

金融危机对日本企业海外事业的影响 及其对华业务的新动向

——JETRO《2008年日本企业开展海外事业问卷调查》评述

唐杰英

(上海社会科学院 世界经济研究所,上海 200020)

摘要:日本贸易振兴机构最新公布的《2008年日本企业海外事业开展问卷调查》显示,日本企业的海外事业受金融危机影响显著,但不同规模、不同类型、不同行业的企业受影响程度不同,在不同地区设有海外网点的企业受到的影响亦不同。其它国家的景气恶化、日元升值等是导致日本企业海外事业恶化的主要因素。受金融危机的影响,更多的日本企业对海外事业的拓展持观望态度,然而却倾向于以拓展海外业务来应对危机。调查显示,中国仍是日本企业设有海外网点最多的地区及今后扩大海外事业规模的首选地区,但今后计划在华扩大事业规模的企业比例及对华业务的扩展速度都出现明显的下降趋势。

关键词:金融危机;日本企业;海外事业;对华业务;影响因素

中图分类号:F13.5

文献标识码:A

文章编号:1004-2458(2010)01-0027-07

在经济全球化条件下,金融危机通过跨国直接投资、国际贸易影响要素和商品的跨国流动波及全球。金融危机引起企业利润下降和融资难度及融资成本增加,使企业投资能力下降,同时,金融危机使企业对未来经济产生消极预期,也负向影响其投资倾向,从而导致企业跨国投资锐减^[1]。另一方面,金融危机引发全球需求萎缩、贸易融资困难、汇率不确定性增加、贸易保护主义抬头等,导致全球贸易额急剧下降。作为对外直接投资大国和贸易大国的日本,其对外直接投资和贸易受金融危机影响显著。2009年1~9月,日本对外直接投资同期下降了12.7%,而其中对华直接投资同期增加了12.7%;对外贸易同期下降了32.2%,其中对华贸易额也同期下降了18.4%^[2]。

日本贸易振兴机构(Japan External Trade Organization,以下称“JETRO”)在2008年11月向3283家JETRO成员企业发送调查问卷,对日本企业在金融危机下开展海外事业的相关情况展开了调查。本次调查在常规调查内容——“国内外事业开展”“对华业务开展”“亚洲商务环境”的基础上,增加

了“金融市场混乱的影响”的内容,企业所属的行业包括“制造业”“商社、贸易业”“批发、零售业”等,共回收了928家企业(下文的“被调查企业”指这928家企业)的有效问卷,在2009年3月末公布了《2008年日本企业开展海外事业问卷调查》的结果。本文主要根据本次调查结果,探析金融危机对日本企业海外事业及未来事业发展预期的影响,并分析日本企业对华业务的新动向及其影响因素。

一、金融危机对日本企业海外事业的影响

金融危机对日本企业海外事业影响的直接结果是业绩恶化。金融危机通过进口国、东道国经济不景气导致需求下降、日元升值导致产品竞争力下降等途径影响日本企业海外事业的业绩。尽管如此,日本企业仍倾向于以拓展海外业务来应对金融危机。

(一)金融危机对日本企业海外事业的影响及其表现特征

1. 多数日本企业海外事业业绩受金融危机影响显著

受金融危机的影响,超过70%的日本企业海

收稿日期:2009-11-10

外事业业绩恶化。对于有关金融危机对日本企业海外事业影响的调查,在被调查企业中,39.1%的企业选择“海外事业业绩略有恶化”,33.3%的企业选择“海外事业业绩大幅度恶化”。也就是说,金融危机导致其“海外事业业绩恶化”的企业在被调查企业中所占的比例高达72.4%。

日本企业海外市场销售额占其总销售额的比例下降。调查结果显示,2007年度(2007年4月-2008年3月)日本企业尤其是非制造业企业的海外市场销售额占其总销售额的比例和2006年度相比有所下降。在2003-2006年度期间,对于海外市场销售额占其总销售额的比例,在“0~25%之间”“25%~50%之间”“50%~75%之间”“75%~100%之间”4个选项中,选择“0~25%之间”的企业在被调查企业中所占的比例呈现下降的趋势,从2003年度的66%下降至2006年度的59%。而在2007年度,选择该项的企业所占比例升至61%。从企业类型^①来看,海外市场销售额占其总销售额比例的下降幅度最大的是非制造业企业。在非制造业企业中,选择海外市场销售额占其总销售额比例在“0~25%之间”的企业所占的比例从2006年度的63%升至2007年度的88%^②。

