

价格学

主 编 李文生

副主编 杨维丽 罗鸿铭 边翠兰

天津科技翻译出版公司

价 格 学

主 编 李文生

副主编 杨维丽、罗鸿铭、边翠兰

天津科技翻译出版公司

价 格 学

主 编 李文生

责任编辑： 郑凤钦 赵丽琴

天津科技翻译出版公司出版

(天津市河西区吴家窑大街22号)

天津市宝坻县第二印刷厂印刷

开本，850×1168毫米 1/32 印张，14.25 字数，257千字

1990年9月第1版

1990年9月第1次印刷

印数：1-5100册

书号 ISBN 7-5433-0192-8/F·19 定价，5.00元

编写说明

《价格学教程》于1988年在天津财经学院内部出版发行，除天津财经学院外，还有辽宁大学、天津商学院等院校选该书为本科生教材，在两年教学实践的基础上，现由天津财经学院与辽宁大学合作修改正式出版。书名定为《价格学》。

参加本书编写的有（以章次为序）：

李文生——导言、第二章、第四章、第十六章。

罗鸿铭——第一章、第八章、第九章。

孙文库——第三章。

贾月梅——第五章、第十四章。

杨维丽——第六章、第七章。

陈璐——第十章、第十一章。

边翠兰——第十二章、第十三章、第十五章。

李文生担任主编。杨维丽、罗鸿铭、边翠兰担任付主编。

本书在更新、充实、修订过程中，遵循十三届五中全会精神和计划经济与市场调节相结合的原则，在保持原书特色的基础上，吸收了近年来价格改革经验与研究成果，反映了新的物价规章制度与基本作价办法，力求理论联系实际。为此，我们对原书内容作了部分改动和补充。在修改过程中，得到了有关部门支持和帮助，在此，一并表示感谢。由于时间仓促，编者水平所限，书中缺点错误在所难免，请读者批评指正。

1990年6月

目 录

导 言	(1)
第一章 社会主义经济中的价值规律与价格	(1)
第一节 价值规律的内容、作用及其在社会主义 经济中的特点	(1)
第二节 价格的产生和本质	(7)
第三节 社会主义经济中价格的地位和作用	(11)
第二章 社会主义初级阶段价格的形成	(20)
第一节 价格形成基础的历史演变	(21)
第二节 社会主义初级阶段价格形成的基础	(24)
第三节 影响价格形成的其他因素	(30)
第三章 价格构成	(36)
第一节 价值构成与价格构成	(36)
第二节 生产成本	(42)
第三节 流通费用	(49)
第四节 利润和税金	(56)
第五节 理论销售价格	(62)
第四章 我国社会主义市场的价格体系	(65)
第一节 我国价格体系的内部分类	(66)
第二节 国民经济体系与价格体系	(71)
第三节 我国价格体系的改革	(75)

第五章 商品差价	(83)
第一节 购销差价.....	(84)
第二节 批零差价.....	(87)
第三节 地区差价.....	(89)
第四节 季节差价.....	(92)
第五节 质量差价.....	(95)
第六章 商品比价	(101)
第一节 农产品比价.....	(101)
第二节 工业品比价.....	(105)
第三节 工农业商品比价.....	(110)
第四节 工农业品价格“剪刀差”	(115)
第七章 价格的总水平	(119)
第一节 价格总水平及其动态形式.....	(119)
第二节 影响价格总水平变动的因素和我国价格 总水平的演变.....	(122)
第三节 价格总水平的宏观调控.....	(130)
第八章 农产品收购价格	(136)
第一节 农产品生产成本.....	(136)
第二节 农产品收购价格.....	(157)
第九章 工业品出厂价格	(165)
第一节 工业品出厂价格中的生产成本.....	(166)
第二节 工业品出厂价格中的盈利.....	(176)
第三节 工业品出厂价格.....	(178)

第十章 商业价格	(185)
第一节 商业批发价格.....	(186)
第二节 商业调拨价格.....	(195)
第三节 商业零售价格.....	(203)
第十一章 饮食业价格和服务修理业收费	(208)
第一节 饮食业价格.....	(208)
第二节 服务业收费.....	(215)
第三节 修理业收费.....	(222)
第十二章 进出口商品国内市场价格	(226)
第一节 国内外市场价格的区别和联系.....	(226)
第二节 出口商品的国内收购价格.....	(233)
第三节 进口商品的国内销售价格.....	(244)
第十三章 企业订价	(251)
第一节 企业订价是物价管理体制改革的 重要步骤.....	(252)
第二节 企业订价策略.....	(259)
第三节 企业订价方法.....	(268)
第十四章 价格信息	(275)
第一节 价格信息的内容和作用.....	(275)
第二节 价格信息的收集与整理.....	(279)
第三节 价格信息的传递和应用.....	(282)
第十五章 价格预测	(287)

