

世界经贸发展的趋势表明,质量问题是产品能否进入世界市场并取胜的一个决定性因素。在国际市场上有竞争力的质量标准是什么?我国出口商品质量差的原因究竟是什么?达到怎样的质量标准,才能稳操胜券?等等,我们只有真正弄清了上述问题,才能使“以质取胜”这一人人皆喊的口号,变成可操作的具体奋斗目标。

一、有竞争力的质量标准的内容

任何商品的质量,都取决于其使用价值的大小和使用过程的实际效能,即满足社会需要的适应性与重要性。我们通常所说的“质量第一”、“质量就是效益”、“质量是企业的生命”、“质量是国际市场的通行证和提高商品价格的法码”等等,仅是讲了商品质量的重要性,没有全面科学地说明当代商品质量观的精确含义。

当今国际标准的表述:质量是产品过程或服务满足规定或潜在要求的特征和特性的总和。它符合 1990 年 5 月召开的第 8 届世界质量大会提出的主题“全面质量——国际最紧迫的问题”,以及第 34 届欧洲质量组织(EQO)年会指出的九十年代的质量竞争将比八十年代更趋于公开性、紧迫性和全球性估计。所以“全面质量”是“有竞争力的质量标准”的概括与核心。

产品精良为世界所公认的日本的质量观念是:①设计质量与制造质量并重;②实物质量与服务质量并重;③实物质量又分为“理所当然的质量”与“富有魅力的质量”。所谓“富有魅力”,是指含有满足用户潜在要求的附加质量,厂家对产品质量要想在用户前头。目前,日本企业界就是按上述质量标准为目标组织全部产品的生产。

还有一种解释,即“全面质量”不是“书本含义”,而是“目的含义”。认为九十年代的“全面质量”,应从以下几方面理解和把握:首先,质量不是单一技术部门或意识计划,必须是生产企业和供应商、顾客为一体的系统实施过程,应由顾客来认可;其次,企业达到“目的质量”的途径是以顾客为向导,把每个人组织起来,建立畅通无阻的全面质量管理体系;再次,连续不断的质量改进过程中,要求广泛而有效地采用新的科学技术的管理技能;最后,服务质量的改进和产品质量的改进同等重要等。

综上所述,我们认为,有竞争力的商品质量标准的基本特征是:①质量是全球商业竞争的焦点,必须把商品质量标准定在“世界级先进”;②商品质量的适用性和安全性,应由顾客来认可,而不是厂家和检验监督部门;③质量标准的实现,要靠全企业,全社会的共同努力。

把出口商品质量标准提到这样的高度来认识,是国际、国内客观经济发展的需要。从国际市场上看,任何产品的竞争;归根到底都是质量之争。预计九十年代,人们在追求名牌产品时会更多地认为:多花点钱没关系,主要是买个“放心”。这种世界级先进的商品质量标准,使一些国家的全面质量管理正在向两个方向发展:一是向广度发展,从企业界向全社会过渡,扩展到各行各业,把销售服务推进到了产品使用的全过程;二是向深度进军,高度重视用户的期望和新产品的开发,强化源流管理,提高设计质量,使产品有个高起点,要求产品不良率不得超过百万分之一。

我国与世界许多国家的经济发展与消费趋势相比却存在着明显的差距。一是用户和消费者在

论我国的出口商品质量问题

赵善庆 翟志华

产品质量中的地位没有确立。质量靠极少数管理者把关,而不是由顾客来认可,导致了不合格品、假冒伪劣品的畅行。这也正好揭示出了为什么我国会在每年有几百个产品进入“国优”的同时,市场和商业渠道却不断发现着不适销品、甚至许多是“合格的废品”的原因所在。二是企业间缺乏竞争,为免有些企业破产,可以勉强维持生产,结果是导致了一些号称国优、部优、省优的产品,不是堆在工厂,就是存在商场。三是许多质量问题不是以全面质量管理体系作保障,消灭在生产过程的各个环节中,而是出成品后才由商检、监督部门检查出来。全国质量试点企业测算的结果表明,生产过程中的各种不良品损失占产值的比重最少为1%,最高则达10%。若按5%计算,则一年的不良品损失就占去了总产值的数百亿元。我国产品质量认识与管理的不足与国际市场高质量标准间的巨大差距,说明了我国只有将出品商品质量标准提到相当高度,并始终盯紧国际市场质量观和质量标准的变化,严要求,细管理,才能提高我国的出口商品质量。

二、我国出口商品质量提高迟缓的原因

尽管近年来我国对外贸易出口确实取得了长足的进展,为对外开放,引进外国先进技术做出了贡献,但出口商品质量提高不快,有的甚至下降,严重制约了我国出口贸易的进一步发展。其主要表现在以下四个方面:

1. 从本质上讲,货源是外贸出口之本。根据外贸面临国内、国际两个市场的现实,外贸部门对出口生产应该具有指导和决定性的作用。但由于现行管理体制的制约,我国现有的外贸企业并不是真正企业性的经济实体,其主要表现是:在管理权限上,外贸企业与出口生产企业之间的关系,不是收购制,就是代理制,外贸企业对生产企业没有约束力;在财务核算上,外贸企业一旦收购了出口生产企业的产品,后者便不再负责产品质量问题,对外索赔、退货、盈亏都属外贸企业。即使在代理制下,生产企业自负盈亏,但出关后的质量问题也影响着整体对外信誉;在经营结构上,仍保持着产销分离的管理体制。从实质上讲,也就是沿袭了一种小商品经济的落后的经营方式,即国内生产企业生产什么,外贸企业就出口什么。这种非经济实体性,使得外贸部门很难根据自己掌握的国际市场信息,在国内进行生产要素的优化配置,生产适销对路的高质量出口产品。

2. 我国经济总体上仍是短缺型,国内总需求仍然大于总供给的客观现实,使得大多数出口生产企业无暇顾及国际市场。尤其是在出口与内销利益差异不大,而出口商品质量要求又明显高于内销,国内价格体制改革尚未形成优质高价、劣质低价,市场机制不完善,财政、税收、信贷等经济杠杆对优质商品又无优惠的情况下,外贸出口企业欲使出口生产企业把出口商品质量放在经营首位的愿望也就不难看出其难以实现的原因了。按需求欲望来看,从无到有,从有到好是个千古不变的发展规律。要达到有后之好,就必须采取非常措施,把各种经济杠杆向优质商品上倾斜,才能真正达到提高出口商品质量的目的。

3. 从宏观上讲,计划导向的偏差,使生产企业在产值指标的重压下,没有时间和能力进行设备的更新、生产工艺的改进和单位产品价值含量的提高,而不得不片面追求出口数量,忽视出口商品质量的提高。长期以来,我们的内外贸一直追求的都是速度效益型经济。经济的发展和企业领导人政绩的考核,不是以企业效益的提高为前提,而是把发展速度的高低看得过重,在这样的指导思想下,随着经营承包责任制的广泛推行,由于缺乏一些相应的配套措施,也就使我们的一些生产企业和企业领导人在实际工作中至少产生了两个误区:(1)重发展,轻调整。近年来,由于国家宏观紧缩,社会资金普遍短缺,企业资金投入有限,而产品结构调整又需要一个较长的时间,加上国际市场变化莫测,就更增加了结构调整的风险。由此,便导致了调整产品结构不如发展传统产品生产来得

保险的观念。(2)重外延,轻内涵。统计资料表明,目前,全国棉纺锭已达3 560万枚,但具有当代国际先进水平的所占比重却很小,而属于落后水平的竟占三分之一以上。这就是我国第一大出口创汇商品的国内生产基础。再看煤炭出口,尽管我国是世界第一大产煤国和第七大煤的出口国,但在出口煤的大国中我国却是少有的出口原煤的国家之一,在国际市场上明显竞争不过出口洗煤的国家。同时,在国内煤又是长期供不应求,所以缺乏对质量重要性的认识和必要的改进质量的市场压力,也就更谈不上抓质量的具体行为了。

4. 外贸经营承包责任制的推行是在地方财政分灶吃饭的客观经济环境里进行的,由于出口宏观失控和微观约束机制不健全,各地为了完成承包期内上缴外汇基数,在生产并不发达的情况下,不得不运用行政的、经济的、甚至法律的手段去推动出口的增长。这在客观上诱发了部分外贸企业的短期行为,在很大程度上导致了出口商品整体质量的下降。新的外贸体制改革措施的出台,虽有利于解决外贸出口亏损问题,但对提高出口商品质量的作用不一定会大。其原因就在于:我国总体科技与管理的落后,决定了我国很难只用数量很小的先进商品来开展出口贸易,而忽视有广泛出口基础但技术价值不大、质量一般的商品。其结果只能是导致外贸企业产生出更多的短期行为,也即凡利大质优的商品就出,形成“打一枪换一个地方”的经营方式。

外贸企业的短期行为主要表现在:忽视出口商品基地的建设和扶持,使出口适销货源严重不足;热衷于掠夺性收购,屡屡燃起抢购战火;在承包任务的压力下,尽量出口眼前盈利大的初级产品和粗加工品,而不愿经营、培植、扶持和开拓目前赢利不大,甚至亏损而未来市场潜力巨大的制成品、精加工品和技术密集型商品,使我国出口的原料性商品多、制成品少,粗加工商品多、深加工商品少,低档次商品多、高档次商品少的状况难以改观,国内生产企业提高出口商品质量缺乏应有的压力。

