

适应国际市场需要，搞好外销工作

——上海市进出口办主任孙更舵同志一九八〇年一月三十日在上海外贸学院第一期外贸业务知识讲授班结业大会上的讲话

这次第一期外贸业务知识讲授班办得很好，但看来时间短了一点，而内容却比较多，可总结经验，在下一期举办时，改进提高。

通过这次举办学习班，体现了我们对业务知识的宣传工作，这在现在已成为迫切的问题，要提入议事日程了。宣传工作可采取多种形式，利用各种机会，广泛宣传，至于究竟采取哪些方式方法好，还得大家交流经验。同志们通过这次训练班，学习得很好，相信回原单位后，将能发挥很多有益作用。

最近我到英国和西德去了一趟，考察他们怎样搞出口贸易，现在讲一些观感，供同志们参考。下面我谈几个问题。

一、提高出口商品竞争能力，扩大外销

生产是流通的基础，生产决定流通。但国际贸易商品又必需适应国际市场的需要。这两方面好象是矛盾的，却又是辩证的。马克思主义的经济理论认为生产决定流通，这是从流通与生产的关系来说，生产是起主导作用的，因为一个社会进行经济活动，总是生产决定分配，如果没有生产，拿什么来分配呢？所以从整个社会的范畴来讲，如果说流通决定生产，当然是不对的。但从市场销售来讲，情况就两样，商品要服从市场的需要，适应市场的需要，国际市场就更为突出。一种产品要能进入国际市场，数量与质量都必须适应市场情况。在国际市场竞争十分激烈的今天，还必须不断提高商品的竞争能力，才能不被挤出市场。商品的竞争能力是什么呢？就是商品的质量、规格、花色、品种、包装、广告、服务以及运输等都必须胜人一筹，而且经营业务的方式方法也必须是第一流的。这是为什么呢？因为资本主义市场并不是空着在等我们的商品进去，而且各种商品都在进行激烈竞争，各种力量都在进行斗争。我们的商品要去，就得挤进去；要在市场上站稳脚，就得花功夫，而且要有本领。西方一位贸易部长告诉我们：资本主义市场贸易是自由的，但竞争是野蛮的。资本家在市场上进行着你死我活的斗争。所以外销商品要进入资本主义市场，就必须具有竞争能力。我国外销商品有些质量的确是好的，可惜包装不行，装潢不美观，因此进不去，即使勉强进去了，也卖不到好价钱。也有的商品，质量不够好，或是造型不美，花色单调，不及另一些国家的商品。还有一个更大的缺点，就是交货不及时，这是国外客户很头痛的事情。有些国家的商人不愿与我们作买卖，就是这个问题。据他们反映，与中国人作买卖，约定三个月交货，六个月到不了；约定六个月交货，也许要一年才能到。交货不及时，是由于在国内生产等方面有很多复杂原因，但现在国际上交货很快，我们总得赶上去。香港一般工厂开模只要六、七天，预

约成交商品一个多星期就可交货；我们开一只模却要很长时间，完全不能适应国外市场。虽然西欧一些国家表示欢迎我们的商品进入它们的市场，但照我们目前的情况，怎么能进去呢？

外国商人追求利润，资金周转要求快。外贸业务一年周转约三至四次，多者五至六次。但与我国进行贸易，一般一年只能周转一次，最多一次半，这样外商就受不了。因为国外拆息很高，加以外币经常贬值，**金价**猛涨，这许多风险他们担不起。外商作生意是一只手进，一只手马上卖出去，象我们交货时间这样长，冬天的商品，第二年夏天才到，这怎么行呢？因为运输时间长，也影响了我国商品的销售价格。现在西欧商人与我作买卖，就是因为出口价格比较低，才有利可图。另外，我这次到欧洲，外商一再提意见，反映我们履行合同不严肃认真。西欧在国际贸易中产生纠纷时，多按伦敦仲裁法进行裁判，一经作出裁决，双方遵照执行。我们对签订合约不够慎重，法律观念不强，常产生不能严格遵守合同情况。中东一些客户，对我国也有同样情况，当一笔交易认为无利可图时，就拒不执行。在历届广交会上，也有随意签订合同，不认真履行的情况发生。这些问题的存在，也影响我国对外贸易业务的开展。

