

建材價格論文集

中國建材價格學會編

中國建材工業出版社

前 言

近十年来，建筑材料价格工作在各级领导的关怀、支持和价格工作者的共同努力下，无论是在价格管理还是在价格改革方面都取得很大成绩，对促进建材行业生产发展，保证供应，有利于在国家、集体、个人之间的合理分配，有利于在各企业之间正确地进行经济核算，督促企业改善经营管理，起到了积极的作用。价格工作在行业管理中的重要地位和作用，现在已经被越来越多的各级领导者和广大职工所认识。

在深化改革开放的今天，对价格工作提出了新的要求，要使这项工作适应新形势，摸索出一套适合我国国情并具有建材行业特点的有关价格理论、方针、政策和业务知识，为广大价格工作者提供一些帮助，中国建材价格学会编辑一本《建材价格论文集》，这本资料是近年来出版发行的唯一的关于建材价格理论研究、业务探讨与改革设想的论文专集。书中精选了今年六月在大连市召开的中国建材价格学会成立大会收到的学术论文，同时还收编了几篇1985年以来在建材有关刊物上发表的关于建材价格制定、调整、改革等方面的论文。本书作为建材价格论文集有较丰富的实践性和可读性，不失为从事价格理论和实际工作者的一本重要参考书。本书由冯瑞镛同志主编，孙绍权、吕桂新、黄华生参加了具体的编辑工作。由于编辑工作水平所限，难免存在不足之处，殷切期望广大读者指正。

编 者

1991年7月

加强调查研究，积极
探索，为深化建筑材料
产品价格改革做出新贡献。

王兴家
一九九一年七月八日

国家物价局副局长
中国价格学会副会长

王兴家为本书题词

加強理論研究
推進
建材價格改革

林安宜

一九八四年十月

国家建材局经济财务司司长林安宜为本书题词

目 录

前 言

建材价格改革回顾和

展望·····	国家建材局经济财务司经济调节处 (1)
运用价格政策提高企业经济效益·····	鲁桂芝 (11)
运用价格杠杆促进水泥工业的发展·····	向心如 (15)
水泥企业几种矛盾浅析·····	袁楚贤 (22)
关于统配水泥价格问题的探讨·····	丁 豪 (29)
调整水泥价格的探讨·····	吕桂新 (33)
关于制订玻璃出厂价格的探讨·····	李龙生 (37)
玻璃、玻纤产品价格问题探讨数则·····	章绍曾 (44)
平板玻璃的技术标准与价格·····	常秉申 (47)
改革价格体制 增强企业活力·····	孙绍权 (51)
改革建材非金属矿产品价格初探·····	孙忠文 张其忻 (57)
对我国非金属矿产品价格的研究·····	巢思新 (62)
石棉调价方案评述·····	忠 良 (72)
价格改革与企业经济效益的关系·····	李树荣 李典绪 (76)
改革声中谈价格·····	余光桦 (82)
关于水泥价格“双轨制”并轨的研究·····	吕桂新 杨保钢 (89)
统配水泥价格并轨与企业产品销售·····	郑 菁 (95)
水泥价格并轨后的思考·····	王光友 (99)

关于地方管理水泥价格并轨的思考·····	徐宪明(104)
成本 价格 市场 利润·····	范行岱(111)
效益 价格 出路·····	李际滨(118)
试用数学方法分析价格对合资双方 分利的影响·····	李同武(123)
谈建材产品实行季节差价的理论依据 和计算方法·····	王林生(128)
浅谈实行价税分流对建材产品价格 制订的影响·····	陈 林(134)
浅谈建材产品价格形式和定价原则·····	蔡安金(138)
建材机械产品价格管理中存在的问题 及改进措施·····	郑桂明(147)
企业应科学地运用定价权为提高经济 效益服务·····	刘恒镗(152)
建材产品价格“双轨制”的现状 及并轨后的设想·····	徐金娣(158)
运用价格杠杆 促进建材工业发展·····	冯玉强(164)
认真做好价格工作搞活国营大中型 企业·····	唐慎治(169)

