

《中国经济靠什么赢》连载三

周倩 最怕被人俯视的民族

制造业是一条链，日本人最看重谁占领链条的上方，而非谁占有最多的市场份额。不管你在产业链的下方把规模、产值做得多么巨大，也不会令日本人感到紧张。但是，你如果攻到产业链的上方，日本人会很受，因为他们最怕被人俯视。

如此对手 日本不惧

电视剧《浮沉》里，那个日本销售总监土井说过一句经典台词：“琳达是女人里的比亚迪，便宜实惠，有性价比，所以会成功，因为总有人愿意贪小便宜。而车雅尼是女人里的兰博基尼，稀有、高贵，不是所有人都用得起，那些男人只要看一看摸一摸就知足了。”

现实中，比亚迪也并不被日本人汽车制造商视为重要对手。因为日本制造商不害怕任何对手的价格优势，除非你同时具备牢固的技术领先优势。

比亚迪最初从生产电池起家。很多年前，创始人王传福带着 200 万人民币去日本准备购买电池生产线，惊讶地发现一条生产线要数百万美元。对于中国企业来说，买不了生产线，与这个项目没法做是同一个意思。但王传福不这么想，他知道他要的，说到底是把电池生产出来，而不是为了形成某条特定的生产线。于是他把生产流程分解为一个一个可以由人工完成的工序，发明了一种“半自动”生产线，这种以“手工 + 夹具”方式进行产品制造的生产线，成本只要 100 万人民币。

王传福当年的这种思维方式，已经成为比亚迪一种普遍的文化。比如，生产锂电池的生产线之所以昂贵，是因为整个生产线必须在全封闭的无尘室中。比亚迪的设计人员发现，真正要防尘的是电池而不是人，所以设计出一个两端有手套的透明无尘操作箱。因为这一系列奇特的生产方式，使比亚迪的固定资产投资是日本同类企业的 1/15 到 1/10，而产品的价格又能做到比对手低 40%。

因为比亚迪在产品制造过程中有成本优势，至于产品本身，就不是那么重要了。当初比亚迪通过模仿丰田车型进入汽车业，直到现今，比亚迪车系中很多车模仿丰田的痕迹还是很重。比亚迪主要依靠高度的模仿和绝对的价格优势取胜。

有些道理 日本人也懂

日本汽车遇到的另一个奇特对手，是印度塔塔公司。

在规模化的制造业里，真正的成本可能只有梅子核一样小，把成本膨胀成一个大橘子等于在吃掉所有的利润。

拉丹·塔塔看到印度穷人全家骑一辆机动车上路，父亲骑车，小孩站在前面，母亲坐在后面，怀里还抱个婴儿。于是他想：能不能制造一辆穷人买得起的轿车呢？

2008 年，塔塔公司的 Nano 车终于上市了，售价不到 2000 美元，是当今世界上最便宜的轿车。因为 Nano 车在印度实在太畅销，日本车在印度的市场份额节节下降。

但是，日本人并不担心塔塔汽车的竞争，Nano 车和比亚迪汽车一样，同样是靠奇特的成本控制，得以用低价赢得市场。

Nano 车的成本控制达到极致。它只有一个雨刮器，没有电动车窗，没有自动座位调整等一般舒适性设施，座位由塑料和织布材质做成，发动机是双缸 0.6 升排量，没有空调系统，没有音响，印度街头经常是汽车与牛车同行。Nano 车尽管很简陋，但很适合印度的路况。

第三世界的国家 第一世界的技术

比亚迪和印度塔塔那样的“节俭创新”，可以在重构产品和业务流程中去除不必要的成本，从而制造出独特的低价产品。可是，不论中国和印度企业如何进行“流程重构”，也无法获得独一无二的技术优势。

只有华为科技、中兴通讯这类攻到产业链高端的中国公司，做到了日本企业做不到的事，才真正令日本对手感到敬畏。正所谓“第三世界的国家，不断攻破第一世界的技术”。

全球通行的 3G 和 4G 技术标准，华为、中兴已经能和欧美玩家三分天下。华为科技连续多年成为世界上申请国际专利数量最多的公司。

日本尽管在汽车、电子、数控机床等传统制造领域，技术实力依然十分强大，但因为多年前对互联网技术的漠视，日本国内没有出现一类类似华为、腾讯、百度、阿里巴巴等世界级的互联网公司。

