

# 中国与中东欧国家服务贸易合作前景分析

杨丽华

21世纪以来,全球服务业和服务贸易发展势头强劲。目前,服务业占世界经济总量的比重为70%,主要发达经济体的服务业比重达到80%左右,服务出口占世界贸易出口的比重为20%左右。服务业跨国转移已经成为经济全球化的新趋势,服务贸易成为推动世界经济增长的新动力。

近年来,中东欧国家整体经济呈增长态势,经济结构调整加速,服务业和服务贸易发展潜力巨大。中国与中东欧国家经贸合作历史悠久。2004年以来,随着部分中东欧国家陆续加入欧盟,中国与中东欧国家双边贸易发展空间进一步扩大。可以说,中东欧国家在中国对外经贸关系中具有重要的战略地位。在考虑发展与中东欧国家的经贸关系时,中国既要放眼世界,又要着眼未来。

2012年4月26日,中国国务院总理温家宝在波兰首都华沙出席了“第二届中国—中东欧国家经贸论坛”,包括14位总理、两位副总理在内的中东欧国家领导人出席这一盛会,体现出中东欧各国对发展对华关系的重视和期待。温家宝总理发表重要讲话,提出深化中国与中东欧国家关系的12项举措。这些举措在中国与中东欧国家关系中大多是开创性的,将推动中国与中东欧国家关系迈上新台阶<sup>①</sup>。

正是在这次经贸论坛上,温家宝总理令人瞩目地提出力争2015年中国与中东欧国家贸易额达到1000亿美元的目标。要实现这一翻番目标,就必须改变中国方面长期贸易顺差的局面,改变贸易产品结构单一和双边投资

规模偏小的现状。而解决这些问题的方向之一,就是要相互扩大市场开放,大力拓展双边服务贸易。

## 一 中国与中东欧国家经贸合作及中国服务业的优势

中国与中东欧国家的经贸合作状况,可以用12个字概括:发展快速、领域拓宽、潜力巨大。从增长的角度看,2001年,双方贸易额仅43亿美元,2011年就达到529亿美元,年均增长27.6%。其中,中国自中东欧国家的进口年均增长30%。

从合作领域看,中国企业在中东欧地区的贸易和投资活动日益活跃,除传统领域外,双方在金融、旅游、法律服务和基础设施等服务领域的合作也逐步增多。

从市场前景看,中国与中东欧国家贸易额占各自对外贸易总额的比重都不足4%,占中国与欧盟贸易总额的比重也不足10%,发展空间极其广阔。

事实上,中国无论是实施外贸市场多元化战略,还是实施企业“走出去”战略,都把中东欧地区作为战略重点。发展与中东欧国家的服务贸易,必须研究中国的竞争优势。虽然从比较优势的角度看,中国服务业的大多数行业

作者系国际商报社周刊中心主编。

① [http://news.xinhuanet.com/politics/2012-04/28/c\\_111860875.htm](http://news.xinhuanet.com/politics/2012-04/28/c_111860875.htm)

不具优势,但是,如果换个角度看,随着中国经济实力的增强及中国发展服务业和服务贸易的国家战略的形成,中国发展服务贸易具有四大优势。

### (一) 市场优势

相关统计显示,2000~2011年,中国服务进出口总额从660亿美元增至4191亿美元,年均增长18.3%,在全球所占比重从2.2%增至5.2%,世界排名也由第12位上升至第4位。2011年,中国服务业在国民经济中的比重达43.1%;服务业吸引外资552亿美元,首度超过制造业成为利用外资最多的领域。目前,中国服务业仍处于发展初期,市场容量大概超过2.4万亿美元。预计到2015年,中国将有望成为世界最大的消费市场。中国社会对家政服务、教育培训和医疗保健等领域的服务需求将不断释放,对金融、技术和旅游等领域的服务需求将快速增长,其中出境游客将达到8800万人次,中国国际航空运输市场也将达到360亿吨公里的规模<sup>①</sup>。

