

新兴市场企业在全球价值链中的角色与竞争力

王轻楠 (郑州商学院, 河南 郑州 452100)

摘要: 新兴市场企业在全球化背景下扮演着日益重要的角色, 其竞争力的提升对于全球经济发展至关重要。本文旨在研究新兴市场企业在全球价值链中的角色和竞争力, 通过对全球化背景下新兴市场企业特点的分析 and 全球价值链的概念介绍, 揭示了新兴市场企业在全价值链中的具体角色。同时, 从成本竞争力、市场规模和人力资源等方面对新兴市场企业的竞争力进行综合分析。最后, 提出了提升新兴市场企业在全价值链中竞争力的相关策略和建议。

关键词: 新兴市场企业; 全球价值链; 角色; 竞争力

随着全球经济的发展和全球化进程的加快, 新兴市场企业在全价值链中扮演着越来越重要的角色。新兴市场企业具有低成本优势、快速发展的技术能力和地理位置优势等特点, 使其在全球经济中具备一定的竞争力。然而, 新兴市场企业在全价值链中也面临着各种挑战, 如技术创新能力不足、品牌知名度不高问题。因此, 提升新兴市场企业在全价值链中的角色和竞争力, 对其可持续发展具有重要意义。

1 新兴市场企业与全球价值链的概述

新兴市场企业位于发展中国家或地区, 参与到全球价值链中的企业^[1]。全球价值链是指将产品和服务的生产过程分解为不同的环节, 每个环节都由不同的企业或地区完成, 并通过跨国合作形成全球性的生产网络。新兴市场企业在全价值链中扮演着重要的角色, 新兴市场企业通常具备一定的地理位置优势和资源优势, 他们位于资源丰富和人口众多的地区, 如印度、巴西等国家, 从而能够利用本地的人力资源和自然资源来降低生产成本和提高竞争力。新兴市场企业在全价值链中常常承担生产过程中的中低端环节, 他们通常参与到生产、装配、加工等环节中, 并为全球市场提供低成本的劳动力和生产能力。

随着科技进步和创新意识的培育, 新兴市场企业开始自主研发和创新, 不再仅仅是传统的代工厂或加工厂。新兴市场企业通过与跨国公司的合作, 在技术转移、管理经验和市场机会等方面获得了借鉴和提升。然而, 为了保持竞争优势和可持续发展, 新兴市场企业需要不断提升自身的技术创新能力、管理水平和产品质量。

2 新兴市场企业在全价值链中的角色

2.1 参与中游与下游环节

新兴市场企业通常在全价值链的生产环节中扮

演中游和下游的角色。他们通过加工、组装、装配等环节, 将零部件或原材料转化为成品, 并为全球市场提供低成本的劳动力和生产能力。这些企业利用自身的劳动力成本优势和生产效率优势, 积极参与到全球生产分工中, 并成为全球生产体系中不可或缺的一部分。他们通过参与这些环节, 为全球市场提供了价格实惠的产品, 并满足了消费者对中低端产品的需求。这些产品不仅在本土市场受到欢迎, 也在国际市场上获得了竞争优势。

2.2 推动创新和技术转移

随着科技进步和创新意识的提升, 新兴市场企业开始在全价值链中发挥更多的创新作用^[2]。他们积极进行技术研发, 并通过与跨国公司的合作, 吸收先进的生产技术和管理经验。他们不断推动技术创新, 并逐步成为全球价值链中的技术推动者。这些企业通过不断提高自身的技术水平, 推动全球价值链的技术升级和进步。同时, 他们也是技术转移的接受者, 通过与跨国公司的合作, 引进并吸收先进的技术和知识, 提升自身的生产能力和竞争力。他们不断利用新技术改造传统产业, 提高生产效率和产品质量, 进一步推动了全球价值链的发展。

2.3 进行品牌建设

新兴市场企业在全价值链中逐渐注重品牌建设。他们积极提升产品质量和品牌形象, 通过优质的产品和服务赢得消费者的认可和信任。随着品牌价值的提升, 他们能够在全球市场上与其他国际知名品牌竞争, 拓展市场份额和提高利润。这些企业逐渐意识到品牌建设的重要性, 并开始从品牌设计、品牌推广和品牌维护等方面加大投入。他们通过不断提升品牌的知名度和美誉度, 树立了良好的企业形象和信誉, 进一步巩固了在全价值链中的地位。

