

服务经济译丛

主编 江小涓 薛 澜
总校译 许德金

服务业全球化
理论与实践启示
Globalization of Services
Some Implications for Theory and Practice

[以]耶尔·阿哈罗尼
[英]里拉齐·纳查姆 主编
康昕昱 译 康慕谊 校译

 Routledge
Taylor & Francis Group

格致出版社  上海人民出版社

013044500

F719
278

服务经济译丛

主 编 江小涓 薛 澜
总校译 许德金

服务业全球化 理论与实践启示 Globalization of Services Some Implications for Theory and Practice



[以]耶尔·阿哈罗尼
[英]里拉齐·纳查姆 主编
康昕昱 译 康慕谊 校译

F719
278



北航

C1652156

格致出版社 上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

服务业全球化:理论与实践启示/(以)阿哈罗尼,
(英)纳查姆主编;康昕昱译. —上海:格致出版社;
上海人民出版社,2013

(服务经济译丛)

ISBN 978-7-5432-2231-1

I. ①服… II. ①阿… ②纳… ③康… III. ①服务业-
全球化-研究 IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 033973 号

责任编辑 钱 敏
装帧设计 陈 楠

服务经济译丛

服务业全球化

——理论与实践启示

[以]耶尔·阿哈罗尼 主编

[英]里拉齐·纳查姆

康昕昱 译

康慕谊 校译

出版 世纪出版集团 格致出版社
www.ewen.cc www.hibooks.cn
上海人民出版社
(200001 上海福建中路193号24层)



编辑部热线 021-63914988

市场部热线 021-63914081

发 行 世纪出版集团发行中心
印 刷 苏州望电印刷有限公司
开 本 787×1092 毫米 1/16
印 张 18.75
插 页 4
字 数 298,000
版 次 2013 年 5 月第 1 版
印 次 2013 年 5 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-5432-2231-1/F·624
定 价 48.00 元

服务经济译丛

编委会主任 陈清泰

编委会副主任 江小涓 吴敬琏 青木昌彦 薛 澜

编委 (按姓氏拼音为序)

白重恩 崔之元 高世楫 黄佩华 季卫东 金本良嗣
李 强 钱颖一 王晨光 王 名 谢德华 (Edward Steinfeld)
查道炯 周大地

校译 (按姓氏拼音为序)

常玉田 陈香兰 付 涛 韩 颖 贺秀明 蒋竹怡
马惠琴 孙会军 孙 亚 王 淳 杨丽萍 杨伟超
张筱霖 张 喆 郑佰青 祖利军

“服务经济译丛”即将出版。现将出版宗旨、选书标准和丛书主要内容简介如下。

从经济理论研究的角度观察,“服务”与“商品”的性质有很大差异。服务的定义和测度方法,服务业的劳动分工、规模经济和生产率变化等都有独特性,服务业还广泛涉及一些超经济、非经济的问题。服务业加快发展的含义及其对增长、就业、物价、收入分配和国民福利的影响,比物质产品为主的时期更复杂。理解服务经济,找到适宜的研究思路和分析方法,需要长期理论研究的积累和支撑。

与经济学其他领域相比,我国服务经济理论研究相对滞后。导致这种状况的一个重要原因,是对国外服务经济理论的引入和借鉴不足。发达国家服务业发展较早,已经成为国民经济的主要部门,因而服务经济理论研究也发展较早,相对成熟。翻译一批国外经典文献,是促进我国服务经济理论发展的一项基础性工作。

丛书首批译著共有 15 本书,其中服务经济理论有 6 本,服务行业研究有 6 本,服务全球化研究有 3 本。下面分三个方面,对各本译著的主要内容做一概要介绍,并就理解服务经济特殊性的角度和思路做一些探讨。

一、服务经济理论及相关测度和统计问题

研究服务经济时,最先碰到的困惑往往是服务的独特性质、服务体系的构成和服务业中不同行业的性质差异。服务的本质特点是非物质性,即服务的结果不是有形产品。服务业既包括传统“纯劳务”型的家庭服务、保安服务等,也包括资金、技术高度密集的信息服务和知识含量很高的研发、创意服务等,还包括教育、文化、卫生以及社会管理和政府部门等公共属性很强,市场失灵比较突出的各种服务。不同类型服务业的经济性质很不相同。传统劳务型服务业缺乏规模经济,技术含量低,劳动生产率提高缓慢;而信息服务等现代服务业却具备了技术含量高、规模经济显著、劳动生产率提高快的特征。其中电信网络服务等更具有网络外部性等独特的市场特征。