路由器、交换机是互联网核心设备，技术制高点，美国思科被视为该领域的主导者。华为科技与美国思科在路由器、交换机领域，缠斗十几年。2004 年华为发布 10G 路由器，落后思科 4 年；2006 年华为发布 40G 路由器，落后思科 2 年；到 2010 年发布 100G 产品时，华为已追平对手；2012 年华为开启 400G 路由器时代，将思科甩在身后开始领跑。

400G 意味着什么？意味着在电信骨干网的建设中，同一根光纤传输的信息量更大，速度更快，成本更低，竞争力更强大。

思科因为起步早，在全球数据通信领域市场占有率仍居第一，但在新增领域，华为优势明显。华为与思科的全球对决，使日本甚至欧洲都成了旁观者，这是最令日本人感到痛心的地方。

悲观的“竞争对手意识”

尽管“中国制造”已将日本产品逐出全球所有低端市场，而且在部分高端领域有所作为，但中国目前的工业实力依旧全方位落后日本。

GDP 很高 但财富很少

1965 年，日本产业就已经深化到“重工业化的高度加工阶段”，并向资金、技术密集型经济过渡。这是什么意思呢？

像是高速铁路、核电工程、巨型船舶等重工业基础，日本在 50 年前就取得了很大成就。仅从工业结构上看，中国大约只相当于日本 50 年前的水平。中国 GDP 里仍有很大部分是钢筋水泥，要么是修路，要么是修楼。

中国的城市每天尘土飞扬，建房子、修马路，修了拆，再修再拆。这些“经济活动”都是 GDP 的一部分。中国过去 30 年 GDP 增长很快，而且毫无疑问，在可预见的未来还将高速增长。但是中国人享有的财富并不会以同样高的速度增长。

财富是什么？当然不是几张钞票。除了精神财富，它还包括青山绿水，清新的空气，森林和地下的宝藏。中国人口太多，所以人均占有的资源非常少，也就是非常穷的意思。

中国大量的制造业企业就像中国经济：收入高，但财富少。它们的销售收入很高，但利润很低，而且可怜的一点儿利润，要么得支付专利费，要么得支付银行利息。

日本经济的根基在哪里

日本产业乃至整个经济实际上是靠中小企业在支撑。

东京商工调查 2012 年的数据显示：仅在东京地区，创业史超过百年的日企多达 21666 家，而 1975 年后才建立的公司仅 620 家。日本百年企业的实际数量，至少超过 10 万家。

人民网有数据显示：中国企业目前平均寿命不到 4 年，其中有近七成是家族企业，只有不到 15% 的家族企业三代之后还能生存下去。

长寿企业更适合做制造业，短命企业大多是做商业、做金融的。

中国企业家大多只关心“钱生钱”，对脚踏实地做实业，尤其是成就一家百年企业，基本上都兴趣不大。中国人作为商人是超一流的，但制造业和商业所需要的才能正好相反。制造业最需要工艺、技术的长期积累，短命企业难以建立牢固的技术优势。

我们在媒体的报道中看到，日本 GDP 停滞不前，日本指标性企业诸如索尼、松下、夏普、东芝等不是微利，就是巨亏。

但是日本几百万家中小企业的技术积累还在，日本经济的根基依然坚如磐石。

中国创造 GDP 的过程，则是消耗远多于沉淀。我们唐朝的 GDP 在哪里？宋朝的 GDP 在哪里？明朝的 GDP 在哪里？清朝的 GDP 在哪里？怎么都不见了？甚至，我们 70 年代、80 年代的 GDP 在哪里？无数次地推倒重来，未能形成财富积累。

中国崛起的“日本坐标”

经济低迷时期，“日本制造”在全球产业链的上游地位，反而得到巩固和加强。日本企业不断强化在零部件、新材料和机器设备领域的技术优势，专门制造那些难以替代的工业必需品。

日本制造的光学元件，包括图像感应器、摄像信号模拟器、光学镜片等等，日本近乎绝对垄断。全世界在光学技术领域的企业里，前 5 名至少有 4 家是日本的，分别是索尼、松下、佳能、富士。

电阻、电容、变压器等无源器件领域，即通电时自身无电源的电子元器件，这些元器件是各种高科技电子产品的基本组成部分，这个领域同样是日本近乎垄断的，比如 iPhone、iPad 等产品 70% 的无源器件来自日本厂商。

