



联合国
贸易和发展会议

Distr.
GENERAL

TD/B/COM.1/66
TD/B/COM.1/EM.23/3
19 January 2004
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
第八届会议
2004年2月9日至13日，日内瓦
临时议程项目3

影响发展中国家的竞争力以及商品和服务
出口的市场进入条件：大型销售网，
考虑到最不发达国家的特殊需要
问题专家会议报告

2003年11月26日至28日
在日内瓦万国宫举行

目 录

<u>章 次</u>	<u>页 次</u>
一、主席的概述.....	2
二、组织事项.....	20
 <u>附 件</u>	
出席情况.....	21

第一章

主席的概述

导 言

1. 影响发展中国家的竞争力以及商品和服务出口的市场进入条件：大型销售网，考虑到最不发达国家的特殊需要问题专家会议于 2003 年 11 月 26 日至 28 日在日内瓦举行。考虑到大型销售网重要性日增，个人专家和特邀顾问就发展中国家生产商如何能够进入市场，特别是进入发达国家市场问题发表了意见。以下案文概述了专家们的评论和建议，旨在反映所发表的丰富多样的意见。

2. 大型销售网络是地域分布广泛、有众多经销大量产品分支并且通常纵向一体化的网络。专家们同意，发展中国家生产商与这些网络密切联系十分重要，因为它们已成为了国内商业和国际贸易后勤链的核心，从而为有关生产商提供了接触更广阔市场的潜力。专家们注意到，大型销售网络提出特别的市场进入条件。这些条件可以界定为发展中国家出口公司必须满足的一些参数，以便进入发达国家市场商品和服务的这种销售网络。有关参数可能涉及产品特性、生产工艺的性质(例如有关工人健康和安全生产、或环境影响)、价格和交货速度。遵守此种市场进入条件是参加进入模式——诸如直接出口、合资企业、伙伴关系、特约经销、使用许可证或交易会——以及使用销售代表、经销商或集运人的一个先决条件。

市场准入和市场进入

3. 区分市场准入和市场进入很重要。进入外国市场的可能性取决于市场准入条件(由进口国根据国际商定的贸易规则规定的法律和行政条件决定)，而进入市场的实际能力则是出口商竞争力(由产品的相对成本和质量决定，包括环境/卫生方面)和供应链及市场结构特性的应变量。因此，市场准入是实现市场进入的一个先决条件，但并非充分条件。市场准入和市场进入条件的一个重要区别是，市场准入条件原则上应受世贸规则之下的国际管辖，而市场进入条件则不受此限，生产商必须满足这些条件，否则就会失去进入市场的机会。因此，发展中国家(特别是最不发达国

家)出口商及其政府在市场准入关注之外, 还要注重各种制约实际市场进入的条件。同时, 重要的是要注意到, 市场准入和市场进入条件都在不断地发生变化, 发展中国家出口商必须适应发生的变化。一个特别重要的例子是欧共体市场 2006 年终止对菲加太国家的优惠, 因而生产商必须具有竞争力。

大型销售网络中的竞争问题

4. 关于这个专题, 会议集中于四个主要主题: (一) 市场进入条件和要求如何积极或消极地影响到发展中国家在其首要市场上的竞争力; (二) 大型销售网络在发展中国家内部和在其首要市场中的反竞争做法如何积极或消极地影响到发展中国家生产商和出口商的竞争力; (三) 在有市场进入和市场准入壁垒的情况下, 贸易规则竞争场地是否及如何对发展中国家有不利的倾斜; 和(四) 发达国家对其农业等部门企业和生产商的补贴如何改变了竞争场地。

5. 关于前两点, 会议交换了关于对发展中国家货物和服务出口市场准入具有不利影响的主要跨部门反竞争做法的信息。其中不仅包括被许多竞争主管部门处罚的国际卡特尔对发展中国家造成的伤害, 而且还包括占主导地位的公司滥用市场权利, 对那些不能为其利益服务的公司采取排挤的做法。有些估计认为, 国际卡特尔每年对发展中国家的伤害至少相当于发达国家政府所提供发展援助价值的一半。还有人说, 在许多发展中国家中, 由于外国直接投资自由化, 大型多国零售链正在增加其存在, 有时是以当地较小的传统商贩为代价, 后者无法与其竞争。其提供的设施好, 有关服务质量高, 有吸引力, 消费者常常从中受益, 但与此同时, 这种情况导致了与本地供货商的紧张关系, 他们抱怨说, 他们被迫在困难的条件下供货, 大公司以拒绝交易或排挤相威胁而获得此种条件。此外, 人们感到, 通过国内和国际一级的兼并和收购, 随着时间的流逝, 大型零售链增加了其在市场上的优势。鉴于所有各种形式反竞争做法对发展中国家伤害巨大, 国际社会必须研究国内和国际一级一切可能采取的措施, 以处理这些问题。在这方面, 有人建议在这一领域开展更多的研究, 包括编制一份发展中国家竞争主管部门重大强制执行案件清单, 按部门分列, 以及一份对发展中国家十分重要的能动部门/行业——如旅游、制药、信息技术等——各类反竞争做法的研究报告。

6. 关于市场进入方面的贸易规则，很清楚，市场准入可以摆脱大多数政府壁垒的限制，但企业一级的壁垒，其形式为占统治地位的零售链和网络的反竞争做法和私人做法守则却能够完全扭曲或阻止发展中国家出口商进入市场。在这方面，发展中国家、特别是最不发达国家在采用必要的竞争规则的能力方面处于不利的地位。而且，即使国内存在此种规则，在尝试解决完全依赖外来多国销售网络的出口商所面临的那些做法方面，这些规则也起不了什么作用。解决这些问题不能仅仅依靠实施国内竞争法；需要结合贸易和竞争政策两方面的国际纪律。提议的世贸组织竞争规则重点仅在于卡特尔和自愿合作，不能解决大型销售网络的市场排除或扭曲的问题。在这方面，至关重要的是，任何协定都要考虑到发展中国家的需求，都要承认，一种尺寸并不适合所有人。此外，需要特别照顾到最不发达国家的具体市场准入问题。人们注意到，迄今为止，关于大型销售网络滥用购买力问题所作研究极少，甚至在发达国家和经合组织国家中也是如此。人们注意到，大型销售网络在使整个生产链更加现代化并增强其竞争力方面也发挥了积极的影响，人们建议，贸发会议可以着手在这一领域进行更深入的研究。

