
日本中小企业“出海”：历程、特点及支持体系*

刘 瑞 周旭海

内容提要：20世纪50年代至今，日本中小企业“出海”主要经历了四个阶段，即出口导向时期、对外投资发展时期、海外布局加速时期和全球化扩张时期，遵循了“出口贸易—直接投资—海外地产地消”的渐进式路径。近年来，伴随国际经济格局重塑以及科技创新、数字化转型的发展，日本中小企业“出海”呈现一系列新特点：“出海”方式呈现多元化形态，“出海”动因趋于复杂，“出海”模式深度融入全球产供应链体系，“出海”方向更加契合经济转型发展目标，“出海”决策受地缘政治因素影响较大，经济泛安全化增加“出海”不确定性，精细化、专业化经营凸显“出海”优势。鉴于国内市场萎缩和海外市场需求扩大，日本注重中小企业海外发展，主要支持举措包括：政府主导出台发展战略，提供财政税收支持，打造多主体、立体化的协同服务，形成多层次、多元化的资金支持体系，完善全过程、全方位的海外业务支持方案等。在全球贸易保护主义升级、国际政治经济格局日趋复杂的形势下，中国中小企业“走出去”面临更为严峻的考验，日本支持中小企业海外发展的相关举措或可为中国提供借鉴。

关键词：中小企业 企业海外发展 全球产业链供应链 支持体系

作者简介：刘瑞，中国社会科学院日本研究所研究员；周旭海，中国社会科学院日本研究所助理研究员。

中图分类号：F276.3；F279.313 **文献标识码：**A

文章编号：1002-7874(2024)06-0099-27

中小企业是中国经济韧性、就业韧性不可或缺的支撑，对于推进高质量发展和实现共同富裕具有战略性意义。近年来，全球产业链供应链重构明显加速，数字化、绿色化日益成为驱动经济增长的新引擎，中小企业发展的内外环境发生了深刻变化。《“十四五”促进中小企业发展规划》指出，在新形

* 感谢《日本学刊》编辑部和匿名审读专家提出的意见和建议，文中若有疏漏和不足概由笔者负责。

势下中小企业要承担更多新的重要使命，成为保市场主体及保居民就业的主力军、推动国内国际双循环的有力支撑、保持产业链供应链稳定性和竞争力的关键环节以及解决关键核心技术“卡脖子”问题的重要力量。支持中小企业海外发展（简称“出海”），有助于把握新一轮科技革命和产业变革机遇，增强国际经济合作与竞争新优势，助力建设更高水平的开放型经济新体制。

作为全球重要经济体，日本是亚洲率先建立现代化产业体系的国家，早在 20 世纪 50 年代便开始出台政策推动中小企业“出海”，并取得显著成效。伴随近年来全球政治经济格局发生深刻变化，日本中小企业“出海”呈现一系列新特点，相应的支持体系也不断完善。合理借鉴日本推动中小企业产品、服务、品牌等“出海”的实践经验，对于提升中国中小企业国际竞争力、助力其应对全球化秩序重构具有积极意义。基于此，本文将在梳理日本中小企业“出海”演进历程的基础上，归纳其发展新动向，并深入分析日本推动中小企业“出海”的支持体系，进而为中国中小企业开拓多元化市场提供借鉴参考。

一、相关定义及研究概况

当前，学界对于企业“出海”尚无统一的定义。现有的国内研究基本认同企业“出海”是企业将产品、服务、品牌等推向国际市场的过程，但对于所采取的方式存在口径宽窄的差异。一般而言，狭义的“出海”仅包括对外直接投资的方式^①，广义的“出海”则包括对外贸易、对外直接投资、海外委托加工等各类方式，大致等同于企业“走出去”^②。在日本，狭义的“出海”一般表述为“海外进出”，而广义的“出海”一般表述为“海外展开”“国际化经营”等。^③ 本文将从广义视角对日本中小企业“出海”活动进行分析。

① 参见罗长远、陈智韬、李铮：《供应链网络、市场环境与中国企业“抱团出海”》，《世界经济》2024 年第 7 期，第 3—32 页；王天韵、王稳华、祝继高：《“抱团出海”：战略联盟与企业对外投资》，《金融论坛》2024 年第 7 期，第 3—13 页。

② 参见杨达：《日本在东南亚的海外利益保护论析》，《世界经济与政治》2020 年第 4 期，第 110—130 页；时晓萱、赵雨菡：《政府赋能、企业国际合作与出海企业高质量发展》，《经济问题》2024 年第 8 期，第 103—110 页。

③ 参见：島本健・佐藤忠彦・立本博文「企業の海外進出地域が業績に与える影響について—企業の異質性を考慮した研究—」、『国際ビジネス研究』2023 年第 1 号、15—25 頁；柿沼重志・東田慎平「中小企業の海外展開の現状と今後の課題—TPP を通じた『新輸出大国』の実現に向けて—」、『立法と調査』2016 年第 375 号、83—89 頁；川上義明「中小国際企業と中小グローバル企業に関する一検討一試論 その共通点と差異—」、『福岡大学商学論叢』2016 年第 3 号、441—462 頁。

日本的《中小企业基本法》第二条规定，“中小企业”一般指注册资本或出资规模低于3亿日元及在职员工数量不超过300人的企业，不同行业的规模标准有所不同。^① 据日本经济产业省中小企业厅统计，截至2021年6月，日本拥有336.5万家中小企业，占企业总数的99.7%。^② 与大中型企业相比，日本中小企业在网点数量、吸纳就业、发放工资以及产出附加值等方面遥遥领先，在国民经济中占据重要地位（参见图1）。现有关于日本企业“出海”的文献大多以全体企业为研究对象，专门探讨日本中小企业“出海”的研究相对较少，其内容主要体现在三个方面。

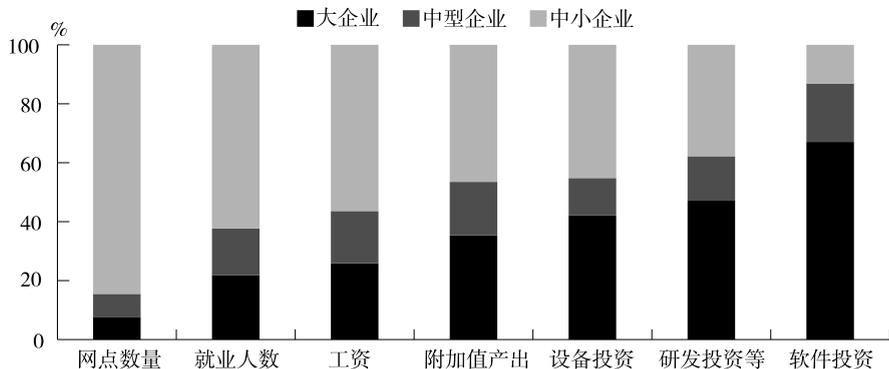


图1 日本不同规模企业的比较

资料来源：内閣府『令和5年度年次経済財政報告』、2023年8月29日、<https://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je23/index.pdf> [2024-05-23]。

一是日本中小企业“出海”的基本情况。川上义明将开展全球化经营的日本中小企业分为两类：一类是拥有自主知识产权的独立型中小企业，国内母公司在劳动力成本较低的海外设立生产基地；另一类是不拥有自主知识产权的供应商型中小企业，根据客户企业需要和自身经营资源的特点在海外设立生产基地。^③ 河井启希将日本中小企业的国际化分为四个阶段，即进出口交易、接受海外企业订单、在海外设立合资公司以及设立海外子公司，并以邓宁的国际

① 中小企业厅「中小企業・小規模企業者の定義」、2024年4月1日、<https://www.chusho.meti.go.jp/soshiki/teigi.html> [2024-05-23]。

② 中小企业厅「中小企業の企業数・事業所数」、2023年12月13日、https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/chu_kigyocnt/index.html [2024-05-23]。

③ 川上義明「中小国際企業と中小グローバル企業に関する一検討—試論 その共通点と差異—」、『福岡大学商学論叢』2016年第3号、441—462頁。

生产折衷理论 (OLI) 为基础指出, 为促进中小企业国际化, 应进行研发、IT 技术、协同业务开发等政策引导。^① 锁箭等以 1973 年为分界线, 将日本中小企业对外直接投资进程分为两个阶段: 以轻工业为代表的产业调整型对外直接投资和以重化工业为代表的产业补充型对外直接投资。^② 张玉来指出, 2008 年国际金融危机后, 日本企业进行了大幅度的战略调整, 全球化经营成为其普遍目标, 越来越多的中小企业“接力”全球化经营。^③

二是影响日本中小企业“出海”决策的因素。程永明指出, 随着大批制造业生产基地向海外转移, 零部件供应商和原材料加工商的国内订单大幅萎缩, 迫使越来越多的日本中小企业开拓新的销售渠道。^④ 长谷川英伸从政策变迁、产业结构、经营战略以及对国内经济的影响等方面指出, 日本中小企业的国际化行动对经济国际化的影响不可避免, 中小企业只有生产、销售高附加值产品, 才能在与海外产品的竞争中取得优势。^⑤ 近年来, 具有日本特色的产品和服务越发受到海外市场关注。篠崎和也以传统工艺品、餐饮、设计及娱乐领域的 12 家日本中小企业为研究样本, 将中小企业“出海”动机归为三种类型, 即市场替代型、市场创造型和商业机会发现型, 指出“出海”活动提升了日本特色中小企业在生产销售、技术应用和创造附加值等方面的能力。^⑥ 吉田健太郎等分析了本地化创新在中小企业“出海”可持续发展中的重要作用, 并指出中小企业“出海”能够助推地方振兴。^⑦ 此外, 针对不开展海外业务的中小企业, 中泽孝夫将其理由归于确保经营情况和员工队伍稳定、规避风险、海外人才缺乏等。^⑧

