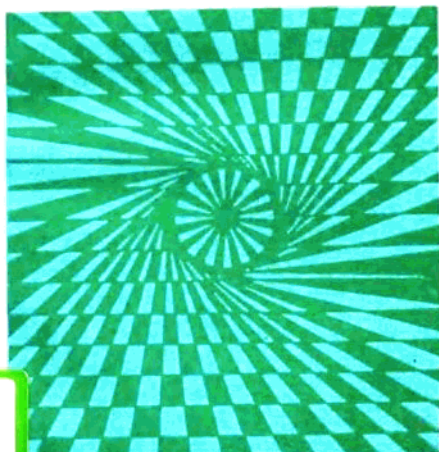


产品价格管理

航空航天工业部教育司组织编写



管理干部岗位培训系列教材

95
P407.55
1
2

产品价格管理

(试用教材)

航空航天工业部教育司组织编写

主 编 仇 玮

副主编 许善秋

HA452/21



3 0109 5865 4



宇航出版社

C

142042

(京)新登字181号

内 容 简 介

本书是管理干部岗位培训系列教材之一。主要阐明价格学的基础理论,并针对航天系统产品的特点,对航天科研产品、试验技术与工艺协作及民用产品、出口产品的价格制定和价格管理体制制作了较为系统的阐述,从理论和实际两个方面说明了航天产品价格制定和管理的特点,具有较强的知识性、实用性和一定的指导性。全书系统完整,内容充实,通俗易懂,所叙方法简明实用。适用于企事业单位中层以上管理干部及各级价格管理人员的岗位培训,也可作为大专院校的参考教材。

管理干部岗位培训系列教材

产品价格管理

(试用教材)

航空航天工业部教育司组织编写

主编 仇 峰

副主编 许晋秋

责任编辑:高荣民

宇航出版社出版发行

(北京和平里滨河路1号 邮政编码100013)

各地新华书店经销

北京隆昌印刷厂印刷

开本: 787×1092 1/32 印张: 8 字数: 186千字

1993年6月第1版第1次印刷 印数: 1—1000册

ISBN 7-80034-579-5/G·086 定价: 8.00元

管理干部岗位培训系列教材编审委员会

主任 李志黎

副主任 程银海 钱颂迪 (常务) 郑济民

委员 (以姓氏笔画为序)

王文超	尹绍瑞	江传涛	安学锋	刘以良
刘尔翼	刘庚材	刘惠孚	朱毅麟	孙 铮
李广禄	李汉铃	李世培	李志黎	李彦昌
李震言	李德林	杨正国	吴宗贤	何业才
张圣铭	张成玉	张振福	张培茂	郑文义
郑济民	林 凤	罗鸿根	姜明河	赵之林
赵松龄	赵普强	姚洪庆	钱颂迪	曹中德
曹舜民	戚永亮	曾庆来	程银海	

管理干部岗位培训系列教材编辑部

主任 李震言

副主任 李德林

成员 (以姓氏笔画为序)

王 劲	王祥彪	安学锋	刘 杭	李震言
李德林	张明立	易 新	修立军	

出版说明

90年代,我国航天技术正处于一个新的历史发展时期,面临着航天技术上新台阶、型号产品更新换代、队伍新老交替的形势。为保持航天技术发展势头,加速新一代航天队伍建设,部教育司组织编写、出版了一套具有航天特色的管理干部岗位培训系列教材。

系列教材编写的指导思想是:坚持四项基本原则,坚持改革开放,具有航天特色,为航天事业服务。力求系列教材既有系统性、理论性,又突出针对性、实用性和一定的先进性。

系列教材的适用对象是:以企事业单位中层管理干部的上岗、转岗培训和适应性的在岗培训为主,也可供高级管理干部和一般管理干部培训参考或自学。

系列教材强调总体系统性,但也考虑到每本教材教学内容的相对完整性。系列教材采用机关司局、院局基地和院校三结合的编写方法,把总结航天系统35年来的管理经验与吸收国内外先进的管理理论、方法结合起来,以保证系列教材的质量。

