

当代服务商品国际价值的特点及启示*

□ 陈永志 曹 飞

摘要:相对于普通的货物商品,服务商品具有自己的特点。在国际市场上,服务商品的价值决定、实现和价值转移也与货物商品有较大的差异。我们以新时期服务贸易的发展为背景,运用马克思主义经济学的理论和方法,分析当代服务商品国际价值的决定和实现的特点,并对服务商品的国际价值转形及价值转移情况进行探讨。在此基础上归结出对调整我国经济结构、促进服务贸易和对外经济关系发展具有重要意义的启示。

关键词:服务商品;国际价值;特点;启示

中图分类号:F710 文献标识码:A 文章编号:1671-8402(2013)01-0074-06

一、引言

二战后,在新技术革命的作用下,经济全球化日益扩大和深入,社会分工不断细化,产业结构不断升级,全球对外贸易的规模日益扩大,国家之间的商品、服务交换和要素流动加速成为当代世界经济发展的基本特点^①。伴随着世界经济格局的大调整,在发达经济体和一些发展中经济体出现了第三产业主体化:以技术研发、文化产业、服务业为主体的非物质生产劳动占全社会劳动比重日益提高,传统的第一、二产业的比重不断缩小。第一产业占GDP比重从20世纪90年代的2%降低到21世纪初的1.8%左右,第二产业的GDP占比逐渐下降到21世纪初的27%-30%左右,相对第一、二产业占比的下降,第三产业的占比上升速度很快^②。当前,作为第三产业的发达国家服务业在经济活动中居于主导地位,尤其是现代服务业增长速度最快,已成为发达经济体经济增长的主要推力和现代化的重要标志。第三产业尤其是现代服务业的发展,极大地推动了当代服务贸易的快速增长,据统计,1970年全球服务贸易额

为1000亿美元,1997年增长至12950亿美元,占世界总贸易额的1/4,1990-1997年国际服务贸易额年均增长率为8%,高于世界货物贸易增长率,到2009年,世界服务贸易总额为64261亿美元^③。相对于普通的货物商品,服务商品具有自己的特点,从而在国际市场上,服务商品的价值决定、实现和价值转移也有着与货物商品较大的差异。与此相应的,服务贸易与普通的货物商品贸易相比,也具有自己独特的特征。本文以新时期服务贸易的发展为现实,运用马克思国际价值理论分析服务商品国际价值的决定和实现的特点,并对服务商品的国际价值转形及价值转移情况进行探讨,从中总结出调整我国经济结构、促进服务贸易和对外经济关系发展的启示。

二、服务商品国际价值决定及实现的特点

从物质形态上看,劳动产品可分为有形的和无形的两大类,服务产品属于后者。马克思指出:服务“就像其他一切商品也提供自己的特殊使用价值一样;但是,这种劳动的特殊使用价值在这里取得了‘服务’这个特殊名称,是因为不是作为物,而是作

*基金项目:本文受教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“《资本论》及其手稿再研究”(项目批准号:11JZD004)和国家社科基金项目“新时期马克思国际价值论创新与发展研究”(10BJL003)资助。

作者简介:陈永志,男,福建泉州人,厦门大学经济学院教授,主要从事经济理论与当代经济问题研究。曹飞,男,河南南阳人,厦门大学经济学院博士研究生。主要从事经济理论与当代经济问题研究。

为活动提供服务的”^④。

同物质产品一样,服务产品作为商品,也具有使用价值;由于服务劳动的社会性、抽象等同性,它所创造的服务产品也应该具有价值^⑤。服务商品价值的“质”仍然体现在其是社会必要劳动的体化物,“量”仍然可以用决定商品价值的社会必要劳动时间来衡量。但由于服务商品所具有的无形性、不可分离性、异质性、不可存储性及所有权不可转让性等特征,当它进入国际市场时,便有了与货物贸易不同的特点,其中最重要的特点在于:只要劳动力、资本、服务商品三者其中之一发生了跨国流动即产生服务贸易。我们可按照生产者和消费者是否移动将服务贸易的类型概括如表1。

表1 要素移动形成的服务贸易的不同情况

生产者 消费者	不移动	移动
不移动	跨境交付 (35%)	自然人流动 (1%-2%)
移动	商业存在 (50%)	境外消费 (10%-15%)