三是日本支持中小企业“出海”的举措。清成忠男指出, 中小企业政策旨在提升企业竞争力、完善市场功能, 主要分为: 针对市场功能不足的补充

① 河井啓希「中小企業のグローバル化の進展 その要因と成果」、『RIETI Discussion Paper』2004 年 3 月号、1—25 頁。

② 锁箭、毛剑梅:《日本中小企业的“走出去”》,《经济管理》2003 年第 9 期, 第 91—93 页。

③ 张玉来:《上位世界经济链: 日企国际化启示》,《董事会》2016 年第 5 期, 第 58—61 页。

④ 程永明:《近年来日本企业海外发展动向及新特征》,《日本学刊》2013 年第 3 期, 第 106—118 页。

⑤ 長谷川英伸「中小企業のグローバル化に関する一考察—三木市の金物産地を中心に—」,『論叢 玉川大学経営学部紀要』2015 年第 24 号、45—53 頁。

⑥ 篠崎和也「日本らしさを武器にする中小企業の海外展開戦略」,『日本政策金融公庫論集』2023 年第 60 号、1—25 頁。

⑦ 吉田健太郎・山口真知「地域活性化と中小企業の国際化との関係性に関する一考察」,『商工金融』2021 年第 4 号、50—72 頁。

⑧ 中沢孝夫『グローバル化と中小企業』,筑摩書房、2012 年、20 頁。

完善政策、中小企业转型调整政策和救济型保护政策。^① 有关日本支持中小企业“出海”的代表性举措，苏杭等梳理了日本整合各政府部门和中小企业支持机构力量建立的国际化支持体制，柿沼重志等分析了日本政府提供的财政支持和独立行政法人提供的海外业务支持，张承惠讨论了日本政策性金融机构和民间金融机构合力构建的融资支持体系，施锦芳等归纳了日本各级信用担保机构提供的融资担保服务。^② 远原智文从计划准备和海外业务展开两个阶段，归纳了有关机构对日本中小企业“出海”的援助服务。^③ 平力群认为，日本政府以巨型经济伙伴关系协定（EPA）的签署生效为契机，加大对中小企业国际化经营支持力度，助力实现“新出口大国”目标。^④

上述先行研究从不同侧面对日本中小企业“出海”进行了分析和整理。在此基础上，伴随全球治理体系及产业链供应链调整，进一步研究日本中小企业“出海”的新变化、新特点具有现实意义。鉴于此，本文将重点聚焦两个方面：一是分析研判国际变局下日本中小企业“出海”的新动向、新趋势；二是对日本中小企业“出海”支持体系进行系统性、整合性分析，以为中国中小企业“走出去”提供参考和借鉴。

二、日本中小企业“出海”的演进历程

20世纪50年代至今，日本中小企业“出海”已有近70年历史。在积极拓展海外市场的过程中，日本中小企业逐步建立了全球产业布局，提升了国际分工地位。从演进阶段来看，日本中小企业“出海”主要经历了四个时期。

（一）出口导向时期（20世纪50年代中期至60年代末）

二战后，日本以经济复兴为首要目标，严格限制进口，实施外汇管制，推

① 清成忠男『日本中小企業政策史』、有斐閣、2009年、13頁。

② 参见苏杭、王睦欣：《日本中小企业国际化的新发展：市场驱动与政府扶持》，《现代日本经济》2013年第1期，第62—70页；柿沼重志·東田慎平「中小企業の海外展開の現状と今後の課題—TPPを通じた『新輸出大国』の実現に向けて—」、『立法と調査』2016年第375号、83—89頁；张承惠：《日本支持中小企业融资的做法和经验借鉴》，《新金融评论》2020年第4期，第35—45頁；施锦芳、胡丹凤、郭亚强：《日本中小企业对外直接投资及其对中国“走出去”战略的启示》，《大连大学学报》2016年第1期，第83—89頁。

③ 遠原智文「中小企業の海外展開と海外展開支援」、『研究年報 経済学（東北大学）』2019年第1号、155—167頁。

④ 平力群：《日本政府支持企业拓展国际化经营的政策组合——以CPTPP与〈TPP等综合政策大纲〉为中心》，《日本学刊》2024年第4期，第53—78頁。

行以出口为导向的“贸易立国”战略。其出口的主要产品为劳动密集型轻工业产品，中小企业为生产主体。日本中小企业将具备出口优势的纺织等轻工业产品推向中南美、东南亚等市场，并建立原材料基地，以规避关税壁垒。^①

伴随经济步入高速增长时期，日本经济自由化进程加快。1959 年日本对美贸易首次出现盈余，在美国外压下，日本首先开启进口自由化。1960 年，日本政府颁布《贸易、外汇自由化大纲》，逐步取消管制。随后，日本于 1963 年实现贸易自由化，1964 年实行外汇自由化，1967 年启动资本自由化。1968 年，日本超越联邦德国成为资本主义世界第二大经济体，并实现经常收支盈余。这一时期，由于受到西方国家的外压，日本经济的国际化带有“消极、被动”等特征，^② 中小企业更重视通过削减成本提升国际竞争力，其开展国际化经营的手段主要包括扩大出口、收集海外信息、引入国外先进技术、构建海外销售网络、确保进口原材料等。^③

（二）对外投资发展时期（20 世纪 70 年代初期至 80 年代初期）

20 世纪 70 年代初期，日本企业对外直接投资骤增，1972 年被称为日本“对外投资元年”，海外直接投资流量升至 23 亿美元，是 1971 年的近三倍，此后更持续增加，1984 年突破 100 亿美元。^④ 这一时期，日本出现了两次对外投资浪潮。第一次浪潮为 1969 年至 1973 年，仅 1973 年的对外投资额就相当于 20 世纪 50—60 年代的对外投资总额；第二次浪潮为 1978 年至 1984 年，对外投资总额高达第一次浪潮时对外投资总额的六倍。^⑤ 在此过程中，日本中小企业协同大企业抱团“出海”。1972 年，日本制造业企业对外投资项目数量为 410 项，同比增长 72%，其中中小企业对外投资项目数量为 178 项，同比增长 91%。1973 年，制造业中小企业对外投资项目数量更是达到 411 项的峰值，占制造业企业投资项目总数的 53.4%。此后，受第一次石油危机影响，日本制造业中小企业对外投资项目数量骤减，占比降至不足 40%。1978 年起，日本制造业中小企业对外投资项目数量占比再度回升，1979 年升至

① 大八木智子「わが国繊維産業を取り巻く環境と中小繊維企業にみる国際化の取り組み」、『RIM 環太平洋ビジネス情報』1999 年第 44 号、48—63 頁。

② 瀧澤菊太郎『中小企業の海外進出—経済国際化への積極的な対応—』、有斐閣、1982 年、9 頁。

③ 中小企業事業団・中小企業研究所『日本の中小企業研究 1980—1989』、同友館、1992 年、221 頁。

④ 平川均「日本企業の直接投資と東アジア工業化」、『経営論集』2000 年第 2・3 号、1—33 頁。

⑤ 马淑萍：《日本企业“走出去”的历史、经验和教训》，载张季风主编：《日本经济蓝皮书（2016）》，北京：社会科学文献出版社，2016 年，第 146 页。

45.7%。因此，20世纪70年代也被誉为“日本中小企业的海外投资时代”。^①

根据国际生产折衷理论，企业的国际化决策取决于三大因素，即所有权优势、内部化优势和区位优势。若企业具备前两种优势，则可选择出口；若企业同时具备三种优势，便会选择对外直接投资。^②这一时期，由于汇率、劳动力成本、贸易壁垒等条件变化，日本中小企业开展对外直接投资具备了相比以往更明显的优势，其加速海外投资布局有三大目的。一是通过对外投资分散日元升值给日本企业出口造成的影响。1971年8月，布雷顿森林体系解体，战后持续20余年的固定汇率制宣告终结，日元汇率一年内从1美元兑约360日元升至1美元兑约300日元，升幅达20%，导致需求价格弹性较高的轻工业产品出口减少。二是降低国内生产成本。由于劳动力不足，1970年起日本工资水平持续上涨，且基本工资涨幅超过15%，纺织、电机等劳动密集型产业开始向东亚与东南亚地区转移产能。三是规避贸易摩擦。随着日本经常收支盈余扩大和美国贸易赤字增加，为减少日美贸易摩擦，日本政府在扩大内需、减少管制、实施自由化政策的同时，采取下调海外投融资利率、扩充海外投资损失准备金制度等措施，积极促进对外投资，旨在以海外生产方式替代产品出口。^③

在内需市场不足、对外贸易摩擦不断的背景下，日本出口型中小企业更加注重产品的多样化、个性化和高端化，不仅追求传统轻工业产品提高附加值，也在向重化工业产品转型的过程中着力开发新产品、新技术。^④反映产品国际竞争力的贸易特化系数（trade specialization coefficient, TSC）变化显示，1971年至1985年，在与“亚洲四小龙”的竞争中，日本的中小企业所生产食品、服装、木材等轻工业产品的国际竞争力趋于下降，一般机械、钢铁等重化工业产品的国际竞争力则呈上升势头。^⑤

（三）海外布局加速时期（20世纪80年代中期至90年代末期）

“广场协议”签订后，日元急速升值，从1美元兑约240日元飙升至1986

^① 村上敦「わが国海外直接投資の形態と機能」、『東南アジア研究』1981年第3号、332—345頁。

^② John Harry Dunning, “The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions”, *Journal of International Business Studies*, Vol. 19, No. 1, 1988, pp. 1—31.

