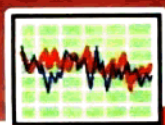


价格管理 专业知识与实务 (中级)



国家计划委员会培训中心
人事部人事考试中心 组织编写

图书在版编目 (CIP) 数据

价格管理专业知识与实务: 中级/国家计划委员会
培训中心、人事部人事考试中心组织编写. —北京:
中国发展出版社, 1998. 4

ISBN 7-80087-322-6

I. 价…

II. ①国… ②人…

III. 价格管理-水平考试-自学参考资料

IV. F714.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第.03085 号

中国发展出版社出版发行

(北京市西城区赵登禹路金果胡同 8 号)

邮政编码: 100035 电话: 66187126

北京地质印刷厂印刷

1998 年 4 月第 1 版 1998 年 4 月第 1 次印刷

开本: 1/32 787×1092mm 印张: 13.25

字数: 290 千字 印数: 1—2000 册

定价: 21.00 元

本社图书如有印装差错, 可向发行部调换

编委及撰写人员名单

主 编 伍世安 许光建

编委及撰写人员 (按姓氏笔划为序)

过庚吉	伍世安	刘晓梅	许光建
杨世昌	杨兴斌	李鹏万	余春耕
张宏明	张念瑜	周望军	赵改书
赵振东	祖 才	黎玖高	戴冠来

前 言

1998 年全国经济专业技术资格考试定于 10 月 31 日举行,为促进广大经济专业人员学习专业知识,提高应考能力,我们会同国家计委、财政部、劳动部、建设部、铁道部、交通部、邮电部、农业部、国内贸易部、中国人民银行总行、国家工商行政管理局、中国民用航空总局、国家旅游局、国家税务总局、中国人民保险(集团)公司和中国工业经济协会组织有关专家,根据国家有关政治和经济体制改革情况,依据考试大纲明确的考试范围和要点,对 1997 年经济专业考试指定用书分别进行了修订和勘误,并在此基础上重新编辑出版了 1998 年考试指定用书。

一、经济基础、工业、农业、价格管理、财政(财政类)、财政(税务类)、运输(公路)、运输(铁路)、劳动、邮电、旅游(旅行社)、旅游(饭店管理)、工商、房地产、建筑等专业考试指定用书根据国家新近颁布的有关法规、条例和政策,在 1997 年指定用书基础上对内容进行了局部或较大幅度的修订。

二、金融、运输(水路)等专业,指定用书内容不再进行修订,仅在 1997 年指定用书基础上作了一定

程度的勘误。

三、商业(商业管理)、商业(商业营销)、物资、保险、运输(民航)等专业指定用书在1997年版基础上再版。

在组织修订这套指定用书时,我们力求反映我国改革开放和建立社会主义市场经济体制的要求。然而建立社会主义市场经济体制是一个长期的、艰难的过程,也由于我们的工作水平有限,指定用书编写组织工作中可能存在疏漏和不足之处,我们欢迎广大考生及从事经济工作的各界人士提出批评和指正。

在本套书出版之际,我们谨向参与组织、编写工作的有关部门和专家学者表示诚挚的谢意!

人事部人事考试中心

1998年1月

目 录

第一章 价格机制	(1)
第一节 价格的含义及其特性.....	(1)
第二节 价格的职能.....	(4)
第三节 价格机制.....	(7)
第二章 成本与价格	(13)
第一节 成本在价格形成中的作用	(13)
第二节 成本的构成和类型	(15)
第三节 成本曲线	(18)
第四节 影响成本变动的基本因素	(24)
第三章 市场供求与价格	(28)
第一节 市场供求与价格的一般关系	(28)
第二节 需求、供给与价格	(30)
第三节 价格弹性及其应用	(44)
第四章 市场竞争与价格	(59)
第一节 市场的类型及其特征	(59)
第二节 完全竞争市场上的价格形成	(63)
第三节 完全垄断市场上的价格形成	(68)
第四节 垄断竞争市场和寡头垄断市场上的 价格形成	(74)

