

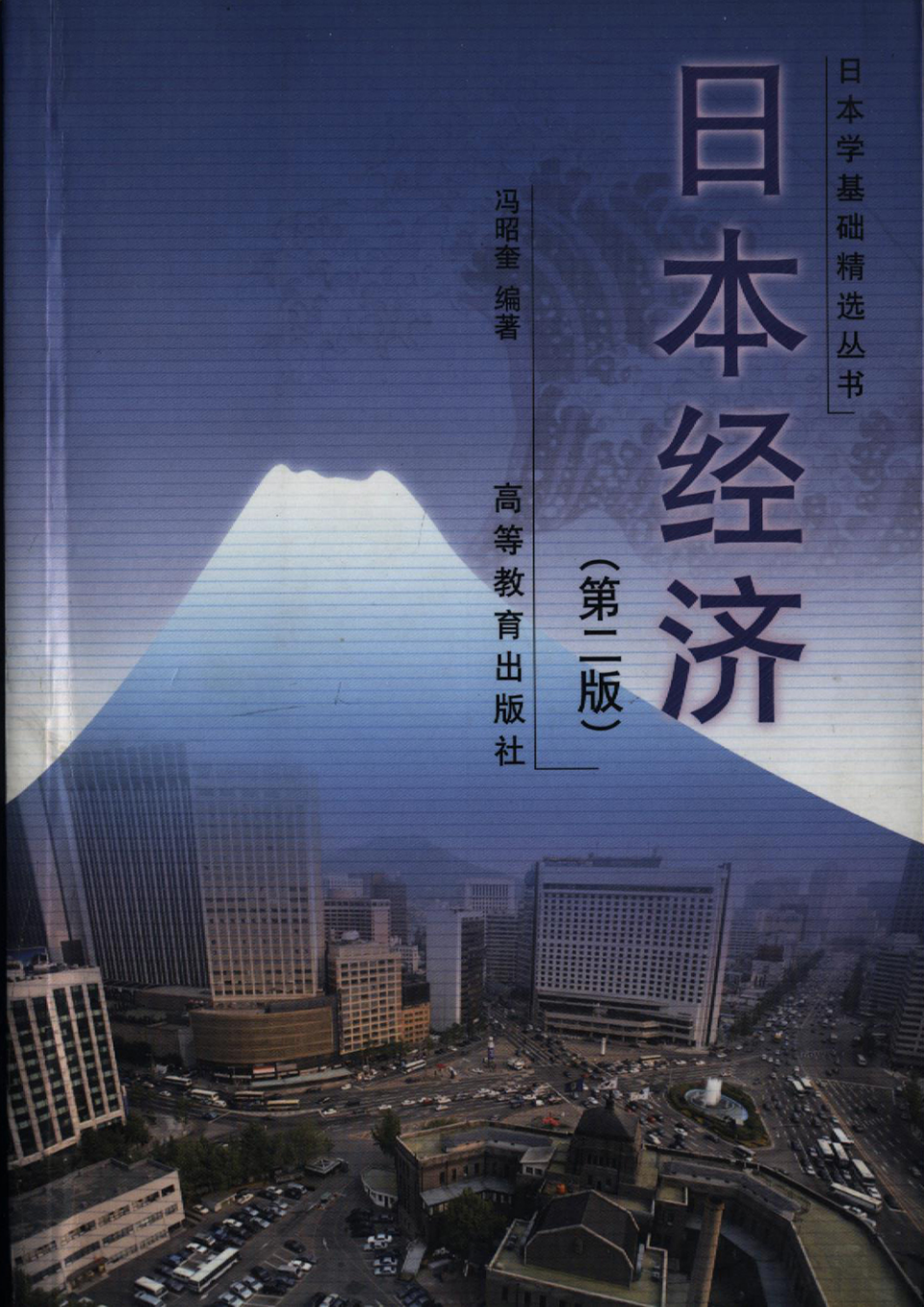
日本学基础精选丛书

日本经济

(第二版)

