

日本 vs 中国

——一盘没有下完的棋

姚 耀 著

「中国以令世人惊愕的速度和力度，在21世纪伊始取代日本成为GDP实际老二。回望日本走过的路和正在走的路，我们不应该小看它。中国和日本，博弈和纠结几乎是永远的主题，改革开放和高速发展，不单单是中国的专利。以文化魅力为代表的软实力，才能使我们永远屹立于世界民族之林。」

中国书籍出版社

日本 vs 中国

——一盘没有下完的棋

姚 耀 著

中国书籍出版社

图书在版编目(CIP)数据

日本 VS 中国：一盘没有下完的棋 / 姚耀著. — 北京：中国书籍出版社，2011.2

ISBN 978-7-5068-2358-6

I. ①日… II. ①姚… III. ①比较文化-研究-中国、日本 IV. ①G122②G131.32

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 259361 号

责任编辑/李玉荣 张叶琳

责任印制/孙马飞 张智勇

封面设计/周 义

出版发行/中国书籍出版社

地址：北京市丰台区三路居路 97 号(邮编：100073)

电话：(010)52257142(总编室) (010)52257153(发行部)

电子邮箱：chinabp@vip.sina.com

经销/全国新华书店

印刷/北京京丰印刷厂

开本/787 毫米×1092 毫米 1/16

印张/11.25

字数/160 千字

版次/2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

定价/28.00 元

版权所有 翻印必究

我很羡慕你是中国人(代序一)

本人与作者姚耀交往甚久,之前我们一起在日本最大的商社供职时,因为商业往来,出差去过四十多个国家。多年来我最深的感触是,中国和日本两国的关系无疑是最为关键和重要的,站在一个日本人的角度看,中日交往,对全世界都将产生巨大的影响力。

中国企业在日本市场,以及日本企业在中国市场,在它们的发展过程中,不断产生着各种各样的误解、疑惑和困难。加之媒体在一些问题上片面的推波助澜、狭隘的煽情表达,使两国人民互相之间的交流总会产生这样或那样的距离感。这种时候,在两者之间起到桥梁作用的专业人士就显得特别关键和重要了。

中国从“世界工厂”变身为“世界市场”的速度是前无古人的。外国企业必须充分理解这一点并在与中国的交往中随时、及时地改变自己的认知和战略。相比之下,欧美企业在应对这种飞速变化时能做到游刃有余、张弛适度,而日本企业却往往瞻前顾后、犹豫犹豫,很难跟上中国变化和成长的节奏。由此,在中国丧失商业机会的日本企业不在少数。

决策和迟缓的日本企业,近几年来总算出现了变化。以前,不管是已经进入中国的企业,还是尚未涉足中国的企业,除了这些企业的中国担当者外,决策者对“中国商机”的重视程度还是不够的,他们缺乏敏感的“中国嗅觉”,其中一些抱着先试试看的无所谓的心态……而现在,日本国内的产业结构严重缺乏活力、几乎所有的企业决策层都迫切而真切地感到:要做中国生意,越早越好!

这是一个令人振奋的趋势,但是,积极提速背后,问题也随之产生了。有的日本企业和日本人仍然抱着二三十年前的观念看待与之合作的中国伙伴,有的日本企业渴望一步登天、认为自己的产品和技术不需要经过艰苦和长期的经营就自然而然会获得市场的认可……造成很多积极进取的企业,在进入中国一段时间后陷入了高不攀低不就的尴尬境地。

总体来说,日本人对跨文化差异的认识严重不足,感觉单纯凭借前任的经验,或者比自己先到中国几年的日本人的传授,就什么都能搞懂、什么都能解决,完全丧失上世纪八十年代刚刚进入欧美市场推销日本时的敬业和钻研精神。

