



联合国
贸易和发展会议

Distr.
GENERAL

TD/B/COM.1/EM.29/3
16 December 2005
CHINESE
Original: ENGLISH

贸易和发展理事会
商品和服务贸易及初级商品委员会
分销服务专家会议
2005 年 11 月 16 日至 18 日，日内瓦

分销服务专家会议的报告

2005 年 11 月 16 日至 18 日
在日内瓦万国宫举行

目 录

<u>章 次</u>	<u>页 次</u>
一、主席的摘要	2
二、组织事项	23
 <u>附 件</u>	
出席情况	24

第一章

主席的摘要

1. 分销服务专家会议 2005 年 11 月 16 日至 18 日在日内瓦举行。专家就发达国家和发展中国家政府如何能够在国家一级和在多边谈判中发挥积极作用，确保分销服务帮助发展中国家更多地参与商品和服务贸易，帮助其整体发展发表了意见。以下案文反映了表达的各种观点和提出的各种建议。

一、导 言

2. 分销服务是发达国家、并日益是许多发展中国家的一个综合性、专业化、复杂和协调的供应链。分销部门包括代理人、批发商和零售商，零售商使该行业能够运转。特许经营发挥着特别活跃的作用。服务提供者从超级百货公司、百货公司、超级市场和便利商店到“父母商店”，换句话说，从大规模到小规模经营，从高价值到低价值提供，从大营业额到小营业额，从现代到传统和非正规供货商都有。分销服务取决于基础设施的现有状况，与运输、包装、仓储、金融服务和商业不动产开发等服务密切相连。分销服务日益依赖其他服务的提供，其中包括预支信贷、质量控制和标准确定、广告、库存管理、和售后服务等。在国际贸易方面，国外商业机构可能是贸易的主要方法、但是，电子商务正在赢得商业上的重要性。临时人员流动在分销服务中仍然十分重要，不仅通过公司内部调动，而且还通过顾问或售后服务等方式。

3. 分销服务现代化在促进国内竞争力和供应能力方面正变得十分重要，特别是鉴于该部门具有的中介作用。大多数发展中国家通行没有组织结构和非正规的分销活动，提供大量就业机会，并作为最低收入人群的一个“避难所”。与此同时，发展中国家在获得进入国际市场的手段，以分销其商品和服务方面面临挑战，这常常是由于缺乏有竞争力的进入国际市场的手段，也是由于分销系统中的瓶颈所致。与分销有关的主要市场行为人是消费者、零售商、批发商和其他中介人，以及商品和其他服务的供货商。分销服务方面的政策改革影响到其中的每个群体，各国政府需要考虑有关辅助政策。分销服务改革进程常常引起社会——政治关注，需要加以解

决。在大多数发展中国家中，改革要求积极的政府作用，包括采取补充政策，特别是处理市场失灵问题，帮助中小企业，并解决可能的就业影响。主要和立即产生的好处归于消费者，他们一般有更广泛的选择，以较低的价格获得高质量的产品。同时，维持公正的市场竞争条件能够使分销服务市场所有行为者利益最大化。

二、市场概况和趋势

4. 今天，消费者的全球开支能力继续增加，2004 年私人消费开支共计 22.1 万亿美元。以美国和欧洲联盟 15 国为首，其市场都超过 6 万亿美元，但全球零售商主要关注的是发展中国家市场。今天，预计全球消费者年收入为 5 000 美元，预计今后十年这一数字将翻 10 倍，主要是由于发展中世界和转型期经济国家的增长。2004 年，拉丁美洲和加勒比消费者开支达 0.94 万亿美元，中国为 0.55 万亿美元，印度为 0.35 万亿美元。预期在下一个十年中，近 10 亿新的消费者将进入全球市场。生活在年收入超过 5 000 美元家庭的总人口将增加 9.251 亿，新的消费者大多在印度(增加 5.44 亿)，中国(增加 2.68 亿)、俄罗斯联邦(增加 5 500 万)和巴西(增加 3 800 万)。

5. 尽管新兴市场已十分重要，并在进一步增长¹，但发达国家市场仍然有很大的挖掘潜力。分销部门的发展由影响市场性质和特性的社会和人口因素驱动。其中人口为最重要的趋势之一：例如，在美国，正在成长和相对年轻的西班牙裔社区正在增加，预计其购买力在 2015 年将达到中国消费者市场的 60%。影响消费模式的其他社会变动包括：单身家庭增加(联合王国、德国和法国等国单身家庭都在 30% 以上)、妇女就业增加(瑞典达到 72%，联合王国 65%)、储蓄率的差别和受过大学教育的人数增加等。其他重要变化涉及收入分配，市场高端和低端部分平均收入增加和增长。此外，各种文化之间的口味和偏向正在趋同和扩大。

6. 世界正在目睹全球贸易稳定增长，自 1990 年代以来，复合年增长率为 2.2%，对外贸易在主要贸易国和国家集团国内生产总值中所占份额稳步增加。由于这种贸易通过分销网络进行，分销服务的增长将继续是全球经济的一个特征。

¹ 例如，2002 年，中国的零售市场价值为 4 万亿美元，大于除日本以外所有亚洲国家的总和，占世界零售额的 5%。

7. 零售部门正在目睹更多的竞争和集中，主要是通过建立和扩大连锁商店；注重大型商店；更多地使用技术；以及批发供应链更加国际化。零售部门的特点是规模和范围经济，以及纵向融合和存在大型零售链。零售业集中程度的增加也引起了许多对大零售商针对其他竞争者的反竞争做法的关注，和针对产品供货商和消费者滥用买方权利的关注。有时，这还导致了减少当地产品的选择范围，减少商店数目，特别是微型企业和中小企业数目。

8. 消费者需求是较低的零售价格的主要因素。技术创新为整个价值链带来效率，提高了生产率，如采用多渠道程序、更复杂的消费者管理工具、消费者行为追踪、准时供货(例如，Zara 将产品向市场交付的时间由通常的 36 周减为 4 周)和存货管理及在线零售服务的增长所表明。例如，就沃尔玛而言，预计从仓储劳动力节省、减少库存、减少失窃、更好地追踪货板和减少存货方面的节省数额可达其 2003 年净收入的 80%。更多地利用自己品牌的零售商和折扣零售也明显压低了价格。在美国食品价格下降中，沃尔玛一家就占了近 10%。

9. 分解供应链，从不同地点采购和改变做事的方式都影响到市场。在过去十年中，分销部门变得日益全球化，各公司通过投资将有关采购或扩张的价值链分解到其他国家。零售商能够进入和利用不同国家不同的成本构成，从而变为全球零售商。在分销链中正在引入更复杂的方法，使分销链中每个部分价值最大化。

