

关于我国国有外贸公司外贸代理业务前景的思考

● 鲍红艳

关键词:外贸代理;国际经验;形成环境

摘要:本文从我国外贸代理形成的环境分析外贸代理制在我国推行不力的原因,从而对我国国有外贸企业外贸代理业务发展前景做了分析。

文献标识码:A 文章编号:1009-0061(2003)11-0048-02

我国自八十年代初期开始在外贸领域提出由传统的收购制转向外贸代理制的改革,至今有二十多年了,然而效果并不明显。据资料显示,1986年,我国外贸企业代理出口占全国出口的比重为6.3%,1995年到1998年分别下降为5%、4%、3.8%和1.5%。与之相比较,日本外贸代理额占其外贸进出口总额的80%左右;德国约占30%;欧美国家20-30%的出口贸易是通过代理商进行的。为何发达国家行之有效的贸易方式,在我国的实践中却缺乏良好的发展呢?

一、从外贸代理形成的国际经验来看其具有的特点

1、代理制是社会化大生产和专业分工原理在流通领域的运用。外贸代理通常不是由政府来强制或组织实施的,而是由具有各自的经济利益或经济发展目标,却又相互依赖和相互联系的生产企业和贸易公司之间自发地以商业契约的方式结成的交换关系,亦即在市场经济规律下,企业自主选择的一种优势互补、保证效益的经营方式。

2、委托代理双方主要是通过代理协议来规定彼此的权利和义务,划分对外贸易中的风险。但是,由于委代双方的信息不对称以及合约的不完备,市场的无形约束也是必不可少的。由于市场是竞争性的,代理的一方要想继续获得代理业务和佣金就必须不断的提高服务的水平,积极努力的为委托人的利益行事,提供委托人自身无法提供的服务,提高效益,降低成本,否则,委托人将选择自营的方式或者更换代理人而使原代理人失去生存的源泉。正是这种竞争性的市场机制,这才是“外贸代理”的生命力所在。

3、作为市场经济中的一种贸易方式,代理制是生产企业和贸易公司间的相互选择,但是对社会宏观经济环境也有一定的要求,来自政府的金融、结算、税收等方面的支持,完善的法律制度等都是至

关重要的。

二、我国国有外贸公司外贸代理推行不力的现状及原因分析

(一)我国外贸代理制推行的现状

1、代理比重——进出口失衡

我国在进口上实行一套比较严格的、强制性的管理制度,比如对大宗进口商品由指定的专业外贸公司统一对外订货;对几乎所有的机电产品进口实行配额、许可证管理;因此绝大多数“外贸进出口公司”实际上只有“出口”,并无“进口”,这在客观上形成了进口贸易中代理占了主导地位。而在出口管理体制上,我国的出口贸易已经形成多元化、较为分散的经营格局,代理制在其中所占比重不大,代理出口的比重一般在5%以下。由此可以看出,我国现行的外贸代理中特权的痕迹很重。

2、从代理形式——特权为主

企业在实践中,有多种多样的代理形式:外贸公司为没有外贸经营权的生产企业代理其产品出口;外贸公司利用自己拥有出口配额、外汇融资权等有利条件,为其他外贸公司或生产企业代理出口;为集团内部成员企业代理出口;为生产企业开展加工贸易实行进出口代理;为少数外商投资企业代理出口等形式,可以说都是建立在特权基础上的。

3、代理的内容——短期行为

一般来说,整个的国际贸易的流程包括寻找目标市场,客户,谈判,合同,履行这几个主要的环节。从我国外贸代理的实践看,长期以来,外贸企业的主要任务是从事货物出口,对外销售货物,基本上是局限于提供单一的销售代理服务。实践中一般是生产企业自己找到客户,由于没有经营权或者许可证,配额或者是外销人才和经验才委托外贸公司代理业务。那种借助外贸公司开拓国际市场的代理极少。于这样看来,我国的外贸代理是一种逐笔委托,属于短期行为,没能形成长期的合作关系。

4、代理制度——不太规范

委托人与代理人之间不签订委托协议,仅凭订货单行事;表面为外贸代理,实际是借款合同;签订外贸合同在先,而签订委托代理协议在后;委托代理协议本身行文不严谨;代理人承担的责任偏重,外贸公司不仅以自己的名义对外签约、履行义务、承担责任、代理货物的进口或出口,由于生产企业的自有资金不足,有时还要替被代理人垫付部分或全部资金,承担更大的合同风险。很多的地方还存在为了代理而代理的情况。一些上市的工贸公司为了做出业绩,以贴息,预付款出口退税,甚至免收佣金等条件使生产企业找自己代理。

