

全国物价干部培训教材

QUANGUOWUJIAGANBUPEIXUNJIAOCAI

价格理论与价格管理

主编 汪 洋

中国物价出版社

全国物价干部培训教材

价格理论与价格管理

主编 汪 洋

中国物价出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

价格理论与价格管理/汪洋主编. —北京: 中国物价出版社,
2000. 4

全国物价干部培训教材

ISBN 7-80155-120-6

I. 价... II. 汪... III. ①价格-经济理论-教材②物价管
理-中国-教材 N. F014. 31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 05620 号

出版发行/中国物价出版社 (电话: 68012468 邮编: 100837)

地址: 北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼)

经销/新华书店

印刷/河北省高碑店市印刷厂

开本/850×1168 毫米 大 32 开 印张/18.5 字数/470 千字

版本/2000 年 6 月第 1 版 印次/2000 年 6 月第 1 次印刷

印数/7000 册

书号/ISBN 7-80155-120-6/F·59

定价/35.00 元

本书编委会

主 编

汪 洋

编 委 (以姓氏笔画为序)

杨世昌	毕井泉	陈 峻	祖 才	赵小平
侯 嘉	徐方浩	曾安平	韩永文	张宏明
张念瑜	高暹书			

编写人员

万劲松	王来宝	李 青	李鹏万	周望军
杨兴斌	国汉海	张念瑜	张冬生	唐铁军
黎玖高	戴冠来			

总 纂

张念瑜 杨兴斌

序 言

江 洋

生活和工作在这个时代是我们的幸运。不仅因为我们可以经历千年更迭、世纪跨跃,更是因为我们与最辉煌的人类进步相伴。一片轻薄如翼的光盘可以存储一部百科全书;一个仅可盈握的鼠标可以点击全球;动物可以克隆;基因可以改变;纳米技术已经制造出一个分子大小的马达;空间科学正在对宇宙的无限性作出新的解释。而现代人类全部知识的 90% 来自近 30 年。生活在这样一个时代是何等的值得,但浩如烟海的新知识与正在进行的中国经济体制改革交织在一起,又使得我们面临着巨大的压力。学习以前所未有的迫切和必要摆在了人们的面前。如果说古人的学习还是为了“优则仕”,现代人的学习则更多是为了掌握工作和生活的基本手段。一个想在这个时代健康生活和胜任工作的人,对于学习是没有多少选择余地的。

价格工作是经济工作的一个重要组成部分,与这个迅速发展的时代一样,价格工作也经历着改革开放以来

最剧烈的变化。伴随着社会主义市场经济体制的诞生和发育,价格工作中我们熟悉的东西成为历史,而我们不熟悉的东西却正在成为工作的主要内容。市场经济条件下政府机构应该怎样管理价格;如何运用价格杠杆参与宏观调控;加入 WTO 以后会给价格工作带来什么样的新情况新问题,又如何应对;什么是适合中国国情的价格管理组织架构;科技进步会给价格工作的形式和内容带来什么新的课题?凡此等等,不一而足,既需要实践的探索,也需要理论的回答;既需要经验的总结,也需要学习的提高。更何況这些年来,价格干部队伍因为机构改革变动较大,许多同志和我一样,成为这个队伍中的一名新兵。我倡导编一套价格干部理论教育丛书——《全国物价干部培训教材》,不是因为我熟悉价格理论,而恰是因为我不懂价格理论,从一个学生的角度或许更了解什么需要学习。

一般而言,只有成熟的经济形态,才有成熟的经济理论。在社会主义市场经济体制初步建立,还需要逐步完善的时候,编写一套供价格干部学习的理论性的丛书,是一项带有探索性的工作。这种探索是对价格工作感性认识去粗存精、去伪存真、由此及彼、由表及里的加工整理过程,也是对已经形成的理性认识提高升华的过程。这个过程可以深化人们对许多年来价格改革和工作实践的认识,可以加强人们对价格工作规律的把握,但不可能穷极对价格工作的认识。我们只能把这套书,作为交给全国价格系统以及所有热爱价格工作同志们的一个“毛

坯”，让大家在学习、交流和工作实践中进一步“润色”，使这部教材能够得以不断地丰富和完善。总之，一方面要让理论指导实践，另一方面又要把学习和实践当作是一个完善和发展价格理论的过程。如此循环往复，使我国的价格理论能够通过对实践的不断总结得以提高，也使我国的价格实践能够在理论的指导下减少盲目性，做出积极的成績。

