



商业物价学

(内部试用本)



杭州商学院商业企业管理系
安徽财贸学院商业经济系 合编

一九八四年七月

商 业 物 价 学

(内部试用本)

杭州商学院商业企业管理系
安徽财贸学院商业经济系 合编

一 九 八 四 年 七 月

目 录

第一章 商品价格和价值规律	(1)
第一节 价格与价格运动	(1)
第二节 价值规律是价格运动的内在支的规律 ..	(3)
第三节 供求关系对价格运动的直接作用	(7)
第四节 价格运动与价值规律的实现	(17)
第五节 对生产者价格和对消费者价格	(22)
第六节 社会主义制度下价格在国民经济中的 作用	(26)
第二章 社会主义制度下的价格形成	(30)
第一节 社会主义制度下价格形成的基础	(30)
第二节 我国现阶段工业品价格形成基础探讨 ..	(35)
第三节 我国现阶段农产品价格形成基础的探讨	(40)
第四节 社会主义制度下影响价格形成的因素 ..	(43)
第三章 价格构成	(47)
第一节 价值构成与价格构成	(47)
第二节 生产成本	(52)
第三节 流通费用	(56)
第四节 利润和税金	(70)
第五节 商业理论销售价格	(77)
第四章 我国社会主义市场的价格体系	(82)
第一节 我国价格体系和价格种类	(82)
第二节 商品比价	(91)
第三节 商品差价	(101)

第四节	价格体系改革	(108)
第五章	我国物价工作方针	(114)
第一节	保持市场物价基本稳定的方针	(114)
第二节	保持市场物价基本稳定的基本条件	(122)
第六章	农产品价格	(134)
第一节	农产品生产成本	(134)
第二节	农产品收购价格	(142)
第三节	农产品调拨价格	(153)
第四节	农产品销售价格	(156)
第五节	农产品议购议销价格	(161)
第七章	工业品价格	(166)
第一节	工业品生产成本	(166)
第二节	工业品出厂价格	(171)
第三节	工业品销售价格	(189)
第四节	工业品调拨价格	(208)
第五节	小商品工商协商定价	(215)
第八章	饮食业价格和服务修理业收费	(217)
第一节	饮食业价格	(217)
第二节	服务业收费	(223)
第三节	修理业收费	(228)
第九章	进出口商品国内市场价格	(231)
第一节	进口商品国内市场价格的特点	(231)
第二节	进出口商品国内市场作价原则 和作价办法	(236)
第十章	物价管理	(245)
第一节	我国社会主义物价管理	(245)
第二节	商业物价管理	(254)

第一章 商品价格和价值规律

第一节 价格与价格运动

一、商品价格

价格是商品经济的重要范畴。

在货币充当商品交换媒介的情况下，商品是按一定的价格出售的。换取某一商品的货币数额就是该商品的价格。价格是商品同货币的交换比例，是商品价值的货币表现形式。

从现象看，一切商品价格都是商品与货币的交换比例。在价格可以自由波动的条件下，商品价格会受各种极端复杂情况的影响，忽而上涨，忽而下降，因而使人觉得价格似乎由纯粹的偶然情况来决定的。因此，“当政治经济学作为科学出现的时候，它的首要任务之一就是要找出隐藏在这种表面支配着商品价格的偶然情况后面，而实际上却自己支配着这种偶然情况的规律。在商品价格不断变动及其时涨时落的摇摆中，它要找出这种变动和摇摆围绕的稳定的轴心。一句话，它要从商品价格出发，找出作为调节价格的规律的商品价值。”（恩格斯：为马克思《雇佣劳动与资本》写的导言，《马克思恩格斯选集》第1卷，第342页）

价值是凝结在商品中的必须通过交换取得补偿的抽象人类劳动，是商品的社会属性，它反映了商品生产者之间的劳动交换关系。

这种凝结在商品体上的抽象劳动的量即商品的价值量，由生产商品的社会必要劳动时间测定。社会劳动时间节约与社会生产的均衡发展，要求商品必须趋向于按商品中包含的社会

必要劳动时间交换。

商品的价值性质决定了价值只有在商品与商品的社会关系即交换关系中才能显露出来。

在任何形式的商品经济中，各种商品都只能通过交换，以它们经常能交换到的其他商品的数量来表现自身的价值。这种商品同其他商品相交换的量的关系或比例，就是商品的交换价值。

货币一经产生，各种商品的价值就以它们同货币相交换的比例即价格来表现。所以，从现象上看，商品价格是商品同货币的交换比例；但从本质上看，价格是商品价值的货币表现形式。因为，价格作为交换价值的一种形式，无非是以货币的数量来表现商品的价值量。

