

货币银行学讲座

樊纪宪 编著



经济新论社

货币银行学讲座

樊纪宪 编著

经济新论社

责任编辑：聂仲选 孙月如

封面设计：陶峻峰

货币银行学讲座

樊纪宪 编著

经济新论社出版

郑州市金融学会发行

郑州市第二商标印刷厂印装

开本787×1092毫米 1—32 印张10 字数21.8万

1985年7月第1版 1985年7月第一次印刷 印数 8,000册

豫刊证字第132号

前 言

胡耀邦同志在党的十二大报告中指出：“为了造就社会主义现代化建设的大批专门人才，必须大力加强干部的教育和训练工作”。党的十二届三中全会通过的《中共中央关于经济体制改革的决定》中也指出：“经济体制的改革和国民经济的发展，迫切需要大批既有现代化的经济、技术知识，又有革新精神，勇于创造，能够开创新局面的经营管理人才，特别是企业管理干部。现在的问题是，我们的经济管理干部队伍的状况同这个要求很不适应。”中央的这个估价完全符合金融战线的实际情况。因此，加强对金融干部的教育和训练，提高业务素质，提高银行经营管理水平，已是摆在各级银行领导者面前一项迫在眉睫的任务。

货币、信用、银行理论是马克思主义政治经济学的重要组织部分，也是我国全面开创社会主义现代化建设新局面的重要问题。作为银行，它是经营货币和信用的特殊企业，所以，《货币银行学》不仅是基础理论课，也是必修业务课。而作为一名国家的金融工作者，对货币、信用和银行的基础知识，不仅应有一般的了解，而且必须熟练掌握和有效地运用。

但是，作者从事金融学习、工作、教学、科研三十多年来，感到我国现已出版的货币银行学，虽然各有长处、各有

建树，但在体系的建立上、文字的繁简上、问题的深度上、实践的运用上，又不能不存在一些值得探讨的地方。本着探索的精神，编撰了这本《货币信用与银行基础知识讲座》曾在多次教学中试讲，反映一般良好。现改名《货币银行学讲座》内部付印，以就教于学术界和金融界。

这份讲座从1982年起，在《郑州金融研究》杂志上连载，得到不少同志的批评和帮助，这次作者经过大量的增删，又蒙郑州金融学会聂仲选、孙月如等同志的热情帮助，在此一并深表感谢。

此讲座在增删过程中，本着新老咸宜的精神，在每章的后几节涉及了一些理论问题，又为了理论的系统性，使各章节可以独立成章，在个别地方有重复叙述之处，目的是有助于深学者和研究工作者参考。

由于本身理论素养不高，知识浅薄，祈望继续得到大家的指导与帮助。

作者 1985年10月

目 录

第一章 货币	(1)
第一节 商品	(1)
第二节 货币是怎样产生的	(11)
第三节 货币的本质	(22)
第四节 货币的职能	(27)
第五节 货币流通	(42)
第六节 坚持马克思主义的货币学说	(109)
第二章 信用	(122)
第一节 信用的产生和发展	(122)
第二节 信用的本质	(133)
第三节 利息和利息率	(136)
第四节 信用的形式	(148)
第五节 信用的流通工具	(167)
第六节 信用的作用	(175)
第七节 信贷管理体制的改革	(187)
第三章 银行	(214)
第一节 资本主义银行的产生和发展	(216)

第二节	资本主义银行的性质和作用·····	(221)
第三节	资本主义银行的体系·····	(229)
第四节	帝国主义时期银行的新作用·····	(245)
第五节	无产阶级必须掌握银行·····	(254)
第六节	毛泽东的金融思想是对马克思主义银行 理论的发展·····	(261)
第七节	我国革命实践充实了马克思主义关于银 行国有化的理论宝库·····	(269)
第八节	我国的金融体系·····	(279)
第九节	社会主义银行的性质·····	(290)
第十节	银行在社会主义经济中的作用·····	(294)
第十一节	深入地进行银行体制改革·····	(300)

第一章 货 币

第一节 商 品

货币是商品经济发展的产物。马克思指出：“只要理解了货币的根源在于商品本身，货币分析上的主要困难就克服了。”^①所以，我们研究货币必须从分析商品开始。

一、什么是商品

商品，这个东西对我们来说并不陌生。当你走进百货商店，看到货架上、橱窗里，琳琅满目的全是它。我们的衣、食、住、行一刻也离不开它。但是，什么是商品，并不为人都了解。正如毛泽东同志在《整顿党的作风》一文中讲的：“商品这个东西，千百万人，天天看它，用它，但是熟视无睹。只有马克思科学地研究了它，他从商品的实际发展中作了巨大的研究工作，从普遍的存在中找出完全科学的理论来”。^②

