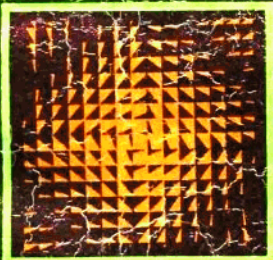




郑丽君 主编

SHICHANGJIAGEXUEGAILUN



市场价格学概论

(修订本)

中国商业出版社

97
F711.1
21=2
2

国内贸易部部编高等商科教材

市场价格学概论

郑丽君 主编
李中莹 王金国 副主编

XA1334112

中国商业出版社



3 0078 7435 1



C

369434

图书在版编目(CIP)数据

市场价格学概论/郑丽君主编, -2 版, -北京: 中国商业出版社, 1996, 5

国内贸易部部编高等商科教材

ISBN 7-5044-1849-8

I. 市… II. 郑… III. 市场经济-价格学-高等学校-教材 IV. F714.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 03701 号

责任编辑: 蓝垂华 孙锦萍

特约编辑: 陈学庸

责任校对: 韩华英

封面设计: 杨振宇

中国商业出版社出版发行

(100953 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

保定市河北小学印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开 9.625 印张 233 千字

1994 年 6 月第 1 版 1996 年 5 月第 2 版

1996 年 5 月第 2 版北京第 1 次印刷

印数: 1-8500 册 定价: 11.50 元

(如有印装质量问题可更换)



编审说明

国内贸易部编高等商科教材,是为适应社会主义市场经济体制的建立和高校教学改革的需要,结合当前深入流通体制改革、转化企业经营机制的实际及高等商科教育的特点、培养目标的要求,由国内贸易部教育司委托全国商业高等专科学校建设指导组,组织国内各有关院校的教授、学者及第一线教师共同编写的。现经审定同意作为高等商科院校的教材,也可作为各类成人高校、大专层次的函授、自考以及在职培训的教材。

《市场价格学概论》是高等商业、财经院校经济管理类专业的主要专业课之一。该书由郑丽君教授任主编,并负责全书的总纂,李中莹、王全国任副主编(编写人员具体分工见后记),由河北经贸大学魏今现教授审阅。本书在编写过程中得到河北经贸大学和全国商专教材发行中心的大力支持,在此一并致谢。

由于编写人员的限制和时间仓促,对书中存在的缺点和不足请广大读者批评指正。

国内贸易部教育司

一九九六年四月



目 录

编审说明

第一章 市场价格的形成	(1)
第一节 价格的本质和特点	(1)
第二节 理论价格形成的基础	(6)
第三节 市场价格形成的基础、决定因素及影响 因素	(13)
第二章 市场价格的职能与作用	(22)
第一节 价格职能	(22)
第二节 市场价格的作用	(25)
第三章 价格构成	(32)
第一节 商品价格构成与价值构成	(32)
第二节 价格中的生产成本	(36)
第三节 价格中的流通费用	(40)
第四节 价格中的利润和税金	(48)
第五节 理论销售价格	(54)
第四章 我国的市场价格体系	(59)
第一节 市场价格体系的内容、分类和特点	(59)
第二节 商品比价体系	(67)
第三节 商品差价体系	(76)
第四节 价格改革的目标和主要任务	(84)

第五章 商品现货价格(一)	
— 价格政策与定价目标	(89)
第一节 现货价格政策	(89)
第二节 现货价格定价形式	(91)
第三节 定价目标	(99)
第六章 商品现货价格(二)	
— 定价策略	(107)
第一节 平利销售、薄利多销与厚利限销定价 策略	(107)
第二节 差别定价策略	(113)
第三节 心理定价策略	(120)
第四节 阶段定价策略	(123)
第七章 商品现货价格(三)	
— 定价方法	(129)
第一节 成本定价法	(129)
第二节 需求导向定价法	(139)
第三节 量本利分析定价法	(141)
第四节 竞争导向定价法	(144)
第八章 商品期货、期权价格	(150)
第一节 期货交易与期货市场	(150)
第二节 期货价格	(157)
第三节 期货市场价格变动趋势分析方法	(163)
第四节 期权价格	(171)
第九章 国际贸易价格	(174)
第一节 国际市场价格与进出口商品国内价格	(174)
第二节 国际贸易价格作价办法	(182)
第三节 国际贸易价格的计算及有关问题	(191)

