

工程造价管理

主 编 徐 蓉 副主编 王旭峰
主 审 徐 伟

gongcheng zaojia guanli

同济大学出版社

工程造价管理

主 编 徐 蓉

副主编 王旭峰

主 审 徐 伟

同济大学出版社

内容提要

本书以贯彻国家法规、规范为指导思想,从基础理论和实践应用入手,主要介绍工程造价管理的相关理论和计算评价方法。全书共9章:第一章介绍工程造价概论,解释了价格、造价的基本概念;第二章介绍工程造价的组成和计价方法,及工程量清单计价规范的有关内容;第三章至第七章分别介绍了工程项目决策、设计、招标投标、施工和竣工决算等不同阶段中,建设过程中工程造价确定和管理的实际操作内容;第八、九章介绍工程财务和工程造价管理相关法规的内容,这是作为从事工程造价管理工作的工程师们所必需掌握的基本知识。

本书可作为土木工程施工与工程项目管理专业研究生和工科院校土木工程专业本科生的教学用书,也可作为从事工程造价管理与控制的工程技术人员和管理人员培训和学习用书。

图书在版编目(CIP)数据

工程造价管理/徐蓉主编. —上海:同济大学出版社,
2005. 8
ISBN 7-5608-3070-6

I. 工… II. 徐… III. 建筑造价管理
IV. TU723.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 059781 号

工程造价管理

主编 徐 蓉 副主编 王旭峰 主审 徐 伟
责任编辑 李炳钊 责任校对 徐 栩 封面设计 李志云

出 版 行 同济大学出版社
(上海四平路 1239 号 邮编 200092 电话 021-65985622)
经 销 全国各地新华书店
印 刷 同济大学印刷厂印刷
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 26.25
字 数 672000
印 数 1—5100
版 次 2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 7-5608-3070-6/TU·610
定 价 35.00 元

本书若有印装质量问题,请向本社发行部调换

前 言

随着我国经济建设的发展和对外开放的不断扩大,需要投资建设一大批工业、民用建筑和基础设施项目。从工程项目管理的角度出发,如何控制好每一个项目的工程造价,合理地使用建设资金,提高投资效益,一直是各级政府管理部门和各类项目建设主体(业主方、设计方、施工方、供货方、咨询方等)所关注的热点问题。

工程造价,是指进行工程项目的建设所花费的全部费用。由于工程项目的实物形态不同,组成结构各异,又需要经历策划、规划、设计、施工、竣工验收等各个阶段,历时较长,参与方多,这就有必要对每一个建设项目的工程造价进行合理规划、严密组织、精心计量、主动控制,即进行工程项目全过程、全方位的造价管理。工程造价管理的主要任务是:通过编制投资估算、设计概算、施工图预算和确定投标合同价,明确工程造价的总目标,并在工程项目实施的各个阶段和各个环节上,实现总目标由粗到细、由浅入深的逐步分解和层次控制,及时发现偏差,及时纠正偏差,减少或避免投资风险,在满足工期目标和质量要求的基础上,采用经济、技术、合同和管理等措施,以确定工程项目造价管理目标的实现。

本书编者考虑工程造价管理是建设工程项目管理中的一项重要内容,同时,工程造价管理也是我国目前建设工程项目管理中的薄弱环节,我国加入 WTO 以后,建设工程造价管理将更加规范,并将逐步与国际接轨,故有必要向读者提供系统的学习国内、国际建设工程造价管理的基本理论和基础知识,以及从事建设工程造价管理的专门知识与技能,以促进和推动我国工程造价管理事业的发展。

本书主要用于工程项目管理方向和土木工程施工方向研究生教材,同时可作为大专院校工程类专业的教学用书,并可作为从事工程造价管理与控制的工程技术和管理人员培训和学习用书。

本书由徐蓉任主编、王旭峰任副主编,徐伟主审,参编人员有:第一章由徐蓉、郭政红、杜宁撰写,第二章由徐蓉、王旭峰、陈功撰写,第三章由徐蓉、王义芳、张学斌撰写,第四章由王旭峰、岳辉建、张晨、李映红撰写,第五章由徐蓉、王寿生、沈麒撰写,第六、七章由徐蓉、王旭峰、华冬昕、高晶晶撰写,第八、九章由王旭峰、徐蓉、赵飞、陈建、黄铮撰写。最后由徐蓉统纂定稿。

