

· 上海市招标工程师资格考试丛书 · 4

工程项目

造价概述

上海市建设工程招标投标管理办公室
上海市职业能力考试院 编
上海市建设工程咨询行业协会

同济大学出版社

· 上海市招标工程师资格考试丛书 · ④

工程项目造价概述

上海市建设工程招标投标管理办公室

上海市职业能力考试院

编

上海市建设工程咨询行业协会

同济大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

工程项目招标投标相关法规知识、工程项目招标实务、
工程项目建设基本知识、工程项目造价概述/上海市建设
工程招标投标办公室,上海市职业能力考试院,上海市建
设工程咨询行业协会编. —上海:同济大学出版社,2005.7

(上海市招标工程师资格考试丛书)

ISBN 7-5608-3079-X

I. 工… II. 上… III. 建筑工程—招标—工程师
—资格考核—自学参考资料 IV. TU723

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 068820 号

工程项目造价概述

上海市建设工程招标投标管理办公室

上海市职业能力考试院 编

上海市建设工程咨询行业协会

责任编辑 林武军 魏汉章 责任校对 杨江淮 封面设计 陈益平

出 版 行 同济大学出版社

(上海四平路 1239 号 邮编 200092 电话 021-65985622)

经 销 全国各地新华书店

印 刷 同济大学印刷厂印刷

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 26.5

字 数 678000

印 数 1—2000

版 次 2005 年 7 月 第 1 版 2005 年 7 月 第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-5608-3079-X/TU·605

定 价 总定价 260.00 元 本册定价 70.00 元

本书若有印装质量问题,请向本社发行部调换

上海市招标工程师资格考试丛书

编 委 会

主 任:孙建平 陈 皓
副 主 任:许解良 姚念亮 陈 勇 凌永铭
委 员(按姓氏笔划排序):
王立平 孙建平 孙占国 许解良 沈红华
陈 皓 陈 勇 姚念亮 凌永铭 顾祖惠
董海军

本 书 主 编:顾祖惠

本 书 副 主 编:李兆荣

本 书 参 编 人 员:陈建华 范卫刚 黄 兵 彭 烨 薛春屹
徐 灏

前 言

自 2003 年年初,本市推行通过考试认定建设工程招标工程师资格制度以来,对提高建设工程招标投标从业人员的理论水平和实际操作能力、推进建设工程招标投标活动,进而对规范建筑市场秩序、确保建筑行业健康发展均产生了积极的影响和作用。至 2004 年年底,此项制度得到了进一步的调整,成为一项纳入建设行政主管部门业务监管、列作市人事局工程师资格系列、归于行业协会自律范围的招标代理的从业管理制度,形成了促进招标代理人员专业水平不断提高、促进招标代理行为不断规范的有效机制。

为了适应近两年我国加入 WTO 以后在建设工程招标投标有关政策上大幅度的调整、贯彻《行政许可法》有关工程项目行政审批事项方面的大量调整,以及适应本市建筑建材业改革带来的项目建设办事要求等方面的变化,由市建设工程招标投标管理办公室为主,会同市职业能力考试院和市建设工程咨询行业协会组织各类专业人士对原招标工程师资格考试丛书进行了修编、改版。《丛书》原 5 本书籍压缩为与 4 门考试课目紧密对应的《工程项目招标投标相关法规知识》、《工程项目招标实务》、《工程项目建设基本知识》、《工程项目造价概述》4 本书籍,在内容上引入了与建设工程招标投标有关的大量的新的法规规章和涉及工程建设项目行政审批事项新变化,以及计算机操作技术和知识,特别是适应工程造价改造引入了与国际接轨的工程量清单计价规范等新内容。

新版的整套《上海市招标工程师资格考试用书》紧密结合当前工程项目建设程序,根据工程项目勘察、设计、施工、监理和设备材料招标投标活动的特点,系统地阐述了建设工程招标投标及其相关的合同、造价等方面的理论、法律知识和操作实务。作为招标工程师资格考试用书,我们希望此书不但能为参加考试的招标代理专业人员提供有益的借鉴,也能为其他从事工程项目建设领域内的专业人员提供帮助。

