

供求與物價

「物價由供求而決定」這話是陳腐膚淺的。例如有許多「人人所知」的事，而其真假亦需解釋而斷定，但正確的解釋也非易事。要解釋物價，及物價在經濟生活中，是一種規定的能力，我們知道可有各種不同的解釋。最困難的，每在主因的關係；在這一點可影響於那點，在那點又可影響於這點，例如天冷「因」風的緣故，但普通人以為風「因」太陽的熱不平均分佈而成，供求這名詞，許多人認為物價決定供求的，但亦可說供求是決定物價的，所以物價要得到滿意的解釋，須對名詞之應用有謹慎之鑒別，尤其分別其意義，不論是即刻或最後之關係，即究竟物價係依短期，或長時期之眼光所解釋的。

物價從不同時期觀點而論 一種標準貨品如麥，在任何時間其實際價格，是由投機商 *Trader* 所決定，因其價格，常在公開市場，由自由競爭之交易而決定，這種商人既非生產者，亦非物品之重要消費者，實際是「居間人」*Middleman*。生產者與消費者均未對物價有所過問，供求即我們所說實際的，或一時或投機的價格，是商人購買和銷售的活動所造成，但顯露商人的買賣，大概是由實際消費者能購買、實際生產者所願賣之總數而決定，所以價格雖 時常受投機商 的供求所決定。而最後是由消費者的需求，與生產者的供給所決定，然而還有 種必要限制

因生產者對於供，在短時間內是不能改變的——如麥在一年中不能變更，任何一年麥的產量已定，實際供給亦已有定，但在長時期中，生產者可改變生產之數量，而且可照其營業利潤的影響而改變其生產總量，從第三觀點而論求是消費者之求，供為生產者之供，和前述同義，然而經若干年後供給即在統制之下，而在一年中，供給就無法統制，並且供因照生產與銷售情形是屬競爭抑屬專賣者而異，我們必須簡明而生確，說明在這兩種供求中，其原則和關係的不同，否則意義必含混不清，茲對「市場」意義，先以數語說明。

市場：非特別固定的地方而是定價勢力工作的所在。市場律：劃一價格，照日常用市場這名詞是指特別一地，一城，或更狹意的指一所房屋，在經濟學中這名詞的意義是指一完全區域，常沒有固定的界限，賣買者集合於此而決定一公共的價格，麥的市場實際上即指全世界，牠有一全世界的價格，這並非全世界的價格絕對一律，但必相近似，另一方面如煤市場或磚市場恐除限於礦或窯外，僅在若干里的範圍中，顯然市場範圍有二限制的因素，一、是貨品轉運成本，二、在可能買賣者間交通上的困難。

經濟學中最重要的基本律，即同一市場，同一時期對同一物品，不能有二種價格，理由極明顯，如甲賣麥與乙，價為一元一斗，而丙售與丁價為一元一角一斗，那麼甲與丁如知實際情形，必於一元與一元一角間，決定一價格，這定律在一般經濟律中，就主要點論，頗屬一完美而足以

代表者，所以必須重加說明。這定律的真實性的必要既很顯著，而我們也知道交易隨時有不同而很接近的價格，經濟律如其他科學定律，都是說明趨勢，即某情形下，將呈現的結果，但實際情形，與我們所說明的趨勢或有出入的，所以對於現象的了解必須要看清這律如何發生，爲什麼有例外，在本例中律與事實不同之顯著的原因，乃一般人都不清楚事實的真相，消費者付這銷售者的價格比付另一銷售者價高的原因，是由於昧於實情，這就是經濟律，所以例外的^有一重要主因，人們如果充分了解實際情形而後動作，那麼經濟律所說明可有的趨勢，必屬正確。

此外對於同一價格律，還有複雜的情形，亦爲經濟理論中所常見的，這就是「同樣」的物品，然而巴黎的麥是否和在芝加哥的是同樣貨品？或者說一枝自來水筆，一聽青豆，有牌號担保品質的優良者，和沒有牌號者實際上是相等？一隻麵包在裝璜富麗的食物舖裏和在鄉間工人區的食物店中是否同樣貨品？這些問題，都使我們知道解釋經濟事實的概括情形，必須謹慎從事。

投機市場的供求 一時在價格 我們注重到以比較不完全明瞭的事實而定物價的情形，可立即應用於解釋短時和長時勢力決定物價的關係，人人盡知投機是建立在不正確的基礎上，投機之買戶的求，是由他所理想的消費者的求而決定，投機售戶的供，亦由意欲該物質實際的供給，不論已存在或可能有的供而決定，所以物價決定的原則簡單說即投機者關心價格未來的動向，並知價格最後的決定，是由消費者的求和生產者的供，他們亦明知物價高，消費者購買減少，物價低

供求與物價

四

消費者購買增加而且物價因漲，在長時期中，可鼓勵生產，但不能在短時間中改變之。所以我們有投機需求律，即物價抬高，貨品銷納減少，（反之亦同）。投機供給律則與之相反，即價愈高，貨物出售更多，（反之亦然）於此可見顯然的價格律即市場中的物價，其決定點在購戶所願買進物品、售戶、賣出物品、相等時。

試解釋「供即所供給」但求非所求。量。我們對名詞的使用，不幸常有含混，應謹慎辨別。普通說「價高漲，「求」減少，但照這樣解釋適與我們說求不至減少，除非在同一價格上貨品出售數量比先前減少的意義相反，在討論經濟學時，認定第二個意義較為恰當，就是說求即一些情形能決定一種貨品在任何價格所可銷售的數量；至於供，却沒有含糊的意義，因這名詞可用以說明貨品實際所供給的數量。貨品的求是一表或一曲線說明市場中對該貨品在可能價格上下時，所能銷納的數量，因此在麥之求的某情形下，在某一區域內，在某一時期中，價格一元可銷售若干斗，如價格是一元一角，則銷售量較為減少，倘求增加則在每一價格，其銷售之斗數亦可遞加（反之亦然）。