2. 不同规模、不同类型、不同行业的日本企业受金融危机影响的程度不同

从企业规模来看,大企业受金融危机的影响比中小企业^③更为显著。在被调查的大企业中,选择“海外事业业绩大幅度恶化”的企业所占的比例为38.3%,而在被调查的中小企业中,选择该项的企业仅占30.0%。

从企业类型来看,制造业企业受金融危机的影响最大。在被调查的制造业企业中,选择“海外事业业绩大幅度恶化”的企业所占的比例达39.7%,比非制造业企业中选择该项的企业所占

的比例高15.6%;而被调查的制造业企业中又以有海外生产的制造业企业所受的影响最为深刻,在有海外生产的制造业企业中,选择“海外事业业绩大幅度恶化”的企业所占的比例高达43.8%。

从行业来看,受金融危机影响最为深刻的是“汽车、汽车零部件、其它运输机器”和“石油、煤炭制品、塑料制品、橡胶制品”这两个行业,在这两个行业的被调查企业中,选择“海外事业业绩大幅度恶化”的企业所占的比例分别高达67.3%和66.7%。

3. 在不同地区设有海外网点的日本企业海外事业业绩受金融危机的影响不一

在中欧、东欧设有海外网点的日本企业受金融危机影响最为显著。在中欧、东欧设有海外网点的被调查企业中,69.6%的企业选择金融危机导致其“海外事业业绩大幅度恶化”,28.6%的企业选择“海外事业业绩略有恶化”。其次是在加拿大设有海外网点的日本企业。在加拿大设有海外网点的被调查企业中,选择“海外事业业绩大幅度恶化”的企业所占的比例为66%,选择“海外事业业绩略有恶化”的企业所占的比例为30.0%。这意味着几乎所有在中欧、东欧和加拿大设有海外网点的日本企业的海外事业业绩均在这次金融危机中受到了不同程度地影响。

受金融危机影响最小的是在中国设有海外网点的日本企业。在中国设有海外网点的被调查企业中,选择“海外事业业绩大幅度恶化”的企业所占的比例为38.2%,选择“海外事业业绩略有恶化”的企业所占的比例为42.9%。

(二) 金融危机影响日本企业海外事业的途径和具体方面

对选择“海外事业业绩大幅度恶化”和“海外

① 根据本次调查结果的界定,企业按类型可分为制造业企业和非制造业企业,制造业企业又可分为有海外生产的制造业企业和仅在国内生产的制造业企业。有海外生产的制造业企业指在海外设有生产网点的制造业企业;仅在国内生产的制造业企业指没有在海外设立生产网点的制造业企业。

② 有关日本企业海外市场销售额占其总销售额比例的调查,由于被调查企业中未作回答的企业所占的比例较高,且差异较大,为提高数据的可比性,笔者根据调查结果,剔除未回答企业重新计算该比例。

本次问卷调查就本项调查仅对设有海外网点的600家企业实施,而以前则对所有被调查企业实施。通常情况下,在海外设有网点的企业的海外市场销售额比例会高于未在海外设立网点的企业。因此如果考虑到调查样本的这种差异,日本企业海外市场销售额所占比例和上一年度的相比应该有更大幅度的下降。

③ 本次调查结果根据《日本中小企业基本法》来划分大企业和中小企业。

事业业绩略有恶化”两项的被调查企业(以下称“受影响企业”),本次调查进一步就金融危机通过哪些途径影响其海外事业及影响的具体方面实施了调查。

1. 关于金融危机影响日本企业海外事业业绩的途径

调查结果显示,金融危机主要通过“进口国、东道国的景气恶化导致销售额减少”的途径影响日本企业海外事业业绩,选择这两个选项的企业分别占受影响企业的 77.2%;其次是“日元升值导致本公司产品、服务的价格竞争力下降”,选择该项的企业占受影响企业的 51.2%。

从行业来看,资源性行业企业海外事业的业绩受“进口国、东道国、地区的景气恶化导致销售额减少”的影响显著。在“窑业、土石”“石油、煤炭制品、塑料制品、橡胶制品”和“木材、木制品、家具、建材、纸浆”三个资源性行业的受影响企业中,选择该项的企业所占比例分别为 100.0%、94.4%和 93.3%。“精密机器”业企业则主要受“日元升值导致本公司产品、服务的价格竞争力下降”的影响,在“精密机器”业的受影响企业中,选择该项的企业所占的比例亦高达 81.0%。

