

中国第三产业杂志丛书

朱 兵 主编

第三产业

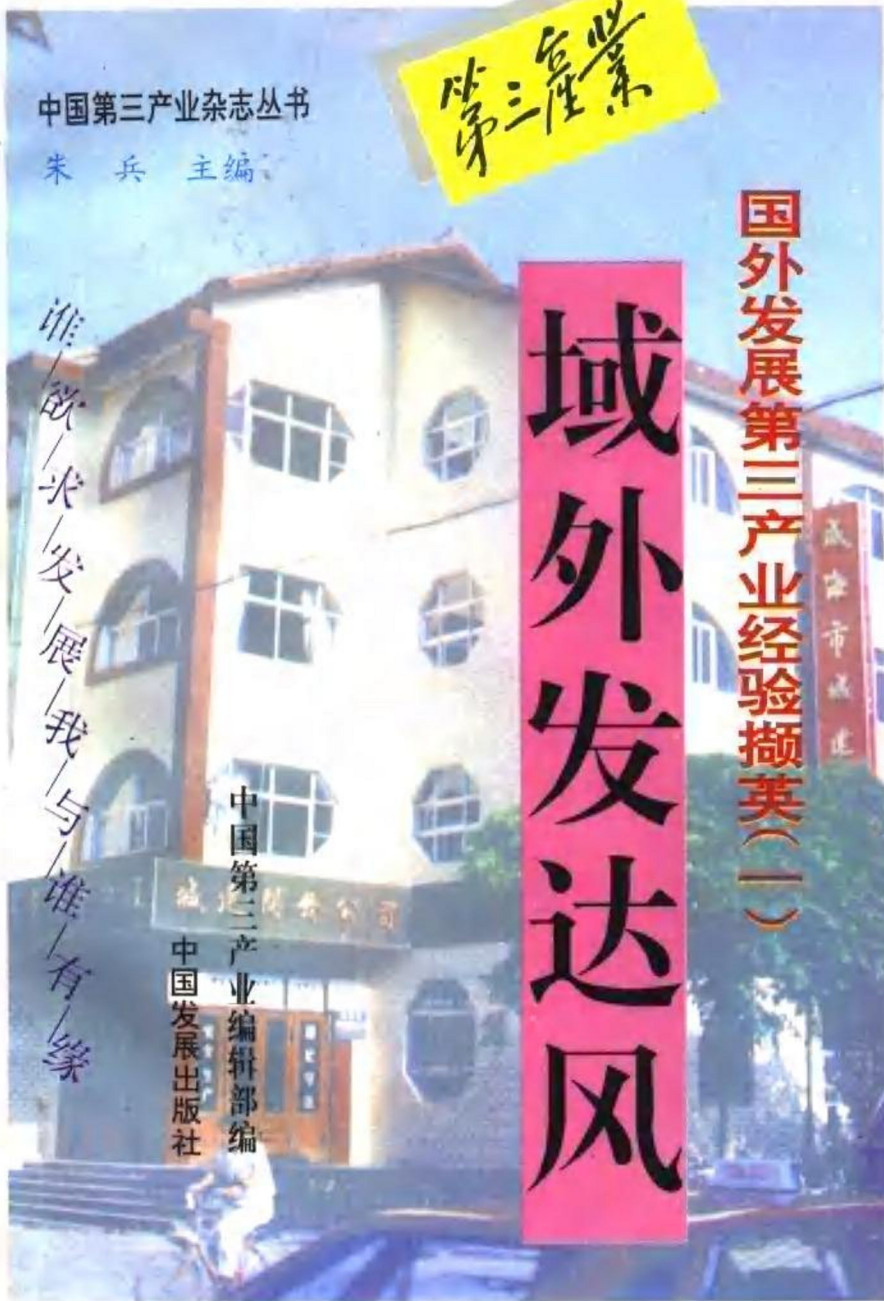
国外发展第三产业经验撷英(一)