前天，一位同志从美国回来，他讲国外很注意预计。例如圣诞节是国外盛大节日，销售玩具很多，我国的玩具什么时候可运到国外市场，一定要事前准确预计好。当国外和我国确定成交后，外商就在当地市场大作广告，电视、广播、报纸同时宣传介绍，节日前货物运到，就能及时大量销售，商人才能获利。另外，品种方面，如果说今年销售了民族娃娃，明年就得换别种玩具，不能年年老是民族娃娃，花样要年年翻新。总之，产品必须适应国外市场情况和需要，我国外贸才得以开展。

资本主义国家在六十年代以后，生产技术进一步发展，产品由不足到过剩，因此竞争格外激烈。英国和西德商店内的商品都是琳琅满目，高级商店的花色品种更多，差不多世界各地的产品都有出售，方便顾客选购。美国社会学家马斯罗(A·H·MASLOW)提出了人类需求阶梯论，指出商品要适应消费者的需要。这种理论把社会需求从低级到高级分为五个阶梯，最低一级的需求只是简单的吃喝穿和睡眠，发展到高一级就要求吃得更好一些，穿得更好一些，住得更好一些等，等级升高，需求也愈高。而且一个人的需求也是和地位相称的，象西方的贵族，他们的生活就是贵族式的，与一般人截然不同。西方把这种理论也叫作市场学——专门研究市场情况；或者叫销售学——根据消费者的需要，研究如何扩大推销。不同的市场，不同的顾客，就有不同的需要。高档消费品拿到穷国去销售，当然不行；低档消费品拿到发达国家去卖，当然也没有人买。西方商业人员，认为市场是买主的市场，顾客是皇帝。国外店员的服务态度都很好，经营观点非常明确。

西方国家的对外贸易在国民生产总值中占很大比重，英国占百分之四十几，西德占百分之二十五。西欧共同体内国家，经济上彼此配合协调，成员国的商品，可互相自由进出口。他们的对外贸易搞得很好。我国情况就两样，生产以国内市场为主，外贸比重很小，产品主要是考虑适应国内销售，加上国内外生活条件不同，风俗习惯不同，生产水平不同，国内、国外适销产品完全两样。将我国现有生产水平的实际情况，对照马斯罗的“五个阶梯”论来讲，产品基本上是一、二级的，用这样的产品，要适应欧洲、美洲、日本市场第四、第五高级阶梯的消费水平，当然是很困难的。象欧洲的高级服装，生产数量不多，质量和式样高贵华丽，价格也高得惊人，但是有人买。我国生产的布匹和服装，是属于一、二级的，除了供应国内需要外，也曾销售给第三世界，因为第三世界的情况和我国差不多。但现在各国都在变，第三世界也在变，如果我国产品长期不变，今后在第三世界市场上也将无法站稳而被挤出来。过

去“四人帮”认为搞不搞外贸无关紧要，有销路就出口，没有就不出，这是极端荒谬的。现在我们要搞“四化”，要引进国外的先进设备和先进技术，要引进就要有外汇，要外汇就必须有商品出口，闭关自守，与世隔绝是不行了。

对外贸易也反映出我国当前的经济水平。经济水平包括工业水平和技术水平。现在外贸的主要矛盾是货源问题。有些商品国外要货，我们供应不上，或是因为有生产能力，但没有原料；或是虽有原料，又无生产能力。例如我国外贸人员去中东洽谈交易，某国一个公司一开口就需要十万只轮胎，而我国只能供应五千只或一万只，这样就无法成交。有些商品不能适应国外的要求，竞争能力不如人家，因此发展外贸就有困难。如果要达到出口商品能适应国外市场，首先就要研究和了解国外市场的需要，不但要研究和了解现在的需要，而且要研究和了解潜在的需要——即今后的需要。要千方百计动脑筋，帮助消费，引导消费。例如有盒式录音机，就再设计生产两用录音机，三用、四用、立体声录音机等。在生活日用品上，国外有自动切菜刀、自动削肉片刀，多方为顾客着想，便利用户。又如汽车，国外也已经在研究设计1982年式、1983年式、1984年式了。这方面我国与国外差距很大。我们不能总是跟在人家后面学，因为情况在变化，市场在变化，等到我们能生产时，这种商品又过时了，这种情形反映出我们对国外市场情况很不了解，也显示出我国的生产水平和技术水平还很不适应。

