

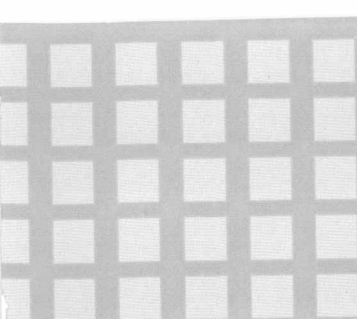
边际 可持续劳动 价值论

MARGINAL SUSTAINABLE LABOUR THEORY OF VALUE

贾华强 著



人民出版社



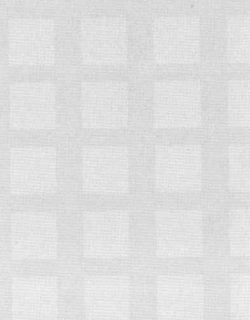
边际 可持续劳动 价值论

MARGINAL SUSTAINABLE LABOUR THEORY OF VALUE

贾华强 著



人民出版社



策划编辑:吴焰东

责任编辑:吴学金 吴焰东

封面设计:肖 辉

图书在版编目(CIP)数据

边际可持续劳动价值论/贾华强 著.

—北京:人民出版社,2008.8

ISBN 978-7-01-007237-1

I. 边… II. 贾… III. 劳动-价值论-研究 IV. F014.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 126779 号

边际可持续劳动价值论

BIANJI KECHIXU LAODONG JIAZHILUN

贾华强 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京市文林印务有限公司印刷 新华书店经销

2008 年 8 月第 1 版 2008 年 8 月北京第 1 次印刷

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32 印张:10.5

字数:240 千字 印数:0,001—5,000 册

ISBN 978-7-01-007237-1 定价:23.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

目 录 | CONTENTS

第 1 章 商品价格及其价值基础探析	1
1.1 市场经济运行离不开价格运动	1
1.2 经济学必须重视新时代的价格运行基础分析	2
1.3 影响价格变动的一般因素	4
1.4 价格是由供求关系决定的吗	6
1.5 价格是由商品效用决定的吗	8
1.6 边际效用价值论的错误	18
1.7 对萨缪尔森解决价值悖论方案的质疑	23
1.8 为什么我们需要探讨商品价值	26
1.9 探讨商品价值问题的理论前提	29
1.10 边际分析与超边际分析	34
1.11 研究对象的逻辑起点与终点	36
1.12 商品交换中的劳动价值逻辑	41
1.13 商品二重性的新表述	46
1.14 具体劳动或异质劳动	48
1.15 抽象劳动或同质劳动	49
1.16 物质要素不能够创造价值	51
1.17 “活劳动是价值的唯一源泉”论断的条件限定	56
1.18 所谓劳动的价值或价格	58

1.19	庞·巴维克的逻辑错误	59
1.20	商品价值的量态分析	61
1.21	供求变动对商品价值的影响	66
1.22	供求一致的真实含义	73
1.23	劳动价值论形成简史	74
1.24	马克思劳动价值论的若干方法论	77
1.25	对形形色色新价值论的质疑	84
1.26	对国内某学者一些观点的商榷	86
1.27	必须用严肃态度探讨马克思主义	95
第2章	可持续发展与可持续劳动	99
2.1	可持续发展观的由来	99
2.2	当代世界的可持续发展实践	101
2.3	中国的可持续发展实践	103
2.4	可持续发展的内涵	107
2.5	马克思、恩格斯的基本观点	109
2.6	可持续发展的衡量尺度	112
2.7	实施可持续发展的基本原则	114
2.8	发展与可持续发展之间不是对立的	117
2.9	可持续发展与科学发展观是完全一致的	120
2.10	科学发展观指导下的可持续发展规律	122
2.11	可持续发展对传统劳动价值论的挑战及应对	125
2.12	可持续劳动及其内涵	127
2.13	可持续价值与国际价值问题	130
2.14	基于可持续发展视角的若干经济价值论剖析	132

