

数字化交付的内容产品的 国际贸易竞争性自由化策略 ——基于美国的视角

郭 鹏

(暨南大学 法学院, 广东 广州 510632)

摘 要: 由于数字化交付的内容产品的贸易自由化在WTO层面陷入困境,美国开始通过双边或区域特惠贸易协议实现最大限度的数字贸易自由化。美国寄希望于双边、区域及多边贸易协议的平行谈判,通过竞争性自由化战略构建一个数字内容产品的国际自由贸易规制框架。对于数字化交付的内容产品的国际贸易规则,中国应持与欧盟类似的立场和观点。随着在全球经济治理体系中的制度性话语权的提升,中国也可借鉴美国的经验,通过双边、区域、多边贸易协议的逐步推进,实现在全球性国际贸易法制中体现中国导向的制度理念和规则。

关键词: 竞争性贸易自由化;WTO;特惠贸易协议;数字化交付的内容产品

中图分类号:D9

文献标识码:A

文章编号:1007-905X(2018)01-0074-06

互联网促成了数字内容产品^①如软件、音乐和电影等的电子化国际贸易。基于明显的竞争优势,美国希望建构一个数字内容产品的国际自由贸易体制。但在WTO层面,欧盟及其他国家基于自身的利益考量,对数字内容产品的国际贸易自由化予以抵制。于是,美国在数字化贸易议程方面的努力转变为通过缔结双边、区域或多边自由贸易协议,借此促成双边、区域或多边贸易协议的平行谈判,通过竞争性自由化战略构建数字内容产品的国际自由贸易规制框架。

一、美国数字化贸易议程在WTO层面的障碍

(一)数字化交付的内容产品的归类及WTO规则适用分歧

WTO电子商务工作计划(Work Programme on Electronic Commerce)中最关键的问题是数字化交付的内容产品的归类争议。

1.适用货物贸易规则还是服务贸易规则的分歧
通过实物载体进行交易的内容产品通常作为货物销售,而如今可通过互联网在线传输的数字化交付的内容产品(Digitally-Delivered Content Products)^②(如音乐、电影等),应依照《关税与贸易总协定》(GATT)给予其货物贸易待遇还是依照《服务贸易总协定》(GATS)给予其服务贸易待遇^③,WTO成员方对此存在意见分歧^④。

美国认为数字化交付的内容产品应适用GATT规则,因为数字化内容产品在被消费之前就已生产出来,这种存在的“持续性”说明其为货物而非服务^⑤。然而,欧盟认为所有的电子化交付都属于服务^⑥,其理由是:GATT的关税减让表不包括任何通过信息网络跨境传输的数字化内容,如电影或软件的内容及传输一直以来都被认为属于计算机服务或视听服务;GATT规制的是实体物产品,数字化交

收稿日期:2017-08-25

基金项目:国家社会科学基金一般项目(13BFX153)

作者简介:郭鹏,男,法学博士,暨南大学法学院教授,主要从事电子商务法、国际经济法研究。

付的内容产品没有实体物特性,故应归属于服务^⑦。

2. 适用国际服务贸易模式1还是模式2的分歧

即使将数字化交付的内容产品贸易归属于GATS管辖,仍要确定其交易属于国际服务贸易模式1还是模式2。在内容产品的电子化跨境提供情形下,如消费者在当地从可访问的国外网站下载了软件、小说、电影或歌曲等内容产品时,应理解为网络服务提供者从事了国际服务输出(国际服务贸易模式1),还是应认为消费者在“境外”接受了一项涉及内容产品的服务(国际服务贸易模式2)^⑧?

