

豫鄂皖贛四省農村經濟調查報告

第七號

豫鄂皖贛四省之棉產運銷

中國農民銀行

委託

金陵大學農學院農業經濟系

調查編纂

南京

金陵大學農業經濟系印行

民國二十五年六月

豫鄂皖贛四省農村經濟調查報告

第七號

豫鄂皖贛四省之棉產運銷

調查主任

孫文郁

農產運銷組主任

張履鸞 胡邦憲

助理調查

王子奇 王瑞華 朱孔甫 畢振河

南京

金陵大學農業經濟系印行

民國二十五年六月

豫鄂皖贛四省之產棉運銷

目次	頁數
一、調查之意義.....	1
二、調查之方法.....	6
三、四省棉產之變遷.....	16
I、四省棉產變遷之比較.....	16
II、四省棉產變遷之實況.....	20
四、四省棉產之分佈與現狀.....	37
I、棉產之現狀.....	37
II、四省棉田面積及其產額在全國所佔之地位.....	43
III、四省棉花之品質.....	45
五、四省各主要棉花市場之棉花來源.....	52
I、河南省.....	52
II、湖北省.....	54
III、安徽省.....	57
IV、江西省.....	57
六、四省各主要棉花市場之棉花銷路.....	57
I、河南省.....	57
II、湖北省.....	62

Ⅲ、安徽省·····	63
Ⅳ、江西省·····	63
七、四省棉花運輸·····	64
Ⅰ、河南省·····	64
Ⅱ、湖北省·····	74
Ⅲ、江西省·····	78
Ⅳ、安徽省·····	79
八、四省棉花之包裝·····	80
Ⅰ、河南省·····	80
Ⅱ、湖北省·····	87
Ⅲ、安徽省·····	91
Ⅳ、江西省·····	92
九、四省棉花堆儲·····	92
Ⅰ、河南省·····	93
Ⅱ、湖北省·····	99
Ⅲ、安徽省·····	97
Ⅳ、江西省·····	98
十、四省棉花之攪偽及檢驗·····	98
Ⅰ、河南省·····	100
Ⅱ、湖北省·····	110
Ⅲ、安徽省·····	116
Ⅳ、江西省·····	116
十一、四省棉花之貿易習慣·····	117

I、河南省	118
II、湖北省	127
III、安徽省	135
IV、江西省	135
十二、豫鄂兩省之花行	143
I、河南省	143
II、湖北省	152
III、花行盈虧成敗之關鍵	161
十三、豫鄂兩省之棉花販運商	167
I、河南省	168
II、湖北省	175
III、棉花販運商盈虧成敗之關鍵	188
十四、四省之棉業金融與紡織業	192
I、河南省	192
II、湖北省	202
十五、結論	216

豫鄂皖贛四省之棉產運銷

一、調查之意義

近百年來，農學中之動植物生產部門，恆隨自然科學之發展，而突飛孟晉。惟經濟與社會部門，則以社會科學之進展較緩，未免相形見拙。而治農學者，又復偏重於動植物生產方面之研究，若動植物之育種，病蟲害之防治，以及一切生產技術與生產工具之改善等等。對於農業經營，合作組織，與農產貿易各方面，則每被忽視。此在吾人視之，殊不得不引為遺憾。蓋農人福利之增減，不僅在其所得收穫總額之多寡，而尤賴於產品銷售以後，所得純益之厚薄，以及生活方面之如何改善。所謂純益者，乃係指農人之收入總值中，減去其支出總值，所得之差數而言。換言之，即從農人產品總額乘每單位之售價中，減去產品總額乘每單位之費用，所得之差數，始能代表農人之真正利益也。若僅求增加生產，而忽視其售價與費用，則生產縱能增加，而農人之純益，却未必能有若何增進。故生產與經濟，必須同時並重，實際上始能提高農人之經濟地位。不特此也，注意經濟方面之改進，同時尚須注意社會方面之改進。蓋吾人之最終目的，乃在提高農人之生活標準，與改善農村之社會組織也。綜上所言，故為增進農人之福利計，生產，經濟，與社會三方面之改進，其重要性實相等，若鼎之三足，不特缺一不可，且亦不容加以軒輊者也。

