

陈凤翔 李润生 主编

实用物价学

SHIYONG
WUJIA
XUE

中国财政经济出版社

92
F714.1
1
2

实 用 物 价 学

主 编：陈凤翔 李润生

副主编：梅同富 罗健安

XA283/10



3 0076 5321 9



中国财政经济出版社

B 787079

实用物价学

主 编 陈凤翔 李润生

副 主 编 梅凤霞 罗健安

责任编辑 孙聪宝

中国物价出版社出版发行

(北京东城大佛寺东街8号)

河南省文化厅印刷厂印刷

850×1168毫米 32开 14.75印张 363000字

1988年10月第一版 1988年10月郑州第1次印刷

印数：1—7000 定价：4.90元

ISBN 7—3005—0522—1/F·0479

主 编：陈凤翔 李润生

副主编：梅同富 罗健安

编 审：胡昌暖

本书编写成员：（按姓氏笔划为序）

丁玉宏 于文生 王浩立 田立魁 刘 文

吕志宏 刘建民 司兆云 李润生 李保良

陈凤翔 宋贵清 张成林 张春荣 何兰生

罗健安 金元良 姜淑静 赵建增 郭培彬

郭建华 钱美雯 曾映东 康 健 梅同富

序 言

当前，价格问题已愈来愈为人们所重视。从中央到地方，从国家、企业、集体到个人，无不关心价格的动向。价格问题已经不仅是一个重要的经济问题，也是一个重要的政治问题。

随着国民经济体制改革的深入和发展，研究价格问题的论著也多了起来。这是十分可喜的事情。《实用物价学》就是这些论著中的一种。本书除了论述价格形成的一般原理外，更着重于论述国民经济各部门、各类重要商品的价格形成，以及这些商品的作价方法和价格管理方法。看了这本书，给人最深的印象是，价格学的一般原理具体化了，形象化了，读者可以从中得到许多新的知识、新的见解。

本书的作者，有从事价格教学多年的老教师，有从事价格实际工作多年的管理干部，还有一部分正在价格教学和价格工作第一线的中年人。正是他们的教学经历和实际工作经历，写出了这本具有自己特点的价格问题专著。

所以，我愿为本书写序言，负责审稿，并愿向读者推荐。本书可作为价格工作者、经济工作者以及高等财经院校师生的参考书和专业教材，还是物价、工商、税务、物资、交通运输、工业、商业、供销社等部门培训物价人员的好教材。

胡 昌 暖

1988年9月

目 录

第一章 商品价格及其形成	(1)
第一节 商品的价值.....	(1)
第二节 商品的价格.....	(7)
第三节 商品价格的形成.....	(14)
第二章 商品价格构成	(21)
第一节 价值构成.....	(21)
第二节 价格构成.....	(25)
第三节 价格构成与价值构成的关系.....	(29)
第三章 商品价格体系	(31)
第一节 商品价格体系的内容.....	(31)
第二节 商品比价体系.....	(33)
第三节 商品差价体系.....	(38)
第四节 价格体系改革.....	(45)
第四章 我国的价格方针和政策	(47)
第一节 价格总水平及其发展趋势.....	(47)
第二节 价格方针.....	(50)
第三节 价格政策.....	(55)
第五章 商品价格信息与预测	(63)
第一节 商品价格信息.....	(63)
第二节 商品价格预测.....	(71)
第六章 定价策略与方法	(91)
第一节 商品定价策略.....	(91)
第二节 商品定价方法.....	(100)
第七章 生产成本	(111)
第一节 农产品生产成本的核算.....	(111)
第二节 工业品生产成本的核算.....	(127)