投機者（如前所說）短時及一時之需求供給與價格相異。農產物生產是有時間的，每年供給有定量，製造品大都不受一定時期的限制，但在相當時期內生產之速率，有相對的固定。所以製造品和農產的限制亦頗相同，所以就有限的時期而論，農產品是一年，其他貨品各有不同之定期。

，構成一固定之物質數量，而在一時觀察的求，也有同樣的性質，因物價和可能銷售數量呈反比的關係，所以如求在某一時期與同時期之供相遇生效，物價之決定，將使求的數量等于供的數量，這稱為短時物價定律或稱平時市價，投機市場的功能，即在一時期內，使供求相遇，各成單位，今當再詳加說明。

短時供給之理論 當生產者生產一種貨品，以供銷售時，尋常即須出賣該貨品，並且照其可能得之最高價格出賣。這裏必須重複申明一個否定的事實，即在某一時或在某短時期內，物價並不根據貨品生產成本，而且對於將來生產相似貨品的成本的關係，亦屬有限，成本影響物價正如影響供給，在一時或短時期內，其影響於供給者甚微或竟至毫無影響。從短時期的立場而論，物價之決定，是受一暫時性之供求定律之支配。統制供求的數量，而購戶和售戶競爭所決定的物價，是以求得一利益之相等。這意思就是說的供給未上市之前，在這時期中，所有銷售的數量。倘若生產者影響於短時的物質，惟一的方法，即將貨品提出市場，供自己使用，這樣，他影響物價，不僅一個消費者而不一個人生產者，而生產者所能消費的貨品和總消費量相比，誠如滄海一解為數甚微。況且生產者的消費，大概是根據一種定律，適與其他消費相反背。倘麥價高，麥的生產者因為高價而得到利益，必更比麥價低時多用麥，重要的是在競爭情形下，生產者和消費者對物價都無可置喙，任何人所能為者僅能買或不買，或賣與不賣，或者按照物價增減其買賣數

量。物價乃非人力而決定的，倘有人真有力量的控制物價，這確實可證明他有相當的專利權。

短期需求之理論 效用 遞減效用 邊際效用 經濟論著中，很多關於解釋需求律的討論，表明一般人何以在物價高時所買之貨品比物價低時為少。照心理學的原則上說，人類的欲望是能壓足的，吃第二個蘋果時，其所得的滿足是必少於吃第一個時，普通而論，一種貨品，消耗或得到的愈多，這人對再得同樣貨品或保存已得貨品之任何單位的心必更減，所以所得愈多，其購買另一單位時所顯出的價亦更少，在一市場中祇有一物價的定律頗可「說明」需求律，一切的單位必定有同一物價，而銷售單位增多，在固定的市場，固定的時間，倘要將所有貨品出賣，價必減低，這原則即任一單位之重要性隨單位增加而減少，即稱為效用遞減律。而其最後一單位的效用，即決定在某物價上所有貨品可出售的單位，稱為供給之邊際效用，這效用的原則可說明為何煤的功用，抽象的說比金的效用大，但其賣價却比金低得多，可也解釋為何空氣，水，即生命所必需的，普通可不必償付代價，因所能取用的單位既多，所以任一單位易於替代，而沒有一單位能得高的代價，或任何價格，且由各種貨品，其供給增加，其重要的功用隨之逐漸減少的情形，更可說明這原則。我們也須記憶如物價增高，許多消費者將離開市場，或因他們對這貨品的興味不及其餘消費者濃厚，或者因他們可使用的錢不及其他消費者多。

效用的理論，可以幫助我們明白需求律，但亦可引起誤會，尤其不可將物價來「衡量」一般消

費者的邊際效用。這裏的不正確乃因購買能力的不同，一只麵包能供給一窮苦的飢餓者得到很大的滿意，因他無錢可更滿足其種種慾望，但如爲進款較大者所得，他或將這麵包在無意中消耗或甚至輕視牠。物價所能衡量的，是一種貨品相對的效用，(relative utility) 即購買者以錢幣購買一種貨品和其他貨品的比較效用。

造成消費者需求的因素 事實上指示我們，任何人需求任何貨品，有二種因素，其對該貨品消費的欲望和購買能力，即其可使用的金錢數目。這二者相合而決定在一物價他所願購買的數量。然而他對某貨品購買欲望的大小是比較小的。尤其是要根據其他可用之貨品之價格爲如何。而這有二種不同之情形，第一，相同的貨品，彼可以因替代而與麥的替代品，在低價可買到，消費者對麥即不其注意，麥之需求，在任一物價上所買之數量，必定減低。這即稱爲消費的替代原則。另一方面，如果和麥有關的貨品其物價低，麥的需求即增加。若牲口價廉，人可購麥，增加其肉的消費，或者養一供乘騎的馬，如果其他物價高，無論馬之價格爲何，消費者恐不復想買馬作個人的享用。這就是聯合需求的原則。消費者的問題是運用進款，而得最大可能的滿足。顯然，他能得到這一個效果，即將其總進支，在可能得到的貨品中分配，使每元所買得的效用，在每種貨品都能相同。若一元錢在甲地所得的效用大於乙地，那麼其用款就要從乙地轉移到甲地。我們要切記，物價非消費者所統制的，亦非任何消費者的購買與不購買某種貨品而能發生大的影響。在

