

ZHIBENLUN

知本论

施国宝 著

《资本论》发现剩余价值
《知本论》发现协新价值

SPM

南方出版传媒
广东人民出版社

责任编辑：高文彪 黄 炘
责任技编：许伟斌
封面设计：李康道



工业革命看《资本论》
信息革命看《知本论》

ISBN 978-7-5454-3911-3



9 787545 439113 >

定价：100.00元

ZHIBENLUN

知本论

施国宝 著

... Y ...
《资本论》发现剩余价值
《知本论》发现协新价值

SPM

南方出版传媒
广东经济出版社
·广州·

图书在版编目（CIP）数据

知本论 / 施国宝著. —广州：广东经济出版社，2015. 6
ISBN 978 - 7 - 5454 - 3911 - 3

I. ①知… II. ①施… III. ①资本 - 研究 IV. ①F014. 39

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2015）第 036452 号

出版 发行	广东经济出版社（广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼）
经销	全国新华书店
印刷	广州市岭美彩印有限公司 （广州荔湾区花地大道南海南工商贸易区 A 幢）
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	32.75 2 插页
字数	757 000 字
版次	2015 年 6 月第 1 版
印次	2015 年 6 月第 1 次
印数	1~4 000
书号	ISBN 978 - 7 - 5454 - 3911 - 3
定价	100.00 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

发行部地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话：（020）38306055 37601950 邮政编码：510075

邮购地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话：（020）37601980 邮政编码：510075

营销网址：<http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问：何剑桥律师

· 版权所有 翻印必究 ·

前 言

资本是否等于剥削？资本增长率是否超过经济增长率？贫富分化是否进一步加剧？共产主义理想能否实现？思想狼烟四起，名家谁主沉浮？围绕资本是否增值这一命题，《资本论》与《知本论》各自形成了自己的哲学体系。

《资本论》否认资本增值，就必然要求按劳动时间量定义价值，等价交换实为等时交换，按劳分配实为按时分配，由此发现等价交换与按劳分配的剩余价值论。而《知本论》肯定资本增值，依据劳动效益量定义价值，并发现增值交换与按效分配的协新价值论。

《资本论》认为：资本不能增值，只有劳动增值。而《知本论》认为：资本、劳动与知本都能增值。劳动增值有两大基本方式：一是边际效益递减主导的协同效应，二是代际效益递增主导的创新效应，这是人类发展协新价值的两大基本规律。



知本之道，资本之德，市场之道德。

工业革命看《资本论》，信息革命看《知本论》。

《知本论》ABC

一个中心：《知本论》是以劳动增值论为中心。

二条主线：《知本论》是以边际协同与代际创新为两条增值主线。

三大发现：《知本论》发现了协新价值、增值交换和信识定价。



《知本论》找到了四大规律

- (1) 资本主义基本矛盾是信识失衡与自由民主的矛盾，即钱的矛盾；
- (2) 社会主义基本矛盾是腐败与改革的矛盾，即权的矛盾；
- (3) 所有制规律决定于生产方式，而不是生产资料，生产协新价值的都是公有制，生产剩余价值的都是私有制；
- (4) 公私制规律：公有值与私有值都会绝对增长，但公有构成或协新构成相对增长更快，共产主义是必然归宿。

《资本论》与《知本论》逻辑对比

(1) 《资本论》逻辑体系：

劳动无差异—劳动时间量定义价值—社会必要劳动时间度量价值—资本不增值—等价交换—按劳分配—利润平均化规律—劳资对立—贫富分化—资本积累有罪—剩余价值规律—劳动价值论。



(2) 《知本论》逻辑体系图：

劳动有差异—劳动效益量定义价值—对位效益或目标效益度量价值—资本与知本都增值—增值交换—按效分配—利润级差化规律—劳资和谐—贫富共进—资本积累有功—协新价值规律—劳动增值论。

在《知本论》中，利润级差化规律又是由边际（成本）效益递减规律和代际（成本）效益递增规律这两只手来支持的。

协同效应—边际递减规律—同质化竞争—量变增值

创新效应—代际递增规律—差异化竞争—质变增值

协同（量变）增值 + 创新（质变）增值 = 协新价值

《资本论》与《知本论》的对比

（1）《资本论》推理：

资本不增值—只有劳动增值—劳动力价值是工资—劳资对立—利润可耻—剩余价值缺德—资本家残忍剥削工人—技术进步或生产力提高不能增加工资—企业沦为劳资斗争的血汗工厂—资本家有罪—万恶的剩余价值论。



