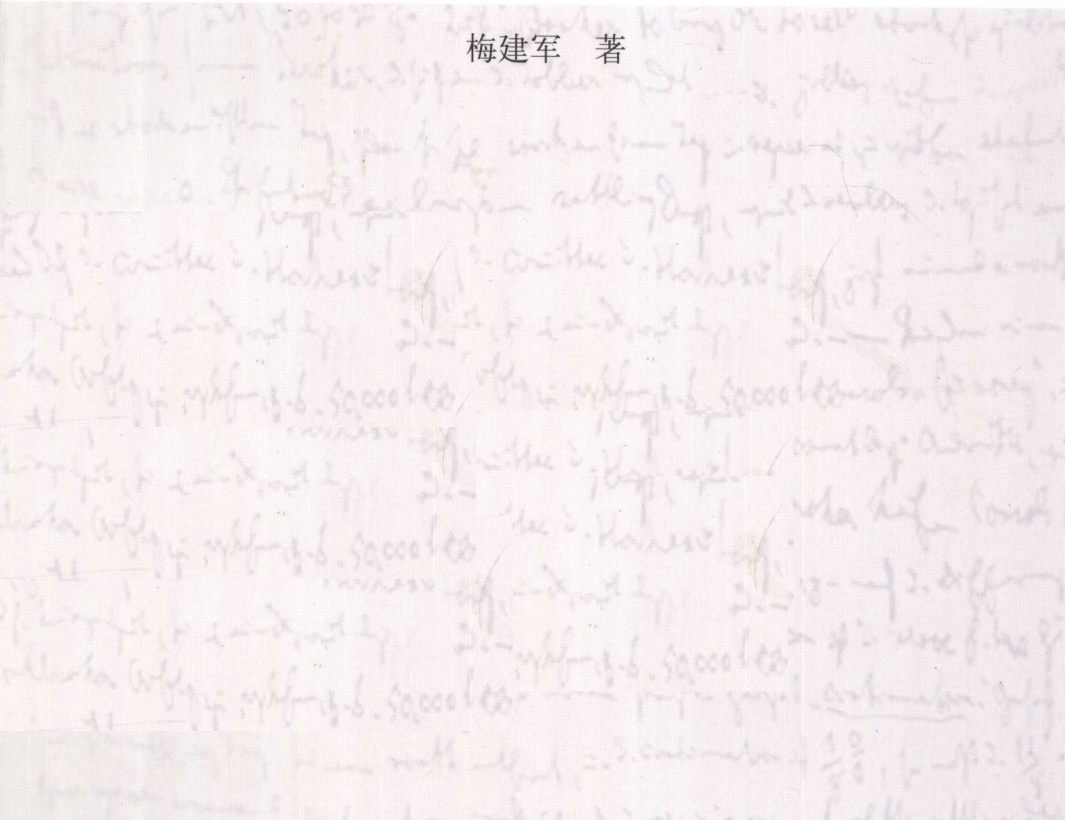




# 《资本论》经营智慧

梅建军 著





# 《资本论》经营智慧



梅建军 著

责任编辑:邵永忠

特约编辑:范茂辉

### 图书在版编目(CIP)数据

《资本论》经营智慧/梅建军 著. —北京:人民出版社,2011.1

ISBN 978-7-01-009429-8

I. ①资… II. ①梅… III. ①资本论-马克思著作研究  
②企业管理-研究 IV. ①A811.23②F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 219948 号

## 《资本论》经营智慧

ZIBEN LUN JINGYING ZHIHUI

梅建军 著

人民出版社 出版发行  
(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京新魏印刷厂印刷 新华书店经销

2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月北京第 1 次印刷

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32 印张:8.25

字数:185 千字 印数:0,001-5,000 册

ISBN 978-7-01-009429-8 定价:22.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

# 目 录

前言.....1

## ○上篇 商品经营○

1、了解商品自然属性，确保商品自然品质 ..... 17

商品的自然属性决定商品的自然品质。只有了解并严格按照商品的自然属性生产商品，才能确保商品应有的自然品质；才能生产出合格产品，避免次品，杜绝废品，提高商品竞争力。

2、研究商品自然属性，开发生产系列商品 ..... 21

商品具有多种自然属性，具有多种使用价值。只有研究商品的多种自然属性，才能发现商品的多种使用价值；才能开发生产系列商品，延长商品市场寿命，拓展商品市场空间，扩大商品市场销量。

