

价格管理知识

高云 张立中 丁力 编著

中国农业机械出版社

价格管理知识

高云 张立中 丁力 编著

中国农业机械出版社

随着我国经济管理体制改革的不断深入，价格调节在社会经济中也逐步得到加强，并发挥着越来越重要的作用；价格问题日益成为人们所关注的问题。本书作者为普及经济生活中的价格知识，参考了国内外有关价格问题的资料，编写成这本通俗易懂、实用性较强的普及读物。全书共分十三章，分别介绍了价格形成理论、价格水平变动理论、计划价格管理、各类商品价格管理、价格信息管理、企业订价原理、订价策略、订价方法和技巧、企业内部价格、外贸商品价格、影子价格和国外价格管理等方面的知识。

本书不仅可供各类财经院校的教学参考，也可供各部门经济工作者阅读。

价格管理知识

高云 张立中 丁力 编著

责任编辑：孙 瑞

封面设计：田淑文

责任印制：张俊民

中国农业机械出版社出版（北京阜成门外百万庄南里一号）

（北京市书刊出版业营业许可证出字第117号）

中国农业机械出版社印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行·新华书店经售

开本 787×1092¹/₃₂·印张7¹/₂·字数163千字

1988年12月北京第一版·1988年12月北京第一次印刷

印数 00,001-3,800 ·定价：3.00元

ISBN 7-80032-038-3/F·1

前 言

价格现象是商品经济社会中最平凡的、司空见惯的经济现象之一，各种各样的物质产品及劳务，一般都需要采用货币的形式标出一个价格，作为买卖双方交换的条件。然而，当人们试图从理论上解释某一种商品价格涨落的原因，理清庞杂的价格体系以及阐明价格体系与其它社会经济现象的相互作用关系的时候，问题就不那么简单了。确实如此，在商品经济社会中，最难阐述清楚的莫过于价格现象了。它是个涉及历史和现实，物质与精神，政治与经济等诸方面、多层次的极为复杂的社会经济现象。作为一个经济管理工作者，如果对价格现象只停留在一知半解的水平，那么他对社会经济问题就不可能有较周密、系统、深入地了解和思考；反之，如果把握住了价格运动的规律和脉络，对整个社会经济活动的认识就不再是支离破碎、浮光掠影式的了，就有可能使自己在日趋激烈的市场竞争中成为一位较成熟的决策人。

千百年来，众多的经济学者出于各种不同的目的，孜孜不倦地从事价格理论的研究，从而极大地丰富了人们对价格运动的认识。尽管到目前为止，在价格理论上还存在许多分歧，但一些可供经济工作者学习和认识价格运动、定量地对价格进行分析，科学使用价格杠杆的比较系统的基本理论及方法已逐渐形成。事实上，激烈的争论，给价格理论研究带来了勃勃生机，因此，对于前人在价格理论研究中的各种积极成果和见解，我们无疑都应予以高度重视。

当我们初始接触价格理论时，应注意到，该理论是对价

格现象的一种高度抽象的结果。它力图描述现实，但并非为关于现实的不连贯的报道，而是概括现实的简洁模型。价格理论的客观性和令人信服之处，在于它对影子价格运动诸因素之间关系的深入分析；对价格运动现象的准确概括。理论模型抓住了价格现象的主要特征和决定因素，向人们展示了纷繁复杂的价格现象中的一些基本结构关系和运动机制，并为人们定量分析价格问题创造了条件。本书将根据历史及逻辑的顺序，从一般市场价格理论展开，介绍我国价格体系运动的一般规律。

目前，我国社会经济正处于大变革时期，社会经济中的各种矛盾在流通领域集中反映出来，而矛盾的焦点则是价格。由此观之，价格管理体制的改革势在必行。本书就价格改革中给人们提出的新课题进行了探讨，其中包括，目前我国深入进行的价格体系变动规律是怎样的？价格计划管理的指导思想、战略目标和经济手段是什么？企业如何制订价格策略及如何选用订价方法和订价技巧？此外，本书还将介绍价格信息、国际市场价格、国外市场价格管理等方面的知识。