經濟方面應研究之事項固多，而農產貿易之研究，在今日農業商業化時代，尤為重要。依卜凱教授，調查七省十七處二千八百六十六農家所得之結果（註一），農人之收穫物，在總值上，有百分之五十四，須銷售於市場，以期換得金錢，支付捐稅，工資，及購買其生活上與生產上所必需之物品。又依金陵大學土地利用調查所得之資料（註二），在調查之二十三省一百十五處一萬一千五百農家中，農人所得之產物，在數量上，其銷售於市場者，一百十五處平均主要作物佔百分

之二十三・一。而主要作物，次要作物，及副產物合計時，則佔百分之十七・二。若以價值而論，則百分數將較此尤高，農人多出售價值昂貴之作物，而自己享用其價值低廉者。華北農人，出售小麥，而自食高粱，即其顯明之例證。綜此以觀，則吾國農業之商業化已至相當階段，決非如一般人之所想像，仍滯留於自給自足之時代也。斯則如何能使農人以最經濟之方法，銷售其產品，以期獲得最大之利益，實與如何能以最經濟之方法，使農人能增加其生產，同其重要也。

欲使農人獲得一最經濟最合理之銷售方法，則對於現有之銷售制度，不得不加以精確之研討。例如農產品集散之途徑，以及其在貿易之過程中，各種商業組織所盡之功能；包裝，貯藏，加工，運輸，保險，銷售之方法，以及各階段所需之費用，資本與勞力效能對於純益及費用多寡之關係等，皆須一一研究，然後方知現行制度優劣之所在，以及如何始可達到節省費用之目的。本篇所述，即欲達到此項目的者也。

研究現有之銷售制度，其利有六：

第一、可供發展四省運銷合作事業之參考：年來豫、鄂、皖、贛四省，飽受匪共蹂躪，農村經濟，瀕於破產，政府為貫徹三分軍事，七分政治剿匪之決心，提倡合作事業，不遺餘力，藉為復興農村之張本。自豫、鄂、皖、贛四省農民銀行（現名中國農民銀行）及各省之農村合作委員會成立以來，合作事業，即突飛孟晉。根據中央統計處各省合作社之調查（註三），在民國二十年六月底，河南只有三社，社員一百二十三人；安徽四社，社員二百十六人；江西十社，社員人數不詳；湖北尚無一社。及至二十四年，根據實業部中央農業實驗所之統計（註四），河南之合作社，已增至一，七六一社，社員一〇〇，三二四人；安徽二，二八四社，社員七三，六七三人；江西二，〇三八社，社員一三一，四四七人；湖北亦有一，二二八社，社員六〇，一二二人。二十年六月底，四省共計只有十七社，二十四年，竟增至七，三一社，五年之間，合作社在數量上，竟增加四三〇倍。此七，三一社中，信用合作社佔絕對多數，共有四，五六四社，佔總數百分之六十二。運銷合作社只有三二二社，僅佔總數百分之四・四。且此鳳毛麟角

之運銷合作社，在質的方面，距離吾人之理想，亦尚遙遠。運銷合作社營業之範圍，固不宜過大，以免產品之難於集中；但亦決不能過小，×冀能減低每單位產品應攤付之運銷費用，與固定開支。三二二社之社員人數，僅有一七，七〇三人，每社平均且不到五十五人。其範圍之小，直與普通以村爲單位之信用合作社無異。焉望其能聘用有商業智識之幹練經理，置備新式設備，與增進運銷效能，以與私人企業競爭，而得最後之勝利耶。且再細究此種運銷合作社之內容，大有令人慨嘆與失望者。運銷合作事業，在豫、皖、鄂、贛四省中，在數量方面，河南首屈一指。襄城一縣，依實業部中央農業實驗所之統計（註五），共有運銷合作社六十五社。但根據二十四年十月間吾人之實地調查，則此六十五社，實無一名實相符，無一係真正之運銷合作社。各社皆係一年一度合借合還類似不健全之信用合作組織，惟爲保證責任而已。稱之爲運銷合作社，實屬滑稽之至。信用與運銷，兩種業務之性質不同，不應混合兼營。質言之，即運銷合作社，除社員產品繳進以後之預支貨價外，不應對社員作任何信用貸款。今襄城之運銷合作社，不但捨棄其主業不務，而反僅經營其所不應經營之信用業務，甯非怪事。吾人非謂其他各地之運銷合作社，其名不符實，完全與襄城相似，惟就一般而論，除陝西而外，其營業範圍過小，一切設施，無法與私人企業競爭，實爲一不可掩飾之事實也。