据美国相关机构预估,未来20年,中国服务业市场将扩大到12万亿美元的规模,达到美国的水平。这个大市场对中东欧国家的吸引力是不言而喻的。

### (二) 资本优势

世界银行在2000年首次提出,一个国家或者一个企业,其发展依靠三大资本,即人力资本、物质资本和自然资本。中国经济学家胡鞍钢在此基础上又增加了两大资本:国际资本和知识资本。他认为,五大资本是一个国家、一个地区或一个企业在21世纪竞争中最重要资本<sup>②</sup>。实际上,中国的国情就浓缩在上述五大资本的变化中。从发展趋势看,中国的国际资本、人力资本和知识资本一直呈上升态势。中国最大的优势是人力资本,虽然知识资本目前仍然不具优势,但正在迅速积累。这一观点已经被近几年中国经济发展的事实所证明,特别是为现代服务业的发展和贸易的快速

增长所证明。

五大资本的累加可以定义为总资本,即一

个国家广义的积累率和储蓄率。目前,中国外汇储备超过3.3万亿美元,大概是中东欧国家经济(2011年GDP)总和的两倍左右。

当前,中国在全球金融中的权重越来越大。因此,如何形成强大的金融资本与产业资本的合力,让资本成为新的比较优势,就成为重要的课题。

有人指出,中国需要实现两个重要的战略转型,以使中国经济在全球价值链上获得更大的竞争优势:一是开放型经济向更高层次的转型,从商品输出走向资本输出;二是资本开放战略的转型,从资本集聚到资本辐射,由此形成强大的金融资本与产业资本的合力,让资本成为新的比较优势,使本国资本效率得到充分提高,积极向金融分工链的高端推进。

### (三) 制造业服务化的优势

所谓制造业的服务化,是指制造业的服务投入加大,服务产出的比重上升。作为制造业大国,中国庞大的并不断升级的制造业,对生产性服务产生巨大需求。

以技术研发、数字设计、流程控制和市场营销等业务为代表的现代服务业在中国拥有广阔的市场。随着中国开放型经济的不断提升,中国企业对外投资合作正步入快速发展期。在中东欧国家投资的中国企业对咨询、法律、会计和金融等各种专业服务产生了旺盛的需求,这将为中东欧国家相关服务企业提供丰富的商业机会。

### (四) 后发优势

几十年来,中国过度倚重加工制造业,而对设计、研发、市场管理这些上游产业重视不够。中国服务贸易长期处于逆差,与中东欧国家的服务贸易总体上也是逆差状态。现在,发展服务业和服务贸易已经上升为国家战略。

1978年以来,中国一直在享受“开放红

<sup>①</sup> 吴力:《中国服务需求将不断释放》,《国际商报》2012年5月28日。

<sup>②</sup> 胡鞍钢:《推动中国发展的五大资本及最大优势》,http://finance.sina.com.cn

利”。在发展中国家中,中国服务业开放度最高:在世贸组织规定的160个服务业门类中,中国已开放106个。但是,中国服务业的垄断现象依然存在,整体开放度还比较低。在扩大开放中推动服务贸易发展,以开放促进服务业发展,已成为各界的共识,并逐步落实于各项政策和举措之中。

总之,随着中国产业升级和产业融合趋势的加快,城市化进程加速,社会保障体系逐步完善,生活性服务、生产性服务和公共服务的需求迅速扩大,发展服务经济的后发优势则十分明显。

## 二 中东欧国家服务业发展及其前景

如果分析一下温家宝总理在“第二届中国—中东欧国家经贸论坛”上提出的12项举措的具体内容,就会发现,其中主要的或者说大部分内容都涉及服务贸易,如设立总额100亿美元的专项贷款,其中配备一定比例的优惠性质贷款,重点用于双方在基础设施建设、高新技术和绿色经济等领域的合作项目;与中东欧国家积极探讨货币互换、跨境贸易本币结算以及互设银行等金融领域的合作,加强对务实合作的保障与服务;成立中国—中东欧交通网络建设专家咨询委员会,共同探讨通过合资合作、联合承包等多种形式开展区域高速公路或铁路示范网络建设<sup>①</sup>。这些举措提出的背景是:中国正在加快转变发展方式,调整产业结构,加速发展服务业和服务贸易;中东欧国家同样面临转变发展方式及调整产业结构的艰巨任务;双方服务产业存在互补性,发展双边服务贸易具有现实意义。

