

对德国、意大利生产资料市场的调研报告

梭发

(国内贸易部办公厅)

由国内贸易部有关人员组成的生产资料市场考察组一行六人最近在德国和意大利进行了调查研究,在杜塞尔多夫、斯图加特、多灵、米兰等地考察了迪森(*THYSSEN*)钢铁公司与钢材加工配送中心、康梯司塔(*CONISTAC*)钢材贸易代理公司、克卢伯(*KROPP*)钢材贸易公司、杜塞尔多夫废铜贸易中心、法郎霍夫物流与后勤研究所、波尔第卡经纪公司、奔驰汽车厂及斯图加特代理行、多灵菲亚特汽车代理行,路径巴黎时考察了旧货市场。现将我们了解的情况及有关建议报告如下。

一、市场经济要求企业资产不断优化组合

进入二十世纪,资本主义已从自由资本主义进入垄断资本主义。这时的各个资本主义国家政权都要干预经济,至于干预的内容、方式、程度则各有不同。根据政府干预经济的状况不同,可对资本主义国家作不同的分类。1991年法国人密歇尔·阿尔贝在《资本主义对资本主义》一书中,把资本主义划分为二类,即英美型资本主义与德日型资本主义。这是两种不同类型的资本主义。

德国从第二次大战后的废墟上通过三十年的努力,成为世界强国。在美国、日本之后居世界第三,1995年,德国国内生产总值为24189亿美元,人均国民生产总值29742美元,在西方七大工业国中居第四位。国民收入总额18311亿美元,人均22448美元。德国经济发展的奇迹值得研究,有些经验值得借鉴。

德国人自称其经济为社会市场经济,有几个特点很明显:

第一,德国认为,一个国家的经济发展靠政府,经济的调节靠市场。而美国则认为,一个国家经济发展靠市场,而市场调节靠政府。政府

对经济发展要有一个总目标,并通过发挥整体优势来实现,所以德国政府一直把收支平衡、经济稳定、低失业率和稳定物价作为四大目标,称为“德国魔法四边形”。

第二,德国企业有极强的团队精神,追求集团的成功,考虑德国整体利益,鼓励既竞争,又合作。

第三,强调“财富同时带来义务”。人人要对社会负责。

这次到西德考察,感到在市场经济条件下,企业并不是过度竞争,处于无政府混乱状态,而是为了增强竞争能力,增强国家经济实力,扬长避短,优势互补,既竞争,又合作,果断地实行资产重组,追求规模效益、专业化分工效益、低成本效益。

比如不锈钢、马口铁、钢管生产的资产重组就是一个典型的例子。

THYSSEN(迪森)与*KRUPP*(克卢伯)两大钢铁公司都生产不锈钢,但克卢伯的生产水平明显高于迪森,所以,双方经过协商,从1995年1月起,成立了克卢伯、迪森不锈钢有限公司。克卢伯占60%的股份,迪森占40%的股份。结果当年产量大增,销售额比1994年增长一倍。

迪森的马口铁生产水平高于克卢伯,1995年7月,成立了*RASSELSTEIN-HOESCH*集团,迪森占74.5%的股份,克卢伯占25.5%的股份。当年产量达到120万吨,在德国占有70%的市场占有率,成为欧洲最大的马口铁生产厂。

镀锌板的生产优势在迪森,迪森出资75%,克卢伯出资25%组建新的镀锌板厂,年产40万吨,成为世界上最大的生产厂。

德国、法国、卢森堡都生产钢管，为了避免过度竞争，它们联合起来，由8个德国公司、1个法国公司、1个卢森堡公司组建了欧洲钢管公司(EUROPIPE)。

从这里我们可以看到，在市场经济条件下，为了共同利益，资产重组是经常发生的。我国的流通企业特别是物资企业目前“散、小、差”的状况十分严重，无法与工业集团化相适应，无法更好地为生产建设与人民生活服务，所以实行资产重组是大势所趋。现在不少物资企业什么都干，结果什么都干不好，能否来一个扬长避短，发挥综合优势，搞专业化经营，把批量搞大，把售前、售中、售后服务搞好呢？资本主义私有制下都可以做好，我们社会主义公有制为什么就做好呢？德国钢铁企业的资产重组给了我们一个有益的启示。

二、市场经济要求不同产品采用不同的营销方式

在德国、意大利，我们重点考察了以钢铁和汽车为代表的生产资料流通体系和营销方式。资本主义国家经过长期的实践，已相对固定了不同产品的流通体系与营销方式，对于生产资料来讲，市场的运作有有形市场与无形市场、现货市场与期货市场、批发市场与零售市场。作为营销方式大致可以分为四类：一是直销；二是代理；三是经销，即一般贸易；四是加工配送。但涉及到每种产品，采用的方式并不完全一致。我们不能要求所有的产品都套用同一种模式。

