

商业物价

童宛生 李庭坚 编著
中央广播电视大学出版社

153796

商业物价

童宛生 李庭坚 编著

中央广播电视大学出版社

商业物价

童宛生 李庭坚 编著

中央广播电视大学出版社出版

新华书店北京发行所发行

四川新华印刷厂印装

开本 787×1092 1/32 印张 8.125 千字 182

1984年5月第1版 1984年10月第1次印刷

印数 1—123,000

书号: 4300·45

定价: 0.78元

编写说明

《商业物价》是为中央广播电视大学经济类商业企业管理专业和商业会计专业学员学习商业物价课程而编写的试用教材。参加编写的有童宛生、李庭坚。李庭坚编写第三章、第七章，童宛生编写其余的部分，并负责全书的总纂和定稿。

在编写过程中得到商业部、社会科学院财贸物资研究所和北京商学院商业经济系有关领导和同志的帮助与支持。在此，谨致谢意。

本教材经商业部委托北京商学院院长贺名崧副教授负责组织审查定稿。参加审查的还有商业部物价局李克强、潘惠处长、社会科学院财贸经济研究所王正效同志和北京商学院周明星副教授。

由于编者水平所限，缺点、错误在所难免，请批评、指正。

编者

一九八四年五月

前 言

价格，是商品价值的货币表现，是价值规律作用的表现形式。物价问题，是国民经济发展状况的综合反映，政策性强，涉及面广，关系到再生产的各个环节，影响着千家万户的衣、食、住、行，群众敏感，企业关心，国家重视。但是，由于我们对价值规律的作用问题经历了一个曲折反复的认识过程。因而，三十多年来，在价格实践中虽然取得了很大的成绩，但也受到了规律的惩罚。长期以来，对价格理论问题的研究受到了很大的限制。所以，没有能够建立起一门完整的、系统的社会主义“价格学”。

党的十一届三中全会以后，随着“计划经济为主，市场调节为辅”方针的贯彻和经济体制改革的深入，多种经济形式，多条流通渠道，多种经营方式的流通体制的建立，我国经济关系发生了一系列重大变化，价格在国民经济中的重要性，日益显示出来。特别是不合理的价格影响了国民经济的调整 and 改革，影响了国民经济各部门的协调发展，大量的价格理论与实践问题要求我们尽快地去研究和解决。经济生活的需要，迫使着人们必须深入研究社会主义制度下的价格问题，建立具有中国特色的社会主义“价格学”。

恩格斯指出：“每一门科学都是分析某一个别的运动形式或一系列相互关系和相互转变的运动形式的……”。^① 作为一门独立的学科，“价格学”的研究对象是什么呢？我们认为：“价格学”是一门研究社会主义制度下，价格形成

^① 《自然辩证法》，人民出版社1957年版，第209页。

及其运动规律的科学。它的基本任务是：运用马克思主义政治经济学的基本原理，研究价格、价值、货币的关系，把握价格运动的规律性及其在社会主义条件下的应用和管理，从而对价格的制定和调整作出正确的决策。价格学就其性质来说，同会计学、统计学、计划经济学一样是一门应用学科。

“价格学”的研究对象和性质，决定了它是一门新建的学科。因为它研究的是社会主义计划经济条件下的价格理论与实践问题，与资本主义和资本主义以前任何社会形态中的价格都有着本质的区别。在生产资料私有制的条件下，价格作为商品转让的条件，只能在市场上通过竞争自发形成。即使在垄断资本主义的情况下，国家也不可能根据全社会的需要有计划地控制整个市场价格水平和调整一个国家的价格体系。而社会主义实行的是计划经济，主要商品的价格是国家根据价值规律和基本经济规律的共同要求，考虑国民经济的总体利益，有计划制定的。这只有在消灭了生产资料私有制和形成了统一的社会主义市场，社会各阶层人民根本利益相一致的前提下才有可能做到。所以，计划经济中价格理论的任务，不仅是解释价格现象，研究价格运动规律，更主要的是从宏观和微观的结合上去研究价格的运用和管理，制定能够促进生产发展和扩大商品流通的价格政策，建立起有利于国民经济协调发展的价格体系，以保证计划经济发展目标的实现。

