

# 马克思的劳动价值理论与现代服务价值理论述评

庄惠明<sup>1,2</sup>, 孔令强<sup>1</sup>

(1. 厦门大学 经济学院, 福建 厦门 361005; 2. 福州大学 管理学院, 福建 福州 350002)

**【摘要】** 文章在对服务劳动是否创造价值的相关观点进行综述的基础上, 分析了马克思的劳动价值论在服务领域的新发展, 即现代服务价值理论, 并就价值理论在国际服务贸易中的拓展进行肤浅的探讨。

**【关键词】** 劳动价值论; 服务价值论; 国际价值论

**【中图分类号】** F091.91 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1004-2768(2007)19-0004-02

由于经济与社会发展方面的历史成因、服务与商品的感性差异、人们对服务的歧视等等, 导致了商品与服务在经济学理论思维中彼此分裂的“两分法”。随着世界各国的经济和产业结构的演变和发展, 服务作为国民经济的价值流量, 将越来越成为经济理论分析的基本对象。实践对理论的呼唤, 要求改变经济学上重商品轻服务的理论分析格局。

在理论思维中破除“两分法”的实质是在价值概念上视服务与商品等同, 因此, 破除“两分法”的首要问题就是服务劳动是否创造价值。就此问题, 国内相关学者作了诸多探讨, 其主要观点归纳如下。

## 一、服务劳动是否创造价值问题的观点综述

### (一) 服务劳动创造价值

第一种观点为社会劳动创造价值论。这种观点全面肯定服务劳动是生产性劳动, 并把它纳入“社会劳动”的范畴, 认为它是创造价值的。“这里的‘社会劳动’是指社会从事物质生产和非物质生产的各种劳动, 即在国家政策范围内从事的有益于社会的各种实践活动, 或者说, 是社会需要劳动的简称”。

第二种观点为生产性劳动创造价值论。针对“社会劳动创造价值论”的观点, 有学者认为, 并非服务业中所有劳动都能创造价值, 只有那些为物质商品生产和生活服务的具有生产性的服务劳动才创造价值, 而那些非生产性服务劳动不创造价值。

第三种观点为有用劳动创造价值。针对“生产性劳动创造价值论”的观点, 有的人不赞成用生产性劳动和非生产性劳动的区别作为衡量服务业能否创造价值的标准或依据。他们认为, 生产劳动概念和创造价值劳动概念在经济关系上内涵是不同的, 前者体现简单劳动过程和特定社会生产关系, 后者只体现一般商品经济关系, 两者并无必然联系。在商品社会中, “一切创造社会使用价值的有用劳动同时就是创造价值的劳动。这

就是判断商品社会某种劳动是否创造价值的唯一标准”。同样, “判断第三产业中劳动是否创造价值的标准是: 其劳动是否为社会创造使用价值”。

第四种观点为生产非实物使用价值的劳动创造价值论。该观点从非实物劳动成果——服务产品——服务产品使用价值——服务产品价值为主线展开论证, 针对服务业中不生产实物产品的部门就不创造价值的观点提出了反驳。该观点认为, 非实物劳动成果被纳入社会产品范畴, 成为服务产品的根本原因在于它与实物劳动成果一样, 也具有消除相对稀缺、满足人的需要的功能, 因此具有非实物使用价值。既然这种产品具有非实物使用价值, 那么, 只要服务产品是为交换而生产的, 它作为用于交换的劳动产品就是商品, 也就具有使用价值和价值二因素。

第五种观点从生产劳动实践引发理论演变的方法论重新定义生产劳动, 指出生产劳动和劳动价值论从物质生产领域拓展到服务经济领域, 是劳动价值论的深化; 服务劳动是生产性劳动, 是社会财富和价值的源泉, 这是服务价值论的新概念。

### (二) 服务劳动不创造价值

第一种观点对“服务劳动创造价值”提出了针锋相对的观点, 认为只有那些既能为社会生产物质财富, 又能为社会生产剩余价值或净产值的劳动才是生产劳动, 否则就是非生产劳动。依据这一规定, 该观点认为服务劳动不是生产劳动。