2. 关于金融危机影响日本企业海外事业业绩的具体方面

调查结果显示,金融危机对日本企业的海外事业影响最为显著的是“对本公司产品、服务的需求下降”,选择该项的企业占受影响企业的 80.7%;其次是“成本增加”,选择该项的企业占受影响企业的 25.7%。

从行业来看,“窑业、土石”“信息、通讯机械器具、电子零部件、设备”和“石油、煤炭制品、塑料制品、橡胶制品”这三个行业的企业受“对本公司产品、服务的下降”的影响最为显著,选择该项的企业分别占该行业受影响企业的 100%、96.6%和 94.4%。

(三) 日本企业倾向于以拓展海外业务来应对金融危机造成的影响

本次调查报告就受影响企业如何采取措施应对金融危机实施了调查,结果显示日本企业倾向于采取积极对策开拓海外业务来应对金融危机。

受影响企业中,选择“拓展现有海外事业”和“开展新的海外业务”的企业所占的比例分别 23.0%和 22.8%,大幅度高于选择“中止、推迟开展新的海外业务”和“缩小现有海外业务规模”的企业所占的比例(分别占受影响企业的 14.9%和 9.1%)。

此外,调查结果还显示,不同行业的受影响企业所采取的应对措施不同。“信息通讯服务业”企业更倾向于通过拓展海外业务来应对金融危机,在该行业的受影响企业中,选择“拓展现有海外事业”和“开展新的海外业务”两项的企业所占的比例最高,达到 80.3%;而“建筑业”和“零售业”企业则更倾向于通过维持或缩小海外业务来应对金融危机。这两个行业的受影响企业中,选择“中止、推迟开展新的海外业务”和“缩小现有海外业务规模”两项的企业所占的比例最高,分别达到 52.6%和 50%。

二、金融危机对日本企业海外事业发展预期的影响

金融危机是一个从危机孕育到危机发生再到危机扩散和传染,或者说从泡沫到恐慌和崩溃再到蔓延的过程,而预期在这一过程中扮演极其重要的角色。预期具有趋同性、传导性及自我实现机制,不仅是金融危机传导的主要渠道,也是推动金融危机深化蔓延的重要动力^[3]。受金融危机影响,日本企业对市场前景信心不足,下调了对海外市场销售的预期,而且对今后海外事业拓展的态度也更为谨慎。

(一) 日本企业下调对今后海外市场销售额比例的预期

关于今后(未来 3 年)海外市场销售额占总销售额比例变化的预期,本次调查结果显示,在被调查企业中,选择“扩大”的企业所占的比例为 58%,大幅度低于 2007 年的 69%,而选择“基本不变”和“缩小”企业所占的比例则从 2007 年的 31%增加到 2008 年的 42%。

从企业类型来看,对今后海外市场销售额占其总销售额比例变化预期的下调幅度最大的是有海外生产的制造业企业,在有海外生产的制造业

企业中,选择“扩大”的企业所占的比例从 2007 年的 76 %降至 2008 年的 61 %,而选择“基本不变”和“缩小”的企业所占的比例则从 2007 年的 24 %上升至 2008 年的 39 %^①。

(二)对今后海外事业拓展持观望态度的日本企业明显增加

1. 日本企业对今后海外事业拓展态度的变化

关于今后海外事业的开展,2004 - 2007 年的调查结果显示,选择“扩大事业规模”的企业比例维持在 60 %以上的较高水平,选择“维持现状”的企业比例则维持在 25 %以下的较低水平。而本次调查结果显示,选择“扩大事业规模”的企业所占的比例降至 50.3 %,和 2007 年的调查结果相比,下降了 14.1 %,而选择“维持现状”的企业所占的比例为 32.9 %,大幅度高于 2007 年的 21.3 %。同时,选择“需要缩小事业规模、从海外撤退”和“今后不进行海外投资”两项的企业所占的比例为 11.5 %,比去年增加了 3.2 %。由此可以看出,和 2007 年的调查结果相比,在本次调查结果中选择“扩大事业规模”的企业所占比例的大幅度降低,主要是选择“维持现状”的企业所占的比例大幅度

