

日本对华直接投资新趋势

山东大学威海分校商学院 周宏燕 李彤彤

[摘要] 从2001年开始,日本对华直接投资再度掀起新浪潮,对华投资企业的数量和投资金额急剧增加。这新一轮的日本对华投资热潮,在投资领域、投资动机、本地化程度以及竞争方式等方面都表现出与以往不同的特点。

[关键词] 日本 对华直接投资 新趋势

近年来中国经济持续高速增长,并以其潜在的巨大市场吸引了众多跨国公司在华进行投资,从而被誉为“世界工厂”。在这种形势下,日本企业也争先恐后地加速“奔向”中国。从2001年开始,日本企业的对华直接投资再度掀起新浪潮,对华投资企业的数量和投资金额急剧增加。这新一轮的日本对华投资热潮,表现出与以往不同的特点。

一、投资领域趋于多样化

由于我国政治社会稳定,经济发展,对日资吸引力增强。并且,由于我国加入世贸组织后服务领域进一步开放,日资投资领域逐渐趋于多样化。

除了对制造业继续投资之外,日资对通讯、电子、制药等高科技领域的投资有大幅增加,物流、环保业也成为投资热点。2003年以来,住友商事、住友仓库、三井物产等综合商社相继在华设立了控股物流企业,并拟在主要省市设立配送中心,构筑覆盖全国的物流网络体系,为其在华生产工厂及外资企业提供现代物流服务。

并且日资也已经逐步开始涉足教育、出版、生活消费等领域。例如制作电视节目的“视觉日本公司”在北京成立了合资企业“中国国创国际文化发展”公司,制作DVD和CD节目。

二、对华投资动机从成本型向复合型(市场+生产)转换

日本对华直接投资的初期只是为了保证本国工业化生产所必需的原、燃料资源供给。到了20世纪90年代初,日本企业对华直接投资主要是利用我国的廉价劳动力,把我国作为加工基地,所以投资绝大部分是成本导向型投资,这种投资技术含量和资本含量都比较低。在中国入世后启动的这新一轮投资热中,日本企业把中国企业作为互利互补的合作伙伴,以开拓与保证市场份额、建立国际性生产与流通网络以及获取专利

4. 加快企业集群区域民营金融的发展

相比较而言,我国企业集群地区的民营金融与当地经济的发展比较而言,还是严重滞后的,两者并不匹配。当前企业群发展迅速的区域必须加快民营金融机构的发展,利用民营金融机构以个人股为主体的所有权结构的激励约束功能,利用民营金融机构与民营经济在产权设置、运作方式等方面的相似性产生的天然亲和力,发挥城信社等民营金融机构扎根基层、规模小、机制灵活、管理层少、运行成本较低、比较适合个体私营企业融资需求的特质,聚集当地的社会资金,支持本区域中小企业集群的快速成长。

5. 加强金融界对企业群产业发展的研究

金融机构聚集着各类人才,掌握着较丰富的信息,对宏观经济、产业发展、行业和市场变化等都具有较强的研究能力,具备对产业集群宏观发展的指导能力。产业集群往往是一个区域的主导产业,支配着地方经济活力,并吸纳大量就业,地方政府对产业集群也都持鼎力支持的态度。

因此企业群发展地区的银行、地方政府、行业协会等机构应积极相互合作,深入研究区域发展战略和产业集群的中长期战略规划,深入产业研究,对产业集群发展做出更好的规划,取得协同效应。并根据当地产业集群的实际状况采取相应政策,对企业进行有选择性的扶持,提高资金配置效率,提前预防和化解进入生命衰退期的产业集群带来的产业系统性风险。

6. 加快建设为企业集群服务的区域性中心银行

在目前我国为中小企业融资服务的创业板、投资基金还没有正式运作的情况下(而且即使运作,它们也偏向于科技型企业,而更多的以劳动密集型的、能发挥我国比较优势的中小企业将被排除在外),在当前我国经济发展进入结构性过剩储蓄难以转化为投资、中小企业普遍融资困难的条件下,在中小企业集群地区建设区域性中心银行,可以更好地提高融资效率、解决集群融资难的问题。

