

商業叢書第三種

現代商業經營法

上海商務印書館出版

英文

新廣告學

李 培 恩 編

此書以淺近明瞭之英語。
 述廣告學之大意及其重
 要原則。凡商業學生或營
 業家粗通英文者。手此一
 編。即可得一極有實用之
 智識。商業學校用作教本。
 更爲適宜。

商務印書館發行

洋裝一冊 定價三角

元(784)

Commercial Series, Vol. III

Modern Business Transactions

Commercial Press, Limited

All rights reserved

中華民國七年四月五版

(商業叢書 第三種 現代商業經營法一冊)

(每冊定價大洋陸角)

(外埠酌加運費滙費)

編纂者 無錫過耀根

發行者 商務印書館

印刷所 上海北河南路北首寶山路 商務印書館

總發行所 上海棋盤街中市 商務印書館

分售處 商務印書分館

實慶 常德 衡州 成都 重慶
 達縣 福州 廈門 廣州 潮州
 香港 桂林 梧州 雲南 貴陽
 張家口 哈爾濱 新嘉坡

此書有著作權翻印必究

現代商業經營法目錄

導言

第一章

最近商界之傾向與其特徵

二

第一節

近世企業發達之大勢

四

第二節

近世商業之傾向特徵

一二

第二章

零賣及批發界之變化

一八

第一節

零賣界之變化

一八

第二節

批發業之變化

二五

第三節

零賣商地位之危險

二九

第三章

時勢之劇變與現代經營式

三一

第一節

自然淘汰與智力競爭

三三

第二節

資本老店與腦力

三四

第三節

製造置貨與販賣

三七

第四節	最近之趨勢·····	三九
-----	------------	----

第四章	過渡式經營法之缺陷與其誤解·····	四一
-----	--------------------	----

第一節	前此之所謂新式經營·····	四二
-----	----------------	----

第二節	新式經營之根本誤解·····	四七
-----	----------------	----

第五章	現代式經營之本質與精神·····	五二
-----	------------------	----

第一節	完全之組織·····	五二
-----	------------	----

第二節	現代商人與商業知識·····	五五
-----	----------------	----

第三節	愛熱與其價值·····	五八
-----	-------------	----

第四節	信用本位與確實本位·····	六〇
-----	----------------	----

第五節	最大權威者之商業道德·····	六七
-----	-----------------	----

第六章	現代式經營之本質與精神(續)·····	七四
-----	---------------------	----

第六節	合理的努力集中主義·····	七五
-----	----------------	----

第七節	經濟思想與經營經濟·····	七八
-----	----------------	----

第八節 湯與菩主義……………八八

第九節 販賣之根本精神……………九一

第十節 時代精神……………一〇〇

第七章 現代式經營之本質與精神(續)……………一〇五

第十一節 制度與人及其運用……………一〇五

第十二節 現代式經營家之武器……………一一五

第八章 促進的販賣手段及販賣方法……………一二五

第一節 販賣商略及其利用……………一二六

第二節 販賣計畫及其利用……………一三一

第三節 飾窗之活用與其效力……………一四一

第四節 商業旅行人及其利用……………一四六

第五節 利用郵傳追窮顧客……………一五三

第九章 促進的販賣手段及販賣方法(續)……………一五九

第六節	販賣戰計畫·····	一六〇
第七節	通信販賣法及其利用·····	一六六
第八節	其他之促進販賣手段·····	一七二
第十章	現代式經營上之諸研究問題·····	一七六
第一節	最近之擴張販路手段·····	一七七
第二節	零賣之新式營業形態·····	一八六

現代商業經營法

導言

熟視最近十年間商工業之狀況。無不知有最新之潮流。滔滔然趨向吾人而來。而其傾向之重大。乃遠出於意想以外。自店肆之形式。與夫販賣法、廣告法、組織法、管理法。以至主從關係、營業方針。無論目之所見。與夫目之所不及見。革新現象。幾於不勝枚舉。不爾者其肆且將爲此潮流所汨沒以去。而所謂向上發展。將終不可期。今日者。賣主之數。乃過於顧客。是以競爭日烈。自然淘汰之鞭笞。乃不擇人而施。稍與時勢相遠。或稍不愜於人心。而忘現代式經營之真髓。則必至陷於墮落之悲運。在昔資本與老店。實擁有絕對之權威。今則其時已過。前者之權力。局於一定程度以內。後者則僅爲販賣暗示上之一便宜而已。今日者。智力互競之世也。農夫之子。或一躍而爲總長。官一等。故商家之勝負。不僅視夫資本之多寡。招牌之新舊。更當視夫其腦之優劣。資雄店老。而又有智識。能努力。則今日之小商人。明日一躍而爲

