

企 业

QIYEZENYANGDINGJIA

怎 样

定 价

《企业怎样定价》编写组 编著
上海社会科学院出版社

企业怎样定价

《企业怎样定价》编写组

杨宏道

张泓铭

章秀文

王占鳌

余存竹

编著

上海社会科学院出版社

责任编辑：曹均伟

特约编辑：廖仲仪

封面设计：邹越非

企业怎样定价

《企业怎样定价》编写组编著

上海社会科学院出版社出版

(上海淮海中路 622 弄 7 号)

新华书店上海发行所发行 崇明红卫印刷厂印装

开本 787×1092 1/32 印张 7.125 字数 151,000

1987 年 6 月第 1 版 1988 年 6 月第 1 次印刷

印数 1—5,500

书号 4299·048 定价 1.50 元

内 容 提 要

这是一本专供企业管理干部，尤其是厂长和价格管理工作者阅读的书藉，此书主要论述了企业定价理论和实际问题：首先，阐述了企业定价的必要性和作用、性质、特点以及范围等基本问题；接着，论述了同企业定价有关的价格理论和价格体制问题；然后详尽地就企业定价的实务问题展开了讨论，其中包括如何按成本和比价定价的基础知识，也包括如何实行浮动价格、工商协商定价、企业内部协作价格和新产品试销价格的定价知识，还包括如何实行农副产品议购议销价格和确定饮食品价格，以及小商品定价的实务知识，等等；最后介绍了国外企业定价的经验和技巧。

在经济体制改革深入开展的新形势下，本书的出版，对于进一步扩大包括定价权在内的企业自主权、继续搞活企业有着很大的现实意义。此书尚属国内最先出版的有关企业定价方面的应用性经济著作，对企业如何应用定价权以提高经济效益，具有一定的参考价值。

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 企业定价权的必要性和作用	(2)
第二节 企业定价的性质、地位和特点	(4)
第三节 企业定价权的范围	(8)
第二章 价格基本原理和价格管理体制	(10)
第一节 价值、价值规律和价值构成	(10)
第二节 价格和价格构成	(14)
第三节 价格管理体制	(18)
第三章 怎样按成本定价	(24)
第一节 定价成本与会计成本的区别与联系	(24)
第二节 如何将会计成本作为定价成本	(29)
第三节 怎样安排利润和计算税金	(33)
第四节 流通费用的内容和掌握原则	(40)
第四章 怎样按比价定价	(45)
第一节 比价的意义	(45)
第二节 比价的对象	(48)
第三节 比价的标准与方法	(53)
第四节 按比价定价与按成本定价方法的协调	(56)
第五章 怎样实行浮动价格	(59)
第一节 实行浮动价格的意义	(59)
第二节 浮动价格的性质、特点和适用范围	(62)
第三节 实行浮动价格需要考虑的因素	(66)

第四节	正确处理浮动价格的各种问题	(71)
第六章	怎样制订农副产品议购议销价格	(79)
第一节	实行议购议销价格的意义	(79)
第二节	议购议销价格的性质和范围	(82)
第三节	议购议销的指导思想和定价原则	(87)
第七章	怎样实行小商品协商定价	(91)
第一节	小商品实行协商定价的必要性	(92)
第二节	小商品协商定价的范围	(95)
第三节	小商品出厂价格的协商确定	(101)
第四节	小商品批发价格和零售价格的协商确定	(105)
第五节	搞好协商定价需要解决的几个问题	(111)
第八章	怎样确定新产品试销价格	(117)
第一节	新产品的特点及其对价格的影响	(117)
第二节	确定新产品试销价格的主要方法	(119)
第三节	确定新产品试销价格应注意的问题	(121)
第四节	改进型和仿制型新产品的定价方法	(125)
第九章	怎样确定企业内部协作价格	(131)
第一节	实行企业内部协作价格的意义	(131)
第二节	内部协作价格的产品范围和特点	(136)
第三节	确定内部协作价格的原则和方法	(139)
第四节	如何用差别折扣法确定内部协作价格	(141)
第五节	内部协作价格中的财政税收问题	(146)
第六节	实行内部协作价格要掌握的其它问题	(149)
第十章	怎样确定国家不定价的商品价格、非商品收费和工 艺协作收费	(154)
第一节	整台产品中国家不定价的零部件价格的	

