

SUPER CHINA



KBS〈슈퍼차이나〉
제작팀

KBS《超級中國》製作團隊 著
鄭匡宇 譯

你 不敢正視的

超級 中國

看13億人口、中國錢
如何吞下全世界

紅色供應鏈襲來、
人民幣納入SDR、
全球經濟看似已被壟斷……

對於中國帶來的警訊，
韓國早已擬定策略，
臺灣又該如何應戰？



KBS《超級中國》製作團隊 著
鄭匡宇 譯

你 不敢正視的

超級 中國

看13億人口、中國錢
如何吞下全世界

SUPER CHINA

Future 系列 01

你不敢正視的超級中國： 看 13 億人口、中國錢如何吞下全世界 슈퍼차이나

作 者 KBS《超級中國》製作團
隊 (KBS 〈슈퍼차이나〉
제작팀)

譯 者 鄭匡宇
行銷企劃 胡弘一
責任編輯 陳子逸

封面設計 許紘維
內文排版 健呈電腦排版股份有限公司
校 譯 曾晏詩
查證校對 李巧玲

發行人 謝金河
社 長 梁永煌

出 版 今周刊出版社股份有限公司
地 址 台北市南京東路一段 96 號 8 樓
電 話 886-2-2581-6196
傳 真 886-2-2531-6438
讀者專線 886-2-2581-6196 轉 1
劃撥帳號 19865054
戶 名 今周刊出版社股份有限公司
網 址 www.businessstoday.com.tw

總 經 銷 大和書報股份有限公司

初版一刷 2016 年 2 月

初版六刷 2016 年 6 月

製版印刷 緯峰印刷股份有限公司

定 價 380 元

你不敢正視的超級中國：

看 13 億人口、中國錢如何吞下全世界

Licensed by KBS Media Ltd. © KBS. All rights reserved.

Copyright © 2015, KBS《超級中國》製作團隊

Simplified Chinese Copyright © 2016 by Business Today
Publisher Co., Ltd.

This Chinese complex characters translation edition was
published by arrangement with GANA PUBLISHING CO.,
LTD. through Imprima Korea Agency

版權所有・翻印必究
Printed in Taiwan

你不敢正視的超級中國：看 13 億人口、中國
錢如何吞下全世界／KBS《超級中國》製作團
隊著；鄭匡宇譯．-- 初版．-- 臺北市：今周刊，
2016. 02

320 面；17×23 公分．(Future 系列；1)

ISBN 978-986-92252-2-9(平裝)

