

组建外向型企业集团是当前经济发展的必然趋势

孔 子 集

一、走外向型企业之路,是当前世界经济发展的必然趋势

当前面临着国际上经济竞赛和贸易竞争愈演愈烈,而谁胜谁负起决定因素的是其实力。据有关资料,1990年世界上500家最大的跨国工业公司销售额达5万亿美元,相当于整个西方世界国内生产总值的1/4左右。据联合国有关专家预测,到2000年仅300家最大的跨国公司的销售额就会是整个西方世界国内生产总值的3/4。可见企业集团正向大型化、超大型化发展,企业集团以其资金雄厚,集生产、开发、科研、金融、国内外贸易于一体,具有较强的吸引外资和引进技术的能力,使企业有条件向实业化、国际

化发展,并对中小型企业有莫大的凝聚力,成为共同走向兴旺发达的重要途径。日本的九大商社、台湾的十大企业集团,操纵着国家和地区的经济命脉,垄断和左右国际市场。因此,经济界普遍认为国际竞争实质上是大型企业集团之间的竞争;企业集团化是商品经济发展到社会化大生产阶段的必然产物。如果我国能积极组建一批大型的外向型企业集团,使其立足于国际竞争之列,在大风大浪中经受锻炼,从而不断壮大,就能在国际贸易中起主力军作用,将有力地推动我国对外贸易的大发展。

二、势单力薄的单个经济,步履艰难,矛盾重重

发展对外贸易,要在国际市场上与竞争对手进行较量,绝不能搞单枪匹马,以散沙般的小部队迎战,而必须联合起来,以便捏成一个拳头,集中力量,统一对外,才能对付国际舞台上的竞争者,也就能在国际市场上争得一席之地。否则,势单力薄,在拓展的道路上荆棘丛生,步履艰难,局面很难打开。

从上海两大橡胶企业孤军奋斗看单个企业的脆弱性。上海的正泰和大中华橡胶厂,以生产回力牌轮胎和双钱牌轮胎驰名国内外。在1970年,两厂轮胎产量占全国产量的25%,而到1989年已下降到8.97%。在这20年里,全国轮胎每年递增11.7%,而这两厂每年只递增4.8%,其大厂优势正在逐步消失,查其原因很多,但其主要是两家企业由于单个经济力量分

散,搞低水平竞争,各自为战,内耗严重,降低了双方发展的速度,特别是双方搞“小而全”,各自都在开发对方的重点产品,各自的优势不能得到互补;在全国的销售网点就有9个地区重复;在技术引进上,两厂分别同一个外商进行谈判,使主动权掌握在外商手中;大中华有一台价值500万美元的机组,利用率只有20%,正泰厂也有一部分机器设备,使用率不高,不能相互利用,设备的潜力不能得到发挥。

反观“万宝”、“斯加”两大家电集团,其产量、质量、效益和创汇,均居我国家电企业的前列。广东的“万宝”电器集团,已拥有职工2万,并已自成体系,以其雄厚的实力和优异的质量,已跃入国际市场,成为创汇大户。它生产的电冰箱,年产量已超过100万台,并已进入世

界电冰箱生产 8 大公司之列；出口电冰箱 35 万台，出口量占我国电冰箱出口总数的 90%，其中输入美国市场达 10 万台，1989 年上升到 18 万台。除电冰箱外，万宝集团的冰柜、洗衣机、空调机、电饭锅、电视机和电风扇的产量也在国内居于领先地位。它以集团优势和规模经

济取胜，使其产品年出口创汇达 1 亿美元。而上海的双鹿、上菱、航天和远东四家电冰箱生产企业的总产量不过 57 万台。1988 年获四项金质奖的上菱牌电冰箱出口仅 2.3 万台，只有万宝牌电冰箱出口量的 15%，其质量优势受经济规模的限制，未能从产量上得到发挥。

三、组建外向型企业集团的几点探索

1. 必须组建紧密型企业集团 紧密型企业集团指的是实体型而不是松散型。为此，对参与集团的企业，要打破地区界线、行业界线和所有制界线，并集中党政领导和人员调配权、资金调配权于一体，把各个成员企业的干部和职工的经济利益捆在一起，做到利益共享、风险共担。只有紧密型企业集团，才能发挥群体优势，并以一个拳头对外，显示企业集团实力，实现规模效益，从实践看，凡是成功的企业集团，没有一家不是紧密型的。相反，松散型企业集团，由于参加联合体企业的原来党政领导和人事调配关系不变，利润上缴渠道不变，因此，无法集中各个成员企业的优势，也无法集中财力、物力、人力统一对外，以致有人把松散型企业集团称之为“十个集团九个空，无法集中事难成。”既然是松散型的，则对各个企业就没有约束力，势必出现我行我素，各行其事，如一盘散沙，徒有企业集团之名，而无企业集团之实。

组建紧密型企业集团，首先，各成员企业对联合之路是当前发展经济的一大潮流和趋势要有共识，谁先参加联合谁先得益。参加集团的企业是出于自觉要求，而不是出于某种压力或行政命令；其次，领导部门要因势利导予以积极推动和扶持，并进行有效的协调，如帮助产生核心领导班子等；第三，牵头企业和集团领导人要高瞻远瞩，以身作则，运筹帷幄，在集团内起表率作用。

