

【马克思主义理论研究】

# 论价值与创造价值的劳动

曾乐元

(长安大学 人文社科部,陕西 西安 710061)

**摘 要:** 依据马克思主义劳动价值理论的观点,通过对“价值”范畴的深入分析,揭示出创造价值的劳动特点,并据此对目前争议较大的几种活动究竟是不是创造价值的劳动进行具体的判断。

**关键词:** 价值;创造;劳动;第三产业;科技人员;国家机关工作人员;私营企业主

**中图分类号:** A811 **文献标识码:** A **文章编号:** 1671-6248(2002)03-0016-05

## Study of Value and Labor that Creates Value

ZEN Gle-yuan

(Department of Humanities and Social Science, Chang'an University, Xi'an 710064, China)

**Abstract** Based on the theory of labour's value of Maxism, discussing thoroughly the categories of value, it reveals the characteristics of labour which creates value and judges whether or not several activities disputed heatedly are labour which can create value.

**Key words** value; creation; labour; tertiary industry; science and technology staff; state office staff; owner of private-owned enterprises

在“深化对社会主义社会劳动和劳动价值理论的研究和认识”的讨论中,“社会主义条件下的价值源泉与创造价值的劳动”是一个热点问题。许多同志围绕这一问题运用马克思主义的立场、观点和方法,联系中国社会主义现代化建设和改革开放的实际,发表了看法。其中一个值得商榷的观点就是离开马克思劳动价值理论的观点和方法,离开对价值特性和劳动属性的分析与考察,抽象、空洞地讨论价值创造与创造价值的劳动。这种观点,只能把对马克思主义劳动价值理论的研究引向简单化和庸俗化,于深化对劳动价值理论的研究和认识并无益处,于社会主义市场经济建设的实践亦无益处。本文拟从对“价值”的马克思主义认识出发,系统分析什么样的劳动才创造价值,并据此对目前争议较大的几种活动究竟是不是创造价值的劳动进行具体的分析。

### 一、准确把握马克思劳动价值理论的“价值”概念

要科学地分析社会主义条件下的价值源泉和创

造价值的劳动,首先应该对马克思主义劳动价值理论的“价值”范畴有一个正确和完整的认识,离开这一认识就难以得出正确的结论。所以,这里有必要先分析一下在马克思的劳动价值理论中,“价值”究竟是一个什么样的范畴。

从马克思对劳动价值理论的科学分析和深入阐述中,可以看出“价值”这一范畴并非一般意义上的或者哲学意义上的价值判断与取向,而是一个包含丰富内容的特定的经济学范畴,它至少应该包含以下内容:

1. 价值是商品的一个因素,是商品所特有的属性。在马克思看来,商品是一个二重性的东西:一方面是使用价值,一方面是价值,只有具有这两重属性的物品才能成为商品。其中,使用价值是商品的自然属性,这种属性不仅商品有,商品以外的许多物品也是有的。价值则不然,它不是商品的自然属性而是商品的社会属性,这种属性只有商品才有,不是商品的其他物品是没有的,价值是使商品和其他一般物品相区别的东西,是商品所特有的属性,也是商品最本

质的因素。由于价值不可能凭空存在,而要以一定的使用价值作为物质承担者<sup>[1]</sup>,所以,价值必须与使用价值同时存在于商品中,没有商品便不存在价值。

2. 价值的实体是人类劳动,活劳动是价值的唯一源泉。这是马克思劳动价值理论的核心所在。任何一种商品在生产的时候,都曾经耗费过一定数量的人类劳动,价值就是指生产商品时耗费的并凝结(或物化)在商品中的无差别的一般人类劳动<sup>[1]</sup>。由于劳动是专属于人类的,是活的人类所特有的,所以,人类活劳动就成为创造价值的唯一源泉。尽管在生产商品的时候需要资本、土地、技术等各种非劳动要素,它们会对活劳动创造价值的能力和效果产生重要的影响,但它们无论怎样重要,都只是人类活劳动得以进行的条件,而绝不是活劳动本身,即便有些要素(如机器、技术等)是物化了的人类劳动,但那也只是死劳动,不是活的人类劳动,更不可能成为价值的源泉。

3. 价值不以商品的使用价值为转移。虽然使用价值对于价值的存在至关重要,没有使用价值便不会有价值,但使用价值的具体形态对于价值和价值创造却是无关的,重要的只是它有没有使用价值。因为马克思劳动价值论所说的使用价值是一个高度抽象和高度概括的经济学范畴,而不是一个个具体的东西。同时,马克思认为使用价值只是商品的自然属性,对这种自然属性的分析,并不属于政治经济学的范畴,所以,他在分析商品的时候,对于使用价值只是就它们使商品有用,才加以考察<sup>[1]</sup>。

