

社会主义企业价格学

徐元杰 编著

轻工业出版社

PDG

前 言

随着价格体制的改革，轻工产品价格按照“调放结合，以放为主”的方针，一部分产品价格，特别是小商品的价格已改由企业自行定价，今后企业定价的范围还将扩大。为了适应当前工作的需要，四川省第二轻工业厅徐元杰同志编写了《社会主义企业价格学》。此书可作为各地轻工业部门培训干部的教材，也可作为轻工业企业领导干部和在职或兼职的物价人员业务学习和实际工作中参考。

由于价格改革还将进一步深入，企业定价工作还会有新的进展，希望读者提出宝贵意见，以便进一步修订，

轻工业部财务价格司

一九八七年二月

编 著 说 明

《社会主义企业价格学》是为适应我国价格体制改革的需要，在高等财经院校开设《企业定价》课程和企业领导人员、物价人员进行学习而编写的。初稿写出后，曾在西南财经大学价格专业本科班、干部大专班和四川二轻企业定价讲学班试用，部分内容曾以《企业定价问题讲座》形式在《四川物价》刊出，並广泛征求意见，多次修改定稿，于一九八六年，由四川省二轻价格学会内部发行。现根据各有关单位的意见和要求进行了修改，正式出版发行，以满足高等财经教学、干部学习专业理论和广大企业领导人员业务学习需要。

本书以马克思主义基本原理为指导，力求紧密联系社会主义建设的实践，比较系统的阐明社会主义企业定价的客观必然性、企业定价的范围、形式、原则和企业价格形成的特点、基本理论，介绍了企业定价的基础知识，论述了企业定价的策略、方法、企业价格的预测、指导和管理。既吸取了国内科研新成果，又反映了我国经济体制改革以来的新情况，新经验。全书有理论，有实际，尽可能做到以理论指导实践，总结实践经验丰富理论内容。

本书得到轻工业部、西南财经大学和四川省物价局、二轻厅等单位的大力支持和热情帮助，刘昌兴教授提出了宝贵

意见，在此表示衷心地感谢。

由于作者水平所限，书中所述难免有缺点和错误，欢迎读者批评指正。

编著者

一九八七年二月

目 录

导言	(1)
第一章 社会主义企业定价的客观必然性	(7)
第一节 企业定价的理论基础	(7)
第二节 企业定价的客观必然性	(14)
第三节 企业定价的特点和重要意义	(25)
第二章 社会主义企业定价的范围、形式和原则	(34)
第一节 企业定价的范围	(34)
第二节 企业定价的形式	(42)
第三节 企业定价的原则	(50)
第三章 企业定价与国家政策	(52)
第一节 国家政策对企业定价的指导作用	(52)
第二节 企业定价与稳定物价	(55)
第三节 企业定价与薄利多销	(62)
第四节 企业定价与按质论价	(68)
第四章 供求作用与企业定价	(75)
第一节 供求与价格	(75)
第二节 供求在企业定价中的地位	(82)
第三节 商品价格需求弹性	(90)

第五章 企业定价成本·····(102)

第一节 成本是企业定价的基础·····(102)

第二节 社会成本·····(108)

第三节 企业完全成本·····(115)

第四节 企业目标成本·····(119)

第五节 企业变动成本·····(125)

第六节 企业经营成本·····(131)

第六章 企业定价中的盈利·····(136)

第一节 企业定价中的税金·····(136)

第二节 企业定价中的利润·····(142)

第三节 企业定价中的利润率·····(149)

第四节 盈亏分析·····(161)

第七章 商品出厂价格和收购价格·····(170)

第一节 工业品出厂价格的制定和计算·····(170)

第二节 工业品出厂价格中的比价·····(174)

第三节 工业品出厂价格中的按质论价·····(180)

第四节 工业品出厂价格中的地区差价 和季节差价·····(189)

第五节 农产品收购价格·····(194)

第六节 出口商品收购价格·····(202)

第八章 商品销售价格和服务修理收费·····(209)

第一节 工业品批发价格和供应价格·····(209)

第二节 工业品调拨价格和批量价格·····(221)

