



The Sino-Japanese Trade in the Eyes of a Japanese Proprietor

A-commerce株式会社是一家专门从事中日贸易、中日文化交流的日本公司。社长秋叶良和先生1994年加入三井物产，曾任三井物产中国上海勤务，2007年退出三井物产后成立了自己的公司——A-commerce。日前，记者就中日贸易、中日文化的相关问题走访了这位拥有滑雪板执教资格、热衷于意大利时尚品收藏的“中国通”社长。



Q: 多年从事中日贸易的经历中，您对中国贸易有什么看法？

A: 中国的综合国力非常强大，幅员辽阔，人口众多，这是其它地区没有的。虽然中国也存在着一些贫富分化的情况，但从另一个角度来看，这也造成新鲜劳动力的不断产生，为经济发展提供了强大的人力资源。中国在成为“世界工厂”的同时，也在成为“世界市场”。虽然中国人现在的消费有一些不理性的地方，但中国市场的确很大，有些商品在中国的价格比日本还贵，这也是许多日资企业在中国生产成本提高的情况下也没有撤出中国的原因。

Q: 在您的观察中，日本有什么值得中国借鉴的地方？

A: 合作的许多中国朋友在谈到对日本的第一印象时说“出租车很干净”，的确，日本很注重细节，在一些具体的操作上很人性化。政府时常将一些社会行为设计成很时尚的东西吸引年轻人关注，慢慢地将其培养成一种文化，收到很好的效果。总体上，虽然中国在“硬件”上已经有很好的条件，但在“软件”方面，日本有值得中国借鉴之处。比如专卖店，中国的专卖店一般只卖一个品牌，而日本则可能在一个专卖店中卖多个品牌，但这些品牌的风格都很统一，喜欢此风格

一个日本社长眼中的中日贸易



的人可以在一家店中尽可能全地买到自己需要的东西，中国目前在这方面还主要停留在百货公司式阶段。中国的消费理念有些偏重于品牌，日本则相对成熟一些。

Q: 对于中日合作交流，您有什么看法、建议？您又是如何选择在中国的合作伙伴？

A: “百闻不如一见”，最重要的是鼓励双方各自到对方的国家去亲身体会，通过自己的亲身经历消除彼此的误解。为此，在一些合作项目中，可以尽量缩短单人次交流的时间，增加交流人次，争取让更多人有机会参与到中日合作交流中来。同时也可以做一些其它方面的事务，比如从中国进口日本年轻人喜爱的东西，通过人才派遣公司作一些漫画人才、IT人才等方面的交流，现在的日本公司有不少对雇用来自中国的优秀IT人才很感兴趣。

当然，个人的力量毕竟有限，在促进中日合作交流方面，政府、大公司等应该起主导作用，推动包括同行业公司互派员工、大学交流等在内的各方面的合作。

在寻找中国合作伙伴方面，因为日本人比较注重细节，有时难免罗嗦，所以我们会寻找有对日合作经验的工作伙伴，他们会比较熟悉日本人的工作方式，能够容忍一些工作方式上的差异。其次则是要面对面地交流，我们很看重这一点。