

论浙江外贸出口的创新发展战略

俞 毅

摘 要:近 4 年来浙江外贸连续大幅增长,出口额翻了一番多,增速列全国第一,本文认为浙江外贸快速发展的重要根源之一在于外贸发展中的各种创新,如体制创新、营销模式的创新、经营理念的创新、政府管理外贸职能的创新以及出口市场的创新并对各种创新展开了详细的理论论证。

关键词:浙江外贸;创新;增长;战略

中图分类号:F752.62 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-1894(2002)06-0014-06

在美、日、欧盟等主要发达国家经济增长持续放慢,国际市场持续不景气的背景下,2001 年浙江外贸出口在上年高速增长 51.1% 的基础上,又继续增长 17.8%,2002 年上半年则又在去年的基础上再增长 16.31%,出口增幅从 1999 年起连续多年居沿海省市之首,近 4 年来翻了一番多,创造了浙江经济发展中的又一奇迹。近年来推动浙江外贸出口持续快速发展的因素很多,有些经验与兄弟省市相似,但笔者认为浙江外贸还有着很强的独特的内生增长动力,其根源在于浙江外贸发展中的各种创新,如体制创新、营销模式的创新、外贸经营理念的创新、政府管理外贸职能的创新以及出口市场的创新。正是各种创新所集聚成的内生增长动力,推动了近年来浙江外贸出口的快速发展。

一、浙江外贸发展中的体制创新

之大,甚至可以说是史无前例。从总体上来看,这几次降息对于减缓和扭转我国物价负增长的态势、改变实际利率居高不下的状况、扩大消费和投资,以及减轻企业的债务负担等方面都发挥了一定的作用。但利率调整的效果并不理想,利率下调的初衷是刺激信贷扩张,但由于利率的非市场化,使信贷扩张受阻,货币政策效应受到影响。我国目前的利率水平已落在低位线上,与其他国家相比利率水平并不十分高,因而如果再继续下调,很可能落入“流动性陷阱”,尤其是它会进一步加大对人民币汇率的贬值预期。因此,在中国“入世”后,利率市场化是必由之路,这是中国在更深程度上参与世界金融全球化进程的一个表现。我们应该在扩大银行贷款利率浮动幅度的基础上而放开贷款的利率管制,让商业银行根据贷款对象的资信状况和贷款的风险大小来确定贷款利率。中央银行利率政策的作用,也应逐步通过贴现窗口和中央银行的贷款及公开市场操作来发挥。(作者单位:上海对外贸易学院)

体制创新为近年来浙江外贸的快速发展注入了强大的动力。近年来浙江外贸的体制创新主要围绕国有外贸、集体、私营外贸的体制改革展开。

浙江国有外贸企业的体制改革紧紧围绕着两大目标,即股份制改革及集团化资产重组。在股份制改革上,1996年6月“中大”股份成为外经贸部推荐上市的第一家股份公司。1997年,“浙江东方”成为省内的第二家外贸上市公司,这些都是浙江国有外贸改制上的突破性进展,其实质是进行以产权制度改革为核心,以转换经营机制为重点,以建立现代企业制度为目标的改革。通过这些改革,国有外贸企业普遍建立和健全了法人治理结构和内部管理制度,使经营者既受约束监督又受激励,使职工的积极性得到了极大的提高。与此同时,针对国际上大型跨国公司及综合商社规模经营上的冲击以及省内各外贸企业多头重复经营、各自为战,缺乏统一协调甚至自相残杀的混乱经营局面,浙江省适时地对具有一定规模的国有外贸企业实行资产重组,加快国有资产向优势企业集中,形成具有较大规模的经营集团,在国际市场上谋求规模经营优势,以对付国际大型跨国公司及综合商社的挑战。迄今共建成了浙江中大集团控股有限公司、浙江东方集团控股有限公司、浙江荣大集团控股有限公司。其中中大集团公司以原浙江中大集团控股有限公司为主体,吸纳浙江省五金矿产进出口公司、浙江省机械进出口公司等5家企业组成。东方集团公司以原浙江东方集团控股有限公司为主体吸纳浙江省纺织品进出口公司、浙江省化工进出口公司等5家企业组建。荣大集团公司由浙江省土产畜产进出口股份有限公司、浙江省粮油食品进出口股份有限公司等8家企业合并组建。三大集团的组建是浙江省加快实施国有经济战略性调整和国有外贸企业战略性改组的一项重大举措,此举发挥了国有外贸企业的资源优势以及人才优势,并进一步合成整合优势,增强了在国际市场上抗御风浪的能力。浙江省国有外贸企业所作的上述改革,使之继续在省的开放型经济中起骨干作用,在浙江省外贸连续的高速增长中起了基础性的作用,2001年浙江国有及国有控股的外贸企业实现利润同比增长11%,继续居全国第一。