第十章 生产要素价格·····	(200)
第一节 资金价格·····	(200)
第二节 房地产价格·····	(213)
第三节 劳动力价格·····	(224)
第四节 科技与信息产品价格·····	(229)
第十一章 价格预测与决策·····	(235)
第一节 价格预测·····	(235)
第二节 价格决策·····	(251)
第十二章 价格总水平的调控·····	(264)
第一节 影响价格总水平变动的因素·····	(264)
第二节 价格总水平的调控·····	(271)
第十三章 价格管理·····	(281)
第一节 我国价格管理的原则·····	(281)
第二节 宏观物价管理·····	(286)
第三节 微观价格管理·····	(291)
主要参考书目·····	(298)
后 记·····	(300)



第一章

市场价格的形成

市场经济条件下,价格形成,特别是市场价格的形成变得更加复杂和曲折。它不仅要以价值及其生产价格为基础,而且还要受供求、货币、国家政策、社会心理,国际价格与国际供求,自然条件等诸多因素的作用。研究并分析这诸多因素对价格形成的作用,掌握价格形成和运动的规律,应当是初学者解开价格之谜的首要任务。本章从价格的本质,特点与形成等一般知识入手加以介绍,目的是使初学者尽快入门,为深入学习价格理论与实务打好基础。

第一节 价格的本质和特点

一、价格的一般概念

商品经济离不开市场,市场亦离不开价格,这是商品经济乃至市场经济社会的普遍特征。

那么,什么是价格?“价格是价值的货币表现。”^① 价格是“商品同货币交换比例的指数。”^② 前者,从质的规定性角度表

① 《马克思恩格斯全集》第25卷,人民出版社1974年版,第397页。

② 《马克思恩格斯全集》第23卷,人民出版社1974年版,第119—120页。

明了价格,后者则是从量的规定性角度表明了价格。两者是一个概念的两个方面,应当同时认识。

在人类社会的发展过程中,价格不是一开始就存在的,它是商品生产和商品交换发展到一定阶段的产物。原始社会初期,没有商品生产和商品交换,当进入原始社会末期,出现了农业和畜牧业的分工,农业和手工业的分工后,才相继出现了商品交换,和以交换为目的的商品生产。商品是用来交换的劳动产品,它不仅具有使用价值,而且具有价值。商品的价值无法由商品自身表现,只有在市场交换中,通过其它商品的交换比例表现。这种使用价值与使用价值的交换比例就是交换价值。交换价值的变化经历了四个历史阶段:由简单的价值形式,发展到一般价值形式,扩大的价值形式,最后到货币价值形式。当进入货币价值形式时,市场上,黄金、白银就成为充当一般等价物的特殊商品,即货币。一切商品都先同货币交换,货币的量体现了一切商品的价值,这就产生了“价格”,所以“价格本身不过是价值的货币表现罢了。”^①

由此可见,价格属于商品经济的范畴。它与市场有着密切不可分割的关系,同商品、货币有着共存亡的关系。研究价格问题,就必须研究市场、商品、货币。

二、价格的本质

价格的本质,就是价格区别于其它事物的、内在所固有的性质。价格的科学定义直接揭示了价格的本质,它们是:第一,价格决定于价值,价值是价格的基础。商品进入市场后,受到供求状况、社会、经济、政治等因素影响,价格有时会高于价值,有时

^① 《马克思恩格斯全集》,第2卷,第176页。

会低于价值,但是不管如何偏离,从长远平均的趋势看,价格总是趋向于价值,围绕价值上下波动。可见,价格与价值存在着现象与本质,形式与内容的辩证统一的关系。第二,价格体现了商品与货币的等价关系,价格是“商品同货币的交换比例的指数。”货币之所以能表现价格,是因为货币本身代表着一定的价值,所以价格高低既受商品价值的决定,又要受货币价值的影响。价格与商品价值呈正比例变动,与货币价值成反比例变动。第三,价格与价值的偏离存在于价格运动的全过程。这是由价格、商品、货币三者的关系决定的。价格不必象镜子一样反映商品的价值量,它既可以表现比价值量大的量,又可以表现比价值量小的量。尤其当今,社会化大生产的高度发展,市场日益复杂,价格变动不但取决于社会必要劳动时间的耗费,而且也取决于供求状况,货币变动,多受市场、政策等诸多因素影响,价格偏离价值的现象更加突出。正是“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。”^①第四,价格同商品、货币一样,通过物与物的关系反映出人与人之间的关系。这是价格背后的最根本的本质。商品经济条件下,商品进入市场,进行交换,价格的高低体现着交换各方的交换关系,价格的变动反映着交换各方的经济利益分配。

