

# 安倍经济学阴霾下日企撤资样本

## “日立系”企业接连清算关停,遣散中国员工方式引发法律争议

■ 本报记者 钟文

日资撤离中国还看不到慢下脚步的迹象。2015年初,在继松下、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的同时,优衣库、船井电机、歌乐等企业也纷纷在东南亚和印度开设新厂,加快了撤离中国的步伐。

近期,《中国企业报》记者在调查中发现,日立旗下的两家软件设计公司——华之樱信息系统(上海)有限公司(以下简称华之樱)和日立(中国)信息系统有限公司(以下简称日立信息)——也正在关停之中。

业内人士认为,这是安倍经济学引发的日资企业撤离浪潮。由于日元不断贬值,加之中国内地劳动力成本不断上涨,税收优惠政策开始收窄等多种因素叠加,日资企业竞争力逐渐下降,在缺乏创新能力和盈利能力的情况下,只得被迫关门。

### 破产清算消息被指隐瞒

3月20日,位于上海市中江路879号天地软件园之华之樱大门紧闭。偌大的办公室一片狼藉,座椅横七竖八,电脑零件、电线、纸张等随处可见。

“几乎是在一夜之间突然宣布公司解散的。”在华之樱工作了十几年的魏航告诉《中国企业报》记者,他在去年12月1日办理了离职手续。后来同事告诉他,12月15日,公司突然宣布清算公告,随后在几天内陆续与全体员工签订离职协议,并对员工进行了赔偿。

魏航告诉记者,从去年4月份开始,华之樱就对他发难施压:一方面是加大工作量,迫使他超负荷的工作;另一方面毫无理由的调整他的工作岗位,并在单位及同事面前以及私下无理由对他进行批评,使得他身心遭遇巨大的伤害。其间,公司多次暗示他如果不能承受就主动辞职。去年12月1日,魏航与华之樱签订了离职文件。

“华之樱这样做的目的就是迫使我主动离职,这样就不需要对我进行赔偿。”魏航告诉记者,按照后来华之樱的赔偿方式,他可以拿到几十万元的赔偿款。

魏航还回忆起一个细节:以前公司的年终奖都是年后发,但是去年提前两个月就发了,其实就是为了让员工主动跳槽,当时有十几个同事拿到奖金就跳槽了。

魏航告诉记者,他已经向劳动部门提起劳动仲裁,要求确认他此前与华之樱签订的《终止劳动合同协议书》无效,并赔偿解除劳动关系的赔偿金以及其他费用。

北京盈科(上海)律师事务所高级合伙人郭韧律师告诉记者,华之樱

向员工隐瞒即将破产清算的事实,对重大的事项没有履行告知义务,涉嫌违反《劳动合同法》的相关规定。

日立中国总部在给记者的一份文字回复中称,华之樱内部决定清算后,公司立刻通知了员工,并基于《劳动合同法》第36条与所有员工签署了解除劳动合同协议,所以并不存在公司单方面解除劳动合同这一情况。公司还对同意解除劳动合同的员工支付了高于法律标准的经济补偿,因此经济补偿方面也不存在任何问题。

### 规避法律风险?

华之樱成立于2001年10月,是由日立制作全额投资成立的日资(独资)软件开发企业,公司主要从事对日软件委托开发,系统维护、运行服务,软件产品、软件包的开发及销售,信息技术人员的培养及向日本企业派遣技术人员。

在此次华之樱解散员工之中,成立于2012年年初的华之樱南昌分公司也未能幸免。

魏航告诉《中国企业报》记者,当时设立南昌分公司,主要是从节约成本角度考虑的,按照原计划,如果市场好的话,公司有全部搬到南昌的想法。

华之樱南昌分公司原员工薄乔告诉记者,去年12月份,公司也是很突然地宣布清算。大家最后接受公司解约,一方面这是现实,企业经营不下去了,员工自然要解除合同;另一方面是公司的补偿比较高,都是按照“1.5N+2”的补偿标准,即工龄月工资的1.5倍乘以年限再加两个月的工资。不过有员工认为,公司之所以给高额补偿员工,是为了让员工“闭嘴”。

