

[德] 利奥·冈迪 著
曾祥禄 杨世富 郭其亮 译
湖南人民出版社



丑陋的 美国商人

丑陋的美国商人

〔德〕 利奥·冈迪著 曾祥祿 杨世富 郭其亮译

丑陋的美国商人

〔德〕利奥·冈迪 著

曾祥祿、杨世富、郭其亮译

责任编辑：常修莉

★

湖南人民出版社出版、发行

（长沙市河西岳麓南路67号）

湖南省新华书店经销 湖南省新华印刷二厂印刷

★

1988年5月第1版第1次印刷

开本：787×1092 1/32 印张：4.5 插页：4

字数：88000 印数：1—30000

ISBN 7—217—00356—3

B·36 定价：1.40元

新书目：88—52

序 言

章开源

这些年，随着经济、文化交流的日益发展，一些中国人对美国的了解已有所增加，但对于大多数未到过美国或虽到过而停留为时不久的中国人来说，这个远在大洋彼岸的国家仍然是个难以理解的谜。

记得有位美籍华裔学者曾经对我说过：“刚从台湾到美国学习时，经过三五年便认为自己已经通晓美国的一切；及至定居二三十年以后，却反而感到自己对这个国家仍然很缺乏理解。”许多中国人对美国的一知半解，常常是来源于某些留学生或其他出访人员的介绍，而这些浮光掠影的旅美印象却很难避免片面性。正如大半辈子在纽约“教个小书，谋个温饱的”唐德刚学长批评他的老师胡适那样：“近代西方游客，对极权国家的旅行事业的批评，总喜欢用‘限制导游’(Guided tours)这句话来说

DN/12/28⁰³

明对方只许看好的，不许看坏的。近百年来，美国各界之接待外国留学生，事实上也是一样的。所不同者，美国的限制导游多出诸游客的自愿；另一方面，则是多少有点强迫性质罢了。其实就‘限制’一词来说，二者是殊途同归的，只是自动比被动更有效罢了。胡适之先生那一辈，比较有思想的留学生，就是参加了这个自动的‘限制导游’，而对美国文明，是终身颂之的。”

（见《胡适的自传》第三章注④）胡适是属于“但见洋人之长，而未见其短，或讳言其短”的那一辈留美学生，但今日留美学生之心态有如其前辈者也大有人在，因此他们对于美国情况的介绍便难免有所偏颇。

当然，我决非故意无视美国的长处。美国地理条件优越，科技发达，国力雄厚，物质生活水平处于世界前列。但是，由于社会制度的局限，贫富悬殊、种族歧视、精神空虚、堕落犯罪等痼疾并未因为经济发展而有所减轻，其中有些社会病态反而与日俱增。据美国官方统计，每五个美国人中就有一人曾经吸毒，1978年一年，美国人花费在吸毒方面的钱财共达350亿~450亿美元之多。在1979年，美国每隔2.6秒便发生一起严重罪案，每68秒一起抢劫案，每隔7分钟就有一个妇女被强奸，每隔24分钟就有一人被谋杀。一方面是航天飞机遨游太空，一方面是用电脑系统占卜算命，一方面是医疗技术高度发达，一方面是“人民圣殿教”数百名教徒集体自杀；黑手党无孔不入、无恶不作，同性恋者结成自己的社团并形成特别的社区，华尔街一天股票暴跌即相当于价值5000亿美元的股票化为乌有，甚至连百万富翁也迫于破产的威胁而自杀……凡此种种，均也足以堪称

处于世界“前列”，更不用说政界的层层黑幕和种种丑闻了。

今日之金元帝国早已失去昔日之威势，在内外各种力量的打击下左支右绌，风雨飘摇。然而，世界上也只有美国这样的国家才能承受得住如此众多的严重挑战和巨大动荡，它毕竟一次又一次地度过了许多重大危机，尽管历尽艰难，但终于化险为夷。这是个极为开放和多元的社会，兼容并包，鱼龙混杂，而充分发展的竞争机制又使之经常洋溢着生命的活力。英国史学大师汤因比曾经预言：“在所谓发达国家的生活方式中，贪欲是作为美德受到赞美的。但是我认为，在允许贪欲肆虐的社会里，前途是没有希望的。没有自制的贪婪将导致自灭。”这当然并非是道义的谴责，而是历史经验的科学总结。美国的社会制度已经病入膏肓，其衰落与不得不改弦更张是必然的。然而，作为充满活力和开拓精神的美国各民族及其人民，迟早将会选择自己合理的前进道路，并且重新建构与振兴自己的国家，这也是必然的。

我曾多次访问美国，与许多美国学者有着深厚的友情，美国一般老百姓给我的印象也是可亲可爱，但至今仍然感到自己对美国社会的认识甚为片面浮浅。我相信，《美国社会之窗》这套译丛的出版，必将有助于中国人对于美国的理解，有助于中美两国人民之间的友好交往。同时，“他山之石，可以攻玉”。无论是美国现代化的某些有益经验，还是它所伴生的严重社会弊病，都可以作为我国“四化”建设的借鉴。

