

第三帝国时期德国汽车工业与战后“经济奇迹”

罗群芳

(武汉大学 历史学院, 湖北 武汉 430072)

[作者简介] 罗群芳(1980-),女,湖北当阳人,武汉大学历史学院博士生,主要从事德国史研究。

[摘要] 二战后,德国创造出资本主义世界新的“经济奇迹”。而德国战后经济改革,并不是在“零点”开始的,而是在纳粹时代“暴力现代化”的基础上起步的。汽车工业在“经济奇迹”的创造过程中占有重要地位。

[关键词] 第三帝国;汽车工业;二战后;经济奇迹

[中图分类号] K516.5 [文献标识码] A [文章编号] 1671-881X(2007)06-0796-05

二战后,随着德国1948年货币改革开始,社会主义市场经济体制与占据优势的工业潜力相结合,创造出德意志100多年来工业发展史上前所未有的经济增长速度,迅速改变了联邦德国的经济和社会状况,创造出资本主义世界新的“经济奇迹”。

汽车工业在“经济奇迹”的创造过程中占有重要地位。第二次世界大战后,联邦德国汽车制造业的恢复与发展相当迅速。20世纪50年代和60年代,它的发展速度仅次于塑料加工工业和石油加工工业,超过其它工业部门。它在联邦德国商品出口中所处的地位也日趋重要:1950年出口额为3.9亿马克,占采矿业与加工工业出口总额的5.8%;到1980年,汽车制造业的出口额增为511.72亿马克,占17.6%,仅次于机械制造业,居第二位^[1](第142页)。

德国战后经济奇迹的核心,在于它作为制造业出口国所取得的显著成绩,其中占据主导地位的是机械制造业、化学工业和汽车制造业^[2](第273页)。从某种意义上来说,二战后德国之所以再度成为欧洲工业的“巨人”,是缘于汽车工业所带来的滚动性“增值效应”。汽车工业使得联邦德国整个消费工业和投资设备工业出现新的生产周期。1950~1970年联邦德国的工业产品销售数据表明,电子工业、汽车工业、机械工业、化学工业、原材料工业产品的增长率呈现绝对上升的趋势,这20年中平均每年增长率分别为14.5%、13.5%、12.3%、10.4%和10.3%。

德国战后汽车工业及其它工业的恢复和繁荣的根源前人已经有一些相关的论著,有着截然相反的两种观点,即以Mancur Olson为代表的“断裂论”和以Simon Reich为代表的“连续论”。

“断裂论”最有名的观点是Mancur Olson在他的The Rise and Decline of Nations一书中提出来的:“在高速发展的经济领域,一些力量集团导致了经济体制僵化,最后妨碍了经济的效率和动力。因此,废除这些力量集团,可以为经济的快速发展创造条件。而战争动乱正是起到这一作用。这就是二战后联邦德国和日本的情况。战后的联邦德国和日本拥有了全新的制度生命。”^[3](第76、77页)这一观点已经被很多历史学家和经济学家接受。与断裂、破坏相反,有的学者强调连续性,强调波恩政府继承纳粹时期制度与实践的遗产。Simon Reich认为,第三帝国挣脱了经济自由主义,建立了政府和大企业之间独特的双边联系,这种联系度过了战争与被占领时期,战后汽车工业和其它工业的繁荣可以“追溯到第三帝国时期的国家观点和革新政策”^[4](第54、61页)。

事实上,德国从1948年开始的经济改革,并不是在完全意义上的“零点”开始的,而是在纳粹时代“暴力现代化”的遗产上起步的。本文着重从汽车工业的角度来探讨战后德国经济恢复和繁荣的根源,从而浅议德国战后“经济奇迹”与第三帝国时期德国工业的关系。