注:括号内为不同类型的服务贸易占全球服务贸易总额比例。

资料及数据来源:李慧中:《国际服务贸易》,北京:高等教育出版社,2012年第2版。

从表1可以看出,相对于商品贸易,服务产品本身可以不跨越国家进行,只需各种生产要素——劳动力、资本、知识技术等其中的一项即可,而商品贸易则一般需要生产要素的结晶即产品的移动才能够实现。那么,当服务商品在国家间进行贸易时,其交换比例将如何确定?马克思指出,国际价值是决定国与国之间商品交换比例的依据,国际价值即国别价值在世界市场上的转换形态。在世界市场上,由于国际分工和劳动社会化的发展,国别劳动一方面是一个国家的社会劳动,另一方面又是作为参与贸易国的国际社会劳动的一个组成部分。当然,国别劳动向国际劳动的转化需要经历一个过程。相应地,服务商品的国别价值要在世界市场演化为国际价值也是如此。在世界市场上,与货物商品相比,服务商品的国际价值具有如下特征:

1. 服务商品国际价值的形成和实现次数不同

在普通的国际货物贸易中,商品所有权和使用权同时转移到进口者手中。而对于服务贸易尤其是一些高技术专利服务商品而言,其生产和价值形成

虽然也是抽象劳动凝结的过程,但由于这种商品的特殊性——其所有权和使用权可以分离,商品所有者在让渡商品的使用权之后仍然保留有所有权,这就使得服务商品在世界市场上实现其价值之后还可以重复让渡其使用权,从而使得服务商品的国际价值可以多次实现。在当今的国际市场上,服务商品“一般是通过商业契约关系在同一时期或不同时期分别向不同的进口者转让使用权,使商品的使用权得以多次转让。同一服务的使用权多次转让和参与国际贸易,其相应的国际社会必要劳动时间的调节作用也相应的发挥多次。”^⑥服务贸易的这种特性还体现在各国制定的知识产权法、专利法等法律法规上,“这些法律都对一些精神产品所有者凭借产品取得利益作了具体规定”^⑦。

2. 不同类型的服务商品其国际价值决定不同

一些服务贸易如运输服务、建筑服务、通讯服务^⑧等,各国都有生产者提供。这类服务商品可以重复制造生产,其国际价值的决定和货物贸易并无差异,都是由世界必要劳动时间决定的。而对于专有权使用费和特许费、咨询服务、电影音像等服务贸易,这类产品或是由少数生产者供给,或是原始产品不能重复复制生产,它们进入国际市场,就没有各国社会必要劳动的平均,其国际价值也不能够由世界社会必要劳动时间决定,只能用服务所在国生产者的个别劳动时间来决定。由于这类服务商品的稀缺性和垄断性,可能导致它们的国际市场价格大大偏离其价值。

3. 不同密集度的劳动创造的国际价值量不同

传统服务贸易如运输服务、建筑服务、旅游服务是劳动密集或者资本密集型的商品,与货物贸易不同的是,旅游类服务贸易不能由不变资本批量重复生产,资本有机构成低,体力劳动在价值形成中占有主导地位;而建筑服务、运输服务则可以由不变资本批量重复生产,资本有机构成较高,其中体力劳动形成的价值没有旅游类服务贸易大;至于计算机和信息服务、专有权使用费和特许费、金融保险服务、咨询、电影音像等服务贸易部门的工作,主要是由高知识技能的脑力劳动者来完成,不变资本在其服务价值形成中的作用小。在这里,复杂的脑力劳动等同于多倍的简单劳动,复杂劳动形成的价值远高于劳动密集型和资本密集型的部门。不同资本有机构成和不同复杂程度的劳动

的服务商品进入世界市场,其国际价值的实现,便有了“三个劳动日交换一个劳动日、一个劳动日交换一个劳动日的”^⑨的不同情况。

4.不同的服务贸易模式,其国际价值决定和实现也不同

如前所述,与普通的货物贸易不同,服务贸易不必强调服务商品必须在国家之间流动,只要劳动力、资本、技术知识等要素其中一项在国家间流动就行了。在服务贸易中,其中跨境服务贸易方式强调服务提供者和消费者在地理上的界限,跨越国境和边界的只是服务本身,这种情况与一般的货物贸易方式相似,然而,由于境外消费模式^⑩仅是劳动力资源在不同国家之间短期流动的形式,而服务商品并没有在国家之间流动,所以,其国际价值的决定和实现在更大程度上是受国别社会必要劳动的影响;商业存在模式^⑪的国际价值决定和实现也在很大程度上受到服务消费所在国的社会必要劳动时间的影响;更为复杂的是自然人流动模式^⑫,由于世界市场范围内并不存在一个统一流动的劳动力市场,不同国家的劳动力流动存在很大障碍,其贸易额也非常小,这种情况下的国际价值的决定和实现主要是受服务提供所在国的社会必要劳动时间的影响。

