

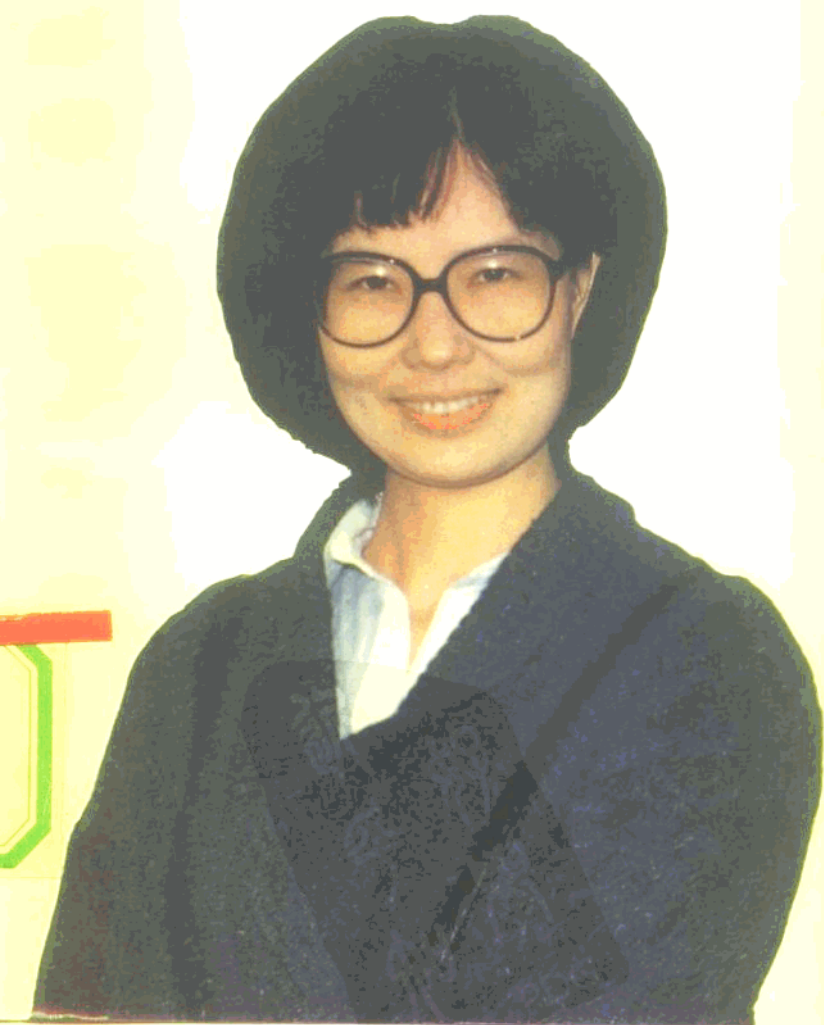
VIEWING CHINA FROM THE WEST

走西看東

李玲瑶 在华演讲集之二

• 从西方科技发展看中国现代化进程

国际文化出版公司



内 容 简 介

本书有四篇文章。第一篇《浅谈现代经济的特点》，现代经济在动态地向前发展，中国在加快改革开放的步伐，引进市场机制的同时，我们应如何地掌握它的一些特点，更新观念，作者结合中国的实际，深入浅出地作了介绍并提出了一些有益的建议。第二篇《硅谷——世界高科技的中心》，硅谷是资讯时代的前哨，它所孕育出来的高科技文化，已逐渐渗入我们日常生活的层面，作者以美国硅谷为例，描绘了硅谷形成的过程，高科技的特征，人才的培育，运作的情况，以及硅谷人的创业精神，生活形态及所带来的社会问题，并由“硅谷热”所产生的影响与冲击，预测高科技未来的发展。第三篇《亚洲四小龙的成长》，作者述及世界新经济格局下亚洲太平洋地区的重要性，并从亚洲四小龙——南朝鲜、台湾、香港与新加坡的发展历史中，高度概括地介绍了它们成功的历程及未来的展望。第四篇《美国的住房问题》，在介绍美国住房政策的同时，针对国内的住房政策提出作者个人的见解。