建材价格改革回顾和展望

国家建材局经济财务司经济调节处

我国《国民经济和社会发展十年规划及“八五”计划》中确立的价格改革目标和方向是：除少数重要的商品价格和劳务价格由国家管理外，其它大量商品和劳务价格都由市场调节。从建材行业的实际情况出发，研究计划和市场相结合，实现建材价格改革目标是摆在我们建材价格工作者面前一项重要而又艰巨的任务。这里，我们就建材价格改革历程、经验教训、改革前景谈些不太成熟的看法，供同志们参考。

一、建材价格改革回顾

回顾建材价格改革，如果从1978年算起，已经经历了十二个年头了。党的十一届三中全会以来，按照整个价格改革部署，建材价格也进行了一系列改革，这些改革总的说来是围绕理顺价格关系、促进建材工业发展和技术进步，改革过分集中的价格管理体制，建立新的价格形成机制等几个方面进行的。当然，在不同时期确立的目标和侧重点是不一样的，改革的动作有大有小，改革的步伐有快有慢。认真分析研究十二年的改革进程，大致可以分为几个阶段：

1. 起步阶段。这一阶段大致从1978年到1982年，当时我国价格改革刚刚开始，建材价格管理上也面临过去遗留下的许多问题。我们首先在价格工作的指导思想上拨乱反正，

批判了以阶级斗争为纲“左”的错误指导思想，树立了为建材工业发展服务的指导思想。在观念转变上摆脱了传统观念的束缚，确认建材产品也是商品，承认价值规律在有计划的商品经济中的作用。这一阶段我们贯彻了“稳定物价”的方针，对建材价格改革也采取了“走小步”的办法，基本没有出台什么大的改革方案。如1979年根据水泥实施新标号后的情况对其价格进行微调，1980年适当调高玻璃球、玻璃纤维的出厂价格，1981年又先后决定对玻璃纤维产品价格下浮和正式降低石英玻璃的出厂价格，1982年调整了卫生陶瓷的出厂价格。这些调价项目有的影响价格水平上涨，有的影响价格水平下降，但总的说来建材价格水平是上升的。据测算1982年的建材价格总水平比1978年提高8%左右。

2. 探索阶段。这一阶段大致从1983年至1985年，可以说是建材价格改革由起步转入探索阶段。这一时期改革贯彻着调放结合，以调为主的原则。改革的主要内容包括：

(1) 进行了几项较大的调价项目，解决了某些产品过去长期存在的价格偏低的问题。如，1983年8月调整了平板玻璃的出厂价格，平均出厂价由11.5元调高到20元，调价总金额为2.04亿元，幅度73.9%。1984年5月调整了石棉、石棉制品和石棉水泥瓦的出厂价格，调价总金额为8000万元，幅度为17.9%。

(2) 为促进生产，鼓励技术进步，对一些企业和产品实行了比较优惠的价格政策。如，对一部分水泥厂和玻璃厂实行了地区价政策；对建筑卫生陶瓷、石棉制品、油毡采取了优质加价的办法；对一些新产品（如早强水泥）及时制定了试销价格。

(3) 从政策上确立了企业超产自销产品价格放开。1984年国务院规定工业企业对其超产自销产品有20%幅度内的定价权, 1985年国家有关部门又正式明确规定放开工业企业超产自销产品价格。这项政策的执行, 在建材价格管理中带来了巨大的影响, 冲破了长期形成的单一的计划价, 形成了与之相适应的市场调节价。如统配水泥价格, 在计划外超产自销价格放开后, 计划内外价差很快就扩大到103%。超产自销对企业的经济效益起着越来越重要的作用。

3. 深化阶段。这一阶段大致从1986年至1990年, 基本和“七五”计划相吻合。这个阶段的建材价格改革所遵循的原则是: 调放结合, 以放为主。在总结前一阶段改革的基础上, 根据建材工业发展战略, 又进一步研究提出、实施深化建材价格改革的一系列措施。