第八章 商品价格中的流通过费	(141)
第一节 流通过费的构成及核算原则.....	(141)
第二节 直接费用的核算.....	(146)
第三节 间接费用的核算.....	(167)
第九章 税金和利润	(173)
第一节 商品价格中的税金.....	(173)
第二节 商品价格中的利润.....	(177)
第三节 税金及利润与价格的关系.....	(179)
第十章 理论销售价格	(182)
第一节 理论销售价格的构成及相互关系.....	(182)
第二节 理论销售价格公式的推导及其简化.....	(184)
第十一章 百货文化商品价格	(180)
第一节 百货文化商品价格的特点.....	(190)
第二节 百货文化商品价格的制定原则和形式.....	(191)
第三节 百货文化商品现行作价办法.....	(193)
第十二章 五金交电化工商品价格	(207)
第一节 五交化商品分类及价格特点.....	(207)
第二节 五交化商品价格形式及其商品范围.....	(208)
第三节 五交化商品的现行作价办法.....	(210)
第十三章 纺织品价格	(231)
第一节 纺织品价格特点和作用.....	(221)
第二节 纺织品价格形式及其制定.....	(225)
第三节 纺织品现行作价办法.....	(229)
第十四章 副食品价格	(235)
第一节 副食品价格的特点和作用.....	(235)
第二节 副食品价格形式及制定.....	(238)
第三节 副食品现行作价办法.....	(243)
第十五章 农业生产资料价格	(249)

第一节	农业生产资料价格的特点、作用 及作价原则·····	(249)
第二节	化肥价格·····	(254)
第三节	农药及农药械价格·····	(259)
第四节	农用塑料薄膜、中小农具和耕畜价格·····	(266)
第十六章	土产杂品价格 ·····	(271)
第一节	土产杂品价格特点及其作用·····	(271)
第二节	土产杂品价格形式及其商品范围·····	(273)
第三节	土产杂品现行作价办法·····	(276)
第十七章	棉烟麻商品价格 ·····	(283)
第一节	棉烟麻商品价格政策·····	(283)
第二节	棉烟麻商品收购价格·····	(287)
第三节	棉烟麻商品调拨价格·····	(296)
第四节	销售价格·····	(300)
第十八章	物资商品价格 ·····	(303)
第一节	物资价格的作用·····	(303)
第二节	物资商品价格的制定·····	(306)
第三节	物资商品现行作价办法·····	(312)
第十九章	交通运输价格 ·····	(319)
第一节	交通运输价格的特点和作用·····	(319)
第二节	运输成本·····	(324)
第三节	运输价格的制定·····	(331)
第四节	各种运输方式的运价·····	(335)
第二十章	建筑安装与工程造价 ·····	(344)
第一节	建筑产品价格的特点及其作用·····	(344)
第二节	建筑安装成本及核算·····	(347)
第三节	建筑产品价格的制定·····	(353)
第二十一章	饮食业价格 ·····	(358)

第一节	饮食业价格的特点及其作用	(358)
第二节	饮食业价格的构成及其制定原则	(361)
第三节	饮食业价格的形式及其制定	(365)
第二十二章	服务、修理业收费	(373)
第一节	服务、修理业价格的特点及形式	(373)
第二节	服务业收费的制定	(378)
第三节	修理业和其他劳务收费	(388)
第二十三章	对外贸易价格	(391)
第一节	国内外市场价格的区别与联系	(391)
第二节	出口商品的国内收购价格	(396)
第三节	进口商品的国内销售价格	(402)
第二十四章	涉外价格	(406)
第一节	涉外价格的含义及特点	(406)
第二节	涉外价格的制定原则	(408)
第三节	涉外价格的制定	(410)
第二十五章	商品价格管理	(419)
第一节	商品价格管理的必要性及其原则	(419)
第二节	商品价格管理体制	(423)
第三节	物价管理制度	(427)
第二十六章	商品价格监督与检查	(432)
第一节	商品价格监督与检查的必要性	(432)
第二节	商品价格监督	(434)
第三节	商品价格检查	(436)
第四节	物价纪律	(440)
第二十七章	价格统计	(443)
第一节	价格统计的特点和任务	(443)
第二节	价格资料的搜集与整理	(444)
第三节	价格指数的编制和分析	(448)

第一章 商品价格及其形成

在商品经济条件下，一切物品作为商品都有价格，并受各种因素的影响和调节。价格是不断运动的，而且价格的运动是有规律的。本章的内容就是要弄清价格的概念，揭示价格运动的规律。

第一节 商品的价值

众所周知，商品是用来交换的劳动产品。它有如下特点：第一，它必须有用，能满足人们的某种需要。如粮食能用来充饥，棉花能用来织布，衣服能用来御寒，艺术品能用来欣赏等。如果物品没有用，就不会有东西同它相交换，从而不可能成为商品。不同的物品具有不同的用途，才能使交换成为必要；第二，它必须是劳动创造出来的产品。如果没有花费劳动，即使有用也不是商品，如空气、阳光；第三，它必须是为了满足别人的需要，如果只是为了生产者自己消费，那就不是商品，而是产品；第四，它必须经过交换转让给别人使用。旧社会农民收了粮食向地主交租，虽然满足了地主的需要，但不是商品，因为他没有通过交换。

