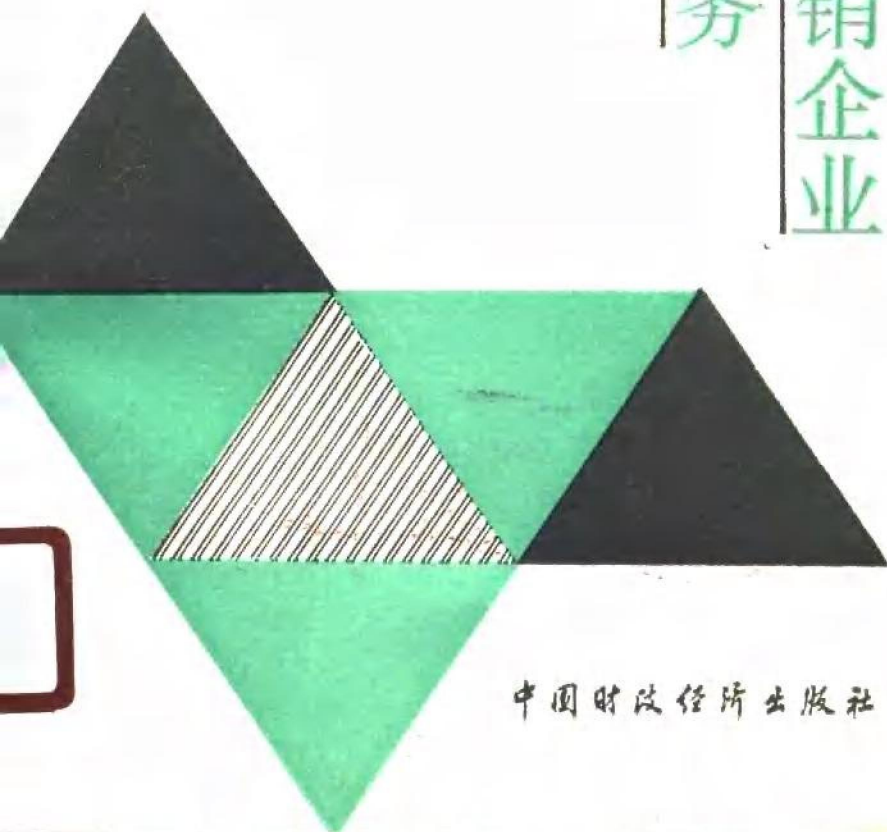


本书编写组
编著

基层商业供销企业 物价工作实务



中国财政经济出版社

基层商业供销企业物价工作实务

本书编写组 编著

中国财政经济出版社

基层商业供销企业物价工作实务

本书编写组 编著

※

中国财政经济出版社出版

(北京东城大佛寺东街8号)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

通县永乐印刷厂印刷

※

787×1092毫米 32开 12.875印张 264 000字

1990年6月第1版 1990年6月北京第1次印刷

印数: 1—10 650 定价: 4.70元

ISBN 7-5005-1055-1/F·0992

编写说明

我国的经济体制改革，给生产、经营企业注入了巨大的活力，同时赋予企业经营决策以全新的内容。企业的经营决策行为，尤其是商业供销企业的经营决策行为由内部拓展到外部，接受市场竞争的挑战；不仅要按照开发型企业的要求组织购销经营，还要按照国家计划要求和客观经济规律，正确运用企业的定价权。在同等条件下，众多的企业在不同程度上取得了成功，而有的企业却境况不佳，一个重要的原因就是企业的经营决策是否科学，是否运用了价格这个灵敏的杠杆。一个企业，如果没有正确的经营价格决策，是很难在激烈的市场竞争中立于不败之地的；一个经济工作者，如果不掌握价格理论及其知识的应用，是很难完成好工作任务的。

为了帮助广大商业供销企业在改革开放、激烈的市场竞争中正确贯彻执行国家的物价方针、政策和法规，熟练掌握商品定价、调价的基本理论、程序和计价公式，及时有效地搜集、预测和利用市场信息，并运用现代企业定价的策略、方法与技巧，使之迅速冲破目前市场普遍“疲软”的环境，开拓市场，扩大销售，取得良好的经济效益，我们组织了长期从事物价理论研究和富有实践经验的高级经济师、经济师、讲师等，编写了这本《基层商业供销企业物价工作实务》，奉献给大

