

〔波兰〕沃伊切赫·普鲁斯

价格管理

C e n y



机械工业出版社

译 者 的 话

本书译自波兰国家经济出版社1978年《价格》一书的修订本。为便于理解，书名改译为《价格管理》。这本书是该社出版的“大经济组织丛书”之一，系统地介绍了波兰价格管理的方针、政策和订价原则，以及价格制度的变化情况，其中，对大经济组织（即联合公司）的价格管理作了详细的阐述。全书共分六章，包括：一、价格的职能、种类和类别；二、制订和监督价格的组织；三、制订生产资料销售价格的原则；四、制订消费品零售价格的原则；五、进口商品的价格；六、提高中央在制订价格方面领导各经济单位的效果和手段。

波兰自1971年以来，对物价和价格管理体制进行了多次改革，取得了一定的经验和教训。我国的现行价格管理体制，同波兰改革前的类型相似。当前，我国正在进行经济管理体制的改革，而价格管理体制如何改革已成为比较突出的问题，因此，波兰的经验值得我们认真借鉴，以便更好地利用价格这个经济杠杆，搞好我国的经济管理体制的改革，促进社会主义经济的繁荣发展，更好地为四化建设服务。

本书适合我国从事物价管理、计划管理、财政、税收、物资、销售、外贸和财经类大专院校、经济研究单位的有关人员阅读。

本书的校订工作，得到第一机械工业部财务会计司沙训教、庄雄川同志的帮助，在此表示感谢。

译 者

一九八〇年九月

目 录

译者的话

一、价格的职能、种类和类别	1
1. 价格的职能	1
2. 价格的种类	6
3. 价格的类别	11
二、制订和监督价格的组织	13
1. 中央对价格政策的管理	13
2. 部长会议制订价格的权限	14
3. 国家价格委员会主席制订价格的权限	17
4. 联合公司经理制订价格的权限	18
5. 企业经理制订价格的权限	20
6. 举例说明制订价格的权限划分	20
7. 私人零售点中价格的应用	22
8. 价格监督机构	22
9. 改变价格后对附加产值的调整	25
三、制订生产资料销售价格的原则	28
1. 制订生产资料销售价格的总原则	28
2. 第一次订价	29
3. 价格中考虑利润加价的方式	31
4. 价格的限额	34
5. 依据产品用户的受益情况制订价格	35
6. 特殊产品和协作产品的价格	44

IV

7. 机器和设备的零配件的价格	46
8. 销售价格的变动	47
四、制订消费品零售价格的原则	52
1. 1971~1977 年零售价格政策	52
2. 对生产者的价格和对消费者的价格之间的联系	60
3. 制订零售价格的方法	65
4. 在生产成本的基础上制订价格	65
5. 通过比价的方法制订价格	67
6. 在分析供求关系的基础上制订价格	68
7. 对生产质量的优惠待遇	70
8. 新时样产品和市场新产品的价格	72
五、进口商品的价格	77
1. 进口商品的价格制度与出口的赢利性的核算	77
2. 进口基本原料的价格	78
3. 进口商品的成交价格	79
4. 定期的固定价格	79
5. 统一的定期价格	80
6. 采购的核算价格	82
7. 进口商品的零售价格	83
六、提高中央在制订价格方面领导各经济单位的 效果和手段	85
1. 授予经济单位制订价格的权限	85
2. 制订价格原则问题的指示	86
3. 监督价格的方法和方针	89
4. 经济单位在制订价格方面的曲解	91

一、价格的职能、种类和类别

1. 价格的职能

价格是每一个国营生产单位在决定生产什么，生产多少和使用什么原料时，必须考虑的基本参数之一。我们知道，大经济组织[⊖]实行的经济-财务体制[⊖]，能使人们对改善经营效果、扩大附加产值[⊖]和改善经济效果发生强烈的兴趣。价格从两方面影响着生产者的经济效果：一方面是影响其销售价值；另一方面是影响其物资消耗费用，因而也就影响其成本费。销售总额取决于所销售的产品数量及其所得到的价格。同样，物资消耗总额也取决于所消耗的原料和材料的数量，以及为其所支付的价格。

