

萬 有 文 庫

第一集一千種

王 雲 五 主 編

消 費 合 作

王 效 文 著

商 務 印 書 館 發 行



消 費 合 作

王效文 著

百 科 小 叢 書

編主五雲王

庫文有萬

種千一集一第

作合費消

著文效王

路山寶海上
館書印務商

者刷印兼行發

埠各及海上
館書印務商

所行發

版初月十年八十國民華中

究必印翻權作著有書此

The Complete Library

Edited by

Y. W. WONG

CONSUMER'S COOPERATION

By

WANG HSIAO WEN

THE COMMERCIAL PRESS, LTD.

Shanghai, China

1929

All Rights Reserved

凡例

(一)本書係根據季特之消費合作論 (Charles Gide: Consumers' Coöperative Society) 與韋勃之消費合作運動 (Sidney and Beatrice Webb: The Consumers' Coöperative Movement) 兩書，參以己意編譯而成。

(二)本書共分十章。雖全文不過二萬餘字，然消費合作之大體已備；若起源，若目的，若思想，若經理，若社員，若資本，若販賣，若分紅等等，莫不提綱挈領，詳述無餘。明乎此，則消費合作之性質與效用如何，當不言而喻矣。

(三)此書係作者於課餘所編，校正抄寫諸事，皆託公學同事王頌聲先生、女生秦福珍、周玉瑛、陸維馨、袁輝諸女士分任。特誌數語，以表謝忱。

中華民國十二年五月一日王效文誌於吳淞中國公學商學院教務室

消費合作

目錄

第一章	消費合作之起源	一
第二章	消費合作之目的	五
第三章	消費合作之思想	九
第四章	消費合作之經理	一二
第五章	消費合作之社員	一六
第六章	消費合作之資本	二二
第七章	消費合作之銷售	三〇
第八章	消費合作之分紅	四四

第九章	個人主義之合作·····	六一
第十章	社會主義之合作·····	六四

消費合作

第一章 消費合作之起源

概自十九世紀工業革命以來，企業組織，於焉不變，資本之需要增，而其勢力亦漸大，於是工廠林立，工業界遂判然劃分兩階級：一為資本公司，一為勞動界。

資本公司安富尊榮，不勞而獲；勞動界終日勤苦，僅得溫飽。於是富者愈富，貧者愈貧。然富者愈富，而數愈少；貧者愈貧，而數愈多。由是勞力之供，常過於求；勞動者之背後，恆有無數失業之工人，直待現役者之蹉跌以為之代。資本公司乘此大勢，更強以不當之契約，而勞動者因之益不得不忍不利之條件，以供資本公司之役使。而同時又受一般商店提高物價之壓迫，因商店出賣物品，專在高價之得，利，賣價愈高，則利益愈大。苟有增價之機，無不竭力為之，然因受迫過甚，反動以起。激烈者遂倡工團

主義 (trade union) 以相抗，和平者則倡合作主義 (cooperation) 以自救，一主急進，一主緩和；兩者所採之手段雖異，而其反對資本家之目的則一。然資本家根深蒂固，若專用激烈之手段，藉以推翻資本家，一時恐難爲力，故不得不以和平之方法以爲之輔，此工團主義與合作之所以相輔而行者也。

合作主義之運動，始於十八世紀之末葉。麻克思衛 (Maxwell) 著蘇格蘭合作史，謂一千七百六十九年間，愛先 (Ayrshire) 州之芬滑克 (Fenwick) 村，卽有消費合作之創設，其明證也。一千七百九十四年間，奧克斯福達先 (Oxfordshire) 州之夢辯衛 (Mongewell) 村，亦因陀漢僧正 (Bishop of Durham) 之倡議，組織消費之合作。一千八百二十年間，又有合作宣傳社之組織；至一千八百四十年，因受奧溫 (Robert Owen) 及門徒之影響，合作主義之運動乃大盛，組織會社，發行雜誌，一時風靡全歐，結果創設數百之合作，計至一千八百三十二年間，共有消費合作三百處，利物浦 (Liverpool) 且有批發合作之創設。現存消費合作，如洗納斯 (Sheerness) 等皆創自一千八百十六年，其歷史實較洛須道兒爲早，然今人皆以一千八百四十四年十二月二十一日爲消費合

作創始日，奧溫氏爲合作主義之鼻祖 (father of coöperation)，洛須道兒二十八織工，爲消費合作之先進 (the equitable pioneers of Rochdale)，托達來兒 (Toad Lane) 爲消費合作發祥地，未知何故意者由於洛須道兒消費合作之辦法，與衆不同，足爲後世法乎？

合作主義之定義與效用，雖言人人殊，然要之皆不外如奧溫之所言，曰：『人必自爲商人，自爲廠主……然後方能得物美價廉之物品』而已。

“You must become your own merchants and your own manufacturers……to be able to supply yourselves with goods of the best quality and the lowest price.”

洛須道兒二十八織工中，除有數人爲一八四〇年間之革新黨 (Chartists) 人外，餘皆爲奧溫氏之門徒。當一千八百四十四年十月二十四日註冊十二月二十一日開幕之消費合作成立時，奧溫氏尙未作古，該店初起之時資本總額，僅二十八磅，卽每人一磅。至其辦法，儼如一共和國，實行普通選舉 (universal suffrage) 制，股東資本，不問多寡，而選權則皆每人一票，所以杜大股東把持之弊，兼示平等之精神也。物品賣價，與市價相並；所有盈餘，除撥歸公益及用費外，餘均按照購買數額，

分別攤還；蓋從社員何威斯（Charles Howarth）之議，寓儲蓄於購買也。自此以後，各國羣相仿行，消費合作，信用合作等，相繼而起，及於今日，合作之風，已漸有瀰漫全球之概矣。

第二章 消費合作之目的

消費合作 (consumers' cooperative society) 由廣義而言，乃需要相同之羣衆，因個人能力薄弱，慾望不能充分滿足，於是互相聯合，藉羣力以求得較好之結果之謂也。故消費合作，不問其組織爲何若，莫不以生產爲目的，蓋欲滿足吾人之慾望，自非生產不爲功；惟就事實而論，消費合作如不發達，無論如何，不能自行生產耳。

消費合作最初之目的，僅在必需品之購買，其性質無異於商店，與言製造，邈乎遠矣。蓋消費合作初期所購之物，多係人生必需之品。約言之，無非食物原料等類；即不然，亦無非爲食料飲料雜貨等類而已。故凱得拉 (Monsignor von Kettler) 曰：『消費合作者，簡言之，一食物供給之問題而已；然此非輕視消費合作，乃消費合作根本之目的然也。』

消費合作，果能注重勞動者與窮苦者食物之供給，即無其他之目的，而其所得之效果，已屬不

少；蓋勞動者之所得，既多不能維持其生活，（據巴斯與勞脫離 Messrs. Charles and Rowntree之統計，英國城鎮之中，不能維持生活之工人，約占百分之二十七至百分之三十）而因知識之缺乏，勞動者所得之勞銀，亦常多浪費也。不獨此也，勞動者購買食物，通常多於小販之手輾轉遞嬗，物質損壞無論矣，即物價亦常因之而騰貴；若勞動者因財力不足，實行信用買賣，則勞動者與小販者間，因誤會而起之糾葛，又將不免矣。如因信用不實，物價特別抬高，則勞動者對於店主，無異給付保險，其為不利，自不待言。故人有曰：『富者處此，猶恐不能任意揮霍，何況窮而無告者乎？』

法國經濟學者初時之論消費合作也，其目的僅在節省，而今則非其時矣。

合作與互助之異同何在？互助之目的，非即用疾病利金，養老年金，喪葬費用等以滿足其慾望乎？以其發生之原因觀之，兩者實皆含有互助與團結之意義，本無稍異；惟其形式不甚相同耳。互助團體（*mutualaid society*）之目的，在於防止人類之危害，其性質在博愛，前此名之曰『結義』（*brotherhood*）凡疾病老死等之防止與善後，皆為互助團體之目的也；消費合作之宗旨，在用經濟新方法，供給人生必需之物品，其性質無異於經濟學上之『營業』，因合作與互助，兩者性質互

異，而法國對於兩者之法典，亦不相同，即互助有互助之法律，合作有合作之法律，蓋一須有資金之集合，一僅在於定期之釀金而已。

如消費合作而為強有力之購買同盟，則所有此種之痛苦，均能掃除淨盡，如消費合作之目的，僅在物價之低廉，則此種購買之物價，必在通常物價之下；即曰物價仍舊不變，則消費者所得物品之質地，必較通常所得之物品為佳；如為食物，滋養必多，如為衣服，必能耐久；且因權度適當，物品容量，亦必較普通所得者為多。故消費合作者，實社會衛生上一等之組織，而英國年來肺癆之減少，消費合作之發達，亦實為其主要原因之一也。

不問凱得拉之所言為何若，而消費合作之目的，決不限於食料之供給；凡人生必需之品，不論為衣為食為住，均能適用消費之合作。（住為最要，因之此種消費合作，常與他種合作分離，而名之為住房合作 *building society* 焉。）且不獨物質方面，有消費之合作，即智識道德方面，凡足增長吾人之幸福者，亦多有消費之合作，實則近世之合作俱樂部，合作戲園，合作報館，合作教堂，莫不為消費合作之一種，而為一班志同道合之羣衆，互相聯合，藉以交換智識，公共娛樂，增進德行者也。

消費合作之所以能得今日之發達者，其惟一之原因，在於目的之互異；因無論何種需要，均能以合作方法滿足之。其於社會上之事物，無論種類如何差異，性質如何相反，均得分別組織；所難者在於吾人之選擇如何耳。夫消費合作之效用，或為物價之低廉，或為所得之增加，或為個人之儲蓄，或為公益之儲金，形形色色，不一而足；然此種之目的，無論如何，決不能同時完成之。因之，保守黨有保守黨之合作；革命黨有革命黨之合作；平民有平民之合作；工人有工人之合作；集產者有集產之合作；虛無黨有虛無黨之合作；新教徒有新教徒之合作；舊教徒有舊教徒之合作；傳道者有傳道之合作；目的雖異，而合作則一也。

