

商业价格学

• • • • •

前 言

商业价格学是我国近年来正在新建的一门价格学分支学科。它主要在研究说明我国社会主义商品价格运动一般客观规律的基础上，着重探讨商品在商业流通领域中的价格运动客观规律。这里所说的商品，包括消费资料商品和生产资料商品。这里所说的商业，包括消费资料商业和生产资料商业。这里研究的价格，包括工农业生产者向商业出售产品的价格；所有商业经营商品在商品流通各环节上的价格；饮食服务业价格，外贸商品进出口及国内购销价格等。对于不经过商业流通的其他部门的价格，则较少涉及。

随着我国经济体制改革的深入，我国经济各学科的研究都有了新的发展。在价格学的研究方面，我们既必须坚持马克思主义的基本观点，同时又必须密切结合我国经济改革的实践，在理论与实践的结合上，进行创新性的研究。本书不论在基本价格理论方面或商业价格方面，都作了一些新的尝试，其目的就是要使理论能够真正地解释我国实际，为推进我国经济体制和价格体制的改革服务。本书还专门新列了《商业价格》这一章，在分商品大类说明商业价格之前，先就商业价格中的各个共通性问题，作出较集中的探讨。这也是一个体现本书特点的新尝试。我们对这些新的尝试的态度是很慎重负责的，但是，也必须说明，我们这些新的尝试都还很不成熟，希望广大读者就这些问题与我们共同探讨，使之更加完善、更加科学、更符合我国实际。

在编写过程中因为要探讨一些新的理论问题，就写得不够简练，理论涉及面较宽、较深。我们希望各位教师在组织教学时，能消化本书各章主要内容，把它们的重点提炼出来组织教学，其余的详细论述，可供学员自学参考。各位教师教学中发现的问题和意见，亦请随时告诉我们，以便在本书再版时加以修正。

本书出版前曾在杭州商学院各商业管理专业试用。因人事变动和本书体裁改变，当时参加编写而这次未参加编写的有周人伟、寿金蔚、章新三位同志，当本书改编和正式出版之际，特向这三位同志为本书形成所作的宝贵贡献表示深深的感谢。这次参加编写的同志及分工如下：金家麟教授——前言，第一、二、三章；舒福荣讲师——第四、七、十章；王传维副教授——第五章及第九章第一、二、五节；薛治副教授——第九章第三、四节；孙鹰讲师——第六、八、十一章。

由于时间匆促和水平限制，书内会有不少缺点和差错，希望同行学者及广大读者不吝批评指正，以便再版时修改。

编者

1991年4月

目 录

第一章 价格与价格运动基本原理	(1)
第一节 价格与价格运动.....	(1)
第二节 商品供求对价格运动的直接作用.....	(5)
第三节 价值规律对价格运动的内在支配.....	(18)
第四节 价值规律实现与市场机制.....	(25)
第五节 价格的一般职能.....	(34)
第二章 价格体系	(41)
第一节 价格体系的概念与内容.....	(41)
第二节 价格的种类.....	(41)
第三节 商品价格横向联系关系——商品比价 关系.....	(52)
第四节 我国价格体系中的工农业品交换 价格剪刀差.....	(66)
第五节 商品价格纵向联系关系——商品差价 关系.....	(74)
第六节 价格体系中价格价值相背离 的各种形态.....	(86)
第七节 我国价格体系特点与价格体 系改革.....	(91)
第三章 商业价格	(98)
第一节 商业价格的含义和范围.....	(98)
第二节 生产者售价与商业售价.....	(101)

第三节	商业流通各环节价格形成的 基本原理·····	(103)
第四节	商品产销价格关系——商业各环节价格 相互关系规律·····	(114)
第五节	我国国家定价工作中对商品产销价格 关系的处理·····	(125)
第六节	农商、工商、商商的利润分配·····	(129)
第四章	价格构成与核算·····	(141)
第一节	价格构成及其因素·····	(141)
第二节	我国现阶段工农业产品价格的 构成·····	(144)
第三节	农产品生产耗费和每亩、每工净 产值的调查与核算·····	(146)
第四节	工业品定价生产成本与核算·····	(163)
第五节	定价流通费用与核算·····	(166)
第六节	定价税金和利润与核算·····	(174)
第七节	理论商业售价与核算·····	(183)
第五章	农产品价格·····	(187)
第一节	农产品价格的地位与特点·····	(187)
第二节	我国社会主义经济中农产品价格形成 的客观经济要求·····	(194)
第三节	农产品国家定价价格和国家指导 价格中准价的制定·····	(201)
第四节	我国农产品价格形式和政策·····	(207)
第六章	日用工业品价格·····	(222)
第一节	日用工业品价格形成的客观 经济要求·····	(222)