1. 中國大陸研究

574.1

104028422

推薦序 不敢正視卻不能漠視的超級中國 · 2

前言 中國的力量，始於何處？ · 6

PART 1

全世界最強的消費力——13億人口的力量

巨大消費國的誕生 · 18

擁有最大的內需市場／消費力遠超越美國／從世界工廠，變身為世界市場

13億勞動力帶動的經濟成長 · 27

人口就是資源／「Made in China」的神話／義烏，成為巨大的輸出市場

13億張嘴，足以吞下全世界 · 34

中國人飲食習慣的改變，推升世界穀物的價格／

阿根廷農場不養牛，改種大豆的理由／消失的雲南茶園

中國觀光客，重擊韓國商圈 · 43

有三多島之稱的濟州島，最多的東西是石頭、風，還有中國人？／

沒有中國人的那天，韓國將遭遇怎樣的打擊？

PART 2

超越山寨身分，中國企業成為世界第一

震驚世界的電子商務巨擘——阿里巴巴 · 50

一日營業額10兆韓元，巨型恐龍誕生／支付寶，抓住眾人恐懼的機會而崛起





由山寨起家，變身為巨型企業——小米經營學 · 55

製造所有人都買得起的好產品／針對年輕族群的營銷戰略／

模仿小米的其他山寨企業予以反擊

世界第一白色家電——海爾 · 63

差點倒閉的冰箱製造商，靠著經營品質大翻身／「顧客永遠是對的」哲學／

往小型家電靠攏的經營戰略

塑膠相框工廠的進化——王斌集團 · 69

挑戰原由韓國獨占的相框市場／美術學徒晉升為名畫相框製造者的故事／

進軍收藏用的工藝品市場

中國的YouTube——優酷土豆 · 75

數十億點擊量帶來的廣告收益／從提供影像上傳網站，變身為內容製造商

對韓國企業而言，是危機？抑或轉機？ · 79

中國企業超越製造商身分，在尖端產業嶄露頭角／

不再只滿足於OEM，還要在品牌戰一決勝負／

中國的矽谷——中關村，一群作著夢的未來挑戰者／

唯有差異化，才是生存之道

PART 3

席捲全球的中國資金——中國錢的力量

中國資金，為何大舉投向全世界？ · 94

資本主義的最大受惠者——中國／中國資金追求高收益，投向世界懷抱

中國資金的強大力量，支撐著美國經濟 · 102

美國金融市場是否崩潰，全靠中國／中國資金為何幫了美國一把？

有世界資源的地方，就有中國的資金・109

中國覬覦尚比亞廢礦區的理由？／無差別式地大舉買入祕魯礦山／
這就是所謂的資源外交／中國資本影響下的苦澀背影

中國資金，掌握歐洲物流・120

利用雅典港將錢流向中國／希臘為什麼將國有企業賣給中國？

用錢買來的品牌價值・128

中國企業變身為紅酒生產者／
中國大夢——不只要成為名牌消費國，更要成為名牌生產國

中國資金，蠶食濟州島・134

中國看上濟州島的什麼？／需要治癒的濟州島／面對中國資金的憂慮眼神

PART 4

中國治世——靠著強大的軍事力量， 迎來中國霸權的時代

以經濟實力為基礎，夢想成為軍事大國・144

採取韬光養晦策略，等待時機到來／在東亞與美國霸權形成對立／
與中國利益相違之處，絕不讓步

中國野心——包圍南海・153

越南與中國的主權紛爭／中國開發的軍事武器，足以威脅美國／
菲律賓利用美國力量對抗中國／脫下面紗的永興島計畫





印度洋的霸權布局，是否會改變？・166

中國為何對斯里蘭卡提供援助？／經濟援助背後暗藏的軍事野心／

中國霸權向非洲大陸擴張

中國雄心——走向霸權國家・175

人類史上最大規模的尼加拉瓜運河建設／

能掌握運河，就能成為世界霸權

PART 5

巨大陸地蘊含的潛力——大陸的力量

龐大的大陸，潛在的力量・182

擁有多元地形／一舉成長為觀光大國

莫大的資源，支撐著中國未來產業・187

製造電動車的核心礦物——稀土金屬／

禽流感用藥原料——八角／為什麼要重視中國資源？

透過物流革命，改寫中國產業・195

擁有綜合的產業鏈／連成一體的大陸／

以沿岸為中心，組成飛速成長的製造業聚落／向西部擴張的經濟成長效果

