

《中国经济靠什么赢》连载一

周倩

第一章:日本振兴,为何屡屡以中国为对手

1.绕不开的千年对手

20 世纪 80 年代初,中国人已普遍思索着一些共同关心的宏观问题:为什么一些传统的工业大国(比如西欧国家)抑制不住衰落趋势,而一些后起国家却能跻身世界工业列强?为什么一些拥有丰富资源的国家(比如海湾国家)未能实现经济与社会平衡发展,而一些资源贫乏的国家却能捷足先登?为什么同为振兴民族工业努力的国家,有些成为工业发展的后起之秀,有些(比如拉美国家)却陷入严重的债务危机或尖锐的城乡对立、贫富分化局面?

“捷足先登”“跻身世界工业列强”“后起之秀”所指的,都是当时的日本。那时,中国最大的挑战、最大的尴尬、最大的觉醒、最大的意外、最大的反思,都来自我们绕不开的千年对手——日本。

“中国崛起”背后的难言之隐

1982 年,宝钢一期工程耗资 178 亿美元从日本引进设备,几乎耗干中国全部外汇,导致巨额财政赤字。

1985 年,中国对日贸易逆差达到 60 亿美元。当年中国进口汽车 335 万辆,其中进口日本车 25 万辆,用汇 25 亿美元,直接导致外汇储备告罄。

在 20 世纪 80 年代,日元贷款占中国基础设施建设费用的 40%,包括 35% 的电气化铁路、36% 的污水处理设施、12% 的港口,用日元贷款建成的工业设施遍布全中国。

1995 年,中国家电“价格战”不断升级,日本东芝声称不惜花费 30 亿美元挤垮长虹彩电,彻底击败海尔冰箱、格兰仕微波炉。

2000 年,中国向日本出口额最大的前五种商品是:妇女衣料(非针织品)、针织筒形布和套头衬衣、男西服和夹克、T 恤衫、原油;日本向中国出口额最大的前五种商品是:半导体、产业用机械、半导体制造装置、办公设备零部件、电视机与雷达等设备用的零部件。

2004 年 5 月,日本学者长谷川庆太郎在《中国的未来取决于日本》中指出:没有日本的机床和特殊钢,中国的汽车产业将寸步难行;没有比中国国内价格高 20% 的日本建筑用 H 型钢和耐用机械,中国的建筑公司就无法保障高层建筑骨架的安全。离开“日本制造”,中国就会一筹莫展。

据中国科学院 2010 年统计,中国数字设备进口依赖程度是:光纤设备 100%,高端医疗设备 95%,集成电路设备 95%,石油化工设备 85%,纺织设备 80%,数控机床、胶印设备 70%……

以上事实,似乎是在警醒国人:如果“中国制造”的技术竞争力不够强大,将会面临被工业强国“经济占领”的风险。

战后迅速复兴的日本,将产业竞争视作一场全面持久的“经济战”。商场即“战场”,企业即“将领”,工人都是“武士”,要使日本产品攻占过去战机、军舰都未曾到达的地方。不用枪炮胁迫,“经济战”往往是师出有名,言之凿凿,代价极小,获利极大,还受到所在国的法律保护。

难以抗拒的日货攻势

韩国政客总喊“抵制日货”,不知喊了多少次,但是韩国进口的日货年年增长,2012 年韩国人均消费日货 1500 多美元,世界上没有哪个国家比韩国更“爱”日货。

2012 年,中日关系因“钓鱼岛争端”出现严重恶化,国内也在喊“抵制日货”,但是当年的中日贸易,日本仍赢得 260 亿美元以上的顺差。

日货冲击,已成为中国、韩国这两个制造业大国“无法抗拒的爱”。为何会这样呢?

