

第二章 郵政快遞服務之貿易實務

第一節 郵政快遞服務之概述

長期以來，傳統上世界各國均將郵政與電信服務業授予法律上之獨占權，以國營獨占事業之型態經營，但此種方式現已逐漸過時。由於近年來電信事業競爭日趨激烈，為面對競爭所帶來的挑戰，第一步通常是將郵政事業與電信事業分離，並由不同單位主導。然而，郵政事業較電信事業而言，通常更為維持專營狀態。大體而言，公共郵政服務多為國營，享有各種郵政項目的專營權⁵。

快遞服務一般則通常由民營公司經營包裹投遞或快遞郵件服務，這些服務項目亦經常由郵政獨占業者所提供，但不屬於專營權之範圍。因此，快遞服務業者除彼此相互競爭外，亦同時與國營郵政服務提供者進行競爭。不過，公共郵政服務的競爭環境已逐漸改變，因為民營業者之經營範圍已逐漸擴展到信函市場，尤其是企業對個人寄出的大宗郵件 (bulk mail) 與廣告 DM (direct mail)，均已成為日益普遍的企業行銷策略。雖然郵政獨占業者正逐步企業化或民營化，少數國家像芬蘭、紐西蘭與瑞典等國已完全停止其國內郵政服務市場之獨占權。然而，幾項重要的郵政改革還在進行中。例如歐盟已著手實施統一的郵政改革計畫，而美國也在討論郵政改革的法案。郵政服務自由化之核心考量，在於如何界定何種服務項目該開放，何種項目仍應維持專營⁶。

對郵政與快遞服務而言，雙方最大的共同競爭對象是其他通訊服務，例如傳真、電子郵件和數據網路，特別是在企業間的通訊服務市場方面。在 1993 年左右，藉由傳真方式所發送的國際訊息，其市場佔有率要比透過實體函件的方式高出許多。1996 年，美國的電子郵件量則首次超越實體函件。但是在其他市場，像是企業對個人與個人對個人間之函件，只要郵

⁵ WTO Doc. S/C/W/39, *Postal and Courier Services*, at 1 (Jun. 12, 1998).

⁶ *Id.*

政與快遞服務均能以更有效率與顧客導向的方式經營，並且對居家顧客而言，若使用郵政與快遞服務比家用電腦更為方便，則這些新科技所帶來的衝擊相對上較微弱⁷。

在此同時，郵政快遞服務的某些市場受益於新穎的通訊科技。例如電子數據交換（electronic data exchange, EDI）對快捷服務而言已是達到快速與可靠服務的重要工具。此外，又例如在加拿大提供服務的一家主要國際快捷服務業者，正計劃成立無線電網路以加強其服務並擴大分布區域。新科技本身亦可能刺激某些市場的成長：拜通訊科技所賜，使在家中進行購物逐漸流行，例如電視購物與網路購物。故無論是國營或民營的包裹遞送業均因此而受惠⁸。

第一款 郵政服務

一、發展與挑戰

郵政事業的發展可謂歷史悠久，早在公元前 255 年，第一份郵政文件即已在埃及出現。然而，古代的郵政事業僅為皇室與貴族提供服務，一般平民百姓並無法享受郵政服務⁹；至於近代的郵政事業則發軔於 19 世紀的英國。1840 年 Rowland Hill 爵士於英國進行郵政改革，提出「全國一定距離內之信件統一費率」、「郵票與郵筒發信」及「預先收費」等制度，奠定現代郵政事業的基礎¹⁰。1861 年英國更創立郵政儲金制度，首開世界之先河。從 1880 年開始，英國則於郵政部下設置郵政、電信與郵政儲金三事業，成為各自獨立運作的體系。此制度直到 1969 年才產生較大的改變¹¹。

歷史沿革上，許多國家之郵政事業係由政府所直接經營，並且在獨占

⁷ *Id.* at 1-2.

⁸ *Id.* at 2.

⁹ UPU Website, available at http://www.upu.int/about_us/en/history.html (last visited Jul. 28, 2005).

¹⁰ *Id.*

¹¹ 林淑馨，〈鐵路電信郵政三事業民營化—國外經驗與台灣現況〉，408 頁。台北，鼎茂圖書出版有限公司出版，民國 92 年 8 月。

體制下提供社會大眾郵政服務。長久以來由於欠缺競爭所帶來的挑戰，郵政事業主管一般來說並不重視消費者的需求，僅認為消費者為服務的接受者。既存建立服務品質模範的機制，僅注重服務提供者技術上與營運上的能力，而非消費者需求本身，即為前述心態的一種反映。通常政府在決策時均未對成本因素予以充分考量，因此造成世界上許多國家的郵政機構都陷入嚴重的財務赤字。此外，由於在郵政營運程序上僅能使用有限的科技，以及缺乏自動化處理信函的必要技術資源，郵政服務的提供過程仍多採用手工處理的方式。前述情況持續相當長的一段時間，因為郵政機構認為郵政環境是相當穩定的，其營運並不會受到任何競爭的挑戰¹²。隨著時代變遷，郵政業者逐漸面臨下列兩方面的嚴厲挑戰：

第一，來自民營業者的挑戰：在 1960 年代末與 1970 年代初，民間快遞公司逐漸興起，並且提供較傳統郵政機構更高品質的貨件遞送服務，使得郵政服務市場中第一次產生競爭，雖然僅限於層次較高的服務。民營業者首先進入的是國際遞送服務市場。由於國際郵件服務係由各國政府所經營的郵政機構透過國際郵件交換所共同提供，故其服務品質較為參差不齊。在此情況下，不啻提供良好的時空背景，使民營業者得以透過在世界各地成立商業據點的方式，建立私人的運輸網路，提供消費者一致的服務品質。隨後，國際營運上的成功，使得民營業者得以滲透至國內遞送服務市場，對於既存的郵政獨占業者帶來直接的威脅。部分國家的郵政服務提供者積極地回應來自民營業者的行動，採取全新顧客導向的經營策略，並且發展更有效率、更市場導向的組織結構。然而，許多國家的郵政組織仍為政府機構之型態，使得其經營上難以獲得行政上必要程度的彈性與自主權，來回應日漸競爭的市場所帶來之挑戰¹³。

第二，來自新通訊科技的挑戰：首先，通訊科技的日新月異，使得消

¹² Universal Postal Union, *Module I Foundation of Reform*, in GUIDE TO POSTAL REFORM AND DEVELOPMENT 1 ,5 (Universal Postal Union, Oct. 2004).

