文章编号:1002-980X(2007)04-0098-05

经纬度延伸:发展劳动价值论

洪世勤[1],朱孝忠[2]

(1.合肥学院 经济系,合肥 230601;2.中国社会科学院 研究生院,北京 100732)

摘要:依据卫兴华教授的《劳动价值论需要创新与发展》一文的结构框架,提出用"经纬度延伸"这一核心思路来解决劳动价值论的矛盾问题。本文认为,传统的关于"商品生产"的劳动价值论是狭隘的,应该经度由生产延伸到流通,纬度由商品延伸到服务,从而形成完整意义上的劳动价值论。在构建了新框架体系基础上,还探讨了其它相关问题,证明根据"经纬度延伸"这一思路能够对劳动价值论中现有的矛盾进行合理的解释。

关键词:劳动价值论;经纬度延伸;流通价值;服务;商品

中图分类号:F240 **文献标志码**:A

1 研究劳动价值论的共同前提

对于劳动价值论的各种研究,首先必须有一定的共同基础,正如任何科学中的共同假设一样,在大家都承认的基础之上进行探讨和研究,才有意义。否则大家没有一个共同的前提,各人提各人的条件得出各人的结论,也就不具备学术探讨的共同基础和平台了。首先我们必须明确劳动价值论研究的目的和意义所在。按照马克思的原意,劳动价值论不是研究劳动去创造价值的问题(劳动→价值),而是研究价值的来源,从而确定价值实现后的归属的问题,实际上就是论证价值的唯一来源是劳动的问题(价值→劳动)。换句话说,我们研究的目的不是替所有的劳动去找它们子女的问题,而是替市场上出现的价值寻找其父母的问题。所有的人都有父母,但并不是所有的人都有子女!这是我们必须达成的第一个共识。

其次对于劳动价值论的所有研究,还应该从概念上达成共识,即对"劳动"和"价值"这两个范畴的正确理解。它们是贯穿整个研究的概念框架,对其必须有深刻的把握。卫兴华教授在文章中对"劳动"的范畴已经作了科学的论述,这里笔者就不重复了。我们来看看"价值",价值是凝结在商品中的无差别的人类劳动,在其本质上反映的是人与人之间(商品生产者之间)的经济关系,我们研究这种关系,为的就是理清这种关系从而解决价值实现后的归属问题。这和我们平常所说的价值不是一回事。比如我们说一个古董"价值连城",我们的意思并不是里面凝结了多少无差别的人类劳动,而是其使用价值!这是必须进行区分的问题,不能把日常语境中价值的涵义与政治经济学中的价值范畴相混淆!但所有人包括劳动价值论的研究者都生活在日常生活中,不可避免地要受到影响,这就要求我们在思考时尽量保持客观!

使用价值与价值是本质不同的范畴,这是政治经济学的常识问题。这种质上的不同,大家很容易接受。但两者在量上的区别却常常被大家忽视。在大家的潜意识里,都有这样一条规则:价值量和使用价值是共增的。也就是说,一件物品价值量增加的同时,使用价值必须随之增加。使用价值和价值质上根本就不是一回事,又何来量上的同比例关系?因此,我们必须明确,使用价值和价值在量上不是共增的,这是我们必须达成的第二个共识。

2 劳动价值论的经纬度延伸

传统观点只承认商品生产才创造价值,这里我们分别从经度上将生产延伸到流通,从纬度上将商品延伸到服务来进行考察。

2.1 经度延伸:生产价值→生产价值+流通价值

商品一般要经过两个阶段——生产领域和流通领域,才能到达最终消费者手中。传统观点认为,只有生产领域的劳动才创造价值,流通领域的劳动不

收稿日期:2006-12-25

作者简介:洪世勤(1968-),女,安徽巢湖人,合肥学院经济系讲师,产业经济学硕士生,主要从事高技术产业与资本市场研究;朱孝忠(1980-),男,安徽无为人,中国社科院博士生,主要从事风险投资与科技创新研究。

