



市場經濟與價格信息應用

黃立武

胡幼青

編著

甄正明

賴智勇

李惠武

知識出版社

MPI

市场经济与价格信息应用

黄立武 胡幼青 甄正明
赖智勇 李惠武 编著

知识出版社

市场经济与价格信息应用

黄立武 胡幼青 甄正明
赖智勇 李惠武 编 著

知识出版社出版 广东省供销学校印刷厂印制

787×1092毫米1/32开6.75印张132千字1988年6月第一版

1988年6月第一次印刷 印数:1~5000册

书号IFBN7-5015-0312-5/F.17

定价: 2.10元

目 录

序 言	(1)
第一章 导论	(3)
第二章 价格信息的兴起	(7)
第一节 中国经济体制改革中兴起的价格信息	(7)
第二节 信息、经济信息与价格信息	(9)
第三节 价格信息在社会主义经济活动中的作用	(15)
第三章 价格变动的分析	(20)
第一节 价格变动的一般规律	(20)
第二节 商品价值与价格	(23)
第三节 市场供求与价格	(28)
第四节 货币与价格	(33)
第五节 政策与价格	(36)
第四章 商品差价与比价	(41)
第一节 商品地区差价	(42)
第二节 商品时间差价	(47)
第三节 商品质量差价	(53)
第四节 商品购销差价	(57)
第五节 差价的意义	(59)
第六节 商品比价	(61)
第五章 价格信息的收集	(64)
第一节 价格信息的构成	(65)
第二节 价格信息的来源	(74)

第三节	价格信息的纵向收集	(79)
第四节	价格信息的横向收集	(84)
第六章	价格信息数据与整理	(91)
第一节	价格信息数据分类	(91)
第二节	价格信息数据整理	(95)
第三节	价格信息数据与整理的作用	(104)
第七章	价格信息预测	(107)
第一节	价格信息预测的产生和必要性	(107)
第二节	价格信息预测的重要作用	(110)
第三节	价格信息预测的种类和内容	(112)
第四节	做好价格信息预测的条件	(118)
第八章	价格信息库	(121)
第一节	价格信息库的意义	(121)
第二节	价格信息的分类	(125)
第三节	价格信息索引编写	(130)
第九章	国际价格信息	(141)
第一节	国际价格信息的意义	(141)
第二节	国际价格信息的特点	(143)
第三节	国际价格信息的采集和分类	(145)
第十章	价格信息的运用	(152)
第一节	价格信息的使用分类	(152)
第二节	定量分析	(158)
第三节	论 证	(163)
第四节	咨 询	(170)
第十一章	价格信息机构	(172)
第一节	价格信息机构及职能	(172)

第二节	价格信息机构的内部结构·····	(180)
第三节	价格信息与企业行为·····	(185)
第十二章	价格信息服务收费·····	(198)
第一节	价格信息商品化问题·····	(198)
第二节	价格信息的估价·····	(201)
第三节	价格信息服务收费方式·····	(204)
编后	·····	(208)

序 言

陈肇斌

在发挥商品经济的市场机制功能中，或者如通常所说的在市场经济的调节机制中，价格信息无疑地是具有关键功能的因素。价格信息流是商品社会中无所不在又无处不显示其作用的。每一个企业、经济团体，每一层次的经济决策者，每一项经济活动，都必须关注价格信息，并在经过不断收集、处理后加以运用，也不能不经常地受到价格信息波的推动或冲击。在流通领域，如何有效占有和运用价格信息，更是决定企业经济活动获取成功和在竞争中制胜的基本保证。

我国经济发展中的一个突出矛盾，是信息化水平低下，不能适应对外开放和发展外向经济的要求。一些领导部门对信息的巨大作用认识不足，信息人员不仅素质差，而且数量显得不够，特别在国际经济贸易关系中，对国际市场的供求和价格信息缺乏灵敏和系统的信息服务，往往受制于人，吃亏上当，由此造成的损失，是难以估量的，也直接影响我国引进工作的质量和经济发展的步伐。由于信息化程度低，信息活动总量和信息服务增长速度的落后状态，直接导致我国市场经济运行机制的迟纯化，地区间、企业间信息不灵，价格信息不能及时传递和实现反馈，而且相应地造成客流交通的负荷过重。据邮电部结算，交通客运量中的68%为出差占用，而其中的47%是可以信息工具代替的。这些都反映出改善和提高信息化水平，在今天具有迫切的意义。

