

PRICING

企业定价

倪叠玖

编著

21

世纪工商管理系列教材



全国优秀出版社
武汉大学出版社

21 世纪工商管理系列教材

企业定价

倪叠玖 编著



全国优秀出版社
武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业定价/倪叠玖编著. —武汉: 武汉大学出版社, 2005. 4
21 世纪工商管理系列教材
ISBN 7-307-04475-7

I. 企… II. 倪… III. 企业管理: 物价管理—高等学校—教材
IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 018399 号

责任编辑: 范绪泉 责任校对: 刘欣 版式设计: 支笛

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.whu.edu.cn)

印刷: 湖北省通山县九宫印务有限公司

开本: 787×980 1/16 印张: 17.25 字数: 333 千字

版次: 2005 年 4 月第 1 版 2005 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 7-307-04475-7/F·904 定价: 20.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

前 言

市场经济的理论和实践表明,价格是市场经济的核心和基础,是市场经济中最重要、最敏感、最灵活的经济杠杆,从某种意义上来说,市场经济就是价格经济。为适应我国社会主义市场经济体制的要求和国家实行并逐步完善宏观经济调控下主要由市场形成价格机制格局的要求,我们编写了这本《企业定价》。

在本书的构思和编写过程中,我们力图从发展社会主义市场经济的要求出发,借鉴和吸收当代西方经济学中有关价格的科学理论和合理方法,结合我国经济生活的实际,在阐明价格基本原理的同时,注意联系我国社会主义市场经济体制的现实情况,反映我国价格理论研究的最新成果和本学科的发展方向,在照顾知识系统性的前提下,尽可能满足不同专业学生学习和实际工作者的需要,既突出价格理论与实务的应用性和可操作性,又配合经济学科,特别是贸易经济、市场营销、工商管理、国际贸易以及会计、财政、税收、金融等专业相关课程的教学需要,达到理论性与实务性、科学性与操作性的有机统一。力求读者通过本书学习,掌握基本的价格理论、明确基本的价格知识、学会基本的计价技巧。

本书可作为经济类各专业本科、专科、函授、夜大、职大以及高等教育自学考试经济管理专业的教材使用,也可作为实际工作者的参考读物。各专业可根据课时情况,讲授全书或其中的主要章节。

本书是在反复讨论的基础上由集体完成的。各章的执笔人是:倪叠玖(第一章、第二章、第四章、第十章、第十一章、第十二章、第十三章、第十四章);唐仕宽(第三章、第五章、第六章、第七章);黄漫宇(第八章、第九章)。全书由倪叠玖主编。

本书在编写过程中参考了国内外已出版的有关价格方面的书刊和研究成果。由于我们的水平有限,加上社会主义市场经济条件下市场价格理论与实践尚在探索之中,许多问题有待进一步研究,书中难免存在着错误,恳请读者批评指正。

编 者

二〇〇四年五月

前 言	1
第一章 价格概论	1
第一节 价格是商品经济特有的历史范畴	1
第二节 价格的职能和特性	4
第三节 价格在市场经济中的作用	8
第二章 市场价格的形成	14
第一节 价格形成的基础及其历史演变	14
第二节 货币价值对价格形成的决定作用	21
第三节 市场供求关系对价格形成的影响	24
第四节 国家经济政策对价格形成的影响	33
第三章 价格构成	37
第一节 价格构成与价值构成的关系	37
第二节 生产成本	40
第三节 流通费用	47
第四节 利润和税金	55
第五节 商品理论销售价格	60
第四章 价格体系	64
第一节 价格体系的基本内容	64
第二节 商品比价体系	68
第三节 商品差价体系	79
第五章 市场竞争与价格	91
第一节 完全竞争市场上的价格形成	91
第二节 完全垄断市场上的价格形成	97