2.4 国际营销

新兴市场企业逐渐意识到国际营销的重要性，并在全球价值链中拓展自身的国际市场。他们通过建立自己的销售网络、参展国际展会、参与国际采购活动等方式，扩大产品的销售渠道和市场份额。同时，他们还通过市场调研和品牌推广等手段，提高产品在国际市场的知名度和认可度。这些企业逐渐熟悉国际市场的运作规则和文化差异，并学会了与跨国公司合作，利用其成熟的销售网络和渠道资源来提高自身的营销效果。他们在国际市场上不断创新营销手段和拓展销售渠道，不断提高自身的营销能力，进一步提升了在全球价值链中的竞争力。

3 新兴市场企业的竞争力分析

3.1 成本竞争力

新兴市场企业的成本竞争力主要体现在以下几个方面。首先，新兴市场国家的劳动力成本相对较低，这使得企业可以以更低的价格生产劳动力密集型产品^[3]。其次，新兴市场国家的土地租金和原材料成本也相对较低，这为企业节约了大量的生产成本。此外，新兴市场国家的规模经济效应和产业集聚效应进一步降低了企业的生产成本，使得企业在全世界市场上具有更强的竞争力。

3.2 市场规模

新兴市场企业位于人口众多的国家和地区，这意味着它们拥有庞大的内部市场和消费需求。这种市场规模优势使得新兴市场企业可以更快地扩大规模并获得更多的销售收入。此外，随着全球市场的不断扩大，新兴市场企业也可以通过市场规模优势进入国际市场，并通过自身的市场规模优势获得更多的商机和发展空间。

3.3 人力资源优势

新兴市场企业通常拥有丰富的劳动力资源，这些劳动力资源具有较低的劳动力成本和较高的教育水平。这使得新兴市场企业在劳动密集型产业中具有更强的竞争力。此外，新兴市场国家还具有庞大的本土市场和消费人群，这为企业提供了更多的市场机会和潜力。同时，新兴市场企业也注重对员工的培训和教育，不断提升员工的技能和素质，进一步提高了企业的生产效率和产品质量。

3.4 政策支持

许多新兴市场国家为了促进本国企业的发展，采取了一系列政策措施。这些政策包括为企业提供财政

资金支持、税收优惠政策、技术支持等。这些政策的实施为企业提供了良好的发展环境和资源保障，使得它们能够在全球价值链中更具吸引力。此外，新兴市场国家的政府还积极推动企业进行技术创新和产业升级，通过提高企业的技术水平和创新能力来进一步提升企业在全世界价值链中的竞争力。

4 提升新兴市场企业在全世界价值链中的竞争力

4.1 加强技术创新和研发投入

为了加强技术创新和研发投入，新兴市场企业应该采取积极的措施。企业需要加大对研发活动的投入，通过增加研发经费和资源的支持，提升自身的技术创新能力。企业还应与科研机构 and 高等院校建立密切的合作关系，并提供充分的支持，以实现共享资源和互利共赢。这种合作可以促进知识和技术的交流，加快创新成果的转化和应用。持续的技术创新和研发投入可以帮助企业不断推出具有竞争力的新产品和技术，新产品的市场竞争力和附加值的提高，能够进一步巩固企业在全世界价值链中的地位^[4]。通过不断创新，企业能够满足消费者需求的多样化和个性化，并在市场上获得更大的份额和回报。此外，技术创新还能够带来生产效率的提升和成本的降低，为企业创造更多的利润和增长空间。因此，在面对全球市场竞争的挑战时，新兴市场企业应该加强技术创新和研发投入，不断提升自身的核心竞争力。通过与科研机构 and 高等院校的合作，充分利用各方的资源和优势，实现技术和知识的共享和整合。只有不断创新和提高附加值，企业才能在全世界市场中立于不败之地，并为可持续发展打下坚实的基础。

4.2 构建完善的供应链管理体系

建立起完善的供应链管理体系，有助于提高企业的生产效率和产品质量。新兴市场企业应注重与合作伙伴之间的紧密协作，建立起稳定可靠的供应链网络。通过与供应商、物流公司和分销商的紧密合作，企业可以实现供应链的优化和整合，减少环节之间的沟通和协调成本。企业还应优化供应链的各个环节，包括采购、生产、库存管理、物流以及售后服务等。通过信息技术的应用和数据管理系统的建立，实现供应链的可视化和信息共享，提高生产效率和产品质量。有效的库存管理可以减少不必要的库存成本，避免库存积压和过时产品的风险。同时，优化物流和交付时间可以缩短产品上市时间，满足顾客的需求，提升企业的竞争力。此外，新兴市场企业应关注供应链的灵活

性和反应速度。随着市场需求的不断变化,企业需要具备快速响应的能力,能够及时调整生产计划和供应链布局。这需要企业与合作伙伴保持紧密的沟通和合作,灵活调整生产能力和资源配置,以实现对市场变化的快速适应。通过优化供应链各个环节,减少成本、提高效率,并注重供应链的灵活性和反应速度,企业可以更好地适应市场变化,满足顾客需求,实现可持续发展。