最近,中国媒体也在检讨快速成长中慢不下来的苦恼。浮躁,并非只是高速发展的新兴国家的专利,日本人和日本企业,要么蜗居国内无所事事、甘愿做“食草族”;要么冒

冒失地冲进中国这样的新兴市场，梦想着一觉醒来张嘴就能咬下一大块蛋糕……

我一直很同意姚耀“发明”的“1比9定律”。简单概括，就是一个日本人到海外，周围有日本人和中国人一起共事；中国人对他说的10句话里9句真1句假，日本人对他说话里1句真9句假，那么，最终那个日本人十有八九还是会相信日本同事。但是，中国人和欧美人不一定会这样，他们到海外去工作或生活，适应一段时间后，反而更愿意相信当地人的感觉。在给日本客户提供各种各样解决方案、提供策划方案的过程中，作者的“原作”往往会以我这个日本人的名义“粉饰”一下后传递出去，这样往往能得到更多的信任；尽管，我们的方案至今没有失败的先例。

其实，凭借作者的能力和表达，已经完全能够在日本众多企业家面前指点江山了，但谁叫我们是好搭档呢！

经常听到有人说“架起中日间友谊的桥梁……”之类的话。桥梁的构建不是那么简单的事情，要让人和车都能迅速安全通过的桥梁，其实属于稀缺品种，但愿更多日本人和中国人都能理解到这一点。

作为日本人，读着姚耀写的这本书，时而冒出冷汗、时而无地自容、时而又会感到一丝安慰、时而还会觉得振奋和愉悦……我不愿评价书中作者所提到的，关于中国的人和事；但是他所提到的关于日本的人和事，连我这样地地道道的日本人，都经常会发出“原来如此”的感叹。

我一直对作者说：“我很羡慕你是中国人！”作为中国人，姚耀一直保持着自我反省的清醒头脑，这让我这个日本人更加敬畏中华民族的精神和理念，表面上，中国人为当前的发展大业骄傲和自豪，但骨子里我了解他们其实非常清醒和现实。也许，姚耀先生选错行当了，当外科医生更合适些吧？

(日本)株式会社 A-commerce 代表取締役社長 & CEO

秋葉良和

2010年7月16日

写于东京港区赤坂

青出于蓝而胜于蓝(代序二)

我看着作者从小长大,早就知道他的文笔很好,却没有想到他现在还具有宽阔的全球视野和国际问题的观察力。全书主要围绕着中日两国进行比较和阐述,但是,观点和内容却是不折不扣的全球化。人类文明的发展是有规律性的,人类对这些规律的总结也总是很及时周全。人类文明发展至今天,已经到了一个不得不认真考量和反思的关键节点,不用故作姿态地强调我们要为后代留下点什么,单单眼前的和谐、低碳等课题,就足以让我们“废寝忘食”了。

我长期从事官方外交、民间外交和对美国问题的研究,曾短暂访问过日本几次,走马观花。以我之见,日本的确是一个比较独特的国家,它保守而又前卫、谦逊而又自傲……,是个矛盾的结合体。正如作者在书中阐述,日本给中国最大的借鉴和参照,绝对不是只像GDP数据这么简单。日本领导人可以频繁更换,经济发展时而起伏不定,但国家机器运作正常,社会生活有序依旧,百姓生活四平八稳,可以说是人类政治史上小小的奇迹。稳定、和谐、低碳等这些词组不花哨,却份量很重。本书引用了很多数据,数据是会过时的,但是数据引申出的观点、论述、哲理乃至分析总结,却值得我们反复地翻阅和思考。

中国日本是一衣带水的近邻,民间交往已有一两千年的历史,两国都经历过兴衰过程,相互了解应该远胜于中国西方。但遗憾的是,现在两国国民对于对方国家和社会的现状、文化习俗等方面还缺少了解,彼此存有“心结”。因此,促进两国人民的相互了解,进而培养友好感情,十分重要。认知中日文化和民族特性的异同是个重要的研究课题,而本书多少能够弥补这样的缺憾,让广大读者看到一个真实的日本、深刻的日本。

作者的文笔和写作,从小受到父母的影响和熏陶,但是,视野和思路却大大超越了他们,青出于蓝而胜于蓝,这就是我们国家和社会发展的永恒动力。

祝贺作者的好书出版发行!

