

“现代商业劳动能否和如何创造价值”的逻辑分析

赵清华,刘金岗^①

(中共衡水市委党校,河北衡水 053000)

[摘要] 现代商业劳动按功能可划分为附带的生产性劳动、纯商业劳动、管理与开发性商业劳动三大类,目前最高级的商业劳动是第三大类之后者。商业劳动有无可能创造价值,其过程与状态如何,宜细部不宜粗工。执狭义,以单个商品的增值说起,以特定商业企业的总价值量说起,有创造价值的也有不创造的;执广义,现代商业劳动无一例外地创造价值。“商业劳动创造价值”的命题既是个重要的经济理论问题,同时也是一个重大而深远的实践课题,于落实科学发展观,它是一个亟待践行的事物。

[关键词] 商业; 商业劳动; 买卖商; 价值

[中图分类号] F014 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-0755(2011)04-0032-05

一 商业

从商品资本(产业资本的一个形式或亚种)的职能出发考察商业,马克思的结论是:商业是专职的买卖行业,是特别的、与产业资本的其他职能(货币资本职能和生产资本职能)相分离的业务。它是社会分工的必然要求和一种特殊形式,结果是,一部分本来要在产业资本再生产过程的最后一个阶段(在这里就是流通阶段——商品资本阶段)中完成的职能,现在却变成了流通当事人——商人(他们也是从产业资本家中分离出来的)的堂堂正正的专门行业^{[1]303}。总之,商业是从事劳动产品流通活动的专业经济部门(或机构)之总和,即“买卖商”。我国对商业的传统定义就是基于马克思这一思想。

国际“商业”概念之内涵较我国要简单,而外延则广泛得多,它将“买卖商”及其辅助部门和生活服务机构尽揽其中。如此,其内涵和外延都同马克思的商业概念以及我国传统的商业概念差别很大。现将国际“商业”概念之外延分门别类如下:

1、“买卖商”。直接媒介生产和消费(或另一生产)的部门,如批发、零售、连锁、代理商业等,它们直接从事商品的收购和销售,也称“第一商”。

2、“直接辅助商”。为生产商、买卖商等直接服务的部门,如运输、运送、仓储、加工整理、传播商品信息、居间(经纪)等,也称“第二商”(但是在我国,由于发展不平衡和社会分工不很充分,某些机构的商品运输、运送、仓储等非核心业务仍然部分“宿主”于本生产商或买卖商等,尚未彻底实现服

务社会化——见下文)。

3、“间接辅助商”。为生产商、买卖商等间接服务的部门,如金融、保险、信托、租赁等。这些部门只是为生产商、买卖商等的目前业务或未来发展清除某种障碍,提供必要条件,并不跟买卖商经手的商品发生直接联系,也称“第三商”。

4、“服务商”。为“民生”直接服务的劳务部门,如旅游业、旅店餐饮业、保健娱乐业、邮政电讯业、家政修理业、咨询业等,也称“第四商”。

后三者显然不是马克思所讲的商业和我国的传统商业所指。

二 现代商业劳动及其属性和类别

(一) 现代商业劳动及其属性

照国际惯例,买卖商是理所当然的现代商业主体。其实还不止于此,部分其他商(如金融、保险等)的“专业劳动”只是协助服务对象尽职,跟买卖商交易的商品并不发生任何直接的关系,这些“专业劳动”既不创造价值也不实现价值;另有部分其他商(如运输仓储、餐饮和修理等)的“专业劳动”与“产业劳动”的价值形成很相似。因此,本文“商业劳动创造价值”中的“商业劳动”指向也仅仅限于“买卖商”的“商业劳动”。

既然社会总资本的再生产(总再生产或资本的总再生产)过程离不开“买卖商”,那就决定了其商业劳动必定是社会总劳动有机构成的重要成分。现代商业劳动是专指流通领域(或部门)内在商品交易过程中的脑力、体力等全要素(或综合要素)支出。它跟“产业劳动”比较,有很大的特殊

