

马克思主义研究论丛

马克思国际价值 理论研究

Marxist Studies

- 杨圣明 经济全球化与国际价值问题
王林生 国际价值与不等价交换的论战
袁文祺 关于价值规律在世界市场上作用的初探
冯 雷 马克思国际价值理论及其发展
庄宗明 马克思国际价值理论及其意义
张理智 廖显赤 试论国际价值和国际生产价格
田中素香(日) 西欧的国际价值论战
中川信义(日) 国际价值论的若干理论问题

主 编：俞可平 王伟光 李慎明
执行主编：杨圣明

第 11 辑

(No.11)



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

马克思主义研究论丛

马克思国际价值 理论研究

Marxist Studies

主 编：俞可平 王伟光 李慎明
执行主编：杨圣明

第 11 辑

(No.11)



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

图书在版编目(CIP)数据

马克思国际价值理论研究 / 俞可平,李慎明,王伟光主编.

—北京:中央编译出版社,2010.1

(马克思主义研究论丛;11)

ISBN 978-7-5117-0135-0

I. ①马…

II. ①俞… ②李… ③王…

III. ①马克思主义-价值论-研究

IV. ①F014.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第234990号

马克思国际价值理论研究

出版人 和 龔

责任编辑 董 巍

责任印制 尹 珺

出版发行 中央编译出版社

地 址 北京西单西斜街36号(100032)

电 话 (010)66509360(总编室) (010)66509366(编辑室)
(010)66161011(团购部) (010)66130345(网络销售)
(010)66509364(发行部) (010)66509618(读者服务部)

网 址 www.cctpbook.com

经 销 全国新华书店

印 刷 北京佳信达欣艺术印刷有限公司

开 本 787毫米×960毫米 1/16

字 数 297千字

印 张 19

版 次 2010年1月第1版第1次印刷

定 价 38.00元

本社常年法律顾问:北京大成律师事务所首席顾问律师 鲁哈达

凡有印装质量问题,本社负责调换,电话:(010)66509618

CONTENTS

目 录

- | | | |
|-----|-------------------------|-------------------------------------|
| 1 | 杨圣明 | 序言:马克思国际价值理论的现实意义 |
| 7 | 杨圣明 | 经济全球化与国际价值问题 |
| 40 | 王林生 | 国际价值与不等价交换的论战 |
| 48 | 袁文祺 | 关于价值规律在世界市场上作用的初探 |
| 56 | 姚曾荫 | 价值规律在世界市场上的作用 |
| 70 | 陈隆深 | 关于国际价值的若干问题 |
| 78 | 柯 阳 | 学习马克思国际价值理论的一些体会 |
| 89 | 寇俊瑞 | 浅议国际价值问题 |
| 95 | 冯 雷 | 马克思国际价值理论及其发展 |
| 121 | 庄宗明 | 马克思的国际价值论及其意义 |
| 130 | 张理智 廖显赤 | 试论国际价值和国际生产价格 |
| 142 | 陈家勤 | 坚持和发展马克思的国际价值理论
——纪念马克思逝世 125 周年 |
| 157 | 吴宣恭 | 国际价值形成和实现的几个问题 |
| 165 | 杨国昌 等 | 从马克思的国际价值理论看国际剥削的新变化 |
| 176 | 《世界经济》编辑部 | 关于国际价值理论的讨论 |
| 226 | 陈晓伟 金 理 | 关于价值规律问题的讨论 |
| 254 | [日]田中素香 | 西欧的国际价值论战
——建立当代世界市场理论的尝试 |
| 268 | [日]中川信义 著
张开玖、匡凤姿 编译 | 国际价值论的若干理论问题 |
| 283 | [日]中川信义 著
张开玖 译 | “不等价交换”与国际价值论 |