考吾國運銷合作社所以不發達之最大原因，厥爲缺乏農產貿易方面之精確統計資料。因此雖欲提倡真正合作運銷，事實上亦屬不可能。蓋提倡合作運銷者，若昧然於現有之運銷制度，則一切設計，決難與實際需要相適應。組織失之過於龐大，每單位產品應攤付之固定開支，或不免過於昂貴；組織失之過小，則又無法置辦必不可少之設備與聘用具有商業智識之幹練經理與雇員。以一羣智識幼稚之農民，經營具有貿易風險之事業，以與積有數十年經驗之私人企業家相爭衡，其不失敗者，吾不之信也。

因此吾人不欲提倡名實相符之運銷合作則已，若欲提倡此種事業，則必先對於現行運銷制度，作深切之研究，以求發見現行制度之優點與劣點，而後妥籌對

策。兵家所謂『知己知彼百戰百勝』者，蓋猶斯意也。

第二、可供金融界經營業務之參考：自民國二十年銀價高漲，物價慘落以來，因各種物價跌落之速度不同，農產物價與批發物價，雖已跌落，而工資，捐稅，運費，以及零售物價仍相對的高昂，且生產者所欠之債務，在幣值增漲以後，亦毫未經減，結果生產者收入方面，雖已銳減，而支出方面，則仍依然如故，乃不得不發生空前的經濟恐慌。在此嚴重局面之下，因農產物價跌落最速，故農業生產者，所受之打擊，亦最為慘重。鄉村與都市相互間之貿易，因農售價之跌落，較速於零售物價，而處於不利地位。鄉村現金，乃遊離而流入都市。同時都市中驟增之現金，因百業蕭條；感覺無安全之出路。因此都市中現金凍結，驟現充血現象。而鄉村現金枯窘，乃相反的發生貧血現象。雙方皆感受空前未有之困厄。金融界有識之士，怒焉憂之。年來爰創商業銀行世界未有之先例，而直接向農業投資，使都市之過剩資金，復返農村，直接恢復農村之購買力，間接促進都市工商業之復興；且使資金獲一新的安全出路，蓋誠一舉數得之善策也。四省農民銀行之設立，尤旨在調劑四省農村金融，以求增進農業生產，與昭蘇農民經濟。本篇調查材料，對於有志於農業投資之銀行，至少有以下數種之用途：

1. 因知各地農產品集散之途徑與數額，藉以決定分行，辦事處，及倉庫等，應設置之地點，以及預先估計業務之範圍。
2. 因知各種商業組織之內容與性質，以及一切貿易習慣，藉以決定如何經營其商業上之業務。
3. 因知各地現行貿易制度之利弊與其效能，藉以決定如何促進與補助運銷合作之發展。

以上三項，尤以末一項最為重要。蓋銀行從事農業投資，實以投資於運銷合作，最為適宜，其理由如次：

(一)運銷合作社所預支之貨價，有繳進之產品為担保品，而此担保品，隨時可以脫售。只要預支貨價之成數不過高，則對於銀行之資金，決無危險。即設備貸款，亦因有設備物以充担保品，亦極少危險。