一、希特勒上台之前德国汽车工业状况及希特勒“国民轿车”理念的诞生

一战之前,德国在自动化技术和内燃机方面都是首创者。但到了20世纪30年代初期,德国已经落后了。1929年,

德国汽车拥有量是每 237 人仅仅拥有 1 辆汽车，而英国每 45 人即拥有 1 辆汽车，法国是每 44 人拥有 1 辆。1933 年德国仅生产了 84 000 辆汽车；法国是 159 000 辆；英国是 220 000 辆。德国公路很少而且很破，此外较高的汽车、汽油及燃油税价格，也限制了汽车的消费。当时德国汽车工业的状况，与 Alfred D. Chandler 所描述的第二次工业革命中德国其它工业的巨大活力是截然相反的^[5]（第 527-531 页）。

当时大多数德国汽车制造商的产品重点是豪华汽车，他们运用传统技术和相对低廉的劳动力来追求个性风格和高质量。欧宝试图模仿雪铁龙的小型汽车，最终以一个冗长的官司告终；宝马公司也曾经生产了一些小型车——Austin，但表现平平。

在这种背景之下，“国民轿车”（原文为“People's car”）概念应运而生。希特勒上台刚刚 11 天，他就亲自主持了柏林汽车展的开幕式，并公开表示：要让德国民众每人都拥有 1 辆自己的轿车。希特勒把“国民轿车”概括为：最高时速 100 公里，百公里油耗小于 7 升，可承载 2 名成人和 3 名儿童，售价不超过 1000 马克。在这里，他第一次使用了“大众汽车”（Volkswagen）一词。

同时，高速公路网计划付诸实施。这个计划在魏玛时期就已经拟定，希特勒利用了这一计划的有用性和大众对它的欢迎，把它变成了纳粹政权的功绩宣传。在希特勒富有才能的军备部长弗里茨·托德主持下，3 000 公里的高速公路在 1933 年至 1938 年之间完成^[6]（第 484 页）。

二、“国民轿车”的执行

希特勒“国民轿车”概念的付诸实施，开始于他与设计师费迪南·鲍彻的会面。夺权数月后，希特勒在柏林会见了鲍彻，要求他设计一款“小的四座的汽车，一种低廉的可以进行周末旅行的家庭汽车，一个人民的汽车”^[7]（第 278 页）。鲍彻设计的汽车与德国已有的所有设计都不一样，这是一款低廉而高产的汽车，其设计思想来源于 20 年代流行的“社会机械”观点。希特勒对设计有着个人浓厚的兴趣，他甚至亲自参与了机身设计的修改工作^[7]（第 278 页）。鲍彻受到了政府的财政支持，这对于竞争对手来说是不可想象的。但即便如此，所面临的技术问题依然复杂和耗时，它最终的设计经过 4 年严密的研究、改良和测试之后，直到 1937 年才稳定下来。

1937 年，纳粹将“国民轿车”计划转移到了 DAF（即国家控制的联合团体）。基于充公的贸易联合资金和所有德国工人每月必须的纳税，当时 DAF 已经发展成为一个的庞大的财政王国，它拥有自己的建筑、公司和银行。因此，DAF 非常合适来支持和执行该计划。当年 3 月 28 日，“Gesellschaft zur Vorbereitung des Deutschen Volkswagens mbH”公司宣告成立，随后于 1938 年 9 月 16 日更名为“Volkswagenwerk GmbH”。1938 年早些时候，在今天的沃尔夫斯堡，大众汽车公司开始建厂，用以生产由鲍彻设计的新款车型^[7]（第 390 页）。大众汽车公司所建立的厂房是当时世界上最大的工厂，比 Willow Run 福特公司的战时工厂要大 50%。1939 年底，大众公司完成第一阶段 80% 的厂房、机械和设备投资，这是以 21.5 亿马克为代价的。这个有着特别目的的企业，对于当时任何一个欧洲的制造商来说都是一个天方夜谭^[8]（第 156-158 页）。

