

SHICHANG  
JIAGE  
JIANGUAN

# 市場價格監管

庄振錫 主編

SHICHANG JIAGE JIANGUAN SHICHANG JIAGE JIANGUAN

廣東省出版集團  
廣東人民出版社



SHICHANG  
JIAGE  
JIANGUAN

# 市場價格監管

庄振錫 主編

SHICHANG JIAGE JIANGUAN SHICHANG JIAGE JIANGUAN

廣東省出版集團  
廣東人民出版社  
·廣州·

---

图书在版编目 (CIP) 数据

市场价格监管/庄振锡主编. —广州: 广东人民出版社,  
2009. 6

ISBN 978-7-218-06130-6

I. 市… II. 庄… III. ①价格体系—研究—中国②价格—  
监督管理—研究—中国 IV. F726

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 008975 号

---

责任编辑	杨志军
封面设计	陈小丹
责任技编	黎碧霞
出版发行	广东人民出版社 (广州市大沙头四马路 10 号)
印 刷	韶关二九〇研究所地图彩印厂
开 本	889 毫米×1240 毫米 1/32
印 张	8.5
插 页	1
字 数	180 千
版 次	2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月第 1 次印刷
印 数	5000 册
书 号	ISBN 978-7-218-06130-6
定 价	20.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与出版社(020-83795749)联系调换。

【出版社网址:<http://www.gdpph.com> 电子邮箱: [sales@gdpph.com](mailto:sales@gdpph.com)

图书营销中心: 020-34075206 83790604 83781020】

## 序言

1979年，广东率先在全国打响价格改革头一炮，由此拉开了价格改革的帷幕。30年来，我国的价格管理体制，已经由高度统一的计划价格管理体制，向社会主义市场经济价格管理体制转换。在目前我国绝大多数商品和服务价格放开由市场调节的情况下，如何贯彻落实“大物价”理念，加强对市场调节价格的监管和调控，规范其价格行为，就成为现阶段价格工作的一项十分重要的任务。

价格形成于市场之中。在市场中，价格的形成与运行有一定的规律。30年的价格改革实践，我们对市场价格有了一定的认识，但总的看，这种认识仍然是十分肤浅的。对此，胡锦涛总书记在2007年中央经济工作会议上就着重指出，要进一步研究市场价格变化规律，才能增强调控的预见性。

对市场价格的监管，与对政府定价、政府指导价格的监管，有很大的不同之处。只有充分认识市场价格是如何形成的，以及它的特征和运动规律，才能实施有效的监管，调控也才能事半功倍。

企业是经济的细胞。企业内部的价格管理，是市场价格监管的基础。根据《价格法》的规定，企事业单位必须建立健全内部价格管理制度。企事业单位物价员，是在政府价格主管部门的业务指导下，负责本单位商品或服务价格管理的工作人员，是企事业单位内部价格管理的重要力量。而乡镇物价助理和城市街道、社区义务物价监督员、农村义务物价监督员等社会物价监管员，则由当地物价部门聘任，配合物价部门发挥社会上的价格及价格行为监管作用。在新的历史时期，企事业单位物价员和社会物价监管员将发挥更加重要的作用。为此，加强企事业单位物价员和社会物价监管员的价格知识培训，进一步提高他们的价格理论基础、法律意识、政策水平和职业道德，对完善企事业单位价格管理，健全价格信用体系，增强社会监管力度，保护经营者和消费者的合法权益，促进市场价格有序竞争，都具有十分重要的意义。

近年来，我省物价部门十分重视市场价格监管和调控工作，与此同时，大力推进企事业单位物价员和社会物价监管员队伍的建设。广东省物价局先后印发了《关于加强和完善我省社会物价监管队伍建设的意见》和《关于加强和完善企事业单位物价员队伍建设的通知》，对加强企事业单位物价员和社会物价监管员队伍的建设提出了新的要求。

为了进一步做好新形势下的市场价格规范和调控干预，广东省物价局市场监管处牵头组织编写了《市场价格监管》。本书试从理论上探索市场价格运动规律，并从实践上阐述如何对市场价格施以有效的监督和管理。主要内容包括市场价格体系及



