

跨国公司未来战略，中国市场的五大挑战

2005-01-09 16:27 更新 来源：转载文章

第 1 页/共 2 页 << 上一页 | [下一页](#) >>

[点击阅读更多精彩财经新闻](#)

独资，收购，本土化融资能力，高级分销系统，合理的组织结构

跨国公司未来战略：中国市场的五大挑战

“跨国公司不是慈祥家，也不是吸血鬼，它们他们只想盈利，仅此而已。”早在 1998 年《哈佛商业评论》就指出，跨国公司在等新兴市场的扩张主义与大规模的并购已经终结，它们要想进一步开拓这个市场，必须回答哪些是中产阶级，那些业务模式能够满足中国的消费者需求，哪种商业组合可以扩大商业

机会，哪些合作伙伴能够增加跨国公司对当地的了解等问题。

可以肯定，经过 20 多年市场洗礼，未来的中国市场的竞争局将比现在更加错综复杂，跨国公司所面临的形势也会随着中国高速发展而变化。中国企业的逐渐成熟与长大也将使这些跨国局部的竞争优势逐渐消失。500 强公司迅速制定系统的中国战略：一方面在中国市场赢得竞争优势，另一方面成功地整合中国的资源与生产成本优势在中国进行低成本生产将产品销售到全球。

要成功的完成这些战略，跨国公司需要系统的在战略层面上处理好以下几问题。

独资是其第一位的。跨国只有完成独资改造，才能提高投资公司的收益，也才能从机制上根本改善投资公司的运营效率。只有完成独资的时候，跨国公司才能够将其最新的技术、最新的管理与经验拿到中国市场分享，才会将其更高端的产品与生产制造技术转移过来，并采取全球统一的知识产权保护措施对技术进行无障碍保护。如果要完成整个独资化的改造，将会需要相当长的时间，也需要相当多的谈判。从这个角度来说，跨国公司中国的独资化的进程是相当漫长的，也将是未来跨国公司的最棘手的一个问题。

收购与兼并也将成为在中国市场的一个战略性方向。此前，跨国公司在市场没有出现大规模的并购中国的主要国有企业，其主要的原因就是它们在这一阶段是才刚刚适应中国市场，并力求巩固中国市场。当时的国家相关法律法规也没有出现跨国公司可以并购大型国有战略性公司([下一页](#))