

# 现代企业定价

——理论与应用

余兴发 印堃华 主编

XIAN DAI QI  
YE DING JIA  
LI LUN YU  
YING YONG

· 复旦大学出版社

# 现代企业定价 ——理论与应用

主编 余兴发 印堃华

复旦大学出版社

**现代企业定价——理论与应用**

余兴发 印盈华主编

复旦大学出版社出版

(上海国权路579号)

新华书店上海发行所发行 复旦大学印刷厂印刷

开本850×1168 1/32 印张12.75 字数314,000

1988年5月第1版

1988年5月第1次印刷

印数1—20,000

ISBN7—309—00060—9/F·14

定价：3.35元

## 序

保证企业具有充分的活力,是我国经济体制改革的中心环节,这也是搞活经济的首要标志。而扩大企业定价权则是保证企业能有充分的活力的重要条件之一。

只要存在商品经济,就必须依据和运用商品经济的基本规律——价值规律,要在经济机制中充分发挥价格机制的调节作用,而企业的定价自由权则是实现价格机制功能并保证企业具有旺盛生机和活力的客观必然要求。

为推进改革,首先在观念上必须实现由产品经济到商品经济的根本转变,要彻底摆脱把计划经济同商品经济对立起来的传统观点,明确认识社会主义有计划商品经济必须自觉依据和运用价值规律。对企业来说,必须能摆脱吃“大锅饭”的传统而真正成为独立的或相对独立的商品生产者和商品经营者。企业如果没有定价权,产品价格由上级机构或国家来确定,容易与市场供需脱节,与企业的经营管理水平脱离,使落后的企业可因产品价高而坐享盈利,先进企业则可能因产品价低而亏损;或者长线产品因价高利大而拼命增产,短线产品因低价亏损而总是短缺;比价不合理,更会使机制混乱,形成逆调节。凡此种种,说明没有企业的自主定价,就谈不到价格机制的正常发挥功能,也不可能有企业的活力。

再一点,为有效地发挥价格机制功能,还必须开展企业间的竞争,让企业在市场上直接接受广大消费者的评判和检验,优胜劣汰。通过竞争,推动企业不断改善经营管理,使产品不断降低费用,节约劳动耗费并敏锐地反映市场需要。竞争的核心内容是价

格的竞争，竞争要求企业的生产和经营以最具竞争力的价格推出质量、花色、品种、时令上符合市场需要的产品。企业的定价自主权与经营自主权是直接联系的，企业必须能够敏锐地根据市场需求变化及价格信息，作出产品的生产和经营的决策，同时又要在竞争中确定产品进入和扩大市场的价格决策和策略，企业只有这样，才能不断前进，并在自己的活动中保持活力。

还有，经济体制改革的必然趋势，也要求抛弃过去那种高度集中的僵化的经济体制模式。在价格的管理体制上，必须改变过去的高度集中的单一的计划价格或以计划价格为主的模式，大大增强价格的灵活性，使价格能准确地提供信息，反映商品价值和市场供求。企业是社会主义经济中从事生产和经营活动的基本单位，因而价格改革也必然要求把价格决策权更多地地下放到企业。不仅是市场调节价由企业自行定价；而且国家指导价，包括一部分国家定价，都应适应改革的要求而逐步转换为企业定价。

实行企业定价，充分发挥价格机制的调节作用，是商品经济发展的必然要求，是保证资源合理分配、利用和推动生产力发展的必经之途。当然做到这一点，需要有一个过程，要为推进这一过程创造各种保证条件，包括提供有关企业定价的各种知识以至进行必要的培训。在推进企业定价和发挥价格机制的功能时，还要注意到，这并不是完全放任自流的，应有适度的（即不损害经济活力的）宏观控制与管理的配合，对自动调节过程中可能产生的动荡加以防止或缓解，以及对企业定价中的某些混乱现象实行适当的控制和加强指导。这种必要的干预、管理、指导、监督，在经济机制的作用过程中使调节的进行可以更正常，更减少摆动，因而也更有助于保证调节作用的有效发挥。

以企业定价为契机的价格机制和适度的宏观控制相结合，对强化我国经济活力和推动我国经济的顺利发展，具有重大的意义。因而，深入地研究企业定价，应是价格理论工作者和经济部门的共