对消费者移动到境外接受服务进行监管并不现实,因而很多WTO成员方对国际服务贸易模式2下的多数服务部门已经作出完全的市场准入及国民待遇的贸易具体承诺^⑨。而在国际服务贸易模式1下,WTO成员方设置了许多歧视性贸易壁垒,对各服务部门作出的市场准入及国民待遇的贸易具体承诺相当有限。美国主张,数字化交付的内容产品的跨境提供属于国际服务贸易模式2。欧盟则认为数字化交付的内容产品的跨境提供是服务提供者进行国际服务输出,属国际服务贸易模式1。

3. 适用哪个特定服务部门的贸易具体承诺的分歧

即便对国际服务贸易模式问题达成了一致,WTO成员方还要确定数字化交付的内容产品交易适用哪个特定服务部门(如增值电信服务部门、计算机和相关服务部门、娱乐服务部门或视听服务部门)的贸易具体承诺。

GATS服务分类表没有具体区分与内容产品有密切联系的服务类别(如增值电信服务部门、计算机及相关服务部门、视听服务部门及娱乐服务部门等),这导致“信息内容”或“信息内容交付”与现行GATS服务部门分类难以一一对应。数字化交付的内容产品通常是电信、软件、视听服务紧密聚合的产品。例如,数字化交付的软件或电脑游戏,其归类既可以是计算机及相关服务部门,也可以是增值电信服务部门或视听、娱乐服务部门,此类信息内容产品具有适用多种服务部门的可能性^⑩。

不同类别服务部门的GATS贸易具体承诺水平差距很大,其贸易自由化程度依照计算机及相关服务、增值电信服务、娱乐服务及视听服务的顺序依次递减。美国主张数字化交付的内容产品应归属于增值电信服务,而数字化交付的任何种类的软件应属于计算机服务。但欧盟及其他多数国家认为数字化交付的内容产品应归属于视听服务部门^⑪。

(二) 数字化交付的内容产品的电子传输关税征收及海关估价分歧

在WTO层面,关于数字化交付的内容产品的另一个主要争议涉及电子传输的关税征收及海关估价问题。

1. 关于电子传输的关税征收的立场分歧

1998年5月,WTO成员方以部长宣言的形式通过了《WTO电子传输关税豁免暂时延期》(WTO *Duty-Free Moratorium on Electronic Transmissions*),暂时不对电子传输征收关税的现行实践得到确认。

就美国的诉求而言,《WTO电子传输关税豁免暂时延期》存在较大缺陷:该协议只是一份政治性承诺,不能借助WTO争端解决机制进行强制执行;没有明确界定“电子传输”的涵盖范围;该协议仅适用于纯粹的电子化交易,即以电子化方式缔结合同之后又以电子化方式交付的数字化内容产品的电子传输可免于征收关税,但并未明确可否适用于那些在互联网上订购但之后以实物形成交付的货物^⑫。美国希望通过延期协议消除涉及数字化交付的内容产品的关税、税收和其他相关费用,但该延期协议“确定延续现行的不对电子传输征收关税的实践”的表述似乎并未包含对数字化交付的内容产品本身的关税豁免。因而,美国希望在WTO谈判中弥补上述缺陷并实现电子传输关税豁免的永久化。虽然包括欧盟在内的多数WTO成员方确认了对电子传输的关税暂时豁免,但这些WTO成员方认为,在将电子化交易产品确定为服务之后,GATS具体承诺已能够保证避免某些数量限制或任何歧视性关税的出现,《WTO电子传输关税豁免暂时延期》本身就被废止。因而,对于数字化交付的内容产品本身的关税豁免或电子传输关税豁免的永久化,它们均没有进一步谈判的意愿^⑬。

2. 关于数字化信息产品海关估价的观点分歧

考虑到《WTO电子传输关税豁免暂时延期》没有法律约束力,也仅适用于电子化传输,且难以实现电子传输关税豁免的永久化,美国希望借助数字化内容产品的海关估价来限制WTO成员方对数字化内容产品的征税能力。某些WTO成员方对实体性内容产品的进口关税征收数额是依据实物载体的价值而不是信息内容本身的价值。这两种征税方式的结果相距甚远,因为实物性载体本身的价值通常相当低廉,而附着于其上的软件或其他内容产品则可能具有非常高的价值^⑭。

