第一章　　亚洲飞雁与飞不起来的几维鸟

200年前，由于英国人及后来的美国海豹皮商的商业眼光越出了新西兰海岸,中国便在约 20年的时间里成了新西兰的首要出口市场。在西方列强入侵的大部分时间里，中国在诸多领域比新西兰落后，形成落伍的原因是它本身遭受的磨难和忧患。然而，当代的中国不能与往昔同日而语，它已最终处于变化之中，而经济变化最大。向具有中国特色的外向型市场经济的变化不可逆转。所有的人都面临新的机会和紧迫感。由于经济决策权已更为分散，新的经济参与者能根据利润作出合理决定。这就是直接对新西兰各种利益形成冲击的中国，它对新西兰具有政治的、战略的、文化的以及经济上的意义；这就是中国，假若新西兰人能尽快具备必要的商业眼光，采取适合这个新兴市场需要的策略，这就可能在 2000 年时形成新西兰的基本路线。90年代与相当有创始意义的 80 年代相比,这些需要和中国的情况在许多方面都已不一样。

无论是新西兰已涉足中国或是正谋求在中国立足，都必须有一成功战略，且与造成这些巨大变化的趋势和现象相符，这些趋势和现象显得更能代表未来的发展模式。因而，确实有必要寻找问题的答案，这些问题是由于中国的发展和变化给新西兰带来的利益。

中国自 50 年代实行了计划经济体制，与世界经济极度隔绝。中国如何进行经济改革来克服这种遗产？它是如何成功地以市场为导向，以惊人的速度实现经济增长，并得以持续的？为什么中国会成为东亚经济迅速增长现象的一部分？它是如何实现与世界经济的高度一体化？为什么华南的财富不断增加，这与香港、台湾以及更广意义上的 5500 万海外华人有什么联系？一个占世界人口 1/5 的大国变得相对富足将意味着什么？

需要全本请访问 www.ertongbook.com

为什么中国的改革进程和经济增长与欧洲前社会主义国家不同？在中国，社会主义意味着什么？经济根本上推动政治有何助益？中国在 1997 年恢复对香港行使主权之后，香港与台湾发生经济联系，中国如何通过三地间由经济联系形成的力量来处理以后产生的一些敏感的政治问题？

这些问题是本书的中心内容，因为问题的答案有助于新西兰设计其未来的道路方案。这些问题对新西兰人来说并不是遥远抽象的东西。到 2000 年，中国有可能成为一只亚洲巨“虎”或巨“龙”，并通过其海外华人使其经济成为世界经济的一只发动机，在亚洲的商业影响将与日本相匹敌。中国已成为沿东亚海岸不断向南延伸的生产和投资一体化地区的一部分，这是通过市场的自然驱动而不是行政力量驱动形成的。互补性增加了相互依赖，超越了意识形态，生产的一体化还会加速，还会使投资和贸易在量上实现进一步飞跃。这对于不断增加的中产阶级和新财富的中国社会影响深远。

新西兰该如何对中国作出反应尚不清楚，但很明显，长久放眼中国也就等于深陷进了亚洲。中国人以至亚洲人受新西兰面积小及人口少的影响，对其了解不多。新西兰对于亚洲以至于中国都显得无足轻重，因此，新西兰必须作开拓者，而不是响应者。

即使是在最适宜的环境下，这也是不容易达到的。新西兰严重依赖初级产品，这表明它是不完全地参与日益重要的亚洲地区（以至世界）的贸易活动，使它不能获得这一进程所产生的大量好处。这非但没有形成新西兰一种最适宜的贸易战略，反而从根本上形成一种收益最小的方法，新西兰被拴在亚洲（及中国）的增长中。

文化的差距以及矛盾的心理使经济的差异变得突出。新西兰的主要特点是文化及民族的差异。例如，新西兰的华人保留了其古老的偶象及规矩，现今来自香港、台湾的富裕移民又形成了新的观念，而且，中国源远流长的历史及独具特色的文化，不象欧洲及北美的历史和文化那样易于同化。

因而，作为一南太平洋国家的新西兰在亚洲如何定位尚未明晰。

对新西兰的知识界来说，亚洲是一个遥远的地方还是一个挑战？新西兰象澳大利亚那样努力成为与亚洲易于相处的一员了么？实际上，新西兰使其思想观念真正朝亚洲开放仅停留在国民的意识上，更不用说朝向中国的开放了。汉语在新西兰的使用仅比英语迟约 20 年，而在 1991 年，3 年级到 7 年级学生中仅有 64 人（63 名女生，1 名男生）学习汉语课程。长期形成的传统仍与由地理造成的狭隘共存。

