

林业改革、开放、 发展的研究

全国林业经济研究会编

北 京

一九九二年八月

前 言

当前，在改革开放的大潮中，加大林业改革力度，不仅对搞活林区经济，尽早摆脱林业“两危”，而且能促使林业高速度发展。

1992年6月26日至7月5日在内蒙古大兴安岭林区莫尔道嘎林业局召开的全国林业经济研究会第十四届年会暨林业改革与发展学术讨论会，就林业深化改革和进一步开放中的重大问题，从实践到理论进行了较深入的探讨，与会代表提出了一些有创新性和可操作性的意见和措施。我们将此次讨论会收到的较优秀论文编辑成集，名曰：《林业改革、开放、发展的研究》，供全国林业经济科研、教学及实际工作者参阅。

本书的出版，得到了莫尔道嘎林业局的大力支持，特在此深表感谢。

由于编者水平有限，错误之处在所难免，敬请读者批评指正。

编 者

1992年8月

目 录

前 言

1. 积极把林业企业推向市场……………聂文学 (4)
2. 发展经济贸易 尽快形成林业经济的新兴支柱
……………韩 斌 (15)
3. 城郊型林业建设初探……………陈仕周等 (20)
4. 深化改革木材流通的经营体制……………李克亮 (29)
5. 试论建设高效林业……………彭百登 (40)
6. 总结经验 探索林业发展……………倪鹏伍 (52)
7. 福建集体林区加快改革开放步伐的思考…王立勋等 (58)
8. 搞好“六大工程”全面提高森林经营水平…王长福 (66)
9. 东北、内蒙古国有林区治危兴林问题研究…艾春霖 (76)
10. 林业产业化道路探讨……………张春霞 (87)
11. 越是改革开放越要强化林政资源管理……………刘平康 (98)
12. 浅谈国有林区的林木产品经销问题……………荆家良等 (103)
13. 南方集体林区经济发展的选择……………吴静和 (110)
14. 对木材市场的分析与建议……………王士一 (118)
15. 深化改革 发展优质高效林业……………李正柯 (123)
16. 治山治水之本在于兴林……………贺廷显 (131)
17. 突出重点取向 协调配套推进
——对当前林业企业转换经营机制的初步想法
……………聂文学 (138)
18. 尊重客观规律 发展混交林……………王修瑜等 (150)
19. 关于福建林业企业推行股份制和发行股票问
题的探讨……………杨大起等 (160)

20. 对开发治理太行山几个问题的探讨……………谢家祜(170)
21. 加快企业改革步伐 转换林业企业经营机制
……………王 炜(184)
22. 立体林业是林业企业的基本经营模式……刘平康等(196)
23. 论林业多种经营发展战略……………司洪生(206)
24. 加快云南林业经济发展中值得重视的几个问题……………李志远(213)
25. 大兴安岭火灾区林业产业结构研究……………蒋敏元等(221)
26. 广东省南雄县帽子峰乡林业发展初探……钟俊环等(230)
27. 森工企业承包势在必行……………王士一(237)
28. 增强生态意识 抓好改燃节柴……………覃复翼(241)
29. 集体林区林业发展问题和对策……………王国梁(248)
30. 低产林改造的回顾和展望……………王志武等(256)
31. 浅议林业企业的改革与活力……………周学安等(261)
32. 关于林产业计划调节与市场调节结合的特殊
涵义和要求……………史新辰等(270)
33. 黄山市林业建设中亟待改革的几个问题讨论
……………谢承铸(280)
34. 山区林区县产业结构调整变革的探讨
——陕西省岚皋县产业结构的调查研究…毛以让等(290)
35. 建设高效林业 加速山区致富……………李政权(305)
36. 谈穆棱林业局的森林经营模式……………姜孟霞(313)
37. 浅谈林业产业结构的调整和发展……………梁与延(322)
38. 应用“区划成果”调整生产结构, 初步改变
苇河“两危”面貌的调查报告……………陈庆荣等(334)
39. 原山林场改革之路对城郊型国营林场的启示
……………谢京湘等(342)
40. 家庭育苗是解决农村造林苗木的重要经营形
式……………鄂斌泉(351)

