

瞄准欧美市场，积极发展与 乡镇企业的横向经济联合

李 兴 开

一、传统的轻工产品出口市场——第三世界正在变化

长期以来上海轻工产品出口的一个显著特点是第三世界国家和地区占比重大，达一半以上，而欧美比重却很小，美国仅1.1%。由于我货档次低、价格廉，比较适合第三世界低收入、低消费这一层次的需要，因此历年来东南亚、非洲、中近东就成了我们的主要贸易对象，构成了上海轻工出口的传统市场。但近几年来，我上述传统市场正在萎缩：中东产油国由于石油价格暴跌和他们保护民族工业自身的需要，采取了提高进口关税和限制进口的措施。这样就大大阻碍了我对这些国家的出口。例如，1984年我对阿尔及利亚出口高达六、七千万美元，而去年却下降到几万美元，几乎退出了市场；再如，伊拉克和伊朗原是我主销市场，由于两伊战争，使我出口大受影响；东南亚地区近年来随着其轻工业的迅猛发展，过去本来依靠进口的轻工业品一跃成为出口产品，成了我们的竞争对手；非洲等其它第三世界国家，由于国际市场上初级产品价格下跌，他们普遍面临着严重的经济困难，外汇短缺，债务增加，支付能力受到了很大制约。尽管他们仍然对我产品感兴趣。但手中无钱。当前世界贸易发展趋势

表明，初级产品前景不妙，价格继续看跌。第三世界国家都是初级产品出口国，这将进一步加剧他们的财政困难，影响他们的进口支付能力。综上所述，我出口的第三世界市场正在萎缩，朝着对我们不利的方向发展。对此，我们必须予以应有的重视，并须采取相应的措施，进行出口地区的战略转移。

二、欧美是日用轻工业品进口的最大市场

我对欧美出口比重甚小，而欧美恰恰是日用轻工业品进口的最大市场，特别是美国是当今世界上最大的消费国家。近年来，随着世界科技革命的兴起，欧美国家正在调整产业结构，工业生产不断向技术密集型和资本密集型发展，而劳动密集型产品则越来越多地依靠进口。日用轻工业品与人们生活息息相关，但生产起来却费时费力利薄。因此，美国已把这种工业视为“夕阳工业”而关、停、并、转，国内所需，进口解决。1980年，美国进口日用轻工业品276亿美元，1984年增加到448亿美元，1986年又增加到637亿美元，占全世界日用轻工业品贸易额2,000亿美元的四分之一强。美国市场有两个显著特点：一是市场容量大，需求范围广。美国地广人众，人口已超过2.43亿，每年尚有大批移民移入，而且从整体上看，美国又是一

第×条 根据甲方在协议执行期间所拥有或控制的、且有权授予许可的专利，授予乙方一个非独占的、不可转让的许可，用以制造某种产品，供本地区使用和销售，并在××、××(出口国家)出售。

必须指出，许可协议、技术服务、技术顾问咨询协议的具体条款，是各式各样的，它取决于技术输入和输出双方的政治、经济、法律条件，取决于技术贸易买卖的对象、内容和谈判结果，不可能一一细说。

一个高收入高消费的国家。由于美国具有多民族，多种族和贫富不均的特点，就构成了不同层次的消费群，因此，各种档次的消费品都有销路；其另外一个特点是，市场竞争十分激烈。由于美市场容量大，又可以自由进口，因此，吸引了许多国家和地区的厂商向美国竞销。从总的情况看，高档货如音响设备、摄影器材、钟表等主要来自日本，中低档货主要来自台湾、香港和南朝鲜。据海关统计，1986年日本对美出口轻工业品249.7亿美元，台湾省、香港、南朝鲜对美出口204亿美元，其中台湾一家就达114亿。美市场上的竞争是多方面的，不仅在价格上，而且表现在产品规格、质量、花色、品种、付款方式、交货期及售后服务等各方面。总之，谁的条件对顾客有利谁就可以占领更多的市场。西欧轻工业品市场基本与美国雷同。我对欧美出口所以上不去，主要是因为产品竞争力不强，市场的适应性较差，无论在价格、质量、花色、品种、包装装潢、交货期及服务上，都远不如日本、台湾和南朝鲜。现对我有利的是，由于台湾、香港、南朝鲜对美贸易顺差的剧增，美对其进口采取了限制措施，去掉了他们享受的优惠关税待遇，同时施加了压力，迫使日元、台币等大幅度升值，从而大大削弱了日货、台货、南朝鲜和香港产品在美市场上的竞争能力。这就为我产品进入美市场打开了方便之门，而美商也转向我订货，正好构成了一个“两厢情愿”的有利局面和难得的机遇。去年九月份在纽约举办的“上海产品展销周”上，我们就接到了很多有关小五金、不锈钢器皿、自行车、玻璃器皿等订单。能否抓住这一良机，把我日用轻工业品对欧美出口搞上去，关键所在是要看我能否提供适销对路的产品，及时满足市场上的需要。

三、必须根据欧美市场需求安排生产和销售

要能提供欧美市场适销对路的产品，就要根据欧美市场的特点和需求，按照各类用户和不同消费群的胃口，安排生产，做到市场需要

什么，我们就生产什么，销售什么。要做到这一点，首先要建立和完善生产出口体系，改善以出口为导向的外向型企业。由于欧美市场对日用轻工业品需求范围广，层次多，加上西方一般人均爱赶“时髦”和追求“新奇”，因此，要求品种多、批量小、交货快、服务好，使质量和价格均具有竞争性。这就要求我们的生产出口型企业具有多品种、小批量、掉头快的市场应变能力。这对于国营大中型厂家来说是难以办到的。因为国营大中型企业生产规模大，产出投入大，所以一下子要搞得很活是有困难的。面对这种情况，我们必须积极发展横向经济联合，与更多的生产企业，特别是与乡镇企业联合，这是达到上述目的最有效的途径。