冯昭奎 编著

高等教育出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

日本经济 / 冯昭奎编著. — 2 版. — 北京: 高等教育出版社, 2005.7 (2008重印)

ISBN 978-7-04-016936-2

I. 日... II. 冯... III. ①经济—概况—日本—现代②经济发展—研究—日本—现代 IV. F131.34

中国版本图书馆CIP数据核字 (2005) 第 067489号

策划编辑 陈 薇 责任编辑 陈 薇
封面设计 王凌波 责任印制 陈伟光

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街4号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100011	网 址	http://www.hep.edu.cn
总 机	010-58581000		http://www.hep.com.cn
经 销	蓝色畅想图书发行有限公司	网上订购	http://www.landaco.com
印 刷	北京市鑫霸印务有限公司		http://www.landaco.com.cn
开 本	850×1168 1/32	畅想教育	http://www.widedu.com
印 张	14.375	版 次	1998年11月第1版
字 数	360 000		2005年7月第2版
		印 次	2008年12月第4次印刷
		定 价	21.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 16936-00

第六节 企业之间的关系

这里说的企业之间的关系是指具有独立法人资格的企业之间所形成的交易关系和资本关系,包括企业集团、生产系列、承包关系、流通系列等等。在1989、1990年进行的“日美结构问题协商”中,美国方面曾抱怨日本的市场存在着闭锁性,强烈要求日本开放市场。而导致日本市场闭锁性的一个主要原因就是“系列交易”,系列交易的前提则是被称为“企业系列”的企业集团或企业结合的存在。现在,就来看一下以这种引起争议的企业系列为主要特征的日本企业间的关系。

一、关系紧密的企业群体

在战前的日本,作为企业集团为世人所知的是带有封建色彩的“财阀”。这是一种由家族所有的持股公司(财阀总公司)所支配的、以强大的银行和商社为中心、通过资本关系的纽带将主要行业领域里的多数一流企业网罗进来而组成的、金字塔型的企业结合关系。在战后民主改革中,虽然财阀被解体,但财阀之中的银行却免于被解体,结果形成了以这些银行为中心的“财阀型”的三大企业集团:三井、三菱、住友;又形成了以城市银行及其交易对象企业作为成员而构成的“银行型”的三大企业集团:富士、三和、第一劝银。上述企业集团总称为“六大企业集团”。这些企业集团的结合关系与战前的财阀时代有很大不同,不再是金字塔型的支配、被支配的关系,而是以各成员企业保持各自的独立性为前提,通过相互持股(每家企业股份的约20%为集团内的其他企业所保有)、人员兼职以及定期(比如每星期的某一天)召集“社长会”等方式,组成成为关系较为密切的企业群体。此外,还存在着以某家强有力的大企业(例如日立、松下、丰田等)为核心,由子公

司、关联企业组成的所谓“独立型”的企业集团；复数企业在长期、持续的交易关系中相互协作而形成的、在整体上相互依存、相互影响的所谓“分散型”的企业集团；不是通过资本与人员的结合、而是以信息通信等技术手段连接成的“企业网络”。在多数场合，日本企业间关系的基本情景是：以银行为中心形成企业集团，集团内的大企业又拥有各自的系列化企业。这种通过相互持股、长期交易而形成的固定化的企业集团与系列关系，也起到了稳定股权结构、防止外部恶意收购的作用。

二、承包制^①

承包制起源于20世纪30年代后半期至40年代的战时体制之下。承包制在当时产生的主要原因是，由于不同规模企业之间的工资差距明显，大企业为了对中小企业的低工资加以利用，而与中小企业结成了承包关系。此外，政府为了解决大企业的生产能力跟不上急速扩大的军工生产需要的矛盾，也自上而下地推动承包关系的形成。

战后，大企业与小企业之间的承包制得到进一步发展则有着与当初承包制产生原因十分相似的理由，即大企业仍然需要利用中小企业的低工资，同时，在经济高速增长背景下，大企业仍然需要借用中小企业的力量来扩大其生产能力。

