

钱伯海 主编

国民经济学

下册

中国财政经济出版社

国 民 经 济 学

下 册

钱伯海 主编

*

中国财政经济出版社出版

(北京东城区大佛寺东街8号)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

北京印刷二厂印刷

*

880×1168毫米 32开 18.375印张 517,000字

1987年7月第1版 1987年7月北京第1次印刷

印数：1—7,000

统一书号：4166·925 定价：2.65元

目 录

第七章 价值与价格……………(1)

第一节 马克思主义价值理论……………(1)

使用价值与价值 (1) 价值决定 (2) 价值实现 (6) 总价值等于总价格 (8) 全面理解价值规律 (10)

第二节 价格形成……………(12)

价格形成的内在基础 (13) 价格形成的再分配因素 (15) 价格形成的货币因素 (19) 价格形成的其他因素 (20)

第三节 价格与社会再生产……………(22)

价格与生产 (23) 价格与流通 (25) 价格与分配 (27) 价格与消费 (29)

第四节 价格变动的连锁反应……………(32)

连锁反应的主要内容 (32) 连锁反应的界限 (35) 连锁反应的控制 (37) 价格总水平与价格总指数 (39) 价格总水平与供需平衡 (44)

第五节 价格类型与价格体系……………(48)

按计划管理程度划分 (48) 按国民经济部门划分 (51) 按流通环节划分 (52) 商品比价 (54) 商品差价 (58) 国内价格与国际价格 (61)

第八章 货币、信用与金融……………(65)

第一节 货币、信用、金融与宏观经济控制……………(65)

货币 (65) 信用 (信贷) (68) 金融与金融的

宏观控制 (70)

第二节 货币流通.....(72)

货币流通的形式与渠道 (72) 货币流通规律 (75)

货币发行 (79) 通货膨胀与紧缩 (82) 货币政策目标 (85)

第三节 货币总量运动.....(90)

货币总量的范围 (90) 居民货币收支运动 (92)

商品买卖的货币数量平衡 (96)

第四节 信贷收支往来.....(98)

信用的内容构成 (98) 信贷收支的内容 (101)

信贷收支平衡表 (104) 派生存款的乘数作用 (107)

第五节 信贷宏观控制.....(111)

信贷资金运动 (111) 利息及利息率 (113) 信

用膨胀与紧缩 (116) 信贷规模的总量界限 (118)

第六节 银行及银行体系.....(121)

银行的性质、职能与作用 (121) 中国的银行体

系 (123) 保险及保险业 (127) 有价证券及证

券市场 (130)

第九章 财政机制与财政政策.....(134)

第一节 财政基本理论.....(134)

国家与财政 (134) 财政的经济职能 (136) 财

政分配与其他分配 (137) 财政的内容体系 (141)

第二节 财政收入.....(145)

财政收入的来源与形式 (145) 国家税收 (148)

国家公债 (155) 财政收入的真实性 (157)

第三节 财政支出.....(160)

财政支出及其构成 (160) 社会福利保障支出 (162)

财政补贴的二重性 (165) 财政收支的决定因

素 (168)

第四节 财政平衡的宏观效应……………(172)

财政平衡的多种含义 (172) 财政赤字与通货膨胀

胀 (176) 财政赤字与国民收入“超分配” (179)

财政结余的合理界限 (182)

第五节 综合财政与四大平衡……………(185)

财政信贷的各自平衡与统一平衡 (185) 财政、信

贷与物资的综合平衡 (188) 财政、信贷和物资的地

区平衡 (191) 综合财政 (194)

第六节 财政体制与财政政策……………(201)

财政体制的内容构成 (201) 财政体制模式 (203)

财政政策及其目标 (210) 财政政策的作用机

制 (213)

第十章 对外经济……………(220)

第一节 国际分工与比较成本学说……………(220)

国际分工与斯密的绝对利益理论 (220) 李嘉图的

比较成本学说 (223) 穆勒的相互需求论 (225)

赫克歇尔-俄林的理论模式与里昂惕夫之谜 (227)

第二节 外汇与汇率……………(229)

