

军事采办经济学

JUNSHICAIBANJINGJIXUE

张振龙 主 编



中国物价出版社

军事采办经济学

张振龙 主编

中国物价出版社

军事采办经济学

张振龙 主编

*

中国物价出版社出版发行

新华书店 经销

唐县物资印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 大 32 开 16.125 印张 420 千字

1996 年 4 月第 1 版 1996 年 4 月第 1 次印刷

印数：1—3000 册

ISBN 7-80070-593-5/F·443

定价：18.00 元

《军事采办经济学》编委会

主 编 张振龙

副主编 刘远惠 郑书建 周宗甫

编 委 张振龙 章熙康 张玉华 董玉祥

孙景良 姚 征 王作田 姜书琴

主 编 简 介



张振龙 山东文登市人，1944年8月生。解放军后勤指挥学院教授，大校军衔，国家有突出贡献专家，军事经济硕士研究生导师组组长，中国人民解放军军事经济研究中心副总干事。主笔、主编的主要著作有《军事经济学》、《军队经济学》、《中国军事经济史》、《军事财政学》、《军人工资福利经济学》、《军队房地产经济学》、《军队生产经营管理学》、《军队生产经营管理》、《军事经济法概论》、《军事采办价格谈判艺术简论》、《社会主义市场经济理论要略》等13部，发表论文60多篇。他于1986年主笔撰著的我国第一本《军事经济学》（后勤学院1986年初版，辽宁人民出版社1988二版，解放军出版社1988年三版）被总参谋部军训部印发全军，作为全军院校和军官学习的教材，1989年被总参谋部、总政治部、总后勤部评为全国优秀教学成果军队级一等奖，被北方15个省、市、自治区哲学社会科学优秀图书评选委员会评为优秀图书。后勤学院曾先后给予记三等功一次，嘉奖三次。为表彰其“为发展我国高等教育事业做出的突出贡献”，1991年7月经中共中央、中央军委和国务院批准，享受国家政府特殊津贴。1992年经总后勤部政治部批准列入《中国军事后勤百科全书》，1995年入后勤一代名师录。

序 言

由中国人民解放军后勤指挥学院张振龙教授主编的《军事采办经济学》一书，是我国首本系统而深刻阐述社会主义市场经济条件下军事采办理论及其应用的创新之作。该书主要研究和论述怎样以最少的花费尽可能多地采办军事战略需要的军品，因而不只对提高军费使用效益，促进质量建军，提高国家军事实力质量具有重要作用，而且对增强综合国力，促进经济建设和国防建设协调发展也有重要意义。

该书是适应军事采办与社会主义市场经济接轨需要而作的。它以军事需求为导因，以社会主义市场经济为条件，以满足军事战略需要和提高军费使用效益为目标，以等价交换为线索，布局分篇，形成有机体系。

该书共6篇。总论篇主要阐述市场经济下军事采办的方式、方法、组织体制、采办决策、采办信息收集整理等。第二篇主要阐述市场经济下军民通用品价格、军事专用品价格、无形资产价格、装备全寿命价格决定和军事装备的价格审查。第三篇主要阐述军事采办中的招标投标。第四、五篇主要阐述军事采办谈判报价策略、讨价还价策略和谈判警语等。

该书主要有以下特点：

1. 中国特色明显。中国的军事采办不同于西方发达国家，是一种指令性计划采办。这种采办是在社会主义市场经济环境中运行的，因而仍须遵循市场经济的一些原则。这就使本书的理论阐述体现着计划与市场的内在结合，具有明显的中国特色。

2. 尊重市场规则。在计划经济体制下，军事采办在某些方面虽然也采用订货形式，但实质上是一种计划分配，在社会主义市

场经济体制下，军事采办的总量和军事装备的个量虽然实行指令性计划，但整个交换过程需贯彻“等价交换”原则，尊重市场规律包括供求规律、竞争规律等等。

3. “军地”结合紧密。本书所阐述的某些军民通用理论与军事专用理论的有机结合，形成一种“军民结合性”理论体系。这一理论体系深深植根于军事专用品采办和军民通用品采办的实践。众所周知，军事采办的是生活品和装备两大类物品。生活品大多是军民通用性产品。装备有些是军民通用的，有些是军事专用的，而后者在量上占绝大部分。军事采办的消费品结构上的这一特色，使本书就显示出“军地”结合的理论特色，即有些理论军地通用，有些理论仅适用于军事领域，两种理论科学地结合成一个有机体系。