一、商品价值的含义

商品能够满足人们的某种需要，这就是商品的使用价值。使用价值是商品的自然属性，是物品成为商品的必要条件。商品不

但要具有使用价值属性，还应该具有与其他商品相交换的属性。两种使用价值的交换比例叫交换价值。交换价值在不同时间和地点可能是不同的，但在同一时间内和同一市场上则是比较固定的。那么，这种交换比例是由什么决定的呢？交换价值表示的是在交换中一定数量的商品彼此相等。不同使用价值的商品可以按一定比例相交换，说明各种商品之间存在着某种同质的东西，而交换价值不过是这种共同的东西在数量上的表现。因为不同质的东西不可能从量上来比较，只有同质的东西才能从量上计算他的比例关系。

那么，决定各种商品交换价值的共同的客观属性是什么呢？如果抛开各种商品的自然属性，抛开不同商品的使用价值，就可以发现一切商品都有生产者的劳动凝结在里面。凝结在商品中的劳动不是各种具体形态的劳动，而是抽象的、无差别的一般人类劳动，即都要耗费人的脑力和体力。正是在这种共同的劳动的基础上，各种商品才能在量上相比较，并根据劳动耗费的多少而决定他的交换比例。各种无差别的一般人类劳动在商品中的凝结就是商品价值。劳动是一切价值的创造者，价值就是决定交换价值的因素。就二者的关系而言，价值是交换价值的基础，交换价值不过是价值的表现形式而已。

综上所述，可以看出，任何商品都具有使用价值和价值两个因素。而商品作为使用价值和价值的统一体，也必须具有二重表现形式。商品作为使用价值，它的表现形式就是商品实体本身，是可以感觉到的自然形式；价值的形式则不然，从一个孤立的商品实体上，任你翻来复去也找不到它的价值。价值是商品的社会属性，体现的是商品生产者之间的社会关系。它只有在交换过程中通过另一种商品才能表现出来。在另一种商品上表现出来的商品价值就是价值形式。

二、商品价值量的决定

商品的价值是由劳动创造的，所以商品的价值量只能由体现在商品中的劳动量决定。劳动量是由劳动的持续时间来衡量的。劳动时间是衡量商品价值量大小的尺度，生产一种商品所耗费的劳动越多，这种商品的价值量就越大。

既然商品的价值量是由生产商品所耗费的劳动量所决定，那么，是否一个人越懒惰，劳动越不熟练，生产条件越差，它所生产的商品的价值量就越大呢？事情当然不是这样，因为这里还有个个别劳动时间和社会必要劳动时间的区别。

各个商品生产者，由于他们的生产条件有好有坏，劳动熟练程度和劳动强度有高有低，因而生产同样的产品所耗费的劳动也各不相同。个别商品生产者在不同的生产条件下，生产商品所耗费的劳动时间叫做个别劳动时间。商品的价值量不是由个别劳动时间决定的，而是由社会必要劳动时间决定的。

社会必要劳动时间包括两层含义：社会必要劳动时间的第一层含义，是指在现有的社会正常的生产条件下，在社会平均劳动熟练程度和劳动强度下，生产某种使用价值所需要的劳动时间。在同一部门内，劳动者在生产等量的商品中所花费的劳动量是不一样的。对于那些技术水平较好，操作熟练，劳动强度大的劳动者来说，它所生产的单位商品中含有的劳动时间是比较少的；反之，对于技术水平较低，操作不太熟练，劳动强度又不大的劳动者来说，他所生产的单位商品中含有的劳动时间是比较多的。商品的价值量既不能由前者在个别商品中所花费的劳动量确定，也不能由后者在个别商品中所花费的劳动量确定，而是由其平均数，即社会大多数生产者在相同的生产条件下，生产某种商品所花费的劳动时间来决定，由社会平均劳动时间来决定。比如，生产某种产品，有的生产者要花费1个劳动日，有的要花费3个劳动

