

# 价格管理学

JIAGE  
GUANLIXUE

●沙献玉  
●程传兴

主编

河南大学出版社

## 价 格 管 理 学

沙献玉 程传兴 主编

责任编辑 王佑堂

---

河南大学出版社出版发行

(开封市明伦街85号)

河南开封中山印刷厂

---

开本: 850×1168毫米 1/32 印张: 10.25 字数: 257千字

1990年4月第1版 1990年4月第1次印刷

印数 1—4000 定价: 3.90元

---

ISBN 7-81018-455-5/F·32

---

本书作者（按姓氏笔划为序）：

|     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|
| 马庆海 | 王发青 | 牛振山 | 刘立强 |
| 李敬潮 | 张占定 | 孟庆伦 | 匡宝珠 |
| 张战军 | 杨素霞 | 张继唐 | 吕福源 |
| 沙献玉 | 周升旭 | 宗长青 | 郑 涛 |
| 遯宪章 | 程传兴 | 韩光道 |     |

# 目 录

|               |        |
|---------------|--------|
| 导 言           | ( 1 )  |
| 第一章 价格的本质和职能  | ( 4 )  |
| 第一节 价格的起源和本质  | ( 4 )  |
| 一、价格的起源       | ( 4 )  |
| 二、价格的本质       | ( 6 )  |
| 第二节 价格的职能和作用  | ( 7 )  |
| 一、价格的职能       | ( 7 )  |
| 二、价格的作用       | ( 10 ) |
| 第二章 价格形成和价格构成 | ( 13 ) |
| 第一节 价格的形成     | ( 13 ) |
| 一、价格形成的基础     | ( 13 ) |
| 二、价格形成机制      | ( 19 ) |
| 第二节 价格的构成     | ( 20 ) |
| 一、价值构成与价格构成   | ( 20 ) |
| 二、生产成本与商业成本   | ( 22 ) |
| 三、盈利          | ( 26 ) |
| 四、社会主义理论销售价格  | ( 27 ) |
| 第三章 价格体系      | ( 29 ) |
| 第一节 商品的比价体系   | ( 29 ) |
| 一、农产品比价       | ( 29 ) |
| 二、工业品比价       | ( 33 ) |
| 三、工农业产品比价     | ( 37 ) |

|                         |        |
|-------------------------|--------|
| 第二节 商品的差价体系·····        | ( 46 ) |
| 一、购销差价·····             | ( 47 ) |
| 二、批零差价·····             | ( 50 ) |
| 三、地区差价·····             | ( 52 ) |
| 四、季节差价·····             | ( 55 ) |
| 五、质量差价·····             | ( 56 ) |
| 第三节 价格体系的改革·····        | ( 60 ) |
| 一、价格体系改革的必然性·····       | ( 60 ) |
| 二、价格体系改革原则与方向·····      | ( 66 ) |
| <b>第四章 价格运动</b> ·····   | ( 70 ) |
| 第一节 价格运动的原因·····        | ( 70 ) |
| 一、商品价值变动是价格变动的基础·····   | ( 70 ) |
| 二、货币价值直接影响价格运动·····     | ( 72 ) |
| 三、供求关系是影响价格变动的重要因素····· | ( 73 ) |
| 四、经济政策对价格变动的重要影响·····   | ( 75 ) |
| 第二节 价格运动的特点·····        | ( 76 ) |
| 一、价格的利益消长性·····         | ( 77 ) |
| 二、价格的趋势刚挺性·····         | ( 77 ) |
| 三、价格的市场依存性·····         | ( 77 ) |
| 四、价格的系列衔接性·····         | ( 78 ) |
| 五、价格的综合反映性·····         | ( 78 ) |
| 第三节 价格总水平的运动趋势·····     | ( 79 ) |
| 一、价格总水平的涵义·····         | ( 79 ) |
| 二、我国价格总水平的变动趋势·····     | ( 80 ) |
| 三、我国稳定物价的方针·····        | ( 84 ) |
| <b>第五章 价格管理体制</b> ····· | ( 87 ) |
| 第一节 价格管理的必要性和内容·····    | ( 87 ) |

