經濟叢書

交易論

李權時著

東南書店印行

經濟叢書

交易論

李權時著

上海東南書店印行

中華民國二年十月九日收到

民國十八年二月付印
民國十八年三月出版
民國十八年七月再版
一〇〇一——二〇〇〇本

版權所有

交易論

每冊實價七角

著者　李權時
發行者　東南書店
印刷者　東南書店
批發處　東南書店批發所　上海棋盤路口九十號
代售處　全國各大書坊

交易論目錄

第一章　交易的意義起因和工具……一——八
第二章　價值與價格論……九——四二
第三章　價值之起因……四三——五八
第四章　供需律……五九——八四
第五章　貨幣論……八五——一一六
第六章　信用與信用機關……一一七——一四六
第七章　國內外匯兌……一四七——一七二
第八章　國際貿易的原理和政策……一七三——一九四
第九章　商業循環……一九五——二一八

交易論

第一章　交易的意義起因和工具

一、交易的意義　交易一名交換，英文叫做Exchange，德文叫做Verkehr。凡人們既經生產經濟財貨之後，如果自己用不完，那末所有的剩餘財貨是必須轉移Transfer給人家才好。財貨的轉移，大概可以分做兩種：其一是單方的轉移One-Sided transfer如贈贈，遺贈，遺產，沒收和罰款等是；其二是雙方的轉移Two-Sided transfer如物物交換，和賣買交換等人們許多日常的經濟行爲是。我們此處之所謂交易者就是指點這雙方的轉移而言，並不是兼指單方的轉移而言。

這樣，交易的意義就是有關係的兩造的以有易無的一種經濟行爲。學者

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

間（如法國的季德就是一個例）也有不叫此種經濟行爲爲交易而叫做流通Circulation者，亦是可以的。孫中山先生上李鴻章書內有「貨欲暢其流」之語，也就是流通或交易的意思。不過流通二字似容易與通貨二字相混，反把牠的意義弄得太狹窄；如果謂流通二字可以包括單方的轉移在內，那末牠的意義又似覺得太廣泛；我們要找一個不失之太狹又不失之太廣的名詞，那末還是交易或交換二字爲最妥。

二、交易的利益　嚴格的講起來，交易實在也是生產的一種。交易所生產的就是所有效用，這層我在生產論第一章第五頁已經說過，此處不贅。交易對於交換或賣買的兩造，既然是生產的，那末交易之有利益於兩造是無有疑義的了。不過或者兩造所獲得的利益的分量有輕重，那恐怕是難免的；然而輕重的不均，或者也不過是心理的作用罷了。如果我們要社會上各交易者間做到公平交易的理想，那末我們就不得不研究平價（卽公平價格，英文叫

做Just price)了，此層留到分配論內再討論。世人有時以爲凡交易之兩造間，總有一造吃虧的，這種心理實在是大錯而特錯的，因爲如果眞正有吃虧，那末他爲何自願的與他造交易呢？

三、交易的起因　在自足的經濟時代 Period of Self-Sufficient economy，人類的慾望是很簡單，人類的分工是尙未發達，家族共產制度是很流行，與外界不同氣候的人類是很少接觸，那末交易當然是不會發生的了。後來人類的慾望逐漸的擴張，斷不能完全靠自己的勞力來滿足，所以分工就發生了；分工之後，那末生產物之交易是必然的結果了。如果人類是牢在家族的共產制度之下來實行分工，那末交易還可以不發生；不過這種分工範圍之內，其所能滿足的慾望是很少的。如果我們要滿足許多而且複雜的慾望，那末就非有超越共產家族範圍內的分工不辦了，那末就非有交易不可了。這樣，我們可以總括起來說，交易的起因可以分做如左的四個：

