


大阪市都市再生新聞

2010年 第30号



“渡过难关”

让人难以置信的是，震撼全球的金融危机已经过去了整整一年的时间。此次危机及其造成的危害，让几乎所有行业都无一幸免。然而，众多企业毕竟挺了过来，而大多数企业一如果不是所有企业的话—在其业务经营中采用了一种“持续改善”的战略。

正当我们齐心协力重振大阪经济和基础设施之际，金融危机突如其来。但在这次金融风暴中，我们的重点工程仍以鲜明的大阪风格稳步进行，这些项目包括：JR线大阪站改造工程、梅田北部地区大型工程、梅田区阪急和三越百货公司建筑工程、中之岛美化工程和御堂筋沿线数处新建多功能办公/零售开发区等等…。

所有这一切都提出了这样一个问题：“我们建了这些工程，会有人用吗？”时间会证明一切，但有一件事是毋庸置疑的：面临这次金融风暴，大阪的企业，无论是国内企业还是跨国企业，都在努力迈过这道坎。在我们举办的“外国企业网络”活动中，我们进一步了解到，大阪市发生了一些重大的变化。但当务之急，我们必须渡过经济危机这道难关。

——保罗·杜普伊斯，大阪市政府顾问及FBNC总裁

大阪市的经济潜力

当我们周围的一切似乎都在分崩离析而未来却无法预知时，我们的希望在何方？像雷曼公司那样曾经不可一世的公司顷刻之间离我们而去，也难怪人们会对自己曾经坚持的立场深表怀疑，他们甚至质疑道“那些有望‘称霸世界’的公司尚且轰然倒塌，我的企业的安全感从何而来”？

如果你的企业位于大阪，不妨接触一下德田裕平麾下的大阪市都市型产业振兴中心，这家机构一直把握着大阪市经济的脉搏。

2009年7月1日，在大阪市市长官邸举办的大阪外国企业网络俱乐部活动中，德田先生向与会成员们交流了他所进行的研究成果、并提出了他对大阪市经济潜力分析的专业意见。德田先生还提及企业不仅为了生存而甚至为了兴旺发达而可以采取的措施。

我们在下文提供了业界一些重要的调查结果以飨读者；想必读者将从中体会到曾在自己的企业、所在行业以及选择大阪作为创业根基时所体验到的强烈信念。

德田裕平：大阪市都市型产业振兴中心的深入调查

简介

大阪市都市型产业振兴中心通过举办研讨会、讲习班以及培训项目，支持中小企业不断发展并取得成功。该机构在德田裕平的领导下，不断进行调查研究，并据此开展各项活动，这些调查主要集中在大阪地区，在必要时甚至会覆盖整个日本。该中心出版了一份公布某些重要调查结果的月报以及多种刊物，其中包括一本采集“经济数据”的刊物（仅提供日文版）。

经济衰退的趋势

对一线企业（包括零售店、餐馆、旅行社、出租车司机和企业管理层）的调查表明，近几年的经济高峰期发生在 2006 年 3 月，此后经济逐步下滑，直到 2009 年 1 月开始显现稳固的复苏征兆。

尽管在近几个月里经济状况仍很暗淡，但实际来看，在经济运行过程中出现了某些可察觉的强势和增长的征兆，这主要是受两个关键因素的驱动，即数字化革命和 2008 年原油价格波动。目光敏锐者可能已经留意到一家创造了奇迹的公司——任天堂（Nintendo）。这家公司之所以能够持续盈利，是因为大量的人选择呆在家中，享受所谓的“闭门消费”或茧式生活。

了解消费群体

特别要指出的是，消费者才是真正的需求创造者。在国内，消费者可分为高、中、低收入三大群体。低收入群体包括失业人员，这类人员的数量自经济衰退以来一直在攀升。毫无疑问，市场上劳动力过剩，就意味着劳务派遣员工等的工资和总收入的降低。

就中等收入者而言，经济活动的整体下滑，意味着员工不可能再指望加班费和奖金，这两者都呈显著下降趋势。为应对紧迫的经济状况而进行的工作岗位重组，也意味着有些员工在下岗后将停滞在较低的生活水平上。由于高端职位的数量有限、公司利润降至最低、股价下挫和收入锐减，迫使中等收入的群体不断动用自己的积蓄。

当经济状况恶化到公司破产时，较高收入者（包括经理、董事和其他管理人员）将会发现自己也落入了低收入人群中。

在国内外创造新的需求

在这样的大气候中，可以想象推销高端产品的难度。很多企业自然而然地开始选择成本较低的自有品牌或其它廉价材料。结果却进一步收缩了国内需求。鉴于最近的经济萧条危及全球，上述状况在众多海外市场亦是如此。

打破僵局

如果国内外市场均不景气，那么企业该如何实现突破？为了重振经济，必须在国内外市场寻求新的需求点。

大阪的地位

在经济衰退之前，例如在 2007 年，大阪市曾力争成为亚洲投资的首选目标。事实上，大阪市的的确独拔头筹，在这一方面领先于东京和上海。一家英国主流杂志《经济学家》下属的信息部(EIU)曾就全球 140 个城市的医疗服务、安全、文化环境、经济和基础设施等方面展开了调查。那些“传统列强”如加拿大、奥地利和澳大利亚等国的城市排名靠前，而大阪市名列第十三位，东京位居第十九位。

