

生产资料市场疲软的对策初探

甘碧群

长期以来,我国生产资料从总体上处于供不应求的卖方市场格局,许多产品诸如能源、交通和基础原材料成为产业结构中的瓶颈产品。在这种市场势态下,企业的产品就象“皇帝女儿不愁嫁”,不愁销路。生产企业只要生产出产品,物资企业只要抓到货源不怕没有销路,不怕没有利润。这样,企业的经营指导思想一直是以生产为出发点,即以产定销。而不是从用户需求出发,以销定产,以销促产的营销观念。企业在这种市场形势下进行营销活动,也很少感到市场竞争的压力和威胁。

曾几何时,自1989年下半年开始,生产资料从短缺,旺销变成疲软,而且市场疲软来得如此迅猛,一般市场销售趋势表现为从旺销→平销→滞销,而这次市场疲软则从旺销直接进入滞销;市场疲软涉及面之广及疲软时间持续之久是人们始料不及的。

显然,这种突发性的市场疲软对企业是一种严峻的挑战,对我国经济顺利和迅猛发展亦造成威胁。面对这种情况,如何正确分析市场疲软的起因,采取正确的微观和宏观对策,是关系到能否迅速摆脱市场疲软、深化改革、稳定和发展经济的重要问题。

(一)

从1989年下半年开始,直至目前仍存在着的生产资料市场疲软表现为产品积压滞销,产品库存增加,产品销售量下降。必须指出,这次市场疲软不是在社会生产力高度发展,产品总供给真正大大超过总需求的买方市场条件下产生的。而是在社会生产力还不十分发达,产品总供给不足前提下产生的,这是暂时的疲软,不是供应过剩的疲软。也就是说,是在治理整顿过程中,主要运用行政手段压缩消费需求与投资需求,紧缩财政与信贷政策,以及由于长期以来存在的产业结构失衡所致。

生产资料市场疲软的主要原因是:

1. 压缩固定资产投资规模。从1984—1988年曾出现的社会经济过热,引起了社会总需求大大超过总供给,造成了严重的通货膨胀,结构失调等。因此,我国从1988年下半年开始,实行治理整顿、压缩固定资产投资规模及压缩社会集团购买力等。一般说来,压缩固定资产投资规模,是压缩总需求与总供给差额的有效措施。据了解,自1988年下半年开始,压缩的固定资产投资近1,000亿元,这必然使基本建设单位直接使用的原材料大幅度减少。据统计,1989年全年县以上基本建设单位消费22种主要物资比上年下降12.5%,其中基建用钢材和水泥分别下降13.4%和11.5%

由于基本建设单位对物资使用的减少,造成物资库存增加。从1989年22种主要物资资源

与使用量对比看,资源大于使用49.8亿元。年末库存比上年增长13.8%。从实物量看,22种物资有16种资源大于使用量,其中钢材大于使用3.6%,年末库存比年初增长38.2%;5种有色金属大于使用4.9%,库存增长了18.3%;硫酸、烧碱、橡胶4种化工原料大于使用1.9%,库存增长23.5%,水泥年末库存比年初增长45.6%。

压缩固定资产投资,也导致了投资物品,特别是基建投资品销售量的下降。1989年钢材比上年下降15.1%,木材销售比上年下降25.8%,水泥销售下降11%。

总之,压缩固定资产投资规模引起基本投资品需求不足,必然引发生产投资品的企业中间需求不足,而同时投资品的供应却未相应减少,从而导致了生产资料市场全面的疲软。

2. 宏观调控力度掌握不够恰当。毋庸置疑,国家对投资及消费需求过度膨胀进行压缩是必要的。但出现了宏观调控力度僵化性,未能很好地根据我国各地区、各部门经济发展的不平衡,以及各部门在国民经济中地位和作用的差异性,实行区别情况,分别对待的宏观紧缩的政策,而是采取一刀切的措施。这样,使一些需要发展的重点产业、重点项目及重点产品不能发展;使一些企业使用多年的、陈旧的生产设备不能更新替换。

同时,国家对集团购买力的控制范围过大,过死。不可否认,控制集团购买力对于抑制铺张浪费、节约开支和发扬艰苦朴素优良传统大有好处。但如果控制过大,势必导致集团单位对某些必需品不能购置和更新。诸如一些团体单位的车辆陈旧、耗油量大、费用增加,并对环境造成严重污染,也不能进行报废和更新。另外,某些机关团体必要的办公设备和用品,也难以添制和更新。