货币之所以能表现其他一切商品的价值，原因在于货币也是商品，货币也有价值。货币作为固定地充当一般等价物的特殊商品，作为人类劳动的产品，本身直接体现社会劳动，以价值的直接代表者而存在。也正由于货币和商品都具有同质的价值，货币才能执行价值尺度的职能，用来衡量和计算商品的价值量；同时，价值才取得了价格这一表现形式。

商品价格只是商品价值的相对表现，即商品的价值与货币的价值的比率，商品价格就是由商品价值与货币价值这两个价值的对比来决定的，它的变化同商品价值的变化成正比例，而同货币价值的变化成反比例。

“价格是价值的货币表现”（马克思：《资本论》第3卷，《马克思恩格斯全集》第25卷，第397页）是马克思主义政治经济学的一个重要的命题。在价格理论的研究中，只有准确地理解从而坚持这一命题，才能同形形色色的资产阶级价格学划清界线，才能正确地指导社会主义物价工作的实践。

二、价格运动

市场商品实际买卖价格的不断形成和变动，就是价格运动。

国民经济中各种商品价格的运动必然互相制约、互相影响，构成整个价格体系的运转，形成价格运动的总体。

价格运动由于受各种因素的影响，呈现着十分复杂的变化。但是，其中可以归结出两个方面：一方面，无论是自发价格的形成及变动，还是计划价格的实现，都必须凭借一定的商品供求关系。商品供求关系对价格起直接的作用。另一方面，在这种现象的背后，存在着价值规律，一切商品价格运动都受价值规律的内在支配。价值规律作为一切商品经济的内在规律，会强制不同的社会通过不同的调节机制，调节商品供求关系，从而实现对价格运动的支配，使价格趋向于价值。

因此，价值规律和供求关系，分别对价格运动起内在的支配和外部的直接作用。研究价格运动，就是要阐明这两种作用，以及它们之间的相互关系。

第二节 价值规律是价格运动的内在支配规律

一、价值规律与社会必要劳动时间

价值规律是商品生产的基本规律。

价值规律的客观要求是：商品的价值量由生产商品的社会必要劳动时间决定，商品按照价值量相等的原则进行交换。

马克思指出有两种含义的社会必要劳动时间。

第一种含义的社会必要劳动时间，是指单个商品生产上所

耗费的平均必要劳动时间。即马克思揭示的“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”（《资本论》第1卷，《马克思恩格斯全集》第23卷，第52页）。

第二种含义的社会必要劳动时间，是指生产市场上某类商品的社会必需总量所必要的劳动时间。也就是马克思指出的：“不仅在每个商品上只使用必要劳动时间，而且在社会总劳动时间中，也只有把必要的比例量使用在不同类的商品上。……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，虽然必要劳动时间在这里包含着另一种意义。”（《资本论》第3卷，《马克思恩格斯全集》第25卷，第716—717页）。

两种含义的社会必要劳动时间，就是任何社会生产中社会应投入各种产品生产总量和各种产品中平均每一个商品的社会劳动的客观必要界限。

价值规律要求社会投入各种商品生产上的劳动时间，要趋向于符合第二种含义的社会必要劳动时间；在此同时，各种商品中的单个商品要趋向于按第一种含义的社会必要劳动时间进行交换。可见，价值规律实际上就是两种含义的社会必要劳动时间在商品经济中起调节作用的规律。

二、价值规律存在的客观依据

商品是劳动产品的历史形式，因此，价值规律的客观要求，应该从历史的角度，在社会生产一般和商品生产特殊的辩证关系中加以探究。

马克思在1868年7月11日致路·库格曼的信中已经作了科学的说明：“要想得到和各种不同的需要量相适应的产品量，

就要付出各种不同的和一定数量的社会总劳动量。这种按一定比例分配社会劳动的必要性，决不可能被社会生产的一定形式所取消，而可能改变的只是它的表现形式……而在社会劳动的联系体现为个人劳动产品的私人交换的社会制度下，这种劳动按比例分配所借以实现的形式，正是这些产品的交换价值。”

（《马克思恩格斯选集》第4卷，第368页）

社会劳动时间节约和社会生产均衡（按比例）发展，是任何社会生产活动最基本的要求。在商品经济条件下，价值规律所反映的社会经济现象间的本质联系，正是体现了这两个基本要求。