第三节	工业品零售价格·····	(229)
第四节	农产品调拨价格和销售价格·····	(233)
第五节	进口商品国内销售价格·····	(239)
第六节	服务修理收费·····	(243)
第九章	企业定价策略·····	(249)
第一节	企业价格决策的目标·····	(249)
第二节	新产品定价策略·····	(254)
第三节	产品成长期、成熟期和衰退期 定价策略·····	(263)
第四节	竞争中的定价策略·····	(265)
第五节	一般的定价策略·····	(265)
第十章	企业定价方法·····	(269)
第一节	成本加利定价法·····	(269)
第二节	需求导向定价法·····	(275)
第三节	成本需求综合定价法·····	(284)
第十一章	企业价格预测·····	(277)
第一节	价格预测的作用·····	(287)
第二节	价格预测的内容·····	(290)
第三节	价格预测的方法·····	(299)
第十二章	企业价格的指导和管理·····	(303)
第一节	企业价格指导和管理的重要意义·····	(303)
第二节	企业价格的指导·····	(306)
第三节	企业价格的监督和检查·····	(314)
第四节	企业价格管理·····	(318)

导 言

社会主义企业价格学是社会主义价格学的分支。它是在马克思列宁主义、毛泽东思想的指导下，在总结我国社会主义企业定价工作实践经验的基础上，创立起来的一门新学科。

现在，企业定价的范围，越来越广泛。从小商品到大商品，从农产品到工业品，从生产资料到消费资料，都在逐步扩大企业定价权，实行企业定价。“七五”期间，要求在我国逐步形成少数商品和劳务实行国家统一定价，多数实行浮动价格和自由价格的统一性与灵活性相结合的价格管理体制。由于长期以来，我国实行单一的计划价格管理体制，商品价格集中由国家审定，企业缺乏定价的实践和经验，一旦行使定价权力，有权不会用的问题，就表现得比较突出；加以“十年动乱”期间，把企业定价作为搞资本主义来批判，因而有权不敢用的问题也还存在。为了适应我国价格管理体制改革的需要，要求经济理论工作者、学校的教师，以及广大从事价格工作的干部，都来进行企业价格的研究，以中央关于经济体制改革的《决定》为依据，总结我国扩大企业自主权，实行企业定价的经验，把社会主义企业价格学这一门学科建立起来。

（一）社会主义企业价格学的研究对象

建立社会主义企业价格学这一门学科，首先碰到的是社会主义企业价格学的研究对象是什么。毛泽东同志说过：

“科学研究的区分，就是根据科学对象所具有的特殊矛盾性。因此，对于某一现象的领域所特有的某一种矛盾的研究，就构成某一门科学的对象。”（《毛泽东选集》第284页，人民出版社1966年出版）因此，我们认为，要确定社会主义企业价格学的研究对象，首先要明确企业价格的含意，弄清楚企业价格这个领域所具有的特殊矛盾。

企业价格有广义和狭义两种含意。广义的企业价格，是指生产经营企业执行的商品价格，而不问这些价格是由谁制定的。它包括国家定的商品价格和企事业定的商品价格两个部分。狭义的企业价格，是指企业在国家规定的权限范围内制定的商品价格。即由企业定的商品价格，叫企业价格。由国家定的商品价格，叫国家价格。它是根据商品价格的决策权来划分的。企业价格领域的特殊矛盾，只存在于企业定的商品价格中，而不存在于国家定的商品价格之中。因此，社会主义企业价格学中的企业价格，应该是指企业在国家规定的权限范围内制定的商品价格。明确了企业价格的含意，可以对社会主义企业价格学的研究对象作如下想法：社会主义企业价格学就是研究社会主义企业价格运动规律的科学，也就是研究社会主义企业定价规律的科学。

企业价格运动不同于国家价格运动，社会主义企业价格运动不同于资本主义企业价格运动。社会主义经济是有计划的商品经济，社会主义企业价格的运动是在国家计划指导下进行的。它的形成，既不同于国家的统一价格，也不同于资本主义的自由价格。社会主义企业价格形成的过程，既是供求规律、价值规律作用过程的规律性的表现，又是社会主义基本经济规律、国民经济有计划按比例发展规律作用过程的规律性的表现。因此，研究社会主义企业定价的规律，研究

