

谈谈日本的对外贸易

黄 龙 翔

日本从第二次世界大战以来，对外贸易的发展一直比较顺利，也积累了一些经验。本文拟就战后日本贸易的发展过程作一简单回顾，并对促进贸易发展的因素等问题提一些看法供参考。

一、战后日本对外贸易发展的几个阶段

四十年代后半期的日本经济是处于战后复兴阶段。这一时期的对外贸易主要是从国外进口一些为恢复国民经济和维持国民生活所必需的物资。与此同时为了赚取外汇，日本政府不惜勒紧裤带，牺牲国民的一部分消费品搞“血本出口”。这种局面一直持续到1950年。（这一年进口为9.44亿美元；出口为8.20亿美元。）以后几年，基本上还是进口大于出口。这是因为日本当时没有一个稳定的出口市场，而且有限的出口商品也缺乏国际竞争能力。但到了1955年，日本的经济已基本恢复到战前的水平（1955年进口为24.71亿美元，出口为20.10亿美元），经济恢复阶段到此结束。

1955年到1965年的十年是日本经济高速发展的准备阶段。日本在国内调整产业结构，决定重点发展重化工业。这样一方面可以扩大就业、增加国民收入，向国内市场提供更多的商品以繁荣市场，活跃国内经济，同时可以使大量重化工业产品打入国际市场，从而提高出口能力，以便最大限度地增加外汇收入。实行这一政策以后的第五个年头即1960年的出口额为40.54亿美元，与1955年相比翻了一番；进口为44.91亿美元。到了1965年，由于一大批新建企业相继投产，以重化工业产品为主的出口贸易又比1960年翻了一倍，日本从此结束了贸易入超的局面。该年出口为84.51亿美元；进口为81.69亿美元，日本经济开始起飞。

1966年到1975年是日本经济高速发展的阶段。在这期间，日本的进出口贸易金额开始大幅度增长。1966年出口为97.76亿美元；进口为95.22亿美元。1970年底，出口为193.18亿美元；进口为188.81亿美元。这五年的年平均增长率：前者为18.20%，后者为10.4%。1975年底，出口为557.53亿美元；进口为578.63亿美元。五年内分别每年平均递增19.8%和15.7%。

1976年以后，日本经济发展进入稳定增长时期。在这期间，日本经济的增长率稳定地保持在4—5%的水平上，而这一时期的出口增长率大大超过了同一时期的日本国民经济的增长率。

以上看出：从1951年起到1976年为止的二十五年间，日本出口猛增五十倍，即从1951年的出口数13.54亿美元，一跃为1976年的672.25亿美元；而进口则增长三十二倍，即从1951年

的进口数19.95亿美元，增至1976年的647.99亿美元。这种贸易额增长速度之快可以说是战后世界上独一无二的。1976年以后，日本的出口更是扶摇直上，一再加码。到了1979年，在历史上首次突破千亿美元大关——1030亿美元。这一年的出口是1965年（出口84.51亿美元）的十一倍；1970年（出口193.18亿美元）的五倍。从出口量看比1965年增长了三点三倍，与1970年相比则增加一点一倍。在世界出口总额中日本所占的比重是：1955年占2.1%；1960年占3.5%；1965年占4.9%；1970年占6.6%；而到了1975年则提高到7.6%；1979年虽略有下降，但也达到6.8%。

二、日本外贸的政策和策略

日本的出口之所以能够迅速增长，客观上是几十年来世界贸易环境好。很多国家为了努力发展本国经济，积极增加进口，因而世界市场急剧扩大，这就给日本的出口创造了有利的条件。但主要的原因在于日本政府及时抓住这一有利时机，把发展对外贸易作为经济工作的主要目标，建立了“出口型”经济体制的缘故。他们根据日本的国情制定了“强化出口，节约进口”政策。他们的具体做法是：

1. 对外贸易以重化工业，即钢铁、石油化工、造船、汽车、各种电气机械、一般机械产品为主要出口商品。这是因为出口重化工业产品比出口其他产品更具有竞争力，从利润弹性来说比其他产品更高。当时日本国内对重化工业产品的需求也日益提高。如果不在国内发展重化工业就意味着要向国外大量进口这些产品，这样就不符合“节约进口”原则。因此，发展重化工业不仅能够解决国内需求，而且起到控制进口增长和增加出口的作用。