41. 深化改革是振兴国营林区经济的必由之路
.....丁振海等(360)
42. 槎溪山地资源开发启示录.....江 红等(368)
43. 建立具有区域特色的高效林业企业生产结构
.....杜广忠等(375)
44. 关于增强国营林场活力的思考.....马双柱等(383)

积极把林业企业推向市场

聂文学

把国营大中型企业推向市场，是党中央关于搞好国营大中型企业的一条重要措施，也是经济体制改革的重要内容。积极把林业企业推向市场，不仅有利于林业企业尽快摆脱目前的经济困境，促使林业经济从低谷中回升，而且对于促进林业企业深化改革，使林业经济实现由以计划经济为主向建立有计划的商品经济新体制转化，增强林业企业的活力和发展后劲，从根本上实现治危兴林的战略目标，都具有十分重要的意义。

一

林业企业多少年来处于指令性计划调节之中，生产任务由国家下达，所需原材料、油脂由国家供应，生产的木材由国家统一调拨销售。这样的计划经济，使林业企业既缺乏商品经济的意识，又缺乏市场经营的经验。传统的计划经济严重的阻碍了林业企业的市场经济活动。从长期以来形成的经营观念看，林业企业长期以来生产的是木材这一国民经济的短线产品，又处于国家包下来的计划经济调节之中，既不愁原材料供应，又不愁产品销售，所生产的产品，始终是抱着“皇帝女儿不愁嫁”的思想，当坐商，等客户上门。养成了一切依靠国家的“大锅饭”思想，根本就没有明确的营销意识，也用不着研究市场变化、用户需求。这样一种经营观念，很明显已经严重妨碍林业经济向有计划的商品经济新体制过渡。在当前建立有计划的商品经济新形势下，若不改变传统的经营观念，就无法开展市场经济活动，也无法把林

业企业推向市场。人们越来越认识到，在改革开放不断深化的今天，原来的计划经济指导下的经营观念，已经不适应正在形成的有计划的商品经济大环境的需要，只有把林业企业推向市场，在实际的市场经济活动中，才能更快的促进经营观念的转变，增加商品经济观念，确立营销意识，才能适应变化了的新形势的需要。从林业企业的销售体制看，也要求尽快把林业企业推向市场。现有的林业企业销售体制，是适应产品统一调拨销售的经营方式而建立的。不仅工作任务单一，只要按计划将木材调拨出去就行；而且经销人员很少，同时这些经销人员既不必考虑如何扩大销售，也感受不到市场竞争的激烈。在今天，不把林业企业推向市场，林业企业就只能是越经营越被动，以至于陷于困境而无法自拔。林业企业传统的销售方式，也适应不了新形势的要求。多少年来，每年两次全国订货会，成了林业企业推销的唯一手段和方法。这样单一的销售方式，怎么能适应今天千变万化的需求呢？只有把林业企业推向市场，才能促进经营销售方式的转变，才能学会灵活多样的销售方式方法，才能把生意搞好，把企业搞活。

从林业企业发展方向看，也要求我们尽快把林业企业推向市场。国家已明确要求，林业企业要认真贯彻“以林为主，综合利用，多种经营，立体开发，全面发展”的经营方针，林业企业不仅要合理定产，搞好木材生产，而且要大力发展林产工业、综合利用和多种经营，建立造林营林、木材生产、林产工业、多种经营四根支柱并重的林业生产体系，把林业办成充满生机和活力的绿色产业。林产工业、多种经营在林业企业的生产中，所占的比重越来越大。它们所生产的产品，不仅有关系到国民经济建设所需的林木产品，而且有种类繁多的工业、民用产品和各种小商品。这些产品，不是单靠统一计划调节就可以解决问题的，必须要有市场经济加以调节，从而推动这些林业生产项目的发展。市场调节对于发展到现阶段的林业企业来讲，已经是必须充分加以