3、掌握市场所需所欲，生产适销对路商品 ..... 24

市场所需所欲决定商品市场销路。只有按照市场所需所欲生产商品，才能生产出具有社会使用价值的适销对路商品；才能通过市场交换顺利让渡商品的使用价值，实现商品的价值。

**4、把握市场需求总量，确保商品有效供给 ..... 27**

市场需求总量决定商品供给总量。只有按照市场需求总量确定商品生产总量，才能生产出具有社会规模使用价值的有效供给商品；才能使通过市场交换顺利让渡全部商品的使用价值，实现全部商品的价值。

**5、高度重视商品销售，成功完成“惊险跳跃” ..... 32**

商品转化为货币“是商品的惊险的跳跃。这个跳跃如果不成功，摔坏的不是商品，但一定是商品所有者”。只有高度重视销售工作，搞好商品分销和促销，才能避免亏损乃至破产倒闭。

**6、选择上市时机地点，实现最大交换价值 ..... 35**

商品的交换价值“随着时间和地点的不同而不断改变”。只有科学地选择商品的上市时机和上市地点，才能使同量的商品价值在市场上实现尽可能多的交换价值，获得尽可能多的经济收益。

**7、采用正常生产条件，补偿全部劳动耗费 ..... 38**

社会必要劳动时间决定商品的社会价值。只有采用社会正常的生产条件，达到社会平均的劳动熟练程度和劳动强度，才能符合社会必要劳动时间；才能补偿全部劳动耗费，形成商品社会价值。

**8、提高劳动复杂程度，增加商品社会价值 ..... 42**

同量劳动形成社会价值的多少与劳动复杂程度成正比。只有重视劳动者培养训练，提高劳动者综合素质，提高劳动复杂程度，才能降低生产商品的个别劳动时间，使同量劳动形成更多社会价值。

**9、全方位提高劳动生产力，实现商品社会价值最大化 …… 46**

“生产商品所需要的劳动时间随着劳动生产力的每一变动而变动。劳动生产力是由多种情况决定的”。只有全方位地提高劳动生产力，才能最大限度降低个别劳动时间，实现商品社会价值最大化。

**10、“肉体”“灵魂”融为一体，手段目的有机统一 …… 50**

使用价值是商品的“肉体”，价值是商品的“灵魂”；使用价值是生产商品的手段，交换价值是商品生产的目的是。为了“灵魂”的安在必须首先生产使用价值；为了目的的实现必须生产“具有交换价值的使用价值”。

**11、依据市场需要变化趋势，适时调整商品生产经营 …… 54**

市场需要不是一成不变的，而是处于不断变化之中。要使所生产经营商品始终为市场所青睐，就必须始终依据市场需要变化趋势，适时调整商品生产经营活动，生产经营符合消费者需要及其变化的商品。

**12、坚持四项基本要求，提高商品经营效益 …… 59**

要使所生产经营的全部商品价值都能得以实现，就必须坚持并达到四项基本要求：所生产经营的商品符合市场需要，符合市场需要变化，符合市场需要总量，符合商品生产的社会必要劳动时间。

**13、创造维护顾客利益，力争顾客满足满意 …… 64**

商品因顾客青睐而售出，价值因顾客购买而实现；顾客因商品满足需求带来利益而购买。商品生产者要实现自身利益，就必须创造维护顾客利益，

以顾客为“上帝”，最大限度地使顾客满足、满意和愉悦。

14、明确“导向”、“基础”和“依据”，提高商品生产效率 … 70

脱离“社会需要”导致商品生产的盲目性和低效率。要生产适销对路商品，提高商品生产效率，就必须使商品生产活动以“社会需要”为导向，以“社会需要的量”为基础，以“社会需求的量”为依据。

15、尊重定价的科学性，运用定价的艺术性 …… 75

价值是价格的基础决定了定价的科学性，价格受多种因素的影响决定了定价的艺术性。定价的科学性和艺术性，决定了定价既要准确计算商品成本和商品价值，又要综合考虑供给、需求、竞争、消费者偏好等多种因素。

16、做好产前、产后、售后营销，提高企业整体营销能力 … 79

商品价值的实现效率取决于企业整体营销能力。营销不等于销售，更不等于推销，而是满足市场需要的整体活动。要提高企业整体营销能力，就必须同时做好产前、产后、售后营销，生产适销对路商品，吸引新顾客，留住老顾客。

17、交易营销关系营销并重，货币财富信用财富双赢 …… 84

货币和信用是财富的两种社会形式，是企业商品生产经营的目的。要取得货币形式的社会财富，就必须搞好交易营销；要取得信用形式的社会财富，就必须搞好关系营销；要同时获得二者，就必须将交易营销和关系营销有机结合。

