
加强产业链治理,引导外资成为 国内国际双循环战略的重要抓手 ——以中国大陆日资企业为例

陶纪明¹ 雷新军² 张靓¹¹

(1. 上海发展战略研究所 200032; 2. 上海社会科学院 200020)

【摘要】: 上海应以“十四五”规划为抓手,依托长三角一体化战略和上海自贸试验区临港新片区“特殊功能区”,充分利用长三角区域庞大的市场、丰富的创新资源和生产要素、优越的营商环境,把这一区域打造成为外资企业高端产品的生产地、创新产品的最终消费地,甚至是其未来产品的研发、成长、成熟的最佳“主产区”,成为跨国公司二次创业、二次腾飞的根据地,由此来“锚定”外资企业,使其牢牢根植于长三角区域。

【关键词】: 日资企业 国内国际双循环 新发展格局 产业链

【中图分类号】:F262 **【文献标识码】:**A **【文章编号】:**1005-1309(2021)02-0027-010

中国为实现高质量发展、构建现代化产业体系、在全球产业链中占据主导地位,必须走以内为主、内外互促的“国内国际双循环”(以下简称“双循环”)道路,这是当前发展阶段的内在要求,也是因时顺势的战略选择。基于此,党中央提出“要坚持底线思维,做好较长时间应对外部环境变化的思想准备和工作准备”。这一重大判断反应在经济工作中的一个主要战略举措,就是“逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,培育新形势下我国参与国际合作和竞争的新优势”。

外资企业是实现国内国际双循环、联通国内国际两大市场天然的微观主体,因而是推进“双循环”战略的重要抓手。了解这一类型微观主体的市场行为机制,包括其布局、投资、撤离、供应链和市场、研发等特征,有助于我们精准把握其未来可能出现的新动向。

2020年5月27日,日本经济产业省公布《海外事业活动基本调查》。该调查的目标企业为日本国内企业(不包括金融、保险和房地产业)在海外设立的、处于正常运营状态(不包括不运营但未注销以及仅用于资金走账的空壳企业)的子公司和孙公司,包括日方出资比例10%以上的当地法人(海外子公司)、出资比例超过50%的海外子公司、持股50%以上的海外法人。

一、日资企业全球分布的基本特征

(一)日资企业在全球的基本分布情况

¹**作者简介:** 陶纪明,经济学博士,副研究员,上海发展战略研究所副所长。
雷新军,经济学博士,上海社会科学院经济研究所副研究员。
张靓,上海发展战略研究所实习研究员。

截至 2018 年底,日本正常从事经营活动的海外法人企业 26233 家,其中亚洲 17672 家,占 67.37%,远远高于北美、欧盟等其他区域。

2008 年,全球金融危机爆发,此后日资企业在海外加速扩张,从 2008 年的 17658 家增加到 2018 年的 26233 家,10 年增长 48.56%。这种增长在不同区域表现出不同的速度和分布规模:在欧盟地区,从 2360 家增加到 2659 家,增长 12.67%;在中南美洲增长迅速,10 年增长 61.89%,但总体规模仍较小,2018 年也仅有 1457 家;在北美地区增长相对缓慢,10 年增长 14.38%;规模大、增速高的是亚洲地区,从 10712 家增加到 17672 家,10 年增长 64.97%,居各地区增长率之首。从增长速度可以看出,日资重点向亚洲和中南美布局,特别是亚洲,不仅吸纳了超过 2/3 的日资,而且连年保持快速增长的势头。

(二)日资企业在亚洲的基本分布情况

日资企业在亚洲主要分布在中国大陆、中国台湾、新加坡、韩国、马来西亚、泰国、印度尼西亚、菲律宾等国家和地区。2018 年,这些国家和地区共有日资企业 14451 家,占在亚洲日企总数的 81.88%。

从增长速度看,日企在 ASEAN4(马来西亚、泰国、印度尼西亚、菲律宾)4 国的增速最快,2008—2018 年,企业数量增加了 72.1%,远高于同期在中国大陆(55.1%)和在 NIEs3(新加坡、中国台湾、韩国,42.08%)。其中 2012 年是一个分水岭。2012 年之前,日企在中国大陆的年增长率在亚洲是最高的,2012 年之后,日企在中国大陆的增长率明显落后于在 ASEAN4 和 NIEs3 的增长率。