这个建设需要的资金的数量如此之大，以致于 DAF 不得不想新的办法来筹集资金。DAF 实施了一个类似于强制要求 1/4 的德国人来购买汽车的计划，即通过分期付款的方式提前购买还没有生产的汽车——这就是声名狼藉的“大众救助者”基金。这些救助者每月付给 25 马克来购买大众汽车，到 1939 年 253 000 辆大众汽车已经被提前预定了，这个数量相当于 1938 年的德国汽车生产总量，是 1935 年所有产出的 3 倍。到二战结束的时候，336 000 人已经预付了 26.7 亿马克，却没有得到一辆汽车^[8]（第 158 页）。

由此可见，“大众”并不是从德国战前的汽车工业基础发展起来的，希特勒个人的主动性是核心因素。它是在希特勒民族社会主义政体的权威和力量下突然发生的，这很大程度上违背了德国汽车制造商的愿望。不过，这个计划一开始的主要目的，是刺激就业和经济复苏以及为汽车的大众市场奠定基础，只不过后来却首先为军事服务了。事实上，1939 年二战爆发时，大众公司还没有什么准备。1939 年到 1940 年，大众公司仅仅生产了 64 000 辆汽车，在战争期间这种小汽车起到了吉普车的作用^[8]（第 200 页）。而从某种意义上来说，大众计划总是与重新武装相冲突而不是讨好它们：国防军需要的是一种能够适应各种地形的载重型汽车，而不是小型汽车。因此，正如 Richard Overly 称，大众计划一开始是为民族和经济利益所驱使的，而不是为战争重新武装作准备的。战后美国 SSBS 完全接受“国民轿车”计划与重新武装无关的观点^[21]（第 279 页）。

三、第三帝国时期其它汽车制造商的生存抉择及汽车工业的发展

面对希特勒“国民轿车”的号召，其它汽车制造商的反应是怎样的。一开始是脚步迟缓和非常不情愿的合作，他们

害怕鲍彻设计的这种汽车会降低他们的产量,因此他们不断地强调生产这种汽车的困难性。设计和建立工厂的巨额成本和不可预期的市场风险,也使得这个计划对于私人企业来说没有什么吸引力。

但正如纽曼所认为的那样:纳粹经济体制的组织是实用主义的,它受到“为了战争的发动所必须的效率和生产能力的要求”的指挥。……这就意味着鼓励大企业、支持强有力的企业家、提倡强制性的卡特尔化、取消没有效率的小企业、补贴工业……^[6](第 482 页)为了使大企业放心,希特勒任命财政专家希尔马·沙赫特为国家银行行长。为了刺激经济,希特勒放弃了勃鲁门通货紧缩的政策,而求助于大胆的政府赤字消费计划——莱因哈特计划。该计划是根据财政部长的姓氏来命名的,将 10 亿马克分配给各种各样的公共经济计划,其中最著名的是国家高速公路网络的建设……该计划还免除税收以鼓励工业或农业企业的设备扩充^[9](第 482 页)。

随着希特勒高速公路网的修建和大众计划的实施,改变了德国汽车工业的地位。1938 年与 1928 年相比,德国的汽车产量增加了 153%^[9](第 194 页)。政府对需求的巨大刺激和复苏为一些汽车公司的起飞提供了一个平台。在这样的背景下,大型汽车企业尽管不一定积极赞成希特勒的“大众计划”,但是和其它很多当时的工业家一样,他们也在寻找一条能够获得希特勒政府支持的路线,因为只有这样才能保全他们的财富,让他们的工厂运转起来。

