

社会主义制度下
消费品的供求
比例关系研究

吴 慧 著



F047.5
1

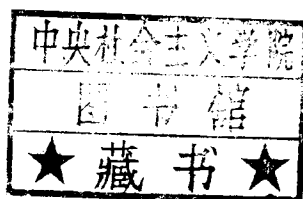
2100/65 53288

社会主义制度下消费品 的供求比例关系研究

吴 慧 著



200165285



上海人民出版社

责任编辑 徐永禄
封面装帧 沈蓉男

社会主义制度下消费品的供求比例关系研究

吴 慧 著

上海人民出版社出版

(上海绍兴路54号)

新华书店上海发行所发行 上海颀桥印刷厂印刷

开本 787×1092 1/32 印张 8.875 字数 187,000

1982年2月第1版 1982年2月第1次印刷

印数 1—11,500

书号 4074·475 定价 (六) 0.71 元

前 言

消费品的需求和消费品的供给，关系到每个人的经济生活，是大家所关心的问题。消费品供求比例就是一般所说的消费品可供量与消费品购买力之间的比例关系，这一比例的是否协调，是国民经济比例是否协调的集中反映。研究消费品购买力与商品量之间的比例关系及其规律性，既有重要的实际意义，又有重大的理论意义。

现在，我国正处于把全党全国的工作着重点转移到社会主义现代化建设上来的新时期。在新时期，工农业生产将有较大的发展，人民收入也将有相应的提高。如何做好购买力与商品量增长的计划平衡工作，以保证国民经济有计划、按比例地发展，保障人民生活水平的稳步提高，维持市场、物价、货币的稳定，这都是摆在经济工作者面前的一项比之过去更为繁重的工作。从理论上研究消费品供求比例问题也比过去带有更大的紧迫性。

由于过去的种种原因，购买力与商品量在当前暂时还不能保持平衡，因此国家正在积极采取各种措施缩小供求差额，使之重新趋于协调。这也正是国民经济调整任务中的一项重要很重要的内容。提高到理论上来总结过去正反两方面的经验，研究一下应该怎么办才能使消费品的供求比例保持协调，在调整以后，应坚持什么样的指导思想来把这一工作做得更好，

这些都是很有必要的。这本书就是试图围绕这些课题，从理论上方法上进行一些探讨。

对消费品供求比例问题的研究，不能不涉及到对社会主义生产目的和社会主义消费在再生产过程中的地位如何认识的问题。我们一向认为，社会主义生产的目的是满足人民不断增长的需要。人民的需要主要是吃穿用住等各方面的消费需要。满足消费需要就是实现生产的目的。发展生产是满足消费的手段，目的不是为生产而生产。生产的最终产品——消费品，进入消费领域，才是社会再生产作为一个具体过程的完成，下一个具体的生产过程才得以继续下去。因此，应从消费品的生产出发来搞好国民经济的综合平衡。在社会主义商品生产的条件下，消费品从生产到进入消费，中间需通过按劳分配——劳动者以货币形式获得劳动报酬，和商品交换——劳动者以收入的货币到市场购买所需要的消费品这两个环节，劳动者对消费品的有效需求被确定在他们所持有的货币收入的范围之内，这就是一般所说的消费品购买力或有支付能力的消费需求。对这一笔有支付能力的消费需求，必须有相当数量的消费品来供应，使劳动者的消费品购买力得到实现，以满足他们在货币支付能力范围内的消费需要。只有这样，才符合于社会主义基本经济规律的要求，才最后实现了按劳分配的社会主义原则，才能使人心情舒畅，有利于提高劳动者的生产积极性，从而有利于发挥消费对生产的积极的反作用。

在我们的国家里，消费品的供给和消费品的需求及其相互关系主要是通过计划来进行调节的。在消费品的供给方面，关系国计民生重大的商品或比较重要的商品，由国家或有关部委实行计划管理，分别情况安排购、销、调、存、进出口等全