区域性中心银行可以发挥地域优势,将更了解企业群的经营运作状况、管理水平和集群发展前景,而且可以借助群内企业间的业务联系、竞争与合作对手的情况,对整个集群的发展方向更加准确地判断,帮助群内企业制定中长期投资以及发展战略,为中小企业提供更加高效稳定的金融支持。

[参考文献]

- [1]张炳申主编.《21世纪亚太国家中小企业发展与支持系统研究》[M]广州:暨南大学出版社,2000.
- [2]张炳申、马建会.改进我国中小企业集群融资的对策分析[J].经济经纬,2003,(5)
- [3]林毅夫、李永军.中小金融机构发展与中小企业融资[J].经济研究,2001,(1)

和信息。这种市场导向型投资,资本含量和技术含量显著加大。

日本经济产业省发表的2002年度日本制造业白皮书称,日本对华制造业投资战略将发生巨大变化:将中国单纯作为生产基地的企业大幅下降,而将中国同时作为生产基地和销售市场的企业将大幅上升。调查显示目前日本企业将中国作为销售市场的比例为45%左右,5年后这一比例仍维持在40%左右。但是将中国单纯作为生产基地的企业从现在的40%多降至不足20%,而将中国同时作为生产基地和销售市场的企业将从目前的10%大幅上升至40%以上。

三、在华配套程度明显提高

1992年,日资企业在我国国内的配套率仅为20%左右,而日资企业东盟国家的配套率已达到47%。到1999年,在我国的日资企业,当地配套率已上升到接近一半,而日资企业在东盟国家的配套率几乎没有变化。有关研究表明,日本在华企业在中国的配套企业,大多数也是日资企业,在华投资的目的是为了给其他日资企业配套。

根据日本贸易振兴机构提供的资料显示,近年来,已经进入中国的日资企业在国内的采购比例上升。据该机构的调查,2000年在中国的采购比例超过51%的日资企业只占调查对象的39%,到2001年,这个数据就上升了10个百分点,达到了49%。而且在关于今后原材料、零部件的采购方针上,回答要“扩大对当地的采购量”的企业也占到了80%,其中有74%的企业回答要“扩大对中国国内企业的采购量”。

日本大企业以往一般由国内的众多供应商提供支持,因此自成体系、内部配套严密。但是全球竞争的态势,促使日本企业加强了全球采购量,尤其是从成本上来说,采购中国的零部件可以降低产品的价格,从而提升日本产品的竞争力。

四、生产及研发的“本土化”步伐大大加快

据统计,从1985~1995年间,中国得到了日本2314项技术许可。在当时,日本基本上是将低附加值、低技术含量的产品拿来,把中国仅作为组装基地。但随着中国加入世贸组织后所形成的巨大的市场潜力,日本企业又掀起了新一轮移师中国的浪潮。与以前不同的是,而今天的日本企业开始在华设立研发中心,用最新的技术生产最新的产品,造就一批高水准的“规模生产基地”,可以说是把企业核心层搬到了中国。例如,日本佳能公司社长认为,中国的优势不仅仅是低价劳动力,而且具有最先进技术的开发潜力,把开发和生产部门都转移到中国可以实现“制造的理想”。所以从2001年起,日本一些大型企业开始向中国增加转移高技术生产部门。

日立制作于2001年末在北京新设研发中心,将冰箱、洗衣机等的开发从日本转移过来;富士施乐公司宣布关闭其在日本一家产量达15万至20万台的打印机工厂并将移至中国,同时在深圳成立产品研发中心,此举将使深圳在不久的将来成为富士施乐全球最大的生产中心。

2003年底,NEC快速启动了2003年9月刚宣布成立的“NEC”中国研究院,并计划将研发队伍在2005年增加到1000人。东芝也宣布,其在杭州的技术开发队伍也正在扩张之中。松下也表示将扩充目前已有80人左右的终端研发队伍。