外国在研究市场、改进生产方面搞得很出色。日本人在这方面更为突出，英国人、德国人都一致赞赏日本搞对外贸易的能力。最近十五年来，资本主义市场发生了很大的变化，生产也有了很大的变化。我在英国时，一位东道主说，他们的对外贸易，严格地讲，只有十五年历史。而这十五年中，搞对外贸易最能干的却是日本人。日本在全世界各地都有贸易网，假如他在某处市场打算销售商品，先要在该地调查研究一、二年，了解什么产品适于这一市场的销售，如果确定了，就充分作好准备工作，待到商品进入市场，必定销路很好，也能卖到好价钱。现在日本的电视机、照相机、手表畅销全世界。西德照相机原来很有名，现在被日本赶上了。上次华主席到西德访问，新闻记者一百多人围着华主席和施密特摄影，施密特对华主席说，这一百多人中有三分之二左右是用的日本照相机。日本手表出口现在也超过瑞士了。日本人在了解国外市场，适应国外市场需要有独到之处，因此外销很成功。

根据上述情况，引伸出一个问题：就是外贸必须采取以销定产，而不能以产定销。国外市场大部分是定货，工厂是以销定产，只有少数有把握的商品，才以产定销。“以产定销”和“以销定产”是两种不同的方法。要搞对外贸易，必须使自己的商品适应国外的需要，而不能是生产什么，就推销什么，因为在资本主义国家，人民生活情况与我国不同。西德的贸易官员对我们说，西德市场是自由的除，了少数有配额限制外，其他商品都可去，但市场需求变化快，对商品流行性和选择性很强，市场灵敏度高，与发展中国家情况不同。实际上也就是说：“不是我们不愿你的商品来，而是你们目前还没有可能大量来”。英国在第二次大战后的若干年内，对商品的选择性还是很低的，因为当时商品不足，还实行配给制。只是后来产品多了，对商品的要求才高了。所以选择性是根据社会的生产和生活水平以及其它条件而变动的。我国生产发展，人民生活水平提高，今后也要产生这些问题的。我们要扩大外销，就必须做到以销定产，当然，现在我们还没有条件全部这样做，但应向这个方向努力，积极创造条件逐步适应。

二、改进外贸体制和贸易方法

1. 产销脱节问题 当前外贸情况是搞生产的只管搞生产，搞贸易的只顾搞贸易，虽然相

互有联系，但不那么畅通。搞生产的不明瞭国外市场情况，搞贸易的不清楚各部门生产情形。大家从不同的角度，持有各自的观点。就是外贸部门的同志，对国外情况也不能说都很熟悉。外贸业务有点象姜太公钓鱼，愿者上钩，基本上是坐在国内搞对外贸易。日本人就不同，他们在国外每一地区都有几千人在活动，有的还深入到所在国商店的柜台，如帮助服装营业员为顾客量身材尺寸，通过这些活动了解消费者的情况。我国外贸部门在国外的人员很少，即使有人在国外，也没深入市场进行了解。这问题的症结在哪里呢？我觉得牵涉面很广，也关系到我国的物质基础。一方面我们基本上是在国内做买卖，不明瞭国外市场情况；另一方面是如果我们派了许多人到国外，而没有适销商品跟上来，那末在国外的努力也会落空，外销也完成不了任务。另外，我国是社会主义国家，与资本主义国家制度不同，资本主义国家，一个商号、一个公司都可以派人到国外去，也可同意各种各样的人到国内来。我国不能这样漫无限制，要有一定的法定手续，而且国外人来多了，也无法接待。所以就目前条件来说，我们不能完全采取日本那样的做法。

我在国外接触了一些公司、托拉斯等商业团体。我到过英国的怡和洋行、美最时洋行，接触了德国最大的钢铁厂——西马克钢铁厂的老板。他们工业机构与外贸机构的关系有两种情况：一种情况象西马克钢铁厂，产品百分之九十出口，其中百分之八十输往第三世界。厂下面设三个部经理：一个销售部经理，一个设计部经理，一个生产部经理。这个厂本身就是托拉斯，既搞贸易，又搞生产。老板是总经理，主要抓销售。设计部很重要，人员都有专门知识，负责产品设计改进。生产部专搞生产，根据计划安排进行。销售部则负责完成商品的销售程序。一般是销售部经理地位较突出，因产品主要在于销售。他的意见很受尊重，因为他不仅熟悉市场，同时懂得技术，也熟悉生产。这个厂在国内有分支机构，在国外各地也设有营业部或办事处，消息灵通，行情熟悉，市场情况了解深刻，根据要货情况安排生产，适应国外消费者需要。另一种情况是中小型工厂，这些企业机构比较小，销售产品主要利用代理商。代理商熟悉市场，也了解生产，有专业知识，有的还熟悉一般的设计，为工厂对外推销商品，联系成交。