在社会主义的价格体系中，计划价格是主体，是基本形式。计划价格具有双重性。它既是商品经济的范畴，又是计划经济的产物，有着特殊的运动规律。人们要认识规律，掌握规律，科学地、合理地制定价格是一件十分困难、十分复杂的事情。在马克思经典著作中没有现成的答案，实际经济

生活中也没有一个固定的模式可套用，我们只能把马克思主义政治经济学的基本原理作为社会主义价格理论的基石，通过实践，对价格问题及其运动规律进行科学的总结和概括。因而，“价格学”也只有在今后的实践中日臻完善和成熟。

“商业物价”是“价格学”的一个分支，属于部门价格学。它的主要任务是研究商业价格，也就是商品在流通过程中的价格。包括商业部门的收购价格，批发价格，零售价格等形式。商业价格既影响生产者价格的形成，又影响着市场物价的稳定，决定着商品价值的实现。合理价格体系的建立，离不开商业价格体系的完善。

不同流转环节，有着不同的价格形态，这些价格间的关系，既表现为商品流转环节的购销差价，地区差价，调拨差价，批零差价，又表现为贯穿于流通全过程的质量差价，季节差价，新老产品差价等等。研究不同环节价格的形成，有利于扩大商品流通，加速价值实现，调整产品结构，促进和引导生产的发展。为了加强对商业价格形成问题的研究，促使商业价格体系的完善，把“商业物价”从“价格学”中分离出来，成为一门独立的学科，是商品经济进一步发展的客观需要。

本书共分十章，第一至第五章，着重从理论上对价格的产生、本质、职能及影响价格形成的因素等方面作了必要的论述，并对我国的物价方针、政策及管理原则作了阐明。第六、七、八三章，按流通环节分别讲述了收购价格，批发价格（包括调拨价格）、零售价格的形成特点、制定原则、计算方法等。第九、十章，专题论述了企业定价的权限，政策界限，指导思想和价格决策程序，以及物价工作者必须具备的素质。

本书力求理论联系实际，通俗实用，适用于自学。

目 录

第一章	商品价格及其形成	(1)
第一节	价格的本质和职能	(1)
第二节	价格形成	(9)
第三节	社会主义制度下的价格形式	(24)
第二章	价格构成	(31)
第一节	价格构成与价值构成的关系	(31)
第二节	生产成本	(34)
第三节	流通费用	(39)
第四节	商品价格中的税金和利润	(44)
第五节	理论销售价格的计算方法	(46)
第三章	价格体系	(48)
第一节	价格体系的内部分类	(48)
第二节	商品比价体系	(53)
第三节	商品差价体系	(62)
第四章	物价方针	(70)
第一节	稳定物价是我国的一贯方针	(70)
第二节	物价的基本稳定与合理调整	(81)
第三节	为实现物价基本稳定继续努力	(87)
第五章	国家对物价的管理与监督	(95)
第一节	物价管理的意义	(95)
第二节	物价管理体制	(97)
第三节	物价监督与检查	(108)
第六章	收购价格	(118)
第一节	农产品成本的调查和审定	(115)
第二节	农产品收购价格的制定和管理	(138)
第三节	工业品定价成本的审定	(147)

第四节	出厂价格的制定	(158)
第七章	批发价格	(170)
第一节	工业品批发价格	(171)
第二节	农产品批发价格	(178)
第三节	商品调拨价格	(182)
第八章	零售价格	(190)
第一节	零售价格的特点和制定原则	(190)
第二节	饮食品价格	(203)
第三节	服务业收费	(212)
第九章	企业价格决策	(217)
第一节	企业定价的范围和政策	(218)
第二节	企业价格决策	(229)
第三节	新产品价格决策	(235)
第十章	物价工作者的素质	(241)

第一章 商品价格及其形成

第一节 价格的本质和职能

一、价格的本质

一切商品都具有两重性：使用价值和价值。使用价值是商品的自然属性，能用来满足人们的某种需要，是实在的物体。而价值是商品的社会属性，是社会关系的反映。它只有在商品与商品的交换中通过交换价值才能把自己表现出来。交换价值是一种使用价值和另一种使用价值相交换的量的比例。它是价值的表现形式。马克思把它称之为价值形式。