服务经济的上述特征给理论研究带来不少难题,也导致了一些易误易谬的问题。举几个典型

例子。一是对服务业比重上升的多重含义理解不足。在不少服务业特别是以提供劳务为主的服务业中,劳动生产率上涨缓慢甚至“停滞”,劳动成本的上涨直接传递为服务价格的上涨,此时服务业在国民经济中比重的上升并不是服务量的实质增长,而只是服务价格上升相对较快的结果,这就是所谓的“成本病模型”,已经成为服务经济研究基本出发点之一。但是,国内许多方面包括不少研究者对其理解不足,在主张服务业加快发展的同时,却对“非生产加工环节”在产品价值链中比重上升、服务价格持续较快上涨等现象难以接受。然而,服务业比重上升这种宏观趋势的微观表现,就是产品价值链中服务环节所占比重的上升,不可能只有前者而没有后者。二是对精神和心理需求在服务业发展中的重要性理解不足。在实物经济为主的时期,人们追求食品、服装、汽车、住宅等“物品”,推动了经济发展。而服务经济比重上升,意味着未来的经济增长取决于精神和心理消费在消费总额中比例的上升。如果认为“商品”与“服务”在经济发展中同等重要,就要承认物质和非物质两种消费行为同样重要:爱迪生发明的电灯满足了人们的物质消费需求,任天堂的游戏和迪斯尼的米老鼠满足了人们的娱乐消费需求,然而这种理念远未形成共识。三是服务业的“共性”难以概括,服务业各个行业性质和特点差异大,反映服务业一般特征的普适分析框架不易构造。四是服务业测度和统计困难,服务业统计中存在的缺口和缺陷相对较多。在各国经济统计中,服务经济都是遗漏较多的部门,我国也不例外。

本译丛中主要讨论上述服务经济基本问题的有6本著作。《服务经济思想史——三个世纪的争论》(*Services in Economic Thought: Three Centuries of Debate*)是关于服务业经济理论演进的经典综述。作者对三个世纪以来服务经济思想的发展作了梳理,引述了近百位学者的观点,并对各种理论观点进行比较分析。在结尾部分,作者提出了需要继续研究的问题,今天来看,大部分仍然是服务经济理论研究中最有挑战和最有意义的问题。《服务部门产出的测算》(*Output Measurement in the Service Sectors*)是一本论文集,涉及服务业核算中的根本性、基础性问题。内容包括:使用修正过的数据测算服务部门的产出,服务行业的生产率测算,6个特定服务行业产出的测算等。此外,

还从服务业与制造业的关系、服务业的微观基础、服务业的国际比较以及公共部门四个角度,讨论服务部门的统计测算及其影响。《服务业的增长——成本激增与持久需求之间的悖论》(*The Growth of Service Industries: The Paradox of Exploding Costs and Persistent Demand*)是一本论文集,作者使用多种方法对服务业生产率进行重新测算,探讨服务业成本病是否依然存在、服务业真实产出份额是否下降、服务外包对生产率的影响等问题。建立“成本病模型”的鲍莫尔教授是本书第一章的作者,他根据新的数据,进一步证实了服务业成本病的存在。《服务业——生产率与增长》(*The Service Sector: Productivity and Growth*)也是一本论文集,焦点集中在与服务业增长和生产率有关的问题上,包括生产性服务业在经济增长过程中的作用,服务业对国民经济其他行业生产率的影响,服务业增长与通货膨胀之间的关系,服务业较低的技术变化速度和持续的通货膨胀压力之间的关系等。《生产率——信息技术与美国经济复苏》(*Productivity Information Technology and the American Growth Resurgence*)一书,阐述了自1995年以来,信息技术对美国及全球经济体系所带来的影响,追溯美国经济复苏性增长的源头。作者使用数量分析方法,评估1989—2004年间信息技术对经济发展的贡献。作者在书中所用的方法,已成为生产力测算的国际标准,这项研究也成为分析信息技术与经济增长之间关系的一个范本。《服务业的生产率、创新与知识——新经济与社会经济方法》(*Productivity, Innovation and Knowledge in Services: New Economic and Socio-Economic Approaches*)是一本论文集,鲍莫尔为此书作序并撰写了其中一章。书中论文聚焦于服务业和整体经济增长的关系,讨论的内容包括服务业增长滞后的真实性问题,生产率概念在服务业中的误用问题等。书中还有若干章研究服务业的创新问题,包括知识性服务业的增长和生产率,知识密集型服务业在创新中的作用等。