20 世纪 30 年代早期,福特还是一个规模很小、没有固定的发展方向的公司。而到了 30 年代晚期,正如 Wilkins 和 Hill 提到的那样,“福特公司打消了所有的疑虑,与国家社会主义者合作取得了成功”。戈林优先选择将军事力量放在福特和通用的卡车上而非当地生产的汽车。因为政府修建了公路,在“国民轿车”时代到来的时候,欧宝开始独占这种市场需求。由于来自美国的设计和良好的装备,欧宝在战争前四年占据了德国 40% 的市场,从而成为了欧洲最大的汽车生产者。奔驰公司是奢侈汽车的生产商,在希特勒“国民轿车”的口号下仍然坚持不生产经济型轿车。不过,为了保存实力,公司向掌权的纳粹党靠拢,积极投入到对军事合同的竞争中去。战争期间,它的利润达到了令人瞩目的高度,这来自于它向纳粹政权提供飞机发动机、坦克、重型卡车和武装军队的其它汽车^[10](第 21 页)。Bellon 甚至认为,不是和平而是战争成就了奔驰。宝马公司的 325 型和 326 型,也均被纳粹党征用在军事上。1937 年,宝马的产量激增,一年后,随着二战的战火蔓延,宝马的销售翻了一番。

由此可见,在希特勒鼓励汽车生产的战略下,大型汽车工业企业主动在纳粹统治经济中追求自主战略,根据战争的发展适时调整自己的生产,赢得了战时企业的生存与发展。可以说,这些汽车企业都受益于第三帝国。

四、战争结束时期德国汽车工业状况和战后汽车工业的恢复与繁荣

尽管这些汽车企业在第三帝国时期取得了不错的成绩,但如果战争结束的时候这一切被破坏了或者战后被中断了,那么,也是没有意义的。这也是本文一开始有关“断裂论”与“连续论”的讨论。所以,了解战争结束时德国汽车工业的状况以及战后占领国对德国汽车工业的处置,对了解本文的选题具有重大意义。

首先是大众汽车。根据数字显示,到战争结束的时候,大众汽车厂有“三分之二被炸毁”。不过事实并不是这样,联军的轰炸对大众汽车厂的冲击在大众汽车的战后历史中被夸大了。实际上,直到战争晚期,联军的空袭并没有对大众汽车的工厂造成毁灭性的损害。1944 年 7 月和 8 月最大的三次空袭以及这些工厂的照片给人一种被蹂躏的印象。然而,就像 Simon Reich 援引战争末期 USSBS 资料进行详细分析的结果得出了一幅详细的图片:在 2 182 枚炸弹的空袭中,只有 263 枚真正落到了建筑上^[4](第 167-169 页)。1945 年 2 月汽车工业的最终停止并非战争的结果,而是国家交通系统瘫痪导致的。从前德国货运有 70% 通过铁路,20% 通过水路的交通系统也许是遭受打击的最为沉重的经济部门^[8](第 91 页)。

二战结束之后,大众汽车工厂没有被毁坏的部分免遭拆迁。因为英国汽车专家委员会的结论是:“这种汽车不符合一辆汽车的基本要求,它的效率和造型完全不能引起人们的兴趣,……它在国际市场对英国产品来说意味着多余的竞争”^[8](第 200 页)。于是再也没有障碍,妨碍这家工厂的重建。

1946 年和 1947 年平均每天生产近 30 辆“甲壳虫”汽车,1950 年每天已经超过 300 辆,1955 年为 1 000 多辆,而到了 1960 年底整整 8 000 辆。也就是这一年,在底特律的美国汽车企业,为了对付大众汽车的挑战,第一次向美国主顾供应一种“小型汽车”。当时,大众汽车已向美国出口了 50 万辆。最初,向美国人出售这种“希特勒的产物”是困难的。1950 年开始向美国出口时,在一个每年能吸纳 600 万辆小汽车的市场上,只销售 330 辆大众牌汽车。到 1952 年为止一共只销售了 2 000 辆,不过次年即达到约 6 600 辆,1955 年为 30 000 辆,1956 年为 50 000 辆。到 1970 年,“甲壳虫”在美国销售超过 30 万辆,这意味着占市场销量的 6% 以上。当时“甲壳虫”即将打破著名的“T 型车”的记录,“T 型车”是由福特汽车厂生产,在第一次世界大战前后出售了 1 500 万辆,被希特勒看作是“巨大的范例”,“甲壳虫”在战后德国汽车化中

