

日本对美国的冲击

〔美〕博伊·德门特 著 · 时事出版社



日本对美国的冲击

〔美〕博伊·德门特 著

周隆镜 范嫦娥 译

李宝鸣 校

时事出版社

京新登字153号

Made in Japan—The Methods, Motivation,
and Culture of the Japanese, and Their
Influence on U.S. Business and All
Americans

by

Boye De Mente

Passport Books, Lincolnwood, Illinois

U.S.A. 1987

日本对美国的冲击

[美]博伊·德门特 著

周隆镜 范嫦娥 译

李宝鸣 校

时事出版社出版发行

(北京海淀万寿寺甲2号)

邮政编码: 100081

北京市昌平县东旭印刷厂印刷

新华书店总店北京发行所经销

开本: 787×1092 1/32 印张: 6 字数: 134000

1992年3月第1版 1992年3月第1次印刷

印数: 1—2500

ISBN7-80009-150-3/D·68 定价: 3.50元

前 言

尽管日本和美国的亲密关系可以追溯到一百多年以前，但是，两国至今仍然互相误解、谩骂，甚至伤害。日本人往往显得不善于与外国实业家和政治家交往，而美国人甚至连交往也不去做。结果是两国之间存在的“抑怒阈限”很小，而且小得令人吃惊。

令人抱有希望的是，美国在1983年8月1日正式承认，日本已达到了现代国家的成熟期，从此以后会改变它对待日本人的行为。这一天《时代》杂志刊出题为“日本：一个寻求自我的国家”的特辑。

在特辑的前言，《时代》杂志这样写道：“仅仅事物的名目就足以博得人们对现代化特性的认识，如标度盘、知识、数码，而在日本，拥有神道大师和精美诗篇的古代文明，比在世界上任何地方与我们时代的新事物更紧密地联系在一起。甚至连被称为新世界的美洲大陆，如今思想、价值和信仰体系渐失光芒，也不时向东窥视以估定未来，注意今日的进展在什么地方趋向完善。”

这样在一百多字的前言中，《时代》杂志承认，至少世界技术革命的心理领导，已经从美国转移到日本。杂志接着评论说，日本过去“以袭取他国智慧闻名”，如今已经超越了它所效法的国家，理所当然地把自己看成是一个模式了。

日本商人一直被认为是“东方海盗”，他们走遍世界各国，学习各种语言，窃取他们所发现的每一种新的有用的概念。

《时代》杂志继续评论说，当日本放眼世界时，日本发现自从1945年原子弹轰炸广岛以后，日本已成为西方企业家惊奇和愤怒之源、美国和苏联争夺焦点和没有武装的世界大国。而当日本放眼国内时，日本看到，正在经历的社会与经济变革如此迅猛，以致这个国家的下一次大爆炸可能不是火山大爆发，而是人为的变动。

《时代》杂志还列举了一些日本随处可见的更加明显的对立方面，这些方面既能向人说明又能使人困惑，日本人为什么是世界上的新罗马人：如等级民主制度、繁琐的形式、无限的束缚、严格的礼节、硕大的相扑力士和小巧的盆景、以及伴随着生怕被人孤立情绪的强烈狭隘性。

日本人在某种程度上具有所有这些对立的品质。但是，正像柔道高手改变劣势战胜强大的对手一样，日本人已把他的弱点转化为优势了。他们的忧虑推动他们更加努力；他们的严格拘泥形式有助于提高协同工作的效率；他们注重微型化终于带来许多新产品的发明。

无论日本人有什么样内在的文化对立面存在，他们的能力、雄心和性格结合在一起，已经使日本成为经济大国的角色。这个经济大国的存在在全世界被人们感觉，而在美国感觉更强烈。

本书提要

原作者博伊·德门

特系美国著名日本通，他长期在日本工作，出版了不少有影响的著作。本书是作者近作。系统地探讨了日本成功的奥秘，揭示了日本企业管理、文化、生活方式对美国产生的影响。他认为这种冲击既是挑战也是机遇。美国只有结合本身实际，学习日本人的长处，才能面对日本人的挑战，立于不败之地。

