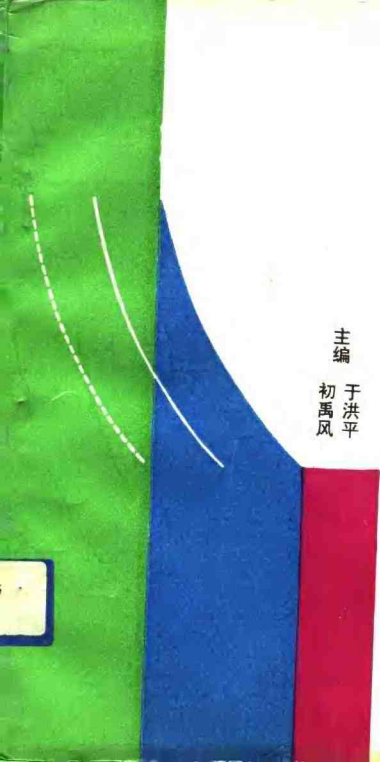


社会主义价格理论

主编 于洪平
初禹凤



92
F045.3

3
2

社会主义初级阶段理论

主编

于洪平
初禹风

副主编

许淑范
姜廷志
张绍山
陈海波

东北财经大学出版社



3 0105 2302 9

819970

B



社会主义价格理论

主 编 于洪平 初凤凤
副主编 许淑范 姜廷忠
张绍山 陈海波

东北财经大学出版社出版发行 (大连黑石礁)
沈阳第二市政建设工程公司印刷厂印制

开本: 850×1168 1/32 印张: 11 1/2 字数: 288 000
1991年7月第1版 1991年7月第1次印刷

责任编辑: 谭焕忠 责任校对: 陈涛

印数: 1—5 000

ISBN 7-81005-496-1/F·371 定价: 6.00元
出版社登记证: (辽)第10号

内 容 简 介

本书坚持实事求是的原则，基本概述了我国价格理论与实际问题，吸收了国内各种有益的见解和国外一些对我国有用的办法。主要介绍了农产品、轻工业品、重工业品、建筑产品、交通运输、城市公用事业、饮食业、进出口商品等价格的形成及我国的价格政策。阐述了我国价格体制等方面存在的问题和进一步实行价格改革的必要性。

本书可作为财经院校和经济管理干部培训的教材，也可作为经济理论工作者和实际工作者的参考读物。

前 言

《社会主义价格理论》一书，是由东北财经大学和大连市物价局联合编写的。本书力求贯彻实事求是的原则，基本概述了价格理论与实际问题，吸取了国内各种有益的见解和国外一些对我国有用的方法，是一部较系统论述价格工作实践活动规律性的书籍。

本书可作为财经院校、经济管理干部培训的基本教材，也可作为经济理论工作者和实际工作者的参考读物。

本书在编写过程中，得到了汪祥春教授的热情支持，他对大纲的编写提出指导性意见，在此，深表谢意。

本书的主编是于洪平、初禹凤，副主编是许淑范、姜廷忠、张绍山、陈海波。

参加编写的成员（按姓氏笔划为序）有：

于洪平	于丽枫	王鉴模	王志甫	王冬芳	包锡铸
孙育勤	孙昌绪	许淑范	朱述佩	刘金爱	刘玉玲
齐永宏	毕乐强	初禹凤	庄连萍	李培军	李本信
李敏也	邱 东	张绍山	张延波	陈海波	范美格
尚 军	姜廷忠	高启年	郭 立	唐路生	

全书由主编、副主编总纂定稿。

由于时间仓促和作者水平所限，书中难免会有缺点和错误，恳请读者批评指正。

编 者

1990年11月

目 录

第一章 总论

- 第一节 价格的性质及特征..... 1
- 第二节 价格的基本职能..... 6
- 第三节 价格在国民经济中的作用..... 12

第二章 价格体制

- 第一节 社会主义初级阶段的特点..... 16
- 第二节 我国经济体制改革的目标模式..... 19
- 第三节 价格体制改革的目标模式..... 24

第三章 价格形成基础与价格构成

- 第一节 价格形成的基础..... 33
- 第二节 价格形成中的成本..... 36
- 第三节 价格形成中的盈利..... 42
- 第四节 价格构成..... 48

第四章 价格形成与供求关系

- 第一节 价格与需求..... 53
- 第二节 价格与供给..... 62
- 第三节 价格决定了供求关系..... 67
- 第四节 价格弹性..... 71