交通革命，大幅拓展中國經濟圈・208

農村都市化，藉由高速公路擴散／

隨著邊境貿易，喀什破繭成蝶的蛻變／開發熱潮後留下的鬼城

構築新絲路・214

一帶一路計畫／高速鐵道產業，往世界飛奔



PART 6

邁向文化強國的戰略——軟實力

中國文化戰略，向世界擴散・222

透過孔子學院，傳播中國人的思考方式／

誰對孔子學院戒慎恐懼？／中國文化，滲入日常生活

中國野心——成為媒體帝國・231

國營CCTV為何用 6 國語言放送？／以超強資本為後盾，中國媒體正在世界化／

用在地化戰略，緊抓非洲大陸／能支配媒體，便能支配全世界

中國藝術和大眾文化，重獲評價・243

歐洲興起中國古董蒐集熱／布局變化中的世界美術市場／

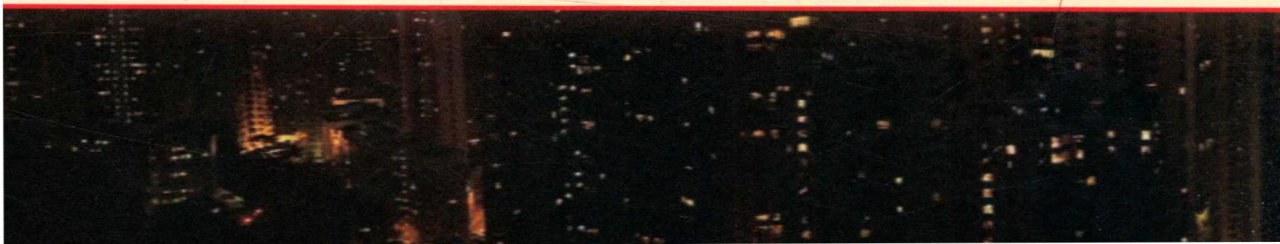
透過大量資本構築中國電影的競爭力／

萬達集團的挑戰——掌握美國電影配售網

以軟實力打造文化大國之夢・256

習近平所說的中國夢是什麼？／為了成為文化強國，中國傾注全力／

少數民族文化再發現



PART 7

中國式的強大指導力——共產黨領導

中國共產黨強力領導的祕密・266

高度的中央集權體系／紅色電話機，連結300名掌權者／
共產黨指導部，沒有笨蛋是有理由的

共產黨的進化，持續進行・275

中國人渴望「一個國家、集權統治」／以三個代表論擁抱大眾／
返鄉的黨員青年／黨組織，看不見但無所不在

中國共產黨領導下，經濟發展居然突飛猛進・287

鄧小平的策畫下，展開共產黨改革開放路線／透過企業的力量，實現社會主義

中國共產黨必須解決的課題・294

反對共產政權的香港／權力過分集中，導致腐敗／
共產黨領導圈，透露出不安／經濟成長下，卻有多少人承受痛苦／
得到人民支持，政權才得以延續

後記 隨著《你不敢正視的超級中國》出版成書 312



KBS《超級中國》製作團隊 著
鄭匡宇 譯

你 不敢正視的

超級 中國

看13億人口、中國錢
如何吞下全世界

SUPER CHINA

不敢正視卻不能漠視的 超級中國

根據國際貨幣基金組織（IMF）的統計，以購買力平價（PPP）計算，美國 2014 年國內生產總值（GDP）為 17.4 兆美元，中國更勝美國，以 17.6 兆美元成為全球最大經濟體。2015 年 1 月，南韓特別製作播放紀錄大片《超級中國》（原名「Super China」），全方位地深度探索中國崛起的動力根源與關鍵要素。

中國已經成為國際經濟強國，其強盛的整體實力更是刺眼到令人不敢正視。超級強國之鄰的臺灣，絕不能漠視強國人的崛起，而《你不敢正視的超級中國：看 13 億人口、中國錢如何吞下全世界》一書，正是讓臺灣各界都能深刻了解中國強大實力的最佳指南！

2015 年中國 GDP 為 67 兆 6708 億人民幣（約 10.769 兆美元），年增率 6.9%，創下 1990 年以來連續 25 年的新低。中國維持世界第二大經濟體，年增長率 6.9%，遠高於全球的 3%。中國專家認為，2015 年經濟在合理區間，未來中國經濟新常態將邁向「中高速經濟增長與中高端產業結構

的雙中高發展」，尤其是推動供給側結構性改革，在穩增長中實現「超級強國」。

2016年起，中國啟動十三五規劃的新經濟戰略，要在2020年達成小康社會的建黨百年目標，進而在2050年前實現中華民族偉大復興中國夢的建國百年目標。十三五規劃內文中，已明文要邁向製造強國、網路強國、貿易強國、人才強國、文化強國，更渴望成為創新強國，進而達成真正的「超級強國」。

2015年1月15日至24日，南韓KBS電視臺推出巨資製作的紀錄片《超級中國》，7天7集7小時的強力播映，全面介紹中國的大躍進，在全球引爆「中國崛起」的討論熱潮。南韓專家學者認為，寧願從正面角度深究與看待，中國絕對是南韓最重要的戰略合作夥伴，深信兩國的競爭會愈加激烈，但是合作的空間也愈加寬廣。

