

(日)田中重弘 著

JINZIZHAOPAI

邱文凯 译

金字招牌

称雄世界的德国商品



金字招牌

称雄世界的德国商品

(日)田中重弘 著
邱文凯 译

浙江人

BITI *
79.516.3

金字招牌

——
称雄世界的德国商品

〔日〕田中重弘 著

邱文凯 译

浙江人民出版社

浙江省版权局
著作权合同登记章
图字:11-1998-94号

Originally published in Japan by Kodansha Ltd.

This edition published under the license by Kodansha Ltd.

through Bardon - Chinese Media Agency

图书在版编目(CIP)数据

金字招牌:称雄世界的德国商品/(日)田中重弘著;邱文
凯译.-杭州:浙江人民出版社,1999.10

ISBN 7-213-01710-1

I.金… II.①田… ②邱… III.产品-质量管理-德
国 IV.F279.516.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 28737 号

金字招牌——称雄世界的德国商品

[日]田中重弘 著 邱文凯 译

出版发行 浙江人民出版社(杭州体育场路347号)
经 销 浙江省新华书店
激光照排 杭州天天电脑信息处理有限公司
印 刷 杭州大众美术印刷厂(杭州电厂路)
开 本 850×1168 1/32
印 张 5.5 插 页 2
字 数 12.3 万
印 数 1-3000
版 次 1999年10月第1版
1999年10月第1次印刷
书 号 ISBN 7-213-01710-1/F·280
定 价 10.50 元
如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。

目 录

- 序 为何还要提德国*? 1
- 日本车的初期故障最少●旧车也是日本车最受好评
●德国的技术水准最高●必须注意德国企业的动向
●欧洲共同体统一是德国繁荣的好机会●瑞士和奥地利的资金回流问题●三国已享有欧洲共同体的优惠●这四种效果也必定会影响日本
1. 令人难忘的德国商品 15
- 对奔驰车的评价最高●销售员引以为傲的“最适性”
●力求“简单”是成功的秘诀●DIN 66050 号对“耐用”的规定●echt 是德国人引以为荣的词语●德国车名称无国籍●幸存的企业与商标的关系至深●非人性化命名导致损失●始终坚持培植信赖感●“诚实看待本公司产品”是制造产品的哲学
2. 庞大而复杂的市场 34
- 保持商品优势的语言圈●戴姆勒·奔驰公司的对美战略●法国车以机械性能与德国车相抗衡●要求废除非关税障碍●大型卡车制造技术领先全球●苏伊士运河的封锁扩大了陆上运输量●转移旧设备以扩大企业规模●因德意志纯种主义而遭殃的企业●德国经济是由“政治”所驱动●德意志的特殊性亟须再认识

3. 以外国为先导的经济 53

首尾一贯的战略性命名法●汽车杂志的测试发挥了重要作用●汽车零件企业完全独立●对中小企业的产品评价极高●振兴家乡已形成制度●都市政策与日本大相径庭●瑞士、德国南部企业的跃进●外国企业领导德国经济

4. 追求细致的商品 72

德国人潇洒而风趣●对小东西怀有无限爱心●小型、高性能是德国人的理想●经营干部成为大众车的试车驾驶员●德语圈各国是最会利用休假的国家●纯轿车型在德国被敬而远之●多用途轿车总是市场战略的主角●德意志民族是讨厌大东西的民族●总是以比自己大4倍的市场为贸易对象●Reclam丛书是追求细致的最高杰作

5. 追求不朽的商标 88

对商标和公司名称的重视●冠上创业者之名的优良企业●资本家的税负是最大的障碍●戴姆勒·奔驰公司出乎意料的门户开放●优先考虑经营者、厂商方面的逻辑●生产者的逻辑●押上公司命运的车种大获成功●在命名上反映出的传统和思想十分有趣●德国优秀“商标”的基本要素

