

服务业

跨国公司的贸易效应

FU WU YE KUA GUO GONG SI DE MAO YI XIAO YING



张娟 / 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

服务业跨国公司的贸易效应

张 娟 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

服务业跨国公司的贸易效应/张娟著. —北京:
经济科学出版社, 2017. 7

ISBN 978 - 7 - 5141 - 8315 - 3

I. ①服… II. ①张… III. ①跨国公司 - 服务贸易 -
国际贸易 - 研究 IV. ①F276. 74

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 190199 号

责任编辑: 黄双蓉

责任校对: 杨 海

版式设计: 齐 杰

责任印制: 邱 天

服务业跨国公司的贸易效应

张 娟 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京密兴印刷有限公司印装

787 × 1092 16 开 17. 25 印张 290000 字

2017 年 7 月第 1 版 2017 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 8315 - 3 定价: 50. 00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191510)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

序

跨国公司的发展历史可以追溯到 19 世纪末，然而，到 20 世纪 80 年代后，跨国公司才真正获得了充分发展和大规模扩张的动力。这种大规模扩张意味着越来越多的企业走出母国国界，步入国际化的经营里程。在服务行业，包括公用设施、银行、保险、金融、物流、专业服务等领域的企业也加速跟随制造业跨国公司进行国际化布局及运作。进入 21 世纪后，伴随着互联网信息技术高速发展和全球服务业开放进程加快，服务业跨国公司的全球化扩张甚至摆脱了追随制造业跨国公司的传统角色。新的信息通信技术使服务贸易成为可能，也使服务的生产日益服从国际分工，由此导致的服务离岸可以为发展中国家提供新的机会，以更好地融入全球市场。服务业跨国公司的重要性也越来越多地反映在国际投资政策的议程中。

服务业跨国公司的大发展对全球贸易的规模、结构和区位分布带来何种影响？在全球价值链贸易中，服务业跨国公司发挥了何种作用，对参与全球价值链国家的贸易收益存在何种影响？服务业跨国公司的全球布局比制造业跨国公司更倾向于接近消费者市场，服务业跨国公司对具有较大市场规模、更加完备的基础设施和配套能力的城市的集聚倾向，能否推动国际贸易中心城市区位功能和作用的演变？这些都是跨国公司研究的新命题，无论是理论层面还是实践层面都非

常值得探讨。

发掘现象内在的逻辑，最有效的方式便是回到事物的本源，作者对服务业跨国公司的初始、起步、兴起等阶段深入探究、层层推进，对研究对象及相关概念进行了清晰的界定，包括服务业跨国公司的内涵和范畴、服务贸易分类标准和统计方法、全球价值链和贸易收益衡量方法、国际贸易中心的内涵和外延等。在此基础上，作者将服务业跨国公司的贸易效应分解为贸易规模、贸易结构、贸易收益和贸易区位等效应，并通过机理分析、实证检验和案例剖析，展开了较为系统的研究，较好回答了命题，并在多个方面进行了创新，主要体现如下。

第一，提出了识别服务业跨国公司当代内涵的新方法。作者突破了服务业部门分类的传统方法，根据采矿业跨国公司、制造业跨国公司和服务业跨国公司不断融合的特点，依照服务功能及其演化特征，提出服务业跨国公司的三类形式，即第一类是服务企业国际化形成的服务业跨国公司；第二类是从制造业和采矿业跨国公司转型而来的服务业跨国公司；第三类是基于互联网提供服务的跨国公司。

第二，拓展了贸易效应研究的广度和深度。传统上对跨国公司贸易效应的理论和实证研究多以制造业跨国公司为对象，相关研究的重点主要是对贸易创造效应、贸易替代效应和贸易结构效应的考察。作者既吸收了传统贸易效应研究的分析框架，又抓住服务业跨国公司区位集聚的特点，将研究视野拓展到服务业跨国公司集聚于国际贸易中心功能形成的独特作用，不仅从广度上拓展了贸易效应研究的维度，而且提出贸易区位效应的表现及测算方法，推进了贸易效应的研究深度。

第三，提出了颇具针对性的政策措施建议。作者不仅注意全书在理论、方法、逻辑等方面的规范，而且立足于中国开放发展的现实，提出了政策意见。如针对中国服务贸易行业结构、出口服务增