© 1994-2009 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

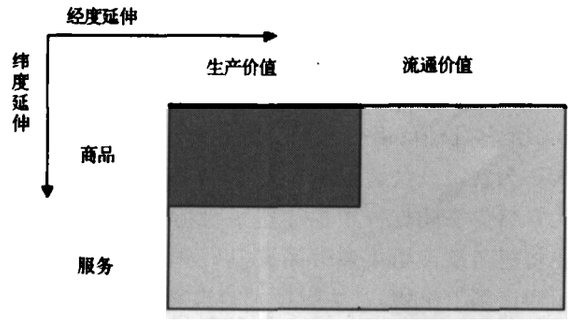

图1 劳动价值论的经纬度延伸

创造价值,商业资本家获取的剩余价值是由产业工人创造的,是产业资本家让渡出来的。这样一来,便造成许多内在矛盾,使劳动价值理论无法解释现实中存在的现象[1]。笔者认为,解决的唯一办法就是承认商业工人同样创造了价值,商品在流通中同样发生了价值增加(而不是所谓的"让渡")。那么这种理论假设是否正确,唯一的检验标准就是看它是否能解释现实问题。下面我们进行解释。

我们的观点是:商品的价值由生产价值和流通价值共同构成。这里引入"流通价值"的概念,代表商品在流通过程中发生的价值增加部分(永不消失的出厂价与零售价之间的差额)。这里流通过程指商品从生产者手中出售后到最终消费者的过程,包括运输、仓储、销售等环节。流通价值中的一部分来源于流通工人的劳动,即商品中凝结着流通工人的无差别的人类劳动。另外一部分来源于流通领域中投入的机器设备等资本。就是说,流通领域的资本价值和生产领域的资本价值一样,也转移到商品中去了,也就是一件商品在流通领域中所发生的价值增加部分=流通工人创造的价值+流通资本转移价值。

有人肯定反对,商品在流通领域中"根本没发生变化",价值怎么会增加呢?这里我们就要用我们前面提到的第二个共识来解释。商品的使用价值和价值不是一回事,它们在量上不是共增的。商品价值量的增加无须以使用价值的增加为前提。因此,商品在流通领域中使用价值没有变化,并不能说明价值也没有变化。从另一个角度来看,流通领域中商品本身虽然没有发生变化,但其位置发生了变化。位置的改变往往具有决定意义。我们都知道,碳和金刚石都是由C原子组成,仅仅因为C原子的空间排列位置不同,性质就截然不同!因此我们断言,商品位置的改变与商品本身的改变具有同样的意义。

以物流企业为例,其运输工具——货车(不能视为消费资料,因为它没有给人带来需要的满足)从使用到报废,其所有价值都转移到被运输的商品中去了。这和生产领域中的固定资本没什么两样,尽管商品中不含有它们的一个原子,但都吸收了它们的价值。有人也许会说,它们一个促进了产品的生成,另一个却没有。前面已经论述了,改变了产品的位置呀,位置的改变意义重大。正如把食物从碗里运送到胃里一样,两个位置有着本质的不同。如果还要反驳,那么生产过程中,从一个车间运送半成品到另一个车间的小推车或机械手与流通领域中的货车又有什么区别呢?不也纳入了固定成本,转移到商品中去了吗?

2.2 纬度延伸:商品→商品+服务

服务与商品的最大区别在于服务是无形的,不能存储的(关于服务、商品和劳动三个范畴的详细讨论请参考本文第四部分)。卫兴华教授在文章中举例说,专家学者的高水平报告只有整理成有形的书籍作为商品时才具有价值,报告本身和广播节目一样是不具有价值的[1]。难道只有看得见摸得着的东西才算商品吗?听得见的东西(报告广播)就不是商品吗?那么有一个问题,电子版图书、数据库却是看得见但摸不着的,那它是商品吗?很难回答。实际上,以上这种狭义商品的概念就是"看得见摸得着有形的东西"。商品的定义应该从其本质来寻求,而不是仅仅依据其现象或形式。商品的本质定义应该是用来交换的使用价值。正如书籍,人们买它要的并不是它有形的东西,恰恰相反,要的是它所包含的无形的东西。这里我们认为,狭义概念的商品与服务在本质上是同一的,所以笔者引入广义的商品概念,广义商品=狭义商品+服务,这样一来,广义商品就囊括了市场上出现的所有的价值,为以后分析提供了方便。