[收稿日期] 2011-04-26

[作者简介] 赵清华(1965-)男,河北景县人,中共衡水市委党校经济和管理教研部教授。

^①中共衡水市委党校副教授。

性。其根本属性是:

1、商业劳动是一种服务性劳动

主要是围绕商品交易兴起的服务。此种服务不仅直接作用于商品实体,而且作用于商品出售者和购买者。所以,围绕商品交易兴起的为对方服务的各种活动,需要花费大量心血。尤其在当前的买方市场上,从业者对客户要“一分钱,二分货,三分心”,真正把顾客当“上帝”侍奉。

2、商业劳动是复杂性劳动

其复杂性既取决于生产过程、品种繁多和等级系列的复杂性,更取决于消费主体(所有的自然人、法人及非法人组织、团体、企业都是消费主体)、消费心理、消费行为、消费方式的复杂性,所以要求每个从业者既要掌握生产知识、消费心理和社会风俗等社会知识,还要适应市场不断变化的需要,根据不同环节、不同商品、不同消费主体,实行差别的劳动形式和服务方式。

3、商业劳动是一种主观能动性极强的劳动

商业劳动的服务性和复杂性决定了商业劳动形式和服务方式的大空间、大弹性,决定了商业劳动的强竞争、高难度,决定了商业企业的残酷竞争性,所以要求每个从业者务必发挥出主观能动性,平时努力提高职业素质和综合素质,积极进取,在具体劳动中爱岗敬业,优质服务,从容应对,具有强烈的团队意识和协作精神;商业企业法人也必须充分发挥其主观能动性。否则,在商场就是战场、对手如林的背景下,从业者必被淘汰出局,企业必被淘汰出局。

4、商业劳动量、劳动成果具有极大的弹性和不确定性

商业部门的劳动支出多少,既取决于本企业的经营管理水平(经营管理体制机制、从业者素质和主观能动性发挥等的综合体现)、硬件设施、区位等,也取决于外界元素——生产者和消费者、国家相关政策、国内外目前和预期局势等。具体说来就是:企业经营管理水平,硬件设施和区位,上游的生产者提供产品的情况(是否适销对路、数量充足、价格合理等),下游的消费者有效需求、预期收入和消费心理等情况,宏观经济政策,社会保障现状和预期水平,国内的经济、政治现状和预期情况,国际的经济、政治现状和预期情况等,这些关键性“元素”与商业劳动耗费量之间存在着多元函数关系(以用多元回归分析法建立的数学模型——方程式表示)。因为有若干个自变量,它们大多又具有多变量和很大的变化幅度,所以在因变量的最大值和最小值之间便形成了地幔似的“缓冲地带”。不仅如此,由于元素的“自发性”互动,每个元素的能级提高,还可使商业劳动耗费量的“空间”较前发生倍速甚至跳跃性改变(以上多元函数关系也适用于商业劳动成果)。并且,内外元素(尤其是外界元素)的变化及其“链式反应”的高难度预见性和难控性,以及更难预见和控制的由世间“微弱事物”之“微弱变化”引起的“蝴蝶效应”(或“钉子效应”)等,它们均能造成一定时期商业劳动量、劳动成果的极大不确定性。所以,从业者个人、商业企业法人、第三部门、职能部门以及其它相关因素,要尽力将各自的“元素”做强做好,以尽可能减少商业企业的劳动耗费量和增加劳动成果。

(二) 现代商业劳动的类别

对现代商业劳动予以分类,是分析其能否和如何创造价值的前提。

物质产品从生产领域进入消费领域(或另一个生产领域)的全过程,存在着商品使用价值与价值增值、价值变换两种运动形式(主要是后者),在这个过程中付出的劳动,按功能可划分为三类:

1、在流通领域内继续进行的商品生产过程中支出的劳动

马克思说:在产业资本时代,“运输业以及处于可以分配的形式中的商品的保管和分配,应当在多大程度上看作是流通过程中继续进行的生产过程。”^{[1]298} 马克思还把此过程视为产业资本时代的商品资本流通中的附带事项^{[1]298}。在大部分商品资本和货币资本转化为商业资本后,尤其是现代,此过程已扩展为商品的运输、补充性加工、保管、分级、分散、包装、仓储、运送、售后服务(安装、调试、改进、培训、回访、维修、保养、换件、废旧品回收)、零部件简单再制造等一大批服务项目(但是在我国,随着社会分工与机构服务外包的兴起和深入发展,很多项目已成长为现代独立经济部门)。在此服务过程中支出的劳动,它们“部分地同商人资本或商品经营资本的独特的职能混淆在一起”^{[1]298}(这类劳动就全社会来说,现在仍是一部分在生产机构,一部分已经独立,所以只能是“部分地同商人资本……”),这类“附带的生产性劳动”其实是被流通掩盖起来的直接创造价值的劳动。

2、为价值形式的变换支出的劳动

在现代,其劳动形式大体包括商品的买卖、簿记、企业核算、出纳、通讯、交通、应酬等。这些劳动同价值形式转化和计算有关,其宗旨是执行商业资本的独特的专门职能,使“惊险的一跳”成功。马克思对此的观点是:从劳动内容看,它们不创造价值和使用价值^{[2]125},他们属于非生产性劳动,并不直接生产实物或为用户提供某种具体的有偿服务,这些劳动可命名为“纯商业劳动”。马克思则称其为“燃烧劳动”。他认为,“这种燃烧劳动,虽然是燃烧过程上一个必要的要素,但不会生出热来”^{[2]123}。在社会再生产总过程中它们不是可有可无的。

3、事务管理性及开发性商业劳动

按功能和难易度划分它们,尚可分为事务管理性商业劳动、开发性商业劳动两个形式(或亚种)。

事务管理性商业劳动的主要内容是人员组织、任务调度、对商业劳动过程和结果的检查与监督,其意义在于对本企业的生产性劳动和纯商业劳动进行程序化、规范化、常规化的管理,以保持二者的有序性和科学性。

而开发性商业劳动,它是一种创意劳动,主要是一种高智商、复杂、弹性极大、能动性极强的脑力劳动。其劳动成果是思想和理念,是通过预见、调查预测、分析综合、判断推理、企业设想策划、决策和控制、企业文化(物质层次、企业制度和企业文化)和艺术的构思设计等劳动形式及其劳动过程体现的思想和理念。其意义是:在综合分析企业内部现有条件和外部环境的前提下,规避和化解经营风险,抢抓经营机会,

以达到对本企业现有的全部元素的充分、深度、恰到好处的开发利用;在此基础上,大力培育新的元素,改造和提升内部条件,极大地提高企业适应外部环境的能力和素质,培育新的增长极,为企业发力高端市场或更大经营规模搭建平台,最终实现企业内部条件与外部环境之间的动态平衡和良性互动。其过程是:

(1) 全面缜密考察、深入分析研究、准确把握本企业现有内部条件及外部环境(微观和宏观环境),以此为基础,对本企业经销的商品的品质(内在素质及外观的综合)、人力资源、知识产权技术与信息、资本、买卖市场、财务、设备物资和房地产、企业结构与组织、企业文化、营销战略和策略、企业推介上市和股市运作等进行全方位、多层次、宽领域的筹划、整合、包装。

(2) 对企业的危机管理、绿色管理、人性化或人格化管理等新兴管理模式进行构思与制度设计创新。

(3) 培育学习型企业。

(4) 根据“模块化法则”实施企业再造运动。以实现企业的成倍速改变、跳跃性发展、可持续发展,实现企业内外的动态平衡和良性互动。高屋建瓴,前瞻未来,运筹帷幄,科学决策,宏观谋划,抢占先机,决胜于千里之外,决胜于将来某个时日。开发性商业劳动,在当今的知识经济时代,在经济一体化、政治多极化、科技高新化、信息网络化、文化多元化、安全合作化既成定局并加快发展的当今世界,在我国并齐推进工业化、信息化、城市化、市场化、国际化、现代化的大背景和新视角下,难度空前,并且其重要性怎么估计都不过分。马克思、恩格斯也从未论及此种劳动。截至目前,它属于最高级的商业劳动。