价值形式的发展经历了漫长的历史过程，它随商品生产的发展，从简单价值形式——扩大价值形式——一般价值形式，最后，发展成为货币价值形式。此时，货币便从商品世界中游离出来，成为一种特殊的商品，稳固地占据了一般等价物的地位。自从货币出现以后，一切商品都首先得同货币交换，用货币来反映它的价值。这种以货币表现商品价值的形式，就叫做“价格”。马克思曾给价格下了这样的定义：

“价格是价值的货币表现，”^① “价格是物化在商品中的社会劳动量的货币名称”。^②

“价格是价值的货币表现”，这句话反映了价格的本质

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126页。

质，说明了价格、价值、货币三者之间的关系。价值是实体、是内容。货币是尺度。价格是观念上的货币量。

根据马克思对价格概念的概括，对价格本质我们可作如下理解：

第一，价值是价格的决定因素，是价格形成的基础。

“价格的一切变动都可以根据价值来加以说明，而且归根到底都以价值为依归。”^①而价值的实际内容是社会必要劳动时间，价值量是由社会必要劳动时间决定的，因此，价格的变动要受价值规律支配，价值规律的作用要通过价格表现出来，价格是价值赖以实现的条件。因此，列宁指出：“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。”^②

第二，货币之所以能表现价值，是因为货币本身也具有价值。价格体现了商品与货币的等价关系，“是商品同货币交换比例的指数”。^③因而，价格的变动要受商品价值和货币价值两个内在因素的决定。

第三，价格是交换关系的反映，属于生产关系的范畴。在价格背后隐藏着各种复杂的经济关系。价格的变动意味着交换双方经济利益的转移。在不同的社会形态下，价格反映着不同经济关系，按照不同集团的意志分配着经济利益。

第四，价格与价值的偏离存在于价格形式之中，是商品价值实现的一个条件，是价值规律作用的表现形式，而不是对价值规律的否定。

① 《马克思恩格斯选集》第1卷，人民出版社1972年版，第342页。

② 《列宁全集》第20卷，人民出版社1956年版，第194页。

③ 《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1974年版，第119—120页。

由于价格是价值的现象形态，因此，它可以因各种外在因素的影响高于或低于商品内在的价值量。所以，马克思说：“虽然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，但不能由此反过来说，商品同货币的交换比例的指数必然是商品价值量的指数。”“商品的价值量表现着一种必然的、商品形成过程内在的同社会劳动时间的关系。随着价值量转化为价格，这种必然的关系就表现为商品同在它之外存在的货币商品的交换比例。这种交换比例既可以表现商品的价值量，也可以表现为比它大或小的量，在一定条件下，商品就是按这种较大或较小的量来让渡的。”^①可见，价格和价值量之间的量的不一致的可能性，已经包含在价格形式本身中。商品价格的不断离开商品价值是必要的条件，只有在这个条件下面，并且只有通过这个条件，商品价值才可以实现。只有通过竞争和商品价格的变动，商品生产的价值规律才能贯彻自己。而由社会必要劳动时间决定的商品价值，才变成一个现实。

价格要与价值相符合是有条件的。这些条件是：

第一，商品交换已经排除了偶然的性质，成为一种正常的与有规则的社会现象。

第二，商品供给与商品需求要保持平衡或适应。在直接交换中买卖双方可以直观地凭经验了解社会需要量。生产量大体符合需求量。

第三，在商品销售上，没有任何自然的或人为的垄断能使交换的一方可以高于价值出售，或使交换的另一方低于价值出售。

显然，以上这些条件只存在于商品生产的低级阶段。在

^① 《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版，第120页。

社会化大生产中，由于社会消费多变性、多样性与生产的相对稳定性、周期性的矛盾，使供求经常出现不平衡，而且人为的垄断日益加剧，因此，价格会经常脱离价值，与它发生量的差异。偏离成为一种正常的经济现象。正是因为有这种偏离的可能性，价格才会有与价值规律不同的运动轨迹，才能有自己的运动规律。当然，这种偏离，绝不能是任意的、长期的、大幅度的偏离，它要受价值规律支配，只能围绕着价值上下波动。