从总体上看,欧债危机对中东欧国家影响有限,各国经济正处在稳定增长期。为了缩小与欧盟发达国家的差距,中东欧国家纷纷追赶欧盟,接轨欧盟,因此催生了服务业市场的大量需求。这里,我们主要分析工程建筑服务和信息服务市场。

### (一) 承包工程和建筑服务市场空间广阔

当前,中东欧各国政府都在致力于基础设施的完善和现代化改造,吸引外资建设工业园区、科技创新园区和商业物流中心,加强环境建设、村镇社区建设和住房建设。同时,为了与欧盟标准保持一致以满足欧盟要求,中东欧各国都纷纷提高宽带网络覆盖率,确立电信市场长期发展战略,增加市场透明度;加快公路建设,特别是加强跨国公路及区际公路建设的区域合作,以提高各个国家以及整个区域的外资吸引力;加强铁路网络建设。这一切无疑为中东欧各国建筑业提供了广阔的发展空间,也给国际承包商提供了很大的商机。

从一些中东欧国家发布的基础设施发展规划就足以看出该地区承包工程和建筑服务市场规模之大。2010年12月,罗马尼亚政府制定了2011~2020年国家基础设施发展规划。该规划的优先项目主要集中在发展区域基础设施和环境基础设施领域,包括建设和改造1万公里县乡公路,总投资额约为86亿列伊;对农村地区进行现代化改造,总投资额约为55.9亿列伊;建设污水处理系统,总投资额约为19.35亿列伊;建设供水系统,总投资额约为10.75亿列伊;实施环境和水资源管理项目,总投资额约为13亿列伊;建设水资源管理基础设施和防洪设施,加固和改造堤坝,保护沿海地区等,总投资额约为24亿列伊。上述所有项目的服务提供商、承包商和供应商均可申请获得国家担保的银行贷款<sup>②</sup>。

2011年2月,斯洛文尼亚政府制定了2023年前铁路发展规划,以充分发挥其位于欧洲“第五走廊”和“第十走廊”的地理优势。根据该规划,斯洛文尼亚政府中期将实现下列目标:维护D3类轴载重(每个轴载重225千牛顿,每米载重72千牛顿);使边境段铁路实现电气化;按照欧盟指令,2016年之前将全部铁

① <http://www.xj71.com/2012/0427/666337.shtml>

② <http://ro.mofcom.gov.cn/aarticle/jmxxw/201012/20101207279055.html>

路线升级改造,实施安全措施;将第五通道和105铁路线的车速至少提升至每小时160公里;翻新或重建部分铁路线<sup>①</sup>。

2009年7月,保加利亚公路基础设施署的报告指出,保全国基础设施建设全部完成和现代化需165亿欧元的资金。其中,耗资最大的是水利基础设施建设,需95亿欧元;其次是公路建设,需37亿欧元;铁路建设需33亿欧元<sup>②</sup>。近几年来,保加利亚交通运作项目投资总额达20.03亿欧元,主要用于在保境内修建泛欧交通走廊,将全国交通网络与欧盟连成一体。到2012年5月,保加利亚在欧盟交通运营计划框架内的在建项目总投资达36亿列弗。对于那些未获得欧盟基金资助的项目,如交通领域基础设施项目及港口和机场特许经营权项目等,将采用公私合作模式来开发。

