

试论建立我国外经贸企业创新体系

韩世隆

从改革开放以来,我国外经贸发展很快,商品进出口每年平均增幅达 16.6%,其中出口年平均增幅是 17.4%,进口为 15.8%。1995 年进出口贸易额达 2808 亿美元,增长 18.6%;出口 1487 亿美元,增长了 22.9%。进出口商品结构不断优化,工业制成品出口占的比重是 85.6%,初级产品占的比重大大降低。利用外国直接投资协议金额是 902 亿美元,投资结构不断改善,大财团来华投资增多,规模与技术含量提高并开始重视对中西部内陆的投资。其它如对外承包工程、劳务输出、尤其是技术贸易等都在迅速发展。随着外经贸迅速发展,国际收支进一步改善,1995 年国家外汇储备超过 1000 亿美元,这些都说明我国外经贸形势是好的。但同时要看到我国外经贸还有不少深层次的问题尚未获得根本解决,如商品结构档次、技术含量与附加值低,重视数量扩张而忽视质量提高;产业结构尚待调整,在发展劳动密集型、资本密集型产业的同时应大力加强对技术密集型,特别是高新技术产业的发展;企业组织小而散,竞争能力弱,规模经济效益难以实现;企业管理——质量管理、成本管理、尤其是财务管理差,经营秩序混乱、亏损面大、亏损额逐年增加,严重阻碍经济的健康发展等。近年来,我国外经贸企业,特别是国有企业由于受来自利率、汇率和税率的变动的多重冲击,加之通货膨胀、银行贷款紧缩、出口退税率调低与滞后,资金短缺十分严重,贸易出口成本上升,亏损面扩大,上半年外贸出口持续下降,不少外经贸企业陷入困境,有的省市反映外经贸企业的处境类似雪上加霜,当前的生存与发展都出现困难等。

我国外经贸要解决上述一系列深层次问题,在过去高速发展基础上更上一层楼。外经贸企业要摆脱目前困难处境,从战略上看,其关键仍然是十四届五中全会提出的实行两个具有全局意义的根本性转变,一是经济体制从传统的计划经济向社会主义市场经济体制转变,二是经济增长方式从粗放型向集约型转变。正如江泽民主席在中央经济工作会议上强调的:“经济工作千头万绪,错综复杂,抓住抓好这两个根本性的转变,就是抓住了关键”。外经贸工作也是这样,方方面面都应当努力抓这两个转型,从外经贸增长方式转型来看,其根本路子是八个字,这就是“依靠科技,全面创新”,本文仅就建立外经贸企业创新体系提供一些建议。

一、什么是创新

创新这个词，广义上是指经济基础及其上层建筑，包括经济、政治、科技、文化、艺术等方面创造性或开拓性的劳动，如经济体制的改革，科技上的新发现与发明，采用新的生产设备，新方法与新工艺等等。美国著名经济学家熊彼特在所著的《经济发展理论》一书将它引用到经济学，赋予特定的科学内涵，并用来解释西方经济周期与经济增长。他认为创新是指“企业家对生产因素进行新的组合”，这种组合主要包括五种情况，即（1）引进一种新产品或提供一种新质量的产品；（2）采用一种新的生产方法；（3）开辟一个新市场；（4）获得一种新的原料或半成品新的来源；（5）采取一种新的企业组织形式。他认为创新是经济概念，而不是技术概念。创新不等于科技上的新发明，只有当这种发明运用于经济活动，从潜在的生产力转化为现实的生产并在市场上销售获得额外盈利，这种活动才是创新。熊彼特从西方经济学的角度抓住创新活动的主要内容，并周密考察与论证创新是经济周期与经济增长的动力，对西方经济学是有贡献的，但在当代经济生活，创新的主要内容决不仅仅局限于他列举的5个方面。凡有利于促进经济增长并提高经济效益的新观念、新战略、新体制、新的经营管理等都应列为经济创新。熊彼特将创新活动的倡导者与实行者称为企业家，他认为企业家既不同于普通经营管理者，因为企业的普通经营管理者大都是按传统的规定办事，而企业家是不墨守成规，不死循经济循环轨道的，他常常创造性地变更其轨道，企业家又不同于科技上的发明者，只有那些敢于冒商业风险，将发明引入经济活动，参加市场竞争的创新者才称得上是企业家。所谓企业家精神就是敢于承担风险，不断开拓新产品、新市场，采用新技术、新工艺、新的营销管理等的创新精神，它是企业家不可缺少的重要素质。熊彼特将创新与企业家紧紧联系在一起，对企业家的素质作了专门解释，这是有远见卓识的。由于企业是社会主义市场经济体制的主体，是两个转变的结合点，要搞好两个转变必须通过企业充分调动它们的积极性，而企业的经营管理又要通过企业家来运转，建立现代化企业体系，培养和选拔企业人才，努力实现两个根本转变，从而彻底摆脱当前我国企业困境，赋予国有企业生命力，熊彼特的上述一系列见解对我们是有启发借鉴作用的。

