



SHANGPIN
JINGJISHIJIEXIBAO

大众经济学丛书

商品

经济世界的细胞

● 寒光伦



《大众经济学丛书》编委会

(按姓氏笔划排列)

顾问	冯大麟	何炼成
	欧阳毅	
主编	安德利	袁明仁
编委	王新文	宋智一
	安德利	周纪信
	高 华	袁明仁
	谈民宪	廖广洲

编者的话

读一本好书胜过读百本泛著。当今的世界，是知识爆发的时代，出版与印刷事业的蓬勃发展，各门各类的图书层出不穷，呈现在人们面前。而繁忙的工作，使众多的读者难以辨选，更难以一一浏览。在此，我们提醒爱好读书的读者，请记住这样的名言：书是永远读不完的，必须选择有价值的书去读。

什么是有价值的书？

有价值的书，它能够帮助您认识生活，认识世界，认识自己，认识前途，认识真理。它也许不那么时髦，甚至还缺乏刺激，不够味。但是，它有用而切实，可以使您受益无穷。

有价值的书很多。这里，为您奉献的《大众经济学丛书》，就是许多有价值的书中的一种。这套丛书专门讲述经济学方面的知识。经济学不象文学那么动情，历史那么恢弘，哲学那么玄妙。然而，经济是人生之本，国家之要，既与百姓生活息息相关，又对国家兴衰举足轻重。在五彩缤纷的社会生活舞台上，文化教育、政治军事、衣食住行、国力加强，所有的一切其基础是经济；经济建设是一切工作的中心。在经济面对改革，走向开放的进程中，人们关心、兴

奋、疑虑、探索，改革开放已经把人民大众与经济学紧密结合起来。把经济学奉献给亿万群众，是时代的要求，也是经济学工作者的心愿。《大众经济学丛书》将陪您步入那并不神秘亦非深奥的经济大千世界。

您是工作在第一线的工人、农民、士兵、知识分子、干部吗？如果您在工作和生活中，需要了解各种经济知识；

您是大学生吗？如果您在学习本专业之余，打算把兴趣扩展到经济领域中去；

您是退休职工或家庭主妇吗？如果您在闲暇之际，需要关心经济发展和改革问题；

您是中学生吗？如果您在毕业走向社会之前，准备初步探索经济之谜；

您是跃跃欲试的年轻人吗？如果您在商品经济的海洋中，决心游向成功的彼岸；

.....

那么，《大众经济学丛书》等待着您，它将助您一臂之力。

我们编辑这套丛书，虽然力有未逮，但执持着向广大读者提供一套代表人类智慧结晶、确属“开卷有益”书籍的理想，渴望各方的支持和指导。

《大众经济学丛书》编委会

1990.3.

目 录

1 前 言

3 一 什么是商品

3 怎样认识商品

5 商品的二因素

12 商品是政治经济学中的一个最基本范畴

15 二 商品是怎样产生的

15 商品产生的条件

17 我国商品的出现

20 三 商品生产

20 商品生产是使用价值生产和价值生产的统一

21 不同社会形态的商品生产差异

- 21 生产商品的劳动二重性
 - 26 商品价值量的决定
 - 30 商品的价值构成
 - 31 商品的生产时间和生产费用
-

35 四 商品交换和商品流通

- 35 商品交换的产生和发展
 - 37 商品交换和商品流通的联系和区别
 - 39 商品流通的内容：商流和物流
 - 43 商品的流通形式、流通渠道和流通环节
 - 49 商品的流通时间和流通费用
 - 55 社会化商品经济中生产和流通的关系
 - 64 商品流通在社会主义经济中的作用
-

68 五 商品世界中的几个特殊成员

- 68 货币商品
 - 70 资本商品
 - 73 劳动力商品
 - 75 劳务商品
 - 79 位移商品
 - 81 技术商品
 - 82 信息商品
-

85 六 商品经济

- 85 商品经济的一般特征

- 87 商品经济发展的历史回顾
 - 89 商品经济的充分发展是社会发展
不可逾越的阶段
 - 90 我国社会主义初级阶段的商品经济
 - 95 我国必须大力发展商品经济
-

100 七 商品经济的基本规律——价值规律

- 100 在市场交易中的探索
 - 101 这就是价值规律
 - 103 价值规律的表现形式
 - 104 价值规律的作用
 - 109 自觉运用价值规律，建立有计划商品
经济的运行机制
-

117 八 商品经营

- 117 什么是商品经营
 - 118 商品经营的行业和主体——商业和商
业企业
 - 119 商品经营需要具备的基本要素——资
金和劳动力
 - 121 商品经营的目的
 - 123 商品经营的分工和范围
 - 124 商品经营方式
 - 126 关键是搞好商品的销售
-