形成企业价格的诸因素及其作用，是社会主义企业价格学研究的重要任务。

社会主义企业价格根本不同于资本主义企业价格。社会主义企业价格必须自觉地在国家有关政策、法令允许的范围内制定，不得超越企业定价权限。社会主义企业价格学作为一门科学，离不开社会主义企业定价工作的实践。它必须是我国经济体制改革以来，在马克思列宁主义、毛泽东思想指导下，社会主义企业定价工作实践的总结和概括；同时，对企业定价工作实践中提出的问题，必须进行理论性的研究，提出可行的意见，为实践服务。因此，研究企业价格的指导和管理，也是社会主义企业价格学的理所当然的任务。

（二）社会主义企业价格学的体系与结构

社会主义企业价格学是一门新的学科。目前，我们对于社会主义企业价格运动这个客观事物，还缺乏系统研究；加以我国实行企业定价的时间还不长，范围还不够广泛，许多新问题的解决，还有待于在企业定价实践中，继续探索。因此，要建立一个完整的社会主义企业价格学的科学体系，目前还不具备条件。

要建立一门价格学的体系，必须依据历史的和逻辑的顺序来考察经济关系的发展规律。马克思在分析资本主义的各种经济关系时指出：“历史从哪里开始，思想进程也应当从哪里开始，而思想进程的进一步发展，不过是历史过程在抽象的、理论上前后一贯的形式上的反映；这种反映是经过修正的，然而按照现实的历史过程本身的规律修正的，这时，每一个要素可以在它完全成熟而具有典范形式的发展点上加以考察。”（《马克思恩格斯全集》第一卷第122页，人

民出版社1972年出版)

根据马克思的教导，社会主义企业价格学的研究，首先应当从企业价格的特殊矛盾出发，考察我国社会主义企业为什么要具有一定的定价权，分析社会主义企业定价的理论基础、客观依据和企业定价现状、发展趋势，以及社会主义企业定价的特点和重要意义。社会主义企业价格是在国家计划指导下进行的，社会主义企业价格学要分析研究企业定价的范围和确定范围的依据，以及企业定价的形式和原则。

其次，社会主义企业价格学要考察社会主义的企业价格形成过程。企业价格形成过程，是在国家政策指导下，企业定价商品的供求关系和价值不断运动变化的过程。在社会主义有计划的商品经济条件下，以货币表现的价格，并不是通过商品价值量的直接计算和货币价值量的直接计算加以对比形成的，而总是以一系列的价值形式，诸如成本、工资、利润、税收等，通过极其复杂的、曲折的道路形成的。因此，考察社会主义企业价格的形成过程，就要研究国家政策、供求作用、企业定价成本和企业定价中的盈利。

在商品生产条件下，有多少种商品就有多少种商品的价格。现在，我国社会主义企业定价的商品价格，已经由工业品出厂价格扩展到工业品调拨价格、供应价格、批发价格和零售价格；由农产品收购价格扩展到农产品调拨价格、批发价格和零售价格。从生产来看，影响最大的是工业品出厂价格和农产品收购价格。从人民生活来看，影响最大的是消费品零售价格和服务修理收费。因此，社会主义企业价格学需要进一步研究企业定价中的商品出厂价格、收购价格、销售价格和服务修理收费。

企业价格的合理与否，对企业的盈亏有着重大的影响。

作为自负盈亏的生产经营企业，盈亏的多少，直接决定着它的存亡，决定着它本身物质利益能否实现以及实现的程度。社会主义企业价格学要考察企业价格的科学化、合理化，就要研究企业定价方法、定价策略和价格预测。

此外，社会主义企业价格学要考察企业定价工作实践中提出的新问题，研究如何加强对企业价格的指导和管理。

根据以上的认识，建立了本书的体系与结构。从第一章到第二章，着重从理论方面阐明社会主义企业定价的客观必然性、企业定价的范围、形式和原则。从第三章到第八章，分别论述了国家政策、供求关系对企业价格形成的作用，明确指出了企业定价成本、利润对市场的适应性，以及企业的商品出厂价格、销售价格和服务修理收费的灵活性，着重说明企业价格形成的特点。从第九章到第十一章，分别论述了社会主义企业定价的方法、定价策略和企业价格预测，着重说明企业定价要建立在竞争的基础之上。第十二章，从理论与实践两方面阐明企业价格指导和管理的重要意义及具体作法。这样，把各章联系起来看，就形成了社会主义企业价格学的整体。

