

复兴之路: WTO与中国经济未来 服务业卷

服务业承诺与开放和崛起 (下册)

● 张汉林 张军生 刘洪敏 等 著

- 对承诺——原文结合规则的详尽解读
- 对环境——数据结合图表的充分展示
- 对策略——现实结合发展的独特见解

人民日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

服务业承诺与开放和崛起/张汉林等著.

- 北京:人民日报出版社,2002.12

(复兴之路:WTO与中国经济未来/张汉林主编)

ISBN 7-80153-589-8

I.服…

II.张…

III.世界贸易组织-规则-影响-服务业-中国

IV.F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 099107 号

书 名 服务业承诺与开放和崛起

著 者 张汉林 张军生 刘洪敏等

责任编辑 杨忠诚

封面设计 张 放

出版发行 人民日报出版社(北京金台西路2号/邮编:100733)

经 销 新华书店

印 刷 香河润泰印刷包装有限公司

字 数 800千字

开 本 880×1230 1/32

印 张 32

印 次 2002年12月第1版 2002年12月第1次印刷

书 号 ISBN 7-80153-589-8/F·056

定 价 58.80元(上、下册)

《复兴之路:WTO 与中国经济未来》丛书

编辑委员会

学术总顾问:龙永图 对外贸易经济合作部副部长

学术顾问:(以姓氏笔画为序)

王世春 对外贸易经济合作部公平贸易局局长

王林生 对外经济贸易大学教授、博士生导师

王琴华 国家经济贸易委员会产业损害调查局局长

刘 亚 对外经济贸易大学副校长、教授

陈准民 对外经济贸易大学校长、教授

杜厚文 中国人民大学教授、博士生导师

何 宁 对外贸易经济合作部世贸组织司司长

沈四宝 对外经济贸易大学法学院院长、教授、博士生导师

吴家煌 海关总署原关税司司长

张玉卿 对外贸易经济合作部条法司司长

尚 明 外经贸部公平贸易局反倾销调查专员

周忠海 中国政法大学教授、博士生导师

施用海 中国国际贸易学会会长、研究员

唐正平 农业部国际合作司司长

徐小青 国务院发展研究中心农村经济研究部副部长、研究员

徐秉金 外经贸部原部长助理、中欧国际经济技术协会会长

薛 亮 农业部发展计划司司长

薛荣久 对外经济贸易大学教授、博士生导师

主 编:张汉林 对外经济贸易大学中国世界贸易组织研究院院长、教授

目 录

下 册

第八章 世贸组织体系下发展现代化

中国分销服务业的策略…………… (461)

第一节 世贸组织主要成员分销服务业的发展………… (461)

一、现代化的美国分销服务业…………… (461)

(一) 多样化发展的美国零售服务业…………… (463)

(二) 不断演变的美国批发服务业…………… (467)

二、日本分销服务业的业态变化…………… (470)

(一) 日本零售服务业态的演进…………… (470)

(二) 日本批发服务业…………… (476)

第二节 世贸组织成员分销服务市场

开放与壁垒…………… (481)

一、分销服务定义…………… (481)

二、世贸组织成员分销服务贸易市场

开放承诺及特点…………… (482)

(一) 发达成员的开放程度远远高于

发展中成员的开放程度…………… (484)

(二)各具体项目承诺有所差别	(484)
(三)在服务提供方式上承诺各有侧重	(485)
三、主要世贸组织成员分销服务业市场开放分析	(485)
四、世界主要国家和地区分销服务业	
开放中存在的障碍	(490)
五、主要成员对新一轮分销服务业谈判的建议	(491)
第三节 中国分销服务业竞争与开放	(493)
一、中国分销服务业对外开放过程	(493)
(一)1992年7月以前:专卖店阶段	(493)
(二)1992年7月至1995年10月:百货商店阶段	(493)
(三)1995年10月至1999年6月:连锁店阶段	(494)
(四)1999年6月以后:批发服务业阶段	(494)
二、中国分销服务业的对外开放形式	(495)
(一)合资新建大型零售企业	(495)
(二)外方以管理咨询形式进行经营管理	(495)
(三)租赁商业设施由中外双方合作经营	(495)
(四)外商投资生产企业建立自己的分销网络	(495)
(五)在房地产、宾馆等设施中附设	
商场进入流通业	(496)
(六)开设专卖代理店	(496)
(七)发展特许经营店、连锁店	(496)
(八)建立直销公司	(496)
(九)外资通过特定的零售方式间接	
进入批发服务业	(496)
三、中国加入世贸组织分销服务业承诺	(496)
四、加入世贸组织对中国分销服务业的影响	(497)
(一)分销服务是影响较大的行业之一	(497)
(二)中国商品零售企业所受到的冲击将是有限的	(498)
(三)对批发业的冲击要远远大于对零售业的影响	(498)

