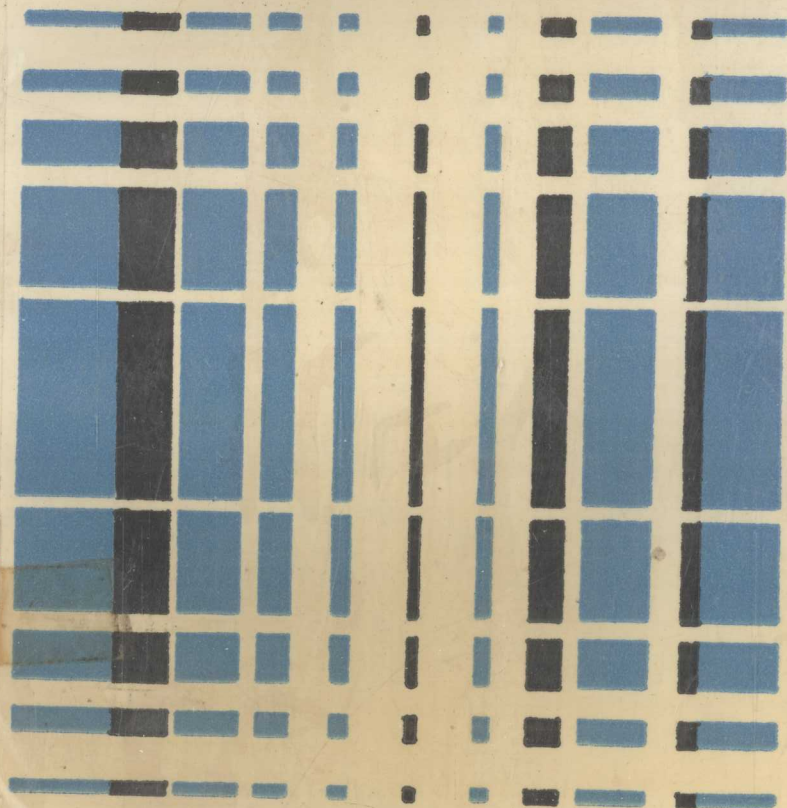


企业定价方法

郝玉柱 弓仁夫 陈巨会



山西经济出版社

郝玉柱 弓仁夫 陈巨会

企业定价方法

山西经济出版社

0

责任编辑 侯新院

封面设计 田 玫

企业定价方法

郝玉柱 弓仁夫 陈巨会

*

山西经济出版社出版发行 (太原并州北路11号)

山西人民印刷厂印刷

*

开本: 787×1092 1/32 印张: 11.75 字数: 251千字

1990年10月第1版 1990年10月山西第1次印刷

印数: 1—8000册

*

ISBN 7-80577-060-3

F·60

定价: 5.50元

前 言

中国经济体制改革给企业注入了新的活力。价格管理体制的改革，使企业有权在一定范围内制定某些商品的价格，这无疑给企业经营者增添了一项新的决策内容。众所周知，企业定价要有充分的经济依据，而商品价格形成的各影响因素是千变万化的，一时考虑不周，决策有误，就会影响企业的经济效益，乃至社会效益。因此，如何制定商品价格就成为企业生产经营决策中一个十分重要的问题。实践证明，企业定价是一门科学，也是一门艺术。价格决策者要以战略眼光去处理所掌握的资料，并把这些资料与外部市场联系起来，科学地运用定价技巧与实际经验，才能制定出既能使商品卖得出，又能得到满意的经济效益，还能使买者愿意继续购买的商品价格。

为了适应价格管理体制的改革，以及高、中等财经院校学习的需要，为了提高企业管理人员特别是价格工作者的业务素质，我们编写了这本《企业定价方法》。本书从研究企业定价目标和为实现定价目标应采取的策略入手，具体阐述了企业定价应采取的一系列方法。以便让企业借助这些方法制定出合理的商品价格，在取得较好的社会效益的同时，获得满意的经济效益。给财经院校提供一本较实用的企业定价教

材。

全书共分十三章，比较系统地介绍了企业定价的常规方法和现代方法。这些方法既相互联系，又相对独立，在使用时可根据企业实际情况，既可综合运用，也可选择其中的某几种方法单独使用。为了便于学习，全书的结构和具体内容，是按先易后难、由浅入深的原则安排的。除个别章节（如第七章）外，具备初中以上数学知识经济工作者均能阅读。

