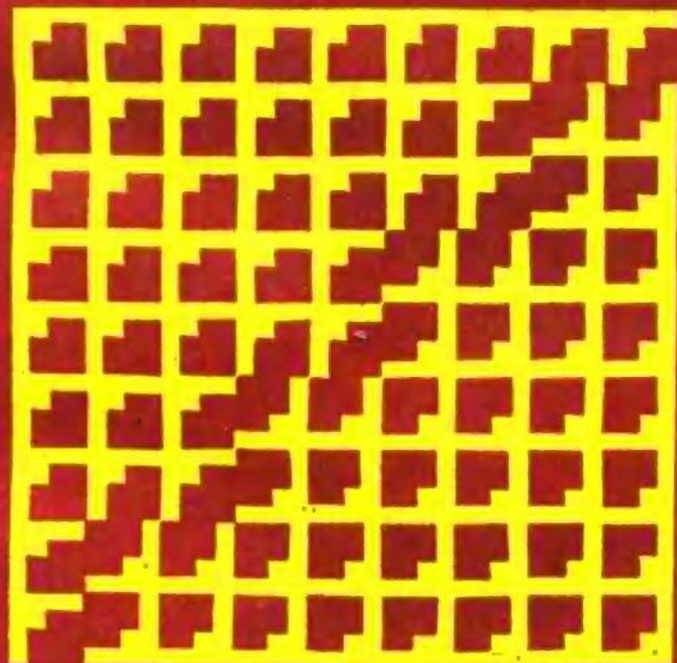


商经系列丛书

市场物价学

童宛生 李子超 陈祖勉 编写



宇秋出版社

市 场 物 价 学

童宛生 李子超 陈祖勉 编写

宇 航 出 版 社

市 场 物 价 学

童宛生 李子超 陈祖勉 编写

责任编辑：郝芬

•

宇航出版社出版

北京和平里滨河路1号

邮政编码100013

新华书店北京发行所发行

各地新华书店经销

北京商学院印刷厂印刷

•

开本：787×1092 1/32 印张：11 字数：238千字

1989年11月第1版第1次印刷 印数：1—11000册

ISBN 7-80034-217-4/F·008 定价：3.80元

前 言

价格是商品生产和商品交换的产物，是价值规律作用的表现，是调节经济活动的杠杆。不同社会形态下的价格反映着不同的商品交换关系和社会经济特征。在我国，随着经济体制的改革，确立了社会主义是在公有制基础上的有计划商品经济，实行计划经济与市场调节相结合的基本指导原则；要求我们在实践中运用计划调节和市场调节两种形式和手段，发展具有中国特色的社会主义商品经济。为此，在社会经济运行中，一方面一切经济活动要按照商品经济的原则，通过市场进行；另一方面一切经济活动又要在不同程度上受到国家计划的指导，即计划要通过市场来实现，市场必须接受国家计划的制约。也就是说，社会主义有计划商品经济的体制是计划与市场内在的统一，在这个体制内，不能没有市场机制的作用，也不能不要国家计划的指导。市场机制的核心是价格机制，价格又是实行和实现国家计划的手段和工具。因此，在运用计划调节和市场调节两种形式时，都离不开价格的杠杆作用，它是计划机制和市场机制相互联系和渗透的结合点，是促进计划与市场有机结合，建立有计划商品经济的必要条件。国家必须借助价格手段合理配置资源，按照社会需要分配社会总劳动；必须利用价格促进竞争，调节生产和流通，引导企业按照社会主义经济发展的要求，调整和规范经营行为。所以，从理论与实践的结合上，探索社会主义有

计划商品经济条件下，价格的地位和作用，研究价格的形成和运动规律，促使计划和市场结合，是摆在经济理论工作者和实际工作者面前迫切而又艰巨的任务。

为了适应价格改革实践及教学的需要，我们重新编写了《市场物价学》这本教材。本教材以马克思劳动价值理论和价格理论为指导，从中国国情出发，研究了社会主义有计划商品经济条件下的价格形成理论及价格管理制度，研究了在我国实现逐步建立少数重要商品和劳务价格由国家管理，其它大量产品和劳务价格由市场调节制度的理论依据和改革思路。本教材共分三篇十四章。第一篇——价格基本理论，重点阐述了马克思的基本价格理论及社会主义有计划商品经济条件下的价格形成和运动、价格体系、商品的差价关系等。第二篇——国家干预价格，阐述了国家干预价格的必要性和必然性，以及国家干预价格的范围、价格制定原则和方法。第三篇——企业定价，论述了企业定价的基本理论、主要策略和方法。全书力求理论联系实际，通俗易懂，可做大专财经院校教科书和在职职工自学参考书。

