

● 韩德昌 姚 林 主编



QIYE
DINGJIA
GAILUN

天津科技翻译出版公司

企业定价概论

企 业 定 价 概 论

主编:

韩德昌 姚林

审定:

贾秀岩

编写(以姓氏笔画为序)

万清林

李建平

姚林

查日胜

张笑军

徐大佑

贾月梅

韩德昌

舒平

天津科技翻译出版公司

企业定价概论

韩德昌 姚林 主编

责任编辑 郑凤钦

天津科技翻译出版公司出版
(天津市河西区吴家窑大街22号)
新华书店天津发行所发行
宝坻县第二印刷厂印刷

开本850×1168 1/32 印张, 9.875 字数, 250(千字)

1990年1月第1版 1990年1月第1印刷

印数1-6400册

ISBN 7-5433-0104-01/F 11

定价: 5.00元

编写说明

随着经济体制改革的不断深化，我国的各类企业已经在不同程度上具有了定价权。面对错综复杂的市场环境，如何在企业定价理论的指导下，制定最有利的价格，不仅成为企业行使定价权的当务之急，也是社会主义价格理论研究的重要课题。

为此，我们编写了这本《企业定价概论》。这是一本系统论述企业定价理论和实际应用的教科书，它不仅适用于高等院校的有关财经类专业，也适用于物价专业人员的在职培训。对于企业的厂长、经理、供销和财会人员也值得一读。

编写时，我们力求从中国的实际出发，在阐述基本理论的基础上，加强对实际应用的描述。但是，由于企业定价在我国还处在刚刚起步的阶段，加上我们的水平有限，书中难免存在一些不足之处，我们恳切地希望广大读者提出批评指正，以便进一步修订。

本书由韩德昌、姚林主编，参加编写的成员有（按姓氏笔划为序）：万清林、李建平、姚林、查日胜、张英军、徐大佑、贾月梅、韩德昌、舒平。

在编写过程中，我们得到了南开大学贾秀岩教授和薛仲章副教授、万成林副教授的大力支持和帮助；贾秀岩教授审定了全书，并写了序言；参考了一些已经出版的文献和书刊，对此我们一并表示感谢。

编者

一九八九年七月

序 言

我国经济体制改革的目标是建立在公有制基础上的有计划的商品经济体制。要发展社会主义商品经济，必须充分发挥企业的活力。企业是国民经济的细胞，是经济运行的微观基础，也是市场交换的主体。市场是商品生产经营者交换关系的总和，它需要众多的企业作为商品生产经营者彼此发生联系；所以，企业不仅是市场机制作用的对象，也是市场活动实体中最主要的组成部分。只有企业真正具有自主经营、自负盈亏的商品生产经营者的地位，才能保证其生机活力，才能对市场各种信号做出灵敏的反映，才能及时按照市场需要决定自己的投入产出。可见，企业能否成为市场交换活动的主体，直接关系到能否促进商品交换关系的发展。

企业要成为市场交换的主体，必须也是价格决策的主体，必须具有一定的定价权。因为价格是商品交换的联接者，离开价格，交换难以顺利进行。没有价格决策权的企业，在交换中只能处于被动地位，既无法向市场发出企业自身生产经营状况的准确信号，也无法正确接受市场供求关系变化的信号；更为重要的是没有价格决策权还直接关系到企业的经济利益，从而使企业缺乏市场竞争的压力和动力。凡此种种，说明企业如果没有定价权，实际上也就没有真正的自主经营权，也不能有旺盛的活力。

随着经济体制改革的进一步深入，特别是价格改革的不断推进，必然要求把价格决策权更多地下放给企业。当然，这需要一个过程和一定条件，其中包括提供有关企业定价的各种知识和必要的培训。从企业的角度说，一个企业家或企业经营管理人员，面对错综复杂的市场环境，如何确定自己的定价目标、定价策略和定价方法，才能发挥自身优势，从而在竞争中立于不败之地；从国家的角

度看，扩大企业定价权，并不是放任自流，还需要适度的宏观控制。这样，在定价权限下放后，如何对企业定价进行有效的管理？以上问题都要逐步提到议事日程上来。《企业定价概论》一书，正是用通俗的语言，大量形象的实例，提供了必要的答案。

