第一图书网, tushu007.com

<<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：9787564206826

10位ISBN编号：7564206829

出版时间：2010-1

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：邵渭洪，孙敏 主编

页数：205

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

前言

当今世界，服务业的充分发展已成为各国实现经济现代化的重要标志。
世界各国的产业结构升级，是同人类历史发展的知识积累和进步相统一的。
现代服务业的产业属性是高科技、高管理水平的人力资本密集型产业，现代服务业的发展反映了一个国家经济发展的知识化、智能化水平。
2007年，《国务院关于加快发展服务业的若干意见》提出：根据“十一五”规划纲要，“十一五”时期服务业发展的主要目标是：到2010年，服务业增加值占虱内生产总值的比重比2005年提高3个百分点，服务业从业人员再占全社会从业人员的重比2005年提高4个百分点，服务贸易总额达到4000亿元；有条件的大中城市形成以服务经济为主的产业结构，赆务业增加值增长速度超过国内生产甚值和第二产业增长速度。
2020年，基本实现经济结构向以服务经济为主的转变，服务业增加值国内生产值的北重超过50%，服务业结构显著优化，就业容量显著增加，公共服务均等化程度显著提高，市场竞争力显著增强，总体发展水平基本与全面建设小康社会的要求相适应。
党中央与国务院制定的服务业发展目标为中国服务业的发展指明了方向，我们要以贯彻落实科学发展观和构建社会主义和谐社会战略思想的高度，把加快发展服务业作为一项重大而长期的战略任务抓紧抓好。
服务贸易是国际贸易的重要组成部分。
服务业信息化、现代化的加速发展，极大地提高了服务业的可贸易性，为服务贸易发展提供了重要基础。
经济全球化加深和国际产业结构调整，使世界各国的服务贸易活动日益频繁，促进了服务贸易的快速发展。
近年来，各国尤其是发达国家向服务业倾斜的产业结构调整策略，使服务业在本国经济中的地位不断上升，推动服务贸易发展继续趋于活跃。
国际服务贸易是一门伴随着服务业与服务贸易发展应运而生的新兴学科。

内容概要

“ 国际服务贸易——理论与政策 ”是一门伴随着服务业与服务贸易发展应运而生的新兴学科。
本学科的学习目的，是掌握国际服务贸易的基本原理，熟悉国际服务贸易相关的协议与政策，知悉我国服务贸易政策及管理体制，从微观与宏观两方面把握国际服务贸易的基本内容。
本书有以下特点： 1.精简化。
本书内容只包含理论与政策两部分，使其吻合全日制本科生36学时的教学大纲要求；并控制字数在30万左右与销售价格在30元之内，以减轻学生之负担。
2.大众化。
本书内容基本采用简明易懂的语言风格，力求做到老师好教不发蒙，学生好学容易懂。
3.时代化。
本书全部内容力争做到数据新、政策新、体制新，能够充分体现与时俱进的服务业与服务贸易发展趋势。
4.条理化。
本书全部章节下面都有大小序列标题，并按数学符号条块分割与叙说，使老师与学生对每一个标题的内容能做到一目了然，心中有数，以增强学习效果。

<<国际服务贸易>>

书籍目录

前言第一章 国际服务贸易的基本概念 1.物品的经济学分类 2.服务概念的历史演变 3.服务的基本特征 4.服务交付机构 5.服务业的概念 6.第三产业与服务业的异同 7.服务业的分类 8.国际服务贸易的概念 9.国际服务贸易的分类 10.服务贸易与商品贸易的差异 11.服务贸易与其他相近概念的区别 12.服务贸易的特征 13.国际服务贸易统计 本章重点与思考题第二章 服务价值理论 1.一些价值理论的基本概念 2.两分法的概念 3.两分法的成因 4.新中国成立以来我国理论界对马克患劳动价值论的讨论 5.对马克思劳动价值论的再认识 6.效用价值理论的提出与发展 7.效用价值理论的意义 8.服务效用价值理论的内容 9.服务产品的价值 10.服务的使用价值 11.服务产品的价值量确定 12.几个需要澄清的理论观点 13.小结 本章重点与思考题第三章 服务业的相关理论 1.服务业理论发展回顾 2.配第一克拉克定理的内容与实质 3.其他经济学家对配第一克拉克定理的补充 4.劳动力在三次产业间转移的原因 5.服务业发展路径 6.对富克斯“服务业劳动生产率增长滞后”理论的质疑 7.发展中国家服务业增长分析 8.影响服务业需求的因素分析 9.决定服务业在国民经济中地位的因素 10.服务业在国民经济中的作用 本章重点与思考题第四章 服务业的对外直接投资与跨国公司 1.对外直接投资的概念 2.服务业对外直接投资的界定 3.当代服务业对外直接投资的特点 4.制造业跨国公司在服务业的投资 5.服务业跨国投资快速增长的原因 6.服务业跨国公司的基本特性 7.服务业跨国公司的组织形式 8.服务业对外直接投资和跨国公司发展动因的理论研究 9.服务业对外直接投资与跨国公司的影响 本章重点与思考题第五章 国际服务贸易理论与人力资本 1.比较优势理论在国际服务贸易中的适用性 2.国际服务贸易比较优势理论的几个主要观点 3.服务价格国际差异理论 4.规模经济贸易理论 5.服务贸易与人力资本的特殊关系 6.人力资本的概念 7.人力资本的特征 8.舒尔茨的人力资本收益理论 9.服务业比较优势与人力资本 10.服务贸易比较优势与人力资本 11.服务贸易和商品贸易的综合分析结论 12.我国服务业与服务贸易发展中人力资本因素分析 13.当前我国服务业与服务贸易的发展思路 本章重点与思考题第六章 国际服务贸易政策(上) 1.自由贸易与经济效率 2.服务贸易自由化的福利分析 3.服务贸易自由化对国家安全的影响 4.服务贸易自由化与国家竞争力的关系 5.国家竞争优势组合理论 6.发达国家服务贸易自由化的政策取向 7.发展中国家服务贸易自由化的政策取向 本章重点与思考题第七章 国际服务贸易政策(下) 1.服务贸易壁垒产生的原因 2.服务贸易壁垒的概念 3.服务贸易壁垒的目的 4.服务贸易壁垒的分类 5.服务贸易保护程度的衡量 6.服务贸易保护政策的效应分析与选择 7.小结 本章重点与思考题第八章 服务贸易总协定 1.《服务贸易总协定》的产生 2.《服务贸易总协定》的总体结构 3.《服务贸易总协定》的主要内容 4.对《服务贸易总协定》中重要条款的理解 5.附录 6.《服务贸易总协定》的具体承诺减让表 7.关于服务贸易具体部门的协议 8.《服务贸易总协定》的重要意义 9.《服务贸易总协定》的不足 10.国际服务贸易多边谈判的现状 本章重点与思考题第九章 世界与中国服务贸易发展概述 1.世界服务贸易发展特点 2.世界服务贸易发展的原因 3.发达国家服务贸易发展概况 4.发展中国家与地区服务贸易发展现状 5.印度服务贸易异军突起 6.我国服务业与服务贸易的发展开放历史 7.我国服务业对外开放的主要成就 8.我国服务贸易发展的可喜成就 9.促进我国服务贸易进一步发展需要做好的工作 本章重点与思考题第十章 中小企业服务贸易 1.我国服务贸易竞争力部门结构分析 2.服务业中小企业经营国际化的比较优势分析 3.服务业中小企业经营国际化的投资策略选择 4.服务业中小企业经营国际化的发展战略 5.服务业中小企业国际化经营的部门选择 本章重点与思考题附录 服务贸易总协定与附件 1.服务贸易总协定 2.附件参考文献