第二节	日用工业品出厂价格的核算·····	(227)
第三节	日用工业品产地销售价格的核算·····	(229)
第四节	日用工业品销地销售价格的核算·····	(231)
第五节	日用工业品调拨价格和批量价格·····	(233)
第六节	当前日用工业品价格中的矛盾·····	(234)
第七章	生产资料工业品价格 ·····	(238)
第一节	生产资料工业品价格形成的客观经济 要求·····	(238)
第二节	工业生产资料价格·····	(244)
第三节	农业生产资料价格·····	(255)
第八章	饮食业价格和服务修理业收费 ·····	(260)
第一节	饮食业价格·····	(260)
第二节	服务业收费价格·····	(266)
第三节	修理业收费·····	(273)
第九章	进出口商品价格与涉外价格 ·····	(276)
第一节	国内外市场价格的关系·····	(276)
第二节	影响进出口商品价格的主要因素·····	(281)
第三节	出口商品价格·····	(287)
第四节	进口商品价格·····	(295)
第五节	涉外价格·····	(300)
第十章	企业价格决策 ·····	(305)
第一节	企业价格决策的重要性·····	(305)
第二节	社会主义企业价格决策的目标·····	(309)
第三节	企业价格策略·····	(315)
第四节	企业定价方法·····	(330)
第十一章	物价总水平和国家宏观调控 ·····	(342)
第一节	物价总水平的含义·····	(342)

第二节	社会商品总供给和总需求变动同物价 总水平的关系·····	(343)
第三节	造成商品供求总量失衡的主要 因素·····	(348)
第四节	几个有关问题的讨论·····	(351)
第五节	新中国成立以来物价总水平的 演变·····	(354)
第六节	加强我国物价总水平的宏观调控·····	(365)

第一章 价格与价格运动

基本原理

第一节 价格与价格运动

一、价格的现象与本质

商品价格，是商品与货币的交换比例，是商品价值的货币表现。商品价格是商品经济的重要范畴。

不论什么商品，不管是劳动生产的商品还是非劳动生产的商品（如商品化的荒地、自然资源等），也不管是具有物质形态的商品还是不具物质形态的商品（如各种服务），从现象上看，它们的价格都是商品与货币的交换比例。

一切实际买卖价格现象，都直接来自商品买卖供求关系。没有商品买卖供求关系，就不可能有商品实际买卖价格。即使是国家制定的价格，也必须有人愿意按这个价格出卖商品，又有人愿意按这个价格购买，才能使国家制定的价格成为实际买卖价格。所以，一切实际买卖价格，都直接来自商品买卖供求关系。这是人们在日常经济生活中千百次体验过的事实。讲价格学，首先应该肯定这个事实。

但是，透过现象看本质，从商品经济的内在特征、内在联系、内在规律看，就会发现一般商品价格的本质，是商品价值的货币表现。这就是说，在商品经济中，一般劳动生产的商品，都含有劳动价值的质和量，在货币流通的条件下，这些商品价值的质和量，都是通过商品与货币的交换关系来

表现的。所以，商品价格的本质，是商品价值的货币表现。

首先要说明一下商品价值的质。在各种产品经济中，一切劳动产品都凝结着人类劳动，但产品经济中的劳动并不能使产品成为商品，因而这种劳动也不能成为价值。只有在商品经济中，根据商品经济的基本特征，即商品生产都是由各个经济上彼此独立或相对独立的经济实体来进行的社会分工生产，因而，在一切劳动生产的商品体上，都凝结着一种必须在交换中取得补偿的人类劳动。而这种凝结在商品体上的并在交换中取得补偿的劳动，就成为商品的价值实体即价值的质。正因为如此，在物物交换中，就决定一种具有劳动价值的商品必须以其他同样具有劳动价值的商品来交换，以取得劳动补偿；在货币形成后，又决定一种具有劳动价值的商品必须以同样具有劳动价值或者代表一定劳动价值的货币来交换，以取得劳动补偿。由此可见，商品价格，首先是表现了商品价值的质，即表现了商品身上含有一种必须在交换中取得补偿的劳动，因而它必须以含有或代表一定劳动价值的货币来交换。所以，暂且不论商品价格在表现商品价值量上是否准确，只要商品价格是劳动生产商品与货币的交换比例，就表现了商品价值的质。

