



工农通俗文库

货币的故事

申银文著

上海人民出版社

货币的故事 申银文著

上海人民出版社出版  
上海市书刊出版业营业登记证

开本 787×953 毫米 1/32 印张 1 1/8 字数 12 千

1962 年 10 月 第 1 版  
1962 年 10 月 第 1 次印刷

印数 1—10,000

统一书号：T4074·344

上海市印刷五厂印刷

新华书店上海发行所发行  
各地新华书店经售

定价：(六) 0.09 元



## 出版者的话

为了帮助工农群众和基层干部提高政治思想认识、学习科学文化知识，上海各有关出版社联合编辑、出版这套《工农通俗文库》。

这套文库是适合高小文化程度的读者看的。内容是介绍社会科学、文化教育、文学艺术、自然科学等方面的基本知识。文字力求通俗流畅，对比较难认、难懂的字加上注音、注释，有的书还有插图。

这本书谈了关于货币的一些基本知识，对货币的产生和发展、货币的职能、货币在新旧社会里的不同作用和它的前途等问题，分别作了讲解。

## 目 次

一 貨币是怎样产生和发展的? . . . . .	3
二 貨币的职能 . . . . .	12
三 貨币是怎样流通的? . . . . .	22
四 新旧社会貨币的作用大不相同 . . . . .	26
五 貨币的前途 . . . . .	35

货币，通常叫做钱，是大家都非常熟悉的东西。关于货币，在旧社会里有着不少传说和神话。据说，世界上有一种“摇钱树”，树上长满了一串串的钱，只要摇一摇，钱就会自己掉下来；又说，在二、三千年前，天上曾经下过几场“金雨”。此外，在旧社会里还流传着“财神菩薩”和“呂洞宾点石成金”等等的神话。

这些传说和神话，当然都是沒有根据的，但是它反映了人们对货币的一种盲目崇拜的心理。因为在旧社会里，有了钱，就什么都能办到，“钱能通神”，所以，人们往往把货币看成是一种神秘的东西，产生了许多迷信的说法，好象是货币支配着人们的命运。而剥削阶级为了欺骗和麻痹劳动人民，又故意编造出许多传说和神话来，好象劳动人民的穷困

同剥削制度沒有关系。

解放以后，劳动人民翻身作了主人，关于货币的那些传说和神话，也就很少有人去相信了。那末，货币究竟是怎样产生和发展起来的呢？有了钱，为什么能买到各种商品？在新社会里，货币的作用与旧社会里又有什么不同？这些问题我们不一定都能很好地回答。现在就同大家谈谈从古到今关于货币的一些故事，使大家了解货币是怎样产生和发展的，它有哪些职能和怎样流通，在新旧社会里它的作用有什么不同，它的前途怎样等。明白了这些道理，我们就可以更好地运用货币来为社会主义建设服务。

## 一 货币是怎样产生和发展的？

直接的物物交换

我们知道，在人类历史上曾经有一

个很长的时期，也就是原始社会的初期，那时候生产力很低，人们一群群地集合在一起，共同生产，平均分配，既没有社会分工，也没有多余的产品，因此也没有交换。随着原始社会的发展，交换才慢慢发生。最初发生的交换，完全是一种偶然现象。后来生产力逐渐提高了，在原始社会末期产生了社会分工，有些部落专门搞畜牧业，有些部落专门种田，这时商品交换就变得经常起来。最初的交换，是一种直接的物物交换，比方用一只羊交换五斗米，用一张兽皮交换一把斧头，等等。这种交换，因为都是用产品和产品直接进行交换，所以还用不到货币。

#### 商品交换中“媒人”的出现

随着生产不断发展，社会上的分工也越来越细，商品的交换就一天天发达起来。

商品交换发达以后，继续采用直接

的物物交换的办法，就产生了一些困难，这些困难是商品生产的矛盾的发展所造成的。比方张三有一担米，想换一匹布，他去找有布的人交换。但有布的人家里有米，需要的却是羊。张三只好先去找有羊的人把米换成羊，再来换布。如果碰到有羊的人也不要米，而要一把斧头，张三就必须再去找有斧头的人换成斧头，拿斧头来换羊，然后再拿羊去换布。这样，为了交换一种需要的东西，往往要经过几个转手。

