

实用 对外贸易 价格学

主编 王宗汤 张文良 韩敬棠



中国物价出版社

实用对外贸易价格学

主编 王宗汤 张文良 韩敬棠

J711.83/02

中国物价出版社

实用对外贸易价格学

王宗汤

张文良 主编

韩敬棠

•

中国物价出版社出版发行

新华书店经销

冶金胶印厂印刷

•

850×1168毫米 大32开 14.25印张 392千字

1991年6月第1版 1991年6月第1次印刷

印数：1—10000册

ISBN7—80070—044—5 (F·42)

定价：7.50元

本书编委成员

主编 王宗汤 张文良 韩敬棠

编委 (以姓氏笔画为序)

王传弟 王宗汤 王雅贤

朱定章 李小敏 张文良

赵郁彬 徐锦华 董 伟

韩敬棠

序

物价是国民经济中的重要问题,也是对外贸易经营管理活动的关键一环。进出口商品在流通领域要经历国内、国外两个市场,涉及多种价格和货币,因而其价格变化具有特殊性和复杂性。外贸价格是一门很重要的学问,研究和掌握这门知识,对提高我国外贸经营管理水平和促进我国对外贸易发展具有重要意义。随着我国改革开放的深化和外向型经济的不断发展,与国际间的经济及技术联系日益广泛和密切,与此相适应,我国外贸体制改革需要进一步深化,出口企业要逐步走向自主经营和自负盈亏的轨道。因此,需要我们尽快学会和利用价值规律,全面掌握外贸物价知识,为发展我国的对外贸易服务。《实用对外贸易价格学》的问世,及时地适应了当前需要,无论对推动外贸价格理论的研究,还是作为实际工作的指导,都是很有益处的。

李岚清
一九九〇年九月于北京

前 言

国际商品交换,是通过对外贸易实现的,进出口商品在流通过程中,必须计价成交,贱买贵卖则盈,贵买贱卖必亏,因此,价格直接关系到一个企业的经营成果,是企业能否生存和发展的大问题。我国外贸体制改革要求外贸企业自负盈亏,所以如何完善外贸价格机制,运用价值规律来提高外贸企业的经营管理水平和进出口商品的经济效益,促进对外贸易的发展就成为一项重要课题,《实用对外贸易价格学》正是在这种形势下产生的。

价格理论,是中外许多经济学家长期艰苦探索的课题。19世纪中叶,马克思批判地吸收了古典经济学家关于劳动价值理论的合理内核,创建了科学的劳动价值学说。马克思在《资本论》一书中深刻地研究了价格与价值、价格与货币、价格与供求、价格与竞争的关系,科学地论证了价格的起源、价格形成和运动的规律,为价格理论的研究提供了科学的理论基础。本书正是根据上述理论并结合我国外贸价格工作实践研究进出口商品价格运动规律及其应用,为建立对外贸易价格学进行的一种探讨。

对外贸易价格有其自身的特点。进出口商品须经历国内和国际两个不同的市场、两种货币、两种价格(国内价格、国际价格)。因此,《实用对外贸易价格学》同时研究在这两个市场条件下价格形成和运动的规律,把国际和国内价格、价值、货币关系和进出口商品在国内外流通过程中价格的形成和运动规律,以及对国内外价格的运用和管理作为研究的对象。它的基本任务是研究国内外市场价格形成和运动规律;研究国内外价格构成各部分及支配和影响价格形成和变动的诸因素;探索如何根据我国情况建立起一个既符合我国有计划商品经济又适应资本主义市场经济的灵活而科学的外贸价格体制,正确制定进出口商品价格政策和策略,以便有

效地运用市场价格提高经济效益,促进我国外贸事业的发展。

根据进出口商品价格一头在国内,一头在国外的特点,本书内容分为三大部分;第一编国内价格部分,第二编国际价格部分,第三编价格管理部分。第一编(第1—5章)主要介绍国内价格体系、价格构成和进出口商品的国内市场价格,包括外贸收购价格、系统内部调拨价格、出口商品转内销价格和进口商品国内价格等多种价格形式;第二编(第6—11章)论述了国际市场价格的概念、种类、特点、作用、形成基础和影响价格形成的因素等,并从实用出发介绍了国际价格的构成、作用、差比价、作价原则、运算技巧、出口定价目标策略和方法,不同贸易方式的作价原则及价格术语、国际运输价格等内容;第三编(第12—14章)重点介绍外贸价格统计、价格管理和经济效益。