据迪森与克卢伯钢铁公司的介绍，钢铁的销售主要有四种方式。

第一，直销。主要对大的用户，如汽车厂等的专用料，不经过中间商，直接送到用户手中。这种方式一般数量大，供求稳定，流通费用低。在德国年产4000多万吨钢材中大约有25%左右采用直销方式。

第二，代理销售。代理销售商又分两类，少数是由集团或钢厂控股的代理商，大部分是钢厂不控股的独立代理商。不管是哪一种，一般都采取佣金代理的办法，即合同由钢厂与用户

签订，再交代理商执行，代理商对用户要负责按时按质按地点交货，对钢厂来讲，代理商要按时把款收回。钢厂付给代理商销售额的2—5%的佣金。进出口一般由集团或钢厂控股的贸易公司进行。如克卢伯95%的进出口是通过自己的公司进行的。

第三，经销。主要是由大的批发商进行，他们具有较大的仓储设施与运输能力，可以通过批量进货和储存，主要满足用户多品种、不同批量、多批次的需要与临时急需。主要品种有线材、型钢、工具钢等。这种方式虽然成本比直销高，但却具有极强的生命力。因为对用户来讲，市场的变化需要产品结构的调整，使生产资料的需求具有不确定性，因此需要批发商这种经销方式。

第四，加工服务中心或加工配送中心。主要适用于钢板和线材。在八十年代，德国的这类加工配送中心一般是独立的。但进入九十年代，有60%的加工配送中心逐渐被钢厂所控股，这种趋势还在进一步发展，到2000年可能达到80%，但许多人士认为这种趋势是不正常的，钢厂控制加工配送中心的目的，在于推销自己的产品，而不是更好地为用户服务。流通研究部门主张加工配送中心应从钢厂独立出来。有些人认为，德国钢材的流通方式还可以用另一种方式划分，即把它划分为三类：

第一，无库存贸易。包括直销、代理与进出口。

第二，有库存贸易。包括各类批发商、加工配送中心等。

第三，综合型贸易。即一些流通企业既搞无库存贸易，也搞有库存贸易。

对于汽车来讲，销售的方式又有所不同。据奔驰与菲亚特公司介绍，主要有两种形式：

第一，通过集团总部的贸易公司销售，这些贸易公司是集团百分之百控股的。他们在全国以至全世界都设有分公司或代表处，由他们与用户签订合同，生产厂根据合同组织生产。

第二，通过代理商销售，这些代理商都是独立于生产企业的，代理方式可以多种多样。如

独家代理、一般代理、总代理等等。据菲亚特汽车厂介绍，他们的代理商在意大利就有 540 家。菲亚特对每 10 个左右的代理商派出一个联络员。

对于如何选择代理商，生产厂有三个要求：一是有有一定数量的高素质人才；二是从来不取消订货合同；三是不拖欠货款。

包括代理商在内的流通企业，对生产厂与用户要承担以下义务。

对生产企业：

- 1 提供市场信息并开拓新市场
- 2 与用户之间建立长期稳定的关系
- 3 向生产厂提供主要原材料
- 4 向用户收取货款
- 5 融资
- 6 组织储运
- 7 为生产企业提供担保

对用户：

- 1 提供咨询与专业知识
- 2 提供市场信息
- 3 及时供货
- 4 组织储运
- 5 为价格变动提供补偿
- 6 必要的加工
- 7 融资

目前，我国的工商关系没有理顺，专业化分工不发达，平均利润率还没有完全形成，许多生产资料的营销方式单一，不少流通企业千篇一律，应尽快形成不同业态的流通企业，发挥不同的功能，适应市场的不同需要。

三、市场经济要求加快流通现代化

每个国家的国民经济都通过不同的方式加以循环，包括生产、分配、交换（流通）、消费。但这种循环一种是粗放式的低效率循环，一种是集约式的高效率循环。德国非常重视高效率循环，称为闭环经济，追求可持续发展。德国除了有一个巨大的基础理论中心以外，又成立了一个技术研究中心，下设 47 个研究所，职工 8000 人，年费用 11 亿马克（折合人民币 55 亿元）。研究闭环经济中的各种问题，包括技术经济、能