起了重大的作用。1950年,联邦德国每1000居民中有11辆小汽车,到1960年已达到了79辆,到1970年为236辆⁸¹(第200页)。

但如果沃尔夫斯堡的厂房已经不存在了,没有人能够在战后几年里修建如此巨大和装备良好的工厂,德国也许就要努力挣扎着来建立自己的国内汽车市场。大众公司如此多重要的工厂和设备的幸存也许有些例外,其它的属于奔驰和汽车联盟的汽车工厂几乎完全被毁灭了,通用公司的吕塞尔斯海姆也受到了很严重的损害。

这也与韦·阿贝尔斯豪泽和其他的修正主义史学家近年来的观点一致。他们认为,战争对德国工业资本的破坏,比通常所宣称的那样要有限得多。他们认为1945年工业资本在质和量上都比1939年要好得多。

二战后,美国对欧洲包括德国实行马歇尔经济援助计划,1948至1952年,德国从这项计划中获得了15亿美元援助。美元的输入奠定了战后重建德国的物质基础。1950年,在巴伐利亚州政府贷款和外援下,战后第一座新汽车厂在英格乐斯塔特小城建立,此后德国战前的名牌汽车纷纷恢复生产,到50年代中期汽车年产量已达30万辆。在汽车工业推动下,德国经济全面恢复,家庭收入成倍增长,被战火压抑的消费需求也迅速恢复。50年代中后期,德国出现汽车普及高潮。到60年代初,德国汽车产量年增长率为21%,是欧洲最大的汽车生产国和出口国。

五、结 论

二战后德国汽车工业的恢复和发展对战后“经济奇迹”有着怎样的作用?按照来昂·迪普里茨的说法,50年代德国战后“经济奇迹”应该解释为新一轮的发展阶段。这种解说认为战争年代和战后时期是“非常规地”偏离了革新诱发的长周期的典型。但是,在阐明20世纪德国整个经济发展时不可避免地要考虑到战争时期和战后的经济。最终显而易见的是,不考虑战争和战后时期,在长期的经济分析中,就无法包括联邦德国经济发展的最重要的决定因素^[11](第68页)。战争结束时已经为经济的高涨创造了条件,那些所谓的“非正规”复兴力量在高涨时期起了主要作用。而这种因素在汽车工业中表现得尤为突出。

首先,希特勒的汽车化政策为德国汽车工业的发展提供了支持。希特勒上台后,极力发展以军事工业为主的经济,并使整个经济为侵略战争做准备。其经济体制是沿着加强纳粹国家对经济生活全面管制的方向发展,把以市场经济为主的体制变为以国家干预经济为主的体制。但是,以大众公司的创建为例,希特勒的主要目的一开始是为了刺激就业率和经济复苏以及为汽车的大众市场奠定基础。政府空前的支持刺激了需求,并进行基础设施建设,这促使德国汽车业的复苏及发展,并为大众汽车市场形成创造基础。这是制度层面对德国汽车工业的支持,这种支持在“非常规”状态下的第三帝国时期对德国汽车工业的延续发展起着决定性的作用。

第二,高速公路交通网的建成,为德国汽车工业的发展创造了良好的条件。1933年之前德国汽车工业的落后,一个重要的原因是因为德国公路交通的落后。随着希特勒高速公路交通网的修建成功,大众汽车市场的形成也成为了可能。

第三,政府对产品发展和资本投资的有力支持,使得战争前夕一种良好的适合大众的汽车设计(即“甲壳虫”车型)已经为大众产品做好准备。大众公司尽管在战争时期并没有生产大量的汽车,但它秉承了希特勒“国民轿车”的理念以在战后迅速恢复和发展。战后大众公司的巨大成功首先是以“甲壳虫”车型为起点的,这种小型汽车也为战后汽车大众化奠定了基础。而“甲壳虫”车型的设计开发是在第三帝国时期完成的,如果没有希特勒的巨大支持,如果没有这种车型,战后大众汽车工业的迅速恢复和高涨就不会如此迅速。