三、提高我国出口商品质量的对策

解决我国出口商品质量不高的问题,我们认为必须从生产力和生产关系的辩证关系中去寻找对策,才能真正事半功倍地达到提高出口商品质量的目的。

从生产力角度看,提高我国出口商品质量的基本对策是:

1. 广泛开展质量教育,提高全民族的质量意识。劳动者是生产力的首要的能动因素。人的思想又直接指导和决定着人的行为。只有提高了人的质量意识,才能为质量管理提供有效的保障。国家技术监督局的抽查表明,1985年我国工业品平均抽样合格率为75%,直到1989年也没有提高多少。1990年1~9月份的抽查表明,尽管某些产品的质量有提高,但与发达国家98%的产品合格率相去甚远。另据一项调查,我国重点工业企业的产品优等品、一等品加在一起还不到35%,企业生产中不良品损失率为产值的10%左右。在出口商品中也只有51%的属于畅销,真正具有国际竞争能力的商品只有25%左右;在我国每年开发的近6万种各类新产品中,可以达到国际先进水平的只占3.5%。因此,在今后相当长的时间内,在我国广泛开展质量教育,提高全民族的质量意识就显得十分必要和相当重要。要充分调动广大群众的积极性、主动性和创造性,为提高商品质量献计献策;要广泛开展质量竞赛活动,省与省之间、市与市之间、地区与地区之间、企业与企业之间、职工与职工之间都应敢于“比比看”;并制定严格的质量奖罚措施,及时兑现,奖优罚劣,扶优限劣。

2. 调整出口商品生产结构,发展国内生产,全面提高出口商品质量。出口商品质量的提高,以国内商品质量的提高为前提。我国出口商品生产应努力实现三个调整:(1)以生产要素(资源、技术、设备、资金、人才等)为依据,进行区域结构的调整,促进生产力的合理布局 and 专业化生产的发

展。由于多方面的原因,近年来,我国出口商品生产区域发展不协调,产业趋同化现象严重,地区间缺乏有效的联合和协作,各地资源优势尚未发挥,导致出口商品生产呈现出生产规模小,出口生产经营管理混乱、分布零星,技术落后、产品质量差的“小、乱、差”局面。其实质就是外贸出口生产正在走结构低度化、经营分散化、发展粗放化的险途,与我们应走的产品结构相对高度化、单位经营规模合理化和发展集约化的道路正好相反。因此,以生产要素为依据,按经济区域调整我国出口商品生产的布局,对提高我国的资源利用率和产品质量等,都具有十分重要的意义。(2)以名优商品为龙头,进行企业结构的调整,积极探索组建和发展适应出口商品生产需要的形式多样的新型企业集团,推动企业联合。按照专业协作和经济合理的原则,以名优商品为龙头,组建各种形式的出口企业集团,是社会化大生产的需要,是我国国民经济发展的必然趋势,也是参与国际商战的客观要求。我国出口商品生产只有走工业、贸易、金融、科技等相结合的企业集团发展道路,才能增强商品质量竞争力,扩大对外出口。

3. 依靠科技进步,提高出口商品质量 当代科学技术发展的趋势与特点是:发展的速度空前迅速;科技成果转化为商品的周期大大加快;科技的社会功能越来越大;高技术领域的国际合作日益扩大;国际间的科技竞争更为加剧;各国发展社会经济更加重视科技的适应能力。这无疑表明了:谁拥有科技优势,谁就拥有生产优势,而拥有生产优势,也就拥有了商品质量优势和占据市场的优势。要求外贸在制定商品结构、提高产品设计水平和商品质量标准规划时,必须与推进企业的科技进步和设备改造结合起来,切实搞好干部的管理培训与职工的技术培训,提高企业的科技素质、科技水平,注意发挥已有的优势,促进企业管理和专业化协作,把更多的资金用在科技进步方面,坚定地坚持科研与生产相结合。特别是要有计划地引进先进技术设备和管理经验,大力推广新材料、新工艺、新技术,以推进商品质量的提高,增强对世界市场的适应性,满足开拓新市场、进行有效竞争的需要。

从调整生产关系,以提高出口商品质量的角度看,主要对策是:

1. 引进激励机制,改革企业内部分配,完善质量责任制,推进和实施综合管理法 所谓综合管理法,是指以效益、质量、管理充分结合为一体的综合性管理。它以提高企业职工素质 and 经济效益为目的,突出质量否决制度,推行质量责任制,强化企业整体管理功能,进行科学管理。其综合性表现是:(1)围绕质量职能分配和质量责任制的落实,采用行政、经济和思想教育手段齐抓共管的方式,对出口企业的生产经营活动进行综合管理、整体优化。(2)积极引进分配竞争机制,配套进行企业内部分配制度的改革。基本思路是:以经营决策为方针,以突出出口创汇为导向,以目标管理为主体,以落实质量责任制为重点,以“质量、管理”双重否决为手段,以达到抓管理、上品种、促质量、求效益的目的。用一句话概括,就是“效益包干、质量否决、管理保证。”所谓效益包干,指标是各部门必须保证完成的。所谓质量否决,是对产品质量逐个考核,落实质量责任,由优质品、大面积合格率、后道质量和用户满意等构成。所谓管理保证,则主要是通过对质量责任制的“期”、“质”、“量”考核,确保效益、质量指标的全面完成。综合管理有:企业方针目标管理、管理现代化、班组管理、工序管理、标准化管理、信息管理和计量管理等七项;同时还包括着十项专业管理,即计划管理、设备管理、能源管理、运输管理、工艺管理、原料管理、物资管理、财务管理、劳动管理和文明、安全生产管理。只有这样的全方位综合管理,才能引导出口生产企业的职工把注意力集中到以“质量为中心,效益为目的”的出口战略上来,以效益为动力,促进出口商品质量的提高。

2. 计划、财政、税收、金融、物资、经贸、商检、物价等部门要步调一致 为出口生产企业创造良好的外部环境,为提高出口商品质量实行有吸引力的优惠政策。一是计划和物资供应上要以质优先安排,那个企业的产品质量高,就向那个企业下达出口计划和优先供应生产资料。二是财务上要

允许出口生产企业为提高出口商品质量而进行的技术更新、科研、技术转让、新增设备等费用进入生产成本,以补偿出口生产企业为提高出口商品质量付出的代价。三是税收上要对出口生产企业涌现出的质量上等级的产品,给予一定时期的减免税照顾。还可实行对生产、加工高质量产品的出口生产企业低征税,对生产、加工低质量产品的出口生产企业高征税,从税收上督导出口生产企业提高产品质量的积极性。四是金融信贷上需对出口生产企业提高产品质量实行倾斜政策,对出口生产企业进行的技术改造等项目提供长期、中期和短期贷款,并对贷款利息实行优惠利率,以保证出口生产企业为提高产品质量所急需的资金。五是价格管理上要确实制定优质优价的政策,拉开不同质量档次的商品价格,保证优质产品不仅因提高其质量而多支出的部分能得到补偿,而且还要有一定的经济盈余,使之有利可图。六是经贸和商检要严格管理出口许可证和认真把好质量检验关,使伪劣、低质商品不得出关销往境外。

3. 要站在维护国家荣誉和民族尊严的立场上,维护和提高出口商品质量 从经营思想、管理体制等方面采取经济、技术、法律、舆论和行政等有力措施,进行综合性和全方位的监督检查。通过强有力的行政干预,落实先进的质量标准和质量管理体系。从弘扬国家的对外信誉出发,只有出口商品达到了国际规定的质量标准,或与用户签定的合同中规定的质量标准,才能允许出口,准予出关。国家各级政府和有关部门要对在国际市场上声誉好、有较高换汇能力的低耗高产优质高效出口商品的生产企业或经营单位给予表彰和奖励。对弄虚作假有欺骗行为的生产和经营企业,则要严肃处理,不仅要取缔其出口许可证和经营权,而且还要从法律和行政上追究有关人员,尤其是企业法人代表责任。一定要从商品质量上树立出口企业的信誉、国家的形象,用商品的高质量去赢得广大用户的信任并扩大市场占有率,从而通过制度化、科学化、规范化的监督检查,树立起以质取胜的战略思想。

4. 提高国家标准,广泛推行国际标准 出口商品的市场在国外,竞争对手是外国企业,要拓展更多的国际市场,扩大我国的出口商品,就必须尽快采用国际通用的商品标准或国外先进标准,使我国出口商品质量早日达到世界先进水平,否则,就会被国际市场所淘汰。

(上接第 65 页)

由于我们在资金、技术和管理等方面的优势还不如发达国家那样强,而且我国对外直接投资也是近十年才开展起来的,尚处于探索发展阶段,经验不是很丰富,而且主要技术优势是小规模制造等适用技术,管理及区位优势也主

要体现在对发展中国家投资,加上发展中国家消费水准不高,市场不很大,因此,目前应以中小型海外企业为主,发挥调头灵活、适应细小目标市场的优势。随着经济发展,优势增强,经验增多,逐步向大型项目投资发展。