《企业定价概论》系统地论述了企业定价的理论和实际应用方法。全书以有计划的商品经济理论为基础，以企业微观经济活动为研究对象，运用定性分析与定量分析相结合以及比较分析的方法，将经济学、管理学、市场学、销售学、心理学的研究成果同价格学融合起来，系统地介绍了企业定价的客观必然性、企业定价行为、企业定价的权利和义务、影响企业定价的内部因素和外部因素、企业定价程序、定价策略、定价方法以及企业定价的管理等等，并对西方企业定价理论作了简介。

《企业定价概论》的问世，适应了深化价格改革的需要，对提高企业定价工作的业务水平，具有重要的现实意义。它适合不同层次的实际工作者和理论工作者的要求，既是高等院校财经类专业的适用教材，也是企业厂长、经理、物价、供销、财会等经营管理人员的必备参考书。认真地读一读、看一看，定能从中获得有益的启示。

贾 秀 岩

1989年8月

目 录

编写说明	
序言	
第一章 企业定价的客观必然性	 (1)
第一节 企业定价的理论依据	 (1)
第二节 企业定价的地位和作用	 (7)
第三节 我国企业定价的现状和发展趋势	 (12)
第二章 企业定价行为	 (17)
第一节 企业定价行为的涵义及内部结构	 (18)
第二节 企业定价行为的特征和功能	 (21)
第三节 企业经营机制与定价行为	 (25)
第四节 宏观调控机制与企业定价行为	 (32)
第三章 企业定价的权利和义务	 (39)
第一节 企业定价的权利	 (39)
第二节 企业定价的义务	 (43)
第三节 企业定价应遵循的原则	 (50)
第四章 企业产品的价格构成与价格形式	 (56)
第一节 生产成本	 (57)
第二节 利润和税金	 (68)
第三节 流通费用	 (80)
第四节 企业定价中的价格形式	 (88)
第五章 影响企业定价的内部因素	 (90)
第一节 成本	 (90)
第二节 利润	 (97)
第三节 产品类型	 (104)
第四节 企业类型	 (107)

第五节 生产经营能力和经营管理水平.....	(111)
第六章 影响企业定价的外部因素.....	(112)
第一节 消费者行为.....	(113)
第二节 市场需求.....	(122)
第三节 市场及市场竞争.....	(128)
第七章 企业定价程序.....	(137)
第一节 企业价格决策与企业定价程序的关系.....	(138)
第二节 企业定价程序.....	(140)
第八章 企业定价策略.....	(151)
第一节 阶段定价策略.....	(152)
第二节 厚利限销和薄利多销定价策略.....	(161)
第三节 折扣定价策略.....	(170)
第四节 心理性定价策略.....	(177)
第五节 国际市场定价策略.....	(186)
第九章 企业定价方法.....	(198)
第一节 成本导向定价法.....	(199)
第二节 需求导向定价法.....	(210)
第三节 竞争导向定价法.....	(219)
第十章 企业定价的管理与监督.....	(229)
第一节 企业定价的宏观管理.....	(229)
第二节 企业定价的微观管理.....	(237)
第三节 企业定价的检查与监督.....	(245)
附录一 西方企业定价简介.....	(247)
第一节 价格形成的基本理论.....	(247)
第二节 企业价格决策的程序.....	(254)
第三节 成本导向定价法.....	(258)
第四节 竞争导向定价法.....	(265)
第五节 消费者导向定价法.....	(274)
附录二 企业定价案例分析.....	(286)

第一章 企业定价的客观必然性

党的十一届三中全会以来，我国价格管理体制经历了一个历史性的变革和更新，并取得了实质性进展——改变了过去高度集中统一的价格管理模式，开始建立多元化的价格决策主体和多种价格形式并存的价格管理模式。在价格决策主体上，随着企业商品生产者和经营者地位的确立，企业开始成为定价主体；在价格形式上，我国现阶段实行的是国家定价、国家指导价和市场调节价三种价格形式，而国家指导价属于不完全的企业定价，市场调节价属于完全的企业定价，这两种价格形式将逐步成为主要的价格形式。价格管理体制的这些变化标志着企业定价的地位和作用日益重要，它是经济体制改革的客观必然，也是社会主义商品经济发展的客观必然。

