

## 学术服务助力晋升之路

期刊推荐 期刊咨询 进度管理 流程优化

[免费咨询](#)

[首页](#) / [资料文库](#) / [正文](#)

# 马来西亚范文10篇

🕒 时间：2022-06-23 05:41:29    📄 版权声明

## 马来西亚范文篇1

关键词：马来西亚，农村，社会政策

在马来西亚的工业化进程中，尽管农业部门在整个国民经济结构中所占比例不断减少，但由于农业直接影响到国计民生、出口收入、工业原料的来源等，因此政府仍十分重视农业的发展。特别是马来西亚的主体民族马来族大多从事农业，为了缩小他们与其他民族间的发展差距，维护社会团结，政府对于农村地区的社会发展更是特别关注。保障农村经济社会同步发展、提高农民生活质量成为马来西亚社会政策的重要内容。

马来西亚农村社会政策的基本内容

纵观马来西亚农村社会政策的发展，可以看出其内容涉及农民生产、农民生活以及农民人口素质三大方面。这三方面的内容相互联系、相互促进，构成了马来西亚的农村社会保障体系。

第一，为农民生产提供支持服务。

1969年的种族冲突事件促使马来西亚政府采取了“新经济政策”，消除贫困尤其是马来族农民的贫困成为新经济政策的一个重要社会目标。为实现这一目标，马来西亚政府并没有采取专门的济贫措施，而是通过为农民生产提供各种支持服务，促使其在生产发展中摆脱贫困。

1971年，马来西亚开始推行农村综合发展战略，以扩大农村人口就业，实现农业部门的现代化。为此，政府投入大量资金，开展了一系列的项目建设，为农民发展生产提供支持。这些支持项目主要有：(1)开发土地，增加耕地面积，安置无地农民种植经济作物。至1987年，马来西亚共实施了422个土地开发项目，开发土地76万公顷，安置无地移民111728人。(2)改善农田基本建设，建造水利灌溉工程。两个大规模排灌工程——吉兰丹州的吉姆达计划和吉打州、玻璃市州的慕达计划均于70年代上半期完成。(3)提供化肥、高产种子和农业技术，以提高农业作物产量，扩大油棕、可可等经济作物的种植面积，对换种高产作物提供补贴。(4)实行价格补贴制度，减少市场风险，保障农民的生产利益。由于稻米种植是所有农作物种植中收入最低的部门，为了保证稻农的利益，马来西亚政府对米价实行补贴。在1986～1990年间，政府在给稻农补贴上的开支达到3.968亿马元，1991～1995年间，补贴开支达3.98亿马元。政府还建立国营销售系统和稻米烘干、碾磨、贮存一条龙的综合企业，为稻农提供种种方便，减少中间商对稻农的盘剥。(5)建立支持农业的信贷机制，为农业生产提供贷款。(6)在城市中心建立农贸市，让农民直接出售农产品，以获取较好的价钱。马来西亚这些支持农业生产的措施对提高农民收入、消除农村贫困发挥了重大作用。

第二，保障农民基本生活需求。

保障农民基本生活需求的社会政策主要有两大内容：一是为农民提供基本的生活、卫生医疗条件；二是对贫困农民实施救助和帮扶。

马来西亚独立以来，政府投入大量资金，在全国建立起了比较完善的公立医疗保健服务体系和网络。马来西亚农村卫生服务系统分为两级，即卫生中心和社区护士站。卫生中心有医师或专科医师，服务人群1.5万～2万人；社区护士站服务人群约3000—4000人，能处理多种医疗问题，包括分娩。农村地区的医疗卫生服务全部免费，即使是住院病人也只需缴付很少的费用，贫困地区和医疗条件差的地区的农民还可以减免费用。政府还定期对乡村卫生服务质量进行改进，尤其重视对农村卫生设施、设备和技术的不断更新和提升。进入21世纪后，马来西亚建立起一系列新的初级卫生保健诊所，部分助产诊所也可提供更多的卫生保健服务。

[学术顾问](#)**复制文章**

知识共建共享

[立即复制](#)[发表咨询](#)[加急咨询](#)[文秘咨询](#)[杂志订阅](#)[客服电话](#)**热门标签**[马来西亚](#)[马来西亚](#)**相关文章**[马来西亚的电子业发展进程](#)

2022-01-30 06:12:00

[小议我国企业拓展马来西亚市场的策略](#)

2022-04-02 05:15:00

[马来酸桂哌齐特联用甲钴胺医治糖尿病...](#)

2022-12-01 12:00:00

[马来西亚技术发展战略分析论文](#)

2022-02-11 04:41:00

[马来西亚技术发展论文](#)

2022-02-04 09:18:00

[马来西亚农村社会政策研究](#)

2022-10-29 03:07:00

**相关期刊****世界民族**

主管：中国社会科学院

级别：统计源期刊

影响因子：0.28

**人文丛刊**

主管：--

级别：省级期刊

影响因子：--

**南洋问题研究**

主管：厦门大学

级别：CSSCI南大期刊

影响因子：1.68



学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘咨询



杂志订阅

客服电话

为了加快农村地区的脱贫步伐，1989年，在“新经济政策”即将结束之际，马来西亚开始实施专门的反贫困计划，即特困人员发展计划。政府将特困家庭登记在册，并设计一系列适合这些特困家庭需要的项目，以增加其就业机会、提高其收入。这些项目包括小型贸易、家庭手工业、家畜饲养、水产养殖、粮食作物的商业化生产等。政府还为贫困家庭提供无息贷款和培训、改善住房条件、为孩子们提供食物和教育资助等。至2000年4月，马来西亚共发放7.672亿马元的无息贷款，大约有15.35万名贫困者从中获益。除此之外，联邦土地发展机构还给那些因伤残无力工作以及年龄在60岁以上的贫困人口提供直接经济救助，每人每月可获得50马元的救助，一个家庭每月最高可获250马元的救助。总共有7000个贫困家庭获得救助。

在第七个马来西亚计划期间(1996~2000年)，马来西亚实施了一个专门帮助土著少数民族脱贫的计划。该计划的资助形式主要是鼓励土著少数民族参加各种能够增加收入的活动，如土地开发、蔬菜种植、零售业、家庭手工业等。在新土地开发和安置计划中，共有8100个土著少数民族家庭获益，涉及土地面积达1.98万公顷。到1999年底，1.582万个土著少数民族家庭获得了7900万马元的补贴，土著少数民族的贫困率已由50.9%下降到15.4%。自2001年起，马来西亚开始实行“国家远景政策”(National Vision Policy)。这一时期，政府继续实施一系列类似的反贫困计划，资助对象主要是边远地区的土著少数民族。

在以上反贫困计划中，政府一方面对无生产能力的贫困家庭提供直接的经济援助，另一方面还为农民提供住房、饮水等基本生活条件和卫生医疗等社会服务。到1995年，72%的农村贫困家庭通了电，65%的农村贫困家庭有了安全的饮用水；77%的农村贫困家庭能在周边9公里范围内有一家政府或私人诊所，还有汽车牙科医疗队和诊所、村卫生队、飞行医生为边远的农村地区提供医疗服务。由于实施特困家庭发展计划，农村地区的特困家庭所占比重由1991年的5.2%下降到1995年的3.7%。

第三，提高农民的文化素质和生产能力。

提高农民的文化素质和生产能力一直是马来西亚政府农村社会政策的一项重要内容。政府希望以此促进贫困农民通过自身努力来获得较高收入的工作，直至摆脱贫困。提高农民文化素质和生产能力的主要途径就是让农民及其子女能够有机会接受各种形式的教育和培训。

20世纪60年代，马来西亚制定了《义务教育法》，对6~15岁儿童实施全民义务教育。为了使《义务教育法》在农村地区能够切实有效地执行，马来西亚的农村发展计划及反贫困计划都将学校建设作为其中一项重要内容。到1995年，马来西亚94%的农村贫困家庭能在周边9公里范围内有一所小学，60%的贫困家庭能在同样范围内有一所中学。如今，马来西亚政府可以为儿童提供11年的免费教育。与此同时，政府还为贫困家庭的学生提供各种教育资助，例如为贫困学生提供奖学金、免费课本、食宿、制服等。另外，改善农村教学设施，提高农村教学质量也是政府特别重视的内容。近年来，一些乡村学校的设备不断更新，一些不足150名学生的农村学校被合并，以便保证学生能够享有更好的教学设备和学习环境。为了使边远农村学校跟上科技发展形势，马来西亚发起了一项农村学校无线因特网培训和教育计划，为农村学校提供计算机等相关设备，为学生和老师进行信息通讯技术的教育和培训。马来西亚的高等教育虽非义务教育，但是政府设立了国家高等教育基金，为家庭贫困的学生提供财政资助，使马来西亚青年都有可能进入大学学习。

除了保证让农民子女接受正规的教育外，马来西亚还特别重视农民自身能力的培训。培训内容主要有两个方面：一是为农民提供有关农业耕种以及工作态度和价值观方面的培训和教育，以使其提高生产能力；二是为农民提供工业培训，使其能够受雇于非农部门，或自己在农村地区和城市中心从事商业活动。在第五(1986~1990)和第六(1991—1995)个马来西亚计划中，政府在培训和咨询方面的开支达到2800万和3.417亿马元。

马来西亚农村社会政策的特点

第一，农村社会政策与经济发展政策融为一体，在生产发展中实现社会目标。

从以上的叙述中可以看出，马来西亚在处理农村的社会问题时，往往将其与农村的生产发展联系在一起，在发展中解决社会问题。因此，马来西亚农村社会政策的相关内容往往包涵在经济政策之中。在1971~1990年实行的“新经济政策”中，政府明确指出，“新经济政策”的主要目标并不只是实现经济的快速发展，而是通过经济的快速发展和转型重建社会、维护国家团结。“通过项目方式来提高生产力、增加收入和为不分种族的所有马来西亚人增加工作机会来消除贫困”，是“新经济政策”的重要内容之)。在这种思想指导下，马来西亚在“新经济政策”时期，没有实行专门的消除农村贫困计划，而是将消除农村贫困贯穿于各种农村发展计划之中，通过为贫困农民提供各种就业机会、增收渠道以及生产服务，使其摆脱贫困。即使在“新经济政策”末期实施了专门的反贫困计划，但反贫困的主要措施仍然是通过各种生产发展项目为贫困农民就业、增加收入提供各种机会和支持。