第五章 价格总水平与通货膨胀	(76)
第一节 价格总水平与通货膨胀的关系	(76)
第二节 决定价格总水平变动的基本因素	(78)
第三节 通货膨胀对社会经济的影响	(82)
第四节 抑制通货膨胀的对策	(84)
第六章 价格管理体制	(95)
第一节 价格体系	(95)
第二节 价格管理体制和价格管理工作	(105)
第三节 三种价格形式及其管理	(116)
第四节 宏观价格调控	(122)
第五节 价格监督检查	(124)
第七章 生产要素价格	(134)
第一节 工业用生产资料价格及其管理	(134)
第二节 农业用生产资料价格及其管理	(144)
第三节 资源价格	(146)
第四节 利率或资金价格	(152)
第五节 汇价	(160)
第八章 农产品价格	(168)
第一节 农产品价格形成与运行特点	(168)
第二节 农产品成本调查	(176)
第三节 农产品购销价格管理	(183)
第四节 农产品价格政策	(188)
第九章 交通运输价格	(192)
第一节 交通运输价格形成与特点	(192)
第二节 运输成本	(200)
第三节 运输价格的比价和差价关系	(207)

第十章 收费管理	(213)
第一节 收费概述.....	(213)
第二节 行政性收费.....	(231)
第三节 事业性收费.....	(238)
第四节 经营性收费.....	(243)
第十一章 国际市场价格与国内市场价格	
的关系.....	(252)
第一节 国际市场价格形成与运行特点.....	(252)
第二节 国际市场价格与我国国内市场价格	
的关系.....	(260)
第三节 国内市场价格与国际市场价格的对接	
或接轨问题.....	(265)
第四节 进出口商品价格的制定.....	(275)
第十二章 价格评估	(289)
第一节 价格评估概论.....	(289)
第二节 价格评估的基本方法.....	(295)
第三节 涉案物品价格鉴证.....	(299)
第十三章 经营者定价方法	(304)
第一节 经营者定价目标.....	(304)
第二节 影响经营者定价的基本因素.....	(310)
第三节 成本导向定价法.....	(320)
第四节 需求导向定价法.....	(326)
第五节 竞争导向定价法.....	(336)
第十四章 经营者定价策略	(340)
第一节 差别价格策略.....	(340)
第二节 综合价格策略.....	(353)

第三节	阶段价格策略.....	(363)
第十五章	价格指数的编制与分析.....	(369)
第一节	价格指数的基本原理.....	(369)
第二节	价格指数编制的基本方法.....	(376)
第三节	现行主要价格指数的编制方法.....	(384)
第四节	价格指数分析.....	(403)

第一章 价格机制

第一节 价格的含义及其特性

一、价格的含义

价格，从表面来看，表现为一定的商品或劳务所能换取的货币数量，“价格的简单意义就是指每种商品具体单位的货币价值。”^①如某件商品值人民币几元。但从本质来看，“价格是价值的货币表现。”^②“是商品同货币的交换比例的指数。”^③

对于这一定义，我们可从如下几方面来理解。

（一）价格是价值的货币表现

这是对价格的质的规定性，它表明价值是价格形成的基础，价格则是价值的货币表现。价值是实体、是内容，价格则是价值的表现形式。

但是，价格表现价值，并不要求在任何时候、任何场合都必须与价值相符或一致。正如马克思所指出的：价格“既可以

① D·S·沃森，M·A·霍尔曼，价格理论及其应用，北京：中国财政经济出版社1983年版，第17页。

② 《马克思恩格斯全集》第25卷，北京：人民出版社1974年版，第39页。

③ 《马克思恩格斯全集》第23卷，北京：人民出版社1974年版，第120页。

表现商品的价值量，也可以表现比它大或小的量，在一定条件下，商品就是按这种较大或较小的量来让渡的。可见，价格和价值量之间的量的不一致的可能性，或者价格偏离价值量的可能性，已经包含在价格形式本身中。”^①这是因为，价格作为价值的外在表现，其形成与变动除了受价值量大小变动的影响外，还要受到市场供求、国家政策等诸多因素的制约和影响。因此价格与价值的偏离是经常的、大量的，而二者完全相符则纯属偶然。

（二）价格是商品同货币的交换比例的指数

这是对价格的量的规定性。它表明价格的高低取决于商品价值与货币价值二者的比例，价格的变动与商品价值量的变动成正比，与货币价值量的变动成反比。

（三）价格是交换关系

这是对价格关系的定位。价格是商品同货币的交换比例的指数，然而隐藏在商品和货币背后的是人与人之间的关系，是卖者与买者互易所有物的关系。

（四）价格是一种利益机制

买卖双方为什么会发生价格竞争？因为价格是一种利益机制，直接关系到买卖双方的利益。价格作为收益和成本的构成要素，分别从收和支的两个方面影响着生产者的利润最大化和消费者的效用最大化。价格的均衡，意味着交易各方利益格局的均衡；价格的变动，则意味着利益格局的打破和重新调整。