卞庆祖

中国人民对外友好协会前秘书长

国务院发展研究中心世界发展研究所研究员

中国国际问题研究基金会美国研究中心成员

和平与发展研究中心特约研究员

2010年7月19日 写于北京

序

四大发明之外，中国人最伟大的发明其实是科举制度。

中国废弃科举制度多年，学童们的名次观念却从幼儿园就开始培养、愈来愈强了……

电话、英特网之外，美国人最伟大的发明是“全球化”，它给全世界下了个大套。套完日本，开始套中国了。

美国华裔笑星黄西有个经典段子：我儿子问我：“为什么我要学两种语言呢？”我告诉他，有朝一日他当上美国总统，可以用英文签署法案，用中文和债主谈判。

中国成了美国国债的最大债主，中国有钱了，国债收购的触角伸向日本和西班牙，大有超越当初日本经济腾飞时 SONY 等公司在美国纽约和好莱坞呼风唤雨的架势……

上世纪八十年代，邓小平同志第一次访问日本时，坐在新干线上感叹的是速度。而如今，随着日本新干线建设项目在越南立项的失败、中国高速铁路项目甚至把触角伸到了美利坚合众国（虽然只是传闻，但阿根廷等国的项目却是实实在在的）。三十年间，中国速度，成了超越和梦幻的代名词。

全球化成全了中国追根和超越的神话，同时也把中国推到了举世瞩目的风口浪尖，放眼世界，商品定价、贸易壁垒、失业率高高低低、地区冲突、非法移民，甚至世界杯的呜呜组啦，几乎每一件新闻、每一个新生事物，都会自觉不自觉地与中国扯上关系。

所谓世界老二，也是“套”的一部分。其实全球化之前，好几个世纪中国就是全球老大，现在被人忽悠着、追捧者，很快就将登上老二的领奖台了。

我们一直在追赶，当一个又一个对手被我们甩到身后，我们似乎忘记了超越的过程是追赶，追赶是艰辛的，超越是风光的；为了超越而超越，迟早会成为忘记过程的超越，迟早会成为没有追赶的超越，这种超越，缺乏内涵、缺乏基础，也不一定会长久。

其实，老三也好、老二也罢、直至所谓老大，美国和日本的孩子们在幼儿园、在小学中学的操场、在大学的图书室，根本没学会如何排名和计算。人家学的是知识和文化，学的是如何消化并融合这些文化，学的是如何做人做得更有滋味。

走的人多了，自然就有了路；

跨越的河流多了，自然就会了水；

名次排多了，自然就什么都不是了。

目 录

一 “老大”和“老二”	/ 1
二 世界老二的女人的追求	/ 4
1. 从 GDP 开始的数字游戏	/ 4
2. 日本女人的要求真的不高	/ 6
3. 民族自豪感的本末之间	/ 8
三 吐痰和晒衣服的文化内涵	/ 10
1. 高档社区里的尴尬	/ 10
2. 吐痰亦文化	/ 11
3. 中国人在跨文化交流中最缺乏什么	/ 13
四 中国的跨文化 VS 日本的异文化	/ 15
1. 跨文化的中日解释	/ 15
2. 日本的跨文化和软实力	/ 17
五 天皇的祖宗是朝鲜人还是中国人	/ 20
1. 日本天皇的血脉传了 126 代	/ 20
2. 日本武士本质上是贫农阶级	/ 22
3. 中日历史差异所引起的民族性格差别	/ 23
六 “看着碗里的,想着墙角的”	/ 25
1. 招待外国人的老套路	/ 25
2. 日本人的忧患意识	/ 26
3. 多此一举还是多管闲事	/ 28
七 中国员工饺子投毒 vs 日本员工自杀后的纸条	/ 30
1. 自杀者的遗言	/ 30