第二，注重农民人口素质和能力的培养与提高，直接的现金济贫措施有限。

在各个经济发展时期，马来西亚一直将消除贫困特别是马来农民的贫困作为其奋斗目标。但由于奉行“在发展中消除贫困”的原则，马来西亚的社会政策并不主张对农村贫困人口实行过多的现金救助，而是注重其素质和能力的培养与提高。从前面的叙述中可以看出，马来西亚在其反贫困计划中，只是对那些因伤残无力劳动或年龄在60岁以上的贫困人口提供经济救助，而对其他人则通过提升其素质和能力来使其摆脱贫困，具体表现为在农村地区建立起较为完善的卫生医疗服务和教育培训体系，以此来促进农民身体素质和文化素质的提高，从而使农民有能力自食其力以及从事更高收入的工作。这反映出马来西亚农村社会政策特别重视“自立”和“自尊”的理念。

第三，政府在提供农村公共服务中起主导作用，同时鼓励其他社会力量参与其中。

在马来西亚，社会政策的推行主要依靠政府的力量。无论是在资金的投入还是各种社会服务组织机构的建立中，政府都起着关键作用。如表1所示，马来西亚在社会服务方面的开支呈不断上升趋势。在20世纪70、80年代，马来西亚的社会政策主要关注农村地区，政府是农村发展资金以及农村教育和卫生医疗服务的主要提供者。

政府在发挥主导作用的同时，亦鼓励私营部门、非政府组织等为农村的社会发展做出贡献。

首先，鼓励私营部门、非政府组织参与政府发起的各种农村发展项目。在吉打州，约有70%的农村发展项目由私营部门负责运作，政府机构对其进行监管和评估。只有30%的项目直接由政府机构运作。私营部门除了直接参与投资开发外，还为贫困人员提供技术培训、工作机会、实物和财政资助等。非政府组织也在国家的反贫困计划中发挥了重要的作用。如“马来西亚努力信用”(AmanahIkhtiarMalaysia, 简称AIM)是一个金融方面的非政府组织。自1987年以来，该组织利用政府分配的3亿马元的无息贷款为6.9万个贫困家庭提供信用服务，使其能够有机会从事小商业和家畜饲养业。AIM还为一些潜在的服务对象实施了特别预备项目，以促进贫困家庭的自立。

## 马来西亚范文篇2

马来亚由马来半岛的西马及位于北婆罗州的东马所组成。在英国统治的时期，西马都被称为马来亚。

马来西亚是东南亚这个地区其中一个最早有人类居住的地方。大约50,000年前，东马砂劳越州的古老尼亚(NahCave)洞里，已经开始有人类居住了。

在西马，即马来半岛，内陆山区的原住民比马来人更早就在这里居住了。

位于柬埔寨的Funan王朝，于公元初期曾经延伸其影响力到马来半岛。到了第七世纪，苏门答腊的室里弗逊(SriVijaya)王朝则在南中国海的区域崛起成为最大的王朝。第十三世纪后半期，满者伯夷(Majapahit)王朝取代室里弗逊，马来半岛也跟着落入满者伯夷王朝的掌控中。室里弗逊王朝的王子拜里米苏拉，于大约1403年逃出满者伯夷王朝的势力范围后，落脚在马来半岛的马六甲，并在这里建立了历史上闻名的马六甲王朝。也是在这个时候，大约于十五世纪初，回教被引进马六甲王朝。

马六甲王朝在全盛时期，是个闻名于世的港口及经贸中心。由于其位置处于航海及经贸的中心，又有良好的深水港口，东去资源丰饶的东方文明古国，西接印度、阿拉伯世界及欧洲西方列强，使到马六甲不仅成为繁荣一时的商业中心，它也同时成为东西方多种文化互相碰面及交流的地方。中国明朝的郑和就曾在七度下南洋的时候，到过马六甲。为了促进两国之邦交，明朝的公主汉丽宝更是被远嫁到马六甲来。

西方列强于十六世纪相继而来，葡萄牙人于1511年消灭了马六甲王朝，开始了马来半岛的殖民史。葡萄牙统治马六甲到1641年，被荷兰人所击败，马六甲又由荷兰人所统治。英国人于十八世纪开始展延它对马来半岛的控制。1786年，莱特首登檳城，1819年莱佛斯占领新加坡，1819年英国人和荷兰人的交换殖民地，使到英国人也获得了马六甲，并于较后成立了马六甲海峡殖民地。

英国人和马来苏丹于1895年签署的邦咯岛协约，使到英国人的势力进一步从马六甲海峡殖民地延伸到内陆的马来州属。通过律政司(ResidentSystem)的制度，英国人逐渐全面的控制了整个马来半岛及新加坡。

在英国人殖民的时期，英国人为了大量开发锡矿及树胶园，从中国及印度大量的引进劳工，使到马来西亚的多元种族的社会特征开始形成。1942年第二次世界大战，日本军入侵马来亚，把英殖民政府击溃并统治了马来亚三年零八个月。日本投降后，英军回归马来亚继续其殖民。1948年，英殖民政府宣布全国进入紧急状况以对付。

1940年代末期及1950年代所掀起的争取独立运动，终于使到英殖民政府让马来亚于1955年进行了第一次的全国选举，由代表马来人的巫统、代表华人的马华公会及代表印度人的印度国大党所组成的联盟(现在称为国阵)，横扫了52议席中的51席。

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘咨询



杂志订阅

客服电话

1957年8月31日，联盟主席东姑阿都拉曼宣布马来亚独立。马来文成为国语，回教成为国教。东姑阿都拉曼出任第一届的首相，并被称为国父。

在北婆罗洲方面，沙巴从1882年就被英北婆罗公司统治，直到日本军队在第二次世界大战攻入占领为止。砂劳越则是英人查尔斯布洛克和汶莱苏丹协议下所建立起来的白人拉惹布洛克的天下。从1840年直到1942年，它都由布洛克家族所控制。在世界大战过后，沙巴及砂劳越正式成为英国殖民地。

1963年，马来亚连同新加坡、沙巴及砂劳越组成了马来西亚联邦。但1965年，由于东姑阿都拉曼及李光耀的政治分裂，新加坡宣布退出马来西亚。

1969年的全国大选成绩，显示人民对联盟的支持急剧下降，反对党所获得的席位剧增。虽然联盟仍然控制联邦政府，但失去了吉兰丹州政权，并在多个州议会里面对强大的反对党势力。1969年5月13日，反对党的胜利游行在不同种族的相互嘲讽及挑衅的过程中，演变成种族冲突及流血事件，造成百多人丧失生命，无数财产被摧毁。此历史事件被成为513事件。

1970年，马来西亚宣布实施为期十年的新经济政策，其目的是要消除贫穷，重组社会，以拉近贫富的鸿沟。但这项政策所实行的国打制，也使到非马来人社会非常不满。

1972年，第二任首相敦拉萨改变了外交政策，开始和共产国家接触，并致力使东南亚成为和平、自由及中立的区域。1974年，敦拉萨访问中国，两国的邦交自此一直密切发展至今。

### 马来西亚范文篇3

技术发展战略是国家对科技活动全局性和长期性的规划和行动方针，由科技行政体系主导，并协调技术政策与其他工业政策、国家发展目标的一致性。对一国技术政策的分析框架，Lall（1998）提出从三个层次研究国家技术政策：

（1）确定国家发展目标，明确技术与国家发展目标之间的关系；（2）激励政策，对市场失灵的领域提供国家干预的信号，包括基础性干预和选择性干预，所谓基础性干预是国家对人力资源、科技基础设施、研发鼓励等要素市场的干预，而选择性干预指国家扶持特定产业或特定产业组织优以实施优先优术发展目标；（3）组织制度，包括为实施技术发展战略的科技计划、行政组织等。[1]以这三个层次考察马来西亚技术发展战略的演变过程，马来西亚工业化进程中的技术发展大致可分为三个阶段：

第一阶段，1958年到20世纪80年代中期，产业技术规划不明晰时期。独立之后马来西亚技术发展的重点领域与以农业、种植业为主的产业结构相一致，资源型产业（如早期的橡胶、之后的棕榈油产业）的研究与开发是政府重点支持的研究领域，这一时期建立的马来西亚农业发展研究所

（MalaysianAgriculturalResearchandDevelopmentInstitute,MARDI）对当时农业多样化、农矿产品的出口增长发挥了重要技术指导和推广作用。相对地，在马来西亚推动工业化的产业政策框架中，产业技术发展并没有成为优先的议题。20世纪60年代，马来西亚通过跨国公司和合资企业的投资方式在生产初级消费品的进口替代行业兴建了一批制造业企业，到60年代末为解决就业问题和种族间经济利益冲突，以发展劳动密集型的出口导向产业的发展战略和旨在社会重组目标的新经济政策成为这一时期产业政策的重点，而外资主导的出口型产业主要集中在新建的自由贸易区内，与区外的当地产业几乎没有技术联系和外溢效果。在80年代初期到中期马来西亚重工业化的第二轮进口替代阶段，马国政府通过政府投资行为推动的重工业项目计划不仅包含了优化产业结构布局的设计，同时希望进一步达到种族间经济利益平衡的目的。可以说，在这一时期，产业技术的学习、深化一直不是政策制订者的直接目标。另一方面，马来西亚开始筹建科技行政体系，如1975年成立的国家科学研究开发理事会