对上述价格含义的理解，有利于使我们更深刻地认识价格的本质，从而更好地发挥价格的作用。

^① 《马克思恩格斯全集》第23卷，北京：人民出版社1974年版，第120页。

二、价格的特性

价格的特性是指价格本身所具有的特征、特点和本性，它由价格的本质所决定，因而不受具体价格形式的限制，为一切商品价格所共有。价格具有如下几方面特性：

（一）同一性

即一种商品在同一时间、同一市场上价格必然趋于同一的特性，亦称一物一价法则。价格的同一性是由价值规律决定的。由于商品价值取决于生产商品的社会必要劳动耗费，所以同一种商品，不论各个生产者的生产条件和劳动技能有何不同，劳动耗费有何区别，其价值都是同一的。价格是价值的货币表现，价值的同一性必然表现为价格的同一性。

（二）综合性

即价格的形成和变动综合地反映国民经济状况的特性。这一特性是由价格的形成与运动受多种因素的影响和制约所决定的。正因为价格能从不同的角度，直接地或间接地反映整个社会经济运行和发展的状况，所以具有综合反映性，是国民经济发展变化的“晴雨表”。

（三）相关性

即各种价格相互之间紧密联系又互相制约的特性。价格之所以具有相关性，是因为国民经济的各部门、各地区和各环节的经济活动是紧密联系的。价格作为经济活动的连接者，相互之间也必然是紧密联系的。一种商品价格的变动，常常会引起与之相关商品价格的变动；一个地区商品价格的变动，也往往会引起毗邻地区价格的变动。人们常说的价格连锁反应，就是价格相关性的表现。

第二节 价格的职能

一、价格的主要职能

价格具有传递信息、提供刺激、分配收入和配置资源等四种基本职能，且互相联系，密不可分。

（一）传递信息

即价格具有传递各种经济信息的功能。价格传递信息被认为最富有效率，具体表现在以下几点。

1. 传递的信息多。价格的变动蕴含着人们的偏好、可选用的资源、生产的可能性等大量丰富的信息。

2. 传递的范围广。价格的变动会通过其连锁反应传递给每一个相关的人。如学生人数增加，使得铅笔的需求量增加，价格上扬。零售商于是扩大进货，而批发商则增加向制造商的定货，制造商则愿以更高的价格采购更多的木材、黄铜、石墨等原材料及劳动力，由此形成扩散圈而波及每一个相关的人。

3. 传递的效率。价格只传递重要信息且只对需要者传递。

4. 传递的方式简单明了。价格上涨便意味着需求大于供给，反之，则表示供给大于需求，简洁明快，一目了然。

（二）提供刺激

即价格能促使人们用最少的花费，使用最经济的方法和最适当的资源，努力获取最大的收益和效用。具体表现在以下几点。

1. 价格提供需求刺激。从生产需求来说，生产者为实现利润最大化，就要按市场价格组织生产，即价高多产，反之少产。从消费需求来说，消费者为实现一定收入约束下的效用最大化，

也要根据市场价格的高低来决定消费什么和消费多少。

2. 价格提供生产方法刺激。生产者在组织生产时可有多种生产要素组合和多种生产方法的选择。从降低成本增加利润出发, 各类生产要素绝对价格和相对价格的高低, 成为刺激他们选择生产成本最低的生产要素组合和生产方法的动因。

(三) 分配收入

指价格具有对国民收入进行分配的功能。价格的高低变动会改变国民收入在各部门或各利益集团之间的分配比例。例如农产品价格提高, 在购销数量不变的情况下, 农民会因此而增加收入, 但同时城镇居民却会因此而增加支出, 使其可支配收入减少。在这种情况下, 城镇居民的收入就会由于农产品价格上涨而转移一部分到农民手中, 从而实现国民收入的分配。

(四) 资源配置

在市场经济条件下, 企业是按照价格信号来决定生产和经营活动的, 是按照价格信号来决定投资方向的。价格的变动引导着资本、土地和劳动等资源在部门之间、地区之间、企业之间的流动, 从而决定着资源的配置, 这是价格的最基本的功能。

二、实现价格职能所需的经济环境

价格职能作为价格的内在功能, 要使其在社会经济生活中发挥作用, 还需具备一定的经济环境和市场条件。这些条件主要有以下几点。

(一) 产权明晰化和决策理性化

即各经济单位必须是独立的或相对独立的经济实体, 对企业的行为能够作出独立的理性决策。假如各经济单位不是独立的或相对独立的经济实体, 他们所拥有的资源和收入没有法律的界定和制约, 价格的高低变化对他们的切身利益就不会产生

