

詹宏松 主编

商业物价学

广西人民出版社

商业物价学

詹宏松 主编

广西人民出版社

商业物价学
詹宏松 主编

☆

广西人民出版社出版
(南宁市河堤路14号)
广西新华书店发行 广西新华印刷厂印刷

*

开本787×1092 1/32 14.75 印张 插页1 326千字
1984年8月第1版 1984年8月第1次印刷
印数 1—28,500册
书号: 4113·126 定价: 1.45元

编写说明

《商业物价学》是为适应商业物价教学和在职物价干部学习的需要而编写的。

本书由詹宏松同志主编。参加编写的有辽宁商业专科学校崔士杰(第4、5章)、吴宝恒(第15、17章);江苏商业专科学校张波(第9章)、张振康(第10、11、19章);湖南商业专科学校胡士标(第6章)、肖如清(第7章);广东商业学校帅林琪(第14、16章)、杨如松(第12、13章);广西商业专科学校詹宏松(绪言、第3、20章)、余爱云(第1、2章);四川供销学校张昌健(第8、18章)。崔士杰同志对书稿作了初步修改,最后由詹宏松同志总纂定稿。

《商业物价学》初稿写出后,曾在全国商业物价师资训练班,部分省、自治区商业专科学校、商业学校的大中专班及物价干部培训班中教学试用,并广泛征求意见,经多次修改后定稿。

本书在编写过程中,曾得到商业部物价司综合处及有关省、自治区物委、商业厅(局)、供销社物价处的大力支持和帮助,谨致谢意。

由于我们水平有限,缺点、错误在所难免,请读者批评指正。

编者

目 录

绪 言	(1)
第一章 社会主义制度下的价值规律	(6)
第一节 社会主义制度下价值规律存在的客观必然性	(6)
第二节 社会主义制度下价值规律的作用	(11)
第三节 价值规律与其他经济规律的关系	(15)
第二章 社会主义制度下的商品价格	(22)
第一节 社会主义制度下商品价格的性质和特点	(22)
第二节 商品价格在社会主义经济中的主要职能	(26)
第三节 商品价格在国民经济中的作用	(29)
第三章 社会主义制度下价格的形成	(33)
第一节 社会主义制度下价格形成的基础	(33)
第二节 社会主义制度下影响价格形成的因素	(40)
第四章 商品价格体系	(48)
第一节 商品价格体系的内部分类	(48)
第二节 价格体系中各种商品价格的关系	(58)
第三节 价格体系的现状及其改革	(62)
第五章 商品价格构成	(74)

第一节	商品价值构成与价格构成的关系·····	(74)
第二节	商品价格中的生产成本·····	(80)
第三节	商品价格中的流通费用·····	(84)
第四节	商品价格中的利润和税金·····	(96)
第五节	理论销售价格的计算·····	(106)
第六章	物价工作方针·····	(110)
第一节	稳定物价是我国物价工作的一贯方针·····	(110)
第二节	物价工作必须贯彻计划经济为主、市场调节为辅的原则·····	(119)
第三节	建国以来贯彻稳价方针的决策和成就·····	(123)
第四节	我国稳定物价的基本经验·····	(136)
第七章	商品比价·····	(144)
第一节	农产品比价·····	(144)
第二节	工业品比价·····	(150)
第三节	工农业商品比价·····	(156)
第四节	工农业商品价格“剪刀差”·····	(162)
第八章	商品差价·····	(178)
第一节	购销差价·····	(178)
第二节	地区差价·····	(189)
第三节	批零差价·····	(201)
第四节	季节差价·····	(207)
第五节	质量差价·····	(216)
第九章	商业收购价格·····	(226)
第一节	农产品收购价格·····	(226)
第二节	工业品收购价格·····	(264)

第十章 商业批发价格	(279)
第一节 农产品批发价格	(280)
第二节 工业品批发价格	(287)
第十一章 商业调拨价格	(297)
第一节 农产品调拨价格	(297)
第二节 工业品调拨价格	(305)
第十二章 商业零售价格	(312)
第一节 零售价格的特点和作用	(312)
第二节 零售价格的制订	(315)
第三节 批发、零售范围的划分	(318)
第十三章 饮食业价格和服务业收费	(321)
第一节 饮食业价格特点	(321)
第二节 饮食业价格制订的原则	(323)
第三节 饮食业价格的构成和制订方法	(324)
第四节 饮食业价格的管理	(331)
第五节 服务业收费	(333)
第十四章 进出口商品国内作价和涉外价格	(344)
第一节 出口商品国内收购价格	(344)
第二节 进口商品的国内作价	(350)
第三节 商业涉外价格	(356)
第十五章 农副产品议购议销和工商企业协商	
定价	(364)
第一节 农副产品议购议销价格	(364)
第二节 工商企业协商定价	(370)
第十六章 集市贸易价格	(376)
第一节 集市贸易价格特点和作用	(376)
第二节 集市贸易价格的管理原则和办法	(378)

