

新编 社会主义价格学

李慧中 朱 强 蔡增信 编

蒋家俊 审定

复旦大学出版社

新编社会主义价格学

李慧中

朱 强
蔡增信

编著

复旦大学出版社

责任校对 陆宏光

新编社会主义价格学

李慧中 强 编著
蔡增信

复旦大学出版社出版

(上海国权路 579 号)

新华书店上海发行所发行 复旦大学印刷厂印刷

· 开本 850×1168 1/32 印张 9.5 插页 2

字数 248,000

1989 年 5 月第 1 版 1989 年 5 月第 1 次印刷

印数 1—4,000

ISBN7-309-00168-0/F·40 定价: 2.15 元

序

党的十届三中全会以来,为了加强有关社会主义经济理论和实际的教学与科研工作,我校经济系在原有的社会主义政治经济学课程之外,又增开了社会主义价格学的课程。在几年教学和研究的基础上,李慧中同志、朱强同志和蔡增信同志共同编写了《新编社会主义价格学》一书,它不仅是适合于高等学校经济学专业使用的教材,也是适合于广大经济理论工作者和从事实际经济工作同志们的一本有价值的参考书籍。

过去我国传统的经济观点,是把社会主义的计划经济和商品经济对立起来,认为两者互相排斥、互不相容。以社会主义产品经济理论为基础而建立起来的经济体制,是传统的高度集中的、以指令性计划和行政管理为主的经济体制,这种体制排斥价值规律和价格机制对社会主义经济的调节作用。以前在许多高校中所使用的一些价格学原理的教材,大多是阐述传统的高度集中的计划价格体制,或者说,以计划价格体制作为分析的体制背景,这是由当时的历史条件和对社会主义经济认识的程度所决定的。党的十二届三中全会《关于经济体制改革的决定》,突破了过去那种把计划经济和商品经济对立起来的传统观念,明确认识社会主义计划经济必须自觉依据和运用价值规律,是在公有制基础上的有计划的商品经济;并且明确提出,在社会主义有计划的商品经济中,价格是最有效的调节手段,合理的价格是保证国民经济活而不乱的重要条件,价格改革是整个经济体制改革成败的关键。随着我国社

DAF 25/09

会主义经济建设实践的发展和经济理论研究的深入,迫切要求编写新的社会主义价格学的教材。李慧中等同志编写的《新编社会主义价格学》,在基本观点和体系结构上都和以前的一般价格学教材有很大的不同,具有自己的特色。

第一、本书紧紧抓住社会主义有计划的商品经济的性质,把分析研究的重点放在价格改革的方向和内容上,或者说,把分析的背景重点放在改革开放的新体制上,并且对过去传统的观点与目前价格改革中的一些问题进行适当的评述。

第二、本书在体系结构与基本内容上,以实现社会主义价格职能为主线,由此说明社会主义价格模式应是有计划的市场价格模式,再在此基础上,说明企业定价行为与国家定价行为,说明相对价格的形成,以及国家如何运用各种经济杠杆调控价格总水平与分类水平,并对国内价格与国际价格的关系及发展趋势作了专门的分析。

第三、本书在方法论上采取了规范分析与实证分析相结合的方法。既根据社会主义有计划商品经济的本质要求,说明应该是怎样的,将来必定会是怎样的;又根据我国社会主义经济发展的实际情况,说明过去是怎样的,目前是怎样的,存在些什么实际问题,等等。

由于社会主义价格学还是一门年轻的新兴的学科,无论在理论方面或实际经济工作方面,都还存在许多需要进一步深入研究的问题,希望通过本书的出版,能够对我国社会主义价格学的教学和科研工作,起一定的促进作用。