增加的结果。这意味着受金融危机的影响,对今后海外事业拓展持观望态度的日本企业明显增加(表 1)。

2. 不同规模的日本企业对今后海外事业拓展的不同态度

从企业规模来看,在今后海外事业的开展方面,大企业的态度比中小企业更为谨慎。虽然被调查大企业中选择“扩大事业规模”的企业所占比例为 58.2 %,高于被调查中小企业中选择该项的企业所占的比例,但和 2007 年的调查结果相比,被调查大企业中选择该项的企业所占的比例下降了 10.9 %,其下降幅度明显高于被调查中小企业中选择该项的企业所占比例的下降幅度。同时,在被调查大企业中,选择“维持现状”“需要缩小事业规模、从海外撤退”和“今后不进行海外投资”的企业所占的比例比去年明显增加,而且增加幅度高于被调查中小企业中选择这 3 项的企业所占比例的增加幅度(表 1)。这说明和去年相比,超过 20 %的大企业放弃今后“扩大海外事业规模”的计划,反映了在金融危机的影响下,大企业对今后海外事业拓展态度更为谨慎。

表 1 日本企业对今后海外事业开展态度的变化

被调查企业数		各调查选项所占比例/ %									
		扩大事业规模		维持现状		缩小事业规模、 从海外撤退		今后不进行 海外投资		其它	
		2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007
大企业	371 296	58.2	79.1	28.6	15.2	1.6	1.0	5.4	2.4	3.8	1.0
中小企业	557 437	45.1	57.9	35.7	25.4	2.3	2.3	12.2	9.4	1.4	2.1
总计	928 733	50.3	64.4	32.9	21.3	2.0	1.8	9.5	6.5	2.4	1.6

注:未作回答的企业所占的比例较小,本表未予列出。100 %和表中 5 个选项的比例之差即为未作回答的企业所占的比例。

数据来源:2008 年的数据来自《2008 年日本企业开展海外事业问卷调查》,第 40 页。

2007 年的数据来自《2007 年日本企业开展海外事业问卷调查》,第 43 页。

① 有关日本企业海外市场销售额占其总销售额比例的调查,由于被调查企业中未作回答的企业所占的比例较高,且差异较大,为提高数据的可比性,笔者根据调查结果,剔除未回答企业重新计算该比例。

本次问卷调查就本项调查仅对设有海外网点的 600 家企业实施,而以前则对所有被调查企业实施。通常情况下,在海外设有网点的企业的海外市场销售额比例会高于未在海外设立网点的企业。因此如果考虑到调查样本的这种差异,日本企业海外市场销售额所占比例和上一年度的相比应该有更大幅度的下降。

三、金融危机背景下日本企业开展对华业务的新动向及其影响因素

(一) 日本企业开展对华业务的新动向

即使在金融危机的影响下,中国不断扩大的市场规模对日本企业也具有不可替代的吸引力,但随着中国用工成本、土地成本的上涨以及外资政策逐渐从“招商引资”向“选商择资”的转变,日本企业对华业务的增长速度必然会有所回落。

1. 中国是目前日本企业设有海外网点最多的地区,在吸引研发网点及地区总部网点方面的优势逐渐凸显

多数研究认为,中国在吸引外商直接投资方面具有诸多有利因素,但较低的技术水平对外商对华直接投资具有负的影响。朴商天用我国 1998 - 2002 年省际面板数据实证分析发现,研发人力和外商对华直接投资存在负的相关关系,得出我国技术水平低下导致跨国公司选择在母国进行产品研发的结论^[4]。但经过几年的发展,这种情况有了明显的变化。中国不仅在吸引日本企业在华设立海外网点方面具有明显的优势,而且随着技术水平的提高以及中国市场对日本企业未来发展战略地位的提高,在吸引日本企业在华设立研发网点及地区总部网点方面的优势逐渐凸显。

本次调查结果显示,中国是日本企业设有海外网点最多的国家。在被调查企业中,600 家企业在海外设有网点,其中 445 家企业在中国设有网点,占设有海外网点企业总数的 74.2%,略低于 2007 年的 77.9%,但仍然维持在较高水平;其次是美国,268 家日本企业在美国设有网点,占设有海外网点企业总数的 44.7%。

从海外网点的职能^①来看,目前在中国设有销售网点、生产网点、研发网点和地区总部网点的日本企业占设有海外网点企业总数的比例分别为 46.5%、46.8%、8.3%和 11.3%,均位居首位。比较历年的调查结果发现,2004 年以来,中国一直是日本设有销售网点和生产网点最多的国家;而在

研发网点和地区总部网点方面,中国分别在 2007 年和 2008 年首次超过美国,成为日本企业设有研发网点和地区总部网点最多的国家。2007 年在中国设有研发网点的日本企业占设有海外网点日本企业的 9.6%,首次高于在美国设有研发网点的企业所占比例的 8.1%;2008 年在中国设有地区总部网点的日本企业占设有海外网点日本企业的比例为 11.3%,首次高于在美国设有地区总部网点的企业所占比例的 8.3%。