4. 应用性强。本书旨在为军队、武警部队等军事部门（单位）采办军品提供理论指导。因而，着意阐述采办应用理论，尽力提高其可操作性，这是本书的又一特色。如军事专用品价格决定理论，军事装备审价理论等等，可操作性较强，只要按照书中所阐述的原则、方法、步骤进行操作，就可确定某军品的价格，就可对军事装备价格进行正确审查。

张卓元

1996年3月于北京

注：张卓元系中国社会科学院研究生院教授、博士生导师，中国社会科学院经济研究所所长，国务院学术委员会委员。

前 言

在社会主义市场经济条件下，军费由货币形态向实物形态的转化，是通过市场进行的。通过市场将军费转化为军队战斗力生存发展需要的装备资料、生活资料和物质条件，军队不得不进行采办。本书就是适应军队参加军事采办需要而编著的。

军事采办，在价值形态转化的意义上，其核心和关键问题是价格。价格高低直接影响军费使用效益，影响军队战斗力建设，在军费紧缺的条件下，通过把握采办理论来采办“价廉物美”的军用物品，从而促进军队现代化建设和军队战斗力发展，是社会主义市场经济条件下一项具有战略意义的举措。

采办谈判是本书重要内容之一。谈判，广而言之是商谈。商谈这种现象不仅广泛存在于军队经济活动之中，而且广泛地存在于军事工作、军事政治工作、军队后勤工作，以及军人生活交往活动之中。因此，学点谈判艺术，认识和把握谈判中的一些规律，不仅对军队经济工作、军队后勤、政工、军事工作是必要的，而且对正常的生活交往也是大有裨益的。

在社会主义市场经济体制下，军事采办必然涉足于国际军火市场。本书有些内容是针对国际军火市场采办而作的。但就其采办的量而言，在坚持贯彻自立更生方针的情况下，国内军事采办远远大于国际军火采办。鉴于此，国际军火采办未有作专题而列，而是融于军事采办一般之中进行阐述。在这种情况下，文中所述内容哪些适用于国际，哪些适用于国内，编著者未作清晰区分，需要读者自行审断。

本书由张振龙布局分篇，撰写写作提纲。参与本书写作的是：张振龙、章熙康、张玉华、孙景良、董玉祥、姚征、王作田、姜

书琴，全书由张振龙统筹和定稿。

本书初稿完成后，曾邀请部分专家学者在福州进行讨论。参加讨论的有北京军区李泮教授，中国物价出版社刘世华编审，解放军运输工程学院李怀信教授，空军后勤学院樊恭嵩教授。他们提出了许多宝贵意见。讨论得到福建省军区后勤部的大力支持，在出版方面，得到中国物价出版社的大力支持，在此表示衷心地感谢。

军事采办经济学是个新学科。此书仅作引玉之砖，欢迎读者斧正。

张振龙

1996年4月18日

目 录

第一篇 总 论

第一章 军事采办的概念和分类	(2)
第一节 军事采办概念及其与民用采办的比较.....	(2)
第二节 军事采办的分类.....	(9)
第二章 军事采办的方式和方法	(15)
第一节 军事采办方式.....	(15)
第二节 军事采办方法.....	(18)
第三节 军事国际补偿贸易.....	(22)
第三章 军事采办的原则和组织	(31)
第一节 军事采办的原则.....	(31)
第二节 军事采办的组织.....	(36)
第四章 军事采办信息收集	(44)
第一节 军事采办信息的收集内容.....	(44)
第二节 军事采办信息的收集方法.....	(54)
第五章 军事采办决策	(60)
第一节 军事采办决策的概念和科学化准则.....	(60)
第二节 军事采办决策过程和内容.....	(63)
第三节 军事采办最优决策.....	(77)
第六章 军事采办体制	(85)
第一节 军事采办体制的界说和内涵.....	(85)
第二节 我国武器采办体制.....	(89)
第三节 美国军事采办体制.....	(100)

第二篇 军事采办价格

第七章 市场价格基础理论	(117)
第一节 市场价格决定.....	(117)
第二节 均衡价格的决定.....	(122)
第三节 无形资产价格决定.....	(131)
第八章 军事采办价格及其体系	(153)
第一节 军事采办价格概述.....	(153)
第二节 军民通用品价格.....	(158)
第三节 军事专用品价格.....	(167)
第四节 军事租赁价格.....	(174)
第五节 军事装备采办全寿命价格.....	(183)
第九章 军品价格的决定及审查	(192)
第一节 直接材料费用审查.....	(192)
第二节 燃料动力费审查.....	(207)
第三节 工资总额审查.....	(214)
第四节 单位产品工时定额审查.....	(219)
第五节 制造费用的审查和定价成本的汇总.....	(227)