上面用直線指明，所說的原則，就可稱為消費中邊際相等的原則。

這原則與其他經濟定律一樣有須保留的必要，我們不能假定說消費者必定對其用途，絕對照其相等邊際效用原則而分配，或者說他們是很謹慎在努力達到這目的。須知可能增加的滿意，達某點時，對這種努力是不值得的。我們對事物如過份思慮，以過份的情感追求無情感的理智，頗可失去生活的樂趣。然而這原則用以說明一種趨勢是有價值的，並且大體的可更容易明瞭經濟行為。

「彈性」為需求之重要性。需求之普通定律很少有例外，這定律就是說物價較高，銷售較少，（這裏討論物價時，物價之改變即物價與其他貨品之比較的改變，普通一般物價之改變由於貨幣購買力的改變。這種改變為特殊問題，非本文所及，亦非經濟學概論中所能充分討論者。）然而這個定律，對於有些貨品，比其餘的更真實。有些貨品，物價稍增，銷售量即大減少，有的却減得很少。消費對物價改變反應的程度，即為「需求之彈性」。普通而論，一切必需品及普通需要品，如烟草，和別的貨品相比較，具有缺乏彈性的需求。進款愈大者，其消費之成份，自然很少受貨品物價改變的影響。我們需有一種比較的標準，一種需求稱為有彈性的，即如物價改變百分之一，銷售的改變必超過百分之一，如銷售的改變，相對的少於物價的改變，此即缺乏彈性的。銷售相對的改變正與物價改變相等時，這貨品即有單一的彈性，換言之，即其需求的彈性為一。這却不是十分準確的。嚴格的說，物價的改變，使購買的改變正與物價的改變相抵銷，而使總銷售數的替

不變時，才可說彈性是一。反過來說，在供給有一相對的改變，而使物價有一更小而相對的改變，我們就說這供給是有彈性的，否則即屬缺乏彈性的。

需求的彈性問題，對於專利是頗關緊要，對於稅則問題亦屬重要。如果需求是有彈性的，一專利價不能過份增加，因銷售減少，比物價增高所得的利，喪失更多。如果需求是有彈性的，加於貨品上的稅，必屬比較不生產的，因為減少了他的生產和功用的緣故。這問題在農業上也是個重要的因素。農產的需求是很缺乏彈性的，而且其出產由於天氣的改變，而受非人力所可控制的改變。所以收穫豐富，物價就低落，使生產者受損失，而歉收，使消費者負擔特別高的價格。如果有此種情形，能在長時期相與抵銷的趨勢，也不能解決這困難。因這種變更，要使一種工業有合理的計劃，頗非易事，而且也不易防範這種變更。不幸人類大多數不能等待這種事情，經過長時期來相與抵銷。因為人生不是以長時期為計劃的，人們資源的布置幾乎是一天過一天的。

短時期的物價對社會的功能 一已存在的供給，在某時期某地點的分配 互相調整的生產和消費，其一般功能，普通在短時和長時觀點而論，是正相反的。就長時而論，生產問題顯然迎合消費的標準，然而因改變生產，平常須有時間，所以短期的問題，是分配已存在的供給，或者在整理的時期中，所將要產生的，就是在這時期內，供給必須充分，足以供給在這市場中的個人或團體。在自由企業制下，或者「物價制度」下，物價執行此二種功能。物價如何統制生產的方法，我

們隨即就要解釋。至於物價即貨品對消費者的使用，能免除其所有的存貨作無謂的糜費。如麥收割後的耗費或即造成將來的缺乏和恐慌。這是顯而易見毋庸多贅的。而且物價也會使個人或團體的消費者，不致過份消費這種供給，並使別人失去他們的享受。

物價有這二種分配的功能，並非理想的方法，尤其對第二種的功能，即在消費者間的分配。至於第一種的功能，即在一時期內的分配，很少有可反對的。競爭的趨勢是在使這時期裏可維持一個統一的物價，這物價中當然包含未用去部份供給貯藏的成本。關於這點，在下段中解釋之。如果消費者的進款，在這時期內是一致的——而且無理由可相信牠有例外，除非屬於偶然的——這樣即可使消費可得「正確」的分配，至於在消費者間的分配，那麼情形，就不相同。競爭同樣給一切購買者有統一的物價，意即一種貨品的有限的供給，是照購買者經濟能力的需求而分配的。所謂經濟能力的需求就是說他們的欲望與購買力的結合。然因購買力分配的不平，這即金錢的收入，為我們在現代社會中所司空見慣的。一種重要貨品缺乏，對窮苦者的重負，遠過有錢者的消費受到限制。如歐戰中的糖和脂肪。而且在常態下，這種情形沒有如此劇烈。行政當局和社會慈善機關，常在工作，使頗多平民得到他們自己力所不能得到的生活必需品的最低供給。

投機之理論 一時與短時物價的關係 在前節已述自由競爭的趨勢，即在一時間中維持一致

的物價。在這時期裏，有有限的供給，而物價包含貯藏必要的成本。此即投機制度所有的功能。這種投機的制度是頗被人誤用的，一部份因誤解，還有一部份，正像其他經濟調與程序因不是常照一般理論而行動。這種結果的社會可慾性，已如上述，就是說價格一致，僅受貯藏成本的改變而已。自由投機能得這種成效可以簡單的證明。我們以麥的情形倘加以考察，即可明白此理，如麥價在收割後低於已存在的供給，要使他維持不變的物價，直到第二年的收成，即說如物價低於理想的短時或常態的市價，那麼麥的消耗，必比較物價在正確一點的時候的消耗率速。這結果在季末數量就比較要短少，而價格必隨之上漲。在這種情形中，無論何人能明察此事實，即可買麥囤積，至物價高時賣出賺錢。相反的，如在某時候，價格是高於供與求維持常態的一點，做「空頭」就可賺錢，此即在現時市價賣出期貨，當物價下降，售戶可以較小之價，於該時購麥完成其契約之義務也。

