

福建国有外贸企业面临的形势分析及发展战略措施研究

The Situation Analysis and the Study of Development Strategy for the State Owned Foreign—trade Enterprises in Fujian

黄庆安

(福建广播电视大学经济管理系 福建福州 350003)

内容提要 当前,福建国有外贸企业的经营发展环境正面临深刻变化,机遇与挑战并存,优势与制约同在。因此,福建国有外贸企业要想在对外开放的新格局中,取得进一步发展,就必须在充分认识自身存在问题的基础上,利用和发挥已有的优势,理清思路,正确定位,采取积极的战略措施,把握新机遇,增创新优势。

关键词 贸易保护主义 产权制度 经营战略 品牌战略

中图分类号: F752.857 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-4940(2003)03-0013-02

福建国有外贸企业曾经是福建外向型企业的最主要力量,但是,随着外商投资企业的不断发展和进出口经营的逐步下放,福建国有外贸企业已失去了往日的辉煌,更重要的是,当前福建国有外贸企业的经营发展环境正面临深刻的变化。因此,福建国有外贸企业要想进一步发展,就必须理清思路,正确定位,采取积极的战略措施。

一、当前福建国有外贸企业面临的国际宏观环境

1、经济全球化与区域经济一体化趋势加剧,国际竞争日趋激烈。上世纪九十年代以来,随着国际贸易自由化、金融国际化和经济全球化发展日趋深化,世界各国间的经济关联性和依存性不断加深,经济全球化的结果不是单一的,它既会传导经济增长,也会传导经济波动;既传导经济繁荣,也传导经济危机。全球经济和国际市场的动荡对一国经济的影响程度加大,跨国公司在国际范围内的生产、经营活动日益兴盛,触角越来越广泛,成为经济全球化的主要推动者,使国际竞争更为激烈。伴随着知识经济的兴起,人们借助技术手段而形成的相互依赖和彼此的制约程度,呈不断强化趋势。这必然会加大世界经济波动对我国经济影响的广度和浓度。国际商品市场和金融市场的波动将在很大程度上影响国有外贸企业的各种商业行为、决策和最终的商业利润,国有外贸企业经营的不确定性大大增强,运用现代分析手段和金融工具来规避风险同时又捕捉到稍纵即逝的商机,将是未来福建外贸企业生存的关键。这将对福建国有外贸企业的发展带来机遇和挑战。

2、当前世界经济的低落局面,短期内仍难以扭转。1997年亚洲金融危机以来,世界经济进入了一个低迷的增长期。尤其是受“9·11”恐怖袭击事件的影响,美国经济的复苏将被延迟,其经济走势不确定因素增多,前景难以预料;欧盟经济将继续放慢,对外直接投资能力大幅度下降;日本经济持续低迷,连年出现负增长。受世界经济局势的影响,国际市场需求持续萎缩,世界贸易增长将持续放缓。国际直接投资在近年大幅下降情况下,有可能继续下降,流入发展中国家的资金大幅减少。在这种情况下,福建国有外贸企业将进一步面临世界经济形势变化的巨大压力。

3、受金融危机影响的亚洲国家经济趋稳与恢复增长将给福建国有外贸企业带来竞争压力。亚洲金融危机之后,受影响的亚洲地区国家在被动式放缓经济增速和调整经济结构的基础上,经过主动对经济深层次改革,将再次实现增长,这将带动这些国家对外贸易、利用外资的迅速恢复。在外贸增长过程中,这些国家货币贬值的出口扩张效益将会显现它们劳动密集型产品挤占我国在国际市场上的出口份额。这将对福建国有外贸企业劳动密集型产品的出口产生影响。

4、国际贸易保护主义日趋猖獗。由于世界经济贸易减缓,全球范围内的贸易保护主义有愈演愈烈之势,设限、反倾销、环保标准、劳工标准和各种技术壁垒有增无减。国际经济区域化趋势加强,世界上约150个自由贸易区和双边自由贸易协定,区内贸易迅速增长,对区外需求大大降低,这都将加大福建省出口商品进入国际市场的难度。