美国认为,以实物载体的价值为根据征收关税将有助于以实物交付的内容产品获得更自由的贸

易待遇。如果WTO成员方无论对在线交付的或以实体物交付的信息内容产品都以载体实物的价值作为海关估价依据,就可以更进一步地限制对数字化交付的内容产品关税征收的可能性。但欧盟及其他WTO成员方则认为,数字化交付的内容产品应被视为服务,GATT的海关估价决定对其没有适用的前提^⑤。2001年迄今,关于数字化信息产品的海关估价问题讨论在WTO已被冻结。

(三) 内容产品的文化多样性例外争议

欧盟、加拿大等WTO成员方认为具有文化性质的商品及服务具有特殊性,不应作为普通贸易商品及服务对待,提出自由贸易应排除具有文化性质的商品及服务的“文化例外”(culture exception)主张^⑥。欧盟主张其对视听服务产业的扶持政策及在GATS谈判中对视听及文化服务自由化的限制是合理的,这导致内容产品的数字化交易具有了经济和文化的双重属性^⑦。其他WTO成员方也基于文化多样性保护将数字化交付的内容产品归类于几乎没有作出贸易具体承诺的视听服务部门。于是,GATS视听服务部门就被利用于逃避数字化交付的内容产品贸易的自由化^⑧。

一些较大的数字化内容产品市场,如欧盟、加拿大,已明确不会在文化视听服务部门作出承诺。欧盟提出的将任何具有视听内容的软件或计算机服务排除在最自由化的计算机服务承诺之外的提议将会继续延展,内容产品本身及任何多媒体产品(如娱乐游戏)将会被排斥到贸易承诺最少的GATS视听服务部门。欧盟、加拿大等与美国就“文化例外”及视听服务例外产生了尖锐的冲突^⑨。

(四) 数字化交付的内容产品的WTO立场分歧的利益分析

1. 美国的利益诉求:实现国际数字贸易的最大限度自由化

在GATT规则下,数字化交付的内容产品不受关税或进口配额的限制,但当其被归类于服务(如视听服务)时,就将面对森严的市场准入壁垒甚至根本无法获得贸易承诺^⑩。通过建立一个数字内容产品的全球自由贸易框架,美国作为世界上最大的数字贸易出口国,其内容产品和版权产业就能最大限度地占领全球市场,这是美国坚持将数字化交付的内容产品适用于GATT的根本原因。而在服务贸易框架内,由于WTO成员方在国际服务贸易模式2下的贸易具体承诺水平远比模式1下的承诺水平要高,美国自然认为自由化程度高的GATS模式2更可取。同理,美国认为应将数字化交付的内容产品归

属于已经作出较多GATS贸易具体承诺的“计算机及相关服务”部门,而不是归类于几乎没有作出GATS贸易具体承诺的视听服务部门^⑪。

2. 欧盟的利益诉求:对信息产业的扶持及对国际数字贸易自由化的抵制

对于数字化交付的内容产品的贸易待遇,欧盟的立场基于一个确定的基本原则:扶持欧盟的内容产品产业,使之更具竞争力,同时为欧盟的法律规则与WTO规则之间的一致性要求保留尽可能大的空间。欧盟的产业扶持政策决定了欧盟在WTO谈判中主张所有的数字化交付的内容产品(包括计算机游戏、娱乐软件)归类于贸易自由化程度最低的视听服务部门,使之完全不能获得市场准入和国民待遇的具体承诺。

尽管美国努力开启了WTO电子商务工作计划,但其数字化贸易目标在多边层面没有一个能够实现。迄今还没有一个确认WTO规则和义务可适用于数字化交付的内容产品的正式协议存在。

