故，然根據資料蒐集發現，由於印尼海關收賄讓國外成衣非法進入之故，早在 2005 年印尼即受中國走私紡織成衣之衝擊，而簽訂 FTA 是否使其非法走私貨品浮現檯面，此一現象值得關注。

未來中國服裝產業將著重在品牌開發，如上海絲綢集團所創的 Lily 品牌即為一例。此外，中國紡織品進出口商會亦在上海昆山成立出口培育基地，其中第一層至第三層為紡織品展示、第四層為產品設計，該基地並舉辦國際論壇等活動。另一方面，「環保」已於十二五計劃中提出，因此未來印染的環境要求勢必會較為提高，不利中國印染發展。

(四) 建議事項

由此次於北京與業者、學者進行訪談中，得到許多寶貴的資訊及想法。根據本次訪問結果，提出下列建議，以供政府相關單位參考：

1. 應分析中國各產業經營障礙：

中國市場存在許多潛規則，不利外資企業經營，如旅遊業者雖然可以安

排旅程規劃，但是在沒有取得票務證照下，使得旅行社無法取得機票。而各個產業有不同的法律面或經營面障礙，故應針對不同產業深入分析，才有利將來與中國後續 FTA 談判的進行。

2.應注意 FTA 簽署後之落實：

中國 FTA 的利用率很低，平均僅為 14% 左右。分析其原因除企業規模小，使用受益不大外，東南亞國家執行面的灰色地帶也是主要原因。此點日本也提出相同看法，故 FTA 談判結束之後，如何有效落實 FTA 更形重要。

3.中國成衣出口對其 FTA 締結國衝擊：

雖然中國與東協的成衣產業皆相當發達，但在東協-中國 FTA 尚未實施前，中國成衣即衝擊部分東協國家，尤以印尼為甚；2005 年印尼進口紡織成衣即有三至四成屬於非法進口。而在東協-中國 FTA 執行後，中國成衣雜項對東協的出口成長快速，出口金額由 2000 年的 7.27 億美元（約占中國成衣總出口的 2.0%）上升至 2009 年的 40.98 億美元（約占中國成衣總出口的 3.4%），年平均成長率為 21.18%，其中印尼、馬來西亞、菲律賓、越南及泰國的年平均成長率約在 30% 以上，寮國則是因為基期值過低，所以成長率偏高（年平均成長率約為 463%）。此一現象對台灣而言，須注意防範。

(五) 行程表

8 月 22 日(日)	台北 - 北京	晚上抵達
8 月 23 日(一)	北京	上午拜訪喜鴻旅行社李傳益總經理 下午拜訪捷安特林清發董事長(北京台資企業協會會長)
8 月 24 日(二)	北京	上午拜訪中國社科院
8 月 25 日(三)	北京	下午拜訪中國紡織品進出口商會
8 月 26 日(四)	北京	上午拜訪中國商務部國際貿易經濟合作研究院中貿研究院
8 月 27 日(五)	北京	蒐集研究資料
8 月 28 日(六)	北京 - 台北	晚上抵達台北