以上就是我乐于为这套译丛作序的原因。

作者前言

写此书的目的是想让人们看看扎根于海外的美国商人的内幕。因而，对唯利是图、做事轻道德、重金钱的美国企业家们的商魂，难免提出严厉的批评。这样，即使人的皮肤，在神经过敏之处，稍有触摩也会产生奇特的不快之感。

我生来是个悲观主义者，不是处处可见“救世主”的乐天派。对于国际动向，我只能根据事实作出分析与判断。

我不是那种对别人的失败幸灾乐祸并大加宣扬的人，但我不能不如实地转述所存在的事实。当然，对失败的记录也难免有些夸张。从根本上讲，这是一份“挑战书”。如果从揭露欧洲的美国企业的丑恶面这点而言，也许会被认为是一本为“亲欧观点”辩护的书。虽然亲欧并不等于反美，但欧洲彼岸的读者未必会持这种看法。

美国内外的美国实业家们也许会把这本书看作是对詹·贾克·塞尔班·舒莱巴的那部名著《美国的挑战》的反驳。若是这样，

这本书的角度也许选得并不十分恰当。

书中作者的意见必然带有主观色彩，但所列举的大量事实却是不容否定的。要想在这本书中寻找夸耀美国人在海外经商的成绩或美国宣传机器大肆散布的奉承话，显然是徒劳的。

作者在书中的不少看法虽然显得有些消极悲观，但绝非信口开河，而是根据事实和自己的坚定信念得出的结论。

此外，非欧洲读者对作者的某些看法，将会觉得是非难、夸张、片面、歪曲甚至是“多管闲事”。但我相信，大多数沉默寡言的欧洲实业家，通过这本书会对象幽灵一样徘徊在欧洲经济领域中大洋彼岸的同胞的丑恶面目有所认识。

*

*

*

“在德国的美国企业家，其行为和形象都是最丑陋的”。这是西德杜塞尔多夫工商会议所通过对当地所作的调查得出的一个结论。这个结论和大吹大擂地向全球作宣传的美国宣传机构的口径大相径庭，但它却是根据对450家美国公司扎根的、近十年中扩张率最高的地区调查得出的。这个结论对于大洋彼岸的贸易对手，大多数德国人来说，是不难理解的。

了解欧美企业与托拉斯内情的人，不论是谁，对这个结论都不会有多大异议。

总而言之，欧洲的美国商人和企业家不仅形象丑陋，而且能力低下。

据统计，欧洲大陆有美国商人约20万。对这些人的工作环

境、他们对上司的态度以及和同僚们日常交往中的表现等等，本书都有一定的反映。

通过若干无情的事例可以看出，欧洲的美国商人和企业家有两种类型——具有种种才能的人和完全无能的人。

本书还想弄清美国企业或托拉斯对承受国的经济究竟会作出什么样的贡献。

最后必须指出，本书绝不是海外美国实业家的“行动指南”，也不是什么“说明书”。只要读者能通过这本书认清美国商人在欧洲广泛活动的一部分真相，作者就感到心满意足了。

目 录

第一章 欧洲的乡巴佬

- 目光短浅的美国人……………(1)
- 感觉迟钝的美国人……………(3)

第二章 讨厌的经营作风

- 首屈一指的电话迷……………(6)
- 空中美国佬……………(8)
- 随便而忽视礼仪的美国人……………(10)

第三章 美国企业老板

- 一切听命于上司……………(13)
- 星条旗失去魅力……………(15)
- 优秀人才纷纷出走……………(17)

第四章 差距神话的破产

人为的美欧差距·····	(20)
差距神话的破产·····	(23)
十万美金一个便盆——美国式的开发与研究·····	(24)
不肯认输的美国人·····	(27)

第五章 倒霉的美国式经营

人为的美国管理优势·····	(29)
听不进批评与指责·····	(31)
对欧洲的成见·····	(33)
欧洲今非昔比·····	(35)

第六章 美国商人对欧洲的进攻

幽灵公司的出现·····	(39)
独享税制特权·····	(41)
不战而胜的扩张手段·····	(43)
EC开始唱反调·····	(45)

第七章 强制经商的失败

棘手的法国伏兵·····	(47)
宝库与赤字·····	(49)
强制推销的失败·····	(50)

第八章 疯狂的合并与取代

猛刮合并风.....	(53)
连教堂也非买不可.....	(55)
留下遗恨的掠夺剧.....	(58)

第九章 蹂躏欧洲企业

廉价拍卖.....	(61)
见钱眼开.....	(63)
连化妆品业也不放过.....	(64)
不愿重蹈加拿大覆辙.....	(67)

第十章 居心不良的微笑战略

企图完全控制别人.....	(69)
没有“合作”的“合作企业”.....	(71)

第十一章 饱含毒汁的特许协定

特许热的功过.....	(74)
变友为敌.....	(76)
最新技术——过时的处理品.....	(78)