二、若干服务行业研究

服务部门行业繁多,不同行业性质差异很大。译丛首批选择了6本研究特定行业的著作,重点是国内从经济角度特别是服务业这个角度关注不足的行业,如教育、医疗、体育等行业。这些行业

以往主要被归为“社会事业”领域,对其经济性质重视不够。随着收入水平的提高,愈来愈多的消费者愿意增加教育、文化、卫生等消费支出,使得这些“社会事业”的经济性质明显增强。因此,需要增加经济学的视角,更完整地理解这些行业的多种性质,特别是作为服务产业的性质。这里举两个例子。一是通过市场配置部分资源的必要性。需要看到,由政府提供公共服务并不是真正的免费,而是居民以纳税方式集体付费,以这种方式提供的服务内容,既需要有高度的社会共识,也需要有比较完善的提供网络以保证低收入者也能够平等地分享以保障社会公平正义,例如义务教育、公共卫生和公共文化服务等。而许多非基本公共服务消费需求分布不均匀,愈是中高端消费和新拓展的领域,往往较高收入居民消费较多。例如,城市青年接受高等教育的比例高出农村青年,如果高等教育免费或者财政大幅度补贴,就相当于补贴那些相对高收入家庭的学生。当然,孩子在任何阶段都不应因为家庭贫困而不能接受教育,但解决问题的办法不是所有阶段的教育都免费,而是通过助学体系的建立和完善。二是借鉴经济学分析方法的必要性。例如从前些年某项社会事业投入的平均收益率很高这个现实,就认为今后继续增加投入就会获得同样高的回报率,这种方法在社会事业领域的分析中较常见到,但从经济学的角度看,却是用平均收益率取代边际收益率的不当方法。儿童接受义务教育,提高全面素质,肯定有较高的个人和社会回报,继续接受高中教育和大学教育也可能总体上有正的回报。但是,如果没有跟经济社会发展的趋势有机结合,如果没有能够跟受教育者未来的职业发展需求很好地结合,这种教育服务的投资就有可能回报极低甚至是负回报了。

丛书中有关行业性研究的几本译著,从经济学的角度出发,权衡不同的利益关切,统筹考虑公共资源和市场资源的合理配置问题。《教育与培训经济学》(*The Economics of Education and Training*)是一本论文集,对教育经济学基本研究方法有新的扩展与延伸,反映了教育经济学的新进展。研究内容包括各类资源对学生的成绩的影响,对不同年龄段学生进行政策干预的效果,哪些因素影响教育的经济和社会回报等。书中还研究了与职业培训相关的问题。《要钱还是要命——给美国医疗体制的一剂强药》(*Your Money or Your Life: Strong Medicine for America's Health*

Care System)一书,介绍了美国医疗体系发展的历史和存在的问题,以及各国医疗体制发展改革中的若干共性问题,讨论的内容涉及如何公平而有效地分配稀缺的医疗资源,如何建立符合本国国情的卫生服务及医疗融资体制,如何在保证国民健康水平的前提下控制快速增长的医疗开销等问题。书的前半部分回顾了美国近一个世纪以来医疗卫生领域的发展成果和存在的缺陷,后半部分通过经济学的视角,为如何解决医疗融资、保险覆盖、支付手段以及成本与质量控制等方面的问题提供了独到的建议。《旅游和休闲业——塑造未来》(*The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future*)是一本论文集。作者认为,面对经济社会新的重大变化,需要研究这些变化对未来休闲行为的影响。文集的主要内容包括:人口统计变化和休闲时间的变化,生活步伐放缓的要求与全球化加快发展之间的冲突,文化性休闲行为,生活方式的变化,信息和通讯技术的发展等,以及这些因素对未来休闲和旅游产业的影响。《体育经济学》(*The Business of Sports*)第一卷和第二卷是两本研究体育经济的论文集,涉及的经济视角包括产业组织、团队所有权、投入产出关系、组织价值和市场供求关系、融资和设施建设、市场化及非市场化收益等。前一本文集的内容包括:美国体育产业概况,体育团队盈利能力,大型赛事对举办地区经济社会的影响,职业运动的收益,数字和网络技术的发展对体育转播和内容销售方式等方面影响,大学体育发展等。书中有一章专门分析了中国体育产业的发展状况。后一本文集的内容包括:比赛中的奖金分配问题,体育联盟问题,职业体育中的成本和产出的关系,政府行为和体育活动产生的非市场化收益问题,体育场馆设备的融资问题等。《世界电信经济学》(*World Telecommunications Economics*)是一本关于电信经济学理论和政策问题的概论性著作,可分为电信产业简介、电信经济学理论、管制政策及企业运营四个部分。内容包括:电信业务的供给和需求,电信市场结构及其变化,电信业务运营成本,电信业务价格的确定,电信产业所有权,电信产业的管制政策,电信产业的普遍服务,电信产业经济绩效及服务质量的衡量方法等。

