



沃顿商学院图书



中国的世纪

The Chinese Century

■ 奥戴德·申卡尔 (Oded Shenkar) / 著

金永红 奚玉芹 / 译

中国将改变
21世纪的商业规则？



中国人民大学出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

中国的世纪/申卡尔著;金永红,奚玉芹译.

北京:中国人民大学出版社,2005

ISBN 7-300-06455-8

I. 中...

II. ①申...②金...③奚...

III. 中国-经济发展-影响-世界

IV. F11

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 036556 号

沃顿商学院图书

中国的世纪

奥戴德·申卡尔 著

金永红 奚玉芹 译

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号 邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511239 (出版部)

010-82501766 (邮购部) 010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司) 010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北三河市新世纪印务有限公司

开 本 965×1300 毫米 1/16 版 次 2005 年 5 月第 1 版

印 张 13.25 插页 2 印 次 2005 年 5 月第 1 次印刷

字 数 150 000 定 价 19.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

译者前言

中国正在崛起，这是值得每一个炎黄子孙无比自豪的事。奥戴德·申卡尔博士以一位外国专家的眼光，集 30 多年关注和研究中国问题的经验和心得，从一个全新的角度向我们全面、详细地描绘了中国崛起的历程、影响以及未来。作者将中国的崛起与 100 年前美国的崛起以及 20 世纪中后期日本和“亚洲四小龙”的腾飞进行了比较，但作者并没有将它们作简单的类比，而是详细又透彻地分析了这些国家和地区崛起之间的异同，指出中国将以一种完全不同的姿态屹立在世界民族之林，中国的崛起将在更广的范围内展开，并对世界的经济、政治和社会产生更深远的影响。正如作者在书中所说的那样，“目前我们正看到的是一个未来世界强国的持续和快速的增长，它具有无比丰富的资源、远大的志向、强有力的谈判地位，以及一个确定的、具有商业头脑的多民族经济所必需的资金和技术。崛起中的中国对于世界上其他国家——无论是发达国家还是发展中国家——的影响将是巨大的，所以，这些国家需要制定战略，对这种挑战作出反应”。

这本薄薄的小书包含的内容是极其丰富的，数据是非常翔实的，叙述是生动有趣的，评论也常常是独到的。译者在翻译过程中，也收获颇丰，翻译的过程同时也是一个学习、反思的过程。相信译者的感受也将是广大读者的感受。

本书的作者奥戴德·申卡尔博士是俄亥俄州立大学菲舍尔商

学院管理和人力资源系的教授。申卡尔博士对中国进行了 30 多年的研究，已经发表大量有关中国话题的文章，并出版了一些书籍，如《中国的组织与管理：1979—1990 年》和《中国的国际商务》（与 L. 凯利合著）。本书可以说是他对中国问题进行的长期、深入的研究和思考的一个阶段性总结和盘点，相信申卡尔博士今后还会有更多更好的研究成果奉献给大家。

当然，作为一名西方的学者和实务工作者，申卡尔博士在书中也阐述了一些带有西方意识形态色彩的观点和评论。但作者在表述的时候还是比较明智的，只以淡淡的语气透出一丝忧虑，点到为止，没有过多涉及。毕竟，将意识形态问题带入学术研究领域还是不太妥当的。

英文原版书共有九章，其中第五章“两美元的劳力士”主要描述了中国的知识产权保护状况并进行了评论，论述有失偏颇，征得原著出版公司及原作者同意，在中文版中删去该章。对原版书中个别与事实出入较大的叙述，译者进行了删改。希望广大读者立足于真实的中国阅读本书，得到有益的收获。

本书在翻译过程中，始终得到中国人民大学出版社编辑的关注和帮助，他们对本书认真、仔细的译校工作使本书译稿的文字得到润色，可读性和趣味性更强，在此向他们表示感谢。另外，我们真诚希望呈现给大家的这本译著能够使大家对我们伟大祖国的崛起的认识有一些提高。让我们共同为伟大祖国的崛起摇旗呐喊、添砖加瓦吧！