编 者

1990年7月

目 录

序	李岚清
前言	(1)

第一编 国内价格部分

第一章 价值规律和价格	(1)
第一节 价值规律的概念	(1)
第二节 价值规律在国内市场上的作用	(6)
第三节 价格形成的基础	(8)
第四节 价格在国民经济中的作用	(13)
第五节 影响价格形成的因素	(16)
第二章 国内价格体系	(24)
第一节 价格体系的概念及内容	(24)
第二节 出口商品的国内差价	(28)
第三节 出口商品的国内比价	(40)
第三章 国内商品的价格构成	(52)
第一节 价格构成与价值构成的内容及相互关系	(52)
第二节 生产成本	(53)
第三节 流通费用	(55)
第四节 税金和利润	(65)
第四章 出口商品的国内市场价格	(71)
第一节 国内外市场价格的关系	(71)
第二节 进出口商品国内价格的作用	(75)
第三节 出口农产品国内收购价格	(77)

第四节	工业部门供外贸出口的工业品出厂价格	(81)
第五节	商业部门供外贸出口商品价格	(100)
第六节	外贸系统内部调拨价格	(104)
第七节	出口商品转内销价格	(109)
第五章	进口商品的国内市场价格	(111)
第一节	进口商品国内作价的历史沿革	(112)
第二节	进口商品国内价格的计算	(119)

第二编 国际价格部分

第六章	国际市场价格	(123)
第一节	国际市场价格的概念	(123)
第二节	国际市场价格种类	(125)
第三节	国际市场价格形成的基础	(127)
第四节	价值规律在国际市场上的作用	(129)
第五节	影响国际价格形成和变动的因素	(134)
第六节	西方国家的国内价格与国际市场价格	(140)
第七章	对外贸易价格术语及价格条款	(142)
第一节	价格术语的含义和作用	(142)
第二节	价格术语的国际贸易惯例	(146)
第三节	常用的价格术语及其变形	(149)
第四节	其他价格术语	(161)
第五节	选择价格术语应注意的问题	(183)
第六节	价格条款的内容和订立方法	(184)
第八章	进出口商品的国外价格	(191)
第一节	正确制定进出口商品国外价格的意义	(191)
第二节	进出口商品的国外差价	(193)
第三节	进出口商品国外作价的原则	(197)
第四节	出口商品理论外销价格的构成与测算	(201)
第九章	国际运输价格	(216)

第一节	国际海运运价·····	(217)
第二节	国际航空运价·····	(247)
第三节	国际铁路货物联运运价·····	(252)
第四节	集装箱运价·····	(261)
第五节	大陆桥集装箱运价·····	(265)
第六节	国际多式联合运输运价·····	(273)
第十章	不同贸易方式的作价·····	(277)
第一节	对外加工装配贸易作价·····	(277)
第二节	补偿贸易作价·····	(281)
第三节	易货贸易作价·····	(284)
第四节	租赁贸易作价·····	(286)
第五节	技术贸易价格·····	(290)
第六节	商品交易所价格·····	(302)
第七节	国际承包工程作价·····	(306)
第八节	包销、代理等贸易方式作价·····	(310)
第十一章	出口定价目标、策略和方法·····	(319)
第一节	出口定价目标·····	(319)
第二节	出口定价策略·····	(323)
第三节	定价方法·····	(338)

第三编 价格管理部分

第十二章	外贸价格管理·····	(354)
第一节	外贸价格管理的概念和意义·····	(354)
第二节	外贸价格管理原则·····	(357)
第三节	外贸价格管理的基本制度·····	(359)
第四节	外贸价格监督与检查·····	(363)
第十三章	外贸价格统计·····	(369)
第一节	价格资料的搜集和整理·····	(369)
第二节	外贸价格指数的编制·····	(374)