党中央、国务院对创新是高度重视的。江泽民主席在全国科技大会上精辟地指出：创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力，一个没有创新能力的民族，难以屹立于世界先进民族之林。创新是科技进步的泉源，是现代企业与经济发展的推动力，我国外贸要在十几年来发展基础上更上一层楼，外贸企业要由高投入、高消耗、低产出、低质量的增长转变为高质量、高产出、低投入、低消耗的增长，从主要靠铺新摊子、上新项目、追求数量增长的模式转变为主要依靠科技进步，不断提高劳动生产率，使经贸发展转到以效益为中心上来，这就必须以科技进步为基础，以全面创新为推动力。

二、建立我国外贸企业创新体系的战略思考

1. 建立我国外贸创新体系应遵循世界经济与世界市场的基本规律，外贸是世界经济的重要组成部分，它的发展与运转受世界经济规律的支配和制约。在世界经济发展不同时期，

除了长期起作用共同规律外，还有分别在不同时期与不同领域起作用的特殊规律。在世界经济整体及其组成部分，除了一系列不同类型的众多经济规律外，还有世界经济的基本规律。在跨世纪世界经济多极格局形成形势下就有四大基本规律：即世界经济生活国际化规律、世界经济一体化规律、世界经济不平衡发展规律与世界科技不断纵深发展的规律。由于它们在世界经贸领域都具有普遍性、大量性、长期性与持续性等基本属性，因而命名为基本规律。由于它们在世界经贸领域都是大量起作用，范围大，影响深，因而加上四大的桂冠。它们对跨世纪世界经济各个组成部分的主要内容、主要发展过程及其主要方面都起着巨大作用。从宏观上看，它对各个国家、地区与区域集团的综合国力与综合经济实力的形成，对国际竞争力量的对比及其相互关系的整体结构与变化、组合的战略优势；在微观上，对企业、企业集团参加世界市场竞争力量的兴衰消长都起着十分重要，甚至是基础的催化与推动作用。我国外贸企业努力实现国际化、集团化、实业化、多元化可说是上述四大基本规律发生作用必然的结果，外贸增长方式从粗放型转变为集约型也是上述诸规律作用的表现。

世界市场规律，如国际竞争规律，国际供需规律和国际价值规律等，其中国际价值规律可说是世界市场的基本规律。由于市场的中心是价格问题，世界市场的中心是世界市场价格，无论是世界商品市场，国际金融市场，世界科技与劳务，世界信息市场等都有一个价格问题，它们都要受国际价值规律的支配与作用。国际价值及其转化形式国际生产价格是世界市场价格的理论基础。跨世纪全球市场体系，即世界大市场的形成是以统一的世界市场价格体系的形成为中心，二者相应发展，相互促进，为国际价值规律发挥作用提供广阔的场所。我国外贸增长方式的转型，外贸出口要培养与寻找新的增长点以及建立创新体系等都应以提高经济效益为中心。从战略高度看，这都是国际价值规律广泛与深入发挥作用的表现。