10. 在今后几年中，规则将成为首要问题，这些问题将对该行业产生关键的影响，导致更多的规章统一。规则和监管问题作为确保零售部门持续增长的一个新的领域或机会而出现。在现代零售部门中，减少规则和提高生产率看来直接相关。但是，市场结构各国仍然很不相同，例如，现代零售在美国占 85%，但在印度才刚刚起步(占 1-2%)，在中国占整个零售业的 20%。与此同时，欧洲和美国前 25 家公司的生产率比较表明，规则引起生产率方面的差异。此种差距共计可达 40%，来源于分区规则、开门时间、定价限制或其他规则。因此，可以预期，消除所有市场的规则壁垒可在很大程度上提高生产率。

11. 外国直接投资和零售业现代化为消费者带来好处——消费者可在同一商店中得到更多种类的高质量商品，为政府带来好处——政府可以控制质量，计量出售的物品并课税。有些国家外国直接投资自由化，从而为分销和制造部门带来了动力，另一些国家在自由化方面更为谨慎。一些专家注意到，改革引起了重大的社会反响，

因为改革，中小企业和微型行动者失去了位置。小商店起着重大作用，作为从乡村来到城市地区的人、包括外国人的雇主，小商店履行着大连锁店所无法履行的关键的社会角色，因为连锁店要求雇员拥有一定程度的技能。另一些专家强调说，现代零售商往往向后综合，因此可以帮助改进生产工艺和包装。一旦市场开放和正规零售扩大，非正规零售部门将可以发挥作用。外国直接投资促进了从非正规向正规零售业的转变。非正规零售商可以成为正规零售商的供货商或客户，或为其特许经营者。最后，他们自己成为了正规零售商。

三、发展问题和发展中国家面临的挑战

12. 一个有活力的分销部门可以帮助确保价格稳定，使消费者有更多更好的选择，就增加和改善就业而言，产生溢出效应，促进企业发展，强化社会好处，包括对妇女的授权。也许最为明显可见的是对价格的影响，研究表明，超级百货商店的存在导致干燥食品、日用商品和个人保健品价格下降，从而增加了人们的可支配收入。在发展中国家，就生鲜食品而言，传统市场往往更为便宜，物有超值。大连锁店在零售市场上的存在通常有助于提高当地工人的技能，特别是在物流方面。而且，大连锁店往往向后综合，为当地制造商提供了新的商机。

13. 有些专家提出，从有效的分销服务中，发展中国家获益最多，因为效率低下将导致系统的损失，有时高达整个供应链总价值的 40%，生产者/消费者的流失，以及由于许多发展中国家主流分销部门的非正规性质或其他做法，导致税收的流失。有些专家努力量化效率低下引起的损失，以纺织品为例，这种损失可达总价值的 12% 以上。

14. 利益相关者担心外国零售商迅速增加的存在，因此需要“消除担心因素”。这一点可以通过加强了解并设法减轻可能的负面影响来实现。尽管各国致力于鼓励现代零售业，以利消费者、农民、产业工人和其他服务提供者，但在实行分销部门改革和使发展利益最大化方面，没有任何通用型的解决办法。

15. 主要的关注是，发展中国家通常将零售部门自由化和外国大公司在其领土的设立视为滥用支配地位，两者都通过掠夺性定价，取代中小规模产品供货商和当地零售商店，获得市场权利，利用买方权力。由于缺乏资料，没有竞争，没有其他相关法律法规支持现代贸易，或现有此种法律法规执法不力，而加剧了这些先入为

主的看法。中小企业本身缺乏有关现代分销系统之下的权利和义务以及政府支持的基本知识和了解。

16. 但是，分销服务以及扩大贸易和投资 改革的全面影响 在国家一级还有待充分了解。中国和越南等国看到了一种积极的相互关系，但一些较小的发展中国家和最不发达国家却出现了一些不同的关注。有关分销服务，对城市和乡村的影响可能不同，因其类别而异。并非所有设法吸引外国投资，以发展其零售服务部门的所有发展中国家和最不发达国家都获得成功，因为平均而言，发展中国家代表低价值市场，要有足够的销售量，外国直接投资才会前来。专家注意到，在简单地将零售市场对外国直接投资开放——而没有确保公平竞争所必需的条——之时，老的国内垄断供货商可能为外国垄断所取代，而没有取得本来所期望的必要的效率和福利方面的好处。

17. 关于 小规模农民，人们担心，他们会受到其他较大行为者的排挤，因为他们在供应链中缺乏杠杆手段。向超大公司供应产品对小生产商和供货商而言可能被证明很困难，包括由于价值、质量、规格和证书方面的严格要求，所有这些要求都可能难以达到，特别是鉴于中小企业的资源限制。由于检验造成的拖延——特别是易腐物品——可能妨碍生产力的提高，最终导致消费者福利的损失。

18. 在零售方面，现代形式的大商店越来越普遍，例如城市中心以外的零售商店，使人们担心小商店会消失。但是，小的零售商可以找到利基市场，如为便利需求和当地口味服务。小商店甚至可以抓住机会，如果它们能够创新，并由于其较低的固定成本而表现出灵活性。建立大型超级市场链甚至刺激了许多中小型企业和微型零售企业的发展，它们位于这些大商店附近，得益于更可以预计的大量消费者流动。减少中小企业消失(包括减少大型零售商店的扩展)的另一个工具是分区规则。然而，对小规模分销商而言，为了抓住上述机会以求生存，需要开发技能和企业家精神，以提高竞争力。更为可能的情况是，中型企业将面临更多的压力，最终被逐出市场。

19. 因为非正规经济在分销部门中的重要作用，有些专家对 就业机会丧失 表示担心。另一些专家提出，创造的就业机会最终会超过任何损失的就业机会，因为大规模零售商在其附近吸引了一系列的货摊、便利店和其他设施。据称，一个额外的

好处是创造质量更高的就业机会，如提供培训、技能转移和社会安全福利。由于在分销部门工作的人当中妇女往往占大多数，这对妇女可能有特别的好处。

20. 还提到了标准的作用，因为标准有可能成为发展中国家出口的壁垒。此种标准不一定直接对产品质量提出要求，而仅仅是本来就偏向于国内生产的产品的分销(例如标签表明产品的来源)。在为一个区域贸易集团所采用时，此种标准即可能成为发展中国家产品分销的一个重大障碍，例如在纺织品方面。

21. 有人提出，补充的政府政策和方案在支持发展中国家的公司、特别是中小企业方面可以发挥重大作用，因其在分销市场上面临许多挑战。例如，缺乏获得资金贷款的手段问题可以通过设立同情中小企业的金融机构来解决(因为银行常常偏向于向较大和已确立的行为者贷款)；通过有关方案可以减轻供应能力限制问题，这些方案提供获得投入和设备的手段，并提供现代生产、分销和销售方法的培训；可以提供支持，以便遵守卫生和植物检疫以及技术性贸易壁垒要求；最后，公共投资可以用来扩大或改善运输和通信网络。而且，在中小企业与外国运输服务提供者(如外国旅游运营商)谈判时，政府可以帮助组织并持支持态度。这样可以有所帮助，因为单个中小企业没有太多讨价还价的能力，但又依赖这些服务，以便进入国际市场。各种政府方案将有助于缩小中小企业和大公司之间的差距，缩小当地和外国公司之间的差距。考虑到中小企业在就业和减贫方面的关键作用，应当开展此种方案。