|                             |                |
|-----------------------------|----------------|
| 一、价格管理的必要性·····             | ( 87 )         |
| 二、价格管理的基本内容·····            | ( 91 )         |
| 第二节 价格管理机构·····             | ( 92 )         |
| 一、价格管理机构的设置·····            | ( 92 )         |
| 二、价格管理机构权限划分的原则·····        | ( 93 )         |
| 三、价格管理机构权限的划分·····          | ( 95 )         |
| 第三节 价格管理形式和方法·····          | ( 98 )         |
| 一、确定价格管理形式的原则·····          | ( 98 )         |
| 二、价格管理形式及目标模式的选择·····       | ( 99 )         |
| 三、价格管理方法·····               | ( 102 )        |
| <b>第六章 价格计划·····</b>        | <b>( 103 )</b> |
| 第一节 价格计划的必要性·····           | ( 103 )        |
| 一、编制价格计划是社会主义经济的本质要求·····   | ( 103 )        |
| 二、编制价格计划是建立国民经济计划体系的要求····· | ( 104 )        |
| 三、编制价格计划是正确运用价格杠杆的保证·····   | ( 105 )        |
| 第二节 价格计划的种类·····            | ( 107 )        |
| 一、长期计划、中期计划和短期计划·····       | ( 107 )        |
| 二、中央计划、地方计划和基层计划·····       | ( 108 )        |
| 三、指令性价格计划和指导性价格计划·····      | ( 110 )        |
| 四、分类产品价格计划·····             | ( 111 )        |
| 第三节 价格计划的原则·····            | ( 112 )        |
| 一、党性原则·····                 | ( 112 )        |
| 二、科学性原则·····                | ( 114 )        |
| 三、适应性原则·····                | ( 115 )        |
| 四、统一性和灵活性相结合的原则·····        | ( 116 )        |
| 五、效益性原则·····                | ( 117 )        |
| 第四节 价格计划的编制过程·····          | ( 117 )        |

|                                        |         |
|----------------------------------------|---------|
| 一、编制价格计划的准备阶段·····                     | ( 118 ) |
| 二、价格计划草案的编制阶段·····                     | ( 119 ) |
| 三、价格计划的确定阶段·····                       | ( 121 ) |
| <b>第七章 国家定价</b> ·····                  | ( 123 ) |
| 第一节 国家定价的特点及其必要性·····                  | ( 123 ) |
| 一、国家定价的特点·····                         | ( 123 ) |
| 二、国家定价的必要性·····                        | ( 124 ) |
| 第二节 国家定价的依据·····                       | ( 125 ) |
| 一、要以商品价值为基础·····                       | ( 125 ) |
| 二、价格反映供求关系·····                        | ( 126 ) |
| 三、要体现社会主义基本经济规律和有计划按比例<br>发展规律的要求····· | ( 126 ) |
| 四、要符合国家的经济政策·····                      | ( 127 ) |
| 第三节 定价和调价的程序·····                      | ( 128 ) |
| 一、定价程序·····                            | ( 128 ) |
| 二、调价程序·····                            | ( 129 ) |
| <b>第八章 企业定价</b> ·····                  | ( 132 ) |
| 第一节 企业定价的必然性和企业定价目标·····               | ( 132 ) |
| 一、企业定价的必然性·····                        | ( 132 ) |
| 二、企业定价的具体形式·····                       | ( 134 ) |
| 三、企业定价目标·····                          | ( 134 ) |
| 第二节 企业定价策略·····                        | ( 136 ) |
| 一、薄利多销策略·····                          | ( 136 ) |
| 二、高价厚利策略·····                          | ( 138 ) |
| 三、阶段价格策略·····                          | ( 139 ) |
| 四、心理定价策略·····                          | ( 142 ) |
| 第三节 企业定价方法·····                        | ( 144 ) |

