

史自力 / 著



日本汽车产业发展 战略研究

RIBEN QICHE CHANYE FAZHAN ZHANLUE YANJIU



经济科学出版社

日本

汽车产业发展战略研究

史自力 著

经济科学出版社

责任编辑：王柳松

责任校对：王肖楠

版式设计：代小卫

技术编辑：董永亭

日本汽车产业发展战略研究

史自力 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：[www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件：[esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天宇星印刷厂印刷

永明装订厂装订

880 × 1230 32 开 6.25 印张 160000 字

2005 年 3 月第一版 2005 年 3 月第一次印刷

印数：0001—1000 册

ISBN 7-5058-4716-3/F · 3988 定价：16.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

目 录

内容提要	(1)
引言	(28)
第一章 日本汽车产业发展的历史沿革	(35)
第一节 第二次世界大战前日本汽车 产业发展的端倪	(35)
第二节 第二次世界大战后日本汽车 产业的大发展	(41)
第三节 日本汽车企业群体概貌及 其龙头企业	(45)
第四节 日本汽车产业在国民经济发展 中的地位和作用	(51)
第二章 日本汽车产业的企业发展战略	(59)
第一节 保有较高生产效率为企业 发展创造基础条件	(59)
第二节 以竞争培育优势企业	(65)
第三节 以创新促进企业发展	(71)
第四节 从企业实际出发, 把企业	

做强做大	(74)
第五节 以团队精神增强企业活力	(84)
第三章 日本汽车产业生产技术的发展战略	(87)
第一节 国外汽车生产技术系统的 一般发展阶段	(88)
第二节 丰田生产技术系统概要	(89)
第三节 丰田生产技术系统的革新性	(91)
第四节 丰田生产技术系统的特征和作用	(97)
第四章 日本汽车产业零部件企业的发展战略	(99)
第一节 实行汽车零部件生产交易的系列化	(100)
第二节 推进汽车零部件生产交易的集成化	(106)
第三节 构建汽车零部件生产交易的网络化	(111)
第四节 参与世界性的汽车零部件企业重组	(115)
第五章 战后日本对汽车产业的扶持战略	(119)
第一节 幼稚产业保护理论	(119)
第二节 日本对汽车产业的扶持政策	(121)
第三节 扶持企业开拓市场	(124)
第四节 日本对汽车产业实施扶持政策的效果	(127)
第六章 日本汽车产业的国际竞争战略	(133)
第一节 以企业机制活力和高生产率 增强国际竞争力	(133)
第二节 果断地开拓国际市场	(137)
第三节 在竞争中促进出口增长	(141)
第四节 丰田公司独特的国际化生产经营模式	(146)

第五节 国际化生产经营效益最佳 企业——本田公司	(155)
第七章 日本汽车产业面临的困境、课题及其新动向	(159)
第一节 日本汽车产业发展所处的困境	(160)
第二节 日本汽车产业面临的课题	(165)
第三节 日本汽车产业发展的动向	(167)
第八章 日本汽车产业对中国的启示	(170)
第一节 中国汽车产业发展现状	(170)
第二节 日本汽车产业发展的基本经验	(173)
第三节 日本汽车产业发展对中国的启示	(177)
主要参考文献	(187)

内 | 容 | 提 | 要

《日本汽车产业发展战略研究》由引言和包括八章在内的正文两大部分组成。本书内容丰富，资料翔实，涉及问题较多、较深、较新，是目前中国罕见的系统研究日本汽车产业的一部专著。为了便于理解和把握本书的中心内容、主要观点及深厚内涵，特撰写本“内容提要”。

引言的内容提要

按照《日本汽车产业发展战略研究》一书拟涵盖的内容，本引言分为“研究意义”、“研究角度”、“研究对象”、“研究方法”、“体系结构”、“资料来源”六个方面的内容。通过对上述六个问题的阐述，主要起到了三个方面的作用。一是为读者理解、把握全书的内涵真谛要义，提供了“向导”；二是指出了撰写本书的重大理论和现实意义；三是使读者明了撰写本书不仅有理论指导意义，而且有丰富翔实的资料作为依据，笔者是从理论和实践的结合上来行文立论的。