这本书对广大企业界、知识界，在面对改革开放的众多新事物时，如何应对现实与未来都提出了有益的启迪，是一本值得一读的好书。



黄华接见李玲瑶



黄华、柴泽民、林丽暹等出席《走向成功》首发式

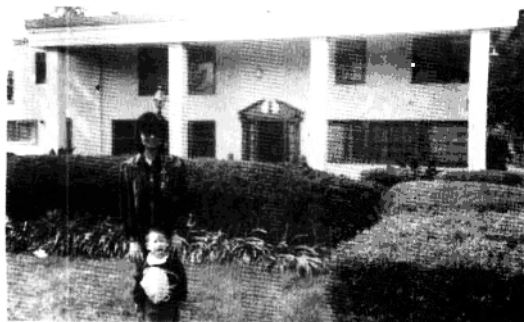


在军校讲课后与校领导合影



第一次回老家
与大姐、堂兄、
五婶等合影

在台湾与大哥、
二姐合影



与美国自己的家门前
与小儿子合影



的大学宿舍前留影
全家在大女儿就读



全家福



与丈夫和小儿子在夏威夷度假



式后为青年们签名
《走向成功》首发



讲演后为青年
军官们签名



为听众们签名

写 在 前 面

世界经济及贸易中心正在从大西洋向太平洋移动，位于亚洲太平洋地区的最大国家——中国，在经历了 10 年改革后，成绩显著。未来的 10 年，对海峡两岸来讲，两岸将会以经济贸易为中心，不断扩展合作领域；对中国内部来讲，未来中国经济将会受到台湾与香港两枚火箭的推动，再继续腾飞，到 2010 年时将成为仅次于美国的世界经济大国。生活在 20 世纪 90 年代的中国人，在听到这个令人振奋的预测后，一方面固然受到鼓舞，另一方面也渴望在这重大转折的年代里，多了解一些别人成功的经验，在时代前进的路上，能有份参与、发展一下潜在能量，尽一份自己的历史责任。

前些年，我刚开始在国内演讲的时候，那时离开放不久，年轻人对外面事物充满了好奇与向往，当时我演讲的内容是针对大学生及有志于创业的年轻人，在他们奋勇向上的路上，作一些建议及提醒。近些年来，随着改革开放步伐的加快，国内外形势均发生强烈的变化，而这些变化主要是围绕着经济形势的发展而形成的，因此在讲课的过程里，有些朋友希望我介绍一下现代经济及高科技方面的一些情况，我并非专业的经济学家，但这些年来往来于太平洋两岸及海峡两岸，在现代高科技的中心——硅谷也住了 10 多年，在发展实业及经济活动的领域里，多少有些心得，因此在多方鼓励及鞭策下，试谈了几次现代经济及今日硅谷等问题，同时透过“亚洲四小龙”的鲜明例子来引证以上的一些论点。

如果说我的第一本演讲集是送给青年人及大学生的，那么第二本集子可算是送给对现代经济发展关心的一批企业家及朋友们了。

这是一本通俗读物，侧重于介绍及报导，希望透过这些整理出来的文字，能使读者对我们周围所处的环境及所关心的事物，多一份资料与信息。

能有机会回到祖国的土地上与自己的同胞分享知识的乐趣，是我的心愿，也是我的责任。在此，我除了感谢北大、清华、武大等大学、航天部及一些社会团体对我所作的演讲邀请，也感谢国际文化出版公司的领导和同志们的策划，同时也感谢我的家人、师长及好友对我的鼓励及推动，最后要感谢的则是那些乐于阅读这本集子并与我作心灵交流的朋友们。

作 者

1992.3.5 于美国湾区硅谷

目 录

一、浅谈现代经济的特点	(1)
1. 产品的标准化及“轻、薄、短、小”化	(4)
2. 产品的系列化及多样化	(10)
3. 生产规模的大型化	
生产设备的机械化	
生产技术的先进化	(12)
4. 产品的专业化和社会化	(18)
5. 管理的制度化	
观念的现代化	(20)
6. 产品的国际化和大众化	(23)
7. 金融的国际化和资金的大众化	(26)
8. 现代经济是一动态的经济	(31)
9. 现代经济是社会化的经济，是走向联系的经济	(33)
10. 现代文化是现代经济的基础	(37)
二、硅谷——世界高科技的中心	(40)
1. 硅谷名词的由来	(40)
2. 硅谷的地理位置	(41)
3. 高科技的标准	(42)
4. 早期硅谷的形成	(43)
5. 斯坦福大学与硅谷	(45)
6. 狂热的创业精神	(48)

