

立信商業叢書

商業概論

上冊

陳文編著

立信會計圖書用品社發行

書叢業商信立

論 概 業 商

冊 上

著 編 文 陳

行發社品用書圖計會信立

序

李士特氏 (List) 以商業發展，爲社會進化之表現。我國經濟建設落後，經過此次大戰，急待努力擴充。况以中英中美諸國商約之更訂，國際商務，尤將多所改觀。故商業知識，不僅爲殖貨之士所當貫澈，卽一般國民，亦宜共曉。且以往之粗諳門徑，聊資應付者，今則尤須提高水準，作更慎密之探討。願國內商業書籍，素感缺乏，其內容充實，編述詳明者，尤不可多得。吾友陳君瑛民，主持大中學商科教育，垂二十年，歷編簿記會計商學諸書，夙爲學人所推崇。入川以來，曾應本所之請，編著商業常識一書，爲各商科學校所樂用。茲復廣搜博採，精心撰述商業概論，洋洋三十萬言，仍列入立信叢書。其特點之可舉者四：理實並顧，搜羅宏富，一也。持論公正，見解透澈，二也。體制清新，剖析詳贍，三也。深淺啣接，程序自然，便於教學，四也。全書辭意條貫，綱舉目張，先後參考中外著作，不下八十餘種。每下一義，必多方推啟，不稍苟且。故語無虛發，事皆徵實。其於商務經營，主張分工合作，敬業樂羣，俾增效益。他如管理之科學化，交易之合理化，生產之標準化，企業之專一化，皆有精闢之指陳，足爲新商業界所取法。陳君過去著述，彰彰在人耳目，此書體大思精，益爲學者所珍視，蓋可斷言。余旣集資爲之付印，爰抒所知於其端。

商業概論 序

潘序倫序於立信會計師重慶分事務所
民國三十三年四月

凡例

一、本書所述商業，採取廣義解釋，凡商業社會之一切活動設施，及其有關事項，無不廣徵博採，兼包並容，以求充實。

二、本書理論與實際並顧，每一事類，必探溯其本源，推究其演變，對於各種制度學說，復本客觀立場，明辨其異同得失，以便抉擇。

三、本書酌採教科書體制，分章列節，系統明顯，惟仍根據事實之發展，為學習之單元。又各章節次均含有彈性，可就應用上之便利，酌量補充或約縮。

四、本書所用名詞術語，皆有翔實之解釋。關於抗戰以來之新事業，新制度，均依據官文書及最新頒佈之法令，分別纂述。其在試行或擬議中之設施，亦儘先予以介紹。取材截至三十三年三月底止。

五、本書為切於實用起見，對於日常通行之票據單證，多附式例；貨稅稅率，列舉計算公式。各種組織系統，多附圖表，并舉其應用之書契章則。

六、本書每章之後，列舉問題，以便複習。一章內容繁多者，每至一相當段落，即可先以之探討，不盡俟授畢，再閱問題。

七、本書係供商業專科學校應用。曾先在立信會計專科學校及中華工商專科學校等處試授，足敷一學年每週三小時之用。高級商科及大學商學院亦可取為教本。一般企業界資為參考書，尤多裨益。

八、編者另著有商業常識一書（出版處與本書同），內容編制與本書頗多聯繫之處，可取供參考。

九、本書參考中外有關圖書不下七八十種，不及列目羅舉。并承黃圭笙陳善林江源岷諸先生及康寶鈺汪迺昌杜可為諸兄協助探輯，俾底於成，應一併誌謝。

十、編者以編纂時間匆促，復限於俗冗，掛漏之處，在所難免，尙希博達賜正是幸。

三十三年四月編者於重慶中華工商專科學校

商業概論上冊

目錄

第一章	緒論	一
第一節	商業之意義	一
第二節	商業之起源	三
第三節	我國商業之演進	五
第四節	商業之效用	一六
第五節	商業之分類	一九
第六節	商業之要素	二三
第七節	商人	二五
第八節	商業使用人	二九
第九節	商業學與其他科學之關係	三三
第十節	現代商業之特徵	三六
第二章	商業組織	四六

第一節	商業組織之意義	四六
第二節	商業組織之重要	四七
第三節	商業組織之規模	四七
第四節	商業組織之方式	五〇
第五節	個人企業	五一
第六節	合夥企業	五五
第七節	公司	七一
第三章	商業組織(續)	一一〇
第八節	復合組織	一一〇
第九節	內部組織之體系	一二四
第四章	合作社	一四八
第一節	合作社之意義	一四八
第二節	合作運動史的發展	一四九
第三節	合作社之特質	一五三

第四節	合作社之分類	一五四
第五節	組織合作社之程序	一五八
第六節	合作社之社務	一六三
第七節	合作社之職員	一七五
第八節	合作社之辦事原則	一七七
第九節	合作社之聯合	一八一
第十節	我國合作事業之現狀	一八三
第十一節	合作社對於戰時之貢獻	一八五
第五章	商業管理	一八九
第一節	商業管理之意義及重要性	一八九
第二節	科學管理法	一九〇
第三節	商業管理之功效	一九五
第四節	人事管理	一九六
第五節	職工待遇	二〇三
第六節	貨品管理	二一三

第七節 事的管理……………二一六

第八節 事務所管理……………二一九

第六章 經商要務……………二三四

第一節 營業所……………二三四

第二節 商號……………二三六

第三節 商業帳簿……………二四〇

第四節 商標……………二四一

第五節 商品研究……………二四六

第六節 買單據……………二四八

第七節 進貨……………二六〇

第八節 市場分析……………二七六

第七章 經商要務(續)……………二八〇

第九節 銷售……………二八〇

第十節 廣告……………二九八

第十二節	吸引顧客	三〇六
第十三節	推廣營業	三〇九
第八章	貨幣	三二五
第一節	貨幣之起源及發展	三一五
第二節	貨幣之意義及職能	三二一
第三節	貨幣制度	三二六
第四節	貨幣價值	三四一
第五節	吾國貨幣制度	三五三

商業概論

第一章 緒論

第一節 商業之意義

漢書謂「通財鬻貨曰商」，白虎通釋意曰「商其遠近，度其有無，通四方之物，故謂之商」，此商業意義之見諸吾國古籍者也。惟近代商業，門類衆多，分部日精，其業務之營運，日趨繁複，組織之範圍，日漸擴大，迥非古昔之商業可比，故其意義，亦隨時代之推進而異其旨趣。茲將商業之意義，分爲狹義與廣義二種敘述之：

(一) 狹義的商業意義 狹義言之，商業係一種獨立企業，即指以動產作有價移轉爲目的之營業而言。申言之，凡以營利爲目的，直接或間接向生產者購進貨物，屯儲販賣者，謂之商業。依此解釋，則以營利爲目的，取得貨物，不再加工，而轉賣於他人之「販賣業」，始得謂之商業。惟此種界說，涵義過狹，已不能概括近代複雜之商業矣。

(二) 廣義的商業意義 廣義言之，凡以營利爲目的，直接或間接以貨物或勞力供應他人，而滿足其需要者，均謂之商業。所謂貨物，包括原料，半製品及完成品，所謂勞力，係

指直接或間接爲人服務，籍以收受酬金者。依此解釋，凡直接買賣之商業行爲及扶助販賣業發展之輔助商業如銀行，保險，堆棧，運送等業，以及製造或加工業等之技術上的行爲，皆得謂之商業。

就實際情形而論，現代工商兼營之事業，日見其多，吾人對於商業之意義，應採取廣義的解釋，且依我國商業登記法所規定之十六種「商行爲」中，有「製造或加工業」「印刷業」之屬於工業性者；並有「貸金業」「倉庫業」「運送業」之補助商業；是以商業一名詞，無論在潮流上及法律上，均取廣義之解釋矣。

我國曩時重農賤商，實受歷朝偏說之影響，傳曰：「土爲上，農次之，工商爲下」，農政全書曰：「金銀錢幣，所以衡財，而不可以爲財，方今之患，在於日求金錢而不勤五穀，宜其貧也益甚」。歷代詔旨，亦多以崇本抑末之說訓飭臣下，諄諄以務農爲本，工商爲末，於是農商兩業，軒輊判然。末流淺見，盲從其說，無異蠱毒，夷考昔日所以輕商之原因，殆非商業本身之卑陋，良以當時商人素質低劣，倉鄙狡詐，蝕人肥己，不知國計民生爲何事。時至今日，教育發達，新式商人之學識品格皆有極高之造詣，經營又皆知以福國利民爲前提，於是商人之地位與重要性日漸增高，且爲世人所尊崇矣。

「商業是否生產事業」商業是否係生產事業？歷來頗多辯難。古人輕視商業，置商人於四民之末，認商業爲非生產事業，實昧於生產之真義。蓋「生產」二字，照廣義之解釋，

則爲對於外界之物體加以勞力，增加其效用，從而使其發生價值之意。至於生產之手段，不外下列四種方式：（甲）變更物體之性質；（乙）變更物品之場所；（丙）變更物品之所有主；（丁）適應物品之消費時期。商業之職能，在以此時之商品供給彼時之需要；或以甲地之所有供給乙地之所無；並能介於生產者與消費者之間，移轉物品之所有主，創造「時間」效用（Time Utility），「空間」或「地域」效用（Space or Place Utility）及「人」的效用（Personal Utility）。至第一種生產方式「變更物體之性質」，完全爲技術的行爲，通稱爲狹義的生產，商業與此種技術上之行爲同爲產生或增加貨物之效用，對於人生之貢獻，並無差別。且在現代分業交通經濟之下，僅賴技術的行爲，尙不能完成生產之任務，必須直接間接移轉生產物至最後的消費者時，方能結束生產之全程。故商業對於人類之功效，與變更物體之性質之技術行爲，同樣偉大，其爲生產事業之一，實毫無疑義者也。

第二節 商業之起源

商業之發生，原因甚多，茲臚述其重要者如次：

（一）商業起於互滿個人慾望 上古草昧時代初民以漁獵耕牧爲業，生產上一切之所需，各自生產，各自消費，家給人足，無需交易，故無商業之可言。此種無交易之初民生活，在現代世界上文化落後之民族中，仍可見之。及後人類文明進步，開化較早之民族，對於日

常生活之要求，不僅以種種必需品爲限，於普通衣食之外，更有需求安適品，珍奇品，及奢侈品之企圖，此種種需求，以經濟上之術語解釋之謂之慾望 (Wants)。在文明社會之中，人類之慾望無窮，猶之江河流滾滾不及。且在人羣之中，各有其不同之慾望，錯綜複雜，千變萬化；近代之商業，即在供給種種商品，以滿足人羣中變化萬千之慾望，此商業發生之第一原因也。

(二) 商業起於互易各地特產 現代社會之中，商品種類極多，產地互殊，甚至極簡單之必需品，爲一國所需要者，往往本國不能生產，勢必仰給於他國，例如中國在先秦時代，三晉饒竹穀之產，齊魯富魚鹽之利，其間有無相易，惟賴商業以通之。又如近代中國以產絲茶著名，英美以製造機械及化學用品見長，雙方互以出品交易，亦其一例也。如是以甲地物產之有餘，供給乙地之不足，又以乙地物產之餘，供甲地之所無，此爲商業發生之第二原因也。

(三) 商業起於互用各地之製品知能 因各地或各國人民智能上之差別，亦足以引起商業之需要。例如甲地雖產種種豐富之原料，但不能製造成物，以供應用，而乙地雖缺乏原料，但有製造工藝之天才，如農業國生產之原料，必需運往工業化國家製成熟貨，內地所產之絲，必需運至通商大埠之工廠內，製成絲織品仍運回內地以供製衣之用。此種通轉原料以適應特殊製造知能之任務，均爲商人分內之事，故各地人民天才優越上之差別，係商業發生之

第三種原因。

(四)商業起於交通 又有時一種民族，既未產生豐富之原料，并乏工藝製造之天才，但由於擁有交通運輸之利器如舟車之類，供人使用，故在商界中仍占極重要地位，其任務為代買賣雙方運輸貨物，以通有無，如史記貨殖列傳：「武昭治咸陽，因以漢都，長安諸陵，四方輻輳，並至而會」，由此可知當時秦以咸陽為都城，咸陽居民多以商為業，即以有「四方輻輳，並至而會」之便利及運輸事業發達之特色，始克臻此。此在西洋，成例尤多，如中古時代之日內瓦人及威尼斯人，往來於南北歐洲及亞洲之間，經營運輸事業，將西方佛蘭德人 (Flanders) 之毛織品及棉織品與東方之絲織品互相交換。而在近代，如英國日本，其運輸事業之發達，無與倫比，故能操東西洋商業之霸權。如此從事異地或國際間之運輸交通事業，為商業發生之第四種原因。

第三節 我國商業之演進

第一目 上古商業

中國商業，發達甚早，自有史以還，即可考其變遷遞嬗之迹，蓋商業之進化，與文化相表裏，凡今日商業興盛之國，在四千年前，尚渾渾噩噩，處於草昧鴻荒之域，而中國文化，則已胚胎孕育於彼時，故商業發達，亦較世界任何民族為早。

太史公貨殖列傳稱「夫神農以前，吾不知已」，是以吾國上古商業之史實，自神農起始有典載可考，易繫辭稱「神農氏作……始列廛於國，日中爲市，致天下之民，聚天下之貨，交易而退，各得其所」。且見其時已定交易制度，可謂爲我國商業闢一新紀元。傳至黃帝，英資大略，拓土開疆，統一中國，作舟車，利交通，平定四方，保護商旅，改良幣制，創立度量衡，文化因之日隆，故商業亦漸興盛，獨惜洪水爲患，阻其發展。迨禹抑洪水，人民安居，商業始無阻礙，歷夏商二代，無大改革，至周而商業上之一切，不然大變，周初政教修明，文物典章，燦然大備，商政之善，足昭來茲。周末羣雄割據，爭圖富強，商業隨之滯進，加之管子計然范蠡子貢諸哲，生當其世，卓見精論，蔚爲時風，影響所及，大裨工商，一般視聽對於商業頗改舊觀，不可謂非興盛時期。

【歐亞商業之濫觴】西歷紀元前九世紀，希臘詩人荷馬（Homer）所著奧迪賽（Odyssey）詩篇中，頗有述及中國之事跡者，中國與希臘距有萬里之遙，荷馬旣形之歌詠，想總有所見聞以爲根據，由此吾人可以推想，中國與地中海沿岸諸民族，於荷馬生世，已發生交通關係，又據西方史籍所載，在紀元前一千五百年，腓尼基（Phoenicia）繁盛都會西頓（Sidon）地方，人民足跡曾至中國西部，將東方商品，運銷西方，以是西洋學者，認爲歐亞交通，係起源於紀元前三千年，而爲其交通之媒介者，除商業無由也。

中古時代之商業史，起自秦始皇，截至明中葉，其間歷漢三國晉南北朝隋唐五代宋元一千七百餘年之久，本國商業現象，並無蓬勃之發展狀態，揆厥原因，約有下列諸端：（一）中古之時，民風儉樸，慾望簡單，需要之物不多，貿易之效用未著。（二）自秦始皇而後，歷隋唐宋元各朝，全國上下，不以商業爲重，常有賤商之法令，抑商之政策。（三）由於爲信宿命論，自秦始皇求神仙以及漢武帝信方士，兼之漢儒董仲舒侈談陰陽，於是命運成爲中國人之普通信仰，商人遂就難有冒險弋利，從事遠征之精神。（四）時局變幻，擾攘不甯，內亂外患，紛至迭來，尤足爲商業發展之阻礙。惟此一時期，商業雖未充分發達，然近百年來，國內外商業之盛，實肇基於彼時，故商業上種種現象，多非上古時代所可比擬。西漢武帝，好大喜功，國威遠震，張騫通使西域，東漢班超繼之於後，安息大秦日南始通中國，國外貿易，實肇基於西漢之時，歷三國兩晉六朝雖時局不寧，然互市通商，交易頗盛。隋代開市張掖，唐宋及元均設有市舶司，國外商業，更形發達。元太祖崛起蒙古，開歐亞之商途，國際貿易，遠及於歐非兩洲及南洋羣島一帶，商品多係香料、瑇瑁、珊瑚、琉璃、珍奇之品，皆屬中土罕見，驟得享用機會，不免欣羨，盛況空前。明室遣使西洋，國外貿易，亦形蓬勃，此互市之擴張超於上古者也。

我國易中之具，雖遠起於太昊之時，然紙幣與票據之通行，實創始於中古，漢武帝用白鹿皮爲幣，令值四十萬，唐之飛錢，宋之交子會子，元明之鈔幣，皆開近世紙幣與票據之先

河，由此可知，中國之商業，已由上古時代之實物交易進化至中古時代之貨幣交易；且自唐代以來，卽有紙幣之運用，於是貨幣交易之外，又早樹立信用交易之先聲矣。唐代商人及市官之法律規定詳密，近世編訂商法，多相述參考及之，此又商業法規之釐定超於上古者也。以上所舉，特其犖犖大者，此外商業上一切爲上古所無者甚多，故中古商業與上古相較，則繁簡不同，盛衰互異，洵我國商業逐漸發展之時代也。

第三目 近世商業

本日所述近世商業，係由明武宗正德元年至清宣宗道光二十二年，卽西歷一五〇六年至一八四二年此時期中，自明武宗時始，歐人正式東漸，中國商業掀起空前變化；迄清道光時止，中外互市，演進之結果，中國數千年傳統之閉關商業政策完全打破，爲我國商業隨政治外交而走向國際角逐市場之關鍵。

清代在入關以前因物產缺乏，常與關內明室及江（鴨綠江）南高麗互市，故頗重視商業，惟迨入關以後，卽深染漢族傳統之積習，重農而賤商矣。

中國以傳統賤商之故，對於外人東來通商非抱深閉固拒之態度，卽採羈縻憐柔之政策，不知海外殖民通商之重要，反嚴海禁。自前期鄭和下西洋後，國人私往海外經商者雖多，但明代政府漠然視之，至於清代則因海外華僑不乏遁跡遺民，時蘊光復故國之革命思想，政府對之，不僅漠視，甚至得悉華人在海外備受歐人侵虐之消息，反置若罔聞，清室居心之酷，

寫成華人在海外經商之一段血淚史，華僑見斥於海外者，由來久矣。

當時歐人之來中國經商者，多屬探險牟利性質，對於中國情形不甚了解，對於中國岸然自尊之態度，亦懷莫測高深之心理，惟以彼輩來華志在通商，一如昔日匈奴之「貪漢財物」，輒不惜降尊屈貴來朝上國，如佛朗機（即葡萄牙），紅毛（即荷蘭）噶咭喇（即英吉利），羅利（即俄羅斯）等，最初與中國通商，均借朝貢之名，而行互市之實者也。

關於幣制，清室入關前，硬幣與紙幣均通行，但自穆宗隆慶以後，紙幣遂不見於交易場中，即硬幣質量亦大壞，銅錢壅滯於下，而不能通行於上，清室入關之初，紙幣雖仍通行，但不久即廢，然而此時期票號創設，匯票大行，中國金融界乃發生一大改變。

明末清初，邊塞互市，以茶馬為大宗，中土產茶，塞外產馬，番人以茶為生，無茶則病，清室入關後，陸路交通，開拓甚多，馬為陸上交通要畜，有此需要，於是設市互易，先後與秦洮河雅瀾門西甯諸地設茶馬司以掌其政，清室起自東北，本習游牧，馬匹既多，馬政自良，便利交通者至鉅。

明中葉以後，互市於廣東者僅西域回人，南洋土人與少數歐人，及至清代歐人經商來集於廣東者日多，交易亦日臻發達，在華人方面有「公行」之設，外人方面有商館之制，廣東之地位，於國際貿易上日見重要，惟此期所輸入者，以鴉片為大宗，可謂國際貿易史上一大污點，不僅國計民生兩受其虧也。迨後林文忠公毅然禁拒，甚至不避釁畔，折衝抗爭，誠足

令人欽崇。

此時期以國土之擴展，在貿易意義上亦略有不同，例如東北吉黑區域明代一度屬外國，清代已入版圖，因而東省所產東珠人蔘以及貂皮之類，在明代爲輸入品，至清代則爲土產，且入關之數量亦大增，業此者亦日繁有徒，并多僑豪商巨賈，在西域方面，則自清高宗（乾隆）平定回疆以來，甘肅口外，新疆境內開展庫車阿克蘇烏什和闐葉爾羌喀什噶爾諸地，均有市集，買賣「易中」（卽幣）多用清代歷朝所鑄之制錢，與內地相似，故回疆與內地之貿易往來，在明代爲國際性，而迄清高宗後卽屬國內性。

明清之間，關於商業形勢之變遷，尙有數端，足資論述：例如各海口有關貿易之官制，在明代尙沿稱「市舶司」及「市舶使」；迄清代卽改稱海關與海關監督。至於來華經商之外人，明代以前，以回人居多，間有南洋人與非洲人；歐人居少數，但自清初以來，形勢陡殊，歐洲商人之勢力日大，而回商之地位漸趨沒落，非洲漸次淪爲歐人之殖民地，本身竟無國外商業之可言，與中國已無直接關係，美國於清初來華通商，開中美交通之新紀元。

自西荷荷蘭諸國挾其海外殖民政策，於明末來華通商，遂開西洋帝國主義經濟侵略之端，其後東西洋各國，或挾其工業革命所產生之貨品，或挾其資本主義所孕育之企業組織，紛來中國，蓄意經營，於是。中國遂罹於東西洋帝國主義者羣相宰割之慘禍，雖曰政教不修所致，要亦工商業之落後，有以致之也。

第四目 現代商業

中國現代通史，當自鴉片戰爭敍起，中國現代商業史，更當自鴉片戰爭敍起。良以鴉片戰爭，實爲帝國主義對華經濟侵略之開端，亦卽中國商戰失敗之首頁，此後中國對外通商，全受條約束縛，稅則修改，亦須與外國協定，以關稅抵償外債；海關由外人管理；既損利權；復辱國體；歐美商人，持強擴張在華商業，已成喧賓奪主之勢，國際貿易之逆勢，至今未復。

鴉片戰爭結果，締結南京條約，准英國開廣州福州廈門甯波上海五口通商，并割香港與英。香港一島，爲各國對華進出口貿易必經之地，自是英國於對華貿易方面，得有特殊重要根據地，且復控制中外通商之全局。

太平軍興，東南十餘省迭遭燹亂，商業凋敝，自不待言，惟上海一隅，以有租界，故江浙富商，相率趨避，華洋互市，租界商業，特形繁榮，尤以華絲出口貿易最盛，上海在中國現代商業史中，佔重要之地位，卽肇端於斯。

太平役後，北方則有英法聯軍破天津入北京；淮北則有捻黨之亂蹂躪中原；西陲則有回部之亂，陝甘新疆俱遭波及；各當地之商業均因之停滯，損失之大，自不待言，且英法之役，結果更使帝國主義經濟侵略之勢力，伸長至中國腹地，貽後世以無窮之禍患。

自同治十年（一八七一）至光緒十年（一八八四）之間，爲清室中興時期，海內承平，

商業得以漸次恢復，工商業漸染歐化。蘇彝士運河又於此時完成，歐亞水程縮短，歐洲商人及商品運至遠東，以及中國之絲茶輸入歐洲，均獲空前之便捷，中西電報亦於此時交通，於商情之報告，尤感靈速，招商局創設於此時，為中國自備汽船經營航業之始，中國機械工業亦創辦於斯時，如蘭州之毛織廠，九龍之火柴廠，及上海之紗廠等是。

甲午日俄兩役，日本倖勝，其經濟勢力日就伸展於南滿。庚子拳亂，辛丑和約，以中國之大，於京師重地，環向八國鯁然為城下之盟，自是每年賠款數額，遂為國際間之重大負債，迄今深累國民而未已。

自是清室鑒於外國之富強，乃下詔變法，銳意維新，中央新設商部，專司振興商業事宜；外則倡立商人團體；提倡商業專門教育；獎勵民間商業經營；保護海外僑商等，大反數千年來之賤商政策，商人之地位遂日見提高。

金融方面，中央及各省設廠鑄幣（銀元），確立銀本位制，新式銀行除外商在華設立者外，本國官商兩方均有銀行之創辦，漸近沒落之票號及舊式錢莊亦相輔並存。

【民國成立後之商業】

辛亥革命，清社遂屋，民國初期，受軍事影響，商業頗形衰敝。袁氏執政，內局雖告粗安，但仍不免時有兵匪擾亂，故國內商業，難有滿意之望。其時稍可差強人意者，一為幣制之統一，全國一律通用「袁頭」銀元；二為工業之進化，民營工業如絲廠、麵粉廠之類，數

目加多；三爲銀行之勃興，清末官商銀行僅寥寥數家，入民國後銀行家數突增。

民三適值歐戰爆發，遠東局勢大變，中國商業之推演，又入於特殊之階段，日本攻奪青島及提二十一條之後，中國常有排斥日貨之舉，後值五四運動，以致全國罷市罷工，影響商業亦鉅。

歐戰期間，德國藍旋來源斷絕，中國市上旋價大漲，同時紗業勃興，銀行發達，又因金價大落，銀價暴漲，在國際貿易方面，一反昔日之匯兌逆勢，而獲厚利，惜乎！我國未能乘此金價低落之時採訂金本位制，以致貽戰後金貴之無窮虧損，誠失計也。

戰後凡爾賽和約既成，我國獲得修改稅則之權，後於華盛頓會議，得正式解決此問題，故能於民國十八年以後正式入於改良稅則之途。

國內方面，民九以來，北方飢荒，天災流行，人禍頻仍，於是農村經濟破產，食料一端，竟爲入口之大宗，農業國家而農產缺乏如此，可謂慘痛之至矣。此外北方政府迭起波瀾，濫舉債務，漸至本國銀行界多捨銀行之本業而專事公債交易之投機，以博取特殊之收益，此乃金融界之變態。

民國十五年，國民軍北伐，轉戰經年，統一中國，定都南京，建立國民政府，其於商業方面之建設，重要者有下列諸端：（一）十七年開經濟財政兩會議，建議經濟財政案件，提交政府核奪施行者甚多；（二）爲中央銀行之成立，建立中華民國正式的國家銀行；（三）

即二十年之實行關稅自主；（四）即裁撤厘金及舉辦營業稅。此外關於幣制之整理與改革，則有二十二年之實行廢兩改元；二十四年之實行通貨管理（或曰白銀國有）政策。

二十二年間，以美國通過白銀法案，高價收買白銀，我國現銀偷漏出口者為數至鉅，幾至銀本位有不能維持之勢，白銀國有制，即針此之對策也。當此時也，中國農村衰落，都市膨脹，（農民羣趨都市謀生），以致工價低廉，生產過剩，物價下落，形成所謂工商業不景氣現象。

「抗戰以來之商業」

二十六年抗戰軍興，全國經建文化，均遭遇空前之摧殘，賴我最高領袖之指示，全國軍民之奮鬥，一面抗戰，一面建國，對於商業行政，尤多革新之處，茲舉其瑩瑩大者如次：

關於財政者為樹立直接稅體系，籌辦專賣事業；關於幣制金融者；則充實準備，集中發行，厚集金銀，吸收外匯，以鞏固法幣，強化金融機構，建設西南西北金融網，以貫通後方經濟脈絡；此外復管理外匯，防止資金逃避，統制對外貿易，平衡國際收支，管制物資，以穩固經濟壁壘，厲行限價政策，嚴禁囤積居奇，以穩定物價；此皆政府苦心孤詣，雷厲風行，昭著成效者也。惟有不容諱言者，即抗戰初期，江海沿岸，精華盡失；淪陷區物資被掠；敵貨傾銷，工商基礎摧毀殆盡；太平洋戰發，港越淪陷，泰緬相繼棄守，國際海陸交通中絕，貿易幾呈窒息狀態，然而後方生產仍堅毅苦鬥，力圖奮發，今則翳雲漸散，勝利在望，神

州恢復，教訓生聚，舍我子衿，其將誰責。

「平等新約之訂立」

英美兩國爲表示友誼及尊重我國國際地位起見，於民國三十一年雙十節同時宣佈自動放棄治外法權及租界，我國並主張將通商口岸制度，公共租界內特別法院，外藉引水之雇用，外艦之任意出入我領水，外人之經營內河航行及沿海貿易等特權，亦一併廢止。三十二年一月十一日中美中英兩新約分別簽字。並決定於戰後六個月內開始談判新商約。

自英美聲明放棄其在華特權後，荷蘭、比利時、挪威、巴西、及英屬自治領加拿大、澳洲、南菲聯邦等，亦均先後進行談判，擬訂新約。日本德意志，意大利等軸心國我已與之斷絕邦交，法國因其本身之非法行動，過去所訂不平等條約或已當然無效，或已宣告廢止，均足爲中外貿易開闢新紀元。

本目所述，中國現代商業，自鴉片戰爭以迄於今（民國三十二年八月），中經百有一載，於數千年之我國歷史進程中，本不可謂長；但事實之多變與複雜，則爲亘古所未有，然而世變方殷，往後中國商業之前途，究將演變至如何現象？此時雖未可遽作斷言，但可注意，此百年來中國商業之推演，必與中國將來商業之推演有極深厚之因果關係，過去百年中，因國人昧于國際情勢；不諳外交習例；昏瞶頑固，妄自尊大，商業知識幼稚，商業人材缺乏，以致經濟侵略，紛至沓來，亦祇得俯首順受，今後國際之經濟角逐，將百倍劇烈於前百年，

吾人鑑往勵來，能不寒慄？競存之道，其惟急起直追乎！

第四節 商業之效用

第一目 商業一般之效用

商業之於國民經濟，猶動脈之於人體，其重要當不言而喻，茲先將其一般的效用分述於下：

(一) 調劑供求平均物價 商人運銷販賣，懋遷有無，使貨物得以自由流通，有平均各時各地之物價，並減少其變動之功效，例如商人在廉價之時，與價低之處，買入某種商品以減少其供給量，結果使其價格不至下落，一方面又在高價之時或地方，出賣某種商品，以增加其供給，結果可防止該商品價格之騰貴，如此以調劑商品供求之方式，使價格趨向平衡，此平均物價之作用，使生產者與消費者（即社會全體）均受其益。在生產者方面，可以使收入平均，不受賤賣之損失，在消費者方面，可以經常保持消費定量之貨物，由此所得之實益，必超過於前後分配不勻時之消費，消費者享受之價值既經增大，而物品的效用亦於焉增加。

(二) 指導生產促進分業 商人供給農工業者以原料機械，更爲之觀察市場之需要，社會之好尚，隨時加以報告及指導，同時將其產品，力爲推銷，凡遇市價有意外激變時，又能

代爲負擔其損失，（如辦理保險），使農工業者危險減少，安心從事生產，並得厲行分工合作，業有專精，技藝得以純熟，產量亦隨之而增加。

（三）溝通文化維持和平 溝通各國文化，爲商業重要之作用，商人懋遷有無，毋違勿厝，足跡所至，文化亦隨之俱來，東西文化之溝通，全係商人之媒介。我國發明之造紙印刷及火藥，即因商人之往還，而得傳入歐洲，西方之天文曆法，及機械工藝，亦因通商而傳入中土。商人於運銷貨物之時，將各地之知識、意思、技能、藝術互爲傳佈，其結果不特足以輔助各地文明之進步，且可使國際隔膜消除，感情溝通，利害關係日益密切，法典制度漸趨一致，促進世界和平，裨益學術文化，厥功至偉。

（四）擴展貿易增加國富 一國人民生活之維繫，如單憑國內之富源，往往有捉襟見肘之虞。現代生產已由人的分工，地的分工，進而至於國際分工，如某國爲農業國，某國爲工業國等等，同爲工業國，又各有其特長之產品，如此國與國之間，亦需要商品之互易。苟能認清國際市場之需要，儘量發展國際貿易，鼓勵國貨出口，則國家之收入增加，財富自充。

第二目 商業各別之效用

次復將近代重要商業各別之效用，略述如次，以資闡揚：

（一）買賣業 買賣業發生最早，爲商業之原始業務，其功能足以調劑供求，平定物價，促進分業，增加生產，溝通國際於文化，促進世界和平，使各國之關係，日趨密切，對於

邦國及民生之貢獻殊大。

(二) 銀行業 銀行者一方面吸收社會之游資，一方面以之高速度周轉融通於產業界，充分發揮資金之時間效用及空間效用，提高信用，促進生產，裨益社會經濟，實非淺鮮。

(三) 保險業 保險商為普通商人分負意外損失之責任，當商人貨物在運輸途中或貯藏期內，發生水火、盜竊、地震、變亂等危險時，保險業者負損害賠償之責，使商人得以安心經營，無所顧慮，直接助長其企業心，間接促進生產之發展。

(四) 運送業 經營運輸業者，代商人迅捷輸送貨物，以供市場之需要，兼使各地交通便利，消息靈敏，文化溝通、感情融洽、國際和平、賴以維持。

(五) 倉庫業 倉庫商在各地建設倉庫，代理商人保藏貨物，以便待價而沽，免除一般商人自行建倉儲貨之麻煩，厥功不小。

總括言之，吾人衣食住行，生老病死，贍用所資，無一能脫離調運販儲而臻供應周備之境，閉目思之，無非商業世界，商業之於人類文化，貢獻亦大矣哉。

第五節 商業之分類

社會經濟愈進步，分業亦愈精密，現時商業已漸次分化，成為許多不同之專業，茲述其重要者如次：

(一) 依商業演進之程序而分類 可以分爲固有商業與補助商業二種，固有商業即買賣業，凡買進賣出，直接引起貨物與財幣之轉移者皆屬之，任何社會中，必先有是類商業。就其業務範圍之大小，又可分爲批發商及零售商，批發商乃直接向生產者躉購大量之貨物，分配於零售商人以供銷售者也。所謂零售商者，乃從生產者或批發商購入貨物，直接供給於消費者之商人也。至於補助商業，乃係以金錢或勞務爲商人盡力介紹，轉運，保管，負擔危險，融通資金等，如經紀業、運輸業、銀行業、保險業、堆棧業等，此類商業，乃於固有商業發達之後，出而分助其繁忙者也。

(二) 依販賣商品之不同而分類 商品有動產、不動產、及證券之區別，經營商業者，可依其買賣商品之不同而分爲動產商業，不動產商業及有價證券商業。動產商業，是經營除土地及其定着物以外之財產之商業；不動產商業是以不動產爲交易目的物之商業；有價證券商業，則以有價證券爲交易目的物之商業，所謂有價證券，是在表明權利時，必須占有之一種票據，例如股票，公債等證券，本爲動產之一種，惟因其具有特種性質，且買賣手續，有異于普通商品，故通常均另成一類。

(三) 依通商之境界而分類 可以分爲國內貿易，國外貿易，及通過貿易三種。國內貿易，係買賣雙方均在一國領土以內之商業，如販運國貨以分配於國內各市場；經營內河航運；組織地方銀行之類是。國外貿易，亦稱國際貿易，其營業範圍，具有國際之性質，如販賣

國貨以供外國市場之需要；或供給船隻，航行於外國港埠之類是。國際貿易又可分為輸入貿易及輸出貿易，凡販運國貨以供給外國市場者，為輸出貿易，販賣外國之商品，以分配於國內之市場者，為輸入貿易，更因經營方法之不同，又可分為直接貿易與間接貿易，直接貿易是本國商人與外國生產者或商人直接發生之交易，後者的經過第三者為洋行之類之居間。至於通過貿易，乃生產國輸送物於消費國，經過中間國家所行之商業也，如美國之罐頭食物，輸往菲列賓，經過香港時所行之交易，均屬於通過貿易者也。

(四) 依經營之主體而分類 可分為私營商業與國營或公營商業二種。由私人經營者稱為私營商業，由國家或公共團體經營者，稱為國營商業或公營商業。國營商業中，以郵政、電報、電話、鐵路、銀行為最著，各國之郵政局及中央銀行，全為政府所經營，大抵有獨佔性或與社會秩序及利害關係太密切之事業，如公用事業等，以國營者為多。

(五) 依商人之地位而分類 可分為自營商業及代營商業。前者係商人自己經營者，後者係商人代他人經營者，代營商人，不負交易上之危險，營業如有損失，仍由本商人負擔，民法上之代辦商，即代營商人顯著之例。近世商業發達，範圍及內容日趨複雜，經商之技能與知識，亦日益繁瑣，今日之商人，勢難親自執行一切業務，必須託人代事經營。

(六) 依規模及資本大小而分類 可分為大商業及小商業兩種。大凡行棧莊號，直接向生產者，或國外廠商，買進大宗貨物，再行批賣者，稱為大商業，如我國滬港之先施永安新

新及其他百貨公司等，即其顯著之例。細小店舖，向批發商買進貨物，然後零售于消費者，謂之小商業，我國商業登記法規定，凡沿門在道路買賣物品之商人，或手工範圍內之製造人或加工人，及其他小本經營之商人，謂之小商人。

(七) 依營業之處所有無固定而分類 可分爲居貨商業，及行貨商業。居貨商業之店址，係固定的，其資本比較充厚，貨物種類亦較爲齊備；行貨商業，無一定之營業場所，係買進貨物之後，攜帶出外，沿路兜售者，例爲日本人之賣仁丹，蘇聯人之賣絨氈。以及我國各地肩挑手提之小販，或攜帶商品在舟車中往來炫售者均屬之。

(八) 依交易時有無實物而分類 可分爲需要商業與投機商業。需要商爲日常需要貨物之實際供給者，買賣時俱有實物。投機商大多「買空」「賣空」，不必定有實物以供交易，不過藉市況之變動，從中取利，如標金與公債之買賣等是。

【買空】 買主視某物將有漲勢，預向賣主訂定期交割之購買契約，及期果漲，買主仍依預先約定之價格付款，幷如約收貨，一方隨即轉售于人，（當依漲價後之價格），立即獲利；倘屆時賣主亦覺該貨有續漲之勢而不願交貨時，祇須得買主之同意，貼價買主以買賣之差金（至少爲交貨後買主可以獲利之數），如是則買主亦復不勞而獲，此種買賣方式，儘可不備實物，純測市價之上落以博取利益，在買主之立場言謂之「買空」，上海俗稱「多頭」，華南市場稱「看好」，華北市場稱「長貨」。

「賣空」賣主視某物有跌價之趨勢，預爲覓定買主訂期交割，訂交時賣主儘可不備該貨，及期果跌，賣主臨時向市場以跌落之低價補進該貨，交給買主，而買主仍須依訂約時之價格（較高之價格）付款，於是賣主有利可圖矣；苟買主及期亦感該物勢將續跌，不願出此高價向買主收貨，祇須得賣主同意補償其買賣差金（即賣主于該交易可以獲利之數），賣主亦屬不勞而獲；此種買賣方式，在賣主方面言，謂之「賣空」，上海市場俗稱「空頭」，華南市場稱「看壞」，華北市場稱「短貨」。

除上列各種類外，尚有陸上商業與海上商業，母國商業與殖民地商業及游樂商業等。（如供人娛樂之戲院、跳舞廳、遊戲場、海浴場等）。

第六節 商業之要素

商業係一種廣義的生產（具有經濟作用的生產），其任務祇在將原始生產物（原料品）及工業製造品轉移至消費者之手，至於技術的生產（工業製造），嚴格言之，不在商業範圍之內，因此商業之生產要素，乃與農工業之生產要素不同，不以「土地」爲要件。商業之生產要素，不外下列四項：

（一）「勞役」係指商人及商業使用人之服務而言，商人即以營利爲目的，有組織的經營物品販賣，或以金錢或勞力補助物品販賣爲業務者。商業使用人，則係協助本商人（業

主)從事經商之佐理人員(其詳于下節再論之)商人又可分爲大商人與小商人，大商人爲企業家式之商人；小商人則爲近於勞動者之商人。大商人之勞役，普通包括「企業心」及「企業力」兩種，所謂「企業心」，即係探求富源之勇敢與冒險精神及創業之抱負與開拓新市場之決心；「企業力」則爲遠大之眼光，經商之知識技術，經驗，毅力與道德等。

(二)「資本」商業資本爲經商之重要元素，包括業主投入之金錢或財產，其特質爲：(甲)商業資本固定者少，大多爲流動資本，非如工業資本之投入生財及設備者佔其大部份，(乙)因其性質流動，故無須大量，(丙)商業資本之運用，非如農工業之受機械勞力等限制，故其彈性比較強大。

「商業資本之類別」商業資本種類頗多，第一，有「原本」及「借本」之分：「原本」係業主或股東最初自行投入之商業資金。「借本」爲自外界借入之資本，例如銀行透支及公司債是。第二：有形與無形：凡有一定形態之財貨，如現金，商品，牛產房屋等爲有形資本；無形態之資本如商譽，商號，商標專利權等爲無形資本。第三：固定和流動：固定資本係用之於生產，而並不立刻消失其形態與使用者，例如營業所用生財機械房屋等，流動資本即係「活本」，如現金，有價證券等，一經使用，其形態及效用即行消失者也。第四：特定與不特定；凡指定特種用途之資金，如建造廠房，購置用具者，謂之特定資本，其未指明用途而可自由處置者，稱爲不特定資金。

(三)「商業信用」商業信用亦為商業經營中之重要元素，其效用且超出於資本之上。信用之發達，至今而極，現今之經濟制度，與其謂為貨幣的，毋甯謂為信用的。信用對於社會之利益，第一，能節約資本，因此減少製造貨幣之費用，第二，信用是以一紙票據為代表，無搬運計數現金之煩，可使交易靈敏而經濟。第三，能使資本之效率大增，例如一公司資本僅數萬元，但憑信用交易，可做百餘萬元生意，如此資本之流通效率即提高數十倍，結果可以促進生產事業之發展。第四，能提高人民之品格，蓋人民欲運用信用，非具有良好之品格，獲得債權人之信任不可。

信用雖為經商之一種有效工具，惟須善於運用，若運用不當，足以造成債務人浪費，財富之分配不均，誘發過度之投機及招致經濟恐慌之危險等。

(四)「商品」商品為商業經營之目的物，故亦為商業要素之一。在現今資本制度之下，各種日用品均行分業之生產，故商品之種類與數量，日益增加。至於良好商品應具之性質為(甲)須為一般社會所需要，價格不可太高，而其數量不得太少，故廉價之日用品較高價之奢侈品更為重要。(乙)須品質整齊，不整齊之商品，實行接受時，須經一一檢查，不使於大量交易。(丙)須容積小，重量輕，而又能耐久，否則即不適於搬運與保藏。

(五)「商業組織」在現今交易複雜時代，商業經營，若無系統的組織，以確定權限，認清責任，則業務即不克循規進行，其效率自亦無由充分增加也。

第七節 商人

第一目 商業習慣上之商人

商業爲聯絡生產與消費之媒介，在國民經濟上，佔有極重要之地位，我人對之，必須加以正確之認識。今之所謂商人者，不僅包括具備形態之自然人，即法律上認爲具有行爲能力之公私法人，亦得以經營商業而被認爲商人。茲就商人在業務上必具之要件，分述於下：

(一) 商人須以營利爲目的，運用其資本及信用，有組織的繼續經營物品販賣之業務者。商人對於業務上之動機，必須爲牟利，否則即非商人。如有李姓者，出資購辦大宗商品，佈施於貧民，則其行爲雖具有聯絡生產與消費之媒介，但因其目的不在營利，祇可稱爲慈善家，而不得稱爲商人。若李姓以其商品之一部份分贈與人，作爲貨品之試用，則李姓爲商人，而非慈善家矣。又商人販賣貨物之行爲，須有計劃，有組織，並須陸續添配貨物，以資陸續供應市場之需要，而擴張其業務者。

(二) 商人須以媒介交易於中取利爲業者。商人介於批發者與零買者之間，或生產者與消費者之間，代爲介紹買賣，促其成交，從中取得佣金爲職業，如代辦商，居間商及行紀商等，若僅爲友誼關係，代人媒介交易，則非經濟行爲。爲此種媒介者，亦不得稱爲商人也。

(三) 商人之行爲須有助於買賣業之發展者。商人之行爲，雖無直接貨物之販賣，然間

接必大有助於商業之發展，如銀行業貸放款項，以流動商人之資本，代付貨銀，以免攜帶現款之危險，保險業者承保貨物，負擔危險責任。運送業運輸貨物，以資轉移。堆棧業屯儲貨物代爲保管，凡此種種，無不予販賣業以莫大之補助，使其於市場經濟，得以普遍發展也。

「大商人與小商人」商人以其經濟的地位而言，可分爲兩種；即（甲）企業家的商人（即大商人）——乃係國外貿易商，國內市場之批發商及大規模之零售商，具有企業心，企業力，資本與信用等三項要件。此種商人，已成爲一種專門職業，（猶如會計師及律師然），對於資本之募集與統制，具有偉大能力，在現代資本主義的社會，往往足以左右政治，歐美各國，對之有商業王（Captain of Commerce）之稱。（乙）近於勞動者的商人（即小商人）——此種商人，係規模極小之零售商，在商人中占其多數，其在國民經濟地位上，與勞動者相去不遠。

第二目 法律上之商人

依照法律上之規定，商人爲「商業主體之人」即出資經營之資本主（凡助理商人營業者，稱商業使用人，而非商人），其範圍較習慣上之解釋更爲廣泛，除販賣商及補助商外，並包括製造業或加工業等。即凡經營（一）買賣業（二）貸貸業（三）製造或加工業（四）印刷業（五）出版業（六）技術業（七）兌換金錢或貸金業（八）担承信託業（九）作業或勞務之承攬業（十）設場屋以集客之業（十一）倉庫業（十二）典當業（十三）運送業或承攬

運送業（十四）行紀業（十五）居間業（十六）代辦業等事業者，均得稱為商人。

處今日營業自由時代，凡有行為能力之人，均可以任意經營商業，造成商人之地位。所謂有行為能力者，即必須有獨立訂結契約及負擔義務之能力者也，所謂無行為能力者，即為未成年者，以及受有禁治產之宣告者（凡失心神之常態者如瘋、癡、癱、呆及殘廢者如聾啞、盲人、以及浪費之人等）。惟「有行為能力」之人，經營商業，亦須受下列之限制：（一）根據商業行政上之理由，凡關於度量衡，藥品，軍械等之製造販賣，以及古物金銀與交易所中之有價證券諸商品之買賣，非具備一定之條件者不得經營。（二）根據財政上及軍事上之理由，凡關於硝磺，火藥及鹽，非經政府之特許者，不得製販，（三）凡官吏軍警，不得兼充公私商業執事人員。以上條例，均曾直接或間接見諸法令者也。

第三目 商行爲釋例

按商業登記法（民國廿六年六月二十八日國府公佈施行）之規定，得稱商業者，亦即所謂「商行爲」者，有十六種，爲此「行爲」之人，即爲商人，茲將此十六種行爲釋明如次：

（一）買賣業 普通販賣貨品之大小商業均屬之。

（二）賃貨業 以出租場屋器具用品爲業者屬之，如貨器店，馬車行，汽車，腳踏車行，及人力車行等。

（三）製造或加工業包括一切使用原料製造物品及加工改造出售製造品之工業及手工業

如布廠，木器廠之類屬於製造業；染廠及油漆業之類屬於加工業。

(四) 印刷業 代人印刷圖書文件表冊單據等類之營業屬之，如印刷廠之類是。

(五) 出版業 對於圖書雜誌報紙握有版權或發行權者屬之，如書局報館是。

(六) 技術業 大凡具有專門科學知識或美術技能之工作業務屬之；雕刻、攝影、繪圖、鑲牙補眼、裝璜裱畫、織補修配等業是。

(七) 兌換金錢或貸金業 即廣義之金融業，如銀行錢莊等是。

(八) 担承信託業 代人管理財產，或代人經營事業之信託公司，及代人分担危險之保險公司等屬之。

(九) 作業或勞務之承攬業 作業係偏於小規模之勞動組織，如舊式之水作，木作，訂書作，洗衣作，包飯作等屬之，勞務之承攬業，係大規模的工程包攬事業，如營造廠，建築公司鑿井業等屬之。

(十) 設場屋以集客之業包括旅宿業，如旅店、旅館；飲食業，如酒菜館、麵點館、飯館、茶館業及娛樂業，如書場、遊戲場、電影院，彈子房、溜冰場、舞廳、等均是。

(十一) 倉庫業 設立堆棧爲人儲藏貨物而收取租金之業即是。

(十二) 典當業 爲我國固有之押款營業，專以收受貴重衣飾器物爲押品而貸放金錢者也。

(十三)運送業及承攬運送業 自備交通工具運送客貨者屬運送業；如路局，輪船公司等是，於運送業及顧客之間，介紹或代辦客貨之交運事宜，而收取報酬者；如陸路之轉運公司；水路之報關行，以及旅行社等是。

(十四)行紀業 自設行號專事代人買賣，抽取佣金者屬之；如米行，柴行，及交易所中之經紀人等是。

(十五)居間業 不必自設行號，從事介紹貨物及房地產之買賣，金錢之貸借，及傭工之招僱等業務，從中抽取佣金者屬之。俗稱「掇客」。

(十六)代辦業 自有營業，附帶受人委託代為買賣之業務也，如我國文具商之多為外國文具廠任獨家經理等是。

商行為在法律上及學理上分析言之，有上述十六種，事實上商人兼營數種商行為者，頗不乏例，如書局或報館自設印刷廠者，則為出版業兼印刷業；銀行之附設信託部及倉庫者，則為兌換金錢業或貸金業而兼担承信託業及倉庫業；不能單稱其為某一種商行為，諸如此類，不一而足，學者幸勿膠瑟泥解也。

第八節 商業使用人

第一目 商業使用人之意義

近世商務日趨發達，範圍擴大而事務繁劇，如銀錢貨物進出須爲之記帳保管，宣傳推銷須廣告，招徠顧客須饋友，搬運清除等雜務須勞力，諸務紛紜，極形複雜，斷非商人一己之力所能兼顧，必須有助理之人。商業使用人者，從屬於商業主人，爲其服營業上勞務之人，亦即所謂從業員是也。其與商業主人間之關係，必爲雇傭契約關係，故由於委任關係而補助商人之代辦商，非商業使用人。公司之董事，與公司係委任關係，而非雇傭關係，故亦不得稱爲商業使用人。又商業使用人之勞務內容，爲助理商人營業，故雇傭於商人家庭中任勞役之僕婢或學術上之助手等，均非商業使用人。

第二目 商業使用人之種類

商業使用人，依法律上之規定，可分爲（一）經理人（二）夥友（三）勞務者三種，茲分述如次：

（一）經理人 經理人係受商人契約之委任，爲商業使用人中之最高級者，有廣泛之代理權，得代表商業主人爲關於其業務上一切行爲，舉凡商店內大小事務，營業計劃，雇員任免，均有管理之權。經理人不但對外有爲商號簽名之權利，在訴訟上，就其所任之事務，且視爲有代表商號爲原告或被告或其他訴訟上行爲之權。其在營業上一切行爲所生之責任或權利，與主人自己之行爲所生者並無差別。其在行使職權而署名時，應於其自己之姓名上，標明爲「某某商店或公司之經理人」字樣。

經理人代理權之範圍雖屬廣泛，但亦有下列之限制，（甲）經理人除有書面之受權外，對於不動產不得買賣或爲其他處分。（乙）商業主人得限制經理人之代理權，使其管理商號事務之一部，或商號之一分號或數分號。（丙）同一商號商業主人得授權於數經理人，經理人數如在三人以上時，祇須有二人簽名，卽有代表商號之完全效力。但凡商業主人所加於經理人代理權之限制，不得對抗不知內情之第三者，所以防善意第三者受到意外之損失也。

經理人對於商號之一切內情，自甚熟悉，故爲保障商業主人之利益計，非得商業主人之允許，不得爲自己或他人經營與其所經理之同類商業，並不得爲同類商業公司之無限責任股東。經理人如違背此項規定，商業主人可視爲自己而爲者，在時效期內，得行使介入權而沒收之，並得解除其職務而請求損害賠償，是故經理人對於足以妨害其業務之行爲，概有迴避之義務。

「隨時解約及去職之規定」 商業主人對於經理人，遇有下列各款，得隨時解約：（甲）經理人違背商業主人所受之委任時。（乙）經理人爲不正當之行爲時。（丙）有不得已之事故時；商業主人對於其他商業使用人亦然。反之，經理人對於商業主人，遇有下列各款，亦得隨時去職：（甲）商業主人不給相當之報酬時。（乙）商業主人爲不正當之行爲時。（丙）有不得已之事故時，其他商業使用人對於商業主人亦然。若解約之原因，出於當事者一面之過失，其對手人得請求損害賠償。凡經理人之選任及其代理權之消滅，均須由商業主人

在十五日內向該營業所主管官廳呈請登記。

(二) 夥友 夥友由商業主人或經理人選用，使爲商業上某種事項之商業使用人，其對於所受委任之事項，有代理之權限，惟不若經理人之廣泛，其營業行爲所生之責權，與商業主人或經理自爲者有同樣效果。夥友於辦理其所委任之事項署名時，應加以某商號「夥友」或某種職名字樣，以便與經理人有別，夥友受委之代理權，範圍有大小，其職務亦因此而分高低。有課長，主任，領組，辦事員等名稱。

(三) 勞務者 勞務者卽一般商號所雇用之差役棧司等，乃依商業主人或經理人所與訂立之雇傭契約，服商業上勞務之人，原則上無代理業務上任何行爲之權，倘受商業主人或經理之特別委任而代理爲商業上某種行爲時，應明白表示爲某商號某人字樣，以便與經理人及夥友有別。勞務者應服勞務之範圍，若未約定時，從其地方之習慣，其雇傭期間，如爲不確定者，彼此各得俟年終解約，惟須預先聲明。

【商業學徒】 在商店內助理營業者，除上列三種外，尙有「商業學徒」，專爲學習而來，大多尙在未成年而無行爲能力之青年。其與商業主人間之關係，非爲通常之雇傭契約，而爲一種特別契約關係，故商人通例，不以之列入商業使用人中。商業學徒一方面從其商業師修習技能，一方面爲其服務，爲業師者（商業主人或經理）應負教導之責，使能熟悉本業務，並應與以通學之時間，授以普通知識。因其在學習時代，並無實在權責，故亦不負任

何責任。商業學徒之修業期間，通常均於契約中明定之，若於契約未經明定者，依其本業之規約或該地方之習慣行之。修業未完成時，倘有不正当行為，或不得已事故時，商業主人或經理得隨時解雇之。

第九節 商業學與其他科學之關係

近代科學昌明，商業上亦充分採用科學方法與精神，所以商業經營已由一種實際之技術 (Art) 進而成爲一種科學。商業之所以能成爲科學者，乃以其經營方法之日漸精進，實兼採博取各種科學之全部或一部之特長所致，茲擇其重要者，略爲說明其關係，俾學者知所注意焉。

(一) 商業學與經濟學 商業學與經濟學之關係最爲深切，蓋商業上之一切變化均受經濟學原理之支配，商品之生產，分配，交易與消費，莫非經濟行爲，不諳經濟學原理而言經商，無異緣木求魚，且經濟學本身發達之結果；又使財政、會計、統計諸學成爲獨立之科學，亦均與商業發生極密切之關係焉。

(二) 商業學與財政學 財政學之全貌爲調整適合國家收支之學問，現代商業之經營，莫不首重理財，注意事前計劃，故前進之企業家，多知有商業預算之編造，藉爲調運資金之南針，與過去之顛預從事，漫無節度者，不可同日而語矣。

(三) 商業學與會計學 經營商業，貨品銀錢之出入，財產之消長，執路人而問之，皆知須有計算記錄之道，以爲管理監查以及改進之根據，計算、記錄、管理、監查、如何始能收效？如何始無流弊？担任此項規劃與執行者，非嫻於會計學者莫辦。試觀大小商業，莫不有會計簿籍之設置與帳項之記載，由是可知會計學與商業之關係，誠太切矣。

(四) 商業學與統計學 統計學在商業上之功用，異常重要，現已普遍應用於商業上各部門，論其功效，可於變動無定之環境中，爲未來商情之預測。此外關於銷售額之估定，成本、工資、廣告效率之計算，歷年財政狀況與其營業成績之比較等，均有賴統計學以顯示之，故有謂統計學爲商業測候器者，其重要可想而知。

(五) 商業學與數學 商業中任何人員，對於簡單之計算技能，爲日常應用上所必須具備者。此外，關於損益之分配；利息及保險費之計算；公債價格之編算；物價指數之統計；均須有高級數學之素養。

(六) 商業學與法律 現今有關商業之法規，日形複雜，政府對於商業之管理，又加倍嚴密，舉凡創立時之登記，簿籍表格之規劃，帳目之記錄，稅額之計算與繳納，均須根接法律爲之。經營商業者，如不明瞭法律，則動輒得咎，幾於無法應付，據統計，商人因不諳法律而受之損失，每年比水、火、盜竊、投機等所受損失之總和更多，其影響之大，殊足驚人。

(七) 商業學與政治學 商業學與政治學有密切之關係，根據歷史上之記載，可知各國政府常利用政治勢力作發展商業之先鋒與後盾。現在國際貿易競爭劇烈，多主張以政治力量促進商業之繁榮及國民經濟之發展。苟其國家爲人凌暴兼併，則皮之不存，毛將焉附？一切生產事業將徒爲資敵之具，有何意義可言？明乎此，則良好之政府及政治力量，對於商業關係之重大，不言而喻矣。

(八) 商業學與社會學 經商者須應用社會學之原理，以增進商業經營之效能，例如商業管理中須注意所謂「社會的工作」(Social Work)，即職工福利設施，如改良職工之生活狀況，免除工人之疲勞，規定合理的工作時間與報酬；實施各種保險，提倡正當娛樂，及改進休閒教育等，庶幾職工之生活不感困乏，不良嗜好無從習染，且直接整飭各人生活，即間接健全社會素質，此種學識與觀念，均時代商人所應具備者也。

(九) 商業學與史地學 經商無異爲政，嚮往策來，參彼證此，爲成功憲謨，則於歷史——尤以商業史——不可不加探求，經商貴乎審時察勢，明體達用，以求合轍。舉凡商品之產地，運輸之路綫，氣候之變移，人民之生計，市場之消長等，均須通曉嫻熟，則於地理——尤以商業地理，不得不涉獵。

(十) 商業學與物理學及化學 現代商業上應用之機械與設備，均係根據物理學原理而發明者。推而廣之，如貨品之轉運，商店之建築，水電之裝置，又無不與物理學息息相關，

故有志從事商業者，不可不習物理學。至於化學一門，對於商業之功用，亦與物理學相等，如商品之製造與儲藏，均須有充分之化學知識，始不致耗損，美國在戶口調查報告中甚至謂「化學為商業之智慧部門」，足證其與商業關係之密切矣。

第十節 現代商業之特徵

近世商業趨勢，由小而大，由分而合，由簡而繁，商業之主旨，雖不外販賣連銷，有無懸遷，惟商業組織之形態，以及經營之技巧，較之過去，其進步有不可以道里計者，如商業單位之擴大，資本之增長，職能之專門化，生產技術之密切合作，招徠顧客之慇懃，以及廣告之宣傳，推銷術之新奇等，均為前人夢想所不及，茲擇現代商業上顯著之特徵，扼要敘述於後：

「職能之專門化」 經營之規模，固由小而大，而內部之人事及活動，則皆漸趨分工與專門化，所謂職能之專門化 (Specialization of Function) 是也。因職能之種類不一，專門之程度復日趨細密，茲舉其犖犖大者言之：(一) 資本的職能 (Capitalistic Function) 擁資而不善經營，可將積聚之財富，供給企業家運用，迨生產完畢，收取本金及利潤。(二) 商業的職能 (Commercial Function) 一方從遠方出產地購買原料，供給製造者，一方連銷其製成品於遠近各市場，(三) 管理之職能 (Managerial Function)，集合一切生產原素 (土

地，勞力，資本）爲最有效之配合運用。（四）技工或工人之職能（The Function of the Craftsman or the laborer），以習得之手藝，或憑其健全之體力，從事於製造業。輒近各項企業之營業單位，漸次擴大，因而職能之分化，亦愈趨細密而確定，例如在製造業中，除原有之經理，廠長，工程師外，並新設有各部專門訓練人員，如成本會計員，研究員（Research Workers），動作時間專家（Motion Time Experts）及幸福設備員（Welfare Workers）等。再就運輸業組織而論，其組織之內，分工甚細，有股東，經理，經紀人等，或經營股票，或招徠資本，或投保水險。分配商店（Distributive firm）常雇有藝術專門家爲廣告員，裝飾門面，與佈置商櫥，及分赴各店之巡迴推銷員（Shop-Walker）總之，無論何種重要企業，如欲經營得法，皆需專門職工之合作（Cooperation）。故合作者，乃職能專門化之聯帶物也。

【生產技能之分工與合作】 吾人之慾望無窮，直接滿足之機會愈少，則生產者合作之需要愈切，曩者亞丹斯密（Adam Smith）在其所著之原富中描摹近代經濟生活之特色，可謂淋漓盡致，躍然紙上，其言曰：「我人日常所穿之呢製外套，質料雖差，然爲無數工人聯合製成之物品也，自牧者起，有鑑別羊毛者，梳洗羊毛者，紡者，織者，染色者，塗畫者，呀光者，整理者，以及其他人員，合力製作，始得完成。吾人細加探討，推而至於我人之各種衣服及各式器皿，蓋無一不需充分之知識與技術，始能有此精巧之發明。若無此等生產工

