宏大信息周报

(2023年5月第3周)

一、资讯专栏

（一）国家大事

1、5 月 15 日下午，国家主席习近平在人民大会堂同来华进行国事访问的厄立特里亚总统伊萨亚斯举行会谈。

2、5 月 16 日，国务院总理李强同荷兰首相吕特通电话。

3、5 月 17 日，习近平在听取陕西省委和省政府工作汇报时强调：着眼全国大局发挥自身优势明确主攻方向、奋力谱写中国式现代化建设的陕西篇章，途中在山西运城考察。

4、5 月 18 日晚，国家主席习近平和夫人彭丽媛在陕西省西安市大唐芙蓉园为出席中国－中亚峰会的中亚国家元首夫妇举行欢迎仪式和欢迎宴会，并共同观看中国同中亚国家人民文化艺术年暨中国－中亚青年艺术节开幕式演出。

5、5 月 17 日至 18 日，中共中央政治局常委、国务院总理李强在山东调研，强调：做强做优实体经济 着力扩内需稳外需，推动经济运行持续回升向好。

（二）行业动态

A、审计

6、中注协发布上市公司 2022 年年报审计情况快报（第十期）。

截至 2023 年 4 月 30 日，57 家事务所共为 5170 家上市公司出具了财务报表审计报告，其中，5039 家被出具了无保留意见审计报告（其中 55 家被出具带强调事项段的无保留意见，49 家被出具带持续经营事项段的无保留意见），94 家被出具了保留意见审计报告，37 家被出具了无法表示意见审计报告。

截至 2023 年 4 月 30 日，53 家事务所共为 3601 家上市公司出具了内部控制审计报告，其中，3544 家被出具了无保留意见审计报告（其中 75 家被出具带强调事项段的无保留意见），51 家被出具了否定意见审计报告，6 家被出具了无法表示意见审计报告。

7、河南注协印发各专门（专业）委员会组成人员名单（豫会协〔2023〕47 号）。

共 6 个专门（专业）委员会：行业发展与数字化建设委员会、注册管理委员会、教育培训委员会、惩戒委员会、专业技术指导委员会、申诉与维权委员会。

8、河南省注册会计师协会关于做好 2023 年会计师事务所会费收缴工作的通知（豫会协〔2023〕48 号）

登录“中国注册会计师协会网站-公众服务-行业管理信息系统-财务报表子系统-财务报表-会费查询”模块查 2023 年各会计师事务所应缴纳会费数，上缴会费的**截止日期为 2023 年 5 月 31 日**。

9、中注协对《会计师事务所综合评价排名办法》（会协〔2021〕22号）进行修订，自2023年5月16日起施行。

本次《办法》修订，主要基于以下考虑：一是推进落实党中央、国务院决策部署和财政部党组中心工作。二是进一步突出党建引领作用。三是充分发挥奖优评先的激励作用。四是进一步优化指标体系。

《办法》修订的主要内容包括：**一是调整了评价指标构成。**新设附加指标，反映事务所最新发展要求或最新工作部署落实情况。**二是调整指标评价内容与权重。**将“合伙人（股东）党员比率”指标改为“党组织参与事务所决策管理情况”指标，并增加了“‘双向进入、交叉任职’的比率”的评价内容。同时，进一步明确了指标内涵，并相应调整了部分指标的权重。**三是调整了百家排名依据。**依据基础指标得分和附加指标得分的总和计算评分。**四是增加了披露信息内容。**增加“事务所获得省级以上党团组织表彰情况”和“事务所省级以上‘两代表一委员’情况”2项披露信息。

10、2023年度财政部高层次财会人才素质提升工程（中青年人才培养——注册会计师班）笔试和面试拟定于2023年5月27日和28日分别开展，地点为上海国家会计学院。

11、5月15日上午，2023年全国注协监管干部暨检查人员培训班在厦门国家会计学院开班。

本次培训班为期3天，将围绕财务舞弊识别与审计失败防范、会计准则热点难点问题、会计师事务所一体化管理、会计师事务所质量管理体系、注册会计师职业道德、注册会计师行业诚信建设等内容进行授课，并就如何进一步加强行业自律监督、贯彻落实行业“自律监督提升年”主题活动、开展执业质量检查等问题进行讨论。

B、评估

12、浙江评协与天源评估双向挂职锻炼结业交接仪式在天源评估举行。

13、中企华公司成功举办数据资产评估方法研究课题评审会暨数据综合服务商战略联盟签约仪式。

会议由北京中企华资产评估有限责任公司主办，北京联合大学、北京中企华大数据科技有限公司联合举办。

自 2021 年签署校企合作协议以来，中企华评估公司与北京联合大学合作开展了《数据资产的评估方法及其适用性研究》课题项目，以推动形成适配数据要素的价值评估体系。

14、关于 2023 年度资产评估机构首席评估师备案公示工作的通知（豫评协〔2023〕14 号）

资产评估机构应当建立首席评估师制度，指定一名取得资产评估师资格的本机构合伙人或者股东担任首席评估师，**专门负责执业质量控制**。首席评估师作为资产评估机构最高管理层在**业务质量控制体系方面的责任人**，直接对最高管理层负责。资产评估机构最高管理层应当支持并保障首席评估师按照规定行使职权。

