

后来居上的日本制造业面临新问题

张舒英

战后日本经济的强大，得益于制造业的发达。由于注重发展制造业，日本克服了自然资源贫乏的不利条件，确立了制造业大国的国际地位，“日本制造”也获得“高品质”的美誉。然而，近年来，“日本制造”的光环开始变得暗淡。针对日本产品质量问题的投诉呈上升之势，就连刚荣登世界汽车业“王位”的丰田公司也陷入召回事件。如何维护“日本制造”曾经有过的盛誉，成为走出国门的日本制造业面临的新问题。

后来居上的日本制造业

有研究显示，战后初期的日本在经济技术上比美欧发达国家大约落后 30 年。当年跋扈亚洲的日本，战败后一度销声匿迹。然而，仅仅过去 23 年，日本便以经济大国的面目重新崛起。1968 年，日本国民生产总值超过当时的西德，成为主要发达国家中仅次于美国的经济大国。支撑日本经济大国地位的就是制造业的快速发展。

制造业最基本的功能是创造价值和增加社会财富。众所周知，劳动创造财富和价值，但具体而言又分为生产性劳动和服务性劳动两大类。制造业的劳动属于前者，是在生产一线“做蛋糕”的产业。毫无疑问，任何一个社会从事生产性劳动的部门创造的财富和新价值越多，可供分配的蛋糕就越大，平均收入水平才能更快提高。随着日本制造业的发展，日本实际人均国内生产总值也在快速上升，按汇率折算，1955 年为 1612 美元，1965 年为 3106 美元；1987 年达 19841 美元，首次超过美国，成为主要发达国家中人均国内生产总值最高的国家。

制造业另一个重要功能是创造多种多样的就业岗位。战后初期的 1950 年，日本农林渔业部门劳动者占就业人口的 48.3%。随着城市化发展，大量劳动力从农村流向城市，提供就业岗位的重要部门就是制造业。1955—1960 年，日本制造业吸收的劳动力占新增非农就业总数的 44.4%。与欧洲发达国家失业率动辄超过

两位数形成鲜明对照的是，在 1947—1994 年近半个世纪里，日本完全失业率一直维持在 3% 以下的低水平，制造业对于增加就业功不可没。

制造业还有一项重要功能，就是将科学发明物化到技术设备、生产工具和生产材料之中，转化为更先进的生产力，开辟更广阔的发展空间，提高劳动生产率，提升经济增长质量。1956 年，日本成为名列世界第一的造船大国，1979 年世界新注册商船的 53.8% 由日本建造。1964 年，日本的粗钢产量超过西德，成为仅次于美、苏的第三大钢铁生产国。同年，日本收音机产量超过美国，占世界总产量的 35.3%。1971 年，日本生产的电视机占世界总产量的 27.3%。1981 年，日本生产的轿车和商用汽车分别占世界总产量的 25.2% 和 45.1%。

日本制造业能够实现后来居上，原因是多方面的，其中最重要的有三点。一是努力改变东洋货质量低劣的形象。日本失去海外殖民地后，必须靠出口换取原材料，维系社会再生产的运行。因此，产品质量不仅事关企业的经营效益，也关系到日本经济的存亡。自 1949 年起，日本政府开始推行“产业合理化计划”，1952 年颁布了《企业合理化促进法》，广泛深入地推行产业合理化和企业合理化，提升产业素质和企业管理水平。这些举措对改善日本产品质量起了重要作用。二是大力引进技术，将日本制造业的发展建立在世界先进技术基础之上。在外汇资金非常紧缺的情况下，日本舍得拿出外汇买技术和专利。1952 年引进重大技术专利项目 252 项，1960 年 588 项，1970 年达 1768 项。专利技术引进集中在装备制造业、运输机械、有机化学、电子、钢铁等日本称作“基干产业”的领域。这对后来日本产业装备现代化水平乃至经济整体素质的提高具有决定性意义。对于引进的技术专利和设备，日本以更多的投入去消化和吸收，并在此基础上进行改良，实现“一号机进口，二号机国产，三号机出口”，从而逐步实现从专利技术进口国向成套设备出口国、专利技术出口国的转变。通过对先进技术的消化、吸收和改良，改善了产业素质，劳动效率和产品质量得以显著提高，日本产品也从“地摊”走向高档消费品市场。三是需要着重谈谈的提升产业结构。

调整产业结构跻身世界产业链高端

日本制造业发展壮大的过程，也是不断提升产业结构的过程。作为工业化途中的后起步国家，战败后的日本不得不脱离军事重化工业的老路，从世界产业链的低端做起。1946 年，日本政府提出“重建纺

织业三年计划”，将纺织业列为重点贷款对象。1950年，纺织服装业在制造业中的比重达 23.18%，占当年出口总额的 48.2%

不过，日本在产业链低端滞留的时间并不长。1953年以后，日本开始向重化工业化转变。促使这一转变的一个重要背景是，朝鲜战争结束，来自美国的“军需订货”消失，致使日本轻纺工业陷入产能过剩的危机之中，大量企业在生死线上挣扎。日本迫切需要寻找新的发展出路。另一方面，由于战后勘探技术和采掘技术进步，东南亚、澳大利亚、中东、南非等地的矿产资源相继被开发。石油、煤炭、铁矿石等供给量猛增，价格显著下降。困境中的日本看到了新的可能与出路，于是抓住机遇，利用原有基础，大力发展重化工业，很快建立起石油化学、合成纤维、合成橡胶、半导体、家用电器等一大批新兴产业，重化工业在日本制造业中的比重由 1952年的 48.32%上升到 1961年的 60.01%，实现了产业结构的重化工业化。