6. 永远的商标 108

成为世界标准的 Castell 9000 号铅笔●数字商标的杰作——“4711”科隆香水●令纽伦堡人自豪的 NORIS 螺丝模子●寓言成真的“塘鹅”钢笔、墨水●适合现代女性的“妮维亚”乳液●因美国总统而出名的玩具熊 Teddy bear●夫妻爱情的结晶——梅莉塔式咖啡过滤

器●圣母玛丽亚的象征——梅塞德斯·奔驰的星形标志●永不褪色的“阴丹士林”染料●有天然药效的“阿司匹林”●为家庭主妇节省大量时间的 Persil 家庭清洁剂●以简单设计的传统为荣的 Thonet 椅子●福斯公司的大众车 VOLKSWAGEN

7. 严格公正的车检 132

德国规格的作用●彻底统一规格促进了现代化发展●标准化是少量多种生产的原动力●企业开始摒弃纯种主义●坚持使用德国零件的三个理由●兴登堡计划是制订规格的发端●安全检查是高科技产业●以保护环境为名发挥优势●民间技术检查机构的功绩

后记 161

序 为何还要提德国*？

日本车的初期故障最少

有很多人认为德国已经不是日本的竞争对手。虽然进口的德国车充斥街头,可是相形之下,东京的日本桥、丸善等地的外文书店中已见不到用德文撰写的技术书籍及有关经济的读物。大约在30年前,机械、纤维、化学、工业等专业书架上还排列着很多德文书,但10年之后便开始逐渐减少,如今说起有关工业的图书,全都成了英语书的天下。

最近在日本谈到外语,几乎全是英语,其次是法语,以德语为首的其他语言只是没有影响力的异国语言。而且书店店员都感叹连最为必要的英语专业书籍也不如以前好销了。据说,这是因为只有日语书就够了。

证明这种自信的资料也很多,其中之一是美国消费者团体进行的有关新车初期故障及问题的调查。他们向购买新车不到3个月的3万名消费者作了有关性能缺点及故障频率的问卷调查,根据结果排列出1987年11种最好的车(如表1所示)。

以价格作比较,丰田Corolla是最划算的汽车。日本一般小型车无须维修的程度比奔驰最高级S系列的车还高。

* 译者注:第二次世界大战后,德国作为战败国,于1949年分裂为联邦德国(亦称西德)和民主德国(亦称东德)。1990年,东德加入西德,分裂40多年的德国实现统一。本书提及的德国,一般指统一前的西德。

表 1

新车的初期故障及问题

名次	车种名称	每 100 辆新车的故障次数
1	丰田 Cresta	81
2	雪佛莱·诺巴	98
3	马自达·洛切	100
4	本田 Prelude 4ws	102
5	奔驰 190	104
6	日产 Maxima	107
7	奔驰 SL 系列	107
8	保时捷 944	107
9	丰田 Corolla	109
10	保时捷 911	110
11	奔驰 S 系列	113

旧车也是日本车最受好评

在德国人们对日本车的评价也很高,从 1987 年起,有很多日本车成为同样价格、同一等级旧车中折旧率最低的汽车。

根据旧车评定权威 DAT 公司(一家以旧车为对象的信托融资公司)的评定,我们统计出各等级中位居第一的车种(如表 2 所示)。其中有 2—3 种汽车名次并列,这一评定结果是将车龄 4 年以上旧车的卖出价与新车时价之间的价格差额相比较得出的。用这种方式进行评比,新车涨幅太大时,其评比的名次将会降低。但同一车种的新车很少有涨价过度的情况,所以这种评比方式还是相当客观的。

