

数字经济时代中资企业出海布局的创新模式与路径分析

邹文杰 于舰 付秀宁

中国联合网络通信有限公司山东省分公司

DOI:10.12238/ems.v5i9.8842

[摘要] 随着全球数字化转型的加速,数字经济已成为推动世界经济增长的新引擎。中资企业在这一浪潮中,不仅在国内市场取得了显著成就,更积极探索国际市场的机遇。出海布局,对于中资企业而言,既是挑战也是机遇。在数字经济时代,中资企业需要创新其出海模式与路径,以适应全球市场的复杂性和多样性。本文分析中资企业在数字经济时代出海布局的创新模式与路径,探讨其如何通过技术创新、商业模式创新、合作创新、品牌创新和文化创新等手段,以及选择直接投资、间接投资、跨境电商、品牌授权和技术合作等路径,实现国际化战略的成功实施。

[关键词] 数字经济; 中资企业; 出海布局; 创新模式

Analysis of Innovative Models and Paths for Chinese Enterprises to Expand Overseas in the Digital Economy Era

Zou Wenjie on board Fu Xiuning

China United Network Communications Co., Ltd. Shandong Branch

[Abstract] With the acceleration of global digital transformation, the digital economy has become a new engine driving world economic growth. Chinese enterprises have not only achieved significant success in the domestic market, but also actively explored opportunities in the international market in this wave. Expanding overseas is both a challenge and an opportunity for Chinese enterprises. In the era of digital economy, Chinese enterprises need to innovate their overseas models and paths to adapt to the complexity and diversity of the global market. This article analyzes the innovative models and paths of Chinese enterprises' overseas layout in the digital economy era, and explores how they can achieve successful implementation of internationalization strategies through technological innovation, business model innovation, cooperative innovation, brand innovation, and cultural innovation, as well as choosing paths such as direct investment, indirect investment, cross-border e-commerce, brand authorization, and technological cooperation.

[Key words] digital economy; Chinese funded enterprises; Overseas layout; Innovative Mode

引言

随着“双循环”战略的提出,借庞大内需优势促进产业升级,要求中国企业以更高水平参与全球价值链。如何在更加复杂和挑战的国际环境扬帆远航,中国企业需要更加明确出海动因,理智布局进入不同目标市场的优先次序,同时匹配行业和企业自身特点的出海模式,做好战略规划和切实可行的行动方案,才能在营收、资产、能力多方面成为真正的国际化一流企业。数字化转型带来的不仅仅是短期的利润大幅度增长,更多体现在更广泛、可持续的变革和创新驱动的企业增长等。在这方面,企业的数字创新能力还没有完全体

现在财报之中。

1 数字经济的定义

数字经济,又称为互联网经济、网络经济或新经济,是指基于数字计算技术,通过互联网和其他电子通信网络进行数据传输和交换的经济活动总和。它涵盖了数字化的信息和知识的创造、传播、存储和使用,以及这些活动如何影响生产、分配、交换和消费等经济过程。数字经济依赖于计算机、互联网、移动通信和其他数字技术,这些技术改变了传统的生产方式和商业模式。在数字经济中,数据被视为一种新的生产要素,与传统的土地、劳动力、资本和技术并列。数据

的收集、分析和利用能力成为企业竞争力的关键。数字经济催生了众多平台型企业,如亚马逊、阿里巴巴、谷歌和腾讯等,这些平台通过连接供需双方,促进了大规模的市场交易和服务提供。数字经济鼓励创新,推动了新产品、新服务和新商业模式的出现。同时,它也要求企业具有高度的灵活性和适应性,以应对快速变化的市场和技术环境。数字经济打破了地理界限,使得经济活动可以跨越国界进行。网络效应使得产品或服务的价值随着用户数量的增加而增加,这进一步推动了数字经济的全球化发展。数字经济的快速发展给传统政策和法规带来了挑战,如数据隐私、网络安全、知识产权保护和反垄断等问题,需要政府和国际组织制定新的规则和标准。

2 数字经济对全球经济的影响

数字经济对全球经济的影响是深远且多维的,随着信息技术的飞速发展,数字经济已经成为推动全球经济增长的新引擎,数字经济通过提高生产效率、促进创新和降低交易成本,为全球经济注入了新的活力。数字技术的应用使得传统产业得以升级,新兴产业如电子商务、云计算、人工智能等迅速崛起,成为经济增长的新动力。数字经济的发展改变了就业市场的结构,创造了大量新的就业机会,如数据分析师、网络安全专家、数字营销专家等。同时,也导致了一些传统岗位的消失或转型,要求劳动力具备新的技能和知识。数字经济打破了地理限制,使得全球市场更加紧密地联系在一起。企业可以更容易地进行跨国经营,消费者可以享受来自世界各地的产品和服务,这进一步推动了全球化的进程。数字经济改变了消费者的购物习惯和消费模式,电子商务的兴起使得消费者可以随时随地进行购物,个性化和定制化服务成为可能。同时,数字支付的普及也简化了交易流程,提高了支付效率。数字经济的快速发展给传统政策和监管体系带来了挑战。政府需要制定新的政策来应对数据隐私、网络安全、知识产权保护等问题,同时还要平衡创新与监管之间的关系,确保数字经济的健康发展。数字经济不仅影响了经济领域,还对社会文化产生了深远影响。社交媒体和网络平台改变了人们的交流方式和信息获取途径,数字内容如在线教育、数字娱乐等丰富了人们的精神生活。