目 录

前 言

第一章	新罗马人·····	(1)
第二章	美日关系·····	(19)
第三章	美国“大东京”·····	(38)
第四章	日本人在此·····	(55)
第五章	日本方式·····	(73)
第六章	友谊的好处·····	(90)
第七章	日本人工作方式·····	(106)
第八章	日本人竞争方式·····	(122)
第九章	日本人生活方式·····	(142)
第十章	日本人恋爱和学习方式·····	(160)
附：	日本杂谈·····	(176)

第一章

新罗马人

现在，日本正在对美国施加深刻而又普遍的影响——一种比普通的美国人所想象的更广泛、更基本和更重要的影响。这种影响正在改变美国生活的结构，因此，它是20世纪最激动人心的事件之一。我认为，这种影响现在是而且将继续是比什么都积极和有益的，但是，许多美国人还没有这种认识。事实上，许多人把日本的影响看成是严重的威胁。

然而，到现在为止，美国人感觉到日本只是在经济领域的威胁。但是，如果美国人把这个国家看成不只是一个非常成功的经济竞争者，那么，可能立即出现使人沮丧的反应。

变革导师

甚至现在，美国人的反应——至少在一些场合——还是十分消极的。一位著名的美国参议员说，美国在其与日本的贸易关系中扮演了一个“仁慈的大笨蛋”的角色，还说，美国应该寻求一些“给日本经济制造麻烦”的方法。另一位参议员说：“我们不要发动贸易战争，但是，我们必须说服他们公平竞争。我们必须以其人之道还治其人之身，以引起他们的注意。”

《美国新闻与世界报道》周刊援引一位美国官员的话

说：“下一次我们派贸易谈判官员到东京，他可能坐在B—52型轰炸机的机头舱内。”还有一位政治强人附和说：

“我们应该对日本进行报复，他们罪有应得！”

《亚利桑那共和报》的一篇社论嘲骂“日本的有失礼节的傲慢”，社论接着说，“美国人还不至于自负到要求他们在这个混乱的世界一直帮助过的朋友摆出感激的姿态。但是，他们一定不希望朋友忘恩负义和公然侮辱。日本是得到美国帮助的主要受益国之一，如今，已成为有史以来最主要的忘恩负义的国家之一了。”

这家报纸继续评论说，如果日本政府不拆除那些使美国制造业主难以或不可能在日本做生意的壁垒，那么，“美国应该采用关税和限额的手段对日本产品进行报复”，而且，美国“应该准备采用壁垒对壁垒的办法直到日本吸取教训为止”。

这是口头上的责难吗？是，但是，这种口头上的责难常常导致沟通受到损害和谁也不希望的无理性行动的发生。美国在20世纪30年代对日本经济制裁的威胁和运用是导致日美战争的主要因素之一。

日本人的看法

与此同时，日本人对美国企业家和政府领导人的评论无论在数量上还是在激烈程度上都在增加。现成的例子是松下会社高级顾问唐津一发表的言论（在日本杂志《声》上刊载，《亚洲华尔街日报》报道）。唐津一说：“今天华盛顿使我想起了麦卡锡时代，不过现在是痛打日本而不是迫害赤色分子。自以为是的政治迫害者在行动。”

唐津一指责美国企业家正在试图把自己的过失归咎于日本，指出产品质量低劣是更多美国产品不能在日本卖出的主要原因。他说：“美国公司好像不愿意克服产品缺陷，日本人的态度却完全不同。因为顾客为定货付足款，出现次品必须退换。顾客没有义务付次品货款。对日本制造业主来说，故意以次充好是不可想象的。”

唐津一接着又说，美国企业家必须在日本人愿买更多美国货之前解决质量问题，而且，日本政府官员和工商界领袖必须做艰苦的工作使美国认清这几点。

态度温和、说话简单明了的盛田昭夫是索尼集团的共同创办人，长期来从事两件工作，一是制定世界闻名的索尼会社的经营战略，二是批评美国企业家的低效率经营管理实践和美国政府的“不合理的和不现实的”金融政策。