序言：马克思国际价值理论的现实意义

杨圣明^①

历经一百多年风雨考验，马克思创立的国际价值理论不仅没有被恶意攻击和谩骂损伤丝毫，反而越来越被更多的有识之士所认识，所推崇，显示着越来越旺盛的活力和生命力，越来越强的现实意义。为什么会这样？因为，这棵理论大树生长的土壤即经济的全球化迅猛发展，世界市场加速扩大。马克思创立国际价值理论时虽然已经出现了经济的全球化，出现了世界性的生产与消费，形成了世界市场，但是，同今日的经济全球化和世界市场相比，不可同日而语，可以说有天壤之别，翻天覆地的变化。日益壮大的经济全球化和世界市场的沃土、肥力滋润着国际价值理论这棵参天大树更加根深叶茂。国际价值理论出自经济全球化和世界市场，反过来又为经济全球化和世界市场服务，二者相互依存，又相互促进。今天我们来学习和研究这个理论，决不是像某些人所说“卖弄古董”，而是以它为指导来研究当前经济全球化、世界市场中的新情况、新问题，从中找出一些规律性的东西，作为我们行动的向导。

一、国际价值理论是国际经济秩序破旧立新的理论武器

（一）破除国际经济旧秩序的必然性

所谓国际经济旧秩序就是宗主国与殖民地、半殖民地之间的掠夺、压榨

^① 杨圣明，中国社会科学院学部委员，研究员，博士生导师。

和剥削的秩序。它始于15-17世纪西班牙、葡萄牙、意大利、荷兰、比利时等宗主国在非洲、美洲、亚洲霸占殖民地，中经18-19世纪英国、法国、俄国、日本、德国的瓜分与再瓜分，最后于20世纪由美国在全球完成并最终确立。仅以我国而言，三四百年前葡萄牙将我国的澳门变成它的殖民地，荷兰将我国的台湾变成它的殖民地；一百多年前，英国将我国的香港变成它的殖民地，日本将我国的台湾变成它的殖民地；沙皇俄国将我国东北变成它的殖民地；20世纪初，八国联军占领中国首都北京，妄图灭亡中国；1931年“九一八”事变和1937年“七七”事变之后，日本大举侵犯我国大片国土，妄图把中国变成它的独占殖民地；美国来得晚，在20世纪40年代以帮助蒋介石打内战为手段，将中国变成了它的半殖民地。历史事实证明，在20世纪50年代之前（新中国成立之前），中国与西方国家的关系是地地道道的殖民地、半殖民地与宗主国的关系。发展中国家都有这样一部心寒的殖民地的历史。这就是难以忘怀的掠夺，压榨和剥削的旧的国际经济秩序。这样的秩序难道还要继续维持而不破除吗？二次大战后，众多的殖民地、半殖民地纷纷开展争取民族独立的斗争，先后成为独立的国家。这些国家如何处理它们之间以及与原来的宗主国之间的经济关系呢？或者说，如何破除国际经济旧秩序，而建立新秩序？针对这个问题，拉丁美洲、非洲、亚洲以及欧洲的先知先觉者们已经争论了50多年，并取得了一定的进展和成果。尤其第六届特别联合国大会通过《建立国际经济新秩序宣言》以来，国际经济秩序的破旧立新的斗争，不论在广度上还是深度上又有了新的进展。但是严重的分歧仍然存在。特别是“那么一些人还是老殖民主义者的头脑，他们企图卡住我们穷国的脖子，不愿意我们得到发展”。^①他们总想维持国际经济旧秩序，而阻挠建立国际经济新秩序。对此，要“丢掉幻想、准备斗争”。舍此还有什么办法？

（二）国际经济新秩序应建立在国际价值规律的基础上

在全球经济市场化的条件，国与国之间的经济关系本质上不过是商品（包括服务）交换关系，国际经济秩序也只是世界市场的交换秩序。这种商品交换关系或交换秩序究竟应该是什么样的模式？如何建立？我国政府提出的

