

企业定价学导论

顾纪瑞 黄亚清 滕士涛 编著

南京大学出版社

1990·南京

企 业 定 价 学 导 论

顾纪瑞 黄亚清 滕士涛 编著

南京大学出版社出版

(南京大学校内)

江苏省新华书店发行

武进第三印刷厂印刷

开本787×1092 1/32 印张8 字数174千

1990年1月第1版 1990年1月第1次印刷

印数1—2000

ISBN 7-305-00633-5

F·83

定价：4.10元

目 录

导 论	(1-14)
第一节 企业定价的产生	(1-7)
高度集中的经济体制和价格管理体制(1) 企业定价是市场运行 机制和企业机制改革的交汇点(3) 企业定价的发展趋势(5)	
第二节 企业定价的对象和体系	(7-11)
企业定价的研究对象(7) 企业定价的理论体系(8)	
第三节 企业定价的研究方法	(11-14)
从具体上升到抽象的研究方法(12) 宏观分析和微观分析相结合 的方法(12) 定性分析和定量分析相结合的方法(13)	
 第一章 企业定价的客观必然性	(15-33)
第一节 企业定价是商品经济的内在要求	(15-20)
企业定价是发展社会主义商品经济的内在要求(15) 企业定价是 企业相对独立的商品生产者地位决定的(17) 企业定价是企业之间 开展竞争的必然要求(18) 企业定价能促进市场体系的培育和形 成(19)	
第二节 企业定价是价格改革的必然要求	(20-26)
传统价格管理体制限制企业的活力(20) 价格改革必然要求赋予 企业定价权(21) 企业定价的现状(24)	
第三节 企业定价的性质、作用和特点	(26-33)
企业定价的性质(26) 企业定价的作用(8) 企业定价的特点	

第二章 企业产品价格形成的基础……………(34-53)

第一节 企业产品价格与价值……………(34-40)

价格形成必须以价值为基础(34) 价值构成和价格构成(38)

第二节 企业产品的成本……………(40-45)

成本是商品价格的最低界限(40) 社会成本与个别成本(40) 企业产品成本的范围(41) 产品成本的各种形态(43) 产品成本计算方法(44)

第三节 企业产品盈利……………(46-53)

税金(46) 企业产品利润(47) 企业定价的利润率(49)

第三章 价格与供求……………(54-85)

第一节 供求与价值……………(54-57)

供求平衡与价值(54) 供求不平衡与价值(55) 供求不一致与价值(56)

第二节 供求与价格……………(57-67)

供求与价格的关系(58) 需求和需求价格(59) 供给和供给价格(62) 供求平衡和均衡价格(65)

第三节 价格弹性……………(67-83)

需求弹性及计算(67) 供给弹性及计算(75) 其他几种价格弹性(80)

第四节 供求在企业定价中的地位……………(83-85)

价值、供求和企业定价(83) 供求是企业定价的主要依据(84)

第四章 企业定价的方法……………(86-113)

第一节 企业定价的目标和程序……………(86-91)

企业生产经营的目的(86)	企业定价的目标(87)	企业定价的一般程序(90)
第二节	成本定价法.....	(82-101)
完全成本定价法(92)	目标成本定价法(96)	边际成本定价法(98)
第三节	需求定价法.....	(109-113,
可销价格倒推法(101)	相关产品比价法(104)	需求差异定价法(108)
第四节	成本需求综合定价法.....	(109-113)
计算方法(109)	成本需求综合定价法的意义(112)	
第五章	企业定价的策略.....	... (114-132)
第一节	薄利多销和厚利限销策略.....	(114-120)
薄利多销策略(114)	厚利限销策略(120)	
第二节	新产品定价策略.....	(120-123)
撇油策略(121)	渗透策略(122)	合理定价策略(122)
第三节	阶段定价策略.....	(123-128)
产品生命周期(123)	产品生命周期的经营策略和定价策略(125)	定价阶段定价策略的计算方法(127)
第四节	其他常用的价格策略.....	(128-132)
折扣和让价策略(128)	地理价格策略(129)	心理定价策略(130)
第六章	生产企业产品定价.....	(133-161)
第一节	生产企业产品价格的制定.....	(133-141)
出厂价格的制定和计算(133)	出厂价格的比价(136)	出厂价

格的差价(140)

第二节 农产品收购价格的制定…………… (141-148)

农产品收购价格形式(141) 制定农产品收购价格的原则(142)

农产品收购价格构成及计算(144)