那么，什么是商品？

经典作家是这样给商品下定义的：马克思说，“能同别的

①《马克思恩格斯全集》第13卷第54页

②《毛泽东选集》四卷合订本第775页

产品交换的产品就是商品”。①列宁说：“商品是这样一种物，一方面，它能满足人们的某种需要，另一方面，它能用来交换别种物”。②所以，若给商品下个简单定义的话，商品就是为了交换而生产的劳动产品。

根据上而论述，可以看出，一种东西能够成为商品，必须具备以下缺一不可的三个条件：

第一，它能满足人们的某种需要；

第二，是一种劳动产品；

第三，为了交换而生产的劳动产品。

这就是说，一种东西如果不能满足人们的某种需要，即使在它上面花费的劳动量再大，也不能作为商品出售，如工厂生产的废品；某些东西，如阳光、空气、自然湖泊的水、原始森林的树木，未被开垦的处女地等，虽然能满足人们的某种需要，但不是劳动生产物，也就不是商品；还有一些东西，即使能满足人们的某种需要，又是劳动产品，如果不拿来交换，也不是商品。如农民自种自食的粮食，女同志自打自穿的毛线衣。

二、商品具有使用价值和价值二重性

任何商品都毫不例外的具有使用价值和价值两种属性或称二重性。商品能够满足人们某种需要的属性，是商品的使用价值。使用价值是指物品效用，是商品的自然属性。任何商品首先必须有使用价值，否则，谁也不会买它。如粮食可

①《马克思恩格斯选集》第1卷第364页

②《列宁选集》第2卷第589页

可以充饥，衣服可以御寒，电灯可以照明，化肥可以肥田。随着生产力的发展和科学技术水平的提高，同一物品的使用价值可以得到多方面的使用。如煤和石油，在很早的时候，只知用作燃料，目前已成为工业的“粮食”。人们已经能从煤中提炼出百种以上的化工原料，已可从原油中提炼合成纤维、橡胶、塑料等几十种产品。

凝结在商品中的人类劳动，形成商品的价值。价值是商品的社会属性。世界上一切商品，虽然在形状、颜色、重量、用途上有所不同，但它们之间都具有一个共同点，都是人类劳动的结晶，都有价值。根据各种商品价值的大小，就可以相互比较，确定一个在量上的交换比例，这叫做商品的交换价值。因此，价值就成为不同使用价值之间，确定在量上的交换比例，并据以进行交换的基础。如一丈布换二斗米，二斗米就是一丈布的交换价值。交换价值往往在时间上、地点上不完全一样。但是，都是八九不离十。使用价值不能比较，而一切商品作为价值是共同的，能够互相比较，并按照一定比例进行交换。这种比例决定于劳动量的大小。可见，价值是交换价值的基础，交换价值不过是价值的表现形式。

商品是使用价值与价值的统一体。两者关系是处在一种既相矛盾面又统一的关系之中。所以说统一，两者缺一不可不能成为商品。因为只有使用价值而无价值（河水、原始森林、处女地）、或只有价值而无使用价值的（废品），都不能成为商品；所以说矛盾，因为买者和卖者只能占有商品的一方，若同时既占有商品的使用价值，又占有商品的价值，就不成为商品了。所以，马克思说：“商品本身是使用价值和

价值的统一”。

三、商品的二重性是劳动的二重性 决定的

商品的使用价值和价值是由生产它们的具体劳动和抽象劳动决定的。具体劳动和抽象劳动称为劳动的两种属性或二重性。

为了一定目的，并在一定的具体形态下进行的劳动，叫做具体劳动。生产不同的商品，由于他们在劳动的目的上、方法上、对象上、形式上、使用的工具和劳动成果上都不相同，因此，他们的劳动都是不同具体形式下的劳动，这种不同形式的具体劳动，才形成社会分工，创造出各种不同的产品，满足人们各种不同的需要，所以说不同的具体劳动，创造不同的使用价值。

商品生产者的劳动，撇开其劳动的具体形式，具体劳动外，都有一种共同的性质，即不管是缝衣匠的劳动，还是铁匠的劳动，都是人类劳动力的支出，都是体力、脑力、神经、筋肉、手等的消耗。这种无差别的人类劳动，也即一般的人类劳动，叫做抽象劳动。抽象劳动创造商品的价值，或者说，商品的价值是抽象劳动的凝结或结晶。正因为抽象劳动是无差别的人类劳动力的支出，这就决定了价值在质上的相同性，从而各种商品的价值量，可以互相比较，并按照一定的比例进行交换。