利用和依靠的经营机制了。

从国内对林木产品需求变化的趋势看，也需要尽快把林业企业推向市场。当今的木材市场已经发生了很大变化。从林业行业本身看，全国132个国营森工企业，东北、内蒙就有82个。他们生产的木材占全国木材总产量的43~45%。现在，南方、西南人工林的兴起，平原绿化的加快，对国有林业企业提出了挑战，用不了几年，东北、内蒙古原占有的木材市场将会缩小，全国各地的木材产品和品种、数量、规格，都将发生显著变化。再过若干年，木材市场将会风云变幻。各林业企业如果仍沿袭多年来的经营方式和内容，必将被不断变化的市场，迫于被动地位。从原来使用林木产品的需方看，许多林木产品已经让其它产业的新产品所替代。据一般调查看，过去直接用原木占木材总产量的40~43%，加工用原木占木材总产量的45~46%。现在，原来的一些老产品已逐步被其它行业的产品所代替。目前有很多行业部门在逐步采用林木产品的替代产品。如邮电行业的电柱，交通桥梁的桩木，铁路部门的枕木、电柱，建筑施工行业的交手杆、木模板、房架、门窗，车辆厂的木车板，纺织行业的旋塔，包装行业的包装板，煤炭行业的坑木等，都采用了水泥、钢材、塑料等代用品。就连民用家俱也正面临被合成产品逐步取代的趋势。市场的激烈竞争，将迫使林业企业尽快进入市场。不然，企业就会越来越被动，对企业的发展越来越不利。

从宏观经济改革的规划方向看，国家为了改进宏观调控机制，促使微观经济更富有活力，必将加速建立起计划经济与市场调节有效结合的运行机制。同时，为了使林业经济改变单一计划经济、单一木材生产的旧有模式，促使林业经济增强活力，在推进价格改革的过程中，必将不断缩小指令性计划指标，扩大指导性计划指标，最终会从目前的木材价格双轨制，实现单轨制价格。那时，将会主要依靠市场调节发挥作用。如果我们今天不积极主动地把企业推向市场，在市场经济中学会新的营销本领，将

来就很难适应市场经济的活动需要，甚至会使企业在市场竞争中败下阵来，陷入新的困境。

把林业企业推向市场，是林业经济自身发展的需要，是深化改革的需要，也是适应国民经济转换运行机制的需要。我们必须把如何使林业企业推向市场问题，当做转换企业经营机制的主要内容，认真研究，努力工作。

二

认识了把林业企业尽快推向市场的必要性和迫切性，并不等于我们就能够很顺利地实现从计划经济为主向有计划的商品经济转换了，就可以在商品经济活动中自由经营了。从目前情况看，要真正把林业企业推向市场，还有大量工作要做。这些工作做好了，会有力的促进林业企业进入市场，如果工作跟不上，则将延缓甚至阻碍林业企业进入市场，妨碍商品经济的发展。

一是观念要更新。人们的观念，直接影响着人们的行为。正确的认识会成为正确行动的先导。就林业企业来讲，特别是对林业企业的各级领导来讲，有几个突出的观念问题，必须加以转变。首先是传统的政治观念。认为计划经济才是社会主义，市场经济不是社会主义，搞市场经济是走邪路，是搞资本主义那一套。特别是国营森林工业企业，自开发建设之日起，几十年来始终是按照计划经济的经营模式经营企业。在这几十年的计划经济经营活动中，已经形成了定式的观念和经营准则，甚至已经成为一种习惯势力。这种“左”的思想观念，严重的束缚着人们的手脚，妨碍着把林业企业推向市场的进程。要想从这样一种已成习惯的思想观念中转过来，是非常不易的。所以，必须下大气力，使人们认识到无论是计划经济还是商品经济，都不是社会主义与资本主义的本质区别，计划经济不等于社会主义，资本主义也有计划，市场经济不等于资本主义，社会主义经济也有市场，计划和市场都是经济手段。只有进一步解放思想，才能促进商品经济