第三节	垄断竞争市场上的价格形成	103
第四节	寡头垄断市场上的价格形成	107
第六章	企业定价条件	113
第一节	企业定价的含义和作用	113
第二节	企业定价宏观环境分析	121
第三节	企业定价市场环境分析	125
第四节	企业定价内部条件分析	130
第七章	企业定价的目标和程序	135
第一节	企业定价目标	135
第二节	企业定价的原则	140
第三节	企业定价程序	143
第八章	企业定价策略	151
第一节	阶段价格策略	151
第二节	折扣价格策略	155
第三节	心理价格策略	157
第四节	地理价格策略	161
第五节	产品组合定价策略	163
第六节	企业定价变更策略	165
第九章	企业定价方法	170
第一节	成本导向定价法	170
第二节	需求导向定价法	173
第三节	竞争导向定价法	177
第十章	价格形式	181
第一节	价格形式的含义	181
第二节	政府定价和政府指导价格	185
第三节	市场调节价格	191
第十一章	进出口商品国内价格	196
第一节	国际市场价格形成及其与国内市场价格的关系	196
第二节	进出口商品价格的制定	202

第三节 价格条件与计价货币的选择·····	210
第十二章 价格信息和价格预测·····	217
第一节 价格信息·····	217
第二节 价格预测·····	226
第十三章 价格决策·····	232
第一节 价格决策的含义和内容·····	232
第二节 价格决策的程序和内容·····	236
第三节 价格决策的基本原则·····	243
第十四章 价格管理·····	247
第一节 价格管理的必要性和任务·····	247
第二节 政府价格管理·····	252
第三节 企业价格管理·····	261

第一章 价格概论

学习目的和要求 价格是人们常见甚至天天都要与之打交道的一种经济现象。通过本章的学习,了解价格的产生,明确价格的定义,搞清社会必要劳动时间的两重含义与价值决定的关系以及价格与价值的辩证关系及其运动形式。在掌握价格的职能和特征的基础上,发挥价格在市场经济中的作用,学会利用价格杠杆为社会主义经济建设服务。

第一节 价格是商品经济特有的历史范畴

一、价格的产生

价格如同商品一样,并不是人类社会一开始就有的。它是商品经济特有的历史范畴,是随着货币的产生而产生的,将来人类社会发展到商品、货币消亡的时候,价格也将随之消亡。

自从原始社会后期产生第一次社会大分工,即畜牧业同农业的分工开始,便产生了商品交换。第二次社会大分工,即手工业同农业的分工之后,便产生了直接以交换为目的的商品生产。随着产品转化为商品和商品交换规模的扩大,货币逐步产生,价格也就逐步产生,这个过程经历了四个阶段:

第一阶段,简单的价值形式。商品交换最初是直接的物物交换,交换的价值量表现在被交换品的实物数量上。例如,1只羊换1担小米,羊的价值量用小米的实物数量表现出来,1只羊=1担小米,在这个价值形式里,1只羊的价值量表现为1担小米。小米则是羊的价值的表现形式或表现材料,起着等价物的作用。

第二阶段,扩大的价值形式。交换品的价值量可以由许多不同商品的实物数量来表现。例如,1只羊=1担小米,或=10斤茶叶,或=20斤盐,或=30尺布等。

第三阶段,一般的价值形式。交换品的价值量相对固定地表现在某种特殊商品上,这种特殊商品成为普遍的价值表现材料。假定羊成为特殊商品,1担小米=1只羊,10斤茶叶=1只羊,20斤盐=1只羊,30尺布=1只羊等。

第四阶段,货币形式。当一般等价物固定在某一种商品上的时候,这种商品事实上就成了货币。在人类历史上,牲畜、毛皮、布帛、玉石、贝壳、铜等都曾充当

过货币。当金或银固定地充当一般等价物的时候,其他一切商品的价值量都表现在金或银的重量上,这就产生了价格。例如,1担小米=1钱黄金,那么1钱黄金就是1担小米的价格。