三 “现代商业劳动能否和如何创造价值”的逻辑分析

恩格斯说“马克思的整个世界观不是教义而是方法。它提供的不是现成的教条,而是进一步研究的出发点和供这种研究使用的方法。”^[3]现代商业劳动有无可能创造价值,如果创造,其过程和状态又如何?审视、分析和评断它们,最根本的是根据现代的国际国内经济、政治、科技、文化及社会条件,不宜粗笔当细部,分而论之——甄别,同时更需要巨大的理论创新勇气。

取其狭义,拿单个商品的价值增值说事,拿特定商业企业的价值总量说事,现代商业劳动有创造价值的也有不创造的;取其广义,所有的现代商业劳动都创造价值。

(一) 从追加单个商品的价值量这个层面上考量

“附带的生产性劳动”,将直接、不同程度地追加着单个商品的价值量。“纯商业劳动”不能追加,因而不创造价值。“管理性商业劳动”要分别论述。对“附带的生产性劳动”的管理,它直接作用于生产性劳动,甚至有时与其搅和在一起,难以分辨,它将与其一起,追加着单个商品的价值量;而对“纯商业劳动”的管理,则不创造价值。“开发性商业劳动”也要区别开,如果涉及到单个商品,或是在商品上作新的设计以致增加、改变或提高了其服务功能,增加了商品的服务项目,或是改善和提高商品的服务水平,同实现此设计或提高服务水平的脑力体力劳动一样,应视为创造价值。其他情

况则不视为。

(二) 从直接增加特定商业企业的价值总量这个层面上考量

“附带的生产性劳动”及其管理性劳动,通过追加单个商品的价值量这个环节,直接增加特定商业企业的价值总量,因而是创造价值的。“纯商业劳动”及其管理性劳动,因为不追加单个商品的价值量,一般也不增加企业的商品买卖总量,因而不增加企业的价值总量,则视为不创造价值(它虽不增加特定商业企业的价值总量,但是可以通过科学管理,减少纯商业劳动支出,增加商业企业的“剩余价值总量”或利润总量)。而“开发性商业劳动”,对特定商业企业最终一般会产生物质结果,它或是追加了单个商品的价值量,或是增加了买卖品种和买卖总量(增加买卖总量,一般意味着增加商品运输总量和服务总量。因为即使是现代商业资本也是比较少的以纯粹的商品经营资本和货币经营资本的形式出现),或者兼而有之,所以,无疑是创造价值的商业劳动。早年澳洲有个“处女岛”,岛上居住着一个“乃不知有鞋,无论用鞋”的蒙昧部落。一个时期以来,一个个鞋商走马灯似的光顾此地均无功而返。它几乎又从人们的记忆中消失了。一位一向“逆向思维”和“质疑思维”的欧洲鞋商获悉后,迅捷地意识到这是一个千载难逢的绝佳机会,于是他“冒失”决定试试“运气”。他万里迢迢,鞍马劳顿地上岛,他首先向部落酋长展开了攻势。他挖空心思,使出全身解数,历经周折,终于说服酋长穿上了鞋子。这样一来,部落成员们也效仿酋长陆续地穿上了鞋子。此次的商业行动,开辟了一个价值增长点 and 处女地市场,从而给企业增加了买卖总量,为企业创造了大量价值,也创造了更多的机会利润。这说明“开发性商业劳动”对企业一般具有价值性。尽管很难予以价值量化,但从质上创造价值是不容置疑的。