监管体系两大部分，重点是市场价格形成及其运动规律，价格行为规范，反不正当价格，价格监督和调控。希望本书能为广大经济决策管理人员、企事业单位物价员、社会物价监管员、行业组织有关人员和政府物价工作人员的学习和工作提供帮助。

叶冬

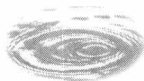
2007年12月18日

# 目 录

第一章 概述 .....	1
第一节 市场价格及其监管 .....	1
一、市场价格 .....	1
二、市场价格监管 .....	6
第二节 市场价格监管的必要性 .....	7
一、市场经济的内在要求 .....	7
二、维护国民经济健康发展的客观需要 .....	8
三、转变物价部门职能，拓展物价 工作领域的客观需要 .....	10
第三节 市场价格监管的目标和任务 .....	12
一、维持市场价格秩序 .....	12
二、保持市场价格基本稳定 .....	13
三、促进竞争 .....	13
四、维护消费者、国家和社会公众利益 .....	14
五、保持国民经济稳定和社会稳定 .....	14
第四节 市场价格监管的内容和体系 .....	15
一、市场价格行为规范 .....	15
二、市场价格监督 .....	16

三、市场价格调控 .....	17
第五节 市场价格监管的原则和方法 .....	18
一、市场价格监管的原则 .....	18
二、市场价格监管的手段及方法 .....	19
第二章 价格学基础知识 .....	20
第一节 价格体系含义和内容 .....	20
一、价格及其分类 .....	20
二、价格体系 .....	22
第二节 价格机制及其作用 .....	24
一、价格机制的含义 .....	24
二、价格机制在市场经济中的基本作用 .....	25
第三节 价格与价值的关系 .....	26
一、价值的含义 .....	27
二、价值量的决定 .....	27
三、货币价值与价格的关系 .....	29
四、价值与生产价格的关系 .....	29
第四节 成本与价格 .....	30
一、成本在价格形成中的作用 .....	30
二、成本的构成 .....	32
三、成本的类型 .....	36
第五节 影响成本变动的因素 .....	37
一、劳动生产率 .....	37
二、工资水平 .....	38





三、物质消耗率 .....	38
四、生产资料价格 .....	38
五、固定资产占用水平和利用率 .....	39
六、固定资产估价和折旧率 .....	39
第六节 价格弹性 .....	40
一、需求价格弹性 .....	40
二、需求交叉价格弹性 .....	43
三、供给价格弹性 .....	44
第七节 经营者定价目标及定价方法 .....	47
一、经营者定价目标 .....	47
二、经营者定价方法 .....	48
第八节 经营者定价策略 .....	54
一、新产品定价策略 .....	54
二、折扣和折让定价策略 .....	56
三、地理定价策略 .....	58
四、心理定价策略 .....	59
五、产品组合定价策略 .....	61
第三章 市场价格行为规范 .....	63
第一节 市场价格主体行为规范 .....	63
一、经营者价格行为规范 .....	63
二、消费者价格行为规范 .....	67
三、行业组织价格行为规范 .....	72
四、政府价格行为规范 .....	74

第二节	市场价格法律规范	79
一、	市场价格法律规范分类	79
二、	为什么要有法律规范	81
三、	当前法律规范存在的问题	83
第三节	市场价格制度规范	87
一、	企业内部价格管理制度	87
二、	行业组织价格管理制度	90
三、	政府价格监督管理制度	91
第四节	市场价格道德规范	95
一、	市场价格道德规范的内容	96
二、	市场价格道德规范的作用	99
三、	如何建设和完善市场价格道德规范	102
第五节	不正当价格行为	103
一、	不正当价格行为的种类	103
二、	不正当价格行为的危害	112
第四章	市场价格监督和检查	116
第一节	经营者内部价格监督	116
一、	经营者内部价格监督的内涵	116
二、	经营者内部价格监督的主要任务	117
三、	经营者内部监督制度	117
四、	经营者内部监督的实现形式	118
第二节	行业价格监督	120
一、	行业价格监督的内涵	120