第三篇 军事采办的招标投标

第十章 军事招标投标概述	(238)
第一节 军事招标投标概念和特点.....	(238)
第二节 军事招标投标常用术语.....	(242)
第十一章 军事招标投标类别	(248)
第一节 军事设计招标投标.....	(248)
第二节 军事研制招标投标.....	(251)
第三节 军事工程施工招标投标.....	(253)
第四节 军事生产招标投标.....	(255)
第十二章 军事招标投标的方式和程序	(263)

第一节	军事招标投标的方式和种类	(263)
第二节	军事招标投标的主要程序	(267)

第四篇 军事采办谈判 (上)

第十三章	军事采办谈判的概念、特性和程序	(277)
第一节	军事采办谈判的概念	(277)
第二节	军事采办谈判的一般性和特殊性	(284)
第三节	军事采办谈判程序	(287)
第十四章	军事采办谈判的分类和内容	(294)
第一节	军事采办谈判的分类	(294)
第二节	军事采办谈判内容细化	(297)
第十五章	军事采办谈判方针原则	(309)
第一节	军事采办谈判的方针	(309)
第二节	军事采办谈判的原则	(313)
第十六章	军事采办谈判组织	(318)
第一节	军事采办谈判人员的素养	(318)
第二节	军事采办谈判班子的构成	(324)
第三节	军事采办谈判的主持	(331)
第四节	军事采办谈判总结的技巧	(336)
第十七章	军事采办谈判的礼仪	(341)
第一节	军事采办谈判人员的礼节	(341)
第二节	军事采办谈判人员的仪表仪态	(355)
第十八章	军事采办谈判中的人际关系	(361)
第一节	人际关系概论	(361)
第二节	军事采办谈判中人际关系的特点和作用	(365)
第三节	军事采办谈判中人际关系的务实	(368)
第十九章	军事采办谈判的语言技巧	(372)
第一节	军事采办谈判语言运用概述	(372)

第二节	有声语言技巧.....	(380)
第三节	军事采办谈判无声语言技巧.....	(390)

第五篇 军事采办谈判 (下)

第二十章	军事采办价格谈判的准备与开局	
		(396)
第一节	军事采办价格谈判的准备.....	(396)
第二节	军事采办价格谈判的开局.....	(407)
第二十一章	军事采办价格谈判的报价原则与策略	
		(419)
第一节	影响军事采办价格的因素.....	(419)
第二节	军事采办价格谈判的报价原则和策略.....	(425)
第二十二章	军事采办价格谈判的讨价还价原则及其策略	
		(435)
第一节	军事采办谈判中讨价还价的范围和实质	
		(435)
第二节	军事采办价格谈判中的讨价态度与方法	
		(444)
第三节	军事采办价格谈判中的还价筹划与策略	
		(446)
第四节	军事采办价格谈判的讨价还价艺术.....	(458)
第五节	军事采办谈判中打破僵局的策略.....	(472)
第六节	结束军事采办谈判的技巧.....	(479)
第二十三章	军事采办谈判警句	
		(484)
第一节	谈判本义的警句.....	(484)
第二节	谈判方式的警句.....	(489)
第三节	谈判态度的警句.....	(493)
第四节	谈判手法的警句.....	(497)

第一篇 总 论

第一章 军事采办的概念和分类

第一节 军事采办概念及其 与民用采办的比较

一、军事采办的定义

军事采办（包括军事物质产品采办和军事劳务采办两类），是指军事系统购置和租赁军用品的军事经济活动。它是继军事分配之后军事后勤业务活动的第一个环节，是军事系统物资供应的前提，对促进武装力量建设，增强国防威慑能力和赢得战争胜利具有重要意义。

军事采办不同于一般的市场采购，也不同于一般的订货。一般的市场采购，通常以市场现有商品为对象，从现供商品中择优（质优价廉）购买，而军事采办的内涵则丰富的多，它不仅包括市场现供商品的选购，还包括武装力量所需新产品的设计、研制、试验、鉴定、批量生产，市场调查、招标、承包商选择、签订合同，产品质量监控、产品验收、产品运输组织和成本审查、价格审定、财务结算等内容，甚至还包括国家军事决策者对军事预算中专项工程的投资、拨款的审定等活动；一般订货，就中国而言，是工商双方按照人们消费需要签订合同，工业企业按合同规定的品种、规格、质量、数量进行生产，并按期交货，商业企业按合同规定的标准收购、验核商品和交付货款，这一过程具有浓厚的产品经济色彩，军事系统计划经济体制下的武器装备订货更具有产品经济色彩，军事采办则不同，它内涵着市场经济属性，更多地受市场经济规律的制约和规定。

