

經 濟 名 著

第 八 種

法國季特原著
樓桐孫譯述
于能模

消 費 協 社

商務印書館出版

中華民國三年九月四日

原著者爲中譯本所做的序

我聽說關於結社一事，不拘是祕密的形式，還是公開的形式，在無論何國，都沒有在中國那樣通行。現有一種結社的形式，在白種各國以及日本極爲流播。本書所述的，就是那種形式的歷史，的組織，的發展。所以我希望中國閱者知了，或可稍有幾分意味。

協社的形式極其紛歧，本書所討論的單是其中的一種：這就是在法文中大家所稱的『消費協社』（這個稱號比英文名詞『分配社』卻要明瞭得多）。實在這些協社內，無論何人都只以消費者或買主的資格加入；是工人還是老板，是貧是富，是男是女，一概沒有什麼關係。直至今日爲止，在經濟界中，祇有生產者或賣主一日萬幾，指揮一切；而他（指生產者）之所以終歲碌碌，要不外是謀他的利益。我們以爲現應注意於消費者和他的需要；而且我們以爲，除滿足消費者的需要以外，政治經濟學更不宜有別的目的。

本書的對象就在於此。如果他（指本書）能引起中國智識界的注意，因而在那廣漠無垠的中華助成協作的發達，則我們將不勝欣樂。

或說中國人是最靈敏的商人，較之猶太人或有过之而無不及；但他（指中國人）將是同樣的靈敏，以發現種種方法來做沒有商人的商業，這恰恰就是消費協社的目的。

Préface pour L'édition Chinoise des "Sociétés de Consommation."

J'ai entendu dire que dans aucun pays l'association, sous toutes ses formes, tant secrètes que ouvertes, n'étaét plus pratiquée qu'en Chine. J'espère donc que les lecteurs chinois trouveront quelque intérêt à connaître l'histoire, l'organisation et le développement d'une des formes d'association les plus répandues dans les pays de race blanche et même au Japon.

Il n'est pas traité dans ce livre toutes les formes d'association coopérative, mais d'une seule: Celle qu'on nomme en français: Sociétés Coopératives de Consommation (dénomination beaucoup plus claire que le nom anglais distributives societies). Il s'agit en effet dans ces sociétés des hommes considérés seulement en tant que consommateurs ou acheteurs: peu importe qu'ils soient ouvriers ou patrons, pauvres ou riches, hommes ou femmes. Dans le monde économique, jusqu'à présent, c'est le producteur ou le vendeur qui a tout dirigé et celui-ci ne se préoccupe que de ses profits. Nous pensons qu'il est temps de se préoccuper des consommateurs et de ses besoins, et même que l'Economie politique ne doit pas avoir un autre but.

C'est là l'objet de ce livre. Nous serions heureux qu'il peut attirer l'attention des lettrés chinois sur cette forme de société et aider ainsi à son développement dans l'immense Empire du Milieu.

On dit que le Chinois est le plus habile des commerçants, autant ou plus que le Juif: mais il ne sera pas moins habile pour trouver les moyens de faire le commerce sans commerçants, ce qui est précisément le but de la société de consommation.

CHARLES GIDE.

(Juillet 1925)

譯者序

消費協社與協作（註一）二書，均爲當代經濟學家泰斗季特氏的名著：協作尙理論，備宣傳；協社重實行，究組織。二者互相表裏，有連帶的關係——凡將看過協社的人，固不可不看協作；凡已看過協作的人，尤不可不看協社。

協作制度以組織消費爲出發點，而歸宿於生產。以言乎步驟，則由邇及遠，有循序漸進之功。以言乎組織，則衡理平情，無偏枯畸零之弊。綜其妙處：不必節苦而儲蓄以成；不攻利潤而利潤可去；不沒奪已存的舊資本，而新資本自生。及其至也：消費有定量，生產得定準，力不虛耗，物無過剩；化傾軋競爭的社會，爲諧和精密的團體。這實爲社會經濟制度的極軌，而爲其他種種主義所斷難比擬。

協作制度係濫觴於英倫，迄今不過八十年，而歐美（就中尤以歐洲爲最盛）各邦，所向風靡；即以僻處極東的日本，自近年以來，亦已急起直追，駸駸日上。（註二）真如水銀倒地，無孔不入；約計全球加入協社，而沾其實惠的已有四萬萬家之夥；而

前途的發展，尤屬未可限量。季特教授在本書第四版序文結尾，曾問：『現在各國究有那一種社會運動，能比協作運動還要得到更多的實效，而對於前途（發展）的勞據，能比本書中所舉的各種統計，還要來得格外確切動人？』以我們看來，竊怕世人實不能給他（指季特教授）以一個肯定的而且滿意的答案。敢望我們素以善買賣著名於世的中國人，用些『靈敏』手腕來試做試做這『沒有商人的商業』。（註二）

本書前九章爲能模所譯，後七章爲桐孫所譯。除第九章說到各種買賣，及末後數章附註稍嫌繁瑣，無關宏旨，不得不酌量刪節外，餘都依書細譯，力求信達。雖有時因行文關係，不能不前後易位，長短易度，纖者洪之，卷者舒之，密者疎之，務使閱者一目了然，易於索解；但我們却謹守二句要訣：話雖我們的，意是著者的。

