

关于多层次的出口发展战略 和外贸体制改革的探讨

肖育才 唐宗力

出口贸易是对外贸易的基础,不论引进先进技术和设备,还是进口生活必需品,都必须以扩大出口为基础,否则,进口就受到限制。因此,把商品出口贸易搞上去,是发展我国对外贸易的关键和瓶颈所在。近二年来,我国对外贸易出现较大逆差。1984年为40亿美元,去年上半年又出现20亿美元赤字。如果采用限制进口的办法解决贸易逆差,显然是消极的。从当务之急考虑,或从长远考虑,还是要迅速发展出口贸易。下面,我们拟就外贸体制改革与出口贸易发展战略问题,提出一些不成熟的设想。

一、关于外贸体制改革

(一) 外贸体制改革要明确“坚定不移,谨慎从事,务求必胜”的指导思想

去年1—6月份,我国外贸出口比上年同期下降1.3%。这种不正常现象,我们分析主要有如下原因:(1)削价竞销,去年上半年出口量比上年同期增长4.9%,出口额却下降1.3%。其中固然有国际市场不景气、原料价格下降等因素,但主要原因还在于各口岸竞相削价,低价竞销,致使出口量上升,单位价格水平下降。这在去年春交会上表现得尤为明显。春交会期间,各口岸彼此间竞争得很厉害,为避免生意为其它口岸抢去,与外商谈判时,报价尽量往最低限价线上靠,有的一开始就以最低价报出,结果,价格毫无弹性,完全失去讨价还价的余地。甚至发展到以会外成交突破交易会规定的最低限价。去年春交会价格总水平比上年下降6.19%。竞相削价,无疑起了推波助澜的作用。(2)水货猖獗。去年1—7月份,我对港出口比上年同期下降3%,水货充斥是主要原因。当时输港的日用陶瓷,90%是水货,豆鼓鱼罐头,水货出口价格比正常渠道低40%。水货对压低出口商品价格,冲击国家正常贸易起了极坏作用。水货问题上年已有所暴露,但未能及时刹住。许多外商因而对我控制水货的能力产生怀疑,与我贸易的兴趣大减。(3)出口货源短缺。近几年人民生活水平提高很快,加之上年消费基金膨胀,国内不少商品的供求关系非常紧张,一些紧缺的基本建设物资、一般消费品和耐用消费品缺口很大。在国内市场需求旺盛、价格高昂、风险又小的情况下,企业当然无暇顾及国际市场。比如纺织业,国内对高中档纺织品需求急剧增加,企业兴趣纷纷转向国内市场。只有那些在国内市场无力与大企业竞争的小企业,才急切想通过出口来扩大销售。凡此种种,导致目前一些出口商品货源紧张,品种单调,质量低劣。

上述情况的出现与以下几方面原因有关:(1)政企未分开前,匆忙放权,必然导致多头对外,削价竞争。前一阶段,我们把外贸体制改革的关键简单理解为集中与放权。于是,改革就是打破集中,将外贸分散给地方、企业和部门经营。须知,各级地方政府、政府各个部

门，其本身就是国家政权的组成部分。企业虽有所不同，但就目前而言，政府仍然是国营企业债务的最终承担者，企业并未成为一个完全自负盈亏的独立法人。在政企未分开的情况下放权，只能是分利而不分责，企业、地方、部门无亏损之虑，更无破产的压力，必然对内抬价抢购，对外削价竟销，毫不顾及成本大小。结果，利在地方、企业、部门、亏在国家。微观上没有真正搞活，宏观上反而失控，国家整体利益受到损害，肥水流入外人田。(2)价格体系改革未完成前，匆忙放权，必然导致不惜血本，追求外汇。我国目前的价格体系不能反映市场的供求状况和商品的真实价值，国内价格与国际市场价格严重脱离。因而，外汇牌价不能真正反映外汇市场的供求状况，外汇的实际市场价格远远高于政府牌价。进口的耐用消费品国内市场价格又远远高于国际市场价格。出口商品以高价在国内收购，以低价在国外售出后获得外汇，然后又用外汇在国外购买耐用消费品，再以国内市场价格出售，仍然有利可图。同时，外汇所能带来的不仅仅是经济利益，还有种种特殊用途和生活享受。因此，有外贸经营权的各地方、各部门、各企业，便千方百计赚取外汇，只要能赚到外汇，不惜任何代价。其结果是，换汇成本人为抬高，通过各种非法渠道出口的水货大肆泛滥。(3)外贸宏观管理的各种经济手段未完善之前，内外销矛盾大的产品出口货源，将随着指令性计划范围缩小，企业自主权的扩大，越来越紧张。