(二)運銷合作，因提高運銷效能，減低銷售費用，及促進品種品質與生產方法之改良，故每單位能得較優之售價，農民收入，因以增加，而於短時期內，即能獲得實際利益。

(三)運銷放款，通常三閱月即可收回。此與銀行商業放款，並無差別。週轉靈活，對於銀行資金之運用方面，極稱便利。

(四)運銷合作社，為有限責任，對於社員之品行，不若無限責任信用合作社之重視，故對於新社員之加入，限制不嚴，因此合作利益，可以於短時期內，普及大眾。

(五)運銷合作社，業務範圍較大，可以容納銀行之巨額資金。而且運銷合作社，為貿易性質之合作組織。現在各省之合作指導員，大都皆缺乏商業訓練。以之指導組織運銷合作社，多不能稱職。銀行方面，商業人才最多，如能再對於當地貿易制度，詳加研究，而後自己指導組織運銷合作社，則結果或不難收事半功倍之效也。

第三、可供私人企業家經營事業之參考：本調查將各市場之貿易制度，如包裝，貯藏，加工，運輸，保險，銷售等方法，及各階段所需之費用，以及資本與勞力效能對於純益及費用多寡之關係，一一介紹於讀者。私人企業家經營業務時，得此參考，或不無相當裨益也。

第四、可供運輸機關研究增進服務效能之參考：本調查曾研究貨物集散之途徑，以及各主要市場在各時期貨物集散之概數。運輸機關，藉此參考，在推算未來所需要之車輛，船舶，或其他運輸工具方面，或可更近乎事實，而貨運不至有壅滯阻塞之弊也。

第五、可供政府施政之參考：吾人調查所得之材料，對於政府方面，有兩種用途：1.上級政府，可以藉此察知各地有無違法之捐稅。如能澈底取締苛捐雜稅，則人民之負擔輕減，而貨物自能暢達無阻。2.政府年來嚴厲取締，棉花撿偽撿雜。本調查不特包括各市場貨物集散之途徑與數量，即對撿水撿雜情形，亦有概括敘述。主持檢政者，在執行取締職權時，亦可藉此以供參考也。

第六、可充教材：農業經濟學一如其他農學，爲應用科學之一，極有地域性之限制。我國科學落後，較專門之學科，皆感覺缺乏有系統之教材。自然科學之教材，不妨取給於國外，應用科學，則中外環境不同，國外教材，多不合國情，因此每不切實用。本篇將豫、鄂、皖、贛四省之棉產貿易情況，作一較有系統之敘述。研究農業經濟學者，尤以研究農產貿易學者，或亦可視爲參考書之一也。

綜上所述，本調查所抱之期望殊奢。惟以同人棉力有限，所得結果綦微，願有志於農產貿易研究者，繼起作較深刻與較廣擴之研究，斯則拋磚引玉，爲同人之所渴望者也。

(註一) 見卜凱著張履鸞譯『中國農家經濟』商務印書館出版。

(註二) 金陵大學農業經濟系印刷中之材料

(註三) 中央統計處編全國合作社統計

(註四) 實業部中央農業實驗所農情報告第四卷第二期

(註五) 實業部中央農業實驗所農情報告第四卷第二期

二、調查之方法

I. 調查之預備

吾人事前感覺調查商號之困難，在在足以阻礙吾人工作之進行，並毀滅吾人已得材料之真確性。故於事先計劃，幾經商榷。凡對言詞，舉止，調查方法，應付方針等項，均係先事計定，以備隨機應變。即以問答爲調查事實之標，以觀察爲判決事實之本。務使謙和得體，態度自然，以增進對方之情感與欽佩心，而泯滅其漠視與懷疑之觀念是也。至吾人所用之調查表格，曾經專家多人，審慎擬定。並在調查時，爲適應各地不同之環境起見，加以幾度修改，此蓋因各地農產運銷之組織及方法等，隨地而異，隨人而殊。頗不易擬製一種表格，能適合各地之需用也。最先製成者，計有調查表十餘種。舉凡有關農產貿易之事業，無不具備。如保險公司之抵押品保險，銀行之押款與押匯，轉運公司之承當轉運，報關行