编 者

2005. 5

目 录

第一章 概 论.....	(1)
第一节 价格原理.....	(1)
第二节 工程项目投资	(14)
第三节 工程造价	(25)
第二章 工程造价构成	(34)
第一节 工程造价的构成	(34)
第二节 建筑安装工程费用	(36)
第三节 设备及工器具购置费	(46)
第四节 工程项目其他费用的构成	(54)
第五节 预备费	(58)
第六节 固定资产投资方向调节税及建设期贷款利息	(59)
第七节 工程建设其他费用现行收费标准	(61)
第三章 工程项目的估算、概算、预算.....	(105)
第一节 工程项目投资估算.....	(105)
第二节 工程项目设计概算.....	(119)
第三节 工程项目施工图设计预算.....	(137)
第四章 工程项目施工发包承包价格的确定.....	(147)
第一节 施工承发包价格简述.....	(147)
第二节 施工发包承包价格的编制.....	(153)
第三节 发包承包价格的确立.....	(191)
第五章 建筑面积和工程量计算.....	(194)
第一节 建筑面积.....	(194)
第二节 建设工程工程量清单计算规则.....	(198)
第三节 建筑、装饰装修工程量清单计算规则	(200)
第四节 安装工程工程量清单计算规则.....	(223)
第五节 市政工程工程量清单计算规则.....	(232)
第六节 园林绿化工程工程量清单计算规则.....	(238)

第六章 工期定额与工期计算	(242)
第一节 工期定额简述	(242)
第二节 使用《工期定额》的有关规定	(251)
第三节 工期计算实例	(259)
第七章 工程项目施工发承包价格的动态控制	(264)
第一节 工程预付款	(264)
第二节 工程进度款	(267)
第三节 工程变更价款	(271)
第四节 工程施工索赔	(275)
第五节 工程竣工结算	(294)
第八章 工程项目竣工决算与财务报告	(306)
第一节 工程项目竣工决算的内容	(306)
第二节 竣工决算的编制和审查	(313)
第三节 新增资产价值的确定	(322)
第九章 国外及我国香港地区工程造价体系	(328)
第一节 英国的工程造价体系	(328)
第二节 美国的工程造价体系	(344)
第三节 日本的工程管理体系	(362)
第四节 我国香港地区的工程造价体系	(373)
第十章 案例介绍	(384)
案例一:计算工程量和编制工程量清单	(384)
案例二:工程量清单计价规范投标报价	(391)
案例三:工程投标报价	(396)
参考文本:工程项目施工招标标底	(408)

第一章 概 论

第一节 价格原理

工程造价,本质上属于价格范畴,要掌握工程造价的基本理论和方法,必须先了解商品价格的基本原理。

一、价格形成

价格是以货币形式表现的商品价值。在商品交换中,不同的商品会有不同的价格,同一商品的价格也会经常发生变动。尽管在社会经济发展的不同阶段,价值有着不同的转化形态,引起商品价格变化的原因也是多种多样,但影响价格的决定因素还是商品内含的价值。

(一) 价值是价格形成的基础

价值是凝结在商品中的人类无差别的劳动,商品的价值量是由社会必要劳动时间来计量的。商品生产中社会必要劳动时间消耗越多,商品中所含的价值量就越大;反之,商品中凝结的社会必要劳动时间越少,商品的价值量就越低。

构成商品的价值,一是商品生产中消耗掉的生产资料价值,二是生产过程中活劳动所创造出的价值。活劳动所创造的价值又由两部分组成,一部分是补偿劳动力的价值——劳动者为自己创造的价值;另一部分在社会生产条件下,劳动者为社会创造的价值。价值构成与价格形成有着内在的联系。

生产中消耗的生产资料的价值(C),在价格中表现为物质资料耗费的货币支出;劳动者为自己创造的价值(V),表现为价格中的劳动报酬货币支出;劳动者为社会创造的价值(m),在价格中表现为盈利。前两部分货币支出形成商品价格中的成本。可见,价格形成的基础是价值。

价格是随商品生产和商品交换的产生而产生的一个历史范畴,并且随着商品经济条件的变化而改变。在简单商品生产条件下,通过生产者在市场交换中比较和竞争,单位产品平均必要劳动时间为社会所承认,从而由它所决定的平均价值成为价格形成的基础。在资本主义自由竞争阶段,由于社会分工和市场范围的扩大,要求各生产部门所生产的商品总量及为此而付出的劳动时间要符合社会对该商品的需要。因此,部门平均必要劳动时间就成为市场价格摆动的重心,成为价格形成的基础。马克思把这个重心称为“市场价值”。资本主义的进一步发展,使竞争越出部门的界限在部门之间充分展开,结果部门之间利润率趋于平均化,于是,价值转化为生产价格。生产价格(平均成本加上平均利润)成为这个阶段价格形成的基础。在垄断资本主义阶段,由于商品生产往往集中在少数大企业手中,他们联手控制价格和采取低价倾销的手段排挤竞争对手,直接利用价格限制竞争,于是产生了垄断价格(生产成本加上垄断利润)。但是垄断价格仍然以价值为基础。从上述价值形态的转化情况,也可以看出价格形成的基础是价值。在社会主义条件下并无例外,价格形成的基础依然是价值。

