

民國叢書

第二編

· 33 ·

經濟類

經濟學原理
中國經濟原論

吳世瑞著
王亞南著

上海書店

吳世瑞著

經濟學原理

整齊學原典

本書據商務印書館1947年版影印

商務印書館

自序

民十八自美歸來，應金陵大學母校之約，任經濟學講席。維時選擇教本，苦乏當意者，勉從事於講述。經濟學一門，在金大爲每學期新生必修學程。逐期修正，漸臻妥適。迨民二十兼任中央大學經濟學教授，遂整理在金大講述材料，印發綱目。是年秋復兼任軍需學校經濟學教官，更就金大中大所講述者輯成講義閱時二載，祇草爲大綱。嗣以大綱之範圍太廣，且其中如貨幣銀行等，大學課程中每單獨課授。與其語焉不詳，不若付之闕如。因就原編大綱中之消費論生產論擴而充之；復於交易論中，提出價值論，詳加分析，成爲專編；於分配論各論後各增分配問題一章。邵凡三十餘萬言。顏之曰經濟學原理，舉以付梓。僑學者對於原則既有相當之研究，進而治實用經濟學科，自易易矣。

著者識於南京民二十四，一，一。

目錄

第一編 序論

第一章 經濟學之性質

- 第一節 經濟學之意義……………一
- 第二節 經濟學之目的……………三
- 第三節 經濟學之範圍……………六
- 第四節 經濟學之定義……………八
- 第五節 經濟學上之原理……………一一
- 第六節 經濟學與其他科學之關係……………一四
- 第七節 研究經濟學之方法……………二〇
- 第二章 經濟制度……………二四

| | |
|----------------------------|-----------|
| 第一節 概論..... | 二四 |
| 第二節 經濟制度之類別..... | 二四 |
| 第三節 現代經濟制度之特點..... | 二七 |
| 第四節 現代經濟制度之限制辦法..... | 三二 |
| 第三章 經濟學上各種基本概念..... | 三五 |

| | |
|--------------------|----|
| 第一節 名詞解釋之必要..... | 三五 |
| 第二節 願望與慾望..... | 三五 |
| 第三節 物及其效用..... | 三六 |
| 第四節 物之分類..... | 三六 |
| 第五節 消費物與生產物..... | 三九 |
| 第六節 財富與勞務..... | 四〇 |
| 第七節 財富之特質..... | 四一 |
| 第八節 個人財富與社會財富..... | 四二 |
| 第九節 財富與進益..... | 四三 |

| | | |
|------------------|-------------|----|
| 第十節 | 財富與錢幣 | 四四 |
| 第十一節 | 財富與產權 | 四五 |
| 第十二節 | 財富與價值 | 四五 |
| 第十三節 | 生產與消費 | 四六 |
| 第二編 消費論 | | |
| 第一章 總論 | | |
| 第一節 | 消費之意義 | 四九 |
| 第二節 | 消費之種類 | 五〇 |
| 第三節 | 消費與生產之關係 | 五二 |
| 第四節 | 消費之進化 | 五四 |
| 第五節 | 消費論在經濟學上之地位 | 五五 |
| 第二章 慾望之分析 | | |
| | | 五八 |

第一節 慾望爲經濟行爲之動機.....五八

第二節 慾望之種類.....五九

第三節 慾望之特點.....六一

第四節 慾望之進展.....六三

第五節 改進慾望之途徑.....六四

第三章 彈性之研究.....六八

第一節 釋彈性.....六八

第二節 彈性因物價而異.....七一

第三節 彈性因物而異.....七二

第四節 彈性因人而異.....七四

第五節 彈性因時而異.....七五

第六節 彈性因幣價而異.....七六

第七節 彈性表示法.....七六

第四章 效用之研究.....八一

| | | |
|------------|----------------|-----------|
| 第一節 | 物之效用 | 八一 |
| 第二節 | 效用之變更 | 八二 |
| 第三節 | 總效用與效用之強度 | 八四 |
| 第四節 | 最後效用之變更 | 八六 |
| 第五節 | 負的效用與無效用 | 八七 |
| 第五章 | 物品用途之選擇 | 八九 |
| 第一節 | 數量上之分配 | 八九 |
| 第二節 | 金錢上之分配 | 九〇 |
| 第三節 | 時間上之分配 | 九二 |
| 第四節 | 偏重現在 | 九二 |
| 第五節 | 注意將來 | 九三 |
| 第六節 | 歷久性與占有慾 | 九四 |
| 第六章 | 消費者之剩餘 | 九六 |

| | | |
|-----|----------------|-----|
| 第一節 | 消費者剩餘之概義 | 九六 |
| 第二節 | 消費者剩餘與個人需求 | 九七 |
| 第三節 | 物價不足代表其效用 | 九八 |
| 第四節 | 物價與效用背馳 | 九八 |
| 第五節 | 總效用視替代品與相輔品爲轉移 | 九九 |
| 第六節 | 必需品之消費者剩餘小 | 一〇〇 |
| 第七節 | 物質享受與精神享受 | 一〇一 |

