**中国威胁（一）：我们到底出口了什么  
  
    太湖污染，香港人最关心的大概就是今年大闸蟹的情况了。听来凉薄，却也是事实，而且这螃蟹问题不只影响了食家的口福，还有一连串蟹农、中介商、出口商、零售店与食肆的生意。最惨的是有些国际媒体也很关注太湖，很不巧，这正是全球都把焦点放在中国食品，乃至于一切其他中国产品安全上的时候。**

**前一阵子，国务院副总理吴仪率团赴美经贸谈判，还真是件大苦差。因为这个谈判的对手不单是面上的美国政府，更是背后那日渐庞大的反华情绪；所以吴仪等人必须两面作战，一面和对方官员算账本，另一面则要软化从四面八方袭来的“中国威胁论”。平常谈到“中国威胁论”,我们想到的总是中国军力的扩张、中国正在抢夺美国工人的工作和中国倾销货物等种种不理性的指责。然而，这次中美经贸谈判却隐隐出现了一种最新版本的“中国威胁论”，而且还是中方最难招架的一种，那就是美国农业部长约翰斯在会谈首天提出的食品安全问题了。**

**其实，早在“毒牙膏”和“有毒宠物食品”事件之前，美国学界就已开始担心中国会不会向全球输出问题产品了。最明显的例子就是美国加州大学尔湾校区教授彼德·纳瓦楼(Peter Navarro)那本耸人听闻的新著《来临中的中国战争》(The Coming China Wars)。他假想了许多诸如中国假冒疫苗如何害死全球人民之类的可怕情况，更断言中国的污染也将“温柔地杀死”全世界，可说是这类新版“中国威胁论”的代表作。**

**为什么说这种“中国威胁论”不好招架呢？原因之一就是人家说的并不是全错。过去几年来，有关假酒、假药甚至假鸡的新闻可说无日无止，这是全中国都知道的事实。中国既然是世界工厂，我们凭什么说那些有毛病的产品都只供内销，而好东西却都出口了呢？**

**更大的难题在于产品安全的问题其实不是一个问题，而是一长串的问题组合。略过出口产品检验这第一关不谈，中国产品其中一个最让人诟病的地方就是它的质量不稳定，第一批货过关不保证以后每批货都合格，所以许多老外现在就有大把理由要在中国产品身上施加更长期更严苛的质检程序。为什么会有这种情况呢？说起来简直就像现代中国企业管理文化大分析，可以十分长篇，简单地讲就是生产和管理水平的不足，和它们背后的营商原理。**

**好吧，就算中国商人全都童叟无欺，不卖假冒伪劣产品，并且极力维持生产标准；而工厂管理阶层和原料供货商也都成了尧舜，绝不偷工减料掉包冒充；我们还是要面对一个非常棘手的难关，那就是环境问题了。大家都知道，环境污染可以直接影响依赖环境的原材料生产，尤以食品为最。之前炒得很热的“宠物食品事件”，问题不就是出在原料上吗？现在的太湖污染事件也应放在这样的背景下考察。湖水水质恶化，包括大闸蟹在内的水产自然也就难逃一劫。然而，这湖水的问题真的就只是官方所说的“天气炎热，水位下降”那么简单吗？**

**每逢自然环境出现变化，许多地方政府总是本能地把它解释成人力不可阻挡的天灾；可是每回大家事后细究下来，就常常看见人为的痕迹。或许我们仍然没有直接证据指出太湖的蓝藻暴增与湖边工业发展的关系，可是，湖畔居民都晓得原有的竹林几乎殆尽，他们都目睹了十几二十年来无锡工业化的猛进，也同时感受到了本来歌曲里“又香又甜”的太湖水怎样渐渐变得又臭又浊。**

**为什么明摆在眼前的环境恶化，大家却像久入鲍鱼之肆，慢慢习惯以至于麻木了呢？这自然又是为求经济增长而不顾环境代价的粗放式发展的结果。可是难道官方和民间就没有一个人是清醒的吗？倒也不是。曾经被中央电视台列为2005 年“感动中国”候选人之一的吴立红就曾奔走多年，为太湖的污染多番投书鼓呼，还赢得了“太湖卫士”的称号。可惜他后来被告“敲诈勒索”，近日即将出庭受审。**

