

全球史视角下设计与中国电视产业发展动因研究——以中日电视产业互动为线索

丁相杰

四川美术学院, 重庆, 400000;

摘要: 本文梳理了自新中国成立以来中国电视产业的三个发展阶段, 并以全球史的视角, 将关注点放在中日贸易这一链接点上, 从中日贸易, 技术迁移, 生产成本这三个层面分析中国现代设计的变迁。中国现代设计的发轫不仅仅是内部诉求, 同样也离不开外部的条件, 改革开放后中国邦交正常化, 与日本的贸易发展迅速, 国内工业体系的完善和成熟, 给予了现代设计在中国成长的土壤, 90 年代依靠国内优质廉价劳动力在生产成本上取得巨大优势以及国内产品“一定质量的价格敏感性”的特点, 完成了国内电视产业的崛起, 但过分依赖存量技术和以成本领先战略的发展模式, 导致了现代设计与制造业的脱钩, 难以突破“制造”的桎梏。

关键词: 全球史观; 中日贸易; 技术迁移; 成本领先; 中国现代设计

DOI: 10. 64216/3080-1516. 25. 04. 041

前言

塞巴斯蒂安·康拉德所著《什么是全球史》一书中指出, 全球史不仅仅是一种历史, 同样也是一种研究方法, 其关注的焦点在于国家之间的缠结, 或者称之为“整合”, 整合的基本假定是, 任何孤立无依的社会都无法得到充分理解。社会变革不会单独发生在某个地方, 而是以诸多群体之间的交流为基础^[1]。中国设计的现代化过程正是在与外界不断交流中启蒙、成长和壮大的。第一次鸦片战争之后, 中国被迫卷入了以西方文明为代表的资本主义经济的世界中, 中国开始了现代化和全球化的进程, 但鉴于当时半封建半殖民的国情和孱弱的工业能力, 中国现代设计始终缺少生根成长的土壤, 新中国成立后, 在前苏联的帮助下建立了重工业的工业基础, 但在计划经济政策下, 生产积极性始终无法更进一步, 民生工业始终被忽视, 改革开放是中国设计现代化的一个非常重要的转折点, 随着中国与世界各国的邦交正常化和贸易, 外国资金和技术的输入使得中国的工业体系飞速发展, 中国设计也因此拥有了发展的土壤和环境。

本文采用全球史的视角, 将焦点置于改革开放至 2010 年间中日贸易下的电视机产业, 探讨中国设计现代化过程背后的经济动因。

1 有限的成长 (1949 年-1979 年)

中国的第一台黑白电视机于 1958 年 3 月诞生, 由当时天津电视机厂参照苏联旗帜牌 14 英寸电子管电视机试制而成, 这台 820 型 35 厘米电子管黑白电视机利

用国产电子管和苏联元器件制作而成。命名为“北京”牌, 被誉为“华夏第一屏”。

虽然成功设计、生产出了黑白电视机, 但受限于当时的薄弱的民生工业能力和经济政策, 黑白电视机并不具备大规模生产能力, 电视在这个时期属于稀缺品, 没有能力走入寻常百姓的家中。此外, 在计划经济政策下, 电视机产量被限定, 无法满足市场的实际需求, 生产积极性被极大的阻碍, 电视机生产技术和设计在这一时期的发展相当有限。

现代设计的核心是设计服务大众, 大众服务依赖于工业体系下庞大生产力和自由市场释放的需求而实现的, 但在这个阶段中, 中国的民生工业体系并不完善, 生产能力不足, 其次计划经济无法展现市场真实的需求, 因此, 中国现代设计在这一阶段基本处于停滞状态, 缺少能够推动其发展的经济动力。

2 从手工制作走向标准化生产 (1979 年-1990 年)

在 1978 年 12 月 18 日中共十一届三中全会后, 开始实施的一系列以经济为主的改革措施, 可总结为“对内改革, 对外开放”。对内改革主要是经济层面, 将原先的“计划经济”转变为“社会主义市场经济”, 1984 年 10 月, 中共十二届三中全会召开, 通过了《中共中央关于经济体制改革的决定》, 更是展开了以城市为重点的经济改革, 一是进一步扩大企业生产经营自主权, 二是进一步发展社会主义的商品市场, 有步骤的开拓和

