

二十世紀五十年代的美國公路運輸

張文彩

美國人民因爲公路運輸的發達，而改善了他們的生活，公路運輸之突飛猛晉，匪維提高了一般人民的生活水準，同時使日常生活顯得更形多姿多采。每當一項規模龐大的公路建設計劃完成時，使公路路面更爲堅實平滑，運輸更爲安全迅速，旅行于公路上的人，更爲舒適愉快！同時亦大大地增加了整個國家的動員力量。當四萬一千英里的聯邦超級公路擴建計劃完成時，橫貫美國大陸的公路運輸得以暢通無阻，且合乎運輸經濟之原則。城鄉街道的改善，使各地間居民交往便利，和易相處。發展公路計劃，影響于國計民生之潛在力量，使公路運輸益顯其對公眾福利的重要性。爰就二十世紀五十年代美國公路運輸之概況及其對於各方面之影響與重要性，作概要之介紹如次：

一、對於社會各階層

(一) 農民：公路運輸愈發達，使農民獲得更多選擇市場的機會。全國各地使用于農村之車輛，于一九五六年間已超過六百九十萬輛，每十二輛小汽車及四輛運貨卡車中即有一輛行駛于農村社會中。在運貨卡車未被普遍使用前，離鐵路線較遠地區之農產品，運往外間市場者，爲數至微。一九一〇起汽車大量生產，作爲主要運輸工具以後，農產品運往市場者，數

量大爲增加。同時，因農產品有了暢銷機會，耕地價格隨之上漲，整個農村資產之價值爲之直線上升。自二百億美元增加至九百四十億美元。運貨卡車用于農產品之運輸者，一九五〇年至一九五六年間，增加了百分之廿二。如以一九二〇年爲基數則增加了十八倍。全國約有四百七十萬架耕作機，參加農場作業，使農民每人耕作小時之生產量增加了三倍。

全國各地農莊間，約有四十七萬英里的幹支線公路，行駛長途公共汽車之班車。一九三四年，美國農莊之電氣化者，僅爲十得其一。後以公路運輸日益發達，至一九五六年，使農莊電化率增加至百分之九十以上。農產品自產地至市場，百分之九十八由運貨卡車運送。據全國批發商業同業公會估計，一九五六年經由公路運輸之農產品，水菓菜蔬類佔百分之五十二點五，牲畜類佔百分之八十，至于鷄鴨蛋類則全部由公路運送。農村間各種社交活動亦日趨活躍，一九二〇年，全國農民參加各種民間活動者爲一千二百萬人，至一九五六年，增加至七千六百五十八萬四千人。同年內農村集會大約在二百六十萬次以上。

公路運輸之發展，使農民耕地面積逐漸增加。由于公路之大量興建及汽車之被普遍採用，一大部份都市人力，以部份工作時間方式 Part-time basis 參

與農耕工作，此一現象，大大地增加了農業生產的潛力，而促使農民耕作面積普遍增加。一九五六年，美國農民耕地面積在十英畝以上者，約佔百分之九十。

(二)工人：在完善的公路運輸設備下，人民可有自由選擇其居處、工作、和遊樂場所的機會。即使當地無大規模之工商企業機構存在，他們亦可駕車通勤，往返于居處與工作地點間數十英里習以為常。公路運輸之發展，使工人居處與工作地點距離，有日趨增加之趨勢。全國職業工人中，七分之一從事于公路運輸及其有關之業務。一九五六年，運貨卡車業之駕駛及其從業人員為六百二十萬七千一百四十六人；汽車製造及配件車胎工廠之從業人員為八十九萬三千九百九十五人；營業維修從業人員為一百九十一萬八千七百七十四人；加油站從業人員為二十九萬三千八百九十七人；州縣鄉村道路之養路及新工從業人員為四十七萬五千一百五十五人；營業客車 (Common carrier Bus) 及營業小汽車從業人員為三十萬三千二百零三人。公路運輸業僱用一千萬以上之員工，等于美國新英格蘭區 (New England States) 八個山州 (mountainous States) 和底來威 (Delaware) 州成人人口之總和。

汽車製造工廠與有關汽車工業分佈于廿九州，橡膠業分佈于四十州。各該企業供應汽車業之工廠遍及全國各州，甚有遠及國外者亦比比皆是。一九五六年

，汽車製造業之工資，較之美國一般企業之工資平均約高百分之廿四；較之輪胎製管業者高百分之廿二；較諸煉油業者高百分之卅四。全國有百分之三之職工均自駕小汽車上工，其中六分之一之工人受僱于汽車製業者。此一行業，大部份均為小規模之商業機構。大部份之東主，親自從事于本業工作 *Selfemployment* 其中百分之八十五之廠商僱用工人數均在二百五十人以下。每年約有五十萬自國外移民入境的農民，利用公路汽車，走遍全國各地，找尋他們的工作機會。汽車工業者亦建立了一個廣泛的訓練計劃，其對像為大中學校之學生以及他們本業的員工。

