

专题：聚焦日本与中日关系

变化中的中日经贸关系：“政冷经热”时代的终结？

〔日〕渡边紫乃

内容提要：近年来中日关系持续恶化，各类民意调查均显示两国国民对对方国家的印象与好感度已跌落至邦交正常化以来的最低点。在此情况下，中日关系“政冷经热”的传统论调亟待反思。一方面，中日政治关系的波动已经对双边经贸关系造成显著影响；另一方面，随着中日经贸关系逐步发生结构性的转变，仅仅依靠经贸往来维护双边关系稳定的难度将越来越大。有关日本企业在华业务情况的调查显示，中国正逐渐失去作为廉价劳动力、零部件和原材料来源地的竞争力，而巨大的市场规模日益成为其新的竞争优势。然而，与生产基地的重要性相比，中国作为消费市场的地位更具有可替代性。因此，经贸领域对中日关系产生积极推进作用的可能性将日益缩减。中日不能再抱守依赖“政冷经热”来维系两国关系的传统观念，而应该尽快致力于构建新的机制、寻找新的方法来遏制双边关系的进一步恶化。

关键词：中日经贸关系 政冷经热 结构性变化 生产基地 消费市场

引言

自1972年中日邦交正常化以来，中日关系在过去40年里取得了长足进展。尽管双方关系历经跌宕起伏，但一种普遍的观点认为：无论发生什么，中日关系都会保持“政冷经热”的状态。换言之，我们习惯于假定：即使政治关系恶化，双方的经贸关系仍会保持活跃状态，并有助于维持密切的双边关系，因为两国在经济上相互依存度高。

〔日〕渡边紫乃 日本上智大学副教授。

本文认为,仅仅依靠传统的“政冷经热”的状态,已经愈发难以维系双方的关系。也就是说,由于中日经贸关系的结构性转变,纯粹的经贸关系越来越不大可能成为双边关系的主轴。随着经济的增长,中国在世界经济中扮演的角色也在发生变化。中国的竞争优势在逐渐转变,中日两国互动的方式也将相应地发生变化。

中国正逐渐失去作为廉价劳动力、零部件和原材料来源地的竞争力,巨大的市场规模日益成为其新的竞争优势。部分东盟国家已经开始取代中国“世界工厂”的角色,这一趋势在可预见的未来仍将持续。与此同时,作为一个巨大的消费市场,中国的吸引力还将保持较长一段时间,但其作为市场的重要性将并不能完全遏制中国与相关国家关系的恶化。与作为生产基地相比,消费市场的地位较容易被其他国家所取代。

本文主要考察中日双边关系的现状,并在此基础上论证双边经贸关系面临的重要变化。理解中日之间的结构性变化至关重要,当前一些认为仅仅依靠“政冷经热”逻辑的传统迷思(traditional myth)来处理双边关系的看法显得过于天真。过去几年来,中日政治关系已经显著地影响到双方的经贸关系。因此,中日应该致力于寻找新的方法来阻止双边关系的恶化,而不是仅仅依赖这一传统迷思。

一、双边关系的恶化

近来,中日关系出现恶化的趋势。特别是由于一系列伤害双边关系的事件,包括围绕尖阁列岛(中称钓鱼岛——译者注,下同)问题加剧的紧张局势,使双方的不信任感不断增加。据日本主流民意调查显示,近几年中国在日本公众心目中的形象逐渐在恶化。更重要的是,这种恶化程度在2013年已达到历史之最。这也就表明,中日关系在2013年变得更加糟糕了。

(一) 2013年日本内阁府的外交舆论调查

日本内阁府每年都会就日本外交相关内容进行民意调查。该调查会随机挑选3000名20岁以上的日本公民,进行个人访谈。2013年的调查收到了1848份有效回应。这份调查涵盖了各方面的问题,包括日本公民对其他国家的态度、经济合作、日本在联合国的作用、与他国的经贸关系、人文交流以及政府保障海外日本公民权益的责任,等等。¹

例如,每年的调查都会要求受访者在下列选项中选择一项来描述日本人对中国的态度:“友好”、“较友好”、“不是非常友好”、“不友好”和“我不知道”。

¹ 内閣府大臣官房政府広報室:「外交に関する世論調査」,2013年10月,<http://www8.cao.go.jp/survey/h25/h25-gaiko/2-1.html>,2014年4月2日登录。

2013年公布的最新结果显示,情况极为不乐观:80.7%的受访者对中国不抱好感,其中35.6%表示“不是非常友好”,45.1%表示“不友好”。¹

80.7%的比例是自1978年开始进行调查以来的最高值。事实上,2012年的调查显示,80.6%的受访者对中国不抱好感,当时已经是历史最高。在过去的一年里,日本公众对中国的印象又进一步恶化了。²

当被问及当前双边关系的状态时,91%的受访者表示“不好”(54.3%),或“不太好”(36.7%),比2012年下降1.8%。2012年,92.8%的受访者表示中日关系“不好”(54.3%),或“不太好”(38.5%)。相比而言,仅有6.8%的受访者表示“好”(0.4%)或“较好”(6.3%),比2012年上升2%。2012年4.8%的受访者表示“好”(0.6%)或“较好”(4.2%)。值得注意的是,认为双边关系“好”的人数比例从2012年的0.6%下降到2013年的0.4%,而觉得双边关系“不好”的比例却仍保持在百分之五十多的最高水平(56.6%)。可以毫不客气地说,这些数据表明日本民众对中国的印象以及对当前中日关系的认知仍然非常负面(参见图1、图2)。³