本书的部分内容曾在一些经济刊物上发表过；有的内容在高等院校和物价系统举办的企业定价训练班上进行过试讲。在此基础上，进一步丰富和完善，得以成书。在撰写过程中，参考了有关书刊资料，并从中吸收了一些有益的内容和观点；得到了山西省物价局、山西财经学院经济研究所、价格教研室，特别是程明德副教授的帮助，在此均致以谢意！

改革需要探索，行之有效的企业定价方法需要企业经营管理者和经济理论工作者的不断探讨，请广大读者对书中的缺点和不妥之处提出宝贵意见，同我们一起丰富和完善《企业定价方法》。

编著者

一九九〇年八月

目 录

前言	(1)
第一章 绪论	(1)
第二章 企业定价目标	(21)
第一节 企业生产经营目的与企业定价目标	(21)
第二节 企业定价目标的选择	(29)
第三章 企业定价策略	(51)
第一节 企业定价信息	(51)
第二节 初始价格策略	(60)
第三节 调整价格策略	(68)
第四章 成本加成定价法	(76)
第一节 商品成本	(76)
第二节 商品成本的核算	(79)
第三节 定价成本的分析与确定	(90)
第四节 成本加成定价的计算方法	(92)
第五章 商业成本定价法	(106)
第一节 商业成本	(106)
第二节 商业成本的核算	(108)
第三节 商业成本定价的计算方法	(121)
第六章 变动成本定价法	(127)

第一节	不变成本与变动成本的划分·····	(128)
第二节	变动成本定价的计算方法·····	(141)
第三节	变动成本定价法的优缺点·····	(143)
第七章	边际成本定价法·····	(150)
第一节	成本、收入与利润·····	(150)
第二节	完全竞争市场条件下的价格决定·····	(170)
第三节	完全垄断市场条件下的价格决定·····	(179)
第四节	垄断竞争市场条件下的价格决定·····	(188)
第五节	寡头垄断市场条件下的价格决定·····	(193)
第八章	供求平衡定价法·····	(202)
第一节	商品需求与价格·····	(202)
第二节	商品供给与价格·····	(216)
第三节	供求平衡价格·····	(222)
第九章	需求价格弹性定价法·····	(229)
第一节	需求价格弹性·····	(229)
第二节	运用需求价格弹性制定商品价格·····	(250)
第十章	需求导向定价法·····	(260)
第一节	可销价格倒推法·····	(260)
第二节	需求心理定价法·····	(272)
第十一章	价格相关定价法·····	(282)
第一节	同种商品差价法·····	(282)
第二节	相关商品比价法·····	(302)
第十二章	差别价格定价法·····	(311)
第一节	需求差别定价法·····	(311)
第二节	批量差别定价法·····	(321)
第三节	付款条件差别定价法·····	(332)

第十三章 商品经济生命周期定价法.....	(339)
第一节 商品经济生命周期.....	(339)
第二节 试销期价格与新商品定价.....	(347)
第三节 成长期、成熟期和衰退期价格制定...	(354)
附录：《中华人民共和国价格管理条例》.....	(359)

第一章 绪 论

价格作为商品生产经营企业营销因素之一，历来受到重视。在生产力发展水平和消费水平较低的情况下，由于商品生产设备简陋，生产出来的商品在质量、性能、外观等方面差别较小，同种商品的差别主要是价格的高低。因此，价格就成为卖者之间，买卖双方以及买者之间的主要竞争手段。随着生产力的发展和消费水平的提高，非价格因素也日益被竞争者所重视，但商品价格始终是最重要的竞争手段。这是因为，价格是必不可缺少的市场营销组合因素。市场营销的四个主要因素（即产品、价格、分销、促销）可以有多种形式的组合。无论怎样组合，价格始终是一个不可缺少的因素。如有的商品可不用促销，但不能没有价格，并且价格往往成为决定商品是否成交的重要因素。价格也是市场营销组合直接与利润相关的因素。如果采取提高商品质量，增加促销费用，虽然有利于商品的销售，可是又造成了成本的增加，只有商品价格的高低直接影响到利润的大小。在市场竞争日益激烈的条件下，市场环境的变化越来越难以把握，想在竞争中立于不败之地，获得满意的社会效益和经济效益，必须综合考虑各方面的因素，运用科学的定价方法，制定出合理的商品价格。