^① 《邓小平文选》第2卷，人民出版社1994年，第405—406页。

总政策或总原则过去称为平等互利，目前称为“双赢”、“多赢”或“共赢”；国内学术理论界则取名等价交换。这些称谓尚停留在政策层面，没有从理论上说透、说彻底。在理论上，是个什么问题？简言之，它是个国际价值及其运行规律问题。价值规律是商品经济（市场经济）的基本规律。凡是商品经济存在的地方，价值规律无不存在并发挥着调节、刺激、分配和分化等诸多作用。不论在国内市场经济中，还是在国际市场经济中，均是如此。从本质上说，市场经济没有地域或国界的限制，价值规律既在国内起作用，更在国际上起作用。当价值规律越出国界在国际上起作用时，则称之为国际价值规律。过去国内否定或轻视价值规律的观点不鲜见。改革开放 20 多年来，随着市场经济的发展，否定价值规律在国内存在并起作用的观点已少见。然而，又出现了否定价值规律在国际上的存在并起作用的观点。这是不行的。如果否定了国际价值规律，国际商品交换就缺乏基础和是非标准，国际经济新秩序就无从建立。必须承认国际价值规律，认识这个规律，并按照它的要求办事。国际价值规律的基本要求是，在世界市场上交换双方要按照国际价值量进行等价交换。所谓等价是指双方各自商品所含的国际价值量相等。不论何国何地的商品生产经营者在国际价值面前一律平等，或者说，国际价值是个平等的尺度。遵循这个要求，那就是维护商品等价交换的正常关系和秩序；否则，违背这个要求，则是破坏国际经济关系和秩序。我们要建立的国际经济新秩序不是别的，恰恰就是在国际价值规律基础上的正常的国际商品等价交换秩序。我国政府过去坚持的平等互利、目前提倡的“双赢”、“多赢”、“共赢”，都是基于国际价值规律的基础上，符合这个规律的基本要求的，因而获得了国际社会的普遍赞赏。但是，有些发达国家并不遵守国际价值规律的要求，不按国际价值这个标准判断是非，而是采取双重标准或多重标准，搅乱国际经济关系和世界市场秩序，从中渔利。

（三）等价交换掩盖着的剥削

如上所述，国际价值是各国商品生产经营者等价交换的基础、尺度和平等的标准。这里所谓的“等价”、“平等”就在于以同一个尺度——国际价值来衡量和判断。但是，各个国家经济发展程度不同，科技水平不同，劳动生产率不同。因而，创造同量的国际价值则要花费不同的劳动时间，在发达国

家可能仅用一个劳动日，而在发展中国家则可能耗费三个劳动日。这样，就出现马克思所指出的三个劳动日同一个劳动日相交换的问题。这个问题一旦出现，平等将转化为不平等，等价交换将转化为不等价交换，产生剥削行为，“价值转移”必然出现。这就是商品经济（市场经济）中的二律背反，不以人们的意志为转移。有的不理解这一点，主张保留等价交换，而消灭剥削、不平等、不等价等不合理问题。这是无论如何都办不到的。问题的根源在市场经济。市场经济的基本规律即价值规律决定了一切法权都是表面的平等而事实上的不平等，表面上的等价交换而事实上的剥削。既获利又受剥削，这是当前发展中国家在国际环境中的真实景况的写照。要摆脱这种矛盾环境，消灭剥削，只有离开市场经济，否定国际价值及其运行规律。这在目前是绝对不可能的。只有商品、货币、市场、价值规律等消亡之后，事实上的真正平等，无剥削的极乐世界，才会降临人间！当前唯一的办法就是艰苦奋斗，自力更生，实施“科教兴国”战略，提高社会劳动生产率，建设现代化国家。

