

实用价格学

杨连升 主编



吉林大学出版社

实用价格学

杨连升 主编

吉林大学出版社出版 吉林省新华书店发行
(长春市解放大路85号) 长春建筑专科学校印刷厂印刷

开本: 787×1092毫米1/32 1989年7月第1版
印张: 10.125 1989年7月第1次印刷
字数: 250千字 印数: 1—5000册

ISBN 7-5601-0278-6/F·51 定价: 3.70元

内 容 提 要

本书坚持以马克思主义价格理论和社会主义初级阶段理论及有计划商品经济理论为指导，汲取了国内外近年来在价格理论方面的新的研究成果，联系价格改革的实际，在较为系统地阐明社会主义价格基础理论的基础上，着重论述了国民经济主要部门价格的定价方法和价格管理问题，对价格理论及其应用，提出了新的见解。在论述方法上，力求具有先进性、实用性的特点；在体例安排上，讲求简明、透彻；内容翔实、具体和理论联系实际。本书适于作高等院校、中专学校，及各种形式的成人高、中等教育的经济类专业教材，也可作为物价管理部门、业务主管部门和各生产、经营企业工作人员培训、学习之用。



前 言

商品价格是最现实、最敏感的经济问题，在社会主义有计划商品经济中，它起着重要的经济杠杆作用。党的十三大提出我国新的经济运行机制是，“国家调节市场，市场引导企业”，确认了价格机制是市场机制的核心，这必将使价格在经济中发挥出更大的作用。因而，深入研究、探讨价格理论及其应用问题，更好地为宏观价格决策和生产、经营企业服务，有着十分重要的意义。本书顺乎时代潮流，应运而生。

实用价格学是运用马克思主义价格理论和社会主义初级阶段理论，着重研究社会主义制度下价格同价值、货币等因素的关系，揭示价格形成和运动的规律，以及国家和企业对于价格的运用和管理的科学。

一门学科研究的对象，主要是由其研究领域所具有的矛盾特殊性决定的。价格领域的矛盾特殊性主要是价值决定与价值实现的矛盾。从价值决定论的观点出发，可以认为社会主义制度下的商品价格是由价值或其转化形态（生产价格）决定的。在现实经济生活中，价格往往并不直接等同于价值，这是因为价格的形成、运动及实现还要受到诸如市场供求关系，以及政治、经济、政策等因素的影响和制约。价格运动的形式，也正是通过价格围绕价值的上下波动来实现的。为此，本书将商品价值决定与价值实现的矛盾，即价值与价格的矛盾作为研究的主要对象。

基于要进一步增强价格学应用性的设想，本书将国家和

企业制定价格的方法及现阶段价格管理问题列为主要研究内容，并以此界说，建立了自己的体系。本书共分为3篇15章。上篇，价格基础理论，包括一至四章；中篇，定价方法，包括五至十章；下篇价格管理，包括十一至十五章。在编著中，注重较充分地体现党的十一届三中全会以来的方针、政策，特别是党的“十三大”精神，注意汲取学术界关于社会主义价格理论的一些研究、应用成果，力求理论联系实际，使理论分析有所加深，概念和范畴的表述规范化，增强实用性和应用价值。

尽管如此，本书的内容和体系仍带有探索性。从客观上说，实用价格学是一门新兴的学科，正日臻完善，且不成熟的理论总是和不成熟的社会实践相联系；从主观上说，由于作者水平有限，缺点、错误定会在所难免，热忱希望读者，特别是价格理论界的良师益友批评指正。

编 著 者

1989年6月

目 录

上 篇 价格基础理论

第一章 价格的本质和作用	(2)
第一节 商品价格的本质及特点.....	(2)
第二节 价格的职能和作用.....	(8)
第二章 价格形成	(18)
第一节 社会主义价格形成的基础.....	(18)
第二节 价格形成基础中成本和盈利的确定...	(27)
第三节 价格形成与市场供求.....	(35)
第四节 影响价格形成的其他因素.....	(42)
第三章 价格构成	(51)
第一节 价值构成与价格构成.....	(51)
第二节 生产成本.....	(56)
第三节 商品流通过费用.....	(62)
第四节 利润和税金.....	(69)
第五节 理论销售价格.....	(73)
第四章 价格体系	(77)
第一节 价格体系的涵义.....	(77)
第二节 价格体系的内部分类.....	(78)
第三节 商品差价体系.....	(83)
第四节 商品比价体系.....	(93)