①《马克思恩格斯全集》第23卷第20页

具体劳动是人类社会生存的条件，它体现的是人与自然的关系；抽象劳动则是劳动力的社会属性，它体现人与人之间的社会关系。

四、商品的价值量是怎样决定的

商品的价值是由劳动创造的。它的价值量也是由生产商品所耗费的劳动量来确定。衡量劳动量大小的标准是劳动时间的长短。

还应该明确指出，商品价值量的大小，不是以商品生产者个别劳动时间，而是社会必要劳动时间决定的。因为价值实体是人类无差别的人类劳动，这种质上的同一性，要求决定价值量的劳动耗费，在量上也应具有同一性，完全相同的各个商品，价值也应该一样大，所以只能按照社会必要劳动时间来计算。

什么是社会必要劳动时间？马克思说：“社会必要劳动时间是在现有的社会正常的生产条件下，在社会平均的劳动熟练程度和劳动强度下制造某种使用价值所需要的劳动时间”。因此，商品价值量是由中等生产条件、技术熟练程度和强度作为标准来确定。

为了解清楚社会必要劳动量决定商品价值量，还有两个问题必须搞清楚。

第一个问题，由于人们劳动具有质和量的差别，所以衡量商品量小时，要区别简单劳动与复杂劳动，非熟练劳动与熟练劳动，物化（过去）劳动与活劳动，个别劳动时间与

①《马克思恩格斯全集》第23卷第52页

社会必要劳动时间、私人劳动与社会劳动的区别。

以简单劳动和复杂劳动为例。生产商品的劳动有简单劳动，也有复杂劳动，它们在相同时间里创造的价值量是不同的。所谓简单劳动，就是“每个没有任何专长的普通人的机体平均具有的简单劳动力的耗费。简单平均劳动虽然在不同的国家和不同的文化时代具有不同的性质，但在一定的社会里是一定的。”^①这种劳动一般人不经特别的训练都能干得了；复杂劳动是经过专门训练的劳动，会作为加倍的简单劳动起作用，少量的复杂劳动可以与大量的简单劳动相等，一小时复杂劳动会比一小时简单劳动创造更多的价值。在商品生产和交换中，价值量的确定要以简单劳动为尺度，复杂劳动必须还原为加倍的简单劳动。恩格斯指出：“一小时复杂劳动的产品同一小时简单劳动的产品相比，是一种价值高出两倍或三倍的商品。”^②复杂劳动折合为简单劳动的比例，不是由人们计算出来的，而是“由生产者背后的社会过程完成的。”^③

第二个问题，价值量与劳动生产率的关系。

如上所说，商品的价值量，是由生产这种商品的社会必要劳动时间决定的，生产商品的社会劳动时间不变，商品的价值不变；生产商品的社会必要劳动时间变了，商品的价值量也要起变化。

劳动生产率与价值量的关系是：劳动生产率越高，同一

①《马克思恩格斯全集》第23卷第57—58页

②《马克思恩格斯全集》第20卷第215页

③《马克思恩格斯全集》第20卷第215页

劳动者在同一时间内，生产的使用价值越多，劳动生产率和使用价值的数量成正比；而和它的单位商品的价值量则成反比，因为较高的生产率，缩短了单位商品的劳动生产时间。

这里可举两个典型的例子加以说明。

在一百六十年前，还不曾有铝的制造。直到1827年才第一次用钾或钠作还原剂，从无水氧化铝里混合加热而制得。这种制法所用的原料很贵，所以，很不经济，价值也高。当时铝的价值比银子贵八、九倍。到19世纪末期，科学家试制成功了电解氧化铝还原方法，于是铝的产量也就急剧的增大，铝的价值就大大下降了，以致几十年间铝的价值只值原先的千分之一。

再如，称之为“硬度之王”的金刚石，价值是极昂贵的。其实，它是由C（碳）元素构成的，与煤碳、石墨毫无区别。因为“金刚石在地壳中是很稀少的，因而发现金刚石平均要花很多劳动时间。因此，很小一块金刚石就代表很多劳动”，到1823年，巴西金刚石矿八十年总产量的价格还赶不上巴西甘蔗种植园或咖啡种植园一年半平均产量的价格”。将来若能“用不多的劳动把煤变成金刚石，金刚石的价值就会低于砖的价值”^①

