

关于企业在国际市场自相竞争的分析

熊小平
任华哲

发轫于1979年的外贸体制改革和整个经济体制改革经过艰巨的努力,取得举世瞩目的成绩。但随着外贸放开经营和众多企业走向国际市场,由此而引发的外贸企业之间的自相竞争或曰“大战”的问题,使得“放开经营”和“联合统一对外”两项原则之间的摩擦成了人们关注的一个焦点。许多人都认识到,这两项原则在实践中并不是容易统一起来的,对此问题的看法和对策也不一致。本文试图对此问题进行分析,为寻求解决办法作出一些探索。

一、竞争带来的繁荣与困扰

实行改革、开放以前的中国外贸体制的主要特点是实行外贸统制,高度集中,统一管理,统一经营,全部进出口业务长期由外贸部所属的国营专业进出口公司集中控制。适应于当时特殊历史条件的这种体制,利于保证统一政策、统一计划、统一对外,粉碎国际反华势力的“封锁”、“禁运”,顶住外来的经济压力,配合外交斗争。但这种产品经济下外贸体制因其统得过死、产销脱节、统包盈亏、责权利不统一而使外贸企业在一个半封闭的经济环境中失去了发展的压力和动力。

新时期现代化建设的历史任务要求发展社会主义有计划的商品经济。在实行对外开放、对内搞活经济的方针指导下,改革旧的经济体制迈出的第一步就是要在集中计划体制中引入一定的市场机制。而市场机制的建立有赖于企业之间能够形成足够的竞争关系。建立竞争机制就要求打破垄断、放开经营,以便有足够数量的独立经济实体来构成竞争关系。适应这种必然的逻辑关系的自1979年以来的外贸体制改革,在搞活外贸,服务四化的总目标下,

基本上围绕着简政放权、政企分开、开辟口岸和进出口渠道、打破外贸经营中的“大锅饭”进行的。竞争机制的引入,突破了外贸独家经营、统得过死的局面,外贸企业在产品市场上的竞争及对于人才、信贷、投资、技术等各种生产要素的竞争带来了人所共知的外贸繁荣;各地方、各部门关心和参与对外贸易的热情和积极性得到充分调动;企业与国际市场的联系加强,加快了信息传递、产品更新和结构调整;扩大了出口商品货源,出口渠道增多,经营环节减少;企业在竞争中改进了经营思想和作风,提高了工作效率和管理水平。然而,来自竞争的繁荣的另一面是竞争机制,特别是不正当竞争行为给我们带来这样或那样的困扰。其中,外贸行业面临的一个明显困扰是“自相竞争”问题,通常被描述为“对内竞相抬价收购,对外竞相削价抛售,肥水流入外人田”。仿佛一夜之间膨胀出笼的众多外贸经营实体在强烈的出口创汇意识的驱使下,在国内(收购市场)和国际(销售市场)两个市场上演出了一幕幕“大战”,招至上下内外一片怨声,成为理论界和实际工作部门共同关注的一个“热点”和制约外贸发展的一个“瓶颈”。细加分析,近几年外贸企业的“自相竞争”有如下特点:

1. 广泛性。一是表现为涉及的商品种类众多,几乎囊括我国每一类出口商品,诸如纺织、粮油、五金、化工、机电、医药、土畜产、劳资、工艺品等;二是参与竞争的部门和行业众多,除了原外贸系统的专业进出口总公司及所属分、支公司以外,各省(市、自治区)地方外贸公司,一些部委的外贸公司,计划单列市、经济特区及沿海开放