在现实生活中,各国市场上流通的是纸币。纸币是国家强制发行的价值符号,它代替金或银执行流通手段的职能,所以,现实生活中的各种商品都用纸币来标价。

二、价格的定义

价格一般的科学含义是什么呢?价格一般通称价钱,价即价值,是指某种商品值多少钱。价格是商品价值的货币表现形式,它是一种社会经济现象。人们对价格有着不同的表述,即使是马克思本人在《资本论》这部名著中也给予价格多种定义和不同表述。但是长期以来,我们把马克思从质和量两方面,用最精辟的语言对价格所作的概述,作为价格的经典定义,马克思指出:“价格是价值的货币表现。”^①这是价格的质的规定性。他又指出:“价格作为商品价值量的指数,是商品同货币的交换比例的指数。”^②简单地说,价格就是商品与货币交换的比例。例如,1担小米=1钱黄金,交换比例就是1:1,这是价格的量的规定性,从而使抽象的不可捉摸的商品价值得以量化。把质和量两个方面统一起来,价格的定义就是:价格是商品价值的货币表现,是商品与货币交换的比例。这个定义是从货币、价格产生的历史过程及商品与货币的等价关系的现实中抽象概括得来的,因而它科学地反映了价格的本质。在世界各国的商品和劳务交易场所,人们能见到各种各样的商品和劳务价格。从表象来看,价格是一个数值,数值后面是货币单位的名称。例如,1尺布卖2元人民币,1个玩具卖5美元,1辆汽车卖10万日元,理发1次收50卢布等。当然,各个国家在不同时期由于货币及其名称不同,价格数值后面的货币名称也是随之变化的。例如,在中国历史上就曾用黄金、白银、银元、法币、金元券、人民币等形式来标明商品和劳务的价格。随着经济的发展和科技的进步,今后,人们不仅用货币,而且会使用各种电子货币进行商品和劳务的交易。

三、价格与价值的关系及其运动形式

在市场上,价格或稳定、或缓变、或剧变,这种运动状况是价格机制对经济生活发生作用的表现,是价格与价值矛盾运动的结果。为此,需要进一步研究价格与价值的关系及其运动形式。

(一) 价格与价值的关系

价格与价值是对立统一的关系。在价值规律的制约下,价格与价值的矛盾运动

^① 《马克思恩格斯全集》第25卷,人民出版社1974年版,第397页。

^② 《马克思恩格斯全集》第23卷,人民出版社1972年版,第119~120页。

一般有两种方式：一是价格随着价值的运动而运动，两者相一致；二是价格偏离价值上下波动，两者相背离。

1. 价格与价值的一致

价格是商品价值的货币形态。价值决定价格，价格表现价值。价格与价值两者之间具有统一性，表现在：

第一，价格的本质是价值，是价值在交换过程中的物化形态，表现商品体内耗费有一定的人类抽象劳动。

第二，货币产生后，价值必须通过一定数量的货币——价格来表现自己，离开价格形态，价值不能自我表现。

第三，从价格变动的长期平均趋势来看，价格与价值会趋于一致，价格符合价值。价值规律要求商品按照价值量等价交换，要求价格随价值变动而变动，价格符合价值。这种“符合”、“相等”是价格机制运行的结果，它是有条件的：

首先，商品交换已经排除了偶然的性质，而是大量的经常的交换，并成为一种经常的有规则的社会经济现象。

其次，商品销售没有任何自然的或人为的垄断，不会使交换的一方高于价值出售，也不会使交换的另一方低于价值出售。

最后，商品的总产量符合社会需要，总供给与总需求平衡。

不过，在社会化大生产中，由于个别劳动与社会劳动的矛盾，社会需求的多样性、多变性与生产的稳定性、周期性的矛盾，表现为市场供给与需求之间的矛盾。价格等于价值只是偶然现象。但是价格机制的作用过程，使价格围绕价值上下波动，趋向价值，市场长期地交换，价格上涨和下跌可以相互抵消，不仅从总体来看，总价格与总价值是相等的，而且从单位商品平均数来看，价格趋向价值。所以，价格与价值的一致又是事物发展的必然。

2. 价格与价值的背离

价格是价值的外在表现。价格运动除受到内在的价值规律支配之外，还要受竞争规律，供求规律等其他经济规律的作用，所以价格运动的轨道和价值运动的轨道并不是同一条曲线。价格与价值不是直接同一的，而是价格经常脱离价值。价格与价值的矛盾性表现在：