（theNationalCouncilforScientificResearchandDevelopment），1976年成立的科学技术环境部（theMinistryofScience,TechnologyandEnvironment,MOSTE），它们的预算、权限十分有限，无力对其他部门（如贸易工业部、农业部）以及这些部门下属的重点研究机构发挥统筹规划的作用。

第二阶段，80年代中期到90年代初，政府加强技术力量供给的技术发展战略。80年代中期马来西亚政府感到马国工业化“缺乏对科技政策、战略全面而清晰的方向”，[2]1986年马来西亚政府在当年数个经济规划中，包括第五个国家计划（1986—1990）和第一个产业主导计划，明确了产业技术与经济发展的联合，并在1990年产业技术发展行动计划进一步详细了技术发展的优先领域及鼓励措施。首先，产业技术目标在多个政策框架中明确体现，明显不同于前一阶段。由政府推动的重化工业发展计划失利后，1986年马来西亚政府颁布了第一个“产业主导计划”（1986—1995年）

（theIndustrialMasterPlan），在这份规划中明确说明国内弱小的产业技术基础是未来经济发展的重要障碍，认为已具一定规模的制造业产业并不具备相应的技术能力，几乎完全依赖外国技术，建议采取韩国式产业政策对特定部门采用倾斜式政策以帮助本地企业建立技术基础，强调优先发展具有较强联系效应的资源型制造产业，如木材加工业、橡胶制品、石油精炼产品。尽管第一个产业主导计划的政策方向随着很快到来的外国直接投资高潮冲淡了许多，但该计划是马来西亚政府首次将技术发展领域独立地列为经济发展规划中，显示产业技术发展已经成为政策目标之一。1990年出台的“产业技术发展行动计划”（ActionPlanforIndustrialTechnologyDevelopment,APITD）作为第一个“产业主导计

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘书询



杂志订阅

客服电话



划”的补充，更为详细列举了五大优先发展领域，如自动化材料、先进材料、生物技术、电子与信息技术和能源、环境与环境技术，同时指出了马来西亚产业发展面临的结构性瓶颈，并提出了42项建议完善国家技术创新体系。其次，在包含产业发展目标的多个政府规划出台后，对原有科技行政体系的改革也就成为必然，这些技术发展机构与私营企业界联系显得比过去紧密。原有分散在各部门的主要工业研究机构统一由科学技术环境部管理，以便提高这些研究机构的合作能力；改革后的国家科学开发理事会加入了更多私营企业界代表，并监督1986年启动的、由国家资助的“重点领域加强研究基金”（theIntensificationofResearchinPriorityAreas,IRPA）项目的实施情况；马来西亚内阁组建一个由总理牵头的、新的科学技术委员会，负责科技立法和项目规划，除此之外，产生了一些非政府机构的民间—政府协商组织，如马来西亚商业理事会的技术委员会、马来西亚高科技产业—政府协调小组。最后，在政策的推动下，马来西亚对科学技术的公共投入迅速增加，1986—1990年第五个五年规划中科技的公共投资从5.4亿林吉特上升到11.6亿林吉特，这些投资流向国有技术研究机构的基础设备投资以及资助国家重点领域研究项目（IRPA），国家科学开发理事会挑选国有技术研究机构开展IRPA项目。

从实践效果来看，由政府制订技术发展规划、国有资金支持、国家公共研究机构执行的科技体制属于典型的“由上至下”的技术供给型发展战略，这种规划体制的性质是一种集中型的体制而不是包含私营企业界参与的复式或协调式体制，尽管政府的初衷是仿效日本产业需求拉动式技术发展模式将科技发展与产业发展统一起来，但显然缺乏合格技术官僚的参与和企业界的广泛参与，特别是这种集中型的技术供给型发展战略与以跨国公司为主导的、经济自由化的市场环境相矛盾，这种发展战略对产业技术的提升作用并不十分明显。但无疑地国家对科技的大量投入培育了一种技术创新的社会风尚，这是马来西亚社会氛围里一直缺少的。

第三阶段，1993年后，加强技术政策与产业组织结构、市场条件的协调阶段。20世纪90年代初马来西亚政府注意到大量涌入马来西亚的外国直接投资内部化的技术转移比70、80年代显得活跃而积极，跨国公司对呈现产品多样化和生产技术的提高的现象。20世纪90年代中期马来西亚依托跨国公司成为全球消费型电子产业的重要生产基地，电子产品制造技术能力迅速提高，同时开始跨国公司增加了对马来西亚本地企业的零部件采购以及部分外包行为，槟城形成了以半导体、硬盘驱动器为主的高科技产品的产业集群。面对占马来西亚经济举足轻重地位的电子产业与全球生产网络的紧密融合和跨国公司行为模式的转变，前期的供给型技术发展战略显然无法满足经济技术发展的需要，为此马来西亚政府调整了技术发展思路，体现在三个方面：

第一，制造业转变原有扶持单一产业为主的倾斜式产业技术政策，新发展思路强调为塑造具有国际竞争力企业提供诱导性的政策指导以及完善创新的网络建设。在产业政策上，面临90年代初国内已出现的劳动力短缺、社会基础设施紧张等形势，政府强调从“生产要素投入驱动型”向“生产效率驱动型”经济增长模式组装、装配向高附加值的产品设计、研究开发、市场营销生产环节发展，提高产业的自动化水平。加强产业技术开发，提高产业结构联系，以生产力提高产业技术水平。在技术发展的操作思路，突出了培育产业群的技术发展思想，重点发展以电子电器产业、石化与制药、材料、资源加工等8个产业群，通过产业群的主导产业、辅助产业、基础设施和相关商业服务的互动合作带动产业上下游联系。在外资政策上，1991年11月颁布《新外资投资法案》对参与发展资本、技术密集型产业和高科技的外资给予倾斜的投资优惠政策；1995年马来西亚工业发展局规定以“人均员工最低投资额”作为批准投资的附带条件，从而抑制劳动密集型产业的投资；1996年马国政府将吸引高科技企业投资作为最优先的税收优惠项目，这些政策调整表明政府通过选择性FDI政策以达到促进本国产业升级的目的。另外，为改善本国二元性的产业组织结构，促进先进技术扩散，1993年马来西亚政府公布了《扶植企业计划》，由马国政府、金融机构和大型企业（包括外资企业和国内大企业）三方合作，促进大企业和经挑选的本地中小企业的配套生产，打造中小企业的技术学习渠道。

其次，科技体制从政府指令性向市场主导机制转变，这种转变突出表现在有关技术政策的制订、实施有更多私营企业界的参与。为推动产学研的结合，原国家公共研究机构的运作机制发生转变，改革后成为具有独立法人资格的国营公司，采取合同制研究体系建立企业式运营模式，与此同时大学也被要求通过研究合同立项加强与产业的联系。1992年成立的公私合资经营的“马来西亚技术发展公司”（theMalaysiaTechnologyDevelopmentCorporation,MTDC）是马国首家风险投资公司，旨在促进公共研究机构成果的商业化。

## 二、马来西亚R&D发展模式的转变

推动研究与开发（R&D）的发展是政府培养本国内生性科学技术能力的重要途径，也是一国政府科技规划的主要领域。从发展中国家的实践来看，在工业化发展早期，R&D的作用并不突出，但随着企业技术能力深化，R&D活动就开始变得重要，这时的R&D活动大部分与企业吸收、改良复杂的引进技术相联系。特别是，随着企业技术能力的提高，R&D活动开始从改良转变为真正的产品和工艺创新。因此，无论是促进对引进技术的吸收，或是实施技术创新行为，R&D的增长都意味着工业的成熟和技术能力的提高。正是从这个意义上，学术界视研究与开发投入为衡量一国技术能力的重要指标，R&D水平与一国经济发展阶段直接相关。

尽管从20世纪80年代中期以后马来西亚进入工业化快速成长阶段，但R&D投入（指R&D／GDP）一直较为落后，成为制约马来西亚产业升级目标的阻碍。但90年代以来，马来西亚R&D的资源分布和活动特征明显改善。90年代中期之后，马来西亚的R&D总投入有较大的增长，特别是金融危机之后继续保持较高的增幅。从R&D投入来源结构来看，来

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘咨询



杂志订阅

客服电话

自产业界的研发比重从1990年的20%上升到2000年的57.9%，说明产业界研发的支出已经成为马来西亚R&D总投入的主力，显示在R&D领域由20世纪80年代政府主导开始转变为企业主导模式。与此相应地，在研发项目类别上，应用型

和实验型研发支出大大超过基础型研究支出，显示产业主导形式已成趋势。

表11992—2000年马来西亚研究与开发的来源结构

(金额单位：百万林吉特；份额：%) 来源19921994199619982000	
金额	份额
政府	253.746164.927108.719.824721.9417.525.0
企业	246.345292.648400.172.974666.2967.957.9
高等教育	
机构	50.79150.92540.37.3133.611.9286.117.1
总计	550.7100611.2100549.11001126.61001671.5100
占GDP比	
重	0.370.340.220.390.50

资料来源：MOSTE（马来西亚科学技术环境部）—MASTIC（马来西亚科学技术信息中心），NationalR&DSurvey,1994,1998,2000.