之承當報關等，均擬各別調查其營業狀況。後因人事時間，均難允許，故結果所採用之表格，其不必要者，概行除去。

II. 調查之方法及調查須知

1. 普通調查：普通調查所包括之事項甚多。例如某種農作物，種植之歷史，來源，交易盛衰，價格，銷路，運輸方法，運銷組織，以及棧僞等等，均行包括在內。因各地情形不同，故所製報告，繁簡並不一致。惟為避免印就表格，觸人眼簾，易於引起一般頭腦簡單商人之疑懼起見，未便預印成表。只行供給調查人員，調查某一地時之標準，俾得酌量當地繁簡情形，妥為處置。調查員亦僅註明項目，或代表字於預備記載事實之手冊中，只需本身易於領會，不致忘却所應調查之事項即足，無須章段明晰，一字一行，如同填數字之表格也。調查之內容既定，選擇對象，觀察判斷，亦殊重要，決非滯鈍之調查員，所能勝任。否則真偽莫辨，事實泯滅，調查效率，豈非減少乎？茲列舉調查時所具之要件如下：

(一)調查之先，須經當地人士相當之介紹，多用友誼關係，打通關節。使被調查者，有接待之誠意，無敷衍之存心。

(二)當地若無熟人代為介紹時，則先於鄰近地點調查時，即可選擇交遊廣闊者，請其介紹親友。被介紹人既經親友介紹，不易推却。且吾人已明瞭其職業，解答自易周詳。

(三)此種調查，須擇當地富於經驗者為對象。其為人之端正與否，智識如何，有否充分時間及耐心應付調查人員之問答等，均須於事先探明，以憑抉擇。

(四)此種調查，恆視當地營業之大小，而有繁簡。如或過繁，需二小時以上之談話者，先必隨機審察情形，分作數次調查，使置答者，不致感覺厭煩。如其可能，由第一告知者，再介紹他人，以備諮詢對證，則屬更佳。

(五)此種調查，決非聽憑單方面之置答，即可作為根據。故必得多方面之對證。其繁雜與最易啓疑之處，更須有數方面之材料，方可決定。

(六)調查中，須常雜以動聽或談諧之言語，俾啓對方之興會，樂與攀談。如有必需，可以中輟片時，或故意涉及他項與對方有利之問題，或請求參觀其得

意之建築等，皆屬有益。

(七)若認對方確有經驗，因限於時間，不能暢所欲言談時，可以另訂時間，或請其茶會等，以便得坦白之消息。

(八)調查項目中，凡關於商業上之秘密，或與對方稍有不便者，可在最後詢問，以免觸其疑慮，而紊亂其心理。

(九)調查態度，盡量謙恭，對高年者，尤必多加敬意，對職卑業微者，應多表同情。

(十)調查問語，力求簡單中肯，對方若有所問，答語必坦白率真。出於自然。

(十一)解答務須方求真實，雖費盡唇舌，仍須婉轉研問，不厭求詳，以啓對方信仰之心。如遇事草率，對方亦必以草率相對付，如遇事暴躁，則對方必將以飾詞相欺騙矣。

(十二)記載事實，不宜耽擱過久。可憑記憶者，當時亦須從事簡略之記錄，以免遺忘。

(十三)經與第一人談話之後，其解答之真實與否，頗可用觀察與判斷力決定之。如態度坦白率真，熱誠接待，則不關秘密之事項，即不必於晤第二人時，另又費辭，以便縮短談話時間。普通於晤第二人之前，每須預察得自第一人之材料，觀其有否遺漏與疑點，一一付以標記，以便逐項補充諮詢。免致臨時置想，以啓人疑。

(十四)估計數字，必須引據，否則亦須有三人以上之可靠材料，或并記之，或平均之。如經觀察判斷，認為其中一人之估計及答案，較其他二人更為精確時，亦可以此人之答案為據。

(十五)調查項目，有時間性者，須擇最近一年為標準。所指定之時期，陰陽曆均可應用，一依告知者之便利與否為準。

(十六)數字，度量衡，及幣制之單位，用以計數，或用以示價，均須一一註明，以免錯誤。

(十七)告知者置答之語，若有勉強失真時，仍須淡然處之，不可立予反駁，或顯不快之容，以激起反感。但須婉轉問詢，使其詞窮偽見，方免影響其他。此種反駁之問題，尤須令其解答有相當之圓滿，不致影響其他之談話。故每於一切淺易問題，詢探成功之後，始再解決此項問題也。