本书获同济大学研究生教材基金资助,在此表示衷心感谢!同时,衷心感谢同济监理和中建八局等工程管理、工程施工单位提供的宝贵资料及建议。

由于时间仓促,加之编者水平有限,因此,本书难免有疏漏和不足之处,欢迎广大读者和同行批评指正。

编者
于 2005 年春

目 录

前 言

第一章 工程造价概论	(1)
第一节 价格原理	(1)
一、价格形成(1) 二、价格职能(5) 三、价格构成(8) 四、支配价格运动的规律(11)	
五、价格的运动(12)	
第二节 工程造价的基本概念	(13)
一、工程造价的含义和特点(13) 二、工程造价相关概念(18) 三、工程造价的计价特征(20)	
第二章 工程造价的组成和计价方法	(22)
第一节 工程造价的组成	(22)
一、我国现行建设工程总投资和工程造价的组成(22) 二、世界银行工程造价构成(22)	
三、设备及工、器具购置费用(24) 四、建筑安装工程费用(28) 五、工程建设其他费用构成(37)	
六、预备费、建设期贷款利息、固定资产投资方向调节税(42)	
第二节 工程造价的计价方法	(44)
一、工程建设定额的产生与发展(44) 二、工程定额计价的基本方法(47)	
三、工程定额计价的发展与改革(49)	
第三节 工程量清单计价方法	(51)
一、工程量清单(51) 二、工程量清单计价(58) 三、工程量清单计价方法的特点(61)	
第三章 项目决策阶段的造价管理	(64)
第一节 项目决策阶段造价管理概述	(64)
一、建设项目的周期与造价控制(64) 二、项目投资决策对工程造价的影响(65)	
第二节 项目决策阶段的投资估算	(68)
一、建设工程投资估算的内容(68) 二、建设工程投资估算的深度(68)	
三、建设工程投资估算的编制方法(69)	
第三节 项目决策阶段的可行性研究	(70)
一、可行性研究的目的(71) 二、可行性研究的作用(71) 三、可行性研究的阶段区分(72)	
四、可行性研究报告的内容(72)	
第四节 建设项目的经济评价	(73)
一、建设项目的经济评价的目的和作用(73) 二、建设项目的经济评价的基本原则(74)	
三、建设项目周期各阶段的经济评价(74)	
第五节 建设项目的财务评价	(75)
一、财务评价的意义(75) 二、财务评价的目标和程序(76) 三、基本财务报表(77)	
四、财务评价指标(89) 五、财务评价案例分析(98)	
六、既有项目法人项目(改扩建项目)的财务评价(101)	
第六节 国民经济评价	(107)

一、国民经济评价的意义(108)	二、国民经济评价和财务评价的异同(110)
三、国民经济评价的步骤(110)	四、国民经济评价中的参数(112)
五、国民经济费用和效益的鉴别和度量(115)	六、国民经济评价中的价格调整(118)
七、国民经济评价报表(125)	八、国民经济评价指标(129)
第七节 不确定性分析	(130)
一、不确定性分析的概念(131)	二、盈亏平衡分析(131)
三、敏感性分析(133)	
第四章 建设工程设计阶段工程造价的确定与控制	(138)
第一节 概述	(138)
一、工程设计(138)	二、设计阶段影响工程造价的因素(139)
三、设计阶段工程造价与控制的重要意义(144)	
第二节 设计方案的优选	(145)
一、设计方案评价原则(145)	二、工程设计方案评价的内容(145)
三、设计方案评价方法(147)	
四、工程设计优化途径(152)	
第三节 价值工程原理	(153)
一、价值工程的基本概念(153)	二、价值工程的应用(155)
第四节 限额设计	(162)
一、限额设计的概念(162)	二、限额设计的目标(163)
三、限额设计的全过程(164)	
四、推行限额设计的配套措施(165)	五、限额设计的发展(167)
第五节 设计概算与施工图预算的编制	(168)
一、设计概算的基本概念(168)	二、设计概算的编制原则和依据(169)
三、设计概算的编制(171)	四、设计概算的审查(179)
五、施工图预算(182)	
第五章 建设工程招投标与合同管理	(188)
第一节 建设工程招投标	(188)
一、建设工程招投标的概念(188)	二、招标投标的特点(188)
三、招标投标应遵循的原则(189)	
四、建设工程招标范围与方式(190)	五、建设工程招标投标对工程造价的影响(192)
第二节 建设工程施工招标	(192)
一、建设工程施工招标概述(193)	二、自行组织招标与委托代理招标(194)
三、招标程序和工作(194)	
第三节 建设工程施工投标	(204)
一、建设工程投标概述(204)	二、投标程序与投标准备(205)
三、投标决策(206)	
四、投标报价(208)	五、编制投标文件(213)
六、投标过程(215)	七、联合体共同投标(218)
第四节 常用的评标方法	(218)
一、评标方法概述(218)	二、最低价评标法(219)
三、综合评标法(222)	
四、百分制评审法(222)	五、运用价值工程进行评标(225)
第五节 合同概述	(226)
一、《合同法》与合同的概念(226)	二、合同的形式和内容(227)
第六节 建设工程施工合同	(230)
一、建设工程施工合同概述(230)	二、施工合同管理(233)
第七节 FIDIC 合同条件	(241)