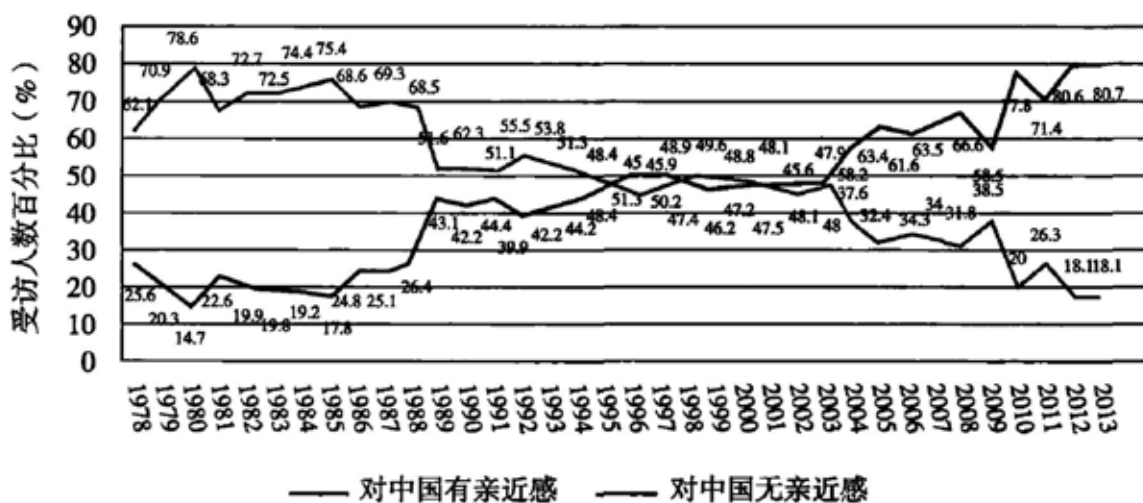


图1 日本国民对华态度变化图 (1978—2013)

数据来源:内閣府大臣官房政府広報室:「外交に関する世論調査」,2013年10月,<http://www8.cao.go.jp/survey/h25/h25-gaiko/2-1.html>,2014年4月2日登录。

1 内閣府大臣官房政府広報室:「中国に対する親近感」,2013年10月,<http://www8.cao.go.jp/survey/h25/h25-gaiko/zh/z10.html>,2014年4月2日登录。

2 “China Knocked Again as ‘Do Not Feel Friendly’ Factor Climbs to New Record,” *The Japan Times*, November 24, 2013, <http://www.japantimes.co.jp/news/2013/11/24/national/china-knocked-again-as-do-not-feel-friendly-factor-climbs-to-new-record/#.UzrVjWeKDoY>, 2014-04-02.

3 为方便读者更直观地了解历年民调情况的变化,本文译者特编制图1、图2。——译者注

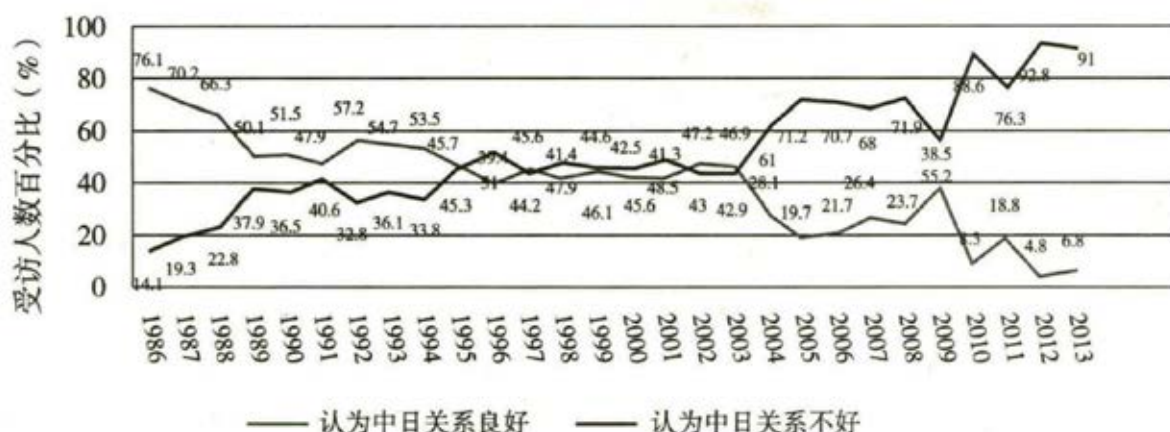


图2 日本国民对中日关系好坏的认知变化图(1986—2013)

数据来源: 内閣府大臣官房政府広報室:「外交に関する世論調査」, 2013年10月, <http://www8.cao.go.jp/survey/h25/h25-gaiko/2-1.html>, 2014年4月2日登录。

(二) 2013年日本“言论NPO”的第九次中日民意调查

“言论NPO”(The Genron NPO)是2001年成立的一家日本非营利性智库,致力于促进公共政策讨论的独立性、无党派机构。¹其主要活动是举办与公共政策相关的高端论坛,活动参与对象包括政客、官僚、企业家、政策分析人士、学者、记者等社会各界人士。自2005年起,“言论NPO”每年举办“东京—北京”论坛,促进中日民间交流。除了举办论坛外,该组织还与中国领先的英文平面媒体《中国日报》(*China Daily*)合作,每年进行一次有关中日关系的民意调查。²

2013年8月,“言论NPO”公布了第九次中日民意调查的结果。调查结果表明中日关系进一步在恶化。³例如,在对对方国家的印象这一项中,90.1%的日本受访者表示“不喜欢”或“不太喜欢”,这是自2005年以来的最高纪录,仅有9.6%的受访者表示“喜欢”或“较喜欢”。

同样,92.8%的中国受访者对日本的印象为“不喜欢”或“不太喜欢”,这也是近几年来最严重的一次。仅有5.2%的受访者表示“喜欢”或“较喜欢”,

1 The Genron NPO, "About Us", http://www.genron-npo.net/english/index.php?option=com_content&view=section&id=1&Itemid=10, 2014-04-11.