蒋家俊

1987年10月于复旦大学

目 录

第一章 价 格 职 能

§ 1.1 价格职能的客观性	1
§ 1.2 有计划商品经济的价格职能	2
§ 1.3 价格诸职能的联系	13
§ 1.4 实现价格客观职能的经济条件	15

第二章 价 格 构 成

§ 2.1 生产成本	20
§ 2.2 流通费用	26
§ 2.3 利润和税金	29

第三章 社会主义价格基础

§ 3.1 社会主义条件下价值转形的必然性	34
§ 3.2 制约社会主义价值转形模型形成的客观经济标准	39
§ 3.3 社会平均利润率与生产要素的节约机制	40
§ 3.4 对各种社会主义价格基础模型的经济分析	44
§ 3.5 三渠平均利润率形成的社会主义价格基础	50

第四章 社会主义价格模式

§ 4.1 经济模式、价格职能与价格模式	56
§ 4.2 两种极端的价格模式	58

§ 4.3	统一性与灵活性相结合的混合价格模式	63
§ 4.4	有计划商品经济的目标价格模式	71
§ 4.5	向目标价格模式的过渡	75

第五章 需求者价格行为

§ 5.1	两种需求选择主体	79
§ 5.2	预算约束与消费者均衡	80
§ 5.3	需求的价格变动反应和市场需求曲线	94
§ 5.4	市场需求曲线的独立性	101

第六章 企业定价(上)

§ 6.1	社会主义企业的定价目标	103
§ 6.2	供给曲线与定价约束	106
§ 6.3	企业的具体定价策略	111
§ 6.4	企业的具体定价方法	120

第七章 企业定价(下)

§ 7.1	成本、收益和利润	131
§ 7.2	纯粹竞争定价	139
§ 7.3	垄断定价	146
§ 7.4	垄断竞争定价	154

第八章 国家定价

§ 8.1	国家定价目标	163
§ 8.2	国家定价产品及定价原则	165
§ 8.3	供求关系与国家定价	171
§ 8.4	企业利益与国家定价	174
§ 8.5	建国以来国家定价的形成与发展	176

第九章 相对价格

§ 9.1 相对价格的同时决定	182
§ 9.2 即期和短期的相对价格	185
§ 9.3 长期相对价格	189
§ 9.4 不同流通环节的纵向相对价格	192
§ 9.5 相对价格的运动是绝对的	195
§ 9.6 我国的相对价格改革	197

第十章 价格总水平

§ 10.1 价格总水平的涵义、作用及其特点	203
§ 10.2 影响价格总水平变动的基本因素	207
§ 10.3 价格改革与价格总水平	228
§ 10.4 建国以来价格总水平变动状况	232

第十一章 价格的国家管理与控制

§ 11.1 价格管理与控制的必要性和可能性	235
§ 11.2 价格总水平宏观控制、调节的手段与途径	239
§ 11.3 国家对具体商品价格水平的控制与调节	251
§ 11.4 物价检查与监督	259

第十二章 国内价格与国际价格

§ 12.1 国内价格与国际价格的关系	263
§ 12.2 国际价格的形成	265
§ 12.3 国家的外贸经济政策对进出口商品国内价格的影响	271
§ 12.4 进出口商品的国内价格	274
§ 12.5 建立阶梯式的国内价格体系	277
附录 物价统计	282

第一章 价 格 职 能

价格是价值规律的表现,是商品经济中价值规律赖以发生作用的形式。在明确价格这一本质的基础上认识价格的具体职能是价格学的出发点。只有搞清价格的职能,才能认识社会主义有计划商品经济条件下的价格形成基础、价格模式、经济主体的价格行为以及市场价格的具体形成及其运动等等。因此,社会主义价格学要从价格职能的分析开始。

§ 1.1 价格职能的客观性

价格职能是由价值规律及其作用所决定的价格的具体功能。价格职能不由人们任意赋予,也不由人们任意限制,它具有自身存在的客观性。这可以从三个方面来认识。

第一,由于价值规律及其作用是客观的,因而价格职能也是客观的。不管人们是否承认与遵循价值规律,它都发生其客观作用,只不过当人们承认并遵循价值规律时,价值规律对人们的经济活动发生积极的作用,反之,价值规律从反面顽强地表现出来,使人们的经济活动及其结果与人们的愿望呈反向状态。价格作为价值规律的表现,其职能必然与价值规律的作用一样,具有不以人们意志为转移的客观性。只要价值规律并不因为社会主义经济制度取代资本主义经济制度而变为另一个规律,价格职能在商品经济中就具有稳定性、客观性。第二,撇开实际经济生活中的表面现象的