马来西亚政府的R&D投入方面在20世纪90年代后期增长幅度很大，其产业需求导向的趋势日益增强。1996—2000年R&D支出为9.35亿林吉特，比1991—1995年的支出增长49%，[3]其中67%分配给国家资助的“重点领域加强研究基金”（IRPA），其余则流向政府参与的技术合作项目，包括1999年成立的马来西亚与美国麻省理工学院生物技术合作项目（theMalaysia-MITBiotechnologyPartnershipProgramme,MMBPP）、1998年批准的多媒体走廊研发基金计划（MSCResearchandDevelopmentGrantScheme,MGS）、1998年成立的示范应用技术资助项目（theDemonstratorApplicationsGrantScheme,DAGS）等。以政府R&D领域的资金分布状况来看，重点领域加强研究基金（IRPA）是马来西亚政府研发的主要部分，配合第二个产业主导计划和信息技术的高速发展，重点扶持领域从过去的5个增加到11个。相比过去，政府对应用性研发给予了更多倾斜。1986年启动的IRPA运行过程中存在的问题体现在：（1）IRPA的资金绝大多数流向公共研究机构和一部分高等教育机构，产业界很少从该基金获得研发项目，目前该基金尚缺乏产业界与研究机构的共同合作的机制；（2）缺少能够承担风险的技术孵化器的民间企业，IRPA在各领域的科研成果转化率都很低。考虑到IRPA模式的局限性，马来西亚90年代下半期在IRPA之外设立了对企业新技术研发、应用资助体系，着重联合产业界强化对产业技术的研发和新技术的市场推广。如斥资1亿林吉特的产业研究与开发基金计划（IGS）的主旨在于鼓励产、学、研三方的共同研发与应用，已资助项目包括现有技术改良和新产品、新工艺的创新；多媒体走廊研发基金计划（MGS）是鼓励进入多媒体走廊的资格公司的研发，已批准的项目涉及电子交易的软件开发、网络电话合成、指纹识别等技术研发；示范应用技术资助项目（DAGS）旨在推广本地信息通讯技术的广泛应用。表2表明在2001—2005年期间马来西亚政府对科技投入进一步加大力度，特别在科技成果商业化和科技基础设施的预算投入方面将有大幅度提高。

表21996—2005年马来西亚政府科技发展支出的预算结构

(金额：百万林吉特) 项目内容1996-20002001-2005	
预算支出	实际支出
重点领域加强研究基金	755.0718.11000.0
马来西亚-MIT生物技术合作项目	35.033.3-
中小企业技术发展基金	58.041.230.0
技术转让基金(TAF)	118118.0250.0

学术顾问

发表咨询

加急咨询

文秘书图

杂志订阅

客服电话

技术成果商业化208203.9610.0

科技基础设施与发展2413.31496.72819.9

合计3587.32611.24708.9

资料来源：根据TheEighthMalaysiaPlan,Table12—5编制。

马来西亚民间企业研发占全国研发比例的大幅增长是马来西亚研发结构最显著的变化，2000年企业研发支出金额是1992年的4倍左右，1998年曾达到全国研发总额的72%，显示马来西亚民间企业研发需求快速增多。与国家公共研究基金、高等教育机构的研发资金大多来源于国家基金相比，83%的私营企业研发资金来源于企业本身。私营企业研发领域多集中在制造业的应用技术和工程技术，特别是电子设备及零部件、交通运输工具和石油产品。在民间研发结构上，外资企业大约占40%左右，且集中于技术密集性行业，如电子电器、化工和塑胶产品，本土企业的研发着重于食品、精练石油产品、基本金属产品以及交通运输器械。值得注意的是，由于马来西亚研发型人力资源的缺乏和科技基础设施的不足，2000年民间企业研发费用中有1.31亿林吉特研发项目外包给海外的研发机构。马来西亚民间企业研发开支的迅速扩大，一方面是企业技术发展的内在要求，表明马来西亚的一部分民间企业（包括外资和本地企业）已通过技术吸收、消化环节后进入工艺和产品的创新环节。另一方面，民间企业的研发扩大也得力于政策激励。为鼓励私营企业的研发活动，马来西亚政府出台了一系列刺激措施，除对私营企业研发活动的资助体系外，鼓励企业研发活动的财政税收优惠政策也是重要的有效政策，具体地，由国家批准的技术研究开发活动的支出可以加倍从应课税中剔除，被批准进行技术研发的企业予以免除5年期限的公司所得税，公司内部的研发费用的50%准予在10年内从所得税中剔除。从私营公司对这些优惠政策的反馈情况来看，研发支出双倍从所得税中课除的激励政策效果较显著。

尽管近年来投入增长较快，马来西亚研发支出比例（R&D／GDP）在国际上仍然处于很低的水平，这对于期望延伸本国制造业的价值链、提高产业国际竞争力是一个突出的制约因素。此外，据马来西亚科技信息中心（MASTIC）的调查，公共研究机构、产业界和高等教育机构很少从事合作研发活动，三者中高等教育机构研发能力偏低，公共研究机构科技成果产业化程度低。从国家创新体系强调知识的生产、扩散、应用在一国创新体系的循环流转的角度来看，马来西亚R&D资源配置随着产业导向的模式趋强，技术创新的效率有所提高，但科技行政机构作为协调产、学、研创新行为主体的联系功效以及促进科技成果的市场转化仍然有待加强。

### 三、马来西亚近期技术战略调整的理论分析

学术界对发展中国家技术政策的选择一直存在不同的声音。新古典学派坚持应建立“市场亲善型”（Market-friendly）的产业技术政策，即为弥补市场失效，政府应改善要素市场，推动贸易自由化、深化金融市场、完善人力资本培训和基础设施建设，强调市场的自发调节机制，主张技术政策应当保持中立性。新古典引用寻租理论和公共选择理论，认为政府失效的可能性和成本远大于市场失效，所以排斥任何形式的针对某一特定产业、某一特定企业组织的信贷、补贴、税收优惠等干预行为。发展中国家技术能力理论学派（Lall,s.1998）认为政府的功能远不止于此，即便不是所有后发国家政府有能力象韩国一样成功执行有力的选择性产业政策，如确定重点发展产业、培育竞争力强的大企业，后发国家的产业政策也应该是一种包含基础型和垂直型干预的混合物，不仅包括改善现存的要素市场，同时也可以通过政府行为弥补发展中国家特有的市场缺陷，比如鼓励企业的创新、研发活动，比如发展技术外溢性强、关联性强的产业，Lall认为发展中国家的技术政策应向“市场激发型”（Market-stimulating）调整。从金融危机后马来西亚政府对其技术发展战略的调整来看，其调整的思路更多地体现“市场激发型”的特征。

首先，针对制约本国技术创新能力的薄弱点，政府加大在人力资源、研发鼓励、科技基础设施等环节的基础性干预。在马来西亚国家创新体系中，缺乏高级化、技术性、知识型人力资源被认为是制约其技术创新能力的最大障碍。因此，第8个马来西亚五年计划强调对高等教育投入的倾斜，推动在职培训，从教育体制上打破传统的政府主导模式，促进政府与私人、国外机构的合作。此外，以国家力量促进信息技术基础设施建设是马来西亚加快知识经济步伐的重要措施，2001—2005年科技基础设施的投入占马国政府科技投入的60%，此举意在以信息技术的推广提升传统产业的竞争力。在研发领域，除提供普遍的优惠政策外，政府还提供资助诱导私人研发与国家重点扶持的产业技术战略相结合，并改革公共研发资源的分配、运行机制，突出研究成果的商业化效益。

其次，发挥产业集群的聚集效应，以新的创新组织形式促进企业之间、企业与科学研究机构的信息技术交流。产业集群是特定产业领域里相互联系的企业和机构在地理的集中，通过产业集群里企业间的专业化分工协作，可以获得比孤立的企业整体更有效的集群创新优势，集群式创新体现了互惠共生、协同竞争性、资源共享性的特殊优势。在实践中，产业集群的创新优势已经在经济活动中，特别在技术密集的新兴产业中显现出来，如美国硅谷、日本筑波科学城、台湾新竹科学园区等都是成功的案例。马来西亚政府大力推出的“多媒体走廊”、“生物谷”计划也是希望借助产业集群的创新优势吸引外资进入，带动本国高新技术的发展。

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘咨询



杂志订阅

客服电话

马电子业自70年代初起步以来蓬勃发展,规模不断扩大,产值大幅增长,产品逐步多样化。

目前,马电子业拥有900多家公司,38万多员工,去年产值达1298亿林吉特。虽然马电子业目前仍以半导体和其他电子配件为主,但产品结构已发生变化。去年,工业电子产品占总产出的45.4%,电子配件占42.4%,消费电子产品占12.2%。

据统计,1995至1999年,马电子业产量增长率年均达18.4%,电子产品出口和电子业员工人数分别年均增长22.2%和6.8%。电子产品出口从1995年的850亿林吉特增至1999年的1784亿林吉特。电子产品出口占马出口总值的一半以上。

马电子产品主要出口到美国、新加坡、日本、香港、德国、英国等市场。

过去两年,马电子业增长尤其快速。官方发表的最新数据显示,在经济严重衰退(负增长7.5%)的1998年,马电子业产值和电子产品出口也均突破1000亿林吉特大关,分别达1035亿林吉特和1461亿林吉特,比上一年分别增长20.9%和36.2%。

马经济研究人员认为,以出口为导向的电子制造业在过去两年的快速增长是带动马经济在短时间内迅速复苏的“最大功臣”。

据分析,马电子业目前的快速增长,除了全球电子商务及互联网络热潮带动半导体电子市场大幅扩张外,马偏低的汇率也使电子产品有很强的竞争优势。

## 马来西亚范文篇5

技术发展战略是国家对科技活动全局性和长期性的规划和行动方针,由科技行政体系主导,并协调技术政策与其他工业政策、国家发展目标的一致性。对一国技术政策的分析框架, Lall (1998) 提出从三个层次研究国家技术政策:

(1) 确定国家发展目标,明确技术与国家发展目标之间的关系; (2) 激励政策,对市场失灵的领域提供国家干预的信号,包括基础性干预和选择性干预,所谓基础性干预是国家对人力资源、科技基础设施、研发鼓励等要素市场的干预,而选择性干预指国家扶持特定产业或特定产业组织优以实施优先优术发展目标; (3) 组织制度,包括为实施技术发展战略的科技计划、行政组织等。[1]以这三个层次考察马来西亚技术发展战略的演变过程, 马来西亚工业化进程中的技术发展大致可分为三个阶段:

第一阶段, 1958年到20世纪80年代中期, 产业技术规划不明晰时期。独立之后马来西亚技术发展的重点领域与以农业、种植业为主的产业结构相一致, 资源型产业(如早期的橡胶、之后的棕榈油产业)的研究与开发是政府重点支持的研究领域, 这一时期建立的马来西亚农业发展研究所