人之合作，則世界各地之消費者，將無從享受目前舒適之生活矣。自亞氏所處時代以來，生產者之『互賴』與『合作』更形密切，已由個人間利益之聯合，推而及於國際間之聯絡與合作矣。

【企業之結合】 近代工商業有趨於統一管理(Unified Control)之有力傾向，或合併競爭公司，或分隸新興機構，辦法雖不一致，立意則多從同。原企業結合之方式，可分『縱』與『橫』兩方面。橫的結合(Horizontal)，有德國之『連鎖商店』(Multiple Store)與『卡台兒』(Cartel)美國之『托辣斯』(Trust)與『股權公司』(Holding Co.)等例。至於縱的結合(Vertical)，有如英國之造船，棉花，肥皂等工業，經營至充分發達時，另添商業之部門，將生產品直接售於消費者，而不經中間人之媒介，是為製造業與販賣業之結合。又如規模宏大之製造公司，竟設有船舶或鐵路，專司運輸，以獲運輸方面之利潤，是則工而兼運輸業矣。

【商品之標準化】 晚近製造業與商業既各趨向人力集中與職能專門，則『標準化』(standardization)之需要自亦隨之發生，各種主要商品之『式樣』(Design)『性質』(Quality)『大小』(Size)『重量』(Weight)，『速度』(Speed)等，在現時商業場中，均已有一般公認之標準，故我人如欲購買印度之棉花，丹麥之乳酪，不必參考貨物之樣品(Sample)，僅藉指數(Index Number)或符號(Symbol)即可得手應心。蓋今日商品品質之規定，已

成爲一種準確科學，應用至爲普遍，此不特製成商品(Finished Products)如是，即動力(Moving force)亦然，煤炭依其蒸氣壓力而定標準單位，酒精依其結合濃度而定發火階級，推而至於電力，燃油力之買賣或使用，皆可以熱力單位(Therms)計算之。其應用於商業上者，不但貨物價格可躋於標準化，即支付之方法，交貨之期限，結帳之日期，匯票與借款之寬限期(Days of Grace)，貼現，中人費等，皆有成規可循。此種公認之標準，使商人行動，成爲習慣與直覺，人類之精力，因此節省不少，其便利蓋莫大焉。

【風險之平均化】 近代商業社會已成「互賴」與「互助」之組織，經濟之恐慌，企業之風險，均可根據「分散損失」之原理，由多數人平均負擔。於是保險業尙矣。溯保險之始也，原以預防死亡，水，火之三大損失，近更推廣應用，普遍施行於各種商業活動，甚至地租之歉收，暴風之侵襲，盜竊之搶掠，皆可投保，以減少其損害。乃至琴師保其雙手，歌星保其嗓音，美國有所謂醫院基金委員會者，且投保其「淡日」(Wet Flag Day)之風險，而國家預算表上所得稅或其他政變之損失，亦有向保險公司投保，以轉嫁其損失於大眾者。此皆現代商業上之奇蹟也。

【投機】 『投機』(Speculation)一名詞，爲近代商業上之重要成因，蓋商業均包含『風險』之原素，亦即每次商業交易，皆含有投機之性質也。在買主與賣主之間，每一交易，常須較量利益之多寡，並須權衡「現在」與「將來」之得失，然而估量猜測之事，難能盡

中，交易自近於投機，更有一種製造時髦(Fashion)貨物，以供將來之需要者，迨生產完畢，而社會之時尙已變，則其損失蓋不堪設想，然仍爭奇競異，樂此不疲者，亦以投機觀念爲之鼓動耳，現今社會中，投機者免起鵲落，輒喜孤注一擲，與賭博無異，則尤投機之自檜而下者已！

雖然，合法合理之投機事業，可平穩市場，穩定物價，於商業上之貢獻，有不可抹殺者，現舉一實例以明之：

某油商，向某甲預購大批桐果，訂明於六月間定貨，九月間取貨，此爲投機事業之一種，蓋既預付巨額定金，且時隔三月，風險可虞也。倘本屆桐果豐收，供過於求，則市價將跌至定貨價格以下，損失尤屬不貲。因此彼於定購某甲之桐果時，拋出另一相等數量之桐果與某乙，亦約定九月間交割，如及期價格果然跌落，則向某甲所受之損失，可以某乙所得補償。反之若價格高漲則向某乙所受之損失，又可以某甲所得補償。一得一失，化險境爲夷途，况商人操奇計贏，自有其慧眼，終必獲利也。

以上事例，在說明價格漲落之風險，分散於市場上多數商人一身，損失由大衆分担，可以減至最纖最微。故經營未來貨物，所謂「期貨」之買賣，實含有保險之作用，並無賭博之意味。且價格之變動，對此爲「跌落」，對彼則爲「高漲」，一漲一跌，就整個社會言，適相沖銷。故如欲避免兩方之損失而「行賭」(Hedging)，或爲未來之交易而投機，皆足以減

少物價之劇變，大有助於市場之穩定也。

現今商業上之大宗交易，皆由經紀人(Brokers)買賣期貨，如棉花尙未播種，皮革尙未成熟，卽已預行買賣，其效益除前節所述者外，尙有：(一)可以促進未來之生產，使之興旺，(二)可使人工與資本投入消費者確切需要之產品上，(三)可使生產與消費數量恰相滴合，而無浪費之弊。此皆合法投機事業顯著之功用也。

【商業循環】 在工商業方面，常有盛衰漲落(Ebband Flow)之循環現象。此種循環，恰如潮水之起落，因潮水之來也，一高之後，必繼之一低。商業衰落之原因，大多由於『生產過剩』(Over-Production)，由生產過剩而釀成物價跌落，於是形成商業上之衰落現象。推原物價跌落之遠因，實由於物價之高漲，物價高漲之原因固非一端，要不出於通貨之惡性膨脹(卽貨幣流通數量超過貿易之所需)。當貨幣增發之時，一般物價卽加速飛漲，大利所在，人必赴之，工業家儘量吸收呆資，添建工廠及機器，加緊生產，其速度日盛一日，此可謂商業之『繁榮』時期。然而日中必仄，斯時商人猶以爲物價仍能繼續增高，竭力進貨，以圖厚利，但不知危機已伏，平民之購買力，並無增進(工資固可提高，惟增加之收入，已爲一般高漲之物價所抵銷)，則貨物必呆滯於批發商與零售者之手，不久商人對於期貨之定單，紛紛打銷，工廠閉門，工人失業，而貨物遂不得不削價求售矣，此可謂商業之『衰落』時期。此時物品市場變成恐慌狀態，立即影響於金融市場，股票價值下落，持票者競行出售

，工業投資者紛紛收回資本，存儲於銀行，因此貨幣停滯，信用縮小，物價愈趨跌落，此可謂商業之『恐慌』時期。工商業至衰落已極時，必力圖改善，於是否極泰來，漸呈復蘇狀態。蓋逐漸推移至此，生產者不得限制生產，過剩品逐漸銷罄，創痛漸平，社會上之游資滯積漸多，足以慫恿企業家重振旗鼓，並誘致銀行大量貸款於商人，增加通貨數量，於是生產復行振興，又可趨於繁榮之境界，此可謂商業之『復興』時期。如是繁榮、衰落、恐慌、復興、四種現象，相因相移，周而復始，流轉不已，此之謂『商業循環』(Business Cycle)。此種循環之期間，並無定律，有三五年一轉者，有七八年一轉者，亦有十餘年一轉者，推其原因，不外：(一)企業家之各自為政，不相連絡，(二)生產之數量與種類不根據需要之估計或統計，(三)各個企業之購買力決定於生產之收入，(四)企業家多冒險行為與物價多變。其預防方法，不外力求安定物價：(一)金融方面，當物價上升之際，銀行界應限制放款，以減少企業家之購買力，使商品不致漲價太速；當物價下跌之際，銀行界應稍為寬放貸款之門，以減少恐慌與衰落之程度；(二)政治方面，當物價高漲時，政府宜限制貨幣之發行，使通貨不致膨脹，物價不致提高；當物價下跌時，政府應從速進行營造工程，或收購大量物資，使物價得稍回漲，至少不至再跌，且救濟之途徑不一，須有整個決策，同時並進，斷非頭痛醫頭，腳痛醫腳所能奏效也。

【競爭】『競爭』(Competition)為進步之母，足以助長商業之改良與繁榮，其效

益之顯著者分述如次：（一）決定商業組織及企業家之優劣，推陳出新，努力改善生產組織及分配制度，使消費者享受其惠；（二）獨佔制度代以競爭制度，則不僅使物品之價格低廉，且可使質料亦為之改良；（三）生產者與消費者間各自競爭之結果，足使貨物之質料，數量之支配漸臻合理之境地；（四）買賣雙方在競爭狀況之下，各有考察市場情況之機會，調劑物品之供求，使市場上之『均衡』得以迅速成立；（五）競爭有指導投資於何種工業之能力，決定何種貨物宜於生產，數量多少，何種式樣與質料最合時尚。雖然，利之所在，弊亦隨之，漫無約束之競爭，摧殘人類之幸福，亦復不少。

【國家管理】 現代各國對於工商業，均厲行管理政策，其具體辦法，難以罄述，舉其要者，如以關稅管理輸出入，依稅率之高低，分別禁止或獎勵某種消費品之產銷。關於物價之高低，利潤之厚薄，工資之大小，以及股息之分配等，皆頒行法律，予以合理之限制。此外并嚴格實施標準度量衡制，以鞏固社會之公平交易。創設商標專用權與專利權，以保障商人及發明家之利益。各種商業契約，須黏貼印花，應用帳簿須經官廳蓋印，始得認為合法。股份公司必須依照規定辦法，向政府登記，（合夥及獨資組織亦須向地方政府登記）否則不受法律之保護。對於勞動階級之利益，復制定法規，予以周密之保障，如工作時間之限制，工作場所之佈置，年老、疾病、失業之救濟，慘遭死傷之撫卹等均有切實之設施。總之，今日國家之權益，已普及於商業之任何部份，置大衆福利於商人利益之上，保護與干涉並施

，此則吾人所欣幸感奮者也。

研究問題——緒論之部

本書所舉研究問題，係供學者復習整理與充補之用，請採用綱要體裁，分條答覆。

(一) 現代商業何以應採取廣義之解釋？

(二) 試舉商業發生之原因。

(三) 我國商業發達最早，有何史實可以證明？

(四) 我國中古時代商業何以衰落？

(五) 國民政府成立以來，對於商業上有何改革？

(六) 抗戰以來，政府對於商業上有何重要設施？

(七) 試就 蔣委員長所著「中國之命運」一書中，關於經濟建設部份（原書第一三九頁至一

五六頁）申述我國今後商業應遵循之途徑。

(八) 英、美兩國於三十一年雙十節同時宣佈對我放棄治外法權，及其有關特權，並準備與我訂立新約，試問對於我國商業上有何裨益？

(九) 三十二年十二月十七日羅斯福總統簽署廢除限制華人入境法案，試述對於中美商業上有何利益？

- (十) 試述商業之效用？
- (十一) 商業對於社會生產有何貢獻？
- (十二) 試述商業分類之根據，并舉其實例。
- (十三) 試就十六種商行爲，列舉我國經營此項業務最著名之商號。
- (十四) 試舉商業研究有關係之學科。
- (十五) 何謂商人？
- (十六) 商業使用人共有幾種？其職權各若何？
- (十七) 何謂買空賣空？
- (十八) 合法的投機可以調劑物價，試就調查所知，舉例說明之。
- (十九) 何謂商業循環？
- (二十) 商業資本與農工資本有何不同？
- (二十一) 現代商業有何特徵？
- (二十二) 述述商人應具之道德。

第二章 商業組織

第一節 商業組織之意義

商業組織，乃聯絡各生產要素，加以適當之支配，而謀共同有利之結合也，此處所謂生產要素，係指土地，勞力及資本三者而言，但爲促成此三項要素之結合，尙須有第四項要素，即「企業能力」(Entrepreneurial Ability)，亦即屬於指揮管理等企業之勞務是也，有此四者，企業方可着手進行，由此可知所謂「商業組織」，乃結合土地，勞力，資本三項要素，在經商企業家規劃及調度之下，(即發揮企業能力)，決定企業之形態，資本之籌集，業務之執行，損益之分担，使之順利推進，因而達成營利之目的者也。

商業組織可分爲(一)外形組織(External organization)與(二)內部組織(Internal Organization)二部份，前者爲屬於法律方面，後者爲屬於「人事」與「事務」方面。外形組織有一定之成規可循，祇須參酌法律之規定，即可迎刃解決；至於內部組織，則須視企業之規模與性質，由經營者自行設計，無一定之準則可資依據。且組織之得常與否，關係企業之成敗至鉅，其繁複與變化，非外形組織所可同日而語。

第二節 商業組織之重要

時至今日，各國商業之進行，已與商業組織締結不解之因緣。環顧我國，經商成功者固不少，而破產清算者亦比比皆是。究其原因，由於資本之缺乏者有之，由於人才之不濟者有之，而商業組織之不健全，實係其主因。夫經營商業，因在牟利，惟同時亦不無多少危險。其危險程度之差別，隨商業組織而有異。獨資經營，危險由個人負擔。若與人合夥，則一旦營業失敗，除投資全部喪失外，且有累及各人整個財產之虞。至投資於股份有限公司，其責任以所認股份為限，危險程度較輕，故在投資經商之前，不可不了解各式商業組織之性質而定其收拾也。

第三節 商業組織之規模

商業組織，對於商業前途，關係重大，不可不密切注意，已於前述。惟欲言組織，必先解決組織方面之基本問題，所謂基本問題者，第一，為組織之規模，第二，為組織之方式。茲先言規模。

商業組織按照組織份子之單位，分「單純」與「複合」兩種。單純組織，係以自然人為結合之主體，複合組織係以法人為結合之主體，其詳容後論述。單純組織，依其資本之多寡

及營業範圍之廣狹，又有大規模與小規模之別。何種事業，宜於小規模組織，何種事業，宜於大規模組織，均為先決之重要問題。

欲定單純組織，規模之大小，約有下列兩個標準：

(一) 主觀的標準——即視企業家之本能而定。此處所謂本能，係指企業家之天才與作風而言，如思想開明，魄力宏偉，管理有方，方略周密，組織力強，事業心切，則宜從事於大規模之組織。倘企業者之個性拘謹，學識淺薄，則當可按步就班，從小規模之事業做起。

(二) 客觀的標準——即視企業家本身以外之產業環境而定。所謂產業環境，係指經營企業之地位，以及一般市場之狀況而言，實為決定企業規模大小之根據，至重視。此項標準，可分下列四點敘述之：

(甲) 原料之性質——苟欲經營工業性之企業，則於原料取給之難易，運輸成本之高低等，不可不慎重考量。如原料之來源遙遠，價值昂貴，體質笨重，運輸不便，且非有完善之設備，從事大量生產不能獲利者，自應採取大規模之組織。反之，如原料之來源充裕，體質亦便搬運者，則宜採小規模組織。

(乙) 生產程序——視生產之方法與程序而決定組織範圍之大小，有四個條件可資依據；

(子) 企業事務之繁簡——凡工作程序簡單而有系統，辦法一致而有規律，可以按照科學方法支配工作者，則採用大規模組織，較易成功，如銀行，保險公司，運輸公司等企業

屬之。如工作情形複雜，手續上變更繁多者，即不便大規模進行。如農業及零售業等屬之。

(丑) 需要專技與分工之程度——凡利用專門技術之企業，必須出高薪聘專才；分工細密之製造業，必須置備完善合用之機器，雇用熟練之技工。凡此皆非採大規模組織不為功。反之，則以小規模為宜。

(寅) 製造產品之有無連續性——凡產品自原料以至成品，苟能合併於一廠製造，使為直線之進行者，則以採取大規模之組織為有利。如鍊鋼之鐵，原由鐵廠供給，但如能將開採礦砂，以迄鍊鋼之製造程序，集合於一個組織內完成者，則當然可採大規模之組織，無此必要者，則宜採用小規模之組織。

(卯) 產品，有無副產品——煉油製鹽等工業，於正品外，并可獲得許多副產品者，則應採大規模之組織。反之製造成本低微，且無其他副產品可以利用者，則宜採取小規模之組織。

(丙) 產品之性質——產品之性質，亦係決定組織規模之重要標準，例如刺繡、彫刻以及編製花邊，地毯等精細之美術品，均不宜於大量生產，故不適用大規模之組織。又如製冰，製麵食，製衣服及製雪茄等工業，亦不宜用大規模之組織。因冰容易融解，麵食容易腐敗，衣服因時髦習尚，式樣隨時變遷，雪茄如用機製，不易得上品。

(丁) 市場之情形——市場之性質與消費之數量，影響於商業組織至鉅，如市場上之需

要大而固定，所製貨物簡單划一，無式樣時令等限制，且可經久儲存而品質不變，如製鐵，製皮革製紙等，均適宜用大規模之組織。

第四節 商業組織之方式

企業之規模決定後，即須進而決定組織之方式。依照企業所有者結合之程度而言，（亦即組織之單位），商業組織，有三種基本方式：

（一）個人所有權——即企業之所有權完全操於企業家本人之手，規模不大之營業且多由自己經營管理。此種組織，謂之「個人企業」（Individual Entrepreneurship）或（Sole proprietorship）。

（二）多數所有權 即企業所有權操之於二人以上共同經營之店主，在協議經營契約之下，共同出資執業。此種組織，謂之「合夥企業」（Partnership）。

（三）法人式的所有權 即其所有權不屬於私人，而屬於多數人共同投資之法人團體。此種組織，謂之「公司企業」（Corporation）。

以上三種統稱為單純組織，又稱企業單獨的經營形態，（Simple Organization），均係自然人彼此結合為主體之企業。此外尚有一種複合組織，亦稱企業複合的經營形態，（Compound organization）係由已設立之若干企業單位，在一大團體管理之下組成較大之

企業，以從事於大規模之經營者。如美國之託辣斯 (Trust)，德國之卡台爾 (Cartel) 與亢采恩 (Konzern) 等是。

經濟學家一致承認，任何所有權 (企業) 均含有三項原素，即 (一) 危險 (Risk) (二) 管理 (Management) (三) 收入 (Income)。在個人企業內，資本主獨冒投資之危險，担負管理營業之勞，但同時獨享所有之收入，三項要素均集中於一人之身。在合夥企業中，危險之担負及業務之執行，由合夥店主共同任之，並共同享受所有之收入。至公司式的企業則不然，危險由股東及債主担負，收入按其担負危險之比例分配，管理之權，則操之於董事會及聘任之經理，並不集中於一、二大股東之手。

以下就最重要之商業組織，分別敘述之。

第五節 個人企業

第一目 個人企業之性質

個人企業，又稱獨資企業，即係一自然人 (Natural Person)，以一身一家之力，獨立經營商業，獨負經濟上及法律上一切責任之企業組織也。此自然人即為資本損益歸屬之主體，經營之結果，不論為盈為虧，均屬於此自然人。

個人經營，係商業組織中最早而最簡單者，自昔已存，於今團體組織 (合夥與公司) 盛

行之際，仍普遍存在。一般小本商人，大都採此方式，因其組織容易，費用節省，經營自由，不受拘束，祇須有相當之資本及信用，在不違犯善良風俗與衛生治安之條件下，隨時可以組織，倘本人認爲無意繼續，亦可隨時收歇。在管理方面，完全自作主張，凡貨物購銷，人員進退，工作支配，均隨己意行之，不受他人之干涉。

個人企業債債責任係屬無限，故信用優厚，倘商店財產不足償債時，債權者可將資本主私人之財產抵償，外界對之自必樂於賒貸及貸款。此個人企業，常能以較小之資本，經營較大之營業，而獲得優厚之利益。且個人商業並非皆係小規模者，有時雇用大批人員，從事於大規模商業之經營，並利用代辦商牙行及經紀人等擴充營業，其範圍可綿互至數省以上。個人企業對於社會之效用，亦屬宏大，消費者日常生活必需品之供應，多得自此種商店。由數量言，個人商業，又較團體商業爲多，惟今日商業進步，國際貿易或規模極大之經營，有漸由個人企業至團體企業之傾向耳。

個人企業之經營，雖屬自由，但依照我國商人通例之規定，亦有下列各種限制：

(一) 官吏不得經營商業。

(二) 未成年者經營商業時，須得法定代理人之同意，且應向主管官廳呈請登記。

(三) 妻經營商業時，須得夫之許可，且應向主管官廳呈請登記，（此條與現行民法牴觸，已失效。）

(四) 法定代理人代無能力者經營商業時，須得親族會議之同意，且應向主管官廳登記。

(五) 經理人經營商業時，須得商業主人之許可。

(六) 代辦商經營屬於委託人之營業部類之商業，須得委託人之許可。

第二目 個人企業之利弊

(個人企業之利益) 個人企業之利益前文已約略述之，茲再分析如下：

(一) 設立便易 個人企業組織簡便，費用節省，因係個人單獨進行，阻礙力少，所需時間，亦可經濟。凡不背於治安，風俗，衛生等之商業，任何人皆可隨時籌資組織。其創設也，無需各種繁複之手續，祇須向當地主管官署登記即為合法，(見卅二年八月十五日重慶市社會局頒布之商店設置辦法)。其收歛也，苟其對外債務，料理清楚，官廳亦毫不加以干涉，完全隨私人之旨而定。

(二) 愛護熱烈 個人企業，營業上之盈虧，全歸經營者一人承受，利害關係至為深切，故對於業務之執行，自屬勤奮熱烈，凡有利於事業者，莫不全力以赴，錙銖之微，亦在所必計，辦事負責，愛護周密，故成功之希望較大。

(三) 處事敏活 個人企業，一切事權，均決於店主一人，遇事可以獨斷獨行，須徵求旁人意見，亦不受他人之掣肘，遇有新機會或新趨向，可以敏捷之手腕，迅速利用，無遷延貽誤之弊，對於改革方面，如認為必要，亦可立即施行，猶之軍隊，指揮統一，將士用命，

則勝利自可操券也。

(四) 保守秘密 個人企業，營業上之秘密，可以切實保持，不致洩露。因營業狀況，既無合法股東之查詢，復無須向官廳詳細呈報，自可保守秘密，不為外人所知悉也。

(個人企業之弊害) 個人企業之利益，有如上所述，然其弊害，亦所不免，茲分述於次：

(一) 財力有限發展難期 個人企業，全賴店主一人之精力，其智能與判斷，究不及多數人之充分，處事難免顧此失彼。又個人無論如何富裕，資財總屬有限，根據美國最近調查，各種商業組織中，百分之四十二，係個人企業，但所集之資本，祇佔全數百分之七·六，可見其集資能力之薄弱，故個人企業可以經營之商業，種類較少，可以擴充之範圍，亦殊狹窄，結果獲利常不能如團體企業之優厚。

(二) 安危孤擊不易久存 個人企業之信用，繫於經營者之一身，經營者本人之安危，影響及於事業之盛衰，設有不測，後繼無人，即不免人亡事廢。故個人企業之存立時期，每難望其永久綿延。

(三) 責任無限失敗堪虞 個人企業經營者，對於債務負無限清償之責，須以個人全部之財產為債務之担保，大有孤注一擲之概，且所辦事業，常超出本人資力之外，一旦營業失敗，小則傾家蕩產，大則擾亂金融，影響社會，殊匪淺鮮。

第六節 合夥企業

第一目 合夥企業之意義

就狹義的商業言，合夥者，乃由二人以上互訂契約，共同出資，共同執業，並共同負擔損益之企業組織也。組織企業之份子（即訂約之當事人）法律上稱之爲合夥人（對外則稱股東），至少須有二人，依照契約之規定，分認出資，共負經營之責。合夥人之出資不限於金錢及有形之財產，即權利與信用亦可投入，且有以勞務爲出資之替代者，故此種組織實爲「資財」與「技能」之結合。

第二目 合夥企業之特質

（一）合夥無獨立之法人資格 合夥爲當事人間之一種契約關係，其本身無獨立人格之存在，自非法人可比，不能爲權利義務之主體，故各合夥人之出資，與合夥之其他財產，法律上認爲係「合夥人」共有之財產，而非「合夥」之財產。遇有訴訟，無論爲原告或被告，均以合夥人爲當事人，合夥組織之本身，無控人及被控之權能。良以合夥與合夥人不能分離，在法律上係屬一體者也。

（二）合夥人權責連帶 合夥人對外關係，以各合夥人爲主體，而不以合夥組織之團體爲主體。所謂權責連帶，即每一合夥人之行爲，其他合夥人均須共同承認，亦即每一合夥人均

可以店主之資格，對外接洽一切，而其他合夥人均須共同負責。遇有合夥之債權，任何合夥人得代表全體向債務人收取。

(三)合夥人對於負債須負無限清償之責。合夥企業之責任，係屬無限，合夥中任何股東，對於企業之債務及所訂之契約，均連帶負完全責任，合夥倒閉時，苟其資本不足清償債務，各合夥人對於不足之額，均須無限連帶清償，即合夥人不問其出資之多寡，及盈餘之如何分派，對於債權人，均有清償全部債務之責，不能僅限於自己分內所應攤派之一部而止。例如某合夥，以所有財產抵補欠款後，尚虧負一萬元，股東四人股分相同，本應各担負二千五百元，然公司之債權者，可向任何股東，請其清償全數一萬元，不能僅以二千五百元塞責也。

英美各國，合夥常有一特質，即合夥組織因合夥人之死亡變更而解散，此在我國則不然。依照我國民法債編規定，合夥解散之事項為：(甲)合夥存續期限屆滿者，(乙)合夥人全體同意解散者，(丙)合夥之目的已完成或不能完成者。至合夥人之死亡變更，祇視為個人之退夥，並不影響合夥組織本身之生存也。

又，我國商法規定，合夥與無限公司無區別，兩者之股東對外均負連帶無限清償之責，設立時均須分別向主管官署登記（合夥向地方官署——市，縣政府——登記，無限公司則向經濟部登記），惟無限公司具有法人之資格，可為訴訟之主體，而合夥則仍以資本主自己名義經營業務，缺乏法人之資格，故不能為訴訟之主體，此其不同之點耳。

第三目 合夥之種類

依照我國民法債編之規定，合夥可分為普通與隱名兩種。普通合夥者（簡稱合夥）各合夥人俱立於同等地位，共同釀資及出名，共同執行業務，而無特殊情形之合夥人參加其間。我國現有之合夥企業，殆多屬此類。

（隱名合夥）隱名合夥(Dormant Partnership)，即合夥人中有約定僅分認出資而不出名，以分受營業所生之利益及分担其所生之損失者。在此種組織之下，合夥人分為兩大類：（一）隱名合夥人(Dormant or Passive Partner)——僅出資而不出名，並不執行業務，（二）出名合夥人(又名出名營業Active Partner)——僅出名而不出資，或既出資而又出名者，是以隱名合夥之性質，若就其經濟上之目的而言，與兩合公司頗相類似。隱名合夥人之出資，其財產權移屬於出名合夥人，其對營業損失所負之責任，以其出資額為限，（猶之兩合公司之有限責任股東），而對於營業利益所得之分配，乃依照約定之比例計算。又隱名合夥人並不執行合夥之業務，故對於第三者不生權利義務之關係，但若參與合夥事務之執行，或為參與執行之表示，或他人知其參與執行而否認者，對於第三人，仍須負有出名營業人同樣之責任，蓋所以保護善意第三者之利益也。

（隱名合夥人與出名合夥人之區別）

（一）出名合夥人之財產，係合夥人全體所共有，隱名合夥人之出資，其財產權則移屬於

出名合夥人。

(二)合夥之業務除契約另有訂定外，通常由全體出名合夥人共同執行之；惟隱名合夥人則無此權利而專由出名合夥人執行之。

(三)出名合夥人俱為對外權利義務之主體，隱名合夥人則對於第三者不生權務之關係。

(四)出名合夥人，對於合夥之負債俱負連帶無限清償責任，隱名合夥人則僅於其出資之限度內，負分担損失之責任。

(五)出名合夥人之出資，除金錢或財物外，並得以勞務代之。隱名合夥人之出資，則限於金錢或其他財產，不得以勞務或信用代之。

第四目 合夥之設立

(合夥契約) 合夥組織之成立，常由各合夥人訂立合夥契約(又名合夥議據 Partnership Agreement)以資遵守。為避免日後爭執起見，契約上應詳細載明下列各款：(一)營業之種類，(二)資本總額及每股銀數，(三)各人所認股份及出資額，(四)官利之定率，(五)盈餘結算及支配方法，(六)虧損之分担，(七)職務之分配及權限之劃分，(八)股東，經理及夥友應遵守之重要事項，(九)解散或退夥之規定，(十)訂立之年月日等項。

茲附錄合夥契約格式如下：

(例一) 普通合夥契約

立合夥合同人×××××等，茲徵得各方同意在××街開設××商店，特訂立本合同，議定左列各條件，以資遵守。

(一) 本店，資本共計國幣××元正，分作×股，每股國幣××元正，每人一股，於訂立合同日一次繳足。

(二) 本店，專營×××業務。

(三) 立合同人共推××為經理，管理全店一切事務，××任會計，××任進貨員，××任跑街，各員任期為×年，連選得連任。

(四) 立合同人共同議定：經理薪水國幣××元正，會計薪水國幣××元正，進貨員薪水國幣××元正，跑街薪水××元正，均按月計算，於每月月底致送，概不預支或延欠。

(五) 各員中如有不得已事故，中途辭職時，由立合同人全體改推之。

(六) 各員中有舞弊或故意損害本店行為者，提出會議，令其辭職。

(七) 股東，經理，夥友均不得移挪款項私作買賣，及擅用牌號，在外借款作保等情事，如有違犯，一經覺察，應從嚴議處。

(八) 店中遇有重大事務，須經立合同人三分之二之出席舉行會議，以出席人員三分之二之同意為決議。

(九) 每月月底開會議一次，由各員報告其經辦事務，並審查帳目，議決一切應與應革事宜。

(十)立合同人中，如有不得已事故須退夥者，須於每年年底二月前聲請，仍以會議決定之。

(十一)立合同人中，如有舞弊或故意損害××商店行爲者，得提出會議，令其退夥。

(十二)立合同人中，如有不測情事者，得依其遺囑所指定之人，或其繼承人繼承之，但執行職務者，其職務應另行推選之。

(十三)官利常年××起息，年終結付。

(十四)本店每年結帳一次，所有盈餘除付股息外，其餘分作××份，股東攤分×份，經理得×份，夥友酬勞×份，公積×份，如遇虧耗，按照認股比例填足。

(十五)股份不得轉讓，但得立合同人全體之同意者。不在此限。

(十六)本合同以×年爲有效期限，期滿如願續訂，再憑公決行之，其願折股退股者聽。

(十七)本店章程及辦事細則另訂之。

(十八)本合同繕寫×紙，各執一紙，餘存店中備查。

中華民國××年×月×日

立合同人 × × × (簽名蓋章)

× × ×
× × ×
× × ×

立隱名合同人×××、×××（以下簡稱甲乙方）茲承×××作中，經雙方同意，特訂立隱名合夥合同，今將雙方議定之條件，開列於左：

（一）甲方開設××商店，專營×××事業，共計資本國幣×××元正，除甲方自出國幣×××元正外，餘國幣×××元正，由乙方於立合同日一次繳清。

（二）乙方加入資本國幣×××元正後，即爲××商店之隱名合夥人。

（三）每年年底，由甲方開具財產目錄，貸借對照表，以及損益計算書，送交乙方查核，不論何時，如乙方發現有疑義之處，即可到店查閱細帳。

（四）每年年底，如××商店有盈餘者，須按率分派乙方。

（五）關於××商店事務，統由甲方執行，乙方除每年年底檢閱帳冊外，不得干涉店務，但遇有重大事由時，乙方得請求查閱帳冊，並檢查其事務及財產狀況。

（六）××商店如遇虧蝕時，苟其財產不足資本額半數者，甲方應即通知乙方，得終止契約。

（七）甲方與乙方，所出之資本，爲×與×之比例，如遇虧蝕時，亦以此推算。

（八）本合同有效時期，共爲×年×月，自立合同日起，至×年×月×日止。

（九）乙方如遇不得已事由，須中途終止契約者，應於每年年底向甲方聲明，但須於兩個月前行之。

（十）契約終止時，甲方應返還乙方所出之資，並應得之利益，但其出資因損失而減少者，祇得返還其剩餘之額。

（十一）乙方所出之資，如不幸虧蝕淨盡者，以契約中止論，但雙方願意繼續出資訂約者，不在此限

，如甲方有意繼續，而乙方願意再出資加入者，甲方不得拒絕。

(十二) 甲方如中途將××商店出讓於他人者，應先通知乙方，如乙方願意照市價受讓時，應先盡乙方受讓，甲方不得無故拒絕。

(十三) 甲方如將××商店出讓於他人者，出讓之日，即為本合同終止之日。

(十四) 甲方如在合同有效期中發生不測者，乙方得請求終止契約。

(十五) 本合同由雙方各自繕守一份，簽字蓋章，互易各執為憑。

中 華 民 國 × × 年 × × 月 × 日

立合同人 × × × (簽名蓋章)

中 人 × × ×

第五目 合夥對內對外之關係

(合夥之內部關係)

(一) 合夥人之出資 合夥之資本全額，通常分為若干股，由合夥人平均或量力分認，於契約中詳細載明之。合夥人之出資，不必以財物為限，凡以勞務出資，而於合夥時列入議據者，亦同有出資之效力。惟此項以勞務之出資，祇可以之折為分配利益之股數，而不能作為實在出資額，與其他各合夥人之財務出資，一併算入合夥之對外資本總額內。例如趙，錢，孫三人之合夥營業，額定資本六十萬元，分作十股，趙認六股，出資三十六萬元，錢認三

股，出資十八萬元，孫認一股，約定以勞務爲出資，則此時該合夥之資本總額，對外祇可算實收五十四萬，而非六十萬元也。該合夥人孫某之勞務出資，僅可於合夥有盈餘時，加入爲分配利益之股數已耳。

(二)合夥業務之執行 合夥之業務，通常應由全體合夥人共同執行之，但契約內訂明以執行業務之權利，專屬合夥人中之一人或數人者，不在此限。至被委任執行業務之合夥人，於依委任本旨之範圍內，對於第三人得爲他合夥人之代表，其屬日常瑣務無關重要者，得由有執行權之合夥人單獨處理之。惟其他有執行權之合夥人中任何一人，對之有異議時，則須立即停止該事務之執行。合夥人執行合夥事務，除契約另有規定外，通常不得請求報酬。

(三)合夥人之表決權 合夥人不論其出資之多少，對於合夥債務，均負連帶無限清償責任，故合夥重要之事務，通常須由全體合夥人同意執行，如有一人異議，即不能舉辦，不依大多數取決也。惟合夥契約就特定事務，訂定表決方法者，不在此限。在會議時，各合夥人之表決權，猶如合作社之例，以人爲準，一人一權，不因出資之多寡而有所區別。

(四)合夥損益之分配 合夥人分配損益之成數，視契約之規定辦理，若契約中並未明定損益之分配方法者，則以出資之多寡爲分派之標準。其僅規定利益或損失一方分派之比例（或成數）者，即認爲損益雙方共通適用之分配比例（或成數）。

通行之損益分配方法，可在合夥契約中規定者，有下列四種：(甲)平均分配——即不

論各合夥人出資之多寡，其損益由各合夥人平均分配之。(乙)按照約定之比例分配——即係按照各合夥人所預先約定之比例分配，例如甲五、乙三、丙二是。(丙)按照結帳時各合夥人的資本淨款比例分配——即於每年結帳之時，先將各合夥人之提用額查明，從其投資額內減去，求得各人之資本淨額，然後將損益按照資本淨額之比例分配之。(丁)按照各合夥人之平均資本額比例分配——即將合夥損益，按各合夥人在每年內之平均資本額比例分配之，其計算法係在某期間依各人投資額之積數減去提用額之積數，其餘數以該期間之計時單位(或月份或日數)除之，即為平均資本額。

(五)合夥業務之檢查 合夥企業之成敗與各合夥人之關係甚大，故合夥人對於所營業務，均有檢查之權，此不僅普通合夥如此，即在隱名亦然，隱名合夥人對於事務雖無執行權，然為保障其利益起見，不能不有相當之檢查權，縱契約上約定隱名合夥人無檢查權，然法律上仍允許隱名合夥人得隨時檢查合夥之事務及財產狀況。

(合夥之對外關係)

(一)合夥債務之連帶清償責任 民法債編第(六八一)條規定，合夥財產不足清償債務時，各出名合夥人對於不足之額，負連帶無限清償之責任。商界中頗有人主張將「連帶責任」改為「按股分担」責任者。以合夥組織本身之立場而言，自以「按股分担」責任較輕，然國家立法，一方固應為企業安全，一方更應為債權人謀保障，嚴定合夥組織之責任，正所以

限制其隨意產生俾合夥組織步入穩固之境也。

(二)合夥股份之轉讓 凡合夥人將所有股份，轉讓於其他合夥人者，可自由決定，不必經全體合夥人之同意，然如欲所有股份轉讓於合夥以外之人，則非經合夥人全體之同意不可。良以合夥人間，關係至爲密切，非志同道合者，難期順利經營也。

第六目 合夥之退夥

退夥乃合夥人中有人退出合夥，而其他合夥人仍繼續其合夥關係者也。退夥之原因，可分「任意」與「強制」兩類，茲分述之：

(一)任意退夥 爲出於合夥人自動的申請，其情形有三：

(甲)合夥人於合夥之股份被扣押者。

(乙)合夥契約未定存續期間，或以某合夥人之終身爲期，經於兩個月前通知他合夥人者。

(丙)有不得已之事由者。

(二)強制退夥 爲由於法律之規定而退夥，其情形亦有三種：

(甲)合夥人之死亡者（但契約訂明其繼承人得繼承者，不在此限）

(乙)合夥人受破產或禁治產之宣告者。

(丙)合夥人經開除者。

合夥人退夥時，收回股份之數額，以當時合夥之財產狀況爲標準，不問其出資的種類，概以金錢償還之。但當退夥時，合夥事務尙未了結者，則須於了結時再爲計算，並分配其損益。合夥人退夥後，對於其退夥前所負債務，仍應負責，爲免將來受累計，合夥人於退出合夥後，須將其退夥事由，通知與合夥有關係之各方。

合夥人退夥時，宜立退夥據，俾有書面之證明，茲附載一例如下：

(退夥據)

立退夥據人某甲，前與某乙某丙某丁三君，在××××地方，合資開設××字號，當時共分四股，各認一股，每股資本國幣××元。某甲今因另有他圖，申請退夥，仍邀集原中，將號中進出款項，公同核算清楚，應退股國幣××元正，經已如數收回。當將所執合同一紙，當場付還。此次退股之後，所有××字號聽憑某某等三人營業，將來或全盤出頂，或添招他人，以及生意盈虧等情，永與某甲無涉。除登報聲明外，恐後無憑，立此退夥字據存照。

中華民國 年 月 日

立退夥據人×××印

原 中×××印

第七目 合夥之解散

合夥之解散云者，合夥人間因解散事項發生，解除契約，使合夥關係終了之謂也。綜其

原因，有下列各種：（一）合夥存續期限屆滿——即在合夥契約中規定之營業期限已滿。（二）合夥之目的或事業已完成或不能完成——如在合夥契約中，載明合夥組織之目的為某種礦產之開礦或某項建築物之營造，則於該項事業成功或不能成功時，合夥即行解散。（三）合夥人全體之同意——合夥組織純為一種契約關係，故訂約之當事人，無論何時均可由全體同意終止之。以上三種為任意解散之原因，其解散係出諸合夥人之自動。此外尚有（四）由於法律之施行或官廳之命令而解散或因營業失敗，宣告破產等。

合夥之解散，亦有「分夥議據」之訂立，茲錄一例如下：

（分夥議據）

立分夥議據人某甲、某乙、某丙、某丁、前於×年×月合夥在××××地方，開設××字號。某甲認×股，出資國幣××元，某乙×股，出資國幣××元，某丙×股，出資國幣××元，某丁×股，出資國幣××元，合成××股，資本總計國幣××元正。茲因營業不振，各股東無意繼續。經於××年××月××日公同議決解散，合立分夥議據如左：

- 一、本號共虧耗××元，每股虧耗××元，按照攤派，每股發還餘數××元。
- 一、號中一切帳目，均已理涉清楚，永無糾葛。
- 一、各股東所執合夥議據，各自塗銷作廢。
- 一、本議據四紙，某甲、某乙、某丙、某丁、各執乙紙存照。

中華民國 年 月 日

立分夥議據人 ××× 押

××× 押

××× 押

××× 押

見 議 ××× 押

以上所述為關於普通合夥解散之原因，至在隱名合夥，則其契約可因左列事項之一而宣告終止。

(甲)合夥存續期間屆滿；

(乙)當事人同意；

(丙)目的事業已完成或不能完成；

(丁)出名營業人死亡或受禁治產之宣告；

(戊)出名營業人或隱名合夥人受破產之宣告；

(己)營業之廢止或轉讓。

合夥解散以後，須依法清算，清算程序為：(一)結束未了事項，(二)收回債權，(三)清償債務，(四)將剩餘財產，退還各合夥人，清算人由合夥人全體担任或由過半數合夥人之同意，另行選任之，至實行清算時，預先變賣合夥所有之財產，變產所得之現金，應

先以之清償合夥之債務，如其債務未至清償期或在訴訟中者，須將清償所需之數額。由合夥現金中劃出保留之。合夥債務清償以後，其現金如尚有剩餘，則以之分配與各合夥人。

第八目 合夥組織之利弊

(合夥組織之利益) 合夥組織之利益，舉其顯著者，有下列五點：

(一)組織便利切合社會背景 合夥組織之簡易，不下於獨資企業，所需人數不多，且係志同道合，彼此可以信任之人，故創立非常便利，凡有二人以上之同意，即可訂約出資，開始營業，其組織具有普遍應用性，適用之範圍甚廣。我國社會素乏大資本家，經營企業以中等規模者為多；則合夥組織，最宜採取者也。

(二)調劑人才與資力之偏缺 有志經營企業者，往往資力與才識不克兩全，合夥企業，則能取長補短，相互為用。人數既多，資本自厚，或集思以廣益，或分工而合作，所營業務，所營業務，自易蒸蒸日上矣。

(三)股東辦事努力效能極高 組成合夥之份子，多為情投意合之至親好友，損益由各人分担，業務由共同執行，關係透切，權務分明，努力之動機濃厚，自必盡心竭力，以謀事業之發展。

(四)信用堅厚 合夥股東，不止一人，且均有無限責任之規定，對債權者之保障，較獨資組織為厚，無形中信用為之提高，借款及賒帳之機會增多，從資本數額比例上而言，其信

用且可超過有限責任公司之組織。

(五)小股東得有充分保障 以合夥組織之表決權而言，小股東與大股東之地位平等，不分軒輊，開會表決時，以「人」為準，一人一權，不以出資額之多少而分高下。故小股東之利益，有相當之保障，當可獲得充分之代表權及建議權，不滿意之股東，可以「不同意」之權能，阻止合夥事務之進行，甚至強迫合夥者購買其股份，退出合夥組織。

(合夥組織之弊害) 合夥組織之弊害，亦有數端，列舉如次：

(一)意見易於分歧辦事難望敏活 合夥之股東，既屬志同道合，理論上自應開誠布公，和衷共濟，但事實上「人多債事」，已成社會上普遍之現象，商業上亦不能例外。合夥辦事，採取「會議制」，事權不一，意見每易分歧，往往互相牽制，坐失營業上良好之機會，不若獨資企業者之可以隨機應變也。

(二)財力有限難期發展 合夥經營者大多限於至親好友，人數必不甚多（在英國合夥至多以七人為限，七人以上，即為公司），資本自屬有限，因之事業亦難期發展。

(三)投資不多轉讓困難 合夥人須負無限責任，危險性極大，故無參加管理興趣或缺乏才能之投資家，即不願加入。又因合夥股份之轉讓，極為不易，股份市場非常狹窄，致使投資者愈加裹迄不前。

(四)責任太重牽累堪虞 在合夥企業內，股東之責任，均屬連帶無限，其契約雖為數人

合夥，然其債務之清償，或竟須一人獨負，小規模之經營，尙不甚困難，規模愈大，則責任愈重，營業愈繁則危險愈多，一旦經營失敗，小則影響本身之資產，大則牽動社會之金融，此係無限責任之弊害。且每一股東，均可以店主資格，對於接洽一切，如其行動不慎，辦事乖謬，往往牽累整個之企業。

(五)兼營數業危險性大 法律上無禁止合夥人加入其他合夥之規定，故合夥人中，常有同時兼數業者，因之所負責任，益臻龐大，力量既不集中，意旨自易游離，往往一事業之失敗，影響及於其他合夥。甚至東挪西移，挹此注彼，一旦破裂，則兩敗俱傷，其危險殊有不勝言者。

第七節 公司

第一目 公司之意義

公司 (Company or Corporation) 者，以營利爲目的而設立之社團法人也。按「法人」爲法律上予以獨立之人格 (卽其成立必須依法登記)，而可爲權利義務之主體，且有永遠生存之性質，不若自然人有壽命之限制，法人之中，有財團與社團之別，前者之結合，以財產爲基礎，以之舉辦公益或慈善事業爲目的，後者之結合，以人爲基礎，以經商營利爲目的。引申言之，公司爲集合多人，依法組織成立，以營利爲目的之團體。時代演進，企業經營

有需乎大規模之組織，民主思想發達，各事均採團體行動，曩之獨資堪以經營者，今則合夥尚難勝任。故昔日投資主體多限國人，今則股票市場廣及全球。是以凡屬需要雄厚資金始能舉辦之事業，如銀行，路礦、製造、電氣等業，多非採取公司組織不辦矣。

第二目 公司與合夥之異點

公司雖亦為集合多人之企業組織，但與合夥不同，茲擇要列述其區別之點如次：

(一)公司為法人，合夥非法人 公司本身有獨立之人格，與各股東個別之立場截然不同，凡享受權利負擔義務以及為訴訟之原告被告，均得用公司之名義以赴之。合夥則不然，合夥人與合夥在法律上為一體，不能分離，對外權務關係僅為各合夥人（自然人）之關係，而不得使用合夥之名義。

(二)公司行動採決多數合夥行動則取決全體 公司股東衆多，意見難免紛歧，一事之行，欲求毫無異議，殆有不可能者，故法律上許用『多數表決』(Majority Rule)之辦法。合夥中處理業務，通常須得全體同意，有一人異議，即不能舉辦。

(三)公司股份轉讓自由合夥則否 公司之資本大多分為若干股份，所以便於社會人士之認購，除無限責任股東外，倘投資者不願為公司股東，又可將其股份自由轉讓，並不受他股東之干涉，亦無須得公司當局之同意。合夥人若欲將股份轉讓，則必須得全體合夥人之同意。

(四) 公司對內之關係爲公司與股東之關係（法人與自然人之關係）合夥內部則爲股東與股東之關係（自然人與自然人之關係）。

(五) 公司之資產爲公司所有，公司之債務由公司負責。合夥之資產爲股東所共有，合夥之負債則由股東分担。

(六) 公司之存續有強制性合夥則否。公司之一切行爲須依照章程辦理，並須遵守法律之規定，其存續若干年限，於呈請登記時，須先聲明；苟其期限未滿，而又非有公司法上規定之解散原因發生者，不得隨意解散。合夥則無此等規定。

第三目 公司之種類

依我國公司法之規定，公司有四種，茲分述如次：

(一) 無限公司 (Ordinary Partnership)。無限公司，由二人以上發起，其股東皆負無限之連帶責任，此點頗與合夥相似。

(二) 兩合公司 (Limited Partnership)。兩合公司係由無限責任股東與有限責任股東混合組成，營業虧折時，有限責任股東，僅以虧盡原認股本爲限，其餘未了債務，悉由無限責任股東負責清償。此種組織，乃著有信用及擁有資本者之營利結合。其性質頗類隱名合夥，平日執行業務及操大權者，皆爲無限責任股東，至有限責任股東僅有稽查帳目之權，對於業務並不過問。此種公司之組織，除公司法中特有規定者外，并得應用無限公司之條文。

(三) 股份有限公司 (Limited Company) 股份有限公司，全由有限責任股東組織而成。公司之資本均分爲股，各股東對於公司之責任以其繳清之股金爲限，此種公司須有七人以上爲之發起。

(四) 股份兩合公司 (Joint Stock Limited Company)，股份兩合公司。亦由無限責任股東與有限責任股東組織而成，大體與兩合公司同，惟有限部份之資本，則分爲股份，并得轉讓於他人，苟股份有限公司中有一人加入爲無限責任股東時，卽成爲股份兩合公司矣。

(特種股份有限公司) 以上四種公司，係依公司法所定者爲限，我國二十九年三月二十一日公布特種股份有限公司條例，遂多特種股份有限公司一種。此種公司，乃由政府機關組織，准許本國人民或外國人認股，實爲股份有限公司之化身，其發起人，並無限制。

(保證責任公司) 英國公司中，有所謂保證責任公司者，此種公司或以股份組織。或非股份組織，公司財產不足清償債務時，其股東除原投資本外，尙須預備一定之金額以爲補償之用，此項金額以章程定之，其責任實介乎有限責任與無限責任之間，我國目前於銀行及合作社中有此保證責任，其保證之金額以原投資本額百分之百爲多。

以上僅爲各類公司之大概，其詳於次列各目分述之：

第四目 無限公司

(無限公司之設立) 無限公司之設立，應有股東二人以上共同出資訂立章程，載明(

一) 公司名稱，(二) 所營事業，(三) 股東之姓名住所，(四) 本店支店及其所在地，(五) 股東出資之種類及價額或估價之標準，(六) 訂立章程之年月日等事項，由各股東簽名蓋章，各執一份，並須於十五日內依法在本店及支店之所在地向主管官署聲請登記，經核准發給營業執照後，始得完全成立。

(無限公司之內部關係) 內部關係者，即公司與股東及股東間權利義務之關係也。公司之內部關係，除法律有規定者外，悉以章程定之，(以下各種公司同)，其重要關係略述如下：

(一) 股東之執業權利 無限公司中，股東均有執行業務之權利。同時亦負其義務；但有時亦可以章程訂定由股東中之一人或數人執行業務，其執行業務之股東，非有特約，不得向公司請求報酬。不執行業務之股東，可向執行業務之股東，質詢公司營業情形查問財產及文件。

(二) 盈虧之分派 每屆結帳時，公司如有盈餘，須先以之彌補過去之虧損，如再有餘，始可以之分派於各股東。其分派之標準，章程中有規定者從其規定，否則以股東出資之多寡為比例。若章程中僅就盈餘或虧損之一方定有分派之比例者，則其所定之比例於盈虧兩方面均適用之。

(三) 經理人之選任及解任 經理之得人與否，關係公司之營業至鉅，於其選任及解任

，法律明定須得全體股東過半數之同意，始生效力。

又依商業登記法之規定，經理人之選任及解任，其本人應於十五日內，向主管官署聲請登記，（各式企業形態之經理人均同）。

（四）股份之轉讓 無限公司股東所持有之股份，為股東對於公司所有權利義務之總體，非經其他股東全體之同意，不得以其全部或一部轉讓於他人。

（五）競業之禁止 股東如欲為自己或他人為與公司同類營業之行為，及為他公司之無限責任股東者，亦非經其他股東全體同意不可，否則其他股東得以過半數之決議，將其行為認為公司所為（即以公司之名義接收其行為所生之權利，所謂行入介使權是也）但自行為後逾一年者不在此限。

（無限公司之對外關係） 無限公司之對外關係，乃公司與第三者或第三者與股東間之關係，大多有涉於社會公益，故不能以章程自由規定，而應受法律之規定，且其對外關係之發生，係由公司之成立，故公司於設立登記未辦妥之前，一切對外關係均無效（以下各公司同），茲略析述無限公司對外之重要關係如次：

（一）無限公司之代表 無限公司之股東，不論出資多少，均有代表公司之權利，但亦得以章程或股東全體之同意，特定代表公司之股東，此項代表權與執行業務不同，前者屬對外關係，後者為內部關係，雖事實上二權同集一身，然其性質迥然不同也，代表權之範圍，

及於營業上一切事務，故代表公司之股東有辦理營業上一切事務之全權。

(二) 清償債務之責任 在公司財產不足清償其債務時，各股東對於不足之額連帶負責清償之責，此點與合夥完全相同。中途加入無限公司為股東者，對於未加入以前公司債務亦非負責不可，全體股東所負之無限連帶責任，必俟公司為解散之登記後滿五年始得解除。

(無限公司股東之退股) 無限公司股東退股之原因有二：即自動的與強制的，前者如股東之死亡或破產等；後者如股東有不正當之行為妨害公司之利益，或不能照繳應出之資本等，股東退股，應向主管官廳聲請登記，對於登記前公司之債務，於登記後兩年內，仍負連帶無限責任。

(無限公司之解散) 無限公司得因下列事項之一而解散：(一) 章程所定解散之事由發生，(二) 公司所營業業已成就或不能成就，(三) 股東全體之同意，(四) 股東僅餘一人時，(五) 與他公司合併，(六) 破產，(七) 解散之命令，但公司在解散之後，於清算未了之前，仍視為存續；如以合併而解散者，應於合併之後十五日內向主管官署聲請登記。(無限公司之清算) 清算為使公司關係消滅之手續。

(一) 清算人及其種類 執行清算之人曰清算人，由股東選任者曰「選定清算人」，由全體股東自行担任者，曰「法定清算人」，或「當然清算人」，若在公司解散後尚不能產生清算人，或其解散係由法院之命令時，則法院得因利害關係人或檢察官之聲請派遣清算人，

曰「派選清算人」。

(二)清算人之呈報 清算人應於就任後十五日內將其姓名住所及就任日期向法院呈報，其由法院選派者並應公告之，清算人之解任，應由股東於十五日內向法院呈報，由法院將其解任者並應公告之。

(三)清算人之任務 清算人之任務不外(甲)了結現務；(乙)收取債權，清償債務；(丙)分派剩餘財產三種。

(四)清算事務之結束 清算人於其任務終了後之十五日內，應造具決算報告書送交各股東，請其承認，如股東不於一個月內提出異議，即視為承認。於是清算遂告完結。清算完結後，清算人應於十五日內向本店及支店所在地之法院呈報備案，以解除責任。清算事務應於六個月內完結，其不能者，清算人得向法院申敘理由，聲請展期。

(無限公司之利弊) 無限公司除在法律地位上具有法人資格外，其在經濟上之性質與合夥無異，故無限公司之利弊大致與合夥之利弊相同。

第五目 兩合公司

(兩合公司之設立) 兩合公司之設立程序，與無限公司同，惟股東中孰為有限，孰為無限，應於章程上載明。

(兩合公司之內部關係)

(一) 股東之出資 兩合公司股東出資之標的，無限責任股東得於金錢之外，以勞務或信用代之，但在有限責任股東，必須以金錢或其他有形財產爲之，而不得以勞務或信用代替。

(二) 股東之權利及盈虧之分配 關於業務執行權，專屬於無限責任股東，有限責任股東僅有每屆營業期終檢查公司業務及財產情形之權利，必要時尙得向法院聲請許其隨時爲前項之檢查，每屆盈虧，均由各股東分担之，其分担方法與無限公司同。

(三) 經理人之選任及解任 經理之重要而如前述，兩合公司經理之選任及解任，僅須經無限責任股東過半數之同意決之，蓋業務僅由無限責任股東執行也。

(四) 股份之轉讓 關於股份之轉讓，在無限責任股東，與無限公司同，非得其他無限責任股東全體之同意不可，在有限責任股東，苟得無限責任股東四分之三以上之同意，即可將股份之全數或一部轉讓於他人。

(兩合公司之對外關係)

(一) 公司之代表 兩合公司中之有限責任股東，無代表公司之權，此權專屬於無限負責股東；然公司亦得以章程或股東全體之同意，特定代表公司之股東。

(二) 競業之禁止 關於競業，無限責任股東，當然絕對受禁止，但有限責任股東對於公司之責任，僅以出資定額爲限，故於其爲自己或他人爲與本公司同類營業之行爲，及爲他

公司之無限責任股東，均所不禁。

(兩合公司股東之退股) 兩合公司中之無限責任股東之退股，一如無限公司股東退股之規定，而有限責任股東，對於受禁治產之宣告，及死亡後有繼承人時，均可不必因之而退股，有限責任股東遇不得已之事故，得經全體無限責任股東四分之三以上之同意退股，或聲請法院准其退股。

(兩合公司之解散或改組) 兩合公司解散之事由，除與無限公司相同外，尙有下列之規定；即兩合公司中如無限責任股東或有限責任股東有一種全體退股時，亦得解散之；但有限責任股東全體退股時，得以無限責任股東全體之同意，改組爲無限公司。倘實行改組，應於十五日內向主管官署聲明爲兩合公司解散，並無限公司設立之登記。

(兩合公司之清算) 兩合公司之清算，大致準用無限公司之請算辦法；至於有限責任股東，因對公司業務無執行之權，故對於清算人之選任及解任，亦無過問之權，凡清算人之選任及解任，皆由無限責任股東以過半數之決議爲之，無此項決議時，則由全體無限責任股東任清算人。

(兩合公司之利弊) 兩合公司之優點有三；(一)可使有信用與擁有資財者互取所長，共同經營企業；(二)可集較鉅之資本；(三)執行業務者比較努力，至其缺點，則兼具無限公司及股份有限公司之缺點，良以兩合公司之性質，正介乎此二者之間也。

第六目 股份有限公司

(股份有限公司之設立) 股份有限公司之設立，較前二種公司稍為複雜。依公司法之規定，股份有限公司須有七人以上為之發起，訂立章程。發起人之資格並無限制，自然人或法人均無不可。

(一) 股份有限公司之章程 章程為公司內部之根本法則，凡平時營業，及各種重要事項除依照公司法外，皆須規定於章程中，以免日後之紛爭，故公司範圍內之一切人員，均宜遵守之，為公司業務經營之最高準繩。至其內容應規定者，可分必要事項，次要事項，與任意事項三種，分述如次：

(甲) 必要事項 所謂必要事項，即章程中必須載明，缺一即不成其為章程，依公司法規定，必要事項有下列七種：

- (1.) 公司之名稱；
- (2.) 公司所營之事業；
- (3.) 股份之總額及每股之金額；
- (4.) 本店支店及其所在地；
- (5.) 公司為公告之方法；
- (6.) 董事或監察人當選之資格；

(7.) 發起人之姓名住址。

(乙) 次要事項 次要事項，雖非章程中必須記載之要項，但欲使其發生法律上之効力，則非載明不可者也，其事項公司法中規定者如次：

(1.) 解散之事由；

(2.) 股票超過票面金額之發行；

(3.) 發起人所得受之特別利益及受益者之姓名。

(4.) 股息紅利之分配；

(5.) 優先股之發行，及其應有權利之種類；

(6.) 股東會之議決方法；

(7.) 股東表決權之限制；

(8.) 董事執行業務及經理人選任解任之議決方法；

(9.) 董事及監察人應得報酬之數額；

(10.) 特定代表公司之董事；

(11.) 開業前之分派股息；

(12.) 股款遲繳之違約金；

(13.) 清算人之訂定；

(14) 清償債務後賸餘財產之分配。

上列諸端，並非可以任意訂定，仍須遵守公司法對於各該事項所規定之範圍，且須慎重嚴密，不可疏漏，否則必為官廳所批駁，或為內部辦事之阻礙。

至於任意事項，為免日後爭端計，祇須不與法令抵觸，儘可列入（公司章程實例可參閱本叢書商業應用文作法二五六頁）。

股份有限公司之認股，有所謂「發起設立」及「招募設立」兩法，茲分述之：

（發起設立）

發起設立，乃發起人於章程訂定之後，自行將公司股份總額全數認足之謂。又有共同設立，單純設立或即時設立之例，全體股東皆為發起人，是其特點，其設立程序略述如次：

（一）認股及繳款及選任董監 發起人認足股份總數之後，應即按股繳足第一次股款（不得少於二分之一）並選任董事及監察人。

（二）呈請查驗 董事於就任後，應即呈請主管官署選派檢查員，檢查第一次股款是不收足，及其他事項，所謂「驗資」是也。

（三）聲請登記 檢查（即通稱「驗資」）完竣後十五日內，由董事向主管官署呈請登記，應向官廳登記之主要事項為（甲）章程上必要事項之前五項（見前）（乙）各股已繳之金額，（丙）董事及監察人之姓名住所，（丁）定有解散事由者，其事由（股份有限公司設立聲

記呈請書例參閱本叢書商業應用文作法一〇二頁）呈請登記時須附具下列諸文件各二份：（甲）公司章程，（乙）股東名簿，（丙）當選董事及監察人之名單，（丁）主管官署之查檢證書，其股數經裁減者並其判示，（戊）營業概算書，（己）設立時呈准備案之證明文件。上述各文件中，股東名簿為證明股東及股票事項之重要文書，應編號記載以下各點：（甲）各股東之股數及其股票號數，（乙）各股東之姓名住所，（丙）各股份已繳之股款及其繳納之年月日，（丁）各股份取得之年月日，（戊）發行無記名股票者，應記載其股數及發行之年月日，（己）發行優先股者應於號數下註明優先之字樣。其他文件之式例見後。招募設立項下附例。