(三)日资制造业企业在全球的分布情况

日资制造业企业海外分布情况与总体情况基本类似,日企在中国大陆的占比先升后降,在 2012 年达到顶峰后出现回落,由 37.21%降到 2018 年的 33.49%,在美国、欧盟的占比也一路下滑;与此相反,在 ASEAN4 的占比不断提升,由 2008 年的 21.86%提升到 2018 年的 24.42%,在其他地区也出现 3%的提升,主要是由在中南美洲的增长所致。

二、中国大陆日资企业的基本特征

(一)日资企业的增长及分布情况

中国大陆是吸纳日资企业数量最多的经济体。2008 年,在中国大陆投资的日企有 4213 家,此后的 10 年基本保持不断增长的趋势,截至 2018 年底,增加到 6534 家,占日资海外法人企业总数的 24.9%。

日资企业在 1990 年代开始进入中国大陆,在中国加入世贸后企业数量和投资额显著增加,2008 年全球金融危机甚至助推了这一趋势,日资企业进入中国的速度明显提升,占日资海外企业法人数的比重从 2008 年的 23.9%快速提升到 2012 年的 27.2%。但是,2012 年中日钓鱼岛争端使日本对投资中国大陆产生安全性的焦虑,SARS 期间产生的“China+One”战略(即在中国投资的同时,也在东盟等其他国家进行投资以分散风险)由此得到进一步强化:日资企业在中国大陆的占比从 2012 年的 27.7%下降到 2018 年的 24.9%,而同期在 NIEs3+ASEAN4 的占比则增加了 2.85%,2018 年达到 30.18%。需要注意的是,如果把 NIEs3+ASEAN4 视为一个经济体,其对日资的吸引力已超过中国大陆地区。显然,日本的“China+One”战略已取得相当成效。

图 1 是中国大陆日企扩张和撤离的净增加值(增加数量减去裁撤数量)变化情况,可以看出,只有 2011 年新增法人数超过裁撤的法人数,其余年份均相反,特别是制造业企业连续 10 年都是减少,表明其在大陆基本处于收缩状态。尽管这一现象规模很小,比如差值最大的 2015 年也仅减少 218 家,并且此后出现逐年回稳的态势,但这一现象同样值得我们思考,即企业数量减少的现象主要发生在哪些区域?原因是什么?

图 2 是 2008 年和 2018 年日资企业在中国大陆数量及占比变化情况。2018 年,日资企业在中国大陆主要分布在上海、江苏、广东、辽宁、山东、浙江和北京,这 7 个省市吸纳了近 90% 的日资企业,其中上海以 35.8% 的占比遥遥领先,是第 2 名江苏省的两倍强。日资企业在苏浙沪三地加起来占比 57.7%,加上广东,则占比提高到 72%。可以看出,日企主要分布在长三角和珠三角两大区域。