加值收益改善不显著等问题，提出中国在服务业开放、贸易便利化制度和统计制度等方面的政策建议，以及上海如何站在国家战略高度，发挥重要平台作用，加快本土服务业跨国公司的发展，具有一定的实践参考价值。

作为博士论文转化成果，本书框架结构完整，逻辑思路严密，论证系统，实证方法规范，是有效的阶段成果。当然，学术研究没有止境，尤其作者身为决策咨询研究者，本书中仍然有许多有价值的命题可以深究，比如我国如何通过服务业的开放和有效监管提升在全球价值链中的地位；上海作为服务业跨国公司的集聚地，如何承担起我国开放和提升的重任；服务业跨国公司的发展，如何与上海“四个中心”和科技创新中心建设形成互动。希望作者以开放博学的精神追求真理，更以献身开放型经济研究的坚定使命感来追求卓越，以理论指导实践，以实践丰富理论，在决策咨询领域形成自身研究特色。

上海社会科学院世界经济研究所研究员、博士生导师



2017年5月

前 言

提起福特，人们通常会联想到汽车制造的巨头，而如今它已经悄然成为城市智能出行服务商。IBM 则早已从计算机制造业务退出，全面进入知识服务、软件和顾问等服务市场。

跨国公司从制造领域转向服务，已经成为趋势，它们不仅改变了自身，而且改变了全球产业、贸易投资的内容，服务经济时代的到来已经成为现实。服务在全球贸易中的地位越来越高，对贸易内容、结构、方式都带来巨大的改变。中国在改革开放，尤其是加入 WTO 之后，成为全球 FDI 的重要目的地和贸易大国，但是如何从贸易大国向贸易强国的迈进却是非常迫切的命题。2020 年，上海将基本建成国际贸易中心城市，作为跨国公司在中国集聚的首位城市，服务业跨国公司的大发展，将使上海国际贸易中心走向何方，需要我们积极探索。尽管跨国公司、国际贸易等理论对跨国公司的贸易效应进行了有关论述，但是还没有系统的理论来解释服务业跨国公司与全球贸易的内在关系。而服务业跨国公司的特点，更使探索服务业跨国公司的贸易效应既有现实价值，更有理论意义。

本书在现有文献研读和相关理论溯源的基础上，提出了服务业跨国公司贸易效应包括贸易规模效应、贸易结构效应、贸易收益效应和贸易区位效应，并通过机理分析、实证

检验和案例剖析，得出如下结论。

第一，服务业跨国公司具有贸易规模效应。服务业跨国公司的全球化经营活动分为独立企业间贸易、FDI 和非股权模式。独立企业间贸易的产生即扩大了贸易规模。服务业 FDI 先于贸易产生的特点更是使其成为世界贸易流量增加的驱动因素，从服务业 FDI 的不同模式来看，垂直型 FDI 具有贸易创造效用，而混合型 FDI（以贸易平台型 FDI 为主）发挥中介作用，提高了进出口贸易的规模，市场导向型的水平型 FDI 也具有贸易规模提升的效应。非股权模式通过契约或者合约，提高了公司间贸易增长。本书利用美国和 28 个国家之间双边贸易额数据，使用引力模型验证了该结论，证明了市场规模、距离、贸易规则等变量是影响服务业跨国公司贸易创造效应的主要因素。

第二，服务业跨国公司具有贸易结构效应。一方面，服务业的异质性使得服务业跨国公司的全球化经营活动具有异质性特点，贸易、金融、专业服务业等跨国公司较早开始国际化活动，具有较高的生产率，产生了较大的贸易规模，信息服务业由于可分割等特点，国际化程度也较高，因此这些行业的贸易占较高比重，产生了贸易结构效应。另一方面，较早开展国际化的服务业跨国公司，推动了行业开放，实现了对母国和东道国生产率溢出效应，推动行业贸易规模增长。本书基于异质性贸易理论，采用贸易、金融、专业服务、信息等行业面板数据实证得出，生产率越高的行业，贸易规模越大，贸易结构效应越明显。