三、服务全球化和服务贸易、服务外包研究

研究服务全球化问题有一些理论特点和现实难点。首先是定义和统计问题。“服务贸易”与

“商品贸易”的含义相差甚远,商品贸易主要的形式是商品的跨境交易,服务贸易却包括服务本身、生产要素、服务提供者或服务消费者中任何一项的跨境移动。服务贸易可分为四种类型:一是过境贸易,即服务产品跨境交易,例如出口影视产品贸易和软件贸易等;二是当地贸易,即服务消费者跨境消费,例如入境旅游、留学生教育等;三是商业存在,即服务供应商跨境提供服务,例如设立外资服务企业;四是自然人过境服务,即服务供应者跨境提供服务,例如从国外聘请教师、医生护士等。由此可见服务贸易定义的宽泛及统计方面的困难。第二,服务外包这种独特贸易形式产生的问题。服务外包影响到国际贸易理论中的一些重要结论,例如贸易双方的距离已经不是贸易流向的决定因素,对贸易区域分布理论产生影响;例如劳动力“虚拟跨境流动”的现象,即不必发生人员跨境流动,却能向境外提供劳务,减弱了距离、文化差异和各国移民政策等因素对劳动力流动限制所产生的影响,而这些影响在传统贸易理论中地位重要。第三,人力资本在服务贸易中的特殊地位。制造业可以以资本和设备为主要载体实现跨国转移,而服务的生产和消费过程都需要人直接参与,人的流动是多种类型服务跨境转移最重要的载体。第四,部分服务业具有社会和政治敏感性。对进入诸如文化、传媒、通信、网络等具有“战略意义”的行业,无论是东道国还是投资方,都要考虑“非经济因素”影响,东道国政府对开放这些行业也相对谨慎,需要权衡利弊,在经济利益和社会成本之间、在开放获益和控制风险之间寻求平衡。

丛书中关于服务全球化方面的译著有 3 本。《国际服务贸易手册》(*A Handbook of International Trade in Services*)对服务贸易做了全面介绍。前半部分包括服务贸易相关理论问题的概述,《服务与贸易总协定》及其影响,服务贸易的基本原理以及不同形态服务贸易的统计方法等。后半部分是若干服务行业的研究,包括金融服务贸易问题,贸易政策对运输服务的影响和作用,国际电信和信息服务贸易协定的谈判,健康服务和健康政策的制定,电子商务的经济规模和监管问题等。《服务业全球化——理论与实践启示》(*Globalization of Services: Some Implications for Theory and Practice*)是一本文集,除总论外共分三个部分。第一部分阐述服务业外商投资产生的背景,包括

紧随客户、市场营销发展、服务可交易性等。第二部分阐述服务业全球化的理论基础和服务业国际化竞争力的决定因素,包括地理位置、公司竞争力、声誉、专业服务、创造和传播知识的能力等。第三部分介绍几类服务行业的国际化发展案例,包括航空服务、快递服务、酒店服务等。《21 世纪的外包与离岸外包——一个社会经济学视角》(*Outsourcing and Offshoring in the 21st Century: A Socio-Economic Perspective*)也是一本论文集,分为三个部分。第一部分是离岸外包的理论和实践,包括外包的分类、外包方式选择、外包与降低风险和不确定性、电子商务离岸外包等。第二部分是外包决策和风险控制,包括外包决策的分析、外包对风险投资的影响、开放源代码和软件外包问题等。第三部分是印度、德国、西班牙等国别案例分析。书中还有一章专门分析了大型 IT 外包项目“失败”的案例及应该吸取的教训。