价格的上述本质揭示:价格只是商品经济的一般现象,它与社会经济形态无关。为此,在生产与市场交换中,把握价格本质,充分利用市场机制,发挥价值规律的作用,是促进我国社会主义市场经济发展的重要杠杆。

^① 《马克思恩格斯全集》,第21卷,人民出版社1965版,第215页。

三、价格的特点

价格的特点是指价格所具有的独特的矛盾性。价格特点的产生,一方面受自身本质的制约,另一方面受外界因素的影响,因此,在其形成和运动的全过程,始终体现出既统一又矛盾的特点。它们是:

(一)波浪运动与相对稳定的特点

任何一种商品的价格从较长一段时期看,其形成与运动都不是静止不动的,而是不断变化呈波浪运动的。尽管不同商品价格形成与运动方向、幅度、状态有所不同,但它们始终围绕价值上下波动,波浪运动。运动的动力来自自身和外界的诸多因素。正是这种运动,使价格灵活多变,充满活力,成为调节和促进国民经济发展的动力。

但是,就较短一段时期看,任何一种商品的价格又是相对稳定的,稳定在某一水平上,或者稳定在其价值上,或者稳定在其价值下,或者接近其价值。这种稳定是由这一时期市场竞争所形成的供求决定的,有时是由政府的干预造成的。价格的相对稳定有利于企业获取信息,及时作出预测、决策,调整经营方针,在竞争上赢得胜利。不过这种稳定是暂时的、相对的,我们不能受其迷惑,放松信息情报收集工作。

(二)商品价格之间的联系性与相互排斥性的特点

商品经济的高度发展使人类社会分工更加精细,协作更加密切。任何国家、任何地区、任何部门、任何企业的商品生产都不能独立、封闭地进行,而必须从外边购进所需原辅材料、工具、燃料……,又必须对外销售自产的产成品。无论购进或销售都离不开价格,显然,在市场中,任何一方价格的变动都会牵连有关方价格的变动。这种牵连表现为连锁式变动,我们把它看作价格之间的联系性。

商品价格之间排斥性是指在商品交换中,因商品价格的变动,所反映出来的交换各方利益的此消彼长的特点。这一特点是由价格的本质与所处地位决定的。价格处于社会再生产的交换领域,它的变动既不会增加社会财富,也不会减少社会财富,它只能反映出各方利益分配的调整。

价格所反映的交换各方既联系又排斥的这一关系,如果处理得好可以促进生产的发展;如果处理得不好就会阻碍生产的发展,我们必须引起重视。

(三) 价格与供求的影响和反影响的特点

市场经济条件下,市场机制的有效运行,必须通过它的内部各组成因素的相互协调,相互配合来完成。从运行情况看,当价格机制运作时,会释放出价格变动的信号,这些信号名义上反映的是各种商品和非商品价格的升降,实际上反映的是各经济单位或个人利益的调整。因此,为了保持与争得更多的利益,各经济单位或个人,在竞争机制的作用下必然会作出相应的决策。他们一方面增加或缩减生产,另一方面减少或增加需求,以此促进市场供求适应市场价格,求得市场的均衡。同样,当供求机制运作时,亦会产生两种市场压力:一是供给压力,二是需求压力。处于压力两方的经济单位或个人,亦会为自身利益而参与竞争。竞争的结果:供方的市场价格会降落,而需方的市场价格则会上升。以此形成市场价格对市场供求的适应,求得市场的均衡。以上过程周而复始既体现了市场三机制:价格机制、供求机制和竞争机制运作的协调、配合、制约和联系的对立统一的关系;也体现了价格对市场供求的影响与反影响的特点。

价格的这一特点,是由市场价格对供求的调节和供求对市场价格的调节作用决定的。当前,我国社会主义市场经济的建立,财税、金融、价格等体系改革的深化,都将有利于创建一个完善、有序的竞争市场,从而促进价格机制和供求机制健康、灵敏、

有序地交替运转,推动资源的合理配置和经济的协调发展。

第二节 理论价格形成的基础

一、价格形成的概念

价格形成,是指生产和流通过程中,价格的确定和实现过程。价格的形成有两个层次,一个是理论价格的形成,另一个是市场价格的形成。理论价格形成是市场价格形成的基础,市场价格形成是理论价格形成的延伸,是理论价格形成后,进入市场受各种因素作用的现实结果。所以,研究价格形成,首先应当研究理论价格的形成。