日本企业军团对华、对韩形成这样一个布局:藏在中韩两国产业的核心地带,但两国民众并没有感受到,民众只知道那么几个品牌。其实,索尼、东芝、松下、本田这些所谓大牌,在日本只是“小玩闹”。真正那种日本的“央企”,不会做具体产品,只做装备制造、技术专利、金融、商社。

中国制造了全球至少一半的洗衣机、袜子、摩托车、彩电、青霉素、钟表、玩具、纽扣等产品,但是中国的制造车间里,高精度机床及其他关键仪器设备,2/3 要依靠进口。拥有自主核心技术的本土企业仅占 0.03%,99% 的企业没有申请专利,60% 的企业没有自己的商标。每部国产手机售价的 20%、计算机售价的 30%、数控机床售价的 20%至 40%,都要交给国外专利持有者。

在这样的利益格局下,中国当然是很吃亏了,而日本是主要获利出口国,就是日本。

在 20 世纪 90 年代以前,欧美国家都认为“日本人居住在小兔笼子一样的房子里,从早到晚拼命劳动,疯狂地向全世界销售汽车和彩色电视”。可是,从 1994 年开始,日本陷入“失去的 20 年”。那么,日本究竟“失去”了什么?欧洲、美国超市中的生活用品,商场中的玩具、衣服、家电,以前的“日本制造”迅速被“中国制造”取代。日本制造业企业出于成本和市场考虑,大量迁往中国大陆。由于制造业持续外迁,日本 GDP 有 20 年时间几乎没有增长。

2010 年,日本 GDP 已经被中国超越,但并不表示“日本制造”在衰弱。相反,日本经济(尤

其是制造业)的结构正变得更专注、更精细。

如果日本还像三十几年前那样,疯狂地向全球倾销消费产品,那将成为中国、韩国制造业的敌对方。如果销售的是“资本财富”,生产设备、零部件、原材料,那就会是对方的“同盟”。

日本现在已不再是最终消费品的主要出口国,而是出口关键技术与核心零部件,“日本制造”一直处在世界产业链上游。

世界产业链第一级是美国,全球 70% 的知识产权都掌握在美国手里;产业链第二级是德国,工业体系很完善、很强大,拥有相当数量的知识产权,应用技术十分发达;产业链第三级是日本,在多数工业领域拥有世界最尖端技术,但是工业体系存在不少短板;至于中国,仍处在世界产业链最低端的第四级,日本正好在我们的上游。

2.赢在“资本财富”

几十年来,“日本制造”强大的竞争优势并未发生任何改变。

可是,国内媒体总喜欢讲日本正在经历“失去的 20 年”。这根本不是事实。

在日本企业最辉煌的 1994 年,“世界 500 强”中的企业家数与美国平分秋色,并包揽前四。之后的 20 年里,日本企业似乎在走下坡路,而中国企业进入“世界 500 强”的家数年年上升,但大多是国有企业,很难全面真实地体现中国真正的产业竞争力。

20 多年里,被挤出“世界 500 强”的日本企业越来越多。这期间,日本经济结构发生了什么变化?

什么是“资本财富”

前些年,在日本出口产品中占据主要地位的,不是最终消费品,而是技术高积累、知识高积累的高附加值产品。汽车等消费品的占比约为 20%,70% 以上是不易被替代的零配件、原材料与机器设备等资本财富。

那么,资本财富具体是哪些东西?

关键零配件:比如,华为手机在 2013 年的全球销量超过 6000 万部,但华为 70% 的手机零部件从松下、日本显示器和村田制作所采购。这些关键零部件,如果国内企业能有效供应,为何何必舍近求远?

关键原材料 比如,日本“京瓷”制造的陶瓷切削工具“削铁如泥”。日本研制出世界上第一台陶瓷发动机,独有高压输电线的绝缘瓷瓶技术还为俄美战斗机提供陶瓷材料。美国 Intel 垄断了相当于电脑心脏的微处理器(CPU)的生产,但非常关键的陶瓷封装工序完全依赖于日本“京瓷”。

关键生产设备半导体被称为“信息化的粮食”,制造半导体芯片要使用高级光刻机,而全球 70% 的半导体光刻机由日本制造。光刻机,号称人类迄今所能制造的一切机械中最精密、最关键、最昂贵的机械,对晶片进行光刻操作时,定位精度达到 0.1 微米,相当于头发丝的万分之一。

“日本制造”的高明之处,在于总能在细节处影响全世界。

轴承,这是战略物资,旋转的机器都要用到它。二战时,英美盟军的战略空军专门轰炸过德国的轴承工厂。中国已是世界第一造船大国,但是国内制造的远洋船舶很少用国产轴承,多是进口日本、德国制造的轴承。