我国工程造价形成的基础,由于经济体制的变化,也经历了变化发展的过程。建国后的

一段时期,在计划经济的体制下,工程造价的形成基础是平均先进成本加上按政府确定的法定利润计算的。工程造价的这一形成基础,虽然受经济体制和政府投资政策的影响,但毫无疑问,它也是价值的特殊转化形态。1958年以后的20年期间,为避免“资金空转”,取消了工程造价中的法定利润,使工程造价的形成基础变为成本价格,即价格中只反映价值构成中的 C 和 V ,而不反映 m 。这样,劳动者为社会创造的那部分价值,就无偿地转移到国民经济其他部门。这时工程造价虽然仍以价值为基础,但它是不完全的价值。1980年以后,随着经济体制改革的开始,在工程造价中已计入了利润;1987年开始计入了税金。工程造价的形成基础逐步向生产价格转化。

(二) 价格形成中的成本

1. 成本的经济性质

成本,是指商品在生产和流通过程中有关的各项消耗的费用总和。它属补偿价值的性质,是商品价值中 C 和 V 的货币表现。生产领域的成本称生产成本,流通领域的成本称流通成本。

价格形成中的成本是社会平均成本而不是个别成本。个别企业的成本取决于企业的技术装备和经营管理水平,也取决于劳动者的素质和其他因素。每个企业由于各自拥有的条件不同,成本支出自然也不会相同。所以个别成本不能成为价格形成中的成本,但企业的个别成本确系形成社会成本的基础。社会成本反映了企业必要的物质消耗支出和工资报酬支出,是各个企业成本开支的加权平均数。企业只能以社会成本作为商品定价的基本依据,以社会成本作为衡量经营管理水平的指标。

2. 成本在价格形成中的地位

(1) 成本是价格形成中的最重要的因素。反映成本的 C 和 V ,在价值构成中占有很大比重。这是因为,一般情况下商品中凝结的劳动, C 作为转移劳动的价值量较大,再加劳动者为自己所创造的那部分价值,当然比重很大;迅猛发展的现代科学技术使资本的有机构成和技术构成不断提高,更会增加“ C ”在价值中的比重。

(2) 成本是价格最低的经济界限。成本是维持商品简单再生产的最起码条件。如果价格不能补偿 C 和 V ,商品的简单再生产就会中断,更不要奢谈为保证社会经济的发展而需要进行扩大再生产。就企业来说,如果价格低于社会成本,势必有一批的企业不能维持它的生产经营,而最终会影响供给的不足,以致社会经济不能协调发展。所以,只有成本作为价格的最低界限,才能满足企业补偿物质资料支出和劳动报酬支出的最起码要求。

(3) 成本的变动在很大程度上影响价格。成本是价格中最重要的因素,成本变动必然导致价格变动。成本变动因素首先是受价值变动因素的影响。劳动生产率和经济效益的提高,表明单位商品中凝结的劳动消耗量的减少和价值量的减少。在其他条件不变的情况下,成本也会随之降低。成本和价值变动的方向是一致的,但是成本变动也会受其他因素的影响。由于成本是货币支出,因此生产资料价格的升降和工资的变动都会影响到成本的变动,从而影响到价格的变动,此时成本和价值的变动方向就可能不一致。无论是哪种原因引起的成本变动,都会影响到价格的变动。

3. 价格形成中的成本是正常成本

所谓正常成本,从理论上说是反映社会必要劳动时间消耗的成本,也即商品价值中的 C 和 V 的货币表现。社会必要劳动时间,是指“在现有的社会正常的生产条件下,在社会平均

的劳动熟练程度和劳动强度下制造某种使用价值所需要的劳动时间”。这就要求价格形成中的成本必须能较好地补偿企业资金合理耗费,但不能包含由于非正常因素引起的企业成本支出。

在现实经济活动中,正常成本是指新产品正式投产成本,或是新老产品在生产能力正常、效率正常条件下的成本。非正常因素形成的企业成本开支属非正常成本。

非正常成本一般是指:新产品试制成本;小批量生产成本;其他非正常因素形成的成本。在价格形成中不能考虑非正常成本的影响。

(三) 价格形成中的盈利

价格形成中的盈利是价值构成中的“ m ”的货币表现,它由企业利润和税率两部分组成。

盈利在价格形成中虽然所占份额不大,远低于成本。但它是社会扩大再生产的资金来源,对社会经济的发展具有十分重要的意义。如果价格形成中没有盈利,再生产就不可能在扩大的规模上进行,社会也就不可能发展。

价格形成中盈利的多少在理论上取决于劳动者为社会创造的价值量,但要准确地计算是相当困难的。一般说来,在市场经济条件下,盈利是通过竞争形成的,但从宏观调控和微观管理的角度出发,在制定商品价格时要计算平均利润。就我国的情况说,计算盈利可以有多种方法供选择。

