

中小企业开拓东盟市场的几点思考

文/焦桂芳

2004年底,中国与东盟双方签署了《货物贸易协议》和《争端解决机制协议》,标志着中国—东盟自由贸易区建设进入了实质性执行阶段。中国—东盟自由贸易区建成后,将形成一个拥有17亿消费者、近2万亿美元国内生产总值、1.2万亿美元贸易总量的经济区。中国—东盟自由贸易区将是世界上人口最多的自由贸易区,也将是发展中国家组成的最大的自由贸易区。2005年7月1日起,中国—东盟7000种产品降税进程全面启动,投资和服务贸易领域的便利化措施也已进入谈判议程。东盟国家已成为中国企业“走出去”的重要市场。

据统计到目前为止,我国中小企业大约有1000万家以上,占全部企业总数的99%。工业总产值、实现利税、出口额分别占全国的70%、45%、60%左右,提供了大约75%的就业机会。中小企业已经成为中国经济增长、市场繁荣和扩大就业的重要基础。因此,中小企业“走出去”参与国际竞争,是建设中国—东盟自由贸易区进程中一支不容忽视的重要力量。截至2005年底,中国已有海外投资企业7000多家,其中60%以上是由中小企业投资的,它们已成为我国企业跨国经营的一个重要组成部分,其成败会直接影响到我国“走出去”战略的实现。因此,要“走出去”最终取得成功,既要靠自己的奋发努力,也离不开各部门的大力帮助、支持和具体实在的服务。特别是在迈好关键的第一步时,更需要各有关部门积极有效地为中小企业搞好服务。本文对中小企业开拓东盟市场提出了几点思考。

一、中小企业开拓东盟市场的优势与劣势

(一) 中小企业开拓东盟市场的优势

1、长期以来,我国政府采取一系列鼓励政策,支持中小企业和创业投资的发展。如:国家运用税收政策,鼓励各类投资机构增加对中小企业的投资,安排了中小企业专项资金,建立了科技型中小企业创新基金;设立中小企业发展基金。在鼓励中小企业到境外上市融资的同时,又在深圳证券交易所设立了中小企业板块。为培育发展中小企业营造了一个良好的大环境,同时,也为中小企业开拓市场,尤其是东盟市场提供了一个千载难逢的机遇。

2、在中小企业中多数是民营企业,这些民营企业产权约束非常明确,因此在投资决策时会非常谨慎,成功的可能性也大一些。

3、由于部分东盟国家的经济发展水平还不高,各国又缺少大型的能垄断市场的企业,因此,中国的中小企业进入其市场的难度相对比较小。

4、中小企业手中掌握着比大型企业更加灵活且为数不小的资金。在缺乏稳定性的东盟市场投入资金少,转产快等方面具有优势。

5、虽然中小企业普遍缺乏足够的财力从事研究与开发工作,但对事关自己生存与发展的技术,其创新热情高。目前,已有部分中小企业在技术创新领域有所突破。而且,中小企业的技术创新是在小规模基础上进行的,个性强,善于在大企业技术垄断的夹缝中立足,成本低,把科技转化为现实生产力所耗费的时间和经费也较少。据科技部的研究结果表明,科技型中小企业在技术创新、技术提供等方面的贡献,都领先于政府研究机构和大企业。美国约有90%的技术源头与科技型小企业有关;大约80%的技术创新活动最初发生在科技型中小企业;约有70%左右的可形成新产业、新产品的技术是由中小企业完成的。同样,中国的发展历程也印证了这样一个规律。国家发改委提供的数据显示,中国改革开放以来,约65%的专利是中小企业发明的,75%以上的技术创新由中小企业完成,80%以上的新产品由中小企业开发。从第一届、第二届东盟博览会上科技型中小企业之所以大出风头,原因也在于此。

(二) 中小企业开拓东盟市场的劣势

1、中小企业抗风险能力较低。中小企业经营规模小,资本不很充足,造成市场开拓能力弱。对于国际贸易与国际营销方面的知识比较缺乏,不很熟悉国际结算和支付方式、汇率的利用、价格的制定等国际贸易通行的做法。对有关经济政策的变化反映不敏感,难以制定相应的防范对策,以减少和转移风险带来的损失。因此,在对外投资中抵抗风险、管理风险的能力较低。

2、中小企业在东盟市场的竞争能力较低。目前国内的一些中小企业投资东盟市场还存在诸多短期行为和盲目行为。由于国内中小企业出口产品品牌的开发以及整个营销战略的管理和规模还处于较低层次的经营阶段,向东盟国家输出的不是高质量商品,并且采用落后的营销方式,导致我国一些企业声誉受损,产品市场占有率逐年下降。除此之外,缺乏品牌意识也是中国中小企业进军东盟市场的软肋。现在一些出口到东盟国家的由中小企业生产的产品比如手表、收音机等只有白纸

包装，没有品牌也没有说明，有的产品更是贴上了当地的牌子。

3、中小企业缺乏跨国经营和营销战略管理方面的人才。跨国经营是项复杂的工作，需要具备丰富的知识、通晓国际惯例的复合型经营管理人才，而我国中小企业缺乏这方面的人才，且企业管理层整体素质不高。在东盟市场上，中小企业基本上是靠传统的手段在做生意，未能像发达国家的企业那样将信息反馈、售后服务网点、零配件供应等各方面有机组合成完整的售后服务系统。因此，生意成本支出和回报落差很大。