二、国际价值理论是我国由贸易大国走向贸易强国的指路明灯

（一）三个劳动日交换一个劳动日的现实

我国的对外贸易取得了举世瞩目的巨大成就。2008年进出口总额达25616亿美元，比1978年的206亿美元增长123倍多。以进出口总额相比，已超过日本，成为仅次于美国和德国的世界第三位的贸易大国。但是，仍然不是贸易强国。距贸易强国还有很长的路程要走。目前我国外贸的增长是粗放式的增长，出口的产品真正拥有自主知识产权者少，资本和技术密集型者少，而劳动密集型和资源密集型者多。据有关部门计算，我国出口8亿件衬衫换回的外汇，才能购买一架空客380的飞机。据估算，购买42架波音飞机，大概需要出口262亿件衬衫换回的外汇。类似的情况还不少。它们说明什么问题？说明我国同欧美发达国家的国际贸易正处在以我们的三个劳动日同他们的一个劳动日相交换的阶段。这种交换，既发挥了欧美的科技优势和我国的劳动力优势，双方都获利，即“双赢”，又含有不等价的剥削成分。这

是当前条件下国际价值规律铁面无私的公正裁判，谁能奈何之？

（二）一个劳动日交换一个劳动日的目标

按国际价值这个标准，当前我国的三个劳动日可能等于欧美国家的一个劳动日。如果经过专家研究和测算，实际情况的确如此，那么我国为制造出口商品而消耗的劳动将有三分之二是无效劳动。换言之，如果我国达到欧美的科技水平和劳动生产率水平，完成现在的出口贸易额，仅有三分之一的劳动消耗就够了。这说明，我国劳动的数量潜力和质量潜力多么巨大啊！我们决不能停留在以三个劳动日交换欧美一个劳动日的阶段。但是，我们又不可能一步登天，不可能在短期内解决同发展国家的差距。可否分三步走，或划分如下三个阶段：目前处于三比一阶段，走完这个阶段目前看来至少还要三十年时间；二比一阶段，这个阶段也需要几十年时间，由中等发达国家迈向发达国家，加速提高我国的科技水平和劳动生产率水平；最终是一比一阶段，届时我们的科技水平和劳动生产率水平与欧美持平，商品生产的劳动消耗大体一致，中国真正进入发达国家行列。事实将证明，三比一转化为一比一的过程是我国走向贸易强国的必由之路。

（三）如何完成三比一向一比一的过渡

三比一向一比一的过渡，实际上是我国对外贸易由粗放式增长转变为集约式增长，由贸易大国转变为贸易强国。完成这些质量型转变或过渡的关键是基于科技之上的劳动生产率水平能否迅速提高。只有达到发达国家的劳动生产率水平，才能以同样的劳动时间创造出同它们一样的国际价值量，进而达到真正的等价交换。传统经济学的观点总以为劳动生产率提高与增加就业存在着矛盾，似乎二者不可兼得；在我国劳动力数量如此庞大、就业压力如此沉重的情况下，很难提高劳动生产率。这种观点已被改革开放三十多年实践所否定。实践证明，解决上述矛盾的根本途径是经济的高速发展；只要今后20年经济增长速度不低于8%，那就既可解决就业问题，又可显著提高劳动生产率。而提高劳动生产率不能单纯依靠增加劳动时间和劳动强度，必须主要依靠科学技术。在外贸方面，要真正落实“科技兴贸”战略，提高我国各类出口商品的科技含量。

三、国际价值理论是国际贸易理论创新的指针

我们正处于理论创新时代。在对外经贸理论方面，已有十大理论创新。^①但是，面临的理论创新任务仍然十分艰巨。要完成这个历史任务，必须学习马克思的理论创新精神，坚持以马克思国际价值理论为指导。马克思以其国际价值理论为武器，批判了大卫·李嘉图否定国际价值的错误，揭示了约翰·穆勒的由供求和生产费用共同决定的“国际价值”的混合主义本质。一百多年来，马克思国际价值理论同各种非马克思主义价值理论进行了反复较量。当前，它仍然面临供求价值论、效用价值论、要素价值论等各种非马克思主义理论的严峻挑战。