一、FIDIC 合同条件概述(241)	二、FIDIC 合同条件的内容组成(245)
三、FIDIC 合同条件的特点与应用范围(246)	四、FIDIC 合同条件中有关付款的规定(247)
第八节 英、美等国家常用的施工合同条件	(254)
一、英国常用的施工合同条件(255)	二、美国常用的施工合同条件(257)
三、香港地区标准合同条件(260)	
第六章 建设工程施工阶段工程造价的确定与控制	(262)
第一节 工程变更与合同价调整	(262)
一、工程变更的概念及产生原因(262)	二、工程变更的确认及处理程序(262)
三、工程变更价款的计算方法(264)	四、FIDIC 合同条件下工程变更的控制与估价(264)
第二节 工程索赔与索赔费用的确定	(266)
一、索赔的含义与分类(266)	二、索赔的处理原则(269)
三、索赔的基本程序和相关规定(271)	
四、索赔证据和索赔文件(273)	五、施工索赔的内容和特点(275)
六、业主向承包商索赔的内容(279)	七、索赔费用的组成和计算方法(283)
第三节 建设工程价款结算	(289)
一、我国工程价款结算的主要方式(289)	二、设备、工器具和材料价款的支付与结算(297)
三、FIDIC 合同条件下工程价款的支付与结算(301)	
第四节 投资偏差的确定与控制	(304)
一、资金使用计划的编制(304)	二、投资偏差分析与纠正(306)
第七章 建设工程竣工决算和项目后评估	(315)
第一节 竣工验收	(315)
一、竣工验收的依据和标准(315)	二、竣工验收的程序(315)
三、竣工验收的组织(316)	
第二节 竣工决算概述	(317)
一、竣工决算及其分类(318)	二、竣工决算的作用(318)
三、竣工决算的内容(319)	
第三节 竣工决算的编制与审查	(326)
一、竣工决算的编制依据(327)	二、竣工决算的编制步骤(327)
三、新增资产价值的确定(328)	
四、竣工决算的审查(331)	五、竣工决算中需防止出现的问题(331)
六、做好竣工决算工作的几点建议(332)	
第四节 竣工决算超施工图预算的原因剖析及防治	(333)
一、竣工决算超施工图预算的原因分析(334)	二、竣工决算超施工图预算的防治(335)
第五节 保修费用的处理	(336)
一、保修制度(336)	二、保修费用(336)
第六节 建设项目后评估	(337)
一、建设项目后评估的意义(337)	二、建设项目评估与项目后评估的关系(338)
三、建设项目后评估的程序(338)	四、建设项目后评估的主要内容(339)
五、建设项目后评估的方法与指标(340)	
第八章 工程财务	(344)
第一节 资金筹措	(344)
一、筹资渠道(344)	二、筹资方式(345)
第二节 资金成本	(348)

一、资金成本的概念与作用(348)	二、资金成本率的计算方法(349)	
第三节 资产的管理		(354)
一、资产及其分类(354)	二、流动资产的管理(355)	三、固定资产的管理(357)
四、无形资产的管理(360)	五、递延资产的管理(362)	
第四节 资产评估		(362)
一、资产评估的特点(363)	二、资产评估的价值类型(363)	三、资产评估的假设(364)
四、资产评估的原则(365)	五、资产评估的基本方法(365)	六、机器设备价值的评估(367)
七、建筑物价值的评估(371)		
第五节 财务报表		(376)
一、资产负债表(376)	二、利润表及利润分配表(380)	三、现金流量表(385)
第九章 工程造价管理相关法规介绍		(390)
第一节 《建筑法》简介		(390)
一、市场准入清出制度(390)	二、规范市场行为的制度(391)	三、工程实行监理制度(392)
四、工程质量管理(392)	五、安全管理制度(393)	
第二节 《招标投标法》简介		(394)
一、建设工程招标投标范围和遵循的原则(394)	二、投标方式和招投标行为规范(394)	
三、评标和中标(395)		
第三节 施工企业涉及的主要税法		(396)
一、营业税(396)	二、增值税(397)	三、企业所得税(397)
第四节 《合同法》简介		(399)
一、《合同法》适用范围和基本原则(399)	二、合同的订立、履行、终止(400)	
三、合同效力和违约责任(401)		
第五节 《担保法》简介		(402)
一、五种担保形式的特点(402)	二、工程担保方式(403)	
第六节 《价格法》概述		(405)
一、《价格法》立法的指导思想和目的(406)	二、《价格法》的作用和必要性(407)	
三、《价格法》的适用范围和适用对象(408)	四、《价格法》规定的定价形式(409)	
参考文献		(410)

第一章 工程造价概论

第一节 价格原理

工程造价,本质上属于价格范畴,要掌握工程造价的基本理论和方法,必先了解商品价格的基本原理。

一、价格形成

价格是以货币形式表现的商品价值。在商品交换中,同一商品价格会经常发生变动,不同的商品会有不同的价格。引起商品价格变化的原因固然多样,但影响价格的决定因素是商品内含的价值,尽管在社会经济发展的不同阶段,价值有着不同的转化形态,但它始终是商品价格的决定因素。

(一) 价值是价格形成的基础

商品的价值是凝结在商品中的无差别的人类劳动。因此,商品的价值量是由社会必要劳动时间来计量的。商品生产中社会必要劳动时间消耗越多,商品中所含的价值量就越大,反之,商品中凝结的社会必要劳动时间越少,商品的价值量就越低。

商品价值由两部分构成:一是商品生产中消耗掉的生产资料价值,二是生产过程中活劳动所创造出的价值。活劳动所创造的价值又由两部分组成,一部分是补偿劳动力的价值——劳动者为自己创造的价值,另一部分是剩余价值,在社会主义条件下,是劳动者为社会创造的价值。价值构成与价格形成有着内在的联系,同时也存在直接的对应关系。

生产中消耗的生产资料的价值 c ,在价格中表现为物质资料耗费的货币支出;劳动者为自己创造的价值 v ,表现为价格中的劳动报酬货币支出;劳动者为社会创造的价值 m ,在价格中表现为盈利。前两部分货币支出形成商品价格中的成本。可见,价格形成的基础是价值。

