

汉译世界学术名著丛书



# 政治经济学原理

下册

〔俄〕М. И. 杜冈-巴拉诺夫斯基 著



商務印書館  
The Commercial Press

汉译世界学术名著丛书



# 政治经济学原理

下册

〔俄〕М.И.杜冈-巴拉诺夫斯基 著

赵维良 桂力生 王湧泉 译



商务印书馆

2011年·北京

图书在版编目(CIP)数据

政治经济学原理:全二册/(俄)巴拉诺夫斯基著;  
赵维良,桂力生,王湧泉译. —北京:商务印书馆,  
2011

“汉译世界学术名著丛书”(分科本)

ISBN 978-7-100-08086-6

I. ①政… II. ①巴…②赵…③桂…④王… III.  
①政治经济学 IV. ①F0

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第041800号



所有权利保留。

未经许可,不得以任何方式使用。

汉译世界学术名著丛书(分科本)

政治经济学原理

(全二册)

〔俄〕M. H. 杜冈-巴拉诺夫斯基 著

赵维良 桂力生 王湧泉 译

---

商务印书馆出版

(北京王府井大街36号 邮政编码100710)

商务印书馆发行

北京民族印务有限责任公司印刷

ISBN 978-7-100-08086-6

---

2011年6月第1版

开本 880×1240 1/32

2011年6月北京第1次印刷

印张 23 1/4

定价: 80.00元

# 目 录

## 第三篇 交 换

第一章 价格 .....	305
一、市场价格和自由竞争条件下的价格形成 .....	305
二、商品的平均价格 .....	312
三、垄断价格 .....	319
四、抽象价格理论的范围 .....	323
第二章 货币 .....	328
一、货币的产生及其职能 .....	328
二、货币的价值 .....	336
三、铸币和货币制度 .....	348
四、纸币 .....	356
五、俄国的纸币 .....	365
六、对货币在现代经济中的作用的总评价 .....	369
第三章 信用 .....	374
一、信用的本质和信用凭证 .....	374
二、银行 .....	379
三、储蓄银行 .....	384
四、信用的国民经济意义 .....	386



第四章 保险	390
第五章 贸易	399
一、贸易和贸易机关	399
二、对外贸易政策	407
第六章 资本主义企业及其形式	418
一、资本主义企业的形式	418
二、企业主联盟	422
第七章 合作企业及其形式	432
一、合作社的定义及其分类	432
二、信用和储蓄贷款合作社	434
三、消费合作社	440
四、农业合作组织	448
五、生产的、劳动的和辅助生产的组合	452
六、合作化和政党	463
第八章 交通工具	467

## 第四篇 分 配

第一章 关于社会阶级的学说	475
一、社会阶级的概念	475
二、资本主义社会的主要阶级	479
第二章 分配问题	492
一、分配现象概述	492
二、国民收入的基本划分	496
第三章 工资	503

一、工资理论的基本原理 .....	503
二、各种不同的工资即价格论 .....	508
三、工资社会说 .....	525
四、不同劳动部门的劳动收入的差别 .....	531
五、工资形式 .....	535
六、英国工资史 .....	540
第四章 工会 .....	546
一、工会及其职能 .....	546
二、革命工团主义 .....	556
第五章 劳动保护立法 .....	566
一、工厂法 .....	566
二、工人保险 .....	570
三、国家调节工资 .....	576
第六章 俄国工人运动和劳动保护法 .....	579
一、工人运动 .....	579
二、劳动保护法 .....	586
第七章 利润 .....	592
一、各种利润论 .....	592
二、利润社会说 .....	611
第八章 地租 .....	626
一、资本主义的地租学说 .....	626
二、粮食地租 .....	635
第九章 整个社会收入的变化 .....	641



## 第五篇 整个资本主义经济

第一章 社会资本循环和市场理论 .....	651
一、社会资本的循环 .....	651
二、古典学派的市场理论 .....	655
三、西斯蒙第的市场理论 .....	658
四、市场问题的解决 .....	660
五、市场理论的实践检验 .....	675
六、资本的国际转移和新兴的资本主义国家的市场 .....	680
第二章 资本主义经济危机 .....	687
一、资本主义周期 .....	687
二、英国的资本主义周期 .....	689
三、危机理论 .....	693
四、资本主义周期和危机周期性的解释 .....	702
五、1907年的美国危机 .....	710
译名对照表 .....	714



## 第三篇

# 交 换





# 第一章 价 格

一、市场价格和自由竞争条件下的价格形成。市场价格的波动是商品经济的调节器。市场价格的形成。供求规律。奢侈品和必需品的价格。二、商品的平均价格。利润均衡规律。生产费用是作为资本主义生产方法的特殊范畴。生产费用和劳动。三、垄断价格。级差价格。垄断价格提高的范围。四、抽象价格理论的范围。零售价格和批发价格。价格的社会因素。在需求饱和和不饱和状况下的价格。