宏观调控力度不适当,势必直接或间接地影响那些应当发展的企业减少对生产资料的需求量,引起大量生产资料的积压滞销。

3. 产业结构及产品结构的不合理是生产资料市场疲软的深层原因。长期以来,我国不仅存在着总需求与总供给的失衡,还存在着产业结构的失衡问题。多年来,我们对于社会基础设施(包括交通、邮电及城市公用设施)、社会基础产业(包括能源、原材料等工业产业及农业)的投入一直偏低。对于社会制造产业(包括机电、轻纺、食品等加工工业)的投入一直偏高,尤其是对于机电行业因前几年消费需求过旺推动着它盲目高速度发展,诸如电冰箱、洗衣机、电视机等耐用消费品盲目布点,重复引进生产线使这些产品的生产能力过度膨胀,生产能力明显超过社会需求。一旦压缩对这些产品的需求,一些相关的生产资料就显得过剩。

由于许多产品的规格、品种单一,加之有些产品质次价高、产品结构不合理,不能适应用户需求,因此造成了某些产品短缺和产品积压并存的结构性疲软。

(二)

企业面对着市场疲软的挑战,应抱什么态度,采取何种对策呢?许多企业对这种局势缺乏思想准备,有的企业感到困惑,并希望回复到以往物资供不应求的市场格局;有的企业束手无策,被动地随大流;有的企业则勇于正视现实,认真分析市场疲软的原因,积极转变经营思想,采取相应的市场营销组合策略,因而减轻了市场疲软对自己的波及。

转变经营指导思想,树立以用户需求为出发点和中心的营销观念,是企业面临市场疲软必须抓住的首要问题。我国过去在物资行业中,由于物资短缺,产品供不应求,产品不愁销路,在工业企业及物资企业的经营管理中,奉行着以产定销的“生产观念”。工业企业集中一切力量发展生产,重生产、轻市场营销,企业生产什么就卖什么。物资企业则集中力量抓资

源，工业企业生产什么就收购什么，收购到什么就卖什么。如果说，过去企业在卖方市场格局下，不重视用户需求尚能生存和发展，那么在市场疲软，供过于求的市场形势下，企业必须改变过去以产定销的生产观念，树立起以销定产的营销观念。从用户需求为中心进行市场调研与市场预测，了解和掌握用户需求状况及其发展趋势。据此，制定企业的营销决策。

转变企业经营指导思想另一个重要方面是树立和加强竞争观念。竞争是商品经济的伴随物。如果说，过去企业在物资短缺、产品供不应求的卖方市场势态下，产品的实现不会受到竞争者的威胁和压力。那么，在市场疲软，产品积压滞销的困境中，产品的实现必须面临着激烈的市场竞争。显然，在竞争对手如林的市场环境中，如何战胜竞争者，实现自己的产品，是企业面临市场疲软必须考虑的又一重要问题。

企业要摆脱市场疲软的影响，还必须巧妙地综合应用市场营销组合策略，即综合地应用产品、价格、分销及促销策略。从产品策略看，企业要为用户提供品种、规格齐全的优质产品。为用户提供同类竞争者没有的、别处买不到的你处可以买到的产品。为用户提供优质的销售服务；从价格策略看，为用户提供比竞争者的价格更低的产品；从分销渠道策略看，为用户提供更方便的销售渠道，为此，企业应当建立销售基地、组织销售网络、疏通销售渠道；从促销策略看，企业必须重视整顿销售人员队伍，提高销售人员的素质，增强推销人员的作用。同时，企业应当根据产品的特点及用户的习惯，选择适当的广告媒体，宣传企业的产品，促进企业产品的顺畅销售。

湖南岳阳市物资局建材公司在生产资料市场全面疲软，建材行业又首当其冲陷入困境的局势下，其产品销售量与利润量不断增长，是它重视转变经营思想及巧妙地综合应用市场营销组合策略的佐证，该公司从用户需求出发，重视市场调研，在营销调研基础上，采取了相应的营销对策。如推出“长年用户优惠供应”办法，凡属这家公司的长年用户和配套供应的工程，可办理“特别优惠价证”，凭证购货可按销售利润享受30%、25%或15%的让利。该公司还对其它产品，如水泥、玻璃、油毛毡等实行优惠价格。它还对用户实行严格按期供货，货物保质保量，如发现以次充好，以劣代优的商品，一定负责赔偿损失及允许退货。由于该公司采取灵活的营销对策，1989年其物资销售额及利润量分别比上年增长30.2%和10.1%，1990年头4个月物资销售额和利润量分别比1989年同期增长28.2%和14.5%，名列全省同行榜首。