家。愿读者能用较少的时间掌握更多的必要知识。

本书以马克思主义基本价格理论为原理，以现行价格政策、制度、法规为内容，总结建国以来我国商业供销企业物价工作的丰富实践经验，吸收了当前理论界的新观点，力求使内容丰富、简明扼要、通俗易懂，在注重实用方面下功夫，把理论性与实践性融为一体。本书可作为财经类（包括商业、供销、物资、物价、财贸、工商等）专业用书，也可作为中等学校物价教学参考书，并可作为各类经济管理人员（企业经理、厂长等）学习物价的通俗读物。

参加本书编著的人员有（按姓氏笔划为序）：吕银钟、任新力、李润生、张灿森、黄法文、梅同富、魏利建。全书由李润生、梅同富、魏利建总纂、定稿。

由于我们的水平有限，难免有不成熟和错误之处，敬请读者批评指正。

编 者

1990年3月

目 录

第一章	基层商业供销企业定价基础知识 (之一)	
	——价格一般原理	(1)
第一节	价格的涵义、职能和作用	(1)
第二节	价格的形成及其影响因素	(10)
第三节	价值构成与价格构成	(16)
第四节	价格管理体制及价格方针、政策	(20)
第二章	基层商业供销企业定价基础知识 (之二)	
	——商品价格体系	(24)
第一节	价格体系的内部分类	(24)
第二节	商品比价体系	(32)
第三节	商品差价体系	(44)
第三章	基层商业供销企业定价基础知识 (之三)	
	——价格构成四要素核算	(63)
第一节	商品价格中生产成本的核算	(63)
第二节	商品价格中流通费用的核算	(66)
第三节	商品价格中税金的核算	(83)
第四节	商品价格中利润的核算	(86)
第五节	价格理论公式的演变和常用计价公式	(89)
第四章	基层商业供销企业定价的指导思想	(98)
第一节	定价范围	(98)

第二节	定价指导思想·····	(99)
第三节	定价目标·····	(102)
第四节	定价程序·····	(106)
第五章	基层商业供销企业运用价格信息进行预测 和 决 策·····	(110)
第一节	价格信息的内容和作用·····	(110)
第二节	价格信息的搜集、整理加工·····	(119)
第三节	价格信息的传递和应用·····	(129)
第四节	运用价格信息进行价格预测·····	(134)
第五节	运用价格信息进行价格决策·····	(156)
第六章	基层商业供销企业的定价策略·····	(164)
第一节	薄利多销定价策略·····	(164)
第二节	阶段价格策略·····	(166)
第三节	差别价格策略·····	(180)
第四节	心理定价策略·····	(184)
第五节	地理价格策略·····	(188)
第七章	基层商业供销企业收购价格的制订·····	(192)
第一节	农产品收购价格的制订·····	(192)
第二节	日用工业品收购价格的制订·····	(201)
第三节	废旧物资收购价格的制订·····	(209)
第八章	基层商业供销企业批发价格的制订·····	(214)
第一节	农产品批发价格的制订·····	(214)
第二节	日用工业品批发价格的制订·····	(223)
第九章	商业供销企业调拨价格的制订·····	(232)
第一节	农产品调拨价格的制订·····	(232)
第二节	日用工业品调拨价格的制订·····	(239)
第十章	基层商业供销企业零售价格的制订·····	(244)

第一节	农产品零售价格的制订	(244)
第二节	日用工业品零售价格的制订	(250)
第十一章	基层商业供销企业生产资料价格的制订	(256)
第一节	农业生产资料价格的制订	(256)
第二节	工业生产资料价格的制订	(277)
第十二章	基层商业供销企业饮食服务修理业价格的制订	(300)
第一节	饮食业价格的制订	(300)
第二节	服务业价格的制订	(308)
第三节	修理业价格的制订	(319)
第十三章	基层商业供销企业涉外价格的制订	(323)
第一节	涉外价格的范围和特点	(323)
第二节	涉外价格的作价原则	(326)
第三节	涉外价格的制订方法	(329)
第十四章	基层商业供销企业定价技巧和灵活作价	(334)
第一节	定价技巧	(334)
第二节	灵活作价方法	(343)
第十五章	商业供销企业物价统计	(353)
第一节	物价统计的内容和资料的搜集整理	(353)
第二节	物价业务统计	(356)
第三节	物价指数的编制	(364)
第十六章	基层商业供销企业的价格管理	(375)
第一节	价格管理的意义和原则	(375)
第二节	价格管理制度	(379)
第三节	价格工作的任务和管理人员素质	(384)
第四节	企业租赁承包后的价格管理和价格管理现代化	(389)

第十七章 基层商业供销企业价格监督检查.....(396)

第一节 价格监督检查的必要性.....(396)

第二节 价格监督检查的形式、内容和方法.....(399)