2 The Genron NPO, "Activities," http://www.genron-npo.net/english/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=9&Itemid=13, 2014-04-11.

3 The Genron NPO, "The 9th Japan-China Public Opinion Poll," August 13, 2013, http://www.genron-npo.net/english/index.php?option=com_content&view=article&id=59:the-9th-japan-china-public-opinion-poll&catid=2:research&Itemid=4, 2014-04-03.

比日本方面的比例还要低。这些结果表明,中日间的互不信任感在逐渐加深。¹

最新的民意调查还涉及中日彼此持负面印象的原因。日本受访者对中国印象不佳的主要原因有:“尖阁列岛问题上的持续冲突”(53.2%),“在历史问题上对日本的批评”(48.9%),“在能源保障与食品安全上采取的措施”(48.1%),²“中国的行为与国际规则相悖”(47.9%),“无法理解中国民众的爱国主义行为与观点”(36.4%),“中国的行为是霸权行径”(29.0%),“中国明显的军备扩张与不透明性”(28.7%)以及“政治体制的差异”(23.4%)。³

该调查结果表明,政治因素如尖阁列岛问题和历史问题,对双边关系有着重

一般来说,人们容易忽视能源保障、食品安全等经济因素塑造日本公众对华认知的作用,以及这些因素对中日关系整体性的影响。

要的影响。当然,在这次调查中,经济因素也对塑造日本民众对中国的印象起到了重要的作用。如有48.1%的受访者对中国印象不佳的原因是“在能源保障与食品安全上采取的措施”。但是,一般来说,我们容易忽略经济因素在日本公众对华认知中起到的塑造作用,以及其对中日关系整体性的影响。在思考中日关系时,我们应该对经济因素更加重视,并且不应该忽视双边关系中正在发生的重要变化。

二、中日经贸关系的演变

在过去数十年中,中日经贸关系稳步发展,尤其是双边贸易额增长迅速。例如,中日贸易总额从2003年的1324亿美元增长至2013年的3120亿美元,十年间增长了一倍以上。

尽管贸易总额显著增长,但日本在中国对外贸易中所占比例却明显在下降。日本对华进口量从2002年占中国出口总额的14.9%降到2013年的6.8%;对华出口量从2002年占中国进口总额的18.1%降至2013年的8.3%。简言之,在中国的进出口贸易中,日本的重要性在下降。

1 The Genron NPO, "The 9th Japan-China Public Opinion Poll," August 13, 2013, http://www.genron-npo.net/english/index.php?option=com_content&view=article&id=59:the-9th-japan-china-public-opinion-poll&catid=2:research&Itemid=4, 2014-04-03.

2 这一原因的具体解释为:中国在能源保障上的“自我中心主义”与食品安全方面的保障不力。——译者注

3 The Genron NPO, "The 9th Japan-China Public Opinion Poll," August 13, 2013, http://www.genron-npo.net/english/index.php?option=com_content&view=article&id=59:the-9th-japan-china-public-opinion-poll&catid=2:research&Itemid=4, 2014-04-03.

表1 中国出口额(单位:百万美元)

	2002	比例	2003	比例	2004	比例	2005	比例	2006	比例	2007	比例
日本	48483031	14.9	59453989	13.6	73536263	12.4	84097189	11.0	91771960	9.5	102116307	8.4
美国	69959401	21.5	92510148	21.1	124973452	21.1	162938722	21.4	203516390	21.0	232761332	19.1
韩国	15507988	4.8	20104849	4.6	27809463	4.7	35116781	4.6	44557918	4.6	56128541	4.6
世界	325642067	100.0	438472557	100.0	593647174	100.0	762326760	100.0	969323615	100.0	1218155477	100.0
	2008	比例	2009	比例	2010	比例	2011	比例	2012	比例	2013	比例
日本	116176472	8.1	97209002	8.1	120262233	7.6	147290056	7.8	151509252	7.4	149912337	6.8
美国	252326564	17.7	220705800	18.4	283183610	17.9	324300300	17.1	351883575	17.2	368349312	16.7
韩国	73905188	5.2	53629716	4.5	68810578	4.4	82924697	4.4	87646836	4.3	91174356	11
世界	1428869189	100.0	1202047365	100.0	1578444201	100.0	1899280686	100.0	2050109239	100.0	2210662204	100.0

数据来源: World Trade Atlas。

表2 中国进口额(单位:百万美元)

	2002	比例	2003	比例	2004	比例	2005	比例	2006	比例	2007	比例
日本	53489038	18.1	74204074	18.0	94191670	16.8	100467562	15.2	115810926	14.6	133903261	14.0
美国	27227900	9.2	33882962	8.2	44652661	8.0	48734976	7.4	59222472	7.5	69860581	7.3
韩国	28580981	9.7	43160536	10.4	62165555	11.1	76873770	11.6	89818280	11.3	104044626	10.9
世界	295302905	100.0	413095616	100.0	560811175	100.0	660221766	100.0	791793900	100.0	956261491	100.0
	2008	比例	2009	比例	2010	比例	2011	比例	2012	比例	2013	比例
日本	150634070	13.3	130748704	13.0	176304026	12.6	194409771	11.2	177726830	9.8	162219410	8.3
美国	81486113	7.2	77432666	7.7	101310450	7.3	118120672	6.8	127754593	7.0	145925966	7.5
韩国	112153704	9.9	102125012	10.2	138023449	9.9	161673311	9.3	166589712	9.2	182881543	9.4
世界	1131468686	100.0	1003892748	100.0	1393909267	100.0	1741429811	100.0	1817344026	100.0	1949300327	100.0

