

工商企业定价

龙国瑞 主 编
郑丽君



中国商业出版社

编写的。全书共分为十二章，三大部分。第一部分介绍了企业定价的历史沿革、任务、性质、制定依据、制约的内外部条件、特点与作用等基本理论，共四章；第二部分介绍了企业定价的预测、决策、制定方法、策略与技能等，共七章；第三部分介绍了对企业定价的管理原则、手段与方法等，共一章。全书系统地论述了企业定价的有关理论、方法与技能等问题，不仅可以供财经院校物价专业教学使用，还可以作为干部培训的教材，对广大物价业务工作者与理论工作者也具有一定的学习参考价值。

本书由龙国瑞、郑丽君同志主编，贾永海同志任副主编。参加编写的有河南商专龙国瑞（第一章），湖南商专刘导波（第二章），黄微芬（第三章），福建商专欧扬（第四章），陕西商专黄漪清（第五章），广西商专李小红（第六章），余爱云（第十二章），河北商专董瑞华（第七章），郑丽君（第十一章），马鞍山商专王继红（第八章），辽宁商专贾永海（第九、十章）。初稿完成后作者进行了认真的讨论与修改。全书由龙国瑞、郑丽君、贾永海同志总纂，最后由龙国瑞、郑丽君同志修改定稿。

本书承孟振虎教授作序，郭林泉同志终审。在编写与出版过程中得到河北商专不少老师的指导与帮助，在此谨向他们表示诚挚的谢意。

由于编者水平有限，又是初次尝试，不妥与错误之处必定不少，恳请广大读者、同行专家、学者批评指正。

编 者

一九八九年十二月四日

定价》一书的作者们，对工商企业的定价问题进行深入的专题研究，是一项十分有意义的科学活动。到目前为止，我所见到的有关研究价格理论的教材和专著，多是研究价格的一般理论和部门价格理论的，而专门研究企业制定价格理论的专著则几乎没有。因而，仅就此而论，《工商企业定价》一书，也可以说，是我国价格研究中的一项创新。其次，从《工商企业定价》一书的内容看，全书共分十二章，作者从企业出发，把价格的一般原理和应用结合起来，系统地阐明了企业定价的基本原理、条件、原则、策略、方法以及企业价格的预测、决策和管理等问题。既有理论性，又有较强的实用性。全书的结构体系比较合理，对问题的论述具有一定的新意。因而，我认为，此书不仅可以作为商业专科学校物价专业的教材，同时，也可作为大专院校工、商企业管理专业的教学参考书。对于工商企业的管理干部也是值得一读的学习资料。

当然，由于此书是从企业角度研究价格问题的，以前尚无先例，因而，本书在结构和论述方面，还有一些需要进一步探索和改善之处。期望作者继续深入研究，使其日益完善。

孟 振 虎

一九八九年十二月

编者说明

社会主义初级阶段有计划的商品经济的特点决定，我国经济体制只能实行计划经济与市场调节相结合的经济模式。为了适应这种模式转换的需要，我国的价格形式已经由高度集中的、基本单一的计划价格形式转变为计划价格与市场调节价格同时并存，并以计划价格为主体的价格形式。随着经济体制改革的深入发展，实行市场调节价格的商品的流通额已经占到整个社会商品流通总额的40%左右。市场调节价格对社会主义经济的影响和作用不可低估。

企业定价作为市场调节价格的一种重要形式，它是市场价格体系的重要组成部分。党的十一届三中全会以来，它的存在和发展，对于企业成为相对独立的经济实体，对于促进企业增强自我改造、自我完善、自我发展的压力和动力，对于提高企业的竞争能力等，无疑已经起到了一定的作用。在社会主义商品经济条件下，企业定价的存在和发展，也是国家自觉运用价格机制调节社会生产，调节供求，促进市场繁荣的一种不可缺少的形式。因此，加强对企业定价的研究，探索它在社会主义条件下形成与运动的一般规律，以及在国家宏观控制下对企业定价的管理办法，对于促使企业自觉地贯彻物价方针政策，约束定、调价格的随意性行为，对于科学地进行价格决策，用好企业定价十分必要。

本书正是从提高企业运用企业定价，管好企业定价出发

目 录

第一章 绪论

- 第一节 企业定价的任务、性质与体系结构 (1)
- 第二节 我国企业定价的由来和发展 (9)
- 第三节 企业定价的必然性 (19)
- 第四节 企业定价的依据 (27)

第二章 企业定价的内部制约因素

- 第一节 企业经营对企业定价的制约 (36)
- 第二节 企业管理对企业定价的制约 (46)

第三章 企业定价的外部制约条件

- 第一节 宏观经济状况约束 (55)
- 第二节 政府对企业定价的约束 (66)
- 第三节 社会自然条件对企业定价的约束 (72)
- 第四节 竞争状况对企业定价的约束 (78)

第四章 企业定价的特点形式与权限

- 第一节 工商企业定价的特点与作用 (88)
- 第二节 企业定价的形式 (97)
- 第三节 企业定价的权限 (107)

第五章 企业定价的目标与原则

- 第一节 企业定价目标的选择 (118)
- 第二节 企业定价的总原则 (128)
- 第三节 企业定价的具体原则 (132)

第六章 企业定价策略

- 第一节 薄利多销与厚利限销的策略 (142)
- 第二节 差别定价策略 (147)
- 第三节 心理定价策略 (151)
- 第四节 阶段定价策略 (154)

第七章 企业价格构成要素与核算

- 第一节 企业价格中的生产成本 (163)
- 第二节 企业价格中的流通费用 (176)
- 第三节 企业价格中的利润和税金 (183)
- 第四节 企业试算售价 (186)

第八章 企业定价的基本方法

- 第一节 成本定价法 (192)
- 第二节 需求定价法 (200)
- 第三节 相关商品比价法 (208)
- 第四节 竞争导向定价法 (210)
- 第五节 量本利分析定价法 (214)

第九章 企业价格预测

- 第一节 企业定价信息 (225)
- 第二节 价格预测的内容和作用 (231)
- 第三节 企业价格预测的方法(一) (235)
- 第四节 企业价格预测的方法(二) (242)

第十章 企业价格决策

- 第一节 企业价格决策概述 (255)
- 第二节 企业价格决策的方法 (262)

第三节	我国企业价格决策的有关问题	(273)
第十一章	企业价格决策效果的检验	
第一节	企业价格决策效果的检验方法	(281)
第二节	企业价格决策的修正	(291)
第十二章	企业定价的管理	
第一节	企业定价管理的内容	(304)
第二节	企业定价管理的原则及职责划分	(308)
第三节	企业定价管理制度	(313)
第四节	企业价格的监督检查	(319)

第一章 绪 论

从中华人民共和国成立到1956年社会主义改造完成以前，五种经济成分并存期间，价格有国家制定，企业制定和买卖双方自由制定等几种形式。从1956年社会主义改造完成，社会主义统一市场形成后，商品价格基本上由国家制定，企业没有定价权。直到1982年8月国务院颁布了《物价管理暂行条例》才赋予企业以定价权。从此，工商企业正式开始运用国家赋予的定价权，改变了我国商品价格三十多年来基本由国家统一制定的局面。企业定价作为一个理论问题和实际问题，提到了人们的面前。

企业定价是商品经济中的一个普遍问题，而在社会主义商品经济中却又是一个新问题。问题之所以新，是因为公有制的企业定价涉及一系列的理论问题与实际问题，如企业的定价权、企业定价的范围、特点、形式、沿革过程、制约因素、目标、原则、策略、方法的选择，以及企业价格形成基础、构成因素、定价管理等，都需要进行研究和探讨，得出正确的答案。只有全面掌握企业定价的知识，才能用好定价权，定好企业所管商品的价格，起到调节供求，搞活企业，增加效益，维护经济秩序，促进有计划的商品经济发展的作用。

第一节 企业定价的任务、性质与体系结构

随着国家经济体制改革的深入，国家对商品价格实行直

接管理与间接管理相结合的方针，国家定价只限于少数关系国计民生的重要商品，因此大量的次要商品、一般商品以及品种繁多的小商品的定价任务由企业承担。

一、企业定价的任务

企业定价在一般商品经济条件下是指生产、经营企业，根据商品成本和市场供求状况，在本企业经营目标的制约下，制定的商品销售价格。在我国有计划的商品经济条件下，企业定价是指工商企业在国家政策范围内，根据商品成本、市场供求状况，本企业的经营方针制定的本企业产品的销售价格。因此，享有制定价格的企业是具有法人资格的独立核算的、自负盈亏的生产、经营企业，而不是一切生产、经营实体。

企业定价的主要任务是在国家政策范围内，根据商品分工权限、定价权限，制定国家授权部分的商品或劳务的价格。其具体任务是：

1、依据马克思的劳动价值学说，正确核算成本，为商品定价确定最低经济界限。成本是商品价格的主要构成因素，它是生产商品实体所耗费的物质费用和人工费用的总和，也叫生产费用。通常情况下，成本占商品价格的大部分，成本的高低同商品价格成正比。因此，企业在制定商品价格时，应该正确核算生产成本，使之合理化。

成本同价格的正比例关系是有条件的，不能绝对化。企业价格的决策者应该有清醒的头脑，否则就可能使企业步入困境。如果成本高，价格也高，在这种情况下，一切合理的、不合理的生产费用都可以挤入成本，最终转嫁给消费

者，由消费者负担，必然导致成本管理不善，和企业人、财、物的大量浪费。在一定的价格条件下，成本的高低同企业盈利的大小成反比，成本越高，利润越小；成本越低，利润越大。所以，正确核算成本，搞好成本管理，确定商品价格的最低经济界线，是企业定价的重要任务。

这里所说的成本是指生产成本和销售成本的统称。

2、掌握市场供求变化及其发展趋势，为制定市场最终可销价格水平确定初步方案。市场供求状况是制定和调整商品价格必须考虑的因素。一般说来，市场供求基本平衡的商品，其价格大体符合价值，其价格也基本稳定。在这种情况下，价格一般不宜变动。但商品的供求平衡是暂时的，而供求失衡则是经常的，不是供过于求，就是供不应求，而失衡的程度是千差万别的，失衡的原因也是错综复杂的。从价格的角度来讲，供过于求的商品需要及时降价，供不应求的商品则应适时适度地提高价格，发挥价格调节市场供求，引导消费的杠杆作用，以促进商品供求的大体平衡。但是企业定价不应老是跟着供求变动，而应掌握供求变化的趋势，在成本的基础上掌握好价格中的利润水平，从而制定合理的市场可销价格，使价格杠杆的调节作用发挥在供求变动之前，变事后调节为事前调节，促进有计划商品经济的顺利发展。所以掌握市场供求变化及其发展趋势，掌握价格中的利润水平，确定市场可销价格初步方案是企业定价的重要任务。

3、遵守国家政策，调整价格中的利润与市场可销价格水平，合理制定所管商品的价格。在我国市场上，商品价格的制定与调整必须符合国家各项经济政策的要求。例如，关系国计民生的重要商品价格由国家制定，企业经营时必须严

格执行国家定价，而不能越权定价；实行国家指导价格的商品价格，企业必须认真接受国家的指导原则、作价办法，制定具体价格，而不得脱离指导，违反原则，超越作价权限，擅自定价；对于放开商品，实行市场调节价格的商品价格，企业定价时也必须把国家利益放在第一位，兼顾生产者、经营者与消费者的经济利益，不能只顾企业利益，置国家政策于不顾而乱定价格。所以，遵守国家政策与商品分工原则，接受国家指导，调整价格中的利润与市场可销价格水平是企业制定合理价格的重要任务。

总之，企业在完成核算成本，掌握供求变化趋势，遵守国家政策，根据商品分工权限，合理制定具体商品价格等任务的时候，必须在总体上、宏观上接受国家调控，保持合理价格水平，保持相对稳定；在局部范围、在微观上保持企业价格的灵活性和多样性，促进社会主义商品经济的健康发展，这些都是完成企业定价任务的基本要求。

二、企业定价的性质与实质

在社会主义商品经济条件下，企业定价的性质与实质是从一般商品经济的企业定价和社会主义商品经济的企业定价的区别中来进行分析研究的。这里着重分析社会主义商品经济企业定价的性质。

（一）企业定价的性质

一般商品经济条件下的企业定价，是由企业主根据商品成本、市场供求加盈利的原则自主制定的，基本上不受国家的行政干预，完全受价值规律调节，具有独立性、自发性和灵活性的特点。性质上属于市场调节价格。

· 4 ·

社会主义商品经济条件下的企业定价，是在国家政策允许的范围内，接受国家指导的企业定价。它一方面受国家的间接调控，另一方面受市场机制制约。价值规律的作用受到行政的一定干预和限制，是不完全的企业自由定价。其独立性、自主性、自发性和灵活性都受到了一定程度的抑制，性质上属于国家宏观调控下的市场调节价格。具有计划调节与市场调节相结合，而较多地反映市场调节的特点。

（二）企业定价的实质

在商品经济的条件下，商品价格由生产者、经营者自主制定是一般规律，因为定价出售商品是商品所有者行使所有权的重要标志。

在社会主义条件下，对商品经济的认识曾经有一个过程。一度认为定价出售商品不是商品买卖关系，而是借用商品的外壳，借助价格作为核算工具，实行按劳分配的一种分配关系。有分配权的是国家而不是企业，国家是商品的所有者，定价出售商品是国家行使所有权、分配权的形式。所以，国家是定价主体，企业则是国家组织商品生产、商品交换的工具，成为政府的附属物，成为执行价格的主体，没有定价权。价格基本上由国家各级物价机关制定。面对几百万种商品价格和劳务收费，面对变化多端的市场，任何神通广大的机关也无法定好、管好。价格与价值关系长期扭曲，许多商品的价格不但不能反映价值，也不能反映供求变化。

党的十一届三中全会以后，经济体制改革从扩大企业的自主权开始逐步深入，在扩权过程中，定价权自然成了重要问题。在企业界的要求和理论界的呼吁下，政府根据改革的进程，有步骤地下放了部分三类小商品的议价权。后来，国

务院又决定放开小商品价格,实行市场调节,企业定价。在改革的实践中,理论界提出了所有权与经营权分离的新观点,为经济体制改革和企业定价开辟了道路,奠定了理论基础。

在以公有制为基础的社会主义有计划的商品经济条件下,企业定价出售商品是企业经营者在所有权与经营权分离的基础上,行使经营权的标志,而不是行使所有权的标志。

三、工商企业定价体系结构

工商企业定价的体系结构是我国有计划的商品经济的定价体系结构中的一个重要组成部分。

我国有计划商品经济中的工商企业定价体系是由定价主体与定价对象构成的。当前,我国定价的总体系由国家定价、企业定价、集市贸易市场上买卖双方自由定价三个定价主体构成的子体系构成。

(一) 国家定价体系

国家定价是指县及县级以上各级人民政府物价部门,业务主管部门按照国家规定权限制定的商品价格和收费标准。它是国家对关系国计民生的重要商品有计划地制定和调整的价格,也称计划价格。

1、国家定价的定价主体。物价方针政策、法令、法规的制定,重要物价方案的审批与出台命令由国务院、省(市区)人民政府、地(州、市)人民政府、县(市、区)人民政府逐级审批与颁布。这些文件的草拟,与贯彻执行由相应的物价局承办。与部门密切相关的业务性调价价格工作,由相应的业务主管部门决定并颁行。其相互关系如图,见图1-1。

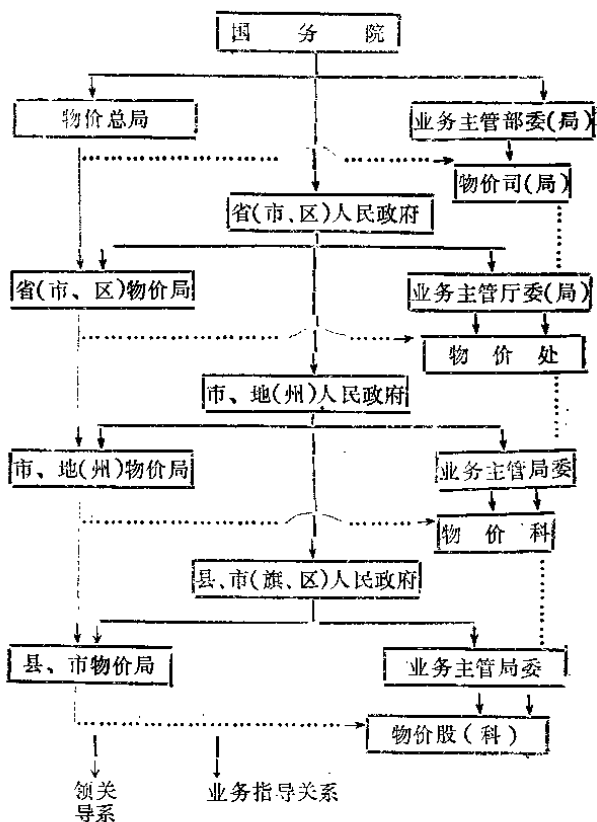


图1-1 国家定价主体体系网络图

2、国家定价的定价对象。关系国计民生的重要商品。

（二）企业定价的定价体系

企业定价的定价体系是指企业在国家授权及主管物价的政府职能部门的指导下，按照有关政策规定制定商品价格的全部关系它包括定价主体和定价对象。

1、企业定价的定价主体。享有法人资格的独立自主、自负盈亏的生产企业和商业企业都是定价主体。

它们包括：

工业企业，工业的销售部门或销售企业；

农业企业，农、林、牧、渔企业的销售部门或销售企业；

商业企业，随商品流通过程，流通环节不同，又可分为：

商业专业公司或省、市、县独立核算、自负盈亏从事商品流通活动的经济实体。

批发商业企业或各种贸易中心。

零售商业企业（主要指具有法人资格的大、中型企业）等。

2、企业定价的定价对象。实行国家指导价格的商品，其具体销售价格由企业按规定自行制定。

实行市场调节的商品销售价格，由经营企业根据市场机制的要求自主制定。

双轨制价格中的计划外商品销售价格。

（三）自由定价体系

1、自由定价的定价主体是市场上商品交易双方的当事人。

2、自由定价的定价对象是所有放开商品的销售价格。

第二节 我国企业定价的由来和发展

从中华人民共和国成立到经济体制改革的今天，随着商品经济的发展和经济体制改革的深化，我国企业定价经历了四个阶段。

一、国民经济恢复时期的企业定价（从1949年10月1日至1953年前）

这个时期，国内存在着五种经济成份，既存在着以私有制为基础的非社会主义经济和市场，又存在着以公有制为基础的社会主义经济和市场。在多种经济成份的企业中，价格的制定有多种形式，即国家定价、国家政策允许范围内的企业定价、受国营牌价与市场机制共同制约的企业定价、自由价格等四种。这个时期物价工作的任务，总的说来，一是为安定和改善人民生活服务；二是为促进国民经济恢复和发展服务；三是为巩固工农联盟和人民民主专政服务；四是向社会主义过渡作准备服务。当时的情况是：市场上的社会主义经济尚处在新创时期，力量单薄，而对私有制经济成份的企业既要利用，又要限制，还要改造。为此，要承认其财产所有权、经营决策权、商品定价权与利润支配权。所以，过渡时期的前期就存在国营企业的购销价格和其他经济成分企业的购销价格两种主要形式。

国营工商企业的购销价格，从价格的制定形式看，有国

家定价和国家指导下的企业定价两种形式；其他经济成分的企业购销价格除关系国计民生的重要商品执行国家定价之外，则有受国营牌价与市场机制共同制约的企业定价和自由价格等几种形式。

国营牌价具有国家定价与国家指导下的企业定价的双重身份。其中关系国计民生的重要商品，如重要农副土特产品的收购价格，工业产品的加工、定货的工缴货价，五金器材、化工原料、橡胶的进口价格，棉纱、棉布的购销价格，一般日用消费品中的标准品价格都由国家有关部门制定，属国家定价。除上述商品之外的一般商品的购销价格，如进销差价、农产品的收售差价、地区差价、批零差价、季节差价、质量差价，由国营企业根据国家规定的各种差价率、作价办法、比价关系和前一天各地市场的行情制定，并报相应部门备案执行，属国家指导下的企业定价。

农副产品收购价格中的议价价格，形式上由国营公司、供销合作社与农民协商议定。由于议价原则与收购政策由国家制定。因此，也属国家指导下的企业定价。

其他经济成分工商企业的商品购销价格，除少数关系国计民生的重要商品，国家明令规定必须执行国家定价以外，其余产（商）品由企业根据市场情况自行定价，但这种价格不是完全的自由价格，因为当时的国营牌价，对市场具有领导作用，一般工商企业都参照国营牌价定价。参照牌价定价并不是完全执行牌价。这些经济成分企业的购销价格，高于或低于牌价的现象是经常发生的。因此，在1949年10月1日到1952年的三年国民经济恢复时期，其它经济成分的工商企业定价属受国营牌价影响的企业定价。