中国在新西兰人眼里，犹如亚洲山脉中的珠穆朗玛峰。要攀登这些山峰最终有赖于新西兰对其文化标准作出调整，以及对攀登这些山脉的价值和前景作出的判断。最基本的挑战是：将亚洲汇入到新西兰人的思想主流中去，使亚洲意识成为新西兰世界观的一个自然组成部分。在 10 至 20 年内达到这种程度应是一件平常的事情。要是亚洲已经成为新西兰主流意识的一部分，这种情况就不可能发生：一家多样化经营的大集团公司将其主要对外投资放在美国而不是放在亚洲，这家占新西兰出口 10.4％的大公司 1991 年的 11 个最大市场中，亚洲就占了 7 个。

亚洲飞雁与飞不起来的几维鸟，这是一种对新西兰是否能缩短并拉平这种差距提出疑问的办法，如果是这样，如何去做？具有讽刺意味的是这种差距的某些表现，在中国是其资深领导人提出“致富光荣”的口号深受尊敬和爱戴，而当新西兰总理说出基本相似的内容时，却多半在新西兰受到责难。

飞雁这一类比通常用以表征充满活力的亚洲经济在不同阶段取得的经济增长，它由一群呈倒 V 字型飞雁组成。由 50 年代完成工业化的日本充当领头雁，然后跟随的是第二群体——60 至 70 年代形成的香港、台湾、新加坡和韩国这些新兴工业化国家，再往后就是 80 年代的东盟国家——特别是泰国、马来西亚及印度尼西亚，当然，这第三次浪潮也波及到中国。东盟国家是怀着某种心态注视着身边这只过大的飞雁（是巨鸟）与其它飞雁肩并肩地形成了第三雁阵。

这幅图景对新西兰人来说确有助益，因为他们已从根本上认为，日本在他们的未来中占据首要位置：这里不仅有 50 亿美元的双边贸

易额，还有日本人到新西兰观光，对新西兰的投资主要集中在中学及高等院校，且在不断增加。目前，超过 1/3 的新西兰中学开设日语课（这是解决新西兰人思想观念范围问题的有益尝试）。尽管新西兰人感觉迟钝，但已知道香港和新加坡的人均国民收入最近已超过新西兰，就象他们很久以前就知道日本（还有文莱）的人均国民收入超过他们一样。他们或许知道韩国在两年内将超过英国成为新西兰的第 4 大贸易伙伴，这在 10 多年前是不可想象的事情，还有，韩国的人均收入在本世纪末肯定会达到新西兰的水平。台湾的变化同样非常显著：30 年前，工人们在原始的工厂里生产罐装蔬菜、劣质服装和假花，今天他们的子孙们正在美国接受教育。 2000 万人口的台湾 1991 年吸纳了新西兰 3.81 亿美元的直接出口，这还不包括一些间接出口,比 11 亿人口的中国大陆多吸纳了 1 亿美元。到 2000 年其人均国民收入将达 2 万美元，香港也将处在这一行列中。

飞雁这一类比使人们即刻想起亚洲经济增长的动力，亚洲正创造惊人的新财富。它表明，在这种阵形当中，比较利益是如何从技术水平较低的国家流向技术更为熟练的工业国家，发展的渐进层次是由劳动密集型向资本资源密集型并最终向智力技能技术密集型发展。比较利益的变动反映了人均收入的提高反过来会使消费发生变化。随着相对价格的变化，各国进口增多，且不断倾向于将水平较低的产业移至海外，新兴工业化国家变成了新兴的发达国家。

总的说来，这种现象反映了以制造业为发端的生产全球化进程。结果表现为投资及地区行业内部高水平贸易两方面的次地区复杂劳动分工，不仅存在将整个行业或产品如服装、玩具或鞋类转移到其他地区的水平分工，也存在地区内不同国家对许多产品生产工序的垂直分工。贸易通常在某公司与其设在另一国的子公司之间进行。商品生产的国际化导致了服务业的国际化趋势。香港表现得特别明显，现今已发展为发达的服务性经济。

人们在这种广阔的背景下很容易了解当今的中国。与其他国家一样，它正处于经济转型期，正经历主要经济结构的变化，提高发

展水平，与邻国经济互相发生作用。经济是动机，而网络则自然而然地形成。这些现象的出现是以经济力量为基础的，与政治无关。目前，正是由于这些巨大的力量的出现以及原有的巨大文化亲和力的作用，政治正得以积极重新构建。