二、行业价格监督的法律政策依据 .....	120
三、行业价格监督的主要内容 .....	121
四、行业价格监督的原则 .....	123
五、行业价格监督的形式 .....	124
第三节 价格社会监督 .....	126
一、价格社会监督的地位与作用 .....	126
二、价格社会监督的形式和主要职能 .....	127
三、充分发挥价格社会监督的作用 .....	129
第四节 价格行政监督检查 .....	131
一、价格行政监督检查的内涵 .....	131
二、价格行政监督检查的主体 .....	131
三、价格行政监督检查的主要职能 .....	132
四、价格行政监督检查的主要内容 .....	133
五、价格行政监督检查的方式 .....	134
第五章 市场价格调控 .....	139
第一节 市场价格监测预警 .....	139
一、政府价格监测职能 .....	140
二、价格监测的主要内容和基本形式 .....	140
三、价格监测的作用 .....	142
四、价格分析预测的主要方法 .....	143
第二节 价格统计 .....	147
一、价格水平及其统计指标 .....	147
二、主要价格指数 .....	148

三、	价格指数的编制 .....	151
第三节	市场价格宏观调控 .....	152
一、	价格总水平调控是宏观调控的重要内容 .....	152
二、	保持价格总水平基本稳定的重要意义 .....	154
三、	有关价格调控的宏观经济政策 .....	155
第四节	非常时期市场价格调控的经济与行政手段 .....	158
一、	价格调控的重要经济手段 .....	158
二、	市场价格异常波动的行政手段 .....	161
第五节	市场价格调控规范 .....	163
一、	市场价格调控规范含义 .....	164
二、	市场价格调控规范原则 .....	165
三、	市场价格调控规范手段 .....	167
.....	.....	.....
第六章	价格服务 .....	170
第一节	价格服务的意义 .....	170
一、	开展价格服务是落实以人为本、执政为民理念的必然要求 .....	170
二、	开展价格服务是构建和谐社会的客观需要 .....	171
三、	开展价格服务是价格主管部门建设服务型机关的重要举措 .....	172
第二节	价格服务的内容 .....	172
一、	价格宣传教育 .....	172
二、	价格鉴证 .....	173
三、	价格争议处理 .....	176



四、价格信息 .....	177
五、价格综合服务窗口 .....	182
第三节 关于“价格服务进万家”活动 .....	184
一、“价格服务进万家”活动的提出 .....	184
二、“价格服务进万家”活动的指导思想和主要任务 .....	185
三、广东省“价格服务进万家”活动的基本情况 .....	188
第七章 国外市场价格监管经验和做法 .....	190
第一节 世贸组织对市场价格监管的基本要求 .....	190
一、世贸组织成员的基本权利和义务 .....	190
二、中国“入世”的价格管理制度表态和承诺 .....	191
第二节 旗帜鲜明的美国反价格垄断及农产品价格补贴 .....	193
一、反垄断三倍损害赔偿制度 .....	194
二、农业补贴政策 .....	199
第三节 体系完善的欧盟国家市场价格监督 .....	201
一、明码标价——参与竞争的“入场券” .....	201
二、法国、瑞士的市场价格监管体系 .....	203
三、德国重锤卡特尔行为 .....	210
第四节 日本反垄断除外——市场失灵的救济 .....	213
一、反垄断立法目的——有效配置资源 .....	213
二、市场失灵与反垄断法适用除外 .....	215
第五节 严密的澳大利亚市场价格监管 .....	216
一、市场价格监管的法律依据 .....	217

二、市场监管执法体系 .....	219
三、市场监管的主要方法 .....	221
四、市场价格违法行为的处罚方式 .....	222
五、市场监管机构的普法宣传 .....	223
<b>附录 深圳市有关价格监管制度建设参阅材料 .....</b>	<b>224</b>
医疗收费管理制度 .....	224
医疗服务收费承诺 .....	226
住院病人医疗费用审查制度 .....	227
医疗收费投诉管理和处罚办法 .....	228
医疗收费违规责任追究办法 .....	230
“价格服务进医院”联系制度 .....	233
“价格服务进学校”联系制度 .....	234
教育收费公示制度 .....	236
教育收费管理的暂行规定 .....	238
教育收费管理责任书 .....	240
教育收费监督制约管理制度 .....	242
治理教育乱收费责任追究制度 .....	244
酒店企业价格管理制度 .....	247
大中型商业零售业定期联系工作制度 .....	250
价格服务监督岗工作制度 .....	252
<b>参考书目 .....</b>	<b>254</b>
<b>后记 .....</b>	<b>256</b>