外汇的概念 (229) 汇率 (231) 汇率的决定基

础 (234) 汇率制度及其对经济的影响 (236)

第三节 国际收支……………(241)

国际收支的概念 (241) 国际收支平衡表 (242)

国际收支不平衡及其调节 (246)

第四节 对外贸易往来……………(251)

国内经济与国外经济的关系 (251) 对外贸易的几

个基本概念 (254) 贸易限制——关税 (257) 对

外贸易经济效果与盈亏判断标准 (260)

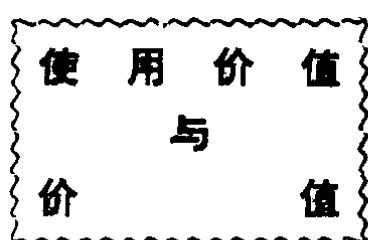
第五节 非贸易往来……………(265)

项目分类 (265)	旅游业外汇收入 (267)	国际
劳务合作与援外 (269)		
第六节 利用外资	(270)	
外资与国民经济的关系 (270)	利用外资的渠道 (274)	
利用外资的方式 (276)	外资与外债 (279)	
第七节 加强管理, 搞好搞活对外经济	(282)	
对外经济管理的方针和原则 (282)	搞好进出口贸	
易 (285)	妥善引进技术 (288)	改革和完善外
贸体制 (290)		
第十一章 国民经济总体模式	(293)	
第一节 经济系统与经济模式	(293)	
经济模式 (293)	系统与系统方法 (295)	国民
经济主要系统 (298)	经济体制与模式 (303)	
第二节 经济模型与经济模式	(306)	
经济模型 (306)	经济均衡模型 (309)	经济增
长模型 (315)		
第三节 国民经济模式的总体设计	(319)	
总体模式与总体设计 (319)	产业结构的设计 (323)	
消费模式的选择 (327)		
第四节 经济政策的协调	(332)	
宏观控制与经济政策 (332)	政策手段与经济行	
为 (334)	经济政策效应 (338)	经济政策的配
合与协调 (341)		
第五节 中国经济模式	(345)	
几种经济模式 (345)	中国原有经济模式 (349)	
中国经济体制改革的目标模式 (352)	经济体制改	
革的总体规划 (355)		
第十二章 国民经济发展战略	(359)	

第一节 发展战略与发展经济学	(359)
“发展战略”的形成和发展 (359) 国外发展战略的 理论与实践(361) 增长经济学与发展经济学(367)	
第二节 发展战略的基本内容	(371)
经济发展战略与经济计划 (372) 单一发展战 略 (375) 综合发展战略 (377)	
第三节 战略目标与战略措施	(380)
战略目标 (380) 战略措施 (381) 战略指标体 系 (383)	
第四节 中国发展战略	(385)
历史的回顾 (385) 中国的国情国力 (389) 中 国发展战略的特点 (392)	
第五节 新技术革命与发展战略	(396)
面临新的技术革命 (396) 深刻影响 (399) 挑 战与机会 (401) 战略对策 (404)	
附录一: 主要参考书目	(409)
附录二: 对本书的书评	(414)
作者按	(414)
创建社会主义经济学新体系的尝试 ——读钱伯海主编的《国民经济学》	刘国光(415)
评钱伯海主编的《国民经济学》	宋 涛(418)

第七章 价值与价格

第一节 马克思主义价值理论



古老长新的政治经济学已形成多种派别。有资产阶级古典政治经济学、马克思主义政治经济学、资产阶级庸俗政治经济学等等。其中价值理论则是各种经济理论

研究的核心问题。这是因为，价值理论是理解各种经济理论的钥匙，是分析现实经济运动 and 解决现实经济问题的关键。由于价值是商品经济所特有的经济范畴，因此，必须从商品这一经济细胞谈起。

商品是用来交换、能满足人们某种需要的劳动产品。它具有使用价值和价值两种属性。使用价值就是物的有用性，能够用来满足人们的某种需要；价值是凝结在商品中的一般的无差别的人类劳动，或抽象的人类劳动。商品的价值量是由生产该商品所耗费的人类劳动量来决定的。生产商品的劳动具有二重性，即抽象劳动和具体劳动。具体劳动产生使用价值，使商品交换产生必要性，抽象劳动凝结为价值，使商品交换具有可能性。