(三)商人：公路運輸使商人經營事務之領域，日趨廣濶，成本費用日漸下降，貿易效能日漸提高。汽車運輸之方便靈活，使商人存貨減少，週轉率提高，減少財政上之風險與負擔。店門接送業務，隨時隨地均可辦理，活鮮貨品，有冷藏設備，加上快速的公路運輸，使消費市場，有無限制的發展。在以往視為奢侈品的貨物，因公路運輸之發達，已為一般人民所必需，與公路運輸有關之批發零售及公用業務事業等項的營業量，約佔全國總營業量的六份之一。經常有幾十萬商人，從事于公路運輸及其有關業務，其中約有九千五百家汽車批發商，四萬四千三百餘家新舊車零售商，二十二萬四千八百處加油站，五萬三千八百餘家汽車檢修工場，二萬六千四百家配件廠商。此種企業，大部份均採取獨資或合夥等小規模企業方式，

大多位于人口在二萬五千人以下的小城市。由于汽車運輸之普遍化，全國各地新建幾千所新型商業中心，設有寬大的停車場，便利顧客使用，市中心區的大百貨公司于附郊遍設分支機構，以應顧客需要。

(四) 消費者：公路運輸之發達，使任何物品，均可送達于消費者之門口。價格方面，在以往視為昂貴之奢侈品者，而今以經營得法，一再降低成本，使一般人均能享受而視為必需品，故公路運輸之興起，直接刺激了消費市場。一九五五年，全國消費于營業汽車及自用汽車者，超過五百億美元。百分之七十的消費者至少有汽車一輛。僅一九五五年一年內，約有五分之一的消費者購車一輛，計于同年內購新買車六百五十萬輛，舊車九百四十萬輛。另一統計顯示上述購車數字中，約有百分之八十的新車購主及百分之五十三的舊車購主均至少已有一輛汽車。

無車之人民，受惠于公路運輸者亦鉅。都市內之商店，利用公路運輸。運送商品至郊區或更遍遠地區。每日約有八萬輛以上之卡車，運送牛奶及其製品至消費者家中，其平均里程達五十英里之遠。全國各地長年供應之柑橘，亦歸功于公路運輸。一九五五年至一九五六年間，佛羅里達州 Florida 柑橘成熟季節內，百分之五十七的柑橘，經由公路卡車，運往全國各地。一九五五年間，全國有八百七十三萬六千餘具的自動燃油煖氣機所用之油料，均由卡車運送。同年約有八百九十七萬五千餘具燃煤煖氣機之檢修保養，亦

賴公路運輸以完成之。僅就檢修業務一項，同年內所化費即達一百二十億美元之鉅。

(五) 家庭：據一九五五年統計，全國家庭使用車 Family car 之總數約為四千九百八十萬輛，為世界各國之冠。百分之七十三以上的家庭，最少有車一輛，該一統計並指出，在全國最普通而具有代表性的百一十五個縣 Cerinty 區內，平均為一家一車。一九四八年，有車家庭中，擁有二輛以上者約佔百分之四十八，及一九五五年，增加至千分之一百四十。一九〇〇年，家庭用車平均每車行駛一千英里。至一九五五年增加至九千三百英里。據人口調查局估計，一九五六年間，住于郊區的人口，約為四千四百萬，佔總人口的百分之廿六，均駕車或搭乘公共汽車，來往于城鄉之間。同年間遷移住所者，為總人口的百分之二十，其中百分之九十之家庭，均僱用卡車搬運家私，用自有汽車運輸約佔十分之一。

二、對于工商企業

(一) 工業生產：因公路運輸之發達，使大量工業製品及無形產品 Service 得能暢銷全國各地；促使美國人民的生活水準，不斷提高，執世界之牛耳。美國人口，約為世界的百分之六，却擁有全世界四分之二的小汽車，及十分之四的大客車和運貨卡車。汽車製造業之經營，有賴于公路運輸之發展。自一九〇〇年至一九五五年間，美國已生產汽車一億五千八百

