

经济哲学的场思维方式

经济引力场论

JINGJI YINLICHANGLUN-21SHIJI XINJIAZHI XUESHUO:
JINGJI YINLI JIAZHILUN

— 21世纪新价值学说： 经济引力价值论

吴兴杰 [著]



中国经济出版社
www.economyph.com

21 世纪经济学理论的源泉之一

经济哲学的场思维方式

经济引力场论

——21 世纪新价值学说：经济引力价值论

吴兴杰 著

中国经济出版社

北 京

图书在版编目(CIP)数据

经济引力场论/吴兴杰著. —北京:中国经济出版社, 2003.3

ISBN 7-5017-5780-1

I. 经… II. 吴… III. 价值论—研究 IV. F031.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 088530 号

出版发行:中国经济出版社 (100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: WWW.economyph.com

责任编辑:毛增余 (电话:010 68319287)

责任印制:常 毅

封面设计:白长江

经 销:各地新华书店

承 印:北京市地矿印刷厂

开 本:A5 印 张:18 字 数:491千字

版 次:2003年3月第1版 印 次:2003年3月第1次印刷

书 号:ISBN 7-5017-5780-1/F·4645 定 价 38.00元

版权所有 盗版必究 举报电话:68359418 68319282

服务热线:68344225 68353507 68341876 68341879 68353624

前 言

当您陶醉于风景迷人的黄山之中，您曾想过美丽的黄山为何产生了巨大的旅游价值？也就是说黄山的经济价值是怎样形成的？因为“黄山之美”是大自然的杰作，难道大自然的造化也能产生经济价值吗？如果纯自然因素不产生经济价值，那么，黄山的价值源泉又是什么呢？

我们知道，世界各地有无数的名山名水，蕴藏着大自然的神秘与秀丽，吸引着亿万游人去观光旅游，产生了永不枯竭的巨大经济价值。2001 年全球旅游业总收入高达 15000 亿美元，是中国 GDP 的 1 倍半！瑞士的旅游业闻名于世，有“世界花园”之称，每年旅游业净收入高达数十亿美元。

我国西部，有一神秘的自然景观：“月牙泉”。数千年来，周围的大沙漠没有使它消失。虽然当地干旱少雨，年降雨量不足几十毫米，而“月牙泉”的年蒸发量是降雨量的数千倍，但是，“月牙泉”仍然清水长存。据古书记载，此泉曾是古丝绸之路的必经之地，而今已成为大西北一道独特的“风景线”，每年吸引数万人前去旅游，产生了数百万元的经济收入！这一经济价值又是怎样形成的呢？要知道，“月牙泉”的秘密就是一条“地下河”在此裸露而成，这一“纯自然”的美妙之作，没有融入一个人类劳动的“原子”。显然，用“劳动价值论”是难以解释这一经济现象。

2002 年 4 月 23 日，在北京昆仑饭店，举行了嘉德 2002 年春季拍卖会，宋徽宗赵佶的《写生珍禽图》被拍卖了 2530 万元人民币。如今，全球艺术珍品中，市价超过 1000 万美元的极品有十几幅，最高的是梵高的《加赛医生像》，市价高达 8250 万美元，低者

如泰纳的《富基斯东海景图》，市价为 1002 万美元。现在，有两大难题：（1）这些艺术珍品的价值源泉是什么？为何一幅画就值几千万美元？（2）这些艺术珍品有什么效用呢？如果与粮食、汽车、住宅相比，难道它比数亿公斤粮食、数万辆汽车、数千座住宅更有效用吗？显然，用“效用价值论”是无法解释这一经济价值。

以上两个特例，无论是劳动价值论，还是效用价值论，均无法解答这类难题。其实，还有许多经济现象，都因特殊的原因而存在着。

由此可见，无论是西方经济学主流派的“效用价值论”，还是东方经济学主流派的“劳动价值论”，面对当今纷繁复杂的经济现象，均存在着“理论死角”，难以给出科学的答案。这是 21 世纪整个经济学界面临的严峻挑战。因此，我们不得不进行理论创新，建立新价值学说，为 21 世纪经济学理论提供新的思想源泉。这就是本书争取完成的历史任务！