中 篇 定 价 方 法

第五章 农产品价格	(107)
第一节 级差收益与农产品价格.....	(107)
第二节 农产品生产成本.....	(111)
第三节 农产品收购价格.....	(115)
第四节 农产品调拨价格.....	(123)
第五节 农产品销售价格.....	(125)
第六章 工业品价格	(130)
第一节 工业品生产成本.....	(130)
第二节 工业品出厂价格.....	(139)
第七章 商业价格	(146)
第一节 商业批发价格.....	(146)
第二节 商业调拨价格.....	(154)
第三节 商业零售价格.....	(159)
第四节 饮食业价格.....	(170)
第八章 外贸价格	(177)
第一节 外贸价格的特点.....	(177)
第二节 出口商品国内价格.....	(184)
第三节 进口商品国内销价.....	(192)
第九章 企业定价	(195)
第一节 企业定价一般.....	(195)
第二节 企业定价策略.....	(199)
第三节 企业定价方法.....	(205)
第十章 物价指数	(211)

第一节	物价指数的内容.....	(211)
第二节	常用物价指数的编制.....	(215)

下 篇 价 格 管 理

第十一章	价格管理的意义及内容.....	(223)
第一节	价格管理的意义.....	(226)
第二节	国家对价格主要进行间接管理的 内容.....	(229)
第三节	价格管理体制.....	(231)
第四节	价格监督与检查.....	(234)
第十二章	价格形式管理.....	(239)
第一节	国家定价.....	(239)
第二节	国家指导价格.....	(242)
第三节	工商协商价格.....	(247)
第四节	议购议销价格.....	(249)
第五节	集市贸易价格.....	(254)
第十三章	企业价格管理.....	(260)
第一节	国家对企业价格管理的手段.....	(260)
第二节	生产企业的价格管理.....	(264)
第三节	商业企业物价管理的要求和制度.....	(267)
第四节	商业企业日常物价管理规范.....	(270)
第十四章	价格信息管理.....	(274)
第一节	价格信息一般.....	(274)
第二节	价格信息管理.....	(278)
第三节	价格信息的取得与应用.....	(281)

第十五章	价格预测	(286)
第一节	价格预测的意义.....	(286)
第二节	价格预测的主要内容.....	(288)
第三节	价格预测步骤.....	(290)
第四节	实用价格预测方法.....	(293)
附 录	《中华人民共和国价格管理条例》.....	(306)

上 篇 价格基础理论

本篇以马克思主义价格理论、社会主义初级阶段理论和有计划商品经济理论为指导，阐明了价格学的基本原理。

全篇共四章。第一章阐述社会主义有计划商品经济中价格的本质、特点、职能和作用；第二章研究社会主义商品价格形成的基础，以及影响价格形成的主要因素，明确指出生产价格将会成为社会主义商品价格形成的基础；第三章论述价格构成原理，说明价格构成诸要素及其核算；第四章对我国价格体系简要介绍，探讨价格体系改革的有关问题。

本篇可为更好地学习和应用价格学奠定坚实的理论基础。

第一章

价格的本质和作用

第一节 商品价格的本质及特点

一、商品价格的产生

商品价格是商品价值的货币表现。它是在商品交换的发展中产生的。商品是用来交换的劳动产品，它具有使用价值和价值两重属性。商品的使用价值是指商品的有用性，它能够看得见，摸得着；商品的价值是人类抽象一般劳动的凝结，它属于客观的经济范畴，只是一个社会过程，人们看不见、摸不着它，只有通过另一种商品相交换才能把自身的价值相对的表现出来。一种使用价值与另一种使用价值相交换的量的关系或比例，称为交换价值，它是价值的表现形式。因而人们研究价格的产生问题，往往须从价值形成的演变入手。价值形式的演变，大体经历了四个历史阶段，表现为四种价值形式：

（一）简单的价值形式

人类社会之初并没有商品生产和交换。只是到了原始社会的中、后期，随着社会分工和私有制的出现，在原始公社之间才出现了个别的、偶然的物物交换。这种交换既没有货币，也没有价格，称之为简单的、个别的或偶然的价值形式。

（二）扩大的价值形式

第一次社会大分工出现之后，促进了生产力和商品交换的发展，一种产品逐渐可以同多种产品相交换。随着交换范围的扩大，一种商品价值可以表现在一系列商品上。于是，价值形式发展到第二阶段，称为扩大的（或总和的）价值形式。