第十七章 商业物价管理	(383)
第一节 商业物价管理的原则和体制	(383)
第二节 商业批发企业的价格管理	(392)
第三节 商业零售企业的价格管理	(396)
第十八章 市场商品价格预测	(401)
第一节 价格预测的意义和作用	(401)
第二节 价格预测的种类和内容	(404)
第三节 价格预测的步骤和方法	(411)
第十九章 物价统计	(418)
第一节 价格资料的搜集和平均价格的计算 ...	(418)
第二节 物价指数的分类和计算	(424)
第三节 物价指数的编制	(427)
第四节 物价统计分析	(443)
第二十章 物价管理现代化	(447)
第一节 物价管理现代化的意义	(447)
第二节 物价管理现代化的主要内容	(448)
第三节 努力实现物价管理现代化	(450)

绪 言

商业物价学是在马克思列宁主义、毛泽东思想的指导下，在总结我国商业物价工作实践经验的基础上，建立起来的一门新科学。

商业物价学的研究对象是社会主义商品流通中，价格的形成理论和运动规律以及对价格的运用与管理的部门经济学。它包括的主要内容是：

一、商品价格的形成

在社会主义制度下，由于实行了生产资料公有制，国民经济是有计划按比例发展的，国家对生产和流通实行计划经济为主，市场调节为辅的原则，因而主要商品的价格是有计划地制定的。但是，这并不否认价格形成的客观规律性。在商品经济的不同发展阶段上，价格形成的基础是不同的。在简单商品生产时期，价格直接以价值为基础；在资本主义时期，商品价格则以生产价格为基础。在社会主义时期，价格形成的客观基础是什么呢？这是商业物价学要研究的重要问题。由于社会主义计划价格的特殊性和复杂性，虽经三十多年的研究和实践，至今尚未得出一个结论。当前，国内理论界有主张按平均利润率定价，有主张按成本利润率定价，有主张按工资利润率定价，以及在上述观点基础上主张按复合盈利率定价，即“两渠型”或“三渠型”定价。商业物价

学必须研究这些观点的科学性和可行性，探求形成社会主义商品价格的客观基础和科学计算模型。使社会主义价格形成理论建立在更加科学的基础上。

二、商品价格构成和影响商品价格的因素

价值是价格形成的基础。为了从本质上了解价格与价值的关系，商业物价学还要对价格构成要素与价值构成的各个部分进行具体分析，并找出它们之间的内在联系。马克思主义劳动价值学说告诉我们：一切商品的价值都是由生产商品过程中（包括生产在流通领域里的继续）所消耗的物化劳动的价值，劳动者为自己劳动所创造的价值，以及劳动者为社会劳动所创造的价值三个部分构成的。这些价值的货币表现形式即为生产成本、流通费用、税金、企业利润。这就是商品价格构成的四个基本要素。

关于影响商品价格的因素，除了价值外，首先是货币对价格的影响。马克思指出：“价格……是商品同货币的交换比例的指数。”^①因此，商品价格总水平和具体商品价格的高低及其变动，不仅取决于商品价值量的大小及其变动，而且还决定于货币价值量的大小。马克思又说：“商品价格，只有在货币价值不变，商品价值提高时，或在商品价值不变，货币价值降低时，才会普遍提高。反之，商品价格，只有在货币价值不变，商品价值降低时，或在商品价值不变，货币价值提高时，才会普遍降低。”^②在现实经济生活中，市场上流通的是纸币。马克思在谈到纸币流通规律时指出：“纸币流通的特殊规律只能从纸币是金的代表这种关系中产生。

① 《资本论》第1卷，《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版第120页。

② 《资本论》第1卷，《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版第117页。

这一规律简单说来就是：纸币的发行限于它象征地代表的金（或银）的实际流通的数量。”^①当纸币发行量符合市场商品流通需要量时，纸币币值就稳定；如果纸币发行量超过市场商品流通需要量，通货就会膨胀，纸币就会贬值，价格就会上涨。

其次，是市场供求关系对价格的影响，一定时期内形成的社会商品购买力总额与同一时期内商品可供量的比例关系，影响到市场价格总水平的高低。一般情况下，市场商品供不应求，价格上涨；供过于求，价格下降，供求状况引起商品价格的涨落。但不管商品价格怎么波动，它总是围绕价值上下波动。商品价格由商品价值决定，而供求关系则决定价格是否偏离价值，以及偏离的方向和程度。

再次，国家制定的物价政策对商品价格也有重要的影响作用。社会主义制度下的价格，主要部分是由国家计划规定的。因此，价格的形成不能不受国家政策的影响。或使价格符合价值，或暂时使价格有计划地背离价值，以达到某项政治经济目标的要求。