(四)对经济发达地区的冲击要	
大于对中西部的影响	(499)
(五)外商将集中投资大型综合储式超市	(499)
第四节 世贸组织体系下中国零售	
服务业现代化	(500)
一、中国零售服务业发展及开放	(500)
(一)中国零售服务业发展十分迅速	(500)
(二)东、中、西部零售企业的经济效益参差不齐	(501)
(三)近几年超级市场比其他业态的发展更为迅速	(501)
(四)中国商业零售百强企业地区分布不平衡	(502)
(五)中国零售服务业市场化程度提高,	
结构调整初见成效	(506)
(六)中国零售服务业对开放度大	(508)
二、中国零售服务业加入 WTO 承诺及影响分析	(508)
三、加入世贸组织对中国零售服务业	
发展的有利影响	(511)
(一)将冲击中国旧有的零售服务业机制,	
增强零售服务业的国际竞争力	(511)
(二)推动中国零售服务革命的深化	(511)
(三)有利于创造良好的零售服务业环境	(512)
(四)提高中国零售服务业营销和管理水平	(512)
(五)规范中国零售服务业的竞争行为	(512)
四、中国零售服务业发展中存在的问题	
及未来的竞争新环境	(513)
(一)中国零售企业和国外零售企业	
还有巨大的差距	(513)
(二)国际零售服务业巨头会不断扩大市场价值	(514)
(三)世界零售巨头的进入会使中国	
零售服务业进入微利时代	(514)

(四)大型连锁企业将对中小零售企业造成冲击	(515)
(五)中国农村零售市场有待于发展	(515)
五、世贸组织体制下中国零售服务业	
发展的政策建议	(516)
(一)大力发展连锁零售服务业	(516)
(二)零售企业要树立品牌、规模经营的发展战略	(517)
(三)零售企业要制定正确的经营策略	(518)
(四)用信息技术提高零售企业竞争力	(519)
(五)积极完善流通现代化基础条件	(519)
(六)培养现代化零售服务业管理人才	(519)
(七)发展农村零售服务业,充分挖掘	
农村零售市场的潜力	(519)
(八)零售企业应抓住契机开拓国际市场	(520)
第五节 世贸组织体系下中国批发	
服务业的新发展	(526)
一、中国批发服务业发展及开放现状	(526)
(一)中国批发服务业发展经历的三个阶段	(526)
(二)中国批发服务业近年来发展不稳定	(527)
(三)中国批发服务业地区发展不平衡	(528)
(四)中国批发服务业开放缓慢、程度低	(528)
二、中国批发服务业加入 WTO 承诺分析	(529)
三、加入世贸组织对中国批发服务业的积极影响	(531)
(一)促进中国批发企业主体的重新形成	(531)
(二)丰富中国批发贸易的形式	(531)
(三)提高中国批发环节效率	(531)
四、中国批发服务业发展中存在的	
问题及未来竞争新环境	(531)
(一)中国批发企业的竞争力低下	(531)
(二)国外批发企业的进入对中国	

企业造成竞争压力	(532)
(三) 外资批发服务业有可能垄断	
中国某条分销通路	(533)
(四) 中国农产品批发市场有待发展	(533)
五、世贸组织体制下中国批发服务业	
发展的政策建议	(534)
(一) 批发企业应及时更新观念	(534)
(二) 加快向零售服务业的延伸和联合	(534)
(三) 要重塑中国的批发体系	(535)
(四) 充分发挥自身优势, 不断壮大自己的实力	(535)
(五) 进一步完善和发展中国的农产品批发市场	(536)
第六节 世贸组织体系下中国特许经营的发展	(537)
一、特许经营的定义和本质特征	(537)
二、国际特许经营的发展	(539)
(一) 特许经营正成为世界分销	
领域新的经济增长点	(539)
(二) 主要国家特许经营业发展经验借鉴	(539)
三、中国特许经营的发展及开放	(541)
(一) 特许经营在中国起步较晚, 但发展迅速	(541)
(二) 中国特许经营业采取的主要业态	(542)
(三) 中国特许经营发展的特点	(543)
(四) 中国特许经营发展有待规范	(544)
(五) 中国特许经营行业对外开放进程缓慢	(544)
四、关于中国加入世贸组织特许经营的承诺分析	(545)
五、加入世贸组织对中国特许经营发展的影响	(546)
(一) 中国将成为世界上最大的特许经营市场	(546)
(二) 外国特许企业有利于促进中国	
社会资源的重新整合	(547)
(三) 有利于净化和规范中国市场	(547)

