

國際投資與市場經營

左秀靈 譯

日本海外經營研究會著 高宮晉 編



香港世界出版社印行

國際投資與市場經營

日本海外經營研究會 著

高宮 曹 編
左 秀 靈 譯

香港世界出版社印行

出版者：世 界 出 版 社

(香港七姊妹道二 號地下)

印刷者：復 興 橡 皮 印 刷 有 限 公 司

(香港七姊妹道二〇〇號七樓)

總代理：世 界 出 版 社

批發部：香港北角七姊妹道二 〇號地下

Tel: 51624260

門市部：香港銅鑼灣波斯富街一二 號

Tel: 51793081

星・吉・檳世界書局發行

譯 序

在第二次世界大戰被同盟國以武力征服而至於無條件投降的日本，詎料短短二十年後的今天，不僅在廢墟中重新站了起來，而且在海外市場上，憑藉其雄厚的經驗勢力，竟將世界各經濟大國一一壓倒，躍登經濟大國的寶座，昔日未能以武力實現的「大東亞共榮圈」的野心，今日却以另一種形式來完成，日貨更充斥於東南亞各地區，不僅令一向掌握東南亞經濟命脈的華人深覺威脅，即世界各先進開發國家亦感到日貨傾銷的困擾。

日人在海外經營（指向外國投資設廠，或技術合作等的企業行爲）上，雖嫌條件苛刻，但處於今日世界商場如戰場的境況下，確實有值得海外華人借鏡的獨到之處，例如譯者編譯此書時，最令人感觸良深的是；日本對主持海外投資的職員要求——必須精通投資經營地區的語文，熟諳當地的法律、政府組織、經濟政策、稅制、歷史、地理、民族特性、教育思想、宗教習俗，國民感情及價值觀等等，並且還要具備討人喜歡的儀表談吐，上乘之選的交際手腕，及洞悉先機的觀察能力，同時更須留意該地區的政治動態、外交方針及經濟發展趨勢，以便適應和準備。又如欲在某地區設廠，必需先獲得該地區有政治影響力的

高級官員欣喜，始能減少若干阻力……又如在某地招募職員，亦以甄選曾經留學日本或久居日本的該區人士爲優先……。

由此可知，日本商人是如何的可怕，他們具備了最敏銳的情報人員及外交人員的素養，任何國家的商人與日本人對陣，均首先有被洞悉動機的可能。

由上可知日人居心之深遠，日本在經濟上的發展能有今日之成就斷非偶然，可以說是心血與經年累月苦幹實幹的結晶，深值得從商人士來學習。

本書即詳述日人海外投資經營的各種方法及如何剖析並掌握海外市場，可供華商有意問鼎世界市場的參考，而且海外市場與區內經營，在實質與方法上皆有相通之處，因此地區企業經營的人士亦有一覽的價值。

除詳述市場與投資經營的主題之外，本書尚收集了不少珍貴的統計資料，另附最新中英對照之世界經濟、貿易及經營學用語於末，尚祈各位先進人士指正。

左 秀 靈

一九七二年十月廿五日

目 錄

第一章 海外事業概論.....	15
一 海外事業的定義.....	15
1 海外事業活動的目的	15
2 海外事業活動的範圍	15
二 海外事業活動的內容.....	18
1 第二次世界大戰後海外事業活動的特徵	18
2 歐洲共同市場的發起和美國企業之進出 世界市場	18
3 西歐經濟合作發展機構	21
4 外資進出之障礙及向國際化的衝擊	24
5 生產要素意向型海外投資	25
6 海外事業活動之諸方策	25
7 海外事業活動的分析法	28
三 海外事業活動的特性.....	29
1 對海外市場的認識	30
2 與對象國國家利益之相調和	30
3 世界性	32
4 計劃性	33

5	統一性	34
6	組織性	34
7	機動性	35
8	主動性	35
9	繼續性	36
10	適應性	36

第二章 海外市場的特質..... 39

一 市場的意義..... 39

- 1 市場意向經營的確立 39
- 2 市場構成要素 40
- 3 海外市場的地理社會條件 42

二 地理的關係..... 44

- 1 地理的特性所受的影響 44
- 2 人口 44
- 3 地理條件所生影響的實例 47

三 經濟的條件..... 50

- 1 所得及消費水準 50
- 2 市場規模及成長率 53

四 政治法律的環境..... 56

- 1 政治體制 56
- 2 對象國的政治及法律 57

五 經濟金融環境..... 61

- 1 各國經濟政策 61

2	國際金融制度	63
六	社會文化和教育	69
1	宗教	69
2	家族制度	70
3	教育	75
4	社會心理的要因	85
5	國民感情	85
6	與舊宗主國之關係	86
第三章	國際銷售	89
一	國際銷售之意義與必要性	89
1	國際銷售之定義	89
2	海外市場意向之背景	90
3	確立海外市場意向之觀念	91
4	國際銷售之確立	91
二	國際銷售計劃	93
1	策定計劃之條件	93
2	策定計劃的次序	93
3	策定計劃的時間	96
4	策定計劃的方法	97
5	需要預測	98
6	製品的商品壽命	99
三	市場合格商品之發展	105
1	研究多品種少量生產的方式	105