第一，价格与价值量的一致。价格是价值的相对表现形态，是商品同货币交换的比例，这种交换比例受多种因素影响，既可以表现为商品价值量，也可以表现为比它大或小的量。价格以价值为中心偏离，正是价值规律起作用的表现形态。

第二，价格与价值包含质的矛盾。本身不是商品、没有价值的东西也可以获得一个价格形态。例如，在资本主义社会，良心、名誉、选票等，并不是商品，但可以出卖换取金钱，又如农民自产自用的粮食并不是商品，在核算成本收益时被赋予了一个价格形态。一种东西尽管没有价值，但它能在形式上有一个价格。

第三，价格包含着价值不能实现的可能性。商品要通过交换才能证明它的劳动耗费是适合社会需要的，并得到社会承认。如果生产的产品，社会不需要，卖不出去，劳动耗费就得不到社会承认，就不能形成价值，在价值形态上想象得到的货币量就不能变为现实。

价格背离价值也是合乎逻辑现象的，是价格机制作用的一种表现。正因为价格与价值既矛盾又统一的运动，使价格机制在商品生产和商品交换中，具有一种不可抗拒的魔力，调节着商品交换的比例和人们的经济关系，使价值规律的内在必然要求得以实现。

（二）价格与价值的矛盾运动

价格与价值的矛盾运动是通过价格围绕价值上下波动的形式来贯彻的。因为在商品经济条件下，生产与需要之间的联系是通过市场机制来间接调节的，因而不可避免地带有盲目性。由此引起社会生产与需要之间，调节商品的供给与需求之间，总是处在平衡与不平衡相互交替的状态。商品供不应求，价格上涨，但价格上涨会刺激生产，限制需求。因此当价格上涨到一定程度时，供不应求会向反方向转化，变成供过于求。商品供过于求，价格开始下落，而价格下落会限制生产，刺激需求。当价格下落到一定程度时，供过于求又会向反方向转化。在这种由供不应求到供过于求，又由供过于求到供不应求的连续不断的运动过程中，价格就围绕着价值上下波动，价值规律的客观要求与它的运动形式也是对立统一的关系。价值规律要求按照社会必要劳动时间决定商品价值量，要求价格符合价值。但这个要求不是直接得到贯彻实现的。从每个具体场合来说，价格与价值往往是不一致的，不是高于价值就是低于价值，两者恰好相等的现象是极其偶然的。但从长期平均趋势来看，供求不平衡会互相抵消，价格的涨落也会互相抵消，所以价格又是符合价值的，商品交换是按照等价交换原则进行的。商品价格量由生产它所耗费的社会必要劳动时间决定，商品交换要按照等价交换原则进行，就是对于这种长期的平均趋势而言。

第二节 价格的职能和特性

一、价格的基本职能

价格之所以在商品经济社会中占有极其重要的地位，成为市场机制自发运动的核心要素，是由价格本身的内在职能所决定的。所谓价格职能也叫价格机能，是指价格在形成和运动过程中所具有的内在功能。它是在价格形成时就包涵在其中的一种内在素质，不论价格的种类、形式如何变化，也不论是哪种商品经济社会形态下的价格，它的基本职能都是一样的。价格职能具有客观性和普遍性。只要具备发生作用的市场和商品交换等条件，价格职能就必然存在并发挥作用。当条件发生变化

后，价格基本职能并不改变，改变的只是其作用的范围、变化频率和程序。正因为如此，人们可以通过改变价格作用的条件，达到某种预期的目的，这就是价格职能的自觉运用。

价格职能可以列出许多种，但其基本职能主要是表价职能、调节职能、信息职能。

（一）表价职能

商品价值不能在商品自身上表现出来。价格的首要职能是把商品价值量表现为一定数量的货币，使商品交换得以进行和实现。这里要注意区别两点：第一，价格定义和价格职能的区别，在价格定义中，价格是被动，价值是主动，价格是价值表现的结果；在价格职能中，价格是主动，价值是被动，价格把价值表现出来。第二，货币职能与价格职能的区别，在货币职能中，货币是测量价值的尺度；在价格职能中，货币是价格的计量单位，价格通过货币把价值量表现出来。在社会主义条件下，价格的首要职能仍然是通过货币表现商品价值，实现商品等价交换，难以想象，不通过货币、价格而倒退回物物交换关系中去的情形。