第五章 价格体系

- 第一节 价格体系的内容..... 83
- 第二节 商品的比价体系..... 84
- 第三节 商品的差价体系..... 89

第六章 价格总水平

- 第一节 价格总水平的概念及其形式..... 99

第二节 价格总水平的现状及发展趋势	104
第七章 企业定价	
第一节 企业定价的条件	112
第二节 企业定价目标	121
第三节 企业定价策略	124
第四节 企业定价方法	136
第八章 农产品价格	
第一节 农产品收购价格的特点及制定原则	142
第二节 农产品收购价格中的成本和盈利	146
第三节 农产品收购政策和农产品价格形式	150
第四节 农产品价格决定与级差地租	162
第九章 轻工业品价格	
第一节 轻工业品出厂价格的形成	170
第二节 轻工业品销售价格	179
第三节 轻工业品价格改革	185
第十章 重工业品价格	
第一节 煤炭价格	189
第二节 石油价格	193
第三节 电力价格	197
第四节 钢铁产品价格	206
第五节 机械产品价格	210
第六节 生产资料工业品价格改革的方向	212
第十一章 建筑产品价格	
第一节 建筑产品价格的形成	219
第二节 房、租	227
第十二章 交通运输价格	
第一节 交通运输价格的形成	234
第二节 我国交通运输价格改革	241
第十三章 城市公用事业价格	
第一节 城市公共交通价格	246

第二节	城市自来水价格	251
第三节	城市煤气价格	255
第十四章	饮食业价格	
第一节	饮食业价格形成的特点和制定原则	261
第二节	饮食业价格的制定	264
第三节	饮食业价格的管理	268
第十五章	进出口商品价格	
第一节	国内价格与国际价格的关系	271
第二节	影响国际市场价格的因素	276
第三节	进出口商品国内价格	282
第四节	进出口商品在国际市场上的作价	293
第十六章	价格管理	
第一节	价格管理的必要性及其内容	297
第二节	价格的监督与检查	304
第十七章	价格计划与统计	
第一节	价格预测与价格计划	317
第二节	价格统计的主要内容	324
第三节	商品差价和比价统计	332
第四节	价格指数编制方法	341
第五节	我国物价指数的编制	345

第一章 总 论

第一节 价格的性质及特征

一、价格的起源和本质

价格是商品经济的重要范畴，是商品生产和商品交换发展到一定历史阶段的产物。

原始社会末期，随着社会分工和剩余产品的出现，开始了偶然的商品交换。商品交换的发展，加速了私有制的出现，促成了原始社会的解体。商品交换经历奴隶社会和封建社会，到资本主义社会达到鼎盛时期。

在商品交换发展的历史进程中，价值形式的发展经历了漫长的历史过程，从简单价值形式——扩大价值形式——一般价值形式，最后发展成为货币价值形式。最初，由于商品的种类和数量有限，商品交换只是采取物物交换的形式，如用1只羊换两把斧子，一种商品的价值只是偶然地表现在另一种商品上，这就是所谓简单的或偶然的价值形式。随着社会分工和生产力的发展，剩余产品的数量和种类都增加了，某些商品就不是偶然地而是经常地和其他商品相交换，把自己的价值表现在其他一系列的商品上，这就是扩大的价值形式，但仍然属于物物交换，它必然因交换的日益扩大而暴露其局限性，以致妨碍商品交换的实现，因为物物交换必须以交换双方都需要对方的商品为前提。譬如，有一方愿意用羊交换米，但有米的那一方却不愿意要羊，而要用米去换布，这样虽然双方都有交换的需要，但交易做不成功。人们从经常的交往实践中逐渐懂得了，应该把自己的商品换成大家普遍愿

意接受的商品，然后再用这种商品去交换自己需要的商品。这样，有一种商品就自然而然地从众多的商品中分离出来，发展成为所有商品的一般等价物，一切商品的价值都通过这种商品表现出来，这就是一般价值形式。一般价值形式的出现，使商品交换实现了从物物交换到通过媒介物交换的转变。开始，充当一般等价物的商品还不固定。历史上，充当一般等价物的商品有牲畜、毛皮、贝壳、盐、铜、铁等，当一般等价物由特殊商品——金银等贵金属充当时，就形成了货币。货币出现以后，一切商品首先同货币相交换，使本身的价值先在货币上表现出来，于是，作为价值量的货币表现的价格范畴，就这样产生了。

从价格的起源，可以看出，价格不过是商品生产和商品交换发展到一定阶段的产物，是商品价值的货币表现。它同商品、货币一样，体现着商品生产者之间的经济利益关系。价格是一定社会生产关系的体现，不过在不同性质的商品经济中，它所体现的生产关系的性质不同罢了。