的发展，才能使林业企业更好的运用市场经济这一经济手段。其次是自然经济观念。几十年来，林业企业都在计划经济之中活动。因此，很不熟悉市场，也缺乏商品经济的必要知识和意识。林业企业多少年来所习惯的、熟悉的是一种自给自足式的自然经济生活。虽然，以前在林业企业内部除生产木材之外，也曾生产过一些其它多种经营产品，但这些产品大多是为了满足林区内林业企业生产、生活的需要，林区几乎就成了一个半封闭的自然经济区域。也由于林业企业长期处于计划经济指导下进行生产经营活动，林业企业经营者和广大生产者，很少接触纷繁复杂的市场和广阔的商品世界，而生产生活的主要场所又是深山老林，交通不便，信息不灵，人们很少有市场经济活动的经验和体会。因此，长此以往，人们视野不开阔，经营手段不灵活，商品知识缺乏，思想上自然经济观念越来越严重。这种状态不改变，怎么能够适应商品经济的需要呢？其三，是营销观念。由于我们林业企业生产的是国民经济中紧俏的林木产品，又长期处于指令性计划调节之中，因此在整个企业生产经营活动中，总是重产量轻质量，重数量轻品种，重生产轻流通，企业很少考虑营销问题，更谈不上树立营销意识了。而要使林业企业进入市场，必须要树立营销观念。确立明确的营销观念，是现代市场经营的发展状况决定的。我们所强调的营销观念，是指企业必须把销售的视野，贯穿于企业生产、销售的全过程。从产品开发之时起，第一个想法就应当是消费者需要什么样的产品，然后就生产什么样的产品，并研究如何把产品卖出去，还要使用户满意。从当前看，木材市场疲软的状况还没有完全好转；从发展趋势看，市场竞争越来越激烈。林业企业也已从单纯木材生产，走上了综合利用、多种经营之路。企业生产如此繁多的产品，若不考虑需求变化情况，不认真研究市场走向，没有明确的营销意识，是无论如何也搞不好企业的。只有真正树立营销意识，企业才能把经营管理的重点转向及时掌握市场信息，加强市场变化的研究，把握时机，避开风

险，综合制订企业发展战略，才能在市场引导下促进生产的发展，求得企业最佳效益。

二是体制要改革。林业企业的经销体制，是为适应指令性计划经济而建立的，不仅机构不健全，经营内容单调，而且人数少，素质也不适应商品经济的需要。为了使林业企业尽快进入市场，就必须按商品经济要求，对林业企业的经销体制来一番改革。首先应改革现行销售机构，实行国营、集体、个体三结合的销售体制。当然，第一位的是要保证国营主渠道作用。对于现行指令性计划部分林木产品，可由林业企业内现有的国营销售机构承担。但是主渠道也不能只管销售林木产品，对于企业所生产的林产工业、多种经营产品，都应当纳入销售任务之中去，使现有的销售机构真正适应企业生产经营需要。这样一来，原来单纯以调运木材为主的销售机构，就必须予以加强，要充实力量，扩大业务范围，拓展业务关系，把企业销售搞活。其次，要发挥林区国营商业、合作商业的作用。现在，林区内部有林业企业自办的专门从事日用百货的商业机构和林业企业内属于集体经济性质的合作商业。它们是林区商品流通领域中一个重要组成部分，在一定程度上反映了林区商品流通领域的变化状况。从市场构成角度看，当前林区商贸格局已由林业商业、地方商业、集体商业、个体商业“四拼体”打破了过去那种“林业商业一条龙，地方商业一大块”的格局；加之，国家对商业批发进行治理整顿，许多商品由地方商业实行专营。这样，林业商业和林业企业内集体合作商业的经营范围和渠道愈来愈窄，甚至走向衰退的道路。而林业企业全方位开发利用林区资源，大力发展林产工业、综合利用和多种经营之后，无论是木材加工制品、林产工业产品，还是综合利用、多种经营产品，都面临着一个搞好产品销售问题。这些产品的销售现状是既缺乏系统的收购组织，又缺乏有效的促销手段，致使有的企业因产品找不到销路而停产，有的因信息不灵而盲目生产积压，有的因缺少销售力量而影响流通，有的因收购力