二、理论价格的形成基础

理论价格形成,是指按照劳动价值学说理论设计的、反映价值或价值转化形态的测算价格的确定过程。它排除了一切市场因素,如:供求、各种经济、政治、社会等因素的作用和干扰后,测算确定的价格。

(一)理论价格形成的理论依据

在商品经济的条件下,价格上下波动,但始终以价值为基础,为价值所决定。价格高低取决于价值量的大小,而价值量的大小由“在现有的社会正常的生产条件下,在社会平均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所决定。这是第一层含义的社会必要劳动时间,它不仅决定着单位商品价值,而且是等价交换的基础,是价值规律的一般表现。除此之外,社会必要劳动时间还存在着第二层含义,即:“不仅在每

^① 《马克思恩格斯全集》,第23卷,人民出版社1972年版第52页。

个商品上只使用必要的劳动时间,而且在总劳动时间中,也只把必要的比例量使用在不同类的商品上。”^① 第二层含义的社会必要劳动时间说明:每一种商品,生产上所耗费的社会必要劳动时间,必须以生产这种商品所耗费的总劳动时间符合社会总劳动时间分配给它的比例为前提,如果高于分配比例,就超过了社会需要,超过部分不被社会所认可,价格就无法实现。所以,它对价值的实现起着决定作用,是价值规律进一步发展的表现。

可见社会必要劳动时间的两层含义,价值规律的两种表现,不仅决定单位商品的价值,而且决定着单位商品价值的实现。由于价值与价格的特殊关系,所以它们也必然决定着商品价格形成。因此,这应当是理论价格形成的理论依据。

(二)理论价格形成基础的历史演变

理论价格形成的理论依据虽然相同,但是,在商品经济的不同历史阶段下,由于商品价值借以实现的经济条件不同,价格形成的基础亦不相同。奴隶社会末期,生产的发展,出现了剩余产品和物物交换,由于交换十分简单有限,物物交换的比例是产品的个别劳动时间。简单商品经济阶段,生产发展,出现了市场和货币,产生了竞争,竞争的结果,所有同种商品生产者的个别劳动时间,都必须按社会平均标准折算,商品交换亦按社会平均标准进行,故此,商品价格,是以社会平均劳动时间决定的价值为基础形成。资本主义初期,一方面商品经济进一步发展,形成了各种商品生产的专门化部门,部门内部不同生产者竞争日趋剧烈;另一方面,由于行会组织的干预,各生产要素无法在部门之间转移,部门与部门之间竞争还未充分展开。在此情况下,生产规模,流通范围不断扩大,生产技术不断革新,市场变化难以掌握,一个部门,产品总量所投入的劳动时间是否符合社会需要已

^① 《马克思恩格斯全集》,第23卷,人民出版社1974年版第176页。

经成为市场突出的矛盾,以至于价值规律要求在单个商品生产上,也要符合社会总劳动时间分配给它的比例量,于是部门平均必要劳动时间取代了单位商品社会必要劳动时间,市场价值就成为市场价格的摆动重心和形成基础。随着资本主义的迅速发展,资本冲破了封建行会组织的束缚而自由转移,竞争也由部门内部发展到部门之间,竞争的结果,各部门的利润率趋向平均化,于是价值就转化为生产价格。资本主义发达阶段,垄断集团操纵着国家的经济命脉,控制着一定的国际势力范围,他有可能,也有能力制定垄断价格,以获取高额利润。但是,由于垄断利润来源于对国内和国外非垄断企业和劳动人民的掠夺,所以,垄断价格不是一种独立的形态,它仍然是生产价格的补充。

我国处于社会主义初级阶段,生产力发展极不平衡,商品经济状况参差错落,市场发育和竞争条件都极不一致,所以,价格形成的基础一时也绝不可能统一。但是,商品经济的充分发展,是社会主义经济发展不可逾越的阶段。随着我国经济体制改革的深入,多种经济成分的格局的形成,一方面,商品生产和商品交换必须遵循价值规律,商品价格必须以价值为基础,商品的交换贯彻等价交换的原则;另一方面,随着市场经济的发展,社会化大生产程度的加强,物质技术装备的日益完善,市场发育的日益健全,竞争的更加充分,等量资金获得等量利润便成为必然的趋势,利润平均化就成为各经济集团的利益趋向,价格的形成基础因此也趋于生产价格,所以,社会主义市场经济条件下,价格形成的基础仍然是价值及其转化形态——生产价格。