在资本主义社会，进入市场交换的一切人们，表面上似乎都是平等的。无论是一般商品的买卖还是劳动力商品的买卖，无论是生产资料所有者还是劳动力所有者，交换双方都以商品所有者的资格发生关系，双方都有自由处置自己商品的权力，并且进行等价交换。比如雇佣劳动者的工资就是劳动力价值的转化形态，劳动力的买卖也通行着等价的原则。但是这种表面上的平等掩盖事实上的不平等。因为一离开流通领域，资本家剥削雇佣劳动者剩余劳动的生产过程就开始了。在资本主义社会，由于生产资料为资本家私人占有，隐藏在商品价格背后的人与人的关系，首先是资产阶级剥削无产阶级和其他劳动人民的关系；还表现为地主、资产阶级内部为瓜分剩余价值互相勾结、互相争夺、尔虞我诈的关系。

在社会主义社会，由于实现了生产资料公有制，消灭了剥削

制度，作为一个阶级的地主、资本家已不复存在，劳动力不再是商品，所以，社会主义商品经济及价格所反映的经济关系，是劳动者根本利益一致基础上的特殊物质利益关系。在社会主义公有制条件下，国家、企业和个人的关系，就局部来说，彼此之间仍然代表不同的经济利益，但就整体和长远来说，并没有根本的利害冲突，建设和发展社会主义事业是全体劳动者的共同利益。因此，社会主义价格的特殊内容在于，它反映的主要是工农联盟，城乡互助的关系，劳动者之间的分工协作关系，即劳动者根本利益一致基础上的经济关系。

二、价格的特征

价格是价值的货币表现，是商品同货币交换比例的指数，是人们之间交换关系的反映。价格作为价值的表现形式既同历史发展一定阶段的商品经济形式相联系，又同一定的社会制度相联系，因此，同价格的本质一样，我们应当从价格的一般和特殊两个角度明确价格的特征。

价格的一般特征是由商品经济条件决定的，价格的一般特征可以概括为以下几点：

1. 综合反映性。这是由价格受多种因素影响决定的。因为，价格是价值的货币表现，但价值并不直接地、简单地表现为价格，而要经过曲折迂回的过程。在这个过程中，既有来自价格内在因素——价值运动的影响，又有来自外部的影响，诸如币值、财政、信贷、供求以及政策等各方面的变化。也就是说，价格作为价值的现实运动形式，除了主要反映生产商品所耗费的社会必要劳动时间这个价值的生产条件，还要反映价值的现实条件；既要反映价值的生产和实现条件，又要反映价值的分配状况；不仅反映社会经济条件，而且要反映来自政治领域方面的要求。所以，价格是国民经济的综合反映，“价格形成的本身就包含着背离价值的可

性”能，^①这一质的规定决定了价格必然具有综合反映的特征。

2. 变动相关性。这是由社会再生产过程和社会经济各部门之间的统一性决定的。因为社会经济各部门、各企业都既是生产者，又是经营者和消费者，它们通过相互提供各自的产品而紧密地联系着。因而作为经济活动联络者的价格，就不能不相互联系，并构成一个整体。比如，商品流通各个环节上的价格，表面上看似似乎都是孤立存在的，事实上它们都是具有相关关系的整体。农产品收购价格和工业品出厂价格，就是商业的进货价格，批发价格又是零售价格的基础，等等。

3. 利益消长性。这是由价格具有分配的职能决定的。任何价格变动，既不会增加国民收入，也不会减少国民收入，只是国民收入的再分配。正如马克思所指出的那样，价格的变动，能参与“已有财富的另一次分配，是‘财富的天平’在有关双方之间的摆动”。^②它会使一些人或一方得到好处，同时也会使另一些人或他方受到损失。这个得失在量上的特点是此消彼长的关系，那种双方都受益或者受损的情况是不存在的。

4. 运动波动性。这是由价格形成受各种外在因素的影响决定的、由于价格是价值的现象形态，因此，它可以因各种外在的因素影响高于或低于商品内在的价值量。所以，马克思说：“虽然价格作为商品价值量的指数，是商品同货币交换比例的指数，但不能由此反过来说，商品同货币的交换比例的指数必然是商品价值量的指数。”“商品的价值量表现着一种必然的、商品形成过程内在的同社会劳动时间的关系。随着价值量转化为价格，这种必然的关系就表现为商品同在它之外存在的货币商品的交换比例。这种交换比例既可以表现商品的价值量，也可以表现为比它