中小企业走进并立足于东盟市场要清楚认识到自身的优势和劣势，才能有效地规避劣势，发挥优势，适应东盟市场多元化的消费需求，开拓并立足于东盟市场，实现自己的经营目标，从而避免盲目投资造成损失。

二、中小企业开拓东盟市场的措施与对策。

1、各地政府部门应尽快建立专门为中小企业出口经营服务的组织机构，建立以地区或行业为单位的中小企业之间的组织机构，发展中小企业出口基地和出口集团。负责中小企业出口东盟市场战略和规划的制定，完善有关法规，协助中小企业开拓海外市场，疏通销售渠道，争取海外订单。通过政府成立的专门服务组织机构就能够建立起出口市场信息服务体系，有组织地参加东盟国家各种商业洽谈会，深入东盟各国，搞好市场调查。同时，这些专门服务组织机构对加强中小企业人才培训、提供技术指导和法律咨询等方面也发挥着重要作用。据报道，在这些方面有些省市已走到前头。如：近2年来河南省、云南省在省政府中小企业办和国际联络部组织中小企业代表团赴东盟开拓市场。通过出访代表团接触了大量的东盟客商和商协会组织。通过一系列的商务活动和与当地工商界的交流以及对当地市场的考查，达到了扩展视野、开拓思路、拓展市场、促进合作的目的，并达成多项投资和合作事项，使企业建立了自己的目标客户，为中小企业开拓东盟市场趟出了一条新路。

2、利用各种国际展会平台“走出去”。中小企业可以充分利用好国际展会这一平台更好地推介自己的产品，提高产品的知名度，寻求更广阔的经贸合作空间。如：“东盟博览会”、“中小企业博览会”、“广交会”、“昆交会”及东盟国家各种商务洽谈会等。一是可以节约成本，搞好市场调查，对自己的产品进行新的定位，进行目标市场细分，针对国外市场消费群，调整和改变自己和产品设计、包装、价格和广告宣传。二是可以在会上结交到更多的客户，建立自己的目标客户名录。有针对性的邀请潜在国外客户到自己企业实地考察，并通过交往逐步建立起信誉，信誉有了，生意将会越来越多。从第一、第二届在广西南宁召开的东盟博览会提共数据显示，交易总额分别为10.85亿美元、11.5亿美元，签订国际投资合作项目分别为129个、126个，总投资额分别为49.68亿美元、52.9亿美元。由此可见，这无疑是在寻求进入和立足东盟市场发展的新空间，是不断发展壮大自己的一个极为现实地选择。

3、尽快建立中小企业与东盟市场内外连接的信息网络平台，使企业随时掌握东盟市场的情况和顾客的需要。目前企业基本上是靠传统的手段在做生意，还没有也不会采用现代化的信息技术来开展贸易交往。要知道，东盟十国国情较为复杂，贸易环境差异性很大，中小企业要想开拓和立足东盟市场，必须要深入了解东盟各国有关投资环境、市场结构贸易法规以及文化习俗等多方面的情况，注意选准好的合作伙伴。而这些资料信息的取得一是通过建立的东盟市场信息情报系统这一网络平台获取，二是通过参加东盟国家各种展洽会和其他途径来收集。

4、中小企业应尽快熟悉并掌握自己行业的“国际标准”，从农业、化工、建材、生物制药、机械、建筑等各个领域着手，学习与东盟10国贸易所必须的技术、法律、进出口贸易、金融结算、运输、谈判、签约、交货、通关、检疫、商检、电子商务等知识。注意培训和网罗既有专业知识、又懂商务管理、会外语、有较强组织能力和通晓国际惯例的复合型经营管理人才。这样，中小企业才能选准经贸合作双赢的切入点，顺畅地进入东盟国家市场。

5、中小企业在开展出口业务时要加强协调与合作，中小企业在扩大出口、进入东盟市场时面临的困难要比大型企业多的多。这些困难需要中小企业主动加强与大型企业开展专业协作与横向联合，主动加强与政府外贸机构的沟通与合作，通过推行外贸代理制扩大间接出口的机会。与此同时，还必须形成部门之间、国内和国外、政府部门与行业组织和企业之间的工作协调合作机制。与财政、国税、海关、商检、外管、外办、公安边防等相关部门形成协调机制，定期协调走出去的重大问题；与中国进出口银行、中国出口信用保险公司等建立良好的协调和合作机制，促进银贸合作，加强与驻外使馆经商机构沟通，建立稳定、畅通的联系机制。为企业走出去，开拓东盟市场乃至国际市场提供组织领导、协调等保障（作者单位：广西交通职业技术学院）

相关链接

[信息不对称条件下中小企业与正规金融机构的博弈分析](#)

[我国中小企业融资难的内部原因分析](#)

[中小型企业员工激励探索](#)

[中小企业融资难在何处](#)

[中小企业开拓东盟市场的几点思考](#)

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心