

国外跨国公司经营研究译丛

[日]伊藤贤次 著 张青松 译

国际经营

日本企业的国际化及
对东亚的投资

GUOJI JINGYING
RIBEN QIYE DE GUOJIHUA
JI DUI
DONGYA DE TOUZI

中国社会科学出版社



国外跨国公司经营研究译丛

[日]伊藤贤次 著 张青松 译

国际经营

日本企业的国际化及
对东亚的投资

GUOJI JINGYING
RIBEN QIYE DE GUOJIHUA
JI DUI
DONGYA DE TOUZI

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际经营:日本企业的国际化及对东亚的投资/(日)伊藤贤次著;张青松译. —北京:中国社会科学出版社,2008. 12

ISBN 978 - 7 - 5004 - 7437 - 1

I. 国… II. ①伊…②张… III. ①企业经济—国际化—研究—日本②企业—投资—研究—日本 IV. F279. 313

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 192763 号

责任编辑 张 林
特约编辑 王跃进
责任校对 石春梅
封面设计 王 华
技术编辑 李 建

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

电 话 010—84029450(邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂

装 订 丰华装订厂

版 次 2008 年 12 月第 1 版

印 次 2008 年 12 月第 1 次印刷

开 本 880 × 1230 1/32

印 张 11.25

插 页 2

字 数 270 千字

定 价 27.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

增订版序言

本书于1997年出版，曾重印两次。此次重出增订版，主要缘于如下理由。

首先，需要补充其后5年间的新数据（1996—2000年）。

此外，其间发生了“两个巨大的变化”。一个是1997年7月爆发的“亚洲（东亚）货币/金融危机”（也称为“经济危机”），另一个就是其后中国经济的迅速发展。

前者暴露了1993年被世界银行誉为“奇迹”的东亚经济发展中所隐藏的体制上的“脆弱性”，后者则表明了现已作为“世界工厂”和“世界最大的市场（消费地）”而受到高度评价的新兴工业国家——中国经济的巨大规模和迅速增长的程度。中国开始步入成长轨道，这给整个东亚乃至世界经济带来了巨大的影响。

当然，东亚经济的这种新动向，也给雄踞首位的日本企业带来了各种各样的新课题。

此次的增订版，在考察1996年以来东亚经济变化的同时，还对东亚经济的“脆弱性”和“强劲性”这两个新内容进行了探讨，重新审视了与这些变化相适应的日本企业的样态。这些内容相当于第一版的“补充章节”，作为第21章加入本书。

其他的内容，第一版基本都涵盖了，因此从第1章到第20

章，本书与第一版相同。对于笔者的这些考虑，特解释如下：

笔者认为，如果简要地论述经营的样态，那就是“适应环境”和“自我革新”两个方面，尤其是环境带来的影响非常巨大。

从 GDP 角度看，日本是仅次于美国的世界第二经济大国，两国的 GDP 总和占世界 GDP 的 40% 以上，特别是资源匮乏的日本，必须要与世界经济融为一体进行运营。

1991 年末的苏联解体以及 1992 年 10 月中国向社会主义市场经济的转变，加速了整个世界的市场经济化。笔者认为，在这种全球规模的新“全球化竞争”中，日本企业得以生存发展的唯一途径就是“全球化经营”。

日本企业向全球化经营的转变，是进入 20 世纪 70 年代后开始的。有两个代表性的事件，一是 1971 年 8 月的“尼克松冲击”，另一个是 1985 年 9 月的“广场协议”。从 70 年代开始，出现了长期持续的美元贬值与日元升值趋势。特别是受到“广场协议”的影响，外汇汇率大幅度波动，迫使日本企业在行动上进行质的转变。日本企业通过实施 OUT 方面的 FDI（海外生产）和 IN 方面的国际采购（进口），以适应急剧的外汇波动（环境变化）。以日本企业的这种行为为契机，东亚经济开始发展，并顺次波及整个东亚地区。进入 90 年代，随着中国的加入，东亚的经济变化日益加剧。

对日本企业而言，最佳的选择就是与东亚保持合作关系，开展各种充分发挥“全球化经营的优势”的活动，同时进行以欧美等各国为对象的世界最佳经营。

本书就是基于上述想法而得以完成的。笔者认为，即使在今天本书也具有参考价值。

在 21 世纪开始之际本增订版得以同期出版，笔者深感荣幸。

本书承蒙创成社出版部冢田尚宽等相关人士的关照，在此谨深表谢意。

伊藤贤次

2001年12月

初版序言

正如书名《国际经营》所示，本书是论述以日本企业为中心的经营活动的书籍。由副标题“日本企业的国际化以及对东亚的投资”可知，本书是以20世纪70年代之后日本企业的国际化，特别是1985年9月“广场协议”后日本企业的国际化、全球化为直接对象，以与东亚的关系为中心展开论述的。