(1) 以理顺价格体系为目标, 调整了不合理的价格水平。由于历史原因, 建材产品价格长期以来水平偏低, 严重背离价值, 特别是建材骨干产品的水泥价格与同属“三材”的钢材、木材等产品的比价关系失调。“七五”期间, 我们先后对几乎所有的建材产品价格进行了调整或结构性改革。如, 1986年初调整了统配水泥出厂价格, 幅度为60.7%, 调价总金额8.50亿元; 1988年初改革平板玻璃价格结构, 幅度为8%, 这些都是影响较大的动作。据统计, 1986年至1990年中央定价的建材产品一次性调价总金额约14亿元, 加上地方管价的建材产品价格调整, 调价总金额估计在35亿元以上。经过这些调价措施, 初步理顺了原来不合理的价格体系, 使得建材价格偏低的情况有所改善。

(2) 以下放价格权限为内容, 改革不合理的价格管理

体制。过去长期形成的单一的计划经济体制，导致建材价格管理上也存在管的过多、统得过死的弊端，企业在价格决策上几乎没有什么自主权。针对这种情况，我们通过下放管理权限来改革价格管理体制。1986年10月，我们对中央管价的建材价格目录进行了修订，将15种产品的定价权下放地方或企业。1988年，我们又将卫生陶瓷定价权下放企业，将广州、福建等四个水泥厂的定价权下放到地方。1989年，经国务院批准，又将统配水泥包装费的定价权下放地方管理，有效地解决了一段时期突出存在的水泥包装费亏损问题。据调查，由于近年来陆续下放管理权限，建材价格中的中央定价、地方定价和企业定价的构成发生了很大的变化，企业定价的比重由1985年约10%上升到1990年约35%。

(3) 以搞活企业、提高经济效益为中心，采取多种价格管理形式。“七五”期间，我们先后对包括十四个抢救的老水泥厂在内的部分水泥厂实行了地区价，增强了企业自我改造能力。对一些新投产的生产线，按照“新厂、新线、新价格”的原则，分别制定了试销价或临时价，帮助其尽快达产达标。此外，为鼓励支持“大家办建材”，我们在价格管理实践中逐步确立了“谁投资、谁受益、谁定价”的原则，并按此原则先后明确了一批水泥厂地方投资部分、企业自筹资金部分留成水泥的定价权限问题。

(4) 以行业管理为出发点，不断拓宽工作领域。价格工作是一项政策性很强的工作，不但没有固定的工作模式，而且具体的工作内容也会因不同时期不同情况而经常变化。这就要求我们必须适应形势的发展，不断拓宽工作领域，努力开创工作新局面。1986年以来，我们在由部门管理转向行

业管理方面做了有益的尝试，取得了一定成绩，特别是在开展建材价格信息服务上得到了不断改进和加强，先后编辑出版、印发了《建材价格手册》、《建材价格信息》等价格信息方面的书籍和刊物。人才培训工作已经有了起步，干部队伍的业务素质得到明显的改善和加强。

总之，1978年以来，由于我们建材价格管理方面进行了由小到大、由浅入深的一系列改革，建材价格的水平和管理都发生了很大的变化，逐步向着多种价格成份、多种价格形式、多种价格层次的方向发展，为形成计划与市场调节相结合的价格管理体制打下基础。

二、建材价格改革的经验教训

在回顾12年建材价格改革的基础上，我们可以得到以下几点基本经验教训：

1. 价格改革是一项长期、复杂、艰巨的任务。在探索建材价格改革的过程中，也曾有人提出过天真的想法，试图依靠迈出几步，用二三年时间来完成价格改革。如，1986年就提出从西南地区试点，放开统配水泥价格，进而扩展到全国。实践证明，那种长痛不如短痛的设想是不切实际的。价格改革需要条件，理顺价格将贯穿于整个经济体制改革的全过程。要从根本上理顺不合理的价格体系，关键是要解决价格形成机制问题，而这仍需要很长一段历程。所以，从现实情况出发，我们所确定的每一项改革方案，都应做到目标明确、步子稳妥、前后协调、切实可行。改革的时间上，与其设想得短期，不如设想得长些；在设计方案时，与其设想的简单些，不如设想的复杂些；在实施的步骤上，与其设想的容易些，不如设想的艰巨些。这样做，可以使我们保持清