二、美国数字化贸易议程在特惠自由贸易协议层面的成功

由于WTO层面出现了数字贸易争议僵局,美国转而通过双边和区域自由贸易协议作为其实现数字贸易自由化的示范路径。

美国驱动的这些特惠自由贸易协议的最大创新是设置了一个前所未有的具有法律约束力的专门致力于解决数字化产品问题的《电子商务章》,其贸易规则与货物贸易和服务贸易规则相独立,可直接适用于数字化交付的内容产品,且明确承认WTO规则对数字化内容产品的适用。这些特惠自由贸易协议中还设置了与《电子商务章》相辅相成的《跨境服务贸易章》,相较于GATS,其扩展了可规制的服务贸易范围。这些特惠自由贸易协议中的《电子商务章》和《跨境服务贸易章》共同对WTO未能解决的关于数字化内容产品的贸易问题进行了规范和诠释^⑫。

(一) 对数字化交付的内容产品的归类问题的间接解决

美国缔结的特惠贸易协议也没有确定数字化交付的内容产品应被视为货物、服务还是特定的新事物,其目标是无须以确定数字化交付的内容产品的归类问题为前提而实现数字贸易自由化。

特惠自由贸易协议中的《跨境服务贸易章》创设了重要的GATS-Plus市场准入,即采用最自由化的形式——负面清单方式安排服务贸易的承诺,除非列出明确具体的限制,对于已有的及新出现的所有跨境服务贸易必须给予市场准入、国民待遇及最惠

国待遇。因而,这些特惠贸易协议的缔约方给予了贯穿它们的整个服务贸易体系的普遍市场准入,并且只列明很少的限制。除非有特别的保留,数字化交付的内容产品在WTO谈判中涉及的四个服务部门,即计算机、增值电信、娱乐及视听服务的跨境服务贸易都得到充分的自由贸易待遇。

特惠贸易协议中的《电子商务章》确认,不论货物、服务和数字化交付的内容产品之间有何不同,电子化方式的服务提供受到《跨境服务贸易章》的规制,《跨境服务贸易章》中的具体承诺可适用于电子化传输提供的服务^⑧。除了列明的具体限制和保留,《跨境服务贸易章》在整体上保证了计算机、增值电信、娱乐及视听服务部门的跨境服务贸易获得完全的最惠国待遇、市场准入及国民待遇。因此,当数字化交付的内容产品的电子化传输可适用于跨境服务贸易承诺时,数字化交付的内容产品无论被归类于哪一个服务部门(如娱乐游戏的分类属于视听服务还是计算机服务),其电子化传输无论被归类于跨境提供(国际服务贸易模式1)还是境外消费(国际服务贸易模式2),都不会限制跨境服务贸易承诺对数字化交付的内容产品的电子化传输服务的适用性,这就确保了数字化交付的内容产品(视频、任何种类的软件等)获得以最惠国待遇为基础的国民待遇(非歧视待遇)。

美国的特惠贸易协议伙伴在计算机、增值电信、娱乐服务部门基本上没有作出保留,实现了完全的贸易自由化,这三个服务部门的自由贸易规则都可适用于数字化交付的内容产品的电子化提供;虽然在视听和文化服务部门保留了一定的贸易自由化限制,但除了这些限制之外,非歧视性原则适用于所有被电子化交付的数字内容产品。当美国缔结的自由贸易协议几乎实现了在所有可能与数字化交付的内容产品相关的服务部门的完全自由化时,货物、服务与数字化交付的内容产品之间如何区分的不确定性就可以不予考虑了^⑨。

(二)数字化交付的内容产品的电子传输关税征收及海关估价问题确定

美国缔结的特惠自由贸易协议中的《电子商务章》通常规定,任一缔约方均不对电子化传输的数字产品的进出口征收关税、手续费或其他费用^⑩。因而,缔约方同意给予数字化产品的电子传输一个永久的关税豁免,确定了永久性的对数字化交付的内容产品的零关税政策,永久性的零关税政策既适用于数字内容产品的电子化传输也适用于其内容本身。