我們所最感困難的莫如名詞：有同字而異義，有同實而異名，要當隨勢酌用，無可拘泥；至音譯紛歧，尤所難免，統望閱者教原。

（註一）樓桐孫譯，上海商務印書館民國十四年一月出版。

（註二）日本近有消費協社數千家，去歲又新立中央協作銀行一家，資本頗爲雄厚。

(註三)見本書著者序。

民國十四年九月樓桐孫于能模同識

第四版原序

本書自第一版露佈後，迄今二十年，協作已非常發達。若把當日這本小書依同樣的比例擴充起來，那就是可變成一巨冊了。但我不願擴充他，以便保存他本來的面目。本書並非消費協社的管理論，乃是一副協作機括的寫真，專為後列二種人而作的：（一）有些局外人很願意明白消費協社中所做的，到底是怎麼一回事；——（二）有些人雖已入了協社，但一知半解，對於社中的組織仍屬茫無頭緒。不幸在協作人員中，這樣的人（指第二種人）還是佔極大的多數。

因為這個緣故，本版的篇幅不但比前版沒有增加，倒反略為減少。這並不是我沒有許多添進去的地方，但實因刪去的更多了。不消說，所有本版的數目和各種事實，都是根據最近的統計；總觀全書，幾乎沒有一頁不經過修改；且有幾章——如最後的兩章——是完全從新改做了。

協作運動不但不爲歐戰所摧殘，而反受意外的推助。這種現象就是最熱誠的協作家亦所夢想不及的。單在五年戰期以內，消費協社社員與出售數目的增加，較之從前二十年間所增加的，猶有過之而無不及。在歐戰期內，消費協社曾受了種種的鍛鍊；但是別的制度，如同業組合等，都覺痛深創巨，難於撐持；只有消費協社卻能履險如夷，增長了許多經歷。一切戰爭的禍難，都是玉成她們（指消費協社）的。因爲食物的稀少及物價的騰昂，把一切希求節省的人——就是一般蒲爾熱窪也都如此——都引到她們的店裏去了。戰時民食問題，極爲緊要，政府對於這種任務，是向來沒有什麼經驗的；幸得消費協社慷慨幫助，方能渡過難關。德國弗蘭克福爾的教授史丹氏（M. Stein, de Francfort）關於此點，曾有幾句很爲深切動人的證言：『在這次戰爭中，德國是一座四面被圍的要塞，倘若沒有消費協社，我們真不知將到什麼地步了。』

凡被敵軍侵毀的區域，消費協社的店舖大都幸被保全而爲居民避難的場所，幾與中古戰爭時代的教堂一樣。

在俄國，協作運動的發展，尤足令人驚嘆。俄國自近年以來，兩遭變難，——初爲戰爭，次爲革命——迨有中央協作聯合會（或譯音：桑脫落蘇娃育士 Le Centro-soyus）成立，幾把那廣漠無垠的俄羅斯一網包舉起來，始得出了那水深火熱的境界。大家都知道蘇維埃政府當初本欲將各協社一律禁絕，後來又欲加以吞併，但都勢而無功。到了結局，反以組織商業的任務完全付託於協社。李寧自看出共產政策相對的失敗以後，曾說：『總之，我們時至今日，只有一事可做，就是開導人民，使他們懂得協作的好處，而知道把她（指協作）組織起來，那就穀了。』（註二）

在法國，當歐戰以前，協作制度，無論在中等階級，還是在勞動階級，都未得什麼熱烈的同情；前者既疑她有革命的傾向；後者又嫌她規模太小，不足與謀偉大的改革。且消費協社向與公家無甚交往，非若工人生產協社，農業生產協社，建築協社，信用協社等，能邀政府的青盼和資助。對於這等協社，有許多特定的法律，以便利她們的事業；豁免捐稅；撥助公帑；或是無償的津貼；或是長期的借貸；前者數百萬，後者數萬萬——總之，沒有一事虧待她們；就是新聞界亦爲她們大行鼓吹，更是不消多說。

了。至於當消費協社出現的時候，却就羣守緘默，不加措意。當她們（指消費協社）開聯合大會時，既沒有一個官員寵賜光臨，也沒有一家報紙略加紀載。

當時法國協作運動在社會上遇到這樣冷淡的待遇，自然難於發展。所以與他國比較起來，實已落後得多；且大家對於前途的推測，亦都極抱悲觀。在前版的序言中，著者自己亦曾作傷心語：『對於協作制度在世界上的進步，我們毫無疑慮；但法國能否在協作運動中，取得一個和她那堂堂大民主國相稱的地位，却是疑問。不過即使法國不願或不能取得這個地位，協作的進化還是一樣的成就——只怕沒有她就是了。』（註二）