本教材第一篇由李子超编写；第二篇由童宛生编写；第三篇由陈祖勉编写。全书由童宛生总纂并修改定稿。由于水平有限，难免有错误和不当之处，恳请读者批评指正。

编 者

1989年9月

目 录

前言

第一篇 价格基本理论

第一章 商品价格和价值规律·····	(1)
第一节 价格的基本概念·····	(1)
第二节 价格与价值规律·····	(4)
第三节 价格职能和价格作用·····	(7)
第二章 价格形成基础和价格构成·····	(18)
第一节 价格形成基础及历史演变·····	(18)
第二节 价格中的生产成本与流通费用·····	(24)
第三节 价格形成中的盈利·····	(32)
第四节 价格构成与价值构成·····	(42)
第三章 价格运动和价格的相对稳定·····	(47)
第一节 价格运动与供求变化·····	(47)
第二节 价格运动与流通中的货币量·····	(50)
第三节 价格运动与价格的相对稳定·····	(52)
第四章 价格体系与价格改革·····	(62)
第一节 价格体系的内容·····	(62)
第二节 我国价格体系的现状与价格改革·····	(67)
第五章 商品的比价和差价·····	(80)
第一节 商品比价·····	(80)
第二节 商品差价·····	(92)

第六章 级差地租理论及其价格应用.....(100)

第一节 级差地租和农产品收购价格.....(100)

第二节 级差地租和矿业产品价格.....(105)

第二篇 国家干预价格

第七章 国家价格干预的作用和方式.....(109)

第一节 价格干预对国民经济发展的作用.....(110)

第二节 国家价格干预的方式和主要目标.....(120)

第三节 我国的物价管理体制.....(135)

第八章 农产品价格.....(144)

第一节 农产品价格的重要地位和特殊性.....(144)

第二节 农产品收购价格的制定和管理.....(152)

第三节 农产品销售价格的制定和管理.....(170)

第四节 农产品价格政策及价格管理.....(181)

第九章 轻工业品价格.....(189)

第一节 轻工业品定价成本的审定.....(189)

第二节 轻工业品出厂价格的制定.....(197)

第三节 轻工业品产地批发价格的制定.....(213)

第四节 轻工业品销地批发价格的制定.....(217)

第五节 轻工业品零售价格的制定.....(221)

第十章 能源价格.....(226)

第一节 煤炭价格.....(226)

第二节 石油产品价格.....(236)

第三节 电力价格.....(242)

第十一章 交通运输、邮电业价格.....(249)

第一节 交通运输价格形成的特点.....(249)

第二节 交通运输价格的制定.....(254)

第三节 邮电资费.....	(259)
---------------	-------

第三篇 企业定价

第十二章 企业定价基础知识.....	(265)
--------------------	-------

第一节 企业定价的意义和范围.....	(265)
---------------------	-------

第二节 企业定价的约束条件.....	(273)
--------------------	-------

第三节 企业内部价格管理.....	(281)
-------------------	-------

第十三章 企业定价目标和策略.....	(287)
---------------------	-------

第一节 企业定价目标.....	(287)
-----------------	-------

第二节 企业定价策略.....	(291)
-----------------	-------

第十四章 企业定价方法和技巧.....	(306)
---------------------	-------

第一节 定价程序.....	(306)
---------------	-------

第二节 成本定价法.....	(307)
----------------	-------

第三节 需求导向定价法.....	(330)
------------------	-------

第四节 竞争导向定价法.....	(336)
------------------	-------

第一篇 价格基本理论

第一章 商品价格和价值规律

第一节 价格的基本概念

价格是商品价值的货币表现，是商品与货币交换比例的指数，也是商品经济特有的一个重要经济范畴。

价格的概念同市场、同商品交换是紧密联系的，价格必须通过市场上的商品交换才能表现出来。商品所以能交换，不仅在于它具有一定的使用价值，还在于它具有相应的价值，即凝结在商品体中的无差别的人类抽象劳动。使用价值体现商品的自然属性，它反映商品的使用性，但它不能反映价值量的高低；价值体现商品的社会属性，它反映商品交换的数量比例，但商品的价值量不能由其自身来表现，它只有通过商品的交换价值，即与其他商品的交换关系上才能体现出来。

