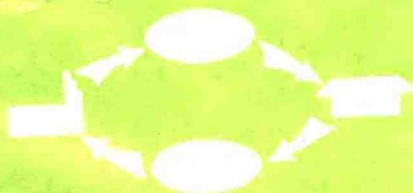


政治经济学新体系

市场经济概论

主 编 白连志



1.3

中国农业科技出版社

97
F014.3
73
✓

政治经济学新体系

市场经济概论

主 编 白连志

副主编 张 晓 王振刚

XPA 42/18



3 0105 1901 9

中国农业科技出版社



C

384870

(京)新登字 061 号

图书在版编目(CIP)数据

市场经济概论——政治经济学新体系/白连志主编. —

北京:中国农业科技出版社,1996.7

ISBN 7-80119-219-2

I. 政… I. 白… III. 市场经济学—概论 IV. F014.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (96) 第 10957 号

责任编辑	张荣菊
出版发行	中国农业科技出版社 (北京海淀区白石桥路 30 号)
经 销	新华书店北京发行所发行
印 刷	廊坊市华星印刷厂
开 本	787×1168 毫米 1/32 印张:9.875
印 数	1—3500 册 字数:225 千字
版 次	1996 年 7 月第一版 1996 年 7 月第一次印刷
定 价	12.90 元

前 言

随着社会主义市场经济的蓬勃发展,马克思主义经济理论会不会过时呢?不会。马克思主义不仅不会过时,而且还将永远指导我们研究和建设社会主义市场经济。因为马克思主义不是僵化不变的教条,而是随着实践的发展而不断丰富其内容的活的灵魂。当社会主义进入市场经济新阶段的时候,马克思主义也揭开具有划时代意义的新篇章,这就是邓小平同志建设有中国特色社会主义的理论,发展社会主义市场经济,就是这一理论的核心内容。

尽管马克思主义经济学主要研究资本主义的本质,揭示其发生、发展和必然灭亡的历史规律,但是,马克思研究资本主义市场经济的同时,也揭示了市场经济运行与发展的一般规律。马克思所创立的资本、剩余价值学说,资本积累、循环和再生产理论,以及关于股份制、地租、利息、信贷等等的理论,只要撇开其特有的资本主义外衣,就成为市场经济运行与发展的一般范畴与规律。它们对于指导我国社会主义市场经济建设,创立有中国特色的社会主义市场经济学说,具有极其重要的现实意义和理论意义。

但是,我们必须抛弃长期以来对待马克思主义的教条主义态度以及为计划经济体制服务的传统政治经济学体系。教条主义生搬马克思的现成结论,脱离实际地指导社会主义建设,导致一系列“左”的错误,使人民吃了许多苦头,走了许多弯路。传统政治经济学体系主要在于启迪无产阶级推翻资本主义制度的革命觉悟,为计划经济体制作政策上的脚注,而今

我们面对的是如何解放与发展生产力,建设现代化的社会主义市场经济强国,使人民生活富裕起来。显然,那种传统政治经济学体系已落后于时代发展的要求,难于解释社会主义市场经济的现实问题,且因分为资本主义与社会主义两部分,故内容难免有所重复。实践呼唤我们构建一部能够反映和促进社会主义市场经济发展的新体系的政治经济学,这是时代赋予我们的光荣历史使命。

我们编写这本教材,就是从政治经济学的教学改革出发,试图冲破传统体系的束缚,以市场经济为主线,以马克思主义经济学为基础,构建能反映社会主义市场经济运行机制和一般发展规律的政治经济学新体系。该书分为市场经济基础、市场经济微观运行与宏观运行三个部分;力求文字通俗,内容简练;密切结合改革与建设中的实际问题;广泛吸取最新经济理论成果,适当引入西方经济学的科学成分,以丰富马克思主义的现代市场经济理论。该书较适宜大专院校、特别是成人干部院校选作经济理论教材,也可作为广大干部群众了解市场经济的基础读物。

本书由白连志任主编,张晓、王振刚任副主编。参加撰稿的人员有白连志(第一、二、四、五、九章)、张晓(第八、十四章)、张永明(第六章)、谢广英(第三章)、王文秀(第七章)、邹实(第十一章)、张书颖(第十章)、白连志、丁大庆、王振刚(第十二章、第十三章)。徐明江同志做了大量的组织工作,在此表示感谢。