(一)人類慾望之擴張和互異　人類慾望擴張的結果爲職業和工作的分工，分工的結果爲交易。人類慾望互異的結果，亦爲以所不欲易所欲的交易行爲。

(二)人類職業之分工　人類各色各樣的分工，其緣因是先由人類慾望之擴張與互異，再由人們各個秉賦的不同，後由分工自身之有許多利益（關於分工的利益，我已在生產論第四章第七五至七六頁已經說得很詳細，讀者請參閱可也。）分工的必然的結果就是交易，因爲如果分工而不交易，那末分工的原來目的就喪失了。

(三)人類之採取私產制度　如果人類能夠採行西哲的「各盡所能，各取所需」的共產主義，或實行先聖的「貨惡其棄於地也，不必藏諸己，力惡其不出於身也，不必爲己」的公產主義或大同主義，那末經濟學所應研究的社會現象恐怕只有人類的消費行爲和生產行爲，而

交易與分配的行爲必然的無形消滅，因之共產主義下或大同主義下的經濟學是只有消費論與生產論，而沒有交易論和分配論。交易的行爲和分配的行爲是私產制度下特有的社會現象，所以我們可以說，人類之採取私產制度是交易行爲的最要的原因。

(四)區域或地理的分工　我們卽使退讓一萬分，假定共產主義是能夠實行的，那末區域際的交易 Territorial exchange還是存在的，因爲各區域間以氣候，土壤，及其他環境的關係是不得不實行地理的分工 Territorial division of labor 啦。地理分工的結果必然是區域的交易，卽如以山地的木材易平原的麥粟，以中國南方的稻米易中國北方的豆麥，以中國的桐油易美國的煤油，以中國的湘繡易英國的機器等等都是。如果共產主義的範圍擴大起來，各區域間——無論是鄉際、村際、區際、縣際、省際、和國際——都實行起共產主義來，

那末地理的分工的結果或者是不至於有交易的行爲。不過縣際，省際，和國際——尤其是國際——的共產，恐怕是無論如何也做不到罷！既然許多區域間是一定做不到共產，那末地理分工的結果爲人類交易的行爲，更是毫無疑義的了。

四、交易的工具　交易的意義，利益，和起因既如上述，但是如果沒有交易的機械，手段，或工具 Machinery, mechanism, or means of exchange 來輔助交易的行爲，那末交易是很難實現的。交易的工具是很多的，不過簡括的說起來，大概可以分做(一)財貨數量的衡量器如度量衡制度等 Systems of weights and measures 是，(二)財貨價值的衡量器如貨幣Money 是(此條應包括貨幣之化身——信用，貨幣及其化身的營業機關——銀行，或其他的金融機關如保險公司等類)，(三)財貨的運輸機關如輪船火車等是，(四)財貨的買賣機關如各種交易所和商行或商店是。至於商人呢？那他們當然是交易

的居間人和促進人。至於國家所通過的商法和所派遣的領事等，那當然亦是交易行爲所少不了的輔助機關。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

第二章　價值與價格論

一、價值與價格是交易論中首須解決的問題　我們在消費論和生產論中，對於價值和價格並不發生多大的關係。現在討論到交易論，那末頭一個應當解決的問題，就是什麼叫做交易的價值和價格？怎樣決定交易的價值和價格？著者在「消費論」第一章內已經把價值和價格的定義約略的說明過——「價值是二種有效用但須勞而後獲的東西的交易比例，二「價格就是價值之一種，就是價值之以貨幣表現出來者，也就是一種非貨幣的經濟財貨與貨幣本身的一種交易比例」——現在我們還須詳詳細細的來討論研究一下。

二、價值的各種意義　廣義的講起來，價值的意義是到處可以適用的。即如住宅造在公園旁邊，學校有了博學的教授，壁上有了難得的字畫，臥室有了和暖的太陽光，子女有了嚴慈得中的父母，青年有了良友和愛人，就廣