一、关于“研究的意义”

20 世纪，是“汽车文明”的世纪。进入 21 世纪，汽车仍是衡量一个国家经济技术发展水平的重要指示器。日本汽车产业的起步虽然晚于美国、德国等欧美国家，但其发展速度和发展规模是世界上少有的。日本汽车产业在日本国民经济发展中居于特殊地位，是支持整体产业体系和国民经济运行的关键产业，其前后向关联度高。也就是说，对其他产业前向关联具有较大的推动作用，后向关联具有较强的拉动作用，投入产出率高，能为社会提供广泛的就业机会。

中国正处在由计划经济体制向市场经济体制转变、由封闭经济向开放经济转变、由传统经济向新经济转变的“三大经济”转变时期，深入研究、学习日本等经济发达国家汽车产业的发展战略、经营管理机制、竞争与创新精神，不仅对中国大力发展汽车产业具有重要意义，而且对我国整个国民经济发展也将会起到借鉴作用。

二、关于“研究角度”

本书从创新与产业成长、竞争与企业机制、创新和竞争与规模经济、可持续竞争优势与产业良好持续发展四对相互关系的角度进行研究，进而揭示出日本汽车产业能够长期发展的原因和规律，以供我国汽车产业发展借鉴。

书中指出，创新、竞争是实现规模经济的内在推动力，而要追求规模经济必须实行创新，进而推动竞争，反过来规模经济为创新、竞争提供了条件和平台。日本汽车产业能得以长期发展，就是这些因素相互协调运转、发挥作用的结果。

为了便于从这些角度展开分析研究，书中还分别对规模经济、可持续竞争优势做了严谨的界定，使内容更加明确。

三、关于“研究对象”

本书以日本汽车产业为对象，研究汽车产业整体发展与主要单个企业成长之间、汽车厂家与汽车厂家之间、零部件企业与零部件企业之间、汽车厂家与零部件企业之间以及日本汽车产业与国外汽车产业之间的关系结构，及其经济运行的规律性。

本书指出，对于一个国家的行业分析能够帮助我们理解这个国家的企业竞争机制。而要对一个行业进行分析，还必须考察该行业内企业（包括国内、外企业）之间的竞争、替代品、潜在进入者、消费者力量和供应商的力量。因此，这些方面也要纳入研究对象的范围进行研究。

四、关于“研究方法”

本书的研究方法是理论分析与实证分析相结合，而以实证分析为主。之所以采用这一方法，主要是由于笔者在日本收集到了大量的实证资料，力图进行分类整理、深入分析，从而总结出带有规律性的结论。此外，当今实证分析，不仅是现代经济学最基本的研究方法，也是世界经济学和产业经济学最重要的分析方法。

本书还指出，研究产业可以采用多种方法，其中借助于建立各种经济计量模型来验证论文的方法，是当今出现的一种日益流行的方法。鉴于本书研究对象的复杂性，就目前条件而言，尚无法建立日本汽车产业发展的计量模型。因此，本书在研究日本汽车产业创新与企业成长、竞争与企业机制这一新问题时，主要借

助于框表式图形设计和语言文字表述相结合，同时用理论—历史—统计方法进行研究分析。

本书在以唯物辩证法为指导的前提下，力求以现代经济学中的竞争战略、竞争优势、经济发展的理论，来考察日本汽车厂家竞争与企业机制、创新与产业成长的相互关系，而不是孤立地研究各个部分。

五、关于“体系结构”

本书共分八章，四个部分。第一章为第一部分，阐述日本汽车产业 80 多年的历史沿革，指出日本汽车产业在国民经济中的重要地位和作用。第二章至第六章为第二部分，这是本书的核心内容，揭示出了日本汽车产业得以长期快速发展、成为国民经济重要支柱、能够称雄于世界汽车市场的内部机理和外部原因。第七章为第三部分，是将日本汽车产业放到全球汽车激烈竞争的舞台上，来剖析日本汽车产业面临的困境、课题及其新动向，预示出日本汽车产业将进入一个新的发展时期。第八章为第四部分，主要内容是简述日本汽车产业发展的基本经验和中国汽车产业发展的现状以及日本汽车产业对中国的启示。