同的具有现实意义的重要课题。

现在摆在我们面前的《现代企业定价——理论与应用》一书就是从价格理论和我国价格的实践入手,根据改革的精神,系统而又比较全面地阐明了企业定价的有关原理,并具体介绍了企业定价的方法、策略、技巧,同时还探讨了企业定价的管理诸问题。这是在研究我国社会主义企业定价方面所提供的一项可喜的成果。这本书不仅是一本价格学新学科的适用的教材,也可以对实际工作者提供许多帮助,因此这本书本身将会为企业定价的推进作出可贵的贡献。

据我了解,这本书的写成,是作者们经过几年来的辛勤研究和实地调查的,书的初稿还经过教学中的反复检验和认真修改,因此这本书也是作者们扎实治学的力作。此书的问世,是值得祝贺的,同时也希望今后在这方面能看到更多的成果。

陈肇斌

一九八六年十一月十四日于暨南大学

(“序言”作者系全国高等院校物价教学研究会顾问,广东省价格学会副会长,暨南大学教授,特区、港澳经济研究所所长)

# 前 言

增强企业活力是经济体制改革的中心环节。要使企业真正成为相对独立的经济实体,成为自主经营、自负盈亏具有自我改造和自我发展的能力的社会主义商品生产者和经营者,成为具有一定权利和义务的法人,除了改革企业经济体制外,还必须改革旧的价格管理体制,使企业有权在国家允许范围内确定自己生产和经营的商品价格。价格是企业获得收入的唯一来源、参与竞争的必要条件和经营决策的基本依据,企业缺乏必要的价格自主权,就难以保持生产经营的多样性、灵活性和进取性,微观经济运行就必然缺乏活力、压力和动力。

自1979年以来,我国价格改革已经取得了一定的成就,原来不合理的价格体系逐年有所调整,过度集中的价格管理体制也发生了很大的变化。为适应有计划商品经济发展的需要,价格形式已从指令性计划价格为主转变为指令性计划价格、指导性计划价格和有控制的自由价格等多种形式并存,以后两种形式为主;价格决策已从国家统一决策为主,转变为国家(中央、地方)和企业(行业、企业)分层决策,以企业决策为主;价格的制定和调整也从考虑政策因素为主,逐步转向既考虑政策因素又考虑价值和供求等客观经济依据,以客观经济依据为主。据统计资料,目前在全国商品流通总额中实行国家定价的比重已降到40%以下,国家指导价约占20%,市场调节价约占40%左右,企业定价正发挥越来越重要的作用。

价格决策重心从国家向企业实行战略性转移,是我国经济体制换轨转型的必然要求。实现这一转移的必要条件之一就是企业

能在自觉坚持四项基本原则的前提下，正确行使国家赋予的定价权。这就要求企业领导和物价人员不仅懂得社会主义价格形成及其运动的一般原理，还应掌握价格策略、定价方法、价格预测和决策技术等多方面的知识，俾使企业定价能建立在科学决策的基础之上。本书以理论联系实际的方法对这方面的内容进行系统的介绍，希望能为广大企业管理人员正确运用价格杠杆提供一点帮助。本书可用作企业干部进修培训或自学教材，也可供大专院校经济管理专业选作教材或参考书。

我们在编书过程中，曾将主要内容在上海财经大学几个系的本科、专修科、价格研究生，以及业务部门的干部培训班中试讲，并在此基础上修改定稿。各章的编写者为：

- |     |                   |     |
|-----|-------------------|-----|
| 第一章 | 余兴发               | 曾 峴 |
| 第二章 | 朱国华               |     |
| 第三章 | 唐 豪               |     |
| 第四章 | 曾 峴               |     |
| 第五章 | 唐 豪               |     |
| 第六章 | 印堃华               |     |
| 第七章 | 印堃华               |     |
| 第八章 | 朱国华               |     |
| 第九章 | 余兴发               |     |
| 第十章 | 上海财经大学(85)物价专修科学员 |     |