7. 苹果公司的故事	(49)
8. 创业精神与风险投资公司	(51)
9. 硅谷的特点与社会问题	(55)
10. 硅谷创业成功与失败的例子	(59)
11. 硅谷热的蔓延	(65)
12. 来自日本的威胁	(67)
13. 未来硅谷的发展	(71)
三、亚洲四小龙的成长	(75)
1. 向亚太地区的经济大迁移	(75)
2. 南朝鲜——勤勉的国家	(76)
3. 靠中小型企业发家的台湾	(86)
4. 香港——通往中国的门户	(95)
5. 新加坡——花园城市国家	(104)
6. 谁会是亚洲的第五条小龙?	(117)
7. 结论	(118)
附录：美国的住房问题	(119)

浅谈现代经济的特点

各位乡亲们，早上好！

是我的荣幸，也是我的愿望，来到湖北省红安县和各位乡亲们在这里作交流。这些年来，我到国内的很多地方作过演讲。但是，这一次是我第一次回到我的家乡。昨天一到县里，我就听到了小时候熟悉的乡音，所以心头特别的激动。今天我也希望能尽我的力量，把自己过去十几年来在国外所学习的一些知识和经验，在这里和乡亲们表达表达。

我在台湾生活了 20 年，在美国生活了 19 年，所以，我的民族意识是中国式的，但是，我所有的工作经验都是在国外，所以工作意识是美国式的，而我的社会意识却是中西合璧的。中国现在改革开放了，在寻求适合中国经济发展的前进道路中，经济上出现很多问题，有待研究解决。在中国，现在强调治理改革环境，整顿经济秩序的同时，我想同大家谈一谈“现代经济的特点”。

中国在 3 世纪到 13 世纪时，它的科技文化一直是西方所望尘莫及的，它的文明是处在巅峰状态。很多人都知道，中国引以为自豪的四大发明，象指南针、纸、印刷术、火药，我们经常拿来作为中国辉煌文明来炫耀。16 世纪的时候，中国朝廷的图书

是整个西方书籍的总和。由此可以想见，当时中国的科技、文化的水平和教育的程度都是相当高的。可是现在呢？我们去参观别的国家，多半是参观高科技设备产品或工厂等。可是人家到我们国家来参观，多半是参观长城、故宫、秦朝兵马俑等古代文化遗迹，相对的我们能拿出来引以为自豪的现代东西就太寥寥可数了。因此有人认为这是我们中国文化的衰落。有人说这是因为中国没有钱，没有足够的资金。但自从解放以后，国家在各个领域里花了几百亿甚至上千亿人民币去建设。尤其象现在改革开放之后，联合国、世界银行以及各国政府提供给中国的各种贷款，也是数百个亿，不能完全说中国资金不足。又有人说中国的设备不够，但是我想很多人都有目共睹，尤其是现在企业里头当领导的人，大概曾经做过一个统计吧！过去 10 年当中，中国引进的设备大概只有一半是在正常运转，剩下的一半，有些是不能正常运转或者说没有发挥应有的效能，甚至还有一些连箱子都没有开过。所以也不完全是设备够不够的问题。也有人说中国人跟外国人比起来也许是别人比较聪明些。这个我做过调查，中国这个民族大概是世界所有民族中智商最高的一个民族，被世界公认为最聪明的一个民族。在美国，每年都有一个奥林匹克科技大奖或西屋科学奖，要在全美国几千所高中学校里头选拔出 10 名在科技方面有特殊成就的高中生，这是一个非常、非常难得的特殊荣誉，中国人在美国是少数民族中的少数民族，大概加起来也不过 100 多万人（美国在 1990 年人口统计约 2.5 亿），有华人血统的占全美人口比例不及 1%。其中中学生也就只有十几万人，相比美国现有 2200 万多中学生是很少很少的。但是，过去几年来，每年当选最优秀的科技大奖赛的 10 名高中生中，中国人得名次的经常有两三位，甚至有时有四名、五名，而且名列前茅，第一