15、中评协领导出席在浙江德清举办的“2023 中国品牌价值评价信息发布暨中国品牌建设高峰论坛”。

16、中评协第五届理事会第十二次会议公告(中评协公告〔2023〕10号)

会议通过以下事项：召开第六次会员代表大会；提请第六次会员代表大会审议《中国资产评估协会章程（修订草案）》、《中国资产评估协会会员管理办法（修订草案）》《中国资产评估协会会费管理办法（修订草案）》。

《中国资产评估协会第六次会员代表大会代表产生办法》《中国资产评估协会第六届理事会理事候选人产生办法》；第六次会员代表大会代表名单及第六届理事会理事候选人名单。

17、中评协将于5月29日在北京国家会计学院召开第六次会员代表大会（中评协办〔2023〕24号)

C、财税

18、财政部下达2023年国家文物保护资金预算（财教〔2023〕55号)

19、共青团财政部机关第十三次代表大会在京召开。

20、财政部下达2023年学生资助补助经费预算（财教〔2023〕62号）。

21、根据《中华人民共和国进出口关税条例》和《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）有关规定，以及RCEP对菲律宾生效情况，自2023年6月2日起，对

原产于菲律宾的部分进口货物实施 RCEP 东盟成员国所适用的协定税率；2023 年税率在《中华人民共和国进出口税则（2023）》（税委会公告 2022 年第 12 号文件附件）协定税率栏中列明，其对应的协定中文简称为“东盟 R”。（税委会公告 2023 年第 5 号）

22、5 月 17 日，财政部召开 2023 年部服务代表委员工作领导小组（视频）会暨部机关建议提案交办会，部署今年服务代表委员暨建议提案办理工作。

23、国库司公布 2023 年 1-4 月财政收支情况。

全国一般公共预算收支均呈现增长态势；全国政府性基金预算收支则为下降态势。

（三）其他资讯

24、国家移民管理局发布公告，5 月 15 日起实施全面恢复口岸快捷通关、全面恢复实行内地居民赴港澳团队旅游签注“全国通办”等四项调整优化出入境管理政策措施，进一步保障便利中外出入境人员往来，促进服务对外开放。

25、国务院同意扩大内地居民婚姻登记“跨省通办”试点（国函〔2023〕34 号）。

调整后，在北京、天津、河北、内蒙古、辽宁、上海、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东、河南、湖北、广东、广西、海南、重庆、四川、陕西、宁夏等 21 个省（自治区、直辖市）实施结婚登记和离婚登记“跨省通

办”试点。

在试点地区，双方均非本地户籍的婚姻登记当事人可以凭一方居住证和双方户口簿、身份证，在居住证发放地婚姻登记机关申请办理婚姻登记，或者自行选择在一方常住户口所在地办理婚姻登记。试点期为自批复之日（2023 年 5 月 12 日）起 2 年。

26、国务委员谌贻琴 5 月 14 至 17 日在浙江、上海调研时强调：认真细致做好杭州亚运会、亚残运会筹办备战工作，加快推进体育强国建设。

27、国家金融监督管理总局 5 月 18 日上午在京正式挂牌，中共中央政治局委员、国务院副总理何立峰出席仪式并揭牌。

28、全国 31 个省区市公安机关同步开展集中收网行动，依法严厉打击为电信网络诈骗提供“简易组网 GOIP”通话服务的犯罪团伙。

29、公安部　中政委　国务院妇儿工委　教育部 民政部　水利部等九部门联合印发通知，进一步加强涉险公共区域安全防护工作。

（四）本地资讯

30、5 月 13 日，为期 10 天的信阳两级法院司法警察春季培训班正式结业。

31、5 月 13 日至 14 日，全国公路平安百年品质工程示范创建经验交流暨现场观摩会在我市召开。

32、5 月 14 日，《信阳市加快油茶产业发展三年行动方案》征求意见座谈会在信商之家召开，陈志伟在会上强调：提质效树品牌 强链条善创新 久久为功推动油茶产业高质量发展。

33、5 月 15 日，市长陈志伟主持召开市政府党组（扩大）会议暨市政府第十二次常务会议。

34、5 月 15 日，市委书记蔡松涛到市农科院调研，宣讲党的二十大精神，调研指导农业科技创新工作。

35、5 月 15 日，市委书记蔡松涛前往中心城区调研重点项目和民生实事进展情况。

36、5 月 16 日，市长陈志伟来到市人民群众来访接待中心开展信访接待活动，指出要主动作为破难题

强化、服务促落实。

37、5 月 16 日，市委书记蔡松涛到商城县，深入企业车间、特色街道、乡村振兴示范区等，调研产业发展、乡村振兴、城市建设、防汛备汛等工作。

38、5 月 17 日，信阳市住房公积金管理中心公布优化营商环境投诉举报受理方式（现场、邮寄、电话、电子信箱）。

39、5 月 17 日，市长陈志伟前往中心城区调研督导重点民生实事进展情况，

40、5 月 17 日，市委书记蔡松涛前往浉河区调研茶产业、预制菜工作，强调要树牢系统思维，坚持科学谋划，统筹做好茶菜水三篇文章，着力打造信阳毛尖旅游度假区，助推交旅文创深度融合加速出彩。