卫兴华教授在文中讨论了广播劳动是否创造价值的问题。笔者认为这一思路似乎离开了我们的第一个共识。我们不是去研究每一种劳动是否创造了价值的问题,我们首先应该看是否存在价值,如果存在,那我们就去寻找其来源。一切市场化的广播事业都创造了价值(非市场化的如行政性质的等不参加市场交换,不创造价值),这是不可否认的。那这种价值来源于什么呢?只能来源于广播工人的劳动(还包括广播资本转移的价值)。至于广播劳动创造的价值,也是可以衡量的。价值可以近似地从收听率所导致的广播事业收益中(如广告费等)反映出来。我们不能保证每次节目都能获得与其价值相当

© 1994-2009 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

的广告费，但从长远来看，从整个广播业来看（价值是由社会必要劳动时间决定的），收听率和广告费绝对是正相关的，而收听率的高低与节目价值的大小也是正相关的。这样广告费多少就可以近似反映节目价值的大小。让人迷惑的原因在于这里存在的交换关系不是直接的，而是间接的。如图2所示，广播台向听众提供服务，听众通过厂商向广播台支付，完成交换过程。

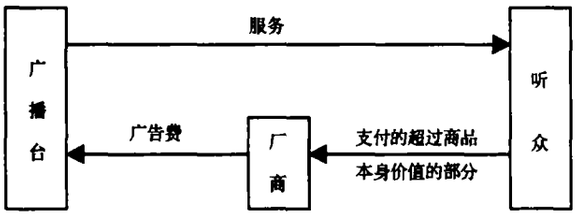

图2 广播台与听众间接交换关系图

下面我们开始用经过“经纬度延伸”了的劳动价值理论来解释现实中出现的矛盾问题。

3 生产工具、机器设备、自然界在价值创造中的作用问题

关于自然界在价值创造中的作用问题，我们分成两类：一是原材料的价值问题，二是生产过程与自然界相关的特殊商品的价值问题。

马克思认为，商品中的价值，一部分来源于原材料，原材料将自身价值转移到商品中去了。因此，原材料是有价值的。那么这种价值从哪里来？原材料的价值当然不可能来源于自然界，只能来源于人类劳动的凝结，这是由价值的定义决定的（自然界没有接受人的劳动凝结，不含有价值，因而也不会转移价值）。这里常常引起争论的原因在于没能区分“原材料”和“原始资源”这两个概念。原始资源只有通过人类劳动从自然界进入人类社会可以作为生产投入才能叫做原材料。这可以看作一个流通过程，在此过程中，原始资源的价值为零，人类的在采掘过程中投入的劳动凝结成新价值，采掘原始资源的机器设备的价值发生转移，共同构成了原材料的价值。与此同时，原始资源的使用价值也转移到原材料中。注意：如果原始资源和原材料除位置之外的其它特性发生了变化，那我们就要增加一个生产过程。例如，原油从地下开采上来，形成原材料，这是一个流通过程（价值增加－流通价值）；再进行提炼，形成商品（对其它厂商来说它还是一种原材料），就是一个生产过程（再次价值增加－生产价值）。就是说，流通过程和生产过程可能是由一个厂商完成的，但我们在进行分析时要能区分开来。

下面来分析生产过程与自然界相关的特殊商品，比如树木。农民买树苗花了5元钱，成材后卖100元[1]，价值（由价格反映）发生了巨大变化。有人认为农民只是植树苗时花了一点劳动，所以误以为自然界在此过程中也创造了价值。其实不然，农民将树苗从市场买来带回家，以及木材成熟后砍倒运到市场上出售，这中间投入的流通价值（包括人类劳动凝结的新价值和斧头货车价值的转移）是必须要计算进去的。其次，树苗成长过程中的保护和照看，难道不是投入劳动吗？如果说不需要的话，那世界上怎么还会有护林员这一职业呢？就算农民树栽下后都不照顾，可是所有的树苗都能成活吗？都能成材吗？这样“平均”起来，其社会必要劳动时间并不少。否则的话，为什么不是全民都种树致富呢？相反，农民对种树很不积极！另外一个是茅台酒的例子。茅台酒随时间而增加的价格，一方面是由于物以稀为贵，时间越久，价格与价值偏离越大；另一方面，窖藏保护工作也投入了人类的劳动，且窖藏保护所投入的资本价值也转移到茅台酒中去了。自然界在此过程中不创造价值！