盛田昭夫甚至说，美国正在放弃它作为工业大国所起的作用，而且，美国工业的衰落应对自由贸易制度的种种问题负责。

在谈到美国经营管理的缺点时，盛田昭夫指出的主要问题是管理人员调换频繁，雇员没有保障，以及美国公司没有长期规划。

美日关系是非常敏感的关系——专栏作家约瑟夫·克拉夫特把这种关系称为“彼此自欺”。对这种关系的最大威胁是美国人将继续低估日本人和日本人将继续认为美国人必然如此。对美国人来说，特别危险的是低估日美关系中的情感因素。在日本，人的感情先于逻辑，行动往往先于理性思维。

日本文化已被人说成是“耻辱文化”，这意味着日本人的态度和行动的主要依据是，深切渴望避免受到侮辱。一旦

受到侮辱，日本人同样抱有强烈的报复冲动。日本在第二次世界大战中被美国打败，是这个有2000余年悠久历史的国家的最大耻辱，这种耻辱只有部分已经由这个国家普遍觉察到的美国经济已经屈居下风而得到补偿。

古代大和民族的优越感依然有很强的生命力，现在它是在文化上和经济上而不是在军事上表现出来。当日本首相在全国电视上恳求日本人购买美国货，而且自己到一家百货店象征性购物，买了一些高价美国进口货时，一位金色头发的白人店员（美国人！）向首相鞠躬致谢。这一事实向日本人证明，他们是优越的民族。毕竟，日本面积只有美国蒙大拿州那么大，几乎没有自然资源，而且，仅仅在几十年前，在历史上最残酷的战争中打了败仗。

常常听到老一代日本人说（当然是用日语说），我们能活着看到美国苦苦哀求日本帮助，心里有说不出的高兴。正如一位终身侨居日本的外国人最近评论说，“许多次我听到老一代日本人说，‘我们终于在40年后做到了这一点。’”

当然，日本人公开否认这些感情，而且，他们大多数人的优越感和报复心情并不表现得这么直截了当，但是，这些感情确实以更微妙的方式存在，特别是在老一代日本人中。

另一个因素是日本人同外界沟通困难，他们的价值观和目的都常常被非日本人误解。

还 债

我把注意力集中在日本人在对美国的影响上的目的是向美国人发出警告和提出挑战。警告是，除非我们迅速地学会如何在公平的基础上同日本做生意（包括学会如何运用和对

付他们的战术)，否则，我们与日本人的友谊就容易恶化成敌对关系。挑战是，美国人，特别是企业和政府的领导人，必须充分认识到日本正在给我们提供这种机会的全部可能性有多大。

根据我的看法，来自日本的竞争压力正在对美国文化的丰富多采和形成特色作出重要的贡献——事实上，我认为这种压力是促成乐观主义新态度和正在振兴美国经济的活力的主要原因。

事实上，现今美国的所有“企业复兴运动者”，正在宣传日本的某些思想。这些宣传者，有许多是传统的教理著作的著者，他们把日本概念和美国概念以及普通常识结合起来，热情讲述如何降低成本，增加产量，提高质量，发挥创造性和利用美国人固有的蓬勃的企业精神——与此同时，使美国企业更加面向个人，更加合乎人道。

令人振奋的事情是，美国企业家正在听取这些变革导师的指导；他们终于思考，而不是按照固定程序作出反应。他们再一次提到，主要是由于日本阴影的隐约出现而促成的。

有许多人谈论日本在第二次世界大战后美国提供的经济援助中欠美国债的问题。按我的观点，我们从日本那里得到的教益以及长时间来我们从在国内市场同日本货竞争中获得的直接益处已足够日本偿还那笔债了。

20世纪70年代以来，席卷美国的公司兼并浪潮（1985年平均每天有11宗兼并）起源于日本。用《美国新闻与世界报道》周刊的话说，这个浪潮正在“改造”美国经济。这家周刊引用全国厂商协会的经济学家杰里·杰西诺夫斯基的话说：“美国工业正在以空前速度的改组来夺回一些失去的荣耀”——一种可以说已被日本霸占的荣耀。这种把美国企业