确定	(154)
第二节 一次性产品价格的确定	(157)
第三节 零星工业性劳务收费的确定	(159)
第四节 技术转让费的确定	(163)
第五节 咨询服务收费的确定	(168)
第十一章 怎样确定残损变质商品的处理价格	(171)
第一节 残损变质商品的性质与范围	(171)
第二节 残损变质商品的处理和削价	(173)
第十二章 怎样确定饮食品的价格	(177)
第一节 饮食业的特点及其对价格的影响	(178)
第二节 饮食品的定价原则和毛利率水平	(181)
第三节 饮食品价格的计算和确定	(184)
第四节 确定饮食品价格需要注意的几个问题	(189)
第十三章 外国企业定价介绍	(195)
第一节 定价在国外企业经营中的地位 and 作用	(195)
第二节 外国企业的定价目标	(197)
第三节 外国企业定价的程序	(200)
第四节 外国企业定价的基本方法之一——以成本为中心的定价法	(204)
第五节 外国企业定价的基本方法之二——以需求为中心的定价法	(208)
第六节 外国企业定价的基本方法之三——以竞争为中心的定价法	(209)
第七节 外国企业的定价技巧	(212)
第八节 外国企业价格变更的策略	(216)

后记

第一章 绪 论

1978年党的十一届三中全会以来,我国的经济建设贯彻了“调整、改革、整顿、提高”的八字方针,实行了一系列新的经济政策,并对经济管理体制开始进行改革。1984年10月《中共中央关于经济体制改革的决定》进一步指出:传统经济体制的种种弊端,集中表现为企业缺乏应有的活力。增强企业的活力,是整个经济体制改革的中心环节。扩大企业自主权是增强企业活力的首要问题。通过扩大企业自主权,要使企业真正成为相对独立的经济实体,成为自主经营、自负盈亏的社会主义商品生产者和经营者,具有自我改造和自我发展的能力,成为具有一定权利和义务的法人。

给企业一定的定价权是扩大企业自主权的一项重要内容。1982年8月,国务院正式颁发了《物价管理暂行条例》,其中明确规定了企业在国家规定范围内有八个方面的定价权。这几年来,广大企业已陆续开始运用这些定价权,从而改变了多年来一切价格均由国家规定的局面。

企业定价权在我国还是一个新的课题,广大企业对企业定价权的由来、性质、范围以及定价的基本知识、规章制度和具体方法等都需要全面了解。只有全面掌握了企业定价权各方面的知识,才能用好企业定价权,使它在经济建设中发挥应有的积极作用。

第一节 企业定价权的必要性和作用

一、企业定价权的必要性

为什么要给企业一定的定价权？这主要有两个理由。

首先，给予企业一定的定价权是独立的商品生产经营者自主经营的要求。在我国，社会主义企业长期以来没有经营自主权。这同我们在理论上片面地理解社会主义计划经济有关。过去，我们以为计划经济应该由国家把一切经济活动都管起来，于是用行政手段统管企业的全部经营活动，把企业变成了行政机关的附属物，极大地阻碍了企业的生产积极性以及社会生产力的发展。从党的十一届三中全会开始，我们突破了传统理论的束缚，认识到社会主义经济是在公有制基础上的有计划的商品经济。由于我们国家的商品经济很不发达，当前根本任务就是要大力发展有计划的商品经济。商品经济的根本之点是一切生产经营都要计算劳动耗费，并取得盈利。这就要求各种经济行为的当事人，各种生产经营的企业，以相对独立的自主经营、自负盈亏的商品生产者和经营者面目出现，具有经营的自主权。其中，定价权是一项重要的经营自主权。企业有了定价权，就可以遵循价值规律，确定产品的价格，补偿自己的劳动耗费并取得盈利，从而同其他企业进行有效的竞争。因此，企业定价权是企业获取最佳经济效益的不可缺少的有力手段。社会主义全民所有制企业虽然属于全体人民所有，但在社会主义阶段，每一个企业有自身的经济利益，它要求通过自主经营去获取自己的最佳利益；同时，实践也证明作为全体人民代表的国家，不可能直接管理千千万万

个企业的经营活动。所以，尽管国营企业的生产资料归国家所有，但它们作为相对独立的商品生产经营者，应当有包括定价权在内的经营自主权。

其次，给予企业一定的定价权是商品经济条件下价值规律的客观要求。价值规律对产品价格有两方面要求：一是要求价格适应价值的变化；二是要求价格适应供求的变化。因为，在价格基本适应价值的时候，生产企业可以获得合理的利润，并保持该产品在整个社会生产中的合理比例，从而使社会生产的各个方面相互协调。如果价格不随价值的变化而变动，价格长期高于价值，生产企业可能获得很多超额利润，致使企业盲目生产，从而使生产的产品超过社会的需要；如果价格长期低于价值，生产企业得不到合理的利润，就没有生产积极性，生产的产品满足不了社会的需要。长期的供求不平衡，无论是供大于求还是供不应求，对于国民经济的发展和满足社会的需要都是消极的因素。因此，在供大于求时，价格应降下来；供不应求时，价格要涨上去，以此调节供求平衡。只有这样，才能推动生产、流通、消费不断地正常运行。