数据来源: World Trade Atlas。

更为重要的是,近两年来日本对华贸易量也在下降。2012年日本对华出口额下降了10.4%,2013年又持续下降了10.2%,同时2013年对华进口额也缩减了3.7%。日本对华贸易总额2012年同比下降了3.3%,2013年更是下跌了6.5%。

此外,中国在日本对外贸易中所占的比例一直都是逐年增长,但最近几年却在缓慢减少。中国占日本的进出口及贸易总量的比例在2010年、2011年和2012年都呈下降趋势。现在断言日中贸易开始开倒车还过于草率,但是我们应该注意到,这是21世纪以来日本对华出口及贸易总量第一次连续两年出现下滑的情况。

表3 日本对华、对美出口额(单位:十亿美元,%)

年份	对世界总量	增长率	对中国总量	增长率	比例	对美国总量	增长率	比例
2002	415.862	2.6	39.866	28.2	9.6	118.550	-2.6	28.5
2003	46.862	13.0	57.219	43.5	12.2	115.412	-2.7	24.6
2004	565.039	20.3	73.818	29.0	13.1	126.839	9.9	22.5
2005	598.215	5.9	80.340	8.8	13.4	134.889	6.4	22.6
2006	647.290	8.2	92.852	15.6	14.3	145.651	8.0	22.5
2007	712.735	10.1	109.060	17.5	15.3	143.383	-1.6	20.1
2008	775.918	8.9	124.035	13.7	16.0	136.200	-5.0	17.6
2009	580.787	-25.1	109.630	-11.6	18.9	93.653	-31.2	16.1
2010	767.025	32.1	149.035	36.0	19.4	118.199	26.2	15.4
2011	820.793	7.0	161.467	8.3	19.7	125.673	6.3	15.3
2012	801.335	-2.4	144.686	-10.4	18.1	140.624	11.9	17.6
2013	719.332	-10.2	129.883	-10.2	18.1			

数据来源: JETRO, Chugoku Beta File 2013 nen ban。

表4 日本对华、对美进口额(单位:十亿美元,%)

年份	对世界总量	增长率	对中国总量	增长率	比例	对美国总量	增长率	比例
2002	336.832	4.1	61.692	6.2	18.3	51.634	9.3	17.1
2003	381.528	13.3	75.193	21.9	19.7	58.658	1.8	15.4
2004	454.669	19.2	94.227	25.3	20.7	62.435	6.4	13.7
2005	518.638	14.1	109.105	15.8	21.0	64.497	3.3	12.4
2006	579.294	11.7	118.516	8.6	20.5	68.071	5.5	11.8
2007	621.084	7.2	127.644	1.7	20.6	70.836	4.1	11.4
2008	756.086	21.7	142.337	11.5	18.8	71.018	8.7	10.2
2009	552.252	-27.0	122.545	-13.9	22.2	59.044	-23.3	10.7
2010	691.447	25.2	152.801	24.7	22.1	67.171	13.8	9.7
2011	853.070	23.4	183.487	20.1	21.5	74231	10.5	8.7
2012	888.584	4.2	189.019	3.0	21.3	16.460	3.0	8.6
2013	788.041	-11.3	182.112	-3.7	23.1			

数据来源: JETRO, Chugoku Beta File 2013 nen ban。

表5 日本与中、美的贸易总量(单位:十亿美元,%)

年份	对世界总量	增长率	对中国总量	增长率	比例	对美国总量	增长率	比例
2002	752.694	-0.5	101.558	13.9	13.5	176.184	-19	23.4
2003	851.390	13.1	132.412	30.4	15.6	174.070	-1.2	20.4
2004	1019.708	19.8	168.045	26.9	16.5	189.274	8.7	18.6
2005	1116.853	9.5	189.445	12.7	17.0	199.386	5.3	17.9
2006	1226.584	9.8	211.368	11.6	17.2	213.722	7.2	17.4
2007	1333.819	8.7	236.704	12.0	17.7	214.219	0.2	10.1
2008	1532.004	14.9	266.372	12.5	17.4	213.218	-0.5	13.9
2009	1133.039	-26.0	232.175	-12.8	20.5	152.697	28.4	13.5
2010	1458.472	28.7	301.887	30.0	20.7	185.370	21.4	12.7
2011	1673.863	14.8	344.954	14.3	20.6	199.904	7.8	11.9
2012	1689.919	1.0	333.705	3	19.7	217.084	8.6	12.8
2013	1507.373	-10.8	311.995	-6.5	20.7			

数据来源: JETRO, *Chugoku Beta File 2013 nen ban*。

三、经贸因素对双边关系的影响

进一步考察日本企业对中国的态度将有助于我们理解中日经贸关系的走向。日本国际合作银行(Japan Bank for International Cooperation)对日本制造业公司的海外业务情况进行了年度调查,该调查将有助于我们分析日本企业的对华态度。日本国际合作银行是一家具有政策导向的金融机构,主要负责进出口贷款、海外投资贷款、统一贷款、参股、担保、过渡性贷款、投资安全以及相关研究,等等。

日本国际合作银行对日本制造业企业的海外经营情况进行的年度性调查早在1989年便开始了,2013年所进行的是第25次调查。调查的内容主要包括:日本企业的海外与国内业务前景,海外业务的评估,适合开展海外业务的国家和地区的考察情况,以及就过去一年的进展提出具体问题。