激光器，是广泛应用于测距、探测、通信等多个行业的重要元件，同时也是激光唱机、激光打印机等技术产品的核心元器件，日本至今仍处于绝对垄断地位。

智能机器，探测、军用机器人方面美国与日本差不多，但是智能仿真机器人方面，日本领先全世界。

中央空调，日本大金、三菱曾主导中国市场，现今中国也不乏格力、美的等强势品牌，但一些核心技术及元器件仍由日本把控。

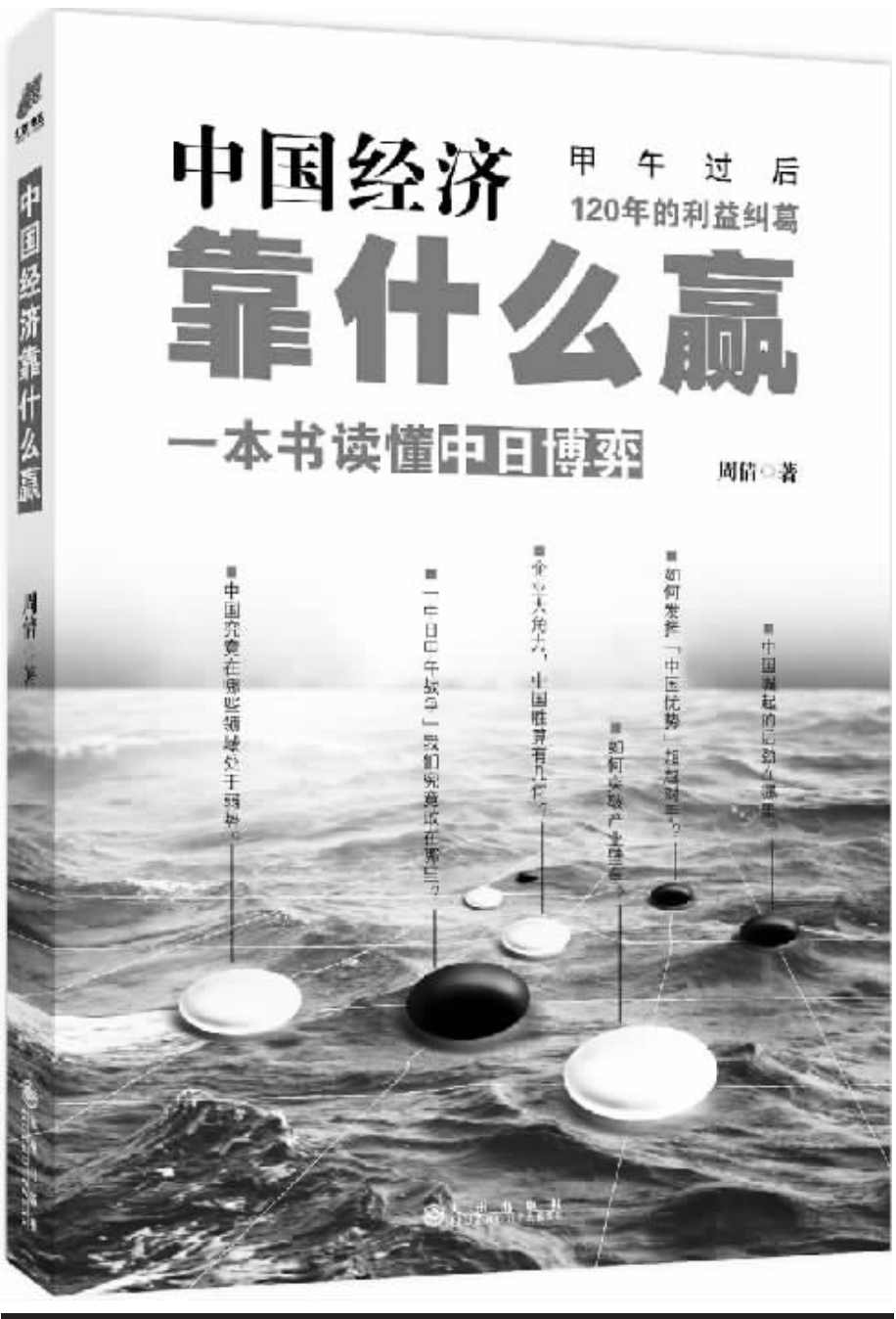
碳纤维材料，比钢强度高，比铝还轻，这种特殊材料广泛应用于各种高端制造（比如飞机制造），日本东丽长期处于技术垄断地位，中国企业直到 2013 年才逐渐打破日本垄断（东丽或许不是索尼那样家喻户晓的品牌，但它更能代表日本制造业最具竞争力的部分）。

