

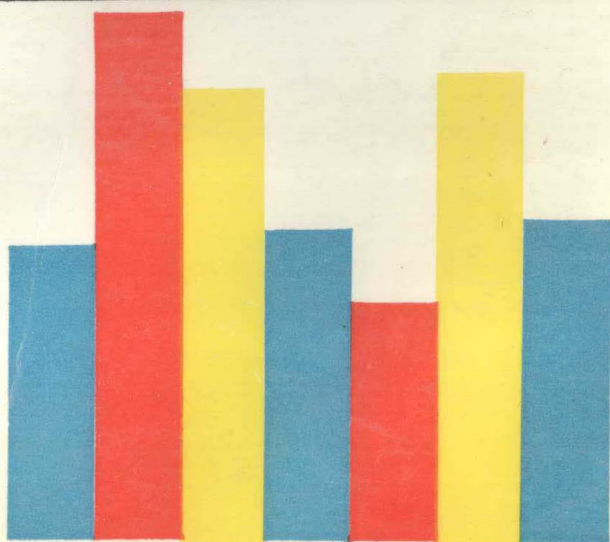
价格学概论

主 编 万成林

副主编 韩德昌

袁世明

王中亮



天津科技翻译出版公司

价格学概论

主 编 万成林

副主编 韩德昌

袁世明

王中亮

天津科技翻译出版公司

价格学概论

万成林 主编

副主编：韩德昌 袁世明 王中亮

天津科技翻译出版公司出版

(邮政编码：300192)

新华书店天津发行所发行

河北三河科教印刷厂印刷

850×1168 1/32 印张9.625 字数240千字

1991年3月第一版 1991年3月第一次印刷

印数4050册

ISBN 7-5433-0241-1/F·27

定价：4.00元

前 言

党的十一届三中全会以来，随着经济体制改革的进行，提高了价格在国民经济中的地位，从而促进了价格理论研究和教学工作。从1979年开始，南开大学、天津财经学院、天津外贸学院、上海立信会计专科学校、陕西工商学院、内蒙古财经学院、新疆财经学院、西北师范大学等部分兄弟院校，先后在管理、会计、金融、保险、财贸等专业，开设了价格学课程。本书就是这些院校的部分教师，在教学和研究工作的基础上编写的。

在构思和编写过程中，我们力图做到：（1）在阐明价格学的基本原理的同时，注意联系社会主义价格运行的实际；（2）在集中对狭义价格学论述的基础上，也对广义价格学中某些重要问题进行必要的分析；（3）在照顾到知识的系统性的前提下，尽可能满足不同专业学生 and 实际经济工作者的需要。但是，由于我们水平所限，书中的错误和不妥之处肯定难免，诚请广大读者批评、指正。

本书由万成林主编，韩德昌、袁世明、王中亮副主编。贾秀岩教授任顾问。参加编写的有（按姓氏笔划为序）：万成林、王中亮、李雯、李云中、周建民、胡柏锁、贾月梅、袁世明、张钦、张英军、韩德昌、舒平。

万成林

1990年10月1日

序 言

从经济学的发展历史进程来看，价格可说是一个具有悠久历史的经济范畴，然而，作为一个学科又非常年轻。在我国过去一个相当长的时期里，由于理论上的失误，商品经济和价值规律都被视为社会主义经济的异己，市场机制的作用遭到人为的限制，价格的职能被扼煞，在国民经济中没有摆到应有的位置上。

自党的十一届三中全会以来，社会主义经济的发展与改革的实践，冲破了传统教条的束缚，经过思想理论上的拨乱反正，使人们逐渐认识到价格是国民经济的最灵敏最有效的调节手段，不仅有越来越多的人致力于价格理论与实践的研究，而且各个经济学科都陆续开设了有关价格学的课程。