第三，服务业跨国公司具有贸易收益效应。随着制造业服务化，服务作为全球生产和贸易活动重要中间投入要素，在全球价值链中发挥着连接作用，服务业的特殊作用决定了服务业跨国公司在全球价值链治理中占有主导地位。而服务业跨国公司的全球价值链治理模式和国际生产方式，决定了参与国的贸易收益，美国作为服务业跨国公司的主要来源地，贸易服务增加值大幅提高。本书通过 OECD

数据实证检验了服务业 FDI 对各国长期贸易服务增加值的积极作用,但是经验数据说明中国获得的贸易服务增加值有限。

第四,服务业跨国公司具有贸易区位优势。服务业跨国公司主要集聚在全球性的城市,而这些城市从国际贸易中心发展而来。国际贸易中心具有区位优势,集聚了与贸易有关的服务业跨国公司,这些跨国公司的集聚不仅为货物贸易提供服务,而且推动了相关服务的跨境交易,使国际贸易中心城市从原来的货物贸易中心成为全球贸易的服务中心,直接体现为与贸易有关的服务业增加值贡献度和就业贡献度提高。本书用中国的数据证明了这一结论,并从纽约、中国香港、新加坡等经验数据验证了以上观点。

本书分为六章,基本结构和主要内容如下:第一章为导言,主要阐述研究背景和意义,提出研究对象和概念界定,根据文献综述提出研究思路和创新点等。第二章梳理跨国公司理论、国际贸易理论、全球价值链理论和国际贸易中心理论等相关理论,提出了服务业跨国公司贸易效应分析框架。第三章将服务业跨国公司的阶段特征、国际化动机、经营特征和区位分布特征与制造业跨国公司进行了比较研究。第四章和第五章分别对第二章提出的服务业跨国公司的贸易规模效应、贸易结构效应、贸易收益效应和贸易区位优势进行了机理分析和实证检验,证明四个效应的合理性。第六章以中国为视角,用经验数据对服务业跨国公司在东道国的贸易效应进行分析,提出我国顺应服务业跨国公司发展、提高贸易收益,以及上海国际贸易中心转型方向的政策建议。

目 录

第一章 导论	1
第一节 选题背景和研究意义	1
第二节 研究对象及相关概念的界定	6
第三节 国内外文献综述	12
第四节 研究思路和主要创新点	21
第二章 服务业跨国公司贸易效应的理论基础和分析框架	25
第一节 跨国公司理论	25
第二节 国际贸易理论	32
第三节 全球价值链理论	36
第四节 国际贸易中心理论	40
第五节 服务业跨国公司贸易效应的分析框架	43
第三章 服务业跨国公司的发展阶段和特征	48
第一节 服务业跨国公司的发展阶段	48
第二节 服务业跨国公司的国际化动机	57
第三节 服务业跨国公司的经营特征	60
第四节 服务业跨国公司的区位分布特征	71
本章小结	81
第四章 服务业跨国公司贸易效应的机理分析	83
第一节 服务业跨国公司的贸易规模效应	84

第二节 服务业跨国公司的贸易结构效应	100
第三节 服务业跨国公司的贸易收益效应	112
第四节 服务业跨国公司的贸易区位效应	126
本章小结	139
第五章 服务业跨国公司贸易效应的实证检验	141
第一节 贸易规模效应的实证检验	141
第二节 贸易结构效应的实证检验	168
第三节 贸易收益效应的实证检验	187
第四节 贸易区位效应的实证检验	194
本章小结	207
第六章 服务业跨国公司对中国的贸易效应	209
第一节 服务业跨国公司在的发展情况	209
第二节 服务业跨国公司的贸易效应	215
第三节 政策建议	231
本章小结	234
总结和展望	236
参考文献	239
致谢	262

第一节 选题背景和研究意义

1983 年，现代营销学的奠基人之一的西奥多·莱维特（Theodore Levitt），在哈佛商业评论刊登了《全球化的市场》（*Globalization of Markets*）一文，他用“全球化”一词来形容国际经济发生的巨大变化，即“商品、服务、资本和技术在世界性生产、消费和投资领域中的扩散”。西奥多认为，经济全球化的核心是国际贸易以及跨国公司的全球化生产和销售。