生产工具机器设备同样也不创造价值，只是转移价值。比如电脑不论是在生产还是流通领域，它都是将自身价值转移到商品当中，而不创造价值！那人们为什么还要制造这些机器设备呢？这是因为机器设备能使人的劳动更复杂，吸收人的更多精力，从而使人创造的价值更多！如果机器设备真能创造价值，真能创造比人更多的价值的话，那为什么机器设备不是越先进越好呢？为什么发展中国家要采用适用技术而不是先进技术呢？成本呀！成本（这里单指不变成本）是什么？就是用来转移的价值！生产出的商品中包含着的并不都是新创造的价值，还有机器设备转移来的价值。机器设备的价值越大，商品中被转移来的价值份额就越大，而新创造的价值就份额越小。正因为科技成本具有自身不创造价值、使雇员人数减少、使劳动复杂化的特性，资本家才会在雇员人数和单个雇员价值创造量之间取得平衡，以获得最大的价值创造总量和剩余价值！我们用T代表技术，N代表雇员人数，则N是T的减函数：$N = N(T)$，表明技术越先进，所需雇员越少；用v代表单个雇员价值创造量，则v是T的增函数：$v = v(T)$，表明技术越先进，雇员人均价值创造量越大；用V代表价值创造总量，则 $V = N(T) \cdot v(T)$，我们的目标就是求出一个T使得V获得最大值。

© 1994-2009 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

4 其它相关问题

4.1 价值创造和实现的问题

传统观点认为,商品的价值在生产领域创造,在流通领域实现。我们的观点是:商品的生产价值部分在生产领域中创造和实现,商品的流通价值部分在流通领域中创造和实现。商品生产者生产出了商品(创造了价值),经过交易,商品进入到流通领域,一旦交易完成,就是实现了价值。而在流通领域,商人从生产者手中购得商品,是作为一种成本(用来转移的价值),然后他雇佣工人投入劳动,使商品发生变化(位置、包装、乃至消费者对商品的看法等),实现增殖,然后卖给最终消费者,一旦交易完成,也就实现了价值和价值增加。这与生产者其实一样,都是买来原材料或商品等用来转移的价值(成本),投入劳动,进行交易,获得价值和价值增加,实质并没有任何不同。每一次市场交易的完成,都是价值的实现,不论是供应商与生产商之间;生产商与销售商之间;销售商与消费者之间。一句话,商品的价值在同一过程中创造和实现。

否则如果按照传统观点,有些商品可能永远没有实现其价值的一天。打个比方,西周时代我们一位伟大的祖先甲制作了一件青铜器,拿到市场上交易,被另一个聪明的祖先乙收藏了(因为祖先乙预测到若干年后这件青铜器将是一个古董,可以卖个好价钱),我们告诉祖先甲,你的商品价值没有实现;不久这件青铜器以更高的价格又被另一个人买走了,可是还没有到最终消费者手中,因为谁也不知道最终消费者在哪里,于是我们又去告诉祖先甲,你的商品价值还是没有实现;这样经过了几千年,青铜器经过了无数人的手,今天躺在一个私人收藏家的柜子里,但谁也不知道私人收藏家是用于投资还是消费,我们还去告诉我们的祖先甲,你的价值还没有实现呀,我们的老祖先恐怕要永不瞑目了。

4.2 商业剩余价值的问题

依据前文的分析,与生产领域一样,商品在流通领域的价值增加部分减去资本转移价值和劳动力价值后的余额就是商业剩余价值。

商品流通领域中的价值增加部分 = 流通工人创造的价值 + 流通资本转移价值

商业剩余价值 = 商品流通领域中的价值增加部分 - 流通资本转移价值 - 劳动力价值 = 流通工人创造的价值 - 劳动力价值

4.3 服务是否创造价值的问题

"服务有价值或价格,同服务创造价值是不同的问题。"[1] 而学术界却有许多学者在论证服务是否创造价值的问题。产生分歧的真正根源在于对服务的范畴界定不清。一种观点认为服务是和劳动平行的概念范畴,一种观点认为服务是和商品平行的概念范畴。前者认为服务也是劳动,所以服务创造价值。后者认为服务也是商品(广义),所以和狭义商品一样,服务包含价值,但不创造价值。