^③ 小宮隆太郎·若杉隆平「日本の対外直接投資」、『RIETI Discussion Paper』1990年5月号、1—28頁。

^④ 中小企業事業団·中小企業研究所『日本の中小企業研究（第1巻）』、有斐閣、1985年、301—305頁。

^⑤ 中小企業庁『1986年版中小企業白書』、1986年6月1日、<https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11551249/www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/S61/index.html> [2024-05-25]。

年 4 月的 1 美元兑约 160 日元，日本贸易出口遭受重创。在此背景下，日本中小企业一方面压缩生产成本，另一方面提升出口产品的技术含量和附加值，1989 年其出口能力恢复至 1985 年的九成左右。^① 但是，受日元升值以及泡沫经济崩溃带来经济长期萧条的影响，日本国内市场收缩，跨国经营和全球化战略转型成为日本企业生存和发展的新航道，中小企业也加速“出海”进程。1988 年，日本企业对外投资项目数量为 2136 项，是 1984 年的 4 倍，其中中小企业对外投资项目数量为 1625 项，是 1984 年的 5.2 倍，占比高达 76%。^②

根据“雁行模式”理论，区域内的“雁首”国家可将不再具备成本竞争力的劳动密集型产业转移至区域内相对落后的国家，从而集中发展高附加值产业，借此实现产业升级。^③ 20 世纪 90 年代，以中国和东盟为代表的东亚与东南亚地区经济发展迅速，日本在这些地区重点进行海外生产和投资。推动日本制造业中小企业国际化发展的因素主要包括两个方面：一是上游企业转战海外市场；二是其产品在国内市场难以与海外产品竞争。^④ 日本中小企业金融公库综合研究所的一项调查显示，20 世纪 90 年代，因上游企业海外发展而跟随“出海”的中小企业约占 34%，因产品无法与海外产品竞争而导致销量减少的中小企业约占 51.6%，这些海外产品中有 70.6% 产自中国。^⑤ 面对这一局面，日本中小企业加大在华投资力度，利用中国低成本和成熟的劳动力提升生产效率。据日本通商产业省统计，1989 年对华投资项目数仅占日本中小企业海外投资项目总数的 6.1%，1994 年骤升至 63%。^⑥

具体来看，这一时期，日本汽车、电机等行业的大企业在东亚与东南亚发展势头迅猛，带动制造零部件和中间产品的中小企业“出海”，并由此在东亚与东南亚形成了有利于日本企业国际分工格局的资源配置。与此同时，纺

① 中小企業庁『1990 年版中小企業白書』、1990 年 5 月 1 日、<https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11551249/www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H2/index.html> [2024 - 05 - 25]。

② 同上。

③ Kojima K., “The ‘Flying Geese’ Model of Asian Economic Development: Origin, Theoretical Extensions, and Regional Policy Implications”, *Journal of Asian Economics*, Vol. 11, No. 4, 2000, pp. 375 - 401.

④ 中小企業庁『2005 年版中小企業白書』、2005 年 5 月 1 日、<https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11551249/www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/h17/hakusho/index.html> [2024 - 05 - 25]。

⑤ 中小企業金融公庫総合研究所「『強い下請企業』の戦略—受託・請負業務拡大のための中小企業の方角性—」、2006 年 3 月 30 日、https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/tyuusyourepo_05_07.pdf [2024 - 05 - 25]。

⑥ 中小企業庁『1995 年版中小企業白書』、1995 年 6 月 1 日、<https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11551249/www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H7/index.html> [2024 - 05 - 25]。

织、家具、杂货等劳动密集型产业的海外投资主要集中在中国、印度尼西亚等当时工资水平较低的国家，最终产品出口日本和欧美发达国家。

（四）全球化扩张时期（21世纪以来）

进入21世纪，日本大企业在海外投资地的生产比率不断上升。在“地产地消”模式下，日本企业在海外投资地的零部件及机械加工需求增加，中小企业更加积极布局以亚洲为中心的当地生产网点。与此同时，伴随经济水平提升，海外服务业限制进一步放宽，日本的零售、信息服务、住宿餐饮、金融等服务行业也将海外投资地作为最终消费目的地，非制造业中小企业“出海”增加。

21世纪第二个十年初期，由于人口少子老龄化加剧、国内市场萎缩，加之东日本大地震后产业链供应链受到冲击，日本企业面临日元升值、高法人税率、自由贸易协定推进缓慢、劳动限制、环境限制、电力供应不足的“六重苦”，亟须进行产业结构调整 and 海外生产布局。日本政府也鼓励企业在全局范围内配置和优化资源，努力推动对外经济合作实现新突破。一系列经济合作协议的签署成为这一时期的亮点，主要包括经济伙伴关系协定（EPA）和自由贸易协定（FTA）。

自2002年与新加坡签署EPA并生效以后，日本在双边及多边区域经济合作协议方面取得长足进展。截至2024年9月，日本已签署或生效的经济合作协议已有21份，涉及24个国家和地区，包括《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》（CPTPP）、日欧EPA、《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）等大型FTA，与协议对象国和地区之间的贸易规模占其贸易总量的78.8%。目前，日本正与土耳其、哥伦比亚、孟加拉国以及海湾阿拉伯国家（GCC）等进行谈判，如果将这些经济合作协议计入在内，日本的FTA覆盖率将升至87.1%。^①这一进程有助于推动日本企业融入世界市场，越来越多的企业开始利用FTA制度。2022年度，日本出口型大企业和中小企业的FTA利用率分别为73.8%和57.5%，相比2020年度分别提升了10.6个和13.8个百分点。^②

三、日本中小企业“出海”新动向及新特点

如前所述，日本中小企业“出海”遵循了“出口贸易—直接投资—海外

^① 外務省「我が国の経済連携協定（EPA/FTA）等の取組」、2024年9月20日、<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/fta/index.html>[2024-09-22]。

^② 日本貿易振興機構『2022年度輸出に関するFTAアンケート調査報告書』、2023年4月11日、https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/01/b028f1cad079540d/20230001.pdf[2024-05-25]。

地产地消”的渐进式路径。进入 21 世纪，为拓宽经营空间、实现多元化发展，日本中小企业加快全球化发展进程。特别是最近十余年，其“出海”目的地、形态、动因、领域等方面呈现一系列新特点。

（一）日本中小企业“出海”的概况

在长期国际化进程中，日本中小企业“走出去”的成效显著。尽管国际政治经济形势趋于复杂多变，日本“出海”中小企业依然能够实现较为稳定的经营利润。东京商工调查所 2022 年统计显示，有超过半数的“出海”中小企业认为海外业务为企业整体营收贡献了重要增量，仅有约两成的“出海”中小企业认为海外业务未做出积极贡献。^① 因此，越来越多的日本中小企业积极进行海外布局。在外贸方面，以直接出口为例，2021 年度开展直接出口业务的中小企业占比为 21%，大企业占比为 28.1%，二者差距并不大（参见图 2）。从出口额来看，日本制造业中小企业的出口额由 1997 年的 1.5 万亿日元升至 2019 年的 3.9 万亿日元，增速显著；非制造业中小企业的出口额则于 2016 年达峰值 2.4 万亿日元后呈回落趋势，2019 年为 1.2 万亿日元。^②

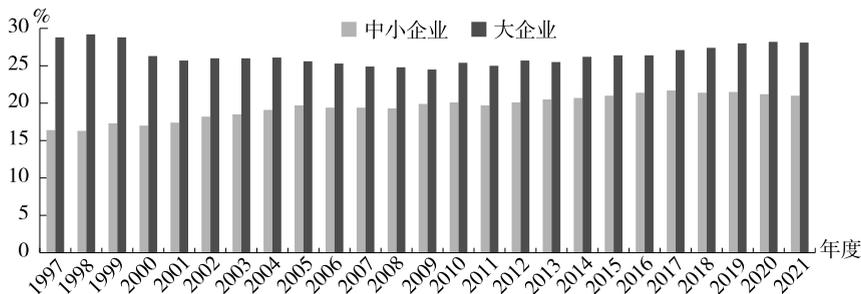


图 2 日本不同规模企业的直接出口占比

资料来源：经济产业省『企业活动基本调查』、2023 年 6 月 29 日、<https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kikatu/result-2.html> [2024-05-23]。

在对外直接投资方面，虽然与资金、技术、人才等占据优势的大企业相比，日本的中小企业仍存在一定差距，但其长期增长势头值得关注。1997 年度至 2021 年度，进行对外投资、拥有海外当地法人的大企业占比从 26.8% 提升至 32%，中小企业占比则由 8.6% 提升至 14.2%（参见图 3）。

^① 中小企业厅『2023 年版中小企业白书』、2023 年 6 月 30 日、https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2023/PDF/chusho/00Hakusyo_zentai.pdf [2024-05-23]。

^② 中小企业厅『2022 年版中小企业白书』、2022 年 7 月 25 日、https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2022/PDF/chusho/00Hakusyo_zentai.pdf [2024-05-23]。

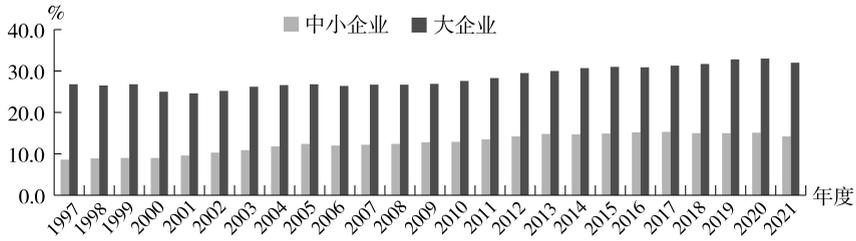


图3 日本不同规模企业的对外直接投资占比

资料来源：经济产业省『企业活动基本调查』、2023年6月29日、<https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kikatu/result-2.html> [2024-05-23]。

从具体行业来看，日本各行业中中小企业的“出海”进展存在明显差异。日本政策金融公库2023年调查显示，在已“出海”的中小企业中，制造业和批发业的占比列前两位，分别达30.7%和25.9%，但制造业中小企业“出海”时首选海外直接投资，批发业首选直接出口；运输业和住宿及餐饮业“出海”较少，占比分别仅为1.6%和2.1%，均首选海外直接投资方式。对于尚未“出海”的中小企业，批发业计划“出海”的意愿最为积极，信息通信业最为关注“出海”，而运输业对“出海”的关注度最低。（参见表1）

表1 日本各行业中小企业的“出海”情况 (单位:%)