郭韧告诉记者,华之樱这样做主要是为了规避流程和法律风险。她说,华之樱是外商独资企业,按照中国的相关法律,如果清算,必须向有关部门申报,批准后才能出公告。此次华之樱是整体解除员工,如果当时哪怕一个员工不同意,华之樱就必须走清算程序,那么这个流程会拉得很长,而且未必能获得批准。另外,清算需要资产评估,还需一大笔资金。

对于华之樱为何突然关停,华之樱本部长王静告诉记者,主要是基于对外包业务前景的考量,现在业务很少,利润也不是很好,未来也没有很好的发展空间。

日立中国总部在上述文字回复中称,公司对员工支付高于法律标准的经济补偿,为的是感谢员工对公司做出的贡献,并没有别的意图。此外,公司在通知员工的做法上,也是事前向上海市普陀区的主管部门进行咨询并接受指导,因此公司认为是合理的。



华之樱的指路牌还在,但公司已人去屋空。 本报记者 钟文/摄

### 安倍经济学加速日企撤离

事实上,不仅是华之樱,日立旗下另一家企业——日立信息也关闭了。

《中国企业报》记者赶到位于上海市四川北路壹丰广场18楼的日立信息,大门玻璃上贴着两份分别用中文和日文书写的《告示》。《告示》写道:本公司于2014年12月20日通过了公司解散的股东会决议,并于2014年12月23日取得了上海市工商管理部门发行的清算许可。2015年2月11日开始不再接受新业务。落款日期为2015年2月11日。

事实上,早在今年2月2日,日本IT商务信息周刊(BCN周刊)刊文指出,日立制作所决定对日立信息(简称HISS)进行清算了,虽然具体日期没定,但与中国相关部门的清算手续已经开始。文章还指出,作为日立制作所的信息与通信系统部门面向中国国内的IT事业展开的最大规模的公司由此消亡。清算的时候,HISS的当地员工约250人全部解雇,从日本派来的管理层员工约20人回日本总公司,等待新的人事任命。

一位不愿意透露姓名的员工告诉记者,目前很多员工不愿离开是条件还没有谈妥。

《BCN周刊》报道还指出,此次清算的理由是业绩不好。成立于2002年的HISS,在上海、广州、深圳等8个地方有分支机构,主要提供硬件、软件、系统构筑、IT服务等IT整体解决方案。2013年的销售额约为4亿元(日元)。但是,由于是亏损经营,日立制作所判断继续事业已经没有前途了。

魏航表示,实际上日本的信息企业也加速到东南亚创建公司。他分析,主要是受安倍经济学的影响,日元贬值,汇率大幅降低,在这种阴霾笼罩下,这些在外的日资企业已经获利艰难。

公开数据显示,自2012年底的1美元兑换79日元左右,到2014年底的1美元兑换120日元左右,日元汇率贬值严重。

“日资在华企业工资10年基本没有增长。”魏航告诉记者,十几年前日资在华企业人工工资一般为每个月30万日元左右,而现在依然是这个工资,日资企业已经没有什么诱惑力了。

著名经济学家宋清辉对记者表示,安倍经济学的核心内容之一就是加速日元贬值,推出宽松货币政策,迫使海外日本企业在外无利可图,最终把工厂搬迁到日本本土。

(应受访者要求,文中中华之樱员工均为化名)

### 延伸

## 反腐冲击波: 奢侈服饰疯狂扩张被套牢

■ 本报记者 汪晓东

国内一线服装品牌的扩张,无论从营销手段还是门店数量增长,近两年一直被市场看好。但值得警惕的是,在服装业井喷式发展背后,席卷全国的反腐风暴渐渐让奢侈服饰变成“皇帝的新装”。