金永红 奚玉芹

2005 年 3 月

致谢

写作一本书是一种专业上和个性上的挑战，尤其当要写的题目是你非常喜爱的时候更是这样。中国对我的吸引从来没有停止过，与世界上很多政治家、商界精英、工人以及学者们的反应一样，在过去的 30 年里，我的“中国观察”从不关心转变为好奇，现在转变为热烈。在本书中，我尝试着——并且希望能够成功——详细阐释“中国论争”的有关内容。在这样做的时候，我很幸运地得到和借鉴了中国、美国和其他地方的很多人的观点、见解和建议，对于这些我非常感谢。我无法将所有人的名字列出，但我特别要提到的是：周丹（音），他向我介绍了盗版产品的法律问题；Brian Renwick，他和很多不知名的访问者一起，在我的创作热情低落的时候，帮助我重新树立起信心。在沃顿出版社，Tim Moore 是本书最终从一个概念到一件成品背后的重要驱动力；Sarah Kearns 是一位非常棒的责任编辑，对“技术性挑战”具有无穷的耐心。培生（Pearson）公司的 Martin Litkowski、狄伦施耐德（Dilenschneider）集团的 John Grimaldi 和菲舍尔商学院（Fisher College）的 Laura Bowers 也在本书的创作过程中给予了极大的帮助。菲舍尔商学院的院长 Joe Alutto、管理和人力资源系主任 David Greenberger 与 CIBER 办公室的 Steve Hills 和 Cheryl Ryan 也都在为我提供良好的写作环境方面给了我很多帮助。

最后，但不是最不重要的，要感谢我的家庭。我的妻子 Miriam 不仅容忍了我对中国的狂热的兴趣，而且也是我的专业灵感和个人灵感的源泉。我的孩子 Keshet 和 Joshua 帮助我通过一个少年和一个儿童的眼光来观察中国，而最小的 Rakefet 使我保持了对中国和世界的未来的关注。我的爱和感激与他们同在。

Yin He Guo Shi Jue 目录

第一章 中国世纪的开端	1
全球经济中的中国	4
资源和能力	5
大中华区的协同效应	8
回到美国的话题	9
长期进口商	13
天真的商人（或者损失比获益更多的人）	13
发展曲线的解释	14
由外国主导的进口以及“自己造成”的进口	15
货币的作用	17
中国与世界的较量	18
世界工厂	21
出口的需要	22
工作机会在哪里？	24
消费者的天堂	25
重新调整即将到来	27
第二章 天朝上国	31
封建帝国（但不是帝国主义）的传统	34
封建官僚体系	35
中国与它的邻邦	37

封建时代的烙印	37
近现代：中国与外国力量	39
屈辱的印象	40
社会主义中国	41
共产主义的烙印	42
改革时期	43
伟大的雄心	44
国家象征	45
政治上的雄心	46
经济上的雄心	47
第三章 与众不同	49
中国是一个新的日本吗？	53
类似的反应	55
日本、中国，以及类比的限制	57
必要的创新	59
“大龙”与“小龙”	60
香港	61
台湾	62
新加坡	63
韩国	64
被误解的亚洲金融危机	65
中国和印度：两个民族的故事	66
第四章 从袜子到航天器	71
技术遗产	75
有发明但未转换成技术	75
落后的代价	76
集权体制下的技术：中央计划的传统	76

追赶技术发展步伐	78
利用外资杠杆	79
技术转移的激励	81
向“野蛮人”学习	83
本土化创新：依然是一个梦想	83
提高研究能力	85
升级中国的“人力软件”	86
改革教育制度	87
海归派	89
将技术应用到企业	91
OEM, ODM, OBM	92
作为免费品的技术	94
第五章 商业挑战	99
工业神话	103
美国的服装商	103
来自远东的家具	106
中国影响的地域分布	108
坚持到底：欧盟	109
打入日本市场	110
墨西哥的衰落	111
是朋友还是敌人：东盟和其他地区	114
什么即将到来？	115
准备迎接中国世纪的到来	117
一个新游戏规则	118
如果你不能打败他们	120
第六章 向东，向东，再向东：那里有工作	125
工作岗位迁移：神话和现实	129