三、商品价格在流通环节中的表现形式及其相互关系

社会再生产过程是由生产、分配、交换和消费四个相互联系的环节组成的。其中生产是起点，消费是终点，分配和交换是中介。商品生产出来以后，在流通过程中一般都要经过采购、调拨、批发、零售几个环节，而不同的流通环节，就意味着工业企业、农业生产单位、商业企业之间以及商业企业和消费者之间的多次买卖。因此，商品从生产到消费的流通过程中，必然形成农副产品收购价格、工业品出厂价格、商业批发价格、商业调拨价格、商业零售价格和非商

^① 《资本论》第1卷，《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版第147页。

品收费（它是零售价格的一种形式）等六种不同形式的价格。它们相互联系，又相互制约。其中农副产品收购价格和工业品出厂价格是工农业商品批发价格、调拨价格和零售价格制定的基础，商品批发价格是流通领域中价格运动的起点，零售价格则是流通领域中价格运动的终点，是与消费者直接见面的价格。

四、商品价格的管理

价格管理是经济管理的重要组成部分，是社会主义国家的重要职能。能否正确管理商品价格是关系到能否正确发挥商品价格在国民经济中的重要作用的问题。研究价格管理，首先是研究怎样处理中央、地方、企业物价管理的分工权限。过分集中和过度分散都不适合我国国情。正确的原则是“统一领导，分级管理”，并适当扩大企业管理价格的权限。其次是研究在国家计划指导下，坚持计划价格为主，采取灵活多样的价格形式。例如：浮动价格、工商企业协商订价、议购议销价格和集市贸易价格等的科学性、可行性、适用范围及管理方法。

此外，商业物价学还要研究与商品流通有关的价格。例如：进出口商品国内作价和涉外价格；价格预测等。

马克思主义科学方法论是研究社会经济现象的基本方法。研究商品流通中价格形成与运动的规律也不能例外。必须坚持唯物辩证法的基本观点。首先，要坚持发展的观点。从商品价值与价格的动态变化来研究价格。我们知道，商品价值是由生产商品时所耗费的物化劳动和活劳动所决定的。它受多种因素所制约，如生产资料、原材料、劳动者报酬发生变化，就会直接影响商品的价值，从而最终影响商品价格发生变动。还有，价格是商品同货币的交换比例的指数，货

币币值的变化也会影响商品价格的变动。因此，必须从动态变化来分析研究商品价格，才能据此制定合理的商品价格与正确的价格政策。其次，要坚持联系的观点。对于价格的变动，要从广泛的联系中来考察，既要看到一种价格的变动会引起其他价格的变动，一个地区价格水平的变动会影响其他地区价格水平的变动，又要看到作为经济杠杆的价格与其他经济杠杆之间，也存在相互制约的关系，如价格与财政、税收、工资、信贷之间，相互影响，某一个经济杠杆的变动，都会产生连锁反映。所以，不能孤立地研究某些价格措施，在作出某一项价格决策时，要注意各方面的关联。再次，要坚持全面的观点。应正确分析商品流通过程中微观与宏观、局部与全面、国内与国际、历史与现实、经验与教训等诸多方面的情况，从中找出价格运动带规律性的东西，借以逐步建立起有中国特色的价格体系和管理制度。

商业物价学既是一门理论科学，同时也是一门应用科学。它必须紧密联系社会主义商业物价工作的实际，坚持理论联系实际的原则，运用马克思劳动价值学说的理论指导商业物价工作，使商业物价工作在社会主义现代化建设中发挥其重要作用。

第一章 社会主义制度 下的价值规律

社会主义制度下，存在着商品生产和商品交换，价值规律也就必然存在并发生作用。正确认识和利用它在国民经济中的积极作用，为发展社会主义经济服务，这是经济理论和实践中的一个重要问题。

第一节 社会主义制度下价值规律存在的客观必然性

一、价值规律是商品经济的普遍规律

价值规律是商品生产和商品交换的基本规律，它随着商品生产和商品交换的产生而产生，又随着商品生产和商品交换的消亡而消亡。恩格斯说：“商品交换在有文字记载的历史之前就开始了。……因此，价值规律已经在长达五千年至七千年的时期内起支配作用。”^①将来到了生产力高度发达的共产主义社会，商品生产和商品交换因失去存在的条件将同时消亡。价值规律与商品经济一样是历史的范畴。

当原始社会生产力发展到引起社会分工和交换，从而促进了私有制形成的时候，就产生了商品生产和交换。马克思指

^① 《资本论》第3卷，《马克思恩格斯全集》第25卷，人民出版社1974年版第1019页。

出：“商品生产和商品流通是极不相同的生产方式都具有的现象。”^①在奴隶社会、封建社会、资本主义社会、社会主义社会几个不同的社会形态都存在商品生产和商品交换。由于社会分工不同，生产资料和劳动产品属于不同的所有者，他们必须互相承认对方的产品的所有权，按照一定的比例进行交换。