结果形成了世界上具有很大外贸优势的增长最为迅速的地区。日本、亚洲新兴工业化国家及最近的中国、印度尼西亚、马来西亚以及泰国的出口导向式增长，使东亚在过去 30 年中所占的世界产量及贸易量份额由原先增加 2 倍到后来的 3 倍。整个 80 年代，中国的对外贸易增长比产量快，在世界市场上，它已是劳动密集型制成品如纺织品、成衣及鞋类的主要供应者。90 年代，它将继续追随新兴工业国采用出口导向战略促进经济增长。目前，中国以其更为先进的产品如电力机械及消费品打入世界市场，出口占国内生产总值（GDP）已达 20％的高水平。这在大国中并不属于典型情况，但在过去或当前的社会主义国家中，中国外贸占 GDP 的很大份额则显得很突出。

中国外贸的巨大发展实质上反映其南部省份广东经济的成功；还证明了在这种最引人注目的网络后面，存在引人感兴趣的必然联系，即源于香港、台湾经济向华南扩展，并推动中国改革所产生的各种积极力量。广东是一个改革和外部经济必然联系的成功结合例子，它给中国经济带来了增长动力，因而使中国得以构成自己国内的发展雁阵。1991 年 10 月 5 日的《经济学家》认为，华南创造了一个奇迹，如果政治使这种经济增长得以持续，这一世界经济高速增长区有望在 2000 年达到南欧国家的富裕程度。同年 12 月 21 日的《经济学家》得出的结论是，中国是 1991 年世界经济明星。其基本依据为：南方经济增长率超过 25％，目前非国有部门创造的财富占工业产量近一半。

改革前，广东的产业技术非常落后，能源资源贫乏，尤其是煤，缺口很大。它不可能象上海及北方省份获得大量中央政府投资发展工业基础。因此，广东基本上处于农村经济状态。由于广东和邻省福建所处的特殊地位，它们在 1979 年进行市场改革，体现了中国不

需要全本请访问 www.ertongbook.com

平衡发展的新思路。于是，1980 年设立了四个经济特区，随后实行了沿海地区的普遍开放。正如中国领导人邓小平 1986 年会见到访的新西兰总理所说的，中国既不能依靠均衡发展，亦无法靠原先实行的平均分配制来实现共同富裕。因而，允许一部分地区先富起来，然后帮助落后地区实现共同富裕。

实施的新举措是中央下放决策权。允许下级依市场力量发挥更大作用，因而出现了非国有部门的经济增长。这些沿海集体及私营部门的发展，得益于来自香港以及随后台湾的投资者，他们正好在那时必须重新安排加工型及装配型产业。结果，广东大部分劳动密集型和出口导向型产业的产量主要出自非国营企业，工资、储蓄以及劳动生产率都高居全国首位，形成了“时间就是金钱”的新观念，广东人早就享受到了致富的光荣。

香港从一开始进入广东就表现为私人的而不是政府的举动。这是受短期获利动机以及充满竞争的市场力量的驱动。香港是世界上开放程度最高的地方，又是一个部分改革的社会主义经济伙伴，的确最为引人注目。台湾的动机与香港类似，也是私人性质，而且还由于与官方政治完全脱钩而得以加强。

广东代表了这样一种发展模式：通过抓住即刻出现的机会和需求，进而进行实践，形成一个变化的现代化社会和文化。它的官员深知“山高皇帝远”，因而能适应并配合以满足这些需要，抓住这些机会。哈佛大学社会学教授塔兹拉·沃吉尔在其 1989 年出版的《在中国先行一步：改革中的广东》一书中，精确地总结了广东的情况为“企业家、政客、斗士及风水师”纷纷粉墨登场。认为在中国不但存在着六个地区的雁阵，即便在广东省也实际存在另一雁阵。

广东有 6300 万人口，目前正处在具有新兴工业国早期特征的阶段——幼年期。它极有可能迅速取代上海北部的江苏省，成为中国主要的工业省份。广东的非国有部门占据支配地位，由此产生的市场力量表明形成了一种真正的盈利型经济，增长的基础已牢固，增长亦将得以持续。这就是它与新兴工业国的一些重要区别。

对于广东来说，由于实际收入的迅速增长，以及其北部省份的巨大潜在市场所形成的国内市场规模，导致了它与新兴工业国的这些区别。这意味着广东与新兴工业国相比，工业品出口占出口比重较低。非常明显，广东约 40％的工业品输往其它省区，30％销往省内。其他省区纷纷仿效广东的创新精神。广东指明了这么一条路（借用福建古代一则隐喻）如何在绿灯时迅速穿行，红灯时绕行，无灯时摸索着前行。

最初的几只雁通过不同发展阶段不断提高其经济水平，这使中国的贸易伙伴更易于赶上中国消费的变化，明白这些变化对他们的意义。尽管各国的消费水平及发展速度不同，广东的消费模式恰好反映了新兴工业国早期的情况，特别是香港、台湾和新加坡的情形。因而，一旦人均收入达到某一水平，就会发生一些变化：如导致快餐兴起等。香港的快餐业经历了快速增长（新西兰的比萨饼及麦当劳快餐制作所需干酪的 1/3 从香港进口，这两种快餐在中国扩展很快）。然而，更大的趋势是朝向更加高级的消费性电子产品、高价值的食品服装，特别是毛织品的方向发展。