第一章 基层商业供销企业定价基础知识（之一）

—— 价格一般原理

基层商业供销企业是社会主义商业的主体，是国民经济的重要组成部分。做好基层商业供销企业定价工作，对促进工农业生产，提高商业供销经济效益，满足人民的物质文化生活需要具有重要意义。要全面了解掌握基层商业供销企业的定价工作，必须先了解价格学的一般知识。

第一节 价格的涵义、职能和作用

一、价格的涵义

价格既是一个经济范畴，也是一个历史范畴。它是商品产生以后，出现以货币为交换媒介条件下的产物，并将随着商品、货币的消失而消失。

价格是价值的货币表现，然而一个商品的价值不能由这个商品的自身来表现，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，而只有当它同另一种商品，如一张毛皮相交换时，才能由一张毛皮表现出它的价值。

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。在商品经济不发达的时期，交换仅仅是偶然的、个别的，而且是以物物交换方法进行的。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的社会性质。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和资本家对雇佣工人的剥削关系；在社会主义公有制条件下，价格反映的是不同经济主体之间在根本利益一致基础上的平等、合作、互助和互利关系。

二、价格的职能

价格的职能，是指价格本身所具有的客观功能，是价格赖以发挥作用的内在依据。

由于价格是国民经济的综合反映，因而价格的职能是多方面的，概括起来主要有以下几个方面：

（一）表现价值职能

价格表现价值的职能是由价格的本质所决定的，是指价格用货币表现商品价值的一种度量功能。就象秤具有度量物体重量的功能一样。

商品的价值，是在生产领域创造的，是隐藏在商品体内的人类的抽象劳动，它的大小虽然可以通过社会必要劳动时间来计量，但这是衡量价值量的内在尺度。通过社会必要劳

动时间,人们很难把握各种具体商品的价值大小,只有通过价格才能使价值转化为外在的人们可以把握的东西。因此,价格就成为表现价值的外在尺度。

价格表现价值,并不是要求价格简单地等同于价值,而是要求价格在长期的运动过程中,能够反映价值的变化,基本上符合价值。这就要求我们不能无视价值而随心所欲地制订价格,否则,就会使价格失去这一基本职能,变成有其名而无其实的东西。

(二) 调节经济利益职能

受多种因素影响,市场上商品的价格是经常背离价值的。随着价格背离价值的方向和程度不同,商品交换双方的经济利益就会发生不同方向和不同程度的转移,但这并不是价格的不合理表现,相反,正是价格的又一内在职能。在商品经济中,社会生产和市场需要之间经常发生这样或那样的矛盾,价格通过与价值的一致与背离,不断调节交换双方的经济利益,迫使生产者不断改进技术,提高劳动生产率,调整生产结构和规模,从而保证生产和消费的基本平衡,促进生产的发展。

在资本主义社会,资本家利用价格这一职能,不断哄抬市价,从而达到对无产阶级额外剥削的目的。而在社会主义社会,则利用价格的这一职能,来调节国民收入在国家、集体、个人三者之间的合理分配,为社会主义建设服务。

(三) 传递经济信息职能

价格传递经济信息的职能,是指价格通过自身高低变化,向生产者和消费者提供市场供求情况,从而使生产者和

消费者对自己的生产或消费作出最优选择。或指商品生产者和消费者，对价格高低变化，在生产或消费中所作出的必然反映。

价格的信息职能，综合地反映着社会的供需情况，标志着社会所承认的必要劳动水平或商品能够向货币转化的限度。因此，价格的高低，利润的大小，对于商品的生产规模和投资方向，对于国民经济计划管理都是重要的信息，它可以帮助我们从小价格的变化中掌握经济运动的脉搏。因此，传递经济信息是价格的重要职能。

价格信息职能，具体地说，在生产领域，价格的变化提供了生产成本、盈利、企业经营管理等情况变化的信息，依据这种信息，企业可拿社会平均水平与自己进行对比分析，从中了解自己的生产究竟是先进、中等或落后，以便采取措施，先进的更先进，落后的赶先进，永不停息；在分配领域，价格的变化提供国民收入分配合理与否的信息。为国家制订合理的分配政策提供重要的根据；在交换领域，价格变化则提供供求变化和交换是否等价的信息，商品生产者和经营者可以从中获悉哪些商品为消费者迫切需要，哪些商品滞销不受消费者欢迎；在消费领域，消费结构变化，消费水平高低，也会在价格变化中反映出来。可见，价格从各个方面传递着经济信息，是我们管理国民经济的重要依据。