随着计算机和互联网技术的不断涌现，经济全球化的主体也不再单纯以制造业跨国公司为主，服务业跨国公司获得大发展。此背景下，跨国公司如何治理全球的生产和销售？全球贸易产生呈现何种态势？

一、选题的背景和问题的提出

（一）服务业跨国公司的大发展

服务业兴起于 20 世纪 60 年代，并逐步成为全球经济化的重要内容。随着经济全球化的深入，服务企业的全球化开始起步，20 世纪 80 年代，包括公用设施、银行、保险、金融、物流、专业服务等领域的企业，跟随制造业跨国公

司母公司或者竞争者进行国际化扩张。此后，随着东道国服务业的逐步开放，以及服务业企业自身全球化扩张的需要，服务企业国际化从客户跟随型转变为自身战略发展型的要求，服务业跨国公司发展进入兴起阶段。进入 21 世纪后，随着互联网信息技术高速发展和全球服务业开放进程的加快，制造业跨国公司服务化趋势也越来越显著。互联网跨国公司的兴起，使服务业跨国公司来源更加多样化，并深刻影响了商业模式和贸易方式。2015 年财富 500 强排名中，服务业跨国公司超过半数，并且在年均增速上超过制造业跨国公司。服务业跨国公司的大发展，推动了全球服务业国际直接投资（FDI）的规模不断扩大，FDI 存量从 1990 年的 9967 亿美元增加到 2014 年的 166400 亿美元，翻了 15.7 倍，占比从 1990 年的 48% 上升至 2014 年的 64%。2015 年，服务业在全球经济中也逐步居于主导地位，其中，经济合作与发展组织（OECD）国家服务业占 GDP 的比重超过 70%，发展中国家服务业占 GDP 的 60% 以上，部分达到 70% 以上。

（二）服务业跨国公司区位选择的独特性

跨国公司作为企业，本身具有组织和治理的要求，因此跨国公司布局具有明显的区位特征。服务的不可贸易性与不可储存性，使得服务业跨国公司的全球布局比制造业跨国公司更倾向于接近消费者市场，因此存在较大的市场规模、更加完备的基础设施和配套能力的全球城市成为服务业跨国公司的首选地区。乔尔·科特金（Joel kotkin）在《全球城市史》一书中将所有具有连接国际市场性质的城市归类为全球城市，由于信息通信技术的发展，越来越多的贸易和服务可以跨境传输，国家的作用在全球经济中逐渐减弱，全球城市的地位在上升。全球城市的一个最基础功能是贸易中心，伦敦、纽约，包括后起的东京、新加坡、中国香港是公认的国际贸易中心城市，这些城市凭借优良的区位优势，尤其是港口优势，集聚了大量的货物流和贸易商，成为全球性和地区性的国际贸易中心城市。

大规模货物的集散需要提供配套服务才能完成，因此与贸易有关的服务企业不断在国际贸易中心城市集聚，随着贸易量的增加、贸易方式的复杂化，与贸易有关的服务的内涵也在相应发生变化，因此国际贸易中心城市成为各类服务业跨国公司的首选集聚地。服务业跨国公司的集聚发展，不仅稳固了这些城市作为国际贸易中心的地位，更为重要的是推动了这些城市服务生产效率和产

出规模的提高。20 世纪 80 年代以后, 尽管制造业和货物流从这些城市逐渐分散, 但是这些城市作为国际贸易中心的地位并没有下降, 2008 年万事达国际贸易中心排名中伦敦、纽约、东京、新加坡、芝加哥、中国香港依次排在前 6 名, 2015 年新加坡和中国香港在全球货物贸易和服务贸易国家排名中位于前 15 名之列。