2. 日语里的“迷惑” / 33

八 没人答对的跨文化提问 / 33

1. 天皇穿的是什么衣服? / 34
2. 风度气概,不如科学和规范 / 37

九 东亚四国千丝万缕的纠结 / 37

1. 在韩国说日语的感觉很不错 / 39

十 引进消化的原生态化和简约化 / 39

1. 日本人与汉字 / 42
2. 汉字在日韩的不同境遇 / 44

十一 日本人对道歉和责任的理解 / 44

1. 汤里的苍蝇 / 46
2. 日本人道歉的实质和方式 / 47

十二 日本料理并非健康和品位的代名词 / 49

1. 日本料理的山寨成份 / 49
2. 饮食以外日本人长寿的原因 / 51
3. 中国乃至世界美食天堂的短板 / 53
4. 告诉你一些真实的海鲜知识 / 56

十三 世界老二的“高工资”和“高消费” / 58

1. 日本的胶囊宾馆 VS 中国“蚁族” / 58
2. 日本城乡和地区差异不大 / 59
3. 日本“富士康”现象的隐忧 / 63
4. 日本各行各业的收入一览 / 64

十四 北京“驴屎蛋”的大惊小怪 / 67

1. 在日本,扔东西比买东西难 / 67
2. 输在起跑线上的狗和马桶圈 / 69

- 3. 能源消耗增长为零的细节秘密 / 72
- 4. 环保和低碳之路不平坦 / 73
- 5. 环保和低碳应该少说多做 / 75

十五 尊重,来自坦诚和透明 / 78

- 1. 别把我们当大熊猫! / 78
- 2. 一次不寻常的默哀 / 79
- 3. 鬼子的涵义 / 81

十六 世界最大的市场并非消费者的天堂 / 83

- 1. 日本人为什么留在上海看病 / 83
- 2. 中日两国消费行为比较 / 85
- 3. 出口转内销只是权宜之计 / 88
- 4. 把最好的产品卖到中国 / 90

十七 感受中国力量 / 93

- 1. 讨厌而伟大的中国银行 / 93
- 2. 真切感受中国力量的存在 / 95

十八 水到渠成的“文化渗透” / 98

- 1. “汉办”和孔子学院 / 98
- 2. 中国有个“小肥羊” / 101
- 3. 不能仅仅依靠“孔子学院”和“上层路线” / 102
- 4. 阿童木和迪士尼没准更有腔调 / 107

十九 日本人永远活在“危机”之中 / 110

- 1. 财政收入世界第二 VS 希腊第二 / 110
- 2. 融入血液的危机感 / 111
- 3. 借亲戚家的钱,慌什么? / 114

二十 人才啊人才 / 116

1. 日本企业里的“假洋鬼子” / 116
2. 日本五年、中国一年 / 118

二十一 日本的“观光立国”很有底气 / 120

1. 日本政府差点为中国税务局打工 / 120
2. 日本人,比我们自己更看得起我们 / 123
3. 中国人在日本的“穷玩” / 124
4. 从《小兵张嘎》到《非诚勿扰》 / 126
5. 日本享受当“爷”的感觉 / 128

二十二 日本首富是卖衣服的 / 133

1. Fast Fashion 的日本式输入 / 133
2. 农村包围城市 / 135
3. 无穷无尽的细节 / 137
4. 这个 SPA 不是那个 SPA / 139
5. 奥巴马夫人的羊毛衫 / 142
6. 稻盛和夫 VS 柳井正 / 144

二十三 收购日本,从数字开始 / 149

1. 中国人喜欢的数字游戏 / 149
2. 学习中国、改革开放 / 153

二十四 日本的“反收购” / 157

1. 收购之后,跨文化管理缺乏腔调 / 157
2. 学习中国 改革开放 / 159

编后记:速成后的老二不应该小看日本 / 166

中国以火箭飞天般的速度，创造了人类历史上经济腾飞的奇迹。2010年7月15日，中国国家统计局公布，二季度实际GDP增长10.3%，连续第三个季度实现两位数增长。日本一家民间的经济研究机构预测显示，中国2010年1至6月以美元计名义GDP可能已超过日本。