第三节 生产资料工业品出厂价格的制定… (148-155)

生产资料工业品出厂价格的种类(148) 生产资料工业品出厂价格中的成本和盈利(152) 制定生产资料工业品出厂价格的原则和计算方法(154)

第四节 消费资料工业品出厂价格的制定… (155-161)

消费资料工业品出厂价格的种类(156) 消费资料工业品出厂价格中的成本和盈利(159) 消费资料工业品出厂价格制定的原则与计算方法(160)

第七章 流通企业定价…………… (162-190)

第一节 农产品价格…………… (162-166)

调拨价格(162) 销售价格(164)

第二节 生产资料工业品价格…………… (166-172)

供应价格(167) 调拨价格(168) 批发价格和零售价格(170)

市场调节价格(171)

第三节 消费资料工业品价格…………… (172-180)

批发价格(173) 调拨价格(176) 零售价格(178)

第四节 进出口商品国内价格…………… (181-190)

国内外市场价格的关系(181) 出口商品国内价格的制定(183)

进口商品的国内作价(188)

第八章 企业集团定价…………… (191-203)

第一节 企业集团的起因、类型和经济纽带…(191-195)

企业集团是经济体制改革的产物(191)	企业集团的类型(193)
企业集团的经济纽带(194)	
第二节 企业集团的作价原则……………	(195-198)
互惠互利, 平等协商(195)	有利生产, 促进专业化发展(196)
区别对象, 内外价格有别(197)	面向市场, 及时调整价格(198)
第三节 企业集团的作价方法……………	(198-203)
怎样处理总厂和分厂的经济核算关系?(198)	如何“让利”?(200)
什么情况下应对配套厂在价格上作“照顾”?(200)	什么情况下原料
原料上涨后, 要相应提高元配件收购价格?(201)	怎样体现优质
优价?(202)	松散型企业集团如何处理产品质量和工缴费的关系?
(202)	经济协作如何做到互利?(203)

第九章 企业产品价格管理和预测……………(204-227)

第一节 企业产品价格管理……………	(204-211)
企业价格管理的原则(204)	企业产品价格管理的内容(207)
第二节 企业产品价格预测……………	(212-224)
企业价格预测的作用(212)	企业价格预测的内容(216)
企业	价格预测的程序和方法(219)
第三节 企业价格检查与监督……………	(224-227)
企业价格检查监督的必要性(224)	企业价格检查(226)
企业	价格监督(227)

第十章 西方企业定价理论和方法简介……………(228-247)

第一节 西方企业定价的理论基础……………	(228-236)
西方价格理论的产生和发展(228)	边际效用论和生产费用
论(229)	均衡价格理论(232)
第二节 厂商理论……………	(237-242)

厂商的收益(237) 完全竞争市场的价格决定(238) 完全垄断
市场的价格决定(240) 垄断竞争市场的价格决定(241) 寡头市
场的价格决定(242)

第三节 西方企业定价方法和策略…………… (243-247)

企业定价的方法(243) 企业定价的常用策略(245)

参考书目…………… (248)

后 记…………… (249)

导 论

在社会主义初级阶段，必须以公有制为主体，大力发展有计划的商品经济。商品经济的充分发展，是社会经济发展不可逾越的阶段。社会主义商品经济的发展，要求大规模地发展商品生产和商品交换，发育和完善市场，其中价格是商品生产和交换必不可少的工具。社会主义企业是独立的商品生产者和经营者，有其独立的生产经营自主权和经济利益。企业产品的价格是企业参与生产分工和市场交换的经济纽带。因此，系统地研究社会主义企业定价的理论和方法，对于促进经济改革和发展，建立完善企业经营机制有重要的理论意义，对于企业改善经营管理有重要的实践意义。

第一节 企业定价的产生

一、高度集中的经济体制和价格管理体制

所谓企业定价，是指企业根据生产经营成本和市场供求状况，为了获取企业利润最大化而自主地决定企业产品的经销过程。只要存在着商品生产和交换，存在着独立的企业利益，就必然存在着企业定价。企业定价是一门科学、一种领导艺术，有其自身的规律。但是，作为严格意义上的真正的企业定价，我国只是伴随着经济体制改革而逐步出现的。