⑥⑩小島仁:《日本的金本位时代》,日本经济评论社1981年版,第136页。

⑦《明治财政史》第2卷,第290—291页。

⑧⑨⑬⑰石泽久:《本邦银行发展史》,有明书店1985年版,第158、171页。

⑭⑮⑯⑳中村隆英:《明治大正时期的经济》,东京大学出版会1984年版,第112、107—108页。

⑪⑫⑲⑳《日本银行百年史》,1982年版,第502页。

⑱《日本财政史》第2卷,第53表。

⑳《横滨正金银行史》,1920年版,第175页。

㉑㉒日本银行:《明治以来我国经济统计》。

㉓㉔㉕㉖㉗井上靖:《日本军国主义》第2

册,第144—146页。

㉘㉙《日本近世造船史——明治时代》,第709—711页。

㉚㉛守屋郎典:《日本经济史》,商务出版社1963年版,第128、125页。

㉜㉝㉞㉟长冈新吉等:《近代日本经济史》,日本经济评论社1980年版,第71、66、73页。

㊱《帝国海军机关史》上。

㊲㊳《海军省年报》。

㊴㊵藤原彰:《日本军事史》(上),日本评论社1987年版,第104页。

㊶高桥诚:《明治财政史研究》,第177页。

(责任编辑 曾德团)

城市的外贸公司以及陆续兴办的工贸、技贸结合的外贸公司均参与竞争的行列；这其中，外贸企业与外贸企业、生产企业与外贸企业、外贸企业与国外用户的竞争又互相交织，即使同地区、同系统、同行业的外贸企业之间，也各自为政，互相竞争。这表明外贸企业自相竞争不是局部的现象，而是一个具有普遍性和广泛性的问题。

2. 手段多样性。基本可分为价格竞争和非价格竞争。外贸企业为了求得生存和发展，一方面要以价格手段取得竞争优势，即在国内市场上抬价争夺出口货源，在出口时低价竞销以便和本国企业争夺海外销售市场。另一方面，在产品质量、花色品种、外观装璜、技术服务方面争取用户，扩大销路。也有不少新成立的外贸企业在缺乏销售渠道的情况下，不愿意或不懂得利用我驻外商务机构和专业公司在国外的贸易机构，而是通过各种关系找同乡、同学、亲戚、朋友、海外侨胞、留学生等兜售生意。其主要的竞争手段是价格竞争，不少外贸企业主要不是靠发展生产、提高产品质量、开发新品种来扩大出口，而是把注意力集中在流通领域，看到什么产品好销就一哄而上，走抢购货源、争相出口的捷径。如冻兔肉是我对法国出口的传统商品，过去由粮油食品进出口总公司统一成交，八家在西欧注册的工厂供货、卖给西欧几家大的专业进口商，不仅售价高，而且垄断了西欧市场，占法国年进口量的85%以上，最高的一年达到1.2万多吨，占95%以上。但从1987年外贸经营权下放到地方公司后，直接对外成交冻兔肉的公司多达数十家，象广州、深圳等不产兔肉的地方公司也到产地竞相抢购，低价竞销。法国经营我冻兔肉的客户也由四家一下增加到十多家。使得大、中级冻兔肉价格下跌25%左右，对法出口量由80年代上半期的每年一万多吨，减少到六千多吨，在法国的进口比重下降到50%左右。①即使在广交会上，低价竞销也屡有出现。某商品由某公司开价后，其他公司以各种理由采取佣金、折扣等手法，争先抢客户成交，使开价者陷于被动。有些公司为达成交易，佣金之外再加高额回扣，这种大廉价竞销，严重打乱了市场。

3. 盲目性。许多企业在国际市场中，只求把货物卖出去，事先不进行任何市场调查、可行性分析，不了解有关的出口政策、市场容量，主观行事、盲目竞销。如新疆特产哈密瓜，自1957年试

销香港以来，每年销量维持三千余吨，经营良好，价格稳定，每年收汇一百多万美元。1984年秋后，有的外贸单位见有利可图，不顾国家供港鲜活商品配额管理，不了解市场容量，通过深圳特区一下子运去几百吨，以低于外贸出口正常价格40—50%的价格抛售，迫使代理商行不得不降低售价。②盲目性的另外一个方面是企业自相竞争中，不了解国际市场行情，对各级市场消费者的消费心理不清楚，产品更新常常落后于市场的变化，时过境迁，成了昨日黄花。如有的企业煞费苦心地把一些高档的大红大紫的丝绸运到美国，殊不知美国却在流行一种黑色的水洗沙磨丝绸。有的公司把精心生产的浮雕工艺花瓶运销美国市场后发现十分粗糙的仿古陶瓷反能卖得更高价钱。此外，出口商品不适应国际上不同地区和不同消费者对商品包装、品质、价格的要求，也使企业竞销受到挫折。如我销往美国的草帽，原料优良，但装饰粗糙，销路呆滞。美国客商以每顶20美分的价格买进后，经过加压定型，再加上一条花布帽带，在零售市场上竟卖出18美元，价格高出89倍。我国有家羊毛衫厂，产品曾获省优称号，但在外贸出口定样会上却无人问津，原因是外商看到价廉，认为便宜无好货，对商品质量不放心。香港商人把产品买去后，把价格提到与国际市场同类产品同等的价格水平，反而销售旺盛。