中国国内消费者的潜在力量从化妆品就足见一斑。世界最大的化妆品公司美国艾冯（Avon Inc.）公司与广东建立一家合资化妆品工厂，出资比例是 60∶40（广东占 40）。该公司认为中国最终将成为其最大市场。1987至 1989 年，中国从香港进口的化妆品增加了两倍多，艾冯的战略是在今后 100 年间谨慎耐心地进入中国。它采用了美国传统的直销方式（这在中国是首次出现），它认为中国最终将有 200 万销售代理（美国有 50 万）。1991年的最初目标是在广州地区寻找 4000 名销售代理。起初的结果表明销售比预计的要好得多。艾冯进入中国是其亚洲战略的一部分，仅在 80 年代后期，它在亚洲的销售就增加了 60％。它认为，占世界人口 2/3 的亚洲在 2000年时国民生产总值（GNP）将超过欧洲和北美的总和。

艾冯的例子使人想起了马可·波罗对中国的描述，他把中国描绘成一个拥有无穷财富的奇异国度。今天的中国到处都有人在做发

展制造业的梦想“要是 10 多亿中国人每人买上本公司一种产品就好了。”当中国的改革进程还未能使这些梦想成真的时候，贸易商和投资者的现实战略是考虑如何插足这一世界最大市场。中国人确实喜爱外国牌子，这是一个重要标志。有许多主观行动可表现出来，如普遍“赶时髦”。先是日本及随后是美国消费品公司的经验表明：即使是想象上需要的奢侈品市场，都可以通过精明的销售战略得以形成。因此，日本人早在 70 年代末，在其产品进入中国之前，通过广告在普通中国人心中建立了产品牌子形象。那时广告在中国还很难立足，广告价格极其低廉。新西兰的问题在于，出口商同时又是交易商，但通常又不是完全意义上的交易者，更不用说是投资者了。

尽管面临未进行实质性改革的国营企业的竞争，但外国货还是具有竞争优势。美国已经有很多产品在中国站稳了脚根，包括 P&G 香波（洗发剂）、蓝带啤酒、亨氏婴儿食品、麦考尔纸样、纳贝斯克饼干、麦氏速溶咖啡以及博士伦隐形眼镜等。与其它“精明伙伴”(《亚洲华尔街日报》语)一样,所有这些产品均在中国生产和销售。

这些情况给当前中国的实际收入水平提出了许多难以确切解答的问题，90 年代人均国民收入要在 80年代翻两番的基础上明显再翻两番，这些问题就变得更加重要。从地区及发展水平来看，收入的变数明显很大。除城市比较明显富裕起来的群体外，还有农村一些收入和财富高于平均水平的群体，而且，在中国一般是少报数字，不论是家庭收入还是工业产量及出口都是如此。改革初期，万元户（1新元合人民币 3元）非常惹眼，现在已为 10万元户取代，80 年代后期就有百万富翁可否成为共产党员的争论。

收入的多样化表明中国已不再是难以理解的国度，而是独具特色的地区和市场。对于新西兰，只要中国的一部分地区变得相对富足就是一个巨大的市场。如环绕广州的珠江三角洲，人口为 2200万，从人口上讲为另一个台湾。这种情况使人们有必要更多了解正在形成的中产阶级，了解他们的可支配收入、支出方式和潜力。

生活水平的统计手段有一些技术问题。 1990 年世界银行公布的

中国官方统计人均 GNP 数字为 350 美元,现在看来可能偏低。或许中国在进行国民核算时有很多方式，除抽样统计存在的问题外，还有通过价格扭曲和地区差别等。当人们把住房、教育、日人均食物热量摄取量（卡路里）以及预期寿命这些广为人知的标准考虑进去，中国的生活水准可与人均 GNP 为 500 至 600 美元的国家相似。

将中国与人均收入相似的印度比较有一定意义。它们的一些具体数字分别为：人均卡路里(1988 年）2632 ： 2104 ；预期寿命(1989 年)70 岁 ：50 岁，文盲率（1985 年）31％： 57％。新西兰 1988 年日人均卡路里为 3459。新西兰对另一个与粮食有关的看法有直接兴趣 ,80 年代末，直接用于谷物消费的人均收入停止增长，用于肉类产品消费的人均收入却增长迅速。这种趋向高价值食物的消费多样化，在台湾直到其收入比时下不断报道的中国的收入高出许多时才发生。中国和印度的一个有意义的比较是林产品领域，从 1979 年至 1989 年，中国人均消费纸张及木材由 7 公斤增至 15 公斤,印度分别为 2 公斤和 3 公斤(新西兰为 114 公斤和 168 公斤)。正如一些国际机构的说法，中国官方公布的人均收入数字不全面。依据是其预期寿命 70 岁甚至比所有中等收入国家的平均预期寿命（1990 年为 60 岁）高，更不用说与发展中国家的更低平均数相比了。