价格是一定历史条件下商品交换关系不断发展的必然产物。在商品经济不发达时期，交换仅仅是偶然的、个别的经济现象，而且是通过物物交换的方式来实现的。A商品的价值通过B商品表现出来，B商品就成了等价物，这就是简单的价值形态。随着商品经济的发展，商品的使用价值千变万化，商品的价值形态，也由简单的价值形态发展为扩大的价

值形态、一般价值形态，最后发展为货币价值形态。货币的出现，宣告了一切商品的交换价值都要以货币来表现。当货币被公认为商品价值量的表现形态时，“价格”这个经济概念在人类社会经济生活中也就出现了。正如马克思所说：“价格本身不过是价值的货币表现罢了。”（见《马克思恩格斯选集》第2卷，第176页）所以，价格是商品生产、商品交换发展的产物，是一个重要的历史经济范畴。价格范畴存在的根本依据，来源于商品经济。

价格既然是价值的货币表现，它在理论上必然反映与价值的关系。价格与价值的关系是商品体内在的决定关系。价值是价格的基础，价格是价值的表现形式。价格的决定因素首要的是价值，价值的大小决定着价格的高低。价值的量是由生产某种商品的社会必要劳动时间决定的。这就是价值规律的主要内容，也是价格运动的支配性规律。价格的高低与涨落，正是价值规律作用的表现。

价格是价值的货币表现，也必然反映价格与货币的关系。因为，各种商品的价值量不能由自身表现，只能够迂回地通过商品的交换过程来估量。在货币价值形式出现后，这种价值尺度的职能就由货币来承担了。货币所以能表现商品的价值，是因为最初作为货币的金或银本身就是商品，其本身原来就是有价值的。价格是体现了商品与货币交换的等价关系，是两者交换比率的指数。因此，价格的涨落变动，不仅决定于商品价值的变动状况，也决定于货币价值的变动状况。货币价值的高低变动也决定价格的涨落。纸币作为货币来流通，其本身虽然没有价值，但它是代表金属货币的，货币流通的规律也在起着对价格的调节作用。我国多年经济建

设实践和十年经济体制改革经验说明，要研究社会主义有计划商品经济条件下的价格决定和价格实现，改革不合理的价格体系和价格管理体制，也必须认真探讨货币流通的理论。

价格作为商品价值的货币表现，它也反映着社会上的各种经济关系。即价格是交换关系的反映。价格在社会经济活动中，反映着商品所有者和商品消费者之间的经济关系，反映着他们之间不同的经济利益。从所有制角度看，不同社会制度下的价格及其所反映的经济关系是有根本区别的。但是，价格作为商品经济范畴，所反映的经济现象，在许多方面又是相同的。我们不仅应当研究不同社会制度下价格的本质区别、价格运动的特点、条件和内在联系，也要研究商品经济条件下价格运动的一般规律和特征。早在中世纪的封建社会制度下，价格反映的固然主要是地主和佃农之间的剥削与被剥削关系，同时也要反映简单商品经济条件下社会经济活动中的交换关系。在资本主义社会，价格反映的主要是资本家和劳动者之间的剥削与被剥削关系，反映资本家之间瓜分剩余价值的互相争夺和吞并的关系，同时也反映着社会经济活动中的复杂的商品交换关系。在社会主义社会，商品交换是在生产资料公有制为主体的基础上进行的。价格所反映的主要是工农联盟、民族团结以及城乡、地区之间的协作互助关系；反映国家、集体、个人三者根本利益一致基础上的等价交换关系。但是，由于我国人口众多，商品经济不发达，社会生产力水平较低，仍处在社会主义的初级阶段，多年积累下来的价格体系不合理，因而价格所反映的社会经济活动中的交换关系存在着许多不顺乃至扭曲。随着我国经济体制改革的深入，社会主义有计划商品经济的建立，价格作为商品经济范畴的

研究应当加强。商品经济的基本规律——价值规律，对我们来说并不是认识得深刻了，等价交换作为价值规律的基本要求之一，它在维持买卖双方合法权益以及作为保障公平竞争的重要条件方面，还需要作深入调查和研究探索。我们必须按照等价交换原则，改革不合理的价格体系，完善社会主义市场体系，以促进科学技术进步和新产品的开发，增强企业活力，促进城乡经济联系，巩固工农联盟。