第一节 企业定价的理论依据

企业定价是指生产经营企业在国家规定的权限和范围内，根据自身劳动消耗和市场供求状况而自行定价的定价形式。

企业定价，是商品经济的客观要求，也是经济体制改革的必然趋势。它的理论依据与社会主义有计划的商品经济理论以及经济体制改革的不断深化是密不可分的。

一、企业定价是商品经济的客观要求

我国建国以后，随着高度集中统一的经济管理体制的建立，在价格管理上也逐步形成了国家为单一的价格决策主体，以及以国家定价为唯一的价格形成方式的价格管理体制。这种体制是建立在社会主义是计划经济而不是商品经济，至多只是在某些产品的交换中保留了商品的外壳的理论基础之上的。其基本理论依据源于马克思

主义创始人的设想，一旦社会占有了生产资料，每个人的劳动，不论其特殊用途是如何不同，从一开始就成为直接社会化的劳动。在那里“生产者并不交换自己的产品”。^①直接的社会生产以及直接的分配排除一切产品交换，因而也排斥产品向商品及价值的转化。整个社会可以在公有制的基础上组织为一个大工厂来实行统一的计划管理。企业只不过是这个大工厂的车间或班组，产品只是在工厂内部调拨，无需转化为商品进行交换。因而，商品经济不复存在，商品货币关系也可以取消。但是，在社会主义发展的实践中，人们很快地认识到，不借助于商品货币关系是无法组织社会生产的。商品货币关系被“借用”来，在严格的限制下为社会主义服务，其结果是承认消费品的生产保留着商品的外壳。由于否认了社会主义经济是商品经济，必然是用产品经济的办法来管理社会经济活动，价格仅仅成为核算的工具，企业定价当然也无从谈起。

随着社会主义实践的发展，人们开始认识到，现阶段的社会主义与马克思主义的创始人所设想的社会主义相距甚远。生产力和生产社会化的发展程度还远远不具备把整个社会生产作为一个大工厂来管理，现代生产力的发展开始出现了大型化、集中化和分散化的多种趋势。人们的劳动还必须通过商品货币关系来连结在一起，从而才能转化为社会劳动。因此，商品经济不仅存在于社会主义，而且具有强大的生命力。

实际上，社会主义制度与资本主义制度的区别，并不在于商品经济本身。商品经济作为一种经济形态是生产力和生产社会化发展的必然产物，它是经济运行的一种形态，而不能界定不同社会制度的质的差别。应该说，社会主义制度的确立，为有计划的商品经济的发展创造了更为广阔的前景。社会主义不仅不能取消商品经济，还要大力发展有计划的商品经济。

明确了社会主义经济仍然是商品经济，企业定价问题也就随之而出。这是因为：

^① 马克思：《哥达纲领批判》，《马克思恩格斯选集》第3卷第10页。

1. 商品经济是以生产资料的分别占有和经营为前提的

社会主义商品经济是以生产社会化为基础的。随着现代生产力的发展，生产资料的使用是社会化了，就是说，它是由或大或小的一批人共同所使用的。但这并不是“生产资料的全国性的集中”，^①而是分散在不同的组织起来的人们手中。产品也社会化了，个别工人不生产产品，“他们当中没有一个人能够说：‘这是我做的，这是我的产品’”^②，但是，产品仍然只是局部工人而不是社会的共同产物。与此相适应，生产过程的社会化并不排斥生产资料的分别占有和使用，而是使多种经济成份并存成为社会主义条件下的历史必然。即使是全民所有制企业，它所使用的生产资料也是分别占有和经营的，生产资料所有权与经营权的分离，使全民所有制企业也成为独立的经济主体。

这样，生产资料的分别占有和经营所产生的产权关系，成为现代商品经济的基础。商品交换实质上成为产权的交换，而在商品交换中由企业自主地决定其产品的价格，则成为其产权的实现形式，企业定价也就成为商品经济条件下的客观必然。