消費合作，不獨有直接之目的，且因資金之運用，常有間接之效果。故比利時與法國北部社會黨之合作，皆以所有資金，作為政治上之運動；倫敦猶太教徒之消費合作，其利益百分之三十，亦用宗教上之運動，圖猶太王國之重建。此種間接之目的，雖非合作之本意；然既有此種間接之作用，則他種目的，亦安知其不乘機而發也。

第三章 消費合作之思想

合作主義之起也，蓋起於「消費」而非起於「生產」；「生產」者，乃合作主義最後之目的而已也。故合作主義之動機，非爲生產者之生產，乃爲消費者之消費；其根本之旨趣，不在生產機關之私有，乃在生產機關之共有也。然合作主義亦不反對財產之私有，其唯一之要求，乃在各個人利益之均沾；蓋合作主義以爲私有財產之制度，對於現代個人之生活與發展，皆爲必要之條件，舍此再無他法足以滿足人類之欲望也。

不僅如是，合作主義且以分工制度，完全有益；大量生產，亦屬必要；而國際貿易，更爲有利；因之，合作主義對於雇員工人等之給薪，亦認爲不能廢棄者也。故合作主義所否認者，不在利益之誅求，乃在藉公共事業以快一己之私圖者而已。

然經濟學家則以爲合作主義雖主分工，而實則合作主義實行之結果，不獨分工制度不能因

之而發展，而且分工之制度將因合作主義之實行而打破。蓋若消費合作之效用，卽一在減少社員之消費，一在滿足社員之欲望；如社員而需糧食也，則消費合作卽行供給其糧食；如社員而需衣服也，則消費合作卽行供給其衣服；是則社員一切之所需，皆由消費合作所代辦，不將使現社會歸原於太古自耕自織之境域乎？然合作主義則謂消費合作之缺乏專門技能固矣，然若消費合作，而爲一大家庭之變象，則其所言，容或不謬。惟今日之消費合作，決非一一均由消費者自行經理；究其實際，則大多皆由社員中之專門技師代爲操作。如是而謂合作主義之實行，有礙於分工之制度，經濟學家實亦未免過慮也。

合作主義以爲『萬事共有，』非不可能；諸凡製造，銀行，保險等等，均能按照合作主義之原理以行。因之，合作主義乃極力反對土地，工廠，機械等之私有，而主由團體之共管；蓋彼輩以爲此種生產之工具，既能由合作而共管，則又何必再使少數資本家任意操縱，無端剝奪勞動者與消費者之利益也。况自十九世紀資本集中之結果，托辣斯與卡攏爾接踵而起，所有一切物價之決定，皆操之於一般專利者之手，而昔日舊派經濟學家之『物價定自生產費用』之律，早已不能見諸事實矣。

故合作主義以爲消費者不欲自救則已，否則，非自行生產自行消費不可也。

第四章 消費合作之經理

消費合作，規模狹小，營業不甚發達者，則常以社員所選之委員會（the committee of management）經理之。如係較大之合作，則其所選之委員，不稱爲委員，而稱爲董事；其團體不稱爲委員會而稱爲董事會（board of directors）。然不論其爲委員爲董事，而其選舉之法，則莫不相同也。委員之任期，通常自一年至三年；每季，每半年，或一年改選一部份（慣例爲三分之一）。昔日退職之委員，在一定時期之內，不得重選，恐日久弊生，於合作有所不利也。然近則以經驗之所得，委員連任，亦不無其利，因之，消費合作皆准委員連舉得連任焉。海華德（Hayward）於一九一九年間，在合作聯合會（cooperative union congress）演說曰：『如欲合作發達，必須廢棄一切選舉時效之限制。』蓋亦見乎委員連任之利，而欲打破舊時之限制也。

至委員被選之資格如何，則各社有各社之規定，並無一定之通例可循，然照英國消費合作之辦法，則其委員被選之資格常為年在二十一歲以上，且須入社過一年者。此外亦有規定委員被選之資格，須有商店繳足之股份若干股者。此種規定，各合作亦不一律：定二股者有之；定五股者有之；而定十股者亦有之。消費合作之委員，必須為購買之社員，且有規定委員之最少購買數額者。利遲工業合作社（The Leeds Industrial Coöperative Society）規定委員每半年之購買數額，須在十四磅以上者，即其例也。實則消費合作之委員，莫不繳足若干之股份與有最小購買之數額，上述之規定，不過限制意外之事故而已。

以上所述，皆為消費合作委員被選積極之資格，至其消極之資格，亦有可得而言者：

- (一) 他消費合作之社員，不得被選為委員；
- (二) 一般商店之大股東，不得被選為委員；
- (三) 消費合作之雇員，不得被選為委員。

此三條之限制，不僅在英國之消費合作為然；即在大陸各國之消費合作，亦莫不皆然也。不僅

如是，且有限制雇員之父母，兄弟，姊妹，及其他有血統關係之戚族，被選為委員者。匪惟限制近親，且有限制外親若岳父母，小舅，小姨等被選為委員者。從此可知消費合作經理之謹慎，而與一般之商店不可同日而語矣。

消費合作之社員與資金如果增加，則委員之職權，亦當隨之以增加。故較大之消費合作，總委員會之下，常有若干之分委員會，各司一事，不相混淆；如此委員會經理米糧，則彼委員會經理糖食，其餘以此類推。

消費合作之會計主任一職，在小合作為主要之職員，而在大合作則退居其次矣；因合作營業發達，所有各種賬目，皆歸專部經管也。

文書主任在小合作，則總攬一切，且有兼任經理者；而在大合作，則其職權，亦皆分任。故今文書主任之職務，變為一部之主任，專司大社員之股務債務，委員會之記錄，以及往來之函件而已。

惟近來之制度，又復稍變，前此之委員，會計，文書等職，多係義務，不支薪金；而今日則多於委員會之外選任經理一人，副理若干人以司之。經理副理之選任，與委員無異，亦由全體社員互選之；所

不同者，經理副理爲有俸之職務，而委員則爲義務而已。然如阿斯納爾合作社（The Royal Arsenal Coöperative Society）之辦法，則又與此稍異；蓋該社之經理，完全屬諸七個之董事，由全體社員投票互選，不准兼職，每人每年給予薪金四百磅。

自該社創始董事制以來，今日合作社之仿效此制者，頗屬不少；然各社之情形互異，經理制與董事制又屬利弊參半，難以判斷，孰是孰非，仍須斟酌國情，量予採用，不可一概而論。

第五章 消費合作之社員

消費合作之組織，有如共和之國家；其唯一之精神，即為社員之平等，消費合作因欲保持此種平等之精神，乃有凡為消費合作之社員，不問其股份之多寡，選舉權均為每人一權之規定；蓋因『一人一票』乃普通選舉之真義故也。故消費合作之組織，與現行股份公司之組織不同；蓋股份公司之組織，各股東之選舉權，莫不比例其股份而有多少之分別；因之執行業務之被選資格，常為大股東所獨有焉。

是則按照股份公司之組織，小資本家之地位，常多不利，不獨其利潤被剝奪，而且因管理權之關係，其資本亦幾乎剝奪殆盡。如照股份公司之規定，以邏輯之法則，推而廣之，則消費合作對於購買之社員，亦當比例其購買之多寡，而與以各種之選舉權；然法律決不容有此種之辦法，而消費合作之選舉權，僅能依照消費合作股東之人數而定也。

且也，消費合作後進之社員；如其入社時之條件與先進者無殊，則其所付之金額，雖不比先進者爲多，而其所享之權利，亦與先進者無異。至股份公司之情形，則大異是。如公司業已成立，他人願爲股東，則非購買股票不可；換言之，即新股東必須向舊股東購買其股票也。

如公司發達，股票漲價，則新股東必須多付，此蓋由於股份公司之股份有限制，而消費合作之股份無限制，不論何時均可認股故也。然此項合作社員隨時可以加入之法律，與合作社員特種限制之規定，並不抵觸，如社員之資格，必須限於某種之職業等類，即其一例。

消費合作之社員，僅限於同種之職業者，爲例甚多，如歐洲一般之鐵路司員合作，下級官吏合作，工廠職工合作，與奧新 (Anzin) 鑛工合作，克魯沙鐵廠 (Creusot) 工人合作等類皆是。

消費合作而爲職業相同之階級所組織，其利固多，然亦不無缺點焉。所謂利者何？即共同之精神，得藉同一職業之團體而充分發展者是，因職業不同之團體，雖亦能發展此種之精神，然其程度終不及職業相同者之高也。蓋職業相同之合作，不獨其團體之結合，較爲強固，即合作之管理，亦較容易；今日各國之官吏合作，海陸軍人消費合作，羅馬陸軍合作，巴黎官吏合作等之社員與營業得

列一等者，非偶然也。

然其缺點，則在此種之合作，乃與合作運動本身相分離，而無聯絡一致進行之弊害；蓋因同一職業所組之合作，僅知注意於分配上之經濟，而對於合作任何社會之目的，皆未加以注意也。故此種同一職業所組之合作，其結果極易脫化而成爲一種純粹之商店也。惟此種組織雖有上述之不利，然其對於特種之階級，則仍能保持其真正之效用，初不因此而稍受影響耳。