22. 人们认识到，海外社区的存在和与模式 4 有关的贸易是开拓新的产品渠道的积极驱动因素，特别是对发展中国家而言，促进发展中国家分销服务的增长。大型连锁店的存在有助于消除发展中国家现有分销网络的瓶颈，通过这些连锁店的国际采购做法，可以将这些国家的产品带到国际市场上分销。

四、商业视角

23. 在今天的全球市场上，分销和零售服务公司面临一系列选择/决定，包括开发哪些市场(例如在何处投资)和如何分解其供应链(例如采购于何处)。两类决定都受到一系列考虑的影响。

24. 外国企业越来越多地在新兴市场投资。使当地市场对外国分销/零售连锁店有吸引力的条件包括：大消费群体的出现和可自由支配的购买力增加；相当发达和运转良好的基础设施(运输、银行、电信和能源)；合理(即不过于累坠)的法律和行

政程序；有效和可靠的政府(即根据诚意原则行事)；建立平整游戏场的能力；政治稳定；不动产市场透明；可行的税收制度；以及采购物美价廉的当地产品的可能性(可能用于再出口)。

25. 在分解其供应链时，采购公司判断其供货来源的依据是：短期通知和准时交货的能力；达到公司规格的可靠性和简洁性；了解出口市场的运作；或达到标准的能力(如核心劳动标准，质量或标签要求)。此外，特定国家的采购可能甚至更有吸引力，如果其受益于某种特殊安排(如普惠制办法)，或其仅适用简单和优惠的原产地规则。反过来，影响潜在东道国的配额或反倾销税的存在对投资者而言是阻碍因素。

26. 当分销商/零售商出售外国产品之时，运输效率低下、拖延、港口和道路拥堵、冗繁的边境手续、缓慢和没有自动化的海关程序，不必要的检查和过高的清关费用等等使产品对最终用户而言十分昂贵，拖延了其摆上货架的时间。有些专家强调需要贸易便利措施。

27. 在努力投资于外国分销(零售或批发)市场时，企业可能遇到重大障碍。最常见的障碍如下：外国股本限制；对购买和租用不动产的限制；法律实体要求，特别是只能通过合资设立；当地含量要求(包括从当地供货商采购)；销售店数目、规模和地点限制；分区限制；以及对销售某些类别产品的限制。与当地伙伴合作的要求可能被证明特别难以达到，寻找适合的当地伙伴常常比预计更为困难。便利当地和外国伙伴匹配的一种可能办法也许是建立数据库，列出希望同外国伙伴建立伙伴关系的国内公司。政府可以确定希望被列入数据库的公司所要达到的标准，并监督持续遵守这些标准的情况。

五、监管问题

28. 必须要有规则，确保运转良好的分销市场，确立一个平整的运动场并保护消费者。但是，发展中国家缺乏其中许多规则。精简规则，包括检验和证书的相互承认，可以大大提高生产率。相反，不恰当的规则可能对贸易和投资造成重大障碍，包括增加额外和不必要的费用。规范的缺陷可包括对私人做法/合同规范过度，限制新的进入，或规范各种税、费和价格。需要就可能促进分销部门发展的规则类别进行更多的研究，同时避免扭曲和促进竞争。

29. 分销部门、更具体而言零售部门的规范框架包括有关商店运营、建筑法规、定价做法、商店营业时间、促销活动、规划和分区、单件定价、欺骗性广告、不公平的合同法和消费者保护的规则。这些规则可以是联邦、州和地方一级的规则，通常对国内外经营者同样适用。地方一级的规则往往比联邦和州级的规则更加严格。在市场对外国竞争开放之前，往往实行一些额外的规则，并可能限制外国公司的进入或限制其活动。相关的目标是加强外国存在对当地经济积极的溢出效应，避免对当地经营者影响太剧烈，特别是那些小经营者。经合组织国家仍然采用各种办法规范零售部门，比利时和西班牙等国实行许多规范限制，而法国、日本、联合王国和土耳其等国则放宽了各种规则。规定了关于商店营业时间的纪律，以保护工人的权利；但是，这种规范正在逐步放宽。分区和规划限制旨在保护小商店。各国之间规范的差异构成了进入零售行业的壁垒。从经合组织的经历中可以得出许多经验教训：在规则较为宽松的国家中，零售部门结构改革一般较容易实行，就业增加，绩效提高。放宽规则带来了许多好处，包括生产率提高、消费者受益和更顺利地采用新技术。

30. 特许经营引起特殊的规范挑战。在发展中国家，这方面经常规范不足。例如，在泰国，授予特许者没有义务在与特许经营者订立合同之前拥有自己的商店并证明盈利。特许经营者常常并不登记与授予特许者订立的合同，不了解其权利和义务。因此，许多特许经营者原来将特许经营视为用有限的初始投资启动自己企业的一种方式，最终却沦为破产。而且，消费者常常为不加规范的特许经营所欺骗。在印度，没有关于特许经营的立法，适用于这一部门的唯一规则是授予经营者和特许经营者之间私人合同中的规则。另一方面，需要注意避免订立可能阻碍特许经营扩张的太累坠的规则。

六、与竞争有关的问题

31. 市场准入限制——如外国所有权限制或进口限制；歧视性的经营和规划规则，包括旨在限制从业者市场权利的分区制；保护竞争者的价格控制做法——常常被用来确保零售业的竞争。

32. 有些专家指出，此种措施意味着公共当局在分销市场运营中直接采取行动，不一定产生预期的结果。其他一些政策被证明更为成功，如规定强有力和明确

的反托拉斯立法，旨在规范卡特尔、掠夺性行为，滥用市场权力和欺骗做法，和促进消费者福利；旨在支持零售业多样化和企业家精神的政策；将不公平的合同法扩大到企业对企业的合同；旨在适当执行商标和版权法的措施；通过特许经营法，包括强制披露信息；发展软法律文书，如良好做法守则，其被证明在规范买方反竞争行为方面十分有效；促进市场准入和自由化的立法，这类立法可有助于发展中国家进一步融入国际供应网络，有助于外国直接投资。

33. 关于上述支配地位的前提条件或其滥用问题，人们看法不同。有些意见认为，只有在拥有至少 35%以上市场份额的情况下，零售商才能够行使市场权力。例如，泰国的超级百货市场不能被认为拥有和滥用市场权力，因为其每一家的市场份额都在 35%以下。另一些意见认为，对零售商而言，拥有低得多的市场份额——低至 8%——就足以使零售商拥有市场权力。有人争辩说，问题更多涉及进入的壁垒，而非市场份额，如果新的经营者不能进入一个特定市场，现有经营者就享有市场权力，无论其市场份额如何。市场权力并非总是具有不利的影响，而是在其阻碍供货商的竞争能力之时可能具有不利的影响。滥用买方权力的情况可能通过榨取供货商的租金、采用与供货商产品竞争的商标或当地标签，或扩大不公平的合同——例如特许经营的情况——的形式出现。