价格的情报职能 从产品价格对生产结构产生影响的角度看，产品价格可以是不偏不倚的，也可以是积极干预生产结构的。当生产任何一种产品都给生产者带来同样的经济利益时，价格就是不偏不倚的。让我们举例说明，假如一个企业使用同样的生产设备生产1000件甲产品，或者生产500件乙产品，而这些产品的单位成本和价格情况如下（单位：兹罗提）：

⊖ 即联合公司。

⊖ 波兰于1972年开始试行的新经济体制。

⊖ 原文为 *Produkcja dodana*。即新创造的价值加固定资产折旧费。

项 目	甲产品	乙产品
1. 物资消耗	6	7
2. 劳动力费用	2	4
3. 其他费用	1	2
4. 全部成本费	9	13
5. 价 格	10	15

在这种情况下，生产 1000 件甲产品或 500 件乙产品 给企业带来的经济利益情况如下（单位：兹罗提）：

项 目	甲产品	乙产品
1. 销售额	10000	7500
2. 销售额中的成本费	9000	6500
3. 利润（销售额减去 销售额中的成本费）	1000	1000
4. 物资消耗	6000	3500
5. 附加产值（销售额 减去物资消耗）	4000	4000
6. 劳动力费用	2000	2000
7. 劳动力费用与附加产值的 关系 $\frac{\text{劳动力费用}}{\text{附加产值}}$	0.5	0.5

从上述情况可以看出，无论是生产 1000 件甲产品，还是生产 500 件乙产品，两种情况中企业所获得的利润和附加产值的大小是一样的。两种情况下都必须动用同样的工资基金。这样价格对生产结构也就没有影响，而企业对生产甲产品和生产乙产品的兴趣是一样的。像上述例子那样，如果价格对生产结构没有影响的话，那么，生产者将倾向于按用户需求的数量来生产甲产品或乙产品。

价格，更确切地说是价格间的关系，也可以安排得使生产者对生产某些产品的兴趣超过生产另外一些产品的兴趣。譬如象前面讲的那个例子，企业可以利用同样的生产设备或者生产 1000 件甲产品，或者生产 500 件乙产品，这些产品的单位成本同前例是一样的，但是它们的价格分别是：

甲产品——11 兹罗提；乙产品——14 兹罗提。

在这种情况下生产 1000 件甲产品或生产 500 件乙产品给企业带来的经济利益（兹罗提）情况如下：

项 目	甲产品	乙产品
1. 销售额	11000	7000
2. 销售额中的成本费	9000	6500
3. 利润（销售额减 销售额中的成本费）	2000	500
4. 物资消耗	6000	3500
5. 附加产值（销售额减 物资消耗）	5000	3500
6. 劳动力费用	2000	2000
7. 劳动力费用与附加产值的 关系 $\frac{\text{劳动力费用}}{\text{附加产值}}$	0.4	0.6

这样，生产甲产品对生产者来说就比生产乙产品更加有利，带来的附加产值和利润也更大。通过这种方式，价格体制就告诉生产者：应该生产甲产品，而不是乙产品；这样价格就行使自己的情报职能。异常重要的是转给生产者的价格体制方面的情报应该是正确的，以便他能从生产较受用户欢迎的、新颖的、高质量的产品中获取较大的利润。因为那时，当他根据价格体制提供的情报安排生产结构时，他的行