要满足上述两个要求，可以通过两个途径。一个途径是由国家直接规定价格。实践证明，国家规定价格，不可避免地具有信息反馈滞后、价格运动缓慢的严重弊病，无法使大量的产品价格经常地、及时地适应价值和供求的变化。另一个途径是企业定价。由于企业直接面对市场，能及时感知价值和供求的变化信息，迅速作出价格变动决策，适应价值和供求的变化，合乎价值规律的要求。因此，给予企业一定的定价权是完全必要的。

但是，一部分关系到国计民生，对于国民经济的发展特别

重要的产品以及短缺资源如能源、矿产等仍应由国家定价。若也实行企业定价,可能形成价格猛涨或者垄断价格,不利于经济稳定发展,甚至会引起破坏性的经济恶果。所以,要保留国家对这些产品价格的管理权,不能由企业定价。

二、企业定价权的作用

企业定价权的积极作用,可简单归结为如下两点:

第一,使价格经常适应价值的变化和供求的变化,有利于形成合理的价格体系,有助于供求平衡,从而形成合理的产业结构和产品结构,促使国民经济各部门按比例有协调地发展,产生良好的社会经济效益。

第二,有利于企业参加竞争,推动企业加强经济核算,降低劳动消耗,节约生产费用,提高微观经济效益。

第二节 企业定价的性质、地位和特点

企业定价就是企业运用国家规定给予的定价权,自主地对生产经营的产品或劳务进行定价(包括调整价格),也就是企业定价权的实际应用和具体化。为了用好定价权,有必要对企业定价的性质、地位和特点先作一个了解。

一、企业定价的性质

企业定价的性质是在产品价格形成中,既是受社会主义经济规律制约的、也是由价值规律自发地起作用的一种形式。首先,产品价格的形成有多种形式,如国家定价、行业定价、地方定价、集市议价等。而企业定价是多种形式中的一种。其次,企业定价一般从企业自身利益出发,根据市场供求和企业产品的成本,对价格进行灵活的管理。这是比较符合价值规

律要求的。但是，由于千百万个企业根据各自的判断进行价格决策，企业对于价值规律的反映是分散的、直观的、事后的，因此，基本上是属于价值规律自发作用的形式。再次，在社会主义社会中，这种价值规律自发作用的形式要在总体上受到社会主义各项经济规律的制约，要服从国家各项经济政策和规定。当企业定价违反社会利益时，就要受到国家的干预和制止。

二、企业定价的地位

企业定价的地位是指它在国民经济价格管理中作用的大小，及其同其它各种价格形式之间的关系。毫无疑问，企业定价在国民经济价格管理中具有重要的作用，而且越来越重要，它将同其他价格形式一起，成为我国价格管理体制的主要组成部分。当然，在这个问题上，人们的实践及认识是不断发展的。其发展过程可以分成如下三个时期：

第一个时期，是在1978年党的十一届三中全会以前，经济改革尚未开始，各种商品的价格不分主次轻重，几乎全部由国家统一规定，企业定价毫无地位可言。

第二个时期，从1979年到1984年党的十二届三中全会以前，企业定价随着经济调整中浮动价格的实行，在经济生活中发挥了积极作用。因此，1982年国务院颁发了“物价管理暂行条例”，对企业定价给予明确的肯定。条例指出：“遵循在社会主义公有制基础上实行计划经济，同时发挥市场调节的辅助作用的原则，按照商品对国计民生影响的大小不同，分别采取国家定价、国家规定范围内的企业定价和集市贸易价。国家定价是主要形式”。但是，由于这个条例还没有充分认识社会主义经济是有计划的商品经济，认为市场调节仅仅起辅助

的作用，并规定国家定价是主要形式，因此，企业定价只能从属于国家定价，处于次要的补充地位，具有很大的局限性。

第三个时期，就是1984年党的十二届三中全会结束以后，企业定价在国民经济价格管理体制中的地位更重要了。经过1985年、1986年两年价格的进一步改革，在消费资料工业品中，只剩下几十种最重要的产品价格暂时还由国家管理之外；已有几百上千种产品的定价权已经不同程度地交给了企业。在生产资料工业品中，也有一批产品由企业定价；即使是一些属于国家定价范围的产品，在完成国家计划购销任务之后，也可以视情况由企业定价。现在无论就品种还是就产值而言，企业定价在商品交换中已经占到三分之一左右的比重，在商品经济发展中发挥了不可忽视的作用。

企业定价的地位，之所以在几年之内发生如此重大的变化，主要原因就是在党的十二届三中全会上，肯定了社会主义经济是在公有制基础上的有计划的商品经济；提出了增强企业活力，是整个经济体制改革中心环节的正确论断；强调了要搞活企业，就要扩大企业的自主权；而要扩大企业自主权，就要让企业“有权在国家允许的范围内确定本企业产品的价格”^①。