表 2

不同等级的旧车评定

降价幅度小的最佳车型		·日本车 ※德国车
小型车		中小型车
※福特·费斯塔		※大众 Golf
·日产 March GL		小型跑车
※大众 Polo 1.0		※大众 Golf 1.6
中级车		高级车
·马自达 Capela		雪铁龙 CX25GTI
上级车		豪华级
※奔驰 190		积架 XJ6
·丰田 Camry		
降价幅度大的最差车型		※德国车
小型车		小型跑车
雷诺 5, 1.1TL		※福特 Escort 1.6L
中小型车		
VOLVO 340DL		
中级车		高级车
菲亚特 Croma		※奥迪 200
阿尔简塔 i.e		※奔驰 300E
上级车		VOLVO 760GLE
※宝马 520i		豪华级
		积架 XJ12 5.3

越野车中铃木·吉姆尼(在美国称为武士)和三菱·帕杰洛很受欢迎,其旧车价格也被认为是最稳定的。另外,根据德国一家相当于 JAF(日本汽车联盟)的团体 ADAC(德国驾驶人协会)的故障率统计表来看,无论哪种等级的日本车,其品质每年都名列前茅(这一结果收录在拙著《德国车何以世界第一》中,讲谈社出

版)。而最近,连德国汽车专业杂志也开始刊载一些读者对德国车的批评。德国最受信赖的汽车杂志 *ams* 1988 年 7 月 15 日号刊登了两名读者严厉批评“奥迪 80”的文章。

其中一位名叫阿内费尔特的读者感叹奥迪车“每周都要修理一次”。另一位读者杜普斯则将自己的奥迪车称为“星期一车”,还大量列举了该车出现的问题。该杂志编辑也说,奥迪虽然设计得不错,但实际生产出的车很多是“星期一车”。所谓“星期一车”,指的是经过周六和周日两天休息后,还未从假日气氛中调整过来的工人所造的车。

但是,从客观立场来看,“星期一车”姑且不论,就是根据美国消费者团体的统计,被视为最佳的日本车,也还远未达到不用维修的程度。况且较之其他更为复杂的产品及现代化设备,汽车应该是以维修服务的好坏和使用时间的长短来决定等级的。

德国的技术标准最高

因为 1992 年欧洲共同体(EC)的整合,各种规格的统一和零件供给企业的合并和成长,使得各厂商的保养用库存品负担减轻,因此不仅汽车产业,欧洲其他企业和商品的竞争力也因此大为增加。

在德国,日本旧车价格稳定的原因在于更换的零件便宜,这在前面所引用的 DAT 公司调查表中已经得到结论。例如:从相同性能车子的比较中可得知,马自达的一种零件要 10155 马克,而在奔驰车中具备同样性能的零件则要 16074 马克。

但是,这只是目前的情况,由于欧洲共同体的整合而产生一个比日本人口还多出 3 倍的 32000 万人口的大市场,这迫使欧洲的汽车制造业和零件生产产业必须重新改造,并且为了生存必须扩大企业规模和迅速实现企业合理化。这么一来,背负着关

税负担的日本厂商就无法乘机而入了。说这些话也许会被人笑话,但是请看表 3,由此表可知在技术面上,德国的水准远远超过日本。但是日本有些企业则利用德国的技术制造商品销往欧洲各国,因此既然欧洲共同体即将统一,那么又何必将已经开放给德国企业的市场让给日本企业呢?

表 3 日本对德国的贸易收支

日本对德国的出口		
1986 年	43.0 亿美元	
1987 年	61.5 亿美元	
德国对日本的进口		
1986 年	104.8 亿美元	
1987 年	128.3 亿美元	
技术贸易(专利等)		
	出 口	进 口
1986 年	11400 万马克	18500 万马克
1987 年	9900 万马克	19300 万马克

必须注意德国企业的动向

对日本企业来说,欧洲共同体的整合象征着巨型企业的诞生,而新的统一规格则带来各种障碍。因此日本对作为欧洲企业动力来源的德国产业抱着极大的关心,德国产业的动向是日本产业界的注目焦点。

