

<<国际服务贸易>>

图书基本信息

书名：<<国际服务贸易>>

13位ISBN编号：9787566304025

10位ISBN编号：756630402X

出版时间：2012-8

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：刘东升，蒋先玲 编

页数：317

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<国际服务贸易>>

内容概要

服务贸易是服务业进步的标志。扩大服务贸易出口，不仅有利于改善服务贸易国际收支、优化我国外贸出口的整体结构，而且对于改善我国在国际分工中的地位、促进产业结构调整、走可持续发展的道路等有着重大的历史意义和现实意义。

<<国际服务贸易>>

书籍目录

第一章 国际服务贸易的基本概念第一节 服务第二节 服务业第三节 国际服务贸易第二章 国际服务贸易的形成与发展第一节 国际服务贸易的产生第二节 国际服务贸易的发展第三节 影响国际服务贸易迅速发展的因素第四节 当代国际服务贸易的特征和作用第三章 国际服务贸易的地位与作用第一节 国际服务贸易与国家竞争力第二节 国际服务贸易与经济发展第三节 国际服务贸易与货物贸易第四章 国际服务贸易的发展环境第一节 市场机制及其功能第二节 我国国际服务贸易发展的法律环境第二节 美国、日本、法国的国际服务贸易法律第三节 我国国际服务贸易的管理体制第五章 WTO体制与国际服务贸易的发展第一节 多边贸易谈判及其影响第二节 《服务贸易总协定》的产生第三节 《服务贸易总协定》的基本内容第六章 国际服务贸易政策第一节 国际服务贸易政策的演变第二节 国际服务贸易自由化政策第三节 国际服务贸易保护政策第四节 国际服务贸易的保护政策举例第七章 当代国际服务贸易的国别格局第一节 国际服务贸易的发展现状第二节 美国的国际服务贸易第三节 欧盟的国际服务贸易第四节 日本的国际服务贸易第五节 印度的国际服务贸易第八章 中国服务贸易的发展及服务业的对外开放第一节 中国国际服务贸易的发展第二节 中国服务业的对外开放进程第三节 中国加入世界贸易组织的国际服务贸易谈判承诺第四节 中国服务业的对外开放战略第九章 国际服务贸易外包第一节 服务外包简介第二节 国际服务外包的发展第三节 服务外包在中国的发展第四节 服务外包成功案例第十章 国际运输服务贸易第一节 国际运输贸易概述第二节 国际海运服务贸易第三节 其他运输服务贸易第四节 我国运输服务业的“人世”承诺及对策第十一章 国际旅游服务贸易第一节 国际旅游服务贸易第二节 国际旅游服务贸易发展状况第三节 我国旅游贸易的发展第十二章 国际金融服务贸易第一节 国际金融服务贸易概述第二节 国际银行服务贸易第三节 国际保险服务贸易第四节 我国金融业的对外开放第十三章 国际电信服务贸易第一节 国际电信服务贸易概述第二节 国际电信服务贸易自由化第三节 我国电信服务业的发展第十四章 国际文化服务贸易第一节 国际文化贸易相关概念第二节 知识产权与文化贸易第三节 我国文化贸易现状第四节 我国文化贸易发展的战略选择附录 《服务贸易总协定》

章节摘录

2.零售业履约状况与进展 总体来说,中国零售业严格按照人世的承诺进行发展。2004年6月1日,《外商投资商业领域管理办法》正式实施。

从这天起,外资零售企业将获准在中国境内所有省级城市合法开设店铺,一部分中小型外资零售企业可由地方商业主管部门直接审批。

《办法》特别说明,自2004年12月11日以后,商业领域的开放将全面取消地域限制。

零售业属于主动提前开放的行业,在人世前已开始对内资与外资开放。

因而,零售业不仅是中国加入WTO后最先全面开放的行业之一,同时其实际开放进程也快于人世时间表,目前已形成国有、民营和外资三足鼎立的火热局面。

全球50家最大的零售企业中已有40家左右在中国开设店铺。

在分销领域,截至2005年8月底,就已批准设立从事分销的外资商业企业逾900家。

全球大型跨国零售巨头如沃尔玛、家乐福、麦德龙等均已进入中国,并得到快速发展。

2005年底,中国政府取消了对外商投资商业企业的数量、地域和股权比例限制,全面开放市场。

1992年以来,中国已累计批准设立外商投资商业企业1341家,开设店铺5657个;而2005年一年新设的外资商业企业数量就超过了1992年至2004年批准设立的外商投资商业企业的总和。

外商投资大型连锁超市在中国的市场份额不断扩大,2005年已超过1/4,少数城市达到50%以上。

中国商业领域利用外资从1992年开始,截至2003年9月,全国累计实际利用外资约30亿美元,批准设立外资商业企业264家,分店2200多个,其中绝大部分为新型流通业态。

大批外资零售业的进入,对于提高中国流通现代化起到了重要作用。

一方面,国内的流通企业学到了世界上先进的管理经验、营销技术和业态,促进了国内流通企业的发展。

中国零售百强销售总额从2001年的2342.36亿元迅速扩张到2004年的5517亿元,国有零售企业依靠并购重组、整合行业资源的方式做大做强;另一方面民营零售企业则利用较好的市场定位和灵活的经营管理迅速崛起,在管理、技术等方面形成了自己独特的经营模式,逐渐成为国内零售业中的强势企业。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>