价格是随商品生产和商品交换的产生而产生的一个历史范畴,价格的形成基础也随着商品经济条件的变化而改变。在简单商品生产条件下,通过生产者在市场交换中比较和竞争,单位产品平均必要劳动时间为社会所承认,从而由它所决定的平均价值成为价格形成的基础。在资本主义自由竞争阶段,由于社会分工和市场范围的扩大,要求各生产部门所生产的商品总量及为此而付出的劳动时间要符合社会对该商品的需要。因此,部门平均必要花费的劳动时间就成为市场价格摆动的重心,成为价格形成的基础,马克思把这个重心称为“市场价值”。资本主义的进一步发展,使竞争越出部门的界限在部门之间充分展开,结果部门之间利润率趋于平均化,于是,价值转化为生产价格。生产价格(平均成本加上平均利润)成为这个阶段价格形成的基础。在垄断资本主义阶段,由于商品生产集中在少数大企业手中,于是产生了垄断价格,但是垄断价格仍然以价值为基础。从上述价值形态的转化情形,可以看出价格形成的基础是价值。在社会主义条件下并无例外,价格形成的基础依然是价值。

我国工程造价形成的基础,由于经济体制的变化,也经历了发展变化的过程。建国后的一

段时期,在计划经济的体制下,商品经济不发达,工程造价的形成基础是平均先进成本加上按政府法定利润率计算的法定利润,它低于平均成本和平均利润。工程造价的这一形成基础,虽然受经济体制和政府投资政策的影响,但毫无疑问,它也是价值的特殊转化形态。1958年以后的20年期间,为避免“资金空转”,取消了工程造价中的法定利润,使工程造价的形成基础变为成本价格 k ,即价格中只反映价值构成中的 c 和 v ,而不反映 m 。这样,劳动者为社会创造的那部分价值,就无偿地转移到国民经济其他部门。这时工程造价虽然仍以价值为基础,但它是不完全的价值。1980年以后,随着经济体制改革的开始,工程造价中计入了利润,1987年开始,又计入了税金。同时,利润率水平也与国民经济其他部门逐渐趋于平均化,工程造价的形成基础由价值逐步转化为生产价格。

(二) 价格形成中的成本

1. 成本的经济性质

成本,是商品在生产和流通中所消耗的各项费用的总和。它属补偿价值的性质,是商品价值中 c 和 v 的货币表现。生产领域的成本称生产成本,流通领域成本称流通成本。

价格形成中的成本不同于个别成本。个别企业的成本取决于企业的技术装备和经营管理水平,也取决于劳动者的素质和其他因素。每个企业由于各自拥有的条件不同,成本支出自然也不会相同,所以个别成本不能成为价格形成中的成本。价格形成中的成本是社会平均成本,但企业的个别成本也是形成社会成本的基础。社会成本是反映企业必要的物质消耗支出和工资报酬支出,是各个企业成本开支的加权平均数。企业只能以社会成本作为商品定价的基本依据,以社会成本作为衡量经营管理水平的指标。

2. 成本在价格形成中的地位

(1) 成本是价格形成中的最重要的因素。成本反映价格中的 c 和 v ,在价值构成中占的比例很大。这是因为,一般情况下商品中凝结的劳动,总是转移劳动的价值量较大,再加劳动者为自己所创造的那部分价值,当然比重很大,迅猛发展的现代科学技术使资本的有机构成和技术构成不断提高,更会增加“ c ”在价值中的比重。

(2) 成本是价格最低的经济界限。 c 和 v 货币表现为成本。成本是维持商品简单再生产的最起码条件。如果价格不能补偿 c 和 v 的劳动消耗,商品的简单再生产就会中断,更不要奢谈为保证社会经济的发展而需要进行扩大再生产。就企业来说,如果价格低于社会成本,势必会有相当一批企业不能维持它的生产经营,而最终会影响供给的不足,社会经济不能协调发展。所以,只有成本作为价格的最低界限,才能满足企业补偿物质资料支出和劳动报酬支出的最起码要求。

(3) 成本的变动在很大程度上影响价格。成本是价格中最重要的因素,成本变动必然导致价格变动。成本变动因素首先是受价值变动因素的影响。劳动生产率和经济效益的提高,表明单位商品中凝结的劳动消耗量的减少和价值量的减少。在其他条件不变的情况下,成本也会随之降低。成本和价值变动的方向是一致的,但是成本变动也会受其他因素的影响,由于成本是货币支出,因此生产资料价格的降落和工资的变动都会影响到成本的变动,从而影响到价格的变动,此时成本和价值的变动方向就可能不一致。无论是哪种原因引起的成本变动,都会影响到价格的变动。

3. 价格形成中的成本是正常成本

所谓正常成本,从理论上说是反映社会必要劳动时间消耗的成本,也即商品价值中的 c 和 v 的货币表现。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用价值所需要的劳动时间”(《马克思全集》第 23 卷第 52 页)。这就要求价格形成中的成本必须是既能较好地补偿企业资金合理耗费,又不能包含由于非正常因素引起的企业成本支出。