日本产业界之所以会对欧洲共同体的统一抱着极大的关心,其中更有一些人会忐忑不安的原因在于,不只是担心保守的

法国和意大利所实行的对日保护规定会扩大甚至适用于欧洲共同体各国,还担心欧洲共同体各国中最具有竞争力的德国产品会因为圈内的统一而独占所有的欧洲共同体市场。

从前将产业迁移到欧洲各国的日本企业,因为受到各国的规定保护,而能够免受德国和美国甚至本国同业竞争对手的威胁,事实上,有些日本企业为了协助各国政府改善与德国的贸易关系,制造一些能够对抗德国产品的成品,此种技术转移使日本企业能够享受到一些优惠待遇。

当然像这种企业和专门技术也不多,对日本企业中最具有竞争力的电子工业,各国则有各种限制。但是,欧洲如果因为1992年的欧洲共同体统一而开放圈内的各国市场,那么情形将会完全改观,届时日本企业也必须大大改变对欧洲的各种战略了。

请看表4所示的经济合作发展组织(OECD)有关日、美、德三国的高技术产业的市场占有率比较。由表4可知,日本企业具有绝对优势的地方并不多,如包括名牌企业在内则德国的经济实力可算是相当雄厚的。若以德国人口为日本人口的一半来计算,再加上德语圈国家瑞士和奥地利,那么我们必须承认德国是日本的强劲对手。

表4 美国、日本、德国出口市场占有率比较

产品	美国 %	日本 %	德国 %
飞机·零件	58.1(48.9)	0.3(0.6)	5.9(13.2)
办公机器·电脑	31.7(35.8)	9.9(16.5)	17.4(10.8)
重型电机	20.9(24.2)	10.6(16.4)	23.2(17.9)
通讯器材·交换机	23.7(27.6)	17.4(30.6)	14.9(9.9)
学术用精密仪器	18.4(16.0)	17.8(27.9)	18.9(14.9)
医疗用药品	14.4(19.1)	2.3(2.7)	18.2(15.9)

续表

产品	美国 %	日本 %	德国 %
合成树脂·纤维	12.7(14.1)	10.8(9.6)	23.0(21.4)
引擎·滑轮机	24.4(28.2)	10.2(13.3)	19.9(15.9)
农药	23.4(29.1)	7.4(4.3)	14.7(13.5)
工业用无机化学药品	18.6(22.5)	5.2(5.5)	17.7(16.8)
家用电器	6.0(6.8)	52.2(62.5)	13.3(9.7)

注：表内数字为 1971～1980 年的平均值，括号内为 1983 年的数字。

（此项统计有些陈旧，但精选于对过去实际情形所作的经验性分析论文。如括号内数字所示，日本后来的机器、电子零件两部门发展迅速，但其他部门则没有多大差别。）

资料来源：经济合作发展组织《高科技产品的国际贸易经验研究》，1983 年刊。

当然，具有竞争力的企业会因为欧洲共同体的统一，享受到市场扩大的好处而具有更多的机会，但是，想想到目前为止，德国企业一直让给日本企业的市场（例如麸氨酸钠的意大利市场），则可知有很多日本企业将面临艰难的局面。日本的汽车产业都集中在劳动条件并不比德国好的英国也是一个大问题。

如第三章中所详述，欧洲共同体统一后将提供给德国地方上优良的中小企业以最有利的经营环境。由经济合作发展组织的统计中可知日本企业之所以会强大，是因为有很多大企业。尤其由表 4 中不含有汽车产业的统计方式，更可以看出此种明显的倾向。亦如本书第七章中所述，德国普通车子的行驶距离为 15 万公里，车龄十二三年还能乘用，可算是真正的“耐用消费品”。车子可以如此长久地使用，那么受到消费者的追捧就不奇怪了。

如此一来，汽车产业的成功并不在于大量生产以压低成本，

而在于多品种少量生产。那时候,德国的零件产业应可大有作为。还有对美国的企业来说,欧洲共同体的统一后的各国将是一个很可观的大市场,相信美国的企业家也会认真考虑更改零件的规格。