(三) 如果从社会运行总体,社会总资本再生产全过程,全社会价值总量变动,商品现代价值累积过程的视角看……取其广义,现代商业劳动则无一例外地创造价值

1、现代的社会再生产高度依赖商业和商业劳动,就此意义说,所有的商业劳动都间接地创造价值

高度分工的现代经济和现代社会文明,需要商业资本,需要商业活动,需要商业劳动,它不可能离开商业而“经济”地存在和发展。现代经济社会,几乎是全部商品,一般要通过商业劳动这个中介完成产品从生产领域向消费领域(或另一个生产领域)的转移,实现最后“惊险的一跳”。假如现在废除了商业和商业劳动,结果一定是,平衡格局被打破,生产生活秩序混乱不已,一片狼藉,甚至造成社会再生产较长时期的断裂,纵使不全部断裂,也将出现价值总量骤降的后果;稍后,整个社会再生产要重新布局,退至产业资本时代,甚至回归“中世纪文明”,纵使保持原生产力水平,社会价值总量和经济净福利也会大幅度降低。反之,也正是很大程度上因为有了现代商业文明和商业劳动,将生产者和消费者(含生产消费者)廉价地、近距离地连接起来,最大限度地刺激和满足了人们的需求欲望,才创造出现在如此之多的社会价值总量。从这层意义上说,任何类别的商业劳动都能够创造价值

值。不过,它是通过增加产业劳动这个环节而间接创造价值的。

2、考察商品现代价值的形成过程,可以断言,商业劳动是直接创造价值的,它创造的主要是“服务价值”形式

考察商品现代价值的形成过程(商品价值链)可以看出,商品一般要经过市场调研、构思(此时尚为意念中的不确定的新概念产品)、研制、生产、销售、售后服务、零部件再制造(一般限于耐用消费品、生产工具)等价值附加环节。这里的每一个增值环节都对应着一定的升值空间。较过去显著不同的是,在当今世界的产业链中,研制(含市场调研、构思)、生产、销售诸环节的附加值曲线普遍呈现出两端高中间低的趋势,即研制和销售环节的附加值高,加工制造环节的附加值低,大体是U形。这很容易让人想到人笑时嘴的形状,所以俗称“微笑曲线”。微笑曲线在国际贸易中的表现甚为显眼。在跨国跨境的产业链中,高端环节获得的利润占了商品总利润的90—95%,低端环节占10~5%。这种“克隆”的格式,虽不排除发达国家或地区的职能资本家靠知识、资本、信息等垄断优势攫取超高额利润的“嫌疑”,但“始作俑者”仍是对商品最终价值(或总成本)的“贡献度”。发达国家的跨国公司掌握的研发和流通环节,它们投入的主要是行业标准、品牌、知识、技术、信息、管理、人才等知识密集型要素,并且具有难以替代性,同时,研发和流通环节还要承担极大的市场风险(研发的成功率仅为5—10%,失败的研发、流通费用最终是要计入成功的研发、流通成本的,为此,实际的商品研发、流通成本远远超出局外人的想象)。而发展中国家的公司只是按合同完成订单生产,基本不存在市场风险,它们投入的主要是土地、厂房、设备、水、电等简单物化要素和简单活劳动成本,而且这些要素在不同国家之间具有很强的可替代性。为资本追逐利润最大化之动机和本性(资本只有一种生活本能,这就是增殖自身。生产剩余价值或赚钱,是这个生产方式的绝对规律)所驱动,商品两端附加值与中间附加值(或成本)的巨大反差,不可能不反映在产品利润的分割上。至此,也很难评断说,加工制造环节付出的产业劳动——那些耗体力的简单活劳动生产了大量价值,而流通环节付出的商业劳动——那些知识密集型的复杂活劳动根本不创造价值。

商品现代价值的增值“细部图”昭示:产业劳动主要创造商品的“物质价值”形式,商业劳动主要创造商品的“服务价值”形式,它们都是直接创造商品价值的劳动,商业劳动主要是通过给产业资本生产价值作准备和实现商品既有价值的形式置换来创造服务价值。此结论也符合物质世界的“能量守恒定律”和哲学原理。产业劳动创造商品价值已成定论,产业劳动是一种必要的社会劳动付出,跟物质商品发生直接的关系(而间接辅助商业部门的劳动则不发生此关系),在这两点上,商业劳动如同产业劳动,那么它产生了什么呢(它不可能什么都不产生)?只有一个合乎逻辑的答案,商业劳动也创造了价值。不过,它创造的是商品的“服务价值”,而非“物质价值”。

