

JIAZHIZENGZHI
GUILUTANJIU

价值增殖规律 探究

献给新世纪

郑志国 著



经济科学出版社

价值增殖规律探究

——献给新世纪

郑志国 著

经济科学出版社

责任编辑:李宪魁
责任校对:董蔚挺
版式设计:周国强
技术编辑:潘泽新

价值增殖规律探究

——献给新世纪

郑志国 著

网址:www.esp.com.cn

电子邮件:esp@public2.east.net.cn

(版权所有 翻印必究)

社址:北京海淀区万泉河路66号 邮编:100086

出版部电话:62630591 发行部电话:62568485

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

中国科学院印刷厂印刷

河北三河市永明装订厂装订

850×1168毫米 32开 13印张 320000字

2000年5月第一版 2000年5月第一次印刷

印数:0001—4000册

ISBN 7-5058-2130-X/F·1522 定价:22.50元

(图书出现印装问题,本社负责调换)

序

社会科学家要在各种信息的汪洋大海中探寻和打捞真理,并以足够的耐心来推销自己的产品——说服公众理解和接受真理,使之造福于人类。这是一种有风险,有困苦,也有乐趣的工作。

20世纪80年代初,我开始以崇敬的心情阅读马克思的巨著《资本论》,从中初步认识到什么是价值增值规律。此后经过多年的学习和社会实践,我对这一规律的认识逐步加深,并于1986年着手研究有关问题。到现在本书出版,前后已经断断续续地思索和劳作了十几年。尽管如此,本书的认识仍然带有阶段性,对某些问题的探讨并没有完结。与其继续独自求索,不如先将自己的看法和盘托出,或许能引起同行的商榷和争鸣,那将促进认识的深化。

学术上的自信心和谦虚谨慎同样重要。我对价值增值规律的探究所以能够坚持十多年,是因为我深信自己有所发现。如果那些经过自己长期独立思考所形成的概念、观点和思想对传统政治经济学的发展没有革命性的意义,就不会对我产生持久的吸引力。我写作本书时时受到真理的召唤和鼓舞,并向往在字里行间营造一种学术美。真理和美的力量是无穷的,它们应该结合在一起。同时,我也深感自己的知识不足,离既定的学术目标和探求真理的要求相差甚远。这使对有关问题的研究难免受到束缚。书中的一些观点虽然是自己独立思考的产物,但在专家们看来也许不是什么新东西;有的看法虽然对传统观点具有颠覆性,但其论述可能还

不够充分,甚至失于肤浅;不少结论在形成之初曾使我激动不已,如今已变得习以为常,仿佛事物的本来面目就是如此。无论如何,我不怀疑书中包含着真理的颗粒和美的元素。即使有99个观点受到批评,只有一个观点被人们理解和接受,那也是值得的。我期待着读者和专家们的指教,相信会有人把真理从谬误的包围中拯救出来。

面对新世纪,人类会有种种希望,中国人民也不例外。21世纪应当是和平和发展的世纪。人类要争取早日告别战争,告别愚昧,告别贫困,实现可持续和平与可持续发展。以后的世纪更应如此。这需要全人类共同努力,尤其需要各国科学家、政治家和其他各方面的专家做出贡献。

不论是中国的社会主义现代化建设,还是整个人类的和平和进步事业,对真理的需求莫不大于供给。作为一个普通的中国公民,一个经济学爱好者,我渴望得到真理,并且分享了社会的供给。但愿本书能对社会和每一个帮助过我成长进步的人有所回报。

郑志国

1999年10月

目 录

第一篇 人类劳动与商品价值

第一章 人类需要和劳动	(3)
一、人类需要的基本性质	(3)
二、人的生命力、劳动力和资源稀缺性	(11)
三、现代社会劳动的若干新特点	(18)
四、劳动的有效性	(30)
第二章 商品效用和价值	(41)
一、商品的绝对效用和相对效用	(41)
二、商品价值的惟一实体:人类有效劳动	(50)
三、商品价值的计量单位和单价	(61)
四、横向平均劳动时间和纵向平均劳动时间	(66)
五、科技知识对商品效用和价值的逆向作用	(68)
第三章 劳动力商品化	(71)
一、劳动力成为商品和资本	(71)
二、劳动力商品化的卖方条件和买方条件	(78)
三、劳动力市场的双向优选机制	(84)
四、现代企业制度和公有制经济中的劳动力商品化	(88)
第四章 劳动力价值	(93)

一、按照传统观点计算劳动力价值所遇到的问题·····	(93)
二、马克思的有关论述·····	(96)
三、劳动力价值构成:养育费和生活费·····	(99)
四、社会平均养育费的计息·····	(105)
五、标准工资和市场工资·····	(109)
六、劳动力价值的代际转移·····	(112)