从价格的产生及其本质我们可以看出：价格不是从来就有的，它是商品生产的产物，是价值形式长期发展的必然结果。是在商品生产、商品交换发展过程中伴随着货币的产生而产生的商品价值的现象形态。因此，价格是一个历史范畴，只要存在着商品和货币，价格作为表现商品价值量的尺度的也就必然存在。同样的，价格也会随商品和货币的消亡而退出历史舞台。

二、价格的基本职能

所谓“职能”是指事物内在的、本身所固有的功能。价格职能是价格本身所固有的、是在价格产生时就存在的。价格的职能是由价格是价值的货币表现形式的本质所决定的。

价格的基本职能：

（一）标度职能

价格是货币用来表现商品价值的一种度量标记。货币执行价值尺度是通过观念上的一定货币量，即价格来实现的。它是衡量商品价值多少的标度。价格的这一职能是以货币是商品交换中的一般等价物为基础的，这种职能要求商品价格如实的表现商品价值，反映物化在商品内的社会必要劳动耗费。

（二）调节职能

作为商品同货币交换比例指数的价格，不同于作为商品

价值量指数的价格，它可以因各种因素的影响高于或低于价值。而价格同价值的任何偏离都意味着对已创造价值的再分配，每次离合的结果都会影响交换双方的经济利益。正是由于这种既符合又偏离的特征，使价格成为经济利益的调节者，使它具有了调整经济关系、调节经济活动的杠杆职能。因此，价格是一种经济杠杆。这个杠杆的变化包括两种形式，即（1）价格与价值相符合；（2）价格与价值偏离。当价格与价值相符合时，价格随价值变化而变化产生调节功能。因为决定价格的价值量会随劳动生产率的变化而变化，呈运动状态。劳动生产率提高，价值量减少，成本下降，企业的竞争能力加强。在购买力一定的情况下，可以扩大销售，增加生产。同时，价格符合价值使各部门投入的劳动得到等价补偿，可以促进劳动时间在各部门之间的合理分配，促使生产和流通的正常进行。价格杠杆的另一种运动变化形式，即价格围绕价值上下运动，发生偏离中心的变化。价格对价值的每一次偏离，都会发生经济利益的转移。在没有外力干预的情况下，就会调节着企业增加或减少某些产品的生产和经营。因此，我们说价格调节职能的存在，是寄寓价格的本质特性之中的，是价格本身所固有的。

价格的两个基本职能，是价格的内在属性决定的，是客观存在的，它们之间是相互联系、相互制约的。而价格职能的发挥要受外部条件的影响和制约。在不同的政治、经济条件下，价格职能发挥的程度、范围也不同。价格职能一旦外在表现出来，对整个社会经济将起着重要的作用。“作用”是职能的表现形式，是职能发挥的结果。

三、价格在社会主义经济管理中的作用

社会主义经济是在生产资料公有制基础上、存在着商品

②
1
2
1
2
1
2
1
2

生产和商品交换的计划经济。价值规律是商品生产的基本规律，价格是商品生产的范畴。在存在着商品货币关系、价值规律还起作用的条件下，国家要合理地、有效地管理社会主义经济，就必须利用价值规律，发挥价格的职能，使价格起到应有的作用。

在资本主义经济中，价格机制是一部强大的发动机，它指挥、调节着社会经济活动的方向，成为企业经济活动的内在动力。自发地调节着各个资本集团的经济利益。人们毫无办法的由它左右和控制，所以它往往会成为一种对社会经济起破坏作用的异己力量。

在社会主义条件下，价格职能作用的外部条件发生了变化，伴随着价值规律起作用的是有计划按比例发展规律和社会主义的基本经济规律。因此，价格成为国家领导和管理经济的主要杠杆。国家可以根据计划经济为主，市场调节为辅的原则，使价格对经济活动进行两种形式的调节。一种是自觉调节，一种是自发调节。自觉调节是国家按照价值规律和基本经济规律的要求，通过正确的价格政策和规定合理的计划价格，协调国家、集体和个人三者之间的经济利益，引导国民经济按照国家计划轨道协调发展，促进企业不断改善经营管理，提高经济效益。自发调节，就是让价格在市场上根据供求情况的变化，自由涨落，调节生产、流通和消费。自觉调节，是人们对价格职能的自觉运用，它在管理社会经济中可以起到以下作用：