章节摘录

2.2 第二次世界大战以后服务概念的发展　　第二次世界大战以后，特别是20世纪六七十年代以后，服务经济取得了飞快的发展，服务业的产出结构和就业结构都有了巨大的变化，这引起世界各国经济学者的关注，对服务概念的理解也越来越多样化。

2.2.1 希尔（Hill）对服务的定义　　现在被经济学家广泛采用的定义出自希尔发表手1977年的论著。

他指出：“一项服务生产活动是这样一种活动，即生产者的活动会改善其他一些经济单位的状况。这种改善可以采取消费主体所拥有的一种商品或一些商品的物质变化形式，另一方面，改善也可以关系到某个人或一批人的肉体或精神状态。

随便在哪一种情形下，服务生产的显著特点是，生产者不是对其商品或本人增加价值，而是对其他某一经济主体的商品或个人增加价值。

”从希尔的定义中，我们可以看出：首先，服务过程是生产过程，它有产出，这种产出就是服务能够提供使用价值或者效果，即要么作用于物，要么作用于人；其次，服务过程一旦发生就有提供者和消费者；最后，服务作为一种活动和劳动，它不对提供者产生使用价值，而是对消费者产生价值。

2.2.2 定义服务应该考虑的主要因素　　从以上服务概念的历史演变显示，定义服务是很困难的。这是因为，有些定义只是在列举产业或刻画表面特征，而没有触及其内核、抓住其本质。

应当指出，对服务的界定是为了揭示和勾勒出各种服务以及服务业各产业的共性。

例如，种植棉花和饲养猪羊虽然大不相同，但我们毫无困难地将它们归于农业；同样，纺织业和汽车业虽大相径庭，但我们认为它们都是制造业。

基于这一思路，定义服务应该考虑以下三个主要因素：　　（1）产出特征，即服务主要体现为一种过程或活动。

（2）投入特征，即服务涉及服务生产者与消费者的投入。

（3）服务生产目的，即服务提供时间、空间或形式上的效用①。

2.2.3 本书对服务的定义　　至此，我们对服务下一个简单而又明确的定义：服务是对其他经济单位的个人、商品或服务增加价值，并主要以活动形式表现的使用价值或效用。

3.服务的基本特征　　现在我们对服务概念的演进有了一个大致的了解，下面我们做进一步分析。

服务作为一种劳动成果，它与普通商品相比有什么特征？

服务产品的性质是多维度的，既包括内在特性，也包括外在感性特征。

这里先讨论服务的感性特征。

与货物相比，服务具有以下几方面明显不同的感性特征。

3.1 无形性（intan gibility）　　商品的空间形态是确定的、直接可视的、有形的；其生产、供应与消费伴随着它的空间形态而产生转移与消失。

编辑推荐

《高等院校精品课系列教材：国际服务贸易（理论与政策）》采用简明易懂的语言，介绍了国际服务贸易的理论知识与相关政策内容。
全书数据新、政策新、体制新，能够充分体现与时俱进的服务业与服务贸易发展趋势。
《高等院校精品课系列教材：国际服务贸易（理论与政策）》适合作为高等院校的国际贸易专业的师生的专业教材使用。

第一图书网, tushu007.com

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