二、当前福建国有外贸企业面临的国内省内环境

1、我国政局稳定,社会安定,国民经济发展趋势良好。在世界经济出现日益不景气的情况下,我国经济保持较大增长,这不仅使我国赢得宝贵的经济发展空间和时

质基础。另外,我国将坚持对外开放长期不变的国策,社会主义市场经济体制进一步完善。我国经济市场将出现两大显著特征:一是形成统一开放的全国大市场,社会资源按效率的原则,在全国自由流动和配置;二是企业全面走向市场,依靠自身的实力和优势,在市场竞争中求得生存和发展。

2、福建省综合经济实力增强,对外开放保持领先地位。福建二十多年来,改革开放和现代化建设所取得的巨大成就,为进一步扩大开放,加快发展奠定了坚实基础。福建省对外开放已形成了由经济特区、经济技术开发区、台商投资区、保税区、沿海开放城市、沿海经济开放区等多层次、多功能、全方位的开放格局,将按照增创新优势,拓展新功能的原则,释放出潜能,促进福建国有外贸企业的进一步发展。

3、加入世界贸易组织后将面临新的机遇与挑战。随着我国加入世界贸易组织,国内外市场将进一步接轨,一方面,我国的贸易环境与条件将大大改善,有利于福建省企业参与国际竞争与国际分工,从而有利于促进福建省产业结构的调整与升级;有利于福建从更大范围、更深层次、更高的程度参与经济全球化,促进福建省外贸保持持续、稳定、健康发展;有利于我省更多地拓展国际市场,扩大出口创汇;有利于我省发挥劳动密集型优势,增强传统出口产品竞争力;有利于推进福建外贸体制改革向纵深发展;有利于增加同国际跨国公司、发达国家的资本接触与合作;有利于发展福建的国际服务贸易业;作为WTO的成员,我国还可以利用多边贸易协议来维护自己的利益,使中国的产品和对外投资免受歧视性待遇等。但另一方面,随着国内市场的进一步开放,外国产品涌入,我国一些竞争力较弱行业和企业及产品均将承受较大的冲击和压力。这将对福建省国有外贸企业及其出口产商的结构提出更高要求。

4、在祖国大陆与台湾省均加入WTO的新条件下,闽台经贸关系将产生新的变化。两岸作为WTO成员,对两岸的促进区域经济发展中的作用也将产生广泛的共识,经贸合作与扩大交往前景广阔,两岸在扩大双向投资和贸易、直航“三通”等方面将展开广泛合作。因此,福建在积极发展海峡两岸交往方面将进一步发挥特殊的作用,特别是两岸三地通过福建省的资源、市场、劳动力,台湾的资本、技术和产业,以及港、澳金融、通信及服务贸易等方面的优势互补、相互促进,这将促进福建省经济与国际经济接轨,推动福建国有外贸企业的发展。

5、外贸主体多元化,竞争日趋激烈。根据我国加入世贸组织议定书的有关条文,外贸进出口经营权登记备案制将有大型工业企业推广到所有生产企业,不受所有制类型的限制;“入世”3年后外国企业将享受完全的贸易权。同时,根据世贸组织的国民待遇原则,国内的所有外贸企业都应有同等待遇;进出口经营权不再是某种特权,而是企业生存与发展的一项基本权利。因此,入世后外贸主体多元化,现有的国有外贸企业完全失去政府的保护伞,所有生产企业、外商投资企业和民营企业将和国有外贸企业全面竞争。

6、目前影响国有外贸企业发展的几个突出问题,如出口退税、资金等问题,困难仍然很大。出口竞争力不强,尤其是出口商品附加值、科技含量不高,结构不够优化等问题仍很突出。国有外贸企业面临形势变化带来的生存与发展的考验,其现实经营难度加大,出口增长乏力。

三、福建国有外贸企业自身存在的问题

1. 福建国有外贸企业目前已丧失原有的优势,失去在外贸行业原有的主导地位。随着改革开放的深入,外商投资企业的不断发展以及进出口经营权的逐步放开,越来越多的生产企业拥有进出口经营权,国有外贸企业主导作用逐渐被削弱,失去了原来的主导地位。这从以下统计数字中可见一斑(见表1)。

表1 福建省各类国有外贸企业出口额占全省出口总额的比例(%)