由表价职能可以派生出核算职能和计量职能。核算职能是指价格核算劳动的功能。价格作为价值的货币表现，反映了各种商品的社会必要劳动消耗，它是国民经济各个部门、各个企业核算劳动耗费的平均尺度，是评价生产经营效益的客观标准。在现阶段，各个部门、各个企业的劳动消耗、占用、效益指标的计算、比较和考核等，都必须借助价格，离开了价格，经济核算就无法进行。计量职能是指价格作为综合计量的工具。各种商品的使用价值不同，相互之间无法进行综合比较，也不能采用实物形态来计量，只有通过价格乘实物量变成价值的货币形态（产值）才能综合计量。例如，国民经济活动中社会总产值、财政收入、国民收入、国民生产总值等指标都是通过价格来计量的。

（二）调节职能

价格对商品经济中社会再生产各个环节都具有调节功能。在市场经济中，价格是一个通过供求、竞争等机制相互制约、相互作用的过程，这是商品经济运行的基本方式。价格调节职能是通过调节生产和消费、调节市场供求关系来实现的。高价厚利能刺激生产、增加供给、起到抑制需求、减少消费的作用，从而促使商品生产由供不应求向供求平衡、供过于求的方面转化，生产者、经营者、消费者对价格的高低涨落，都会作出各自的反应，因而价格成为调节国民经济极其灵敏和有效的手段。

从调节职能出发，价格又派生出分配职能。分配职能是指由于价格涉及交换双方的经济利益，价格基础偏离平均价值，或者说市场价格偏离它的基础，都会引起生产者、经营者、消费者之间经济利益的转移，引起国家、集体、个人之间利益的再分配，而且这种利益再分配是此消彼长的关系。

(三) 信息职能

价格信息是市场经济中最重要的经济消息和经济行情。人们对它的反应最敏感,传导速度也最快。价格信息职能是指价格变动信息的发放、传递和反馈运行的全过程。价格是市场的晴雨表,价格状况及其运动可以综合反映出国民经济各个部门、社会再生产各个环节的变化。它从不同角度传递经济信息,是市场经济运行的指示器,对企业生产经营活动起导向作用,对国家宏观经济运行提供重要参数。在市场机制有规则运行的条件下,价格信息职能主要表现为:

1. 充当市场供求关系的“晴雨表”。价格的涨落波动将市场供求状况的信息发放和传递给生产者和消费者,同时生产者和消费者又会将所接收到的价格信息反馈到市场中去。他们在接收到价格信息后,从各自的利益出发,分别调整生产结构和消费结构,从而形成新的供求关系。

2. 向生产者散发商品价值量升降的信息。这是通过价格涨落来传导的。当商品供不应求时,价格上涨,意味着社会承认和补偿的商品价格量上升;反之,则情况相反。于是,生产者根据接收到的信息来决定自己生产与否、生产多少、怎样生产。企业据此来调整生产规模、产品结构、投资方向、资源配置。

3. 价格信息是企业预期和选择价格策略与方法的重要数据,也是国家调整价格政策的重要参数。从宏观上来说,物价状况是整个国民经济状况的综合反映;从微观上来说,价格变动可以提供商品价值和供求关系变化的信息。价格状况概括地反映了一定时期内的社会经济动态,国家可以据此调整价格政策,各个经济主体则可根据价格预期及其变动趋势,选择不同的决策手段和方法。

价格职能是客观存在的,但其具体实现和发挥作用却受到外部条件的影响和制约。一般来说,商品经济的充分发展、完善开放和有序的统一市场、规范化的交易及公平的竞争,是价格职能顺利实现的最佳经济环境。