在现实经济活动中,正常成本是指新产品正式投产成本,或是新老产品在生产能力正常、效率正常条件下的成本。非正常因素形成的企业成本开支属非正常成本。

非正常成本一般是指:新产品试制成本,小批量生产成本,其他非正常因素形成的成本。在价格形成中不能考虑非正常成本的影响。

(三) 价格形成中的盈利

价格形成中的盈利是价值构成中的“ m ”的货币表现,它由企业利润和税率两部分组成。

盈利在价格形成中虽然所占份额不大,远低于成本。但它是社会扩大再生产的资金来源,对社会经济的发展具有十分重要的意义。价格形成中没有盈利,再生产就不可能在扩大的规模上进行,社会也就不可能发展。

价格形成中盈利的多少在理论上取决于劳动者为社会创造的价值量,但要准确地计算是相当困难的。一般说来,在市场经济条件下,盈利是通过竞争形成的。但从宏观调控和微观管理的角度出发,在制定商品价格时要计算平均利润。就我国的情况说,计算盈利可以有多种方法供选择。

1. 按社会平均成本盈利率计算盈利和价格

即按部门平均成本和社会平均成本盈利率计算的盈利和价格,它反映着商品价格中利润和成本之间的数量关系,其计算公式为

$$\text{社会平均成本盈利率} = \frac{\text{全社会产品盈利总额}}{\text{全社会产品年成本总额}} \times 100\% \quad (1.1)$$

$$\text{商品价格} = \text{商品部门平均成本} + \text{商品部门平均成本} \times \text{社会平均成本盈利率} \quad (1.2)$$

成本盈利率比较全面地反映了商品价值中活劳动和物化劳动的耗费,特别是成本在价格中比重很大的情况下,它可以使价格不至于严重背离价值,同时计算比较简便。工程造价就是采用成本盈利率计算价格的。但是,由于计算盈利的基础是成本,所以成本中物质消耗和活劳动消耗越多,盈利就越多,在理论上显然是不合理的,在实践上它不利于物化劳动和活劳动消耗的节约,也不利物化劳动消耗和活劳动消耗比较低的产业部门的发展。

2. 按社会平均工资盈利率计算盈利和价格

即按部门平均成本和社会平均工资盈利率计算的盈利和价格,它反映工资报酬和盈利之间的数量关系,直接以价值为基础计算盈利,其计算公式为

$$\text{社会平均工资盈利率} = \frac{\text{全社会商品年盈利总额}}{\text{全社会商品年工资总额}} \times 100\% \quad (1.3)$$

$$\text{商品价格} = \text{商品部门平均成本} + \text{商品耗散工资数} \times \text{社会平均工资盈利率} \quad (1.4)$$

从活劳动创造价值的角度看,按工资盈利率计算盈利和价格,能比较近似地反映社会必要劳动量的消耗。因此,也就能较准确地反映活劳动的效果,也能较准确地反映国民经济各部门的劳动比例和国民收入初次分配中为自己劳动与为社会的扣除之间的关系,在计算盈利时也比较简便。但是,平均工资盈利率忽视了物质技术在生产中的作用,从而使资金密集和技术密集的部门盈利水平不高,处于不利地位,所以它不利于技术进步。尤其是进入知识经济时代,技术迅猛发展,它就更加不适应发展潮流了。

3. 按社会平均资金盈利率计算盈利和价格

即按部门平均成本和社会平均资金盈利率计算盈利和价格,也称它为生产价格。它反映全部资金占用和全年总盈利额之间的数量关系。

按资金盈利率计算盈利和价格,是社会化大生产发展到一定程度的必然要求,它承认物质技术装备和资金占用情况对提高劳动生产率的作用,符合马克思关于生产价格形成的理论,也适应市场经济发展的需要。但是,它不利于劳动密集型部门和生产水平较低的部门发展,同时在实际中也难以计算。

4. 按综合盈利率计算的盈利和价格

成本盈利率、工资盈利率和资金盈利率是各自以不同的角度计算商品的盈利额,各有利弊。如果能取其利、驱其弊当然是最理想的。这就是提出综合盈利率计算盈利和价格的初衷。所谓综合盈利率,就是按社会平均工资盈利率和社会平均资金盈利率,分别以一定比例分配社会盈利总额,并进而计算价格。

综合盈利率较全面地反映了劳动者和生产资料的作用,但二者各占多大的比例则应视各部门和整个国民经济发展水平加以选择。从发展的眼光看,以资金盈利率为主导应是一种趋势,如在市场经济条件下,盈利最终是由市场竞争决定的。

(四) 影响价格形成的其他因素

价格的形成除取决于它的价值基础之外,还受到币值和供求的影响。

1. 供求对价格形成的影响

商品供求状况对价格形成的影响,是通过价格波动对生产的调节来实现的。社会必要劳动时间有两重含义,第一种含义是指单个商品的社会必要劳动时间,第二种含义是商品的社会需要总量的社会必要劳动时间。在商品交换不发达的情况下,第一种含义是主要的;在商品经济和市场经济发达的情况下,社会必要劳动时间的第二种含义则成了主要矛盾。但社会必要劳动时间的第一种含义是第二种含义的基础和历史的起点,第二种含义则是第一种含义的逻辑发展和前提。