2. 以保护国内产业为理由，采取了严格的进口限制，并实行了与此相应的关税政策。如对原材料和成品的课税，两者税率有明显不同，前者低，后者高。还有制成品和半成品的税率、工业品和农产品的税率也都不同。尤其对制成品的进口，日本所征收的税率比欧美各国都要高。

从1972年11月22日起，日本大幅度地降低了关税。如对1865种矿产品和农产品降低关税20%；工业品的半制成品和成品的税率前者从6.2%降到4.8%，后者从12%降到8.5%。工业品的平均税率为5.3%，这样就基本上和美、英的税率相一致了。

3. 制定适合日本国情的资源进口政策。日本工业的发展是和资源的进口休戚相关的。日本的能源有92.4%依赖进口（其中石油的99.8%、煤的75.2%、天然气的82.6%），玉米的99.9%、铁矿石的98.4%、锡的98%、大豆的95.7%、小麦的93.8%、铜的94.1%都仰仗进口，100%依赖进口的有羊毛、棉花、镍、铝。

日本在主要资源方面对外依赖程度之高在工业发达国家中最为突出。因此，可以说它的经济发展的主动权在某种程度上不是掌握在自己手中。特别是能源的供应量和价格都经常处于不稳定的状态，这对日本的经济的发展是十分不利的。为了解决这个问题，日本已采取如下措施：①促进能源开发，多方面开辟能源的供应渠道，和出口国订立长期供应协定，以确保供应渠道的畅通，从而保证得到不断增长的进口需要；②通过签订具体的商品协定，稳定能源进口价格；③为了应付国际上的不测事态，采取了扩充能源储备的措施；④为了减轻资源进口的负担，在国内努力推进节约能源，开展替代能源等的研究。

4. 调整产业结构。使出口商品的结构从（1960年以前）国际竞争力较弱、创汇较少、国际上需求量不太大或供应渠道较多的传统的纤维、杂货等轻工业产品，转为需要高度技术和大量资本以及在国际市场上又有较强竞争力和需求前景又非常良好的钢铁、化学和机械等重化工业

产品；同时针对发达国家对家用电器等劳动密集产品不断增长的需要，积极发挥本国劳动力还比较多的优势，从国外大量引进技术和外国资本，使家用电器特别是电视机、录音机、冰箱、洗衣机等的生产很快地形成了新的产业，並打入国际市场。

三、日本出口的地区和商品结构

日本最大的出口市场无论是在战前或战后一直是在美国和亚洲地区。如1979年日本向美国出口达其总出口额的25.6%，西欧为12.3%，大洋洲和南非为4.1%，其他发达国家和地区为5.3%，发展中国家为45.6%。其中向东南亚出口占25.4%，中近东占10.4%，中南美占6.4%，其他发展中国家和地区占3.4%。

日本最大贸易伙伴之一的美国是日本钢铁、汽车、纺织品的主要市场。1979年日本向欧美出口钢铁产品3150万吨，而其中最大的出口市场则是美国。日本还注意向其他国家开拓新的市场。我国和中东各国就是日本钢铁产品和成套设备的出口目标。但是，日本把钢铁大量出口的希望仍寄托在美国。他们预测在八十年代美国的钢铁业要进行设备更新，由此日本钢铁业就会得以发展。

日本出口纤维及其制品的传统主顾是美国和东南亚各国。日本的纺织品和成衣的最大买主是美国。东南亚各国从日本主要进口棉纱和其他各种纺织品。但是，具是讽刺意味的是，东南亚各国从日本进口纺织品后再加工为成衣向美国出口而与日本竞争，这使日本在美国的成衣市场受到了严重的威胁。近年来，由于东南亚各国对纺织业的自给程度不断提高，因而一改原先从日本进口纺织品的做法而代之以进口合成纤维和原棉。因此，日本向东南亚出口的纺织品品种已从天然纤维向化纤发展。从1965—1979年3月为止的十四年间，日本的纤维制品向世界市场出口了15亿美元，其中60%的产品是东南亚各国进口的。