二、价格的特性

价格特性是指价格自身特有的习性。价格从本质上反映的是社会经济关系,这些经济关系都会通过商品交换表现出来,也就是通过价格变动表现出来。在商品经济发展的不同阶段,支配和影响价格运动的条件和规律不尽相同,这就使价格运动表现出不同的特点。但是,支配价格运动的最基本规律——价值规律始终在发生作用,这就使价格运动表现出共同的习性。价格的特性是在长期的商品交换环境中形成的,在商品经济形态下,只要存在着商品交换、市场交易、商品价格,价格的特性就会体现出来。一般来说,价格的特性主要表现在以下几个方面:

(一) 反映性

无论是在哪种社会制度的商品经济条件下,价格作为商品价值的货币表现和商品与货币交换的比例,都能够综合地反映出社会经济活动的状况。价格水平及其运

动,既包括单个商品价格水平及其运动,也包括价格总水平及其运动。价格对国民经济的综合反映性是由价格形成和运动受多种因素影响而决定的。价格作为价值的现实运动形式不仅要反映价值的生产条件,更要反映价值的实现条件。在价值实现的过程中,价格运动既受外部因素的影响,也受内部因素的影响;既有基础性因素的作用,也有派生性因素的作用;既有影响价格总水平因素的作用,也有影响单项价格方面因素的作用。价格作为反映国民经济运动状况的一面镜子,其运行状况和发展趋势成为国民经济运行状况的综合反映。价格的动态变化,取决于影响其变化的多种因素的变化及其相互作用,所以,价格本身综合反映着这些因素的变化及其作用过程。

(二) 相关性

相关性又叫传导性,是指各种商品价格之间存在相互关联的关系。各种商品价格的变动,按照一定的系列运动,并发生连锁的反应。社会再生产的各个环节、国民经济各个部门、各个企业之间通过相互提供各自的产品而紧密地联系着,它们之间存在统一性和依附性。不同部门和企业都是独立的经济实体,都有自身的经济利益,只能通过平等的商品与货币的交换,以价格为中介才能实现,并紧密地联系在一起。价格之间的系列衔接性使一个部门的产品价格或一种重要商品价格的变动,会引起其他商品价格随之变动的连锁反应。价格间的连锁反应,既有横向的连锁反应,又有纵向的连锁反应。前者是指前一个环节,作为基础产品的价格发生变动,会使以它为原料的后续产品生产成本和销售价格也发生变动的价格运动现象。价格变动序列表现为:生产要素涨价——加工产品成本上升——生产者价格上涨——批发价格上涨——零售价格上升,水涨船高;反之,则情况相反。当然,价格的这种相关性或传导性有时可能因其他因素的影响(如多个加工环节的迂回性等因素)而表现得不是很充分。但价格的这种相关性是客观存在的,终究会或多或少、或直接或间接地体现出来。由于现代科学技术的进步,促进了生产力水平的不断发展,生产社会化是一种历史发展趋势,进入市场交换的产品序列将不断增加,经济生活社会化、全球经济一体化越来越明显,价格系列相关运动也越来越明显,进而形成价格多层次的整体运动体系。

(三) 运动性

价格的运动性是指价格是运动和变化着的。在市场交换活动中,买卖商品的价格时涨时跌、此起彼伏、不断地运动和变化的过程就是价格运动。价格的本性是运动的,价格的历史就是运动的历史。只有在涨跌运动中,价格才能实现其职能,发挥调节利益分配,指导生产、交换和消费。价格之所以有运动性,是因为价格形成的基础以及影响价格的各个因素都是在不断变化之中。首先,作为价格形成的基础价值,不断地随着生产力水平、所有制关系以及竞争的范围和强度变化而变化,因而价格自然也会随价值变化而变化。其次,影响价格的货币价值、供求关系、国家

政策、国际市场价格也都在不断变化之中，也影响着价格的变化。诸多的经济的、政治的、宗教的、心理的、国内的、国外的因素都是变量，它们相互作用、相互影响，每一个因素的变动对价格都是一种冲击力量，推动着价格运动，从而使价格成为一个非常灵敏、易变的经济元素。不论在哪种社会形态的商品经济和市场机制中，价格都是一个动态的过程，价格不可能长期固定不变，价格运动是价格存在的形式，那种认为价格稳定不变才是价格的最佳状态的观点，是不符合经济规律要求的，也是与价格的特性相悖的。