对于以实物媒介载体形式交付的数字化产品,

特惠自由贸易协议中的《电子商务章》通常规定,任一缔约方应依据实物载体本身的成本或价值决定一个蕴含数字化内容产品的实物载体的进口海关估价,而无须考虑储存在实物载体中的数字化内容产品的成本或价值。某些特惠自由贸易协议甚至规定,无论数字化内容产品是被固定在实物载体媒介上还是以电子化方式传输,缔约方均不对数字化内容产品的进口或出口征收关税、手续费或其他费用,这意味着已无需关于海关估价的规定^⑪。

(三)排除了全面的文化多样性例外原则

相较于WTO层面,美国的特惠贸易协议伙伴对于视听和文化服务已不考虑全面的文化例外原则,同意在视听和文化服务领域作出国民待遇和市场准入贸易承诺。虽然相较于计算机、增值电信及娱乐服务部门,美国的自由贸易协议伙伴为了维持现有的或实现将来的补贴、文化政策等要求,在视听和文化服务部门保留了一定的贸易自由化限制,因而减损了国民待遇和市场准入义务,但多数国家同意列明并冻结其适用于视听服务的现行歧视性管制规则。

《美国、澳大利亚自由贸易协议》中保留了较多的对视服务贸易的限制和例外,且没有冻结其适用于视听服务的现行歧视性管制规则,可在某些特定情形下提高限制程度和范围。但考虑到澳大利亚在WTO层面拒绝在视听服务部门作出任何贸易具体承诺,现其在双边自由贸易协议中提供了视听服务部门的市场准入、国民待遇及最惠国待遇,对于美国而言这仍是数字贸易自由化的较大进展。

三、对美国竞争性贸易自由化策略的评估及其对我国的启示

由于大多数WTO成员方并不准备按照美国所构想的数字化经济贸易框架去更新多边贸易体制,美国的数字化贸易愿景寄希望于特惠贸易协议。随着特惠贸易协议数量的增长,美国已有效地利用这个形成中的自由贸易协议网络描绘其数字贸易自由化蓝图^⑫。在今后的特惠贸易谈判中,美国将会运用其强大的议价能力继续驱动其对数字化贸易的示范方式。

但美国不可能与所有WTO成员方就数字化产品的待遇问题进行谈判,且已与美国签订此类特惠贸易协议的国家大部分是在数字化贸易方面并不具有重要地位的经济体。当美国开始接触具有重要经济地位且倾向于将文化多样性置于较重要地位的贸易伙伴(如欧盟)时,这些国家或经济体不大可能在视听文化服务领域作出让步或在特惠贸易协议中设定完全符合美国设想的数字化产品贸易规则。因

而,美国缔结的特惠贸易协议的战略价值是作为多边贸易谈判的基石及一个很高的起始基准。美国认为,这些双边或区域自由贸易谈判能够在实际上增加对其他WTO成员方的压力,使WTO成员方在WTO多边层面提出令其满意的出价。据此,美国打算通过与WTO谈判平行地进行特惠贸易协议的协商,形成多层次的平行谈判方式,在双边自由贸易协议与区域或多边贸易谈判之间促成互为因果、相互依赖的直接效应,这被美国贸易谈判代表称为竞争性自由化(competitive liberalization)战略。

美国缔结的特惠贸易协议的《电子商务章》没有确定数字化交付的内容产品是货物还是服务,回避了其适用于GATT还是GATS的决定。在此前提下,特惠贸易协议通过其《电子商务章》和《跨境服务贸易章》间接地确保了数字化交付的内容产品获得无条件的、全面的市场准入和国民待遇。但WTO的国际贸易法制依赖于货物与服务之间的区分,制定专门的数字化交付的内容产品的贸易规则的理念与WTO的常设协议难以匹配。且在法律空白中创设一个数字化交付的内容产品的贸易规则的成本相当高,将其置于与GATT及GATS同等的地位也难以得到大多数WTO成员方的接受。此外,这些特惠贸易协议中的规则与现行的GATS承诺下常设的具体承诺之间产生了重叠,大多数WTO成员方并不愿再次讨论GATS常设义务。因而,美国在特惠贸易协议中驱动的数字贸易自由化示范方式的实践价值在WTO层面难以体现。但美国认为,当越来越多的国家缔结了确保数字化产品自由贸易的双边或区域自由贸易协议,它们也将趋向于更灵活地在WTO层面作出适当的妥协。当支持基础足够大时,美国将择机提出一个由各个成员方自行选择加入的关于数字化交付的内容产品的WTO协议^③。

