

doi:10.3969/j.issn.1006-2025.2014.08.05

# 构建价格诚信评价指标体系研究

课题组<sup>1,2</sup>

(1.江西省发展改革研究院, 江西南昌 330046; 2.上高县物价局, 江西上高 336400)

**【摘要】**构建价格诚信评价指标体系对经营者价格诚信进行客观、公正与科学评价,有利于夯实市场经济运行的基石、整顿和规范市场价格秩序、加快社会诚信体系建设、促进价格主管部门转变职能与社会主义和谐社会建设。在构建价格诚信评价指标体系时,应遵循科学性、客观性、公正性、有效性、全面性、层次性和可比性原则。认真分析影响经营者价格诚信因素,按内在因果、隶属等逻辑关系进行层次分解,形成包括价格管理组织、价格管理制度、价格政策执行、价格纠纷处理和社会公众评价在内的多层次评价指标体系。在价格诚信评价指标体系确定后,对各指标赋予相应的权重,计算出经营者价格诚信指数,确定其价格诚信等级。

**【关键词】**价格诚信 评价指标 诚信指数 诚信等级

**【中图分类号】**F726.2 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1006-2025(2014)08-0018-07

价格诚信是指经营者在向消费者提供商品和服务时,其价格真实准确、公开透明、质价相符,无操纵价格、低价倾销、哄抬价格、价格欺诈、价格歧视、变相提价、压级压价、牟取暴利等不正当价格行为。当前我国经营者价格诚信缺失现象大量存在,价格欺诈、相互串通、操纵价格、追逐暴利等行为导致商品或服务价格与价值严重背离,侵害消费者的知情权,危害社会公共利益,破坏市场经济正常运行。构建价格诚信评价指标体系对经营者价格诚信进行客观、公正与科学评价,为价格诚信建设提供依据,是解决经营者价格诚信缺失问题的重要课题。

## 一、构建价格诚信评价指标体系的意义

社会主义市场经济既是法制经济,也是信用经济。社会诚信体系是市场经济不可或缺的机制,价格诚信是社会诚信体系的重要组成部分。构建价格诚信评价指标体系对经营者价格诚信进行客观、公正与科学评价,推进与社会主义市场经济相适应的价格诚信体系建设,营造良好的价格诚信氛围,有利于夯实市场经济

运行的基石、整顿和规范市场价格秩序、加快社会诚信体系建设、促进价格主管部门转变职能与社会主义和谐社会建设。

1.有利于夯实市场经济运行的基石。诚信是中华民族几千年积淀的传统美德,治国、经商、做人都必须坚守诚信理念。宋代理学家朱熹认为:诚者,真实无妄之谓。《说文解字》认为“人言为信”,其基本内涵是信守诺言、言行一致、诚实不欺。诚更多地指“内诚于心”,信侧重于“外信于人”。诚信的基本含义是指诚实无欺、讲求信用。社会主义市场经济是信用经济,诚信是保障市场经济健康有序运行的基石。因为市场经济强调商品交换、价值规律以及竞争法则,市场越发展、交换关系越复杂,越需要构建彼此相连、互为制约的信用关系链,以维系复杂的交换关系和正常的市场秩序。价格是市场的核心,在现代市场经济社会,交易过程趋于复杂、不确定性因素增多,需要价格诚信来维系经济活动。价格诚信作为市场经济正常运行的基石,是经营者的无形资产和其立身处世之基、创业致富之本、发展壮

**【收稿日期】**2014-06-04

**【作者简介】**课题组成员:冷崇总、罗友根、江野军、肖坚、袁国平、张金秀、李伟。

大之源。<sup>[1]</sup>构建价格诚信评价指标体系对经营者价格诚信进行客观、公正与科学评价,促使其在经济活动中对自身价格行为进行自我规范、自我监督、自我约束,在国家的法律法规和政策范围内,制定正确的价格策略,开展合法的价格竞争,严格遵守价格承诺,以良好的价格诚信赢得消费者认同、同行竞争对手的认同;在全社会弘扬价格诚信,推进价格诚信建设,引导经营者自觉追求诚信理念,做到货真价实、童叟无欺、等价交换、互惠互利,营造良好的价格诚信氛围,自觉维护市场经济秩序,有利于夯实市场经济运行的基石,促进市场经济持续健康发展。