该调查对日本的海外直接投资(FDI)与日本投资者对外国认知的基本趋势提供了及时、有效的意见。在最近一次调查中,新增了“在华业务前景”内容。调查问卷于2013年7月初发放,9月回收。该调查结果为我们了解当前中日双边经贸关系的情况提供了理想素材。调查结果表明,日本企业在华业务前景处于史上最不乐观的情况。

(一) 中国作为“市场”的价值

据第25次调查结果显示,对于日本制造业企业来说,中国作为最具有前景的市场,其受欢迎程度大不如前。在该年度调查中,受访者被要求列出五个在未来三年或更长时间内具有投资和经营前景的国家或地区。在过去21年中(自1992年调查开始时),中国都稳居第一,成为日本企业眼中最具商业前景的市场。¹正如表6所示,中国的得票率曾非常高。在2000年到2012年期间,中国连续获得超过60%的得票率,2003年的比例甚至高达93.1%。有意思的是,即使在中日关系遭遇重大波折的2005年(中国爆发一系列反日游行)和2010年(中日钓鱼岛撞船事件),中国仍然保持了领先地位——2005年得票率为82.2%,2010年小幅下降至77.3%。

表6 日企中期海外业务目标国(或地区)排行榜

排名	2000	372	2001	401	2002	418	2003	490	2004	497	2005	483	2006	484
1	中国	65.1%	中国	81.5%	中国	89.2%	中国	93.1%	中国	91.1%	中国	82.2%	中国	76.9%
2	美国	41.1%	美国	31.7%	泰国	28.2%	泰国	29.2%	泰国	30.4%	印度	36.0%	印度	47.3%
3	泰国	23.7%	泰国	24.7%	美国	25.8%	美国	21.6%	印度	23.5%	泰国	30.8%	越南	32.9%
4	印尼	14.4%	印尼	14.0%	印尼	15.1%	越南	10.0%	越南	22.1%	越南	27.1%	泰国	29.3%
5	马来西亚	11.6%	印度	13.0%	越南	14.8%	印度	14.3%	美国	20.1%	美国	19.9%	美国	21.5%
6	台湾	11.0%	越南	12.0%	印度	12.9%	印尼	12.9%	俄罗斯	9.9%	俄罗斯	12.8%	俄罗斯	20.2%
7	印度	9.9%	台湾	11.0%	韩国	8.1%	韩国	9.0%	印尼	9.7%	韩国	10.8%	巴西	9.3%
8	越南	9.4%	韩国	8.2%	台湾	8.1%	台湾	7.1%	韩国	8.9%	印尼	9.3%	韩国	
9	韩国	8.6%	马来西亚	8.0%	马来西亚	7.9%	马来西亚	6.3%	台湾	8.2%	巴西	7.5%	印尼	
10	菲律宾	8.1%	新加坡	6.0%	巴西	4.5%	俄罗斯	5.3%	马来西亚	5.6%	台湾	6.6%	台湾	5.6%
排名	2007	503	2008	471	2009	480	2010	516	2011	507	2012	514	2013	488
1	中国	68.0%	中国	63.1%	中国	73.5%	中国	77.3%	中国	72.8%	中国	62.1%	印尼	44.9%
2	印度	50.5%	印度	57.5%	印度	57.9%	印度	60.5%	印度	58.6%	印度	56.4%	印度	43.6%
3	越南	35.4%	越南	32.3%	越南	31.0%	越南	32.2%	泰国	32.5%	印尼	41.8%	泰国	38.5%
4	泰国	26.2%	俄罗斯	27.6%	泰国	22.9%	泰国	26.2%	越南	31.4%	泰国	36.6%	中国	37.5%
5	俄罗斯	21.7%	泰国	26.5%	俄罗斯	21.5%	巴西	24.6%	印尼	28.6%	越南	31.7%	越南	30.3%

¹ Japan Bank for International Cooperation, "Survey Report on Overseas Business Operations by Japanese Manufacturing Companies," JOI, March 2014, p. 33.

续表

6	美国	18.5%	巴西	19.3%	巴西	19.8%	印尼	20.7%	巴西	28.6%	巴西	25.7%	巴西	23.4%
7	巴西	9.3%	美国	16.6%	美国	13.5%	俄罗斯	14.5%	俄罗斯	12.4%	墨西哥	14.0%	墨西哥	17.2%
8	印尼	11%	印尼	8.7%	印尼	10.8%	美国	11.2%	美国	9.9%	俄罗斯	12.4%	缅甸	13.
9	韩国	6.4%	韩国	5.7%	韩国	6.5%	韩国	5.8%	马来西亚	7.7%	美国	10.3%	俄罗斯	12.3%
10	台湾	4.8%	台湾	4.7%	马来西亚	5.4%	马来西亚 / 台湾	5.6%	台湾	6.9%	缅甸	9.9%	美国	11.1%

* 受访企业被要求列出前五个国家或地区

数据来源：日本国际合作银行：《日本制造业企业海外事业开展情况调查报告》。

注：年份右边的数字为受访公司数量。

然而，2013年中国的得票率跌至37.5%，仅排名第四，¹而印度尼西亚首次跃居榜首。由于2013年中国的受欢迎程度大幅下跌，得票率在前四个国家的分布比较均匀，无一国家获得压倒性多数。其中，印尼为44.9%，印度为43.6%，泰国为38.5%，中国为37.5%。这一结果说明，在过去一年中，日本制造业企业对中国作为最具商业前景的市场的看法发生了显著改变，并且中国当前需要面对另外三个对手。现在还无法断言这一变化究竟是暂时的，还是永久性的，但是，对比2011年到2012年10.7%的下降，中国的得票率从2012年到2013年急剧减少24.6%的事实绝对不可忽视。