六、中国特许经营发展中存在的问题	
及未来竞争新环境	(547)
(一)中国特许经营发展环境需尽快完善	(547)
(二)许多企业对特许经营的实质缺乏深刻认识	(548)
(三)中国一些企业还不具备作为特许企业的条件	(548)
七、世贸组织体制下中国特许经营	
行业发展的政策建议	(550)
(一)政府应采取各种方式积极推动	
特许经营行业的发展	(550)
(二)增强特许企业的特许经营能力	(551)
(三)受许企业应采取正确的加盟战略	(552)

第九章 世贸组织体系下中国电信 产业的国际化

(554)

第一节 中国邮政服务业的现代化	(554)
一、邮政服务的界定	(554)
(一)邮政服务业的定义	(554)
(二)快递服务的定义	(554)
(三)和其他服务部门的关系	(555)
二、世界邮政服务自由化改革及发展趋势	(555)
(一)邮电分营,政企分开	(555)
(二)邮政服务国际兼并、重组日趋激烈	(557)
(三)各国邮政服务业进一步扩大对外开放	(557)
(四)适应邮政服务全球化趋势发达	
国家加大自由化改革	(557)
三、部分世贸组织成员邮政市场准入分析	(560)
(一)澳大利亚	(561)
(二)新西兰	(561)

(三)丹麦	(562)
(四)德国	(562)
(五)西班牙	(563)
(六)芬兰	(564)
(七)瑞典	(564)
(八)英国	(564)
四、世贸组织主要成员邮政服务业市场准入承诺	(565)
(一)邮政服务	(565)
(二)快递服务	(565)
五、中国邮政服务业发展与竞争力分析	(566)
(一)邮政的整体水平逐步提高	(566)
(二)通信网路与能力明显增强	(567)
(三)邮政业务经营成效显著	(568)
(四)服务水平和服务质量不断提高	(569)
(五)对外合作交流日益增强	(569)
六、中国邮政服务业加入世贸组织承诺及影响分析	(570)
(一)中国邮政业加入世贸组织承诺	(570)
(二)中国邮政业加入世贸组织前后的开放分析	(571)
七、发达成员邮政业对中国邮政业	
造成很大的竞争压力	(572)
(一)中国邮政业的经营体制有待改善	(572)
(二)中国邮政法规不完善,不能满足	
《服务贸易总协定》的要求	(572)
(三)中国邮政企业总体经营状况不佳	(573)
(四)经营组织单一,企业人员素质偏低	(573)
八、直面世界邮政业的变迁,提高邮政企业竞争力	(574)
(一)完善中国邮政的竞争环境	(574)
(二)深化企业内部改革,建立现代企业制度	(575)
(三)重组人力资源,拓宽业务领域	(575)

(四)利用中国邮政业长期形成的网络	
优势发展物流业	(576)
第二节 全球电信服务业的发展与竞争	(577)
一、国际电信服务业的发展现状和特点	(577)
(一)国际电信服务业的私有化	(577)
(二)世界电信服务业竞争越来越激烈	(577)
(三)国际电信服务业的全球化	(577)
(四)国际电信服务业的移动化	(578)
(五)国际电信服务业的未来	(579)
二、国际电信服务业的自由化改革	(580)
(一)美国电信服务业的自由化改革	(580)
(二)英国电信服务业的自由化改革	(583)
(三)日本电信服务业的自由化改革	(584)
(四)国外电信产业演变的主要特点	(586)
三、世贸组织主要成员电信服务业市场准入承诺	(587)
四、主要成员电信服务开放承诺分析	(591)
(一)法规的透明度	(592)
(二)最惠国待遇及豁免	(592)
(三)市场准入的具体表现	(593)
(四)对法规环境的具体承诺	(594)
(五)主要成员承诺减让表分析	(594)
第三节 世贸组织体系下中国电信	
服务业的加速发展	(595)
一、中国电信服务业发展及特点	(595)
(一)电信服务业规模位居全球前列	(596)
(二)有效竞争的电信市场格局初步形成	(597)
(三)移动通信和数据通信成为电信	
服务业中的亮点	(600)
(四)电信市场发展存在地区差异	(602)