（2）《知本论》推理：

资本能增值—知本也能增值—个体劳动价值是工资—劳资和谐—利润可爱—协新价值美德—资本家热情帮助工人—技术进步或生产力提高必定增加工资—企业成为劳资互利的创新工场—资本家有功—万善的协新价值论。

《知本论》三大发现

《知本论》坚持以增值为中心，以协同的边际效应递减规律与创新的代际效应递增规律为两大主线，这如同每个人的边际寿命总是递减的，而人类的代际寿命则不断延长。

《知本论》的三大发现：

一是从剩余价值到协新价值的伟大发现：

协同增值 + 创新增值——协新价值

缺德剩余价值 + 美德协新价值—附加值

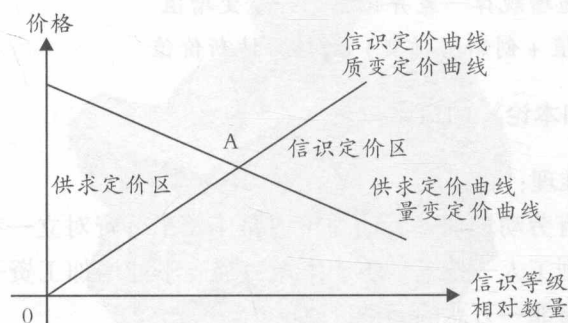
二是从等价交换到增值交换的伟大发现：

增值是一切经济行为的根本大法，增值交换是市场经济的永动机，协新价值是人类经济发展的不朽动力。

三是从供求定价到信识定价的伟大发现：

供求定理：价格与相对数量反向变动，价涨量跌，价跌量涨。

信识定理：信识等级与数量同向变动，升级涨价，降级降价。



知本论价格双轨制图

供求定价靠生产力，信识定价靠生产美与生产信。

唯物论讲供求定价与性价比，唯心论讲信识定价与美价比。

劳动增值的金三角

市场经济发展史雄辩地证明了劳动增值论：生产力决定生产关系，技术进步相对提高了协新价值构成，工资和利润都与生产力发展成正比，技术、企业与市场成为劳动增值的金三角。

（1）技术进步对谁有利？

《资本论》认为：技术进步反而加重了资本家对工人的相对剥削；《知本论》认为：技术进步不仅提高了利润，也提高了工资。

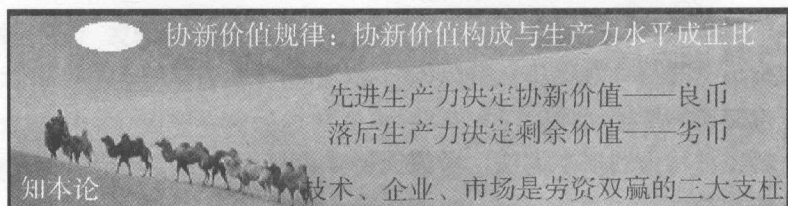
（2）企业强大对谁有利？

《资本论》认为：企业强大只会帮助资本家榨取相对剩余价值；《知本论》认为：企业强大能提高工资与利润。

（3）市场竞争对谁有利？

《资本论》认为：市场竞争只有利于资本家剥削工人；《知本论》认为：市场竞争有利于员工教育培训和劳资双赢。

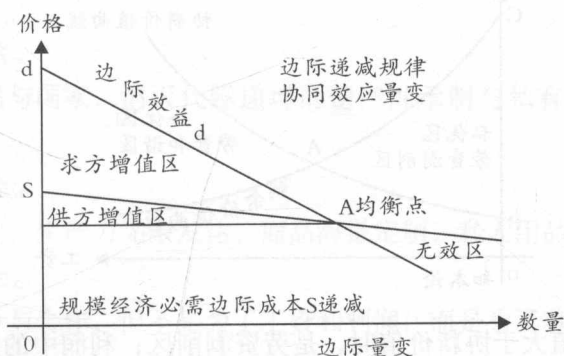
总之，技术、企业与市场构成劳动增值的金三角，并不是资本家可以单独操纵的血汗囚牢，而是所有市场参与者共同定义和改变的创富工场。