欧洲共同体统一是德国繁荣的好机会

由 1983 年以后的经济合作发展组织的统计中可知,美国、德国和日本三国对经济合作发展组织诸国的工业制品输出都同样占有 60%~70% 的市场,具有同样的竞争力。

但是,德国不仅是和日本及美国具有同等的力量,而且在欧洲共同体诸加盟国中是个具有绝对优势的经济强国,然而它并没有招致其他国家的反感和攻击,真是令人不解。

这是因为第二次世界大战后,德国企业并没有积极地到圈内各国建厂,也没有强行开拓市场,谨守着自己的本分不肆意扩张,但是另一方面,不让德国企业打进市场的各种规定,也是造成此种现象的原因之一。

欧洲共同体的统一,可以说是基于此种“保护经济则会输给日本及 NIES 诸国和美国”的认识,认为必须让圈内的企业间的竞争更为剧烈,并且需要促进一些更合理更有效的投资。

客观地说,欧洲共同体的统一使持有绝对竞争优势的德国企业能到圈内各地建厂,是平衡各国经济能力的唯一手段。尤其是持有雄厚资金的德国各银行,他们的投资效果日益显著,因为德国银行所持有的优良企业的股票如果卖掉,那可是一大笔资金。

例如,德意志银行拥有奔驰公司 30.61% 的股票,德勒斯登银行持有多特蒙德·乌尼翁啤酒厂 33.38% 的股票。这些股票会因为欧洲共同体的统一和市场扩大而有可能以极高的价格卖

出去。这是因为各种障碍去除后,车子及啤酒都可以自由地在欧洲共同体各国间买卖,当然企业的知名度高的话,股票也就卖得好。

请看图 1、图 2,这些是 1987 年的统计数字。

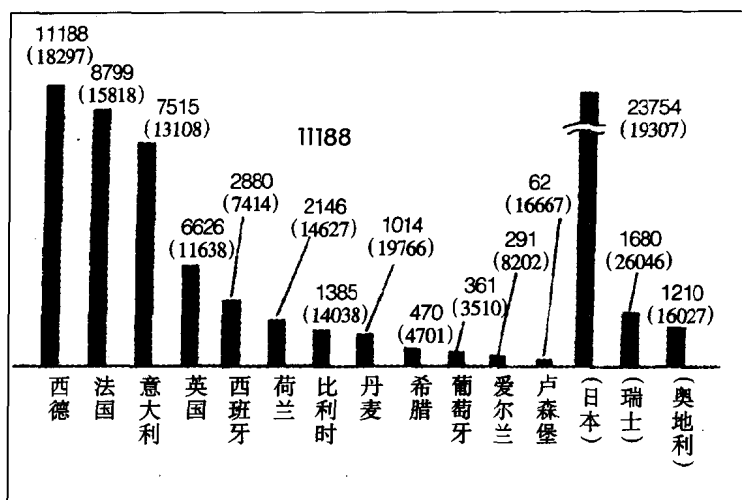


图 1 欧洲共同体各国的 GNP 比较

译者注:各国国民生产总值以亿美元为单位,括号内的数字表示人均国民生产总值,以美元为单位。

资料来源:《明镜周刊》,1989 年第 1 号,提供参考的日本、瑞士、奥地利的数字,其美元换算时间点各异。

看完这两幅统计图觉得不可思议的是,只有德国持续拥有巨额的贸易出超,其他国家经常都是大幅入超,而这种欧洲共同体圈内的资金失衡问题(德国的突出),却没有造成什么大问题。

但是只要了解德国对欧洲共同体诸国的出超并不很大的事实后,就不会觉得奇怪了。总而言之,对同样是德语系民族但并

(单位:亿美元)