附件四 中華經濟研究院出國考察人員 報告表-中國大陸福州市

填表日期：99 年 9 月 15 日

報告名稱	#1144 我國服務業拓展大陸市場遭遇貿易障礙之研究				
出國人員	劉大年、石孝榮		隸屬單位	第二所	
出國地區	中國大陸福州市				
出國期間	99 年 8 月 29 日至 9 月 3 日				
內容摘要 (二百至三百字)	<p>此次考察目的主要包括兩部分，一為參加海峽科技論壇，出席台灣工業研究院董事長蔡清彥先生之「兩岸產業合作機會與展望」以及中國工程院院士張彥仲先生之「大飛機工程及先進製造技術」之專題演講；其次為陪同工業局長杜紫軍先生考察海西特區，包括泉港石化專區、福清冠捷電子、青口汽車工業區、洪寬工業區及平潭島。</p> <p>自 ECFA 簽訂後，福建及海西區由於地理位置的因素，積極發展對台灣經貿交流與合作，因此海西區將其建設定位設為 4 點：兩岸人民交流合作先行先試區域、服務週邊地區發展新的對外開放綜合通道、東部沿海先進製造業的重要基地、重要自然和文化旅遊中心。</p> <p>為了能落實海西區在發展上的戰略，福建特別希望能夠爭取在 ECFA 之外賦予該省部份特定區域實行特殊優惠的台商投資專案，加快推進福建與台灣業已形成的各類產業合作的搭橋專案，並根據台閩產業合作的特點和現狀，福建目前規劃的重點區域為數個台商特殊政策投資區、平潭綜合實驗區、古雷台灣石化產業園區。</p>				
國外地區 聯絡單位 及聯絡人	福建省科學技術廳副廳長 何靜彥 福建省科學技術廳主任 周慶惠 福建省人民政府台灣事務辦公室副主任 吳國盛 福建省人民政府台灣事務辦公室經濟處處長 謝績華 福建省人民政府台灣事務辦公室處長 陳式海 福建省人民政府台灣事務辦公室 黃陽輝				
建議事項	1、海西區可作為兩岸 ECFA 無法突破下的備用方案，若無法爭取中國對台全面開放時，可以考慮在海西區先行先試。 2、海西區的先行先試以服務業為主，尤其是管制性服務業；製造業則為輔。但製造業應以內銷免關稅為前提進行兩岸垂直分工。 3、海西區必須給予特殊、具體的優惠措施吸引台商。 4、台灣可以前瞻性地規劃未來兩岸合作之產業、模式、區域等，提出對我方				
院 長		副 院 長		主 管	

附註：一、本報告表返國後兩週內填妥。

二、本報告表於院長閱畢後送資料處理室上網，再歸人事組存檔。

考察心得：

此次考察收穫主要可分為針對於福建整個產業發展面向、平潭島綜合實驗計畫區發展之誘因等兩部份做一說明：

一、考察福建產業發展之總結：

經由此次實地考察及與拜會福建各部會官員的結果，可歸納出福建目前主要發展的重點產業，並希望能透過釋出額外的優會來吸引台商投資，福建針對其欲發展之重點產業所提出之優惠措施：

1、石化：

泉港台商投資區以推動每年 100 萬噸輕油裂解（乙烯）的建設，加快石化中下游產業鏈深度延伸，並憑藉當地煉油基礎，使台灣高端石化中下游產業向泉州轉移。另外還設立地理條件優良的古雷半島為石化區。

2、機械：

福建希望能和台中的精密機械工業聚落建立點對點的接觸，合作生產，福建也會向中央爭取對台商關於精密機械的特定優惠，使海西成為台商進入大陸市場的橋頭堡，並以精密機械產業做為與長三角與珠三角產業型態的劃分。福建也提出如果兩岸合作生產精密機械，兩岸原產地的附加價值比率可以合併計算。

另外人才、稅收、供應鏈等部份為目前對於台灣精密機械招商的三大問題。在人才部份福建有關當局已知會重點學校培養所需人才，利用在青口生產奔馳（朋馳）的模式移植到精密機械產業；另外年底江陰至台中的航線也將開通，大幅縮短兩地之間的交通時間，對於吸引台灣人才進駐也頗有助益。稅收部份則將會納入未來三個月兩岸再次交流的議題來協商。供應鏈部份方面，三明擁有優質的鑄造件生產工廠，以及福建將會在江陰等地設立鑄造廠、鈹金廠等來建立初步的供應鏈體系，維持基本的產業需求。

3、汽車：

此次考察的東南汽車希望能夠和台灣方面的中華汽車加強合作，東南認為關鍵在於自主研發能力的提升。以往東南的技術由三菱導入，取得部份有限，希望爾後能夠藉由台商零組件的製造能力，並利

用 ECFA 進口台灣的零組件以及台商擅長的低成本優勢來發揮綜效。此外如果東南生產的汽車能夠進入台灣市場的話，希望台灣方面能取消貨物稅。

在汽車電子部份，福建希望未來可在針對該部份在 ECFA 後續協商上設立專項，建立合作平台，並且讓兩岸的研究機構合作研發。此外兩岸汽車合作空間很大，如果台商有意發展電動車，福建可採取定點推行做為示範，例如可利用福州公車路線做為電動公車及智慧型公車資訊的示範，並推動產業與市場的結合。