协新价值论

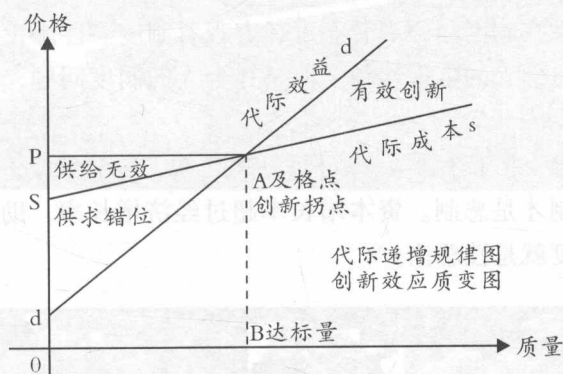
一切经济行为都是为了增值，横向增值是量变上的边际协同，纵向增值是质变上的代际创新。协同效应与创新效应形成协新价值。

(1) 协同论：边际效益递减与边际成本递减统称边际递减规律，增量递减时总量仍在递增，这是同质化竞争或红海市场的特征。



知本论供求均衡图

(2) 创新论：代际效益递增与代际成本递增统称代际递增规律，是创新经济的发展规律，是差异化竞争或蓝海市场的加速器。



知本论创新达标图

劳动增值论

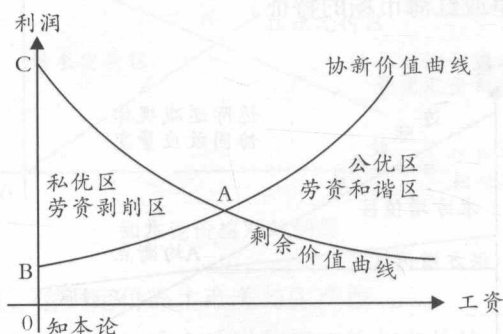
劳动价值论与劳动增值论，虽然只有一字之差，却是相互对立和统一的。

《知本论》认为：不增值的价值是死值，能增值的价值才是活值。剩余价值是单赢的剥削论，协新价值是多赢的共享论。

《资本论》的剩余价值并不是劳动增量，而是劳动存量，资本家绝对所得必定是工人绝对所失，剩余价值 = 克扣工资。在劳动价值论中，只有劳动才能增值，资本不能增值，

剩余价值曲线（劳资对立曲线）表示工资与利润成反比关系，发放的工资越多，利润就越低。

《知本论》的协新价值是指资本、劳动与知本共同创造的增量，协同效应与创新效应是劳动增值的双手。简单劳动不能独立创造协新价值，只有资本化或知本化的复杂劳动才能创造协新价值。协新价值曲线（劳资双赢曲线）表示工资与利润成正比关系，资本家发放的工资越多，所获得的利润就越多。在劳动增值论中，工资促进利润。



利润中的剩余价值大于协新价值时，是劳资剥削区；利润中的协新价值大于剩余价值时，是劳资和谐区。

性 度 论

个性在态度，人性在制度。微观看态度，宏观看制度。性恶论与性善论其实是生物基因论，善与恶不是自然人的生理问题，而是社会人的制度问题，性度论是“人性取决于制度的理论”。

公有制是万善之源，但私有制不一定是万恶之源，创造协新价值的私有制是善制，榨取剩余价值的私有制才是恶制。资本增长率超过经济增长率，助长了贫富分化。好制度就是性善论，坏制度就是性恶论。