第 3 章 可持续生产要素分析	135
3.1 可持续劳动形成的基本要素	135
3.2 可持续劳动中的劳动者及劳动力	137
3.3 劳动力商品的二重性	141
3.4 劳动力价值	142
3.5 广义劳动力价值和狭义劳动力价值	146
3.6 对舒尔茨“人力资本”范畴的批评	147
3.7 马尔萨斯人口理论的破产	149
3.8 劳动者的收入问题	151
3.9 可持续劳动中的劳动对象	167
3.10 可持续劳动中的劳动资料	169
3.11 可持续劳动关系形成的原因	171
第 4 章 可持续劳动过程分析	173
4.1 可持续经济过程是循环经济过程	173
4.2 循环经济在当代的实践	175
4.3 循环经济的内涵与 3R 原则	176
4.4 唯物史观和辩证法视角的循环经济	180
4.5 对循环经济本身的经济学分析	182
4.6 劳力资本与物力资本	186
4.7 劳动力在可持续劳动中的作用	188
4.8 当今世界的企业社会责任	195
4.9 发挥劳动力的内在价值	202
4.10 如何看待“剥削”	206

4.11	物质资料在可持续劳动中的作用	210
4.12	企业物质购买和使用成本如何最小化	211
4.13	物力资本的价值转移特点	214
4.14	固定资产折旧后的副产品问题	219
4.15	对冯·纽曼折旧计算方式的商榷	220
4.16	个别成本小于社会成本的途径	222
4.17	劳动生产力因素及其在价值决定中的作用	224
4.18	无人工厂问题	229
4.19	资本分类的其他视角	231
4.20	联合生产问题	233
4.21	存量非可持续劳动的可持续补偿问题	237
4.22	可持续劳动对商品价值生产的影响	238
4.23	如何形成企业可持续劳动的内在动力	243
4.24	权责清晰度与权责对称率	246
4.25	新论点的应用	248
第5章	可持续劳动价值向生产价格的转化	253
5.1	狭义的和广义的劳动价值论	253
5.2	社会分工及其意义	255
5.3	生产性劳动和非生产性劳动	261
5.4	不同部门间的资本有机构成和周转速度差异	263
5.5	比较静态均衡下的简单劳动与复杂劳动及其 换算	265
5.6	比较动态均衡下资本的共产主义权利	270
5.7	价值转形分析前的说明	272

5.8 转形分析的资本价值结构	277
5.9 价值转形运动与资本的共产主义权利	279
5.10 竞争的作用	280
5.11 商品国内生产价格与可持续价值	282
5.12 商品国内生产价格的数量变动	283
5.13 价值转形是市场经济运行的客观过程	284
5.14 对剩余价值的分割	289
5.15 当今世界的经济全球化趋势	297
5.16 由国内生产价格转向国际生产价格	300
5.17 不存在国际价值问题	302
5.18 国际生产价格的来源	303
5.19 国际垄断价格及不平等交换问题	305
5.20 可持续劳动价值论对我国经济发展的启示	308
主要参考文献	313
后记	321

商品价格及其价值基础探析

1.1 市场经济运行离不开价格运动

放眼当今世界，在现有社会生产力约束下，占据统治地位的经济运行体制，最终被归结和收拢为市场经济体制。甚至在那些试图超越市场经济关系的国家中，经过或长时期或短时期的艰苦探索，最终也不得不向生产力发展的这一基本运行规律低头，不得不重新走向当今时代的市场经济康庄大道。从这个意义上说，市场经济就是我们现时代经济发展的主流经济关系，是当今各国发展道路上的一个一般，是我们现在还不能够跨越和告别的“卡夫丁峡谷”。

但这种“卡夫丁峡谷”的真实内涵，即使再迟钝的人也能够观察到，已经不仅仅局限于马克思运用这一概念时所特别指向的那种经济关系了，或者说，它已超越了马克思所指认的资本主义经济运动的这一特定历史阶段，而在内涵和外延方面，都有了不可避免的扩展。现代人类社会发展到目前为止的已有历程表明，在这一“卡夫丁峡谷”中，既有资本主义市场经济的历史发展过程，也有社会主义市场经济的历史发展过程，甚至还有其他既称不上典型的资本主义市场经济，也称不上典型的社会主义市场经济的市场经济发展

过程（如有些人所称的民主社会主义等）。这样，市场经济体制就以一种前所未有过的丰富多姿状态，超越了我们传统上对市场经济关系的那种凝固的，甚至在某种程度上带点僵化色彩的固有认识，超越了它与资本主义制度的内在联系，而成了我们这个时代中盛开着的五彩花朵了。