3 中资企业出海的创新模式

3.1 技术创新模式

技术创新是中资企业出海的核心竞争力之一,它不仅仅是产品和服务的升级,更是企业国际地位提升的关键。华为作为技术创新模式的典型代表,其成功秘诀在于持续高额的研发投入、全球化的研发网络构建以及开放合作的创新生态。华为每年将大量资金投入研发中,确保在通信技术、人工智能、云计算等前沿领域保持领先。同时,通过设立海外研发中心,吸引全球顶尖科技人才,形成了一支多元化、国际化的研发团队。华为积极参与国际技术标准制定,与全球伙伴共同推动行业技术进步。这种合作模式不仅增强了华为在全球产业链中的话语权,也为其产品在全球市场的快速推广

奠定了基础。

3.2 商业模式创新

商业模式创新是中资企业出海过程中实现弯道超车的重要途径,阿里巴巴的电商平台和支付系统,不仅改变了传统零售和支付模式,还构建了全新的商业生态体系。阿里巴巴通过大数据、云计算等先进技术,实现了供应链的数字化管理,提高了交易效率,降低了成本。同时,其电商平台为中小企业提供了展示和销售产品的机会,促进了全球贸易的繁荣。阿里巴巴围绕电商核心业务,不断拓展金融服务、物流配送、云计算等周边业务,形成了一个相互依存、共同发展的生态系统。这种生态系统模式增强了用户粘性,提升了整体竞争力。在海外市场,阿里巴巴根据当地市场需求和文化特点,灵活调整商业模式,推出符合当地消费者习惯的产品和服务。

3.3 合作创新模式

合作创新模式是中资企业出海过程中实现资源共享、优势互补的有效手段,腾讯通过与国际游戏公司的合作,不仅引进了优质游戏内容,还成功输出了自己的游戏产品,实现了互利共赢。中资企业通过与国际知名企业建立战略联盟,共同开发新市场、新产品,分享市场资源和客户资源。这种合作模式有助于中资企业快速融入国际市场,提升品牌知名度和竞争力。通过设立合资企业,中资企业可以借助合作伙伴的本地资源和市场经验,快速适应国际市场环境。同时,合资企业也有助于双方共享风险、共担成本,提高项目的成功率。在技术研发领域,中资企业可以通过与国际领先企业的技术合作,快速获取先进技术和管理经验,提升自身技术创新能力。

3.4 品牌创新模式

品牌创新模式是中资企业提升国际市场认知度和忠诚度的重要途径,小米通过高性价比的产品和创新的营销策略,成功在全球市场上建立了强大的品牌影响力。中资企业需要深入挖掘品牌内涵,讲述具有吸引力的品牌故事。这些故事可以围绕企业文化、产品特点、社会责任等方面展开,增强消费者对品牌的认同感和归属感。通过精准的市场定位,中资企业可以在目标市场中树立独特的品牌形象。例如,小米定位为“让每个人都能享受科技的乐趣”,成功吸引了大量年轻消费者。在营销方面,中资企业需要运用新媒体、社交媒体等渠道,采用创新的营销策略和手段,提升品牌知名度和美誉度。

3.5 文化创新模式:跨越文化的桥梁

文化创新模式是中资企业将中国文化元素融入产品和服务中,实现文化差异化和本土化策略的重要手段。李宁通过将中国传统文化元素融入运动服饰设计,成功打入了国际市场。中资企业需要深入了解目标市场的文化背景和消费习惯,尊重当地的文化传统和价值观。在此基础上,巧妙地将中国文化元素融入产品和服务中,形成独特的文化魅力。在产品的设计、包装、营销等方面,中资企业需要采用本土化策略,

以适应不同市场的需求。例如, 在产品设计上融入当地文化元素, 使产品更加贴近当地消费者的审美和习惯。通过有效的市场推广和公关活动, 中资企业可以将中国文化传播到世界各地。

4 中资企业出海的路径选择

4.1 直接投资路径

直接投资路径要求中资企业直接在目标国家设立运营实体, 这意味着企业需全面考虑当地市场环境、政策法规、文化习俗等多方面因素。通过直接投资, 企业能够更直接地接触消费者, 了解市场需求, 同时实现产品的本地化生产和定制化服务。此外, 直接投资还有助于企业在当地建立供应链体系, 降低物流成本, 提高响应速度。在决定直接投资前, 企业应进行全面深入的市场调研, 评估目标市场的潜力、竞争态势及潜在风险。制定详细的本地化计划, 包括产品、服务、营销及人力资源等方面的本地化, 以适应目标市场的独特需求。与当地企业建立战略合作关系, 利用其市场资源和经验, 加速本地化进程。严格遵守当地法律法规, 建立健全的合规管理体系, 防范法律风险。