改造成更大的更合理的经济单位的做法正在使美国工业能在国内外更有效率和更有竞争力——并且正在解救许多濒于倒闭的公司。

现今，数量越来越多的美国公司正在赞助实施一些包罗800多万人的教育计划，这部分是效法日本的做法。实际上，一些大公司正在自办大学。设在弗吉尼亚州里斯伯格附近的施乐复印机集团自办大学，占地2265英亩，每年训练1200名职工学员。设在新泽西州普林斯顿附近的美国电话电报公司教育中心拥有23个教室、7个实验室、一个大礼堂和供300名学员住宿的房间。

这正是一个正在迅速改变美国教育面貌和性质的不断发展的教育金字塔的塔尖，也是一种如果没有受到作为新罗马的日本的形象所提供的异乎寻常的刺激就不会很快出现的全新的发展。

麻省理工学院经济学家马·丁·韦茨曼在他的《股份经济》一书中建议，美国企业应停止向雇员支付固定工资，改为采用日本的制度，付给工人名义工资，另外根据每家公司的收入和利润状况，一年付给两次奖金。美国企业通常的做法是，当经济增长衰退和销售下降时，企业往往采取解雇工人和削减生产的措施，这样不但增加了失业人数，而且对全面经济问题产生不利影响。相反，日本企业一般不暂时解雇或长期解雇工人。工人收入下调，以便分担衰退造成的损失。

一些评论员，包括《纽约时报》的评论员，称颂韦茨曼的建议是经济理论的一个突破，或者是凯恩斯以后经济思想的最大进展。另一些人说韦茨曼富于空想。然而，股份经济已在日本运作几十年，只是对那些还没有发现日本的人来

说，这种理论才是新的理论。

岂只巧合

在《重新创造公司》一书中，以《大趋势》驰名的约翰·奈斯比特承认，美国最大500家公司正在迅速呈现出日本化的特点。然而，奈斯比特显得想要贬低日本影响在这个显著蜕变中所起的作用，只是把它说成是那种已经在日本发生的转变的平行发展。

但是，那些转变出现得很快——而且相似之点很明确和很多——是巧合。如在吸收受过高等教育的新雇员中竞争，个人对工作单位效忠，在工作行为上持合作态度，那种只发命令不干实事的上司逐渐消失，人的因素在公司理论中具有越来越重要的意义，格外承认参加艺术和其他文化活动对提高生活质量的重要性等——这些变化全都是纯粹日本做法。

在美国公司中，那些在承认和采用主要的“日本”企业经营管理理论已经取得显著成功的企业是国际商业机器公司、施乐公司、莫多罗拉公司及布莱克和德克公司。例如施乐公司，实行质量小组制度，大量增加装配线上自动装置的数量，重新设计许多产品，增加研制经费，开始制定长期规划，以及降低产品价格，使其与日本货竞争。

事实上，这些公司和其他公司终于开始认识到，日本企业的顾客第一思想应该是任何企业的基础。为了对比，研究一下美国苹果计算机公司在1977年进入日本后的情况是有益的。尽管苹果计算机公司在美国取得了惊人的成功，但是，该公司进入日本，仿佛市场是加利福尼亚州的延伸似的。该公司没有设法改进它的计算机来处理日本语言。在1977年至

1985年期间，苹果计算机公司整个销售网改组五次。在1984年的一年中，东京分公司最高管理层更换了两次。最后，在1985年，该公司引进具有国际市场经验的新的美国经营管理，开始改进它的麦克托什计算机来适应日本市场，并且，着手采取其他步骤来弥补前八年的损失——但是，已来不及阻止几名主要日本籍职员离职。

玛丽·坎宁安，曾任本迪克斯公司的副总裁，在她同本迪克斯公司董事长威廉·艾吉的风流韵事引人注意之后成为一个知名人物。她在《集中力量进攻》一书中写道，美国公司经营管理理论应该以“家庭模式”为基础，在这个模式中，信任、忠诚、公正、无私和合作是指导原则。在日本公司制度的主要原则是人创造企业：人第一，每家公司理论上应是一个幸福的大家庭，在这个大家庭中，相互信任和尊重高于一切。这种更合乎人道的家庭式经营管理方法的最重要的优点之一，是这种方法造成雇员人事变动率比许多美国公司的典型数字低得多。占颇大百分比的美国公司，特别是在高技术产业的公司，雇员人事变动一年高达30%，对公司和国民经济来说，这是巨大的损失。

