

物流考试综合辅导:日本如何促进招商引资 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/267/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E8_80_83_E8_c31_267639.htm 由于土地和人力成本不断上升，导致了一些大型跨国企业的撤离，2006年日本外资流出超过了流入。面对这种情况，日本贸易振兴机构正在加大力度，最大限度地对外招商引资。不久前，记者访问了东京、大阪、神户等城市，感受到日本各地正在大力推动招商引资，并且通过富有特色的服务，力争吸引更多外资。市场具有较大潜力 这是日本关西经济圈的神户市。该市以高科技产业著称，吸引着外国投资者的视线。李予阳摄 日本具有世界第二位的经济规模，其生产力和购买力都很强劲，收入水平较高，在全国各地分布着好几个诸如关西经济圈等区域经济圈，其经济规模庞大，甚至超过了一些国家的整体经济规模。就开展全球业务而言，日本在贸易、信息通讯、物流交通等各个方面都具备成为亚洲地区业务核心据点的充足资源。近年来，为适应经济全球化的需求，保持全球重要的创新中心地位，提高竞争力，促进地方经济发展，日本日益重视引进外来资金、先进技术、优秀人才和管理经验。2003年，日本提出今后5年吸引外资要翻一番。经过努力，到2006年已经实现了当初提出的目标。此后，日本又提出了未来引资要再翻一番的目标。日本政府为了促进外国资本对日投资，正在推进经济结构改革并放宽限制，而且还致力于为外国投资者提供良好的投资环境。近年来，日本加快了对商业法和其他主要经济相关法律制度的修改步伐。过去开放程度较小的通讯、金融、医疗、大型商业等领域现在都可以投资。与

此同时，日本消费者近年来也发生了变化，在手机、家居、建材以及金融服务等消费领域，对外来产品和服务的接受度有了较大提高。“日本是重要的研发中心和高附加值产品的生产基地，国外企业比较青睐日本的研发能力，目前软件领域的合资比较常见就是一个例证。”柴生田敦夫介绍说。日本的传统优势是具有强大的生产能力和服务能力。技术力量是日本竞争力的源泉，专利注册件数位居世界前列。近年来，日本也加强了知识产权保护的力度。近几年，日本的地价、公共设施费用、劳动力成本等商务成本已有大幅度下降，税率也降到了与其他国家相比毫不逊色的低水平。比如大阪的地价、办公用房租金等已经从1990年的高峰下降了80%，法人所得需缴纳的有效税率已下降到39.54%，贷款利率则降低到以往的最低水平。日本的劳动力市场也正在从过去的“终生雇用”转向国际主流的“流动型雇用”，更换工作的现象十分普遍，这为企业采用优秀而富有经验的人才创造了机会。随着日本经济复苏的势头越来越明显，外国企业也越来越关注日本市场。记者从日本贸易振兴机构了解到，日本对投资者吸引力较强的领域包括信息通讯、环境、医疗等。日本长期致力于节能技术和应对全球变暖的对策研究，在净化土壤污染、燃料电池开发等与环境相关的技术领域世界领先，太阳能发电领域也处于世界前列。而在健康产业领域，在日本全民投保制度下，日本国民的医疗费用达到30万亿日元，日本人的平均寿命世界第一，随着老龄化社会的到来，增进健康的服务和与护理、看护等相关服务领域的需求正迅速扩大。另外，市场规模居世界第二的日本对国外流通行业来说具有极大的吸引力，有实力的外资企业相继进入了日本。根

据日本贸易振兴机构提供的有关数据，目前在日投资的企业中，批发、零售占整体的47.7%，制造业占17.6%，运输通讯占15.7%。由于海外制造商在日的销售公司归于批发零售餐饮这一类，所以这类企业所占比例位居第一。这些企业的总部64.1%都集中在东京、神户、奈良、大阪等地。有关机构的统计显示，2005年外资企业对日本企业的并购达到105件。“对日投资也可以提升日本企业的竞争力。”据日本贸易振兴机构北京代表处介绍，许多企业为日本带来了前所未有的业务形态，推动了地方经济的发展。据介绍，前些年日本日产公司经营状况欠佳，与法国雷诺公司合作后，引入了先进的管理经验，如今经营情况良好。通过招商引资，一些新的商务模式也进入日本，给日本市场带来了新的活力。日本保险市场以前只有人保和财保，美国的保险公司进入日本后，使日本保险市场增加了新的险种。 精细化服务是着眼点 为促进招商引资，日本政府设立了综合性的介绍窗口。与其他国家的城市一样，日本的各个城市在招商引资方面也是通过一些宣传推广展示活动来推介自己，或者通过一些在全球有办事处的专门机构来发掘潜在的引资对象。 记者在日本采访期间了解到，各地对于到日本投资的企业在税收、土地使用等方面，并不会给予投资企业与国内企业不一样的太多特殊优惠，而是在服务的“精细化”上下功夫。记者在东京参观了日本贸易振兴机构设立的IBSC(对日投资商务支援中心)，这个中心被称为投资日本的“第一站”，专门为国外投资者提供“一站式”服务，从为客户提供进入市场的建议、模拟测算成本到帮助寻找人才，到注册成立公司、落实办公场所等服务十分周全。除了东京，他们还在大阪、横滨、神户、名古屋