2. 中国是日本企业今后扩大海外事业规模的首选地区,但计划今后在中国扩大海外事业规模的企业比例出现明显的下降趋势

问卷对选择“计划扩大海外事业规模”的 467 家日本企业就今后(未来 3 年)扩大海外事业的职能^②和地区进行了调查,结果显示:中国是日本企业今后扩大海外事业规模的首选地区。在这 467 家企业中,在销售职能、生产职能、研发职能、地区总部职能和物流职能方面,计划在中国扩大事业规模的企业所占的比例均位居首位。其中,计划在中国扩大销售规模的企业最多,其所占的比例为 49.7%,其次是计划在中国扩大产品生产职能的企业,其所占的比例为 31.5%。

然而,计划今后在中国扩大事业规模的企业比例出现明显的下降趋势。和 2007 年的调查结果相比,除物流职能以外,在销售职能、生产职能、研发职能和地区总部职能方面,计划在中国扩大规模的企业所占的比例均明显下降。计划在中国扩大销售职能的企业所占的比例下降幅度最大,比 2007 年下降了 8.6%;计划在中国扩大生产职能的企业所占的比例延续了 2004 年以来的下降趋势,比 2007 年下降了 5.8%;计划在中国扩大研发职能和地区总部职能的企业比例也分别比 2007 年下降了 4.5%和 2.5%;而只有计划在中国扩大物流职能的企业所占的比例比 2007 年微增了 0.2%,这反映了即使在金融危机的影响下,中国在吸引日本企业扩大物流职能方面的优势仍然不断凸显。

① 根据本次调查结果,海外网点按职能分为销售网点、生产网点、研发网点、地区总部网点及其他网点。

② 根据本次调查结果,“海外事业的职能”分为销售职能、产品生产职能、研发职能、地区总部职能、物流职能和其它职能。

3. 中国和大多日本企业存在业务关系,但业务的扩展速度呈下降趋势

调查结果显示,多数日本企业和中国存在业务关系。在被调查企业中,和中国存在贸易、业务委托、技术合作、直接投资等业务关系的企业有723家,所占比例为77.9%。日本企业的对华业务具有以下特点。

一是大企业比中小企业更倾向于和中国开展业务,大企业中83.6%的企业和中国存在业务关系,高于中小企业的77.1%。

二是制造业企业比非制造业企业更倾向于和中国开展业务。88.8%的制造业企业和中国存在业务关系,高于非制造业企业的62%。另外,在制造业企业中,有海外生产的制造业企业和中国存在业务关系的比例高达95.2%,而仅在日本国内生产的制造业企业和中国存在业务关系的比例为80.2%。这表明有海外生产的制造业企业几乎都和中国存在某种业务关系。

三是从业务内容^①看,中小企业、非制造业企业主要倾向于和中国开展贸易关系。中小企业、非制造业企业中,和中国开展进出口业务的企业比例远高于和中国有其他业务关系的企业比例。

然而,自2004年以来日本企业对华业务的扩展速度出现了明显的下降趋势,尤其是在金融危机的影响下,2008年日本企业对华业务扩展速度的下降幅度更是明显加快。有关今后(未来3年)对华业务开展的调查项目,在和“中国存在业务关系的日本企业中,2008年选择“正在研究扩展现有业务、开展新业务”选项的企业所占的比例为50.1%,比2004年下降了26.7%,其中,比2007年下降了12.9%。而选择“维持现有业务规模”“研究缩小或撤退现有业务”和“今后仍不会开展对华业务”选项的企业比例则不断增加。2008年选择“维持现有业务规模”选项的企业占33.1%,比2004年增加了20.9%,其中,比2007年增加了10.7%;选择“研究缩小或撤退现有业务”和“今后仍不会开展对华业务”两项的企业占14.6%,比2004年增加了7.4%,其中,比2007年增加了