(五)农村与城市的电话普及率	
仍然存在较大差距	(603)
二、中国电信服务业的竞争力分析	(603)
(一)完善的通信网络奠定了坚实的竞争实力	(603)
(二)电信服务的多元化进一步增强了	
中国电信服务业的竞争力	(604)
(三)电信市场的竞争格局引导	
电信企业增强竞争力	(605)
(四)中国电信服务业发展不平衡	
影响总体竞争力的提高	(606)
(五)中国电信服务业人均指标	
仍落后于世界平均水平	(607)
三、中国电信服务业加入世贸组织	
承诺及其影响分析	(608)
(一)中国电信服务业加入世贸组织承诺	(608)
(二)外资电信运营商的市场进入策略	
对中国电信服务业的影响	(611)
四、外资电信运营商的进入将	
促进中国电信市场的规范	(614)
(一)加入世贸组织有利于形成公平	
的电信市场竞争环境	(614)
(二)加快中国电信市场引入竞争的步伐,	
进一步形成有效竞争的格局	(614)
(三)有利于电信企业走出国门,加速	
电信服务业的国际化	(615)
(四)将促进中国电信企业产权形式的改变	(615)
五、建立健全电信立法和监管,增强	
电信企业竞争实力	(615)
(一)加快《电信法》的制定与颁布,规范电信市场	(615)

- (二)电信主管部门应借鉴国外经验,
改变原有的电信监管方式…………… (616)
- (三)调整电信发展战略,迅速提高
中国电信服务业发展水平…………… (617)
- (四)转变企业形式,激活电信企业的活力…………… (618)
- (五)加快发展农村电信市场…………… (618)
- (六)取消住宅和办公电话差别计费,
实行农村和中西部地区的差别计费…………… (619)

第十章 世贸组织体系下中国

将成为旅游强国…………… (621)

- 第一节 世界旅游服务业的发展及特点…………… (621)
 - 一、世界旅游服务业保持强劲的增长态势…………… (621)
 - (一)世界旅游服务贸易规模不断扩大…………… (621)
 - (二)各个国家和地区的增长速度出现新变化…………… (622)
 - 二、旅游服务业发展对经济贡献度越来越重大…………… (623)
 - (一)旅游服务贸易在全球各国外汇
收入的比重提高…………… (623)
 - (二)旅游服务贸易在各国 GDP 中
的比重稳步提高…………… (623)
 - (三)旅游服务吸收了大量就业人口…………… (624)
 - 三、新兴旅游国家的市场份额不断扩大…………… (624)
 - 四、发达国家是世界旅游服务贸易的主导者…………… (625)
 - 五、世界旅游活动呈现多样化趋势…………… (627)
 - 六、信息技术的发展促进了发达国家
旅游服务业的创新…………… (627)
 - (一)信息技术在旅游饭店的应用…………… (628)
 - (二)信息技术在旅行社中的应用…………… (628)

(三)信息技术在旅游交通中的应用	(628)
(四)信息技术在旅游地的应用	(629)
七、“9·11”事件对世界旅游服务	
的发展产生深远影响	(629)
第二节 世贸组织主要成员旅游服务	
贸易发展及自由化	(630)
一、旅游服务贸易市场开放的总体分析	(630)
二、世贸组织主要成员的市场准入现状	(631)
(一)美国	(631)
(二)欧盟	(631)
(三)韩国	(632)
(四)新加坡	(632)
三、美国、日本、加拿大在旅游服务业	
承诺中存在的障碍	(632)
四、世贸组织主要成员旅游服务贸易发展及启示	(634)
(一)美国是世界旅游服务贸易强国	(634)
(二)欧洲是传统旅游服务贸易发达地区	(639)
(三)西班牙旅游服务贸易发展及启示	(641)
(四)英国旅游服务贸易的发展及启示	(646)
第三节 中国旅游服务贸易的发展与开放	(652)
一、中国旅游服务业发展迅速	(652)
(一)中国旅游服务业规模及在国民经济中的地位	(652)
(二)中国已成为国际旅游大国	(656)
(三)国内旅游服务快速发展	(659)
(四)中国已成为旅游服务重要进口国	(661)
二、中国旅游服务贸易加入世贸组织承诺及影响分析	(663)
(一)中国国际旅游服务加入世贸组织承诺	(663)
(二)加入世贸组织与旅游服务的对外开放	(665)
三、中国旅游服务业发展中存在的问题	(665)