干扰,通过区分价格的理论职能与现实职能,来认识价格职能的客观性。所谓理论职能是不受含有人们主观选择因素的经济体制条件干扰的、反映客观经济规律要求的、能引致一个高效率经济的价格职能。这种理论职能在理论上应该存在,也能为理论所穷尽。而所谓现实职能是人们主观选择的经济体制中价格现实地在正常发挥的职能,它与人们对价格职能的认识程度与接受程度有关。比如在社会主义集权经济模式中,通行着产品供求的数量调节,而不存在价格的正面调节,价格也就不从正面表现其调节产品供求的职能和提供经济信息的职能。但现实生活的表面现象上不具有这些价格职能并不等于价格在客观上没有这些职能。现实生活的表面现象可能并不穷尽价格的客观职能。同样,在传统的社会主义集权经济模式中,价格被广泛地、任意地用来充当收入再分配的工具,这也不说明价格本身一定具有这一职能。在现实经济生活中,无视价格职能的客观性,就会受到客观经济规律的惩罚,经济运行就是低效的。这就是说,存在着反映价值规律要求的、能引致一个高效率经济的客观价格职能,这就是排除了违反价值规律的人为因素干扰的理论价格职能。我们要认识与分析的,就是这种客观的价格职能,而不是被人们主观扭曲的所谓价格职能。第三,价格职能的客观性还表现在,不管是什么形式的价格,都必须反映客观的价格职能。市场自发调节的价格本身是在价格行使其职能中形成的,它体现了客观的价格职能,国家制订的计划价格也必须自觉反映客观的价格职能,任意阻碍价格的某一职能的发挥,将使由价格联系的经济活动背离客观经济规律所决定的运行轨道。

§ 1.2 有计划商品经济的价格职能

社会主义经济是有计划的商品经济。作为商品经济特殊,其特征是以公有制为主、多种经济成分并存,以按劳分配为主、多种

分配形式并存,以及在总体上有计划。这些特征决定,价值规律在社会主义经济中的某些领域可以有区别于资本主义经济中那种完全自发作用的特殊作用形式。国家可以、而且必须在某些领域自觉利用价值规律,为社会主义经济服务。但是,这一切绝不否定社会主义经济同时是商品经济一般。社会主义经济仍然是产品交换的经济。商品经济需要产品交换过程中的总量供求平衡,商品经济更经常、更具体地需要产品在交换中的结构性供求平衡,乃至千百万种商品的市场供求平衡。总量供求平衡在有计划的商品经济中,可以更多地通过加强国家的总体计划与宏观间接控制来达到。而无时无刻地在发生的千百万种商品的市场供求调节,它由各种客观条件变化与无数经济主体行为所决定的市场供求变化为背景,是绝不能采取由行政机构包办的实物性数量调节形式的,在消费者与生产者作为独立与相对独立的经济主体这种经济运行的基本条件面前,产品的供求调节必须大量采取价格调节形式。这是由价格所具有的职能所决定的。通行价格调节是由商品经济一般决定的,它并不抹煞有计划商品经济的特征。恰恰相反,加强价格调节是社会主义国家进行宏观间接控制的微观基础。

社会主义经济并不能改变价值规律,也无法限制价值规律的作用。因此,社会主义经济不能取消商品经济中的任一价格职能,也不能新赋予价格以任何职能。

价格具有哪些客观职能呢?