4. 价值不以劳动的具体形态转移。商品生产者的劳动都具有二重性即具体劳动和抽象劳动。只有在进行具体劳动的同时,劳动者的体力和脑力才得以支出并凝结在商品中构成商品的价值,离开具体劳动,劳动便不可能支出,便不可能创造价值。但是,具体劳动的形态是什么样的,它能够生产什么样的使用价值,对于价值和价值创造却是不重要的<sup>[1]</sup>。因为商品的价值不是由具体劳动创造的,而是由抽象劳动创造的,具体劳动只是使抽象劳动得以进行的载体,不论它以什么样的形态进行都是一样的。

5. 价值具有量的规定性。商品的价值量是由生产这种商品的社会必要劳动时间决定的,它是一个客观存在的实体,而不是人的主观判断或心理感受。因此,商品价值量的大小不是也不可能由其使用价值或者“效用”的大小或重要性来决定,不是也不可能由生产它的具体劳动决定。由于社会必要劳动时间会随着劳动生产率的变化而变化,所以,商品的

价值量也是可变的,这种变化只能由社会必要劳动时间的变化引起<sup>[1]</sup>,而不是也不可能由商品的使用价值或者“效用”的大小或重要性的变化引起,更不是由生产它的具体劳动的重要性的变化引起。

6. 价值是商品生产者追求的直接目的。商品的使用价值从性质上来说,是为社会、为别人生产的,而不是直接供该商品生产者自身消费的,不是他追求的直接目的,如果他以使用价值为目的,他就不是商品生产者了。商品生产者生产商品只是为了取得它的价值,这才是他追求的直接目的<sup>[1]</sup>。只是为了取得价值,他才生产使用价值,因为使用价值是价值的物质承担者,他不生产使用价值便不可能得到价值;也只是在能否获得尽可能多的价值这样的限度内,他才关心商品的使用价值,只要能获得尽可能多的价值,生产什么样的使用价值,生产的使用价值是怎么样对于商品生产者来说都是一样的。

7. 价值是一种社会关系。为了获得商品的价值,商品生产者必须通过市场把商品让渡给别人,只有这样,商品的价值才能实现。价值就是商品中凝结的、用于交换的劳动,它体现的就是商品生产者之间比较和交换劳动的生产关系或社会关系,这就是价值的实质<sup>[1]</sup>。商品的使用价值不但必须是供别人、供社会消费的,而且必须通过买卖形式的交换进入消费领域,只有这样,它的价值才能够实现。如果不发生这种交换关系,劳动产品就只是劳动产品,而没有价值。

8. 价值必须通过市场交换才能实现。价值是一种社会关系,无法通过它自身表现出来,必须通过交换价值来表现<sup>[1]</sup>。每一个商品生产者在交换的过程中,都要进行价值衡量,都要按照利益最大化的要求进行效益核算,对生产商品时耗费的劳动量与换得的劳动量进行比较,以获得最大的利益,从而使生产商品时耗费的劳动能够通过换得的劳动进行补偿。为了在交换中衡量价值量的多少,就需要用一个共同的形式将商品的价值统一表现出来,在以货币为媒介的商品交换中,就是用货币把不同的价值量以价格的形式表现出来。由于交换是在市场上进行的,它就必然受到市场机制和商品经济各种规律的制约和影响,交换过程就并非总是顺利的,就可能会出现实现的价值与创造的价值不一致的现象,对于商品生产者来说就会有赢利、保本、亏损甚至破产的情况发生。

9. 价值是间接社会劳动的表现。价值是抽象劳动创造的,而抽象劳动又是私人劳动和社会劳动的

矛盾的产物。由于社会分工的联系,商品生产者的劳动已经是社会劳动的一部分,但是因为生产资料归不同的所有者占有,生产者的劳动又不能直接表现为社会劳动,而是直接表现为私人劳动(或企业、团体的劳动下同),劳动是社会的同时又是私人的,这是一个矛盾,要解决这一矛盾,商品生产者就必须通过商品的交换,间接地把他的劳动表现为社会劳动的一部分,这就是劳动在商品经济条件下所特有的社会性质,价值表现的就是这种社会性质<sup>[1]</sup>。所以,某种形式的活动是不是创造价值的劳动,只与它表现的社会性质有关,而与它是在什么社会制度下进行的无关,更与它是为哪个阶级服务的无关。

