中国社会科学院世界经济与政治研究所

全球宏观经济研究组

财经评论 18004: 2018 年 7 月 27 日

杨盼盼

pamelapanda@126.com

如何看待美欧这一轮贸易谈判1

25日,美国和欧盟同意通过谈判降低贸易壁垒、缓解贸易摩擦,并同意暂停加征新关税,但双方后续谈判能否真正落实这些目标仍存在很大不确定性。

从声明内容来看,贸易谈判包括两个目标。第一个目标是缓解目前出现的贸易紧张态势,主要是共同努力实现非汽车工业产品的零关税、零关税壁垒和零补贴,并在谈判期间停止实施新关税。第二个目标是改革与重塑国际贸易规则,美欧计划共同努力改革世界贸易组织(WTO),并实施公平贸易,特别关注知识产权、强制技术转让和产业补贴等问题。

第一个目标可被视为短期目标,**其设立为美欧之前存在的贸易紧张态势降温。** 近几个月来,美欧之间的贸易摩擦急剧升温,美国对欧盟征收钢铝关税以及威胁 对汽车及其零部件征收 25%的关税是贸易摩擦的来源。由于双方成立了一个"高 级别工作小组",并承诺在谈判期间不再出台新的关税措施,这至少在短期内避 免了美欧贸易摩擦的升级。

但是,第一个目标的实现,仍然存在不确定性。第一,**目前贸易谈判的性质 仍不太明确,工作小组成立的目的究竟是为了贸易摩擦的短期平息,还是为了形成一个新的贸易协定,目前还不明确,**如果是后者,这一谈判同目前暂停谈判的 跨大西洋贸易投资协定(TTIP)之间的关系定位也不明确。第二,从谈判的清单来

-

¹ 本文已发于《人民日报》海外版。作者杨盼盼为中国社会科学院全球宏观经济研究室副研究员、副主任,海外网特约作者。

看,双方并没有在汽车领域的关税达成一致,且在谈判中特别将这一领域排除在外,而这实质上是欧盟的核心关切。这意味着谈判结束或谈判终止时,汽车领域的争端仍然将重新考验美欧经贸关系。而欧盟此前在面对美国威胁时曾指出,如果特朗普汽车关税政策出台,欧盟将制定同等力度的反制措施。第三,此前美国在谈判中的摇摆也使得美欧"休战"的可持续性有待观察。

从全球影响来看,由于美欧贸易规模巨大,双方贸易规模超过1万亿;美欧是全球需求的重要驱动来源,美欧的 GDP 占全球 GDP 的比重达到一半以上,美欧之间贸易摩擦局势的缓和对于全球经济前景和国际金融市场信心而言无疑是一大利好。

根据此前 IMF 发布的 G20 监督报告,因美国挑起的贸易争端如果演变成全球层面的贸易战,那么未来两年全球 GDP 增速将累计下降接近 1 个百分点(其中 2019 和 2020 年分别下降 0.45%和 0.5%)。传导渠道有两类:实体渠道和信心渠道。从实体渠道来看,加征汽车关税的边际影响和长期影响均大于当前中美税征收的影响。而信心渠道的影响着远大于实体渠道。贸易紧张形势削弱信心、推高风险溢价时,其负面影响将大大超过贸易战本身的影响。因此,美欧之间贸易摩擦的缓和,也将通过上述两个渠道降低世界经济增长面临的风险和不确定性。

第二个目标可被视为中长期目标。**这实质上反映的是美欧对于国际贸易规则重塑的需求**。考虑到美欧间在绝大多数领域的关税已经很低,目前基于关税相关议题的谈判主要是为了降低因贸易摩擦带来的贸易政策不确定性,从中长期的目标来看,贸易谈判的重点仍然是为了重塑国际贸易规则。

这一举措实质上反映的是美国重新制定高标准国际贸易规则,继而稳固其在全球经济中优势地位的战略意图。但其成功概率和影响力还将受到以下几个因素的制约。第一,新框架是缩水还是扩张?由于 TTP+TTIP 模式,实质上是美+日+亚太部分国家以及美+欧模式,而新框架下则是美+日+欧模式。从国家规模来看是缩水的,从新贸易规则约束第三方国家这一目标来看,新框架下缺少被约束的第三方国家。第二,美日欧的"新框架"如何推陈出新?就框架包含的主要内容而言,高标准贸易规则框架本身并没有太多新意,其内容和此前的 TPP、TTIP 在领域上有诸多重合,预计仅在部分领域的内容可能将有进一步的细化。考虑到美



国已经退出 TPP,而 TTIP 谈判也并未重启,新贸易框架与旧有贸易框架的区分定位尚不明确。第三,贸易规则的谈判仍将受制于美日欧对于核心产品关税的关切,因此,在第一个目标中面临的不确定性,也会影响第二个目标的达成。

一直以来,笔者支持中国参与高水平贸易规则制定,更高水平贸易规则的有助于更高水平的改革开放,争取高水平贸易规则的话语权,规模和体量难以置身高水平规则之外,参与高水平贸易规则制定与其他区域贸易、投资安排齐头并举是更优选择。如今来看,这些理由依然成立,并且因中国人均收入水平进一步提高、结构转型持续进行和向价值链上端移动而变得更强。拨开迷雾,新型贸易规则的塑造和形成,是比贸易摩擦重要得多的议题。

声明:本报告非成熟稿件,仅供内部讨论。报告版权为中国社会科学院世界经济与政治研究所全球宏观经济研究组所有,**未经许可,不得以任何形式翻版、复制、上网和刊登**。