設立登記一經核准，公司即告成立，故發起設立之手續，較為簡單，蓋由於發起人數較多，或多雄於資力者，或資本之總額不甚鉅，故僅以發起人之力，即可認足，而使公司得以早日成立也。

（招募設立） 招募設立，乃發起人未能認足股本全額，須再向外招募以足金額者也，又稱募集設立，漸次設立或複雜設立，除訂立章程外，其設立程序如次：

（一）呈請備案 招募設立之公司，發起人於訂立章程後，應先備具以下各文件：（甲）營業計劃書，（乙）發起人姓名履歷及認股數目表（發起人所認股份總額不得少於股本總額二十分之一，其股本總額在百萬元以下者，不得少於十分之一，發起人之股份，在公司開

業後一年內，不得轉讓），（丙）招股章程，由全體發起人具呈向主管官署備案後，方可開始招股，（呈請主管官署備案文例參閱本叢書商業應用文作法一〇〇頁）。

營業計劃書及招股章程之內容，並無明文規定，須由發起人審察其事業之性質與規模，酌量擬定，惟營業計劃書內通常須述明：（一）公司設立之緣起，（二）所營之事業，（三）資金分配計劃，（四）營業收支預算，及（五）盈餘分配計劃等項，招股章程中必須載明以下各點：（一）募股期限，（二）各發起人所認之股份等項，招收章程實例見本叢書商業應用文作法二八一頁），茲附營業計劃書實例於次，以資參考：

××棉織廠股份有限公司營業計劃書

衣食住行爲人生四大要素，而衣着居首，服御雖有絲毛棉絨之分，然在吾國社會，棉織品之需要尤爲急切，十餘年來，棉織工廠由草創而發展，無日不在突飛猛進中，實業先進，研究於前，社會賢達，愛護於後，所製物品，日見精良，駸駸乎有與舶來品並駕齊驅之勢，不特人民衣着，有所取給。而吾國漏卮最巨之棉貨入超，亦得以挽救，其有裨於國計民生，有不勝言者。××等竊焉慕之，用是不量棉薄，擬即集合同志，創設××棉織廠股份有限公司，資本定爲國幣××元，手紡與機製並進，預計將來出品，定可暢銷，惟茲事體大，非羣策羣力，不易奏效。就希愛國同志，踴躍投資，共襄盛舉。茲將資本運用方法等項，開列於后，尙祈各界垂察焉。

（甲）資本 總額國幣若干元

商業概論

(乙) 資本分配：

一、機器

若干元

一、生財

若干元

一、裝修

若干元

一、原料

若干元

一、流動資金

若干元

(丙) 營業範圍：

一、承造某某物件等

一、自造某某物件等

一、製銷某某物件等

(丁) 營業概況：

(子) 收益方面：

一、製造方面

若干元

一、雜項收入

若干元

以上共計若干元

(丑) 開支方面：

一、房租

若干元

二、薪工

若干元

三、××

若干元

四、××

若干元

以上共計若干元

(寅)盈餘 收支相抵約可盈餘若干元

按右列各項營業預算收支兩抵，每年盈餘約計若干元，其詳細分配方法，以有關於各股東切身利益。俟開創立會時，於正式章程中再行規定。

(二)募足股份 向外招股時，發起人應將章程及招股章程刊印發表，公開招募，同時應備聯單式之認股書，由認股人填寫所認股數，金額及姓名住址，並行蓋章，認股書之格式，法無明文規定，茲舉一通用實例如次，以資參考：

認股書

重慶		重		× ×	
司公限有份		股		認	
書		股		認	
蓋認 章股 式人 樣簽 字	貫籍		業職	名姓	
	通訓處		齡年	記股 名票	
現任		永久		自有或共有	
別性		別性			
人紹介		認股人			

茲遵照重慶××股份有限公司章程，及招股簡章之規定，認購股份
 每股國幣 元；共計國幣 元，准於民國 年 月 日以前
 繳足不誤！此致
 重慶××股份有限公司台照

下列各項，務請認股人詳細填明，以備將來填發正式股票及編製股東名
 簿之用

認股書雖無法定之格式，但有法定應行載明之條款，而此種條款，僅為發起人對於認股者之表白性質，非認股者認股時之諾言，揣情祇可載明於認股書之背面，作為對認股者所提之備忘錄，惟實際上此種條款多載於招股章程中，其條款計有十六端，列舉如下：（1）訂定章程之年月，（2）公司之名稱，（3）公司所營事業，（4）股份之總額及每股金額，（5）本店支店及其所在地，（6）公司為公告之方法，（7）董事或監察人之資格，（8）發起人姓名住址，（9）公司解散之理由，（10）發行股票超過票面之金額（11）發起人所得受之特別利益及其姓名，（12）有以銀錢外之財產抵作股款者其姓名，並其財產之種類價格及公司核給之股數，（13）應歸公司負擔之設立費用及發起人得受報酬之數，（14）各發起人所認之股數，（15）第一次應繳納之股數，（16）股份總數募足之期限及逾期末募足時，得由認股人撤銷所認股份之聲明。

（三）催繳第一次股款 股份總數募足後，發起人應即向認股人催繳第一次股款，以超過票面金額發行股票時，其溢額之全部，應與第一次股款同時繳納，且第一次應繳之股款，不得少於票面金額二分之一，認股人如延欠第一次應繳之股款時，發起人應定二個月以上之期限，催其照繳，並聲明逾期不繳失其權利，發起人已為一種之催告，認股人仍不照繳者，即失其權利，其所認股份另行募集，倘另募結果無人接受，或不獲照數繳足股款者，則由發起人連帶認繳，公司方面因認股人之欠繳股款而受有損害者，並得向該認股人請求賠償。

凡（甲）章程訂定股款一次繳足，（乙）發行無記名式股東時，及（丙）每股票面金額爲十元時，其股款必須一次繳足。

招股事務開始之後，苟因故停止，應於十日內結束呈報主管官署備案，如股款已繳者，應返還之，其籌備費用由發起人連帶負責担任。

（四）召集創立會 第一次股款繳足後，發起人應於三個月內召集創立會，創立會爲全體認股人直接參與公司事務之第一次會議，亦即公司之第一次股東大會，其召集之手續及開會議之方法，可述如次：

（甲）於一個月前通知各認股人，對於無記名股票之持有人於四十日前公告之，通知與公告中並應載明召集事由及提議之事項：

（乙）認股人不能親自出席時，得出具委託書委託代理人出席。

（丙）開會時各認股人每股有一表決權，一認股人而有十一股以上者，應以章程限制其表決權，每一認股人之表決權及其代理他認股人行使之表決權之合計，不得超過全體認股人表決權五分之一。

（丁）創立會之決議應有認股人（人數）過半數，代表股份總數（股數）過半數者之出席，以出席人表決權之過半數行之。

（戊）出席人不滿意前項定額時，得以出席人表決權之過半數爲假決議，將假決議通知

各認股人，並公告之，於一個月內再行召集創立會，其決議以出席人表決權之過半數行之。

(五) 創立會之任務創立會之重要任務爲：(甲) 使認股人澈知籌備詳情，而免欺妄，(乙) 選任董事及監察人并與開各項調查之報告，(丙) 集思廣益，得修改章程，(丁) 匡補發起人智能之未逮，(戊) 矯正發起人自私之偏弊，故發起人應將設立之一切事情報告創立會，董事與監察人就任後，應調查：(甲) 股份總數已否認足——(乙) 各認股人第一次股款已否繳足及前述認股書背面載明事項中之(11)(12)(13) 條情形之是否確當，報告於創立會，董事及監察中如有發起人時，此項調查，(類發起設立之驗資) 創立會應另選檢査人爲之，蓋所調查者純係發起人在籌備期中之措施也，各情苟有冒濫不當之處，創立會據報得分別糾正，責令補足或裁減之。

(六) 聲請登記 創立會閉幕後十五日內，應由全體董事及監察人向主管官廳聲請登記(登記之事項同前發起設立) 經核准發給營業執照後，公司始算成立，呈請登記時，除應繳規費外，須附呈下列諸文件各二份：(甲) 公司章程；(乙) 股東名簿；(丙) 董事監察人或檢査人調查報告書及其附屬文件；(丁) 創立會議議決錄，(戊) 營業概算書，(己) 設立時呈准備案之證明文件。

茲再酌錄前項應用文件格式之實例如次，以資參考：

(甲) 董事監察人或檢查人調查報告書

具報告書××股份有限公司全體董事監察人，(或檢查人)×××等，茲遵照公司法第一〇三條之規定，將公司各項簿據銀錢等詳細調查，將所查結果，報告如下：

- (一) 股份總數若干股，每股國幣若干元，共計股款國幣若干元，確已如數認足。
- (二) 各認股人應繳之股款確已如數全部繳足，股款俱係現金，並無以金錢外之財產抵作股款者(如有以金錢外之財產抵作股款者，此處應書明其姓名及其財產之種類價值與公司核給之股數)
- (三) 本公司全體發起人除按照本公司章程第×條盈餘支配之規定得有二十分之一分半之報酬外，其他並無特別利益尚屬正當。

(四) 應歸公司負擔之設立費用計銀若干元，此項設立費用包括籌備期間房租膳食印刷等開支在內尚屬正當。

以上各款，俱屬確實，願至報者。右致

××股份有限公司創立會

中華民國 年 月 日

全體董事監察人(或檢查人)署名蓋章

(乙) 創立會決議錄：

××股份有限公司創立會會議錄：

日期：民國×年×月×日上午（或下午）×時，

地點：×處××地方，

到會人數及股數 到會股東若干人共若干股，

××省××廳（或××市××局）代表×××

臨時主席：公推×××先生爲臨時主席，

行禮如儀

（甲）報告事項：

（一）主席報告到會股東若干人，共若干股，核與本公司，股東總數及股數均足法定額數，當可依法進行會議。

（二）發起人×××先生報告籌備經過及設立事項（此處須將報告大意敘述）

（乙）討論事項：

（一）通過公司章程。

由主席將本公司章程草案逐條宣讀，經衆略加修正全體通過。

（二）選舉董事及監察人

用記名式投票，並推×××及×××兩先生爲檢票人，揭曉結果計當選董事五人監察人二人

如下（指明當選董事監察人姓名及當選權數）

（三）董事監察人（或檢查人）調查報告：

本公司全體董事監察人依照公司法第一〇三條之規定，提出書面調查報告，當推×××董事當衆宣讀，無異議通過（其中檢查人出具調查報告書者可改爲按本公司董事若干人，監察人若干人，內有幾人係發起人中選出，爰照公司法第一〇三條第二項之規定另推檢查人，當即推定×××先生爲檢查人，由檢查人按照公司法第一〇三條各款事項之規定，將本公司各項簿據銀錢等詳細檢查，均屬無誤，出具檢查報告書當衆宣讀無異議通過）。

臨時主席×××

（署名蓋章）

主管官署代表×××

（丙）營業概算書

××長途汽車公司營業概算書

（甲）公司設備費

- （一）建築汽車道路計銀若干元
 - （二）建築汽車站費計銀若干元
 - （三）建築公司辦公房屋費計銀若干元
 - （四）購製汽車機器及裝置等費計銀若干元
 - （五）購製各項應用設備計銀若干元
- 以上共計設備費若干元正

乙、公司每年經常支屬

(一) 汽車油計銀若干元

(二) 房租計銀若干元

(三) 薪工計銀若干元

(四) 修繕費計銀若干元

(五) 雜支計銀若干元

(丙) 公司每年經常收入

(一) 票價收入全年約銀若干元

(二) 雜項收入銀若干元

以上全年收入共計若干元正收支相抵餘利計銀若干元正

(丁) 每年餘利之分配：

(一) 公積金 若干元

(二) 股息 若干元

(三) 股東紅利 若干元

(四) 發起人特別利益 若干元

(五) 董事監察人酬勞 若干元

(六) 經理酬勞 若干元

(七) 職員獎勵金 若干元

以上共計銀若干元正

(股份有限公司登記之效力) 無論何種公司必須向主管官署呈請登記，並須於核准領到營業執照後，始為正式成立，爰析述設立登記在法律上之效力如次：

(一) 公司成立 公司未呈准登記以前，不能取得法人資格，於法既不能保持財產，訂立契約，受人侵害時，復不得為訴訟之主體，並不得以設立對抗第三者，於其商號商標之專用權，均無法律上之保障。

(二) 登記後須於六個月內開業 公司登記後滿六個月尚未開始營業者，主管官署得呈請經濟部撤銷其登記，蓋防發起人籌備欠妥，辦事不力，於股東所投之資金為不合理之運用，於股東及其他債權人均有不利，故主管官署為保障股東及債權人之權益，及安定社會秩序計，必須責成公司於登記後之一定期限內開業也。

(三) 認股人不得撤銷其股份 公司一經登記成立，認股人不得持任何理由撤銷其股份。

(四) 得發行股票 公司未經登記前，根本未曾成立，苟發行股票，則於證券市場上購買其股票者，或將因而受損害，故必須於設立登記後始得發行股票。

(五) 可自由轉讓股份 公司登記後如欲撤銷股份，固法所不許，但既登記成立，股票並已發行，則轉讓其股份者，已有具體之證券為憑，不若未登記未發行股票前之轉讓，有詐

欺之嫌，故均准其自由轉讓。

(股份有限公司之股份與股票)

(一) 股票 股票者 (Share Certificate or Stock Certificate)，股東對於公司握有股權之憑證也，公司依法呈准主管官署登記發給執照以後，始得發行股票，上已言之，所謂股權，其涵義約有四端：即(甲)參加股東會議之權；(乙)參與公司事業之權；(丙)參與利益分配之權；(丁)於公司解散時享有贖餘財產分配之權。

公司之股票應編列號數，並載明下列各款，由董事五人以上之署名簽押方為有效：

(甲) 公司之名稱，

(乙) 設立登記之年月日，

(丙) 股數及每股金額，

(丁) 有優先股者其股數每股之金額及其應有之權利。

(戊) 股款分期繳納者其每次分繳之金額。

上述應載事項，如有缺漏或失實等情，非持股票無效，公司董事須受罰金之處分，茲附一普通應用之股票式例於次，以資參考：

股票

××股份有限公司股票

××股份有限公司業於民國 年 月 日呈准政府登記額定資本國幣

元分爲 股每股國幣 元一次繳足（或先繳二分之一）今據

名下繳來股款計國幣 元計 股合給第 號股票一紙收執爲憑息單另

給

董事×××

民國 年 月 日

×××
×××
×××
×××
×××

字第.....號

存根

今收到

戶股款國幣

元計

股合給第

號股票一紙爲憑並留存根備查

民國 年 月 日

(二) 股份之種類 股份以股權種類而區別，有普通股與優先股之分；以股票之形式區別，有記名式股份，與不記名式股份之分，茲分述之：

普通股 (Common Stock) 與優先股 (Preferred Stock) 普通股即通常之股份，其股東之一切權利地位，彼此均等；優先股係比對普通股而言，其股東對於利益之分配，或贖餘財產之分派，其受領次序得較先於普通股，其權利若未載明於章程，則優先股之優先權，祇限於收益之分配而不及於剩餘財產之分配，依我國法律，優先股票之發行，祇准於增資或整理債務時爲之，公司初設時不得發行。

優先股又有累積的 (Cumulative) 與非累積的 (Non-Cumulative) 及參加的 (Participating) 與非參加的 (Non Participating) 等分類，累積者即某年公司之實際收益，連優先股之股息亦不能支付或不能付足時，其缺額得轉入次年度，與次年度應給之數累積併付，倘未補足則普通股不得分派股息，非累積者則反是，某年分配股息有不足之額或竟不派，次年度雖有盈餘，不予補付，參加者，除應得之優先股息外，仍有與普通股分享紅利之權，其間分派之比例，以章程定之。非參加者，即無論公司之盈利如何豐厚，優先股僅享定額優先股息，其餘則全給普通股，而不能再分其利潤者也。

記名股份 係將股東姓名記載於其所認購股票之上：非被記名者不得行使其股權，無記名股份則其股票之上，不記載股東之姓名。無記名股票之持有者，得隨時請求將其股票改爲

記名式。

(三) 股份之轉讓 記名股份之買賣，無須得他股東之同意，但非登記於股東名簿，不能對抗公司及第三者，且在股票未發行前，不得請求轉讓其股份，無記名股份之買賣轉讓，無須向公司登記，非常自由，惟依我公司法規定，此種股票，非俟其股款全數繳足之後，不得發行，且其股額不得超過股份總額三分之一。

(四) 股份之撤銷及增資之前提 股份總數募足已逾六個月，而第一次股款尚未繳足，或已繳足而發起人不於三個月內召集創立會者，認股人得撤銷其所認之股份，又公司股份，非俟全部繳收足額之後，不得增加。

(股份有限公司之機關及內部關係) 股份有限公司之股東在原則上對於公司之業務，均有執行之權，惟此種公司之股東人數，往往盈千累百，決難人各親赴，故有「股東會之組織，以會議之方式，決定公司之一切大政方針，由股東會就全體股東中選出「董事」，以代表全體股東執行公司業務，然而董事之執行業務，難保不發生失職舞弊等情事，各股東又散處各地，不易加以監督，故股東會又得公舉「監察人」以代表全體股東監察董事之行為，茲分述三種機關之概念如次：

(一) 股東會 股東會為公司最高權力機關，有查核董事造具之表冊，及監察人之報告，並為分派股息及盈餘之決議等特權，公司章程有變更時，亦須得股東會之通過，股東會可

分常會與臨時會兩種，前者每年至少召開一次，後者則於必要時召開之，通常均由董事召集之。常會或定期會之召集與創立會同，臨時會之召集，其通告期限，爲定期會之一半時間。

(二) 董事會 董事會爲公司之執行機關，董事至少須有五人，由股東會就股東中選任之，其資格須持有相當數額以上之股份，蓋股數太少則不關痛癢，對於公司事務漫不經心也，董事於就任後應將應有股份之股東交監察人於公司中保存之，以免轉讓也。董事之任期不得逾三年，但連選得連任，公司與董事間係屬普通委任關係，董事執行業務。除章程另有規定外，以過半數之同意決定，公司得依章程規定，或股東會之決議，特定董事中之一人或數人代表公司，否則各董事均有代表公司之權，凡董事非經其他股東全體之同意，不得與公司競業，否則其他股東得以過半數之決議爲公司行使介入權，但行爲後逾一年者不在此限。公司於虧損達資本總額三分之一時，董事有召集股東會報告之職責。

通常業務之執行有於董事中選任董事長或常務董事常川駐留公司以專責處理事務者。但事實上爲業務之處理靈活起見，多由董事會聘請經理一人或數人，負臨見辦理公司業務之全責，再由經理遴聘佐理人員，襄辦日常業勳，董事長之類，則處於督導之地位，此其大略也，詳容於內部組織節中述之。

(三) 監察人 監察人係公司之監察機關，公司與監察人間之關係，亦屬普通委任性質，其任期爲一年，連選得連任，監察職權之行使，爲隨時調查公司之財務狀況，查核簿冊文

件，並得請求董事報告關於公司之業務情形，對於董事造送於股東會之各種表冊，亦須與簿據核對調查實況，向股東會陳述其意見。

(四) 股份有限公司之盈虧分配 時下一般公司之董事，虛詣業務，粉飾隆盛，分配過實之利益，或若干股東貪目前之小利，置公司之基礎於不顧（如不論盈虧索派股息等）皆為公司莫大之危機，我公司法因特設會計一節，規定股份有限公司，於營業年度終了，董事須造具各項表冊（如營業報告書與財產目錄等）於股東大會開會前三十日，送交監察人查核。公司於公積未達資本總額之半數以前，應於每屆盈餘中提存十分之一為公積後，始得實行分派：公司在無盈餘或過去之損失未彌補以前，不得分派股息及紅利，又如超過票面金額發行股票之溢價額，須全部列作公積。凡此種種，皆所以防微杜漸，鞏固基礎之道，良以股份有限公司股東不負無限責任，一旦蹉跌，不但債權人蒙其損害，社會經濟亦將被其波動，影響所及，實非淺鮮也。

(股份有限公司之對外關係) 股份有限公司之董事，對外有代表公司之權，其代表公司之董事，於公司營業上一切事務，無論對外對內，有辦理之權，苟無危害公司營業或違法情事，股東不能加以干涉。董事亦有顧及債權人利益之責任，於公司財產顯有不足抵償債務時，須為宣告破產之聲請。

(股份有限公司之解散)

(一) 解散之事由 股份有限公司之解散，須有股東會之決議，及遇有記名股票之股東不滿七人之二點與無限公司解散事由中之(三)(四)二項不同外，餘均同無限公司之解散事由。

(二) 解散之手續 股份有限公司之解散，係由於破產者，於宣告破產後，其財產即移交破產管理人管理，依破產法之程序進行辦理，倘由於與他公司合併而解散時，應一方編造資產負債表及財產目錄，並向各債權人分別通知及公告，一方於合併決議後十五日內向主管官署分別爲下列各項之登記：(甲)因合併而存續之公司爲變更之登記，(乙)因合併而消滅之公司爲解散之登記，(丙)因合併而另立之公司爲設立之登記。

其由於股東會之決議及其他原因而解散者，應由董事分別通知及公告各股東，並於決議解散或接受解散命令後十五日內向主管官署爲解散之登記。

(股份有限公司之清算) 股份有限公司之解散，除合併及破產外，應即進行清算，蓋合併時公司之權務，概移轉於他公司承受，無清算之必要，破產時應依破產法辦理。

(一) 清算人 股份有限公司除章程另有訂定或股東會另有選定外，以董事爲當然清算人，此外法院得因利害關係人之聲請，選派清算人。

(二) 清算人之呈報 清算人就任或解任時，均應於十五日內由清算人或股東會，將其姓名住所及就任或解任日期，向法院呈報，如由法院選派或由法院將其解任時並應公告之。

(三) 清算人之任務及清算事務之結束 清算人之任務及結束解責之手續，均與無限公司清算人同，茲不贅述。

(四) 重行分派財產 清算完畢後，如有可以分配之財產，法院因利害關係人之聲請，得選派清算人重行分派。

(股份有限公司之優點)

(一) 存立年限較久 股份有限公司除因法定解散事項之發生而解散外，絕不因股東之變更死亡而解散，猶之人體，細胞之新陳代謝雖不知有若干次，而此有機軀體仍可長期健在也，故股份有限公司之存立年限，較任何其他組織為久，是其特點。

(二) 股東責任有限 全體股東所負之責任，祇以所認股額為限，故公司無論如何虧累，股東不負無限清償之責，其自有財產不受影響。

(三) 股票易於流通， 股份有限公司之股票，可以自由轉讓買賣，進退不受限制，同時一人為數處有該公司之股東，法律不禁，投資者於一家損失，可藉他家之盈利以為補償。

(四) 股款易於籌集 股份有限公司因有上述諸利，投資者多樂於參加，發行優先股時，尤易受人歡迎，故鉅資易集，大規模之事業，不難立就。

(五) 參加者普遍 股份有限公司之資本，法定金額並不高，(一次繳足者每股可低至十元) 稍有資產者，即可量力認購而為股東；且因身分、年齡、職業、健康諸問題，不能親

力從事企業者，亦得藉此分享企業之利益。

（股份有限公司之缺點）

（一）股東責任心輕 股份有限公司之股東，甚至董監，責任均有限，即當事業失敗之際，彼等所負法律上之責任亦屬輕微，故於經營上易缺責任觀念且或有公司之主持人物，利用職權以營私舞弊，置公司之基礎於不顧者，實足令人寒心。

（二）對外信用有限 股東所負責任，僅以繳清其所認股份金額爲限，故公司對外之信用，自其財力後盾視之，實爲絕對有限，故對外借款舉債等事，每不若無限公司之受人信任也。

（三）處理業務欠敏捷 股份有限公司遇有重要事件，須取決於股東會，即日常事務，亦取決於董事會，迂緩週折，每易坐失業務上之良機。

（四）易爲大股東所操縱 股份有限公司之表決權以股數爲代表，是以實權每易操於少數大股東之手，專橫跋扈，輒以少數人之利害犧牲多數人之權利。

第七目 股份兩合公司

（股份兩合公司之設立）

一一）發起及訂立章程 股份兩合公司之設立，係由無限責任股東如發起人訂立章程，章程應載明：（甲）股份有限公司章程應載必要事項中之首五項，（乙）無限責任股東之姓

名住址，(丙)無限責任股東股款以外之出資，其種類及價格或估價之標準，並簽名蓋章。

(二)募集股份 募集之責，由無限責任股東任之，募集時應備聯單式之認股書，認股書上應載明之事項，大致與股份有限公司同，無限責任股東認有限股份者，其股數亦須載明。

(三)召集創立會及調查設立情形 股份招募足額，第一次股款繳納後，由發起人召集創立會，惟此創立會與股份有限公司之創立會微有不同，析其異點如次：

(甲)股份有限公司之創立會，須選任董事及監察人，而股份兩合公司之創立會，僅於有限責任股東中，選任監察人。(董事則由無限責任股東充任之)

(乙)股份有限公司全體股東於創立會皆有表決之權，惟股份兩合公司，祇有有限責任股東於創立會有表決權，其無責任股東，雖有於出資之外認有股份者，亦祇得於創立會陳述意見，而無表決權。

(丙)股份有限公司之調查報告，由監察人共同向創立會為之，而股份兩合公司中則僅由監察人單方面可調查報告之責。

監察人於就任後，調查所募股份總數及第一次所繳股款等事項，報告於創立會。

(四)聲請登記 股份兩合公司創立會閉幕後，應於十五日內，由監察人向主管官署呈請登記，應登記之事項，除章程所載明者外，復須加列(甲)定有代表公司之無限責任股東

者，其姓名住所，(乙)監察人之姓名住所。

(股份兩合公司之內外關係) 股份兩合公司對內之關係，於無限責任股東，則依兩合公司之辦法，其於有限責任股東，則依股份有限公司之辦法，各股東對外關係則悉與兩合公司同，學者可參閱前文不複述，其特殊之處，則有下列各點：

(甲) 股份兩合公司之股東會，僅由有限責任股東組織之，無限責任股東難得到會陳述意見，但無表決權，蓋在無限公司中應由股東全體同意之事項，在股份兩合公司中，除股東會決議外，須經無限責任股東之同意也。

(乙) 監察人僅監察無限責任股東。

(股份兩合公司之解散) 股份兩合公司解散之事由與兩合公司同。

(股份兩合公司之改組) 股份兩合公司中，如無限責任股東全體退股，有限責任股東得以決議改為股份有限公司，其改組之程序，除為改組之決議外，尚須依下列手續行之：

(一) 通告債權人 為改組之決議後，應原向各債權人分別通知及公告，並指定三個月以上之期限，准債權人提出異議，苟不為此通告，或對於在指定期限內提出異議之債權人不為清償，或不提相當之担保者，不得以其改組對抗債權人。

(二) 聲請登記 公司改組時，應於十五日內向主管官署聲請為股份兩合公司解散之登記，並為股份有限公司設立之登記。

(三) 承受權務 因改組而消滅之股份兩合公司，其權利義務，由改組成立之股份有限公司承受。

(股份兩合公司之清算) 股份兩合公司之清算，除下列二點略異外，餘準依股份有限公司之辦法：

(一) 清算人 股份兩合公司之解散，除因合併，破產及以命令解散外，如章程無規定，清算人之半數，應由無限責任股東全體任之，或由其選任，另一半數由股東會選任之，其任務詳前文無限公司目中，茲不贅述。

(二) 清算表冊之承認 股份兩合公司清算人造具之表冊，須提交股東會及無限責任股東之全體，請其承認，清算完結時並應於十五日內造具清算期內收支計算書，損益計算書，連同各項簿冊提交股東會及無限責任股東之全體，請其承認。

(股份兩合公司之利弊) 股份兩合公司在理論上係兼取兩合公司與股份有限公司之特長，其中執行業務者為無限責任股東，可以防止股份有限公司之一般缺點；惟其經營權操諸無限責任股東之責任亦過重，有限責任之股東多處於旁觀之地位，是以仍難期臻於理想之境地。

以上四種公司，制度各有優劣，就基礎鞏固信用堅厚而論，則以無限公司爲最優，兩合公司次之，股份有限公司最差；就組織單純，集資便易而論，則股份有限公司最優，兩合公司次之，無限公司殿末，而股份兩合公司於以上兩點均得其中。然徒法不能以自行，制度之長短，非絕對不可轉移，是在知者善爲運用耳。企業家之組織公司，究竟何去何從，則須視企業之性質，所需資本，與管理之方法爲基本之權衡也。

第三章 商業組織（續）

第八節 複合組織

前節所述，欲經營大企業，非採取多數人力與財力集合之公司方式不辦。然商業發達至現階段，若干企業界霸傑，已感非集中資本，擴大組織，不足以盡產業獨占或市場壟斷之能事。所謂集中資本，擴大組織，乃綜合已存之若干單一組織（如公司）而形成一複合組織（又名「企業之複合經營」），於是昔日足稱規模宏偉之公司，今日僅為構成此種複合組織之一分子矣。

複合組織，因各國情形之不同及經營方式之互殊：乃不一其類，其最著者有美國式之「托辣斯」與「股權公司」及德國式之「卡台爾」與「充采恩」等，其組織之目的，或為同種與類似之數個企業單位之聯合，以排除競爭及消弭其他矛盾，或為數個不同種類而有連貫性之企業之結合，以便利生產過程之完成，前者為橫的或水平的結合；後者為縱的或垂直的結合。

第一目 托辣斯與股權公司

(托辣斯與股權公司之淵源) 托辣斯(Trust)起源於一八八〇年，係由同種企業或有連帶關係之異種企業，以獨立(Monopoly)市場爲目的而互相結合之企業也，此種組織，祇係經營政策之合併，非企業本身之合併，所謂「依投資之關係，合併經營」者也，其操此經營權之主腦人物曰托辣斯梯(Trustees)，其中心幹部曰「托辣斯梯本部」(Board of Trustees)各分子企業之股東，應將其所有股票無條件交由托辣斯梯本部執有，托辣斯梯本部乃估計可得市場獨佔權之收益力，列爲資產，形成資本之膨脹，誇高股票之價值，世稱「股份提水」(Stock Watering)，並另發超過各企業股票原值數倍之托辣斯股票(Certificate of Trusts)所謂「水股」(Watered Stock)是也，托辣斯事業苟能如預期之順利而成功，則托辣斯股票當能維持其面值，甚或尤高過之。一般投資者，炫於此種不勞而獲之奇利，起之若鶩，是托辣斯之大企業所以易於組成而一時盛行於美國也。迨一八九〇年美國法律禁止托辣斯，於是各托辣斯之中心人物遂不得不謀改弦更張之道，會新澤西州(New Jersey)修改公司法，公司得以保有他公司之股票爲經營目的之一，於是托辣斯時代之著名人物煤油大王洛克佛(T. D. Rockefeller)乃利用此時機，聯合其親友組織一股份有限公司，作爲「母公司」，而將其固有之各事業單位(皆爲公司)作爲「附屬公司」，由母公司握有各附屬公司超過半數之股份，亦即取得其過半數表決權，以爲左右其經營事業之張本，前後對照，母公司之股票，無異托辣斯股票，董事會不啻托辣斯梯本部，名稱雖殊，實質上竟與前之被禁之托辣斯

並無二致，此種組織，稱爲「股權公司」(Holding Co.)，母公司又名「支配公司」，附屬公司又名「被支配公司」。

(股權公司之性質) 由上例觀之，可知股權公司實係巧避托辣斯取締法之產物，諱托辣斯之名而行托辣斯之實。其形成也，必先設立一母公司，具備足以收買他公司股票之實力，或以本公司之股票交換附屬公司之股票，或用其他方法收買之。母公司既握有各附屬公司過半數之股份，則母公司之股東或職員，可持其多數股權，獲選爲各公司之董事，以操縱其經營管理之權，如此各公司在法律上仍保持其獨立之地位，實質上仍爲一個結合體。

股權公司之本身有與其附屬公司經營相同或不同之業務者，有並不經營任何業務，專事對附屬公司投資，以支配其經營政策者。按此類公司，盛行於美國，我國則無此組織，且法律之防止及取締相當嚴密，使股份攪水之伎倆無所施展。良以我國社會經濟基礎諸多未固，此類不法手段一旦流行，將貽害無窮也。茲摘錄有關防止股權公司成立之法意如次，以資警惕：

(一) 公司章程必須載明發起人所得享受之特別利益及受益者之姓名。

(二) 公司於董監就職後，應經主管官署(發起設立時)或創立會(招募設立時)之驗資，主要者爲檢查股款是否繳足，及繳收之財產價值是否足額等情——詳見前股份有限公司之設立程序。

(三)發起人所得受之特別利益，報酬或設立費用，如有冒濫，主管官署（發起設立時）或創立會（招募設立會）得裁減之，其金錢以外抵作股款之財產，如估價過高，主管官署或創立會得減少其所得股數或責令補足。

(四)任何一個股東之股權，不得超過公司全數股權五分之一，一公司投入於他公司之資本，不得逾其公司股份總額四分之一。

由上述各端推知，我國商業社會中，非待水股之不能發行，即一公司欲取得他公司過半數之股權，從而操縱其經營權者，亦為法律所不許。

(股權公司之利益)

(一)手續簡單容易設立 在美國法律上，准許股權公司之設立，且有一定之存在年限，其形成不須經過各構成分子（公司企業）之股東同意，可逕於股票市場中公開自由收買各企業過半數之股份，故其設立，毫無阻礙與麻煩，其存立年限亦較永久。

(二)輾轉操縱不需鉅額資本 股權公司獲得他公司過半之股份，即可左右其經營權，若運用得法，儘可以較小之資本額，操縱若干較大之企業，例如有A公司，其資本總額為二百萬元，祇須以百餘萬元之資本，設立一股權公司收買B公司過半數之股份，即可操縱其業務，苟又有B公司資本總額為九十萬元，則該股權公司可以憑其對A公司股權，慫恿A公司收買B公司過半數之股份，乃間接操縱B公司，股權公司更得以同一伎倆，使B公司購買C

公司過半數之股份而操縱之。按此推演，該股權公司之資本額，雖僅有百餘萬元，但以其輾轉操縱數個公司之企業，事實上無異擁資盈千萬之企業，在資本之運用上效率之高，無與倫比。

(三) 消弭同業競爭以免兩敗俱傷 在同業劇烈競爭之下，各個企業之資本與精力之大部分擲諸虛耗，如廣告費用及店員薪工之浪費，售貨價格之抑低，機械設備之重複與使用之不經濟等是其顯著者也。股權公司之組織，可謂係各企業之大團結，同業間之鉤心鬥角，及種種浪費損失，可以消弭淨盡。

(四) 大規模生產合乎經濟原則 股權公司之經營權既已統一，則資本集中，無論關於進料進貨，購置設備等事，均可合併購買，得覓批交易之利益。製造方面，則採取合併式之大規模生產，可節省無謂之浪費（如廠基，流動費用及運費等，倘各單位分別設備使用，必多浪費），甚合經濟原則。

(股權公司之弊害)

(一) 組織龐大管理難週 股權公司之規模宏大，內容複雜，當局者勢難事必躬親，管理難免欠周，苟人事上有失融洽，則擁甲倒乙，互相排擠，其危害有不堪設想者。至各附屬公司人員之乘隙營私，猶其餘事耳。

(二) 操縱市面侵害消費 股權公司一旦基礎穩固，往往儘量擴大其結合範圍，以冀支

配廣大市場，壟斷物價，坐享獨佔利潤，言其手段，則對於某一企業之未就其範者，常藉在握之集團力量，以傾軋之（如一致減價傾銷，使未加入者虧本倒閉之類）或脅迫之，迫其競爭之局全弭，則任意抬高物價以自肥，以社會目光視之，一般消費者必感不勝負担之苦，誠非國民經濟之福。

（三）消弭競爭妨礙進步 企業間之競爭，亦非完全無利，如商品質料式樣等之隨時改進，不可謂非競爭之賜，股權公司組織，競爭全被消弭，難免故步自封，惟利是圖，而出品素質，將致江河日下矣。

第二目 卡台爾

（卡台爾之意義及性質）「卡台爾」(Cartel; Kartell)可稱爲「企業同盟」，係同業間之自由結合，其成立方式，係由多數企業，根據平等互利之精神，於特定範圍以內，公議一種營業政策，共同遵守，所以限制相互間之競爭者也，按各加盟企業本各有其獨立之營業政策，惟爲限制彼此之競爭起見，自願將其整個政策中之某一局部受協約之限制，以樹立一全加盟企業之共通營業政策，而一體遵守之。

卡台爾爲企業之自由結合，故各同業之加盟與否，聽憑自願，惟一經加入以後，對於卡台爾合法之決議，必須奉行。卡台爾最高之意思決定機關，爲全加盟企業所組織之「協議會」，一切營業大計，均取決於此。

卡台爾結合之期限，有定期與無定期之分。如規定期限，則期滿時除彼此自願繼續結合外，卡台爾之關係，遂告解散。如未定有期限，則經由全加盟企業之同意，隨時可以解散。又一加盟企業，亦可在一定時日以前，發出通知，聲請退盟。

(卡台爾之分類) 卡台爾因其協議支配營業政策之範圍——亦即組織之目的——有異，其分類亦復不一，大別之可分下列二大類：

(一) 以限制競爭爲目的者 此類又可再分爲兩類：

(甲) 以支配供給爲目的者，此類可細分爲三類：(子) 限制供給卡台爾 又稱生產協定卡台爾，由限制加盟各企業之生產而調節其供給者也。(丑) 區劃銷路卡台爾 劃定各加盟企業之販賣區域，彼此不得侵犯者也。(寅) 協定價格卡台爾，協定各加盟企業之貨物售價，及買賣條件者也。

(乙) 以支配需要爲目的者，此類又可細分爲二類：(子) 勞動卡台爾 約定各企業對於勞動者之工資，爲滿度之支付；遇備工提出增加工資及縮短工作時間之要求時，須報告卡台爾處理之。(丑) 購買卡台爾 協定原料與貨品購價之最高限度，由各企業斟酌市況辦理者；或約定原料或貨物之採購區域，互不侵犯者；或約定各企業對於其所需貨品，不個別直接求之於供給者而由卡台爾統籌辦理。

(一)以施行共同分配爲目的者 此類可分爲下列三種：

(甲)供給分配卡台爾 依各加盟企業所有之生產力或前數年間之平均銷貨額，以統籌分配供給者也。

(乙)需要分配卡台爾 爲各加盟企業生產物之銷售，設一共同營業所，一方面接受定貨，一方面由各企業分任生產。

(丙)利益分配卡台爾 此類又可細分爲二種：(子)共同計算利益分配卡台爾 各企業販賣所得之純利益須全部提交卡台爾，以便按各自預定之銷貨額比例分配之。(丑)生產物銷售利益分配卡台爾 各加盟企業生產物全部之收買及銷售悉由共同營業所處理之，其收益按各家所交貨額比例分配之。

卡台爾創行於德國，其在美國有所謂聯合組織 (Federation Organization) 之「協聯」(Agreement) 及「普耳」(Pool) 者，與卡台爾異名同質，在我國則上海之「國產鋼精營業廠」及重慶之中國國貨聯營公司，庶近其類。

(卡台爾與股權公司之區別)

(一)卡台爾之結合，係由於各加盟企業之合議，並非由於資本之關係，而股權公司則係一企業依投資之方式，支配另一企業，全屬資金關係。

(二)卡台爾中各加盟企業，其營業政策僅局部受支配，不若股權公司之各附屬公司

之全部營業政策均受支配。

(三) 卡台爾之目的便在限制競爭，故在無競爭可能性之工商企業，當然無由成立，故卡台爾爲同種企業間之結合，股權公司則不論同種或異種商業間均可成立，蓋其目的不僅在避免競爭，且在獨占市場也。

(四) 在卡台爾組織中，各加盟企業，均處於平等地位，故其營業政策，無支配與被支配之情形。

(五) 卡台爾本身無資本，無獨立之人格，在法律上，不能爲權利義務之主體，其資本損益之歸屬主體，仍爲構成卡台爾之各加盟企業。在股權公司，則不論母公司或附屬公司，均爲權利義務之主體。

(六) 卡台爾下各企業在協約期滿以後，可以自由解散，故其結合爲一時的，股權公司之下各企業，則非俟股權公司解散，無分拆之可能，故其結合爲永久的。

(卡台爾之利益)

(一) 設立便易 任何同種企業，凡有結合之必要者，祇須彼此同意，即可訂立協約，採取一致步調，從事經營，既無集資之麻煩，又無須得官廳之許可，故設立至爲便易。

(二) 小企業結合得與大企業相抗衡 凡小規模之企業，可以協意組織卡台爾，藉與

大規模之同業相抗衡。

(三)集團生產增加利益 組織卡台爾後，同業者可免無謂之競爭，各加盟企業對於原料之購買，產品或其他貨品之販賣常取一致行動，因而得節約生產及一切費用，使一般企業之利益增加。

(卡台爾之弊害)

(一)協約條件之難議 加盟各企業資本規模不同，利害關係亦殊，協約時各持有利於己之條件，矛盾糾纏，在所難免。

(二)無持久性 卡台爾中各企業均保持其獨立性，為業務之發展，苟利害衝突，隨時可以發生意見，影響所及，隨時亦可以解散此集團。

(三)妨礙貨價之回跌及事物之改良 卡台爾之組織，雖不以壟斷市場為目的，但其自然結果，有獨佔之可能，物價難望回跌，消費者大受其影響，其經營既無競爭之刺激，則貨物品質，及辦事效能均不求改進。

第三目 亢采恩

(亢采恩之意義) 「亢采恩」(Konzern)之語，源係英文之(Concern)含有企業，事業等意義，但轉用於德文時，遂發生特殊之意義，成為現代資本主義下之一種經營形態。考此種組織，乃由若干獨立之企業，結合成一大團體，其上設置一主腦機關，從事統一經營，其具體方式，係對各加盟企業之財貨生產與販賣諸過程為內部之統制盡力使生產科學化

，資本應用合理化，以達到增加利潤之目的。

(充采恩與股權公司及卡台爾之異同) 充采恩與前述之股權公司及卡台爾最顯著之相同及不同之點如下：

(一) 同點——股權公司與卡台爾結合之目的，積極的在於增進利潤，消極的在於排屬競爭，充采恩之最終目的，亦不外乎利潤率之增進，至少維持原有之利潤率。

(二) 異點——股權公司及卡台爾係以提高或限制市場價格為達到增進利潤之方法，充采恩則係藉「對參加企業之財貨生產以至流通過程之內部統制」為達到目的(利潤增殖)之手段，其方法之實施，可謂與市場並無直接關係。

充采恩主腦機關之構成方式有三：(甲)創設一新公司為指導機關；(乙)由各參加企業中國選出一企業，為其指導機關；(丙)資本團體或大資本家得以其有關係之各公司，組織充采恩，但並不新設主腦公司，僅設置一各企業公司之董事會，管理各企業之事務而統一其經營。

(充采恩之類別) 以充采恩中，各參加企業內部之獨立性——即其經營上自由活動性

——被限制之範圍而論，可大別為三種，即「生產」關係受限制；「販賣」關係受限制，「生產及販賣」關係均受限制。又以組織充采恩之產業部門之範圍論，亦可分為三種，即係「同種」產業部門各企業之組織，各「縱斷」的充采恩；「異種」產業部門各企業之組織，各

「橫斷之亢采恩；及同一亢采恩兼具「縱斷」與「橫斷」兩種之組織是。

亢采恩於第一次歐戰後，發生於德國，在日本有亢采恩之事實，而未標其名稱之「合同企業」，自古有之。在今日國際經濟上，頗佔重要地位。

第四目 辛迪卡

資本主義下之獨占企業形態，除上文所述三種外，尚有所謂辛迪卡者。按辛迪卡（Syndicate）係卡台爾發展至更高階段之產物，亦以提高價格為目的，其組合之嚴密與集權則視卡台爾猶過之——除有卡台爾之特徵外，更設共同販賣總店，一切交易均由總店辦理，加盟企業將販賣上之業務，完全託付與此共同組織，商品不必經過同業間之競爭而直接售於消費者，其所得利潤，依照各加盟企業之生產額為比例而分配之，惟其如此，各參加企業間遂擴大生產之競爭，以圖分享厚潤，結果供過於求，全體無利，由此乃產生更高一層之壟斷組織——托辣斯（詳前）

第五目 康索信

（康索信之性質）複合組織中，除上列各目所述以外，尚有所謂康索信（Consortium）者，其組織形態與托辣斯，卡台爾等雖屬相類，然目的迥殊。按康索信係「產物分配」制度之意，乃戰時企業家策動同種企業之結合，在政府管制之下，統籌經營者也。其目的為安定市場，平穩物價，謀非常時期財富均勻之分配，并以社會國民之利益為前提，非若前述各複

合組織以獨占市場，抬高物價爲能事者也。其手段則係將漫無組織之各種主要商業，分門加以組合，并爲統籌之監督與管理。

（康索信之起源）考康索信係產生於一九一七年，其時歐戰方酣，法人克萊蒙脫（Clemenceau）氏首提集中外貨購買機關之議，藉以應付非常時期之險惡經濟環境。蓋當時法國因入口貨日增，外匯不斷上漲，政府乃限制貨物入口，以圖挽救；然而禁止外貨入口，國內物品供不應求，價格遂劇烈飛漲，囤積居奇，買空賣空，投機之風，一發難戢，全國上下又頓呈恐慌現象，政府復有意解禁；惟慮入口貨增，外債加重，終非善策。於是召集專家，研討克氏之議，決由政府組織委員會，集中購買外貨（即進口貿易國營），統籌分配，以防居積牟利。爲解決實時之種種困難與問題，康索信制度遂應運而生。

（康索信之組織）康索信之任務爲入口貨之分配，而入口貨之購買者，則爲政府所組織之各種委員會，康索信與各種委員會相配合，遂完成戰時經濟之機構。

委員會純爲政府之機關，每一委員會，隸屬於中央政府之某一部或數部，受所屬部長之指揮，辦理物品之調查審核及購買事宜。每種委員會附設若干分支會於國外適當之都市，受總會之命採辦所需之物品，同時與各盟國政府約定：自後各有關係國家彼此購買貨物，必須有各該國指定機關——駐在盟國之委員會——之憑證，方能在市場購買，否則不予出口。

購買貨物之任務，固屬諸委員會，至購買何物？欲購若干？須待決於康索信矣。康索信

之組織係由政府策動各種企業領袖，分別發起設立，完全採取股份有限公司之方式，股票單位較一般股額爲高——當時法國爲每股一千法郎——股票由各該業之正式商號（包括各式企業形態）承購，凡持有股票者，卽爲康索信之股東，總康索信之下，於適當區域，設立若干分康索信，但分支店之顧客，必須爲股東，若某類商號，不加入康索信，卽非分支店之股東，則無分得入口貨與經售入口貨之權矣。

康索信所購各貨，皆經政府之手，故其成本，政府已瞭若指掌。總分支各級康索信，必各有一委員會與之相配合，以負監督調查之責。每日各區物價，一方面由分康索信報告總康索信；一方面由分委員會報告總會，層層節制，兩相對照，絕無蒙蔽罔詐之可能。此外經手成本與售價，政府與各康索信復有契約之規定，各康索信所轄各商號應得之利潤，占總利潤百分之十；股息占百分之五；法定公積占百分之十；其餘盈利百分之七十五悉數收歸國庫；較之征收過分利得稅更爲直接確切。

茲圖示康索信之組織體系如下：

（康索信之功效）

（一）進口貿易國營之後，間接不啻管理外匯，匯價問題卽隨之解決。政府通盤籌劃，量出爲入，較之盲目經營對外貿易與直接買賣外匯爲有利。

（二）在經濟上政府與商人通力合作，成本固定而劃一，極便層層管制，使投機商人不

能施展其伎倆。關於物價問題，政府雖不明加限制，但利用商人之自由競爭，自然不致抬高。同時來源充暢，消費者之變態心理亦不致發生，物價自歸穩定。

(三) 在財政上，因戰爭發生所得之暴利，不致墮入發國難財者之私囊，政府與商人以三與一之比例分配盈餘，於理至當，既可富國，又可裕民。

(四) 凡屬正當商號均可加入康索信，則各同業間機會均等，榮枯與共，中小企業，不致受強大者之宰割，而各部門產業亦可獲得平衡之發展矣。

第九節 內部組織之體系

以上各節所述，單就商業組織之外表形態或方式而言，其根本制度，均有法定準繩可尋；而內部組織，則並無成法堪資援守，全憑經營者之才識經驗，並斟酌企業之種類，規模及其他實際情形而定。欲部署盡善洵屬非易，所謂內部組織，乃規劃一企業之內部分部辦事，配置適當工作人員，使成爲一有效率有系統之機構之謂也，企業內部組織之重要，猶之軍隊配備作戰之計劃，有一部欠周密或欠健全，輒致全局爲之瓦解，其攸關事業之成敗者至鉅，轉近工商業之精究成本會計者，咸知採取責任組織與科學管理，固本澄源，良有以也。

論內部組織當以股份有限公司爲代表，茲並就規模較大之股份有限公司爲論述之標準，俾學者獲其要領，更可以繁馭簡也，股份有限公司之內部組織，可分爲行政組織與業務組織

二部。前者決定經營大政方針之機關；包括股東會，董事會，監察人等；後者則為實施執行之機關，包括全體職工人等及工作方面之組織，誠為最狹義之內部組織，至於介乎行政組織與業務組織之間之經理人，因係代理董事會執行業務之人，負經營之實際全責，通例亦包括於行政組織中，茲分述於次：

第一目 行政組織

上文所述股份有限公司之各種機關，實有類乎一民主憲政國家之組織，股東會屬立法機關之性質；董事會與監察人則更分任行政司法及我國五權制下之監察任務，經理人則不啻為國家之元首，任實際任務之指揮與監督責任，茲就其於行政上之職能分論如下：

(一) 股東會 股東會除為股份有限公司之最高意思機關外，又為公司之最高監督機關，以免少數監察人之疏忽，致使董事及經理人有失職舞弊情事而陷公司於不利。

股東會之定期會或稱常會，每年至少召集一次，於每屆結帳後一定時期內召集之。臨時會於有關公司利害之必要時召集之，所謂必要時，約有下列六種情形：

(甲) 董事會認為必要時；

(乙) 經持有二十分之一以上股份請求時；

(丙) 前項請求提出後十五日內，董事不為召集之通告時，股東得呈准主管官署許可自行召集；

(丁) 公司資本虧折至三分之一時；

(戊) 監察人認為必要時；

(己) 官廳命令召集時。

股東會無論常會或臨時會，其召集之手續相似，惟通告之時間不同，至其開會表決之法定方法，常會與臨時會均同，此二點已詳前公司節中。股東會中可為決議之事項，得分通常及特別兩類，所謂通常決議者，即除章程另有訂定外，應有股東總數（人數）過半數，及代表股份（股數）過半數之股東之出席，以其表決權數之過半數同意之決議也；特別決議，則仍須有上項規定之人數及代表股數者之出席而以其表決權數三分之二以上同意之決議也，其事項分述如下：

(甲) 通常決議有效之事項：

(1) 公司營業計劃之確定；

(2) 盈餘公積之分派及虧損之彌補；

(3) 股息之分派；

(4) 查核董事造具之表冊；

(5) 監察人報告之審核；

(6) 董事之選任及解任；

- (7) 監察人之選任及解任；
 - (8) 議定董事監察人之報酬；
 - (9) 檢查人之選任；
 - (10) 訴訟代表人之選任；
 - (11) 公司各項表冊之承認；
 - (12) 清算人之選任及解任；
 - (13) 清算之承認；
- (乙) 特別決議有效之事項：
- (1) 公司債之募集；
 - (2) 章程之變更；
 - (3) 資本之增加或減少；
 - (4) 公司之解散；
 - (5) 公司之合併；

股東會之決議事項，須繕載會議記錄中，其會議錄除記載普通開會應有之各事項外，尚須加載議決權數及議決之方法，由主席簽押並附加到會股東名簿，妥為保存。

股東會既為公司之立法機關，其決議事項，關係公司之前途及股東之權益至鉅，苟其召

集或決議，違反法令規章時，股東得自決議之日起，一月內聲請法院宣告無效。至於選舉有舞弊時，其聲請期則不受此限制。

股東會在名義上爲公司之最高權力機關，而實際上，其所負之監督使命等於具文，輒見股東大會開會時，到會股東，不過聽取董事之業務報告與會計報告而已。且大多數之股東，握有股份不多，既乏專門智識，又少實地經驗，對於此等報告亦無從加以考核及檢舉，卽有專家，其評隲果屬正當，往往亦以勢孤力弱，無整個計劃足以推翻董事會之既定策略；况一般股東之目的本不關心公司基礎或組織之健全與否，僅思藉投資而坐收股息，視股東會爲無足輕重之機構，開會時輒不出席，公司大權遂無形旁落於少數大股東之手，操縱把持，暢其所欲爲，此爲我國公司極普遍之現象，後之學者當爲殷鑒：

(二) 董事會 董事會爲依章程之規定及股東大會之決議，爲代表公司執行業務之常設機關；其中董事之產生及人數均詳前文，其任期所以不得過三年者，俾使不勝任者，得退休之機會；所以得連任者，則使才德兼具者得駕輕就熟，公司之業務易臻於發展之境也。

董事會爲公司之理事機關，於公司一切業務均有處理之權，同時亦負其責；茲列舉其權責如次：

(1) 執行業務；

(2) 經理人員之選任及解任；

- (3) 代表公司；
- (4) 提出各項表冊請求股東會承認並公告之；
- (5) 召集股東會；
- (6) 備置有關書據；
- (7) 報告公司虧折；
- (8) 聲請宣告破產；
- (9) 任公司解散之清算人；
- (10) 禁止競業；
- (11) 通告解散；

董事會為業務執行之便捷計，通常設置董事長一人或常務董事一人或數人，秉承董事會之意旨，於董事會休會期內，代表全體董事執行公司業務，董事人數如有缺至定額總數三分之一時，則大悖集思廣益之旨，應即召集臨時股東會補選之，倘缺額未補選之前，而有重要事項急須待決時，為達變計，得以原選次多數之被選人遞補之。

董事於公司之關係甚為密切，權限亦極大，故為保障公司之利益計，法律特別規定其應受限制之行動，如董事在任期內不得隨意辭職，倘無正當事由而告退，於公司有不利時，須負賠償損害之責；其於公司業務未能遵循公司章程及股東會之決議執行而致公司受損者亦

同。

公司董事苟能循規蹈矩克盡厥職，固屬甚善，無如一般公司之董事，當選者非一時顯要，即退職軍官政客，此輩既無營業之技術與經驗，復不屑事必躬親，甚或一人身兼多職，如德國之 Sieman Schufort 兼一百二十八家公司的董事，Feur Hagen 兼四十四家公司之董事；以致企業實權，轉落於少數經理人之手，或置公司業務於不問不問，一代表股東執行業務」云乎哉？因此無數投資者之利益及公司之前途，盡隨彼輩之荒唐行爲而付東流矣，我國社會正復不少此種公司也，其可不引爲前車之鑒哉？

(三) 監察人 監察人爲監督公司業務之常設機關，蓋股東會雖爲最高機關，僅爲一時之監督而已，非設監察人以爲常川督察不可也，其應行督察之事項約有三項：

(甲) 執行業務之董事是否遵守法令規章？

(乙) 舉辦之事務是否符合股東會之決議？

(丙) 處置事務是否尊重公司之利益？

監察人爲充分發揮其監督功能計，不得兼任董事，其重大職責，復得縷舉如次：

(甲) 調查報告之職責，此項職責詳本章第七節第六目監察人條。

(乙) 召集會議之職責，若董事有不法行爲或怠於職守，不爲股東會之召集，監察人認爲必要時，得召集之，如監察人受有法院命令時，亦得召集之。

(丙) 代表公司之職責，公司與董事間之訴訟或交涉，均由監察人代表公司。

(丁) 賠償之職責，如監察人不盡職責，致公司受損害時，應負賠償之責。

監察人能盡厥職者固屬甚多，而此種機關形同虛設者亦復不少，其向股東會為公司帳目及營業狀況之報告，往往過於簡略，甚至僅於公司帳册上簽註「審核無訛」等字樣，敷衍塞責，使股東無法批評，究其癥結，非由監察人之缺乏會計智識，即為存心苟且，鑽營公司要職，以圖分肥於將來，故對於法律所賦予之職權，常不能行使，其謹愿者，往往受董事之箝制而為盲從之簽證，平日不問公司業務，偶爾敷衍出席一二次會議，若質以營業情形及財務狀況，則瞠目不知所對，若夫違法與不正常行為之檢發與制止，更無此能力，公司股東亦多不諳法規，或迫於權勢，往往曲予優容，而不懲以應得之咎，監察之制亦徒在其名而已，故現代商學家及法學家，多有主張監察人之選任，不必以股東為限者，凡於會計，審計及法律諸學有專長之知名人士，不妨請其擔任，然後於公司之法律行為及財務報告，得詳加分析，切實檢查，以超然之地位，不存絲毫之成見，庶可收監察之實效，此種提議不為無見也。

(四) 經理人 經理人為企業中實際負責任之高級行政人員，有指揮監督其他職員之全權，受董事會之聘任，受有特種代理權之委任，為全部業務經營之主腦，運籌帷幄，發號施令，固以身繫企業之成敗者也，必須獲明敏有力者膺其任，則業務進止之決斷；風險之預測與防範；工作人員之調度；皆能各得其所，否則猶如作戰，指揮失當，必致全線崩潰，經理

人關係於公司之命運既如是之重大，故企業當局，選任經理人之標準，必須合乎下列諸條件：

- (甲) 須具有高超之人格，及富有責任心者；
- (乙) 須具有統率及管理他人工作之能力者；
- (丙) 須熟諳市場之情形及經營之方法并能統籌精當之計劃者；
- (丁) 須有遠大之目光與觀察能力者；
- (戊) 須具有改善工作性質及增進工作效能之決心與毅力者。

經理人既為企業經營之首腦人物，則其負擔之職責自極繁重，茲擇要論述如次：

(甲) 計劃營業方案 董事會對於企業之經營，祇能為之確定大政方針，不能及於具體之方案；經理人受董事會之委託，負責實際指揮管理之大任，對於企業之經營，應秉承董事會之既定方針，擬具詳細之營業方案，以為實施推行之準繩，方其計劃也，必須熟察政府之經濟政策，時代潮流，商業趨勢，國內外金融動態，及各別市場狀況，瞭若指掌，然後所具計劃始能處處合轍，不為無的之矢。

(乙) 資本運用 資金運用之得當與否，為企業成敗之重要關鍵，資金拮据時應如何支配合度；資金有餘裕時應如何善為利用，資金缺乏之時又應如何籌劃調撥，凡此種種均應全力學劃。

(丙) 支配內部組織及工作 企業之內部應劃分為若干部，各該部應有何等工作，應妥為支配，俾全部人員能分工合作，相稱相應，而達充分發揮效力之程度，為經理者，應為之設計并督飭。

(丁) 調度員工 凡員工之選錄，任務之分配，以及使各能按步就班，樂業從命，皆須賴經理人調度有方，始能臻此，不然，即難免意外之勞資糾紛，而影響公司之前途。

經理人為董事會或業主代理經營業務，其應有之權限及應負之責任，法律上常加明文限制，依商人通例及民法債編之規定：凡經理人就所任之事務，視為有代表商號為原告或被告或其他一切訴訟上行為之權。經理人與公司（或商號）不得競業，亦不得為同業公司之無限責任股東，如有違反，其公司（或商號）得於一年以內請求因其行為所得之利益作為損害賠償，經理人對外署名，須於自己姓名上標明某公司（或商號）經理字樣。至關於經理人之選任及解任，依商業登記法之規定，應於十五日內由其本人向主管官署聲請登記，所以確定其責任也。

(業務組織) 企業之業務組織，乃企業內部人事及工作方面之配備，即分析一企業必有之各項事務，用科學方法善為配置，俾顯其相互之關係，而使全部人員分工合作，共同向經營成功之目標，努力進行者也，此種組織，較行政組織為重要，其設計之難亦復過之。關於組織之繁簡，須視規模之大小與企業之實際情形而定，但設計時不無一定之基本原則，堪

資搜索，其原則可如下述。

(一) 確定目的 一企業應有若干職務，又應劃分若干部門，恆以企業之目的為依歸，故須首先確定目的，以為辦事之根據。如學校實習工廠，與普通營業工廠之理想與宗旨均有不同，其政策，管理及分部組織等之方式亦隨之而異，凡此皆須先行確定者。

(二) 劃分系統 決定營業目的，係便於產生營業活動；惟營業活動，至為繁複，故必須規定職務之權限，統屬之地位，與執行之順序，始不致發生混亂與於抵觸之弊。

(三) 量才定任 執行職務必須運用才能，惟人之能力有限，當分配職務時，必就能力之所及，分別規定，對於每種職務，如能分為若干小部份者，自以分管為宜。又職務之執行，有可由一人担任者，有須由多數人担任者，規畫組織時，當先決定何種職務應由一人執行，何種職務應由多數人執行，以為支配人事之標準，然後始無推諉侵越之弊。蓋目的確定，系統分明，責任劃清，而後主張得以貫徹，紀律得以維持，效率乃能增進也。