歐洲社會黨人對於特種階級之消費合作，不問其爲官吏合作，抑爲工人合作，莫不絕對輕視，而對於同一雇主或同一公司之工人與書記等之合作爲尤甚；蓋社會黨人以爲此種之合作，無異於假託之伊考腦瑪（Economats）。按法文「伊考腦瑪」一字，中文無相當之譯文；至伊考腦瑪之真義，則爲一種多少含有慈善性質之團體。按照胡爾夫（H. Woltf）之所言，則伊考腦瑪云者，乃一種非組合之商店，售價特別低廉，而對於所得之利益，則用通俗之方法，經營較大之事業者也。直「黃黨」（Yellow）耳。此字用意如何，不甚明瞭，如以此種合作效忠於僱主或公司，則此所加之徽號，實爲最不正當之譴責；因彼等實與僱主處於反對之地位也。即使此種之合作，不無犧牲一

般公司之利益而歸之於彼輩之合作，遂認爲不當，則不獨社會黨人所組之各種合作，僅許工人，或工黨之黨員，或社會黨工人入部者，與此無異，卽爲同一宗教所組織之合作，亦將與此相同矣。如此種之合作而可名之爲『黃黨』，則社會黨人與教徒所有之『紅黨』(Red)與『黑黨』(Black)亦當受同一之譴責矣；因『紅』『黑』兩黨之性質，實與『黃黨』無絲毫之差異。易詞言之，卽此種之組合，皆爲一黨，一教，一級，謀福利，而不爲他黨，他教，他級，謀福利也。社會黨人此種之論調，實不啻侮蔑合作之性質，區別合作之運動，而減少其能力也。

果如所言，最好莫如廢除此類特種之合作；雖有必要之情形，亦不願也。然若鄉僻之商店夥友，與各種礦工，離城獨處，不能包括他種之社員，則亦不得不由同一公司之工人，組織消費合作矣。且如路局人員之合作，得公司特別之允許，准予自運糧食等物，則此種合作，無論如何，外人決不能加入；因公司不能允許通常商人享有此種之權利故也。消費合作之社員，既能自由入社，自能自由退社；實際上雖有窒礙，而理論上固無庸疑義也。

若合作社員退出之自由，如股份公司之股東，僅售出其股份爲已足，則其退出之自由，亦必大

受限制；因合作股份之銷場，不若銀行與各大公司股份之廣闊，欲尋買主，頗屬不易也。若合作對於股份轉讓有可否之權利，則其困難又須加甚，然合作對於此種之權利，論理自當保存；蓋以社員聯合之合作與資本集合之公司不同，自不能以一新進之社員，代替退出之社員也。故對於社員之退出，最好准其自由，退出之後，即將資金發還；然此種辦法，對於合作自身，非常危險；因恐一般不甚滿意之社員，互相聯合，一齊退股，使合作本身受害，甚或至於倒閉也。如欲免除此種之危險，或減少其程度，必須按照儲蓄銀行之『防護』法，保有退社資金緩付之權利而後可；因之合作對於資金償還，常在社員之死後，或離去其所在地時發給之；蓋社員住址之變更，實為退社極當之理由，無論如何不能拒絕也。

故就理論而言，合作之社員，咸有進退自由之權利，然於此有一疑問焉，即社員之存在，如認為與合作本身之利益有妨礙時，合作是否有斥退社員之權利；由理論而言，合作應有此種之權利，而一般之合作，對於此種權利之保留，多有明文之規定也。然法國自一九一三年之法令公布後，合作對於此種權利之行使，頗有極大之障礙；因按照法令之規定，合作如欲斥退社員，必須召集特別大

會，法定人數，至少須在股份四分之三以上；而議案之通過，則必須有三分之二以上之同意。如在大規模之合作，則此種規定，實與禁止退社員者無異也。

消費合作之社員是否限於一家一人，抑全家均得入部之問題，亦多爭論。由實際而論，合作社員，一家之中，常多一人，且事實上之購買者，雖爲女人，而社員則常多男子，因一人之購買，其效用已及於一家，全家入社。大可不必，如果全家入社則亦不過多付一種之資金而已，而社員與合作兩者，均無何種之利益；因此種情形，不能增加合作之顧客故也。

至於女社員，則歐洲今日之合作，仍不多觀；因之，婦女合作基爾特（women's cooperative guild）竭力主張家庭全體加入之自由；而盛倡實行英國合作者之所謂社員解放焉。

以吾人經驗所得之結果，一家全數加入之合作，實能增加每家交易之數量，此與吾人之猜想完全相反。推原其故，無非由於購買次數之增加與社員責任心之發達而已。總之，一家加入，較諸一人加入，其所集之資金與出賣之比例，必能增加，因前此一家祇認一股，而今則認數股也。

第六章 消費合作之資本

一 資本之召集

消費合作資本之召集，初時與他種公司無異，亦由於社員之認股而已。法國一八六七年頒布法令，因謀普及，合作資本每股減少至一磅。現行法律，規定普通公司資本，每股最大數額，雖為二十磅；而合作資本，則每股之最大額為四磅。資本繳足十分之一，即能成立；換言之，即每股繳足二先令之小數，合作即能依法成立也。(一)

合作資本每股繳足二先令，即能依法成立，初視之，似覺甚小，然因合作營業性質之特殊，資本之數額，亦不必過大，因合作之出賣物品，迅速異常。資本週轉，極為靈便，而如麵店等類之資本，且能於一日間週轉一次，故資本雖小，亦能運用自如；而生產合作之成功，所以不及消費合作之迅速者，其主要之原因，亦即在此。

消費合作之初起也，除社員之小數入社費外，並無他種之資金；蓋消費合作之購買物品，多行信用交易，而出賣物品，則以現金交易；因之消費合作開始，除相當之設備費用以外，實不必有何種之資金也。（二）

雖然，消費合作如無一定之資金，則若營業不甚發達，紅利存積不多，資金終嫌不足。故若資金僅繳十分之一，則社員每年所得之紅利，常多留存合作，藉以補足資金，不予分配，及至資金全部繳足而後已。

不僅大多數之會員留存紅利於合作，且有仿照儲蓄銀行之辦法，存儲款項於合作者。至於存款之性質，則或為活期，或為定期，均無不可也。

如英國合作之資本，定每人一股，則三百萬之社員，僅有三百萬磅之資金；但一九一五年間實際上召集之資金，共計有五千八百萬磅之譜。（三）

此蓋由於合作資本之構成，不僅由於股份之資金，且有他種構成之要素焉。即（一）由於入社時所認之股份；（二）由於紅利之存儲，或由以紅利認股份；（三）社員之借款是已。上述三者

之中，以第一爲最不要緊，合作多數之資金，均以第二成之，而尤以英國之合作爲最；而在瑞士則以第三爲最要。合作召集資金，數額常不甚大。合作之中，且有限制每人之股份通常不得過五股者；蓋仿照洛須道兒先驅者（Rochdale pioneers）之辦法也。奧國合作限每人一股，英國合作，雖在事實上股份之金額，有多至二百磅，即每人二百股，而在法律上之規定每股之金額僅八先令四辨士耳。（四）

消費合作不信資本，究屬何故？約言之，可有三因：

（一）因合作之精神，在於反對資本家；合作既欲打破資本之勢力，自不能任意允許資本家之入社。故若社員之中，一人或數人保有多數之股份，則合作之本身，必多危險；蓋不問合作之規則如何限制其選權，而因大社員之退社，資本減少，合作必受極大之影響也。

（二）因合作資本之構成，由於前述三種之要素，利害常參半。合作資本之來源，如爲社員紅利之存儲，則社員一有需要，合作必須付還。不觸此也，合作社員，如遇死亡，則資金亦須退還，與平常股份有限公司之辦法，完全不同。故在普通公司，此種辦法，對於公司本身，極爲危險；而合作社員，則精

神團結，與尋常之顧客，絕不相同，皆不願加害於合作。歐戰之時，無論何國，此種精神，均能表現，平常之商業銀行與儲蓄銀行，當戰事方興之候，莫不爲存款者所困；而合作則皆能免去危難，而不能爲所動。英國在一九一五年間，合作之資本，竟增加至四百餘萬磅，實爲意料所不及。

(三) 因合作限於營業，對於餘資，無所用處。故社員如無特種之利益可圖；則亦何必紛提款項，自陷於危險耶？

推近來對於此種精神，稍有反動，主張合作主義者，亦知資本之利益，不能絕對排斥；奢望愈甚，覺資本之效用亦愈大，方知前此限制資本數額之不當，頗有打破此關之意思；蓋消費合作如無充分之資金，足以購買土地，建設工廠，卽不能從事於生產也。實則昔時之懷疑，今已半消，因社員股份雖大，對於管理與分紅，仍無特種之權利；於是知資本之不足畏，而防止資本之侵佔爲無謂矣。故現時之合作，因恐資本集合之困難，常思他法以吸收之。如資本家慷慨認股，合作亦何必堅守範圍，不予入會，辜負他人之好意，而限制其對產之增加耶？如恐大社員退股，害及合作，則可限制股本之退還，不必禁止資本家之投資也。

不僅此也，英國且有廢止社員股份數目限制之運動，而欲將每人二百磅之制限廢止之。至社員存儲紅利於合作，則已成爲天經地義，所有合作，莫不皆然矣。法國合作，雖不因資金，而發達至今日，然資金之擴充，亦已成爲今日討論之焦點；但仍不願社員之多認與資本家之投資，僅仿生產合作，農產合作，信用合作之辦法，而請求國家供給其資本而已。

三 資本之運用

消費合作發達，社員加多，則資本亦必因之而增加；然若資本於供營業使用外，猶有餘剩，即當設法運用；否則，合作必感困難。是故不列顛合作，合批發與零售兩者而論，股本與存款雖共有六千萬磅之鉅，然合作實際上使用之資本，僅及一半，於是對於餘資如何運用之問題以起。