广义的“承包制”的定义是：

(1) 承包企业接受比其规模更大的企业——母企业的委托，制造母企业产品中所采用的产品、零部件、附属品及原材料等，或者制造和修理母企业进行产品制造所需要的设备、器械、工具等。

(2) 承包企业与母企业之间形成比较长期、持续的交易关系。

^① 由于“承包”这个词带有“支配与从属的关系”的消极含义，因此，在企业之间实际的相互交易中几乎不再采用这种提法。买方企业常以“供货厂商”、“协作企业”来称呼实质上的承包企业；而承包企业则喜欢自称为“供应者”、“零部件厂商”。然而，在法律上、学术上、政策上，“承包”、“承包企业”的提法仍被广泛采用。

(3) 企业与企业之间通过一般流通渠道买卖市场上出售的商品的交易行为不能算作“承包关系”。承包关系的特征是,母企业直接向承包企业进行订货,并对订货的规格、质量、性能、形状、设计等作出具体规定。

(4) 承包企业与母企业之间的法律关系经常采取的形式有:承包合同、销售合同、委托合同及上述各种合同混合的形式等。

承包制在日本的企业之间得到了普遍的推行。以1987年为例,制造业中小企业有一半以上(56%)是承包企业,特别是在纺织业、各种机械工业中,承包企业占中小企业总数的比例高达80%左右。这个比例在80年代以前一直上升,而在80年代以后有所下降。^①

从母企业来看,组装企业向外部订货的比例之高,也反映了承包制的盛行。比如,日本的汽车企业采用的零部件平均约有70%是靠从外部订货。这说明通过承包的分工关系十分广泛,十分发达。

这种分工关系还呈现为多层次的特点,即母企业将外部订货任务承包给一次承包企业,一次承包企业又进一步承包给二次、三次承包企业,结果形成以母企业为顶点的、众多零部件中小企业构成的垂直多层的分工协作关系。其中,真正与母企业直接打交道的一次承包企业并不多。

承包企业虽然也可以向其他企业提供其产品,但一般来说承包企业对母企业的交易在其对外交易中所占的比重很大,换句话说,承包企业对与母企业交易的依存程度很高。

母企业与承包企业之间在零部件开发、设计、交货管理等方面能开展密切协作,也是日本承包制的一个重要特征。

^① [日]中小企业厅、通产大臣官方调查统计部:《第5次工业生态基本调查报告书(总括篇)》,1979年。

三、生产系列

母企业与承包企业虽然是相互独立的不同企业,却形成了在一定程度上能像同一企业那样发挥作用的企业集团。换个角度说,按照美国的大企业形态,本来应该是作为统一企业的组成部分、保持相同工资水平的内部组织,在日本却被“外部化”为独立的承包企业,采用不同的工资标准,以“主从承包关系”这种非经济原因来达到削减成本的目的。

所谓“系列化”,就是从这种母企业与子企业的承包关系发展而来的。在50年代后半期,由于经济高速增长及大批量生产体制的迅速发展,迫切需要使中小承包企业改变落后状态,以适应给大企业配套的要求。为此,各大企业便选择一些较有发展潜力的中小企业,通过持股、派遣经营干部、提供技术、资金及经营指导,将其纳入到本企业的“系列”之中,成为系列化企业。在60—70年代,为了进一步提高产品质量以适应国际竞争的需要,各大企业又对各自的系列企业进行调整和改组,促进系列企业的技术与管理的现代化。

系列化在制造业的表现是生产系列,系列化在流通业的表现是流通系列(日本的流通系列化又是一个内容十分丰富的话题,本书不准备详述)。下面,就以丰田汽车公司为例,来看一下日本汽车工业的生产系列化的情况。

为制造一辆汽车大约需要5万种零部件,因此,装配汽车的企业需要同大量的汽车零部件企业建立交易关系。比如,为丰田公司生产汽车零部件的企业有好几千家,而丰田公司在这好几千家企业中,选择条件较好的企业加以重点培养,使之成为系列化企业。特别是同日本的丰田汽车公司直接交易的“一次承包企业”大约300家,构成了系列化企业的主力,这300家企业再跟“二次”、“三次”承包企业打交道,从而形成了“多阶层的企业组织”。