马克思国际价值理论既是革命的、批判的，又是发展的，随着实践的变革不断前进。目前值得关注的问题也许是这样几个：（一）区域价值问题。经济全球化中的区域集团化可能形成区域价值，而不是以全球为背景的国际价值；（二）高新科技劳动创造价值问题。新的科技革命已露端倪，新的劳动形式不断涌现。它们如何创造价值是值得研究的重要问题；（三）价值的国际间转移问题。跨国公司正在主宰全球的经济和市场。它们在国家间的价值转移问题上扮演的角色值得研究；（四）各国经济规模的可比性问题。各国以什么指标（如GDP、GND等等）来计量经济规模应当创新。

^① 杨圣明：《对外经贸理论的十大突破》，《光明日报》1999年5月21日。

经济全球化与国际价值问题^①

杨圣明

在经济全球化中，必须提出国际价值问题！不论对经济全球化持肯定或否定意见，都不能不承认经济全球化的浪潮已经成为一种不可阻挡的历史新趋势。在这种条件下，各国的生产和消费越来越成为世界性的，各国的商品（既包括有形的实物商品，又包括无形的服务商品）越来越多地将在世界市场上进行比较与交换。现在的问题是，各国的商品千差万别、形态各异，为什么能够相互比较和交换？比较的科学标准是什么？交换的合理依据在哪里？交换是平等互利的、双赢的，还是一方剥削另一方？正确认识 and 解决这些问题，显然有利于世界市场、国际贸易以及世界经济的发展。本文试图从理论上就这些问题发表几点意见，作为引玉之砖，欢迎争鸣。

一、国际价值：价格形成的新基础

不论在国内市场上，还是在世界市场上，任何一种商品都有自己的一种价格，并凭借着这种价格进行比较与交换。这是一个小学生都懂得的道理。恰恰在这个极其普遍的现象和普通的道理之下，掩盖着千百年来人们不解的“价格之谜”，即商品的价格是怎样决定的？它形成的基础是什么？理清了价格的基础这个问题，“价格之谜”将迎刃而解。价格是一种社会经济现象。这

^① 本文刊登于《中国社会科学院研究生院学报》2002年第6期。收入本文时作者又做了一些增补。

种现象的产生和发展变化，取决于多种社会经济条件，并随着这些条件的变化而变化。这就是说，价格及其形成基础并不是一成不变的。在人类历史上，价格形成基础的变化经历了三个历史阶段，或者说，在人类历史上曾先后出现过价格形成的三种不同的基础。对于这个问题，恩格斯在《（资本论）第三卷增补》中说得十分清楚。这里，我稍加引证和分析。

（一）价值：价格形成的第一个基础

恩格斯写道：“只要经济规律起作用，马克思的价值规律对于整个简单商品生产时期是普遍适用的，也就是说，直到简单商品生产由于资本主义生产形成的出现而发生变化之前是普遍适用的。在此之前，价格都以马克思的规律所决定的价值为重心，并且围绕着这种价值来变动，以致简单商品生产发展得越是充分，一个不为外部的暴力干扰所中断的较长时期内的平均价格就越是与价值趋于一致，直至量的差额小到可以忽略不计的程度。因此，马克思的价值规律，从开始出现把产品转化为商品的那种交换时起，直至公元十五世纪止这个时期内，在经济上是普遍适用的。但是，商品交换在有文字记载的历史之前就开始了。在埃及，至少可以追溯到公元前三千五百年，也许是五千年；在巴比伦，可以追溯到公元前四千年，也许是六千年。因此，价值规律已经在长达五千至七千年的时期内起支配作用。”^①

价格以价值为基础、为中心，或者说，价格由价值决定，价格围绕价值这个中心上下波动，这种社会经济规律仅限于简单商品经济时期起作用，而这个时期长达五千年至七千年，从商品交换诞生之日起至公元十五世纪止。在如此长的时期内，人类经历了原始社会、奴隶社会和封建社会三个不同的阶段。在原始社会末期，商品交换者主要是不同的共同体，也有少量的共同体之内的各个成员。正如马克思指出的：“产品发展成为商品，是由不同共同体之间的交换，而不是由同一共同体各个成员之间的交换引起的。”“商品交换是在共同体的尽头，在它们与别的共同体或其成员接触的地方开始的。”^②与原始社会不同，奴隶社会和封建社会的商品交换者主要是自耕农、手工业