其次再说明商品价值的量。商品价值量是由生产商品的社会必要劳动时间决定的。凡直接在供求关系中形成的商品价格，价格未必都准确地表现商品价值量，价格有时高于或远高于价值量，有时低于或远低于价值量。但是，凡商品经济中都必然存在着价值规律，这个价值规律总是会强制社会通过一定的调节机制，把各种商品的供求关系从不平衡调节趋向于平衡，从而使商品的价格不断地从背离价值量趋向于符合价值量。因此，可以说，由于价值规律的支配，一般商

品价格的长期运动，又总是会趋向于表现商品价值量的。所以，从一般商品价格长期运动的规律来说，商品价格不仅表现商品价值的质，而且也不断趋向于表现商品价值的量。

当然，商品关系的发展，也使某些不是劳动生产的东西，如荒地、某种可买卖的权利等，也成为商品，而且也直接因供求关系而形成价格。马克思把这种现象称为价格与价值的质的背离。价格并不表现价值，而只表现供求关系。但绝不能因此否定一般商品价格的本质。因为这些价格现象只不过是一般商品关系发展的衍生物。

根据以上的分析，也就知道商品价格是商品经济的特有范畴。不是商品经济，就不会有商品，自然也就不会有商品价格。而在商品经济中，价格是整个商品经济的连接器，调节着商品生产、流通、分配和消费。所以，它又是商品经济的重要范畴

二、价格运动及其基本原理

市场上商品实际买卖价格的不断形成和变动，就是价格运动。

国民经济中各种商品的价格都处在不断形成和变动中，必然互相影响、互相制约，呈现各种错综复杂的关系，构成整个价格体系的运转，形成价格运动的总体。

价格运动不仅体现着价格的本质，而且也包括所有现实价格变动的各种复杂形态。价格运动不仅在长期运动中体现着价值规律对价格的内在支配，而且也反映着由种种复杂因素所构成的商品供求关系对价格的直接作用，其中包括国民经济各种比例关系平衡或不平衡的影响，纸币流通量增减的影响，国家政策通过财政干预和行政干预的影响，特定历史条件、人文条件的影响，自然与人为垄断的影响，社会心理

因素的影响，投机倒把活动的影响等等。市场商品供求和价格的运动，实际上是整个国民经济运行的综合反映，也是整个社会发展的综合反映。价格学研究对象，就是所有实际价格运动的各个方面的规律。

尽管价格运动因受各种因素的影响，呈现十分复杂的变化，但是，其基本原理可以归结为两点：一是市场上已形成的商品供求关系必然对价格运动起直接作用，成为价格形成和变动的直接条件；二是商品供求关系本身和价格的长期运动又必然受价值规律的内在支配。在经济运行中，一般商品的供求关系总是要从不平衡不断趋向于平衡，一般商品价格也总是要从背离价值不断趋向于符合价值。

商品价格并不是直接同价值挂钩的，对商品价格起直接作用的是商品供求关系，可以把这种直接作用称为供求作用。价值规律只有通过商品供求关系的调节，才能调节价格。由于在这种调节中，商品价值始终起着内在调节标准的作用（价格高于价值，商品生产增加，价格低于价值，商品生产则减少），所以，我们又将这一过程称为价值调节。据此，我们可以把价值、供求、价格三者的关系简要图示如下（见图1-1）：

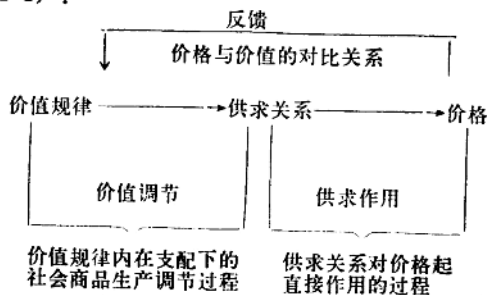


图1-1 价值、供求、价格关系图

第二节 商品供求对价格运动的直接作用

一、商品供求关系的含义

商品供求关系，首先区分为社会商品供求总量的关系与市场上各种商品的供求关系。社会商品供求总量的关系，即总供给与总需求的关系，它必须分解形成市场上各种商品的供求关系，才能对各种商品价格起直接作用。因此，在这一节里，不讨论社会商品供求总量的关系，只讨论市场上各种商品的供求关系。