吴兴杰

2002 年 12 月

目 录

前言	(1)
第一章 经济学的价值迷雾	(1)
1.1 精神产品的经济价值之谜	(1)
1.2 政策产品的经济价值之谜	(2)
1.3 知识产品的经济价值之谜	(3)
1.4 信息产品的经济价值之谜	(4)
1.5 地理位置的经济价值之谜	(6)
1.6 自然环境的经济价值之谜	(6)
1.7 时间的经济价值之谜	(7)
1.8 空间的经济价值之谜	(8)
1.9 万有经济价值之谜	(8)
第二章 价值之谜 谜在何处	(11)
2.1 价值概念的历史复杂性	(11)
2.2 经济学说史上多种价值学说并存	(13)
2.3 亚当·斯密的“价值悖论”是价值之谜的起源	(14)
2.4 经济学价值概念的时代变化性	(16)
2.5 新时代呼唤科学的价值学说	(17)
第三章 从假说(假设)到规律——建立 21 世纪 新价值学说的必由之路	(19)

3.1	从假说(假设)到规律是科学发展的辩证法则·····	(19)
3.2	亚里士多德的“通约思想”和“等同思想”是 价值学说史上最伟大的思想·····	(20)
3.3	马克思的劳动价值论——体现了“劳动通约思想” 和“劳动等同思想”·····	(21)
3.4	“ $\theta-T$ ”之谜与“价值”之谜·····	(24)
3.5	“燃素说”与“效用论”·····	(27)
3.6	21世纪新价值学说如何建立·····	(30)
第四章	辩证逻辑是建立经济哲学的理论工具 ·····	(35)
4.1	什么是哲学·····	(35)
4.2	什么是经济哲学·····	(36)
4.3	21世纪经济哲学的重任——破解“价值之谜”···	(41)
4.4	“反思”是经济哲学的必备工具·····	(42)
4.5	经济概念是建立经济哲学的起点·····	(43)
4.6	经济概念的一般特点·····	(44)
4.7	抽象经济概念·····	(46)
4.8	抽象经济概念向具体经济概念的转化·····	(46)
4.9	具体经济概念·····	(47)
第五章	经济哲学新概念之一:商品新概念 ·····	(48)
5.1	商品概念的历史变化性·····	(48)
5.2	商品二象性·····	(49)
5.3	“场”概念·····	(51)
5.4	经济哲学的“场”概念·····	(53)
5.5	场态商品的性质分析·····	(55)
5.6	“场态商品”的分类·····	(60)
5.7	商品二象性原理剖析·····	(62)

5.8 实物商品二象性原理剖析·····	(65)
5.9 商品使用价值二重性, 自然使用价值和社会 使用价值·····	(68)
5.10 “商品新概念”的多维度·····	(73)
5.11 商品新概念·····	(76)
5.12 商品的新拜物教性质及其秘密·····	(78)
第六章 经济哲学的新概念之二: 经济时空 ·····	(89)
6.1 什么是时空·····	(89)
6.2 自然哲学的时空概念对经济哲学的启示·····	(98)
6.3 自然经济的时空概念与牛顿的绝对时空观 的相似性·····	(99)
6.4 市场经济的时空概念与爱因斯坦的相对论时空观 的相似性·····	(102)
6.5 知识经济的时空概念与普利高津的内部时空观 的相似性·····	(107)
6.6 自然时空、社会时空与经济时空的相互作用·····	(112)
6.7 经济时空的性质分析·····	(116)
6.8 经济时间场·····	(120)
6.9 经济空间场·····	(122)
第七章 经济哲学思维方式 ·····	(124)
7.1 思维·····	(124)
7.2 哲学思维·····	(125)
7.3 经济哲学思维·····	(126)
7.4 思维方式·····	(128)
7.5 经济哲学思维方式·····	(129)
7.6 如何建立 21 世纪经济哲学新思维方式·····	(133)