大商人不難也。是以資雄店老者。固不可不別求新勢力以助長其成功。設資本不厚。招牌不古。尤當以此新勢力爲唯一之武器。新勢力維何。卽了解現代式經營之真髓而應用之而已。夫世人所習用。有所謂新式經營焉。吾顧不用新式而用現代式。此意當於後文明之特前此所謂新式經營。大都皆遺神取貌。拘拘於形式之末。以此而求繁昌。其又何濟。吾之特用現代式。將以示神形之兼顧。一言以蔽之。將別出新案。以商業道德爲信條。使顧客滿足於吾所售之物品。且滿足於吾所蓄之道德。而以科學的研究金錢勞力時間之節約。以求永久之繁昌而已。

第一章 最近商界之傾向與其特徵

如吾導言之所述。則今之最不宜率意輕舉者。厥惟工商家。時勢之遞嬗。實可驚詫。自然淘汰之鞭笞。乃專向弱者而投。雄資老鋪。已失其往昔之權威。賣者較難於作家。賣主乃多於顧客。物品雖佳。未必卽安。更求迫壓弱者之術。適者生存之法則。遂使達爾文益益有名於世。然各種階級間之垣欄。今已掃蕩無餘。智慧之士。得任其意之所欲爲。此真無強無弱。不可不發揮其全能以研究經營法之日也。近來新式

經營現代式經營之聲。以是日高。倣之者乃如雨後之筍。日夜滋長不息。然大都皆取其神似。忘其真髓。沐猴而冠。遂多失敗。縱不至大失敗。其效果必有以是而減殺者。淺見之士。目擊夫遺神取貌者之多失敗也。遂以爲時機未至。或且詬爲無當。其實則實行者與批評者。皆僅察其外。未悉其奧而已。夫僅僅改造店面。濫發廣告。而絕不悟其精神之所在。此其危害。事實昭然。然現代式經營法不如是之淺薄。抑若孩提亦可模倣者也。設能明其精神。用之形式。內外皆能完全無疵。則其效力必有可觀者。縱使遺其形式。而能得其精神。亦必有明效大驗。現代式經營法之真意義。真精神。實在內的心的。及其表見於外。則或爲商略。或爲廣告。或爲新販賣法。決非徒有其表。而中無所有者也。故欲與其強敵抗衡。力圖向上發展者。必改爲真正之現代式經營。築根基於磐石之上。故吾書所重。不在敘述今世遺神取貌之事實。而以說明今世最缺乏之真精神真主義真意義爲主。旁及其由此培植而成之形式。當其初。固或有藉端相抗者。然經營能力。得以此而達於最高之度。而爲自然淘汰之適者。向上與繁榮。乃可得而期待也。吾於導言之中。以及本節之初。曾累述世變

之遞嬗。自然之淘汰。權威之顛倒。以警告工商家。夫此決非過言。事實或且較吾所言爲過。故於入本論之前。先爲具體的說明如左。以明吾言之非妄。且先覺者權威者之說。亦足稍資考鏡焉。

第一節 近世企業發達之大勢

吾人苟能悉心考察。當知最近之工商家。確有種種傾向與特徵。而以小賣界爲尤著。製造業與批發業。非有大差也。特小賣業爲數較多。與需要者有直接關係。故其有待於研究者亦自較多。吾書亦不免偏重於此。顧此精神主義意義。則爲一切大小商工業所共通。讀吾書者不可不知也。

(一) 大商業小商業之接近 由大體觀之。不能不致疑於經濟學及商業學原論。何以必別爲大商業小商業。大商業指批發業而言。小商業指零賣業而言。此人人所知也。此其爲別。意義甚明也。而按之今日之傾向。則此說實矛盾於事實。夫此區別。固自有其至正極當之時。顧今則其時已過。今日者。批發業固爲大商業。零賣業亦有大商業。夫吾人一聞零賣商業之名。則必以爲資本薄弱。規模狹隘。實乃不然。