(三)理论价格形成基础的经济内容

理论价格形成基础——价值及其转化状态——生产价格,基本上是由 $C+V$ 和 M 两部分内容组成的。直至今日,商品价值的任何一种形式都无法直接计算,而只能借助它们的货币表现形式间接地、相对地计算。即借助成本表现价值中的 $C+V$,

借助盈利表现价值中的 M 。我们使理论价格形成中的成本尽可能地反映价值中的 $C + V$ 之和,使盈利尽可能地反映价值中的 M ,用此办法求得商品价值的近似值,商品理论价格的形成就可接近商品的价值及其转化形态——生产价格。实际上,影响价值变动与成本、盈利变动的因素既相同又不完全相同,譬如分配性因素,它影响成本与盈利的变动,但与价值却没有一点关系;而劳动生产率因素却不仅影响价值变动,同时也引起成本与盈利的变动。因此,研究理论价格形成必须科学地确定其经济内容的内涵、界线和计算方法,尽可能使成本、盈利正确地反映商品的价值。

成本加一定的盈利构成理论价格。价格中的成本是以生产流通过程中所消耗的社会平均必要劳动时间转化而来的,它不受社会、经济因素的影响,比较易算。而盈利及其在各商品中的分配要受社会政治经济等因素的影响,难以测算。因此,研究理论价格形成的关键是研究总盈利额在各种商品中如何分配。下面我们将分别加以探讨。

三、工业品理论价格的形成基础

工业品理论价格的形成基础,毋庸置疑仍然是商品价值的转化形态——生产价格。也就是说,工业品理论价格由社会平均的生产成本和社会平均的盈利额构成。社会平均的生产成本,可以通过生产同一产品的部门平均计算,而盈利额的平均分配却众说纷纭。综合理论界的研究成果,工业品理论价格形成观点基本上有四种:它们是:按平均成本盈利率定价;按平均工资盈利率定价;按平均资金盈利率定价;按双渠平均盈利率定价。

(一)按平均成本盈利率定价

按平均成本盈利率定价,就是在部门平均成本的基础上,加

上按平均成本盈利率计算的盈利额制定价格的一种方法。这是一种传统的定价方法。其计算公式是：

$$\text{理论价格} = \frac{\text{某产品部门}}{\text{平均成本}} + \frac{\text{某产品部门}}{\text{平均成本}} \times \frac{\text{社会平均}}{\text{成本盈利率}}$$

$$\text{社会平均成本盈利率} = \frac{\text{全社会产品盈利总额}}{\text{全社会产品成本总额}} \times 100\%$$

主张按这种观点定价的人认为：1. 在不能计算价值的情况下，按平均成本盈利率定价能比较准确地反映价值；2. 有利于在争取盈利的同时，注意降低成本，提高经济效益；3. 计算简便易行等。反对的人认为：1. 它不能反映资金使用效果，因而不利于监督和促进全部资金的合理利用；2. 存在盈利额重复计算等问题。

(二)按平均工资盈利率定价

按平均工资盈利率定价，就是在部门平均成本的基础上，加上一个按照平均工资盈利率计算的盈利额定价的一种方法。其计算公式是：

$$\text{理论价格} = \frac{\text{某产品部门}}{\text{平均成本}} + \frac{\text{某产品部门}}{\text{平均工资}} \times \frac{\text{社会平均}}{\text{盈利率}}$$

$$\text{社会平均盈利率} = \frac{\text{全社会产品盈利总额}}{\text{全社会产品工资总额}} \times 100\%$$

主张按这种观点定价的人认为：1. 能够使各类商品的价格最接近于各类商品的价值，能够比较准确地反映活劳动消耗和节约；2. 工资资料也比较容易取得等。反对的人认为：1. 在工资制度尚不合理的前提下，按此定价不能正确反映活劳动的耗费和按劳分配的原则；2. 不利于有机构成高的部门的发展，故不利于新技术、新工艺、新设备的购置与推广。

(三)按平均资金盈利率定价

按平均资金盈利率定价，就是在部门平均成本的基础上，加上按平均资金盈利率计算得出的盈利额，制定价格的一种方法。