第二种观点为“国民收入再分配说”, 该观点认为, 服务领域里服务劳动者和资本家的收入(v+m)并不是服务劳动者创造的, 而是通过“国民收入的再分配”由物质生产领域转移过来的。在物质生产领域的工人和资本家用其收入支付服务费时就是如此。

第三种论点为“服务生产价格说”, 认为服务性劳动不形

**【收稿日期】** 2006-02-28

钱伯海:《论社会劳动创造价值》, 人大复印报刊资料, 理论经济学, 1994年第2期。

张维达、吴宇辉:《马克思劳动价值论的科学性与现实性》, 高校理论战线, 1995年第9期。

魏民:《论创造价值劳动的一般规定性与第三产业劳动创造价值问题》, 人大复印报刊资料, 社会主义经济理论与实践, 1997年第8期。

李江帆:《马克思关于非实物使用价值充当价值承担者的思想探讨》, 人大复印报刊资料, 理论经济学, 1997年第1期。

王述英:《服务劳动也是生产劳动》, 经济学家, 2002年第1期。

屈炳祥、魏彩霞:《服务劳动也是生产劳动吗》, 经济学家, 2002年第3期。

张幼华:《非物质生产部门也创造国民收入吗?》, 辽宁大学学报, 1982年第5期。

刘诗白:《论马克思关于生产劳动和非生产劳动的理论》, 社会科学战线, 1982年第3期。

**【作者简介】** 庄惠明(1979-), 男, 福建泉州人, 厦门大学经济学院国际经济与贸易系博士研究生, 福州大学管理学院教师, 研究方向: 国际贸易理论与政策; 孔令强(1965-), 男, 浙江杭州人, 厦门大学经济学院国际经济与贸易系博士研究生, 研究方向: 国际服务贸易。

成价值,它所以能带来利润与增殖资本是因为资本主义经济中的竞争与利润平均化的市场机制的作用,使物质生产部门创造的价值以类似生产价格形成的方式,转化为服务生产价格,不仅补偿服务成本,而且无偿地给服务领域的资本家带来了一份物质生产领域的劳动创造的剩余价值。

第四种论点是“价值转移说”,认为服务有价值,但它不是由服务劳动创造的,而是由物质生产部门转移来的。

第五种观点以生产劳动的一般含义为标准,认为纯粹的服务劳动是非生产劳动,不创造价值。该观点认为,马克思论述的生产劳动有两种含义:生产劳动一般含义即撇开特定社会性质,能够创造出可供消费的物质财富,或者能够使物质财富的创造过程得以完成的劳动过程。以此为标准,纯粹的服务不是生产劳动,不创造价值。生产劳动的特殊含义是反映特定生产关系的劳动,以此为标准,纯粹的服务是生产劳动,创造价值。但这个价值,已经不是马克思劳动价值论原来意义上的价值了。

### (三) 简要评述

上文介绍了经济学者为消除“两分法”和把服务纳入传统价值理论框架所作的努力,出现了百家争鸣的局面,至今观点仍不统一。很大一部分学者认为,要发展劳动价值论首先要在价值和劳动的基本概念上发展,从而引申出了众多看法,如价值是物品的有用性,即物品的效用,也就是物的使用价值;凡是有用劳动都创造价值;创造价值的抽象劳动不科学、不完善,必须加以修改和发展……这些看法,实质上是用西方经济学的理论来代替马克思的劳动价值论,借发展之名,行否定之实。

实践需要说明的劳动创造价值的外延扩大仅仅就事论事是不够的,事实证明这种努力未能完全解释劳动价值论在服务领域面临的所有问题。劳动价值论在服务领域的发展,还需要创建新的本质性的范畴从理论体系上给予系统的深刻说明,必须在运用原有理论的基础上,创建新的理论范畴和新的理论体系,给整个理论带来新的变化,用以说明一系列新的实际问题。国内有关学者在这方面做了一些有益的尝试,提出了“现代科学劳动”这一概念,并分析了其在商品和服务领域的具体表现形式。