¹³ *Id.*

費者得以享有較多的選擇，例如透過傳真與網際網路傳達訊息，其速度與成本上的優勢，足以取代郵政服務之通訊功能。其次，郵政服務提供者必須發展制度上之創新與組織技能，以吸收這些新科技，以便運用在郵政事業之經營上，提供消費者較低價格、較高品質的服務，並建立更有效率的營運與行政資源管理實務¹⁴。

二、產業現況

（一）郵政收入

就從過去二十年迄今，全世界之郵政營業收入持續成長中，並於 2003 年達到 1,746 億 SDR。大部分這些收入均來集中在工業化國家，佔超過世界營運收入的 91%。在 2003 年，世界郵政收入有 58% 來自於信件，23% 來自於包裹與物流服務，14% 來自於郵政金融服務，並且有 5% 來自於其他服務。

（二）市場佔有率

在世界上所有地區，郵政機構面臨民營業者的競爭，係不爭的事實。根據萬國郵盟調查，僅有 6% 的郵政業者並未面臨其他郵政服務提供者的競爭。然而，並非所有地區與市場上的競爭本質均相同，例如阿拉伯國家之市場相對上較受到保護。就國內服務部分，80% 萬國郵盟會員境內之信件市場有民營業者在經營，尤以工業化國家為最；至於包裹市場，則有 85% 萬國郵盟會員之市場上有民營業者在經營。就國際服務部分，其比例則更高，國際信件與包裹市場分別有 90% 與 95% 的萬國郵盟會員境內市場開放予民營業者經營¹⁵。

（三）信件

¹⁴ *Id.* at 6.

¹⁵ *Id.* at 12.

與 2001 年開始的趨勢一致，2003 年全球國內信件量較 2002 年降低 0.4%，總計達 4,245 億封函件。即便如此，2003 年仍有 40% 的國家國內信件數量增加。至於國際信件方面，2003 年則較 2002 年下降 5.1%，達 60.28 億封函件。國際信件數量的減少幾乎是全面性的，影響近四分之三的國家。在 1995 年時，國際信件仍佔全球信件的 2%，到 2003 年時僅佔 1.4%。然而，這項比率並不適用於所有國家：在 40 國家中，其國際信件數量比國內信件數量還要更高。過去五年以來，世界國內信件數量持續以每年 0.5% 的比例成長，然而國際信件卻以每年 4.7% 的比例下滑¹⁶。值得注意的是，由於電子商務的發展與國際貿易的持續成長，國際信件中的「內含貨物之函件」(items containing goods) 預期在 2004 年至 2008 年間反而將有所增加¹⁷。

(四) 包裹

自 2001 年到 2003 年間國內普通包裹數量處於下滑狀態，2003 年包裹數量約為 44 億件，較 2002 年下降 5%。國際普通包裹部分，2000 年至 2002 年係穩定成長，至 2003 年則反趨減少，數量僅達 4,700 萬件，較 2002 年下降 2.6%，佔世界總包裹數的 1%。每年每千人所郵寄國內包裹的數量，從 1998 年的 802 件，到 2003 年時只剩 695 件。國際包裹部分，則從 1998 年的 6.8 件，上升至 7.5 件。就各國郵政機構之觀點，在國際貿易與電子商務的發展影響下，普遍預期 2004 年至 2008 年國際包裹寄件量應會有所成長，但部分郵政機構則擔心來自於民營業者的競爭，恐怕會影響其成長率¹⁸。

(五) 快捷函件

國際快捷函件（以 EMS 函件數作為估計基礎）從 2002 年的 3,270 萬

¹⁶ *Id.* at 6.

¹⁷ *Id.* at 7.

¹⁸ *Id.* at 8-9.

封增加到 2003 年的 3,470 萬封，成長率約為 6%。值得注意的是，使用國際快捷服務的區域分佈極不平均，高度集中於工業化國家與亞太地區¹⁹，故某種程度上似反映該地區之經濟情勢。

第二款 快遞服務

一、發展背景

自 1960 年代開始，北美及歐洲地區一些原本運送銀行貴重物品的民營運輸公司，為滿足國際間商業文件、包裹緊急遞送的需求而發展出一種專業的快遞服務，以避免文件、包裹因郵局作業的緩慢而造成時間上的延誤與商業損失²⁰。隨後，由於科技與經濟的發達，國際間貿易往來日益頻繁，為能縮短彼此時間與空間的距離以掌握最新、最快的資訊，快遞服務業的蓬勃發展在全球遞送產業中扮演著非常重要的角色，尤其是跨國企業更依賴它加速資訊、情報的交換（例如行銷策略、市場動向），以爭取更多的貿易機會，並使分佈於各地之分支機構能彼此協調發揮業務功能²¹。基於上述背景，快遞服務業乃由此因應而生，成為海運、空運、郵運、電話、電報之外，另一種傳遞資訊與貨物的服務方式。

二、營運模式

快遞服務業通常為整合型國際航空貨運業（integrated express service），集航空公司、貨物承攬、報關、倉儲及陸地運送等五項活動於一體，以具有商業機會的國際快遞貨物為主，並以一般國際貨物承攬為輔。國際快遞服務業者以收取高運費為代價，採取一貫化的作業，以「戶對戶」的方式將客戶之文件、包裹，透過專業收取、遞送，在最短的時間

¹⁹ *Id.* at 9.

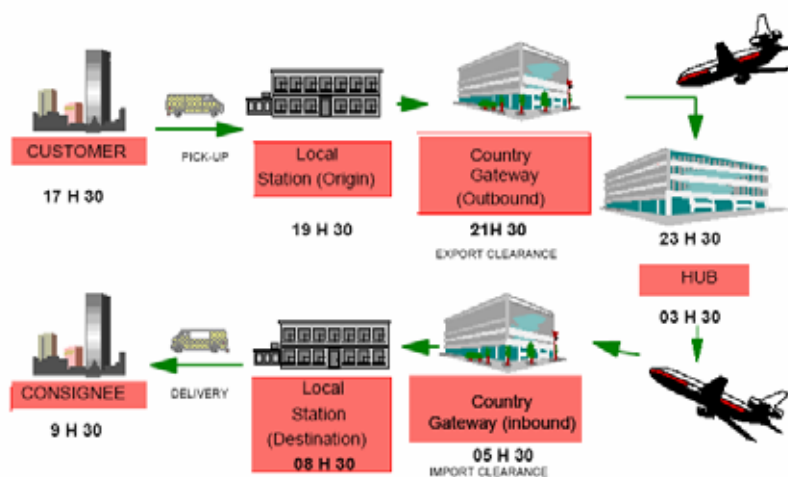
²⁰ 湯冠群，《台灣國際快遞業之專屬性資訊技術、統治型式與運送績效關係之研究》，6 頁。銘傳大學管理科學研究所，民國 91 年 6 月。

²¹ 黃桂芬，《探討顧客服務要素應用在國際快遞業作業流程改善之研究》，4 頁。國立台北大學企業管理研究所碩士論文，民國 93 年 6 月。

內裝機送達指定的地點。相對於一般空運服務業者僅提供機場對機場（airport to airport）的空運服務，陸地運送、倉儲等項目仍要假手他人的情況，快遞服務業者的經營模式顯然與空運業者不同：快遞服務業者往往透過最新資訊科技，例如網際網路與衛星科技等，能夠掌握運輸過程的每一環節，故其遞送流程較為安全與迅速²²。

