



本版撰文 本报记者 霍玉茜 杨颖 魏小央

日本企业转型“分食儿” “世界工厂”捞碗底

但有意思的是,尽管日本企业一致看好一衣带水的邻邦,但在实际转移中,却将高端制造业分给了中国大陆的周边地区。例如,松下电器宣布投资100亿日元,将智能手机关键零部件的生产转移到中国台湾省的桃园地区;日本瑞萨电子有意将汽车专用半导体的生产移交给新加坡的跨国代工企业;东芝正在和韩国三星、美国 Intel 等公司共同开发新一代半导体制造技术;佳能公司把福岛的高端相机生产线转移到中国台湾的台中;尼康公司与马来西亚商谈将其在日本仙台的照相机生产线转移到马来西亚;日立显示器公司与台湾奇美电子商谈,委托后者生产相关零部件等。从以上事例可以很明显地看出,就目前日本灾后重建进行关键零部件供应链重新布局的动向来看,高端制造业的转移有回避中国大陆的倾向。

“日本人确实很精明。”金岩对记者说,“抛弃中国大陆,但又不远离。这就是日本产业转移的核心所在。”

金岩进一步给出了解释,虽然在地理位置、工业基础、人力成本上,中国大陆都具有无与伦比的优势,但是,之所以日本企业会放弃,是有其考虑的。

“这次转移的重点是日本所掌握的全球高端制造业,与以往将高耗能高污染的低端产业转移到人力成本低廉的地区不同,日本企业不想把自己的高端产品贴上‘中国制造’的标签。”金岩说,“这其中的原因,想必大家也都能明白。‘中国制造’的能力不可否认,但是没有高端品牌,也使目前的‘中国制造’沦为物美价廉的代名词。”同时,日本企业还认为中国大陆法律法规变数大,而日本选择的台湾、新加坡等地区及国家的法律制度要更加严谨。此外,中国大陆不太注重知识产权的保护,而日本企业又认为中国大陆企业有很强的模仿能力,担心自己的产品轻易地“被山寨”,高端制造的技术工艺因此流失。

“但是,日本企业离不开中国大陆如此大的市场。所以,在布局产业链时,都设在中国大陆周围。”金岩说。这一点也成了业内共识,有专家表示,中国是日本最主要的投资国家,但是日本逐渐意识到,如果将多数投资放在一个国家风险很大,于是他们制定了“中国+1”计划,也就是考虑除中国大陆外的其他投资地。

低端制造业选择中国大陆

日本的产业链转移制造的话题不断。在高端产业链转移避开中国大陆的同时,一些日本企业正大方地将部分业务出售给中国企业。在市面上,相继传出中国企业收购日本企业某业务的消息。有人认为,中国企业应该抓住机遇,以国内大市场为砝码,换取日企核心技术及全产业链布局。但是精明的日本企业家怎会轻易地让中国企业达成心愿?

据了解,近期,不少日本消费电子企业最新财报显示利润大降或亏损。据松下公司的财报显示,2011财年第一季度(4月至6月)销售额同比下降10.7%,净亏损304亿日元。三洋电机该季度的销售额为3240亿日元,与去年同期比减少22%,净亏损140亿日元。NEC该季度亏损194.4亿日元,富士通亏损171.4亿日元。

而这些大面积亏损的业务被大量转给了中国。日本三洋将白电业务卖给海尔;松下已计划将一处等离子工厂设备转移到中国大陆;联想对 NEC 个人电脑业务的并购交易正式完成等。

“事实上,日本企业大概每10年一转型。”金岩说,

“这次大面积出售业务,正是日本电子企业需要剥离低端产业的行动”。

帕勒咨询资深董事罗清启认为,现在日本电子企业陷入“内外交困”的窘境,而成本优势已经在日本不复存在。日本企业力求在海外寻找廉价代工基地冲抵原材料价格波动等带来的成本压力,相当一部分的低端产业链已转移至中国。