我们赞同后一种观点。服务不是劳动单独完成的,它需要各种设施和工具的辅助(由劳动单独完成的服务不能说没有,但情况极少,只能算作特例,不能把特例当成事物的本质)。以理发为例,除了理发工人的劳动,还需要许多理发工具的"工作",它们共同形成了理发服务,为顾客所消费。理发服务作为一个整体,具有不可分性。因此,我们说服务与商品具有同一性(共同构成广义的商品)。劳动加不变资本生产出商品,劳动加不变资本也"生产"出服务,商品和服务包含价值,如图 3:

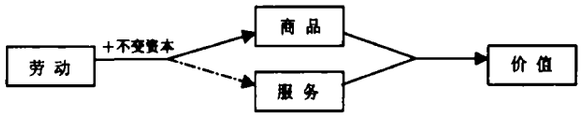

图 3 服务也是商品包含价值

正如商品自身不创造价值一样,服务自身也不创造价值。他们都是包含了劳动创造的价值。所以"服务价值论"的提法是不正确的,如果一定要突出服务,应该是"服务劳动价值论",那么传统的劳动价值论相对应就可以称为"商品劳动价值论"。"商品劳动价值论"和"服务劳动价值论"共同构成完整的"劳动价值论"。

5 理论体系概要及结论

1)两个共识。第一个共识:研究思路是从价值到劳动,不是从劳动到价值;第二个共识:使用价值和价值在量上不是共增的。

2)两个定义。我们在前文给出了两个新定义——广义"商品"和不变"成本",这两个定义是进行劳动价值论经纬度延伸的基础。市场上一切价值在到达消费者时,都以包含在商品和服务中的形式出现。商品和服务的本质具有同一性,都是"用来交换的使用价值",这为我们进行劳动价值论的纬度延伸提供了基础。生产领域和流通领域的成本(这里指除劳动力以外的一切投入如机器设备等),其本质都是"用来转移的价值",而在两个领域劳动都是被