41、5 月 15 日至 17 日，苏州市人大常委会党组书记、主任李亚平带领苏州市人大常委会考察团来信阳考察调研并召开座谈会，就进一步推动革命老区振兴发展，深化苏信合作进行深入洽谈交流。

二、学习专栏

资产评估师　考试

1、《资产评估基础》　第二章 资产评估概述

1. 劳动价值论的使用价值和价值、商品的价值规律。

核心考点 03 劳动价值论

一、劳动价值论的主要内容★★★

(一)商品的两因素原理

商品是用来交换的劳动产品。商品包含使用价值和价值两个要素，是使用价值和价值的对立统一体(见表 1-2)。

表 1-2　使用价值、交换价值和价值

种类	含义	表现
使用价值	物品和服务能够满足人们某种需要的属性，即物品和服务的有用性，由自然属性决定	自然属性不同，使用价值不同。 同一种商品可以兼有各种自然属性，具有多种使用价值。 使用价值构成社会财富的物质内容，反映人与自然之间的物质关系
交换价值	商品能够通过买卖同其他商品相交换的属性	表现为一种使用价值同另一种使用价值相交换的量的比例关系。 交换价值是相对的，不同的交换对象有不同的交换价值，也会因时因地而发生变化
价值	凝结在商品中无差别的一般人类劳动	价值通过交换得到体现。没有价值的东西，就没有交换价值。 从本质上看，商品按价值交换，是生产者之间的劳动交换，体现了商品生产者之间的生产关系

(四)价值规律及其作用

1. 价值规律的基本要求

商品的价值量由生产商品的社会必要劳动时间决定，以此为基础进行商品等价交换。

价值规律既是价值量如何决定的规律，也是价值量如何实现的规律。

2. 价值规律的作用形式

价值规律发挥作用的形式是价格围绕价值波动。

(1)现实的市场上出现价格偏离价值的现象。

一方面是因为价格对价值的偏离受到货币价值变化的影响。(货币因一种或多种原因突然升值或贬值)

另一方面是因为价格受市场供求关系变动的影响。(价格决定供求，供求反过来影响价格。)

(2)背离现象不是对价值规律的否定。

上下波动始终以价值为基础。

价格的涨落会相互抵消，均价和价值相等。

价格波动中，供求趋于平衡，使价格接近价值。

3. 价值规律的作用

(1)自发地调节生产资料和劳动力在社会各部门之间的分配。

(2)刺激生产者的积极性。

(3)优胜劣汰。

2. 效用价值论的效用和边际效用递减规律。

(一)效用的概念

效用是指商品或劳务满足人的欲望的能力，或者，是指消费者在消费商品后所感受到的满足程度。

一种商品或劳务对消费者是否有效用取决于两方面：一是消费者是否有消费欲望；二是商品或劳务是否有满足欲望的能力。

效用只有在与人的需要发生关系时才会产生。

(二)边际效用递减规律及其应用

1. 边际效用的含义

边际效用是指在一定时间内消费者增加一个单位商品或者劳务的消费所得到的效用量或满足的增加，也就是每增加一个单位商品或劳务的消费所得到的总效用增量。

2. 边际效用的公式

令效用函数为 $U(X_1, X_2, X_3 \cdots, X_n)$（对应商品 $i=1, 2, \cdots, n$），表示一定商品组合下的消费者效用，那么对应商品 i 的边际效用

