

# 下一场战争是超越日货

本报记者 郑雷

“看看现在的日货,还剩下多少是不能取代的?日本电器已经全面溃败了,日本车也没有以前那么风光了。前几天刚劝一个朋友放弃了日本车,抵制日货没有那么难的。”

——网友

“核心的技术在别人手里,我们没有定价权的。中国市场够大,这对日本企业有很大的吸引力,他们也会做出让步;但核心的东西,他们绝对不会让。”

——赵晓(车企研发人员)

“一定要跟日本斗争,跟美国斗争。我们现在想生活得更好,有更多的物质财富,能够享受像西方发达国家一样的生活水平,那么我们也需去拿资源、拿市场、拿技术,那么必然跟他们发生冲突,这实际就是经济战争。”

——白益民(日本问题研究专家)

## 还剩下多少是不能取代的?

9月下旬,就在日系车销量大减,丰田在华工厂频频传出停产的消息中,赵晓和他的同事坐不住了。

这些德系车企的中国雇员们,正在为从日本进口的汽车零部件能不能准时到货发愁。

赵晓是奔驰在北京公司的研发工程师,他所在的部门,专门负责汽车导航娱乐系统。在中国组装的奔驰车,一些核心零部件都是从日本进口的,车上的导航系统,就是由三菱公司提供的。

让赵晓和同事稍微安慰一点的是,这个时候,不光是他们一家着急,美系、法系车企也都在抱怨,从日本进口的零件进货速度慢,在中国的合资公司生产受到影响。

这样一幕场景,几乎再现了去年日本大地震后,各家车企急需日本零部件时的难熬滋味。

事实上,在电子控制元件、电子控制模块以及自动变速器三大关键汽车零部件上,全球市场几乎被日本垄断,无论是日系车还是欧美系车都不得不依赖日本制造。

在半导体、微芯片、发动机控件、ABS、安全气囊等高附加值零部件方面,日本也保持绝对优势。

为了防止技术流失,这些零部件的生产基地几乎全部在日本国内,这就导致2011年日本大地震后,由于生产这些零部件的企业停产造成供应紧张,曾将整个全球产业链推向断链的边缘。

而事实上,不管是日系、美

系或是法系、德系车在中国的生产企业,零部件存货量都不大。如果到货不及时,势必影响在中国的生产。

据中国汽车行业协会统计,与上年同期相比,9月份,日系汽车销量下降40.8%,德、美、韩和法系车销量分别增长13.8%、15.1%、9.4%和9.2%。

赵晓曾经的“老东家”丰田公司9月份在中国的销量同比下降了40%,而完全从日本进口的三菱汽车,9月份在中国才卖了2340辆,同比减了六成多。

网上弥漫着一片乐观情绪:“看看现在的日货,还剩下多少是不能取代的?日本电器已经全面溃败了,日本车也没有以前那么风光了。前几天刚劝一个朋友放弃了日本车,抵制日货没有那么难的。”

## 可怕的正是这些“隐形日货”

但在圈内人看来,德系车销量的增长似乎和“抵抗日货”关系不大。

“今年宝马卖得特别好。”赵晓的同事李毅说,在高档车中,德国车一向比日本车卖得好,日本车竞争不过德国车。

赵晓的朋友和同事大部分是“80后”,在这场由日本“购岛闹剧”引发的全国性的抵制日货的风潮中,大家观点截然不同。

“我不抵制日货,谁做的东西好我就买谁的,我只抵制假货烂货。”

“只要功能差不多,我就不买日本的。手机我就不买iPhone,不买三星,我就买HTC,因为一个是美国的,一个是韩国

的,一个是中国台湾的。”

“那你干脆买小米好了!”

“我刚才也说了,不能一口气吃成一个胖子,国产机和外国的还是有很大差距的,我们慢慢来,等我们发展起来还怕干不过他们!”

赵晓刚花了4900元给女朋友换了一款iPhone4S。他一点都不觉得iPhone是美国货:它是在美国设计的,在日本制造关键零部件,在韩国制造最核心的芯片和显示屏,再由中国台湾厂商供应一些零部件,最后在中国内地的富士康工厂里组装,然后空运到美国。在一款iPhone4S手机上,从液晶面板、相机模块,到闪存、无线LAN/蓝牙模块等关键零部件,就包含了东芝、夏普、索尼、村田制作所、TDK、精工爱普生等多家日本供应商。

难道连iPhone也要抵制么?从心底里,赵晓很鄙视那2200名去日本旅游的中国人。

“他们太没有骨气了。这个时候去日本,不就是图个便宜嘛。任何时候都是国家利益至上,打死我也不会去日本旅游。”但在产品竞争中,他认同“谁做得好就买谁的”这个全球化产业链下的游戏规则。就拿汽车上装的这个导航娱乐系统来说,沃尔沃用的是电装(denso)公司的产品,奔驰用的是三菱的,奥迪是爱信AW公司,宝马是阿尔派(alpine)公司。

“这四家都是清一色的日本企业。”在赵晓眼中,丰田、索尼、松下这些公司并不可怕,可怕的正是这样掌握了核心技术,而对于中国而言又找不到可替代产品的“隐形日货”。

(下转2版)

B03·封面故事

## “抵制日货”这一百年

B03·封面故事

## 这个时候去不去日本游?