部指标(一类商品),或安排购、调、进出口指标(二类商品,实行差额调拨)。这两类主要消费品,是一种商品一种商品地纳入计划,需编制资源和分配的计划平衡表,分配给市场的数字就是某一时期零售商品的可供量。在业务上,工业品实行统购、计划收购、订购和选购;农副产品实行统购、派购。在这两类商品以外的第三类商品,品种繁多,产销情况比较复杂,则由地方来进行安排:一部分也为计划商品,列入地方各级计划,一部分为非计划商品。后者属工业品的,由各级商业部门采取交流调剂、产销挂钩、定点供应等办法,签订供需合同,间接纳入计划,或由产销双方自行交易;非计划的农副产品实行议购,由商业部门与生产者直接协商,签订合同,议定价格,组织收购,或在集市中临时进行收购。总起来说,在消费品供应的来源中,由有计划商品(一、二类商品及三类商品中的地方计划商品)分配来的约占四分之三;非计划商品(指间接纳入计划的)约占四分之一(农副产品比重大些)。这就是过去我们所称的“大计划、小自由”。“大计划”,由计划直接进行调节,并运用价值规律制定合理的计划价格,国民经济有计划、按比例发展规律与价值规律是结合在一起同时起作用的。“小自由”主要由价值规律直接对生产和流通进行调节,计划只是作间接的影响和制约,商品价格可随供求变化而涨跌,由买卖双方自行协商议价。尽管如此,“小自由”的商品在计划消费品可供量时还是可以匡算一个数字,与计划商品加在一起,进行全面的平衡的。

在消费品供应主要由计划进行调节的同时,消费品的需求——其数量表现是消费品购买力,同样也是主要由计划来进行调节的。首先,构成购买力主要来源之一的工资总额的

支付是通过劳动工资计划来掌握的，职工人数和平均工资都由国家计划的指标所定，在这上面有很强的计划性。其次，构成购买力的另一主要来源：农产品收购的货币投放，也可以通过收购数量计划和收购的计划价格来掌握，虽然不能囊括全部商品，但一二类主要的农副产品已占农副产品收购中的绝大比重了。除了工资和农产品收购两项占人民和农村集体货币收入的大宗（占购买力的80%左右）外，其他如农村贷款的发放、社会集团购买公用消费品的支出等也可以做到有计划。总之，购买力大小的形成不是自发的，而主要是实行计划经济的结果。当然，消费品的需求也受价值规律的调节，这主要表现在人民对各种商品的购买需求量的多少在很多品种上是随商品价格高低的变动而变动的：价格提高，需求减少，反之需求增长，在越是消费富有弹性的商品上面，价值规律的这种调节供求的作用就越明显。但是，就主要商品而言，价格的变动是有计划而不是自发的，并且更重要的是人民对商品需求的总量是被计划在支付能力（购买力）总额范围之内的，而这种可以计划的支付能力总额的大小，在物价基本稳定的条件下，对各种商品需求量的多少是起着很大的制约作用的，所以，价值规律虽在一定的范围内对消费品的需求起调节作用，但计划对需求的调节仍然是占着主导地位。这一点和消费品供给之主要由计划来调节是一致的。

正由于消费品供给和消费品需求主要都由计划来调节，每年有可能预先计算购买力有多大，可供量有多大，所以，购买力与商品的平衡就一直成为商业计划工作的重要一环，国民经济综合平衡中的重要一环。计划工作者必须通过计划来使供求比例保持协调，这也正是有计划按比例地发展国民经济

的规律的要求（同时也体现了价值规律的要求）。正确的计划，对供求比例的正确的调节，自然必须符合经济规律，符合反映这种经济规律的党的路线、方针、政策，而不容许有任何主观随意性。不符合客观经济规律，随便“调节”，任意安排，必然会对社会主义经济事业带来损害，影响人民生活的安定和改善。做好消费品供求比例的有计划的调节工作，确实是一项艰巨复杂的重要任务。要避免经济工作、计划工作中主观安排与客观情况不相适应的失误，看来很好地研究消费品供求比例中的一些带有规律性的问题，该是摆到日程上来的事情了。

由于本书研究、讨论的范围是限定在以计划调节为主的消费品的供求比例关系之内的，而市场调节主要与购买力的构成（商品构成、城乡构成）有关，对购买力总额、消费品供求总比例影响不大，所以有关市场调节及其同计划调节的关系问题，在这里就舍而不论了。这并非表示我们只要计划调节，而不要市场调节。