## 一、市场价格和自由竞争条件下的价格形成

交换是政治经济学所研究的经济体系的特点。它把个体经济和国民经济联结成为一个整体。只因为个体经济有这种联系,所以经济科学才具有近乎于准确科学的一门学科的特点。正因为如此,在交换的范畴中,我们的科学确定了共同的因果规律(这些规律的发现成为政治经济学的骄傲),能揭示准确性和必要性的规律,外部自然界的规律。

一位著名的英国经济学家惠特利甚至建议说,由于交换在政治经济学所研究的现象中具有特殊的重要性,应把政治经济学称为交换学(来自希腊词  $\text{Νατάλλα}$ )。因此,古典政治经济学实际上主要是关于交换的科学。的确,李

嘉图在其重要著作《政治经济学原理》的序言中说道：应当把分配现象当作政治经济学研究的最重要的对象，但是问题在于分配现象是否可以作为研究的对象，而实际上往往是被作为交换现象进行研究（在方法论上，这一点是正确的还是不正确的，这是另外一个问题），因为在现代社会中，产品在各个阶级之间的分配，是通过一系列的交换实现的。按这种见解来看，工资则是价格的一种形式，即劳动力的商品价格；利润是利用资本而支付的价格；地租是利用土地所缴纳的价格。大多数经济学家就这样来研究分配现象，并因此把分配部分当作交换部分的普通章节进行研究。<sup>①</sup>

借助价格来实现交换，而价格又是商品经济全部机制的最高的调节者。为了使商品经济能够存在，就要求各部分有一定的比例关系。就社会来说，需要有一定数量的粮食、布匹、砖瓦、钢铁和玻璃，等等，而且如果每一种商品不按照需要的数量进行生产，那么经济生活就将停顿。但是，各个商品生产者进行商品生产时，并没有相互商量。显然，必然存在一种隐蔽的力量，它能控制社会劳动的比例关系，使商品按需要的数量进行生产。这种力量也就是商品价格的波动。商品价格好比是晴雨表，表示着商品在市场的社会需求方面是少或是多。如果商品略多一些，那么价格就会下跌；如果少一些，价格就会上涨。市场价格水平，就像晴雨表中的水银柱高度一样，表示着商品压力的高低，是否紧缩或是扩大商品的社会生产，以便使社会劳动分配有比例。任何商品生产都要严格地按着这个极其敏感的晴雨表行事，并在经营活动中遵照它的指示办理。因此，市场价格的波动，对存在商品经济本身来说，

<sup>①</sup> 在分配一篇，将简述分配现象的上述研究在方法论上的非正确性和不可能性，因为这些分配现象完全是独立的经济范畴，不属于交换现象。



哪怕是对粗略的社会供求比例来说,都是不可缺少的。这种比例关系的紊乱,必然导致经济危机或经济生活的暂时瘫痪。

在自由竞争占统治地位的情况下,是什么因素确定市场价格的高低?对经济物品的主观估价,取决于该物品对评价人具有什么经济意义,即直接取决于该物品的边际效用。然而,各个评价人的主观评价不可能一样,其原因之一,是主观评价决定于该评价人掌握该物品的贮备量如何,而各个评价人的物品贮备量是不一样的。例如,评价人的货币愈多,则对该人来说,每一货币单位的边际效用就愈来愈小。但是,在自由竞争统治的条件下,同一市场上同一种商品的价格却大体上是一样的,特别是在批发贸易方面,更是如此。那么在各种不同主观评价的基础上,如何会出现统一的市场价格呢?

为了得出这个问题的正确答案,我们必须掌握现代资本主义经济中价格形成所依据的现实的经济关系。我们不应像庞巴维克对此所设想的那样,即如果给销售者比较低的商品价格,那么这一商品的销售者自己也需要这种商品,于是就会留给自己个人消费了。<sup>①</sup>在现代经济中,商品是为销售生产的,不是商品销售者消费的物品。如果该商品未被销售掉,那么该商品对销售者就没有任何价值,例如,火车头对其制造厂来说,或铁针对其制造厂来说,能有什么用途呢?我们应当根据上述论点来分析价格的构成过程。在这种分析中所需要的第二个不可缺少的条件就是,现代购买者在购买时把货币不当做独立的使用价值,而当做购买手段来看待。在日常生活中,不是为了货币的本身,也不是当作一种能满足某种独立消费的物品看待,而是为了能购买某些其他物品才珍惜货币的。在金币时期,现代人能看到的不是似乎可