7.7	物理学的电磁场理论	(135)
7.8	现代市场经济与电磁场的相似性	(144)
7.9	借鉴和吸收物理学场理论, 创立 21 世纪经济 哲学场思维方式	(151)
7.10	我的经济哲学场思维方式与马克思经济哲学 思维方式的差异性与相似性	(153)
第八章	经济系统场	(166)
8.1	什么是系统	(166)
8.2	什么是经济系统	(167)
8.3	什么是经济系统场	(168)
8.4	经济系统场整体性原理	(174)
8.5	经济系统场层次性原理	(176)
8.6	经济系统场开放性原理	(180)
8.7	经济系统场目的性原理	(182)
8.8	经济系统场突变性原理	(184)
8.9	经济系统场稳定性原理	(187)
8.10	经济系统场自组织原理	(190)
8.11	经济系统场相似性原理	(193)
8.12	经济系统场演化公理	(196)
8.13	经济系统场结构功能相关律	(197)
8.14	经济系统场信息反馈律	(200)
8.15	经济系统场竞争协同律	(201)
8.16	经济系统场涨落有序律	(202)
8.17	经济系统场优化演化律	(208)
第九章	经济引力场	(213)
9.1	人类经济“双重场”——经济系统场与经济	

引力场	(215)
9.2 理论创新的一大武器——相似性思维	(216)
9.3 经济系统场与经济引力场的关系类似于电场与 磁场的关系	(217)
9.4 经济系统场产生了经济力	(219)
9.5 引力场	(224)
9.6 经济引力场	(228)
9.7 经济引力场的本质规定性	(235)
9.8 经济引力的本原与引力的本原对比分析	(250)
9.9 经济引力二重态：微粒引力与波动引力	(253)
9.10 经济引力在经济引力场中如何产生的呢.....	(254)
9.11 经济引力的主要源泉：供给——市场——需求—— 政治——科技——文化——自然.....	(258)
9.12 人类劳动在经济引力场中的历史地位和作用.....	(270)
9.13 经济引力与经济斥力的对立统一关系.....	(273)
9.14 经济引力与经济类型的对应关系.....	(277)
9.15 万有经济引力定律.....	(279)
9.16 经济引力网的“金字塔”原理.....	(297)
9.17 人类社会经济引力场的五大阶段.....	(298)
9.18 经济引力场层次产生的经济引力级数.....	(299)
9.19 经济引力场的经济哲学新原理.....	(305)
9.20 经济引力场既相似于爱因斯坦引力场，又相似 于麦克斯韦电磁场.....	(309)
9.21 经济系统场和经济引力场在社会各种 场态中的地位.....	(311)
9.22 经济引力中心的五种社会形态.....	(314)

9.23	世界经济引力场的产生、发展、壮大·····	(315)
9.24	我们的经济世界是一个“波”的世界·····	(323)
9.25	经济引力论的哲学意义·····	(325)
第十章	经济学价值新概念——经济引力价值·····	(330)
10.1	21 世纪经济学的“圣杯”——价值新概念 ·····	(330)
10.2	经济哲学揭示了“价值之谜”的逻辑链·····	(330)
10.3	经济引力的经济哲学原理·····	(334)
10.4	经济引力场与市场的辩证关系·····	(340)
10.5	商品价值的产生·····	(342)
10.6	商品经济引力形成分析·····	(344)
10.7	经济引力线在经济引力场中的形成机制·····	(362)
10.8	商品价值量的数学分析·····	(364)
10.9	新价值形式或交换价值·····	(366)
10.10	新价值尺度 ·····	(385)
10.11	经济引力场决定了各类商品的价值总量 比重关系 ·····	(389)
10.12	经济引力场中各类别商品价值总量变动的 深层次原因 ·····	(391)
10.13	经济引力场中“行业总价值”的增减规律性 ···	(395)
10.14	商品价值密度规律：生产力水平与单位 商品价值密度成正比 ·····	(395)
10.15	世界商品系统的层次划分 ·····	(396)
10.16	资本、人才、机器、原材料、劳动力、自然 环境、社会环境等在现代社会的经济引力场 中的不同作用 ·····	(398)
10.17	人类劳动的经济引力分析 ·····	(401)