(二) 从我国外贸代理形成的基础来看我国外贸代理推行不力的原因

我国现行的外贸代理不是市场自发的选择,而是在外贸经营权没有放开,为解决国有外贸企业资金短缺,效益低下的经营困境,以及机电产品出口困难,促进工贸结合的背景下提出的。就从当前我国外贸代理推行的现状来看,现行的外贸代理仍然有着很浓的“特权”的痕迹,无论是从形式还是内容上来说,这种外贸代理同国际通行的外贸代理制度都存在很大的差距,这就限制了外贸代理的优势的发挥,同时这也就给外贸代理的推行造成了很大的障碍。其原因主要是:

首先,我国的外贸代理最初是依靠国家对外贸部门政策倾斜推出的,不是市场经济专业化分工自发的产物,难以形成一个竞争性的外贸代理市场。根据第一部分的分析可知,国际上通行的外贸代理是市场经济发展到一定阶段的结果,在一定的生产力水平上,委托方和代理方各自从利益最大化的角度出发做出的自发的选择,委托双方都有进行外贸代理的动力。而在我国,外贸企业提供代理服务依托的是国家赋予的外贸经营权,许可证,配额,银行信贷等政策优势,生产企业选择代理是在自身不能从事自营等的限制条件下的不得已的决策。外贸代理市场是一种垄断的而非竞争性的市场。

其次,在这种垄断的市场上,由于信息不对称和合约的不完备,委托双方在代理过程中的信息不对称的问题就缺乏一个有效的解决机制。

第三,长期以来,国有外贸企业在这种垄断特权的“滋养”之下,缺乏竞争力,没有能够形成自身应有的专业优势。外贸企业提供不了专业的服务,外贸经营的直营壁垒又不是很高,两者的收益差距是显而易见的,所以企业一般在条件允许的情况下倾向于直接自营出口。

第四,从企业内部机制看,由于国有企业经营机制的转换没有完成,工贸双方都缺乏实施代理制的动力。对外贸公司而言,出口额是“业绩”,是上级主管部门考核企业领导人的主要指标,并且与公司职工的奖金直接挂钩。但实行代理出口,出口额统计在委托出口的生产企业一方,不计入外贸公司。这就使外贸公司没有扩大出口代理的积极性。对生产企业而言,由于经营机制没有完全转变,企业的财务约束较弱,成本意识不强,企业在经营活动中不能完全以经济利益的考虑作为第一原则,在经营中有不少非理性行为,比如:厂长在自己这一任上想做点事,自营出口可以算“政绩”,而并不去认真考虑经济效益问题,这样,往往厂长宁肯冒亏损的风险也要坚持自营出口,不愿让外贸公司代理。

另外,生产企业的资金不足,即使是代理出口,外贸公司也要垫付资金,而收益又低于自营出口,所以外贸企业也缺乏代理的动力。

根据我国加入世界贸易组织议定书,入世三年后将现有的外贸经营权的审批核准制改为登记制,外贸经营权完全放开。外贸企业将失去其长期以来赖以生存的特权优势,而这也说明,中国式的外贸代理也将失去其生存的基础。外贸企业的此类代理业务的萎缩是必然结果。

在我国目前还不完全具备全面推广外贸代理的这些条件,企业采取何种形式(收购制、代理制、自营)从事出口业务,完全取决于根据市场环境和成本最小化利益最大化原则,所做出的自主选择,而不应由政府规定。不宜夸大代理制的作用并将其作为解决其他问题的手段,否则会对外贸出口和国民经济发展带来潜在的不利影响。通过政策倾斜或政策引导来推行代理制,应稳步慎重。

参考文献:

1. 尹翔硕著. 中国对外贸易改革的进程和效果. 山西经济出版社. 1998. 2.
2. 林荆州. 邓力平主编. 中国对外经济贸易的经营和管理. 厦门大学出版社, 1999, 7.
3. 杨盛明主编. 中国对外经贸理论前沿. 社会科学出版社, 2000, 6.
4. 对外经济贸易大学研究所课题组. 我国外贸代理制度存在的问题与建议. 国际贸易问题, 1997, (4).
5. 戴林. 陈永丽. 推行全面服务型的外贸代理制. 商业研究, 2000, (10).
6. 姚坚. 陈桂林. 代理的烦恼——关于我国外贸代理的若干思考. 国际贸易问题, 2001, (12).

(作者单位: 厦门大学国际贸易系)

责任编辑: 蒋汉春