2.9%。计划今后扩展对华业务的企业所占的比例反映了日本企业对华业务的扩展速度。这表明多数日本企业今后仍会继续扩大对华业务,但是扩展速度将会明显下降。

(二)影响日本企业开展对华业务的主要因素

1. 中国汇率稳定是金融危机条件下吸引日本企业开展对华业务的主要有利因素

本次调查结果显示,有关目前亚洲主要国家^②的商务风险、存在问题的调查项目,在和“中国存在业务或正研究在中国开展新业务”的日本企业中,选择“外汇风险高”的企业所占的比例明显下降,从2007年的22.8%降至今年的17.1%。而在亚洲其它主要国家中,选择“外汇风险高”的企业所占的比例则均比2007年有较大幅度的增加。其中,增加幅度最大的是印尼和越南,和这两国存在业务关系或正研究在这两国开展新的业务的日本企业中,选择该项的企业所占的比例分别比2007年增加了16.7%和13.6%。

2. 中国不断改善的基础设施及较高的产业集聚程度、相关产业的发展也是吸引日本企业开展对华业务的重要因素

在和“中国存在业务或正研究在中国开展新业务”的日本企业中,选择“基础设施不完善”的企业比例为16.6%,分别比2007年和2006年下降了3.5%和6.0%,在本次调查涉及的亚洲主要国家中仅高于新加坡和马来西亚;选择“相关产业未得到发展、聚集程度低”的企业所占的比例为4.0%,持续了2006年以来的下降趋势,在本次调查涉及的亚洲主要国家中仅高于新加坡。

3. 中国法律制度缺乏可操作性、知识产权保护、用工成本上涨等是影响日本企业开展对华业务的主要不利因素

本次调查结果显示,在和“中国存在业务关系或正研究在中国开展新业务”的企业中,选择中国“法律制度不完善、适用存在问题”的企业所占的比例最高,达到56.8%;其次是选择“知识产权保护存在问题”的企业比例,为55.3%;选择中国“人

① 根据本次调查结果,日本企业的对华业务分为进出口、业务委托、技术合作、设立销售网点、本地生产5种。

② 本调查项目涉及的主要亚洲国家包括中国、泰国、印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、新加坡、越南、印度等。

工费用高、正在上升”和“劳务上存在问题”的企业比例也较高,分别为 43.4 %和 32.3 %。该等比例在本次调查涉及的亚洲主要国家中均是最高。这些日本企业认为中国目前存在的风险或问题,是中国目前现实存在的,并促使部分日本企业将其业务转向亚洲其他国家。

笔者认为,金融危机下,中国仍应在保持汇率稳定、改善基础设施、提高产业集聚程度等方面凸显优势。同时,应努力保障法律制度的可操作性,加强知识产权保护,并适当控制用工成本上涨过快,优化灵活劳动用工制度。这样才能持续吸引包括日本企业在内的外资企业发展、扩大对华业务。

[参 考 文 献]

- [1] UNCTAD, “Assessing the impact of the current financial and economic crisis on global FDI flows”, January 2009[EB/OL]. http://www.unctad.org/en/docs/diaeia20093_en.pdf.
- [2] 日本贸易振兴机构. 贸易投资统计[EB/OL]. <http://www.jetro.go.jp/world/japan/stats/>.
- [3] 杨谨,刘湘勤. 金融危机救助中的预期管理 - 美国次贷危机救助的经验启示[J]. 财经问题研究, 2009(9):72.
- [4] 朴商天. 外商对华直接投资地区性差异的决定因素分析[J]. 国际贸易问题, 2004(6):60.

[责任编辑:侯翠环]

The Impact of Financial Crisis on Overseas Business of Japanese Enterprises and the New Trends of Its' Business in China

——Comments on JETRO's Questionnaire Survey on Overseas Business of Japanese Enterprises in 2008

TANG Jie-ying

(Shanghai Academy of Social Science, Institute of World Economy, Shanghai 200020)

Abstract: JETRO's newly published Questionnaire Survey on Overseas Business of Japanese Enterprises in 2008 shows that the financial crisis had a significant impact on the overseas business of Japanese enterprises, yet enterprises of different scales, types or different sectors have got different impacts and the enterprises with branches in the different regions in the world are impacted differently by the financial crisis. The economic recession of the other regions and appreciation of Japanese yen are the important factors that led the Overseas Business of Japanese Enterprises to deterioration. More Japanese Enterprises show wait-and-see attitude on expansion of overseas and domestic business. In spite of this, the Japanese Enterprises tend to deal with crisis through expanding its' overseas business. The outcome of survey opens out that Japanese enterprises choose china as the preferred country to establish overseas branches and expand overseas business, but the ratio of the enterprises that plan to expand the business scale in China and the expanding speed of business in China show an apparent downward trend from now on.

Key words: financial crisis, Japanese enterprises, overseas business, business in China, influential factors