域外发达风

中国第三产业编辑部编

中国发展出版社

谁/欲/发/展/我/与/谁/有/缘



中国第三产业杂志丛书

国外发展第三产业经验撷英(一)

域外发达风

● 朱 兵 主编

● 中国第三产业编辑部 编

中国发展出版社

(京)新登字 070 号

书 名 域外发达风

——国外发展第三产业经验撷英 (一)

主 编 朱 兵

编 者 中国第三产业编辑部

出版者 中国发展出版社

(北京市西城区赵登禹路金果胡同 8 号)

邮编:100035 电话:601.7941

印刷者 国防科工委印刷厂

发行者 中国发展出版社总发行

新华书店经销

开 本 1/32 787×1092mm

印 张 4.625

字 数 101 千字

版 次 1995 年 1 月第 1 版

印 次 1995 年 1 月第 1 次印刷

印 数 1—15000 册

ISBN 7-80087-192-4/F·120

定 价 5.60 元

(如有印刷、装订等差错,可向本社发行部调换)

1992.6.1

中國第三產業

江泽民总书记为中国第三产业杂志题写刊名

他山之石
可以攻玉

——本书编者

为中国第三产业的发展鼓劲

——中国第三产业杂志丛书序

国家计委副主任 余健明

首先，我们应该祝贺的是，江泽民总书记于1994年春为国务院发展研究中心《中外第三产业》杂志更名为《中国第三产业》题写了刊名。这体现了中央领导同志对我国第三产业寄予殷切希望，也是对《中国第三产业》杂志的鼓舞，更是对我国广大第三产业干部职工的鞭策。

1992年以来，我国第三产业在《中共中央、国务院关于加快发展第三产业的决定》鼓舞下，开始全面发展。全国上下发展第三产业的积极性空前高涨，第三产业改革开放的步伐明显加快。第三产业发展不仅在数量上发生了显著变化，而且在结构、水平和机制等诸方面发生了质的变化。

今天，我国经济体制正在深入改革，经济格局和经济模式发生了很大变化，经济发展要求社会化分工协作，生产要素和经济资源要按市场的需求重新进行合理配置。这必然要求按照经济发展和体制变革的规律，改变“大而全”、“小而全”的旧格局，形成社会化生产服务分工的新模式。

目前，全国第三产业的发展呈现出以下几个方面的特点：

1. 第三产业的内部结构正在发生深刻的变化。交通运输、邮电通信、市政公用设施等基础性第三产业的发展明显加快。交通通信业增加值连续两年增长10%以上，已成为第三产业中最大的行业。第三产业的发展已突破商业饮食服务业的传统行业框框。新兴第三产业，如金融保险、信息咨询、科技服务、房地产及物业、旅游、广告等迅速崛起。

2. 第三产业的发展水平不断提高。传统第三产业的发展形式不断变化，技术水平迅速提高，出现了连锁商店、邮政快递、无线寻呼等新的服务方式。铁路重载、双层客车、自动化分检、程控电话、光纤通信等新技术得到应用。新兴第三产业的知识、技术密集程度不断提高。金融电子化、信息技术应用、高新技术迅速发展。律师、会计师、土地评估、资产评估等中介服务，都是知识、技术和智力高度密集的行业。

3. 第三产业的经营机制迅速变革。在建立社会主义市场经济体制的过程中，第三产业领域里建立健全市场体系和社会保障体系的改革深入发展，多种所有制形式、多种经济成分、多种经营方式的第三产业蓬勃兴起。

4. 第三产业的对外开放迈上了一个新台阶。80年代只有旅游设施、沿海石油勘探、饮食服务等少数第三产业对外资开放。进入90年代，特别是1992年以来，第三产业扩大对外开放已成为我国全方位对外开放格局初步形成的一个重要标志。交通运输、房地产、信息咨询、广告制作等开始对外资开放。金融保险、商业零售等领域开始试办外商投资企业。外商石油勘探进入内陆，邮电通信设施建设已大量引进外资。