^① 马克思：《资本论》第3卷，人民出版社1975年版，第1018—1019页。

^② 马克思：《资本论》第1卷，人民出版社1975年版，第106页。

者和商人，而各种的共同体其中包括国家虽然也是商品交换的主体，但退居到次要地位。尽管有这种区别，也有共同之点，不管在原始社会，或奴隶社会和封建社会，商品交换者都是生产资料和产品的所有者，或者集体所有，或者个人私有，或二者结合一体。

在简单商品经济时期，价格的基础或中心为什么只能是价值而不能是什么别的东西？马克思的回答是：“那时固定在每个生产部门的生产资料很不容易从一个部门转移到另一个部门，因而不同生产部门的互相关系在一定限度内就好像不同的国家或不同的共产主义共同体一样。”^① 要使生产资料能够在各个部门间自由转移，尚需许多条件，而这些条件则是历史长期发展的结果。

（二）生产价格：价格形成的第二个基础

生产价格同价值的区别就在于平均利润。一旦各个生产部门的不同利润转化为社会平均利润，价值就转化为生产价格。为此，要弄清两个问题：各个部门的不同利润为什么要转化为平均利润？怎样转化为平均利润？

资本追求剩余价值，要求等量资本带来等量利润，这是资本主义的绝对规律（现在看来，还可能是社会化大生产的一般规律）。但是，在不同的生产部门，由于资本有机构成不同以及资本周转时间（资本周转速度）的差异，又使等量资本难以给各部门带来等量利润。这是资本主义生产也许是一切社会化大生产面临的一种深刻的二律背反的矛盾。如果不解决这个矛盾，有机构成高的部门即机械化、自动化程度高的行业就难以获得发展所必需的资金，科学技术前进的动力就会不足。矛盾与解决矛盾的手段同时发生了。随着这个矛盾的产生和发展，解决这个矛盾的手段，即部门间的竞争也就不断激化。这种竞争促进资本和劳动力在各个部门之间大规模地转移。竞争的结果，利润率低的部门的一部分资本和劳动力转入利润率高的部门，而利润率高的部门由于资本和劳动力过多，其利润率逐渐下降，以致达到社会的平均水平。只要各个部门都能获取一般的社会平均利润，价值转化为生产价格的条件也就具备了。

价值转化为生产价格并不是一蹴而就的，而是经过了漫长的历史发展过

^① 马克思：《资本论》第3卷，人民出版社1975年版，第198页。

程。恩格斯在《〈资本论〉第三卷增补》中详细描述了这个过程。恩格斯写道：“我们第一次遇到了利润和利润率。而且是商人有意识地 and 自觉地力图使这个利润率对所有参加者都均等。……因此，相等的利润率，在其充分发展的情况下本来是资本主义生产的最后结果之一，而在这里在其最简单的形式上却表明是资本的历史出发点之一。”^① 产业资本形成后，利润平均化的趋势已不再局限于商人和商业资本的范围之内了，而进一步扩展到产业资本之中。产业资本从协作、工场手工业而达到机器大工业的壮大发展过程，更是利润率平均化的过程。机器大工业最终完成了整个社会的各个部门的利润平均化，使价值转化为生产价格了。关于这一点，恩格斯写道：“大工业通过它的不断更新的生产革命，使商品的生产费用越降越低，并且无情地排挤掉以往的一切生产方式。它还由此最终地为资本征服了国内市场，使自给自足的农民家庭的小生产和自然经济走上绝路，把小生产者间的直接交换排挤掉，使整个民族为资本服务。它还使不同商业部门和工业部门的利润率平均化为一个一般的利润率。最后，它在这个平均化过程中保证工业取得应有的支配地位，因为它把一向阻碍资本从一个部门转移到另一个部门的绝大部分障碍清除掉。这样，对整个交换来说，价值转化为生产价格的过程就大致完成了。这种转化是在当事人的意识或意图之外，依照客观规律进行的。”^②