快遞服務具有下列特色²³：一、提供「及時性」服務：利用本身專屬之航空器、通關作業區及國內貨物運輸，對受託之貨件，向客戶保證於指定時間內送達至收件人手中。快遞服務所強調的加值因素「隔日送達」之時間流程，如圖二-1所示。二、提供「戶對戶」服務：即運務員直接至寄件人指定之地址領取貨件，透過其專屬之國際網路傳遞，將貨件送至收件人手中。三、全方位的電子化貨件追蹤系統：每個貨件均有全程的電子紀錄，寄件人可透過電話及上網方式，查詢貨件的取件、運送及收件之資訊。四、運送貨件範圍廣泛：除有價證券、貨幣、危險物品、禁藥及私人信函外，一般貨件均可運送。五、可靠性：專人、專車、專機運送，單一運送者可靠性高。六、彈性化的付款方式：可由寄件人、收件人或指定之第三人為付款人。

圖 二-1：快遞服務「隔日送達」時間流程圖



²² 湯冠群，同前註 20。

²³ 劉美玉，《應收帳款管理制度個案探討—以台灣地區國際快遞業為例》，30 頁。淡江大學會計研究所在職專班碩士論文，民國 92 年 6 月。

※Source: Oxford Economic Forecasting, *the Economic Impact of Express Carriers in Europe*, at 6 (Oct. 2004).

三、產業現況

由於整合型國際快遞服務提供者需要倚賴大量的人力以進行貨件收取、分揀、運輸與遞送，並且需要龐大數量的運輸工具（車輛與航空器），以建立密集的運送網絡，更需要高科技的通訊設備，以便隨時追蹤貨件的所在位置與處理狀況，故其對於勞力與資本的門檻相當高。因此，就整體國際市場而言，其服務提供者並不多，主要係由 DHL、FedEx（Federal Express）、TNT（Thomas Nationwide Transport）與 UPS（United Parcel Service）四家公司進行競爭。表二-1 為此四家公司在 2004 年的統計資料，從中可大略了解快遞服務業的經營現況。

除此四大整合型國際快遞服務業者外，尚有其他快遞公司在各地競爭。在美國，大型企業快遞業者除 FedEx 與 UPS 外，還有 Menlo Worldwide 與 BAX Global 等公司，其 2002 年收入分別為 27 億與 19 億美元。此外，尚有超過 2,000 家獨立快遞公司競爭美國的快遞服務利基市場（niche market）²⁴。大型業者多標榜隔日送達服務；小型公司則提供本區內當日送達。歐洲的大型業者除 DHL 與 TNT 外，尚包括法國郵局（La Poste）所投資的 GeoPost、TAT Express、Chronopost International 與 DPD 等公司，以及英國郵局所投資的 Royal Mail、Parcelforce 與 GLS 等公司²⁵。在歐洲

²⁴ United States International Trade Commission, *Industry Overview and International Trade Flows, in EXPRESS DELIVERY SERVICES: COMPETITIVE CONDITIONS FACING U.S.-BASED FIRMS IN FOREIGN MARKETS 1, 1-3* (Apr. 2004), available at http://hotdocs.usitc.gov/docs/pubs/industry_trade_technology_review/pub3716.pdf (last visited Jul. 27, 2005).

²⁵ Datamonitor Plc., *European Express Benchmark 2004-Europe's Leading Express and Parcel Providers*, at 3 (Mar. 2005), available at <http://www.datamonitor.com/~3726cfbb417244d2b2d712748a51dad0~/products/free/InteractiveModel/IMAU0080/010imau0080.pdf> (last visited Jul. 28, 2005).

市場，小型業者則多侷限於國內投遞，提供市內或市外的服務²⁶。

表 二-1：2004 年全球四大快遞業者統計資料表

	DHL	FedEx	TNT	UPS
商標				
成立時間	1969 年	1972 年	1946 年	1907 年 8 月 28 日
總部	比利時布魯塞爾	美國田納西州孟斐斯	荷蘭阿姆斯特丹	美國喬治亞州亞特蘭大
國籍	德國 ²⁷	美國	荷蘭 ²⁸	美國
營業額	245 億歐元	247 億美元	170.38 億美元	366 億美元
重點項目	文件與包裹	文件、包裹與重貨	文件與包裹	文件、包裹與重貨
營業據點	約 4,400 個	可寄件處：超過 50,000 個 服務中心：321 辦事處：超過 1,350 個	(無資料)	UPS Store：3,900 個 信箱 1,500 個 (全球) UPS 服務中心 1,000 個 授權服務據點 17,000 個 UPS Drop Boxes 40,000 個
營運設施	轉運中心、倉儲物流中心及貨運站：超過 450 個 機場運務中心：238 個	空運快遞中心：10 陸運中心：28 轉運站 882 個	快遞中心、收發站、物流中心：857	空運轉運中心：15 (美國：8；加拿大：1；歐洲：2；亞洲：4)

²⁶ WTO Doc. S/C/W/39, *supra* note 5, at 5.

²⁷ DHL 為德國郵局 (Deutsch Post) 之子公司。

²⁸ TNT 為荷蘭皇家郵局 (Royal TPG Post) 之子公司。

服務國家及地區	超過 220 個國家 涵蓋服務城市約 120,000 個	超過 220 個國家	超過 200 個國家	超過 200 個國家
主力市場	歐洲、亞洲	北美、亞洲	歐洲、亞洲	北美
員工人數	約 170,000 人	超過 138,000 人	超過 163,000 人	超過 384,000 人 (美國 328,000 人;其他國家和地 區 56,000 人)
運輸工具	車輛：72,000 輛	車輛 41,000 輛 貨機：671 架	車輛 31,230 輛 貨機：42 架	車輛：88,000 輛 UPS 噴氣式飛機 隊：268 (世界第 九大航空公司) 包機：296
客戶數	420 萬人	(無資料)	(無資料)	每日 790 萬人 (180 萬取件及 610 萬送件)
運送貨件數	每年運送貨件數 超過 10 億件	每日運送貨件數 約 600 萬文件和 包裹	每星期運送貨件 數約 340 萬文件 和包裹	2004 年全球貨運 量：36 億件包裹 和文件 每日運送貨件數 約 1,410 萬文件和 包裹 每日美國地區空 運量：210 萬件包 裹和文件 每日國際貨運 量：140 萬件包裹 和文件
網站瀏覽次數	(無資料)	每月 1,500 萬個訪 客 每日超過 300 萬 次追蹤請求 每月透過 FedEx 貨運管理者運送 之包裹超過 1,500 萬個	(無資料)	每日瀏覽網站人 數約 14,500 萬 人，包括每日 1,000 萬人提出線 上貨件追蹤要求