- (一)旅游产品的竞争力有所提高,
但核心竞争力比较低…………… (665)
- (二)旅游环境保护和破坏并存,使得
旅游产业的资源浪费严重…………… (667)
- (三)旅游行业管理有所改善,但深层
矛盾依旧存在…………… (667)
- (四)产业发展迅速与结构失衡并存,
无法形成协同合力…………… (668)
- (五)旅游企业实力有所提高,但竞争力依旧低下 …… (670)
- 第四节 世贸组织体系下中国旅游
服务发展策略及政策建议 …… (671)
- 一、加入世贸组织将加快中国旅游服务业发展 …… (671)
- (一)全方位对外开放格局的形成有利于
旅游服务业的发展…………… (671)
- (二)有助于推动中国旅游管理体制的进一步改革 …… (672)
- 二、加入世贸组织对中国旅游服务业
发展的竞争压力 …… (674)
- (一)加入世贸组织对中国旅游
服务业发展提出挑战…………… (674)
- (二)旅游饭店业压力不大…………… (675)
- (三)加入世贸组织将加快中国旅行社的整合…………… (675)
- (四)加入世贸组织对中国旅游资源的
开发提出了更高的要求…………… (676)
- 三、健全旅游服务管理体制,加大行业
协会的协调,提高旅游企业竞争力…………… (677)
- (一)规范政府管理,调整管理机制 …… (677)
- (二)加强旅游行业协会的协调组织功能…………… (679)
- (三)加快提高中国旅游服务业的整体经营水平…………… (679)

第十一章 世贸组织体系下中国专业服务的发展

.....	(682)
第一节 专业服务贸易概述	(682)
一、世贸组织对专业服务的界定	(682)
二、国际专业服务贸易的特点	(684)
(一)专业服务提供者要具有一定的相关 专业知识并需经专业任职资格认定	(684)
(二)专业服务业以知识性服务投入为主, 产品的技术知识含量高	(684)
(三)专业服务是有偿服务,并且都是 高附加值的服务	(685)
(四)专业服务具有独立性	(685)
三、国际专业服务贸易日趋国际化	(686)
四、国际专业服务贸易壁垒	(687)
(一)市场准入和开业权限制	(688)
(二)人员流动的限制	(688)
(三)限制技术交流	(689)
(四)过境数据流动的限制	(689)
(五)国际支付限制	(690)
(六)政府采购限制	(690)
五、国际专业服务贸易市场开放	(690)
(一)国际专业服务贸易市场开放总体状况	(690)
(二)专业服务市场准入承诺	(695)
(三)国民待遇承诺	(695)
第二节 国际法律服务贸易发展及市场开放	(697)
一、世贸组织成员法律服务贸易承诺分析	(698)
(一)法律服务贸易承诺总体情况	(698)
(二)最惠国待遇豁免	(702)

(三)市场准入	(703)
(四)国民待遇	(703)
(五)国内法规	(704)
二、美国法律服务贸易发展及开放情况	(705)
(一)美国法律服务贸易处于全球领先地位	(705)
(二)特殊的法制体系使其法律服务发展迅速	(707)
三、英国律师服务贸易发展及对外开放情况	(707)
第三节 世贸组织体系下中国法律	
服务贸易的发展	(709)
一、中国律师服务发展现状	(709)
二、中国法律服务市场开放及承诺情况	(711)
(一)市场准入	(712)
(二)国民待遇	(712)
三、加入世贸组织对中国法律服务业的影响	(714)
(一)有利于改善中国律师的执业环境	(714)
(二)为中国律师提供广阔的服务市场	(715)
(三)给中国律师业带来竞争压力	(716)
四、世贸组织体系下中国法律服务的发展	(716)
(一)中国的律师事务所向规模化、国际化发展	(716)
(二)中国的律师业务向专业化方向发展	(717)
(三)中国律师事务所的管理要现代化	(720)
(四)继续保持中国法律服务产业发展方向	(721)
(五)中国律师制度的系统化	(722)
(六)中国法律服务市场的规范化管理	(723)
(七)中国律师事务所组织形式股份化	(724)
第四节 国际会计服务贸易发展及自由化	(725)
一、国际会计服务贸易的发展	(725)
二、国际会计服务贸易壁垒与自由化	(728)
(一)国际会计服务贸易壁垒	(729)