2.有利于整顿和规范市场价格秩序。良好的市场价格秩序离不开价格诚信作支撑,价格诚信建设是规范市场价格秩序的保证。随着价格改革不断深入,目前我国有95%以上的消费品、97%以上的生产资料价格已由市场形成,市场配置资源的决定性作用不断增强。然而,由于社会主义市场经济体制不完善,价格监管体制缺位,价格法律体系不健全,经营者缺乏自主定价、自我约束和自我监督的价格诚信制度,违背价格形成基本准则和公平、合法、诚实、信用原则的价格失信行为比较普遍。如经营者虚高定价、虚假标价、低价倾销、高价牟利、合谋定价等违反价格诚信行为时有发生,严重扰乱正常市场价格秩序,损害消费者和其他经营者的合法权益,影响社会经济的持续健康发展。构建价格诚信评价指标体系对经营者价格诚信进行客观、公正与科学评价,开展价格诚信建设,严厉查处价格欺诈、价格歧视、牟取暴利、低价倾销等价格失信行为,可让经营者清醒地认识到价格诚信缺失将付出昂贵的代价,犹如搬起石头砸自己的脚,自毁前途;教育和警示经营者遵循公平、合法与诚实信用原则,自觉维护价格诚信信誉,在激烈的市场竞争中凭借良好的价格诚信赢得消费者的青睐;在全社会倡导和弘扬价格诚信,促使经营者把恪守价格诚信作为一种自觉行为,向消费者提供商品和服务时,作出质价相符、公开真实的承诺,树立良好信誉形象;使经营者认识到“人无信不立,业无信不兴”,要想在激烈竞争的市场经济中站稳脚跟,必须摒弃虚假打折、漫天要价、以次充好等不实之举,回归到诚信经营的正确轨道上来,从而达到整顿和规范市场价格秩序的目的。

3.有利于加快社会诚信体系建设。社会诚信体系是以社会诚信制度为核心,维护经济活动、社会生活正常秩序和促进诚信的社会机制。市场经济发展以信用关系的日益透明和不断扩大为基础,没有诚信就没有

良好的社会经济秩序。《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》提出“建立健全社会征信体系,褒扬诚信,惩戒失信。”加快社会诚信体系建设是落实科学发展观、建设和谐社会、完善社会主义市场经济体制、促进国民经济持续健康发展的重大战略举措。价格诚信建设是社会诚信体系建设的重要组成部分和核心内容之一,是社会诚信在价格领域的具体表现。在我国市场经济框架基本形成,市场价格体系初步完善,市场调节价格份额越来越大的情况下,价格诚信对形成社会诚信具有促进和辐射作用。构建价格诚信评价指标体系对经营者价格诚信进行客观、公正与科学评价,倡导价格诚信的社会风尚,使经营者牢固树立价格诚信观念,自觉以法律、道德规范约束自己的价格行为,进行公平、合理的价格竞争,营造全社会“诚信光荣、失信可耻”的氛围,可形成价格诚信与社会诚信相互促进的良好态势,从而加快以道德为支撑、产权为基础、法律为保障的社会诚信体系建设。

4.有利于价格主管部门转变其职能。《价格法》明确规定:“经营者定价,应当遵循公平、合法和诚实信用原则。”<sup>[2]</sup>同时,各级政府制定和颁布了反价格欺诈、反暴利、反低价倾销等一系列价格法规以及地方规章,这是价格诚信体系建设的法律保障。价格诚信建设是价格法律赋予价格主管部门的重要职责,是政府价格主管部门转变职能的重要途径。在市场经济体制及市场价格机制条件下,放开价格并非放任自流、撒手不管,而是要将政府价格主管部门管理价格的重点从关注具体商品价格转向规范经营者价格行为。价格主管部门加强与业务主管部门、行业协会、信用管理机构、新闻单位等机构的协调配合,推进价格诚信建设,形成共铸诚信、共建诚信的良好格局,切实把价格诚信打造成民心工程、公众工程,真正让人民群众得到实惠,是价格主管部门实现从“管定价”到“管行为”职能转变的具体体现。构建价格诚信评价指标体系对经营者价格诚信进行客观、公正与科学评价,积极推进价格诚信建设是价格主管部门在新形势下拓展工作领域、转变职能的重要实践,有利于其找准定位,认真履行“定规则、当裁判、搞服务”的职能,<sup>[3]</sup>将价格诚信建设与自身职能转变相结合,实现从管具体价格到规范市场价格行为的转变。

5.有利于促进社会主义和谐社会建设。商品或服务价格的高低与真假,既关系到千厂万店的发展,也涉及千家万户的切身利益,事关社会稳定大局。目前经营者定价不合理、行为不规范,虚高定价、价格欺诈、价格垄断、价格歧视等价格诚信缺失行为时有发生,不仅扰