5. 第三产业的要素投入增加较快。随着传统第三产业的加强和新兴第三产业的发展，社会资金投入第三产业的

力度加大。第三产业投资在国有单位投资中所占的比重1992年为38.3%，1993年上升为44.2%，1994年上半年进一步上升为45.1%。交通运输和邮电通信业投资增长幅度尤为迅速，占全部第三产业投资的近50%。科技开发、经营管理、信息咨询等多方面专业人才开始大量投入第三产业。

6. 第三产业在数量上显著增长。80年代初第三产业每增长一个百分点，绝对量只有10亿元左右，近几年第三产业每增长一个百分点，绝对量增加近100亿元。通过全国第三产业普查，一些误统、漏统的因素将逐渐消除，第三产业占国民经济的实际比重将提高若干个百分点。

7. 国有工业企业兴办第三产业出现了新的局面。特别是一些基础较好、实力较强的大型、特大型国有企业，从本企业实际出发，走多元化发展的道路，大力兴办具有自己特色的第三产业，作出了大胆的探索和尝试，迈出了可喜的一步。实践证明，企业兴办第三产业已经不仅仅囿于安置待业人员，而且成为企业生产经营的一个组成部分；不仅仅局限于兴办商业服务等传统第三产业，而且涉足于发展科技服务、信息咨询、房地产、旅游等新兴第三产业；不仅仅只靠少数人零打碎敲地从事小三产，而且广泛动员各方面力量兴办大三产，并且开始朝着社会化服务、系列化经营、集团化运行和规范化管理的方向发展。

我国第三产业发展中存在的主要问题是：市场发育程度较低；新兴行业仍然比较薄弱；城乡社会化综合服务体系和社会保障体系不完善，企业兴办第三产业所需的人财物资源配置不尽合理。为此，我们应该本着实事求是的原则，提出切实解决的办法，力求为发展第三产业多做具体的实际的工作。

国务院发展研究中心中国第三产业杂志社，1994年编辑出版了《中外第三产业杂志丛书》，为第三产业的发展提供了大量信息，介绍了很多发展第三产业的好经验、好做法。这套书成为1994年中国发展出版社的畅销书、重印书。中国第三产业杂志社、中国发展出版社以“谁欲求发展，我与谁有缘”为办刊办社宗旨，1995年又策划编辑出版了《中国第三产业杂志丛书》（第二辑·'95），推出了《世界富豪智慧》、《第一流的促销——谋略·技巧·公关》、《第一流的诀窍——生意·用人·广告》、《金融信托：极大的诱惑》、《助你走上黄金大道——中国发展第三产业操作经验集粹（'94）》、《域外发达风——国外发展第三产业经验撷英》、《大热点·大沉思——'94潮析 '95回眸》、《大市场·大纪实——'94潮析 '95回眸》、《日本企业：名家名牌之道》等9本生动活泼而不失严肃、涉及面广而不失档次的好书。这是他们奉献给社会的为发展中国第三产业献计献策的心血结晶。

愿这两辑丛书为中国第三产业的发展发挥应有的作用！

愿中国第三产业杂志丛书越编越好！

（作者同时系国家计委加快发展第三产业协调领导小组副组长）

目 录

现代掌柜:风靡全球的私人理财服务.....	金玉国(1)
国外典当业东山再起	周家高(4)
无孔不入的美国租赁业	刘林森(9)
BWA 计划——经商者的航空公司	谢鲁涛(12)
日本的绿洲对策	光一 编(15)
日本连锁商店的现状与特点	黄海(18)
简析日本综合商社的职能	俞典(25)
日本超级市场的运行	黄海(29)
面向21世纪美国的员工培训	张晓明(36)
日本企业经营管理研修教育	张晓明(40)
新加坡的职业技术培训	张平远 编译(45)
情报信息促进日本经济发展	玉棠(47)
新加坡广泛应用信息技术	叶予(50)
全球卫星通讯服务业迅猛发展	刘林森 译(54)
德国规范化发展的科学咨询业	黄河清(57)
美国的企业与咨询业之间	林森 编译(62)
美国企业的新战略——借脑生财	平远 编译(65)
方便服务风靡岛国	宋淑运 编译(67)
美未来最热门的将是服务性行业	晓兆(71)
新加坡机场的服务与高效	宋淑运 编译(72)