※本表由作者瀏覽各公司網站並自行整理。

第二節 郵政快遞服務之特性

第一款 郵政服務

郵政服務傳統上為廣義公用事業的一環，係屬於人民日常生活或產業活動所必須的事業，故擁有較強的公共性。因此，郵政服務之特性即與其本身之公共性息息相關。其特性茲分述如下：

一、勞力密集

郵件的交寄方式分為以下兩種：第一種為民眾將郵件投至郵筒內，例如平信、限時信件、航空信件等；第二種為民眾至郵局營業窗口交寄，例如掛號信件、快捷信件與包裹等。前者郵差統一至郵筒將郵件收回，接著開拆、理信、銷票、分揀、網紮、封發、轉運，乃至於投遞等過程中，除銷票可使用銷票機，書寫郵遞區號且使用標準信封之郵件可用分揀機自動分揀外，其餘皆使用人力來運作；後者除包裹可使用網紮機予以包裝外，其餘仍是由營業窗口人員、內部處理人員等逐一用人力來處理²⁹。由此可知，郵政事業本質上即為高度依賴人力的業務，加上機械化的程度受到相當之限制，故相較於其他產業，仍屬於典型勞力密集的事業。

二、經濟特性

郵政事業之經濟特性，包含規模經濟（economies of scale）與範圍經濟（economies of scope）。前者意指隨著經營規模的擴大，使長期平均成本呈下降的現象，這是由於產量擴增的結果，亦可稱為長期報酬遞增；範圍經濟則意指一家公司組合兩條或更多條生產線所生產的產品，會比分開生產更有利於節省成本³⁰。就規模經濟而言，日本之實證研究顯示，日本郵便局的郵遞業務、郵政儲匯與簡易保險具明顯的規模經濟，擴充網路規模

²⁹ 盧家慧，《郵政事業營運特性、成本結構及規模經濟之探討》，5-1 頁。國立成功大學交通管理科學研究所碩士論文，民國 83 年 6 月。

³⁰ 莊慶達、趙聚誠合著，《經濟名詞釋典》，62 頁。台北，華泰事業文化股份有限公司出版，民國 89 年 11 月。

增加產量，將會使單位產出的平均成本降低³¹。我國之實證研究結果，似亦得到相同的結論³²。就範圍經濟而言，日本之實證研究則顯示，郵政儲匯與簡易保險之間有明顯的範圍經濟；郵遞服務與郵政儲匯之間亦存在範圍經濟，惟不若前者明顯；郵遞服務與簡易保險間則更不明顯³³。至於我國之實證研究結果，顯示我國郵政事業之範圍經濟並不顯著³⁴。

三、獨占性

所謂獨占，在經濟學上意指某個產品的整個市場只有一家廠商，且其所生產的產品沒有同性質的替代品存在³⁵。獨占廠商之所以能夠「僅此一家」，在於市場上存在著進入障礙。進入障礙一般來說有兩種類型：一、法律的限制，亦即法律規定民間企業不得參與經營而形成獨占。二、自然獨占，亦即產業的特性使得單一廠商在最適規模時，其產量就足以應付整個市場的需求，則這個產業自然而然會形成獨占的局面；換言之，這是經濟力量運作的結果³⁶。傳統上，世界各國均以郵政法規賦予郵政業者專屬經營權，並附帶普及服務義務，以確保國民通訊自由之權利。準此，郵政服務業應屬於前述第一種人為的法律獨占，而此亦為實證研究結果所支持³⁷。在不具自然獨占性之情況下，若從資源有效利用的觀點來看，開放郵政服務市場競爭將會最為有利³⁸。

³¹ 莊懿妃、劉崇堅合撰，《論我國郵政體制改革》，經社法制論叢第 25 期，368 頁。台北，行政院經濟建設委員會，民國 89 年 1 月。

³² 莊懿妃，《考慮競爭之服務別差別定價—以郵政服務為例》，8-3 頁。國立成功大學交通管理科學研究所博士論文，民國 84 年 6 月。

³³ 莊懿妃、劉崇堅，同前註 31。

³⁴ 莊懿妃，同前註 32。

³⁵ 張清溪、許嘉棟、劉鶯釧、吳聰敏合著，《經濟學理論與實際》，三版，上冊，217 頁。台北，翰蘆圖書出版有限公司出版，民國 84 年 8 月。

³⁶ 同上註，217-218 頁。

³⁷ 盧家慧，同前註 29，7-2 頁；莊懿妃，同前註 32。

³⁸ 莊懿妃、劉崇堅，同前註 31，367 頁。

四、普及服務

依萬國郵政公約第 1 條第 1 項之規定：「為支持貫徹郵盟單一郵區之概念，會員國應確使全體用郵人士與顧客均享有普及郵政服務權利，在其領土內所有地點，永久提供品質良好、易於負擔之價格之基本郵政服務。」同條第 2 項並規定：「會員國既認定上述目標，即應在其國內郵政立法之架構內，或依照其慣例之方式，訂定郵政服務之範疇、品質要求及易於負擔之價格，更須考慮其人民之需要及國內之狀況。」第 3 項規定：「各會員國應確使其負責提供普及郵政服務之作業人員，達成郵政服務及品質標準之諾言。」由此可知，普及郵政服務之特性包括：一、地理上之公平性：消費者不論居住在何處，都可以均一價格享受郵政服務。二、經濟上之公平性：無論國民之經濟條件如何，一般民眾均得以其所能負擔之價格（affordable prices）享受郵政服務。三、安全性：郵政服務提供者需確保其良好的服務提供品質，藉以建立消費者的信賴感³⁹。

五、網路性

一般而言，多數的公用事業均有網路（network）的特性，例如電信、電力、自來水、瓦斯、鐵路、航空等，若不利用網路系統則無法供給財貨或服務。郵政服務亦為其中之一例，必須擁有全國網路（郵務據點）方能提供完整的服務⁴⁰。所謂網路，係由節點與節線所構成，郵政服務之郵筒與郵局具有收攬、轉運的功能，可視為節點；而郵差區域內的收遞路線與郵車所走的郵路則可視為節線。值得一提的是，網路非意指實際之設施，而是節點的空間配置與節點間的連接關係，當產出與節點數固定時，不同的節點空間配置與連接關係，將有不同的成本水準⁴¹。

³⁹ 林淑馨，同前註 11，52-53、378 頁。

⁴⁰ 同上註，365 頁。

⁴¹ 盧家慧，同前註 29，5-4 頁。

以日本為例，全國的郵政事業係由 24,600 多個郵局所組成，提供郵遞、儲匯、簡易保險等業務，並形成資訊、通訊、物流等網路系統，以提供國民均一、高品質的服務，也因而郵政事業被視為是日本「國民共同的基礎生命線」⁴²。此外，就我國而言，截至民國 94 年 7 月 24 日止，中華郵政股份有限公司共設立 1,314 個郵局⁴³，形成我國綿密的全國郵政服務網路系統。