（三）社会主义价格学的研究方法

社会主义企业价格学研究的根本方法，同其它自然科学和社会科学一样，是马克思的唯物辩证法。唯物辩证法是无产阶级及其政党的世界观和方法论。我们必须运用唯物辩证法来研究社会主义企业价格领域中的各种经济现象，并揭示它们的客观规律性。

唯物辩证法告诉我们，一切事物或现象都是相互联系、相互制约的。离开事物或现象之间的联系，就无从考察事物

的运动变化的规律。同样，社会主义企业价格领域中各种经济现象，也是相互联系、相互制约的，是独立于人们意志之外的客观存在。因此，必须把企业价格中所发生的各种经济关系，从相互联系与制约中，从不断运动与变化中，从内部矛盾中，全面地历史地加以研究，找出它固有的规律性。

社会主义企业价格学，既是一门理论科学，又是一门应用科学，必须注意理论联系实际。辩证唯物论的认识论告诉我们，理论来源于实践，它又反过来为实践服务。因此，研究社会主义企业价格，不应当从抽象的原理出发，而应当从我国社会主义企业价格工作的客观实际出发，广泛地进行社会调查，充分地占有材料，认真总结我国社会主义企业定价工作正反两方面的经验，探索出社会主义企业价格运动的固有规律。当然，我们对社会主义企业价格运动规律的认识，不是一次可以完成的。要从头绪纷繁，瞬息万变的经济现象中，找出本质的、内在的客观必然性，需要有一个曲折的、反复的过程。因此，一定要坚持辩证唯物论的认识论，坚持实践是检验真理的唯一标准的观点。当前，我们应当特别注意研究我国经济体制改革时期的新情况、新问题，逐步弄清楚社会主义企业价格领域中许多未被认识的必然王国。只要我们正确运用辩证唯物主义的观点和方法，坚持理论联系实际的原则，周密地考察社会主义企业价格领域中各种经济现象及其发展变化趋势，就一定能把社会主义企业价格学这一门新学科建立起来。

第一章 社会主义企业定价 的客观必然性

第一节 企业定价的理论基础

在社会主义条件下，国家为什么要下放定价权限给企业，社会主义企业定价的理论基础是什么？这是社会主义企业价格学首先要研究的问题。

《中共中央关于经济体制改革的决定》在理论上突破了把计划经济同商品经济对立起来的传统观念，明确指出社会主义经济是有计划的商品经济，这种突破传统观念的理论，既是经济体制改革的重要指导思想，也是社会主义企业定价的理论基础。

过去，由于在理论上对社会主义经济是有计划的商品经济认识不清，把价值规律视为资本主义的产物，认为企业定价就是搞资本主义，从而加以种种限制，以致企业长期没有定价权。

商品经济是等价交换的经济，是供求不断平衡的经济，是一种互相竞争的经济。这是商品经济的一般特征。明确认识社会主义经济是有计划的商品经济，在计划经济与商品经济的关系上，商品经济是社会主义经济运动的主体，是落脚点，因而社会主义经济必然具有商品经济的一般特征。等价交换、平衡供求、互相竞争，都要求社会主义企业具有定价的权力。

一、商品经济是等价交换的经济，贯彻等价交换，需要给予企业定价权。

价值规律是商品经济的基本规律。价值规律的一个基本内容和要求就是等价交换，交换的等价性，也就是交换双方的平等性。只有在交换双方共同一致的愿望下，商品交换才能成立，即买者愿买，卖者愿卖。所以，在商品经济中，商品所有者应有处理自己商品和制定自己商品价格的权力。交换双方是作为在法律上的平等者发生关系，而不应当是一方强制另一方的关系。如果企业无权定价，就不利于贯彻等价交换的原则，就会影响商品经济的发展。

