

【特别报道 Special】

# 最后的救赎： 日本制造业全球“大撤退”

## 全球制造业版图面临重构

■ 本报记者 许意强

2015年初,日本松下、西铁城两家企业先后关闭位于山东济南和广东广州的生产工厂,再度引发日本制造企业正在逃离中国的热议。

不过,《中国企业报》记者调查发现,日本制造企业不仅仅在关闭中国制造工厂,还在关闭其他海外工厂。受日元持续贬值以及欧美和中韩等市场竞争趋于白热化冲击,曾经风光无限的日本制造企业正在被时代抛弃,而回迁工厂似乎成为日本企业扭亏增盈的最后“一根稻草”,不过最终结果仍有待时间来验证。

### 从中国撤退 只是冰山一角

2月5日,日本西铁城突然宣布位于广州的生产工厂进入破产清算程序,并与全体员工解除劳动合同,直接导致近千员工失业。

1月30日,日本松下在中国唯一的电视生产工厂停产进入清算程序,数百名员工面临解雇,每年20万台左右的电视产量将转为对外贴牌加工。同时,松下正在推动将中国生产的微波炉和空调等中高端产品转移至日本生产。而早在2012年,松下还关闭了位于上海的等离子电视工厂。

此外,日本夏普也正在考虑将目前在中国和印尼生产的电视机和空气净化器等产品转移到日本生产。早在2009年时,日立电视就关闭了包括中国在内的海外生产工厂。

就在关闭中国工厂的同时,西

铁城确定斥资10亿日元在日本长野县佐久市购买TDK工厂地块投资建立新的生产工厂,从而扩大在本地市场的产能,满足欧美等市场需求。

当前不少日本大型制造业企业正在将此前确定的“以中国为中心、在海外生产”战略规划进行调整,开始推动一部分品类转向日本国内生产。在过去10多年以来吸引大量日本制造企业投资的中国,首当其冲受到影响。

就在2015年初,由日本国际合

作银行于去年7月对日本1000家制造业企业为对象展开的一项调查显示:作为未来有潜力的投资目的地中,众多日本企业在第一位选择为印度,第二位则是印度尼西亚,第三位才是中国。

### 日本制造业 竞争力加速衰退

其实,日本制造最早退出的并非中国,而是欧美。《中国企业报》记者了解到,在关闭上海工厂时,日本

松下同时决定将辐射北美市场的墨西哥电视工厂将在今年春季出售。更早些时候,日本东芝宣布今年3月前将退出在北美的电视业务的自主研发和销售,将原有业务以品牌授权的方式交给台湾企业运营。今年4月后东芝还将从海外的电视自主研发生产制造销售中全面撤出,回归日本本土市场。索尼则正在以北美为中心削减人员、关闭直营门店。夏普则于去年底结束了在欧美的生产和销售业务。

(下转第二十版)



曾经风光无限的日本制造企业正在被时代抛弃,而回迁工厂似乎成为日本企业扭亏增盈的最后“一根稻草” CNS 供图

## 配套设施不完善、假货风波持续发酵

# 阿里全球化或遭掣肘

■ 本报记者 郭奎涛

自去年双十一以来,全球化一词频频出现在阿里巴巴集团高层口中。近日,在该公司CEO陆兆禧、董事局主席马云相继强调的今年三大战略中,全球化更是其中之一。

实质上,在近几年内电商界壮大的同时,阿里海外业务始终在低调拓展。阿里努力将天猫、淘宝等内贸平台推广到海外。

不过,尽管马云长袖善舞,阿里全球化仍然面临着显而易见的困难,这不仅包括一直就存在的淘宝售假问题,还有国内外经济走低带来的需求降低问题。

### 阿里全球化布局加速

阿里最早就是从外贸业务起家,主要服务企业客户,即阿里巴巴B2B平台,通过全球速卖通提供小额的快速批发服务,并通过支付宝国际账户进行担保交易,因此被卖家称为“国际版淘宝”。

随着阿里在内贸B2C市场的成功,它对外贸经营的思路也开始从B2B向B2C转变。2014年1月,阿里新组建国际B2C事业部,这个事业部包括已有的全球速卖通业务、淘宝网