六、兼具公共性與企業性雙重特質

目前世界各國郵政事業大致上可區分為國營事業、國營公司及民營公司三種。由萬國郵盟 1999 年 4 月出版「各國郵政現況及組織型態」手冊可知，在其蒐集之全球 142 國郵政機構中，僅 39% 仍維持政府國營事業機關之方式經營，61% 已改制為公司組織，採企業化方式經營⁴⁴。郵政服務之自由化固然以開放市場與導入競爭的方式強化郵政事業之企業性，但各國仍採取許多相關之配套措施，以確保普及服務之提供，例如歐盟指令 97/67/EC⁴⁵ 與 2002/39/EC⁴⁶ 中即有相當多關於確保普及服務義務之規範。由於普及服務本身即有具有公共性特質，故現行各國郵政事業實際上同時兼具公共性與企業性雙重特質。以我國為例，交通部郵政總局於 92 年 1 月一日改制為中華郵政股份有限公司，依其設置條例第 3 條之規定：「本公司本企業化經營原則，以提供普遍、公平、合理之郵政服務，促進郵政事

⁴² 林淑馨，同前註 11，365 頁。

⁴³ 參見中華郵政全球資訊網，網址：http://www.post.gov.tw/post/internet/Post_All.htm（最後瀏覽日期：民國 94 年 7 月 24 日）。

⁴⁴ 交通部，《交通政策白皮書—郵政》，1-2-1 頁。交通部出版，民國 91 年 1 月。

⁴⁵ See European Union Website, available at <http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997L0067:EN:HTML> (last visited Jul. 24, 2005).

⁴⁶ See *id.* available at <http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32002L0039:EN:HTML> (last visited Jul. 24, 2005).

業健全發展，增益全體國民福祉為目的。」即可看出此一雙重特性。

七、區域聯繫作用

如前述所言，郵政事業因擁有綿密的郵務據點，具有網路特性，並同時兼營郵政、儲匯、簡易保險等業務，提供普及郵政服務與普及金融服務，故容易發展成區域資訊、財貨（物流、金流）的交流中心。在此背景下，郵政事業的發展與區域經濟的振興、區域社會的改善、區域的活化有相當密切的關係。

八、服務分類具周延性

郵政服務之營業種類繁多，處理方式亦不相同，消費者可依其需要，選用適當之方式交寄郵件。以我國中華郵政公司之營業項目為例，若消費者對於函件之時效性與安全性並無特別要求，則可選用平信、明信片或特製郵簡作為一般通訊工具。若對時效性有較高的需求，則可分別以限時郵件（prompt delivery mail）、國內快捷郵件（domestic speedpost item）⁴⁷交寄，甚至採電子函件（E-postmail）⁴⁸的方式。若對安全性有較高的需求，則可分別以掛號郵件（registered mail）或雙掛號郵件（registered with AR mail）交寄。若信件內容為貨幣或票據者，則可選用報值郵件（value-declared mail）；若信件內容係作為證據而需由郵局備存者，則可使用存證信函（legal attest letter）⁴⁹。經由上述分析可發現，我國郵政服務之分類相當周延，兼具函件內容、時效、安全等各方面考量。消費者得依本身需要，選擇最適當的郵政服務⁵⁰。

⁴⁷ 國外快捷郵件英文名稱為 International Express Mail Service，簡稱 International EMS。

⁴⁸ 此即所謂「電腦列印封裝服務」（hybrid mail services）。

⁴⁹ 以上資訊請參考「中華郵政全球資訊網」：<http://www.post.gov.tw>。

⁵⁰ 盧家慧，同前註 29，5-4 頁。

第二款 快遞服務

由本節第一款可知，快遞服務在本質上，仍是透過綿密的營業據點與多種運輸工具所架構出來的通訊及運輸網路，對消費者提供遞送文件、包裹等函件之服務，故其部分特性與郵政服務相似。惟快遞服務向來為民營業者所提供，屬於純粹之商業服務，其經營方式並無公共性之考量。因此，郵政服務基於公共性而產生之特色，例如普及服務義務、法律上之獨占性等，均不見於快遞服務中。也因此，在無公共性考量之情況下，快遞服務於激烈的競爭環境中，發展出強調「效率」的營運模式，並創造出有別於傳統郵政服務之特色。茲分述如下：

一、勞力密集

快遞服務之提供過程與郵政服務相似，在函件的收取、分揀、運輸與遞送上，均需仰賴大量的人力，機械化與自動化的程度仍相當有限。特別是快遞服務所強調「戶對戶」之專程專車遞送與「及時性」之服務提供模式，使該產業 24 小時均需有作業員進行運作，對人力資源之需求可能遠超過郵政服務。故快遞服務與郵政服務同屬於勞力密集之產業。基於上述理由，快遞服務業可創造可觀的就業機會⁵¹，因此為歐盟與美國所鼓吹開放。

二、網路性

為擴大服務範圍以爭取客戶，並加強服務提供效率，快遞服務業者往往以機場及轉運中心為中心點，向外擴展營業服務據點，並以龐大數量的飛機隊與車隊，建構縝密的陸空運輸路線，並由兩者結合成無遠弗屆的服務提供網路。因此，快遞服務與郵政服務共同具有網路性之特色，且前者未必較後者遜色。以台灣 DHL 為例，其甚至與統一超商 7-11 成立合作關

⁵¹ 以全球前四大國際快遞業者 DHL、FedEx、TNT 與 UPS 為例，其員工總數合計超過 855,000 人。相關資料請參見各公司網站。

係，於全台 3,800 個營業據點提供快遞服務⁵²。

三、服務分類具周延性

郵政服務消費者可依本身對寄達速度的需求，選擇平信、限時或快捷郵件，對安全性的需求則可選擇掛號或雙掛號郵件。對快遞服務而言，其服務分類方式雖未必與郵政服務相同，但其服務仍具周延性，消費者可依狀況選擇最適合的服務項目。以 DHL 為例，其國際快遞服務可分為「清晨件」與「早安件」：前者係於隔日上午 9 時前送達，後者則於隔日上午 12 時前送達⁵³。

四、時效性

快遞服務業興起的背景因素之一，即在於現代工商業社會對於時效的高度需求。因此，如何對客戶提供最快速之服務，往往為各大快遞服務公司競爭重點之一。根據歐洲一項調查報告顯示，會使用快遞服務作為遞送方式者，有超過 75% 的消費者表示「隔日送達」的需求「非常重要」，並且有超過 95% 以上的消費者表示「偶爾重要」⁵⁴。UPS 亞太區行銷副總裁 Matt McGee 氏曾表示：「對我們的許多客戶而言，時間是決定他們在商場上致勝的關鍵因素。在競爭日益激烈的今日，當日送件、隔日上午 10 點 30 分送達目的地的速度，已無法滿足許多企業型客戶的需求，尤其當收件人因尚未收到該重要的貨件而無法展開作業時，對快遞服務時效性的要求