三、服务商品的国际价值转形及价值转移

(一)服务商品的国际价值转形

无论在国内市场还是国际市场,市场经济运行都要遵循价值规律,国际价值规律就是“价值规律在国际上的应用、延伸或变形”^⑬。这表明,价值规律和国际价值规律本质上是相同的规律,只不过商品或者服务进入世界市场时候,价值规律的表现形式有所不同而已。在国际市场上,服务商品的国际价值决定和实现与货物商品有所不同,同时,服务商品的国际价值转形过程与货物商品也不同。

马克思在《资本论》中并未提出国际生产价格的范畴,但恩格斯指出:“生产价格适用于国际贸易和批发商业,但在城市的零售商业上,价格的形成是有完全不同的利润率来调节”^⑭。因此,我们在研究服务贸易商品的国际价值转形时也可以运用国际生产价格这一范畴。根据国内生产价格的定义,对于国际生产价格来说,只有在国家间利润率趋向平均化的情况下,国际生产价格的范畴才存在。但

从国际生产价格本身来看,它显然是一个动态而非静态的范畴,是长期非均衡趋势而非短期均衡的状态,因为不同国家间存在着较大的市场分割,所以利润在国家间的平均化将是一个长期过程。正如李教授指出的:“尽管存在各种生产要素在国与国之间流动的种种障碍,各国利润率之间还存在不相等的情况,但全球经济一体化的深入使当今的生产要素在国家间流动的规模已经远非马克思时代所能比,总体上各国利润率趋向于平均化,这正是国际生产价格范畴产生的基础”^⑮。

随着世界市场的形成,国与国之间资本流动的规模日益增长,资本从利润率低的国家流向利润率高的国家的过程就是利润率平均化的过程,也即是国际生产价格的形成过程。而由于国际劳动力市场的特殊性,劳动力的跨国流动规模相对资本跨国流动的规模来说要小得多,但在一些经济一体化程度较高的国家和地区如欧盟、北美自由贸易联盟等,区域性的生产价格已初步形成。所以用动态发展的眼光看,随着经济一体化的深入带来的利润率平均化在全球的发展,国际生产价格就会最终形成,尽管这需要经历相当长的历史时期。

与货物商品比较,服务商品国际生产价格的形成,同样需要以下条件:服务贸易自由化、生产要素在国与国之间自由流动。但就服务贸易来说,生产资本、劳动力流动,服务商品本身其中任何一种要素在国与国之间流动即构成服务贸易,这与货物贸易是不同的。因此,对服务贸易的国际生产价格的分析比较特殊。

当前,生产资本的国家间转移除了受到资本转入国各种风险影响外,资本转入国为维护本国经济利益、文化独立、政治安全等需要,对生产资本流入设置了各种障碍,比如,某些发展中国家对金融服务、保险服务和电影音像等商务服务业实施外资流入的限制政策。在这里,由于资本转移风险和转移限制并存,生产资本的国际流动远没有达到充分自由的程度。显然,相对于货物贸易,服务贸易生产价格的形成是一个更为长期、渐进的过程。

相对于生产资本的国际流动,劳动力的流动则更为不充分。无论是劳动生产率高的还是低的国家,对劳动力流入都有很严格的限制。尽管发达国家劳动力成本很高,但发达国家一般会采取服务外包形式而对劳动力流入做出严格的管制,这是公共

政策和企业共同选择的结果。虽然,当前由于劳动力自然人流动带来的服务贸易额只占全球贸易额的1%-2%,这个规模并不大,但是因劳动力国家间转移管制而产生的服务业国际外包却是一个值得思考的问题。