(四) 相關順序 人與人間，部與部間，於工作之執行上必使發生密切之關係，故須有工作關係及辦事程序之規定，以期各部經常工作，依照既定之順序與方法進行，同時復與各部取得一致之聯絡。能如是則既可免除時間與精力之浪費，并可使重要事務，不盡依賴一人，以收分工合作，集思廣益之效。總之，事務之組織，當如機器之銜接，一經發動，均能自行運動循環不息，始足以奏效用。

按上述原則，以之規劃內部組織，雖不能謂為成功祕訣，然當較易得其要領也。

(一)「業務組織之分部」 業務組織之規劃，首當決定企業應有之各項職務；區劃為若干部門，俾能分工合作，此種職務之區劃與分部，無一定標準可循，純視企業之性質及規模而定，普通商業性質之公司組織，約可分為次列諸部：

(一) 總務部 司理文書庶務及不屬於其他各部之事務。

(二) 進貨部 司定貨取貨存儲等事務。

(三) 銷貨部 司貨物之陳列，窗飾，推銷及廣告等事務。

(四) 會計部 司交易之記錄，決算之編製，及財務報告分析查核等事務。

(五) 出納部 司現金之出納，銀行存款之授受等事務。

(六) 人事部 司職工之聘用訓練，成績考核升遷，調度等事務。

(七) 調查部 司市場供需，顧客信用及金融狀況之調查事務。

(八) 稽核部 司現金帳目單據及其他事項之稽核等事務。

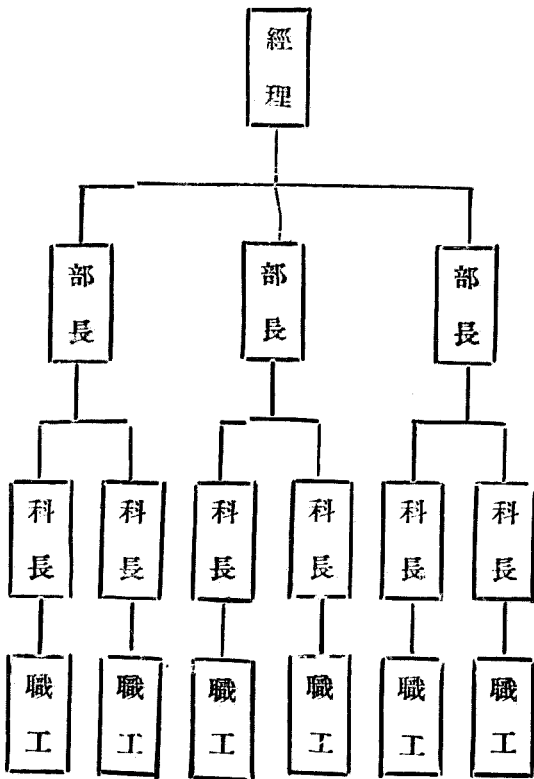
以上所述，不過略舉普通企業之職務區分事實上，自因企業規模之大小，事務之繁簡而有不同，如規模狹小，事務簡單者，人事調查兩部可併入總務部；進貨銷貨兩部可併為營業部，出納部不妨併入會計部。若一企業同時經營製造者，則於前述各部之外，自須另設製造部，通常在此種情形之下可分為製造與營業兩大部，再依製造程序工作性質，分為若干科股

，營業部之下，亦可照前述各部分科設股。若規模宏大事務繁雜之企業，自可精密分部，以專專成，如進貨部專負進貨之責，而增設收貨、堆棧等部或科股，銷貨部之外，亦可增設廣告送貨等部或科股；……不一而足，總之，神而明之，是在經營者。

(二)「業務組織之方式」 業務組織以其所取原則之不同而異其形式，主要之業務組織方式有下列四種：

- 一、採集權原則者曰「軍隊制」組織。
 - 二、採分權原則者曰「專才制」組織。
 - 三、採權能原則者曰「二重制」組織。
 - 四、採會商原則者曰「委員制」組織。
- 茲再分別說明如下：

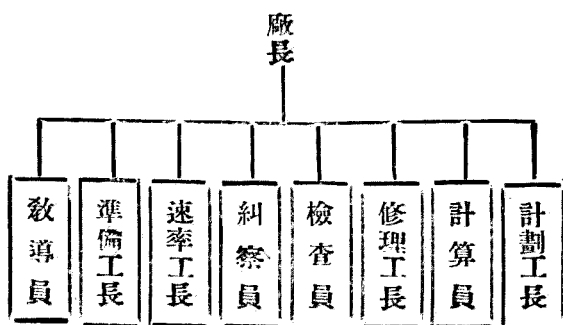
一、軍隊制組織，乃將企業內部所有人員分爲若干等級，由最高級人員發施號令，經次高級人員之傳達，依次遞至最低級人員，組織完全與軍隊相同，職權之行使，自高而下，故又有「直線式」組織之稱，其組織可以下圖示之；



此制之優點有三：(甲)適宜於小規模之企業，(乙)責任明顯，無從推諉，(丙)管理容易，散合便利。但亦有二缺點：(甲)太專制，(乙)首領人才不易得。

二、專才制組織：此種組織為美人太洛 (F. W. Taylor) 所肇創，太氏認為軍隊式不甚

合理，乃設計此種方式；其意謂各員工可執行其特定之職務，不必服從上級職員之命令，僅對其承辦之事項，負完全責任，故又稱為專責式，茲舉其在伯力罕鋼鐵公司（Beljape Steel Co.）所實行之組織系統如下圖：



各人之職司如下：

一、計劃工長：其責任在計劃一切工作，分別通知各有關人員製成作業程序表，并決定各工作之執行次序。

二、計算員：計算每一作業之工時并估計其所費成本。

三、修理工長：視察廠中之機件，遇有損壞，即時修繕。

四、檢查員：工作完成時，驗收產品，檢驗產品品質，使其合乎原定之標準。

五、糾察員：負責維持全廠工作之風紀，與保障廠規之遵從。

六、速率工長：負責監視工人是否按照所指示之辦法進行，并查核其進行之速率。

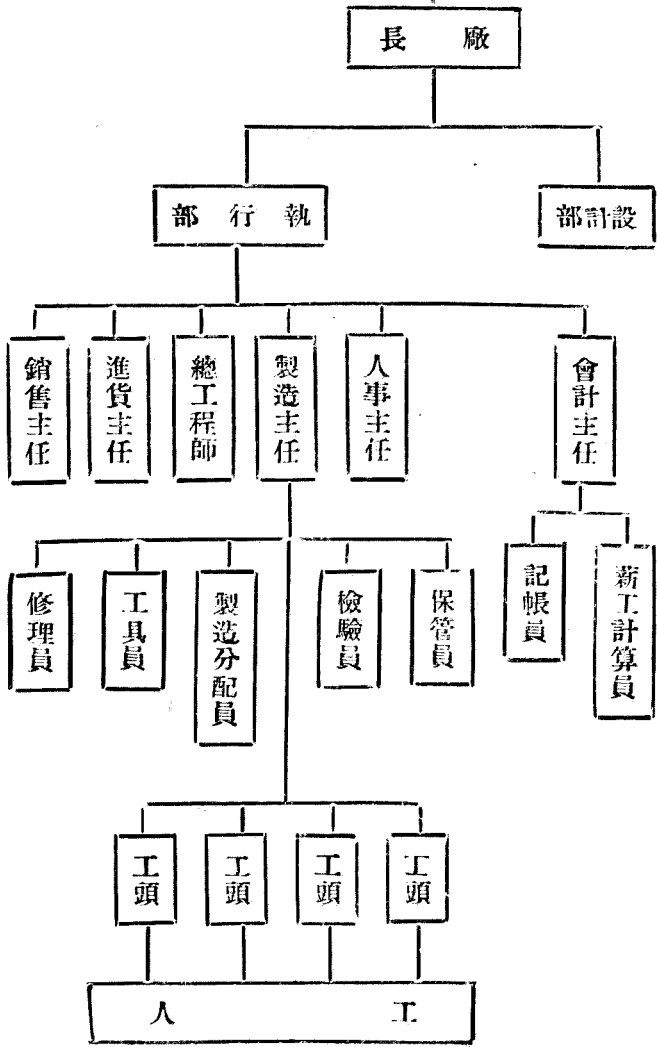
七、準備工長：爲工人預備工作上所需之一切事宜，如原料之供給，器具之配備等。

八、教導員：負責指導新來工人運用較好之工作方法。

此制之優點，在能充分實現分工合作，各員工對於所委辦之事務，有責任心理，祇須與本部有關之事，儘可直接指揮各部員工服務不必論其是否直屬本部，其缺點亦復不少：其最著者爲職權混淆，易生衝突，地位平等管束不易，而勞動者又易成爲機械化，成本上又增加不少間接費用，故現代企業殊少採用，而太氏亦自認此制僅適宜於百人左右之小型工廠。

三、二重組織，此種組織又名「計劃與執行制」乃調和上述兩種方式而成立之一種混合制度，企業之內部組織，分爲執行與計劃兩部，在系統上計劃部對於執行部，負指導之責，

而居於輔佐地位，執行部則參酌計劃部之意見，以謀業務之改進，蓋各有所長，長於計劃者，未必擅於執行，長於執行者，未必精於計劃，今將善於計劃與執行兩者薈聚一堂，分工合作各別展其才，其收益必宏，故今日大企業組織，多採用此種混合方式，在此種制度之下，其組織系統圖如次：



如上圖所示，在廠長之下，依職務性質之不同而分爲工程師，會計主任，人事主任等部，其分工係以職務爲基礎，而非以權力爲基礎，各級主任人員受上級命令，管理實際工作者，同時亦須採納同級人員之意見，此種制度具有軍隊式之嚴明紀律，又能包括專家管理工作上一部分之專責，誠不失爲一種折衷之良好制度。

四、委員制組織，乃一種輔助形式，其目的厥在職權與責任就事實之需要分配於多數人執行，其組織之要點，在以委員會代替個人，而發揮綜合之才能，故其職責或在決定政策；或爲指揮；或屬諮議性質，全視其所代替之個人才力如何而定。至其範圍，係限於一部抑數部合組，或具一種職能抑數種職能，則又均視企業之內部情形而定。委員制對於事務之執行，採取協議方式，可集思廣益，而對某種事務設置之委員會，其該部之執行，主管人員亦爲其組合之一份子，則其執行時，自可更屬確切，不過採用此制之後，凡事必經會議決定，常缺乏敏捷之機能，而其決議事項，未必盡屬允當，蓋事實之演變難與預期吻合，而會議場中少數份子又常左右大衆意思，况企業中之主管人員事多忙碌，或分居各地，如常舉行會議，於職務之進行難免發生阻礙，是其缺點也，茲舉某搪瓷廠之組織系統圖爲例：

業務組織之方式，大概不外上列四種，實際上，各企業之內部組織，絕少純採一種原則者，大都混合併用，以取長裁短，方可臻於盡善。茲更附示三家實際上之組織系統圖以資參考：

研究問題——商業組織之部

- (一) 何謂商業組織？
- (二) 決定商業組織規模之大小有何標準？
- (三) 個人企業之經營在法律上有何限制？
- (四) 如何避免個人企業之缺點？
- (五) 合夥企業有何特質？我國合夥組織與英美合夥組織不同之點何在？
- (六) 合夥契約之內容若何？試擬一普通合夥契約之格式。
- (七) 試略述合夥之「內部」及「對外」關係。
- (八) 合夥退夥及解散之原因有幾？試列舉之。
- (九) 試述合夥組織之利弊。
- (十) 公司與合夥有何分別？
- (十一) 何謂法人？何謂自然人？
- (十二) 何謂優先股？并說明其種類。
- (十三) 說明左列各公司組織：
 - (甲) 無限公司——
 - (乙) 兩合公司——

- (丙) 股份有限公司——
- (丁) 股份兩合公司——
- (戊) 特種股份有限公司——
- (己) 託辣斯與股權公司——
- (庚) 卡台爾——
- (辛) 亢采恩——
- (壬) 辛迪卡——
- (癸) 康索信——
- (十四) 現在企業界何以多採用股份有限公司之組織？
- (十五) 試述設立股份有限公司應具之手續？
- (十六) 股份有限公司設立之方式有幾？其區別何在？
- (十七) 股份有限公司登記之效力若何？
- (十八) 試述股東會，董事會，監察人，清算人之職權。
- (十九) 搜集各種公司之印刷品，如組織緣起，章程，營業報告等，分別整理，加以評述。
- (二〇) 試述經理人之重要職務？
- (二一) 設計業務組織之原則有幾？

- (二二) 普通商業公司應如何分部？
- (二三) 試述業務組織之種種方式。
- (二四) 彙列本章商業組織所用名詞，製一索引。
- (二五) 某君擬創辦一大規模之百貨公司，試代擬完密之業務組織系統表。

第四章 合作社

第一節 合作社之意義

合作社亦爲一種企業之經營形態，本可併入前章「商業組織」中論之，惟以其非管利之組織，性質特殊，且近年來合作事業，突飛猛晉，合作社已成爲現代重要之分配機構，故另列一章詳論之。

各派學者對於合作見解頗有不同，所舉定義亦彼此互異，茲參酌各家著作，抽擇一比較明確之定義如下：

「合作社係由利害相共之人羣，（大多係經濟力量薄弱者），因生活上之需要，本平等自由之原則，與親愛互助之精神，爲完密合理之設施，謀高度效率之作業，藉以防制資本主義之剝削，以增進各自之經濟利益而組織之公益社團也」。

又依我國合作社法之解釋，合作社爲依平等之原則，在互助組織之基礎上，以共同經營方法，謀社員經濟之利益與生活之改善，而社員人數與資本額均可隨時變動之社團。合作社與一般企業不同。合作社之利益普及全體社員，非若普通企業之僅歸諸少數資本主。所謂

利益普及於社員者，乃在謀社員全體之經濟利益與生活之改善，積極的增進其享受，消極的減少其犧牲；如生產合作社，販賣合作社等，皆所以提高社員之收益，增進其勞動能力者。又如消費合作社，購買合作社，利用合作社等，皆謀所以減少社員生活必需品及生產費用之支出者也。

（合作社之經濟觀念）經濟學權威季特（Charles Gide）謂：「合作即係消滅利潤之結社」，馬利亞尼（Mario Mariani）謂：「合作社係勞動者或貨物之買賣者為謀免除一切剝削，改良價格，使趨於合理化之經濟組織」。由此可知，合作社既非以營利為目的之結合，亦非慈善團體。其在消極方面，係以抵抗及消滅人類之「榨取」為目的；積極方面，則以共同力量維護社員間相互之經濟利益，並使為均齊之發展。其方式或為生產之自營與產量之增加，或為消費之合度與節約，乃至金融之調劑，生活之改善，無一不在其孜孜圖謀之中也。

（合作社之教育觀念）合作社之主要目的，在謀社員生活之改善，其實施方法之屬於技能方面者為，改進生產技術，調整經濟生活。關於德性方面者為培養公共道德，服從團體紀律。欲達到上述目的，端賴合作社為集體之訓練，發揮其教育之力量，雷可夫（Legouve）云：「在任何一種階級中，於彼此發生結合以後，則此階級之道德觀念，即可從此提高」。洵為有關合作之真知灼見。

第二節 合作運動史的發展

第一目 前期合作事業之先河

我國向有「合會」「積穀倉」等設施，純係合作之事實；雖無確切起源年代可考，大抵發軔於周秦，則可斷言。在西洋方面，一七六九年英國芬維克（Fenwick）地方即有消費合作社之創設。一七七七年在戈文（Gouen）地方，一七九五年在赫耳（Hull）地方亦均有合作社之組織。一八二〇年又有合作宣傳社之倡導，皆屬斑斑可考者。惟當時尙未有關於合作之理論與學說，作系統之闡揚，遂不爲後世所重視。

一八四〇年英哲渦文（Robert Owen）及其門徒，一方面組織合作社，一方面發行雜誌，鼓吹合作思想，一時風靡全歐，後世論者遂以渦文爲合作主義之鼻祖。

第二目 後期合作事業之肇興

一八四三年英國蘭開卿洛須代爾（Rochdale）地方，有佛蘭絨織工，因要求增加工資而罷工，詎資方閉廠抵制，工人蒙受重大之威脅，欲謀解脫之道，覺非另闢蹊徑不爲功，因思已往合作制度之可以取法，乃糾合二十八同志，於一年內積資二十八鎊，於一八四四年成立一合作社於後街士巷（Joad Lane）以試驗合作之方法。定名爲洛須代爾公平先鋒社（The Rochdale Society of Equitable-Pioneers）並訂定下列諸原則：

（一）每人一票權。

（二）投資利率不能高於最低之通行利率。

(三) 贏餘按社員向社中購買額爲比例分配之。名曰紅利 (Dividend)。

(四) 祇許現金交易，不准賒欠。

此項原則至今仍爲各國合作社之圭臬，而後街土巷亦被稱爲合作社之發祥地焉。

上述洛須代爾公平鋒社。乃係消費合作事業之起源；此外關於生產合作事業，世以法國之福利爾 (Fourier) 爲鼻祖，一八四八年開始設社。至於信用合作之起源，則在德國，以首創人之不同，得分述如下：(一) 惠斯脫華特 (Westerwald) 邑邑長拉雷發巽 (Ferderich W. Raffeison) 嚶於一八四六年來天災流行，農村凋敝，鄉民受盡重利盤剝，乃惻然有動於中，一八四九年成立一借貸銀行 (Flammersfeld) 於小城，專以貸款與農民爲目的，每種方式之合作社近世幾普及各地，卽所謂雷發巽式合作社 (Raiffeison Type)。(二) 法官許爾志 (Frang Hermann Schulze) 嚶及城市之小工藝匠日與大資本制度我接近，而受其壓迫亦日甚，遂於一八五〇年在其本鄉達里居 (Delitzsch) 集合同志十人，創設一信用合作社，名爲預貸聯合會 (Advance Union) 專爲城市工人便利。目前此種合作社在德國，中央有六十所，地方有一千五百所。一八九六年歐洲大陸信用合作社貸出之款達一萬五千萬鎊，其中以許式合作社佔大半。(三) 德國自七年戰爭 (一七五六——一七六三) 以後，經濟衰落，元氣大喪，有普魯士商人皮林 (Baring) 者，獻土地抵押信用合作社制與腓力克大帝 (Frederick The Great)，以爲挽救當時頹運之對策，大帝欣然採納，世稱皮林式合作社。後世演變改

進，名稱種類雖日新月異，要皆由消費生產及信用三種合作社蛻化而來。

第三目 中國合作運動之發展

合作事業之事實，無論中外，導源甚早。有系統之學說，則來自歐洲。經世界各國積極提倡，發展至速。其傳至中土，為時較晚，理論之探討，始於清末京師大學堂，有產業組合（即「合作社」之日本譯名）之學科。入民國後，一九一九年民國八年）始由朱進之等努力宣傳，是年十月，薛仙舟氏創辦上海國民合作儲蓄銀行於復旦大學內，為中國最早以合作命名之組織。薛氏繼復從事學理之宣揚，民國十六年草「全國合作化方案，獻呈國民政府，中央頗嘉納其言。同年應中央黨務學校（即今之中央政治學校）之聘，又詳草全國合作銀行章程，於是合作社制度，益為國人所重視。此時并有中國合作協社提倡於東南，華洋義賑會響應於華北，惜經軍閥摧殘，一度間歇。幸民國十六年後，國府積極倡導：努力推行，蘇浙創辦於先，各省繼起於後，因勢利導，發展殊速。抗戰以遠，淪陷區雖受敵寇蹂躪，然大後方則更普遍組織，以配合新縣制之設施，戰區各省，亦動員合作組織，從事戰時工作。迄今合作事業已分佈全國各地，二十餘年來由播種萌芽以至成長，進展不可謂不速，據三十二年八月底之調查，計有社數十六萬五千餘所，社員一千二百餘萬人，社股超出二萬萬元，業務金額更數十倍於上數，吾人應如何力求更大之發展，以之策應國家動員，發揮偉大效能，完成抗建大業乎？

第三節 合作社之特質

吾人欲了解合作之真諦，非深究合作社之特質不爲功，茲分別闡述於下：

(一) 合作社係反剝削（或獨佔）之結合 合作組織，乃係「人」的結合，與現今各商業之以資本之結合者，大相逕庭，考合作運動之起因，本原係由於無產階級至少中產以下者不勝消費之負擔，爲謀自身之節約及免被剝削，遂推誠相與，組織合作社，以自辦消費品，目的不在營利，非如一般資本主義下之公司股東，祇以博取利潤爲前提者可比。

(二) 社員進退自由 合作社之成，雖須經一定之手續，但社員之進退非常自由，凡欲入社者，祇須具備合作社法所規定之條件，合作社決無拒絕之理。苟有不滿此種結合者，則合作之意義，根本消失，故合作社可以任其早早脫離，絕不強留之也。

(三) 「均權」及「均益」 合作社與公司企業根本不同之點，爲採用「均權」與「均益」主義，在公司組織中，表決權係以資本額之多寡爲比例，即所謂股權；大股東恆足以操縱企業之經營權。合作社則係「人」的結合，一致奉行各須代爾公平先鋒社所規定之「一人一票」制，無論出資之多寡，社員每人僅有一個表決權，各社員對於社內之選舉權，被選舉權，亦一律平均，充分發揚平等合作之精神。在合作社中，盈利之分配，係按照社員對於社中交易之數額比例分攤，而不以股本之多寡爲標準，是仍以利潤返還顧客，即所謂「均益」

主義是也。

(四) 平等互助 在合作社中，凡屬社員，地位一律平等，既無貧富貴賤之分，亦無「特殊」及「普通階級之判，合作學者揭櫫之口號曰：「人人爲我，我爲人人」(Each for all and all for each) 其含義爲在人與人相互之關係間，應保持一種交相爲用，共謀福祉之精神；則每一社員爲增進共同之福利，對於合作社應盡其一己之責任以助人，同情并希望其他社員，亦盡其相當之責任，俾可與己有助也。

第四節 合作社之分類

合作社之分類方法，各派互異，有採「列舉式」者，有以「行業」爲分類之標準者，有以「組織者之目的」爲區別之標準者，見仁見知，各有所偏。其較爲合理之分類法有二；其一爲經濟上之分類，係將合作社分爲(一)生產(二)消費(三)信用(四)運銷(五)利用五大類。其二爲法律上之分類，係將合作社分爲(一)農業(二)工業(三)交易(四)銀行(五)保險五大類。茲將每類合作社之意義，目的及功效簡述如次：

第一目 經濟上之分類

經濟上之分類，即以合作社所爲之經濟行爲爲分類之標準，按經濟行爲，本有生產、消費、交易、分配種，但根本行爲僅生產消費兩種，故本段所述雖有五款，而其中三類則爲介

於生產與消費之中間組織。

(一) 生產合作社 生產合作社，係由小產業者所組織，目的在加工製造其產品。因參加份子之不同，可分為農業製造合作，耕種合作及職工生產合作三種。(甲) 農業製造合作社——係將原料變成製成品，或將農產品變成工業品，有時設有共同之農場，集中製造；又有由合作社給機械或器具，分別製造者。(乙) 耕種合作社——集合農民所有之土地、農具、種子、肥料共同從事耕作，收穫之生產物，依照各人所出之資本與勞力分配之，或俟生產物售出而分配價金。(丙) 職工生產合作社——即製造品生產者之共同生產合作社，係勞動者所組織，共同出資，以建工廠，購機器，社員皆須參加工作，共享成果，如自治工場及工業生產社，以經紡織業，鞋襪業及玻璃業者居多。

(二) 消費合作社 以便利消費者為唯一目的，其最大功效，係免除中間之剝削，使消費者享用價廉物美之貨品，舉凡日用品及其他必需品均係向生產者躉批購入，然後零售於社員。其業務範圍，包括生活日用品之消費與職業需要品之供給。前者為各階級民衆所組織，目的在於供給社員日常生活上之必需品，供應物品之種類繁多，交易零星，形式上即類普通之大小百貨商店。此種合作社推廣經營之，舉凡理髮，洗衣，伙食，沐浴等均可供應辦理。後者為小產業者所組織，以供給社員產業上應用之種子，肥料，農具(農業方面)原料，機械，(工業方面)，及其他必需品為目的，品類較簡，數量鉅大。在消費合作制度之下，分

配機能，全由消費者自己掌握，可以一掃現代資本主義分配制度之缺陷，使社員獲得貨真價實之消費物品，並得選擇自由，節省糜費諸利益。

(三) 信用合作社 信用合作社負調節平民金融之重大使命，一方面供給社員資金之融通，一方面謀社員儲蓄之便利。其經營業務不外受信（吸收存款辦理儲蓄等）授信（如放款貼現等）及代理收付款項，代繳租稅等，然社員多係缺乏生產資金而需要借款之平民，社中所收之股款及社費，數目微細，不敷利用，須賴社外資金，以應迫切之需要。其籌款方法可向政府所設之合作貸款機關（如合作金庫，農民銀行等）或同情於合作事業之金融機關告貸。其放款目的，在滿足社員生產事業之經濟要求，以發揮生產之機能，提高其經濟地位，並應竭力提倡節約，使社員積蓄生產之收入，以增進其自身福利，而減輕公共負擔。

(四) 運銷合作社 運銷合作社之任務，係聚集大量產品，供應市場，以增加生產者之收入而滿足消費者之慾望，其業務上之工作為經常調查社員生產狀況及考察市場之需要，為生產技術上之指導，以提高產品品質而推廣其銷路。運銷合作之利益，多從加工過程中取得之，故必須將社員（多係原料生產者）所產之原料加工或半加工，使成商品，運銷市場，方可為更有利益之交易。此種合作社，可包括於廣義的生產合作社中。

(五) 利用合作社 利用合作社之業務分生產性與消費性兩種。在生產方面，為謀效率之增加而以合作方式購置產業上之設備，或為產業上之管理與經營，如承租土地，山林，牧

場，及農用機器等類，轉供社員共同或個別租賃使用。在消費方面，爲謀生活之改善，而以合作方式，舉辦生老病死之過程上各種設施，爲住宅倉庫之建築，公共自來水之裝置，公路電燈電話之修建，醫院娛樂場藥房殯儀館等之舉辦，均可就社員之需要，隨時經營，使各個不經濟的使用，而爲經濟的共同經營，以提高生活程度及節省生活費用。

第二目 法律上之分類

依我國合作法之規定，關於合作社之分類，係以業務爲標準，茲略敘其內涵如次：

(一) 農業合作社及工業合作社 主要之目的係爲謀農業及工業之發展，或爲社員生產及設備上之需要，或爲社員生產產品之聯合推銷者。如農村生產合作社，運銷合作社，及利用合作社等。

(二) 交易合作社 爲謀社員消費之便利，置辦生產產品與製造品，以供給社員之需要者，如消費合作社及供給合作社等是。

(三) 銀行合作社 係以合作社之方式經營銀行，又如信用合作社或合作銀行等。

(四) 保險合作社 爲謀互相扶助，對於社員之災患病死等事，以合作之方式爲之辦理保險，如牲畜保險合作社（担保牲畜死亡之損失），人壽保險合作社，及農村保險合作社等。

此外凡不違反合作社第一條規定（……依平等原則在互助組織之基礎上以共同經營方法謀社員經濟之利益與生活改善……之團體）而組織者，均稱爲合作社。

第五節 組織合作社之程序

合作社之組織步驟如下：

(一)宣傳 進行組織合作社，應從宣傳着手，使民衆了解合作之意義，引起其組織興趣。在實行宣傳之先，應根據當地社會環境，民衆生活，生產狀況，教育情形，以決定組織合作社之種類，並確定宣傳大綱務使人人明瞭設社之需要及信念。並宜設法慫恿鄉里中夙孚衆望之領袖人物協力導倡，以增進宣傳之效率。

(二)劃定事業區域 合作社營業區域之劃分，應以村落組織，人口分配，居民生活，言語，風俗爲決定之標準。在組織之初，其區域不宜過大，亦不應太小；過大則照顧不周，社員間感情不易聯絡，過小則力量不充裕，經濟不易維持。凡密集之村落居戶在百戶以上者，可以「村」爲單位，疏散之村落，則須以「保」爲單位。

(三)調查區內經濟狀況 合作社區域劃定以後，對於區內產銷情形，金融及交通狀況等應博訪周諮，深切明瞭，其應調查之事項爲：

(甲)生產方面：須查明生產之種類，製造狀況，成本之計算，銷售之方法並估計其生產總額。

(乙)消費方面：須查明主要消費品之種類，來源並估計其消費總額。

(丙) 金融方面：須調查金融機關之資本，利息營業制度，歷年營業狀況以及農村金融之詳細情形如錢會，典當，高利貸之實際狀況等。

(丁) 交通方面：須調查交通機關營業狀況，運輸手續，運費規定以及現在之困難情形及將來之發展趨勢等。

(四) 發起組織 營業區域劃定，調查工作完竣後，則當由七人以上發起組織，推定籌備員，召集籌備會，商議下列各事宜：

(甲) 合作社組織之形式。

(乙) 規定徵求社員之範圍。

(丙) 擬定營業之方針及預算。

(丁) 擇定社址並規劃其設備。

以上各項為訂定社章之根據，進則可以開始徵求社員。

(五) 擬訂社章 社章之擬訂，為組織合作社之重要工作，應根據合作社法及施行細則之規則並籌備會議中決定之事項，審慎編訂，務使不與法規抵觸。社章中應包括之項目為：

(1) 名稱。

(2) 業務。

(3) 責任。

(4) 社址。

(5) 理事監事之姓名、性別、年齡、籍貫、職業、住所。

(6) 社股金額繳納方法。

(7) 各社員應購之社股及已繳金額。

(8) 關於社員資格及入社退社除名之規定。

(9) 關於社務執行及職員任免之規定。

(10) 保證責任合作社之社員及其保證金額。

(11) 關於盈餘處分之規定。

(12) 關於公積金之公益金之規定。

(13) 定有解散事由時其事由。

(六) 舉行創立會 社章起草完竣，應由發起人召集創立會，通過章程，選舉理事及監事，組織社務會，並討論社員之提案。

(七) 收取股款 如社章規定社股一次交納者，應於此時一次收足，倘規定分期交納，則應先收第一次應繳之金額，收款時先發繳股收據，簡稱「股據」，以備將來調換正式之社股證書。(等於公司之股票)

(八) 置備用具及各項簿冊 凡業務上應有之用具及必要之設備，應酌量購置或設法借

用，並置定各項簿冊，其重要者爲社員名冊，會議紀錄及營業上需用之帳簿等。社員名冊應記載之事項如下：

甲、社員姓名，性別，年齡，籍貫，職業及住所。

乙、社員認購社股之日期及其股額與股票字號。

丙、社員已繳金額及其繳納之日期。

丁、保證合作社社員之保證金額。

(九)呈請登記 合作社創立會終結後之一個月內，應向所在地之主管機關官署爲成立之登記，將社章，社員名冊及創立會決議錄附入申請登記之公文中一併齊呈，其應登記之事項爲：

(1)名稱。

(2)業務。

(3)責任。

(4)社址。

(5)理事監事之姓名，性別，年齡，籍貫，職務，住所。

(6)社股金額繳納方法。

(7)各社員應購之社股及已繳金額。

- (8) 關於社員資格及入社退社除名之規定。
 - (9) 關於社務執行及職員任免之規定。
 - (10) 保證責任合作社之社員及其保證金額。
 - (11) 關於盈餘處分之規定。
 - (12) 關於公積金公益金之規定。
 - (13) 定有解散事由時，其事由。
- 登記機關，依合作社施行細則之規則，在縣爲縣政府，在市爲市政府，在直隸行政院之市爲社會局。合作社經主管官署審核合格，發給成立登記證後，即取得法人之資格，而受法律之保障。

第六節 合作社之社務

第一目 社員

社員之資格 合作事業之基礎在於社員，有善良之社員，而後合作事業，方有發展之希望。加入爲社員者，須具備下列資格：

- (一) 高尚之人格。
- (二) 須營相當之生計。(即有正當職業之人)。

(三) 須能運用合作社。(未成年者，喪失心神之常態者，殘廢者均不得加入為社員)
(四) 須居住在合作區域之內。(如章程上規定有營業區域之範圍時，則不在此區域內者，當然不能為社員)。

我國合作社法第十條規定社員之資格為。

(一) 中華民國人十年滿二十歲者，(法人亦得加入為社員)
(二) 有正當職業者。

又同法第十二條之規定，有下列情形之一者，不得為社員。

(一) 遞奪公權。

(二) 破產。

(三) 吸鴉片或其他代用品。

(社員之權利與義務) (一) 社員之權利，舉其重要者為：(甲) 出席權，(乙) 表決權，(丙) 複決權，(丁) 建議權，(戊) 選舉及被選舉權，(己) 召集大會請求權，(庚) 財產權(包括合作社剩餘財產享受權，盈餘分配權，向合作社存款與借款權)及其他依章程賦予之權利。(二) 社員之義務為(甲) 出資義務，(乙) 出席義務(出席大會，一方係社員之權利，同時亦為社員之責任)(丙) 服從法規及大會決議之義務，(丁) 維持與促進本社社務之義務。

第二目 社員之入社與出社

社員之入社，比較自由。請求入社者，應有社員二人以上之介紹或直接以書面請求加入。入社准否之決定，因合作社組織不同而有異，加入有限責任及保證責任合作社，須經理事會之同意，報告社員大會。無限責任合作社，應經社務會之同意及社員大會出席社員四分之三以上之追認。入社方式可分三種，一為普通入社，二，為受讓入社，三，為繼承入社。

(一)普通入社——依照普通手續，填具志願書，繳納一定數額之股本，請求入社。

(二)受讓入社——係舊社員以其股份轉讓於社員或非社員，受讓人即完全承受原有股份之權利義務。

(三)繼承入社——乃因社員中有死亡情事發生，其後人願承襲其股份而繼續為社員。社員出社辦法亦可分三種一為任意出社，二為當然出社，三為除名出社。

(一)任意出社——係社員自行退出者。合作社既係「人」的自由結合，則社員之進退，均可自由，凡不願繼續為社員者，當然不能強之使留。惟出社有規定之辦法，須於會計年度終了前一定期內用書面申請，以便退社所需之股金，得早為準備。

(二)當然出社——因一定之事故發生，而當然喪失其社員資格者，如死亡或遷移至合作社事業區域之外時，法人社員其團體解散時，當然喪失社員資格。此種出社，不需履行何種手續。

(三) 除名出社——為保持合作社之安全，對不適於本團體之社員，須加以除名之處分，茲舉可為除名之事由如下：

(甲) 對於應繳股金，無正當理由，延至若干日不繳納者。

(乙) 對於合作社所負債務及各種罰金，經若干日不還者，或逾催告期若干日者。

(丙) 因犯罪或其他行為喪失信用者。

(丁) 有妨害合作社業務之行為者。

(戊) 經社員若干人以上請求除名者。

(己) 供給合作社社員轉賣由合作社購得之貨品者。

(庚) 運銷合作社代他人委託運銷其販賣品者。

(辛) 利用合作社由合作社借得之設備轉租他人利用者。

出社手續，不如入社之簡捷，尤其關於「股份退還」，及「責任消滅」二事，合作社法規均有詳密之規定。股份之返還，恆在會計年度之末，所以便利計算及為充分準備計也。返還之數額，當以原出資額及在該會計年度內之股份利息與盈餘為限，至公積及其他財產，多不在返還之列。出社社員「責任之消滅」，亦須經過相當時期，其期限則見合作社之責任組織如何而定，或三月五月，或一年二年不等。

第三目 合作社之責任

合作社之責任，簡言之，不外三種：一為無限責任，二為有限責任，三為保證責任。

(一)無限責任——當合作社財產不足清償債務時，社員全體須負連帶無限之清償責任。債務人得對於社員之一人或數人或全體，同時或依次要求償還債務之全部，而被索之社員，不得持有異議，須以其全部財產清償之，惟如該社員償付之值，超過其應負擔之數額時，以後對其他社員有求償權。

(二)有限責任——社員祇須繳清所認股款，無論合作社發生任何損失，概不負應繳股款以外之任何責任。

(三)保證責任——即遇合作社財產不能清償其債務時，各社員於出資額之外，負擔一定保證金額之責任。

第四目 合作社之機關

合作社之機關，大別之為四：一為意思機關（社員大會），決定全社進行之方針與程序，二為執行機關（理事會）執行意思機關之意志，三為監察機關（監事會），監視執行機關之行動；四為補助機關，補助執行機關執行某種業務。

(一)社員大會為合作社之最高意思機關，決定社中一切大計。其與股份公司最不同之一點，為關於股權之分配。「一人一票權」，為各種合作社所一致遵行者，社員不論繳納股本多少，均祇有一票的表決權，表決權之行使，概以本人為原則，即便可以代理，一人亦祇

能代表一人，以免操縱之弊。社員大會定期及臨時兩種。定期社員大會，保按照章程規定於每年一定時期內召集之（一次或一次以上）。臨時社員大會，係臨時遇有重大社務，經理事會或監事會認為必要時，或社員若干人以上之請求時召集之。社員大會之職務有下列各項：

- (1) 變更章程或修改條文。
- (2) 變更事業之目的。
- (3) 減少或增加股額。
- (4) 補選理事監事。
- (5) 合作社之解散或合併。
- (6) 社員之除名，或新加入社員之承認。
- (7) 財產目錄，貸借對照表，損益計算表，事業報告書及贏餘分配案等等之承認。
- (8) 清算人之選任，及清算人所造具財產目錄，貸借對照表及決算報告書之承認。
- (9) 關於合作社向外借款之最高限度，及對每一社員放款最高限度之決定。
- (10) 處理社中職員之訴訟。

(二) 合作社之執行機關係理事會，執行合作社一切業務及處理日常事項。理事人數少則三人，多則十餘人，但通常以七人或九人居多，由社員大會於社員中選任之。理事任期亦

無一定，有一年者，有二年三年者。理事會中，職務亦須分配，普通職員有三：理事長（或常務理事）會計與祕書是，此三者或由大會就理事中選出，或由理事互選之，理事會之權責，簡言之，約如下述：

（甲）權力：

（子）管理本社營業，及全體雇員。

（丑）對外代表合作社。

（寅）管理銀錢之支付，契約之訂立，及土地之租購等。

（卯）凡不屬於社員大會或其他特殊指定機關之職權，均得由理事會行使之。

（辰）享受營業餘利之一部分。

（乙）責任：

（子）按照章程規定，召集各種會議。

（丑）準備各種營業簿冊及記錄。

（寅）按照法律及本社章程，計劃並保持各種組織體制及其他。

（卯）預備上屆會計年度之業務概況表，並預備本社章程，以供社內外人士之閱覽。

（辰）預備本社各種業務報告，由特種機關或人員審查後，提交社員大會。

(己) 執行大會的一切決議。

(三) 合作社之監察機關為監事會，監督理事會執行業務，以防其發生弊竇或專橫情事。監事會之人數以三人為最普通，任期一年。監事會之權責，可分述如次：

(甲) 權力：

(子) 監事會遇必要時，有召集大會之權。

(丑) 如理事有瀆職情事發生而查有實據時，監時會得停止其職權，交由大會處理。

(寅) 當合作社與理事有締結契約情事發生或合作社對理事發生訴訟關係時，監事會得為合作社之合法代表人。

(卯) 依社員請求有召集大會之權。

(辰) 列席理事會之權。

(巳) 隨時調閱理事會之帳目或報告書之權。

(乙) 職責：

(子) 監查合作社之財產狀況並注意有無危險及被侵蝕情事。

(丑) 監查理事會執行業務之情形。

(寅) 審查理事會所交之各種文件並附加意見報告大會。

(四) 合作社之補助機關 大規模之合作社，業務異常複雜，非少數理事所能勝任，於是有補助機關之設立。補助機關之最要者，莫如教育委員會，此項委員所負之使命重大，往往由社員大會直接選舉，(對大會直接負責)其任務分對內對外二種；對內訓練社員，發揚合作精神。對外從事宣傳，推廣合作事業。教育委員會組織之繁簡，視合作社規模之大小而定，在規模宏大之合作社，教育工作常分由若干專門委員會辦理之，如社員委員會，娛樂委員會，書報委員會，及兒童委員會等，界限分明，以專責成。此外有專為某種合作社而設之補助機關，如在信用合作社中，有信用評定委員會之組織，依一定之標準，評定社員之信用，供理事會放款時之參考。販買合作社，為調查市價起見，得設市價委員會。土地抵押信用合作社，為評估信用及土地物之價格，得設估價委員會等。

第五目 合作社之資金與股本

(合作社之資金) 資金為經營事業必要之工具，合作社自亦不能獨異。此處所謂資金，係指會計上之廣義的資金。合作社資金之主要來源有四：

(一) 股本——為社員繳納之股款。

(二) 貸款——為向社員或非社員貸得之款，如農村信用合作社，且以貸款為資本最主要之來源，其他各式合作社，若社員所繳股本，不敷應用，亦常有貸款之舉。

(三) 存款——為社員或非社員之存款，在信用合作社，吸收存款為其主要業務之一，

其他合作社，亦有設立儲蓄部，以吸收存款，增加資本者。

(四)公積基金——爲合作社歷年盈餘之積儲，其提存本非係供給資本之方法，但事實上確有供給資本之效用，此可謂資本之一種特殊形式。以上爲合作社資本之四大來源，此外尙有其他來源，如盈餘分配之殘額，銀行透支，入社費及罰款等。

(合作社之股本) 合作社之股款無定額，此係合作社特質之一。每股股銀之大小，應以合作社之性質及目的爲標準。在英國大都爲一英鎊，依我國合作社法之規定，每股至少二元至多二十元，頗有自由伸縮之餘地。在無限責任信用合作社，其社員均負連帶無限清償責任，需相當之固定資金，股金標準，則宜較高，以期取信於人。社股繳納之方式，可分一次繳足與定期分繳等。分期繳納之辦法較爲普通。又社員除第一次用現款繳納外，餘數往往在該社員逐年盈餘分配項下轉撥(即盈餘抵充)。合作社股本總額雖無限制，但每個社員所有之股本，應有限制，以防少數社員之壟斷，英國法律，限制每社員所投之資本，不得超過二百英鎊，我國合作社法之規定，除消費合作社限制每人不得超過十股，其他則以股金總額百分之二十爲最高限度，頗具彈性。法人亦得爲社員，其得認購之股數，由合作社呈請主管機關以命令定之。除此限制外，合作社股本，通常規定不得二人或二人以上共有一股，因將來行使職權及除名退社等，既感不便又易生糾紛也。又一社員舊時所認股本尙未繳清，不得續認新股，合作社本身通常不得自有股份。

第六目 合作社之會計

合作社資本之運用，隨其業務而異，然資本之增減變化，計算務求正確，記載必須明晰，欲達此目的，本特良好之計算方法，是簿記組織之良窳，計算之精密與否，實為合作社盛衰榮枯之所繫，主其事者，必須特予注意。至簿記之內容，則隨業務之不同而異，此處不加討論。關於計算，大體言之，可分「日常」與「年終」兩項：

(一) 日常計算——係平日交易之記錄。

(二) 年終計算——每常會計年度終了，必須作一結束，藉以觀察已往之盈虧請長而定將來之進行方針，此時理事必須清算帳目，繕具報告，報告於社員大會，是曰年終決算。計算報告書最重要者有三：一為資產負債表，二為財產目錄，三為損益表。

(合作社之公積) 合作社欲圖增厚信用，發展業務，公積之提存，實為必要。合作社之公積分普通與特別兩種：

(一) 普通公積——亦稱法定公積，凡有合作法規之國家，類皆規定必須以每年盈餘之一部撥充，此項公積，乃用以鞏固合作社之經濟基礎，除彌補虧損外，不得移作別用，又其提存之額，非達社股總額時，不得停止積存。

(二) 特別公積——此項公積之提存，目的係為達到某種特定之計劃或在謀合作社前途一般之發展，其提存與否及積存數額之多寡，法律並無規定，合作社可以自由措置。特別公

積之種類甚多；如保險基金，用以彌補特定事項之損失。盈餘分配準備基金，係使盈餘分配逐年保持固定之利率；如壞帳準備，用以彌補倒欠之損失，此外尚有建築房屋公積，添置器具公積，意外損失公積等。

（合作社盈餘之分配法） 合作社經營獲利，應如何分配，乃一極重要問題。普通公司，如有盈利，大都按股份分配，合作社之盈餘分配則異是，（合作社股本之利息係有限制，大多按照普通市場上之利率支給，例如英國之消費者，組織之分配合作社，其股本利息之最高額均爲五厘）合作社之盈餘，係按社員與合作社往來總額之大小比例攤分，此爲洛須代爾制度（Rochdale system）中最重要法規之一，例如在消費合作社，其盈餘分配，係以社員對社購買貨品之多寡爲比例，購買貨品之數額增加，則年終所分配之盈餘亦隨之而增。此項盈餘分配原則，可以應用於各式合作社，毫無杆格之處。如在農業製造合作社，可按供給原料之多寡分配；如在勞動生產合作社，可按勞動力之多少分配；如在信用合作社，可按社員儲金額之多寡及支取儲金時期之久暫，以爲分配之標準。茲舉一實例，以明分配盈餘狀況之一班。

（實例） 今有協興消費合作社資本五萬元，一年中售於社員之貨品爲四十萬元，年終結算除去營業上各項開支外，計得純利三萬元，此項純利之分配，有如下表：（我國合作社法規定合作社之盈餘，除依次彌補累積損失及付息外，應提存總額百分之二十以上爲公積金

，百分之十以上為公益金，百分之十為理事及事務員酬勞金。

- (一) 公積金 (20%) 六千元
- (二) 公益金 (10%) 三千元
- (三) 理事及事務員之酬勞金 (10%) 三千元
- (四) 股息 (80%) 四千元
- (五) 盈餘分配額 (每元三分五厘) 一萬四千元

此時，售貨總額為四十萬元，假定有社員某甲，投資四千元，一年中，向社購買貨品計值兩萬元，則在此會計年度內，甲名下應得股息及紅利之合計應為一千零二十元，其計算法如下：

- (一) 股息 ($4000 \times .08$) 三百二十元
- (二) 盈餘分配 ($20,000 \times .035$) 七百元

第七目 合作社之解散及清算

依合作社法之規定，合作社遇下列情形之一時即應解散：

- (一) 章程所定解散之事由發生。
- (二) 社員大會之決議。
- (三) 社員不滿七人。

(四) 與他合作社合併。

(五) 破產。

(六) 解散之命令。

惟其中因破產解散一點，倘必待破產實現而後解散，則社員之損失未免太鉅；故合作社往往於章程上規定損失至某種程度時，即應召集社員大會籌議辦法，或解散，或增資。若實行解散，即連帶發生清算問題。

合作社解散時，亦須經過清算之手續，與合夥及公司同。其清算人除章程或社員大會另有訂議外，均以理事充任之，或由監事會監事或官廳派員担任。至於清算人之職務，與公司清算人同（已見前章公司一節中，茲不贅）如清算結束，其財產不足抵償債務時，須視合作社之性質，而定社員應分担之數額。

第七節 合作社之職員

合作社之日常業務，理論上由理事執行，但事實上理事多係社員中之地位聲望較高者，此輩類多另有繁忙之本身事務或多處之兼職；對於社務簡直不加聞問，至多不過聊盡督導之責，實際管理及經營，不得不另行設定各級幹部，分別担任之；其應設之各級職員可有：（一）經理，（二）會計，（三）司庫，（四）營業員，（五）練習生，分述其職責如次：

(一) 經理 合作社職員中之最重要者為經理，由理事會聘任之，其人一方面須明瞭合作真諦，一方面須有經營商業之目光與經驗，始能勝任愉快，然而事實上此等人才最不易得，蓋偏窄商人之思想，一以營利為中心，往往不合正義，有背道德，不合合作社選擇之標準，同時合作社亦不能負擔高薪水向外物色，然則究將如何解決？不妨依照下列辦法行之：

(甲) 就社員中遴選忠實幹練，興趣濃厚，對於業務有相當經驗者充任之。

(乙) 由理事長兼任經理，多物色精於業務之人才為業務員，輔助經理；一方面招收練習生，從事訓練，培植未來之經理人才。

如有向外聘請經理之必要時，應依下列標準物色之：

(甲) 對於消費合作及運銷合作業務，應明瞭貨品產銷狀況，辨識貨品等級，熟悉貿易慣例以及運輸包裝方法等。

(乙) 對於農業生產合作或加工合作之業務，應有專門知識及技能。

(丙) 對於信用合作業務，須熟悉銀行業務及社會金融狀況。

(丁) 具有商業經驗，革除商人惡習。

(戊) 領導服務人員勤懇工作並能以身作則。

(二) 會計員 規模不甚大之合作社，關於會計職務，可由經理兼任；規模較大者，應有專人負責帳務記載事宜，會計員應明瞭會計原理，嫻熟簿籍記錄，並須有廉潔之操守，通

常由理事會聘請，亦有以理事兼任者。

(三)司庫員 卽一般所稱之出納，專司現款之出入，及財產之保管等務，關於現款之收付，應有記錄，以便稽核庫存金額，逐日報告經理或理事長，如與營業或會計部份有銀錢往來，應備簿登明，由彼此簽蓋，作爲收付款項之根據。其人員之聘任手續以及應具之品德學識，均與會計員同。

(四)營業員 聘用營業員，由業務之不同而異，總以能具有對於各該業之專長知能爲上；普通以熟悉商情而無商人惡習之忠實青年有接受合作志趣者，最爲適宜。如經理人爲富有經驗者，可多用若干練習生代替營業員，在經理領導之下處理日常事務。

(五)練習生 合作社各種人才，皆須自練習生中訓練起，始有基礎。訓練練習生應注意下列各點：

(甲)學力基礎須具有初中程度。

(乙)社務及業務上之學習，應分部分期，專責練習，務使對於合作社之整個管理，均能有相當之經驗。

(丙)根據練習生之能力與興趣，偏重某種工作之訓練，以造成某種專才。

(丁)規定練習生訓練與進修之方法及時間。

第八節 合作社之辦事原則

前節所述，係合作社各級幹部取材及組訓之方法；至於平日各部配合工作及互相連繫，是否能成爲一有機的活動及有效的工作，尙須視其管理狀況而定，管理之良窳，又須視其內部辦事原則或規律如何而定，茲略舉數條管理合作社之良好規律於次，以爲主持者措施之助；

(一)理事應分工 通常社務，由理事會主席或經理綜攬，其他理事，往往有如上所述之不過問社事者，不但責任有畸重畸輕之弊，且失設置理事之本意，苟欲使其發生作用而均衡職責，必須於時間上工作上，均予以有秩序之分配；如服務人員之考勤；社員經濟狀況及生活需要之調查；社內大事之記載，社外各種事項之接洽與交涉，業務計劃之擬訂；以及業務報告之編製等職務，均應由各理事分任一種。規定時間到社辦公。

(二)各部人員應權責相稱 在理事長指導之下，各級工作人員，均應分別規定各人之職權，使其於範圍之內，儘量運用，不得以個人之私見抑制或干涉其合理之行動。如消費合作社之進貨員有選定貨品總額及決定價格之權；運銷合作社之評價員對於社員交來產品，發現作僞提假等情，有拒絕接收或提付懲戒之權；利用合作社之機械，(或其他器具)管理員有規定次序使社員利用機械之權；信用合作社之會計員，對於手續不完備之帳款，有拒絕收付之權；既授予此等權柄，同時即畀以等量之責任，任何人不得左右其權或旁貸其責，故於服務人員之職掌及辦事手續上，均應有詳細之規定，述格履行，切不可有職權與責任不能相

稱者，致礙社務進行。

(三) 須有工作紀錄 理事會於社內各部工作，須能洞燭實際情形，並隨時採納各工作人員之意見，不能專憑定期或不定期之會議為採集資料之機會，必須有逐日檢閱之方法，故工作紀錄尚焉，工作紀錄之內容，應記明下列事項：

(甲) 營業狀況 消費合作社進貨售貨情形；運銷合作社銷售產品及分等加工情形；利用合作社機械使用之效率及其收益與消耗；信用合作社各種款項收付數額及其來源與用途；

(乙) 日常事務處理情形；

(丙) 特殊事件之記載；

(丁) 提出意見；

(四) 監察應輪值視事 監察社務之作用，一方在防止弊竇之發生；一方為糾正理事會之錯誤。監事欲盡此責，對於日常社務非有詳細之觀察不可，然而事前防止，尤重於事後補救，故監事之服務，最好亦能輪流到社辦公，而以主席總其成，如是則各監事每日所費之時間少，而證明發票稽核帳款等項均可逐日辦理無間，錯誤及舞弊之機會自少矣。

(交易政策中之兩問題) 一般合作社之交易政策有二大原則；一即非社員不得交易；二即顧客概須現交。

依理論，與非社員交易，實逸出合作之範圍，德國即有不許與非社員交易之規定，但就

事實上觀察，與非社員交易，亦有種種理由；一則合作事業藉此可獲廣大宣傳之機會，與普遍之同情，新社員得踴躍加入。二則交易額擴大，營業周轉自速，於合作社本身亦屬有益，故洛須代爾制之創始者，即允與非社員交易。惟與非社員往來，於盈利之分配又發生問題；苟予以照分，則彼等不負絲毫義務，竟與社員享同等權利，入社反屬多事，倘絕不變通，則似不能適應環境，不能予非社員以好感，而引掖成爲社員，與宣揚合作之目的亦不甚合。故爲折衷計，乃採取有限制之分配法：有主張非社員僅能分享贏餘之半者，有主張得四分之一者，有主者得四分之三者，（其應享全部之餘額，則滾入公積中），祇能視情形而定，主張完全照分者則甚少。

次論關於現金交易問題，亦有正反兩面之見解。主張現金交易而反對賒欠者，以爲如有賒欠辦法，則社員易入浪費之途，習於奢靡而不知儉儲。且在合作社本身，因記帳關係，貨款遲收，不得不增高貨價，有時資金之流通受其影響，而不得不向批發商賒欠。此等情形皆足使社方之成本增高，社員之負擔加重，實非善策。然主張賒欠者則以爲有時商場中迫於環境，常以賒售爲吸引顧客之利器。又自人類同情心上言，苟社員一時手頭拮据，社方不予通融，無異陷入絕境，殊非合作之本意，故主張應開方便之門，容許社員酌量賒欠。但平心論之，此舉祇可認爲例外，在原則上，合作社仍以現款交易爲宜。於不得已必須實行賒欠時，祇能預爲規定若干之限制，如以社員所有股額之全額或半額爲範圍，或以賒售耐久使用之貨

品（如家具是）而禁除易於消耗之物為條件。此皆所以兼顧政策與事實者也。

第九節 合作社之聯合

合作社以區域或業務上之必要，得由二家以上性質相同之合作社組織「合作社聯合社」，其設立之目的在鞏固聲勢，集中力量，從事於大規模事業之經營，對內足以督導各社，努力向上，對外足以抵抗資本制度之侵略，至其功效，足資敘述者，尚有：

- (一) 減少合作社單獨經營之費用。
- (二) 可以舉辦加工設備，減少各合作社之生產費用。
- (三) 辦理公益事業。
- (四) 避免營利商人之同盟抵制。

此種聯合組織，有識之士，均認為必要，多方倡導，凡合作運動發展至相當程度之國家，莫不有聯合社之產生。如販賣米穀聯合會，酪乳合作聯合會等，而其例證。聯合社之組織，係以社為單位組成聯合會之合作社，曰「社員會社」(Member Society) 抵稱「屬社」(Constituent Society)。同一區域內，同一業務之合作社，同時不得有二個聯合社。凡加入聯合社者，須經各該合作社社員大會之決議。會員入社入社，除「信用合作」聯合社外，比較自由，並不受嚴格限制。會中所需經費，由參加各社依照其所有社員人數之多寡，比

例負擔。聯合會之意思機關，爲社員大會，推選常務委員，負管理之責，並分別組織各專門委員會，担任宣傳，指導，教育，公益等工作。合作社聯合社對內對外關係及其解散等等，均與合作社之法律規定同。

「合作聯合社之分類」 合作聯合社可分爲兩大類：

(一) 貿易的聯合社——種類甚多，如批發合作社、生產、信用、運銷及購買合作聯社等，其經濟上之機能，有下列數端：

(甲) 置備製造上必需之機械工具。

(乙) 爲各合作社融通資金，從事信用之經營。

(丙) 將所屬各合作社之產品，運銷四方。

(丁) 生產或購買各合作社消費上或生產上之用品。

(二) 非貿易的聯合社——其職志不在貿易，而在合作事業之組織、監督、指導與宣傳。其所負之任務如下：

(甲) 指導組織合作社，策勵社務之進行。

(乙) 發揚各合作社間之連鎖精神。

(丙) 發行書報，舉行巡迴演講，並訓練各項合作人材。

(丁) 增進各合作社之道德觀念，並補助其科學知識上之缺陷。

(戊) 確定各會員之信用程度，並研究鞏固信用之方法。

(己) 根據法律，保護各合作社之利益，及代表各社為法律之運動。(如未頒佈之合作法律，催促政府頒佈，已施行而應加修正者，則運動其修正。)

(庚) 調查各合作社間之競爭與衝突，並研究其原因。

非貿易性質之聯合社，各國均有，有係由各合作社聯合組織者，有係與政府合同辦理者。

第十節 我國合作事業之現狀

我國合作事業，廿餘年來經政府之積極提倡及社會之普遍推行，已展開廣大之運動，自三十年起，中樞設置社會部合作事業管理局，以專責成，并有全國合作社物品供銷處，以充實供銷業務，復賴金融機關之協助，社會人士之努力及各級合作人員之用命，合作事業頓呈突飛猛晉之勢，茲摘錄該局三十二年九月發表之報告如下：

(一) 「社數，社員及新股之統計」

截止三十二年八月底止，全國合作社共達一六五、七一三社，計社員共一二、六四六、四〇五人，股金共二一七，一二七，〇四〇元，與三十一年年底比較，計增加一，三二〇社，社員二，五〇四，七二三，社股一二三，八三五，五一〇元。又擬有各省市合作事業三年計

劃，於三十二年一月份起，依照規定進度分別辦理，故業務當可日見發展。

「重慶市之合作社」陪都合作事業，在中央指導與各方提倡之下，年來發展極為迅速，據三十二年七月統計，全市合作社共計九百七十餘所。其中生產合作社共五十餘社，社員一萬五千五百四十一人，社股九十五萬元。消費合作社四百九十六社。鎮合作社社員共廿五萬八千零九十七人，社股一千零三十五萬五千一百七十元。各社之週轉金，其總數超過一萬萬元，以人口計算，則每戶皆可為社員。希望各社與市合作金庫取得密切聯繫，俾業務更趨發展。

(二)「合作社業務之分配」我國合作社業務，向偏於信用合作之畸形發展，早為識者所詬病，年來社會部力求合作業務平衡之發展，已使生產及消費合作社逐漸增加，根據三十二年五月底之統計，信用社佔百分之五一、六，比較過去佔百分之八十左右大見減少，可見在業務實效之進步。又供給社佔百分之六、六；農業生產社佔百分之十一、九、工業生產社佔百分之五、九、運銷社佔百分之二〇、四、消費社佔百分之九、二、公用社佔百分之三、保險社佔百分之一、四，均較過去之業務分配為合理，情況殊屬良好。

(三)「當前之工作計劃」社會部所訂合作社三十二年度之工作計劃，共分八大項目。包括：(甲)加強合作行政 (乙)推進合作組織

(丙)充實合作事業

(丁)辦理合作教育

(戊) 改善合作金融 (己) 舉辦合作實驗

(庚) 推進合作競賽 (辛) 辦理調查統計

(四) (今後之施政方針) 社會部已確定三十三年度合作事業部分的施政方針，包括

下列三點：

(甲) 推進並健全縣各級合作組織，加強合作社之職員訓練，以配合新縣制之推行。

(乙) 充實生產及消費合作業務，產製並配銷生活及日用必需品，以配合國家總動員計劃，協助物資與物價之管制。

(丙) 發展中央合作金庫及其分支庫之業務，促進並健全縣合作金庫之組織，改善合作貸款辦法，以期合作金融之健全與靈活。

第十一節 合作社對於戰時之貢獻

合作組織，係新經濟事業，具有和平改造整個社會制度之效能，其基本任務實為積極建設新社會制度。總裁於峨帽軍訓團講授 總理遺教六講中曾明白指出：「合作事業在政治和社會上，可以便人民的精神能夠團結，行動能夠統一，力量能夠集中，即可造成健全的現代社會，而為新政治上的堅固基礎」。丁此時艱，應寓建國於抗戰，而國民革命之成功，亦以推行合作事業為其重要因素，良以合作社具有組訓之功能，不特對於人民之團體生活與民

族意識大有啓發與增強之作用，且可促成基層社會經濟組織之健全發展。其在戰時，如增加生產，節約消費，調整分配，以及平抑物價與管制金融。諸端，皆與合作事業有密切之聯繫，茲分述其概略如下：