3、从为物质生产部门提供和反馈信息助其生产决策看,

商业劳动是直接创造价值的

商业部门的从业者面对消费者(生产消费者和生活消费者),他们有得天独厚的低成本优势、职业优势与消费者就产品质量、数量、价格、消费者需求偏好、产品优缺点、升级换代、新产品期望等问题进行直面沟通,他们完全可以利用此机会作全方位、多层次、宽领域的市场调研,然后将其结果有偿或无偿地反馈给上游的生产者,以助其作出科学决策。如上所说,市场调研同构思、研制、生产诸环节的劳动一样,都是直接创造商品价值的劳动。商业劳动的题中应有之义——市场调研和物质生产机构、信息专门机构等的相关市场调研成果一并当然构成了下一轮商品的价值的的最基础部分。从这一视角看,商业劳动也是直接创造价值的。

4、基于运输业劳动和商业劳动的对比,商业劳动是直接创造价值的

在我国的MPS(物质产品平衡表体系)中,NI(国民收入)是指一个国家或地区在一定时期内(通常是一年)物质生产部门(工业、农业、建筑业、运输业等)新创造的价值,是全部物质净产品的价值总和($v+m$),是物质总产品价值量的一部分。这说明,在我国的统计理念和操作上,运输业的劳动被认定为生产性劳动,是直接创造价值的。在西方国家的SNA(国民经济核算体系)中,国民收入是指一个国家或地区在一定时期内所生产的物质产品和劳务的净产值,在统计层面上,运输业同样归属物质生产部门,它也是直接创造价值的产业。现代运输业的劳动无非是借助运输工具把物质产品从一地移至另一地,它丝毫不改变产品的理化指数、用途和数量,它就是这样为全社会增加了价值总量,同时也给被位移的产品“毋庸置疑”地增加了价值量。搁置“附带的生产性劳动”和“管理性、开发性商业劳动”不论,单就执行商业资本独特专门职能的“最不可能创造价值”的“纯商业劳动”说事,在创造价值方面,它也丝毫不逊色于运输业的劳动。它是把物质产品买进来,然后卖出去,实现产品从生产者到消费者(生产消费者和生活消费者)的“位移”,也是一点儿都不改变产品的质和量;运输业的劳动形式是活劳动和物化劳动(主要是劳动资料)的有机结合,纯商业劳动又何尝不是。根据以上两点适用类比推理足以断言:商业劳动是商品价值增值链上的一个重要环节,它也是直接创造价值的。

5、商业劳动可节约用于流通的非生产性劳动耗费,就此意义说,商业劳动是直接创造价值的

商业劳动作为整体出现在现代经济运行中,与产业资本时代相比,全社会可以节约许多用于流通的非生产性劳动耗费(物、人、财)。这种节约来自社会分工和它的职能专门化带来的高效率。商业劳动的职能专门化和高智能化,使得商业机构销售同质等量的商品所耗费的社会必要劳动直至个别劳动,一般要比生产机构自己营销所耗费的社会必要劳动直至个别劳动相应地低许多。其节约下来的“物化劳动”同样凝结着一般的、无差别的人类劳动,它在理化指数、使用功能上无异于某种生产性的具体劳动所创造的产品。就此意义上说,所有的商业劳动都是直接创造价值的,节约价值即创造价值。

6、商业劳动还可通过其节省下来的“活劳动”或“物化劳动”投入物质生产,从而间接地创造价值

商业劳动节省下来的非生产性劳动耗费——“活劳动”或“物化劳动”,如果作为产业资本,用于扩大社会再生产(“物化劳动”不是作为消费资料),将大大增加产业劳动在社会总劳动中所占的比重,创造出一定的社会价值。形式上有三种:其一,商业劳动节省下来的“活劳动”和节省下来的“物化劳动”直接结合生产出价值;其二,商业劳动节省下来的“活劳动”和其它“物化劳动”结合生产出价值;其三,其它“活劳动”和商业劳动节省下来的“物化劳动”结合生产出价值。无论哪种形式都可以理解为,商业劳动还可以通过其节省下来的“劳动”投入物质生产从而间接地创造价值。