因此，如何在理论上加深人们对价格信息的重大功能的认识，以及如何增强经济工作者特别是信息工作者的处理和运用价格信息的系统知识的素质，应是提高我国信息化水平的重要方面。

《市场经济与价格信息应用》一书，就是适应当前的要求所提供的一本较系统的专著。书中深入探讨了价格信息的有关理论，并较全面地阐明了价格信息的收集、处理、预测等方面的知识，还结合对外开放，论述了国际市场价格信息的特点及运用的有关问题。我相信，这本书对于我国经济工作者，特别是信息工作者将是十分有益的读物。

一九八八年三月于暨南园

第一章 导 论

一

当今社会已进入信息时代，新技术革命和第三次浪潮的推动，使现代信息论已成为国际世界广泛重视的科学。

现代信息学涉及社会、自然各个方面，包括政治、经济、文化、军事各个领域，是一门综合性的大学科。随着人类社会和自然社会的发展，现代信息学也不断朝纵深的细化方向变化，并逐步从庞大的体系中，分支出自然信息、科技信息、经济信息、价格信息以及政治信息等新的门类，成为现代信息学新的研究对象和应用领域。

现代信息学演变和派生的门类是多方面的，其中以经济领域尤为突出，因为经济活动是当今社会发展最快和最核心的问题。我国自党的十一届三中全会以来，把工作重点转移到经济建设的轨道上，确立有计划商品经济的原则，朝国家调节市场、市场引导企业的方向发展，经济问题、市场问题和价格问题日益突出，经济信息的理论和实践得到很大发展，新的门类不断产生，价格信息学就是适应这种迫切需要而产生的。

二

价格信息学，是在马克思主义价格理论的指导下，研究市场价格信息采集、处理、反馈及其应用的科学。

价格信息学的研究对象，首先是价格信息源，即价格信息的来源，从何处采集和收集价格信息。价格是国民经济的

综合反映，涉及工、农、第三产业以及文化艺术等各个方面，关系国内和国际二个市场，与财政、税收、货币金融、劳动工资等经济体制的其它环节也有着密切联系。因此，必须从国民经济各部门的分类，从国内市场和国际市场的范围，从价格管理的角度以及价格本身构成的成本、利润、出厂、批发、零售环节，来认识价格信息的源。

价格信息学的研究对象，其次是价格信息处理，即价格信息的分析，预测、归纳、整理，怎样使价格信息清晰化。采集到的价格信息，往往是零散的或杂乱无章的，因此必须有一个整理、归纳、分析和预测过程，只有这样才能从中掌握价格运动、变化的规律性，得到有价值的东西。

价格信息学的研究对象，另一方面是价格信息反馈，即价格信息的传播，如何把价格信息传送出去。有了经过处理的价格信息，就需要把价格信息反馈出去，传播到使用者手上。价格信息的反馈，涉及传播的媒介、方式、范围、机构等各方面问题。

价格信息学的研究对象，还包括价格信息应用，即使用价格信息，利用价格信息为经济建设和企业决策服务。这是一个关键环节，价格信息只有得到应用，才能使采集、处理、反馈环节变得有意义。价格信息的使用对象很广，包括企业、国民经济管理部门、个体经济以及广大消费者；价格信息的应用方式也很多，有决策性的、管理性的以及参考性的、选择性的等。价格信息的应用是一个需要十分重视的问题。

三、价格信息学的研究方法

任何学科的研究，都要明确研究对象，注意研究方法。

价格信息学是信息学中的一个新的分支，正在形成和发展之中，很多问题还有待深入进行探索，更需要我们重视研究方法，把握研究内容，以期有所创造、有所前进。

价格信息学的研究，首先必须以马克思主义的基本理论和方法为原则。按照这个原则，价格信息学一方面要以马克思主义的经济理论特别是价格理论为指导，正确地分析价格信息的形成、变化和运动；另一方面要以马克思主义的辩证唯物主义和历史唯物主义的方法为指导，辩证地分析和认识价格信息反映的现象和本质，历史、现状和未来。没有马克思主义基本理论和方法的原则指导，我们就会迷失方向，不能从纷繁复杂的现象中，找出规律性的东西，发挥价格信息应有的作用。