日，但大多数生产者花费2个劳动日。那么，这个产品所花费的社会必要劳动时间就是2个劳动日。社会必要劳动时间的第二层含义，是指商品的价值量不仅仅是由生产单个商品所花费的平均劳动时间决定，同时还是由部门产品必要劳动时间决定的。在社会总劳动时间中，为满足社会对不同产品的需要，必须对社会总劳动量按比例地合理分配。否则，某种商品所花费的劳动量如果超出了社会所分配给他的份额，就会造成超过部分的商品价值不能实现，就会出现供过于求，该商品的价值就不会被社会承认；反之，某种商品所花费的劳动量如果低于社会所分配给该部门的份额，就会出现供不应求，这个商品在市场上代表的劳动量就会超过他实际所包含的劳动量，生产者就会获得超额利润。如，某商品社会总劳动时间为100，其社会需要和社会生产情况如表1—1。

表1—1 某商品社会需要和社会生产情况

生产部门	社会需要		社会生产			市场实现		
	商品总量 (个)	必要劳动总量 (小时)	商品总量 (个)	实际耗费劳动总量 (小时)	单位商品价值 (小时)	劳动总量实现差 (小时)	单位商品价值实现 (小时)	单位商品价值实现差 (小时)
甲部门	8	40	10	50	5	-10	4	-1
乙部门	10	30	10	30	3	—	8	—
丙部门	6	30	4	20	5	+10	7.5	+2.5
合计		100		100				

上例表明，乙部门生产商品的实际耗费和社会需要总劳动量正好相等，这种商品就会按自身价值完全得到实现；甲部门生产商品实际耗费的劳动总量超过了社会需要的劳动总量，超过部分的劳动时间就不被承认，商品只得低于自身价值来实现；丙部门生产商品实际耗费的劳动总量小于社会需要的劳动总量，商品就高于自身价值来实现。

商品的价值量不能由个别劳动时间，而只能由社会必要劳动时间来决定，有着重要意义。它可以促进商品生产者努力降低单位商品中个别劳动时间。在个别劳动时间超过社会必要劳动时间的条件下，商品生产者就要亏本；在个别劳动时间等于社会必要劳动时间的条件下，商品生产者就可以获得平均利润；在个别劳动时间低于社会必要劳动时间的条件下，商品生产者就可以取得超额利润。因此，商品生产者必然要努力提高自己的技术水平，不断更新设备，以便在竞争中取胜。社会必要劳动时间的两层含义要求每个部门、每个企业都必须努力节约社会劳动时间，并按照社会的需要成比例地、均衡地安排生产。

三、价值规律

价值规律是指商品的价值量由社会必要劳动时间决定的规律，是商品经济的基本规律。社会主义初级阶段还存在商品生产和商品交换，所以价值规律依然存在，并以各种形式发挥着它固有的作用。对此，我们在物价工作中必须有一个正确的认识。

（一）价值规律的内容

商品价值从质上说是人类抽象劳动的凝结，从量上说是由社会必要劳动时间决定的；商品交换按商品包含的价值量进行交换，必须贯彻等价交换的原则，这是价值规律的基本内容。也就是说，在生产领域每一个商品生产者都受到消费者均等评价的条件下，客观上要求都必须按社会需要进行生产，并由社会必要劳

动时间决定商品的价值量。由于商品生产者都要求花费在商品中的社会劳动得到补偿，因此，在交换中就必然要求按相等的价值量进行。商品价值要能在交换中顺利实现，花费在商品上的劳动必须与社会分配在该商品上的劳动总量相适应。

（二）价值规律的作用

由于价值规律是为一定社会制度下人与人之间经济关系所决定的，因此在不同的社会制度下，价值规律发生作用的形式也不一样。

在以私有制为基础的资本主义社会，价值规律作为一种盲目的力量和一只“看不见的手”在商品生产者背后起作用，自发地支配着商品生产和商品交换，使一部分人发财，另一部分人破产，造成两极分化。因为在那里谁也不知道他们生产的那种产品在市场上有多少和究竟需要多少，谁也不知道他们生产的个人产品是否真正为市场所需要，是否能卖出去并收回成本。社会生产的无政府状态占统治地位的背后，价值规律强制地为自己开辟道路。凡是劳动耗费高于价值决定标准的，就会造成一部分浪费，使生产过量的商品因积压而出让阵地，给生产不足的商品以扩张的地盘。总之，在私有制商品经济中，价值规律有促进节约劳动时间、提高生产技术的积极作用，又有浪费社会劳动、封闭技术交流的消极作用。