六、关于“资料来源”

本书所运用之资料，是从日本政府官方有关统计资料、日本十大汽车厂家的资料和各出版社公开出版的《日本汽车年鉴》、《日本统计年鉴》、《日本工业统计》、《日本汽车统计年报》、《日本有价证券报告书》等历年卷本中的数据整理计算出来的。同时，也尽量包括跨度时间较长的纵向数据资料，以比较准确地反映该产业成长变化的真实情况。

第一章的内容提要

第一章的标题是“日本汽车产业发展的历史沿革”。本章从“第二次世界大战前日本汽车产业发展的端倪”、“第二次世界大战后日本汽车产业的大发展”、“日本汽车企业群体概貌及其龙头企业”、“日本汽车产业在国民经济发展中的地位和作用”四个方面，阐述了日本汽车产业 80 多年的发展轨迹，阐述了日本汽车产业成为日本国民经济重要支柱的历程，从而确定了日本汽车产业在宏观经济框架中的地位。

一、关于“第二次世界大战前日本汽车产业发展的端倪”

书中从“在军用汽车补助法的保护下起步”、“汽车国产化的兴起”、“有效地实施汽车制造事业法”三个方面，阐述了第二次世界大战前日本汽车产业起始阶段的概况。

二、关于“第二次世界大战后日本汽车产业的大发展”

纵观第二次世界大战后日本汽车产业发展的历史，大体可分为“20 世纪 50 年代、60 年代、70~80 年代、90 年代以后”四个阶段。每个阶段都发生了质的变化，前一个阶段好像是在为后一个阶段的发展做准备。通过阶段性的加速发展，使日本汽车产业完成了整个质的变化，正如花蕾孕育了花朵，花朵又孕育了果实，逐渐成长为一棵参天大树。

三、关于“日本汽车企业群体概貌及其龙头企业”

在日本汽车产业发展的进程中，有数以千计的企业跻身于其中，形成了庞大的企业群体，真可谓泥沙俱下，良莠不齐。但在优胜劣汰的竞争规律作用下，到 20 世纪 80 年代中期，仅有 11 家企业成为日本汽车产业的主要整车生产厂家，这就是丰田、本田、日产、三菱、马自达、铃木、五十铃、富士、大发、日野、日柴。这些主要整车生产厂家，虽然个性都截然不同，都有各自的生存与发展历程，但它们都为日本汽车产业发展做出了贡献，使日本汽车产业这棵参天大树才得以根深叶茂。但从总的方面看，无论是就历史业绩而言，还是以当前发展规模而论，丰田和本田两公司，是所属日本汽车产业企业群体的佼佼者，称之为龙头企业，当之无愧。

丰田公司是由自动纺机的发明者丰田喜一郎于 1937 年初创建的。经过 64 年的发展，到 2001 年，丰田公司位居世界汽车六大集团的第五位。拥有资本金 230 亿美元，营业额 1 960 亿美元，利润 40 亿美元，全球销售量为 445 万辆。

本田公司是由本田宗一郎于 1943 年创建的，1963 年进入日本汽车产业。在成为汽车企业之前，是世界有名的摩托车生产厂家。经过 38 年的发展，成为世界第六大汽车集团，拥有资本金 30 亿美元，全球销售量为 234 万辆，营业额 574 亿美元，利润 24 亿美元。

四、关于“日本汽车产业在国民经济发展中的地位和作用”

对于日本国民经济来说，如果抛开汽车产业，不仅说不上日本的国际竞争力，而且也谈不上日本经济的发展。汽车产业是日

本国民经济的重要支柱，在日本国民经济中起着重要作用。这种地位和作用，是随着日本汽车产业的发展而逐步显现出来的。

1955年，日本汽车产业生产额占日本制造业的2.9%，出口占0.28%。经过30年的发展，到1985年，日本汽车产业在国民经济中的地位达到了新高度，被称为日本经济的10%产业，出口占26%，就业人口占7%。以后，生产额、出口量、前后向相关效应均占日本经济的重要地位，发挥着其他产业不可替代的作用。