2. 建立我国外贸创新体系应与跨世纪世界经济发展的四大趋势相适应。从国际生产力角度看，跨世纪世界经济发展大趋势，可以概括为全球化、信息化、市场化与一体化，它们是贯注跨世纪各个国家、地区、区域集团经济发展各领域的四条主线，标志着跨世纪世界经济的主流与方向，构成现代化这个概念的科学内涵。国家政府的决策，国际经济组织，企业与个人的全部经济活动，都要受世界经济四大趋势的影响与制约。正如美国著名预测学家约翰·奈斯比特所说：“趋势就像是奔腾的马，顺着它们奔跑的方向驾驶就比较容易。”那种认为可以不顾趋势，特别是大趋势，自行其是的说法是极其盲目的，迟早是要碰壁的。四大趋势各有不同的丰富内涵，系世界经济学特定的科学概念，就其起源、发展、原因与其在经济领域各方面的表现、影响与后果来看，各有其不同特点，但它们又是相互联系，相互促进，相互渗透，互为条件，有的甚至如影随形，不可分离，共同发生作用，汇合为跨世纪世界经济不可阻挡的大洪流。

被称为全球化核心的经济全球化，它是在经济生活国际化规律的作用下，当经济国际化在全球纵深发展，进入到最全面与最成熟的阶段时，国家、地区、企业与个人在经济生活各方面的相互依存与联系就发展到前所未有的新水平，即当世界经济发展为牵一发动全身的有机整体，一切国家、地区、区域集团的所有经济部门与经济环节，均成为这个体系的不可分割的组成部分，这时候的经济国际化可说是发展为全球化。世界经济全球化的主要发动机是

第二次世界大战结束后迅速发展起来的跨国企业，它以全球战略为目标，凭借其强大的经济与金融实力与多种优势，通过对外直接投资带动商品输出、技术转让与劳务工程承包等，推动国家、地区经济上的相互依存与联系达到空前未有的新水平。为了适应全球化这个大趋势，促进我国经济与世界经济接轨，不断增强我国在世界市场上的竞争力量，我国必须通过企业结构的调整，建立一批大型、超大型的企业集团。以此带动成千上万的中小企业的健康发展，这是当前我国实行外经贸两个根本转变，也是建立外经贸企业创新体系，培育新的出口增长点的一个突破口。

世界经济信息化这股浪潮是推动各国、各地区外经贸增长方式转变的一股巨大力量。它与全球化如影随行，甚至是同步发展的，正是凭借高速度与大容量的国际信息通讯网络，作为全球化主要发动机的跨国企业才有可能将触角伸入全世界各个角落，执行高度集中与分散经营相结合的全球战略，在世界各地建立营运中心与跨国企业相互间的策略联盟等。国际贸易与金融的全球化都是与信息技术和信息设备的发展相适应的。可以说信息化的每一项创新都为全球化开辟一个新渠道，全球化的每一项需求的提出又为信息化的发展带来新的刺激与契机。外经贸增长方式转型是这两大趋势必然的客观要求，建立外经贸企业创新体系，从而不断开拓外经贸新的增长点，必须以发展信息技术、开拓信息资源、扩充信息设备、建立信息产业、培养高质量信息人才，完善国际信息情报网络体系与最终建立信息高速公路为前提条件。

要适应跨世纪市场化这个大趋势，必须坚定树立起世界大市场的观念。世界大市场或全球市场体系是在本世纪 80-90 年代开始形成，走向 21 世纪，这个体系在内涵与外延上还将不断纵深发展、充实、巩固与提高。跨世纪的世界大市场是一个多元化、多层次、包括各种不同性质与不同类型、各种分支的市场体系，它是一个极其复杂的矛盾的统一体，在形成与发展过程中，各种性质与类型的分支体系将进行错综复杂的竞争与较量，但它们在世界经济与世界市场规律的支配作用下，又存在共同的密切联系。我国外经贸企业贯彻执行多元化市场战略，建立多元化市场创新体系，不断探索与培育新的增长点，必须全面理解与掌握世界大市场各种类型，各个层次与各分支体系的特点，既要认识它们的共性，更要深刻掌握其个性，对不同国家、不同地区与不同要素的市场，分别采取不同的营销战略，采用不同的“钥匙”打开不同的销售渠道。