2. 商品经济是以交换为经济运行的纽带

在现代商品经济条件下，生产过程本身的社会化既表现为一系列局部的共同活动和社会活动，也表现为序列不断增加的产品交换网络和经济生活的一体化。这种交往关系是以企业产权的界定和明确化为基础的，而交换则是把企业连接在一起并成为使生产过程按照商品经济规则运行的纽带。如果没有交换，商品经济是无法运行的；如果有交换，而企业产权关系不明确，将造成商品经济运行的混乱，大大增加商品经济运行费用。

价格作为交换范畴，是商品交换的产物，因而它只能在交换过程中，由交换者来决定。而交换者决定价格不仅要取决于诸多的影响价格的因素，而且必须以明确的产权关系为基础。在传统体制下，

① 马克思，《论土地国有化》《马克思恩格斯选集》第2卷第454页。

② 恩格斯，《反杜林论》《马克思恩格斯选集》第3卷第435页。

企业是国家的行政附属，无产权可言，当然也不可能自主地决定产品价格。随着经济体制改革的深入，企业成为相对独立的经济实体已成为必然趋势，它作为定价主体在交换中决定自己产品的价格也成为客观必然。

3. 商品经济是以分散决策为基础的

在商品经济条件下，由于生产资料的分别占有，产品是作为商品来生产，社会需要是通过市场需求来反映。因而，企业的生产经营一般是以市场为导向，微观经济决策就必然是分散决策。

分散决策并不排斥集中决策，但这是层次不同的决策。集中决策是国家在宏观经济运行方面，调整各种宏观经济运行参数的决策。而分散决策则是企业在微观经济活动中的决策。在传统的社会主义经济体制下，曾经认为集中决策是社会主义制度的优越性。现在，我们已经认识到，决策权的集中与分散并不是区分社会经济制度的标志。我国以“国家调节市场，市场引导企业”为模式的经济体制改革，就是要在社会主义经济中引入市场机制，由国家在宏观上调控市场，企业则以市场为导向来组织生产经营。

分散决策必须建立在企业产权明确，企业是独立的经济实体的基础上，否则无法保证分散决策的合理性；分散决策必须给企业以决策权，这里当然也包括企业在定价方面的决策权。

二、企业定价是经济体制改革的必然趋势

社会主义经济体制改革包括两个不可分割的组成部分，即生产资料所有制结构的改革和经济运行机制的改革。实行企业定价则是这两方面改革的必然趋势。

生产资料所有制结构的改革，从根本上说，是要重新构造经济体制的微观基础，使企业真正成为自主经营、自负盈亏的商品生产者和经营者。所有制结构的改革具有双重的内容：一是整个社会的所有制结构，即社会经济生活中各种不同的所有制形式的地位和相互关系；二是一种所有制形式本身的结构，即一种所有制形式内部各组成要素的相互联系和相互作用。就前一方面的所有制来看，传

统的社会主义经济体制把公有制作为唯一的所有制形式，在公有制内部又把全民所有制作为主要的形式。这样，企业直接接受各级政府机关的指令，从而不是独立的商品生产者，缺乏自身的发展动力和活力。随着经济体制改革的推进，多种经济成份重新出现，各种不同的所有制形式也不断产生，公有制已不是唯一的所有制形式。从后一方面的所有制改革来看，其主要内容是解决全民所有制国有企业内部的产权关系。在改革中，国家所有制企业所有权和经营权发生了不同程度的分离，企业有了相对独立的经营自主权和经济利益。但是，企业财产的所有权还完全是国家的，企业与国家之间产权关系的界定还是不明确的。特别是国家所有制大中型企业在国民经济中仍然处于高度的垄断地位，其它所有制企业还不能对它形成足够强大的外部竞争压力；而它们本身由于仍然没有从根本上解决财产利益人格化、具体化和相对独立化等一系列问题而缺乏自我积累和自我发展的动力，因而还不能以真正独立的商品生产者和经营者的身份出现在竞争市场上，这就不可避免的带来不合理的经济行为。