其次，必须采用现代化的信息采集处理和传播方法。价格信息受多种因素的影响，具有变化繁、快、大的特点。采集处理和传播价格信息，需要适应这一特点，采取现代的调查采集方法，现代计算技术、电子计算机、电传等手段，提高价格信息的采集、处理、传播的效率。

其三，研究价格信息必须同其他有关经济范畴的研究密切结合起来，力戒就价格论价格。价格信息连接着生产、分配、交换和消费各个方面，贯穿在社会再生产的各个环节。为此，必须从整个国民经济着眼，联系其它有关的经济范畴，进行价格信息静态和动态的研究。

其四，价格信息学既要注意定量分析，也要采取定性分析的方法，把二者有机地结合起来。价格信息从表面上看，一般主要表现为量的形式，或价格的运动和变化，但透过这种量化的形式，其内在受各种因素制约，因此除了量的采集

和处理，我们还要注意内在质的分析，寻找价格信息运动和变化的本质。同时，还有一些理论、政策、方针、管理方面的价格信息，也需要我们着重从质上进行采集、处理、分析和应用。

四

价格信息学，是一门新兴的学科，在各方面都有待于深入研究和探讨。根据价格信息学的对象、方法和基本任务，本书侧重基本的价格信息理论及其应用研究，为社会主义经济中利用价格信息，特别是价格信息在企业经营决策中的应用，提供初步的理论和实践知识。

本书的结构体系是这样安排的：第一章导论和第二章市场价格信息的兴起和意义，这是对价格信息学内容，意义及作用的基本说明，使读者对价格信息有一个初步认识。第三章说明价格信息的收集，使读者了解价格信息的来源。第四章至第十二章，着重介绍价格信息的分析、整理和应用，使读者了解如何分析收集到的价格信息，并应用到实践中去。

第二章 价格信息的兴起

第一节 中国经济体制改革 中兴起的价格信息

价格信息学，在西方资本主义经济中由来已久。而在我国社会主义经济中，则是近年来随着我国经济体制改革而产生的新事物。价格信息与经济体制改革有着密切关系，了解价格信息的产生，必须从经济体制改革入手。

一、中国新旧经济体制的转换

党的十一届三中全会以前，我国基本实行对外封闭，对内高度集中的计划管理的传统体制，这种体制以产品的分配、调拨、统购统销为基础，排斥和限制商品生产和交换的发展，企业没有自主权，缺乏活力，实质上是一种产品经济的模式。再加上贯彻“计划第一，价格第二”的原则，价格既不体现价值，也不反映供求，更不表现国际市场的动态，只是计划的从属工具。因此，在当时的条件下，没有市场价格产生的基础，价格信息也就没有受到重视。

党的十一届三中全会以后，我国开始将工作重点转移到经济建设的轨道上，十二届三中全会通过的《中共中央关于经济体制改革的决定》突破了把计划经济同商品经济对立起来的传统观念，明确提出：社会主义经济是在公有制基础

上的有计划的商品经济，必须自觉依据和运用价值规律，建立合理的价格体系，实行比较灵活的价格管理办法。同时要政企分开，扩大企业自主权，以增强企业活力。党的十三大通过的《沿着有中国特色的社会主义道路前进》的报告，又进一步明确指出：社会主义新的运行机制，总体上来说应当是“国家调节市场，市场引导企业”的机制。这对商品经济市场、价格和企业活力在社会主义经济中的地位，又作了进一步的明确规定。价格的地位得到了确立，企业的活力也得到加强，价格信息的作用也日益引起人们的重视。