2. 必须首先是大型企业之间的联合 有人称之为“强强联合”，也就是以大型企业的联合为核心，进行优化组合，从而带动一大批中小企业一起参加经济联合体，实现企业集团化。

以首钢为例，是强强联合的典型，它以强大的经济实力、技术力量和国内外销售网络，对中小企业有很大的凝聚力，所以龙头起舞，就能带动龙身和龙尾。这是典型的强强联合，能开展多种经营，发挥各自优势，有力量吸引外资、引进技术，对企业进行技术改造，提高技术水平，从而有条件对企业结构和产品结构进行调整和优化，适应国际市场的竞争。

据国外经验，轮胎生产的经济规模是年产 600 万套。世界十大轮胎企业每家的年产量均达 1000 万套以上，年营业额几十亿美元。而我国正泰和大中华橡胶厂虽然都是国内名列前茅的大型轮胎企业，但在建立企业集团前，年产量加起来才 260 万套，营业额折合外汇只有 1.3 亿美元，出口量仅占国际市场的 0.2%，所以在国际市场上的同类企业中只能是一个弱者。这个情况说明，要发展为外向型企业，必须走联合之路，才有可能尽快地跻身于国际市场，由弱者向强者转变。

3. 必须拥有一批出口商品生产基地 作为外向型企业集团，手中必须有一批出口生产企业，还要有若干个拳头出口产品，并把它培育成名牌出口产品，逐步提高其在国际市场上的知名度和竞争能力。为此，要集中精力，创建一批出口产品的专厂和专车间，这是发展对外贸易的物质基础。外向型企业集团如果不向实业化发展，只依靠流通领域来解决出口货源，不难想见，其基础是脆弱的。要达到国际市场需要什么，在生产基地中组织生产什么，这样就能做到适销对路，符合用户和消费者的需求，出口创汇能力和经济效益就能加强。（下转第 67 页）

违环保原则,要求灿坤厂改进,否则终止合作。上海部分出口机电产品也因使用 EPS 而被客户拒绝。近据台湾报道,华城公司从德国 BASF 公司引进 Neopolen P (EPP) 原料及德国 KURTZ 公司的成型设备在台湾制造缓冲材料 EPP,该缓冲材料防震性能介于 EPS 和 EPE 之间,软硬适中,不含氟氯,材料可重新制造,符合环保要求,可以广泛作为电脑、电子、玩具、陶瓷、照相器材、精密产品之缓冲包装材料。

3. 欧美各国利用立法,推动使用可分解塑料 由于现行塑料不能自行分解,带来大量的垃圾问题,欧、美、日等以立法强制使用分解性塑料。欧共体规定,今后进口食品袋必须使用分解性塑料。意大利已立法通过,自 1989 年起,对每一个非生物分解性购物袋,课征 100 里拉税,用聚酯原料制的 PET 瓶、袋,课征 10% 营业税,并全面禁止用 PVC 制的塑料打包带。目前,法国、德国、瑞士等国家,纷纷采用可分解塑料作农药包装、垃圾袋和购物袋。可分解塑料目前主要有生物分解性和光敏分解性两大类,在制造过程中分别添加光敏感剂或淀粉混合制成。光敏分解速度可由配方量控制在 1~7 个月

之间。生物分解性塑料利用淀粉与 PS 掺混制成的发泡餐盘,使用后丢弃于垃圾处理场,受微生物侵蚀而分解。台湾工业技术研究院化学工业研究所已开发完成光敏分解性塑料和生物分解性塑料。据报道,长春市也已开发出玉米淀粉 PE 薄膜袋。

下图为德国进口商寄至本市出口公司要求参加绿点计划并在产品上标出绿点标志的图案,最小直径尺寸为 10 毫米。



(上接第 63 页)

否则,在组织货源上就处处被动,很难做到价格稳定、供货均衡和小批量、多品种、产品不断更新换代,只能是有什么、出口什么,使出口贸易格局难以摆脱小规模、低效益的羁绊。因此,外贸专业公司,无不重视出口商品生产基地的建设。就上海的十余家外贸专业公司而言,它们采取自办工厂、工贸联营、中外合资等形式,在市区、市郊和外省市,组建出口商品生产企业,多则数百家,少则数十家,使其在短期内投入正常的产销运行,使出口贸易建立在较为雄厚的物质基础之上。这个经验值得所有外向型企业吸取。组建出口生产基地,自有一定的难度,只能是由少到多,由小到大,首先扶植几家骨干企业,较快地出产品、上等级,根据主客观条件和机会,有选择、有重点地发展。

4. 必须拥有一支与业务发展相适应的职

工队伍 人的因素是决定一切的。企业职工的精神面貌、业务能力和技术水平,是企业成败兴衰的决定因素之一。一个外向型企业集团,必须有一支政治素质好、专业知识充实、业务能力强、与业务活动相适应的职工队伍。当前,随着改革开放的深化,一大批外向型企业应运而生,到国际市场去大显身手,开展竞争,成为一股不可阻挡的潮流。因此,既有一定理论知识,又有实践经验的外向型人才,更显不足,并已成为争取的对象。由于外向型企业主要面向国际市场,必须按国际商务惯例办事,所需人才的工种是多方面的,需要外销员、货源员、行情员、单证员、托运报关员以及财务等经营管理部门的人员,缺一不可。为此,除了要积极采取各种方式招聘各类专业人员外,更要注重通过各种渠道,运用各种手段,千方百计,尽快培养新生力量。