現在已不復如此了。在歐戰期內，前敵的軍官爲供給兵士的需要，並爲避免商人的敲索起見，特在每一軍團中組織消費協社——在內地也是一樣，有許多協社開設於製造戰品的各大工廠之旁，以作附屬機關；這等消費協社對於那數百萬戰士都會有相當的報效，所以兵士解甲歸里，對於她們（指消費協社）也就永難忘情了。一波未平，一波又起，戰前那樣冷淡的態度，雖已消歇；然對於消費協社猛烈的攻

擊，却又激動起來，這固是真實的情況。不過與其像從前那般自生自滅，漠不相關，倒不如這樣明張旗鼓，互相搏戰的好。全國消費協社聯合會（La Fédération nationale des Sociétés coopératives de Consommation）因指揮者智勇兼全，已迫得政府不得不加以注意；且他（指聯合會）的任務，逐漸擴大，不僅單以保障各消費協社的利益爲職志，即一切尙無組織之消費者的利益，亦莫不引爲己任。直至今日爲止，保障公共利益的機關，只有國會與報紙，但他倆們每每背義貪利，不足深恃。自今以往，可有一種新機關：協作聯合會。

*

*

*

*

或者將不免以爲協作在歐戰期內的進步，乃是暫時的現象；及時過境遷，則進步亦將歸於消滅。但我們所信，適得其反。我們以爲協作的發展，絕對不是偶然的，而實有深遠的根由，此次戰爭不過把這些根由表現出來就是了。戰事雖終，而此等根由仍然存在。在各種經濟組織的形式之中，實以消費協作最足建立平價（Le juste prix）。所謂平價者——因爲這兩字的確確有這個價值——就是要使經濟界受

正義 (La justice) 的支配。關於此點，消費協作實覺勝過自由競爭的個人制度 (régime individualiste de libre concurrence)，因為個人制度，當此歐洲社會机阻不安的時代，只知犧牲消費者以造成三五龐大的家產；——也覺勝過國家的干涉 (L' intervention de l' Etat)，因為國家欲干涉經濟界，自不得不用課稅的武斷手段，（雖然凡沒有協作組織的地方，卻恰有這種手段的必要），因之結果不僅不能必物價之低平，而倒有減少供給的危險；——末後，還要勝過那俄羅斯所曾經實驗的馬克思集產主義 (Le collectivisme marxiste)，因為對於這個主義的失敗，就是俄國諸領袖都已直認不諱。消費協社將一切物價都歸到成本的實價 (Prix de revient)，——所謂成本的實價，就是適足以報酬生產諸要素的水平點，——正是實現那久為國家強行干涉，及絕對自由競爭所希望而不能達到的理想價格。行了這個價格以後，則一切分外的贏餘，黑心的抬價，以及如英人所謂『不勞而獲』的利得 (un-earned increments)，都可一概廢除。

現有三種大規模的平民組織，正在醞釀未來的社會：同業組合 (Le syndica-

isme) 協濟 (La mutualité) 協作 (La coopération)。第一種欲組織階級爭鬪以圖解放工人，第二種欲預防一切危及人類生存的災難以求減輕慘苦，所以一做奮爭的工夫，一行補救的事業；而協作卻從事於建設；她實當仁不讓的要改造現有的經濟界，而使他（指經濟界）成爲一個較爲完美的新組織。

協作主義的綱旨似乎與社會急進黨 (Le parti radical socialiste) 在他的宣言及大會中，所久欲標明而尙未十分完成的綱旨頗相吻合。該黨慣談聯帶 (La solidarité)；但應知聯帶主義 (Le solidarisme) 不過是一種學說，而實行端在協作。該黨所希望的，既非個人主義，亦非集產主義；既欲廢除資本主義及傭工制度，而卻不願犧牲私產制度，及自大革命以來歷世相承的各種自由。然則協作主義 (Le coopérationisme) 所能貢獻於該黨的，正在於此。

敢問現在各國有那一種社會運動，能比協作運動還要得到更多的實效；而對於前途（發達）的券據，能比本書中所舉的各種統計，還要來得格外確切動人呢？

（註一）見新紀元 (L'Ère Nouvelle) 轉載一九三三年八月真理報 (La Pravda) 某文。

(註二)在一本萬君新著的英文書中(Coopération at home and abroad, de M. Fay)內有一語，簡直將法國居出於各協作國的大希望之外。他說：『無論何處——除外法蘭西——我們都可看出，在一近將來內，各協社將能吸收被備階級中的大部分。』

查理季特

消費協社

目錄

第一章	消費協社的目的是什麼	一
第二章	協作計畫	七
第三章	消費協社的歷史	二〇
第一節	英國	二〇
第二節	比利時	二三
第三節	法國	三五
第四節	德國	四四
第四章	協作運動的統計及區域	四九
第五章	各種出售的方法	七五

第一節	依市價出售	七五
第二節	現錢交易	八一
第三節	售於公衆	八五
第六章	贏利的分配	九三
第一節	羅斯塔的規則	九三
第二節	盈餘分配率大小不同的原因	一〇二
第三節	關於盈餘個人的使用	一〇八
第四節	關於盈餘集合的使用	一一二
第七章	社員	一二一
第一節	自由入社	一二二
第二節	自由出社	一二八
第八章	資本	一三二
第一節	資本的構成	一三二