本书以价格与经济效益的联系作为贯穿始终的主线，力图为宏观经济决策和微观经济决策提供必备的价格知识。本书详细地介绍国家计划控制价格的方法和市场价格及其企业价格管理方面的知识。

本书的前言，第一、二、四、五、七、八、九、十一、十二章由高去编写；第三、六章由张立中编写；第十章由丁力编写。由王佩奇和何元录审阅。

限于时间和水平，本书一定会有些缺点和不足，我们衷心希望广大读者给本书提出宝贵的意见。

1986.6 编著者

目 录

前 言

第一章 市场价格	1
第一节 价格形成与价格机制.....	1
第二节 供求规律与均衡价格.....	5
第三节 需求弹性和供给弹性.....	10
第四节 收益与成本.....	15
第五节 价格形成模式.....	20
第二章 价格构成	27
第一节 概述.....	27
第二节 生产成本.....	28
第三节 流通费用.....	32
第四节 税金和利润.....	35
第五节 理论销售价格的计算.....	40
第三章 价格体系	41
第一节 概述.....	41
第二节 农产品价格.....	52
第三节 工业产品价格.....	55
第四节 建筑产品价格.....	64
第五节 交通运输价格.....	67
第六节 服务价格.....	70
第四章 价格变动	78
第一节 成本与价格变动.....	78

第二节	供求与价格变动·····	84
第三节	影响价格变动的其它因素·····	93
第五章	计划价格·····	96
第一节	价格计划管理与社会经济效益·····	96
第二节	价格计划管理的目标和形式·····	105
第三节	计划控制物价总水平的手段·····	109
第四节	制订计划价格的方法·····	113
第六章	市场物价管理·····	118
第一节	市场物价管理的任务·····	118
第二节	市场物价管理体制·····	121
第三节	市场物价管理的方法·····	125
第四节	物价的监督、检查与纪律·····	130
第七章	价格信息·····	134
第一节	价格信息管理·····	134
第二节	价格管理信息系统·····	140
第三节	物价统计与预测·····	146
第八章	企业订价策略·····	154
第一节	概述·····	154
第二节	新产品订价策略·····	156
第三节	差别订价策略·····	159
第四节	其它订价策略·····	163
第九章	企业订价方法·····	170
第一节	成本加成订价法·····	170
第二节	边际贡献订价法·····	175
第三节	其它订价方法·····	177
第四节	订价技巧·····	180

第十章 企业内部价格	183
第一节 内部价格的构成及确定原则.....	183
第二节 内部价格的制订及计算.....	185
第十一章 外贸商品价格	193
第一节 概述.....	193
第二节 外贸价格术语.....	197
第三节 出口商品国内价格.....	202
第四节 进口商品国内价格.....	211
第十二章 影子价格	217
第一节 影子价格理论的产生和发展.....	217
第二节 影子价格的计算.....	219
第三节 影子价格的应用.....	228

第一章 市 场 价 格

这里所谈的市场价格，不能简单理解为市场上出售商品的价格。它是指在市场供求关系影响下，由商品生产者或经营者自行制订的商品价格，又称自由价格。显然，它不同于由政府行政管理机构制订的计划价格、固定价格等官订价格。

第一节 价格形成与价格机制

一、价格

价格一般是指商品同货币交换的比例，即买卖一定数量、质量的商品所需支付的货币量。广义的价格是指获得商品所需要的条件，例如用分期付款方式出售高额耐用消费品时，规定第一次付款额等的条件。价格主要有物质形态的商品价格和不具有物质形态的劳务价格（又称非商品收费）。价格是人类社会进入商品经济社会后才产生的一种经济现象。商品生产发展初期，价格与社会经济生活联系并不紧密，而只是在商品经济高度发展的现代社会里，它才成为人类社会安排经济活动所使用的最重要的核算工具，与人民日常生活密切而不可分的。

二、价格形成的基础

价格形成是指商品交换中价格如何确定。在自由竞争的商品经济社会中，价格是由千百万商品生产者自行制订的，决定价格水平的因素非常复杂，价格形成有着一定的偶然性，但在这些偶然性中却存在着必然的因素。人们若留心观