（二）中国吸引力的来源

该年度调查还通过询问“中国受欢迎度下降的具体原因”，收集了日本制造业企业对华认知的细节性信息。对这些信息的分析有助于我们理解日本企业对中国的真实看法。

例如，在2012年的调查中，有280家日本制造业企业选择中国作为开展中期（即未来3年）海外业务的目标国。而在2013年的调查中，仅有139家企业（A组）保持了上述选择，另有141家企业（B组）不再认为中国市场具有经营前景。²

奇异的是，就它们对在华开展业务的关切而言，这两组企业有着明显的差

1 国际协力银行 业务企画室 调查课：「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告－2013年度海外直接投資アンケート結果（第25回）」，2013年11月，第20页，https://www.jbic.go.jp/wp-content/uploads/press_ja/2013/11/15775/2013_survey.pdf，2014年4月7日登录。

2 同上，第22页。

别。在A组139家继续视中国为业务目标国的企业中，有129家企业存在不同的担忧，情况分别是：“与其他企业的激烈竞争”（38家，占29.5%）；“中国经济减速”（33家，占25.6%）；“中日政治关系的走向”（30家，占23.3%）；以及“劳动力成本上升与保证劳动力数量有困难”（27家，占20.9%）。换言之，即便A组企业继续将中国视为具有商业前景的市场，但是它们仍然在政治和经济方面对中国抱有担忧。

在B组141家企业中，有131家企业存在不同的担忧，情况分别是：“劳动力成本上升与保证劳动力数量有困难”（54家，占41.2%）；“中国经济减速”（34家，占26.0%）；“与其他企业的激烈竞争”（27家，占20.6%）；“中日政治关系的走向”（16家，占12.2%）。B组仅有16家企业表现出对中日政治关系走向的担忧，这就意味着，对于那些认为中国市场不如从前那么有发展潜力的企业，中日之间的政治关系并非是他们的主要关切。换言之，经济因素，特别是中国劳动力成本的增加与保障足够劳动力数量的难度，才是中国对B组企业吸引力降低的主要原因。

此外，对于未来在华业务的开展，两组企业表现出了有意思的反差。在2012年，A组74%的企业计划强化或扩大在华业务，仅有25.7%的企业考虑维持现状。到2013年，它们对中国的前景展望稍微有点不乐观，66.2%的企业计划扩大或巩固在华业务，而33.0%的企业则选择维持现有规模。总之，A组企业对中国的预期在2013年有所降低。

与此同时，在2012年，A、B两组企业对其在华业务的前景和预期并无太大区别。事实上，75.1%的B组企业打算强化或扩大它们的在华业务，只有24.2%的企业将保持现有规模。

然而，有意思的是，2013年的最新调查显示，两组企业的态度有了极大的不同：仅有43.8%的B组企业计划巩固或扩大在华业务，而52.7%的企业打算维持现状。此外，还有3.5%的企业考虑缩小业务规模，或撤出中国市场。¹ 简言之，在2013年B组有更多的企业对在华业务的前景感到极为不乐观。

此外，调查还向那些相信中国市场前景的企业询问了它们对中国抱有信心的具体原因。183家企业做出了回答，5个主要的原因依次是：“当地市场的未来增长潜力”（124家，67.8%）；“当地市场的现有规模”（112家，61.2%）；“组装厂商的供应基地”（49家，26.8%）；“产业集群”（46家，25.1%）；“出口第三国的据点”（32家，17.5%）。换言之，2013年中国作为市场的吸引力已经超过其作为制造业基地的角色。

对于那些在2013年将中国从目标国名单中移除的企业，它们最担忧的是

1 國際協力銀行 業務企画室 調査課：「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告－2013年度海外直接投資アンケート結果（第25回）」，2013年11月，第22页。

“劳动力成本的增加与保障劳动力数量的难度”(138家, 77.1%)。其他原因则包括:“与其他企业的激烈竞争”(111家, 62.0%);“法制体系运行不透明”(99家, 55.3%);“对知识产权的保护不充分”(83家, 46.4%);“治安与社会形势的不稳定”(57家, 31.8%)。这些结果表明, 中国作为生产基地的重要性正在下降。

日本企业考虑在华业务的两个重大关切是“劳动力成本的增加与保障劳动力数量的难度”以及“与其他企业的激烈竞争”, 这说明日本企业开展在华业务的首要目的在于降低成本与提升竞争力。¹ 尽管2013年中国爆发了一系列抵制日货的活动, 但是“对治安和社会局势的担忧”并非日本企业的首要关切。因此, 在考虑对华业务时, 日本制造业企业明显更关注经济因素而非政治因素。