一直处在很高技术层次上的“日本制造”，即使在产业竞争中占尽优势，但日本人仍保持着那种一贯的“物哀”思想。

1994 年至 2014 年间，明明是日本产业升级、抢占产业制高点的 20 年，却被日本媒体自虐成“失落的 20 年”，而中国媒体也不顾事实，跟风渲染。

日本人有着我们所不理解的危机感，他们的思维习惯是“如果简单跟着好事走，后来情况不好就会后悔，所以不想有这样的感觉”。“预先想得悲观一些，后来受损会少一些。”

即使日本整体上的技术实力仍大大领先中国，但日本社会依然对中国保持着很强的



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。

“竞争对手意识”，诸如“战胜中国，重建日本”之类的言论在日本并不少见。日本人深入研究“中国对手”，不断地寻找“对手”的优劣长短，并在此进程中重新界定自己。

时时以中国为对手，其实在为刺激日本自身的发展找压力，没压力就没动力。那么，崛起中的中国是不是也要有一个坐标？

中国的进步，不应该表现为北京、上海的房价是东京的四五倍，而是社会和谐和综合国力的整体发展。中国不能只是个跛足虚胖的巨人，即使 GDP 冲到了世界第二，日本还横亘在前面。

其实，中日两国间的产业角力在 150 年前就开始激化，延续至今，中国崛起一直有一个“日本坐标”，而日本人的眼睛也始终盯着“中国对手”。

第二章：甲午之战 日本真正的实力在哪儿

甲午战争其实是在打产业战

《孙子兵法》强调“未战而庙算胜”，即赢在开战前。日本敢于主动挑起甲午战争，是因为日本军方已经看到“未开战，清国已先露败象”。

人们往往对国家实力产生误解。甲午战争之前，中国经济和军事实力似乎不逊于日本：

1894 年，日本的经济总量是中国的 60%，重工业还比较薄弱，轻工业中也只有纺织业比较发达。钢铁、煤、铜、煤油、机器制造的产量都比中国低得多。当时日本共有工业资本 7000 万日元，银行资本 9000 万日元，年进口额 17 亿日元，年出口额 9000 万日元，年财政收入 8000 万日元，这些指标除了进口量与中国相当，其他都低于中国。

日本从明治维新起，出于岛国的本能，竭全国之力提升海军实力，到 1893 年，拥有军舰 55 艘，排水量 61 万吨，与中国海军主力北洋水师相当（中国还有广东、福建水师）。日本常备陆军 22 万人，总兵力不到中国的一半，武器装备也相差不多。

以实力论 战败的不该是中国

战争胜败如果仅是人力与物力的算术和，大清帝国何至于败得如此之惨？一向被视为“倭奴”的日本人居然在海陆两路力挫大清王师，占领朝鲜半岛，一路打到辽东半岛、山东半岛，并侵入台湾。

甲午之战中日双方交战过程中显示出的几个重要细节，最能看出两国真正的实力差距。

力极强的苦味酸炸药，相比北洋水师炮弹使用的黑火药（主要用于制造烟花爆竹），差距简直是划时代的。北洋军舰只要被这种炮弹击中，无论木铁，中炮之处随即燃烧，难以扑灭。

产业与技术的巨大差距，导致中日舰队在实力的差距，双方尚未交火，北洋舰队已经是必败之局，悬念只是能败到什么程度。

战前 30 年，中国和日本一样在引进西方先进技术，一样在模仿西式军队改革军事，中国经济规模和财政能力远非日本可比，可是到甲午年，为何日本工业能力和军事实力竟能高出中国那么多？

战争在另一个战场延续

甲午战争之后，郑观应在《盛世危言》中指出：中国最大的敌人是日本，兵战之后，中日两国将陷入旷日持久的经济战中。

中国在商战中也是兵败如山倒，连传统的优势产品茶叶、丝绸也开始竞争不过日本货，日本丝、日本茶替代中国货成为欧洲市场上的畅销品，直接打击了中国的外贸出口，造成江南地区的经济萧条。