（增加生產）我國農業爲小農經營，工業多爲小工業與家庭工業。欲求生產增加，必須改良經營方法，然後技術之指導，成本之減輕與質量之提高，方可有濟。合作經營最能適應此種要求。

（節約消費）節約消費之道不一，而合作組織奏效較易，且較切實。例如消費合作社，果能普遍組織，則對每一家庭之狀況，極易熟悉，加以直接間接之勸導與限制，自可減除浪費。又提倡代用品之使用，與廢物之修理與利用，亦足節省物資。此外如能附設儲蓄部，并可便利儲蓄，獎勵節約。

（調整分配）戰時國民所得，變化甚甚，且多不合理。當前薪俸生活者與農村小農佃農致爲困苦。而其反面，則商業利潤既超過一切，豪紳大戶亦日見奢侈，其消耗有用物資，阻礙人力之動員者，殊非淺鮮。補救此等病態之基本辦法，仍在於新經濟體制——亦即合作經濟制度——之建立。即以目前情形而論，消費合作已使公務員與教職員獲得平價日用品；信用合作亦以小額借貸，融通平民之緩急；生產合作更以生產資金融通中小生產者；對於調整分配不無相當貢獻。

(平抑物價) 至於平抑物價，需要普遍而健全之機構，既不以營利爲目的，又具有社會民主化之本質；俾平價政策，得以貫徹，平價設施，得以切實執行。消費合作組織與其業務，適合上述條件，亦世所共喻。

(金融管制) 國家實施金融管制之目的，在使信用與通貨之數量，能恰與實物資源之發展及限度相適應；且使其活動之方向，能適合於經濟建設之需要與物力動員之方針。合作事業能深入民間，明瞭大眾實況，且以融通必需資金，限制各種浪費爲信條，而其金融業務，又重在資金之供需，緊密連接，且反投機，反高利貸，反信用膨脹，誠足爲管制金融之中心。是當前合作事業之任務，不僅是以支持長期抗戰，爭取最後勝利；且與實現三民主義，完成建國大業息息相關也。

研究問題——合作社之部

- (一) 何謂合作社？
- (二) 列舉倡導合作運動之重要人物，略述其貢獻。
- (三) 試述「洛須代爾社」之原則。
- (四) 合作社應有何種特質？
- (五) 合作社可分若干類？
- (六) 合作社之盈餘應如何分配？

- (七) 試擬合作社應用之各種簿記賬式？
- (八) 設立合作社應有何種手續？
- (九) 合作社聯合社有何效用？
- (十) 合作社何以不允賒賬？
- (十一) 合作社與一般公司企業有何分別？
- (十二) 我國中央對於合作社有何管理機關？
- (十三) 試列合作社的人事組組系統表。
- (十四) 合作社對於抗戰有何貢獻？
- (十五) 考察現行合作社有何缺點？并擬具改進之方策？

第五章 商業管理

第一節 商業管理之意義及重要性

商業管理，乃指對企業機關之行政設施，業務推行，循一定之準繩而為全部管制之方略也。所謂行政設施，泛指組織體系之規劃，人事之支配，及事務之處置等。關於業務之推行，則該括方針之決定，資金之運用，以及貨物之販運儲銷。管理得法，則步驟分明，辦事迅速，利潤增進，效率加強；否則頭緒紛繁，工作迂緩，耗費叢生，弊竇百出，產業不特無健全發展之望，抑且有傾覆之虞。故企業之盛衰興替，全繫於管理之確當與否。我國工商業不振，世人多歸咎於交通阻塞，時局不甯，生產技術幼稚，及帝國主義之經濟壓迫等；此固言之有理，然管理未臻完善，實其根本原因，曩昔舊式商店，規模狹小，無所謂組織與管理，店中事無鉅細，均操於業主個人之手，其經營方法，偶於日常經驗中求之，初辦之時，尙可勉力應付，及至營業擴展，卽感辦事棘手，而失敗亦隨之發生。時至今日，大規模之工商業勃興，資本動輒數百萬，任用職員多至千百人，欲求業主事必躬親，實有不可能者。故必須釐訂管理規則，擬定進行計劃，嚴密其組織，整飭其紀律，遴選富有學識技能之人才，使專

必致力於管理之重任，始克有濟。不然，欲圖立足於當今商戰劇烈之時代，蓋亦難矣。

由上所言，商業管理之重要，已極明顯，經營工商業者，實應特加注意。惟管理問題殊多：自橫的方面言，則隨商業性質之不同而頭緒萬千；自縱的方面言，則隨推行時間之演進而變化錯綜。在此複雜情形中，管理者如何可得最大之利益，亦即如何以最經濟之方法（用最少之資金，時間，與勞力），獲得辦事上最大之效率，則非採用科學管理法不可。其內容於次節述之。

第二節 科學管理法

第一目 科學管理運動之歷史

關於科學管理運動之發軔，為時僅三四十年，首創科學管理方法者，為美人戴樂(B. W. Taylor, 1857-1915)，氏於一九〇二年任美國最著名鋼鐵廠之總經理兼總工程師，某日氏在煤礦中，察看工人從事採煤工作，發見一種「勞作上之規律，即一個工人無論體力如何強大，繼續工作，達到一定限度之後，工作效率即發生遞減作用。戴氏認清此點後，即連用心機，思得一種補救辦法，以期人盡其才，物盡其用，使勞資雙方均沾其利。其法初從礦工中選出體力較強者三人，以作試驗，令其盡力工作，每隔二十五分鐘，允許其任意休息五分鐘。此試驗之結果，成績非常圓滿，原來每人每日平均可以鑿煤七噸者，現經過每二十五分鐘一

度休息以後，竟可以增至三十多噸，時間雖減而效率居然增加四倍以上。此爲關於科學管理上新發現之一事，此後戴氏隨時視察思考，隨時有所領悟，儘量用以管理工人，結果產量大增，成本銳減，工人所得之工資與福利，亦大見優厚。自此各國競相採用，風靡一時。至一九〇九年，戴氏將歷年經營工廠之經驗與心得，歸納爲一種有系統之學理，寫成『科學管理法』(Scientific Management)一書，爲關於科學管理空前之創作。(此書曾由穆藕初氏於一九〇九年譯成中文，名曰『科學的管理法』在上海中華書局出版，爲科學管理書籍傳至中國之第一部)。

美國承繼戴氏之後對於科學管理有所貢獻者，爲氏之高足傑而波斯、(Gilberth)，氏由泥水匠出身，當彼從事本業工作時，潛心研究如何使工作手續簡單化，如何使動作減至最限度，如舊式砌磚之工作平均原需二十三個動作，經其悉心研究後，竟縮減至僅僅五個動作，節省許多人力與時間，增進不少工作效率。傑氏根據自己之經驗與心得，著有『行動之研究原理』(Motion Study)一書，此爲關於科學管理第二部鉅著。自上列二書行世以後，科學管理遂成爲一種專門學問，不僅學者輩出，被作如林，且各國研究科學管理機關之設立，更風起雲湧，例如在美國最著名之研究機關有戴樂學會，英國有工業疲勞研究社，日本有大阪科學管理局，他如德、法、捷、比等國，亦莫不竭力提倡。科學本不分國別，在國際間研究與促進科學管理之機關有世界科學管理委員會及世界科學管理研究院等，爭相研討，方興

未艾。

第二目 科學管理法之意義

科學管理法有「狹義」，「較廣義」及「最廣義」之三種解釋，茲分別說明如次：

(一) 狹義——係美國戴樂氏所倡，又稱戴樂氏制度，此制最初專用於工廠方面，其致力之點為如何改善工廠設備，改良工作方法，避免工人之疲勞，及研究工人心理，增加出品之產量等。

(二) 較廣義——其管理方法之實施，並不限於工廠，凡政府機關及商業機關均可採用，現今普通所稱科學管理法多係指此而言。

(三) 最廣義——又稱為「合理化運動」(Rationalization)此名稱係德國所創始。

近代工商業之競爭，不僅發生於國際之間，同時亦發生於各工商企業之間，因此，每一健全之工廠，均在苦心焦思，努力設計如何增加產量，如何減低成本，如何以廉價爭取消費市場，而最終目的為如何擴大自己之利得。

欲使工廠生產能適應競爭，達到質量並茂，並確保市場與高利得之目的，欲使商店能擴張販路，增進利潤，全視經營方法之得法與否。經營愈合理，愈能發揮優良作用，欲經營合理化，必須應用科學原則與科學方法。簡單言之，即必須運用科學管理是也。

科學管理着重分析，一切求其精確化，標準化，雖一小工具，一小動作，均須詳細研究

如何能節省有時間與費用，如何能減少工人之疲勞，使發揮其最高效率。美國福特汽車廠，以實施科學管理法著名，其工人工作效能之高，非他廠所能望其項背，例如該廠之裝車部，祇用工人五百名，每天即可裝成汽車九百餘部；其他同樣之汽車廠，僱用工人九百餘名，祇能出車四百部。由此可知，大量生產之成功，不專依賴機器與設備，而管理方法之優良，實有莫大之關係焉。

第三目 科學管理法之目標

科學管理法之目標，可分對社會，對投資者及對職工三方面而言，茲列舉如下：

(一)減輕消費者之負擔 實施科學管理法後，生產數量必為激增，生產成本可以減輕，價格即因此而低落，此其目標之一，係對於社會方面者。

(二)使投資者踴躍投資 採用科學管理法後，企業之基礎穩定，資本獲得保障，因之人人樂於投資，此其目標之二，係對於投資者方面者。

(三)改革勞資雙方之心理 科學管理法之重要意義，在於雇主與勞工雙方心理上之改革，而以對於勞工方面為尤要。蓋實行科學管理法後，必能增進雙方之利益，其應守之原則，則為改良工作方法，免除工人疲勞，增進產量而增加利潤，此多得之盈餘，應用公允之方法，分配於勞資雙方，務使利益均沾，此其目標之三，係對於職工方面者。

科學管理法初行之時，曾受多數勞工之反對，以為此種管理方法，將增加工人之疲勞，

使工人失業；惟實施結果至爲圓滿，提倡最力之美德等國，工人失業人數反見減少，勞工報酬及福利則日形增進，始恍然覺悟。至今科學管理方法，已受舉世一致之歡迎矣。

第四目 科學管理之法則

關於科學管理法之主要內容，可以分四方面言之：

(一) 屬於人事方面者，可分爲 (甲) 分析工作種類——確定各種工作之性質，責任，及所需之技能，應得之報酬，務使事適於人，人盡其才。(乙) 改良工作方法——將工作分析爲各種基本動作，節省其不必要者，以冀減少疲勞，增加生產。(丙) 規定工作標準——先將工作分成極小單位，然後計量每單位所需要之時間，標準時間一經確定，則工人必須嚴格奉行。不僅製造工人有工作標準，即售貨亦憑過去店員經售貨物之數量而確定其標準。

(丁) 勞資合作——使工人對於業主發生融洽之情感，以增進工作之興趣。

(二) 關於物質方面者，可分爲 (甲) 注重設備——一切佈置設備及用具均須科學化。(乙) 注意工作之銜接及平均——使各部份工作能密切銜接，工作力量彼此相稱，以免一部份力量之單薄，影響及於全部。(丙) 原料之供給——使不過多亦不太少。(丁) 標準化與簡單化——使原料製品與設備三項，均適合標準，並在可能範圍以內，力求減少其種類。(戊) 棧房之佈置——製品標準化以後，儲藏方便，棧司可按其大小，在相當距離之處標明其數量，則檢點與計算，均感便利。(己) 輸送方法——注意貨物運送之安全及迅速。

(三) 關於財政方面者 以成本會計及統計為基礎，確定預算並按期編造之。

(四) 關於組織方面者 凡採用科學管理法之企業，其內部組織多採效能制。(Functional organization) 或系統能效混合制 (Line and Functional organization)

第三節 商業管理之功效

商業管理，自經採用科學方法以來，貢獻殊大，凡於商業管理學研究有素者，對於下列各項，均能與企業家以詳明之指示，而收合理化之效。

(一) 指導創辦企業 在開辦企業之前，指導企業家，研究組織法則，釐訂章程，遴選管理人員，使明瞭企業應如何辦理，方為最適當而最有利。

(二) 指示選擇地點及建築計劃 說明選擇地址之條件，使企業家根據各業之要求，及視各業之性質，而決定其地址，並研究各種建築之方式，幫助企業家選擇使用之材料及建造最經濟最適用之房屋。

(三) 闡明組織法則及管理上組織之採用 使企業家明瞭各種組織之方式，指示選擇之標準，並試驗何者最為適用，在管理手續上，究應採取集權制，分部或分科制，應就實際情形而酌定之。

(四) 研討管理雇工之方法 關於工人之雇用應採用何種方式，選擇應根據何項標準，

以及待遇，訓練，改良工作，增進效率等，均一一詳加研討，務使主持者善於管理雇工，能以最經濟之方法，獲得最大之效果。

(五) 演述各部管理之方法 關於進貨、製造、儲藏、運銷、登帳、稽核等之管理與處置，均詳加講述及指示，俾能妥善處理，有條不紊。

(六) 研究工作之效力 指導工商企業之管理者試驗工作之效力，以何種動作最爲經濟，何種速率最爲合適，應採用多少工作時間，收效最宏。

第四節 人事管理

以上各節已將商業管理之要義作一綜述，實施之道，可分人、事、物三方面言之。其中尤以「人」爲最要，蓋凡百事業得人則昌，倘有能者在位，則事業未有不成功者也。

人事管理 (Personnel Administration) 爲工商企業乃至政府之人事行政上，爲增進生產及辦事效能計，採用科學化之方法，以管理及督導職工者也。考科學管理方法應用於工商業或政府之人事行政上，以求管理效率之迅速確實者，爲最近二三十年之事。我國人事管理制度，施行頗早，尤以郵局，海關及鹽務機關規劃完備，執行認真，效率較著。近年以來，規模較大之工商組合及行政機關，爲集中權力，統一指揮起見，多有人事機構——人事部——之設置。人事部之範圍廣泛，職權重大，其內部組織大致在人事部長之下，分設職工服務

，醫務及僱用等科，各科之職掌如下：（一）職工服務科——掌理教育、娛樂、福利等設施，如注意安全工程，辦理職工子弟學校，業餘學校，俱樂部，消費合作社，編印職工刊物等。（二）醫務部——掌理職工體格檢查，醫藥衛生及意外傷害等。（三）僱用科——掌理職工之選用，訓練、考核、調動、升黜等。

茲將人事部各科之任務，作一簡明之敘述於次：

第一目 職工之選用

企業機關所需用之職工，均應向人事部接洽，人事部接得通知後，即交雇用科辦理。職工之來源，除從本機關原有人員中升調外（調動內部人員可以根據人事部之職工調查錄或人事登記表選擇），並可向外徵求，其途徑可分爲：（一）介紹機關——近年來介紹機關在國內已漸普遍，比較組織完善者爲中央建教合作協會專門技術工作諮詢處，社會部之人才調劑協會，職業教育社之職業指導所，及青年會介紹部等，惟此種機關，祇負介紹之責，至於是否適用，仍有待雇用機關之嚴密甄別。（二）登報招聘——工商業機關需用人員時，往往將擬聘之人才，須具之資格，擬定之報酬等項刊登報紙，令應徵者先行投函接洽，合則約期面試。此種招聘方法，頗具效力，確能招致大多數之謀事者，惟在招考廣告上對應徵者特定之資格，措辭必須明晰確切，以免一般不合格者，紛紛投函請求，耗費時間與精力。（三）推荐——託親友就相知中提出相當人材荐舉，在徵用機關方面，應將需要與待遇說明，在推荐者方面

，亦須將被荐者之品格才能、學識、經驗、願望等詳細提出，使彼此考慮正確。了解清澈。此種選舉人員方法，其利在於省時省費，至其弊害則為易於陷入浮濫，每因顧全情面，而不能引用真才。（四）識拔——不求他人荐舉，而由自己識拔，亦係選擇人才之方法，惟僅憑一時之感覺，籠統評判他人之優劣，難期正確可靠，必須細密，觀察、研究、分析方可。觀察分析時應行注意之點為（甲）觀察其人之公生活如何——有人熱心公益，犧牲「小我」，一心為羣衆謀福利；有人專為自己打算，置羣衆利益於不顧，此點值得注意，（乙）觀其私生活如何——古人云「相士以居」，吾人觀察人視其家庭，辦事室，讀書室之整潔與否，陳設之用心與否，服裝之種類及式樣，即可評定其人之生活奢儉，有無規律，人品之踏實與虛浮。再觀其喜讀何種書籍，即可知其思想之新舊雅俗，（丙）觀其用錢之態度如何——有人對公衆經費十八節儉，自己之款隨便使用，有人則適相反，天性豪放者用錢闊綽，諱飭者用錢節約，應觀察其人係屬於何種，（丁）識見遠大否——如其人之識見高超，目光遠大，則其服務精神，心有過人之處，而種種惡劣心理如貪財、卑鄙、猜疑、忌刻等定能消除，（戊）辦事能力如何——所謂辦事能力，可以分為「對事」與「對人」兩者而言。第一、以「事」為對象，遇事按部就班，辦得井井有條。第二、以「人」為對象，須能對任河流品之人，應付裕如，方可稱為「通才」。此外，在外勤工作方面，乘船、騎馬、坐腳踏車，乃至長途步行等種種活動能力，均值得分析與注意，（己）能耐勞苦否——勞苦係指辦事上一切艱難困

苦，凡體力衰弱與心理不健者，不能耐「勞」與「苦」，大抵體力強者祇能耐「勞」，體力與心力均強者，方能兼耐勞苦，（庚）能任怨否——凡人在未得人信任時，或辦事未得他人諒解時，每易受人怨恨或反對，倘其人非特不因此而灰心或氣餒，且能用適當方法去處理——設法求人諒解，或改正其作風，作最後之良好表現——轉變一般輿論。此所謂「任怨」，應分析其人有此種能力與否。上列種種條件，當然不能期望一人俱備，但用人者必須認清我所欲用之人至少須具備幾項，方稱合格。（五）招考——考試以才能為標準，全憑客觀之公開自由競爭，為最光明公正之辦法。「明試以功」，見於虞書，我國考試制度之發明，遠在四千年以前，考試之優點為：（甲）可使人才與職位相稱（乙）可使應徵者獲得表現才能之均等機會。此外考試尚有一大貢獻，即考試科目與時期，預行宣佈，使應徵者得作充分之準備，可達「寓教育於考試之中」。關於考試內容之研究，即考試科目究應學校化或實際化，為考試制度之中心問題。人事行政學者對此有二種不同之意見；其一認為應採取廣博學識之考驗——即注意基本知識之考試（英國文官考試，代表此派之主張，我國現在所舉行之普通與高等考試亦近乎此派）。第二種主張，考試之內容應與考取後所擔任之實際工作有關——即注重應用技術之考試。（美國各機關之考試，代表此派）。前者注意學識，而後者則注重經驗。美國著名人事行政學者某氏主張，二者可并行不悖，其意為：在原則上考試應顧及年齡與經驗，如考試係在投考者方受普通教育之後，考試應以其所學之課程為標準。如在受過

特種專門教育之後，則以其特殊智識爲基本。如在曾有相當經驗之後，則應以經驗爲重。其立論極爲公允合理。我國研究人事管理學者之王世憲氏，更加以一層之補充，謂：「在二者并行不背之原則下，尙須顧及應考者錄取後工作上所居之地位，如其地位較高，負有行政之責任者，則不問其專門學識如何，其基本學識，亦應具備，方能有遠大深透之眼光，與迅速正確之判斷能力，以領導同工（Co-Worker），反之，如應考者將來担任之工作性質，係屬機械的，技術的，則應注重經驗。」以上爲關於考試科目理論上之研究，至工商界通常應用之試驗方法，有智力測驗及才能試驗兩種。

（甲）智力敏捷測驗（Mental Alertness Tests），包括思想之敏捷，知覺之清明，理解力之程度，判斷力之敏捷與正確，此種測驗之目的，在測驗某工作人員天資之高低及學識才能之強弱者。

（乙）特別才能試驗（Special Ability Tests），此種試驗方式，因工作之不同，而有差異，如對於商業人才，可用商業及商品試驗（Special Commodities And Trade Tests），對於機工人員，可用手工熟練試驗（Manual Dexterity）。此外對於銷售員、進貨員、材料檢查員、檔案管理員，以及繕寫人員等，均可採用一種專門之試驗。

第二目 服務考核

服務考核爲人事部日常工作之一。職員既經引用對其所任工作告一段落之時，或在

過程中間，施行考核，以確定其稱職與否，係屬必要之舉。考核之要點，為必須確定標準，明白公佈，一方面使職員確知努力之目標，他方面使担任考核者有所依據絕不能漫無規律，將職工之獎懲升黜，取決於當局一時之喜怒。考核之標準，即根據職工之辦事效率，普通分「完成」，「正確」，「迅速」，「經濟」四項。此外，辦公時間及告假規則之遵守與否，亦為考核標準之一。

考核成績之結果，每一人員在一年度中職位之升降，薪級之增減，均依之辦理，苟失其平，則關係甚大，小則足以影響其工作情緒，大之則引起其憤懣去職之念，故考核成績，為人事管理當局，必須特別審慎處理者。

人事部門人員記錄中，關於職工服務方面者，有：（一）簽到簿——考查職工是否能按時「到」「退」。（二）請假缺席簿——考查職工是否按照手續請假及請假時日之多少。（三）考勤簿——由各部主管者，按照規定標準，將各人之工作成績記入此簿。（四）職員工作報告——各員將所辦事務，每日或每週每月報告主管人員，彙交人事委員會審查，並參酌考勤簿，評定甲乙，分別獎懲。

第三目 職工訓練

選定之人員，不論是否取之於考試，均有訓練之必要，因其中或則所學偏重理論，不切實用，或則對於某項實際工作，缺乏常識與經驗，均須以訓練方法補救之。故訓練乃給予職

工當前迫切需要之知識、技能、經驗與精神，意義至爲重大。關於訓練問題，可分述如下：

(一) 訓練之對象及辦法：——訓練工作，并不限於新進職工，即對於舊有職工，亦須不斷的加以訓練。訓練辦法，在規模較大之工商業機關，多聘請專門人才，對全體新進職工，予以集中及嚴格之訓練，俟其工作效率達到舊有職工百分之七十以上時，方開始工作。

(二) 訓練之範圍：——(甲) 訓練新進職工，使能適應於被指派之工作。(乙) 訓練舊職工，使熟悉其他部門之工作，以便調遷。(丙) 對於一般管理人員，施以專門智識及管理術原理之訓練，使中級人員，可以擢升，高級人員，得獲更進一步之深造。

(三) 訓練方式：——普通關於工作上之訓練，有(甲) 將新進職工，置於精巧工頭之指導下，經過一較長時間之訓練，學習與工作同時并進。(乙) 室內訓練——使新進職工，在最短時間內，專心學習新的技能，不使其工作與學習同時兼顧，俟學成之後，再開始工作。(丙) 公司自設學校——對本公司工作人員，施以專門學術之訓練，以增進其才能，而爲担任較高職位之準備。此種學校，多設於晚間，美國有數大公司，附設規模宏大之夜校，備有多種專門學程，頗具實業大學之氣象焉。(丁) 此外如函授、講演、會議(座談會，工作檢討會)開映教育影片，指導閱讀報章雜誌等，均可用以訓練職工。

除上列者外，訓練方面，尚有四大要點，必須切實注意：(甲) 訓練時須着重實習，多講工作方法，少講理論。「知」的方面，祇須簡要，「行」的方面，力求純熟，除精神訓話

外，簡直少訓多練，方合實際。(乙)短期之訓練，須以長期之「見習」補充之，使所習工作，格外純熟。(丙)訓練期滿，仍須甄別去取，不宜全派作工。並於事前公佈取捨標準，如是，方能激起受訓者之奮勉，格外努力。(丁)訓練期滿，對於取用之人員，就其人之長處、短處、擬任工作之重要點，困難點，給予一番親切而扼要之臨別贈言，定能發生極大之效果，或竟能使之終身不忘。主持人事訓練者，對於此種良好機會，不宜錯過。

第四目 職工升黜

考核完畢，即須執行懲獎。凡工作成績優良者，給予記功、加薪、擢升等獎勵。成績惡劣或有失溺等情者，予以記過、罰金、或剝削某種權利之懲戒。其情節重大者，乃至於解雇。惟解雇非至萬不得已時，不願爲之。無論工商業或政府機關，對於用人應遵守下列之規約：

「進一人員，不宜輕率，退一人員，尤宜慎重，」決不可將工作人員之服務前程，憑主管者一時之喜怒，任意升黜，如有變動，必須聽命於制度，制度係固定的，公允合理的，故關於用人比較完善之辦法，係「難進難退主義」。任意調換職工，對於雇用機關，亦極不利，有種種重大之損失。(一)解雇職工經驗的損失。(二)雇用及訓練新進職工之成本。(三)新進人員，工作效率低下之損失。(四)新手耗費材料之損失。(五)更換人員，業務上及工作上發生不協調之損失。

第五節 職工待遇

人事管理，除上述關於用人方面之選擇，訓練，考核，升降外，尚有一重大問題，即職工之待遇是也。職工待遇，須有公允及合理之規定，其重要之原則爲：（一）最低級需能滿足其生活需要，際此非常時期，物價上漲生活費用亢進，低級職員，尤感困苦，應確定原則，凡最低級職員之報酬，不得降至一般生活水準之下。（二）報酬如用梯形規定，即分級規定，務須求其合理化，除技術人員特殊待遇外，一般職員，儘可能減少其差度。（三）年功加酬，——「年」與「功」之加酬，係獎勵「久任」及「努力」，爲增進辦事效率之良好方法，值得採取。

第一目 職員之報酬

工商企業之職員，事務比較繁重，非具有相當之學識，技能與訓練，不能勝任，且其生活費用所需較多，故其報酬，必須優於勞動者。其薪金之給付，通常係按月或每半月，非如勞動者之工資按日發給。至其報酬之支給方法，有薪金法，佣金法，薪佣金給法，分紅法，定額獎金法，記分法等，茲擇其中較爲通行者，概述如次：（一）薪金法——即按月給予定額之報酬，薪額之多寡，視其職位之高低，工作之繁簡，及其服務年限之久暫而定，此法之優點在於：（甲）計算簡易，執行方便，（乙）雇員因有定額之收入，得以安心工作，（丙）對雇員之工作時間，有管轄之全權。惟此法對於雇員缺乏刺激力，薪金數額，雖可按職員之工作成績及服務年限遞增，惟所加薪金，往往不能與其服務成績相稱，難期十分公平，故

不能喚起職員之努力熱誠，對工作祇圖敷衍，不求奮發，是其缺點耳。(二)佣金法——係在規定之期間內，按照每員經售之數額，給與一定比例之酬勞，凡銷貨數額愈大，收入愈益優厚，故能充分鼓勵每一職員努力推銷。惟此制之缺點，在於各員將傾全力出賣易售之物，其較難脫手者，將不願推銷，此其弊一。再則，對於大顧客，必極誠招待，零星交易之小買主，將受岐視，結果足以損壞商店之聲譽，此其弊二。(三)薪佣兼給法——此法以最小限度之薪金，給予雇員，籍維持其生計，再按其銷售額，予以若干之佣金以鼓勵其努力工作，此法較為合理，應用普遍。(四)分紅法，此法係自銷售額中，減除成本及銷售費用，將所餘純益(紅利)，由公司與雇員按照規定之比率分派。此法就鼓勵職員勤奮服務而言，效力頗大，惟分配數額，差度宜小，大小職員，不宜相差懸殊，致引起下級人員之反感。

第二目 工資制度

工資制度之種類甚多，歸納之，可分為：(一)計時制度。(二)計件制度。(三)工作率制度(效率工資)。(四)從價升降制度。(五)最低工資制度。茲分別解釋如次：

(一)計時制度 (The Time-Wage System) 。係以工作所費之時間為計算基礎，規定每單位時間之工資率，根據每小時，每日，每星期或每月之工作時間給付工資。此制之優點為：(甲)計算方便(乙)出品之品質，比較優良，(丙)同一種工作之人，得到同額或相近之報酬，從社會之立場言，似較公允。(丁)在時間長的場合上，有安定勞動狀況之功

用。此制之缺點，亦頗明顯，第一、易陷於怠工狀態，產量往往減少。第二，需用大批監工人員，增加公司不少開支。

(二) 計件制度 (The Piece Work System)。係以完成工作數量為計算基礎，(即係依工人出品之多寡，作為支付工資之標準者) 凡工作能標準化，而動作多少帶有重複性者，可採用此制。其優點在於鼓勵工人勤勉工作，以裕收入，對於廠方，亦可用少用監工，節省開支。惟此制常受工人之反對，其理由為(甲) 按件計資，刺激工人太甚，往往因工作過度，而致妨礙健康。(乙) 生產數量激增，一旦出品過剩，工人即有失業之虞。(丙) 計算方法複雜，工人容易受愚。(丁) 如因原料腐敗，機器笨拙，因而減少出品之損失，亦須歸工人負擔等。

(三) 工作率制度——(效率工資 Scientific Wage System)。即以獎金之給予，鼓勵工作效率之增加。倘能縮短每件出品之工作時間，則不特生產數量增加，且可節省許多雜項耗費，如機械動力開支(動力，上油，工程師等) 機械之折舊，監督與管理費用等，是無異增加資本之收入，其利益甚大。

美國戴樂爾 (F. W. Taylor) 於一八四四年，創行一種工作率制度，名曰「戴氏，分級件工制」(The Taylor Differential Piece Rate)。為使件工制度，格外有效計，將完成每項工作所需之時間標準，予以規定，如某件工作所需之時間，不及標準時間，則酬率

加高，反之則酬率減低，此法對於新進職工，速率遲緩者，頗多不利。

又有美國愛姆生 (Emerson) 所創『愛氏效率制度』 (Efficient System)，其法係按科學的研究，規定一『分等的獎金』，按工人效率之遞加，而分別給予之。例如工作效率達到百分之八十分，則每元可得·0327獎金；如至百分之九十分，每元可得·0901獎金；如至百分之百，則每元可得百分之二十獎金。當其效率超出標準時，可得較大之獎金；例如某工人工作效率為一百四十分，則每元可得百分之六十獎金。此項制度，在實行之先，須經謹慎的及科學的研究。此制並能鼓勵新進職工，雖其效率低於標準時，仍可取得獎金。

(四) 從價升降制度 此制發源於英國礦業中，當十九世紀中葉，英國煤價波動不已，而礦工堅決要求提高待遇，廠方不允，爭執頗久，後經仲裁調解議定以某年度產品之價格為標準，依此價格之變動，而決定工資之增減，設煤價上升，工資即增，煤價下落，工資隨減。是謂『物價升降制度』 (Sliding Scale System)。

(五) 最低工資制度 此制於一八九七年產生於澳洲，當時一般血汗勞工收入異常菲薄，不敷溫飽，勞工局乃頒布法律，嚴格規定最低工資率 (Lowest Wage Rate)，其工資之標準有二種：(甲) 基本工資 (Basic Wage) 又稱『生存工資』，(即相等於工人最低限度之生活費用) 專為不熟練之工人而設，有強制性質，各工廠無論在何種情況之下，必須照給，不得稍有減少。(乙) 較高工資 (Secondary Wage)，係為熟練工人而設，可隨物

價之變動，而略予增減，此制自澳洲施行以後，歐美各國，仿倣者頗多。

〔我國通行之工資制度〕

(一) 計時制——計時制之應用，其在我國，可以分爲四種：(甲) 計日制——此制最爲普遍，我國工廠中以「日」爲計算之單位者，約佔三分之二以上，(乙) 計月制——即以月爲計算工資之單位，訂約時由勞資雙方議妥每月工資若干。(丙) 計年制——農業工人多以年計，卽此謂「長工」，此外則不多見，(丁) 鐘點制——以「小時」爲計算工資單位，平常應用不多，大致在延長工作時間時採用之。

(二) 計件制——按照完成之工作數量，給予工資，此制我國亦甚通行，如棉織業，針織業及火柴業等均已採用。惟「件工酬率」之標準，應取決於精確之計算，我國過去，多憑管理員及工頭之臆測，是則須加以改進者也。

(三) 包工制——此制通行於碼頭搬運之苦力間。當商輪到埠貨物裝卸，多招工頭整批包運，工頭承包後，常以最低廉之計件工資（只給於收入之十分之三四）令苦力搬運，此種制度，剝削苦工過分，應加剷除。

(四) 籌工制——此制於火柴工業中，頗見流行，火柴業雖爲計件給資之工業，惟製造程度中裝盒，刷燐，大包，三部則實行籌工制，工人領取工作時，廠方發與一籌，以後認籌不認人，領籌工人，可以隨時請人分做。

(五) 變態工資——我國工人除領取正式工資外，尚有下列六種額外收入，茲分述之：
(甲) 獎金 又可分爲：(子) 勤績獎金——給予繼續工作至一定之時期而不間斷之工人，如做至七日，有禮拜賞，做足一月，則有升工。(丑) 年終獎金——獎給勤績工作，作事誠實，技術優良之工人。(寅) 出品獎金——多係給予計件工人者，如出品超過定量，即可獲得此項獎金。出品獎金，又可分爲「重賞」(如棉織布疋廠，織布緊密，超過標準重量者)及「快賞」(出品迅速，超過標準速度者)二種。

(乙) 分紅——年終結帳，如有盈餘，可提出若干，作爲工人之紅利。(丙) 津貼——又分(子) 米貼——因米價昂貴，廠方津貼工人者。(丑) 加工津貼——廠方因需貨迫切，令工人於例假休息日工作而給予之特別津貼。(丁) 給假金——即廠方於年底一律多給幾日之工資，稱給假金。

(戊) 節賞——遇端午中秋等節期，給予工人之賞金。(己) 年底雙薪——即年終加發一個月之雙薪。

第三目 福利設施

福利設施之目的，在於增進員工生活上之幸福與利益，從而提高其工作效能。依其性質而言，可分爲兩大類：(一) 屬於日常生活之幸福者。(二) 屬於疾病老死之保障者。

(一) 屬於日常生活之幸福者 在近世科學管理與工作機械化之時代，工商機關之員工

終日處於緊張之工作環境中，往往感覺所見，所聞，所過於單調枯燥，需要不時更換環境，取得耳目之新鮮，以恢復其工作上之疲勞，此就員工自身之生活而言。此外家庭方面，如子女教養健康等，亦常縈繞腦際，如服務機關能予以適當之解決，則員工既免內顧之憂，工作自能專心致志。是以賢明之工商企業當局，常有下列種種之福利設施：

(甲) 設置樂羣團體，以供員工公餘之消遣，使其生活趨於正當娛樂化，不特可以提高工作效率，且可養成員工之良好品格，及增進彼此間之友誼。

(乙) 設立醫院診療所，以謀員工及其家屬身體之健康。

(丙) 建築簡單住宅，酌收租金，為員工直系親屬居住之用。

(丁) 設立消費合作社，以供員工及其家庭之消費。

(戊) 設立員工子女學校，容納員工之學齡兒女免費入學。上列各項設施，須分別聘請經理人員，專責辦理，經費則統由公家籌撥，並應由員工組織福利委員會，負監督之責。

(二) 屬於疾病老死之保障者 此為安定員工，使終身盡忠職守切要之圖。夫生、老、病、死、為人生四苦。其尤為淒涼者，為常服務至垂老之年，精神體力——均不能再行工作，而又毫無積蓄，其將何以渡過風燭殘年？此種種思慮，能使正在努力服務之員工消極悲觀，影響其工作情緒，或竟步入怠玩之途，或利用各種關係，營私舞弊。為減少員工生活上之

牽掛及消弭其憂慮計，服務機關應預爲安排，如疾病至於衰弱可得撫養；年老不能工作，可以退休；死亡可得恤金等。至通常實施之各種保障辦法有如下述：

(甲) 退休養老儲蓄金 對於服務滿若干年達退休年齡之員工，每年給予一宗儲蓄金（又稱年金），以供養老之用。其金額規定之標準有三（子）以在職期間各年之平均薪額爲標準。（丑）以在職最後三年或五年間之平均數額爲標準。（寅）以退休時當年實支薪額爲標準。

其中以「丑」種較爲合理。至養老金之籌措，就方式言，有一次籌足及逐年儲存兩種。就担負言，有個人籌措與服務機關負擔兩種。

(乙) 傷疾死亡撫卹 「傷疾」撫卹，係員工因公遇意外，而致身體傷廢，或因疾病纏繞，致不能繼續工作，由服務機關給予之撫恤金。此種撫卹之用意，除示特別體卹外，並可淘汰衰弱分子，改進工作人員之素質。「死亡」撫卹可分因普通疾病而死亡，及因執行職務所招致之死亡，二者性質既殊，撫卹辦法自亦有異。普通死亡之撫卹金，大半係取之於上述之退休儲蓄金中，再由服務機關予以一年或半載之薪金總額。至於因公殞命之卹金，自較普通死亡之卹金爲優厚，由服務機關一次給予整額或比照薪額逐年發給。我國工廠法上對於退休傷亡之撫卹，雖有明文規定，惟嫌數額過於菲薄，杯水車薪，於事無濟耳。

(丙)員工互助保險 爲補助撫卹辦法之不足，可實施員工互助保險。此項保險，四川民生實業公司推行多年，成效頗著，全體員工五六千人一律加入。其辦法極爲簡便，首分全體會員之保險額爲數種等級，依員工薪給之高低，而定保額之多寡。再按其投保金額，納千分之幾之保險費，投保之員工中如有死亡，即以所收之保險費賠償之（保險限期爲一年，保費亦年納一次）。此項員工互助保險推行以來，對生者所費甚微，對死者惠益極大，在組織龐大轄部衆多之工商組合，行之實有百利而無一弊，願工商企業領袖極力倡導，以期普遍施行。

關於職工福利工作之範圍，佛萊胥博士 (Alexander Fleisher) 曾有詳盡之規定，茲摘錄如下：(一) 衛生工作 (包括工人之健康及工廠之安全) 可分預防與診治兩方面 (甲) 『預防』的包括：(子) 職工體格之檢驗 (初來時及每年一次)。(丑) 食堂設備。(寅) 住宅設備 (附設理髮所、浴室、盥洗室、洗衣作及廁所等)，(卯) 家庭看護。(乙) 『診治』的包括：(子) 藥房及醫院設備 (醫院不僅在診治傷病，更應隨時注意全廠之衛生事宜)。(丑) 特別臨診 (眼科及牙科)。(寅) 肺病療養設備，(二) 儲蓄及保險工作，保險分疾病、人壽、老年三種，儲蓄之方式，可自職工薪給中按月提取，或由紅利中提出存儲。(三) 娛樂工作，包括 (甲) 俱樂部與社會。(乙) 音樂會，遊戲及宴會等。(丙) 體育運動，包括國術，球

類，器械，游泳，田徑賽等。(四)職工教育，包括：(甲)本業之訓練，(乙)公民訓練，(丙)員工子女教育。爲實施上述之種種訓練，可設立下列各式學校或讀書班，如整日學校(爲員工子女而設)，半日學校(爲藝徒及幼年童工而設)，晚間學學，黎明學校及星期學校等(以上三種均係爲廠工而設)。

第六節 貨品管理

貨品管理是否得當，於營義之盛衰；關係至鉅，茲分貨物與用品兩方面言之：

第一目 貨物管理之內容

貨物之管理內容，包括包裝，轉運，貯藏，陳列等，茲述於次：

(一)貨物之包裝 包裝貨物，務須特別注意，設包裝不牢固，以致散失或破壞，則不僅妨害貨物之本身，且使受貨者失去販賣之機會，發貨者喪失顧客之信用，影響匪淺，是以工商業管理上對此甚爲重視。依貨物之性質，研究包裝之方法，妥選充填及包裝之材料，力求堅固耐震，使貨物在運輸途中無散失或毀損之虞。每件貨物之容積與重量，必須分配適當，俾便搬動而省運費。包裝之外形，須整齊美觀，以引人注意，而達廣告之作用。

(二)貨物之轉運「轉運」有內部外部之分別，內部指貨物購入後，存貯堆棧；或自堆棧提回，或自總店運至分店，其移動範圍，在本店以內。外部轉運，指貨物自行運至本店

，或自本店送於顧客。貨物出入往來，第一要記錄清楚，第二要慎選運輸方法，及運輸機關，總以穩妥迅速爲上。

(三)貨物之貯藏 商店必須保有相當數量之存貨，以應市面，如存貨過於缺乏，無以應顧客之需要，營業必致大受影響。故貯藏貨物之方法，爲工商業管理者，必須具備之常識。至如何使存貨不變色，不變質，不耗損，均爲管理者應行深曉之要務。貨物有怕受潮者，有忌乾燥者，有畏陽光者，有須通氣者，有不宜震動或重壓者，管理者當視貨物之性質，置於適宜之地位，更須注意便於出貨，以及存貯地位之經濟。

此外在貯藏貨物之時，應注意：(甲)須按貨物之種類分別保存，(乙)面積大或易破壞之貨物，須貯藏於低處；面積小不易損壞之貨物，貯藏於高處。(丙)移動不便之貨物，須貯藏於近出入口處。(丁)不潔發臭或含爆發性之貨物，須另行貯藏。(戊)使勿受潮，虫蛀，鼠嚙之損失。(己)使無變色或變質之虞。

(四)貨物之陳列 對於推銷上有莫大之關係，陳列得法，過客注意，無意之間引起其購買動機，銷路自易擴張，獲利可以預卜。輒近經商者，每指定專員，陳列貨物，其重要可以想見。陳列時須有相當之設備，須具審美之觀念，尤要者，須顧及下列兩原則：(甲)醒目——係引人注意之惟一方法，優美及時新之貨物，應安放於最顯著之處，並加以美術之襯托，使顧客見之徘徊不肯離去。(乙)便利——貨物之陳列，必須移動自如，使顧客能隨時

取閱而無絲毫不便。

爲求達到醒目與便利計，陳列貨物時，必須注意：（甲）須按貨物之種類，色彩及形式分別陳列。（乙）面積小，容量輕，不易破壞之貨物，須置於上層。（丙）面積大，容量重或易損壞之貨物，須置於下層。（丁）面積小或易破損之貨物，須置於前方。（戊）面積大，不易破損之貨物，須置於後方。

第二目 一般物品之處置

此外關於一般物品之處置，尙有數項要點臚述如次：

（一）置備須加考量 關於製備物品，須認定一原則，「應有盡有，應無盡無」即必要者置備，非必要者不置備。應有者如缺乏，將使工作受妨礙，減低辦事效能，應無者如亦置備，則金錢虛擲，殊屬可惜。工商機關主管者於購置之先，應詳細考量，何者應有而何者應無。

（二）安置應有定位 一切物品，小者如辦公桌上之文具，大者如桌、椅、櫥櫃等，均須用心研究，安置於最適宜之處，安排時須顧及使用上之方便，及注意秩序與美觀，最好根據實地之體驗，就其適當之位置，定爲一種或幾種方式，繪具圖樣，斟酌照辦。他如室內之電燈，溫度及光線等，有關目力及衛生，更宜妥爲安置。

（三）標誌必須分明 每件物品，均應編定號數，記載於物品登記簿。儲藏室內物品，

複雜繁多，更須標誌明確，方便檢取。在辦公桌上，應標揭各人姓名，使人一望而知係某人之坐位。定標誌時，須處處用心，務求明確。

(四) 移轉務必記載 辦公室內物品，務須列表揭示清楚，以便隨時檢對，表邊並標明管理員姓名，以明責任。遇甲室物品爲乙室移用時，必於底冊及揭示表上將移轉室名及年月日，登記清楚，方不致茫無查考。爲確定責任計，經手移動者之姓名亦須一併登記清楚。

(五) 保持經常整潔 整潔之重要，盡人皆知，但能切實做到者，殊不多觀。欲求整潔，第一管理者之注意力須能及於任何一件物，一寸地。第二每日由主管人員隨時隨地巡視檢查，久而久之，習慣養成，自無不整潔矣。

(六) 使用應加珍惜 不論公私物件，使用時均應愛惜，世人對己之物頗知節省，對公家物品如筆墨紙簿等，以爲非我所有，卽任意浪費，殊不應爾。公家之物，供私人之用，已成陋習，尤應糾正。

第七節 事的管理

事務管理，雖爲管理之瑣屑部份，但其結果足以影響整個機關之活動，故地位亦甚重要，其內容，又可分爲事務管理與業務管理二方面，茲分述如次：

第一目 事務管理

除文書會計各成專門部分外，舉凡有關辦公及營業部分之房舍、膳食、用品、工役、保安、交通、救護、雜務等事宜，均在事務管理範圍之內。事務管理之目的，在使全體人員於工作時感覺舒適便利，以增加辦事效能。茲更分述其管理要點如次：

(一) 房舍管理 房舍之建築固為工程問題，而建築之管理及監督則為事務問題，舉凡如何協助工程人員建築經濟美觀合用之屋舍？如何使用房舍，使之不受損壞？如何修繕裝置以維持房舍之功用？以及清潔衛生安全等事宜，無不在管理範圍之列。

關於設備，應儘可能的完善，佈置則須整齊而便於使用及節省地位，店堂佈置，則須將貨物排列於明顯之處所，使顧客易於看到，櫥窗櫃台及配飾物件不宜太少，以致顯出蕭條，亦不宜太多，以致妨礙店員之行動及顧客之視線。再如一辦事室內日光之採取，燈光之配置，空氣與溫度之調節，嘈雜聲浪之隔離等，均宜悉心研究，務使人入其中，即能神清氣爽，活躍緊張，增進工作效能於無形。關於各部位置之安排，亦須有相當之聯絡，如出納部應介乎銷貨部與會計部之間，會計部地位須嚴密等。

(二) 膳食管理 工商機關之膳食設備，可謂係一種福利設施，似屬人事管理之範圍。但管理膳食之實際工作，大部份係屬於事務方面。舉凡米糧、菜肴、油鹽、薪炭等之採購，均應派遣熟悉而專精者負責辦理，至採辦是否經濟適當，用具是否清潔衛生，尤須有嚴密之檢查。蓋一般廚役多缺乏衛生知識，欲防流弊，非勤加注意不可。

(三) 用品管理 一般機關對於應用之物品，如文具紙張等，大多難免無謂之消耗與浪費，故用品之如何選購，如何保管，以及如何分發使用等等，均應有合理之規定與限制，始合經濟之道。

(四) 工役管理 團體中之勞力服務者，為需要特別管理之一羣，工商機關之有人事管理機構者，固可歸入人事管理之範圍，惟通常多列入事務管理中，而管理之原則與方法，則大多可採用人事管理中者，實言之，不外熟諳招僱途徑，嚴密僱用手續，決定待遇差別等。僱用之後，尚須施以相當訓練，始能使其服務更為有效，此純係一種教育工夫。管理工役，尚有一極重要之工作，厥為考核工作成績，考核須確定標準，方法與期間，有合理的考績，然後始能懲情獎勵，使其努力向上，增進效能。

(五) 保安管理 關於盜竊火災等意外，有嚴密防護之必要。故關於守衛之雇用組織，消防器具之設備，均應有人負責監督與訓練。

(六) 交通管理 有若干工商機關為謀職員及顧客之便利，有舟車之設備，關於行駛分配等務，亦屬事務管理之範圍。又日常來往之電信函件，亦可謂最普通之交通工具，收發手續，必須清楚敏捷，以免遺失延擱之弊。郵電管理，本屬文書管理之範圍，但收發之部，係事務性質，應由事務部份派專人負責。又如大規模機關，電話分機衆多者，分配接線等工作，亦須由事務部訓練人員負責管理。

(七)救護管理 此乃有關疾病及身體傷害之救護問題，除重大病症須請專門醫生診治外，普通輕恙小傷以及急救需用之藥品器械等，均應齊備。普通療護常識與方法，亦應熟練，戰時防空防毒設備，尤應周全。

(八)雜務管理 事務管理除上述七條外，當然尚有許多方面，不遑枚舉，此處祇概括附述一二，名之曰雜務管理，如集會，展覽之會場佈置，旅行照料之組織；均須有充分之準備與研究，臨事始能應付裕如。又如對於來賓之招待，應有相當之組織與訓練，此點似屬小節，但有時關係極大，亦為事務管理中應注意之問題。又如因業務性質關係有宣傳之必要者，則宣傳工作之實施，有待乎事務方面之襄助者甚多，故於事務管理中，亦不得不研究之。事務管理以其性質及範圍言，牽涉之處太多，大有罄竹難盡之勢，是在智者之觸類旁通，隨機應變耳。

第二目 業務管理

業務管理 乃本健全之業務組織之規劃，進行實施，且與人事，事務管理互相配合，以監督考核其成效者也。明乎業務組織，業務管理，無再縷述之必要，不過於監督考核中，須注意各部能否銜貫聯繫，收密切合作之效。

第八節 事務所管理

事務所爲工商企業處理業務之場所。舉凡締結契約，出納款項，收發信件，議事集會，報告商情，接受指示，編造帳目，及其他交際往來等事宜，多在所內爲之。事務所之構造與設備，須酌量資力，適合需要，既不可大事鋪張，耗費金錢，亦不宜因陋就簡，有礙觀瞻。房屋不論自建或租借，應求堅固耐用，大小適宜。

第一目 事務所之佈置

佈置事務所之原則爲：（一）須求整齊清潔——工作環境之整潔美觀，足使員工發生暢快舒適之感覺，增進其辦事之興趣。（二）須顧及地位之經濟——安排事務所之器具，須多方設計，使地位經濟，否則足以增加各項開支，如租金，電燈及熱力等。（三）應糾正不良之地位，以免職員工作時發生往返週折之勞。（四）應預留地位，爲將來擴充業務之用。

往昔事務所常分成許多狹小之辦事室，以安插各種職員，現時有趨於大事務所之傾向，除某種工作含有機要性（如會計部門）及須安靜凝思者（如文書研究編輯部門）外，其他各部職員，多同處一室辦公，以便聯絡。大事務室之利益頗爲明顯，如傢具、電燈、火爐、佈置之便利，接洽時間之節省，管理員之便於監督，各部門之易於聯繫等，不勝枚舉，且各級職員會集一堂，雍雍穆穆，尤足以發揚事務所平民化之精神。

「流通空氣」事務所之通氣設備，最關重要，須由建築工程審慎計劃。窗戶至少應佔全室面積四分之一，如事實上不能設置大窗戶，可在牆壁之上部，裝置通氣電扇，將室中混

濁之空氣排出，使新鮮之空氣源源流入。

【調節溫度】事務所最適宜之溫度，爲華氏寒暑表七十度左右，夏日用電扇，冬日用熱汽管，經常保持此種溫度。蓋室中過冷，職工畏寒，工作效率必大爲減少，過熱則精神易於疏懈，工作不能緊張。

【支配燈光】通常電燈照耀法有三種，卽直接法，間接法及半直接法是。直接法之燈位畢現員工目前，於家庭中習見之半直接法，則燈光半由天花板上反射而下。間接法則光線完全由天花板上射下。後二者較之直接法須多用百分之四十至七十五之電流，但能不傷目力，供給舒適之光線，故新式事務所中多採用之。

【防止雜聲】在大都市中，人口稠密，交通頻繁，車輛往來聲浪嘈雜，殊足以妨害工作效能，爲補救計，事務所最好位置於樓屋之高層，庶幾喧嘩得以減少。製造廠家之事務所，應設於離廠較遠之所，以避免隆隆之機聲。又事務所之打字機聲，亦足以妨礙職員之工作，新式之事務所中，常使打字員與其他職員隔離，或在打字機上，裝用橡皮墊脚(Rubber Rolls)以吸收打字之聲浪。(最近有無聲打字機之發明，可加採用)。

【規劃通路】排列辦公桌時，須留適當之空位，以利交通。每一辦公桌連交通走道所佔之地位，應爲七十至一百立方英尺。在佈置各員之辦公桌或分隔各部之辦事室時，應將工作上密切連繫者，安排於一處，如文書部應在檔案部及收發部之隣近，以求動作之經濟及

便利。

第二目 事務所之設備

新式企業家，對於事務所之設備，異常重視，甚有窮數年之久，以研討器具之式樣與構造者。事務所之設備，應力求標準化，各種器具之式樣大小，如能整齊劃一，則其效果非僅有利於事務之進行，且能使職員發生一種良好之心理作用，油然發生保護器物，與謹守秩序之感覺。佈置之方便，猶其小焉者耳。又新式節工之機械，宜多採用，以增進辦事效率，茲將事務所之設備分器具與機械兩項述之：

(一) 器具 (甲) 辦公桌——職員終日據以工作，爲用最多，是以合適與否，關係重大，辦公桌務須使之簡潔，摒除一切裝飾，以免塵垢之累積。捲蓬式（卽有軟蓋者）之辦公桌，以前曾一度風行，惟現已漸歸淘汰，蓋用者往往於離辦公室之時，不加整理，卽將軟蓋拉下，致失却清理桌面之良好習慣，並足以稽延其每日應辦之事務。現代事務所唯一可以採用者，爲平面辦公桌，既易保持整潔，且職員在桌上寫作，不致鬆懈，因監督者可得較佳之視線也。又辦公桌之構造，須合於衛生，新式之辦公桌左右兩邊各有抽屜三具，末具離地約半尺至一尺，桌下雖有積塵，然極易掃除。舊式者，有抽屜四具，離地僅三寸塵垢不易清除。至辦公桌上之設備，除普通應用之一切器具外，須有玻璃寫字面，鉛絲盤，及活頁日曆（附有備忘錄者）。繕寫人員，並應爲之置備墨盒及自來水筆等。

(乙) 坐椅——其式樣及大小應加以審慎之規定，木製馬鞍式椅及藤椅，較為適用，椅背宜用細木條爲之，以通空氣。椅上須加輕軟之坐墊，使工作人員感覺輕鬆舒適，則無形之中辦事效率可以增進不少。凡可用坐位處理之工作，不應使人員兀立爲之，以免疲勞而影響工作效能。

(丙) 案檔案櫥——其式樣及構造頗多，須擇其適合於特種需要者用之。選擇時，應注意體積之大小，構造之質料，及內部之劃分爲（抽屜及分格）。使用檔案櫥須力求手續上之簡捷，新式檔案櫥之抽屜裝有五金質之滑蓋，以便啓閉。另有鋼製之防火檔案櫥（其形式與保險箱相似）可以安放貴重之文件，以免遭受火燬之虞。

(二) 機械 事務所工作之有待於機械之助力，與製造工作相同。替代人力之機械，近年來突飛猛晉，發明甚多，其事務之繁忙，出諸想像之外，決非僅賴人工所能爲力，於是新式機械尙焉。採用機械之利益有：(甲)可以輔助人力之不足，節省勞力，經濟時間。(乙)使用方便，不受時間及地點之限制。(丙)用機械工作，可以減少人員及監督者，省費甚鉅。(丁)用機械完成之工作或製品，數目準確，質量輕重均勻，形式整齊優美。(戊)使用機械，工作迅速，不虞事煩而致堆積。(己)應用機械，則統計材料，易於記載及整理，現代歐美事務所採用之新式機械種類極多，無從一一臚列，茲略舉數種，以供採用：

(甲) 繕寫機械：

(子) 華文打字機，(丑) 西文打字機，(近有新發明之無聲打字機及自動打字機)，(寅) 默寫留聲機，(卯) 速記機，現擇其中新發明而著成效者說明如次：

【無聲打字機】其構造與舊式打字機同，惟舊式者用時其字杆自上直落於紙，聲浪頗大，新式機之字杆有節，擱時字杆向前平移而落於紙，故發聲極微。

【自動打字機】(Automatic Typewriter) 此機用電力動作之。動作原理，與自動鋼琴相仿。機上之字杆及字鑰磁石相連，故微按字鑰，則字杆即相應而動，(用時先製成印底臘紙，然後以之附於機上) 其速率及準確，遠勝於打字員之上。其功效尚有：(一) 易於運用——由打字員輕按字鑰，以通電流，則字即印出，不必用力。(二) 用電力則輕重平勻，印出之字，整齊美觀。

【默寫留聲機】(Dictating Machine) 此機之受人歡迎，與打字機相等。凡大公司中，每日有大量信件，須待默寫及屬稿者，則此機尚焉，其機件之構造與平常留聲機大致相同，用時取蠟筒(Wax Cylinder)置機中，然後就機上之皮管發語，則其聲即錄於臘筒之上，口授完畢，將臘筒移至打字員處，裝置於發聲機上，打字員即取機上之皮管按之耳上，專心靜聽機上所發之語，即行打字工作，其快慢徐疾悉依打字員之便。蠟筒經騰寫完畢，可削去一層極薄之蠟，而此筒又可重用矣。(有於此機上附有機件，祇須一觸字鑰，即可複寫)。

【速記機】 (Stenographic Machine) 此機亦係新近發明者，用以代手書速記，所有速記工作，均藉此機爲之。機上有各種符號輪二十二枚，各符號之位置，速記員必須默記，其用法與普通打字機同，各種信稿文件，可先打於紙上，然後按符號譯成文字，其速度精熟者，每分鐘可記二三百字，此機之利益爲：(一)印出符號較手書者準確。(二)以此機速記，較之手書靈捷。(三)手書之速記符號旁人不易辨別，機上所印出者，學過之人一覽即悟。(四)此機以兩符號代表一字(手書則僅以一符號代表之)即使第一符號有誤，可參第二符號，意義不致譯錯。

(乙) 複印機械：

(子) 輪轉騰寫機，(丑) 平面騰寫機，(寅) 印刷機，(卯) 照像機。(於每月終攝影簿籍及寄送各戶之帳單，凡重要合同，訂貨單、信札、報告等類，亦多用此機攝影，以留證據。)

【輪轉騰寫機】 (Rotary Duplicators) 此機之使用方法，可先於打字機上用臘紙打成印底，然後以之鋪裝於塗滿油墨之鼓形筒 (Ink Drum)，於旋轉此鼓形筒時，空白紙張即在此筒及印刷輪軸中經過，而字跡即印於其上矣。

(丙) 核算機件：

(子) 計算機，(丑) 簿記機，(寅) 統計機器，(卯) 現款記數機，(辰) 薪金記錄

機，(己)印發票及票據機。

【簿記機】 帳簿記載，近傾多賴機械爲之，以前用舊式釘就之帳簿，簿記員對於帳項，須逐筆登記，不便孰甚。現代大公司中各項簿籍多採用活頁式，簿頁可以隨時移動，採用此機，則各簿之記載均由打字而成，工作迅速，整齊劃一，較徒手繕寫便捷多多。

【統計機】(Statistic Machine) 此機用法與簿記機相同，惟其特點爲同時可以計算多項數目，祇須一按字鑰機上橫木即移動至特定地點，以備計算各項數目。

【現款計算機】(Cash Register) 此機在各國現已風行一時，對於大公司行號效用甚廣，各種現款交易均可用此機處理之。凡售貨收現，購貨付現，以及零星用款等無一不可記之機上而核出總數。機中並設有貯藏找頭之抽。

【薪金記錄機】(Pay-roll Machine) 在大規模之公司及工廠中效用極大。此機能記錄職工之工作時間日數，並能算出其應得之薪金總額，既減省會計部份之工作，又可避免薪金計算上之錯誤。

(丁) 郵遞機械：

(子) 啓信器，(丑) 印姓名地址機，(寅) 摺信機，(丁) 貼郵票黏封口機。

(戊) 交通機械：

(子) 電話機，(丑) 傳字機，(寅) 傳聲機，(卯) 傳遞機。

【傳字機】(Telegraph) 爲用電力傳遞字跡之工具。兩部雖相隔數里之遙，一端書字，彼端立即顯出，蓋機上兩端有電氣接連之發字筆及受字筆各一枝，此間發字筆移動成字，彼間受字筆即相應而動。此機之優點，除簡便準確外，靜默中可互通消息（不若電話問答時之聲擾人）並能保存書面記錄，以供將來之參考。

【傳聲機】(Micrograph) 爲大公司各部分中傳話之有效利器。裝置此機，諸室中各有聽筒一枚，以電綫接連之，用時先以手按總機關，然後發言，各室中即同時聞之。此機之特點，在於使用極便利，語時不必離其坐位（雖遠離總機關至十五英尺亦無妨礙）手中亦無需持傳聲筒，而此機即能收其聲音傳至各處。

【傳遞機】(Carrying Machine) 此機爲國外各銀行，圖書館及大商家用以傳遞各部份間之函件及銀錢，其普通者爲一種氣管傳遞機 (Pneumatic Tube) 此機有總匯處，由總匯處通氣管至各部，函件先置於長圓筒中，然後將筒納入氣管，籍空氣之壓力即能迅速行動至目的地。另有一種機械傳遞器（又名高懸遞機，Oves head Carrier）用以傳遞貨物以備裝包，或傳遞銀錢至會計處。使用時可以手拉一彈簧，藉其反躍力以推動機上之盤或圓筒。