## 第一章

# 概 述

### 第一节 市场价格及其监管

#### 一、市场价格

##### (一) 关于价格

价格是什么？这是一个既简单又复杂的问题。对于生产者来说，价格是决定他能否获利、获得多少的一种手段；对于消费者来说，价格只不过是是需要掏多少腰包。而在经济学家眼里，这个问题就变得复杂起来。美国经济学家菲特 1912 年在他的文章《价格的定义》中，对历史上的论述作评价时，竟然发现有 118 种不同的说法。在我国，按照马克思主义劳动价值学说，价格是商品价值的货币表现，商品价值表现为一定数量的货币，就是价格。为了进一步了解价格，可以从价格与其他经济概念的关系来认识。

从价格与商品的关系看。价格是商品价值的货币表现，商品是用来交换的劳动产品。自用产品虽然有价值，但由于它不是为了别人的需要而生产，不是用于交换，因此，自用产品没有价格。换句话说，价格与商品有密切的关系，而与自用产品没有关系。

从价格与交换的关系看。什么叫交换？交换就是交易、买卖。生产者为了要得到自己需要的其他商品而进行的活动，就是交换。交换与价格的关系表现在三个方面：有交换就有价格；没有价格就没有交换；不是交换的就没有价格。比如，捐赠、馈送，就没有价格。

从价格与生产的关系看。生产是基础，它决定流通和消费。价格是保障生产能否连续进行和不断扩大的最低界限。

从价格与消费的关系看。消费是最终环节，生产的目的是为了消费。消费者想要占用和支配商品的使用价值，就必须按商品的价格多少来支付，因此，价格是决定消费者支付多少的参数，在收入水平既定的情况下，价格水平决定消费水平，即决定生活水平。

从价格与企业的关系看。企业是经济的细胞，企业的生存与发展，与价格合理与否有密切的关系。价格是决定企业盈利或亏损的指标。此外，价格还是企业参与市场竞争的主要手段。

从价格与市场供求的关系看。价格与市场供求互为影响。市场供求的变动影响价格变动，而价格变动反过来又影响市场供求变动。价格是市场的风向标，价格的变动调节着资源的配置。



从价格与经济的关系看。价格是国民经济的综合反映，CPI是国民经济的重要参数。

## （二）关于价格形成

大家看到市场中存在很多价格，但不一定知道这些价格是如何形成的。很多人看到了卖方挂出来的价格，就以为价格是由卖方即经营者制定出来的，实际上并非如此。书上说，市场经济中的价格是由市场决定的，是在市场当中形成的，但这话不大好理解。准确地讲，价格是由市场中的所有买卖双方所决定并形成的。假定市场中只有一个买主和一个卖主，作为卖主来讲，价格当然是越高越好，而作为买主来讲则是越低越好，这是一个矛盾，解决这个矛盾的唯一办法就是讨价还价。讨价还价不成功，双方谈不拢，价格无法决定也就无法形成。几次甚至无数次的讨价还价之后，双方达成一致，这时候价格就决定下来了。严格讲，价格决定还不完全等同于价格形成，定下来的价格还必须在买卖双方交付货款、交接货物之后，价格才真正形成了。

决定价格的因素。价值、货币、供求和心理预期是影响价格的四大因素。此外，社会生产和市场中的任何一个环节或行为，如时间和空间的差别、质量、数量、不正当竞争、政府行为、天灾人祸甚至政治、军事、文化等等，都会对价格产生影响。

价格的特征。价格的最大特征就是，价格总是围绕着价值不断地上下波动。在这里，价值是轴心，价格是一根围绕轴心而上下波动的曲线。这也是价格的基本变动规律。