



全国“星火计划”丛书

陈学基 陈富国 编委
曹在群 徐文华

江苏科学技术出版社

怎样认识社会主义 商品经济

乡镇企业厂长(经理)必读
怎样认识社会主义商品经济

陈学昌 陈富德 编著
雷在春 徐文华

出版：江苏科学技术出版社
发行：江苏省新华书店
印刷：东台县印刷厂

开本787×1092 毫米 1/32 印张4.875 插页2 字数110,000

1987年8月第1版 1987年8月第1次印刷

印数1--16,230册

ISBN 7-5345-0097-4/F·17

统一书号：4190·034 定价：1.00元

责任编辑 孙云谷

《全国“星火计划”丛书》编委会

主任委员

杨 波

副主任委员 (以姓氏笔划为序)

卢鸣谷 罗见龙 徐 简

委 员 (以姓氏笔划为序)

王晓方 向华明 米景九 应日琰

张志强 张崇高 金耀明 赵汝霖

俞福良 柴淑敏 徐 骏 高承增

Bn5-115

内 容 简 介

本书是《乡镇企业厂长(经理)必读》丛书之一。

比较系统而通俗地介绍了商品经济的基础知识,着重介绍在社会主义制度下,商品经济的特点和发展商品经济的意义。价值规律的作用和如何运用价值规律发展农村商品经济,商品流通和商品供求规律,竞争的特点和作用,等等。乡镇企业的厂长(经理)是发展农村商品经济的带头人、决策者和指挥员,掌握了这些知识和规律,必将有助于提高企业的经营管理水平,为改变农村经济结构、发展社会主义商品经济作出贡献。

乡镇企业厂长(经理)必读

名誉顾问

费孝通

顾问

邓云海 孙建南

编辑委员会

主 编 陈志中

副主编 张崇高 张庆守

委 员 (按姓氏笔划顺序)

王海容 冯玉璋 沈绍禧

陈志中 胡世太 张文贤

张崇高 徐文华 黄经耀

序

经党中央、国务院批准实施的“星火计划”，其目的是把科学技术引向农村，以振兴农村经济，促进农村经济结构的改革，意义深远。

实施“星火计划”的目标之一是，在农村知识青年中培训一批技术骨干和乡镇企业骨干，使之掌握一、二门先进的适用技术或基本的乡镇企业管理知识。为此，亟需出版《“星火计划”丛书》，以保证教学质量。

中国出版工作者协会科技出版工作委员会主动提出愿意组织全国各科技出版社共同协出版《“星火计划”丛书》，为“星火计划”服务。据此，国家科委决定委托中国出版工作者协会科技出版工作委员会组织出版《全国“星火计划”丛书》，并要求出版物科学性、针对性强，覆盖面广，理论联系实际，文字通俗易懂。

愿《全国“星火计划”丛书》的出版能促进科技的“星火”在广大农村逐渐形成“燎原”之势。同时，我们也希望广大读者对《全国“星火计划”丛书》的不足之处乃至缺点、错误提出批评和建议，以便不断改进提高。

《全国“星火计划”丛书》编委会

1987年4月28日

科技“星火”必将燎原

杨绍军

由国家科委制订和组织实施的“星火计划”，旨在把现代科技作为“星火”，引向广大农村、引向乡镇企业，以形成振兴地方经济的燎原之势。这是科学技术为农村经济服务的创举，它具有巨大的现实意义和深远的战略意义。

近几年来，我到本省好几个县的乡镇考察、调查。调查的大量事实表明，乡镇企业的兴起和发展，正在深刻地改变着农村经济的结构，对城乡经济和社会生活的发展起着重大作用。发展中的乡镇企业使大批农村剩余劳动力找到了出路，它上与城市挂钩，下以农村为基地，为城市工业的配套和工农业技术改造创造了新的有利条件，使城乡经济得到了调节，形成工业与农业、城市和农村、社会与经济协调发展的有机体系，促进农民生活显著改善，城乡差别逐步缩小，并为建设现代化新农村和发展星罗棋布的小城镇开拓了广阔的前景。