1. 按社会平均成本盈利率计算盈利和价格

即按部门平均成本和社会平均成本盈利率计算的盈利和价格,它反映了商品价格中利润和成本之间的数量关系。其计算公式为

$$\text{社会平均成本盈利率} = \frac{\text{全社会产品年盈利总额}}{\text{全社会产品年成本总额}} \times 100\%$$

$$\text{商品价格} = \text{商品部门平均成本} + \text{商品部门平均成本} \times \text{社会平均成本盈利率}$$

成本盈利率比较全面地反映了商品价值中活劳动和物化劳动的耗费,特别是成本在价格中占有很大比重的情况下,它可以使价格不至于严重背离价值,同时,计算比较简便。工程造价就是采用成本盈利率计算价格的。但是,由于计算盈利的基础是成本,所以成本中物质消耗和活劳动消耗越多,盈利就越多,在理论上显然是不合理的,在实际上它既不利于物化劳动和活劳动消耗的节约,也不利于物化劳动消耗和活劳动消耗比较低的产业部门的发展。

2. 按社会平均工资盈利率计算盈利和价格

即是按部门平均成本和社会平均工资盈利率计算的盈利和价格,它反映了工资报酬和盈利之间的数量关系,直接以价值为基础计算盈利的。其计算公式为

$$\text{社会平均工资盈利率} = \frac{\text{全社会商品年盈利总额}}{\text{全社会商品年工资总额}} \times 100\%$$

$$\text{商品价格} = \text{商品部门平均成本} + \text{商品平均耗费工资数} \times \text{社会平均成本盈利率}$$

从活劳动创造价值的角度看,按工资盈利率计算盈利和价格,能比较近似地反映社会必要劳动量的消耗。因此,也就能较准确地反映活劳动的效果,也能较准确地反映国民经济各部门的劳动比例和国民收入初次分配中为自己劳动与为社会劳动的扣除之间的关系,在计

算盈利时也比较简便。但是,平均工资盈利率忽视了技术装备在生产中的作用,从而使资金密集和技术密集部门盈利水平不高,处于不利地位,所以它不利于技术进步。尤其是进入知识经济时代,技术迅猛发展,它就更加不适应时代发展的潮流。

3. 按社会平均资金盈利率计算盈利和价格

即按部门平均成本和社会平均资金盈利率计算盈利和价格,也称它为生产价格。它反映了全部资金占用额和全年总盈利额之间的数量关系。其计算公式为

$$\text{社会平均资金盈利率} = \frac{\text{全社会商品年盈利总额}}{\text{全社会商品占用资金总额}} \times 100\%$$

$$\text{商品价格} = \text{商品部门平均成本} + \text{商品平均占用资金} \times \text{社会平均成本盈利率}$$

按资金盈利率计算盈利和价格,是社会化大生产发展到一定程度的必然要求,它承认技术装备和资金占用情况对提高劳动生产率的作用,符合马克思关于生产价格形成的理论,也适应市场经济发展的需要。但是,它不利于劳动密集型部门和生产水平较低的部门发展,同时在实践中也难以计算。

4. 按综合盈利率计算的盈利和价格

成本盈利率、工资盈利率和资金盈利率是各自以不同的角度计算商品价格中的盈利额,所以各有利弊。如果能取其利避其害当然是最理想的。这就是提出按综合利润率计算盈利和价格的初衷。所谓综合盈利率,就是按社会平均工资盈利率和社会平均资金盈利率,分别以一定比例分配社会盈利总额,并进而计算价格。假设前者占30%,后者占70%,其计算公式为

$$\text{综合盈利率} = \text{社会平均工资盈利率} \times 30\% + \text{社会平均资金盈利率} \times 70\%$$

$$\text{商品价格} = \text{部门平均成本} + \text{部门平均成本} \times \text{综合盈利率}$$

综合盈利率较全面地反映了劳动者和生产资料的作用,但两者各占多大比例则应视各部门和整个国民经济发展水平加以选择。从发展的眼光看,以资金盈利率为主导应是一种趋势。同时在市场经济条件下,盈利最终是由市场竞争决定的。

(四) 影响价格形成的其他因素

价格的形成除取决于它的价值基础之外,还受到供求和币值的影响。

1. 供求对价格形成的影响

商品供求状况对价格形成的影响,是通过价格波动对生产的调节来实现的。社会必要劳动时间有两重含义,第一种含义是指单个商品的社会必要劳动时间;第二种含义是商品的社会需要总量的社会必要劳动时间。在商品交换不发达的情况下,第一种含义是主要的。在商品经济和市场经济发达的情况下,社会必要劳动时间的第二种含义则成了主要矛盾。但社会必要劳动时间的第一种含义是第二种含义的基础和历史的起点,第二种含义则是第一种含义的逻辑发展和前提。

