

全球经济一体化变革中上海外贸企业生存空间的战略思考

凌学岭

摘 要: 伴随开放,外贸对国家经济现状和经济发展速度的影响会越来越大。开放和发展会带来经济格局的变革,进出口总额强劲增长会加速国际经济环境质的调整,企业生存和竞争的原动力推动着这些变化,WTO 和电子商务则催生着这些变化。传统的外贸经营模式、体制,面临适者生存,不进则退的选择。主动介入物流的多个环节,与制造业有效联手,利用自身信息、人才、市场优势,主导研发,不断创新,不停顿地开拓新的利润空间,同时,充分重视并利用知识产权保护手段,应该是外贸企业无法回避的新机遇和挑战。

关键词: 物流;国际贸易;制造业;核心竞争优势;知识产权

中图分类号:F 752.62 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-1894(2003)05-0061-05

从封闭到开放,中国经济取得了令世人瞩目的成就。但已经取得的成绩,只是中国成长为强国、富国历程的开始。今年元月开幕的“世界经济论坛”透露:虽然中国对全球经济增长的贡献达 15%,但中国经济占世界经济总产值只有 3.8%,进出口总额也仅占世界总额不到 5%。

由于进出口总额会影响到国家经济现状和经济发展速度,所以,我们应当十分清醒地看到:

一、外贸企业面临深刻变革的大环境

1. 传统比较优势下降 20 世纪 90 年代初期,上海人均年收入只有 2 000 元不到,而现在城市居民可支配收入已超过 1.2 万元,增长了 6 倍多。对已经或准备进入上海的企业和资本来说,无论是劳动力成本还是商务成本都已经对正常运营构成了不小的压力。上海以往商务成本不高的条件已经成为历史,劳动力密集型制造业的优势也已大部丧失,传统比较优势和出口商品竞争力下降。与此同时,由于宏观制度环境的约束和影响,以对内辐射为主的金融、贸易、物流、服务业的区位优势也难以充分发挥,外贸企业处境维艰。

2. 制造业缺乏核心技术和创新产品 一段时期以来,正因为上述两个成本不断攀升,加上部分国有企业效益不佳,市场规则使得上海的制造业似乎有一边倒的倾向:关、停、并、转风行一时。

在制造业规模萎缩的同时,不少企业缺少对产品研发的投入和热情,缺乏核心制造技术和创新产品,大多停留在低层次的主要依赖低端产品和价格手段参与竞争的水平。虽然实

实践证明这是有效手段,但这绝不可能是最好的手段,随着信息业、物流业的发展,这往往会使整个行业趋于零和博弈。

厂家利润空间小,相伴的就是外贸企业利润率低,利润空间不断遭受挤压。受国际政治、经济影响,也使外贸企业遇到不少其他困难,出现外贸逆差的可能性极大。

3. 知识产权保护形势严峻 随着中国加入 WTO,受各种游戏规则制约的可能性大增,除其他非关税壁垒外,不少国家或利益集团趁势祭起专利或其他知识产权保护利器,尽力抵销中国产品的价格优势,打压中国的产品出口。例如,继东芝、日立等 6C 联盟成员向中国 DVD 企业收取 30 亿元专利费后,日本有关企业已经提出要对数码相机收取专利费。日本贸易振兴会编写的“仿制品手册”中国部分,涵盖了如何应对专利侵权、中国工业所有权政策、如何借助中国行政机关打假等等内容,网上可供下载的相关文件就有 133 页。

现实是,我们企业的知识产权意识较薄弱,运用专利技术和知识产权的能力还不强,还不懂得把企业的经营决策和知识产权的运用整合起来构成专利战略、形成企业的核心竞争力。所有这些,都使得制造企业创新的原动力不足,出口产品较难形成强有力的价格外竞争力,外贸企业在这方面往往作为“旁观者”而无所作为。

4. 高新技术手段日渐普及 在交通、信息、传递日益发达的环境下,电子商务手段日渐普及,由于可降低营销成本,加上“网络企业无大小”,就特别有利于小的、新的公司,直接导致国际贸易门槛大幅降低,使竞争者、“后来者”数量激增,地域影响范围可以轻易扩张,强力冲击着老牌或固有的生意。游戏规则在潜移默化中已经发生质变,国家进出口政策的调整也加快了这种变化趋势。

面对上、下游之间日益容易发生的低成本的直接联系和沟通,我们每个国际贸易企业,特别是传统国营外贸公司,都面临着生存问题:如何体现自身价值?如何在新的竞争环境中重新定位?经济发展的规律或趋势不可违,不进则退,单纯地靠政策、靠低层次残酷竞争都不可能是出路,惯性运作,生存之路只能越来越窄。