2	發展商品的審查目錄表	106
3	市場合格商品之發展	108
四	流通經路的選擇	109
1	流通經路開拓上的問題	109
2	對象國國內的流通經路	109
3	越過國界的流通經路	113
4	工廠的流通經路政策	113
5	直接輸出與間接輸出的利弊	116
五	販賣價格之決定	117
1	海外市場價格之重要性	117
2	販賣價格之決定法	118
3	當地狀況與價格	118
六	促進販賣及廣告	120
1	新時代的促進販賣	120
2	促進販賣的方法	122
3	廣告	125
七	輸出的現代意義	127
1	世界貿易之擴大	127
2	今後貿易業務之諸問題	132
第四章	資本進出	135
一	資本進出之目的	135
二	資本進出的各種類型	136
三	資本進出之型態	144

1	參加資本	140
2	合辦公司之設立	142
3	既成企業之收買	145
4	完全子公司之設立	145
5	合辦公司及完全子公司的選擇	147
6	分社與當地子公司	148
四	資本進出計劃	148
1	對資本進出的經營意思之明確化	150
2	企業配置計劃	151
五	商品政策	158
1	生產品種之選擇	159
2	急速的新製品之追加	160
3	輸入品之併行販賣	161
4	品質性能之確保	162
六	生產政策	162
1	設立工廠的地區選定	163
2	派遣工廠建設時之專業人員隊	163
3	多品種少量生產方式	163
4	關連產業之發展程度	164
5	國產化比率	164
6	原材料零件之供應	165
七	財務政策	166
1	資金源	167
2	資金週轉之運用	168

3	迴避財務上的危險	169
八	人事勞務政策	173
1	勞動力確保和工資情形	173
2	中級幹部之甄選與擢昇	175
3	從業員之教育	177
九	優秀的外交人員之派遣	177
1	一般的資質	178
2	業務的知識	179
3	有一位賢內助	179
十	與當地政府之折衝	179
第五章	技術援助	183
一	技術援助的意義	183
二	技術援助的方式與觀點	184
1	技術援助的方式	184
2	技術輸出的觀點	184
三	技術援助與銷售	184
1	技術與銷售	184
2	專利戰略（或稱特許戰略）	185
3	技術自立戰略	186
第六章	海外事業經營的組織	189
一	組織目標	189
	海外事業的特殊性	190

二 組織的構造.....	191
1 總公司的組織構造	191
2 海外事業部門內之組織構造	196
三 組織之運營.....	201
1 分權的程度	201
2 總公司的職責	203
3 海外事業場有效率的運營	204
4 總公司各種資源之最大限利用	205
5 維持良好的特殊組織	206
四 海外事業的特殊組織.....	206
1 歐洲本部	206
2 金融控股公司	207
3 「逃稅公司」	208
附 錄.....	209
最新經營、貿易、世界經濟用語集.....	209

第一章 海外事業概論

一 海外事業的定義

1 海外事業活動的目的

海外事業活動的目的，簡單地說，包含下述兩項：①在實施資本自由化的同時還要保衛並促進本國企業的發展。②是爲了研究如何才能使本國企業積極地進出於海外，參與國際競爭，以謀取經濟之繁榮。

2 海外事業活動的範圍

所謂海外事業活動，可下一個簡單的定義：「包括企業在海外（國外）的一切活動。」

活動的主體，除了工業先進諸國之外，當然還包括發展途中諸國及共產國家等。

海外事業活動的動態分析如次表

對象國 對象物	自主要企業所在地 國之流出	向主要企業所在地 國之流入
資 料	提 供	蒐 集
商 品	輸 出	輸 入
技 術	技術援助	技術合作
資 本	資 本 進 出 (製造公司) (販賣公司)	外 資 導 入 (製造公司) (販賣公司)

〔註一〕 上表中的主要企業所在地國，係指某國的海外經營人員在本國，根據本國的法律而設立的企業機構，並取得法人資格而言者（本書以後多直接稱「總公司」）。

〔註二〕 資料：指可供擬定海外經營策略、及有助於發展海外經營的一切所見所聞。日本以「情報」一詞名之，包含：市場「情報」、技術及經營上的「情報」等。
爲了積極向海外（國外）蒐集「情報」，