波兰和捷克工程建筑市场同样可观。波兰将在10年内建成首个机场商业城。据波兰媒体2012年3月16日报道,华沙肖邦国际机场负责人对外宣布,波兰将利用10年时间在肖邦国际机场周围建成一座集办公楼、购物中心和娱乐设施为一体的现代商业城,预计项目总投资为10亿兹罗提,占地22.5公顷。目前机场方就项目细节已与感兴趣的投资商和开发商举行商洽,有望在两年内启动建设工程。据捷克有关部门预测,今后10年,捷建筑工程总额至少达3.2万亿克朗(按目前汇率计算约为1488亿美元),其中大部分工程都与政府公共投资、外资或欧盟基金援助项目有关。

## (二) 信息服务及服务外包市场潜力巨大

近年来,中东欧国家电信市场发展迅速,普及率大幅提高。大部分地区均有固定和移动通讯覆盖,网民数量增长迅速,电子支付系统应用逐步普及,企业对网络和电子商务的使用也稳步提升,市场前景广阔。

通过电子商务开展业务的保加利亚企业在过去两年成倍增长。2009年,通过网络获得订单的企业达到了4.2%。但总体来说,保加利亚在电子商务和宽带互联网接入方面居欧盟倒数第一位,许多小城镇和农村地区甚至缺

乏基本的网络设施。据欧盟统计局的相关数据,2008年,仅有6.4%的保加利亚人使用互联网与政府部门进行互动。因此,保加利亚政府通过了国家宽带网建设战略,计划在未来几年加强小城镇宽带互连网络建设,到2013年,在互联网连接基础建设方面达到欧盟发达国家水平。要让所有生活在保加利亚的人拥有平等的上网机会,80%的家庭拥有互联网连接并在公共场所提供无线网络服务,将大力推进电子政务、网上医疗、司法和教育服务等项目建设。保加利亚宽带网项目部分建设资金将由欧盟提供。保政府也依赖项目合作伙伴提供资金支持,预计需要私人合作伙伴提供50%左右的资金。

罗马尼亚外包服务市场规模达到3.5亿~5亿欧元的水平,每年新开张的呼叫中心数量约20~30家。2012年,呼叫中心就业人数将达到5万。罗马尼亚通讯和信息技术部部长纳吉曾经透露,到2013年年底,罗将获得欧盟委员会批准的3.36亿欧元用于发展通讯和信息技术项目。罗准备以IT领域的项目来吸纳利用资金,主要用于三个领域:近30%的资金用于资助通讯部门的项目,如落后地区的互联网服务建设;40%用于增强电子服务便利化,包括电子政府、电子远程教育和电子医疗等服务;30%用于发展电子商务。

波兰服务外包业仍具吸引力。根据波兰业务服务领导者协会有关报告,2010年,已在波设立的外国服务中心共132个,其中78个为业务流程外包中心(BPO)。虽然在波兰的服务外包成本已不像5年前那么低,但仍具吸引力。业内专家表示,外国公司在寻找服务外包中心位置时通常会考虑该国是否拥有高素质人才、当局态度以及当地存储和通信设施状况<sup>③</sup>。而波兰在这方面占据优势。

① <http://si.mofcom.gov.cn/aarticle/jmxw/201102/20110207395469.html>

② [http://news.ifeng.com/gundong/detail\\_2012\\_04/20/14045492\\_0.shtml](http://news.ifeng.com/gundong/detail_2012_04/20/14045492_0.shtml)

③ [http://trade.ec.com.cn/article/tradecq/tradetzjhj/201012/1111950\\_1.html](http://trade.ec.com.cn/article/tradecq/tradetzjhj/201012/1111950_1.html)

### 三 中国与中东欧国家拓展服务贸易的重点领域

欧盟是中国服务贸易集中地之一。中国与中东欧国家拓展服务贸易,是中国深化与中东欧国家经贸合作关系、扩大贸易规模、转变贸易结构的必然途径。从目前中国与中东欧国家服务产业发展现状和优势互补的角度考虑,拟提出几个可参与发展和合作的重点行业。