一个好的外销人员必须具有丰富的业务知识，既懂得商品，了解生产情况，又熟悉业务程序，对市场情况、外汇、信贷、运输、保险、索赔、仲裁以及国家的财政金融政策、法令、规章等，都能知晓，这样才能胜任外销工作。国外的外贸公司、企业，把他们的外销人员称作销售工程师，次一级的称为销售技师。他们声称这些人员是他们国家的财富，估价很高。我想这是很有道理的。

我国外贸情况是业务分割，外销人员既不完全明瞭市场，也不很熟悉生产，有的则似懂非懂（当然熟悉的也有，但数量不是太多）。工贸之间也有隔阂，外销要求高，而我国工业基础薄，这也就是前面谈到的以我们一、二级生产水平要适应国外四、五级市场需要的矛盾。因此，我们应从根本上考虑这些问题，而外贸体制也就必须随之改革。

欧美经营外贸没有行业限制，不象我国分行专业经营。西德拜耳药厂原是专营西药，现在是化工、五金、橡胶样样都做。至于托拉斯更是漫无限制，随意经营。南斯拉夫的工厂直接经营外贸。我国怎么改革？西德是资本主义社会，制度与我们不一样，南斯拉夫有些企业都可对外进行贸易，但这种经营办法，看来问题也不少。工厂企业直接搞外贸，限于条件，可能有困难，加上外贸环节较多，手续复杂，不易掌握，以个别有条件的工厂作为试点，逐步摸索经验，也未尝不可。这方面的问题要进一步讨论研究。

2.关于国外市场调研问题 这也是我们工作的薄弱环节。资本主义世界进入垄断阶段后，

每个地区的商品竞争更为激烈。销售商品必须做好细致的调研工作。国外企业的做法包括两个方面：(1)国家协助，政府设置国外市场调研部门。象英国有海外贸易局，有一百多人员分派在驻各国的大使馆里，搜集当地市场情况，随时反映行情动态。局内机构庞大，组织健全，藏有各种图书资料，甚至美国各大城市的电话簿也有，要了解美国某一公司的情况，一查便知。它的图书资料对外开放，可供查询和索取，也可代为调查或协助联系工作。(2)企业本身设有坚强的调研机构。象华孚洋行就有一套健全组织，收集情报，很有经验，资料齐全，对第三世界一些国家市场情况，十分明瞭。英国亨利学院向我们介绍日本人在印度开办泡菜厂的情况：印度本地原有一家泡菜厂，因价格太高，产量无法扩大；日本想在那里再办一个厂，就派人进行调查研究，了解到当地农民只能花八美分的价格购买泡菜，于是日本人就开办一个厂，专门生产八美分价格的泡菜，适应农民需要。后来销路很好，产量大为提高。这些情况说明外贸要重视调查研究。