中国上半年的名义GDP为5.52万亿美元。而经济学家对日本同期名义GDP的预期均值为5.26万亿美元。预计中国2010年全年的GDP肯定会超过日本。

在我们即将以GDP总量以及奢侈品消费总额等数据落座世界老二位置的时候，不少人面对目前暂时的世界老二——日本，多少有些许得意和不屑，想象着日本酸溜溜的落魄感。日本，就像它所在的地理位置，孤零零地镶嵌在太平洋上，不管是经济还是政治，似乎与世界老二的位置渐行渐远。

其实，大多数日本人并不关心世界排名，他们的文化体系里，从小就缺乏类似排名的概念，甚至在小学里，为了体现公平和博爱，教育当局是禁止出现成绩排名这种“拙劣行径”的。日本有自己的问题，日本人有比世界排名更重要的话题。

日本饱受老龄化、经济停滞、收入差距加大等诸多世界性经济

难题的困扰,但总体来说,其国民收入和财富分配还是比较平均的。日本人本质上对 GDP 被中国超越真的不感兴趣。GDP 文化在日本的市场并不是很大。何以见得?

1840 年,中国(清朝)的 GDP 占世界的 33%。大于当时美国和欧洲 GDP 的总和。同时期最大的殖民帝国——大不列颠的 GDP 只占世界的 5%。可是,中英鸦片战争的结果:GDP 第一大国面临的是屈辱的赔款和割地求和……

1894 年,中国(清朝)的 GDP 是日本的 9 倍。甲午战争的结果:台湾被割让、赔偿相当于日本 GDP 总量 7 倍的白银……

多少个世纪以来,中国一直是世界的老大。近两百多年的屈辱过后,反弹的力度很大,很多时候,我们自己表现得太过大惊小怪,这样有点缺乏风度。十九世纪末到二十世纪中叶,那个叫日本的岛国一直是中国最刻骨铭心的敌人;而自从上世纪八十年代邓小平坐上新干线并感叹它的速度那一刻开始,日本又变成了我们追赶的主要目标。当世界老二的位置即将被我们占据的时候,我们的眼光应该放得更远。若干年后,不管我们是否真如所愿在很多指标上重返老大的位置了,都应该回头审视一下 2009 年开始的、与隔洋相望的日本的老二之争。

中国最大的问题在于:这么多世纪以来一直都是事实上的世界老大,但当时中国人自己并不知道,即便知道了估计也没什么反应。而当我们从人见人欺的“东亚病夫”一跃而成世界老二的时候,尽管媒体和舆论连篇累牍地热议追捧,很多身处其中的国民百姓并没有体会到世界老二给他们带来的实惠和潇洒。

老二的意义和所能受到的尊重,难道只是那些出访海外的政府官员、在免税店大肆采购名牌的观光客的专利?在法国以只知道埋头做生意的温州人为主的华人团体,终于明白了财富和名牌之外,还要有点别的资本;他们刚刚学会除了出钱不出力的走过场式的息事宁人外,亲自动手设计和分发游行用统一 T 恤衫、用集体的力量向法国当局示威抗议,也是赢得尊重的方法之一……



▲ 被西方人称为“天下第一大富翁”的伍秉鉴。2001 年,美国《华尔街日报》统计了 1000 年来世界上最富有的 50 人,有 6 名中国人入选,伍秉鉴就是其中之一。据 1834 年伍家自己的估计,他们的财产已有 2600 万银元(相当于今天的 50 亿元人民币),成为洋人眼中的世界首富。



中国和日本,是世界历史舞台上一对无解的邻居、对手、伙伴和冤家。

一个印度朋友对我说:“一般我们印度人看不出日本人和中国人的区别,我们很奇怪,这么相近的两个民族,很多经济数据占据世界第二第三位的两个国家,老天太宠爱你们了,所以要让你们之间多一点故事……”