(MalaysianAgriculturalResearchandDevelopmentInstitute,MARDI) 对当时农业多样化、农矿产品的出口增长发挥了重要技术指导和推广作用。相对地, 在马来西亚推动工业化的产业政策框架中, 产业技术发展并没有成为优先的议题。20世纪60年代, 马来西亚通过跨国公司和合资企业的投资方式在生产初级消费品的进口替代行业兴建了一批制造业企业, 到60年代末为解决就业问题和种族间经济利益冲突, 以发展劳动密集型的出口导向产业的发展战略和旨在社会重组目标的新经济政策成为这一时期产业政策的重点, 而外资主导的出口型产业主要集中在新建的自由贸易区内, 与区外的当地产业几乎没有技术联系和外溢效果。在80年代初期到中期马来西亚重工业化的第二轮进口替代阶段, 马国政府通过政府投资行为推动的重工业项目计划不仅包含了优化产业结构布局的设计, 同时希望进一步达到种族间经济利益平衡的目的。可以说, 在这一时期, 产业技术的学习、深化一直不是政策制订者的直接目标。另一方面, 马来西亚开始筹建科技行政体系, 如1975年成立的国家科学研究开发理事会

(theNationalCouncilforScientificResearchandDevelopment), 1976年成立的科学技术环境部

(theMinistryofScience,TechnologyandEnvironment,MOSTE), 它们的预算、权限十分有限, 无力对其他部门(如贸易工业部、农业部) 以及这些部门下属的重点研究机构发挥统筹规划的作用。

第二阶段, 80年代中期到90年代初, 政府加强技术力量供给的技术发展战略。80年代中期马来西亚政府感到马国工业化“缺乏对科技政策、战略全面而清晰的方向”, [2]1986年马来西亚政府在当年数个经济规划中, 包括第五个国家计划(1986—1990) 和第一个产业主导计划, 明确了产业技术与经济发展的联合, 并在1990年产业技术发展行动计划进一步详细了技术发展的优先领域及鼓励措施。首先, 产业技术目标在多个政策框架中明确体现, 明显不同于前一阶段。由政府推动的重化工业发展计划失利后, 1986年马来西亚政府颁布了第一个“产业主导计划”(1986—1995年)

(theIndustrialMasterPlan), 在这份规划中明确说明国内弱小的产业技术基础是未来经济发展的重要障碍, 认为已具有一定规模的制造业产业并不具备相应的技术能力, 几乎完全依赖外国技术, 建议采取韩国式产业政策对特定部门采用倾斜式政策以帮助本地企业建立技术基础, 强调优先发展具有较强联系效应的资源型制造产业, 如木材加工业、橡胶制品、石油精炼产品。尽管第一个产业主导计划的政策方向随着很快到来的外国直接投资高潮冲淡了许多, 但该计划是马来西亚政府首次将技术发展领域独立地列为经济发展规划中, 显示产业技术发展已经成为政策目标之一。1990年出台的“产业技术发展行动计划”(ActionPlanforIndustrialTechnologyDevelopment,APITD) 作为第一个“产业主导计划”的补充, 更为详细列举了五大优先发展领域, 如自动化材料、先进材料、生物技术、电子与信息技术和能源、环境与环境技术, 同时指出了马来西亚产业技术发展面临的结构性瓶颈, 并提出了42项建议完善国家技术创新体系。其

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘咨询



杂志订阅

客服电话



次，在包含产业技术发展目标的多个政府规划出台后，对原有科技行政体系的改革也就成为必然，这些技术发展机构与私营企业界联系显得比过去紧密。原有分散在各部门的主要工业研究机构统一由科学技术环境部管理，以便提高这些研究机构的合作能力；改革后的国家科学开发理事会加入了更多私营企业界代表，并监督1986年启动的、由国家资助的“重点领域加强研究基金”（theIntensificationofResearchinPriorityAreas,IRPA）项目的实施情况；马来西亚内阁组建一个由总理牵头的、新的科学技术委员会，负责科技立法和项目规划，除此之外，产生了一些非政府机构的民间—政府协商组织，如马来西亚商业理事会的技术委员会、马来西亚高科技产业—政府协调小组。最后，在政策的推动下，马来西亚对科学技术的公共投入迅速增加，1986—1990年第五个五年规划中科技的公共投资从5.4亿林吉特上升到11.6亿林吉特，这些投资流向国有技术研究机构的基础设备投资以及资助国家重点领域研究项目（IRPA），国家科学开发理事会挑选国有技术研究机构开展IRPA项目。

从实践效果来看，由政府制订技术发展规划、国有资金支持、国家公共研究机构执行的科技体制属于典型的“由上至下”的技术供给型发展战略，这种规划体制的性质是一种集中型的体制而不是包含私营企业界参与的复式或协调式体制，尽管政府的初衷是仿效日本产业需求拉动式技术发展模式将科技发展与产业发展统一起来，但显然缺乏合格技术官僚的参与和企业界的广泛参与，特别是这种集中型的技术供给型发展战略与以跨国公司为主导的、经济自由化的市场环境相矛盾，这种发展战略对产业技术的提升作用并不十分明显。但无疑地国家对科技的大量投入培育了一种技术创新的社会风尚，这是马来西亚社会氛围里一直缺少的。

第三阶段，1993年后，加强技术政策与产业组织结构、市场条件的协调阶段。20世纪90年代初马来西亚政府注意到大量涌入马来西亚的外国直接投资内部化的技术转移比70、80年代显得活跃而积极，跨国公司对呈现产品多样化和生产技术的提高的现象。20世纪90年代中期马来西亚依托跨国公司成为全球消费型电子产业的重要生产基地，电子产品制造技术能力迅速提高，同时开始跨国公司增加了对马来西亚本地企业的零部件采购以及部分外包行为，槟城形成了以半导体、硬盘驱动器为主的高科技产品的产业集群。面对占马来西亚经济举足轻重地位的电子产业与全球生产网络的紧密融合和跨国公司行为模式的转变，前期的供给型技术发展战略显然无法满足经济技术发展的需要，为此马来西亚政府调整了技术发展思路，体现在三个方面：

第一，制造业转变原有扶持单一产业为主的倾斜式产业技术政策，新发展思路强调为塑造具有国际竞争力企业提供诱导性的政策指导以及完善创新的网络建设。在产业政策上，面临90年代初国内已出现的劳动力短缺、社会基础设施紧张等形势，政府强调从“生产要素投入驱动型”向“生产效率驱动型”经济增长模式组装、装配向高附加值的产品设计、研究开发、市场营销生产环节发展，提高产业的自动化水平。加强产业技术开发，提高产业结构联系，以生产力提高产业技术水平。在技术发展的操作思路，突出了培育产业群的技术发展思想，重点发展以电子电器产业、石化与制药、材料、资源加工等8个产业群，通过产业群的主导产业、辅助产业、基础设施和相关商业服务的互动合作带动产业上下游联系。在外资政策上，1991年11月颁布《新外资投资法案》对参与发展资本、技术密集型产业和高科技的外资给予倾斜的投资优惠政策；1995年马来西亚工业发展局规定以“人均员工最低投资额”作为批准投资的附带条件，从而抑制劳动密集型产业的投资；1996年马国政府将吸引高科技企业投资作为最优先的税收优惠项目，这些政策调整表明政府通过选择性FDI政策以达到促进本国产业升级的目的。另外，为改善本国二元性的产业组织结构，促进先进技术扩散，1993年马来西亚政府公布了《扶植企业计划》，由马国政府、金融机构和大型企业（包括外资企业和国内大企业）三方合作，促进大企业和经挑选的本地中小企业的配套生产，打造中小企业的技术学习渠道。

其次，科技体制从政府指令性向市场主导机制转变，这种转变突出表现在有关技术政策的制订、实施有更多私营企业界的参与。为推动产学研的结合，原国家公共研究机构的运作机制发生转变，改革后成为具有独立法人资格的国营公司，采取合同制研究体系建立企业式营运模式，与此同时大学也被要求通过研究合同立项加强与产业的联系。1992年成立的公私合资经营的“马来西亚技术发展公司”（theMalaysiaTechnologyDevelopmentCorporation,MTDC）是马国首家风险投资公司，旨在促进公共研究机构成果的商业化。

## 二、马来西亚R&D发展模式的转变

推动研究与开发（R&D）的发展是政府培养本国内生性科学技术能力的重要途径，也是一国政府科技规划的主要领域。从发展中国家的实践来看，在工业化发展早期，R&D的作用并不突出，但随着企业技术能力深化，R&D活动就开始变得重要，这时的R&D活动大部分与企业吸收、改良复杂的引进技术相联系。特别是，随着企业技术能力的提高，R&D活动开始从改良转变为真正的产品和工艺创新。因此，无论是促进对引进技术的吸收，或是实施技术创新行为，R&D的增长都意味着工业的成熟和技术能力的提高。正是从这个意义上，学术界视研究与开发投入为衡量一国技术能力的重要指标，R&D水平与一国经济发展阶段直接相关。

尽管从20世纪80年代中期以后马来西亚进入工业化快速成长阶段，但R&D投入（指R&D／GDP）一直较为落后，成为制约马来西亚产业升级目标的阻碍。但90年代以来，马来西亚R&D的资源分布和活动特征明显改善。90年代中期之后，马来西亚的R&D总投入有较大的增长，特别是金融危机之后继续保持较高的增幅。从R&D投入来源结构来看，来自产业界的研发比重从1990年的20％上升到2000年的57.9％，说明产业界研发的支出已经成为马来西亚R&D总投入的

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘咨询



杂志订阅

客服电话

主力，显示在R&D领域由20世纪80年代政府主导开始转变为企业主导模式。与此相应地，在研发项目类别上，应用型和实验型研发支出大大超过基础型研究支出，显示产业主导形式已成趋势。