居全球500强之列的日本三得利集团也宣布,在上海成立“三得利中国生产开发中心”,专门研究上海人的口味,以便三得利的啤酒和饮料更加适合上海人的口味。同时,三得利宣布,已斥资数千万元投产纯生啤酒,这也是目前上海首条已投入生产的纯生啤酒生产线。三得利拟通过生产适合上海人口味的清爽型啤酒,占据上海啤酒市场大部分的份额。

五、对在华业务进行新一轮的整合

中国加入WTO及服务市场的开放,为日本跨国公司启动“中国市场战略”带来了新契机,已进入中国的日本跨国公司纷纷加强中国地区总部的战略启划、市场营销等统合功能,构筑营销及技术服务网络,加强针对中国市场的研发功能。许多日本跨国公司对已经在华运作的公司进行了股权结构和组织管理的调整。

跨国公司的目标是把中国全面纳入其全球经营网络,整合在华各个企业和经营机构,从而形成一个整体,增强在华竞争力。

如2002年,松下电器(中国)公司通过回购股权的方式,买下了其中方合作伙伴的股权,实现了独资经营。2003年4月,松下电器又以地区总部的身份,对松下在华投资的50家企业(其中合资企业37家,独自企业13家)进行了重组。重组前,松下在中国的这50家企业都是独立法人,从研发到生产销售各自为政,而原松下(中国)公司虽然以投资公司的身份对松下在华业务进行协调管理,但由于该机构采取合资形式,其统筹管理的能力有限。重组后,松下(中国)将通过建立透明、灵活、扁平的管理体制和市场反应机制,统一管理50家企业的研发、设计、生产、销售和服务,从而使松下(中国)由原来的事业支持性公司转变成为地域统括性公司。此举不仅完成了松下在中国组织结构的调整,而且更重要的是意味着松下在中国的业务从此可以通过更有效率的传递渠道,进入松下全球一体化的生产、服务体系。

跨国公司在华上述重组活动一方面有利于跨国公司优化其在中国市场上的资源配置,加深对中国市场竞争的参与,提高本土化程度;另一方面,通过业务整合,拉紧了跨国公司在华投资企业与其总公司和海外其他机构的联系,为跨国公司加快向中国转移制造业,进而在中国形成完整的产业链条创造了有利条件。

推进技术进步,加快“大大连”建设

大连市 赵小钉 王 瑛 何郁赵 张 勇 孙照春

大连是我国重要的工业基地之一,工业基础比较雄厚,行业门类比较齐全,产业重点日趋突出,综合配套能力较强。但也存在老企业多、设备陈旧、工艺落后、污染严重、耗能高等问题。因此,大力推进技术进步,走以内涵扩大再生产的道路是大连经济腾飞的重要途径。大连工业依靠科技进步,一批技术水平在国内领先、具有一定经济效益的重大项目竣工投产;一批大中型企业成为国内同行业的骨干企业,其中,大型船舶、内燃机车、成品油、化肥、酸碱、轴承、工业制冷、组合机床、港口机械、数字化视听、特钢、软包装等都是国内最大的生产企业,造船能力占国内43%,内燃机车占全国铁路运行机车50%。在面临新一轮区域经济和产业发展的机遇和挑战的新形势下,要继续推进技术进步,大力应用高新技术和先进适用技术,推进产业结构优化升级,提高产业竞争力,加快老工业基地振兴和“大大连”建设。

一、提出建设“大大连”的战略目标,迎接区域经济竞争挑战

大连处于东北亚经济圈的中心位置;在中国三大经济圈发展格局中,大连是渤海经济圈的主要城市之一;在辽宁经济发展格局中,大连是带动全省经济发展的火车头之一。由于有这些得天独厚的区位优势,大连必须做大做强,进一步增强城市的综合经济实力,提高城市竞争力,迎接区域经济的竞争和合作。但是,由于中心城区建设用地已近饱和,很难满足大型产业和重点项目的发展,而且中心城区越建越密,交通拥挤,环境质量下降,改造成本增高。因此,只有按照“西拓北进”的思路,拓展新的发展空间,开发新城区,使新城与老城互动,才能适应经济多元化发展的需要。2002年12月,大连市委九届五次全会审议通过了《建设“大大连”规划纲要》,提出建设“大大连”的发展思路,推动大连经济的跨越式发展。