日本企业目前正处于向国际化转轨的过程中。70年代初的“尼克松冲击”，日元汇率开始从第二次世界大战后持续多年的360日元/美元固定汇率时代向浮动汇率时代转变，呈现了长期的日元升值趋势，后来的“广场协议”进一步加速了日元升值，目前已升至 100 ± 20 日元左右。与二十多年前的360日元时代相比，这种变化远远超出了人们的想象。

在这些背景中，最主要的是世界经济中日本经济的迅猛增长。与此同时，在美元贬值与日元升值这种结构性的外汇变动中、换言之在世界经济的成本变动中，日本企业急速开展了OUT方面的海外投资（以海外生产为代表）和IN方面的进口（国际筹措），这很自然地引发了对国内空洞化强烈的担忧。从长期来看，日本企业通过开展以这两方面为中心的活动，正在向“全球化经营”转轨。而全球化经营意味着与原来的以国内部门为中心的方式相比，提高海外部门的活动比例，基本上就是

“不再区分国内和国外，而视其为一体的经营”方式，是以世界最佳为目标的经营。

全球化经营能够在日本企业的活动中得到何种程度的实现，尽管还存在诸多争论，但日本企业基本的发展方向就是实现全球化经营。日本企业在实现信息化的同时，还进行着向国际化与全球化转轨的经营革新。经营的全球化是不可逆转的潮流，必将直接或间接地波及大企业，甚至是中小企业。无法适应这些经营环境变化的企业，将最终被淘汰。

本书既适宜高等院校的大学生、研究生和企业界人士学习，也可供学者等广大读者层参考阅读。

本书由三部分构成，第一部分是“日本企业的国际化和国际经营”，主要探讨有关国际经营的理论，笔者力图简洁地阐述相关基本内容。相对于第二部分和第三部分而言，第一部分是基础部分。对当今日本企业的活动非常感兴趣的读者，也可直接阅读第二部分。

第二部分是“东亚的经济发展以及日本企业的投资”，从与日本企业的关系（特别是来自日本企业的海外直接投资）角度考察东亚的经济发展。“广场协议”后东亚经济的迅速发展，促进了日本企业与东亚融为一体的新型分工体制的构建及其相互发展。根据实际的企业活动，具体地考察国内外的生产体制是以何种机制建立的、以及对日本的返销和向第三国出口。

第三部分是“日本企业在东亚的经营”，从各种角度分析投资企业具体经营活动的推进方式。在阐明日本企业优势的同时，还对“日本式经营”进行了详细分析，从长期的观点考察了日本式经营在东亚的确立和展开。第三部分归纳了向东亚投资的日本企业的基本经营战略，同时考察了当地企业方面的经营战略，

探讨与日本企业合作的可能性和方式。

笔者认为,日本企业与东亚的关系在广场协议后迅速加强,而且整体进展相当顺利。在东亚确立“日本式经营”、构筑包括日本在内的分工体制的同时,已经形成了部分工业产品的世界性出口加工区域。东亚被誉为世界经济的增长中心,目前仍将继续增长。日本的企业活动是如何展开,正是笔者最感兴趣的。

国际经营学是随着以美国为中心的企业活动国际化而逐渐发展形成的一门新学科,从其被提出到现在仅仅三十余年,而它今后将随着企业活动的国际化和全球化迅速发展。从这一意义上说,广场协议后日本企业的国际化和全球化的活动,为我们的研究提供了非常好的素材。不管是日本还是东亚,都是我们身边活生生的例子。

国际经营学是以经营学为基础的。如果说经营学主要是以企业的国内活动为对象的话,那么国际经营学就是以国际经营活动为对象。国际经营活动是跨国界开展的企业活动。随着企业活动的国际化,国际经营的比例也不断上升。就日本企业而言,现在未开展国际经营活动的企业屈指可数。在这里我衷心希望国际经营学今后能够取得更大的发展。

在编写本书时,笔者特别留意如下几点:

- (1) 尽可能简明易懂地论述。
- (2) 以长期性、本质性、理论性为中心。
- (3) 能够在推进实际的企业活动中起到参考作用。

因笔者能力有限,能够多大程度地实现这些目标内心并没有把握。现今日本和东亚的情况复杂,瞬息万变。企业经营正不断进行着新的发展和努力。因此本书不足之处,还希望读者给予指