我们研究消费品的供求比例关系，是为了弄清理论，提供方法，反过来用之于实际。编写这本书的目的就是想论述消费品购买力增长和消费品商品量生产量增长之间的比例关系具有什么样的规律性；分析在做好有计划地安排消费品供求比例的工作时，要判明哪些思想哪些概念是正确的，应坚持的，哪些是不正确的，须予以克服的。这些问题比较复杂，实际上未必能把它说清楚，但在主观上我们却是想朝这个方向去努力。

怎么样才算保持了消费品供求比例的协调呢？从过去几次反复的经验中，我们觉得可以得出这样的一个概念，即：从

长期说,购买力要比当年商品的可供量安排得适当地小一些,以增加周转库存和储备,不能让购买力老是大于可供量,不能总有逆差,以致挖了周转库存,或形成大量未实现的购买力。在不同年份之间,要使购买力的几年的平均增长速度稍慢于商品可供量的增长速度,否则就会出现可供量小于购买力的不正常的情况越来越严重。作为一种经济的规律性来表述,在不同时期可供量增长适当地快于购买力的增长乃是正常合理的比例关系;购买力增长快于可供量增长,则决不是社会主义经济的长期的必然趋势,决不是社会主义制度的一种优越性。当然,从长期来说,可供量增长应快于购买力增长,也并不排斥某些年份在条件许可时(库存和储备多)可出现购买力增长快于可供量增长的反趋势,但这只是暂时的现象,不能长期持续下去的。

对购买力增长与可供量增长的比例关系应如何才算合理,过去在理论界是有过不小的争论的。有的认为购买力增长快于商品量的增长乃是社会主义社会的客观必然性。更有人为之找理论根据,说加速商品周转、缩减商品周转天数,由此节约出来的库存就是平衡购买力的一个源泉。也有人认为购买力同商品量应作等速的增长,快慢不离弦,商品增长既不能慢于购买力的增长,也无需快于购买力的增长。还有一种意见就是我们上面所提出的说法。这三种观点曾经在报刊上进行过讨论,但是讨论展开得还不够充分,还没有把道理完全说透,在许多人的思想上对这个问题还是认识得不太明朗的。

在这本书里,试图着重地对这一长期争论的焦点——消费品购买力增长应快于还是慢于消费品商品量生产量的增

长,说明自己的观点。我们强调:作为一种规律性,消费品商品量的增长适当地快于消费品购买力的增长才是消费品供求比例的协调,才符合于国民经济有计划按比例发展规律的客观要求。希望这对于实际工作的同志在认识规律,在编制中长期计划、安排年度计划时,能多少有一点帮助。我们也不能保证自己所作的论断都对,也希望曾持不同意见的同志能从理论上实际上提出理由,来对我们的意见进行讨论,通过讨论,以便我们修正谬误,接近真理,把问题的研究再深入一步,提高一步。

购买力与商品量之间的比例关系,本来包括广狭两个不同的范围,本书是按照狭义的范围,即消费品的供求比例来进行研究的,这是应该着重说明的事。

在实际工作中常常计算一种供求比例,即整个社会购买力(居民购买力、社会集团购买力与农业生产资料购买力之和)同全部市场商品量(消费品可供量与农业生产资料供应量之和)的供求比例。从这种广义的供求比例上可看出整个市场商品量是否与全部社会购买力相适应相平衡。以农业生产集体和农民的购买力同供应农村的消费品及生产资料相比,则可以看出农村市场的商品供求是否相适应相平衡;这对研究工农关系、城乡关系是有很大的现实意义的,是负担农村供应任务的商业部门(供销合作系统)的重要工作。对综合计划部门来说,把农业生产资料购买力同总的消费品购买力合起来,作为全社会的购买力,同相应的包括农业生产资料在内的商品量联系进行分析,这一工作也是不可或缺的。但是,还有另外一种供求比例要研究,那就是以消费品购买力(居民购买力+社会集团消费品购买力)同消费品可供量相比,研究其比