首先，商品价格只有不断趋向于价值，才有可能在商品生产中实现社会劳动时间的节约。

价值规律要求各种商品生产上投入的劳动时间，符合第二种含义的社会必要劳动时间；同时要求其中每一个商品生产上耗费的劳动时间，符合第一种含义的社会必要劳动时间。

在商品经济中，各种商品价格的高低变化，就是调节社会总劳动在各种商品生产上分配的经常形式。在社会主义制度下，重要商品生产上的劳动投入由国家进行有计划的调节。但是，商品价格的高低变化，也仍然是调节社会总劳动在各种商品生产上的分配的经常形式。

因此，只有在各种商品的实际生产量不断趋向于符合社会需要量的同时，使各种商品的价格不断趋向于符合价值，符合商品中包含的社会必要劳动时间，才能实现社会劳动时间节约的要求。

其次，商品价格只有不断趋向于价值，才有可能实现社会生产的均衡发展。

马克思指出：“商品的价值规律决定社会在它所支配的全

部劳动时间中能够用多少时间去生产每一种特殊商品。”（《资本论》第1卷，《马克思恩格斯全集》第23卷，第394页）这是因为价值或其转化形态，是每一个商品在交换中取得价格补偿的客观必要标准。商品的市场价格如果长期高于这个标准，这种商品的生产势必不断增加；反之，商品的市场价格如果长期低于这个标准，那么，这种商品的生产势必不断减少。这就是价值或其转化形态对商品生产的调节作用，正如马克思指出的：从“产品作为商品的性质，……就会得出全部价值决定和得出全部生产由价值来进行调节。”（《资本论》第3卷，《马克思恩格斯全集》第25卷，第995页）在商品经济条件下，正是社会生产各部门间保持一定比例关系的客观必然性，要求商品的价格不断地趋向于价值或其转化形态，而决不允许它们长期背离价值或其转化形态。

可见，价值规律实际上是一切社会生产中普遍存在的社会劳动时间节约和社会生产均衡发展的要求在商品经济关系下的特有体现。所以，马克思不但把“交换价值”即价格表述成商品经济条件下社会“劳动按比例分配借以实现的形式”（《马克思恩格斯选集》第4卷，第368页），而且明确指出：“商品按照它们的价值来交换或出售是理所当然的，是商品平衡的自然规律。”（《资本论》第3卷，《马克思恩格斯全集》第25卷，第209页）

三、价值规律对价格运动的内在支配

列宁指出：“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）

所谓价值规律是价格运动的内在支配规律，就是指价值规

律对价格运动有一种内在的必然要求和强制。价值规律要求并强制商品价格在其长期的运动中，不断地趋向于价值或价值的转化形态。

我们知道，在商品经济发展的任何阶段，如果商品生产者通过商品价格的实现所取得的社会劳动补偿，长期高于商品的价值或其转化形态，就必然会使这些商品的生产不断增加；反之，则会不断减少。这样，势必导致社会生产各部门间比例关系的严重失调和社会劳动的严重浪费，从而破坏整个社会再生产的正常进行。这就是价值规律的惩罚。任何存在着商品生产的社会，都不能长期承受这种惩罚。

但是，价值规律最终总会以其自然必然性，强制社会通过一定的机制，去调节商品的供求关系和价格，从而使各种商品的生产不断趋向于符合需求，使各种商品的生产者通过价格的实现所取得的补偿，不断地趋向于符合商品价值或其转化形态。正如马克思指出的：在商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。”（《资本论》第1卷，《马克思恩格斯全集》第23卷，第92页）

马克思的劳动价值理论，不但消除了劳动产品的价值量纯粹是偶然决定的假象，而且揭示了隐藏在商品价格运动后面的秘密，即揭示了价值规律是商品价格运动的内在支配规律。

第四节 供求关系对价格运动的直接作用

一、供求对价格的直接作用

在商品经济的任何发展阶段，价格的形成或实现，在不同程度上都必须凭借一定的商品供求关系。一定时间、一定市场上业已形成的商品供求关系，必然对价格的形成或实现起一时的直接影响作用。这是由商品交换关系的本质特征所决定的。

劳动产品作为商品，本来就是人们经济关系的产物。商品所有者对自己的买卖行为具有完全的或一定程度的自主权，这种经济关系决定了商品买卖是买卖双方的共同意志行为。这也是市场的重要特征之一。