社会主义经济是有计划的商品经济。在社会主义条件下，必须贯彻等价交换的原则。

首先，社会主义条件下，存在着全民所有制和集体所有制两种公有制形式。对于集体所有制的企业来说，它们无疑应当是独立的商品生产者和经营者，不论它们与国家之间，还是它们相互之间，在经济关系上，都应当是以等价交换为基础的商品经济关系。不承认这种商品经济关系，就会在实践中采取种种损害集体所有制企业经济利益的政策。还应当看到，等价交换不仅存在于两种所有制之间，同时也存在于各种所有制形式内的不同企业之间。

其次，就以全民所有制的企业来说，它们是社会主义经济的主体，在社会主义历史阶段，由于劳动仍然主要是谋生的手段，因而在劳动者之间，仍然存在着根本利益一致前提下的物质利益差别。这种利益上的差别，必须由等量劳动相交换的原则来调节，必须通过国营企业之间产品的等价交换近似表现出来。这就决定了每个国营企业存在着不同于别的

国营企业的相对独立的经济利益；而且，在社会主义条件下，生产资料所有权和经营权是可以分开的。即在国家行使生产资料所有权的同时，企业必须行使生产资料的支配权和使用权，并通过对生产资料的支配和使用，去谋取自身的经济利益。全民所有制企业的生产资料所有权与支配、使用权的分离，各个全民所有制企业之间因支配、使用生产资料的差别，因劳动的差别，一句话，即经营差别而造成的利益差别，是全民所有制企业成为相对独立的经济实体的重要原因。所以，全民所有制企业在相互关系上，不能不以相对独立的商品生产者和经营者来相互对待。它们之间的关系，不能不遵守等价补偿和等价交换的原则。也就是说，只能采取以等价交换为基本特征的商品货币关系，来调节企业之间在经济利益上的矛盾。

同时，商品的价值量是在不断变化的，要使价格符合价值，必须使产品价格反映生产中的社会必要劳动耗费。我国幅员广大，企业众多，交通不便，信息不灵，经济发展不平衡，企业条件千差万别，企业之间的经济联系错综复杂，任何国家机构都不可能完全了解和迅速适应成千上万种的商品价值量的变化情况。在这样的条件下，贯彻等价交换，必须给企业定价权。否则，完全由国家统一定价，不可能不出现价格失误，以致有的商品价格偏高，有的商品价格偏低。实践证明，在过去高度集中的价格管理体制下，许多商品的价值量发生变化之后，由于定价权限过于集中，价格不能及时地作出反映，等价交换原则不能贯彻，必然出现物资的短缺或积压，影响商品生产和商品流通。只有实行企业定价，给相当一部分企业一定的定价权，这部分价格就会根据商品价值量的变化进行灵活的调整，从而贯彻等价交换的原则，促

进商品生产发展和经济效益的不断提高。因为每件商品无一不是由企业生产和销售的，企业最了解本企业每项商品的劳动耗费和效果，最清楚本企业商品的生产、流通、消费每个环节的有关联系。因此，要贯彻等价交换的原则，使商品价格能够及时地反映价值量的变化情况，没有企业参与定价是不行的。

二、商品经济是供求不断平衡的经济，平衡商品供求，需要给予企业定价权。

供求规律是商品经济特有的规律。在商品经济存在的条件下，人们生产产品，不是为了满足自己的消费需要，而是为了满足别人的消费需要。然而，人们生产出来的商品，只有通过市场上的买卖交换，才能把它让渡出去，供给别人消费，这样，在市场上就形成了两个对立的而又紧密相联的经济现象：一方面，卖者拥有一定量的待售商品需要脱手；另一方面，买者手中持有一定量的货币需要购买商品。前一种现象叫商品供应，后一种现象叫商品需求。商品供应和商品需求是两个对立统一的侧面，组成一个矛盾运动的总体，从而推动着商品经济的发展和市场规模的扩大。

商品供不应求，价格上涨。价格上涨，一方面会刺激生产发展，使得该商品供给量增加；另一方面，又限制了需求，使得需求量低少。这两个方面作用的结果，就使得该商品由供不应求趋向于供求平衡。商品供过于求，价格下跌。价格下跌，一方面会刺激需求，使得该商品的需求量增加；另一方面，又限制了生产发展，使得商品供给量减少。这两个方面作用的结果，就使得商品由供过于求趋向于供求平衡。供求规律就是表明供求影响价格，价格影响供求，自发