供求对价格形成的影响与社会必要劳动时间的第二种含义密切相关。市场供求状况取决于社会必要劳动时间在社会总产品中的分配是否和社会需要相一致。如果某种商品供给大于需求,多余的商品在市场上就难以找到买主。此时尽管第一种含义的社会必要劳动时间并没有变化,但商品却要低于其价值出售,价格只能被迫下调。相反,在供不应求的情况下,商品就会高于其价值出卖,价格就会上升。但是,商品价格的降低,会调节生产者减少供应量;价格提高就会调节生产者增加供应量,从而市场供需趋于平衡。这里应该进一步明确的是,价格首先取决于价值,价格作为市场最主要的也是最重要的信号以其波动调节供需,然后供需又影响价

格,价格又影响供需。二者是相互影响、相互制约的。从短时期看,供求决定价格,但从长时期看,则是价格通过对生产的调节决定供求,使供求趋于平衡。

2. 币值对价格形成的影响

价格是以货币形式表现的价值。这就决定影响价格变动的内在因素有二:一是商品的价值量,二是货币的价值量。在币值不变的条件下,商品的价值量增加,必导致价格的上升,反之价格就会下降。在价值量不变的条件下,货币的价值量增加,价格就会下降,反之价格则会上升。所以币值稳定,价格也会稳定。

除币值和供求对价格形成产生影响之外,土地的级差收益和汇率等也会在一定的条件下对商品价格的形成产生影响,甚至一定时期的经济政策也会在一定的程度上影响价格的形成。

二、价格职能

所谓价格职能,是指在商品经济条件下价格在国民经济中所具有的功能作用。

商品价格职能,就其生成机制来看,可以分为基本职能和派生职能。

(一) 价格的基本职能

1. 表价职能

价格的最基本职能就是表现商品价值的职能。表价职能是价格本质的反映,它用货币形式把商品内含的社会价值量表现了出来,从而使交换行为得以顺利地实现,也向商品市场的主体(买者和卖者)提供和传递了信息。商品交换和市场经济越发达,价格的表价职能越能得到充分体现,也越能显示出它的重要性。

表价职能虽然是在商品交换中通过货币媒介产生的,但价格的表价职能既在商品交换中,又不在商品交换中。表价职能在商品交换中,使价格成为交换双方完成经济行为的主要条件,也可以衡量商品交换经济效果和功能要求的满足程度。在非现实的商品交换中,价格的表价职能则主要是向市场主体传递信息,是提供它们决策的市场行为的主要依据。

价格的表价职能本质上要求价格符合价值基础,只有价格符合其价值时,表价职能才得以实现。所以,表价职能既是价格本质的反映,也是价格本质的要求,但是表价职能要求商品价格符合价值既有其绝对性,也有其相对性。就其绝对性而言,价格在总体上,在长时期中也不能脱离价值基础,这是价值规律。违背这一规律就会产生灾难性后果,这已通过经济发展的历史充分证明。就其相对性而言,一定的商品,在一定的时点总是表现为价格与价值不完全一致。在市场经济的条件下,供求状况、新技术和新产品的出现,以及其他经济的和非经济因素的影响,都会使某种商品在一定时期价格脱离其价值。但这种现象并不表明价格的表价职能消失,恰恰是表价职能实现的运动形式,也不表明违背了价值规律,恰恰是价值规律发挥作用的条件。

2. 调节职能

如果说价格的表价职能是价格本质的反映,那就应该说价格的调节职能是价格本质的要求,是价值规律作用的表现。

所谓价格的调节职能,是指它在商品交换中承担着经济调节者的职能。一方面它使生产者确切地而不是模糊地,具体地而不是抽象地了解了自己商品个别价值和社会价值之间的差别,了解了商品价值实现的程度,也即商品在市场上的供求状况。当商品生产者的个别价值低

于社会价值时,则可以获得补偿其劳动耗费以外的额外收入;反之,生产者的劳动耗费就不能得到完全补偿,甚至会发生亏损。这就促使以追求价值实现和更多利润为目的的生产者去适应科学技术和管理水平的发展,降低自己的个别价值,适应市场的需求,不断调整产品结构、产品规模和投资方向。另一方面,价格的调节职能对消费者既能刺激需求,也能抑制需求。消费者在购买商品时所追求的是其使用价值的高效和多功能,同时也追求价格的低廉,并在商品的功能和价格比较中作出选择。在商品功能一定的条件下,价格则是消费者进行购买决策的主要依据。当然,这里的需求均只指有效需求,在有效需求一定时,价格高则需求降低,价格低则需求增加。由此可见,价格对生产和消费的双向调节的职能的宏观性,而这种调节职能是通过调节收益的分配实现的。价格调节收益分配,从而起调节生产和消费的职能,促使资源的合理配置、经济结构的优化和社会再生产的顺利进行。

(二) 商品价格的派生职能

商品价格的派生职能是从上述几项基本职能派生延伸出来的,其中包括价格的核算职能和国民收入再分配的职能。

1. 核算职能

商品价格的核算职能是指通过价格对商品生产中企业乃至部门和整个国民经济的劳动投入进行核算、比较和分析的职能。价格的核算职能是以表价职能为基础的。由于商品内在的价值难以精确计算,它不能不借助于价值的货币形式——价格,来核算、比较和分析商品生产中的劳动投入和产出量。我们知道,具体劳动和不同商品的使用价值是不可能综合的,也不可能进行比较,不同的商品没有可比性。价格所提供的核算职能使我们走出了这一困境,这不仅为企业计算成本和核算盈亏创造了可能,而且也为社会劳动在不同的产业部门、不同产品间进行合理分配,提供了计算工具。