余兴发、印堃华任主编。本书定稿、出版过程中，印堃华做了不少工作。

本书承陈肇斌同志作序，黄志民同志审定，并得到了彭辉芳、王公维、胡幼青、冯邦彦、弥鉴等同志的帮助，谨致以衷心感谢。

由于我们水平有限，书中错误和疏漏之处在所难免，恳请读者批评指正，以便进一步修订。

编 者 一九八七年二月



# 目 录

序	1
前言	1
<b>第一章 价格的形成和职能</b>	<b>1</b>
第一节 价格的产生和发展	1
第二节 社会主义制度下价格形成的因素	8
第三节 价格的职能和作用	26
第四节 价格形式和企业定价	34
<b>第二章 价格要素及其组成</b>	<b>43</b>
第一节 价格构成	43
第二节 生产企业成本	45
第三节 生产企业的利润和税金	69
第四节 商业企业成本	76
第五节 商业企业的利润和税金	86
第六节 企业商品理论销售价格	88
<b>第三章 价格相关性</b>	<b>93</b>
第一节 价格相关性	93
第二节 商品比价	102
第三节 商品差价	112
<b>第四章 企业定价条件</b>	<b>125</b>
第一节 企业定价条件的含义和作用	125
第二节 企业外部定价条件	128
第三节 企业内部定价条件	143
<b>第五章 价格决策模式</b>	<b>149</b>
第一节 价格决策的概念和表现形式	149

第二节	价格决策的内容 .....	152
第三节	价格决策的结构 .....	171
第四节	价格决策组织体系 .....	175
第五节	价格决策者 .....	177
<b>第六章</b>	<b>企业定价策略</b> .....	<b>182</b>
第一节	平利销售策略 .....	183
第二节	薄利多销策略 .....	185
第三节	高价厚利策略 .....	195
第四节	阶段价格策略 .....	200
第五节	差别价格策略 .....	210
第六节	地理价格策略 .....	215
第七节	多种产品综合定价策略 .....	218
第八节	心理性定价策略和技巧 .....	223
<b>第七章</b>	<b>定价方法</b> .....	<b>227</b>
第一节	成本导向定价法 .....	227
第二节	需求导向定价法 .....	247
第三节	应付或避免竞争的定价方法 .....	261
<b>第八章</b>	<b>价格预测</b> .....	<b>280</b>
第一节	企业价格预测的意义和原则 .....	280
第二节	价格预测的种类和内容 .....	284
第三节	经济信息是价格预测的基础 .....	288
第四节	价格预测的步骤 .....	296
第五节	价格预测的方法 .....	298
<b>第九章</b>	<b>企业价格管理</b> .....	<b>320</b>
第一节	企业价格管理的任务 .....	320
第二节	企业定价和调价的管理 .....	327
第三节	价格的监督检查与违纪处理 .....	339
第四节	物价工作者的职责和价格管理的现代化 .....	344
<b>第十章</b>	<b>定价方法和定价策略实例</b> .....	<b>349</b>
第一节	定价方法实例 .....	349

第二节	定价策略实例 .....	374
第三节	价格类型 .....	385

# 第一章 价格的形成和职能

价格是商品价值的货币表现,是商品同货币交换比例的指数,在现代多层次立体交错的市场经济网络中,几乎每一项社会经济活动都与价格有着直接或间接的联系:社会再生产的各个环节通过价格才能相互衔接循环不息;国民经济中的各种比例关系通过价格才能得以反映和调控;地区之间、企业之间的经济关系有赖价格加以维系、沟通;微观和宏观的经济效益运用价格才能衡量、评价;人民群众的消费借助于一定的价格得以选择、实现。价格形成及其运动是商品经济中最为复杂的现象之一,无论何种社会制度,只要存在商品、货币关系,都必须重视对价格理论与应用的研究,掌握价格形成及其运动的规律性,通过价格机制推动社会经济的发展。

## 第一节 价格的产生和发展

### 一、价格的产生

价格是商品经济发展的产物。价格是商品价值的货币表现,价格和货币是孪生子。追溯商品生产和商品交换的早期历史,货币最早出现于原始社会瓦解和奴隶社会形成的交错时期。在此之前,不同原始部落之间进行的农产品与牧产品直接的双边交换已经存在,不过由于当时社会生产力低下,生产是为了供自己消费,剩余产品极少,偶而有余才拿出来去交换,故而交换规模很小,并带

