



Dr Frank Alafaci

Frank Alafaci 博士现任澳洲商业峰会理事会 (ABSC) 会长, 也是澳洲商业理事会 (AABC) 前会长兼创会成员。
Alafaci 博士亦为一名学者, 于澳洲其中一间主要高等学府 UBSS 指导商业研究学系的硕士生。

*本文纯属个人意见, 绝不构成任何投资建议, 投资者须以个人之投资目标及可承担风险水平作出独立评估。

亚企如何打造持久竞争力?



近几十年来, 亚洲的崛起令人瞩目, 这促使我们要更深入地分析和理解亚洲业务的独特性。与主流的商业活动和关系模式比较, 或者从一个亚洲以外的视角来看, 在当今的国际规模下, 这种独特性是全新的, 也可以说是经修改过的商业模式和商业战略。

亚洲的跨国企业以其快速经济增长、技术改良和结构调整而闻名, 这主要得益于其在澳洲等东道国, 在建基于全球化的理念下, 扩大业务基础, 包括研发、生产、物流、人力资源和营销等。

低成本制造 攻海外市场

事实上, 为了发掘海外的有利可图潜在机会和改善业绩, 亚洲跨国企业一直在积极建立关系网络, 并且为此而“架桥铺路”。举例说, 尽管一些中国手机制造商不如诺基亚 (Nokia) 和摩托罗拉 (Motorola) 等世界级公司的技术或品牌效应, 但是, 他们独特的仿制能力和富想象力的包装技巧, 使它们能够在某些海外市场占据主导地位。

打入海外市场之初, 亚洲跨国企业已做足心理准备, 不惧短期亏损, 表明了他们希望在东道国长期存在和保持主动的决心和意愿。有分析指出, 亚洲企业进入海外市场的一个重要策略, 就是通过在本地生产廉价物品, 或者是从中国进口低成本的货品, 务求有效地应对东道国企业和业界就降价进行合作或反击。

缺管理人才 品牌竞争逊

这样的分析不无道理, 亚洲跨国企业拥有大

量的技术和管理资源, 虽然未必是最先进的, 但对企业进入利润丰厚的海外市场起到很大帮助。

不过, 在经营效率和竞争力方面, 这些企业始终面临着明显的挑战。

其中一个问题涉及到管理资源的本身。在许多亚洲跨国企业里, 缺乏精通英语以及擅长与亚洲以外同行员工互动的国际管理人才。

而且, 与东道国打交道的政治活动人士也明显不足。

为了弥补这方面的缺失, 越来越多的中国跨

国企业倾向于任命当地人才, 担任海外子公司的高级管理、咨询和融资职位, 甚至法定代表人, 以免因为对国际规范及监管规则的沟通和意识不足, 到头来带来不良的后果。

亚洲跨国企业面临的另一个问题是, 就是相对较逊色的品牌管理能力, 这也导致了相对弱势的竞争力。亚洲以外的企业可以随时决定不再续签合同, 从而让到对方企业陷入财政困难。因此, 要想成功地与其他对手竞争, 并立于不败之地, 亚洲跨国企业必须努力开发出世界级的产品。

可持续发展 未来新方向

尽管存在不少问题, 但是亚洲跨国企业在创新管理、服务业等未来主要增长领域均表现良好。

作为参与 RobecoSam 企业可持续发展评估 (CSA) 的全球可持续发展公司, 这些跨国企业必须利用其专业知识和经验, 务求实现东道国当地和国际市场的预期, 并且保持创新和竞争力。明显地, 可持续相关服务的需求正在不断增加, 这将潜在地推动跨国企业长期致力于可持续性的发展。