<sup>①</sup> 庞巴维克用买马的事例发展了自己的著名价格理论,并且设想说,即贩卖的马对销售者来说也有独立的使用价值。参见他的《经济财富的价值论原理》,1904年。

以用线绳挂在脖子上当装饰品用的金币,而是仅把它当做购买手段,除此之外,没有别的。

例如,我想买一把伞,销售者要5卢布,于是我犹豫不决,一把伞是否值5卢布呢?当然,我在解决这个问题时,不会把伞本身的使用价值同可作为装饰用品的5卢布金币的使用价值进行比较。我将只能比较伞对我的使用价值和用5卢布所能得到的物品对我的使用价值。<sup>①</sup>假设,我们用这些钱可以买到一张戏票,二俄磅茶叶和一本书,等等。因而,只能来比较伞本身的使用价值和用5卢布所买到的全部物品的使用价值,况且当用5卢布不能再买到对我来说更为贵重的物品时,我才买这把伞。相反,我就不会买这把伞。因此,我用货币估价物品时,所比较的是,用同样的数量的货币所购买的各种物品的边际效用。这种比较可使我确定买哪种商品该付出什么价格。

<sup>①</sup> 这里我们涉及非正常复杂而紊乱的、并易于导致成识解的比例关系。当然,金属货币有着自己的独立使用价值。例如,金币有独立使用价值,它由制成该金币的金子的使用价值来确定。金子的交换价值表现为商品的一般价格水平,即用一定数量的金子在交换中可以得到各种数量的商品。金子的这种交换价值,换句话说,就是一般商品价格的水平,可通过金子和用金子交换的商品两者的使用价值的对比来确定。金子作为商品,其使用价值也是由确定其他各种商品使用价值的条件来测定的。我们之所以把黄金的价格抬得很高,是因为:一方面黄金比其他金属有好的成色,能够满足我们在装饰方面的需要。另一方面,我们手中的黄金储量与我们的需要相比有限。这两点决定了黄金的交换价值,换句话说,也就是决定了商品价格的一般水平,因为这个水平取决于黄金的使用价值。当研究价格的一般水平时,当然黄金也应作为有独立使用价值的商品来研究。但是,如果在这个一般水平范围内问题不是涉及商品价格的一般水平,而是涉及各种商品的价格差别时,那么,在方法论上,把黄金当做有独立使用价值的商品加以研究,那是完全错误的,因为在这个一般水平上,价格差别不可能取决于确定一般水平的各个条件。为什么羊毛料子比印花布料的价格高一些,而猪肉比面包的价格高,这些都不决定于确定黄金使用价值的因素。在每一具体的购买行为中,黄金对我们来说,乃是简单的购买手段,而绝不是独立的消费品,因此在分析确定商品价格差别的条件时,把黄金当做有独立使用价值的物品进行研究,则是节外生枝。本文所采用的方法学,完全避开了确定商品价格的一般水平的因素,以便能够单一地研究确定商品价格差别的因素,也就是说,根据所研究的问题性质本身而提出来的方法学。应当指出这一点,因为通常表述价格理论时,由于不遵守这个方法而造成了非常大的紊乱。



从不同的购买者来看,同一种商品的价格不可避免地要有差别,正如上文所述,原因就在于他们拥有的货币量不同。在需要的情况下,购买者愈有钱,就愈有可能为购买商品付出更多的钱;百万富翁的估价当然会比贫苦人估价要高一些,但是商品的实际价格,对百万富翁也好,对贫苦人也好,应当是同一的价格。假设下述图表描述的是拥有不同货币量的购买者对同一种商品估价的差别。

I	II	III	IV	V
5	4	3	2	1
4	3	2	1	0
3	2	1	0	0
2	1	0	0	0
1	0	0	0	0

罗马数字表示不同富裕程度的购买者等级: I 是最富有的购买者等级, II 是较富有的购买者等级,等等。阿拉伯数字表示各相应等级购买者对商品的单位估价。

一等购买者对商品的第一个单位的估价为 5 卢布;对商品的第二个单位的估价为 4 卢布;对商品的第三个单位的估价为 3 卢布,等等。一等购买者为商品的 1 个单位可以按 5 卢布支付,为商品的 2 个单位按 4 卢布支付(因为第二个单位将估价为 4 卢布,而商品的这 2 个单位应该有相同的价格),为商品的 3 个单位按 3 个卢布支付,为商品的 4 个单位按 2 个卢布以及为 5 个单位按 1 个卢布支付。相反,四等购买者为商品的第一个单位可能按 2 个卢布支付,为第二个单位只按 1 个卢布支付。五等购买者为购买第一个单位的商品只能按 1 个卢布支付。