**这一路说下来，我们就明白中国产品安全问题的深远了，以太湖大闸蟹的个案为例，它背后牵扯到了无数人的生计、环境的恶化、发展策略的失衡、政府权责的行使、民间监督的有无等多重环节。这就是产品不安全这个新版中国威胁论难以应付的原因了，它不只是外交层面的课题，也不是光靠经贸谈判就能处理掉的项目，它涉及了太多中国内部的困难。**

**国际社会一旦形成了中国食品和产品都很危险的印象，不只拆解起来很棘手，各种保护主义和主张对华贸易壁垒的声音也会变得更加雄壮。这个局面的出现，恐怕是一般地方政府难以预料的，但我们都必须承认这是一个内政和外交的边界越来越模糊的年代。  
原题为“中国‘威胁’的不只是饭碗”，刊于《南方周末》2007 年07 月25 日**

**中国威胁（二）：外国人的生命就在我们手中  
    中国到底有多可怕？“因为世界各地的经济活动大量外移往中国，包括美国在内，所有国家的中产阶级都因此毁灭，因为中产阶级工作机会随着外包机会消失了。”这是著名经济学家、麻省理工学院史隆管理学院前院长梭罗(Lester C.Thurow)在他近著《当中国成为第一》(台湾《商业周刊》1024 期)中的一句话。这句话精简准确地把自从《世界是平的》一纸风行以来的全球共识，用相当骇人的方式说了出来：中国是全世界中产阶级的大敌。**

**外包当然不是什么新鲜事，只不过现代资本主义发展史上从未见过有任何一个国家可以独自吞噬那么大量那么多样的工作机会和工作程序。今天的中国以一国之力吸纳了二三十年前由东亚四小龙等新兴工业经济体瓜分的市场，它又怎能不成为众人注目甚至怨恨的巨大目标呢？你以为中国只能生产低端消费品吗？2007 年初，当英国名牌服饰商Burberry 关掉它本土最后一家工厂，宣布将全部生产线移往中国之后，大家就知道中国的潜能远在意料之外了。**

**对很多经济发达地区的受薪阶级来讲，他们面对的是一场严酷的竞争。以一个普通美国工人为例，虽然“没有阶级的社会”早就成了一个褪色的神话，他可能还会在民意调查里面声称自己也是“中产阶级”；但现在他发现和他抢饭碗的原来是大洋彼岸一批住在条件差劣的宿舍里、月薪只有一百美金左右的中国人，他能不直觉地生起一种解释不清的不公平的感觉吗？如果他减薪了，甚至失业了，你觉得他会相信“中国正在倾销产品”还是“经济正在转型”？哪种说法更直接、更简单、更明确呢？**

**这种切身的经历和原始的感受正是一切中国威胁论的基础。相比之下，所谓的中国军事扩张和“中国式殖民主义”根本就是小儿科。建基于这样的感情基础，“中国操控人民币汇率”的说法才会拥有巨大的市场；就算有再多的经济学家力陈利害否定简化，但还是有很多政客要求中国加快人民币升值的速度。可见，要化解中国威胁论绝对不是一种简单的宣传工作就可奏效，即便中国政府喊出再多的和谐口号，从和谐社会一直和谐到全世界，你一天消除不了人家那种最切身的不公感，它就总会改头换面找到第二个出口。果然，这个新口子出现了。**

**最近中国产品的安全问题成了全球媒体的焦点。上一期的美国《新闻周刊》更以此做了个封面专题，把读者的视线从中国出口的商品拉向中国内部的市场，似乎是要告诉大家“毒牙膏”和“毒宠物食品”还不算什么，中国老百姓自己过的日子才叫苦呢，从食水到空气无一不毒；中国真是一个冒险家的乐园，危机四伏，你买的东西几乎没有一样是可以完全信得过的。**