因物價的改變而有賺錢的可能，使人對供求存在的情形，要得到很準確的消息，而能對將來之物價作預測。然而一投機者認為物價有高的趨勢時，而收買麥，即有抬高麥價的傾向而到將來認為有利時出賣，遂使物價下降。所以其所尋求利益的物價改變之距離因而減少。相反的，如投機者在較現有物價低的價格賣出期貨，這就使實際麥的物主或生產者要出賣，使消費者停止購買

，這種行動會使現存物價減低。所以投機的行動在無論何時決定物價，其決定點在消費者的購買，剛是這一季中的供給可用盡。投機者或任何人囤積從一時期到另一時期，希望要能收回貯藏的成成本，所以變更購買與銷售，使物價有上騰的趨勢，而其上騰，要達到足夠開支貯藏的費用為止。

投機者最普通的濫用職務，因為他們不明白他們所有的功用，尤其不能看出他們祇能做對於生產者和消費者有利的事，才能賺錢。而且如一切投機者都能正確的判斷，投機除了對於他們這種服務的辛苦，盡可能得到公平的報酬率外就無利可圖。最後，照統計的調查所表示的事實，投機家，就全體而論，所賺的錢並不比公平報酬更多，至於說他們武斷地決定物價，這種思想是不真的。每個別投機者，平時對於物價之影響，並不超過個別的生產者或消費者。又或以為物價普通是在收成時低，其後逐漸增高，使居間人能得極大的利潤，這種見解也是錯誤的。事實上，就平均而論，五穀的價格，在投機市場中交易的，在一季中並不過份抬高。不過足夠償付貯藏的費用而已。投機之居間人，就全體論是得不償失的。這理由是無疑的，因為他們所玩的「把戲」是很像賭博，而且也具有同樣的心理，這使他們行動失之太過。如何能避免有組織的投機，是我們不易看出的，假定是可能的話，結果生產者與消費者必須彼此自己估計，而照估計的價格買賣，這恐怕要使費用更形增高，而且發生更不準確的結果。投機的實際罪惡，是原於錯誤的報告或偽造

的謠言所發生的事實誤解而來的「操縱」。而且也由於無知的人，在市場的行動，等於賭博，往往因而發生了嚴重的效果。

長時期的供求 長時期的常態價 在短時內，供給是有定的，而消費必須要按照供給而受到統制。在長時期內，供給是在物價能力的統制下，而且也隨需求的情形得到調整。供如能完全與需求的情形相調整，那麼一定可消滅長時期和短時期的二種觀點之區別。但求極易變化而供較為遲緩；或者供，有許多貨品，如農產品，其變更，非人力所能控制，或在別的貨品中，因計算錯誤之結果，所以實際上，這調整的二種方式，常在同時進行。投機家的努力，完全為自私的緣故；然而他這種行為，在事實上即決定了一個物價。這個物價就統制消費，按照已存在的供給，合乎社會所可欲的速率。同時生產者也在努力行動（完全為自私的原故）這種行動，實際上就產生了許多貨品的供給，其物價，從一生產期至下一生產期內，可以維持一致，並在某一生產時期中，也能維持一致，而且這消費之水準，即按照已經存在生產資源的經濟使用而決定，却不單依已存在貨品的供給經濟使用而決定。這就是長時期物價調整的重要意義。生產資源的「經濟使用」之正確意義容後再討論；至於已存在的供給，以競爭的買賣而分配，並非是屬理想的處置，無論是照社會或道德的意義而論。

長時期的需求是消費者之需求 消費之速率是依物價而定 長時需求之意義和短時需求之意

義沒有多大區別。需求是消費者之求，是他們的欲望和購買力之結果，所謂欲望即關於其他貨品的欲望，這種貨品和我們所討論的貨品相競爭或相補充的。惟一的區分即長時期的求，可以說是不同的物價中的一種購買率，即在每天或一月或一年所購買的單位數，在某物價上的購買數和在另一個物價上所有的購買數，而不是固定時期內，一個一定不易的數量。而且這「定律」，也和前同樣的，其理由也是一樣的——即效用遞減的原則。任何物品，物價愈高，在這一年或別的單位時間內，其銷售必定減少。

長時的包銷 生產率依賴物價而定 長時期的常態物價定律 在長時期中，一種貨品可以在市場上出售的數量，與其所能得之物價，有確定的關係。這可無庸說明。我們要完全解釋物價和生產數量的關係，確是需要時間的，但在這裏我們所着重的，是這二種是有關係的。我們也無須假定這關係是直接的，就是說物價高，貨品的生產增加，雖然，無疑的，這是普通的現象。除了供求的特別定義外，這討論正和以前對物價的見解是同樣的。物價是統制求的數量，以及供的數量。競爭的物價使得這二種數量相等。我們也須常常切記，長時期的常態物價是假定的，是個理想的趨勢，並非現實的。物價也是照一時的供求而決定的，然而牠常照消費與生產情形而變動，而且消費與生產所促進達某地步或到一種關係時，消費生產和物價，將要穩定或成「平衡」。（假定的求和生產的基本情形是沒有改變）