长期以来,我国一直是实行高度集中的计划经济体制。匈牙利经济学家科尔奈,根据协调机制的区别对经济体制模式进行了分类,指出在现代经济制度下,最主要的协调机制是行政协调和市场协调,并进而把行政协调区分为直接的行政协调(I A)和间接的行政协调(I B),把市场协调区分为无控制的市场协调(II A)和有宏观控制的市场协调(II B)。毫无疑问,我国传统经济体制是高度集中的直接的行政协调经济运行的模式,即(I A)模式。这种经济体制模式在所有制关系方面,把整个国营经济当成一个“大工厂”,“国家辛迪加”,不承认企业的独立的商品生产者地位,忽视了国家和企业、企业和企业之间的经济利益关系,企业的经济利益和经济效果也没有联系,造成了企业缺乏应有的自主权,企业吃国家的“大锅饭”,职工吃企业的“大锅饭”的局面。在经济运行机制方面,是通过从上而下的层层下达指令性计划的方法,组织企业生产和经营,对企业的产供销、人财物的生产经营活动统得过多过死。这种经济体制排斥市场,抑制价值规律的作用,把商品流通变成了指令性计划分配,按照生产什么就调拨分配什么,生产多少就调拨分配多少的方式,来组织经济的运行。这样,严重压抑了企业和职工的积极性、主动性、创造性,束缚了经济的发展。

高度集中的直接行政协调经济运行的体制模式,决定了与此相应的必然是实行高度集中的计划价格管理体制。这种高度集中的计划价格管理体制,是一种类似于“倒金字塔”型的直接行政管理的价格体制。即大部分产品价格管理权集中在中央政府,省、市、县政府物价管理权限较少,而且是越到下面管理权限越少,企业则根本没有定价权。价格的调整

和管理，是靠纵向的“倒金字塔”式的行政隶属系统的层层指令来贯彻的。它不需要借助和依赖市场，不遵循价值规律。企业产品价格的制定和调整，必须层层上报，得到批准方能执行，生产经营活动和价格决策几乎完全脱节。

传统价格管理体制下的所谓企业定价，只是把价格作为计算单位和核算工具，在企业产品成本核算的基础上，根据规定的作价原则、计算方法和规定的利润率、差率核定产品价格。至于这种产品市场是否需要，需要多少，价格水平能否为消费者接受等，企业定价时无需考虑。而且企业定价和市场销售脱节，定价人员不问商品的市场供求，产品推销人员不问商品价格高低。不合理的价格，或者导致价高利大，刺激生产，供过于求，产品积压报废，堵塞流通，而过高的价格又进一步刺激生产，形成更多的积压；或者导致价低利微，刺激消费，供不应求，产品脱销，低价又进一步制约生产，形成短缺和低价的恶性循环。由此，不合理的价格导致了积压和短缺并存，反过来又使价格进一步扭曲。

二、企业定价是市场运行机制和企业机制改革的交汇点

党的十一届三中全会明确了经济现代化是全党工作的中心，并开始了社会主义经济体制改革。经济改革历时10年，取得了举世瞩目的成就。经济体制改革率先从农村开始，农村第一步改革以土地联产承包责任制为特征，划小生产单元，给予生产经营自主权，并辅之以农产品价格改革。由于较好地发挥了利益动力机制的作用，极大地激发了农村潜在的生产力，农产品生产发展，供给增加，成绩卓著。农村第二步改革以引进市场机制、放开大部分农产品价格为特征，从而推动了农村市场的发展。农村的经济改革，一方面是调

整、放开价格以培育促进农村市场运行机制的建立，另一方面则是推进联产承包责任制，重新构造微观生产经营机制。由此使农民成为独立的商品生产者，相当程度上摆脱了计划经济体制的羁绊，能够根据市场价格信号自主地决定生产的品种和数量。

城市经济体制改革，也是从市场运行机制改革和以承包经营责任制为主要内容的企业经济运行机制改革这两方面推进的。而价格改革是市场运行机制和企业运行机制改革的交汇联接点。1978年以来，我国价格改革是从价格管理体制和价格体系两方面进行的。一方面改革高度集中的“倒金字塔”型的价格决策体系，全部放开了工业小商品价格，较大幅度地放开了工业消费品和绝大部分农副产品价格，工业生产资料价格实行“双轨制”，对仍然由国家管理的商品价格，调整了中央、省、市、县的管理权限。另一方面，由于价格决策体系的改革，有计划地调整和大幅度放开商品价格，使原来不合理的比价关系得到了改善。但是，价格改革必然要受制和依赖于其他杠杆的配套改革和市场条件的改善，特别是要求市场的主体——企业运行机制的改革能有较大的进展，要求企业对市场价格信号能作出灵敏的反映，并相应地对企业产品的定价作出正确的决策。如果企业仍然是政府的附属，没有成为独立的商品生产者和经营者，企业的利益动力机制模糊，价格即使成为一个完整正确的信号系统，也会因为企业运行机制未能建立而难以引导产业结构调整 and 资源的合理配置。因此，我国以城市为重点的经济体制改革的初始阶段，是从改革不合理的价格体系入手的，力求形成比较合理的价格体系，以正确评价企业的生产经营效果，保障城乡物资的顺畅交