萬輛，每年各式汽車之生產量，約為全世界總生產量之半。小客車之產量，則為全球產量的四分之三。全國有汽車製造公司一千六百家，煉油廠商四萬二千家。一九五六年，各種大小車輛批售總價約為一百十億美元。同年內，小客車之輸出國外者，約佔總生產量的百分之三，大客車和運貨卡車為百分之廿三。故汽車工業對美國之對外貿易言，實居重要地位。

在國境以內從事運輸業務之卡車，約在一千零五十萬輛以上，農產品自產地運至工廠，為工業原料之主要泉源。成品之轉向市場，亦以公路為主要運輸線。汽車工業為一最具效能之工業生產，因為公路運輸之經濟便利，各種配件可于最有利之地區製成，送達裝配工廠，製成成品，使成本大為減低，符合大眾需要。汽車製造工業，促進美國工業上的創造和發明者，更為顯著。據美國標準局 U. S. Patent Office 一九五六年公佈，約有六分之一發明專利權屬於汽車製造工業方面者。

全國二百九十四家煉油公司握有五十萬個油井，分佈于卅九州，每年供應五百七十億加侖油料，用諸于公路運輸。一九五六年間，四十九家輪胎製造公司，分佈于全國四十州，使用約近九十萬噸的人造橡膠與天然橡膠，生產輪胎一億副，拖車胎三百萬副，以及三千四百萬副內胎。橡膠原料用于汽車工業者，約佔總生產量的百分之七十五。

道路與車輛為構成公路運輸之二大部份。公路運

輸之發展，有賴汽車生產之增加。據估計美國有關汽車工業之營業量約佔全國工商各業總營業量的六分之一，影響之大，誠屬無可言喻。

(二) 金融市場：銀行保險投資公司等金融機構，從事于有關公路運輸之投資金融業務，足以增加國富，裨益全民福利。投資有關公路運輸之資金，每年計達六百億之鉅，例如某大規模之汽車製造公司，擁有股東六十七萬名，汽油橡膠及其他與公路運輸之企業亦日趨繁榮。一九五五年，汽車之零售價格，平均新車每輛為一千八百四十元，舊車每輛為四百七十元（扣除折舊）。購買汽車之交易，百分之六十以上均採取分期付款方式。一九五六年底，購買汽車分期付款之未付款結存數為一百四十四億，投資于汽車及配件製造業之資金，約為一百四十九億。全國有二千六百家信用放款公司 Retail Credit Financial Company 一萬二千八百家銀行，及幾千家小型放款機構，從事于購車信用貸款業務。汽車製造商之資金，其主要來源出自商業銀行。一九五六年，夏秋冬三季內，銀行業投資于汽車製造業之短期貸款。約為三億六千一百萬元，長期貸款為一億五千二百萬元。商業銀行對汽車業之信用貸款，約佔百分之四十，投資公司佔百分之五十，其餘則由汽車代理商及各種經紀人所投資。每年經由公路運輸有關之營業量高達六百億元之鉅。

(三) 公用事業：公路運輸為公用事業之生命線。如公路運輸系統一旦中斷，公用事業即陷于癱瘓狀

態，勢必無法生存。各地電力公司擁有十萬輛各式車輛應付業務需要，經常之維修業尤需仰賴于汽車運輸。全國五千家電話公司，裝設五千七百萬架電話機，敷設二萬條鄉村線路，備有六萬輛汽車，經特殊裝設後，從事予裝配維修及其他電訊上必須之例行業務。因公路運輸之方便迅捷，電話線障故，平均可于二小時內修復。此項障故，在廿五年前平均修復時間為七小時。瓦斯、電燈、電話、自來水公司等設有一千七百個以上車隊，每隊有車十二輛，從事其例行業務，每能迅速地應付顧客之需要。全國至少有廿五個車隊各有各式汽車二百輛以上，二十個車隊各有各式汽車五百輛以上，五個車隊各有各式汽車二千輛。最大一個車隊，擁有卡車七千輛，拖車一百輛及小汽車一萬九千三百輛。公路運輸維持並促進公用事業之經營與發展，公用事業為美國工商企業重要之一環；同時公用事業之發展，刺激汽車工業生產，繳納大量公路使用稅，貢獻于公路運輸之繁榮與發展者，亦功不可沒。

(四) 其他運輸業：公路運輸，對其他各種工商企業，亦不可或缺；即如鐵路水運航空等運輸業務亦然。如無公路車輛接運，則鐵路航輪飛機等交通工具，均無法完成其運輸任務。汽車裝配工廠，于成品出廠後，一大部份經由鐵路裝入高邊車或平車運送。一九五六年，春、夏、秋、三季內，全國鐵路運送了三十萬車（高邊車或平車）的小汽車，收取運費約五千