例关系——简称消费品供求比例。它和前者的差别就在于，前者包括了约占社会商品供应量10%到15%左右的农业生产资料，而消费品供求比例却撇开了农业生产资料。消费品购买力与消费品可供量的比例关系不是全盘的供求比例，只是整个市场商品供求比例的一个组成部分，然而却是重要的组成部分，且有相对的独立性。这是因为消费品供求比例的安排和研究，同人民的生活问题有着密切的关系，而农业生产资料同人民经济生活无直接的关系。消费品购买力的实现，形成消费基金，农业生产资料的供应则形成积累基金，如已使用则形成补偿基金。在社会再生产过程中它们的地位和作用是不同的。事实上，农村的生产资料购买力同消费品购买力也是划得很清的。前者大部分是农业生产集体的购买力（农民个人购买生产资料只是小部分），后者基本上是农民个人的购买力（农村集体购买的消费品，只占很小部分）。生产队的支出中生产费用与消费的分配比例，就决定了这两部分购买力的数额。应该说这两种互不相通的购买力（在既定的生产费用和消费的比例之下），是属于两个具有不同经济内容的东西。不象合作化以前，个体农民对生产资料和生活资料的购买力是相互通用，全都属于农民购买力的数目之内。既然现在这两种购买力在实际生活中是有区别的，因此把他们分别开来进行观察研究，那就是顺理成章的事。另外，还有一点，即消费品的购买力的实现，基本上是通过现金回笼（机关团体则有转帐结算），同货币的现金流通有着密切的关系。居民货币收支平衡表基本上就是国家的货币（现金）流通平衡表的反面。而农业生产资料供应则基本上是通过非现金的转帐方式结算的；这部分购买力的实现，与作为商品销售收入的货币回笼关系

不太大。因此，从货币流通的角度来说，也有必要把消费品购买力特别是居民的消费品购买力专门同消费品可供量联系起来进行研究。总之，单独地把消费品购买力与消费品可供量的比例关系抽出来观察，而有意识地把农业生产资料购买力与农业生产资料供应额的比例关系搁在一旁，更便于说明问题，同时也有它独立的意义。过去有人把农业生产资料供应也混在零售额里，这在理论上是不严密的。所以在本书中我们就仅以消费品购买力与消费品可供量（推而及于消费品商品量、生产量）之间的比例关系，即消费品的供求关系，作为自己的研究对象。我们所要论证的商品量、生产量增长、购买力增长的规律性，也限定在消费品的范围之内。以下所称的市场也限于消费品的市场，而不涉及其他。

由于本书主要是从供求双方的相互关系上来作一些研究，而不是专门研究供的一方或专门研究求的一方，所以，有关购买力的计算，居民货币收支平衡表的编制，零售额计划和消费品生产的计划，主要商品的生产分配平衡表的编制等一些专业性的问题，也就不放在本书的研究范围之内。所有这些都应该有专门的书籍来各自进行论述的。

消费品供求关系，虽然比之整个市场商品的供求关系是单纯了一些，但其本身仍然是一个十分复杂的经济现象，一下子不容易说清。为此，我们就按照人的认识由浅入深，由片面到更多的方面的逐步深化的过程，在本书中采取了先简单、后综合的办法，步步深入，分段论证。由于消费品零售额是消费品购买力的已实现的部分，在一般情况下也是消费品购买力的主要部分，内容比较单纯，并且有它相对的独立性，为了容易说明问题起见，就暂时撇开消费品购买力中尚未实现的

部分——潜在购买力，先以已实现的消费品购买力——消费品零售额与消费品生产、供应的关系作为研究的起点。首先分析影响消费品已实现购买力——零售额增长的各种因素，并介绍作为分析供求比例资料基础的消费品商品资源分配平衡表的编制方法；接着从一个时期来分析直接和零售市场有关的消费品可供量与已实现购买力——零售额之间的比例关系；接着从不同时期来分析消费品可供量增长速度与零售额增长速度之间的比例关系。然后结合商品率、进出口、市场外供应等因素来分析消费品生产增长和零售增长之间的比例关系。在明确了已实现消费品购买力——零售额增长与消费品生产增长的关系后，再导入未实现购买力这个因素，来综合研究全部消费品购买力增长与消费品生产增长的比例关系。然后从国民经济的相互联系中来简略地谈一下农轻重比例、劳动生产率和工资的比例、消费和积累的比例同供求比例的相互关系。最后对主张购买力增长快于消费品生产的增长的论点，从几个方面提出商榷。这样的叙述体系，还是一个新的尝试。