第二章的内容提要

第二章的标题是“日本汽车产业的企业发展战略”。日本汽车产业是由众多的汽车厂家和零部件企业构成的。没有众多的汽车厂家和零部件企业的存在和发展，也就谈不上日本汽车产业的整体发展。在日本汽车产业80多年发展的历史沿革之中，蕴含着许多企业各自艰苦奋斗的历程。为指出众多企业生存与发展的原因，本章以企业人的行为和思想为中心，从“保有较高生产效率为企业发展创造基础条件”、“以竞争培育优势企业”、“以创新促进企业发展”、“从企业实际出发，把企业做强做大”、“以团队精神增强企业活力”五个方面，阐述了日本汽车产业的企业发展战略，由此描绘了日本汽车产业发展的另一种概观。

一、关于“保有较高生产效率为企业发展创造基础条件”

日本与美国、德国等欧美国家相比，是汽车产业后起国家。在日本汽车产业发展初期，就面临着西方汽车产业早起国家的竞争压力。为了保护国内市场，让幼稚的汽车产业更快地成长起

来,以免中途夭折,日本政府采取了有力的扶持政策。其中很重要的一条,就是巧妙地运用设备投资与劳动生产率、科技投入与劳动生产率、成本与劳动生产率的内在互动关系,科学地安排设备投资、科技经费和改变生产方式,不断提高生产效率,降低汽车产品成本,为企业发展创造了基础条件。

二、关于“以竞争培育优势企业”

20世纪80年代中期,日本汽车产业主要厂家共有11家。激烈竞争也主要在这11家厂家之间展开。它们竞争的产品主要是乘用车。激烈竞争无论在厂家进入退出、汽车产量、销售额、出口数、营业收益、自有资本、就业人数等方面都有明显的表现。实际情况表明,竞争促进了日本汽车产业的发展,保证了各汽车公司的生存和发展。

日本汽车产业的激烈竞争,还表现在汽车厂家的进入与退出汽车产业领域上。进入企业以不同性质的企业为主,也有相同性质的企业进入,进入的方式主要有全新进入、收购进入、内部发展进入三种。从技术角度看,又可分为创新和模仿两种方式。这些进入汽车产业的企业的一个共同特征,就是以小型车为跳板,与在位厂家进行竞争。日本企业进入汽车产业的进入率为86.6%。

激烈竞争的结果,使得不少进入企业被击败,不得不退出这一竞争最激烈的行业——汽车产业领域,成为退出企业。退出的方式分为完全退出和逐步退出两种。日本企业退出日本汽车产业的退出率为26.6%。

市场占有率的波动,则是日本汽车产业竞争的最主要结果。优胜者扩大市场份额,失利者丧失市场,减少市场占有率。丰田和日产两公司在20世纪五六十年代的市场份额的频繁

波动，就是这一规律的典型例证。

三、关于“以创新促进企业发展”

创新在现代经济增长中起着重要作用，企业的发展与生产是现代经济发展的核心内容，而创新又对企业生产与发展起着极为重要的作用，因此经济增长是与企业创新密不可分的。

从一定意义上讲，企业家精神是企业家创新的内在基础。企业家精神强劲，企业家创新成果就多。而企业家精神的形成，是和所从事的产业分不开的。从日本汽车产业的情况来看，产生强劲企业家精神的原因有以下几点：第一，汽车本身存在着引发人们冒险精神的魅力；第二，支持者的存在；第三，技术消化吸收功能强；第四，汽车市场发育滞后，企业进入壁垒很少；第五，小型轿车的特殊规格给企业带来了优惠政策，有大利可图。

日本汽车产业企业家创新不仅反映在“狭义上企业家创新”，而更主要地表现在制度化的创新上。其原因有二：第一，随着日本汽车产业的发展，无论是汽车厂家还是零部件企业，特别是跨国公司或特大型企业，其组织越来越复杂，创新从独立的企业家手中转入企业内部的专家组织，产生了制度化创新观点。第二，汽车产业实现制度化创新的需要。战后，日本汽车产业采用了企业家组织性、常规性的活动制度，以增强竞争手段，为引进制度化创新提供了重要机遇。