34. 反托拉斯立法是防止外国公司可能滥权的一个保证，通过和实施此种立法应减少零售商对外国公司存在的担心。从较长期的角度来看，竞争帮助国内公司成长、现代化和多样化，加速学习过程。

七、国家经验

35. 从分享包括下述在内的国家经验中，汲取了一些经验教训。

36. 泰国在 1997 年的金融危机之后，分销市场得到自由化。从这一经历中所获经验教训表明，可能出现各种社会后果，特别是在迅速自由化和没有立即带来好处的情况下。该国面临的重大挑战是如何利用外国直接投资，同时维持社会和政治的平衡，尤其是在便利店迅速扩展的情况下。管理这一进程对于成功开放零售部门，确保竞争和让好处流向消费者十分重要。在泰国的情况中，现代贸易在极少规则 and 没有足够相关规章的情况下成长。在允许大型连锁店进入市场之后采用的规则——例如分区规则——将没有效用，或将保护现有经营者。这也适用于建筑规章、营业时

间等，因为规则的主要要求是必须从一开始就透明和不歧视。特许经营在泰国是一种特别普遍的商业形式；但是，在这方面，产权和商标法没有得到有效执行。因此，据估计，多达 85% 的特许经营没有注册其商标，因此可能被视为非法。泰国的经验还表明，不仅国家一级，而且当地一级的竞争都可能重要。零售商在当地一级确定价格方面可以行使权力。鉴于零售商权力过度，产品供货商的投資可能受到影响，特别是如果产品供货商没有任何备用渠道分销其产品。

37. 零售是**印度**最大的私营产业，是继农业之后的第二大雇主。其对国内生产总值的贡献约为 10%，对就业的贡献为 6-7%。印度零售商店有 1 500 万个，是世界上零售商店密度最高的国家。经济的自由化、人均收入的提高、家庭结构的改变和消费主义的抬头，包括在年轻人方面，都鼓励大企业和生产商涉足零售业，房地产公司和风险资本家也投资于零售基础设施。尽管有最近的发展，但零售业继续是印度最不发达的产业之一，有组织零售的增长比世界其他各国慢得多。该部门发展缓慢的原因之一是，外国直接投资面临各种限制，因其可能对就业具有不利影响。但是，外国公司可以通过生产、特许经营、当地采购，试验销售等方式进入印度零售市场。实际上可以通过其他进入形式，绕过在零售业方面目前对外国直接投资的限制，因此，有关限制的主要影响是使外国公司的进入进程较少透明度，较为复杂。而且，这常常导致外国公司纵向融合，引起竞争方面的潜在关注。由于印度零售部门仍然处于婴儿期，对外国直接投资开放需要逐步进行，以便给国内行业足够的时间调整。进入准则应明确规定有关批准要求和任何条件。就总需求增长和需求分割而言，无组织零售的存在预计不会因改革而受到危险。

38. **哥伦比亚**分销服务对国内生产总值的贡献为 4.5%，其中零售业占 1.5%。从创造就业的角度来说，分销服务是单一最重要的服务部门。在大规模零售部分，国内公司仍然支配市场：三家最大的零售商是本国公司，市场控制率几乎达 60%。最大的外国公司家乐福占第四位，市场份额为 9.9%。外国公司从 1997 年开始进入哥伦比亚市场，引起了国内零售商的迅速反应，启动了一个通过合并收购使经营现代化并加以巩固的进程。规范环境高度自由化，有关规则大体限于与零售业不动产建筑相关的规章。确立了额外的规则，以保护消费者，确保质量和执行商标方面的规定：这些对企业有好处。在哥伦比亚市场上，大规模零售商与中小企业共存，各自为市场不同的阶层服务。日益集中化造成了零售企业之间的强烈竞争，转化为较

低的零售利润，有利于消费者。哥伦比亚分销服务现代化主要对中等规模的公司具有负面影响，它们在市场上被取代。政府实施了一个特别方案(PYMECO)，通过管理和分销程序培训支持小零售商。一个令人感兴趣的事态发展是，零售商与供货商2003年达成了一项协议，就诸如价格、销售和广告活动等问题规定了一些参数。

39. 厄瓜多尔用有限的国内规则在分销部门维持了一个自由的制度。分销服务的表现反映了国内生产总值的演变情况，但是，在批发和特许经营方面则看到不同的行为。这种差别是由于分销批发部分的垄断结构造成的，该结构允许投机行为；在特许经营方面，差别是由于消费者的偏好和口味变化造成的。厄瓜多尔零售市场的规模可能对新进入者没有吸引力，没有任何主导的国际零售商在该国开展活动。外国的存在主要通过特许经营反映出来，厄瓜多尔是特许经营的净进口国。提出了一项分析，其中评估了分销部门不同行为者在面对可能的外国竞争时的竞争力。随着外国提供者的进入，预期只有批发部分被取代的风险较高。市场没有规则的情况可能更遭，这表明国内公司在批发部门的国内垄断行为可能被控制市场的外国垄断所取代。

40. 中国零售部门的开放进程始于1992年，当时试行允许外国在零售业投资。到2004年4月，通过了一部新的法律，具体规定外国公司如何能够在零售、批发、特许经营和代理经营部门开展业务，基本上取消了与贸易有关的所有限制。这一立法是中国制定的新的法律框架中的一部分，以便履行其世贸组织义务。中国分销部门自由化具有各种潜在的好处：例如，发展不同的分销形式，包括专营店、加强当地销售和管理能力，也有可能使国内生产商进入外国零售商的国际供应链(外国零售商在中国分销的产品95%为当地采购，外国零售商还将中国产品出口到国外)。但是，自由化也有代价，包括一些国内公司的关闭，特别是中小企业，这也是外国公司常常得到比当地公司更加优惠的待遇的后果，因为地方当局竞相吸引外国直接投资；分销渠道为外国公司所控制；处于支配地位的外国公司对当地生产商施加压力，以及外国公司在该国最发达地区设点，将吸引力较少、回报较低的市场留给当地公司。

41. 2004年，越南零售市场价值约为200亿美元。超级市场仅占市场的10%，尽管预期在今后几年中其份额和价值将迅速增加。目前，大多数越南零售商为小规模家庭商店，为消费者提供的商品选择有限。大多数生产商利用自己的设施和内部资源分销自己的产品，而不是通过适当的分销和销售渠道，因此效率水平低，专业

化程度低。诸如汽车、服装和化妆品等品牌产品的大多数国内分销商为外国分销商或生产商的代理经销商。特许经营方面的经验仍然极其有限。与该地区其他国家相比，越南的分销服务部门较不发展，这方面的规则也是如此。外国进入还是最近的事情，基于政府临时批准并须满足一定的条件，如与所有权限制相关的条件，而不是基于发展完好的规则和战略。目前有五大外国零售连锁店在越南市场上经营，还有许多其他商家在等待批准。但是，国内公司之间的竞争相当激烈，引进超级市场迫使许多小商店关闭。在促进提高当地供货商、包括农产品供货商所提供商品的质量方面，市场上存在的少数几家外国分销商对这一部门具有积极的影响。现代分销渠道可能是一个机会，促进越南热带产品将来的出口。