**在这片“中国产品威胁论”的浪潮中，最高兴的大概就是那些正被“中国消灭的全球中产阶级”了，尤其是那些被“中国价格”压得抬不起头来的厂商，他们终于找到喘口气的机会了。过去这些厂商和工会利用的是“人民币汇率被操控”和“中国政府透过出口补贴搞倾销”这些理论，向政府和政客施压，要他们出头干点事。但是这等说法一来会招惹“保护主义”之讥；二来又明显和消费者的钱包有矛盾，因为中国货确实是便宜，你凭什么要大家为了你的饭碗多花几块钱呢？**

**现在可不同了，这批厂商和他们雇员的饭碗问题首度和消费者那碗饭本身结合起来；中国货不只威胁工人饭碗，还威胁到所有消费者的生命安全。这种最新版本的中国威胁论固然也可以用作游说政客的利器，要他们对中国产品施加更严格的检验程序(美国已经有国会议员这么提倡了)；更厉害的是它直接诉诸消费者的个人利害，能够渐渐形成中国产品不可靠的普遍印象。换句话说，它的对象不再是政府高层，而是普罗大众。因此对付这套新版威胁论要比对付老式的威胁论难多了，它不只是谈判和游说的技巧问题，而是深远广阔的信心问题。**

**更不妙的是一定有些商家会借此推波助澜，把它变成促销自己产品的商机。早在中国渐成世界工厂之初，就有个别欧美厂商打出“本地制造，质量更好”的旗号了，这也呼应了许多企管专家的建议：对付中国价格的唯一出路就是转型，若要坚持制造业，就得迈向更高端的市场。如今的中国产品安全问题等于为他们卖了一场免费广告，使他们省下不少工夫，自动造成一个市场区隔，换了是我们自己，能不利用到底吗？**

**国家质检总局在中国“毒牙膏”传闻初起之时，立场站得十分坚定，不只屡次出面澄清，还要香港特区政府放行那几个被禁入口的牙膏品牌，差点引起有关一国两制的权限争论。这种反应是典型的防御性反应，人家批评我们了，首先就得自卫。有关部门所持有的自卫理由是那些牙膏的二甘醇含量没有超出国家标准，对人体无害。但问题是，就算它们符合你的标准，却不合人家外国的标准呀。这种解释不只没起到任何作用，反而还变相地公告全球，我们中国的产品质量标准就是和你们老外不一样，而且是低一点的标准。果然过不了多久，质检总局又下令禁止牙膏使用二甘醇了。**

**这个故事的教训是中国的产品要想出口的话，就不能只是关起门来按自己的规矩办事，还要看看那些进口国的标准。在这风雨飘摇的非常时期，中国不只要参考各项产品的外国质量标准，更要不怕采用国际上最严格的指标，唯其如此方能挽救“中国制造”的声誉于水火。这是个资讯流动四通八达的时代，外国传媒要揭发中国产品的问题并不困难，他们只要定期翻译中央电视台的节目就行了。按照传统习惯，官方也许会感到一种轻巧方便的诱惑，那就是直接严管少数传媒，而非严控数之不尽的产品，似乎只要医生都闭上嘴，病人就好像很健康了。**

**针对这点，英国的《经济学人》周刊最近也发表了一篇报道，明智地指出，只有越多的传媒监督，中国产品的质量才会越有保证。他们甚至叫读者要做好心理准备，随着中国政府决心的增强，短期内必将爆出更多的骇人丑闻。然而，我们却不应该从此彻底丧失信心，反而要把那些与日俱增的坏消息看成好兆头，因为它就像一场痼疾的彻底爆发，重药治症总比苟延残喘来得好。**

**其实战后的日本,以及1970 年代末的台湾地区与韩国，也都分别做过次货的代名词，当时的台湾甚至因为冒牌产品的盛行而被人称做“海盗之岛”。但是它们后来都成功地扭转了形象。日本汽车的工艺水平如今甚至远远超出了美国老大哥，广受美国消费者认可。参考这些地区走过的道路，我们就会发现，力求最严格最完美的质量标准，坚持更开放的更自由的舆论环境，就是回应中国产品威胁论的王道妙法。  
原题为“中国‘威胁’的不只是饭碗”，刊于《南方周末》2007 年07 月25 日﻿**