一体化，既是世界经济的一个基本规律，又是跨世界经济发展的大趋势。它是近年世界经济论坛争论较多、分歧较大的一个趋势。从词义上理解，它指将不同部分联合或融合为一个整体。广义上讲，世界经济一体化有微观的、中观的与宏观的三大层次。微观的是泛指大、中、小型企业间的兼并与联合。中观的是指同一国家的不同地区经济上的联合或结合。宏观一体化广义上是指不同国家与地区相同经济部门或不同经济部门进行不同类型与不同层次的横向与纵向的经济联合，狭义上指同一洲内与洲际的不同国家与地区，为实现共同的目标，通过相互签订条约或协定，制订共同的准则，甚至通过局部的国家主权的过渡，建立“超国家”机构，实现经济上的联合等，有的学者将它称为制度的一体化，即区域集团化。微观的、中观的与宏观的一体化有多种不同类型，它们是跨世纪世界经济发展的大势所趋，其中区域

集团化在 80-90 年代蓬勃发展。一体化或联合是跨世纪提高国家经济实力与综合国力，企业增强市场竞争力量的客观要求，要实现外经贸增长方式转变，必须从微观上、中观上与宏观上分别进行三个不同层次和不同类型的经济联合，我国外经贸企业要急起直追赶上一体化这个大浪潮，必须分阶段和分层次建立我国外经贸一体化创新体系。

3. 建立我国外经贸企业创新体系应遵循动态的比较优势原则。俗话说得好，做生意要货比三家，在跨世纪全球化大趋势下，以效益为中心，进行经济核算，运用电脑联网，进行调研分析，有必要货比千万家，要生产与出口在世界市场上有特色的，技术含量高，创汇高，竞争力强的拳头商品，对生产因素的配置、成本价格、规格型、花色品种、运输包装等等都要通过比较，努力发挥企业自身的优势，这种优势不是静态的，而是应通过发展与培育的过程，从动态进行比较。不仅要从横向上、空间上看到当前的优势，而且要从纵向上、时间上看到未来的潜在的优势。企业家应当是有眼光和有魄力的善于培育与挖潜的创新者。应当说每个国家、地区、企业与企业集团都有其优势与不利因素，如何巩固与发展现有优势，发掘与培育其潜在优势，将不利因素转化为有利，这是企业家必须具备的素质。还在百年前，马克思就说过：“产业资本家不断把世界市场放在心中，比较——并且必须不断比较——他自己的成本价格和市场价格，并且不仅与国内的市场价格比较，而且与全世界的市场价格比较。”

4. 建立外经贸企业创新体系应遵循国际规章与国际惯例。国际惯例系各国在长期国际交往中，对同一个事体积累采取的相同的行为准则，它是通过反复实践逐渐形成，并为各国共同承认与共同遵守，具有法律的约束力和不成文的行为规则。我国是主权国家，外国人来做生意当然受中国法律的约束，我国企业到国外做生意也要受当地国法律的约束，双方都要遵守国际商法与国际经贸惯例。建立外经贸企业创新体系自当遵循国际商法与国际经济惯例的准则。

5. 建立我国外经贸创新体系应从实际出发，既高瞻远瞩，有科学的预见性，又实事求是，有操作的可行性。创新除了具有能动性、阶段性、风险性、效益性、周期性、国际性、全球性与社会性等特点外，它不能离开原有的基础、条件和国内外环境，它是利用现有生产因素、科技成果、知识积累、社会实践，通过创造性劳动、艰苦的探索，强化人对社会与自然的协调与控制，追求较高经济效益与社会效益的过程。新的事物是从旧的事物中脱胎演化出来的，推陈可以出新，任何新颖、独特的观念都是有师承的，我国外经贸企业创新体系是以改革开放以来已经取得成效的外经贸体制、结构、规模、效益、政策各个方面获得的成就为基础的。