商品的使用价值与价值之间存在着对立统一的关系。首先，使用价值是价值的物质承担者。一种物品如果没有使用价值，就是无用之物，无用之物就没有价值。尽管人们在生产时花费了大量的劳动，但这些劳动被白白浪费掉了，不能形成价值。正如马

克思所说的：“价值只是存在于某种使用价值中”，“如果使用价值丧失，价值也就丧失。”^①其次，使用价值是价值实现的前提条件。市场上能够卖出去的只是社会需要的商品，如果商品的使用价值不适合社会的需要，这个商品就不能用于交换，它的价值就不会被社会所承认。如果某一生产部门生产的商品超过了社会对它们的需要量，那么这些多余出来的商品就卖不出去，“丧失了”使用价值，因而它所包含的价值就不会被社会所承认，生产它们时所耗费的劳动时间也就白白浪费了。最后，从商品的出卖者和商品的购买者之间可以看出，“一切商品对它的所有者是非使用价值，对它的非所有者是使用价值。”^②即商品所有者需要的是商品的价值，而不是使用价值；另一方面，商品的消费者需要的是使用价值，而不是价值。否则，生产者就不会去生产商品，而消费者也就不会去购买商品了。

可见，商品的使用价值不仅是价值的物质承担者，而且也是商品能够在市场上实现其价值的前提。或者说，人类的抽象劳动只有凝结在一个使用价值中，并且使用价值要为社会所需要，它的抽象劳动所形成的价值才能在市场流通中实现。如果把使用价值与价值的这种对立统一关系形而上学地割裂开，或者只重视价值而不重视使用价值，或者只重视使用价值而不重视价值，那么，就不仅会在理论上造成混乱，而且会给实践带来严重的后果。

价 值 决 定

关于价值决定问题，几乎所有杰出的政治经济学家都作过深入的研究，尽管结论往往截然不同。英国古典政治经济学的杰出代表人物亚当·斯密摒弃了重农学派

① 《马克思恩格斯全集》第23卷，第228—229页。

② 《马克思恩格斯全集》第23卷，第103页。

所持有的只有农业劳动才创造财富的片面观点，第一次宣称，任何劳动不论用于哪一生产部门，都是价值的源泉。他透过资本主义经济现象的研究，认为生产商品的劳动决定商品的价值。这无疑是科学的，从而为奠定劳动价值论的基础作出了贡献。但斯密的劳动价值学说包含有庸俗的成分。认为商品价值量决定于商品所能购买或支配的劳动量，劳动价值论只适用于初期的野蛮社会。在资本主义社会，价值不再由劳动决定，而由工资、利润、地租来决定。他的这种收入决定价值的理论陷入了“价值决定价值”的循环推论，为以后资产阶级庸俗经济学的生产费用决定商品价值的谬论提供了理论依据，并且被萨伊、马尔萨斯等人加以发挥和利用。英国古典政治经济学的另一位杰出代表人物李嘉图赞同斯密把商品价值分解为工资、利润和地租，但他认为，不能象斯密那样反过来说工资、利润和地租决定商品价值，价值是由生产商品所必需的劳动量决定的。他还指出，商品价值不仅包括投在商品的直接生产过程中的活劳动，而且包括投在生产所需生产资料上的物化劳动，这些都是超越斯密的地方。但李嘉图不能区分具体劳动和抽象劳动，从而搞不清楚究竟是什么劳动创造价值，也没有把价值和交换价值加以区别。

资产阶级庸俗经济学家背叛和抛弃了古典政治经济学价值理论中的科学成分，提出了供求决定价值，边际效用决定价值的错误理论。“供求决定价值理论”离开了社会劳动去谈供求对价值决定的作用，因而，这种理论就连一些简单的问题都不能回答。例如，为什么尽管供过于求，一辆汽车的市场价值，仍然大大高于一台收音机的市场价值？为什么尽管求过于供，一台收音机的市场价值仍然大大低于一辆汽车的市场价值？它也不能回答当供求平衡时，市场价值由什么决定。至于边际效用决定价值的理论，则是一种以主观心理来解释价值形成过程的庸俗理论，是一