第二篇 价值增殖新概念

第五章 传统价值增殖概念的问题·····	(117)
一、劳动力价值转移问题·····	(117)
二、生产劳动力与使用劳动力的关系问题·····	(121)
三、必要劳动时间和剩余劳动时间的划分问题·····	(123)
四、剩余价值理论前提与结论的矛盾·····	(126)
五、在生产资料和劳动力商品化条件下,生产商品的社 会必要劳动时间的构成问题·····	(130)
第六章 价值增殖与经济效益·····	(134)
一、价值形成和增殖·····	(134)
二、价值增殖的实质及其货币表现·····	(141)
三、经济效益与剩余价值·····	(148)
四、价值增殖:逻辑与历史的一致性·····	(152)
第七章 供求关系与价值增殖·····	(158)
一、等量劳动交换中的供给和需求·····	(158)
二、需求货币量、生产价格和市场价格·····	(163)
三、需求函数和供给函数·····	(166)
四、在不同供求关系中的价值增殖·····	(169)
五、反映商品供求关系和劳动有效性的两项指标·····	(173)
第八章 劳动的有效性对价值增殖的决定作用·····	(178)

一、价格函数和价值函数	(178)
二、当劳动总量有效值 $U_y = 1$ 时,劳动个量有效值 U_k 变化对价值增殖的影响	(180)
三、当劳动个量有效值 $U_k = 1$ 不变,劳动总量有效值 U_y 或商品相对效用 U_q 变化对价值增殖的影响	(184)
四、劳动质的有效性和劳动量的有效性同时变化对价值 增殖的影响	(187)
五、市场价格的相对效用弹性	(190)
六、商品价值和价格的波动问题	(191)

第三篇 扩大价值增殖的基本方法

第九章 外延扩大价值增殖和内涵扩大价值增殖	(199)
一、扩大价值增殖的动因	(199)
二、外延扩大价值增殖	(203)
三、内涵扩大价值增殖	(207)
四、外延扩大价值增殖和内涵扩大价值增殖的结合	(211)
五、生产要素优化组合	(213)
六、增殖弹性和利润最大化原则	(218)
第十章 绝对剩余价值和相对剩余价值生产的问题	(220)
一、绝对剩余价值生产的问题	(220)
二、相对剩余价值生产的问题	(223)
三、绝对剩余价值生产和相对剩余价值生产新解	(231)

第四篇 国民经济与价值增殖

第十一章 国民经济三大部类及其关系	(235)
--------------------------------	--------------

一、国民经济三大部类的划分	(235)
二、三大部类的交换	(244)
三、三大部类及其内部各行业的利润率平均化和非平均化	(249)
四、三大部类纳税与政府服务之间的关系	(256)
五、总供给与总需求	(258)
第十二章 第三部类的价值增殖	(260)
一、交通运输、邮电通讯业的价值增殖	(260)
二、商业系统的价值增殖	(262)
三、金融系统的价值增殖	(271)
四、科学教育和价值增殖	(280)
第十三章 国民经济核算与增长	(285)
一、两大国民经济核算体系的简要比较分析	(285)
二、反映国民经济总量的几项指标	(289)
三、经济增长与价值增殖	(296)
四、物化劳动和活劳动对经济增长的贡献	(301)

第五篇 国际经济中的价值增殖

第十四章 国际贸易与价值增殖	(309)
一、通过国际贸易扩大价值增殖的条件	(309)
二、自由贸易的障碍和政府干预的必然性	(315)
三、在不同国际贸易条件下的价值增殖	(318)
四、国际增加值与进出口平衡	(322)
第十五章 劳动平价与汇率	(330)
一、劳动平价、劳动比价与汇率	(330)
二、货币的劳动币值和外币币值	(338)
三、汇率变化对进出口和价值增殖的影响	(342)

第十六章 国际投资中的价值增值和收入分割 ·····	(348)
一、国际投资企业价值增值的特点 ·····	(348)
二、内收、外收和内销、外销 ·····	(351)
三、内收平衡和外销平衡 ·····	(356)
四、产品销售和收入分割比例对东道国的影响 ·····	(361)
五、国际投资的带动效应和挤出效应 ·····	(363)

