

開放

中的



日本市場

劉 忻

1988年
對一向面臨封閉的日本市場之
外國廠商而言，
是值得驚喜的一年。
兩年來經濟的持續繁榮，及
日圓升值、物價穩定帶來的財富效果，
使日本民間興起一股消費熱潮。
再者，由於日美間嚴重貿易摩擦
迫使日本政府以擴大進口來消除貿易順差，
此舉提高了日人購買舶來品的意願，
也促成日本市場之漸趨開放。

1988年對原本面臨封閉的日本市場之外國廠商而言，是值得驚異的一年。近兩年來日本經濟的持續繁榮，及日圓升值、物價穩定帶來的財富效果，日本民間興起一股消費熱潮。另外，由於日、美間嚴重貿易逆差的影響，日本政府被迫開放市場，減少進口限制，以擴大進口來消除貿易順差，提高了日本人民購買外國產品之意願，也促使日本市場漸趨開放。

不容外人插手的龐然聚合體

過去日本由於其資源貧乏及以出口為導向的經濟結構，進口初級原料，經加工後製成最終產品出口銷售。為了保護本國製造品及就業機會，不僅限制進口消費財僅能在大城市中某些商店出售，而且價格奇昂。另一方面，從原料的進口、加工、組合到製成成品在市場上銷售，皆控制在幾家大商社手裡，各集團間壁壘分明。就如天下雜誌12月號專題報導所云：「日本的產銷體系；上下游廠家組織嚴密，彼此結合成龐然的聚合體，不容外人輕易插手，本質上就構成外國廠商的藩離、障礙。」日本政府種種嚴格的進口限制，如衛生檢驗、國家品質管制、複雜的輸入手續等造成之非關稅障礙，也是外國產品不易打入日本市場的主因；而日本國民對品牌的忠誠度、優秀的品質、完整的售後服務等要求，皆使外國產品與本地產品難以競爭而銷路不佳。因此在1980年以前，日本最終消費