## 二、现代服务价值理论述评

### (一) 服务价值理论的基本内容

服务价值是由服务劳动的凝结性、社会性和抽象等同性决定的,它的质的规定性就是凝结在服务产品的非实物使用价值上的、得到社会表现的抽象劳动,其本质是一种特殊的社会生产关系。如同生产商品的劳动具有二重性一样,生产服务的劳动也具有二重性。一方面,作为人的生理意义上的劳动耗费,它是抽象的无差别的人类劳动;另一方面,它是具备不同生产目的、使用不同劳动资料、操作方式,为不同的消费对象提供服务的具体劳动。

1. 服务产品的使用价值。服务产品的使用价值具有实物使用价值的一般共性和其自身的特殊性。(1) 服务产品的使用价值具有消费潜代性、消费互补性和消费引致性,其根本原因在于非实物使用价值具有一切使用价值所具有的共性——可消费性。(2) 服务产品的使用价值具有生产、交换、消费同时性和

非贮存性。服务产品的使用价值与实物产品的使用价值不同,服务产品的使用价值具有非实物特性。(3) 服务产品的使用价值具有非转移性,它不可能从产地转移到销地,这个性质使得服务业的生产与消费存在空间上不一致的矛盾,这个矛盾必须通过生产者和消费者的相对移位来克服。(4) 服务产品使用价值再生产的严格被制约性。

2. 服务产品的价值。服务产品具有价值原因表现在三个方面:(1) 生产服务产品耗费的劳动凝结在非实物使用价值上形成价值实体;(2) 私人劳动和社会劳动的矛盾使生产服务产品的劳动取得社会形式,从而表现为价值;(3) 服务产品与实物产品不能按异质的使用价值量,而只能按其中凝结在同质的抽象劳动量进行交换,从而以价值为尺度决定其交换比例。

3. 服务产品的价值量及价值形成过程。服务产品的价值量决定有两种情况。(1) 重复型服务产品:因服务劳动过程的主客观条件的差别,生产同种服务产品需各不相同的个别劳动时间,故其价值量由生产这种产品所耗费的社会必要劳动时间决定;(2) 创新型服务产品:它的非重复生产性和共享性,使其价值量由最先生产出这种产品所耗费的个别劳动时间和风险系数决定。服务价值创造过程存在着和物质生产领域不一样的特点:服务业的劳动者在其生产过程中,一方面是服务劳动者的具体劳动转移了生产资料的旧价值(C);另一方面,其抽象劳动创造出新价值(V+M)。由此可见,服务业劳动者的劳动是创造价值的源泉。

### (二) 服务价值理论在现代服务产业中的发展

20世纪末期,随着科学技术的发展和知识经济的出现,现代服务业飞速发展,科技劳动、管理劳动、精神劳动在服务劳动中发挥越来越重要的作用,服务价值理论也应在实际中有新的发展。基于现代服务业背景下考虑服务价值理论的发展,关键是“劳动”内涵的升华,从价值的表现上看就是(V)含义的扩大及组成价值量的各部分(C+V+M)构成比例的改变。结合现代服务业劳动者的特点,传统服务价值理论中的(V)应包括“接受现代教育和培训的费用”,其直接结果是使传统意义上的“一般劳动”发展成现代“科学劳动”,并且在服务价值的形成过程中发挥着重要作用,由传统服务业中处于附属地位的“一般劳动”转变为现代服务业中处于主导地位的“科学劳动”。现代科学劳动大大改变了服务产品价值量和量的各部分构成,提供了大量的服务产品价值量和使用价值量,大大增加了社会财富,引起了劳动与价值之间的新变化和新发展。