供求对价格形成的影响与社会必要劳动时间的第二种含义密切相关。市场供求状况取决于社会必要劳动时间在社会总产品中的分配是否和社会需要相一致。如果某种商品供给大于需求,多余的商品在市场上就难以找到买主。此时尽管第一种含义的社会必要劳动时间并没有变化,但商品却要低于其价值出售,价格只能被迫下降。相反,在供不应求的情况

下,商品就会高于其价值出卖,价格就会提高。但是,商品价格的降低,会调节生产者减少供应量,价格提高又会调节生产者增加供应量,从而使市场供需趋于平衡。这里应该进一步明确的是,价格首先取决于价值,价格作为市场最主要的也是最重要的信号以其波动调节供需,然后供需又影响价格,价格又影响供需。两者是相互影响、相互制约的。从短时期看,供求决定价格;而从长时期看,则是价格通过对生产的调节决定供求,使供求趋于平衡。

2. 币值对价格形成的影响

价格是以货币形式表现的价值,这就决定影响价格变动的内在因素有二:一是商品的价值量,二是货币的价值量。在币值不变的条件下,商品的价值量增加,必将导致价格的上升;反之价格就会下降。在价值量不变的条件下,货币的价值量增加,价格就会下降;反之价格则会上升。所以币值稳定,价格也会稳定。如果“某些商品的价值和货币的价值同时按同一比例提高,这些商品的价格就不会改变”,但实际中很少有这种现象。

除币值和供求对价格形成产生影响之外,土地的级差收益和汇率等也会在一一定的条件下对商品价格的形成产生影响,甚至一定时期的经济政策也会在一一定的程度上影响价格的形成。

二、价格的职能

所谓价格职能,是指在商品经济条件下价格在国民经济中所具有的功能作用。商品价格职能,就其生成机制来看,可以分基本职能和派生职能。

(一) 价格的基本职能

1. 表价职能

价格的最基本职能就是表现商品价值的职能。表价职能是价格本质的反映,它用货币形式把商品内含的社会价值量表现了出来,从而使交换行为得以顺利地实现,也向商品市场的主体(买者和卖者)提供和传递了信息。商品交换和市场经济越发达,价格的表价职能越能得到充分体现,也越能显示出它的重要性。

表价职能虽然是在商品交换中通过货币媒介产生的,但价格执行表价职能既在商品交换中,又不在商品交换中。表价职能在商品交换中,使价格成为交换双方完成经济行为的主要条件,也可以衡量商品交换经济效果和功能要求的满足程度。在非现实的商品交换中,价格的表价职能则主要是向市场主体传递信息,是提供他们决策的市场行为的主要依据。

价格的表价职能本质上要求价格符合价值基础。只有价格符合其价值时,表价职能才得以实现,表价职能是价格本质的反映,表价职能要求商品价格符合价值既有其绝对性,也有其相对性。就其绝对性而言,价格在总体上,在长时期中不会也不能脱离价值基础,这是价值规律,违背这一规律就会产生灾难性后果,这已被经济发展的历史充分证明。就其相对性而言,一定的商品,在一定的时间地点总是表现为价格与价值不完全一致。在市场经济的条件下,供求状况、新技术和新产品的出现,以及其他经济的和非经济因素的影响,都会使某种商品的价格在一定时期内脱离其价值。但这种现象并不表明价格表价职能的消失,恰恰是表价职能实现的运动形式;也不表明违背了价值规律,恰恰是价值规律发挥作用的条件。

2. 调节能能

如果说价格的表价职能是价格本质的反映,那就应该说价格的调节能能是价格本质的要求,是价值规律作用的表现。

所谓价格的调节职能,是指它在商品交换中承担着经济调节者的职能。一方面,它使生产者确切地而不是模糊地、具体地而不是抽象地了解了自己商品个别价值和社会价值之间的差别;了解了商品价值实现的程度,也即商品在市场上的供求状况。当商品生产者的个别价值低于社会价值时,则可以获得补偿其劳动耗费以外的额外收入,反之,生产者的劳动耗费就不能得到完全补偿,甚至会发生亏损。这就促使以追求价值实现和更多利润为目的的生产者去适应科学技术和管理水平的发展,降低自己的个别价值;适应市场的需求,不断调整产品结构、产品规模和投资方向。另一方面,价格的调节职能对消费者既能刺激需求,也能抑制需求。消费者在购买商品时所追求的是其使用价值的高效和多功能,同时也追求价格的低廉,并在商品的功能和价格比较中作出选择。在商品功能一定的条件下,价格则是消费者进行购买决策的主要依据。当然,这里的需求均只指有效需求。在有效需求一定时,价格高则需求降低,价格低则需求增加。价格对生产和消费的双向调节的职能的宏观性是通过调节收益的分配实现的,价格调节收益分配,从而调节生产和消费的职能,促使资源的合理配置、经济结构的优化和社会再生产的顺利进行。