我国情况则不一样，不论是派在国外的人员或是国内业务人员，他们都比较偏重于搞具体买卖，主观上想多争取点外汇，但对调研工作还不够重视。今后要学习人家的经验，要搞专业调查。派到国外的人，每次了解一、二个问题也行，只要把情况调查清楚，不要出国一趟，心中还是无数。派去国外搞调研的人，要有专业知识，要懂外文，事先要拟定目标，定好计划，组织安排，通过一定关系，采取有效办法去搜集所需要的资料。在调研过程中，要善于分析，才能掌握真实情况。这次我们在国外参加了一些座谈会。座谈中有各种不同的观点和意见，介绍了多种情况，我们就要加以思考，弃其糟粕，取其精华，洋为中用，不能生搬硬套。例如我们在德国的时候，批发商讲中国对德搞出口贸易，最好通过他们起桥梁作用**因为：**(1)批发商能垫出资金，货款支付快；(2)他们有仓库，周转方便；(3)熟悉市场情况，可作耳目。而零售商店则认为与他们直接进行贸易好，因有些零售商例如大百货商店、大邮购商店在全国有许多商业网点，分支机构多，资金雄厚，实力强，与消费者直接接触，情况明瞭，销售及时，数量也大。西德的零售商的规模确是很庞大，我们参观了两家邮售公司，每年刊出的商品目录册达三百万册，附有图画，印刷考究，免费赠送。用户只需将欲购买的商品名称、货号及价格写明，邮寄该公司，即可收到所购商品，真是简捷便利。公司每天要收到几万封购货信，完全用电子控制，由电子计算机运算和通知发货，仓库发货也完全自动化，包装完毕就发送出去。纽伦堡邮售公司拥有全国百分之五十的客户。但商品售价昂贵，例如进货成本三角，售价高达一元，批零差价很大。这是因为商品价格半年不动，货币不断贬值；广告宣传及其它费用开支也很大，这些因素都要考虑在零售价格里。我国有些同志在这里看到零售价格这么高，就认为我国商品出口很容易，其实不知道它的进价是很低的。这样的邮售公司就希望直接从我国进口商品，不要经过中间批发商。这些问题我们就要深入地分析研究。我们的结论是对资信好、活动能力强的中间商要继续利用，但类似上述带全国性实力强的邮售公司，也可与之发生贸易关系，但经销商品品种要注意不发生矛盾。派人去国外当然也可谈业务、做买卖，但最重要的是要有意识地调查一些带根本性的情况。

现在外销搞工贸联合，调查研究也要工贸联合。派专业人员一道到国外去，实事求是地调查，找出差距，差距在哪些地方，差距有多大，都应直言不讳，据实反映。这样才能摸清情况，辨明方向，找出发展办法。

3.整顿和研究客户 我们应与主要客户建立正常联系，这是一个原则问题。对国外客户要进行选择，客户要相对集中和加以管理，这也是一个大问题。

在客户问题上也有不同的意见，就是国外推销网，是依靠我们自己的力量还是利用当地

的外国人？根据这次我在国外接触的经验，我觉得掌握国外市场情况以利用当地人为宜。例如香港的怡和洋行，总行只有几十个英国人，大量使用的是当地香港人。英国派驻德国的机构，多数也是雇用德国人，因为不利用当地人，就不容易深入了解情况。只有通过这些本地人，才能在当地开展贸易，打开销路。过去帝国主义在各殖民地培养买办，发财致富，就是利用这些买办。他们对主子很忠实，这是在资本家赚大利的情况下，他们也跟着发小财，因而有积极性。当然这还要善于利用，如果我们自己不精明，不熟悉，也可能是他们发大财，我们无多少利益可图，这就要通过实践来学会一套本领。日本在各地的外贸机构很多，也是利用代理商。前年日本派了几千人到瑞士去：（1）调查市场情况，了解消费者的需要；（2）找合适的代理人。在国外找代理人也要经过实验阶段，看是否合乎要求，适合的就利用，否则就不用。代理人既享受权利，也承担义务，要负责推销商品，遵守议定条件，按协商规则办事。我国与世界很多地区都有贸易联系，不可能每个地区都派驻外人员，即使有驻外机构，也还要利用当地人。因此怎样利用代理商，是我们应该加以研究的课题。我们现有的关系是小客户很多，拿上海来讲，约有二万外贸客户（其中可能有重复），但资金在一千万美元以上的只有几家，上亿的更少，恐怕只有一家。一些小客户的经营能力和资信很差，有利可图就钻营，无利就不干，极不可靠，我们容易受骗上当。所以我们必须对原有客户逐步进行整理并相对集中，从其中物色经营能力强，资信可靠的外商作为代理人，建立可靠代理关系。对于一些大户、大企业和大资本家，我们也要和他们经常保持接触，建立良好商业关系。

研究客户和整顿客户的同时，也必须解决客户政策中存在的一些问题。如果我们政策执行得不好，国外客户与中国作交易也很有顾虑。我国出口商品时有时无，有的商品今天交给甲商经销，明天却给乙商经销，甲商做好商品的宣传广告，乙商却享受成果。因此外商对经营我国商品，因为不是长期稳定的关系，有些戒心。在这方面的关系，国外比我们处理得好。他们与买办建立固定业务关系后，除非发现重大过失或丧失信用，总是始终保持密切关系。我们现在虽也发展了一些关系比较好的代理商，但只是将商品交给他经销，其他全不管，甚至连他的销售价格我们也不知道。他们从中操纵，获取暴利。一般出口商与代理商建立长期业务关系，利益总要双方共享。代理商必须经常向出口商用书面反映市场情况和商情动态；出口商也要经常访问了解代理商，并利用这条渠道，掌握国外市场行情。假如我们不了解代理商的业务活动，不知道他的销售价格，这种代理关系又有什么作用呢？