$$MU=\frac{\partial U}{\partial X_i}$$

3. 边际效用递减规律

每增加一个单位商品或劳务，消费者心理上会感到增加的满足或效用越来越小。即随着商品和劳务消费量的增加，总效用递减的速度不断增加。

一定时间内，如果其他商品消费数量保持不变，随着消费者对某种商品消费量的增加，消费者从该商品连续增加的每一消费单位中所得到的效用增量（边际效用）是递减的。

4. 消费者均衡与效用最大化问题

消费者均衡研究的是：

（1）如何把既定的收入分配在各种商品的购买中以获得最大的效用。

（2）如何在预算、价格、偏好等条件不变的情况下，实现买到的产品组合效用最大化。

消费者效用最大化的均衡条件：

给定消费者消费预算 ω 的情况下，对价格分别为 P_1 和 P_2 的商品 X_1 和 X_2 的消费组合为：

$$P_1Q_1+P_2Q_2=\omega$$

$$MU_1/P_1=MU_2/P_2=\lambda$$

其中，λ 为每一元货币带来的边际效用。

3. 需求及影响需求的因素。

（一）需求及影响因素

1. 需求的含义

需求在经济学中，是指在一定时期内，在每一价格水平下，消费者愿意并且能够购买（有支付能力的需求，或有效需求）的某种商品的数量。

2. 影响需求的因素

（1）商品的价格：通常，商品价格与需求量呈负相关关系。价格高，则需求量小；价格低，则需求量大。

（2）消费者的收入水平：通常，在其他条件不变的情况下，消费者收入提高，会增加对商品的需求量。但是收入水平增加并不会增加消费者对所有商品的需求。

正常商品：需求量与消费者收入同方向变化的商品。

劣等商品：需求量与消费者收入反方向变化的商品。

(3)与其相关的其他商品(其替代品和互补品)的价格：某种商品价格未变，但与其相关的其他商品价格发生变化，也会导致其需求量发生变化(见表 1-4)。

表 1-4　与其相关的其他商品(其替代品和互补品)的价格对需求的影响

与其相关的其他商品	说明
替代品	替代品的使用价值接近，可以相互替代满足人们的同一需求，比如牛肉与羊肉、可口可乐与百事可乐等
	其价格提高，会引起被替代商品需求量的增加，商品的需求量与其替代品价格呈现同方向变动
互补品	需要共同使用才能完整发挥其使用功能的商品，比如汽车与汽油、牙膏与牙刷等
	某种商品价格提高，会引起与其形成互补关系商品需求量的降低，商品的需求量与其互补品价格呈现反方向变动

(4)消费者的选择偏好：消费者喜好某种商品，会增加对其的需求量；需求量与偏好程度同方向变化。

消费者选择偏好，不仅体现出消费者个人的需要、兴趣和嗜好，也受到其所处的社会环境、文化习俗等因素影响，并非一成不变。

(5)对商品价格变动的预期：预期价格会下降(上升)，会降低(增加)当期购买的欲望，造成需求量减少(增加)。

(6)其他因素：包括人口的数量、结构和年龄，政府的消费政策、社会文化习俗等。

4. 供给及影响供给的因素。

(一)影响供给的因素

(1)商品的自身价格：通常，商品价格与供给量呈正相关关系，价格越高，供给量越大；反之亦然。

(2)生产成本：在其他条件不变时，生产成本降低会增加商品利润，刺激厂商增加商品的供给量；相反，当成本提高减少利润时，厂商会减少商品供给。

(3)生产技术水平：生产技术水平提高通常有利于提高效率或降低成本，从而增加生产者的利润空间，增加商品的供给量。

(4)与其相关的其他商品的价格：某种商品价格未变，但与其相关的其他商品的价格发生变化，也会导致供给量出现变化。

(5)对商品价格变动的预期：生产者预期某种商品价格会上涨，往往会扩大生产，增加供给；反之，预期价格下降，则会缩减生产，减少供给。

(6)生产商数量：一定时期及区域市场内供应某种商品的生产商数量增加，通常会增加该商品的供给量。

(7)其他因素：政府政策等其他因素也会影响商品的供给量。

5. 均衡价格、供求定理。

(一)市场均衡的概念

市场均衡是指影响市场供求的力量达成平衡的状态。只有所有市场都达到均衡，个别市场才能处于均衡。

(二)均衡价格

1. 均衡价格的形成

(1)在市场供求两种力量博弈下形成。

(2)在供求双方竞争中通过市场机制自发形成。

2. 均衡价格(P_0)、均衡点(E)与均衡数量(Q_0)(见图1-5)

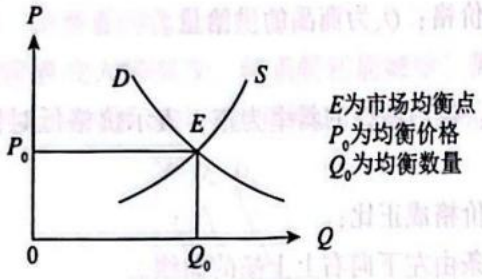

图1-5 均衡价格示意图

3. 市场机制的作用

(1)市场价格高于均衡价格：

供大于求，市场出现商品过剩或超额供给。超额供给导致价格下降，供给方减少供应量，则价格会回落到均衡价格水平。

(2)市场价格低于均衡价格：

供不应求，形成商品短缺。超额需求导致价格上涨，供应方增加供应量，则价格会提升至均衡价格水平。

在市场机制的作用下，非均衡状态(供求不相等)会逐步消失，商品的市场价格会趋近均衡价格水平。

(三)供求定理

1. 需求的变动和均衡价格的变动(供给不变)(见图1-6)

(1)需求量增加，需求曲线向右上方移动，均衡价格上升，均衡数量增加；

(2)需求量减少，需求曲线向左下方移动，均衡价格下降，均衡数量减少。

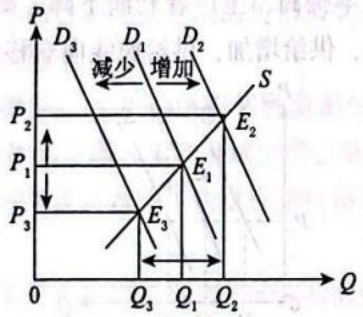

图 1-6　需求的变动和均衡价格的变动

2. 供给的变动和均衡价格的变动(需求不变)(见图 1-7)

(1)供给量增加，供给曲线向右下方移动，均衡价格下降，均衡数量增加；

(2)供给量减少，供给曲线向左上方移动，均衡价格上升，均衡数量减少。

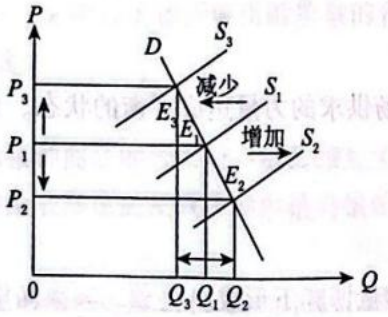

图 1-7　供给的变动和均衡价格的变动

3. 供求定理(其他条件不变，需求和供给同时变动)(见图 1-8)