6. 建立我国外经贸企业创新体系既要参考借鉴国外的好经验、新观念、新趋势、新战略，又不能生搬硬套，应立足于我国国情与省情的实际。要认真通过消化、吸取其精华，扬弃其糟粕，以其所长，为我所用，成为真正具有中国特色的创新体系。

最后，要强调的就是党的基本路线，改革开放一系列方针政策，中央领导关于经济的重要讲话，特别是关于发展我国经济的九五与十五年长远规划系跨世纪我国整个国民经济发展的宏伟蓝图，为我国外经贸发展指明了方向、步骤、战略决策与主要措施，是建立我国外经贸企业创新体系必须遵循的前提与依据。

三、我国外经贸企业创新体系的基本特点

外经贸企业创新体系包括促进外经贸发展的各个方面与全部过程，其基本特点是：

1. 观念创新。这是整个外经贸企业创新体系的起点。要广泛吸取国内外有利于外经贸发展的新思想、新观念，将外经贸看作我国全方位、多层次对外开放，开展国际经济交流与合作的重要环节，它不但互通有无，而且促进价值增值，对整个国民经济发展起着发动机与催化剂的积极作用。观念创新要牢固树立国际与国内大市场的观点。它与多元化外经贸决策和大经贸战略是相互配合与紧密联系的。

2. 科技创新。科技进步是生产企业与外经贸企业增长方式从粗放型转变为集约型的基础，也是建立外经贸企业创新体系的关键，正如吴邦国副总理说的：“全面推进技术进步是我国社会主义建设中的一项十分艰巨和紧迫的任务，也是实行经济体制和经济增长方式两个具有全面意义的根本性转变的关键。”科技进步应从头到尾贯注和体现在外经贸企业创新体系各个方面。如建立与健全技术开发机构，使企业成为技术创新的主体，加快传统产业的技术更新，努力办好高新技术产业区，确立高新技术产业在全国产业群的主导地位。技术进步要体现在产品档次的提高，先进工艺的运用和企业效益的提高上，应集中资金投向优势产业和建立技术开发基金等。

3. 产品创新。企业是市场的主体，企业参加世界市场竞争取决于产品的创新能力。对企业的技术改造要以产品为龙头，要充分体现在产品的升级换代，不断降低成本，增加技术含量，提高产品质量与创汇能力上。企业与企业集团都要努力培植自己在市场上站得稳、打得开、附加价值大、创汇高的出口拳头商品，优势企业必须以高质量的优势产品为前提。

4. 产业创新。国家的经济活力取决于产业创新能力，从宏观上看，企业产品是以国家产业创新、产品的优化是以产业的优化为基础的。我国在发展劳动密集型与资本密集型产业的同时，要逐步确立高新技术产业在产业群中的主导地位。据统计，目前我国高新技术产品产业只占全部工业产值的5~8%，到本世纪末，在全国工业产值中占的比重有可能上升到10~15%，随着产业结构的提高，我国产业的劳动生产率也将大大提高，通过产业结构的调整，外经贸企业将会不断出现新的增长点。

5. 结构创新。外经贸的结构创新除了上述产品与产业的创新外，还体现在不同类型的贸易结构的变化与调整，如技术贸易、劳务贸易与信息贸易较一般商品贸易发展更为迅速，软件贸易较硬件贸易发展得更快等。进出口贸易的国别与地区构成以及贸易的方式等随国内外经济形势的变化也在不断调整与变化，多边贸易的内容和范围不断扩大，知识产权被列为多边贸易体制的重要环节等，它们都影响外经贸增长方式的转型与新的出口增长点的培育。