本系列教材分为试用教材和参考教材两类,试用教材为推荐的岗位培训教材,参考教材为选用教材。本系列教材系首次组织编写,缺乏经验,希望在今后使用中不断充实、完善和提高。欢迎广大读者提出批评和建议。

管理干部岗位培训系列教材编委会

1991年2月

前 言

价格作为经济杠杆之一,在宏观经济管理中起着调节、促进经济发展的作用。价格作为核算尺度和市场竞争的手段,对企事业单位的经营管理效果有着举足轻重的影响。可见,产品价格的制定与管理是经济管理的重要组成部分,是各级管理部门的领导干部、专业干部和企事业单位的高、中层管理人员必须掌握的知识。

本书按照航天系统管理干部岗位培训的要求,以理论联系实际并指导实践为出发点,较通俗地阐明了《价格学》的基础理论,较全面地介绍了不同经营环境的各种产品定价方法,较系统地阐述了航天科研产品、批生产产品、工艺、试验技术协作及民用产品、出口产品的价格制定方法和航天系统产品价格管理体制。

本书由仇玮主编,许善秋任副主编,由仇玮编写第一、二、三章,牛占杰编写第四章,许善秋、岳嵩山编写第五章,徐德水、曾文华编写第六章,李海东编写第七章,薛立编写第八章。

本书由李宝安主审定稿。

本书是在航空航天工业部航天教材编审室、航天系统管理干部岗位培训教材编委会、部财务司及哈尔滨工业大学管理学院的指导和帮助下完成的,在此表示致谢。

本书的编写是理论工作者和实际工作者相结合的一种尝

试。由于编写者的水平有限，成书时间仓促，难免有不妥之处，请读者批评指出，以便日后修改完善。

编 者
1992年4月

目 录

第一章	价格及制定价格的依据	(1)
第一节	价格及价格构成.....	(1)
第二节	我国的价格体系及价格政策.....	(10)
第三节	制定价格的依据.....	(21)
第四节	影响价格的因素.....	(30)
第二章	以成本为基础的定价方法	(33)
第一节	定价成本与会计成本.....	(33)
第二节	按全部成本计算的定价方法.....	(38)
第三节	按成本习性计算的定价方法.....	(43)
第四节	按边际利润计算的定价方法.....	(56)
第三章	以供求为基础的定价方法	(66)
第一节	供需曲线与价格弹性.....	(66)
第二节	以产品为基础的定价方法.....	(74)
第三节	以用户为基础的定价方法.....	(88)
第四节	以竞争为导向的定价方法.....	(95)
第五节	定价策略与技巧.....	(104)
第四章	航天系统产品价格管理体制	(113)
第一节	航天系统产品价格管理的特点.....	(113)
第二节	国家及航天系统价格管理体制介绍.....	(114)
第三节	航天系统企事业单位产品价格管理.....	(126)
第五章	航天产品价格的制定	(133)
第一节	航天产品及其定价的特点.....	(133)
第二节	科研试制阶段产品价格的制定.....	(136)

第三节	批生产阶段产品价格的制定.....	(147)
第四节	批产航天产品价格调整的原则与办法.....	(161)
第五节	航天系统工艺协作价格的制定.....	(167)
第六节	试验协作价格的制定.....	(173)
第七节	设计技术咨询服务取费依据.....	(178)
第六章	航天系统民品价格的制定.....	(184)
第一节	航天系统组织和生产民品的特点.....	(184)
第二节	航天系统民品价格制定的原则.....	(187)
第三节	航天系统民品价格的制定.....	(189)
第七章	航天系统出口商品的价格管理.....	(206)
第一节	国内外市场价格的区别与联系.....	(206)
第二节	航天系统出口商品的定价原则.....	(209)
第三节	航天系统出口商品的价格管理.....	(215)
第八章	航天系统价格信息管理.....	(224)
第一节	价格信息管理的特点和内容.....	(225)
第二节	价格信息资料的收集.....	(229)
第三节	价格信息资料的传递.....	(237)
第四节	价格信息管理中心的建立.....	(240)