市场进入条件，包括环境要求、大型销售链和发展中国家的农产品——食品出口

7. 专家的讨论有一部分专门涉及大型连锁超级市场对发展中国家农产品——食品出口的影响问题。超级市场扩展极为迅速，目前在各地的零售中都占有很大的份额，不仅是在发达国家。发展中国家一般没有努力限制超级市场的增长，在有些情况下还予以促进，尽管有些国家，如科特迪瓦政府也支助并建立了当地市场，作为减贫战略的一部分。在拉丁美洲，超级市场在零售市场中所占份额从 1990 年的 10-20% 增加到 2000 年的 50-60%。拉丁美洲超级市场从拉丁美洲农场主手中购买的水果和蔬菜为拉丁美洲出口到世界其他各地的水果和蔬菜的 2.5 倍。在其他发展中国家地区，有关份额也增长迅速，在南非达 55%，在非洲其他国家各首都达 20%。非洲超级市场从非洲农场主手中买的东西多于这些农场主出口到世界其他各地的东西。尽管超级市场对提高销售系统的效率作出了贡献，但其增长却以许多较小的零售商为代价，有时导致失业。专家们呼吁更多地分析外国超级市场对发展中国家的渗透的分配效果，以及当地生产商和零售商的应对战略。

8. 超级市场在发展中国家的增长及其在发达国家市场上的优势地位对发展中国家生产商既是限制，又是机会。超级市场提出的市场进入条件涉及产品特性——质量、外观、清洁度或口感、包装、安全(例如杀虫剂或人工荷尔蒙的使用、微生物存量)；可靠性(保证来自原产地或采用传统工艺)；工人健康和安全；环境影响；价格和交货速度。超级市场和大型加工者的采购作法正在迅速地改变农场主和第一级加工者的“游戏规则”。“产品市场”越来越多地意味着“超级市场”，通过超级市场的中央采购业务，原来仅适用于出口生产的质量、环境和食品安全要求现在越来越多地在国家一级适用。供货商后勤方面的变化将超级市场链推向新的中介，绕过或转变传统的批发系统。超级市场正越来越多地同那些致力于并能够满足其具体需求的专业化批发商联手。这些专业化的批发商减少了交易和寻找的费用，代表超级市场执行私人标准和合同。专业化批发商的出现和经营在从业人员和产品标准方面使出口和国内食品市场趋同。

9. 除了上述要求之外，还报道了大多数——即使不是所有——超级市场提出的其他各种繁重要求，包括箱位费、不利的付款条件、要求购回未售出的商品并减少回扣以抵消损耗。买主还沿供应链对上游实行各种限制，例如专卖合同。有些发展中国家的出口商组织良好，得到本国政府和国际社会的支助，能够设法满足进口商的要求，但其他生产商却无法有关要求，它们在进入有希望的出口市场时可能面临严峻的问题，或丧失国内市场份额。尤其是那些小的生产商，可能无法满足有关质量、一致性和数量方面的要求，它们可能面临禁止性的高额交易费。而且，在最不发达国家中，不良的营养做法和很低的营养水平对供求两方面都产生影响，使生产商难以同大型销售系统建立关系。一家南非超级连锁店在非洲各国以及在印度设立“穷人超市”是一种尝试，努力对高营养低价格食品的需求作出反应，特别是针对城市穷人。与发达国家市场相比，发展中国家的产品市场销售以机构不良和公共有形设施支持不足为特征。私人有形设施，如供货商和销售商食品加工厂、食品冷藏链和运输设备等常常不充足。在产出和供货商对各种刺激的反应方面都存在各种风险和不确定性。

10. 尽管发展中国家生产商进入市场有各种障碍，但满足严格市场进入条件的努力可能对这些企业的效率和竞争力产生积极的影响，改善与围绕单纯以最大限度减少开支为目标、与消费者市场联系有限的商家建立的供应链之间的关系。经验表

明，新的市场和部分、新的产品和服务可能最好通过供货商、投入提供者、市场销售商和消费者各个环节之间建立伙伴关系来发展。作为全球采购一体化主要形式，合同种植的增长和扩散已成为农业方面的一种普遍现象。在发展中国家，超级市场对区域内贸易的增长作出积极的贡献，并导致更加同一的消费模式的发展，从而为适应进入条件的生产商提供了更广阔的市场。在交易费用能够通过改善生产商的组织而减少的地方，对小农场主的潜在好处可能是巨大的。但是，这要求大量投资，特别是在人力资本方面的投资。有人建议，对与超级市场链进行的贸易课以轻税，将这笔税收同捐赠者的资助款一道用来提高那些小型和迄今为止不成功的公司的能力，使其能够参与这种贸易。其中包括提高当地基础设施的等级，诸如测试能力和存储能力。

11. 主要的问题是，发展中国家生产商和出口商如何以及在何种条件下参与全球食品链，何种政策措施能有助于它们能够平等参与这些全球食品链。解答这些有关跨界食品链发展问题的关键在于伙伴关系。在买方/出口商依靠生产商提供作物、生产商依靠买方/出口商提供市场出口和家庭收入的情况下，建立可持续的贸易联系问题能够得到解决，只要有关各方认识到其相互依赖性。这同样也适用于超级市场、进口商和出口商之间的互补性。

12. 发展和实行综合的系列质量保证概念以及追溯和追踪系统不仅可以使农业——工业公司和零售商确保食品的质量和安全性，而且还意味着对发展中国家生产商的重大挑战。有些国家的超级市场已开始实施全面质量管理方案，对鱼类和肉类等易腐烂和鲜活商品实行危险分析和关键控制点规则。各种规范要求和私人标准的结合有效地指导其发挥绩效。