© 1994-2009 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

用来创造新价值的，这为我们进行劳动价值论的经度延伸也提供了基础。经度和纬度的同时延伸构成了完整意义上的劳动价值论。如图 4：

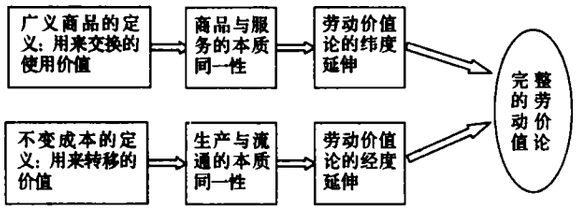

图 4　完整意义上的劳动价值论

3)价值来源构成(如图 5)。

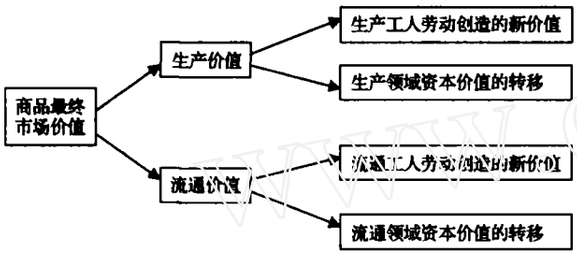

图 5　价值来源构成

4)劳动价值论研究的仅仅是和价值有关的那部分劳动，不是所有的劳动！所有非市场化的劳动都不创造价值，但创造使用价值(物质财富和精神财富)。

5)自然界不创造价值，所有与自然界有关的商品的价值必须由社会必要劳动时间决定，而不是由某些“特殊的”个别劳动时间决定。

6)生产工具、机器设备只转移价值不创造价值，但能使人的劳动更复杂，“吸收”更多价值。

7)服务是和狭义商品平行的范畴，不是和劳动平行的范畴，它由人类劳动的凝结和不变资本的转移共同构成。

8)每一次市场交易的结束，都是价值的实现，不论是生产领域还是流通领域。可用最简单最典型的流程表示如图 6：

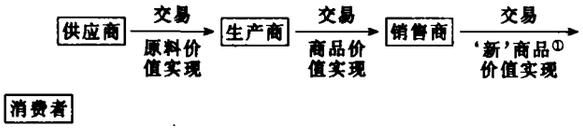

图 6　市场交易价值实现流程图

9)在前文中为了说明问题的针对性和论述的方便，我们只对劳动价值论进行了前向延伸，即只考虑了商品成品生产出来之后的流通过程。实际上，在此之前的流通过程也具有同样的性质。所以完整的经度延伸应该如图 7：

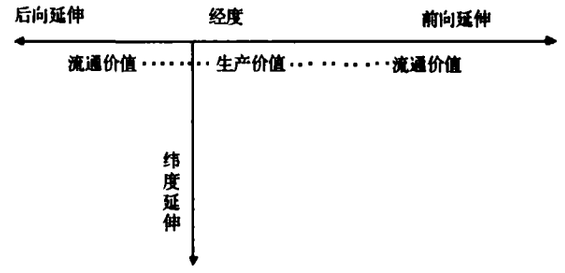

图 7　完整意义上的经度延伸

价值变化过程如图 8(括号中为价值量)：

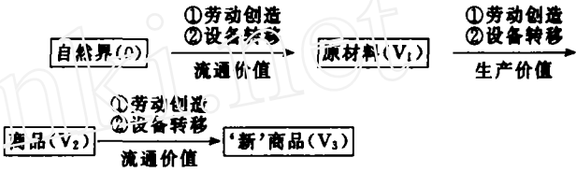

图 8　经纬度延伸意义上劳动价值论中价值变化过程

在现实中，商品整个生命过程的起点都是自然界，终点是消费者。在这一过程中，存在许多生产和流通环节，上图所示的仅仅是最初的三个环节，后面可能还有许多环节。在每一个环节都投入了人类劳动和资本设备，人类劳动创造新价值，资本设备转移自身价值，每经过一个环节商品所包含的价值增加一部分，直到商品被消费掉为止。

参考文献.

〔1〕卫兴华. 劳动价值论需要创新与发展[J]. 经济学家，2004(1)：16.
〔2〕马克思，恩格斯. 马克思恩格斯全集(第 23 卷)[M]. 北京：人民出版社，1972：52，56，58，59，66，91，424，562.
〔3〕马克思，恩格斯. 资本论(书信集)[M]. 北京：人民出版社，1973：132.
〔4〕马克思，恩格斯. 马克思恩格斯全集(第 26 卷Ⅱ)[M]. 北京：人民出版社，1973：183.
〔5〕马克思，恩格斯. 马克思恩格斯全集(第 26 卷Ⅲ)[M]. 北京：人民出版社，1974：476.
〔6〕马克思，恩格斯. 马克思恩格斯全集(第 25 卷)[M]. 北京：人民出版社，1974：728.
〔7〕马克思，恩格斯. 马克思恩格斯全集(第 26 卷Ⅰ)[M]. 北京：人民出版社，1972：74，75.
〔8〕陈征. 劳动和劳动价值论的运用与发展[M]. 北京：高等教育出版社，2005.
〔9〕白光. 现代政治经济学基础理论教程[M]. 北京：中国人民大学出版社，1998.

(下转第 108 页)

注：①这里的‘新’商品是指在流通领域中本身没有变化，但位置或在消费者心目中的形象等方面发生了变化的商品。

© 1994-2009 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

竞争，优化了区域旅游资源空间配置，从而实现旅游生产力空间布局合理化。另一方面，增设社会综合资产①(Social Comprehensive Capital. 简称 SCÇ)作为考核地方政府政绩指标。在旅游业的发展过程中，旅游资源，尤其是那些不可再生的人文旅游资源，一旦破坏或者污染，就会永久性地减少当地的社会综合资产。地方政府为了保持或增加本地社会综合资产，在发展旅游业的过程中，会更加注重保护旅游资源，并采取有效措施促进旅游业的和谐发展。

参考文献.