可以说，乡镇企业的蓬勃兴起，与大型骨干企业互为补充，标志着我国开始走上了一条具有自己特色的社会主义工业化道路，这已引起国际舆论的瞩目。

但从总体上讲，乡镇企业迫切需要更好地解决两大问题：一是选准企业方向问题；二是提高科技水平和经营管理水平

问题。前者需要从乡镇企业的各自优势、市场需求和地方资源出发，因地制宜地选择符合国家城乡合理布局的、适应小型企业生产特点的、发挥地方优势的产业和产品方向。路子对了，企业就会产生强大的生命力。后者需要用科学知识、先进技术和经营管理基础理论去武装乡镇企业的厂长、经理、管理人员、技术人员以至青年工人。这是加强队伍建设、开发人才资源、发展乡镇企业的百年大计。“星火计划”的实施，正为解决以上问题找到了一种好形式，开辟了一条新路子。如果长期坚持下去，科技“星火”必将燎原！

江苏科学技术出版社为适应实施“星火计划”的迫切需要，与省主管部门联合组织出版《“星火计划”丛书》，为传播先进科技和培训乡镇企业干部、技术员工提供适用的读物和教材，这是一件“雪中送炭”的好事。尤其是这套《乡镇企业厂长（经理）必读》，从选题到内容都是通过多次调查研究，根据厂长、经理的要求编写的。书稿写成后又带到厂长、经理的培训班上进行试讲，听取意见，反复修改，最后经省主管部门审定出版。采取这种与有关部门密切协作，贯彻群众路线的编书方法是十分必要的，也是值得提倡的。预计这套丛书将会受到乡镇企业的厂长、经理所欢迎。当然，缺点和问题在所难免，希望读者提出宝贵意见，帮助他们把工作做得更好。

目 录

一、学习社会主义商品经济知识的意义	1
(一) 乡镇企业是发展社会主义商品经济的生力军...	1
1. 社会主义商品经济的重要组成部分 2. 发展农村商品经济的主导力量	
(二) 厂长是发展商品经济的带头人.....	7
1. 厂长在发展商品经济中的地位和作用 2. 厂长必须学习商品经济知识	
(三) 学习社会主义商品经济知识的方法.....	9
二、社会主义制度下的商品	13
(一) 商品的含义.....	13
(二) 商品的使用价值和价值.....	14
1. 使用价值 2. 价值 3. 商品是使用价值和价值的矛盾统一体	
(三) 具体劳动和抽象劳动.....	20
1. 具体劳动 2. 抽象劳动 3. 生产商品的劳动是具体劳动和抽象劳动的矛盾统一	
(四) 商品的价值量.....	24
1. 社会必要劳动时间决定商品的价值量 2. 商品的个别价值和社会价值	
3. 简单劳动和复杂劳动 4. 劳动生产率与价值量的关系	
三、社会主义经济是有计划的商品经济	34
(一) 商品经济的充分发展是社会经济发展的不可逾越的阶段.....	34
1. 商品经济存在的一般条件 2. 社会主义社会存在商品经济的必然性	
3. 商品经济的充分发展, 是我国经济发展的必经阶段	
(二) 社会主义商品经济的特点.....	43
1. 以生产资料公有制为基础 2. 有国家计划的调节和指导 3. 以满足人民物质和文化生活需要为目的	

(三) 发展社会主义商品经济的意义·····	49
1. 是实现我国现代化的必要条件	
2. 是农村治穷致富的根本出路	
3. 是促进社会主义精神文明建设的杠杆	
四、社会主义制度下的货币·····	55
(一) 货币的本质·····	55
1. 从商品到货币	
2. 货币的本质	
(二) 货币的职能·····	63
1. 价值尺度	
2. 流通手段	
3. 贮藏手段	
4. 支付手段	
5. 世界货币	
(三) 社会主义制度下的货币流通·····	68
1. 货币流通的特点和渠道	
2. 货币流通规律	
3. 社会主义的货币管理	
(四) 我国人民币的特点·····	74
1. 人民币是我国货币的代表	
2. 人民币的特点	
五、社会主义制度下价值规律的作用·····	79
(一) 价值规律的含义·····	79
1. 价值规律的内容和要求	
2. 价值规律的表现形式	
(二) 价值规律的作用·····	81
1. 在以私有制为基础的商品经济中的作用	
2. 在社会主义经济中的作用	
3. 社会主义经济中价值规律作用的特点	
(三) 运用价值规律, 发展农村商品经济·····	91
六、社会主义商品流通·····	93
(一) 社会主义商品流通的作用·····	93
1. 商品流通的含义	
2. 商品流通的作用	
(二) 社会主义市场·····	96
1. 市场的含义	
2. 社会主义市场的特点	
3. 社会主义市场的供求矛盾	
4. 商品供求规律	
5. 社会主义市场的供求平衡	
(三) 社会主义商品流通的渠道·····	105
1. 国家计划调拨	
2. 商业	
3. 生产部门自销	
4. 集市贸易和贸易中心	
七、社会主义制度下的竞争·····	110
(一) 竞争是商品经济的产物·····	110

