

货币银行学

• 主编 文性初 吕玉忠

HUOBINYINGHANGXUE

中国·三环

货币银行学

文性初 吕玉忠 主编

中国·三环出版社

湖南长沙气象印刷厂印刷

787×1092 1/32开本 9.8印张 220千字

1991年1月第1版 1991年1月第1次印刷

印数 1—3000册

书号:ISBN7-80564-312-1/Z.26 定价:4.6元

编写说明

本教材是为了适应成人高校金融专业的教学需要，根据中国农业银行总行《货币银行学》大纲的要求，由湖南农村金融职工大学和中国农业银行天津金融管理干部学院联合编写的。在编写的内容和程度上考虑了成人高校的教学要求和教学对象的特点，将马克思主义的货币、信用、银行的基本原理与社会主义货币银行学为一体；并对我国社会主义经济中特别是金融领域出现的新情况、新问题作了选择的阐述，对当代货币银行理论方面的不同流派和观点也作了重点介绍。

本教材由文性初副教授、吕玉忠讲师任主编，参加编写的同志有：文性初（第七章）、吕玉忠（第三章、第九章）、王赐生（第五章）、田桂玲（第四章）、唐友明（第八章）、吕会云（第一章）、邹爱农（第二章）、任宇（第六章），最后由吕玉忠、王赐生总纂。

编写出一本水平较高的教材，绝非几载之功、几匠之心。由于编写时间仓促，加之水平所限，缺点和问题在所难免，欢迎提出批评和意见。

编 者

一九九〇年十月

目 录

第一章 货币	(1)
第一节 货币的产生.....	(1)
第二节 货币的本质.....	(19)
第三节 货币的职能.....	(33)
第二章 货币制度	(51)
第一节 货币制度的形成和内容.....	(51)
第二节 本位制度的演变及原因.....	(55)
第三节 纸币流通下的货币制度.....	(61)
第四节 我国的货币制度.....	(68)
第三章 货币流通	(75)
第一节 货币流通概述.....	(75)
第二节 货币流通规律及货币需要量.....	(92)
第四章 通货膨胀	(106)
第一节 通货膨胀的产生和标志.....	(106)
第二节 通货膨胀的类型.....	(113)
第三节 资本主义国家的通货膨胀.....	(124)
第四节 我国的通货膨胀.....	(131)
第五章 信用	(141)
第一节 信用的产生和发展.....	(141)
第二节 信用形式及其信用工具.....	(152)
第三节 利息与利息率.....	(173)

第六章 金融市场	(187)
第一节 金融市场概述.....	(187)
第二节 金融市场业务.....	(192)
第三节 我国的金融市场.....	(202)
第七章 银行	(209)
第一节 银行的产生和发展.....	(209)
第二节 银行的性质和职能.....	(220)
第三节 银行体系.....	(232)
第四节 我国金融体制改革.....	(243)
第八章 银行业务	(253)
第一节 银行业务.....	(253)
第二节 信贷收支平衡.....	(268)
第九章 货币政策	(272)
第一节 货币政策概述.....	(272)
第二节 西方国家的货币政策.....	(284)
第三节 我国的货币政策.....	(297)
第四节 货币政策与财政政策的配合.....	(308)

第一章 货 币

第一节 货币的产生

一、货币起源于商品

自货币产生以来，历史上曾有许多人对其进行过研究，特别是到了资本主义社会，随着商品经济的发展，货币在国计民生中作用的日趋重要，研究货币的人也就更多。但直到马克思以前却从来没有一个人对货币问题做过科学的论述。正象马克思在《政治经济学批判》中引用英国议会议员格莱思顿的一句话所说的那样：“受恋爱愚弄的人，甚至还没有因钻研货币的本质而受愚弄的人多。”^①只有马克思第一个揭开了货币之谜，创立了科学的货币学说。

马克思对货币的研究是从分析商品开始的，马克思曾经指出：“货币的根源在于商品本身”。^②“货币结晶是交换过程的必然产物”。^③“货币是以商品交换发展到一定高度为前提的。”^④因此，我们对货币的研究，也应该从商品分析开始。