年份	1988	1990	1992	1994	1996	1998	2001
比例	76.1	54.6	48.9	40.2	38.6	35.2	33.6

资料来源:《2002年福建对外经贸年鉴》

从表1中可以看出,福建省各类国有外贸企业出口额占全省的出口额比重由1988年的76.1%降至2001年的33.6%。13年来一直持续下降,下降幅度超过50%以上。可以预见的是,随着国家进一步放宽进出口经营权和三资企业的进一步发展,这种下降趋势将持续下去,只是下降速度会有所减缓。

2. 福建国有外贸企业的经营规模普遍较小,竞争能力差。目前福建国有外贸企业普遍达不到规模经济的要求,小而全的外贸公司居多,往往是同一公司经营上百种商品,同一商品上百家公司经营。即使组建的一些外贸集团,因受“三不变”(所有制性质不变、行政隶属关系不变、财政上缴渠道不变)的约束,往往局限于某一行业、部门或地区的联合。就2001年而言,福建省进出口总额超过1亿美元的国有企业只有3家,400多家国有外贸企业中,平均年进出口额不足千万美元。按国际标准划分经营额几亿美元的属小企业,在100亿美元以上的很多,如韩国大宇集团(1995年销售额达340亿美元),超过1000亿美元也不罕见,如日本的伊藤忠高花(1993年贸易额1800亿美元)。这样的国有外贸企业结构现状,面对国外厂商的质量优势、技术优势、管理优势的竞争,以及形形色色的贸易保护主义壁垒,福建国有外贸企业根本无力参与国际竞争。

3. 出口商品结构的优化受制于省内产业结构,出口商品结构仍然处于粗放水平。在2001年的全省出口总值中,虽然初级产品与工业制成品之间的比例已达到9.80:90.2,但工业制成品仍然是以轻工、工矿和农副产品加工品等劳动密集型产品为主,附加值不高,科技含量少。

四、福建国有外贸企业进一步发展的战略措施

综合分析,福建国有外贸企业发展所面临的环境将发生深刻变化,机遇与挑战并存,优势与制约同在。因此,福建国有外贸企业要在改革开放20多年来已形成的良好的对外开放的基础上,要想在对外开放的新格局中,取得进一步发展,就必须在充分利用和发挥已有优势的基础上,理清思路,正确定位,采取积极的战略措施,把握新机遇,增创新优势。

1. 深化外贸企业产权制度改革,建立现代企业制度。进一步深化企业改革与国际市场接轨是外贸公司各项改革的重中之重,首先是要改革产权制度,做到有利于国有资产的保值增值,有利于企业持久发展,有利于激励经营者凝聚广大职工的积极性。通过建立国有控股公司和国资控股的股份有限公司,使控股公司和子公司责、权、利明确,通过建立有限责任公司和股份合作制企业,鼓励经营者持股,鼓励企业职工持股,做到“耕者有其田,经营者有其股”,而这些股决不能在市场上流通。这样才能使全体职工真正成为企业所有者成员。目前福建国有外贸企业普遍存在“内部人控制”问题。原因是大部分国有外贸企业的股东都是国有企业法人,股东对企业的监管动因不足。这些“内部人控制”的外贸企业的内部治理结构基本上是“长官意志型”,企业的运营风险随着长官人选和长官意志的变化而变化,这样的企业很难在竞争激烈的国际经贸环境中做大做强。国有外贸企业只有加快建立现代企业制度,建立健全法人治理结构的步伐,将共同治理机制和相机治理机制有机的结合起来,真正成为自主经营、自主发展的市场主体,才能最终获得一席之地。

2. 创新经营战略,拓展发展空间。福建省现有的国有外贸企业经营效率低下,创新意识不足,市场反映迟缓,资本结构不合理(全行业平均负债率高达70%)。我国“入世”后,它们将与国内生产企业和外资企业同台竞争。就目前而言,大部分国有外贸企业在体制灵活性、员工待遇等方面与国内生产企业和私营企业相比并无优势;在国际知名度、国际贸易渠道、国际生产销售网络等方面又不如外资企业。国有外

贸企业应该尽快创新经营发展战略,根据自身实际选择一条最适合自己的发展的道路。国有外贸企业可以通过并购重组、上市、发展核心业务领域、纵向一体化、多元化等方式进行改制改组。