1.竞争的含义 2.只要有商品生产,就必然有竞争 3.竞争和竞赛	
(二) 竞争的内容.....	114
1.产品竞争 2.价格竞争 3.技术竞争 4.服务质量竞争	
(三) 社会主义竞争的特点.....	118
1.竞争的目的 2.竞争的性质 3.竞争的范围 4.竞争的手段	
5.竞争的后果	
(四) 社会主义竞争的作用.....	121
1.促进生产力的发展 2.促进经营管理的改善 3.促进服务质量的提高 4.有利于打破地区封锁,促进物资交流	
八、社会主义制度下的经济杠杆.....	125
(一) 经济杠杆及其作用.....	125
1.经济杠杆的含义 2.经济杠杆的特点 3.经济杠杆的作用	
(二) 价格杠杆.....	129
1.价格和价格杠杆 2.价格杠杆的调节作用	
(三) 税收杠杆.....	132
1.税收和税收杠杆 2.税收杠杆的调节作用	
(四) 信贷杠杆.....	136
1.信贷和信贷杠杆 2.信贷杠杆的调节作用	
(五) 经济杠杆的综合运用.....	140
1.综合运用经济杠杆的含义 2.综合运用经济杠杆的必要性	
3.综合运用经济杠杆应遵循的原则	

一、学习社会主义商品经济 知 识 的 意 义

人们已愈来愈深刻地认识到,发展乡镇企业,对于社会主义现代化建设有着重大战略意义。经济体制改革的深化和城乡社会主义商品经济的进一步发展,对方兴未艾的乡镇企业提出了更高的要求。乡镇企业的直接领导者——厂长(经理),要有效地率领企业登上新的发展台阶,使企业长盛不衰,迫切需要提高自己的知识素质。在厂长(经理)必须具备的知识结构中,社会主义商品经济知识,是不可缺少的一个重要方面。

(一) 乡镇企业是发展社会主义商品经济的生力军

乡镇企业是社会主义商品经济的重要组成部分,是发展社会主义商品经济的一支生力军,是发展农村商品经济的主导力量。因此,乡镇企业厂长(经理)只有学好商品经济知识,才能自觉而有效地为发展乡镇企业作出应有的贡献。

1. 社会主义商品经济的重要组成部分

党的十二届三中全会《关于经济体制改革的决定》明确指出了社会主义经济是以社会主义公有制为基础的有计划的商品经济,科学地揭示了社会主义经济的本质特征,澄清了长期以来对商品经济的某些糊涂观念,为发展社会主义商品

经济的实践提供了正确的理论指导。

从微观的角度看，社会主义商品经济是由千百万个从事社会主义商品生产和交换活动的企业所组成的。这些企业是社会主义商品经济的细胞。乡镇企业和城市企业便是社会主义商品经济有机整体中的两大部分。随着党的改革开放政策的深入贯彻，迅速发展的乡镇企业，已成为社会主义商品经济的重要组成部分，为社会主义商品经济的发展注入了巨大的活力。