2. 分配职能

价格的分配职能是由价格的表价职能和调节职能所派生延伸的。所谓价格的分配职能是指它对国民收入有再分配的职能。国民收入再分配可以通过税收、保险、国家预算等手段实现,也可以通过价格这一经济杠杆来实现。当价格实现调节职能时,它同时也已承担了国民收入在企业 and 部门间再次分配的职能。在供求关系的影响下,把低于价值出售商品的企业、部门创造的国民收入,部分地分配给高于价值出售商品的企业和部门。在市场经济的条件下,这一职能是在商品交换中随着供求状况的变化自发地产生,并在分配的方向和数量上不断地调整。显然,价格对国民收入再分配是在分配方向和数量上不断调整中实现的。国民收入的价值形态是 $c+v$,因此价格的分配职能只能在表价职能的基础上产生。脱离价格的基本职能,价格的分配职能就毫无意义。价格的分配职能虽然决定于基本职能,但是,它对基本职能的实现有积极的促进作用。在商品经济条件下,价格的再分配职能既可以用来发展或抑制某些商品和行业的生产,也可以用来抑制或发展某些商品的消费。在不违背价值规律的前提下,它能加快实现政府在一定时期的社会经济发展目标。如果违背了价值规律,把利用价格分配职能变成主观任意的行为,那就必然事与愿违,对社会经济发展产生负效应。

以上所述,说明了价格的基本职能和派生职能之间的密切关系,也说明了价格职能的客观性质。

（三）价格职能的实现

价格职能的实现是发生价格作用的前提,是社会经济发展的客观要求,对此必须有明确认识。但是要使价格职能得以实现,应了解不同价格职能之间的关系,同时也应了解实现价格职能应具备的条件。

1. 不同价格职能的统一性和矛盾性

不同的价格职能是统一于价格之中的,同一商品价格总是同时具有价格的两项基本职能,而且缺一不可。没有表价的职能就不可能有调节的职能,而没有调节职能,表价职能就没有实际意义。所以不存在只有一种基本职能的价格。同时,商品价格的派生职能也共生于同一商品的同一价格之中。只有存在表价职能,才必然派生出核算职能,只有存在表价职能和调节职能,才必然派生出国民收入再分配的职能。如果没有派生职能,价格的两项基本职能也不能得到充分实现。因此,在认识上不能把价格的职能割裂开来,不能强调某一职能而忽视甚至否认另一职能,更不能基于这种认识去指导实践。这在我们过去的经济生活中不乏值得认真总结的许多经验。应该明确的是,商品价格的各项职能是在其相互作用中实现的,但是不同的价格职能之间也存在矛盾,价格职能之间的矛盾首先表现为它们之间的差别性。尽管不同的职能处于同一价格之中,但相互之间差别很大,不可能替代。其次,不同的价格职能实现的条件不同,作用的方向也不同。因此不同的价格职能就存在被割裂的可能。不适当地割裂价格的职能,有意识强化某一职能而削弱另一些职能,其结果就会削弱价值规律和价格的职能作用,造成价格扭曲现象的发生,从而破坏国民经济协调发展的进程。

2. 价格职能实现的条件

实现价格职能需要一个市场机制发育良好的客观条件,一般说来,商品经济的高度发展必然要求全面实现价格的职能,同时商品经济的高度发展也为价格职能的实现创造了条件。

由于社会分工更加细密,每一个商品生产者都是面向市场,努力以更高的价格出售自己的商品;每一个消费者也都是到市场上去购买功能更好、价格更低的商品。在频繁的、规模宏大的商品交换中,商品生产者之间,商品生产者和消费者之间,以及消费者和消费者之间就会展开激烈的竞争,这种竞争关系到每个生产者和消费者的利益和风险,竞争的焦点则往往是集中在价格上。竞争促使价格趋向于价值,使价格的表价职能得以实现;竞争中形成的价格实现对供需的调节,从而也实现了对生产者和消费者的调节。同时,价格的基本职能得以实现,其派生职能也就能够实现。

竞争虽然是价格职能实现的最主要条件,但市场的自发性和盲目性仍然会造成价格扭曲。

（四）价格的作用

实现价格职能对国民经济所产生的效果就是价格的作用。价格作用是指价格职能的外化,它主要表现在以下方面:

1. 价格是实现交换的纽带

价格是伴随商品交换和货币的产生而产生的。商品交换是以不同商品含有的价值量为基础的,但不同商品价值量的比较存在很大的技术障碍,使商品交换难以实现,从而割断生产者和生产者、生产者和消费者之间的联系,导致流通阻断,经济发展停滞。可是,价格以货币形式表现的价值使不同商品的价值可以进行量的比较,克服了商品价值量比较的技术性障碍,促使