可见，在政企未分，价格体系改革未完成，宏观管理的经济手段没有及时跟上之前，急于分散外贸经营权，削弱指令性计划，是导致当前外贸出口下降的重要原因。以逐步简政放权，扩大企业自主权来向政企彻底分开过渡，分阶段完善价格体系和宏观管理手段，这在国内问题不大。因为由此而产生的利益重新分配，只不过是国家内部利益的重新组合，不存在肥水外流的问题。但是，外贸的特殊性在于，经济活动的双方是不同国家的经济实体。因此，利益的重新分配，不仅在一国内部，而且在二国之间进行。所以，外贸体制改革，不可与国内体制改革等量齐观，其目标除了要搞活以外(而这又以政企分开为前提)，还应始终把国家整体利益放在第一位。因此，要特别慎重，不可操之过急。改革的方向必须坚持，改革的步骤则应稳妥谨慎，务必有成效。我们建议，从既要搞活外贸，又要统一对外的目标出发，外贸体制改革，拟分三步走为好。

(二) 外贸体制改革的步骤

第一阶段，包括以下几方面(1)为迅速扭转出口下降和外贸赤字上升的被动局面，确保国家整体利益，应加强国家对外贸的统制和集中管理。采取果断措施，坚决制止多头对外，地方部门、企业不得自由出口。(2)消灭“水货”。水货之所以未能及时控制住，原因有三：a)出口许可证由各地经贸厅签发，各地往往基于地方利益，不严格执行中央有关规定。b)价格管理未及时跟上。经贸部不能随时根据国际市场供求状况，规定各种商品价格的上下限和浮动范围。即使有规定，各地也不一定执行。c)特区口子没有堵死。为此，我们建议：a)、出口许可证经贸部统一签发。b)仍由各地签发，但必须规定配额，严格价格管理，并由海关负责监督。(3)为解决某些产品出口货源紧张的状况，对出口产品应坚持以指令性计划为主。在未能形成一个有效的外部压力的环境之前，应采取一些特殊措施，尽力解决生产企业的动力问题，调动它们进入国际市场竞争的积极性。我们建议：a)给予生产企业出口产品补贴，使出口企业在考虑到一系列隐蔽风险成本因素后，还能获得与内销同等、甚至大于内销的利润。“补贴”应尽可能采取减免税收、优惠贷款等方式，少采用“直接补贴”的办法。b)扩大企业外汇留成比例，相应缩小进出口公司外汇留成比例。简化企业使用外汇留成的批准程序，或者由企业完全自主使用。对外汇使用方向，可采取进口许可证办法，从宏观上予以控制。c)有些出口产品可采

取招标的办法。4) 暂缓推行出口代理制。在完全的企业自主权以及价格体系改革未完成前, 推行出口代理制, 只是将亏损的责任由外贸企业转嫁给生产企业, 最终仍由国家负担。企业也仍缺乏进入国际市场的外在压力和内在动力, 出口货源短缺的局面将进一步加剧。(5) 为解决当前外贸亏损过大的问题, 我们建议: a) 根据各公司上一年成交情况, 核定该年度出口亏损补贴总额, 并允许一定的波动幅度, 超过限额, 国家不再补贴。b) 不以单一的出口额, 而以盈利额、创汇额、出口额等综合指标体系来考核外贸企业完成任务情况, 并以各分项指标的不同权数, 组成综合指标指数。作为考核、奖惩的统一标准。

第二阶段, 割断外贸企业与各地行政机构的联系, 作为向政企彻底分开的过渡。现在各地外贸企业在两方面与政府发生关系。财务上的盈亏由总公司负责, 从而实际上与中央政府挂钩。人事任免权为地方政府所掌握, 因而又受到地方政府的控制。对企业来说, 人权比财权更为重要, 加之外贸出口任务指标是直接下达给地方各级政府, 因此, 在中央和地方利益发生矛盾时, 外贸企业往往听命于地方政府, 以局部利益损害整体利益。所以, 外贸企业应首先考虑与地方政府脱钩, 为政企彻底分开创造条件。我们建议: a) 今后不再以行政区域为单位下达出口任务指标, 而改为直接下达给外贸总公司, 外贸总公司再给下属公司下达分解指标。b) 各地方政府对外贸企业的人事任免权, 由总公司掌握。改多头婆婆为一个婆婆, 真正做到“简政”。