（四）评价经济效益职能

借助一定的价格，核算产值、成本、盈利，可以从中分析劳动耗费的高低，经营管理水平的好坏以及经济效益的大小。在社会主义制度下，评价经济效益是实现经济责任制和

节约劳动的必要手段。

评价经济效益，必须以合理的价格为前提。各个企业耗费多少生产资料，开支多少工资，为社会提供多少新的价值，实现了多少收入，只有通过合理的价格来核算，才能得出正确的结论，有利于帮助企业找到降低劳动消耗，提高经济效益的途径。否则，价格不合理，就会歪曲事实，挫伤企业的积极性，减少企业活力。

上述价格的各种职能具有内在的联系性，不能人为地把它们割裂开来。只有全面考虑，综合运用，才能对社会经济发展起积极作用。

三、价格的作用

价格是价值规律的表现形式，价值规律的作用主要是通过价格的作用表现出来的。价格是由生产决定的，又对生产有着一定的反作用。它分别对生产、分配、交换、消费产生着相应的影响。合理的价格可以促进国民经济的发展，不合理的价格会阻碍甚至破坏国民经济的发展。所以合理制订商品价格具有重要意义。那么，什么样的价格是合理的呢？一般认为，合理价格的标志应当是：第一，价格基本符合价值，不同商品之间的价格比例关系要大体上反映其价值比例关系；第二，价格能够反映供求关系；第三，在价格的安排上兼顾了国家、集体、个人三者之间的经济利益。合理的价格对国民经济的促进作用主要是通过对社会再生产四个环节的作用表现出来的。

（一）促进生产持续、稳定、协调地发展

合理的商品价格，能够基本上反映价值。这样，价格就可以比较正确地反映不同部门的劳动耗费，有利于促进社会劳动在不同部门之间按比例分配。在商品长期供求不平衡的情况下，可以通过商品价格的调整，引导企业生产，以保证国民经济的平衡发展。

我国实行的是有计划的商品经济，国家只对重要产品下达指令性计划指标，而对大量的一般产品只下达指导性计划指标。实际上，不论是指导性计划指标，还是指令性计划指标，都必须充分重视价值规律的作用，亦即其表现形式——价格的杠杆作用。商品价格适当，就能够调动生产经营者的积极性，满足社会的需求；价格过高了，就会造成产品的积压和社会劳动的浪费；价格过低了，就会打击生产经营者的积极性，无法完成生产计划，不能满足社会的需要。

社会主义的各个企业都是独立的法人单位，都有着自身的经营利益，都必须以价值、货币、价格的形式进行经济核算。合理的价格能正确考核企业的经济效益，使各个企业的经营成果和职工的物质利益紧密结合起来，充分发挥他们的创造才能和献身精神。

（二）促进商品流通的顺畅扩大

合理的价格有利于促进农副产品收购计划的完成。重要的农副产品，是国家计划收购的。如果计划价格偏低，农民出售的积极性就会受到影响，某些农副产品就会转向集市贸易或留作自己消费。对于比较次要的农副产品，收购价格的高低，就会起着更为显著的作用。

就工业品收购来说，合理的价格可以较好地解决工商利

利润的分配问题，促进商业部门在质量、数量、花色品种上全面完成收购计划，向市场提供丰富多彩、适销对路的日用工业品。

合理的价格有利于调动商业部门的经营积极性，充分发挥商业的媒介作用，促进商业部门采取灵活多样的购销形式，为生产和生活服务。

（三）促进国民收入的合理再分配

价格在国民收入再分配中的作用，主要是通过价格与价值的偏离和价格的涨落体现出来的。它影响着生产者、消费者和国家在国民收入分配中所占份额的比例。价格高于其价值的商品与价格低于其价值的商品相交换，会造成交换一方的收入向另一方转移。比如，农业品的收购价格和工业品销售价格，一般存在着价格偏离价值的现象。农产品收购价格低于其价值，工业品价格高于其价值，工农业产品的交换就造成农业部门的部分收入转入工业部门，成为国家财政收入的一部分。提高农产品收购价格，就会相对减少国家的财政收入，增加农民收入。消费品零售价格的变动也会引起国家和城乡居民个人收入之间的重新分配。在职工工资和农产品收购价格既定的条件下，消费品价格的提高，就是国家收入的相应增加和城乡居民收入的减少；消费品价格的下降，就是国家收入的相应减少和城乡居民收入的增加。在消费品价格、职工工资和农产品收购价格提高幅度一致的条件下，国家与城乡居民的收入比例不变。如果工资增长速度和农业品收购价格提高程度超过消费品销售价格上升的程度，则城乡居民的收入就会增加，国家的实收入就会下降。当某种消费