在社会主义社会，由于商品经济的性质发生了根本的变化，价值规律发生作用的形式也就和资本主义社会不同。在宏观经济上，国家可以按照价值规律分配社会劳动的原则，有计划按比例地分配各个部门的社会劳动量，这就消除了价值规律的盲目性，成为社会主义商品经济有计划按比例发展的内在动力；在微观上，国家可以不同程度地直接运用价值规律，灵活调节商品生产和商品交换。因为价值规律只承认社会必要劳动时间决定的价值。先进的企业由于经营管理好，劳动生产率高，单位产品的个

别劳动消耗少，可以获得较多的利润；反之，只能获得较少的利润，甚至亏本。这样，价值规律可以促使先进的企业更先进，后进的企业赶先进，从而调节各个企业的生产。同时，价值规律还要求各部门所花费的劳动量和社会分配给该部门的劳动量相一致，促使生产部门注意商品供求关系的变化，注意社会需求的程度，关心市场动向。

第二节 商品的价格

人们对价格并不陌生。在商品经济社会中，为了满足衣食住行的需要，人们每天都与价格打交道。但是，什么是价格？它是怎样产生的？价格有什么职能？它在社会主义建设中存有什么作用？这些问题并不一定每个人都能准确的回答出来。下面将通过对价格的产生、价格的职能和作用的论述，说明价格的本质。

一、商品价格的含义

价格既是一个经济范畴，也是一个历史范畴。它是商品生产以货币为交换媒介条件下的产物，并随着商品、货币的消失而消失。

前面讲过，商品价值是客观的经济范畴，是一个抽象的概念，它本身是看不见摸不着的。一个商品的价值不能由这个商品自身来表现，而必须在与另一种商品相交换的时候，通过所交换的一定数量的另一种商品把自己的价值相对地表现出来。如3米麻布的价值不能由麻布本身来表现，而只有当他同另一种商品，如一张毛皮相交换时，才能由一张毛皮表现出他的交换价值来。

交换价值是价值的表现形式，它随着商品生产和商品交换的发展经历了四个不同的历史阶段，表现为四种价值形式，即简单的价值形式、扩大的价值形式、一般价值形式和货币价值形式。在商品经济不发达时期，交换仅仅是偶然的、个别的，而且还是

以物物交换方式进行的。甲商品的价值通过乙商品表现出来，乙商品就成了等价物，这就是简单的价值形式；如果甲商品的价值不只是表现在乙商品上，而是表现在一系列商品上，这就是扩大的价值形式；随着商品经济的发展，从无数商品中分离出来这样一种特殊商品，即它可以表现任何商品的价值，或者说任何商品都可以和它相交换，这时扩大的价值形式就发展到了一般价值形式；一般价值形式的出现，有力地促进了商品交换的发展。但是，当一般等价物还不是固定地由某一种商品来充当的时候，在一定程度上仍然阻碍着商品交换的进行。在人类社会的第二次社会大分工之后，由于交换的频繁，交换区域的扩大，要求一般等价物必须固定地为某个商品来充当。这个固定地充当一般等价物的特殊商品就是货币。这样，一般价值形式就发展为货币价值形式。货币的出现，宣告了一切商品的交换价值都要以货币来充当，货币成了社会必要劳动时间即价值量的形象代表。商品价值的货币表现就是价格。

由此可以看出价格的本质，概括地说有以下几点：第一，价格是价值的货币表现形式，是物化在商品内的劳动的货币名称，是标示商品价值的实质货币量；第二，价格是交换价值的完成形式，是商品与货币的交换比例；第三，价格是商品生产和商品交换的产物，是一连串的交换的结果，是商品流通过程中的经济现象，因而属于商品经济范畴；第四，由于商品生产和商品交换是随着社会生产力的发展在一定历史条件下才产生的，因而价格也是一个历史范畴；第五，由于价值是商品的社会属性，反映着商品生产者之间的社会关系，所以，作为商品价值货币表现的价格，也必然反映着商品生产者之间的相互交换劳动的社会关系。正是因为价格本身具有社会属性，使得价格在不同社会制度下具有不同的特殊社会性质。在资本主义私有制条件下，价格反映着资本与雇佣劳动的不平等交换关系、资本家对雇佣工人的剥削关系；在社会主