	制造业	批发业	零售业	住宿及餐饮业	服务业	信息通信业	建筑业	运输业
已“出海”	30.7	25.9	8.3	2.1	5.7	13.3	2.2	1.6
跨境电商	0.7	0.7	1.9	0.0	0.5	0.0	0.0	0.0
间接出口	11.3	7.7	3.0	0.0	1.2	2.0	0.3	0.0
直接出口	11.7	14.2	4.2	0.0	1.2	1.0	0.5	1.2
海外委托生产	7.6	7.3	0.8	0.7	0.2	1.0	0.5	0.4
海外直接投资	12.2	5.7	1.9	1.4	3.0	9.2	1.1	0.0
未“出海”	69.3	74.1	91.7	97.9	94.3	86.7	97.8	98.4
计划“出海”	2.0	2.9	1.1	1.4	1.5	1.0	0.5	1.2
关注“出海”	9.4	11.5	11.3	15.0	6.9	16.3	4.9	3.3
不关注“出海”	57.9	59.7	79.2	81.4	85.9	69.4	92.3	93.9

注：运输业中不包括水运业

资料来源：日本政策金融公库『中小企業の海外展開と国内回帰に関する調査結果』、2023年6月1日、https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/tokubetu_230601_2.pdf [2024-05-25]。

从“出海”目的地来看，日本中小企业海外布局由欧美国家向新兴市场转移。在日本企业开展国际化经营之初，北美和欧洲成为日本中小企业追随大企业“出海”的首选目的地。20世纪90年代以后，中国和东南亚新兴市场国家的经济发展成绩亮眼，日本中小企业进一步加大对其出口和投资力度（参见图4）。值得注意的是，受中美贸易摩擦和新冠疫情等因素影响，2020

年起日本制造业中小企业在中国设立海外子公司的比重有所下降，而北美和欧洲的占比上升，但总体来看中国大陆仍是日本中小企业“出海”最重要的选项。日本“中小企业基盘整备机构”（简称“中小机构”）2024 年调查显示，居日本中小企业“出海”目的地前五位的国家和地区，分别为中国大陆（58.6%）、北美（36.8%）、韩国（33.1%）、泰国（30.1%）和越南（27.1%），德国、法国、英国的占比则分别仅为 16.5%、12.0% 和 9.0%。^①

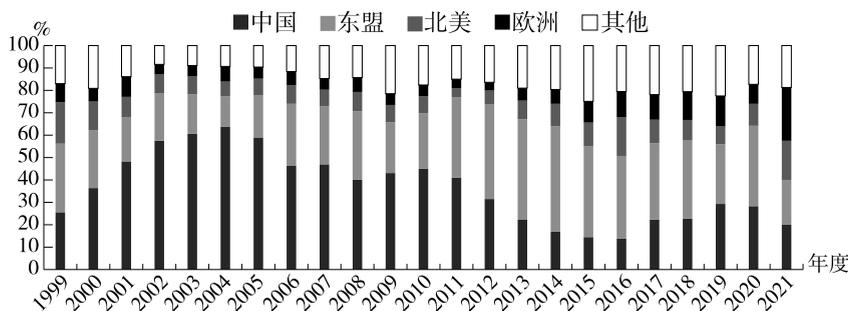


图 4 日本中小企业设立海外子公司的地域分布

资料来源：经济产业省『海外事業活動基本調査』、2023 年 5 月 30 日、<https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kikatu/result-2.html> [2024-05-23]。

（二）日本中小企业“出海”的新特点

近年来，伴随国际经济格局重塑以及科技创新、数字化转型的发展，日本中小企业“出海”呈现一系列新特点。

1. “出海”方式呈现多元化形态

长期以来，日本中小企业“出海”方式以对外直接投资和传统外贸为主。近年来，电子商务迅速发展，为日本中小企业外贸转型提供了新机遇。日本政策金融公库 2023 年调查显示，约有 18% 的中小企业开展海外业务，其“出海”形式多样，7.2% 和 6.1% 的中小企业从事直接出口及间接出口，6.6% 的中小企业选择对外直接投资，4.2% 的中小企业委托海外企业生产，0.6% 的中小企业开展跨境电商业务。^② 而且，不同时期日本中小企业“出海”方式

^① 中小企業基盘整備機構『中小企業の海外展開に関する調査（2024 年）』、2024 年 6 月 13 日、https://www.smrj.go.jp/research_case/questionnaire/fbrion0000002pjw-att/kaigaitenkai_202403_2_report_C1.pdf [2024-06-17]。

^② 日本政策金融公庫『中小企業の海外展開と国内回帰に関する調査結果』、2023 年 6 月 1 日、https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/tokubetu_230601_2.pdf [2024-05-25]。

亦存在较大差异。20世纪60—70年代，日本中小企业“出海”方式以出口为主；80—90年代，日本中小企业加速海外投资布局，直接投资及委托加工的占比大幅增加；21世纪头十年，日本中小企业逐步形成“地产地消”的“出海”模式，通过海外委托生产方式“出海”的企业占比最高；21世纪第二个十年以来，跨境电商成为日本中小企业“出海”的重要方式。（参见图5）。

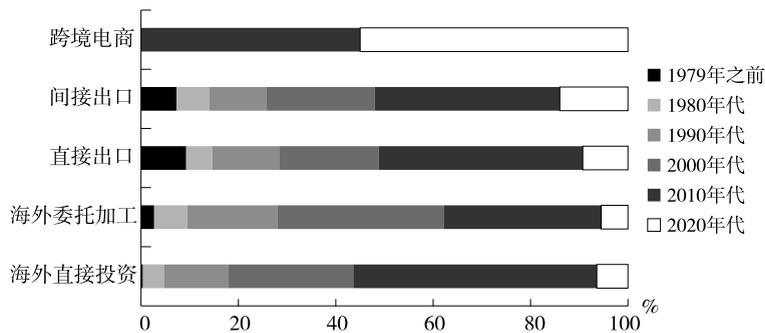


图5 各时期日本中小企业开展海外业务的具体方式

资料来源：日本政策金融公库『中小企業の海外展開と国内回帰に関する調査結果』、2023年6月1日、https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/tokubetu_230601_2.pdf [2024-05-25]。

此外，日本中小企业还积极利用访日游客增加的契机创造海外需求。2023年，访日外国游客消费规模达5.3万亿日元，创历史最高纪录，访日外国游客达2507万人，恢复至疫情前的约八成。^①日本中小企业在零售、餐饮、住宿、旅游等多种场景，通过提供产品和服务体验提升品牌力和文化价值影响力，并通过网络平台、跨境电商等增强用户黏性，促进出口，扩大海外需求。

2. “出海”动因趋于复杂

长期以来，日本中小企业在制定“出海”决策时，设立海外网点的主要目的是降低生产成本，销售对象则主要面向上游企业，表现为追随型“出海”。同时，由于国内资源匮乏，获取廉价能源、原材料也成为部分中小企业“走出去”的原因。近年来，伴随经济形态、产业分工和市场需求的剧烈变化，日本中小企业海外布局的考量因素更加多元、复杂（参见表2）。尤其是在少子老龄化加剧的背景下，劳动力不足成为制约日本中小企业发展的重要瓶颈，中小企业充分

^① 観光庁『観光統計・白書』、2024年8月30日、https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo.html [2024-09-22]。

利用国际化经营的契机，吸引和培育海外人才，壮大高层次人才队伍。调查显示，2023 年，多达 46.1% 的日本中小企业将“确保人才”作为首要考虑的经营课题，34.6% 的日本中小企业将“培养人才”作为第二位考虑的经营课题。^①

表 2 日本中小企业“出海”的复杂动因

网点功能	“出海”动因	具体内容
生产功能	降低成本	在生产和销售成本较低的海外设立基地，提升产品价格竞争力
	强化产品竞争力	通过参与海外市场竞争，提升产品和服务品质，推动技术创新
	提供高附加值且小批量的产品和服务	区别于大量生产的经营模式，在细分市场满足多元化需求，并对既有商品进行当地化改良
	分散风险	减少对国内市场和单一国家市场的依赖，降低地缘政治和经济剧烈波动风险，分散生产网点
	服务客户	对客户企业提供更为完善的海外服务
销售功能	扩大市场	服务当地消费市场，扩大海外当地销售规模
	开拓新客户	挖掘新需求，开发新客户群
	提升品牌力	在国际市场提升品牌认知度和客户黏性，增强企业软实力
	输出日本文化	通过特色产品展示本国特色文化
人才确保功能	吸引人才	通过海外网点确保当地优秀人才
	培养人才	通过技能职业培训等方式培育人才，优化人力资源结构
研发功能	加强研发	与海外大学、企业等深入合作，进行产品和技术研发
资金筹措功能	确保企业资金	通过海外投资者和金融机构获得企业发展所需资金

资料来源：中小企業研究センター「中小企業の海外展開—新世代グローバル企業の研究—」、2021 年 11 月 29 日、[https://www.chukiken.or.jp/report/1622/\[2024-05-25\]](https://www.chukiken.or.jp/report/1622/[2024-05-25])；中小企業庁『2022 年版中小企業白書』、2022 年 7 月 25 日、[https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2022/PDF/chusho/00Hakusyo_zentai.pdf\[2024-05-23\]](https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2022/PDF/chusho/00Hakusyo_zentai.pdf[2024-05-23])；日本貿易振興機構「海外進出」、2024 年 9 月 12 日、[https://www.jetro.go.jp/theme/fdi/basic/purpose.html\[2024-09-20\]](https://www.jetro.go.jp/theme/fdi/basic/purpose.html[2024-09-20])。

3. “出海”模式深度融入全球产供应链体系

新形势下，日本中小企业不再单纯“出海”寻求资源，而是转向实施整个产业链的“走出去”策略，通过经营模式转型在全球市场中寻找新的增长点。在全球化背景下，从产品、服务“出海”到产能、供应链“出海”，日本中小

^① 中小企業庁『2024 年版中小企業白書』、2024 年 7 月 18 日、[https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2024/PDF/chusho/00Hakusyo_zentai.pdf\[2024-07-22\]](https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2024/PDF/chusho/00Hakusyo_zentai.pdf[2024-07-22])。