(十八)遇有頭腦簡單，厭惡調查之對方，即用婉轉解釋方法，仍不足動其同情者，遇必要時，不必延長談話時間，或竟放棄之亦可。對於純良之告知者，則可觀察其態度，而定談話時間之是否需要延長。

(十九)調查時，不可持成見。苟遇第二人或第三人之解答，與第一人或第二人不符時，務必除去成見，慎重諮詢，至明真相為止。

(二十)對於答題有特殊影響，或足引起偏見之各種特別原因，必須詳載無遺。

(二十一)調查地點，每視調查之事實而不同。或需下鄉，赴原產地或其他原始市場調查，或須從其他方面，另行調查，均須隨時決定。總求調查之材料，十分充實，調查之事實，相當真確為原則。

(二十二)調查甲地時，每可間接詢問其他乙、丙等地之消息，以資斟酌取舍。如或前往調查，亦可有相當之印象。對於觀察判斷方面，不無相當裨益。

(二十三)此項調查材料，必須就地寫述完成。遇有疑難，方得就地更正。有懷疑處，可就稿底，劃一橫槓，或用一問號，以便攜往更正。更正來源，須根據過去調查時，最可靠者二人以上之同一意見，方可選用。否則疑難問題，甯詳列手冊中，以便異日設法解答，而免有失真之弊也。

此外如出發之先，應搜集前人所有之研究，俾對調查地點，有相當之認識。對被調查者，應充分解釋調查之意義，使其消除疑慮，亦屬必要。

2. 各種貿易組織之各別調查：各種貿易組織，包括棉花行，棉花販運商，當地居間商，貨棧，堆棧，及轉運公司等而言。此項組織皆係單獨營業，故調查時，亦行各別調查焉。各別調查所用之表格，亦係根據調查經驗，參照學理製成。且皆先行試用數次，修改後方行實際應用者。其間專門名辭，雖各地略有不同

，但均附註表後，使各地讀者，無費解之苦；而應用者，亦可藉作參考。至調查時應注意之點，——列後：

(一)凡表格中所列各項，先須詳細心領神會，切實明瞭，俾調查時，不必根據表格上所載項目之先後，即可逐漸發問，俾對方注意集中，同時且可增其信仰之心。其項目諮詢之先後，每須視其性質觸犯對方之疑忌與否為斷。凡易觸犯疑忌之問題，必於對方興奮時，或態度率直時，相機提出。否則甯置諸最後發問，不可置於最前。

(二)告知者之答案，須一一詳審其真確程度，然後填入表中。偶有懷疑，決不可貿然填入也。

(三)調查材料，須包括一週年。取其距調查時期最近者填入之。週年期最好以各該業之結賬期為準。例如調查棉花行，可以去年九月初至今年八月底為一週年。調查同一區域之企業，應用同一時期之週年。

(四)各別調查，最易引起誤會，故在接談之先，可用普通談話方式，誘使其感情之發生。同時即可屬入需要解答之問題。此種問題，皆係易記憶之項目，或各同業大致一律者。俟此種談話既過，然後漸漸引入正題。以事實言之，希望調查之成功，必須竭力免除呆板問題而後可。

(五)欲調查對方營業上之祕密，或屬其不願告人之問題時，最宜避免介紹人或其他人士之在側。尤以家屬為最。因旁人既多，告知者將瞻前顧後，易妨害調查材料之真確性也。

(六)被調查者，應屬於商號中之主要人物。否則人微言輕，無補於事。且懼主人或領袖之譴責，亦多不敢吐實。惟在各別談話，或談話不在本商號中時，則刺探真情應從此輩人入手。蓋地位愈低者，愈無顧忌也。