有极大的偶然性，从而决定了这种交换并不需要以货币为媒介用价格来计量，只是采用了以物易物直接交换的简单形式。随着社会生产力的发展，在两次社会大分工的基础上，在生产资料与劳动产品归属于不同生产者的历史条件下，以交换为动机的商品生产便应运而生了。商品生产的发展促使交换的规模日益扩大，交换更经常化和多元化，客观上需要某种能为交换各方都接受的商品作为一般等价物来充当多元化的间接的商品交换的媒介，以消除原先那种偶然的直接的物物交换形式对交换在时间、空间、规模和对象上的种种限制，以适应和推动商品生产的发展。当价值形式随同交换形式由低级向高级不断演化，使等价物的职能在较大范围和较长时期内由某一种商品固定地承担时，作为不同商品交换媒介的货币便产生了<sup>①</sup>。货币与价格是同时出现的，货币是充当一般等价物的特殊商品，价格就是商品所能换得的一定数量的货币名称。例如一头羊若能换得一两白银，则这头羊的价格便是一两（银）。货币和价格的产生对于商品经济的发展具有划时代的意义，它标志着商品交换由以物易物的低级形式向以货币为媒介的更高级的交换形式的飞跃，由简单的价值形式向成熟的价值形式的飞跃，为商品交换的发展提供了广阔的空间，从而有力地推动了商品生产的发展。从此，不同生产者之间所存在的表面化的物物交换的简单经济关系便转化为以货币计量的成本、利润、价格等更为复杂和高级的经济关系，价格以其特有的职能联结和沟通生产、交换、分配、消费等各个环节，制约和影响着社会再生产的全过程。

## 二、价格的本质

一种商品为什么只能换得某种数量的货币而不是更多或更少

---

<sup>①</sup> 据考古资料，我国古代最早的货币是一种特殊的海贝壳，称之为“贝币”，以后才逐渐演变为金属货币和贵重金属货币。

些？价格的本质是什么？它的运动由何种规律支配？要回答这些问题必须先从马克思主义的基本经济理论说起。

商品是用来交换的劳动产品，它具有两重属性：使用价值和价值。使用价值是商品所具有的能满足人们某种需要的自然属性，人们相互交换商品的目的就在于获得自己所需要的使用价值；价值是凝结在该商品中的一定量的无差别的人类一般劳动，人们相互交换商品实质上就是相互交换劳动。使用价值是价值的物质承担者，价值则是不同使用价值交换比例的依据。货币之所以能够充当商品交换的媒介就在于它自身也是商品，同样具有使用价值和价值。价格只是交换品的价值同充当一般等价物的特殊商品——货币的价值之比例，是以货币为价值尺度来表现商品内含的价值。因此，就其本质来说，价格是商品价值的货币表现。

价值规律是商品经济的基本规律，它的客观要求是：商品价值决定于生产该商品的社会必要劳动时间；商品要按照价值量相等的原则进行交换。

价值规律所要求的社会必要劳动时间具有两层含义：其一、价值不取决于某个个别生产者生产某种商品所需要的劳动时间，而决定于在现有的社会正常生产条件下，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必要的劳动时间，简称之为单位产品必要劳动时间，这是价值规律的一般表现；其二，价值不取决于既有生产物总量上实际耗费的劳动时间，而决定于为满足社会对该产品总量的需要，在社会总劳动中按比例应当使用的劳动时间，简称之为部门产品必要劳动时间，这是价值规律的进一步发展的表现。所谓社会必要劳动时间是这两层含义的辩证统一，即“不论从个别产品对同类其他产品的关系上说，还是从它对社会总的需求方面来说都是必要的劳动”<sup>①</sup>。

---

① 《马克思恩格斯全集》第21卷，第216页。

价值规律决定和支配着价格形成及其运动的一般趋势，“不同商品的价格，不管最初用什么方式来互相确定或调节，它们的变动总是受价值规律的支配”<sup>①</sup>。因此，价格形成应以价值为基础，价格运动应以商品价值和货币价值的相对运动为依据和轴心，价格应尽可能如实反映价值的变化趋势而不使之长期处于扭曲状态，不然商品交换就难以遵循等价交换的原则。

个别商品的价格运动主要受价值变化的制约，但价格总水平的运动则与货币形态的发展变化有很大关系。历史上货币曾经采取过贵金属形态，以后才慢慢过渡到现在的纸币形态。以纸币代替贵金属货币流通适应了商品经济迅猛发展的需要，它解决了流通规模不断扩大，货币必要量剧增与贵金属资源稀缺，铸币制造费用昂贵，产量有限和使用不便等矛盾，但也带来了币值不稳定的副作用。在贵金属货币流通时期，货币作为固定充当一般等价物的特殊商品同样具有使用价值和价值。它的使用价值是充当价值尺度、流通手段、支付手段、贮藏手段和世界货币；它的价值则决定于生产它所耗费的社会必要劳动时间。由于贵金属资源稀缺和制造费用昂贵，使货币的发行量受到自然规律的严格约束，不可能人为地任意增加发行量。同时，由于它有贮藏手段的职能，当货币流通量超过流通中的必要量时，一部分多余的货币便会退出流通而被贮存起来，直到以后需要时再投入流通。所以，在贵金属货币流通时期币值和商品价格都比较稳定，一般不会发生由于滥发货币而引起的大规模的通货膨胀<sup>②</sup>。