马克思在分析商品交换过程时指出：“为了使这些物作为商品彼此发生关系，商品监护人必须作为自己的意志体现在这些物中的人彼此发生关系，因此，一方只有符合另一方的意志，就是说每一方只有通过双方共同一致的意志行为，才能让渡自己的商品，占有别人的商品。”（同上，第102页）由此可见，任何商品买卖行为的成立，既必须有卖方愿意出卖，又必须有买方愿意购买；既必须有“供”，又必须有“求”。否则，任何商品买卖行为都不能成立，任何价格也都不能形成或实现。

在价格自由波动的条件下，价格直接受供求的调节，并以供求关系的变动为转移。正如马克思指出的：“市场价格有时高于价值或自然价格和有时低于价值或自然价格的这种变动，是以供给和需求的变动为转移。”（《工资、价格和利润》，《马克思恩格斯选集》第2卷，第177页）商品供求对价格的直接作用十分明显，商品价值只有在商品的生产供应量符合社会上愿意按价值购买的需求量时才能实现。

在社会主义社会，计划价格的实现也必须凭借一定的供求关系。计划价格尽管是由国家有计划地制定的，但它必须有一定商品的供应和一定商品的需求才能实现。

计划价格的特点在于，它是一种同国家对商品的产销供求关系的有计划调节紧密相结合的价格。社会主义国家正是由于能够对重要商品的产销供求进行有计划的调节，所以它才能有计划地制定商品价格。计划价格的实现无非是通过两种途径，一是国家能够有计划地调节商品供求关系来保证其实现；二是国家制定的价格能促使一定供求关系的形成来实现其自身。所以，在社会主义国家，即使是计划价格也必须凭借一定的商品供求关系来实现，商品供求关系也仍然对商品价格起直接的作用。

在社会主义国家中，国家如果不能够有计划地调节商品供求关系，则供求关系对价格的影响将仍然是不可抗拒的。例如，一种商品在国家制定的某一牌价上出现了严重的供不应求情况，这种商品就会受到涨价的压力，如果在这种情况下，国家不能有计划地促使这种商品生产供应量的增加，严重的供不应求情况长期地继续下去，愿意高价购买的需求必然会在按牌价供应的商品长期脱销之后，在市场上形成其他形式的高价；反之，一种商品在国家制定的某一牌价上出现了严重的供过于求的情况，这种商品就会受到降价的压力，如果在这种情况下，国家不能有计划地促使这种商品生产供应量的减少，则必然会在市场上形成这种商品的大量积压，沉重的资金利息负担和保管的困难，最终必然会迫使这种商品降价。

可见，在国家制定计划价格的过程中，认识商品供求关系对价格的直接作用具有重要的意义。一切认为计划价格的制定或实现同商品供求关系无关的理论和实践，都会给社会主义经济建设带来损失。

二、供求规律是价格运动的外部作用规律

我们把一定时间、一定市场上已经形成的商品供求关系对

商品价格所起的必然作用，概括地称为供求规律。“供求规律”是资产阶级古典经济学早已使用的一个词，泛指商品、劳动力、资金等供求关系对商品价格、工资、利息等所起的直接作用。我们在这里沿用这个词来专指市场上已经形成的商品供求关系对商品价格所起的必然作用，它的内容是：一切商品价格都必须凭借一定的商品供求关系来形成（指自发价格）或实现（指国定价格）。市场上业已形成的商品供求关系必然对商品价格起直接作用：这种作用，在价格自由波动的条件下，表现为商品供不应求就涨价，商品供过于求就跌价；在价格由国家制定的条件下，表现为商品供不应求就存在涨价的压力，商品供过于求就存在降价的压力。

在社会主义制度下，供求规律仍然存在，而且起着作用*。

三、对供求规律的进一步理解

为了进一步理解供求对价格的直接作用，进一步理解供求规律，就必须研究究竟什么是商品的市场供应和市场需求以及它们的量的规定性。

商品的市场供应是指一定时间、同一市场上，众多生产者（商业作为卖方，是商品生产者的代表）愿意按什么价格出卖多少商品的总和；商品的市场需求，是指一定时间、同一市场上众多的消费者（商业作为买方，是消费者的代表）愿意按什么价格购买多少商品的总和。