源、物流、信息、环保、通讯等等。我们所访问的多德蒙德大学法郎霍夫物流和后勤研究所，是专门从事物流和后勤领域应用研究和开发的，这里的物流与后勤是指物品、人、能量和信息在再生产系统中流动的计划、控制和监督。在再生产过程中，从新材料→成品→用户→废旧物资回收→新材料，在这个过程中研究所向客户提供综合研究、开发和服务。在工厂自动化、交通、贸易、废物处理、包装和管理方面提供应用技术。

目前，我国在流通中比较突出的问题大多是商流中的问题，比如交易方式，流通主体、客体与载体等等，以解决流通的混乱局面。但发达的资本主义国家在二战后，特别是进入八十年代以来，重视的是物流的现代化，以提高国民经济的质量和效率。

过去的物流主要是指产品出厂后经过流通过程转移到消费地或消费者手中，即物的位移，但现在不同了，物流不只是单纯的实物的位移，而是一个物流系统，既包括实物的转移过程，也包括企业物流、原材料供应、加工改制、回收利用以及与物流相关的各种物流服务，是实物分类、包装、检验、保管、储存、装卸、运输、流通加工的统一体。德国把它归纳为物流理论、物流管理与物流技术三大类。所以物流现代化是一个国家综合国力的重要表现。在德国给我们印象最深的是物资加工服务与物资配送。比如德国迪森钢铁公司在国内外设有三个加工服务中心，一个在美国底特律，为福特汽车厂使用的专用板材进行加工服务，年加工能力为 100 万吨；一个设在巴黎，主要加工建筑材料；一个设在德国的杜塞尔多夫，加工各种镀锌板、马口铁等，为当地的中小企业服务。

据介绍，设在杜塞尔多夫的加工服务中心职工 90 人，建筑面积 1.1 万平方米，年加工量为 10 万吨，服务半径为 100—150 公里，用户只要向加工服务中心订货，中心就能按计划和要求进行加工，然后交专门的运输公司送到用户所在地。中小生产企业为了节约流通过费用，降低生产成本，没有一个是自己加工的，因为这样

做很不合算。他们说在市场经济条件下，专业化分工很细，就是像我们参观的奔驰、菲亚特汽车厂，许多零部件是外购的，“大而全”、“小而全”绝对不符合商品经济规律。中国企业目前还存在的“大而全”、“小而全”的状况，这是商品经济不发达的突出表现。

物资配送在德国、意大利非常普遍，但我们所见的大多是专业化配送，即一种产品的配送，在 100—200 公里半径内也不是只有独家配送，而是几家配送同一种产品，通过竞争，提高服务质量，进一步降低流通成本，如板材加工配送、建筑材料加工配送、日用百货配送、书籍配送、药品配送、光碟配送等等。通过配送使生产企业及零售企业实现零库存或少库存。

我国经济增长方式要从粗放型转向集约型，如果没有商品流通特别是物流从粗放型向集约型的转变，全国的经济增长方式的转变是难以实现的。目前我国商品物流过程中的浪费之大是相当惊人的，光生产企业原材料库存占压的流动资金就比发达的市场经济国家要高出几十倍。

四、市场经济要求用法制强行规范企业行为

我们在德国、意大利就市场经济条件下生产资料流通如何正常进行的问题，与有关人士进行了座谈。据迪森钢铁公司及加工服务中心、康梯司塔钢铁代理销售公司、克卢伯钢铁公司、奔驰汽车厂、波尔第卡经纪公司等介绍，在市场经济条件下，无论是生产企业、流通企业还是金融企业，其行为都是用法律加以规范的，违反法律规定都认为是一种“自杀行为”，是一种“愚笨的冒险”。对中国目前出现的不执行合同，资金拒付，不执行法院裁决等都不可理解。市场经济国家为了保证流通的正常进行，主要遵循以下原则：

第一，所有生产企业都要以销定产，没有定单不安排生产。这样一方面可以促进生产企业根据市场需求来进行产业与产品结构调整，进行资产的优化组合，市场上根本无需要的产品绝不生产。另一方面，决不会产生乱推销、乱采

购的现象。

第二，合同就是法律，不执行合同要受罚。据斯图加特奔驰汽车代理商介绍，用户向他们订货要签订合同，合同要规定产品型号、规格、技术标准、颜色、交货时间等等。合同签订后，用户预付产品销售价的 15%。如用户违反合同，15% 的预付款不再退回。如工厂违反合同，则工厂要赔偿用户损失。这些都已成为大家的自觉行为。据多灵菲亚特代理商介绍，他们根据市场预测向菲亚特生产厂订货，并签订合同。销售最高限价由工厂确定，只能下浮不能上调。代理商在接到货后两个月内必须全部付清货款，如两个月内卖不掉，代理商要按规定付息，如在四个月内还卖不掉，代理商必须用自己的资金垫付。工厂给代理商的佣金为 13.5%，工厂根据代理商的销售水平，再奖励销售额的 2.7%—3%。用户向代理商订货时，合同签订后用户要预交销售额的 10% 的价款，如用户违反合同，则 10% 的价款不再退回。这些都是法律规定的，谁也不能违反。如发生双方解决不了的纠纷，服从法院判决。