4. 持续性。外贸放开经营以来，我国企业对外发生的自相竞争，在宏观总体上，时起时伏，在管理上抓得紧一些，这种现象就收敛一些，管得松一些，又严重起来。单个产品企业之间的自相竞争也是如此。如我对伊朗传统出口商品——锁，放开经营后，许多厂家竞相生产，竞相在伊朗市场抛售，使价格越降越低。市场行情低落之后，大家又鸣金收兵，一段时间后行情上涨，又纷纷一哄而上，使我国走俏伊朗市场的这种产品始终卖不出好价。在劳务出口方面也是如此，我国纺织、建筑行业的劳务出口近几年由于众多外贸企业的自相竞争，曾时涨时落、时严时宽、此消彼长。总的来说，这种自相竞争断断续续、反反复复未曾消失，持续的时间比较长，至今依然存在。

5. 损失严重性。我国企业对外自相竞争的上述特点，决定了这种竞争具有很大的破坏性，使得我国在经济上、政治上均遭受严重的损失，而被广泛地贬斥为“恶性竞争”。

(1) 换汇成本上升、出口效益下降

出口商品在多头交叉经营和内部“恶性”竞争机制的作用下,对同一类产品甚至是同一企业的同一种产品,经常是多渠道、多口岸压价竞销,即使是国际市场紧俏商品,也对外造成存货积压过多,急于推销的假象,国外进口商则利用我多头对外,急于求售的心理,狠刹价格,造成我不少商品售价越卖越低,尽管某些商品从数量上看出出口大幅增加,但单位商品出口创汇率锐减,出口创汇的整体效益下降。如我国对法国出口的麻底鞋,据法国海关统计,1986年我向法出口256.378万双,每双出口价5.94法郎,当年出口收汇1517.1万法郎。到1988年,出口数量增加到298.279万双,增加16.1%,单价却下跌了22.7%,为每双4.59法郎,出口收汇减少了10.3%,为1370.5万法郎,据法国制鞋协会透露,仅为法国同类产品出厂价的1/3,是国际市场原料成本价的80%。^③另外,一些地方和企业利用经济特区两种汇率的特殊政策,低价出口后,以高汇率兑换人民币,在国外赔了钱,通过两种汇率从特区捞回来,即所谓“堤外损失堤内补”,在国内市场大做文章,使国家蒙受很大损失。

(2) 传统市场和销售渠道受到破坏

一些新成立的外贸公司,不注意、不了解我国对外贸易的国别、客户、价格政策和商品销售原则而盲目竞争,使我国多年经营建立起来的经销商、代理商受到冲击,货源无保证,价格大幅涨落、经营亏损,使他们丧失了经营信心。经常可以看到这样的情况:某家企业的产品进入国际市场,打开销路有了一定声誉后,国内不同企业、不同牌号的同类产品便蜂拥而至,乱拉客户,压价销售,使得售价越卖越低,无法继续经营,市场被葬送。如法国友和公司从1976年开始是我金星牌玫瑰露酒、龙口粉丝等18个商品在法国市场的独家代理经销商。多年来,该公司为扩大我食品在法国市场的销售做了大量工作,使中国的金星牌玫瑰露酒、龙口粉丝等38种商品先后在法国获得国际食品展览会金奖。但是,香港商人从国内低价购进这些商品再向西欧市场倾销,使得该公司不得不以微利或亏本销售,严重挫伤了我传统客户经营中国商品的信心。在50—70年代一直经营我出口商品的永兴洋行、帮比拉、塞戈巴和英佩斯贸易公司等老客户已大大减少了经营中国货的品种和数量,另一些公司如松鹤