① 《资本论》第1卷，第120页。

② 《马克思恩格斯全集》第26卷第1分册，第61页。

大或小的量，在一定条件下，商品就是按这种较大或较小的量来让渡的。”^①可见，价格和价值量之间的量的不一致的可能性，已经包含在价格形式本身中。实践表明，价格与价值的一致从趋势上说虽属必然，而从表现上看纯属偶然。所以，价格偏离价值是一种正常的经济现象，价值规律的客观要求也是在价格围绕价值的上下摆动中实现的。正如恩格斯所指出的那样：“商品价格对商品价值的不断背离是一个必要的条件，只有在这个条件下，商品价值才能存在。只有通过竞争的波动从而通过商品价格的波动，商品生产的价值规律才能得到贯彻，社会必要劳动时间决定商品价值这一点才能成为现实。”^②

不同社会制度下反映不同性质交换关系的价格，必然具有不同的特点。在以生产资料私有制为基础的资本主义社会里，价值通过竞争和价格自发地围绕价值或其转化形态上下摆动的形式发挥作用。在那里，价格的特点是具有随着市场供求关系变化而经常变动的自发性、分散性与波动性。在以生产资料公有制为基础的社会主义社会里，价格除了具有一般特征外，还具有自己的形成特点，其表现在：

1. 计划性与灵活性相结合。价格的计划性是指在交换领域中的一些主要工农业产品价格，由国家各级机构有计划地规定和调整。价格的灵活性是指除了上述计划价格外，还要给生产经营者一定的定价权，以体现“大的方面管住管好，小的方面放开放活”的原则。

2. 统一性与多样性相结合。价格的统一性是指那些与国计民生关系重大的生产资料和消费资料价格，由国家统一制定与调整，即采取国家统一定价的形式。价格的多样性是指在国家统一

① 《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版，第120页。

② 《马克思恩格斯全集》第21卷，第215页。

定价以外，根据商品的重要程度分别采取国家指导价格和市场调节价格的形式，以适应搞活企业，扩大企业自主权的要求。

3. 稳定性与变动性相结合。价格的稳定性首先体现在我国主要商品的价格不随一时一地的市场供求关系的变化而变动，而是按照国家计划的安排，有步骤地变动，保持价格的基本稳定；其次体现在国家不实行通货膨胀政策，从而保持货币价值的相对稳定和价格总水平的相对稳定。但是相对稳定不是凝固不变。国家对某些不合理的价格，还要进行有计划、有步骤的调整，这种调整有利于价格水平的相对稳定。

第二节 价格的基本职能

一、价格的基本职能

所谓“职能”是指事物内在的、本身所具有的功能。价格职能是价格本身所固有的功能。价格职能可以区分为基本职能和派生职能。我们在这里主要阐述价格的基本职能。

1. 传导信息的职能

传导信息的职能，是指价格能够把商品的价值向有关经济单位（即生产者、经营者和消费者）表现为一定量的货币。即价格传导商品的价值信息的职能。

价格作为商品价值的货币表现，揭示了价格与价值的内在联系。而价格的传导信息的职能在于：表现价值的一定数量的货币即价格将会引导有关经济单位进行决策。价格的表价（表现价值）职能是同商品生产和商品的交换直接相联的，因而它的表价职能实际是传导价值信息的职能。这同货币作为价值尺度的职能有区别，货币成为衡量其他一切商品的价值大小的尺度。例如，一双鞋的价值能够用若干货币量来表现，是指货币具有作为价值尺度的职能。而在市场上1双鞋的价值用8元——一定货币量来表现

就是价格，价格所提供的鞋的价值信息，将会对鞋的生产者、经营者和消费者的决策发生影响。

2. 调节职能

价格的调节职能是价格在社会再生产全过程中调节经济单位的收入以及生产与消费，从而使自己充当经济生活的调节者的职能。价格的调节职能是通过对各个经济主体的经济利益的调节来实现的。它既可以调节微观经济，又可以调节宏观经济。对宏观经济的调节，主要是调节社会总需要与社会总供给，调节积累与消费的比例关系，调节产业结构与生产力的地区布局；对微观经济的调节，主要是从经济利益上影响企业的决策，使之符合国家目标。

在商品经济中，每个经济单位按价格参加商品交换时，都要发生收入和支出，从而影响他们的经济利益。这就是价格调节收入分配的职能。价格对收入的调节，与税收、福利待遇等其他经济范畴不同，它是通过商品买卖关系而发挥效用的。因此价格在调节收入时，实际调节的是买者与卖者、消费者与生产者以及经营者的利益，而不是别的什么人的利益。