编写丛书的同志们工作很辛苦，虽然说不上呕心沥血、焚膏继晷，但从提出问题到出书，只用了几个月的时间。其中有许多同志在处理本职工作大量繁忙的事务以后，利用业余时间认真负责地完成出版社的组稿任务，个中的艰辛可想而知。谨对他们的工作表示感谢。其间出版社也做了大量卓有成效的组织工作，才使本书得以顺利出版。但愿同志们能够认真地阅读此书，以示对他们辛勤劳动的尊重。

2000年5月

目 录

序 言	(1)
第一章 价格基础理论	(1)
第一节 马克思价值价格理论	(1)
第二节 新古典的均衡价格理论	(14)
第三节 新剑桥学派的价格理论	(20)
第四节 三大价格理论的比较	(26)
第二章 影响价格形成与变动的基本因素	(32)
第一节 成本	(32)
第二节 市场供求关系	(40)
第三节 市场竞争	(57)
第三章 价格总水平调控	(71)
第一节 决定价格总水平变动的基本因素	(71)
第二节 价格总水平持续上涨对国计民生的影响	(75)
第三节 价格总水平持续下降对国计民生的影响	(81)
第四节 价格总水平调控的含义、目标与必要性	(88)
第五节 进行价格总水平调控的经济政策	(91)

第六节	运用经济、行政手段调控和干预市场 价格	(96)
第四章	价格管理体制与政府价格行为	(103)
第一节	价格体系和价格结构调整	(103)
第二节	价格管理体制和政府价格管理工作	(112)
第三节	政府价格行为	(122)
第五章	经营者价格行为	(134)
第一节	经营者价格行为概述	(134)
第二节	经营者的不正当价格行为及其规范	(140)
第三节	经营者的定价方法	(172)
第六章	农产品价格	(187)
第一节	农产品价格的特点	(187)
第二节	农产品生产成本的调查与核算	(194)
第三节	农产品收购价格	(231)
第四节	粮食价格	(236)
第七章	工业品价格	(240)
第一节	工业品出厂价格的构成与核算	(240)
第二节	煤炭、原油、成品油价格	(242)
第三节	电力价格及其改革	(249)
第四节	药品价格	(262)
第八章	生产要素价格	(273)
第一节	生产要素价格在价格体系中的地位 与作用	(273)

第二节	培育和发展生产要素市场·····	(275)
第三节	资源价格·····	(279)
第四节	利率或资金价格·····	(284)
第五节	汇价·····	(292)
第六节	技术商品价格·····	(298)
第九章	商业销售价格·····	(305)
第一节	经营成本·····	(305)
第二节	销售价格的计算公式·····	(317)
第三节	批发价格·····	(321)
第四节	零售价格·····	(332)
第十章	国家行政机关收费管理·····	(335)
第一节	收费的性质与适用范围·····	(335)
第二节	收费的分类·····	(346)
第三节	国家行政机关收费的依据与标准·····	(351)
第四节	国家行政机关收费的管理与改革·····	(361)
第十一章	交通运输价格和邮电资费·····	(369)
第一节	交通运输价格形成与运行特点·····	(369)
第二节	运输成本费用·····	(377)
第三节	交通运价比价关系分析·····	(384)
第四节	邮电资费·····	(391)
第十二章	房地产价格·····	(406)
第一节	地产价格·····	(406)
第二节	房地产价格·····	(414)
第三节	房产租赁价格·····	(422)

第十三章 价格评估与鉴证	(427)
第一节 价格评估概论.....	(427)
第二节 价格评估的基本方法.....	(433)
第三节 涉案物品价格鉴证.....	(446)
第十四章 国际市场价格与国内市场价格的关系	(451)
第一节 国际市场价格形成与运行特点.....	(451)
第二节 国际市场价格与我国国内市场价格的关系.....	(461)
第三节 国内市场价格与国际市场价格的对接或接轨问题.....	(465)
第四节 进出口商品价格的制定.....	(475)
第十五章 价格指数的编制与分析	(488)
第一节 价格指数的基本原理.....	(488)
第二节 平均价格的计算.....	(494)
第三节 价格指数编制的基本方法.....	(498)
第四节 现行主要价格指数的编制方法.....	(505)
第五节 价格指数分析.....	(521)
第十六章 价格信息	(528)
第一节 信息与价格信息.....	(528)
第二节 价格信息的作用与应用.....	(531)
第三节 政府经济信息工作和价格信息工作的发展.....	(533)
第四节 价格信息资源的开发和利用.....	(536)
第五节 信息产业和价格信息服务业.....	(538)