察，就会发现无数商品的价格之间，存在着一种相对稳定的比价、差价关系，即存在一种相对稳定的价格结构。比如，一个鸡蛋的价格即使一涨再涨，总也不会高过一辆汽车的价格。个别商品的订价要受价格体系的制约，而一种商品价格的变动也会引起价格体系中的连锁反应。由此可见，一个商品生产者在制订价格时，远不是那么轻松随意。他要尽可能使自己的主观订价，接近客观存在的最合适的价格。如果价格订得太高了，一些商品的销售机会就会被别的竞争者抢走；如果价格订得太低，又会失去一些本来可以得到的收益。因此，价格运动并不是无章可循。所谓价值，是指商品价格运动中所呈现出来的规律。价格与价值的关系是现象与本质的辩证关系。一方面，价值是价格形成的基础，即价格形成有着客观的制约性；另一方面，商品并不能自己说明自己的价值，它要借助货币来表现其价值，所以我们又说，价格是商品价值的货币表现。

价值作为价格形成的基础，随着商品经济的发展，又具有多种不同的表现形式。或者说，在不同的市场条件下，价格形成具有不同的规律性。例如，在资本主义以前的商品经济中，商品一般都是简单手工劳动的结果，物质劳动消耗较少（即原材料、工具等投入较少），活劳动消耗较多。人们根据经验，可以了解彼此商品的生产所耗用的劳动时间。这样，劳动时间就可能成为决定商品交换比例的适当尺度。在这种市场条件下，决定了价格形成以社会平均的劳动时间为基础。在完全竞争的资本主义经济中，各部门、各行业资本的有机构成各不相同，劳动的复杂程度也有很大差别，商品的价格已经不可能简单地仅由劳动时间决定了。在这里，根据等量资本获取等量利润的原则，商品的价值表现为生产价

格,即生产成本和竞争中形成的平均利润是价格形成的基础。而在垄断市场中,商品的价值又表现为垄断价格,即生产成本和垄断利润是价格形成的基础。

三、价格机制的概念

“机制”一词起源于拉丁文,它原来是生物学和工程学上的用语。在生物学中,它是指有机体的构造、功能和相互关系;在工程学中,它是指机器的构造和工作原理。“机制”这一概念引入价格理论,其内容更丰富了。它大体包括两个相互作用的方面。一方面,价格形成是社会其它经济事物与价格的相互作用及价格体系内部诸方面相互作用的结果;另一方面,价格又反作用于社会经济环境,对社会经济生活有深刻的影响。简而言之,价格形成与价格功能是一个事物的两个方面,它们的辩证结合便构成所谓价格机制。值得指出的是,价格机制同价值规律是同一事物的两种不同表述:价格形成就是所谓价值决定,即商品的价格以价值为基础;而价格功能,就是价值决定对社会经济的反作用,即价值规律的作用。

在不同的社会经济条件下,价格形成及价格对社会经济生活的调节作用不同,价格机制也有所不同。它基本可分为市场价格机制、市场干预价格机制、计划价格机制、计划市场价格机制等类型。市场价格机制一般可以看作是最基本的价格机制,或者说是最基本的价格理论模型。

四、市场价格机制

市场,作为一个经济学的概念,不仅是指人们所熟悉的百货商场、农贸市场等。就其含义而言,它是关于商品买卖行为的一个概念。例如,某一商品的市场,一般是指人们对这一商品的供给和有货币支付能力的需求关系;就其范围而

言，它指一个区域，在这里买者和卖者交往密切，有一定的商品供求关系，有趋于一致的市场价格。在商品经济社会中，市场实质是指生产、交换和分配商品的有组织的体系。

典型的市场经济，一般是指没有国家干预、没有垄断，由商品生产者通过自由竞争实现商品的生产、交换和分配的一种社会经济形态。在商品经济社会中，商品生产和交换是高度分散的，经济决策也是高度分散的，然而社会经济还是大体有序。在这里，市场价格机制起着控制、调节作用。那么，高度分散的社会经济生活又是怎样组织成有机整体的呢？这还要从市场经济中价格的功能谈起。

