# 我国企业跨国经营实施“本土化”策略建议(1)论文

来源：网络 作者：落日斜阳 更新时间：2024-05-21

*【论文摘要】 本土化经营是跨国经营的重要内容，本文从产品本土化，销售渠道本土化，人才本土化，生产本土化，研发本土化，以及公共本土化共六个方面给出了我国企业跨国经营的策略建议。 【论文关键词】 跨国经营 本土化 东道国 “思考全球化，行动本土...*

【论文摘要】 本土化经营是跨国经营的重要内容，本文从产品本土化，销售渠道本土化，人才本土化，生产本土化，研发本土化，以及公共本土化共六个方面给出了我国企业跨国经营的策略建议。 【论文关键词】 跨国经营 本土化 东道国 “思考全球化，行动本土化”是企业在海外投资经营的重要理念，也是很多著名跨国公司的成功之道。

当企业在海外经营，面对与其母国不同的政治制度、经济制度和文化习俗时，必然会产生一定的矛盾与冲突，本土化经营是解决这些矛盾与冲突的最佳方式。对我国起步较晚，且不够成熟的海外投资企业来讲，本土化经营是必须面对的课题。

具体说来，本土化策略应体现在以下几个方面。

一、用适用产品占领东道国目标市场，进行产品本土化 世界各国风俗文化多样，生活消费习惯各不相同，只有投其所好的生产出适用产品，满足消费者的差异化需求，才可能在东道国占据一席之地。如海尔在美国根据学生群体的需求特色，设计出带折叠活动台面和带电脑桌的小冰箱；根据老年人的需要，开发出一款不必探身取物的冷柜；根据单身贵族的需要，推出一款全塑料迷你型洗碗机。

产品本土化战略的成功实施使海尔产品和海尔公司在美国市场的知名度和美誉度快速提升。

二、与当地企业合作，搭建本土化销售渠道 销售渠道是产品从企业到消费者的通道，只有拥有方便、快捷、高效的销售渠道才可能将产品及时送到消费者手中。在东道国寻求熟悉当地市场的销售代理，或者与跨国公司合作，利用它们已经成熟的营销网络，对于我国资金少、规模小、缺乏跨国经营经验的中小企业而言，不失为一条低成本、高效率的进军目标东道国的捷径。

如202\_年，奥康与意大利制鞋巨头GEOX公司创造性地进行了“双向借道”尝试，通过互相借用销售渠道，奥康以非常低的成本一举拿下了GEOX公司57个分布全球19国家的代理商，极大地加速了公司的国际化进程，扩展了国际市场发展空间。

三、大胆聘用当地适用人才，实施人才本土化 与企业自派人员相比，东道国人才具有熟悉当地生产经营环境、了解消费者需求、善于与当地政府及相关部门打交道等优势。实施人才本土化战略，大胆聘用熟悉当地政治、经济、文化、法律、风土人情的适用人才，一方面能使企业的各项生产经营活动更好地符合东道国企业行为规范，更快地拓展东道国目标市场，另一方面也能减少东道国政府和民众对企业的防范抵触情绪，极大地增强当地消费者对企业的认同度。

如飞跃集团分布世界17个国家的18家分公司，除了总部派遣的一两个中国人以外，其余全部聘用当地人才，服务于集团总部和海外公司的外籍员工达300多人，这些本土化人才为飞跃集团国际化战略的顺利推进立下了汗马功劳。

四、落地生根，实现生产本土化和原材料采购的本土化 在东道国投资建厂乃至设立生产制造中心，就地采购原材料，就地生产，就地销售，一是能够大幅度降低运输、人力等生产经营成本；二是可以有效地避开东道国的关税和非关税壁垒：三是可以极大地减少国际市场波动的影响；四是可以充分利用东道国自然资源丰富或生产要素成本低等区位优势；五是可以获得东道国税收、融资、土地使用等相关优惠政策的支持。如宝钢集团与巴西多西河谷公司合资的铁矿在巴西刚刚投入运行，就又启动了在巴西合资建设一座大型钢厂的项目，总投资将达80亿美元，其短期目标是实现生产本土化和原材料采购的本土化，中长期目标则是为了开拓广阔的美洲汽车、电子、通讯、机械等产品市场。

五、了解产业技术信息和消费动态，实施研发本土化 研发本土化是产品本土化的有力保证，只有立足东道国市场，及时了解消费者的消费动态，才能不断研发出新的适应性产品，持续提升东道国消费者对公司及其品牌的忠诚度。对于总体科研水平落后、技术实力不强的中国企业而言，通过在发达国家设立研发中心，不仅可以提高产品研发的本土化程度，而且还能及时了解最新的科研信息和技术发展动态，大幅度地增强公司产品的技术含量。

如华为在硅谷、斯德哥尔摩、莫斯科等地设立了6家海外研究所，同摩托罗拉、英特尔、日电、微软等世界知名公司成立联合实验室，专门开发针对东道国目标市场的产品，目前，华为的产品已经进入德国、俄罗斯、新加坡等40多个国家和地区；与此同时，通过海外研发，华为还取得了具有国际先进水平的自主知识产权，截至202\_年底，华为累计申请国内专利5310件，其中授权1028件，在欧美等发达国家累计申请专利400多件。

六、树立企业良好形象，建设本土化公共关系 作为社会生产的基本单位，企业的生产经营活动与东道国政府、银行、工商、税务、消费者、原料供应商等息息相关，在当地树立良好的企业形象，搭建本土化的公共关系，对立足长远的企业而言不可或缺。因此，中国企业跨国经营时，一是要加强与东道国各级政府和工会等民间组织的对话和沟通，或者寻找企业代言人以获取当地政府和工会组织的大力支持；二是要入乡随俗，在遵守东道国法律法规的同时，注意尊重当地关于营业时间、人员雇佣、薪酬福利等潜规则，尽量使自己的生产经营活动符合当地的风俗习惯；三是要力所能及地参与东道国的公益事业，努力争取东道国公众的好感和信任。

参考文献： 陈向东魏拴成:当代跨国公司管理[M].北京:机械工业出版社， 202\_ 乔生沈木珠:入世后跨国公司研发本土化思路与我国对策[J].国际贸易问题，202\_，

（12） 宗耀:跨国公司启动在华新战略一一高层本土化[J].中国外资，202\_，

（12）

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！