积极引导中小企业特别是集体、私营企业走上国际舞台,参与国际竞争是浙江外贸经营体制创新中的又一重大举措。浙江的民营外向型企业在激烈竞争的国际市场中不断壮大,1998年,全省民营企业出口总额仅为9.6亿美元,而1999年增长到1.65倍,2000年又比1999年增长2.12倍,2001年,全省民营企业出口总额占全省出口比重上升到23.7%,增量部分占全省增量的近60%,其出口总量占同期全国私营企业出口额的1/3,私营企业外贸的持续强劲增长成为推动全省外贸快速增长的一支新的生力军。这些产权明晰、经营灵活的中小型民营企业在国际市场上充分显示了其对市场的高度灵敏敏感以及抢抓瞬息万变机会的能力。象萧山的万向集团、温州的德力西集团、平湖的茉织华公司等都已成为全国闻名的出口创汇大户,他们以各自独特的经营模式和风格占领国际市场,成为浙江外贸出口的独特增长之源,形成了浙江外贸的特有竞争优势之一。

二、浙江外贸发展中的营销模式创新

1. 实施走出去的发展战略带动产品出口的销售模式 按照传统的国际化经营理论,企业开拓国际市场的方法除了产品的出口以外,还包括对外直接投资以及跨国经营;如果企业一味按照产品出口这种简单、低级的经营模式走下去,那么必然会影响其对国际市场的参与程度,甚至还会面临国内生存空间的丧失。在省内一些剩余生产资源和剩余劳动力逐渐

增多的情况下,近年来浙江省适时地实施了走出去的外向型发展模式闯出了一条新的外贸增长之路,其中中外合资为主的境外加工工业投资势头良好,全省在境外加工工业投资项目 176 项,涉及五金、机械、电器、服装、轻工等行业,总投资额 16 159.5 万美元,平均投资额为 91.82 万美元。一批有一定经营规模、有资本、技术、人才比较优势的工业实力企业通过技术和设备投资入股,带动全省剩余生产要素和剩余生产能力向国际市场转移,不仅为全省工业企业的国际化和产业结构的国际转移和升级走出了探索之路,而且也通过“走出去”这一外向发展模式,带动了外贸的出口,树立了新的外贸营销模式,2001 年通过境外企业带动出口达 1.38 亿美元。

2. 以省内专业市场为依托,推动境外商品市场建设的营销模式 浙江区域经济发展过程中的特色之一就是形成了各种类型的专业市场,如宁波的服装市场,温州的皮鞋市场,绍兴的化纤面料市场,海宁的皮衣市场,永康的小五金市场等,到 2001 年底,浙江拥有各类集贸式市场 4 200 多个,年成交额 4 000 多亿,连续 11 年名列全国第一,被誉为“市场大省”。专业市场原本是一种为众多企业,特别是尚未建立起自身销售网络的中小企业提供共享式销售网络的传统市场制度安排,巨大的市场辐射半径和市场容量,曾为浙江内部的区域之间和企业之间的专业化分工创造了条件,形成了以贸促工的发展机制。然而近年来浙江外贸正依托省内的大型专业市场这一基础向国际扩展。目前浙江已在巴西、南非、阿联酋、俄罗斯、马来西亚、科特迪瓦等国兴办了 9 个商品专业市场,其中巴西的中华商城有限公司的经营额已达 7 000 万美元。通过这些专业市场的对外拓展形成了以本省国内企业为基地,省级窗口公司为核心,区域重点企业为紧密层,相互独立,大小兼顾,层次分明,内外配合,呈放射性状态的国际营销网络。目前,杭州、宁波、义乌等经济发达地区在筹划通过开展会展经济的形式,进一步把域内的产品推向国际市场。具有鲜明特色的浙江专业市场的进一步外向发展,创立了一种开拓国际市场的新模式,实践证明,该种模式颇具成效。

