

现阶段烟草行业价格管理的探索

价格是国民经济中最重要的经济杠杆之一，它与再生产过程的生产、交换、流通、消费四个环节紧密相连，价格机制作为市场经济的核心，它的信号作用、调节作用、利益分配作用是十分灵敏和有利的。卷烟价格不仅对卷烟生产经营有着不可替代的制约调节作用，而且与国家财政收入息息相关。针对烟草行业所面临的形势和任务，去年国家局确定了“一要规范、二要改革、三要创新”的工作重点。在狠抓生产经营规范的工作中，我们发现，多数不规范的卷烟经营行为都与卷烟价格相关联，都在价格行为上体现出来。价格行为的不规范，在一个时期内成为普遍的企业行为，对行业的生产经营产生重大影响。因此，依据市场经济一般原理和矛盾的特殊性的哲学观点，探索现阶段烟草行业价格管理特点与方式，运用价值规律的外在市场表现形式即价格机制来调节和规范烟草行业的经营活动，是一个富有实际意义的理论课题。

一、烟草行业体制与市场经济关系

要搞好现阶段烟草行业的价格管理工作，必须首先从理论上认识市场经济与烟草专卖体制的关系，对烟草行业在市场经济中的运作进行恰如其分的定位。

社会主义市场经济在实际经济领域中有两种存在的形式。第一种，在非国计民生和供求基本平衡领域，各经济主体可以自主、自由决定经营什么、如何经营，并自己承担风险。只要不是违法经营，国家不予干预，由市场机制来调节其经营活动。这可以称为自由市场经济。第二种，在关系国计民生的领域和特殊的行业、产业，国家委托托管人、监管人对这一领域的经营进行国有性管理（一般由国有公司为主导从事生产经营），国有公司在接受国家的宏观调控下，引进市场机制，按价值规律要求组织生产经营活动。这可以称为有国家控制的市场经济。很明显，第二种形式的市场经济接受国家管理的成分较多。

烟草行业是属于哪一种类型市场经济呢？《中华人民共和国烟草专卖法》规定了烟草行业实行专卖管理制度，国家有计划地组织烟草专卖品的生产和经营，对烟草专卖的生产、销售和进出口业务实行垄断经营、统一管理。这在全国各行业中是唯一的、特殊的。根据烟草行业的特殊性来看，它应该是属于第二种类型的市场经济。即：国家计划管理色彩较浓，宏观调控力度较强，全行业对外统一管理，排它性垄断经营，对内引进市场机制，通过竞争来提高效率和效益，在接受市场调节的程度、方式、途径上与其它行业相比别具特色。

二、烟草行业价格管理的特点

烟草行业在市场经济条件下实行国家专卖的体制特殊性，决定了烟草行业价格管理具有以下几个鲜明特点：

1、价格管理的行业性

在专卖体制下，烟草行业是个集中统一的整体，主要由总公司、省公司担负着对本行业

的生产、流通、销售的管理和调节行业内农、工、商、贸利益关系的职责，因而也就理所当然成为烟草价格管理的主体。利用价格手段调节和规范烟草行业的经营项目及农、工、商、贸利益关系，这就是价格行业管理作用。它不同于政府计划价格与企业市场价格，而是包含许多企业在内的行业统一价格。目前我国烟草行业企业结构调整滞后，行业仍处于利益主体多元化和竞争主体多元化的格局，卷烟价格全部放开，实行完全的企业市场价格必然弱化价格管理的行业性，必然要导致价格行为的多元化，无法保证行业在生产经营上实行统一管理，垂直领导。

