

2009年国际商务师考试国际价值规律辅导笔记国际商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/644/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E5_9B_BD_c29_644966.htm id="diua" class="diub"> 把国际商务师站点加入收藏夹 欢迎进入：2009年国际商务师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题国际商务师、百考试题论坛

国际商务师 一、商品国别价值与国际价值 (一)商品国际价值形成的基础 商品的国际价值是指商品在国际市场上的价值量，其价值量是由世界劳动的平均单位决定的。商品的国际价值是在国别价值的基础上形成的。它不仅是作为个别国家的劳动，而且作为世界上一切国家的劳动。当商品交换变成世界性交换的时候，社会劳动便具有普遍的国际性质。使国民劳动具有世界劳动的性质最重要的条件就是以国际分工为联系的世界市场的发展和形成。 (二)国别价值和国际价值质的同一性和量的差别性 商品的国别价值和国际价值作为一般人类劳动的凝结物，在性质上是完全相同的，而在量上则是不同的。国别价值量是由该国生产该商品的社会必要劳动时间所决定的。国际商品价值量是由世界劳动的平均单位决定的。这个平均的劳动单位就是在世界经济的一般条件下生产某种商品时所需要的特殊的社会必要劳动时间。两者在表现形式上是不同的。商品的国别价值是以该国货币表示的。而在世界市场上，商品普遍地展开它们的价值。因此，商品的国际价值形态是直接以世界货币表示的。 二、影响国际价值量变化的各种因素 (一)劳动生产率 国际价值量随着国际社会必要劳动时间的变化而变动。国际社会必要劳动时间是随着世界各国的社会必要劳动时间变化而变动的。各国生产商品的

社会必要劳动时间是随着劳动生产率的改变而改变的。劳动生产率越高，单位时间内生产的商品越多，则生产单位商品所需要的社会必要劳动时间便越少，单位商品的价值量便越小。反之，劳动生产率越低，单位时间内生产的商品越少，则生产单位商品所需要的社会必要劳动时间便越多，单位商品的价值量便越大。

(二)劳动强度 国际价值量还受各国劳动强度的影响。劳动强度是指劳动的紧张程度，也就是指同一时间内劳动力消耗的程度。一般说来，劳动强度越大，商品价值量越高。

(三)贸易参加国的贸易量 国际社会必要劳动时间的形成与参加国际贸易国家的贸易量有密切关系。用一句话来概括，即：国际价值是由产生绝大多数国际贸易贸易量的那部分商品来调节。

(四)劳动者的知识水平和劳动过程、对象的知识含量 单位时间内同等复杂劳动创造的价值量往往是简单劳动创造出的价值量的几倍甚至几十倍，劳动中的知识含量则是复杂劳动的体现。劳动过程需要越多的知识含量，生产出的产品价值量就越高。

三、国际价值是世界市场价格变动的基础和中心

商品的国际价格是指在一定条件下在世界市场上形成的市场价格，它是商品国际价值的货币表现。

(97年名词)商品的国际价值是国际价格变动的基础和中心。

国际生产价格虽然是国际价值的转化形态。商品的国际价值取决于它所消耗的社会必要劳动时间，而国际生产价格则取决于商品的生产成本和各国平均利润之和。商品的国际生产价格是商品价格变动的中心。价值规律要求商品交换依据商品的价值来进行，但这并不是说在每一次商品交换时，国际市场价格都是和国际生产价格相一致的。这是因为，世界市场上，竞争和生产无政府状态规律在起作用，商品的供给

和需求经常是不平衡的，因而使商品国际市场价格经常高于或低于国际生产价格。当商品的供给超过需求时，国际市场价格会低于国际生产价格。反之，当商品的需求超过供给时，前者会高于后者。但是，价格本身的变动，又会反过来影响供给和需求的变化，使它们逐渐趋向于平衡，从而使国际市场价格接近国际生产价格。

四、国际市场价格与供求关系

(一)国际市场的供求关系确定国际市场价格 商品国际市场价格围绕国际生产价格上下波动，而商品国际市场价格又是由国际市场上的供求关系确定的。供需各方面竞争的结果，使得国际市场价格接近国际生产成本。

(二)影响供求关系的主要因素

- 1.垄断。垄断组织为了夺取最大限度的利润，采取各种办法控制世界市场价格。
 - (1)直接的方法 瓜分销售市场，规定国内市场的商品销售额，规定出口份额.减产.降低商品价格，使竞争者破产，然后夺取这些市场并规定这些商品的垄断价格.用夺取原料产地的方法垄断原料市场.开采原料并按垄断价格出售原料，获取国家订货，并按垄断价格出售这些订货.直接调整价格，即规定一定的价格，低于这一价格便不出售商品.跨国公司内部采用划拨价格，公司内部约定出口、采购商品和劳务所规定的价格。
 - (2)间接的方法 限制商品生产额和出口额.限制开采矿产和妨碍新工厂的建立.在市场上收买“过多”商品并出口“剩余”产品。
- 2.经济周期。商品的市场价格和市场利润率，一般地都随着经济周期阶段而变化。在危机期间，价格会下跌。危机过去后，价格又开始上涨。
- 3.各国政府采取的政策措施。
- 4.商品的质量与包装。
- 5.商品销售中的各种因素。这些因素包括：付款条件的难易、运输交货的适时、销售季节的赶前与错后、是否名牌、使用的货币、成

交数量的多少、客户的爱好、地理位置的远近、广告宣传的效果、服务质量等。 6.自然灾害、政治动乱、战争及投机等。 7.知识经济的发展水平。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com