如合作運用餘資，一如常人之所爲，而皆投資於公債以及其他各種之證券，則是合作助長資本家之公司，以與本身相對抗，何異藉寇兵而齎盜糧，助桀爲虐以自殺也。故合作運用餘資，當爲己用；工廠可建，田園可置，即工人生產之團體，亦未始不可幫助也；因此種事業，規模宏大，經營之時，祇愁資本之不足，不怕資本之過大也。英吉利蘇格蘭兩處之批發合作，經營生產事業，投資多至四百

萬磅；而零售合作，亦有二百萬磅之譜，誠不可謂不多矣。

大戰以後，影響所及，此種運動，尤爲必要，因物價提高，痛苦加甚，救急之道，唯有自行生產，以藉操作原料之供給而已。

合作運用餘質，除自行生產外，尙有他道；其道維何，卽建築適宜之住房是已。建築住房，雖較生產事業爲遜，然於社員則頗有利。惟建築住房，所費不大，一切餘資，未必皆能吸收淨盡，故亦常將一部之餘資，作爲公共之儲金，或爲抵押之放款，甚至經營極大之事業，以與他合作相競爭也。

合作之餘資，雖一部用作生產之事業，一部用作住房之建築，或擴充合作營業之範圍，而大部分分集之資金，則皆歸還於人民。故合作之效用，常比儲蓄銀行爲大；因儲蓄銀行所集之儲金，多投資於公債，或資本家之證券故也。盧柴底 (M. Luzzatti) 謂：「儲蓄銀行者，將窮民之錙銖，借之於富戶；消費合作者，將窮民之錙銖，借之於窮民也。」信哉！

法國合作，未甚發達，資本運用，尙無問題。然一有資本，卽欲建築商店；甚至資本不足，亦欲向社員借貸也。此種狂熱，半由虛張，藉表合作之能力半由嫉妒，思與他人相競爭。然外強中乾，危險萬狀，

而巴黎各大合作之倒閉，其原因亦即在此，因此種合作，鋪張過甚，開始之日，即伏衰敗之兆也。

(一)英國法律規定資本數額，合作與公司相同，均爲一磅。故對於合作，並無特種法律之規定。

(11)培爾合作 (Pale Society) 初起之時，即無資本，僅有入社費二先令六辨士而已；而今則會員增加至三萬七千人，定期支取之款項，加至一百萬零八萬磅，爲歐洲首屈一指之合作。

比國法律，亦不規定股本之認購；因之浮魯 (Tourna) 僅需入社費十便士，貨物往來簿費二個半便士而已。

德國法律，規定每股一先令；而實際上則每股三十先令。

(三)五千八百萬磅之數額，乃包括兩家批發合作之資金約計八百萬磅而言。零售合作之資金，照一九一四年間之統計，共有四千八百二十四萬磅，中有

股份資金三九·九二〇·〇〇〇鎊

債款資金 五·四〇〇·〇〇〇鎊

公積資金 二·九二〇·〇〇〇鎊

一九一八年間，股份資金之總數，達五千四百萬鎊。

(四) 法國法律對於每人所有資金之數額，即在合作，亦無限制。一時雖曾限制合作資金於八千磅，然不久即廢弛。洛須道兒合作，當在一八五四年間限制每人爲五十股。但自一八七八年後，則擴充至一百股，及至一九一二年間改正後而後已。現時對於每人所有之股數，則並無何種之限制焉。

第七章 消費合作之銷售

一 按照市價銷售

消費合作亦曰分配合作 (distributive societies)，所銷售之物品，通常皆與一般之市價無異。(一)

然合作出賣物品，按照市價，似與分配合作之本旨不合；因分配合作唯一之目的，在於消費之節省，而消費合作之出賣物品，當按照物品之生產費用而出賣之也。實則消費合作中，實行此種低價出賣者，亦不乏例，惟與洛須道兒之規律不合耳。此種合作之發生，原因有二：

(一) 此種合作之發生，由於中等社會，國家官吏，與高級之雇員；因此種人民，薪水所得，頗足維持其生活，然欲增進幸福，提高程度，亦互相聯合，組織合作。惟其目的，僅在以廉價之物品，滿足其慾望，并無改造社會之志願，故不惜違背洛須道兒比例，而行低價之出賣。倫敦之官吏合作 (The

Civil Service Stores) 陸海軍 (The Army and Navy Stores) 卽此種合作中之最大者。惟英國合作者，皆不以此種合作爲真正之合作而已。

(二) 此種合作之發生，由於一般之窮民；因彼輩每日之所得，既不足以維持其最低之生活，則如以一般之市價，出賣其物品，勢必至於不能求得最大之效果，故如俄國勞銀低廉之處，莫不盛行此種合作也。

合作出賣物品。僅照生產費用，不與一般之市價相同，結果頗多不利：

(一) 鄰居商店因合作售價低廉，難於競爭，勢必強抑價格，以圖一逞；然因抑價過甚，所失頗鉅，此項商店，每多失敗，而影響所及，貽害無窮。此於合作，大可不必，因合作如以減少費用爲其唯一之宗旨，則亦何必自行組織合作之商店，祇須與地方商店訂一特約，按照普通價格，得一折扣可耳；因顧客之數愈多，商店無不樂從也。此種購買團體之組織，異常單簡，歐西各國，頗多試行；而一般思欲不干涉小商人之營業而取得合作之利益者，尤極力主張此種購買團體之組織也。

(二) 合作銷售物品，按照生產費用，不與市價相並，則是禁止合作對外營業。如合作按照生產

費用，低價出賣，而對於社員與非社員，不分彼此，皆予以同等之利益，則合作社員亦何貴乎有此合作之商店也。如曰消費合作，出賣物品，對社員則按照生產之費用，對非社員，則按照普通之市價，則亦於事實有礙，難於實行也。夫合作對外營業，不甚多見，即使營業，亦多不利，固矣；然即使合作對於社員營業，按照生產費用出賣，亦有不利，蓋恐價格低廉，則戚友之託買難免；即不然，亦安知社員不事販賣，從中取利也。此種弊竇，實屬數見不鮮，而尤於西班牙為甚也。

(三) 合作銷售物品，如照生產之費用，則合作一切之目的，若儲蓄，若保險，若生產，若教育，若主義之宣傳，若資本之積聚，均不能達矣；因此種事業之積聚，尤與利潤之存作一切之目的，均為低價出賣所犧牲；而合作出賣物品，採取此制，無異割取稻青 (*Cut the grain while green*)，而與洛須道兒以前之博愛團體無別矣。(二)

合作銷售物品，如照洛須道兒之例，仍與一般市價相同，則社員每日購買，皆有儲蓄之利；蓋因合作銷售物品，採取此制，獲利必多，而每年一次或二年之分紅，亦必較大也。實則合作銷售物品，或照生產費用，或照一般市價，而社員個人所得之利益，均無大異；惟其影響所及，則後法較前法為大。

耳，因一含有儲蓄之性質，一僅減少其費用而已。就實際而論，按照市價出賣之制度，對於工人，利益頗多，如工人之所得，僅足維持其生活，則平時體強力壯，自食其力，尚可勉強度日，一旦變生倉卒，不能工作，則生計維艱，如無儲蓄，苦必加甚；且也，合作資金不足，如願社員特別加增，則亦非行此制不可，因之，工人有每日儲蓄之必要，而洛須道兒按照市價出賣之先例，亦有不得不遵之勢矣。

不獨此也，英格蘭與比利時兩國之合作，且有因加多紅利之故，特將賣價提高，不與市價相並者。此種合作之紅利，常至百分之二十或百分之二十五，即每磅四先令或五先令之謂也。歐洲合作者，不惟不反對高價之制度，且有以此爲無上之法，而於大會中提出議案強社員以實行者。其原因在高價出賣之法，含有強制儲蓄之意，社員購買之時，多出半辦士，而六月以後，仍以紅利分還也。雖然，高價出賣之制，頗多不利，而因高價出賣之故，一般窮人無力入社，致消費合作之社員，僅限於中級之人民，則其爲害，尤不勝言。且此種高價出賣之制，惟有信仰合作最深者之社員能之，而若法蘭西等國之合作，社員對於合作運動，無有此種熱烈之信仰者，即欲強行高價出賣，恐亦無人贊同，初不問其紅利之多寡也。法蘭西等國之合作，多採混合制度，藉以吸引顧客；而其所得之利潤，雖比通

常之合作爲少，然亦足以實行合作一二種之目的。實則合作銷售物品，採用何制，當任合作者自身之選擇；售價太低，固屬不利，即分紅太多，亦未必有利也。合作之運動，如欲及於窮苦之人民，則賣價須低，分紅不必過多，通常保持百分之五之利潤即可也。

英國合作者有謂消費合作，僅適於中級之人民，不適下級之窮民，因之英國合作銷售物品，實行低價出賣，頗不多見，惟婦女合作社，現正從事於此種低價出賣之運動，然效果如何，頗難預言。實則縱使低價出賣，於事亦屬無濟，因窮民之要求，在於次等之物品，不在高等物品之低價；因彼輩所得有限，高等物品，即使低價，亦無力購買；而消費合作之目的，則在物品質地之優良，不在次等物品之出賣，故僅低價，尙不足以引起窮民之注意也。

二 現賣

合作銷售物品第二之法則，爲現錢之出賣，現錢出賣，有經濟上與道德上兩種之理由：

(一) 經濟上理由 因無論何種商店，如行信用交易，則價格必然提高；否則，濫放賬款，即有倒閉之虞。蓋一則商店出賣物品，實行賒欠之制，商店自身信用，難免喪失；二則信用出賣，資金不足，批

買之時，難免拖欠，而進貨條件，必多不利。故合作商店，如行賒欠之制，則資金必須加厚；否則，週轉不靈，倒閉可立而待。爲消費合作自身穩固之計，亦何必實行賒欠之制，以自陷於不利益之地位也。