第二节 价格与价值规律

价值规律是商品经济的基本规律。我国社会主义经济是有计划的商品经济，价值规律必然广泛存在并发生作用。而价值规律的作用是通过价格及其运动来实现的。

在商品经济条件下，商品的价格首要地是由商品价值决定的，商品价格的高低取决于商品价值量的大小，即取决于生产商品所耗费的社会必要劳动时间。社会必要劳动时间决定商品的价值量，这是商品价格运动的准则和客观要求。在社会经济活动的实践中，一般说来，商品生产者或经营者实际关心的事情，首先是他的产品能否卖得出去，以及换取多少别人的产品，关心自己的产品按什么样的比例进行交换。马克思指出：“在私人劳动产品的偶然的不断变动的交换关系中，生产这些产品的社会必要劳动时间，作为起调节作用的自然规律强制地为自己开辟道路，就象房屋倒在人的头上时重力定律强制地为自己开辟道路一样。”（见马克思《资本论》第一卷，第92页）马克思的深刻分析，揭示了一条重要的商品经济运动法则，这就是说商品生产者和经营者最关心

的虽然是商品交换比例，但是，不管他们主观上设想如何，商品经济运动的规律并不以他们的主观意志为转移，商品交换只能按社会必要劳动时间进行。因为生产同一种商品的各个部门、企业及其他生产者，由于他们的主客观条件不同，他们耗费的个别劳动时间也不会是相同的，然而他们的产品，都必须进入市场，必须将产品放在社会必要劳动时间这个天秤上计量。这是不以人们意志为转移的客观经济规律，也就是商品经济的基本规律——价值规律。

社会必要劳动时间指的是，在现有的社会正常的生产条件下，在社会平均熟练劳动程度和劳动强度下制造某种使用价值所需要的劳动时间。所谓社会正常的生产条件，一般是指大多数企业所具备的生产条件。社会平均的劳动熟练程度和劳动强度是指大多数企业、大多数劳动者的中等水平。在各个企业的实际生产中，在生产同一种商品时，由于他们的生产条件、劳动熟练程度和劳动强度不同，因而他们花费的个别劳动时间是不相同的。那些生产条件较好，劳动熟练程度较高，劳动强度比较大的企业，所花费的个别劳动时间就会少些；那些生产条件较差，劳动技术不熟练和劳动强度低的企业，所花费的个别劳动时间就要多一些。但是，商品的价值量既不取决于个别劳动时间少的，也不取决于个别劳动时间多的，而是取决于社会必要劳动时间。这就是价值决定的基本内容，是价值决定的客观要求，也是等价交换的基础。

马克思在《资本论》第一卷中，对社会必要劳动时间作出的科学说明，是指单项商品的价值决定问题，是价值规律的一般表现，人们把它称之为第一种含义的社会必要劳动时

间。价值规律的这种表现，使得生产同一种产品的各个企业发生了经济效益上的差别。那些个别劳动时间花费少的企业，就会低于社会必要劳动时间，就有可能获得较多的盈利；花费个别劳动时间多的企业，高于社会必要劳动时间的，企业的盈利就少，有的甚至还要亏损；一些企业花费的个别劳动时间相当于社会必要劳动时间的，企业的盈利就可能较为正常。商品运动的这种状况，必然地会给企业以外在的压力，它象一只看不见的手，无情地促使着企业为了自己的生存和发展，必须努力改善经营管理，积极引进技术，优化劳动组合，提高劳动效率 and 经济效益，以求降低企业产品的个别劳动时间。这只看不见的手正是价值规律的鞭策作用，精明的企业家总是顺应这个规律，片刻不息，奋勇前进。

马克思在《资本论》第三卷中，进一步指出：“不仅在每个商品上只使用必要的劳动时间，而且在社会总劳动时间中，也只把必要的比例量使用在不同类的商品上。”如果说个别商品的使用价值取决于该商品是否满足一种需要，那么社会产品总量的使用价值就取决于这个总量是否适合于社会对每种特殊产品的特定数量的需要，从而劳动是否根据这种特定数量的社会需要按比例地分配在不同的生产领域……。在这里，社会需要，即社会规模的使用价值，对于社会总劳动时间分别用在各个特殊生产领域的份额来说，是有决定意义的。但这不过是已经在单个商品上表现出来的同一规律。……”（《资本论》第3卷，第209、216、217页）马克思在这个问题上进一步说明了社会劳动时间可分别用在各个特殊生产领域的份额的这个数量界限，不过是整个价值规律进一步发展的表现，必要劳动时间在这里包含着另一种意义。所