13. 做法标准或守则是供应链中用来管理质量和安全问题的最通常的手段之一。有许多做法守则，涵盖供应链的各个不同方面或地理区域。根据当地的情况、公司战略和终端市场的不同要求，可以区分全球食品供应链设计中的两项组织原则：产品差异化，和更为复杂和严格的产品要求。

14. 产品差异化与食品公司和零售商的竞争战略交织在一起，主要是在小型专门市场上。这种情况意味着，在其鲜活产品的采购战略中，各公司必须将诸如土地和实验室等有形资产与诸如质量标签或形象等无形资产结合起来。

15. 消费者的选择正越来越多地由食品质量和安全方面的要求决定。消费者在有关农业生产的生态和社会经济可持续性方面以及有关食品安全问题方面的要求越来越明显。最近消费者有关鲜活产品食品安全的关注对食品和零售业产生了巨大的压力，要求其按照质量和安全标准改进养殖方法，使供应链具有透明度和可追溯性。全球采购的这一方面导致了对认证产品的要求。

16. 同样，各国际公司是在有关食品安全和产权的法律框架内运作。对食品公司而言，在这些竞争激烈的市场上，确立并标注质量、确保食品安全和卫生形象已经成为了一项关键的资产。在全球商品链中，人们寻求规范框架或议定书，以此作为手段满足消费者对更好的农业做法的要求和环境方面的关注。这种做法还在现行国家立法和国际规则之间建立了明确的联系。

17. 有些人所认为的基于卫生或安全理由的产品差异化可能被另一些人认为是贸易壁垒一种形式。《实行卫生和植物检疫措施协议》及《技术性贸易壁垒协议》的作用就是在这方面带来秩序和透明度。但是，在许多情况下，大型销售网的私人要求——通常反映了消费者的偏向——成为了对生产商和出口商有约束力的限制。新的或变化的标准可能具有不利的贸易影响，而常常正是在许多发展中国家正在进入的领域感到这种影响。例如，《实行卫生和植物检疫措施协议》已成为了一个特别强的抑制因素，打在了发展中国家最易受伤害之处——需要使生产多样化。

18. 关于《实行卫生和植物检疫措施协议》及其他技术措施可能阻碍农产品和食品贸易的认识重点在于发展中国家执行该协议的能力。人们担心，许多发展中国家、特别是最不发达国家缺乏能力，在其出口市场、特别是发达国家市场上遵守该协议的要求。这种情况反过来又损害了其可能具有的任何竞争优势。

19. 市场准入规则给人以有可能进入的印象，在有些情况下，对一些发展中国家出口商而言，包括改变立法在内的困难的条件使得进入成为一个困难的问题。例如，对欧盟和美国的一些出口品因有关包装、标记或标签的值得怀疑的环境或技术标准原因而遭到拒绝。例如，有一桩有关产品据说因其为进口国家主管当局所“不知”而被拒的案件。另一桩产品被拒是因为据称其中含有过量的禁用化学品，但一家独立的试验室进行的检查却发现该产品符合要求。此种检测费用可能高达有关商品价值的 20%。发展中国家出口商缺乏进行此种检测的必要资金，因此，在安全措施仅仅是贸易技术壁垒的大多数情况下，很可能会松懈。另一个问题涉及进口国变

动的标准。例如，由于恐怖主义的原因，对进口品实行了新的规则，要求提前通知美国食品和药品管理局有关货运情况，这些规则在实际中被证明非常复杂。小的出口商无法迅速遵守这些规则。所需的是，特别是对发展中国家、尤其是其中的中小企业出口商而言，要更新有关出口市场及必要设施的知识，以满足要求的标准。在这方面，有人建议，发展中国家可以建立自己的认证中心，这些设施应当得到所有进口国的承认。

20. 有关食品质量和安全的私人标准的增加，以及执行那些否则实际上未得到执行的公共标准的重要性的增加是采购系统中实行有关产品要求的关键方面。超级市场部门私人标准的演变也是由跨国零售商所驱动，它们努力争取使发达国家和发展中国家这方面适用的私人标准趋向统一。EUROPGAP 为超级市场制定联合标准就是一个例子。毫不奇怪，许多小农场主和加工者发现难以达到超级市场的要求，他们正在被从超级市场采购清单中除名。建立联合标准有助于遵守有关要求，但与此同时，严重的问题是对所有进口商适用同样的标准，而不管其特定的社会特征(诸如使用童工)和环境吸收能力如何。因此，有人建议，发达国家政府应当涉入私人标准的制定，以便私人标准能够考虑到出口国的具体特征。其他一些主动倡议，如国际社会和环境核证和标识联盟的制定社会和环境标准国际良好做法守则，在这方面也很有帮助。

21. 私营部门做法守则对发展中国家出口商有相当大的影响。做法守则汇集了用于管理产品质量和安全性的私营部门交易员要求并将其正式化。其基础是《实行卫生和植物检疫控制协议》和《技术性贸易壁垒协议》、进口商的国内立法和消费者的影响。做法守则为遵循守则的进口商提供了进入的确定性，但同时也可能提出更高水平的遵循要求，涉及社会、环境和消费者倾向等各方面。发展中国家的农户和加工者都很小，其中许多无法遵守大型供应链确定的做法守则，因此他们被排除在贸易之外。而且，这些供应链可能扭曲传统生产者的自然发展，压低价格和工资，阻碍当地生产商开发替代市场，并剥夺当地消费者。为了抵消这些不利影响，有人建议，对这些供应链的贸易值课以国别具体的税费，将有关收入和捐赠者的资金用来促进遵守做法守则，特别针对被排挤的小生产商。