建立资金市场、技术市场与促进劳动力的合理流动^[2]。

20 世纪 80 年代，中国拥有优质廉价劳动力和规模巨大的潜在市场，但工业体系十分薄弱，建立和完善又缺乏启动资金和技术支持，同时期的日本则正处于国内产能过剩，经济发展进入“滞胀”的困局，1985 年的广场协议后，加速了日元升值，制造业内部更加强调质量、技术、创新等非价格竞争力因素的作用，企业的努力方向转向精加工和高附加值^[3]。同时为降低国内品牌的生产成本以减少日元迅速升值的不利影响，已经成熟的生产线和组装环节则转移到劳动力价格更低的海外。正是由于中日两国在各自经济发展存在结构性的互补，1978 年 2 月 16 日中日双方签订了为期 8 年的《中日长期贸易协议》（1978-1985 年），中日贸易增长极为快速，中日贸易额由 1972 年 10.38 亿美元迅速增至 1978 年的 48.23 亿美元，增幅高达 465% 左右。中日贸易为中国带来不仅仅是产品、能源、原材料的贸易，更为中国带了工业建设急需的资金和技术，1985 年日本对华投资增长率为 40%，1988 年升高至 134.2%。

中国改革开放为中国工业发展、社会主义市场经济的建立和完善提供了稳定的政治环境和政策支持，优质廉价劳动力和市场规模又为其在全球分工体系中赢得了海外投资的青睐，中国走上了国家现代化的快车道，工业体系的成熟、基础设施的完善，市场经济的活跃，都成为了中国设计现代化必不可少的土壤。

1981 年日本公司在福建省福州市投资成立福建日立电视机有限公司，是早期日本对华大规模投资的代表。福建日立电视机有限公司（下文简称福日公司）是由福建电子设备厂和日本日立集团合资成立，双方与 1980 年 12 月 13 日签订合资经营合同，投资总额 240 万美元，双方各占 50%，中方以福建电子设备厂原现有的厂房和旧设备如果，日方以 120 万美元现汇入股用以购买三条完整的年生产能力为 38 万台电视机（其中 20 万台为彩电）的生产流水线，合同期为 15 年。1981 年 6 月 8 日正式投产，截止 1984 年 6 月底，全厂共生产各种规模的黑白、彩色电视机 682825 台^[4]。

在合资之前，福建电子设备厂生产电视的方式仍然是以手工为主，车间里摆着几张长条方桌，每张桌子就是一个工作台。工人手工组装，然后用小推车推到下一张桌子上去。因为技术不过关，往往图像严重变形，色彩极其失真，人不像人，物不像物^[5]。中日合资后，通过日立的注资购买了流水生产线和引入了现代生产管

理模式，福日公司电视机生产由企业内部生产管理科负责，根据各科（生产车间）的生产进度、原材料供应和市场情况等各方面的信息，制定大中小计划，以年月日三个层安排生产计划，并做到三个层次相互衔接。在具体的生产组装环节，电视机的零部件约 700 多个，为保障流水线正常生产，不出现器件出错导致生产线停顿造成巨大损失，对每种元器件都制定了部品番号，实行按部品番号收发料的方法，比如，部品番号 2352251 这七位数，前三位数 235 代表显像管，后四位数分别代表彩色、黑白及各种不同型号和规格^[6]。正是由于现代化生产技术和生产方式的引入，才为中国的现代设计提供了最基本的技术支撑，能够达标准化、批量化的要求，告别使用手工方式制造现代产品的窘境。

回顾福州电子设备厂最初用手工的方式制造一台电视机，再到流水线生产方式、生产管理方式的引入，能够大批量的生产，销售至百姓家中，借用全球史中“整合”这一词来描述，电视机完成了在中国的“整合”，它并不是以一种陈设品、观赏品、奇技淫巧进入中国人的日常生活中，而是不再受当地世界观的左右，彻底成为改变日常生活的力量^[7]。

进入平民百姓家中的电视机，也暗含了现代设计在中国的发展脉络，成熟的生产技术，科学的生产管理，使得产品能够被批量化、标准化的生产，但不可否认的是，这里的现代设计是舶来的，处在引进和吸收的过程中，而后国内设计队伍自主设计并投产则是现代设计内化的一个过程，正因有此，才能说中国设计走向了现代化。

3 难以突破名为“中国制造”的桎梏（1990 年至 2010 年）

90 年代初期，随着中国经济发展走上快车道，国人的可支配收入飞速提高，消费需求扩大，电视机等现代产品的需求量激增，于此同时，国内电视机产业制造能力已经成熟，在质量上与外国品牌无巨大差距，1996 年由长虹公司开始，以康佳 TCL 等为代表的本地企业采取了多轮的降价策略，中国本土品牌的市场占有率已有 71.1%。从这些数据来看，中国电视机及其蕴含的中国现代设计无疑是取得了巨大的成功，但这其中忽略了一个重要事实，相对于发达国家市场中国市场的需求特点，呈现出明显的“一定质量基础上的价格敏感”性特征^[8]。此阶段的国民，正经历着从无到有的需求膨胀，