后来，有些人就把自己的商品先换成一种热门的商品，然后再拿热门商品去交换自己需要的东西。因为热门商品经常在市场上进行交换，是大多数人愿意接受的，有了它，就容易换到自己需要的东西。这样，某些热门商品就慢慢地从一般的商品队伍里分离出来，产生了一种特别的用途，成为各种商品交换的“媒(媒 méi)人”(也叫做媒介)。

## 货币产生了

在开始的时候，充当商品交换媒介的热门商品不止一种，如有些地区是绵羊，有些地区是粮食等等。后来，生产力和社会分工的进一步发展，引起了商品生产和市场的扩大。在这种情况下，如果充当“媒人”的商品太多和不固定，就会阻碍商品生产和商品交换的进一步发展，这就要求把媒介的作用固定在一种商品上面，于是产生了货币。在历史上，牲畜、贝壳(bēi-ké)、布帛、金属等等都起过货币的作用，但这种作用最后固定在贵金属(金子和银子)上面了。

金子和银子最适宜于充当货币。因为金银的任何一个部分，质量都是相同的，可以随便分成大小不同的块数；金银可以长期保存，不论时间多久，也不会损坏变质；金银的体积和重量小而价值大，保管使用都很方便。所以，长久以来，金

子和银子一直是世界各国通行的货币。

人们起先直接用金块、银块，后来出现了铸(住 zhù)币，如银元就是一种铸币，以后又通行纸币。这些在后面都还要谈到，这里就不多谈了。下面简单地谈一谈我国货币发展的历史。

#### 我国货币发展的历史

我国货币的产生，已有几千年的历史了。最早的货币，是一种有齿的贝壳。我国在商朝的时候（离现在约三千多年），就已经用这种贝壳做货币了。以后，因为真贝不够，又出现了骨贝和铜贝，它们是仿照贝壳的样子，用兽骨或铜制成的。战国时期的楚国，流行一种铜贝，上面刻有文字，有的看上去象一个鬼脸，叫做“鬼脸钱”；



真 贝



骨 贝



铜 贝



有的看上去象一只蚂蚁，叫做“蟻鼻钱”。



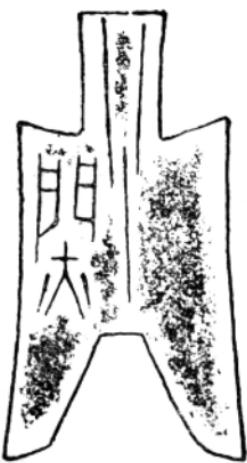
鬼脸钱



蟻鼻钱

战国时期，诸侯割据，分成许多国家，除了楚国流行铜贝以外，在其他地区流行的

货币有用铜制成的布币、刀币、环钱等。布币象一把铲子，刀币象一把刀子，环钱象一个纺轮，可见这些货币是仿照生产工具的形状制造的。直到秦始皇统一中国，改革了货币制度，把战国时各式各样的钱币统一成为圆形方孔的钱。在秦以后的两千多年中，圆形的方孔钱一直是我国民间通用的货币，俗称“铜钱”，因为中间有一个方孔，有人称它“孔方