由万成林同志任主编，韩德昌、袁世明和王中亮同志任副主编的《价格学概论》，就是价格领域论著中的一个新成果。它的主要特点是内容既充实又简炼，既通俗又易懂，既有深入浅出的理论分析，又有联系实际科学论述。在这里系统地介绍了商品价格的职能和作用、价格形成基础、市场价格的形成、商品价格构成、商品价格体系、生产者价格、经营者价格、消费者价格、价格规律、价格管理以及企业定价等等，并对西方价格理论作了简介。这本书既是高等院校财经类专业的适用教材，也是经济管理、计划管理、财务管理等经营管理人员学习价格知识的参考书。

贾秀岩

1990年11月

价格学概论

目 录

序 言

第一章 商品价格一般..... (1)

第一节 商品价格的涵义..... (1)

第二节 商品价格的特征..... (5)

第三节 商品价格的职能..... (10)

第四节 商品价格的作用..... (13)

第二章 价格形成基础..... (17)

第一节 价格形成的涵义..... (17)

第二节 价格形成基础的演变..... (19)

第三节 价格形成基础的争论..... (22)

第四节 价值价格论..... (26)

第五节 社会平均价值论..... (29)

第六节 生产价格论..... (32)

第七节 双渠价格论..... (35)

第三章 市场价格形成..... (37)

第一节 市场价格形成概述..... (37)

第二节 国家指令价格的形成..... (39)

第三节 国家指导价格的形成..... (41)

第四节 市场调节价格的形成..... (44)

第四章 商品价格构成..... (49)

第一节 价格构成的涵义..... (49)

第二节 生产成本..... (53)

第三节 流通费用..... (60)

第四节	税金和利润	(67)
第五节	理论销售价格	(71)
第五章	商品价格体系	(76)
第一节	价格体系的内涵	(76)
第二节	商品比价体系	(81)
第三节	商品差价体系	(93)
第六章	生产者价格	(107)
第一节	生产者价格的涵义	(107)
第二节	农产品收购价格	(108)
第三节	工业品出厂价格	(114)
第四节	交通运输价格	(119)
第五节	建筑产品价格	(123)
第六节	科技产品价格	(128)
第七章	经营者价格	(133)
第一节	经营者价格的涵义	(133)
第二节	批发价格	(135)
第三节	调拨价格	(139)
第四节	批量价格	(143)
第五节	资金价格	(148)
第六节	外贸价格	(153)
第八章	消费者价格	(163)
第一节	消费者价格的涵义	(163)
第二节	零售价格	(165)
第三节	服务价格	(168)
第四节	保险价格	(177)
第五节	信息价格	(183)
第六节	消费者价格水平	(190)
第九章	价格规律	(194)
第一节	价格规律的内涵	(194)

第二节	价格规律与价值规律·····	(195)
第三节	价格规律与货币流通规律·····	(198)
第四节	价格规律与供求规律·····	(204)
第五节	价格规律与经济政策·····	(210)
第十章	企业定价 ·····	(214)
第一节	企业定价行为·····	(214)
第二节	企业定价程序·····	(220)
第三节	企业定价策略·····	(224)
第四节	企业定价方法·····	(231)
第十一章	价格管理 ·····	(236)
第一节	价格管理的原则·····	(236)
第二节	价格管理的手段·····	(242)
第三节	价格管理的方法·····	(248)
第十二章	价格改革 ·····	(257)
第一节	价格改革的客观必然性·····	(257)
第二节	价格改革的回顾和反思·····	(262)
第三节	价格改革的目标模式·····	(268)
第十三章	西方价格理论 ·····	(274)
第一节	均衡价格与价格弹性·····	(274)
第二节	厂商理论·····	(286)

第一章 商品价格一般

第一节 商品价格的涵义

一、商品价格的产生

价格是商品经济的范畴，它是商品生产和商品交换发展到一定历史阶段的产物。商品价格的产生，经过了一个漫长的历史过程。

在原始社会的一个很长时间里，由于生产力发展水平低下，人们共同劳动，生产出来的东西只能勉强维持本身共同消费，几乎没有什么剩余产品。偶尔有一点剩余产品，只是进行个别的、偶然的物物直接交换。和这种物物直接交换相适应的，是简单的、个别的、偶然的价值形式，即一种商品价值表现在另一种商品体上。