(1)需求变动——引起均衡价格和均衡数量的同方向变动。

(2)供给变动——引起均衡价格的反方向变动和均衡数量的同方向变动。

(3)需求和供给同时作用下，均衡价格和均衡数量的变动取决于需求和供给各自变动的方向和幅度。

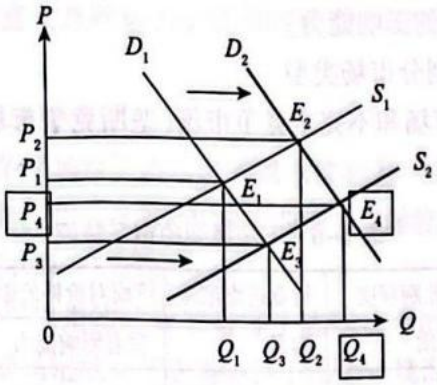

图 1-8　需求和供给的同时变动

6. 市场结构的划分。

一、市场结构的划分★★★

(一)市场的概念(见表 1-5)

表 1-5　市场的概念

项目	内容
概念	(1)狭义：是指买卖双方商品交换的场所； (2)广义：是指各种主体之间交换关系的总和
市场主体之间的关系	买卖双方关系以及由此引发的卖方之间、买方之间的关系
核心	以交易为核心
存在形式	(1)可以是固定、有形的交易场所； (2)也可采用互联网交易平台等虚拟形式

(二)按市场结构特征划分的市场类型

1. 决定市场类型划分的主要因素

(1)厂商的数量；

(2)产品的差别程度；

(3)行业进出难易；

(4)厂商对市场价格的影响能力。

2. 按市场结构特征划分市场类型

可划分为完全竞争市场和不完全竞争市场(垄断竞争市场、寡头垄断市场和完全垄断市场)(见表 1-6)。

表 1-6　不同类型的市场特征

市场类型	厂商数量	产品差别程度	行业进出难易	厂商对价格的影响能力	代表(或近似)行业
完全竞争	很多	完全同质	容易	没有影响能力	农产品
垄断竞争	很多	同种、但有差别	比较容易	影响能力小	轻工业产品、零售业、服务业
寡头垄断	少数	寡头行业有差别；纯粹寡头行业无差别	有明显进入障碍	有一定能力，但要考虑其他对手反应；厂商实力不对等时，领导型寡头厂商有率先定价优势	钢铁、飞机制造、石油
完全垄断	唯一	没有相近的替代产品	极为困难或不可能	可以控制和操纵市场价格(除非受到政府的价格管制)	自然垄断、特许专营行业

【指点迷津】为同一市场提供商品或服务的所有厂商组成相应行业，行业类型与市场类型一致。

7. 有效市场的形态。

(一)有效市场假说的观点

有效市场是价格完全反映了全部所获得信息的证券市场。

有效的市场的影响因素包括：信息有效、投资者理性和市场理性，三个因素统一影响，造就了有效市场。

(三)有效市场的形态(见表 1-12)

表 1-12　有效市场的形态

证券市场包含的三个层级的信息	对应的有效市场的划分	说明
反映了证券历史价格的信息	弱式有效市场	(1)股票的市场价格已充分反映了股票所对应的历史价格信息； (2)历史资料无法影响股票的未来价格，也无法准确预测股票价格； (3)投资者无法利用股票的历史交易信息获得超额收益； (4)技术分析手段不再有效，基本分析还可能对投资者有所帮助。 【链接】技术分析：如利用股票的历史信息进行数据分析。基本分析：如利用行业分析、财务分析等进行分析
已公开的所有信息	半强式有效市场	(1)股票的市场价格已充分反映了全部已公开信息； (2)投资者无法利用已公开信息获得超额收益； (3)技术分析和基本分析不再有效； (4)掌握内幕信息可能获得超额利润
所有的可知信息	强式有效市场	理想状态： (1)股票市场价格已充分反映了已知的全部信息； (2)投资者无法利用任何已知的信息获得超额收益； (3)任何分析手段都无效； (4)垄断、利用内幕信息也无法获取超出投资对象风险水平之上的收益

1. 劳动的二重性原理、商品价值量的确定。

(二)劳动的二重性原理

劳动创造了商品，生产商品的具体劳动和抽象劳动决定了商品的使用价值和价值(见表1-3)。

表1-3 劳动的二重性

劳动二重性	含义	意义
具体劳动 (劳动的具体形态)	具体劳动是在一定的具体形式下进行的劳动。商品不同，劳动在劳动目的、劳动对象、劳动工具、操作方法、劳动成果上也各不相同	商品的使用价值由具体劳动创造。之所以不同商品具有不同的使用价值，除了其构成的物质要素各有其特殊的自然属性外，还因为生产它们的劳动力各有其特殊的具体形态
抽象劳动 (劳动的抽象形态)	同质的、无差别的形成商品价值的劳动是抽象劳动，如果不考虑生产商品劳动的具体形态，则所有劳动都是人们的体力和脑力的支出，这是无差别的一般人类劳动	商品的价值由抽象劳动创造，是价值的实体或价值的唯一源泉，反映着商品生产者之间的经济关系。 商品中所凝结的都是没有质的差别的一般人类劳动，使各种不同使用价值的商品在价值上可以比较，并能按一定比例相互交换