价值向生产价格的转化，即利润率的平均化，始自威尼斯商人及其商业资本的出现，完成于机器大工业时代。其间大约有三百至四百年的时间，即15世纪末至19世纪初。这就是说，自机器大工业确立以来的二百年间，资本主义市场价格的基础或中心已不是价值而是生产价格。正如马克思所指出的：“把商品价值看作不仅在理论上，而且在历史上先于生产价格，是完全恰当的。”“商品按照它们的价值或接近于它们的价值进行的交换，比那种按照它们的生产价格进行的交换，所要求的发展的阶段要低得多。而按照它们的生产价格进行的交换，则需要资本主义的发展达到一定的高度。”^③

① 马克思：《资本论》第3卷，人民出版社1975年版，第1021—1022页。

② 同上，第1027页。

③ 同上，第197—198页。

（三）国际价值（国际生产价格）：价格形成的第三个基础即新基础

本文直至今日所说的有关价值和生产价格的问题还都局限于国内市场。但是，商品生产、商品交换和市场经济不会受国界的局限，必将发展成为世界性的。价值规律不仅在国内的市场经济中而且在国际的市场经济中都起着调节者的作用。因此，国内市场价格形成的基础必然发展为国际市场价格形成的基础，即：国际价值（国际生产价格）。当然，价值规律在国内与国际上发生作用的条件是不同的，因而国际价格形成的基础，即国际价值（国际生产价格）有自己的特点。

如上所述，价值是个十分古老的东西，已有五千年至七千年的历史，在原始社会后期就已经存在。只是到了近代，才被马克思所发现，并进行了科学研究，升华出一套完整的关于价值的理论。至于国际价值，虽然比价值晚一些，年龄小一些，但也是很久就存在的东西。国际价值内涵于国际贸易实践之中。奴隶国家诞生之后，国际贸易出现之时，国际价值也就问世了，并随着国际贸易发展而发展。这个国际价值也被马克思发现了。本来，马克思计划写一部关于国际贸易、国际价值和世界市场方面的专著，可惜没有实现。如果这个愿望实现了，马克思将为我们留下关于国际价值的完整而系统的科学理论。虽然这一点没有实现，但马克思也在一系列著作中留下了不少关于国际价值的论述，尤其在《资本论》第一卷第二十章里横向比较了各国“工资差异”的国际价值的基础，至今还值得我们认真学习。

在国际价值的基础上形成了国际生产价格。国际生产价格是国际价值的转形或变形，二者的区别就在于国际平均利润和平均利润率的形成。这种平均利润及其利润率从何时出现于人类历史上？恩格斯曾经明确指出，它始自威尼斯商人时代。他写道：“威尼斯人在列万特各国，汉撒同盟的人在北方各国，购置商品时每人所支付的价格都和邻人一样，商品花费的运费也一样。他们出售商品得到的价格也和本‘民族’的所有其他商人一样，而且在购买回头货时支付的价格也一样。因此，利润率对所有的人来说都是均等的。对大贸易公司来说，利润要按照投资的大小来分配是理所当然

的事情。”^①

国际平均利润如何形成的？恩格斯指出：“威尼斯人、热那亚人、汉撒同盟的人，荷兰人——每个民族都各有特殊的利润率，甚至每个销售市场当初都或多或少各有特殊的利润率。这些不同的团体利润率的平均化，是通过相反的道路，即通过竞争来实现的。首先，同一个民族在不同市场上的利润率得到平均化。如果威尼斯的商品在亚历山大里亚得到的利润大于在塞浦路斯、君士坦丁堡或特拉比曾德得到的利润，那末，威尼斯人就会把更多的资本投入对亚历山大里亚的贸易，而把相应的资本从其他市场的贸易中抽出。然后，在向同一些市场输出同种商品或类似商品的各民族之间，也必然会逐渐发生利润率的平均化，其中有些民族往往会遭到破产，从而退出舞台。”^②