(七)縮寫及符號之引用，可以節省時間，惟須先後一律。數字須用亞拉伯字，因其既省時，省事，而又醒目。

(八)各項表格之繁簡及其重要性，雖各有不同。而調查時，則分配先後，酌量時間，必須取其方便。萬不可拘泥一見，空耗時間。

(九)材料不能得到者，須記一「不詳」號(u)於答案之後。如無此項材料時，可填一圓圈(O)。材料真確程度稍差時，可暫畫一問號(?)以便另行校核。

(十)調查任何組織，應以地域為單位。同業在十家以上者，可以全部調查。同業在二十家以上者，按七折調查。三十家以上者，六折；五十家以上者，對折；百家以上者四折。惟抽樣調查時，須大小並查，不可僅調查其大者，或其小者，以致統計數字，偏於一方也。至同業之大小，在求施個別調查以先，已可於公會或作普通調查時調查得之。

(十一)個別調查時所用表格，有普通調查表及個別調查表二種。普通調查表之用，恆在個別調查之先。惟最好在個別調查之後，擇較坦白之告知者，再行諮詢填註，或更有用。

(十二)調查甲家時，談話之間，亦可間接詢問乙家之情形。會晤之際，對方之品格，尤須注意。俾便觀察判斷其解答之真偽。

(十三)調查表中，所列項目，在普通調查時，如已知各家相同，則在個別調查時，不必再重複發問，以期節省時間。

(十四)調查項目，確係難得圓滿解答時，甯付缺如，決不可漫加填註，以免失真。

(十五)調查數字，凡與賬據有關係者，應力求目睹，以杜浮報之弊。否則亦須得到其坦白之答案方可。

(十六)商號名稱及告知者姓名，最好先暫留空白，調查完畢後再填，以免猜疑。

(十七)表格所列項目，若確能完全記憶時，則個別調查，不必攜帶表格。最好僅攜帶白紙數方，以備記錄難記數字即可，以後再行填入表中，以免對方猜疑。此於規模較小之企業頗可用之，如範圍較大，情節複雜時，恐屬不可能矣。如真不可攜帶表格時，則攜帶片紙，上註暗號，以便查填，亦無不可。

(十八)表格調查，不可利用臨時雇員，或任對方自行填寫，以免失真。

(十九)調查員將表格調查完畢時，須由調查主任逐一審核，以便有錯誤及

懷疑處，可就地更正。

(二十)某地域調查完畢後，應立時整理清楚，由郵局寄歸，從事分析，不必自行攜帶，以免遺失。

(二十一)度量衡單位，及合市制數目，須詳細註明。

3. 統計數字之搜求：吾國目下各項統計數字，極感難求。即或遇有記載，亦頗有真偽莫辨之苦。蓋往常官廳呈報，例均報而不查，查而不實故也。故當吾人搜求之際，極力注意此點。有可疑者，僅取作參考，決不可貿然置於報告中。其他統計數字，不拘體裁，但求與吾人之普通調查有關者，便行採錄。惟亦有應注意之點，茲特一一列示於下：

(一)農產貿易統計材料之來源，目下不外商號之賬據，商會之記錄，當地新聞之記載，徵稅機關之稅冊，建設及農林機關之調查，以及運輸機關之統計，管轄機關之估計，學術機關之研究等。其中關於個別營業情形者，自可以賬據為準繩。關於進出口額之數字，則運輸機關，較為可靠。他如價格行情，則日報似有根據；估計研究，必須出於較完善之統計機關，及學術機關，始可引用。至於當地政府之調查，商會，公會之記錄，徵稅機關之稅冊等，苟非相當完善，決不可視為可靠材料也。

(二)統計材料，最低須有一年以上之數字。年份愈多者愈佳。

(三)統計材料之搜集方法既定，可用雇員辦理，以省時間，惟必需再行校對。

(四)統計數字，如得自不同之來源時，應擇其與事實最接近者，而用之。如相差不多，亦可兩者並列，以資比較。

(五)統計數字之度量衡單位及其他一切引證註釋，均需一一載明。

(六)不論任何統計數字，如物價等，凡得之於某一商號之賬據者，不可認為即屬可靠。因各商號所處地位不同，營業方法亦難一致。例如所用之度量衡，每每各家大小不一；營業方面，或屬於零售，或屬於批發，或出底貨賤售，或因來處成本低昂不同，或因本身開銷多寡不一，或因物品本身有優劣，或因還價程