第三节	外贸价格指数的分析.....	(386)
第十四章	对外贸易价格与经济效益.....	(390)
第一节	对外贸易经济效益的含义.....	(390)
第二节	进出口商品盈亏的原因.....	(392)
第三节	提高外贸经济效益的主要途径.....	(395)
第四节	外贸经济效益的核算.....	(397)
附录		(402)
一、世界各国货币名称一览表		(402)
二、世界主要城市平均月气温(摄氏)对照表		(422)
三、国际度量衡换算表		(423)
四、北京与世界主要城市标准时间对照表		(428)
五、中国至世界主要港口距离表		(430)
六、我国与内陆国家贸易的过境国及所经过的主要港口		(438)
七、世界基本港口一览表		(440)
后记		(444)

第一编 国内价格部分

第一章 价值规律和价格

第一节 价值规律的概念

价值规律亦称“价值法则”，是商品生产和商品交换的经济规律。它是随着商品生产和商品交换的产生而产生的，并随着商品生产和商品交换的消亡而消灭。恩格斯说：“商品交换在有文字记载的历史之前就开始了。……因此，价值规律已经在长达五千至七千年的时期内起支配作用。”^①就是说，价值规律是商品交换的产物，无论任何社会形态，只要存在商品生产和商品交换，价值规律就必然存在并发生作用。回顾历史，商品交换在原始社会后期就已经产生了，只不过这时人们不是为交换而生产，仅仅是拿多余的产品来交换，交换也只是一种偶然的现象。随着社会发展到奴隶社会、封建社会、资本主义社会、社会主义社会，商品生产和商品交换逐步得到了发展，价值规律在这些不同的社会形态中不仅存在且发生越来越大的作用。

商品交换是按一定比例进行的，而这个交换的比例则是由商品的价值决定的。

价值是商品的社会属性，是凝结在商品中的无差别的一般的人类劳动，或者说是体现和物化在商品中的社会劳动。马克思指

^① 马克思《资本论》第3卷，人民出版社1975年版，第1019页。

出：“作为价值，一切商品都只是一定量的凝固的劳动时间。”^① 即如果把商品的使用价值的属性抽去，也就是把那些使劳动产品成为具有使用价值的物质组成部分和形式抽去，则商品是人类的一般劳动，即抽象劳动的简单凝结物，它是与劳动力耗费的具体形式无关的商品生产者的劳动力耗费的结晶。这是价值的质的规定性。它是交换价值的基础。而价值量的规定性则是由生产某种商品所耗费的社会必要劳动时间决定的。“即价值不是由某个生产者个人生产一定量商品或某个商品所必要的劳动时间决定，而是由社会必要劳动时间，由当时社会平均生产条件下生产市场上这种商品的社会必需总量所必要的劳动时间决定”^②。

社会必要劳动时间决定商品的价值量，是价值规律的一个核心内容。什么是社会必要劳动时间呢？马克思指出：“社会必要劳动时间是在现有的社会正常的生产条件下，在社会平均的劳动熟练程度和劳动强度下制造某种使用价值所需要的劳动时间。”^③

社会必要劳动时间有两层含义：第一层含义是指生产某一单位商品所需要的劳动时间。即指同一部门内生产同样使用价值的不同企业，虽然个别劳动消耗不同，但决定价值的却是社会必要劳动消耗，而不是个别劳动消耗。也就是说，商品的价值是指以社会必要劳动时间创造的社会价值，而不是指以个别劳动时间创造的个别价值。如生产一吨出口糠醛，各个商品生产企业由于生产条件不同，劳动熟练程度和劳动强度不同，花费的个别劳动时间也就不同，生产条件好，劳动熟练程度和劳动强度高的企业花费的个别劳动时间就少；反之，花费的个别劳动时间就多。但一吨糠醛的价值，并不是由各个不同企业花费的个别劳动时间决定的，而是由社会必要劳动时间决定的。在实际工作中即是由各个企业的平均劳动时间决定的。社会必要劳动时间决定商品的价值量是价值规律的