本书是一部学术讨论性的专著，行文以理论分析为主，不宜把一些过于具体的业务性、技术性的内容也放在正文中表现出来。但有些计算方法又很实用，是具体工作同志所很想知道的，不谈也是个缺陷。为了解决这个矛盾，特把这部分内容作为附注，列于正文之外，有的还比较长。其实，许多附注内容也很关紧要，而不是无足轻重的可有可无的附释。

本书是以理论研究为任务的，有关当前消费品供求比例的状况、存在的问题和解决问题应采取的政策措施，都不是本书所侧重的研究对象。所以，在本书中注意的主要是一般的

规律性的问题，是正常的比例关系，而非以某一时期为出发点，不在现实问题上多作文章。只是为了便于说明规律和正常比例，书中用了一些数字，这些数字也是假设的，不能视为真实材料而公开引用。

消费品供求比例问题是一个理论性政策性很强的研究课题。我们实际经验不足，理论水平不高，对这一课题的研究还很肤浅，有的观点可能主观片面，叙述也可能有不确切、不周密之处，因而此书只是给从事计划平衡工作的同志在算帐时作一个借鉴，同时恳切要求关心这一问题和实际从事这一工作的同志对书中的错误缺点，不吝批评指正。

本书成稿时蒙商业部、国家计委财贸局、国家统计局有关同志审阅，并提出宝贵意见，特此表示深切的谢意。

作 者

一九八〇年十月

目 录

前言	1
一 影响零售商品流通增长的几个因素	1
(一) 影响零售商品流通的几个因素	1
(二) 各因素增长对消费品零售增长的影响的分析	11
(三) 零售商品资源分配平衡表的编制方法	16
二 当年消费品可供量与消费品零售量的比例关系	27
(一) 从消费品生产量到零售商品可供量	27
(二) 消费品可供量与消费品零售额的三种比例关系	32
(三) 可供量须大于零售额和库存须有增长的理论根据	42
三 可供量增长速度和零售额增长速度的比例关系	49
(一) 库存保持正常周转对可供量增长和零售额增长比例的影响	54
(二) 以丰补歉因素对可供量增长和零售额增长的比例的影响	74
(三) 国民经济发展长远需要的储备对可供量增长和零售额增长比例的影响	79
四 消费品零售额增长和消费品生产量增长的比例关系	96
(一) 商品率因素对零售额增长和生产量增长比例的影响	97
(二) 对外贸易、国家储备、市场外供应对零售额增长和消费品生产量增长比例的影响	114

(三) 消费品生产量增长快于零售额增长是国民经济有计划按比例发展规律的要求	120
五 必须根据消费品生产增长的可能来安排消费品购买力	127
(一) 购买力和零售额	127
(二) 供求比例和钱物比例	134
(三) 在计划工作中怎样做到供求比例的适应	153
六 国民经济中的几个主要比例和供求比例的关系	173
(一) 农轻重比例和供求比例	174
(二) 劳动生产率、工资的比例和供求比例	186
(三) 消费、积累比例和供求比例	197
七 研究消费品购买力增长和消费品生产增长比例关系时几个应说明的问题	238
(一) 自然需要和购买需要的区别	238
(二) 暂时的、个别商品的供求比例和供求比例的一般规律性的区别	246
(三) 资本主义供求比例和社会主义供求比例的区别	256

一 影响零售商品流通 增长的几个因素

消费品零售额的大小反映着某一时期消费品市场容量的大小、商品流通发展水平的高低。消费品零售额,一方面取决于人民的消费品购买力(求),有钱才能购买东西,人民币收入愈多,消费品流通愈扩大;另一方面取决于消费品的生产和供应(供),有东西才能使购买力得到实现,商品供应额的多少决定着购买力实现额的大小。可以说,零售额是供求关系的一个交叉点。因此,要研究供求关系,就必须先研究零售额的变化规律。现在让我们从商品供应的角度来考察各种经济因素对零售增长的影响,同时这也就说明了购买力要得到实现是受到哪些因素制约的。

(一) 影响零售商品流通的几个因素

消费品零售流通是一个复杂的经济过程。是哪些因素影响消费品零售流通这一过程的规模,决定零售额这一指标的增长速度呢?这里面有许多矛盾在错综复杂地发生着作用。左右着消费品零售流通这个过程的发展变化的各种矛盾,大致说来有自给性生产与商品性生产、消费品在市场内的分配与市场外的分配、国内贸易与对外贸易、当年零售与库存增长