根據紀錄片撰寫的本書，分成〈全世界最強的消費力——13億人口的力量〉〈超越山寨身分，中國企業成為世界第一〉〈席捲全球的中國資金——中國錢的力量〉〈中國治世——靠著強大的軍事力量，迎來中國霸權的時代〉〈巨大陸地蘊含的潛力——大陸的力量〉〈邁向文化強國的戰略——軟實力〉〈中國式的強大指導力——共產黨領導〉，共7部分。攸關經濟的重點如下：

PART1 全世界最強的消費力——13億人口的力量

畫龍點睛地破題切入中國超級力量的核心要素——13億人口爆發出巨大力量，其超強的生產力、消費力、創新力及加速進步的力量，就是

「中國的超級力量」。「無內不穩，無外不強」，中國在內需與外銷兩方面，同步強力推進，既是世界工廠，也是世界市場。

PART2 超越山寨身分，中國企業成為世界第一

舉出數個稱霸世界的中國標竿與廠商典範，相繼打造「中國頂端戰略」。義烏小商品全球七成市占率的案例最具標竿性——「在義烏找不到的物品，其他地方也找不到」；阿里巴巴成為全球電子商務龍頭，支付寶與餘額寶更驅動網路金融的革新；聯想個人電腦稱霸全球；小米由山寨起家，變身為巨型企業。

PART3 席捲全球的中國資金——中國錢的力量

中國以約4兆美元的外匯存底，在全球投資購併品牌大廠，並取得關鍵技術，用高薪引進全球金頭腦。國家成立大基金，引導巨額資金投資數十萬家具有高度創新力的新興企業。全球有資源的地方（尤其是非洲），就有中國的資金。

PART5 巨大陸地蘊含的潛力——大陸的力量

稀土礦物成為珍貴的戰略資源，支撐著中國未來產業的獨特競爭力。構築新絲路，推動一帶一路偉大計畫，讓中國高速鐵道產業，往世界飛奔。

PART6 邁向文化強國的戰略——軟實力

中國推展文化強國戰略，透過孔子學院，向全球傳播中國的文化與學術。中國有野心要成為媒體帝國，主引擎電影產業正追趕美國好萊塢。

中國崛起後，國際產業經濟發展與競爭生態呈現天翻地覆的變革。中國已是各國的最強競爭對手，也是最大合作夥伴。「中國通」成為全球顯學，臺灣豈能落人之後？

中國的紅色供應鏈、國際市占率，已超越臺灣。中國實力持續增強，對臺灣的衝擊絕對不能等閒視之。透過本書，可以正確掌握中國崛起的根源，按圖索驥並從臺灣角度探索中國發展的原動力，寧可高估中國，謙卑學習中國的優點，爭取與中國合作共榮的先機。

工研院知識經濟與競爭力中心首席研究員 陳清文

中國的力量， 始於何處？

去國外旅行前，韓國人必定會來到仁寺洞購買禮品，準備送給在旅行地認識的外國朋友。正是為了挑選富含傳統文化韻味的東西，才來到仁寺洞的不同店家裡東挑西選。即便送出的物品不算高價，但最讓外國朋友覺得開心的，莫過於為了挑選具文化氣息的小物，而特地來到此地的誠意。

可是，就在付款時，眼睛不免會先看到價格標籤上的產地標示……。

「Made in China」（中國製造）。

不管是穿著韓服的人偶、飄散著傳統香氣的扇子，還是具有韓國文化特色的冰箱磁鐵等，全都標示著「中國製造」。倒也不是說完全看不到Made in Korea（韓國製造）的東西，但就是價格太貴。在國外認識了朋友，想隨手送些禮物給他們，但總也得考量自己口袋的深度吧？