新加坡全面开放航运代理市场	张平远 编译(75)
世界五大旅游国之一——意大利	宋淑运 编译(77)
夏威夷的最大行业——旅游业	周家高(80)
奥地利何以成为旅游大国	宋淑运(84)
法国旅游业迅速发展的秘诀	宋淑运(87)
英国旅游业发展的特色	宋淑运 编译(90)
垃圾回收——美国最有前途的第三产业	
.....	刘林森 编译(93)
日本:动摇了的传统.....	董迎(96)
自立门户的美国女性企业家	鲁兴启(99)
全天候经营——日本企业事业部体制的特点.....	刘辉(103)
IBM 公司推行独立承包制	张平远 译(109)
发达的美国第三产业.....	张平远 译(110)
国外三次产业发展给我们的启迪.....	刘群(112)
新加坡金融业发展的特点与展望.....	行舟(117)
美国对证券内幕交易的法律监督.....	平远 译(123)
日本零售业大王——中内功.....	张可喜(125)
后 记.....	(138)

现代掌柜： 风靡全球的私人理财服务

○金玉国

私人理财服务是银行为客户提供的一种“贴身”式的私人金融服务。它所涉及的范围相当广泛。除了本国货币和外币的存储之外,还包括债券、证券、黄金、信托基金、资金管理、投资组合管理、信贷、咨询顾问和税务安排等项目,有的银行还把收购合并、房地产买卖、投资移民基金等列入其中。私人理财服务的一个显著特点是,银行必须与客户及其家庭保持良好的关系,通过对客户的了解,按其要求和财力提供服务。因此,提供这种服务的银行家要成为客户的朋友、搭档、秘书和顾问,俨然如从前富商大贾家的掌柜。

对于金融界来说,私人理财服务至少有300多年的历史。

瑞士的一些金融机构早在18世纪就开始提供这类服务。但它真正成为广为人知的世界性业务则是近十几年的事。70年代末至80年代初,由于世界经济衰退,第三世界国家经济状况恶化,无力偿还西方金融机构的巨额债务,令西方各大商业银行面对着沉重的亏损压力。这时,精明的银行家发现,以收取费用为主的金融服务业务不用承担风险,更具吸引力,于是竞相开发,从而私人理财服务开始大行其道。而且其性质也发生了相当大的变化。以前利用这种服务的客户的主要用意是给自己的钱财找一个避难所,以应付万一发生的政治动荡和事业挫折。80年代后,由于金融业长足发展,加上资讯的发达,许多人开始认识到,资金除了可在银行生息外,还可以投资增殖,创造更多财富。于是对私人理财服务的需求急剧增长。

目前,提供私人理财服务的银行大致为瑞士银行派系和美资银行派系两类。前者是这种服务的鼻祖,以注重服务的质量和保密性而为世人称道,但其业务比较保守。而美资银行派系以产品为导向,较为进取,并要求有较高的回收率。因此它后来居上,使前者的“世袭领地”丧失不少。但瑞士银行派系也不甘示弱,已在许多方面进行改革,以期迎头赶上,再领风骚。

由于私人理财服务起源于欧洲,因此其业务规模也以欧洲为最大。至于美国,由于它属于高度负债的“借贷经济”,国民储蓄率低,因此,其业务发展空间有限。大部分美资银行把发展私人理财服务的业务重点放在北美以外地区。而欧洲是瑞士派系的根据地,且经过多年发展,该项业务发展的潜力亦不很大。因此,亚洲(特别是经济形势看好的东亚、东南亚地区)为多数银行家看好。由于该地区经济发展还处于起步阶段,前程未可限量。一些银行家乐观地认为,假以时日,这个市