萬元以上。一九二一年以來，以公路運輸之突飛猛晉，使鐵路得能拆除賠本路線三萬七千英里，功不可沒。

鐵路捷運公司 *Railway Express* 擁有十萬一千輛以上之運貨卡車及二千三百輛以上拖引車 *trailers* & *Snel-trailers*。運貨卡車，辦理鐵路終點站與貨主間的接送工作，改善了貨運業務。另一方面，更有大量的運貨卡車，參加長途運輸，與鐵路貨運列車，作正面之競爭。航空運輸之全部客貨郵件往送機場，唯公路運輸是賴。至于水運方面，則現代化之港埠作業，對公路運輸，一如于鐵路然，亦屬不可或缺。

(五) 郵政：公路運輸，改進了郵遞業務，同時更進一步，使郵政業邁向工商業之領域。尤以幾百萬農民均能享受郵購業務之便利，使工商業及郵政業務，步入了一个空前的新領域。一九二〇年，鄉村郵件平均遞送距離為二十英里，正是騎馬趕路的一日行程，一九五七年，增至四十九英里。郵遞量亦為美國歷史上前所未有者，大量函購交易轉向郵政領域；而郵政業務轉向公路運輸。

一九五七年，全國有八百八十家郵購公司 *mail order House*。郵購業務量估計為一九四一的三倍。一般百貨業之函購 *Catalay Sales* 業務，據一九五五年統計，超過十三億元。經由公路運輸之郵件，年約五百五十億件。全國大小郵政機構，擁有郵運卡車二萬二千輛，僱用司機十萬名。約計全國百分之六十

三的郵件收受與遞接，均由卡車運送。其他運輸業者如星線 Star Routes 貨運公司亦從事郵運承攬業務。

美國郵政業務由政府經營，因郵政業務卓著信譽與高度發展，早已步入了工商領域。公路運輸促進了郵政業務之效率與發展，反之郵政業務之有效發展，促進了公路運輸之繁榮與健全。

(六) 建築工程：公路運輸，給予建築工程者以移山填海之能力，如無特種工程車之行駛與操作，建築成本過高，工程勢必無法進行。影響于工商社會消費市場與公眾福利，更屬無可言喻。即就公路工程本身言，約有二十四萬輛各式車輛，從事于公路新工維養工作，其中運送砂石者，佔四分之一。馬里蘭 Maryland 州之威薩畢克灣橋 Chesapeake Bay Bridge 為世界上最長的橋樑之一，如無各式特種車輛參加工作。工程勢必無法進行。約計十二萬五千噸卵石，七萬五千噸砂土，以及六萬噸之鋼筋，大部份均經由公路運送。興工期內之幾千名工人，亦均由公路運輸上工。全國從事于建築工程之工人，約為四十七萬五千人，消耗于建築工程之原料與其他工程費用，不計其數，刺激消費市場，影響工商社會者，亦屬不可忽視。

(未完待續)

小型汽車風行日本

田一十

在東京的第六次汽車展覽會中，小型客貨汽車頗受人矚目，其車輪或為三輪，或為四輪，汽缸容積自 700CC 至 1,500CC，同時也有很多種類和型式改進的機器腳踏車及司谷脫車，加入國際汽車市場上競爭，特別是技術面和價格方面，例如雅瑪達 (Yamaha) 牌之於南美洲的墨西哥，三菱 (Mitsubishi) 牌或富士 (Fuji) 牌之於馬來亞。

日本汽車外銷市場有一顯著的變動，如在東南亞地區，一九五七年僅輸出七、五三四輛(包括小客車、大客車、及貨車等)，一九五九年則增至一〇、八四〇輛，此一地區係包括泰國、中華民國臺灣、馬來亞、緬甸、印尼等國，計佔全部輸出之三〇%，至於貨車，不論重型或輕型，約佔七〇%，其餘為小客車及大客車。

日產輕型貨車的外銷市場，除墨西哥和智利外，也已銷至伊朗，中東及近東國家計佔一五%，其中半數為重型貨車以供經濟開發之用，二〇%係輕型貨車，其餘為小客車。

日產外銷汽車之二五%係輸出中南美國家，大多數是貨車。

一九五八年日產外銷的汽車零件，總值美金一百萬元，一九五九年增至一百三十萬元，其中主要者為引擎零件、彈簧、剎車來令等。

日產汽車在國內市場的價格，已開始降低，一九五九年的車價約減三成至八成，但外銷價格仍標高，一九六〇年中有一段時間由於國際汽車市場競爭的原因亦有減價的情事。