中国目前并非数字化交付的内容产品产业的强国,也非影视、音乐、软件、网络游戏等产品的净输出国。因而,对于数字化交付的内容产品的国际贸易规则,中国应持与欧盟类似的立场和观点。在WTO层面,应主张以GATS规则适用于数字化交付的内容产品,同时以“文化例外”原则为基础决定数字化交付的内容产品的市场准入和国民待遇,以此保证对我国内容产品产业的扶持和促进。

法律的全球化往往伴随着贸易利益的全球化。强势国家将符合本国贸易利益的规则转化在国际贸易法律体系中,并通过国际贸易协议向其他缔约方传播,从而实现本国贸易利益的全球化。因而,法律的全球化通常是由政治、经济和技术上处于领先地位

的国家向其他国家传播其法律制度和理念,强势国家利用其在国际贸易谈判中的强大议价能力及较先进的立法理念和技术,使国际贸易法律规则最终基本体现其利益诉求和立法目的。美国实现其数字贸易自由化的意图在WTO受阻,转而利用其强大的谈判地位在双边自由贸易协议与区域或多边贸易协议中实现数字贸易自由化的制度构建,并借此向WTO成员方施加压力。

随着经济的蓬勃发展,中国在全球经济治理体系中的制度性话语权显著提升,这有利于维护我国的发展利益;与此同时,国际社会也希望中国在应对全球性挑战中承担更多责任^④。因而,在实施共建“一带一路”倡议及参与全球经济治理的过程中,中国的国际立法不能仅停留在消极地与国际接轨的层面。在国际贸易法律制度构建中,中国的贸易谈判代表应充分了解国内相关产业的利益需求,从本国的国际贸易利益出发提出自己的主张,努力使之体现在国际贸易法律规则中。在多边贸易谈判中暂时不能实现的观点和主张,中国可先以双边或区域特惠贸易协议为基础传播、推广自己的理念和观点,逐步实现在全球性国际贸易法律制度中体现中国的规则导向和制度原理。

注释:

- ①指计算机软件、文本、视频、图像、录音或其他产品的数字化编码形式,无论其是否被固定在实物载体媒介上或被电子化传输。
- ②数字化交付的内容产品是指由版权产业创制且被数字化编码在互联网上并被电子化传送而独立于实物载体媒介(如录像磁带)的产品。涉及电影、相片、影像,音响和音乐,软件,视频、计算机及娱乐游戏等。
- ③如在线订购一本书而以实物交付,依照WTO贸易规则其为货物而受GATT规制;如一本书被电子化交付并下载到电脑上,就不能明确数字化交付的内容产品(电子书)应被视为货物还是服务。
- ④Sam Fleuter: The Role of Digital Products under the WTO: A New Framework for GATT and GATS Classification, *Chicago Journal of International Law*, 2016(17), p156.
- ⑤COMTD, *Communication from the US, Work Programme on Electronic Commerce*, WT/COMTD/17 (12 February 1999).
- ⑥CTS, *Work Programme on Electronic Commerce, Communication from the EC, S/C/W/87* (9 December 1998).