名、第二名、或第四名、第六名。所以，可以想见中国人是个很聪明的民族。有人说，中国是管理不行，这几年来，我到中国各个地方走得比较多，同西方的管理相比，很少见到像中国有那么多的管理细目，名目之细，管理部门和管理人员之多，都是在国外没有见过的。如出个差，回来报销的单据，细得不得了，干部该升、该退休，名目也规定得很详细。一个工厂小至生产班组，大到工厂，从生产、工艺、整个质量到劳动纪律，乃至生活，都有十分详细的文字规定。可以说只要中国政府部门有一个要求，下面就相应有一套文字规则细则，但有时效果却不十分理想，所以也不一定是我们管理跟不上，而是管理体制是否切合中国当前的经济基础的实际情况，是否有效率。那么，到底是什么问题呢？也许是我们干部与管理人员对现代经济缺乏认识。中国领导人在几年前曾经提出过几个口号，他们说，我们要参加国际经济大循环，要大进大出，要治理经济环境，整顿经济秩序，这些说法基本上是正确的，也就是中国不能够再像以前一样只做井底之蛙。过去我们中国人称自己为中国，就是认为我们是在世界之中啊！我们称我们的皇帝叫天子，是“天之子”啊，就是唯我独尊的。那么现在，我们要跳出唯我独尊的这种状况，看看世界经济发生了怎么样的变化，中国在世界经济的这个现状下，处在什么样的地位，这也需要我们对现代经济有一个了解。我们应从世界的角度看中国。既不能像过去几千年以来那样，盲目地夜郎自大，也不应该随着现在开放了，改革了，更多的人看到外头的物资文明这样的进步，我们就自暴自弃，觉得什么都不如别人，这两种心态都是很错误的。我们真正地要走出自己禁锢多年的封闭的思想国度，看一看世界，使占世界 $1/4$ 的人口国家也同时能产生出 $1/4$ 人类的能量，名符其实地面向现代化，面向世界，面向未

来。这不是一句口号，这是实实在在的，是生活在现代化社会的人不可以不具备的一种态度。

中国过去是一个产品经济的时代，在产品经济时代，大家可以很直觉地感觉到生活的范围很窄，所以产品变化也比较少，像以前很多人一辈子洗头发就是用肥皂洗，或者用某种洗头水，可是现在商品经济时代就不同了，比如：女孩子买洗头水的时候，可以供选择的很多，什么花王啦、华姿啦、美姿啦，一大堆的，眼花缭乱。商品经济时代的到来，犹如人从黑房子出来，五彩缤纷的世界，把人弄得眼花缭乱，也同时把人们带向了这么一个多选择的社会。因而商品经济的意识，也就这样与人们息息相关地深入到每个人的生活里头去了。商品经济的生活变成了很多人社会生活中的一个主导方面，而不再像以前一样是政治生活起到主导作用，虽然那是人为。所以商品经济意识，在我们每一个人的生活当中，包括人际关系领域、文化观念领域、还包括伦理的领域，每一个领域里都浸入进去了。一些人过去讲：君子言义，小人言利。这个标准现在也开始在动摇了。现在好像不光是小人言利，好像是每一个人都在言利。我之所以讲到这些，是因为现代经济以商品经济为基础，在不断发展的过程中，许多观念、现象均改变了。

现在我来浅谈一下现代经济的几个特点。

1. 产品的标准化及“轻、薄、短、小”化

昨天我一到红安县，县里的领导就带我去参观了县里的一些企业，包括一个鞋厂和一个烟厂，在去参观这两个工厂的途中，我看到了一个工厂招牌，写的是标准件厂，我就问那位领导，标

准件厂指的是什么？他说：“标准件就是指生产大大小小的各种螺钉。”实际上不应光是螺钉叫标准件，要标准化。很多东西都需要标准化，只有标准化才有利发展生产，降低成本；同时也方便人们的使用。中国人科学化的概念不太强，什么东西都是按照习惯及个人的喜好来制定，对标准化不太严格要求。在美国，家庭中的日用品，比如说床，那么床的大小；床单的大小；枕头的大小，都有一个统一的规格。你要去买床，那么别人会问你要买什么太小的床？有单人床、双人床，有比双人床再大一点的，他们叫皇后大小的床，比皇后床尺寸再大一点的床叫国王大小的床，也就是说，外形、颜色可以是五花八门，但是，床的尺寸规格就只有这么几种。你的床的大小尺寸是标准的，你去买床单，到了商店，床单的尺寸规格是同床的尺寸规格完全一一对应，写的清清楚楚。你买回家铺下去，大小一定是刚刚合适，一点也不差。生活用品中不仅小到床上用品是标准化的，而且从螺丝钉到建房门窗家具，每样均要求标准化。有的是要实行国际标准化，有的可以是国家标准化。在美国房子要开一个门，单扇门是多么宽，双扇门是多么宽，尺寸规格是一定的。所以不论你设计，还是去买材料自己动手做都比较容易，有一种科学化的概念和规范可以遵循。可是在国内这方面做的就比较差，标准化的工作才开始建立不久，如果不十分严格的全面推行标准化，就会影响很多东西的生产，不仅会使生产成本难以降低，同时也会使社会对用户的售后服务发生困难。而且不可能很大量地来组织社会化的大生产。美国的标准局要求标准化的商品，包罗万象，小到家庭用品锅碗、沙发、门窗……等等，大到工业用零件、设备及产品，就更有规格化及标准化的要求。