到了原始社会末期，由于生产力的发展，出现了畜牧业与农业相分离的第一次社会大分工，同时，出现了私有制。第一次社会大分工和私有制的出现，扩大了商品交换的范围，增加了交换的次数，与此相适应，简单的、个别的、偶然的价值形式发展为总和的、扩大的价值形式，即一种商品的价值可以表现在一系列商品体上。随着生产力的进一步发展，出现了手工业与农业相分离的第二次社会大分工，出现了以私有制为基础的家庭经济，同时，出现了以交换为目的的商品生产。由于商品生产和商品交换的不断发展，交换的范围进一步扩大，交换的次数更加频繁，这样，客观上要求价值形式进一步发展为一般价值形式，即要求从商品世界中分化出充当一般等价物的商品，专门用来表现其他各种商品的价值，以适应商品经济发展的需要。

这种一般等价物,从牲畜、贝壳、毛皮等,逐渐在较大范围内固定在某种商品身上。贵金属黄金和白银,它们质地均匀,便于分割,耐磨损,体积小,价值大,最适宜作为商品流通的媒介。因此,最后由金、银来充当一般等价物。马克思指出:“金银天然不是货币,但货币天然金银”。^①一旦金、银“在商品世界的价值表现中独占了这个地位,它就成为货币商品。只是从它已经成为货币商品的时候起,第四种形式才同第三种形式区别开来,或者说,一般价值形式才转化为货币形式。”^②自从货币出现以及一般价值形式转化为货币形式以后,商品价格也就产生了。

价格产生以后,便引起了人们的普遍关注和不同时代思想家对它的研究。早有奴隶主思想家和封建主思想家以及资产阶级古典政治经济学家,都对价格进行了程度不同的探索,并取得了巨大的成果。然而,只有马克思在吸收前人研究成果的基础上,才创立了科学的价格理论,深刻揭示了价格的本质。

二、商品价格的本质

马克思在《资本论》中曾多处给价格定义,其中,“价格是价值的货币表现”^③,被公认是价格的经典定义。商品价格的这一定义,集中揭示了价格的本质,说明了商品价格与商品价值之间的关系。

首先,商品价值决定商品价格。商品价值是内容、是本质,价格是形式、是现象。商品价格作为商品价值的现象形态,它的形成和变动,最终取决于商品价值的形成和变动。正如列宁所说:“价格是价值规律的表现。价值是价格的规律,即价格现象的概括表现。”^④所以,支配价格运动的规律是价值规律。价值规律是商品

① 马克思:《资本论》第1卷,第107页。

② 马克思:《资本论》第1卷,第86页。

③ 马克思:《资本论》第3卷,第397页。

④ 《列宁全集》第20卷,第194页。

经济的基本规律，它包括两个方面的要求：商品的价值由生产商品的社会必要劳动时间决定；商品的交换以价值量为基础，按照等价交换的原则进行。价值规律的客观要求，是制约价格运动的内在机制。

其次，商品价格表现商品价值。价格要以价值为基础，并不要求在任何情况下价格与价值都完全一致。在现实经济生活中，价格与价值的背离是经常的、大量的，它们之间的一致却是非常罕见的现象。价格背离价值并围绕着价值上下波动，并不是否定价值规律的存在，反而是价值规律唯一可能的表现形式。恩格斯曾经指出：“商品价格对商品价值的不断背离是一个必要的条件，只有在这个条件下，商品价值才能存在。只有通过竞争的波动从而通过价格的波动，商品生产的价值规律才能得到贯彻，社会必要劳动时间决定商品价值这一点才能成为现实。”^①