企业不断优化调整产品研发、品牌建设、文化融合、商业模式，嵌入全球产业链供应链的中上游，提升产品和服务的附加值。同时，日本中小企业通过“出海”将品牌文化甚至日本文化推广至国际市场，以其独特的设计美学和品质管理宣传强化品牌记忆点，力图通过文化交流和融合提升品牌形象，加深客户和消费者的理解和认同。近年来成功“出海”的日本中小企业，不仅为企业自身发展赢得了机遇，也为本地区、本国甚至全球带来三种效应：（1）对交易关联方及产业、行业产生经济效应；（2）保持和发扬文化特色，增加“日本文化的国际化”效应；（3）提升文化软实力，促进经济增长。^①

4. “出海”方向更加契合经济转型发展目标

推动数字化、绿色化转型升级是大变局下日本产业政策的重点方向，有助于解决经济社会中长期发展问题、实现经济增长的良性循环。^②近年来，日本政府围绕数字化、绿色化频繁开展对外合作，对中小企业选择“出海”行动起了积极引导作用。2024年1月31日，日本与欧盟签署“跨境数据流动协议”，并将协议条款纳入日欧EPA。这标志着日本提倡的“可信赖的数据自由流通”（DFFT）迈出重要一步，给日本企业开展数字化业务带来了便利。^③在2024年10月召开的“亚洲零排放共同体（AZEC）首脑会议”上，日本政府致力于将本国规则纳入东南亚国家温室气体排放量的计算和报告机制中，日本初创企业近期也开始向东南亚当地企业推广碳排放量可视化软件。^④有调查显示，早在2022年度，在构建稳定的供应链方面，日本中小企业计划采取举措排名前两位的就是“推进数字化”和“应对脱碳化”，占比分别为35.0%和27.6%。^⑤

5. “出海”决策受地缘政治因素影响较大

在复杂的国际环境下，国家风险（country risk）等地缘政治因素逐渐成为日本中小企业制定“出海”决策时需要考虑的重点内容，地缘政治风险从原材料、汇率、物流等方面给日本中小企业“出海”带来挑战。原材料方面，

① 篠崎和也「日本らしさを武器にする中小企業の海外展開戦略」、『日本政策金融公庫論集』2023年第60号、1—25頁。

② 田正、杨功金：《大变局下日本产业政策的新动向》，《日本学刊》2022年第6期，第82—103页。

③ 外務省「日・EU 経済連携協定改正議定書の署名」、2024年1月31日、https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/pressit_000001_00282.html [2024-05-25]。

④ 「アジアの脱炭素へ日本方式、企業進出に弾み 各国合意へ」、『日本経済新聞』2024年10月8日。

⑤ 三菱UFJリサーチ&コンサルティング『令和4年度製造基盤技術実態等調査（我が国ものづくり産業の課題と対応の方向性に関する調査）報告書』、2023年6月22日、https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2022FY/000060.pdf [2024-05-25]。

地缘政治冲突导致全球供应链中断和大宗商品价格波动，直接生产成本的上升使中小企业在选择海外生产基地时更为谨慎；汇率方面，地缘政治冲突背景下国际能源价格的上涨推动日本连续出现贸易逆差，加剧日元贬值压力，海外投资成本的上升使风险规避型中小企业更倾向于国内投资；物流方面，地缘政治冲突导致原有货物运输通道受阻和燃料价格上涨，物流成本的攀升使中小企业在开展经营活动时有选择地绕开相关地区。2023 年的一项调查显示，日本中小企业认为，相比 2022 年，对其经营产生更大影响的外部因素，排名前两位的是俄乌冲突和巴以关系恶化，占比分别为 25.1% 和 7.8%。^①

6. 经济泛安全化增加“出海”不确定性

在美国挑起并不断升级与中国经贸摩擦背景下，日本政府迎合美国意图，以维护经济安全的名义加大对本国科技产业的管控，并将此视为全球产业链供应链调整的契机。以泛安全化的眼光看待正常的经贸往来，势必会增加相关领域中小企业“出海”的不确定性。2022 年 5 月，日本参议院全体会议表决通过了《经济安全保障推进法》，该法包含四个部分，即强化供应链韧性、确保基础设施安全、推进尖端技术官民合作研究和特定专利非公开化。^② 2023 年 7 月，日本修订版《外汇及外国贸易法》正式实施，将尖端半导体制造设备的 23 个品类列入出口管制对象，除美国、韩国等 42 个友好国家和地区外，企业出口这 23 个品类需要获得经济产业省许可。而获得经济产业省许可的手续繁琐、周期较长，半导体领域中小企业的国际化经营活动难免遭受冲击。^③ 据调查，受经济安全等因素影响，2023 年，在职员工 20 人以下和 21—300 人的日本“出海”企业中，分别有 28.2% 和 23.2% 的企业认为“友岸外包是今后全球供应链调整的方向”，还分别有 40.0% 和 35.4% 的企业认为“供应链回迁是今后全球供应链调整的方向”；就维护经济安全采取的举措而言，分别有 21.2% 和 19.3% 的企业“计划强化信息收集”，分别有 5.9% 和 18.8% 的企业“计划加强防范相关技术和产品外流”。^④

① 中小企業庁『2024 年版中小企業白書』、2024 年 7 月 18 日、https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2024/PDF/chusho/00Hakusyo_zentai.pdf [2024 - 07 - 22]。

② 内閣府『経済安全保障推進法』、2022 年 5 月 18 日、https://www.cao.go.jp/keizai_anzen_hosho/suishinhou/suishinhou.html [2024 - 05 - 25]。

③ 「半導体の製造装置、きょう輸出規制強化 米国に同調、中国は猛反発」、『朝日新聞』2023 年 7 月 22 日。

④ 日本商工会議所・東京商工会議所「『国際情勢の変化を受けた企業経営への影響調査』調査結果」、2023 年 12 月 14 日、https://www.cao.go.jp/keizai_anzen_hosho/suishinhou/suishinhou.html [2024 - 10 - 25]。

7. 精细化、专业化经营凸显“出海”优势

加里·奈特等指出，伴随国际化发展，一些中小企业经营出现新变化，即从创业到取得国际市场份额用时很短，进而被称为“天生国际化企业”（born global firm）。^① 由于国内市场狭小，这些企业往往以技术为导向，在成立之初便进军国际市场寻求发展，力图在全球细分领域的利基市场（niche market）占据竞争优势。^② 2020年，日本以收益性、战略性、市场占有率和国际化为标准，评选出113家“全球利基100强”（GNT）企业，其中中小企业有55家。^③ 这些企业在国际市场的平均占有率高达43.4%，营业收益率为12.7%，海外销售额占比为45%。作为细分行业的隐形冠军，日本中小企业突破市场壁垒，专注于服务缝隙市场，在全球产业链占据重要地位。^④ 例如创建于1946年、总部位于日本新潟县的纳美仕公司（NAMICS），专注于生产电子材料和工业黏合剂，并在10个国家申请专利超过380件，在26个国家注册商标，其销售额的80%源于海外市场，尤其是半导体封装专用底胶，占国际市场的40%以上。^⑤ 而且，在全球化进程中，纳美仕积极开拓国际市场，在欧美和亚洲等地区建立生产销售和研发基地。

四、日本推动中小企业“出海”的支持体系

中小企业规模较小，往往面临资金不足、人才缺乏、信息缺失、管理薄弱等困难。为引导中小企业提高内生发展动力、塑造核心竞争优势，长期以来，在日本政府主导型制度安排下，相关部门、组织、机构和团体构成全方位协同支持体系，从政策、融资、保险、信息、法律、技术、人才等方面全力支持日本中小企业的海外发展。

^① Gary A. Knight and S. Tamer Cavusgil, “The Born Global Firm: A Challenge to Traditional Internationalization Theory”, *Advances in International Marketing*, Vol. 8, 1996, pp. 11 – 26.

^② Rod B. McNaughton, “The Number of Export Markets That a Firm Serves: Process Models Versus the Born – Global Phenomenon”, *Journal of International Entrepreneurship*, Vol. 1, No. 3, 2003, pp. 297 – 311.

^③ 経済産業省「2020年版グローバルニッチトップ企業100選」、2022年6月30日、https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/gnt100/index.html [2024-06-03]。

^④ 肖宇、闫坤：《日本企业应对“失去三十年”策略研究》，《日本学刊》2024年第5期，第139—160页。

^⑤ NAMICS「Small but Global オンリーワン・ナンバーワンの技術で世界へ」、2024年5月10日、<https://www.namics.co.jp/insight/small-but-global/> [2024-05-30]。

（一）政府主导出台发展战略

日本中小企业发展和变迁与日本政府的引导和支持密不可分。1963 年，日本政府制定《中小企业基本法》，以解决大企业与中小企业发展不均衡的二元结构问题，促进中小企业现代化进程。1999 年，日本修订《中小企业基本法》，鼓励创新，优胜劣汰，促进中小企业多元化发展。2014 年，日本出台《小规模企业振兴基本法》，旨在保障小型企业可持续发展，为其开拓新市场、开展新业务提供有力支持。

为提升中小企业核心竞争优势，日本政府根据国内外经济形势变化加强顶层设计，出台了一系列支持中小企业“出海”的政策。特别是 2011 年东日本大地震后，为鼓励饱受“六重苦”的中小企业在国际市场寻找新的发展机遇，日本出台《中小企业海外发展支援大纲》（简称“大纲”）以完善中小企业海外发展支持体系。“大纲”通过日本政府与各机构的广泛合作、地方政府与当地相关部门的有机配合以及扩充海外援助等三大网络，从信息收集、市场营销、人才培养、资金筹措和贸易投资环境五个方面确定了推动中小企业“出海”的重点任务。^① 2012 年，日本修订“大纲”，对中小企业海外发展支持力度升级，追加了五项援助举措：（1）破除壁垒，实行“官民一体”的举国体制，扶持中小企业拓展海外事业；（2）加大海外市场营销支持力度，细分不同行业，推动先进产品和技术走向世界；（3）强化海外人才培育；（4）加强资金支持；（5）利用 ODA 开展海外当地业务。^②