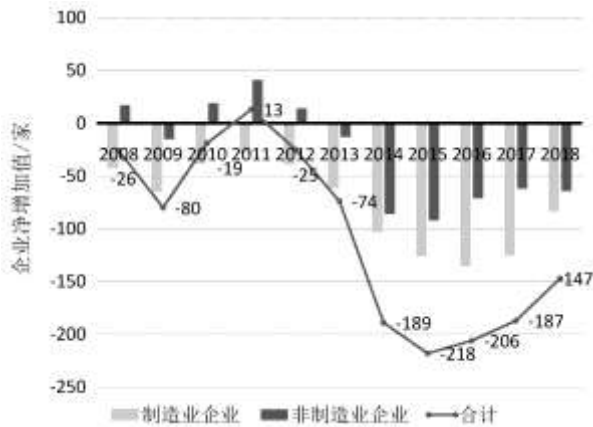


图 1 2008—2018 年中国大陆日资企业扩张和撤离的变化情况

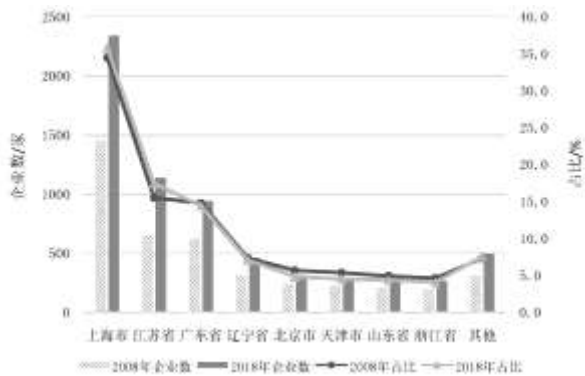


图 2 2008 年、2018 年在中国大陆日资企业区域分布及占比的变化情况

考察 2008 年和 2018 年日资企业在中国大陆的变化情况,可以发现以下特点:从绝对数量看,长三角和珠三角的日资企业都出现正增长,其中上海、江苏和广东增长的数量最多,远高于其他地区;但从相对值也就是中国大陆的日企占比看,只有上海和江苏的占比出现增长,其余区域都在下降。显然,日企不论是新进企业,还是原有企业的布局调整,都优先选择向上海及长三角区域集中,而在其他区域则相对萎缩。

(二) 日资企业的行业分布情况

1990 年代,日资企业进入中国大陆时,主要以服务业为主。21 世纪以后,日本制造业企业开始大规模进入中国市场,其占比逐渐超过服务业企业,到 2018 年,有制造业企业 3799 家,占比 58.1%,非制造业企业 2735 家,占比 41.9%。

从行业分布看,2018 年日企数量最多的是机械行业(1865 家,占比 49.1%),其次为金属和非金属制品行业(374 家,9.8%)、化学纤维行业(556 家,14.6%)。具体而言,机械行业排名靠前的细分行业有运输机械(603 家,占比 15.87%)、信息通信机械(360

家, 9.48%)、生产机械(330 家, 8.69%)、电气机械(290 家, 7.63%), 通用机械和商务机械企业数量相对较少。其他较多的细分行业还有金属制品(236 家, 6.21%)和化学(302 家, 7.95%)。

从增长情况看, 2010—2018 年, 增幅最大的是生产用机械企业, 增幅为 78.38%, 通用机械、运输机械、金属和非金属制品以及通用机械企业增幅也排名靠前, 而食品行业则出现负增长。“生产用机械”就是我们产业分类中的“专业机械”, 一般仅适用于某一特定行业, 该行业在 8 年间保持高速增长, 是增长最快的行业。这表明日资企业有针对性地对中国细分市场进行布局, 一是满足国内多元化产品的需求, 二是我国完善的生产体系保证这些产品的生产成本最低。

第三产业中值得注意的是批发业, 2018 年该行业不仅企业数量占比最大(1519 家, 55.54%), 而且增长幅度也遥遥领先(表 1)。

(三) 日资制造业企业的市场需求和供应链分析

从图 3 可以看出, 2018 年, 中国大陆日资企业的产品 57.3%在中国本土销售, 15.1%销往日本, 27.6%出口到其他国家。

但如果进行时间序列的纵向比较, 可以发现 2008—2018 年, 中国内地市场的占比在逐渐降低, 从 2008 年的 64.9%下滑到 2018 年的 57.3%, 而销往日本本土的比重也在下降, 从 2008 年的 22.2%下降到 2018 年的 15.1%, 与此同时, 出口到其他国家的比重则一路上升, 由 12.9%增加到 27.6%, 增长了一倍多。

对图 3 中的“其他国家”进行分解, 可以看出, 中国大陆日资企业的产品在 2013 年之前销往亚洲(不含日本和中国大陆)的比重不大, 2011 年曾低到 33.8%, 但 2013 年之后, 销往亚洲的比重迅速跳升, 基本维持在 88%以上。这同日资大规模向东盟国家转移的趋势保持高度一致, 可以认为两者具有强相关性, 也就是中国大陆日企同东盟国家日企之间保持着越来越密切的产品内贸易联系。换言之, 日本在东盟国家的布局仍然需要来自中国大陆的支持。

表 1 中国大陆日资企业第一和第三产业分行业结构及增长情况

细分领域	2010 年企业 数量/家	2010 年企业 占比/%	2018 年企业 数量/家	2018 年企业 占比/%	2010—2018 年日企 增幅/%
批发	892	50.31	1519	55.54	70.29
服务业	241	13.59	438	16.01	81.74
运输	169	9.53	227	8.30	34.32
信息通信	210	11.85	225	8.23	7.14
零售	116	6.54	155	5.67	33.62
其他	88	4.96	98	3.58	11.36
建筑	46	2.60	59	2.16	28.26
第一产业	8	0.45	12	0.44	50.00
采矿	3	0.17	2	0.07	-33.33
总计	1773	100.00	2735	100.00	54.26