⁵² 台灣 DHL 網站，網址：

http://www.dhl.com.tw/publish/tw/zt/services/exp_services/specialised/711.high.html（最後瀏覽日期：民國 94 年 7 月 26 日）。

⁵³ 同上註，網址：http://www.dhl.com.tw/publish/tw/zt/services/exp_services.high.html（最後瀏覽日期：民國 94 年 7 月 26 日）。

⁵⁴ Oxford Economic Forecasting, *the Economic Impact of Express Carriers in Europe*, at 15 (Oct. 2004), available at <http://www.oef.com/Free/pdfs/euroexpressfinal091104.pdf> (last visited Jul. 26, 2005).

就分外突顯。」⁵⁵由此可知，時效性為快遞服務相當重要的特色之一。

五、便利性

如同本節第一款所言，部分郵政服務需至郵局營業窗口交寄，例如掛號郵件與包裹等。因此，時空上的限制，例如需在郵局營業時間內，專程將寄送物品送達郵局窗口辦理交寄等，無形中對於消費者仍造成不便。有鑑於此，部分快遞業者，便與連鎖超商建立合作關係，以建立其服務據點。故郵局營業據點雖多，仍不比連鎖超商的數量；郵局營業時間雖較銀行長，卻依然不比連鎖超商 24 小時的營業時間。在此情況下，快遞服務所提供的「戶對戶」服務，即一通電話即有專車到府收貨的服務，突破郵局定點式的缺點。另外，例如 DHL 在 7-11 設收貨處，提供 24 小時的收貨服務，則突破郵局營業時間的限制。綜上所述，快遞服務所帶來的便利性，亦為其重要特色之一。

六、可追蹤性

以往將文件或是包裹送往郵局寄件後，一直到收件人收到為止，這段時間內寄件人無法查詢所委託之貨件的目前位置。而快遞服務所提供的 24 小時查詢、追蹤貨件服務，使寄件人得在寄件後隨時查知貨件的所在位置，掌控寄件物品的狀況。故可追蹤性為快遞服務優於郵政服務的特色之一。

七、高附加價值的寄送貨件

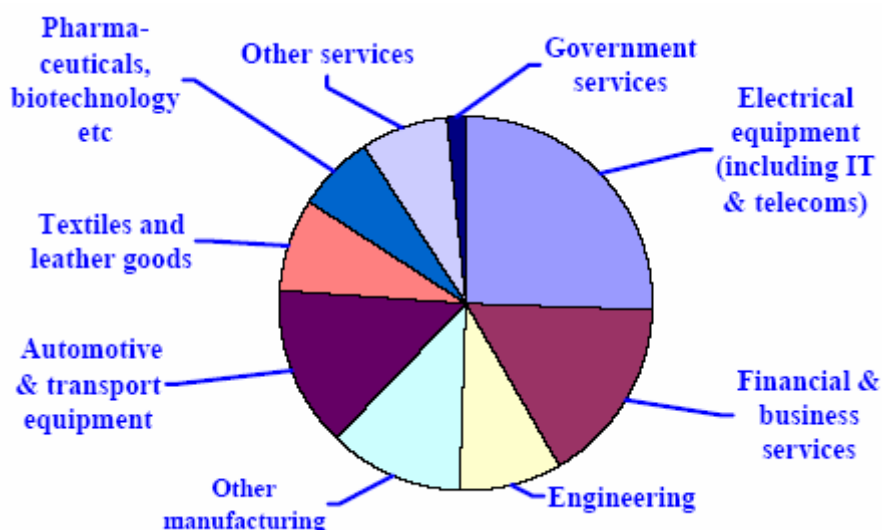
由於快遞服務提供前述時效性、便利性與可追蹤性等郵政服務所欠缺之特色，故其在人力資源與硬體設備上的要求均高於郵政服務。例如需要 24 小時的輪班作業人員、數量龐大的交通工具與先進的電腦資訊設備，這

⁵⁵ 參見 UPS 台灣網頁，網址：

http://www.ups.com/content/tw/zh/about/news/2001_news/20011106chtExpressPlusService_n.html (最後瀏覽日期：民國 94 年 7 月 26 日)。

些因素都導致經營快遞服務的固定成本與變動成本均高於郵政服務。在此高度服務提供成本的情況下，快遞服務業者勢必需對消費者索取較高的資費，以賺取合理的利潤。因此，對於使用快遞服務之消費者而言，必須考量寄送貨件本身之價值，以及對時效性與便利性之敏感程度，作為判斷究應使用郵政服務或快遞服務之基準。就實務上而言，通常使用快遞服務進行遞送之產品多為高附加價值之產品。以圖二-2 為例，快遞服務之主要客戶以電子設備（包括 IT 與電信）及金融商業服務佔較高比例，其他則包括工程服務、運輸設備、紡織與皮革貨品、藥品與生技產品等。

圖 二-2：快遞服務收入來源比例圖



※Source: Oxford Economic Forecasting, *the Economic Impact of Express Carriers in Europe*, at 9 (Oct. 2004).

第三節 郵政快遞服務業之貿易障礙

所謂貿易障礙 (trade barriers)，意指政府對於商品或服務在不同國家間的自由流通，所採取的任何干預措施；或凡該措施之目的在於歧視產品或其生產來源，並 扭曲貿易型態之措施，均可被稱之為實質的貿易障礙⁵⁶。由於服務貿易難以所謂的邊境措施如關稅、輸入許可證等進行限制，

⁵⁶ Neela Mukherjee, *Multilateral Negotiations and Trade Barriers in Services Trade-A Case Study of U.S. Shipping Services*, 26 JOURNAL OF WORLD TRADE 45, 45 (Oct. 1992).