(SOREAU)公司等已完全停止经营中国商品,现仍经营中国粮油食品的老客户只有70年代的1/3。^④

(3) 经营作风恶劣,严重损害我国声誉

在我国的医药保健品出口中,不少假药、劣药、假冒名牌药品、不符合国际标准的药品、甚至掺入杂物、毒物的药品通过各种渠道流入国际市场,严重影响我国声誉。对此问题,海外经销商反映强烈。香港药商抱怨近年来因中国中药材出口管理有漏洞,除国家规定的中药出口单位经营出口外,一些单位以为中药材出口有利可图,一窝蜂地大做中药出口生意,而且“水货”多,致使香港一些中药价格暴跌。

(4) 招致贸易壁垒、蒙受政治损失

企业在国际市场的压价抛售,往往授人以柄,经常被某些国家指责为低价倾销,给一些发达国家对我实行反倾销提供了口实。前述对法麻底鞋出口,因我出口价仅为国际市场原料成本价的80%,法国、西班牙的制鞋厂家联合向欧共体当局起诉,要求对中国出口的麻底鞋进行反倾销调查。我国80年代以来已有20多种商品被欧共体实行反倾销。如1982年欧共体对我出口草酸征收34%的反倾销税,使我草酸对欧洲出口价格比正常价格高出200美元,市场完全丧失。1983年,美国对我出口的的确良布征收22%的反倾销税,也使我无法再向美出口这种产品。更有甚者,自相竞争使少数企业无视国家利益,自行其事,公开对外泄露我国机密的经济情报。1984年,某单位两名代表在欧共体啤酒花协会召开的会议上发布了我国新疆年产啤酒花一万余吨,可供出口九千吨和与苏联签订了每年出口三千吨的长期协议的消息(实际上并未与苏联签订长期协议)。在西欧啤酒花市场引起强烈反响,严重地影响了我国的啤酒花出口的部署。^⑤

二、竞争秩序混乱的根源及对策思考

作为对垄断经营,集中控制旧体制的一种否定的放开经营,鼓励竞争机制,其初衷是在于通过市场这只“看不见的手”来促使企业加强经济核算,改善经营管理,提高经济效益,实现优胜劣汰,推动外贸事业的发展。然而,几年的实践下来,却引出了前述的人们未曾料及更非愿望的种种恶果。一时间,外贸企业的竞争成了人神共愤的“怪物”,许多人呼唤要刻不容缓地管住这只“潘朵拉盒子”。然而,现实的困难和选择远不如此简单,过去

的“一管就死，一放即乱”的循环人们记忆犹新；既然我们已下定决心要转向有计划的市场经济模式，必然的逻辑选择要求我们只能在对放开经营、允许竞争的环节进行协调，使他们能够“联合统一对外”方面寻求最佳出路。但是，放开经营和联合统一对外两项原则的统一是个十分困难的课题。要找到正确的出路，需要冷静分析究竟在哪些环节上使竞争秩序出现混乱，究竟是在改革过渡时期由于竞争环境不完善造成的，还是竞争机制本身的原因。笔者认为主要是前者。

首先，竞争条件的不平等。要放开经营，允许竞争，就必须有平等的竞争条件，倘若企业在市场经济环境中竞争条件是平等的，那么，外贸公司在竞相收购或出口时，价格竞争到了某一水平就无法再继续下去，取胜的差别就取决于服务质量等非价格因素。这个价格水平在理论上就是均衡价格。但是，目前的实际是我们在许多政策上采取不平等对待的办法，在外汇留成、换汇成本包干标准方面存在相当大的地区差异，在协定贸易的出口任务量、配额分配量、计划及超计划商品分配量等方面也存在不平等因素；在地方政府大包干的体制下，地方政府割据市场或“吃小灶”的作法，也使竞争条件趋于不平等；外贸企业还可以通过各种合理或不合理的理由争取到国家的财政补贴。这些不平等因素使各个企业的竞争能力不同，对那些众人竞争的产品，收购价格一直会抬到竞争能力最强、享受优惠条件最多的企业所能承受的水平。