22. 人们将与在零售国所用相同的适用于出口国社会和环境要求。这种情况给出口国造成了问题，因为社会和环境条件各国不同。例如，对一国而言可取的环境

要求，由于具体的地理条件，可能对另一国并不必要。发达国家和发展中国家政府应当参与制定做法守则，以确保考虑到单个国家的特点。还讨论了一些案例，以表明发展中国家的出口如何因为对相同产品制定不同的标准而受到惩罚。要求在国际一级促进标准的统一，以解决这一问题。而且，发展中国家缺乏充分对抗禁止进口的能力，有必要在这些国家建立和培训当地检查站点。

23. 参与性标准制定活动，诸如进口商和出口商之间提前磋商，是一种有希望的办法，以便在国内和国际上解决农业——食品链的“重新管理”问题。在这些准则在各自领域实施之前，发展中国家主管部门在其制定方面应该有发言权。应当促进在国际上统一做法准则，以免必须在多个出口市场上满足不同的要求。

24. 由于食品质量和安全问题而意外地失去主要外部市场的准入手段增加了发展中国家出口商的易受伤害性。此处的重点在于发展中国家难以监测即将到来的环境和食品安全要求方面的变动，难以估价其可能造成的影响，难以知道向何方寻求帮助，建立能力，以及时和适当的方式作出回应。建立有关标准，特别是有关《实行卫生和植物检疫控制协议》标准的早期警报系统将在一定程度上减轻这一问题。国际标准化组织和私人标准化系统都有一些令人感兴趣的“预先”标准制定活动。

25. 专家们将有机农业作为一个动态部门的例子。尽管该部门全球零售总价值2003年估计仅为240亿美元，但其在主要消费国(美国和欧盟)的增长很快，从极低的水平增加到了20%——同大多数其他行业相比相当高的比例。市场销售渠道各国不同。在最大的市场美国，有机产品几乎一半都是通过超级市场售出的，另外一半通过自然食品商店售出。对发展中国家而言，专家们看到主要的机会在于热带产品、非季节产品和在发达国家供应短缺的季节产品，特别是水果和蔬菜。新产品或特产(如南半球的葡萄酒)和加工的水果和蔬菜(主要是大宗产品)为其他两个类别。主要市场趋势预计为市场的成熟，发展中国家国内市场的扩张，因此市场总体持续增长，竞争更加激烈。发展中国家生产商的前景预计继续看好。

26. 超级市场食品安全和环境要求的复杂性要求发展中国家主动作出战略回应，而不是被动反应，采取零敲碎打和短期的办法。这种主动的战略办法内容可包括：

- 针对一些十分重要的一般或多部门的要求，制定国家和区域战略，如 HACCP、产品可追溯性、最大残留量或欧盟关于 REACH(化学品登记、评价和核准)指令草案。
- 在国家、次区域或国际一级建立关于环境和产品安全要求的信息交换所，及相关的早期警报和快速反应系统。收集关于新出现的规则/标准和认证要求，以及利益相关者磋商的信息也很重要。应当探索所有各种渠道，以便积极参与。
- 建立或改进充分的国家环境规则 and 标准制度，并酌情建立或改进类似于关键目标市场环境要求的具体出口标准。
- 改进或建立国家或次区域生态标签制度。
- 积极探索各种渠道，以便使各项规则 and 标准得到统一、技术上相当和相互承认。
- 更好地协调外国捐赠者(根据《技术性贸易壁垒协议》第 11 条包括进口商)的技术援助和能力建设活动，以实施上述各项内容。

27. 需要更加注重次部门一级的援助，特别是针对那些小公司，它们常常被许多援助机构的大型技术援助计划所忽略。这方面的建议包括：

- 大型超级市场链应当通过与各国政府的公共-私人伙伴关系，将更广泛的遵守《实行卫生和植物检疫控制协议》的费用分摊到整个食品链中。
- 为了迅速克服发展中国家在挑战禁止进口方面面临的困难，应当设立当地检查站点，由来自多个国家的检查员任职，以减少此种禁止的有害影响。
- 建立区域认证机构网络，补充现有的国际认证论坛将减少昂贵的外国认证的费用，提高一些证书的质量。
- 需要通过针对微型采购的微型贷款，帮助那些很小的企业获得基本的《实行卫生和植物检疫控制协议》设备。这些公司常常得不到商业贷款，为此目的专门提供一笔资金并支持标准局的工作将在很大程度上减轻“基层”一级的《实行卫生和植物检疫控制协议》问题。
- 关于附带办法，应当予以援助，以鼓励发达国家的公司与发展中国家公司建立合资企业。

- 就可能的法律问题而言，欧盟处理可追溯性和同等性概念的方法可能对一些发展中国家和特定产品的供货商带来不公平的负担。应当由一位欧洲和世贸组织法律专家审查这两个问题，看是否能够从执行程序方面、及相对于有关概念的合法性而言其歧视性影响对欧盟提出质疑。

28. 还需要加强国际合作。其中可包括下列措施：

- 积极利用《技术性贸易壁垒协议》和《实行卫生和植物检疫控制协议》中的特殊中区别待遇条款。
- 建立有关政府和私营部门环境要求的国际或次区域信息交换所。
- 探索可否建立区域或次区域的标准或认证制度。
- 发展中国家更加积极地利用世贸组织《技术性贸易壁垒协议》和《实行卫生和植物检疫控制协议》委员会的讨论，保持或提高出口竞争力。应当探索所有各种渠道，加强透明度，延长通知的审查期和调整期，便利发展中国家参加有关标准的磋商。发展中国家还应当更有效地利用世贸组织贸易与环境委员会，提出对与市场准入相关的环境和食品安全措施的关注，特别是关键的一般趋势；具体实施特殊和有区别的待遇措施；支持主动调整战略并积极参与利益相关者有关确定标准的磋商。
- 贸发会议的主动行动，设立关于环境要求和国际贸易问题的国际磋商工作队，作为一项基于项目的活动，帮助发展中国家改善关于关键出口市场的环境和卫生要求信息管理；审查制定标准和磋商方面的最佳做法；和讨论主动调整战略方面的国家经验；这是在正确方向采取的及时的步骤。