乱了正常的市场竞争秩序,而且侵害了消费者的合法权益,与构建和谐社会相悖,容易引发社会不稳定。构建价格诚信评价指标体系对经营者价格诚信进行客观、公正与科学评价,大力宣传价格法律、法规、政策,增强全社会价格诚信意识,在经营者中形成人人守信、个个践诺的社会氛围,改善购物环境,规范市场价格秩序,减少市场价格纠纷,缓解社会矛盾,是价格主管部门服务于构建和谐社会大局的重要举措,有利于维护社会稳定,促进和谐社会建设。

## 二、构建价格诚信评价指标体系的原则

评价经营者价格诚信要有明确的量化指标,指标选择科学与否直接关系到评价结果的准确性。价格诚信评价指标体系是由表征经营者价格诚信多个指标构成的有机整体,它既是评价者从事价格诚信评价工作的依据,也是衡量价格诚信评价结果是否客观公正的标尺。没有科学、完善的价格诚信评价指标体系,很难保证评价结果的客观、公正。为了使价格诚信评价指标体系科学化、规范化,在构建价格诚信评价指标体系时,应遵循科学性、客观性、公正性、有效性、全面性、层次性和可比性原则。

1. 科学性原则。科学性原则要求价格诚信评价指标的选取必须有科学依据,使之能够科学地反映经营者价格诚信状况,且各个评价指标之间既不重复又无矛盾,形成有机联系的整体;同时,要充分考虑获取价格诚信评价指标资料的可能性,并保证根据评价指标收集的数据能用科学方法进行处理。要在不断实践的基础上逐步完善价格诚信评价指标体系,既防止朝令夕改,造成评价指标体系的随意性,又要经得起实践的检验,增强评价指标体系的科学性。价格诚信评价指标还应具有代表性,既不能过多过细,使指标过于繁琐,相互重叠,又不能过少过简,导致价格诚信内容遗漏或出现失真现象。为保障价格诚信评价的科学性,应在依据相关法律、法规和政策选取价格诚信评价指标的同时,深入调查研究,坚持走群众路线,提高评价工作的透明度,运用论证、听证和公示等公众参与程序,多渠道、多方式、多层次地广泛征询社会各方意见,切实保障群众的知情权、参与权、监督权,以充分反映民意、集中民智,确保价格诚信评价指标的科学性。

2. 客观性原则。客观性原则要求构建价格诚信评价指标体系坚持实事求是,充分考虑评价指标理论上的完备性、科学性和正确性,使其概念明确,逻辑结构严谨,权重系数确定合理,数据选取、计算与合成以科学理论为依托,能够客观、真实地反映经营者价格诚信

情况。在价格诚信评价工作中,应尽可能使评价指标具体化、数量化、清晰化,保证评价过程的便利性和评价结果的准确性,对难以量化的评价指标给予定性描述和界定,通过定性分析与定量分析相结合,保证价格诚信评价结果的客观性。同时,要动态跟踪评价结果,在经营者价格诚信发生变化时,重新认定其价格诚信等级或及时发现其在价格诚信方面存在的问题,以便及早防范、化解经营者价格诚信缺失问题。要保证价格诚信评价的客观性,还必须对反映经营者价格诚信指标的内容进行尽职调查,并采取相应方法核实比对,务求真实客观反映其价格诚信状况。

3. 公正性原则。公正性原则要求价格诚信评价指标体系应保证评价结果公正,能够公正地反映经营者价格诚信的真实状况,既不能因评价者的好恶设计不同评价指标,也不能使评价指标偏向经营者中的任何一方。这就要求在构建价格诚信评价指标时必须充分考虑各种可评价的因素,寻找能普遍反映经营者价格诚信状况的代表性指标,如采用经营者普遍涉及、不带有主观或偏向色彩的指标,否则就会使评价指标有违公正。同时,在价格诚信评价中,评价机构或评价人员必须态度公正,不带任何偏见,不受外来因素的干扰,向社会提供公正的价格诚信评价结果,决不能因个人爱好,任意改变评价指标和计算方法,影响评价结果的公正性。