乡镇企业是我国乡镇以下各种形式和行业的合作企业、个体企业以及联合企业的统称，包括乡办、镇办、村办的各种集体所有制形式的合作企业、社员联营（包括村民小组办）的合作企业、其他形式的合作企业和农民个体企业。其行业结构包括五大类：工业企业、交通运输企业、建筑企业、农业企业（包括种植业、养殖业），以及商业、饮食、服务、修理等其他企业。乡镇企业与传统农业有着明显的区别。传统农业以自给半自给的自然经济为基本特征，生产的产品主要用于生产者自己消费。而乡镇企业从它产生的第一天起，就以商品生产经营者的身份出现在历史舞台上。它们所生产经营的产品或服务，不是为了直接用于满足生产者的自身消费，而是以商品的形式用于满足社会的需要。因此，乡镇企业一开始就是与商品经济联系在一起的。

在党的十一届三中全会以前，由于我国长期受“左”的指导思想影响，理论上不承认商品经济是社会经济发展的不可逾越的阶段，不承认社会主义也必须通过商品经济的充分发展阶段，在实践上则把计划经济与商品经济对立起来，乡镇企业的前身——社队企业又是国家计划外的生产经营单位，因此，曾被当作“资本主义”的代名词横遭批判。但是，即

使在那个时期，广大农民群众和有胆识的农村干部，仍然顶住了各种压力，在逆境中奋斗，社队企业以其顽强的生命力克服重重阻力，艰难地发展着。到1978年，全国社队企业的总产值已达490.6亿元。十一届三中全会以后，中央为社队企业正了名，明确提出“社队企业要有一个大发展”，并为之制定了一系列方针政策。从此，社队企业就迅速地、健康地发展了起来。到1983年，全国社队企业总产值达1222亿元，比1978年翻了一番多。到1985年，全国乡镇企业总产值达到了2481亿元，比1983年的社队企业总产值又翻了一番。这个数字已占同期农村社会总产值的40%左右，超过了1964年的全国社会总产值。其中乡镇工业总产值达1800亿元，占全国工业总产值的20%，超过了1966年的全国工业总产值。1986年，乡镇企业总产值和工业总产值又比上年增长了31.8%和23%，分别达3540.9多亿元和2413.4多亿元，相当于1969年的全国社会总产值和1971年的全国工业总产值。在有些行业，乡镇企业提供的商品所占的比重很大。例如，1986年，从产值看，纺织品占20%，建材占53.4%，皮革占75%，烟花爆竹等占80%以上；从产量看，煤炭占28%，造纸占30%，服装占33%以上。这些数据都证明，乡镇企业提供的商品已是社会主义市场不可缺少的重要方面。不仅如此，乡镇企业正日益成为我国发展对外贸易、开拓国际市场的新兴力量。例如，1986年，上海市出口创汇的乡镇企业已有500多家，乡镇工业外贸出口产值达12亿多元；江苏省1025多家出口创汇的乡镇企业提供了1200余种出口产品，外贸收购总额达12.6亿元以上。全国1万多家生产出口产品的乡镇企业，共创汇45亿美元。大量外向型乡镇企业的增加，为我国提高创汇能力、引进外资和先进技术，开辟了一条新的途径，对社会主义现代化建设必

然产生巨大的影响。

2. 发展农村商品经济的主导力量

在乡镇企业蓬勃发展以前，我国农村基本上是单一农业经济格局。由于人多地少、农业技术落后、经营规模狭小、农业积累水平低等多种原因，农业的商品率极低，长期未能改变自给半自给的自然经济状态，整个农村经济十分落后。农业现代化是四个现代化的一项重要内容。而要实现农业的现代化，就必须使农业及整个农村经济彻底摆脱自给半自给状态，实现向商品经济的历史性转变。要实现这一历史性转变，必须创造一系列的社会经济条件，最主要的是：

第一，必须使寓在土地上的大量农业剩余劳动力转出农业，以便为扩大农业经营规模，实现商品化生产创造条件。据有关部门估计，我国现有农村劳动力约3.3亿人，预计到本世纪末将达4.5亿人。根据农业发展状况，农业只能容纳30%的农村劳动力，加上林牧渔业，也只需50%，即有50%的农村劳动力必须转入第二、第三产业就业。由于我国城市本身的就业压力很大，并且城市发展受地域、交通、邮电及种种生产生活设施等条件的限制，不可能吸收转化大量的农业人口。这样，巨量的农业剩余劳动力，只能主要在农村发展非农产业，也就是通过发展乡镇企业来开辟就业门路，发展农村商品经济。我国由于乡镇企业的不断发展，到1985年已吸收了6416万农业剩余劳动力，加上他们赡养的家庭人员，乡镇企业已使1亿以上的人口主要靠非农业收入生活。可见，发展乡镇企业已成为吸收农业剩余劳动力的主要途径。国家“七五”计划规定，在今后10~15年时间内，还要转移1亿农业剩余劳动力到第二、第三产业。这一战略目标，将