4、電子：

目前冠捷在福清的生產線主要為 32 吋以下的電視，福清當地希望台商能夠來設立六代廠，加速當地產業升級。另外福清也認為該地區位優良，可利用與台灣的供應鏈互補，福清生產後運輸至台灣製做成品，透過台灣將產品幅射到世界各地。

冠捷希望 ECFA 能夠加速落實，以及中國方面能夠提供更優惠的稅率，加之如果福清、平潭、江陰保稅區三地能連成一線，發展產業供應鏈，將會對台商很有幫助。

5、服務：

服務貿易方面可以考慮先擴大優惠措施，例如台灣的銀行直接設立分行或承辦人民幣業務、以廈門做為兩岸的金融中心；教育、醫療等也可給予特定優惠。

二、考察平潭島綜合實驗計畫區之總結：

考察平潭島開發案部份，當地政府所提出之投資誘因可如下列所述：

- 1、平潭島應成為 ECFA 落實先行先試的平台，並設立海關特殊監管區，提供保稅、免稅等功能。
- 2、加快建設平潭島的步伐，在 20 年內完成廈門花費 30 年發展的成果。環島公路將於今年開通，島內其他主要幹道也將在近期將開工，整個島上的基礎建設將投入 1000 億人民幣發展。
- 3、平潭島已向中央爭取到的 3 項政策：1) 企業稅收繳交予福建省的部份將全數退還、2) 省的權限將下放給平潭便宜行事、3) 更為寬鬆的土地

運用方式以加速開發。

- 4、平潭島將爭取另外3項政策：1) 比較高新技術園區，將提出所得稅率適用15%的水準、2) 比照香港建設成自由貿易島，進口免徵關稅並在島內加工後可免稅銷往內地、3) 旅遊免稅。
- 5、計畫實行扁平化行政組織，將目前的三級政府簡化為一級政府，提高行政效率。
- 6、開通開往台灣的快輪航線。
- 7、計畫開發成智慧島，台灣的通信系統、悠遊卡等可於平潭島使用。

此次考察最大的收穫則在於兩岸將確定建立常態性的溝通道，協定每3個月進行一次交流，雙方將就特定議題提出各項意見及可行性分析等結果進行討論，將兩岸對於海西特區的發展面向進入到具體操作層面而非方向性的討論。

三、出國行程表：

日期	地點	行程
8月29日(日)	台北 福州	17:00-18:30 台北至福州(復興航空) 19:30 福建省台灣事務辦公室(省台辦)晚宴
8月30日(一)	福州	上午 海峽科技論壇 下午 拜會科技部曹副部長 18:00 福州市晚宴
8月31日(二)	福州	上午 赴青口參訪東南汽車及其協力廠 15:00 拜會福建省發改委 16:30 拜會省經貿委
9月1日(三)	福州 泉州 福清	08:00 赴泉州考察泉港台灣石化專區 12:00 泉州市宴請 13:30 赴福清，考察冠捷電子 !8:00 福清市宴請
9月2日(四)	福州 平潭	08:00 赴平潭島，考察平潭實驗區建設 12:00 平潭管委會宴請 13:30 陪同工業局長至福州機場搭機
9月3日(五)	福州 台北	11:30 搭機抵台

我國服務業拓展大陸市場遭遇貿易障礙之研究/劉大年計畫主持.—初

版.—台北市：行政院經濟建設委員會，民 99

面：表，公分

編號：(99)

委託單位：行政院經濟建設委員會

研究單位：中華經濟研究院

1.服務業

489.1

我國服務業拓展大陸市場遭遇貿易障礙之研究

計畫主持人：劉大年

委託單位：行政院經濟建設委員會

研究單位：中華經濟研究院

出版機關：行政院經濟建設委員會

電話：02-23165300

地址：臺北市寶慶路 3 號

網址：<http://www.cepd.gov.tw/>

出版年月：中華民國 99 年 11 月

版次：初版 刷次：第 1 刷

編號：(99) (平裝)