(三) 全球贸易内容和结构的变化

蒸汽机的出现使得铁路和蒸汽轮船货物运输成本降低, 货物生产和消费可以从地理上被分开来, 规模经济和比较优势使国家从国际贸易中获利。现在, 电信技术和互联网技术 (ICT) 的革命引发了一系列的信息管理创新, 这些创新使得远距离协调复杂的活动变得更加简单、迅速、安全, 服务的可分割、可存储和可贸易性越来越强, 服务贸易在全球贸易中的地位越来越重要。1990 ~ 2015 年全球服务贸易总额从 17060 亿美元扩大到 93657 亿美元, 增长了 5 倍多, 平均增速约为 18%, 高于货物贸易的 15%, 全球服务贸易占贸易总额的比重从 1990 年的 20% 上升至 2015 年的 22%, 这一比值在 2009 年达到 22.3% 的峰值, 预计未来将上升到 30%。2015 年, 除北美洲外, 全球其他地区的服务出口额都有所减少, 降幅在 6% 左右。2015 年, 北美洲是唯一出现服务进口增长趋势的地区。美国保持其作为世界领先的商业服务国的地位, 尽管美国出口停滞, 进口则增长了 3%, 但是至少表明了美国的经济正在逐步复苏。2015 年, 中国是全球第二大服务出口国, 占全球服务出口额的 6%。该国在排名前十的服务出口国中, 是唯一一个出口和进口都有所增长的国家 (分别为 2% 和 3%)。然而, 中国仍然是服务贸易的净进口国, 主要是由于其在最近几年旅游进口的快速增长。在其他服务贸易领先的亚洲国家中, 进口降幅超过出口降幅的还有日本, 日本的服务进口额下降 9%。从服务贸易的结构来看, 也不再仅限于传统的旅游、运输等领域, 2014 年新兴服务贸易领域增速加快, 尤其金融服务、研发等服务出口占全球服务出口总额的比重达 52%, 同比增速为 5.1%。

(四) 全球生产和贸易方式的变化

除了贸易内容的重要变化外, 全球贸易的另外一个重要特征是贸易方式的变化。由于服务在全球经济发展中的作用越来越重要, 一方面服务的生产和贸易日益扩大, 跨国公司出于自身发展战略需要, 劳动分工从制造工序的分工扩

展到服务工序的国际分工,这种国际分工使服务贸易从三个方面扩展,一是服务最终产品的增加;二是部分货物产品变成服务产品;三是服务工序增加引起服务中间产品的增加。另一方面,全球制造业生产网络对服务的依赖度越来越高,包括有效和稳定的物流体系的作用,以及研发、设计、金融、分拨等服务的作用。这些变化的核心是服务作为中间要素融入于货物和服务的生产和贸易流程中,使得全球贸易呈现“贸易—投资—服务网络”的特征,而服务在其中发挥连接作用,诸如服务外包、模块化、片段化等概念的提出一定程度上也体现了全球贸易呈现的特征。近年来,为了适应全球生产和贸易方式的变化,在世界贸易组织(WTO)、联合国贸发会议(UNCTAD)、经济合作发展组织(OECD)等国际组织的推动下,全球价值链理论成为解释全球贸易新特征的重要理论工具。

根据以上现象,可以做出以下假设:第一,近20年来,服务业跨国公司获得了大发展,推动了服务业FDI规模的提升,母子公司之间以及与非分支机构之间的服务交易需求,进一步扩大了跨境服务的流动,自身具有贸易创造效应;第二,跨国公司推动了全球价值链活动的广度和深度,服务在全球价值链中的连接作用,提高了服务和制造的生产效率和产出规模,扩大了全球货物和服务的跨境交易;第三,服务业跨国公司和服务业的区位分布具有城市集中的特点,与此同时,国际贸易中心的内涵和形式也发生了变化,贸易内容从货物拓展到服务,服务在城市功能中的作用越来越大。显然,服务业跨国公司的大发展对全球贸易产生了重要的影响,那么具体存在哪些影响?影响的机理又是什么?

第一,服务业跨国公司是否和制造业跨国公司一样,存在贸易的创造效应还是替代效应?如果是贸易的创造效应,影响的机理是什么?如果是贸易的替代效应,又受到哪些因素的影响?服务业FDI的行业结构,是否与服务贸易的结构存在一致性?如果是,其作用的机理是什么?

第二,在以全球价值链为主要特征的全球贸易中,服务业跨国公司对全球价值链贸易产生了何种影响?在这种影响中,服务业跨国公司通过何种形式来治理全球价值链?服务业跨国公司的价值链治理模式,又对参与全球价值链国家的贸易收益存在何种影响,发达国家贸易收益如何,发展中国家的贸易收益如何?不同国家贸易收益的获得又与哪些因素相关?

