

●商业物价学

余兴发 曹英耀 主编

SHANG YE WU JIA XUE

SHANG YE WU JIA XUE

中国财政经济出版社

商业物价学

余兴发 曹英耀 主编

JMB 8/2



中国财政经济出版社

商业物价学

商业物价学

余兴发 曹英曜 主编

中国财政经济出版社 出版

(北京东城大佛寺东街8号)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经营

北京市通县永乐印刷厂印刷

850×1168毫米 32开 9.825印张 234 000字

1991年7月第1版 1991年7月北京第1次印刷

印数: 1—5000 定价: 4.30元

ISBN 7-5005-1287-7/F·1211

编写说明

商业物价学是价格学的一个分支。它是研究商品价格在流通领域中的形成、形式、运动和管理的一门学科。它既研究消费资料价格，又研究生产资料价格；既研究商业企业购销价格，又研究交易市场价格及期货市场价格；既研究国内产品的市场价格，又研究进口商品的国内价格。通过对价格分类及综合的研究，为国家和企业制定价格和管理价格提供理论上的依据和应用的方法。

本书第一部分为市场价格的形成因素及运动趋势，着重阐述基本原理；第二部分为商品流转各环节的价格，重点在价格制定原则与方法的论证；第三部分为市场物价的管理，主要说明政府和企业对价格如何进行管理。

本书由余兴发、曹英耀任主编。参加本书编写的有曹英耀（第一章、第三章第四节、第六、七章）、余兴发（第二章、第三章第一至三节、第四章）、朱国华（第五、八、九、十二章）、伍世安（第十、十一章）。

由于作者水平有限，不妥之处在所难免，恳请读者批评指正。

1990年9月

目 录

第一章 商业价格的性质及职能	(1)
第一节 商业价格的产生及价格决定的特点	(1)
第二节 商业价格的性质	(4)
第三节 商业价格的基本职能	(12)
第四节 商业价格对国民经济的作用	(18)
第二章 社会主义市场价格的形成	(22)
第一节 决定市场价格形成的内在因素	(22)
第二节 影响市场价格形成的外部因素	(29)
第三节 社会主义市场价格形成机制模式	(36)
第三章 市场价格体系	(44)
第一节 按产业结构形成的价格体系	(44)
第二节 按商品流通过程形成的价格体系	(52)
第三节 按价格形式形成的价格体系	(57)
第四节 市场价格体系的理顺	(59)
第四章 市场价格总水平运动	(66)
第一节 价格总水平运动的条件	(66)
第二节 物价方针	(71)
第三节 市场物价的宏观控制	(74)
第五章 商业价格结构	(85)
第一节 商业进货价格	(85)

第二节	商业流通费用	(87)
第三节	商业利润	(96)
第四节	商业税金	(99)
第五节	各环节商业理论价格	(101)
第六章	商业初始价格(农产品)	(106)
第一节	农产品收购价格定价成本	(106)
第二节	农产品收购价格	(122)
第七章	商业初始价格(工业品)	(141)
第一节	工业品出厂价格定价成本	(141)
第二节	消费资料工业品出厂价格	(150)
第三节	生产资料工业品出厂价格	(157)
第八章	商业中间价格	(163)
第一节	批发价格	(163)
第二节	批发交易市场价格	(176)
第三节	商品期货市场价格	(182)
第九章	商业最终价格	(188)
第一节	商品零售价格	(188)
第二节	服务价格	(195)
第三节	交易市场零售价格	(214)
第十章	商业企业定价目标与策略	(219)
第一节	商业企业定价的指导思想与定价目标	(219)
第二节	商业企业定价策略	(225)
第十一章	商业企业定价方法	(240)
第一节	成本导向定价法	(242)
第二节	需求导向定价法	(247)
第三节	竞争导向定价法	(271)
第四节	阶段价格综合制定法及其动态优化	(277)

第十二章	商业价格管理	(284)
第一节	商业价格管理体制	(284)
第二节	商业价格管理手段	(292)
第三节	商业企业价格管理制度	(296)
第四节	商业价格监督	(299)
第五节	商业价格管理现代化	(302)