一些奢侈服饰品牌亦不得不改变销售策略,急速扩张后的苦果渐渐呈现,奢侈服饰告别黄金年代或许就在眼前。

### 身份:新贵阶层之需

2011年4月美国《卫报》曾报道,中国对高端时尚奢侈品牌的爱好达到新高。

据美国服饰经销商Coach统计,在中国高达12亿美元的箱包市场上,男性消费比重占到45%。

有数据显示,在奢侈服饰长长的消费名单中,更多的是来自于中国的企业高管和企业家们,他们是中国的财富新贵。无疑,那个年代曾是奢侈服饰的黄金年代。

据深圳某一线服装品牌北京区分公司销售督导于女士回忆,上世纪90年代奢侈服饰概念才被数家高端品牌引入国内,但出乎意料的是,只占人口比例不足2%的新贵阶层却在20年内购买力百倍跃升,这批人撑起了全球30%奢侈品市场。

有专家认为,2009年之后,奢侈服饰为人们粉饰出一个让人欢喜雀跃的未来市场——随着中国民营企业家人数的不断增加,至少在今后20年,这些新贵将消费掉世界奢侈服饰的四成产量以上。

上述结论令中国一线品牌服饰商趋之若鹜——2010年之后,中国高端品牌服饰开始进入“大跃进”时代。

“北京每个大型商场、购物中心都有我们的品牌专营店。”于女士说,“除此之外,还设有vip名品折扣店。”

她告诉《中国企业报》记者,几乎一夜之间,北京城的每个角落都能看到公司的服装logo。“2014年之前,作为国内服装一线品牌,公司销售业绩节节攀升,各直营店每月收入均达到130余万元。”她说。

### 利润:加速扩张之欲

2012年,美国棉花公司和美国国际棉花协会对中国消费者调查的数据显示,每月收入达到925美元或以上的中国高收入人群每年花费373美元购买服饰。中国高收入人群中的男性消费者平均花费329美元购买服饰,而女性消费者的花费同样高于男性,平均消费411美元购买服饰。

对于以能源攫取利润的高收入人群来说,展示自己功名成就的想法不时迸发。但一个问题是,新贵阶层所在城市奢侈服饰业的发展十分缓慢,因此,“组团”前往北京等大都市消费开始见怪不怪。

于姓督导说:“2014年之前,每个双休日,我们的品牌直营店内便会出现操着内蒙古、山西或陕西口音的顾客。”“老顾客甚至每个星期来一次,购买力绝对旺盛。”她感叹,“一次购买四五万元服装和配饰是常有的事。”

“2014年,高额的利润已经让公司不满足于在北京新建的购物中心开设直营店,一些依靠能源成长起来的三线城市成为扩张对象。”她告诉《中国企业报》记者。

利润冲动不仅仅在国内服饰一线品牌的悸动。2010年—2014年,中国市场的崛起也让众多国际大牌辗转反侧。数据显示,从2012年开始,意大利一线品牌Prada扩张了260家门店,分布在巴西、俄罗斯、印度、中国和南非四个国家。

值得关注的是,上述背景下,奢侈服饰不仅在北上广深有如雨后春笋出现,而且在二三线城市迅速扩张。“一醒来,城市的角落到处都是奢侈服饰。”一位企业的负责人如是说。

市场分析师李平认为,相对2014年之后的冷静,奢侈服饰市场扩张人头攒动的情景带有明显的时代特征,疯狂追求利润其实是一种代价。

### 反腐:市场衰退之源

数据显示,2014年,中国消费者在本土的奢侈品消费额是250亿美元,同比下降11%。这只是一个开始,与前些年疯狂开设新店不同,奢侈服饰全线溃退已是不争的事实。

Prada集团公布的去年第三季度财报显示,受到旗舰品牌Prada皮具产品在欧洲和亚太地区市场需求疲软的拖累,前三个季度的总收入大跌5.6%,利润则大跌44%。

有媒体报道,中国的反腐风暴是Prada亚太市场衰退的关键原因之一,而这一地区销售额占品牌总比的38%。国际奢侈品牌尚且如此,国内一线服饰业绩衰退,无法独善其身也就不足为奇。