(己) 雜項機械：

(子) 計時機鐘，(丑) 編號機，(寅) 裝釘機，(卯) 簽字機，(辰) 支票防弊機。

【簽字機】(Checking Signing Machine) 大公司或工廠行號之經理，每日需署名之函件及帳單異常繁多，雖費全日之功，尤難蕆事，勢非借助於簽字機（又稱署名機）不可。此機之上，有總機關筆一支，與多數自來水筆相連，署名時將總機關筆移動，則其餘各筆，均相應而動。各筆所書之字跡，與總機關筆所書出者，毫無差異，各紙署名後，能自行投入收受器中，而同時未署名之紙，即自動填入各自來水筆之下，準備第二次簽署矣。據美孚火油公司經理實驗之結果，每小時可簽四千六百六十六紙。

【支票防弊機】(Check Protector) 現今信用發達，支票爲用日廣，因而作偽弊之事，亦層出不窮，爲防止出票受愚起見，可利用此機書寫數目，使不能塗改，其方法有二：一爲用「針尖字體」，印數目於支票之上，二爲將字跡軋扁，用不能塗改之黑水壓入支票紙之纖維中，二者均爲防止私改數目之有效方法。

第三目 文件之收發

在大規模企業中，買賣貨物之論價，訂約，以及接洽廣告，保險，報關及運輸等務，莫不有函件之往來。爲增辦事上之效能計，必須訂定文件收發制度，按部就班，循規而行。完善之文件收發制度應具備之條件爲敏捷迅速，使案無積牘一也，有條不紊避免疏漏二也，記載明晰，便於稽考三也。茲將文件收發手續概述如下：

【收件手續】 大公司中往來函件繁多，文件之收發，須由總務部或人事部專責辦理。

該部主管人員收到信件時，先根據郵件之性質分類（分印刷品，平快，掛號等）庶可分別緩急輕重，依次拆開，細閱內容，檢視附件，然後再按其事務性質，分門別類，以便轉移各部辦理分類以後，逐件在信件上加蓋收到日期時辰戳記，並用紅筆在信紙右上角編號，登記於收文簿，（應登記之事項有收信月日，編號，來件人之姓名地址，附件或款項，來件摘要，發交何部等十數條）登記完畢，將信與簿一併分發各部。收文簿應以複寫為宜，一份送受理部份存查（以免受理部份再登記之煩）一份由受理部份簽收繳回後，即作回單之用。收件時應注意之點為：（一）收到各件，應聚集在抽屜或木盒中，不可散置。（二）收到時須即刻編號。（三）拆信應留意不可損及內部信箋或物件。（四）附件應與本件用別針訂連。

【發件手續】各部應發之文件，須按規定時間（發件須與郵局之包封時間銜接，以便趕上某班之火車或郵船）送往收發部，重要之文件需掛號或快遞者，應在信封上註明，收發部對於發出文件，一律編號登入發文簿（應登記之事項為：發件之年月日，編號，收件人姓名住址，附件或款項，去件摘要，經辦部份，寄遞方法等），該簿亦須複寫二份，正頁存收發部，副頁交經辦部份存查。發件時須加注意者為：（一）附件切勿漏封，萬一漏封之附件係為重要之提貨單等。則誤事太大，將感嚴重困難，故發封信件工作，如係由練習生擔任者，則必須經細心之職員覆查緘封，並在信後註明「附件：計若干種共幾紙等」，以引起封寄人及收件人之注意。（二）信封上地址必須詳明開列。（三）郵資必須照章貼足，切不可省

少，因欠資信，對於收件人將生極惡劣之印象也。（四）包裹上之紙條應當貼實。（五）郵局退還之件，在發文簿上註明後，即須還回經辦部份，並設法查出其遷移地點，隨即在行名簿上改正。

第四目 文件之保檢

「保檢」係指「檔案」（文件）之保管與檢閱，商業書信文件可供立證之用，法律上規定，商人對有關營業之書信應保存十年，故良好之檔案制度，在事務管理上佔據重要地位，如檔案處理不善，則檢閱文件費時，或竟不易覓得，則其損失甚大。保管檔案應注意之原則為：（一）正確——此為良好檔案制度之第一要件。凡文件之保管，調閱以及重行歸還等，均須依一定之法則，一定之位置，或次序安放，（二）簡易——即調閱便捷，需用時可立即尋出，而其安置方法文須眉目清楚，人人易曉。（三）經濟——存放檔案之地位，處置之手續，工作之時間均須合乎經濟條件。此外檔案安放之處所，須與使用檔案最繁之部份接近，以便取用及歸檔。

【檔案用具及方法】 檔案用具應力圖標準化，檔案櫥應與文件之大小配合，各櫥尺寸最好均能一律，以便排列而整觀瞻。至檔案用具之種類普通有摺紙具（Folder），標記卡片（Guide Card）抽屜，檔案櫥等。現今最通行之處理檔案方法，有平面檔案與直立檔案二種：（一）平面檔案——將文件平放在抽屜中，應用標記卡片，以分別檔案之各部分，而不用

摺紙具。(二)直立檔案——在商業事務所中，應用最爲普遍，其法係用摺紙具作爲分類標記並使參考文件不倒。直立檔案之優點，爲處理簡易，所佔地位極小，紙張可以隨時抽出及歸入。

【檔案制度之種類】 檔案制度種類繁多，有以年月日先後爲序者，有以事類分卷者，有以地域分卷者，有用檢字制者（以使用四角號碼爲最便）茲擇要說明如下：（一）按時檔案制度（The Chronological System）——各種文件一律依時日歸入檔案，近期者安放在遠期者之前，此制以票據及證券商人採用最宜，（二）事類檔案制度——係以事務性質分類存卷，可就本機關往來事務之性質預爲分成十大類，類下分（項），項下再分「目」，使歸檔案卷有一定之程序可循。按商業機關之事務性質，大致可分爲股務、註冊、財務、產業、進貨、營業、存貨、人事、通告及雜項等十大類，「營業」一類下，又可分通信現購、門市零售、批發、分莊、市場調查廣告宣傳等項，項下尙可再分若干目，但不必預爲設定限額，應富有伸縮性。（三）地名檔案制度（又名區域式）係依據國別及地點排列之檔案制度，例如與英國往來之信札，均置在英國區域內，如信件繁多再可分倫敦，利物浦，波明翰等，此制適用於進出口事業中。（四）字母檔案制度——此制多適用於英文函件，檔案排列之方法，可依人名爲次序，亦可依「標題」（Subject Matter）爲次序。（四）數月檔案制度——數字較字母更易記憶故此制使用簡便。其辦法爲對顧客均給予一號數，在檔案櫃中，將各個摺

紙具依號碼之後連續排列，然後再製一人名索引，（照人名之起首字母排列，用卡片紙等）調卷時先查人名索引上所載之號數，再按號數去取。（六）『橫貫柱卡片』制度，（The Slotted Card System）此制各圖書館中應用最廣，其法係將各種卡片按類用橫柱分別連貫之，置於抽屜內，以備參考之用。

研究問題——商業管理之部

- （一）商業管理包括若干部份？
- （二）何謂科學管理？
- （三）現在各國有何研究科學管理之機構？
- （四）科學管理之目標為何？
- （五）徵用職工之途徑有幾？
- （六）訓練職工有何注意之點！
- （七）支給職工報酬有若干方法？
- （八）工資制度有若干種？
- （九）計時制與計件制之利弊如何？
- （十）列述職工之福利設施。
- （十一）處置貨物有何要點。

- (十二) 事務管理可分若干方面？
- (十三) 佈置事務所有何原則？
- (十四) 聯合辦公與分室辦公孰優孰劣？
- (十五) 使用機械工具有何利益？
- (十六) 試將收發文件處理過程，列一表解。
- (十七) 檔案制度可分若干種？
- (十八) 讀畢本章商業管理後，自省有何心得，試列舉之。

第六章 經商要務

第一節 營業所

營業所爲商人經營業務之場所，亦卽藉以指揮及監督營業之根據地，其地點及設備是否適當，有關工作效率及營業之發展至鉅，不可不審慎處置。營業所之一切設備，必須使其科學化，以加強管理上之效能，已於本書商業管理一章中詳言之矣；茲專論營業所之地址如下：

第一目 選擇營業地址之重要原則

決定創辦企業之初，除籌集資本外，卽須審選適當之地點，其最重要之原則，爲吸引顧客之一端，卽商店與顧客必須接近是。現在大都市，多有分區建設之規定，係將全市分爲住宅區，工業區，商業區等。商業區又可分爲金融區，大公司辦事區，批發商店區，優等商店區，普通商店區及堆棧區等。選擇工商業之地點，當然須符合分區之規定，卽銀行之地點，應設在金融區，普通商店，應設在商業區，最好隣近住宅區。其次須注意者，應與同業設在同一地點，例如重慶之百貨商店，多設在民族路一帶，上海之書局多設在四馬路河南路一帶

，凡購買百貨及書籍文具者，可往其地瀏覽比較，以利成交。倘設在冷靜偏僻之處，并與同業隔離，則不易受人之光顧矣。

第二目 選擇地址應注意之點

茲將各類商店及工廠選擇地址應注意之點，分述如下：

(一) 普通零售商店之地址：宜設在(甲)往來行人較多之處——并宜注意行人之類別，如多富豪，仕女，及遊客，則購買力較強，營業自易發達。(乙)距離住宅及同業較近之處——住戶為最純粹之消費者。同業多則可資聯絡比較，顧客樂於聚集。(丙)有連帶關係商店 (Complementary Store) 之旁——例如餐館宜接近戲院公園，服裝公司宜毗連衣料商行。(丁)車輛交通便利之處——道路并宜平廣清潔，如係羊腸小道，溝渠穢塞，行人自必遠離。其他如房屋之容積，門面之方位，以及窗櫺之陳設等，亦有影響。

(二) 百貨公司及大商店之地址：宜設在馬路轉角之處，因地當交通要衝，顧客來往方便，室內光線較佳，窗戶廣告 (Window Display) 地位較大，易於引人注目。此外如能面臨交通大道，接近車站，有便利之運貨後門或偏門等，則尤為完善。

(三) 金融機關及公司事務所之地址：除注意進出便利，光線之充足，及廣告地位之寬大外，並宜擇有優美之環境，整齊之房舍，平坦之道路及與同行密邇之距離等。

(四) 批發所之地址：宜具備下列條件：(甲)通路平坦，便於往來。(乙)儲貨室寬

做安全并便提取。(丙)距離運輸機關不遠。(丁)隣近零售商店。

(五)堆棧之地址：棧址須具之條件爲：隣近車站與輪埠，門前有堅固平坦之馬路。棧基須寬大而深長。

(六)工廠之地址：選擇廠址應注意下列各項：(甲)地價便宜之處。(乙)接近原料與市場。(丙)工人易於取給之所——須注意工人來源之豐瘠，工作效能之高低，及勞力供給與季節性之關係等。又如搪瓷，陶器，捲烟等工業，需精巧之技術，此項工人，爲數有限，且多不願輕易遷移，尤應預爲計及。(丁)動力取給方便之處——如燃料(煤與油)，水力，電力等，其中尤以煤之供給，關係最大。故開辦工廠，最好隣近煤田或在急流之旁，以便利利用燃料水力。(戊)運輸便利之處，爲選擇廠址之最重要條件。此項運輸，包括原料之提供，燃料之取給，以及產品之分配等。如運輸不便，則必妨礙製造工作之進行，或就誤市場營業之發展，務須竭力避免。(己)金融週轉便利之處——如利率，保險率之高低，銀行錢莊之多寡，及堆棧租金之貴賤等，均應加以注意。

此外如治安之弛張，租稅之輕重，及法律管制之規定等，亦須考慮及之。

第二節 商號

第一目 商號之選用

設立商店，規模不論鉅細，均有採用商號之必要。商號（Trade Name）為商人在營業上所用之名稱，乃信用之標幟，權務之代表，商人賴以維持商業之信譽，公眾亦藉此為安全及確實之交易者也。

商號之選用，立法上有兩種主義，即真實主義及自由主義是。（甲）真實主義——為德國新商法所採用，凡商號之選定，法律上均加以嚴格之限制。商號之名稱與商人之姓名及其營業之種類，均有詳確之登記，務使名實相符。例如自然人之商人，須以其姓名為商號，其附加之字樣，若與其營業之種類及範圍有足令人誤解者，概禁止之。（乙）自由主義——為日本新商法所採用，即商人可以任意選用商號，原則上毫無限制，其商號名稱與商人之姓名，對於營業之種類有關與否，均非所問。我國商業登記法第十七條規定：「商號得以本人姓名，或其他名稱充之」，是關於商號之選定，係以自由主義為原則；惟亦有相當之限制，即「公司」兩字，不能隨便使用，凡依法組織之公司，商號上必須標明「有限」或「無限」等字樣，倘為個人經營，或合夥貿易，則不得妄稱公司，違者於律。我國舊式商人，對於商號喜用「茂」，「盛」「興」，「隆」，等吉利字樣，既嫌陳腐，且多雷同。完善之商號，須易於認識，便於記憶，書寫不繁，發音和諧，尤以新穎雅致，耐人尋味者為佳。

第二目 商號之登記

使用商號，欲受法律之保護，則須依法登記。凡商號須經核准登記後，方可享受專用權

，以之對抗第三者，例如防止商號名稱之被人假冒，及免除承頂商號發生糾葛等，均應具備法律上之手續，否則即不生效力。故凡欲專用商號，以期收營業上之利益者，不可不先行登記。

〔商號創設登記之手續〕 商號創設登記，應向營業所在地之市政府或縣政府呈請，由商業主人具名，開明商號，本店及支店所在地（詳列地址，冠以市縣區鄉鎮之名），營業種類，資本數額，商號主人之姓名，住址，繕具正副本各一份，隨繳註冊費，及黏貼印花稅，手續始告完畢。辦理登記之官署，除特殊情形外，自收受當事人呈請書之日起，應於五日內，辦妥登記事務，發給執照，並須於公告場所揭示三日以上。當事人如發覺公告內容，與呈請事實不符，可請求更正。呈請登記時，應行檢呈之文件，以及應繳之費用，均應遵照規定，一併呈繳，以期早日取得執照。

又分設支店，非與本店在同一管轄區域內者，並應向支店所在地之主管官署辦理同樣之登記手續。已經登記之商號，其廢止、變更、轉讓、及繼承，均應於十五日內向該管登記官署呈請登記。違反此項規定者，非特不得對抗善意之第三者，且須受罰鍰之處分。

〔商號登記之效力〕 凡商號一經登記，即發生下列各項之效力：

（甲）創設效力——即商號登記後，創定一種商號權。

（乙）對抗效力——即對抗善意第三人之效力，又可分兩點述之：

(子)在同一城鎮鄉內，不得仿用他人已經登記之商號，經營同一之商業，例如：重慶有采芝齋糖食店商號之登記，即不能以「采芝齋」之商號，重設糖食店於重慶。

(丑)添設支店時，在支店所在地之城鎮鄉內，發現有他人已經登記之商號，其營業及商號，均與自己本店相同者，則該支店之商號，須照本店商號，附添字樣，以示區別。例如上海陸稿薦醬肉舖，分設支店於蘇州，而蘇州既有陸稿薦醬肉舖之商號，則其支店商號之聲請登記時，應附添「上海陸稿薦醬肉舖支店」等字樣。

(丙)救濟效力——又分：

(子)預防將來之損失——業已登記之商號，如有他人冒用，或以類似之商號，為不正當競爭者，該商號之當事人得請求停止其使用。例如。杭州既設有張小泉剪刀舖，且經登記者，則再有張小泉或章筱全等剪刀舖之商號，得由已經登記之張小泉請求停止其使用。

(丑)賠償既生之損害——業經登記之商號，如因他人冒用，或以類似之商號，為不正當之競爭，而受有損害者，得請求賠償。

商業方面，應行登記之事項，除「商號」略如前述，「商標」另列專節說明外，尚有以下各種：

(甲)經理或代辦商之登記——經理或代辦商之選任，解任，及其經理權，代辦權消滅時，本人應於十五日內，向主管官署聲請登記。

(乙) 法定代理人之登記——法定代理人，得親族會議之同意，代無行為能力人經營商業時，必須登記。

(丙) 限制行為能力人（未成年者）之登記——未成年者，得其法定代理人之允許，自營商業或為公司之無限責任股東時，須由法定代理人署名簽押，呈報主管官署登記。

(丁) 合夥之登記——經營商業之合夥，應將合夥人之姓名，住所，出資之種類，數額，向主管官署聲請登記。

第三節 商業帳簿

第一目 商業帳簿之種類

商人為揭示營業狀況，以供自己之參考，及取信於債權人起見，必須置備帳簿，依商業登記法第十六條之規定，商業帳簿可分為下列五種：（一）日記帳——記載日常交易，及關於財產出入之各種事項。（二）分類帳——為記載各項交易之主要帳簿。（三）損益計算書——精密計算虧損與利益。（四）財產目錄——為商人一切財產之總目錄，包括「積極財產」（即動產、不動產、債權及其餘財產）與「消極財產」（即債務）兩種。（五）資產負債表（即貸借對照表）——揭示財產目錄之計算，比較商人積極消極之財產，以明其債權債務之關係。

第二日 商業帳簿之記載及管理

商業帳簿，應以齊整明瞭之方法，用通行文字，依商業性質或當地習慣記載之。商業帳簿自封存之日起，應保存十年。因商業帳簿之遺備，係為揭示商業之狀況，若不加以保存，則商業之狀況無以明瞭，造具帳簿之目的無以達到。不獨商業帳簿應行保存，即關於商業上各種書信，亦應行妥藏。商業登記法規定，商業上各種書信，應連綴成冊，自停止連綴之日起，亦應保存十年。

商業帳簿管理之良窳，為商業盛衰之所繫，關係至為重大，其應特予注意者為：（甲）帳簿組織須力求完善——根據事業之性質與需要，設置確切合用之帳簿組織與記帳程序，以及傳票單據之格式等。（乙）關於財產上之增減變化事項，應記載明晰計算準確——各項交易，應隨時登記，「今日事，今日畢」，為計政人員之金科玉律。如將帳目遷延累積，必易發生錯誤遺漏等弊。登帳時，數字應明顯，字體須整潔，記載完畢，應細心覆核計算上有無錯誤；有則須以紅筆改正，並於其旁簽字蓋章，以示負責。（丙）上年帳簿，應編定號碼，存置手邊，以供隨時參考之用。

第四節 商標

第一目 商標之意義及效用

商標(Trade Mark)爲商品之標記，乃商人用於表彰其所生產、製造、加工、揀選、批發及經售之商品。其形式爲特別顯著之文字，記號。或圖形，或三者聯合而成。使用商標，積極方面，爲便利商品之推銷，促進營業之發展；消極方面，係防止他人之假冒，以保障商人合法之權益。年來商業之競爭日烈，市場同樣之出品至夥，苟無商標以資識別，則魚目混珠，營業難期發達，故商標之應用，日益普遍。其效用，可如下述：(甲)可爲顧客選購之標記——製造家採用商標後，他人自無從以劣貨仿冒，出品廠家爲顧全其信用計，當竭力保持其貨品優良，消費者購買時，祇須認清商標，無須多多檢視商品之品質。(乙)作爲貨物之簡稱——如無商標，則顧客購買時，勢須連同出品廠家之名稱，一同敘述，將不勝其災，例如，重慶中國化學工業社出品之牙膏。名稱冗長，難於記憶，該社採用「三星」爲商標，簡單明瞭，購買雙方，均感便利。(丙)促進營業之發展——商標應用既久，名滿市場，即生廣告之效用，顧客需用時，必認定此項商標購買，營業之增進，自在意中。

使用商業，並不限於自製之商品，除廠家外，批發商或大規模之零售商亦多用之。如向廠家定造貨品，另加裝橫，或向製造商批購大宗商品，改裝小件，均可附以呈准專用之私家商標(Private Brand)以資區別。年來規模宏大之百貨商店，如各地之永安、先施公司等，每多喜用私家商標，其貨品並非盡由於自造，大都係別家工廠之出品，而另加商標以資識別者。採用私家商標之利益爲：可以自登廣告，貨物易於推銷；價格可較著名商標品稍低，

獲利較厚；並可以增進該商號之地位及信譽；惟其所負責任，自亦隨之加重耳。

第二目 商標之選用

商標之種類頗多，商人可自由選用，如用人名、地名、貨名、公司之牌號、或出品之圖形、均無不可。惟商標之採用，亦有相當之限制，商標法第二條規定，凡有左列各款之一，不得以之作爲商標，呈請登記。

(一) 相同或近似於中華民國國旗、國徽、國璽、軍旗、官印、勳章、或中國國民黨旗、黨徽者。(又整樹整枝之梅花，因係國花，經濟部指定，禁止作爲商標使用)。

(二) 相同於國父遺像及姓名別號者。

(三) 相同或近似於紅十字章或外國之國旗軍旗者。

(四) 有妨害風俗秩序或可欺罔公衆之虞者。(係指商標圖樣中賭博淫畫等之意匠，或將非國貨濫混爲國貨等)。

(五) 相同或近似於同一商品習慣上所用之標章者。(如上海之陸稿荐，杭州之張小泉之類)

(六) 相同或近似於世所共知他人之標章，使用於同一商品者。(如筆墨上之「小大由之」，「朱之家訓」之類)。

(七) 相同或近似於政府所給獎章及博覽會等所給獎牌褒狀者。(但以自己所受獎狀作

爲商標之一部份時，不在此限。

(八) 有他人之肖像、姓名、商號、或法人及其他團體之名稱者。(但已得其承諾時，不在此限)。

(九) 相同或近似於他人註冊商標，失效後未滿一年者。(但其註冊失效前，已有一年以上不使用時，不在此限)。

(完善商標之要件) 商標之選擇，與營業前途有密切之關係，在擬定時，不可不縝密設計，規定時特別顯著之圖案及動聽之名稱，以資號召，完善有效之商標，須具備下列各條件：(甲) 圖形顯明，花紋簡單。(乙) 圖畫美觀。(丙) 商標上所用文字，必須淺顯明瞭，人人易曉。(丁) 須與銷售之貨物有連帶關係。(戊) 饒有興趣，閱者於一瞥之間，即可得一深刻印象。總之，商標最大之效用，爲便利顧客之識別，以達商品暢銷之目的，故凡複雜之圖形及艱深之文字，均應竭力避免。

第三目 商標之登記

政府爲獎勵生產者維持出品之信用，及保護消費者獲得真實之貨物起見，特創設商標專用制度，使用商標者，應依法呈請登記，經審查合格後，始得享受專用之權利。按照商標法施行細則第三十七條之規定，商標之商品共分爲七十項，申請者須先認定自己擬定之商標，屬於何類，然後繕具呈請書，並附呈指定着色之圖樣十紙，及印版一枚，向商標局呈請登記

。呈文中應載明呈請人姓名、住址、商號、地址、商標名稱、已未使用、最初使用之年月日，並照繳各項費用（註冊費、公費、及印花稅等）經商標局審查認為與他人已登記之商標並無衝突，遂登載商標公報，於六個月後頒發商標登記證書。（詳細手續，可參閱國民政府所頒佈之商標法商標施行細則 及商標登記須知）。

呈請登記商標時，應注意下列數點：（甲）商標圖樣應用堅韌光潔之紙料，尺寸應照規定。（長寬均不得過十三公分）（乙）商標印版，應用金屬細銅版，或其他宜於印刷者，（長寬不得過十三公分，厚不得過三公分）。（丙）凡由代理人呈請登記者，應附呈其代理權證明書。

「商標登記之效力」，商標登記經核准後，登記人即取得專用權，具有排他之效力——即他人不得對於同一商品使用相同或近似之商標。如有假冒或仿造以圖影射者，登記人除依法請求制止外，並得要求賠償損害，以資救濟。

商標專用時期，自登記之日起，以二十年為限，限期屆滿，可依法呈請續展，但每次仍以三十年為限。續展登記，應在期滿六個月以前呈請，除依照各項費用，及圖樣印版外，並須附繳原登記證。

商標專用權，為商人財產權之一，可與營業一併移轉，惟承受人必須呈請商標局，將原呈請人之名義，更換為承受人之名義，否則不得以之對抗第三者。

第五節 商品研究

第一目 商業之種類

「商品」爲買賣之目的物，商人利益，皆從商品買賣中獲得，故商人對於商品，須有深切之認識。商品之種類甚多，凡足以滿足人類慾望，以貨幣之多寡，定其價值而供商人轉運買賣者，皆稱商品。普通有廣義及狹義之別：狹義之商品，專指有形有價值之貨物而言。廣義之商品，則除貨物外，即無形之信譽、專利權、著作權、及各種有價證券等，凡可以交易接受者，皆稱商品。商品依其生產程序而分，有「天然品」「半製品」「製成品」之區別。農產物如棉花，米穀等係天然生產者，稱天然品。就天然品稍加人工，如棉紗、生絲、皮革等物，尙未完全製成，不能立即供消費者之服用，稱半製品。天然品、半製品、或稱「原料品」。半製品再加工製造，如布疋、綢緞等物，消費者可以直接使用者，則稱製成品。若就其性質而分，有動物質，植物質、礦物質等三種。依其用處而分，有必需品，奢侈品兩種。

以上所述，爲商品之普通分類法，依商品學上之分類，復可列爲以下六種：

(一) 農產品——如禾穀、荳菽、蔬菜、菓物、與飲料、香料等皆屬之。

(二) 礦產品——如金、銀、銅、鐵、錫、以及其他有用之礦物，埋藏地中，由人工採掘之產

物皆屬之。

(三) 林產品——如木材、木蠟、樟腦、桐油、漆液、橡皮等類皆屬之。

(四) 畜產品——如蛋、蜂、牛、羊、雞、豚等之畜物、以及毛、角、肉、脂、乳等之收得物皆屬之。

(五) 水產品——如魚類、貝類、甲殼類、海鼠類、海藻類、舉凡棲息於水中之動植物皆屬之。

(六) 工業產品——即指以自然物之材料，而加以人工，使物體利用之價值得以增加之產物皆屬之。

第二目 商品研究之要點

商人對於商品，須有深切之認識，前已言之。研究商品，第一須知商品之「產地」與「產量」：即何地出產豐富，與何處出產優良，知產地，可定進貨之方向；知產額，可定進貨之多寡。第二須知商品之「銷路」與商情：使知何時，何地可銷，某種貨物適宜於何種消費者，其銷費之分量若何。同時某物之供給如何？若胸有成竹，即可無往不利。第三須知貨物之「性質」與「用途」：知性質，在收藏裝運時，可予以適當之注意；知用途，即可猜中顧客之心理，而適合其需要。第四，須知貨物之「等級」，顧客之需要，價值之高低，皆由此而決定。其他如貨物之「商標」「製法」等，亦宜注意及之。

「有價證券」，亦可視為商品，其種類有公債票、股票、公司債票等、商人買賣時，第一項須知其「性質」：如發行機關利率之高低，償還期限之長短等。第二、須知其「信用」：如發行機關之隆替，信用之厚薄，有無担保，及其担保之穩固程度如何等。第三，須知「市價」及「實情」：證券價格，有「票面價格」及「買賣價格」之別，票上雖註明價格若干，但市價大有漲落，其漲落之原因，雖依事業之現況而定，然有時可以虛張聲勢，假意做作，有時有投機造謠者之播弄，業此者必須洞察真相，方不致受愚。

第六節 買賣單據

商人買賣，手續繁多，須用種種單據，以為憑證，如訂立買賣契約時有「成單」，定貨前有「估單」，定貨時有「定單」，交貨時有「送貨單」，有「發票」，貨物收到時有「回單」，銀錢收到時有「收據」等皆是，茲分述如次：

第一目 成單

凡買賣契約，以合同之形式訂立者，曰「買賣成單」，或簡稱「成單」，僅由當事人之一方出具書據者，在賣方曰「賣出成單」，在買方曰「買進成單」。單內須詳細載明品名，件數，價格，交貨地點，交款方法及損害如何負相等，將來憑單執行，兩造俱不得反悔。通常習慣，買主背約，由賣主沒收定金，賣主背約，則應將定金加倍交還。我國商人素重信義

，有諾必踐，故交易多憑口頭，即用成單，亦因各地行業習慣不同，而詳略有異，茲舉一通用之「買賣成單」格式如下：

買賣成單之格式

立買賣成單

某甲今由某甲（以下即稱買主）向某乙（以下即稱賣主）購進○○貨○○件，言明

每件計價國幣○○圓○角○分，共計國幣○○圓○角○分，並議定以下各條款。恐後無憑，立此成單存照。

計開

- 一、貨名及式樣 ○○貨，照○○式樣。
- 二、定銀 國幣○○圓，已付訖。
- 三、收到日期 ○○年○○月○○日。
- 四、付款日期 收到貨物照付。（莊票以五天為限）
- 五、收貨地方 ○○地方。
- 六、關稅 歸○主担承。
- 七、貨樣 有小樣，如出貨與原樣不符，言明退換。
- 八、到期不出貨之辦法 買主得求賣主賠償一切損失。
- 九、到期不領貨之辦法 賣主除沒收定銀外，並得要求損失之賠償。

十、扣佣 無。

十一保險 出貨期前，保險費用歸賣主負擔，出貨後，歸買主負擔。

立買賣成單

某甲押

某乙押

中人 某某押

中華民國

年

月

日

第二目 估價單

估價單係生產者爲批發商，或批發商爲零售商估計某貨價格，開單預算，使批發商或零售商，預知貨價，以爲交易之張本。估價單之記載，宜周密翔實，不可只顧自己之推銷，而忘却對方之利益。其格式如下：

估價單

某某股份有限公司

重慶林森路314號

年 月 日

估價單

請將下列各貨之價格，折扣，交貨地點等項詳細示知，并請於 月 日
前寄至本公司為荷；此致
公司售貨部

某某股份有限公司進貨部啓

貨名	摘要	數量	定價	折扣	有無現貨	備註

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

1.2.3.三欄由買主自填 4.5.6.7.四欄由賣主自填

第三目 定貨單

定貨單或配貨單爲買方對於售戶所出具之購貨憑證，兩單性質相同，依普通使用上之習慣，稱配貨單者，大致單上所列貨品有現成者，立待運送應銷。稱定貨單者，單上所列貨品，或爲約期交貨，或屬定製，惟亦並無嚴格之區別。定貨單大都由買方直接寄來，惟有時可由售戶印成空白式，由推銷員請顧客自行填寫，以示一律而便整理。茲舉定單之兩式如下：

（配貨單格式詳以下『進貨』一節中。）

定貨單 (書信式)

逕啓者茲向

貴公司定購下開各貨務請配齊由○○○尅日發下應用貨價准於貨到後○○日內匯奉不誤此致

○○○公司台照

○○○號謹啓

○年○月○日

計開

金山時雨 四十箱

六安銀針 三十五箱

獅峯龍井 六十二箱

天香珍眉 二十八箱

定 貨 單 (表單式)

某某股份有限公司
定 貨 單

地址 ××××××××××××××××
電話 ××××××××××
電報 ××××××××
無線電報 ××××××××

戶名

地址

日期

定單編號

數 量	詳 細	貨 名	折 扣	定 價	實 價	洋

附註：

1. 發票請備×份
2. 箱包內請分別填附裝單以便查點
3. 此大貨價請尊處如能自動減低處以後定貨價常予傳處優升機會

簽字蓋章

第四目 送貨單

送貨單爲賣主交貨時，將買主所購之貨物詳細開明，送與買主之清單。單內對於已未收價，及有無代墊費用等情，皆須載明，以便買主憑單收貨算帳，凡大宗貿易與代客買賣時，多用此單。其中又分：（甲）交單 係賣主將貨物交付舟車，使送交買主之憑證。（乙）箱單 亦係賣主所開，當運貨時，如貨物不止一種，所裝不止一箱，即用此單詳細載明某箱所裝某貨，以便買主查收。

送 貨 單

某某股份有限公司送貨單

重慶和平路二四五號

發票號數
發票姓名
願主地址
開單員

定單號數
付款條件
備註

號碼	品名	數量	單位	價	細	數	總	計

中華民國 年 月 日

某某股份有限公司章

第五目 發票

發票係賣主出給買主之報告清單，其效用最大，營業不論種類，交易不問大小，無不使用之，有時並作收取貨價之憑證，賣主常用複寫紙留底，以爲記入帳簿之根據，用以稽查每日交易之總數，核算店員經手交易之數額，及查察有無弊端等情。其金額之記載，有只記售價若干者，有除貨價外，實收多少，找出多少，亦須記明者。前者稱「包收包解法」，便於記帳；後者稱「實收實解法」，可免經手者作弊。

第六目 收據

銀錢收據之使用，最為普遍，有由收款人發出者，亦有由付款人開就，交收款人簽字取回者。

收 據

第	號	某	某	股	份	有	限	公	司	收	據	第	號	
茲	收	到	某	某	股	份	有	限	公	司	收	據	第	號
貴	公	司	交	來	款	國	幣	元	角	分	正	除		
照	入	尊	合	給	收	據	為	憑	此	致				
			號	台	照									
			公	司	先	年								
			中	華	民	國								
							月		日					
							某		某					
							股		份					
							有		限					
							公		司					
							章							

第七目 回單

回單係買主於收到貨物時之回據，本應於貨物送到後由買主開寫，但普通習慣，皆由賣

主自己預先寫就，送交買主簽字蓋章，再行收回。買主簽字時，須注意貨物是否滿意，倘有異議，應拒絕簽字，使送貨者將貨物帶回；否則，一經驗收，將來不能退還。大公司或大商店，往來繁多，為保存便利計，不用零紙，以帳簿代替稱「回單簿」。普通商店；為節省手續起見，多於發貨時，附送貨單二份；一份使買主簽蓋「收件」圖記後，隨即取回，以代回單；另一份則由買主收執。

第七節 進貨

第一目 進貨之重要性

進貨與銷貨，為經營商業中二大主要活動。進貨為銷貨之基礎，銷貨之暢滯，全視進貨之適當與否，以時間之先後言，進貨較銷貨尤為重要，如今日所進貨物，明日即能售脫，則一轉手間，利益在握。倘所進之貨，不為顧客所歡迎，呆滯店中，致資本固定，開支虛糜，則營業即有失敗之虞。是以善營商者，對進貨之數量、質地、價格、時間、無不慎重考慮，特予注意，俾所進貨物，能完全滿足消費者之慾望，而達暢銷之目的，西諺云：「進貨適宜，不啻已賣出一半」，足證進貨之重要矣。

第二目 進貨之方式

通常公司進貨之方法有二種，其一、由公司各部按其需要，自行採購，即所謂分別進貨

是。其二、公司特設一進貨機構——進貨部——(Purchasing Department) 總攬全公司之進貨事宜，即所謂集中進貨是。兩法相較，自以集中進貨爲宜。蓋採辦工作實非簡易，舉凡銷路之旺疲，市價之漲落，人民購買力之大小，對抗競爭力量之強弱等，均須隨時探詢，審慎測定，工作既繁，影響亦大，且須高瞻遠矚，通盤計劃，決非一二普通辦事人員，所能勝任者也。集中進貨，有種種優點，如大量購進，可得一種特別折扣，成本因此減輕；事有專責，方針可以一貫；分工處理，工作效率得以增高；與廠家聯絡之機會較多，關係密切，感情自易融洽等。

第三目 進貨部之職務

進貨部之職務，計有下列數種：

(一) 研究市況 市場上一切狀況，如貨物之供需，貨品之售價，社會之購買力，同業之競爭等，均應詳加調查與研究。此外金融之緩急，一般物價漲落之趨勢，在與本業貨品之價格及來源有關，均須密切注意。

(二) 熟悉需要 進貨部對本公司需購貨物之種類與數量，採購時期及場所，必須認識清楚，此爲進貨之重要事件。分別言之實包括四個問題：(甲) 應購何種貨物？(乙) 應於何時購進？(丙) 應向何地何家購進？(丁) 應購數量若干？此項問題，均須通盤籌劃，切實解答，方能購進適當之貨品。

(三) 調查貨源 進貨部須先明瞭欲購貨物之品質、等級、性質、原料、製造方法等，然後方能作適當之選擇。對於各廠所出之同樣貨品就應鑑別其優劣，比較其價格，並查明各廠平時之信用，以便預定向何家採辦。此外市場上有無新來源，亦須注意及之。

(四) 置備記錄 進貨部應置備各種表冊，詳細記載有關之事項，以供業務上之參考，而免錯誤與疏漏。通常應備之記錄，為：(甲) 廠商名單——以廠為單位，其中應記載廠家名稱、地址、商品種類、單價、折扣、運送日期等。(乙) 貨物表——以每種貨物為單位，每項貨名之下，詳記出品之廠家及價格，此表應同時與廠商名單相互考證，(丙) 定貨單存根——定價單發出後，其存根應依號數之先後，妥為保存，以便與廠商日後送來之發票相對照。又凡收到廠商所寄之貨物樣品及目錄等，均須一一保存，以供參考。

第四目 進貨之分類

進貨方法，因商品性質之不同而有區別。商品依生產之過程而言，可大別之為四類，每類各有其特殊之處，茲略述如次：

(一) 原料類 (Raw Material) 原料如棉花、木材等，為製造業所必需，其本身之變動甚少，非如普通商品常受社會時尙變遷之影響，各廠家需用之原料每期大致相同，如某種原料產量不豐，供給有限，則易生競買問題，故採辦原料之要點，為精密查明原料之出產場所，與廠主訂立一年以上之契約，使長期供應，以防價格上漲之損失，及供給中斷之虞。

(二) 半製成品 (Semi-Manufactured Goods) 爲棉紗、生絲、皮革、生鐵、及木材等尙未完全製成之物品，如爲供消費者之服用，須再經一番製造手續者。惟是半製造品，亦有已經製造完竣，不需再行製造，隨時與其他配件拚合，即可完成一器，以供應用者，如工廠所用之機器，爲馬達，皮帶等湊合而成，照相機爲靈視、快門、劈腔、鏡箱、觀影器、底盤等零件配合而成，此種種零件，亦均稱之爲半製造品。際此分工精密時代，製造家所需之配件，多有向他家購買者，採辦時須特別注意購進之配件是否能與自己之製品相適合，價格之高低，品質之優劣，並須與各廠家互相比較，以資選擇。

(三) 製成品 (Finished Goods) 爲批發商與零售商所購販，無須再加工或製造，立即可以出售者。進貨上之問題爲：主其事者，應與中心市場保持密切聯繫，選擇新式而切實用之貨品，以供顧客之需要。

(四) 設備及供需品 (Equipment and Supplies) 此就工商企業本身需用之物品而言，如機械，器具，事務所內之一般工具，生財等均屬之。普通可再分爲機器、用具、及零星供應品三種。機器之構造係屬專門性質，非一般人所能瞭解，進貨員須與廠長或工程師會同購辦。至用具及零星供應品之購置，問題簡單，由進貨員自行決定可耳。

第五目 進貨須知

進貨與營業之損益，關係之鉅，前已言之。進貨不良，商店不特無盈利之望，抑且有倒

閉之虞，故進貨員對於下列要點，必須三致意焉。

(一) 進貨須顧及銷路 實行進貨之前，對於商品之銷路，務須精密調查。各地人民因氣候、環境、職業、嗜好、財力之不同，需要之商品因而互異。通商大埠暢銷之商品，在內地鎮市未必可以脫售，學校文化區域與農業鄉村區域之需要，亦各有不同。因此進貨之際，須顧及市場需要之性質，購備切實耐用之貨品，並應注意需要之數量與銷場之預測。如是方能使供求相應，獲利有望。

(二) 進貨須合於時令 貨物與時令之關係，可分三方面言之：(甲) 貨物之生產與時期——如絲繭產於春夏之交，苧麻則穫於秋季，故購進絲繭與苧麻者，須在該貨上市之際，則貨源湧旺，價必低廉。(乙) 貨物之銷路與時令——有種貨物之銷路，係有季節性者，如電風扇與暖爐等，須在其銷路季節以前預行購進，以應需要。(丙) 貨物之貯藏與時令——有種貨物於夏季貯藏易於腐敗，如魚肉及糕餅等，因此，不宜購備太多，以免損失。

(三) 進貨須注意品質 貨品質料之選擇，亦為進貨部重要職務之一。質料一項，包括原料、型工 (Workmanship)、品類 (Grade)、式樣 (Design)、大小顏色，與模型 (Pattern) 等，貨物之種類繁多品質亦高低不一，即同一物品，亦因出品地域之不同，而質地亦大有出入，例如福建之漆器、湖南之刺繡，均遠較他處之同類貨物為優，進貨員非細加鑑別不可。否則，以偽亂真，魚目混珠，劣貨當作佳品購進，不特將來不易出售，且損及商

品之信譽。辨別貨品之優劣，商標爲一種重要之標準，著名之商標，例如中國化學工業社之三星牌牙膏，中央電工器材廠之日月牌電池等，均素著聲望，販賣易受顧客之歡迎，惟進貨條件及折扣等，不及非著名商標之優待耳。又新奇商標貨品初登市場之時，可以酌量購進，作爲一種補助品，試行銷售，但切不可大量濫購，當作主要品，致貨滯於銷，資本呆固，而受重大之損失。

(四)進貨與價格 商店進貨之際，對於擬購貨物之進價及售價，均應在市場上調查清楚。但知進價而不明售價，則有時將喪失營業良機，例如某牌化粧品進價本極低廉，惟因需要大增，進價驟漲，(售價當然亦已增高)，倘不細加研究，遽爾中止購買，坐令大宗生意消失，殊屬可惜。至於調查售價之方法，可親往同業探問，或注意同行窗櫺開示之價目，同行分發之傳單，小冊，及報章雜誌所登之廣告等。

(五)進貨與數量 大批購進或小量購進，爲進貨時之重大問題，每次進貨之多少，恆視每期預計之銷售額而定，此在製造業尤應加以注意。當今之製造業對於出品數額之決定，大都以承購定製數量爲衡，先行訂立銷售契約，然後購進原料。惟如原料存儲過少，設或不敷製造，則交貨脫期，將貽違約之愆。商店如缺乏貨品供應市面，亦將感受重大困難。故工商企業之存貨，仍以保持相當數額，足敷應付爲宜。對於未來之銷貨，應憑過去之經驗，及當時之商情，加以精密之預估。進貨數額估定之後，尚須視預算期間之營業情形而定，營業

不振，應酌量減縮，營業興旺，即須遞增，絕不可膠柱鼓瑟，拘泥不變也。以下將大量進貨之利弊，分別論述，以供進貨人員之參攷。

【大量進貨之利益】 大批購進，最顯著之利益，為可得商業中種種優待，如開價之低廉，折扣之減讓，大批樣品之贈送，運費之經濟，捐稅佣金等之節省，以及足儲存貨，可以儘量適應暢旺之銷路等。此外並可享受下列二種特殊權利，（甲）自由待遇（Free Deals）即售貨人額外奉贈貨品若干，不另取值。（乙）先期交貨（Forwarding Dating of Bills）即賒帳之謂，購貨人可先取得貨物，以之出售後，再行償付，獲得週轉資金之便利。

又在下列情形之下，亦宜於大量進貨：（甲）如某種貨物來源稀少，有缺貨及漲價之趨勢，可先期大量購進，俟價漲時陸續銷售，以獲厚利。（乙）如本店與進貨處所相距遙遠，採購費時，為防貨物供不應求，及節省旅費起見，自應大量購進，故我國川滇省商人至京滬批貨者，往往大量超入。

【大量進貨之缺點】 大批購進，亦非有利無弊，茲舉其弊大者如下：（甲）大量購進之貨物，萬一市價跌落，即蒙重大損失。（乙）物品損壞，變質、式樣過時，保管期中之耗蝕，及意外事變之損失等。（丙）小量購進，可以隨市場需要而伸縮，以改變銷貨方針。倘大量購進，則以存貨過多，尾大不掉，常致蒙受損失。（丁）因存貨過多，商品之週轉率（Stock—turn rate）降低，獲利微薄。（戊）如資本不甚充裕，貿然大量購進，將致金融週

轉不靈。營業有陷於停頓之虞。

大量購進，既有上述之種種缺點，善營業者如欲獲得此法之利益，而免除其弊害，可採取一種「特別契約」辦法，百貨公司訂購用品時多利用之。其法係與廠商訂立長期交貨之合同，隨市場上之需要，分批提貨，關於貨品之顏色、式樣、尺寸、可依時尚之變遷，由百貨公司調查市場之需要，隨時通知廠商照辦。實施此法，雙方均感便利，在百貨公司方面，既不忠存貨之缺乏，且所訂貨品，均係時新而合需要者；在廠商方面，可有一定之製造方針，所出貨品，在市場上均能暢銷無阻。

(六) 決定進貨之處所 關於進貨處所及出品商號之選擇，亦為進貨人員應特予注意之事項。決定之標準可分進貨價格與折扣，交貨日期，售戶之信用等，茲分別說明如次；(甲) 價格與折扣——如各家貨品之質料相同，而價格高低不一，則自當選擇開價較廉者購之，惟售戶所開之價格，尚須視其究為 F.A.S. 或 F.O.B. 或 C.I.F. 而定，(以上各項開價之種類，詳本書國際貿易一章中)，又運費之大小，影響於將來貨品之售價，在選擇交易市場時，亦應詳加比較。售貨條件中 (Term of Sales) 所規定之折扣率，係選擇售戶標準之一，優待折扣可以減低進貨成本，使所進貨物，易於脫售。(乙) 交貨日期——商人訂購之貨物，極願售戶早日提供，此在營業旺盛時尤甚。至廠家定購之原料，更須準期送到，以免工作停頓。故交貨日期之遲早，關係營業至鉅，商人務須選擇素重信用之售戶，俾能按期確交

，以利營業。(丙)售戶之信用——售戶之信用是否可靠，辦事之是否負責，爲進貨人員決定取捨之重要因素。信用昭著者所交貨物，必能與貨樣相符，數量亦不致短缺，其他契約中所規定之條款，如交貨日期等，可望一一遵守，其狡猾者則詭譎欺詐，伎倆百出，不可不加選擇。(丁)售戶之能否協助銷貨——多數售戶(廠商)往往準備大宗廣告費，以客商之名義代登廣告，或免費供給現成之廣告圖樣(Cuts or Copy)以擴張其出品之銷路，增進經售者之營業；又或隨時派遣推銷員，訪問各客商，擬訂貨品之標準價格，使不生劇烈之變動；更如機械廠商，往往能供給客商以修理之勞務等，是則選擇進貨時，不得不特加注意者也。(戊)有無獨家經理權——商人如能向廠商獲得獨家經理權(Exclusive Representation)則營業上既無人與之抗衡，更可獲得莫大之便利，故於選擇售戶時，對於獨家經理權之有無，亦頗重視。

此外并應注意：(甲)如大量進貨則宜逕向廠商批購，小量進貨，則可向就近之批發商購買。(乙)貨品如爲易腐之水菓，菜蔬，或爲新鮮點心等食品，則以向生產者或製造者直接批購爲宜。(丙)如售戶能允予賒欠，則亦宜多與往來，以裕資金之周轉也。

第六目 進貨途徑

(一)親向市場選購 商人選購貨品，常有親往市場採擇之必要，如服裝及木器等有時尚性之貨品，往往無確切之標準可資依據，倘親往中央市場選擇，則利益甚多：(甲)中央

市場各地售貨人員蟻集，貨品齊全，對於貨物之式樣品質及價格等，均可詳細比較。(乙)有時尚性之貨品，如裝飾物及服裝等，貨主常爭奇競異，將貨品陳列店內，以引顧客，不用推銷人員出外兜售，故須親至市場探訪。(丙)中央市場與各種進貨人員接近，可以交換意見，互述經驗，獲得他山之助。(丁)市場中佈置之方式，招徠之手腕，廣告之宣傳，以及其他所見所聞，均足為改進本業之參考。

(二)雇用掮客 無庸親至市場採購之貨物，則有賴掮客代為接洽。掮客之職務，在於介紹買賣雙方使之成交，如進貨者距離市場甚遠，可以利用熟習市場之掮客代為購進。

(三)向推銷員購買 凡商店規模較小，營業不大，批貨有限，距離市場遙遠，且無掮客代勞者，可向上門兜售之推銷員接洽，而尤以有標準化之普通貨品，採用此法交易者為多。

(四)郵函購買 廠家將貨品製成樣本，送寄各處，即可憑樣本通信購買。惟此種交易方式，因無完整實物之參觀，難以取信於人，故成效不大。

(五)委託經理 此法常用以採辦外貨。內地商人多不諳國外市場情形，又因商業上習慣不同，語言互異，直接進貨，頗為不便，勢非委託經理人代辦不可。

(六)常駐進貨事務所 大規模之零售業或製造業，如百貨公司及連鎖商店等，常設立事務所於各地中央市場，以便就地購買，此項事務所，并可與本店保持密切聯繫，隨時將市

場消息迅速傳達，俾可利用進貨之良好機會，此種組織，收效頗宏。

(七)代理進貨商 (Resident Buyers) 又稱「居住進貨商」，為小商家所雇用。凡規模不大之商家，既不親往市場採購，又無力自設事務所，惟有委託代理商採辦。此種商人，代表多數商家，聚集各家定單，一批購進，然後分發各家，所收佣金之多寡，以實際成交之數額為準，亦有規定起碼佣金者，即經理一宗貨物，至少須收佣金若干。

(八)合衆購買 近年市場上發生一種合作購買運動，獨資商店及百貨公司首先採用，此法與各合作社之用意相同，集合大眾之需要，大批購進，可以享受售戶之種種優待（價廉而折扣高）及低廉之運費等。

上述進貨途徑，種類頗多，何去何從，須視個別之情形而定。在商業場中，有時對於貨品之來源，無須多加選擇，如零售商大都向批發商購進，罐頭食品等業，則常由代辦商居間。此外進貨數量，貨品性質，售購雙方距離之遠近，及售戶能否予以貨款之通融等，均為決定購買途徑之條件，已於前節詳言之矣。

第七目 進貨之手續

(進貨前之準備工作) 進貨部之責任重大，工作艱鉅，是以在進貨之前，必須作種種之充分準備：(甲)先向售戶索取商品目錄與各廠商之傳單廣告，推銷小冊等安放一起。(乙)將過去未有往來之各廠商登記於一覽表中，應記載之各項目為商號、地址，主管者之姓

名，出品商標，貨物質料及社會信譽等，以便隨時發出估價單，請其開列價目。贈送樣品。

(丙) 以前與本店交易過之廠商，另製一表，詳細記載過去交易之情形，如曾否準期交貨，貨物是否與貨樣符合，有無短缺及損壞等情，或有其他糾紛。

(丁) 市場上新出之貨物，經政府准許發售者，應索取樣品，備供參考。

(戊) 查明本店之財政狀況，推銷能力，以便確定應購貨物之最高限度。

至進貨之實際手續，可分為下列六個步驟：茲分述如次：

(一) 接受「進貨咨單」(Purchase Requisition) 此單又名「配購物料單」。簡稱「添單」，大都係銷售部或棧房填送進貨部者，單內註明物品名稱，用途，尺寸，大小，數量：需要日期等。(格式列下) 大公司之堆棧中，均備有存貨一覽表，各種貨物現存若干，一覽即知，各貨之最高額與最少額，亦均有規定，棧房於存貨將達最低限度時，即須開單知照進貨部採購。銷貨部因熟悉市場情形，深知某貨於何時銷路旺盛，何時淡薄，故有時亦填送請進貨部購辦。又進貨部本身於下列情形之下，亦可呈請經理核准進貨。(甲) 收到廠商之傳單，知有某種新貨品出售，品質優良而價格公允者。(乙) 探悉市場貨物將有上漲之趨勢時。(丙) 預測銷路將有起色，應購備大宗存貨時。

進貨咨單

某某股份有限公司

進貨咨單
(購貨請求單)

送進貨部

號數

貨名	貨號	
說明		
最低存量	現有存量	
請購數量	需用日期	
配貨日期	配貨單號數	
備註		

請購人

核准人

年 月 日

(二) 詢問價格 進貨部收到各方「添貨咨單」後，即可根據「廠商名錄」分發函件，指明需購之物品，請其開價。進貨部對於各廠商開來之價格，應慎重考慮，因「進價」為成本中最重要之因素，進價之高低，直接影響於利潤之厚薄。關於貨價，應注意之點為：擬定貨價最高之限度；對於售戶之定價，應委求最優惠之折扣；預計實價（連運費等項）共若干；毛利可得若干等。

(三) 決定購買 接到各廠之開價後，應審慎比較，以便決定。取捨標準，價格（務求其低）固為一重要因素，而對於各廠出品之質地，亦應特別留意。惟兩者往往不能兼顧，廉價貨物，質地難望完善，故全視貨物是否值此價格而定。其他須與廠商議訂之條件，尚有（甲）折扣——進貨部之責任，在於向廠商要求優待之折扣，蓋折扣愈大，進貨成本愈低，權利可有把握。折扣通常有二種：其一為普通折扣——向例買貨愈多，折扣愈大。二為現款折扣——即在發票上註明貨款在若干日內付清，買主如能提早付款，可得額外折扣，付款愈早，折扣愈大，例如訂定之付款條件為2/10, 1/30, 實/60，即十天之內付款，可得百分之二之折扣（照發票數額扣去百分之二）三十天內付款，得百分之一之折扣，過三十天即須照付實數而無折扣，六十天則為付款之限期，必須清償貨欠。此種辦法歐美盛行，我國商界，則尚不多見。第三種折扣為售方不問配貨單內數額之多少，均一律給予相同之折扣，而對於購貨數量鉅大者，另行贈送貨品若干。此外買主並可要求售方給予種種優待條件，如付款日期之

延長，經理及專賣權之取得等。進貨人應詳細調查其他廠家所給予之優待折扣與條件以資比較，而便選擇。(乙)交貨期限——其重要性不亞於貨價，應與廠家確切訂明，蓋約期而貨不能到：貽誤營業至鉅，此點關係廠家平日之信用，如向信用素孚之廠家定貨，必能如期交到。(丙)付款方法——亦須預先商定，買賣雙方，如同處一地，而又係彼此熟識者，付款自屬簡易。如各處一方，而又素無往來，則付款即成問題。在賣主方面，希望運出貨物時即能收款，惟買主不願於收貨之前付款，故現今通都大邑，償付外埠貨款，常採用跟單押匯辦法，即託銀行交提單及代收貨款是。(其詳當於匯兌一章中論之)

發出「配貨單」(Purchase Order) 進貨部決定向何家購貨後，即發出「配貨單」(即定單)，此單經進貨員簽字後，即成正式之買賣契約，具法律上之效力，其內容所載除賣主廠名，地址外，貨物之名稱，數量，單價，折扣，總價，包裝方法，遞運日期，交貨地點，付款條件等，均須詳細說明。(格式如下)配貨單發出後若干日內，應再寄「催貨單」(Follow up Order) 催促賣主於約定之日，如期交貨。

配貨單

某某股份有限公司配貨單

重慶中四路曾家岩八十八號

電話 三三九三三

茲向貴廠按下開條件定購各貨，即請趕造，并乞於接到本單後，速將有關各
項根據前開之估價單，逐一填寫，並在正張蓋章簽字，寄交本公司為荷北致
某某廠大鑒

某某股份有限公司啓

號	數	年	月	日

貨名	說明	折	扣	數量	寄運方法	包裝
定額						
金額						
交貨地點						
備註						

注意： 尊處信件往來及發貨時所備箱單票
貼發票及包裝上均請註明本單號數

(五) 驗收貨物 (Receiving and Inspection) 貨物運到後，驗收手續有係堆棧部辦理者，有仍為進貨部負責者，在規模宏大之公司，亦有時設收貨部專司接收來貨者。驗收員應詳細審核貨物之品質是否合格？數量是否與發票相符？有無短少與破壞等情。若發現來貨與配貨單不符，或與原樣不合，應拒絕接收，同時填製「退貨咨單」(Rejected Goods Slip) 通知賣主，單中應記載配貨單之號數，日期，賣主之發票號數及日期，退貨數量，退貨理由，及已驗收之數量等。

(六) 實行付款 驗收員檢查貨物完畢並覆核發票內容認為無誤後，即可通知會計處到期付款。如付款條件中規定提前付款可得額外折扣者，應預先知照付款人注意及之，貨款清價後，進貨手續即告完畢。

第八節 市場分析

市場為移轉貨物所有權(交易所僅移轉貨物之所有權 Title 而無實際貨物之接受)或移轉實際貨物之場所(此係指現貨買賣之商場，或小菜場等之公開市場)，亦即運用資本，以產生利潤之策源地。製造家或商人於貨品齊備之後，即須進行調查銷貨之對象為何類顧客，現在何處，其購買力如何，好尚如何，以及顧客職業之分配，男女人口之比例，交易之習慣，購買數量之多寡等，均應有詳細之記錄，然後成竹在胸，推銷問題，始可迎刃解決。

第一目 市場分析之要素

分析市場首要之圖，在於測知某地域之市場，適合於何種商品之推銷。欲明此點，須注意顧客之情形及市場之個性，茲分述如次：

(一) 關於顧客方面者 (甲) 年齡——老年人之嗜好與青年人頗有不同，故年齡之大小，與需求之貨品，極有關係。(乙) 性別——男女顧客需要各別，採購之貨物，自亦隨之而異。(丙) 宗教——顧客之需要，因宗教信仰之不同，有時亦復互異，例如耶穌教徒慣用之物品，未必為回教所樂用。(丁) 階級——顧客中因貧富之懸殊，與知識之高低，而異其旨趣，習慣中有所謂上、中、下三種階級，購買能力及嗜好習尚因而各有不同，所需貨品自亦互異。

(二) 關於市場之個性方面者，可分 (甲) 氣候——因氣候冷暖之差別，需要亦因而不同，在北方暢銷之暖爐與皮氈等，在南方並不甚需要。又衣着之顏色，亦因氣候關係，各地不同。(乙) 生活程度——因社會各地及各種階級之生活程度高低參差，所需貨物，亦迥然有別。內地人民之生活程度與都市相差何啻若干倍，即同在內地，差異亦復甚鉅。(丙) 購買習慣——顧客之購買習慣，彼此顯然不同，此係因環境、地域、知識、遺傳等差別之故，此種習慣，根深蒂固，難於改變。(丁) 特殊市場——可分為工業市場，農業市場，都會市場等。

廠家（或大公司）對於顧客情況，及市場個性分析清楚後，方可明瞭本廠所出，或本公司經售之貨品，適應於何種市場，此市場又在何處。惟於此尤須注意之點，即市場狀況，並非一成不變者。變動之原因多端，重要者不外乎嗜好之改變，廣告之影響，文明之進步，新貨品之發明，環境之轉移，氣候之變遷等。例如某都市採用煤氣爐者日漸衆多，則普通燃料之銷路，將受影響。公共汽車及電車行駛後，則馬車與人力車將漸被淘汰。又如近年來通都大邑中，頗多公寓式之房屋（Apartment House），結構精緻而狹小。因此種住宅之興起，小號之傢具地氈等，頓感需要。美國某地因氣候之轉寒，需備轎車（Closed Car）者，即日形增加，於此可見市場變遷之無常。故市場分析之需要，不僅在創業之初，即在營業進行中，亦應隨時密切注意，研究更動之趨向如何，方足以應付裕如。

此外，市場分析并須研究：（甲）市場上同業競爭之情形。（乙）商品需要之變動，（包括季節變遷，及需要之興替）。（丙）運輸情形（如運輸機關，運輸時間及運費率）。（丁）商業循環（Business Cycle）及預謀應付之方法。

等二目 市場分析之功效

市場分析顯着之功效，可如下述：

（一）明瞭各地之需要情形——搜集消費之統計，查明各市場之需要，已至如何程度，需要之繼續性如何，以爲設計推銷某種貨品之根據。

(二) 改良貨品——貨品之構造，性質，及式樣均可根據市場分析之結果而予以改良，即買物之包裝與裝運，亦可因此改進。

(三) 確定生產標準，並決定新出品之需要，與必需之生產量。

(四) 研究同業之廣告及推銷方法，以資借鏡。

(五) 變換裝璜，以適應顧客之心理。

(六) 發現被人忽略之市場，而予以推銷。例如：(甲) 兒童——兒童亦為顧客中之要角，不容漠視，因鐘愛兒童之家庭，在在皆是。欲引起兒童之興趣，須從圖畫，音樂及講述故事等着手。(乙) 股東——公司組織之龐大者，股東人數極衆，儘可利用之，以資推銷。

(七) 預悉市場之變遷以謀應付——市場之變遷，如需供之消長，物價之波動，及一般商業之衰落等，雖非一己之力所能抗衡，但如能先期預知，當可從容籌劃應付之法。

(八) 增進銷路擴充營業——分析明瞭市場之狀況後，可應用良好之推銷方法或增多貨物之種類，就原有市場，加以擴充，以期增加營業。

第七章 經商要務（續）

第九節 銷售

進貨應注意之事項，已如前節所述，買賣業購進商品後，必須竭力推銷，迅速求售，使資本週轉敏活，方可獲得優厚之盈利。故推銷問題，與進貨有同等重要，蓋進貨為買賣營利工作之開端，而銷售為營利之終結也。現今產業發達，商賈雲集，無不竭知盡能，鉤心鬥角，以圖推廣販路，增進利潤。故推銷研究，已成買賣業之中心問題。茲將與銷售有關諸端，分述於後。