第一章 商业价格的性质及职能

第一节 商业价格的产生及 价格决定的特点

一、商业价格的产生

商业价格是商人或商业组织从事商品经营活动所发生的价格。它的基本形态是购进价格和销售价格，简称买价和卖价，卖价高于买价的余额是为商业差价。

商业价格是随商业的产生而产生的。在人类历史上，商业产生于第三次社会大分工，即商业与生产事业的分工。这次分工“创造了一个不从事生产而只从事产品交换的阶级——商人。”^①在我国进入奴隶制社会的夏代，就有了商业活动。考古证明，到了商代，已产生了商人阶级和商业。

正如商业是商品交换的发达形式一样，商业价格也是商品交换价格的发达形式。在单纯商品交换的场合，生产者是为买而卖，生产者与消费者（包括生产消费和生活消费，下同）直接进行交换活动，商品流通的公式是 $W-G-W$ 。生产者的卖价，也就是消费者的买价。但有商业作媒介的商品交换则不同，商人或商业组织是为卖而买，商品生产者之间的交换过程被商业的购买

^① 《马克思恩格斯选集》第4卷，人民出版社，1972年版第162页。

和售卖这两个阶段所代替,商人垫支货币进行商品买卖经营,其货币的流通公式是 $G-W-G'$ 。生产者的卖价成为商业的买价,而商业的卖价则是消费者的买价。商人垫付货币购进商品,然后出售商品收回货币,并赚取利润。商人垫支货币的目的就是要赚取利润。因此,这种垫支货币一开始就是作为资本的功能起作用的。马克思指出:“不仅商业,而且商业资本也比资本主义生产方式更为古老,实际是资本历史上最为古老的自由的存在方式。”^①商业资本早于资本主义生产方式而产生。简单商品和货币流通为商业资本的产生和存在提供了条件。但要使商业资本的产生成为现实,商品流通必须发达到这样的地步:由独立的商人投入独立的资本,专门从事商品买卖活动,媒介成生产者与消费者之间的商品交换。商业价格就是在这种条件下,随着商业的产生而产生。

二、价值规律在商业价格决定上的特殊表现

在生产者直接进行的商品交换条件下,由于竞争的压力,成交价格变动的轴心由商品中物化的社会必要劳动时间来调节。因此,价值规律在这里表现为简单的、直接的作用过程。

在商业媒介的商品交换中,价值规律对商业购进价格与售卖价格的决定却显出它很大的特点。马克思指出:“贱买贵卖是商业的法则。”^②商业利润来源于售卖价格高于购进价格之间的差额。表面上看,商业是通过在商品价值以上的加价来获得利润的,似乎商业的售卖价格“就是超过它的价值来卖。”^③但事

① 马克思:《资本论》第3卷,人民出版社,1966年版,第363页。

② 马克思:《资本论》第3卷,人民出版社,1966年版,第369页。

③ 马克思:《资本论》第3卷,人民出版社,1966年版,第313页。

实的本质却是：商业的购进价格（即生产者的卖价）不等于商品的全部价值，而是低于商品本身的价值；它的售卖价格也不是在商品价值以上加价形成，而是按商品的价值出卖。

商业购进价格之所以低于商品本身的价值，是由于商业就其纯粹的买卖活动（即把它附属的运输、保管、挑选、整理、包装等生产性功能撇开）来说，不创造价值和剩余价值，但它要耗费纯粹的流通费用，并且要相应获得利润。商业纯粹流通费用和利润是从生产者创造的剩余价值中扣除得来的，因而是从生产者的利润中扣除来让渡和补偿的。生产者之所以愿意从它的利润中让渡一部分给商人，是因为如果生产者自己设置机构和人员去销售产品，它必须增加投入在商品经营上的资本，这部分资本从其纯粹形态上也是不生产的，此外也要开支流通费用。结果，不但要从它生产创造的利润总额中扣除一部分来补偿纯粹流通费用，而且由于增加了非生产性的资本，在利润总额一定的前提下，总资本却增大，它按总资本计算的利润率就要下降；或者从另一角度说，如果它不增加投入非生产性的资本，就必须减少生产性资本，把这部分资本转到商品经营上，这样也会减少它创造的利润总额，因此利润率也要下降。

在市场发达的条件下，生产者在产品一生产出来就将它们卖给商业，并给商业让渡一个差价，会比自己经营商业还要有利。原因是：

第一，由于有商业部门专门从事商品购销活动，使生产者生产出产品后能迅速完成商品到货币的转化过程，缩短其流通时间，加速其资金的周转，从而可以获得更多的利润。生产者从增加的利润中分一部分给商业，对双方都是有利的。