到了旅行地，情況也差不多。亞洲、歐洲、中東、美國，無一例外，

基本上店裡都被貼著「中國製造」標示的產品給占領，簡直就像到哪都能看到的漢堡王、星巴克，全球都被這些世界連鎖大企業西化一般，世界各地的商品架上所陳列的大小商品，也都貼上「中國製造」的標籤，全世界都被「中國化」了。不知從何時開始，我們穿的衣服、吃的東西、所需的生活用品，全換成從中國來的。但人依舊缺乏危機感，嘴巴上嘟囔個幾句後，又繼續使用中國製造的產品。

不管去到哪、不管買什麼，都是中國製造的嗎？

過去的印象是：「中國製造的產品，便宜是便宜，但品質不好。」許多人為了中國廣大的領土、規模龐大的人口，跑去那裡做生意。畢竟在自己國家的機臺、人工費用，都是筆高額的支出，不如避開這些支出，去中國開工廠，靠著降低製造成本、提升價格上的競爭力，以增加利潤。受到資本主義思維深刻影響的人，對於這樣的變化覺得理所當然。企業為了追求最大利潤，當然得這麼做！為了能讓消費者買到便宜的東西，這也是必然的結果。去經濟成長較落後的國家從事製造業，實屬當然。而工廠消失在經濟成長快速的地方，也是理所當然。

中國，自從成為所謂的「世界工廠」後，眾人對於她每年的 GDP（國內生產毛額）成長，似乎毫無警戒。跟韓國差不多的先進國家，早就從商業、金融、保險等三級產業時代，進化成以醫療、教育、服務等知識密集的產業，也就是所謂的四級產業時代。在中國，農業、狩獵、林業等一級產業，如今已經進入以製造業為主的二級產業。然而，韓國看待中國卻還是以傲慢的姿態睥睨，以為她不具備先進國家的技術和知識。

對中國的經濟成長保持長期關注的學者、與中國有過實際接觸經驗的人，對於中國固然感到恐懼，但仍有許多人認為，中國不過和過去一樣，

是個世界工廠。每天，都有新聞報導中國山寨產品的消息，印證上述看法：從美奶滋和各種調味醬汁做成的雞蛋、塑膠製成的麵條、用水泥為原料取代果核的假胡桃等，超乎你想像的山寨假貨多不勝數，甚至曾經出現令人匪夷所思的事，比如，高樓大廈沒有真正的窗子，窗子是畫出來的。

然而，從幾年前開始，就有類似的消息傳出。中國最大的電商阿里巴巴，因高度的成長，即將成為緊追在 Google 之後的第二大網路公司；中國的手機製造商小米，也將超越蘋果和三星，重整並收編市場。不只在亞洲、中東、非洲、南美，甚至是北美，都可看到中國人的蹤影，他們建造水壩、開工廠的消息，已經不是稀奇的新聞。在全世界進出的中國企業與中國人，在大小事業上都取得成功的故事，時有所聞。同時，高速成長的中國中產階層，也成為海外觀光消費市場不可忽視的主力。

只要到了仁寺洞，除了品質低下、價格低廉的「中國製」商品，更可以看到熙熙攘攘、真正「中國製造」的中國人。成為韓國觀光市場主力的中國人，來到某家店裡消費時，只要高興就隨手買個幾百萬韓元的商品。不只仁寺洞，明洞、東大門、弘大地區的商店裡，原以中國人為銷量主力的化妝品店，變身為服飾店。現在只要到首爾有名的逛街商圈，到哪都能聽到說著中文的人。有個數字這麼顯示：2001 年 11 月，當月來韓國觀光的中國人，占全體外國人數 37 萬 4 千名中的 8.2%，也就是大約 3 萬 1 千名；13 年後的 2014 年 11 月，當月全體來韓國旅遊的 111 萬 7 千 378 名觀光客中，中國人居然占了 41.2%，高達 46 萬人。

這種情形，對於被韓國人視為旅遊天堂的濟州島來說，影響更為深遠。2014 年，韓國全國通膨率第一名的就是濟州島，這都是大量的中國資金湧入所致。中國資金開始大舉投資濟州島的土地，在上面興建大飯店、