1. 结算职能或表价职能。由于价格在商品交换中出现,它首先具有最直观的结算职能或表价职能。这是价格的最起码的职能。这一职能被人们直接感觉。即使在传统的高度集中的近乎产品经济的体制中,也到处存在价格现象,虽然企业根本不关心本身的实现利润,但企业之间的产品统配与调拨中也居然横现着一个价格。纯粹的结算或表价职能给交换的商品标一个价是必需的,但它本身并不足以成为企业的决策工具,因为纯粹的结算或表价

职能本身并不保证价格是否符合客观要求,它可以反映客观的价格水平,也可以歪曲表现价格所要表现的对象。它往往只是给事后簿记以一个符号。传统的集权经济模式把社会主义经济中的价值看为物质财富运动的表面形式而不是实际形式,因此价格被解释为一种假定的可由计划机关任意规定的数量。这突出地表现在国家规定的基础工业品和农产品的价格既不反映实际的社会劳动耗费,也不反映社会所承认的劳动耗费上。既不反映价值又不反映供求关系的价格比比皆是。国家把规定价格仅仅归结为单纯的计算业务。因此,在“大锅饭”利益体制下,低价产品的匮乏与高价产品的积压不可避免地发生了。

2. 核算职能。价格是价值的表现。计量社会劳动耗费的價值本身无法自己表现,必须通过价格表现。这使价格必然具有充当社会劳动耗费的核算工具的职能,即核算职能。价格的核算职能从根本上要求价格尽可能接近或反映价值(或其转化形态)。只有这样,才能使商品交换在等价条件下长期地顺利进行,这是价值规律所要求的。但是价格的核算职能并不绝对要求价格只反映商品中实际包含的社会劳动量,而不允许价格对价值的背离。因为价格不仅是生产的条件,而且是交换的条件,是生产者与消费者共同接受的交换尺码。在交换中,商品中为社会所承认的劳动量即在市场上代表的社会劳动量与它实际包含的社会劳动量并不一定相同。马克思说过的:“尽管每一物品或每一定量某种商品都只包含生产它所必需的社会劳动,并且从这一方面来看,所有这种商品的市场价值也只代表必要劳动,但是,如果某种商品的产量超过了当时社会的需要,社会劳动时间的一部分就浪费掉了,这时,每个商品量在市场上代表的社会劳动量就比它实际包含的社会劳动量小得多。……”^①由于价格必须为商品的需求者所接受才能完成

^①《马克思恩格斯全集》第25卷,第209页。

交换过程,即产品的实现过程,因此价格必须反映交换过程中市场所承认的社会劳动量。不然,由于生产结构与需求结构不可避免的经常性脱节,会使市场不是出现积压就是出现匮乏。即使在传统的集权经济体制中,尽管国营企业之间的大部分供求按行政命令进行,但是,居民最终消费不可能大部分纳入计划轨道,它对基础产品与中间产品的引致需求仍使全部经济处于供求不平衡状态中。让价格反映供求关系是不可违背的。这样,价格的核算职能就不应仅理解为核算实际投入的社会劳动量,而且应该核算市场所承认的劳动量。这就是说核算职能也要求价格反映供求。价格最终反映价值只是价格始终反映供求的结果。

价格核算市场所承认的社会劳动量即反映供求关系,并不使经济核算受到歪曲。由于价格在交换中必须为需求者所接受,因此反映由需求所决定的商品稀缺或负稀缺,才能使商品顺利实现交换,并为供求平衡创造条件。由于对生产者来说,惊险的跳跃在于产品取得市场的承认,因此市场承认的社会劳动量对他是更重要的。只有价格反映供求关系,才能使生产者按社会需要实现其价值。从这一意义上说,使经济核算被歪曲的,不是反映稀缺,而是忽略它。

价格核算作用的两个方面都不能加以绝对化,即既不能认为价格在社会主义经济中只能准确反映商品价值,也不能认为没有价格对价值的背离就不称其为价格。其实,在正常的商品经济运行中,两个方面都具有核算作用。它们可以被理解为核算职能的绝对性与相对性。在供求平衡时,价格符合价值,这时反映了核算职能的绝对性。在供求不平衡时,价格背离价值,这时体现了核算职能的相对性。衡量价格是否起到核算职能的标准不是它符合价值与否,而在于对经济活动所起的作用。在供求平衡时,价格符合价值,这当然是核算职能的正常实现,而在供求不平衡时,价格高于或低于价值,也是核算职能的正常实现。这种价格背离是使价