1992 年，中国国家计划委员会公布的数字更为引人注目，表明中国人均消费食物已达人均 GNP1380 美元国家的水平（1989 年数），这一数字比泰国还高。人均消费在衣服、日常必需品及耐用品的费用比人均 GNP 为 2940 美元的国家还高，将近马来西亚的水平。《中国统计年鉴》（1990 版，1989 电视机数字除外）表明：每百户城市居民拥有数(单位:台)洗衣机 78.4 ,冰箱 42.3 ,收音机 45.2 ,黑白电视机 55.7 ,彩色电视机 51.5 ,收录机 69.8 ,照相机 19.2 ,电风扇 135.5。与 1979 年相比变化很大，要是在那年漫步在晚间的广东街道上，看到的是全家人挤在一盏昏暗的灯泡下的情景，真令人难以想象。

几维鸟在中国飞不起来么？尽管这肯定会引起争论，但不会超

出这个范围。1991 年新西兰对包括中国在内的主要亚洲出口市场的出口绝对年增长率显得引人注目，但这种表面性并不反映实情，现实是中国将新西兰拴在其经济增长当中，新西兰基本上是中国给多少利益就要多少。新西兰在中国的现代化进程中，迄今为止更象一名旁观者，而不是一名参与者。每当中国经历经济混乱、外汇实行严厉管制，新西兰就对中国表示失望。变化无常的羊毛市场在过去 5 年中表明中国以购买其他物品的出价方式购买羊毛。目前双方还在这方面维持着友好关系及长期形成的联系。

1988 至 1989 年度令人兴奋，由于中国大量购买羊毛，新西兰该年度对中国的出口是 1991 年的两倍，达 2.78 亿美元。那时，新西兰似可定下实现其未来 5 年内占中国进口总额的 1%的目标。1988 至 1989 年度新西兰这一数字曾达 0.70%，而到 1991 年则下降为 0.25%。如果考虑到新西兰和中国之间经济增长和贸易扩张在最近表现大为相异的因素，那么，新西兰这一数字的下降还是可能的。即便是这样，经过一段时期，中国的增长还是戏剧般地改善了这种情形，这些数字表明新西兰还有很长一段路要走。中国已取消其外汇配额制，它 1991 年的贸易盈余达 80 亿美元，并且还在继续增长，外汇储备达 400亿美元，其外债规模也在可控制范围内。外汇的分配和使用的决定权愈益接近由市场控制，因为企业处于市场中。

由于 1991 至 1992 年贸易的改善，上述看法即可得以肯定。最近结束的(1992 年 6 月 30 日)这一年度，新西兰对中国的出口达 3.62亿美元，比前 7 年期的平均数字高出许多（1991 年数比这数低），这一最新数字还比 1990 至 1991 年度贸易出口数高出 90%以上。

中国只是新西兰难解的亚洲难题的一部分：亚洲不断增长的财富可能形成许多附带利益，但问题是新西兰能否从中获益，或从各方面来看，是否新西兰作出充分的努力将亚洲拖入其经济复兴当中，并使新西兰成为亚洲的一部分？中国的情况表明可能的答案是：在新西兰的战略仍基于其传统方式出卖传统商品，并不时给这些地区以其具有优势的技术援助这点甜头的情况下，新西兰的亚洲方针不

会有什么真正转变。这是一个老问题，日本要求新西兰提供其出口的初级产品清单，以便检验。这或许是对新西兰的一种讽刺。因为在历史上，新西兰靠出卖初级产品给英国致富，而现在它又将同样的产品卖给亚洲国家，没有什么意图，也无恶意，而是使它们能扩大或缩小各自与新西兰间形成的经济差距。

如何改变这种状况？那种认为新西兰会成为中国现代化的积极参与者，并基于这种情况制定一种经济战略的看法现实吗？这有赖于新西兰，不能眼角过高，当然，这条道路既新奇又充满挑战。本章介绍了一条通过邻国进入中国的道路，适当注意那些对中国增长作出巨大贡献的巨大网络和相互联系。对由此产生的动力的理解须越出中国，深入到更细的地区劳动分工中去。应特别注意沿东亚海岸的那些持续增长点。