商品交换的比例是由商品价值决定的。商品具有两重性，有使用价值和价值。商品的使用价值构成社会财富的物质内容，它要通过交换才能满足别人的需要。商品使用价值是交换价值的物质承担者。商品的价值，则是凝结在商品中的无差别的人类劳动。商品的价值不能由它自身来表现，必须通过交换，在其他商品上表现出来。即表现为一种使用价值同另一种使用价值相交换的量的比例。这个交换比例称为交换价值。价值是交换价值的内容，交换价值是价值的表现形式。在商品生产的历史中，商品价值的表现形式是随着商品生产发展而发展的，它经过简单的价值形式，扩大的价值形式，一般的价值形式，最后为货币价值形式。即当货币作为一种特殊等价物出现时，一切商品必须通过与货币相交换，以价格表现它们的价值，例如某某商品的价格是几元、几角、几分。任何商品在市场上进行买卖都要有一定价格。各种商品的价格有时高些，有时低些，或者说各种商品交换数量的比例有时大些，有时小些，但从长时期的平均趋势看，这些交换比例又是相对稳定的。例如，在一般情况下，一斤皮棉大体换八斤粮食（小麦或大米），其原因是生产一斤棉花与生产八斤粮食耗费的社会劳动大体相等，因之他们的价格也就

① 《资本论》第1卷，《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1974年版第133页（注）。

大体相等。可见，在价格运动的背后，有着某种规律在起支配作用，这就是价值规律。价值规律的基本内容是：商品的价值量取决于生产商品的社会必要劳动时间；商品价格以价值为基础；商品按照等价原则进行交换。

（一）价值决定。这是价值规律的基本内容之一。马克思的劳动价值学说告诉我们：价值是人类抽象劳动的凝结，或者说，是物化了的人类抽象劳动，它体现了人和人之间的关系。这是价值的质的规定性。价值量的规定性，是由生产物品所耗费的社会必要劳动时间决定的。

社会必要劳动有两种含义：第一种含义是指同一部门内生产单位产品所耗费的社会必要劳动，即单位商品的价值量不是由生产单个商品的个别劳动时间决定的，而是由生产该种商品的社会必要劳动时间决定的。马克思解释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。”^①因此，不同的商品生产者，耗费等量劳动生产出来的商品，具有相同的价值量，这就决定了不同商品生产者的商品能够进行交换。

生产商品所需要的劳动时间是随着劳动生产率的变化而变化的，劳动生产率越高，生产单位商品所需要的劳动时间就越少，商品的价值量就越小。相反，劳动生产率越低，生产单位商品所需要的劳动时间越多，商品的价值量也就越大。它们的关系是：单位商品的价值量与劳动生产率成反比例，与耗费的劳动时间成正比例。这就刺激着生产者精打细算，改进技术，提高劳动生产率，使所生产的产品耗费劳动时间低

^① 《资本论》第1卷，《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版第52页。

于社会必要劳动时间，在竞争中处于有利地位，并获得较多利润。

社会必要劳动的第二种含义，是指不同部门之间按照社会需要成比例地分配到各个部门的劳动总量，即在社会总劳动时间中按一定比例用来生产社会所需要的某种商品所耗费的劳动。“不仅在每个商品上只使用必要的劳动时间，而且在社会总劳动时间中，也只把必要的比例量使用在不同类的商品上。”^① 这一论述表明，商品的价值不但决定于第一种含义的社会必要劳动时间，而且耗费在这类商品上的劳动时间的总量必须符合社会总劳动中应分配给这类商品的比例份额，如果超过了，尽管生产单位商品所消耗的劳动量符合社会必要劳动时间，但其超过部分不会被社会所承认，也不能形成价值。马克思指出：“只有当全部产品是按必要的比例进行生产时，它们才能卖出去。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。为了满足社会需要，只有这样多的劳动时间才是必要的。”^②

关于两种不同含义的社会必要劳动的理论，是马克思从微观经济和宏观经济两个方面对价值规律进行考察的结果。他从微观经济的角度考察了价值规律，从生产领域中价值的形成分析提出第一种含义的社会必要劳动决定商品的价值，在这一基础上，他又从宏观经济的角度来考察价值规律。他认为：商品生产者的商品不仅决定于社会必要劳动，而且该商品还必须为社会所需要，他们的劳动时间总量不能超过社

① 《资本论》第3卷，《马克思恩格斯全集》第25卷，人民出版社1974年版第716页。

② 《资本论》第3卷，《马克思恩格斯全集》第25卷，人民出版社1974年版第717页。