（三）一般价值形式

扩大的价值形式所反映出的商品交换，仍是物物直接交换。随着商品交换的进一步发展，使得商品的使用价值与价值的矛盾扩大化，比如，有羊的人想换取石斧，但有石斧的人却想换取谷子，所以，有羊者要先换到谷子，才能换回石斧。这样就使得物物直接交换常常发生困难。第二次社会大分工后，用来交换的剩余产品增多了，逐渐发展到将某一种商品作为一般等价物，专门用来表现其他各种商品的价值。至此阶段，商品交换中有了一般的价值形式，但仍然没有价格。

（四）货币价值形式。

随着商品生产和商品交换的发展，人们要求一般等价物的表现形式能够在较长时期与较大范围内相对稳定在某种商品上。由于贵重金属黄金和白银具有质地均匀，易于分割和合并，体积小、价值大，耐磨损，便于保管和携带等特点，逐渐被筛选出来，成为专门充当一般等价物的特殊商品，即产生了真正意义上的货币。在货币价值形式下，当其他一切商品都用贵金属货币的有用价值量来表现其自身价值量时，就产生了商品价格。正如马克思说：“商品在金上的价值表现——X 量的商品 $A=Y$ 量货币商品——是商品的货币形式或它们的价格。”（《马克思恩格斯全集》第 23 卷，第 113

页。)目前,世界各国都用纸币代替黄金或白银来执行金属货币的职能,如人民币、美元、英镑、卢布等。

从价格的产生历史可看出,商品价格既是商品生产和交换的产物,也是价值形式发展的必然结果,它会随着货币的产生而产生,也会随商品和货币的消亡而消亡。

二、商品价格的本质

马克思曾给价格下了明确的定义,即“价格是价值的货币表现。”(《马克思恩格斯全集》第25卷,第397页。)这句话既概括了价格的本质,又揭示了价格、价值、货币三者之间的关系,即价值是实体、是内容;货币是衡量价值的尺度;价格是表现形式,是观念上的货币量。

对商品价格的本质,我们可以从以下四方面来理解:

(一) 价值(或其转化形态)决定价格,是价格形成的基础

价值变动是价格变动内在的、支配性因素,这是马克思主义价格理论的基本点,也是区别于其他价格理论的分水岭。

(二) 商品价格体现了商品与货币的等价关系

商品价格“是商品与货币的交换比例的指数。”(《马克思恩格斯全集》第23卷,第120页。)货币是一种特殊的商品,它之所以能充当一般等价物,是因为其本身也具有价值。商品价格的变动要受到商品价值和货币价值两个内在因素的决史。在商品价值不变的条件下,商品价格与货币价值的变动成反比例;在货币价值不变条件下,商品价值与商品价格的变动成正比例;当商品价值与货币价值依同一方向、同一幅度变动时,商品价格不变;当商品价值与货币价值依同一方

向、不同幅度，或不同方向、不同幅度变化时，价格就会呈现出多种不同的变化。

（三）价格是交换关系的反映

在价格背后，隐藏着各种复杂的交换关系。价格的变动，意味着交换双方经济利益的转移，反映着卖者和买者、生产者和中间商，中间商和消费者之间的联系。在不同社会形态下，价格按照不同阶级的意志分配着经济利益。

（四）价格与价值的偏离，是价值规律作用的表现形式

这是由于价格是一种现象状态，是商品价值的外在表现，因此，二者之间有可能存在量上的差别。同时，价格还要受到供求关系、其他经济杠杆、国家政策等因素的影响，其运动的轨迹，是一条围绕价值或其转化形态这一水平线，上下波动的曲线。但从一个较长期间看，总价格与总价值大体是一致的。实际上，价格表现价值的过程，也正是由价格围绕价值上下波动的方式来实现的。因此可以说，价格恰好等于价值，只是一种个别的、偶然的、瞬间的现象。价格出现低于或高于价值的情况，并不违背价值规律、更不是对价值规律的否定，而正是价值规律作用的表现形式。

三、商品价格的性质

在商品交换过程中，商品价格的高低，直接关系着交换双方的经济利益，列宁曾指出：“价格是交换关系。”（《列宁全集》第20卷，1963年版，第95页。）交换关系是由生产关系的性质决定的。在不同的社会制度下，由于生产关系性质不同，价格所体现的这种经济关系具有不同的社会性质。