最重要的还是把中华人民共和国、香港和台湾的市场作为一个战略整体来考虑。经济现实远远超前于政治现实，从经济角度看，无疑存在一个“大中国”,由华南与香港和台湾组成的中国“增长带”。“大中国”的总进口与日本相差不远，1991 年新西兰对“大中国”的出口占其总出口的 5.79%（澳大利亚超过 9%）,来自那里的进口占总进口的 5.93%。必须提及的是，韩国与台湾一样，正在弥补其在中国市场上失去的时间，通过迅速扩大对中国的贸易和投资，它在北部沿海省份进展神速。另外，由于中国与韩国在 1992 年下半年建交，使韩国在中国的前景比以往更为光明。

本书提出了整个 90 年代新西兰与中国经济关系的定性发展战略，这不仅具有经济上的意义，而且对新西兰未来在亚洲的位置也具有重要意义。这一行动堪称高瞻远瞩，它使新西兰占据有利位置，开发某些能力，发展一些专门领域，以适应更大地区规模的需要，并切合特定市场出现的时机。它涉及新西兰包括制成品、服务业以及技能技术在内的出口，并考虑在哪些领域、用什么方式形成使新西兰经济直接融入充满活力的亚洲经济当中的共同产业贸易战略。

亚洲整个地区的增长（现在中国正以年率 10%的速度向上增

需要全本请访问 www.ertongbook.com

长，将持续至 2000 年），在新西兰引起了争论，也使得新西兰出口导向型的经济复兴转而寻求来自亚洲的投资，认识到亚洲经济的重要性。这两个举动受到欢迎，但仍反映了新西兰一种“低眼角”的传统思维模式。现在的问题在于新西兰如何才能获得最大收益。所有设想的战略经过与投资和贸易两种途径联系起来看，就变得愈益清晰，这有助新西兰打开商品贸易的通途。在超出中国的范围内，寻求直接进入中国不断扩大的消费市场，特别是中国已很先进的食品、成衣和林产品市场，将会变得现实。在中国，任何地区经济发展的关键是富裕的程度及生产能力，换言之，就是发展道路的健全。每个地区均有大量机会，这使新西兰可从基本的商品贸易阶段跨入加工及开拓市场阶段，而且在某个地区的经验或许对后来到另一个地区有用，这会因各地区的类似、文化亲和力以及与增长周期极度吻合而得以加强。这种吻合没有给中国及其邻国经济带来任何利益，反而使其外国合作伙伴受益非浅。

这是新西兰议事日程的一个基础，它可一直朝 2000 年发展变化。新西兰会为其擅长的东西生产、加工并开拓市场。这可以在新西兰，亦可在中国或是第三地进行。可以和中国合作，也可以象香港、台湾、韩国或日本已在中国所做的那样，进行新西兰、中国以及它们中的任何一方的三方联合形式进行；或可在中国生产，销往日本和韩国或其他地方；亚洲在新西兰的投资或亚洲与新西兰联合在亚洲的投资，与新西兰在亚洲的经济机会之间将会有更多的直接联系。新西兰所面临国内公众急躁反应的危险，会使新西兰越过祈求阶段，直接成为更为成熟的合作伙伴。在工业原料及加工方面还会有更多的合作机会。上海附近的宝山钢铁厂（中国最现代化的钢铁厂）就使用新西兰的铁矿砂，现在又使用新西兰高等级煤。

由于新中之间具有经济互补性，新西兰在亚洲的这个合作伙伴就表明其更有信心走向全球化，更有信心在新西兰未来繁荣中占一席之地。这取决于新西兰在 90 年代形成一个广泛适应充满活力的亚洲经济的联合方案，以及它决意利用自然形成的经济网络的不断增

多来为新西兰谋利。很显然，任何联合方案以及围绕这个方案制定的特定战略，都有赖于良好的横向思维；反过来，良好的横向思维又有赖于有根据的争论，以及对这种争论作出的构想适宜重点明确的研究与分析。最终，这种争论将消除传统形成的思想障碍及其轻松思想，它们阻碍了人们努力从广度和深度上加强双方的联系，并使新西兰人见识短浅。

以新西兰所具有的冒险精神和首创性，在 20 年内它肯定可使中国在数量、多样性以及价值上成其最大市场，而且时间还可大为缩短。前述的中国国家计委统计数字表明，如果新西兰能以接近马来西亚和泰国人均消费新西兰产品的比重，向中国出口其粮食及耐用消费品，那么中国就已经成为新西兰最大的出口市场；其二，该统计数字还表明尽管消费市场上较为先进的南方仍有优势，但最终市场已扩展至全国，而且北方及内陆省份机会正在增多。与此相联系，中央政府优惠政策的改变产生了新增长地带，这将引发新一轮经济增长，波及上海以南，北至天津、大连等北部城市。韩国、日本的对华投资亦会随这些变化而作出反应。

