

关于发展我国藁草制品对日出口的十点意见

李
锋

藁草是日本国的传统消费产品。以榻榻米为主的藁草制品,在日本市场上每年约有三亿美元的'销售量。近十几年来,随着日本经济的发展和产业结构的变化,传统的日本藁草种植与生产已逐步减少。我国就在这种情况下,于十几年前开始了藁草的生产与出口。1988~1989年,我国藁草制品对日出口约为350万~400万条,销售金额约为1,400万美元,仅为日本全年需求量的7~8%。应该说,这个发展速度与比例,对日本国来说,是比较合宜的。但是,近几年来,由于国内“藁草热”带来的盲目发展,剧烈竞争,导致产品质量一直处于低水平;加上日本藁草市场疲软,日本对中国出口藁草制品的竭力抵制与日本商人对我出口产品的严重压级压价,使我国藁草生产和出口进入最为严峻的时期,搞得不好,藁草这只很有发展前途的二类出口商品极有可能寿终正寝。现结合我国藁草生产和出口存在的主要问题,就如何拓展我国藁草制品对日出口问题提十点意见,供有关部门参考。

一、尽快制订全国性的藁草对日出口中、长期发展规划

我国目前藁草生产和出口中最大的问题是无全国性的中、长期发展规划。笔者所说的藁草发展规划,并不单单指种植面积,出口数量、生产管理等,而且还包括对日本市场的预测、该产品的生命周期等。须知日本的经济是充分自由竞争的市场经济,各类产品极大丰富;日本民族又有极强的民族自尊心,任何商品向日本渗透都不是一件容易的事,象藁草这种日本传统产品更是如此。为此,必须在对日本藁草市场作

全面考察和分析的基础上,制定出我国藁草生产和出口的中、长期发展规划。在这个规划里,除了应分析日本藁草市场现状、发展趋势、该商品的社会价值及生命周期外,还要研究我国藁草的发展步骤,制订出三年发展计划,五年发展目标,十年发展战略。此外,还要规划全国藁草发展的布局、发展的重点区域、先进技术的引进和学习等等。总之,要使这个规划作为全国藁草发展的总纲。

上延长商品的生命周期,增强商品的竞争能力。四是提高外销人员的营销素质。现代营销学要求营销人员具有熟悉商品的专业知识;有接近人和说服人的能力,有锲而不舍的工作精神等素质。根据我国国情,还应具备以下知识和才能。第一,掌握我国对外贸易的理论和方针政策。第二,有一定的组织协调能力,能在较大范围和较深程度协调好海关、银行、商检、保险、工商、税务、外运等各行各业的工作,保障和加速出口工作的顺利进行。第三有调查研究和综合分析的能力。善于在出口推销过程中调查贸易行情,及时掌握商品动态和变化趋势,为企业领导的经营决策提供依据。目前,外销人员普遍存在素质偏低的倾向,企业领导要作为一项长期任务加强对他们的培养和锻炼,以使“人员促销”手段的运用,也有一个明显的提高。

二、从宏观上加强对蔺草生产及出口的管理和协调

建议组建全国蔺草协会和成立融科研、生产、出口一体的蔺草集团总公司，统一制订蔺草生产、出口规划，统一协调价格和对外销售，统一政策，统一做法，以形成群体优势。既发挥集团总公司的宏观控制、协调、指挥、监督作用，又发挥各专业公司的自主经营和独立核算的积极性，以使我国蔺草生产和出口能在计划指导下，按市场规律稳步健康地得到发展。

三、治理好蔺草经营环境，严格实行许可证管理制度

国家有关部门确定，蔺草及其制品系二类出口商品。蔺草及其制品只能由中国工艺品进出口总公司及浙江、上海、江苏、湖南、湖北、安徽、四川、福建、宁波等九个口岸的工艺品进出口公司经营，任何其它单位一律不得经营。并且规定对蔺草及其制品实行出口许可证管理，由上述九个口岸所在的省、市经贸厅(委)发证。应该说，蔺草的经营环境是可以治理好的。但是，由于诸种原因，经贸部的这一规定未能得到很好执行，出现多家经营、多头竞争、跨地区抢购、跨地区代理、出口价格不统一、经营秩序极端混乱的状况。建议经贸部组织一个专门小组对各省、市执行国务院和经贸部关于蔺草管理的有关规定进行检查，彻底治理一下蔺草经营秩序。

对于蔺草的中外合资企业经营问题，应再次重申：因蔺草及其制品属于二类商品，所以不得再搞中外合资。对以前已搞的，必须强调在其注册地应有自己的原料基地和工厂，不得跨地区收购产品和去外地设厂生产，而且，中外合资企业在计划上必须纳入当地经贸委管理，在出口价格管理上必须接受商会指导，应与当地专业公司协调。