10. 价值是一个历史的范畴,是一种社会关系,是商品经济社会所特有的范畴。也就是说,价值体现的是商品生产者之间的社会关系,它所表现的只是人的劳动在商品经济制度下的一种特有的社会性质<sup>[1]</sup>。这是马克思价值理论的一个重要观点,也是它的一个重要特色。在任何社会,人们进行劳动都要耗费一定的体力和脑力,但并非任何时候这种劳动耗费都形成价值,只有在劳动产品作为商品来交换时,一般人类劳动才转化为价值。

综上所述,马克思劳动价值理论所说的价值,是商品经济中的一个包含丰富内容的特定的概念,并非任何劳动都能创造价值,而只有在商品经济和市场经济条件下生产商品所耗费的劳动才创造价值。即使是在商品经济和市场经济条件下,也不是所有的劳动都能创造价值,离开价值和创造价值的条件去谈论创造价值的劳动,是没有意义的,也不可能得出正确的结论。

## 二、对“什么样的劳动才创造价值”这一问题要进行科学分析

由于价值不以使用价值和劳动的具体形态为转移,所以,分析什么样的劳动才创造价值,不能看它是以什么具体形态进行的劳动,也不能看它是生产什么使用价值的劳动,而必须看它是在什么样的经济条件下进行的劳动。因此,这里对什么样的劳动创造价值的分析不考虑劳动的具体形态,而只是从其总体特征上来分析。从这个角度出发我们可以看到,凡是创造价值的劳动都应该具有以下一些特征:

1. 创造价值的劳动必须是生产商品的劳动。不管这种商品以什么样的形态存在,不管它是有形的物质产品还是无形的劳务、服务或技术产品,也不管它是满足人的物质需要还是精神需要、享受需要或

其他需要的商品。如果一种劳动不生产商品或者只是为别人实现商品,它就不创造价值。

2. 创造价值的劳动生产的商品是私人品而不是公共品。这种商品要有具体的消费者,不管这些消费者是个人还是企业、团体或其他机构,也不管他们是生活消费还是生产消费或其他消费,只有那些消费者必须购买才能消费其劳动产品的劳动才创造价值。如果一种劳动的产品不是私人品而是公共品,没有具体的消费者而是为社会上所有的人提供的,任何人不必经过购买都可以消费或享用,它就不创造价值。

3. 创造价值的劳动生产的商品的价值量要通过价格表示出来。这种价格表现的应该是商品的全部价值量,不仅要包括生产商品时耗费的全部活劳动创造的价值,而且要包括这一过程中耗费的全部物化劳动的价值,如果一种劳动其产品没有表现其全部价值的价格,它就不创造价值。

4. 创造价值的劳动生产的商品要通过等价交换的形式让渡给别人。在市场经济条件下,劳动能否创造价值不仅要看其产品的生产,还要看其产品的实现,也就是说,要看其产品是不是或者能不能在市场上卖出去。只有其产品应该而且能够在市场上卖出去的劳动才创造价值。如果一种劳动的产品不通过等价交换的方式就可以提供给别人使用或享用,它就不创造价值。

5. 创造价值的劳动在生产中耗费的全部劳动(包括活劳动和物化劳动)必须通过其商品的出卖进行补偿。在市场经济条件下,劳动能否创造价值不仅要看其产品的生产和实现,还要看其劳动耗费的补偿方式。只有那些必须通过产品的出卖来补偿其劳动耗费,从而必须在生产和实现其产品的过程中进行效益核算,并且以获得利润为直接目的的劳动才创造价值。如果一种劳动在提供产品或服务时不以赢利为直接目的,不需要进行效益核算,不依靠产品的出卖补偿其劳动耗费,它就不创造价值。

6. 创造价值的劳动要受到市场机制和市场经济规律的调节和制约。在商品经济和市场经济条件下,创造价值的劳动的供给和配置状况,其生产的商品的数量和价值的实现状况以及赢利状况,都会受到价值规律和其他经济规律的影响和制约,必然会随市场机制的调节而不断发生变化。如果一种劳动及其提供的产品不受市场经济规律和市场机制的调节和制约,它就不创造价值。

7. 创造价值的劳动必须具有既是社会劳动的

一部分又不能直接表现为社会劳动,而是直接表现为私人劳动的社会性质。如果一种活动从一开始就直接表现为社会劳动而不是私人劳动,或者只是私人劳动而不是社会劳动的一部分,它就不创造价值。