屋、福岡等5个城市的分支机构设立了同样的支援中心。IBSC里设立了一些免费办公室50个工作日免费使用。记者在其东京的商务支援中心看到，这些办公室每一间都不大，十分紧凑，里面各种办公设施一应俱全，有桌子、椅子、衣柜，电话、传真机、上网电脑等。中心还设有多功能厅和会议室，不需另行安排外部的设施，就能举办展览会、洽谈会等商务活动。在这里，还可以利用图书资料室，查寻不同行业和地区的企业目录、统计、投资制度信息等资料。据介绍，中国不少企业到日投资之初都使用过这里的免费办公室。投资企业可以在近两个多月的时间里熟悉日本的商务环境，开展设立准备工作，办妥政府机关的各种申报登记和洽谈等。日本招商引资的精细化特色体现在很多方面，记者在翻看大阪市的招商手册时发现，该手册提供的商务信息十分详细具体。在其基本数据一栏中，人口统计除了惯例统计人口数字外，还特别列出了白天人口数，并把数字精确到个位。日本在为投资者提供良好的投资环境上颇下功夫。记者在大阪采访时了解到，当地政府设立了为减轻外国企业初期投资负担，对外资企业投资重点产业提供建筑物租金的资助制度、促进外资企业事业发展补助金和促进创业的税制等。在服务方面，大阪提供的用于投资准备工作的临时办公室最长可使用6个月，并为有意投资大阪的企业和团体无偿提供翻译服务、提供市内会议场所、组织现场考察等。大阪的市立工业研究所还为中小企业提供委托研究、实验分析等服务。日本招商城市十分注重外国投资者的生活服务，提高他们的生活舒适度。在医疗、子女教育、购物、饮食等方面都有所考虑。在许多城市，电视提供双语服务，还有很多外文报刊。不少国外投

资者还可以很容易地享受到家乡风味的美食。据一项对投资者的调查显示，大部分外国投资者对日本的商务环境和投资服务比较满意。很多企业在有关机构的帮助下，迅速打开了局面，站稳了脚跟。日本贸易振兴机构2006年对外资企业发放的调查问卷显示，83.2%的在日外企表示经营状况良好。投资者应注意入乡随俗 记者从日本贸易振兴机构了解到，在日本对华投资逐年增加的同时，中国企业对日投资也出现了小幅增长。据介绍，中国企业到日本投资的案例有所增加，但整体规模有限。截至2005年年底，中国对日投资累计26.87亿美元，比10年前约增长了11倍。中国对日投资涉及软件、机械、电子等领域，有从事批发业务的，也有从事咨询业务的。去年，我国的连锁企业小肥羊在东京的涩谷开设了分店，受到当地的关注。记者在东京期间特意了解了一下小肥羊的经营情况。据介绍，小肥羊在东京为适应当地消费者的消费习惯，在店铺设计、菜单设置等方面做了一些“入乡随俗”的调整。日本消费者不像中国消费者那样习惯以涮肉为主，而是喜欢只涮几片薄薄的羊肉，涩谷小肥羊分店在“精致消费”上下了很多功夫，并增加了菜品。日本贸易振兴机构理事长渡边修表示：“中国拥有大量的贸易盈余，外汇储备增加，有实力到海外投资的企业也在增加。这一新动向，对日本是好消息。”日本关西经济联合会会长秋山喜久认为，到日本投资首先要进行调研，然后办厂。秋山喜久告诉记者：“可以选择关西地区，这里的消费者最敏感、最精明，在这里销售好，在日本其他地方的销售也不会差。”据了解，著名品牌路易威登就是先在关西进行销售后，再全面投放日本市场的。秋山建议，要注意研究日本消费者的习惯。比如日

本人喜欢小的零售店，不像美国人那样一到超市就买上够用一周的东西，所以国外一些大型超市集团的经营模式会不适应日本市场。他还认为，必须研究文化上的差异。了解日本消费者在生活习惯上的特点。就拿冰箱来说，日本消费者喜欢小巧、精致的冰箱，而不是特别大的。“近年来，日本市场的封闭性和特殊性都有了较大改变。日本消费者对质量及售后服务的要求很高。但只要能满足他们的需求，无论来自哪个国家他们都会积极购买。要想在有着众多富有经验的消费者的日本市场取得成功，其策略应该是提高产品质量和企业形象。”日本贸易振兴机构北京代表处总代表柴生田敦夫说，“一方面，在日本，市场竞争会很激烈；另一方面，如果在日本市场经受住了竞争的考验，到其他地方会更有竞争力。” 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com