

# 论建立我国社会主义对外贸易新秩序

沈根荣

我国长期以来学习苏联模式，实行高度集中的产品经济。在产品经济条件下，我国的对外贸易服务于产品经济，并构成我国产品经济的重要一环，因而对外贸易的传统秩序，不可避免地带有产品经济的种种特点。其主要表现可以归结为：

## （一）行政关系成为我国对外贸易传统秩序的基础

在高度集中的产品经济条件下，政府既是国民经济计划的制订者和经济活动的保证、监督、协调者，又是经营活动的组织和实施者。对外贸易的经营活动必须有政府的高度参与，才能保证外贸计划的衔接、协调和实施，因而政府成为对外贸易经营活动的主体，行政关系成为我国对外贸易传统秩序的基础。在对外贸易传统秩序下，政府通过行政命令的手段，自上而下地实施管理，对外贸易法律的作用不甚重要，企业只是政府的一个基层单位。从货源的调拨、经营商品的范围、出口的市场乃至价格的制订，均由计划确定，企业不能成为独立的经济实体。

## （二）对外贸易计划成为维护我国对外贸易传统秩序的中心环节

传统的产品经济以计划为中心，要求全部经济活动都要围绕着计划的实现、国内生产任务的完成而运转，实质上是一种内向型经济的模式，因而国民经济计划必然成为维护产品经济秩序的中心环节，成为确定我国国民经济各部门之间和企业之间关系的依据。同样，对外贸易计划便成为我国对外贸易传统秩序的中心环节。以内向型经济为主要特征的“调剂余缺”成为我国对外贸易的基本要求，成为制定对外贸易计划的出发点。

## （三）工贸脱节、单一经营是对外贸易传统秩序的必然特点

在产品经济条件下，生产和流通部门按条条管理，由计划和物资部门进行衔接和协调。生产部门只是根据计划安排生产，外贸部门只能出售按计划调拨的物资，这样，势必形成工贸脱节、农贸脱节、技贸脱节的关系。同时，为便于外贸部门同按条条管理的生产部门衔接与协调，在产品经济条件下，外贸企业也只能按大类商品分工的原则从事单一商品的经营，不能经营其他商品或从事其他业务活动。外贸同银行、保险、生产、运输等部门之间形成相互分离而又相互牵制的关系。

## （四）对外贸易传统秩序下通行的是不讲效益的单纯数量观念

在产品经济条件下，价值规律的作用被扭曲了，因而必然产生不重视价值，单纯追求产值的数量观念。反映在对外贸易上，进出口值增长与否，必然成为衡量一切观念和行为是否正确的准则。

上述传统秩序下的对外贸易的基本经济关系，对外贸易活动的行为准则和思想观念，显然是

不适应充分发挥市场机制作用的社会主义商品经济的要求的。

当前,我国正处于由产品经济向商品经济过渡的时期,产品经济的旧秩序尚未完全破坏,而社会主义商品经济的新秩序尚未建成。因而,我国经济摆脱各种对生产力的束缚,高速向前发展的同时,又产生了种种混乱、脱节、失衡的消极现象。作为我国国民经济重要组成部分的对外贸易,这一现象表现尤为突出。在我国越来越大的程度上参与国际分工,进出口增长速度远远大于生产发展速度的同时,对外贸易中不遵守国际贸易惯例,随意降低出口产品质量,任意违反进出口合同,抬价抢购、压价竞销等现象日趋严重,免毛战、珍珠战、蚕茧生丝战等不符合社会主义竞争原则的情况越来越多且日趋激烈。对此,我们应尽快研究和建立适应外向型经济的社会主义对外贸易新秩序,以克服上述消极现象,使我国对外贸易协调、均衡、稳定、有秩序地发展。

笔者认为,根据我国社会主义商品经济的特点,我国社会主义对外贸易新秩序的建立应包括下述内容。

### (一) 对外贸易法律的完善

在社会主义商品经济的条件下,政府对经济活动的参与作用已不能完全依靠行政命令,而必须利用社会主义法律的形式进行。社会主义法制已成为社会主义商品经济新秩序的重要基础。作为社会主义商品经济新秩序组成部分的对外贸易新秩序的建立,也同样有赖于对外贸易法律的完善。