马来西亚政府的R&D投入方面在20世纪90年代后期增长幅度很大，其产业需求导向的趋势日益增强。1996—2000年R&D支出为9.35亿林吉特，比1991—1995年的支出增长49%，[3]其中67%分配给国家资助的“重点领域加强研究基金”（IRPA），其余则流向政府参与的技术合作项目，包括1999年成立的马来西亚与美国麻省理工学院生物技术合作项目（theMalaysia-MITBiotechnologyPartnershipProgramme,MMBPP）、1998年批准的多媒体走廊研发基金计划（MSCResearchandDevelopmentGrantScheme,MGS）、1998年成立的示范应用技术资助项目

（theDemonstratorApplicationsGrantScheme,DAGS）等。以政府R&D领域的资金分布状况来看，重点领域加强研究基金（IRPA）是马来西亚政府研发的主要部分，配合第二个产业主导计划和信息技术的高速发展，重点扶持领域从过去的5个增加到11个。相比过去，政府对应用性研发给予了更多倾斜。1986年启动的IRPA运行过程中存在的问题体现在：（1）IRPA的资金绝大多数流向公共研究机构和一部分高等教育机构，产业界很少从该基金获得研发项目，目前该基金尚缺乏产业界与研究机构的共同合作的机制；（2）缺少能够承担风险的技术孵化器的民间企业，IRPA在各领域的科研成果转化率都很低。考虑到IRPA模式的局限性，马来西亚90年代下半期在IRPA之外设立了对企业新技术研发、应用资助体系，着重联合产业界强化对产业技术的研发和新技术的市场推广。如斥资1亿林吉特的产业研究与开发基金计划（IGS）的主旨在于鼓励产、学、研三方的共同研发与应用，已资助项目包括现有技术改良和新产品、新工艺的创新；多媒体走廊研发基金计划（MGS）是鼓励进入多媒体走廊的资格公司的研发，已批准的项目涉及电子交易的软件开发、网络电话合成、指纹识别等技术研发；示范应用技术资助项目（DAGS）旨在推广本地信息通讯技术的广泛应用。表2表明在2001—2005年期间马来西亚政府对科技投入进一步加大力度，特别在科技成果商业化和科技基础设施的预算投入方面将有大幅度提高。

马来西亚民间企业研发占全国研发比例的大幅增长是马来西亚研发结构最显著的变化，2000年企业研发支出金额是1992年的4倍左右，1998年曾达到全国研发总额的72%，显示马来西亚民间企业研发需求快速增多。与国家公共研究基金、高等教育机构的研发资金大多来源于国家基金相比，83%的私营企业研发资金来源于企业本身。私营企业研发领域多集中在制造业的应用技术和工程技术，特别是电子设备及零部件、交通运输工具和石油产品。在民间研发结构上，外资企业大约占40%左右，且集中于技术密集性行业，如电子电器、化工和塑胶产品，本土企业的研发着重于食品、精练石油产品、基本金属产品以及交通运输器械。值得注意的是，由于马来西亚研发型人力资源的缺乏和科技基础设施的不足，2000年民间企业研发费用中有1.31亿林吉特研发项目外包给海外的研发机构。马来西亚民间企业研发开支的迅速扩大，一方面是企业技术发展的内在要求，表明马来西亚的一部分民间企业（包括外资和本地企业）已通过技术吸收、消化环节后进入工艺和产品的创新环节。另一方面，民间企业的研发扩大也得力于政策激励。为鼓励私营企业的研发活动，马来西亚政府出台了一系列刺激措施，除对私营企业研发活动的资助体系外，鼓励企业研发活动的财政税收优惠政策也是重要的有效政策，具体地，由国家批准的技术研究开发活动的支出可以加倍从应课税中剔除，被批准进行技术研发的企业予以免除5年期限的公司所得税，公司内部的研究费用的50%准予在10年内从所得税中剔除。从私营公司对这些优惠政策的反馈情况来看，研发支出双倍从所得税中课除的激励政策效果较显著。

尽管近年来投入增长较快，马来西亚研发支出比例（R&D/GDP）在国际上仍然处于很低的水平，这对于期望延伸本国制造业的价值链、提高产业国际竞争力是一个突出的制约因素。此外，据马来西亚科技信息中心（MASTIC）的调查，公共研究机构、产业界和高等教育机构很少从事合作研发活动，三者中高等教育机构研发能力偏低，公共研究机构科技成果产业化程度低。从国家创新体系强调知识的生产、扩散、应用在一国创新体系的循环流转的角度来看，马来西亚R&D资源配置随着产业导向的模式趋强，技术创新的效率有所提高，但科技行政机构作为协调产、学、研创新行为主体的联系功效以及促进科技成果的市场转化仍然有待加强。

### 三、马来西亚近期技术战略调整的理论分析

学术界对发展中国家技术政策的选择一直存在不同的声音。新古典学派坚持应建立“市场亲善型”（Market-friendly）的产业技术政策，即为弥补市场失效，政府应改善要素市场，推动贸易自由化、深化金融市场、完善人力资本培训和基础设施建设，强调市场的自发调节机制，主张技术政策应当保持中立性。新古典引用寻租理论和公共选择理论，认为政府失效的可能性和成本远大于市场失效，所以排斥任何形式的针对某一特定产业、某一特定企业组织的信贷、补贴、税收优惠等干预行为。发展中国家技术能力理论学派（Lall,s.1998）认为政府的功能远不止于此，即便不是所有后发国家政府有能力象韩国一样成功执行有力的选择性产业政策，如确定重点发展产业、培育竞争力强的大企业，后发国家的产业政策也应该是一种包含基础型和垂直型干预的混合物，不仅包括改善现存的要素市场，同时也可以通过政府行为弥补发展中国家特有的市场缺陷，比如鼓励企业的创新、研发活动，比如发展技术外溢性强、关联性强的产业，Lall认为发展中国家的技术政策应向“市场激发型”（Market-stimulating）调整。从金融危机后马来西亚政府对其技术发展战略的调整来看，其调整的思路更多地体现“市场激发型”的特征。

首先，针对制约本国技术创新能力的薄弱点，政府加大在人力资源、研发鼓励、科技基础设施等环节的基础性干预。在马来西亚国家创新体系中，缺乏高级化、技术性、知识型人力资源被认为是制约其技术创新能力的最大障碍。因此，第8个马来西亚五年计划强调对高等教育投入的倾斜，推动在职培训，从教育体制上打破传统的政府主导模式，促

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘书询



杂志订阅

客服电话

进政府与私人、国外机构的合作。此外，以国家力量促进信息技术基础设施的建设是马来西亚加快知识经济步伐的重要措施，2001—2005年科技基础设施的投入占马国政府科技投入的60%，此举意在以信息技术的推广提升传统产业的竞争力。在研发领域，除提供普遍的优惠政策外，政府还提供资助诱导私人研发与国家重点扶持的产业技术战略相结合，并改革公共研发资源的分配、运行机制，突出研究成果的商业化效益。

其次，发挥产业集群的聚集效应，以新的创新组织形式促进企业之间、企业与科学研究机构的信息技术交流。产业集群是特定产业领域里相互联系的企业和机构在地理的集中，通过产业集群里企业间的专业化分工协作，可以获得比孤立的企业整体更有效的集群创新优势，集群式创新体现了互惠共生、协同竞争性、资源共享性的特殊优势。在实践中，产业集群的创新优势已经在经济活动中，特别在技术密集的新兴产业中显现出来，如美国硅谷、日本筑波科学城、台湾新竹科学园区等都是成功的案例。马来西亚政府大力推出的“多媒体走廊”、“生物谷”计划也是希望借助产业集群的创新优势吸引外资进入，带动本国高新技术的发展。

## 马来西亚范文篇6

内容摘要：文章认为中国企业要拓展马来西亚市场，需要重塑中国企业形象；积极实施人力资源、社会生活和产品等方面的本土化策略，充分利用当地的有利资源，使企业具备较强的环境适应能力；要利用特有的亲缘、地缘、文缘、业缘、商缘，充分发挥华商网络的优势。

随着中国—东盟自由贸易区的建立，中国与马来西亚之间的经贸往来越来越频繁，合作发展前景十分乐观。马来西亚被称为亚洲第五小龙。近年来，中马两国经济交往频繁，贸易迅猛增长。中国（未计港澳地区）已成为马来西亚第5大出口国家和第4大进口国，2005年，马来西亚成为中国的第8大贸易伙伴。马来西亚地理位置优越，穆斯林人口约1300万，占全国总人口的60%，这里是清真食品转销的枢纽，对于希望打进东南亚市场，甚至辐射到中东市场的企业来说，是非常理想的选择。

中国企业拓展马来西亚市场的优势与劣势

马来西亚经商成本较低，2003年政经风险顾问公司对亚太区域中14个国家和地区的工商业运营成本作了调查，调查范围包括当地的劳工成本、海外员工居所等生活费用、租金、公用支出四项内容，按10分制综合评分，结果显示日本最高（9.13分），中国位第七（3.93分），马来西亚最低（2.22分）。马来西亚经济繁荣，是亚洲发展最快的国家之一，而且社会比较安定，风险较小。根据香港政治和经济风险咨询公司每年的报告，东南亚国家中新加坡的风险最小，其次是马来西亚。

同时，中国企业在马来西亚拓展市场也存在一些挑战。假冒伪劣，价低质次的产品损害了中国企业的形象。国内同类企业价格混战，削弱了双方竞争力。特别是对马来西亚多元文化的误解，造成了营销失误。马来西亚是一个多元化的国家。不同的民族有着不同的民族文化、生活习俗、礼仪禁忌和节日庆典，这给中国企业的营销活动带来机会的同时也造成了困难。部分企业认为，既然中国与马来西亚华人同文同种、文化相近、生活方式相似，那么，马来西亚市场与中国市场的差异不会太大。这种文化的“自我参考”造成了营销视野的狭窄性，据此可能会做出错误的营销决策。当前，中国企业要进入马来西亚市场，在营销策略上面临诸多的挑战。比如，营销渠道的单一性及售后服务体系不健全；缺乏理性的市场调查，蜂拥而至地盲目投资；缺乏国际营销理念，国际营销经验不足；没有清晰的国际目标市场定位；大国本位主义造成对马来西亚民族特性的忽视等。