競爭情形下長時期供的理論 物價和成本

供給必須照競爭與專利分別討論，雖然這二者並不如普通人所想像的有極大的分別，祇有農產品和少數標準的日用品，其生產與消費是在幾乎完全競爭狀態。有效的競爭測驗，即生產者無從指使物價，除非他生產或不生產，生產多或生產少，由市場定價，這種行動，無論何人，均有自由的可能。倘在生產或銷售某種貨品時，為一種人為的阻礙所限制，這就是專利事實的證據；照樣，如任何生產者，有決定物價的「可能」，事實已證明他有了專利權。顯然，一個麥的生產者，不能討論物價，祇能領受市價，或者他要得比市價更高的價格，祇可不出賣麥。一製造品的生產者，幾乎都有相當的專利權，因為其他生產者並不生產絕對相同的貨品。

生產者，無論是小營業的個人業主，或是大公司的經理，都是為賺錢的。他們的工作，就是在競爭市場中，和其他生產者相競爭，雇用生產之勞務，土地，勞工，資本，並使用這種勞務，生產貨品，並出售貨品在市場中與其他生產者競爭。我們可以說彷彿單有一個企業，担負一種貨品全部的生產，從原始的資源到可供消費的製成品或勞務。在生產程序的各階段中，由不同的企業在工作着，他們或買或賣，或同時買賣未完成的貨品或者零件，這種各種工作的分工，並不影響我們所討論的原則，而且也不影響於市場上組織的特性，在生產程序的任何一端。生產者為生產能力的「租金，工資，利息」而支付的錢，組成其生產的成本，而從生產品所得到的錢，即為其總收入 Gross Income。他自己的收入，就是這兩個數目的差數，混稱為「利潤」。按照經濟定律

的性質，即一種趨勢的說明，我們是根據於一種假定，就是人們知道他們的行為，是照經濟的動機而做的。當該物價的理論，即假定貨品能生產有利，才生產的，假定有損失，即不生產。這就是說，一種工業能夠獲利，牠就有發展的趨勢，如不獲利則有收縮的趨勢，直到這「利潤」是代表生產者自己在企業中努力，或使用其財產而所能得到的通常利益為其報酬。這「利潤」的最少限度，在經濟討論中，認為生產成本的一部份，同「純利益」是分開的。後者是包含超過必須利潤的收穫，且也包含虧欠或損失。

這理論的明顯結論，是一熟識的原則，即物價有和製造成本相等之趨勢。尋常說生產的成本「決定」物價，但不加相當的限制，這話是不確實的。第一點，已如前述，在某一時間，即在貨品已經產生，或者其產生已經決定無法挽回時，生產的成本和物價無甚關係，成本對物價的關係常在定立一種標準，使將來的物價可以達到這標準，而且自然所希望的是將來的成本，可以合到這標準，不是現在的或過去的成本。第二，成本和物價的關係是間接的；成本影響物價，僅不過如牠影響供給——所謂生產及供銷售的數量。最後，成本和物價的關係是互為因果的，本點說明於下。

成本因生產數量變更而變更 實際上定物價的是出品的數量，這就是供給，和 demand 有關係。成本對於決定出品的數量，前已說明，祇是間接的關係。所以基本的問題，即成本因出品的數量

改變有何影響。有幾種工業，增加出品，未必影響貨品生產的成本很大，所謂成本，即指每單位的成本。這種工業，我們稱牠為「常數」成本。有幾種工業，增加出品，就必增加每單位的成本。這似乎是「自然的」情形。因增加出品，一定要增加在這工業中生產的服務，而這生產服務的需求的增加，必要增加生產服務的代價。這種代價即生產成本。像這樣的工業，為遞增成本的一種工業。「常數成本」的工業是一種成本的增加和產量的增加沒有什麼差別的工業，因為這種工業，就全體而論，對於生產資源或所使用原料的總的需求，很少影響。還有一種工業，生產的增加，是使每單位成本減少。這大概因生產的範圍擴大，生產的方法更形經濟的結果。然而「大規模生產的經濟」不但在大眾心裏有幾份的誇張，而且這種生產的方法，要將工業漸次集中而成大而又大的單位，結果就要建設一種專利的事業，至少有許多經濟學者以及本書的作者，對於這種工業，在遞減成本的情形下，是否能和維持競爭，不相違背，均頗為懷疑。倘使這工業成為專利，那麼牠的成本和物價，即依據一個不同的定律，這定律且待下面說明。總之，無論如何成本如因增加出品而減少，必將達到物價減低更速的一點，使物價和成本相合，否則生產可無限制的增加了。

成本最後的意義 成本節制生產的雙重效用 就生產者或企業家而說，生產成本即代表其所因生產力或原料，亦即包含生產力之付款而言。在此項原料付款中，實已包含其原料所已使用之生產力。就社會而論，這生產的成本，一定有不同的意義，因為凡一人所支付者，即為另一人之

收入。這樣，就全社會而論，財富，並未較前增加或減少。如我們省察，為何生產者一定要支付和決定他所必要支付數量的理由，那麼我們就可明白成本對於社會的意義。

生產力對於生產者唯一的價值，就在能用以生產貨品而銷售之，得一價格，生產者所願付的價格——即可使他出的價——是須依他因使用生產力而得的生產品所可有之格價而定。他所付的價格——即必須付出的——實際是由競爭而定，即其他生產者對於他所需要的生產力出價的競爭而決定的。就出賣生產力的主人而說，其生產力的值，恐除生產可供銷售的貨品外，還有別的用處，普通而論，這是正確的。尤其是勞工，往往常願用其時間和勞力，在非供銷售的貨品上，若不是為金錢的引誘，他寧願做他所愛好的事情。其他生產的因素，也是相仿。土地的業主，可以將其土地開作遊戲場，或作園林的點綴，資本主亦可將其資本另作別用。然大體而論，這種消遣的使用，對於用於生產工作上的數量實際上之支付或收入，是很少有能左右牠的。即勞工亦是如此。所以生產力的報酬，是由於他在生產上功用的競爭價值而決定的話，是可信的。企業家對於購買生產力彼此競爭，凡能付最高價的，即可得到。倘若競爭是有效的話，必定有若干企業家有近乎相等的支付能力，而實際能獲得生產力的出價人，必為盡其能力限度，以求得這種服務的人。