(二) 商品价格的派生职能

商品价格的派生职能是从上述两项基本职能派生延伸出来的,其中包括价格的核算职能和国民收入再分配的职能。

1. 核算职能

商品价格的核算职能是指通过价格对商品生产中企业乃至部门和整个国民经济的劳动投入进行核算、比较和分析的职能。价格的核算职能是以表价职能为基础的。由于商品内在的价值难以精确计算,它不能不借助于价值的货币形式——价格来核算、比较和分析商品生产中的劳动投入和产出量。我们知道,具体劳动和不同商品的使用价值是不可能综合的,也不可能进行比较,不同的商品没有可比性。价格所提供的核算职能使我们走出了这一困境。这不仅为企业计算成本和核算盈亏创造了可能,而且也为社会劳动在不同的产业部门、不同产品间进行合理分配,提供了计算工具。

2. 分配职能

价格的分配职能是由价格的表价职能和调节职能所派生延伸的。所谓价格的分配职能是指它对国民收入有再分配的职能。国民收入再分配可以通过税收、保险、国家预算等手段实现,也可以通过价格这一经济杠杆来实现。当价格实现调节职能时,它同时也已承担了国民收入在企业 and 部门间再次分配的职能。在供求关系的影响下,把低于价值出售商品的企业、部门创造的国民收入,部分地分配给高于价值出售商品的企业和部门。在市场经济的条件下,这一职能是在商品交换中随着供求状况的变化自发地产生,并在分配的方向和数量上不断地调整。显然,价格对国民收入再分配是在分配方向和数量上不断调整中实现的。国民收入的价值形态是 $C+V$,因此价格的分配职能只能在表价职能的基础上产生。脱离价格的基本职能,价格的分配职能就毫无意义。价格的分配职能虽然决定于基本职能,但是,它对基本职能的实现有积极的促进作用。在商品经济条件下,价格的再分配职能既可以用来发展或抑制某些商品和行业的生产,也可以用来抑制或发展某些商品的消费。在不违背价值规律的前提下,它能加快实现政府在一定时期的社会经济发展目标。如果违背了价值规律,把利用价格分配职能变成主观任意的行为,那就必然事与愿违,对社会经济发展产生负效应。

以上所述,说明了价格的基本职能和派生职能之间的密切关系,也说明了价格职能的客观性质。

(三) 价格职能的实现

价格职能的实现是发挥价格作用的前提,是社会经济发展的客观要求,对此必须有明确认识。但是要使价格职能得以实现,应了解不同价格职能之间的关系,同时也应了解实现价格职能应具备的条件。

1. 不同价格职能的统一性和矛盾性

不同的价格职能是统一于价格之中的,同一商品价格总是同时具有价格的两项基本职能,而且缺一不可。没有表价的职能就不可能有调节的职能;而没有调节的职能,表价职能就没有实际意义。所以不存在只有一种基本职能的价格。同时,商品价格的派生职能也共生于同一商品的同一价格之中。只有存在表价职能,才必然派生出核算职能;只有存在表价和调节职能,才必然派生出国民收入再分配的职能。如果没有派生职能,价格的两项基本职能也不能得到充分实现。因此,在认识上不能把价格的诸职能割裂开来,不能强调某一职能而忽视甚至否认另一职能,更不能基于这种认识去指导实践。这在我们过去的经济生活中不乏值得认真总结的许多经验。应该明确的是,商品价格的各项职能是在其相互作用中实现的,但是不同的价格职能之间也存在矛盾。价格职能之间的矛盾首先表现为它们之间的差别性。尽管不同的职能处于同一价格之中,但相互之间具有很大差别,不可能替代。其次,不同的价格职能实现的条件不同,作用的方向也不同。因此,不同的价格职能就存在被割裂、被利用的可能。不适当地割裂价格的职能,有意识强化某一职能而削弱另一些职能,其结果就会削弱价值规律和价格的职能作用,造成价格扭曲现象的发生,从而破坏国民经济协调发展的进程。

2. 价格职能实现的条件

实现价格职能需要一个市场机制发育良好的客观条件。一般说来,商品经济的高度发展必然要求全面实现价格的职能,同时商品经济的高度发展也为价格职能的实现创造了条件。

由于社会分工更加细密,每一个商品生产者都是面向市场,努力以更高的价格出售自己的商品;每一个消费者也都是到市场上去购买功能更好、价格更低的商品。在频繁的、规模宏大的商品交换中,商品生产者之间,商品生产者和消费者之间,以至消费者和消费者之间就会展开激烈的竞争。这种竞争,关系到每个生产者和消费者的利益和风险,竞争的焦点则往往是集中在价格上。竞争促使价格趋向于价值,使价格的表价职能得以实现。竞争中形成的价格实现了对供需的调节,从而也实现了对生产者和消费者的调节。同理,价格的基本职能得以实现,其派生职能也就能实现。