第六篇 价值增值规律与可持续发展

第十七章 价值增值规律的基本内容和主要作用 ·····	(369)
一、价值增值规律的基本内容 ·····	(369)
二、价值增值规律的主要作用 ·····	(372)
三、在不同社会制度下实现价值增值的特点 ·····	(375)
第十八章 可持续增值 ·····	(382)
一、可持续发展与可持续增值 ·····	(382)
二、可持续增值与控制人口 ·····	(385)
三、可持续增值与资源合理利用 ·····	(387)
四、可持续增值与环境保护 ·····	(389)
五、可持续增值与收入分配 ·····	(392)
六、不同社会制度下价值增值的持续性问题 ·····	(395)

第一篇

人类劳动与商品价值

第一章

人类需要和劳动

一、人类需要的基本性质

人类需要是一般经济活动的始发原因,也是各种理论问题的现实起点。价值增殖规律作为市场经济的普遍规律,^①同人类需要有着内在联系。从分析人类需要入手来探究这一规律,可谓顺理成章。

在一些经济学文献中,人类需要被当作既定事实。诚如弗里德曼所言:“经济学家很少谈论需要的形成,这是心理学家的领域。经济学家的任务是找出任何一组给定的需要所产生的结果。”^②换句话说,经济学家主要关心的不是人类需要如何产生,而是怎样按照既定需要来进行生产和消费,以尽可能小的代价获得尽可能大的满足。尽管如此,还是有一些经济学家在他们的著作中论述过人类需要。实际上,经济学是一门研究人类经济活动规律的科

① 郑志国:《价值增殖规律是市场经济的普遍规律》,《岭南学刊》1994年第4期。

② [美]米尔顿·弗里德曼著:《价格理论》(中译本),商务印书馆1994年版,第24页。

学,要想透彻地分析某些经济规律,即使不涉足心理学和其他有关人类行为的科学,也得借用其研究成果。

马克思在《资本论》开篇分析商品使用价值时就提到人的需要:“商品首先是一个外界的对象,一个靠自己的属性来满足人的某种需要的物。这种需要的性质如何,例如是由胃产生还是由幻想产生,是与问题无关的。”^① 这里所说的“需要的性质”,是指某种具体需要的特性。人类需要还有一定的共性或一般性质,它们在经济学中的地位相当于数学中的某些公理,不少复杂的经济现象最终要从人类需要的性质中寻求解释。因此,虽然谈论这些性质出不了多少新意,仍有必要将其归纳为四组加以说明。

1. 客观性和主观性

一般来说,客观性是指包括人体在内的物质世界按其自身规律存在和运动,不以人的意志为转移;主观性则是指人的思想和行为可以受其意志支配。世间万物大都具有客观性,惟独人及其需要兼具客观性和主观性。

无论作为一种生物物种,还是作为各种社会关系的总和,人的生存和发展都具有明显的客观性。不仅一个人对于另一个人来讲是一种客观存在,而且这个人本身的存在对于他自己的主观意志来讲也属于客观范畴。既然人的生存和发展具有客观性,而主观性又是对人的思想和行为而言,那么人就成为主观性和客观性的统一体。人类需要的客观性在于:只要有生命的人体,就必须在适于生存的自然环境和社会经济条件下,同外界保持一定的物质、能量、信息和情感交流,就必然要求占有、使用或消费适量的外界对象和他人服务,否则人的生存和发展就会受到或大或小的损害。这是不以人的意志为转移的。由于人是有意识的能动主体,其客观需要通常会形成自身的主观愿望,当一种需要得不到满足时尤

^① 马克思:《资本论》第一卷,人民出版社1975年版,第47页。

其如此;而且,一种需要往往有多种满足方式,在条件具备时,人们可以按自己的意志选择富有个性的满足方式。因此,需要的具体表现形态和满足方式又带有主观性。例如,饮食是人的基本需要之一,必须得到某种程度的满足,否则人就不能生存。这种客观的需要反映到人的观念中,会产生带有主观色彩的饮食欲望和念头。一个人每天需要什么样的食物,需要多少,这是可以从主观上加以选择的。又如,人属于恒温动物,体温一般保持在 37°C 左右,如果降到 31°C 以下就会失去知觉, 26°C 以下则会死亡。这就从客观上决定了人对生存环境保持适宜温度的需要,同时要求人根据外界气温变化穿上具有一定隔热性能的衣服。至于对衣服的布料、款式和规格的要求,则因人而异,并可在条件允许的范围内进行选择。这说明人的需要既具有客观性,又不是纯客观事物,而在某些方面表现出主观性。

有些基本生理需要的客观性比较强,主观性似乎不太明显;相反,有些精神或心理需要的主观性比较强,仿佛看不出什么客观性。前者如人体每时每刻都需要空气,不论主观意志如何,总是要呼吸。这种需要好像只有客观性,主观性的确不明显。然而,一旦空气质量不符合人的需要时,立即就会通过人体呼吸系统反映给大脑,从而产生要求改善空气质量的愿望,这时人对空气需要的主观性就会表现出来。至于某些具有较强主观性的精神需要,也有其产生的客观原因,并且要在适当的物质条件下寻求某种程度的满足。不以任何方式寻求满足的主观愿望不能算作人的需要。