四、调整生产布局，严格控制种植面积，控制生产数量，避免盲目发展

尽管我国蔺草生产目前尚处于初步发展阶段，但种植面积的无计划性和生产的盲目性，则已明显地暴露出来。表现为：1. 种植面积扩展幅度过大，近二、三年来，每年递增约 30%。2. 蔺草的年度产量不平衡和无法控制。例如，1985 年我国蔺草原料大量库存，无人问津，1988 年则出现严重不足状况，而 1989 年又供过于求。3. 各地区的种植面积与编织机不配套。为此，建议在国家有关部门统一安排下，在广泛调查研究的基础上，调整生产布局，严格控制种植面积和生产数量，实行生产、经营许可证制度，未经批准的工厂一律不得经营蔺草制品生产，严格控制发展新厂、新增编织机台数，保证使条件较好的重点产区发展。

五、下决心提高蔺草质量，牢固树立“以质取胜”观点

日本对榻榻米的需求，每年约为 4,800 万~4,900 万条。由于我国蔺草制品的质量一直处于低下水平，因此，目前在日本市场疲软的情况下，我国产品更不受日本消费者欢迎。在日本，消费者的意识是质量至上的。一个商品能否被日本消费者所接受，关键是该商品的质量和它被消费者认可的程度。作为一个需求多样化和经济发达的国家，商品价格的便宜与否并不是消费者考虑接受商品的主要因素，而商品质量的好坏才是销售成功与否的关键。所以，我们应该狠下决心，努力提高商品质量，争取在 3~5 年内达到日本的质量水平。这样，蔺草这只商品才能在根本上具有发展前途。

六、努力学习日本国的生产经验、加工技术和管理方法

我国蔺草在种植生产、加工技术方面，尽管经过十来年的学习与摸索，但仍然大大落后于有丰富经验的日本。具体来说在蔺草种植、田间管理技术；蔺草染土、干燥处理技术；蔺草制品加工技术

这三方面存在着差距。

为此，我们必须在前几年引进日本设备技术的基础上，着眼于日本藁草生产管理“软件”上的学习。当前，除适当地再引进一些烘干机、喷色机等关键性设备外，应把重点放在学习日本生产、种植经验，加工技术和管理方法上，加强对引进经验与技术的吸收、消化、推广与创新工作，把日本成熟的藁草生产、加工技术真正学到手。外贸、工厂与农技站应花更多的投资来推广和学习日本国的生产经验。

七、要花力气搞好日本藁草市场的调研工作

日本市场是一个自由竞争的市场，又是一个变化多端的市场。为此，我们一定要花大力气来搞好日本藁草市场的调研，作好市场预测。全国性的藁草集团公司可考虑派出3~5名代表长驻日本各地，随时搜集日本藁草信息资料，及时了解市场的供求关系，预测市场的未来，及时反馈信息，并寻找一切对我有利的贸易机会，以求发展和扩大我国藁草制品对日本国的出口。

八、大胆地选择日本经销代理商

在日本的藁草销售环节中，经销商（即批发商）占有极其重要的地位，所以，我们一定要物色和选好经销商。好的经销商，不但有经营能力，有销售渠道，有经营资本，能将我们的产品推销到日本消费者手中，而且本人还有种植经验、加工经验和生产管理经验。由于他们自身的利益，他们与日本农民不同，会将经验传授给我们，并帮助我们提高产品质量，这对我国藁草现阶段的发展是非常重要的。为此，在经过以往几年的销售实践之后，我们应该有重点地选择一批日本经销代理商，并与他们建立真诚的友好合作关系，让他们得到好处，提高他们经营中国藁草制品的积极性。

九、稳步发展，避免过份刺激日本农民，采取“温和竞争”策略

根据日本市场的现状与历史，在我国藁草对日出口策略中，采用“温和竞争”的原则较为合宜。即：我国自动控制藁草生产的速度、出口的数量与增长的幅度，不过份地与日本农民竞争，让日本农户在自愿的基础上，根据价值规律原则，自动地转移生产，转移经营投资，逐渐把藁草这块市场让我们经营。这样做，对双方都有好处，既可以避免双方贸易之间的争执与矛盾，也可以避免日本政府对我产品的限制。

十、进一步开拓国外市场和开发新品种

随着日本经济的发展，现在有不少日本人移居欧美各国。他们到了国外，带去了本国的风俗习惯和生活用具，这样，势必影响周围环境。而对于目前崇尚时髦的外国人来说，在家庭布置、陈设方面多了一套榻榻米，仍不失为时尚和雅观。所以，欧美人现在也有需要购买榻榻米的。一位法国客人就曾说起过此事。这就为我们开拓新的市场开阔了眼界，为今后榻榻米发展提供了新的市场信息。此外，现在日本人正在大力研究藁草新品种的开发，正在朝藁草工艺装饰品、床上用品、礼品、用具等方面发展。这几年国外一些市场上畅销沙滩蓆、印花蓆、三折蓆等，我们应随时了解这些情况，摸清市场脉搏，跟踪市场动态，不断改进生产工艺技术，不断开发新品种，为藁草及其制品能在更广阔的国外市场上获得销售成功。