|                                   |         |
|-----------------------------------|---------|
| 一、成本导向定价法·····                    | ( 144 ) |
| 二、需求导向定价法·····                    | ( 148 ) |
| 三、应付或避免竞争的定价方法·····               | ( 149 ) |
| <b>第九章 企业价格管理和企业价格行为合理化</b> ····· | ( 151 ) |
| 第一节 企业价格管理·····                   | ( 151 ) |
| 一、企业价格管理的基本任务·····                | ( 151 ) |
| 二、企业价格工作人员的素质及职责·····             | ( 152 ) |
| 三、企业价格管理制度·····                   | ( 155 ) |
| 第二节 企业价格行为合理化·····                | ( 161 ) |
| 一、企业价格行为合理化的涵义·····               | ( 161 ) |
| 二、企业价格行为合理化的标准·····               | ( 163 ) |
| 三、企业价格行为合理化的实现途径·····             | ( 166 ) |
| <b>第十章 集市贸易价格的形成</b> ·····        | ( 170 ) |
| 第一节 集市贸易价格存在的客观必要性·····           | ( 170 ) |
| 一、集市贸易价格的涵义·····                  | ( 170 ) |
| 二、集市贸易价格存在的客观必要性·····             | ( 171 ) |
| 三、集市贸易价格的作用·····                  | ( 172 ) |
| 第二节 集市贸易价格的形成基础及特点·····           | ( 174 ) |
| 一、集市贸易价格形成的基础·····                | ( 174 ) |
| 二、集市贸易价格的特点·····                  | ( 175 ) |
| 第三节 集市贸易价格的管理·····                | ( 177 ) |
| 一、集市贸易价格管理的必要性·····               | ( 177 ) |
| 二、集市贸易价格管理的原则·····                | ( 177 ) |
| 三、集市贸易价格管理的方式·····                | ( 178 ) |
| <b>第十一章 部门价格管理(上)</b> ·····       | ( 180 ) |
| 第一节 农产品价格管理·····                  | ( 180 ) |
| 一、农产品价格的管理方式·····                 | ( 180 ) |

|                            |              |
|----------------------------|--------------|
| 二、制定农产品收购价格的原则和方法·····     | (182)        |
| 三、制定农产品销售价格的原则和方法·····     | (185)        |
| 第二节 轻工产品价格管理·····          | (189)        |
| 一、轻工产品价格的管理方式·····         | (189)        |
| 二、制定轻工产品出厂价格的原则和方法·····    | (191)        |
| 三、制定轻工产品销售价格的原则和方法·····    | (193)        |
| 第三节 重工产品价格管理·····          | (196)        |
| 一、重工产品价格的管理方式·····         | (196)        |
| 二、重工产品价格制定的依据·····         | (198)        |
| 三、重工产品的供应价格和调拨价格·····      | (199)        |
| 四、制定重工产品零售价格的原则和方法·····    | (199)        |
| <b>第十二章 部门价格管理(下)·····</b> | <b>(201)</b> |
| 第一节 建筑产品价格管理·····          | (201)        |
| 一、建筑产品价格的特点·····           | (201)        |
| 二、建筑产品的成本和利润·····          | (202)        |
| 三、建筑产品的价格体系和价格形式·····      | (204)        |
| 四、居民住房租金·····              | (208)        |
| 第二节 交通运输价格的管理·····         | (210)        |
| 一、交通运输价格的种类、特点和作用·····     | (210)        |
| 二、运输成本及其特点·····            | (214)        |
| 三、制定运输价格的基本原则·····         | (214)        |
| 四、各种运输方式运输价格的比例关系·····     | (216)        |
| 第三节 饮食、服务、修理业价格和收费的管理····· | (219)        |
| 一、饮食业价格·····               | (219)        |
| 二、服务业收费·····               | (222)        |
| 三、寄售业价格·····               | (224)        |
| 四、修理收费·····                | (225)        |