因此，服務貿易之貿易障礙多透過各國國內法令加以限制，並且該限制措施可能具歧視性或不具歧視性。前者例如對國內所有銀行設立最低存放款比例限制；後者例如對外商銀行設立分行總數限制。以下則針對郵政與快遞服務可能之貿易障礙進行概述。

第一款 郵政服務

郵政服務貿易係由世界各國的郵政機構，依萬國郵政公約（Universal Postal Convention）及其施行細則之規範，所組合而成世界最大的實體配銷網絡。自 1874 年起，郵政服務國際規範係由萬國郵盟（Universal Postal Union, UPU）⁵⁷的會員國來執行。迄今，萬國郵盟已包括 190 個會員國⁵⁸。依據萬國郵政公約第 1 條第 1 項之規定，會員國組成「單一郵區」（single postal territory）並提供普及服務（universal services）。同法第 2 條第 1 項並規定，各國郵政機構應保證以最速郵路與最安全之方法轉遞來自其他之函件，並確保其轉運自由。萬國郵政公約訂定信件互換之基本原則及其細則，對快捷郵件則訂定較小範疇的規範。其他萬國郵政協定尚包括包裹協定，以及適用於國際郵政匯票之匯兌協定。萬國郵政公約對國際函件⁵⁹業務的作業，亦同時訂有一般原則性基本規定及其施行細則。由此可知，郵政服務貿易係以萬國郵政公約及其施行細則為架構，建構出一套函件與包裹國際流通的體制。除涵蓋函件與包裹的規格與樣式外，各國對於萬國郵盟會員之函件與包裹多設有專屬通關程序，與一般民營快遞業者所適用之通關程序有所不同⁶⁰。因此，郵政服務貿易由於受到萬國郵盟所規範，加上各國郵政機構向來帶有政府獨占經營之色彩，故其貿易障礙與快遞服務相較之下應較低。

⁵⁷ 萬國郵盟為一國際組織，並且為聯合國所屬之特別分支機構。

⁵⁸ UPU Website, available at <http://www.upu.int/members/en/members.html> (last visited Jul. 25, 2005).

⁵⁹ 函件包括信函、明信片、新聞紙、盲人文件等。

⁶⁰ UPU Doc. CA GC 2003.2-Doc 3b, *Contribution to the Preparation of the Bucharest World Postal Strategy from Private Sector Members & UPU Advisory Group*, at 11 (Sep. 24, 2003).

然而，當萬國郵盟規範出現缺陷時，則將可能成為貿易障礙。以現行的到達費制度為例，由於區分為工業化國家與開發中國家兩個集團，交互適用不同的到達費率，使得可利用轉寄（remail）的方式進行套利，對函件目的地國的郵政業者有負面影響⁶¹；此外，會員國至其他會員國境內設立境外交換局（Extraterritorial Offices of Exchange, ETOEs）的經營方式，亦產生套利空間，使寄達國家之郵政業者將蒙受到達費收入的損失，無法合理補償其內國遞送之成本⁶²。

此外，誠如本章第二節第一款所述，郵政服務具有保障國民基本通訊權之目的，有高度公共性之考量，因此受到政府管制的強度與密度亦較高。舉凡普及服務義務及相關補償基金、核照要件等，均為確保公共性之政府措施之一。若會員已開放郵政服務市場，然前述之國內管制措施超過確保服務品質之必要時，將影響市場開放程度，並同時構成貿易障礙。

第二款 快遞服務

由於快遞服務係提供範圍廣泛的整合型遞送服務，因此對於任何一個環節的限制，不論是否係針對快遞服務，或僅為一般性限制，均可能造成對服務提供上的延誤或阻礙，進而對整體快遞服務有不利影響。甚者，由於許多製造商與企業均仰賴快遞服務迅速、可靠之服務，以遞送其文件或產品。因此，若快遞服務之提供受到遲延，連帶地對於這些企業與整體經濟均有潛在的負面影響。由於快遞服務並無類似萬國郵政公約之規範拘束會員國之國內法規，亦不具有傳統上郵政服務提供者所享有法律上之獨占

⁶¹ See Battelle Science & Technology International, *Final Report Joint Study on Article 43 Prepared for the United States Postal Service, the United States Department of State, and the Postal Rate Commission*, at 26-34 (May 9, 2002), available at <http://www.state.gov/documents/organization/25206.pdf> (last visited Jul. 25, 2005).

⁶² See Joy M. Leong et al., *ETOs-Arbitrageurs or Vehicles of Change in Postal Liberalization?*, at 26-34 (2004), available at <http://www.sidley.com/db30/cgi-bin/pubs/ETOs%20-%20Submission%20of%20July%206%202004.pdf> (last visited Jul. 25, 2005).

地位，故其貿易障礙相對上較多，也較為複雜。茲分述如下：

一、郵政獨占業者之反競爭行為

由於僅有極為少數之國家已將郵政服務市場完全開放，故絕大部分國家郵政服務提供者享有某種程度的專屬經營權，差別僅在專屬權範圍大小之差異。然而，各國郵政服務提供者並非只經營專屬權範圍內之業務，尚包括已開放競爭之營業項目，例如快捷服務等，故在此市場區隔內必然與快遞業者處於直接競爭關係。在種類繁多的反競爭行為中，交叉補貼最為受到密切關注。交叉補貼意指郵政業者利用在獨占領域內營業所產生之盈餘，補貼在競爭領域內業務之營運⁶³。實務上，2000年1月UPS即曾控告加拿大郵局之行為違反NAFTA協定下之義務，而其中一項控訴理由即加國郵局對快捷服務業務進行交叉補貼⁶⁴。其他反競爭行為尚包括郵政資產為提供快捷服務之利益而進行融資，以及利用郵局員工與車輛提供快捷服務等⁶⁵。

二、設立限制

設立限制係指對於快遞服務提供者設立商業據點時，需以特定之法人型態或以合資方式始得提供服務，以及外人投資額度或比例之限制等。對於已在承諾表上開放快遞服務部門之會員，則需將此限制記載於特定承諾表之市場開放欄位，否則即不得採取該限制措施。例如中國即規定其加入

⁶³ United States International Trade Commission, *supra* note 24, *Impediments to Trade in Express Delivery Services*, at 2.

⁶⁴ Appleton and Associates, *Notice of Intent to Submit A Claim to Arbitration under Section B of Chapter 11 of the North American Free Trade Agreement*, para. 7 (Jan. 19, 2000), available at http://www.appletonlaw.com/cases/Investors%20Notice%20of%20Intent_Jan19-00.pdf (last visited Jul. 27, 2005).

⁶⁵ United States International Trade Commission, *supra* note 24, *Impediments to Trade in Express Delivery Services*, at 3.

WTO 一年內⁶⁶，外國服務提供者僅得以合資方式設立商業據點，且其投資比例不得超過 49%；於入會一年後，提資比例始得超過 51%；並於入會四年後，外國服務提供者始得擁有 100% 股權的子公司⁶⁷。另外，以印度為例，其雖然允許成立擁有 100% 股權的子公司，但須經過印度政府許可始可設立⁶⁸。通常對外國服務提供者設立合資限制與股權不得超過 49% 之限制，目的均在於影響本國市場之競爭條件，並保護本國之服務提供者。此外，對於外國服務提供者之商業據點設立地理上的營運範圍，亦屬於某種設立上之限制⁶⁹。此種限制仍需記載於特定承諾表之市場開放欄位，否則亦不得採取該限制措施。

三、郵政監理與經營者未分離

在大部分的國家，郵政法規不僅規範郵政專營權範圍內之服務項目，尚包括已開放競爭之服務項目，例如快捷服務。然而，在某些國家，郵政機構不僅對於郵政服務市場有管制權力，同時亦及於快遞服務市場，例如課稅需由郵政機構計算⁷⁰；執照之延長需經郵政機構核准；規定快遞業者須負擔稅金與使用費；甚至郵政機構得規定快遞業者可經營之業務範圍等⁷¹。由於在已開放競爭之市場中，郵政機構與民營快遞業者處於直接競爭關係，如郵政監理與郵政經營未分離，無異於郵政機構在郵政與快遞服務市場上「球員」兼「裁判」，嚴重影響外國快遞服務提供者之權益，造成快遞服務貿易之障礙。

⁶⁶ 中國於 2001 年 12 月 11 日正式加入 WTO。

⁶⁷ WTO Doc. GATS/SC/135, (Feb. 14, 2002).