29. 为了使发展中国家生产商能够受益于接触超级市场链提供的更广阔市场的机会，需要政府的支持。发展中国家政府必须为能力建设提供充分的机会，必须制定适当的行业战略和政策；这种政策将关注诸如标准化、质量控制、获得市场信息、提供投入、便利投资、技术促进、中小企业发展、以及与农业有关行业的升级换代和/或多样化等领域。例如，特里尼达和多巴戈提供了政府支助，使中小农户能够根据与超级市场作出的合同安排达到有关家禽的质量标准。发展中国家政府和民间社会可以帮助生产商与大型销售公司和金融机构结成全球伙伴关系。在这方面，

重要的是要鼓励开发强有力的国内市场，以便使生产商不至完全依赖于发达国家市场迅速变化的各种时尚。

30. 发展中国家政府需要投资于针对小生产商的扩展服务，以解决投入市场失灵和减少浪费等问题。专家们同意，要创造一种授权环境，各国政府可以从为当地生产商确立等级和标准着手，并投资于扩展服务。鉴于需要时间获得进口国《实行卫生和植物检疫控制协议》证书，专家建议，生产商应当从低到高确定数种产品等级，首先以要求较低的当地市场为目标。在这一过程中，可以开展有关标准的能力建设。

31. 公平贸易认证组织，如 **Max Havelaar**，也可以发挥重要作用，帮助生产商进入升水市场。同样，大型零售公司也在不断地寻找有吸引力的新产品——外来产品，以便响应见多识广十分讲究的消费者的要求。在这方面，为发展中国家提出的一项建议是，着手盘点现有各项土特产品，如它们可以登记为财产并随后向大型销售商提议的天然或新鲜食品、茶、草本植物和药类。举出了在一种非洲产品的基础上进行联合产品开发，以便生产一种营养价值很高的糖果的案例来说明这一问题。

32. 发达国家政府可以帮助这一进程，便利技术转让和提供技术援助，建立满足标准的必要能力。例如，在科特迪瓦，在欧洲联盟援助的范围内，对新鲜水果实行了保障追踪系统及其他各项措施，以帮助生产商适应欧洲的质量和动植物检疫立法。发达国家政府还可通过为其本国进口商提供刺激，便利发展中国家生产商进入市场，便利通过规则核准发展中国家的产品。核准问题看来已成为了确保根据《非洲增长和机会法案》进入美国市场的一个主要制约因素。发达国家政府还可考虑，在适应变化中的标准方面，为发展中国家生产商提供向国内生产商提供的相同类型的支助。

销售服务

33. 专家会议关于发展中国家的销售服务、贸易和从发展角度看问题的讨论是在多哈之后谈判活动的框架内开展的，讨论着眼于与销售有关的问题和与其他生产活动之间的联系。讨论也触及到一些其他问题，例如，正式谈判的市场准入可能性与实际市场准入条件之间的差异，促进发展中国家参加国际贸易和竞争政策的多边内容。

34. 全球市场的特征表现为竞争日趋激烈和质量要求日益严格，这给许多发展中国家利用市场机会造成了困难。对于发展中国家，尤其是最不发达国家来说，重要的是发展其制定和执行战略的能力，提高其各行业在供应国际市场方面的竞争力。对于国际社会来说，应通过创造一种扶持性多边贸易框架为这种努力助以一臂之力。

35. 专家会议承认，目前全世界范围内销售领域的发展尽管为发展中国家展现了一些令人感兴趣的新的机会，但也给它们造成严峻的经济和社会挑战。随着这一部门的变化，为了最大限度地减少其中产生的风险和最大限度地获取其中的利益——这实际上与所有其他服务和非服务活动密切联系在一起——所有世贸组织成员均应做出努力，确保《服务贸易总协定》关于销售服务的谈判取得成功的结果。

销售服务对于经济和发展的重要作用

36. 销售服务在所有国家都是一个极为重要的部门，这是由于它对国内生产总值和就业的贡献以及实际上与包括农业和制造业在内的所有其他部门具有多重后向联系。传统上说，这类服务被视为内在的国内部门，因而在大多数国家受到保护和管制。然而，在全球化作用的影响下，销售服务目前无论是在发达国家还是在发展中国家都正在经历着极为深刻的变化。它们能否有效运作并确保有效获得这类服务也成为决定供应商最终竞争力的关键要素。

37. 大型一体化和多样化的销售网络大多为发达国家的经营商所拥有。它们占有很大的市场份额，获取了百分比很高的产品销售价值并且在全世界范围内的销售服务领域享有巨大的讨价还价能力。销售服务市场的集中程度很高，而且由于激烈的合并和收购活动的推动还在强化。例如，作为其结果，美国农业产品沿价值链产生的 70% 以上的价值由销售商所获得，而农场主只得到 3%。新鲜产品和零售市场的情况也大同小异。

38. 在众所周知的香蕉和咖啡例子中，生产商所得的份额甚至更少。香蕉生产商的大体报酬只占零售价格的 5%，而销售和零售成本占价格的 34%，销售利润占 17%；其他包括运输、纳税、存放待熟以及其他费用和成本。因此，销售服务占香蕉最后价格的 51%，而消费者支付价格的 90% 以上落入进口国的腰包。咖啡的例子可能最极端，因为按卖给消费者的每一杯咖啡的平均价格，只有不到一美分到

了农民手里。此外，买家和供应商之间讨价还价能力的不对称不仅限于商品贸易，而且还扩大到若干种可国际交易的服务，旅游业就是其中之一，其中纵向一体化的大型旅游公司采取反竞争做法并操控视听手段，使世界市场的80%受美国公司支配。