4. 有效性原则。有效性原则要求构建的价格诚信评价指标体系能够有效地测评经营者价格诚信观念、态度和行为,反映其价格诚信状况,以更好地激发其价格诚信意识。有效性是构建价格诚信评价指标体系的最终目的,进行经营者价格诚信评价是为了褒扬价格诚信、惩处价格失信,必然要求评价指标能有效反映经营者价格诚信的真实情况,因而评价指标作为评价经营者价格诚信的标准和依据要有整有分,既能从整体上反映经营者价格诚信状况,又能从某个方面或领域反映经营者的价格诚信情况。要使价格诚信评价指标体系有效,在选取评价指标时必须遵守国家法律、法规和有关政策,使之体现弘扬价格诚信政策的导向。同时,价格诚信评价指标要具有实用性,便于操作。

5. 全面性原则。全面性原则要求价格诚信评价指标体系能够全面反映经营者价格诚信特点与实际状况,尽可能涵盖影响经营者价格诚信的有关因素,包括价格管理制度、价格政策执行、价格纠纷处理等,并把每个具体因素量化为具体指标,按其价格诚信的影响程度确定评价指标权重,使这些评价指标的加权结果能够全面揭示经营者价格诚信状况。为此,价格诚信

评价指标体系应具有足够的覆盖面,不能只通过少数几个指标的评价,就做出经营者价格诚信的结论,导致评价失之偏颇。此外,价格诚信评价指标体系既要有客观指标,又要有主观指标,通过引入必要的主观指标,对难以用客观指标测度的价格诚信问题进行定性评价,全面评价经营者价格诚信。

6.层次性原则。层次性原则要求价格诚信评价指标体系由多层次结构组成,能从不同层次反映经营者价格诚信特征,且各评价指标之间既相互独立又彼此联系,共同构成有机整体。经营者价格诚信是多层次、多因素综合影响和作用的结果,如经营者价格诚信会受到价格管理制度的影响,而其价格管理制度包括建立价格管理人员岗位责任制、商品或服务调(定)价制度、商品或服务明码标价制度、商品或服务价格台帐制度、商品或服务价格自查制度等,在评价经营者价格诚信时应按照价格管理制度指标间的层次递进关系进行分层评价。为此,要对价格诚信评价指标体系中各个指标按照其属性和评价内容进行归类,将概括性强的指标作为评价的主导指标即一级指标,将概括性差的从属指标作为二级指标,使评价指标体系成为层次分明的有机整体。

7.可比性原则。可比性原则要求价格诚信评价指标体系应具有普遍的统计意义,各评价指标具有纵向和横向可比性。在纵向可比性方面,评价指标能够动态反映经营者价格诚信的发展过程和内在变化规律;在横向可比性方面,评价指标可以反映不同行业、地区以及同一行业、同一地区不同经营者之间价格诚信差异,进行对比分析。只有使价格诚信评价指标具有历史可比性,保证不同行业、地区以及同一行业、同一地区不同经营者之间价格诚信具有较好的可比性,价格诚信评价才能具有普遍意义。若不同经营者或同一经营者不同时期的价格诚信缺乏可比性,就难以对经营者价格诚信优劣作出判断,也就起不到褒扬价格诚信、惩处价格失信作用。

### 三、构建价格诚信评价指标体系的设想

价格诚信评价指标体系是由若干个反映经营者价格诚信指标构成的整体,可以用来分析影响经营者价格诚信各因素变动的方向和程度。目前全国还没有统一的价格诚信评价指标,无法全面且准确地获得经营者价格诚信信息。为了能够准确描述和分析各种因素对经营者价格诚信的影响程度,根据构建价格诚信评价指标体系原则,应对影响经营者价格诚信因素进行细致分析,按内在因果、隶属等逻辑关系进行层次分