量不足而影响广大群众的种植、养殖、采集等多种经营的积极性。由此造成了大量的人力、物力、财力的浪费。时至今日，还没有一个承担林区综合利用、多种经营产品的购销机构。而原来主要负责林木产品销售的机构，按其现有状况，又无力承担这样繁杂的购销业务。鉴于林业国营商业和合作商业都有一整套机构和人员，又有经过多年商贸业务经营建立起来的信息和经营网络，而现在又无米下锅，发挥不了整体效益。应当考虑使林业商业、合作商业减少原已效益不好的经营业务，而把主要精力用在非统配木材、林产品、综合利用和多种经营产品的收购、销售上来，走一条工贸联营、商贸发展的新途径。同时，还应当充分发挥个体商业人员在推进林业企业进入市场的作用。个体商业人员经营手段灵活，分布面广，有许多国营销售机构无法比拟的优越性。应当根据他们这些优势，使他们成为国营主渠道的有益补充。对于不纳入木材生产一本帐的林木产品，综合利用和多种经营产品，应当允许他们经营销售，甚至可以考虑承包经销。其次是改革现行销售方式。多少年来，林业企业销售方式十分单调，主要依靠订货会的形式。在订货会上，把指令性销售计划一下达，把非统配材按供需情况进行综合平衡，然后供需双方签订合同，企业按合同供货，需方准时承付货款，就可以保证完成销售任务。这样做的好处是能够保证国家建设重点的需要，方法简便易行，在供不应求的情况下，显得更为有效。但这种方法，在今天就显出了它的严重不足，它既保证不了林业企业越来越多的林产工业产品、综合利用产品和多种经营产品的有效销售，又适应不了不断变化的需求。近几年来，林木产品滞销，林业企业各类产品严重积压，固然有国民经济气候影响的因素，但与林业企业销售方式简单、僵化，不适应商品经济的需要，不能不说是其中一个重要原因。要使林业企业适应商品经济的要求，就必须对原有的经销方式方法来一个改革。可以保留国家统一组织的订货会的形式，以此保证国家重点建设项目急需，和对紧缺产品的综合平

衡。与此同时，也应当考虑批发与零售相结合的形式，代理经销、委托经销和联营经销的形式，或者个人承包经销等等。通过多种形式经销，把林业企业经营销售工作搞得有声有色、生气勃勃。在改革经销体制工作中，还有一个突出问题，就是要培养出一支真正懂得市场，善于经销的销售人才队伍。林业企业的经销队伍一直十分薄弱，不仅人数少，而且又大多不懂市场经济。几十年来，全国林业企业从没有设置推销员这一工作岗位，也没有实际从事真正推销工作的推销员。从这一事例，就很能说明林业企业经销人才的缺乏情况了。要把林业企业推向市场，就要立即着手培养林业企业自己的经销队伍。不仅要培养经销管理人才，还要大批培养专业推销人员，使他们不仅懂得推销艺术和方式方法，善于扑抓市场信息，勤于研究市场变化，而且要有强烈的事业心和责任感，并要有为企业兴盛竭尽全力的竞争精神。只有有了这样一支队伍，才能保证把林业企业真正推向市场，并永远立于不败之地。

三是市场要开拓。林业企业的主要客户是煤炭、铁路、矿山、造纸、邮电、建筑等几大行业，其次是各地木材公司。多少年来，不仅供应客户稳定，而且供应品种稳定，供应数量稳定，从而已经形成了一成不变的需求市场。时至今日，林业企业不仅要进一步巩固多少年来已形成的老客户，稳定已占有的老市场，还必须对市场活动中的购买者、购买力、购买欲望进行短、中、长期分析研究，做出比较正确的预测，进一步确定市场开拓的方向和营销战略，逐步扩大新的市场。首先要扩大国内市场。在林木产品供应方面，要面对市场变化情况，在保证重点建设项目的同时，把注意力转向同类需求用户的中小企业上。这是因为大型企业资金相对比较雄厚，技改能力快，因而林木产品被替代量大。而同类型中小企业相对采用替代产品少，而对林木产品需求量又随中小企业不断增多而增加。要把以供应大中城市木材公司为主，转向广大农村乡镇上来。近年来，随着农村经济改革的不断