相较于因品牌、关税等各种因素导致高价的外国品牌，国产品牌依靠劳动力优势带来的生产成本优势，技术上达到一定质量基础，再加上政策对家电普及的推动，才得以依靠价格优势迅速占领国内大量市场份额。

分析中日贸易下的电视机产业，可以得出这样一个结论，80年代，日本将成熟的电视机产品和生产技术迁移至中国，在中国电视机市场份额中占有优势，同时也带动了中国国内电视机产业的发展，90年，随着中国对生产技术的吸收，拥有了在质量上不明显弱于日本品牌的电视机产品，电视机进入产品标准化阶段，同时中国电视机产业利用成本优势开启“价格战”，占据大量市场份额，完成了国产电视的崛起，但遗憾的是，中国现代设计没能跟上这一步伐，其原因在于日本的电视机产业并直接向国外转移成熟产品和生产技术，延长国内产品生命周期^[9]，而设计所覆盖的高附加值的前期研发却在中国缺席，另外，标准化阶段也是利用低成本优势取得商业上的成功，组装、制造的光辉过于耀眼，使得现代设计在这一阶段中被忽视。毕竟当“制造”盈利足够容易时，又何苦花大把心思来“设计”呢？

中国企业总体上遵循“成本领先战略”，试图通过不断降低成本来获取利润。这也会让企业盈利形成路径依赖，这导致了企业内部技术创新困难，设计无足轻重，也会造成当外界出现破坏性产品时，手足无措，无力抵抗的困境，又一次陷入引进先进技术-依靠劳动力降低生产成本-赚取利润的循环之中。

4 结语

回顾中国电视机产业发展的三个阶段，新中国成立至改革开放前这一时期中，受限于薄弱的民生工业和计划经济体制下被压抑的生产积极性，中国现代设计没有能够生存发展的空间，改革开放至90年，稳定的政治环境和开放的经济制度为国内经济发展提供了有利的条件，优质廉价劳动力和巨大的市场潜力又为其在全球分工体系中赢得了组装、制造环节的优势，随着外国资本和成熟技术进入中国，电视产业迎来了飞速发展，摆脱了以往用手工制作的方式生产现代产品的窘境，中国

现代设计真正拥有了生根发芽的土壤，90年代至2010年，随着对外国成熟技术的引进和吸收，中国制造业取得了辉煌的成就，但依赖于自身“有一定质量和价格敏感性”的市场优势和全球分工体系中的组装、制造环节中优质廉价劳动力的优势，取得了优异的经济的发展，但同时也形成了路径依赖，设计在产品生产制造中被忽视，中国现代设计与制造业脱钩，中国产品很难完成与世界尖端品牌的并轨而行。

参考文献

- [1] 塞巴斯蒂安·康拉德. 全球史是什么[M]. 中信出版集团, 2018: 81-83.
- [2] 改革开放三十年重要文献选编(上)[M]. 中央文献出版社, 2008: 231-234.
- [3] 王允贵. “广场协议”对日本经济的影响及启示[J]. 国际经济评论, 2004, (01): 47-50.
- [4] 黄卫平. 中外合资是引进先进技术的重要手段——福建日立电视机有限公司调查报告[J]. 经济理论与经济管理, 1985, (01): 77-80.
- [5] 陈效. 福日电视: 中外合资家电的鼻祖[J]. 福建质量管理, 2013, (Z2): 60-62. DOI:10.16686/j.cnki.35-1087/f.2013.z2.017
- [6] 木水. 吸取国外管理经验形成自己的特色——论福日公司的企业管理[J]. 福建论坛(经济社会版), 1984, (02): 16-20.
- [7] Stefan S. Tanaka, *New Times in Meiji Japan*, Princeton (Princeton University Press) 2004.
- [8] 陈涛涛, 段志蓉, 陈晓. 中国制造业企业国际竞争的本土优势与跨国经营[J]. 国际经济合作, 2010, (12): 4-14.
- [9] 于瑞. 日本家电产业国际化策略及对我国的启示[J]. 甘肃联合大学学报(社会科学版), 2011, 27(04): 21-25. DOI:10.13805/j.cnki.2095-7009.2011.04.025

作者简介: 丁相杰(1997-)男, 汉族, 重庆, 四川美术学院, 研究生, 设计历史及理论。