【思路点拨】具体劳动和抽象劳动的关系。

具体劳动和抽象劳动是同一劳动过程从不同角度去观察的两个方面。二者在时间上、空间上都是不可分割的。

(三)商品价值量的决定

1. 商品价值量与劳动时间的关系

商品价值量的多少由劳动时间决定，二者成正比关系。

决定商品价值量的不是个别劳动时间，而是社会必要劳动时间(就是在现有的社会正常的生产条件下，在社会平均的劳动熟练程度和劳动强度下制造某种使用价值所需要的劳动时间)。

确定商品价值量的社会必要劳动时间不是固定不变的，它是随着劳动生产率的变化而变化的。

2. 商品价值量与劳动生产率

(1)劳动生产率。

劳动生产率是指劳动者在一定时间内生产某种使用价值的效率。

劳动生产率的表示方法：

一是单位时间内生产的产品数量(比如10个/小时)；

二是生产单位产品所耗费的劳动时间(2小时/件)。

劳动生产率=产品量/劳动时间

(2)商品价值量与劳动生产率之间的关系：价值量只与劳动时间相关。

①劳动时间相同，生产率高的创造更多使用价值。

②社会必要劳动时间决定价值的经济中，劳动生产率高的个别价值在还原为社会价值时，会还原为更高的价值。

2. 效用价值论中商品价值的来源、价值量的确定、价格形成的基本规律。

(三)效用价值论和商品价值

1. 效用价值论观点

(1)价值是人的主观评价形成的一种心理范畴，不是商品的内在属性。

(2)一切价值只是表明了某种关系，价值应分为主观价值和客观价值。

2. 主观价值

(1)主观价值的含义。

实际上是一种物主对财货的主观心理评价，是一种财货或一类财货对于物主福利所具有的重要性。

(2)主观价值的根源。

一种物品要具有价值，必须满足两种条件：①具有有用性；②具有稀缺性。

3. 客观价值

客观价值指的是一件物品实现某种客观结果的力量或能力。

政治经济学中的定义：客观价值是物品的客观交换价值。

庞巴维克的定义：客观交换价值是指物品在交换中的客观价值，即用它交换其他经济物品的数量。

(四)商品价值量的确定

1. 物品的价值量的决定因素

物品的价值量必须是由决定这一商品的福利的量决定的。

物品的价值量并不决定于：

(1)任何单位物品提供的主观效用；

(2)人对任何单位物品的主观评价。

物品的价值量决定于：

(1)人们对最后一单位物品的主观评价；

(2)最后一单位物品能满足人的最不重要的欲望即边际欲望的大小。

2. 对边际效用的理解

(1)一件物品的价值，是由现有的同样的一些物品所能满足的一切需要中、最不迫切的那一具体需要的重要性来衡量的。最不迫切的需要的重要性就是这个物品的边际效用。

(2)每一单位的物品是同质的，它的用途可以相互交换，如果物品损失了一个单位，放弃的必然是边际欲望的满足，所以损失了其中任何一单位物品，对物主的损失完全是一样的，都等于边际欲望的满足，即边际效用的损失。