高管任命制的国企是伪公有制，高管选举制的国企才是真公有制，脱离民主制的公有制就是私有制。价格机制与非价格机制都是市场双手，政府是市场左手，企业是市场

右手，两手相生相克，缺一不可。

坏制度让人作恶无畏，好制度让人行善无悔。

共产主义

知本无形、无限、无价、无私的特性，决定知本天生就是人类不具有排他性的共产，知识经济就是共产经济，知本构成递增与协新价值构成递增规律必然创造共产主义的完美社会。

(1) 完美人权社会。

共产主义消灭家庭与国家，消灭代际递增的遗产继承制与私有制，会实现无等级、无歧视的完美人权。

(2) 完美福利社会。

共产主义按需分配，生产力无限发达，商品海量定制，私人用品无需付款。

(3) 完美竞合社会。

共产主义提倡竞争与合作，但不是为了工资和利润，而是为了尊严与快乐。

(4) 完美知识社会。

共产主义将彻底抛弃记忆型的落后学习方式，大脑会得到海量的知识，唯有创新必须由人类继续努力。



目 录

前言

第一章 商品	1
第一节 商品概论	2
第二节 商品内涵	10
第三节 商品如水	15
第四节 商业内涵	17
第五节 商品属性	18
第二章 货币	35
第一节 货币概论	41
第二节 纸币危机	46
第三节 货币变迁	55
第四节 中国货币	59
第五节 信用制度	67
第六节 定价权	73
第三章 知本	79
第一节 知本概论	80
第二节 代边革命	90
第三节 知本属性	95
第四节 知本与资本	99
第五节 知本的美德	106
第六节 比较求势论	107
第七节 比较优势陷阱	117
第八节 国际分工贸易	118

第四章 市场	122
第一节 市场概论	123
第二节 相对产权	130
第三节 政府之手	135
第四节 平衡假设	147
第五章 经济道德	153
第一节 公私互利	155
第二节 市场中性	163
第三节 三大灵魂人物	171
第四节 市场原则	179
第五节 权本经济	196
第六章 需求价值论	199
第一节 效益增值	199
第二节 葡萄价值难题	214
第三节 劳动力价值	220
第四节 无形劳动价值	222
第五节 效用概论	224
第六节 价值反思	231
第七节 对位效益	239
第七章 代际革命	245
第一节 等级战争	247
第二节 代际成本	259
第三节 代际收益	274
第八章 价值革命	289
第一节 人的本能	290
第二节 价值争鸣	293
第三节 价值公式	299
第四节 理性供求	302
第五节 增值分配	308
第六节 价格发现	312

第七节 工资制度	325
第九章 协同价值	330
第一节 整体价值	332
第二节 劳资协同	335
第三节 协同效应	344
第四节 歧视经济	351
第五节 性度论	357
第十章 创新价值	361
第一节 系统价值	361
第二节 创新公理	365
第三节 炒作周期论	372
第四节 创新扩散曲线	375
第五节 四大创新学派	376
第六节 蓝海战略	378
第七节 创新36计	383
第十一章 协新价值	390
第一节 生产关系	392
第二节 协新矛盾	401
第三节 协新优势	406
第四节 附加值	417
第五节 全要素生产率	421
第十二章 生产美	427
第一节 边际美	428
第二节 天价包装	433
第三节 瑞士表之美	436
第四节 时尚产业	441
第五节 拜美主义	446
第十三章 文明崛起	449
第一节 四大文明	449
第二节 强国崛起	457

第三节 自由创新的美国	464
第十四章 民主制度	468
第一节 民主概论	468
第二节 原始专制与民主	471
第三节 资本主义精神	474
第四节 新文化运动和五四运动	475
第五节 国家资本主义	477
第十五章 共产主义	484
第一节 公私争论	487
第二节 原始私有制	492
第三节 公私混合制	495
第四节 产 权	499
第五节 大私必公	505
第六节 共产主义	508
后记	510

第一章

商品

商品是协调和创造社会经济关系的产品。

伟大的思想家马克思在不朽巨著《资本论》第一章中写道：“商品首先是一种利用自身属性来满足人类某种需要的物品。商品是为交换而生产的劳动产品，一切商品都具有使用价值和价值两个因素，商品是使用价值和价值的统一体。”

《知本论》认为：交换价值或相对价值就是市场要素之间的协同效应，协同效应与创新效应越大，交换价值或相对价值就越高。一般使用价值看协同效应，特殊使用价值看创新效应。低价看综合成本，中价看协同效应，高价看创新效应。商品价值是由生产商品所耗费的劳动量与产生的效益量共同决定。分工协作有两大原因：一是规模经济提高效率所需要的比较优势，二是差异经济提高审美所需要的比较美势。推动分工协作不仅有提高物质技术效率的比较优势与边际成本递减，更有提高精神文化的比较美势与边际效用递减。协同是创新的规模效益，创新是协同的代际效益。协同是将创新做大，创新是将协同做强。