中国在标准化方面做得不够详尽，也欠完善，有的时候即使

是标准化，但是不符合国际标准化。像我昨天去参观鞋厂，我就问鞋子的大小，国内是怎么规定的？厂里的人员告诉我它是按脚的大小，脚长 23 公分或 24 公分，相当于 37 号或 38 号的鞋。我有一次到香港买鞋，我按照美国鞋子的大小的编号询问，我说要买 7 号的鞋子，他们就给我拿了 7 号鞋子，试穿一下正好。可是我到北京去买鞋子，我也说要 7 号鞋，他们却说我们没有这样大小的，好像我长了个什么怪脚似的。也就是说，中国即使有一个统一标准的尺寸，但是它只按国内标准，没有靠向国际标准，那样必将影响向国际市场推销的能力。

又比如在国内办公用进口的微型计算机，你们都有体会，如果你的计算机里头用的软盘或硬盘的固定螺丝钉丢了或坏了，你要想换一个螺丝钉的话，在中国真是很难找到，为什么？就是因为国内的螺钉是按公制制作的，而国际上使用的是英制标准化的标准不一样，因此，当你的产品市场是针对国内的时候还可以，但你想把你的市场针对国外的时候，你必须要有国际标准化的尺度。

· 有人会说，为什么要以国际标准化为我们的标准呢？当然，如果你不搞出口，针对国内市场，建立国家自己的标准就可以了。但是现代经济是跨国的，是世界性的，任何国家都会有商品出口，也必然有设备及商品进口，而且目前国际上最大的是美国市场。而且美国是一个高收入、高消费的地区，因此不管任何一个国家，只要是搞出口，很自然的会拿欧、美作为一个主要的对象来考虑，自然标准化也成为非得面对的题目来谈。

在谈到标准化的同时，产品的可靠性、耐用性、方便性、安全性及创新性，对产品的销售也直接会取得影响，因此也是一个需要注意的问题。

产品的“轻、薄、短、小”化。这是现代产品发展的一个特点尤其是高科技产品。

“轻、薄、短、小”化的时代风潮，不只改变了商品面貌，也使企业产生很大的改变，不少日本企业很早就感觉到这个时代潮流的到来，有的改良产品，提高附加价值，有的则改弦易辙，变换产品。在日本最典型的几家公司如佳能因生产全自动照相机而成功，奥林巴斯(Olympus)因生产供影碟才能重视影像和声音的塔欧斯而立于科技领先地位，产品大行其道。

几十年来，科学技术的发展，使得原料密集型的产品逐渐减少。产品的微型化，也使原材料需求量减少。光缆的使用，即是人们摆脱原料密集型产业的一个典型例子。目前 70 磅光缆，就可以传送一吨铜线所能传送的信息，但是生产 70 磅光缆所需的能源，还不到生产一吨铜线所耗能源的 5%。

在新的经济体中，无论是原料还是能源的需求量都将减少，但是产品的功能却更加提高。如在 1988 年时一根光缆能传送 3000 次通话，但到 2000 年时，一根光缆却能传送 1000 万次通话。目前光缆的使用也愈来愈普遍，横越大西洋与太平洋的光缆，均已在两、三年前已开始投入使用。

电脑又是另一个例子。个人电脑的功能愈来愈强，加上网络的连接，早已把一些大型电脑所取代。而个人电脑中，不管 CPU 变得多快，个人电脑的体积已趋日渐变小发展的趋势（当然 CPU 芯片本身的体积已先变小），目前在美国最流行的笔记本电脑，就是顺应产品微型化而发展出来的。

电视的发展也是一样。为求视觉效果好，电视愈大愈受人欢迎，但大到某一程度后，占去空间太多也是一种浪费，因此现在电视已朝着平面化发展。很快的，无论是 30 英寸甚至更大的 40