2、价格管理的垄断性

卷烟是一种特殊商品，它不是生活必需品，但是卷烟在一定时期对于消费者来说具有吸食嗜好性，不消费也是很难的，从这个意义上讲烟草行业的存在与发展又具有一定的客观必然性。由于卷烟产品对消费者的身心健康具有一定的危害，世界上大多数国家对卷烟生产销售及其发展做出种种限制，包括采取高价重税、寓禁于征的政策进行约束。即使在市场经济发达、不实行烟草专卖制度的国家，卷烟价格也并非是自由价格，卷烟价格的制定、审批、执行均由国家直接调控。如法国，进口卷烟价格是由政府制定的，国产卷烟价格由政府同卷烟制造商商定。卷烟价格一旦确定，全国各销售网点统一执行，没有地区差价，所有卷烟价格的变动由政府批准。日本的卷烟价格是受法律保护和约束的，根据日本《烟草事业法》的规定，卷烟价格，包括零售价格都由日本大藏省统一制定、公开发布，任何人不得违反。我国实行国家烟草专卖制度，专卖专营的实质就是国家垄断经营。马克思曾论述：“垄断是商品在一定区域内实现价格的稳定和统一”。从这个意义讲，专卖专营主要体现为对价格的垄断，通过价格的垄断实现对经营的垄断。垄断性是烟草行业价格管理的突出特点。

3、行业管理调控与市场机制调节相结合形成卷烟价格

行业价格管理虽然体现垄断性，但也绝不排斥市场调节的影响，两者是相辅相成的。在价格形式上，国家局、省级局应遵循价值规律要求，综合考虑国家利益与行业利益、企业利益与消费者利益、成本和供求的关系，有针对性地分别采取核心企业定价制、龙头产品定价制、基准价制、统一定价制、审批价制等价格形成方式，使卷烟价格既能与市场要求保持一致，也使价格处在政府的调控之下，避免价格混乱、价格大战、税利流失、经营无序，很好地把“市场原则”与“管理价格”要求结合在一起。

4、价格运行的调控性

在价格运行过程中，价格的可调控性是垄断行业的特点。价格调控包括对影响价格实现的因素的调控和价格交易行为的监督。目前，烟草行业经济效益增长，不再依赖规模数量的扩张，而是主要通过高水平的价格行为来实现的。所以，价格一旦形成后，就要从多方面对价格进行“扩盘”。包括科学地调节生产结构，营造销售形势，组织宣传与推销等。这时调控对象不是对价格本身，而是影响价格实现的其它因素。在经济活动中价格行为是否规范，是否符合既定要求，是影响价格决策成败的关键。因此，必须严格监督价格交易行为，监督重点是购销合同中价格是否明确，合同履行质量，以及相关购销票据的规范，成本核算和财务数据的真实性，以维护行业价格的严肃性。

三、加强现阶段价格管理工作的思考

（一）、加快卷烟价格管理法规的制定与修订工作，以形成新的价格管理机制

现代市场经济是法制经济，专卖体制下的烟草行业的价格管理也要依法管理。通过制定价格法规，明确现阶段烟草价格管理的内容、方法、程序，明确国务院烟草专卖行政主管部门

门、国务院物价主管部门、国务院税务主管部门、省级烟草专卖行政主管部门、烟草工商企业在价格管理体系中各自的职责、权限，才能界定哪些价格行为是非法的，哪些是合法的。才能使价格工作有章可循，有法可依，形成完整、清晰的价格管理思想，形成运行规范化、有效率的、发挥积极作用的价格调节机制。

目前我国卷烟价格机制是不明确的，颁布的价格政策与法规在某些方面相矛盾，在实际操作中变通余地较大，这就是一个时期以来卷烟价格行为不规范的制度性因素。1991年全国人大常委会通过的《中华人民共和国烟草专卖法》中对卷烟价格的制定规定为：由国务院烟草专卖行政主管部门会同国务院物价主管部门按卷烟等级选送部分牌号卷烟作为代表品，并制定代表品价格；非卷烟代表品价格由国务院烟草专卖行政主管部门或其授权的省级烟草专卖行政主管部门制定。这是卷烟价格实行行业管理、垄断价格的法律依据。但是，随着我国经济体制改革不断深化，国家对卷烟价格进行了改革。1988年首先放开了当时国内13种名优卷烟价格；1991年10月在全国范围内放开了卷烟零售价格、批发价格；1992年12月放开了卷烟调拨价格、出厂价格，由企业自主定价。这样在同一时期内，出现了两种都有法律、法规依据而运作方式不同的价格机制。