现在,我们假设市场上出卖 10 个单位的商品,并且销售者被



迫不问多少金额,只要能全部推销出手就行。销售者不需要把被它们出卖的商品当做个人消费品用,因为该商品就是为销售而生产的。这种商品的价格该是怎样的呢?显而易见,这种价格很可能是2个卢布左右。因为如果价格高于2卢布,比方说是3卢布,那么,商品只能有6个单位被买去(一等购买者能买到3个单位;二等购买者能买到2个单位,三等购买者能买到1个单位)。仍有部分商品没被卖掉(4个单位商品)。对销售者来说,要想唤起购买者把所有出卖的商品购买去,唯一的手段就是降低价格。但是,价格绝不会低于2卢布,比如说1卢布,原因是按这种价格就可能买到15个单位,同时假定这种商品出卖仅有10个单位,也就是有一部分购买者没有得到商品,尽管打算按出售者所定的价格购买。这种情况有可能刺激购买者抬高价格,达到2个卢布。可见,在提供10个单位商品和有5个商品的购买者的情况下,按上述图表来看,这种商品的价格应该是2个卢布。所有的出售者都将按这同一的价格交易,因为如果有一个出售者试图抬高自己商品的价格,那么其余的出售者之间的竞争将会使价格降低于共同的价格。

这一图表说明并证明从多数的、非常复杂的单位价格中产生统一市场价格的情况。市场上最终确定的价格是最高的价格,按这种价格,购买者可以买到所出售的商品数量。它也取决于购买者对商品的估价高低,换句话说,就是社会需求的程度;另一方面,取决于可供出售的商品数量,取决于社会供给的程度。所谓的供求规律也就表现在这里。虽然经济学家们关于供求规律已经谈论了数百年,但是它的精确的科学表示方式只有根据边际效用理论才能实现。



上述所引用的图示证明,远非所有的单位估价都能真正地影响商品市场价格。比如,如果一等购买者的最高估价不是5卢布,而是10卢布,这丝毫不会影响商品的价格,例子中所说的商品价格仍然是2卢布。同样,如果一等购买者对商品第5个单位的估价不是1个卢布,而是少于1个卢布,这种情况也不会降低商品的价格,其价格仍然是2个卢布。这就是说,商品价格只由某些单位价格来确定,也就是由那些处于在该社会供求条件下经济上成为可能的价格范围内的价格来确定的。

总之,确切地说,市场价格由以下两种因素确定之:一个是客观因素,即市场上可供出售的商品数量;另一个是主观因素,即购买者的单位价格(它本身一方面由客观因素即购买者的购买手段,另一方面由主观因素即购买者对所购买的物品的相对需求程度来确定)。从前者的两个因素(可供商品的数量和购买者的价格)来看,第二个因素(价格)本身是固定的,因为社会需求的特点,就其本质来看,仅是一个缓慢变化的现象。相反,第一个因素(供给)则波动明显,而且主要是供给的变动引起商品价格的波动。

供给的变动不可避免地反映在价格上,但远远不是同样地反映在各种商品的价格上。在价值一章中,曾已经指出,在各种需求特点的影响下,必需品的价值,在供给变化的影响下,较之奢侈品的价值变动得厉害。统计表明:必需品的社会消费量很少取决于价格,但是奢侈品的社会消费在价格变动的情况下则变化强烈。比如,巴黎每人的面包消费,近些年来几乎没有变化,尽管面包价格出现明显的变动,而糖的消费则变动得很厉害,这取决于糖的价格变动。第一种情况下的消费需求的固定不变和第二种情况下的





灵活性,有助于某一种商品价格的各种变化。在固定需求的情况下,每一供应的变动都对价格产生截然不同的效果,但是,在弹性需求的条件下,增加和缩减需求,都会削弱供应的变动对价格的影响。

早在十七世纪末,经济学家格雷戈里·金曾试图用下列数字公式表达收成变化与面包价格之间的依存关系:

收成减产		面包价格提高
1/10	·	3/10
2/10	·	8/10
3/10	·	$1 \frac{6}{10}$
4/10	·	$1 \frac{8}{10}$
5/10	·	$4 \frac{5}{10}$

不用说,类似这种计算不可能预示某种准确性。建立在价格构成基础上的经济关系,不免变化无常和特殊一些,以致构成了数学表达式。但是,在价格具体构成问题上,有最大权威者、多卷集的价格史作者 T. 图克认定所引用的数字表,对实际计算非常有益。

## 二、商品的平均价格

综上所述是关于经常上下变动的市场商品价格。这些变动围绕着某一中心,即商品的平均、一般价格进行。各种商品的平均价格是有明显的区别。那么,如何确定平均价格的差别呢?

在现代资本主义的经济中,生产是由企图从投入资本中获取最大利润的资本家来调节的。如果在生产的某些部门所生产的产品数量,其价格不同样地符合生产费用,换句话说,不符合用于产