(二) 道德上理由 合作銷售物品，如行賒欠之制，則善良之顧客（即謹慎之社員）必多不利；因信用出賣，價格提高，不良社員，無力償還，則謹慎者必多負擔。不獨此也，合作出賣物品，如行賒欠之制，則久而久之，職工家庭，必成一種倚賴之惡習，自此投入網羅，墜落深淵，不能自拔矣。蓋若顧客一旦負欠合作，未曾清償，則凡物品之價格，分量，質地等事，均將一聽商店之命，而顧主因欠賬之故，勢必不敢置喙；且因賒欠之故，即使明知交易之不利，亦不能捨此就彼，受人奚落，致失賒欠之利益也。如積欠過多，無力解脫，則一切希望，皆付東流，終必歸於家破人亡而已。

即在小康之家，賒買物品，亦屬不良積習，因獎勵無爲之消費，莫過於賒買制度也。商人習知此道，自然樂於賒買；然彼自身亦常受賒欠惡習之累而不能自解。若帽商，衣店，酒館等，因賒賣過多，帳目不清，資金呆定，無力清償，即使顧客多屬好戶，亦常不免倒閉，此在歐西，實屬數見不鮮。故不獨爲商店自身計，合作銷售物品，當以現賣爲基礎，即爲工人計，合作銷售物品，亦當以現賣爲原則；因現

賣不僅足以教育窮人之獨立，且能解放窮人一切之羈絆，大政治家格蘭達斯篤（Gladstone）以現賣爲合作最大之效用，卽此故也。

雖然，現賣之利，人常不甚注意；卽在英國，消費合作，出賣物品，亦多行賒欠之制。年來此風尤盛，實行賒賣之合作，其數且有加無已。雖賒賣之額，僅當營業總數百分之一·五，尙無恐慌之可言；然其影響所及，關係至鉅，實未可輕視；蓋一則因恤貧心切，對於窮苦之社員，賒買食物，難於拒卻；二則欲藉賒欠之利，吸引顧客，以與一般之商店競利，久而久之，必至一放而不可收也。但欲與人競爭，而仿他人之弱點，實爲策之最下者；此種方法，用之於商業則可，用之於合作，未免不合。若合作以賒賣之法，勾引現賣合作之社員，使之脫離現賣之合作，而加入於賒欠之合作，則其貽害，尤不堪言，此理甚明，無待作者煩言矣。

若一地之工人，每日所得有限，非至二星期後，不能給付其食物之代價，則最好於消費合作之附近，設一貸借合作（loan society）以爲之助。至此種合作之性質，則或爲慈善，或爲互助，均無不可也。此種合作放款，可以消費合作股份流水簿爲擔保，或以二三人連帶負責；否則，如社員之信

用確實，卽不擔保，亦無不可。今日歐洲合作，試行此種制度者，爲數實頗不少也。

若消費合作之開始，有賒賣之危險，則在合作必須首先規定，加以限制。普通信用交易，多以社員之股本爲限，且以股份爲其抵押之品焉。不然，信用交易，或僅限於耐久之物品，如家用器具等類是；因此種物品之購買，代價較大，信用交易，分期清償，於理尙無不合。法國某大合作，出賣器具，特行分期償還之制，而其流弊不若吾人意料者之鉅，卽其明證。至若麵包等類，則不當行賒賣之制；如遇社員失業或遇有他種之變故，若與合作之特別規定相合者，則可特別贈與。比利時之合作，卽行此制；至其辦法，則比例前此所買之數額，給以若干分之容量也。

以吾人之所知，比利時之合作，不惟拒絕社員信用之購買，而且社員購買物品，必先付價，然後可得足用一週或二週之麵包。此種辦法，實爲強迫工人節儉之要道，凡消費合作，皆當以之爲法者也。

三 對外出賣

合作銷售物品，是否僅限社員？抑或對外發賣？此種問題，頗有研究價值，合作商店於未開幕之

前，理當首先決定。合作對外發賣，出乎合作之範圍以外，自無異義；不僅出乎合作之範圍，且與合作之定義，亦多不合；因合作對外發賣，即不能謂爲『供給社員之需要也』（to provide for the needs of its members）。故德國法律嚴禁合作對外發賣，苟有抗違，即須嚴懲（參見德國一八八九年五月一日及一八九六年八月十二日公布之法令）。此種禁令，消費合作且須懸掛，以示警惕。

然洛須道兒之合作，出賣物品，則不限於社員，對於公衆，亦仍發賣。惟欲免除非議，乃採非社員一半分紅之法，而將餘額歸入於公積焉。（三）

論者或問：

『合作對外發賣，何以不照購買數額全數發還，免除一切之利益？即不然，亦當與社員受同等比例之分紅。』

然若照此辦理，則非社員因其所享之利益，既與社員相同，而又無股份管理等之責任，必皆裹足不前，而合作永無發達之望矣。此與合作之本旨有違，無論如何，不能認爲正當之辦法。

洛須道兒對外發賣限制分紅之法，雖屬不良，然在英國，大都均行此法。大陸各國，雖不一律，然在俄羅斯，西班牙，瑞士（四）比利時，荷蘭，意大利，法蘭西（五）等國，亦多採對外發賣之制，因如法國之合作，亦與普通之商店同受徵稅之制限也。

合作對外發賣，頗爲一般合作所主張，其原因有三（六）

（一）彼等以爲合作對外發賣，乃獎進合作運動最有力之方法。

（二）合作對外發賣，合作之營業，必然發達，營業費用，必照營業數量比率減少，且資金之週轉亦易。

（三）合作對外發賣，合作之勢力範圍，必然擴大。

總之，合作之奢望，如欲代替一般之商店，則必須對外發賣；蓋因欲破敵軍，非入重圍不可也。雖然，反對合作對外出賣者，亦非絕無理由：

（一）彼等以爲消費合作與普通商店不同，理當保持合作之榮譽，不應與一般商店同流合污也。

(二)合作對外發賣，日久必致養成商業之精神，使合作成爲商業化，未免與合作之原理有背也。

(三)合作對外發賣，深恐滅絕合作之精神，使消費合作變爲普通商店也。

如合作對外發賣所得之利益，完全歸私，則上述種種之事實，確能實現，然若遵守洛須道兒之規律，分還一部紅利於顧客，而將其餘所得撥歸公積，藉以發展合作，則此種流弊，當能免除。

然公積屬諸社員，合作解散之時，必須歸還；因之，凡撥歸公積之款項，間接皆爲社員之利益。不獨公積如是，卽如教育、娛樂等事，亦莫不於社員有利也。故欲免除利用之譏，最好莫如將對外發賣所得之利金，撥歸合作自身以外之公益；如不全數撥歸，至少亦須有一部之捐助也。但於此有一問題焉，卽捐助款項之時，必須妥爲分配，否則，若此合作捐助此公益，他合作捐助他公益，結果散漫無緒，必無何種之效果也。

總之，對外發賣，僅能視爲一種吸引社員之方法，不能視爲永久之實驗。合作對外發賣，則每一顧客，卽非社員，至少亦當爲候補之社員。無論何處，如合作之原理業已瞭解，而且見諸實行，則對於

非社員之出賣，爲數莫不極微，英國對非社員出賣之數額，約當總數百分之四至百分之五，法國約當百分之七至百分之八。

實則，此種購買者，未幾均由非社員一變而爲社員矣。因合作對於非社員應得之紅利，常不以現金爲給付，而皆使之存儲於社中；因之，非社員不得不一變而爲社員矣。此種辦法，頗近強迫，蓋若合作對於非社員應得之紅利，均以現金爲給付，則非社員或竟躊躇滿志，不行加入，亦未可知也。

惜乎！合作之中，亦有不願非社員之顧客，一變而爲社員者；蓋此種合作僅願分配一部份之紅利於非社員，而保留其大部份之紅利於社中，使社員之所得，較非社員爲大也。法國合作，頗多此例；而西班牙合作且較法國爲尤甚。

法國巴圖 (Bordeaux) 合作，對外出賣，約當總額三分之一，西班牙巴斯洛那 (Barcelona) 合作，社員每年所得之紅利，自十二鎊至十四鎊，皆由於對外發賣之結果。此種辦法，實與上海之二房東從中取利，無多少分別也。

論者或謂非社員不能爲社員，其故不在合作之貪得，而在購買之相同。法國合作因欲打破此

關，頗多特設一種階級，介乎社員與非社員之間，而名之曰從社員者 (adherents)，從社員雖在法律上不能認爲合作之社員，而在事實上則莫不以之爲社員；因從社員並未認股，僅納少數之入社費，通常爲一先令六便士而已。從社員雖無管理合作列席會議之權，然能與社員分受同等比率之利，此爲吸引一般無力認股工人唯一之方法，亦合作社員之變相也。

(一) 銷售 (sale) 一字，用在合作，不甚真確；因合作之出賣物品，與一般之商店不同，非出賣於外人，乃分配於社員也。故合作之出賣物品，與其曰銷售，毋寧曰分配 (division or distribution)；而英國消費合作之所以爲名分配合作，法國消費合作之雇員，稱之爲分配員者 (repa riteurs) 職是故也。惟銷售二字，人所共知，而於法理，亦無不合耳。

(二) 不獨此也，低價出賣，又有減少工價之趨勢。十九世紀後半期社會黨人反對合作主義運動時，其極大之論據，卽爲合作主義有減少工價之趨勢。蓋社會黨人以爲消費物品價格永續之低落，必能影響於工價之低減。是卽所謂「勞銀之鐵律」是也。然時至今日，此種論據，已失效力，因此律根本已不爲人所信矣。