格趋向价值的条件。只有既不反映价值,也不反映供求关系的价格才不具有核算职能,而仅仅作为一种表价形式,充当事后结算的工具。

由于价格的核算社会劳动量的职能,使市场实际价格具有客观性,人们可以据以对投入与产出,对费用与效用进行比较和核算。从这一意义上说,价格的核算职能包含着核算经济效益的涵义,具有事先决策的工具作用。

如果说价格的表价或结算职能只要求给交换中的商品一个表价形式的话,那么价格的核算职能则更进一步对表价的内容,即价格是多少有一个严格的要求。内容通过形式反映出来,被核算的社会劳动量得通过一个表价形式反映出来。这是上述两个价格职能的关系。

价格的核算职能在一定条件下引起价格的刺激与调节职能。

3. 刺激职能。价格的刺激职能建立在部门内的个别劳动必须向社会劳动转化的基础上。刺激职能是刺激个别企业改进技术、降低成本、提高劳动生产率的职能。由于核算职能要求价格反映社会劳动量,而不管个别企业的实际劳动耗费是多少。因此,无论供求平衡与否,在正常情况下,一种商品在市场上只能有一个价格,它对每个企业讲都是“社会”的,而不是“个别”的,每个企业必然受这把统一的社会尺子的衡量与检验。生产效率低的企业个别价值高,但只代表较少的社会价值,由此刺激每个企业尽力使自己的个别成本低于社会成本,而取得较多的利润。

4. 调节职能。当价格反映实际投入的劳动量与市场承认的劳动量的差别,即反映供求不平衡时,以及价格的每一变动时,必然使价格具有调节供求的职能。而且只有通过调节职能,才使价格核算职能反映的供求不平衡趋于平衡。因此,价格的调节职能又可叫做平衡供求的职能。

价格的调节职能对生产者来说,表现为供过于求而价格下降

时,生产者无法通过价格收入得到正常利润,就得减低产量,或者转产。如果供不应求而价格上升时,将使生产者增加生产,或者有新的企业进入该行业。总供给与价格按同一方面变动。价格反映不平衡的供求时所表现出来的价格对价值的背离都会使生产得到调节,资金在各部门间发生转移。这是从供给方面接近平衡点的机制。但是传统集权经济模式只肯定并确信中央计划对供求的命令性数量调节,而否认让价格调节供求。尽管价格背离价值的现象大量存在,但它绝不是反映供求的结果,也不以刺激或调节供求为目的。而且,价格背离方向与调节供求的方向往往相反,这是因为,第一,计划价格的固定性无法反映生产商品的技术条件变化,有的商品的劳动生产率提高了,价值量下降了,而有的商品的劳动生产率下降了,价值量比原来提高了,因而在客观结果上,固定的价格会从不同方向上背离不同商品的变化着的价值量。第二,国家有意识制订背离价值的价格,它不以平抑供求矛盾为目的,而是为了进行收入再分配(这在下面叙述)及满足其他社会偏好。这样,结构性的供求矛盾必然人为地存在。随着经济体制的改革,微观经济放活,国家不再大量地直接规定各种产品的供与求,就是承认并运用了价格的调节职能。各类企业有了多少不等的生产自主权,无论是指令性产品的生产企业,指导性产品的生产企业,还是非计划产品的生产企业,都以不同方式不同程度按价格反映的供求关系调整产量,重新安排资金使用方向。不论是计划价格还是市场调节价格,都应该反映供求状况,使价格调节生产者的供给行为。只有这样,才能使供给趋向于符合需求。