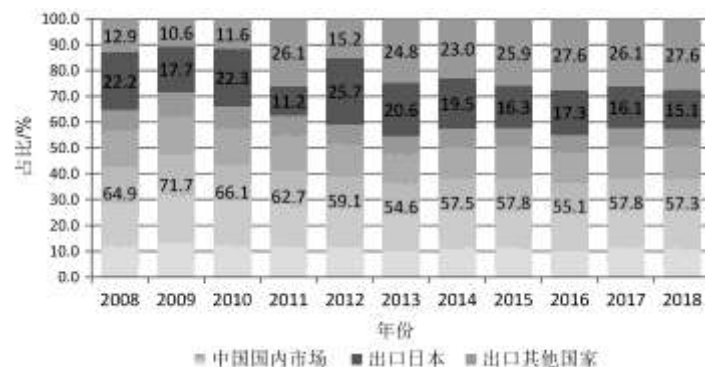


图3 2008—2018年中国大陆日资制造业企业产品销售市场分布及变化

从中国大陆日企原材料和中间品采购情况看(图4),中国大陆是其第一大采购市场,2010年有61.2%的采购份额来自中国国内,并且这一比重持续增加,2018年达到68.5%。相对应的,来自日本和其他国家的采购份额不断下降,从日本本土采购的份额从28.6%下降到22.7%。这表明中国大陆日企对大陆的依赖性越来越高,其产品主要销往大陆,并且原材料和中间品也主要来自中国大陆。

把需求、供给和具体行业结合起来分析,可以发现,中国大陆日企的供给主要依赖中国大陆,需求则主要依赖中国大陆及东盟国家,而且东盟国家的需求增速更快。进一步深入分析可见,虽然日本企业“China+One”战略成效初显,一些原来由中国大陆提供的产品存在被替代的可能,但是中国大陆日企对各种机械类产品(大多数为中间品和投资品)、金属和非金属制品以及化学纤维等原材料方面的投入不断增大,这一增长显然主要是为了满足中国国内市场以及东盟各国不断增加的对中间品和原材料的需求(日本本土经济基本上处于零增长状态,其对中国大陆的需求可以认为是一个稳定态)。经分析,可以得出以下判断:一是日本企业在亚洲的布局,也包括日本本土的企业,其供应链都高度依赖中国大陆。可以认为,中国大陆市场对日本企业的海外扩张有着重要的战略意义,是日本链接东盟10国和韩国的主要枢纽。二是从中日两国产业和贸易的关联性考察,可以发现中国对日出口主要是机械类产品、金属及化工等原材料,而从日本进口也以机械类产品和化工原材料为主,可见两国产品贸易已经到了高度分工、融为一体的地步。三是中国大陆日企一方面不断增加从中国国内市场的采购,另一方面,其产品也不断满足东盟国家的生产需求,两者呈现出较强的正相关性。这表明日资亚洲生产体系已形成以中国大陆内循环为主体,中国—东盟+韩国的双循环相互促进的生产格局。

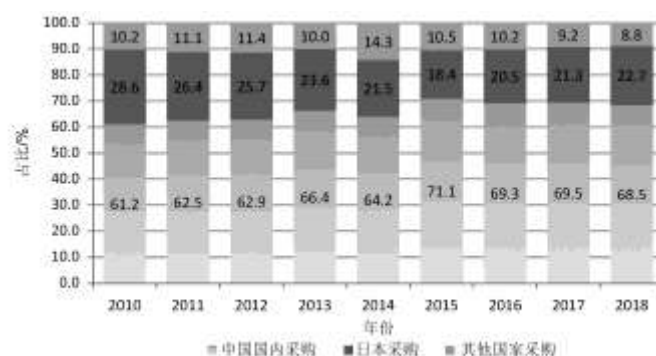


图4 2010—2018年中国大陆日资制造业企业采购分布及变化情况

(四) 日资制造业企业投资和研发特征

这里的投资仅指日资制造业企业对生产设备的投资,比如引入新的流水线、新的机器等,不包括对土地、厂房、基础设施等

方面的投资。企业对生产设备进行投资一般有两方面的目的:一是扩大产能,这往往伴随着厂房、土地等方面的投资,表明企业目前产品供不应求,并且对未来市场前景充满信心;二是产品升级和生产新产品,需要用更高级的生产设备来代替原来较低级的生产设备。2007年起,中国大陆日资制造业中有投资活动的企业数量总体呈现出一条抛物线形态,顶点是2013年的2211家,此后出现小幅回落,到2018年为2116家(图5)。