市场上各种商品的供求关系的一般含义，是指市场上各种商品分商品的供给情况与有支付能力的需求情况之间的关系。它又区分为静态供求关系与动态供求关系。静态供求关系，即一定时间一定市场上对某种商品的业已形成的供求关系。在这里，商品供给都是指已经生产出来的商品的出卖要求，它不再受商品生产增减的调节。但是，由于各个供给者出卖商品的价格要求有所不同，因此，业已形成的静态供给，也可以是一种在不同的价格上有不同供给量的供给状况。在这里，商品需求也都是指已经形成的不再变动的有支付能力的需求，它不再受各阶层货币收入增减以及其他因素变动的调节。但是，由于各个需求者对同一商品所愿意支付购买的价格各不相同，因此，业已形成的静态需求也都是一种在不同价格上各有不同需求量的需求状况。总之，静态供求关系都是一种业已形成的不再变动的供给状况与需求状况之间的关系。动态供求关系，则是指一种商品在长时间里不断变动着的供求关系。在这里，商品供给主要受商品生产增

减的调节，而商品生产的增减又主要受已经形成的实际价格与商品价值对比关系的调节（价格高于价值，生产一般会增加，价格低于价值，生产一般会减少）。在这里，商品需求也会受需求者本身货币收入增减及其他因素变动的调节，因此对一种商品的整个需求状况也是可以不断变动的。总之，动态供求关系是一种不断变动着的商品供求关系。静态供求关系实际上就是动态供求关系在一定时间点上的切断面，而对价格运动起直接作用的却正是这种静态供求关系。这也就是说，商品动态供求都是以其各个时间点上的静态供求关系来对价格起直接作用的。

因此，供求影响价格，是指静态供求关系对价格的直接作用，这种作用称之为供求作用；价格调节供求，则主要是指价格与价值的对比关系调节着商品生产，从而调节着动态供求关系，这一过程我们称之为价值调节。

了解了这一点，也就可以把上节中的价值、供求、价格三者的关系图，改画为下图（见图1-2）：

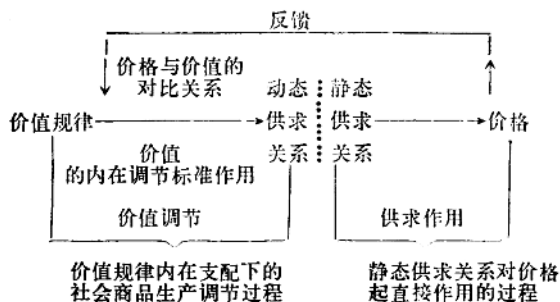


图1-2 价值、供求、价格关系图

二、供求规律

供求规律，就是已形成的商品供求关系对价格运动起直接作用的规律。在价格自然形成的条件下，它表现为商品供不应求就涨价，商品供过于求就跌价；在价格由国家制定的条件下，它表现为商品供不应求就存在涨价的压力，商品供过于求就存在降价的压力。

供求规律直接表现在市场上，是商品经济表层的规律，同时，它又是商品经济的普遍规律。这是因为，只要是商品经济，商品买卖双方对商品买卖就各具一定的自主权，特别是消费者对自己的货币收入是否用来购买商品、购买什么商品，以及愿意用什么价格去购买等都具有充分的自主权，以致商品少了，就会有人要以高价购买，商品多了，则非降价就不足吸引更多购买者。在社会主义有计划商品经济中，由于广大消费者对自己的货币收入的使用仍然具有充分的自主权，因此，供求规律也依然存在，而且不能违背。

在社会主义价格工作中，也必须充分认识商品供求关系对价格的直接作用。即使是国家制定的价格，也必须有一定的供求关系来保证其实现。如果一种商品在国定价格上出现供不应求，且长期不能解决，则必然会形成其他形式的商价，如市价、议价、计划外价格、双轨制价格等。如果一种商品在国定价格上出现供过于求，且长期不能改变，则必然会迫使国家降价或企业自行变相降价。

社会主义国家之所以能够对某些重要商品制定计划价格，正是因为社会主义国家能够对这些商品的产销供求关系进行有计划的调节。计划价格的科学含义，应该是指同社会主义国家对商品产销供求关系的有计划调节紧密结合的价格。

在一定情况下，国家对一定商品价格进行行政管制，如

实行最高限制、冻结物价等，也是必要的。这主要是为了防止哄抬物价。但与此同时，也必须采取措施来调节商品供求关系(包括增加生产，增加供给或实行配给，限制需求等)；否则，这种价格管制也是不能持久的。