系列化起到了防止大企业过于“肥大化”的作用。例如，同样是汽车大企业，美国的通用汽车公司、福特公司、克莱斯勒公司分别拥有雇员75.6万人、33.2万人、12.1万人(1991年数字)，而日本的丰田公司、日产公司、本田公司分别拥有雇员7.1万人、5.3万人、3.1万人(1993年数字)。又据有关企业的决算(1987年数字)，丰田公司的销售额相当于通用公司的42%，其从业人员数不及通用公司的8%。日本汽车公司的规模较小、较精干的主要原因就在于积极利用系列化企业、承包企业等，把可以分离出去的业务尽量交给企业外部去承担，从而把一部分“企业内交易”变成了“企业间交易”。事实表明，有些交易如果放在企业内部来搞往往十分棘手，如果变成同系列化企业或承包企业间交易，则可能变得比较简单。比如，如果将某种零部件交给企业内的某个车间来制造，该车间就“垄断”了对该零部件的供应，竞争机制在这里就无法起作用，因为企业内的车间既无需担心竞争对手同它竞争，更不必担心“破产倒闭”，因此，往往缺少压力；反之，如果把这种零部件委托给外部的系列化或承包企业(可以不止委托一家)制造，就可以“货比三家”，发挥出竞争机制的作用。总之，通过实施系列化与承包制，可在一定程度上把棘手的“企业内交易”变成“企业间交易”。

四、长期、持续的交易关系

上述的承包制、系列化体现了日本特有的企业间交易关系的形态。众所周知，一家企业要进行生产活动，就必须同各种其他企业开展各种交易活动，比如，首先需要找银行贷款，然后需要从其他企业购买零部件与原材料(这也可以说是将本企业的一部分生产活动委托给外部进行)，最后生产出来的产品除直销之外，往往也要找流通企业帮助推销。

在“经典的”自由市场的企业间交易中，企业总是不断地积极

寻找新的更有利的交易对象，一旦遇到或找到，就轻易地以新对象取代旧对象。

然而，日本企业间交易的一个重要特征是，企业间十分重视维持长期、持续的交易关系，以致可以说，日本的大多数企业存在于一个巨大的长期交易的“关系网”之中。倾向于长期、稳定交易关系的日本式企业间市场可称之为“有组织的市场”，即企业间交易是在有组织的市场中进行的。所谓“有组织的市场”又可看做是“自由市场原理”与多数企业为共同目的而进行合作的“组织原理”相结合的产物。自由企业之间倾向于开展长期性交易的一个重要理由是提高交易效率，降低交易成本。如果企业间开展交易总是不断变更交易对象，“打一枪换个地方（对手）”，为了寻找和了解新的交易对象而花费很多精力，其交易效率往往较低，成本往往较高。^①长期的交易关系还可使支付方式比较灵活，可以不必拘泥于对每次交易进行结算，而只要长期能算清即可，这也有助于提高交易效率。

同时，由于交易双方结成了长期、稳定的关系，彼此的利益越来越相互渗透、相互连结，因而在决定交易条件时，往往能把对短期经济益算的追求与对长期利益的追求结合起来；把对个别企业一己利益最大化的追求与对交易双方共同利益最大化的追求结合起来。为此，双方更容易在共同目标之下实现设备投资与技术开发的合作，从而提高投资与开发效率。

再者，交易当事者之间往往能够为了共同利益而相互交换各种信息，包括有关研制新产品的信息，有关零部件、原材料的性能、规格的信息，也包括积累有关交易对手的信息，达到较深的相互理解。同时，通过长期交易结成的人际关系与相互信任也将有助于信息的交流，从而提高信息效率。