军事采办是个“种”概念，其“属”概念是采办。采办，亦称采买，是中国封建社会“和买”的一种形式，产生于明初。明朝政府对矿业生产采取严格的统制政策，限定金银等贵金属基本上只能由官府经营，负责开采经营金银矿的官员皆由朝廷委派，这种由朝廷委派官员负责开采经营金银等贵金属矿的活动，称采办。显而易见，采办的初始含义是开采办理经营事宜。那时，地方官府每年向朝廷进贡土产，称“岁办”。进贡不足或不合要求的部分，由官府出钱，令商人去购买，称“采办”。采办名义上由官府出钱，招商承办，但实际上官府往往给价很低，承办商常常亏损。加上官府又百般挑剔，敲诈勒索，因而承办商大多赔本破产。后来采办成为官府借端搜刮商贾者的名目，成为变相赋役，清初将采办并入田赋一总征收。在这里，采办是指官府出钱由商人办理购买事宜的活动。综上所述，在自然经济占统治地位的中国封建社会，采办具有为官府经办开采经营事宜和由官府出钱令商人购买置办物品这样两层含义。不论是前者含义还是后者含义，采办的深层次本质都包有政治强制力和经济剥削的内涵。

市场经济给采办赋予了新的含义——等价交换，即按等价交换原则置办所需物品和劳务。军事采办，除内含着等价交换意义之外，还保留着官家采办——政府采办和政治强制力的原有含义。

在美国，“采办”(Acquisition)一词是其国防部内使用频率较高的一个术语，是指研制、生产和向用户提供武器装备工作的总和。包括获取系统、装备和对现有库存项目进行改进的过程。《美国联邦采办条例》是这样定义采办的：“采办”系指利用联邦政府拨出的专款，以签订合同的方式为联邦政府购买或租赁所需产品服务项目（包括建筑）。而这些产品或服务项目有的是现成的，有的则需要经过研究、试制、试验和鉴定。部局一级的采办从确定所需的项目开始，其主要的工作是：规定满足部局所需项目的要求、征求与物色厂商、签订合同、支付合同费用、管理和执行合同以及开展与采购所需产品直接有关的各项技术与管理工作。在

有些时候，采办还前伸到国会对国防预算中一些项目的投资。拨款的审议、听证活动等。

在中国计划经济体制下，武器装备等军用品的采办，通常称“订货”，实行指令性计划下的合同制。其基本内涵是：军队向国防工业部门提出需求计划，国防工业部门依据需求计划编制年度研制生产计划上报国家，国家计委等政府部门综合平衡后给国防工业部门和军队使用部门下达指令性生产、采购计划，国防工业部门将指令性生产计划细化后下达给国防研制生产单位，并组织国防研制生产单位与军队使用部门签订研制生产合同，研制生产单位依据指令性计划下的合同，组织武器装备的研制生产，驻厂军代表负责验收、审价和付款结算。从上可见，“订货”是一种行政指令运行方式，它打上了深深的计划经济烙印。随着市场经济体制的建立和发展，“订货”已概括不了变化了的军品获取实践，因而，以“采办”替代“订货”是市场经济下军事工业企业生产经营的客观要求，是军事经济与市场经济接轨和加强军事经济管理的需求。

二、军事采办的内容

在市场经济下，军事采办是有偿获取军事消费品和军事劳务的过程，包含极其丰富的经济内容。这里从军事采办运行过程视角，选择那些关系采办效益的重要经济问题进行研究。

（一）确定需求。军事需求是军事采办的动因源泉，是军事采办过程的始点。从采办经济学角度研究军事需求，重点是揭示需求启动的根据和需求实现的经济可能性。

军事需求一般导源于两个方面：“军事用户的拉动”和“军事科学技术的推动”。“军事用户拉动”，是基于部队对现有装备系统缺陷的认识或对未来国防安全威胁的认识。“军事科技推动”，多导因于科技能够造就对潜在敌人的军事优势的认识。

军事需求能否转化为军事采办的根据，决定于社会生产力发展水平和国家的经济能力。如果生产力的科学技术含量高，技术