(1)通过强强合并、企业上市等方式,产生具有一定国际知名度的全省性外贸企业集团。这类企业可产生于目前已非常具有实力的外贸企业集团和外贸上市公司,它们将成为国内贸易业的旗帜,并将主导全省对外贸易发展的格局和走势,促使对外贸易稳定有序地发展。它们将以贸易为主业,以其它产业为辅业,服务于贸易,通过对生产企业的参股、融资及其特有的信息功能、组织功能等,广泛获取企业的购销权,来支持其贸易业务。

(2)通过兼并联合、增资扩股等方式,产生颇具实力的综合经营的外贸企业。目前,多数外贸企业由于基础条件的限制,多方位综合经营的局面尚未形成。这不但制约了企业的发展,而且使得企业的抗风险能力严重减弱。今后,国家放宽经营限制,将会有相当一部分外贸企业在优势互补的基础上,通过资本运营走上综合经营的道路。

(3)通过发展核心业务领域,产生具有独特经营风格和业务领域的专业性外贸企业。对于大多数中小规模的外贸企业来说,会选择适合自身发展的主营商品和依靠自己专有的人才优势和特有的营销网络,以期在某一细分市场上占有更多的市场份额,形成自己独特的竞争优势。

(4)一些有条件和实力的国有外贸企业可跳出“专业外贸”的框框。通过相关多元化,一些国有外贸企业可以成为科、商、工、贸、空、银一体化的经营实体。一方面可建立自己的货源基地,以市场为导向,参与产品的技术生产和经营开发,改变远离市场的皮包公司的被动局面;另一方面可以自身实业为纽带,实行代理制,将相关企业联合起来,形成经营产品多样化、风险分散化的格局。通过非相关多元化,一些企业将涉足非贸易业务领域,如IT业、金融、房地产等,以培育新的利润和业务增长点,降低运营风险。

3. 加强企业内部管理,向管理要效益。日前外贸企业不同程度地存在资金运筹能力差、成本控制能力低、费用开支不合理的现象。这同科学管理的要求还有较大的差距。挖潜清理等工作是企业的重要内容。一些成功企业的经验表明,企业管理的核心是财务管理,而财务管理的核心则是资金管理。外贸公司普遍实行高比率的负债经营,能否用好这部分资金,对于企业效益有着至关重要的影响。

4. 实施品牌战略,提高产品质量。品牌,代表了一个企业的实力、信誉、创新能力和服务特色。在某种程度上,品牌代表了公司的核心竞争能力和整体市场形象。然而,福建省大部分国有外贸企业经营业务雷同,业务范围过窄,往往集中在某些领域里相互拆台、竞争砍价、恶性竞争,缺乏独特的经营风格和服务手段,从而很难形成响当当的品牌。还有一些企业的经营行为严重短视,如在一些贸易业务中,不注重出口产品的质量,采取一锤子买卖,到头来,搬起石头砸自己的脚,不但砸了自己的品牌,而且极大地损害了中国品牌的市场形象。“入世”后,面对拥有名牌的国内生产企业、外资公司的竞争,福建省国有外贸企业应将眼前利益和长远利益结合起来,加强品牌创新和品牌保护意识,努力提升自身的核心竞争能力、加快培育自己独特的经营风格和企业形象,彼此之间应在相互尊重、共同发展的基础上进行比服务、比创新的良性竞争,争创新的良性竞争,争优质品牌。随着经济全球化,贸易自由化进程加速,世界各国企业都在创建自己的名牌产品,中国“入世”意味着一个品牌竞争时代的到来。具有一定规模的福建国有外贸企业必须要有自己注册的商标和品牌,否则直接接受客户定牌加工业务,实质上纯粹是为客户打工,经济效率不高,面对“入世”挑战,福建省国有外贸企业要成为国际市场大销售商和赢家必须创造出自己的品牌,为自己的产品树立信誉。

参考文献

- [1] 2002年福建对外经贸年鉴
- [2] 王稼成 外贸企业怎样捕捉出口商机 对外经贸实务 2002(1)
- [3] 商七一 中国出口应如何应对世界性经济结构的调整 对外经贸实务 2002(6)
- [4] 王允贵 中国加入WTO后的贸易战略与经济发展 管理世界 2001(5)