- 18、树立全方位竞争理念，全面提高市场竞争力 ..... 89
- 竞争是商品经济的本性，存在于商品生产之前、之中和之后的全过程。要全面提高企业自身的市场竞争力，就必须树立产前竞争、产中竞争和产后竞争的全方位竞争理念，将竞争贯穿于商品生产经营全过程，并勇于竞争，善于竞争。
- 19、降低商品生产成本，提高价格竞争能力 ..... 94
- 商品价格竞争在本质上是商品生产成本的竞争。要提高所生产经营商品的价格竞争力，增加盈利量，就必须努力通过各种途径降低商品生产成本，同时灵活运用定价艺术，制定出富有市场竞争力的销售价格。
- 20、建立现代企业制度，确保企业自主经营 ..... 98
- 商品经济和市场经济都客观要求企业自主经营。要使企业真正成为自主经营者、市场经济主体和经济利益主体，就必须使其拥有明确的清晰化、独立化和人格化的产权，建立现代产权制度。
- 21、掌握经营科学艺术，力争企业有方经营 ..... 103
- 商品生产经营既是科学又是艺术。要使商品生产经营有方，商品生产经营者必须既掌握商品生产经营的科学，又懂得商品生产经营的艺术，并能够在商品生产经营活动中将经营科学和经营艺术有机结合。
- 22、实现经营者职业化，提高企业经营水平 ..... 106
- 商品生产经营者职业化程度决定商品生产经营水平高低。要实现商品生产经营者职业化，就必须



实现商品生产经营者市场化，形成商品生产经营者高级人才市场，同时承认并尊重商品生产经营者的剩余索取权。

## ○下篇 资本经营○

### 23、好马配好鞍，好车配风帆 ..... 113

货币是资本的最初表现形式，但货币并不就是资本。货币转化为资本的标志是价值增值，条件是购买到能使货币价值增值的劳动力。因此，要使货币顺利转化为资本，就必须精心挑选货币增值所需、“门当户对”的劳动力。

### 24、明确资本人格代表，避免资本权益受损 ..... 118

资本因其“监护人”的运营而增值，因其“监护人”的监护而保全。要确保资本价值增值，切实维护资本权益，就必须明确资本人格化代表，使有具体明确的人像关心自己生命一样关心资本增值，像爱护自己眼睛一样维护资本增值。

### 25、搞好商品经营活动，实现资本经营目的 ..... 123

资本经营商品是手段，实现自身增值是目的，但没有手段就难达目的。因此，要实现资本经营目的，要搞好资本经营，首先要搞好商品经营，经营既符合商品自然属性又符合商品社会属性、自然品质和社会品质双优的商品。

## 26、使用正常质量生产要素，确保同量资本应有增殖 ..... 127

生产要素状况影响资本价值增殖。要使同量资本得到应有的价值增殖，就必须使所选用生产资料符合“正常的条件”和“具有正常性质”；所使用的劳动力是“正常质量的劳动力”并“以社会上通常的强度来耗费”。

## 27、尊重善待激励劳动者，确保同量资本更多增殖 ..... 133

劳动是价值的唯一源泉，剩余劳动是增殖的唯一源泉。要使同量资本得到更多增殖，就必须树立以劳动者为本的理念，尊重善待激励劳动者；树立人力资本理念，提高劳动者综合素质，明确劳动者剩余索取权。

## 28、树立以人为本理念，淘汰落后增殖方法 ..... 139

资本的传统增殖方法以工人劳动时间长、劳动强度大、劳动环境差、工资低下为特征，“资本根本不关心工人的健康和寿命”。这种资本增殖方法难以实现资本增殖最大化，难以提高企业竞争力，难以形成和谐劳资关系，应予以淘汰取缔。

## 29、运用现代增殖方法，实现资本最大增殖 ..... 145

资本的现代增殖方法以科学技术进步和劳动生产力水平提高为特征。同量资本要实现一般增殖，就必须利用现有科技；要实现超额增殖，就必须不断进行科技创新，持续获取超额剩余价值。

## 30、全面组织劳动协作，综合提高劳动生产力 ..... 151

协作劳动因创造集体力而提高劳动生产力。通过合适的人与适合的岗位合理组合，提高劳动的个人生产力；通过合适的人彼此之间合理结合，提高

劳动的结合生产力；通过协作劳动的科学指挥、协调和管理，提高劳动的社会生产力。

31、加强不同形式分工合作，获取多种性质经济利益 ..... 157

资本生产效率因分工合作而提高。加强企业内部的分工合作，可以提高产品生产效率；加强企业之间的业务合作，能够提高资源利用效率；培育分工合作链条上的关键环节，易于形成核心竞争优势，提高核心竞争力。