流，促进技术进步和生产结构、消费结构的合理化。与此同时又开始了微观基础的再造和企业经营机制的改革。目前，以承包经营责任制为主要内容的企业制度创新，首先是企业经济利益和财产核算的独立，进而在市场供求和价格信号引导下自主经营、自负盈亏。

由此可知，我国经济体制改革是循着价格改革和企业经营机制改革两条线并行并互相衔接而推进的，农村改革和城市改革都是如此。企业自主定价则是两条线的交汇联接点。价格改革的重要内容之一是建立以企业定价为主体的多层次、多元化的价格决策体系。企业微观基础重构的根本内容固然是所有制形式和经营机制的改革，但在所有制和经营机制改革的初始阶段，首先是要求企业经济利益和财产的独立，企业自主地进行价格决策就成为必然要求。价格改革和企业经营机制改革都要求企业自主定价。唯其如此，企业才能根据生产成本和市场供求变化而自主经营，并对市场价格信号作出灵敏的反映，运用价格手段进行市场竞争，追求企业经济利益的最大化。因此，随着经济体制改革的逐步深入，企业定价的地位愈益重要，企业定价的理论和方法的研究也要求相应加强。

三、企业定价的发展趋势

党的十三大提出了社会主义初级阶段的理论，再次强调社会主义经济是建立在公有制基础上的有计划的商品经济并且肯定了社会主义商品经济的运行机制是“国家调节市场，市场引导企业”。国家将主要通过制定产业政策、经济发展战略、国民经济中长期规划来决定国民经济发展方向；同时运用价格、财政、税收、金融、劳动工资等杠杆和经济参

数来调节市场，利用市场机制调节供求和合理配置、优化组合资源。另一方面通过微观基础的重构，使企业真正成为市场的主体，成为自主经营、自负盈亏的独立的商品生产经营者，能够对市场供求和价格信号作出灵敏的反映，并进行市场竞争。由此而建立社会主义商品经济的新秩序。

建立社会主义的“国家调节市场，市场引导企业”的经济运行机制，必然要求建立与此相适应的国家宏观有效控制下的市场价格模式。它包括价格决策体系和价格形式体系两个方面。即：建立国家、行业、企业多层次、多元化价格决策并存，并以企业定价为主体的价格决策体系；计划价格、浮动价格、协商价格、市场调节价格、自由价格等多种价格形式并存，并以市场调节价格为主体的价格形式体系。建立国家宏观有效控制下的市场价格模式，国家价格管理的职能将主要通过安排总供给和总需求的总量和结构平衡，控制固定资产投资规模和货币流通量来控制市场物价总水平；通过制定和调整价格中长期规划——重大战略性价格和重要商品的比价关系来影响各类商品的比价；通过制定有关价格方针政策、价格法规和加强价格检查监督，来规范企业经济行为。具体的商品价格和商品收费，将由企业根据生产耗费和市场供求自主决策，灵活调整。因此，从发展的趋势看，企业定价将必然成为价格决策体系的主体，与此相适应的市场调节价格形式也必然成为价格形式体系的主体。

由于我国长期实行高度集中的价格管理体制，企业没有定价权，企业定价的理论和方法的研究也几乎是处于空白状态。随着社会主义商品经济理论的确立和价格管理体制改革的逐步深化，传统的价格管理理论将向两方面分化。一是在

逐步建立的新的宏观运行机制基础上继承改造原有价格管理理论，建立新的宏观价格调控管理理论。二是在重新构造的企业运行机制基础上，借鉴国外微观经济学理论而建立微观价格理论，即社会主义企业产品价格学。目前进行的价格改革和企业经营机制的改革，都要求企业产品价格学的指导。但是，由于传统价格理论的局限和目前新旧体制交替的客观限制，建立社会主义企业产品价格学尚需时日。为此，我们顺应改革的要求，以社会主义有计划的商品经济理论为基础，以市场运行为背景，撰写《企业定价学导论》，一方面为经济体制改革献计献策，另一方面也是为建立社会主义企业产品价格学积累材料。