劳动价值论强调分工协作的规模经济与比较优势，边际效用论强调分工协作的差异特色与比较美势。比较优势决定工业生产或物质产品，比较美势决定文化生产或精神品牌。马克思认为：“在同一社会条件下，计算商品价值的劳动量不是参照个别劳动时间，而是平均必要劳动时间或社会必要劳动时间。决定商品价值量的社会必要劳动时间会随着劳动生产力的变化而变化。”总之，马克思对商品本质的独特视角，深刻揭示了劳资关系的本质，《资本论》中的商品本质上是“阶级商品”或“政治商品”。平均必要劳动时间已经暗示马克思是崇尚平等与公平的劳动和谐观，因为平均的本质就是大数定律，是少数服从多数的民主法则。在商品定价中，按边际成本定价是无利可图的血酬定律，按对位效益定价或按有效需求定价才是正确的资源配置方式。对位效益定价与市场交换的有效价值最优化是一脉相承的，都是有效需求定价的理性表达。

第一节 商品概论

劳动创造成本，需求创造收益。

《知本论》认为：商品既是资本驱动的有形之物，也是知本驱动的无形之物。商品既是人与物的关系（生产力的代表），也是人与人的关系（生产关系的化身）。商品是物，遵从供求规律与供求定价，商品也是钱，遵从投资规律与信识定价。经济危机在金银币时代表现为商品供求危机，在法定纸币时代表现为信用信息危机。进入 21 世纪的信用信息时代（双信时代）后，经济危机与商品本身没有直接关系，表面上是产能过剩的生产危机，实际上是信用失衡和信息失效的信识危机。西方经济学所说的自由平等的完全竞争市场与利润平均化规律只有在共产主义社会才能彻底实现，现代各国都限制人口、技术与资源的自由流动，因此当今世界是不完全竞争市场和利润级差化世界，集中体现为以国家综合实力为依托的国家资本主义的竞争机制。

资本主义基本矛盾表现为自由民主与信识失衡之间的矛盾。任何商品都可以成为货币，货币也可以交换任何商品，商品的正面是“货”，背面是“币”，所以商业文明也叫货币文明，货币本质上就是承诺、负债、权利、义务、政策、效率、分配、掠夺、剥削、创新、对价与税收的多层蛋糕，货币是最有效率的增值交换制度与劳动分配制度，货币是连接资本、劳动和知本的立交桥，货为实，币为虚，货币的本质就是先实后虚，虚中有实，实中藏虚，经济繁荣时虚实相生或币货相生，经济危机时虚实相克或币货相克。商品既是有形的事物，更是无形的制度；商品既是有限的供给，更是无限的需求；商品既是物质文明，更是精神文明。商品既有价，也无价；既有私，也无私；既有剥削，更有创造。总之，商品是协调和创造社会经济关系的天使。

一、为什么要重农抑商

从历史上看，商业文明终于从农牧文明中挣脱出来。人类的群居生活必然会产生基于比较优势与比较劣势的分工协作，劳动分工必然产生成果分配，在人类与生俱来的多样化需求下，必然产生商品交换，商品是人类群居文明的交换使者，商品交换史远比人类的货币史漫长。有形商品叫资本，无形商品叫知本，变形商品叫劳动。资本是有限生产的商品，知本是无限复制的商品。商品的使用价值带来供求关系，商品的投资价值带来信识关系，因此，商品的价格发现，一是商品投资性决定的信识定价，二是商品消费性决定的供求定价。

中国历代封建帝王都重农抑商，一是商人容易巨富，巨富之后大多可以招兵买马或买官干政；二是商人太聪明，仇富心态被当权者利用成排外心理；三是商人的流动性容易成为起义造反的信息传播者，让专制者感觉不踏实；四是农耕文明的本质限制了劳动要素的流动，而商业文明的本质就是促进生产要素的大流动，流动性是专制的天敌；五是自给自足的农业生产限制了农民的智慧，有助于专制者的愚民统治。在专制社会，商人成为商品的代言人，商品天然的流动性与民主性被歪曲为剥削性或欺骗性，重农抑商