我国社会主义对外贸易法律可分成两个部分,其主体部分是各种国内外贸法规,另一部分为我国参加或批准的经济贸易方面的一些国际公约或双边协定。当前我国首先应当抓紧《对外贸易法》的制订。对外贸易法是对外贸易领域的根本法,是其他任何外贸法规的立法依据,对于对外贸易新秩序的建立意义十分重大。在对外贸易法律亟需完善的情况下,对外贸易法的制订已到了刻不容缓的地步。随着外贸经营权的下放,我国有越来越多的企业成为经营外贸的企业。因此,当前还应积极制订《对外贸易企业法》,对外贸企业的职责、权利、义务及组成以法律的形式加以规范。此外,有关出口产品责任法、外汇管理法、涉外仲裁法、各种海关管理法规,以及有关进出口商品检验制度、许可证制度等对外贸易法规的制订和完善,也应及早完成。目前,我国参加的涉及对外经济贸易方面的国际公约并不多。在平等互利的条件下,积极参加各种有关的国际公约,以及和贸易伙伴订立有关双边协定,是外向型经济发展的要求,也是更大程度参加世界经济竞争的必要条件。因此,有关部门应尽快对各种国际公约加以研究,尽早加入有利于我国外向型经济发展的国际公约。

### (二) 对外贸易基本关系的理顺

我国外贸体制改革九年来,走过了进进退退、停停走走、收收放放的曲折道路。其基本原因是没有跳出产品经济的框框,未能理顺对外贸易的各种经济关系,过多在行政性分权上作文章,从而出现了以条条或块块的行政隶属关系为背景的盲目竞争等消极现象。实践证明,不顺我国对外贸易的基本关系,社会主义对外贸易新秩序就无法建立,对外贸易体制的改革也不可能取得成功,甚至可能阻碍我国对外贸易的发展。

当前,我国对外贸易方面的主要经济关系有:行政部门与外贸企业的关系,中央外贸与地方外贸的关系,沿海与内地的关系,内外贸关系,出口生产企业与外贸部门的关系。理顺政企关系主要是理顺外贸行政管理体制和企业运行机制,实行彻底的政企职责分离。外贸企业应成为自负盈亏、独立经营的经济实体,而不是行政部门的附属物。中央和地方均是对外贸易的行政管理部

门,两者的关系应分别是:中央行政部门负责制定近期和远期的对外贸易指令性计划和指导性计划,制定各种对外贸易管理制度,负责对全国对外贸易活动的指导和协调;地方行政部门主要任务是实施中央制定的外贸计划、政策和管理制度,负责指导和协调该地区的对外贸易活动。不允许地方对中央制定的外贸政策和计划有任何抵制、背离或自行其是,但可在职权范围内根据当地的具体情况作适当的调整。沿海同内地的关系应是伙伴关系与协作关系。内地与沿海都承担着出口与进口的任务,但是,由于沿海工业基础较好,劳动生产率较高,又有港湾运输的便利,同海外市场的联系也比较多,因而具有一定的比较优势,应是我国对外贸易的重点和优先发展的地区。但沿海主要是加工工业,原材料缺乏,因而又需要内地在原材料和货源方面的支持,沿海也承担着支援内地,帮助内地发展对外贸易的任务。内外贸关系主要是国内外市场货源分配的关系。内外贸关系应在符合比较利益的基础上,以满足国内消费需求和国内经济发展的需要为出发点,分配内外贸的货源,而不应是盲目的互相争夺货源的关系。外贸企业间存在着发展我国对外贸易,扩大出口创汇的共同利益,因而它们之间理应不存在互相竞争的关系,而是协调和共同对外的关系。那种以国内的外贸企业为竞争对手的做法只能破坏社会主义对外贸易的秩序,搅乱自己的阵脚,影响国家的整体利益。出口生产企业同外贸企业间的关系应是紧密结合、相互依存的关系。生产企业为外贸企业提供符合出口要求的商品,而外贸企业则为生产企业提供出口销售市场。只有理顺了这些对外贸易中的基本关系,以及其他各种经济关系,才能确立正常健康的社会主义对外贸易新秩序。

### (三) 社会主义对外贸易协调系统和制衡系统的建立

在社会主义商品经济条件下,对外贸易的协调系统和制衡系统,首先是经济杠杆,如利润、税收、汇率的作用,应该以经济利益为动力驱使外贸企业在正确的轨道上运行。此外,还必须重视法律手段的作用。社会主义对外贸易法律规范着外贸企业的运行,社会主义法院和仲裁机构可以随时纠正外贸企业的失误、偏离,以及外贸经营秩序的混乱。同时,并不排斥行政手段的运用,行政部门的间接指导和制定的政策,是使社会主义对外贸易新秩序不发生混乱的必要保证,那些否定行政手段作用的做法,其结果只能是自乱阵脚。随着行政管理职能的逐渐消失,外贸协会的协调作用更为突出,因而必须加以更深入的研究和运用。总之,由经济、法律、行政手段以及外贸协会等机构所组成的对外贸易协调系统和制衡系统,保证了社会主义对外贸易的正常运行,是社会主义对外贸易新秩序的重要组成部分。