由此可见，不论从地理或工业原有基础的情况来看，东南亚都是日本出口的主要市场。尤其是重化工业产品，日本占了绝对优势，其他诸如小汽车、家用电器、各种电子原件、通讯器材、手表、照相机等无一不是日本的产品，占了东南亚各国的大半个市场。至于日本对中近东和其他一些发展中国家的出口，则以成套设备的比重为最高。1979年日本出口成套设备129.11亿美元，其中向发展中国家出口占72.4%，中近东就占了27.7%。

四、日本扩大出口的经验

1. 工贸结合大搞技术革新，不断向国际市场提供有竞争力的商品是日本扩大出口的主要经验之一。

日本的对外贸易不是采取有什么产品就向国外推销什么产品的这种保守体制，而是采取国外市场上最有竞争力、最有潜在市场的商品作为出口商品的主攻目标的进攻型体制。为此，它不仅经常引进新技术，试制各种新产品，使出口商品升级换代，而且为了研制新产品，对新原料的获得也给予极大的重视並把它列为技术革新之列。同时，新市场的开拓以及新的销售网组织形式的改进，都包括在技术革新之内。可见技术革新对日本经济 and 外贸的发展所处的重要地位。

1955年以后，日本开始大量进行设备投资，从而经济很快得以复苏。这一时期技术革新的特点是开拓新的产业，即把重点放在重化工业的建设上。因此，合成纤维、塑料工业、电视机工业以至各种家庭电器制造业得以迅速发展，大量商品投放国内市场，人民生活消费必

需品得到充分的供应。接着，日本开始研制新一代的小汽车。五十年代，尽管西德、英国、美国、法国、意大利都把汽车作为“拳头”商品，在世界市场上都有自己的地盘，但日本的汽车制造商看准汽车工业的发展今后将向省油化、经济化方向发展，因此，把它作为研制新一代小汽车的方向而予以特别的重视，从而使汽车工业成为战后新产业的重要领域。

随着工业的发展，世界市场对钢铁的需求日益增长，日本的钢铁制造业感到陈旧的生产设备、冶炼技术已经不能适应需要，因此，坚决走设备更新的道路，使新建高炉朝大型化的方向发展，並研究炼钢新技术。日本还从国外引进带钢轧机等先进设备和各种专利。这种使生产工序高速化、连续化、设备大型化的做法，不仅大大提高了劳动生产率，而且向国内外市场提供了有竞争力的各类产品，从而使日本的钢铁产品插足欧美，独霸东南亚。与此同时，日本为了大幅度降低成本，减少对国外原料的依赖程度，因而大力研制各种原料的代用品。这对于象日本这样一个大部分原料都要依赖进口的国家来说，它清醒地知道象天然纤维、木材、橡胶和皮革等来源跟不上生产发展的需要，世界市场上这类产品的供求也很不稳定，这些因素都会直接影响本国有关产业的发展。同时还由于同类原料价格的不断上涨，进口数量又得不到保证，生产成本提高了，价格竞争力就降低了。为了改变这种情况，各大企业对研制新材料给予特别的重视。它开展了以石油为中心的合成纤维的研究，以及以塑料、合成橡胶等高分子化学为中心的研究，从而研制出了能代替上述材料的代用品。这样不仅降低了生产成本，而且又使它成为一种新的产业在国际市场上崛起。这十几年来，日本的化工产品作为“拳头”产品在国际市场上替日本换取了不少外汇。以上说明，日本在工贸结合进行技术革新上为外贸工作带来了好处，这对我们是不无启发的。

2. 日本善于根据世界市场对某些商品的需要，及时调整商品结构並订出长期、短期、或近期的出口目标，是它扩大出口的主要经验之二。

从日本出口商品的结构和各类产品的增长率的变化来看，如下几点可能对我国的外贸工作有所借鉴：

(1) 在七十年代，日本经济由于高速发展的结果，国内工人的工资水平大幅度上升，日元的升值影响了出口商品在国际市场上的竞争力，再加上一些中等发达国家和地区初步建立了适合本国国情的工业体系，並以国内劳动资源丰富、工资水平低等优越性开始在国际市场和日本竞争，因而日本赖以获得最大利润的劳动密集型产品的出口开始遇到强硬的对手。在此情况下，日本就逐年降低了纤维、杂品等轻工业产品的出口比重而代之以重化工业产品。