中国的高铁技术已经很先进了,但是,小小的螺母却不得不进口自日本一家只有 45 名员工的小微企业即哈德洛克工业株式会社。“和谐号”列车上使用了 2 万多个螺丝,在时速 250 公里的行进中,若固定螺丝的螺母发生松动,导致重要装置脱落,就会酿成重大事故。世界上做螺丝螺母的企业多如牛毛,能生产使用在高铁列车上“永不松动的螺母”的企业只有一家,就是哈德洛克工业株式会社。

日本三矢株式会社拥有全球最尖端的镀金技术,能满足制造业的各种要求。世界市场上销售的汽车,50% 以上都装有三矢镀金加工的引擎感应器。

东京三鹰光器株式会社这么一家仅有 50 名职工的小微企业,却能制造出装载于美国航天飞机上的特殊照相机,后来,三鹰光器又将宇宙技术应用于神经外科显微镜,并占据全球市场 70% 的份额。

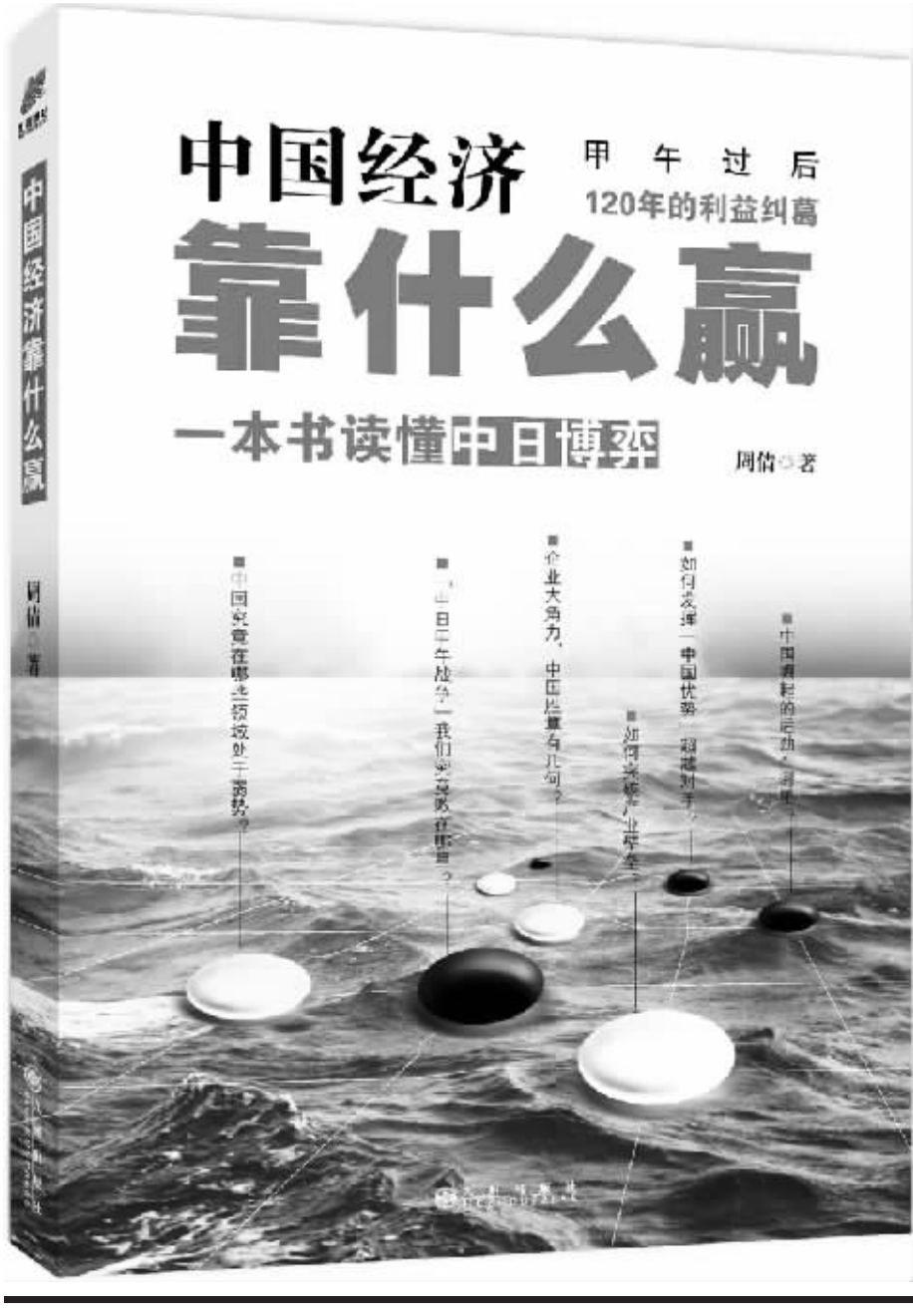
LED(发光二极管)产业前景一直被看好,北京奥运会开幕式上神奇的“画卷”彩屏、国庆 60 周年阅兵式天安门广场上的巨幅彩屏、上海世博会开幕式上 1 万平方米的 LED 大屏幕都应用到 LED 技术。中国有超过 1000 家 LED 企业,但其收入不敌日本日亚化学一家的 50%。日亚化学自 2003 年以后连续十几年排名全球第一。