因之，消費合作之出賣物品，無論何國，皆照洛須道兒之先例，按照市價出賣之，至合作所得之利益，則按照購買數額之多寡，而於年終或於六月之末，歸還於購買之社員也。

(三) 一半分紅之法，各處並非一律。合作之中，對於非社員之購買，按照其購買之數額，予以四分之三之分紅者有之，予以四分之一之分紅者亦有之；不獨此也，合作之中，且有予非社員以與社員同等之分紅者，達溫 (Darwin) 合作，即其一例。然此種辦法，未免過於寬大，而對於合作之原理，不甚相合也。

(四) 瑞士合作，對外發賣之法，現已逐漸減少；而意大利則正以此法獎進合作之運動。

(五) 法國至一九〇五年之法律頒布時止，國家對於合作徵收租稅，常依合作對外出賣與否而有所不同。對外出賣之合作，須領執照，否則，免於徵收。然今則不問是否出賣，莫不一視同仁；換言之，即對外出賣之合作，固當領照，即不對外出賣之合作，亦當領照也。

(六) 合作對外發賣之問題，在法蘭西與瑞士兩國，爭論最烈。法國主張與反對兩派，勢均力敵，不相上下。一九〇七年力麻 (Linnoges) 合作會議通過議案，准合作對外發賣；惟對外發賣所得之利益，不得分配於社員，須用之於公益之運動，如教育等類是。

第八章 消費合作之分紅

消費合作銷售物品，既照市價出賣，結果必多餘利，而如何分配餘利之問題以起，此爲合作根本問題之一，吾人必須詳盡討論也。洛須道兒合作之特點，卽在於紅利之分配，而合作成功惟一之原因，亦卽在此分配之方法，因洛須道兒之紅利，乃照社員購買之數額而分配者也。(一)

合作之成功，全在此種紅利分配之原則；因按照此法分配紅利，合作得能比例社員對於合作之忠心而給與相當之報酬也。且照經濟原則而論，一種事業之成功，雖與資本之大小，有直接之關係，而其主要之原因，則全在顧客之購買；合作按照購買數額分配紅利，卽根據此種經濟之原則也。洛須道兒合作之社員，雖半爲奧溫氏之信徒，然皆表示其爲個人主義者，而其合作運動之原動力，卽爲自利心。然不問其原動力爲何若，而在現代經濟組織之中，此種法則，確爲最新而且具有改革之精神；因此種法則之實行，無論在事實上或理論上，均已認定資本永無分紅之權利矣。此種

辦法，無異打破資本，卽不然，亦當減殺資本之勢力，僅爲一種生產之要素而已，實則，此制實行，則凡一切利潤，資本家素認爲應得之權利者，皆已歸還於原主。而股分資本則退居於債權之地位，僅得一定之利息而已。易詞言之，此時資本之地位，正與資本之視勞力者相同也。

不寧惟是，此種辦法，不獨取此人之利潤，而歸之於他人，且其從資本家移轉利潤於消費者，實不啻廢除一切之利潤；因利潤積聚之原因，由於取之於購買，今仍按數歸還於購買者，謂非廢除利潤而何。觀於法文之名利潤，卽可知矣。法文之於利潤，從不以利潤 (Profit) 名之，但名之爲花紅 (bonus) 償還 (repayment) 逾分需索 (overcharges) 而已。英國昔日慣稱之爲分紅 (dividends)，而今則名之爲餘利 (surplus) 焉。

利潤廢除云者，卽購成合作按照生產費用出賣之謂也；換言之，卽合作出賣物品，按照一種之價格，其數目正與物品生產時所費之財力相等之謂也。此種辦法，無異現實奧溫氏以來社會主義之迷夢。不獨此也，此種辦法，如果實行，則凡自由學派之理想，亦得證實；因此種辦法之目的，在於完成自由之競爭；而自由競爭之結果，則能使賣價接近於生產費而實行減少其利潤也。但處現在經

濟制度之下，此法無論如何，不能實行；因專利事業，所在皆是，障礙重重，決難證實，故惟在絕對自由競爭理想制度之下，此種障礙，方能完全廢除，而出賣之價格，亦能與生產費用相等矣。是則合作如不普及，則完全自由競爭之奢望，決難實現也。(二)

如欲計算歸還社員利潤之大小，第一必須明確社員購買之數額。因之，對於社員之購買，或在總帳另立一戶，分別記載；或將社員一切之購買，均記載於購買摺中，以便核算，否則，每次購買，可用節錄方法，另給一單，將購買總價記載其上，以便結帳時彙齊總計也。如我國有許多地方所設立之合作商店出賣物品，則無論社員與非社員，一律開給發票。詳載物品之名稱數量價格等項，以便核計。惟於社員，則另給一購買摺，購買之時，由社員帶店，將購買日期與總數記載其上也。

至上述三種方法之利害如何，則因無關大體，不多贅也。

購買之總數既明，則紅利即可計算。計算紅利之法，大概皆比例其營業之總數與所得之純利；然後將此比例之數額歸還於社員也。如合作營業總數為一百萬鎊，純利為十五萬鎊，或曰百分之十五；則購買百鎊物品之社員，即應得十五鎊之紅利。惟因出賣物品，獲利厚薄，常視物品之種類而

異，僅按單純比例而分配合作之紅利，似多未合。例如糖貨獲利極微，肉類常有損失，蜜餞則獲利頗厚；如果按照比例分配，結果必致不平，即購買糖肉者將受逾分之紅利，而購買蜜餞者必遭損失矣。

消費合作因欲免除此種之困難，亦有規定各物之價格，一律照原價加百分之幾，用平各物之利潤。例如蜜餞按照原價加二出售，則糖肉等類，亦須按照原價加二出售，初不問其市上之價格爲何如也。此種賣價之規定，完全出於自動；因之，高於一般之市價者有之，低於一般之市價者亦有之。惟此種辦法之能否可行，要視社員之程度如何爲斷；如社員對於消費合作有十二分之信仰，則不問合作之賣價如何，亦將一律購買；否則，有利則買，無利則否，合作必將受害。

消費合作分配紅利，對於各社員之所得，果有平均之必要乎？在吾人觀之，似可不必；因奢侈之物，利益最大，必需之品，利益最低；因之，消費合作分配紅利，如照比例算法，則貧社員必將受益，而富社員必將受損矣。此亦事理之平，誰曰不宜。

消費合作分配紅利，究用何法？按照洛須道兒之法則，則以現金爲之，而今世多數之合作，亦皆仿照此法也。惟比利時之合作，則會採用他法；分配紅利，不以現金，另給節錄，使社員易貨。此法之利，

在於社員購物，有所牽制，不便他往，而合作之營業，必將有增無已也。

然此法亦有缺點，不獨由經濟方面而言，此種辦法，有強迫社員加增消費之勢；卽由道德方面而言，以紅利易取物品，亦有加增合作利益之嫌。此實與一般商店之給與贈券，使顧客易取物品者無異也。不獨此也，合作分配紅利而行此法，則工人所有之勞銀，均將消費於合作，而無一錢可以自由使用矣。此與貨幣自由使用之原則有背，其爲不合，自不待言。

消費合作分配紅利，如能半年一次，則工人所得，常能加增，在反對合作主義者固曰：『有何所得？』卽如號稱合作最發達之英國，而計其所得，除去利息，剩餘利益，亦祇一千三百萬鎊；一千三百萬鎊之紅利，分配於三百萬人之社員，每家所得，亦不過四鎊七先令六辨士而已，區區此數，何能改變工人之境况。實則，每家四鎊七先令六辨士之所得，亦何必待實行合作而後可，卽組織完善之工團與購買組合，亦何嘗不能得到此數也。』然此四鎊七先令六辨士之紅利，僅爲平均之數額，不能作爲特種紅利之論斷，因（一）消費合作之中，不以增加社員之所得爲目的者，爲數頗屬不少，因之出賣價格，特別低廉；（二）三百萬人之消費合作社員中，僅有社員其名而無其實者，亦不知凡幾，既不

購買物品，自無紅利可得。蓋自由社會組織之特性，本在於社員之自由；社員而知組織之效用而樂用之，則用之可也；否則，自由組織之機關，決不能強人以所不欲也。消費合作所得之紅利，如不按照一般之均數而計算之，則特種合作社員之所得，亦實有不可輕視者也。

是故按照不列顛數年前調查之所得，潘斯合作（Perth Society）之社員竟有於二十六年間得至二百六十四鎊之紅利者；每年均計，得十鎊餘。又有於二十六年間得二百零八鎊者，每年平均得八鎊；孟切斯得（Manchester）塞爾福達（Salford）兩地之合作社員，有於十八年間，得三百六十鎊者；每年均計，約得二十鎊。此社員或為一高級之僱員，而非下級之工匠；然此與本題無關也。

(11)

德法合作社員所得紅利之數目如何，因無確實統計，不知其詳；但因特種之原因，法國合作分配之紅利，比較英國為低，則可斷言；大約平均計算，恐難達到四鎊之數額也。然其影響所及，則與小家仍多利益，證諸社員一年不得紅利，即示不滿者，蓋可知矣。

消費合作所得贏餘之多少，其原因極複雜：

(一)消費合作所得盈餘之多，少與合作經理之良否有極大之關係，蓋如合作經理不良，則其營業必不發達；營業不能發達，勢必入不敷出；入不敷出，自無餘利可分。雖照合作原理，合作不必多利；但其無利而由於無能力，管理不良，計算不精，雇員不實，不當之營業費用增加，購買之經驗不富，則其盈餘之減少亦實與合作之不必多利之原則不合也。

(二)消費合作盈餘之多少，須視股東對於合作之忠信與否爲斷。合作之股東，對於合作忠信之程度，彼此互異；以吾人之所知，合作即使發達，而仍有大批之股東，不常購買也。此或由於距離太遠，購買不便；或由於對於合作，感情不厚；或由於家人不願向合作購買；然不問其原因爲何，若而其不忠於合作則一也。

