

本文来自微信公众号：行走无声，作者：大隐山客，题图来自：视觉中国
题目没想好，有些标题党。最近一段时间，后台有读者希望我讲讲贸易摩擦关税壁垒什么的。我一直觉得没什么很好的角度，因为叙事已经定了调，怎么说都在框架里。再者长期以来我就很不喜欢宏大的角度，比较关心具体的人，所以也就没想谈论什么。但今天接了一个小活，国内某制造业大省的某市班子成员来西欧国家公务考察，我作陪同口译。活动过程中有些思考，写出来不妨抛砖引玉。

之前在联合国的时候，如果有国内部委的代表团参访，我会去做会议口译，也就是同传和交传。但相对于一板一眼需要斟酌词句，精准传递信息的会议口译，我更喜欢商务陪同翻译。这里面的很大不同在于，商务陪同翻译的双方，是有直接需求和明确目的的，会更加“务实”，也因此信息的传递上，翻译可以根据谈话场合、双方的氛围和节奏进行适当控场。很多时候囿于参观方和接待方的位置不同，关注点也不同，尽管逐字逐句翻译都很准确，两边也容易鸡同鸭讲。因此翻译要清晰地理解双方的真实需求和沟通目的，帮助双方对齐，更像是“记者”而非翻译，自由度和灵活度更高。

作为商务陪同翻译，每场活动下来我总是收获颇丰，因为这种商务活动往往能够亲历生产或市场一线，从更高的视角看到整个行业的全景的同时，又直观感受一线的需求和问题，是增长见识的非常好的机会。

（以下为正文）

正式讲讲这次的活动收获吧，记个流水账。

接待方是一家纺织厂，旗下八个品牌，实控人是一个欧洲家族财团，业务和工厂遍及全球。这家公司主要产品是纺织品，包括床上用品、窗帘、枕套等等，目前市场份额占欧洲第一。之所以这几位出访，是因为这家公司刚在该市投资了 2000 万美元建了一个工厂，所以这几位来联络看看是不是能跟欧洲总部搞好关系，希望未来争取更多投资和合作。这里信息都匿名化处理了，虽然聪明的读者估计根据这些已经知道是哪个省，但我想重点还是放在后面吧。这是背景。

1. 会前，外方公司管理层跟我闲聊，聊到贸易战，他说他理解中国目前的处境，但相信这是暂时的。“大家的目的都是为了挣钱，如果对中国‘霸凌（原话）’妨碍到大家赚钱，这事儿就必然成不了。”

2. 公司销售的产品，一半是由中国生产的成品运输到欧洲，另一半是从中国运输原材料到比利时，在比利时进行生产然后销售往全欧。
3. CFO 告诉我这样做是公司的一种销售策略，既不会因为 made in China 损失掉一部分客户，也不会因为 made in Belgium 损失掉另一部分。“横向上，我们需要保证我们的产品覆盖更多的用户群体。产地不是重点，重点是我们会有什么客户。”（但其实隐性的东西没有讲，这里的隐含意思是，产地不同，客户群体不同。尽管原材料和标准一致，仍然可以定价不同。）
4. 纵向上，该公司通过打通上下游来减少成本。因为在比利时，制造业成本尤其是人工成本很高，同时不像中国一样能够形成以镇为单位的制造业集群效应，再叠加物流成本，非常不划算。因此，公司只能自己完成从原材料进口，纱线染色，纺织成品，包装，销售的整个环节。
5. 我猜测这家公司产品销售渠道更多的是 toB 而不是 toC，因为了解到他们两条产品线的销售团队加起来一共不到 20 人，且分布在全欧，最小化费用支出。
6. 对公司来说一年最重要的几个活动，是一月在德国，四月在意大利，下半年在伦敦和曼彻斯特的四场展会。展会基本上是它们公司的客户增长的绝大部分来源。跟他们聊完之后，我意识到制造业的源头工厂，获客和 ToC 的企业还是有很大不同，以前的理解还是很片面甚至狭隘。所以当了解到这个，就理解了前两天网上流传的某红头文件的意思了。
7. 贸易战对于这家公司的影响，目前看问题并不大。因为这种家族财团，最擅长的就是全球布局。在中国的老工厂 2006 年就投产运营了，这将近 20 年间，亚洲的工厂逐步扩展到马来西亚、印尼和韩国几个点，而本着哪里便宜哪里采买的策略，始终在全球范围内寻找主渠道和备用渠道，再加上北美部分属于其他的法人主体，工厂和原材料都在美洲，因此贸易溯源基本是清晰且可分隔的。