以人们称之为第二种含义的社会必要劳动时间。

上述两种含义的社会必要劳动时间是价值规律的全部内容。因为商品价值取决于第一种含义的社会必要劳动时间，是以这种商品符合社会比例需要为前提的。价值规律的作用不仅表现在价值决定上，而且也同样表现在价值实现上；不仅表现在生产领域，也表现在流通领域；不仅前者是基础，而且后者是前提。正如马克思所说，第二种含义的社会必要劳动时间是价值规律进一步发展的表现。

根据上述分析，我们还可以认识到，价格运动遵从价值规律的要求，本身也包含着遵从供求规律的要求，供求规律不是简单地从外部给价格以某种影响，而同样是价格运动的内在调节者。因此，列宁曾精辟地指出：“价格是价值规律的表现，价值是价格的规律，即价格现象的概括表现。”（《列宁全集》第20卷，第194页），价格规律和价值规律既相联系，又有区别。

第三节 价格职能和价格作用

一、价格职能

价格所以能在商品生产和商品交换中发挥杠杆作用，是由价格本身所固有的职能决定的。价格职能，通常是指价格的内在功能。它不受外界条件的影响。它具有稳定性和普遍性的特征。作为价格一般具有四种职能：

（一）表价职能

价格的表价职能，就是表现商品价值的职能。由于格价是商品价值的货币表现，所以，价格能表现商品价值。这是

价格最一般的职能，即价格的基本职能。

价格职能同货币职能是有区别的。价格是商品价值的货币表现，价格要通过货币形态，反映商品价值量的大小，它是衡量商品价值量大小的一种度量标记。货币是交换价值的形象代表，货币是价值的尺度。所以，有人举例说，价值、货币和价格的关系，就象布匹、尺子和布的尺码。就是说，货币价值尺度的作用是通过价格来表现的。这就比较清楚地说明价格职能和货币职能虽然是密切联系的，但是二者又是有区别的。

由于价格是商品价值的货币表现，价格具有表现商品价值的职能，因而，价格就成为工商企业进行经济核算、计量经济效果的工具，诸如进行成本财务管理，计算和比较劳动消耗，不断提高企业的经济效益。价格也是国民经济计量和比较经济效益的手段。国民经济计量，不仅要进行使用价值的统计和监督，也要运用价值指标进行比较和分析，在价值还无法直接计算的情况下，作为价值的货币表现形式的价格，就成为国家宏观调控不可缺少的一个重要工具了。

（二）调节职能

价格的调节职能，是通过价格与价值的一致或背离来实现的。价格与价值的一致或背离都是价值规律作用的表现形式，在现实经济生活中，价格与价值一致是相对的，而价格与价值的背离却是经常的。价格和价值量之间的量的不一致的可能性，或者价格偏离价值量的可能性，已经包含于价格形式本身中。因此，价格是一个经济杠杆，调节着交换双方的经济利益，调节着社会经济活动。

（三）分配职能

价格的分配职能，贯穿于国民收入的初次分配和再分配的整个过程。国民收入的初次分配是通过劳动报酬，上缴税利及企业利润留成进行的。而集体和个体经济劳动者的收入是和它出售产品的价格以及所需消费品的价格紧密相联的；全民所有制企业的劳动者报酬是通过货币工资实现的。消费品价格的高低变动，直接关系到全民所有制职工的切身利益。所以，价格与价值的背离会引起国民收入的再分配。例如，国家对生活必需品的价格补贴，实际上是对职工的追加收入。国家运用价格这一功能实现国民收入再分配，对保证人民生活，积累建设资金具有重要意义，然而，这种功能的实现，往往是人为的通过价格背离价值的方法进行的。如果价格与价值大体保持合理，这种职能一般就难于发生作用了。

在价格诸职能中，价格表现价值的职能和调节职能，这是价格的两个基本职能。其中对价格的调节职能更应给予充分的认识，它在理论与实践上具有重要的意义。

(四)信息职能

价格形成受多种经济因素的影响和决定。所以，价格变动能够向人们传递经济信息 and 市场信息，是国民经济发展状况的“晴雨表”，是标志市场商品供求情况变化的信号。国家和企业可以通过接收这种信号，治理经济环境，调整产业结构和产品结构，调整生产和经营行为。

实现价格职能是发展社会主义有计划商品经济的客观要求，同时实现价格职能本身也要求有计划商品经济的充分发展。因此，要实现价格职能需有以下基本条件：

1. 应有一个发育得较好的、完善的市场体系