(3)决定物品价值大小的不是它的最大效用，也不是它的平均效用，而是它的最小效用(边际效用)。

3. 边际效用的影响因素

边际效用由需求和供给的关系决定：需要越广泛和越强烈，边际效用越高；反之越低。

有用性和稀缺性是决定物品价值的最终因素。

(五)价格形成的基本规律

边际对偶接近于均衡价格论。

(1)同一市场中，在信息对称的假定下，买卖双方对同质商品的竞价形成边际对偶，其主观评价决定均衡价格。

(2)这种边际对偶价格实际上接近于马歇尔的均衡价格论，表明市场中无数的买者和卖者的竞争形成了价格。

3. 需求函数、需求表及需求曲线。

(二)需求函数

需求函数用来表示一种商品的需求数量与其各种影响因素之间的关系。各种影响因素为自变量，需求数量是因变量。

其数学表达式为：$D=f(a, b, c, d, \cdots, n)$

其中：$a, b, c, d, \cdots, n$ 代表影响需求数量的各因素。

(三)需求表及需求曲线

1. 含义

(1)需求表：用来表示某种商品的价格与需求量相互关系的数字序列表。

(2)需求曲线：根据需求表画出的反映商品价格与需求量关系的曲线。

2. 需求函数

假定在一定时期和特定地区下，除价格之外的其他因素相对稳定不变，需求就是消费者对应每一价格水平愿意且能够购买的某种商品数量。

这种需求函数可以表达为：$Q_d=f(P)$

其中：P 为商品的价格；Q_d 为商品的需求量。

3. 需求曲线解读

(1)需求量与市场价格成反比，所以需求曲线斜率是负的。

(2)需求曲线是一条由左上向右下倾斜的曲线。

(3)需求曲线向右下方倾斜，是由于边际效应递减规律的作用。

4. 需求曲线的变化分析

(1)其他因素不变，仅仅是商品价格变动时，商品的需求量会沿着需求曲线发生移动，如图 1-1 所示。

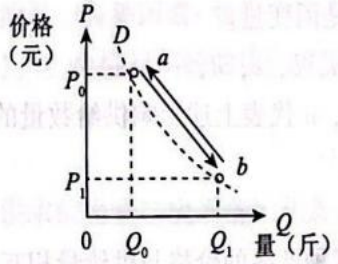

图 1-1　价格变化对需求量的影响

“需求量的变动”：①表现为同一条曲线上点的移动；②表明：价格上涨，需求下降。

(2)当影响需求的其他因素发生变化时，即使商品的价格不变，需求曲线也会随之改变。

如：商品价格不变，消费者的收入发生变化。

变动情况：随着消费者收入的减少，需求量相应减少，需求曲线向左移动；反之，消费者的收入增加时，需求曲线将向右移动。如图 1-2 所示。

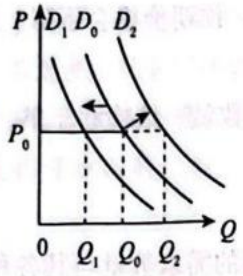

图 1-2　消费者收入变化引起的需求曲线变化

同理，其他影响商品需求量的各种因素(如消费者的选择偏好和对商品价格变动的预期等)，也会引起需求曲线位置发生移动。

4. 供给函数、供给表与供给曲线。

(二)供给函数

供给函数用来表示一种商品的供给数量与其各种影响因素之间的关系。各种影响因素为自变量，供给数量是因变量。

其数学表达式为：$S=f(a, b, c, d, \cdots, n)$

其中：a，b，c，d，$\cdots$，n 代表上述影响供给数量的各因素。

(三)供给表及供给曲线

1. 含义

(1)供给表：用来表示某种商品的价格与供给量相互关系的数字序列表。

(2)供给曲线：根据供给表画出的反映商品价格与供给量关系的曲线。

2. 供给函数

假定在一定时期和特定的地区，除价格之外的其他因素相对稳定不变，供给就是生产者对应每一价格水平愿意且能够提供的某种商品数量。

这种供给函数可以表达为：$Q_S=f(P)$

其中，P 为商品的价格；Q_S 为商品的供给量。

3. 供给曲线解读

(1)体现供给法则：供给曲线的斜率为正，表示价格低时供给量会减少，价格高时供给量会增加；

(2)供给量与市场价格成正比；

(3)供给曲线是一条由左下向右上上扬的曲线。

4. 供给曲线的变化分析

(1)当其他因素不变，仅仅是商品价格变动时，供给量沿供给曲线发生变化，如图 1-3 所示。

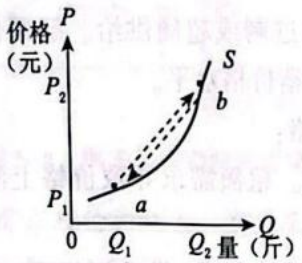

图 1-3　价格变动对供给量的影响

“供给量的变动”：表现为同一条供给曲线上相应点的移动。

(2)当影响供给的其他因素发生变化时，即使商品的价格不变，供给曲线也会随之改变。

如：商品价格不变，生产成本发生变化。

变动情况：随着生产成本提高，生产者利润下降，减少供给量，供给曲线向左移动；反之，生产成本降低，供给增加，供给曲线向右移动。(见图 1-4)

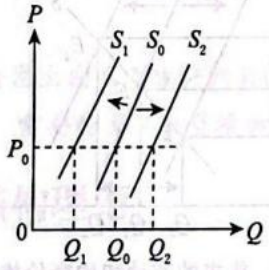

图 1-4　生产成本的变化引起的供给曲线的移动

同理，其他影响商品供给量的各种因素(如生产技术水平、其他相关商品的价格和对商品价格变动的预期等)，也会引起供给曲线位置发生移动。

5. 完全竞争市场、垄断竞争市场、寡头垄断市场、完全垄断市场的特征及条件。

市场类型	条件	特征
完全竞争市场	(1)有大量的买者和卖者，买卖双方均是价格的接受者 (2)每个厂商提供的都是完全同质的商品，商品之间具有完全替代性 (3)各种资源能够自由流动，不存在任何阻碍和干扰 (4)信息畅通、完全	(1)所有参与者不具有市场地位差 (2)不存在生产、消费和价格等差别 (3)行业产品价格由供给和需求决定 (4)单个厂商来说，市场价格既定，该价格水平上，对厂商产品的需求无限