第一，标度职能的发挥，使价格成为测定和计量社会劳动耗费和实行国民经济计划化的手段，成为企业经济核算的工具。

在计划经济条件下，最重要的是有计划的组织社会劳

动，合理地分配社会劳动于国民经济各部门，因而正确的测定和计算社会劳动耗费，提高经济效益，是管理好社会经济的必要条件，也是社会经济不断发展的前提。当价格是价值量指数的时候，价格可以作为衡量社会劳动耗费的手段来利用。因为对于不同质和不同形态的社会劳动耗费的计量和比较，不能采取实物指标，只有同质的价值范畴才能成为统一的计量和测定的标准。在价值不能直接表现时，价格就成为唯一可以利用的工具，成为衡量社会劳动耗费的通用尺度。反映价值的价格，有利于正确计算和分配社会劳动，有利于建立国民经济中使用价值（实物指标）和价值指标的综合平衡，有利于国民经济计划的落实和完成，实现宏观经济的良性循环。

同时，在商品经济的条件下，等价交换是各经济单位进行联系的基本原则。为此，各企业都必须精确地核算劳动耗费和产出成果，价格也就成为企业经济核算的工具，成为衡量经济效果的标尺。

第二，调节职能的发挥，可以使国家利用价格促进或抑制生产，指导消费，平衡供求。

价格的变动，会影响生产的增减；价格体系的变动，影响着生产结构和产品结构；地区差价的大小，关系着商品流通能否畅通、生产布局能否合理；质量差价的安排，关系着产品质量提高和按质论价原则的贯彻，季节差价的安排，影响着产品在不同季节的生产和消费。同时，国家还可以利用价格杠杆，指导消费，调节供求，疏通渠道，促进购买力与商品可供量逐渐平衡。国家还可以通过各种差价的合理安排，使商品顺利的进行空间和时间的转移，加速价值的实现；通过安排比价，促进资源的合理开发和利用。

第三，价格对提高经济效益有促进作用。

马克思说：“价值规律作为竞争的强制规律，不让资本家有片刻的休息，总是在他的耳边催促说：‘前进，前进！’”^①，价值规律之所以能成为一种强制的规律，关键在于价格以社会价值为基础，而不是以个别价值为基础，个别劳动耗费，必须转化为社会劳动耗费。这就为生产同种产品的不同企业规定了劳动耗费的统一尺度。一个企业劳动耗费补偿的程度及利润获得的多少，取决于价格水平，取决于价格与社会必要劳动耗费和个别劳动耗费的 比例关系。以社会价值为基础制定价格，有利于提高企业的经济效益。

经济效益的提高，从宏观上说，就是社会劳动的节约，而社会劳动的节约，一靠提高劳动生产率，二靠按比例地分配社会劳动于各部门和各个环节。价格以社会必要劳动耗费为基础，就迫使各个企业尽量提高劳动生产率，千方百计节约劳动耗费，降低成本；迫使企业不断发展新技术，采用新工艺，应用新材料、增加新品种，提高产品质量，以获得价值补偿和取得较高利润。另外，合理的价格是价值实现的条件，它关系到社会总劳动能否按社会需要合理分配。如果某种商品的价格，大大高于其价值，就会使某种产品的产量超过社会的需要。即使这种商品在生产时所花费的劳动量并没有超过社会的必要劳动量，也不为社会所承认。这样，必然导致社会劳动时间的浪费，影响经济效益的提高。

由此，我们可以看到，价格对于提高经济效益，有双重作用，合理的价格不仅对提高劳动生产率，推动技术进步，提高产品质量有促进作用，而且对合理分配社会劳动起协调

① 《马克思恩格斯选集》第1卷，人民出版社1974年版，第375页。