39. 纺织品和成衣是一个传统性的有活力的部门，其中发展中国家具有明显的比较优势，它们可以继续扩大参与这一贸易并从中受益。然而，它们的出口受到严重的限制。随着《纺织品与服装协议》即将到期，可以预见到竞争更趋激烈，发展中国家在获得和进入发达国家市场方面可能继续面临重大的障碍。最近，原产地规则，再加上对这一部门可方便地采用相对较高的关税和区域安排机制均变成干预手段，并使发达国家的国内纺织品生产商获益。而且，以保护劳工权利和环境为名巧妙造势可进一步限制发展中国家的出口。在其本国市场拥有大庞大销售渠道的强势服装承包商迫使发展中国家的制造商遵守超出国际标准的常常属于专断和无法预见的行为守则。这些条件对于生产商具有扰乱作用并且成为准入条件。此外，欧盟最近关于创建一个可持续的纺织品和服装部门的举措可能为发展中国家的生产商造成额外的准入壁垒。建议对纺织品和服装贸易的非关税壁垒作出研究，其目的在于促进朝着后《纺织品与服装协议》阶段顺利过渡。

40. 大型跨国销售网也朝着发展中国家具有比较优势的部门(由于劳动力成本低和拥有天然资源)扩张势力，例如农业相关产业和旅游业。其所居的支配地位，其中大部分为发达国家的大公司，妨碍了发展中国家在许多其他领域，例如视听和软件方面充分发掘其潜力。

41. 技术、管理和经营方面的改变——也影响到采购和筹资领域——正在迅速改变销售服务部门的竞技场，进一步增强了连锁巨头对于小商家的讨价还价能力。发展中国家的生产商感到难以应付四处扩张的超市中迅速变化的私订苛刻级别和标准。大型分销商确立的质量标准常常成为小供应商的掣肘。

42. 在大多数发展中国家，传统角色仍然支配着销售业。零售部门各树一帜，表现出一种双重性，一方面是满足人口中高收入部分需要的一个小的现代化分支，而另一方面则是一个由下列五花八门角色组成的传统部门：“夫妻老婆店”、街头摊贩、国家控制的批发市场、市政府管理的各区市场、定期的街头和村头集市贸易以及其他销售渠道，每个国家各有不同。

43. 如今，发展中国家的销售部门也在迅速改变。最近非洲，尤其是东部和南部非洲出现了超市的快速增长。南非超市的零售额占全国零售总额的 55%，而在尼日利亚这一比例仅为 5%。此外，由于发达国家的销售服务已成为一种非常成熟的行业，利润幅度很小，因此大型连锁销售商向海外大力开拓，发掘发展中国家出现的机会。因此，销售服务正在经历一种迅速全球化和国际化的进程，并受美国、欧洲和日本少数几家巨头公司的操控。只有中国和秘鲁的国内销售商在本国市场上保持强有力的存在。

44. 许多发展中国家对经济实行自由化，因而使得跨国公司和大型销售商享受到良好的条件。例如，黎巴嫩迄今还没有管制进出口质量的基础设施，缺乏经过验证的实验室，该国现正处于采纳食品安全规则的初期阶段，无竞争法，反倾销规则已过时，消费者保护法现正在由部长会议讨论。另外，缺乏是否符合规范的有效评估机构。在这种情况下，大型销售连锁店控制了进口的 80%，外国大型零售连锁店也在迅速扩张。同时，许多当地小型超市连锁店被迫关门，当地供应商中出现了各种关于受到外国零售连锁店挤压的抱怨。据称，后者提供很长的信贷支付期(可达 6 个月)，而同时又在黎巴嫩和国外开辟新的分支商号，造成供应商相信他们的钱正在用于业务拓展。其他滥用支配权力的现象也司空见惯，例如亏损式促销和店内强行广告宣传，导致小的参与者被排挤掉。然而，这些小的参与者不愿意向当局提出申诉，害怕被大型销售连锁店排除在外，因为他们不相信会采取有利于他们的有效纠正行动。塞拉利昂迄今尚没有与外国超市连锁店打交道的经历，任由大的进口商操控价格。因此，人们认为，大型销售连锁店的排斥竞争做法会因剥夺发展中国家可得到的贸易实惠而使贸易自由化部分归于失败。

45. 销售服务发生的巨大变化正在许多发展中国家中产生重要的社会影响，而它们对就业的影响是政策制定者们所特别关注的。沿国际价值链的极不平均的收入分配对发展中国家的小农业生产者特别不利，因此成为长期造成贫困和不平等的主要力量，长期以来它已被看作是一个严重的道义问题。

46. 在处理这一问题上，有一种做法虽然肯定不足，但却越来越为人们所接受。这就是承认世界范围内的不公平贸易这一现实，将其作为一种固有的道德挑战加以面对，并作为回应提出推动“公平贸易”。与标准的经济行为相反，公平贸易的着眼点在于“尽可能多而不是尽可能少地”强调商业交易的社会责任和对文化传统、

工作条件、工人的收入和环境可持续性的影响。公平贸易的一个关键要素，实际上作为其可行性的一个不可缺少的成份是，令生产商在消费者眼里人格化，以便使后者了解到前者的困境，因此愿意支付高于普通市场条件的价格，因为在普通市场条件下产品只具有商品属性。

47. 总之，在发展中国家销售网络的现代化和全球化进程引起了两个关切问题。第一，是对发展中国家出口的商品和服务竞争力的影响，更具体地说是对市场进入条件的影响。第二是对跨国销售公司向发展中国家国内市场渗透的影响。这两个领域需要贸发会议开展进一步研究，以便通过建立能力，提高最不发达国家在《服务贸易总协定》谈判范围内解决这类问题的潜力。

48. 一些参加者并没有低估由上述趋势产生的严重挑战，但指出，目前销售服务现代化和全球化的进程就效增、技术进步、更好地融入国际贸易网和利用外国资本而言，也为发展中国家创造了一些发展机会。

49. 销售服务业的外国直接投资有利于发展中国家的就业、技术进步和现代化。承运服务和快递领域就是一个例子：它发展很快，为许多发展中国家的运输和基础设施带来了投资。电子商务的发展是另一个充满商机的例子，它在帮助发展中国家小型供应商为其产品和服务尤其是在发达国家找到销售渠道方面特别见效。