第三，企业之间的交易行为要向保险公司投保。据克卢伯钢铁公司介绍，不管是生产企业还是流通企业都要向保险公司投保，保险公司首先要对企业进行调查，然后决定是否对该企业进行担保，同意担保后，要收取担保费。不同企业之间的交易行为，要看对方是否有保险公司担保，对保险公司担保的与不担保的公司，合同的内容是不一样的。德国法律规定，用户收到货物后的 15 天内必须付款。如超过 15 天不付款，货主向买方的保险公司提出申诉，保险公司必须支付全部货款的 85%，15% 作为货主自己的损失。

第四，企业必须严格执行商法、税法、社会福利法、劳动法、安全法、统计法。双方有义务在贸易合同中不写进任何违反商法的内容；企业必须按法律规定作年度财务报表，按章纳税，每年有独立的审计公司对年度报表进行审查核对，除此之外，税务局每年派审计员对公司进行审查；企业按社会福利法规定为其职工交纳社

会福利费(企业与职工各承担一半),包括医疗保险、护理保险、失业保险与养老保险;企业提供的劳动与工作条件要符合安全法规定,同业工伤事故联合会定期到企业去审查安全条件;企业还必须按劳动法办事,不准随意加班加点,并及时提高工资福利待遇,行业工会与企业职工代表委员会代表工人利益与股东委员会协商;企业按统计法有义务向联邦统计局申报自己的生产与交易量。违反任何法律的行为都要受到惩罚。

第五,企业要服从国家整体利益。比如商店的营业时间就有严格规定。德国政府规定,除饮食业与文化娱乐场所以外的一切商店每天下午6时必须停业(星期四到下午8时),另每周有两天只准营业半天。法国巴黎市政府规定,凡是跳蚤市场只准在星期六、星期天与星期一经营,其余时间不准营业。德国与法国企业都是私有制,有人认为在私有制下,企业为了追求最大利润其行为是绝对自由的,这是完全错误的认识。应该讲,市场经济是一种法制经济,企业行为是一种规范化行为,而不是无法无天。

五、市场经济要求发育完备的旧货市场

在德国杜塞尔多夫、意大利米兰以及法国巴黎,我们对旧货市场进行了调查。旧货市场是整个商品市场的一个重要组成部分,旧货市场可以分两大类,一类是生产资料旧货市场,一类是生活资料旧货市场。

生产资料旧货市场主要分三类:一是废生产资料,即再生资源,如废金属、废纸、废玻璃、废橡胶等等;二是二手设备;三是二手车。以旧汽车为例,有三种形式:①设立旧汽车专营市场:巴黎就有几百家,用户想淘汰旧汽车,购买新车时,就把旧车送到旧车市场,双方根据汽车的质量、运行里程讲价,一般由旧车市场买断,再加价出售。有一小部分是寄卖,根据车主要求标价,卖出后旧车市场提取一定比例的费用。②由汽车代理商同时经营新车与旧车。如在多灵的非亚特汽车代理行,这里每年销售非亚特新车约1200辆,每年销售二手车约600

辆。二手车的来源,一是菲亚特推出新车时,车主可以用旧的菲亚特车来换新型车,旧车由车行出价买断;二是车行同时收购各类旧车。车行收购后,对比较好的车重新加以整修、上漆,对已无修理价值但还可以使用的汽车,一般直接销售。旧车出售后一般保修半年至一年,在保修期内提供24小时服务。斯图加特奔驰汽车的一个代理行一年销售新车1000辆,但同时销售二手车300辆。③旧汽车展销市场。比如在巴黎一年有两次汽车展销市场,规模很大,国内外都可以参加,其中一部分是展销二手旧汽车。

对生产资料旧货市场,以巴黎为例共有四种方式:

第一,常年设立的由专业旧货商组成的跳蚤市场。比如巴黎北跳蚤市场,302国道跳蚤市场,都是规模较大的旧货市场。凡称跳蚤市场,市政府规定一周只营业三天,即周一、周六、星期日,其它时间不准营业。但“北跳”与“302”还不完全一样。“北跳”是有门店的综合旧货市场,它有许多条街道,由几千家专门的旧货店组成,营业的品种有旧衣服、旧家电、手工艺品、家具、古物、邮票、旧书、小金等等。而“302”则是一条400米长20米宽的一块空地,每到周一、六、日,专业旧货商开车或推车来此设摊,设在什么位置都是固定的。他们经营旧货要到工商会登记领执照,一个旧货主对我们说,他租25平方米,一个月的场地费为1500法郎。

