

“美加净”牙膏出口已经有廿多年的历史，出口金额不断递增。今年出口创汇已超过1,000万美元，提前完成和超额完成了第七个五年计划制定的出口任务，从而使该商品在上海轻工出口产品中创汇额名列前茅。

(一)

轻工产品是我国出口的大宗商品，但上海的“美加净”牙膏在1980~1984年间出口金额一直徘徊在300万美元左右。其原因是品种单调，规格只有三个，客户选购的余地较少；且膏体质量流变性差而硬，在口腔内不易溶解，甚至部分会掉出口腔。为了改变这种状况，工贸共同制定了“七五”（1986~1990年）出口计划，提出外贸提供信息，工厂研制开发新品种；外贸加强推销、开拓新市场的工作打算。经工贸双方努力，1985年试制成功“美加净”双氟牙膏，并投入生产，使当年“美加净”牙膏的出口达435万美元，较上年出口增长40%。根据国际市场对牙膏的需求，在发展双氟牙膏的基础上，又开发了具有保健效果的“美加净”系列牙膏：在原来的“美加净”牙膏中，加入丹皮酚和氯化锆，成为“美加净”特效牙膏，它具有脱敏止痛功效；加入单氟磷酸钠和氯化钠，成为“美加净”双氟牙膏，它具有预防蛀牙之功效；加入柠檬酸锌和氟化钠，成为“美加净”超洁牙膏，它具有减少菌斑，抑制牙石形成之功效。美国大力士公司、联邦德国迪高沙公司和基利士公司对“美加净”牙膏进行了检测，对“美加净”双氟牙膏的光亮度、均匀性、条状性都很满意；“美加净”超洁牙膏光亮度、均匀性、条状稳定性稍逊，但有较好的铜耗值。“美加净”超洁牙膏和双氟牙膏与美国 Colgate 和 Crest 牙膏比较，其流

加强工贸结合，促进「美加净」牙膏出口

孙泽禧

变性能基本一致，在同一剪切应力下具有相同粘度。经联邦德国基利士公司测试，“美加净”牙膏磨擦值符合英国 BS5136 (1981 年) 标准，质量与美国名牌产品 Crest 和 Colgate 相当。因此，在两年时间内我们发展的三个品种、九个规格的新产品，在国际市场上具有一定的吸引力。同时，我公司积极开拓市场：物色资信好、经营能力强的经、包销代理商；对外商订货

数量不论多少，要求繁异，交货期如何紧迫，都尽量满足，并认真履行合同；此外，还在罗马尼亚、民主德国、匈牙利及古巴等国打开了销路。这样，加上港澳、东南亚、中东、非洲、北美等市场，“美加净”牙膏共销往 30 多个国家和地区，使出口额在 1985 年达 435 万美元，1986 年达 575 万美元，1987 年达 883.2 万美元，1988 年预计可达 1,200 万美元，较 1985 年出口实绩递增 175%，在轻工产品中名列前茅。

(二)

展望未来，“美加净”牙膏出口业务有着广阔的前景。下面就“美加净”牙膏如何不断增加出口创汇，提出一些看法。

1. 进一步提高“美加净”牙膏的质量

现在生产的“美加净”牙膏质量虽与美国 Colgate 及 Crest 牙膏相当，但还存在着一定的问题，如膏体稠度不仅有波动，而且带有微量黑点，白度较差，客户认为不太卫生。为此，工厂必须抓好工艺卫生，强化检验手段，进一步提高质量。

2. 发展具有中国特色的牙膏

我国的中草药在国际市场上享有盛誉。据有关资料报道，目前西药对国外一些疾病无可

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。