种反科学的主观价值论，它妄图割裂商品价值同劳动之间的联系，把价值这一客观的历史范畴说成是一种自然的永恒的心理范畴。

唯有马克思把辩证唯物论和历史唯物论的方法应用到商品经济范畴的剖析上，用科学的抽象法研究了商品发展史，在批判地继承前人成果的基础上确定了一整套新的完整的科学的政治经济学范畴体系。他首先发现了劳动的两重性，从而揭示了商品分裂为使用价值和价值的内在根据。

马克思在《资本论》第一卷中告诉我们，价值决定就是价值创造，价值是在生产领域中创造的。价值的实体是同一的人类抽象劳动。衡量一个商品价值量大小的尺度只有一个，那就是社会必要劳动时间。“社会必要劳动时间是在现有社会正常生产条件下，在社会平均的劳动熟练程度和劳动强度下制造某种使用价值所需要的劳动时间。”^①“只是社会必要劳动量或生产使用价值的必要劳动时间，决定该使用价值的价值量。”^②在中国经济学界，有的同志认为价值是由第二种含义的社会必要劳动时间与第一种含义的社会必要劳动时间共同决定的^③；也有的同志认为仅仅是第二种含义的社会必要劳动时间决定价值。实际上，这中间存在着误解。问题的关键在于混淆了价值决定与价值实现，混淆了生产与流通。第二种含义的社会必要劳动时间不能决定商品的价值，它只能影响商品价值的实现（如何影响后有说明）。价值是在生产过程中创造的，是由第一种含义的社会必要劳动时间决定的。下

①② 《马克思恩格斯全集》第23卷，第52页。

③ 第二种含义的社会必要劳动时间，指在社会总劳动时间中，按一定比例来生产社会所需要的某种商品所耗费的劳动时间。用马克思的话来说就是，“不仅在每个商品上只使用必要的劳动时间，而且在社会总劳动时间中，也只能把必要的比例量使用在不同类的商品上”（《马克思恩格斯全集》第25卷，第716页）。

面试举一假设的例子作一说明。

设某生产部门只生产一种商品，这个生产部门有n 个企业，各企业产量Q和单位产品所费时间 t如下(见表7-1)。则第一种含

表7-1

企 业	产 量 (Q)	单位产品所费时间 (t)	总 时 间 (Qt)
1	Q_1	t_1	$Q_1 t_1$
2	Q_2	t_2	$Q_2 t_2$
3	Q_3	t_3	$Q_3 t_3$
$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$
n	Q_n	t_n	$Q_n t_n$
合 计	ΣQ	Σt	ΣQt

义的社会必要劳动时间（即单位商品平均必要劳动时间）为：

$$\begin{aligned} \overline{t} &= \frac{Q_1 t_1 + Q_2 t_2 + Q_3 t_3 + \dots + Q_n t_n}{t_1 + t_2 + t_3 + \dots + t_n} \\ &= \frac{\sum_{i=1}^n Q_i t_i}{\sum_{i=1}^n t_i} \end{aligned}$$

$\overline{t}$ 即为这一商品的价值量。在不考虑社会总劳动在各生产部门分配是否符合社会需要的条件下，单位产品的实耗劳动时间小于 $\overline{t}$ ，就多得利润；单位产品的实耗劳动时间大于 $\overline{t}$ ，就少得利润，甚至发生亏损。