于女士告诉记者,进入2014年之后,公司营收开始受到重创,各家直营店每月至少损失收入近30万元,同比下降30%。

然而,更加糟糕的局面开始显现,前些年快速扩张的恶果由此发端。

国内一线服饰的处境更为艰难。由于急速扩张,面对奢侈品牌业绩衰退的大气候,行业内开始主动或被动的转型,但也由此造成各门店进行升级改造产生大量额外费用。

于女士坦承,没了一部分群体的支撑,如果以之前月入百万元的销售业绩来看,销售确实受到影响。

更大问题在于,国内一线品牌的消费群体一大部分依靠崛起的企业新贵支撑,那为何反腐会影响奢侈服饰市场?

“政府主导的反腐倡廉可能催生支持财政紧缩的呼声,因此,不买奢侈服饰或是企业家在具体行为上对反腐的支持。”社会学家简易说。

### 纵深

## 中国依然是外企投资首选

■ 本报记者 钟文

《中国企业报》记者在采访中了解到,实际上日资企业最早撤离是从欧美开始。

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在今年春季出售。更早时候,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开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。

著名经济学家宋清辉表示,随着中国经济的快速增长,传统的优势正

在消失,低廉的劳动力成本、土地资源、融资成本等优势逐渐消失,这些优势的失去,使得一些外资企业撤离中国。但是,转移到东南亚未必就是最好的出路。实际上,一些在东南亚设厂的外企去了之后发现,看起来条件都很优惠,但生产之后才发现,产品配套能力很差,依然要从中国进口。他说,中国经过30多年的发展,基础设施非常完备,已成为制造业大国,产业配套、产品配套、政策配套都非常完善。而一些东南亚国家的基础设施不完善,法律也不十分透明,劳动力成本逐年上升,优势并不十分明显。

“中国依然是外资的首选地。”宋清辉认为,简单的关闭国外,包括中国的工厂或者公司并不一定是首选,如何通过创新的手段让企业适应所在国的发展才是上策。

“2014年日资企业的终止和减资情况其实是比较平稳的,终止企业数基本和2013年持平,减资的企业数下降了3.2%,应该说日本企业对华投资有进有出,并没有出现日资企业全面退出的情况。从今年1月最新的数据来看,日本对华投资新设立企业数增长3.5%,合同外资大幅度增长46.9%,实际投入外资金额增长3.2%。这几个数据看起来,整体上日资企业对华投资还是呈增长的趋势。”商务部新闻发言人、政策研究室主任沈丹阳在接受记者采访时表示。

数据显示,今年1月,全国新设立外商投资企业2266家,同比(比上年同期)增长31.8%;合同外资金额139.2亿美元,同比增长126.2%;实际使用外资金额139.2亿美元,同比增长29.4%。这其中,金融服务业吸收外资大幅增

长。1月,服务业实际使用外资91.8亿美元,占全国吸收外资总量的66%,同比增长45.1%。高端制造业领域外商投资活跃。1月,制造业领域实际使用外资39.5亿美元,占全国吸收外资总量的比重为28.4%,同比增长13.9%。

日立中国总部回应本报称,本次整合,是为了在中国国内市场环境的变化中,使日立的信息服务事业获得更大成长,将经营资源的优化配置而进行的。日立的信息、通信系统事业确实一定程度上受到了日元贬值的影响。但是,根据预测中国的IT市场到2018年为止都将有每年高达9%的增长,日立也在以长远的视角,继续强化事业,扩大销售。中国IT市场的需求,也正在从基础设置转向解决方案,日立也将根据市场的变化,进行相应的体制变更。