① 马克思：《资本论》第1卷，人民出版社1975年版，第53页。

② 马克思：《资本论》第3卷，人民出版社1975年版，第722页。

③ 马克思：《资本论》第1卷，人民出版社1975年版，第52页。

一般表现。

生产某种商品的社会必要劳动时间,并不是固定不变的,它是随着社会劳动生产率的变化而变化的,社会劳动生产率越高,单位时间内生产的商品数量就越多,生产某一单位商品所需要的社会必要劳动时间就越少,因而某一单位商品的价值量也就减少,反之也就越大。所以商品的价值量和生产商品所耗费的社会必要劳动时间成正比,和社会劳动生产率成反比。

社会必要劳动时间的第二层含义是指为满足社会对某种产品的需要而必须分配到某一个部门去的那部分社会必要劳动时间。即指社会总劳动时间中按一定比例用来生产社会所需要的某种商品所耗费的劳动时间。马克思指出;“不仅在每个商品上只使用必要劳动时间,而且在社会总劳动时间中,也只把必要的劳动量使用在不同类的商品上。”^① 此种含义的社会必要劳动时间,虽然不直接决定商品的价值量,但会影响价值的实现,如果某种商品的总量超过了社会需要,超过的部分尽管单位商品的劳动耗费符合社会必要劳动量,但也不为社会所承认。例如电池,社会需要 8000 万打,生产一打平均需要耗费社会劳动 1 小时,那么生产电池,所需要的社会必要劳动时间为 8000 万小时。如果社会花费了 9000 万小时生产了 9000 万打电池,而社会需要则仍为 8000 万打,因此,社会也只能承认生产 8000 万小时电池的社会必要劳动时间,多出的 1000 万小时所生产的 1000 万打电池,尽管单位劳动耗费符合电池的社会必要劳动耗费,但却不为社会所承认,这部分电池卖不出去,只好积压在仓库,成为无用的东西,其价值当然也就实现不了。只有当全部电池按必要的比例进进生产时,它才能卖得出去,才能实现其全部价值。所以商品的价值量取决于生产它的社会必要劳动时间是以这种商品为社会所需要,生产这种商品的劳动时间属于社会总劳动中必要劳动时间为前提的。马克思把根据社会需要在不同生产部门之间客观上要求按比例分配的社会必要劳动

^① 马克思:《资本论》第 3 卷,人民出版社 1975 年版,第 716 页。

时间,称为另一种含义的社会必要劳动时间,把社会劳动时间按比例分配到社会生产不同部门的这种客观要求,称作是价值规律一般的进一步发展的表现。马克思指出:“社会劳动时间可分别用在各个特殊生产领域的份额的这个数量界限,不过是整个价值规律一般的进一步发展的表现,虽然必要劳动时间在这里包含着另一种意义。”^①

社会必要劳动时间的两层含义是不可分割的两个方面,属于一个经济范畴。前一层含义决定商品的价值,主要反映同一部门内部不同生产者之间的关系,是从生产领域中价值的形成来讲的。后一层含义虽不直接决定商品的价值,但会影响价值的形成,它主要反映不同部门的生产者之间的关系,是从流通领域中价值的实现影响价值的形成来讲的。前者是基础,后者是进一步的发展,没有前者就没有后者,但后者是前者的前提,即商品价值取决于社会必要劳动是以这种商品为社会所需要为前提的。二者既有联系又有区别,只有把二者统一起来,才能完整地理解价值规律。

充分认识社会必要劳动的两层含义和价值规律在这两方面的表现,对我们按照社会需要合理的组织生产,提高经济效益和正确制定各类商品的价格有着极其重要的意义。

商品价格以价值为基础,商品必须以等量价值为原则进行交换,这是价值规律的另一客观要求。以等量价值为原则进行交换就是按照社会必要劳动时间决定的同等价值量的交换。之所以必须等价交换是因为参加商品交换的双方是不同的所有者,他们对自己的劳动产品享有所有权,价值的高低将直接影响到双方的经济利益,致使他们彼此间不得不考虑各自的劳动耗费能否通过交换得到补偿,这种经济利益关系使商品交换中的价格有符合价值或接近价值的趋势,从而促使商品价格不能不以价值为基础,商品不能不以等价值量为原则进行交换。但这种等价值量交换仅是一个总的趋势,并不是说每次商品交换都是等量价值的交换,事实上就