市场类型	条件	特征
垄断竞争市场	(1)行业中存在着大量的厂商，每个厂商都可对市场价格施加一定影响，但影响能力又很小。单个厂商决策不足以引起竞争对手注意，也不用考虑来自其他竞争对手的反应。 (2)生产有差别的同种产品，产品之间既有差别，又可相互替代一一使得垄断争市场始终存在垄断和竞争因素的相互作用。 (3)厂商生产规模较小，不存在进出障碍，不存在限制进入和退出的壁垒。	(1)有许多厂商生产和销售有差别的同种产品 (2)竞争特质高于垄断属性，较接近完全竞争市场，如零售业和服务业 (3)普遍存在于现实生活中
寡头垄断市场	(1)追求规模经济，促使行业生产集中于大规模厂商 (2)行业基本生产资源的供给被少数厂商控制 (3)法律或政策的推动	(1) 有少数厂商 (2) 寡头行业产品有差别;纯粹寡头行业无差别产品 (3) 行业有明显进入障碍 (4) 厂商对价格有一定的影响能力，但要考虑其他对手反应;厂商实力不对等时，领导型寡头厂商有率先定价优
完全垄断市场	(1)只有唯一的供给厂商和众多的需求者 (2)厂商生产和销售的商品没有代品 (3)其他厂商无法进入该行业	(1) 唯一厂商 (2) 没有相近的替代产品 (3) 进入行业极为困难或不可能 (4) 厂商可以控制和操纵市场价格(除非受到政府的价格管制)

6. 有效市场假说的前提条件及检验。

(二)有效市场假说的前提条件

(1)投资者是理性经济人，以追求利益最大化为目标，力图利用所获信息谋取最高的利润。

(2)与投资相关的信息以随机方式进入市场，信息的发布各自独立。

(3)市场对信息的反应迅速而准确，因而股票价格反映了市场的全部信息。

(4)整个市场是完全竞争市场，有大量的投资者参与，大家都是价格的接受者。

(四)有效市场假说的检验

1. 弱式有效市场检验

(1)检验原理：技术分析对股票价格(收益)的预测是否有用，如果有用则说明不支持弱式有效市场假说。

(2)检验方法(见表 1-13)。

表 1-13 检验方法

检验方法	检验项目	结论	大量研究结果
股票价格的时间序列分析	检验不同时间序列价格数据之间的系列相关性或自相关性，判断价格数据是否独立	不同时间序列的数据存在显著相关，说明历史价格可影响现在价格，可运用这种相关模式预测未来价格，证明技术分析有效，弱式有效不成立	从股票价格数据无法检验出具有统计显著相关性的系列相关性，支持了弱式有效市场假说
股票价格变化的随机性分析	检验股票价格变化的随机性	如果股票价格变化不存在随机性，可以利用该非随机特征谋求超额收益	从股票价格变化无法检验出具有统计显著性的非随机特征，说明股票价格变化具有随机性，弱式有效市场假说成立
检验股票交易策略的有效性	检验针对一些股票交易策略(比如“滤嘴法则”)的应用效果	比较利用滤嘴法则投资和长期持有策略所获得的收益，如果前者所获利润高，说明股价的变动相互关联，利用技术分析手段可以获取超额利润，市场不符合弱式有效特点	这类基于技术分析的股票交易策略不能为投资者带来交易成本和交易风险之上的超额收益，支持了弱式有效市场假说

2. 半强式有效市场检验

(1)检验原理：基本分析对股票价格(收益)的预测是否有用，有用则意味着不支持半强式有效市场假说。

(2)检验方法：事件研究法(检验事件发生时，能否引起股价快速反应)。

(3)检验结论：如果能引起股价快速反应，则表明不能利用新的基本面公开信息获得超额利润，基本分析失灵，半强式有效市场假说成立。

3. 强式有效市场检验

(1)检验原理：内幕消息是否有用。

(2)检验方法：对专业投资机构(如共同基金)或可能知悉内幕信息人士的投资行为和绩效进行研究，研究他们是否具有对某类投资信息的垄断权，对投资信息的反应是否快于其他投资者，投资绩效表现是否优于市场平均水平。

(3)检验结论：如肯定了上述现象，则说明他们有能力利用信息优势从股市赚取超额收益，说明强式有效市场假说不成立。

说明：根据大纲，橙色字体为需要掌握的内容；蓝色字体为熟悉的内容。

更多详细内容见资产评估基础 1：

资产评估基础1.pdf

三、娱乐专栏

本周四 5 月 18 日是“国际博物馆日”，今年的主题为“致力于平等的博物馆：多元和包容。”

“国际博物馆日”是由国际博物馆协会（ICOM）发起并创立的。1977 年国际博物馆协会为促进全球博物馆事业的健康发展，吸引全社会公众对博物馆事业的了解、参与和关注，向全世界宣告 1977 年 5 月 18 日为第一个国际博物馆日，并每年为国际博物馆日确定活动主题。

推荐 7 家“线上博物馆”，一起云旅游涨知识（将下列网址复制粘贴到浏览器中）：

01 全景故宫 http://webapp.vizen.cn/gugong_app_pc/index.html

02 故宫名画记 https://minghuaji.dpm.org.cn

03 数字敦煌 https://www.e-dunhuang.com

04 江西省博物馆 http://www.jxmuseum.cn/xnbz/html/xnbz.html

05 南京博物院 http://www.njmuseum.com/zh/exhibitionIndex

06 秦始皇帝陵博物馆 http://39.104.142.130/html/public/zl/500yvr/bc726d2972a949c180c4f85216e6c5ea.html

07 陕西历史博物馆 http://www.sxhm.com/index.php?ac=article&at=list&tid=199