在需要的客观性和主观性中,客观性是本质属性,主观性是客观性的特殊表现。人的思想意识既能够反映身外之物,也可以反映他自身的需要以及由此而引发的各种活动,而且后一种反映往往更直接、更细腻、更深刻。不能因为人的需要表现在观念中具有主观性而否定其客观性,当然也不应把它和各种外界事物一样视为纯客观的东西。

正因为人的需要具有客观性,所以各种经济活动才具有客观

必然性,经济规律才成为客观规律,经济学的研究也才成为必要和可能;正因为人的需要以及由此引发的经济活动具有主观性,所以同一般客观事物相比更显得复杂多变,不易把握,以至经济学难以达到像自然科学那样的精确度。

2. 多样性和层次性

人类需要的多样性首先表现在质的方面,包括衣食住行用和科教文卫体等物质文化需要,诸如生理需要和心理需要、当前需要和长远需要、现实需要和潜在需要、个人需要和社会需要等分类,都反映了人类需要的质的多样性;需要的多样性同时又表现在量的方面:由于人们的生理特点、经济状况、生活环境、风俗习惯有差异,不同人对同一物品的需要量可能不等,同一人在不同时期的需要量也有变化;需要的多样性还表现在人们对各种需要的具体满足方式和途径的选择千差万别,丰富多彩。随着人类社会不断发展,需要的多样性也逐步扩展,看不出有什么止境。人们的选择越是自由,越是从质和量方面充分而均衡地满足多样性的需要,生活就越是幸福愉快。

许多需要之间是相互依赖,相互促进的,但也有些需要之间存在着矛盾:追求一种需要的满足可能妨碍其他需要的满足,一个人或一部分人需要的满足以其他人的需要不能满足为代价,前代人为满足自己的需要而损害后代人满足需要的能力,等等。如何正确处理人与人之间、代与代之间需要的关系,使之均衡而持续地得到满足,是经济学和其他一些科学所面临的新课题。

有些心理需要通过人与人之间的情感交流,甚至通过内心省悟和体验,即可得到某种程度的满足;然而,绝大多数需要的满足是在直接或间接消费经济物品(包括商品和服务)的过程中实现的。经济学主要是研究后一类需要的满足条件、方式和途径。本书探讨需要问题,也主要是对经济物品而言。

根据各种需要对人生存和发展的紧要程度不同,可以划分出

若干等级和层次。庞巴维克按照需要的重要性差异,将其分为四个等级:“我们把那些得不到满足就会导致死亡的需要放在首位。其次,我们把那些得不到满足就会给我们的健康、荣誉或愉快带来某种长期的严重的损害的需要放在第二位。再次就轮到那些得不到满足就会使我们受到较多的暂时的损害、痛苦或损失的需要。最后,才是那些如果得不到满足,除使我们略感到不便外,我们一无损失,或损失极微的需要。”^①他还注意到,由于人们体力和智力的特征及其变化差异,各人需要的分级也有明显的差异。马斯洛关于人的需要的五个层次的划分则更为具体,从低到高依次排列为:生理需要、安全需要、归属和爱的需要、自尊需要、自我实现需要。^②无论是前者划分的四个等级,还是后者划分的五个层次,都不是十分严格,但他们所揭示的人类需要的层次性无疑是存在的。按照他们的分析,一般人总是首先寻求较重要或较低层次需要的满足,在此基础上进一步要求满足次级或较高层次的需要。他们也不否认,有些人为了使高层次的需要得到满足,可以在一定时间内和程度上克制或压抑低层次的需要。

现代人都是生活在特定国度或集体之中。个人、集体、国家作为不同层次的行为主体有不同的需要。根据产生需要的主体或群体的差异,可以将各种需要分为另外四个层次,即个人需要、集体需要、国家(地区)需要和全人类共同需要。这些层次的需要之间既有矛盾,也存在着广泛的共同性。

3. 伸缩性和变易性

需要的伸缩性是指人对某种物品或外界对象的需要量有一个从下限到上限的变化区间。其中下限是最小需要量,若供给量小于下限,人的需要得不到最低限度的满足,生存和发展就会受到损

① 庞巴维克:《资本实证论》,商务印书馆 1981 年版,第 159 页。

② [美]马斯洛:《动机与人格》,华夏出版社 1987 年版,第 40~68 页。