深入，乡镇企业蓬勃发展，需要大量林木产品；农村人民生活的改善，需要大量建房、添置家俱，也都需要大量林木产品。与此同时，应当注意把林业企业生产的多种经营产品，更多地投向大中城市。林区多种经营产品，主要是依靠林区的自然地理优势，采用山副特产生生产的绿色食品、保健食品及其日用品、工艺品和药品。这些产品主要特点是品质好、无污染、天然野生，这都是很受城市居民欢迎的。这样多渠道、全方位拓展销售渠道，很快就会形成一个综合性的广阔市场网络。在开发国内市场的同时，还要大力开拓国际市场。由于我国是少林国家，为了保护资源，保证国内林木产品供应，木材极少出口。问题是多少年来，在不出口木材的情况下，对于其他林产品和多种经营产品的出口，也没有认真加以考虑。在国家还没有允许出口木材之前，我们应当想办法多出口一些综合利用产品、多种经营产品。我们林业企业多在祖国边疆地区，还可以利用对外开放的大好时机，利用已开放的边界口岸，积极发展边贸，也可以搞一些国际转手贸易。以此，使林业企业走上国际市场，了解国际行情，熟悉国际贸易，为使林业企业进入国际市场打下坚实基础。在开拓国内国际市场的过程中，还应大力推动企业的各项生产要素进入市场。人们往往习惯注重研究如何用企业的产品去占领市场。事实上，把企业推进市场，就意味着企业再生产所需要的各项生产要素，主要都要依靠市场调节；反过来，企业中的要素也可以进入市场。如：企业可以通过市场选择所需的劳动力，企业有富余劳动力也可以进入市场。我国林业企业普遍存在劳动力富余问题，而我国周边国家如俄罗斯、南朝鲜、日本及东南亚部分国家和地区，又都非常缺少劳动力。我们完全可以借助于这种市场需求，通过劳务或经济技术合作形式，使企业富余劳动力进入国际市场。林业企业应当在生产要素市场逐步完善的基础上，积极主动的进入金融市场、劳动力市场、技术市场、信息市场、房地产市场等，不仅使企业在生产经营中所需的一切和富余闲置的一切，都能在市场调

节下，得到较满意的解决，甚至企业的经营管理人才也可以在市场考核的基础上，通过市场来评价和选择。

三

要使林业企业尽快进入市场，充分利用商品竞争的作用，促进林业企业的发展，除了林业企业自身努力外，国家在有关政策措施上，还应当予以保证，为企业提供更有利的外部环境。

1. 进一步贯彻《企业法》，使所有权与经营权适当分离，确保经营者主体成为企业的法人代表，使企业真正拥有经营自主权。要减少政府对企业的直接干预，政府部门要破除把企业做为政府部门附属物的观念，树立由直接管理为主逐步转为间接管理为主的观念。企业必须破除单纯依赖国家计划组织生产的观念，割断企业吃国家“大锅饭”的依附纽带，树立按市场需要组织生产的思想，在竞争中求生存、求发展，使企业成为真正能够独立经营、自负盈亏、自我发展的生产者和经营者。

2. 缩小企业的指令性计划，尽可能快一些变价格双轨制为单轨制。国家应当按总量平衡的要求，在保证国家掌握必要数量的林木产品的前提下，有步骤的缩减指令性计划，同时改进指导性计划的管理办法。可否考虑对指令性计划逐年缩小比例改为指导性计划，采取国家合同订货形式，实行定点、定量供应，国家确定一个价格浮动幅度，实行指导价或调剂价，由供需双方按照国家有关规定协商确定。供需双方都必须确保国家合同订货的严格履行。未履行合同的，按照有关法律承担相应的责任。在此基础上，力争用三五年时间，实行价格单轨制，完全由市场调节。