第一章

价格及制定价格的依据

第一节 价格及价格构成

一、价格的产生

价格是商品经济发展到一定程度的产物。从社会发展的历史看，原始社会的初期和中期，社会生产力的水平低下，生产仅是为了生产者自身消费的需要，极少有剩余产品，偶尔发生交换行为，也是采用简单的以物易物交换形式，不需要价格计量，也就无所谓价格。到了原始社会的末期、奴隶社会的初期，社会生产经历了农业与畜牧业相分离、手工业与农业相分离的两次大分工之后，社会生产力有了很大的发展，剩余产品随之增多，出现了生产资料与劳动产品归属于不同生产者所有的经济现象，以交换为动机的商品生产迅速发展。交换的形式由低级向高级发展，产生了货币。当作为一般等价物的特殊商品——货币与一般商品交换时，就需要有一个作为商品与货币交换比例的指数，这个指数就是价格。可见，价格是与货币同时产生的。

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，它标志着商品交换从以物易物的简单形式演变到以货币为媒介的高级形式，从简单的价值形式发展到成熟的价值形

式。价格以其特有的职能，在社会再生产过程中发挥着重要的作用。

二、价格的本质

在一般情况下，价格是商品价值对货币价值之比，即

$$P = \frac{W}{G}$$

式中 P ——商品价格，

W ——商品价值；

G ——货币价值。

从上式可看出，商品价格与商品价值成正比，与货币价值成反比。商品价格随商品价值、货币价值的变动而变动。每种商品的价格尺度由商品价值和货币价值来决定的。所以说，价格的本质是商品价值的货币表现。这里所说的货币价值，指的是金属货币的价值。当金属货币由纸币代替后，货币的价值有了质的变化。

我们知道，商品作为用以交换的劳动产品，具有两重属性，即商品的使用价值和价值。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，也是价值的物质承担者。价值是凝结在商品中的、一定量的人类一般劳动。商品价值量的大小，取决于现有社会正常的生产条件下，在社会平均的劳动熟练程度和劳动强度下制造某种商品所需要的劳动时间，即社会必要劳动时间。所以，商品的价值量要由生产此商品所耗费的社会必要劳动时间来决定。

在采用金属货币时，货币的价值也是由生产金属货币所耗费的社会必要劳动时间决定的。纸币的出现，使货币的价值形成发生了质的变化。因为，纸币只是作为贵金属的代表者加入流通，本身不是商品，也没有价值。在流通所需的金量已定的情况下，无论发行多少纸币，都只能代表已定

的金币量。单位纸币所代表的价值量为

$$\text{单位纸币所代表的价值量} = \frac{\text{流通中的单位金币} \times \text{金币必要量}}{\text{纸币发行量}}$$

如流通所需的金币量为100单位，发行纸币也是100单位，则单位纸币所代表的价值为1。如流通所需的金币量仍为100单位，发行纸币为200单位，则单位纸币所代表的价值降为0.5，即纸币贬值。反之，如发行纸币量小于100单位，纸币就会升值。纸币所代表的价值量的变动，对商品价格会产生直接影响。

三、价格和价值规律

价值规律是商品经济的基本规律，是社会必要劳动时间决定商品价值量的规律。根据价值规律的要求，商品的价格必须以价值为基础，商品的交换必须按等量价值进行等价交换。可见，社会必要劳动时间决定商品价值，是价值规律的核心内容。研究社会必要劳动时间应注意它的双重含义：

1) 从商品生产看，社会必要劳动时间是指在现有社会正常的生产条件下，社会平均劳动熟练程度和劳动强度下生产某种商品所需要的、正常的平均劳动时间，而不是个别生产单位所耗费的个别劳动时间。例如，生产甲商品共有五个厂家，各厂家耗用的劳动时间如表1-1所示。

这样，单位甲产品的社会必要劳动时间是160小时，并可用它来决定甲产品的价值量。不同厂家实际消耗的劳动时间与社会必要劳动时间的差量，会转化成不同厂家的盈利差量。这对促使生产者注意节省劳动时间，改善经营管理有重要作用。