### (四) 正确的对外贸易行为规范的确立

符合社会主义商品经济要求的对外贸易行为规范也是社会主义对外贸易新秩序的重要内容。机关、企业和个人自觉遵守这些行为规范是保证社会主义对外贸易正常秩序的必要条件。我国外贸企业应该遵守的对外贸易行为规范主要有:(1)公平竞争的原则。市场竞争必须是公平竞争。公平竞争就要求外贸企业都处于同一条起跑线上。地区与地区之间在对外业务活动中可以有政策上的差别,以利于对外竞争;但对内,在地区与地区之间,则应维持各种条件的基本平等。对利用政策上的差别,不择手段(如抬价抢购,压价竞销)以获取利益的任何地区、部门、企业和个人,都应以予以制裁,以维护公平竞争的原则。(2)兼顾国家、企业和个人利益的原则。对外贸易活动涉及的不仅是企业的利益,还涉及国家和个人的利益,因此,必须兼顾三者的利益,只顾任何一方的利益或忽视任何一方的利益,都是违反对外贸易行为规范的。(3)统一对外的原则。面对高度集中

(下转第34页)

市场营销的基础在于跨国公司经营的本身，形成国际市场营销学的决定因素是世界资本主义市场上营销活动的变化与发展。”因为国际市场营销活动是企业跨越国境向多国市场扩展的经营活动，它促使市场营销技术在国际间得到普及。在此过程中，跨国公司发挥了十分重要的作用，这可从两方面来分析。

(1) 跨国公司的发展使企业的对外直接投资的比重增高，从而使国际市场营销的内容多样化、丰富化。由于海外直接投资包括的内容较多，如兴办独资、合资企业，把国内的生产线转移到国外，在国外当地进行生产和销售等，因此企业的营销规模较之单纯从事出口贸易的营销规模要大得多，复杂得多。一般来说，正是跨国公司对国际市场的广泛知识和有效的营销技术，才使它们的国际化经营获得了成功。

(2) 跨国公司是在寻求与开拓国际市场并在企业内部确立合理分工体制的前提下展开经营活动的，这无疑给国际市场营销活动带来极大的影响。跨国公司并不只是单纯地建立海外企业，并进行生产和销售的，而是旨在谋求经营资源的合理配置和经营机构的有效运转，它

是有计划有组织地建立和扩大海外生产、销售基地以及研究开发机构，使企业整体在国际市场营销中获取最大限度的利润。

因此，把研究国际市场营销学同研究跨国公司的经营战略相结合，有助于我们加深对国际市场营销理论的认识，同时也有助于我们借鉴外国经验，促进我国企业国际市场营销活动的展开。

### 三、国际市场营销与国际贸易及国际经济合作的关系

当前，我国沿海地区正在积极发展外向型经济，实行大进大出、两头在外，参加国际交换与竞争。要开展这一系列活动，必然要求我们企业树立经营国际化的观念，国际市场营销也必然为越来越多的企业所注目。但是，由于国际市场营销学在我国还是一门引进不久的学问，在理论和实践上有许多迫切需要我们解决的问题。

众所周知，“国际贸易”一般是指传统的国际间商品转移。而当前国际经济活动，已从国际贸易发展到国际经济合作。所谓“国际经济

---

(上接第 31 页)

和垄断的国外竞争对手，我国外贸企业应该集中力量，统一对外，以保证获得社会主义对外贸易的最大利益。任何破坏统一对外原则的行为，都是对社会主义对外贸易新秩序的扰乱和破坏。(4) 讲究效益的原则。效益包括宏观经济效益和微观经济效益。如果国家的宏观经济效益受到了损害，即使企业取得了较好的微观经济效益，仍是不符合社会主义对外贸易效益原则的。(5) 重合同守信用的原则。重合同守信用是国际贸易中通行的原则，也是我国社会主义外贸企业长期以来所遵守的原则。近年来，不少外贸企业对这一原则有所忽视，违反合同，不守信用的现象屡有发生，这对我国外贸企业建立稳固、可靠、互利的客户队伍，不断扩大国际市场是不利的，因此，任何外贸企业都必须认真遵守重合同守信用的原则。

社会主义对外贸易新秩序能否建立是关系到我国对外贸易的发展，外向型经济的建立和外贸企业走向世界的关键。社会主义对外贸易新秩序的建立是一项系统工程，需要作出艰苦的努力。抓紧对这一课题的研究，尽速建立起社会主义对外贸易新秩序是我们每个对外贸易理论工作者和实际工作者的重要任务。