（四）社会性

价格的社会性表现为价格体现着人与人之间的经济利益关系。这种经济利益关系有着此消彼长的特点，任何价格的变动都会引起人们经济利益的变化。从静态上来看，在现有商品的交换活动中，价格变动本身既不增加、也不减少社会财富，但都会引起社会财富分配格局的变化。此时，价格变动体现了价格对原有利益分配格局的调整，而且这种调整带来的再分配，势必成为人们普遍关心的社会问题。也就是说，在已有商品的交易中，价格的变动一方面会使一部分经济利益主体受益，另一方面会使另一部分经济利益主体的利益受损。在价格变动中所有经济主体都受损或都受益的情形是不存在的。而且这种得失在量上表现为此消彼长的等同性关系，即总体利益保持不变。价格的这种利益消长性体现在利益结构的重新分配。当然，从动态角度上来讲，价格的合理变动，可导致社会资源合理流动或重组，进而优化资源配置，增加社会财富。

认识价格的一般特征，有助于我们在分析、研究价格时，树立价格的整体观念，从动态入手，把握价格运动的趋势和规律。在解决价格问题时，应当从基础入手，不能就价格论价格，要对国民经济进行综合治理，同时还要注意价格变动带来的连锁反应，考虑周全的对策，全面地认识价格问题，正确地运用价格手段。

第三节 价格在市场经济中的作用

在现代市场经济中，商品经济的基本规律——价值规律必然存在并发生作用，它总是通过市场机制调节社会再生产过程，并对社会资源的配置起基础性作用。建立社会主义市场经济，大力发展商品经济，首先就是要承认价值规律，尊重价值规律，坚决按照价值规律的客观要求办事。在现实经济生活中，价值规律这只“看不见的手”，只有通过价格机制——价格围绕价值不断变动才能发挥作用，人们也只有通过价格变动来认识、掌握和运用价值规律。我们尊重价值规律，按照价值规律要求办事，就是要充分重视价格机制，积极地发挥价格机制的作用。

价格在市场中的作用是多层次的、多方位的、极广泛的。价格的触角伸向社会经济生活每个角落，触及国家、企业和个人以及不同地区、不同阶层的利益。价格

“幽灵”对社会再生产的各个环节，国民经济各个部门，以及经济、政治、社会、文化等各个方面的影响和作用是无所不及和无时不在的。从某种意义上讲，市场经济就是价格经济。

价格对社会经济生活的作用具有两重性：一是起积极作用，正调节而产生“正效应”；二是起消极作用，逆调节而产生“负效应”。不合理的价格，对国民经济的发展起阻碍作用，甚至起破坏作用，不利于安定团结和改善人民生活。合理的价格，对国民经济发展和人民生活的改善，起着积极的促进作用。

什么是合理的价格？合理价格的标志主要是：首先，商品价格应当以价值为基础，反映价值规律的要求；其次，不同商品之间要保持合理的比价关系，同种商品在不同环节、地区、季节、购销数量及质量之间保持合理的差价关系；再次，商品价格应当反映供求，符合供求规律的要求；最后，价格的制定还要符合党和国家的政策要求，正确处理各个方面的经济关系，统筹兼顾各个方面的经济利益。

在社会主义市场经济条件下，自觉地运用价值规律为社会主义现代化建设服务，最关键的一环就是充分发挥价格机制的作用，使价格成为市场配置社会资源的指示器和调节器。

一、合理价格有利于促进国民经济高速度、高效益地协调发展

价格对于国民经济最重要的作用，就在于它能够通过各种方式和渠道来调节、影响社会生产，促进国民经济按社会需要的比例协调发展。价格对生产的作用主要表现在：

1. 各种价格是计量社会劳动耗费和实现国民经济综合平衡的工具。社会主义经济规律和社会主义基本制度，要求国家自觉地根据人民的需要，按比例地分配社会劳动时间，即在宏观调控下有计划地组织社会生产。这是实现国民经济协调发展的前提。社会主义制度下的劳动必须转化为价值形式，必须迂回曲折地通过价值形式（价格）来计算、分配，合理价格反映了生产商品的社会必要劳动量，可以正确计算国民经济计划指标，准确分配社会总劳动量，建立国民经济综合平衡。反之，价格不合理，度量劳动耗费不准，计算、分配的劳动也不准，计划指标不实在，国民经济各种比例关系就会扭曲，宏观经济就有可能比例失调。