2013 年，日本政府推出《日本再兴战略》，将中小企业海外发展定位为战略重要支柱，并提出五年内新增 1 万家“出海”的中小企业、2020 年中小企业出口额比 2010 年倍增等具体目标。^③ 2022 年 10 月，在日元贬值、物价高企背景下，日本政府出台大型综合经济对策，其中包括“支援 1 万家首次开展出口业务的中小企业项目”。^④ 该项目于 2022 年 12 月开始实施，由经济产业省、中小企业厅、日本贸易振兴机构（JETRO）及“中小机构”形成一体

① 中小企業庁「第 3 回中小企業海外展開支援会議」、2011 年 6 月 24 日、<https://www.chu-sho.meti.go.jp/koukai/kenyukai/kaigai/110624HS.html>[2024-06-03]。

② 中小企業庁「第 4 回中小企業海外展開支援会議」、2012 年 3 月 9 日、<https://www.chu-sho.meti.go.jp/koukai/kenyukai/kaigai/120309HS.html>[2024-06-03]。

③ 首相官邸『日本再興戦略』、2013 年 6 月 14 日、https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizai-saisei/pdf/saikou_jpn.pdf[2024-06-03]。

④ 内閣府「物価高克服・経済再生実現のための総合経済対策」、2022 年 10 月 28 日、https://www5.cao.go.jp/keizai1/keizaitaisaku/2022-2/20221028_taisaku.pdf[2024-06-03]。

化支持体系，对有意开展出口业务的中小企业进行援助。截至2023年9月，注册登记的企业已超过1万家；截至2024年2月底，已有超过1500家企业通过此项目开展出口业务。^①例如成立于2021年的“J-和国际株式会社”，力图向海外市场推广其研发的无需水土的人工盆栽技术“A-BONSAI”，2023年1月完成登记后，在JETRO指导下选择通过商社进行间接出口的方式，并在JETRO组织的洽谈会中成功与商社签约，自此开启了“出海”之路。

值得关注的是，2024年6月日本政府公布《新版酷日本战略》，为中小企业海外发展带来新机遇。^②在后疫情时代日本入境游火爆、国际政治经济局势不确定性增加、数字化加速等背景下，日本重启“酷日本战略”，将内容产业以及农产品和时尚产品等出口、入境游等“酷日本”相关产业定位为支柱产业，并设定目标：到2033年，这些产业的海外收入由2023年的19万亿日元提升至50万亿日元，同时将对日本充满好感的各国民众占比进一步提升10%。日本政府重视对内容产业的原创支持，提高食品和入境游的附加值，将文化输出与产品出口相结合，力图在追逐经济利益的同时，借软实力提升全球影响力。作为“酷日本”产业的重要主体，中小企业在内容产业、食品、旅游等领域“出海”动向活跃。对此，2023年度日本政府设置53万亿日元的补充预算，支持对日投资及中型企业、中小企业的海外发展，包括促进中小企业内容产业的海外发展、构筑当地市场及销售网络等。^③

（二）提供财政税收支持

2011年“大纲”出台后，日本政府每年通过年度最初预算和补充预算，持续向中小企业“出海”提供资金支持。虽然各年度鼓励中小企业“出海”的具体项目各有侧重，但预算主要集中在两个方面：一是全过程支持中小企业海外发展的预算；二是培育国产品牌力（Japan Brand）的预算。

为落实前者，日本政府向JETRO、“中小机构”等发放补贴，委托其从制定“出海”业务计划、开拓海外销路、进军海外市场到开展长期经营乃至进行业务重组等各阶段为中小企业提供服务。而且，每年度的预算内容都会有所调整，规模

^① 中小企業庁『2024年版中小企業白書』、2024年7月18日、https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2024/PDF/chusho/00Hakusyo_zentai.pdf [2024-07-22]。

^② 内閣府知的財産戦略本部『新たなクールジャパン戦略』、2024年6月4日、https://www.cao.go.jp/cool_japan/aratana/pdf/honbun.pdf [2024-08-12]。

^③ 経済産業省「第5回クールジャパン戦略会議説明資料」、2024年6月、https://www.cao.go.jp/cool_japan/kaigi/cj_strategy/5/pdf/kai5_siry03.pdf [2024-08-12]。

更是不断扩大。2014 年度起，预算项目名称改为“中小企业及小微企业海外开拓战略事业支持”，其目标为截至 2018 年度的五年间，中小企业及小微企业与海外谈判签约率达到 30%。而在实际推进中，2017 年度的签约率便已高达 44.6%。^①

日本培育国产品牌力的预算创设于 2004 年，鼓励“出海”中小企业与其他企业协同联动进行产品开发和技术创新，对在此基础上形成的研发成果及海外展会等提供资金援助。根据不同用途，日本经济产业省、国土交通省、总务省、环境省等政府部门出台配套政策及预算，支持中小企业海外发展。2014 年，此项预算被列入“支持国产品牌培育事业”的子项目。据此，日本政府选定协助中小企业开拓海外销路的专业运营商，中小企业在开发及改良商品和服务、推广品牌时，可以与其自行选择的运营商进行讨论，基于最终制定的业务计划提出补贴申请；每家企业可申请 200 万至 500 万日元的补贴，若采取联合申请的形式，则补贴上限为 2000 万日元。^② 2022 年，日本又将该项预算整合纳入“促进制造业、商业、服务业提高劳动生产率的事业”项目下“国际市场开拓资金”之“海外市场开拓类型”，向中小企业开发以出口为导向的新商品提供生产设备引进、品牌推广等方面的支持。^③

在税制支持方面，日本政府对于企业的海外发展实行税收抵免和海外投资亏损准备金制度。首先，企业在国外缴纳的法人税可以从国内法人税中抵扣，且从外国子公司获得的盈余分红只按其 5% 的金额纳税，以有效避免国内国外双重征税。^④ 其次，政府将企业投资额的一定比例计入海外投资亏损准备金，给予免税待遇，以对冲企业投资风险。当企业投资出现亏损时，可从准备金中得到补偿；若未出现亏损，则从准备金积存满五年起将其五等分，逐步并入应纳税所得额。^⑤

（三）打造多主体、立体化的协同服务

日本打造了分工有序、协作紧密的官民一体化中小企业海外发展协同服务网络，主要由五大主体构成。

① ジャジット「中小企業・小規模事業者海外展開戦略支援事業」、2019 年、<https://judgit.net/projects/3709>[2024-06-03]。

② 中小企業庁「JAPAN ブランド育成支援事業」、2022 年 7 月 21 日、<https://judgit.net/projects/3709>[2024-06-03]。

③ 中小企業庁「JAPAN ブランド育成支援等事業の統合について」、2022 年 1 月 16 日、https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chiiki/japan_brand/2023/230116.html[2024-06-03]。

④ 経済産業省「国際税務の基礎知識」、2024 年 1 月 10 日、https://www.meti.go.jp/policy/external_economy/toshi/kokusaisozei/itaxseminar2023/01_kokusaizeimu.pdf[2024-06-03]。

⑤ 国税庁「第 55 条『海外投資等損失準備金』関係」、2024 年 1 月 18 日、<https://www.jetro.go.jp/jetro/activities/support.html>[2024-06-03]。

一是中央政府部门。参与部门包括经济产业省中小企业厅、贸易经济协力局、通商政策局、专利厅、国土交通省、农林水产省、环境省、总务省和外务省等。其中，中小企业厅提供制度和政策支持，负责规划和协调组织体系，促进中小企业开发和改良新商品、新服务，以此打开海外市场，为地方经济开拓国际化需求，并设置预算为中小企业培育品牌提供资金支持。^①

二是地方政府。中小企业是地方经济的支柱，日本各级地方政府也积极支持中小企业“走出去”，以此反哺和提振区域及国内经济。首先，地方自治体通过海外网点为中小企业“出海”助力。截至2023年9月，日本合计有67个地方自治体在28个国家和地区的68个城市设立了288家海外网点，其中亚洲地区网点达222家，约占总数的80%。^②作为地方推动国际化发展的重要一环，自治体依托驻外使领馆、友好城市、国外商会等资源渠道布局海外，不仅有助于推动中小企业强化国际合作和交流、寻求更多国际商机，也有助于发挥文化宣传、信息对接和国际化招商等功能，吸引海外游客和企业走进日本。其次，为中小企业提供融资支持。日本各地政府通过优惠贷款、补助等形式，给予本地区中小企业“出海”资金援助。例如，埼玉县产业振兴公社推出补贴比例1/2以内、上限100万日元的补助金，用于扶持县内中小企业出口产品和改良技术。^③东京都政府联合东京信用保证协会等机构向从事海外业务的中小企业提供政策性融资，期限最长长达十年，利率在1.1%—2.2%，其中信用保证金享受1/2的补助。^④

三是独立行政法人。这类法人前身为从事政府公共事务的组织机构，由政府出资运营，如JETRO、“中小机构”、国际协力机构（JICA）、国际协力银行（JBIC）、工业所有权情报研修馆（INPIT）等。其中，JETRO拥有超过70家海外代表处以及近50家国内办事机构，可对中小企业开展灵活有效的海外业务支持。代表性支持方式包括：通过日本购物中心（JAPAN MALL）、日本街（Japan Street）等跨境电商平台帮助企业拓宽海外市场；实施“新出口大国联合体”举措，与日本地方政府、金融机构共同助力中小企业“出海”；策划展会、洽谈会，

^① 中小企業庁「海外販路開拓支援」、2024年4月26日、<https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chiiki/index.html> [2024-09-22]。

^② 自治体国際化協会「自治体の海外拠点一覧」、2023年9月30日、<https://www.clair.or.jp/docs/totaldata202309.pdf> [2024-09-22]。

^③ 中小企業基盤整備機構「海外向け商品改良に最大100万円 埼玉県産業振興公社」、2024年8月27日、<https://j-net21.smrj.go.jp/news/biufem000000rsra.html> [2024-09-22]。