价值实现

商品价值在生产领域创造出来以后，必须通过市场交换，在流通领域中经历“惊险的跳跃”，才能实现其价值。因此，对于每一种商品来说，都存在着一个价值能不能实现与如何实现的问题。如果商品生产出来，不符合社会需要，积压在仓库里，所创造的价值不能实现，就会白白浪费社会的物化劳动和活劳动。价值实现，实质上是社会劳动按比例分配的问题。马克思在分析商品经济如何实现社会劳动的按比例分配时说：“如果个别商品的使用价值取决于该商品是否满足于某种需要，那么，社会产品总量的使用价值就取决于这个总量是否适合于社会对每种特殊产品的特定数量的需要，从而劳动是否根据这种特定数量的社会需要按比例分配在不同的生产领域。在这里，社会需要，即社会规模的使用价值，对于社会总劳动时间分配用在各个特殊生产领域的份额来说，具有决定意义。”^①这种“根据特定数量的社会需要按比例分配在不同的生产领域”的劳动时间就是第二种含义的社会必要劳动时间，它决定着商品价值的实现程度。如果用公式表示即为：

$$\begin{aligned} \text{单位商品实现的 价值} &= \frac{\text{该类商品的第二种含义的社会必要劳动时间总量}}{\text{该类商品的供给量}} = \frac{\text{第一种含义的社会必要劳动时间} \times \text{该类商品的需求量}}{\text{该类商品的供给量}} \\ &= \text{第一种含义的社会必要劳动时间} \times \frac{\text{该类商品的需求量}}{\text{该类商品的供给量}} \end{aligned}$$

将这一公式与 $\bar{t}$ 进行比较，可以看出，创造出的商品价值与实现了的商品价值的差别就决定于需求量/供给量这一因素。

^① 《马克思恩格斯全集》第25卷，第716页。

当人们研究的着重点主要放在价值是如何创造的时候，可以假定所研究的商品都是人们需要的商品。例如，马克思在《资本论》第一卷研究商品的价值决定问题时，就是在“商品首先是一个外界对象，一个可以用自己的属性来满足人的某种需要的物”^①的前提下进行的。但是，当研究商品价值实现的时候，就不能假定商品都能够满足社会需要。因为在商品流通的市场上，正是以能否满足社会需要为标准，来检验每个生产者创造的价值能否实现及其实现的程度。这样，在商品实现价值的追逐货币的过程中，就要经历着“惊险的跳跃”，经受着市场法则的制约。

当把市场作为一个整体来考察商品的价值实现的时候，价值实现就要和商品效用联系在一起。效用表示人们对某种商品的需要得到的满足程度。其质的规定性在本书第五章中已作了详细的阐述，其量的规定可以通过商品需要量与商品供给量的比例来确定。假定 U 表示效用， Q_d 表示商品的需要量， Q_s 表示商品的供给量，则：

$$U = \frac{Q_d}{Q_s}$$

由上式可以看出，当人们对某种物品的需要一定时，即 Q_d 不变，那么这种物品的供给量越少，效用就越大；反之，效用就越小。当 $U=1$ 时，需要量与供给量相等。 $U<1$ ，则物品的需求量小于供给量； $U>1$ ，则物品的需求量大于供给量。当 $U=0$ 时，则表明对这种物品没有任何需求。 U 越大，表明人们对这种物品的需求越强烈。例如珍贵的邮票，稀缺的古董，对它们的需求量远远大于它们的现存量，因而 U 就很大。可见，商品的效用与其需要量成正比例，而与其供给量成反比例。现在，我们把 U

^① 《马克思恩格斯全集》第23卷，第47页。

代入单位商品实现价值的公式中，则：

$$\begin{aligned}\text{单位商品实} &= \text{第一种含义的社} \times \frac{\text{该类商品的需求量}}{\text{该类商品的供给量}} \\ \text{现 的 价 值} &= \text{会必要劳动时间} \\ &= \overline{t} \times U\end{aligned}$$

当 $U > 1$ 时，实现的商品价值大于创造的价值；当 $U < 1$ 时，生产中创造的价值有一部分不能实现；当 $U = 0$ 时，表明这种商品的价值根本不能实现。

总价值等于
总 价 格

在许多政治经济学理论著作中，认为商品交换所遵循的等价交换原则，是指两种价值量相等的商品相交换，并且把这个“原则”作为价值规律的基本内容之一。

这是一种对价值规律简单化的理解。因为这种“等价值的交换”只有在各种商品的供求关系恰好在价格等于价值这一点上达到均衡的情况下，才能实现。然而这种情况是极其偶然的。因为社会的生产结构和需求结构并不是凝固不变的，而是经常处于变化之中。马克思指出：“供求实际上从来不会一致，如果它们达到一致，那也只是偶然现象，所以在科学上等于零，可以看作没有发生过的事情。”^①