第二，同一个商业资本的周转能同时促成该商品生产部门的许多生产企业的资金周转，甚至可以促成不同生产部门的企业的

资金周转，因而从整个社会看，专门的商业分工与各个生产者各自经营自己产品相比所需要停留在流通中的总资金要少得多。这部分节省下来的流通资金就可以投入到生产上，创造出更多的利润，从而使生产企业有可能也有必要让渡一部分利润给商业。

由以上分析可见，商业是按低于商品本身价值的价格购进，按商品本身的价值出售，从“贱买贵卖”的差价中补偿纯粹流通费用并获得利润的。

当然，在商业经营过程中，加工、挑选等劳动也创造价值，它附加在原商品价值之上，也是商业差价的组成部分。它的性质与生产过程劳动创造的价值性质一样，在这里不多赘述。

第二节 商业价格的性质

一、私有制社会下商业价格的性质

人类历史上，从奴隶社会、封建社会到资本主义社会，存在过三种形式的商业价格：个体商业价格、资本主义前大商人的商业价格、资本主义商业价格。三者性质上是不同的。

（一）个体商业价格

个体商业价格是个体劳动者以小量资本及自身的劳动直接从事商品买卖的价格。个体商业劳动者俗称小商小贩，他们属于劳动者而不属于剥削者，其营业主要不是雇工经营而是靠自己及家庭成员的劳动力经营。他们从商业差价中得到的收入，除了补偿必要的流通费用、缴纳税金以及必要的生活开支外，所赚利润甚微，以至经营条件、经营规模长期不变，或者变化很慢。他们与生产者的分工，只不过是代替生产者执行其推销产品的职能，并从生产者那里获得商业差价。因此，个体商业价格体现的经济关

系，实质上是在小商品生产基础上发展起来的商业劳动者与生产劳动者之间平等互利的分工关系。

（二）资本主义前大商人的商业价格

资本主义前大商人的商业价格，是大商人以大量资本并驱使奴隶或雇佣平民从事商品贸易的价格。这种大商人随第三次社会大分工而产生，存在于奴隶社会和封建社会，并且随着社会的发展，在社会经济生活中占据越来越重要的地位。他们属于剥削阶级。如恩格斯说的：“这里首次出现一个阶级，它根本不参加生产，但完全夺取了生产的领导权，并在经济上使生产者服从自己，它成了每两个生产者之间的不可缺少的中间人，并对他们两者进行剥削。”^①这种大商人有的本身就是奴隶主、封建主，或是统治阶级的官办商业，有的则与奴隶主、封建主、皇宫贵族有千丝万缕的联系。他们垄断着贩运贸易和对外贸易，从边远地区或国外贩运回各种稀世珍宝，供统治者、剥削者享受。他们通过贱买贵卖获得垄断性的高额利润，成为“一个寄生阶级，真正的社会寄生虫阶级”，“它从国内和国外的生产上榨取油水，作为对自己的实际上非常有限的贡献的报酬，它很快就获得了大量的财富和相应的社会影响，……它在文明时期便取得了愈来愈荣誉的地位和对生产的愈来愈大的统治权。”^②大商人阶级成为货币财产最集中的拥有者，占去剩余产品的一个压倒一切的部分。在世界历史上，更有甚者是那些“处在优势统治地位的商业资本，到处都代表着一种劫夺的制度，它在旧时代和新时代的商业民族中的发展，也始终和暴力劫掠、海盗、绑架奴隶，殖民地征服的行为直接结合在一起。在迦太基、在罗马、在后来的威尼斯人、

① 《马克思恩格斯选集》第4卷，人民出版社，1972年版，第162页。

② 《马克思恩格斯选集》第4卷，人民出版社，1972年版，第162页。

葡萄牙人、荷兰人等等中间，情形都是这样。”^①

资本主义前大商人的商业价格，其买价要远远低于商品的价值，生产者被迫让渡的差价大大超过合理的限度；其卖价则大大高于商品的价值，带有垄断价格的性质。因此，大商人对两头都进行剥削。毫无疑问，这种大商人的商业价格体现的经济关系，实质上是他们对生产者、消费者欺诈、剥削、掠夺的关系。