无疑，席卷 2008 年的次贷危机无助于大阪的经济局势。而 2008 年年初的能源危机使形势进一步恶化，造成大阪市在潜在投资方面排名下降，居于东京和新加坡之后。

但大阪市仍与北京和广东处于同一水平，其排名领先于曼谷、奥克兰、马尼拉和雅加达。

确切地说，大阪市排名靠前的一个关键因素似乎是相对较低的生活成本。单从这一点来看，到日本经商的人士可能会优先考虑大阪而不是东京。

日本企业家对大阪的评价

德田裕平先生两年前进行的一次调查中披露了大阪市及其市民在个人和商业特征方面给日本一些最具影响力的商界人士留下的有趣的印象。

评估当前局势，勾勒未来蓝图

此次调查的具体项目包括：

- 意志坚定
- 实力强大
- 积极进取
- 待人友好
- 良好的人际关系
- 营销能力
- 灵活性
- 收集信息的能力
- 可靠性
- 国际视野

调查结果表明，大阪人被认为是“高度独立和意志坚定的”，而且具备很强的实力和进取心；他们的这些特性也得到大阪和东京企业高管的认可。

在待人友好和人际关系方面，大阪人得分也很高；而东京人则在海外业务和收集信息的能力方面排名靠前；在市场营销技能方面，东京人和大阪人排名相当。

必须强调的是，在面临困境时，营销能力和充分发挥自身的实力是至关重要的，而在这方面，大阪市具有良好的基础，能较其他城市更快地摆脱经济萧条的困扰。

餐饮业和其它服务行业在大阪市的增长幅度较大，企业高管们一致认为，大阪在这方面的排名高于东京。此外，在加工组装或金属制造业方面，大阪和关西地区的企业高管们也都认为，大阪市的的前景好于东京。

大阪：稳步向前

2008年，出现了年轻人涌入大阪市的迹象，而流入的人员多为二十多岁的年轻人，这使城市的未来显得更加年轻化。

虽然每年约有2000多三十多岁的人离开大阪，但这在某种程度上被四十多岁或以上人员的流入所抵消。令人欣慰的是，这些四十多和五十多岁的人员成为了公寓式住房建筑公司的重点客户。显然，这个年龄段的高购买力会给大阪市带来实惠。

众多名企云集大阪

当前，最能吸引消费者关注的且具备全球竞争力的产品是液晶电视机和等离子平板电视机。2002年之后，这些产品的出口量激增。但在短暂达到峰值后，在2004年逐步放缓。此外，日本制造的数码相机和摄像机也占全球产量的半数以上。遗憾的是，在2008年以后，这些产品的出口开始下降。

日本在汽车出口领域仍保持强势的地位。而近年来，为适应全球增长的需求，能源相关产品（如太阳能电池和锂离子电池）加快了生产的步伐。太阳能电池、锂离子电池和其它高科技产品都是未来主要的投资目标，而且它们绝大多数集中在大阪/关西地区。

三洋电器、松下能源、夏普、京瓷、GS Yuasa、钟渊化学工业以及其它领先企业都通过其在大阪/关西的生产基地，为全球技术革命做出了巨大贡献。有迹象表明，大阪/关西地区的能源公司将与名古屋地区的汽车公司之间展开更多的合作。

港口活力：国际贸易

2004年到2007年期间，日本五大港口（大阪、东京、横滨、名古屋和神户）在出口总量的港口使用率约增长了10%。但在2008年全面下滑为负增长，仅大阪港维持了3%的正增长。

就亚洲国家之间的港口运输而言，大阪港与其它港口之间的差别是显而易见的。事实上，大阪在2007年就名列前茅，远远领先于中国和其它国家的港口，并且规模不断壮大。大阪港是日本对韩国出口的最大港口。大阪港出口到台湾的货物量也较日本其它任何港口要高。此外，大阪港到中国大陆和香港的出口份额也非常可观。即使是与神户港相比，大阪港在关西地区也享有极大的优势。这就可以解释，为什么在席卷全球的金融危机中，大阪港在2008年能够维持相对较高的出口量的原因。大阪与亚洲经济之间的这种密切联系，也是解开大阪为何能较其它城市更快摆脱经济危机之谜的线索。

大阪经济与取胜之道！

大阪的经济发展高度依赖外来的客户。大阪经济不仅与日本经济联系紧密，而且与国际经济密切相关。在可预见的未来，有人可能预计大阪市的经济增长率可能在-2%到-3%之间。

而德田裕平先生认为，如果一家企业在未来继续保持“温顺”的作风，也就是消极应对，就不可能在当前的大气候中获胜。公司必须采取更加“攻击性”的态度，培养员工大胆进取，这才是经济萧条时期赢得竞争的唯一选择。

关于我们

自2003年起，**大阪市政府**诚邀能为大阪地区的经济带来发展动力、创新和活力的个人、企业和教育机构来大阪发展。有关反馈和建议，请发电子邮件至：y-bouno@city.osaka.lg.jp