6. 规模经营创新。外经贸企业规模直接影响到国际竞争力与开拓国际市场的能力。我国生产企业与外经贸企业小而散，不能适应跨世纪世界市场竞争大兵团作战的需要。目前要抓住组织结构的调整，推动外经贸规模经营取得实质性进展，将制度创新与规模创新结合起来，按照优化资源配置的要求加快资产存量的调整与生产要素的重新组合，通过中小企业的兼并与联合建立一批大型、超大型外经贸集团，向中国特色的跨国企业发展，是现阶段我国外经

贸增长方式转型与培育新的增长点的突破口。组织结构的调整是一个重大的创新，它可以带动整个体系的其它方面的创新。

7. 管理创新。当前我国一些外经贸企业处于困境，亏损面大幅度增加，不少是由于管理不善。加强企业管理——质量管理、成本管理、特别是加强资金管理，向管理要质量、要效益，不断降低管理费用，是企业扭亏为盈的重要出路。外经贸企业应严格贯彻执行《全国对外经贸进出口企业全面质量管理办法》加强质量监督力度，广泛推行 ISO9000 质量管理体系，管理创新不仅将有力推进外经贸增长方式的转变，而且是开拓新增长点的重要环节。

8. 决策与战略创新。企业是市场的主体，它要成为自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的实体，在国内外激烈的竞争中处于不败之地，必须立足于实际，遵循上述一系列关于创新的战略思考，制订出既高瞻远瞩，又切实可行的经营战略。确定企业长远的奋斗方向与目标，关系企业发展的总纲，企业今后的兴衰存亡。在世界经济全球化的影响下，大型、超大型企业与企业集团应有自己的全球战略。多元化战略与大经贸战略既是我国整个外经贸的战略决策，又是促进外经贸增长方式转变与开拓新的增长点，具有全局性与根本性的重要决策。

9. 工具与渠道创新。随着国际资本的扩张，国际金融的各种工具与渠道不断创新，国际金融凌驾于国际贸易之上，但决不可能取代国际贸易，国际贸易也不断出现新工具与新渠道。资本输出进一步带动商品输出、知识产权、劳务出口、工程承包与国际旅游等，外经贸某一组成部分的工具与渠道的创新将对其它组成部分的工具与渠道创新引起连锁反应，从而推动整个外经贸的工具与渠道创新。

10. 体制与机制创新。跨世纪将出现多种不同类型与不同特点的经济与市场竞争机制，体制改革与市场机制创新将在原来基础上不断进行深化，各种不同类型的体制与市场机制将通过激烈竞争，进行较量与合作，从而显示其优势与局限性。管理贸易的市场机制将更为流行。

11. 格局创新。跨世纪世界政治上的多极格局与经济上的多中心，国际贸易与国际金融都将是多中心的格局，对外经贸关系越来越趋向多元化。区域集团化，次区域集团化将有更大的发展。企业、企业集团间的竞争将发展为多层次的，以区域集团和次区域集团为依托和后盾的激烈竞争。世界市场竞争格局将出现一系列新特点，我国通过大经贸战略的全面贯彻实施，大经贸格局将不断充实和发展。

注释:

参见拙文：《九十年代世界经济多极格局形成的理论基础：世界经济四大基本规律作用表现的主要特点》，载《经济学家》，1992（1）。

约翰·奈斯比特：《大趋势：改变我们生活的十个新方向》，中文版，9页，北京，中国社会科学出版社。

参见拙文：《跨世纪世界经济的四大趋势与我国外经贸增长方式转型的战略设想》，载《经济体制改革》，1996（5）。

参见拙文：《当今世界大市场的形成及其主要特点》，载《经济体制改革》，1994（2）。

马克思：《资本论》，第3卷，415～416页，北京，人民出版社，1953。引文的着重点系笔者所加。

吴邦国：《经贸工作中的几个重要问题》，载《解放日报》，1996-02-15。

（责任编辑：曾德国）