42. 在**特里尼达和多巴哥**，分销部门是提高当地经济效率和活力的一个关键投入。在 1995-2004 年这一时期，分销服务(包括批发、零售、旅馆和餐馆)对国内生产总值的贡献在 12%至 16%之间。流入分销部门的外国直接投资份额相对较小，因为大多数投资都直接投向了石油和天然气行业。该部门行为人大量增加，在区域基础上，该行业竞争激烈。但是，在分销部门开展业务的公司对基础设施费用高昂对竞争力的影响表示关注。特别是关于食品分销，该行业由许多商家构成，包括超级市场、快餐厅和专营零售商。该部门的股本大多是当地的，这一领域的强劲增长表明了向该地区出口的可能性。该分部门的特点是引进新技术的水平很高。特里尼达和多巴哥在《服务贸易总协定》之下没有关于分销服务的任何承诺，决定可能作出的承诺类别将需要开展适当的影响研究。

43. **俄罗斯联邦**自从中央计划经济向面向市场的经济转变以来，经历了一个激烈的改革进程。零售贸易和批发开始在一种规范环境中经营：许多基本法律未曾有过，存在的一些法律对新的市场条件而言并不充分。俄罗斯的主导超级市场连锁店 **Perekriostok** 集团在这些条件下崭露头角，从零售销售额来说，成为了欧洲第五大、世界第九大零售商。在其初始阶段，**Perekriostok** 集团从欧洲复兴开发银行得到了为期七年的项目融资，并确保从西方各银行得到一笔银团贷款。俄罗斯市场的特点是政治稳定、结构改革、经济增长、平均收入增加和采取新的消费模式，有助于吸引外国直接投资。预期国内食品零售市场在 2004-2010 年期间将以年率 14%的速度增长；这将使俄罗斯联邦成为一个拥有对国内和外国投资者有吸引力的市场的国家，从潜力方面来讲，零售部门提供的商业机会仅次于石油和天然气。俄罗斯联邦零售

销售额 2004 年共计 1946 亿美元，分销部门对国内生产总值的贡献达 22%。增加对俄罗斯市场的信心的其他因素包括投资评级良好、公司管理改善、低成本的熟练劳动力队伍、对俄罗斯加入世贸组织的承诺、以及税法和结构的改革。重新规范——例如在市镇规划法、海关守则和商店营业时间方面——为零售商店的经营造就了更加有利的气氛。规范框架的进一步发展对于零售贸易在电子商务领域的增长和有效运转仍然十分重要。

44. 尼泊尔是一个最不发达国家，传统行为者(即延续几代的家庭小商店)在其分销服务部门占支配地位，重点主要在于消费品，资本货物较少。有几家现代零售商店，集中在城市地区。整个分销部门是最低收入人口的主要雇主，是最贫穷的人们选择的生存手段。目前，分销部门没有外国存在。排除外国进入的一些因素可能涉及国内市场的规模——人口总体购买力低，国内行为者竞争力弱，以及缺乏确立的有形基础设施。政府担心分销部门对外国竞争开放可能影响国内行业和就业；但是，人们认为，总体而言利大于弊，主要体现在提高效率和增加总体福利。尼泊尔政府正在设法更好地了解需要采取哪些行动，以确保在乡村地区促进现代私营部门的存在；如何加速分销部门现代化；如何使该部门更具竞争力；如何确保国际交易的信誉；如何使信贷评级机构的服务为国家行为者更容易负担；如何为买方和卖方创造信任的气氛，特别是在国际贸易方面。

45. 肯尼亚中小企业在园艺产品分销方面面临的特殊挑战，典型地说明了非洲发展中国家在出口方面面临的各种挑战和限制。农产品增值对国内生产总值的贡献为 25%，其中园艺品占 10%。园艺品供应链始于小规模农户，他们占有园艺品生产的 60%，通过中介出售其产品。由于组织薄弱，并由于其并不被认为有信誉，分销部门的中小企业难以确保信贷。但是，通常正是由于他们在其他方面面临的限制使其被认为没有信誉(例如，他们依赖不稳定的国际市场价格和天气条件)。道路基础设施不充分在获得和运输产品方面造成拖延，使运输车队维持费用高昂，从而增加了生产成本。中小企业在与外国航空公司的讨论中也处于不利地位，外国航空公司更愿意同较大的行为者打交道，以确保较大的货运量。至于与通信网络有关的限制，其主要是由于电信费用高昂、互联网接入率低和输入服务总体效率低下造成的。非洲各国政府需要通过建立同情中小企业的相关金融机构处理这些供应方面的限

制，从而促进中小企业创造就业机会的主动行动，并优先考虑在基础设施建设和通信网络发展方面投资。在执行这些政策方面，发展伙伴可以发挥重要作用。

46. 在摩洛哥，分销部门对国内生产总值的贡献为 13%，该部门雇佣了 100 万人。有许多法律规范该部门，没有针对对外国企业的壁垒。特别是，有一部关于价格和竞争自由的法律，贸发会议对该法律作出了重大贡献。分销部门的政府政策包括促进该部门和开展培训活动，如培训中小企业；发展基础设施和制定质量标准；提高竞争力的措施，如平等获得资金，支持会计和现代管理技术等。还有一些针对中小企业的政府支助措施：针对当地微型特许经营企业的担保资金、使有关设施现代化、和政府努力通过同美国的自由贸易协定等主动行动确保准入外国市场。

八、其他服务的分销：视听和旅游

视听服务

47. 发展中国家谋求确保内容产业的增长和发展。例如，在南非，180 000 多人受雇于音乐、电影和电视行业，可能还有 120 多万人通过与艺术和文化有关的工作谋生。大多数发展中国家视听产业比较零散，以生产为导向。但是，包括美国和印度在内的视听产品的成功供货商依靠分销导向，采取包括电影生产、分销和展示在内的综合办法。典型的情况是，涉及融资和剧本开发的所谓主要供货服务的纵向综合电影制片厂从其他金融伙伴处寻求资金，并作为国际销售代理人行事。缺乏融合意味着，在电影分销中立即获得的利润中，没有当地制作人的份，从而导致在发展中国家缺乏对可行的电影制作进程的再投资。因此，电影数量达不到临界水平，发展中国家制作人无法连续不断地推出电影。电影制作人不得不将其影片的权利事先出售，以确保有关资金和分销。因此，他们无法从电影的成功中充分获益，无法建立起一个权利库。

48. 仅有少数发展中国家，诸如中国和印度，能够依靠国内需求分销当地文化产品。这使它们能够发展一个有活力的国内视听产业，而无须采用国内政策，保护和促进当地供货能力。由于外国内容提供者处于支配地位，例如在南非，外国内容提供者占市场的 98%，因此，大多数发展中国家和最发达国家都关注其产品的分销。总体而言，发展中国家认识到，传统的国家支持机制(补贴和配额)都不足以承受轰