第二編 生產論

第一章 總論

| | | |
|-----|----------|-----|
| 第一節 | 生產之意義 | 一〇六 |
| 第二節 | 效用之創造 | 一〇六 |
| 第三節 | 生產要素 | 一〇七 |
| 第四節 | 資本物與資本價值 | 一一一 |

| | |
|-------------|----|
| 第二章 分工 | 一四 |
| 第一節 分工之重要 | 一四 |
| 第二節 分工之種類 | 一五 |
| 第三節 分工之利益 | 一八 |
| 第四節 分工之弊害 | 二〇 |
| 第三章 實業區域 | 二四 |
| 第一節 實業區域之產生 | 二四 |
| 第二節 原料易獲 | 二四 |
| 第三節 鄰近市場 | 二五 |
| 第四節 水力便利 | 二五 |
| 第五節 氣候適宜 | 二六 |
| 第六節 工資低廉 | 二七 |
| 第七節 投資踴躍 | 二八 |

| | | |
|-----|----------|-----|
| 第八節 | 發軔較早 | 一一八 |
| 第九節 | 結論 | 一三〇 |
| 第四章 | 大規模之生產 | 一三一 |
| 第一節 | 概論 | 一三一 |
| 第二節 | 大規模生產之利益 | 一三一 |
| 第三節 | 擴大市場 | 一三二 |
| 第四節 | 運用專精 | 一三三 |
| 第五節 | 採用機器 | 一三三 |
| 第六節 | 促進營業 | 一三四 |
| 第七節 | 利用副產 | 一三五 |
| 第八節 | 改善信用 | 一三五 |
| 第九節 | 解除糾紛 | 一三六 |
| 第十節 | 結論 | 一三七 |
| 第五章 | 大規模生產之限制 | 一四〇 |

| | | |
|-----------------|---------|-----|
| 第一節 | 概論 | 一四〇 |
| 第二節 | 督促較難 | 一四一 |
| 第三節 | 費用過鉅 | 一四一 |
| 第四節 | 銷路有限 | 一四二 |
| 第五節 | 人性缺憾 | 一四三 |
| 第六節 | 有害之競爭 | 一四四 |
| 第七節 | 限於營業之性質 | 一四五 |
| 第八節 | 協力合作 | 一四五 |
| 第九節 | 結論 | 一四六 |
| 第六章 生產組織 | | |
| 第一節 | 何謂企業家 | 一四九 |
| 第二節 | 企業家之選擇 | 一五〇 |
| 第三節 | 企業家之任務 | 一五一 |
| 第四節 | 資本金之限制 | 一五二 |

| | |
|------------------|-----|
| 第五節 企業之管理 | 一五二 |
| 第六節 企業之種類——獨資企業 | 一五三 |
| 第七節 公司之類別及其性質 | 一五五 |
| 第七章 加迭爾與托辣斯 | 一六四 |
| 第一節 概論 | 一六四 |
| 第二節 加迭爾之組織 | 一六四 |
| 第三節 加迭爾之種類 | 一六五 |
| 第四節 加迭爾之利弊 | 一六六 |
| 第五節 托辣斯之組織 | 一六八 |
| 第六節 托辣斯之種類 | 一六九 |
| 第七節 托辣斯之利弊 | 一七〇 |
| 第八節 防遏加迭爾與托辣斯之方法 | 一七一 |
| 第九節 加迭爾與托辣斯之比較 | 一七二 |
| 第十節 結論 | 一七三 |

第八章 生產力遞減原則……………一七五

第一節 概論……………一七五

第二節 原則之釋義……………一七六

第三節 原則之普遍應用……………一八一

第四節 比例變動之原則……………一八三

第五節 最低成本配合之原則……………一八五

第六節 最高利潤之配合……………一八七

第七節 邊際選擇……………一八九

第九章 生產中之危險……………一九四

第一節 生產中危險之性質……………一九一

第二節 難定之原因……………一九三

第三節 處置危險之方法……………一九五

第四節 海琴……………二〇一

第五節 操縱市場.....二〇三

第六節 壟斷.....二〇四

第四編 價值論

第一章 總論.....二〇七

第一節 交易之重要.....二〇七

第二節 交易之利益.....二一〇

第三節 交易之場所.....二一一

第四節 交易之標準——價值與價格.....二一二

第二章 市場之分析.....二一四

第一節 市場之意義.....二一四

第二節 市場之進展.....二一五

第三節 市場之限制.....二一六