价格的调节职能对消费者来说,表现为在一定收入条件下,由于价格随供求变化而上下波动,消费者会不断对消费结构作出新的选择与调整。在价格提高时,对于一般商品,消费者的需求必然减少,价格下跌时,需求必然上升。总之,需求是按与价格相反的方向变动的。这是从需求方面接近平衡点的机制。

从价格的调节职能中可以看到,价格的变动必然引起供给与需求的变动。而在社会总生产能力与总收入一定时,对一种商品的供求变动又必然引起对其他商品的供求变动。因此,价格通过反映供求状况对供求关系的调节是作用于整个产品结构与经济结构的。

5. 分配职能。价格的核算职能引起价格的刺激和调节职能是以价格的分配职能为条件的。如果没有价格的分配职能,即使个别价值高于社会价值、即使价格反映了供求而背离了价值,也不能刺激生产者提高劳动生产率、调节生产者与消费者的供求行为。

价格的分配职能是与资源配置及其流动、供求结构变动联系在一起。它实际上是资源配置对经济结构运动的客观结果。它不应被人为地无经济根据地操纵,也不能独立发挥职能。就生产者而言,价格的分配职能表现为生产者的收入只能来自出售产品的价格收入即销售收入,通过价格收入实现其劳动的社会价值,即在社会总收入中分配到与其为社会的劳动相对应的部分。价格收入是生产者自负盈亏的物质基础。在商品经济中,生产者有盈余,只能是价格收入的一部分,生产者的亏损,只能是支出超过价格收入的部分。不存在价格收入以外的任何无偿的收入。当资源配置发生变动、供求关系变化从而价格变动时,生产者从市场过程分配到的社会收入也发生变化。

价格的分配职能对消费者而言,表现为消费总量受价格收入的限制,在既定货币收入下,价格水平决定其实际分配到的社会收入,商品价格的变动必然影响消费者的实际收入。

价格的收入分配过程无行政强制,它是与统收统支相对立的。通过价格取得收入,通过价格对经济活动者分配相应的社会收入,在商品经济中是一个自然现象。因为经济主体都计较经济利益,只有价格的交换,而不可能有无偿的收入奉送。不然,是对

商品经济的否定。

传统的集权经济中的收支大锅饭是否认或贬低价格对企业的分配收入的职能的。国家对企业实行财务统收统支。就企业作为生产者而言,企业收入与价格收入或实现利润无直接关系,国家的总收入是企业收入的总来源。因此,企业作为生产性消费者,能够支出的也与其价格收入无关,支出可以大于收入,购入品价格变动也可以不影响购买量等等。在这种统收统支的大锅饭体制下,价格没有分配收入的职能,即收入分配与销售的价格收入和购买的价格支出无关。价格无论怎么低于成本也不会刺激落后企业提高劳动生产率,价格无论怎么反映供求、背离价值,也不会调节企业的供求行为。否定价格分配职能的经济必然是低效的。这种体制已经被废弃了,因为通过价格收入建立起企业自己的局部利益的必要性已经被认识,并被实践证明是有效的,是符合客观经济规律的。只有商品生产者关心自己的价格收入,才能使利益与效益挂起钩来。

肯定了价格的收入分配职能的客观性,那么价格的刺激职能与调节职能也就具有客观性,不管人们认识它们、利用它们与否。

价格分配收入的职能引起的调节供求的职能,是通过调节收入分配、或者说是为了调节收入分配而使供求关系得到实际的调节的,在供求得到调节时,经济主体的收入分配也得到了调节。由此可以说,价格的调节职能也具有调节收入分配的涵义。

6. 信息职能。只要建立了价格的分配收入的机制,实现了价格的分配职能,什么样的价格都对生产者与消费者起指导行为的信息作用,这就是价格的信息职能。价格的核算职能所表现的各种商品的价格水平,为生产者与消费者提供了正确选择供求的信息或指示器。

我们知道,价格的核算职能所表现的各种商品的价格水平反映了各种商品的生产条件与交换条件。它同时反映了各种商品的