企业定价是根据国家规定的价格分工管理权限范围，允

许由企业自己制定的商品价格。新中国成立以后，企业定价经历了一个“马鞍形”的演变过程。解放初期，由于轻工业和商业主要由私营企业经营，商品价格也主要由私营企业制定，企业定价范围较大。1950年2月，中央财政经济委员会规定全国各地批发物价统一由当时的中央贸易部决定，各地不得擅自修改。从此开始了物价管理高度集权的历史。国家定价逐渐成为商品价格的主要形式，这对于当时稳定物价，发展经济起到了重要作用，但随着社会政治经济形势的变化，价格管理形式也需要相应发生变化，党的十一届三中全会后，在进行经济体制改革的同时，价格管理体制也发生了变化。企业定价的试点企业开始施行。1980年9月，国务院关于试点扩权企业价格自主权规定：试点企业有权根据国家价格政策，对一些利润过高和供过于求的商品，以及超储积压物资，实行浮动价格，主要是向下浮动。国家物价部门应当确定一批产品价格的浮动幅度，以便企业有所依据。企业自销产品，国家有统一价格的按照统一价格销售，没有统一价格的，可以按照优质优价，薄利多销，有利于竞争的原则实行浮动价格。新产品的试销价格，由企业参照同类产品的市场价格自定。1982年，国务院颁布了《物价管理暂行条例》。这个《条例》将企业定价权由试点企业扩大到一般工商企业，并扩大了定价的权限。1984年5月，国务院决定进一步扩大企业自主权。在价格方面规定，企业计划内2%的自销产品和超产自销产品，其价格可以在20%的幅度内上下浮动。1985年国务院取消了计划内2%和超产自销产品价格只能上下浮动20%的限制，改为议价。1987年9月11日，国务院发布了《中华人民共和国价格管理条例》，明确规定国

国家对价格管理采取直接管理和间接管理相结合的原则，实行国家定价、国家指导价和市场调节价三种价格形式。从此，企业的价格管理自主权进一步扩大。

纵观企业定价在新中国发展的历史，不难看出，企业定价经历了一个从有到无，又从无到有的曲折发展过程。这一发展过程表明：社会主义企业定价这一价格形式的产生及其存在，不是主观臆断的结果，而是有其客观必然性。只是在不同发展时期，在价格管理形式中所占的比重不同而已。

一、企业定价的客观必然性

我国社会主义经济建设的实践告诉我们：给企业适当的定价权，对一定范围内的商品实行企业定价，是由社会主义的客观经济规律所决定的。

(一)有计划的商品经济要求存在企业定价

商品价格是商品价值的货币表现。价格的出现，是以商品存在为前提的。商品价格与商品经济紧密联系在一起。有价格必然有商品，有商品、货币就必然有价格。我国正处在社会主义初级阶段，社会主义经济是建立在公有制基础上的有计划的商品经济。这就决定了我们在坚持以公有制为基础的同时，必须大力发展商品经济，而要真正达到这一目的，必须按照商品经济所特有的规律——竞争规律办事。与此相适应，作为企业重要竞争手段的商品价格必须灵活地、合理地反映市场商品交换关系的变化，以增强竞争能力，使企业立于不败之地。要做到这一点，在价格管理上，必须逐步建立对关系国计民生重要商品和劳务价格由国家直接管理，对关系国计民生不太重要的商品和劳务价格，在国家政策指导下进行间接管理或由市场调节的价格管理体制；在价格形式

上，应该是国家计划价格与国家指导下的企业定价同时并存。发挥企业定价灵活性的作用。

(二)实行企业定价，是建立和完善计划经济和市场调节相结合这一社会主义商品经济运动机制的必要前提。

我们国家实行的是公有制基础上的有计划的商品经济，它同私有制基础上基本由市场自发调节的资本主义商品经济，有着本质区别。在总体上自觉实行有计划、按比例地发展国民经济，是社会主义制度优越性的体现，是社会主义经济的一个基本特征。与此同时，实行市场调节，也是发展我国有计划的商品经济的必要条件。商品经济离不开市场，商品经济活动不能没有市场调节。十年来，我们在实行计划指导的同时，发挥市场的积极作用，取得了促进国民经济发展，繁荣市场，提高人民生活水平的显著效果。今后，在强调社会主义经济计划性的同时，还要继续发挥市场调节的积极作用，创造一种适合中国情况的、把计划经济和市场调节有机结合起来的社会主义商品经济运行机制。