蓋雖零賣商業。亦無難與企業之大勢相抗。漸有集中之勢。而採用大資本大經營之法。其結果遂至引起社會問題。此實吾人所不可忽視者也。

(二)工業的企業 自顧客生產時代。漸進而爲市場生產時代。所爲企業者。始得成立。及商業交通。日益頻繁。市場競爭。日益激烈。於是企業亦日以大資本之組織。行集中的經費。此爲最近顯著之傾向。而尤以工業的企業爲甚。市場生產之初。其工業組織。實以前貸制度爲先。所謂家內工業。卽此制特有之經營。所製之品。不直接售之消費者。而沽之於前貸人。前貸工業者。卽以資本的統一散漫無稽之家內工業之制也。其次則爲役使自由之勞動者。純然以營業的觀察點而經營之工業。其制集多數工人於一工場以內。力求經營之集中。洎乎最近。又有所謂託拉斯及企業者同盟。益謀獨占集中的生產之利益焉。

(三)批發之傾向 批發業者。介於製造者與零賣者之間。故因最近工業的企業之趨勢。與夫工業及工業經營之進步。交通之發達。大小商業分界之不明。而組織上有所變化。或且將有變化。其最著者爲原產者與消費者之接近。批發業者之地

位日在風雨飄搖之中。不得不擴充資本以應之。此事吾當別著於後。要其已有或將有變化。則事實也。

(四)零賣之傾向 近來內外各國之零賣商業。惟日汲汲於裝潢門面。利用廣告。以招徠顧客。於是大規模之專門營業。遂勃焉興起。而此大規模之專門營業者。且不以販賣自足。更進而以支店制度通信販賣。以求擴張其銷路於異地。夫支店制度。固不能謂爲大經營。要不失爲大資本的組織。行支店制度者。於支店所在地。各自經營。以資本的統一之。適如工業之前貸制度。而通信販賣。則適如託拉斯等等。之以資本的獨占種種企業。最近數十年間。歐美諸國。有所謂零賣大商店。實開零賣商業獨占之端。此制凡有三級。首爲零賣大商店。繼卽一變而爲通信販賣。零賣大商店。又進而爲現金購買同盟協合組織。此實爲零賣商業最高最大之商業矣。凡所謂零賣大商店者。資本雄厚。規模鴻遠。給事衆多。經營集中。集所有物品於一堂。令顧客得購所欲購。不假外求。而一面又利用通信販賣。吸引他方之顧客。要之前此零賣商業之缺點。實爲消費組合發生之原因。而消費組合之成功。又爲零賣。

大商店、勃興之淵源。消費組合。爲消費者之團體。立於共同主義之上。而零賣大商店。則爲零賣商業之企業。以營業主義爲生命。兩者之組織。與其根本主義。固各自異體。而經營事業之方針則一。其意皆欲行集中的大經營。而以價廉物美之商品。提供於消費之人者也。故兩者不能同時發達於同一區域以內。而必有其較爲發達者焉。

(五)集中的大經營之原因 集中經營之所以極盛如今日者。其主因蓋有三端。(一)近世工業技術大進。生產激增。(二)交通發達。來貨輻輳。互爭銷路。(三)零賣者日益加多。競爭甚烈。故欲制勝於競爭之場。必行最合理的經營。節經營之費。巧置貨之法。提供價廉物美之品。以滿消費者之欲望。且必竭其力之所能。吸收顧客。賣出商品。以圖資本之運轉。欲爾者非集中的經營不可。但此制之行。必以交通發達爲前提。故今日零賣界之革新。可謂爲競爭之壓力所促成。爲交通之發達所助長也。

(六)集中的傾向之實例 集中傾向。不僅歐美。卽日本亦已有之。以全國言。則集

中於東京。以東京言。則又集中於數大商店。前三井吳服店理事高橋義雄氏曾稱之曰商業上中央集權之趨勢。可謂妙評。高橋氏爲理事時已然。則今日必更有甚焉者。今以參考之故。介紹高橋氏之實際談話如左。

近來因輪船火車電車等交通機關之發達。都會商業大爲膨漲。商業上亦儼有所謂中央集權之勢。卽就余所執業之吳服商店言。夫吳服商自古有之。日本全國縱窮鄉僻壤亦在在有之。設有所需。隨地可得。設或無之。則至鄰近之小都會而已足。自有輪船火車以來。往往有爲婚禮等等。而特來東京者矣。近且益甚。先以東北論。仙臺新瀉無論已。卽遠至北海道亦皆必至東京。西南以靜岡爲界。亦多來東京。靜岡以西。始往名古屋京都或大阪耳。中國（日本地名）亦爲大阪之勢力範圍。越海而至九州。更遠而至臺灣。固無以此而特至東京者。然大都亦由郵局向東京定購。是以東京之勢力及於九州臺灣東北地方及北海道一帶。我三井吳服店。由越後北海道九州臺灣等處以信定製者甚多。前此東京商人之主顧。以市內爲限。今則地方較市內爲多。尤且逐日增進。其增進之方向。余以爲