最后对丛书的译校者团队作一点简介。

丛书的主编对这套丛书的翻译出版已经准备了数年,从近百本备选文献中挑选出 20 本著作,因版权等方面的原因,最后选定了 15 本作为译丛首批著作。本书翻译团队的成员大多数是长期研究服务经济问题、具有高级职称的著名学者,分别来自中国社会科学院、清华大学、北京大学、复旦大学、北京师范大学、上海交通大学、中央财经大学、对外经贸大学、人民日报社等机构。总校对许德金教授负责组织了以对外经贸大学教师为主的校对团队。为了体现丛书的性质并确保译著质量,翻译工作开始前,译者和校者团队举行过数次工作会议,商议各种细节,形成了丛书统一的规范要求。每本书都经过了三次校对,译者和校者都有过多次沟通,反复修改。总校对除了制订校对的总体方案,还同时承担了所有译著的三校工作,对每本译著均亲自阅读过目,提出具体的意见与建议。我们共同的愿望是,每本译著都能做到意思准确、用语规范、文字流畅。

清华大学公共管理学院产业发展与环境治理研究中心(CIDEG)为丛书的出版提供了资助,CIDEG 的部分学术委员组成了丛书的编委会,对丛书的选择、翻译和出版工作提供学术指导。上海世纪出版集团陈昕总裁长期以来大力支持学术性著作的出版,对这套丛书的出版予以了积极支持,



提出了做好翻译出版工作的具体要求。上海世纪出版集团旗下的格致出版社负责具体的出版工作,何元龙社长、王炜先生及忻雁翔女士深度参与了这项工作,在译校工作全过程中提出了许多重要建议,各本书责任编辑耐心细致地编辑每一本书,为丛书的质量把好了最后一关。

衷心感谢所有为丛书的翻译和出版而努力工作的同仁和朋友。

这套丛书还将努力做下去,译介服务经济领域更多的国外经典和前沿文献,推动我国服务经济理论发展和创新,促进服务业加快发展。

江小涓 薛 澜

**Globalization of Services: Some Implications for Theory and Practice Edited by
Yair Aharoni and Lilach Nachum Copyright © 2000 by the authors**

Authorized translation from English language edition published by Routledge, part of Taylor & Francis Group LLC. Simplified Chinese Copyright © 2013 by Truth & Wisdom Press. All Rights Reserved. Copies of this book sold without a Taylor & Francis sticker on the cover are unauthorized and illegal.

本书根据 Routledge 2000 英文版译出
2013 年中文版专有出版权属格致出版社
本书授权只限在中国大陆地区发行
版权所有 翻版必究

本书封底贴有 Taylor & Francis 防伪标签,无标签者不得销售。

上海市版权局著作权合同登记号:图字 09-2010-101 号



北航

C1652156

目录

1 导言:背景介绍 1

耶尔·阿哈罗尼

第一部分:服务行业的全球化 19

2 服务业外商直接投资的模式和趋势 21

帕德玛·马兰帕里 齐布尼维·齐姆尼

3 促进专业化服务业的规范化:世界贸易组织的作用 44

戴尔·B.洪尼克

第二部分:理论启示 61

4 外商直接投资,国家区位优势与跨国公司竞争力:专业化服务行业中的美国外商直接投资 63

里拉齐·纳查姆

5 国际会计师事务所的历史性事件 78

大卫·库珀 特蕾莎·罗斯 罗伊斯顿·格林伍德 鲍勃·希宁斯

6 声誉在全球职业化商业服务业中的作用 108

耶尔·阿哈罗尼

7 专业化商业服务公司的全球化趋势:一时性狂热,抑或竞争优势的真正源泉 125

本特·罗文达尔

8 音乐知识产权在全球市场中的推行和占领 145

马丁·克莱施莫尔 查尔斯·巴登福勒 乔治·克里姆斯 罗格·沃利斯

9 国际特许经营:网络化的国外直接投资 173

卡林·弗莱德莫尔-林德奎斯特

10 全球性服务业公司内部的知识创造和传播 190

罗伯特·格罗索

第三部分:案例研究 203

11 制造业服务部门的全球竞争——飞机保养、维修和大修服务行业分析 205

谭金生 彼得·恩德威克

12 服务行业中的国际联盟:航空业个例研究 225

汉努·塞里斯托

13 敦豪(DHL)全球速递:中东欧地区的准时跨国投递业务 247

迈克尔·考斯特奇

14 酒店服务的全球化:对日渐成熟的服务行业的所有权和联盟形式的一项调查 257

法罗克·孔切莱特 萨米特·孔都

15 跨国服务行业核心竞争力调查:以法国诺福特酒店为例 277

苏珊·赛格尔·霍恩

1 导言：背景介绍

耶尔·阿哈罗尼(Yair Aharoni)