如果考察相对水平,则情形并不乐观。一是在中国大陆有投资活动的日资制造业企业在全球的占比,2012—2013年达到最高值,此后一路下滑,只在2018年略有上升,但同峰值相比仍下降了3.3%。二是在中国大陆有投资活动的日资制造业企业占全部的比重,该值从2008年的65.7%一路降到2018年的55.7%,表明相对而言中国大陆日资制造业企业已经不再有扩张的愿望,维持现状即可,哪怕暂时并没有撤出中国大陆的打算。

研发活动表明企业不仅对未来市场充满信心,而且还打算生产新的产品投放市场。当然企业仅有意愿是远远不够的,还必须要有能力,毕竟研发活动是一种风险高、不确定性大,对企业综合要素要求极高的一种活动。因此我们可以认为,有研发活动的制造业企业(不考虑单纯的研发型企业)在当地已经有相当的根植性,能够从周边获得必要的研发要素,同时,一个外资企业进行研发活动,最大的可能是要深耕当地市场,提供更加符合当地市场需求的新产品。

日资制造业企业中从事研发活动的企业数量一直保持增长态势。从绝对量看,研发型企业在2007年有302家,2018年增长到575家。从相对量看,研发型企业占全球的比重持续攀升,从2007年的23.5%增长到2018年的36.2%(图6),占中国大陆日资制造业企业的比重也从2007年的12.3%增长到2018年的15.1%。

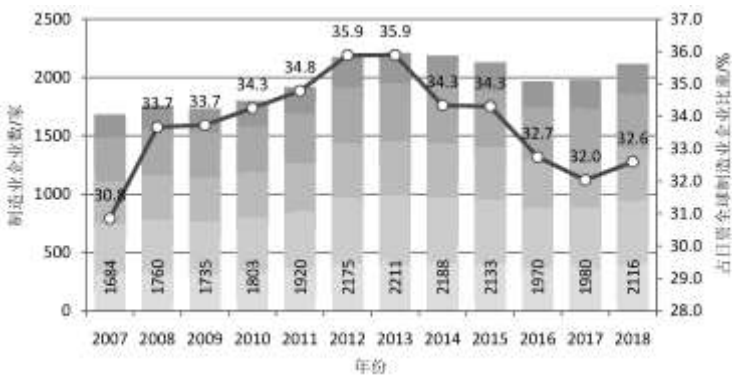


图5 2007—2018年中国大陆日资制造业企业设备投资情况

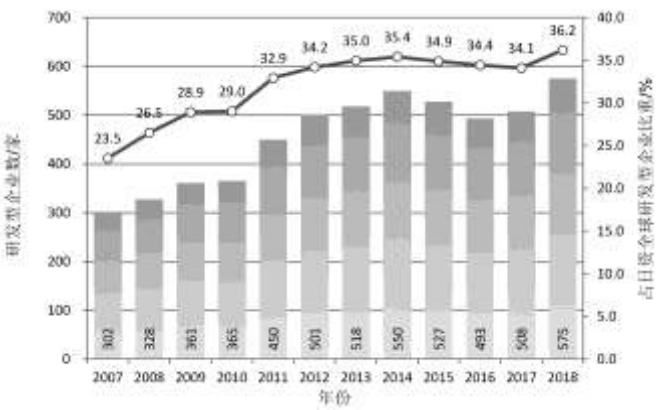


图6 2007—2018年中国大陆日资制造业企业研发活动情况

从研发的投入强度看,日资企业研发费用总额和企业的平均研发费用都呈稳步增长态势,研发总费用从2007年的341亿日元增长到2018年的1439亿日元(图7),平均的研发费用由2007年的1.1亿日元增长到2018年的2.5亿日元。从相对比例看,中国大陆日资企业的研发费用占全球日企研发总费用的比重由2007年的9%上升到2018年的20.7%,同样呈现稳步提升态势。但如果对比图6的研发企业数量,可以看出,两者的增长情况有很大的差异:中国大陆日资企业研发强度增长更为迅速,尽管如此,企业数量的占比仍然远高于企业研发费用的占比(36.2%:20.7%),也就是说,中国大陆日企的平均研发强度显著低于其在海外其他国家和地区的平均研发强度,表明日资企业中的创新型企业尚未大规模布局中国。