经过近四十年的社会主义实践，我国建立了一整套相对完备的计划调节机制，但如何运用市场调节机制，特别是计划经济和市场调节结合的程度、方式和范围，一直是我们所面临的重大理论问题和实践问题。从市场调节的概念出发，市场调节就是通过商品价格的波动，调节商品的供给和需求，从而调节商品的生产和消费。同计划调节相比，市场调节具有分散性、自发性和短期性的特点。从目前我国的实际情况看，允许市场调节的商品，国家不统一制定商品价格，由企业根据社会需要和市场供求状况自行制定。以灵活地反映商品的市场供求状况，运用价值规律，平衡商品的产、供、

销。从中可以看出，无论从理论上还是实践上有市场调节，就需要商品生产经营企业充分认识和运用价值规律，为本企业生产经营的商品制定出合理的价格，把企业生产与市场需求直接联系起来，根据价格与供求关系的变化及时调整生产经营活动。因此，实行企业定价，是建立和完善计划经济与市场调节相结合这一社会主义商品经济运行机制的必要前提，失去这一前提，社会主义经济就必然回到过去那种高度集中、统得过死的计划体制老路上去。

（三）实行企业定价，是增强企业活力的重要条件

在我国经济发展中要继续坚持以公有制为主体、发展多种经济成分的方针，发挥个体经济、私营经济以及中外合资、合作企业和外资企业对社会主义经济的有益的、必要的补充作用。各种所有制形式的企业，是商品生产和流通的直接承担者。社会主义经济有无活力首先取决于企业是否有活力，而要增强企业活力，特别是增强全民所有制大中型企业的活力，必须承认企业之间在根本利益一致的前提下，存在着物质利益的差别，承认企业是相对独立的商品经营者。而商品生产经营者的主要特征是自主经营、自负盈亏，在商品价格方面，除了关系国计民生较重要的商品价格由国家制定外，其余的商品价格应在国家政策的指导下，企业根据市场变化灵活决定自己商品的价格。企业价格决策的正确与否，是能否补偿成本并提供适当利润，直接关系到企业的经济利益，也是衡量企业经营成果的重要依据，是从外界形成对企业的压力。由于企业自己决定商品价格时，要考虑商品质量的好坏、经营管理水平的高低，其决策结果必然关系到每个职工的切身利益，当“按劳分配”原则具体体现时，会

使每个生产经营者为国家利益和自身利益忘我工作，这无疑会增强企业自我改造、自我发展的动力。企业有了压力和动力，当然也就有了活力。如果所有企业的商品价格都由国家统一确定，由于企业缺乏灵活性难免会出现与市场价值偏离过大，且不能及时调整的现象。价格过高，会使企业的经营成果失真，即使经营管理水平较低也会获得利润，企业外无压力，悠闲自得。同时，由于人为地造成企业利润过高，会抑制需求，盲目刺激生产的发展，企业的竞争者增多。从长期看，不利于商品的供求平衡，更不利于企业的稳定发展；过低的价格又会束缚企业生产、经营的积极性，不能满足社会需要，企业内无动力，还会影响到社会风气。可见，企业不具有价格决策自主权，就不能真正成为相对独立的商品生产经营者，就缺乏活力。因此，要使企业有活力，必须赋予一定的价格自主权。

二、企业定价的客观条件

企业定价的必然性说明了企业应对自己所生产经营的商品，在国家规定的权限范围内，制定出科学的、合理的价格，但从我国企业定价的发展历史看，企业能否成为价格决策主体，主要取决于是否具备了一定的客观条件。企业定价需要具备的客观条件是：

（一）必须以正确的经济理论为指导

理论总是为实践开辟道路。正确的经济理论能够促进社会经济的迅速发展，从我国经济理论的发展过程看，主要是社会主义经济究竟是单纯的计划经济，还是有计划的商品经济。由于受到苏联计划经济模式的影响，我国在较长的一段时期内，不承认社会主义经济是有计划的商品经济，随之而

来的是开始了价格管理高度集权的历史，国家定价逐渐成为商品价格的唯一形式。直到经济体制改革之前，企业基本上无权定价。

党的十二届三中全会，从理论上高度总结了我国社会主义经济建设的历史经验和教训，突破了把计划经济同商品经济对立起来的传统观念，确立了社会主义经济是有计划的商品经济，论证了我国价格改革的重要性、迫切性。在《关于经济体制改革的决定》中明确指出：“在调整价格的同时，必须改革过分集中的价格管理体制，逐步缩小国家统一定价的范围，适当扩大有一定幅度的浮动价格和自由价格的范围，使价格能够比较灵活地反映社会劳动生产率和市场供求关系的变化，比较好地符合国民经济发展的需要。”这为我国价格改革奠定了理论基础。