第十七章 价格监督检查	(545)
第一节 价格监督检查的产生与发展.....	(545)
第二节 价格监督检查的组织制度.....	(550)
第三节 价格监督检查的对象、内容和方法.....	(557)
第四节 价格违法案件的审理.....	(562)
后 记	(576)

第一章 价格基础理论

第一节 马克思价值价格理论

一、商品价格的概念与本质

“商品”是用来交换的劳动产品。那么，商品价格就是用来交换的劳动产品的价格。在《中华人民共和国价格法》中，“价格”包括商品价格和服务价格。商品价格是指各类有形产品和无形资产的价格，其中有形产品是指消费品、生产资料等有实物形态和物质载体的产品，包括农产品价格、工业品价格、房屋建筑产品价格等；无形资产是指长期使用而没有实物形态的资产，包括专利权、非专利权、商标权、著作权、土地使用权、商誉等。并且，地产价格、科技产品价格、信息产品价格也包括在商品价格范围内。服务价格也称“收费”，是指不出售实物，而以一定的设备、工具和服务性劳动，为消费者或经营者提供某种服务所收取的费用。它包括国家行政机关收费、公共事业和公益事业收费、中介服务机构收费、经营性服务收费等等。

商品价格是一个历史范畴。它是随着商品交换的产生而产生、发展而发展的。也就是说，人类社会进化到一定时期，随着社会分工的发展、剩余产品的出现和私有制的形成，开始出现商品交换。然而，人们在交换过程中总是从自身利益出发，通过成本—收益的比较来进行交换的。例如，用两把斧子换一只绵羊。那么，人们为什么用两把斧子去换一只绵羊，或者用一只绵羊去换两把斧子呢？这是因为交换双方有一种共同的尺度，即劳动耗费或价

值。也就是说，生产两把斧子的劳动耗费等于喂养一只绵羊的劳动耗费。但是，价值是凝结在商品之中的抽象的人类劳动，是看不见摸不着的东西。实际上，商品价值是由其形式即交换价值来表现的。

所谓交换价值，是指一种使用价值同另一种使用价值相交换的量的关系或比例，这个比例会随着时间和地点的不同而不断改变的。按照马克思主义的原理，交换价值或价值形式在人类发展历史中经历了四个发展阶段，即：（1）简单的、个别的或偶然的价值形式；（2）总和的或扩大的价值形式；（3）一般价值形式；（4）货币形式。^①由此可见，在最初的物物交换中，没有中间媒介，一种物品的价格是由与之相交换的另一种物品的量来表现的。在货币经济中，由于用一种特殊商品作为货币而充当交换的媒介，一切商品的价格就由货币的量来表现。

由于货币的产生，价格最终由一种特殊商品即货币来表现，是交换制度的一种重大创新，大大节约了交易费用，提高了经济效率。为此，我们用一个简单的矩阵来论述。假设一个经济中有三种商品 A、B、C，对它们作出一个矩阵来代表经济中所允许的交换，如果是允许进行的交换，则用“○”表示在相应的格子内，如果是不允许进行的交换则用“×”来表示在相应的格子内。这样，表 1-1 是一种物物交换经济，每种商品都可以与其本身进行交换（对角线由“○”组成），并且，任何一种商品都可以直接与任何另一种商品（A 与 B，A 与 C，B 与 C）交换。表 1-2 是一种货币经济，在三种商品中，以Ⓐ为货币，B 和 C 为商品，同样，Ⓐ、B 和 C 都可以自身交换（对角线“○”组成），货币Ⓐ可以与 B 和 C 交换，但 B 不能与 C 交换。

^① 详见《马克思恩格斯全集》第 23 卷，第 61—87 页。

表 1-1 物物交换经济

	A	B	C
A	○	○	○
B	○	○	○
C	○	○	○

表 1-2 货币经济

	Ⓐ	B	C
Ⓐ	○	○	○
B	○	○	×
C	○	×	○

如果一种商品设一个商店，表 1-2 中，略去对角线上的“○”，因为它们并不代表商品与货币交换，在对角线之上或之下，只有两个“○”，因此，只需建立两个商店就可以保证商品自由交换。如果将三种商品扩展为 n 种商品，也只需要 $(n-1)$ 个商店。在物物交换经济的表 1-1 中，同样略去对角线上的“○”，对角线之上或之下，都有三个“○”，因而需要建立三个商店，如果将三种商品扩展为 n 种，则需要建立 $\frac{1}{2}n(n-1)$ 个商店。如果设 $n=10$ 时，在货币经济中，需要建立 9 家商店；在物物交换经济中，需要建立 45 家商店，方能保证商品自由交换。显然，货币的存在使得交换制度运行中所引起的交易费用减少了，用货币表示的商品价格大大提高了经济效率。^①