	工作岗位迁移和失业	130
	全面地考虑问题	131
	谁将获利?	133
	宏观的前景, 微观的现实	135
	工作岗位迁移的经济学	137
	我们又一次从这里出发吗?	140
	中国与全球劳动力市场	142
	中国对就业的影响	143
	你的工作岗位面临危险吗?	148
	政治和政策	149
	寻找新工作岗位	150
	向上(或者向下)发展	151
第七章	一台来自四川的电视机	157
	走向世界的工厂满足全世界的消费者	161
	沃尔玛帝国	164
	一个公平的竞争领域	166
	定 价	166
	你会购买中国产品吗?	168
	中国与品牌	171
	“购买美国公司”正在重来吗?	172
第八章	中国的崛起	175
	错误的类推	179
	乌龟和兔子	180
	中国和世界贸易组织	183
	对未来的预期	185
	软着陆	187
	硬着陆	188

目 录

断层线	191
美国和各州	192
全球战争线	193
尾 声	194

第一章 中国世纪的开端





Wharton
UNIVERSITY of PENNSYLVANIA

经济学家和专栏作者们通常将中国的崛起描绘成处于上升阶段的新兴经济的又一个例子，在此之前，有日本以及“亚洲四小龙”（韩国、新加坡、台湾和香港），而紧随其后的则是印度。但有必要加以说明的一点是，中国的崛起更类似于一个世纪以前美国的崛起，而不是与其同时代的这些先行者和追随者们。目前我们正看到的是一个未来世界强国经济的持续和快速的增长，它具有无比丰富的资源、远大的志向、强有力的谈判地位，以及一个确定的、具有商业头脑的多民族国家所必需的资金和技术。崛起中的中国对于世界上其他国家——无论是发达国家还是发展中国家——的影响将是巨大的，所以，这些国家需要制定战略，对这种挑战作出反应。

本书的目的并非是像 20 世纪 80 年代媒体宣扬“日本威胁论”那样来宣扬“中国威胁论”，也不是用像“日本是世界第一”那样的论调来对中国大唱赞歌。确切地说，本书的目的是想准确地分析中国的必然崛起对于世界范围内——尤其是美国境内——的商业、雇员以及顾客将产生的影响，并估计哪些企业和个人必须采取相应措施，以在新的秩序中继续保持竞争力。本书的观点是，由中国的进步所引起的“震动”并不是暂时的、周而复始的，相反，它代表的是对全球商业系统的根本性重建以及关键顾客的重新配置。我们将要面对一种新的商业环境，在这种商业环

境中，有新的商业竞争规则、新的工作团队以及新的消费模式——这一方面将重新划定政治、经济和社会斗争中的战线，另一方面将直接对不同的国家、企业和个人提出新的挑战。

全球经济中的中国

如果在购买力差异方面作一些调整，那么中国已经是世界上第二大经济国家。中国正在以比其他任何主要国家更快的步伐成长，在 20 年之内，它将超过作为世界第一大经济国家的美国。有些观察家低估了中国的增长数据，不过即使按照他们所建议的那样，将 7%~8% 的 GDP 增长率降低一个百分点，但在一个持续期间内，无论是在发达世界，还是在发展中世界中，中国仍将是经济增长速度最快的国家。而其他观察家则根据一些具有代表性的指标，比如能源消费量，认为中国的经济增长率实际上要高于官方公布的数据。虽然中国的经济发展面临着一些严重的障碍，比如存在风险的银行系统、效率低下的服务部门等，但这些障碍更可能降低中国的经济发展速度，而不是使经济发展完全停顿。