合作之中，亦有因股東之不忠，實行強迫之法者。無論何人，如於一年或半年之內，不向合作購買物品至一定之限度，即令出社。但此規定雖屬合法，然實行仍屬不多；因此種辦法，如果實行，則每年出社之股東，未免太多也。實則，股東對於合作之忠信與否，全爲教育之問題，而非強迫所能爲力也。

(三) 合作之成功與否，半視合作供給股東物品之能力如何爲判。如合作僅能供給麵包，或其他之雜貨，則社員即使忠信合作，購買數額，達於極度，而其所得之紅利，仍屬有限；否則，合作如能供給一切之物品，則社員均能全數購買，受益自大也。

英國合作社員購買之均數，較他國爲高，其原因即在於合作供給物品之能力，較他國爲大。至法國之合作商店，則以吾人之所知，僅賣麵包者，居一半；僅賣雜貨者，亦居一半。合作供給物品之能力如此，而欲股東購買數額之增加，亦實難矣。

(四) 缺少競爭，亦與合作之營業有關。如該處而無他種之商店，足與合作商店競爭者，則股東購買之數額，自然增加，故奧新 (Anzin) 合作社員每人購買之均數，計三十二鎊，紅利計六鎊；與一般之均數紅利相較，幾近兩倍也。

(五) 合作盈利之多寡，與合作出賣之價格，亦有一半之關係；蓋如他物不變，則賣價愈高，紅利亦愈大，賣價愈低，紅利亦愈小也。

合作售物，按照生產費用或曰以最低價格出賣者，祇有兩種之合作：

第一合作之社員，多係窮民；彼輩祇顧目前消費之省，不計將來儲蓄之益；因之紅利之有無，彼輩絕不之顧，而合作販賣物品，按照生產費用而出售矣。

第二合作社員，多係中人以上之家；其目的在消費之經濟，不在些微之紅利，合作社員，既不注重紅利，則合作自當以最低之價格出賣其物品矣。高價售物，或曰合作出賣之物價，高於一般之市價，則惟有行之於合作運動最烈之區。

上述兩種合作之不同，全在紅利使用目的之差異，第二種之合作，其社員之目的，專以個人紅利之增加，誇耀其合作之成績。故其紅利，常有多至百分之二十者，甚且如英國之合作，紅利有多至百分之二十五者。

在社會黨人所組之合作，如比利時之合作等類，其目的專在社會事業之改革，與黨勢之擴充，則賣價雖高，而與個人之分益，仍屬無關。惟以近今之趨勢，對於合作高價之出賣，頗多反動；一般之合作社員，皆願得相當之紅利而已。

合作高價售物，對於窮人，頗多不利；因窮人多寅食卯糧，高價買物，力有不勝也。此種辦法，易生

競爭結果必至同一區內，創設別種之合作以與之抗，而合作之精神從此掃除淨盡矣。

在英國對於『紅利加多』與紅利如何方能加多之問題，常多爭論。

此問題之答案，除曰紅利增加之方法，惟在合作經理之妥善，別無他道。反之，如將賣價提高，超過市價；壓低雇員薪金，低於一般勞銀；對於公益事業，減少資助，縮小準備，不事折價；一一以求合作紅利之增加，則合作之紅利，即使增加，仍屬無益。（四）

合作分配紅利，則社員之收入增加，而社員對此特別收入之使用問題以起。

社員收得合作之紅利，固不難於消費；然僅消費，則除增加消費之費用外，實無何種之利益。在法國合作社員，分得紅利，用之於遊戲者，不知其數，此與社員之本身，究有何益。如所得之紅利，為數頗大，或合作之精神，充分發展，則社員所得之紅利，或不致浪費於茶樓酒館之中，而用之特種產業如家用器具等類之購買也。此種情形，英國最為普通；而合作社員對之且有誇耀其家庭設備之美者矣。（五）

此外則社員之中，以所得之紅利，清償舊賬者有之；給付醫藥費者有之；而為子女教育婚姻之

費用者亦有之；蓋特種費用，無論何人，皆不能免，不獨國家爲然。惟既有特種之開支，即當有特種之收入；否則收支不能相抵，無論國家個人，皆不免有破產之虞。工人因無特種之收入，每遇特別之開支，其惟一之來源，即在債務之籌措。故能救濟工人，使免負債之苦者，惟合作而已。如工人之際遇較好，一期之內，並無特別之開支，則其所得之紅利，即可增加其儲蓄。(六)

但工人亦知此種紅利確爲儲蓄之要道，合作最大之目的，即在於此，不獨合作自身知道此種之利益，即經濟學者亦嘗稱此爲有莫大之效用；然則英法兩國之學者，皆謂合作除此以外，別無目的之可言，豈虛語哉。

英國合作社員，不論在會議席上，或出版物中，皆言撥歸教育紅利比率之減少。有人主張合作對於社員之分紅，不當超過百分之六或百分之七之比率，而將其餘一切之所得，『亦有百分之六或百分之七之比率，因合作平均分紅之數目，約當百分之十三又二分之一也，』皆撥作教育之經費。霍立約克 (Holyoake) 有言曰：『教育者，一切進步之本也。』觀此，則彼輩之主張如何，不言可知矣。惟英國合作撥歸教育之紅利，其比率雖屬減少，然較諸他國，仍然過無不及，因若法國等國，其

撥歸教育之紅利，直可謂絕無而僅有也。

合作教育，多自兒童教育始，然亦常與成年教育有關者；蓋合作教育之目的，一面固在特種合作之教育，（合作之組織，合作之歷史，合作之職務等）而他方則仍着重於普通之訓練也。吾人欲得良好合作之社員，必先造就良好之人才，未有普通教育不發達，而合作得能充分發展者也。（七）

合作教育之創設，常先兒童而後及於成年。合作教育惟一之目的，固在合作之教育……合作之組織，合作之歷史，合作之業務……然於一般之教育，亦常顧及；因合作之發達與否，與一般之教育，有極大之關係；換言之，如欲養成良好之合作者，非先養成良好之國民不可也。合作對於兒童教育，常行競爭試驗，擇優給獎，並將選文登載於合作之報紙中，以資鼓勵。合作教育委員會，由各合作，或由合作聯合會組織之，每當夏令，即集會於牛津（Oxford），劍橋（Cambridge），愛丁堡（Edinburgh）等處，商議一切教育之問題。委員到會，皆給津貼，會期兩星期，津貼之數額，自五鎊至六鎊不定。集會之時，猶有特定之演講十次或二十次，專重在合作問題之討論。此種集會，效果極微，充其量不過養成一二年輕工人之合作而已。故欲合作之發達，實非建設學校，特別教育合作社

員之子弟不可也。(八)

法國合作聯合會，亦有教育委員會，學生會，宣講團等之組織。此外各合作且有圖書館，大廳，戲園，會議室，醫藥室，體育場之建設，故人常稱此種合作爲人民之皇宮 (People's Palaces)。

西班牙之消費合作，雖不發達；然已建設兒童學校多所，從事於合作教育之實施。

比利時之合作教育，效力頗大；其對於教育之辦法，非若一般之學校，建設廣廈數百間，實行一般之教育，乃專藉兒童之集會，與報紙等之鼓吹，而實收其效果也。比利時之合作，且有反對飲酒之運動，此爲比利時合作之特點，實爲饒有趣味之事也。白蘭地與他種之酒類，比利時之合作，不准販賣。惜乎，法國之合作，即無此種之勇氣。(九) 蓋彼輩以爲合作即不販賣酒精，結果仍不能減少酒精之銷路；因合作社如不販賣酒精，而社員仍須往他酒店購買也。如是，則不獨於經濟無益，而且於身體有害；影響所及，且於合作本身亦多損失也。總之，道德與教育，不能與商業並爲一談；如欲硬將道德與教育隸屬於商業，則非滅殺合作之運動不可也。

匈牙利之合作，則以白蘭地爲合作販賣品之大宗；其目的專在與猶太之酒商爲敵，情尙可原。

也。

合作教育實施之方法中，當以合作社所出之報紙爲第一。實則一國合作運動之發達與否，可
以其定閱合作報紙之多寡爲判也。據吾人之所知，英國合作週報 (Coöperative News) 之銷數，
有十二萬五千份之多，合作月刊 (The Wheat-sheaf) 之銷路，有五十九萬三千份之譜。

瑞士合作報紙之銷路，尤較英國爲多，以瑞士之小國，其主要合作報紙之銷數，竟能多至十八
萬二千份也。因瑞士之合作社員，幾無一而不定閱合作之報紙，至報紙之代價，則皆由合作社代付，
而於紅利中扣除之。

至若法國合作報紙之銷數，則遠不如前述兩國。法國合作聯合會機關報合作運動 (Action
Coöperative) 之銷數，不過二萬份；其所得僅能與所費相抵。(十)

合作教育，如欲求得實效，更當實施於女子；因一則女子爲良母，於兒童之教育，關係甚鉅，二則
合作之成合，非有女子之同情不可也。單身之男子，加入合作者，無論何國，皆不多見；因單身之男子，
皆寄寓於宿舍，實少另立家庭之故，至若女子，則管理家政，所有日常必需之物品，無不經過於女子

之手；故欲一國合作之發達，必先將各國女子養成一良好之合作者不可。

但一般之女子，常願至合作附近之商店購買物品，而不願至合作商店購買者，其原因雖或由於商店之貼近，然各店之肯折扣，亦實有一極大之原因。

一八八三年間，英國組織一女子合作聯合社……即現在之女子合作基爾特……社員共四萬四千人，每年開常會一次，而合作週報中且另闢一頁以記載女子合作社之消息，荷蘭與匈牙利亦有同樣之組織，其成績亦頗不惡，法國數年前，雖有同樣之試驗，然終歸於失敗也。