由上可见，货币出现以后，商品价值由货币来表现，表现商品价值的一定量货币，便是价格。“价格是价值的货币表现”^②，价值却是价格的本质。

但是，价格表现价值，并不要求在任何个别场合都必须与价

① 我们在此所讨论的交换，主要是现货交换。相对物物交换而言，货币是一种制度创新；相对现货交换而言，期货是一种制度创新。在现货交换中，交换的形式是“商品—货币—商品”，在期货交易中的，买卖的是“合约”而不是商品。期货交易是一种更有经济效率的交换制度。期货价格是一种典型的完全竞争价格，但包含极强的时间和不确定性因素。

② 《马克思恩格斯全集》第 23 卷，第 113 页。

值相符或一致。马克思说：价格“既可以表现商品的价值量，也可以表现比它大或小的量，在一定条件下，商品就是按这种较大或较小的量来让渡的。可见，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，已经包含在价格形式本身中。”^① 价格偏离价值，并不是价格形式的缺点，相反，却是表现这样一种生产方式的适当形式。因为价格总是围绕价值上下波动的，价格符合价值是一种客观必然趋势。从长时期的平均数来看，一切种类的商品都是按照它们各自的价值出售的。但从个别场合来看，价格与价值完全相符或一致则纯属偶然。因此，价格偏离价值仍然是表现价值的，仍然是价值的货币表现形态。

二、价值与价值规律

（一）价值

价值范畴有质和量两个方面的规定。质的方面的规定即价值是“人和人之间的关系……在物上的表现。”^② 只不过它是“被物品外壳掩盖着的”人们之间的关系；^③ 量的方面的规定是商品的价值量是由劳动量即社会必要劳动时间来衡量的。

从方法论上来讲，价值量是按加权平均数规律形成的。但是，关于社会必要劳动时间决定价值问题，在我国学术界存在着激烈的争论。主要观点是：（1）第一种社会必要劳动时间决定价值；（2）第二种社会必要劳动时间决定价值；（3）两种社会必要劳动时间共同决定价值；（4）第一种社会必要劳动时间形成价值，第二种社会必要劳动时间影响价值的实现。

所谓第一种社会必要劳动时间是指：“在现有的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使

① 《马克思恩格斯全集》第23卷，第120页。

② 《马克思恩格斯全集》第26卷Ⅰ，第159页。

③ 《列宁全集》第21卷，第42页。

用价值所需要的劳动时间。”^① 第二种社会必要劳动时间的定义是指：“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。”^② 我们认为，讨论两种社会必要劳动时间与价值的决定问题，必须从《资本论》的论证方法、论证过程和整个理论体系来考察。我们知道，“抽象法”是《资本论》中使用的基本方法，马克思在《资本论》第一卷中，实际上隐含了收益规模不变的假设或假定社会再生产是“简单再生产”，由此抽象了供求关系等因素，在这种情况下，社会可以看作作为一个部门，全社会各生产者的资本有机构成是一样的，或者不使用资本；劳动力为同质，因而，第一种社会必要劳动时间决定的是商品价值。然而，在《资本论》第三卷中，马克思的论述从“抽象”上升到“具体”（具体—抽象—具体），马克思说：“我们在本卷中将要阐明的各种形式，同资本在社会表面上，在各种资本的相互作用中，在竞争中，以及在生产当事人自己的通常意识中所表现出来的形式，是一步一步地接近了。”^③ 也就是说，在现实经济中，生产各类商品的行业或企业的资本有机构成是不一致的，社会再生产也存在“扩大再生产”类型。在这种条件下，“社会需要”问题突出出来了。为了满足“社会需要”，就要按比例地合理地配置资源，保证社会对各种商品的需要都得到满足，因而，“社会总劳动时间按必要比例分配到各类商品上”。显然，这里应用了“有效需求原理”。然而，在市场经济条件下，“社会总劳动时间按必要比例分配到各类商品上”，是通过市场供求的波动、资本在不同部门间流转、竞争和利润平均化运动而形成的。也就是说，第二种社会必要劳动时间的实质是全社会投入物和产出物之间的“比例”问题，而这种“比例”的实现，必然

① 马克思：《资本论》第一卷，人民出版社1975年版，第52页。

② 马克思：《资本论》第三卷，人民出版社1975年版，第716页。

③ 《马克思恩格斯全集》第25卷，第30页。