总之，我国所有制结构的改革已经取得了很大的进展，但是离重构新体制微观基础的要求还相差甚远。因此，改革的任务还是相当艰巨和急迫的。那么，我国所有制结构改革的目标模式究竟是怎样的呢？简要的说，在所有制方面，要形成以公有制为基础、多种所有制并存的新模式。这种模式包括以下内容：第一，所有制关系要实现单一化向多元化的变革，不仅要有作为基础和主导的国家所有制、集体所有制等公有制形式，而且要有个体所有制、国家资本主义所有制（外资、中外合资企业）和私人资本主义所有制等形式。第二，各种所有制形式之间是彼此开放的，从而形成跨越所有制界限的股份制经济、经济联合体和企业群体。第三，改革必须深入到公有制内部，特别是国家所有制内部，按照所有权和经营权适当分离的原则界定国有企业的产权关系，解决谁都是财产的所有者，谁都对财产不负责任的问题，使国有企业摆脱各级政府机构附

属物的地位，成为真正自主经营、自负盈亏的商品生产者。

这一模式归结到一点，就是企业成为独立的商品生产者。既然企业是独立的商品生产者，它们就应具有相应的经济决策权。决策权对于企业来说就是实现商品生产者意志的权力，它包括企业在人、财、物、产、供、销各方面的决策权，也包括企业的定价权。因为价格是企业取得收入的唯一方式，也是企业的生产活动被社会所承认的实现形式，因而，没有定价权的企业不可能成为独立的商品生产者。

再从经济运行机制的改革来看，经济运行机制是经济系统各构成要素之间的相互联系和相互作用形成的制导和制约经济运行方向或轨迹的客观过程。经济活动主体的经济行为是受经济机制制导和约束的。

我国传统经济体制在经济运行上的基本特征是政府对经济的行政统制。在调节机制方面，行政统制是通过行政性的指令性计划来调节经济运行的。由于企业处在行政附属的地位，就不可能依据其内在的利益去作出适应外界经济环境的决策，而是通过与政府的讨价还价去争取完成国家计划的条件，以保障自身的利益。企业只有膨胀需求的机制而无自我约束的机制，政府就不得不凭借行政指令来控制企业行为。指令性计划体制、统购统销的供销体制和行政规定价格的体制三位一体，不可分离。这种行政性调节机制排斥市场机制，窒息企业之间的竞争，导致价格体系的僵化，使价格不能反映资源稀缺程度，以指示生产要素的正确流向，反而以僵化的错误信号麻痹投资决策者和企业经营者，引致资源配置长期处于不合理状态。

经济运行机制改革的目标是要建立“国家调节市场，市场引导企业”的体制模式。在这个模式中，市场是联结国家（政府）与企业的中间环节，而企业则是整个体制的微观基础。市场运行的关键是价格。价格的基本职能是以货币表现价值，反映供求关系，调节资源配置，即调节社会总劳动（包括物化劳动和活劳动）在各个产

业部门和各个地区之间的分配。合理的价格体系是实现资源合理配置的必要前提。但是，企业若不成为独立的商品生产者和经营者，就不可能对价格变化作出积极的反应。因此，建立新的经济运行模式，不仅要求企业是自主经营、自负盈亏的经济主体，参与市场活动并接受市场调节，而且要求价格回到交换过程去，在市场上形成。在市场上形成的价格不可能是国家的行政指令制定的价格，它只能是由作为独立的商品生产经营者根据市场状况自主决定的价格。

企业定价的理论依据还可以从其它不同的角度加以论证，如价格职能的要求、价格体系合理化的要求、正确处理计划与市场关系的要求等。然而，从根本上说，企业定价的理论依据是商品经济和经济体制改革的客观要求，其它角度的论证实际上已经内含在这两条带有根本性的理论依据之中，都是根本性理论依据的引伸，因此，这里就不再一一论述了。

第二节 企业定价的地位和作用

一、企业定价的地位

在社会主义有计划的商品经济中，企业定价，不仅在宏观经济运行中具有重要的地位，而且在企业微观经济活动中具有重要的地位。

（一）企业定价在宏观经济运行中的地位

1. 企业定价在价格管理体制中的地位

我国的价格改革是要按着“国家调节市场，市场引导企业”的基本方向，建立起多元化价格决策主体和多种价格形式并存的价格管理体制，并在这一体制下，实现价格体系的合理化。

多元化的价格决策主体既包括国家和地方作为定价主体，也包括企业作为定价主体。不实行企业定价，企业就不可能成为价格决策主体。多种价格形式则包括国家定价、国家指导价、市场调节价