80年代末90年代初的卷烟价格改革是在我国家经济体制改革的大潮下同其它商品的价格改革同步进行的，改革是必要的，也是势在必行。但是这次改革没有注意到几乎是同时颁布的《中华人民共和国烟草专卖法》的法律规定，忽略了卷烟商品的特殊性、烟草行业的体制特点和烟草价格的垄断性，而与其它消费品等同对待，实行完全由市场机制调节的自由价格。当时烟草行业正处在卖方市场向买方市场的发展阶段，名优卷烟供不应求，价格放开即可以调节名优卷烟的供求矛盾，又可增加企业经济效益和国家的财政收入，制度上的缺陷没有显示出来。90年代中期，卷烟市场已经发展成为买方市场，市场竞争在价格行为上尤为激烈。一方面出现严重背离商品价值的超高价卷烟，另一方面工业企业普遍采取降低出厂价格、提高调拨价格的办法“避税”，来增加企业利润。以至为了取得市场份额和销售空间，各企业利用定价自主权纷纷采取实质性降价措施，从常规“组合销售”、“折扣销售”到异常的“有奖销售”、“低价竞销”，且愈演愈烈。1999年，竞争达到了高潮，卷烟商业企业也纷纷不由自主加入竞销行列，亏损经营波及商业企业，国家利益和行业利益受到前所未有的重创。由于企业有定价权，可以依据市场供求变化灵活调整，加上卷烟经营的高盈利性，驱动一些人在经营中大搞“人情价”“交易价”“歧视价”“价外价”，出现了一个牌号几种价格，一天之内价格数变的怪异现象，同时引发了一些经济案件。实行企业自主定价与垄断经营的矛盾，国家对卷烟价格的制定、审批、和执行出现管理失控弊端充分暴露。

1998年国家烟草专卖局意识到了这个问题的严重性，制定了《卷烟价格宏观调控和管理暂行办法》和《卷烟定价规范》，1999年又发出《关于进一步加强卷烟价格管理工作的通知》，对不规范的价格行为加以制止。为了制止税源流失，国家税务部门出面干涉，又出现了由税务部门核定的计税出厂价。2001年国家对卷烟消费税政策作了重大调整，实行按调拨价计征消费税。卷烟的价格体系发生了变化，卷烟出厂价、调拨价已经失去了原来的并存意义。调拨价的制定、调整涉及到工业利益、商业利益、国家税收和消费者利益，不单纯是企业行为和行业行为。调拨价的制定比以前更加复杂、要求更高。当务之急是制定新的、符合行业特点的价格管理法规，规范价格行为，形成新的卷烟价格管理机制。

（二）、根据行业特点加强定价环节的管理

（1）价格管理要围绕“规范经营”这个重点

突出规范价格行为，通过规范价格行为来促进规范经营。一是坚决实施行业垄断价格。二是从行政职能上主动行使管理权利。烟草行业首先是政策性垄断行业，其次才是经营性垄

断行业。政策性垄断行业主要特征是政府主管部门根据国家利益和市场需要来管理价格并确保在市场上对卷烟价格的领导、垄断和控制。不能在价格形成、制定上完全依赖市场。卷烟价格必须要在烟草行业实行“统一价格”，内部统一，一致对外，进一步增强行业对卷烟价格的垄断性和控制力。

从目前的市场基础条件看，在全国完全统一价格还不成熟。可以按照“分级管理”的原则，对全国有代表性品牌、名优品牌卷烟价格，由国家局会同国务院有关部门与有关企业进行协商确定，并发布全国统一价格，取消针对不同对象、不同地区实行不同价格的做法，并由各省级烟草专卖局监督执行；对目前尚是各省的省内主销品牌或在省际间交易量不大的卷烟价格由省级烟草专卖局在与有关企业协商的基础上确定，并发布全省统一价格，并由各地烟草专卖局监督执行。价格调整要依据企业利润状况、市场销售状况、消费水平与趋势、卷烟品牌经营策略，统一调整。这个“统一价格”与“计划统一价格”在意义、作用上是完全不同的。