由于作者理论水平有限,书中的不妥之处在所难免,欢迎读者批评指正。

编者

1996年5月

目 录

第一篇 市场经济基础

第一章 市场经济基础——商品经济	(3)
第一节 商品与货币	(3)
第二节 价值规律	(15)
第三节 商品经济是市场经济发展的基础	(22)
第二章 市场和机制	(27)
第一节 市场	(27)
第二节 市场需求与供给	(37)
第三节 市场竞争与垄断	(42)
第四节 市场价格	(47)
第三章 市场经济的基本特征	(53)
第一节 市场经济的基本规定	(53)
第二节 市场经济的所有制基础	(59)
第三节 社会主义市场经济的基本特征	(65)
第四章 市场经济体制	(74)
第一节 市场经济体制及其发展	(74)
第二节 现代市场经济体制模式	(79)
第三节 我国社会主义市场经济体制	(86)

第二篇 市场经济微观运行

第五章 剩余价值与利润	(98)
第一节 剩余价值的形成	(98)

第二节	利润、平均利润和生产价格	(106)
第三节	企业利润最大化	(112)
第六章	企业与现代企业制度	(125)
第一节	企业与产权关系	(125)
第二节	现代企业制度	(132)
第三节	企业联合、兼并与破产	(139)
第七章	企业资本运动	(143)
第一节	资本的性质和来源	(143)
第二节	资本的循环	(149)
第三节	资本的周转	(153)
第八章	股份经济与证券交易	(159)
第一节	股份制与股份公司	(159)
第二节	股票与债券	(165)
第三节	证券交易	(172)
第九章	微观经济主体及其经济行为	(180)
第一节	微观经济主体的经济行为及其特征	(181)
第二节	市场经济条件下的居民收入分配	(189)
第三节	市场经济条件下的居民消费与储蓄	(197)

第三篇 市场经济宏观运行

第十章	市场经济的流通	(207)
第一节	商品流通	(207)
第二节	货币流通	(211)
第三节	通货膨胀	(219)
第十一章	社会再生产	(226)
第一节	社会总产品及其实现	(226)
第二节	社会简单再生产	(230)

第三节 社会扩大再生产.....	(234)
第十二章 经济增长与经济发展.....	(240)
第一节 经济增长.....	(240)
第二节 经济发展.....	(250)
第三节 我国现阶段的经济增长与经济发展.....	(257)
第十三章 市场经济的国际运行.....	(264)
第一节 市场经济国际化.....	(264)
第二节 国际经济一体化趋势.....	(275)
第三节 我国市场经济国际化.....	(280)
第十四章 市场经济的宏观调控.....	(286)
第一节 市场经济宏观调控的必要性.....	(286)
第二节 健全市场经济宏观调控体系.....	(292)
第三节 健全市场经济社会保障体系.....	(302)

第一篇

市场经济基础



第一章 市场经济基础——商品经济

商品经济是市场经济产生与发展的基础,市场经济是商品经济的较高发展阶段。作为商品经济运行的基本细胞——商品与货币,商品经济的基本规律——价值规律,也是研究市场经济的基本出发点。马克思的劳动价值理论,既是分析商品经济的理论基础,又是研究市场经济的基本前提。

第一节 商品与货币

一、商品产生与存在的条件

商品是根据等价原则进行交换的劳动产品。这就是说作为商品,必须是劳动产品,自然存在的花、鸟、虫、空气等,在没有经过人的劳动加工之前不能成为商品;劳动产品中,只有通过市场等价交换,由生产领域进入消费领域的那部分劳动产品才能成为商品。那些没有经过交换的劳动产品,如农民自产自用的粮食、蔬菜、肉蛋等不是商品。同时,即使交换的劳动产品,在交换中仅仅互通有无,而不计较利益得失的劳动产品,也不是商品。例如人们之间互相交换、赠送的礼品,一个家庭或社会单位内部不按市场等价原则互相交换其劳动产品,早期封建农庄、印度公社以及现代企业内部的交换产品,都不形成商品。

商品的产生与存在,必须具备两个基本条件:社会分工与产品属于不同所有者。

社会分工使劳动者在不同的分工领域,只生产一种或同类产品。为了满足多方面需要,不同生产者之间必须互通有无,即必须“以其所有而易其所无”。因此,社会分工引起的劳动产品互相交换的必要,为商品经济的产生创造了前提。但是,如果因分工引起的交换,无须计较得失,如没有你我利益之分的共同体内部交换,被交换的劳动产品也无须转化为商品。可见,商品或商品经济的产生与发展,还要具备另外的条件。

生产资料或产品归不同所有者所有,是商品经济产生与发展的必要条件。当生产资料或产品归不同所有者占有后,生产者有了独立的经济利益,有了你我之分,在劳动产品的交换中就不能不计较经济利益差别,从而客观上要求在利益平等的基础上,实现不同劳动产品之间的等价交换,这时劳动产品就转化为商品。在社会分工、生产资料或产品属于不同所有者的条件下,劳动者为交换其他产品而生产的劳动产品,或必须通过市场交换才能进入消费领域的劳动产品都成为商品,而存在商品生产与商品交换的社会经济形式,则成为商品经济。