其次，竞争中缺乏财务约束。企业是否自负盈亏，是否吃“大锅饭”，直接决定了竞争中有没有财务约束及约束硬度。财务约束硬度相近似的企业在一起开展竞争将会是比较合理的，否则就会出现无原则的竞争。目前外贸企业还未成为具有自主经营权力的相对独立的经济实体，对各级政府的依赖关系还没有斩断，盈利上交，亏损由国家补贴，企业只负盈不负亏。由这些不实行自负盈亏的企业来竞争，自然会出现不计成本的恶性竞争。

再次，企业经营目标的矛盾化。外贸领域中，很多外贸企业都负担了某种政府性的义务，而使其经营目标矛盾化。最突出的表现是根据国家指令性计划而下达给企业的出口创汇任务。计划任务使企业的经营目标复杂化，企业究竟是追求计划任务的完成还是追求利润成了企业经常面临的一个

相互矛盾的选择，当不同的目标分别充当主要矛盾时，企业的竞争力是不同的。在外贸体制政企不分，企业对政府的依赖性较强的情况下，出口换汇指标成为企业最重要的指标，造成了企业往往不是从经济效益出发，而是从追求出口换汇数量出发来组织出口，这使得外贸企业主要地不是以较低的收购价和较高的外销价来提高经济效益，增加出口，扩大创汇，而总是试图以抬价抢购和压价外销来完成出口创汇计划。此外，大型国营外贸企业常有义务对生产企业的利润进行抽肥补瘦，有义务完成某种政治援助性的出口，甚至有义务去平抑市场物价。这种经营目标复杂化的企业自然无法与只追求利润的企业展开竞争。在企业的经营目标中还有一个奇怪的问题是，有些企业把安排出国机会挤进了贸易的目的，而间接地出现在企业的出口行为和争取外贸经营权的动机之中。总之，企业经营目标的矛盾化，也给竞争带来了相当程度的混乱。

最后，政府宏观调控、指导不力。外贸放开经营不意味着对外贸管理指导权力的放弃，相反更需要政府运用一系列的宏观管理和间接管理的手段来加以协调，以避免竞争秩序的混乱。由于放开经营中的不加甄别，许多经营范围无所不包、名实不符、有权无责、管理混乱的企业挤进了外贸经营的行列，违法乱纪冲击市场；价格改革的滞后，过度的价格扭曲使得各个地方和企业产生了争抢初级产品的竞争动机，使得经营不同商品的各类企业处于不平等状态；汇率的不合理和不统一使得进行不良竞争的企业能左右逢源；大宗初级产品的出口未设置有效控制，而导致交叉经营过度竞争。这种宏观控制的失调，使得新的外贸市场体系被无序化自相竞争冲击而招致种种混乱的困扰。

从上述对恶性竞争原因的分析看出，外贸中自相竞争的种种恶劣表现并不来自竞争机制本身，而是来自其他因素。从体制的角度来说，解决竞争秩序混乱的着眼点应注重从竞争的环境着手，而不应简单地讲“公司太多了”、“竞争过度了”，更不应简单地回复到过去的统制贸易。要使竞争机制正常发挥作用，必须消除各种障碍，为竞争创造正常环境，逐步实行既有竞争又有协调的新机制，以实现放开经营与联合统一对外两项原则的统一。

第一，使竞争条件趋向平等化。平等竞争的政策环境使得经营范围相同的企业之间具有共

同的衡量自身利益的准则,应通过对各种既得利益的调整,打破市场割据、封锁,取消对落后者的财政补贴及区域性差别政策等手段来消除差别待遇的不平等政策,使各级、各类、各地的外贸企业拥有基本相当的竞争条件,处于相同的起跑线上,从而使企业主要依赖于自身的努力来参与竞争。