第十二章 行不通的美国市场学

美国市场学.....	(81)
缺乏道德义务感.....	(83)

不顾起码的经营原则.....	(85)
----------------	--------

第十三章 臭不可闻的自信狂

改造欧洲企业的悲剧.....	(88)
自信得发狂的精神状态.....	(90)
利润是上帝.....	(92)

第十四章 一蹶不振的输出业

把输出视为“副业”.....	(96)
答非所问.....	(99)
抱住过时的东西不放.....	(101)
振兴输出效果糟糕.....	(103)

第十五章 对自由贸易的褻渎

战争前夜的USA 与 EC.....	(106)
意大利靴的地震.....	(110)
钢铁产业的危机.....	(112)

第十六章 星条旗何处去

美国佬滚回去.....	(114)
可口可乐文化与欧洲民族主义.....	(116)
反美病的蔓延.....	(119)

第十七章 坠落的偶像

赤字将军.....	(122)
威信扫地.....	(124)
厚厚的死亡簿.....	(126)
逃之夭夭.....	(129)

第一章 欧洲的乡巴佬

目光短浅的美国人

近五十年来，欧洲被当作猎物丰富的猎场而成为美国商人和实业家袭击的目标。其间，美国人纷纷奔向这块古老的土地。他们中间有各种各样的人，有大托拉斯的得力干将、中等企业的商人、行政长官、教育人士以及各种调查或考察人员等等。当然，每个人去那儿的最终目的都是为了赚钱。

去欧洲的调查或考察组，大都只接触事物的表面，也就是只接触那儿的美国人，而且是极其肤浅的接触。美国人驻欧期间，关于欧洲政治、经济、社会状况等方面的情报，只局限在从旅馆门房、侍者、酒吧招待或进出街头酒吧和招待会同伴口中的范围内听取。

酒吧常常成为犹如流放于孤岛似的美国商人和旅行者所热衷的聚会场所。

从外表看，美国商人完全是一副满怀观光情趣的游客风度。《哈佛商业评论》1966年11至12号上有这样一则报道：

“‘你为什么要去西班牙开设分公司呢?’记者问一位美国大公司的经理。那经理回答说:‘呃,这个么,因为我妻子精通西班牙语,而且我们都喜欢西班牙。在那儿开设分公司,我们每年都可以因公去那儿游览一次。这不是很好吗?’……”

据说在欧洲经济、产业界具有一定影响的美国实业家大约有14—15万人,这还不包括在美国总部与欧洲分公司、子公司、派出机构、分理处等之间进行联络的数以千计的公务人员。

据大通曼哈顿银行统计,在海外的美国分公司的数目1957年不到10000,而1975年增长到32000家。其中欧洲占2/3。这些分公司,有全属美国资本的,也有大半是美国资本的。除工厂外,各大城市还设有顾问、法律、会计、保险、运输、不动产公司及银行等机构。

此外,还有权威企业集团正式委派的“说客”们不厌其烦地围绕伯尔尼、波恩、布鲁塞尔等有关官厅旋转。在日内瓦官厅街背后、布鲁塞尔的圣·罗基的播音室里,不少眼馋的小股东在那里徘徊、窥视。

第二次世界大战后,美国将15%的投资额倾注于欧洲。美国驻欧企业的就业人员达400万之多。美国已掌握欧洲骨干企业的控制权,这是不可否认的事实。

美国人入侵欧洲的意图,最初是想大力推广美国的管理技术。关于这一点,《美国在海外的官民投资》一书的作者J·N·巴曼说得很深刻:

“总之,美国人只把眼睛盯着某一个地区,象乡巴佬一样,没有放眼世界的远大目光。”这样的人自然不会成为美国向海外

扩张的动力。

领导美国经济、财政并保护海外美国企业利益的美国领导人，对承受国的民情及各种实际情况的无知达到令人吃惊的程度，例如，1973年竟出现了叫不出所出任职国首都名称的美国大使的笑话！

此外，还有不少美国人傲慢地认为，自己的想法、做法和理解、判断力，象他们的通货一样牢固、可靠。然而通过最近美元的动荡，对这种“万能货币”的盲目信赖已开始崩溃了。

感觉迟钝的美国人

在海外工作的美国人，大多是些惟我独尊的乐天派，对自己所处的环境和周围的人很少关注。对政治、经济、文化方面的外界影响概不吸收，或者说缺乏同化性。即令长期生活在海外，美国人的思想、行为、态度、观念也很难改变，或者说几乎不受感染和影响。

总而言之，大洋彼岸的美国人与欧洲同胞似乎有着“不共戴天”的隔阂。事实上两者处于不同的地平线上。

一位明智的法国朋友告诉我：

“生活在法国的美国人，惟一的新闻来源是在巴黎印行的美国《先驱论坛报》。而且即使阅读，通常也只是浏览体育专栏和连载漫画，这样他们就感到满足了。”即使在语言最接近的英