（2）增强卷烟价格制定的科学性

制定卷烟价格要以利益均衡和供求规律作为理论依据。不仅要考虑成本、利润、销售等市场因素，更要围绕企业结构调整、产品结构调整、减少卷烟经营牌号、增强生产集中度、打造“大品牌”这些深层次因素，对卷烟价格进行规划、合并、统一，避免自身竞争、互相残杀，也有利于发挥价格对市场的调节、拉动作用。要改变存在多年的脱离国情、盲目攀高的定价风气和“高配方、精包装、低价格”的不正常现象，提高国产卷烟的价格竞争力和成本竞争力，迎接加入WTO和经济全球化的挑战。

（3）对调拨价格的管理与对批发价格的管理应该有所区别和侧重

卷烟消费税政策改革后，调拨价格与工商利益、国家税收紧密相联，更加敏感和重要。在制定、调整过程中必须由国家烟草专卖局或省烟草专卖局与税务部门、企业共同商定，严格管理，统一执行，防止行业利益、国家利益受到损害；批发价格涉及到卷烟销售与商业流通环节利益，可考虑市场变化因素和商业企业经营毛利率（或经营各档次卷烟的毛利额），由国家烟草专卖局或省级烟草专卖局定期公布统一最低批发限价，同时须向上级单位申报备案。

（4）确立价格调控目录，突出重点品牌价格管理

价格调控目录是对重点品牌价格管理的明确化、细致化、步骤化，避免在市场面前出现的仓促性、盲目性，减少工作失误的发生。可以根据价格调控目录建立价格警戒线，在价格水平发生一定的波动并达到相应的幅度指标时，要及时，直接地进行价格干预。

（三）、扎实开展价格信息工作，发挥价格信息作用

价格是市场诸要素的综合体现，价格就是经济运行的晴雨表，价格运行的规律性，使价格预测成为可能，并成为宏观调控的重要依据。价格信息的获得既是定价、调价的第一道工序，也是最后检验价格目标到位程度与科学性的必须手段。搞好价格信息工作应从如下几个方面着手：

（1）、按照实际需要，拓宽信息内容。现有的信息内容过于陈旧简单、冗余信息，无效信息存在不少，不符合经营管理实际需要。因此，要按照现代市场要求，改造、更新、充实信息内容体系，反映市场实况，符合管理者的“口味”。

(2)、提高信息的时效性。滞后的信息，无论如何是体现不出信息的价值，也不能运用到工作实践中来。提高信息时效性，可以通过应用现代信息技术手段和设备，改进信息采集和传递方法来实现。

(3)、提高信息的技术含量。经济越成熟、越复杂，对信息的要求也就越高。目前的价格信息对市场的动态概括性不强，不能完整反映市场实质。如价格与供求关系，价格结构与供求结构关系，消费热点与价格行情的关系，价格与市场活跃度关系，价格与市场占有率关系，这些经营管理者十分关注的问题，没有从价格信息中体现出来。这主要是由于处理价格信息的专业技术水平不高造成的。因此要学习现代市场价格理论，把价格与各种经济指标，经济现象的相关关系，弹性影响关系概括出来，提高信息的技术水平含量，使价格信息具有对市场运作的洞察力，这样的价格信息就必然成为决策者、管理者案头上不可缺少的依据材料。

(4)、健全信息工作队伍。随着市场经济的深入发展，信息越来越成为价格管理工作的重要组成部分，对原始数据采集，传递和信息处理、分析将是价格工作者的日常工作。这项工作是非专业技术人员所承担不了的，因此要建立一支稳定的、高素质的信息工作队伍。

[\[网站导航\]](#) | [\[设为首页\]](#) | [\[联系方式\]](#) | [\[意见反馈\]](#)

www.tobacco.org.cn All Rights Reserved.

版权所有 中国烟草学会

本网站由中国烟草物资电子商务网提供技术支持