3. 实行品牌营销的产品国际推广模式 长期以来浙江传统出口商品的优势主要是依托丰富劳动资源的低成本,无论是服装业,还是小五金或节能灯之类的产品其打开国际市场的重要利器之一就是低廉的市场售价,但近年来随着国际市场上其他发展中国家类似产品的崛起以及国内其他省市同类产品的竞争,浙江外贸已深刻地认识到以低价为基础的产品是没有核心竞争力的,容易被竞争者模仿,而品牌则是独一无二的,真正持久的竞争优势往往来自于强势品牌。为此,近年来浙江外贸出口企业纷纷推出了品牌兴企的战略,这些企业先是把树立国内知名品牌作为目标,有条件的则再造国际品牌形象。例如,温州的“报喜鸟”、“红蜻蜓”、“庄吉”、“康奈”等企业,2001 年在中央电视台投入广告费用近 1 亿元人民币,这些巨额的广告投入不仅锁住和扩大了国内市场份额,而且被评为国内驰名商标的有些产品,更有了一份进一步开拓国际市场的资质。另外,有些有着更长外销经历的浙江知名企业,则直接把目标定在世界名牌的创立上。例如,我国著名的服装业龙头企业宁波雅戈尔公司在 2001 年 9 月就以 7 位数年薪的代价聘请法国巴黎时尚工作室的品牌专家马蒂先生作为公司的品牌顾问,努力营造国际著名品牌形象。另外,雅戈尔还与法国的皮尔卡丹公司合作,共同开发具有百年历史,象征法兰西文化的法国著名品牌——马克西姆男士服饰系列,共同开发中国男装的精品市场,为创立世界品牌打下基础。

近年来浙江的这些传统的劳动密集型企业正以国内甚至世界级的品牌为利器,闯出一条品牌致胜的国际营销之路,为国内其他出口企业如何走出低价出口恶性竞争,倾销诉讼不

断的经营怪圈树立了典范。可以说企业的品牌经营是浙江外贸高速发展中的又一加速器。

三、浙江外贸发展中经营理念的创新

经济发展中某些飞跃的过程往往来源于某些理念的突破,这些理念往往与人们在某一阶段的固定思维模式具有一定的反向性,但建立在正确预测及判断基础上的理念的创新又是浙江外贸近年来快速增长的一种助推器。

1. 敢于突破外贸体制改革中的一些旧框框,以国有民营的模式,推动县级外贸企业的外向经营 在省级外贸企业大力推行股份制、集团化改革试点的同时,针对部分地区县级外贸公司出口近年来连年滑坡甚至亏损的情况,浙江省适时地对部分县级外贸公司进行改制,其中较有创意的是临安县的“国有民营”模式,该模式的主要内涵为选择有实力、有能力的民营大集团、大公司,以出资及承担有关债务的方式兼并经营困难的县级外贸公司,保留县外贸公司的牌子,但实际的控股方却为民营企业,理论界称这种模式为国有民营模式,并称之为“一场静悄悄的革命”。县级外贸国有民营的改革模式的意义在于在现今的环境下它用足了县里的外贸经营权,使县级外贸公司的渠道直接成为实力企业通向国际市场的通道,同时又促进了民营企业产品的多元化出口。另一方面原以县外贸公司为出口纽带的中小企业产品出口也得以恢复。浙江省临安县“国有民营”式的外贸改革模式,不仅意味着临安外贸的复活以及兼并方华兴公司出口模式的提升,更主要在于避免了由于窗口外贸公司倒闭而造成一方(县)出口的部分塌陷,“国有民营”外贸改革模式,稳定和促进了浙江省的县级外贸,特别是外向型经济底子不怎么好的县级外贸出口。