对于服务产品本身的跨国流动即跨境交付,情况较为复杂。对于一些劳动密集型的商品和服务,发达国家的需求更大,直接原因是劳动力流动的限制和发达国家劳动力成本的高企。基于比较优势,发达经济体对劳动密集型的商品和服务需求更大,“它们更倾向于购买富含劳动力要素的产品,甚至直接以活劳动为内容的产品。这种产品流通模式其实就构筑了一种实现劳动力自由化的新途径”^⑩,因为劳动力或自然人的跨国流动远没有以活劳动为主要内容的商品和服务的跨国流动那么容易。这种情况下的商品和服务的国际价值更容易向国际生产价格过渡,目前商品跨境模式贸易额占全球服务贸易总额的35%左右说明了这一点。而科技水平含量高、附加值高的知识技术密集型的商品和服务一般是由资本雄厚、高技术的垄断企业生产供给的。当前,在国际市场上,一些关键的技术和知识产权的垄断越来越成为商品生产垄断的核心因素。那些垄断了产品关键技术的跨国企业,垄断了商品的生产与销售,逐渐形成了国际垄断价格。虽然国际垄断价格与国际生产价格的形成与特点不同,但它们都是商品国际价值的表现形式。

从以上商品贸易的国际价值转形可以看到,不同模式下的商品的国际价值转形过程中差异较大;相对货物贸易而言,商品的国际价值向国际生产价格转形需要一个更长的过程;一旦商品的国际价值转形为国际垄断价格,其商品价格就会出现长期偏离国际价值的现象。

(二) 商品在国际交换中的价值转移

1. 马克思关于部门间的价值转移理论

马克思认为,部门间的价值转移是由竞争引起的。具体来说,在商品市场上,由于各生产部门的资本有机构成和资本循环周期不同,同量资本在不同部门所获得的利润不同。那些技术设备先进的部门,资本有机构成高,同一资本所使用的劳动者数量较少,在技术进步和劳动生产率的提高只影响劳动的客观条件的情况下,虽然这些部门劳动生产率

也高,单位时间内生产的使用价值量多。但由于它们所使用的活劳动较少,创造的价值也少,利润率较低;而那些技术设备落后、资本有机构成低的部门,同一资本所使用的劳动者数量较多,虽然它们的劳动生产率较低,但由于所使用的活劳动较多,创造的价值也多,这些部门的利润率也高。在这一情况下,资本的逐利本性会导致部门间的竞争,引发部门间的资本流动即投资转移,即竞争会促使资本从技术设备先进、资本有机构成高的部门转移到资本有机构成低的部门。其结果使得各部门创造的剩余价值参与全社会利润率的平均化,各部门的资本按平均利润率获得平均利润,即等量资本获得等量利润。显然,是竞争引发的等量资本获得等量利润的规律促使剩余价值在部门间重新分配,导致价值从资本有机构成低的部门转移到资本有机构成高的部门。

2. 服务贸易国际价值转形中的价值转移

(1) 剩余价值率不同导致服务生产资本跨国流动的情形

在国际市场上,同制造业一样,服务业中各行业的利润率也存在差异,发展中国家和发达国家之间的剩余价值率明显不等。由于资本的逐利本性,国际服务业资本会自动向利润率高的国家流动,这就产生了服务业的对外投资(FDI),这种服务业资本国家间转移过程也是国际生产价格的形成过程。在通常情况下,发达国家的服务业尤其是现代服务业具有先进的生产设备和技术流程,供给商品服务的有机构成通常高于发展中国家,因此,在不考虑国家间工资率差异而仅仅考虑国家间剩余价值率不同的情况下,也会有落后国家的国别价值转移到发达国家去。

在高素质、高人力资源结构下的新型生产性服务业、知识型服务业远远超越了传统的消费性服务业的情况下,国际生产价格的形成会具有一些特殊性。

首先,在服务商品生产和服务贸易中,相对于不变资本,高素质的劳动力是核心。高素质的服务人才直接影响到单个企业或国家的劳动生产率,从而最终决定了商品价值和国际价值的高低。因此,在服务商品价值向生产价格转形过程中,落后国家的劳动生产率就成为一个关键性因素。随着发达国家服务生产资本进入落后国家,虽然会提高落