32、眼观六路耳听八方，适时调整生产方式 ..... 162

“一个工业部门生产方式的变革，必定引起其他部门生产方式的变革”。作为产业链上的一个环节，必须关注相关企业生产方式的变革，适时调整自身生产方式，避免因滞后或超越相关企业生产方式变革所带来的威胁。

33、内有动力外有压力，增强资本积累驱动力 ..... 167

资本积累驱动力来源于追求自身利益的内在动力和市场竞争的外在压力。要增强现代企业资本积累驱动力，就必须建立现代产权制度，赋予资本积累的内在动力；形成公平市场竞争环境，加大资本积累的外在压力。

34、依靠科技创新进步，增加资本积累数量 ..... 172

决定资本积累数量的因素有许多，增加资本积累数量的途径有多条，但决定性的因素和根本途径是科技创新进步和劳动生产力水平提高。只有加快科技创新步伐，不断提高生产力水平，才能持续增加资本积累数量。

**35、依靠科技创新进步，增强资本“扩张能力” ..... 176**

要使同量资本扩大“作用范围”，增强“扩张能力”，提高资本效益，就必须加快科技创新和技术进步，提高劳动对象质量，提高生产技术装备水平，提高劳动生产效率，同时加强机器设备的维护保养。

**36、提高竞争力和信用度，增大企业资本总额 ..... 180**

要扩大企业生产规模，就得增大企业资本总额；要增大企业资本总额，就要以资本积聚为基础，以资本集中为手段。要提高企业资本集中的能力，就必须提高企业自身的竞争力和信用度。

**37、掌握资本运动原理，实现资本价值增值 ..... 184**

资本的本性是增值，资本的生命在于运动。要实现资本的价值增值，就必须了解资本运动方向，熟知资本运动形式，掌握资本运动原理，使资本始终处于价值增值的不断运动之中。

**38、通过要素配置最优化，实现资本增值最大化 ..... 188**

要实现资本价值增值最大化，就必须做到生产要素配置最优化；要使生产要素配置最优化，就必须使生产资料和劳动力、劳动资料和劳动对象、劳动力和劳动力彼此之间，在质上相适应，在量上成比例。

**39、保持资本运动连续性，实现资本增值持续化 ..... 192**

要实现产业资本价值增值的持续化，就必须保持产业资本循环运动的连续性。为此，就必须在合理分割产业资本的基础上，保持产业资本三种职能

形式在空间上的并存性，三种循环形式在时间上的继起性。

40、缩短非劳动时间，提高“资本生产效率” ..... 196

“资本的生产效率”与资本处于非劳动时间的长短成反比。因此，要提高“资本的生产效率”，就必须通过生产技术和经营管理创新，缩短生产资料储备时间、自然力作用于劳动对象时间、停工时间。

41、节约纯粹流通过费用，提高资本增殖能力 ..... 200

资本增殖能力与纯粹流通过费用成反比。要实现资本尽可能多的价值增殖，就要尽可能多地节约纯粹流通过费用，尽可能减少对剩余价值的扣除。因此，现代企业要树立“省下的就是赚下的”理念，不但能“赚”而且会“省”。

42、注重固定资本利用保养，提高固定资本使用效率 ..... 204

要提高固定资本使用效果，就必须提高固定利用率，避免固定资本闲置；提高固定资本折旧率，避免固定资本无形磨损；重视固定资本保养维护，避免固定资本有形损耗；及时修理机器故障，避免“小病成大病，大病成死亡”。

43、加快资本周转速度，提高资本增殖效率 ..... 209

要提高资本增殖效率，就必须提高资本的周转速度，从而就必须采用新技术新设备缩短劳动时间；采用新技术和新方法缩短自然力作用时间；采用供应链管理缩短生产资料储备时间；生产适销对路产品缩短流通时间。

#### 44、多种途径齐头并进，全面挖掘生产潜力 ..... 213

货币资本是新开办企业的第一推动力和持续的  
动力，但企业的生产潜力却并不以货币资本为限。  
企业可以通过提高劳动者素质、综合利用自然物  
质、采用新技术、新设备、新材料等不同途径全面  
挖掘企业生产潜力。