很大的影响，他们也不可能主动地去收集价格信息，自觉地根据价格的变动来调节生产规模与结构。即在产权不明晰的条件下，价格的职能无法表现出来。同时，各经济单位的决策是理性的，他们能够作出一系列理性的选择，用有限的资源或收入来满足最大化需要。

（二）有效率的市场和完善的市场体系

即市场能够高效迅速地反映价格的变动，并能及时提供有效服务。例如，某企业根据价格上涨提供的信息，拟扩大某产品的生产，它不仅要及时地从资本市场获得必要的资金，从生产资料市场获得相应的原材料和机器设备，而且还要能及时地从技术市场获得所需的技术和专业人员，从劳动力市场招聘到合适的工人。这就不仅要有充分发达的商品市场，还要有完善的劳动力市场、资金市场、信息市场、技术市场等生产要素市场，形成一个完整的市场体系。在这个市场体系中，市场必须是统一的，而不是分割的；市场是竞争的，而不是垄断的；市场信息是畅通的，而不是阻滞的。

（三）厂商“进退无障碍”

即厂商可以自由地无损失地进入或退出某一行业。假如存在进入障碍，将使该市场维持偏高价格和超常利润，而其他有竞争力的厂商都无法进入与之分享；如存在退出障碍，将使低效率者不被淘汰而继续维持。这两种障碍的存在都会使竞争机制失灵，从而使价格扭曲，职能失效。

上述条件可谓相当苛刻，因此价格职能的实现也会受到一定的限制。

第三节 价格机制

一、价格机制的含义

价格机制是指价格形成的机理及其运行所带动的经济运动，包括价格形成机制和价格运行机制两方面内容。

（一）价格形成机制

价格形成机制是指影响价格形成的诸变量因素组合。价值是价格形成的基础，而价值量的大小，又取决于社会必要劳动时间的多少，因此，社会必要劳动时间的多少决定着价格的高低，具体形态又有不同。

货币作为衡量商品价值量大小的等价物形式，其币值的大小对商品价格的高低，同样起着决定作用。在商品价值量不变的条件下，币值越大，商品价格越低；反之，币值越小，商品价格就越高。因此，价格形成从其内在因素看，是受价值和币值双重因素共同作用的结果。

价格在其形成过程中，还要受到市场供求、国家政策、国际市场价格等外部因素的制约和影响。市场供求对价格的影响表现在：当市场供不应求时，会导致价格上涨；当市场供过于求时，会导致价格下降。

国家政策对价格形成也有影响。为实现国家的宏观经济目标，有时又会有意识地使某些商品的价格与其价值适当偏离，以保护或限制这些商品的生产。如各国普遍实行的农产品保护价格政策，在一定程度上就使被保护的农产品价格维持在高于其市场价格的水平上。

随着国际交往的日益加深，国际市场价格也逐步成为影响

国内市场价格形成的重要因素。国际市场价格是以国际市场价值为基础，在国际范围的供求影响下形成，与国内市场价格形成的机制不尽相同。在对外开放的条件下，国际市场价格对国内市场价格的影响主要表现在：一方面促进国内企业努力提高劳动生产率，降低价格水平，以增强国际市场竞争力；另一方面国际市场价格的剧烈波动也会通过进出口贸易、投资、旅游等渠道引起国内市场价格的波动。

（二）价格运行机制

价格运行机制是指价格的变动对其他相关商品价格及经济活动的影响。

从单个商品价格来看，一种商品价格的变动，首先会引起交易当事人的利益格局的变动，产生利益的再分配和此消彼长；各当事人出于自身利益的考虑，就会调整自身的经济行为，从而使该商品的供给和需求发生变化，如价格上升会使供给增加和需求减少，反之则会使供给减少和需求增加；商品价格的变化进而会引起该商品投资存量和流量的变化，因为价格的高低直接决定着投资的预期收益与投资成本间的差额，是生产者选择投资方向的依据；最后，该商品价格的变化导致新的生产结构和消费结构产生及新的利益格局的形成。

从商品价格体系来看，一种商品价格的变动，首先会引起相关商品价格，如具有替代、补充、连锁关系的商品价格发生相应变动，进而引起生产要素价格，如资本、劳动力、土地价格的变动，从而引致各种资源在各产业部门之间的流动和重组，形成新一轮的投资结构；投资结构在各部门不断沉淀、调整，逐渐形成相应的产业结构；产业结构又制约着产品结构和供给结构，进而影响着消费者的购买力投向及消费结构，并在新的基