布 币



刀 币



环 钱

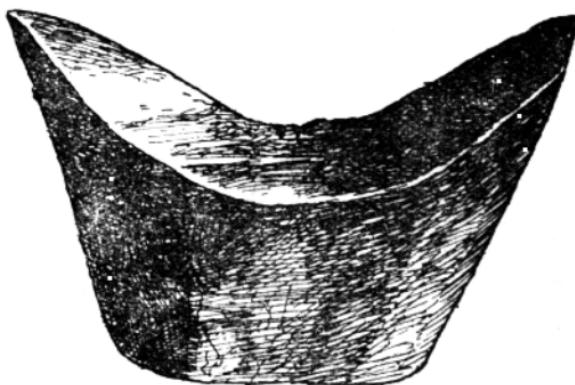
兄”。

黄金当做货币，大概是在周朝的时候开始的。在春秋战国时期，上层社会中黄金的使用已经很普遍。如楚国流行



金 爰

秦朝的半两钱



元 宝

的金爰(元yuán)，是一种方形有印的金饼。到汉朝的时候，白银开始当做货币。后来，人们又把黄金或白银熔(容róng)成金锭(定dìng)或银锭(锭俗称元宝)。

我国在宋朝的时候就已经使用纸

币，那时的纸币称做“交子”、“会子”等。到了近代，西方资本主义逐渐发达，欧美的银元流入我国，在这种影响下，在清朝的时候就铸造银元了。到一九三五年，



银 元

国民党反动派实行“法币政策”，白银收归“国有”，把不兑现的纸币作为流通的唯一手段。

在国民党反动派统治期间，中国人民在中国共产党的领导下，建立了革命根据地，进行了伟大的国内革命战争和抗日战争。当时，在各个革命根据地，为了发展生产，支援解放战争，都曾发行人民自己的货币。如第二次国内革命战争时期，在江西革命根据地，中华苏维

埃(挨āi)共和国国家银行发行了银元和  
兌(对duì)换券(効quàn)，在陕(闪shǎn)甘宁  
边区、晋(进jìn)察冀(记jì)边区等革命根据  
地，也都发行了人民自己的货币，这些货  
币称做边币。在抗日战争期间各革命根  
据地发行的边币，也称做抗币。一九四  
八年十二月一日中国人民银行成立，统  
一发行人民币，全国解放后，人民币成为  
国内唯一合法的货币。从此，我国的货  
币制度开始进入一个新的历史时期。

## 二 货币的职能

前面谈了货币的产生和发展，现在  
就来谈谈货币的五个职能。

无形的尺

——价值尺度

我们常常说，买卖要公平。这就是说  
要根据商品的价值来进行交换，使得买  
卖双方，两不吃亏。要做到这一点，首先

就要准确地衡(héng)量商品的价值。

对于各种不同的商品，怎样来衡量它们的价值呢？在沒有货币以前，这是一件相当困难的事情。商品的价值，就是生产商品所花费的社会必要劳动，它是看不到、摸不到的，它既不能用尺来量，又不能用秤(chèng)来秤。比方说，棉布和呢绒，同样是一尺，价值却大不相同；小麦和棉花，同样是一斤，价值也是不同的。最好的办法，是用货币来衡量商品的价值。

货币为什么能够衡量各种商品的价值呢？这是因为货币本身也是有价值的东西。正象尺有自己的长度才能衡量别的东西的长度，砝码(罚马 fá-mǎ)有自己的重量才能衡量别的东西的重量一样。不论金子和银子，都是人类劳动的产品，都是有价值的。货币用自己的价值来衡量各种商品的价值，它好象一面镜子，各种商品用这面镜子照一照，就能反映出自

己的价值来；货币又象是一把无形的尺，各种商品只要用这把无形的尺量一量，就能知道价值是大是小了。所以，我们把货币的这种职能称做价值尺度。

当商品的价值用货币来表示的时候，叫做价格（价钱）。我们在买东西的时候，都是说某种商品的价格多少，而不是说价值多少，比如一担米的价格是十五元、一双布鞋的价格是三元等等。

### 热心的介绍人

#### ——流通手段

商品的价格确定以后，就可以进行买卖了。商品的买卖，是不能离开货币的。买进商品的人，要付出货币；卖出商品的人，要收回货币。没有货币，买卖就无法进行。

在商品的买卖过程中，货币象一个热心的“介绍人”一样，在市场上到处奔走，一会儿从甲的手里跑到乙的手里，一会儿又从乙的手里跑到丙的手里，不断