（一）商品及其两因素

什么是商品？商品是能够满足人们某种需要而进行交换的劳动产品。一种劳动产品变成商品，必须具有两因素：其一，

①《马克思恩格斯全集》第13卷，人民出版社1962年版，第54页

②《马克思恩格斯全集》，第13卷，第54页

③《马克思恩格斯全集》第23卷，第105页

④《马克思恩格斯全集》第23卷，第193页

它能够满足人们的某种需要。如粮食可以充饥、衣服可以御寒等。商品的这种有用性即商品的使用价值。使用价值是商品的自然属性，是由生产商品的不同形式的具体劳动创造出来的，因而不同的商品具有不同的使用价值。其二，商品不仅要具有使用价值，它还要能与其他商品相交换，具有交换价值。交换价值是一种的使用价值与另一种的使用价值相交换的量的关系或比例。如，20码麻布和1件上衣相交换，1件上衣便是20码麻布的交换价值。麻布和上衣是两种使用价值不同的商品，但在这里却能够相互比较，说明两者之间必然存在着某种共同的东西，因为只有质上相同，量上才可以相比较。那么这种共同的东西是什么呢？抛弃商品使用价值的特点，我们不难发现，它们都是人类劳动产品，人们在生产它们的过程中都耗费了一定的脑力、体力即生理意义上的消耗。当我们把生产商品使用价值的各种劳动的具体形式抛开，在一切商品中留下来的就只是这种共同的、无差别的人类劳动。也正因为此，各种使用价值不同的商品能够进行比较，而以一定的数量比例进行交换。这种凝结在商品中的人类一般劳动形成商品的价值。正如马克思所指出：“作为相同的或抽象的人类劳动，它形成商品价值”。^①可见，价值是交换价值的基础，它是商品的社会属性。所谓商品的两因素即使用价值和价值，它是由生产商品的劳动的两重性所创造的。

商品是使用价值和价值的矛盾统一体，一种劳动产品成为商品，必须既具有使用价值又具有价值，两者缺一不可。世界上不存在没有使用价值的商品，更不存在没有价值的商品。因

^①《马克思恩格斯全集》第23卷，第50页

为没有使用价值，产品也就不可能进入交换而成为商品。同时，即使产品有使用价值，但如果不拿去交换，也就不能形成价值，从而不能转化为商品。因此，使用价值和价值的统一是商品。然而，对于商品生产者来讲，商品的使用价值和价值又是不可兼得的。商品生产者是为了要取得价值而去为别人生产使用价值，商品生产者必须把商品的使用价值过渡给他人，才能从他人手中取得相应的价值。因此，商品的使用价值和价值又是矛盾的。正是这种商品内在矛盾的存在，决定了商品生产者必须将其产品用来交换，通过交换商品的价值得以实现，商品的内在矛盾得到解决，同时产品转化为商品。

（二）商品产生的社会条件

商品的产生是以社会分工和生产资料私有制或生产资料为不同的所有者所有为前提的。

在社会分工存在的条件下，商品生产者都只是从事某种特定的或专门的生产，只生产一种或几种产品，但商品生产者的生产和生活需要却是多方面的，这种多方面的需要要靠社会上各个不同的商品生产者之间相互满足。因此社会分工使商品生产者相互联系，相互依赖，他们作为社会分工体系中的成员，客观上是彼此为对方的需要而生产，每个商品生产者的劳动都是整个社会劳动的一部分。但是，由于生产资料私有制，商品生产者的劳动却直接表现为私人劳动，他们为社会生产什么，生产多少，都由自己决定，产品也归私人所有。这样在私有制和社会分工并存的条件下，商品生产者的劳动是社会的，同时又是私人的，这是一个矛盾。直接的私人劳动产品是否为社会所需要，商品生产者的私人劳动能否转化为社会劳动，只有通过交换才能得到证实。产品能够交换出去，说明这种产品是为社会

所需要的，商品生产者的劳动得到社会的承认，私人劳动转化为社会劳动。否则，产品卖不出去，说明这种产品不为社会所需要，商品生产者的私人劳动不具有社会性质，不能转化为社会劳动，这样商品生产者的劳动耗费得不到补偿，生产无法继续进行。

可见，劳动产品之所以要进行交换而采取商品的形态，根源在于私人劳动与社会劳动的矛盾。私人劳动与社会劳动的矛盾是商品生产的基本矛盾、商品的内在矛盾——使用价值和价值的矛盾是这一矛盾的表现。

私人劳动与社会劳动的矛盾是由社会分工条件下的私有制决定的，因此社会分工条件下的所有制问题是理解商品货币问题的关键。

二、商品交换的发展与价值形态的演变

商品交换是商品生产基本矛盾的客观要求，它是随着商品经济的发展而发展的。

商品交换过程即商品的价值得到表现和实现的过程。商品交换过程中商品价值的表现形态即商品的价值形态。在现实生活中，商品的价值是以货币表现的，货币形式成为人们所熟悉的价值形式。但商品的价值以货币来表现，经历了一个漫长的历史发展过程，它是商品价值表现的最高形式。从历史上看，随着商品交换的发展，商品的价值形态相应经历了四个阶段的演变过程。马克思正是在分析商品交换以及与之相适应的价值形态的发展过程中揭示出了货币的产生。