在《赢得优势》一书中，著者托马斯·J·彼得斯和南希·奥斯汀说，美国劳工最需要的是从规章苛刻、控制严密，而且往往僵化的美国经营管理中解放出来。他们认为，那些不能把复杂的形势和关系形成明析的概念的人，必须有专门的规章来指导他们和他们的领导工作，而依赖规章的人一般带着几分不信任和藐视看待他人。

所以，两位作者注意到，美国取得最大成功的公司是那些已经打破固定规章的束缚，使雇员成为企业的一部分的公司。

在美国出版界，可以找到一些最严格统一管理的公司，这些公司通常以固定程序管理而闻名于世界。但是，曾在这些公司工作过的雇员说，公司贯彻规章精神走到极端，以致考虑办公室窗户数量优先于考虑人的因素。

在按日本企业概念改造美国企业的运动中，主张最明确的是组织动力公司的创办人兼总裁乔治·拉博维茨，该公司是一家总部设在马萨诸塞州伯灵顿市的咨询公司。拉博维茨说，美国企业的最高管理层由于控制下属过严而成为本企业的最顽劣之敌。资方不允许雇员在管理上有任何贡献，他们把自己同下属隔离起来，同工人疏远。结果产生敌意、猜疑和对企业状况漠不关心。

拉博维茨谈到的某些关于美国企业最高管理层的故事说明，事情是那样愚蠢，以致令人啼笑皆非。拉博维茨把他提出的解决美国企业危机的方法称为“参与管理”——对他来说，这是一种基于一般人的因素的常识性方法。他未提到，这种方法实际上是直接效法日本经营管理模式的方法。

拉博维茨还解释说，传统的西方式经营管理，过去是有效的，那时，工人无知，几乎没有权利或奢望，事实上，他们都是奴隶劳动者。这种制度给予资方管理上的绝对权力，而且使一般管理人员相信，他们的主要职责就是确保工人按时上班，全部完成当天的生产任务，如果谁完不成就处罚他。资方只是制定严格的规章和从最高层发号施令——只要工人认可被动的角色和很少或没有外部竞争，这种制度就会运作得很好。拉博维茨又说，在这种制度下培养出来的管理人员极难与工人分担他们的权力。

塞昆特计算机系统公司是一家由凯西·鲍威尔和其他16位前情报局雇员于1983年在俄勒冈州建立的企业公司。该公

司是一个努力建立一种基于人第一，技术和产品第二理论的新“公司文化”并取得异乎寻常的成功典型。实际上，这家公司采取的所有文化概念都是“日本的”——在雇用新员工时，优先考虑德性、个性和态度，让员工参与决策，经理们不要闭门造车，而要与雇员及其家庭保持亲密的接触，举办会议和研讨会使公司创办企业的理论永存。《企业组织》杂志引用塞昆特公司销售部主任巴巴拉·斯劳特的话说：“决定我们成败的不是技术，而是如何在一起工作。”

新 挑 战

工作环境为我提供了难得的机会，率先在同日本和美国的商人一起工作中缓解他们所遇到的两种不同文化的障碍，并写下了这方面的第一本书。1958年初，我以在东京出版的《进口商》杂志的编者身份，采访了数百位美国、欧洲和日本的商人，内容是他们相互做生意中遇到的问题。因为我是一个对日本有些了解的局外人，所以双方都信任我，而且谈话坦诚。这样，我耳闻了他们的问题与成功的秘密，而且在整个采访中，知道了不少双方的弱点。

1958年秋，我开始在《进口商》杂志上连载文章评述日本人做生意的方式——日本人做生意背后的心理、哲学以及做生意的实践。文章很受美国和欧洲的进口商的欢迎，而且出版社收到许多来信要求再版。显然表明，这些文章可以成为一部成功之作的开始部分。我又增写了几章并把书稿定名为《陌生的伙伴——日本人做生意的方式和道德》。后来，在东京查尔斯·E·塔特尔出版公司的一个朋友的建议下，删去“陌生的伙伴”，书名正式定为《日本人做生意的方式