第一目 營業方針

經營商業，欲圖發達，全視所持之營業方針，是否適當以為斷，有妥善之方針，管理設施得以遵循，營業可有蒸蒸日上之望。所謂方針，即指一企業所抱定之目標，經過長時間之施行，而始終不渝之謂。營業方針之種類甚多，或為提高服務精神，或為薄利多售，可隨環境及需要之不同，而個別決定。惟方針應力求其正確，并力求其進步，總須着人先鞭，不可拾人牙慧，致貽失時之譏。茲為便於觀摩起見，將美國亨利福特經營汽車公司之方針，舉例

說明於後：

(一)服務第一 福氏所抱之經商主義爲「服務第一」，服務應在利益之先，商人應以服務爲最高目標，利益之獲得，爲次要之圖。所謂服務，卽處處以顧客之利益着想，事事以顧客之滿意爲前提。故福特廠所用之材料，製造之方法，均甚考究，機件堅固耐用，車身穩健輕快，定價極廉，盡人可購，並於全國各地廣設汽車修理站，工作迅速，取費低廉，零件配置，亦極方便，其爲顧客設想，幾於無微不至，故不旋踵而福特汽車暢銷世界，名聞全球，利羣亦所以利己也。

(二)薄利多售 福氏經商之第二重要方針，爲竭力削低費用，縮少成本，每年所定新車價格，恆較上年之成本爲低。其定價以顧客之能力爲標準，目的在使一般民衆，均有享用汽車之機會，其售價雖大爲削減，結果仍能獲利，因汽車之需要係彈性的，其銷路之多寡，與價格之漲落適成反比例，價格低廉，營業激增，利益卽在其中，所謂薄利多售主義，確係計之善者也。

(三)出品簡單化 福特汽車出品極爲簡單，其形制均有一定，所有零件，并可互相通用。因出品極度簡單化，故大量生產之效益，能發揮盡致，耗費有限，成本減省，出品定價自能異常低廉，使人人樂於享用，物質文明，賴以增進，人類生活水準，亦因此提高。

(四)不斷的改進，此亦爲福氏重要方針之一。福氏以爲管理方法，及製造技術之改進，

決無止境之理，故運用心機，殫精竭慮，對於工作方法，工作程序，力求其完美，故每年新出之汽車，恆較舊車有進步。福氏又優給工人薪資，多予晉升之機會，儘量利用餘閒，鼓勵深造，故人人咸抱進取之心，其生產效率之提高，技術能力之增進，自在意中。

第二目 定價

定價欲求適合分際，頗非易事，既須顧及成本，維持用度，尤須包括若干之預期利益。是以價格之規定，非於成本、用度、利益、三者完全計及不可。定價之適當與否，對於營業前途，有極密切之關係，實為推銷問題中最重要者。貨物售價之決定，應視社會之需要，與一般之供給量為準繩，即經濟學上所昭示吾人之供求律（Law of Supply and Demand）是也。此外社會上一般之價格趨勢，及同業之競爭情形，對於價格之高下，亦有甚大之影響。

（一）構成貨價之要素

貨物售價之決定，應根據下列四項要素：

（甲）成本 普通指工廠中之原料代價，工資及工廠費用而言。前二項統稱為直接費用，（即直接所需之原料與人工），又名最初成本。後一項（工廠費用）稱為間接費用，即包括一切間接所需之物料，如機油、紗布、煤油、之類；間接所用之人工，如工場管理員，稽查員等之薪金；以及間接所費之用度，如工廠房地租、捐稅、房舍及機件之折舊、保險費、等是。

(乙)推銷費 係指因推銷貨物而生之各項費用，如運費、棧租、廣告費、佣金、售貨員之薪金、旅費等是。

(丙)事務費 包括辦事人員之薪金，及辦事處各項開支。

(丁)預期利得(Anticipated Profit)即製造家預計貨物售出後所得之利益。

上述四項構成售價之要素，以數學公式表示之，則更爲明顯：

(甲)原料+工資=最初成本

(乙)最初成本+間接費用=工廠成本

(丙)工廠成本+推銷費用+事務費用=總成本

(丁)總成本+預期利得=售價

售價之決定，固依成本之多寡爲依歸，但在某一時期中，尙有其他條件，足以影響售價之高低，其條件爲：(一)貨品之類別——如爲日用必需品，則出售之處既多，質地又復相同，定價自須低廉。倘爲奢侈品，如化粧品，高貴之裝飾品等，則因式樣、時尚、商標等關係，定價不妨稍昂。又貨物之重於質地者，定價亦可略高，因購者對價格之微有上落，並不屑斤斤較量也。(二)購買之數量——貨品大量售出，則推銷及事務等費用可省。售價自有減低之可能。(三)銷售途徑之變動——如採取之銷售途徑更變，定價亦將隨之而有高下，例如原僱用專門人員出外推銷，花費必大，今代以通訊郵售，則費用較省，定價自可減低。(

四) 競爭之關係——同行之競爭，影響於定價者甚大，本店貨品之售價，勢難超過同行之定價，如公司享有專利權，經法律之許可，獨家銷售某種貨品，無同行之競爭，則定價自可稍提高。

(二) (售價之計算法) 定價須包括成本、用度、利益、三項，普通店員不諳計算之手續，定價往往失之過高或過低，以致營業失敗者，比比皆是。是以成本會計之研究，為刻不容緩之事，茲舉例說明售價之計算法於次：

今有某貨，進本七元六角，假定店中開支，佔總銷數百分之二十三(23%)，而欲獲淨利百分之十二(12%)，試問售價應訂為若干？

現可將開支(23%)與淨利(12%)二項合計，而得百分之三十五，再以此數與售價百分比百(100%)相減，乃得百分之六十五(65%)，此百分之六十五，即表示進本也。我人固已知進本為七元六角，是七元六角即等於售價百分之六十五矣($7 \div 60 = 65\%$)。故售價幾何，可以下列公式算出之。

$$\text{售價之}65\% = \$7.60$$

$$\text{售價之}1\% = \$7.60 \div 65 = : 117$$

$$\text{售價之}100\% = 100 \times : 117 = \$11 : 70$$

或以比例公式計算之如下：

$$65\% : 7.60 = 100\% : x$$

$$\therefore x = \frac{7.60 \times 100}{65} = \$11.70$$

於此可見，該貨售價必須定爲十一元七角，方可得一元四角零四分之二淨利(12%)。

第三目 銷售途徑

推銷貨物之途徑，計有普通代理人，特約所，批發商、零售商、合作社、交易所等。此外製造商並可自設商店，直接與消費者交易，或用通訊郵售辦法，其方式有不勝枚舉者。製造商應審慎選擇，採取最適宜之銷售途徑，並須因時代之趨向，環境之轉移，隨時改變，蓋今日認爲最合式之途徑，明日或將處於不利之地位。例如某處交通本屬困難，自以借重批發商爲宜；一旦交通便利，鐵道公路次第完成，即可改用通訊郵售。又如新品上市之際，門津無人，自須專雇推銷員向各方兜攬，迨知者漸多，已有相當銷路時，即可改絃更張，由零賣商經售矣。

茲將上述之銷售途徑，分別說明如次：

(一) 普通代理人 廠家可以出品之一部份或全部份，委託代理人推銷。此種代理人，士致爲公司組織，或爲規模宏大之零賣商，如代理商得人，推銷事宜，可由其順利推進，而廠家可將全副精神，致力於生產。

(二)特約所 廠家爲鼓勵代理商全力推銷計，可採用特約所辦法。即在指定之區域內，僅委託一家公司，專門推銷，訂立契約，規定雙方之權務，廠方既不另與他公司直接交易，特約所亦不得經售他廠同類之出品，並議定特約所每年應推銷之最低數額，或進貨至少若干。至代理期限，有定期與不定期二種，如爲不定期，一方不滿意時，於若干日前通知對方，即可解約。委託特約所時，應加注意者爲：慎重考慮特約所之地位，凡品質高貴之貨物，不宜由次等商店經售。特約所地址，必須在商業繁盛，顧客集中之區域。又指定之營業區域，亦不宜過廣。

特約制在下列情形下實行，最爲相宜：(甲)廠家欲施其一貫之營業方針，而普通代理人不易聽命者。(乙)出品須施行修理工作，或負必要之服務責任者。(丙)代理人非特約推銷，不肯努力從事者。(丁)新出世之日用品，須有人專事推銷者。

(特約制之優點與缺點) 特約所制度之優點爲：(甲)有一定之營業區域，無與競爭，能獨家享受廠方推廣工作之效果。並以切身利害關係，必能竭力推銷，營業自可隨之增加。(乙)推行特約所制度於素無銷路之區域，爲增進營業之有效辦法。(丙)若能爲著名廠商特約之代理人，營業地位均佔優勢。此制之缺點爲：(甲)欲令每一營業區域，獲得適當之人選，殊非易易。(乙)推銷事宜由若干批發商手中轉交一個特約所辦理，營業或有走散之虞。(丙)特約所對於廠家所定之營業額，未必能達到，並因注全力於經售此項出品，而忽略推銷他廠

之出品，以致得不償失。(丁)特約所最顧慮者爲對廠方隨時解約，以致蒙受損失。

(三)批發商 介於製造商與零售商之間，向前者躉批購進貨物而轉售於後者，有時亦兼設門市部，直接售貨與消費者，廠家與之往來時，近則用掮客爲媒介，遠則藉廣告或通信傳達。批發商之售貨方法，經濟迅速，可免製造者直接推銷之煩，而售價並不增高。其功效可分對製造商及零售商兩方面而言：

(甲)對於製造者之功效：(子)予製造者以推銷上之便利——批發商因與零售商密切往來，故能爲製造者圓滿解決出品之推銷問題，及供給其市場上之供求情況，爲製造上之重要參考材料，使出品不致過剩或缺乏。(丑)予製造者以經濟上之助力——廠家於每季開工之際，需款殷切，批發商每能貸以款項。其方式爲預付購貨定洋若干，至廠家出貨時交貨償還。又廠家於交易時，常有現款折扣優待辦法，批發商每加利用，貨到即付，此爲資助廠家之間接方法也。(寅)予製造者以運輸上之便利——批發商躉批進貨，使製造者可以大量運輸，對於包裹裝運等手續及會計上之工作，可得許多便利，及節省不少費用。(卯)減少製造者倒帳之損失——批發商代廠家除帳與零售商，可以減少前者倒帳之損失。又批發商與零售商往來甚密，對其信用及經濟狀況深切明瞭，放款時如能審慎從事，則倒帳風險，自可避免。

(乙)對於零售商之功效：(子)予以進貨上之便利——批發商與衆多之製造者往來，能爲零售商選擇優良之貨品，且可隨時迅速供應，零售商毋需堆積多量貨品，致受腐壞折耗等損

失。(丑)供給零售商以廉價貨品——批發商向廠家整批購進，可享受優惠之折扣，大量運輸，費用亦極低廉，故其貨品之售價，均較低廉。保留之存貨，可充分供給零售商銷售，且運輸敏捷，(寅)予零售商以資金上之融通——批發商經常保留相當數量之貨品，隨時可以供應，因此零售商無需多量資金，即可週轉運用，設或一時不敷週轉，批發商往往予以資助。(卯)供給詳盡之市場報告——批發商對於市場狀況，消費者之習俗好尚，素所稔知，何種貨物可以暢銷，何者銷路呆滯，均有詳盡之調查，可供零售商之諮詢或參考。

(批發商之種類) 批發商之種類繁多，可就經營之貨品種類，與營業區域之範圍，為區別之標準，茲分別敘述如下：

(甲)以其所經營之貨品而分 依此標準，再可分為：(子)販賣普通用品之批發商——為批售各種貨品之普通商店。(丑)專門販賣一類貨品之批發商，如電器材料行，傢具舖，藥房，及五金店是。(寅)專販價值昂貴貨品之批發商，如珠寶商，樂器商鋼琴等)。

(乙)以營業區域之大小而分，可別為：(子)本地批發商——營業數額不大，範圍有及全城，有僅在城市之一部分者，所批售之貨物，以食品為大宗。此類商店，因範圍狹小，便於管理，雇用店員不多，開支節省，常與顧客接近，能保持營業減少倒帳損失，故業務大見興隆。(丑)區域批發商——此種商人營業範圍廣泛，有互數縣或數省者，交易數額，年達數百萬元之鉅，并有自行開廠製造，規定商標，專賣貨品，以與同業作激烈之競爭者。(

(寅) 全國批發商——此種商人，營業遍及全國，經售貨品，多係經常需要之日用品，及價值高昂之新奇品，其設立之地址，以在工商業最發達之通商大埠為宜，如英之倫敦，利物浦，我國之上海，漢口等地，均為批發商薈萃之處。因大都市人口繁庶，需要激增，且交通方便，消息靈通，輸入貨品，亦極便利也。

(新式批發商) 年來販賣方法，日新月異，新式批發商名目極多，茲擇其重要者述之如下：

(甲) 製造批發商 批發而兼製造，可以享受許多兼營之利益，例如：(子) 製造上之利潤歸其所有，可以獲利倍徙。(丑) 自製貨品，對於所用質料及製工，可以保持一定標準，並有專用商標，可杜防假冒。(寅) 用人行政及一切開支均可比較節省，運輸及儲藏設備，亦可充分利用。(卯) 批發商兼營製造，掌握貨資，可儘量發揮調劑市場供需之機能，使無過多與不及之弊。

(乙) 合作批發商 由會員集資組織合作批發社，社務均由會員分任，操管理與監督之權。有專為本身而批發者，有為會員批發而收取佣金者。此種組織之特點，為交易多用現金，送貨須付送費，可儘量避免普通商店買賣上之麻煩，惟在創立之際，信用未孚，不易得製造家之信任。且辦事人員多屬義務性質，不易考核督促。如管理不得其人，營業難望發達。

(丙) 樣本(或函售)批發商 即郵寄樣本於顧客，由此選定貨品，通信訂購，貨物即

由郵局寄往，以成交易。此法省事，經濟，係其優點，惟最大之困難，為商人與顧客缺乏聯絡之機會，且有延誤遺失等風險。規模宏大之函售公司，往往雇用大批旅行售貨員，四出聯絡顧客，以圖增進公司之信譽，為推廣營業之張本。

(丁) 連鎖批發商 近年來，在美國批發分配事業中，有聯業組織之趨勢，例如俄海渥 (Ohio) 七家電器批發商號，合併組成一大規模之批發電器公司，專為承銷奇異電器公司之出品。此種批發連鎖大組合，實力之雄厚，無與倫比，國內批發商莫能與之抗衡，且其勢力往往足以左右國際市場焉。

(戊) 分號批發商 為由內而外之一種組織，此種商店之形成，係由總公司考察各市場之需要後，分設支店於各地，以圖擴充營業。各分號之管理計劃以及營業方針，均須受總店之督導，絕無自由伸縮之可能，因此不能適應當地之環境，營業難期興盛。

此外尚有兼營零售之「兼營批發商」，用車輛載貨，沿門推銷之「車輛分銷商」以及相機購進少量物品，於有利時期轉售於人以獲厚利之「商品捐客」等。

(四) 零賣商 有時廠家直接與零賣商交易而不經批發商之居間。採用此法，則廠商對於推銷上將多費心機，即如何在衆多之零賣商中，選擇最適宜者，如何輔助若輩推銷，及如何放帳與運輸等，均須加以考慮。此制可免除中間人之盤剝，貨物售價，因此可以較廉；貨物由零賣商直接銷於消費者，時間亦較迅速，此係其優點。零賣商又可分為小規模與大規模

二種：

(甲) 小規模之零售商，又可細分為：(子) 普通商店 (Unit or General Store) —— 多為獨資經營業，在我國遍地皆是，凡普通之雜貨商店，小商店均屬之。因貨品種類多而銷路廣，營業均尚不惡。(丑) 專門商店 (Specialty Store) —— 所售貨物較普通商店為單純，大多僅專售一二種物品，如鞋帽店，鐘表店及樂器店等。其售價雖較一般為高，但因所備貨物之花式及尺寸齊備，便於選擇，故能受顧客之歡迎。(寅) 小販 —— 在規定地點設攤販賣，或沿街沿道路喊賣，或由城市批貨往鄉鎮兜售，雖不能稱為商店，惟發源最早，為零售商之鼻祖，各國現在仍甚普遍。詳言之，可分：

(a) 路旁擺攤 (Roadside Stands or Markets) —— 在交通要道，或建木屋，或支蓬架，以為出品銷售之處。所賣貨品，以水菓、糕餅、罐頭食物及零星用品為大宗，顧客大多為過路汽車中之乘客，及短途旅行者。(b) 負販 (Huckstering) —— 農民與商人均有，親自挑負貨品，向消費者沿門求售，凡易於腐爛之物品，如水菓、菜蔬、麵包、餅餌等，採用此種推銷方法，最為適宜。

(乙) 大規模之零售商 (子) 百貨商店 (Department Store) —— 乃為一種規模宏大，分部出售貨物之商店大都屋宇巍峨，陳設富麗，百貨羅列，任人選購，店內恆分為若干部，每部專營一業，各部規模之大，往往數倍於同性質之普通零售商店，如上海香港之先施公

司永安公司及天津之中原公司是。其範圍廣大者，且多設廠，自行製造貨物（如上海永安公司附設之永安紗廠是，並多兼營批發業。（其詳當於各類商業一章中論之）。

（丑）連鎖商店（Chain Store）——此種商店，選擇交通便利之各熱鬧處所遍設支店，各支店在同一營業政策之下，受同一中樞機關（總店）之指揮，一切管理及造貨均由總店主持，各支店之門市裝璜，陳列佈置，往往彼此一律以資識別。我國商店中具備此種形式者頗多，惟營業方法，則不盡同。（詳情見「各類商業」一章中）

（新式之零售制度）——市場制度，隨時代環境之演化而俱進市場零售制度有日新月異之勢，茲就新式之制度中擇要敘述於次：

（甲）自擇貨品商店（Self-Service Store）——此種制度為零售商業中最新式者，營業政策為不賒欠不送貨，貨物出門，概不退換，藉以節省開支。其售貨方法，仿照自助餐館之例，將各項貨物一一陳列櫥櫃中，標明價格，說明用途，大門分「進」「出」二戶，顧客由進口入室，擇其需要者取之，然後至付款處包裹商品，計算價目，銀貨兩訖，由出口外出。顧客與店主均稱便利。此種商店之優點為：（子）無須雇用售貨員，開支節省。（丑）貨品由顧客自己細加挑揀，極合需要。（寅）各貨羅列櫥中，任客選購，易於引起顧客之購買慾，可以增加額外銷貨。然在另一方面，亦不免有下列各項缺點：（子）因無售貨員，顧客不熟悉某種貨品，無法明瞭其質料與品類，故所售貨物，只以極普通者為限。（丑）因無售貨員

爲之照料，顧客過多時，店中難免擁擠及混亂情形。(寅)貨品任客自取，無人監視，常有失竊等情。

(乙)車輛商店 (Store on Wheels) 此種旅行商人，亦爲新式零售商業之一，最初以車載貨品，沿門兜售，盛行於農村區域中，便於農民購買。現在城市中亦見流行，此法之優點，在於供人選擇，購買方便，貨物種類不多，交易完全須付現金，車輛來往亦無定時，供求難於湊合，是其缺點耳。

(丙)沿門推銷 (House-to-house Selling) 此法之實施，爲當廠家完成一種新貨品時，即雇用大批推銷員，分赴各地，沿門兜售，向顧客當面介紹，申說貨品之優點及用途，使購者深信無疑，踴躍購用，不久即可風行全國，尤以特種貨品採用此法，更著成效。

(五)自設店舖：製造家爲免除中間人之牟利起見，又採取一種直接推銷貨途徑，即自設商店直接售貨於消費者，所有一切推銷工作，均由廠家自己負責，並雇用推銷員或跑街按家兜售。外埠則採用郵售方法，推廣營業，惟道路遙遠，及交通不便之處，仍須利用批發商，或特約代理所，代爲推銷。

(六)通訊郵售：近年各廠家常利用郵售方法，以輔助其他銷貨途徑之不足。郵售除負擔廣告費外，所有門市裝璜，及各項營業費用均可節省，宜於郵售之貨品，須價格較高。而非日用必需品；貨品須具標準化，便於寄遞；貨品應易於在廣告上詳細標明。此法之優點，

爲：消費者可享受當地商店不易購得之貨品，製造者可以直接聯絡主顧。惟採購手續須力求簡便，辦事應迅速縝密。（詳『各類商業』一章中）

（七）交易所：亦爲適宜之銷貨途徑。農產品如小麥、棉花、及有價證券，如公債票、股票等，均可利用之。普通恆由所中之經紀人爲媒介，整批預約交易，作期貨之買賣。

（其他）：除上述者外，廠家應隨時留意新途徑之發現，以資利用，例如近年來各地積極增闢公路，新完成者不少，在公路沿途及站上，經售雜貨及糖菓罐頭食物之店舖，如雨後春筍，爭先添設。此種小商店可爲飲食廠家推銷出品之新途徑。又內地有趕集或趕場之風，所需物品，因時因地而異，則尤在有心者之善爲利用焉。

第四目 選擇銷售途徑之條件

各種推銷途徑之概況，已如上述，廠家究宜採用何法，應審慎考慮，務使推銷工作能順利進行，於營業前途始有裨益。茲將選擇推銷途徑應行注意之條件，敘述如次：

（甲）商品之類別 市場上一切物品可分爲工業及消費品兩大類。工業品如原料及機械等，皆直接或間接與製造有關，採購者往往具有專門知識，對其性質及效用，多已瞭若指掌，售戶無須多費推銷工作，故大都可用直接推銷法。至消費品中之日常用品，買者以方便爲前提，故以委託多數普通之零售店銷售爲宜。至價格較高，且非急需之日用品，如自來水筆、鐘表、傢具等，可由設於熱鬧市區之公司或大規模之零售店經售。此類顧客，雖多注意貨

物品質之優劣，惟經售店舖之門面，牌號，以及裝璜之是否富麗，招待之是否殷勤，關係亦甚重大。

(乙)買賣數量及價值 銷貨之途徑，往往以貨物交易之數量及價值為依歸，價值昂貴及構造精巧之商品，經售者須具有專門知識及推銷能力，自非一般批發商與零售商所能勝任，應利用特約所制度，遴選上乘之代理商任之。

(丙)銷貨區域之集中與分散 在某一銷貨區域中，營業如能集中，則廠家自設商店，亦屬得計。但廠家之出品，如須銷往內地，而顧客又係各方分散者，則直接推銷費用既大，且效果極微，自以藉批發商之力為宜。

(丁)服務之需要與否 特種貨品如打字機，計算機，及各種車輛等，須常加修理及添配零件者，廠家為應顧客需要起見，最好在通商大埠自設經售處，附以樣子間及修理場所。如委託同行代理，則須慎加選擇，並宜加以必要之設備，成立簡易之修理處所，始易奏效。

(戊)資本之雄厚與否 公司資本之是否充足，於銷貨途徑之決定，頗有影響，蓋在本廠附設門市部或在外埠設立分支店，準備店屋，購置設備，刊登大量廣告，及實施各種推銷工作，非具有相當資力不為功，故資本不甚充裕之廠商，勢難自設店肆，從事直接之推銷。

第五目 銷售方法

銷售貨物之方法，種類頗多，因各種標準之不同，可分為下列數種。

(一)「批發」與「零售」——依銷售之數量而定，有批發與零售之別。「批發」係大量貨物之交易，又可細分為直接批發與間接批發。凡向製造廠直接購進者，為直接批發。向行號或批發商批進者，為間接批發，又稱「轉批發」。批發商於製造廠最為接近，廠家出品之堆銷，大都惟批發商是賴。「零售」則係向批發商或行號批進貨物，依消費者需要之數量，分批出售。「零售」極近「消費」，可稱為基本商業。現代商業猛晉，工廠或批發商，多有兼營零售者，而規模宏大之零售商店，亦兼營批發，且有自設工廠，從事加工及製造者，如前述之百貨公司是。

(二)「門市」與「函售」——與依銷售之形式而定，售貨之方法，有門市與函售之別。「門市」乃設立店肆，販賣貨物，其銷售對象，為就近之顧客，營業以零售為多。「函售」則賴通信交易，以供應遠地顧客為目的，其銷售數量多少不一。「門市」着重地段之選擇，與門面之裝璜，以吸引顧客。「函售」則須注意購貨手續之簡便，交貨之迅速，以及保證貨物之可靠，與信用之維持等。

(三)「販賣」與「經售」——依性質區別，售貨方法，可分「販賣」與「經售」兩種。「販賣」乃以自己之資本，自己經營，並自負損益之商業行為也。「經售」則受廠商或行號之委托，代銷貨物，而收受相當之報酬（確個佣或手續費）。經售之方式，又可細別為三種：
(甲)獨家經理——在指定區域內，約定一家包銷，須議訂每年之營業數額。(乙)代銷——祇

代推銷，不限數量，並不包攬一區域內之經理權。(丙)寄售——受貨主之委托，在自己店內，代將寄售品按貨主指定之價格出售，其售得之款，照契約所訂定之百分率扣除佣金，餘數開明清單，寄交貨主。

(四)「現售」或「賒賣」——依貨價之支付時期而言，銷售之種類，有現售與賒賣之不同。「現售」係以現款交易，所謂「銀貨兩訖」者是。其利益爲：(甲)交易及記帳手續，均甚簡便。(乙)無須調查顧客之信用。(丙)營業穩妥，無倒帳之危險。(丁)成本收回迅速，資金應用敏捷。「賒賣」係記帳交易，須到一定時期，方得收回貨價。賒賣之方式，又可爲：(甲)訂有契約者——即在銷貨之前，定有賒欠之契據。(乙)有擔保者——由殷實商家擔保或預繳保證金。(丙)有限制者——即規定賒欠之最高額，所欠貨價，不得超出限額。賒賣之利爲易於推廣營業，其弊則難免有倒帳之損失。惟際此商戰激烈之時，放帳亦屬吸收顧客之一法，且現代信用調查制度，逐漸完備，放帳時如能嚴密調查顧客之信用，或具有可靠之擔保，慎重將事，則此項損失，當可減至最低限度。

(五)「專利」與「專賣」——依法律賦予之權利而區別，銷售方法可分專利與專賣，「專利」乃政府特許新發明或改良之出品，在一定時期內獨家製造與出售，其目的在於獎勵發明，保護工藝，俾有志之士，樂於創造，「專賣」則爲政府對某幾種需要普遍與迫切之日用品，防止壟斷居奇，不准私人自由經營，而由政府管制，或收歸官辦，或招商承銷，如食鹽及

火柴等是。此外烟酒等之再賣，旨在寓禁於征，增加消耗者之負擔，以禁止無謂之浪費，有改善生活之作用在焉。

(六)「拍賣」與「投標」 除上述五種之售貨方法外，尚有拍賣與投標兩種特殊之銷貨方法。「拍賣」乃將出售之標的物(大都係舊貨)約定日期，當衆公開競爭承買。拍賣商先期將委託出賣之貨物陳列於拍賣行內，任人參觀，並將託賣物之名稱，數量，拍賣日期與地點，登報公告，及期顧客齊集於拍賣場所競買，出價最高者，即獲得該項貨物。「投標」係將欲買貨物之種類、品質、數量等開具標單，登報公告，並在一定地點，設立標筒，限定日期，徵求投標。應徵者照標單所開條件，估定價格，書於單上，固封投入標筒，及期當衆啓視，擇其開價最低，條件最優之一標而買進。此法就買主方面言，謂之「招標」，由賣主方面言，稱爲「投標」。

第十節 廣告

第一目 廣告在商業上之重要性

現今企業單位擴大，同業之競爭激烈，推銷貨物有賴於宣傳誘導，於是廣告之術尙焉。廣告足以喚起社會之需要，開拓貨物之銷路，使商業活動趨向敏捷化，擴大化，效益甚著。否則雖有精良之出品，無由引起消費市場之注意，而打動其購買慾。年來規模宏大之公司，

均聘有專門人員，從事廣告之製作，每年所支之廣告費，動輒鉅萬，一般美術學校及商業學校，且有設置廣告科精心研究者。西諺云：「商業之成敗，半由於廣告之得失」，洵非虛言也。

廣告最大之作用，爲使社會深切感動而激起預期之反應 (Response)。因此廣告內容必須具備下列要件：(甲)切合羣衆之心理；(乙)配合本身所處之地位；(丙)應用藝術上之技巧；(丁)激起深刻之反應。

第二目 廣告之種類

廣告依其性質而區別，可分爲三類：

(一)流動性之廣告 此類廣告無遠弗屆，可分以下各種：

(甲)報紙——爲傳佈廣告最通行之利器，其特點爲：手續簡便，刊價低廉，傳遞迅速，銷區擴大，閱者衆多，反覆深刻。

(乙)雜誌——爲綜合性或專門性等之定期出版物，雜誌上廣告之措辭應認定對象，並與雜誌之性質互相配合，例如有關衣料化妝品之廣告，宜登入婦女雜誌；有關醫藥衛生之廣告，宜登入體育運動雜誌。此項廣告之特點爲：可用色彩，可以排除競爭（雜誌廣告以登載全面者爲多，可以減少同類廣告之競爭），有專門性，可作詳實之陳述 (Appeal)，存在性較長，易於得人信任。

選擇報紙及雜誌為廣告媒介時，應注意下列各點：(甲)詳細查明其正確之發行額，以核算刊登廣告之價值。(乙)應報據貨物之性質，選登適宜之報紙雜誌。(丙)應擇品流高尚，在社會上有聲譽之報紙雜誌刊登之。(丁)在可能範圍內，應利用雜誌之特殊地位，如底封面之外面，前封面及底封面之內頁，以增加廣告之效力。

(丙)傳單——此項廣告使用最為普遍，係用單片紙張載明所售貨物之效用，中貨之地點，銷售之價目等。其特點為可利用羣衆集合之機會，依其對象直接投送於消費者之手，關係最為親切。惟應注意者，傳單之形式不可呆板單調，應有藝術上之設計，用紙勿太劣，宜便於保存流傳。

(丁)舟車廣告——適用於介紹飯館、旅舍、娛樂場、展覽會、及烟酒等消耗品。文字須簡潔明白，字體應濃巨清楚，並宜採用動人之圖畫。

(戊)遊行廣告——以樂隊為先導，後隨若干人，穿戴新奇之衣帽，揭佈廣告於旗幟，遊行街市，以資宣傳。此種廣告，大都當商店開幕或舉行廉價時用之。

(己)電影廣告——係就觀衆聚集之機會，利用其閒暇之心理，在影片開映前，以動人之廣告突現於眼簾，引起其注意。此種廣告應注意兩點：(子)內容宜簡單明瞭，在一瞥之間，即能深印腦際。(丑)形式宜優美舒適，使觀衆能賞心悅目，發生和諧之感覺。

(庚)郵遞廣告——使用印就之單片或小冊，如貨樣目錄、說明書、提要書、書片、書函

等，直接寄給顧客。此種廣告，具有下列之特點：(子)富有伸縮性，其篇幅之大小，傳遞之間與區域，一任廣告者之自由處置，可收因時制宜，因地制利之效。(丑)利用人類重「我」之天性，將廣告品直接寄給顧客，易於喚起其興趣，而獲得其好感。(寅)通信之對象可嚴加選擇，限於某地區，或某種職業，或同一好尚者，可以增進廣告之效率，減少無謂之浪費。此項廣告之措辭，須真摯自然，掃除浮誇，誘發讀者之慾望。且第一次通函未必能使之感動，當續寄機警敏捷之第二，第三信件，再接再厲，激起其信服，誘導其行動，以完成交易。

(二)固定性之廣告 如木牌招貼等，常佈置於一定之場所，可分以下各種：

(甲)招貼——張貼地點宜在人煙稠密，或交通衝要之處，并應繪繪優美之圖案，配以鮮明之顏色，誘人觀賞。關於商品之名稱，商標之形式，能使人遙遙望見，歷久不忘者為佳。其要點列舉於次：(子)文字應簡單扼要，避免長篇敘述。(丑)欲使招貼發生強度作用，紙張不宜太小，并可上下左右多貼數份，以引人注目。(寅)用色以沉着鮮豔為宜，否則易受風雨日光之侵襲而消失。(卯)此種廣告，宜時常更換，勿陳陳相因，令人生厭。

(乙)牌面廣告——係在街旁道左，屋頂牆隅，用木牌或鐵皮髹以油漆而成，(或即利用建築物之本身)，入夜能綴以電光，使牌面輝煌奪目，則效用尤巨。

(三)門市廣告 擇要分述於左：

(甲)窗櫺陳列——又名「窗飾」，即在商店沿街或內部設置玻璃櫺櫃，用巧妙之方法陳

列貨物。此種廣告，功效甚宏，現代零售商人已普遍使用，將貨物直接激動顧客之購買慾，最爲切實而有力。窗飾爲一種複雜之廣告技術，須運用心機，隨時變換，以新穎神奇者爲上乘，例如陳列傢具，可將器物佈置成一小客堂或小臥房，以引人之愛好。陳列獸皮，可將獸皮裝成標本，儼然生存時之形態，以引人入勝。總之，對於形體之部位，背景之襯托，色彩之渲染，均須加以深切之研究。

(乙)音樂廣告——在店內或雇樂隊吹奏，或於沿街裝置無線電機播音，以誘路人之注意。惟戶內吹奏，喧嘩過分，有礙顧客與店員之談話；無線電亦不免單調與庸俗，不宜多用。

(丙)電燈與霓虹廣告——(Neon—Light) 利用電光組成種種文字與圖畫，作宣傳工具，光彩鮮豔，最易引人注目。惟祇限於夜間，且費用亦大，故戰時多禁止之。

(丁)包面廣告——日常用以裝置商品之鐵罐、紙盒、紙裝，以及包裝貨物之包皮紙等，均可利用爲廣告。包皮紙上可印商店牌號，營業性質，開設地點，電話或電報號碼等。大規模之商店，並將房屋圖形印上，此種廣告費用最廉，效力則頗普遍，因包紙經顧客攜回後，往往保存，以備包裹他物，於是輾轉流傳，不啻爲商店作義務宣傳也。包皮及紙盒，應分做數種，視貨物之大小而取用，紙質須堅韌牢固，以便於保存流傳。

(四)其他各種廣告方法——以上種種，僅將最普遍之廣告作一簡略之敘述，實際上廣告方法決不止此，其他如月份牌、日記簿、日曆、吸水紙、舟車時刻表、電車或公共汽車之拉

手圈上，以及信封信紙，送貨庫等，均可印以廣告，作為宣傳之媒介。此外以商店種類之不同，更可用其特殊之方法，如服裝公司可舉行時裝競賽或時裝表演以為宣傳。汽車公司，可將其新式車輛行駛通衢，以供衆覽。外國大規模之廠商，有時採用空中廣告法，係利用飛機放出濃烟，寫成廣告文字。經售新式機械者，常採實地表演法，如經售藥水滅火機之商人，將滅火機之效力，當場試驗，此皆廣告技術之出奇制勝者。商業之進化無窮，是在智者之相機運用而已。

第三目 廣告之製作

製作廣告之前，有兩種先決之條件，須加分析與研究：（一）關於商品方面應予注意者；為貨物之產量，特點、價格、以及使用方法等。（二）關於市場方面應加注意者：（甲）對於顧客之研究——包括顧客之嗜好、習尚、及購買力等。（乙）對於市場之研究——如市場之供需狀況，貨物式樣之變遷，及同業競爭情形等。明瞭上述兩點，則廣告之作法始有把握，以後只須注意「廣告圖稿」之技術方面矣。

（一）標題 廣告技術上之問題甚多，首宜注意者厥為「標題」。蓋標題為全幅廣告精粹之所寄託，亦為閱者首先注意之點。標題如能動人心目，則讀者即被吸引而讀其全文，標題不得其法，則下文無論如何美妙，亦必易被忽視，於此可見標題之重要。普通對於標題之設計有下列五個原則：（甲）文字須簡短有力，意義須明顯暢達，務使讀者一瞥即知其概要。（

乙)字體及排列之方法，須清新優美，以引起讀者之注意，(丙)內容須新穎奇特，具有刺激性，能使讀者竟讀全文。(丁)標題與商品應切合，不可隨便胡扯，而生牽強附會之弊，(戊)措辭切忌浮泛誇大，例如『環球皆知』『舉世無匹』等語，用之未免失當，徒使閱者疑慮，無由建立信用。

(二)文字——文字在宣傳功效上力量廣大，存在期久遠。其應具之條件如下：(甲)主旨明顯——所欲告人者，如為商店品之特色，則宜詳述其優異之處，而其他方面，則酌量附及，以免喧賓奪主。(乙)內容統一——冗長散漫或陳腐之語句皆宜摒除，尤須前後貫串，首尾銜接。(丙)措辭誠摯——文字須熱烈生動，言之有物，方能耐人尋味，而獲得讀者之信任。

(三)字體——廣告字體之重要性，不言可喻，如字體運用得法，可使廣告精美莊嚴，增益注意之力量。近來圖案字體流行，體裁精采者，儼然圖畫，極合廣告之用。又字體之大小粗細，亦須加以注意，斟酌擇選，其一般原則為：字體須易於認識，便於閱讀，不必多費目力與心思，即能順次讀下。在同一稿本之上，所用字體以三四種為度，不宜太多。不同之字體，須使之調和美觀。

(四)圖畫——近世藝術發達，印刷精巧，圖畫在廣告技術上之價值，且勝過文字。圖畫可以引人注意，使人感動，可以描寫貨物之實在形狀，予閱者以深刻之印象。在大規模之公司或廠商，往往為一幅圖畫，懸賞至千萬元之多，良以圖畫之精緻，與成交之關係至深切也。

。推圖畫之作用有如下述：(甲)無國界——用文字標題，對國外往往即失效力，圖畫則任何國人皆能領會。(乙)有通俗性——不識文字者，對圖畫均能領悟。(丙)可補文字之不逮——如機械上之發明，科學上之分析，及製造上之程序，用圖畫表示，使人易於了解。各種商品之使用方法，用圖畫表現之，則閱者可以如法泡製，免致錯誤。(丁)激發興趣容易吸引讀者之視線——喜閱圖畫，爲人之天性，故藉圖畫之力，可以使讀者熱烈注意廣告之內容。(戊)可以描寫貨物之形體——商品之形式、裝璜、及包裝方法，均可以圖畫描寫，使閱者易於熟識而便於記憶。(己)可造成社會新需要——商品之優點，由圖畫描寫顯示後，社會人士將爭相仿效，如家具公司可畫出室內佈置之美麗合時，使人望而生羨，急欲模仿該項佈置而來購買其傢具。故廣告圖畫具有轉變社會風向，造成新需要之作用也。

製作廣告圖畫時應行注意之點爲：(甲)須切合商品。(乙)須動人心目。(丙)須合於畫理。(丁)稿本須便於攝影及製版。(戊)勿作奇形古怪之圖畫，致閱者之注意力集中於畫上，而忘却所廣告之商品。(己)切忌過於滑稽談諧，而流爲輕薄，致引起閱者之鄙視，因而對商品亦生不良印象。

(五)色彩——色彩最爲人類所愛好，易使人興奮，其於廣告上之效力甚大。圖畫施以色彩，描寫貨物之實狀，方能逼真，襯托之人物，始能栩栩有生氣，易於激起閱者興趣，其吸引顧客效力之偉大，與無色圖畫，不可同日而語。

第十一節 吸引顧客

現代商業競爭日趨劇烈，往往同一貨物，在甲公司銷路暢旺，獲利倍蓰，而在乙公司，則問津乏人，營業遜色，此無他，售貨員推銷能力之高低有以致之也。精明之售貨員，不僅能銷出已有需要之貨品，且能無中生有，別尋蹊徑，激發顧客之新需要，而爭購其他貨物。其於商業上所佔地位之重要，誠有可以意會而不可以言傳者。茲姑就吸引顧客之方法，略述於左：

普通銷貨過程，常須經過四個步驟：第一、與顧客接近之初，應促使其注意。第二、既接近時，應引其起興趣。第三、解釋商品之需要，啓發其購買慾。第四、使顧客發生購買行為。簡言之，即吸引注意；喚起興趣，發生慾望，以進於實行交易是也。至各項步驟遞進之遲速，則因人而異，並不一律。其速者，鉅額交易，能成於剎那之間；其遲者，往往已近成交易而意念轉變，仍歸落空。是在售貨員之熟驗顧客心理，細察貨品之性質，與夫精心研究推銷技術，分別使用應付之方法，以操勝算而已。茲將售貨過程，分別闡述如次：

第一目 引起注意

售貨之第一步工作，在於如何吸引顧客之善意的注意。引起注意之方法多端，可簡分爲客觀與主觀兩方面：

(甲)客觀方面——如店面之裝璜窗櫺之陳列，應力求整齊美觀，或刊登悅目動人之廣告，或演奏清新怡情之音樂，使人油然而往。

(乙)主觀方面——(爲售貨員本身)——售貨員欲獲得顧客之重視，應注意以下各端：(子)體格與儀態——售貨員體格強健，精神充沛，舉止大方，態度從容，顧客自必樂於接近。(丑)禮貌——人類均有自尊心，售貨員接待顧客，須不憚繁瑣，謙恭有禮，當顧客進門時，應笑靨相迎，善爲引導，切忌側目凝睇，使人勿愉。(寅)言語與習慣——售貨員與顧客談話，須條理清晰，簡潔扼要，一切粗言俚語，不宜攔入。尤須意念集中，專心與顧客周旋，勿稍敷衍，並不應口噴烟捲，致穢味侵人，引起惡感。(卯)服裝——售貨員服裝不論何種質料，總以整潔樸素爲上。失之粗俗，或過事奢華，均足以啓顧客之鄙薄。(辰)記名——熟記他人姓名，爲實際上最有效之方法。如顧客入門，售貨員能記其姓氏而稱呼之，實最易獲得顧客之歡心。(巳)暗示——顧客購畢某貨時，售貨員可用暗示法移其注意力於另一貨物，如「本號尚有某種貨品，式樣時新，價格公道，請賜察觀」。或觸類旁通，介紹其他連帶關係貨物，倘應付得法，每能獲得加倍之生意。

第二目 喚起興趣

售貨員能獲得顧客之注意，則第一步驟已告成功，應進而喚起顧客之興趣，使顧客集中注意力於貨品之上。其方法不外了解顧客之心理，以求迎合之道。如對多言好辯者，宜虛心靜

氣，詳爲剖白，使其信服。對拘譁計較者，宜遍示同一性質之貨物，任其選擇評較。遇有不明貨品之用途者，宜詳加解說，當場試驗。式樣新奇之貨品，并應將特點標明，審時度勢，以懇摯之態度，動人之言詞，獲得顧客之信任，而鼓舞其興趣。是以售貨員對於店中經售之貨品，應洞悉一切，如貨物之商標、廠名、類別、性質、用途、價目、及廣告，均宜隨時留意，迨顧客動問時，則成竹在胸，始能應對自如，不致茫無頭緒，此皆喚起興趣之要點也。

第三目 啓發慾望

顧客興趣既經引起以後，售貨工作之過程，已完成其半，欲竟全功，須勤慎從事，進謀所以啓發慾望之道。例於某某貨物對於實用上或生活上有如何密切之關係，可反覆申說，儘量增高其需求之程度，從而激起其購買慾，有「不獲某物，似爲缺憾」之感覺，至此，則交易大有完成之希望。售貨員再應察知顧客之購買力，因勢利導，盡力宣揚，使其慾望益臻殷熾，以達成交之目的。

此外尙需注意者，爲提明價格是。價格係交易成否之重大關鍵。常見多少顧客，盡興而來，惟於售貨員價格甫出口時，忽廢然而去，其原因固非一端，而報價未合時機，亦爲重要原委之一。故售貨員對於售價，須俟顧客興趣鼓舞至最高潮時，始行提明。又提價時須脫口而出，不可稍有囁嚅，以啓顧客之疑竇。

第四目 實行購貨

顧客購買之熱力既油然而生，售貨員最後之任務，當使其發生佔為已有之慾望，即使其實行購買是也。此為最難完成之步驟，亦即售貨員技術最精奧之所在。蓋此時顧客腦海中意念雜陳，往往雖有購買之慾望，但或疑為需要不切，或為其他利害關係所侵奪，猶豫踟躕，功敗垂成。售貨員須把握時機，竭力施以勸誘，消弭顧客反對之心理，而助長其信從之意念，則交易方可有成。

大體言之，促使顧客購買，有「授意」與「理論」兩種方法，可因人而施。對於秉性躁急之顧客，可以敏捷直率之態度對付之。對於遲疑不決，多愁善慮之顧客，須有忍耐功夫，力事宣揚，將貨物之優點及功效，比較說明，以堅定其決心。

貨物雖經成交，售貨員對於顧客，仍應殷勤招待，處理手續敏捷周到，務使顧客於短時間內，欣然攜物而去。并經常不斷光顧，庶盡招徠之能事。

第十二節 推廣營業

廣告固為促進營業之要圖，但終不能昇顧客以實惠。故仍需利用其他方法，期收滿意之效果。茲列舉數事，為推廣營業之參考。

第一目 定期廉價

定期廉價(Special Sales)本為百貨公司營業之方略，近來各業做效風靡一時，幾於無日

無之。有以季節時令號召者，如「春季」或「中秋」大廉價等是。有以本業動態號召者，如「週年紀念」「遷移房屋」「出清存貨」等是。其利弊可如下述：

(一) 利益：(甲)「滯銷貨」「水漬貨」或「底貨」原難脫手，至此賴以出清。(乙)售價雖較平時低廉，惟因購者踴躍，銷路激增，結果仍能獲利。(丙)店中顧客增多，其他商品亦得連帶售出。

(二) 弊端：(甲)售價減低過多，易使顧客懷疑平日售價太昂。(乙)出售次等陳貨，或受損之貨品，足以降低商店之地位。(丙)店中營業驟增，常致招待不週，易引起顧客之惡感等。

如上所述，則廉價之舉，各有得失，難操必勝之券，且同業紛紛競爭，利益更形菲薄。故廉價必須有正常理由，次數不宜太多，不可假借名義，減價期限，尤不應一再延長，致失顧客之信仰。所售貨物，應坦白聲明係「次等貨」，或「水漬貨」，切忌將劣貨混入出售。減價前應準備妥貼，佈置周密，凡妨礙秩序，怠慢顧客之情事，應竭力避免。

第二目 贈品

此法足以引起顧客之興趣，其方式甚多，最普通者為標明購貨若干，贈以某種物品。亦有不直接贈與，而用摸彩抽籤等法，憑其機遇，以得贈品者。又有憑發票號碼，以「搖彩」中獎者。最近有聯合贈券之法，係由若干公司備大宗贈品，凡向各該公司購貨滿若干元以上

者，贈以印有號碼之贈券一紙或數紙，至一定時期，當衆開彩，以決贈品之誰屬，顧客爲贈品所鼓動，無不踴躍購買，各公司之貨物，乃得同時暢銷。

第三目 折扣

折扣有數種，如書局出售書籍，照碼幾折，此乃營業常例，是謂「普通折扣」。凡以現金購貨可以照碼折扣若干，是謂「現金折扣」，其用意在於吸收現款，以免賒銷之損失。又有「從價折扣」及「從量折扣」等，係購買滿若干件，或貨價超過若干元以上者，給與折扣，所以使顧客多買貨物。

第四目 犧牲品

犧牲品(Loss Leader)爲提出一二種著名商標之日常必需品，特別廉價出售，以資招徠。此法之優點，在增加營業；節省廣告費用；予顧客以「貨價低廉」之良好印象。惟在另一方面，犧牲品之售價既極低廉，勢須抬高其他貨品之價格，以資彌補；易於引起其他廠商之反感；顧客之狡黠者專買犧牲品，其他物品，概不過問，而犧牲品數量有限，往往使後來之顧客向隅，是其缺點。

第五目 徵集競賽

徵集競賽(Consumers' Contests)，此法於廠商有新品問世，或向外洋運到新貨時，使用最爲適宜。新品需定名稱或創置商標，舶來品需譯貨品，均可登報徵集意見，中選者

給予現金或實物。此法具有廣告之效力，可以引起公眾熱烈之注意。徵求之名稱，因係集思廣益之故，可選取最適當者，且由此而決定之貨名或商標，已深印於顧客之腦海中矣。又如上海某大公司曾舉行拚圖遊戲，請公眾參加，有抽簽得獎之機會，亦係此種方法之一。惟應注意者，採用之徵集或競賽方法，務須與出品有連帶關係，否則競賽期過，效力即行消失。又每次競賽，參加者必形踴躍，而得獎者僅寥寥數人，為免多數人之失望計，對於應徵而未中者，均應贈予相當之紀念品，是亦聯絡顧客之意也。

第六目 舉行展覽會(Exhibition)

商店欲圖推廣營業，須吸引多數顧客登門，吸引之道，除用以上各種方法外，并可舉行展覽會。例如時裝或國貨展覽會等，在繁盛之都市中，舉辦者已數見不鮮。此種展覽會，倘能具有教育意味，更可獲得社會人士之贊助，如新式家庭機械，用具或醫藥衛生用品等，均可舉行展覽，同時加以說明，使顧客於此獲得實用常識，商家因而增加廣告之效力，是一舉而數善具備矣。

美國之百貨公司，有專備場所供社團(如慈善團體，學術團體等)集會之用者，其目的無非為聯絡顧客之感情，吸引多人經過店堂，俾貨品得有出售之機會，亦計之善者也。

此外殷勤之招待，尤為重要，嘗見有但注意廣告而不注意招待者，往往顧客乘興而來，敗興而去，以後且無願問津者，是則廣告之效能未顯，慢客之惡習反而人盡知之，結果使顧

客相率遠引，廣告費用不啼虛擲，是以一方面固須注意廣告之宣傳，而他方面又不可不研究「招待」之方法，以收相互爲用之功效。招待顧客，須誠懇、和藹、忍耐。新舊顧客，宜一視同仁，大小交易，應不加歧視。循是以往，營業自可蒸蒸日上矣。

研究問題——「經商要務」之部

- (一) 選擇商店地址有何共通注意之點？
- (二) 商號登記後有何利益？
- (三) 選集二十個完善之商標。
- (四) 商品可分若干類？試列表以明之。
- (五) 買賣單據可分若干類？試述其作用。
- (六) 進貨部之職務如何？
- (七) 試述進貨應注意之點？
- (八) 大批進貨有何利弊？
- (九) 銷售有若干途徑？
- (十) 某商號採辦新聞紙一批，進本爲五十六萬元，估計店中開支佔總銷數百分之二十五，欲得淨利百分之十七，試問售價若干？用公式表明之。
- (十一) 何謂特約所？如何避免其弊病？

- (十二)批發商可分若干種？
- (十三)廠家與零售商直接交易有何便宜？試述最新式之零售制度？
- (十四)廣告可分若干種？
- (十五)某君創辦玻璃廠，出品齊備，試代擬廣告一則。
- (十六)時下各商店均舉行大廉價，試調查其內容而評述之。
- (十七)售貨過程可分若干步驟？
- (十八)試述商人對於抗戰應有之貢獻。

第八章 貨幣

第一節 貨幣之起源及發展

第一目 交換與分工

貨幣之起源，乃由於人類分工與交換之發展，故貨幣爲人類社會經濟進化之產物。原始時代，社會之經濟單位，大率基於共同血緣共同地域而成之社會共同體，其生產力薄弱，除自給自足外，無剩餘產品發生，生產與消費，皆局限於氏族團體以內，共同生產，共同分配，生產之目的，爲全體之共同消費而已。迨後，社會生產力發達，人類慾望增進，分工產生，自給自足之孤立經濟，漸告打破，交換亦由諸共同體間之制約形態而日益擴展，成爲經常現象。社會之分工，爲促進商品交換之一大動力，而交換方法，又爲實現社會分工之先決條件，二者相互輔助，相互推進，交換經濟時代，由是肇始。

第二目 物物交換

日本經濟學者津村秀松氏，將交換經濟時代，劃分爲三期：

第一期 物物交換經濟時代 (Period of Barter economy)

第二期 貨幣經濟時代 (Period of money economy)

第三期 貨幣信用經濟時代 (Period of money and credit economy)

物物交換 (Barter) 又稱實物交換，即物與物之直接交換，並無媒介，例如某一自給自足之農業部落，偶然有消費剩餘之米五石，但需要羊皮五張，此時，適有另一畜牧部落，正需米五石，而剩餘羊皮五張，經二部代表偶然之商洽，交易遂成。但此種無交換媒介之直接交易，不便良多，蓋物物交換，為物與物易，一方之所有，未必為他方之所需，交換物品之種類，品質，數量等，皆須完全投合，交易方能成立。又物物交換，無一定之交換比率以為價值之尺度，測定交換物之價值，須一一定其比率，十種貨物，即有四十五種交換比率

$$\frac{(10-1) \times 10}{2} = 45, \text{ 百種貨物，即有四千九百五十種交換比率 } \frac{(100-1) \times 100}{2} = 4950 \text{ 此}$$

缺一共同之價值尺度所致也。交換物品，又有變質破損等虞，儲藏搬運，殊屬困難，此亦物物交換之不便也。

第三目 物品貨幣

原始經濟時代，交換為偶然之現象，各經濟單位，以自給自足為原則，且物品簡單，交換比率，自亦不若理想之多；生產力薄弱，物品之剩餘而儲藏者，實屬鮮見，即或有之，期限亦極暫短，故物物交換之不便，尚不甚顯著；後人口繁殖，慾望加多，社會分工進步，生產力更為發達，且物品種類，亦日趨殷繁，物物交換，困難漸著，不克完成其時代之使命，

遂於不知不識間，由間接交換代之而起。所謂間接交換者，即藉某項便利有用而人人樂於接受之特種物品，以爲一般交易之媒介，價值之尺度，交換之時，先以不需之剩餘物品，交換此種具有普遍接受性之特種物品，然後再之以隨時易取所需之物，故曰間接交換，而此爲二物交換媒介之特種物品，卽爲貨幣 (Money)，貨幣經濟時代，亦由是肇始。

初有貨幣之時，爲求其人人樂於接受，故通常皆以能供直接使用之生活必需品爲貨幣，當時貨幣之能爲普遍接受，實由能供直接使用而產生，如米，茶，烟草及裝飾品珠子，介殼，獸皮等是，此種充一般交換媒介之特種物品，卽具有二重性格，一爲能供直接消費，一爲充當一般交換之媒介，前者爲一切商品之共通性格，後者爲貨幣自商品性外，執行一般商品共通尺度之特殊性能，是爲貨幣性，貨幣性以商品性爲基礎，無商品性則貨幣不能成立，故名白物品貨幣 (Commodity money) 如歐洲古代畜牧時期，牲畜爲最流行之交換媒介，日本用米爲貨幣，羅馬曾用乾魚 (Dry fish)，哈得孫海灣用裘皮，中亞細亞用茶磚，美非幾尼亞 Virginia 及其他南部殖民地用菸葉，印第安人用具殼等等。

第四目 金屬貨幣

商品貨幣，固爲交換經濟發達之產物，但當社會經濟更進一步時，遂因難於儲藏，不易分割等原因，逐漸爲金屬所替代。金屬貨幣，亦因交換經濟之發展而日益進化，大別之，可分爲賤金屬貨幣時代及貴金屬貨幣時代二期：

(一)賤金屬貨幣時代 以賤金屬充一般交換之媒介，如鋅錫，青銅等是，賤金屬除特殊之貨幣性外，仍具商品性，得用以製造農工用具，故為人人樂於接受。

(二)貴金屬貨幣時代 及後經濟發達，交易殷繁，且採礦技術進步，賤金屬供給增多，此體大值小的賤金屬，已不適於充鉅額交易之媒介，故於賤金屬貨幣外，貴金屬貨幣亦日漸應用，蓋貴金屬貨幣，優點甚多，茲略述其犖犖之大者；

第一：體小值大，攜帶方便，易於儲藏。

第二：耐久不變，價值固定。蓋貨幣非此不能勝任價值之尺度，及延期支付之工具也。

第三：品質同一，易於識別。貴金屬有一定之聲色重量，假冒困難。

第四：便於分割，不問借貸之多寡，交易之大小，貴金屬能隨意割分而不損其價值。貴金屬貨幣之運用，又可分為下列三個進化過程：

(甲)貴金屬初用之時，必先權衡輕重，鑑別成色，始能相互接受，故曩昔我國舊式商人，皆攜帶秤衡與試金石以行。此時，賤金屬貨幣仍舊使用，充當一般零星交易之媒介，唯以貴金屬貨幣為主耳。

(乙)每一交易，其貨幣必先權衡與鑑別，手續之煩瑣，自不待言，後乃發明以一定重量，一定成色鑄治成錠，或再加蓋官廳印鑑，以為担保，此即鑄幣時代之嚆矢也，貴金屬鑄成錠式以後，可不必再權衡其輕重，鑑別其成色，蓋每錠有一定之成色重量，且載明於錠面者

，如我國之元寶卽是。

(丙)貴金屬鑄成錠狀以後，每次交易，而需加以權衡與鑑別，論其塊數已足，較前自己簡易多多，惟錠之形式不一，故宵小者流偷銜其一小部份，以乘機牟利者，逐漸發生，因之，交易之時，仍需秤衡，爲彌補是項困難起見，遂有鑄幣產生，鑄幣者，卽將金屬鑄成一定形狀，大小，重量，成色，且將一定價格鑄印於其面之貨幣也。鑄幣之格式，多爲小圓片，兩面及邊緣，皆印有花紋，一有挫刮，花紋卽損，故使用時，無需權衡輕重，鑑別成色之煩，憑其標明之價格，卽能相互洽授矣。

鑄幣時代，更可進而劃分爲前後二期，前期爲國家與經國家核准之個人或團體共同鑄造，其後則因准許私人鑄造之故，形式，大小，重量，成色既難一致，且偷工減料，乘機牟利者不一而足，故遂取消私人造幣權，由國家獨佔鑄造，是卽鑄幣時代之後期也。

第五目 紙幣

近百年來，經濟發展之速，一日千里，貴金屬貨幣固有體小值大之利，惟於鉅額交易之支付，仍感儲運不便，且貴金屬之生產，有相對減少之勢，際此世界經濟突飛猛進時代，貴金屬實有供不應求之感，故藉日常信用以發行紙幣(Paper money)之方法，遂應運而生。紙幣亦有種種區別，若以准否兌換而言，則可分爲下列三種：

(一)兌換紙幣(Redeemable or Convertible Paper money)所謂兌換者(Convertibility

）乃指兌換金屬本位幣而言，紙幣發行人，有見票即兌——兌付金屬貨幣——之義務，而紙幣之持有人，亦有隨時要求兌換金屬貨幣之權利也，此種紙幣之流通，全恃發行者之能隨時履行其義務，發行者之信用，極為重要，故又名信用貨幣（Fiduciary money）。

（二）不兌換紙幣（Irredeemable or inconvertible Paper money）此種紙幣，並非建築於金屬貨幣之上，發行者既無見票兌付金屬貨幣之義務，而持有者亦無持票請求兌換之權。紙幣具無限法價資格，憑政府之法令，人民之信任而強制流通者也，故又稱法令貨幣（Fiat money）。

（三）對外兌換對內不兌換紙幣 此種紙幣，為第一次歐戰後之產物，對內不得請求兌換，而對外決算時，則可請求兌換一定限度額以上之鉅額金幣，生金或國外金匯等，以供輸現出口，故就對外關係言，則又為兌現紙幣。

茲就紙幣之發行者之不同，又可分為下列二種：

（一）政府紙幣（Government notes）政府紙幣者，政府機關發行之紙幣也，若為兌換紙幣，則由政府負見票即兌金屬主幣之義務，如為不兌換紙幣，則藉國家法令而強制流通者也，紙幣由一國政府發行，則於非常時期，常有濫發（Over issue）而造成通貨膨脹之現象。

（二）銀行紙幣（Bank notes）銀行紙幣者，乃由銀行發行之紙幣也，若為兌換紙幣，

則由銀行負見票兌現之責，此種兌現紙幣，又名兌換券。銀行紙幣又因銀行有國家與私立之不同，故又可概別為國家銀行紙幣與私立銀行紙幣二種，後者，專指私立銀行所發之鈔票而言，而前者則為國家銀行所發，其表面雖為銀行券，究其實際，則仍為政府紙幣而已。故不兌換紙幣，多為政府紙幣，而兌換紙幣，則以銀行券較多也。

又有以活期存款戶所簽發之支票為貨幣者，即所謂存款貨幣 (Deposit money or deposit Currency) 是此種支票，在信用制度發達之國家，確能通行無阻，其日常交易，固十之八九，賴支票以為支付之工具，惟在信用制度不發達之國（如我國然），支票僅為少數熟識者相互間之信用工具，而不能為人人樂於接受者，既非一般交換之媒介，自不能與一般貨幣相提並論，故本節亦不擬以存款貨幣列為貨幣之又一發展階段也。

第二節 貨幣之意義及職能

第一目 貨幣之意義

貨幣之起源與發展，已詳述於前節，貨幣之究為何物，固能由之略得其梗概，惟欲為貨幣一詞，立一簡賅完美之界說，誠非易事也。夫古來關於貨幣之義意，學說紛紜，言人人殊，茲先就一般學者對貨幣之主要界說，略述於後，試評其當否，以求一較為簡明的常之界說。