四、乡镇企业船小调头快，对欧美市场要求有较强的应变能力

乡镇企业一般都是中小型企业，船小调头快，对于欧美市场上所需的多品种、小批量、交货快的要求有较强的应变能力；乡镇企业一般都比较关心技术进步，注意开发新品种，这对满足西方人“喜新弃旧”心理是很有利的。实践证明，乡镇企业已成为发展对外贸易的新生力量。例如，上海文体、家纺、工艺、服装等公司，他们率先抓了这方面的工作，现已尝到了甜头，初步形成了自己的生产基地，相当部分的出口货源已由这些乡镇联营厂提供。最近，赵紫阳同志在上海等沿海地区视察工作时指出，上海等沿海地区要面对国际市场，发展外向型经济，要把原材料供应和产品销售市场这“两头”，主要靠国内转到广阔的国际市场上，也就是从“小循环”、“内循环”，转为“大循环”、“外循环”，搞“大进大出”，还特别指出了乡镇企业是出口创汇的生力军。我们务必抓住当前有利时机，加速进行出口地区战略转移，瞄准欧美市场，积极发展与乡镇企业的横向经济联合。

五、积极发展与乡镇企业的横向经济联合，扩大出口创汇

瞄准欧美市场，发展 （下转第55页）

奈何,但我国的中草药具有独特的功效。因此,我们应该充分发挥这一优势,努力发展具有中国特色的中草药牙膏,以吸引客户。目前可行的方法有两种:

(1) 将含有中草药成份的内销产品,经改进提高后,以“美加净”牌号进行外销。例如,“中华”药物牙膏含有中草药草珊瑚,具有防止牙龈出血、消除口臭的保健作用,可以把它的质量进一步提高,以适应国外市场的需要。

(2) 在目前外销的牙膏中,增添中草药成份,使其的保健作用更趋完善,藉以提高竞争能力,如在“美加净”双氟牙膏中增添中草药,加强牙膏的防龋功能。

3. 开发新颖的包装容器

铝塑复合软管是六十年代出现的新颖容器,其化学稳定性好,造型美观大方,并具塑料管和金属铝管的特性。近年来,美国、日本、瑞士、联邦德国等都在迅速发展这种软管用作牙膏容器。据1984年资料分析,以铝塑复合软管为容器的牙膏产量约15亿支,占全球牙膏总产量45亿支的三分之一,现估计约达40%以

上。美国、日本、澳大利亚、南朝鲜50%以上的牙膏采用铝塑复合软管。生产铝塑复合软管,提高“美加净”牙膏容器质量,是增强竞争力的重要措施之一。我国的铝管的制造工艺,配套生产设备,虽比制造铝塑复合管成熟,相对成本也低,但从消费习惯和产品售价两个方面分析,铝管牙膏在相当长一个时间里,国内市场还是大的,而国外市场则逐步缩小,或是卖不起好价格。随着铝价不断上涨,廉价优势的丧失,以及我国石油、塑料工业的发展,铝管为铝塑复合管取代将成定局。

4. 改进外包装

外包装还存在着锁口不牢现象,这需要厂方尽快进行设备更新,完善工艺予以解决。牙膏是进入口腔使用的,近年来,越来越多的国家对进口牙膏的卫生管理制度更加严格,在一支装盒上要加印牙膏膏体所含的主要成份,使用户有卫生安全感。另外,国外消费者多以打盒为单位购买牙膏,因此,打盒外观造型、图案设计十分重要,我们应不断借鉴国外经验,加以改进,使之符合国际市场的需要。

(上接第53页)

与乡镇企业的横向联合,首先要在对欧美市场进行认真细致调查研究的基础上,确定重点发展商品。欧美市场对日用小五金、玻璃器皿、搪瓷、不锈钢器皿、家用小电器、自行车及零配件等需求量大,而且台湾、香港、南朝鲜正在失去原有的竞争性,我们应该重点先发展这些商品。其次,要选好联合的合作者。一般说来,上海郊县和江、浙沿海地区的乡镇企业技术力量强,劳动素质好,交通便利,生产出口产品积极性高,是我建立出口基地的好地方。另外,也可以和内地有条件的乡镇企业发展横向联合。在联合中,一定要坚持在双方自愿互利的原则基础上,采取大家都乐意接受的形式。实践证明,贸工(农)联合投资、联合办厂、相互参股、

合作生产是行之有效的好形式。要注意利用国营大厂的技术力量,主动和科研部门、高等院校结合,依靠技术进步,增强出口创汇能力。上海轻工业品进出口公司已在崇明建成了电风扇、不锈钢器皿等联营厂。崇明条件好,应作为基地,筹建更多的联营厂,然后将所有的崇明联营厂再推向进一步的联合,最后形成上海轻工业品进出口公司在崇明的联合分公司,直接对外开展业务。其它郊县也可仿效崇明的作法,积极发展横向经济联合,相信经过几年的努力,我们就可以形成以欧美市场为导向、贸工(农)联合组成的负责生产、出口、科研、服务等各个环节的有机网络,使轻工产品出口有一个较大幅度的增长。