制度化创新又带来了日本汽车产业的大众化革新，将企业全员职工卷进了这种被称为“企业家的大众化革新”活动中。这种革新产生了良好效果，其主要表现有：（1）改进了生产技术；（2）及时反馈了产品技术的实施情况；（3）降低了新车开发风险。

兴起大众化革新所需的主要条件：一是劳动者受教育水平和综合素质的提高；二是建立激发职工奉献意识的激励体系；三是

打造便于部门之间、职工之间、工人与技术人员之间的沟通的柔性组织，以便交流信息，提出革新思路，增加革新机会。

战后，日本汽车产业的创新包括狭义的企业家创新、制度化创新、大众化革新。这三种创新紧密相连。狭义的企业家创新为制度化创新和大众化革新奠定了基础。制度化创新为大众化革新提供了机会，反过来大众化革新又促进了制度化创新。三种企业的创新相互转化，成了日本汽车产业发展的动力。

四、关于“从企业实际出发，把企业做强做大”

丰田和本田是这一企业发展战略的两种不同的典型代表。

（一）丰田与本田两个公司不同的发展模式

丰田公司于20世纪30年代后期，着手生产卡车，40年代后期生产出第一台轿车，以由大到小的方式发展起来。本田公司于20世纪40年代后期，生产出A型辅助发动机为开端，15年后成为世界第一的两轮厂家；1963年进入日本汽车产业，相继生产轿车和卡车，以由小到大的方式发展起来。

就这两个公司的创业起点来说，丰田仅领先本田13年，但用于创业的资本却相差极大。产业黎明时期的13年的时间差，也是一个很大的差别。

自本田公司1963年进入汽车产业算起，经过23年的相互竞争和各自奋力拼搏，丰田和本田两公司的产品都得到长足的发展。到1986年，仅就轿车品种而言，丰田公司有18个，本田公司有8个，双双成为日本汽车产业的龙头企业。

进入20世纪80年代后期，随着产品的增加，丰田和本田的销售额在日本分别排在第一位和第三位，两公司的产量在日本分别排在第一位和第五位。

从另一个角度看，丰田公司由大到小的成长历史也是适应战

后日本汽车产业的主力需求变化或多样化需求的历史。本田公司由小到大的成长历史是发展和利用日本市场“空挡”的轨迹。从两个公司的历史状况看，也是必然的。

丰田与本田除在产品上存在着区别外，还有很多异质性。例如，在工厂的设置上，丰田是集中设立，本田是分散建厂；在开发、生产、销售这些部门的组织管理上，两公司一般都将一个企业中的三个部门分离出去一个，使其有很大的独立性，但在分离哪一个部门上却有明显不同；在技术研究开发上，丰田公司的核心是组装技术，本田公司的核心是发动机。

两个公司成长轨迹的本质差异，总的来说，就是优胜者和标新立异者之别。丰田公司成长轨迹是日本汽车产业优胜者的轨迹，本田公司的成长轨迹是日本汽车产业标新立异者的轨迹。

优胜者成长的关键有两个条件，一是如何获得领先者的地位；二是如何有效地利用作为领先者的地位，继续维持其地位。标新立异者成长的关键，一是如何成功地进入汽车产业；二是进入之后革新者如何继续维持革新的动力，自己继续平地生波。丰田、本田都巧妙地解决了各自成长的战略关键。

（二）丰田公司确立和保持优胜者地位的关键战略条件

确立丰田公司优胜者地位的关键战略条件有三，即：资金、技术、市场。所谓资金，就是有来自它前身企业的资本流入。所谓技术就是丰田公司拥有它前身企业的技术转移。所谓市场，就是指因日本发动侵略战争所需的军用卡车全部交给了包括丰田在内的三家企业生产，不准外资企业涉足，从而为丰田创造了市场。1950年美国侵朝战争开始后，丰田公司又承接了大量的美军车的生产订单，又使丰田扩大了市场份额。

丰田公司保持优胜者地位的战略关键，还在于它有效地利用市场和技术的惯性，以此来适应不断变化的环境，“能自然地与市场的发展一起发展”，“能迅速地以低成本应对市场变化”。