树研工业株式会社,这家只有 70 多个员工的小公司开发的粉末齿轮,占全球超小齿轮市场 70% 以上的份额。树研工业是从 1982 年着手制造 1000 分之 2 克的手表的零部件起家,的花费 20 年时间,于 2002 年全球首次制作出重量为 100 万分之 1 克的齿轮。即使已经精细得这么惊人了,这家企业仍在琢磨如何实现“纳米级的加工精度”。

当我们片面且固执地认为日本“失去了 20 年”时,却很少思考另外一个现实:为何“日本制造”的中高端地位仍不可动摇?

将要次战场留给中国

以专著《日本第一:对美国的教训》名噪一时的美国学者埃兹拉·沃格尔认为:不能因为金融危机而无视乃至否定日本经济体的强大实力,日本制造业仍处于相当健康的状态,而且



作者简介

周倩,知名财经作家,私募人士。对产业经济学有独特研究,陆续发表产经评论近百万字。曾为多家职业机构做过投资和企业分析,为大户资金的运作做过操盘策划,有独特的资本经营能力。被誉为“难得的视野极为宽广的财经观察家”。

已出版有《财务总监》《投资总监》《操盘》《操纵》《颠覆:商业模式的危机与新生》等多部财经著作。

规模超过金融业。日本金融制度与中国相比,仍有先进完善之处。经过一段时间调整,日本将会显示强大竞争力。

日本在“失去的 20 年”里,产业结构越来越精细化了,很多日本公司几十年只研究一种零件,只做一个产品,做得世界闻名,效益非常好。

日本人制造的产品,是基于自己看准的市场而磨炼出的独有技术,日本企业不追求做大,而是力求成为具有某种世界第一的“唯一企业”。

在企业经营中,经常讲“核心竞争力”或者是“选择和集中”。日本人理解自己的强项并到强项领域中去竞争。他们懂得“干嘛行吃哪行”,蓄意去干自己不擅长的事(比如打价格战),是不会有什好结果的。

日本很多利益都藏在其他国家品牌的背后。日本在中国有一万多家企业,在全球更多。“日货”和“中国制造”的定义需要更新,中国品牌产品的核心零部件如果不是自己的,可以被称为“Made in China”(在中国制造),却是“Made by Japan”(由日本创造)。人们应当醒悟,并不是日本依赖中国的市场,而是中国甚至欧美都在依赖日本的技术,特别是高端技术。

家电、手机、电脑等消费品早已不是“日本制造”的主战场了,日本企业已经没有依靠价格来进行竞争的必要了。

对于日本不愿再去制造的产品,今后由谁去制造,已经没有任何关系了。那些最终产品,不论由中国还是韩国制造,其主要零配件和生产设备几乎都是日本制造的。而且在那些零配件中,有不少是日本的中小企业在世界上独占整个份额的。

其他国家的制造业越是向前发展,日本企业就越有钱赚。日本可以向世界各地的制造基地,销售只有日本才能制造的上游产品。所以,中韩两国制造业的迅速腾飞不会对日本构成威胁。

3.中国制造 PK 日本制造

中国制造 PK 日本制造,往往呈现出这样的状况:

中国制造商因为技术积累不如日本对手,总想通过并购+价格战的办法赢过对方。日本制造商因为劳动力成本远高于中国,只能通过不断强化的技术力量赢过中国。

彩电行业在这方面最明显。彩电产品经历过三个时代:模拟电视时代、等离子时代、液晶电视时代。

日本彩电曾在 20 世纪 80 年代一统江湖,10 多年后,中国企业靠打价格战奋起直追,长

虹、TCL、康佳等巨头完成了超越。可是,进入等离子时代,中国因为不掌握技术,感觉很被动。怎么办呢?