醒的头脑,在改革中增加主动,减少被动。现在,我们可以初步得出这样一个结论:价格改革既不是简单的“调”,也不是简单的“放”,而必须从实际和效果出发,根据具体条件,该调的调、该放的放、调放结合。

2. 价格改革必须与其它改革措施配套进行,才能充分发挥调节作用。在过去很长一段时间,我们对价格改革的地位和作用认识片面,视其为整个经济改革的“关键”、“中心”,似乎只要价格改好了,经济中的一切问题都可以迎刃而解了。实践证明,如果不能配套地改革企业的运营机制,企业不能对价格信号作出敏锐、正确的反应,相反,只是抱着“多捞一把”的目的,就会使价格改革失去意义。因此,价格改革不能孤军深入,必须同其它宏观调控手段相配套,才能充分发挥其应有的调节作用。比如,1986年初,统配水泥企业调价,虽然给企业增加了销售收入,但如果税收政策上不加以调整,企业实际得到的好处可能就很小。所以,这年我们在向国务院汇报后,争取到对十四个抢救性的老水泥厂返还调价新增收入用于技术改造的政策。

3. 价格改革必须有利于搞活大中型企业。评价价格改革是否可行、是否成功不能仅从主观愿望出发,而必须经过实践检验,看其是否有利于搞活大中型企业。实践证明,十一届三中全会以来建材价格所进行的一些重大改革措施,都是有利于增强大中型建材企业活力的,对促进建材工业健康地稳步发展起到了积极作用。当前,在价格改革过程中要注意克服片面强调“一放就活”的思想。我们必须认识到,在缺乏有效的市场机制和企业机制情况下,企业尚不能大胆运用或运用好价格决策权,过早地过多地放开价格是不明智

的，也不利于真正搞活大中型企业，这也就是为什么有些产品价格放开后企业又主动要求适当集中定价权的道理。

4. 必须加强价格管理工作的规范化建设。虽然，我们在价格改革方面取得了很大成绩，但是，价格管理的规章制度很不健全，导致日常的价格管理工作很不规范，往往出现价格管理权限过于集中，事无巨细都得请示汇报。这不利于发挥各主管部门在归口管理本部门价格方面的职能作用。因此，有必要建立一个这样的规章制度，明确规定物价部门和业务部门在价格管理方面的分工，在分工的基础上密切各部门的协作关系。

三、对建材价格改革前景的展望

当前，建材价格仍然存在着一些不尽合理的方面，有些问题过去曾经一度解决，但在新的条件下又重新出现，有些问题过去似乎合理，现在却又显得不合时宜了。比如，建材价格水平问题，这些年由于进行了不断地调整 and 改革，水平较以前有了很大提高，但由于外部原燃材料价格以更快的速度推进，价格又显得不合理，重新出现“比价复归”。从价格指数看，1989年与1985年比较，生产资料价格总指数为177.59%，而建筑材料价格指数159.49%，低于平均水平，以建材和冶金、有色金属产品价格的比较为例，1985年三个行业的成本利润率分别为21.2%、21.3%、15.6%，而1989年则分别为11.0%、13.2%、15.50%，这说明建材价格总水平偏低的状态依然存在。又如，价格“双轨制”问题，过去在特定的历史条件下曾起过积极的作用，但今天看来就弊大于利了，非改革不可。再如，建材价格的形成机制问题，虽然改革以来在这方面做了很多尝试，但严格地讲，我们至今

并未从根本上解决价格的形成机制问题。所以，“八五”期间我们将继续在建材行业推进价格改革，努力探求计划和市场调节的结合点，逐步建立和健全建材价格的形成机制。

根据党的十三届七中全会关于价格改革的精神，结合建材行业的实际情况，我们提出“八五”建材价格改革规划的总体思路是：调价和整顿相结合，整顿和放权相结合。具体说，“八五”计划的前两年（1991～1992），价格改革要走调价和整顿相结合的路子，围绕治理整顿，重要的是稳定、充实、调整和完善已有的改革，相机推出某些必要的而且可行的改革措施，包括调价和并轨，以促进治理整顿目标的实现。“八五”计划的后三年（1993～1995），建材价格改革要以整顿和放权相结合为重点，在整顿的基础上视条件成熟情况，逐步放开建材产品价格，实行市场调节，把企业推向市场，由市场引导企业。只有这样，才能为形成合理的价格形成机制提供根本条件。根据这个思路，“八五，建材价格改革将重点围绕以下几点进行：