国际业务,以及刚刚上线的天猫国际业务。

陆兆禧日前解释阿里的全球化战略时也表示,最早的时候外贸是B2B模式的出口,未来可能是B2C和C2C出口。现在阿里做的事情可以看到这个增长已经非常大。

除了面向海外推广自身的电商平台,阿里还在陆续投资、收购本土电商平台,以最大限度地接近与海外市场的距离。如2013年投资美国体育用品电商Fanatics,2014年投资了美国奢侈品购物网站1stdibs,随后还上线注重美国本土特色的电商11main。

与电商平台配套的各个环节也在布局当中,这包括支付宝在澳大利亚成立的子公司以解决跨境支付问题,菜鸟网络则紧锣密鼓地与各国邮局展开合作以解决配送问题,甚至还创立了保税区、集货仓等模式进一步降低物流费用、缩短配送时间。

### 配套基础设施尚待突破

去年双十一也是阿里全球化的第一场公开赛。

双十一之前,官方就提出国际化将是主要方向,并在海外市场同步启

动了双十一的线下推广活动。阿里还在邮费上给用户全额补贴,除了个别超大件商品,参加双十一的商品当天免邮费。

预热阶段,阿里跨境B2C事业部负责人吴倩就表示,双十一预售期间海外销量超出预期,不少商品被抢购一空,相信会在整体销售额中占据不小的份额。据称,参与这次双十一的国家和地区达到了217个,但是阿里始终未对全球化业务的具体销售数据给出说明。

有天猫卖家告诉《中国企业报》记者:“全球化肯定是个方向,但是目前存在诸多障碍,首先是语言上的障碍,其次是物流,配送时间上,配送成本高,尤其是成本高让消费者难以承受,而且跨境支付在体验上也难以做到境内支付那么便利。”

### 假货问题影响愈加凸显

阿里全球化的远不只是配套基础服务的不完善。假货问题带给阿里全球化的阻碍最近正在变得非常突出,有媒体称,自美国当地时间1月30日起,已有8家中美法务机构对阿里提出集体诉讼,致使阿里股价近期持续低迷。

有市场人士担忧,此前部分中

概股公司在遭遇集体诉讼后,均遭遇市场做空,而此次阿里也有可能因集体诉讼面临做空危机。

为了改善这种局面,马云四面出击,先是与工商总局局长张茅会谈,消除事件给淘宝假货问题的政策影响。然后积极寻求与国内外政策部门的合作。

近日,阿里还和美国消费品安全协会达成了一项主动保障消费安全的重要协议。通过和这家直接隶属美国联邦政府的机构建立直接渠道,阿里会快速处理来自该协会的请求,下架被召回和禁止的商品,以免其流入消费者手中。

也有观点认为,阿里启动全球化的时机也不太好,因为中国GDP增速进一步放缓,刚刚公布的1月进出口交易额持续下滑。全球经济更是面临下行的风险,经济萎缩会降低海外消费者的购买需求,包括对阿里全球化业务提供的产品。

不过,有外贸B2C企业人士对记者说:“经济下行只会降低集装箱式的大额进出口交易,海外消费者对物美价廉的商品的需求仍然存在,电商进一步降低成本反而会受到青睐。自从2008年全球金融危机以来,外贸B2C一直处在黄金发展阶段。”

## 【世界观 Review】

# 消费经济和信贷杠杆 催化全球经济危机

■ 时飞

全球经济全面爆发危机的可能性在增大。2008年金融危机所造成的影响并未全面消退,而个别国家的技术创新和新能源革命,即使缓解了所在国的经济危机,并一定程度上给该国带来了经济绩效复苏,但在全球经济大环境的作用下,个别国家的积极示范效应并没有起到明显的带头作用,经济复苏尚待时日。

陈疴未除,新疾又生。新一轮经济危机的爆发尽管没有明确的时间表,但目前的迹象已经表明,危机的爆发已经指日可待,而导致这一轮经济危机爆发的罪魁祸首,就是人们常言的经济发展的三驾马车之二:大规模信贷驱动经济投资,进而刺激消费增长。