五、价值规律

所谓价值规律，是价值决定和价值实现的规律。概括地说，社会必要劳动量决定商品价值量，就是价值规律。它有两条具体要求：一是商品的价值量决定于生产它的社会必要

^①《马克思恩格斯全集》第23卷第53页

劳动时间；二是商品对商品交换，必须以等价为原则。

价值规律是商品生产的基本规律。因为它既支配商品生产，又支配商品流通。凡是有商品生产和商品交换，它就客观的起着作用。

商品价值的货币表现称为价格。

商品的价值是由社会必要的劳动时间决定的，商品交换的比例以它们所包含的价值为基础。但是，由于商品供应和需要不一致，价格往往背离价值。供不应求，价格就高于价值；供过于求，价格就会低于价值。这种情况，不仅不是对价值规律的否定，相反地它恰恰是以分散的私人劳动为基础的商品生产条件下，价值规律作用的表现形式。因为这种波动总是围绕价值进行的，它的波动象钟摆的摆动一样，始终围绕着一个重心，这个重心便是价值。而且，价格本身的变动，会反过来影响供求，使它们趋于平衡，从而使价格接近价值。如下图所示：



价值规律在商品经济的社会里，都发挥着重要的作用。而且，商品经济越发展，价值规律的作用也就越突出。

在私有制商品生产条件下，价值规律的作用表现在以下三个方面：

首先，价值规律是商品生产的自发调节者。以社会分工为条件的社会生产，客观要求各个部门之间保持一定的比例

关系。但由于生产资料的私有制，各个商品生产者的生产是盲目进行的。而要使生产资料和劳动力在各个部门大体上维持一个客观比例，就要通过竞争，通过价格的自发波动，通过价值规律的自发作用来实现。竞争力图使供求互相适应，但供求又不会完全相适应，供应不是太多，就是太少。当求过于供时，价格就会上涨，从而刺激供应逐步增加，需求则会逐步减少；反之，价格下降，从而刺激需求不断提高，供应又会减少。资本家正是通过市场价格波动的窗口，决定自己资本的投向，使资本在各个生产部门流入流出，自发地调节着生产。

其次，价值规律刺激生产力的发展。社会必要劳动量决定商品价值量的规律，要求商品生产者不断降低劳动耗费，以低于社会平均劳动时间生产出自己的产品，方可获取额外的收益。这样就需努力改进技术，不断提高劳动生产率。只要一个人这样做了，竞争的强制力量会迫使其他人也跟着这样作，于是从整体上推动了社会生产力的发展。正如马克思深刻地指出的：“这个规律一次又一次地把资产阶级的生产甩出原先的轨道，并迫使资本加强劳动的生产力，因为它以前就加强过劳动的生产力；这个规律不让资本有片刻的休息，老是在它耳边催促说：前进！前进！”^①

最后，价值规律加速了私人商品生产者的两极分化。按照社会必要劳动时间决定的价值量出卖商品，这是价值规律的要求。但生产同种商品的各个生产者，由于生产条件和技术水平不同，生产中的实际耗费的劳动时间也不一样。生产

^①《马克思恩格斯选集》第1卷第375页

条件好、技术水平高的商品生产者，商品个别劳动耗费较少，仍按照较高的社会价值出卖，就可获取较多的收入，在竞争中处于有利地位，财富也容易积累起来。相反的商品生产者，则常常无利可图，甚至可能亏本。价值规律就这样造成了小商品生产者的两极分化，并在一定条件下产生出资本主义关系。少数人富有起来，扩大经营规模，开始进行雇工剥削，成为资本家；多数人日趋贫困和破产，不得不出卖劳动力，成为雇佣工人。

在社会主义公有制条件下，价值规律同样对生产起着调节作用。

有计划的商品经济是社会主义经济的本质和特征。社会主义既然是商品经济的社会，那么作为商品生产基本规律的价值规律，必然客观的发挥着作用，与资本主义不同的，是由于生产资料的公有制，我们对价值规律是自觉地依据和运用，而不是自发、盲目让它调节生产。正如《中共中央关于经济体制改革的决定》中所讲的：“社会主义经济同资本主义经济的区别不在于商品经济是否存在和价值规律是否发挥作用，而在于所有制不同，在于剥削阶级是否存在，在于劳动人民是否当家做主，在于为什么样的生产目的服务，在于能否在全社会的规模上自觉地运用价值规律，还在于商品关系的范围不同。”^①

价值规律在社会主义条件的作用明显表现在以下一些方面：它是制定价格的依据；市场调节部分的经济靠价值规律调节生产和消费；指令性和指导性计划部分的经济，也必须

^①《中共中央关于经济体制改革的决定》人民出版社第17—18页