10.18	商品附加值与深加工的内在联系	(404)
10.19	现代企业的生存法则：最大限度地倍增 “剩余经济引力”	(405)
10.20	品牌为何有价值	(411)
10.21	精神经济的价值之谜	(412)
10.22	特殊价值现象分析	(415)
10.23	区域经济引力场与区域经济发展的辩证关系 ...	(416)
10.24	会展经济的价值源泉	(418)
10.25	劳动之物或自然之物，不管有多大使用 价值，若无经济引力，均无商品价值	(419)
10.26	商品贬值之谜	(419)
10.27	季节性商品的季节差价之谜	(422)
10.28	从“乐凯现象”看经济引力场中的价格变化 ...	(423)
10.29	广告目的：牺牲小的经济引力而获得 更大的经济引力	(424)
10.30	土地价值之谜	(424)
10.31	气象经济产生的经济引力价值分析	(426)
10.32	世界石油经济引力分析：“供给极”受政治场影响； “需求极”取决于社会对石油的依赖度	(430)
10.33	经济引力价值法则体现了五大公理	(434)
10.34	经济引力价值的哲学意义	(443)
第十一章	新价值学说——经济引力价值论	(445)
11.1	经济学意义上“价值”概念的历史变化性	(445)
11.2	劳动价值的历史演化与分析	(446)
11.3	价值的社会本质规定性：特殊的社会力量	(449)
11.4	新价值学说的经济哲学原理	(449)

- 11.5 商品经济引力—价值—价格的经济哲学原理…… (474)
- 11.6 经济引力场中价值与价格的正向关系与反向关系——
围绕“价值”这一“轴心”上下波动…… (475)
- 11.7 价值与价格的社会表现…… (476)
- 11.8 经济引力场的商品“价格链”…… (478)
- 11.9 经济引力场中短缺商品价高之秘…… (479)
- 11.10 天然资源的“价格之谜”…… (482)
- 11.11 经济引力场中人的地位及作用…… (483)
- 11.12 建立国际经济新秩序的关键：发达国家
政治场对世界经济引力场的调节…… (487)
- 11.13 马克思在《资本论》中为何建立市场
价值概念…… (488)
- 11.14 社会价值链（网）上生产力代际间经济引力
级差规律…… (490)
- 11.15 商品价格与社会需求量的关系…… (494)
- 11.16 土地地价的历史倍增性…… (496)
- 11.17 社会经济二重性：经济力和经济引力…… (497)
- 11.18 经济引力场的多重调节手段…… (499)
- 11.19 世界经济引力场的层级结构…… (502)
- 11.20 人类社会经济的三态循环论…… (503)
- 11.21 市场经济最深的本质是“经济引力场”
而不是资源配置…… (504)
- 11.22 21 世纪经济新特征：高科技基础上的复杂
经济场…… (506)
- 11.23 世界经济引力场的七层结构…… (513)
- 11.24 现代经济的演化轨迹，商品源泉→价值河→

金融海洋	(515)
11.25 世界经济就其本质上说类似于一个“大磁场”， 全球经济一体化构成了“命运共同体”	(516)
11.26 城乡对立的根源是城乡经济引力的几何级差 ..	(519)
11.27 世界经济与世界政治的双重主宰是南北关系中 经济引力几何级差的根源	(521)
11.28 大工业时期世界经济引力场的三大引力焦点—— 粮食、石油、黄金三足鼎立，形成世界商品 价格三大柱石	(524)
11.29 21 世纪的第四次科技革命，不仅世界经济力将会 倍增，而且世界经济引力也将会发生一次巨大 的质变，世界经济价值总量倍增	(530)
11.30 国际分工和国际贸易的新理论基础—— 经济引力比较优势原理	(532)
11.31 欧盟“封关”使中国商品的经济引力骤减，深刻 地揭示了“世界经济引力大战”的残酷性	(533)
11.32 经济全球化使各个国家（或地区）重新形成经济 引力场，以“产业经济引力”竞争为轴心，以 “区域经济引力”为最大范围，重新分配各类 商品的“平均经济引力”	(536)
11.33 增大中国经济引力场强度的最佳途径： 从“产值大国”走向“科技大国”	(537)
11.34 中国“十五”计划的四大工程将显著增大中国 经济引力场强度，成为中国经济“倍增器” ..	(540)
11.35 什么叫泡沫经济	(543)
11.36 日本经济引力场的“黑洞现象”	(545)