不在市內而在地方。此則交通機關完備之故也。東京與地方之商業關係。既有如斯。故地方商人。逐漸失其顧客。而其所失之顧客。乃滔滔流入於東京。東京商店賣出額之增加。非全國之賣出額能增加此數也。僅東京之賣出額。增加此數而已。以上爲東京與地方之關係。若僅以東京市言之。則當德川時代。各街皆有武士公所。零賣之店。卽環此公所如辰星。幾於各自爲獨立之都市。合此無數之小都市。而成江戶。其後交通發達。電車四通。而購物遂多趨向於日本橋之大商店。今日各區小商店之所以尙能成立者。則因乘車赴日本橋。欲其待我購物而歸。往復車費。必在一元以上。故大者不論。零星物件。仍多取之近處。此小商店之所以能支持。然交通機關完備之後。則殊不爾。一切皆集於中央。而於中央之中。尤集於最大之商店。此時之來。會當不遠。由全國集於東京。由東京集於中央之大商店。此今日商界之著象也。此亦不僅日本爲然。美國商業。號稱極盛。近亦有零賣大商店之制。大都會中。有分爲兩店者。有分爲三店者。所謂零賣大商店。卽集一切人生必需品於一堂。一入其中。必可得其所欲以去之制也。規模旣大。進

貨必多。進貨既多。貨價必廉。貨價既廉。賣價必減。近者此制盛行於美。地方之小商人。大爲困苦。夫美之交通機關運輸機關。其完備數倍於日本。據云以動物一頭。由極東送至極西。由極南送至極北。運費僅二元四角耳。如爲物品。較此尤廉。是以縱身居僻壤。而欲求得物品於都會。其事亦正不難。如親自置辦。旅費亦甚簡約。地方商店。遂有不得不衰之勢。日本之運輸交通機關。日趨發達。則遲早必同於美國。蓋交通便。則運費廉。所謂零賣大商店。自必應運而生矣。以上所述。雖以吳服商業爲主。其實一切商業。大抵皆然。爲商人者。固不可不知此義。卽一般公衆。亦不能不留意於此也。

(七)集中的傾向與市況之蕭條 去年之秋。市況蕭條之呼聲極盛。吾曾爲一文登之實業界。今轉錄於下。以明中央集權與市況蕭條之關係。以爲零賣界受逼之警鐘。

蕭條之聲。今既日增月盛。不知所屆。欲坐待其恢復而不謀所以救劑之。是猶俟河之清耳。今日之蕭條。與過去之蕭條。原因大異。如吾儕之所信不謬。則此蕭條

之聲之大紀念塔。在銀座（街名）之正中。心齋橋之附近。直可與尼羅河邊之三
角塔爭勝。此大紀念塔。一面爲大正零賣店之特徵。一面乃貽不祥於後世。且此
決非空言。今正逐步見之事實。而零賣商乃漠然不自知其大革命期之日迫。寧
不可歎。此蕭條之現象。所以重苦零賣商者。其原因固非立談可傾。而因交通發
達。凡事皆有集權之勢。實其主因。而物品之購買法供給法。又在皆有進步。讀
本誌者。類能先人一步。此即可爲吾言之徵佐。故吾以爲研究之對抗之。實爲脫
出於蕭條重圍之第一武器。時勢已轉變矣。競爭之烈。乃有過於奧塞之戰。自然
淘汰之鞭影。日日宕漾於吾人之前。經商之法。日有變化。零賣與批發之分界。乃
不如前此之明瞭。此實零賣商所不可忽視。例如呢料。今批發處亦可零剪。洋服
店不能如前此之得多金。買客大都能知質料之美惡。而以算盤品評其貴賤。任
意索價。必失顧客。此一小例也。類於此者。何可深數。製造者與批發者。逐日侵逼
零賣商。而蠶食其領地。零賣商既處四面楚歌之中。其不能仍以陳腐之頭腦當
之。蓋亦明矣。地方與都會。或稍不同。然亦僅程度之差。決非有無之別。地方之商