義講起來，統統是價值，因爲這些事情是都可以寶貴的。但是就狹義講起來（就是從經濟一方面講起來），這些事情統統不是價值，因爲牠們統統是沒有交易比例的，統統是不能拿貨幣來表現的。因此，我們可以把世間上的一切價值分做兩大類：（一）非經濟的價值，和（二）經濟的價值。非經濟的價值如道德的價值，宗教的價值，文學的價值，科學的價值，藝術的價值，人生的價值等等，都是形而上不可捉摸的東西，但是從心理上講起來，這些東西的確是存在的。

三、經濟的價值的種類　經濟的價值，大別之，復可分做兩大類，就是（一）主觀的經濟價值和（二）客觀的經濟價值；小別之，亦可分爲四種，就是（一）主觀的使用價值 Subjective use vale，（二）主觀的估計價值 Subjective-esteem value，（三）客觀的成本價值 Objective cost value，和（四）客觀的交易價值 Objective exchange value。大概這四種的經濟價值是相互間有密

切的關係的。主觀的使用價值，普通就是所謂效用，凡是有交易價值之物，是一定有效用的。主觀的估計價值，是決定於財貨的供給量的多寡的，多則估計價值小，寡則估計價值大，這就是普通之所謂界限效用；凡是有交易價值之物，也是一定有界限效用的。客觀的成本價價，是與主觀的估計價值和客觀的交易價值有密切的關係的，如果一物的成本貴，那末該物的生產量必少，那末該物在人們的腦海中的估計價值必大，人們對於牠的界限效用必高，因之該物的交易價值亦必定是隨之而高了；凡是有交易價值之物，是沒有一個不是有成本的，就是沒有一個不是以勞力去獲得來的。客觀的交易價值，就是二個主觀的使用價值的比例，或二個主觀的估計價值的比例，或二個客觀的成本價值的比例，或二個客觀的財貨的數量的比例。而所謂價格者就是交易價值之以貨幣來表現者。

四、市值與市價　交易價值與價格大概還可以分爲三種：就是(一)市值

與市價Market value and price或競爭價值與價格Competitive value and Price，(二)範值與範價Normal value and price，和(三)獨占價值與價格Monopoly value and price。

(一)何謂市值與市價？ 市值與市價就是市場價值與市場價格的簡稱。市場價值與市場價格就是交易價值或價格的一種。我們若以交易價值或價格的決定的方式來分，那末交易價值或價格可以分爲(一)競爭的價值與價格和(二)不競爭 Non-Competitive 的價值與價格兩種。不競爭的價值與價格就是獨占的價值與價格。競爭的價值與價格又可以分做兩種：第一就是一時間或極短時期間在一個市場上所決定的二樣財貨間的交易比例，第二就是長時期間在一個市場上所決定的二樣財貨間的交易比例。第二個競爭的交易比例就是範價與範值。第一個競爭的交易比例就是市值與市價，所以我們對於市價與市價可以逕下一個定義如下：

市值與市價就是一時間或極短時期間在一個市場上所決定的任何二樣財貨間的交易比例。

(二)市值與市價決定的場所　市值與市價決定的場所我們已經在市值與市價的定義中指出過，就是決定於一個市場。但是什麼叫做市場呢？大概市場之形成必須有交易兩造——卽買者與賣者——的願望的會合。如果交易兩造的願望會合了，那末無論他們是近在咫尺，或遠隔重洋，市場是形成了。如果交易兩造的願望不會合，那末無論他們是肩磨踵擦，或鷄犬相聞，市場依然是沒有成立。這樣看來，所以市場是有廣狹二義可分的。廣義的市場的注重點是在交易兩造的願望的會合，市場的一定處所是沒有什麼關係的。狹義的市場的注重點是兼在交易兩造願望的會合和交易兩造願望的會合之有一定的處所。廣義的市場範圍是跟了人類分工的範圍的擴張而擴張的，當家庭自足經濟的時代，雖有男耕女織的家務分工，但是家庭是一個共產的組織，

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com