第三步, 在全国经济体制改革基本完成, 国内价格与国外价格基本接近, 政企彻底分开从而形成对企业既有动力又有压力的一般环境后, 应取消以行政区域设立外贸公司的作法, 在全国几个主要口岸(如上海、广州、天津、大连、武汉等)设立外贸公司。采取生产企业自营出口与外贸公司代理出口相结合的作法。取消各地的外贸行政机构, 保留经贸部。其任务是, 制定外贸政策, 提供市场信息, 通过进出口许可证、价格、贷款、补贴、税收等经济手段实行宏观管理, 对外贸活动进行协调, 实施间接控制。

以上我们按照统一对外、搞活外贸的指导思想, 提出了外贸体制改革的设想。我们认为, 在外贸体制改革的第一阶段、第二阶段, 统一对外是主要的。在外贸体制改革的第三阶段, 即政企彻底分开后, 企业获得了一个既有动力又有压力的环境。此时, 破产威胁和生存压力会迫使企业降低出口成本, 从而对削价竞争形成了一个自我抑制的机制。企业将把提高劳动生产率作为加强竞争能力的主要手段, 并尽力扩大出口以求生存和发展。政府摆脱了各个地方和不同利益单位的压力, 统一协调出口企业活动的能力大为增强。在这种情况下, 统一对外, 搞活外贸之间的矛盾才能得到较好的解决。

二、关于出口商品战略

出口商品战略是一个出口商品结构问题。泛泛提出改进商品结构、发展机电产品和新技术产品出口, 不能解决任何实际问题。我们认为, 应从我国现有的以及将来可能达到的技术水平出发, 制订一个短期、中期、远期相结合、多层次、分阶段推行的出口商品发展战略。

1. 短期战略。时间大约5年左右。在此期间内, 我国科学技术水平和生产能力难有大的提高, 因而出口商品结构不可能变化很大。在这个前提下, 出口商品战略重点应放在: (1) 把提高出口产品质量放到首要地位。作到以质取胜, 以质求生, 以质求发展。国家应制定出口产品质量标准和奖罚措施。认真搞好商品出口检验, 严格把好质量关。产品收购以质论价。低于一定标准的一律不予出口, 并限期改进。(2) 提高产品加工深度和商品档次, 改进商品包装。

(3) 适应不断变化的国际市场需求，增加花色品种，加快产品更新换代。国家应把产品花色品种，作为考核企业的重要指标，规定每年必须更换的比例。

2. 中期战略。我们要争取在1—2个五年计划，即5—10年期间内，使我国出口商品结构有较大改观，出路在于提高机电产品的出口比重。而培植几个出口批量大的拳头产品，则是提高机电产品出口比重的关键。零打碎敲永远不能解决问题。以日本为例，仅汽车、钢铁、家用电器、照相机、摩托车、船舶等几项就占日本出口总额的80%以上，成为支持日本外贸出口高速发展的支柱。我们可以参照日本的经验，在对国际市场未来需求进行预测的基础上，选定几项在国际上技术比较成熟的机电产品，大规模生产，打进国际市场。以规模经济改进出口商品结构，应成为中期战略的重点，其好处在于(1) 便宜的劳动力成本是我国在国际市场竞争中的最大优势，若能结合规模效益，就能保证在一定质量的前提下，以优势的价格条件在国际市场取胜。(2) 有助于避开发达国家对先进技术的封锁，利用和引进国际上成熟的技术。日本建立钢铁、汽车等出口工业的主要技术，是从国外引进的。当时，这些行业的生产技术在国际上已处于成熟阶段，拥有技术的国家愿意转化，接受国也易于掌握。这对我们同样适用。在5—10年乃至更长时期内，我们在国际市场竞争中，只能发挥成本和价格上的优势，而不是技术上的优势。(3) 有利于缓解内外销矛盾，扩大出口货源。我们很多在国际市场上有竞争力的产品，国内市场需求量也很大，迅速扩大这些产品的生产规模，不仅能降低成本，进一步提高竞争能力，而且能消除内外销矛盾，扩大出口货源。规模扩大，国内供求矛盾缓和后，也可迫使企业向海外发展。(4) 广大的国内市场为规模经济发展提供了较大的回旋余地。国内市场小的国家，在发展具有规模效益产品的初期，由于缺乏国内市场的扶植和保护，销售风险大，只能慢慢摸索，逐步扩大规模。成熟以后，对国际市场的依赖性大，稍有风吹草动，就会给出口工业和国内经济造成极大震动。我国国内市场广大，因此一开始就可以把规模搞得很大。从而在进入国际市场前，就能具备规模效益。在国际市场产品滞销，或竞争能力下降时，国内市场又提供了一个缓冲带，回旋余地大，对国际市场依赖性相对缩小，国际市场的变动，不致对出口工业和国内经济造成太大的震动。(5) 为发展新技术，开拓新产业提供了一个前进的基础。新技术诞生和发展，需要一个人才和科技的积累准备过程，是生产活动本身的需要和可能相结合的产物。发展出口规模经济，可以带动整个国民经济起飞，在对引进技术的使用消化过程中，能够培养人才，积累经验，缩短与先进国家的差距，孕育新思想、新技术的萌芽，从而为以后跃进提供了人力、物力和财力上的基础。