这仅是幻想吗？那么请看 1990 年和 1991 年新西兰制奶业在广东的进展。这首先表明了相对富裕是能够迅速扩展的，它能迅速赶上成熟的市场。广州的市场增长迅猛，早期开张的企业一般都呆不满三年。由于内部需求突然刺激经济，整个市场无法获得所需的一切。例如冰淇淋及人工食物生产商就说，唯一限制是生产速度太慢，因为它们的一些成份需进口，在当地生产质量不过关。这些进展使新西兰这一产业到 1992 年能按计划在广东建立起一些基础，这也是新西兰制奶业在中国的第一次举动；其次，很清楚，企业应当扩展至产业销售额以外的消费品。全脂奶粉方面有重要机会，台湾已有针对这方面的战略。应当记住，在中国，事情是互相关联的，因而，完全可以设想，它有可能随后对更广范围的新西兰食品加工行业开放；其三，新西兰制奶业已能设想出，到 2000 年时，单是珠江三角洲就可形成一巨大的奶制品市场，这是就目前该地区的消费水平以

及新西兰奶制品在香港的销售来看的。而在几年前这被认为是狂妄的乐观主义者的幻想。而且，到 2000年，比珠江三角洲 2000万人口的市场大三倍的广东整个市场将远远超过其最初阶段。

结　论

改革与经济增长在引发了中国的巨大变化，导致这些变化的趋势和现象 90 年代肯定将会获得更大的动力。到 2000 年，中国借其海外华人经济为基础，将成为亚洲巨虎乃至世界经济的一台发动机，其在亚洲的商业影响将不亚于日本。在其与新西兰 200年的交往中，1992 年在某种意义上说以其前所未有的深度和广度直接冲击了新西兰的经济，还有政治、战略及文化利益。它将在数量、多样性和价值方面成为新西兰最大市场。

中国由此也迈入了亚洲充满活力的经济行列当中，它是沿东亚海岸往南延伸的不断加强的生产投资一体化的一部分，那里的经济实践超前，这将有助于推动政治实践。还会使投资和贸易量的进一步扩张；此外，迅速扩大的消费市场表明中产阶级的出现，而且，今日新西兰产品的消费者是新西兰明日潜在的观光客。

那么，在面对这些亚洲“飞雁”，即事实上由中港台组成的独特次雁阵时，新西兰真会成为一只“飞不起来的几维鸟”吗？很有可能。因为新西兰的传统经济结构与之相抵触，而且文化及心理相异。如果新西兰想把中国放在其基本方针中，最需要的是做创始者，而不仅仅作出反应。90 年代既充满新奇，又充满挑战。任何人想象这会得以认真对待，都会陷于一种严重的错觉里。

中国确实如一座山峰，一座新西兰的亚洲山峰隐现出来了，成功的攀登最终有赖于新西兰对其文化标准作出调整。 90 年代最基本的挑战是，使亚洲观念成为新西兰人世界观的一个自然组成部分。

第二章　　中国的现代化探索

中国进行现代化的必要性是毋庸置疑的。没有现代化，中国就无法面对其现代史上持续 150 年的两大挑战：首先是求得经济的发展，变得富裕和强大；然后是谋求或是重建其在世界上与之相称的地位和资格。本章将对中国 1978 年以前的历史背景作一简单回顾，还涉及当代中国已不存在的中国人对外部世界的传统矛盾心理。

与西方相比，中国经济发展的历史更为悠久，也更易中断。早期中国人的技术创造力非常明显，特别是在公元后的 1400 年里，作出了大量发现和发明。具有重要意义的发明有：炼铁、火药、造纸、活字印刷术以及指南针。其中在包括火药或炸药（第一支火箭是用竹筒及木管枪发射）等方面中国人比欧洲人要早几百年，铁索桥比欧洲早 1000 年。还有很多小发明，如炼铁过程中使用的活塞鼓风机等。机械表发明也比欧洲早几百年，还有一些工程技术如传送带、链条传动以及明轮驱动船，还有独轮手推车、马刺以及马具等。

约在公元 1100 年后，中国经济是世界上最发达的经济，技术革新层出不穷，建立了世界上最早的机械化工业，人们认为中国在 14 世纪末就达到了高峰，准备进行新的发展。由于 9 世纪发明雕板印刷术的巨大贡献，引发一场学习复兴运动。人们广泛了解到冶金、数学、天文、医药及武器方面取得的进展，而且在诗歌、瓷器、书法、山水画、哲学、政治思想以及历史著作也有突出表现，茶叶和丝绸生产举世闻名。所有这些早期繁荣以 7 至 12 世纪为全盛时期。中国人还是环境保护主义者的先驱，早在两千年前就实行过一项官方法令，不植树者不给棺材。

