

沙学文：中国公司亟需一个中国梦

2013-05-15 07:58 环球网

当中国国内上下依然在为中国梦展开讨论之际，在世界其他角落，越来越多的国家开始表达对中国的梦想幻灭。在一些地方，这一情绪导致中国公司的重大项目损失。它们在相对友好的国家投资了数十亿元，但最终却看到自己的努力化为乌有。从缅甸到尼日利亚，再到赞比亚和肯尼亚，许多国家的政府开始对中国说不。

我最近在缅甸看到反华情绪导致一个大坝项目被取消，另一项事关缅甸人民未来发展的重大采矿项目也受到威胁。几周前，尼日利亚央行行长在《金融时报》上撰文指责中国像是一个殖民者。当中国国内讨论梦想时，在海外却似乎正在经历噩梦。

毫无疑问，中国对非贸易和投资是这块大陆现代历史上最大的积极因素。非洲一些国家至今未能从殖民主义的影响中真正恢复过来。西方指责中国在非洲实施新殖民主义明显带有无知和反华偏见。中国从来不是一个殖民者，而且事实上曾遭受其他国家的侵占和剥削，这些国家同样也曾征服非洲数个世纪。非洲人和中国人一直存在这一共同点。而现在，一些非洲国家愈发与自己的前殖民者拥有相同的反华情绪，说着相同的批评语言。他们乐于拿走中国的钱和廉价商品，同时接纳西方观念和思想，甚至包括反华情绪。

在我看来，殖民主义是西方的一大资产，因为它曾帮助西方创造市场，并为全球许多地区洗脑，让其接受西方优越性的概念。西方仍然在收割殖民历史的红利。从定义上看，西方文化即是普世主义。它认为自己的观念适用于每一个人。为此，它需要持续地使其他人皈依于它，无论是从宗教上，还是政治上，抑或经济上。殖民主义从根本上来说是精神占领，它从未停止过。当殖民国家的军队撤离后，他们留下了对西方观念和产品无所不在、根深蒂固的敬畏。法国和英国等国家偶尔会讨论是否应为当年的殖民行为作出补偿，但我不认为他们会为此在夜里辗转反侧。殖民主义依然在发挥作用，并且带来回报。

西式的资本主义是殖民主义的继承者。现在，推销“白人文化至上论”的热情是要创建商业统治地位，而非入侵他国领土。当非西方居民购买普拉达或迪奥等品牌产品时，他们其实是在购买一个构建在“西方至上论”基础上的美丽梦想。这是地球上最强大的品牌。中国人正在接受它。我并不是说殖民主义是个好东西，我只是说，它创造了一个世界，在中国提出全球观念而不只是产品之前，西方观念依然在这个世界中占据支配地位。在此之前，处于危险之中的是中国。

中国一直拥有不同的文化，从不关心去改变外国人的信仰。颇具讽刺意味的是，中国正在为此付出沉重代价。在 30 年的时间里，一个没有普世主义文化的中国成为了全球经济大国，并完全凭借廉价产品深入非洲和亚洲国家。但中国缺乏适合于出口的观念来作为这些产

品的支撑。这意味着，当需要观念和梦想来筑牢商业收获时，中国就会遭遇麻烦。这便是为何反华情绪会在赞比亚、缅甸等中国以前的盟友中出现的原因。缅甸国内的大坝项目只是开端。

中国错误地将普世主义认作是干预和干涉，因此一直小心翼翼。这是一个错误。当你的经济规模庞大如斯之时，无论你愿意与否，中国其实已经干涉到其他经济体和数十亿外国人的生活。如果你不这么想，便是自欺欺人。中国为外国人提供衣服，用电器将他们的家中填满。在这等亲密程度之下，这些外国人有权利询问中国是否有观念或梦想与他们共享，中国出口的所有产品是否是一个庞大梦想的一部分。当他们未能得到答案时，他们就会失望，幻想破灭。

世界其他角落的外国人都有这种想法：“对中国人来说，做他们销售产品和赚钱的对象，这是否就是我的全部意义？”人都是空虚的，他们希望自己对你足够重要，值得你去转变和拉拢。他们希望中国能让他们感到自己被需要，与他们分享梦想。他们希望中国能让他们感到，中国并不是为了钱才追求他们，即便事实真得如此。而现实中，他们却感到中国躲在“双赢、互利”的口号背后。中国的谨慎拒绝了朋友。中国援建公路和医院，但人们还需要引导和鼓舞。中国品牌的缺失并不令人奇怪。品牌的核心在于观念和希望，中国并没有向世界提供这二者。因此，非洲和亚洲宁愿购买西方希望，无论它有多么地不真诚，但至少它是存在的。

中国宣扬自己从不殖民他国，这没有错误。但事实上，这是中国的一大弱点，因为世界从未熟知中国的观念。仅凭孔子学院，中国没有机会对抗西方思想的武器库。看看一些国家轻易回归西方观念就知道了。

这才是西方占据统治地位的领域。或许西方公司规模不大，或许西方政府资金短缺，但它们知道如何散发魅力，数个世纪以来让人们皈依白种文化的统治力，现在变为使人们皈依西方品牌。有多少中国女性梦想拥有普拉达手袋？有多少美国人梦想拥有李宁牌运动鞋？你会做这道算术题。

缺乏全球梦想正在破坏中国在过去 40 年来的艰苦努力和发展成就。这是因为，中国与世界的相互依赖程度如此之高，其未来发展不再仅仅依赖自身，愈发需要其他国家合作并且接纳其世界观。中国在海外越胆怯，外国人和外国政府的猜忌就会越深。无论中国如何保证，外界越来越把中国视作威胁。

我认为，中国和中国公司向“普世主义”转变并不晚。中国不应再为自己的成就谦虚，应该开始变得大胆起来，向海外传播自己的观念，让外国人皈依“中国梦”。这并不意味着中国会变成西方。我们相信，中国出口的观念必定是中国式的，但其中一定包括吸引外国人的地方。它必须是鼓舞人心的、积极向上的；它必须是破坏性的，能够以聪明、出人意料的方式对现有观念形成挑战。

我们一直在与中国公司合作来创建这些破坏性战略，在西方世界运营。我们告诉中国公司，不要认为自己规模足够大，别人就会尊重你。我们努力创建沟通技巧来弥补中国偏见。更为重要的是，中国拥有独特的发展经验，能够改变世界并且一劳永逸地清除殖民主义的遗毒。这应该成为中国对外决策的核心。

遵循西方商业模式的中国公司表现不好，原因很简单，因为它们不是西方公司，中国不是殖民国家。消费者无法与一家没有独特文化的公司联系在一起。中国是时候应该利用普世梦想来前进了。