到目前为止，中国在很多行业中，尤其在那些劳动密集型行业中，处于全球主导地位。设立在中国的工厂制造了世界上 70% 的玩具、60% 的自行车、50% 的鞋以及 1/3 的皮箱。在这些产品种类中，商场的货架上几乎不可能找到非中国制造的产品。在另一些产品种类中，比如纺织品和服装，由于配额和关税壁垒的缘故，中国的市场份额受到了抑制，但随着中国加入世界贸易组织（WTO）以及国际贸易体制的改变，这些抑制因素将逐渐降低影响。然而，中国并不满足于仅仅成为一个低技术含量的、

劳动密集型的制造者。在那些技术起到重要作用的领域以及劳动力并非主要成本因素的领域内，中国已经显得非常活跃。中国制造了世界上一半数量的微波炉、1/3 的电视机和空调、1/4 的洗衣机以及 1/5 的冰箱，这些产品组成了其出口商品中增长最快的那一部分。而其他国家的厂商们正越来越多地依赖中国的元件或者组件来保持其竞争力。

与日本和韩国不同的是，当中国继续发展的时候，它将不会放弃劳动密集型的那部分产业。相反，它将综合其在劳动密集型产业和中等技术含量产业中的优势，对驱动未来世界经济的知识密集型领域进行主要的投资推动。正是这种联合推动作用将把中国快速推到主要经济领导力量的行列，也正是这种联合推动作用将对其全球竞争者提出空前的挑战。伴随着逐渐确定的外交政策，中国也决定将其增长中的经济力量提升到全球政治的高度，并与它所认为的美国全球霸权相抗衡。同时，与其他国家一样，中国将利用其日渐增长的政治力量来扩大其经济利益。

资源和能力

中国所公布的资源通常都被低估和误解了。“这是一个拥有 13 亿人口的国家”的说法早已成了一种陈词滥调，我们现在需要考虑的是这个巨大的人口规模的含义。国外的企业多年来一直垂涎于中国的市场，挖空心思地考虑如何向每一个中国人卖出一把牙刷。当这种想法最初在 20 世纪 80 年代早期出现的时候，它看起来仅仅是企业的一种幻想，但这种想法正日渐变成一种现实，虽然仍受到一些地区和产品种类方面的限制。中国现在已经是波音商用飞机和美国机床制造商的最大市场，它的汽车市场也是世界上最有前途的（中国早已超过了美国，成为大众汽车公司最大的国外市场）。

中国国内市场的吸引力为其带来了巨大的谈判力量，而这是日本和韩国在此之前无法获得的一张王牌。中国利用其国内市场的这种吸引力，将技术转让作为准许外国投资者进入的一个条件，要求外国投资者做出在其他国家没有做过的让步。在汽车产业中，外国企业比如通用汽车公司同意建立研究与开发中心，其规模之大在其他国家是少有的。这些制造者不仅同意转让那些接近于其核心能力的技术，而且，他们答应在一个为知识产权提供的保护还存在一些不足的环境中，以合资方式进行如下操作：中国是世界上惟一这样进行操作的国家，其国内汽车生产者和竞争性的外国合作者共同拥有股权，成立企业，这样，合资双方就可以从对方那里学到“最优方法”，并在合资结束时拥有比任何一方单独运作都要多的知识。中国这么做的目的是要打造自己的跨国公司，使自己立足于全球经济，并在更短的时间框架内复制丰田、索尼以及三星的成功经历。

中国的规模也意味着人力资源的巨大储备。在这个人力资源蓄水池中，不仅包含有无限量的体力劳动者，而且也包含有大量的、数量不断增加的工程师、科学家以及熟练技师，这些人中有很多受雇于政府投资的研究开发中心，或者由外国跨国公司建立的著名的技术中心。关于国家竞争力的一般假设认为一个国家“不是……就是……”，而中国这种廉价劳动力和日渐充裕的技术人员共存的现象推翻了这个一般假设，并为中国在进入技术密集型领域的同时保持其在劳动密集型产业中的优势的战略打下了基础。

中国对其自身教育系统现代化改革的范围和步伐比其早期的竞争者们要大得多。直至今日，日本的教育系统仍然对外国的影响以及一般的改变保持着很大的距离，而且日本也承认，这已经成为其在知识经济时代经济进步和增长的一个严重障碍。韩国的