马来西亚市场的特点及复杂性

中国企业要拓展马来西亚市场，首先必须认清马来西亚市场的特殊性和复杂性。

（一）马来西亚民族多元化造成消费市场复杂且伊斯兰教对市场影响深远

马来西亚是一个多元民族的国家，主要有马来人、华人、印度人、爪哇人及原住民尼格利陀人、塞诺伊人等，不同的民族有不同的信仰和生活习惯。马来人有一半多的居民信奉伊斯兰教属逊尼派；1/3的居民信奉佛教，少数人信奉印度教或基督教。在沙撈越和沙巴，当地各族居民还保持传统信仰。马来人是政治社会的主导阶层，而华人是经济社会的中坚力量，不同的种族处在社会的不同阶层，贫富程度、消费心理、产品需求、价值观念、市场参与度等方面都有较大的差异。同时，不同文化之间交叉融合、借鉴、碰撞使市场状况更为复杂。在大多数文化中，宗教是一个重要的组成因素，对生活方式有着重大影响，而生活方式反过来又影响着市场营销。马来人的生活中伊斯兰教占统治地位，他们并不像华人那样渴望成功，社会和谐与非竞争状态是马来人主要的价值观。伊斯兰教影响到马来人生活的方方面面。巫统虽然反对伊斯兰教党建立伊斯兰教国家，但却在国家管理、经济、教育等领域引入伊斯兰原则。马来政府制定了进一步发展国内伊斯兰金融业的长远规划，提出2007年伊斯兰银行业务占全国市场的15%，2010年要达到20%的发展目标，要将马来西亚建成穆斯林的“金融圣地”，全球伊斯兰“金融枢纽”。

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘咨询



杂志订阅

客服电话

（二）马来西亚华人经济实力与所获权利不对称

马来西亚华人是一个特殊的族群，他们一方面为马来西亚的经济发展做出了巨大贡献，另一方面却未得到当局的完全认可，政治、经济权利很少。据马来西亚《商业》月刊按2002年马来西亚工商界人士拥有的净资产额统计，前40位富豪所掌握的资产达500.19亿马币。其中华人富豪31位，掌握资产约354.43亿马币（约合93.27亿美元），占前40位富豪总资产的70.86%，占马来西亚当年GDP总量的9.8%。华人经济迅速发展，成为当地国民经济的重要组成部分，在实现国家现代化和经济全球化的竞争中起了积极的带头作用。经过艰辛的努力虽然部分华人在经济领域取得了较大的成就，但其他各方面的权利却很少，政治上地位仍然低下，甚至连生命权都没有保障。随着中国-东盟自贸区的发展，马来西亚华人对中华民族的认同度提高，已成为从中国经济发展中最早受益的族群，这也引起当地主体民族的猜忌。

（三）西马与东马市场发展程度不平衡

马来西亚由西马与东马两部分组成，中间被南中国海分隔开。马来西亚的城市人口、经济主要位于马来半岛（西马），马来半岛的面积仅为全国的2/5，人口和国民生产总值却占85%，制造业的比重更达95%。其中半岛两侧是马来西亚的城市、人口及经济的聚集地，集中了全国80%的人口，90%的种植园和工矿企业。首都吉隆坡也集中了城市移民的大部分，并且聚集了马来西亚30%以上的经济。东马（沙捞越和沙巴）经济发展水平不高，与西马相比相差很大。东马以农业为主，开展商业活动的各种基础设施相对落后，市场的成熟需要长期的培育。全国铁路总长2681公里，而沙巴仅有铁路185公里。2002年，我国在沙捞越的中资企业共有七家，如中国机械设备进出口公司、中国水利水电工程公司、河北太行集团等。

中国企业拓展马来西亚市场的营销策略

菲利普·科特勒认为塑造品牌，必须让消费者意识到该品牌的优点和特长，让消费者有支持该品牌的理由；另外，必须进行全方位的品牌宣传，包括促销、利用网站、利用有影响力的人、利用事件宣传、利用公关力量、找出更好的地方投放广告。因此，在认清马来西亚市场的特殊性和复杂性的基础上，中国企业要拓展马来西亚市场，还必须有针对性地采取一系列营销策略。

（一）重塑中国企业形象，提高企业知名度和美誉度

重塑中国企业形象包括改变产品的质量意识，在产品设计、包装、售后服务等方面多下功夫，提升产品的档次，提高企业的知名度和美誉度；比如无锡小天鹅在马来西亚的售后服务开展得较好，使该公司产品在马来西亚年销量达20万台，占马来西亚家用洗衣机市场的15%。进行品牌并购或与当地品牌合作，借助当地品牌的声誉和资源优势，达到弱化原产地形象的目的；注重与各种营销相关者长期、密集的沟通，包括消费者、经销商、竞争者、非政府组织、政府部门、媒体等，与消费者建立良好、积极的关系；处理好与东道国经销商和当地生产企业的关系，建立沟通和协调机制；把企业的经营活动自己纳入当地政府的经济和社会发展规划中，协助政府达到目标，争取政府的支持；为媒体提供所需资料，以积极配合的态度，取得媒体的正面关注（珀立，2006）。另外，需要履行企业公民的社会责任，积极投身当地的公益事业。企业不仅要以实现盈利和满足消费者直接需求为目标，而且要切实关注和维护消费者和社会的长期利益。伊斯兰教关心社会的公正，伊斯兰批评通过剥削他人赚取利润的行为，在穆斯林眼中，人们是集体中的一部分，富有的人和成功的人有责任帮助不幸的人。此外，伊斯兰教强调契约责任、信守诺言和决不欺骗的重要性。因此，在马企业应该关注马来西亚的环境保护、劳工利益、社区建设、教育事业、慈善事业等，协助当地政府缩小贫富差距，尽力回报社会，促进当地社会的持续发展。2006年底以来，马来西亚南部地区遭受暴风雨袭击，部分地区人们生活受到了严重的影响，处境艰难。为帮助灾民渡过难关，重建家园，以中水电（马）有限公司、济钢（马）有限公司、吉钢（马）集团以及天狮集团（马）有限公司为代表的在马中企纷纷慷慨解囊，共捐赠现金和物资共计35万马币（约合10万美元）。这表明了我国在马来西亚的企业正在逐渐地以一种积极的态度去履行企业公民的社会责任，关注社会公益事业，塑造企业的良好形象。

（二）积极实施本土化策略，增强企业的环境适应力

积极实施人力资源、社会生活和产品等方面的本土化策略，充分利用当地的有利资源，使企业具备较强的环境适应能力。在人力资源本土化方面，马来西亚人口2000多万，劳动力超过700万，60%的劳动力在15—34岁之间，接受至少9至10年的普及教育，素质较高。与泰、印尼、菲等国相比，较早实行开放政策，其管理人员的水平与国际商界比较接近，对国际市场的了解较深，应变能力较强。独特的社会结构使国内居民有多种语言能力，大部分会2-5种语言，即英、汉、马来语、泰尔米语、日语的交际能力，沟通交流方便。境外企业的经营管理和发展离不开人才。中国企业在马来西亚的经营需要通晓国际经济运行知识、当地经济政策和投资法律环境，熟悉当地市场、熟练掌握英语和东道国语言，精通经营管理的复合型人才（曹文华等，2006）。在社会生活本土化方面，尊重、认可当地的生活方式，积极融入当地主流社会，积极参加当地人的各种社交活动，增进双方的了解程度，消除文化隔阂，缩小文化差距，努力塑造“本地人”的身份。良好的当地形象对外企业是十分有价值的，积极参加当地的各种文化、体育、娱乐活动，并提供相应的支持，有助于更好地被当地的消费者承认、接受。在产品的本土化方面，在国内畅销的产品不一定受到国外消

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘咨询



杂志订阅

客服电话



费者的欢迎，应根据不同民族、不同地区、不同经济基础的消费者的需求，量身定制、生产适销对路的产品。重要的是产品的认证也要本土化，符合当地的认证标准。

参考文献：

1.珀立.泛珠企业走向东盟要处理好的几个关系.东南亚纵横，2006.8

## 马来西亚范文7

2007世界水日

水利灌溉局总监拿督凯兹鲁指出，如果气候变化，造成每逢3、4月都面对降雨量锐减、导致无水灌溉的干旱季节，当局将再研究公务员之家，全国公务员共同的天地兴建水坝的可行性。

他说，目前稻田都需要依靠从河流引入水源灌溉，一旦雨量减少，就会面对问题，以往因为过于干旱导致无法耕种的事件并不常发生，所以并没有兴建水坝。

“如果气候变公务员之家，全国公务员共同的天地化，导致每2、3年就有一次大干旱，成为长久性的问题，可能就需要考虑兴建水坝，否则15年才出现一次罕见的旱季，则无需动用到水坝。”

## 马来西亚范文8

关键词：马来西亚；农产品贸易；贸易利益；竞争优势；一带一路；中国—东盟

自由贸易区马来西亚位于赤道，属于热带雨林气候，阳光雨量充沛、温度适宜、农业资源禀赋充裕、特色优势显著，主要农业经济作物包括棕榈油、橡胶、热带水果等，长期以来，马来西亚是世界重要的棕榈油生产国与出口国[1]。目前，农业经济产值占马来西亚国内生产总值（GDP）的8.65%，农村人口约占其全国人口的1/4，农产品贸易作为马来西亚外贸发展的重要构成，提振农产品贸易对其国民经济发展具有重要影响和深远意义[2]。