#### (一) 更多参与承包工程和建筑服务

如前所述,中东欧国家对基础设施建设需求很大,而中国具有明显的基础设施建设实力,双方合作空间广阔。

21世纪以来,中国对外承包工程一直高速发展,年增速30%左右。目前,中国对外承包工程的经营主体近3000家,业务遍及世界近200个国家和地区。中国企业在基础设施建设方面拥有成熟的技术和丰富的经验,工程造价经济实惠。中国企业在海外基础设施建设领域高质量地完成了一系列重大工程项目,业务范围从房屋建筑、道路交通发展到石油化工、电力工程、矿山建设、电子通讯、环境保护、航空航天、核能和平利用和工程咨询服务等领域。中国企业不仅具备了完成工程总承包业务的能力,而且正在向项目的前期规划和设计及咨询领域发展,已开始进入产业链高端。

中国对外承包工程在欧洲的业务主要集中在中东欧国家和俄罗斯。2009年,中国在波兰和捷克的承包工程新签合同额增长率超过100%,在波兰、斯洛伐克、匈牙利、塞尔维亚和捷克完成营业额的增长率超过100%。2010年,中国企业在欧洲完成共计营业额达49.9亿美元,增长57.1%,占海外市场营业总额的5.4%。

中国公司的承包模式与市场拓展已走向高端化。中国企业已经从劳动密集型的施工分包向以设计—采购—施工(EPC)和交钥匙工程(Turnkey)等工程总承包的模式转变,走向高

档次、高技术含量的新阶段,越来越多的中国企业开始涉足特许经营(BOT)、公私合作(PPP)和项目管理承包(PMC)等项目类型。EPC总承包项目的比重大幅上升,特别是上亿美元的大项目几乎都采用EPC总承包形式,比几年前明显增多。2010年,中国共有54家工程企业入选美国《工程新闻纪录》“全球最大国际承包商225强”榜单,比2009年增加4家;5家中国建筑企业跻身《财富》“世界500强”。

近年来,为了更好地应对“入盟”后经济发展和建筑业面临的新环境和新挑战,中东欧国家加快了建筑领域相关法律法规的立法和法规修订步伐,基础设施法律框架已显著改善。例如,捷克新的《公共采购法》和《特许经营法》已于2006年颁布实施,新的《建筑法》也于2007年1月1日正式实施。新法律简化了建筑程序,增加了工程招标的透明度,为企业提供公平竞争的环境,为参与捷基础设施建设的 foreign 企业消除了法律和制度层面的障碍。任何符合捷法律规定条件的 foreign 企业均可在捷注册包括建筑公司在内的各类公司,并享有与捷本国建筑工程承包企业相同的待遇。

目前,中国企业正在积极寻求参与中东欧基础设施建设的机会,一些企业承接中东欧国家的基础设施项目也取得了积极成果。近年最瞩目的项目是塞尔维亚泽蒙—博尔察跨多瑙河大桥项目。2010年4月15日,中国路桥有限责任公司与塞尔维亚政府在贝尔格莱德正式签署了建设泽蒙—博尔察跨多瑙河大桥项目商务合同。泽蒙—博尔察跨多瑙河大桥项目总投资为1.7亿欧元,含桥身长1500米的大桥及其附属21公里连接线。2011年10月21日,塞尔维亚泽蒙—博尔察跨多瑙河大桥主体工程正式开钻。该项目建设期3年。这是中国企业在欧洲承建的第一座大桥,温家宝总理称之为“中国在欧洲的一张名片”。

值得注意的是,中东欧各国新的融资模式——PPP模式(Public Private Partnership,即公共部门与私人企业合作模式)尚处于发展初期,所以,中国公司应加强对该模式的研究与

交流,完善相关机构设置、成本效益分析以及监管方式等。同时,为了应对成本上升等环境影响,中国公司须加快业务升级,大力防止过度竞争、无序竞争及低价竞争,注意风险控制,加强对汇率风险、通胀风险、付款风险和人员安全与财产损失风险等的预防。