第一节	价格预测的意义.....	(288)
第二节	价格预测的种类和内容.....	(290)
第三节	价格预测的步骤和方法.....	(295)
第十六章	物价管理.....	(308)
第一节	物价管理的必要性.....	(309)
第二节	我国物价管理体制的改革.....	(312)
第三节	物价监督与检查.....	(317)
第四节	商业企业物价管理.....	(322)

第一章 社会主义经济中的 价值规律与价格

在任何商品生产条件下，价格的形成都要受价值规律的支配。正如马克思所指出的：“不同商品的价格不管最初用什么方式来互相确定和调节，它们的变动总是受价值规律的支配。在其他条件相同的情况下，如果生产商品所必需的劳动时间减少了，价格就会降低；如果增加了，价格就会提高。”（马克思：《资本论》第三卷，第198页）当商品生产的生产方式和公有制的生产关系历史地结合在一起，成为社会主义商品经济以后，价格的形成就不仅要受价值规律的支配，而且还要受社会主义公有制基础上产生的一系列经济规律的制约，或者说，价格的形成要决定于多种经济规律的共同作用。但是，社会主义经济中的价格首先是作为价格一般存在的，价格同价值的联系是最深层次的联系，价格同其它因素的联系都是在这一联系的基础上发生的。所以，起着主要支配作用的规律仍然是价值规律，其他经济规律都是在价值规律的基础上对价格形成发生作用。故此，我们研究社会主义经济中的价格问题，包括价格的形成、运用、管理、控制和改革等，都必须以对价值规律的正确认识为前提和依据。

第一节 价值规律的内容、作用及其在 社会主义经济中的特点

一、价值规律的内容和要求

价值规律的内容和要求，实质上就是这么两条：1. 社会只承认平均必要的劳动；2. 它还必须是符合社会需求的劳动。任何一个生产者，如果他生产某种产品的劳动消耗超过了平均必要的量，超过的部分不为社会所承认，他就会在交换中处于不利的地位；即便他的劳动耗费没有超过平均必要的量，如果他的产品在社会需求结构中已属于多出来的部分，他的劳动也得不到社会的承认，他在交换中仍然要处于不利的地位。这样就促使生产者节约劳动耗费，并力求使自己的生产符合社会的需求。

以上两方面的内容和要求，表明作为价值规律灵魂的社会必要劳动时间具有双重含义。第一重含义“是在现有的社会正常的生产条件下，在社会平均的劳动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。”（《马克思恩格斯全集》第23卷，第52页）这种含义的社会必要劳动时间所反映的是某一个别产品对其它同类产品的关系，这是衡量生产者劳动效率的尺度，是社会生产比例与社会需求结构相适应情况下生产者是盈利还是亏本的决定因素，是价值规律最基本的内容和要求。第二重含义是指：“社会劳动时间可分别用在各个特殊生产领域的份额的这个数量界限，……为了满足社会需要，只有这样多的劳动时间才是必要的。”（《马克思恩格斯全集》第25卷，第717页）这种含义的社会必要劳动时间所体现的是某种产品总量对社会需求总量的关系，它是检验生产者耗费的劳动的种类是否符合社会需求的标准，是生产单个商品的社会必要劳动时间不变的情况下生产者盈利还是亏本的制约条件，是整个价值规律进一步发展的表现。正如马克思所指出的：“事实上价值规律所影响的不是个别商品或物品，而总是各个特殊的因分工而互相独立的社会生产领域的总产品；因此，不仅在每个商品上只使用必要的劳动时间，而且在社会总劳动时间中，也只把必要的比例量使用在不同类的商品上。”（《马克思恩格斯全集》第25卷，第716页）

认识社会必要劳动时间的双重含义，不仅可以使我们从理论上完整准确地理解和把握价值规律，而且有助于克服我国现实经济生活中长期存在的一方面产品生产不足、一方面产品又严重积压的弊端。这种弊端产生的一个重要原因，就在于没有按照社会需要合理地组织生产。因此，发展社会主义商品经济，不仅要提高企业劳动生产率，使生产某一商品的个别劳动耗费符合社会必要劳动时间；而且要按照社会需要分配劳动时间，使生产出来的商品量符合社会的需要量，提高社会经济效益。

二、价值规律在商品经济一般中的作用

所谓价值规律的作用，是指价值规律在商品生产和商品交换活动中强制地贯彻自己的内容和要求的客观过程；所谓价值规律在商品经济一般中的作用，则是撇开商品生产的不同社会形态，仅从商品生产这样一种社会化生产方式的角度观察，价值规律究竟起哪些作用。

根据价值规律本身的内容和要求，价值规律有以下基本作用：

（一）价值规律促导生产者适应社会需求

在任何社会，劳动都是要按比例分配的。社会劳动按比例分配，作为最一般的经济规律，在不同的社会生产方式内，有不同的实现形式。马克思说过：“要想得到和各种不同的需要量相适应的产品量，就要付出各种不同的和一定数量的社会总劳动量。这种按一定比例分配社会劳动的必要性，决不可能被社会生产的一定形式所取消，而可能改变的只是它的表现形式”。（马克思：《致路·库格曼（1868年7月11日）》《马克思恩格斯选集》）在商品经济中，整个社会生产是由无数个互相分离的生产者来进行的，社会总劳动量的多少不为任何一个生产者所知道。然而社会劳动仍然是按比例分配的，只是这个比例不是由某个社会中心直接确定，而是在一个自发的社会过程中形成，在每天无

数次的交换中碰出来。商品生产的目的是交换价值，但耗费在单个商品中的劳动量能否为社会承认，也就是商品能否按照它的价值出售，要取决于这类商品的总量是否和社会需要量相等，或者说生产这类商品耗费的全部劳动在社会劳动总量中所占的份额是否适当。商品生产者不仅不知道社会劳动总量，而且对于其中某一类商品所耗费的劳动量，比起社会需要构成中相应的部分是超过还是不足，也不可能知道。他们所知道的，只是出售某种商品是否能抵偿他在生产中的耗费，是否对他有利。实际上就是把他的个别劳动耗费来同社会必要劳动耗费进行比较。如果个别劳动量小于社会必要劳动量，对他就有利，反过来就不利。社会必要劳动是看不见的，所能看到的是它的货币表现，是价格。每个生产者都是根据价格变动的情况，来确定投资的方向和规模，也就是决策生产的扩大、缩小、停止、转移。无数商品生产者的这种活动汇合成一个社会过程。——这就是价值规律促导商品生产者适应社会需求的作用，也就是价值规律调节社会劳动分配比例的作用。

（二）价值规律激励商品生产者节约劳动耗费

在商品经济中，商品生产者的利益是获得交换价值，获得货币。在商品按照社会必要劳动量交换，或者说按照符合价值的价格互相转让的条件下，商品生产者要获得较多的利益，必然要使自己生产每件产品的劳动，低于单位产品的社会平均必要劳动。为此，必然要想尽一切办法节约劳动耗费，一个生产者节约劳动，其它的生产者也会努力去节约，大家竞相这样做的结果就会带来整个部门劳动生产率的提高。这就是价值规律激励生产者节约劳动耗费的作用，也就是价值规律推动劳动生产率提高的作用。

总之，价值规律作为社会劳动的节约和按比例分配规律在商品经济条件下的必然表现形式，它的基本作用就是以社会必要劳动这个尺度或标准，去衡量和检验一切生产者的经济活动，使其

竞相节约劳动耗费，适应社会需求，从而使社会经济既富有效率，又保持平衡。

三、社会主义经济中价值规律作用的特点

在社会主义商品经济中，价值规律仍然存在，其上述基本作用，也应为全社会所充分重视和自觉运用。但由于社会主义商品经济是建立在公有制基础上的、在计划指导下发展的商品经济，价值规律是在社会主义经济规律体系中起作用的，从而价值规律的作用在形式上、范围和程度上以及后果上都表现出新的特点。

（一）价值规律在一些主要领域开始以自觉的方式发挥作用

在私有制为基础的商品经济中，价值规律在几乎所有领域里都是以供不应求价格上涨，供过于求价格下跌这种自发的、事后校正的方式来发挥其调节社会生产比例的作用的。而在公有制为基础的社会主义有计划商品经济中，国家有必要也有可能在一些重要产品、部门和工程的生产、交换和建设上，自觉利用价值规律，通过制定计划和价格、工资、利率等方面的政策，来发挥价值规律的作用。当然，我们也要看到，目前我国正处于社会主义初级阶段，经济的社会化程度低，经济形式多样化，计划调节难度大，所以，在相当一部分产品的生产和流通中，价值规律还是以价格自由涨落的形式自发地发挥调节作用。

（二）价值规律作用的范围和程度有所缩小和减弱

在私有制商品经济中，特别是在资本主义制度下，商品关系渗透在社会生活的一切领域和所有方面，连人的劳动力，甚至良心、名誉都成为买卖的对象，价值规律在广阔的范围内和极高的程度上起着作用。而在社会主义公有制条件下，商品关系的范围不是“漫无限制和包罗一切的”，不仅劳动力的买卖关系从总体上被废除了，国家的自然资源，如土地、矿藏、森林、水流，以及国有的铁路、银行也都不是商品。价值规律作用的范围相应地

缩小了。同时，社会主义经济的发展，还离不开社会主义基本经济规律的制约和一定范围的直接计划的调节，这就使得价值规律作用的程度也减弱了。需要指出的是，对于上述作用范围和程度上的变化，既要予以正视，又不能过分强调，因为社会主义经济毕竟还是商品经济，价值规律活动的领域还是很宽广的，不仅计划外生产，流通和指导性计划不能没有价值规律的作用，就是指令性计划也必须利用价值规律的作用；不仅商品生产和流通，要受价值规律的调节，资金、生产资料、劳动力的流动和技术、信息的转让，也要受价值规律的支配。从作用程度看，虽有所减弱，但毕竟还起着重大的基础作用，无论是社会主义基本经济规律，还是有计划发展规律，主要都必须通过和借助价值规律来实现。

（三）价值规律作用的消极后果有所抑制和减少

在私有制为基础的商品经济中价值规律无所不包的自发调节作用，一方面会促进技术进步和生产力的发展，另一方面伴随而来的则是社会生产的剧烈波动和社会劳动的巨大浪费，是中小企业的破产、倒闭和两极分化的加剧。而在社会主义公有制条件下，由于价值规律作用条件 and 作用形式的变化，上述价值规律作用的后一方面后果，已经大为减少和降低。同时，我们也要看到，价值规律作用的某些后果，象企业的破产、倒闭，兼并，收入差距的拉开，盲目性等，都是价值规律发挥作用所难以避免的，是激励效率和保持平衡，推动技术进步和生产力发展的必然伴随物，因而，不能过分予以限制，以至妨碍价值规律作用的发挥。

总之，对于价值规律在社会主义经济中的作用，我们既要看到，由于社会生产关系不同而产生的特殊性，又要看到作为商品经济一般的共同性，以及在社会主义初级阶段强调这种共同性的重大理论和实践意义，以便进一步解放思想，放开手脚，利用价

值规律为发展社会主义商品经济服务。

第二节 价格的产生和本质

一、价格的产生

商品价格是商品价值的货币表现，它是商品交换发展的产物。

商品是用来进行交换的劳动产品，具有使用价值和价值二重属性。商品的使用价值，就是商品体内所具有的用来满足人们某种消费需要的效用，它是由商品本身的物理、化学等自然属性决定的。如果离开商品体，商品的使用价值也就不存在了，所以，商品体本身即商品的使用价值。但是，商品是生产者为他人生产的，对它的生产者并不具有使用价值，只对它的消费者才具有使用价值。商品生产者要获得的是商品的价值。商品使用价值与价值的这种矛盾使得商品生产者必然要让渡其商品的使用价值，同时又不能无偿地给予他人，而要求商品需求者给以适当的等价物。商品需求者付给商品生产者的等价物，是商品价值的外在表现形式。而商品价值作为生产商品时所消耗的人类抽象劳动的凝结，它所反映的是商品的社会属性。但价值又是看不见，摸不着的，只是在人们互相交换商品，互相比较所要交换的商品各值多少、是否等值的时候，才能借助等价物相对地表现出来。

人类在漫长的岁月里是生活在自然经济中，没有商品和商品交换，只是到了原始社会中后期才出现了个别的、偶然的物物直接交换，并通过这种物物直接交换使得人类劳动产品个别地、偶然地转化为商品。与这种个别的、偶然的商品交换相适应的价值形式，是简单的、个别的、偶然的价值形式。例如，1件上衣偶然充当20码麻布的等价物，表现为20码麻布值1件上衣。后来，随着第一次社会大分工的出现和商品交换的发展，出现了扩大的

(总和的)价值形式,一种商品的价值可以表现在一系列商品身上。例如。20码麻布值1件上衣,或值2把石斧,或值5斤茶叶,或值1只绵羊,等等。这种扩大的(总和的)价值形式,一方面方便了商品交换,促进了商品交换和商品生产的发展,另一方面又使得商品内在的使用价值和价值的矛盾扩大化、复杂化了。例如,麻布的所有者想以麻布换石斧,但石斧的所有者不需要麻布,而需要茶叶;茶叶的所有者既不需要麻布,也不需要石斧,而需要上衣;上衣的所有者也需要麻布,所以,麻布的所有者只有先以麻布换上衣,再以上衣换茶叶,最后才能以茶叶换回自己需要的石斧。这种迂迴曲折的交换,既扩大了商品交换过程中的矛盾,又增加了商品生产者出售商品和商品需求者购买商品的困难,同时又给商品生产者提供了多种多样的解决办法。矛盾和解决矛盾的办法,总是同时产生、同时发展的。第二次社会大分工后,随着社会分工的扩大、劳动生产力的提高和以生产资料私有制为基础的家庭经济的形成,社会上出现了直接以交换为目的的商品生产,商品交换的范围越来越大,交换的次数越来越频繁。这时,人们便逐渐把那种为商品生产者所普遍需要且容易保管、运送的商品作有一般等价物,专门用来表现其它各种商品的价值。这就是一般价值形式。在一般价值形式下,各个地区用作一般等价物的商品,是多种多样的,而且是时有变化的。而当商品交换发展成为更广泛的市场时,再用多种商品充当一般等价物就很不方便了,因为它带有很大的地方性和不稳定性。这就要求一般等价物能在较长的时期和较大的范围内固定在某一种商品身上。贵金属黄金或白银由于它们质地均匀,容易分割或合并,体积小,价值大,耐磨损,便于保管和携带,人们便逐渐地把它从商品世界中筛选出来,成为专门、固定充当一般等价物的特殊商品。于是,就产生了真正意义上的货币。这时,其它各种商品都用货币量来表现自身的价值量。这种以一定量货币表示的某种商

品的单位商品价值量，即是商品**价格**。正如马克思所概括的：

“**价格是价值的货币表现**”。（《马克思恩格斯全集》，第25卷，第397页）现在世界各国都用纸币代替黄金或白银执行货币的流通手段和支付手段职能，因而也就不再用贵金属的重量，而用便于计量的元、角、分等法定的价格标准来计量和表现商品的价值。货币形式及价格标准的这种变化，虽然有其客观必然性和积极作用，但却使人们更加难以理解商品价格作为商品价值的货币表现这一本质。

二、价格的本质

马克思给价格所下的经典定义，阐明了价格、价值、货币三者之间的内在联系：价值是实体、是内容；货币是外在尺度；价格是观念上的物币量。揭示了价格的本质。对此，我们可以从以下几个方面来理解和把握：

第一，价值是价格的决定因素，是价格形成的内在基础。

“价格的一切变动都可以根据价值来加以说明，而且归根结底都以价值为依归。”（《马克思恩格斯选集》第1卷人民出版社1972年版，第342页）而价值实体是商品中凝结的抽象人类劳动，价值量是由社会必要劳动时间决定的，因此，价格的变动要受价值规律的支配，价值规律的作用要通过价格表现出来。正如列宁所指出的：“价格是价值规律的表现。价值是价格的规律，即价格现象的概括表现。”（《列宁全集》第20卷，人民出版社1956年版第194页）

第二，货币之所以能够表现商品价值，是因为货币本身也具有价值。价格体现了商品与货币的等价关系，“是商品同货币交换比例的指数”。（《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1974年版，第119——120页）因此，就商品和货币的价值关系来看，除非两者的价值量发生等方向等比例的变化，否则，二者任何一方的价值变动都会引起商品价格的涨跌。例如，1件上衣卖