岂止是印度人,非洲人、欧洲人、美洲人……很多“洋人”乍看是无法区分日本人和中国人,但稍微深入一些,从细节、从穿着、从文化、从言谈举止,还是会体味出太多的差别。

在日本人眼里,当前中国人以经济活动为中心的举手投足,其实与美国人更接近一些。

很多 50 岁以上的日本人,亲身经历过与当前中国经济腾飞差不多的梦幻周期,上世纪七十年代到八十年代的日本,只要肯干,满地都是机会和金钱,从一家人合用一辆自行车到几乎每人一台小轿车;从战战兢兢地踏上欧洲的土地推销收音机到牛哄哄地大肆收购海外的矿山和农场……一步登天之后,房地产泡沫破裂,巨大的落差,在日本这样一个各方面矛盾和关系被均衡到几近完美的国度总算没造成什么混乱,但死水微澜的氛围,也让日本人自己感受到莫大的沉闷和压力。也许,与其说日本人在关注世界老二易手的过程,还不如说是在耐心等待中国坐上老二甚至老大交椅后主持家务的难堪?日本人有幸灾乐祸的机会吗?至少从目前来看,这是个无解的迷局。

不管怎样,磕磕碰碰的中国和日本,二战之后,都成为世界上举足轻重的经济力量。当中国的火车头风驰电掣、风头正劲地领跑世界之时,日本至少可以作为我们侧面的一面镜子,让我们能随时审视火车的车况,发现潜在的隐患。



1. 从 GDP 开始的数字游戏

2010 年 5 月的数据表明,2009 年中国奢侈品市场增长了近 12%,占全球市场份额的 27.5%,其中 50% 的奢侈品消费是送礼。中国奢侈品消费已超越美国占据世界第二,预计 5 年后攀升到世界第一,达到 2480 亿元人民币。

奢侈品消费世界第一是谁? 日本。

2009 年,日本的 GDP 勉强超越中国维持世界老二的地位。

绕来绕去真麻烦,简单概括:

2009 年	第一	第二	第三
GDP 总量排名	美国	日本	中国
奢侈品消费排名	日本	中国	美国

2010 年,GDP 和奢侈品消费中国都可能成为老二,但可以肯定的是,中国奢侈品消费成为世界老大的速度绝对快于 GDP 的增长! 中国经济的快速增长,其实对海外品牌和商品的贡献最大。

2008 年北京奥运会之后,中国的这两项数据似乎非常扎眼。



还有雷人的消息,趁着 2010 年世博会的春风,路易威登在上海的陆家嘴和淮海中路纷纷开出硕大面积的专卖店——包括原来南京西路的总店外,似乎每个新开的地点都被业主宣传为“旗舰店”。同时,杭州、沈阳的路易威登专卖店的营业额,也一直在与上海的较劲。在法国、意大利、英国等世界奢侈品牌的大本营,很多品牌店和百货店只要遇到大批中国游客,便堂而皇之地关门“谢客”、对举办“中国游客专场”乐此不疲。

奢侈品,在中国和 GDP 一样,彻头彻尾地“被文化”了。在中国,原来代表个人品位和身份的品牌,已经成为一种“全民装备”了。其实,大可不必对高档住宅小区里遛狗的保姆所提的 PRADA 包说三道四,借用一位意大利食品出口商的话:“按照我所见过的中国朋友的喝酒方式和经营网点,XO 这样的白兰地早在 5 年前就没库存了……”。同样,德国也是世界上最不应该对中国指手画脚的国家之一,宝马在慕尼黑和美国工厂的工人们,为中国陡然增长的订单加班加点——别忘了,这是在德国加班!