然而，从 14 世纪起，发展的步伐没能保持下来。虽然其经济继续发展至 16 世纪，但在科学技术及新发明方面已无法与由欧洲早期

工业革命所取得的成就相比。因此，当中国人还在研究蒸汽机的结构时，詹姆斯·瓦特已从蒸气发展到活塞阶段。中国社会变得封闭，以往繁荣的对外贸易联系受到限制。虽然 18 世纪的经济还很活跃，即使是大多数中国人的价值观和经济行为方式已适应现代经济发展的需要，但是前现代化经济却没能转变为现代经济。只有量的增加而没有质的改变，因而也就没有形成突破。而且，中国上千年的资源耗竭问题对中国的前现代化经济发展影响巨大：土壤肥力降低，木材和水源匮乏。

人们普遍认为中国这些早期辉煌和发明对欧洲进行的工业革命至关重要，但人们会时常问诸如为什么中国却不能踏上同样工业化道路的问题，为什么中国可容纳所有这些东西却不能发生根本变化？这一明显的矛盾已在一些优秀的现代著作中得到解决。一个令人信服的答案是，直到 19 世纪，中国一直是自给自足，因而它不用与世界的其他地方协调；而欧洲在政治上是分割的，须依靠海上贸易得到许多大陆上没有的商品和金属资源，因而热衷于海外探险。这一答案也与中国当今对外开放政策后面的必然联系有关。

19 世纪中叶，发生了一连串事件，对中国形成了外部刺激，与中国目前被迫采取确保经济增长实现现代化的情形相似。与现代化的西方发生了联系，使一些重要地区如上海获得一些现代技术手段，为现代中国工商业打下了基础，并再度出现了一些早期的技术革新。这同时又是一段更使人感到屈辱的时期，“不平等条约”准许外国占有港口城市的大片地区，再加上其他灾难、自然灾害、叛乱及人口增加造成耕地压力等问题的困扰，中央政府变得愈益虚弱。

中国由此无力解决它自己的问题，而且它还面临其他障碍。不提升技术专家进入政府，亦不让他们治理工业；强调政府道义上的作用、个人的完美，道德品质比技术知识更加受人欣赏，并坚信前者最终造福社会。中国人还认为，一个高度发达的有外国朝贡的文明古国，新世界主权平等的欧洲国家是不能与之平起平坐的。

中国人的核心就是文化认同感，这种认同是基于对自己文明的

看法。中国文明是世界上最古老的连续文明之一，由它产生了一个包括日本、朝鲜和越南在内的文化圈，中国位于中央。即使是在分裂时期，这种外国人都可受到同化的世界性文明所具有的强烈文化认同，始终是贯穿中国历史的一个因素。统一的文字也有助于形成这种文化认同。

19 世纪中期，西方入侵中国，明显破坏了中国早期形成的适宜氛围，特别是在知识界引发了现代化或西方化问题的广泛争论。有三种观点：传统观点拒绝接受任何西方文化和生活方式；中间派观点赞成采用西方技术，以保持中国文明的精粹；反传统观点主张全盘西化。中间派观点被称为“西学为体，国学为本”。争论持续了一段时间，产生一些新方法，带来了希望。

随后为一场把希望变成失败的尝试，这就是 1912 年国民党领导推翻了帝制，但却带来了军阀混战局面，一直到 20 年代后期，国民党才重新统一中国，并获得了某些发展。后来就是 1937 年日本侵略以及第二次世界大战，二战一结束国共两党又进行了内战。 1949 年共产党获胜，10 月 1 日毛泽东宣布中华人民共和国成立，中国人民已经站起来，并从此在世界事务中不再受辱。共产党的成功，国民意志起了巨大作用。

中华人民共和国已成立了 44 年，社会主义成为它解决现代化问题的办法。然而，开始它想完成摒弃过去的传统，因之转向了苏联模式，即斯大林式的中央管制经济，以牺牲农业为代价，优先将资源集中在重工业以使其快速增长。这是一条不要市场的发展道路，竞争的特点是自给自足和进口替代，对外贸易占次要地位，充其量是弥补国内生产能力的不足。不过，要实现迅速工业化的目标以及斯大林的设想，与采取变革的方案和加快变革速度相比，人们更容易接受将社会改变为国营或集体所有制单位经营的方式。

问题是在情况完全不同的中国，特别是经济极其落后、农业在经济中占主导地位、教育水平低、人口众多的情况下，如何应用苏联模式才会产生最佳效果。很快就开始形成对中国式社会主义道路

需要全本请访问 www.ertongbook.com