正，以便今后改进。

另外，本书在每章结尾都附有练习题，这些练习题都是根据本书的内容要点整理的，希望能够对读者起到帮助作用。

本书在出版之际得到了梅津和郎先生（名古屋学院大学大学院教授）和创成社冢田庆次社长的大力帮助。此外，从本书的策划到最终出版，还得到了创成社的编辑、企划部次长长谷雅春先生的鼎力协助。特在此表示深深的谢意。

伊藤贤次

1997 年 5 月

目 录

第一部分	日本企业的国际化和国际经营	
第一章	经营活动的国际化及其发展阶段	(3)
一	国际经营活动	(4)
二	经营国际化的发展阶段	(6)
三	跨国企业的特点	(11)
第二章	经营活动国际化理论	(14)
一	国际经营活动的理论框架	(15)
二	自由贸易的理论	(19)
三	FDI 的理论	(23)
第三章	日本企业的国际化	(29)
一	经营环境向国际化的变化	(29)
二	外汇的动向	(33)
三	对世界成本结构变化的应对	(38)
第四章	国际购买	(43)
一	什么是国际购买	(44)

二	国际购买的推进方式	(51)
三	国际购买的未来发展	(59)
第五章	海外生产	(63)
一	海外生产的发展阶段	(64)
二	海外生产的分类	(66)
三	合资企业的建立	(69)
第六章	全球化经营	(75)
一	新阶段的全球化经营	(75)
二	全球化经营的基本问题点	(79)
三	日本企业的全球化经营	(80)
第二部分 东亚的经济发展和日本企业的投资		
第七章	广场协议与东亚的“雁阵”式经济发展	(87)
一	东亚的雁阵式经济发展	(88)
二	发展阶段的划分和启动条件	(95)
三	外资引进所产生的出口导向型工业化战略	(98)
第八章	日本企业对东亚的投资与经济发展	(104)
一	海外直接投资(FDI)的推移	(104)
二	第二阶段以后的展开条件	(116)
三	东亚加工基地的形成	(119)
第九章	海外生产中的 QCD 和海外生产的分类	(124)
一	海外据点的优点和缺点	(125)
二	海外生产中 QCD 的特点	(128)

三 海外生产的分类	(135)
第十章 国内外生产体制的构成	(141)
一 母国生产的特点	(142)
二 国内外生产体制的理论框架	(145)
三 国内外生产体制的组建机制	(147)
第十一章 海外生产的成本估算	(153)
一 当地的一般成本水平	(153)
二 在日本进行生产时的生产成本构成比	(156)
三 当地产品的成本估算	(163)
第十二章 适合返销的产品和适合母国生产的产品	(170)
一 返销时的成本计算	(170)
二 返销中的交货期(D)问题	(175)
三 返销产品与母国产品的区别	(177)
 第三部分 日本企业在东亚地区的经营	
第十三章 东亚地区的质量管理	(183)
一 日本的质量管理	(184)
二 东亚的质量管理和发展	(186)
三 日本式生产体系和质量	(192)
第十四章 东亚地区的利润管理和财务管理	(196)
一 东亚地区的利润管理	(196)
二 具体成本管理活动	(200)
三 财务管理和区域统一管理	(203)

第十五章 东亚的工程管理和派驻人员管理	(208)
一 东亚的工程管理	(209)
二 派驻人员工作的开展方式	(214)
三 当地人的培养	(218)
第十六章 东亚的经济发展与经营环境的变化	(224)
一 东亚的类似性和差异性	(224)
二 东亚的经济发展和“时间”差	(231)
三 经营环境的长期性变化	(237)
第十七章 日本式经营在东亚的确立与展开	(246)
一 东亚的经济发展和日本式经营	(247)
二 “日本式经营”及其成立条件	(248)
三 日本式经营在东亚的确立	(253)
第十八章 日资投资企业的市场与日本企业的优势	(257)
一 日资投资企业的市场分类	(257)
二 日本投资企业的一般优势	(263)
三 日本企业(母公司)的优势	(267)
第十九章 东亚日资企业的经营战略	(273)
一 “全球化经营”的一般优势	(273)
二 日资企业的经营战略 A	(277)
——“垄断”体制的尽早确立与事业展开	(277)
三 日资企业的经营战略 B	(280)
——强化竞争力的新战略	(280)

第二十章 东亚当地企业的经营战略	(285)
一 作为后发者的优势	(285)
二 当地企业的经营战略	(289)
三 与日本企业的合作	(294)
第二十一章 东亚货币金融危机与中国的迅速成长	(303)
一 1996 年后的东亚经济发展	(303)
二 东亚的货币金融危机	(308)
三 中国经济的快速发展	(312)
四 日本企业今后的经营	(316)
参考文献	(323)

第一部分

日本企业的国际化和国际经营