从 GDP 说起,是 2010 年之前中国人特别喜欢的方式,2010 年之后,因为和谐社会的理念无数次地被强调、因为富士康自杀事件和中国本田工厂工人罢工事件,中国人开始更注重人均的概念了。

2009 年,日本 GDP 50500 亿美元,人均 40725 美元;中国 49000 亿美元,人均 3770 美元。

2009 年,日本 GDP 仅超我国 0.16 万亿美元,勉强保住了老二的位置。海外媒体一致认为日本要感谢中国经济拉动,日本保住第二沾了中国不少光。2009 年中国对日本的进出口总额为 2288.49 亿美元,其中出口总额为 979.11 亿美元,进口总额为 1309.38 亿美元。“日本还是第二”,这句话迅速成为日本以及各国媒体报道日本 GDP 数据时用得最多的话。

日本虽保住了“老二”的位置,但与中国的差距再也拉不开了。日本共同社报道称,日本内阁表示,目前可以基本肯定,2010 年日本将被经济高速发展的中国超越,让出保持了约 40 年的世界第二经济大国的位置。日本第一大报《读卖新闻》显得更为客观、实际。该报发表的题为《双重担忧困扰日本经济》的文章称,刚公布的数据显示日本经济持续缓慢复苏,但是并不能说明日本经济增长势头强劲,日本经济“孤芳自赏”的日子已经一去不复返了。而中国这一“对手兼朋友”在 2010 年的任何时候都有可能超越日本。

同时,日本网友这样评论:

1. 中国经济强劲也会在一定意义上对日本经济有正面影响,我对其发展很乐观。
2. 看来中国明年肯定超过日本,中国那么大,超过日本是必然的事情。
3. 就算中国成为了世界第二,按人口平均值算,与日本还差得远呢。
4. 我对日本经济很有信心,现在大背景这么差,还能居第二,很了不起。
5. 日本表现真的很不赖啊,居然还能保住第二,了不起。

事实上,与中国渐渐偃旗息鼓的 GDP 论相对应的是,日本国内,除了政客和大企业的经营

层,绝大多数民众对世界老二地位之争的态度是非常冷淡和平静的。日本也经历过梦幻般的经济腾飞、经历过农民到海外旅游时狂扫欧美名牌的风光、经历过在美国好莱坞和纽约大手笔抄底的狂喜、经历过房地产泡沫无限膨胀后的破裂,其国民在对待“国家数字”和“国家排名”的时候,更多地选择了与大和民族团队精神完全相左的个人主义的静默方式。

2. 日本女人的要求真的不高

众多的数据中,列举一项:东京某银行在 2009 年春天实施的一项调查结果显示,未婚女性中,

希望男朋友有 100 万至 300 万日元(约人民币 7.5 万元至 22 万元)存款	25%
希望男朋友有 300 万至 500 万日元(约人民币 22 万至 38 万元)存款	18.6%
没有存款,只要有稳定工作就行	56.4%

日本 30 岁前后的男性的年收入一般为 400 万日元左右(人民币约 30 万元)。这就意味着,日本 40% 左右的女性只希望男友有年收入一半的存款就可以了。这项名为《男女的金钱感觉调查》还显示,未婚男性中,对于女友的存款问题,有 36% 的人认为:“没有负债的话,没有存款也问题不大”,位居第一位。同时,有相当一部分日本男性认为,结婚的话没有存款也不是什么问题。

很难想象,一个人均 GDP 高达中国 10 倍以上的国家的女性,对待婚配对象的要求竟然那么“低”!借用周立波海派清口的“腔调”和说法:“作为世界老二的日本,女人怎么这么没有腔调!”。在中国,《非诚勿扰》、《我们约会吧》、《为爱向前冲》这些电视相亲节目中,女性的拜金程度绝对是日本女性的十倍以上。

日本父母一般生育 2 到 3 个孩子,孩子一旦踏上工作岗位,除非家庭条件特别优越的大户人家,父母给予孩子经济上的支持几乎为零。中国的情况呢?根据中国结婚产业调查统计中心公布的最新数据,在我国城镇,如果算上购置新房和新车的费用,每对新人用于结婚的花费平均高达 56 万元。请注意,这是 2006 年的统计数字,同



▲ 上世纪红遍中国的日本电视剧《排球女将》中小鹿纯子的扮演者荒木由美子,在事业当红之时出嫁。婚后婆婆病倒,她决然放弃明星的地位,数十年悉心照料婆婆、担负起家务的重担,这在当今的中国是不可想象的。