- ⑦ GC, *Submission from the EC, Classification Issues and the Work Programme on Electronic Commerce*, WT/GC/W/497(9 May 2003).
- ⑧ 刘颖、邓瑞平:《国际经济法》,中信出版社2003年版,第309页。
- ⑨ 石静霞:《WTO服务贸易法专论》,法律出版社2006年版,第115页。
- ⑩ Sacha Wunsch-Vincent, *The WTO, the Internet and Trade on Digital Products: EC-US Perspectives*, Hart Publishing, 2006, p.71.
- ⑪ 郭鹏:《电子商务立法:全球趋同化中存在利益分歧——美国与欧盟的立场分析》,《中国社会科学院研究生院学报》2010年第2期,第60—65页。
- ⑫ Sacha Wunsch-Vincent, *The WTO, the Internet and Trade on Digital Products: EC-US Perspectives*, Hart Publishing, 2006, p.38.
- ⑬ 郭鹏:《国家利益冲突与国际电子商务法律制度构建》,暨南大学出版社2013年版,第195页。
- ⑭ 张玉卿:《WTO新回合法律问题研究》,中国商务出版社2004年版,第484页。
- ⑮ 郭鹏:《WTO电子商务关税征收中的利益冲突》,《社会科学家》2009年第6期,第86—88页。
- ⑯ 姚新超:《保障文化多样性与WTO规则的冲突及其协调措施建议》,《国际贸易问题》2008年第6期,第116—120+128页。
- ⑰ *Commission of the European Communities of 27 August 2003 on "Towards an international instrument on cultural diversity"*, COM 520 final, 2003, p.4.
- ⑱ Sacha Wunsch-Vincent, *The WTO, the Internet and Trade on Digital Products: EC-US Perspectives*, Hart Publishing, 2006, p.146—147.
- ⑲ 黄晓燕:《文化多样性国际法保护的困境及解决新思路》,《法学评论》2013年第5期,第25—32页。
- ⑳ 例如,如果在互联网上的电影和广播的交付被认为是服务,成员方就可以将其对于视听作品的传播和广播的限制性规则适用于在互联网上传输的电影和电视节目。
- ㉑ Sacha Wunsch-Vincent, *The WTO, the Internet and Trade on Digital Products: EC-US Perspectives*, Hart Publishing, 2006, p.126.
- ㉒ Sacha Wunsch-Vincent, *The WTO, the Internet and Trade on Digital Products: EC-US Perspectives*, Hart Publishing, 2006, p.203.
- ㉓ 参见《美国、澳大利亚自由贸易协定》的《电子商务章》第16.2条。
- ㉔ Sacha Wunsch-Vincent, *The WTO, the Internet and Trade on Digital Products: EC-US Perspectives*, Hart Publishing, 2006, p.207—208.
- ㉕ 参见《美国、新加坡自由贸易协定》的《电子商务章》第14.3条。
- ㉖ 参见《美国、澳大利亚自由贸易协定》的《电子商务章》第16.3条。
- ㉗ 美国已与智利、新加坡、约旦、澳大利亚、加拿大、巴林、阿曼、秘鲁、韩国、摩洛哥、哥伦比亚、墨西哥等签订了涉及数字化交付的内容产品贸易的自由贸易协议。
- ㉘ Sacha Wunsch-Vincent, *The WTO, the Internet and Trade on Digital Products: EC-US Perspectives*, Hart Publishing, 2006, p.221—223.
- ㉙ 汪洋:《推动形成全面开放新格局》,2017年11月10日《人民日报》,第4版。

编辑 潭影
王小利

Competitive Liberalization Strategy of International Trade in Digitally-Delivered Content Products —Base on the Perspective of America

Guo Peng

Abstract: As the proposal of free trade in digitally-delivered content products was denied within the WTO, the U.S. is maximizing the competitive liberalization of digital trade by promoting bilateral, regional and multilateral free trade agreements. The U.S.-driven parallel digital trade negotiations help the U.S. to construct an international free trade regulatory framework of digitally-delivered content products as competitive liberalization strategy. In positioning for the international digital trade regulation, China can follow the E.U. resistance and reservation policy in digital trade liberalization, and also employ a series of Chinese fundamental institutional ideas based on national interests like the U.S. approach.

Key words: Competitive Liberalization; WTO; Preferential Trade Agreement; Digitally-delivered Content Products