动现象的力量。多功能电影院数目增多增加了外国视听产品对发展中国家市场的渗透。应考虑针对多功能电影院的特殊规则，以确保分销当地产品，用以展示。

49. 在传统上，大制片商采用一种“窗口”分销系统，使其能够按照分阶段的程序(窗口)顺序推出电影、录像和电视节目，从而在一段时间内以极少的附加成本向不同的市场重复销售该产品。此种做法利于价格歧视和开发二级市场。但是，数字技术对这种顺序分销制度构成了越来越多的挑战。通过不同的媒体形式，它们能够针对不同阶层的当地受众。尼日利亚电影业在常规电影分销链(电影院、影碟出租/销售和公众电视)中没有采用所有的窗口；而完全以低成本影碟生产方式运作，从而得以完全基于这一子集的分销活动创建一个行业。该国每个月生产 50-60 台戏剧；其价值链以低成本提供快速服务；该国了解其市场。数字和广播技术有能力使尼日利亚跃上新的高度：通过以持续和不间断的方式提供临界数量的产品，尼日利亚电影行业可望有巨大的增长，可望吸引大量私营部门投资。

50. 但是，对大多数发展中国家而言，新技术(卫星、数字电视等)的来临对其产品的分销仍然并不相关。因此，要在城镇和乡村地区进一步发展和加强利基市场，发展中国家就需要电影院或其他“四面墙”形式——例如社区艺术中心——的基础设施。为了确保视听产品的提供更加多样化，并鉴于视听部门贸易和文化方面仍然存在接口不良的情况，人们正在认真讨论许多辅助战略的法律和政治影响，以便平整分销运动场。

旅 游 服 务

51. 旅行和旅游是一个重要的行业，占全球劳动力的 10.7%，在全球直接间接地雇佣 2.12 亿人。而且，对 3/4 的发展中国家而言，旅游是出口收入的头五个来源之一。对几乎所有最不发达国家和许多小岛屿发展中国家而言，旅游业是外汇收入和就业的唯一来源。有效获得技术、信息和分销渠道等因素对于促进一个有竞争力的旅游部门至为关键，包括使最贫穷和最易受伤害的国家参与吸引旅游客流。采用尽可能短的分销渠道对于提高能力和保留更多的增值至为关键。在旅游服务中，分销系统对于供应和需求的匹配十分重要。供应能力和旅游资源的管理依赖信息网络和分销渠道，而全球分销系统是旅游企业结构、交易和运营的骨干，是在价值链中每个节点上整合运营商和消费者的平台，提供进入世界所有目的地的手段。最重要

的全球分销系统是：SABRE、GALILEO、AMADEUS 和 WORLDSPAN。但是，新技术允许其他非传统旅游服务提供者——如微软、Google 和雅虎——进入旅游服务分销市场，成为电子旅游提供者。由于后一类服务提供者是居于支配地位的统一基础设施平台的提供者，不久的将来可能出现公平竞争问题，它们有可能滥权，以便在其作为内容旅游服务供货商的市场上获得优势。

52. 除了提供更好的相互连接之外，分销网络允许成本有效的联网经营，作为投资决策信息库，作为管理整个正在进行的业务的信息渠道、分销渠道，通过相互联系航空公司、旅馆连锁店，公共行政部门、批发商、旅行社、促销者和最终用户，在服务提供者之间实时协调业务。以前，这些服务仅提供给企业对企业的业务，主要是旅游运营商和旅行社。现在，随着互联网的来临，消费者可以直接获得所有这些信息。在最初衰落之后，全球分销系统适应了互联网，大量减少了成本，开始提供增值服务，将部分增值转给了小提供者和客户。如果互联网通信量不能确保，在互联网上提供目的地的信息就没有意义。在此，全球分销系统由于有效提供和控制了通信量而变得十分重要，是确保整个旅游目的地空间分配的最重要的门户。成本有效地进入分销渠道，包括全球分销系统和互联网，对包括最不发达国家在内的发展中国家的持续旅游业已经变得极为重要。全球分销系统和互联网的界面使小运营商有可能绕过中介，以较低的成本同其他运营商直接贸易。目前，全球旅游业 90% 都是互联网和全球分销系统界面支持的在线交易。预计，随着互联网的增长和各种新服务的提供，包括旅游运营商和旅行社等中介将会消失。旅行社仍然在谋求适应，找出其针对特定消费者阶层的专长，但与此同时，旅游运营商在技术方面投资，成为技术本身的拥有者，同时也在走通过并购更加集中化的道路。许多发展中国家，特别是最贫穷的国家，需要国际社会的支持，以提高技能和增加进入互联网的手段，以此扩大其获得信息和进入分销渠道的手段。

九、《服贸总协定》谈判的问题

53. 《服贸总协定》涵盖分销服务，主要将其界定为商品的分销。关于这一分类，看来存在一些不确和重叠之处，可能需要就如何处理《服贸总协定》之下的这些问题达成协议。至今为止，分销部门新的承诺相对较少(目前仅有 63 个成员的 52 份承诺减让表——包括这一部门的承诺，仅有 39 个发展中国家，其中 20 个是由于加

入而在这一部门作出承诺)。此外,关于分销服务的多边讨论在一定程度上受到限制(例如,没有具体针对分销服务的“朋友集团”)。在出价方面,仅收到了 69 份出价(包括一份修订的出价),22 份涉及分销服务。其中 8 份来自发达国家,14 份来自发展中国家。7 份出价载有新的承诺(即有关成员此前在这一部门没有任何承诺)。

54. 同时也有一些重大障碍,方案市场准入,包括/特别是在模式 3(这一部门的主要贸易渠道)方面。其中包括对于设立和扩大商店(尤其在零售业)的外国股本限制,和经济需求测试,对法人实体种类的限制(如合资要求),以及在购置包括土地或不动产在内的资产方面的歧视性限制。其他关键的市场准入领域是所谓的产品排除(有些产品推销有时被从承诺中排除),例如关于酒类、烟草、或药品或某些农业(新产品)。

55. 还有,规范壁垒在分销部门起着重要的作用。实际上,没有采取数量限制或歧视性措施(在《服贸总协定》第十六/十七条之下)的规则可能相当可观。分区规则和市镇规划法及其设计缺乏透明度,及与许可证发放规则相关的问题都是例子。但这些例子也表明,规范措施可以为合法的政策目标而设计。有人提出、为了获得自由化的好处,在有关服务自由化之前就需要采取国内规则。世贸组织成员目前正在讨论如何增加国内规则方面的透明度(根据《服贸总协定》第六条第 4 款授权)。关于国内规则的进一步的纪律有助于确保有效的市场准入,包括模式 4。