2. 合理的价格是促进工农业生产发展，调节生产结构合理化的杠杆。对于企业来说，生产什么、生产多少，都要根据商品的价格水平来决定。价高利大，就多生产；价低利少，就少生产；无利可图，就停产或转产。价格是企业行为的指挥者，也是改进和完善产业结构的动力机。合理价格使正常生产、合理经营的企业能获得合理利润，从经济利益上刺激企业积极地发展商品生产，保证完成国家的定购合同，同时指导企业的投资方向，使各个部门按社会需要均衡发展，促进生产结构和产业结构合理化；反之，价格不合理会诱导企业盲目发展，使“长线产品”截不

短,“短线产品”拉不长,造成产业结构不合理,国民经济畸形发展。

3. 合理价格有利于淘汰劣质陈旧产品,增加优质新产品,从而加速产品的更新换代。合理价格保证生产优质名牌产品得到合理的利益,使生产质量低劣、陈旧过时的老产品无利可图。这就从物质利益上“奖优惩劣”,鼓励企业采用先进技术和设备,开发新产品,缩短产品更新换代的周期。反之,价格不合理,好坏不分,甚至“奖劣惩优”,其结果是优质名牌、花色新颖的产品紧俏脱销,粗制滥造、过时陈旧的产品充斥市场。

4. 合理价格有利于节约使用资源,合理配置社会资源。社会主义国家要特别珍惜、节约社会资源,充分发挥各地自然、经济和技术的优势。社会资源如何配置以及资金和劳动力等要素投向何方,都要以价格这个指挥棒为转移。市场价格变动必然会引起企业行为的变化,从而调整各个经济部门的比例关系,进而调节社会资源朝着合理的产业结构与产品结构方面转移。资源稀缺、价格上涨、抑制需求可以达到保护资源、节约资源的目的,同时还可以产生“资源替代效应”。人为地压低稀缺资源的价格,只能造成资源的极大浪费和资源分配的扭曲。合理价格可以促使农业生产单位因地制宜,扬长避短,综合开发和治理土地等自然资源,保护生态平衡;促进工业和企业以节约能源和保护生态环境为中心的技术改造和结构改革,推动能源生产和节约,调整生产结构,实现专业化分工协作,从而促使各个地区、各个企业最充分地发挥自己的优势,合理布局生产能力。反之,价格不合理,就可能造成劣势地区盲目发展和重复建设,使有限的资源、资金得不到最有效的利用。

二、合理价格有利于促进商品流通的顺利进行

在现阶段,我国国民经济的运转无时无刻离不开流通,而价格是商品交换的中介,是搞活流通的先决条件。合理价格可以扩大和加速商品流通,降低商业流通费用,促进供求平衡,提高经济效益。价格对流通的作用主要表现在:

1. 合理价格可以调动企业的经营积极性,按照经济区域组织商品流通。合理的价格使产地与销地,批发与零售商业都能获得相当的利润,促使他们根据市场需要采取多种灵活的购销形式,通过多条流通渠道扩大购销业务,为工农业生产和人民生活服务,并能促进流通体制的改革,建立起多渠道、少环节、开放式的流通体制,加速商品周转,扩大城乡之间、地区之间的物资交流,搞活城乡经济,提高经济效益。反之,价格不合理,就会挫伤企业的经营积极性,阻塞商品流通,引起盲目流通,迂回倒流,甚至还会引起投机倒把活动,从而不利于流通体制的改革,影响生产的发展和消费的实现。

2. 合理价格可以调节供求状况,促进供求平衡。价格在流通领域的作用,最明显地表现在它的变动可以调节供求矛盾。价格是市场上供求关系的重要调节者。