11.37 “沃尔玛”建立了最佳的经济时空，产生了强大的 经济引力，使之成为世界“零售之王”	(546)
11.38 社会安全度与场态财富的辩证关系	(548)
11.39 负经济	(549)
11.40 反经济	(550)
11.41 国民财富总量分析	(552)
11.42 国民净财富总量分析	(553)
结束语	(554)
主要参考文献	(556)
后记	(559)

第一章 经济学的价值迷雾

1.1 精神产品的经济价值之谜

人类社会 5000 年文明史，创造了辉煌灿烂的历史，留下了无数艺术瑰宝，价值连城，无以伦比。

例如：1990 年，在香港举办的中国文物拍卖专场中，一件釉俱佳的明代成化青花瓷碗，拍卖价高达 1045 万港币。^① 如果从使用价值角度看，这一只瓷碗与普通瓷碗又有什么差别吗？难道经过它盛过的汤菜都能变成黄金白银吗？很显然，纯粹从使用价值角度看是没有什么质的差异。如果从自然资源角度看，生产这种瓷碗，其物质成分是高岭土和釉子、颜料等，这些原料至今也不稀缺，按现在市价估算，原材料价值也不过区区数十元，与拍卖价 1045 万港币相比，实在太小！如果从生产工艺与生产技术来看，明代的陶器生产工艺与生产技术仍停留在手工小作坊阶段，与现代化的生产工艺与生产技术相比，显得十分落后，因此，从生产工艺与生产技术角度看，现代先进工艺与先进技术应该有比明代更大的附加值。

从物的稀少性与精神产品的特殊性来分析，假如明代这种瓷碗不是量少而是大量存在，若有 1 万件、10 万件或 100 万件，那么，还能拍卖到 1045 万港币吗？的确，文物的价值量与它们的现存数量成反比。同时，文物、工艺品等精神产品，浓缩了各自时代的文

① 李向民著：《精神经济》，新华出版社 1999 年版，第 3 页。

明成果，体现了每个时代的独特成就，成为历史进步的物质载体。所以，精神产品具有与物质产品完全不同的特殊性，不能简单地用“生产费用”、“效用”、“劳动”、“稀缺”等思维方式去判断经济价值，谁能说齐白石的名画比 100 万公斤大米的效用更大呢？因为名画与大米在“效用”上没有“可比性”，在“生产费用”、“劳动”上没有“通约性”（一幅名画就其直接成本又有多少呢？而种植 100 万公斤大米的生产费用或劳动要比一幅名画大得多）。

1.2 政策产品的经济价值之谜

政策（policy）是国家政权机关或政党为了实现政治、经济、文化上的目的，根据历史条件和当前情况制定的一套措施和办法。这是狭义的“政策”概念。

从广义上说，政策可被界定为：人们为实现某一目标而采取的行动方案。

在这里，“政策产品”主要指“公共政策”（Public Policy），即政府为解决公共问题，达成公共目标，经由政治过程，所产出的策略。这里，从三个不同角度进行归纳：①以目标取向（Goal-Oriented）来界定：公共政策是达到公共目标所采用的策略；②以问题取向（Problem-Oriented）来界定：公共政策是政府解决公共问题的策略；③以过程取向（Process-Oriented）来界定：公共政策是政治过程的产出。

公共政策是公共权力机关经由政治过程所选择和制定的为解决公共问题、达成公共目标、以实现公共利益的方案。这里，为什么说公共政策的经济价值难以估量呢？因为，任何一项公共政策都是一种权威性的资源配置和价值分配方案，那么，这一分配方案在某一历史阶段能产生多大的经济价值呢？例如：中国政府在“十五”计划期间的四大投资决策：“南水北调工程”、“西气东送工程”、“西电东送工程”、“青藏铁路”。这四大宏伟工程，对于中国未来将产生多少经济价值呢？