（三）资本主义商业价格

资本主义商业价格是在资本主义生产方式下，商业资本家投资并雇佣工人从事商品买卖的价格。资本主义生产方式下的商业资本与资本主义前的商业资本的区别在于：资本主义前的商人资本是资本的最主要的存在形式，并且“商业支配着产业”^②；而在资本主义社会，产业支配着商业，商人资本只不过是资本存在的一种形式，它与全社会的资本一起分享剩余价值，取得平均利润。

在资本主义制度下，纯粹的商业资本（即撇开其运输、仓储职能，单纯从事商品买卖活动的资本）、其利润同样是来自产业资本让渡的商业差价。但在这里支配商业价格决定规律的，是价值规律的转化形态，即生产价格规律。产业资本向商业资本出卖商品的价格不是一般地说低于它的价值，而是低于它的生产价格，商业的售卖价格则是商品的生产价格。

如果说资本主义前商业资本的利润大大超过合理界限，带有垄断利润性质，那末在资本主义制度下，商业资本只是当作社会总资本的组成部分参与社会总剩余价值的分配。在资本自由竞争的压力下，它只能取得平均利润。

① 马克思：《资本论》第3卷，人民出版社，1966年版，第370、371页。

② 马克思：《资本论》第3卷，人民出版社，1966年版，第370页。

商业资本是怎样参加到社会总资本中分享平均利润，从而形成商业的购进价格和销售价格的呢？

我们假定在没有商业资本独立进行商品经营的条件下，产业资本家一年间垫付的产业总资本为900，其资本构成为 $720C + 180V$ ，剩余价值率为100%，并假定生产资料在一年中全部消耗完，将其价值转移到新产品中，则产品总价值 $= 720C + 180V + 180m = 1080$ ，平均利润率为 $\frac{180}{900} = 20\%$ 。生产价格的计算则是 $(720C + 180V) \times (1 + 20\%) = 1080$ 。但这里的平均利润是不充分的平均利润，因为它假定产业资本自己经营商品买卖，并且不需开支流通费用，它还假定没有商业资本参与平均利润的分配。事实上这只是一种抽象的假定。商业资本是早已存在的客观事实，只有把商业资本加入到社会总资本中参与利润分配形成的平均利润，才是充分的平均利润，即现实存在的平均利润水平。

现在假定除了产业资本900之外，还有商业资本150投入，其中用作商品经营资本100，流通费用50。这50流通费用首先要从180的剩余价值中扣除补偿给商业资本家，因为即使产业资本家自己经营买卖，也必须从其利润中扣除来补偿，甚至要扣除更多。因此，剩余价值中只有 $180 - 50 = 130$ 可供分配。社会总资本则为 $900 + 150 = 1050$ ，充分的平均利润率应为 $\frac{130}{1050} = 12.36\%$ 。这时产业资本家卖给商业资本家的价格（即后者的购进价格）应为 $900 \times (1 + 12.36\%) = 1011\frac{3}{7}$ 。商业资本家的销售价格则为 $1011\frac{3}{7} + 50 + 150 \times 12.36 = 1080$ ，商业差价 $= 1080 - 1011\frac{3}{7} = 68\frac{4}{7}$ 。商业资本家获得利润为 $68\frac{4}{7} - 50 = 18\frac{4}{7}$ ，利润率为

$$18\frac{4}{7} \div 150 \times 100\% = 12.36\%, \text{ 即平均利润率。}$$

以上是就商业资本150一年的总周转额而言的。100的商品经营资本一年总共购进 $1011\frac{3}{7}$ 的商品额，周转次数约为10.114

次。就一次周转而言，购进商品100，耗费流通费用 $50 \div 10.114 = 4.94$ （约），利润率为 $12.36\% \div 10.114 = 1.224\%$ （约）。所以每次的商品销售价格为 $100 + 4.94 + 150 \times 1.224\% = 106.78$ （约）。
 购销差价 $= 106.78 - 100 = 6.78$ ，购销差率 $= 6.78 \div 100 = 6.78\%$ ，
 按购销差率计算销售价 $= 100 \times (116.78\%) = 106.78$ 。