第四,第三帝国为大众汽车消费市场的形成创造了基础。1929年德国237人仅仅拥有1辆汽车,1963年7人拥有1辆汽车^[21](第329页)。大众汽车消费市场的形成不能不提第三帝国。第三帝国时期的“国民轿车”计划,以及公路网的形成,这一切都为战后大众汽车消费市场的迅速形成创造了基础。政府刺激了这种需求,但是由于战争的缘故,这种需求又被压抑下去了。战后汽车工业的迅速恢复和发展,正是这种需求被解放的一次巨大冲击。

由此可见,战后德国汽车工业的迅速恢复和发展,是与第三帝国时期分不开的。甚至从某种意义上说,第三帝国时期已经奠定了汽车高速发展的基础,只是这种可能暂时被战争所压制。尽管如此,战争结束时,汽车工业领域潜在的生产力也是不容忽视的。这种压抑一旦被解放,汽车工业则迅速恢复和发展。汽车工业与机械制造业、化学工业一起成为德国战后“经济奇迹”的核心力量,而汽车工业与第三帝国时期的连续性更为紧密。因此,第三帝国时期德国汽车工业的历史作用是不容忽视的。

[参 考 文 献]

- [1] 复旦大学世界经济研究所, 德意志联邦共和国经济研究室. 德意志联邦共和国经济[M]. 北京: 人民教育出版社, 1984.
- [2] Steven, Tolliday. Enterprise and State in the West German Wirtschaftswunder: Volkswagen and the Automobile Industry, 1939-1962[J]. The Business History Review, 1995, 69(3).
- [3] Mancur, Olson. The Rise and Decline of Nations: Economic Growth, Stagflation and Social Rigidities[M]. New Haven, CT: Yale University Press, 1982.
- [4] Simon, Reich. The Fruit of Fascism: Postwar Prosperity in Historical Perspective[M]. Ithaca and London: Cornell University Press, 1990.
- [5] Alfred, Chandler. Scale and Scope: The Dynamics of Industrial Capitalism[M]. Cambridge, MA, Harvard University Press, 1990.
- [6] [德] 克劳斯·费舍尔. 纳粹德国——一部新的历史[M]. 南京: 江苏人民出版社, 2005.
- [7] Robert, Lacey. Ford, the Men and the Machine[M]. New York: Ballantine, 1987.
- [8] [联邦德国] 卡尔·哈达赫. 二十世纪德国经济史[M]. 北京: 商务印书馆, 1984.
- [9] 朱庭光. 法西斯体制研究[M]. 上海: 上海人民出版社, 1995.
- [10] Neil, Gregor. Daimler Benz in the Third Reich[M]. New Haven: Yale University Press, 1998.
- [11] [联邦德国] 韦·阿贝尔斯豪泽. 德意志联邦共和国经济史: 1945—1980[M]. 北京: 商务印书馆, 1988.

(责任编辑 桂 莉)

Automobile Industry during the Third Reich and Post-war “Economic Miracle”

LUO Qunfang

(School of History, Wuhan University, Wuhan 430072, Hubei, China)

Biography: LUO Qunfang (1980-), female, Doctoral candidate, School of History, Wuhan University, majoring in the German history.

Abstract: This article examines the history of big automobile firms such as Volkswagen, Mercedes-Benz and BMW during the Third Reich, and from this article I want to discover the relationship between the technical and strategic roots of German corporate success and the postwar Economic Miracle. Discussion of Germany's successful economic performance has tended to focus on its liberal economic policies or its distinctive corporatist institutions, I discuss it from another side: to a great degree, the Post-War Economic Miracle in Germany is founded on the base of heritage of Third Reich.

Key words: Third Reich; automobile industry; Post-War II; Economic Miracle