（一）简单的或偶然的价值形态

简单的或偶然的价值形态是和原始社会末期简单的偶然的商品交换行为相适应的。原始社会末期在原始公社之间就已经

出现了交换行为，当时由于生产力水平很低下，原始公社诸成员劳动的成果甚至不能满足自己的需要，从而也就不会经常有剩余的东西可以用来交换。并且由于当时尚未出现社会大分工，存在的只是与石器制作有关的偶然分工，因而产品种类很少。这样当时的交换只能是偶然的，在这种交换关系中，一种商品的价值简单地、偶然地表现在另一种商品上，我们称这种价值表现形态为简单的或偶然的价值形态。用公式可表示为：

$$\text{一张牛皮} = \text{两把石斧}$$

在这里，一张牛皮的价值通过两把石斧表现出来。牛皮由于不能自身表现其价值而是借助于石斧相对地表现出来，因此牛皮处于相对价值形态地位。石斧作为表现牛皮价值的材料，以牛皮的等价物形式出现，因而石斧处于等价形态地位。相对价值形态和等价形态共同构成了商品价值表现形态的两极。

相对价值形态和等价形态是互为条件，同时又互相排斥的。如上式，如果没有石斧，牛皮的价值则不能得到表现，同样，如果牛皮不以石斧表现自己的价值，石斧也就不会成为表现牛皮价值的材料。牛皮只是借助于石斧才处于相对价值形态地位，石斧也是依赖于牛皮才成为等价物，它们是同一价值形态中不可分割的两要素。但相对价值形态和等价形态又是互相排斥的，在同一价值表现中，同一个商品不能同时处在两种形态上。否则一张牛皮换一张牛皮，那不是价值表现，也不成其为价值形态了。至于一个商品究竟是处在相对价值形态，还是等价形态上，完全取决于它当时在价值表现中是价值被表现的商品，还是别种商品的价值所赖以表现的商品。

简单的或偶然的价值形态从形式上看似乎很简单，但它所包含的内容却是很复杂的，正如马克思所指出的：“一切价值

形态的秘密都隐藏在这个简单的价值形态中”。^①因此有必要对其进行详细的分析。

首先，从相对价值形态看，商品价值的质和量都获得了表现。

价值是人类抽象劳动的凝结，它是人们不能直接感触到的，而人们之所以能够认识到价值是人类抽象劳动的凝结，是由于商品对等关系的存在。牛皮和石斧这两种使用价值截然不同的商品能够相比较，其共同之处不可能不是人类一般劳动，因此简单的或偶然的价值形态，首先就揭示出了价值的实质，并且同时也使价值有了具体的形态——牛皮的价值体现为石斧。在这里石斧是以其使用价值的自然形态表现牛皮的价值的。

不仅如此，简单的或偶然的价值形态也使商品价值的量获得了表现。我们知道，一张牛皮 = 两把石斧这一等式之所以成立，不仅在于双方都有价值，而且也在于双方的价值量是相等的。价值量取决于社会必要劳动时间，但由于商品生产很复杂，社会必要劳动时间很难直接计量，因此商品的价值量不能由社会必要劳动时间直接表现出来。在一张牛皮 = 两把石斧的等式中，牛皮的价值量是以石斧的使用价值量——两把——表现的。

随着劳动生产率的变化，生产商品的社会必要劳动时间也会发生变化，这种变化必然会引起相对价值形态的量发生相应的变化。相对价值形态量的变化可概括为以下四种情况：

第一、等价物价值不变时，相对价值形态的量将随着处于

^①《资本论》第1卷，人民出版社，1975年版，第62页

相对价值形态的商品的价值成正比例变化。

第二、相对价值形态商品的价值不变时，相对价值形态的量将随着等价物的价值成反比例变化。

第三、相对价值形态的商品与等价形态商品的价值按同一方向、同一比例变化时，相对价值形态的量不变。

第四、相对价值形态商品的价值与等价形态商品的价值不按同一方向变化，或按同一方向但不按同一比例变化，这时相对价值形态的量将由两因素变化的情况共同决定。

综上所述，相对价值形态量的变化很复杂，它既与相对价值形态商品的价值变动有关，也与等价形态商品价值的变动有关。了解这一问题的实质，对研究货币流通规律有重大意义。

再从等价形态看，等价商品，如石斧，本身是否具有某种特殊的自然属性而成为牛皮价值的表现材料呢？当然不是，石斧之所以能表现出牛皮的价值，是因为牛皮要与它相交换，要把自己的价值表现在石斧上。如果没有牛皮的这种主动要求，石斧也就不能成为等价物。但一旦某种商品处在了等价形态地位，那么这种商品也就处在了能够直接和别种商品相交换的形态。换句话说：作为等价物，它具有可以和处于相对价值形态地位的商品直接交换的能力。