有謂貨幣者，乃一切交換之媒介也。此說最爲廣義，不問其能供一般流通與否，苟爲有換之媒介，皆貨幣也。舉凡一切金，銀，紙鈔，支票，匯票，本票乃至其他有價證券，皆包括於貨幣之內，英之薛特維克氏 (Sidgwick) 意之潘達留尼氏 (Pantaleoni) 及黑夫利 (Helfferich) 威克爾 (Walker) 等氏皆主此說。此種界說，實失之過廣，例如各種票據，有時雖與紙幣有相同之流通效力，可供交易媒介之用，然其所以流通者，實基於發票者之信用，其流通範圍極狹，局限於相熟者之間，且須先得對方之承諾而後可，故此種物品，於甲雖爲交易之媒介，固爲貨幣，轉而對乙，設乙拒絕接受，卽非貨幣矣。蓋貨幣雖爲交換之媒介，而一切交換之媒介，未必盡爲貨幣，故一般交換之媒介，實爲貨幣成立之第一要件也。

亦有謂貨幣者，乃法定支付之工具也，將貨幣局限於國家法律所規定之貨幣範圍以內，其爲法律所承認者，始爲貨幣，反之，其非爲法律所承認者，不問其實質若何，皆在排斥之列，德之克那普氏 (Knapp)，美之荆萊氏 (Kinley) 皆主此說。此說與薛特維克等氏之一切交換媒介說，適相反，其弊失之過狹，蓋於「貨幣非法律承認卽不能成立」之前提下，其結論將謂社會未有法律以前卽無貨幣之存在，證諸事實，未必盡然。此說雖就法律立論，然其忽視現實之經濟生活——社會習俗——過甚，故吾人亦未敢贊同也。

又有謂貨幣者，乃一般交換之媒介，且爲最終支付之工具也。主此說者，認爲貨幣於一般交換之媒介外，仍須以最終支付之用具爲第二要件。故論者謂貨幣之必要條件有二，其一

爲：於一社會爲一般交換之媒介，其二爲：於一社會爲最終支付之用具。如德之羅歇氏（Roschar）納斯氏（Nasse）即倡此說，此說固較確當，然亦未能完全說明貨幣之意義。若貨幣必爲最終支付之用具而後可，則一國之貨幣僅爲正貨及不兌換紙幣而已，他如兌換紙幣，其雖爲一般交換之媒介，然其持有者，仍有隨時持票請求兌換金銀貨幣之權利，此非最後支付之工具自極顯著，故不得列爲貨幣，又如歐美，信用制度發達之國，其日常交易，雖十之八九以支票期票——存款貨幣——以爲一切交換之媒介，但其仍然缺乏第二個最終支付用具之要件，故被擯斥於貨幣之列，則更不待言矣。

然證諸事實，我人日常對貨幣之授受，亦並不考量其是否爲最終支付之用具，凡其能爲一般交換之媒介，持有者得隨時以之易取其所需之財物或勞務者即可，蓋一切貨幣之主要任務即在此，設某項物品，其不能爲一般交換之媒介，持有者不能隨時以之易其所需，則不問其質料爲何，決不能名之爲貨幣。貨幣爲交易之手段（即工具）而非目的，吾人之所以日事求之者，並非貨幣之本身而已，乃欲藉以爲一般交換之媒介，且保證持有者得隨時易取其所需之財物或勞務，至其是否爲最終支付之用具，則可置而不問也。若貨幣不能盡其職能，則此卽不能食，寒不能衣之阿堵物，其雖爲金鑄銀造亦屬徒然耳。而兌現紙幣，其雖非最終支付之工具，但上述任務，仍能發揮盡緻，與一般正貨無異，今若擯之於貨換之外，實抹殺現實經濟生活之謬論也，故此說亦不足取。

以上諸說，皆就一端立論，各有其是，各有其非，今於評介之後，試截長補短，摘菁華，去糟粕，以管窺之見，作一貨幣之界說於後；貨幣者，社會經濟之產物，作為一般交換之媒介及商品價值之尺度者也。至其質料或為金銀鑄造或為紙張印成。均無不可，凡能完成貨幣職能而保證持有者，得隨時易取其所需之財物或勞務，皆貨幣也。

第二目 貨幣之職能

(一) 一般交換之媒介 (General Medium of Exchange) 吾人於前述貨幣之發展中，已述及彼之三大職能 (Functions) 即一般交換之媒介及價值之尺度是。一般交換之媒介，為貨幣之首要任務，亦即貨幣成立之第一要件也。當物物交換時代，人民以物易物，困難良多，蓋直接交換一方之所給，未必為他方之所需，交換之地點時間，交換物品之種類，品質，數量等，皆須完全投合，苟不一致，交易即不能成立。自貨幣興起上述困難即告解決。持有貨幣者，得隨時隨地以貨幣易取其所需之財物或勞務，其有剩餘貨物者，得先與貨幣交換，然後再以之交換其所需，直接交換之不便，皆得藉交換媒介而祛除矣。又一切交換之媒介，並非盡為貨幣，貨幣不僅為某一交易之媒介，且為任何交換中，人人樂於接受之中間物，故一般交換之媒介者，乃貨幣之基本職能也。

(二) 價值之尺度 (Measure of Value) 貨幣之第二主要任務即為價值之尺度，所謂價值之尺度者，即於交易時，比較物價，以表示財物或勞務之交換價值也。物物交換時代，交換

比率，無一定之尺度，可爲標準，測定交換物之價值，均須一一定真比率，甲物若干，等於乙物若干，又乙物幾許，始能交換丙物幾許，相互換算百種貨物，其交換比率，達四千九百五十種之多，不便煩瑣，莫此爲甚。今貨幣發生，即担负此交換尺度之責職，一切交換價值之大小，皆由貨幣爲之表示，上述不便，即由貨幣完全解除矣。管子云：「先王以珠玉爲上幣，黃金爲中幣，刀布爲下幣。握之非有補於煖也，食之非有補於飽也；先王以守財物，以御人事，而平天下，是以命之日衡。衡者，使萬物一高一下，不得有調也。彼幣重，則萬物輕，幣輕則萬物重，人君操穀帛金衡，而天下可定也」。由此觀之，吾國古代學者，對貨幣權衡萬物之職能，在紀元前六百年左右，已有簡賅透切之說明矣。

上述二種職能，不能分離，伴隨發生而無先後之可言，貨幣誕生，即已具備上述二種職能，質言之貨幣即以此二者爲成立之要件也。夫貨幣之能爲一般交換之媒介，首須衡量二者之價值，故前一職能發生，後一職能亦隨之具備，貨幣之所以能充價值之尺度者，正因其能爲一般交換之媒介也。

(三)延期支付之標準 (Standard of Deferred Payment) 貨幣之第三職能，即爲充將來償付債務之用具。若無貨幣，今日所借之財貨，他日則仍須以用物償付之。例如所借者爲米，則償付之時，仍須以米歸還，惟米之價格，常因豐歉而漲跌不一，若米價昂貴，借者必受損，反之，米價賤跌，則貸者蒙受其害，迨貨幣興，借者即以貨幣爲授給之工具，貸者亦以

之爲他日償付之標準，蓋貨幣價值，除非常時期外，比較穩固，少有急劇之漲跌，故借貸雙方，不致有意外之損失發生也。

(四)價值儲藏及移轉之手段(Store and transfer of Value)物物交換時代，如有財貨剩餘，除儲藏財貨本身外，則別無他途可循，而財貨之儲藏，既須廣大完善之場所，又因其本身極易變質破損，爲時稍久，即受莫大之損害。至於價值之移轉亦因無貨幣之故，除直接搬運其財貨外，別無他法，如其財貨爲固定性質者，則根本無法輸送矣。至貨幣行用，儲藏財貨者，即可儲藏貨幣，彼體小值大，儲藏既便，且其效果，即與儲藏百貨無異，蓋貨幣能充一般交換之媒介，且保證持有者隨時易取其所需也，又貨幣對價值移轉之困難，亦因同一理由而能爲之完全屏除，如須移轉財貨於他處，則可首將財貨易取貨幣，而攜往他處，再行購其所需，財貨之價值，即賴此體小值大之貨幣而移轉矣。故貨幣者，洵屬價值儲藏及移轉之唯一手段也。

第三節 貨幣制度

第一目 名詞界說

(一)法債(Legal tender)法債者，即指法律上認爲可供清償債務之最大數額而有強制通用力之貨幣也。法債得分無限法債(Unlimited legal tender)及有限法債(Limited legal tender)。

兩種，無限法償者，運用數量無有限制，債務人得盡量無限制使用以償債務，而債權人不得拒絕收受也。各國對本位貨幣，大率給以無限法償資格，如我國新貨幣政策實施前之銀元，法國之金法郎及五法郎之銀幣，皆為無限法償貨幣也。民二十二年之銀本位幣鑄造條例第八條規定：凡公私款項，及一切交易，用銀本位幣授受，其用數每次均無限制。有限法償者，其行用數量，法律規定一最大限度，過此，即非合法貨幣，債權人得拒絕收受，各國之輔幣，通常規定為有限償貨幣，如我國銀輔幣之行用以合國幣二十元為限，銅輔幣之行用幣之行用，合國幣五元為限，即其例也。

(一)自由鑄造(Free coinage)自鑄造者，即政府於法律上准許人民以任何數量之標準金屬送造幣廠請求鑄造之謂，故自由鑄造，造幣權仍屬國家，人民所有者，乃自由請求鑄造貨幣之權。自由鑄造之目的，在於國家吸收金銀及求貨幣供求之自然調節也。自由鑄造，各國大率限於本位貨幣，輔幣則無此權利。例如我國二十二年三月銀本位幣鑄造條例第十一條規定：人民可以提供鑄幣銀類或舊有銀幣，持向中央造幣廠，以千分之九九九之純銀二三、四九三四四八公分(並加納鑄費一元之百分之二·二五)請求鑄造銀本位幣一元，而造幣廠不得拒絕也。

(二)本位幣及補助幣(Standard money and subsidiary money)金屬貨幣，可分為本位幣及補助幣二種，本位幣及補助幣二種，本位幣者，一國貨幣制度之基本貨幣，亦即一國法

定之標準的貨幣單位也，故又稱主幣。本位幣通常以貴金屬鑄造均為無限法償，歐戰以前，且常賦以自由鑄造之特質。補助貨幣者，乃以輔助本位幣為目的之貨幣也，故亦稱輔幣，輔幣以便利日常小額之零星交易為主旨。故通常以賤金屬鑄造，如銀，鎳，銅等是，都為有限法償，且禁自由鑄造者也。

(四) 面值與實值 (Face Value and real Value) 面值者，貨幣之額面價值，政府於鑄幣時在其面上所標印之價值也，故又稱名稱價值 (Nominal Value)。實值者，貨幣實際之金屬價值也。本位幣之面值，除鑄費或所納鑄造期間之利息外，通常應與實值相等，換言之，一圓銀幣之價值，除造幣費或所繳鑄造期間之利息外，應與鑄毀後之銀價相等。輔幣則否，為減少其磨損及收取造幣利益計，故其材料價值常較面值為低，因之輔幣禁止人民請求鑄造，而歸國家獨占也。又此種面值高於實值之貨幣，名曰虛幣 (Token money)。

(五) 公差及磨損 (Tolerance of the mint ad abrasion)。就理論言，貨幣之成色重量，務使與法律規定相符，否則，應禁止發行，以免擾亂貨幣行政，惟近代各國之造幣技術，雖甚發達，然欲求其毫厘不爽，誠事實所難能，故各國幣制，皆認可其有一定之差額，其相差於一定限度以內者，法律認為係造幣技術所必需而准其照常發行，此法律所認之差額，即謂之公差，如我國銀本位幣鑄造條例第五條規定其重量公差為：「銀本位幣每元之重量與法定重量相比之公差，不得逾千分之三」。又第七條規定之成分公差為：「銀本位幣每元之成色

，與法定成色相比之公差，不得逾千分之三」，第六條又規定其大數公差爲：「銀本位幣每一千元合計之重量，與法定重量相比之公差，不得逾萬分之三」。

貨幣發行以後，轉帳流通，久則磨滅毀損，自屬難免。貨幣之重量成色，於發行之始，固當求其精確一致，故有公差之制度，即發行以後，亦應設法防止磨損過度，以致惡幣充斥，其防止之法，即收回改鑄是也，惟若貨幣稍有磨損，即須一一收回改鑄，亦將不堪其煩。故各國皆有通用最輕量之規定，如貨幣因磨損而至此法定最輕量以下者，則收回改鑄。至收回之法，不出同額收換及減成收換二途，如我國國幣條例第十條規定：「一元銀換，如行用磨損，致法定重量減少百分之五者，五角以下銀鑲銅幣，因行用磨損，減少百分之五者，得照數向政府兌換新幣。」

(六)格來欣法則(Greshams Law)英格來欣氏(Sir Thomas Gresham)於一五五四年女皇依利莎白(Queen Elizabeth)時代，任英國造幣廠廠長，曾於其奏摺中稱：「良幣流出海外，實因亨利第八以來鑄幣惡劣所致，故應速爲改革幣制之後英經濟學者馬克略(H. D. Macleod)於其一八五七年所著經濟學概論(Elements of political Economy)中，盛贊惡幣驅良幣爲千古不易之法則，且名之曰格來欣則。」

所謂格來欣法則者，即惡幣驅逐良幣(Bad money drives out good money是也)，詳言之，一國之內，若有二種優劣不同之貨幣同以無限法償資格及面值流通於市，則此實借較高

之良幣，將盡被實價較低之劣幣逐出流通界外或窖藏或溶解，或鑄出良幣即將絕跡，而劣幣充斥於市，故費休氏 (Fisher.) 稱之爲 (Cheap money drives out dear money)。

此法則之行使，仍須具備三項條件，即二幣同爲無限法貨，同按名價流通，及皆許自由鑄造是也。

第二目 貨幣制度之義意及種類

(一) 貨幣制度之意義 貨幣爲經濟社會之產物，其起源及發展，皆以經濟社會之變遷乃契機，而貨幣制度之進展，亦給人類經濟生活以一大推進也。原始經濟時代，人類交換以爲易物，並無貨幣以爲媒介，後生產發達，交換日繁，此單純之直接交幣方式，日感不便，乃進而以一人人樂於接受之物品，作爲交換媒介，於是貨幣產生，人類之交換方式由直接而爲間接，初有貨幣之時，其本身之使用價值甚大，蓋非此焉能人人樂於接受？故當時通用之貨幣，大抵爲米穀，布帛，家畜，貝殼，及烟草等物品，此種方法，自較物之交換時代方便多多，迨後，分工進步，生產力增強，交換更繁，物品貨幣因分割不易，儲運困難，種類煩雜，價值不一等原因而不克完成當時經濟社會之使命，遂更進而採用金屬幣，最初，以賤金屬器具爲交換媒介，後由賤金屬進而爲貴金屬秤量貨幣，再由秤量貨幣而演化爲鑄幣，而鑄幣時代，亦有前期及後期之別，其前期爲國家與人民共同鑄造，後期則國家否認人民之鑄幣權而由其獨占鑄造，至此，貨幣遂由國家制定其一定之單位，形式，大小，重量及成色等等，賦

以無限法償資格及強制流通能力，作爲一國之本位貨幣，完整之貨幣制度卽由此建立。時至今日，由於經濟社會之突飛猛進，貨幣制度對於一國經濟之榮枯，社會之治亂，影響至鉅。例如歐美各國，自十九世紀上半期以來，仍於完整之幣制之下，求不斷之演變，迄未稍息。蓋幣制不善，輒使物價慘落，外匯漲跌靡常，經濟紊亂，國內產業遭其嚴重之摧殘，故現代各國，莫不以盡力研求或改進一適合其國內外經濟情形之貨幣制度爲當前之主要課題。

(一)貨幣制度之種類 貨幣制度，種類繁多，各家分類，亦紛紜複雜，茲先列舉康能(Conant)莫爾登(Moulton)及津村秀松等氏之分類於後，再擇其重要而爲現代各國所採用者，一一闡述之：

康能(Conant)將本位制度分爲下列七種：

- (甲)單本位制 (Single Metallic Standard)
- (乙)複本位制 (Bimetallic Standard)
- (丙)金匯兌本位制 (Gold Exchange Standard)
- (丁)政府兌換紙幣制 (Redeemable Government Paper)
- (戊)政府不兌換紙幣制 (Irredeemable Government Paper)
- (己)銀行兌換紙幣制 (Redeemable Bank-Notes)
- (庚)銀行不兌換紙幣制 (Irredeemable Bank-Notes)

莫爾登氏 (Moulton) 對於貨幣制度之分類：

- (甲) 單本位制 (Single Standard or mono-metallism)
- (乙) 複本位制 (Bimetallism or Double Standard)
- (丙) 跛行本位制 (Limping Standard)
- (丁) 不兌換紙幣制 (Irredeemable Paper)
- (戊) 合成本位制 (Multiplied Standard) 依莫氏言，合成本位制之內容，與計表本位制頗相類似。

日津村秀松氏分類如下：

- (甲) 複本位制
- (乙) 單本位制
- (丙) 跛行本位制
- (丁) 金匯兌本位制
- (戊) 紙本位制

本節所擬討論之貨幣制度，爲便於學者研求起見，僅擇其重要而並爲現代各國所採行之複本位制，金幣本位制，金塊本位制，金匯兌本位制及紙本位制五種，一一闡述於後，至其他各學者所倡議之萬國複本位制，計表本位制，單純物品本位制，勞力本位，限界效用本位

，總效用本位，及購者剩餘本位等，則因限於篇幅，故不論列。

第三目 複本位制

複本位制者 (Bimetallism) 以金銀二種金屬同為本位貨幣，其間設有一定之交換比率 (Fixed ratio of exchange) 二者均為無限法價幣，且皆得自由鑄造者也。如美之荊萊氏 (Kinley) 曰：「復本位制之主幣，為金銀兩幣所合成，兩幣之間，設定比率准其自由鑄造，且為要限法價，人民得任意選擇使用者也」。又如司各脫氏 (Scott) 曰：「複本位制度要件有三：(一) 國家於金銀之間，定其交換比率，(二) 人民以生金生銀請求鑄幣時，當依法定比率代為鑄造，(三) 金銀兩幣，同具無限法價資格」。二者對複本位制之界說，俱甚明白簡賅也。

此制所具之優點，以補償作用 (Compensatory Action) 為最主要。此作用之發揮，可收貨幣價值變動縮小及物價穩定之效，良以複本位制既同以金銀二種金屬為主幣，設法定比率與實際市場比價不一致時，則格來欣法則發生作用，債務者皆競以市價較低之貨幣清償債務，市價較高之良幣，將盡被逐出於流通界外，直至供給過多，價格下落，始再行回復，卒使法定比率與市場比率又趨一致，例如金銀之法定比價為一與三十，後因銀之供給增加，銀價下落，金銀之市場比率為一與三十二，此時，所有之銀，將盡行輸入造幣廠請求鑄造銀幣，蓋三十個銀幣，可換得金幣一枚，再將金幣熔毀，一單位之生金，於市場上即可易得三十二

單位之生銀，一轉手之間，獲利三十分之二，利之所在，羣起而趨之，結果生銀因鑄幣而供給減少，銀價上漲，生金則因金幣之被熔，而供給增加，金價下落，終於金銀之市場比價趨於一與三十之比價。反之，若因金之供給增加，金價下落，金銀之市場比價爲一與二十八，此時，所有之金將盡行輸入造幣廠，鑄成金幣，銀幣被熔毀而售之於市，結果，生金因鑄幣而供給減少，金價上漲，生銀則因銀幣被熔供給增加，銀價下落，終於金銀之比價，又與法定比率趨於一致，故複本位制有減少物價變動及穩定國際匯率之利益，

雖然，法定比價之維持，全視補償作用之能否收效，究之已往史實，採用複本位之國，莫不慘遭失敗者，蓋若少數國家採行複本位制，金銀市價一遇激劇變動，補償作用即無法收效。金價暴落，生金輸入，則金幣充斥，生銀鉅量外溢，往往變成金單本位，反之，如銀價慘跌，生銀流入，則銀幣充斥，生金鉅量外溢，又往往變成銀單本位，結果，複本位別無法維持，遂不得不停止銀幣之自由鑄造，以爲由複本位移向金本位制之一時權變之法，複本位制亦因之而變質爲跛行本位矣。

所請跛行本位(Limping Standard system)者，除荷蘭以此爲自銀本位改至金本位之過渡辦法外，類皆由複本位蛻化而來，即一國之內，仍以金銀二種金屬爲主幣，同具無限法價資格，其間亦設有法定之交換比率，惟銀幣禁止自由鑄造，故名跛行本位制。

第四目 金幣本位制

金幣本位制(Gold coin standard)者，乃歐戰前之金本位制，即以一定量之純金，鑄成金幣，爲一國之本位貨幣，賦以無限法償資格，並准其自由鑄造者，此制創自英國一八一六年五月制定貨幣法規，實施金幣本位制，其大要爲，以金幣爲主幣，具無限法償資格，銀幣爲輔幣，有限法償，前者得由人民請求政府代鑄，而後者則限制鑄造，金幣可自由熔成生金之售輸於市，或輸出國外，皆無限制也，而金幣本位制，亦必須具此自由鑄造自由輸出之條件，對於國內物價之漲落，國外貿易之盛衰，始能發揮其自動調節作用而國際匯率，亦得藉現金輸送點之制限而縮小其變動範圍也。今試將金幣本位制下，對於通貨之伸縮，物價之漲落，其所以自動調節之原因：略述如次：

採用金幣本位國家，如遇通貨不足，則幣值上漲，物價下落，自屬必然之現象，而黃金爲商品之一，其價格亦隨物價之下落而降低，故全國所有之生金，均將輸入造幣廠請求代爲鑄幣，且利之所在也，國外生金，亦將源源流入，因之，金幣增加，幣值降落，物價回漲，反之，若遇通貨膨脹，則幣值下落，物價上漲，亦自爲必然現象，黃金爲商品之一，其價格亦隨物價之上漲而增高，故所有金幣即被自由熔毀，或售諸市場，或輸出國外，因之，金幣減少，幣值回騰，物價降落，全國通貨，即回復其在正常狀態矣。

然證諸事實，金幣本位亦有其嚴重之缺點在；蓋自動調節作用，並不若理想之靈活，蓋作用之發揮，類須經過相當之時間，當調節作用尙未發生以前，一國物價因黃金之移動而急

劇漲落，將來雖能自動調節，然在此期間，其給予社會之惡果，已不堪言喻矣。又金幣本位之採行，必須與其他採用金本位制各國之經濟力量相等，否則，如一為產業先進國家，經濟力量雄厚，而另一為產業落後國家，經濟力量薄弱，則後者幼稚不振之產業，將為前者優越之生產條件橫肆摧殘壓迫，而全國之黃金，亦將為其吸收殆盡矣。

第五目 金塊本位制

金塊本位(Gold bullion standard)亦為金本位制之一種，仍以黃金為本位貨幣，惟不鑄金幣，國內通貨以政府或中央銀行之紙幣為主，如需輸現出口，則人民得持紙幣向銀行請求兌現，所兌者為金塊而非金幣，全國所有生金，不論係國外輸入，國內生產，或人民儲藏，統由中央銀行依一定價格無限制收買。歐戰以後，英國首於一九二五年採行此制，以恢復金本位，是年五月，制定金本位條例(Gold standard act)其大要為：(一)除英格蘭銀行外，任何人不得請求代鑄金幣，(二)英格蘭銀行紙幣，為不兌換紙幣，(三)民間生金，英格蘭銀行依一定價格，無限制收買，其數量在一萬鎊以上者，則英格蘭銀行有強制收買權，(四)如需輸現出口，得持紙幣向英格蘭銀行請求兌換金塊，惟以四百盎斯為最低限度。

採用金塊本位制之國家，國內通貨，以紙幣為主幣，人民不得請求代鑄金幣，且事實上亦已不再鑄造金幣，全國黃金，集中於中央銀行，故節省現金用途，乃採用此制之第一優點。第二國內通貨，得由政府或中央銀行自由調節，因現金之移動而致通貨膨脹或不足之虞，

得以免除。此外，金塊本位制，除一部輔助貨幣仍以金屬鑄造外，已不再鑄造金幣，故此制尚有免除現金，因轉帳流通而致磨滅毀損之優點。

金塊本位，乃金本位制之一種，故對於金本位之缺點，金塊本位亦鮮能避免，且中央銀行必須具雄厚之勢力及有鉅量之現金來源，否則全國通貨將無力統制與調節，往往因他國之金融恐慌，而使國內現金，鉅量外流，黃金來源匱乏，準備枯竭，至此，遂使金塊本位制不得不走上崩潰之途矣，英國之金塊本位制，即在此種情況之下，於一九三一年九月廿一日突然宣告停止。

第六目 金匯兌本位制

金匯兌本位(Gold exchange Standard)又稱虛金本位，蓋名義上雖然用金，以金為本位貨幣之價值標準，而實際上國內並不鑄造金幣，賦銀幣以無限法償資格，銀幣價值，與經濟上有最密切關係之外國金幣，保持一固定之比價，對外匯兌，即以此比價為標準，並將生金金匯存放於上述經濟關係最密切之國家之金融中心，以充匯款之用。故此制亦為由銀本位國改用金本位制之過度辦法，就一般而言，金匯兌本位制之採用必須具備下列五項條件：

- (一) 將本國銀幣與經濟關係最密切之外國之金本位幣規定一固定比價。
- (二) 國內通貨以銀幣為主，國外則以金幣匯票或金幣為支付工具。
- (三) 本國通用之銀幣，為無限法貨，但廢止自由鑄造，限制其供給數量，俾其價值與法定比價相等。

(四)預存金準備匯兌基金於經濟關係最密切之外國，以備政府發行支付金幣之匯票。凡本國商人，欲以銀幣支付款項於金本位國者，則可按固定比價購買金幣匯票支付之，反之，若金本位國欲付款於本國者，則可以金幣購買匯票，在本國則按固定比價收取銀幣。

(五)於國內存儲相當數量之生金及銀幣準備，以備調劑國內通貨及維持金銀幣之法定比價。銀幣價值達於法定價值時，則准許其兌換生金。例如一八九九年九月十五日，印度政府頒佈之印度鑄幣與紙幣條例(The Indian Coinage and Paper Currency act)有如下之規定：(1)以英國蘇佛令(Sovereign)金幣一枚(為本位貨幣蘇佛令，具無限法價資格，即金幣一英鎊)等於十五盧比(Rupree)故一盧比合英幣一先令四便士。(2)盧比銀幣亦為無限法貨，但禁止自由鑄造。(3)將匯兌基金，存放於英國倫敦。(4)印度證券(Indian Council draft)之出售官價，為一先令四便士又八分之一此即印度金匯兌本位制之大要也。

採用金匯兌本位制之主要理由約有下列數端：(一)節省黃金之用途，不需鉅額資金以鑄造金幣，而能收金本位制之同樣效果。(二)對外支付，有固定之比價，故可免受或減少金本位國間匯率變動之影響。(三)國內仍用銀幣，銀價不致跌落，可以減輕國家之負擔及損失。然其缺點，亦復不少，茲列舉其淺顯者如下：(一)國內銀幣與國外金幣之法定比價，少有適當之訂定標準，若法定比價失之過高，則銀幣價值低於面值，鑄幣利厚，銀幣之膾造者必多，反之，如銀幣價值高於面值，銀幣又將絕跡於市，蓋此時將銀幣熔毀，輸出可獲厚利也。

(二)對於存放匯兌基金之國家，交通貿易，必因之而特別發達，國際經濟關係有偏頗一偶之失。(三)金匯兌本位制國家與他國關係過密，故缺乏自主能力，他國貨幣政策一有變動，本國立即受其影響，且一旦與存款國發生戰爭，存款即有被沒收之虞。(四)匯兌基金極難保，除貿易出超國家或有母國保護之殖民地外，匯兌基金必有枯竭之日，稽諸已往，金匯兌本位制，常不得不隨基金之匱乏而宣告崩潰者。

第七目 紙本位制

紙本位制 (Paper Standard) 者，即以紙幣為本位貨幣，本位貨幣不與一定量之金屬保持等價關係，故其價值不受金屬之限制與束縛，流通數量，得依一定之旨意而自由伸縮，故又稱自由本位制 (Free Standard)。紙本位制之採用，必須以保持其流通全國皆為相等之價值(各地使用價值相等)及主幣與輔幣間固定之比價關係，(主輔二幣間之兌換價值固定)二者為要件。紙本位制又可依其正貨準備之有無，而大別為二：

(一)有正貨準備之紙本位制，本位貨幣之價值，於事實上雖已脫離一定量金屬之束縛，而法律上仍與一定量之金屬保持等價關係，故紙幣之發行，除保證準備外，必須具有正貨準備。

(二)無正貨準備之紙本位制，本位貨幣，無論於事實上法律上皆與金屬脫離關係，所發之紙幣，然需以正貨準備為其基礎，而完全繫於政府法令及人民信仰者，此制優點良多，最為近世學者所推崇。

由上所述，紙本位制之內容，已可見其一斑，茲再略評其優劣於下，紙本位制之優點，其顯而易者，可分三項說明之：

第一，既以紙幣爲本位貨幣，交易即與金銀脫離關係，金銀之用途減少，因而節省之物力與資本，即可轉供他種財貨之生產，故紙本位制有增進社會財富之利益。

第二，貨幣既爲交易之媒介，轉帳授受，乃其必然之任務，故金屬貨幣，爲時稍久，磨滅毀損，即在所不免，今以紙幣爲主幣，則此種耗損可以完全免除，且紙幣體小值大，攜帶運輸，遠較金屬貨幣爲便利。

(三)紙本位制，不受金屬之限制與束縛，故全國通貨數量，可依一定之目的而自由伸縮，且如遇財政困難，更可藉適度的增發紙幣，以求臨時彌補，故紙本位制更有間接便利財政之效益。

至於紙本位制之缺點，論者皆以濫發紙幣，通貨膨脹而談虎色變，蓋貨幣增發過度，幣值下落，物價騰貴，利率上漲，實業萎靡，投機事業隨之而起，對於財政，則收入之實質減少，而支出之數額增加，收支不均，日益嚴重，終至騎虎難下，一發而不可收拾，如戰後德國之紙幣馬克，其價值跌落至金馬克一，〇〇〇，〇〇〇，〇〇〇，〇〇〇分之一，其爲害於國計民生，豈可訾喻哉，然上述通貨膨脹之惡果，亦未可完全歸青於紙本位制之本身，若國家財政穩固，金融組織健全，社會安定，準備充實，國內經濟發達，國際收支平衡，而政

府又能不受任何影響，調節通貨之供求，則紙本位制之施行，可謂有利而無害，且政府若認就國內之需要，而將通貨爲適度之膨脹，則更能收刺激生產，振興實產，促進國外貿易之利益，故紙本位制於完備之社會條件下，實爲現代經濟社會之一極理想之貨幣制度也。

第四節 貨幣價值

第一目 貨幣價值之意義

一切商品皆有二重價值，卽使用價值 (Use Value) 與交換價值 (Exchange Value)。商使用價值，爲商品必具之要件，蓋物品必先足以供人使用，滿足人類某種需要，方得成爲於品。商品之另一功用，卽能與別種商品相交換，故曰交換價值，交換價值者，一種商品對另一種商品之交換能力也。一切商品，必先有使用價值，而後有交換價值，後者則以前者爲基礎，一切交換價值之大小，乃由其使用價值所決定。例如手錶一只，初時因機件全新，走時正確，故使用價值甚大，其能與他種商品之交換能力亦高，迨後該錶因用時過久，機件損壞，走時不確，該錶之使用價值卽因之而遠遜於前，其交換價值，自亦較前低落矣。然貨幣則不同，貨幣之爲物，非供消費而以充當一般交換之媒介爲責職；故除早期商品貨幣及賤金屬貨幣時代外，近代貨幣，已無使用價值而僅有交換價值，吾人所謂之貨幣價值，卽貨幣之交換價值也。貨幣之交換價值，卽貨幣一般之購買能力 (Purchasing Power) 在國內市

場，依於一單位本位貨幣所能購買財貨或勞務數量之多寡而表現；其於國外市場，則所謂貨幣購買力者，即本國貨幣在國外市場之購買能力也。不同貨幣，其購買能力自有大小之分，即同一貨幣，亦往往因時間空間之不同，而有高低強弱之差。例如法幣一元，於抗戰以前，可購得豬肉四斤，而今日一斤豬肉價格，已達四五十元，此即表示法幣之購買力已較戰前低幾二百倍之多，貨幣價值之高下，即表現於貨幣購買能力之強弱，故幣值上騰，其表現於國內者，則為物價低落，表現於國外者，為匯率高漲；反之，幣值下落，其表現於國內者，則為物價高漲，表現於國外者，則為匯率低落，故貨幣價值，得分為國內價值與國外價值說明之。

第二目 物價——貨幣之對內價值

一國貨幣之價值，在國內市場上對於一般物品購買能力之大小，即貨幣之對內價值，通稱貨幣價值。貨幣價值高漲，則一定量之貨幣，能在國內市場購得較多之物品，反之，貨幣價值低落，則同額貨幣祇能購得較少之物品，此種幣值之高低即表現物價之漲落，幣值與物價實一舉之兩面，幣值漲，則物價跌，物價升，則幣值落，故貨幣價值與物價，有不可分離之關係也。

然而貨幣之價值，究依何物而決定？此為貨幣學中，最艱難繁複之問題，學者之間，亦以此為辯難之焦點，言人人殊，各具意見，各有界說，茲姑略舉諸家學說一二於後，以為學

者探討貨幣問題之初階也。

〔幣材價值說〕 有謂貨幣之價值，乃決定於貨幣之料材價值，認為貨幣之主要職能，即在充商品價值之尺度，故貨幣本身必須具有價值，方能衡量商品價值之大小，設尺無長短，則焉能為長短之標準？貨幣本身無價值，即不能完成其為幣之使命。貨幣雖有面值與實值之別，而二者必定相等，一定量之金屬鑄成貨幣後之價值，即為貨幣價值，（亦即面值）貨幣熔毀後之金屬價值，即為幣材價值，（亦即實值）故貨幣價值，全由此鑄成貨幣之材料價值所決定，幣材價值上漲，則貨幣價值隨之增高，幣材價值下跌，則貨幣價值亦隨之低落，故材料價值與貨幣價值，二者必保持相等之關係也。此種學說，名曰幣材價值說，（Material Theory of Value Money）

幣材價值說，乃十七世紀貨幣貶值政策下之產物，就其產生之時代環境以言，則自屬合理，惟欲持此種學說以解釋今日之貨幣現象，則當為事實所不能矣。例如兌現紙幣之價值，事實上常隨正貨準備之增減——兌現紙幣之膨脹或收縮而作反比例之漲跌，設正貨準備增加，兌現紙幣膨脹，雖金銀產額未增，市場價格未跌，金銀幣之成色重量亦一如其舊，而紙幣價值即隨之而反比例下跌，反之正貨準備減少，兌現紙幣收縮，雖其他情形不變而貨幣價值却隨之而反比例上漲，此等現象，幣材價值論者，將何以自圓其說？再如實值遠低於面值之補助幣及紙本位制下之不兌現紙幣，則更非幣材價值論所能說明者也。

〔國家貨幣說〕 有謂貨幣乃國家法律之產物 (Money is a Creature of Law) 反對以貴金屬爲幣財，認爲以具有內在價值之金屬爲貨幣，係經濟發展過程中前期之流通工具，而紙幣爲貨幣進化中之高級形態，貨幣單位，由國家規定，其價值純由國家法律所賦予，貨幣之所以能充一切交易之支付工具者，全賴國家之權力，每一貨幣之大小及其印鑄之不同，爲貨幣價值差別之標準，國內通貨祇需各種貨幣符號即可，故曰貨幣者，乃國家法定之支付手段也。此種主張，名曰國家貨幣說，(State Theory of Money)

此說恰與幣材價值論之內容相反，而其錯誤則一，二者皆未能對貨幣現象爲整個之審察也。國家貨幣說者謂，貨幣者，須經國家法令之規定或承認，否則，非貨幣，然未有法律及雖已粗具法制而尚未訂定幣制以前，事實上已有充當一般交換媒介之商品或金屬貨幣流通於市，則國家貨幣論者將如何界說？又貨幣價值既僅由國家法令所賦予，且具強制流通能力，則前述德國一九二三年紙本位制下之紙幣馬克，因惡性膨脹，而價值慘跌，後竟爲人民所拒絕收受，則此種現象，更非國家貨幣論者所能說明矣。

〔貨幣數量說〕 又有謂貨幣價值之漲跌，完全繫於貨幣之數量，貨幣數量發生增減，貨幣價值即隨之變動，認爲貨幣價值與其數量之間，有一反比例之關係存在，貨幣數量增加，則幣值下跌，物價上漲，反之，貨幣數量減少則幣值上漲，物價下跌，故貨幣數量與幣值成反比，貨幣價值與物價成反比，而貨幣數量與物價成正比。此種理論，名曰貨幣數量說。

Quantity Theory of Money)

據謂此說倡於巴丁(Jean Bodin.)，及後意大利之達分扎底 D. Davanzati，亦以金銀數量之增加，為物價高漲之原因，其後如李嘉圖 Ricardo 陸克 Locke 孟德斯鳩 Montesquieu 等氏，亦倡斯說，唯各家意見並不一致，參差頗多，直至一九一一年美之費秀 Fisher 教授集其大成，於其鉅著(Purchasing Power of money)。貨幣購買力一書中，以交換方程式說明貨幣數量與物價之關係。費秀氏由靜態觀察貨幣價值，彼謂貨幣之購買力(一般物價水準)乃由貨之流通數量及其流通速度，與存款貨幣(銀行存款支票)之數量及其流通速度，交易總額等五項所決定，其關係得以下列交換方程式(Equation of Exchange)表示之。

$$MV + M'V' = PT$$

$$\text{即 } P = \frac{MV + M'V'}{T}$$

一般物價水準(P)，乃由貨幣數量(M)，乘其流轉速度(V)，加存款貨幣(M')，與其流通速度(V')之乘積，而除以一社會之交易總額(T)得來，故物價水準之變化，全為上述五項主動因素變化之結果也。費氏認為(M)並不完全獨立，(M)與(M')之間保有一定之比例關係，隨(M)而增減流轉，故就通常情形言，(M')可包括於(M)之內(V')包括於(V)內，其交換方程式即可簡如下式：
$$P = \frac{MV}{T}$$

依前式，費秀氏得出下列結論：即物價之漲跌，若交易總額及貨幣之流轉速度不變，則與貨幣數量之增減成正比，若貨幣數量與交易總額不變，則與貨幣之流通速度之大小成正比，若貨幣數量及其流通速度不變，則與交易總額之消長成反比。

費秀氏之貨幣數量學說，確係集數量說之大成，實有不可抹殺之價值，惟彼之研究對象僅局限於靜態範圍，理論既屬抽象，觀點亦極機械，故彼之貨幣理論，亦難完全說明今日貨幣之現象也。

「反貨幣數量說」 貨幣數量說，以幣量之增減，為物價騰落之原因，而物價之騰落，則為幣量增減之結果；幣量增加，則其價值低落，而物價高漲；幣量減少，則其價值上漲，而物價降低，然此種機械理論，證諸事實，則不盡相符，故反貨幣數量學說 (Anti-quantity Theory of money) 產生。反貨幣數量說者根據前次歐戰以後各國物價變動之事實，推翻「物價漲跌完全繫於幣量變動」之結論，認為幣量增加，不能直接影響物價之高漲，必須國民之貨幣歲入增加，亦即國民之購買力強大後；方能使物價高漲。且若輩謂貨幣價值一若其他實物單位，乃基於各個人持有數量之多寡以為轉移，實言之貨幣之價值，乃由持有貨幣者，對於其貨幣之界限效用如何而定，故國民歲入增加，乃物價高漲之主因也。倡斯說者，名曰貨幣歲入說。

貨幣歲入說者，認為物價之漲跌，其原因或則由於供給之變動，或則由於需要之增減，

供給減少，物價自當上騰，至需要增加，或國民歲入增加，自亦促使物價之高漲也，故若輩分析一種物價之高漲原因，不外物之供給數量減少，物之需要程度增加，及國民歲入增加三者，而其中尤以後者爲物價高漲之主要原因。

貨幣歲入說中，以法國巴黎大學教授亞夫脫里翁(Albert Aftalion)之理論最爲完善，可爲貨幣歲入說之代表，茲略舉其學說之大要於后：

(一)物價變動，繫於貨幣歲入之變動，貨幣歲入增加，則物價騰貴，貨幣歲入減少，則物價跌落。

(二)亞氏亦承認貨幣數量增減爲物價變動之因素，惟必先化爲國民收益以後，始能影響物價。

(三)亞氏認爲物價變動之原因爲多元，不以貨幣數量爲唯一原因，且物價之變動與貨幣數量並無一定數學之比例關係存在，國民歲入增加，不能以機械式之一定比例影響物價，而常隨國民因其收入增加之多少，而發生之心理慾望等主觀觀念之差異而不同。

(四)物價之變動不僅繫於供需之數量，需要價格及供給價格，亦常足以影響物價之變動也。所謂需要價格者，即對於一定數量財貨最多願出之貨幣數額，供給價格，即對於一定數量之財貨，最少願售之貨幣數額也。

「結論：幣值與物價」 幣值與物價，乃一件事之正反兩面，二者並無因果關係，物價

乃幣值之表現形態，物價之漲跌即表示幣值之騰落也。近代經濟學者，對於貨幣價值之研究，常側重於貨幣一面，祇斷斷於貨幣數量，而忽於物資供給之探討，蓋不知一國幣值變動之原因，貨幣數量與物資供需，常各居其半，若僅側重一面，則對於貨幣價值，自難得完滿之解決也。

此輩偏執於貨幣數量一端之理論，要皆深受貨幣數量學說之影響，然貨幣數量學說之不能完全說明貨幣現象，已闡述於前，不再贅述，但今即令其理論正確，亦必先以交換總額不變為前提，而後幣值始能對幣量之增減為反比例之騰落，若交換總額變動，則貨幣數量對於幣值之影響，當將完全不同。故幣值之漲跌，（物價之騰落）可概別為內在原因及外來原因二者，貨幣數量或其流通速度之增減，乃幣值漲跌之內在原因，而物資供給或需要之變化，乃幣值漲跌之外來原因也。

貨幣數量或其流通速度之增減，為幣值漲跌之內在原因，蓋供給超過需求，則幣值低落，需求超過供給，則幣值上漲，其理由固極淺顯。然貨幣數量之增加，亦未必盡足促使幣值之低落，就價值原理而論，若幣數增加，而國民名義收入未增，則不能促使幣值下落，幣值之下落，常為幣數增加而致國民名義收入增加之結果，故若國民貨幣收入未增，雖幣數增加，亦不能使幣值低落也。

幣值漲跌之外來原因，乃由於物資供需之變動，若幣數增加，物資之供給亦為同一程度

之增加，則幣值不變，反之，若幣數不變，物資增加，則幣值上漲，又若幣數增加，物資減少，則幣值將因上述二重原因而巨落。良以幣數增加，其供給超出實際需要，已足使幣值下落，今物資供給減少，又不及實際需要，二者相去益遠，故幣值跌落，自當更甚也。

第三目 匯價——貨幣之對外價值

貨幣之對外價值，即貨幣對於國外貨物之購買力。(External Purchasing Power)亦即一國貨幣對於外國貨幣之交換價值——一單位本國貨幣，所能易取外國貨幣若干之能力也。換言之，即本國與他國貨幣之兌換比率，通稱匯價。匯價之表示，通常有二種方式：(一)應收匯價(Receiving Quotation)又稱反面討價法，即以一定數量之本國貨幣，可換取若干外國幣之謂也。(例如國幣一〇〇〥美金五、〇〇)匯價漲落時，本國之幣量不變，變動者為外國貨幣，根據此項計算方法，則匯價漲(如國幣一〇〇〥美金五、二五)為美金跌價，國幣漲價；匯價落(如國一〇〇〥美金四、八〇)即美金增價，而國幣跌價矣。(二)應付匯價(Giving Quotation)又稱正面討價法，即以一定數量之外國幣為標準，可換若干本國幣之謂也。(例如美金一、〇〇〥國幣二〇、〇〇)匯價漲落時，本國幣量變動，而外幣之數量不變。依此計算方法，匯價漲(如美金一、〇〇〥國幣二五、〇〇)即本國幣價值下落，匯價跌(如美金一、〇〇〥國幣一六、〇〇)即本國幣價值上騰。我國對外貨幣之兌換率，一律用應收匯價表示之。

一國匯價漲落之原因，固極繁雜，惟金本位國因有現金輸送點 (Specie point) 之作用，其起落有一定之限度，通常以法定平價為根據，其上漲也。不致超過平價加運現費用，下落亦不致低於平價減去運現費用，蓋一國之進口商，與其以此高價購買匯票，(外幣匯票) 反不如運現出口以償付國外債權人為有利，此匯價上漲之限度，名曰「現金輸出點」(Gold Export Point) 反之，如下落至平價及運現費用之下，則一國之出口商，與其以低廉價格出售匯票，(外幣匯票) 則反不若通知國外進口商，將現金運來而負擔其運現費用為有利，此匯價下落之限度，謂之「現金輸入點」(Gold Import Point) 故就理論言，匯價之起落，在金本位制下，即以此輸出入點為升降之範圍。

惟現金輸送點，一遇戰爭，或非常時期，即失其約束能力，匯價輒逾越常軌，遠離法定平價而作劇烈變動。如上次歐戰發生以後，各交戰國家，大抵相繼放棄金本位，或停止紙幣之兌現，或禁止現金之自由輸入或輸出等，即大多數中立國家，亦莫不採取此項緊急措置，以求自保，故在此種情況之下，已無現金輸送點之作用可言。一九一八年瑞典卡塞爾 (Cassel) 教授，首倡「購買力平價學說」(Purchasing Power Parity Theory) 彼謂匯率乃由兩國貨幣之購買力決定，即以兩國貨幣之對內購買力(物價指數)相除，再以其商與原定之金銀比價，(或舊匯率)相乘，即得二國之匯兌新平價。例如英德兩國，其舊平價為一英鎊等於二〇馬克，彼時二國之物價指數約價定為一〇〇，今英國之物價指數增為二〇〇，而德國之物價指

數增爲三〇〇，換言之，英國貨幣之對內購買力跌落二分之一，而德國貨幣之對內購買力，較前跌落三分之二，二國匯兌之新平價，即可以下列公式求得：

$$1 \text{ 英鎊} \times \frac{200}{100} = 20 \text{ 馬克} \times \frac{300}{100}$$

$$\text{即 } 1 \text{ 英鎊} = 20 \text{ 馬克} \times \frac{300}{200} = 30 \text{ 馬克}$$

故兩國之新匯率，卡塞爾氏以爲將二國貨幣之膨脹係數乘以原有之比價（舊匯率）即得。購買力平價說者，以貨幣數量學說爲理論基礎，故若滯仍落入貨幣數量說之機械窠臼。偏執幣量爲物價變動之唯一原因，認爲貨幣數量之增減，引起物價之漲跌，而貨幣購買力之升降，即決定匯價之騰落也。此種理論，除略能說明一部份幣值不安定之現象外，實無法與事實相印證。因之法教授亞夫脫里翁氏，遂修正數量說之過於偏激，另倡匯兌心理學說（Psychological Theory of Exchange）以爲匯價之變動，一方固由於供求數量之變化（包括國際貸借關係及資本之移動）而另一方面對於某種外國物品之需要與特殊購買能力，投機逃避，財政匯兌政策，政治情形，國庫狀況及對於將來局勢之預測等，均爲極足影響匯價之心理因素。故亞氏認爲匯價之起落，除量的因素外，尚包括個人對於外匯評價之心理因素在內。

匯兌心理說，以心理為基礎，對於短期內紊亂情形下之匯價變動，尙堪說明，惟整個繁複之匯兌現象，僅持個人方面之主觀評價，究難作賅括之論斷也。蓋一國匯價之變化，至為錯雜，絕非單持一端所能說明，故國際貸借關係，通貨數量，匯兌心理，及不同本位制國家間金銀比價之變動等，皆須面面顧到，作通盤之研究，對諸匯兌現象之解釋，始克有濟也。

第四目 匯價與物價

貨幣之價值，雖有對內價值與對外價值之別，但二者並非截然不同而毫不關聯者，蓋物價與匯價關係極為密切，且就正常情形言，物價與匯價，乃相互影響而互為因果者。

若從長期觀察，紙本位國間，或紙本位與金本位國間，其國內物價與匯價，有趨於平衡之傾向，亦即一國貨幣之對內價值與對外價值，可能趨於一致。如一國貨幣之對內價值上漲，物價低落於匯價（應行匯價）即貨幣之對內價值高於對外價值，則對外貿易有利，輸出增加，輸入減少，貿易出超，（假定其原為貿易平衡國家），國際收支，收入超過支出，因之匯價低落，本國貨幣之對外價值提高。反之，若一國貨幣之對內價值跌落，物價上漲，物價高於匯價（應行匯價）即貨幣之對外價值高於對內價值，則對外貿易不利，輸入增加輸出減少，貿易入超，國際收支，支出多於收入，因之匯價上騰，本國貨幣之對外價值下落。故一國貨幣之對內與對外二種價值，即物價與匯價，通常有趨於一致之傾向。

第五節 吾國貨幣制度

第一目 我國歷代幣制概略

一國貨幣制度，貴能統一，有統一幣制，其國家始能稱完全統一，有統一之幣制，流通疆內，方能以經濟手腕，統一政治個體；政治與經濟相互適合，乃得發展一國之財政、金融、農工商業等。吾國往昔幣制，素稱紊亂，朝代更易，幣法改張，固無論矣。卽同一時代，各地有其地方幣，重量成色，換算價格，參差錯落，不可究詰，益以國內產業，墨守成法，致經濟衰頹，文化落後。民國以來，對於幣制雖迭有改革，然均未徹底，迄廢兩改元實施，及通貨管理制度形成後，幣制漸趨統一。此次日寇發難，除武力佔領我土地外，並岌岌圖謀破壞吾國之幣制，以遂其經濟侵略之夙願，蓋彼已瞭然於幣制之重要，明白統一之真義；敵人嘗謂：「中國如無一九三五年之管理通貨政策，則無一九三七年之抗戰，欲明此理，當探討吾國幣制之沿革，與今後之改進及加強之處置。」

吾國貨幣，產生極早，然僅有幣而無制，秦漢之前，以布、帛、龜、貝、珠、玉、以及金、銀、銅、錫之屬，作為通用貨幣，至秦兼併天下，幣分二等，一曰上幣，以黃金為鑄計（二十兩為鎰），一曰下幣，以銅為之，鑄成銅幣，重半兩，秦漢以來，屢有更改，惟金銀皆未鑄成貨幣，僅按其重量成色市價流通於市，至若漢武新莽之試鑄銀幣，宋元以來之製楮幣

，（有飛錢，交子等名，實則票據之濫觴而非楮幣也）皆屬曇花一現，爲時極暫，貨幣仍以銅爲主。迄乎乾隆五十七年，戶部奏准西藏鼓鑄銀幣，始爲正式銀鑄幣之嚆矢，然此流通不廣，不足以言銀本位也。

明末海通以來，外幣流入，初爲西班牙之本洋，繼之爲墨西哥之鷹洋，此外尚有美國貿易銀元，日本，英國，智利，祕魯等國之銀元。以上各種銀幣成色不一，重量形式各異，但仍流通市上，使吾國國內貨幣，益形混亂。光緒中葉，各省自行鑄造，力謀抵制，適因銀價跌落，賠款負擔加重，故時論有主張採用金本位或金匯兌本位之議，嗣因資力不足，卒於光緒三十三年決定仍用銀本位制，然其重量仍無一致。宣統二年，奏定幣制則例，始規定七錢二分爲本位幣之重量，發行不久，國體遽改，終未能收統一貨幣之效。

民國三年二月八日，公佈國幣條例，規定銀元爲貨幣本位，其第一條規定：「國幣之鑄發專屬於政府」，第二條規定：「以庫平純銀六錢四分八厘（二三·九七七九五。四八公分）爲價格單位，定名曰「圓」，是年十二月，開鑄袁頭銀幣，除成色改爲百分之八十九外，均能依照國幣條例鑄造，其視前清銀幣有四點改進之處：

（一）前清鑄造之光緒元寶與大清銀幣，均印庫平七錢二分字樣，而袁頭銀幣之重量，絕不印明，表示政府之信用，與人民之信仰，俱有進步。

（二）清代銀幣印有造幣廠名，以致該幣之流通區域，以該廠所在地域爲限。而袁頭銀幣

，停印造幣廠名，得在全國各地流通，開統一貨幣之先河。

(三)光緒十三年開鑄銀幣之目的，在替代外國銀幣供應支付工具，便利與外商之交易，而袁頭銀幣停印英文字樣，以維持中國政府之體統。

(四)前清銀幣未印代表國家之本質，而袁頭銀幣在背面印有嘉禾圖案，表示中國爲一農業國家。

然而袁頭銀幣各廠鑄造，歷年所積，爲數不少，民國十八年財政部向中國國民黨第二次全國代表大會報告，曾謂歷年所鑄銀元，其數在三萬萬元以上，且各地銀兩名色不同，如上海曰規元，天津曰行化，漢口曰洋例，膠州曰膠平，廣東曰司銀，不勝枚舉，銀兩與銀兩之間，銀元與銀元之間，匯兌行市，申折互殊，日有變動，錯綜繁蹟，莫可名狀，工商交易，極感困難，又我國自與外國通商之後，向用銀兩爲與外幣換算之標準，因之通商大埠公司行號之記帳單位，沿用銀兩，牢不可破，而實際支付時又多用銀元，於是「兩」，「元」之間，又須以逐日不同之市價而換算，不勝麻煩。

政府雖迭倡「廢兩改元」之議，然皆以商人狃於積習而未果行，民國二十二年四月六日，政府通令實施廢兩改元，自此一切交易帳冊，與夫契約單位，悉以銀元計算，即依照每元七錢一分五厘之比率，折合銀元，此項措施，全國同慶，爲一劃時代之貨幣建設，及奠定統一幣制之基礎。

第二目 管理通貨制度之採行

溯自一九二九年世界經濟恐慌開始，國際貨幣戰爭，日益劇烈，英美兩國先後放棄金本位，步其後塵者，不下三十餘國。一九三三年美國金融發生恐慌，農業區人士除促成農業救濟法外，並發動銀貨運動，通過一九三四年六月十九日之購銀法案，其內容如下：

(一) 改變法定準備爲金一銀三。

(二) 授權政府購買白銀。

(三) 授權財政總長發行銀券，以白銀爲準備。

一九三四年八月九日將全國白銀，收歸國有，此即所謂白銀政策，使白銀價格扶搖直上，我國銀價，比較低廉，牟利之徒，爭運白銀出口，自一九三四年七月一日起至十月十五日止，三個月之間，白銀損失竟達二萬萬元以上，硬貨準備外流，影響信用基礎，通貨緊縮，籌碼缺乏，國內工商各業不振，加之各國羣取通貨貶值政策，實行匯兌傾銷，例如美國一九三四年一月卅一日之美金貶值百分之四〇·九四，於是吾國貿易入超，外匯不利，政府爲挽救倒之狂瀾計，乃於民國二十四年十一月四日實施「管理通貨制度」，又稱「白銀國有政策」，前後公佈辦法六項如下：

(一) 自二十四年十一月四日起，以中央、中國、交通、三銀行所發行之鈔票定爲法幣，所有完糧納稅，及一切支付，概以法幣爲限，不得行使現金。

(二)中央中國交通三銀行以外，曾經財政部核准發行之銀行鈔票，現在流通者，准其照常行使，其發行數額，即以截至十一月三日止流通之總額爲限，不得增發。

(三)法幣準備金之保管及其發行收換事宜，設發行準備管理委員會辦理，以昭鄭重，而固信用。

(四)凡銀錢行號商店及其他公私機關或個人，有銀本位幣或其他銀幣生銀等類者，應自十一月四日起交由發行準備管理委員會或其指定之銀行兌換法幣，除銀本位幣按照面值兌換法幣外，其餘銀類，各依其實合純銀數量兌換。

(五)舊有銀幣單位訂立之契約，應各照原定數額，于到期日，概以法幣結算支付之。

(六)爲使法幣對外匯價，按照目前價格穩定起見，應由中央、中國、交通、三銀行，無限制買賣外匯。

「海關金單位」以上僅就我國幣制對內之演變而言，至於對外方面之改革，尙有海關金單位之採用。緣我國在民十八年以前，海關收稅向以關銀計算，而銀價日落，所入實徵，以之抵付對外之金債，不勝其負擔，遂有關稅改徵金單位之議，其後特聘美國幣制專家甘末爾等來華設計，擬訂逐漸採用金本位制草案，其辦法爲釐定一金單位曰「孫」(Sun)每孫含純金·六〇一八六六公分，實即虛金本位制。民國十九年二月先實施於海關徵稅，故有「海關金單位」之稱，略名「關金」，先對進口稅實行徵收金幣，民國二十年五月一日起，出口

稅亦經通令改徵金單位，並由中央銀行發行關金券以爲繼納稅之用。

抗戰以後，財部爲適合事實需要起見，將該項海關金單位所含純金改定爲·八八八六七一分，並規定等於法幣二十元。自三十一年四月一日起實行。同時由中央銀行將庫存之關金券提出發行以流通，該項關金券計分關金十元，五元，一元，二十分及十分五種。十元者合法幣二百元，五元者合法幣一百元，餘類推，所有完糧納稅均照上項定率，折合法幣收付。

「戰時法幣制度」七七抗戰軍興，吾國政府始終維持法幣信用及外匯價格，更於二十九年一月，爲調節銀行信用，推行金融國策，提高發行效率，鞏固法幣信用，創造通貨彈性，支持中央財政起見，乃由中、中、交、農、四行聯合處事總處，擬具集中印製輔幣辦法，及匡計一年內四行需要，函請財政部核准，復由財政部委託中央銀行，以該行券版集中印製，終由中交農三行分向中央銀行繳存準備，領用輔券，其他印製、調撥、與運輸等，亦統籌辦理。迄三十一年五月二十八日四聯總處復招集理事會議，通過法幣統一發行及其實施辦法，送呈行政院，經院務會議決議通過，於同年六月二十日公佈施行。統一發行辦法之主要內容如下：

(一)自三十一年七月一日起，法幣之發行悉歸中央銀行集中辦理。

(二)中交農三行應將截至三十一年六月三十日止所發行之法幣數額及其準備，造具詳表

，呈報財政部暨四聯總處查核。

(三)中交農所有已訂未交，已交未發，及運送中之新券，連同印鈔契約，應即全部移交中央銀行接收。

(四)中交農三行截至三十一年六月三十日所發法幣之準備金，限於同年七月三十一日以前，全數移交中央銀行接收，并由中央銀行貼還百分之四十保證準備利益，按週息五厘計算，以三年為限，自三十一年七月一日起至三十四年六月三十日止，每半年結算一次。

(五)中交農三行於三十一年七月一日以後，因四聯總處決議之貸款，本行業務之貸款，暨應付存款所缺之款項，需要資金時，得提供担保，向中央銀行商借。

吾國目前之法幣制度兀立穩固，信用昭著，管理通貨制迄今奉行如故，政府對於發行數量，亦戰戰兢兢，謹慎從事。最近又向美國借得黃金兩萬萬元，運輸來華以安定物價，調整幣制，助長建設為目的，故今後之法幣制度，將益趨穩定，當無疑義。

研究問題——貨幣之部

(一)分工與交換之關係若何？

(二)物物交換之缺點安在？

(三)試述間接交換之意義。

(四)貴金屬貨幣之優點有幾？試一一闡述之。

- (五) 試各就已見，下一貨幣之定義。
- (六) 貨幣之職能有幾？
- (七) 試解釋下列名詞：(甲)無限法償。(乙)本位幣。(丙)面值與實值。(丁)公差與磨損。
- (八) 何謂格來欣法則？
- (九) 試舉例說明複本位制所具之補償作用。
- (十) 複本位制既具補償作用之優點，何以採行此制之國家莫不慘遭失敗？
- (十一) 試說明金幣，本位制對於通貨之伸縮，物價之漲落，所以能自動調節之原因。
- (十二) 何謂金塊本位制？試略評其優劣。
- (十三) 何謂金匯兌本位制？採用此制須具何項條件？
- (十四) 試分別說明金匯兌本位制之優劣？
- (十五) 紙本位制有何優點？
- (十六) 貨幣價值之漲落，其表現於國內者爲何？其表現於國外者又爲何？
- (十七) 試略述抗戰以來，幣值跌落之原因。
- (十八) 何謂幣材價值說及國家貨幣說，二者能否說明今日之貨幣現象？
- (十九) 試述貨幣數量說之意義，並寫出費秀氏之交換方程式。
- (二十) 試說明反貨幣數量說之內容。

- (二一) 匯價之表示方式有幾？試舉例以說明之。
- (二二) 何謂現金輸送點？
- (二三) 試述購買力平價說及匯兌心理說之意義。
- (二四) 民三公佈之國幣條例有何改進之處。
- (二五) 試略述廢兩改元之經過。
- (二六) 民國廿四年十一月實施之管理通貨制度之內容若何？
- (二七) 何謂海關金單位？
- (二八) 抗戰以後，我國法幣制度有何改進？