4.2 间接投资路径

间接投资路径通过并购、合资等方式, 利用现有企业的资源和市场基础, 实现快速进入目标市场的目的。这种路径有助于企业降低进入新市场的风险, 同时获取合作伙伴的技术、品牌和市场渠道等资源。然而, 间接投资也面临着整合难度大、文化冲突等问题。在并购或合资前, 进行详尽的尽职调查, 确保目标企业的财务状况、技术实力及市场前景符合预期。制定详细的整合计划, 包括组织架构、业务流程、企业文化等方面的整合, 确保并购或合资后的顺利过渡。重视文化融合, 通过培训、交流等方式, 促进不同文化背景下的员工相互理解和尊重, 减少文化冲突。建立健全的风险防控机制, 对可能出现的风险进行预判和应对, 确保企业稳健发展。

4.3 跨境电商路径

跨境电商路径依托互联网平台, 打破了传统贸易的时空限制, 使中资企业能够直接将产品销往全球。这种路径具有成本低、效率高、覆盖广等优势, 但同时也面临着物流配送、支付安全、消费者信任等挑战。构建或优化电商平台, 提升用户体验, 增加用户粘性。建立高效、可靠的物流体系, 确保产品能够及时、安全地送达消费者手中。采用安全可靠的支付方式, 保障交易双方的权益, 提升消费者信任度。利用社交媒体、搜索引擎等渠道进行营销推广, 提高品牌知名度和市场份额。

4.4 品牌授权路径

品牌授权路径通过授权当地企业使用自身品牌, 实现品牌的快速扩张和市场渗透。这种路径有助于企业快速进入新市场, 降低运营成本, 同时借助当地企业的资源和网络, 提

升品牌影响力。然而, 品牌授权也要求企业对授权方的管理和监督能力较高, 以确保品牌形象和产品质量不受损害。对潜在授权方进行全面评估, 确保其具备良好的商业信誉、管理能力和市场资源。与授权方签订详细、明确的合同, 明确双方的权利义务、产品标准、市场推广等方面的要求。建立有效的监督和管理机制, 定期对授权方的运营情况进行检查和评估, 确保品牌形象和产品质量不受损害。通过广告宣传、公关活动等方式, 加强品牌宣传和推广, 提升品牌知名度和美誉度。

4.5 技术合作路径

技术合作路径通过与国际科研机构或企业进行技术合作, 共同研发新产品或技术, 实现技术创新和产业升级。这种路径有助于企业获取前沿技术、拓宽研发视野, 同时降低研发成本和风险。然而, 技术合作也要求企业具备较高的创新能力、合作精神和资源整合能力。在合作前明确合作目标和期望成果, 确保双方的合作方向和利益一致。根据企业的技术需求和战略方向, 选择合适的合作伙伴, 确保双方的技术实力和资源优势互补。建立定期沟通机制, 确保双方在整个合作过程中能够及时交流信息、解决问题。

结束语

数字经济时代为中资企业出海提供了前所未有的机遇, 同时也带来了诸多挑战。通过本文的分析, 可以看到, 中资企业在出海布局中展现出了极大的创新精神和适应能力。无论是通过技术创新提升竞争力, 还是通过商业模式创新开拓新市场, 亦或是通过合作创新实现资源共享, 中资企业都在不断探索和实践中找到了适合自己的出海路径。

[参考文献]

- [1] 胡丽华. 浙江组团出海“精准抢单”背后: 产业升级对接欧洲生产再布局 [N]. 21 世纪经济报道, 2022-12-13 (006).
- [2] 余娜. 争夺可再生能源: 企业竞相布局出海“赛道”火热 [N]. 中国工业报, 2022-12-13 (002).
- [3] 马婷婷. 创投掘金东南亚: VC/PE 投资加码中企出海布局提速 [N]. 21 世纪经济报道, 2022-06-13 (010).
- [4] 曾亮亮. 生物创新药企加快“出海”布局 [N]. 经济参考报, 2022-06-08 (005).
- [5] 周宁. 文化“走出去”视域下网络文学出海研究 [D]. 陕西师范大学, 2022.
- [6] 郑青亭. 数字化时代中资企业出海如何乘风破浪? [N]. 21 世纪经济报道, 2022-05-16 (009).
- [7] 刘颖. 中国品牌出海, 如何做好本地化布局? [J]. 现代广告, 2021, (10): 58-59.
- [8] 杜云华. 面向“一带一路”数字经济发展的出海人力资源服务探索——优化人才布局, 高效用工管理 [J]. 首席人才官商业与管理评论, 2020, (01): 66-73.