1492年后的地理和商业上的大发现（古巴、海地和巴哈马群岛的发现，北美大陆的发现，绕过非洲南端到达印度的航路的发现以及南美大陆的发现等），使国际贸易的范围大大扩展了，使宗主国与殖民地之间的贸易更加突出了。这种新情况，对于利润的平均化有何影响？恩格斯指出：“在新的地区主要由国家建立的殖民地越多，商会贸易就越会让位于单个商人的贸易，从而利润率的平均化就会越来越成为只是竞争的事情。”^③

当专门获取额外利润的国际间的包买商出现之后，普通的商人也会逐渐转变成包买商，额外利润会逐渐转化为平均利润，甚至更低水平的平均利润。对此种现象，恩格斯指出：“这些竞争者也会逐渐变成包买商，这时，额外利润对所有的人都会变为普通利润，在所有的人的资本已经增加的情况下，甚至还会变为更低的利润。利润率的均等再一次形成了，虽然所形成的利润率的水平可能不一样了，因为国内生产的剩余价值已经有一部分让给国外的买者了。”^④

恩格斯在世时，国际上的利润平均化过程还仅限于商业和国际贸易的范围之内，尚未进入工业、农业等物质生产领域。因为，这时的机器大工业并

① 马克思：《资本论》第3卷，人民出版社1975年版，第1021页。

② 同上，第1022页。

③ 同上，第1023页。

④ 同上，第1026页。

不普遍，仅限于少数的欧美国家，而世界上绝大多数地区仍然处于以自耕农为主的自然经济的农业时代；国际上的剩余资本并不多，而且由于种种障碍又无法在国家之间进行转移。这样，在国际范围内的工业、农业等物质生产领域无法形成平均利润，自然也就无国际生产价格可言了。因此，恩格斯指出：“在国内单个生产者之间进行的零售贸易中，商品平均说来是按照价值出售的，但是在国际贸易中，由于上面所说的理由，通常都不是如此。这种情况完全和现在的世界相反。现在，生产价格适用于国际贸易和批发商业。”^①

利润平均化的趋势决不会限于国内，也决不会限于流通领域。它随着经济全球化的发展，必然成为全球性的涵盖绝大多数国家的各主要产业领域的一种历史趋势。所谓经济全球化不过就是世界各国的经济之间你中有我、我中有你、相互依存、相互制约、相互促进的发展过程与融合状态。经济全球化是资产阶级的历史使命。自从资产阶级登上历史舞台直至今日，它就不断地在世界各地奔走呼号，拆除各种壁垒，大力促进经济的全球化。“资产阶级，由于开拓了世界市场，使一切国家的生产和消费都成为世界性的了”。^②经济全球化不仅是资产阶级的使命，更是无产阶级为解放全人类而必须完成的崇高任务。马克思、恩格斯在《共产党宣言》中明确指出：“工人没有祖国。”并号召“全世界无产者，联合起来”。这种联合，不仅包括政治、军事上的联合，更包括经济上、科技上、文化上的联合。经济上联合的最高目标就是经济全球化。当然，经济全球化是一个漫长的历史过程，由低级到高级，经历若干阶段。我们今天所说的经济全球化还处在初级阶段。经济全球化的过程就是各国走向世界、参与世界经济、相互交流、相互促进、共同发展的过程。这个过程也就是全球范围内利润平均化的过程。各个国家由于经济发展水平不同、资本有机构成不同、资本周转速度不同以及管理水平不同，必然存在着高低不等的利润水平。面对这种情况，资本和劳动力将会从利润率低的国家转向利润率高的国家，而利润率高的国家由于资本和劳动力的增多，供给增加，利润率水平将会逐渐下降；而原来利润率低的国家由于资本和劳动力的转出，供给减少，在需求不变甚至增加的条件下，利润率将会提高。

① 马克思：《资本论》第3卷，人民出版社1975年版，第1024页。

② 《马克思恩格斯选集》第1卷，人民出版社1972年版，第254页。