50. 人们也提到视听服务是放宽之后可带来巨大好处的重要领域。然而一些参加者认为，美国大公司的主宰严重地限制了发展中国家渗入世界视听市场的能力，即使拥有强大的本土视听产业的国家，例如印度也不例外。

销售服务与《服务贸易总协定》谈判

51. 在目前进行的《服务贸易总协定》谈判中，销售服务由 4 项活动构成：批发、零售贸易、代购代销和特许经营。这一领域中的承诺极为重要，因为销售服务构成物流链的核心并且对于商品和其他服务贸易具有头等重要性。在《服务贸易总协定》的谈判中，进入和拥有销售网络、批发渠道和特别是零售主导着辩论的走向。虽然也出现了一些绿野式投资和与当地公司的合资经营，但外资的扩张最主要的是通过收购国内连锁店进行的。

52. 零售部门的改观引起了许多发展中国家对这一改变对其传统零售商和包括失业在内的社会后果的关切。在这方面，人们提到了泰国和中国关于服务贸易评

估的来文。人们对大型连锁店参与和该行业日益集中的竞争问题也感到关切。在这方面，会议认为一个充分的管理框架是提高效率和使消费者获得实际利益的先决条件，同时也为解决妨碍竞争的行为和社会关切的问题提供了恰当的办法。

53. 《服务贸易总协定》下的所有建议都提到了该部门从就业和收入机会以及占国内生产总值的比例看对于国民经济的重要性。尽管各国在发展水平和结构特征以及政策方面各不相同，但从服务部门对于国内生产总值和就业的贡献看，销售部门仅次于旅游部门。直到最近，大多数国家的零售骨干企业仍以从事食品零售、纺织品、服装和鞋袜、家居用品等小商店为主。正是出于这一原因，许多国家的销售服务向来被视为主要是一项国内经营活动，因此受严格限制，并且在很大程度上免于外国竞争。

54. 然而，在过去十年中，贸易自由化、快递和新技术的发展提高了批发商和零售商在国际上采购产品的能力。销售部门变得越来越集中化，因为大的商家通过并购等新的公司战略举措和通过与国内和国际制造商建立更紧密的联系和网络(纵向一体化)变得更加庞大。在全世界最大的(以销售额衡量)10家零售商中，美国有3家，德国有5家，日本有2家。鉴于这种发展，美国、欧盟和日本专门要求该部门进一步自由化的建议就不足为奇了。东亚和拉美的高消费市场显然成为发达国家销售网盯上的主要目标。

55. 销售服务对于工业产品和服务贸易来说极其重要，但也影响到农产品贸易。因此，在目前进行的《服务贸易总协定》谈判中，进入和拥有销售网、批发渠道和仓库便成为特别有关的问题。从这个角度出发，有效执行《服务贸易总协定》第六条的规定对于确保扩大发展中国家参与国际服务贸易具有头等的重要意义。此外，执行第四条的规定也将加强发展中国家在其他贸易领域，例如非农产品准入方面的竞争力。

56. 销售服务贸易主要是通过商业存在或投资和跨界供应，包括电子商务等进行的。世贸成员承认，新技术，特别是互联网和电子商务的影响，为所有贸易伙伴既带来潜在的机会也带来挑战。销售服务的增长与自由化的进展和国际贸易的扩大联系在一起。同时，发展中国家也关心贸易自由化对这一部门的影响和如何从发展角度看待这一影响，而泰国和中国最近就《服务贸易总协定》评估提交的来文就恰

恰证明了这一点。两国对自由化影响到发展中国家的供应商表示关切，因为这些供应商丧失了销售和广告服务的市场份额，因此加剧了中小企业所面临的问题。

57. 在谈判的初期阶段，10 个世贸成员¹就销售服务提出了具体的谈判建议，其中包括发展中国家(南锥共市、哥伦比亚、大韩民国)，这些建议概述了上述国家感兴趣和关心的谈判领域。此外，销售服务成为受争端解决管辖的第一个服务领域。在最近一次涉及服务业的争端中(欧共体——进口体制，香蕉的销售和经销)，批发服务的定义便成为一个问题。欧共体坚持称，在香蕉贸易中，批发贸易始于自然成熟过程完成之后，成熟之前的任何活动不在香蕉的批发定义之内，而应作为生产过程的一部分对待。专家小组注意到，产品集中分类法中的有关定义并没有对青香蕉和成熟香蕉加以区分，而这两类香蕉的销售均属于此类产品的范围。同时，销售服务成为加入世贸组织谈判的一个重要领域，而所有新加入的国家对该部门均做出了某些承诺。例如，在中国的加入中就专门起草了一个关于销售服务的附件。

发展中国家对于销售服务的谈判立场

58. 在乌拉圭回合中，没有几个发展中国家对在该部门作出具体承诺感到舒服(在 36 个成员的减让表中和所有新加入国家的减让表中可找到某些承诺)。在其承诺中提到代购代销服务(21)和特许经营(23)的国家就更少。批发贸易服务是销售服务中最大的单项组成部门，占有服务贸易的比例很大。然而，对方式 1-3 的全面开放承诺极为罕见。塞内加尔是就批发服务做出全面自由化承诺的为数极少的成员之一。

59. 在目前正在进行的《服务贸易总协定》的谈判中，销售是一个重要的部门——即使是最不发达国家也被要求在该领域作出具体承诺。在 39 个初步承应中，有三分之一没有做出该部门新的承诺。然而，有鉴于目前的形势，即便考虑到《服务贸易总协定》的灵活性和所基于的积极清单办法，发展中国家仍对在该协定谈判框架内承诺进一步放宽服务贸易部门感到忧心忡忡。