2) 从社会需要看，社会必要劳动时间是指社会总劳动中按一定比例来生产社会所需要的某种商品所耗费的劳动时

表1-1 甲产品耗用劳动时间

生产厂家	产量（万件）	单位劳动时间（小时）	总劳动时间（万小时）
A	10	190	1900
B	20	180	3600
C	30	170	5100
D	40	160	6400
E	50	140	7000
合计	150	（平均）160	24000

间，即社会所需要商品的必要劳动时间。如果生产的商品量超出社会需要量，超出部分的商品所耗用的劳动时间就不会被社会所承认，这部分商品的价值也不会实现，所耗的劳动时间就不是社会必要劳动时间。如上例中五个厂家所生产的150万件甲产品，社会仅需要120万件，就会有30万件甲产品耗用的劳动时间得不到社会承认，而且完全可能在优胜劣汰的竞争规律下，促使生产者调整产品生产，假如A厂、B厂因耗用劳动时间多而转产、停产，其余厂家生产120万件甲产品所耗用的总劳动时间就会降到18500万小时，生产单位甲产品的必要劳动时间也会从原来的160小时降到154小时。在这里，社会需要是一个非常重要的前提。

价值规律的另一客观要求是商品必须以等量价值为基础进行交换。在商品经济高度发展的条件下，商品交换需要以货币为媒介，用价格来计量，价格就成为能否体现等价交换的关键。从理论上讲，价格是商品价值的货币表现，但价格与价值之间也有它们的不一致性。一方面，价格的确定必须以价值为基础，使商品的价格能大体反映生产它的社会必要劳动时间，以体现价格和价值的一致性。另一方面，价格又受多种因素影响而产生价格与价值的偏离，出现不一致性。这

种不一致性有它的规律，即价格围绕价值运动，价值是轴心，价格偏离价值的幅度有高有低，但都离不开价值这个轴心，如图1-1所示。

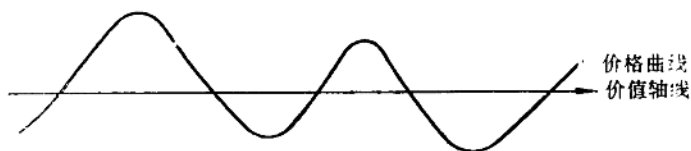


图1-1 价格运动曲线

价格与价值的一致性和不一致性是辩证统一的。静态的一致性与动态的不一致性恰好反映了价格运动的规律。价格偏离价值过高，商品就难以交换，会促使价格下降。价格偏离价值过低，商品就难以生产，会造成商品的供不应求，反过来又要通过提高价格来刺激生产。价格的运动曲线说明了价值规律的一般特点。

四、价格的构成

研究价格的构成要从商品价值的构成谈起，我们知道，商品价值 W 是由生产商品所消耗的生产资料价值 C ，劳动者为自己劳动新创造的价值 V 和劳动者为社会劳动新创造的价值 m 三个部分组成，即 $W = C + V + m$ 。 C 、 V 、 m 用货币形态表现时，又可分解和组合成生产成本 K 、流通费用 E 、税金 T 、利润 M 等构成商品价格 P 的四个要素，如图1-2所示。

生产成本、流通费用、税金、利润等四个要素构成商品价格。但由于商品从生产到消费要经过不同企业的生产经营和商品流通环节，因此，不同类型企业所生产和经营的商品的价格构成要素并不完全相同。如工业品出厂价格由生产成本、销售费用、销售税金和利润构成；农产品出售价格由生产成本、出售农产品运费、农业税金和农业纯收益构成；商

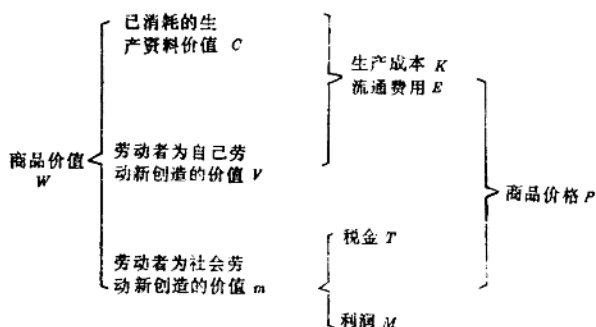


图1-2 商品价值及商品价格构成

业批发价格由商品收购价格、批发费用、批发营业税金、批发利润构成；商业零售价格由商品批发价格、零售费用、零售营业税金、零售利润构成。工业和商业的商品价格构成较有代表性，可见表1-2、表1-3。