### (二)切实开拓以服务外包为代表的新兴服务贸易领域

2006~2011年,中国计算机和信息服务、金融服务、咨询服务等高附加值新兴服务贸易快速起步,竞争优势不断提升,进出口总额从219.6亿美元增至646亿美元,年均增长24.1%,占服务进出口总额的比重从11.5%上升到15.4%。中国与中东欧国家在新兴服务贸易领域的合作有了积极进展。匈牙利是中东欧地区中资机构和华商最为集中的国家之一,中国在匈牙利投资涵盖贸易、金融、航空、物流、地产、咨询和通讯等行业,中国银行还在布达佩斯设立了直属分行。捷克已成为中国在中东欧地区第二大贸易伙伴。近年来,中捷经贸合作领域不断扩大,相互投资增加,“华为”和“中兴”都在捷克建立了公司。

在中东欧国家承接服务外包业务应该受到中国企业的重视。服务外包被称为第二次经济全球化,每年以30%~40%的高速度递增,蕴藏着巨大的商机。由于中东欧国家自然地理位置优越,且拥有在文化和语言上相通的优势,越来越多的欧美企业愿意把服务业务转移到中东欧国家。中国应抓住机遇,借鉴印度等国的经验,鼓励有条件的国内服务型企业赴中东欧国家投资,承接欧美企业的服务外包业务。

### (三)大力发展现代旅游业

自1995年以来,中国服务贸易连续17年保持逆差。逆差主要集中在传统服务贸易领域中的运输业和旅游业。由此,运输业转型升级和发展现代旅游业的呼声十分强烈。中国《服务贸易发展“十二五”规划纲要》中提出了30个重点培育的服务贸易领域,其中旅游服务被列为首位。而大力发展商务、度假和修学等

高附加值旅游服务,鼓励旅游与其他行业结合形成新业态,则作为发展的重点。

中欧旅游合作是从2004年兴起的。在近年来中国最具潜力的长线出境旅游目的地中,欧洲占据主导地位。2010年,中东欧国家居民赴中国旅游的人数接近20万,而首站前往中东欧国家的中国游客数量超过6万人。2011年,中东欧国家居民赴中国旅游的人数达23万,而首站前往中东欧国家的中国游客数量接近7.5万,呈稳步增长态势。2012年6月,第十四届欧洲杯足球锦标赛在波兰隆重开幕,成为波兰借力体育赛事促进旅游的好时机。波兰政府大力吸引欧洲以外的球迷群体,其中来自经济发展稳定的中国球迷更是受到青睐。早在2012年5月,波兰驻中国大使馆就推出了“看欧锦赛,游波兰”的推介会。作为迎接中国球迷前往波兰看球的配套措施,波兰航空公司于5月30日开通了华沙至北京的直飞航班。在欧洲杯足球锦标赛期间,成都彩灯文化旅游节也亮相波兰,尝试成都旅游的境外营销,旨在吸引更多中东欧国家游客到成都旅游。

但是,与西欧及其他发达国家相比,中国与中东欧国家的旅游合作相形见绌。要改变中国旅游业贸易逆差的状况,必须大力发展现代旅游业。与发达国家旅游业相比,中国还有很大差距。一是对旅游本质的认识差距。西方旅游业对旅游的认知是:旅游首先是文化传播,而非追求利润。旅游是为了获得另一种认同与感动。而中国国内旅游景点似乎更注重收入的多少,却忽视向游客传播价值和文化。二是服务水平的差距。通过旅行,使旅行者能够全身心放松和体验大自然,是现代旅游业的目的。中国必须提供主动、贴心和便捷的服务,从“硬环境”上与国际接轨。三是旅游项目总体设置上的差距。在其他国家的官方旅游服务网站,我们可以清晰地了解国家旅游路线图。中国亟须提炼统一的国家旅游口号,推广统一的国家旅游路线。