由于竞争和资本自由转移的结果，商业资本获得的年利润率等于社会平均的年利润率，而不同商业行业因周转快慢不同，每次周转获得的利润率等于社会平均利润率 $\div$ 周转次数。如果某行业的年利润率超过平均利润率，则会吸引别的资本转移到这个行业来，从而压低其利润率，使之趋向平均利润率；反之，某行业的年利润率低于平均利润率，则会有资本转出，从而提高这个行业的利润率，使之趋向平均利润率。如果整个商业资本的利润率高于社会平均利润率，则产业资本便会转向商业资本；反之，如果整个商业资本利润率低于社会平均利润率，则商业资本便会转向产业资本。当然，这里说的都是就行业的平均数而言，而一个行业内的个别商业资本周转也必然有快有慢，这种快慢会影响到个别商业资本赚得更多或更少的利润。因此，并不是说每个个别的商业资本都只得到平均利润率。

由以上分析可见，资本主义商业价格体现的经济关系，实质上是商业资本与产业资本一起，按照平均利润原则瓜分工人阶级创造的剩余价值的关系。

二、社会主义初级阶段商业价格的性质

我国正处在社会主义初级阶段。为了更快地发展社会生产力，必须坚持改革、开放的方针。随着流通体制改革的深化，我国改变了过去单一的公有制商业形式的状况，形成了以公有制商业为主体包括全民所有制商业、集体所有制商业、个体商业、私营商业、中外合资、合作商业等在内的多种商业形式并存的局面。这对于搞活流通，促进商品经济的发展越来越起到重大的作用。有不同的商业形式，就有不同性质的商业价格。因此，社会主义初级阶段商业价格的性质呈现出错综复杂的现象。

（一）社会主义全民所有制商业的价格

社会主义全民所有制商业是国内市场的主体，是我国商业的主要形式，它本质上不同于历史上的为私人谋利益的私有制商业，而是为人民服务的商业。它是城乡、工农之间，生产与消费之间的桥梁和纽带，其基本任务是促进生产、引导生产，保障供应，繁荣经济，为人民日益增长的物质文化需要和社会主义现代化建设服务。当然，全民所有制商业企业作为从事商品流通活动的独立经营者的经济实体，必然具有自身的经济利益，必须自主经营、独立核算，通过商业差价获得利润。但是，企业的经济利益与工农业生产者和广大消费者的利益从根本上说是一致的，企业利润是在为工农业生产服务、为人民生活服务的过程中，在符合国家政策法规的前提下获得的。商业价格既是它促进生产、引导生产、满足社会需要的手段，又是它获取利润的工具。

由此可见，全民所有制商业价格体现的经济关系，实质上是全民所有制商业作为联结工农、城乡之间，工业与农业之间。全民所有制内部不同企业之间，国家、集体、企业、个人之间经济活动的纽带，在为工农业生产和人民生活服务的同时，在符合国

家政策法令前提下通过商业差价获取合理利润的关系。

（二）社会主义集体所有制商业的价格

社会主义集体所有制商业包括农村供销合作社商业和城镇集体商业（新老合作商店、大集体商业）、农村专业户集资商业等形式。

农村供销社是农民群众集体所有制的商业，是农村商业的主体，是我国农村市场和农副产品流通的主渠道，是我国社会主义商业的重要组成部分。它的基本任务是为农业生产和农民生活服务，并且为促进城乡物资交流，巩固工农联盟服务。供销合作社是自主经营，自负盈亏的经济实体，它自身也要通过商业差价获取利润。因此，农村供销社商业价格体现的经济关系，实质上是供销社在为农业生产和农民生活服务，为沟通城乡物资交流、巩固工农联盟服务的同时，在符合国家政策法令前提下通过商业差价获取合理利润的关系。

其他集体所有制商业是城乡劳动者合股、合资或在全民所有制企业扶持下筹办起来，为解决劳动就业或克服个体经营能力薄弱而组织起来的商业形式。其基本任务是根据本身的经营特点为活跃城乡经济服务，同时获取合理利润。因此，其商业价格体现的经济关系，实质上是劳动群众集体组织起来为活跃城乡经济服务的同时，在符合国家政策法令前提下通过商业差价获取合理利润的关系。

（三）社会主义条件下的个体商业价格

社会主义条件下，个体经济是与社会主义公有制相联系的，是公有制经济的必要补充。它的活动受国家政策和公有制经济的制约。它对于促进生产，繁荣市场，方便群众生活，解决劳动就业都起到不可忽视的作用。个体商业靠少量资金及自己和家庭成员的劳动从事经营，不雇工剥削，或只雇个别帮手，本小利微，