场定会超过欧美。一些人估计,这个地区的私人理财业务,每年以10%~20%的速度递增,前景十分诱人。

在东亚、东南亚地区,以香港、新加坡、印度尼西亚三个地区为主要市场。因为其它国家(地区)要么有外汇管制,要么经济刚刚起步。但即使这三个国家(地区),市场规模也已经相当可观。其中,据估计仅香港一地即不少于1000亿美元。整个东南亚地区的市场约占全球的10%~20%。

一般而言,利用私人理财服务的客户都会将其资金分为两个部分。第一部分是轻易不会动的;第二部分才是用来投资增殖的。提供这项业务的银行根据客户对风险的接受程度来设计投资项目。至于投资进退的决定,则视客户的要求而定,有的人喜欢自行作主,有的则交银行全权处理。一般而言,亚洲地区的客户喜欢自行作主,而欧洲客户则比较依赖银行家。而且亚洲地区的客户投资心态一般较欧洲人为短视,且往往在多家银行设有私人理财帐户。这可能与亚洲地区政局不太稳定、经济周期较短有关。当然,这也是一种货比三家、分散风险的做法。

哪些人才有资格利用私人理财服务呢?光顾这项业务的以企业家、生意人和专业人士为主,也有一些政府官员和政客。按一些大银行的规定,手上拥有100万美元以上的流动资金,又无时间或无能力利用的人可以享受这项服务。也有一些银行只要求50万美元就可以了。虽然设了下限,但各银行执行起来并不十分严格,其理由是一些有潜力,但一时又拿不出这么大数额的人是可以通融的,因此,一些瑞士银行将这个限额一直降至20万美元。当然,这也是为了争取客户的需要。

国外典当业东山再起

○周家高

典当业是一个古老的行业,它是金融业的鼻祖。追本溯源,即可发现典当业就是抵押贷款的雏形,现代金融业中的押贷、信用、银行,大都溯源于它。

世界各国的典当业都有过自己的兴盛时期,不过到了近代,大都衰退了。究其原因,不外乎有两点:一是生产力发展,社会富裕程度提高了,人们不再为解决温饱问题而求助于当铺;二是银行业务的发展,举债借贷比到当铺更为便当,从而排挤了典当业。但是,近十多年来,不少国家的典当业再度崛起,且有渐趋兴旺之势。

英国的当铺发展始于15世纪,历史悠久,但进入本世纪后便明显衰退了。到70年代,当铺总数已不足50家。但从那时以后,典当业又出现复苏,至1990年,英国当铺协会的会员增加

到200家,其中较大的一家拥有29家分店,而至1992年6月底,会员已跃升到250家。由此可见英国当铺发展之快、规模之大了。英国当铺接受各种各样的抵押品,在当铺可以见到各种不同的顾客,既有衣着简陋的人,也有穿着体面整齐的人。

美国的当铺创建比较晚,始于1849年,已有一个半世纪的历史。像许多国家的典当业一样,美国典当业也经历了一个由盛到衰的历史过程。直到本世纪初,美国的典当业才步入黄金时代,以后逐渐衰退下来,如纽约在1906年有当铺250家,到60年代减至150家,至80年代已所剩无几。但到了90年代,美国的典当业又戏剧性地死灰复燃了。近10年来有了较快发展,当铺增加了33%。得克萨斯州的当铺10年来则翻了一番,该州在3年前成立的名叫“美国现金投资公司”的当铺,在6个州设有分店,1990年的直接经济效益达1亿美元,而1991年高达2亿美元。美国人拿到当铺典押的东西贵廉不一,无奇不有,只要拿东西暂时抵押一下,就可借到钱。在美国,享乐主义黑潮泛滥,不少人得过且过,醉生梦死,及时行乐,及至发现手头空空如也,唯一的办法就是上当铺。因此,美国纽约当铺最忙的时间是星期一上午。光顾当铺的也有富人。如有的富人在外出度假前,将贵重的物品到当铺抵押,度假结束,再赎回;有的商人到了物品淡季,把商品抵押,到旺季取回。

