

浅析机电产品出口企业的商务国际化

宫焕久

摘要 机电产品是容易实现高技术和高附加值的产品,也是最容易使企业实现商务国际化的产品。出口是企业商务国际化的第一步,由于管理体制和运作机制等方面的原因,国有机电出口企业不能很好地发挥作用,影响了出口和商务国际化进程,应该尽快解决这些问题。

关键词 机电产品 出口 商务国际化

机电产品是容易实现高技术和高附加值的产品,也是容易使企业实现商务国际化的产品,因此我国政府一贯重视并且鼓励机电产品的出口工作。近年来,虽然受到了金融风暴的影响,但是我国的机电产品出口工作仍然取得了好成绩。近3年来我国机电产品的出口呈现逐年上升的好态势。机电产品出口企业按照所有制可以划分为国有企业、三资企业、集体企业和个体企业等,其中国有企业和三资企业是绝对主力,两者的出口总额占我国机电产品出口总额的97%以上。

1996~1998年,三资企业的出口额每年都超过国有企业的出口额;同时,国有企业的出口额年增长幅度不大,而三资企业的出口额却逐年有较大的提高。改革开放以来,较优越的投资环境吸引越来越多的国外商家来华投资办企业,使我国三资企业的数量逐年增加。三资企业的出现给我国的经济发展、尤其是给出口工作带来了新的生力军。然而,作为国家经济支柱的国有企业在我国机电产品出口业务中却不能起到应有的作用。我国改革开放已经20多年,现在即将加入世界贸易组织。随着改革开放形势的深入发展,越来越多的国外产品和企业进入我国市场,国有企业的产品却不能成功地打出去,这不能不是一个令人深思的问题。出口是企业商务国际化的第一步,国有企业的出口现状如何面对未来国际化的发展。三资企业非常重视市场的开拓工作,根据市场的需求进行产品设计和生产,做到生产、销售和服务一体化。因此三资企业可以很好地开拓市场和开发产品,有效地利用信息和市场。

与三资企业相比,国有企业由于体制和业务操作机制尚不能适应市场发展的需要,因此不能积极有效地利用各种要素发展机电产品出口,具体说明如下。

一、我国现行的出口体制和经营机制

按目前的机构设置,我国可以经营机电产品出口的企业包括专业外贸公司、工贸公司和

自营进出口公司等。工贸公司出口业务的操作方法与专业外贸公司没有本质的差别,因此在下面的分析研究中,我们将两者归为一类,统称为外贸公司。机电产品自营进出口公司(以下简称自营企业)是指改革开放以后政府批准的有能力经营进出口业务机电产品生产企业。首先分析一下外贸公司和自营企业出口业务的经营方法和现状。

1. 外贸公司基本的经营方法 改革开放以来,专业外贸公司的经营范围有所扩大,但是从所经营的商品结构上看并没有根本的变化,经营机电产品出口业务的外贸公司主要还是机械、机械设备、电子、电器等原来以经营机电产品为主的进出口公司,例如机械进出口公司、机械设备进出口公司、电子进出口公司等。外贸公司一般不设有生产企业,尤其是产品技术含量较高的企业。有的只设有加工基地,主要用于出口前的加工或整理。外贸公司的基本经营方法可以概括如下:

(1) 在国外设立办事处或建立分公司、子公司等,主要任务是搜集市场信息,了解当地用户的需求,然后再根据需求在国内寻找货源出口。

(2) 业务人员既有按产品进行分工的,也有按地区分工的。按产品分工的业务人员与生产厂家有较密切的联系,可以向国外客商推荐自己所熟悉的产品;按地区划分的业务人员则一般采取客户要啥就卖啥的销售方法。

(3) 由于外贸公司一般没有售后服务队伍,因此,不能直接向客户提供比较完善的服务。

对于机电产品出口,尤其是技术含量较高的机电产品,成功的市场开拓需要市场信息、适销对路的产品和良好的服务3个重要因素的有机配合,缺一不可。根据上面几点,外贸公司存在以下不适应市场发展的特点,因此难以成功地开拓市场和建立稳定的市场:

(1) 没有自己的生产企业,无法约束生产,只能“找米下锅”,业务人员很难做到心中有产品,也难以及时拿到适销对路的产品;因此,也很难做到有效地利用市场信息。

(2) 不能提供良好的售前和售后服务,例如不能及时供应零配件、按时上门维修服务等等。

(3) 生产企业往往是出口业务信誉的基础,没有生产企业就难以建立良好的资信。

由于上述原因,长期以来大多数专业外贸公司不得不只重视推销,不重视或放弃售后服务,打一枪换一地方,业务成交后,货物卖掉了事。这种做法不仅难以成功地开拓市场,即使开拓出来的市场也会得而复失。机器出现故障时难以得到及时的服务,会使客户对中国产品失去信心,当然也就谈不上建立稳定的市场了。

2. 自营企业的业务现状 自营企业按业务的发展速度可以分成两种情况:一种是发展速度较快、年出口额很快就达到一千万美元以上的企业。这些企业在获得进出口自营权以后努力开拓市场,充分利用国家的有关政策和国外市场的某些优势,千方百计地扩大相关产品的出口,在较短的时间里,出口额有较大的提高。年出口额达到了一千万美元以后,按照国家有关政策可以向经贸委申请成立独立法人的子公司,从而可以进一步扩大出口产品经营范围。于是,这些企业既可以做有米之炊,又可以收购其他企业的产品出口,很容易使企业的出口工作走入更高层次的良性循环,出口额会越做越大。这样的企业虽然数量很少,但是代表了中国机电产品企业对外贸易和商务国际化的发展方向。另一种情况是,由于以下原因使企业出现了出口额徘徊不前、甚至下降的局面:

(1) 由于刚刚获得进出口权,对市场不熟悉,或由于人才缺乏,市场开拓无从下手;或者

由于经营范围的限制,只能出口自己生产的产品。而面对若大的国际市场,需要一个企业的产品的客户只能是星星点点,因此对市场开拓缺乏信心;或者由于领导不重视或不愿意投入资金,使对市场开拓不利。凡此种原因都会使市场信息减少,于是自觉不自觉地采取“守株待兔”的操作方法,坐等订单和客户。

(2) 两个市场的意识淡薄,仅满足国内市场的红火或者只潜心于国内市场的竞争,难以将注意力转向国际市场,不可能考虑国际市场的需求。

由于上述原因,企业不能主动地对目标市场做细致的工作,只是一味被动地应付着市场。正因为如此,我国的传统市场——亚洲爆发金融危机以后,我国的机电产品市场遭到重创,而其他地区的市场尚未有效地开发,使中国的机电产品出口急剧萎缩。

(3) 软件系统不配套,不能满足市场开拓的需要。例如企业的商标被另外的企业或国外公司注册或产品尚未经过某些国际机构的认证等,例如 ISO 9000 系统的认证等。

(4) 企业的经营管理机制尚未发生根本的转变。改革开放以来,我国的经济体制从计划经济向市场经济转化,但实际上,有相当一部分企业还沿用计划经济的管理模式,用管理生产的方法管理进出口业务,使进出口业务受到内部各种因素的牵制,很难按照市场经济的规律办事。例如财务不能相对独立,承包的经济指标与出口业务不接轨等。

可以看出,这部分自营企业实质上还处在与国际市场相隔离的状态,产品出口、国际市场开拓对这些企业来说还是遥远的事。我国的机电产品尚存在着结构性能老化等弱点,如果市场开拓不积极,不能按照市场规律办事,出口业务的发展就是一句空话。这里所谈的只是有自营进出口权的企业,还有一些未获得进出口权的生产企业,这部分企业的产品出口仍然由外贸公司做代理,因此,更难谈得上国际市场的开拓问题。