(五)总结

综合上述数据和信息,可以得出以下判断:

一是中国大陆是日资企业最重要的投资地。截至2018年底,日本在海外的投资,有1/4的企业、1/3强的制造业、近3/8有研发活动的企业在中国大陆布局,其绝对量不仅在单个国家和地区中位居首位,而且与排名第二的地区有显著差距。

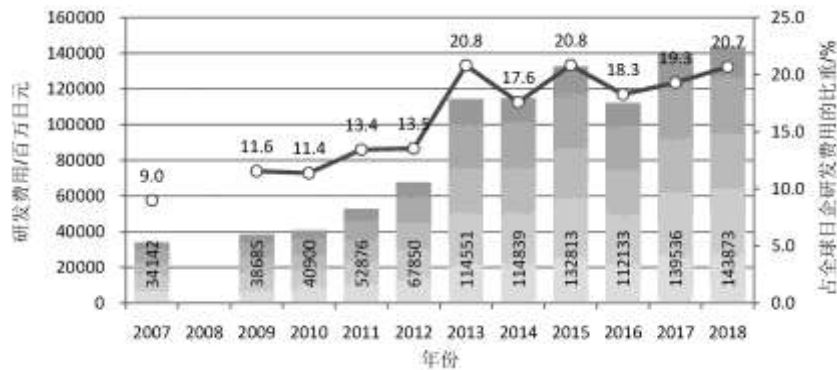


图7 2007—2018年中国大陆日资制造业企业研发投入增长情况

注:2008年数据缺失。

二是上海以及长三角地区(不包括安徽)是最受日资青睐的区域,吸纳了57.5%的日资企业,特别是上海,遥遥领先于其他地区。

三是2012—2013年是一个分水岭,此后中国大陆生产要素比较优势的逐渐弱化以及日本企业为了保证产业链安全而采取的“China+One”战略两种效应的叠加和共振,使得日资企业开始有意识地向东南亚国家进行更加积极的布局,尽管此时中国大陆的日资企业仍然保持绝对增长,但地位正受到东盟国家的挑战,日企数量增长率已低于部分东盟国家。日企的撤资以及日企数量增长势头的减弱与本次疫情无关,但正因如此,反而应该引起我们的高度重视。

四是日本在东盟最主要的投资是制造业,且主要以加工装配为主,而在中国投资的则是机械装备、金属非金属材料以及各种新型材料产业,在日本本土保留着高精尖的装备制造和材料生产。这样,中日韩和东盟已经形成一个完整的产业生产体系,几乎形成一个闭环,且彼此之间的联系日益加强。

五是与在北美和欧洲的日企相比,中国大陆的日企在设备和研发上的投资明显偏低,这表明日企的根植性较低,日本的高精尖企业并没有进入大陆投资,这应该引起我们的高度重视和反思。

三、日资企业撤离中国大陆的原因分析

可从 3 个维度观察日资企业在中国大陆的增减情况。

其一是绝对量。2015 年,日资企业在中国大陆有 6670 家,达到顶峰,2017 年降到最低,为 6297 家,2018 年虽有所反弹,但仍未回到 2015 年的最高值,企业数量为 6534 家。

其二是相对量。从日资企业在中国大陆的法人实体占其在全球海外法人实体的比重看,该指标在 2012 年达到顶峰,为 27.7%,此后一路下滑到 2018 年的 24.9%。

其三是新增和撤离的日企在中国大陆的占比如图 8 所示。2008 年日资新增企业和撤离企业占比基本相等,但此后两类企业却走出了截然相反的发展轨迹:新增企业比重和撤离企业比重之间出现很明显的“剪刀差”,2014 年达到极值 28 个百分点后有所缩小,但 2018 年仍然有 18.2 个百分点。

从上面 3 种维度可解读出一个较为明确的信息,即从 2012 年起,日资企业在海外布局时便已经把目光更多地投向中国大陆以外的地方,在中国大陆新增企业减少、撤离企业增加已成为一种趋势。日本“China+One”战略的效果已清楚地展现出来。