商品交换得以顺利实现。价格的这一作用是随着商品经济的发展而不断得到强化的,也就是说商品经济越发达,价格的这一作用越能得到充分发挥。

2. 价格是衡量商品和货币比值的手段

货币具有价值尺度的职能是由于它作为商品的等价物自身具有价值。在“商品——货币——商品”的公式中,货币在商品交换中起着中间环节的作用。在这里商品首先和货币交换,然后再完成货币和另一种商品的交换,而商品价值量和货币价值量的比较是通过价格表现出来的。价格是衡量商品价值和货币价值比例关系的手段,是二者交换的比例系数。它随着货币价值和商品价值的变动而变动,和货币价值成反比变化,和商品价值则成正比变化。价格的这一作用既使货币的价值尺度职能、流通手段和支付手段等职能得以实现,也使商品的价值得到了表现。商品和货币比值的确定,为商品与货币的交换创造了现实的可能。

3. 价格是市场信息的感应器和传导器

价格能够最灵敏地反映市场供求状况和动向、现代市场的任何信息,包括经济、社会、心理以至政治因素的变动,都会在价格上反映出来。例如,市场上某种商品供给不足或需求增大,都会引起价格上浮,反之,供给过剩或需求减少,则会引起价格下降。经济发展速度、社会心理状态和政局是否稳定等,也都会在商品价格上反映出来。所以可以说价格是市场的晴雨表和最灵敏的感应器。

价格自身又是市场最重要的信息,是不可缺少的市场要素。价格在作为市场信息感应器发生作用的同时,自身又形成了新的价格信号,新的价格信号通过商品交易活动和某些媒介传导给各个有着切身利益关系的市场主体。商品生产者和消费者、经营者,为自身利益就会接受这些价格信号作为自己经济行为的决策依据。

4. 价格是调节经济利益和市场供需的经济手段

价格直接关系着交换双方的经济利益,价格水平的任何变动都会引起经济利益的重新分配。价格反映商品价值,反映凝结在商品中的社会必要劳动时间被承认的程度。当价格与其价值基础相符时,就是等价交换,消耗在商品中的社会必要劳动时间就被社会承认和接受了。如价格高于价值或低于价值交换,就是不等价交换,低于价值出售的企业和个人所消耗的必要劳动时间就不能完全被社会承认;而高于价值出售的企业和个人则能通过价格无偿地占有一部分他人创造的价值,价格在这里调节着交换双方的经济利益。价格对经济利益的调节就迫使和刺激企业去适应价格调节,并追踪价格信号的变动,研究价格变动趋势。在此基础上决定如何调整自己的生产经营活动,调整商品的供给和需求的数量,这种调整,最终有利于优化资源配置,有利于推动技术进步和提高劳动生产率。

总之,价格在国民经济的发展中起着重要的经济杠杆的作用。

三、价格构成

(一) 价格构成与价值构成的关系

价格构成是指构成商品价格的组成部分及其状况。商品价格一般由几个因素构成,即生产成本、流通过程费用、利润和税金。但是由于商品价格所处的流通环节和纳税环节不同,其构成因素也不完全相同。比如,工业品出厂价格是由生产成本、税金和利润构成;工业品批发价格是由出厂价格、批发环节流通过程费用、税金和利润构成;工业品零售价格是由批发价格、零售环节

流通费用、税金和利润构成。

价格构成以价值构成为基础,是价值构成的货币表现。价格构成中的成本和流通费用,是价值中 $c+v$ 的货币表现,价格构成中的税金和利润,是价值中 m 的货币表现。

(二) 价格构成中成本的内容

1. 生产成本

生产成本按经济内容主要包括以下几个部分:

- (1) 原材料和资料费。
- (2) 折旧费。
- (3) 工资及工资附加。
- (4) 其他,如利息支出、电信、交通差旅费等。

2. 企业业务成本

它比价格构成中的成本内容广泛,包括以下成本开支范围:

- (1) 原材料、辅助材料、备品配件、外购半成品、燃料、动力、低值易耗品的原价和运输、装卸、整理费。
- (2) 固定资产折旧费,计提的更新改造资金,租赁费和维修费。
- (3) 科学研究、技术开发和新产品试制,购置样品样机和一般测试仪器的费用。
- (4) 职工工资、福利和原材料节约、改进技术奖。
- (5) 工会经费和职工教育经费。
- (6) 产品包修、包换、包退费用,废品修复或报废损失,停工工资、福利费、设备维护费和管理费,削价损失和坏账损失。
- (7) 财产和运输保险费,契约、合同公证费和鉴证费,咨询费,专有技术使用费及应列入成本的排污费。
- (8) 流动资金贷款利息。
- (9) 商品运输费、包装费、广告费和销售机构管理费。
- (10) 办公费、差旅费、会议费、劳动保护用品费、供暖费、消防费、检验费、仓库经费、商标注册费、展览费等管理费。
- (11) 其他费用。

不同产业部门企业成本开支范围,因其生产特点和产品形态不同而存在一定差异。

财务成本和价格构成中的成本性质不同,前者反映的是企业在商品生产中的实际开支,是后者的计算基础。

3. 影响成本变动的因素

影响成本变动的因素很多,主要有以下几个方面:

- (1) 技术发展水平。
- (2) 各类物质资源利用状况。
- (3) 原材料等物质资料的价格水平。
- (4) 劳动生产率水平。
- (5) 工资水平。