现在看来,转移到中国的业务,其实正是日本企业希望剥离掉、并不想继续发展的那一部分。就拿近期海尔收购日本三洋电机的白电业务来说,看起来大有发展的业务,或许正是别人急于甩掉的“包袱”。

据了解,三洋电机在2009年被松下收购,而松下最为看重的就是三洋的能源业务,包括三洋电机的锂离子、镍氢充电电池,属于创新能源的太阳能电池等。对于松下来说,出售三洋电机的白电业务,不过是舍弃了三洋的低端业务,可以更好地帮助松下专注于大有发展的能源业务。

此次收购是在日资家电业全面沦陷的背景下进行的,业界人士质疑,中国企业背上的可能是日资急于脱手的“包袱”,而“中国制造”将继续停留在制造业产业链的最底层。

金岩对此表示认同,“日本人深谙企业发展之路的精髓。一方面,日本国内低端制造业成本太高,严重拖累企业的发展,甩掉这一块,可调整日本企业的发展模式,保障他们的高盈利。”金岩说,“另一方面,日本企业把握高端就是把握行业的发展方向,让低端制造业无法赶上他们的步伐。所谓强者愈强,弱者愈弱,就是这样形成的。对此,中国企业应格外注意。”在被问及并购是否能带动中国的产业升级时,“我认为可能性不是很大,因为日本将本国的核心技术控制得十分严格,所以并购并不能为中国企业起到促进作用。”金岩这样答道。

专家认为,日本电子企业在剥离了像白电、PC 这样的制造环节之后,将以更大的精力投入产业上游材料与元器件的开发与应用,而这些将是未来国际电子产业的安身立命之本。可以预见,国内彩电及电子信息领域将面临更大的挑战。

在日本经历大地震后,备受各界关注的日本制造业转移拉开了序幕。根据调查公司汤姆森路透的统计显示,日本企业上半年海外并购金额接近3万亿日元,创历史最高纪录。

据统计,日本企业上半年海外并购件数为308件,同比增长27%;并购金额达29495亿日元,同比增长59%,件数和金额均创历史最高纪录。从海外并购的对象国来看,亚洲国家居多;从并购企业的营业种类来看,制造业占其中的70%。

分析家认为,日本企业谋求向经济增长迅速的亚洲国家发展已成为必然趋势,但是,长此以往,这可能会加剧日本国内产业的“空洞化”,直接导致失业率上升以及地方经济衰退,不利于灾后重建。

但是,南开大学经济学教授金岩对记者表示,虽然日本制造业转移无助于日本国内经济的持续发展,但是在遭受地震袭击后,大多数企业产业转移的倾向已经逐步显现。

“近几年,日本在海外并购方面一直很活跃。”金岩说,“震后日本本土经济条件受到影响,经济预期不是很好,再加上,日元走高的推波助澜,许多大企业均有向外转移,进行海外扩张的打算。”

日本企业出走原因

据了解,“3·11”地震以及随之而来的海啸、核泄漏问题,对日本东北地区的基础设施和工厂造成了巨大损失。部分零配件制造商被迫停产甚至歇业,直接导致了以汽车及电子产业为中心的产业供应链的断裂。这使得不少日本人开始意识到,生产设备过分集中于日本国内,会带来很大的风险。而核电站停止发电等引发的供电不足,也给企业生产带来了诸多不便,部分企业开始实施走出国门转移制造业的战略,加速了产业供应链的海外转移。

2011年5月,日本经济产业省开展了“关于恢复振兴东日本大地震后的产业供应链以及产业‘空洞化’实际情况的紧急问卷调查”,对于“考虑到地震带来的直接或间接性影响,今后是否有可能加速产业供应链的海外转移”的提问,回答有可能的企业占到了69%。