市场价格机制的功能主要表现在以下几个方面：

1. 作为一种经济动力推动社会经济发展。在商品经济中，广泛存在着竞争，表现最突出的是价格竞争。商品的价格以价值为基础，而并不以个别生产耗费为基础。生产企业要想得到盈利，必须努力使生产耗费低于或接近社会必要的生产耗费，并不断提高产品的质量，改善产品的性能。这一客观力量迫使企业不断加强管理，不断研究、开发、利用新技术，提高劳动生产率，努力降低成本，提高产品功能。

2. 调整生产及消费结构的功能。价格的变动反映了市场供求关系的变化，这为生产者和消费者提供了必要的经济信息。在其它条件没有明显变化的情况下，商品价格上涨，意味着该商品的生产更加有利可图；而商品生产所需的生产要素价格的上涨，则意味着单位产品利润将要下降。生产者根据这种价格信息调整生产的规模、品种。价格的这种功能是一种强制的力量，如果生产者不根据市场需要组织生产，那么超过社会正常需要而生产产品的劳动耗费，就得不到社会的承认，产品就会积压或不得不削价处理。从生活消费来

看，价格是消费者决定如何安排生活消费的重要信息。人们通过同类商品或可替代商品价格的对比而不断调整消费构成。价格结构的变化则会相应引起生活消费结构的变化。

3. 分配经济资源功能。价格机制的重要作用之一是在全社会范围内分配经济资源，即社会总劳动量按照一定比例分配到社会各经济部门。这种分配有两种形式：首先，某一商品保持一定价格水平时，一部分消费者被排斥在需求队伍之外，价格水平决定了消费者的范围。同时，这一价格水平决定着需求者队伍内不同消费者的需求数量。其次，当一种资源供给充足时，价格便会降低，鼓励对这种资源的消费；当一种资源紧缺时，价格便会提高，限制对其需求。

这里所说的市场价格机制的功能是理论抽象的结果。完全充分的市场竞争是它的必要前提。因为现实生活中并不存在完全充分的竞争，而市场价格机制的功能所发挥的作用也只是一部分，远不那么健全健美。事实上，它是一种自发的力量，在资本主义制度下，会不可避免地导致贫富两极分化和周期性的经济危机。毫无疑问，在商品经济中，它是可以发挥作用的，但仅依靠价格机制的功能所发挥的作用还远远不能保证社会经济的高速稳定运行，也不能使广大人民群众的利益得到充分的保护。关于这一点，后边还要更详尽的论述。

第二节 供求规律与均衡价格

所谓完全竞争市场，是指这里厂商众多，谁也不能主宰价格；产品一致，相互间没有显著差别；各厂商独立决策，不相互串谋；各种生产资源可以自由转移；买卖双方对市场

情况具有充分的知识。我们在这个假定前提下，分析一下在供给与需求的相互作用下，价格是如何形成的。

一、需求与价格

这里所说的需求是指有一定货币支付能力的需求，而不是对商品的一般占有欲望。市场上，众多消费者对同一商品的需求程度是不同的，即他们主观上乐于支付的价格或在同一价格上愿意购买的数量是不一致的。一种商品的需求是市场中所有购买者需求的总和。

影响需求的因素主要有：（1）人们对未来价格的预计。比如，当人们听说鸡蛋价格将要上涨，社会上鸡蛋的需求量就将增加。（2）购买者的收入水平。就大部分商品来说，人们的收入水平同对商品的需求是成正比的。（3）购买者的爱好。人们对商品的不同兴趣、不同偏爱，决定了他们的不同需求量。社会上各种流行思潮及价值观念，影响着消费者的爱好，从而引起某些商品需求的巨大变化。（4）能相互替代、相互补充的商品的价格及需求。例如在建筑业中，木材与钢材是可互代商品，木材的价格上涨了，钢材的需求量便会增加；又如，乒乓球拍与乒乓球是互补商品，乒乓球拍的需求量增加，乒乓球的需求也必然会增加。影响需求的因素还有很多，但关键因素还是商品本身的价格。在某一时间、某一特定市场上，商品价格越高，市场上的需求数量越少；反之，价格越低，市场需求数量越多。这里，价格与需求量的相互关系是我们分析的主题，其它影响因素暂不考虑。