由于现代服务业中知识要素和科技要素的比重大大增加,为了掌握现代科学技术知识,必须接受高层次教育,支出大量的学习费用和科研费用,因而这部分的价值量会大量增加。更重要的是,科学、知识是长期积累起来的,它本身有价值,在服务价值的实现过程中可以发挥巨大的杠杆作用。虽然它不能直接创造价值,但它本身的价值可以通过科学劳动转移到服务产品中去,即通过科学劳动创造价值。因此,现代服务业中科学劳动既要创造一部分新价值以补偿支出的科学劳动力价值(由于学习费用增加,现代科学劳动力的价值比一般劳动力的价值要大得多);同时还要把所使用的科学、知识中已包含的旧价值在转移生产资料及旧价值的同时,转移到新产品(下转第93页)

刘国光:《关于马克思的生产劳动理论的几个问题》,中国社会科学,1982年第1期。

魏新丽:《纯粹的服务是不是生产劳动——试析马克思生产劳动的两种含义》,北京师范大学学报(人文社会科学版),2002年第6期。

陈征:《发展劳动价值论的关键所在——四论现代科学劳动》,当代经济研究,2002年第11期。

李江帆:《劳动价值论的新发展——服务价值论》,经济学家,1996年第2期。

教育部邓小平理论研究中心:《现代科学劳动是发展劳动价值论的重要范畴和核心理论内容》,高校理论战线,2002年第11期。

因此,汽车产业的自主创新必须以企业研发为重点,加强自主创新体系建设,加强研发机构建设,加大研究开发经费的投入,大力培育和吸引一批高水平的技术人才,加强研究开发与制造、销售等职能之间的界面管理。

2.选准产品和技术的主攻方向。从日韩汽车企业发展经验和我国汽车企业技术和市场创新空间看,在传统汽车方面,以中低级家庭用车为重点,分阶段向产业价值链高端过渡,是我国汽车产业技术创新的方向。在“新一代轿车”方面,在国家支持下,应该抓住机遇,以自主创新为主,加大研究开发力度,增加技术积累和储备,赶上新一代汽车发展潮流。

3.实行自主型组合创新模式。经过多年的发展,我国已经初步形成了比较完善的汽车工业技术体系,从技术研发到产品的市场销售已处于开放状态,具备了一定的国际化特征。因此,产业自主创新必须确立开放式创新的思路,在内部自主研发的前提下和基础上,加强产业内企业间、企业与高校、科研机构间的合作,实施合作创新,通过合作学习积累知识。同时,对于自主研发和国内合作中不能解决的技术问题,应该积极开展与国外

的技术合作或者技术引进活动,在技术引进中,加强消化吸收,实现二次创新。只有坚持自主型组合创新,坚持自主前提下内生创新、合作创新、引进创新之间的有效结合,才能不断地提高产业自主创新能力平台,形成持续的产业自主创新能力。

4.充分发挥政府在促进产业自主创新中的作用。一是组织加强对汽车产业共性、关键性技术的研究开发;二是组织推进汽车相关产业关键技术创新;三是加大政府采购力度;四是实行积极的财税和投融资政策。

#### 【参考文献】

- [1] 邱国栋.中外汽车产业组织的比较研究[J].改革,2005(5):38-42.
- [2] 刘希宋.日本、韩国汽车工业自主创新对我国的启示[J].经济纵横,2006(2):29-31.
- [3] 丁冰.自主创新:赶超世界先进技术水平战略选择[J].福建论坛,2006(7):26-30.
- [4] 蔡声震.韩国汽车技术能力积累与自主创新的启示[J].现代财经,2006(12):75-78.
- [5] 刘刚.后福特研究[M].北京:人民出版社,2004:159-168.

(责任编辑: X 校对: Q)

(上接第5页)中去,因而转移的旧价值的量也将大大增加。另外,由于在现代服务业中,科学劳动能生产出一般劳动所无法生产出的非物质产品;或者能充分利用自然力并融入生产过程,大大提高劳动生产率,生产更多的使用价值,这是高级或超高级复杂劳动,是简单劳动的大量倍加,因而在同一时间内能够创造出相当多的大量的新价值。