等价格形式。其中国家指导价属于不完全的企业定价，市场调节价属于完全的企业定价。从我国价格改革的方向来看，国家定价的范围已逐渐缩小，它将被限制在尽可能小的范围内，而且也要接受市场调节。企业定价的范围已在不断扩大，它将成为主要的价格形式，从而形成有计划商品经济条件下的市场价格体系。经过这样的改革，将形成国家定价为主导，企业定价为主体的价格管理模式。因而，企业定价在我国价格管理体制中将处于主体的地位。

2. 实行企业定价是在社会主义经济运行中引入市场机制的必要前提

在商品经济条件下，经济运行是通过市场机制来调节的。价格机制是市场机制的核心。一方面，价格作为市场供求状况的信号，引导着生产、经营的投资方向，调节着消费结构的变化，从而使生产资源得到合理的配置；另一方面，价格又是市场竞争的重要手段，它驱使企业按照市场需求组织生产和流通，不断改善经营管理，降低劳动耗费，提高产品质量和经济效益。同时，国家也可运用税率、利率、汇率等杠杆影响价格水平及其构成的变化，间接控制和引导企业行为，使之符合宏观经济发展的目标，并使价格成为连接微观经济行为和宏观经济目标的纽带，从而确立国家对市场的有效调节和控制。当然，这就要求市场价格必须是由企业自己制定的，同时又是消费者所接受的价格。因此，不实行企业定价就不可能真正引入市场机制。

3. 实行企业定价是完善企业经营机制，增强企业活力的必要条件

企业是社会经济活动的基本单位，社会主义经济有无活力首先取决于企业有无活力。增强企业活力，特别是增强全民所有制大中型企业的活力，是经济体制改革的中心环节。价格是企业选择、比较各种经营决策的经济依据，企业无权根据市场变化灵活决定价格，便会失去许多可供选择的机会；价格又是企业获取经营收入的唯一渠道，价格能否补偿成本并提供适当利润，是衡量企业经营效

果的重要依据。企业不具有价格自主权，经营上就不可能充分自主，经济上也不可能真正实行自负盈亏，企业行为就缺乏动力和活力，充满生机和活力的社会主义经济体制也难以建立起来。因此，要使企业真正成为自主经营、自负盈亏，具有自我发展和自我改造能力的商品生产者，就必须使企业由行政机构的附属物转变为独立的经济实体，让企业享有定价权。

（二）企业定价在微观经济活动中的地位

企业定价在微观经济活动中的地位，是指它在企业生产经营活动中的地位。制定产品或劳务的价格，是企业生产经营决策必不可少的环节，它是企业生产的产品转化为商品的实现形式，也是企业利益的实现过程。没有企业定价，企业就不可能有自己的生产经营方向和决策目标，其产品也不可能真正转化为商品，企业自身的利益也无法实现。

1. 企业定价是企业经营决策的重要环节

在商品经济条件下，市场是企业生产经营活动的导向，企业生产什么，怎样生产，生产多少，都取决于市场。离开了市场，企业就失去了生产经营方向和决策目标。企业的生产经营决策包括产、供、销以及人、财、物等一系列方面的决策，而定价决策则是这一系列决策中必不可少的环节。在一定意义上说，定价策略和目标的决策维系着企业的全部生产经营活动，是企业市场竞争中赖以生存的生命线。这是因为，定价决策不仅反映了企业生产中的物化劳动和活劳动耗费，而且反映了企业的盈利水平。同时，定价决策还反映了企业产品的质量优劣和产品是否符合市场需求。因此，企业如果没有定价决策权，其它方面的决策权也将是不完全的，甚至完全丧失。然而，企业有了定价决策权，如定价决策出现失误，其它方面的决策也不可能实现。所以，企业定价在企业生产经营活动中具有至关重要的地位。

2. 企业定价是产品转化为商品的实现形式

在商品经济条件下，企业的产品是作为商品来生产的。也就是