为了形象及定量地分析价格与需求之间的数量关系，可以编制需求表和绘制需求曲线。下面，我们根据某一市场中柑桔需求同价格之间的数量关系，如表1-1及图1-1所示：

表1-1 需求表

P (价格: 元/kg)	Q_1 (需求数量: kt)	Q_2 (需求数量: kt)	Q_3 (需求数量: kt)
0.15	165	120	225
0.20	135	90	175
0.25	105	70	140
0.30	80	45	110
0.35	65	30	90

图1-1中的三条需求曲线 D_1 、 D_2 、 D_3 是分别对应表1-1中三种不同需求量 Q_1 、 Q_2 、 Q_3 绘制的。我们先观察 Q_1 ，当柑桔价格为0.20元/kg时，市场需求量为135kt；当价格涨至0.35元/kg时，许多人会认为太贵而少买或不买，市场需求量下降到65kt，根据这种相应变化关系，我们画出需求曲线 D_1 。假定又发生新情况，例如，梨、苹果的价格下降，那么一些对柑桔的需求就会转向梨、苹果，由此，柑桔的需求曲线下移至 D_2 ，即当价格仍为0.20元/kg时，市场需求量仅有90kt。又如，人们的收入水平明显提高，对柑桔的需求量随之增大，需求曲线又上移至 D_3 ，即价格为0.2元/kg时，市场需求量为175kt。

二、供给与价格

供给量是指厂商能向市场购买者提供商品的数量。它受多种因素影响，如受成本的影响。如果生产成本上涨，在商品价格不变的情况下，商品的供给量就将减少。因为，对厂商来

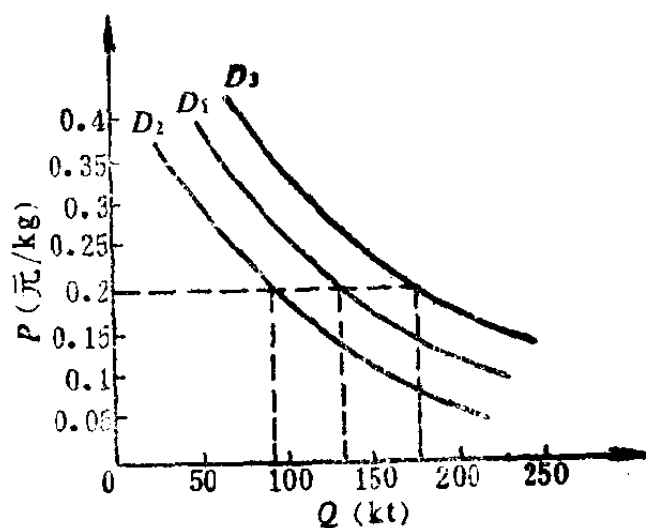


图1-1 需求曲线

说，生产什么产品，取决于经济效益的高低。当一种产品因成本提高而收益降低时，他们就要考虑是否把生产资源转向生产其它更能盈利的产品。此外，厂商对未来商品销售价格的估计，也是影响供给量的因素。但影响供给量的主要因素还是市场销售价格。不同的市场价格决定市场上不同的商品供给量。设某市场稻谷的供给量与市价之间存在特定关系，我们用供给表及供给曲线来描述这种数量关系，如表1-2和图1-2所示。

表1-2 供给表

价格 (元/kg)	供给量 (kt)	价格 (元/kg)	供给量 (kt)
0.05	120	0.20	360
0.10	260	0.25	380
0.15	320		

又知，因为某水利工程竣工及水稻良种的推广，稻谷的生产成本有所降低。在同一价格水平上，生产者愿意提供更多的稻谷。因此，价格、供给量关系发生变化，出现了新的供给曲线 S' 。供给曲线 S' 在原供给曲线 S 的右方。