在人类社会经济发展的历史长河中,商品经济是随着生产力的不断发展,而逐渐产生、发展,最后由更高级的社会经济形式——产品经济所取代。在原始社会末期,由于生产力的发展出现的剩余产品和不同部落或不同氏族之间的生产分工,产生了最初的商品交换的萌芽。以后,三次社会大分工,使畜牧业、手工业与商业先后从农业中分离出来,推动了劳动者之间互相交换劳动产品的关系;而私有制以及私有制社会的相继出现与发展,促进商品经济从低级向高级阶段不断发展,从奴隶社会、封建社会的简单商品经济,发展到建立在社会化大生产基础上的资本主义商品经济、社会主义商品经济,即市

场经济。

二、商品二因素与生产商品的劳动二重性

商品具有使用价值与价值二因素，而生产商品的劳动则具有具体劳动与抽象劳动的二重性质。商品的二因素，归根到底是生产商品的劳动二重性所决定的。

（一）商品使用价值及其特点

1. 商品使用价值及其本质。商品使用价值是商品能够满足人们需要的属性或有用性。一般说，商品使用价值是由商品自然属性或物理性能决定的，如衣服能够遮体御寒，食物能够充饥、给人以享受。不仅如此，商品使用价值也与人们的主观心理感受或偏好有关，即与主观需要相联系。例如，一个馒头对于一个饥肠辘辘的人比对于一个酒足饭饱的人的使用价值要大得多；一些书在某个学者眼中如获至宝，而对于目不识丁的大老粗却不屑一顾。另外，物品使用价值也会随着科学技术的发展而发生变化，比如煤当初只作为燃料，后来人们又从煤里提炼出糖精、染料、煤焦油等多种化工原料，还可以将煤加工为化肥、塑料等。

但是作为商品的使用价值不同于一般用品的使用价值，商品使用价值的本质是社会使用价值，即为他人、为社会需求所生产的使用价值。对于生产或经销商品的生产经营者来说，这种商品使用价值是不能实现的，否则便不能称其为商品。

2. 商品使用价值的特点。（1）商品使用价值作为社会使用价值，必须通过市场交换间接地转移到消费者手中。这与自然经济中不同产品的直接交换，以及生产者对自己产品使用价值的直接消费不同。（2）商品使用价值受社会需求的制约。这就是说商品使用价值不完全取决于客观有用性或商品的物理

性质,还受社会消费需求心理、需求数量等因素制约,对于过时的商品、淘汰的款式,或者超出社会需求量的过剩商品,其使用价值会大幅度降低,或者难于实现。所以,生产者必须按市场需求生产各种商品使用价值,其效用才能得到充分发挥。(3)商品的使用价值是商品交换价值与价值的物质承担者。商品使用价值是与商品价值结合在一起的,没有使用价值的东西,不会有价值。没有价值的东西,尽管使用价值再大,也不能转化为商品。

3. 商品使用价值与“效用”的统一与差别。“效用”是西方经济学的基本概念,有“客观效用”与“主观效用”之分。客观效用是指物品本身能够满足人们某种需要或欲望的功能;“主观效用”是指人们消费某种物品时主观心理上能够得到的满足。可见“效用论”与使用价值在含义上是可以统一的。同时,西方经济学从主观生理或心理的满足程度,或从偏好的大小、强弱来判断商品效用的大小,也是马克思主义使用价值理论中应该借鉴和补充的内容。此外,效用论认为各种商品的效用大小是可以度量或比较的。把商品价格高低建立在效用大小上,不承认马克思的劳动价值论的观点虽不可取,但是他们关于商品效用的分析方法,如边际效用论、边际效用递减规律、无差异曲线分析法,以及较重视市场需求对效用及商品价格影响的分析,是值得我们借鉴或引用的。总之,适当利用效用论的合理成分,不仅不会否定劳动价值论,相反,还能丰富与发展马克思的劳动价值理论。

(二)商品价值的实体——抽象劳动

1. 生产商品劳动的二重性。生产商品的劳动具有二重性,从一方面看,它是生产商品使用价值的具体劳动;从另一方面看,它又是创造商品价值的抽象劳动。

具体劳动是在一定具体形式下进行的有效劳动。具体劳动反映人与自然的关系,是劳动的自然属性。具体劳动的多样性,及其创造的千差万别、多种多样的商品使用价值,为劳动者之间相互交换其产品提供了必要与前提。但是,具体劳动并不是使用价值或财富的唯一源泉。没有土地,农民的劳动创造不出农产品;没有矿藏,冶炼不出各种有色金属。可见,使用价值或财富的源泉除了劳动还有自然界的物质。