日本在重化工业化阶段停留的时间也不长。这与重化工业带来的一系列问题有关，最为突出的问题是环境恶化、与美欧的贸易摩擦日趋频繁，尤其是重化工业大量耗费能源和资源，其发展的根基非常脆弱。石油危机袭来，日本经济一下子由高速增长转为 1974年的负增长，由于能源和原材料价格上涨，产品成本大幅度上升，在国际上失去了竞争力。

以 1973年的石油危机为转折点，日本制造业开始了又一次结构调整，即向知识技术集约型产业结构转变，着力开发和普及节能环保技术。进入 20世纪 80年代，当美欧等发达国家仍挣扎于石油危机时，日本生产的节能型家电开始风靡世界，日本轿车大举进攻美国市场。

产业结构调整以及节能技术的开发与广泛应用，使日本对石油、金属矿等国际大宗商品价格波动的承受能力大为增强。同时，在环保技术的开发和应用方面，日本也走在世界前列。

用 1日元的进口做出 11日元的国内生产总值

日本所需要的工业原料绝大部分靠进口，为扩大再生产，必须多出口。因此，在许多人的潜意识里，日本的贸易依存度相当高。然而，统计数据显示，日本的贸易依存度明显低于美国以外的主要发达国家。在 1945—2005年的 60年间，日本的出口依存度和进口依存度很少超过 13%。形成这种状况主要有两方面

的原因。一是经济增长主要靠内需拉动。拉动国内需求的主力是民间最终消费。在日本开始步入高速增长
的 1955年，民间最终消费占国内总支出的比重为 65.77% 随着消费市场日渐饱和，这一比重呈缓慢下降
之势，2005年降为 57.07%，但民间最终消费仍是内需的主力。二是延长国内产业链。随着产业结构的不断
提升，日本形成了门类齐全的产业体系，从而具备了这样的能力——一头进口矿石、原料，另一头出口电
子产品、照相机、摄像机、汽车等高档消费品。在进口与出口之间，则是绵长的加工链，通过深加工、精
加工，提高了产品的附加价值率。

附加价值率是生产过程中新增价值占产品总价值的比率。就同一个时期来看，不同行业的附加价值率
是不同的。以 1960年为例，日本纺织业的粗附加价值率为 26.64%，通用机械和精密机械行业分别为 41.31%
和 43.23% 对于企业而言，向更高的产业层次发展，提高深加工能力和精加工水平，都是为了获得更多利
润，增加产品的附加价值。以价值计算的产出规模大，也就相对降低了进出口在总产值中的比重。1968年，
日本俨然已成为西方世界第二经济大国，当年日本的进口依存度为 8.83%，也就是说，1日元的进口原料支
撑日本做出了 11.33日元的国内生产总值；同年日本的出口依存度为 8.82%，也就是说，日本只需拿出国
内生产总值的 1/11出口，便可换回足够的原材料，将再生产延续下去。

当然，延长产业链和提高附加价值率，不单要靠制造业发展精深加工能力，还包括加强产前的市场调
研、产品设计、技术开发，做好产后的物流、商业网络、售后服务等环节。

“日本制造”面临的新问题

20世纪 80年代中期以后，在贸易摩擦、日元升值、国内地价飙升、劳动力成本高企等多重因素挤压
下，日本制造业加快了向海外发展的步伐，在海外建立生产基地，把加工贸易做到了海外。2005年，在日
本上市公司的海外销售总额中，从日本本土出口的部分占 27.9%，在东道国就地销售部分占 48.7%，由东道
国出口到第三国的部分占 23.4%，后两部分合计占日本上市公司海外销售总额的 72.1%

与此同时，同海外生产和销售额的上升相比，“日本制造”的声誉却在下降，对日本产品质量问题的
投诉近年来明显上升。客观而言，经营海外生产基地，的确要面对很多新问题，诸如企业如何融入当地社

会，如何保障海外生产基地所需各类人才，如何确保当地生产的产品质量，如何及时有效地应对消费者对产品质量的质疑和投诉，等等。对于走出国门的日本制造业企业而言，能否像对待日本国内消费者那样对待所在地以及出口对象国的消费者，能否像开创日本产业品牌的老一代创业者那样谦虚谨慎、孜孜以求，这些都是保持“日本制造”良好形象的关键。客观地看，经济全球化使企业之间的竞争更加激烈，降低成本和价格是巩固和争取更大市场份额的重要手段。但是，若为扩大市场份额而放松对质量的要求，结果是得不偿失。这是近年来日本产品质量问题给予我们的重要启示。

丰田召回事件之后，日本制造业企业开始举一反三，弥补漏洞。日本制造业的质量管理以及投诉应对能力等，或许将因丰田召回事件而进一步增强。但是，丰田事件让人们看到了一个残酷的现实：即使是在世界产业链的高端，竞争也已到了白热化程度。如何从既有市场的价格战争中挣脱出来，做出富有特色的产品，提高非价格竞争力，成为考验日本以及各国制造业企业创新能力的重大课题。今后的国际竞争，将更多地体现为创新能力的竞争。

原文刊载于《求是》2010年第10期