社会主义国家也不能脱离商品供求关系来进行所谓“按价值”或“按政策”定价。当商品已经严重供不应求时，如果再调低价格，只会更加剧供求矛盾，造成有价无货，致使所定价格失效；当商品已经严重供过于求时，如果再调高价格，这种价格实际上也是无法到位的。

三、对市场商品需求的进一步理解

(一) 马克思主义需求理论与西方经济学需求理论的区别点

市场商品需求决不是消费者纯主观的欲望或自然人的自然心理活动，它必须是有支付能力的需求，因而它必须以整个社会的商品生产、商品价值创造及其在社会各阶层之间按一定社会分配关系来进行的分配和再分配为前提，也就是说，它必须以一定社会的各阶层的货币收入为基础。一定社会的市场商品需求，都带有该社会的特定性质。这是马克思主义需求理论与西方庸俗经济学需求理论的根本区别点，是我们学习需求理论时首先应该明确的。

(二) 市场商品需求形成的基本元素——需求评价

市场商品需求，包括对生产资料商品的需求与对消费资料商品的需求，这里，我们只着重讨论对消费资料商品的需求。

社会通过商品价值的分配和再分配，形成社会各阶层消费者的货币收入，各个消费者再各自在其所能支配的货币收入的基础上，进行微观需求决策，即各自根据其货币收入，

生计安排、生活爱好、社会时尚、有关商品比价变化等因素，来考虑决定其货币收入多少用来储蓄，多少用来消费，消费的部分中又用来购买哪些商品，各购买多少，愿意用什么价格购买等。各个消费者对各种商品所意愿支付购买的最高价格，叫做各个消费者对各种商品使用价值的需求评价。

每一需求评价是对一单位商品的需求评价，零以上的需求评价都带有一单位商品的需求量，一个消费者愿意购买某种商品一定数量时，其需求评价包括对该商品数量中各单位的需求评价。所有零以上的需求评价是构成市场上各种商品需求的最基本元素。它们都是有支付能力的，因而都是有效需求评价。

需求评价的高低只受消费者微观需求决策因素变动的影响，而不受评价商品自身实际价格变动的影响。因此，需求评价都是独立于评价商品实际价格变动之外的客观独立存在。只是需求评价都是消费者愿意购买的最高价格，所以，当商品实际价格低于消费者的需求评价时，就购买；如果高于该消费者的需求评价时，就不购买。

（三）市场商品需求的特性——需求状况

由于各个消费者本身情况的不同，他们对同一商品使用价值的需求评价也不尽相同的。因此，把一定时间一定市场上众多消费者对同一商品的各不相同的需求评价综合起来，就可得到各个需求评价组距上的各个分组需求量。根据高价需求在低价时也愿意购买的规律，高价组的需求量都可以累计到低价组的需求量上去，因而市场上每一种商品都必然会形成一种在不同价格上有不同需求量，价格越高、（累计）需求量越小，价格越低、（累计）需求量越大的需求状况。例如，某时某地对涤棉布的需求状况，如表1-1。

表1-1

某时某地对涤棉布的需求状况

需求评价组距 (元/米)	分组需求量 万米	价格 (元/米)	累计需求量 (万米)
6.00以上	1.00	6.00	1.00
5.40—5.99	1.00	5.40	2.00
4.80—5.39	1.50	4.80	3.50
4.20—4.79	1.50	4.20	5.00
3.60—4.19	2.00	3.60	7.00
3.00—3.59	3.00	3.00	10.00
2.40—2.99	5.00	2.40	15.00
1.80—2.39	5.00	1.80	20.00
1.20—1.79	6.00	1.20	26.00

后面栏的数列，即不同价格上各有不同（累计）需求量，就是一种需求的状况。

一定时间、一定市场上各种商品的需求，都不是一个固定的需求量，而是一种在不同价格上各有不同需求量的需求状况。这就是市场需求的特性。

（四）需求的曲线

一定的需求状况都可以用一定的需求曲线来表示。在图1-3中，以坐标纵轴表示价格的高低，以坐标横轴表示累计

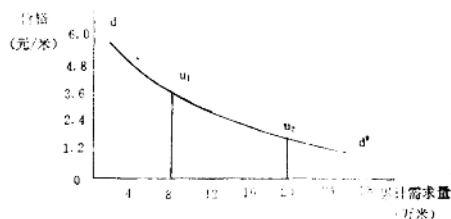


图1-3 某时某地对涤棉布的需求曲线