1. 加强建材价格管理的制度化建设。针对当前存在的建材价格管理体制不顺，工作不规范的问题，我们要总结过去12年，特别是“七五”期间建材产品价格改革的主要经验和教训，调查研究建材产品价格管理中存在的问题，逐步完善建材价格调节机制，研究制定《建筑材料工业价格管理办法》。并且还要制定一些单项产品的价格管理办法。

2. 调整产品价格。即对一部分价格水平仍然偏低的建材产品要适当调高价格，使其达到与相近原材料产品大致合理的比价水平。我们认为建材产品达到成本利润率17%，资金利润率13%的价格水平是比较合适的。

3. 积极稳妥地推进建材产品价格并轨的试点工作。去年以来，建材市场出现相对疲软，计划内外差价正在缩小，这就为价格并轨创造了一定的条件。但是，价格并轨问题比较复杂，牵涉到国家和企业利益分配，特别是在其它原燃材料价格一时尚难以并轨的情况下，建材价格并轨应慎重对待。今年4月1日开始，我们对统配水泥企业生产的水泥实行了计划内外统一出厂价格，这就是一项具体的价格并轨措施。从执行以来的情况看，效果还是比较明显的。玻璃价格如何并轨，取决于玻璃价格本身的特殊情况，而不能照搬照套水泥价格并轨的办法。其它一些供求基本平衡且影响不大的建材产品，如石棉、玻璃纤维、钢化玻璃等，价格可以放开，一步并到“市场轨”。

4. 对放开的建材产品价格，要研究相应的管理办法，做到“放而有度，活而有序，管理有法，调控有方”。放开的建材产品价格可以由生产经营者根据成本和市场供求变化情况决定，但要报主管部门备案。

5. 研究建材价格工作中如何贯彻国家的产业政策，如支持和鼓励建材节能降耗、墙体材料改革、技术进步、产品结构调整等。

6. 建立起比较系统的价格资料数据库。价格资料的搜集、整理是价格管理的一项基础工作。这项工作搞好了，可以使价格决策更加科学。为此，应建立必要的价格报表制度并尽可能采用电算化。

7. 随着价格改革的深化，国家对建材价格的管理将由直接控制转向间接的调控，信息服务就显得日益重要了。所以，如何进一步搞好建材价格信息服务工作，开辟信息源、

扩大信息量、加快信息反馈、提高服务质量是摆在我们建材价格工作者面前的一项重要任务。

8. 要加强建材价格干部队伍建设，通过举办各种形式的培训班、研讨班，提高主管部门和企业价格干部的业务素质和水平，以便在新形式下做好建材价格工作。

运用价格政策提高企业经济效益

鲁桂芝

党的十三届七中全会指出，我国价格管理改革的目标是逐步做到关系国计民生的少数重要商品和劳务价格由国家管理，其他一般商品和劳务价格由市场调节。随着改革的深入，市场上出现了国家定价，国家指导价和市场调节价三种价格形式，而属于国家指导价和市场调节价的在全部商品销售款中已占了三分之二左右。这样的价格制度，使大量商品定价权向企业倾斜，企业在价格形成中将发挥日益重要的作用。从这个意义上说，价格制度改革赋予了企业经营决策以全新的内容，使企业的决策行为由在企业内部开展拓宽到了企业外部，迫使企业不仅要注重企业内部的管理，而且还要接受市场竞争的挑战。因此，如何运用价格政策，通过增强定价行为来提高企业经济效益便成为关系企业生存发展的重要课题。

在商品经济条件下，要搞活企业，使企业运用价格政策与市场竞争，从而提高企业经济效益，那就必须解决三个层次的问题：第一，企业必须拥有价格管理自主权。这一点随着价格改革的继续深化、企业定价权的扩大会得到完满解决。但是就目前的价格管理水平来说，许多企业适应不了这种新的价格运行机制，不科学的定价方法，容易引起市场物价