二、在变革中迎接挑战、寻求机会

上海经济发展的内部条件和外部环境与 10 年前相比,已经发生巨变,带有明显的上海地方特色。从长远看,要素禀赋特征也好,比较优势也好,其实都是动态变化的,对外贸企业来说,机遇与挑战并存,应该拿出有上海特色的对策和手段予以应对。因为,相比跨国公司,我们有语言、人文优势,较之国内其他同行,上海有不小的区位优势,努力培育新的比较优势,发展新的比较优势,就可以不断赢得主动。我们首先应当清醒认识到:建设国际经济、金融、贸易、航运中心,国家支持,上海有基础,但这需要依托强大的现代化制造业。如果我们能借助深入产业结构和经济结构的调整,依托上海科技和资金优势,突破区域限制,融入研发并利用知识产权利器,就能闯出一条有上海特色的对外贸易之路。

1. 顺应变革的大环境和大趋势 从变革的大局看,中国不可避免地将逐步成为世界制造、研发中心之一,除了这里有便宜的成本和人才优势外,主要的还是因为这里原本就有不可轻视的、巨大的潜在市场。设立中心,可以靠近市场。跨国公司研发中心不断涌入,越来越多的跨国采购在中国实现就是证明。著名的 GE 公司近日宣布,将在上海启动其全球研发中心。又例如:日本国内生产基地逐渐向亚洲转移,特别是向在中国有生产基地的企业

委托生产的越来越多。

中国企业已开始运用资本的力量,提升制造能力和水平,进而提升市场地位。例如,京东方刚刚以3.8亿美元收购韩国“现代”的TFT-LCD业务,包括3条生产线的生产设备、厂房和其他固定资产,以及营销网络等无形资产。

政府目前鼓励、支持企业购买世界品牌拥有权,也是帮助企业提高制造能力、提升市场份额的努力。

WTO的加入,使得不少传统优势行业,如棉纺织业可以借机拓展出口市场。同时,我国关税逐步降低,大量进口产品开始挑战国产品。

从人海战术的组装,到设备集约型的高技术,到技术密集的软件产业,进而到研发基地,当今中国在广泛的产业领域同时以惊人的势头逐步迈向“制造大国”。

所有这些,都是国际贸易企业的新商机。上海外贸企业,有着令人羡慕的区位优势,但如若业务囿于地理上的传统范围和贸易上的传统做法,就不可能体现出优势的价值,无限商机只能属于别人。走出上海,做“大外贸”,开拓面向全国制造业和市场需求的局面,做大做强,面对世界,不应该放弃机会。

中国经济相当长一段时期以来,增长的最基本元素之一是低成本制造业,这是由我国基本国情所决定的。从宏观经济层面上看,劳动力的出路、消化,也是政府重要的、长期的一项任务。

制造业,无疑是财富之源,同时又能消化大量的劳动力。上海不可能忽视宏观制度环境的约束和影响,因为如果没有制造业支撑,一味强调第三产业,一厢情愿地坐等区域和三产优势的发挥,空心化很可能成为无法避免的趋势。上海政府近年来积极放宽各项审批权限,快速增加出口加工区,在已有松江(A)、金桥两区外,今年又新增青浦、漕河泾、闵行、松江(B)区,出口加工区总面积将达18平方公里。当然,低档次的制造业,又是与上海经济环境所不相称的。外延性的发展,将明显缺乏发展后劲,在经济发展成熟、市场不断发育之后,则必须依赖内涵式扩大,依赖创新和研发,劳动力成本的现状,竞争环境的现状,都不允许我们持续依赖低层次的制造业。

外贸企业,不应该做“旁观者”,也不可能“坐享其成”,应该具有战略眼光,挟自身优势主动适应、介入变革中国为制造大国的进程,并同时为促进、激活上海制造业的升级做贡献,这样才能在变革中赢得生机,并发展、壮大自身。因为高技术、发明、创造才能带来创新利润,走通“华山一条路”的途径应该是:大规模高技术、高附加值的制造业加上发达的金融、贸易、物流、服务。

2. 与制造业联手、融入生产和研发的多个环节 世界范围内消费市场已经对企业提出新的挑战:(1)产品生命周期不断缩短,企业需要相应地缩短生产周期应对市场需求;(2)要不断降低成本参与竞争,甚至不惜进行全球采购;(3)各种新技术手段不断出现,各行各业“入门”门槛不断降低。