〔1〕张建. 重视区域旅游合作开发中的行政区划因素[J]. 社会纵横，2005(1)：56－57.
〔2〕周敏. 构建中国的现代行政文化[J]. 山东科技大学学报：社会科学版，2001(3)：34－35.
〔3〕秦学，刘君德."行政区经济"现象在我国旅游业中的表现及其负面影响[J]. 学术研究，2003(12)：36－39.
〔4〕孔玥彬. 传统行政文化的负面影响及其对策[J]. 文化，2005(8)：134.
〔5〕徐凤华，王俊杰."十一五"规划指标体系更新与地方政府绩效考核改进[J]. 中国工业经济，2006(220)：5—7.
〔6〕周文兴，张涛，刘畅. 论地方政府在区域合作过程中的行为——以重庆与长江上游其他省市关系为例[J]. 重庆工商大学(西部论坛)，2006(2)：50.
〔7〕黄彰. 政府行政决策体制优化途径[J]. 黑龙江对外贸易，2005(134)：53.
〔8〕吴必虎. 区域旅游规划原理[M]. 北京：中国旅游出版社，2002：27—41.
〔9〕刘锋. 新形势下的中国旅游规划创新[M]//旅游规划的理论与实践. 北京：社会科学文献出版社，2004：245.
〔10〕魏小安，冯宗苏. 中国旅游业：产业政策与协调发展[M]. 北京：旅游教育出版社，1993：205－206.
〔11〕罗明义. 旅游经济学[M]. 上海：复旦大学出版社，2004：233－235.
〔12〕蒋祖云. 发展风景旅游区域协作之浅见[J]. 浙江经济，1995(5)，54—56.
〔13〕刘俊德，陈占彪. 长江三角洲行政区划体制改革思考[J]. 探索与争鸣，2003(6)12—14.
〔14〕宋遵涛. 关于建立完善政绩考核体系的思考[J]. 理论前沿，2004(17)：32－33.

Research on the Regional Tourism Non-cooperation Based on the Theory of Administration

XIONG Yuan-bin, LI Hong
(Economics and Management School of Wuhan University, Wuhan 430072, China)

Abstract: With the globalization of the world economy, the cooperation and collectivity of the regional economy are seriously being intensified. The regional tourism cooperation has no exceptions. But, the non-cooperation among the administrative areas is the remarkable practice in the course of the development of regional tourism cooperation in China. In this article, from the point of view of the Theory of Administration, the practices existed in China are listed out and then analyzed. Finally, the best solutions to this problem are brought forward.

Key words: regional tourism; non－cooperation; local government; theory of administration

(上接第102页)

〔10〕胡义元. 关于流通领域劳动价值论的思考[J]. 理论探索，2005(3).
〔11〕蒋少龙. 劳动价值论也应与时俱进[J]. 经济学家，2006(1).
〔12〕鲁从明. 坚持和发展劳动价值论及其重要的现实意义[J]. 中共中央党校学报，2006(2).

Longitudinal and Latitudinal Extension: Developing Labor Theory of Value

HONG Shi-qin[1], ZHU Xiao-zhong[2]
(1. Hefei University, Hefei 230601, China; 2. Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100732, China)

Abstract: Professor Wei Xinghua released his paper of " Labor Theory of Value Requires Innovation and Development " in " Economists " and in that paper he summarized some major aspects from which labor theory of value should be innovated and developed. According to its structure, this paper proposes a new notion—" longitudinal and latitudinal extension " —to solve these contradictory problems . Traditional notion about labor theory of value of " merchandise production " is so narrow that it should be extended from production to circulation in longitude and from merchandise to service in latitude, thus forming the "whole" labor theory of value. After building a new theoretical framework, issues such as the role of production tools, machines and nature in creation of value are discussed accordingly. The new notion shows its explanatory adequacy.

Key words: labor theory of value; longitudinal and latitudinal extension; circulation value; service; merchandise

注：①社会综合资产：是指一个国家或一个地区历年来积累的所有与旅游相关的国民财产和旅游资源的总和。

© 1994-2009 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net