至於生產者在購買生產力中的競爭有二種，或說在兩範圍裏，應分別討論。每生產者在出價購買生產力時，必遇着（一）在其他工業，生產他種產品的生產人之競爭，（二）在同樣工業生產同

樣產品的生產者之競爭。所以他的競爭能力是須依賴兩點：（一）使用同樣生產力，其他生產者所得的物價和他自己產物所能得的物價之比較（二）用同數量的生產力，所能供給市場的物品數量和
其他同工業之生產者所能供給的相比較，換言之，即其組織的效率如何。

這可看清，生產者能出價勝過其競爭者而取得生產力之能力中的二因素，是和二種社會上重要的條件，即和整個經濟制度有關係的。第一個因素即價值高之貨品生產者能較價值低之貨品生產者多出價，可供給一種機構，使社會之競爭組織引導生產力之支配，歸於不同之用處。前已說明物價是競爭社會中用以測驗各種滿足慾望不同的方法的重要性之權衡。企業家的競爭，趨向于要將生產的力，轉移到更有價值的貨品或服務上去，而且也會變更這種生產力作別用，如那裏可得更有價值的使用，即物價更高的地方。第二個因素，即競爭之生產者的購買力，能使一個貨品效率高的生產者比效率低的生產者出價更高，這種競爭制度就可保證生產資源得到最高效率的使用。所以這一種因素合起來可達到一經濟組織基本功用的第二功用（二種功用即適當的處分和各部的調和，如果已經有了物價的標準，能測量不同生產力使用的比較重要性，那麼生產者對購買生產力之競爭，能使這生產力，用於最重要處。而且這種力的使用，得最有效率的生產技術——並連帶可獎勵繼續發展更有效的技術，同時，生產力的償付，對生產者是「成本」，而對工人作人爲「進益」，這進益即消費者的購買能力，因這種消費者的存在，競爭制度就可完成經濟組織

的第三種偉大的工作，就是分配。但生產力有不同的形式——不僅是「土地，勞力，資本」，每一種還有無數類別——各種形式在使用時，是彼此相輔助的。這一事實即使生產力的每一種價格之逐個決定，發生特殊的問題，這問題本文不及討論。

成本和物價相互因果的關係 決定物價的和物價決定的成本 決定生產者購買生產力而生產貨品的成本，有兩重競爭——即同種工業生產者和異種工業生產者的競爭，這兩重競爭，使物價和成本發生二種不同的關係。有幾種生產力的形式，如粗工和自由資本，在每種工業，實際上都有使用的，但有種形式，如技術工和大部份的機器，實際是專為生產某種產品特殊使用的。在規定後面一種物價時，其他工業的競爭，顯然是不存在的，而這種生產服務的代價，亦僅表示一種特殊產物的價值。這種特殊服務的償付，祇在同樣貨品生產者中的競爭而決定，這種償付，可稱為「物價」決定的成本。

另一方面，償付不固定生產的服務價格，其決定和任何生產品價值的關係很微；其對某種工業所佔的成本無非是在另一種工業上價值的反應。在這種情形，償付的數目不依賴生產品的物價，所以牠要決定物價，因為要影響生產的數量，本點前已述明。所以「這種的成本是」決定物價「的。我們要了解，在實際上競爭貨品的物價，因生產力的價格，而決定其供給的數量，也決定其任何一生產品的物價。生產力的價格，常由生產品集團的物價而定；但就任何一生產品而論，成本似乎

是決定物價的。一種生產產品對於生產力價格的影響，比較這種生產力所使用其他各種的物品之全體而論，影響極為微小。

遞減效用 **遞減報酬** 遞減效用和生產的關係是很明顯的，貨品生產愈多，任一單位，對於買衆的效用，就漸減少，所以貨品所可銷售的物價，也必降低。同時，一種貨品的生產增加，就使其他貨品的生產減少，因此其他貨品的效用和價格，就都增加。既然物價是效用的權衡，這趨勢要利用所有社會生產的資源，從事創造效用的最高總量。同樣，消費者，用他的進益，亦須購買效用的最高量；在市場中有各種貨品，到某價值時，他必定要加以選擇而達到目的。前已說明，物價並非一正確的權衡，以測量貨品真實的社會重要性。因為第一，個人的所好，即以物價來表現的，但並不常代表每個人所得是「最有利的」。第二，每個購買人的不同的金錢數量，更不易正確的表示他們的購買是對於這個人或對依賴他的人，有不同的重要性，而且，貨品的購買或消費常影響購買或消費之外的人，這種影響很多，可優可劣。正如其他經濟定律，這也一樣須明白其原則，這原則就是代表一種普通的趨勢，使生產歸入于社會最有用之途，也須要明白各種的情形，可使這趨勢有無數的重要例外。生產力愈用在生產某一種貨品，結果也就減少他的效用和生產品的價格，這種遞減的重要或報酬的減少，我們稱遞減報酬律的一種為狀態。另一狀態將於討論分配時再提出。遞減報酬，即現在所討論的一狀態，顯然不過是遞增成本的另一名稱；