第二,转变机制。以自主经营、自负盈亏机制取代补贴机制。通过政企完全分开,让外贸企业真正以相对独立的经济实体的身份参与竞争,取得计划、财务、营销等经济活动的决策权、支配权、管理权,独立核算,自负盈亏,实行责权利的统一,提高企业财务约束硬度,使企业由价格竞争转向主要依靠效益竞争,靠提高产品质量、降低成本、改进销售服务、提高经营水平来扩大出口创汇。同时,在自负盈亏的基础上,完善工贸结合、产销挂钩的体制,使产品在国际市场适销对路。

第三,使企业经营目标走向单一化、规范化。外贸发展与否,并不取决于外贸计划的大小,它的发展有其客观规律,如果计划的制定违反客观规律,怎么定都是没有意义的,甚至会造成虚假现象。保证国家外汇收入应在提高出口创汇效益和进口用汇效益上下功夫,而不能只在外汇分配领域中兜圈子。应适当缩小指令性计划的范围,逐步建立一种弹性计划体制,使企业在国际市场的竞争中主要以追求利润为经营动机。因此,企业的经营目标要以适应国际市场的需求来规范,企业的经营活动要按照国际市场竞争的要求来统一。适应国际市场需要,适应用户需要。企业要根据不同国家、地区的市场特点,以及客户对产品的各项具体要求,不断调整和改进产品的性能、品种、结构和各项经济技术指标,以适销为原则、以市场为导向。顺应国际消费潮流,潜心研究不同地区、不同消费者在不同情况下产生的消费心理动态变化信息,让产品更新跟上国际市场的步伐,实现适销对路,畅销热销。相应的,为了保证竞争机制的充分性和平等性,对外贸企业就不应增加额外的责任义务。

第四,充分发挥行业协调组织的作用。当前国际上贸易保护主义盛行,关税壁垒、限额配额和进口许可证制度更加森严,这种情况下,同一种商品由多口岸、多公司交叉经营,在国际市场上同室操戈,在剧烈的竞争中就无法立足。如我对泰国出口的柴油机,过去由广东一家公司经营,后来

另外二家公司参与竞销,由于交叉经营商品没有统一价格,三家公司的柴油机在泰国市场上打乱仗,以致泰国政府停发进口许可证,使我们丢掉了这一传统市场。^⑥国际经验显示,商会主持下的自愿互利的竞争协调机制是一种稳定而有成效的贸易协调机制。近几年,我国已逐步建立起各大类进出口商品的商会和商品分会,要发挥商会在协调会员企业联合统一对外,扩大出口方面的积极作用。商会负责国际市场的商情调研,及时沟通商品信息,定期进行协调工作,共同商定对外成交方案和价格幅度,或由协会统一对外签约成交,各有关公司分别按分配额度执行,也可由各有关公司按照协会商定的价格幅度,分别对外成交。协会成员之间,既要互相帮助,又要互相监督,遵守统一对外的原则。商会对不服从协调的会员,有权提出批评、警告,直至建议外贸行政管理部门取消其进出口权。

第五,实行必要的宏观控制和管理。当前我国的改革还处于过渡阶段,充分实现竞争机制的环境条件还不可能一蹴而就,需要国家利用政策、法律、经济等间接调控手段来保证国家利益。就企业在国际市场上的竞争而言,要维持必要的竞争秩序,有必要从经营能力和资格上审查一个企业是否具有经营外贸的基本条件;对大宗的、初级的、国际垄断性强的商品运用出口许可证制度及配额管理实行统一经营。以往的经验表明,凡设置了出口配额并有效管理的商品,未出现过度竞争的问题;通过加强外贸立法,明确规定外贸发展的规划、方向、速度、作价原则、国别、地区政策和各户政策、外贸企业的职责、权力和义务,外贸活动的基本原则,管理和监督方式;改革、运用合理的外汇留存制、外贸收购制、直接进出口制和代理制,及加速价格、财政、税收体制配套改革等经济手段,引导和影响外贸企业,使之恰当地支配资金及劳务,沿着依赖提高经济效益,增加竞争能力,扩大出口创汇的方向良性发展。

注释:

①③④见《外贸调研》,1990年第9期,第9、8、10—11页。

②⑤见《新疆经济研究》,1985年第6期,第44页。

⑥见《经济问题探索》,1984年第7期,第9页。

(责任编辑 沈晓冰)