价格对收入分配的调节必然驱动生产者为了获得最大的利益，把自己的生产要素投入支出小收入大的领域，从而指导生产者节约使用社会资源，也指导他们去生产价格高、销售收入多的产品。这就体现了价格调节生产的职能的发挥。

价格通过调节收入分配也必然引导消费。因为消费者的货币收入在一定时期内是有限的，他用这些货币购买各种消费品时，是按商品价格和自己的需要综合考虑的。当价格一定时，需要是决定购买的标准；而当某种商品价格变动时，对这种商品的购买，是以价格高低为标准的。这时“需求按照和价格相反的方向变动”。^①在实际经济生活中，消费者都用这种方法保证自己有

^① 《马克思恩格斯全集》第25卷，第213页。

限的货币收入得到最多的自己需要的消费品。消费者在时刻精打细算，根据各种商品的价格的变动所提供的信息，来从事所需要的各种消费品的买卖。

对价格调节职能的三个方面，不能孤立静止地来观察。在社会财富量一定的条件下，生产者和消费者都想增收节支。这一矛盾只有在价格升降变化的运动中，即生产者趋之，货增价降；消费者趋之，货减价升。也就是说生产者与消费者竞相趋利的对立中，才能获得不断的解决，商品的供给与需求才能从不平衡不断趋向于平衡。因此，对于价格的调节职能的三个方面应该给以统一的或综合的理解。

二、价格基本职能的统一性

价格的两个基本职能是由价格的内在属性决定的，是客观存在的，它们之间是相互联系、相互制约的，是统一的。它们的统一性表现在价格运动之中。价格运动是指价格受多种因素影响而围绕价值上下波动。自从价格问世以后，人们发现它总是忽涨忽落地不断变动着，人们还感觉到这一变动竟然是一种向心运动，时而离开这个中心，时而又靠拢这个中心。马克思揭示了价格波动的中心就是商品价值，并阐明商品价值本身并不是一条水平轴心，它只是作为社会性的不停变动的一种平均趋势而存在的社会必要劳动量。所以，价格总是忽涨忽落地不断变动着，正是它传导价值信息职能的表现形式；而价格的涨落犹如“有一只看不见的手”，在调节着人们的利益，指挥着生产者的行动，牵动着消费者的神经，这正是价格调节经济职能的具体体现。

离开价格职能的统一性，就不可能存在价格，因而也就没有价格职能可言。例如，在僵化的价格管理体制下“冻结物价”，价格长期不变，价格既不反映价值，也不反映供求，因而丧失了传导信息的职能和调节职能。这样的价格是没有生命的价格，或

者说不是价格,而只是计量单位。所以企业生产中浪费严重,不管多么贵重的原材料和稀缺资源,积压糟踏无人心痛,因为生产成本不影响冻结的物价,也同人们的利益无关。再如,长期出现恶性通货膨胀或垄断价格,使价格大大背离价值,价格不能正常传导价值信息;在这种情况下,经济生活必遭破坏,价格的调节职能也不复存在。因此价格的两项职能只有在它们的统一之中,只有在价格运动之中,才能被正确地理解,这是发挥价格职能的作用的关键所在。

三、实现价格职能所需具备的经济条件

实现价格职能,发挥价格作用,是发展社会主义商品经济的客观要求。同时,实现价格职能也要求社会主义商品经济的充分发展。价格职能的实现与商品经济的发展二者是互为条件、互相促进的。具体讲,实现价格职能需要的经济条件有:

1. 必需有一个完善的市场体系

商品价格是在市场上通过价格形式实现的,所以从根本上讲,价格职能实现的条件是市场及其发育程度。没有市场的价格不是真正意义的价格,没有基本完善的市场体系,价格职能就不可能顺利实现。

所谓完善的市场体系,是指除了消费品市场之外,还要有生产资料市场、金融市场、劳务市场、技术市场,等等。由它们构成一个有机联系的统一的市场体系,从而使企业生产和经营活动所需要的要素,能从完善的市场体系中提出来。在商品经济条件下,如果仅有商品市场而没有金融市场和劳务市场,就无法满足企业的多方面的要求,该发展的行业和企业,由于缺乏资金和劳动力而无法发展,价格职能的实现就会受到限制。例如,价格调节职能的实现,其灵活性和有效性,在很大程度上还要受到市场上资金、物资、劳动力等生产要素流动性大小的限制,因为国家