每個資源的單位，所生產的價值減少，就是用於生產這個產品單位的資源價值增加，這資源價值的增加，即表示某種競爭貨品的價值增加。

短期物價和長期常態價的關係 生產及銷售均包含投機 結束我們對於長時間常態物價的討

論，我們要重行說明，這乃是表示在某時間內有競爭的調整之趨勢存在。常態的物價，即生產和消費都在常態中，（依長時間看來，生產和消費是必相等）是一種情形，就是說，倘若一種技能的藝術及組織和存在的需求經久的不變，也無意外的波動，使生產能照需求而得最後的調整時所必有的情形。將生產合乎需求而調整的動力，即每一生產者，追求利潤的動機，而阻止一完全的調整最重要之原因，是生產者的錯誤。生產者不能正確知道現在需求情形，更不知將來需求情形，但他現在的計劃和行動，却和將來有關。在現代製造方法下，從生產到製成品出售時，要經過極長的時間，而且他們的行動，常受不可預測和統制的原因的影響——顯然如農業。這情形更為嚴重，因一企業者，他所生產的供給，祇是生產品總供給數中的一小部份，他也無從知道別人如何在計劃，亦不能自成一單位。這種困難情形，就使生產者的動作是含有極大危險的因素。

工商業的經理，正如投機者勉力的在預測將來，而且他們的成功，也同投機者一樣的，依靠他們銳利的眼光或幸運，而能獲利，不然者必致失敗。而且也正像在市場中投機，一人的預測是正確的，他就能使自己獲利，這人的動作，必定是和社會的利益相調和，這利益即表示金錢力的

需求。其賺錢因其生產貨品，到市場時正是需求最高時。競爭的社會，所藉以吸引生產的能力，使用於最可慾的動機，即在生產者在那範圍中所出較高的價格。使生產者，顯出相宜的價格的動機，就是他希望得到利潤而免除損失。工商業的管理，包含二種主要的動作，預測情形是一種，選擇方法又是一種，而這二種中，尤以需求之預測，為更難而重要的工作。我們對這問題，再稍加以考慮，就可顯示，管理和農產交易所投機更屬相似。這就是如果他的行動，是合乎社會利益的要求，即可賺錢，但他的利潤，即從一般不能適合社會利益之人所遭受的損失而來。倘若一切生產者都能正確預測，那麼就沒有利益，也沒有損失了。在這情形下，短時間的物價即和長時間的物價相合，正像一時的物價和短時的物價相合，如市場上的投機者，他買賣是根據於完全正確的估計。在「正確」的調整中，工商業的經理，不過可得他們因努力而得的公平酬報，正像在「正確」的調整中，投機者在交易所中所能得到的一樣。

專利和競爭 專利的程度因代替而來的競爭最普通的情形 在本文前面已述及專利和競爭的關係，我們曾經說明祇有已經標準化的貨品，如主要的五穀，其銷售沒有顯著個別的區分，因之可代表完全競爭的情形。凡物品製成後，立刻可供消費的，往往是有個別的區分，消費者，是知道他所購買的是屬那家的出品，在這家的出品和別家同樣的出品，祇少有若干的區別。這情形下，生產者可有相當的自由規定物價（這種自由非麥的生產者所能得）。換言之，他多少有專利

權。他對銷售貨品的名稱有專利權，而對於其貨品和其他貨品實際的不同也有專利，這就是貨品的名稱對貨品品質的担保，附帶的服務或者其他。

這件事總的核心判別專利與競爭，很顯著的就在一個生產者的貨品和他家的出品不同的程度如何。以麥而論，固毫無區別，所以沒有專利、換言之，祇有競爭而已。按「完全」競爭的名詞，乃用以表示不僅是專利之不存在。一種有牌號的貨品的銷售者，雖然他的貨品和其餘各家的出品實際完全一致，如「伯得蘭」水泥或麵粉，但總有少許專利性。如果貨品確有若干區別，如汽車，其專利的因素就更大，所以說某一工商業屬專利或屬競爭，不過程度不同罷了。這是很顯著的。福特公司在「福特」車有專利，但非在汽車業有專利；「象牙」皂在「象牙」肥皂上有專利，但不在肥皂業有專利，餘類推。這三出品人對於其他的汽車和肥皂確有對付「競爭」之必要。在專利與競爭中，不能劃界。汽車還須和別種交通工具競爭，肥皂亦須與其他洗滌劑，去污粉和他種肥皂相競爭。

最後一切的貨品均為得消費者的錢而彼此競爭，他們的關係，比我們平時所認識的更密切。食物產品同汽車直接相競爭，在同一的使用上，因每一種產品，人們所以購買的原因，是為維持他們社會的地位，或是表示體面。這事實，就大體而論，是無可諱言的。一種物品可以完全不受競爭，絕對的專利，是沒有的，除某種未規定之相似性的範圍外，其一部分雖偶由于名稱不同而決定，競爭在普通常稱為替代；完全的替代或交換，就是完全的競爭。照這意思而說，競爭

是普遍的；每貨品都有代替品——除水外。照此理論——除水以外——沒有一種貨品是「真」必需的，我們常以為衣食是必需品；因之有很多錯誤的思想，我們雖必須要有衣食，但並不須要在市場上貨品的某種衣某種食。

需求的彈性是專利權的測驗 我們前已講過決定物價的能力，可以測量專利權的程度。換言之，需要的彈性，就是牠的測驗。單一的生產者，在完全競爭的工業中，如單獨麥的農夫，他的生產品的需求是有無限彈性的，物價極小的變動，即將更改他銷售的可能性，從零到無限數。一種貨品的特殊性程度增加，或者競爭的生產品替代之容易性減少，需求的彈性就減低，物價的變更所影響于銷售的減少，專利權就增加。照方才所說的必需品而論，需要的缺乏彈性，大部份是風俗習慣所造成的。替代品是可能的，但並不採用罷了。還有缺乏彈性的原因，因某種貨品必和他物相合用，而那合用的物品比這個貨品昂貴得多；例如留聲機的針，或福特車的配件，價格雖高，在相當的限度裏，其消費與物價是沒有關係的。