本次疫情期间,日本经济产业省进一步推出总额高达 2435 亿日元(约合人民币 158 亿元)的“改革供应链”计划,用于资助日本制造商将生产线撤出中国大陆,其中有 2200 亿日元用于资助日本企业将生产线迁回日本本土,235 亿日元用于资助日本企业将工厂转移至中国大陆以外国家,以实现生产基地的多元化,避免供应链过于依赖中国。尽管尚无准确的数据用以评估该政策的效果,或者说该政策的效果完全体现出来尚需时日,但综合上文分析基本上可以认为,日资企业在中国大陆无论是新增企业数、在地企业扩张意愿已出现相对或者绝对的下降,这种趋势与本次疫情无关,而是日资企业海外战略布局调整的结果,因此更需要引起决策层的重视(表 2)。



图 8 中国大陆新增和撤离日资企业占全球的比重

表 2 2008—2018 年日资企业从中国大陆撤离的原因 单位:%

年份	原因										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
2017 年	13.5	11.1	0.5	1.4	0.5	2.9	32.9	-	0.5	0.5	36.2

2016 年	15.4	8.0	1.5	1.5	2.0	-	34.8	-	-	-	36.8
2015 年	14.5	9.8	1.3	1.7	2.6	1.3	34.5	-	0.4	1.3	32.6
2014 年	16.1	4.0	0.9	1.3	2.7	1.3	39.0	-	0.9	-	33.8
2013 年	18.0	7.6	1.7	2.3	1.2	2.9	28.5	0.6	1.2	-	36.0
2012 年	12.4	6.2	-	-	0.7	2.1	42.1	-	0.7	-	35.8
2011 年	15.6	2.2	1.5	-	0.7	2.2	44.4	-	-	0.7	32.7
2010 年	6.2	7.7	0.8	0.8	0.8	4.6	43.8	0.8	1.5	0.8	32.2

对于企业而言,是否撤出一个地区或市场唯一考量的指标就是利润,如果该市场能满足企业当前以及长期利润获取的话,企业是不会撤离的。因此企业整体或部分撤离的原因只能有两个:一是不看好当前及未来的市场;二是更看好其他地区的市场。按照这一标准可以把日资企业撤离的原因做如下分类(除 J 外)。

表 3 中有 27%的日资企业是因为竞争激烈、预判错误等原因撤离中国大陆,这种企业不管数量有多少都不足为虑。与此同时,中国的政策也相对稳定(见 H、I 选项),很少有企业因为这个原因撤离。需要高度重视的是 K 和 G 两个选项,由于没有对 K 项的直接解释,我们只能根据平时企业调研时获得的信息以及综合其他各方面的信息进行合理推演分析。

一是 K 选项(其他)。逻辑上,凡是列出的选项无法解释的原因都可归入 K 选项(其他),这包括不断上升的劳动力、土地价格以及其他资源要素的价格。特别是劳动力成本,调研中不断有企业反映这方面问题,认为这是影响企业发展和竞争力的重要因素。同时知识产权保护、环境成本等问题也可被归入 K 选项中。据日本贸易振兴机构上海代表处反映,疫情期间并没有企业向他们寻求帮助,反而是近两年出台的环保政策让许多日企营运成本大增,不少企业由于项目或产品审批通不过,不得不停产或转移、撤离。

二是 G 项。由于优化重组而撤离中国,唯一的解释就是企业更加看好其他国家和地区的发展前景,这和“China+One”战略在方向上是一致的,但逻辑有所不同:“China+One”战略是为了分散产业投资风险,建立多元供应链;而前者则是市场一利益驱动,更需要我们高度重视。

表 3 日资企业撤离原因聚类分析

原因	利润低于预期	合作不力导致 利润不可预期	政策变化导致 利润低于预期	其他区域预期能 产生更多的利润	其他
选项	A、B、C、D、E	F	H、I	G	K
占比/%(2017 年)	27	2.9	0.5	32.9	36.2
解读	竞争激烈和预判错误	合资企业双方 存在分歧	政策预期出现改变, 或者承诺的条件没有兑现	企业要优化 海外投资布局	成本因素及其他

