

日本金融机构海外经营所创造的价值，超过日本汽车制造商和家用电器公司加在一起总和的两倍。

日本金融机构的海外经营

巫本立 摘译

日本的银行家、股票经纪人以及承保人有各种不同的理由向海外扩展，其发展速度超过了本国的制造商。

日本金融机构在海外扩大经营以后，海外的顾客对象发生了变化。然而，在最近的十年内，日本资金外流的趋势已经由过去的缓慢扩展而至快速增长，据统计，在1982~1986年期间，日本总的国外资产增加了两倍，达到7,270亿美元。

1980年，在世界十大银行中日本商业银行只有两家，其中第一劝业银行仅排列第八位。尽管野村证券公司自三十年代以来已经在纽约开设了一家支行，但一家日本证券公司要想在美国的金融债券行业中成为主要的经营者，这是难以想象的。但是今天世界十家最大的银行中，按美元计算，有七家是日本的，其主要的原因是由于日元升值。世界最大的证券公司野村证券公司，由于将资金投放于市场，因而成为一家主要的经营者。此外，大和证券公司、日兴证券公司和日本工业银行都是举足轻重的经营者。

日本的金融家和股票经纪人的海外战略同本国制造商的海外战略至少有两个相同的特点：第一，日元升值有利于他们向海外急剧扩展。例如，最近购买加利福尼亚联合银行花了7.5亿美元，按照最近的汇率，其价值相当于975亿日元；而在一年半到两年以前，同样的这笔交易则需要花1,650亿日元。第二，在向海外扩展的过程中，他们已经扩大了市场份额——即更多地提供贷款或购买证券与公债。

除了国际银行的业务以外，在世界金融市场上日本金融机构的影响是比较小的。1987年7月30日，在伦敦日本银行的财产增加了90%以上，这些银行是属于国际银行。日本银行仅占英国国内市场的8%。

在其他国家的国内市场，日本银行集中了两股力量：日本人的往来关系和他们的能力，藉以提供低成本、低利润以及高额的贷款。因为这些银行对政府、官方的机构以及需要直接的、数额大而利息低的其他信贷的借款者具有较大的吸引力。

日本银行和证券公司两者都已经发现美国市场比欧洲市场更难打开。然而，银行和证券公司的日本顾客已经证明，如果要增加财富，欧洲市场比美国市场将会遇到更为激烈的竞争。

但是，当日本保险公司的业务在伦敦和瑞士持续强劲地得到发展的时候，在纽约的日本保险公司却仅能勉强地维持。目前，日本保险公司正在重新考虑他们的战略。

证券公司打进美国市场的一种方法是购买企业。野村证券公司购买了最大的美国投资银行。

当日本的资本输出在未来的若干年内有所减少的时候，日本的金融机构可以对他们自己

提出一个问题，就是必须重视国内的制造商，也就是要尽可能地满足制造商的需求。

日本银行和金融业的对外直接投资表

财 政 年 度	累积值(十亿美元)	新投资项目数
1981	3.94	54
1982	4.56	67
1983	5.00	68
1984	5.50	79
1985	11.00	164
1986	18.00	274

1986 年按地区对外直接投资表

地 区	累积投资额(亿美元)	百 分 率
北 美 洲	61.2	34
欧 洲	59.4	33
拉丁美洲①	43.2	24
亚 洲	10.8	6
大 洋 洲	3.6	2
中 东	1.8	1
总 计	180.0	

注：①包括加勒比海中心地带(资料来源：1988年3月5日《The Economist》)

(上接第 80 页)

的商业政策问题、有关国际机构的规定问题、有关国际间的法律问题等等。这些问题中最大的症结，就是许多国家的政府不允许国内政策与国际利益紧密相连。

总之，随着对外汇市场的广泛干预及对

“目标地区”的探讨等进一步的发展，共同干预可能成为未来国际金融制度的一个重要组成部分。

摘译自《Economic Impact》

1987年2月