解,形成一个多层次的评价指标体系(如图1所示),并在实践中不断加以完善。

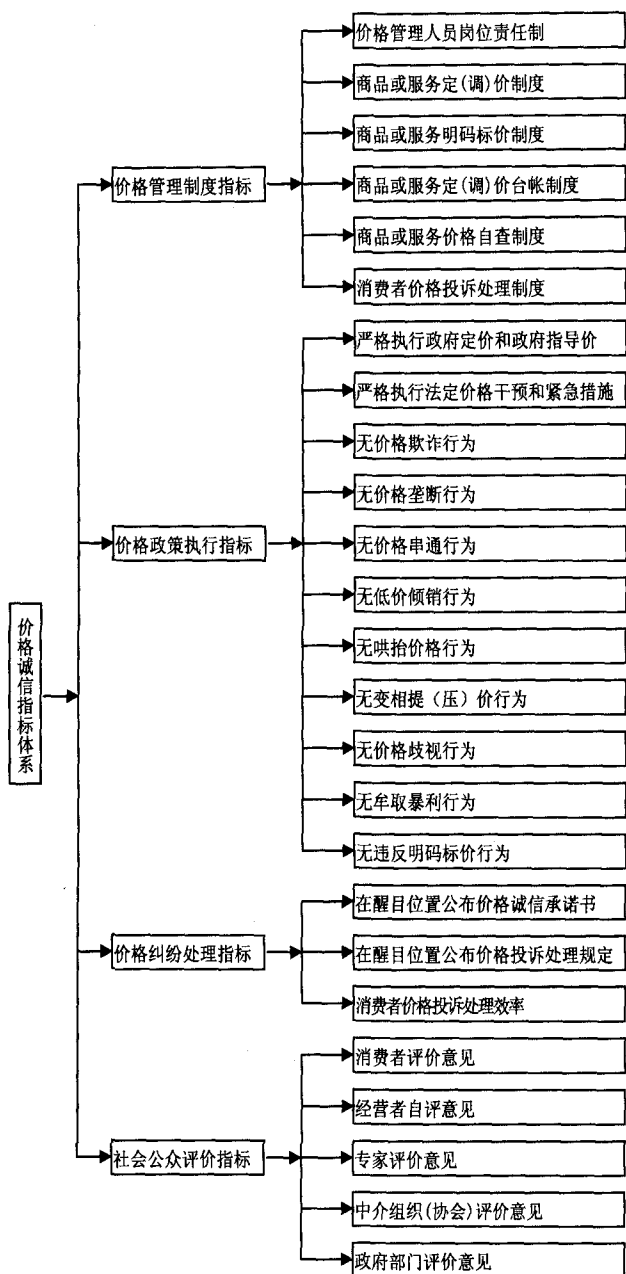


图1 价格诚信评价指标体系

1.价格管理制度。价格管理制度是经营者从事价格管理的行为准则,健全的价格管理制度能有效约束经营者的价格行为,是其价格诚信建设的有效保证。经营者要把完善价格管理制度作为价格诚信建设的重中之重,防范价格诚信缺失行为的发生。价格管理制度指标主要评价经营者组织价格管理制度是否完善及其对价格诚信的影响,它包括价格管理人员岗位责任制、商品或服务定(调)价制度、商品或服务明码标价制度、商

品或服务定(调)价台帐制度、价格诚信定期自查制度、消费者价格投诉处理制度 6 个二级指标。价格管理人员岗位责任制是经营者根据价格管理工作岗位性质和特点,建立相应的价格管理机构、配备相应的价格管理人员,并明确规定其岗位要求、职责、权限,按规定的工作标准进行考核的制度。它可以促使价格管理人员积极参与价格诚信建设,对经营者价格行为进行规范。商品或服务定(调)价制度是经营者制定(调整)商品或服务价格的规范,一般包括制定(调整)商品或服务价格的目的、范围、方式、时机、程序等作出具体规定,它有利于经营者根据公平、合法和诚实守信原则,合理制定(调整)商品或服务价格。商品或服务明码标价制度是经营者根据《关于商品和服务实行明码标价的规定》,结合自身实际情况对所经营的商品或服务标价做出明确规定并予以公开的价格管理制度,它有助于加强价格管理,维护市场价格正常秩序,促进价格诚信建设,保护消费者的合法权益。商品或服务定(调)价台帐制度是经营者通过商品或服务定(调)价台帐,准确记录相关价格信息的规范,只有把各种原始价格数据记录好,才能有效防止价格差错,方便政府价格主管部门及社会价格监督组织的监督和检查。商品或服务价格自查制度是经营者对其经营的商品或服务价格自查主体、形式、内容、依据等所作的规定,经营者开展商品或服务价格自查,有利于发现自身在价格诚信建设方面存在的问题,采取措施认真执行政府定价、政府指导价和法定的价格干预措施,模范遵守价格法律法规,自觉规范价格行为。消费者价格投诉受理制度是经营者受理消费者价格投诉,调解与消费者之间发生价格争议,切实维护消费者价格权益的行为规范,要通过明确受理消费者价格投诉原则、范围、程序、办法等,使消费者价格投诉得到及时、公正的解决,塑造良好的价格诚信形象。

2. 价格政策执行。价格政策执行指标评价的是经营者执行《中华人民共和国价格法》和有关价格规章、政策,正确行使价格权利、切实履行价格义务,自觉规范价格行为,维护市场价格秩序的情况,是衡量经营者价格诚信与否的重要标准。价格政策执行指标主要包括严格执行政府定价和政府指导价、严格执行法定价格干预和紧急措施、无价格欺诈行为、无价格垄断行为、无价格串通行为、无低价倾销行为、无哄抬价格行为、无变相提(压)价行为、无价格歧视行为、无牟取暴利行为、无违反明码标价行为等 11 个二级指标。严格执行政府定价和政府指导价要求经营者不得高于或者