动既符合了用户和国民经济的需要，又更新了生产，采用了新技术。

价格给生产者提供的不仅是关于所需生产品种的情报，价格体制也提供了可供生产者利用来安排原料和物资消耗结构的情报。在许多情况下同一种产品可用不同材料制造（譬如，用金属、用木材或塑料）。生产者在决定用什么材料制造时，予以考虑的基本选择标准之一是可以相互替代的原材料的价格。从这一角度说，原材料的价格应该首先向生产者提供正确的有关该原材料开采或制造所耗资金情况的情报，以便使生产者能选择利用那些对他来说比较便宜，而从整个国民经济角度看也较便宜的原材料。价格还应反映具体原材料的稀有程度。甚至当原料的开采资金相对比较少，而该原料的数量非常小的时候，它的价格也应作相应的反映：这时价格可高于由该原料开采或制造时所需要的资金的水平。

价格不仅对产品生产者来说是一种情报，对消费者也是一种情报。消费者在选择自己需要的“一篮子”商品和服务业务时也依据这一情报（价格的水平及其比例）。为此，价格体制提供的情报应该是正确的，这一点异常重要，否则可能使消费者确定这“一篮子”内容时会作出不符合社会优势的抉择。

价格反映收入的职能 价格不仅有情报职能，同时它也决定着具体经济单位的收入水平。正如我们所指出的，生产者的收入（我们可以把它看成是附加产值）一方面取决于自己产品赢得的价格水平，另一方面取决于所用原材料的价格水平。产品赢得的价格越高，生产者的收入也越大；相反，生产所用原材料的价格越高，生产者的收入也就越低。

价格也是形成消费者实际收入的因素之一。在这种情况下

下消费者用他所获得的现金收入（工资、养老金、退休金、出售自己生产的农产品的收入等）购置的商品数量和得到的服务情况就是其实际收入。如果商品和消费服务业的价格水平不变的话，那么实际收入的增长就是名义收入的增长（即现金形式的工资、养老金、退休金，以及居民其他形式现金收入的增长）。如果这些价格上涨，那么实际收入的增长就由名义收入增长和价格上涨（更准确说即生活费用上涨）的幅度所决定。如果价格下跌，那么实际收入的增长就是名义收入增长再加上价格水平的下降部分。

在构成生产者和消费者实际收入时，价格行使了自己反映收入的职能。

价格是使供求达到平衡的工具 价格也是使某些物资的供求达到平衡的因素之一，在较长时期内，它应该是维持供求平衡的价格。在一定价格水平上供求关系平衡的破坏，要么表现为商品缺乏（当需求超过供应时），要么表现为产品的销售困难（当供应大于需求时）。要恢复供求平衡，要么使供应适应需求（通过增加生产来消除供应短缺现象和更新产品来扩大销售能力），要么改变价格使需求适应供应（通过提高价格来限制需求，或者通过降低价格来扩大需求）。

也可临时采取其他解决办法，缓和供求之间的不平衡状况。其中首先是确定各种形式的销售规则，限量销售，而在限量以外销售的商品，一般实行高价。1976 年对糖的销售实行限制，就是这种解决办法的例子。众所周知，尽管供求关系已不平衡，当时并没有普遍提高糖价，而是实行了一个原则，即只有用糖票才能按原有价格（每公斤 10.5 兹罗提）买糖。与此同时确定了糖票的分配标准：一般是每人每月 2 公斤。除了凭票售糖（这种销售量是有限的）以外，也按所谓

商业价格实行糖的自由销售，以保证需求和供应的平衡。

另一种解决办法是采取预付制出售商品。最近几年某些耐用品的销售采用了这一制度。这主要指的是汽车，买汽车需要等待，如果你想按目前供求不平衡状况下通行的零售价格购买汽车的话，就要预付价款。但是如果谁想不排队买汽车的话，他可以在所谓快速销售制中得到这种可能性，不过那要支付较高的价格，这种高价使供求关系得到平衡。

这些解决形式（限量销售、预付制，包括对某些销售商品实行平衡价格）还是有某些不便之处的，也不能完全消除缺乏平衡的不良后果。因此这只能被看成是一种过渡性解决办法，最终要通过相应地增加供应或提高全部投放市场商品的价格来达到完全恢复平衡的目的。