虽然“等价值的交换”在具体商品和每个个别场合，完全做到是不可能的，或者说只是一种偶然现象。但是从全社会、社会总商品和平均水平来看，商品总价值与总价格却是相等的。也就是说，在总体上实现“等价值的交换”。尽管存在着供求不平衡，造成价值与价格的背离，但是价格与价值的背离始终是围绕着价值这个轴心而上下波动的。在社会商品总量中，有的商品以高于

① 《马克思恩格斯全集》第25卷，第212页。

其价值的价格出售，有的商品以低于其价值的价格出售，最后结果是，高于价值的部分与低于价值的部分相抵销，其代数和为零。这样，总价值就永远等于总价格，因为第二种含义的社会必要劳动时间是以有支付能力的需要来表现的。这个有支付能力的需要就是有支付能力的价格总额，它等于各生产部门商品价值的总和。我们可以用下面的演算来说明总价值等于总价格。

设全社会只有A、B、C三个生产部门。在社会生产比例完全符合社会需要的条件下（当然这种情况只是偶然的），生产结果如下（见表7-2）：

表7-2

	生 产 量 (1)	单位产品价值 (2)	部门价值 (3) = (1) × (2)	部门价格 (4)	单位产品价格 (5) = (4) / (1)
A 生产部门	500	2	1,000	1,000	2
B 生产部门	200	4	800	800	4
C 生产部门	400	8	3,200	3,200	8
合 计			5,000	5,000	

从表7-2可以看出，不仅每种商品的价值与价格是相等的，而且各部门合计的商品的总价值与总价格也是相等的。

但是，社会需求与社会生产之间往往是不相完全符合的，有的部门生产的商品过剩，有的部门生产的商品又不足(见表7-3)。

从表 7 - 3 可以看出，当社会生产与社会需要不完全相符合的时候，各部门的单位产品的价值与价格是不相等的；各部门的总价值量与总价格量也是不相等的。有的高于其价值，有的低于其价值，但各生产部门合计的总价值等于总价格。

三个部门的产品都是社会需要的，但是在社会总劳动量既定的条件下，只能够而且只应该分配一定的劳动去生产它们。A 部

表7-3

	生 产 量 (1)	单位产品价值 (2)	部门价值 (3) = (1) × (2)	部门价格 (4)	单位产品价格 (5) = (4) / (1)
A 生产部门	650	2	1,300	1,000	1.54
B 生产部门	175	4	700	800	4.57
C 生产部门	375	8	3,000	3,200	8.53
合 计			5,000	5,000	

门的产品生产多了, B 部门的产品和 C 部门的产品生产量就相应地减少。社会对 A 部门的产品有支付能力的需求是1,000, 对 B 部门的产品有支付能力的需求是800, 对 C 部门的产品有支付能力的需求是3,200。A 部门的产品生产多了, 消费者支付不起, 不是人家不想要, 而是多了要不起, 因此只好降价出售; 另一方面, B 部门的产品和 C 部门的产品生产少了, 满足不了社会需求, 因而就涨价。

全 面 理 解
价 值 规 律

价值规律是商品经济的基本规律。只要存在商品生产和商品交换, 就必然存在价值规律。对于价值规律的基本内容和要求, 以及在社会主义条件下的作用, 我国经济学界虽然进行过几次大讨论, 认识仍不一致。我们认为, 作为完整的价值规律, 应该包括价值决定、价值实现和总价值等于总价格三方面的内容。

价值决定告诉我们, 价值是由第一种含义的社会必要劳动时间决定的, 在同一生产部门内部, 社会只承认每个企业的单个商品劳动耗费必须是部门平均的必要劳动耗费。假定价格完全等于价值, 商品符合社会需要 (这从理论上加以抽象是允许的), 这样就有三种情况。其一是企业的劳动生产率和企业所在部门的劳