抽象劳动是劳动的社会属性,是指撇开劳动的具体形式的一般人类劳动。生产商品的劳动尽管千差万别,如果撇开其具体形式,仅仅从作为人们脑力和体力的一定消耗或支出看,它就是同质的、可以互相比较、只有量的差别的抽象劳动。抽象劳动在商品中的凝结,形成商品的价值,从而为商品的交换与比较提供了物质的基础。抽象劳动反映着商品经济社会中人与人之间互相交换劳动的社会关系,各种商品在交换中之所以还原为价值,就是要计较商品交换者之间的利益得失。

具体劳动与抽象劳动是生产商品劳动的对立与统一。首先,它们是同一商品生产劳动的两种属性,而不是两种劳动或两次劳动。它们统一于生产商品的劳动,而又互相区别:具体劳动作为劳动的具体形式,生产商品的使用价值,而与其他商品相区别;抽象劳动,撇开劳动的具体形式,作为人们脑力与体力的消耗的一般人类劳动,仅有量的多少,没有质的区别。抽象劳动创造商品共有的价值,使各种商品之间有了同质的、可比的东西。具体劳动作为劳动的自然属性,是永恒的自然范畴;抽象劳动作为劳动的社会属性,是反映商品经济关系的历史范畴。

2. 商品价值的实体是生产商品的抽象劳动的凝结。值得注意的是,在商品价值中不仅凝结生产劳动者的活劳动消耗,

而且包含生产商品中的物化劳动,即各种原材料、工具、设备等等的消耗或转换。

(三)商品是使用价值与价值的统一体

商品是使用价值与价值的对立统一。从统一看,使用价值与价值共处于商品体中,缺一不可。使用价值是价值的物质载体,价值是使用价值能够相互交换,实现其社会性的内在依据。没有使用价值的东西,不能用来交换,也不存在价值;没有价值的东西,即使有很大的使用价值,也不能成为商品。使用价值与价值又是互相矛盾的,使用价值是商品自然属性,反映人与自然的关系;价值是商品社会属性,反映商品经济中人们之间互相交换劳动的关系。其次,商品使用价值与价值又是互相排斥的,任何人都不可能对其同时占有。生产者只有让渡其使用价值,才能占有或实现其价值;消费者为了获取其使用价值,必须支付其货币价值。商品的买卖与交换,是解决商品使用价值与价值矛盾的唯一途径。

三、商品价值量

商品价值是劳动创造的,而劳动又是用时间来衡量的。但是,即使生产同一种商品,也会有生产条件不同的许多生产者,他们所花费的劳动时间,即个别劳动时间是各不相同的。商品价值量如果由个别劳动时间决定,那样越是懒惰,越是技术水平低、生产设备差的生产者,生产同样的一件商品花费的劳动时间就越多,其商品价值量就越大,这是背理的。因此,商品价值量不能由生产商品的个别劳动时间决定,只能由生产这种商品的部门平均劳动时间耗费,即由社会必要劳动时间的耗费来决定。

所谓社会必要劳动时间是指“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强度下制造某种使用价值所需要的劳动时间。”^①所谓社会正常的生产条件,是指一定时期内某一生产部门大多数产品生产已经达到的技术装备水平。社会平均劳动熟练程度和强度,是指劳动者的中等的、大多数能够达到的技术水平、生产经验以及处于平均水平的单位时间的劳动支出量。因此,所谓社会必要劳动时间就是在一个部门生产同一种商品各个生产者的平均劳动消耗量。

决定商品价值量的社会必要劳动时间,不仅包括生产商品过程劳动者付出的活劳动,而且包括生产商品社会所必要的物化劳动,即生产资料价值的耗费量。前者形成商品价值中的新创造的价值量,后者形成商品价值中的转移的价值量。生产同一种商品,大多数生产者所耗费的生产资料价值量与平均耗费的活劳动创造的价值量,共同构成社会必要劳动时间所决定的商品价值量。

由社会必要劳动时间决定商品价值,形成商品交换的价格基础,实际上就为评价每一个生产经营者的经济效益高低提供一个客观的标准或尺度。凡是个别劳动时间低于社会必要劳动时间的生产者,其个别劳动就转化为更多的社会必要劳动,按照商品价值销售商品,就能获得超额利润,在市场竞争中处于优势地位。相反,那些个别劳动时间高于社会必要劳动时间的生产者,按价值销售商品,会带来亏损,在竞争中处于不利地位。这就必然促使每个生产者千方百计提高技术水平,提高劳动生产率,以将其个别劳动时间降到社会必要劳动时间以下。

生产商品的劳动有简单劳动与复杂劳动之分。简单劳动

^① 《马克思恩格斯选集》第23卷,第32页。