低于政府定价制定价格、超出政府指导价浮动幅度制定价格、擅自制定属于政府指导价或政府定价范围内的商品(服务)价格、提前(推迟)执行政府指导价或政府定价。严格执行法定的价格干预和紧急措施要求经营者不得拒不执行法定的价格干预措施和紧急措施,价格干预措施主要有限定差价率和利润率、规定限价、提价申报制度、调价备案制度等;价格紧急措施主要有集中定价权限、冻结价格等。无价格欺诈行为要求经营者不得利用虚假价格手段或者使人误解标价方式,诱骗消费者或者其他经营者与之进行交易。无价格垄断行为要求经营者不得凭借自身的垄断地位,操纵市场调节价,扰乱正常的生产经营秩序,损害其他经营者或消费者利益,或者危害社会公共利益。无价格串通行为要求经营者不得基于共同利益关系,相互勾结、彼此串通、联手达成价格协议,控制市场价格,牟取不正当利益。无低价倾销行为要求经营者不得为了排斥竞争对手,以低于成本的价格大量销售产品,迫使行业内的中小企业退出市场,扰乱正常生产经营秩序,损害国家利益或者其他经营者的合法权益。无哄抬价格行为要求经营者不得虚构、捏造、散布商品价格上涨或必将带来商品价格上涨的消息与流言等,制造市场上的紧张气氛,引诱消费者增加购买,并乘机抬价、囤积居奇、兴风作浪,推动价格大幅度非理性上涨,损害消费者合法权益。无变相提(压)价行为要求经营者不得在收购、销售商品或者提供服务过程中,采取抬高等级或者压低等级等不正当的手段,变相提高或者压低价格,损害消费者、生产者或者其他有关当事人的合法权益。无价格歧视行为要求经营者不得在销售商品或者提供服务时,对交易条件相同的买方实行不同的价格,从而使高价购买的买方受到了价格歧视。无牟取暴利行为要求经营者不得通过不正当的价格手段获得的巨额利润。《制止牟取暴利的暂行规定》明确规定,经营者经营某一商品或者服务,其价格水平、差价率或者利润率不得超过同一地区、同一时期、同一档次、同种商品或者服务的市场价格或者平均差价率或者市场平均利润率的合理幅度。无违反明码标价行为要求经营者在收购、销售商品和提供服务时,不得违反明码标价规定不明码标价或不按照规定的内容和方式明码标价,应按照《价格法》、《关于商品和服务实行明码标价的规定》等有关法律、法规和规章的要求公开标明商品或服务价格。

3. 价格纠纷处理。价格纠纷处理是指经营者一旦发生与其他市场主体的价格纠纷,应积极采取措施处理价格纠纷,自觉接受社会监督,主动配合价格主管部

门的监督检查。这一指标包括在醒目位置公布价格诚信承诺书、在醒目位置公布价格投诉处理规定、消费者价格投诉处理效率等。在醒目位置公布价格诚信承诺书要求经营者将其制定的价格诚信承诺书在其经营场所的醒目位置予以公布,向全社会作出“倡导诚实信用,禁止价格欺诈,加强价格自律”的价格诚信承诺,模范贯彻执行《中华人民共和国价格法》、《关于商品和服务实行明码标价的规定》、《禁止价格欺诈行为的规定》等价格法律、法规和规章,坚决抵制不正当价格行为,维护公平竞争的市场价格秩序。在醒目位置公布价格投诉处理规定要求经营者将其制定的价格投诉处理规定在其经营场所的醒目位置予以公布,公开价格投诉信箱或电话、价格投诉接待制度、价格投诉受理依据与权限、价格投诉办理程序与办结时限、价格投诉处理信息反馈与责任追究等,以强化社会监督作用,维护消费者权益。消费者价格投诉处理效率是指经营者对消费者价格投诉是否进行及时、客观、公正处理,处理消费者价格投诉时态度是否和蔼、过程是否顺畅。只有将两者结合起来,才能提高消费者投诉处理效率,切实维护消费者合法权益。