在纸币取代贵金属货币以后，情况就不同了。纸币本身不是商品，也没有价值，它只是国家发行并强制使用的价值符号，无论

① 《资本论》第3卷，第198页。

② 作为例外，十六世纪上半叶，由于美洲金银矿藏的大量开采，使贵金属价值下降。这些贬值后的金银大量流入欧洲，曾引起欧洲商品价格的陡涨（历史上称为“价格革命”）。但从长期的、总体的趋势来看，尤其是相对于纸币流通时期来看，贵金属货币流通时期的价格运动，仍具有相对稳定的特点。

它的发行量是多少都只能代表流通所需要的贵金属货币量来行使流通手段的职能。当纸币发行量少于流通中的必要量时，就会出现通货不足、货币升值、价格下跌现象；当纸币发行量大大超过流通中的必要量时，就会出现通货膨胀、货币贬值、价格上涨的现象。由于纸币的生产和发行完全不受任何自然规律的约束，因而在纸币流通条件下必然存在着币值和价格大幅度波动的可能性。

### 三、价格的发展

货币产生以后，交换开始依据商品与货币交换的指数——价格来进行。如同事物在不同发展阶段采取不同形态一样，价格在商品经济发展的不同阶段，也采取了不同的形态。价格之所以会在其发展过程中采取不同形态，归根到底，是由生产力水平、商品货币关系不同发展阶段的客观要求所决定的。它反映了一定时期商品经济的特定内容。从历史的时间顺序看，价格的发展经历了以下几个阶段。

#### (一)简单商品生产时期的价格

简单商品生产时期是商品经济发展的低级阶段。在这个时期，随着生产力的初步发展，货币和以交换为目的的商品生产已经出现。由于社会生产力低下，商品生产的种类、数量都较少，交换和市场的规模与范围都很狭小，社会分工协作的程度很低而且粗糙，竞争温和地发生于买者或卖者内部以及买卖双方之间。这就使商品的交换主要依据单位产品平均必要劳动时间进行。因此，价格就围绕着由单位产品平均必要劳动时间决定的社会价值而上下波动，市场供求关系和竞争状况的变化则决定着市场价格背离价值的方向和幅度，以此调节着商品的生产和交换。

#### (二)自由资本主义时期的价格

在自由资本主义时期，商品生产和商品交换有了极大的发



展。社会分工的深化使社会生产形成了各种专业化的部门和行业，竞争不仅在各部门内部充分展开，并且在部门之间日趋激烈。在剩余价值规律和竞争规律的作用下，资本和劳动力随着利润率的高低而在各部门之间自由流动，使有着不同的有机构成的各部门之间的利润水平逐渐趋向平均化，最终形成了平均利润。平均利润是剩余价值按社会总资本进行分配的结果，它的形成使价格形成基础发生了质和量的重要变化，由社会平均成本和平均利润构成的生产价格便取代价值成为市场价格波动的轴心。

价格形成基础从价值转化为生产价格的形态，反映了商品经济发展的特定内容，也是资本主义基本矛盾发展的结果。资本主义经济是社会化的大生产，客观上要求社会经济各个方面的发展保持必要的比例关系，但资本主义的私有制却使整个社会处于竞争和生产无政府状态，社会生产和资源分配只能依赖价值规律的自发作用进行调节。市场价格以生产价格为轴心，随着一时一地的供求关系和竞争状况的变化而频繁剧烈地自发波动，以社会资源的极大浪费为代价来保持社会经济发展的必要比例关系。因此，价格与价值关系上的曲折性和市场价格运动的自发波动性便成为这一时期价格的主要特点。

### (三) 垄断资本主义时期的价格

在垄断资本主义时期，资本的积聚和集中使某些经济部门的生产、销售和原材料来源逐渐为垄断资本集团所控制。垄断企业凭借其强大的经济实力和垄断地位，以高于价值或生产价格的垄断价格出售产品，以低于价值或生产价格的垄断价格收购非垄断企业和殖民地附属国的原材料和商品，以此攫取垄断利润。此时，由垄断集团规定的以攫取高额垄断利润为目的的垄断价格便成为价格形成的基础和市场价格波动的轴心。以垄断价格为基础的市场价格的主要特点是相对地减少了价格频繁的大幅度的自发波动，但它更加严重地背离了价值，从而对社会经济发展起逆调节作用。