前 言

呈现在读者面前的这本小书是专讲“商品”的。商品是通过交换以满足人们需要的劳动产品，这是一般人都知道的常识。在人类历史上，商品经济这种形式已经存在数千年。几千年来，它在推动各个民族、各个国家和地区经济的进步和发展上，曾经发挥了巨大的作用。正如马克思和恩格斯在《共产党宣言》中所说，商品是摧毁一切古老万里长城和闭关仇外心理的“重炮”，这门“重炮”不仅使一切不甘灭亡的民族必须尽快采用以商品经济为基础的生产方式，而且“使乡村从属于城市”，“使未开化和半开化的国家从属于文明的国家”。历史的事实正是这样：是它，加速了原始公社制度的解体，促使人类社会进入到以生产资料私有制为特征的阶级社会；是它，逐步瓦解着自给自足的、闭关自守的自然经济，终于促成了以商品经济普遍存在并支配着整个社会经济生活的资本主义经济制度的降生。

在资本主义制度下，商品经济在推动生产不断社会化的过程中，也使自己变成在这种生产方式中占居统治地位的经济形式，并发展到私有制所能达到的最高阶段。资本主义商

品经济是一种社会化的大商品经济，这是它同简单商品经济的根本区别之一。正是这种社会化商品经济，使“资产阶级在它的不到一百年的阶级统治中所创造的生产力，比过去一切世代创造的全部生产力还要多，还要大。”①

建立在生产资料公有制基础上的社会主义有计划商品经济，也是一种社会化大商品经济，在这一点上，它同资本主义商品经济有某种同一性。如果我们能够更好地按照社会化商品经济的内在运行机制即市场运行机制办事，并同时在宏观上加强计划的指导、调节和必要的控制，就一定能够使我国经济在发展速度和经济效益两个方面取得比资本主义为高的成就。

“商品经济的充分发展，是社会经济发展的不可逾越的阶段”。让我们在大力发展我国社会主义有计划商品经济的伟大实践中，一块来共同学习商品经济的知识和理论吧。

① 《马克思恩格斯选集》第1卷，人民出版社1972年版，第256页，

一 什么是商品

怎样认识商品

什么是商品？在没有学过政治经济学的人们看来，很可能会说，那就是物品嘛。其实问题没有这样简单，现在让我们对它作一下详细的剖析，从而揭开它的“庐山真面目”吧。

作为商品的一般规定性：第一，它是作为劳动产品生产出来的。一般来说，不是经过人们花费劳动生产出来的东西就不是商品，例如空气、水、土地等；第二，作为商品的劳动产品必须具备满足人们需求的属性，就是说必须对人有用处，例如面粉可以充饥，衣服可以御寒。如果没有用处，即使花费了人的劳动，这种劳动产品也不能成为商品，例如工厂出的废品，即使花费了人的劳动，但却对人无用，所以它

就不是商品；第三，作为商品看待的劳动产品不能是用来满足生产者自己和他的家庭需要的，而是用来满足别人需要，或满足社会其他人需要的产品。例如农民把自己生产的粮食直接用来满足自己和家庭的需要，那就不是商品了；第四，作为商品还必须通过交换来满足别人的需要，或通过交换满足社会的需要。一种劳动产品，即使是用来满足别人或社会需要的，例如农民向国家上缴的公粮，虽然是通过国家用来满足社会其他人需要的，但由于它不是通过交换来满足社会需要，所以也不能是商品。以上四点，使我们基本上明白了商品的一般定义，这就是：商品是用来交换的劳动产品。

但是上述的说明，还只能说是对商品一般定义的初步的或基本的认识，严格说来，这样认识商品还不算从根本上把它搞清楚了。怎样才能真正弄清楚商品的一般定义？在我们看来，应该作这样的概括：商品是地位平等的双方自愿通过等价交换来满足各自需要的劳动产品。就是说，作为商品，它的所有者对其拥有所用权，别人不能随便占有它。别人要获得它，必须首先征得商品的所有者的愿意。其次，还得相应地用一个等价物去交换。再次这个等价物还必须能让对方接受。我们认为，这才是商品的本质所在，就是说，商品就其本质来说是一种社会关系，即商品生产者之间相互交换劳动的社会关系。但是必须指出，作为商品本质的这种社会关系却是看不见摸不着的，因为它被劳动产品的物质外壳包掩了。

经过上面两个层次的剖析，现在我们可以说，商品既是物，又不是物。它是物，这是就它的外部形式来讲的，它又不是物，这是就它的内在本质即社会关系来说的。这就是商

品本身的辩证法，这就是我们对商品这一重要经济范畴的理解。后面我们将会看到，对商品的这种认识具有极其重要的意义。

商品的二因素

1. 使用价值。

商品给人们的第一感觉就是能够用来满足人们的某种需要。例如衣帽、食品、住宅、自行车、毛巾等可以满足人们的衣、食、住、行、用等个人物质生活需要；书籍、文具、收录机、电视机、字画等可以满足个人的文化精神生活需要；电、机床、钢材、老虎钳等可以满足人们的生产消费需要。这种能够满足人们某种需要的属性，或者说对人的有用性，在政治经济学上，称为使用价值。

(1) 人们对物品使用价值的认识是不断深化的。随着生产力的不断发展，社会分工的不断深化，科学技术的不断进步，人们不仅认识到愈来愈多的各种物品的不同使用价值，而且还逐步认识到每一种物品所具有的日益增多的各种各样的使用价值。例如，森林中的树木，在人类社会的最初发展阶段，人们最先只知道采集它的果实来作食物，随后用它的枝叶作燃料，稍后，还知道用它来制造简单的工具和作为建房材料，再后来，又用它来造船、造纸、做药、织布、打家具、制作工艺品种等。正是由于人们对每种物品使用价值认识的不断深化，才推动着产品的更新换代，以满足人们不断增大的各种消费需求。

(2) 使用价值是数量、花色品种、质量构成的统一。每种物品使用价值都可用一定的度量衡标准来计量，如粮食几

斤，衣服几件，手表几只，机器几台，电线几米，汽车几辆，房屋几幢，图书几本，提包几个等。物品还有各种花色品种，如衣服，有用各种颜色染制的面料制的衣服，有一年四季的衣服，有男女老幼的衣服，有各个国家、不同民族的衣服等，可以说花色品种繁多，色彩多姿多样，人们就是用各种各样的服装来美化自己的。物品的使用价值有一定的质量标准，这是根据它的内在各种素质的优劣程度确定的，如把水果分为一级、二级、三级，把服装分为高档、中档、低档，把小轿车分为超豪华型、豪华型和一般型等等。具有各种不同使用价值的物品在产品总量中所占的比重关系，称为使用价值的构成，如用来满足生产消费的各种生产资料和用来满足生活消费的各种消费资料各占多大比重；在生产资料中，用作厂房、机器、设备的劳动资料，用作原材料、燃料等辅助材料的劳动对象各占多大比重；在消费资料中，用于衣、食、住、行、日用的各种物质消费品和用于文化、教育、科学等精神消费品各占多大比重等等。人们的消费需要是各种各样的，在消费过程中，各种不同使用价值的地位和比重形成人们的消费构成。因此，消费构成实际上是使用价值构成在人们消费过程中的反映。各种使用价值的数量、花色品种、质量构成的统一，集中反映了人们的消费水平、社会生产发展的水平、社会分工的细密程度和科学技术的发达程度，归根结底，反映了人们认识自然、改造自然和征服自然的程度。

(3) 使用价值是在消费中实现的。物品体或商品体本身就是使用价值。产品或商品生产出来，如果不消费，还无从证明它就是使用价值，只有通过人们现实地把它消费了，才能

证明它具有使用价值。马克思说：“因为只是在消费中产品才成为现实的产品。例如，一件衣服由于穿的行为才现实地成为衣服；一间房屋，无人居住，事实上就不成其为现实的房屋；因此，产品不同于单纯的自然对象，它在消费中才证实自己是产品。”^①既然如此，这就要在生产产品或商品时，必须认真考虑它是否适合人们的消费需要，否则，就会使人们的劳动和其他各种耗费成为无效的，明确这一点十分重要。

(4) 使用价值是社会财富的物质内容，是物的自然属性，体现了人同自然的关系。马克思指出：“不论财富的社会形式如何，使用价值总是构成财富的物质内容。”^②在当代，无论是资本主义国家还是社会主义国家，人们总是用一定的货币量来表示拥有的社会财富，如某个国家一年的社会总产值达到了多少亿美元，多少亿英镑，多少亿马克，多少亿卢布；某人是亿万富翁，百万富翁。其实这种用货币量来表示的社会财富，只是财富的一种社会形式，或者说，是用价值形式来表示的社会财富。一当把这些社会财富用来加以实际消费时，通通都得体现在一定量的各种使用价值上。这说明，只有使用价值才能成为社会财富的物质内容，这是显而易见的。使用价值作为社会财富的物质内容，在各个社会都是如此，它本身并不反映一定社会的特定生产关系，而是体现为人同自然的关系。因为人们生产各种使用价值即产