4. 社会公众评价。社会公众评价是指价格诚信评价机构、组织消费者、经营者、有关专家、中介组织(协会)、政府部门对经营者价格诚信所作的评价。消费者与经营者零距离接触,对经营者的价格诚信最有发言权,因而在价格诚信评价指标体系中,消费者评价意见是必备的也是关键性的,可以通过问卷调查形式了解消费者对经营者价格诚信的看法,作为评价经营者价格诚信的重要指标之一。经营者作为当事人,对自己的价格诚信情况最清楚,只要能实事求是、客观公正地对待价格诚信评价,经营者自评意见也能反映其价格诚信的真实情况。同时,让经营者自己评价自己的价格诚信,本身就是对其诚实信用的一种检验,可以增强其价格诚信意识。专家评价意见是价格诚信评价机构组织有关专家对经营者价格诚信情况发表自己的意见,它是评价经营者价格诚信的重要依据。经营者价格诚信评价应充分发挥中介组织特别是价格协会的作用,充分征询价格协会等中介组织的意见,让其协助价格主管部门对经营者价格诚信作出评价。政府部门是评价经营者价格诚信的一个重要角色,特别是价格主管部门要发挥自身优势,组织开展经营者价格诚信评价工作,并对其价格诚信发表自己的看法。

#### 四、经营者价格诚信指数与诚信等级

有了价格诚信评价指标体系,并不意味着就能对

经营者价格诚信作出评价。要对经营者价格诚信作出全面、客观评价,还必须对各指标赋予相应的权重,并对各指标执行结果按优良差赋予相应的评价值,从而计算出经营者价格诚信指数,判断其价格诚信等级。

1. 评价指标权重的确定。权重是指在评价中赋予影响经营者价格诚信因素权衡其影响程度轻重的数值,即权衡价格诚信评价指标轻重作用的数值。在价格诚信评价指标体系中,为了反映经营者价格诚信状况,设置了一系列评价指标,这些指标对价格诚信评价的作用并不完全一样,有的作用较大,有的作用较小。这就要求根据这些指标对经营者价格诚信的影响程度,对每个评价指标规定一个权数值。确定价格诚信评价指标权重直接影响到价格诚信评价结果,有的评价指标十分重要,但若将其权重定得很小,就会降低其对评价结果的影响;反之,有的指标对价格诚信影响不大,但若将其权重定得很大,就会夸大其对价格诚信的影响。无论是前者还是后者,都会影响到评价结果的客观性、准确性。目前确定评价指标体系中各指标权重的方法很多,归纳起来可分为两大类:一类为主观赋权法,即主要由专家根据经验主观判断给各指标赋予相应的权重,如古林法、AHP法、专家调查法等;另一类为客观赋权法,即根据各指标在价格诚信中的实际数据处理后赋予其相应权重,如均方差法、主成分分析法、离差最大化法、熵值法、代表计数法、组合赋权法等。这两类方法各有其优点和缺点:主观赋权法客观性较差,但解释性强;客观赋权法确定的权数在大多数情况下精度较高,但有时会与实际情况相悖,而且对所得结果难以给予明确的解释。在目前评价经营者价格诚信的有关数据很难获得的情况下,确定价格诚信评价指标权重主要采取主观赋权法,即邀请有关专家学者采用定性和定量分析相结合方法,给评价指标确定权重。假设根据专家的分析研判,各评价指标的权重见表1,并根据各指标优良差情况赋予1~0之间的值,如根据建立价格管理人员岗位责任制优良差分别赋予1、0.5、0的值。

2. 价格诚信等级。确定经营者价格诚信等级,要计算比较价格诚信指数,并对经营者违反价格政策行为实行一票否决。价格诚信指数是反映经营者价格诚信的动态相对数,用于客观、综合地记录经营者价格诚信情况,其计算公式为:

$$P = \sum_{i=1}^n (A_i + B_i + C_i + D_i) \times R_i \times 100\% \quad (i=1, 2, 3, \dots, n)$$