第二节 企业定价的对象和体系

一、企业定价的研究对象

任何一门学科，它的研究对象是由其研究领域内的特殊矛盾性决定的。企业定价研究领域的特殊矛盾，主要是企业产品价格的制定和实现的矛盾。按照马克思劳动价值理论，商品价值的决定和价值实现是统一过程的两个阶段。即企业产品通过计算劳动耗费所确定的价格和在市场交换中随时调整价格以求得价值的实现，是统一完整过程的两个阶段。这就要求生产某种商品的社会必要劳动时间总量和社会总劳动时间分配给该商品的劳动时间量大致相等，^①由此该商品的供求才能大致平衡，根据企业劳动耗费计算的预计价格和市场交换实现的价格才能基本上一致起来。反之，则表现为该商品供过于求，市场交换实现的价格低于预计价格，企业部分劳

动耗费得不到补偿；或者表现为该商品供不应求，市场交换实现的价格高于预计价格，企业取得超额利润。因此，研究企业产品价格的制定与实现的矛盾，就不能片面地根据企业劳动耗费来确定产品价格，还必须根据市场交换中供求变化来研究企业产品价格的制定和实现。而且，在市场体系完善、市场机制充分发挥作用的条件下，企业产品的价格水平是否合理，其劳动耗费能否得到补偿，产品是否适销对路，都必须通过市场交换才能判别。进而论之，商品价值作为人类一般劳动的凝结，这一质的规定性的量的确定，尚无法进行精确的计算，企业产品是否符合市场需求，即是否符合社会总劳动时间在该商品生产部门和企业之间的分配，也无法精确计算，而只能由市场来判定。因此，企业定价必然要以市场供求为准绳，主要根据市场供求确定产品价格，使企业产品预计价格和市场实现价格基本保持一致。

企业定价研究领域的特殊矛盾性，决定了企业定价的研究对象。企业定价是研究企业产品价格运动规律的科学，它主要研究企业产品价格形成的理论；研究企业产品价格制定的一般程序、方法、策略和管理原则；研究各种企业组织和具体产品价格制定的特殊方法；探索企业如何有效地利用价格手段开展市场竞争，提高企业经济效益，等等。

二、企业定价的理论体系

企业定价是价格学科学体系的一个子系统，研究企业定价必须和价格学科学体系的其他子学科相联系。价格学作为一个科学体系，它由以下几个子学科组成：一是宏观价格学科，它主要研究价格运动的一般规律和基本原理，研究价格总水平控制及其和宏观经济诸关系的一般规律，研究价格管

理的一般原则。二是中观价格学科，它主要研究国民经济各部门、各行业的特殊价格问题。它可以有几种分类方法：如按产业划分为第一产业价格学、第二产业价格学、第三产业价格学；也可按部门和产品划分为工业品价格学、农产品价格学、商业价格学、物资价格学、建筑产品价格学、交通运输价格学等等。三是微观价格学科，它主要研究企业产品价格运动的一般规律、企业定价的一般理论、方法、策略和管理原则。四是史学价格学科，它主要从历史发展的角度研究不同历史时期的价格特点，它可以由二个分支组成，即从价格学说、思想发展角度研究价格思想史；或从价格实践角度研究价格史。五是比较价格学科，它主要比较研究世界各国价格理论和价格管理制度的异同。随着新的经济运行机制的建立，宏观价格学科和微观价格学科将成为价格学科学体系中主要的子学科，传统的价格学基本理论和中观价格学科将向宏观价格学科和微观价格学科两方面分化。

随着市场体系的完善和市场机制充分发挥作用，微观价格学科，即社会主义企业产品价格学将在价格学科学体系中占有愈益重要的地位。但由于长期以来实行高度集中的价格管理体制，企业定价的理论研究很不够，企业产品价格运动的规律还有待于揭示，企业定价的实践也刚处于初始阶段，因此建立社会主义企业产品价格学的条件还不成熟，构筑社会主义企业价格学体系还有待于企业定价理论和实践的深化和发展。我们认为，研究企业定价的理论体系应考虑以下几个原则。第一，必须以社会主义企业运行作为研究企业定价理论的出发点。辩证唯物主义原理告诉我们，任何理论体系都是客观实践的主观反映，是对客观事实的理论抽象、概括和总结。