^① 马克思:《资本论》第3卷,人民出版社1975年版,第717页。

个别商品来讲商品价格符合价值是偶然的,而价格偏离价值则是经常的。因为,价格并不是价值的直接表现形式,而是交换价值的表现形式,交换价值由于受供求规律的影响,与实际价值是有差异的。恩格斯指出:“实际价值和交换价值间的差别就在于物品的价值不等于人们在买卖中给它的那个所谓等价物,就是说,这个等价物并不是等价物。这个所谓等价物就是物品的价格,……说价格是由生产费用和竞争的相互作用来决定,这是完全正确的,并且是私有制的一个主要规律。”^①所以在私有制社会里,这种等价交换是在供求不平衡所造成的价格波动中实现的。在社会主义制度下,虽然可以通过有计划的制定价格使价格与价值趋于一致,但不可能使每种商品的价格与价值完全一致。因为在社会主义条件下价格符合价值仍是以商品的供求平衡为前提的,而完全的供求平衡同样是一种偶然现象。所以,这就使商品价格不能不总是围绕价值上下波动,但一般来说波动的幅度不会太大,因为商品价格太高,消费者就不乐意买,商品的价值就难以实现,商品价格太低,生产者不能扩大再生产就会不原意出卖。因此,在一定时期内社会总价格和总价值基本上是相符的,商品交换也总归是按等量价值的原则来进行的。商品价格围绕价值上下波动不但没有否定价值规律,而正是体现了价值规律的要求,这是因为任何规律都是指事物运动的规律,价格符合价值只是价值规律的静止状态,价格与价值、供给与需求如此相互影响,不断变化才是价值规律的运动状态。正如恩格斯指出的那样:“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量这一点才能成为现实。”^②因此,要想全面认识价值规律,必须充分认识它的运动状态。

① 《马克思恩格斯全集》第1卷,第606页。

② 《马克思恩格斯全集》第21卷,第215页。

第二节 价值规律在国内市场上的作用

我国社会主义经济是商品经济,与资本主义的商品经济不同的只是我国的商品经济是建立在公有制基础上的有计划的商品经济。目前我国的商品经济还不很发达,经济还比较落后,这就决定了我国在一个相当长的历史时间内还必须大力发展商品生产和商品交换。既然在我国社会主义制度下还存在商品生产和商品交换,价值规律作为商品生产的基本规律当然也就必然存在并发生作用。

根据价值规律的基本内容和客观要求,在社会主义制度下价值规律的作用大体可归纳为以下几个方面。

第一,通过商品个别价值与社会价值的比较差异,能起到促进企业加强经济核算,改善经营管理和追求技术进步,推动社会生产力发展的作用。价值规律的核心是商品的价值量决定于生产它的社会必要劳动量。就是说商品的价值量不是决定于生产这种商品的个别劳动时间,而是决定于社会必要劳动时间。根据价值规律的这一要求各种商品都必须以社会必要劳动时间决定的社会价值为基础进行交换。这样一来在商品交换过程中那些个别劳动时间少于社会必要劳动时间的企业,其个别价值就会低于社会价值,这些企业就会从这种个别价值与社会价值的比较差异中得到额外利润;而那些个别劳动时间多于社会必要劳动耗费的企业其个别价值就会高于社会价值,因为高出部分不被社会承认,所以这些企业就会因受这种比较差异的影响而发生亏损,甚至倒闭。从而促使各企业千方百计缩短生产商品的个别劳动时间,降低商品的个别价值,力争达到或低于社会价值,以保证企业的生存和发展。为此,必然促使企业加强经济核算,改善经营管理,努力提高现代化管理水平,以节约物化劳动和活劳动,使一定的有限的资源(包括人、财、物)生产出尽可能多的符合社会需要的劳动产品,从而降低生产成本,获得较大的经济成果;促使企业积极进行技术革新、改造,提高