(2) 1965—1975年这十年间，日本大量出口了铄铁、带钢、各种特种钢和钢管、铁路钢轨、铁路机车、运输车辆、船舶以及各种化工产品。这些产品的生产由于必须大量投资和引进先进技术，所以对一些重化工业基础较差的国家来说还需仰求这类产品，因而重化工业产品也就成为日本出口商品的主要支柱之一。

(3) 1975年以后，由于国际市场对船舶等产品需求减少，所以它急剧减少了造船工业出口商品的比重而大幅度扩大了汽车的出口。

(4) 近年来又大大提高了除汽车以外的各种金属加工机床(特别是数控机床)以及电子、光学器械等高精度加工产品的出口比重。

(5) 目前日本又向资本密集型、技术密集型、並且有国际竞争力的产品进军。日本十分注意在改变结构时把劳动生产率提高得快的产业作为主要目标，与此同时，也把利润弹性大的产业如小汽车、电视机等作为选择的重要标志。(见附表)

附表:

1965 年到 1979 年 日 本 出 口 商 品 的 结 构 变 化 (单位: 100万 美元 %)

类 别	1965年			1970年			1975年			1979年			年平均增长率		
	金 额	所占比例	金 额	所占比例	金 额	所占比例	金 额	所占比例	金 额	所占比例	金 额	所占比例	70/65	75/70	79/75
① 食 品	344	4.1	648	3.4	760	1.4	1,207	1.2	13.5	1.2	13.5	1.2	13.5	3.2	12.3
② 纤维及其制品	1,582	18.7	2,408	12.5	3,719	6.7	4,908	4.8	8.8	4.8	8.8	4.8	8.8	9.1	7.2
棉 织 品	303	3.6	188	1.0	260	0.5	333	0.3	9.1	0.3	9.1	0.3	9.1	6.7	6.4
合成纤维织物	186	2.2	626	3.2	1,300	2.3	1,936	1.9	27.5	1.9	27.5	1.9	27.5	15.7	10.5
成 衣 类	287	3.4	462	2.4	332	0.6	351	0.4	10.0	0.4	10.0	0.4	10.0	6.4	1.4
③ 化 学 制 品	547	6.5	1,234	6.4	3,889	7.0	6,100	5.9	17.7	5.9	17.7	5.9	17.7	25.8	11.9
化 肥 品	162	1.9	143	0.7	664	1.2	328	0.3	2.5	0.3	2.5	0.3	2.5	35.9	16.2
药 品	33	0.4	66	0.3	124	0.2	264	0.3	14.9	0.3	14.9	0.3	14.9	13.4	20.8
④ 非 金 属 矿 物	265	3.1	372	1.9	730	1.3	1,547	1.5	7.0	1.5	7.0	1.5	7.0	14.4	20.7
⑤ 金属及其制品	1,718	20.3	3,805	19.7	12,518	22.5	18,379	17.8	17.2	17.8	17.2	17.8	17.2	26.9	10.1
钢	1,290	15.3	2,844	14.7	10,176	18.3	14,113	13.7	17.1	13.7	17.1	13.7	17.1	29.0	8.5
金 属 制 品	305	3.6	714	3.7	1,801	3.2	3,127	3.0	18.5	3.0	18.5	3.0	18.5	20.3	14.8
⑥ 机 械 机 器	2,975	35.2	8,941	46.3	30,004	53.8	63,182	61.3	24.6	61.3	24.6	61.3	24.6	27.4	20.5
电 车	66	0.8	238	1.2	873	1.6	2,103	2.0	29.2	2.0	29.2	2.0	29.2	29.7	24.6
重 电 机 器	45	0.5	116	0.6	452	0.8	1,534	1.5	20.9	1.5	20.9	1.5	20.9	31.3	35.7
电 视 机	63	0.7	157	0.8	435	0.8	1,243	1.2	20.0	1.2	20.0	1.2	20.0	22.6	30.0
无 线 电	85	1.0	384	2.0	783	1.4	1,283	1.2	35.2	1.2	35.2	1.2	35.2	15.3	13.1
电 子 管	126	1.5	695	3.6	1,324	2.4	2,497	2.4	40.7	2.4	40.7	2.4	40.7	13.8	17.2
汽 车	39	0.5	86	0.4	442	0.8	1,679	1.6	17.1	1.6	17.1	1.6	17.1	38.7	39.6
二 轮 摩 托 车	237	2.8	1,337	6.9	6,190	11.1	17,021	16.5	41.3	16.5	41.3	16.5	41.3	35.9	28.8
船 舶	150	1.8	384	2.0	1,157	2.1	1,925	1.9	20.7	1.9	20.7	1.9	20.7	24.7	13.6
科学光学机器	748	8.8	1,410	7.3	5,998	10.8	3,869	3.7	13.5	3.7	13.5	3.7	13.5	33.6	10.4
手 录 音 机	217	2.6	499	2.6	1,368	2.5	3,861	3.7	18.1	3.7	18.1	3.7	18.1	22.3	29.6
其 他	26	0.3	130	0.7	458	0.8	1,286	1.2	38.0	1.2	38.0	1.2	38.0	28.6	29.4
总 额	79	0.9	451	2.3	633	1.1	2,102	2.0	41.7	2.0	41.7	2.0	41.7	7.0	35.0
⑦	1,020	12.1	1,909	9.9	4,135	7.4	7,708	7.5	13.4	7.5	13.4	7.5	13.4	16.7	16.8
总 额	8,452	100.0	19,318	100.0	55,753	100.0	103,032	100.0	18.0	100.0	18.0	100.0	18.0	23.6	16.6