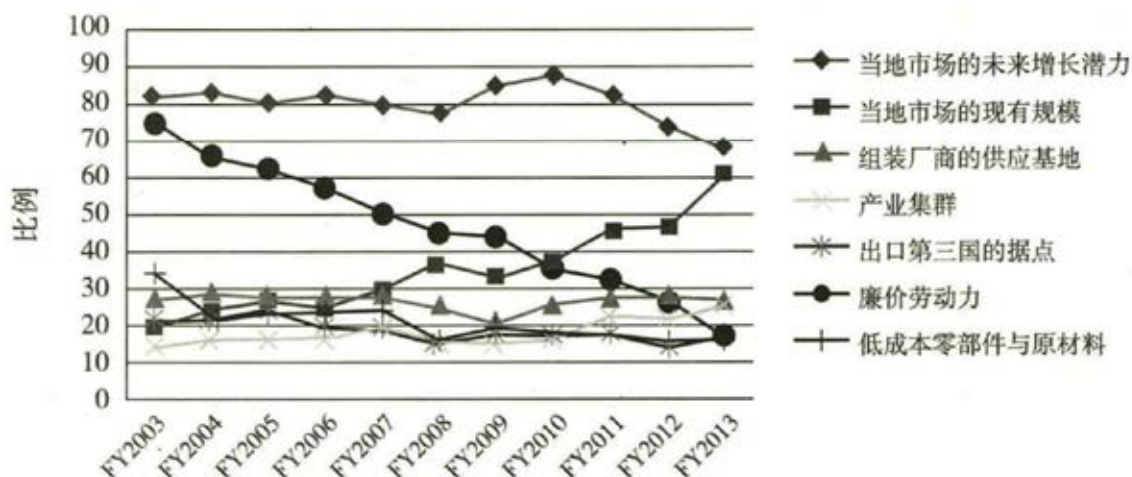


图3 日企选择中国的原因（单位：%）

数据来源:《日本制造业企业海外事业开展情况调查报告》(2003—2013财年)。

更加重要的是, 当我们观察过去十年来受访企业对市场前景评估的变化时, 有几个方面非常明显。第一, 我们应该注意到, 那些把中国的廉价劳动力作为其良好市场前景之原因的企业数量随着时间的推移急剧减少了。在2003财年(以下所提及的年份皆为财年——译者注), 有74.9%的受访企业将其作为原因之一, 而做出这一选择的企业数量不断下降, 到2013年仅有16.9%的受访企业选择了这一原因。客观地说, 为了降低成本, 大部分的日本制造业企业已经不再选择在华投产。

第二, 中国市场因为未来增长潜力而具有的吸引力已经成为日本企业将其作为业务目标国的最主要原因。“未来增长潜力”选项的选择率在2010年达到

¹ 国际协力银行 业务企画室 調査課:「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告 - 2013年度海外直接投資アンケート結果(第25回)」, 2013年11月, 第28页。

87.8%的顶峰,随后开始下降,2011年为82.3%,2012年为73.4%,2013年为67.8%,成为过去十年来的最低值。在可预见的未来,这一数据还将进一步减小。

相较而言,日本制造业企业已经认识到中国市场当前规模的价值。例如,2003年还只有19.7%的受访企业将此作为看好在华业务前景的原因。正如图3所示,认可这一原因所占的比例逐年增长,并在2013年达到最高值,为61.2%。随着中国国内个人收入的稳步增加,再加上世界第二经济体与最大人口总量,“中国市场的现有规模”这一因素的比例很可能在未来保持高位。

**中国现有的市场
规模是吸引日本企业
在华开展业务的重要
原因。**

调查结果说明,作为吸引日本企业在华开展业务的原因之一,中国现有的市场规模正不断凸显其重要性。如果当前的中国市场由于政治或社会形势的不稳定等原因而丧失对日本企业的吸引力,日本制造业企业很可能会转而寻找其他与中国市场具有相似特征的市场。如表6所示,2013年日本企业找到了另外三个与中国同样有前景的国家:印尼、印度和泰国。但我们也应该注意到,这三个国家都只在某一方面与中国具有相似性,而没有任何一国具有与中国完全一样的优势。

根据上述的调查报告,受访企业列出了这些国家成为业务目标国的理由。在为日本企业提供廉价的生产基地方面,印尼、印度与中国具有同样的优势。在2013年受访的日本企业中,它们列出了选择这两国的相似理由:印尼和印度“当地市场未来的增长潜力”这一原因的得票率分别高达84.2%和87.0%。“廉价劳动力”、“当地市场现有规模”、“组装厂商的供应基地”则分别位列第二、第三、第四位。这一结果说明,在日本制造业企业为了降低成本而寻找新的生产基地的过程中,印尼和印度都是有力的候选国。¹

泰国与上述两国情况稍有不同。尽管“当地市场未来的增长潜力”以60.0%的得票率居第一位,但比中国在2013年的此项得票率还是要低一点。与此同时,另外四个因素,即“当地市场现有规模”、“廉价劳动力”、“组装厂商的供应基地”与“产业集群”的得票率均为30%左右。泰国是日本组装厂商的另一候选国。²

概言之,日本企业与中国打交道的方式以及对中国市场的依赖将发生转变。当中国作为消费者市场时,日本企业的首要目标就变成销售它们的产品。当然,为了销售日本的商品与服务,日本企业还将在中国投资建立物流网络或零售店。然而,日本企业自身就可以轻易完成这些工作,而不用依靠中国国内的生产线,并且消费市场比起生产基地来说更具有可替代性。

相比之下,当日本企业在中国设立生产线时,它们对中国的依赖程度更深、

1 国际协力银行 业务企画室 調査課:「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告 - 2013年度海外直接投資アンケート結果(第25回)」,2013年11月,第25—26页。

2 同上,第27页。

范围更广。对于日本企业而言,从在中国建立生产线到获得利润回报,需要花费很多时间,这是一种长效的投资。同时,中国需要满足并维持特定的条件才能吸引日本企业在华投放生产线,例如廉价的劳动力、零部件与原材料的来源以及产业集群等。