竞争虽然是价格职能实现的最主要条件,但市场的自发性和盲目性仍然会造成价格扭曲。因此,适当的宏观调控对价格职能的实现也是不可或缺的条件。

(四) 价格的作用

实现价格职能对国民经济所产生的效果就是价格的作用。价格作用是指价格职能的外化,它主要表现在以下方面:

1. 价格是实现交换的纽带

价格是伴随商品交换和货币的产生而产生的。商品交换是以不同商品含有的价值量为

基础的,但不同商品价值量的比较,存在很大的技术障碍,使商品交换难以实现,从而割断生产者和生产者、生产者和消费者之间的联系,导致流通阻断,商品交换停滞。由于价格以货币形式表现了价值,使不同商品的价值可以进行量的比较,克服了商品价值量比较的技术性障碍,促使商品交换得以顺利实现。价格的这一作用是随着商品经济的发展而不断得到强化的。也就是说,商品经济越发达,价格的这一作用越能得到充分发挥。

2. 价格是衡量商品和货币比值的手段

货币具有价值尺度的职能是由于它作为商品的等价物自身具有的价值。在“商品-货币-商品”的公式中,货币在商品交换中起着中间环节的作用。在这里,商品首先与货币交换,然后再完成货币与另一种商品的交换,而商品价值量与货币价值量的比较是通过价格表现出来的。价格是衡量商品与货币价值比例关系的手段,是两者交换的比例指数。它随着货币价值和商品价值的变动而变动,与货币价值成反比变化,与商品价值则成正比变化。价格的这一作用既使货币的价值尺度职能、流通手段和支付手段等职能得以实现,也使商品的价值得到了表现。商品和货币比值的确定,为商品与货币的交换创造了现实的可能。

3. 价格市场信息的感应器和传导器

价格能够最灵敏地反映市场供求状况和动向。现代市场的任何信息,包括经济、社会、心理以至政治因素的变动,都会在价格上反映出来。例如,市场上某种商品供给不足或需求增大,都会引起价格上浮;反之,供给过剩或需求减少,则会引起价格下降。经济发展速度、社会心理状态和政局是否稳定等,也都会在商品价格上反映出来。所以,可以说价格是市场的晴雨表和最灵敏的感应器。

价格自身又是市场最重要的信息,是不可缺少的市场要素。价格在作为市场信息感应器发生作用的同时,自身又形成了新的价格信号。新的价格信号通过商品交易活动和某些媒介,传导给各个有着切身利益关系的市场主体。关心自身利益的商品生产者和消费者、经营者,就会接受这些价格信号作为自己经济行为的决策依据。

4. 价格是调节经济利益和市场供需的经济手段

价格直接关系着交换双方的经济利益,价格水平的任何变动都会引起经济利益的重新分配。价格反映商品价值,反映凝结在商品中的社会必要劳动时间被承认的程度。当价格与其价值基础相符时,就是等价交换,消耗在商品中的社会必要劳动时间就被社会承认和接受了。如价格高于价值或低于价值交换,就是不等价交换,低于价值出售的企业和个人所消耗的劳动时间就不能完全被社会承认,而高于价值出售的企业和个人则能通过价格无偿地占有一部分他人创造的价值。价格在这里调节着交换双方的经济利益。价格对经济利益的调节就迫使和刺激企业去适应价格调节,并追踪价格信号的变动,研究价格变动趋势。在此基础上决定如何调整自己的生产经营活动,调整商品的供给和需求的数量。这种调整,最终有利于优化资源配置,有利于推动技术进步和提高劳动生产率。

总之,价格在国民经济的发展中起着重要的经济杠杆的作用。

三、价格构成

(一) 价格构成与价值构成的关系

价格构成是指构成商品价格的组成部分。商品价格一般由四个因素构成,即生产成本、流通费用、利润和税金。但是由于商品价格所处的流通环节和纳税环节不同,其构成因素也

不完全相同。比如,工业品批发价格是由出厂价格、批发环节流通费用、税金和利润构成;工业品零售价格是由批发价格、零售环节流通费用、税金和利润构成;而建筑产品(现行的商品房除外)长期以来因是与土地连在一起,习惯上认为是不进入流通领域的,故其价格只由生产成本、税金、利润构成。

价值构成是指商品价值的组成部分,用公式表示,即 $C+V+m$ 。

价格构成以价值构成为基础,是价值构成的货币表现。价格构成中的成本和流通过程,是价值中 $C+V$ 的货币表现;价格构成中的税金和利润,是价值中 m 的货币表现。

(二) 生产成本

1. 价格构成中的成本

生产成本按经济内容主要包括以下几个部分:

- (1) 原材料和燃料费;
- (2) 折旧费;
- (3) 工资及工资附加;
- (4) 其他,如利息支出、电信、交通差旅费等。

2. 企业财务成本

它比价格构成中成本内容广泛,包括以下成本开支范围:

- (1) 原材料、辅助材料、备品配件、外购半成品、燃料、动力、包装物、低值易耗品的原价和运输、装卸、整理费;
- (2) 固定资产折旧费,计提的更新改造资金,租赁费和维修费;
- (3) 科学研究、技术开发和新产品试制,购置样品样机和一般测试仪器的费用;
- (4) 职工工资、福利费和原材料节约、改进技术奖;
- (5) 工会经费和职工教育经费;
- (6) 产品包修、包换、包退费用,废品修复或报废损失,停工工资、福利费、设备维护费和管理费,削价损失和坏账损失;
- (7) 财产和运输保险费,契约、合同公证费和签证费,咨询费,专有技术使用费及应列入成本的排污费;
- (8) 流动资金贷款利息;
- (9) 商品运输费、包装费、广告费和销售机构管理费;
- (10) 办公费、差旅费、会议费、劳动保护用品费、取暖费、消防费、检验费、仓库经费、商标注册费、展览费等管理费;
- (11) 其他费用。

不同产业部门企业成本开支范围,因其生产特点和产品形态不同而存在一定差异。

财务成本和价格构成中的成本性质不同,前者反映的是企业在商品生产中的实际开支,是后者的计算基础。

3. 影响成本变动的因素

影响成本变动的因素很多,主要有以下方面:

- (1) 技术发展水平;
- (2) 各类物质资源利用状况;
- (3) 原材料等物质资料的价格水平;

- (4) 劳动生产率水平；
- (5) 工资水平；
- (6) 产品质量；
- (7) 管理水平等。

4. 成本变动对价格的影响

(1) 成本变动趋势。从社会经济发展的总趋势看,科学技术的发展促使生产效率的大幅提高,从而降低商品生产中社会必要劳动的消耗。在货币与价值比值不变的条件下,成本必然显现下降的趋势。此时成本与价值变动的方向是一致的,变动的幅度也趋于一致。但由于国民经济各部门或同一部门不同时期,影响成本变动的因素或作用的程度不同,成本变动的情况也会不同。例如工业部门成本下降趋势要比农业部门明显。在工业部门内部,技术和管理水平提高得越快的部门,成本下降越明显,如家用电器行业。有的部门由于资源或原料供应等因素影响,成本也会有上升趋势,如采掘工业和食品加工工业。农业部门由于技术和管理水平相对较低,同时受自然条件的影响,成本下降较慢,甚至在一段时期内会出现上升。

按照成本习性,产品成本按其于生产数量的关系,把产品成本分为变动成本和固定成本两类。变动成本是随着产品产量的增减而成正比例升降的那部分费用,如构成产品实体的材料、计件工资等。固定成本是指产量在一定幅度内变动时,并不随之增减即基本上保持固定不变的那部分费用,如管理人员的工资、固定资产的折旧和修理费、办公费等。但产品产量的变动超过一定幅度时,固定成本也会相对地有所增加,所以固定成本还可以称为相对固定成本。在一定时期内,产品成本与产量、单位产品变动成本与固定成本之间存在着一定的依存关系,用公式表示如下:

$$\text{产品成本} = \text{产量} \times \text{单位产品变动成本} + \text{固定成本}$$

从上式中,可以看出固定成本一般不受产品的影响而保持相对稳定的费用,如果企业的产量增加了,单位产品分摊的固定费用就将减少,从而减低了单位产品成本。同样,固定成本费用节约了,分摊到单位产品的固定费用也就减少了,这样单位成本就降低了。再从上式中的单位产品变动成本来说,如果在生产过程中,降低了材料和劳动的单位消耗量,那么单位产品成本也就相应地降低了。

(2) 成本变动对价格的影响。成本的变动会直接影响价格的变动。成本下降速度较快和幅度较大的部门,价格也会有相应的变动。成本是价格的基本组成,但是价格变动和成本变动有时也不一致。这说明价格变动还受其他因素的影响,如市场因素、宏观政策因素等。

(三) 流通过费用

流通过费用是指商品在流通过程中所发生的费用。它包括由产地到销地的运输、保管、分类、包装等费用,也包括商品促销和管理费用。它是商品一部分价值的货币表现。

对流通过费用可以按不同方法分类。

1. 按经济性质分类

可分为生产性流通过费用和纯粹流通过费用。生产性流通过费用,是由商品的物理运动引起的费用,如运输费、保管费、包装费等,它们是生产过程在流通领域的延续。纯粹流通过费用是与商品的销售活动有关的费用,如广告费、商业人员的工资、销售活动发生的其他一些费用。