主要通过发展乡镇企业来实现。

第二，必须调整农村的产业结构。长期以来，我国农村产业结构一直以种植业为主，在种植业中又以粮食作物为主。由于农业经营单调，农村中日益增多的劳动力长期只能固守在越来越狭小的土地上，以求温饱为目的，农业劳动生产率增长缓慢，积累水平极低。要建立新的适应农村商品经济要求的产业结构，就必须使农村从单一经营向“农林牧副渔、工商运建服”十业并举的产业结构转化。实践表明，发展乡镇企业，是推动农村产业结构调整的重大战略措施。正是由于乡镇企业的发展，促使我国农村产业结构在短短的几年中发生了举世瞩目的变革。一方面，乡镇企业促进了农村的分工分业，使农村工业、商业、运输业、建筑业和其他服务业成为互相联系而又各自独立的重要产业部门。1986年，我国乡镇企业总产值已超过了农业总产值，从而成为农村商品经济的主导力量。“七五”计划规定，到1990年，乡镇企业总产值要比1985年翻一番，这说明乡镇企业经济在整个农村经济中的比重将进一步提高。另一方面，乡镇企业促进着农业现代化事业。首先，乡镇企业通过“以工补农”、“以工建农”等形式，把很大的一部分利润用于农田基本建设、购买农业机械等，为农业发展提供了巨大的资金积累。“六五”计划的前四年，乡镇企业为农业提供了51亿元。在苏南乡镇企业发达地区，乡镇企业的建农基金已成为农业发展的主要资金来源。在乡镇企业的扶持下，已出现一些现代化农业的雏型。其次，乡镇企业为农业提供产前、产中、产后服务，使农业生产过程直接纳入商品经济的轨道，促进了农业向生产的深度和广度进军。再次，乡镇企业正在为农村培养一大批具有商品经济头脑的新人，促进了农民由自然经济观念向

商品经济观念的转变。所有这些，都有力地推动着农村产业结构的变革，促进了农村商品经济的发展。

第三，必须迅速提高农民收入，扩大农村市场。提高农民收入，既是社会主义现代化建设的直接目的，又是扩大农村市场的主要条件。在自然经济条件下，虽然农村人口众多，但因其需要的消费品主要依靠自给，市场的规模是十分狭小的。要把农村纳入大规模商品经济的轨道，就必须建立大规模的农村市场。所以，提高农村人民的收入，就成为建立和开辟广阔的农村市场的必要条件。从1979年到1983年短短的5年中，全国乡镇企业用于职工分配和农业补贴的资金共达74.3亿元，相当于为全国农村人均增加了93元。1984年全国乡村两级企业人均年工资总额达621元。在苏南等乡镇企业发达地区，乡镇企业的工资报酬已成为当地农户家庭的主要收入来源。例如苏州市从1956年到1978年22年间，农村人均收入每年只增加3.7元，而1979年到1985年的7年中，由于大力发展乡镇企业，农村人均收入从197元提高到706.3元，平均每年增加72.7元。乡镇企业在迅速促使农民走上富裕之路的同时，也在为农民迅速摆脱自然经济的束缚，为发展农村商品经济创造着必不可少的条件。

第四，必须形成区域商品经济中心。商品经济的发展，必然要求形成一定规模的能带动周围区域的工商业中心。乡镇企业的发展过程也就是这种经济中心的形成过程。在乡镇企业发达的苏南地区，乡镇企业的崛起带来了小城镇的繁荣，大批旧式集镇已被改造成为工厂林立、商业繁荣、交通发达、人口集中的新型集镇。这种集镇的形成和发展大大加速了我国乡村城市化的进程，并反过来又有力地促进农村商品经济的发展。