^④ 東京都産業労働局『「海外展開支援」のパンフレット』、2024年3月22日、<https://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.lg.jp/chushou/kaigaitenkaisien.pdf> [2024-09-22]。

由专业人士作为陪同和随行人员，提供“出海”建议；培养海外人才等。^①

四是政府认证的支援机构。具体而言，包括商工会议所、都道府县中小企业支援中心、海外产业人才育成协会（AOTS）、中小企业全国中央会、全国商工联合会、日本律师协会联合会及行业协会等。各类机构协同合作，为日本中小企业开展海外发展提供全面多元的服务体系和业务援助。

五是民间部门。具体而言，既包括综合商社、商业银行、保险公司等大型企业，以及律师事务所、会计师事务所、税务师事务所等专业咨询机构，也包括客户企业、同行企业以及海外当地相关企业。其中，综合商社的作用不容忽视。^② 除发挥传统的贸易职能外，综合商社还提供投资、融资等金融服务，并开展市场调查、信息收集、合规管理等活动，帮助企业规避或减少信息不对称问题，降低企业海外经营风险。对于中小企业而言，在大型综合商社以外，精通海外市场、助力中小企业走出去的“业务支持型商社”作用也很突出。^③ 这些商社在海外设立分支机构，与地方政府形成合力，在产品试销、开拓销路和技术改良等方面为从事间接出口的中小企业提供了陪伴式服务。

（四）形成多层次、多元化的资金支持体系

日本中央政府、地方政府和相关官方、半官方团体为中小企业提供多层次融资、保险等支持，以缓解中小企业开展国际化业务的资金约束。

一是为中小企业向海外发展提供基础性融资保障。即在海外当地调查、设备投资、设立网点、专利申请、侵权纠纷、撤离海外市场等方面，日本政府、商工会议所、政策性金融机构等为中小企业提供补贴和优惠贷款（参见表 3），这些官方资金支持具有周期长、限额高和利率低等特点。例如，日本经济产业省在日本政策金融公库设立“海外发展和业务重组资金”，专门为中小企业购置设备和海外长期经营开辟融资渠道。2021 年 1 月，日本政策金融公库启动对中小企业海外子公司的跨境贷款，对象国家和地区包括泰国、越南、中国香港、新加坡、菲律宾及墨西哥，中小企业可获得最长 20 年、最高 14.4 亿日元的贷款，并享受以低于基准利率 0.9 个百分点为上限的优惠利率。^④

① 日本貿易振興機構「中堅・中小企業など我が国企業の海外展開を支援します」、2024 年 9 月 10 日、<https://www.jetro.go.jp/jetro/activities/support.html> [2024-09-22]。

② 程永明：《近年来日本企业海外发展动向及新特征》，《日本学刊》2013 年第 3 期，第 106—118 页。

③ 「中小の海外展開、商社ノウハウを活用」、『日本経済新聞』2017 年 11 月 1 日。

④ 日本政策金融公庫「海外展開・事業再編資金（クロスボーダーローン）」、2024 年 9 月 2 日、https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/cross-border_t.html [2024-09-22]。

表3 日本中小企业开展海外发展的主要资金支持项目

项目名称	资金用途	支持比例及限额	具体内容	主管部门
事业重建补助金	在后疫情时代，借助新领域、新业态、新业种等进行业务整合、重组	补贴率为 2/3；上限达 3000 万日元	建筑费、机器设备及系统构建费、技术引进费、专家费、广告宣传费、促销费、研修费等	中小企业厅
促进制造业及商业、服务业提高劳动生产率的补助金	为提升劳动生产率进行的设备投资，用于研发创新性商品和服务、改善生产过程等	补贴率最高为 2/3；上限达 1 亿日元	海外差旅费、运输费、知识产权相关费用、外包费等	经济产业省
IT 导入补助金	引入 IT 工具（软件、服务等）提高工作效率和数字化转型能力	补贴率最高为 4/5；上限达 3000 万日元	软件费、硬件费、消费动向分析经费等	“中小机构”
小微企业可持续性经营补助金	针对从业人员 20 人以下的企业，用于开拓产品销路等	补贴率最高为 2/3；上限达 200 万日元	展会费、广告宣传费等	商工会议所
中小企业等海外申请专利、侵权对策支援业务补助金	拓宽海外市场，减少侵权损失	海外专利申请费用的 1/2；上限为每家企业 300 万日元；根据案件不同，补贴 30 万至 150 万日元不等	专利申请费、侵权调查费、律师费等	专利厅
海外发展和业务重组资金	为适应经济结构变化，支援中小企业开拓海外市场及业务重组	直接融资额度最高 14.4 亿日元，代理融资额度最高 1.2 亿日元；基本利率最高 2.5%	启动或扩大海外业务、业务重组等所需资金	日本政策金融公库
中型企业和中小企业融资	所在国家或地区经营所需的必要长期资金	上限为所需资金的 70%	设备投资资金（新设、增设、更新）、企业并购资金	JBIC

资料来源：经济产业省「事業再構築補助金」、2024 年 8 月 8 日、<https://portal.monodukuri-hojo.jp/>[2024-09-22]；全国中小企业团体中央会「ものづくり補助金」、2024 年 9 月 9 日、<https://portal.monodukuri-hojo.jp/index.html>[2024-09-22]；中小企业基盤整備機構「IT 導入補助金」、2024 年 9 月 20 日、<https://it-shien.smrj.go.jp/>[2024-09-22]；全国商工会連合会「小規模事業者持続化補助金」、2024 年 8 月 8 日、<https://s23.jizokukahojokin.info/>[2024-09-22]；特許庁「中小企業等海外侵害対策支援事業」、2024 年 5 月 17 日、https://www.jpo.go.jp/support/chusho/shien_kaigaishingai.html[2024-09-22]；日本政策金融公库「海外展開・事業再編資金」、2024 年 9 月 2 日、https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/kaigaitenkai_t.html[2024-09-22]；国際協力銀行「中堅・中小企業向け融資」、2023 年 6 月 15 日、<https://www.jbic.go.jp/ja/business-areas/sectors/smes/overview.html>[2024-09-22]。

二是加强对中小企业“出海”的资金支持，提高企业抗风险能力。2023 年 4 月，日本修订《日本国际协力银行法》，新设多项资金援助方案，旨在增强日本企业及产业的竞争力。^① 如，允许 JBIC 对初创企业、中型企业及中小

^① 日本国際協力銀行「『株式会社国際協力銀行法の一部を改正する法律』の実施について」、2023 年 10 月 2 日、https://www.jbic.go.jp/ja/information/news/news-2023/news_00016.html[2024-06-03]。

企业“出海”直接出资或购买公司债；将应对高风险融资的“特别业务”账户范围由原有的海外基础设施业务扩至资源开发、新技术及新经营模式、初创企业出资等。特别是在数字化转型和绿色转型领域，中小企业发挥着越来越大的作用，JBIC 将其海外业务提供灵活的资金支持，以促进其创新发展。

三是提供保险服务。日本信用保证协会向“出海”中小企业提供担保，并由中小企业信用保险公库对信用保证协会进行再担保。日本贸易保险公司（NEXI）也推出“中小企业、农林水产业出口信用保险”，帮助中小企业对冲包括外汇管制、战争、自然灾害等在内的不可抗力风险，以及包括客户破产、拒付货款等在内的信用风险。同时，信用风险的赔付率相较个别保险高出五个百分点，而且保险费率低于其他保险产品，保险金的支付也相对更及时。^①

四是通过 ODA 给予中小企业“出海”资金支持。为提高发展中国家的经济发展水平及福利水平、带动日本中小企业产品和技术走向海外市场，2012 年度日本外务省及 JICA 就开始实施“ODA 支援中小企业海外发展”项目，如果获批，“出海”中小企业则可得到每项最高 3000 万日元的 ODA 资金支持。^② 近年来，为响应联合国“可持续发展目标”（SDGs）行动，越来越多的日本中小企业将 SDGs 纳入其海外发展战略。调查显示，截至 2024 年 7 月，有 51.2% 的受访日本中小企业对 SDGs 持积极态度。^③ 为此，在日本政府支持下，JICA 设立了“中小企业及 SDGs 业务支援事业”项目，对致力于解决发展中国家社会课题的日本中小企业提供资金援助。其中，帮助中小企业在发展中国家收集信息并进行初期筛选的“调查委托型”资金支持规模为每项最高 1500 万日元，最长为期 12 个月；帮助中小企业确立现地经营模式、制定经营计划的“业务开展型”资金上限为每项 4000 万日元，最长期限为两年六个月。据统计，2010—2023 年度，JICA 累计采用了 1516 项援助项目。^④

与此同时，日本民间金融机构也为中小企业“出海”提供融资支持。例

① 日本貿易保険「貿易一般保険（個別保険）・中小企業・農林水産業輸出代金保険の概要」、2019 年 11 月 27 日、https://www.nexi.go.jp/topics/mt_file/2019120301_05.pdf [2024-06-03]。

② 外務省『2012 年版政府開発援助（ODA）白書』、2013 年 3 月 26 日、https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/shiryo/hakusyo/12_hakusho_pdf/index.html [2024-06-03]。

③ 帝国データバンク「SDGs に関する企業の意識調査（2024 年）」、2024 年 7 月 25 日、<https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/p240717.pdf> [2024-07-29]。

④ 国際協力機構「中小企業・SDGs ビジネス支援事業」、2024 年 3 月 19 日、https://www.jica.go.jp/activities/schemes/priv_partner/event/2024/_/_icsFiles/afidfile/2024/05/22/20240319_sdg_sme.pdf [2024-06-03]。

如，日本三大金融集团在全球范围内拥有众多网点，不仅为中小企业提供融资，还为其提供资金管理、汇率风险、外汇交易等的解决方案。同时，其设置专业人员，为“出海”企业提供当地法律法规信息，帮助中小企业开展海外经营活动、进行业务重组等。此外，地方性金融机构也积极参与其中，诸如2022年12月“中小机构”、NEXI与日本政策金融公库联合推出了面向中小企业的“海外业务支援政策包”。截至2024年2月底，参加这一项目的地方性金融机构达109家，包括地方银行、地方信用金库和信用组合等。^①