消费经济有什么错?现代经济学鼻祖亚当·斯密就曾对消费促进实业增加和经济增长的作用进行过辩证分析。消费本身没有错,但现代经济显然走到了另一个极端,对消费本身的功能做了超过符合其自然理性限度的扩张。当消费形成了对经济的明显拉动作用之后,实业体系的增长也就有了明确的方向。这样的模式不假,但如果对消费的功能做过高的预估,而忽视了消费乃是建立在合理的经济结构和公正的分配体系基础之上时,也就是说,消费就成了一系列制度作用的结果,那么,可能就埋下了危机的种子。

现代金融危机总是在刺激消费和信贷杠杆的双向螺旋效应中出现的。信贷杠杆刺激经济消费,导致了金融业坐收高额利润而调整了信贷方向,从而引发产业布局朝向不合理的发展方向。久而久之,金融信贷形成的高额债务链条便将实体经济带入泥潭,也将自己带到崩溃的边缘。历经20世纪以来全球所爆发的大小经济危机,莫不与此一信贷杠杆有着不可否认的关联。2008华尔街金融危机,更是将信贷业引发金融危机的基本缘由暴露在人面前。

但显然很多国家并未真正吸取这一教训。全球经济增长到今天,人们不断扩大的消费需求的确是经济得以持续发展的重要推动力。技术革命引发了全方位的消费需求,进而刺激经济良性发展。但消费主义的应运而生,导致了消费逐渐脱离实际的经济发展方向。信贷杠杆更是进一步带来了提前消费的理念,金融业在这一变化中获益匪浅,但分配格局并未因此而出现根本好转。分配格局才是理性合理消费的真正助推器,如果舍弃此一“本”而追逐银行业这一“末”,危机难免出现。更何况,现代金融业已经产生了天文数字的信贷规模,它们仰仗的是人们消费能力的提前透支。由于短期效应的缘故,这种情况往往被视为刺激经济发展和增加的良策。美国在告别2008金融危机,欧洲要肃清2008危机的余波,都是依赖增加信贷规模以刺激消费能力从而拉动经济这一传统路径。

但很明显,这一模式已经风光不再。全球经济的区域性发展不平衡状况日益加剧,新兴经济体本身也面临着信贷规模过于膨胀而致使实业普遍萎缩的困境。区域发展的不平衡导致了全球资源的优化配置变得愈发不可能。受制于信贷规模的日益膨胀所引发的消费欲望难平,新兴经济体的实业发展受挫明显,并且,新兴经济体的债务规模过于庞大难以消化,已经成为随时可能会爆发的火山。不仅如此,国际大宗货物价格的一路疲软,全球能源消费的再次跌入谷底,都已经在提示着我们:下一次经济危机的爆发,已经是迟早的事。

以中国为例,一度号称世界工厂的中国制造业,在人力成本不断增加、土地成本剧烈攀升的当下,由于长期形成的路径依赖而错过了最佳的产业转型和升级机遇。当中国人力成本优势不再,并且其他生产要素价格开始上涨以后,来华加工企业开始选择性撤退或转移。由于实体经济领域无法解决就业问题,消费能力大幅度降低也就成了自然而然的选择。在这个背景下,当中国无法有效吸收自己的内生经济增长积极因素,而只能继续仰仗对外出口的时候,国际层面上的产业调整大潮已经开始席卷而来。中国进出口萎缩给全球经济所造成的负面影响,也已初露端倪。在不能根本性地提升中国经济结构以有效吸纳就业规模和提升薪酬标准以稳定消费能力的同时,全球第一大消费市场的萎缩,加之普遍盛行的对规模信贷作用的执迷,可以预见,全球经济危机的风球已经可以悬挂了。

## 【一周 A week】

>>2月10日,鹿巴迪官网公布,鹿巴迪运输公司(Bombardier Transportation)与中国新誉集团(NUG)完成一份建立新合资公司的协议,新公司将在中国提供轨道交通建设中的信号系统,鹿巴迪和新誉集团分别持有新公司50%的股份。

>>2月12日,小米在美国旧金山召开媒体见面会,会上宣布将在美开启配件销售,包括移动电源、耳机和小米手环等。但此次销售产品中并不包括手机和平板电脑。