2004 年,TCL 为了解决技术问题并购了法国汤姆逊。我们原以为只要拿下核心技术,就能成为真正意义上的彩电制造王国,为此 TCL 集团搭上了整个集团 6 年的利润。引进消化、吸收并购是需要花大钱的,而并购,国际上的失败率是 70%。TCL 能拿下汤姆逊,显然彩电王国是中国,但不幸的事情发生了。

日本制造商用一年的时间,通过技术突破和领先,使我们这场胜利瞬间化为泡影,液晶时代来临了。日本夏普正是液晶之王。我们又经过很多年的努力,才攻克了液晶面板的技术难关。在此期间,国内家电企业要制造电视,非得从日本、韩国以及中国台湾进口液晶面板。

TCL 集团在等离子时代的重大挫败,其实是中国制造业生存逻辑的重大挫败。

生存压力下的技术突破

“日本制造”的生存逻辑是:

将 1 吨价格 1 万日元的铁矿石,用高炉融化并做成钢板,1 吨重的产品就变成 5 万日元。再将钢板加工成汽车,1 吨重的产品就变成 100 万日元。也就是说,加工 1 万日元的东,制作成 5 万日元的东,再加工成 100 万日元的东,价值上升了 100 倍。这样的附加价值,就是制造业的价值,也可以说,是日本经济的根本点。

日本制造业作为出口产业的冠军,一直支撑着日本经济的发展。资源匮乏的日本,若没有进口就无法生存,而要进口,就必须先通过出口赚取外汇。

在日本人眼里,产品的附加价值关系日本的生存。要提升产品附加值,就必须要有与之相当的技术。构成日本经济的主轴是技术力量,而制造技术却因为要不断地变化下去,所以,企业必须不断地进行技术开发。

近 10 年来,日本 GDP 一直徘徊在 500 万亿美元上下。制造业产值所占比重有多少? 近几年,这个数字为 25% 左右。

日本制造业产出,仅为 GDP 总额的 1/4,剩下的 3/4 产生于制造业之外的领域。制造业是重要,但是日本不会因为制造业强大就认为没有后顾之忧。

而且制造业的内容也发生了很大的改变。虽然还叫制造业,但现在的日本,已经见不到过去那种工人片刻不离传送带拼命工作的场景了。现在的制造业是所谓的设备(装置、零件)制造。比如,嵌在数码相机和摄像机中的 CCD 芯片,智能手机和平板电脑必用的微型多层陶瓷电容,汽车上的电子控制元件、电子控制模块、自动变速器三大关键零部件,都只有在日

本才能制造出来,全球几乎被日本垄断。

技术和成本不代表一切

造船业曾经是日本制造业的代表性行业,早在 1956 年就站到世界顶峰,并一直将这个地位保持到了 1998 年。1999 年至 2000 年之间,韩国超越日本成为新一代的世界造船业霸主。不过,韩国的造船业霸主地位只维持了 10 年。

2001 年,中国对外贸易进出口总值只有 5000 亿美元,到 2008 年,中国外贸总值冲高到 25000 亿美元以上,其中绝大部分是通过海运完成的。在这一大背景下,中国船舶工业进入近 10 年的高速增长期。2010 年,英国造船和海运动态分析机构克拉克松认为:在显示造船业竞争力的三大指标即完工量、手持订单量、新接订单量方面,韩国把所有世界第一都让给了中国。

中国造船业除了国际市场份额已冲到世界第一,也获得很多技术上的重大突破。比如,代表船舶制造业最高技术的 LNG 船(液化天然气运输船),世界上只有中国、日本、韩国能造;中国自主制造的 30 万吨远洋油轮,从 8000 公里外的中东装载石油运回中国,每吨运费仅相当于用小货轮自广州至福州的价格。