### 三、价值理论在国际服务贸易中的拓展

劳动价值论的横向发展形式的本质,是价值概念的外延的扩大,即从国民价值扩大到国际价值;纵向发展形式则是要素外延的扩大,即从劳动单要素扩大为生产过程多要素。

从横向发展形式看,在国际服务贸易中,价值增值机制是国际价值规律的核心,即在世界市场上,流通不创造价值,但价值增值却是在流通过程中形成的;交换是等价的,但交换的结果却产生了增值,其本质是服务的国际价值量与国民价值量是不相等的,国际服务贸易把两个不同的价值系统联接起来,改变了服务的相对位置(价值参考系),使同一服务产品以不同尺度衡量产生差别。

从纵向发展形式看,国际服务贸易中,各国劳动生产率的

差异决定了全部国际经济联系的内容与特点;各国劳动生产率结构的差异,决定了国际服务交换的结构。而决定劳动生产率的并非仅仅是劳动,而是包括劳动在内的一切生产要素:资本、自然资源、生产技术(非劳动者个人技能)以及生产的组织管理等。非劳动要素通过决定劳动生产率而决定社会必要劳动时间,进而决定劳动创造价值的量。服务在国际间的流通,可进一步加强国际分工,国际分工又会一方面提高不同国家在不同服务产品的生产率,减少其国内社会必要劳动时间;一方面增大各国之间不同服务产品生产率的差别,使服务贸易的价值增值增大。这就是国际服务贸易的价值理论分析。

#### 【参考文献】

- [1] 马克思恩格斯全集 第46卷(下)[M].北京:人民出版社.
- [2] 陈宪,程大中.国际服务贸易[M].北京:高等教育出版社,2004.
- [3] 罗余才,刘军.国际服务贸易学[M].北京:中国财政经济出版社,1999.
- [4] 张幼文.价值增值论[M].上海:上海社会科学院出版社,1995.
- [5] 李江帆.服务劳动不创造价值吗?——与否定服务劳动创造价值的流行论点商榷[J].财贸经济,1997(9).

(责任编辑: X 校对: Q)

(上接第54页)作为带动地方经济发展的龙头。沾化县是“中国的冬枣之乡”,冬枣资源量多质高,县域内具有大面积的芦苇生态湿地,为沾化县将食品加工业和生态造纸业作为经济增长极培育提供了资源条件。另一方面,积极引进外来资本,优化企业性质结构。利用沾化县地处环渤海经济圈内的特点,积极接纳发达城市辐射出来的资本和技术,扩大地方行业规模,提升企业层次,在实现规模经济效益的同时促使城市发展动力由资源驱动向资本驱动转变。

### 五、结语

专门化型和中心地型小城市在经济发展、城镇化水平和城市空间形态与结构方面具有不同的特征,隐藏在这些特征背后的是他们各自的发展机制,据此应该采取不同的发展战略。本文仅对两种不同职能类型的小城市进行了研究,其他类型小城市的发展特征和战略尚有待于进一步探讨。

#### 【参考文献】

- [1] 邹德慈.新时期的中国城市发展和城市规划[J].规划师,2005(12):

5-7.

- [2] 董鉴泓.中国国情与城市发展[J].城市规划学刊,2005(1):7-9.
- [3] 新闻报道.仇保兴副部长在全国村镇建设工作会议上的讲话[Z].小城镇建设,2004(8):9-17.
- [4] 隆少秋.大城市边缘区中小城市可持续发展战略探讨——以广州增城市为例[J].地理科学进展,2003,22(5):532-540.
- [5] 梁尚敏,肖准,刘孝诚.我国中小城市经济结构战略性调整的新思路[J].中央财经大学学报,2003(1):53-57.
- [6] 许学强.城市地理学[M].北京:高教出版社,1997:39.
- [7] 武进.中国城市形态:结构、特征及演变机制[M].南京:江苏科学技术出版社,1990:113.
- [8] 易晓峰,苏燕玲.我国城市化研究的再思考——不同城市化水平地区的比较研究[J].城市规划汇刊,2004(1):37-39.
- [9] 马致山,苗建军.整合经营,特色发展——我国中小城市发展战略思考[J].烟台大学学报(哲学社会科学版),2002,15(4):439-444.

(责任编辑: X 校对: G)