|                                |         |
|--------------------------------|---------|
| <b>第十三章 进出口商品国内价格的管理</b> ..... | ( 227 ) |
| 第一节 国际市场价格与国内市场价格.....         | ( 227 ) |
| 一、国际市场价格与国内市场价格的关系.....        | ( 227 ) |
| 二、正确处理国内外市场价格关系的原则.....        | ( 230 ) |
| 第二节 出口商品的国内价格管理.....           | ( 231 ) |
| 一、制定出口商品国内价格的原则.....           | ( 231 ) |
| 二、出口商品国内价格的制定办法.....           | ( 233 ) |
| 第三节 进口商品的国内价格管理.....           | ( 236 ) |
| 一、制定进口商品国内价格的主要依据.....         | ( 236 ) |
| 二、制定进口商品国内市场价格的原则和管理方法         | ( 238 ) |
| <b>第十四章 价格管理手段</b> .....       | ( 240 ) |
| 第一节 价格管理的行政手段.....             | ( 240 ) |
| 一、价格管理行政手段的特点及其必要性.....        | ( 240 ) |
| 二、价格管理行政手段的运用.....             | ( 242 ) |
| 第二节 价格管理的经济手段.....             | ( 244 ) |
| 一、财政税收杠杆在价格管理中的运用.....         | ( 244 ) |
| 二、信贷杠杆在价格管理中的运用.....           | ( 247 ) |
| 三、工资杠杆在价格管理中的运用.....           | ( 247 ) |
| 第三节 价格管理的法律手段.....             | ( 249 ) |
| 一、价格管理中法律手段的对象、任务和作用.....      | ( 249 ) |
| 二、法律手段在价格管理中的运用.....           | ( 250 ) |
| <b>第十五章 价格的监督与检查</b> .....     | ( 254 ) |
| 第一节 价格监督检查的必要性及任务.....         | ( 254 ) |
| 一、价格监督检查的必要性.....              | ( 254 ) |
| 二、价格监督检查的任务和对象.....            | ( 256 ) |
| 第二节 价格监督检查的组织系统和途径.....        | ( 257 ) |
| 一、价格监督的组织系统.....               | ( 257 ) |

|                                |         |
|--------------------------------|---------|
| 二、价格监督的途径·····                 | ( 259 ) |
| <b>第十六章 价格统计</b> ·····         | ( 262 ) |
| 第一节 价格统计的意义和内容·····            | ( 262 ) |
| 一、价格统计的意义·····                 | ( 262 ) |
| 二、价格统计的基本任务·····               | ( 263 ) |
| 第二节 价格统计资料的调查与整理·····          | ( 264 ) |
| 一、价格调查的方法·····                 | ( 264 ) |
| 二、价格资料的整理·····                 | ( 268 ) |
| 三、商品平均价格计算·····                | ( 269 ) |
| 第三节 价格指数的编制·····               | ( 273 ) |
| 一、价格指数的种类·····                 | ( 273 ) |
| 二、价格指数的基本公式·····               | ( 274 ) |
| 三、编制价格指数的若干重要问题·····           | ( 278 ) |
| 四、我国编制的几种主要价格指数·····           | ( 281 ) |
| 第四节 价格统计分析·····                | ( 287 ) |
| 一、物价变动幅度的分析·····               | ( 287 ) |
| 二、价格变动对国家财政收支和居民货币收支影响的分析····· | ( 289 ) |
| 三、物价变动对货币购买力和职工实际工资影响的分析·····  | ( 290 ) |
| 四、物价变动对国民经济发展影响的分析·····        | ( 292 ) |
| <b>第十七章 价格预测</b> ·····         | ( 294 ) |
| 第一节 价格预测及其作用·····              | ( 294 ) |
| 一、价格预测及其分类·····                | ( 294 ) |
| 二、价格预测的作用·····                 | ( 296 ) |
| 第二节 价格预测的内容和步骤·····            | ( 297 ) |
| 一、价格预测的内容·····                 | ( 297 ) |

|                        |         |
|------------------------|---------|
| 二、价格预测的步骤.....         | ( 299 ) |
| 第三节 价格预测的方法.....       | ( 300 ) |
| 一、专家预测法.....           | ( 300 ) |
| 二、朴素模型预测法.....         | ( 301 ) |
| 三、价格弹性预测法.....         | ( 303 ) |
| 四、指数平滑价格预测法.....       | ( 304 ) |
| 五、价格趋势预测法.....         | ( 306 ) |
| 六、多元回归分析在价格预测中的应用..... | ( 310 ) |
| 后记.....                | ( 313 ) |