然而，仅仅看到时代的这一表象还是远远不够的，也是远远不够深刻的，或者说是极为肤浅的。在表象下面涌流着的波浪，是各市场经济国家共同的运行规律，共同的经济法则，这就是：它们的正常运行，都必须建立在以市场规则发挥作用为基础的前提下。而市场规则要发挥作用，它的核心的内容、关键的内容是什么呢？就是要有有一个能够引导资源进行较为优化配置的价格体系。没有这样的一种价格体系，或者这样的价格体系不够完善和有效，我们说，不管是哪种类型的市场经济国家，它们的“卡夫丁峡谷”也就必然会成为一道深深的峡谷，也就必然会使这些国家的人们在经济运行规律面前碰壁。从而，离跨越“卡夫丁峡谷”后的新社会也就更加遥远了。

正是在这个意义上我们说，这本书的研究对象虽然是传统经济学的研究主题，带有很大的抽象的、纯理性的成分，甚至在某种意义上说是不食人间烟火的深思静辨，但它对于我们时代来说，看起来显得很远，但实际上离我们很近。不信吗？请你静下心来，随笔者一同进入经济学宫殿的最深处之后，再回过头来观察一下我们的经济现实吧！

1.2 经济学必须重视新时代的价格运行基础分析

在现代社会中，经济学或者说政治经济学（现在人们往往把这两者相等同），是以研究市场经济条件下经济运行的基本规律为己

任的。然而在市场经济条件下价格所具有的至高无上的“幽灵”般作用，使得它即使在经济学的发展初期，研究者们也把对价格规律的探讨，把价格理论的分析，看做是经济学中最为基础的理论，看做是经济学大厦的基石。在这个意义上，人们本质上已把经济学看做是一门研究以价格规律分析为轴心来进行资源优化配置的学科了。这可以说，是任何一种经济学理论都绕不开也不可能绕开价格问题的原因所在。

毫不奇怪，经过数百年来经济学家们的不懈努力，经济学对价格规律的研究应当说相当深入了，其探讨文献可用“汗牛充栋”一词来形容。但另一方面，这种状况是否表明我们现在对这方面的认识已经无泉可挖、无水可涌，除了高山仰止地看着先人们的文献表示佩服、发愣之外，不会再有任何作为了吗？

也不是的。

这是因为，和以前相比，我们现在面临的新问题在于，在当今经济走向全球化和一体化的时代背景下，在可持续发展观念和社会责任意识日益深入人心的经济发展阶段中，在我国把科学发展观作为统领经济、社会发展全局的指导观念下，我们传统上对价格运动规律的认识和把握，是否已经或能够适应和反映出上述的时代要求呢？是否能够赶得上与时俱进的时代步伐呢？

笔者对此是持怀疑态度的。

笔者认为，尽管马克思主义经济学家及古典政治经济学家和现代市场经济分析学家们像拿着显微镜那样，都曾对价格运动规律进行过多种层次、多种角度的细致入微的观察、分析，对人们认识价格运动规律做出了不可磨灭的贡献，但由于时代的局限，他们的价格理论从今天时代发展的要求来看，没有也不可能把上述时代的新

要求，都纳入其理论体系中深入阐述，因而仍然有着进一步探讨和发展的余地。本书试图从今天时代发展的基本要求出发，来探讨我们今天应该具有的价格运行规律观，以及与此相适应的经济发展观。

1.3 影响价格变动的一般因素

提起价格，我们首先在直观上能够感受到的，是供求（供给与需求）关系对它产生的巨大影响。从经济学的角度看，即使是“供给”和“需求”这样一类人们最为熟悉的名词，也不是没有其限制条件的。在经济学的家庭中，供给是指有效供给，代表着某种商品的实际供应总量；需求是指有效需求，是指现实生活中人们对该商品有支付能力的需要量。因而经济学中所说的供求关系，就是指商品供应量与需要量之间的这种特定对比关系。当供应量大于需要量时，我们称之为供大于求；反之，当供应量小于需要量时，我们称之为供小于求。一般来说，供求关系所向我们显示出的基本景象是：供大于求，某种商品就会呈现出较低的价格走势；相反，如果供小于求，或者说求大于供，某种商品又会表现为较高的价格走势。

即使做最肤浅的考察，影响商品价格变动的因素，也不仅仅是供求变动这一个方面。在现实生活中，除了上述的因素外，同样还有其他的一些因素，对商品的价格变动、走势产生着实际的影响。例如，我们说，价格的高低，也会取决于货币价值的大小。这是因为在商品价值量不变和供求关系一致的情况下，商品价值量的高低，就取决于货币这一商品价值的大小了。因而，同样的商品，在