二、价格信息的兴起

从传统的经济体制转轨到新的有计划商品经济的体制，承认了商品经济，从理论和实践上确立了价格的地位和作用：

1. 价格是最有效的调节手段。这就是说，价格是国民经济的综合反映，对生产、流通、交换、分配和消费，具有决定性的调节作用。

2. 价格制度的确立是整个经济体制改革成败的关键。这也就是说，新的经济体制的确立，必须以建立相应的价格制度为前提，否则这种体制就无法正常运行。

3. 价格是引导企业活动的机制。根据“国家调节市场，市场引导企业”的原则，随着企业成为自主独立的生产经营者，价格作为市场的“调节器”和“温度计”，将起引导企业生产什么，怎样生产，为谁生产的作用。价格日益成为企业活动的基本调节机制。

价格地位和作用的确立，相应地反映在社会经济活动的

各个方面:

1. 企业需要通过价格的高低, 了解市场的需求, 确定产品的生产和销售。

2. 国家需要通过价格的高低, 了解市场经济的运行状况, 确定宏观管理的措施。

3. 消费者需要通过价格的高低, 了解市场的变化, 确定消费的最佳选择。

4. 对外经济活动需要通过价格的高低, 了解国内市场和国际市场的情况, 确定对外经济贸易活动的对策。

5. 国外投资者、旅游观光者等, 也需要了解和比较国内和国际市场的价格, 确定投资和消费策略。

由于理论和实践各方面的需要和我国有计划商品经济的发展, 价格信息日益受到重视, 价格信息的部门, 各种价格信息的报纸、杂志和刊物, 价格信息的咨询机构也应运而生, 使价格信息学成为我国的一门新兴学科。

第二节 信息、经济信息与价格信息

价格信息是从经济信息中派生的, 经济信息又来源于信息, 因此, 了解价格信息, 必须从对信息和经济信息的理解开始。

一、信 息

信息有多种定义, 但通常是指: 人们在同外部世界的联系中, 通过感觉器官所接受到的有关外部世界及其变化的一切消息。具体来说:

1. 信息是一种消息、信号或情报。信息是从国外引进的概念，英文中“information”代表信息，指的是各种消息、信号或情报。例如，电视、电台、报刊发表的新闻和消息；科学技术新突破的情报等等。

2. 信息反映人与外部世界的关系，是人们对外部世界的一种感受。信息总是通过人们听到、看到、摸到、感受到外部世界而获得的。

外部世界是复杂的，人们对外部世界的感受也是不同的，因而信息也划分为不同的类别。

从大类来分，信息通常包括二大类，一是自然信息，即人们对自然界认识的信息，如生物、地理、机械、自然现象等等；二是社会信息，即人们对人类社会感受的信息，如政治、经济、文化、军事、科技等等。社会信息按照通常的划分，大致包括以下几种：

1. 政治信息。例如传播中央、省、市、自治区党政机关有关政策、方针、规划、法律、指令、部署、措施等信息。

2. 经济信息。例如传播反映经济部门活动状况、动向、特征等信息。

3. 科技信息。例如传播科技发展、战略、动向和趋势的信息。

4. 文化信息。例如传播艺术、体育、琴棋书画、书籍等方面信息。

5. 商情信息。例如传播地区、部门、行业间产、供、销情况交流、调剂余缺、互通有无等方面的信息。

6. 军事信息。例如传播有关战争、战略武器等的信

息。

7. 人才信息。例如传播人才余缺, 促进人才合理流动等。

8. 知识性信息。例如配合经济与科技发展进程, 提供有关物资, 人才以及管理资料、数据、经验、情报。

9. 咨询顾问性信息。例如传播专家、学者等权威人士就当前经济与科技方面存在的普遍问题, 发表评论、咨询和参考意见及建议。

10. 参考性信息。例如传播具有普遍意义的经验、教训和数据。

11. 横向动态信息。例如传播国内各地区、部门、行业横向联系的信息。

12. 国际社会信息。包括传播国际政治、经济、科技、文化、军事、商情、人才等诸方面信息。

二、经济信息

经济信息是信息产业发展到一定阶段的产物, 是从社会信息中派生出来的一个重要部分, 是指反映经济活动实况、特征以及发展趋势的各种消息。

经济信息包括较广泛的范围和领域, 与社会信息的其它方面也有着较密切的联系, 通常可分为直接经济信息和间接经济信息二种类型, 可用下列图式表示: