

高等职业技术教育 工程造价管理专业系列教材
GAODENG ZHIYE JISHU JIAOYU GONGCHENG ZAOJIA GUANLI ZHUANYE XILIE JIAOCAI

建筑工程造价管理

主 编 廖天平
何永萍

JIANZHU GONGCHENG

LI



重庆大学出版社

TU723.3
L561

高等职业技术教育工程造价管理专业系列教材

建筑工程造价管理

廖天平 何永萍 主编



A1089350



重庆大学出版社

内容提要

本教材是高等职业技术教育工程造价管理专业系列教材之一。主要介绍了建筑工程造价管理的概念、构成,建筑项目决策、设计、施工3个阶段工程造价的确定与控制,以及项目竣工决算的编制与竣工后费用控制。对造价的构成、设计预算、施工图预算、工程的变更、索赔、工程量清单报价、建筑工程的结算等进行了详细的阐述。内容系统全面,讲解深入浅出,是一本实用性和可操作性都很强的书。

本书适合于工程造价管理、建筑项目管理等专业的教材用书,也可作为从事建筑工程管理、工程预算等建筑从业人员的学习参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

建筑工程造价管理/廖天平,何永萍主编. —重庆:重庆大学出版社,2003.8

高等职业技术教育工程造价管理专业系列教材

ISBN 7-5624-2595-7

I. 建... II. ①廖... ②何... III. 建筑造价管理—高等教育:技术教育—教材
IV. TU723.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第065974号

高等职业技术教育工程造价管理专业系列教材

建筑工程造价管理

廖天平 何永萍 主编

责任编辑:林青山 郭一之 版式设计:林青山

责任校对:廖应碧 责任印制:秦梅

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鹤盛

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

重庆师范学院印刷厂印刷

*

开本:787×1092 1/16 印张:14.5 字数:362千

2003年8月第1版 2003年8月第1次印刷

印数:1—5 000

ISBN 7-5624-2595-7/TU·116 定价:19.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有 翻印必究

系列教材编委会

名誉主任 赵月望 张 健

主 任 武育秦

副 主 任 杨树清 张鸽盛 廖天平

编 委 (按姓氏笔画为序)

刘仁松 吴心伦 李景云 余 江

但 霞 何永萍 武育秦 杨树清

杨 宾 张宜松 秦树和 陶燕瑜

廖天平 盛文俊

序

国家教育部教高[2000]2号文《关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》中指出：“高职高专教育要全面贯彻第三次全国教育工作会议和《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》精神，抓住机遇，开拓进取。今后一段时期，高职高专教育人才培养工作的基本思路是：以教育思想、观念改革为先导，以教学改革为核心，以教学基本建设为重点，注重提高教学质量，努力办出特色，力争经过几年的努力，形成能主动适应社会经济发展需要、特色鲜明、高水平的高职高专教育人才培养模式。”为全面贯彻文件精神，学校决定将工程造价管理专业进行教学改革试点，以期办出高职高专特色，培养出高质量的，适应生产、建设、管理、服务第一线需要的，德、智、体、美等方面全面发展的高等技术应用性人才。

工程造价管理专业系国家教育部列为全国高等职业技术教育教学改革试点专业。按照国家教育部的规定要求，专业教学改革试点的主要内容是：对专业的培养目标、人才规格、教学模式、课程设置、教学内容和教材建设等方面进行全面、系统的研究与改革试验；要在研究专业知识能力结构、改革现有课程设置体系、建立新的教学模式、加强动手能力培养的同时，还应进行与之相适应的专业系列教材建设。正是根据上述规定要求，我们在学校教学改革领导小组的指导下，成立了系列教材编审委员会，并由重庆大学出版社具体组织，在原专业系列教材的基础上重新改版编写。它包括《建筑工程定额与预算》、《安装工程定额与预算》、《装饰工程定额与预算》、《工程招投标与合同管理》、《建筑工程造价管理》、《建筑识图与房屋构造》、《建筑工程施工工艺》、《电气工程识图与施工工艺》、《管道工程识图与施工工艺》、《工程技术经济》、《工程成本会计学》、《专业英语》12本主要教材。由武育秦教授担任编委会主任，杨树清副教授、张鸽盛社长、廖天平副教授担任编委会副主任，并负责系列教材出版的编审工作。

本专业系列教材主要是为满足工程造价管理专业教改的需要而编写的，除邀请部分外校教师担任教材编写工作以外，其余均由参

加教改试点专业授课的教师在总结多年教学改革试点经验的基础上,对原 11 本系列教材内容进行了较大的增删与改革,如将原《建筑工程材料》教材删去未列入本系列教材中,但同时增加了《建筑工程造价管理》和《建筑技术经济》、《专业英语》课教材;有的教材还重新进行了组合,如将原《安装工程识图》和《安装工程施工工艺》教材,改为《电气工程识图与施工工艺》和《管道工程识图与施工工艺》教材,使教材内容衔接更加紧密和切合实际。总之,该系列教材进一步突出了理论知识的应用,加强了实践能力的培养,体现了高等职业技术教育和高等工程专科教育的特色。由于这次改版编写时间仓促,专业水平有限,教材中的不妥和错漏之处在所难免,敬请广大读者与同行专家批评指正。

系列教材编委会
2002 年元月

前言

《建筑工程造价管理》是高等职业技术教育工程造价管理专业系列教材之一。本教材立足于建筑工程全过程的工程造价管理,结合目前我国工程造价管理体制改革的最新成果和最新的工程造价计价方法,以造价工程师应具备的知识、能力为主线,按照工程造价管理专业培养方案的基本要求,介绍了建筑工程造价管理概论、建筑工程造价构成、建筑项目决策阶段工程造价的确定与控制、建筑项目设计阶段工程造价的确定与控制、建筑项目施工阶段工程造价的确定与控制、竣工决算的编制与竣工后费用的控制等方面的知识;重点阐述工程建设的决策阶段、设计阶段和施工阶段工程造价的确定与控制,概略介绍工程量清单计价规范的主要内容和计价方法,使学生初步树立工程造价管理全过程的观念。

本教材具有以下特点:①内容全:无论是工程造价的构成,还是工程造价管理的全过程,都做了较系统的讲解;②知识新:充分体现了目前我国工程造价管理体制改革的最新成果和工程量清单计价规范;③通俗易懂。

本书可作为高等职业技术教育本、专科,高等工程专科教育,成人高等教育以及自学考试等教学用书,也可作为工程造价管理人员、工程技术人员的学习用书。

本书共6章,由廖天平、何永萍任主编,其中第1,3,5章由廖天平编写;第4,6章由何永萍编写;第2章由刘洁编写。

由于专业水平有限,编写时间仓促,对于书中存在的错误和不足之处,敬请同行专家及广大读者提出批评意见,以便作者修订完善。

编者
2003年4月

目 录

第 1 章	工程造价管理概论	1
1.1	价格原理	1
1.2	建筑工程造价概述	10
1.3	建筑工程造价管理	15
1.4	建筑工程造价计价依据	27
	小结 1	39
	复习思考题 1	40
第 2 章	建筑工程造价的构成	41
2.1	概述	41
2.2	设备及工、器具购置费用的构成	44
2.3	建筑安装工程费用构成	51
2.4	工程建设其他费用构成	58
2.5	预备费、建设期贷款利息、固定资产投资方向调节税	62
	小结 2	65
	复习思考题 2	65
第 3 章	建筑项目决策阶段工程造价的确定与控制	66
3.1	概述	66
3.2	建筑项目可行性研究	68
3.3	投资估算	72
	小结 3	88
	复习思考题 3	89
第 4 章	建筑项目设计阶段工程造价的确定与控制	90
4.1	概述	90
4.2	设计方案的优选	98
4.3	设计概算	107
4.4	施工图预算	120

4.5	工程量清单计价·····	125
4.6	限额设计·····	135
	小结 4 ·····	140
	复习思考题 4 ·····	141
第 5 章	建筑项目施工阶段工程造价的确定与控制 ·····	143
5.1	工程变更与合同价的调整·····	143
5.2	工程索赔与索赔费用的确定·····	149
5.3	建筑工程结算·····	171
5.4	资金使用计划的编制与控制·····	188
	小结 5 ·····	201
	复习思考题 5 ·····	202
第 6 章	竣工决算的编制与竣工后费用的控制 ·····	203
6.1	竣工验收·····	203
6.2	建筑工程竣工决算·····	206
6.3	工程保修费用的处理·····	217
	小结 6 ·····	219
	复习思考题 6 ·····	219
	主要参考文献 ·····	220

工程造价管理概论

1.1 价格原理

1.1.1 价格的形成

价格是商品价值的货币表现,商品价值是形成商品价格的基础,因此商品价值构成也是其价格形成的基础。

1) 商品价值的构成

商品价值是凝结在商品中的人类无差别劳动,它是由社会必要劳动时间来计量的。商品生产中社会必要劳动时间消耗越多,商品的价值量就越大;反之,商品的价值量就越小。其构成关系如图 1.1 所示。

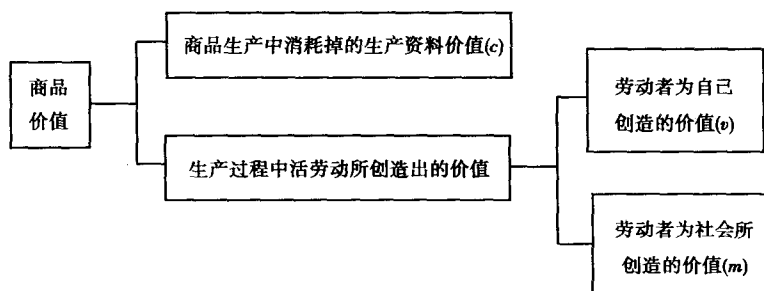


图 1.1 商品价值的构成

2) 价格形成中的成本

(1) 成本的经济性质

成本是指商品在生产和流通过程中所消耗的各项费用的总和,它属于补偿价值的性质。生产领域的成本称为生产成本,流通领域的成本称为流通成本。

(2) 成本在价格形成中的地位

成本在价值形成中的地位可从以下 3 个方面反映:

①成本是价格形成中最重要的因素。成本反映价值中的物化劳动(c)和补偿劳动力价值(v),它在价值构成中占的比重最大,是价值构成中最重要的因素,因此也是价格形成中最重要的因素。

②成本是价格最低的经济界限,是维持商品简单再生产的最起码条件。如果价格不能补偿物化劳动和活劳动消耗,商品的简单再生产就会中断,更谈不上为保证社会经济的发展而需要进行的扩大再生产。因此,只有把成本作为价格的最低界限,才能满足企业补偿物质资料支出和劳动报酬支出的最起码要求。

③成本的变动在很大程度上影响价格。成本是价格形成中最重要的因素,成本的变动必然会导致价格的变动。

(3) 价格形成中的成本是正常成本

所谓正常成本,从理论上说是反映社会必要劳动时间消耗的成本,也即商品价值中 c 和 v 的货币表现。在经济生活中,正常成本是指新产品正式投产成本或老产品在正常生产能力和效率条件下的成本;非正常成本一般是指新产品试制成本、小批量生产成本、其他非正常因素形成的成本等。在价格形成中一般不考虑非正常成本的影响。

3) 价格形成中的盈利

价格形成中的盈利是价值构成中劳动者为社会所创造的价值(m)的货币表现。它由利润和税金两部分组成。价格形成中的盈利是社会扩大再生产的资金来源,对社会经济发展具有十分重要的意义。

价格形成中盈利的多少从理论上讲取决于劳动者为社会创造的价值量,但要准确计算相当困难。一般说来在市场经济条件下,盈利是通过竞争形成的,但从宏观控制和微观管理的角度来看,在制定商品价格时要计算平均利润。目前我国计算盈利有多种方法可供选择。

(1) 按社会平均成本利润率计算盈利和价格

即按部门平均成本和社会平均盈利率计算盈利和价格,它反映商品价格中利润和成本间的数量关系。计算公式如下:

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

$$\text{商品价格} = \text{商品部门平均成本} \times (1 + \text{社会平均成本盈利率})$$

例 1.1 某地社会年生产总额为 200 亿元,年盈利总额为 23.12 亿元。若该地商品混凝土的成本为 300 元/ m^3 ,则该商品混凝土的价格为多少?

解 ①计算社会平均成本盈利率: $\frac{23.12}{200} \times 100\% = 11.56\%$

②计算该商品砼的价格: $300 \text{ 元}/\text{m}^3 \times (1 + 11.56\%) = 334.68 \text{ 元}/\text{m}^3$

成本盈利率比较全面地反映了商品价值中物化劳动和活劳动的消耗,特别是成本在价格中比重很大的情况,它可以使价格不至于严重背离价值,同时计算也比较简单。

我国现阶段的工程造价就是采用成本盈利率计算的。但是,由于计算盈利的基础是成本,生产中物质消耗和劳动力消耗越多,盈利就越多,由此可见,这种价格算法在理论上显然是不合理的,在实践中不利于生产者节约物化劳动和活劳动而降低成本,也不利于物化劳动和活劳动消耗较低的产业部门的发展。

(2) 按社会平均工资盈利率计算盈利和价格

即按部门平均成本和社会平均工资盈利率计算盈利和价格,它反映劳动报酬与盈利间的数量关系。其计算公式为:

$$\text{社会平均工资盈利率} = \frac{\text{全社会商品年盈利总额}}{\text{全社会年工资总额}} \times 100\%$$

$$\text{商品价格} = \text{商品部门平均成本} + \text{商品平均耗费工资数} \times \text{社会平均工资盈利率}$$

从活劳动创造价值的角度看,按工资盈利率计算盈利和价格,能比较近似地反映社会必要劳动量的消耗,因此也就能较准确地反映活劳动的成果,也能较准确地反映各部门的劳动比例和国民收入分配中为自己的劳动与为社会的劳动之间的关系,在计算盈利时也比较简便。但是,平均工资盈利率忽视了资金和技术在生产中的作用,从而使资金密集和技术密集的部门盈利水平不高,处于不利地位,所以,它不利于技术进步,尤其是进入知识经济的时代,它就更加不适应发展潮流了。

(3) 按社会平均资金盈利率计算盈利和价格

即按部门平均成本和社会平均资金盈利率计算盈利和价格,由此计算的商品价格也称为生产价格,它反映全部资金占用和全年总盈利额之间的数量关系。其计算公式为:

$$\text{社会平均资金盈利率} = \frac{\text{全社会商品年盈利总额}}{\text{全社会商品资金占用总额}} \times 100\%$$

$$\text{商品价格} = \text{商品部门平均成本} + \text{商品平均占用资金} \times \text{社会平均资金盈利率}$$

按资金盈利率计算盈利和价格,是社会化大生产发展到一定程度的必然要求,它承认物质技术装备和资金占用情况对提高劳动生产率的作用,符合马克思关于生产价格形成理论,也适应市场经济发展的需要。但是它不利于劳动密集型部门和生产水平较低的部门发展,同时,在实践中也较难于计算。

(4) 按综合盈利率计算盈利和价格

成本盈利率、工资盈利率和资金盈利率分别从不同的角度计算商品价格中的盈利额,各有利弊;综合盈利率是一种取其利而避其害的盈利和价格计算方法。所谓综合盈利率,就是按社会平均工资盈利率和社会平均资金盈利率,分别以一定比例分配社会盈利总额,进而计算价格。设前者占30%,后者占70%,其计算公式为:

$$\begin{aligned} \text{综合盈利率} = & \frac{\text{平均耗费工资数}}{\text{部门平均成本}} \times \text{社会平均工资盈利率} \times 30\% + \\ & \frac{\text{平均占用资金}}{\text{部门平均成本}} \times \text{社会平均资金盈利率} \times 70\% \end{aligned}$$

$$\text{商品价格} = \text{商品部门成本} + \text{部门平均成本} \times \text{综合盈利率}$$

综合盈利率较全面地反映了劳动者和生产资料的作用,但二者各占多大比例,则应视各部门和整个国民经济发展水平加以选择。从发展的眼光来看,以资金盈利率计算为主导应是一种趋势。同时,在市场经济条件下,盈利最终是由市场竞争决定的。

4) 影响价格形成的其他因素

价格的形成除了取决于它的价值基础外,还受到供求状况和币值的影响。

(1) 供求对价格的影响

商品供求状况对价格的影响是通过价格波动对生产的调节来实现的。如果某种商品供给

大于需求,多余的商品就难以找到买主,商品就要低于其价值出售,价格被迫下降;相反,在供不应求的情况下,商品就会高于其价值出售,价格就会提高。商品价格下降,会促使生产者减少供应量,形成供不应求而提高商品价格。商品价格提高又会促使生产者增加供应量,最终使市场供需趋于平衡。这里需要明确的是,价格首先取决于商品的价值,价格作为市场最重要的信号以其波动来调节供需,供需影响价格,价格又影响供需。价格、供求两者相互影响,相互制约。从短期看,供求决定价格,但从长期来看,则是价格通过对生产的调节决定供求,使供求趋于平衡。

(2) 币值对价格的影响

价格是以货币形式表现的价值。这就决定影响价格变动的因素有二:一是商品的价值量,二是货币的价值量。在商品的价值量不变的情况下,货币价值增加,价格就会下降,反之价格就会上升。

除供求和币值对价格形成产生影响外,土地的级差收益和汇率等也会在一定条件下对商品价格的形成产生影响,甚至一定时期的经济政策也会在一定程度上影响价格的形成。

1.1.2 价格的职能和作用

所谓价格职能是指在商品经济条件下价格在国民经济中所具有的功能作用。价格职能对国民经济所产生的效果就是价格的作用。

1) 价格的职能

就其生成机制来看,商品价格的职能可分为基本职能和派生职能。

(1) 价格的基本职能

价格的基本职能包括表价职能和调节职能。

①表价职能。所谓表价职能就是价格表现商品价值的职能。表价职能是价格本质的反映,它用货币形式把商品内含的社会价值表现出来,从而使交换行为得以顺利实现,同时也向市场主体提供和传递了信息。商品交换和市场经济越发达,价格的表价职能越能得到充分体现,也越能显示出其重要性。

②调节职能。所谓调节职能就是价格在商品交换中承担着经济调节的职能。一方面它使生产者确切、具体地了解自己商品个别价值和社会价值之间的差异,了解商品价值的实现程度,即商品在市场上的供求状况。当生产者的个别价值低于社会平均价值时,则可获得除去补偿其劳动消耗外的额外收入;反之,生产者的劳动消耗就不能得到完全补偿而发生亏损。这就促使以追求价值实现和更多利润为目的的生产者去提高技术水平和管理水平,降低自己的个别价值,适应市场需要,不断调整产品结构、生产规模和投资方向。另一方面,价格的调节职能对消费者既能刺激需求,又能抑制需求。消费者在购买商品时所追求的是使用价值的高效和多功能,同时也追求价格的低廉,并在商品的功能和价格比较中做出选择。在商品功能一定的条件下,价格则是消费者进行购买决策的主要依据。当然,这里的需求均指有效需求,在有效需求一定时,价格高则需求降低,价格低则需求增加。由此可见,价格具有对生产消费的双向调节职能,而这种调节职能是通过调节收益分配实现的。价格调节收益分配,从而调节生产和消费,促使资源合理配置、经济结构优化和社会再生产顺利进行。

(2) 价格的派生职能

商品价格的派生职能是从基本职能派生出来的,包括价格的核算职能和国民收入再分配职能。

①核算职能。商品价格的核算职能是指通过价格对商品生产中企业乃至部门和整个国民经济的劳动投入进行核算、比较和分析的职能。价格的核算职能是以价格的表价职能为基础的。我们知道,具体的劳动和不同商品的使用价值是不可综合的,也是不可比较的。价格的核算职能不仅使企业计算成本和核算盈亏成为可能,而且也为社会劳动在不同产业部门、不同产品间进行合理分配提供了计算工具。

②分配职能。所谓价格的分配职能是指它对国民收入再分配的职能,它是由价格的表价职能和调节职能派生出来的。国民收入再分配可以通过税收、保险、国家预算等手段实现,也可通过价格这一经济杠杆来实现。当价格实行调节职能时,它同时也已承担了国民经济收入在企业 and 部门间的再分配职能。在供求关系影响下,把低于商品价值出售商品的企业或部门所创造的国民收入,部分地分配给高于商品价值出售的企业或部门。在市场经济条件下,这一职能是在商品交换中随着供求关系的变化自发地产生,并在分配的方向和数量上不断地调整。

2) 价格的作用

价格的作用是指价格职能的外化,它主要表现在以下几方面:

(1) 价格是实现交换的纽带

价格是伴随商品交换和货币的产生而产生的。价格的表价职能使得不同商品的价值可以进行量的比较,使商品交换得以顺利实现。价格的这一作用随着商品经济的发展而不断地得到强化。

(2) 价格是衡量商品价值和货币之间比值的手段

在“商品—货币—商品”的关系中,货币起着中间环节的作用,在“商品—货币”、“货币—商品”这一交换过程中,价格是衡量商品和货币交换比例的手段,它随着货币价值和商品价值的变动而变动,它与货币价值成反比,而与商品价值成正比。价格的这一作用即使货币的价值尺度、流通手段和支付手段等职能得以实现,也使商品的价值得到了表现。商品与货币比值的确定,为商品与货币的交换创造了实现的可能。

(3) 价格是市场信息的感应器和传导器

价格能够最灵敏地反映市场供求状况和动向。现代市场的任何信息,包括社会、经济、心理乃至政治因素的变动,都会在价格上反映出来,表现出价格是市场的晴雨表和最灵敏的感应器。价格在作为市场信息感应器发生作用的同时,自身又形成了新的价格信息。新的价格信息通过商品交易活动或者某些媒体,传导给各个有着切身利益关系的市场主体,使他们接受这些价格信息作为自己经济行为的决策依据。

(4) 价格是调节经济利益和市场供需的经济手段

价格反映商品的价值,反映凝结在商品中的社会必要劳动时间被承认的程度,价格水平的任何变动都会引起经济利益的重新分配。当价格与其价值相符时,就是等价交换,消耗在商品中的社会必要劳动时间就被社会承认和接受;如果价格低于价值,则该商品所消耗的社会必要劳动时间就未能全部被社会承认;如果商品价格高于其价值,则出售该商品的个人或企业就会通过价格无偿占有一部分他人创造的价值。价格对经济利益的调节将迫使和刺激企业去适应

价格调节,并追踪价格信息的变动,研究价格变动趋势,在此基础上决定如何调整自己的生产经营活动,调整商品的供给数量。这种调整,最终有利于优化资源配置、推动技术进步和提高劳动生产率。

1.1.3 价格构成

1) 价格构成与价值构成的关系

价格构成是指构成商品价格的组成部分及其状况。商品价格一般由4个要素构成,即生产成本、流通费用、税金和利润。但是由于商品价格所处的流通环节和纳税环节不同,其构成要素也不完全相同。比如,工业品出厂价格是由生产成本、税金和利润构成;工业品批发价格是由出厂价格、批发环节流通费用、税金和利润构成;工业品零售价格是由批发价格、零售环节流通费用、税金和利润构成。

价格构成是以价值构成为基础,是价值构成的货币表现。价格构成中的成本和流通费用,是价值中 $c+v$ 的货币表现;价格构成中的税金和利润,是价值中 m 的货币表现。

2) 生产成本

(1) 价格构成中成本的内容

生产成本按经济内容划分主要包括以下几个部分:

- ①原材料和燃料费;
- ②折旧费;
- ③工资及工资附加;
- ④其他,如利息支出费、电信费、交通差旅费等。

(2) 企业财务成本

它比价格构成中成本内容广泛,包括以下成本开支:

- ①原材料、辅助材料、备品配件、外购半成品、燃料、动力、包装物、低值易耗品的原价和运输、装卸、管理费;
- ②固定资产折旧费、计提的更新改造资金、租赁费和维修费;
- ③科学研究、技术开发和新产品试制、购置样品样机和一般测试仪器的费用;
- ④职工工资、福利费和节约原材料、改进技术奖;
- ⑤工会经费和职工教育经费;
- ⑥产品包修、包换、包退费用,废品修复或报废损失,停工工资,福利费,设备维护费和管理费,削价损失和坏账损失;
- ⑦财产和运输保险费,契约、合同公证费和鉴证费,咨询费,专有技术使用费及应列入成本的排污费;
- ⑧流动资金贷款利息;
- ⑨商品运输费、包装费、广告费和销售机构管理费;
- ⑩办公费、差旅费、会议费、劳动保护用品费、取暖费、消防费、检验费、仓库经费、商标注册费、展览费等管理费;
- ⑪其他费用。

不同产业部门企业财务成本的开支范围,因其生产特点和产品形态不同而存在一定差异。

财务成本和价格构成中的成本性质不同,前者反映的是企业在商品生产中的实际开支,是后者的计算基础。

(3) 影响成本变动的因素

影响成本变动的因素很多,主要有以下方面:

- ①技术发展水平;
- ②各类物质资源利用状况;
- ③原材料等物质资料的价格水平;
- ④劳动生产率水平;
- ⑤工资水平;
- ⑥产品质量;
- ⑦管理水平。

(4) 成本变动对价格的影响

①成本变动趋势。从社会经济发展的趋势看,科学技术的发展促使生产效率的大幅提高,从而降低商品生产中社会必要劳动。在货币与商品价值之间的比值不变的条件下,成本必然呈下降的趋势。此时成本与价值变动的方向是一致的,变动的幅度也趋于一致。但由于国民经济各部门或同一部门的不同时期,影响成本变动的因素或作用的程度不同,成本变动的情况也会不同。例如工业部门成本下降趋势要比农业部门明显。在工业部门内部,技术和管理水平提高得越快的部门,成本下降越明显,如家用电器行业。农业部门由于技术和管理水平相对较低,同时受自然条件的影响,成本下降较慢,甚至在某一段时期还会出现上升。有的部门由于受资源或原料供应等因素影响,成本也会有上升趋势,如采掘工业和食品加工工业。