60. 在《服务贸易总协定》第六条第 4 款下制定关于国内法规方面的纪律也与销售服务有关，为的是保证有关资格要求和程序、技术标准和许可要求的各项措施

¹ 澳大利亚、哥伦比亚、大韩民国、南锥体共同市场、瑞士、加拿大、日本、欧盟、美国和智利。

不致构成不必要的服务贸易壁垒。根据该协定第十九条第 2 款，发展中国家在开放市场时可附加条件，包括限制供应商的数量和规定业绩要求。根据该协定第十六条，国家可对商业存在施以限制，包括限制外资和外国人的就业比例和法律实体的类型。第十六条还预见到可能会利用经济需要测试办法预先减少外国进入市场的可能消极影响，而零售服务领域与此特别有关。

61. 如果能够就执行一项关于保障措施的多边纪律，就能加强《服务贸易总协定》的有效性和发展中国家进一步放宽服务业的意愿，这种文书可构成减少自由化承诺消极影响的基于以往经验的有效保障。

62. 最后，辩论显示，销售服务方面的谈判与其他服务部门的谈判，以及农业和工业领域的谈判紧密联系在一起。辩论还突出地表明，在发展中国家关于销售服务的谈判中，有待探讨以下主要问题：

- 近年来全世界范围内销售服务的变化以诸多方式影响到发展中国家的贸易和发展努力。
- 集中化趋势不仅影响到发展中国家企业的国内市场，还影响到它们在发达国家的溢价市场。
- 销售服务的演变特别影响到发展中国家的中小企业——生产商、零售商和出口商。
- 发展中国家需要在恰当和充分的国际支持下找出并有本身积极谋求获得新式销售技术的途径和方式。
- 在这一领域发展中国家可利用《服务贸易总协定》规定的制定管理条件上的灵活性逐步实现放宽。
- 通过改进和可能的话建立一种有效的多边商定的保障机制，作为基于以往经验的安全阀，帮助发展中国家克服放宽销售服务带来的风险。
- 能否在国际/多边一级，或在包括与销售服务有关的各种多边贸易协议中，作为一个跨领域问题进一步详细拟订和订立竞争规则？

63. 与会者们同意，鉴于专家会议中讨论的问题也与贸发十一大的筹备工作有关，贸发会议应继续探讨上述问题并为发展中国家提供具体的分析性投入和技术帮助，以便增强其对在销售服务领域所面临的挑战和机遇的评估能力并有效参加世贸组织有关这一领域的谈判。

第 二 章

组织事项

专家会议的召开

64. 影响发展中国家的竞争力以及商品和服务出口的市场进入条件：大型销售网问题专家会议在贸发会议商品和服务国际贸易以及初级商品司司长莱克什米·普里女士的主持下于 2004 年 11 月 26 日在日内瓦万国宫举行。

选举主席团成员

65. 专家会议在开幕会议上选出了下列主席团成员：

主 席： 亨里克·马纳罗先生(菲律宾)

副主席兼报告员：刘易斯·韦拉里盖兹先生(委内瑞拉)

通过议程

66. 在同一次会议上，专家会议通过了已分发的 TD/B/COM.1/EM23/1 号文件中的临时议程。会议议程如下：

1. 选举主席团成员
2. 通过议程
3. 影响发展中国家的竞争力以及商品和服务出口的市场进入条件：大型销售网，考虑到最不发达国家的特殊需要
4. 通过会议报告

文 件

67. 为审议实质议程项目，专家会议收到了贸发会议秘书处的一份说明，题为“影响发展中国家的竞争力以及商品和服务出口的市场进入条件：大型销售网，考虑到最不发达国家的特殊需要”(TD/B/COM.1/EM.23/2)。

通过会议报告

68. 在闭幕会议上，专家会议授权报告员在主席的领导下编写会议最后报告。

附 件

出席情况*

1. 下列贸发会议成员国的专家出席了本次会议：

布基纳法索	墨西哥
柬埔寨	蒙古
中国	摩洛哥
科摩罗	阿曼
科特迪瓦	菲律宾
古巴	大韩民国
吉布提	俄罗斯联邦
多米尼加共和国	塞拉利昂
萨尔瓦多	西班牙
埃塞俄比亚	苏丹
法国	苏里南
危地马拉	阿拉伯叙利亚共和国
印度	特立尼达和多巴哥
黎巴嫩	委内瑞拉
马达加斯加	

2. 下列政府间组织派代表出席了会议：

欧洲共同体
南方中心

3. 下列联合国机构派代表出席了会议：

国际贸易中心

4. 下列专门机构和有关组织派代表出席了会议：

粮食及农业组织
国际货币基金

* 与会者名单见 TD/B/COM.1/EM.23/INF.1 号文件。

联合国工业发展组织

世界贸易组织

5. 下列非政府组织派代表出席了会议：

普通类

国际自由工会联合会

6. 下列特邀嘉宾出席了会议：

Mr. Martin Doherty, Head of Research, Cerrex Limited, London, United Kingdom

Mr. Emmanuel Dolly, Executive Secretary, Organisation Centrale des producteurs exportateurs d'Ananas et Bananes (OCAB), Abidjan, Côte d'Ivoire

H.E. Mr. Alejandro Jara, Ambassador of Chile to WTO

Mr. Jean Claude Kohler, Chief, Fruit and Vegetable Section, Migros, Geneva, Switzerland

Mr. Renee Lieveld, Ministry of Foreign Affairs, Paramaribo, Suriname

Mr. Mario Marconini, Former Under Secretary of Trade and Industry, Brasilia, Brazil

Mr. Philip Marsden, Director, Competition Law Forum and Senior Research Fellow, British Institute of International and Comparative Law, London, United Kingdom

Mr. François Souty, Chargé de mission for Multilateral Affairs, Competition Council, Paris, France

Mr. Sietze Vellema, Programme Manager, Wageningen University and Research Center, Agrotechnology and Food Innovations, Netherlands

Mr. Dave Weatherspoon, Associate Professor and Director, Agribusiness Management, Michigan State University, Detroit, United States of America

-- -- -- -- --