(三) 日本企业在华开展业务的主要问题

根据最新调查结果,日本制造业企业认为它们在华业务的主要问题随着时间和环境的变化出现很大的差异。

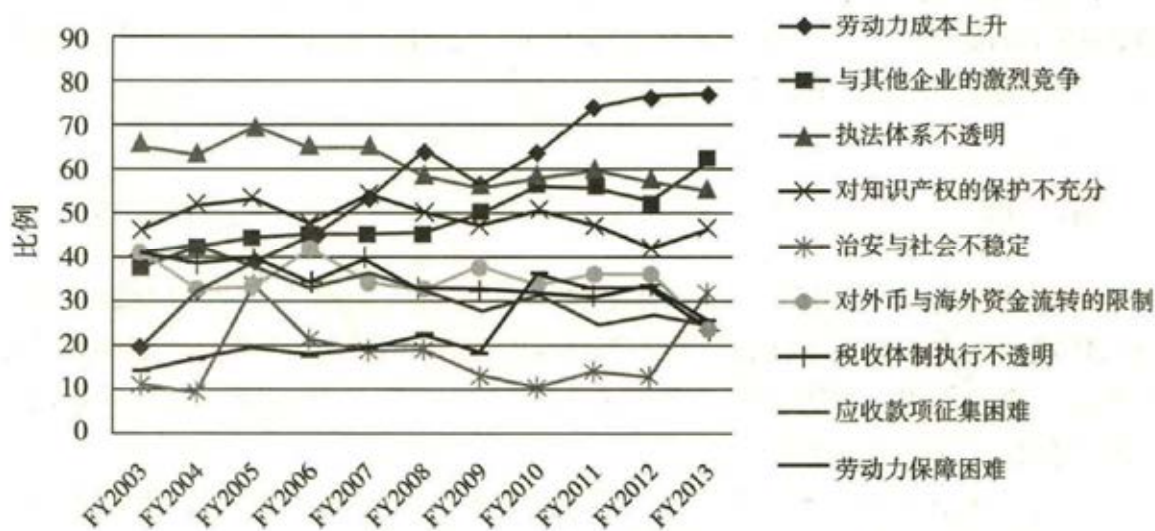


图4 日企在华开展业务的主要问题 (单位: %)

数据来源:《日本制造业企业海外事业开展情况调查报告》(2003—2013财年)。

第一,在过去十年里,劳动力成本的上升成为了一个重要问题。2003年,仅有19.9%的受访企业认为“劳动力成本的上升”是它们开展在华业务时所担忧的情况。然而,自此之后该问题逐渐被视为主要问题,到2013年高达77.1%的企业表达了这一担忧。“劳动力成本的上升”很可能在一段时间内会是日本企业担忧的主要问题。

第二,另外一个让日本企业日益担忧的问题是“与其他企业的激烈竞争”,这也是中国经济发展的一个自然产物。正如图4所示,中国政府正在努力改善外国企业的投资环境。例如,法制和税收体系的执行工作得以改进,尽管这些系统仍然让日本企业忧心忡忡。激烈的竞争与更适合外资的环境往往是一体两面的。但是,白热化的竞争无疑是阻碍日本企业获得在华高额利润的负面因素。

第三,中国政治和社会形势的不稳定也成为影响日本企业在华开展业务的一个不确定性因素。如图4所示,“治安与社会不稳定”对于日本企业而言曾经只

是个小问题,2003年和2004年分别只有11.0%和9.5%的企业选择了这个选项。不过,根据2005年秋的调查结果,自2005年春中国发生一系列反日游行之后,选择“治安与社会不稳定”的企业比例激增到33.7%。

有意思的是,到了2006年这一比例又马上回落到21.4%。这就说明,2005年日本企业对中国政治与社会情况不稳定的担忧明显是对具体事件的反应,到第二年日本企业又很快恢复了他们对中国治安与社会稳定的信心。从2007年到2012年,这一比例一直在10%到15%之间徘徊。

然而,到2013年,这一比例又蹿升到了31.8%,大致与2005年的水平相当。到2014年这一比例是否会显著下降,目前尚不清楚。如果继续维持甚至超过2013年的数值,那么就不得不考虑这样的可能性,即日本企业对中国“治安与社会不稳定”的看法正在发生重大转变。

结 论

尽管还无法断言2013年对于中日经贸关系是否为关键的一年,但政治因素,更具体地说是中国政治与社会局势的不稳定性,在日本制造业企业对中国的认知上发挥了重要作用,进而影响了它们在华业务的开展。我们应该对双边关系的近期发展保持更加密切的关注。

同时,基于上述分析可以得出,在过去十年里,中国不仅在世界经济而且在中日经贸关系中的角色都发生了显著的转变。这不仅体现在中国的国内生产总值(GDP)在2010年超过了日本,还应该认识到双边经贸关系中发生了结构性变化。

本文表明,对于日本企业而言,中国在廉价劳动力、零部件和原材料的来源方面已不再具有非常强的吸引力。中国的“世界工厂”角色还将在未来持续一段时间,但是对于很多日本制造业企业来说,其作为组装厂商的供应基地,或作为出口第三国的据点的重要性在不断下降。不过,对于那些看好当前产业集群的企业而言,中国仍非常具有吸引力。

中国现有的市场规模与全球最多人口的旺盛购买力,使之日益成为吸引日本产品与服务的消费者市场。同时,当一国的角色由生产基地变成消费者市场后,也就更容易被他国取代。而且,对于日本产品来说,中国市场容易受到抵制日货活动的冲击。

对于中日两国来说,随着维持紧密、和谐的双边关系的难度越来越大,继续依靠“政冷经热”的传统观念将愈发捉襟见肘。

因此,对于中日两国来说,随着维持紧密、和谐的双边关系的难度越来越大,继续依靠“政冷经热”的传统观念将愈发捉襟见肘。在中国经济发展的同时,一些东盟国家也很可能取代中国成为日本企业的生产基地。同时,尽管中国在消费市场方面的吸引力能够平衡日本企业对于投资中国的其他负面因素,但是经贸关系在缓和两国政治紧张局势上发挥

的作用恐怕将逐渐被削弱。双边经贸关系在过去十多年来稳步推进，然而我们也必须意识到中日关系中已经发生的结构性变化。中日两国必须立刻行动起来，寻找新的机制来遏制双边关系的进一步恶化。

（赵寒玉 译；徐刚 校）