2. 分两步走提升浙江出口产品结构创新思维模式 原创性经营理念的不断萌发是浙江外贸近年来频频胜出的又一大关键。在20世纪末全球的新经济浪潮中,IT产业及其相关产品呈现出诱人的前景,但贸易竞争指数所显示的结果表明浙江最具有竞争力的出口产品仍然为劳动密集型为主的服装业、纺织业、皮革及羽绒制品业等。在此背景下,浙江省采用分两步走的方法来提升出口商品结构。一方面是加快高技术含量产品的开发和培育,重点在机械、电子、化工、医药四大行业中孵化具有新的竞争力的产品。例如,在杭州高新技术开发区附近,利用周围众多的高校和具有实力的科研机构重点发展通讯电子产品,而在以台州为中心的浙东南一带,则规划在未来5年中投资100亿元,建成年出口创汇50亿美元的浙东南化学原料药出口基地,形成一批在国际上品种规模最大、生产成本最低、产品质量最高的年出口额2~3亿美元的大型企业集团。如果说高新技术产业、产品的培育是着眼于未来竞争力的话,那么用高新技术改造传统行业使之具有新的产品内含,改变其要素密集度比例,则是一条对传统出口产品提升比较优势的现实之路,浙江省的许多外贸出口企业,在这方面已作出了范例。例如,在机电产品出口方面,浙江台州的卧龙集团公司运用微电子、电力电子、自动控制、稀土研究运用等高新技术,成功地开发了变频无刷类电机、稀土永磁直流电机、高效节能电机、专特用途电机及其控制系统等产品使机电产品逐渐实现永磁化、无刷化、轻型化、智能化、机电一体化,出口额随产品技术含量的提高而不断增长。另外,宁波的雅戈尔集团于1999年独家从美国引进了代表当今世界免熨技术最新成果的VP技术和设备并加以改造和运用,使雅戈尔全棉免熨衬衫的面料抗皱还原性、透气性、吸湿性、易去污性、易干性等都有了明显的提高,这种对人体无害的环保产品,迎合了国际的消费潮流,

扩大了国际国内销路。

浙江外贸出口产品竞争力提升两步走的模式,不仅形成了出口产品理想的层次和结构,更重要的是使得浙江产品在国际市场上竞争优势的可持续性得到了加强和保证。

四、政府部门管理外贸职能的创新

在我国正式成为 WTO 成员以后,国内各行各业方方面面的经营管理机制正在朝符合国际规范、符合 WTO 规则的方向转化,其中政府的管理体制创新已成为重中之重。加入 WTO 并不能自动带来一国或地区经济的发展,只有那些善于抓住时机,借助外力,改革和完善政府管理体制和法规的国家和地区才能得到快速发展。近年来浙江外贸快速发展的推动力也包含了地方政府外贸管理职能上的创新,其中心是以“三个代表”为指导,把管外贸、管出口企业变为服务外贸、服务出口企业,努力建立一套以服务为中心、高效的外贸经营管理机制,具体体现在:

1. 政府努力营造良好的外贸发展的外部宏观环境 这主要表现在建立和培育出口加工区、出口保税区,使之成为浙江外贸发展中的“特区”。例如,2001 年 5 月成立了杭州出口加工区,该出口加工区是全国首批试点之一,不仅形成了全封闭的外贸发展特区,实行优惠的税收、用人、用地倾斜政策,而且为区内企业提供了商检、运输、报关、保险等一条龙的出口服务体系。这种出口产业的空间集聚,促进了出口企业出口业绩的递增,增强了对国内企业及外资的吸引,杭州出口加工区成立不到半年,日本松下电机就将 5 个事业部移至区内。另外,宁波出口保税区也呈现兴旺的发展势头,2001 年协议利用外资 4 亿美元,实际利用外资 1.13 亿美元,同比分别增长了 97% 和 57%,分别是 1997 年的 10 倍和 5 倍,实现了历史性突破。此外,宁波保税区的 IT 产业发展取得了重大进展,以计算机为主体的上下游产业初步形成出口能力。出口加工区和保税区的培育和建立并以此来推动外贸出口、外向型经济的发展,是地方政府管理外贸职能上的一种创新,在这种创新中地方政府的宏观规划和微观服务职能得到了明显的体现。