可是,制造业不是只拼技术,也要拼工艺和效率。

中国和韩国建造的船只,船体钢板结合部总存在一些瑕疵。新船可能还看不出来,海上漂几年之后,船体钢结构在咸湿海风的侵蚀下,难免会出现斑斑锈迹。但日本建造的船只,即使是 10 多年前建造的旧船,也不会看到生锈的痕迹。为什么呢? 日本的船只船体钢板结合得非常完美。实现这个技术,大大削减了建造时间,降低了造船成本。

哪怕现在中国、韩国每年建造的船只数量多于日本,但是,在生产效率和作为基础部分的技术水平方面,还远远不能和日本抗衡。船舶制造中要用到的一些关键零部件,尽管国内也造得出来,但工艺和效率却不尽如人意。比如大型船用发动机的机身,是发动机的关键部位之一,是用“龙门镗铣床”将毛坯件加工而成。这项工艺,国内报价相当高。而欧洲、日本的制造加工企业,即使算上往返运输的费用,总报价也比在国内加工便宜。

国内并非没有好的加工设备,人工费也比国外便宜,可就是没发挥出效率。为什么呢?

因为“数控龙门镗铣床”价格昂贵,最贵的能达到 1 亿元,开动起来大部分成本是折旧费。假如 1 亿元 1 台的数控镗铣床,机器寿命内可使用 1000 次,那么使用一次的成本就是 10 万元,开动一次就得计提 10 万元的折旧费。

只有加工效率越高,分摊的折旧费才能越低。但是,国内每加工一件发动机机身,需要 130 小时以上,欧洲或日本企业只需 13 小时左右,效率相差 10 倍。

在德国、瑞士、日本等制造业强国,很多企业可以对一件产品、一个零部件保持上百年的专注,以求深度掌握技术诀窍和制造工艺,将产品做得极端精细。品质更好,成本也能更低。

有人问日本“京瓷”创始人稻盛和夫:“日本产品要在今后也持续好卖,需要什么条件?”

稻盛和夫回答:“需要制造一级品。”

对方又接着问:“什么是一级品?”

稻盛和夫答道:“就是不会坏掉的产品。”

在这个世界上,哪一级是二级品、三级品,也有人会觉得只要便宜就行。可是,在稻盛和夫看来,日本只有靠一级品才能生存下去。

世界是弯的

只是出口组装成品(尤其是消费品)的国家,不能算是“制造强国”。日本制造业的体系结构,已经和以前完全不同了。如果我们不能认识到这一点,将会犯严重错误。

至今,中国仍是世界上主要的技术引进国,日本则大量出口技术。这一差距会造成什么结果呢?

引进技术当然比自主研发便宜多了,而且能迅速转化为商业利益。而日本人不会这么迫切地想赚快钱,而是执着追求技术上的独一无二。若维持独一无二的技术,市场占有率就会作为结果而提高。你有独一无二的技术,你就有定价权,也能制定交易规则。

多年以来,为什么日本人、美国人、欧洲人总是到中国“拿萝卜当人参卖”? 20 世纪 90 年代以前,中国的程控交换机(城市电话系统的核心设备)完全受制于人,当时每线的成本是 300 多美元,但有了华为、中兴之后,每线价格一路下降到 30 美元。2002 年山东莱州集团自主研发成功世界首台万吨油压机,之前国际市场的高级铝材价格 12 万元/吨,之后迅速下降到 8 万元,后又降到 6 万元。浙江吉利自主研发出中国第一款商业化的四挡自动变速箱,每只成本仅为 3000 元,而同类产品的国际市场价格是 13 万元/只。联想集团现在生产的个人计算机平均利润率不到 5%,如果能有自己的芯片和核心软件,就可以把利润率提高到 40%。

哪怕在中国的优势产业,比如光伏产业,中日技术角力也在悄然进行。

《纽约时报》专栏作家汤姆·弗里德曼在其著作《世界是平的》中指出:美国在很多关键领域落后于别的国家,特别是在能源领域,新能源领域中国是领先于美国的,他对此感到非常担忧。

弗里德曼看到光伏产业的一个残酷现实:2012 年,中国已是全球最大的太阳能面板生产国,占领欧盟市场的 80%,全球市场的 65%。曾经的太阳能行业领导者——德国 Q-Cells 公司,也在中国企业的竞争压力下,被迫宣布破产。

(待续)