2. 价格的种类

由于贸易的范围和级别不同，经济领域也就存在着不同种类的价格：销售价格、批发价格、零售价格、成交价格、出厂价格、结算价格、内部价格等等。

销售价格 销售价格是国营生产者出售自己产品的价格。对那些只在国营经济单位中流通的多数生产物资（原料、材料、最终产品的零部件、机器和设备），只确定销售价格。国营生产者也按这种价格向国营商业批发单位出售自己生产的消费物资。但在这种情况下不确定销售价格，而首先是为消费物资确定零售价格，即向最终用户——消费者出售时所使用的价格。销售价格就好像是零售价格“派生的”价格，因为它的构成是零售价格减去商业加价（批发加价和零售加价）。

批发价格 商业批发单位按批发价格出售自己的产品。

这主要是指向零售商业单位出售消费物资，但其他各种公营用户也可以按批发数量用批发价格购置生产物资（材料、工具）。批发价格与销售价格不同的是，它有批发加价，作为对商业批发单位在批发贸易中的劳动报酬。

零售价格 最终用户在零售贸易单位按零售价格购买消费物资。如果买主是私人生产者的话，生产物资也按零售价格出售，譬如农业生产资料（化肥、农药、种子、农业机械）或向私人手工作坊提供的材料和机器等就属此类。零售价格不同于批发价格之处是，它有零售加价，作为给零售商业单位的劳动报酬。

成交价格 成交价格应用于对外贸易，应用于进口和出口中。进口中的成交价格是用外汇向外国供货者支付的价格（还包括直到波兰边界的运输费用和国外代理商的佣金），然后通过现行汇率再折算成通用的兹罗提。大多数进口是按成交价格计算的：国内用户向进口商（外贸公司）支付成交价格，再加上差价或佣金，作为对进口商工作的报酬，如果进口商品有进口税的话，还要再加上进口关税。

出口中的成交价格是从国外用户处所获得的用外汇支付的价格，刨除从波兰边界到货物运输终点的运费，也可能还要刨除国外代理商的佣金，再通过现行汇率折算成通用的兹罗提。国内生产者从出口商，即外贸公司那里获得成交价格，外贸公司从这一价格中扣除应留给自己的差价或佣金。

出厂价格 出厂价格是用于调整国营生产者利润水平的一种价格，是这些生产者对国家所收周转税[⊖]和所给予的物价补贴进行结算的基础。当销售价格同产品的生产成本存在很大差别，使生产者获得明显高于正常利润的财务收入（价格

⊖ Podatek obrotowy.

和成本之间的差额)时,除为该产品确定销售价格外,可再制订出厂价格。这一般是在生产成本和生产者应得利润的基础上制订的。销售价格和出厂价格之间的差额以周转税形式上缴国家。当销售价格不足以使生产者收回生产成本和获得应有利润时,也要制订出厂价格。在这种情况下生产者从国家预算中以物价补贴形式得到出厂价格同销售价格之间的差额。

最近几年,单独为每项产品确定出厂价格的情况越来越少了。在很大范围内实行了对整类产品按同等税率征收周转税和确定物价补贴的原则,以取代出厂价格及与之相关的各种周转税收制度。关于这一问题将在本书第四章详细加以阐述。

结算价格 结算价格适用于大经济组织内部,旨在平衡各企业在各种产品的生产成本和赢利方面存在的差距。如果几个企业同属一个大经济组织(联合公司),生产同一种产品,但因客观生产条件不同,导致各企业生产该产品所花费的生产成本有很大差别,这时可以实行结算价格制。我们这里所说的产品,是按销售价格向用户出售的,但是大经济组织(联合公司)为制造这种产品的每个企业是单独确定结算价格的,以补偿该企业所花费的生产成本,并使之获得正常的所谓定额利润。生产条件比较优越,因而生产成本低于平均成本水平的企业的结算价格就低于销售价格,而生产条件较差的企业的结算价格就高于销售价格。