56. 在分销部门,不能低估劳动投入的重要性。技术与劳动互换性有限,自然人的临时流动对发展中国家与分销有关的贸易仍然十分重要。因此,除了公司内人员调动和承认资格外,在咨询和专业人员的类别方面的模式 4 承诺将确保《服贸总协定》谈判取得平衡的结果。

57. 人们注意到,各国在理解承诺的性质和范围方面可能面临困难,这一挑战日益明显,包括对发达国家而言(例如美国——赌博案)。鉴于需要以符合一国发展需求的方式规划承诺,理解承诺——和预计其影响就更为重要了。甚至更加如此,因为《服贸总协定》的关键特征之一是,其允许有灵活性,特别是通过仔细规划有关承诺的限制,这也可有助于保留其规范的权利。

58. 有人问道,《服贸总协定》如何能够为许多国家分销服务正在进行的改革创造一个授权和互补的环境。人们说,《服贸总协定》承诺“并非一个全有或全无的问题”。分销服务自由化将要求每个国家仔细评估与剥夺/创造就业相关的代价和

好处/资产负债表，以及对该非正规部门的效率/影响；当地采购/进口和对国际收支的影响；技能转让和技术转让；提高质量标准，以便利市场准入/由标准引起的市场进入壁垒，基础设施发展/对现有资源的压力；以及外国直接投资的积极溢出效应/挤出效应。希望巩固国内所进行改革的成员不妨利用《服贸总协定》提供的灵活性，从而反映在市场开放中出现的敏感性。为有效地评估成本和好处，必须采取一种长期、中级和短期的视角。

59. 然后，这种评估须有效地转变为一国的谈判战略。巴基斯坦就是一个令人感兴趣的例子，该国分销(批发和零售)是对服务部门的最大补充。该国仔细掘了其初始出价，包括通过一个广泛的利益相关者磋商进程和通过国会批准。由于巴基斯坦分销部门已经相对开放，通过《服贸总协定》使服务贸易(和投资)自由化对该国而言并非一个全新的概念。人们认识到，经济政策往往以不同的方式影响社会成员，其目的是确保巴基斯坦的初始出价有利于该国更长久的利益。

60. 但是，人们也认识到，作出《服贸总协定》承诺并不足以吸引投资和相关好处；“销售”承诺也同样重要。与此同时，人们担心，自由化会给“父母商店”带来压力。有些专家指出，必须适当地安排自由化和规章改革的速度和顺序，在世贸组织谨慎地作出承诺。另一些人表示，世贸组织的工作可能过于谨慎，过于犹豫不决，过于规避风险，有可能产生不利的影响。

61. 世贸组织工作的许多其他领域与分销部门有关，其贸易促进、卫生和植物检疫措施、技术性贸易壁垒、非关税壁垒、补贴和关税，它们都引起复杂的问题，需要进一步分析。

十、结 论

政策建议

62. 自由化引起竞争，随之还提高效率和以较低的成本得到高质量的服务。同时还出现各种问题，涉及小的传统行为者被逐出市场、失去就业机会、可能对农民的影响，加上由于普遍的统一化，可能失去土著产品。尽管如此，专家和与会者仍然强调，外国直接投资对发展当地经济十分重要。在这方面，在放宽市场规则和贸易自由化之后处理调整的费用问题，需要实行各种辅助政策，以便在调和效率与社

会考虑、自由化和规范的适当速度和顺序方面取得积极的成果。后者包括行政法、劳动法，消费者安全规则和产品标准，亦即将非正规活动转为纳税实体的措施。有效的规则和机构，特别是与有效执行竞争政策，平整运动场有关的规则和机构，在确保国内一级公平竞争方面是必需的。需要在双边、区域和国际一级采取措施，确保发展中国家的货物和服务有效进入全球分销渠道。

63. 需要认识到，国际社会提高中小企业在分销部门的竞争力的重要性，尤其是在发展中国家。旨在鼓励当地公司绩效的国内措施应支持、甚至先于市场向国际竞争的开放，以确保所有的市场行为者都能充分利用随着外国直接投资进入当地市场而出现的好处。促进竞争力可能需要政府大力支持，需要国际组织的支持，旨在建立能力和提供基础设施服务，并达到质量标准。国际组织还可以帮助发展中国家发展基础设施，建设确保达到质量标准所需的实验室。发展中国家政府可采取行动，帮助减轻分销服务自由化的不利影响，其中包括培训、支持技术更新换代、重新培训下岗者(若有可能，提供失业救济)。以低的费用向国内行为者提供信贷和其他形式融资是促进企业家精神的一项重要措施，特别是因为国内行为者将与外国服务提供者竞争，而外国服务提供者开展业务有着现成的资金。发展中国家的决策者可能还需要考虑帮助组成合作群体，关于商业方法的技术援助和更新与信通技术相关的知识，对基本产品实施价格控制，以保护穷人。

64. 加强分销服务的一个相关备选办法是，将其作为旨在提高一国竞争力的总体改革计划的一部分。该计划的内容可包括：查明经济行为者群体(外国和国内)、和加强这些群体的方法和手段(如鼓励外国超级市场从当地采购，和促进当地生产能力)。全面改革分销部门的其他关键要素包括贸易促进和基础设施发展(包括港口和道路)，和简化海关程序。在这方面，使经济行为者和受影响利害关系方参与改革方案的设计，向外与各国际组织和捐赠者联系，以求支助也十分关键。

65. 发达国家在使发展中国家更多参与分销服务贸易方面可以发挥重大作用，包括作出有利于发展中国家的有商业意义的承诺，包括关于模式 4；减少农业生产补贴；反对限制性商业惯例；在大型零售商店对供货商施加不当压力的发展中国家中，与有关竞争主管部门协调行动；帮助发展中国家政府向零售中小企业提供微型贷款；确保其自由贸易协定和环境保护机构鼓励发展中国家零售商竞争发展；鼓励其企业实现《服贸总协定》第四条的目标，特别是提供有关服务供应的商业和技术

方面的信息，其服务技术的现有状况，改善发展中国家产品准入发达国家市场，促进统一政府批准的适用于发展中国家生产商的有关技术、公司社会责任，就业和工作条件的标准。发达国家对其本国公司的刺激，旨在阻击生产流向便宜的外国地点，使发展中国家新生服务部门贸易机会更加缺乏。这种政策应当考虑到其使整个国际服务贸易、特别是发展中国家服务贸易付出的代价。

66. 在国际市场准入方面，国际标准——包括技术标准及卫生和植物检疫标准——也可对发展中国家构成额外的挑战。在这一领域，诸如贸发会议、劳工组织、经合组织、世界银行、卫生组织及其他国际组织可以发挥重要作用，为能力建设和促进善治提供技术援助。国际金融机构应加强提供微型贷款和微型租赁，支持合作建立发展中国家的能力，促进善治，包括通过消除腐败和洗钱，并通过在当地一级提供不同的融资手段，促进男女平等。国际金融机构还应当补充政府的行为，特别是在私营部门缺乏能力或没有充分刺激的领域，例如发展有形基础设施服务。