在资本主义制度下，物质财富、精神财富和劳动力等都

具有商品形式。表面上看，买卖双方是自愿的、平等的、互利的；而实际上，双方往往处于不平等的地位。产业资本家通过市场价格卖出商品，实现其在生产过程中剥削工人的剩余价值；商业资本家则在流通过程中参与剩余价值的瓜分；各个资本家或垄断组织、集团之间也利用价格进行剧烈的竞争。就劳动力的买卖来说，各个资本家不仅利用产业后备军的大量存在来压低劳动力的价格，使工人遭受不等价交换的损失，还要通过增加劳动强度，相对增加剩余劳动时间等办法，让工人为其创造更多的剩余价值。因此，在资本主义制度下，商品价格的性质体现了资本家剥削工人的对抗性的经济关系。至于资本家之间买卖商品的价格，体现的则是资产阶级内部，为瓜分剩余价值而互相勾结、互相争夺、尔虞我诈的经济关系。所以，资本主义制度下的商品价格主要体现资产阶级对工人阶级和广大消费者的剥削关系。

在社会主义制度下，由于生产资料公有制的建立，劳动力已不再是商品，这就使商品价格的性质发生了根本的变化。我国目前虽然在一定程度和一定范围内存在着外资、个体经济和私人经济，但建立在生产资料公有制基础上的国有（营）经济和集体经济仍占居统治地位。所以，社会主义制度下的商品价格主要体现的是国家、集体或企业之间，个人之间，工农、城乡之间在根本利益一致和等价交换基础上的、分工协作的经济关系。价格的变动，虽然也会引起卖者与买者之间经济利益的此增彼减，但二者并不存在根本的利害冲突。所以，国家可以利用价格这一有效的经济杠杆来调节经济活动，协调各方面的关系，使一些矛盾得到解决或缓和。

四、商品价格的特点

在不同的社会制度下，商品价格的形成和运动方式具有不同的特点。

在资本主义制度下，商品价格是通过盲目竞争自发形成的，具有明显的自发性、分散性和波动性。这是由于生产资料掌握在私人手中，生产经营活动主要是由私人企业各自进行的，资本家阶级在市场上处于主导地位，商品价格的决定权主要掌握在他们手中。整个资本主义市场供求缺乏全社会总体计划的指导，价值规律完全是通过竞争和商品价格自发地围绕商品价值或其转化形态上下摆动的方式发挥作用的。加之各个资本家之间存在着利益上的冲突，既互相竞争，又互相封锁，任何一个资本家都不可能及时、准确地掌握市场供求状况的全貌，主要是凭借价格的高低、涨落，利润的大小来决定自己的生产和经营活动，商品价格主要随市场供求关系变化而变化。

在社会主义制度下，我国在社会主义初级阶段，实行有计划的商品经济。社会主义公有制经济在一定范围、一定程度上仍然掌握着国家的经济命脉，商品价格的决定权，也主要掌握在国家和由国家从宏观经济上进行调节、诱导的生产、经营企业手中。从而使价格的形成和运动具有计划性和相对稳定性的特点。但计划性不排斥灵活性、相对稳定性不排斥调整性。

价格的计划性，是指在生产、流通领域中的一些主要商品价格和商品收费，由国家各级政府、物价或业务主管部门，根据物价方针、政策，参考市场供求因素，有计划地制定和调整，并采取国家定价或国家指导价格的形式进行

管理。

价格的相对稳定性，是指社会主义国家有必要对一些不合理价格有计划、有步骤地进行调整，以保持市场物价总水平的相对稳定。

由于商品价格是商品价值即无差别的抽象人类劳动凝结的货币表现，所以，无论任何社会形态，各种商品均可用同一货币来表现其价值，也均可用同一种价值尺度来互相比较、加总其价值，这是商品价格的共同属性。同时，商品价格还能够综合反映一个国家经济发展的状况及存在的问题。无论在资本主义或社会主义制度下，商品价格都可以作为综合反映国民经济的一面“镜子”或“寒暑表”，我国社会主义建设的实践已经证实了这一点。

第二节 价格的职能和作用

一、价格的职能

价格在国民经济中的作用，是价格执行其职能的结果或外在表现。它是通过人们自觉运用价格这一国民经济中不可缺少的重要经济杠杆，对经济活动进行诱导、推动而实现的。

价格的职能，是指商品价格内在的、固有的功能或机能。它是在商品产生时就存在的，价格职能作为一个经济范畴，是一定社会经济的反映。价格的作用，则是价格职能的表露。目前，人们对价格职能的提法及价格都具有哪些职能的看法尚未统一，有待进一步探讨。这里，从价格具有四种职能的观点来表述，即价格具有表价、核算、信息、调节职能。