# 导 言

随着我国经济体制改革的深入，有计划商品经济模式将逐步取代传统的集中计划经济模式，市场及其运行机制将在经济生活中发挥越来越大的作用，因而市场机制的主要组成部分——价格机制在社会主义经济中的地位和作用将日益显著，它将成为国家宏观经济管理的最重要的经济杠杆之一。随之而来，对价格本身的管理需要大大加强。

在我国传统的经济体制下，对价格的管理有丰富的经验，也有深刻的教训。主要的教训就在于采取单一的计划价格形式、单纯采用行政手段去管理价格，国家直接管理的太多而且管理太死，价格缺乏灵活性，形成了不合理的价格体系，从而使价格对经济活动的应有积极调节作用得不到很好的发挥，影响了国民经济的发展。今后要发展有计划的商品经济，就需要总结过去的经验教训，改进价格管理。然而我们应该如何管理价格，建立什么模式的管理体制，才能与有计划的商品经济相适应呢？几年来，我国经济理论界对此进行了较为深入的探讨和争论，这种讨论现在仍在继续之中。我们愿把自己的浅见奉献给读者，以达抛砖引玉之目的。基于这种考虑，我们编写了《价格管理学》一书。

价格管理学是研究价格的决策、组织、调节和监督等一系列活动的科学。它的任务是根据价格运动的规律，揭示科学管理价格的途径和方法，以便更有效地管理价格。研究对象和任务决定了价格管理学的主要内容应该包括下列几点：

第一，价格形成和运动的基本理论。为了探讨有计划商品经

济条件下价格管理的方式和方法，必须首先从理论上弄清楚价格的职能、作用、价格形成的基础、价格构成、价格体系和价格运动的规律。只有这样才能制定出正确的价格方针和政策，根据价格的运动规律采取正确的管理方法。这一部分内容是研究价格管理的理论前提。

第二，价格体制。价格的管理首先需要建立价格管理体制。价格管理机构及其职权划分和价格管理形式就构成了我国价格管理体制的基本内容。价格管理体制决定了价格管理的方式方法等一系列问题。所以在有计划商品经济条件下如何管理价格，就需要首先明确价格管理体制。

第三，价格计划。社会主义公有制基础上的有计划商品经济的性质决定了对价格必须实行有计划地管理，不能让其盲目发展。价格管理的计划性主要是通过价格计划体现出来的。通过制定价格计划，对价格未来的变动作出安排，就可以使其发展变化与整个国民经济发展相协调。所以，制定价格计划是价格管理的首要任务。

第四，定价理论。价格计划必须通过具体价格的制定，才能得以实现。价格计划是制定具体价格的纲领，具体价格的制定是价格计划的实现过程。因而在研究了价格的计划以后，就必须研究价格制定问题。定价（包括调价）是价格管理工作最重要的内容。我们先从定价主体来研究如何定价。按我国价格管理形式，定价主体首先是国家。国家要对重要商品的价格直接制定和调整，这是实现指令性价格计划的必要手段和途径。随着经济体制的改革，企业逐步有了定价权，它是又一个重要的定价主体。企业有了定价权以后，它自身如何定价以及怎样使其价格行为合理化，就成为我们研究的又一重要课题。这是实现国家指导性价格计划的必要途径。在市场调节价格形式中，一部分是由企业定价的，另一部分是集市贸易价格。在集市贸易价格中，定价

主体基本上是参与交易的双方个人。对集市贸易价格的形成进行管理，引导其合理地确定价格，这也是实现总体价格计划的一个必要环节。在研究价格的制定时，还需要研究被定价的客体——国民经济各部门的价格，通过对定价对象的研究，揭示其定价原则和方法，以指导定价主体正确地制定出具体的商品价格。这是实现价格计划的更具体的步骤。