表1-2 工业品价格构成

生产成本	销售费用	销售税金	生产利润		
全部成本				自销费用	自销利润
出 厂 价 格					
自 销 商 品 价 格					

表1-3 商业商品价格构成

收购价格	购 销 差 价			批 零 差 价		
	批发费用	批发税金	批发利润	零售费用	零售税金	零售利润
批 发 价 格						
零 售 价 格						

工业品的出厂价格是商品的最初价格，如果工厂将商品直接卖给消费者而不再转销，则工厂的出厂价格也是最终价格。如果这种工业品生产出来之后，尚需经过流通环节才能转入消费，这时此工业品的出厂价格就转化为商业的收购价格。

商业流通部门按工厂出厂价格从工业企业购进商品后，一般要经过批发和零售两个环节才能转销到消费者手中。工厂出厂价格转化为商业收购价格后，要加上批发的流通费用、税金、利润，形成商业批发价格。商业批发价格与工厂出厂价格的差价，称为购销差价。如果商品需经过零售环节才能转售给消费者，则尚需在商业批发价格的基础上，加上零售的流通费用、税金、利润，才能形成商业零售价格。商业零售价格与商业批发价格的差价，称为批零差价。

在商品价格的构成要素中，生产成本是最主要的要素，是价格构成的基本部分。我国广泛采用的以生产成本为基础的定价方法，反映了价格构成的特点。

五、价格的职能和作用

1. 价格的职能

价格的职能是指价格的内在功能，主要有实现货币价值尺度、核算工具、调节经济等职能。

(1) 实现货币价值尺度

价格是商品价值对货币的比值。商品价值是凝结在商品中的一定量的人类抽象劳动，可以说是看不见摸不着的。要使商品能在等价值量基础上进行交换，必须借助货币形式，以货币化的价格作为反映价值量大小的尺度。这是价格的首要职能。有了价格，才能使货币成为价值尺度，才能使价值有了表现形式，使不同价值量的商品能得以交换。同时，也正是因为价格有实现货币价值尺度的职能，才能使价格在经济核算、调节经济等方面发挥其内在的功能。

(2) 核算工具

在商品经济条件下,为使社会再生产正常进行,不论在宏观领域,还是微观领域,都需核算生产的投入与产出、再投入与再产出,核算经济效益。在核算时,实物量之间的数量关系是无法系统反映经济活动和再生产过程中的经济关系的。为此,必须按照价值规律的要求,运用价格所具有的核算工具职能,利用价值指标才能完成经济核算任务。价格的核算工具职能,已是经济核算得以进行的保证。

(3) 调节经济

价格围绕价值轴心运动的规律,决定它有调节经济运行的职能。当价格上涨或下降时,可对商品的供求状况产生影响,从而发挥它的调节生产、调节消费的职能。当价格基本稳定并含有正常利润时,可使社会经济持续发展,发挥其促进生产、促进消费的职能。同时,价格的高低会使买卖双方的经济利益此消彼长,会波及到各个部门、行业、企业,以至个人的利益,发挥其对国民收入的分配和再分配的调节职能。

2. 价格的作用

价格的内在职能决定它在社会主义经济中的地位。价格作为调节经济的重要杠杆,对微观和宏观经济活动有以下主要作用。

(1) 促使企业加强核算,提高经济效益

社会主义企业是实行独立核算、自负盈亏的商品生产者、经营者。每一企业都要通过售出商品取得收入,用收入来补偿支出并取得盈利。价格是决定单位商品收入的唯一价值尺度。合理的价格可为企业规定合理的收入标准,使不同企业在市场竞争中都能基本上处于平等地位,促使企业通过加强内部核算,减少消耗,节省费用,从而提高经济效益。相反,不合理的价格将会对企业经济核算起不良的作用。假如