马克思说过,商业资本的功能是,促使商品流通加速,使社会再生产周期缩短,它将社会总资本的一个较小部分束缚在流通领域中,并将其分成商品经营资本和货币经营资本两个亚种,结果是腾出一部分资本直接用于全社会的物质扩大再生产^{[1][3][2]}(这并非商业资本的本质或出于自愿,它仅仅是功能,是自然形成的,只是无意识中充当了历史的不自觉的工具)。马克思在论述商业资本的社会功能的同时,还间接(或意外)地阐明了这样一个理论——商业劳动可以通过其节省下来的“活劳动”或“物化劳动”投入给物质生产部门,去间接地创造社会价值。

7、从商业资本立足社会和商业劳动节约物化劳动、增加经济净福利的视角看,商业劳动是直接创造价值的

“经济净福利”,是指经济增长带来的全部经济福利,减去补偿伴随经济增长而产生的负面效应所消耗或应该消耗掉的那部分经济福利后的剩余部分。它是现代经济学的重要概念。这种理念加特定的制度设计,可以一定程度上克服生产机构的“外部不经济”。有效的产业劳动创造价值 and 生产效率的提高(前提是不减少原劳动时间),一般能够带来经济净福利的增加;而节约物化劳动照样能够带来经济净福利的增加,而且相比较而言,节约物化劳动形成的那部分福利几乎全部是经济净福利(因为“节约”过程基本不产生负

面效应)。商业劳动节约物化劳动,增加了经济净福利,就此意义而言,它是直接创造价值的。而且,比产出同质等量成果的产业劳动更能够增加经济净福利,所以它更能够直接创造价值。

需要说明的是,节约物化劳动增加当时的经济净福利,基本上是不发达的经济体商业劳动的规律。而在发达的经济体里,既有的生产方式能够满足不断增长的生产需求和消费需求,商业劳动节约的往往是资源和能源,是“净资本”,这些资源、能源可以在将来稀缺资源更具有使用效率的情况下,科学技术水平更高的情况下,通过当时的产业劳动形成更多的价值和使用价值,为子孙后代带来更多的经济净福利。从这一视角看,商业劳动又是间接创造价值的。

四 结语

“商业劳动创造价值”的命题和理念,不仅具有重要的理论价值,在世界各国现在和将来均不同程度地遭遇资源、能源、生态、环境的瓶颈制约的大背景下,在我国奋力实现“资源节约型、环境友好型”的社会发展目标,废止“粗放型”经济增长方式,推行“集约型”经济发展模式的视野下,其实践意义也是重大而深远的,而且是个亟待践行的事物。它完全能够通过精神、制度、物质三个层次,即通过思维方式和理念的更新、产业规划和制度设计、硬件设施建设等人财物力的投入,极大地促进商业的发达和升级,促进全社会的深层分工和专业化进程,大幅度降低社会再生产成本,进而为科学发展观的落实寻觅到一个新的重大突破口,促使经济与社会的全面、和谐和可持续发展。

[参考文献]

- [1] 马克思. 资本论:第3卷[M]. 北京:人民出版社,1975.
- [2] 马克思. 资本论:第2卷[M]. 北京:人民出版社,1953.
- [3] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯选集:第4卷[M]. 北京:人民出版社,1995:742-743.

New Thinking of Commercial Labours Creating Value

ZHAO Qing-hua, LIU Jin-gang

(The Party School of CPC in Hengshui city Heng shui 053000, China)

Abstract: Commercial Labours include three kinds—the Subsidiary Manufactural Labour, the Unadulterated Commercial Labour and the Administrative Labour (It is the summit Commercial Labour). It is necessary to analyse specifically Commercial Labours creating value. From the narrow sense to say, some Labours create value and others don't in terms of the single commodity or the total value of the commercial enterprises. From the broad sense to say, all Commercial Labours create value in terms of the social reproduction process.

Key words: business; Commercial Labour; buy&sell's; value