综上所述,在国有进出口企业中,外贸公司虽然有信息的优势,但在产品和服务方面不能满足市场的需要,出口业务还是以“无米之炊”为主。而自营企业由于种种原因,仍然处在信息少、对市场不熟悉或相隔离的阶段,这样就难以发挥有产品和提供服务的优势。两类企业各具优势,并且优势不能相互替代、只能相互补充。自营企业要生存,外贸公司要经济效益,使两者在产品、市场、信息等方面存在着竞争,这种竞争在自营企业获得进出口经营权以后就开始了。凡是有进出口经营权的单位,国家有关部门都要单独下达指标进行考核,无形中会加剧两者的竞争。由此可见,问题的关键在于我国原来的外贸体制和机制不能适应新形势的需要,应该尽快解决,。但是实事求是地说,要想彻底解决问题既需要政府部门的努力,又需要时间。

二、从长计议、始于足下,促进生产企业在市场竞争中成长

面对必须参与的越来越激烈的国际市场竞争和我国的现状,应该采取长短目标结合的方法解决上述问题。

1. 长远目标 从长远目标考虑,我国的机电出口应该由那些具有相对发展优势的生产企业直接参与市场竞争,需要从以下几方面促进企业的成长。

(1) 提高两个市场的意识,理顺业务机制。出口不是可有可无的业务,也不仅仅是国内销售的补充,而是企业发展和国际市场竞争的需要,是企业和国家发展的必然。因此企业应该强化两个市场的意识,做好迎接竞争的准备。出口工作比国内市场销售需要更灵活的机

制,企业的领导应该在有效监督的情况下,给进出口业务部门比其他部门更灵活的机制,使业务人员有更多的自主权面对外商,解决随时可能发生的问题。

(2) 提高产品的先进性和对国际市场的适应性,只有具有先进性的产品才会具有较广泛的市场适应性。在现有技术的条件下,要想一下子提高产品的先进性是不现实的,可以先做到在现有技术能力的条件下,改进设计提高局部结构的先进性;尽量引进真正先进的产品和生产技术;以及在现有生产条件下尽量满足客户所提出的具体要求。

(3) 主动开拓市场,在新的形势下与专业的外贸公司“工贸结合”、优势互补共同开拓市场。国际市场是广阔的,具体到每一个企业的产品,国际市场又是非常分散的。企业不具有信息的优势,应该主动地和外贸公司有机地结合起来,做好为外贸公司提供产品和服务的工作。企业也可以灵活设计自己的销售网络,例如,在传统的亚洲市场选择资信好的客户做代理人,而在其他地区与外贸公司合作共同开拓市场。在目前机构设置的条件,企业和外贸公司各具优势,两者的优势都是唯一的,只能相互补充,不能相互替代。

(4) 国家政策上给企业以支持。国家的政策应该向企业倾斜,例如商品的经营范围应该适当扩大等。政府应该加强对企业出口和对外商务活动的考核,尤其是考核企业内部的市场运作机制。另外要促进企业集团的形成,以增加对外的竞争力。

2. 近期目标 长远目标的实现需要时间,因此近期目标也不能忽视,但是近期目标应该和长远目标相一致。

(1) 大力提倡“工贸结合”。由于外贸公司和自营企业各有各的优势,并且各自的优势不能相互替代,只能互补,因此两者有机地结合起来,会大大促进出口业务的发展。“工贸结合”是现阶段我国发展机电产品出口的有效方法,因此,应该克服各方面的困难、全力以赴做好工作。现在外贸公司正在进行改革,突出市场开拓和出口业务实绩,为外贸公司主动与企业结合增加了动力。

(2) 采取指标分享的办法考核外贸公司和企业。外贸公司从自营企业收购产品出口,出口额指标应该按一定的比例分给自营企业一部分。这样可以提高自营企业供货的积极性。

(3) 组建以行业为特点的外贸公司,使企业和外贸公司的业务紧密结合。

以上建议仅仅是初步的,要付诸实施还需要做很多艰苦细致的工作,并且需要在政府有关部门的领导下进行工作。

随着改革开放形势的深入发展,给机电产品生产企业带来了可以直接面对国际市场的大好契机,生产企业是机电产品出口和商务国际化的主体,应该充分认识肩负的责任和光辉的未来。可以相信,只要这些企业充分发挥自己的优势,利用好各种有利条件不断完善自己,是可以在市场竞争中成长起来,为我国机电产品出口和企业商务的国际化作出贡献的。

(作者单位:上海交通大学)