在国际资本进入中国旅游市场的同时,中国旅游企业也要积极“走出去”,参与世界旅游

市场的合作与竞争。目前,中方正在积极成立中国—中东欧国家旅游促进联盟,以相互推介旅游产品,联合开发旅游线路,探讨开通更多直航航线。

#### (四) 开拓中医药服务市场

中医药是中华民族优秀传统文化的重要组成部分,是中国具有完全自主知识产权的产业。发展中医药服务贸易可以促进中医药事业的发展,带动中医药产业做强做大。当前,包括中医药在内的传统医药越来越受到国际重视。中医药已传播到160多个国家和地区,成为中国服务贸易的重要组成部分。

加强中医药国际合作与贸易是中国“十二五”时期的重点工作之一。2012年4月26日,中国商务部、国家中医药管理局等14部委联合发布《关于促进中医药服务贸易发展的若干意见》,以推动中医药服务整体、有序、规范地融入世界。文件提出,要用5年左右的时间,建立完善中医药服务贸易管理体制,基本建立起以国际市场需求为导向的中医药服务贸易促进体系和国际营销体系。

应该说,中国开展中医药服务贸易的条件已趋于成熟。随着健康观念的变化和医学模式的转变,中医药受到了国际社会的广泛关注和重视。第62届世界卫生大会通过了由中国政府提议的《传统医学决议》,鼓励和敦促发展传统医学。国际标准化组织中医药技术委员会已经成立,秘书处设在中国。60多个国家和地区的200多个团体会员加入了总部设在中国的世界针灸学会联合会和世界中医药学会联合会。越来越多的国家和地区主动要求与中国加强在中医药领域的合作和交流。目前,中国与其他国家和有关国际组织已签订了含有中医药合作内容的双边政府间协议96个,专门的中医药合作协议49个。中美、中法、中德、中俄都有良好的中医药方面的合作,成立了专门机构。而《欧盟传统草药注册指令》更为中医药以治疗药品身份进入部分中东欧国家(欧盟新成员)药品市场提供了法律依据。

中医药服务是最能体现中国特色服务的

领域,这方面也有一些成功的例子。在首届中国(北京)国际服务贸易交易会上,海南三亚中医院将中医疗养游推广为世界医疗观光项目。依托旅游胜地的优势,海南三亚中医院与当地旅行社合作,以传统治疗为主,对外开展集休闲度假和医疗保健于一体的中医疗养服务,受到外国游客的欢迎。在医疗与观光结合、服务老人疗养等方面,中医药服务大有可为。中东欧国家老龄人口占一定比例,在老人疗养方面有一定市场。而且,一些中东欧国家也有药疗的传统,如保加利亚就越来越重视利用温泉发展浴疗旅游。保加利亚约有800个矿泉,每年有15万人享用温泉浴疗服务,而且越来越多的独联体及其他国家游客也到此享受浴疗。为了更好地利用温泉,发展浴疗旅游,保国家旅游署已将浴疗旅游列为主要开发项目。

#### (五) 积极推动文化贸易

在新一轮经济全球化进程中,“软实力”将为国家赢得更多的贸易伙伴和更持久的国际市场。因此,文化产业的重要意义开始远超经济范畴。近几年来,中国文化贸易加速发展。2001~2010年,中国文化产品和服务的出口规模分别增长2.8倍和8.7倍,图书版权进出口比例从2003年的9:1降至2010年的3:110。

中东欧是一个多元化的地区,虽然各国拥有自身的传统、文化和生活模式,但是这些国家与中国建立了深厚的传统友谊,人文领域的交流一直延续。可以说,中国与中东欧国家在文化贸易方面的跨文化传播障碍相对较少,具备比较好的拓展文化贸易的条件。

综上所述,“中国服务”走向世界,走向中东欧是一个必然的战略选择。在实施更加积极主动的开放战略中,中国应利用与中东欧国家的战略伙伴关系,加强战略联盟与合作,在提升“中国服务”能力的基础上积极“走出去”,在中东欧国家培育一批专业化的中高端服务运营商,打造服务聚集区,以后发优势实现服务业的开放性跨越发展,使服务贸易为中国产业结构优化升级做出更大贡献。

(责任编辑:高德平)