第三,服务业跨国公司在国际贸易中心集聚,集聚的机理是什么?是所有

的服务业集聚，还是其中的某些重点领域？此类服务业跨国公司的集聚又对国际贸易中心区位功能带来哪些变化？其作用的机制如何？

二、选题的意义

（一）理论意义

由于国界的存在，国际贸易充满了壁垒和规则。随着跨国公司的发展，国际贸易理论迎来了新的视角，跨国公司和国际贸易理论融合的趋势越来越明显，新贸易理论和新新贸易理论的诞生，更是从微观的视角来解释国际贸易，但是目前研究主要集中在制造业跨国公司和货物贸易，对于服务业跨国公司和贸易这二者之间的系统研究相对较少，因此本书的命题研究具有以下几点理论意义和启示。

第一，加深对跨国公司贸易理论的理解。跨国公司理论中，主要的经典理论已经注意到服务业跨国公司的兴起，并不断加入新的解释来适应服务业跨国公司的全球化经营特征。但是关于服务业跨国公司的贸易效应理论目前涉及较少，本研究将有助于系统梳理服务业跨国公司的贸易理论。

第二，加深对国际贸易理论的理解。目前国际贸易理论主要围绕着货物贸易，包括新新贸易理论中的异质性理论仍然讨论的是制造业生产率差异对贸易的影响，本书将用异质性贸易理论来解释服务业跨国的国际化选择，尤其是异质性理论对服务贸易的解释。

第三，加深对全球价值链理论的理解。全球价值链理论对服务在其中的作用研究越来越多，但是没有服务跨国公司作用的系统理论，本书将在服务业跨国公司理论和国际贸易理论的基础上，侧重从服务业跨国公司的全球价值链治理模式和结果两方面来丰富全球价值链理论和贸易收益理论。

第四，加深对国际贸易中心的理论解释。目前没有专门的理论来解释国际贸易中心，本书将从服务业跨国公司区位布局的特点和对区位影响的路径来丰富国际贸易中心的理论，提出国际贸易中心在服务业跨国公司大发展的背景下，未来发展的方向和路径。

第五，提出服务业跨国公司贸易效应分析框架。尽管跨国公司、国际贸易等理论对跨国公司的贸易效应进行了有关论述，但是没有系统解释服务业跨国

公司的贸易效应，本书将在相关理论上系统分析服务业跨国公司的相关效应和机理。

（二）现实意义

服务业跨国公司的大发展和服务业 FDI 规模提升和提速，已经成为全球经济的重要特征。一方面，我国是全球服务业 FDI 的重要目的国；另一方面，我国在全球货物和服务贸易中的地位越来越高，基于这样的背景，服务业跨国公司在我国的贸易贡献度如何？我国又将如何通过服务业跨国公司溢出效应，提高在全球贸易中的收益？此外，上海作为国际贸易中心城市，集聚了大量的服务业跨国公司，这些跨国公司的集聚又将引领上海国际贸易中心未来走向何方？这些都是迫切而且亟须回答的问题，因此本命题对我国贸易强国的建设和上海等国际贸易中心城市的发展也具有较强的现实意义。

第二节 研究对象及相关概念的界定

一、服务业跨国公司的内涵和范畴

服务业跨国公司的起源和发展具有与制造业跨国公司不同的特点，因此服务业跨国公司内涵范畴的界定，需要结合服务业企业的国际化路径。由于服务业具有无形性、生产和消费的不可分性、异质性、多样性和所有权优势，使得服务业跨国公司的形成和发展不同于制造业跨国公司的发展路径。由于服务和货物并不完全分离^①，货物的生产过程中也存在服务，服务的生产过程也需要货物的支撑，因而使得服务业跨国公司的形成和发展不能与制造业跨国公司完全分割开来。目前对服务业跨国公司的定义存在分歧，有观点提出“服务业跨国公司在东道国以商业存在形式经营”，有观点认为“服务业跨国公司是在多个国家（地区）控制与管理价值增值活动、从事和参与生产或服务的企

^① Buckley, Peter J., Pass, Christopher L., Prescott, Kate. The internationalization of service firms: A comparison with the manufacturing sector. *Scandinavian international business review* [J]. 1992: 40.