第五，价格管理手段、价格监督和检查。为了使定价主体制定的价格符合客观经济规律要求，符合国家的有关方针和政策，国家就要对价格进行有计划地管理，采取必要的价格管理手段，来调节价格行为主体的价格行为，而且还必须加强价格的监督和检查，以便督促价格政策的执行和价格计划的实现。

第六，价格的统计和预测。为了对价格进行有效地管理，并为制定价格计划、定价和调价提供证据，还必须建立价格统计系统，负责价格运动资料的搜集和整理，并在掌握数据的基础上，及时地准确地对价格运动的趋势作出预测。统计和预测是价格管理的不可分割的组成部分，是价格管理的基础性工作。

建立价格管理学，深入探讨价格管理理论，对于完善价格管理，发挥价格在社会主义经济中的作用，促进国民经济发展，以及经济管理学科的建设，都具有重要意义。

# 第一章 价格的本质和职能

价格是商品价值的货币表现，它和商品经济一样是一定历史条件的产物。它在商品经济的发展中执行着重要职能并发挥着重要作用。研究价格理论，对价格进行管理，必须首先明确价格的起源、本质、职能等问题。

## 第一节 价格的起源和本质

### 一、价格的起源

价格并不是人类社会一开始就有的，它是商品交换发展到一定历史阶段的产物，是随着货币的产生而产生的。价格是商品经济特有的历史范畴。

从人类历史上看，商品交换先于商品生产而产生。在原始社会末期，随着生产力的发展，产生了第一次社会大分工，即畜牧业同农业的分工，农业部落同游牧部落之间开始了商品交换。在第二次社会大分工，即手工业同农业分离之后，便产生了直接以交换为目的的商品生产。最初的商品交换是物与物之间的直接交换。随着商品生产的发展，物与物的直接交换转变为以货币为媒介的商品交换，与此同时，商品价值的表现形式，就由实物表现形式发展到货币表现形状。商品的价值形式的发展过程，经历了四个阶段。

第一阶段，简单的、偶然的价值形式。商品交换在原始社会

末期就产生了，但当时人们只是偶然的把自己多余的产品用于交换。在这种商品交换中，一种商品的价值只是简单的或偶然的表现在和它交换的商品上。例如，1只绵羊换2把斧子，或1只绵羊 = 2把斧子。在这个价值形式中，绵羊的价值量表现在两把斧子上，斧子是绵羊价值的表现形式，起着等价物的作用。

第二阶段，扩大的总和的价值形式。随着商品交换的发展，进入交换领域的商品增多，交换日益成为经常性的行为，一种商品的价值会表现在一系列其他商品上。例如，绵羊不仅可以同斧子交换，还可以同小米、食盐、布、茶叶等相交换。绵羊的价值是可以通过许多商品来表现。1只绵羊 = 2把斧子，或 = 1担小米、或 = 50斤食盐，等等。这种物物交换，只有交换双方都需要对方的产品时，才能成交，否则交换就无法实现。

第三个阶段，一般价值形式。随着交换的发展，人们参加交换的次数大大增加。在长期的、无数次的交换实践中，人们逐渐认识到，如果把自己的商品先换成某种人们普遍乐于接受的商品，就能用这种商品换回自己所需要的商品。于是，便从许多商品中分离出一种充当一般等价物的商品，一切商品所有者都用自己的商品和它交换。这时扩大的价值形式便过渡到一般价值形式。假定绵羊是充当一般等价物的商品，其他商品都把自己的价值表现在绵羊的数量上。例如，1担小米 = 1只绵羊，50斤食盐 = 1只绵羊，2把斧子 = 1只绵羊，等等。一般价值形式的出现，克服了简单价值形式和扩大价值形式的缺点。因而在相当大的程度上促进了商品交换的发展。但是，这时一般等价物还没有固定在某一种商品上。这种一般等价值物不固定的情况，阻碍了各地区之间商品交换的进行，阻碍着商品交换的发展。

第四个阶段，货币价值形式。随着社会生产力的发展，商品交换的范围和规模更加扩大了。这就要求一般等价物固定地由某一种商品来充当，以适应商品交换的发展。当贵金属从商品里分