第三，商品价值与货币价值共同决定商品与货币交换的比例。商品价格的本质与其数量有密切联系。从量上来看，价格“是商品同货币交换比例的指数”。^②这个量的大小及其变动，既决定于相交换的商品价值量的大小及其变动，又决定于货币价值量及其变动。也就是说，商品同货币交换的比例，在其他条件不变的情况下，是由商品价值与货币价值共同决定的。不过，金属货币与纸币有所不同。在金属货币流通的情况下，价格是通过商品和与其相交换的金银的使用价值量的比例来表现商品价值的。因为金银也是一种商品，本身具有价值，所以，商品价格的本质容易为人们所认识。在纸币流通的情况下，是用特定的价格标准来代替原来以贵金属使用价值量表示的价格标准。而纸币又与金属货币不同，纸币本身“没有价值”，是因为流通才有价值。这种变化使价格带上了一种神秘的色彩，从而掩盖了价格的本质，给人们认识增加了困难。

① 《马克思恩格斯全集》第21卷，第215页。

② 马克思：《资本论》第1卷，第119页。

三、商品价格的社会性质

价格作为经济活动的联接者，体现着商品所有者之间的交换关系，即人与人之间的经济关系。从这个意义上来说，任何经济条件下的价格都是一样的。但是，由于不同经济条件下的商品交换关系具有不同的社会性质，所以，不同经济条件下的商品价格就具有不同的社会性质。

在奴隶社会和封建社会。这里的商品生产属于简单商品生产，又称小商品生产。它是以生产资料私有制和个体劳动为基础的商品生产。在这种经济条件下，通过货币和价格实现的商品交换，是相互为对方提供产品，从而满足不同生产者的消费需要。这里的价格体现着商品生产者之间相互交换劳动的关系。如生产粮食的农业劳动者需要农具，而生产农具的手工业劳动者需要粮食，通过货币和价格杠杆，使生产粮食的劳动与生产农具的劳动相交换，从而使农业劳动者满足了对农具的需要，手工业劳动者满足了对粮食的需要。在这里，不存在一方无偿占有另一方劳动的剥削关系。

在资本主义社会，是以生产资料资本主义私有制和雇佣劳动为基础的商品生产。这里的商品价格体现着两个方面的经济关系：（1）地主资产阶级与劳动者之间剥削与被剥削的关系。这种剥削关系是被等价交换和商品价格掩盖着的，因为无论是生产资料的所有者，还是劳动力的所有者，都有自由处置自己商品的权力，都以商品所有者的资格与对方发生关系，并且，以体现着交换双方“共同意志”的价格进行交换。（2）在地主资产阶级内部瓜分剩余价值的关系。在资本主义社会，剩余价值是由劳动者共同创造的，它被地主资产阶级占有。但剩余价值在地主与资本家之间以及不同资本家集团、个人之间进行分配，则是通过绝对地租、级差地租、生产价格和市场价格等经济杠杆进行的。

在社会主义社会，是以生产资料社会主义公有制和共同劳动

为基础的商品生产。这里的商品价格反映人们之间的互助合作关系，如工农之间、城乡之间、不同地区之间、不同部门之间、不同企业之间以及国家、集体、个人之间互助合作的经济关系。而不同商品价格则体现着不同的经济关系，如出厂价格体现着经营者与生产者之间的经济关系，批发价格体现着经营企业之间的经济关系，零售价格体现着国家、企业与消费者之间的经济关系，等等。尽管在这不同关系之间也存在矛盾，各有自己不同的经济利益，但其根本利益是一致的。

第二节 商品价格的特征

商品价格的定义，集中体现价格的本质，这是价格与其他经济范畴相区别的根本所在。表明价格与其他经济范畴不同，除了价格的本质以外，还表现为价格本身所固有的特征。价格的主要特征有：市场依存性、综合反映性、相关连锁性和利益消长性。

一、价格的市场依存性

价格的这一特征，是由价格属于交换范畴决定的，这是价格具有市场依存性特征的根本原因。市场是商品流通中各种交换关系的总和，而价格是实现商品交换的经济杠杆。因此，只要有市场一般都有价格，而价格却离不开市场。