8. 公司虽然在欧洲市场份额第一，参观一圈下来的感受真的像是 Peter Thiel 所说的：**世界上只有两种生意——处于完全市场竞争的公司和处于完全市场垄断的公司**。很不幸，纺织业目前看似都是处在完全市场竞争当中——设备一半来自中国（生产设备没有门槛）、原材料绝大部分来自中国（生产原料没有门槛）、纺织行业本身行业内部门槛不高（生产技术没有门槛）。因此对于这样的传统制造业来说，龙头企业似乎只是因为资金规模大再加上入局早有先发优势，而想要在愈发激烈的行业当中，不断保持利润，似乎只能是极致缩减成本 + 增加销售。
9. 极致缩减成本的结果就是，在中国以及其他低劳动力价格、近原材料产地地区不断增加投资，或者是将高污染高能耗产线远离高碳税区域；增加销售的结果就是，公司不断扩张业务线和产品种类，通过三级价格歧视进行细分市场销售。
10. 某一把手提到，希望对方能多来中国设厂，增加投资，如果有任何商务活动的需要，当地会尽全力配合。该公司的 CFO 表示，中国这边一点问题都没有，从项目立项、落地到投产，不到半年时间，各部门配合非常顺滑，对接顺畅。这在欧洲是不可能的，在比利时，这样的项目没有一年的时间，审批都不可能通过。
11. 其实聊到这个地方的时候我还是挺感慨的。考察参观全程，对于整个纺织的流程、设备、原料处理工艺工序，这几位 80 后的干部都非常清楚，出乎意料。这并不是说我之前工作当中，见到很多层级的人，看多了某些省份老爷们的架子和派头，所以有刻板印象。而是这几位干部，除了一把手外，几个都是人才办、组织部这样的部门，非业务对口。所以能对哪怕是辖内工业企业的专业懂得一些，也至少说明都是务实派。姑且让我有个刻板印象吧，就是这个省确实不一样，无怪成为制造业大省。
12. 目前困扰这家公司最大的问题其实是物流和仓储。原本从中国采购，从下订单到货物卸货到仓，周期是 4 星期。但红海冲突使得原本海运路线延长了 3 到 4 倍，现在的流程平均周期是 16 星期。这一方面对供应链产生了挑战，另一方面仓储成本更高。CFO 提到，下个礼拜，就有 24 个集装箱到港，下个月又陆陆续续有集装箱到港，原本非常有序的货物交付批次现在变得随机且不容易掌控。

(巨大的仓库里堆的全部是中国运来的成品和半成品，但不知道为何没有考虑采用数字仓储)

13. 回到贸易战。从这样的一个工厂策略，以小见大，我们其实可以先草率得出一个结论：**只要中国还是原材料最大提供方，只要中国还是劳动力价格最低方，只要中国还是产业集群最配套方，那么，中国不会输。因为商业总是以利润为第一选择。**
14. 但，这里其实长期以来由两个问题被刻意忽视和未提及：**第一，中国不会输，就代表赢吗？第二，中国不会输，对于谁是好事，对谁不好？**
15. 回答第一个问题。**这样的贸易摩擦不会有所谓的赢家，目前就是相互捅刀子，看谁先撑不住。但其实这里面的对抗，表面上是国家间的竞争，实质是产业竞争**，或者通俗一点讲，赚钱意愿的竞争。而我相信，当问题穿透到涉及中国人赚钱意愿的时候，那不是什么同仇敌忾拧成一股绳之类的词语能够简单描述的。过去三四十年这样的意愿形成合力后形成的意志，我们有目共睹，这时候试图影响这样的底层共识，没用的。真要说，这可不是什么制度之争文化之争，**就是人民的战争**。一拳打过来，这片土地上的人八仙过海各显神通，总要想各种办法去尝试化解压到身上的压力，这样一种绝对的合力，甚至可以称其为民族性。**谁也挡不住中国人要挣钱的路**，而贸易战影响最深最重的，恰恰是这些最想、最能、最会挣钱的省。
16. 第二个问题。不会输，就是好事吗？其实很难回答。一方面，一个大需求市场的消失，千千万万的工厂如果停工、人们会无着落，背后是家庭是活生生的具体的人。从宏大的叙事来说当然可以轻飘飘一句我们不怕打，但后面接的恐怕是另一句：反正不影响我的饭碗。而被影响饭碗的那些人，有什么资格说怕不怕呢？当原材料丰富、人力成本低这些成为一种“绝对优势”的时候，是不是，我是说有没有一种可能，它反过来阻碍了产业升级，反过来影响了消费、影响了普通人的生活水平，从长远看成为一种弊端？指望坐在轿子上的人发明自行车是不可能的，因为那不是他的需求。
17. 讲个题外话，我非常同意某位历史学家的观点：纵观中国历史，其实可以分为两个阶段，即科举制度出现前和科举制度出现后。尽管在当时，因科举制度出现而产生文官文化对社会稳定和统治都利大于弊。但拉长时间看，正是因为学而优则仕的社会文化使古代中国官僚体系对人才形成虹吸效应，陷入到一朝一代的无尽轮回中，阻碍了科技树的纵横拓展。

18. 刚才提到 Peter Thiel 所说的：世界上只有两种生意——处于完全市场竞争的公司和处于完全市场垄断的公司。**完全垄断的公司攫取他人，完全竞争卷死自己。**同样的，科举制的例子放在今天，当我们还固守着那一套中国产品就是便宜，中国人工成本就是低，或者是像这位参观团的干部说出“欢迎到中国投资，中国工人可以不放假，7*24 小时工作”这样的话，并以此为傲，那么个人、企业、社会都将永远处在无尽的内卷中，这种内卷会导致过去欧盟国新能源反倾销，现在中美关税冲突，未来还会有无数次大大小小的摩擦。

结语

这场商务参访适逢欧洲复活节假日，员工都放假了，从开始到结束，只有 CFO 和销售总监全程陪同。空荡荡的车间和安静的机器下，孤零零的 Boss 带着远道而来的客人参观，然后听到客人说“中国生产更便宜，中国工人可以不放假，7*24 小时工作”这样的话，外方人员尴尬笑着，说“Definitely, definitely”。我作为一个支持劳动法的中国人，心里五味杂陈。

想起那个问题：我们坚强的中国人，从来都不愿打，也不怕打，哪怕付出一些代价。

所以，谁是那个代价？

本文来自微信公众号：行走无声，作者：大隐山客

本内容为作者独立观点，不代表虎嗅立场。未经允许不得转载，授权事宜请联系 hezuo@huxiu.com 如对本稿件有异议或投诉，请联系 tougao@huxiu.com

End

想涨知识 关注虎嗅视频号！