4.3 加强与国际合作

通过与跨国企业展开合作,新兴市场企业可以获得技术方面的支持与合作。跨国企业通常具备先进的技术和研发能力,在产品创新和工艺改进方面拥有丰富的经验。通过与其合作,新兴市场企业可以借鉴其先进管理模式、技术知识和专业能力,提升自身的技术水平和创新能力。与跨国企业合作可以帮助新兴市场企业拓展国际市场渠道,跨国企业通常在全球范围内拥有广泛的销售网络和客户资源,通过与其合作,新兴市场企业可以借助其渠道和品牌优势,快速进入国际市场,扩大业务规模 and 市场份额。这不仅可以提升企业的盈利能力,还有助于提高企业的品牌知名度和市场影响力。此外,通过与跨国企业进行深度合作,新兴市场企业可以借鉴其先进的管理经验和流程,提升自身的管理水平。跨国企业通常拥有成熟的管理体系和高效的运营机制,在人力资源、财务管理、供应链以及市场营销等方面具备丰富的经验。通过与其合作,新兴市场企业可以学习借鉴其成功经验,提升自身的管理素养和组织能力。通过与跨国企业的合作,新兴市场企业可以获得技术、市场渠道和品牌建设等方面的支持,提升自身的竞争力和国际地位。

4.4 提升人才素质和培养

新兴市场企业应注重人力资源的培养和发展,提升员工的专业素质和创新能力。企业应该加大对人力资源的培训和投入,提供多样化的培训和学习机会。通过不断提升员工的专业素质,扩展他们的知识和技能,企业可以增强员工的工作能力,使其更具竞争力。企业还应积极营造良好的职业发展环境,并提供激励措施,以吸引和留住优秀的人才。例如,可以建立完善的晋升制度和薪酬体系,根据员工的表现和能力进行评估和奖励。同时,企业还可以提供丰富的发展机会,例如培训计划、项目经验和跨部门合作,让员工在实践中不断成长和进步。值得一提的是,创新能力对于企业的发展至关重要。因此,新兴市场

企业还应注重培养员工的创新思维和能力。可以通过开展团队合作和创新项目,激发员工的创造力和创新意识。此外,也可以引入外部专家和顾问,为企业提供专业的指导和支持,促进创新能力的提升。高素质的人才队伍将成为企业竞争力提升的重要基石,推动技术创新和提高生产效率,为企业的可持续发展奠定坚实基础。

4.5 制定利于企业发展的政策支持

为了促进企业的发展,政府应积极制定和实施利于企业发展的政策措施。政府可以降低税费负担,减轻企业经营压力,提供良好的资金运作环境。政府还可以通过提供贷款支持和担保服务等金融政策举措,帮助企业解决融资难题,促进企业的稳定和可持续发展。除了财务支持,政府还应重视创新研发,并通过政策鼓励企业进行技术创新。政府可以提供科研经费和奖补资金,支持企业投入研发活动,推动技术创新和产品升级。此外,政府还可以建立专门的创新基地和孵化器,为企业提供实验室设施、人才培养和市场推广等支持,营造有利于创新的环境。同时,政府还应加强知识产权保护,建立健全的法律法规体系,维护企业的合法权益。政府可以加强知识产权的监管和执法力度,依法打击侵权行为,保护企业的创新成果和经济利益。

5 结语

本文从新兴市场企业在全球价值链中的角色和竞争力出发,对其进行了综合分析和讨论。通过深入研究,发现新兴市场企业在全球价值链中扮演着重要的角色,并且具有一定的竞争力。然而,新兴市场企业还需要提升自身的创新能力和品牌形象,加强与国际合作,以提高其在全球市场上的竞争力和地位。希望本文能对新兴市场企业在全价值链中的角色和竞争力有所启示,并为相关部门和企业提供有价值的参考。

参考文献:

- [1] 饶毅. 全球价值链重塑下亚太区域经济合作的意义分析 [J]. 商场现代化, 2023(18):125-127.
- [2] 许滢方. 借鉴国际经验 提升我国全球价值链重塑力 [J]. 环渤海经济瞭望, 2023(09):4-7.
- [3] 罗维燕, 李昊然. 全球价值链与中国外贸发展关系研究 [J]. 长春金融高等专科学校学报, 2023(05):71-80.
- [4] 吴云霞, 刘永浩. 全球价值链的就业结构效应研究——基于不同国家及区域组织的比较分析 [J]. 未来与发展, 2022, 46(07):39-47.