#### 45、提高生产要素质量，内涵扩大生产规模 ..... 219

生产规模可以通过内涵和外延两种途径而扩  
大。要实现内涵扩大再生产，就必须提高生产要素  
质量和效率；就必须提高劳动力质量和科技创新能  
力，采用新技术、新方法、新设备、新材料。

#### 46、综合运用多种方法，多种途径提高利润率 ..... 225

“利润率是许多变数的函数”。要最大限度  
地提高利润率，增加利润量，可以通过提高劳动效  
率、改变资本有机构成、加快资本周转速度、节约  
使用不变资本等多种途径和多种方法而实现。

#### 47、扩大企业生产规模，节约使用不变资本 ..... 229

利润率与不变资本节约成正比，不变资本节约  
与生产规模成正比。要提高利润率，就必须节约使  
用不变资本；就必须加快技术创新进步，提高劳动  
社会化水平和生产规模化程度。

#### 48、充分利用生产废料，大力发展循环经济 ..... 235

废料不是绝对的，而是相对的，是可以再利用  
的。通过技术创新，改进机器设备，就可以将“生  
产废料再转化为同一个产业部门或另一个产业部门  
的新的生产要素”，进行循环生产，发展循环经

济，提高资本利润率。

49、多种措施齐头并进，延缓利润率下降趋势 ..... 241

要在利润率下降的同时增加利润量并延缓利润率下降趋势，就必须多种措施齐头并进，在增进资本积累和扩大资本规模的同时，提高劳动效率，节约不变资本，增加股份资本，发展对外贸易。

50、区分企业利润和利息，准确衡量资本经营效益 ..... 245

利息是资本所有权所得，企业利润是资本经营所得，是衡量企业资本经营效益的指标。因此，对于使用自有资本经营的企业来说，也应将企业经营全部所得区分为企业利润和利息两个部分，以企业利润的多少衡量资本经营效果的好坏。

# 前 言

## 一

说起《资本论》，大多数人往往会想到“博大精深”、“政治经济学经典巨著”、“工人阶级的圣经”、“无产阶级革命斗争的理论武器”等等，很少有人将其与现代企业制度、现代企业商品生产经营、现代企业资本经营等联系起来。起初，我也一样，认为《资本论》是马克思研究资本主义生产关系的政治经济学经典巨著，主要是揭示资本主义经济制度产生、发展和灭亡的客观规律，为无产阶级推翻资产阶级统治和资本主义经济制度，建立社会主义经济制度提供科学的理论依据，而对于现代企业的生产经营管理活动似乎没有什么指导和启迪作用。随着对《资本论》学习与研究的深入，我的这种片面想法不久就遭到了否定。

1980年9月，我考入山西大学政治经济学本科专业学习，《资本论》是一门专业必修课，通过两个学期的课程学习，我对《资本论》有了一些初步的了解。1986年9月，我有幸师从我国著名



《资本论》研究专家已故的刘子威教授和已离休的相养谋教授攻读政治经济学专业《资本论》研究方向硕士研究生，通过三年的学习和研究，我比较系统地掌握了《资本论》的方法和原理。实话实说，这一时期的《资本论》学习和研究仍然局限于政治经济学领域，只停留在资本主义经济制度和资本主义经济运行机制层面，并没有扩展到政治经济学以外的方面，没有进入到现代企业的生产经营管理层面。促使我对《资本论》的认识发生变化并着手探索《资本论》对现代企业生产经营管理的指导和启迪作用，源于硕士研究生毕业之后的两件事。

一是承担《市场营销管理》的教学工作。1989年7月硕士研究生毕业后，我被分配到山西大学经济系任教。当时由于系里《资本论》和《政治经济学》两门传统学科师资充足，而《市场营销管理》等新兴学科师资短缺，因此，科班出身的我却并没有承担《政治经济学》和《资本论》的教学，而是承担了新兴的、不曾学习研究过的《市场营销管理》的教学。我在《市场营销管理》的教学活动中发现，《市场营销管理》虽然提出了现代企业应树立的许多经营管理理念，但有些经营管理理念往往缺少令人信服的理论基础。例如，《市场营销管理》主张现代企业应树立“以消费者需求为中心”、“顾客是上帝”的经营理念，但对于这种经营理念理论基础的说明却不够明确或充分。为弥补《市场营销管理》之不足，我尝试了“现代企业经营管理理念之理论基础”的研究。在研究中发现，《市场营销管理》中所提出的许多经营管理理念的理论基础，其实就是马克思《资本论》中所阐明的经济学基本原理。例如，“以消费者需求为中心”的理论基础，是《资本论》中有关商品内在矛盾的原理；“顾客是上帝”的理