（二）有与社会主义经济相适应的价格管理模式

承认社会主义经济是有计划的商品经济，还必须要有与其相适应的价格管理模式。建国以来，我国建立了与高度集中的国民经济管理体制相适应的价格管理模式——统一计划价格模式。其特点是：国家是价格的唯一决策主体；价格形式单一，计划价格排斥了其他价格形式；价格长期固定不变，既不反映价值，也不反映商品供求关系。当然，这种体制对于社会主义建设初期是必要的，但随着政治、经济形势的变化，原来合理的管理体制由于长期不变，就越来越变的不合理，甚至阻碍社会经济的发展。因此，有计划的商品经济的双重性质，要求在价格管理上必须采用计划价格与市场调节价格同时并存的混合价格管理模式。这一价格管理模式的特点是：①价格决策主体多层次。国家、地方、企业都是不

同商品的定价主体。②价格形式多样化。国家定价、国家指导价、市场调节价并存，各自所占的比重大小，要随着经济的发展，根据实际情况进行调整。③价格决定因素多元化。制定商品价格，既要考虑商品价值，又要考虑国内、国际市场供求因素，商品市场竞争类型，国家的价格政策等因素。

（三）国家对宏观经济有较强的调控能力

为了发展社会主义有计划的商品经济，真正建立和完善把计划经济和市场调节有机结合起来的社会商品经济运行机制，国家的主要职责是按照经济规律的要求，既要尽可能的为企业创造一个公平竞争的市场环境，又要运用直接和间接手段进行宏观调控。如果国家的宏观调控手段（如经济、行政、法律等）不得力，把部分商品的定价权限下放给企业，容易造成价格总水平的失控。这不仅影响国家的经济发展，还关系到国家政局的稳定。只有国家的宏观调控能力较强时，给企业部分商品或大部分商品定价权，才能对商品生产、流通和消费起应有的积极作用。

（四）企业要真正成为自主经营，自负盈亏的经济实体

商品经济的发展，必须以承认企业的利益为前提，以优胜劣汰为结果。企业作为市场经济活动的主体，必须能够自主经营，而定价权限是企业自主经营的最基本权利之一。当企业还未成为真正自主经营、自负盈亏的经济实体时，价格合理与否和企业利益并没有完全的利害关系，企业就不会关心商品价格，让企业成为定价主体毫无意义。只有当企业真正成为一个相对独立的经济实体，价格决策正确与否，直接关系到企业的经济利益，把商品定价权下放给企业才有意

义，才能够使商品价格灵活地反映商品供求关系。

（五）商品供求总量要基本平衡

供求基本平衡是生产发展的基础，也是采用计划价格与市场调节价格同时并存的价格管理模式的条件。在总需求超过总供给的条件下，把大部分商品价格放开，就会引起价格较大幅度波动，不利于社会经济的发展和人民生活的稳定，只有当总需求与总供给基本平衡时，才可能扩大市场调节价格的比重，让商品价格市场竞争中反映其价值和商品供求关系的变化。过去我们对价格管理实行统一计划价格模式，除了思想认识原因外，还有商品长期供不应求这一因素的影响。不得不在“统”和“管”上作文章。改革十年来，理论上的突破大大解放了社会生产力，继而社会商品供求关系也趋于缓和，并出现了由“卖方市场”向“买方市场”转化的趋势，为逐步放开部分商品价格提供了物质条件。从今后看，企业定价范围的大小，商品供求状况将成为重要条件。

总之，要建立新的价格体制实行企业定价，必须以有计划的商品经济为理论依据，采用计划价格与市场调节价格并存的价格管理模式，正确处理好企业经济活动的自主权和宏观经济活动相统一的关系，以商品总量供求的基本平衡为条件，与其它方面的改革相配合，坚持稳步前进，为企业定价创造必要的条件。

三、企业定价的原则

在我国，企业定价是在国家计划指导下进行的。企业要进行科学的定价决策，必须有正确的定价原则为指导。企业定价应遵循的原则是：

（一）接受国家计划指导