專利的性質 及其所有的害處 Monopoly 一字，從二個希臘字而來，意思是「一個商人」就是說一種貨品，祇有一個銷售人。我們所說一種貨品的意思，或者將二種企業所有出品，將他分成爲不同的貨品，這種根據，大體是不正確的，這前已說明。一種企業，不能稱爲專利，除非在他的地位上，能索取一種物價，高出其他生產人物品所能索取的，倘使沒有特別障礙，其他的人

也必能產生與他相等的物品。障礙物的性質，就決定了專利的種類。在舊式的專利事業中，這障礙物，即最初專利一字所使用的，是法律，執政者以專利權作為禮物贈與私人，或者將其專利權賣給別人而鑿進款。在現在這一類專利，完全由社會的政策而設立的。這類專利稱為「法定專利，如發明的專賣權，著作物的版權等，我們在這裏，不是要將專利權澈底的分類。一法定的專利權，政府自己可保守，以增加他的公款，這稱為「財政的專利權」，政府也可維持專利權，節省消費，或為其他的原因維持專利，那麼這種專利，就有別的名稱。「天然的專利」是普遍的名稱，但是包含各種不同的情形，最普遍的是某種工業，如煤氣，自來水，即需要固定的投資，以供給某一市場，倘使這種工作，別人重複去做，就要發生極大的耗廢。另外還有一種重要的專利，有時稱為「資本的」專利，在這種專利中其障礙物用以防止競爭的，是某種「不公平」競爭的恫嚇。專利最顯著的害處，自然是加消費者更大的負擔，即對一種貨物，付以不應付的高價，而使專利的主人，得非分的收穫，倘然這種收穫是不勞而獲的。比較不顯著的害處，但結果是更形嚴重，就是貨品用處的減少，為了這原故或其他原因，我們特賣權的制度，是酬勞發明者的粗鄙而耗費的方法，一種貨品的價格，由人為而抬高時，使生產這種貨品的生產力，轉移到生產別的貨品，那另外的貨品效用，就物價而推測則更低，而且我們也將能滿足消費人別種欲望的生產品轉移到專利的主人所有的生產品。

專利者往往要設法採取一種政策，以減少第二種害處；雖然他們的那種努力並不是為公眾着想的，這努力多少有些成功。他們所採用的方法即階級物價，就是向不同的消費者索取不同的物價，根據消費者的能力或寧願獲得貨品而付高的代價。另外一種方法，即將專利的貨品租給使用人，照其所用的數量，而決定其價付的價格，不是立即就出賣的。這種辦法，可以用專利的物價來銷售另件的供給。這二種的方法，照我們所見到的，實在是減少專利所有的害處，然而這種方法比較直接銷售法更易激起衆人的憤慨，而且在美國往往為法律所禁止。階級物價，顯著的例子即鐵路上採用不同運輸的價格，照貨品所能負擔的，用一種複雜的分類索取不同的運費。

專利物價的理論 稅的影響 在競爭情形下，一種貨品的生產，傾向於一點，即生產的成本和物價是相等的，這生產的成本，包含本人服務的酬勞以及他所雇用人的酬勞，一種工業能獲利時，勢必趨向於擴充到不再有利為止。生產者在這種工業中，就全體而論，因為這種擴充，自然損失資金，然而他們如果是競爭的，並非全體行動，而是個人行動；每一個人因生產增加，利益就增加，因他所增加的生產，對於物價影響不大，而且如果他增加生產，他人亦會增加。

在專利事業中，就完全不同，專利人，是照一個單位行動，而且我們也可用簡單的數學方法表示一專利人，他生產必須相當地少於利益消滅的那一點，才能獲利，這種情形，在他貨品的需

要是富有彈性時是正確的，而在他貨品的需要缺乏彈性時更爲正確。生產究竟應停止在那一點，固然要依各種成本的不同和銷售價的高低而決定，而這種成本和售價不同，又視總生產的不同而改變，但原則是相同的。專利者生產愈少，他每單位所能得到的物價更高。我們一定可找到一點，即銷售單位數量所損失的和增加物價所得的互相抵消，而使我們得最高的總淨利。因此專利人勉力追求這一點而照該數量來生產。在專利亦如在競爭制下，物價是依據生產和銷售數而上下，所以專利人唯一可統制物價的方法，即限制其供給。

在專用品上，加以捐稅，有時可使專利人，更限制他的數量，以抬高物價，但有時也未必有這種影響，所謂以捐稅的一部份轉移消費者，就是經濟術語所稱爲稅的「轉嫁」，這須依捐稅徵收的方法而決定，如果捐稅以一種工商業爲單位而徵收一個總數，如執照費，這顯然不致影響於供給的數量，因爲生產者必定要生產到最有利可圖的數量或物價到最有利時，那麼這種捐稅是由生產者自己擔負，如果照專利的利益抽百分數的稅，其結果亦相同。然而如果捐稅在出品的每一個單位上徵收一定的數目，那末最高的利益點就變更，正像供給的減少和物價的增高一樣。這樣的捐稅，是要增加消費者的負擔，然而就消費者全體而論，他們所付貨品的價格，增加總數和稅的總數，並沒有一定的關係，而專利者本人因爲需求和成本情形不同，他所受的影響亦不同，就當能而論，他因貨品消費的數量減少，以及對捐稅最後多少要負擔一部份的原故，必遭受損失。