从上面的分析可以看出,如果从劳动特有的社会性质出发,创造价值的劳动与不创造价值的劳动有着非常明显的区别,甚至同一种具体形态的劳动都会表现为创造价值与不创造价值两种情况。假如只从劳动的具体形态出发,这种区别就很难看出来,这也正是目前理论界对某种劳动是否创造价值争议颇大的原因。

### 三、对目前争议较大的几种活动 究竟是不是创造价值的 劳动的简要分析

目前在理论界就价值创造问题的争议主要集中在是否所有有用的劳动都创造价值、非劳动生产要素是否参与价值的创造、第三产业从业人员是否创造价值、国家机关工作人员的活动是否创造价值以及私营企业主的活动是不是创造价值的劳动等方面,对于前两个问题上文已经给予回答,这里主要根据前面的分析对后几个问题谈一点笔者的看法。

1. 关于第三产业从业人员是否创造价值。从上面的分析可以看到,只要坚持马克思劳动价值理论关于只有在商品经济条件下生产商品所耗费的劳动才创造价值的观点,我们就不难得出这样一种结论:第三产业从业人员的劳动并非都创造价值,只有那些作为生产过程在流通领域继续的劳动(如商业中的包装和加工)直接以商品形式向社会提供产品或服务的劳动(如运输业、邮电业、公共饮食业、咨询服务业等)才创造价值,而那些只是为别人实现商品的、产品和服务不是以商品形式提供给社会的、从事家政服务的劳动者的劳动是不创造价值的。具体来说,在第三产业中,下面这些劳动是不创造价值的:(1)纯粹的商业、仓储业、金融证券业、拍卖业、各种形式的买卖中介机构中的从业人员和中介人(经纪人)的劳动;(2)非商业性质的、不以赢利为目的的卫生、体育、社会福利、公用事业、文化艺术、广播电视事业等部门从业人员的劳动;(3)不以商品形式提供科研成果的科研单位从业人员的劳动;(4)国家机关(包括军、警、法等)、党政机关、社会团体中的工作人员的劳动。

2. 关于科技人员的劳动是否创造价值。对于这个问题也不能一概而论,因为中国目前科技人员的

劳动状况存在很大差别,有在企业中进行的也有在事业单位中进行的,有进行基础理论研究的也有进行应用技术开发的,有进行自然科学(包括管理科学)研究的也有进行社会科学研究的,有职务研究的也有非职务研究的。如果不分情况而笼统地说科技人员的劳动是否创造价值就不可能得出正确的结论。笔者认为,对于这个问题的回答同样不能从科技人员劳动的具体形态出发,而必须从它们劳动的社会性质出发去分析。具体来说,只有在下列情况下,科技人员的劳动才创造价值:(1)在生产部门中进行的、作为整体生产活动一部分的科研活动。这部分劳动的劳动成果虽然不直接以商品形式向社会提供,但它是作为企业整体生产活动的一部分进行的,因而能够创造价值,它创造的价值构成其所在单位创造的商品总价值的一部分。(2)科研成果以智力产品形式(主要有新技术、新工艺、新配方、设计、规划、方案、论证报告、策划、专利等)出卖的科研活动。由于这种活动直接向社会提供智力产品形态的商品,具有创造价值的劳动的特征,因而能够创造价值,它创造的价值构成其出卖的智力商品价值的主要部分。(3)科研成果以新技术产品形式(主要有新产品、新机器设备和工具、新材料、计算机软件等)出卖的科研活动。这种活动将科研活动与成果转化结合在一起,直接向社会提供包含新技术的有形商品,具有创造价值的劳动的特征,因而能够创造价值,这种活动创造的价值构成其出卖的新技术产品价值的一部分。(4)以有偿形式进行的技术咨询、技术服务和技术协作。这种活动以科技人员的智力本身作为商品出卖,具有创造价值的劳动的特征,因而能够创造价值,这种活动创造的价值构成接受其服务者生产的商品价值的一部分。除以上几种情况外,凡是不以商品形式通过市场交换向社会或他人提供科学研究成果的,都不创造价值。