2. 政府采取各种措施努力提升出口企业的微观竞争力 出口企业核心竞争力的培育除了企业自身苦练内功,提高出口主导产品的技术质量和档次外,也离不开各级政府的推动和帮助,在这个方面浙江省政府采取了一系列措施。

第一,加快对出口企业的退税步伐,努力减轻出口企业的财务负担。从 2001 年开始,根据中央的精神,浙江省加快了对生产型企业自营出口企业实行“免、抵、退”政策,即出口产品根据不同的条件,分别享有免交税,或已交的抵消下一年税款或退税等优惠待遇,这使得生产型企业自营出口的优势大大增加。2001 年浙江省办理出口退税 138.45 亿元,比 2000 年增加 27.84%,退税额居全国第二。出口退税政策的加紧实施,有效地缓解了自营出口企业资金紧张,减轻了企业的财务负担,使自营出口企业成为浙江外贸出口中的一支新军。

第二,推出“信用浙江”工程这一制度建设,努力塑造浙江企业重诺守信的良好市场形象。具体操作上采用企业合同信用公示制,由各地工商部门负责牵头从税务、金融、技术监督、司法、物价、环保等方面收集企业的资信数据,行为记录并建立企业的信用档案。“信用浙江”工程大大提升了浙江企业包括各类出口企业的信誉附加值,特别是大大节省了海外客商的信息收集成本以及交易费用,在浙江企业走出去中起了较大的作用,有助于浙江企业未

来竞争力的构造。

第三,加强对外贸经营人才的不断培训,是近年来浙江外贸频频胜出的又一重要因素。其中政府部门的组织协调是关键,改革开放后,许多具有全国乃至世界影响的民营企业不断在浙江涌现,如万向钱潮集团的鲁冠球、茉织华集团的李京夫等,他们的成功,除了在世界经济舞台上多年的摸索,逐步掌握并积累了国际化经营的一些基本经验,以及具备务实、肯干、敢于冒险的吴越商业文化的精神外就是多年来自觉的学习及提高,而基层外贸经营人员素质的提高主要得益于近年来浙江外经贸系统对各类出口企业业务人员培训工作的常抓不懈。从 MBA 课程到 WTO 规则,各类学习活动应有尽有,应该说,离开了地方政府的支持,基层外向经济经营人员的素质不可能在短时间得到如此大的提高。

五、浙江外贸出口市场的创新

原先,浙江外贸出口的地理方向与全国一样主要集中在美国、日本、欧盟等国家和地区,这种过于集中的出口市场分布,不仅增加了企业外向经营中的脆弱度,也封杀了企业进一步开拓国际市场的空间,为此从“十五”开始,浙江在深度开发传统市场的同时,加强了对东南亚地区、南部非洲、西部非洲、中东、拉美及大洋洲等新兴市场的开拓,形成了一个地区完善、布局合理的全球营销网络。多元化市场战略大大缓解了浙江产品“受制于人”的问题,从而使浙江外贸逐步增强了抗御国际市场波动的能力,为浙江的外贸出口能在美欧等主要发达国家经济持续不景气的情况下,继续保持较高增长作出了贡献。

(作者单位:杭州商学院)



参考文献:

- [1] 王编慈. 创新的空间[M]. 北京:北京大学出版社,2001.
- [2] 唐海燕. 国际贸易创新论[M]. 上海:华东师范大学出版社,2001.
- [3] 卢根鑫. 国际产业转移论[M]. 上海:上海人民出版社,1997.
- [4] 大卫·爱格. 品牌经营法则[M]. 内蒙古:内蒙古人民出版社,2000.
- [5] 程惠芳,钟山,陈华珊. 浙江省实施“走出去”战略研究[J]. 浙江社会科学,2001,(1).