(一)實則按照市價發賣之原則，非自洛須道兒始，洛須道兒以前，即有此法。當一千八百三十三年間奧溫氏尙未作古之時，合作會議，即已決定此法。惟其所得之利潤，則不分配於社員，而留存於合作耳。

(二)華勒斯(M. Wolras)謂在絕對自由競爭制度之下，利潤之限界等於零；然社會學主義者，與經濟學者，對此問題之見解，彼此稍有不同：社會主義學者，謂利潤廢除，利息亦當廢除；而經濟學者，則謂利息爲生產之要素，萬不能與利潤同時廢除也。至於合作主義之學者，則頗踴躍於兩主義之間而不能決。惟多數之意見，則與經濟學者相同，主張利息不宜與利潤同時廢除也。

- (三) 新出版之合作雜誌且謂紐梅合作 (Newmans Society) 之社員，有於二十六年間，得九百四十四鎊之紅利者。
- (四) 在英國，合作之紅利，平均為百分之十三又十分之五；而衆意以為太高。在瑞士，合作之紅利，平均不過百分之七。在法國，一般合作之紅利，不到百分之五。然在 Normandy St. Remy sur Avre 地方，有一合作分配紅利竟達百分之十七。

(五) 英國孟切斯得批發合作倉庫之內，家用器具，陳列極多。着衣鏡，梳妝檯，面湯檯，洗澡盆，風琴，鋼琴等類，莫不具備。以工人所組之合作，其出賣之器具，竟至於此，初見之下，每多疑慮；然細加訪問，則知此種器具之出賣，平時頗不多見，大半皆在合作分紅之時出賣之。雖購買之社員，多係重要之職工，然亦可知合作紅利之用途矣。

(六) 英國合作，此種之社員，頗不乏人，據吾人之所知，社員之中，有取得二百六十四鎊之紅利，而存儲八十八鎊於合作者；亦有分得三百六十鎊之紅利，而存儲六十鎊於合作者。就英國而論，每年所加之資本，終有三分之一為紅利（約一千三百萬鎊）。其歷年累積之紅利，不下六千萬鎊之多，其成績如何，亦從可知矣。

(七) 「吾人決不可減少教育經費，使僅足供教育合作之歷史與原理而已。如曰教育之經費，僅為發展合作之教育，與造就良好合作之社員，則合作社之自利心亦未免太富矣。」

(八)一九一九年間卡力斯利 (C. Lisle) 合作會議結果，決定建設合作專門學校一所，咨請合作聯合會之總部，募集資金五萬鎊，作為開辦之費用。今上海合作聯合會亦開有合作星期學校，不收學費，教授合作原理及普通科學。

(九)法國合作聯合會屢次決議禁止販賣酒類，而尤以一千九百零六年利慕善 (Limoges) 之會議為最堅決，其通過之議案，為「凡合作與合作聯合會，均應竭力設法，禁止酒精之販賣；」凡販賣酒精之地，必須完全禁絕，根據鮑愛美 (Boyve) 之提議（曾經聯合會通過）教育委員會應當首先對於合作社員解釋禁止合作販賣酒精之理由。」然決議自決議，販賣自販賣；合作會議雖經三令五申，而各合作仍置若罔聞，依然販賣如故也。

(十)此外尚有一月刊，名曰『解放』(L' Emancipation) 者，係鮑愛美 (Boyve) 於一千八百八十五年間所創立，乃利末學校 (School of Rimes) 之機關報，現為吾人所編輯；然其內容非僅為合作之運動而已。

第九章 個人主義之合作

個人主義之消費合作 (the individualist society) 在法國亦有名之爲中等社會之消費合作 (bourgeois society) 者，因此種消費合作之社員，多爲中級之人民，中級之官吏，與一般之小資本家故也。但吾人如以嚴格之定義，科學之方法，範圍此種之合作，則此種之合作，實多少含有資本主義之性質，除爲社員個人謀利外，別無他種之目的；然此種之消費合作，性質亦不一律，約而言之，可有下列四種：

(一) 合作社之分紅法，係按照資本之大小而定，不以購買之數額爲斷，倫敦官吏合作 (The Civil Service Stores) 之辦法，卽屬如是。就資本與社員而論，官吏合作，規模最大，惟夫分紅之權利，祇有股東能享受，其餘無論何人，皆不能顧問耳。官吏合作之目的，全在價格之便宜，並無改革社會，調和勞資之決心；故其資本之全部，皆爲少數社員之所有，而非由大多數社員所集合也。

此外尙有一種之合作，則僅提一部之紅利，分還於社員；此種合作，雖較前者稍優，然由嚴格之合作主義而論，則不獨與法律上有違，且於道德上亦有妨礙也。

(二) 合作社之分紅法，雖比例社員購買之數額而定；然其社員則常分爲二：卽一爲定額之社員，操營業管理之全權；一爲普通之社員，無列入大會之權利，塞兒之百貨商店 (The Department of the Seine) 之辦法，卽如是也。

然普通之社員，亦能變爲定額之社員；惟其取得社員之方法，須向他定額社員購買其股份，而不能如一般之合作，隨時可以加入耳。因定額社員之股份，得能移轉買賣，故其價格，亦常高下無定；是則此種股份，亦與一般商店之股份無異矣。

惟此種股份之價格，無論如何，不能爲無限制之升漲，因定額社員與普通社員既皆比例其購買之數額而享受分紅之權利，則其所差者，惟在一有營業管理之權利，一無營業管理之權利而已。不過因定額社員對於社中之公積，有單獨享受之特權。此種之股份，終與一般合作之股份不同，而實價常較其面價爲高耳。

(三)合作之紅利，劃分一部於執行部之社員，而不全部分配於一般之社員。此種辦法之原意，雖在獎勵執行之社員，藉以促進其合作之進步；然方法一變，而於真正之合作主義亦未免不合矣。

(四)合作之管理，無民治主義之精神；換言之，即所謂參與大會之權利，僅限定於執有若干股份以上之社員，而不普遍給予於一切之股東，或指定一種之職員，而不由大會公衆之選舉之謂也。

上述四種之合作，皆非真正之合作，有其名而無其實，萬國合作聯盟會亦不承認此種之合作爲合作也。

第十章 社會主義之合作

社會主義者之消費合作，其內部之組織與營業之方法，雖與個人主義者之消費合作無多差異，然其對外，則亦未免稍有不同：

(一) 社會主義者之消費合作，對於社員股本，按照一般通例，皆不給予利息；因社員主義者不僅反對資本之分紅權，而且反對資本之給息權也。此點不僅與個人主義之消費合作不同，即與合作主義者之消費合作亦屬互異。常為惟對於合作借入之款項，則仍付以一定之利息耳。

(二) 社會主義者之消費合作「階級」(class)之組合；換言之，社會主義者之消費合作，祇准工人入社，不然，即為下級之司員，此外無論何人，皆不允許。法國舊時合作交易所 (La Bourse des coopératives) 之社員合作，僅許社會黨人入社者，即此故也。此種限制，由表面而言，似乎太嚴，實則亦頗合理。蓋社會黨人之目的，既在以消費合作為階級戰爭之工具，則不屬於本級而為彼輩所反

對之人民，自無許其入社之理。否則，不獨無益，而且有害也。

(三) 社會主義者之消費合作，常注重於生產之社會化。易詞言之，即社會主義者以生產之事業，為消費合作之副業，非為獨立之機關，惟若是，社會主義者且更進一步而求土地之國家化焉。

(四) 至於分紅之辦法，則當分理論與事實兩者而言：蓋由理論而言，社會主義者以為分紅於個人，帶有資本主義之彩色，所有合作之贏餘，皆當用之於公益。然由事實而論，則社會主義者之消費合作實行此法者，實屬不多。據季特 (Charles Gide) 之所言，則謂社會主義者之消費合作者，祇有一家，即所謂聖克勞達 (Saint Clade) 之法亂太納爾 (Fraternelle) 一家而已。其餘大多數社會主義者之合作，則皆分配其紅利之一部於社員；因彼輩深知人類自利心不能免，如消費合作而無紅利之分配，則社員之人數，必大減少，不然，新進者亦決不能多也。惟因主義之關係，其分紅之比率，常亦不無限制耳。據吾人之所知，此種合作對於個人之分紅，其比率至多不過百分之五，其餘贏餘，則全部撥歸於公共之事業也。

至其撥用贏餘於公共事業之方法，則亦有種種之可述：

(一) 爲社員之公益起見，則有疾病準備金，失業準備金，以及養老金等之撥給。此法創自比利時之合作，其效用較分紅爲大，法國消費合作仿照此法者，亦頗不少；哪達百貨合作商店 (Department du Nord) 卽其一也。法國社會主義者之消費合作且有公共醫院之組織，社員有病往醫，不取費用，此種辦法，極堪注意；惟其免費一節，對於社會不無限制耳。按照法國合作之辦法，大概入社在一年以上，而購買數額以家庭計，達十二鎊至十六鎊，以女子未婚計，達七鎊至八鎊之社員，方能享受免費醫治之權利。

(二) 爲合作自身之運動起見，撥給一部之紅利，作爲教育等之經費。此點係洛須道兒先鋒合作之所創，乃今日一般合作之通例，凡知合作原理者，莫不知之。

(三) 爲一般勞動階級之利益起見，撥給一部之紅利，作爲補助階級戰鬪之經費，以便於罷工期內得有相當之補助。此法不獨行之於法國，且亦行之於比國。

(四) 第四種用法，最爲奇特，今日行之者尙少。謂社會主義者之消費合作欲於上述之三種用法外，另撥一種之公積，不准分配，不准沒收，即使合作解散，社員亦不敢分。其最後之用途，乃爲救濟

一般之窮民而已。今日歐洲之消費合作實行此法者，祇有聖克勞達之法亂太納爾而已；故法亂太納爾者，可謂歐洲社會主義消費合作之模範也。