价格对市场的依存性，是由商品经济的矛盾运动决定的。这就是，商品经济的各种矛盾，主要都集中表现在商品价格上。而这些矛盾又都是在市场上，通过买卖双方一致同意的成交价格得到解决的。首先，私人劳动与社会劳动的矛盾。商品生产者是为满足市场需要而生产，他的劳动具有社会性，需要得到社会的承认；又由于每个商品生产者是互相独立的，生产什么，生产多少，怎样生产，由生产者自由安排，他的劳动又具有私人性。只

有把私人劳动转化为社会劳动，商品经济的这一矛盾才能得到解决。在现实经济生活中，商品生产者的私人劳动，是通过商品交换，通过交换双方都接受的市场价格，转化为社会劳动的。第二，个别劳动与社会必要劳动的矛盾。同一种商品，往往有不同的生产经营者进行生产和经营，而不同生产经营者的生产费用和流通过费水平往往各不相同。但是，在市场上，同一种商品，市场成交价格却基本上是相同的。这种价格，是在市场上，通过买卖双方的竞争，体现着交换双方的意志。同种商品基本相同的市场销售价格的形成，使个别劳动与社会必要劳动之间的矛盾得到解决。然而，市场是统一价格形成不可缺少的条件。第三，价值与使用价值的矛盾。商品生产者进行生产并不是为了商品的使用价值，而是为了商品的价值；而要实现商品的价值，就必须生产适合消费者需要的使用价值。价值与使用价值之间的矛盾，在市场上通过普通商品与货币商品相交换来解决。它们相交换的量的比例，表现为一定的市场价格水平。价格与商品价值相比，可能相等，可能低于，也可能高于价值量。正是价格的这种与商品价值一致与背离的运动，调节着商品使用价值的生产、流通和消费，为价值与使用价值之间矛盾的不断解决开辟道路。由上可见，价格是解决商品经济各种矛盾的杠杆，而这种矛盾的解决又都离不开市场。

二、价格的综合反映性

价格的这一特征，是由价格形成受多种因素制约决定的，这是价格具有综合反映性的根本原因。价格是商品价值的货币表现，从商品价格这一本质概念出发，影响价格形成的内在因素是两个，即商品价值和货币价值。商品价值是决定市场价格的生产性因素，主要是劳动生产率的变动对商品价值的影响。而影响劳动生产率的因素又很多，马克思指出：“劳动生产力是由多种情况决定的，其中包括：工人的平均熟练程度，科学的发展水平和它在工艺上应用的程度，生产过程的社会结合，生产资料的规模

和效能，以及自然条件。”^① 这里包括劳动者的素质、科学技术水平、经营管理状况、自然条件等方面的因素。商品价值，从而商品价格的变动，往往是这些因素变动的反映。货币价值是影响市场价格的普遍性因素，因为货币是衡量一切商品价值量的尺度，它所代表的价值量对任何商品都是等同划一的。所以，货币价值的变动，对所有商品价格都会产生影响；而所有商品价格的状态与变动，又都是一定币值的反映。

影响市场价格除内在因素以外，还有外在因素，如市场供求、经济政策等。市场供求影响价格，市场价格也影响供求。正是由于供求变动影响价格，所以价格变动就往往反映供求的影响，反映影响供求的因素的变动，如生产状况、消费结构、消费者收入、消费者心理，等等。经济政策，既有基本政策，又有具体政策。经济政策对价格的影响，既有宏观方面的，影响价格总水平；又有微观方面的，影响具体商品价格。因此，在很多情况下，价格的变动又是经济政策的反映。

综上所述，商品价格及其运动，是影响商品价格诸种因素相互作用的结果；而影响商品价格的各种因素的状况及其变化，又都可以从商品价格及其运动中得到说明，价格是决定价格形成的各种因素的影子。在这里，充分体现着价格的综合反映性特征。

三、价格的相关连锁性

价格的这一特征，是由价格是实现商品交换的经济杠杆决定的，这是价格具有相关连锁性特征的根本原因。价格的相关连锁性包含两个方面的内容：价格使国民经济联结为一个整体；价格的运动具有连锁反应。