②成本变动对价格的影响。成本的变动会直接影响价格的变动,成本下降速度较快和幅度较大的部门,价格一般也会有相应的降低。成本是价格的基本组成部分,但是价格变动和成本变动有时也不一致,这说明价格变动还受其他因素的影响,如市场因素、宏观政策因素等。

3) 流通费用

流通费用是指商品在流通过程中所发生的费用,它包括由产地到销地的运输、保管、分类、包装等费用,也包括商品促销和管理费用。它是商品一部分价值的货币表现。

对流通费用可以按不同方法分类。

(1) 按经济性质分类

按此可分为生产性流通费用和纯粹流通费用。生产性流通费用,是由商品的物理运动引起的费用,如运输费、保管费、包装费等,它们是生产过程在流通领域的延续;纯粹流通费用是与商品的销售活动有关的费用,如广告费、商业人员的工资、销售活动发生的其他一些费用。

(2) 按商品流转额关系分类

按此可分为直接费用和间接费用。直接费用随商品流转额增加而增加,如运输费、保管费等;间接费用的发生与商品流转额没有直接关系,绝对额的发生比较稳定,故而商品流转额上升会使间接费用相对下降,反之则会上升。

(3) 按计入价格的方法不同分类

可分为从量费用和从值费用。从量费用就是以单位商品的量作为计算流通费用的依据,

直接计入价格,如运杂费、包装费等;从值费用就是以单位商品的值,如销售价或销售价中的部分金额,作为计算流通费用的依据,计算时一般按规定费率通过一定公式计入价格。

在市场经济条件下,由于竞争的日益激烈和商品流通环节的增加,市场规模的扩大,流通费用在价格中所占份额呈现增加的趋势。

4) 价格构成中的利润和税金

(1) 利润

利润是盈利中的一部分,是价格与生产成本、流通费用和税金之间的差额。价格中的利润可分为生产利润和商业利润两部分。

①生产利润。生产利润可划分为工业利润和农业利润两类。工业利润是工业企业销售价格扣除生产成本、流通费用和税金后的余额。农业利润也称为农业纯收益,是农产品出售价格扣除生产成本、流通费用和农业税后的余额。

②商业利润。商业利润是商业销售价格扣除进货价格、流通费用和税金以后的余额,包括批发价格中的商业利润和零售价格中的商业利润。

(2) 税金

税金是国家根据税法向纳税人无偿征收的一部分财政收入。它反映国家对社会剩余价值进行分配的一种特定关系。税金的种类很多,但从它和商品价格的关系来看,可分为价外税和价内税。价外税一般以收益额为课税对象,不计入商品价格,如所得税等。价内税一般以流转额为课税对象,计入商品价格。

价内税是价格构成中的一个重要要素。由于商品的价格种类很多,价内税的种类也很多。主要有:

- ①产品税。它以生产领域的商品流转额为课税对象。
- ②增值税。它以商品的增值额为课税对象。
- ③营业税。它以营业额为课税对象。
- ④关税。包括进口税和出口税。它以进出口商品为课税对象,以完税价格为计税依据。

1.1.4 支配价格运动的规律

运动是价格存在的形式,也是价格职能实现的形式。价格运动是由价格形成因素的运动性所决定的。价格运动受一定规律支配。支配价格运动的规律主要是价值规律、供求规律和纸币流通规律。

1) 价值规律对价格的影响

价值规律是商品经济的一般规律,是社会必要劳动时间决定商品价值量的规律。价值规律要求商品交换必须以等量价值为基础,商品价格必须以价值为基础。但这并不是说,每一次商品交换都是等量价值的交换,也不是说商品价格总是和价值相一致。在现实的经济生活中,价格和价值往往是不一致的,价格通常是或高或低地偏离价值。但从总体上看,当商品中所含价值量降低时,价格就会下降;价值的含量提高,价格也就会升高。价格是价值的货币表现。在市场经济条件下,当投入某种商品的社会总劳动低于社会需求时,它的价格就会因市场供不应求而上升;当投入商品的社会总劳动多于社会需求时,价格就会因商品供大于求而下降。供