（五）完善全过程、全方位的海外业务支持方案

近年来，日本针对中小企业开展海外业务实施了多项举措。2024年9月，日本经济产业省就公布了关东地区支持中小企业海外发展的60余项相关政策，^②既包括覆盖全过程的整体支持举措，也涵盖中小企业“出海”时信息调查、业务筹备、开展经营和持续稳定发展等各阶段的具体支持方案。总体来看，日本对中小企业开拓海外业务的支持方案主要体现在三个方面。一是信息支持。JETRO、外务省等发挥海外服务窗口功能，建立东道国政治、经济、法律等方面的信息库，提供与东道国政府、合作伙伴等主体的资源对接服务。二是风险管理。通过可行性研究、融资便利化、安全管理等活动，健全海外风险评估和动态监测预警机制，关注中小企业在当地发展的动态。三是发展指导。经济产业省、“中小机构”、JICA等从政策研究、咨询评估、人才培养、品牌创新、行政服务、融资服务、展会宣传、风险管理、知识产权、安全发展等多个维度提供全面支持。

五、结 语

日本在长期助力中小企业“出海”的实践过程中，形成了一套系统性、全方位的支持体系，为中小企业多元化发展提供了保障，也有效提升了中小企业的国际竞争力。近年来，中国扎实推进高质量发展，中小企业国际化经营迈入新阶段，“出海”步伐加快。在全球贸易保护主义升级、国际政治经济

^① 中小企業基盤整備機構「中小企業・小規模事業者向け『海外ビジネス支援パッケージ』への地域金融機関の参加状況について」、2024年3月7日、https://www.smrj.go.jp/press/2023/c7moap000000beso-att/20240307_press01.pdf [2024-06-03]。

^② 経済産業省関東経済産業局『2024年版中小企業海外展開支援施策集（関東版）』、2024年9月2日、https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/kaigai_tenkai/data/2024sesakusyuu.pdf [2024-09-22]。

环境日趋复杂的形势下，中国中小企业“走出去”面临更为严峻的考验，日本支持中小企业海外发展的相关举措或可为中国提供借鉴。

（一）发挥政府主导和协调职能，为中小企业“出海”提供政策保障

日本中小企业海外布局及国际化经营实践与国家战略和政策支持密不可分。面对国内需求持续疲软及劳动力短缺日益严峻的困境，加之同欧美的贸易摩擦，日本政府曾将“贸易立国”“投资立国”“观光立国”等作为国家战略，陆续出台相关政策，提供相关预算及补贴，拓宽中小企业经营空间，助力其实现多元化发展。近年来，伴随全球产业链供应链重构以及国内市场供需调整，在政策支持和市场需求等多重因素推动下，中国中小企业亦加快了“出海”步伐。从日本经验可以看出，政府可一方面在战略指引、政策制定等方面形成顶层设计，实施政策总动员，协同相关部门共同推进政策执行，为中小企业“出海”背书；另一方面，加大财政税收支持力度，出台专项预算和优惠补贴制度。同时，建立多层次资金支持体系，发挥政策性金融、ODA 及贸易保险等功能，多渠道解决中小企业的资金瓶颈问题、降低“出海”风险；充分发挥地方政府海外拓展机制功能，共同助力中小企业高质量海外发展。

（二）构建官民一体化服务体系，全过程支持中小企业“出海”布局

对于中小企业而言，为何“出海”、如何“出海”、“出海”后如何发展以及有何风险等均有待解答，需要得到全方位支持。日本中小企业在开展海外业务时，主要面临人才、合作伙伴、法治环境、市场开拓、文化交流、地缘政治、财税融资等问题，期待获得海外法律制度和营商环境、风险管理、人才培养、市场动向调查等信息和服务。^① 与大企业相比，日本中小企业更加看重如何启动海外业务计划、如何开发及拓展市场、如何寻找值得信赖的业务合作伙伴等相关事项的具体指导。^② 在官民一体化服务体系下，日本中小企业“出海”得到了细致入微的指导和帮助。尤其在信息服务、政策分析、风险管理、品牌建设等方面强化海外服务体系，是中小企业提升国际竞争力的重要保障。

（三）鼓励创新，提升品牌价值，增强中小企业在全球产业链的韧性

日本中小企业在国际市场上的成功主要源于两方面因素，一是把握市场

① 中小企業基盤整備機構『中小企業の海外展開に関する調査（2024年）』、2024年6月13日、https://www.smrj.go.jp/research_case/questionnaire/fbrion0000002pjw_att/kaigaitenkai_202403_2_report_C1.pdf [2024-06-17]。

② 帝国データバンク『特別企画 海外進出・取引に関する東北六県企業の意識調査（2023年）』、2023年10月23日、https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/s231001_10.pdf [2024-06-03]。

需求，二是强化品牌力。日本非常注重扶持长期专注于生产研发具有差异性、独特性和可持续性产品和服务的中小企业，发掘其品牌长期价值。特别是在全球细分市场，日本中小企业中出现了许多掌握关键核心技术的“隐形冠军”，这些企业长期专注于产业链的某个环节或某种产品，在全球产供应链中成为不可或缺的存在。近年来，中国亦加大了对专业化、精细化、特色化和新颖化为特征的“专精特新”企业的培育和扶持力度。在全球产供应链重构背景下，瞄准市场需求，提高创新能力，推动品牌“出海”，有助于中小企业转型升级、深度融入全球产供应链、提升其在全球价值链的地位。

（四）提高中小企业跨国治理能力，实施本土化经营策略

能否在东道国顺利开展海外业务是决定中小企业“出海”成败的关键因素。日本企业在开拓海外市场时，在公司治理、产品开发、品牌认知和文化融合等方面均面临本土化发展挑战。观察成功拓展海外业务的日本中小企业发现，其重要法宝在于以本土化策略推动国际化发展。具体来看，一是适应市场变化，理解文化差异，深度融入当地产业体系，提供符合当地市场需求的技术、产品和服务，制定符合当地标准和社会规范的经营策略。二是在数字化、智能化、绿色化发展趋势下，注重培育新产业、新业态，实施可持续发展目标，履行社会责任，促进企业与当地社会共同繁荣。三是加强人才建设，培育本土化人才队伍，发挥本土高质量人才作用，提升中小企业在当地的运营能力。

（五）注重国际发展合作，为中小企业“出海”创造良好的国际环境

日本不仅重视布局发达经济体市场，也积极开展对发展中国家和全球落后地区的经济援助。在外贸领域，将贸易自由化与“为贸易而援助”（aid for trade, AFT）视为全球贸易发展的两个车轮；在经济合作领域，通过双边、多边经济合作协议保障自身利益，力争树立国际协调发展的引领者和助力者形象；在政策支持领域，通过国际减贫、开发援助等提升国际形象，创造企业国际化和多元文化共生的政策环境。这些做法为日本中小企业在海外寻找新的增长点创造了良好的外部环境。在全球政治经济格局变化、贸易保护主义加剧背景下，中国积极参与国际分工，持续推动高水平开放，努力实现合作共赢新局面。特别是近年来，伴随共建“一带一路”高质量发展，中小企业借力在基础设施、科技通信、跨境电商等多个领域成功“出海”，不仅提升了中国企业的国际化形象，也推进了中国标准的国际化进程。

（责任编辑：叶琳）

“Going Global” of Japanese SMEs: Evolution, Trends, and Support Systems

Liu Rui and Zhou Xuhai

Since World War II, Japanese small and medium-sized enterprises (SMEs) have undergone four distinct phases in their internationalization: the export-oriented phase, the foreign investment development phase, the accelerated overseas expansion phase, and the globalization phase. This process has followed a progressive trajectory of “export trade—direct investment—localized production and consumption”. In recent years, driven by the reshaping of global economic order, technological innovation, and digital transformation, Japanese SMEs have exhibited several new trends in their international expansion. These include diversification in globalization strategies, increasingly complex motivations, integration into global production and supply chain systems, alignment with economic transformation objectives, and greater sensitivity to geopolitical factors. Additionally, economic securitization has introduced new uncertainties, while refined and specialized management of Japanese SMEs have emerged as a significant competitive advantage. In response to shrinking domestic markets and expanding international demand, Japan has actively supported SMEs in their overseas endeavors by implementing comprehensive development strategies, providing fiscal and tax incentives, fostering multi-stakeholder collaboration, offering multi-tiered financial support system, and improving the integrated support plan of end-to-end international business services. Against the backdrop of rising trade protectionism and increasing global political-economic complexity, Chinese SMEs face heightened challenges in their own internationalization efforts. The measures adopted by Japan to support SME globalization offer valuable insights and potential lessons for China to strengthen its policies and strategies in facilitating overseas development.

Openness, Mobility, and Interconnection in European Japan Studies: A Sociological Examination of the EAJS

He Ping

The European Association for Japanese Studies (EAJS) is the largest academic organization in the field of Japan Studies globally and serves as a critical lens for examining the overall trajectory of postwar Japan Studies in Europe. The triennial international conference, the cornerstone of EAJS activities, provides a vivid reflection of the field's evolution from traditional “Japanology” to contemporary “Japan Studies” characterized by four key trends: expanding disciplinary coverage and increasing scale effects; the growing dominance of modern social sciences; the emergence of new disciplinary growth points through differentiation and recombination; the flourishing of interdisciplinary research initiatives. Under the guidance of EAJS, the institutional development and network expansion of Japan Studies in Europe have progressed steadily. The institutionalization of Japan Studies in individual European countries not only integrates seamlessly with EAJS but also engages organically with external actors such as Japan and the United States. Openness, inclusivity, and diversity are defining characteristics of EAJS and European Japan Studies more broadly. These features have facilitated dynamic flows and intersections of Japan Studies across Europe and on a global scale, providing the field with resilience and adaptability in the face of challenges. This paper highlights EAJS's pivotal role in fostering the collaborative and transnational nature of contemporary Japan Studies.