4. 加强企业经营管理，这是当前一个比较突出的问题 资本主义国家虽与我国制度不同，但一些管理方法还可参考。西欧的对外贸易，就国家的角度来讲，它是没有计划的；而从一个企业单位来讲，例如怡和洋行、西马克钢铁厂，它们的计划性是很强的，计划水平也很高。英国和西德对外贸易都是采取自由开放政策，国家不经营外贸，只抓两项措施：一是支持，一是管理。支持的重点是在资金和财政方面。西德是由国家银行（德意志联邦银行）将资金贷给德累斯顿银行，再由德累斯顿银行贷给外贸商人，利息低廉，一般企业不易借到。英国则有信用担保局。英商与国外成交后，就去信用担保局申请担保；经局方审查研究，一经认可，此后风险即由局方负责。这是既支持又管理。西欧虽采取自由贸易，因是私人经营，错走一步，即有亏蚀倒闭之虞。所以一般出口商仍是小心谨慎，不敢轻举妄动。

各公司企业经营外贸都订有详细计划。例如怡和洋行就订有近期、中期和远期规划：一是十年远景规划，一是三年的中期规划，还有当年业务计划。当年业务计划是根据各分行计划汇编的。各分行全年业务如何进行，营业额资金，利润等计划多少，均须报经董事会审查，一旦董事会通过，就成为指标和任务，必须按照执行。总行对分行是权力下放，具体业务上

不多加干涉，如何经营可自由安排。总行对分行进行监督管理，主要通过财务控制，董事会每天审阅报表，了解业务活动情况。怡和洋行每月开业务会议一次，经常召开电话联系会议，每三个月举行一次小结会议。他们工作紧凑简捷，办事利索，对利润上交、费用开支、基建进度等如发现问题，立即电话查询，了解详细情况，及时处理。

关于劳动工资制度，我简单提一下，就是国外因物价货币等关系，大小职工每年都增加工资，也还有职务提升。至于奖金，情况不一，设有奖金制度的公司也在打算取消，因他们的奖金是奖给经理等负责人的，与职工无关。公司采用经理负责制。有的公司下面设几个经理，分工负责；西德美最时洋行只安排一个经理，全面负责。工作抓经理，有成绩就奖励，出问题就撤职，遇有严重问题甚至解散这个公司。一个企业的领导很重要，南斯拉夫在这方面处理得比较好。抗战胜利后，铁托将老干部安排上大学轮流学习，懂得经济理论，精通经营管理，工作搞得很出色。一个企业负责人，如果不了解生产情况，不知道经营业务，不懂得具体商品，不熟悉市场情况，不懂得经济理论，他怎能指导经济工作呢？

三、培养外贸业务人材

西欧各国对培养业务人材都很重视，资本主义国家各有制度。怡和洋行每年招考二、三百名大学生，再从其中挑选四至五名拔尖人材，进行重点培养，有意识地安排他们去不同的工作岗位和不同的地区实习锻炼，使其对各部门业务和国外各地区市场情况都很熟悉，经过好些年的培养，然后调到总公司担任部经理或副经理这类职务。因此，他们的经理年纪都很轻，一般是三十多岁。英国亨利学院（也叫管理学院）培养管理人材，其中一种是招收大学毕业生，再进行八十四个星期学习，其中三分之一的时间听课，三分之二时间实习（资本主义国家很强调实习），学习结业后，就有资格担任经理职务。亨利学院在英国是很有地位的，国际声望也高。此外，英国还有市场学会，是一个带研究性的机构，在英国各地有会员，在全世界很多地方也有会员。会员要缴纳会费，该会经常为会员邮寄各地市场的研究资料，供参考学习，并定期举行考试，考试合格，也发给证书。这证书对今后工作职务也起资历作用。该学会实际是一行情学校，也是培养商业人材的机构之一。