处于等价形态地位的商品具有以下三个特征：

第一、使用价值成为价值的表现形态。在一张牛皮 = 两把石斧的等式中，牛皮的价值通过石斧表现出来，但石斧并不是以其自身的价值而是以其使用价值表现出牛皮的价值，因为石斧和其他商品一样不能自身表现价值。因此等价物的使用价值成为相对价值形态商品的价值的表现形态。

第二、具体劳动成为抽象劳动的表现形态。商品的使用价

值和价值分别是由生产商品的具体劳动和抽象劳动创造的。如上所述，既然相对价值形态商品的价值是通过等价商品的使用价值表现的，那么，生产等价形态商品的具体劳动也就成为相对价值形态商品抽象劳动的表现形态。

第三、私人劳动成为社会劳动的表现形态。在上述等式中，牛皮与石斧都是私人劳动的产品，但在交换中，由于牛皮换得了石斧而使生产牛皮劳动的社会性获得了表现。于是生产石斧的私人劳动也就成了牛皮社会劳动的表现形态。

以上我们分析了简单的或偶然的价值形态的两极，总的来看，这一价值形态是包含一对商品的交换关系，在这种交换关系中，一个商品价值的质和量由另一个商品独立地表现出来，商品的内在矛盾得到解决，相对价值形态的商品直接表现为使用价值，表现为具体劳动和私人劳动的产品；而等价形态商品则直接表现为价值，表现为抽象劳动和社会劳动的结晶，但简单的价值形态是不充分的、萌芽的形态，它只反映一种商品与另一种商品有相同的质，量上可以比较，价值作为抽象的、无差别的人类劳动凝结的性质还没有充分地表现出来。尽管如此，在简单的价值形态中，作为等价物的商品已经孕育着货币形态所具有的基本特征。简单的价值形态包含着货币产生的秘密。

（二）扩大的价值形态

随着社会生产力的发展和第一次社会大分工的出现，交换日益发展成为一种经常的现象。这时一种商品不再是偶然地与另一种商品相交换，而是能与其他许多种商品发生交换关系，从而一种商品的价值就有了种种不同的表现。如牛皮不再只是和石斧相交换，而且还可以和绵羊、上衣、茶叶等许多商品相交

换，分别以这些商品表现自己的价值。这样商品的价值形态也就由简单的价值形态过渡到扩大的价值形态，即一种商品的价值由许多种商品表现的形态。用公式可表示为：

$$\left. \begin{array}{l} \\ \\ \\ \\ \end{array} \right\} \begin{array}{l} = \text{两把石斧} \\ \text{或} = \text{一只绵羊} \\ \text{或} = \text{一件上衣} \\ \text{或} = \text{两斤茶叶} \\ \text{或} = \text{其他商品} \end{array}$$

一张牛皮

可见，在扩大的价值形态中，一种商品要表现自己的价值会有许多商品充当其价值表现材料，作为其等价物。但是在每一次具体的交换行为中，却只能由一种商品排斥其他商品而现实地充当等价物。马克思把这一系列等价物中的每一种商品称为“特殊的等价物”。

扩大的价值形态中商品的价值表现较简单的价值形态更充分了。在这里一种商品的价值可以由一系列其他商品来表现，说明了一种商品与其他许多种商品有共同的质，价值作为抽象的、无差别的人类劳动凝结的性质被充分地表现出来。

扩大的价值形态是简单价值形态的发展形态，但仍然是不成熟的价值表现形态。首先，从相对价值形态看，（1）商品的价值表现是不完整的。因为任何一种新产品的出现都会使这种价值表现系列延长。（2）一个商品的价值表现是杂乱的。因为每一种商品都有许多互不关联和种类各异的价值表现。

（3）各种商品的价值表现是不统一的。总之在扩大的价值形态中，商品还没有一个共同的、统一的价值表现。其次，从等价形态看，等价物有一系列，其中任何一种等价物都排斥其他