67. 为了确保在其他服务分销领域公平竞争，国际一级的政策和规则可以帮助在国家和区域一级指导竞争。但是，重要的是要确保以睿智和敏感方式适用规则。鉴于当地市场规模有限，以及没有可能开发区域或全球市场，许多发展中国家的电影制作并非一项有利可图的活动。在发展中国家，需要考虑有关政策，迎接多功能电影院带来的挑战，促进其视听产品在国内、区域、以及可能在国际市场上分销。在电影制作方面，基于援助和捐赠的融资，除了生产阶段之外，须认识到分销和销售阶段的重要性。

贸发会议的工作

68. 贸发会议应在许多方面继续并加强其有关分销服务的工作。例如，为了实现千年发展目标，贸发会议应：

- (a) 支持发展中国家评估分销服务贸易自由化的努力，包括在产品一级；分析若干产品分销价值链，以便更具体地查明相关程序和服务，包括与模式 1 和 4 的关系；
- (b) 开展工作，更好地理解联合国产品总分类和《服贸总协定》服务分类之下目前有关分销服务的分类和覆盖面；

- (c) 分析经合组织国家所获经验教训可在何种程度上作为最佳做法应用于发展中国家，以促进发展中国家的货物和服务的分销，包括鼓励发展整个分销服务系统；
- (d) 与其他相关国际组织一道支持发展中国家的努力，帮助其旅游运营商——特别是中小企业——管理增值链；
- (e) 查明克服发展中国家在进入分销渠道和信息网络方面所面临挑战的方法，要考虑到市场、技术和规则的新的发展情况。重要的是要评估有关群体在基于服务的经济中的潜力。
- (f) 查明为发展中国家贸易商改善基础设施、贸易促进和条件的方式，包括通过便利装运前检查、促进标准化和统一；精简海关主管部门和降低清关费用；更广泛而言，分析贸易协定在多大程度上能帮助实现这些目标，从而促进南南贸易；
- (g) 分析分销服务中与监管和竞争有关的问题。

第 二 章

组织事项

A. 专家会议的举行

69. 分销服务专家会议于 2005 年 11 月 16 日由贸发会议负责人 Victor Busuttil 先生主持在日内瓦万国宫开幕。

B. 选举主席团成员 (议程项目 1)

70. 在开幕会议上，专家会议选出了以下主席团成员：

主 席：Y.F. Agah 先生阁下(尼日利亚)

副主席兼报告员：L. 张(音)女士(中国)

C. 通过议程和安排工作 (议程项目 2)

71. 在同次会议上，专家会议通过了 TD/B/COM.1/EM.29/1 号文件所载的临时议程。会议议程如下：

1. 选举主席团成员
2. 通过议程和安排工作
3. 分销服务
4. 通过会议报告

D. 文 件

72. 为审议实质性议程项目，专家会议收到了贸发会议秘书处的一份说明，题为“分销服务”(TD/B/COM.1/EM.29/2)。

E. 通过会议报告 (议程项目 4)

73. 在闭幕会议上，专家会议授权报告员在主席的指导下编写会议最后报告。

附 件

出席情况^{*}

1. 贸发会议下列成员国的专家出席了会议：

阿尔及利亚	尼日利亚
阿塞拜疆	巴基斯坦
孟加拉国	巴拉圭
白俄罗斯	菲律宾
贝宁	波兰
不丹	俄罗斯联邦
玻利维亚	沙特阿拉伯
中国	萨摩亚
萨尔瓦多	西班牙
埃塞俄比亚	阿拉伯叙利亚共和国
法国	斯威士兰
印度	瑞典
印度尼西亚	瑞士
伊朗伊斯兰共和国	泰国
意大利	特里尼达和多巴哥
肯尼亚	突尼斯
老挝人民民主共和国	乌干达
马达加斯加	乌克兰
马来西亚	坦桑尼亚联合共和国
马里	乌拉圭
摩洛哥	也门
尼泊尔	津巴布韦

^{*} 与会者名单见 TD/B/COM.1/EM.29/INF.1 号文件。

2. 下列政府间组织派代表出席了会议：

非洲、加勒比和太平洋国家集团

安第斯共同体

加勒比共同体

南方中心

3. 下列专门机构派代表出席了会议：

联合国工业发展组织

4. 下列专题发言人出席了会议：

分销服务全球市场发展情况评估

Wendy Becker 女士， 麦肯锡公司， 合伙人

Heinz Werner 先生， Heinz Werner GmbH 公司

Photy Tzelios 先生， 南非 SHOPRITE 供应链管理主任 (通过电视会议)

Dave D. Weatherspoon 先生， 美国密西根州立大学

Arvind Singhal 先生， 印度 KSA Technopak 主席

Deunden Nikomborirak 先生， 泰国发展研究所， 经济施政研究主任

分销部门国内规范框架和发展中国家面临的挑战

Maria E. Maher 女士， 经合组织经济部结构政策分析司高级经济师， 巴黎

Maria Esperanza Dangond 女士， 哥伦比亚波哥大

罗文平(音)先生， 中国上海海运大学

与竞争有关的问题

Paul Dobson 先生， 联合王国拉夫堡大学教授， 竞争经济、销售和零售研究组

Deunden Nikomborirak 先生， 泰国发展研究所， 经济施政研究主任

发展中国家分销服务贸易和发展国家经验评估

Arpita Mukherjee 先生， 印度国际经济关系研究委员会， 高级研究员

Carlos De La Torre Muñoz 先生， 厄瓜多尔基多

Dang Nhu Van 女士， 越南社会科学学院， 分析和预测中心， 国际融合部部长

Lev N. Safronov 先生，俄罗斯联邦，Perekriostok, JSC 贸易行，国际关系部部长
Samuel Gicheru 先生，肯尼亚 Tropical Kenfield Exporters 有限公司总经理
Julian Arkell 先生，国际贸易和服务政策

分销服务：若干案例研究

视听服务

Mike Dearham 先生，南非电影资源股主任

旅 游

Auliana Poon 先生，特里尼达和多巴哥 Tourism Intelligence International 行政总裁
Felipe Gonzalez Abad 先生，西班牙 SAVIA AMADEUS 行政总裁

通往世贸组织香港部长级会议之路：《服贸总协定》中的分销服务和发展中国家的利益

A. Hamid Mamdouh 先生，世贸组织，服务贸易，司长
Audo Faleiro 先生，巴西常驻代表团一等秘书，日内瓦
Shri R. Gopalan 先生，印度商业和工业部联合秘书
David Cairns 先生，联合王国
Roberto S. Bosch Estévez 先生，阿根廷常驻世贸组织代表团一等秘书，日内瓦
Alicia D. Greenidge 女士，美国
Kanitha Kungsawanich 女士，泰国

5. 下列特邀人士出席了会议：

Sumantha Chaudhuri 先生，印度
Myriam Vander Stichele 女士，多边合作研究中心
Dirk Willem Te Velde 先生，海外发展研究所

-- -- -- -- --