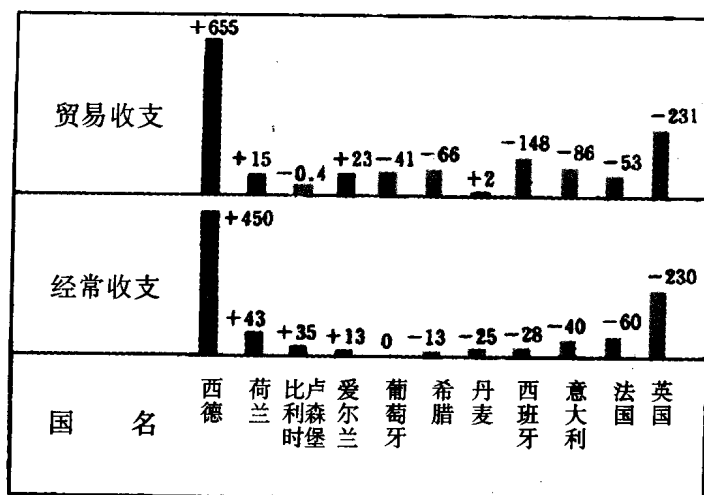


图2 贸易经常收支的盈余、赤字

非欧洲共同体加盟国的瑞士和奥地利两国合计一年 150 亿美元的出超,再加上对美国的出超(一年 100 亿美元),合计不过占总出超额的一半,此事实可说明出超的金额对欧洲共同体诸国来说并不算很多。尤其对西班牙及意大利两国而言,德国人长期度假所花费的马克是他们珍贵的外汇收入来源。

瑞士和奥地利的资金回流问题

面临 1992 年即将到来的欧洲共同体统一,瑞士企业(例如雀巢公司和布朗·应培利公司)积极地在欧洲共同体圈内寻找据点,收买或合并企业,这是基于德国会一改已往将瑞士的出超资金回流至瑞士的做法所产生的危机感而采取的对策。

到目前为止,瑞士的企业一直都以比其他国家更便宜而丰富的资金,制定有利的付款条件来下订单或采购原料。但是,以

后如果德国将它的多余资金直接投在欧洲共同体圈内的话,瑞士的利率则会上升。如此一来,瑞士企业只好积极地将它的生产据点转移至欧洲共同体圈内,以确保对等的条件来抗争。

看过在外国投资的瑞士企业所做的业务清单,会发现每个国家都非常重视投资后的资金回报率,我想瑞士企业一定非常注意投资国的资金流动情况,因为瑞士企业自古以来即是理财专家。

处境和瑞士同样的奥地利也可能会遭遇到德国资金回流停止,或大幅减少的问题。瑞士还只是民间企业在想办法,奥地利则连政府都有意舍弃永久中立国的理念来加入欧洲共同体,因为对奥地利来说,一年有将近 80 亿美元的对德国入超,如果德国将此资金让于欧洲共同体各国,那么奥地利的经济问题就大了。

奥地利对德国的巨额入超因为来自德国的大批滑雪观光客及夏季的度假观光客所花费的大笔德国马克(一年约 50 亿美元),而大部分得到平衡。但是欧洲共同体统一后,德国资金可能流向雪质良好的法国及西班牙滑雪胜地,这些滑雪胜地经过整理后一定会吸引大批的德国人前来度假。因为阿尔卑斯山受到季风的影响,西边斜面积雪较多,而位于东边斜面的奥地利常因为积雪不深而受益不多。

虽然说是没有办法的事,但是对奥地利来说,因为加入欧洲共同体的关系,除了德国之外,欧洲共同体各国的资金和度假旅客都不能前来奥地利的话,那么奥地利的经济一定会垮掉。所以欧洲共同体的统一,对瑞士和德国、奥地利和德国来说,可能会使他们处于蜜月状态的关系彻底瓦解。

德国虽然一直是欧洲共同体的成员,但是也和瑞士及奥地利等国形成一个广大的德语经济圈,和其他欧洲共同体各国独