生产结果高于平均水平的前一类企业,把销售价格和结算价格之间的差额转入联合公司的相应的帐目上。联合公司从这种积累中拿钱给那些生产条件低于平均水平的企业以补偿结算价格和销售价格的差额。这种结算价格体制,正如前

面我们所说，应用于那些具体企业间客观生产条件相差比较大的工业部门。最典型的部门是硬煤开采业，众所周知，开采条件是有很大差别的，因此生产成本也大不相同。

最近几年结算价格体制得到更加广泛的应用（主要在化工部门），但其目的不在于平衡生产同类产品的各企业间的不同生产成本，而在于消除同一企业在生产不同产品时赢利性上存在的差别。按税率缴纳周转税的体制取代各种不同周转税以后，有时导致了具体产品的非常悬殊的赢利性。这种情况如不加以克服，就会引起从社会需求角度来说没有道理的生产品种结构的改变，因为企业会对生产能为他们带来高利润的产品发生强烈兴趣，而限制那些赢利小或根本不赢利的产品的生产。为了克服这种现象，某些大经济组织实行了结算价格体制。这种价格的制订要使它能够补偿每个产品的生产成本，并使每个产品都给企业带来接近于应有水平的利润。企业同大经济组织（联合公司）之间对销售价格同结算价格之间的差额进行结算，而大经济组织（联合公司）又有义务对周转税和物价补贴进行结算。

联合公司中心可以使计算在每项具体产品的结算价格中的利润有所不同，这就为把结算价格作为重要手段加以利用，为掌握联合公司下属各企业的生产品种结构创造了条件。

内部价格 内部价格应用于同一大经济组织内部各具体企业间的结算之中。它是由联合公司的管理中心本着保证回收成本和获得利润的原则确定的，也可依据其他原则加以确定，譬如仅以回收计划成本为原则来确定。这种价格既可应用于同一大经济组织内部各企业间的产品交易，这时它就是这些交易产品的唯一价格；也可应用于对外出售的、供应大经济组织之外的用户的产品上。这后一种情况中的内部价格

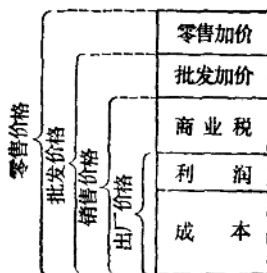
一般是不同于外部用户购买时所使用的销售价格的。

各种价格的相互关系。各种价格之间，以及价格、成本、利润、周转税和物价补贴之间的相互关系，可以通过下面的图式加以说明：

$$\begin{aligned}
 & \text{零售价格} \\
 & - \text{零售加价} \\
 & = \text{批发价格} \\
 & - \text{批发加价} \\
 & = \text{销售价格} \\
 & - \text{周转税} \quad \text{或} + \text{物价补贴} \\
 & = \text{出厂价格} \\
 & - \text{成本费} \\
 & = \text{利润} \quad \text{或} \quad \text{亏损}
 \end{aligned}$$

我们也可以用下面一幅关于一种缴纳周转税的赢利产品的价格图解加以说明。

各种价格之间的相互关系：



需要补贴的产品的价格结构，不同之处就在于它的出厂价格高于销售价格，为此出现了物价补贴和类似赤字的周转税。物价补贴也可以通过规定按销售价格计算的贸易的税率

的途径来确定，这时出厂价格的概念就不复存在了。

3. 价格的类别

各种不同价格，由于它们在经济周转中的应用范围和级别不同，为此依据它们制订的方式和所具有的职能，我们可以把价格分成不同的类别。

法定价格 由被授权的国家行政机关或经济部门，根据相应的法律所制订的价格，称之为法定价格。这样制订的价格，对所有参加贸易者或制订价格决议所指明的所有者，都有约束力。我国经济领域所实行的多数价格，都具有法定价格性质。法定价格可以是固定价格、最高价格或最低价格。