经营者价格诚信指标计算出来后,应对经营者严重的价格失信行为实行一票否决,如经营者在经营活

表 1 价格诚信评价指标权重

一级指标	权重	二级指标	权重	评价赋值 (R)		
				优	良	差
价格管理制度 (A)	24	建立物价员岗位责任制 (A <sub>1</sub> )	4	1	0.5	0.0
		商品或服务调(定)价制度 (A <sub>2</sub> )	4	1	0.5	0.0
		商品或服务明码标价制度 (A <sub>3</sub> )	4	1	0.5	0.0
		商品或服务价格台帐制度 (A <sub>4</sub> )	4	1	0.5	0.0
		价格诚信定期自查制度 (A <sub>5</sub> )	4	1	0.5	0.0
		消费者价格投诉处理制度 (A <sub>6</sub> )	4	1	0.5	0.0
价格政策执行 (B)	44	严格执行政府定价和政府指导价(B <sub>1</sub> )	4	1	0.0	0.0
		严格执行法定价格干预和紧急措施(B <sub>2</sub> )	4	1	0.0	0.0
		无价格欺诈行为(B <sub>3</sub> )	4	1	0.0	0.0
		无价格垄断行为(B <sub>4</sub> )	4	1	0.0	0.0
		无价格串通行为(B <sub>5</sub> )	4	1	0.0	0.0
		无低价倾销行为(B <sub>6</sub> )	4	1	0.0	0.0
		无哄抬价格行为(B <sub>7</sub> )	4	1	0.0	0.0
		无变相提(压)价行为(B <sub>8</sub> )	4	1	0.0	0.0
		无价格歧视行为(B <sub>9</sub> )	4	1	0.0	0.0
		无牟取暴利行为(B <sub>10</sub> )	4	1	0.0	0.0
		无违反明码标价行为(B <sub>11</sub> )	4	1	0.0	0.0
价格纠纷处理 (C)	12	在醒目位置公布价格诚信承诺书(C <sub>1</sub> )	4	1	0.5	0.0
		在醒目位置公布价格投诉处理规定(C <sub>2</sub> )	4	1	0.5	0.0
		消费者价格投诉处理效率(C <sub>3</sub> )	4	1	0.5	0.0
社会公众评价 (D)	20	消费者评价意见(D <sub>1</sub> )	4	1	0.5	0.0
		经营者自评意见(D <sub>2</sub> )	2	1	0.5	0.0
		专家评价意见(D <sub>3</sub> )	4	1	0.5	0.0
		中介组织(协会)评价意见(D <sub>4</sub> )	5	1	0.5	0.0
		政府部门评价意见(D <sub>5</sub> )	5	1	0.5	0.0

动中有不执行政府定价和政府指导价、不执行法定价格干预和紧急措施、价格欺诈、价格垄断、价格串通、低

价倾销、哄抬价格、变相提(压)价、价格歧视、牟取暴利、违反明码标价等行为,直接列入黑名单。经过一票否决后,根据价格诚信指标的计算结果,按价格诚信指标高低将其划分为相应的价格诚信等级:AAA、AA、A级。价格诚信指标 $\geq 90\%$ 的,对应等级为AAA级; $80\% \leq$ 价格诚信指标 $< 90\%$ 的,对应等级为AA级; $70\% \leq$ 价格诚信指标 $< 80\%$ 的,对应等级为A级;价格诚信指标 $< 70\%$ 的,不能为其定级。

## 五、结束语

价格诚信建设是社会诚信建设的重要组成部分,开展价格诚信建设是一项系统工程,需要各个部门、广大经营者和社会界的共同努力、积极参与和鼎力支持。构建价格诚信评价指标体系对经营者价格诚信进行客观评价,有利于激励经营者价格诚信,约束其价格失信,促进价格诚信建设。价格主管部门要在价格诚信建设中发挥核心作用,将价格诚信建设与自身职能转变相结合。

## 【参考文献】

- [1]卢延纯.将价格诚信建设放在更加重要的位置[J].中国经贸导刊,2012(11上):46-48.
- [2]马凯.中华人民共和国价格法释义[M].北京:经济科学出版社,1998:96.
- [3]张建民.打造价格诚信体系推进价格诚信建设[J].市场经济与价格,2013(7):18-21.

# Research on Establishment of Price Credit Evaluation Index System

## Research Group<sup>1,2</sup>

(1.Jiangxi Development and Reform Institute, Nanchang Jiangxi 330046;

2.Shanggao Price Bureau, Shanggao Jiangxi 336400)

**【Abstract】**The establishment of credibility evaluation index system can take objective, just and scientific evaluation on the operators' price credit. It is conducive to strength the basis of market economy, reorganize and regulate the market price order, accelerate the social credibility system building, and improve the function transformation of competent department and social harmonious construction. During the establishment of price credit evaluation index system, we should follow the rules of scientificity, objectivity, impartiality, effectiveness, totality, hierarchy, and comparability. We should analyse the impact factors on operator price credit, take hierarchy decomposition on inner cause and effect, subjection and other logic relationships, build up multiple evaluation index system including price management organization, price management system, price strategy implementation, price dispute handling, and social public evaluation. After determination of the price credit evaluation index system, we allocate corresponding proportion to each index, calculate the operator price credit index and determine their price credit level.

**【Keywords】**price credit evaluation index credibility index credibility level