三、均衡价格

前面，分别讨论了需求、供给与价格的关系。现在，把两方面综合起来，说明市场价格是如何在供求相互作用下形成的。此时，在一张图上，我们同时绘制出某一商品的供给及需求曲线，如图1-3。

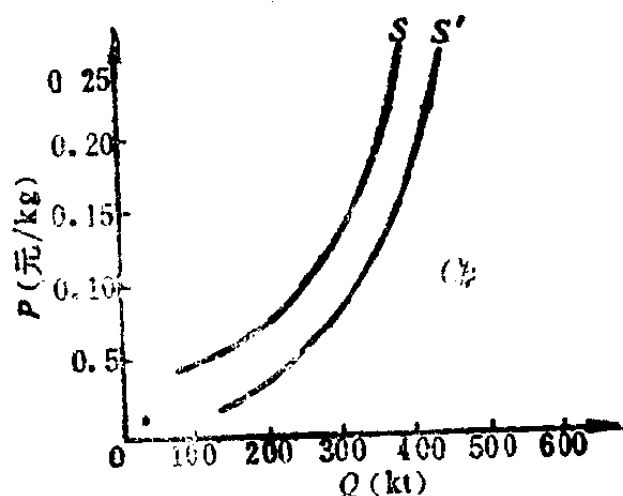


图1-2 供给曲线

两条曲线相交于 E 点，即均衡点，这一点所对应的价格就是所谓均衡价格(15.5元/kg)。

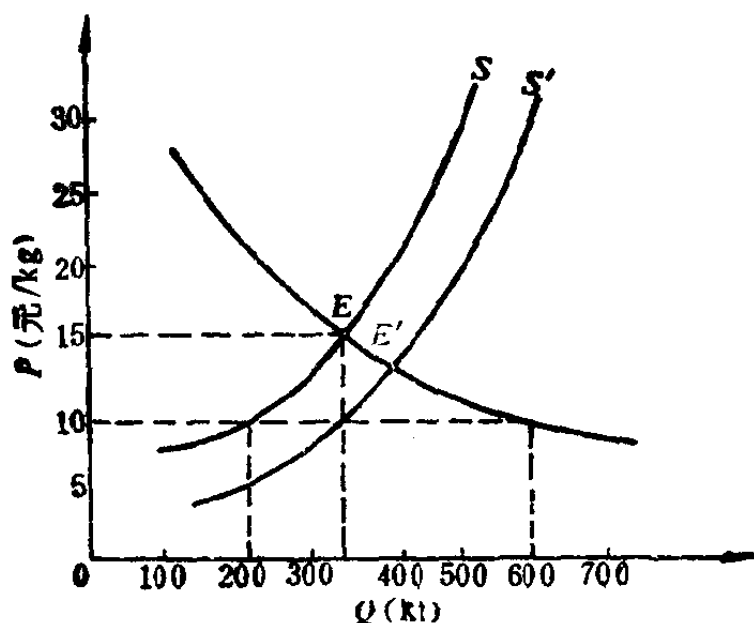


图 1-3

均衡价格是指一种商品的需求量和供给量相一致时的价格，即商品的供给曲线和需求曲线相交时所对应的价格。这一价格，在影响供求关系的诸因素没有变化时，是相对稳定的。除去这一价格，再也找不到相对稳定的价格了。如，价格为9元/kg，这时市场需要量为600kt（需求曲线D），而市场供应量却仅为215kt（供给曲线S），供求之间严重不平衡，商品成为短线。由此，购买者之间必然要展开竞争，商品的多次倒卖、层层加价就将发生，使市场价格不断上升，升到 E 点，方可使供求平衡。相反，如果价格高于15.5元/kg，市场则供大于求，供方就将展开竞争，使价格下降，降到 E 点，又使供求平衡。一般来说， E 点为价格均衡点，市场价格在这一点上下波动。

当影响供求的因素发生变化，产生新的供给曲线或新的需求曲线时，就会产生新的均衡点，如图 1-3 中的 E' 。因为