中国经济已近乎山穷水尽，此时，民族工业反而逆势兴起。不是因为中国人实业意识的突然觉醒，而是步步紧逼的“日本威胁”刺激中国人奋发图强。

一战爆发之后，西方国家自顾不暇，日本货趁机猛烈地涌入中国，占领中国市场。这期间，日本取代英国成为最大的贸易商，而且成为对华工业设备的主要销售者。

中国四分五裂，经济沦陷，使日本的野心迅速膨胀，竟意图吞并中国，又没耐心细嚼慢咽。1915 年，日本逼迫袁世凯签《二十一条》，遭到国内各界的强烈抗议。随之，各地纷纷爆发了抵制日货运动。各地学生遍查当地商店，寻找日本商品，如有发现，当场没收或砸毁。

正是在这次风潮中，中国的民族工业第一次打出了“中国人用中国货”的口号，数以百计的工厂涌现出来，力求用国货替代流行的日货，例如肥皂、火柴、毛巾以及雨伞等等。

1911 年至 1927 年间，由民间主导的工业化已初见成效，其间，中国工业年均增长率超过 10%。棉纱纺织品、面粉、火柴、卷烟等原先进口量大的轻工产品，已经逐步被国货替代，轻工产品占进口总量的比重从 1912 年的 55% 下降到 1926 年的 43%。

中国民族工业能逆势兴起，还有一大动力：庞大的本土市场。

中国的“市场力量”有多么重要，可以从一个历史细节中看出来：

到 20 世纪 20 年代，中国政府逐渐把山东从日本手里收回，汉口、贵阳租界以及威海卫从英国手中收回，中国宣布关税自治并得到各国支持，列强纷纷从中国撤军，并计划完全废除治外法权。

当时，中国依然是内战不休、军阀割据、盗匪纵横，在这样内政混乱、国力不振的情况下，中国却取得了这些艰难而巨大的外交成就，原因何在？

日本、美国、欧洲都担心自己国家的产品在中国市场受阻。

换了先进的皮囊 却流着腐朽的血液

曾国藩、李鸿章、张之洞等晚清名臣都曾不遗余力地兴办实业，师夷长技。

1862 年，李鸿章首先在上海建了个洋炮局，接着在苏州又建了一个洋炮局。他那时已知道洋炮厉害，要造洋炮攻打太平天国。不久，他就发现：造炮不算什么，关键在于机器，最要紧的，还不是造炮的机器，而是制造机器的机器。“欲学外国利器，莫如寻觅制器之器。”可见，李鸿章当时是非常有眼光、有远见的。

李鸿章在署理两江总督任内，筹建江南制造总局，生产枪炮、弹药、军舰，后来还炼钢，建立中国最早的国防工业体系。同期，李鸿章将苏州洋炮局迁到金陵，改名为金陵机器局，将“洋炮局”改为“机器局”，说明他对“制器之器”的重视，经此一改，他的眼光也从军事转向工业，开始以工业为主导。

弱者的拳击手套

甲午战争前后，中国各省采用西方先进技术创办了一批近代工业，在此期间，中国有了自己的煤矿、钢厂，可以自己制造轮船和枪炮，有了近代化铁路。

孙中山曾对这一时期的工业化成就评价道：“比见国家奋富富强之术，月异日新，不遗余力，戛戛乎将与欧洲并驾矣。”并认为“快舰、飞车、电邮、火械，昔日西人之所恃以凌我者，我今亦已有之，其他新法亦接踵举行。则凡所以安内攘外之大经，富国强兵之远略，在当局诸公已筹之稔矣”。

可是，国内耗费巨资开设那么多机器局、军械局、船政局，为何仍不能满足海军舰队的一些基本需要？

北洋舰队创建之初号称“亚洲第一”，但是，舰船大多是买来的，连炮弹也要持续向国外购买，甚至连舰队正常的维修保养都不能自主，还要到日本长崎为“定远”“镇远”两大旗舰上油修舰。

战前几年的中日关系特别紧张，加上北洋舰队经费不足，到开战时，所有北洋战舰甚至没有刮过舰底（刮掉附着在舰底的水生生物），锅炉也已经老旧得无法承受高压，航速根本无法达到设计标准。