与此同时,目前,日元的走高也起了推波助澜的作用。近日,在意识到日元大幅升值的影响后,日本部分领先的科技企业警告称,日本企业几乎不可能继续在国内保持当前的生产水平,更多业务将被转移到海外。

现在,日本国内对于日元走强的担忧已经迫使日

本企业重新思考其全球制造模式,紧迫感甚于以往。尽管日本制造业数十年来一直在向海外转移,但索尼、松下和东芝的高管在公布财报时表示,日元走强以及“3·11”日本大地震及其引发的海啸所暴露出的风险将加剧这一趋势。

“在部分业务领域,出现了是否有可能继续在日本保持产能的疑问。”东芝执行副总裁 Makoto Kubo 说,“当日元像现在这样大幅升值时,任何的产能增加都无法持续。”由于收入和利润都是以国外货币计算的,很多有大量收入来自海外的日本企业的利润在兑换成日元后大幅缩水,给企业带来了巨大冲击。

松下 CFO 上野山实表示,由于日元走强、企业税负高企以及对电力成本增加的担忧,“很难保持在日本的制造业务”。索尼 CFO 加藤优也认同这一观点,他表示,该公司将继续把更多生产转移到日本以外。

对此,金岩认为,目前日元的强势走高,会严重削弱日本出口产品的竞争力,同时,增加日本企业的国际购买力,通过日元走高这一外部条件,日本企业加快海外并购、向海外转移生产基地,可以降低企业成本。

此外,支撑海外并购活跃的原因还有日本企业手头充裕的资金。根据日本银行的统计,3月底,日本企业的现金及存款达211万亿日元,历史上首次超过200万亿日元。

高端制造业绕开中国大陆

其实,在日本地震后不久,就有中国学者提出日本将进行制造业转移,而中国大陆应抓住机遇,引进日本高端制造业,帮助国内相关产业转型升级。因此,随着日本企业的战略不断清晰,日本企业产业链转移对中国大陆的影响也成了业内关注的焦点。

对日本企业来说,中国大陆是最为理想的投资对象。日本国际协力银行在大地震发生前所做的“日本制造业企业海外事业发展动向2010年度海外直接投资调查”结果显示,在“开展中期(今后3年左右)事业最为理想的国家或地区”(复选)选项中,中国大陆的得票率为77.3%,比上一年度还要高出3.8%。

调查中,在“当地市场的未来发展潜力”、“廉价劳动力”、“作为组装厂商的供应基地”、“廉价的零配件和原材料”等方面,中国大陆均获得了好评。经历了大地震,日本企业出于恢复产业供应链和分散风险的考虑,认为工业基础稳固,且距离日本近、物流成本低的中国大陆,较其他竞争对手更具吸引力。

编后语:“买的没有卖的精”,这个俗语不仅表示消费者和商家的关系,用它来形容出售业务的日本企业和买业务的中国企业,也十分恰当。

面对中国大陆,日本企业总是小心翼翼,不时要盘算自己的“小九九”——远了,怕被分了市场;近了,怕被分了技术。即使在必须“走出去”的当口,还要在中国大陆周围布阵。而这或许与日本企业对中国大陆的心态有关:中国大陆的经济在不断增长,企业也在与世界接轨,赶超日本企业只需假以时日。有这样的“强敌”,日本企业岂能安睡?于是,就出现了以下情况,高端的、核心的技术远离中国大陆,低端的却被甩了过来。

话说回来,中国企业还是接了,而且是高高兴兴地接了。一方面,考虑的是扩大市场份额;另一方面,还在希冀获取日本的高端技术。可是,即使收购后这两方面都有获益,又能怎么样?别人已经开打高科技信息战了,我们还是小米加步枪?理念的改变、意识的创新永远领先于技术的变革。中国企业也是时候向高端制造业发起冲锋了,不能再靠“捡碗底”混日子。

“世界工厂”要转型,“代工厂”不能一当再当。面对日本企业抛出来的“烙饼”,不接也罢。