法国的当铺出现于1771年,有过兴旺时期,但到了近代,也江河日下。近些年来,法国的典当业有了新的发展。法国首都巴黎以当铺数量之多而著称于世。巴黎当铺管理严格,东西押进去以后,虽规定一年为期,如不赎回即可拍卖。但实际上要三年后当铺才有权将押物变卖。抵押的物品上自珍珠钻石宝物,下至厨房的盘盆碟碗之类,无所不有。

德国的当铺历史也不短,作为一种古老的行业流传至今。目前德国的当铺呈现发展趋势。现在进出当铺的不光是穷人,而且各行各业的人都有。人们把到当铺典当物品看作家常便饭。只要在3个月内归还借款和利息,就可以赎回原物。3个月的典当期限过后,顾客还可以申请延期,当铺在6个月内是不会把顾客典当的东西卖出去的,务求尽量方便客人。并不是所有上当铺的人都是为了换取现金作周转用的,很多主妇都会在春天当掉棉被厚衣,到冬天才赎回。这样省得个人保管和占地方。所付利息就当作保管费,反正这笔钱并不多,既有专人照料,又可防虫防霉,何乐而不为呢?

日本的典当业在历史上也相当发达,到近代开始不景气,但一直没有消失。近些年来,也出现兴旺趋势。一些当铺适应现代生活需要进行了改建,装修得富丽堂皇,扩大了经营范围,吸引顾客光临。有的人把家中不用或无地方放的东西,以及从国外带回来的礼品和珍稀品送进当铺,换取自己心爱的商品,给当铺带来了新的生机。

俄罗斯首都莫斯科在沙俄时代曾以当铺多而闻名。十月革命后,当铺改为国家企业,称为“以动产为抵押的国家贷款银行”,其业务相当兴旺。目前莫斯科有十几家当铺,远不能满足居民们的要求。不过,绝大多数人不是为温饱去典当,而是有不同的特殊需要:有的为结婚筹款,有的想出国旅游,有的准备买汽车或房子,也有的是遇到了意外的不幸。典当的物品多是金银首饰、贵重金属餐具、名贵毛皮、优质挂毯、值钱的家具等。近年来,由于典当企业实行了承包制,职工多干多收益,促进了工作效率和积极性的提高,使生意更加红火,格外兴隆。

墨西哥的当铺世界闻名,已有200多年的历史,但从没有像今天这样兴旺。首都墨西哥城有一家名叫“怜悯山”的国营当铺,是当今世界上最大的当铺,其典当大楼一、二层为营业区,分典押、信托和销售三大部门。典押部门又分收当和赎当两部分。收当部分设有金银首饰、珠宝古玩、艺术品、钟表、家具、电器、仪表等专柜,除了服装以外,几乎一切东西都可以典押。这家当铺如今顾客盈门,每天清晨门前都有人排队,每日典当者达800~1000人。除了墨西哥城中心的总店外,市内还有14家分店。

近10年来,世界典当业东山再起,卷土重来,原因大致有以下几点:

经济衰退,贫困率上升 随着西方国家经济普遍不景气,贫富差别扩大,穷人增多,典当业自然也就随之兴旺起来。根据美国国情调查局报告,1991年每8名美国人中有一名以上是穷人,黑人贫困率高达31.6%。1991年以来,美国公民的贫富差距是1947年以来最大的。美国一家较有影响的时事周刊指出:“对于人数愈来愈多的缺乏现金的消费者来说,当铺成为他们最后的指望贷到钱的地方。”对于穷人来讲,求助无门时,只好向当铺求救。

方便省事,解决急需 在日常生活中人们总有手头一时拮据的时候,由于绝大多数人不愿意向亲友借钱,到银行去借款又有各种限制,而当铺却没有什么要求和条件,拿点东西暂时抵押,借点钱便可解燃眉之急。当铺提供方便、保险、省钱的服务,真是一举数得,妙不可言。

改进服务,竞争力强 美国的典当商认为,不是社会不需要典当业,而是当铺传统的经营方法太落后,人们不满意,所