资料来源: 日本大藏省《外国贸易概况》

(下转第31页)

系好的代理商配合我们开展投标业务是非常重要的。目前,我国的几家出口公司由于选择了有良好的公共关系、资信又好的代理商积极配合,对我们中标起了很大的作用。如服装从1977年起所以能年年中标,与其投标的代理商的积极配合也是密切相关的。最近我们已与该代理商签订了包销协议。此外,我们有关企业还应和国外招标单位加强联系,如主动提供产品目录、样本、承包工程介绍等等;来信来电要及时答复,主动开展工作,对我今后投标也可起积极作用。

(三)在招标、投标贸易中,要采用各种灵活方式

参加发达国家的投标时,招标人的机器设备的规格质量要求极高,即使我报价最低也难中标,就可采取由我们购买这个国家生产的高质量的部分部件装配的办法,使招标人同意我们中标。我们在利用国际贷款项目的招标时,可以同国外拥有先进技术的投标厂商合作,从中吸取国外的先进科学技术和科学管理方法。如我们一个外贸公司对我国一个大的工程建设的投标,就同一家外国企业采取联合投标的方式进行,签订了联合投标、联合设计、联合施工的协议,投资、费用、利润各50%。这对提高我国的设计能力、技术和管理水平都有很大帮助。

目前,在许多发展中国家里,招标、投标贸易有进一步扩大的趋势。它们为了在最有利的条件下进行采购物资,对一些数量不大的商品,也规定要通过招标来进口。如不久前,阿尔及利亚进口五十吨豆蔻,也要通过招标进口,开展所谓“竞争贸易”,是值得我们注意的。但我国目前对大型工程、大的成套设备的设计、估算、组织和管理水平还不能适应,对国外招标、投标贸易还不够熟悉,如何更好地实行统一对外,发挥各地区、各部门的优势,分工协作,实行联合投标以增强竞争能力等,还缺乏经验。这些都有待研究解决。

(上接第36页)

3.产销对路、加强广告宣传、疏通销售渠道是日本扩大出口的重要经验之三。

日本各大企业和商社都十分重视市场调研,它们对情报的收集无论在国内外都是全力以赴不遗余力。销售人员的业务能力很高,一般都是大学经济专业毕业,且至少必须精通一国外语。他们不仅谙熟本行业务而且又有良好的组织和活动能力,同时还有一套对付各种环境的本领。另外,商社还和各个金融机构保持着良好的商业联系,这对于改善和加强商社本身的经营管理起着重要的作用。充分调动销售渠道的积极性(如丰厚的商业回扣等传统做法)也是商社打开出口渠道的重要手段之一。总之,以上的做法使商社在日本各个产业领域中逐渐作为开拓国内外市场的组织者和开拓者的形象在经济社会中受到特别的重视。日本多少年来开发国外资源和成套设备的出口方面所取得的成绩,都是和各大商社的活动和有成效的工作分不开的。