四、上海应对思路建议

日本企业通过产品分工实现了中日韩及东盟区域的内循环,如果这一循环对日本而言属于“外循环”,对中国而言则是“双循环”的重要组成部分。这样的外资“产业链循环”越多,我国“双循环”战略的基础就越扎实。这样一种依托外资建立起来的“双循环”之所以能够成立,关键有两点:一是规模足够大的统一市场,二是完善的生产体系,而这两点恰恰是中国未来发展的优势所在。只要牢牢把握住这两点,不仅可以增加在地外资的根植性,而且还会源源不断地吸引新增外资。考察中美贸易摩擦以及本次疫情后在中国大陆的典型投资,也不难发现这一点。例如,三星手机和笔记本退出中国市场,主要原因是其在中国市场的销售量大幅下滑,而美国百事可乐公司在2020年一季度以7亿美元收购了中国企业“好想你”旗下的“百草味”品牌,表明了其继续深耕中国市场的决心。

必须指出,以上反映的依然是上一轮全球化的基本逻辑,它可以是未来“双循环”战略的基础,但绝不能作为核心引擎。未来以我为主的“双循环”战略,还需要在此基础上融入“创新”基因,即最大限度地利用外资的技术和人才要素,发展以我为主的创新经济,由此才能为中国高质量发展注入新的动力。

未来主导经济发展的新技术、新产品以及依托新技术、新产品而衍生出来的新商业模式,有非常高的规模门槛,如果达不到这一门槛(阈值),不仅新技术新产品很难开发出来,即便开发出来,也很难发育成熟,成为真正能应用的市场化产品。换言之,如果说市场需求对传统企业是“多多益善”的话,对新兴企业则成为“不可或缺”的前提条件。由此我们不难看出,即便在外部环境日趋严峻的情况下,仍然有大量的外资企业在我国的新兴产业领域积极布局,典型案例包括美国特斯拉公司在中国建造新工厂,德国大众公司入股安徽江淮汽车公司以及国轩高科公司,日本本田公司入股福建宁德时代公司。此外,与新兴产业紧密相关的生产性服务业也不断吸引大量的外资进入与布局。

上海作为日资企业及其他外资企业的首要聚集地,具有打造成为我国推进“双循环”战略主战场的得天独厚的优势。上海应以“十四五”规划为抓手,依托长三角一体化战略和上海自贸试验区临港新片区“特殊功能区”,充分利用长三角区域庞大的市场、丰富的创新资源和生产要素、优越的营商环境,把这一区域打造成为外资企业高端产品的生产地、创新产品的最终消费地,甚至是其未来产品的研发成长成熟的最佳“主产区”,成为跨国公司二次创业、二次腾飞的根据地,由此来“锚定”外资企业,使其牢牢根植于长三角区域。

具体而言,一是通过共享机制推进长三角一体化战略,切实破除市场“区域化”“碎片化”现象,千方百计把“超大规模市场”优势发挥出来、潜力释放出来,切实实现市场“一体化”的目标。切实保证以5G、人工智能、新能源汽车为代表的新产品、新技术在长三角能够获得统一的市场准入、事中事后监管、招商优惠以及创新政策。

二是放大自贸试验区的特殊功能,把最大限度的开放和最大限度的创新结合起来,把自贸试验区打造成为“双循环”的重要引擎。首先是率先实现各自贸试验区之间的一体化,实现规则的统一、政策的叠加,保证关键产业链以及产业链的关键环节能根据区域特色和产业基础进行合理布局。其次是建立产业和技术目录,对列入目录的企业积极争取国内自贸试验区最优惠政策,如海南自贸港对符合条件的产品进入二线时免征关税的政策。最后是在张江和临港新片区探索更加自由的创新要素流动机制,要特别重视创新人才的跨国自由流动,切实降低企业创新研发活动的各项成本。

三是延伸中国进博会的功能,将其打造成365天“精准招商”的平台。例如,针对日本以及欧盟的隐形冠军企业,进行更有针对性的招商引资,优先考虑锻造产业链的“长板”而不是“补短”。

四是鼓励新技术、新产品、新型商业模式领域中的兼并重组,降低企业并购的交易成本。例如,涉及的税费可按特殊性税务进行处理,少缴或不缴部分税款,鼓励龙头型企业迅速做大做强;同时在企业登陆科创板上市方面出台鼓励性政策。

五是加强研究。美日两国都是典型的“双循环”国家,但两者步入这一发展阶段的环境特征及后来的演化规律有所不同,值得上海深入研究并加以借鉴。