固定价格 固定价格的确定，意味着使用这种价格者有义务严格按被授权的国家行政机关或经济部门所规定的价格收费或支付。贸易的参加者无权按高于或低于规定价格的价格收费（或支付）。

最高价格 确定最高价格，意味着销售者不能按高于所规定的价格出售，但却有权按低于所规定的价格出售。最近一个时期使用最高价格的范围明显扩大了。一般都把国家价格委员会主席在将制订价格的权限下放给联合公司经理之前所规定的价格，看成是最高价格。这就意味着联合公司的经理有权降低国家价格委员会主席所规定的价格，但无权抬高这一价格。

在许多情况下，联合公司经理在被授权后所制订的价格，也被看成是最高价格。这就意味着各企业的经理在出售自己产品时，采用的价格可以低于、但不能高于联合公司经理所规定的价格。一般非国营经济单位所生产的产品和所提供的劳务的价格，具有最高价格性质。

最低价格 在某种情况下，人们把所确定的价格看成是最低价格。这就意味着实践中不可能使用低于规定价格的价格。在签订蔬菜和水果收购合同时广泛使用最低价格。最高价格所约束的首先是销售者（他可以用不高于最高价格的任何一种价格出售）；而最低价格所限制的则主要是购买者（他支付的可以高于最低价格，但却不能低于最低价格）。

协定价格 国营经济单位之间进行贸易时，确定价格的特别方式是购买者和销售者按照国家价格委员会主席或被授权的其他国家行政机关所规定的原则达成协议。通过这种方式确定的价格称为协定价格（合同价格）。协作产品，以及特殊产品的交易是广泛应用这种价格的事例。

最后价格 有些时候把制订价格的权限交给生产者或提供劳务者，同时非常详细地指明制订价格的因素，为此，生产者和提供劳务者的权限与其说是制订价格，不如说是按严格规定算出价格。譬如在服装和食品等工业部门就采用这种制订价格的体制。

自由价格 正如前面所说，我国经济领域所实行的多数价格都具有法定价格性质。但是在某些场合价格可以被看作是自由的，销售者可自由确定价格，他考虑的只是市场形势和自己的经济核算。私营经济单位之间或这些单位同农户之间进行交易所使用的价格，多半具有这种性质。国家只在很小的程度上对这一领域的价格予以干涉，譬如为私人企业的较重要的服务项目规定价格，以及为私人售货点规定蔬菜和水果的零售价格等。在非常狭小的范围里，也就是针对那些对居民开支影响不大的某些商品来说，国营生产者为其生产的市场商品所确定的价格，也可以被当作自由价格看待。

二、制订和监督价格的组织

1. 中央对价格政策的管理

鉴于价格在指导生产和消费结构的形成方面所起的作用，中央在制订价格和对其实行有效监督方面保留很大程度的决定权是必要的。但是价格体制也必须具有足够的灵活性，以便能在必要范围里对生产和交换条件的变化作出反应，否则错误的价格就会向生产者和消费者提供虚假的情报，这样一来它们就可能以不符合社会需要和以合理经营条件的方式去影响生产和消费。

当然，在很大程度上保证中央在制订价格方面的领导作用，并不是说所有的价格都必须由相应的中央机关来确定。对实现价格政策的基本目标来说这是不需要的，而且也是不可能的。没有相应的统计数字，以便准确地说明波兰所制订的价格的数量，但据估计，1977年制订了约17万个新价格，这还不包括一年内经常发生变化的果菜园产品的价格、食品工厂制订的价格和进出口中实行的成交价格。在17万个新价格中，各具体行政机关和经济部门制订的价格所占的比重是：部长会议和国家价格委员会制订的价格占5%，国家价格委员会各地方分会制订的价格占14%，联合公司和企业的经理制订的价格占81%。

至于说到影响国内价格水平的因素，那么，具有决定性影响的不是数量庞大的而又往往非常零碎繁杂和产量不大的