第二,一年一到两次的旧货集市。巴黎分为小巴黎(旧城)与大巴黎(包括七个省),共有约1000万人口,市下面设区,每个区管辖许多大的街道。市政府规定,每条大的街一年搞一次旧货集市,所以有上千条街的巴黎每天都有几条街在办旧货集市。一般一次为两天,放在周六与周日。在这两天中,全市每个家庭以及旧货专业户都可以来摆摊,当地居民优先,每平方米两天场地费为100法郎。主要出售家庭剩余用品。在这两天,街道停止车辆通行,货放在马路两侧,购物者则在马路上成交。每逢旧货集市,就像过节一样。街头有文娱演出,区政

府领导人来祝贺。

第三，一年一到两次的专用品旧货市场。如十月六日、七日，在巴黎市印象派岛这个地方，就有一年两次的旧家具市场。

第四，旧货专卖店。这不同于跳蚤市场，是常年设立的旧货店，与别的商店一样，又分为综合旧货商店与专用品旧货商店。比如在巴黎大地（TATI）就有不少这样的旧货专卖店，主要是为慈善机构服务的。在法国靠近荷兰的里尔市，一年有一次全市性的旧货交易活动。在周六、周日两天每家每户都可以上街摆摊出卖自己家庭的多余物品。

那么，这些旧货是一种什么流通渠道呢？每个家庭的旧货是如何处理的呢？

1. 进入旧货集市自己设摊自己卖。

2. 对比较高档的旧货可以在旧货店寄卖或出售给专卖店，一般去一个电话就上门服务。

3. 不能用的或基本不能用的堆在家门口的路边，由清洁工收走。

4. 对一般性旧货，如旧衣服等，可以用电话通知专业旧货商或专卖店，他们都会上门收购。我们问过几个旧货商，他在居民区散发自己的名片，居民都知道他收购什么旧货，要出售时就打电话给他。

5. 捐献给慈善机构。特别是旧衣服相当普遍地采用这种方式。慈善机构对这些旧衣服加以清洗归类，有的要重新加工。然后交给旧货专业店出售，出售的收入都用于慈善事业与救灾。

在发达的资本主义国家的大城市，旧货市场相当规范，也相当活跃，中国应当尽快启动旧货市场，包括生产资料与生活资料的旧货市场，使商品生产得以顺利进行，形成一种经济循环。

六、几点建议

第一，我国要建立社会主义市场经济体制，

必须实现流通的现代化，包括流通体系、流通方式、流通管理、流通技术。建议从现在开始，对物流、商流、信息流、资金流的现代化作出具体规划，这件事抓得越早越好。不然，流通对经济发展的制约将会越来越严重。这件事要争取世界银行的支持。德国物流所表示，对于中国物流的现代化可以采取2+2的办法（即德国一个研究部门一个生产企业，中国一个研究机构一个生产企业）一个项目一个项目地向前推进，也可以争取列入中德政府经济协定。

第二，我国的国有流通企业出路在于改革，改革的重点是实行国有资产存量的重组，即大力推进集团化、专业化、国际化，要打破条块与行业界限，真正搞大流通，建大市场。目前的状况已完全不适应市场经济的需要，不走出这痛苦的一步必将挨打。西方国家的企业在激烈的市场竞争中，懂得联合，扬长避短，优势互补，我们不能搞一盘散沙。

第三，要加快流通立法。建议由国务院法制局、人大法制委员会、内贸部、国家体改委等部门组织一个流通法制建设考察团到有关国家进行考察，以推动这项工作。

第四，代理与配送制改革要坚定不移地走下去，但目前的关键问题是各部门思想不统一，代理与配送行为很不规范。所以要加大宣传力度，并尽早出台有关条例。

第五，要十分重视废旧物资再生利用的组织与推广。这是任何一个国家不可忽视的战略问题，是国民经济可持续发展的必须解决的大课题，内贸部要认真抓起来。另外要加快发展各种形式的旧货市场，以扩大销售，加快商品的周转，建议尽快从几个大城市开始试点，逐步推进。

（考察组成员：丁俊发、孙世英、周文全、田素华、邱海滨、陈畅；执笔：丁俊发）

（责任编辑：彭建斌）