建设“大大连”城市经济发展目标为:2005年为实现城市现代化奠定基础,全市GDP达到2000亿元;2010年率先基本实现现代化,全市GDP达到3420亿元,人均GDP达到7000美元;2020年全面实现现代化,

六、中日企业合作进入新阶段:从竞争转向竞合

日本跨国公司对在华业务进行整合的同时,也在积极寻求与强势中国企业的战略联盟机会,这成为日本跨国公司在今后2~3年主要工作内容。

这主要是因为跨国公司在新一轮业务整合过程中,与内资企业在更高层次上展开了全方位的竞争与合作。20世纪90年代以来,通过与跨国公司的竞争,内资企业自身不断成长、成熟,有些企业已经开始收复丢失的市场。对这些企业来说,加入WTO后,国内资产重组、技术创新的体制约束放松,同时,扩大出口、开展国际经营的大环境也随之改善,为企业谋求自我发展、增强竞争力创造了有利条件。在这种情况下,内、外资企业在国际、国内市场的竞争已经呈现出不断加剧的趋势。以家电行业为例。国内家电企业竞争力的提高和市场化的不断成熟,并未使外资企业退出该领域的竞争,相反,中国加入WTO后,跨国公司企业携其新技术、新产品与内资企业展开了新一轮更为激烈的竞争。2001年以来,跨国公司投资企业纷纷加入了国内彩电市场的价格战,东芝、索尼、松下、日立等公司在华投资企业的彩电价格均有较大幅度的下降,对国内彩电企业构成了一定的竞争威胁。由此可见,加入WTO后,跨国公司与内资企业的竞争范围不断扩大、竞争方式更趋多样化,在竞争中虽然此消彼长,互有胜负,但总体上有利于相关产业的发展和我国市场经济体制的完善。

目前,降低生产成本,以投资促出口仍是日本制造业大企业扩大对华投资的主要目的。为扩大高端产品的市场份额,中日大企业间“强强联合”日益增多。2004年4月,新日铁公司和世界最大的钢铁生产企业洛克森布鲁克公司决定与宝钢在上海组建合资公司,为中国汽车、家电和建材企业定向生产高品质钢板。新日铁因此每年便可稳获得向中国出口数十万吨热轧钢板的订单。另外,东风汽车集团与日产汽车公司合资案例也是中国大企业与跨国公司合作的典型案例。由中国东风汽车公司与日本日产(Nissan)汽车公司共同组建的国内迄今最大的汽车合资项目——东风汽车有限公司2004年6月9日在武汉正式成立。

所谓竞合,即竞争并且合作,在竞争中合作。竞争是合作的基础,只有在竞争当中取得优势,才有合作的话语权,竞争的目的则是为了进一步夯实合作的基础。合作的目的是为了弥补相互价值链当中的薄弱环节,更好地开展与对手的竞争。建立在竞合基础上的中日企业必将会有更大的发展。

[参考文献]

- [1]朱向阳等.《日本对华直接投资战略转变的深层原因分析》(J).《国际贸易问题》.2004.2.
- [2]李小刚.《80家日企沪上采购零部件 日企加工基地看好长三角》(J).《国际金融报》.2004.2.16(第十六版).
- [3]江小涓.《向重化工业领域延伸——2003-2004年外商在华投资新特点及新趋势》(J).《国际贸易》.2004.4.
- [4]李国平.《日本对外直接投资动机的区域差异研究》(J).《世界经济》.2000.2.
- [5]赵晋平.《变化在长期——日本对华产业转移及其结构变化趋势》(J).《国际贸易》.2000.10.