⁶⁸ European Express Association, *Market Access Barriers by Country Analysis* (Mar. 24, 2003), available at <http://www.euroexpress.org/CMR/TRADE/Market%20Access%20Barriers> (last visited Jul. 27, 2005).

⁶⁹ See D. Daniel Sokol, *Express Delivery and the Postal Sector in the Context of Public Sector Anti-Competitive Practices*, 23 NW. J. INT'L L. & BUS. 353, 362 (Winter 2003).

⁷⁰ United States International Trade Commission, *supra* note 24, at 10.

⁷¹ WTO Doc. S/C/W/39, *supra* note 5, at 10.

四、核照要件

許多國家對於提供某些遞送服務需要執照，而這些核照要件若以武斷、不透明、具歧視性或過於繁瑣的方式適用，則將限制快遞服務貿易之進行。舉例而言，瑞典所有的民間遞送公司均需有執照始可營業；而英國僅對於提供一英鎊或 350 公克以下之信件遞送服務時，始需要申請執照。執照通常亦顯示遞送公司營運之費用結構與條件。在阿根廷，所有民營快遞業者均需獲得國家通訊委員會（Comisión Nacional de Comunicaciones）之授權始得營業。每個公司無論大小，其最低核照費用均超過 5,000 美元。然而，這些取得執照的公司，仍然需與許多小型無照經營之業者進行不公平競爭，因為這些無照業者並不繳納核照費用⁷²。

某些國家複雜的核照程序，或於核照程序中賦予外國服務提供者較不利之待遇，亦可能增加外國快遞服務提供者的營運成本，並且降低其經營效率。例如南非之郵政服務法及其施行細則規定，申請某些執照需每年給付 72,000 美元之費用，並且需連續繳納三年，之後則需每年繳交當年度營業額 2% 的費用。此外，核照條件並不自動更新，服務提供者必須每年申請以便獲得執照。至於執照存續期間，南非賦予外國服務提供者為 10 年的期間，但賦予南非郵局提供郵政與快捷服務之期間卻為 25 年。由於南非在快遞服務部門之國民待遇承諾欄中並無任何限制，故 FedEx 曾向美國貿易代表署反映南非違反其 GATS 之特定承諾義務⁷³。

五、通關障礙

由於快遞服務是對於時間相當敏感的產業，因此通關上的障礙對於業者之負面影響尤其深遠。在通關程序所受到的延誤，不僅降低遞送速度，並且可能減少業者之收入，最後增加消費者之成本。通關障礙之類型茲分

⁷² United States International Trade Commission, *supra* note 24, at 11.

⁷³ *Id.*

述如下：

（一）對民營業者歧視性之通關待遇

在某些國家，通常賦予郵政服務提供者較優惠之通關待遇，使民營快遞業者處於不利之競爭地位。以阿根廷為例，所有貨物的通關均需使用特許業者之保稅倉庫，且其保管費用為每日每公斤美金 0.5 元。然而，阿根廷郵局卻擁有自己的保稅倉庫，故可免除此項保管費用。此外，若價值在美金 30 元以下之貨品，阿根廷郵局免付通關費用與稅金，但民營快遞業者則無此優惠⁷⁴。

（二）報關文件

處理報關文件可能是相當耗時且成本極高的。在某些例子，造成此種情況的原因在於未能使用有效的通訊設備，例如電子資料交換系統。舉例而言，巴西拒絕使用電子空運提單，造成某些快捷服務專用軟體無法使用，導致部分強調「及時送達」的貨品在通關程序受到延誤⁷⁵。

（三）檢驗

通關檢驗在許多國家都是相當繁瑣的。以墨西哥為例，其通關程序採用相當複雜的「紅燈／綠燈」系統，作為隨機檢驗的方式。如果卡車遇到紅燈，則應停車受檢，依據報告指出通常需耗費兩天的時間。此外，墨西哥海關還遵循所謂「十中取一」(one-in-ten)的規則，亦即隨機從十件包裹抽取一件進行檢驗，而非僅檢驗高風險之包裹。快遞服務業者表示，這些檢驗規則使通關程序變得更緩慢，導致所謂的「隔夜遞送」(overnight delivery)幾乎無法完成⁷⁶。

⁷⁴ *Id.* at 13.

⁷⁵ D. Daniel Sokol, *supra* note 69, at 363.

⁷⁶ United States International Trade Commission, *supra* note 24, at 16.

（四）重量與價值的限制

通關程序中對貨品的重量、價值與類型的限制，亦會對快遞服務之提供造成影響。在阿根廷，貨物之重量低於 50 公斤，或價格低於美金 3,000 元者，始視為快捷函件，進而適用快速通關程序。任何超過上述限制之貨品均視為通常貨物，適用較慢的通關程序⁷⁷。

六、專屬經營權之範圍

除通關程序外，許多國家亦利用貨品之重量或價值作為劃分獨占 / 競爭範圍之界線。如果將重量或價值界定在較高的門檻，則相對上將限縮快遞服務之營業範圍，影響快遞業者之獲利空間。以墨西哥為例，墨西哥郵局在 2000 年虧損達兩億美金，在 2001 年更高達六億美金。然而，墨西哥政府不但不試圖改善墨西哥郵局的效率與服務品質，反而研擬立法將重量 350 公克以下之包裹交由墨西哥郵局所專營，限制快捷服務的競爭範圍⁷⁸。

七、強制與國內業者訂立合作協定

部分國家會強制外國服務提供者與本國業者訂立合作協定，以從事貨件之通關、收取、運輸與遞送⁷⁹。例如強制與本國報關行合作，以處理通關事宜；或強制與本國運輸業者訂立契約，由其提供車隊並從事函件之運輸與遞送。就此點而言，相當類似貨品貿易中的「自製率規定」(local content requirement)。

⁷⁷ *Id.* at 14.

⁷⁸ D. Daniel Sokol, *supra* note 69, at 359.

⁷⁹ WTO Doc. S/C/W/39, *supra* note 5, at 10.