等价物。随着商品生产愈发展，进入交换的产品愈多，等价物间的竞争会越激烈。

扩大价值形态的这些缺点，造成了商品现实交换的困难。因为在这种直接物物交换条件下交换行为的成立，以交换双方互相握有对方所需要的使用价值为前提。而在现实生活中这种情况并不是经常存在的。随着商品生产的发展，进入交换的产品不断增多，人们的需求也将随之不断变化，这样物物交换的条件也就愈难满足，从而交换行为愈难成立。因此，商品生产愈发展，扩大的价值形态就愈成为交换发展的桎梏。

（三）一般的价值形态

扩大的价值形态阻碍了商品交换的发展，但正如马克思所说：“问题和解决问题的手段同时产生。”^①正是因为交换行为的日益频繁，进入交换产品的日益增多，人们逐渐发现，某种商品为大家所乐于接受，于是人们在暂时找不到自己所需要的商品时，就先与之相交换，然后再用这种商品去换取所需。这样这种进入交换次数较多，为大家所乐于接受的商品就逐渐从商品界分离出来成为商品价值的表现材料。从而扩大的价值形态发展为一般的价值形态，即所有商品都用一种商品表现自己价值的形态。用公式可表示为：

$$\left. \begin{array}{l} \text{两把石斧} = \\ \text{一只绵羊} = \\ \text{一件上衣} = \\ \text{两斤茶叶} = \\ \text{其他商品} = \end{array} \right\} \text{一张牛皮}$$

^① 《马克思恩格斯全集》，人民出版社1972年版，第106页。

在一般的价值形态中，每一种商品的价值表现都是简单的，因为都是由唯一的一种商品表现出来。同时各种商品的价值表现又都是统一的，因为它们都是由同一种商品来表现。这就更清楚地说明了各种商品的价值在质上是相同的，从而量上可以比较。价值作为抽象人类劳动凝结的性质更充分地表现出来。

一般的价值形态中，等价物是商品世界唯一的等价物，也是所有商品的共同的、一般的等价物。从而克服了扩大价值形态中等价物排他性的矛盾。它成为表现一切商品价值的材料，成为一切商品中所消耗的人类抽象劳动的体现，同时成为表现商品生产劳动社会性的证明体，所以它具有了与其他一切商品直接交换的能力。但必须注意，某种商品之所以能成为一般等价物，绝不是因为它自身有何奇妙之处，而是由于所有商品都要与它相交换，要以它表现自己的价值。

一般价值形态的出现解决了直接物物交换的困难。这时交换行为的成立不再要求交换双方对于使用价值需求的统一，而只是取决于交换一方——持有一般等价物的一方——对于使用价值的需求。因此一般的价值形态为交换的发展创造了广阔的活动余地。

（四）货币价值形态

在一般的价值形态中，等价物的作用是不固定的，在不同的地区或同一地区不同的时期，一般等价物是交替地、暂时地由这种商品或那种商品来充当。一般等价物的不固定阻碍着商品交换的进行，适应商品交换进一步发展的需要，必须从交替地起着一般等价物作用的商品中分离出一种商品固定地充当一般等价物。这种固定充当一般等价物的商品即货币商品。货币产

生后，商品的价值形态就发展为货币形态，即所有商品都以货币表现价值的形态，或商品的价值固定地由一种商品来表现的形态。

从历史上看，一般等价物是最后固定在贵金属黄金上的。因而货币价值形态可用公式表示如下：

$$\left. \begin{array}{l} \text{两把石斧} = \\ \text{一只绵羊} = \\ \text{一件上衣} = \\ \text{两斤茶叶} = \\ \text{其他商品} = \end{array} \right\} \text{一克黄金}$$

货币价值形态与一般价值形态并无本质上的区别，所不同的只是一般等价物固定由一种商品（黄金）来充当。这时所有商品都处于相对价值形态，黄金则排斥其他一切商品而处于等价形态，成为表现价值，表现抽象劳动和社会劳动的代表。从这时起“商品世界的统一的相对价值形态才获得了客观的固定性和一般的社会效力。”^①

但值得注意的是，贵金属金银之成为货币并不是其本身所固有的属性，而是社会自发发展的结果。事实上，在贵金属金银成为货币之前曾有许多商品充当过货币材料，诸如牲畜、粮食、贝壳、布帛及贱金属铁、铜等。只是随着社会经济的发展，社会财富日益增多，加之贵金属金银的自然属性，诸如同质性、可分性、耐久性、体积小而价值大等，最适合充当货币材料，所以一般等价物作用才最后固定地由贵金属金银来充

^①《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社，1972年版，第85页