3. 关于国家机关工作人员的活动是否创造价值。从劳动的社会性质出发分析国家机关工作人员的活动,我们就会发现,这种活动同创造价值的社会劳动有着本质的区别,它不是创造价值的劳动,所以,国家机关工作人员的活动不创造价值。因为:这种活动从一开始就是作为直接的社会劳动存在的;它所提供的是面向全社会服务的、不必通过市场交换实现的、消费者不必通过等价有偿的方式就可以享用的公共品;这种活动的直接目的是整个社会的共同利益,而不以价值、不以赢利为直接目的;这种活动所需要的经费主要依靠国家财政提供,不需要

通过出卖产品进行补偿,也不必进行效益核算;这种活动不受市场机制和经济规律的调节与制约,而是由国家根据社会总体利益的需要进行调整。所以,这种活动从一开始就不具有商品生产所特有的劳动的社会性质,因而从来都不是创造价值的劳动,不仅在资本主义社会如此,在社会主义社会也同样如此。

4. 关于私营企业主的活动是否创造价值。改革开放以来,随着社会主义生产关系的调整和改革,中国的社会阶层构成发生了新的变化,私营企业主作为一个新的社会阶层的存在已经成为中国社会的现实,他们在党的路线方针政策指导下,通过诚实劳动和工作,通过守法经营,为发展社会主义社会的生产力和其他事业作出了贡献,也是有中国特色社会主义事业的建设者。他们中的相当一部分人本来就是工厂、农村、机关、学校、科研单位中的劳动者,因为响应了党和政府的号召才创办私营企业,因为为社会主义建设事业作出了贡献才成为拥有较多财产的私营企业主,而且他们中的绝大多数人都把财产继续用于为社会主义建设事业作贡献。所以,我们绝不能在政治上歧视他们。但从经济上看,他们又确实是主要依靠他们所有的资本,通过剥削被他们雇佣的劳动者创造的剩余价值获得利润的。虽然必须承认他们在经营管理过程中确实也付出了一定的“劳动”,甚至还投入了技术或者参与了技术的研发和产品的生产,但他们的这些“劳动”与创造价值的劳动者的劳动是有本质区别的,对于他们的这些“劳动”是否创造价值也应该作具体的分析:(1)他们的经营管理“劳动”是为了获得利润而必须付出的“剥削劳动”,他们不付出这种“劳动”便不可能获得利润,他们付出这种“劳动”的直接目的是为了获得利润而不是为了向社会提供商品,所以,这一部分“劳动”并不创造价值;(2)他们参与技术研发和产品生产的劳动,同其他劳动者的劳动一样创造价值,但这种劳动与他进行经营管理付出的劳动在性质上是一样的,其直接目的是通过这种劳动增进自己的“事业”,以获取更多的利润;(3)他们所付出的创造价值的劳动与他们所雇佣的劳动者付出的劳动相比,与他们所获得的利润相比是微不足道的,完全可以忽略不计

的,与他们的“剥削劳动”相比也只是次要的。因此,从主要方面和总体上来看,私营企业主的活动不是创造价值的劳动。

#### 四、需要从认识上进一步明确 的几个问题

1. 认定某些活动不是创造价值的劳动并不否定这些活动的必要性和重要性,也不否定这些活动是社会总劳动的组成部分,更不否定从事这些活动的人员是社会主义劳动者和建设者。我们可以说不是劳动的活动不可能创造价值,但不能反过来说不创造价值的活动就不是劳动,因为不是所有的劳动都创造价值。我们更不能说某种劳动不创造价值它就不重要,因为一种劳动是否重要,它对社会是否有益以及益处的大小,与它是否创造价值是没有必然联系的。

2. 认定某些活动不是创造价值的劳动具有重要的实践意义。从社会发展的角度来看,不创造价值的劳动虽然重要,但也不能多多益善,而必须要有一个合理的限度。只有创造价值的劳动才是越多越好。如果不对不创造价值的劳动作出明确的界定和必要的限制,将不利于经济的发展和社会的进步。

3. 认定某些人员的活动不是创造价值的劳动并不否定他们可以获得合理合法的收入。他们的活动虽然不创造价值,但也是对社会有益的,是社会需要的,他们理应根据为社会所做贡献的形式和大小获得相应的收入。问题的关键是不能把价值的创造与价值的分配这两个不同的问题混为一谈,更不能固守只有创造价值的人的收入才是合理的收入,不创造价值的人的收入都是剥削收入,都是不合理的收入的错误观念。即使对于私营企业主的剥削收入我们也必须承认其在社会主义初级阶段存在的必要性和合理性,而不简单地否定它,更不必为了论证这种收入的合理性而否定其剥削性。

参考文献:

- [1] 马克思.资本论(第一卷)[M].北京:人民出版社,1975.