（一）价格使国民经济联结为一个整体。

国民经济的内在联系主要是通过价格实现的。在国民经济各部门之间、行业之间、企业之间，需要进行物质交换，并通过相互

^① 马克思：《资本论》第一卷，第53页。

提供各自的产品而紧密地联系在一起。这是因为，作为生产者，需要出售自己的商品，要和经营者或消费者发生联系；作为经营者，需要购进商品，要和生产者发生联系，而要销售商品，又和消费者发生联系；作为消费者，要和经营者或生产者发生联系。而商品价格是所有这些经济活动的联结者。如果从社会再生产过程来考察，它包括生产、分配、交换和消费等四个环节，它们之间密切联系。这种联系，从价值形态上看，也是通过价格实现的。

(二) 价格运动的连锁反应。

不同价格之间相互渗透、互相衔接，使价格运动引起连锁反应。首先，成本价格变动引起的连锁反应。这是价格变动最容易引起的连锁反应，主要是生产资料价格，特别是原材料价格的提高，如果超过企业的消化能力，迟早会推动制成品价格的提高。其次，比价调整引起的横向反应。当某种商品价格变动以后，原来与其比价关系合理的商品价格，就会出现新的不合理。为要贯彻等价交换的原则，就必须变动相关商品的价格，以建立起新的合理的比价关系。第三，差价调整引起的纵向反应。生产者价格或中间环节的经营者价格是经营企业的进货价格，如果进货价格变动，或经营企业的流通费用、利润和税金等构成差价的要素发生变动，则会引起经营者销售价格的变动。而前一个环节价格的变动，又会引起后一个环节价格的变动，如产地批发价格对销地批发价格，批发价格对零售价格等等，都具有连锁反应关系。可见，在现实经济生活中，价格运动的连锁反应是大量存在的，是显而易见的。

以上两个方面的内容，无论是价格使国民经济联结为一个整体，还是价格运动中的连锁反应，都反映着价格的相关连锁性特征。

四、价格的利益消长性

价格的这一特征，是由价格具有分配的职能决定的，这是价格具有利益消长性特征的根本原因。价格是调节经济利益的经济

杠杆，因为价格的高低，关系着交换双方的物质利益；价格的升降，调节国民收入在国家、集体、个人之间的再分配。任何价格的变动都不会增加或减少国民收入，只会引起已创造的国民收入的再分配。而且，在商品交换中，一方得到的经济好处，同时就是另一方受到的经济损失，在量上此消彼长，既不会增加，也不会减少。这就是价格的利益消长性的特征。

具体说来，价格的这一特征表现在以下三个方面：（1）在国民经济各部门之间的分配上。社会创造的剩余产品价值的货币表现是盈利。在一定期限内，比如一年内，社会创造的盈利总额是一定的。社会盈利总额如何在不同部门之间进行分配，决定于采用什么价格形成理论，也就是看采用什么社会平均盈利率，将社会盈利总额分配于不同的部门。但不管价格按照什么理论形成，社会盈利总额都不会发生变化，既不增加，也不减少，只是在有机构成不同的部门之间进行不同的分配。（2）在社会集团之间的分配上。价值构成是价格构成的基础，在价值构成中劳动者为社会劳动创造的价值部分，表现为价格构成中的利润和税金。价格构成中的利润和税金，客观上有个平均值，比如是价格的25%。但是，不同种商品，价格构成中利润和税金的含量往往不同，有的高于平均值，有的低于平均值，有的等于平均值。在社会利润和税金总量既定的情况下，这种高低及其变动，就会影响和改变在不同社会集团之间的分配比例。（3）在交换双方之间的分配上。在市场成交价格的背后，总是站着交换的双方，他们共同确定商品价格。但一种商品价格的确定，不取决于交换当事人的主观意志，主要取决于客观条件，如卖方之间的竞争，买方之间的竞争，买卖双方之间的竞争，供求关系等等。由于客观条件的变化，市场价格总是围绕其价值上下摆动。市场价格的这种摆动，调节着交换双方的经济利益，此消彼长，此长彼消，将已经初次分配的国民收入进行再分配。

价格的上述特征具有一般性。不管在什么经济条件下，只要