后国家的资本有机构成,却不能很快地提高其服务业的劳动者素质和劳动生产率,在服务商品国际价值向生产价格转形过程中,落后国家服务业被转移的价值会更多。

其次,服务业的社会化大生产程度在发达国家和落后国家不一样。生产社会化主要表现在以下几个方面:生产资本和高素质的劳动力在企业中进行规模化生产;专业分工深入发展,各产品之间生产协作更加密切;通过各产品市场化后的市场调节使生产各环节成为一个不可分割的整体。而生产社会化主要是通过两种方式表现出来:生产集中化和社会分工的发展。这两种方式都可以大大提高劳动生产率。生产集中化可以提高劳动的社会生产力,而社会分工则可以提高个别劳动生产力。“对于落后国家的服务业来说,如果其服务产品的生产环节相对发达国家来说没有完全纳入社会化大生产体系,那么发达国家生产资本进入落后国家提高资本有机构成之后,将不能通过规模效应和专业化社会分工带来某服务业整体劳动生产率的提高。”^⑩而落后国家的社会化大生产程度较低,其服务业某些环节或多个环节长期不能纳入社会化大生产体系,整个行业的劳动生产率就会长期处于低端锁定状态,典型的例子如我国的制造业和与之匹配的生产性服务业之间的脱节。这可能使发达经济体和落后经济体之间的服务业劳动生产率出现长期得不到缩小的情况,从而导致在国际生产价格形成过程中出现长期从落后国家向发达国家转移国别价值的现象。

(2) 服务贸易国际价值向国际垄断价格转移的情形

对于那些知识技术密集型服务贸易商品,在其国际价值向国际垄断价格转形过程中,由于某种商品的国际市场是由不同的国别市场构成,而国际市场的分割程度要远高于国内市场,此时,垄断厂商可以根据不同的国别市场供需情况进行歧视性差别定价,从而最大限度地攫取消费者剩余。在这些商品的国际交换中,自然存在垄断势力引起不平等交换的价值转移。总起来说,服务商品国际价值的转形过程并非同步的,一些竞争性较强、流动壁垒少的服务商品已经处于向国际生产价格转形的过程中,而一些流动壁垒较多的服务商品仍将处于国际价值的状态。对于那些处于国际价值向国际垄

断价格转形过程的服务商品,发展中国家将受到不平等交换和垄断定价下的价值转移。

四、当代服务商品国际价值的特点引发的启示

相对于“中国制造”,我国服务贸易起步较晚,总量远落后于货物贸易,可喜的是,近几年来发展速度很快。在我国的服务贸易中,劳动、资源、资本密集型的传统服务业比重较高且持续顺差,知识技术密集型的现代服务业比重较低且持续逆差,服务贸易总体也呈现持续逆差的状况。此外,我国服务贸易的伙伴集中在港、欧、美、日等发达经济体,其他地区很少。在当前调整经济结构、转变发展方式的背景下,研究当代服务商品国际价值的特点,联系我国的具体实际,对于我国服务贸易的发展和外贸增长方式的转变,具有重要的启示。

(一) 培养高素质的服务人才,加强科技创新是根本

服务贸易竞争力大小取决于劳动生产率的高低,当今服务贸易领域居主导地位的国家都是科技创新多、劳动生产率高的发达经济体,如美、德、日、英等国。与发达经济体相反,我国服务贸易目前的比较优势主要还在于传统的劳动密集型服务行业,技术知识密集型的服务业依然处于比较劣势。因此,国家在发展现代制造业的同时,应该对服务业和服务贸易在制度安排和政策取舍上更加重视。把增强自主创新能力作为调整经济结构、转变发展方式和推动服务贸易健康发展的中心环节,通过科技创新提高劳动生产率,提高用于国际交换的产品技术层次。为此,政府和企业均要建立、健全相应的制度机制,加大投入,促进科技自主创新,改变出口商品的国别价值构成,创造有利于自己的交换条件。尤其要注重树立人才理念。须知,服务贸易的竞争就是服务型人才的竞争,加快知识技术型、外向型的高级服务人才的培养和造就就是科技创新和提升劳动生产率的关键。

(二) 逐步打破国内服务业垄断,积极参与国际竞争

等量资本获得等量利润是经济规律的客观要求,尽管服务生产资本的跨国流动存在着各种各样的障碍,但这不影响国际价值的转形趋势。我国一些服务行业开发程度不高,此外,还有相当一部分服务业存在各式各样的国内垄断,比如通讯行业、

保险金融行业、电影文化行业等。因此,必须逐步在国内打破服务行业的垄断、地区封锁和部门分割,构建良好的国内市场秩序,形成统一、竞争、有序的国内市场。同时,应根据国内市场的发展水平扩大服务贸易领域的开放度,扩大服务商品的进出口,尤其要鼓励和引导有较强竞争优势和管理能力的服务贸易企业赴境外投资,大力推动我国服务贸易的发展。