① 《马克思恩格斯选集》第2卷，人民出版社1972年版，第94页。

② 《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1977年版，第48页。

品，不外乎是人们用自己的劳动去变换自然界，是人同自然打交道的结果。从这个意义上说，使用价值是物品或商品的自然属性。

2. 商品的使用价值和产品的使用价值。

上面就使用价值谈的各个方面，即使用价值是指满足人们某种需要的属性，使用价值的数量、花色品种、质量和构成，使用价值是指产品体或商品体本身，使用价值必须通过消费才能实现，使用价值是社会财富的物质内容，反映人同自然的关系，即是物的自然属性等，都是商品的使用价值和产品的使用价值所共有的，是它们相同的方面。但是必须强调的是，作为商品的使用价值和作为产品的使用价值又有某些不同的方面，或者说，作为商品的使用价值，有它区别于产品使用价值的一些重要的特点，认识这些特点，对于树立人们的商品经济观念具有重要的理论和现实意义。

(1) 作为商品的使用价值，它是交换价值或价值的物质承担者。什么是物质承担者？简单说，物质承担者就是物质载体，比如，各种车辆就是供人乘坐的物质载体，通过车辆的奔驰，它就把人从甲地运到乙地。商品价值是一种社会关系，就一个商品来说，无论怎样把它颠来倒去，甚至研成粉末，也是看不见摸不着的。在商品经济中，人们只能通过价值的表现形式——交换价值才能看见它。而交换价值又是直接通过商品体即商品的使用价值来表现的。因此，商品的使用价值就成了交换价值，进而也成了价值的物质载体，我们正是从这个意义上，说商品的使用价值是交换价值或价值的物质承担者。使用价值成为交换价值或价值的物质承担者，这是商品使用价值的根本特征，而作为产品的使用价值则不

具备这种特征。

(2) 作为商品的使用价值，它体现了商品生产者之间的社会关系。这是因为只有在商品交换过程中，商品的使用价值才能成为交换价值或价值的物质承担者，如果不发生交换，不仅使用价值不能成为交换价值或价值的物质承担者，而且连商品本身也不复存在，在这种情况下，我们原来作为商品看待的东西就只能是一种物品。既然必须通过商品交换才能使商品的使用价值成为交换价值或价值的物质承担者，因此，作为商品的使用价值必然要体现为一种商品交换关系，即体现商品生产者之间相互交换劳动的关系，这是商品使用价值区别于产品使用价值的第二个本质特征。

(3) 作为商品的使用价值，它是一个历史范畴。由于商品的使用价值体现了商品生产者之间的劳动交换关系，而商品交换本身并不是自古就有的，也不是永世长存的，它是在一定的历史阶段才出现的，也将会在一定的历史阶段消亡，因而是一个历史范畴。既然商品交换是一个历史范畴，那么体现这种关系的商品的使用价值也必然是一个历史范畴。这是商品使用价值区别于产品使用价值的第三个本质特征。

至此，读者可能会提出一个问题，上面在剖析使用价值时，不是说到，无论是产品的使用价值还是商品的使用价值都是各个社会财富的物质内容，它本身体现了人同自然的关系，是产品或商品的自然属性，这不正意味着使用价值是一个永恒的范畴吗？怎么这里又说商品的使用价值体现了社会关系，是一个历史范畴，这不是自相矛盾吗？我们说这两种情况同时存在，并不矛盾。说商品的使用价值体现了人同自

然的关系，是一个永恒范畴，这是就使用价值作为满足人们某种需要的属性而言的，在这层涵义上，商品的使用价值同产品的使用价值是相同的；说商品的使用价值体现了人（商品生产者）同人（另一商品生产者）的社会关系，是一个历史范畴，这是就使用价值作为交换价值或价值的物质承担者而言的，在这层涵义上，正好表明商品的使用价值同产品的使用价值的根本区别。

3. 交换价值和价值。

商品的“交换价值首先表现为一种使用价值同另一种使用价值相交换的量的关系或比例”。^①在经济生活中，商品生产者用自己生产的商品拿去同自己需要的另一种商品进行交换，都必然要考虑能换回多少，这里就涉及到一种商品同另一种商品相交换的量的关系或比例。例如农民拿100斤大米去交换回两袋化肥，用公式来表示就是100斤大米=2袋化肥。这里大米和化肥是两种不同的使用价值，如果要问，100斤大米的交换价值是多少？回答是两袋化肥，后者就是前者的交换价值。

这里立刻就产生了一个问题，大米和化肥是不同的使用价值，按照数学中的定理，不同性质的东西是不能直接比较并发生相等关系的，可是在商品经济活动中，却到处都在发生一定量的使用价值同另一种一定量的使用价值相等的交换比例关系，那么它们之间相等的共同基础是什么呢？这正是我们需要回答的问题。从方法论上来说，必须找出各种不同使用价值相交换背后包含的同质的因素，在这里人们能体察

^① 《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版，第49页。