西德培养人材的机构更多。青年在高中毕业后，未升入大学，在就业之前，都要进入专业学校学习。就是参加旅馆或饭店等服务性行业工作，也要先入专业学校学习。因为干各项工作都必须具有一定的专业知识，还要懂得行业的规章制度。饭店服务员也不简单，要懂得接待顾客的礼仪，问答规矩，餐具怎样放置，西餐如何上菜，都有定式，端出来时，鱼贯而上，很有秩序，到收菜时，整队跑出来，两边站好，再一齐动作。因此，参加工作之前，都必须经过培训，才可就业。如要改行，另干其他工作，就要到另一专业学校再去学习二年。他们不论哪种行业或哪一种工作，都有一定的学历规定和人事制度。至于对培养和使用干部以及高级管理人员，制度就更为严格。

西德有失业的人，失业者可领取救济补助金，拿工资的百分之七十。因有补助金可拿，有的失业者是否可以干脆不工作了呢？不行，有一条规定：两次分配工作不去，就取消救济补助金，否则反而助长不愿劳动的思想，培养懒汉。从表面看，西德的社会秩序和风气都还比较好，这可能与他们的经济生活稳定也有关。

西欧人士对业务学习很重视，人们都不断努力丰富自己的专业知识、青年人也不例外。法国一位部长将他女儿送到德国去学习，安排住在德国农民家中，并登报声明，他女儿在某单位一面学习，一面劳动。他们这样做主要是便于充分得到练习外文的机会。国外有些学生

生活也很艰苦，除努力学习外，星期日或寒暑假就去找工作。中国学生在西德也是这样。我也曾这样想过，除了在外贸学院和有关大学的专业学习外，是否也可派遣一些人员出国学习，象亨利学院也可考虑，学费和费用当然很昂贵，但我们可以把那些知识和办法学过来，加以研究利用，改进我们的工作。

我们对国外情况不了解，吃过很多亏。如对配额问题，我们就不很懂，可能吃了些亏。另外，我们对于一些国家和地区的法律规章也不熟悉，在进行贸易时常受到不应有的损失，因此及需派人到国外去学习，除了去学院和研究机构外，还可派人到一些大的企业和出口公司去学习。象英国伦敦出口公司，怡和洋行等都欢迎我国派人去学习。

外国人想和中国做生意，千方百计物色通晓中国情况的人，最近来的美国外宾，差不多每人都带了美籍华人来。例如某国××公司是一个机构庞大的企业，它物色了一名青年，此人是在中国出生成长，对中国情况熟悉，该公司就将他从外交部挖了过来，他们对这样的人是很珍视的。因此，我们也必须培养一批通晓国外情况的人才。当然，事物总有两方面，我们派人到国外去，也可能受到资本主义社会的不良影影和腐蚀引诱，但我们应相信绝大部分同志是能热爱社会主义祖国，洁身自爱的。我们只有掌握国外情况，才能顺利地同国外打交道或进行谈判。此外，我们还可以聘请国外专家教授来我国讲学，派出去，请进来，分头并进。我国一些曾去过国外的人，包括从前经营进出口贸易的资本家，后来再到国外与洋行企业接触后，也感到情况陌生，业务知识跟不上，不易对付。因为时过境迁，资本主义市场这些年来发生了巨大的变化，不到国外去看看是不知道的。因此，要搞好外贸工作，就必须了解国外市场情况，适应国外市场需要。必须把这些问题深刻研究，逐步加以解决，才能使我们的外贸工作对四化建设作出更大的贡献。

最后，我还要申明一点，在对外贸易工作上，我今天讲了不少资本主义国家比我们搞得好的方面，这不等于他们的社会制度和其他一切方面都是好的，也不是说我们国家对外贸易就一无长处，主要想通过对比，看到我们不足之处，引起注意，改进我们的工作。当然，引用国外的经验，要结合我国的实际情况来考虑，绝不能生搬硬套。

(上接第 11 页)

数学成绩划一个最低的杠子；或者按文科专业要求，数学成绩计入总分，而对外语成绩划一个最低的杠子。对学生所学专业的划分，也可对外语和数学的成绩作不同的要求：外语专业对外语成绩要求高些，外贸经济和业务专业对数学成绩要求高些。入学后高等数学对外贸经济和业务专业是必修课，对外语专业是选修课。这样，各专业有不同的侧重面，各班级内部学生的程度更整齐些，有利于提高教学质量，向各专业的深度发展。