不同的货币币种上，所表现出的价格数值就是不同的，这通过汇率表就可以清楚地看出来。

又如，商品交易者之间的信息对称性，也会对某个交易的具体价格产生影响。如果一方了解该商品的真实成本，另一方则对该商品的内在价值一无所知，这样就是在供求关系相同的情况下，该商品的成交价格（人们一般称之为均衡价格），也会和该商品在信息对称情况下的交易价格不同。一般地说，信息越对称、越充分，该商品的成交价格就越会符合该商品的内在价值和供求关系。

再如，该商品交易者之间的讨价还价技巧，也会对某个交易的具体价格产生影响。在同样的商品、同样的出卖者、同样的供求关系下，不同购买者的讨价还价技巧不同，他们所成交的价格就可能有所不同，甚至会有很大的不同。有这样一个故事，说的是曾国藩率湘军对太平军的作战屡次失利，因而他在向朝廷写奏折时，就颇费心思，一群幕僚绞尽脑汁也想不出妥善的措辞，而曾国藩只改动了奏折中的两个字，就解决了这个难题，即把奏折中的“屡战屡败”改为“屡败屡战”！这两字的顺序之别，意味便截然不同，前者论理该罚，后者论情该奖。如果抛开这个故事本身，我们说，买卖者之间的交易，也同样存在着这样的道理。另外，就是买卖双方对对方的好感程度这一微弱因素本身，也会对价格的确定产生一定影响，人们能够体会到，漂亮的异性往往会使对方愿意以更低的价格出售某种商品，或以较高的价格购买某种商品。

又再如，商品价格的变化，还会受到法律或政策方面的限制。在市场经济关系中，尽管比较大量和一般的形式，其价格是由交易者双方来确定的，但也有一些商品的价格，是存在着法律或政策限

制的。例如，正常情况下，在一个市区内乘坐不同的但同档次的出租汽车，在同样的距离内所收取的车费是相同的，而不是由司机和乘客个别地讨价还价来确定的。公园的门票即使每天售出的数量不一，使得在供给相同的情况下需求不断地发生着变化，也不是每天的票价都随之发生变化的，更不是对不同的顾客发生不同的变化。再例如，在遇到比较大的自然灾害等的情况下，政府往往会实施紧急状态，对价格实行管制，不允许生活必需品价格随意提价。这些都说明，商品的法律或政策限制，也同样影响着商品价格。

由以上的分析我们看到，商品的交易价格（均衡价格）会受到上述各种因素的综合影响，它们都构成商品价格形成的社会属性，并且为商品所独有。但问题是，了解了这些因素，我们就了解了价格形成的基本规律了吗？或者说，在商品价格形成的过程中，到底是一些什么因素，在其中起着决定性的、第一位的、根本性的作用呢？

1.4 价格是由供求关系决定的吗

毫无疑问，在上述各种影响因素中，供求关系对商品价格的影响是最为直观的影响，因而也最容易使人们产生错觉。在经济学的发展历史上，相当一部分经济学家们认为（即使在今天也是如此），供求关系是商品价格形成的最主要的、决定性的因素，因此他们提出了供求关系决定价值的看法，并把这种认识作为他们研究经济问题的出发点。这样的一种理论，我们称之为供求价值论。

供求价值论对不对呢？粗看起来它很有道理，但仔细想想就会发现，这种认识是完全不能成立的。

逻辑思维和逻辑推理是人类优胜于其他动物的特点之一，也是

使人类摆脱动物界普遍存在的惯性行为的根本原因之一。从逻辑推理的角度看，比如同样的一个商品出售者、两个商品购买者，形成了同样的商品供求比例，但这会不会使一张大饼和一套住宅形成同样的价格呢？显然是不会的。从这个角度说，不同的商品之间如住宅和大饼，之所以会形成不同的价格（比如它们之间的价格可相差 10 万倍），并不是因为这两种商品的提供者认为当时市场上出现的大饼比住宅多出了 10 万倍所致的，因而是不能用供求本身的变动来说明这一问题的。