商品供求关系是生产和消费的关系在市场上的反映，两者的较量，必然对自发价格的形成或计划价格的实现起直接的作

* 在马克思的著作中也几次提及过“供求规律。详见《马克思恩格斯选集》第2卷，第166页；《马克思恩格斯全集》第24卷，第378页。

用。

我们先研究市场需求的量的规定性。

从社会宏观经济的角度，我们可以看到，

由社会生产的最优比例所决定的各种产品应有的生产量，就是社会对它们的客观需求量。它们应该是按价值购买的需求量。

但是，一进入市场，我们就会看到，市场需求是微观形成的，即它是由为数众多的在购买上具有自主权的消费者的需求综合而成的。

这一特性决定了市场上对各种商品的需求都不是一个固定的量，而是在同一时间、同一市场上，对同一商品，在不同的价格下有不同的需求量这样一种需求状态。这就是市场需求的量的规定性，正如马克思指出的：“在需求方面，看来存在着某种数量的一定社会需要，要满足这样需要，就要求市场上有一定量的某种物品。但是，从量的规定性来说，这种需要具有很大伸缩性和变动性。它的固定性是一种假象。”（《资本论》第3卷，《马克思恩格斯全集》第25卷，第210页）

“‘需要的产品量’不是一个固定的量。应当说，一定价格界限内需要的一定产品量。如果价格上涨超过了这种界限，‘需要的量’就会同需求一起减少。”（《马克思恩格斯全集》第26卷，第2分册，第225—226页）马克思还进而揭示了市场需求量的变化同价格变动关系的规律性，指出：“需求按照和价格相反的方向变动，如果价格跌落，需求就增加，相反，价格提高，需求就减少。”（《资本论》第3卷，《马克思恩格斯全集》第25卷，第213页）

正由于市场需求不是一个固定的量，而是在不同价格下有不同需求量的需求状态，因此供求规律对价格的直接作用，实质上就是一定时间、一定市场上，消费者（买方）对一定供应

量的商品的有支付能力的需求评价，在对价格形成或实现起着作用。

所谓需求评价，就是指某个消费者愿意用他的货币收入中的多少数额去购买某种商品。正如马克思指出的：“买主购买商品并不是因为它具有价值，而是因为它是‘使用价值’，可用于一定目的。所以，不言而喻：（一）使用价值受到‘估价’……”（《马克思恩格斯全集》第19卷，第416页）需求评价，也就是对使用价值的货币估价。

对价格的形成或实现起作用的需求评价必须是“有效的”——有支付能力的“愿意购买”，即有效需求评价。

为了揭示有效需求评价对价格的形成或实现所起的作用，必须了解有效需求评价的基本特征。

第一，消费者对各种商品的有效需求评价，都必须以他们所能支配的货币收入为基础。因此，它受国民收入分配和再分配的调节。（当然不等于说货币收入多的消费者，对各种商品的有效需求评价就高。）

第二，有效需求评价是消费者有支付能力的、并且愿意购买的需求价格的高限。只要市场价格等于和低于这一高限，他都愿意购买。

第三，每个消费者以其所能支配的货币收入为限，对他所需的各种商品的有效需求评价会组成一个需求组合体；而对其中每种商品的有效需求评价，由他所能支配的货币收入、生計安排、爱好、时尚等因素决定；并受商品比价关系变化的影响。

第四，消费者对生活必需品（如粮食等）的需求评价，在该种商品短缺时，可以升高到以他所能支配的全部货币收入用以购买这些商品的必需量的程度；而对非生活必需品的需求评

价，则是他的货币收入扣除按现行价格计算的必需开支后，根据个人的生活安排、爱好和社会时尚等来形成的。

接着，我们可以进而研究有效需求评价和需求状态的关系。

不同的消费者对同一商品的有效需求评价是存在差异的。但是，我们只要把一定时间、一定市场上所有消费者对同一商品的有效需求评价综合起来，就可以得到当时市场上对该商品在各个需求评价组距上的各个分组需求量。而且，高价组的需求量都可以累计到低价组的需求量上。正是由于有效需求评价的基本特征，决定了市场上对每种商品都必然形成一个在不同价格水平上的不同需求量的系列，即价格越高需求量越小，价格越低需求量越大的需求状态。其中，累计需求量都是价格变化的反方向函数。

例如，某时某市场对涤棉布的需求状态可以如下表所示：

商 品	需求评价组距 (元/公尺)	分组需求量 (万公尺)	需求价格 (元/公尺)	累计需求量 (万公尺)
涤 棉 布	6.00 以上	1.00	6.00	1.00
	5.40—5.99	1.00	5.40	2.00
	4.80—5.39	1.50	4.80	3.50
	4.20—4.79	1.50	4.20	5.00
	3.60—4.19	2.00	3.60	7.00
	3.00—3.59	3.00	3.00	10.00
	2.40—2.99	5.00	2.40	15.00
	1.80—2.39	6.00	1.80	21.00
	1.20—1.79	5.00	1.20	26.00