上述说明，同处于市场疲软、销售不畅的经营形势下的众多企业，能否减轻市场疲软的影响的关键在于是否重视转变企业经营思想及正确地应用营销组合策略。

(三)

企业转变经营指导思想，正确地采用市场营销对策，只能从微观角度解决某些企业产品的销路问题，但不能解决整体市场的疲软格局。因此，解决整体市场疲软，有赖于宏观环境的改善及政府采取正确的宏观决策。

1. 调整产业结构及产品结构。经过两年多的治理整顿，我国产品总供给与总需求的总量矛盾趋于缓和，但产业结构及产品结构矛盾仍很突出。因此，走出市场疲软的根本出路在于调整结构，在继续实行总量紧缩的同时，搞好产业结构及产品结构调整。从宏观方面看，主要通过国家计划去实现宏观产业结构的协调，对社会基础设施，社会基础产业继续实行投资重点倾斜政策，压缩近年来过猛发展，并已超过社会需求的某些加工工业；从中观方面看，

要充分发挥行业管理、行业规划在生产布局、技术结构和市场供求关系协调方面的功能和作用，为宏观总量紧缩及宏观产业调整提供可靠的传导媒介；从微观方面看，要求企业根据市场供求状况，所经营产品效益的高低、资金周转的快慢，适当注入流动资金、增加适销对路产品、压缩或停止滞销产品的生产，从而使产品结构趋于合理。当然，要实现产业结构及产品结构的合理化，还须经过长期艰难的努力。

2. 恰当地调整紧缩重点和力度。在治理整顿取得了一定成效，总量失衡的矛盾开始缓解的条件下，宏观政策的重点在于适当调整紧缩重点和力度。在继续实行紧缩方针的过程中，必须实行“有紧有松，有保有压，紧中求活，区别对待”的政策，避免一刀切的弊病。具体来说，对那些超过了国家承受能力、规模过大的需求膨胀；对那些需求过旺，超过了社会供应能力；对那些质次价高、不适销对路的产品要继续压缩。对重点产业、急需项目、重点项目、基础项目及重点产品要继续实行倾斜政策使之发展。

对于消费需求，尤其是集团消费需求的压缩，调节力度要适度。对不是以浪费为特征的团体必要消费应放松限制，如团体单位所使用的汽车应规定报废年限、强行更新，从而推动汽车工业及相关工业，诸如钢铁、煤炭、矿石及橡胶工业的发展。

3. 打破地区之间的封锁，拓宽物资流通渠道，开拓新市场。我国存在的地区市场封锁，是由诸多原因造成的，诸如实行财政分灶吃饭等。这次市场疲软则是使地区封锁愈演愈烈的直接诱因。这次地区封锁的规模已达到建国以来从未有的水平，涉及的产品品种少则十几种，多则达到百种左右，如家用电器、纺织品、烟酒、水泥及农机等产品。市场疲软导致产品积压、生产下降、企业处于停产或半停产状态、部分工人待业等。这威胁着当地的经济与政治的稳定，各级政府为了保证社会经济与政治的稳定，想方设法摆脱市场疲软的局面，其中重要的措施就是实行地区封锁，即采取禁止或限制外地产品进入本地市场，保护地方工业，力图解决本地落后产品的销售问题。

地区封锁破坏着宏观经济政策的统一性和有效性。使国家宏观调控难度加大；地区封锁实质上保护地区落后企业及过时、劣质产品，从而有碍于产业结构及产品结构的调整；地区封锁不利于全国统一市场的形成，使全国市场受分割、购销渠道被堵塞、地区之间横向经济联系受削弱。目前出现的严重地区封锁加剧了市场的疲软，使许多产品仅局限于本地区销售，而不能跨地区在全国范围内开拓市场。中央应当采取各种措施来打破地方自我封闭的地方保护主义。如采取强制的行政手段，严禁地方搞地区封锁，宣布各地区已发布的有关封锁条例条文无效；大力发展横向经济联系，开展地区间在互惠互利基础上，互相提供市场，进行地区间联营联销；从长远观点看，应当加强市场法规建设，积极发展跨地区、跨行业的企业集团。只有这样，才能逐步摆脱市场疲软的境况。