企业定价地位的变化，并不到此结束。估计在不远的将来，企业定价可能处于更重要的地位。因为1985年党的十二届四中全会指出：“对消费资料，除极少数重要商品仍由国家定价外，一般商品要根据市场供求状况有计划地逐步放开。对

① 《中共中央关于经济体制改革的决定》，人民出版社1984年10月版，第13页。

重要生产资料,要逐步减少国家统一定价部分的比重,扩大市场调节部分的比重”。通过改革,“逐步形成少数商品和劳务实行计划价格,多数实行浮动价格和自由价格的统一性与灵活性相结合的价格体系”。由此可见,企业定价在价格管理体制中的地位有不断增强的趋势,它同国家定价将同时成为我国价格管理的主要形式,而不是补充的、次要的形式。

三、企业定价的特点

同国家定价相比,企业定价有三个特点:

第一是自主的特点。企业定价权是企业自主权中一个重要组成部分。凡是国家规定属于企业定价权限范围内的产品,企业可以根据生产成本和市场供求的变化,对产品价格进行自主确定和变动,不必经过企业以外的任何一级机构批准。

第二是分散的特点。国家定价是集中定价,凡属国家定价的产品,任何一个企业无权自作主张,而要集中于某一级(可能是县以上的某一级政府,也可能是相当于县以上的各级主管部门)机构定价。价格是单一的,甚至是全国统一的。而企业定价,则由生产某一产品的各企业自行定价。因此,同种产品在同一时期、同一市场中可能有几个价格。这就是企业定价所具备的分散性特点。

第三是灵活的特点。国家定价一经确定,在短期内相当稳定,不会轻易调整。与之相反,企业定价可以随机应变、灵活变化,能比较迅速地使价格适应产品价值及市场供求的变化。

第三节 企业定价权的范围

企业定价权的范围，根据 1982 年国务院颁布的《物价管理暂行条例》，共有下列八个方面：

1. 对实行浮动价格的商品，按照规定的品种和浮动幅度，制定商品的具体价格。

2. 对议购议销的农副产品，按照国务院批准的管理办法，议定价格。

3. 对三类轻纺工业品中的小商品和手工业品中的小商品，按照规定的品种和作价原则，协商定价。

4. 根据物价部门规定的权限，制定新产品的试销价格。

5. 对专业化协作产品，按照规定，制定企业内部的协作价格。

6. 制定国家不定价的商品价格、非商品收费和工艺协作收费。

7. 根据业务主管部门规定的权限，确定残损废次商品的处理价格。

8. 根据业务主管部门规定的饮食业毛利率，制定没有统一定价的食品价格。

对以上八个方面的企业定价权，除第六个方面以外，各有关主管部门规定了品种范围，有的定出了管理办法，有的还制订了作价原则、浮动幅度、毛利率等等规定，企业在运用定价权时必须遵守这些规定，不要随便超出这些规定范围。近几年，企业定价权还是限于这八个方面，但是产品的品种已经大大地扩大了。

第六方面的定价权内容比较广泛，而且随着经济改革的发展，品种还会陆续增加，概括起来有以下几类：

- (1) 整台产品中沒有国家定价的零配件价格。
- (2) 主管部门没有规定的零星工艺协作收费标准。
- (3) 沒有国家定价的生产资料和生活资料修理收费标准。
- (4) 主管部门没有规定的社会服务行业的收费标准。
- (5) 国家没有规定的商品质量差价与季节差价。
- (6) 积压产品的处理价格，等等。

这六类都属于第六方面企业定价权的范围，很琐碎，成本等资料很不完整，计算繁琐，但影响还不小，企业仍应该尽可能地把这些价格定好、定准确。

第二章 价格基本原理和 价格管理体制

第一节 价值、价值规律和价值构成

一、价值

价值是商品的一种属性。商品首先要有效用，即具有使用价值。同时，商品又是用来交换的，而且按照一定的比例量进行交换。不同使用价值的商品之所以能够按照一定比例量进行交换，就是因为它们里面存在着无差别的人类劳动。每种商品中都包含着一定数量的人类劳动。这就是价值。

价值是商品的社会属性，这种属性乃是商品最本质的东西。人们按照价值相互交换商品，实质上是相互交换自己的劳动。

价值是价格的基础。两种商品所包含的劳动数量如果相等，它们的价值也相等。商品按价值进行交换，就是根据所包含的社会必要劳动的数量互相比较的，以期一种商品能换来包含同等劳动数量的另一种商品。但是，价值是看不见、摸不到的东西，因此只有通过交换进入社会时它才表现出来。也就是说，只有在市场上通过买卖，商品的价值才以价格形式为社会所承认。