经济全球一体化的大趋势,给了人们充分的想象空间和足够的可行性。绕过分销商、压缩产品价值链、全球采购、直接到国外寻找低成本的生产商,都将是不可避免的。在经济不景气的年代里,市场压力会对此趋势起到推波助澜的作用。另外,电子商务技术的日益普及,国际贸易成本和门槛的降低,也催生着传统贸易格局本质上的转变:制造业和零售业的联合主导地位将会日益突显。带来的后果之一是:分销商、中间商的生存空间会被压缩,传

统的贸易模式会受到强力挑战。例如,上海广电信息产业股份有限公司 SVA 最近在上海召开了“SVA 全球供应商大会”,开出了 100 亿元的采购订单,引起松下、东芝、富士通、美国富可视、欧洲 ST、韩国三星、LG 以及国内共 250 家主要供应商的兴趣。同时,SVA 的销售网络也遍及全球,除了在国内拥有 22 家销售分公司外,还在南非、巴西、阿根廷、美国、法国、俄罗斯、巴基斯坦、澳大利亚等都设有销售公司,还与著名的三井物产株式会社实施战略合作(三井对 SVA 公开销售网络、公开市场信息、公开管理经验),合资成立了上海 SVA 物资有限公司,借助三井遍布全球的 850 家分公司、覆盖 94 个国家和地区的 224 家办事处,在国际营销方面如虎添翼。

作为国际贸易企业,就要认真思考:传统外贸企业的生存空间何在?价值何在?思考这一问题,绝对不能按照传统的、经验的观念进行,必须与时俱进。一种选择是:联手工厂,但这决不是说要放弃自身的优势投身制造业,而是应该与工厂联手研发,依靠自身市场、人才和信息方面特长,主导产品方向,投资研发,重视研发,依靠研发,不断缩短产品寿命周期,不断降低生产成本,是可能也可行的生存之路。

与没有万能的技术一样,销售渠道也没有万能的,不同市场、不同地域的采购方法和价值评估方法肯定不一样。另一种选择是:要通过产品价值链上的跨地域的多家公司的精诚合作建立一种无缝模式,建立价值、利润的“统一战线”,使合作的多家公司都能获得更高的能力和更大的范围,分享风险的同时分享利润。在此过程中,我们不能简单地比照双方或多方的成本,各方都要提高透明度和信任感。

3. 投身研发 在上海培育研发中心并与之紧密合作应该是很有前途的事业。因为:(1) 上海有区位优势:信息中心、物流中心、资金中心、人才中心已初具雏形。纵观各类消费品生产大国,一般都在中心城市设有研究与生产基地:单纯地依靠传统的、富有地方特色的生产基地,往往会因为缺乏世界最新信息,囿于封闭、囿于陈旧观念和工艺,容易走向衰败;(2) 没有人会对上海市场的辐射能力及其物流中心的能力无动于衷,研发中心远离市场是不可思议的;研发中心远离制造工厂,也是不可思议的,否则如何解决、调整生产中所遇到的技术问题?本地及周边地区制造业的崛起为此打下了基础;(3) 中国有大量受过不错理工科教育的学生,至少到目前为止,他们的收入不高,商务成本高、人力成本高的问题对研发队伍来说并不突出。

在投身研发的时候,我们也要注意:研发是高投入、高风险的事业,很难事先计算出投入产出。没有资本和人才的支撑,没有市场的支撑,很少有人能长久地生存下去,三者缺一不可。上海已经具备前两条优势,如果我们的外贸企业能打中华牌,加强研发人才、资金、机构、体制的创新,依托全国市场,积聚起纵横世界市场的能力就是指日可待的了。

4. 充分发挥上海的区位优势,提升贸易服务质量 外贸公司的价值应该不仅仅体现在传统的对信息的处理(如语言沟通、单证处理和传递等)能力上,还应该不断培育新比较优势:是否能对研发提供技术支持?能否对产品质量控制提供及时可靠的保障?是否物有所值?是否用足了上海的区位(如金融、物流、服务等)优势?这在很大程度上会决定企业的生存意义。因为,在物流价值链上,没有足够价值的环节当然会被无情淘汰。

5. 利用知识产权保护工具 世界范围内知识产权保护不断得到强化,没有意识、没有准备、没有有效应对措施的企业之经营道路会越走越窄。具有长远目光的国际贸易企业,就应该与制造业联手,关注并投身专利等知识产权事业。(1)运用法律手段保护自己的知