^① [日]今井贤一、小宫隆太郎主编：《现代日本企业制度》（中译本），经济科学出版社1995年版，第84页。

在市场经济中,企业间交易往往不能单凭一纸合同就可以“万事大吉”,因为在签订合同以后,会出现各种各样事先难以预料的新情况新问题,而如果要求合同考虑到将来可能发生的一切变化,那显然是太苛求了,因为这几乎不可能做到。然而,当存在长期交易关系以及由此产生的相互信任、理解的情况下,在交易双方之间就可能产生一种比写在纸上的合同更有效的“默契的合同”,面对各种难以预料的新情况新问题,依靠这种默契的合同就比较“好商量”。为此,有的学者认为长期性交易是“弥补市场失灵的一种手段”。^①但是,企业间交易关系的长期化、稳定化也会带来抑制自由竞争的弊病。为了防止这种弊端,日本的企业,特别是大企业尝试采取了各种措施,以便在长期、稳定的交易关系中导入市场竞争的因素。比如,上述的汽车组装大企业向若干家承包企业订购相同的零部件,通过“货比三家”来择优汰劣即是一例。

长期性交易关系抑制竞争的另一个表现就是妨碍新的参加者进入传统的交易圈子,特别是在经济国际化时代,长期性交易关系妨碍了外国企业进入本国市场,而成为导致市场闭锁性和贸易摩擦的一个重要原因。

长期性交易的生命力在一定程度上是以外部市场(交易圈子以外的市场)不发达为前提的,即外部市场越不发达,长期交易越容易维持;反之,随着外部市场的发达,随着寻找新的交易对手变得越来越容易,这种限定于较小圈子内的固定的交易伙伴关系就越来越难维持。长期性交易还往往与地域性的社会关系结合在一起,比如位于同一地方的企业往往借助当地社会的人际关系开展长期交易。但是,随着企业活动范围的扩大,甚至走向跨国经营,这种攀附地

^① [日]今井贤一、小宫隆太郎主编:《现代日本企业制度》(中译本),经济科学出版社1995年版,第84页。

域性社会关系的长期性交易也将难以为继。

随着经济国际化、全球化的不断发展,日本的长期、持续的企业间交易关系正面临着深刻的变革。

思考题:

1. 什么是“主银行”? 它对企业经营具有什么作用?
2. 对比日美两国股东对企业经营的发言权大小,简述产生这种差别的原因。
3. 日本式经营有哪些特征? 日本式经营的精髓是什么?
4. 日本式经营正面临改革,简述其改革的理由。
5. 日本企业间交易有哪些特点? 应该如何评价这些特点?

一部了解日本经济的理想入门书——

《日本经济》(第二版)

二次大战以后,日本在战败的“废墟”上复兴经济,继而以惊人的速度使经济高速增长,创造了“世界奇迹”,为世人所仰慕。然而,进入20世纪90年代以来,随着泡沫经济的破灭,日本经济陷入了长期萧条局面而难以自拔。于是,如何重新认识“日本模式”就成为需要深入回答的现实问题。作者以这种背景为着眼点撰写的本书,对于正确认识日本经济无疑具有重大的现实意义和理论意义,同时对于中国当前的经济建设也具有值得借鉴和参考的价值。作者在第二版中,进一步分析了近年来日本的“改革”、经济的发展及其对外经济关系的变化等,并且补充了最新的数据。

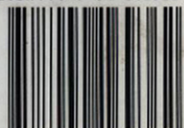
与其它有关日本经济的图书相比,本书具有以下突出的特点和优点:

- 经济学的基础理论与日本经济的实践相结合;
- 全面介绍与重点深入相结合;
- 历史与现实相结合;
- 纵向国内分析与横向国际比较相结合。

全书共分7章,即日本的国土与人口、日本的经济增长与景气循环、日本的生产与结构、日本的财政、日本的金融、日本企业的治理与经营、日本的对外经济关系。为便于教学和练习,每章后附有思考题。

总之,本书是一部内容丰富、资料新颖、叙述深入浅出的优秀著作,对学习、研究日本经济的读者及高等院校相关专业本科生、研究生来说是一部难得的好教材,对于希望了解日本经济的一般社会读者来说是一部理想的入门书和参考书。

ISBN 978-7-04-016936-2



9 787040 169362 >

定价 21.00 元