如果再深入一点进行剖析，从供求和价格的内在联系方面观察，我们会进一步看到，如果说从短期看，似乎是供求决定着价格的话，但如果我们把眼光放远，即从长期的角度来看的话，很显然价格也在影响和制约着供求本身，因为正是价格的状况及其变动，才调节着供求的平衡和不平衡，调节着供求之间的新的平衡。

由此可见，供求价值论在逻辑上是完全站不住脚的。

有的读者可能会提出反驳，虽然从经济价值论的角度看，供求价值论可能是站不住脚的，但从价值自身的角度看，即供求价值论从供求价格论的角度看，这一理论不是能够站得住脚吗？这一理论看似有理，但仍是没有道理的。这是因为，供求自身的变动会调节商品价格的变动，这是现实生活中的一件不言自明的事实，就像人不吃饭会饿死、人不喝水会渴死一样，是不需要把这样的事实本身，当做科学研究的成果来看待的。不信，人们可以随便观察一下从未学过经济学理论的人，看他是否知道当一种东西多了的时候，会对这种东西的价格产生什么样的影响？我想这种测试的答案是不言而喻的。从这个角度说，如果一种所谓的理论是一种人所共知的知识的话，那这种理论本身也就只能是一种废话了。

1.5 价格是由商品效用决定的吗

既然事物的真相和我们从外表上看上去的不一样，那么，商品的使用价值或者效用，是否就是决定价格的根本性因素呢？在经济学的发展史上，甚至在今天的现实生活中，也有相当多的人包括相当多的学者，是把商品体自身所具有的使用价值或效用属性，看做是决定商品价格形成的根本性因素。这样的认识对不对呢？我们下面的分析会告诉大家：这样的认识，同样是不成立的。

1.5.1 使用价值与效用

我们知道，一个物品要想成为商品，必须具有两个特性：首先是要对被交换人有用，用马克思的话说要有使用价值；另一个特性是要有交换价值，即它要有由一定数字表示出的价格呈现。在这个意义上，商品就被人们看做是使用价值和交换价值的统一。

在当代经济学及社会术语中，在谈到商品的使用价值方面，即谈到商品的有用性方面时，有一个较为简练和传神的表达，叫做“效用”。所谓效用，就是指商品能够满足人们某种需要的属性，即它的有用性或效用性。正因为这样，许多人往往把效用和使用价值看做是同一个词。然而，在严格的意义上讲，在经济科学中，“效用”范畴和“使用价值”范畴，是两个具有不同内涵的概念。

所谓使用价值，是指物品本身所具有的特性，因而它具有客观性，无论对谁都一样，并不取决于个人的主观感受。但“效用”概念就不同了，它是指人的主观的心理感受，是因时因地因人而异的。

例如，桌子具有使用价值，这是由它的物质成分所决定的，无

论对使用它还是不使用它的人来说，它所具有的可用来办公、吃饭等使用价值功能是无法否认的。但如果考察这张桌子的效用，却取决于不同的人的不同主观感受。对于需要办公和吃饭的人来说，这张桌子的效用会是很大的；对于不需要办公和吃饭的人来说，这张桌子就没有效用；而对于空间拥挤又不需要依靠这张桌子来办公和吃饭的人来说，他恨不得把这张桌子从眼前移走，因而这时桌子带给他的就是负效用。

使用价值和效用所具有的这种不同特性，就使得在交换关系中，商品的使用价值是对供求双方都存在的，而商品的效用则只对需求一方存在，而在供给方看来，由于商品是给别人购买和使用的，不是给他本人使用的，因而该商品对他的效用就为零了。由此可见，效用和使用价值是两个具有不同内涵的概念。

但是我们也要看到，虽然从严格的角度要求，“效用”范畴不等于“使用价值”范畴，然而由于“效用”一词和“使用价值”一词相比较，一是所表述的内涵从消费者的立场看具有共通性，二是在表达上更为便捷、直观，三是在现代社会中已为人们所广泛接受，因而在不太严格的场合和文章中，在不发生歧义的情况下，笔者不反对用“效用”一词来代替“使用价值”所表达的内涵。

1.5.2 效用的功能

那么，我们该如何认识效用与商品价格间的关系呢？

马克思（1867）说过：“商品首先是一个外界的对象，一个靠自己的属性来满足人的某种需要的物。”^①这就形成了商品对人所具有的效用特征。这是因为在市场经济关系中，能够进入市场的商

^① 《资本论》第一卷，人民出版社2004年1月第2版，第47页。