3. 打破条块分割，完善社会主义统一的木材市场体系。目前木材供销都是划定区域进行销售，并且明确规定了木材运输限制口，使木材市场无形之中形成壁垒。这既不利于市场供求的流通，更不利于发挥市场竞争机制。为了促进林业商品经济的发展，应当改变划定区域销售的办法，取消运输限制口，建立起完

备的、开放的、竞争的、有序的，并能保证国家进行有效宏观调控的社会主义统一市场。

4. 应当允许林木产品进入国际市场。我国做为少林国家，为了保护资源，保证国内木材需要，适当限制木材出口是必要的，但不应采取一律卡死的政策。应当根据国际市场需求，出口一些国际市场紧俏的特种木材，同时进口一批国际市场充裕而我国又需要的木材，这样可以为企业、为国家都会带来可观的效益。也应当允许企业向国际市场出口一些在国内长期积压滞销木材，以保证企业正常经营和加快资金周转。为此，应当给林业企业、至少是给各林业管理局以自营进出口权，使他们直接参与国际竞争，在国际市场经营活动中锻炼自己、提高自己。

5. 按林业企业“一业为主，综合经营”的原则，统筹安排运输计划。林业企业都在偏远山区，交通运输条件很差，而运输又是商品流通中不可缺少的重要环节。现在，国家只把林业企业的木材纳入了国家运输计划，其它林木产品、综合利用和多种经营产品，均不能纳入运输计划之中。这样，林业企业生产的这些产品，虽然有用户，也往往因为解决不了运输问题，而无法保证供货。因而，合同无法兑现，产品积压，企业受损。为保证林业企业顺利进入市场，国家应考虑林业企业的特殊情况，对林业企业林木产品、综合利用和多种经营产品，象木材一样，在所需运力上给予重点照顾，大力支持。

只要国家在宏观上对林业企业进入市场问题，给予必要的扶持和引导，提供相应的外部条件，林业企业会更加积极的大胆的进入市场，开展竞争，并能通过市场调节作用，促进林业企业进一步向前发展。

发展经济贸易 尽快形成林业经济的新兴支柱

韩 斌

目前，国有林区面临着资源危机和经济危困。治危兴林，使林区尽快脱危解困，经济回升，从长远看，生产企业发展经济贸易，也可谓一良策。现以莫尔道嘎林业局为例，就发展经贸，对于治危兴林的重要意义，以及有利条件、具体对策等方面，谈一下具体看法，以期对林业经济的改革大动作有所裨益。

一、发展经济贸易，是治危兴林的重要战略措施

莫尔道嘎林业局是内蒙古大兴安岭林管局主伐局中的一个开发较晚、资源较好的大型森工企业，也是林区上缴利润大户，目前尚未出现危困。但从现在起，不及时调整产品、产业结构和经营发展策略，二、三十年后也势必重蹈“两危”之覆辙。基于这种认识，我们在巩固发展营林抚育、木材生产、林产加工、多种经营四大经济支柱的基础上，又推出了治危兴林再创业的新举措——南联北开，大搞经济贸易的第五大经济支柱。这是实施治危兴林的重要战略措施，因为：

1. 经济贸易是林业经济的一大支柱。人们知道，治危兴林的根本点在于调整企业的经济结构和内部经营方略，最大限度地发展和节约森林资源，提高经济效益。森林资源虽可再生，但由于它的生长周期长，“远水解不了近渴”。故单纯以木材生产支撑林业经济，靠大量地消耗资源来振兴林业企业，是“竭泽而渔”的做法，只能使经济萎缩，企业走上“两危”的绝路。这已是“老、穷”局所留下的历史教训。大上林产工业和多种经营项目固然是治危的重要途径，但从某种意义上讲，大力发展经济贸