我们主张选择国际市场上已有的成熟产品作为发展规模经济的目标产品，会有人提出疑问：建立规模经济需要大量资金，成熟产品有前途吗？当然，成熟阶段的产品比成长阶段的产品生命周期要短。但“短”是相对的，其绝对时间则可能长达十几年，甚至几十年，几百年。汽车早在四十、五十年代就为成熟阶段的产品，但至今不衰。只要我们选择的产品有需求，就有生命力。衣、食、住、行是人类基本生存需要，永远不会消失，满足这些需要的产业，服务部门自然也就万古长青。从这个意义上说，传统工业不一定是“夕阳工业”。日本对外贸易的最大优势在于汽车、钢铁等传统工业。构成美国庞大贸易逆差的主要部门，不是它处于领先地位的高技术领域，而是它失去优势的传统工业。而且，我们的眼睛也不能只盯住发达国家。需求本身具有由高层次向低层次传递的特点，发达国家处于衰退阶段的需求，对不发达国家来说，则可能正方兴未艾。总之，选择成熟阶段的产品来发展规模经济，对技术基础薄弱的中国，不失为一条切实可行的路。

3. 远期战略。以新技术、新产品开发为其战略重点。看重发展技术知识密集型产品和具

有中国特色的新兴产业，建立起我国自己的科学技术体系和出口商品体系。

三个阶段的出口商品发展战略，并非截然分开，而是有主有次，主次衔接，主中有次，以次促主，逐步替代。从实际出发，立足短期，着眼于中期和远期。对一些已具备规模经济条件的产品和在世界上处于领先地位的新技术，现在就可发展。

三、关于出口市场战略

出口市场战略包括两部分：总体战略和国别地区战略。

1. 总体战略。可概括为三个字：稳、挤、创。(1) 稳，指在稳定品质，稳定供应的基础上，对我们已占有的国际市场，要坚决稳住，并在巩固中发展。(2) 挤，对我们还未占有的市场要设法挤进去。战后经济高速发展的黄金时代已经过去，自七十年代石油危机以来，世界经济发展速度减慢，贸易保护主义日益抬头，在可预见的时期内，国际贸易难有大的发展。在世界市场趋于饱和的情况下，欲扩大出口贸易，就要下狠心挤进别人的市场。这不仅在短期如此，从中期来看，情况也无二样，因为我们很难设想会有一大块现成市场等着我们去占领。日本发展外贸的一条重要经验，就是“挤”字当头：50—60年代挤掉了比利时钢铁、荷兰船舶；七十年代挤掉了瑞士手表、美国汽车；八十年代挤进美国计算机和软件市场。我们在技术、劳动生产率不占优势的情况下，想挤进去的办法是使产品作到质优、价廉。(3) 创，我们不但要稳得住，挤得进，还要以创新求发展，以中国特色的新产品、新技术，开拓新的国际市场，跟上世界新潮流。

2. 国别地区战略。对现有的出口产品以及计划发展的产品，要逐一摸清各个国家、各个地区的市场情况，全面调查：(1) 这些产品的生产能力（指我们要出口的产品在各国的生产能力和技术条件）。(2) 市场容量和消费习惯。(3) 需求变动发展趋势。(4) 进口比重以及各国商品在进口中的比重。(5) 竞争对手的生产能力，技术条件，产品质量、销售策略。在调查基础上，结合我国技术水平、生产能力，逐个制订各个产品在不同国家地区的统一市场战略。同时，对各国、各地区市场，还要针对不同年龄、不同性别、不同阶层、不同集团，进行市场分析。

在制定出口商品、出口市场发展战略时，要搞好近期、中期、远期世界市场预测，并随时根据世界市场的需求变化，修改我们的出口战略。