本书在 21 世纪初就问世了。上个世纪我们取得了巨大的技术进步,而今,我们走进了新千年。据称,全球经济发展的速度、幅度和方向将加速改变。管理者必须发挥人力资源优势并增强员工适应变化的能力以适应快速变化的步伐,必须探索新知识、保护新知识、促进新知识的产生并完善知识传播系统使新知识在公司内部迅速传播。公司信誉将有可能代替有形资产成为公司竞争力的主要来源。并且,公司将代替国家成为国际经济研究者们的关注焦点。

21 世纪初,生产要素(劳动力除外)在国与国之间自由流动。各国通过计算机网络、高速电信、传真和其他手段相互连接,促进了生产要素的自由流动。在竞争益发激烈的动态的国际环境中,任一公司要想拥有所有的能力来打赢这场竞争力的战斗几乎已成为不可能。公司日益被卷入战略合作和联合经营中。公司之间的关系变得至少跟公司内部的组织结构同样重要。

国际经济不断变化的一个表现是,无论是在发达国家还是在发展中国家,服务业在 GNP 中所占比重都在大幅增长。1980 年到 1997 年间,120 个国家中只有 21 个国家的服务业在国民生产总值中所占比重下降(世界银行,1999a)。在所有的低收入国家中,比重从 38%增长到 42%。在中等

收入的国家中,比重从 40%增长到 50%。至于发达国家,在美国,比重从 1960 年的 58.3%增长到 1980 年的 64%再到 1997 年的 71%;在荷兰,比重从 1980 年的 60%增长到 1997 年的 70%;在英国,比重从 1980 年的 64%增长到 1997 年的 71%(世界银行,1999b)。

另一个发展是许多大型跨国服务公司开始在一些曾经被认为无法交易的行业里开始提供服务。技术进步的确增加了服务的可交易性。这些大型跨国公司似乎从它们的无形资产优势中受益,例如,组织技巧、技术知识、组织能力、横向传播知识的特有能力和等。这些优势在大型跨国公司内部从一个国家传播到另一个国家,而不是在公司之间传播。事实上,国际劳动力分工已经从基于产品的国家之间的分工变成公司内部的劳动力分工。开展跨国服务业的公司可以在一个国家完成技术密集运营,而在另一个国家进行技术含量低、劳动力密集的运作(Gereffi and Korzeniewicz, 1994)。创造知识、积累知识、传播知识和保护知识已经成为企业竞争优势的主要来源。

服务必须在消费者身边开展,因此曾在很长一段时间内被认为是不可交易的。并且,服务要求供应商与消费者之间紧密互动,消费者的费用不仅包括服务购买费用,还包括学习费用及其他费用。有些费用在互动阶段产生,而另外一些费用则独立产生(Hirsch, 1989)。同时,服务是无形的并且不可储存,因此不能跨越国界转移。服务必须在消费的当时当地生产出来。因此,要在其他国家开展服务,必须在这个国家设立代表机构,一般来说是通过外商直接投资。

长期以来,服务业被认为是非生产性的行业,涉及神秘的经济活动;且服务业的雇佣不受欢迎。20 世纪 90 年代早期,服务业变成了全球研究人员和政策制定者关注的焦点。乌拉圭回合贸易谈判第一次对服务业的跨国交易制定了多边规则,形成了《服务贸易总协定》(GATS)。协定签约国承诺在很多服务种类的市场准入和国家政策方面遵守协定。世界贸易组织(WTO)成立后就开始负责服务业贸易和投资方面的谈判和监督。

随着服务业变得日益重要,研究者的注意力从对单一国家服务业的分析转移到了对服务业的国际贸易与投资的审视。热情曾一度集中在寻求更好地理解公司走向国际舞台的原因:公司扩张动力何在? 公司何时国际化,怎样国际化? 20 世纪 80 年代以来,一些问题受到了广泛的关注,比如:跨国公司组织、管理和传播知识最好和最有效的方式是什么? 最好的行动是什么? 过去曾被认为是至理名言的一些概念却变成了陈词滥调。从采矿公司和制造公司中总结出来的经验适用于服务业公司的程度受到了质疑。总而言之,商品经济正在逐步转变为服务经济进而转变为新的知识型商品和服务的经济。这些转变暗示着某些基本原理以及政策许可。

1.1 本书内容的简短介绍

本书主编拜访了研究服务业的主要学者并向他们约稿。这些稿件被分成三类。第一部分的两