(三) 拓展多元化的市场以更大程度实现比较优势

劳动生产率的高低差别不仅决定了商品在国际市场上的竞争力,而且决定商品国别价值及其实现程度的高低。目前,在国际市场上,不同国家的劳动生产率呈现出由高到低的阶梯,在这个阶梯中,发达国家在国际服务贸易中处于优势地位,落后国家处于劣势地位,而新兴经济体如我国的劳动生产率正处于两者之间,因此,我国的服务贸易政策的制定可以有更多样的选择。除了通过科技创新和引进发达经济体外资提高劳动生产率、促进我国服务贸易发展之外,我国还可以优先选择“走出去”,投资到劳动生产率相对低的落后国家,从而实现我国的比较优势。当前我国服务贸易额的相当一部分集中在香港和部分发达经济体,这种过于集中的贸易模式具有局限性,有待于通过实施多元化的服务进出口政策来改变。

(四) 大力发展与制造业相关的生产性服务贸易

按照美欧等发达国家的服务贸易的发展轨迹,物质产品的生产是服务业和服务贸易发展的基础。目前我国服务贸易额只占贸易总额的10.9%,货物贸易中有半壁江山是“三来一补”的加工贸易,而目前全球国际服务外包总额占中国服务贸易进出口总额的比例为16%,所以即使我国承接了全球的服务外包业务,相对于庞大的“中国制造”规模而言,这仍然是一个非常小的规模。还有,我国国内的生产性服务贸易集中度较低,而且大部分高端服务贸易都掌握在发达经济体手中。可以看到,由制造业上、中、下游衍生出来的多种多样的生产性服务业规模是巨大的,因此,在我国向“中国服务”发展的过程中,应该大力发展制造业衍生出来的服务贸易,从而走上“中国制造”和“中国服务”相互促进的良性循环。

注释:

①陈永志:《新时期国际价值的变化与国际价值论的发展》,《经济学家》2009年第6期。

②陈永志:《当代服务业的发展与马克思服务劳动理论的创新》,《福建论坛·人文社会科学版》2012年第1期。

③数据来源:中华人民共和国商务部数据及统计资料。

④马克思:《马克思恩格斯文集》第8卷,人民出版社2009年版。

⑤谭晓军:《马克思主义经济理论中的一个重要命题》,《马克思主义与现实》2008年第2期,李慧中:《国际服务贸易》,高等教育出版社2012年版。

⑥陈永志:《劳动价值论的创新与发展研究》,福建人民出版社2010年版。

⑦王述英:《服务劳动也是生产劳动》,《经济学家》2002年第1期。

⑧商务部划分的服务贸易类别为:运输服务、旅游、通讯服务、建筑服务、保险服务、金融服务、计算机和信息服务、专有权利使用费和特许费、咨询、广告宣传、电影音像、其他商业服务。

⑨杨圣明:《马克思国际价值理论及其中国化问题》,《经济学动态》2011年第8期。

⑩境外消费是指一成员的服务提供者在其境内向来自任何其他成员的服务消费者提供服务,以获取报酬。例如:病人到国外就医;旅游者到国外旅游;学生、学者到国外留学进修等等。

⑪指一成员的服务提供者另一成员境内设立商业机构,为其境内的消费者提供服务。商业存在可以由东道国人员组成,也可由外国人参与,但这些外国人应以自然人流动方式提供服务。例如,一成员的银行或保险公司到另一成员境内开设分行或保险公司,提供金融、保险服务。

⑫指一成员的自然人(服务提供者)到任何其他成员境内提供服务,以获取报酬。例如专家教授到国外讲学、作技术咨询指导,文化艺术从业者到国外提供文化、娱乐服务等等。

⑬马克思:《马克思恩格斯全集》第26卷,人民出版社1974年版。

⑭马克思:《资本论》第3卷,人民出版社1966年版。

⑮李翀:《马克思主义国际贸易理论的构建》,中国财政经济出版社2006年版。

⑯⑰刘航:《服务产品国际价值的转形和国际转移及对中国服务贸易的启示》,《马克思主义研究》2012年第2期。

(作者单位:厦门大学经济学院,福建 厦门 361005)

(责任编辑:陈燕)