1马来西亚农产品贸易发展的状况及特征

1.1贸易总量。据联合国商品贸易统计数据库（UNComtradeDatabase）数据，自2001年以来马来西亚农产品贸易发展保持顺差状态，累计金额1069.38亿美元，已成为外汇收入重要来源（表1）。2001年，马来西亚农产品贸易总额为92.48亿美元，其中，进口41.28亿美元，出口51.20亿美元，顺差9.92亿美元。2002年，马来西亚农产品贸易额首次突破百亿美元大关，达118.89亿美元，同比增长28.56%。2009年，受世界经济危机影响，马来西亚农产品出口锐减，直接导致总量骤降。2010年，中国与东盟自由贸易区宣告建成，中国—马来西亚双边农产品贸易合作有力助推马来西亚农产品贸易复苏增长。2011年，马来西亚农产品贸易总额为480.83亿美元。自2012年以来持续下跌，2013年农产品进口与出口贸易出现“双降”。2017年，马来西亚农产品贸易止跌回升，贸易总额为376.48亿美元，增长4.70%，其中，进口156.58亿美元，出口219.90亿美元，顺差63.32亿美元。1.2贸易地位。2001—2017年，农产品在马来西亚外贸中的地位相对稳定，尤其在其出口贸易方面显得相对突出。2001年，农产品贸易额占马来西亚外贸总额的5.71%，其中，出口占5.82%，进口占5.59%。2011年，农产品贸易在其外贸中的占比升至峰值，达11.60%；2012年后占比持续下降，2017年为9.11%，其中，出口占比10.09%，进口占比8.02%。马来西亚在东盟国家农产品贸易中排名第四，仅次于印度尼西亚、泰国和越南。1.3产品结构。以UNComtradeDatabase《商品名称及编码协调制度（2012）》6位为基准：2001年，马来西亚农产品进口品种共计703种，2017年增至903种，其中贸易额超1亿美元的有37种，前5位依次为HS170114（其他甘蔗糖，未加香料或着色剂）进口8.87亿美元，占5.66%，超八成以上来自于巴西；HS180100（整颗或破碎的可可豆，生的或焙炒的）进口6.95亿美元，占4.44%；HS230400（提炼豆油所得的油渣饼及其他固体残渣）进口6.09亿美元，占3.89%；HS210690（未列明食品）进口5.94亿美元，占3.79%；HS100590（玉米）进口5.32亿美元，占3.40%。2001年，马来西亚农产品出口品种共计591种，2017年增至775种，其中贸易金额超1亿美元的有28种，前5位依次为HS151190（其他棕榈油及分离品）出口78.36亿美元，占36.64%；HS151620（氢化酯化或反油酸化植物油、脂及分离品）出口19.34亿美元，占8.80%；HS151110（初榨的棕榈油）出口18.78亿美元，占8.54%；HS210690（未列明食品）出口6.12亿美元，占2.78%；HS151329（其他棕榈仁油或巴巴苏棕榈果油及分离品）出口4.78亿美元，占2.18%。1.4国别结构。马来西亚农产品贸易主要合作伙伴为东盟、欧盟、印度、美国和日本等。发展中国家在其农产品出口贸易中占比约为80%，且呈日渐强化趋势，而发达国家市场所占份额持续走低。东盟历来作为马来西亚农产品贸易第一大区域合作伙伴，占25%左右，且马来西亚多处于顺差状态，2017年，马来西亚与东盟国家农产品贸易额达104.34亿美元，其中，新加坡位居首位，其次为印度尼西亚、泰国和越南等。中国作为马来西亚农产品贸易第一大国别对象，双边农产品贸易额为36.61亿美元，约占其农产品贸易总额的10%，马来西亚对中国出口20.31亿美元，约七成为HS15（动、植物油、脂及其分解产品；精制的食用油脂；动、植物蜡，以下简称“HS15”），自中国进口16.30亿美元，主要为HS03（鱼、甲壳动物、软体动物及其他水生无脊椎动

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘咨询



杂志订阅

客服电话



物)和HS07(食用蔬菜、根及块茎),马来西亚顺差4.01亿美元(表2)[3]。1.5竞争优势。2001—2011年,马来西亚农产品贸易竞争优势总体攀升,显示性比较优势(RCA)指数由0.74攀升至1.68的峰值,由比较劣势升至较强竞争优势;但自2012年以来RCA指数逆势下滑,2016年跌至1.24,为中度竞争优势。2016年,马来西亚农产品出口贸易总体以极强竞争优势类产品为主,占72.53%,涉及商品种类60种;中度竞争优势占4.65%,商品种类43种;较强竞争优势占13.10%,商品种类52种;虽然比较劣势商品占比相对不高(8.87%),但商品种类却为数不少(620种)。2016年在东盟十国农产品整体RCA指数横向比较中,马来西亚位居第5位,低于老挝(2.83)、缅甸(1.89)、印度尼西亚(1.71)和泰国(1.60);略高于越南(0.99)、菲律宾(0.97)、柬埔寨(0.55)、新加坡(0.22)和文莱(0.18)。2017年,马来西亚农产品出口前3位产品HS151190(其他棕榈油及分离品)、HS151620(氢化酯化或反油酸化植物油、脂及分离品)和HS151110(初榨的棕榈油)均为极强竞争优势,RCA指数分别高达27.62、41.56和26.61。

## 2马来西亚农产品贸易发展中存在的主要问题

2.1总量跌宕起伏,增速放缓。2012年以来马来西亚农产品贸易总体呈逆势下滑态势,贸易地位大幅锐减,出口方面降幅相对明显。尽管2017年马来西亚农产品贸易额出现止跌回升,但其增势仍相当乏力,增长率仅为4.70%,且主要来自进口方面的增长拉动。马来西亚具有独特的自然资源优势及农业禀赋,国内农产品的生产与贸易潜力巨大[4]。丰富产品种类与拓展国际市场是有效提振马来西亚农产品贸易发展的重要途径。2.2出口品类集中,风险集聚。马来西亚农产品贸易发展长期高度依赖单一产品出口,导致其他产品出口潜力挖掘不足,进而限制外贸潜能全面发挥,如富有优势的HS03(鱼、甲壳动物、软体动物及其他水生无脊椎动物)、HS08(食用水果及坚果;甜瓜或柑橘水果的果皮)出口占比分别为2.32%、0.81%。2001—2017年,HS15是马来西亚出口主导产品,占比基本维持在六成以上,个别年份甚至高达75%。2001—2008年,马来西亚曾位居世界HS15出口榜首;2009年印度尼西亚赶超马来西亚;2011年,马来西亚HS15出口金额达历史最高峰值,为227.20亿美元;2012年以来HS15出口持续下跌,进而导致农产品贸易总额锐减,2017年HS15出口额仅135.60亿美元。出口产品过度集中导致外贸风险集聚,同时易受国际大宗商品价格影响,不利于外贸平稳协调发展[5]。2.3出口层次低下,附加值不高。马来西亚农产品出口初级产品比例偏高,精深加工不足,附加值较低,所获利益有限[6]。尽管马来西亚国内第二产业相对发达,但与其农业关联度低、融合少,农产品加工环节相对薄弱,如HS15多以大宗产品形式出口。另外,长期以来马来西亚农产品出口集中,以发展中国家(市场)为主,购买能力与消费层次偏低。2017年,马来西亚第一大出口产品(HS15)主要出口对象集中在中国、印度、荷兰、土耳其和菲律宾等,多为发展中经济体。2.4竞争优势下降,国际竞争激烈。马来西亚农产品总体RCA指数呈递减趋势,虽仍为中度竞争优势产品,但与周边邻国农产品贸易大国相比,其劣势日益凸显。印度尼西亚在HS15出口规模已赶超马来西亚,并在HS15的产量与价格方面优势显著。越南和泰国在HS07(食用蔬菜、根及块茎)、HS08(食用水果及坚果;甜瓜或柑橘水果的果皮)等热带果蔬类产品出口方面也成为马来西亚在东盟地区的强大竞争对手。目前,马来西亚农产品出口贸易中比较劣势产品种类数量偏多,进而导致其整体竞争力弱化,影响其贸易利益。2.5农业领域外资少,国际农业合作滞缓。长期以来,马来西亚农业领域吸引外资金额与项目数量偏少,农业领域资金、技术投入增长缓慢,制约其农产品生产与贸易发展[7]。究其根源,一方面因政府对农业领域的保护与引资限制;另一方面政府对现代制造业及新兴产业发展偏好及扶持优惠,一定程度忽视了国内农业发展。近年来,东盟成员国中的泰国、越南、印度尼西亚等积极参与农业国际产业园项目合作,利用国际优势资源以促进本国农业转型与发展,而反观马来西亚参与农业国际化进程却相对滞缓、成效偏微[8]。

## 3马来西亚农产品贸易发展面临的机遇与挑战

3.1机遇。首先,近年来马来西亚政府逐渐高度重视本国农业经济发展,并陆续出台系列鼓励优惠政策,有利于进一步提升本国农业经济综合实力及扩增农业经济总规模,为促进农产品贸易发展奠定物质基础[9];其次,马来西亚政府积极参与国际经济合作,签署了诸多双边与多边自由贸易协议,如中国—东盟自由贸易区“升级版”、区域全面经济伙伴关系(RCEP)和全面与进步跨太平洋伙伴关系协定(CPTPP),为马来西亚提振本国农产品出口创造了良好的区域平台。近年来,中国国内经济高速增长、城镇化加速、农产品消费猛增、进口规模飙涨,中国—马来西亚两国关系友好稳定、民间往来频繁、经贸合作突飞猛进,深化双边农产品贸易合作潜力巨大,前景看好[10]。3.2挑战。首先,长期以来马来西亚国内农业经济发展滞缓,各类优势资源流向农业领域趋于减弱,导致农业在国民经济中占比与地位日渐下降。国内农业经济作物种植规模也存在递减态势,总量有限且增势乏力。自2012年以来马来西亚农产品总体贸易逆势下降。农产品国际竞争力减弱,而周边邻国(印度尼西亚、越南、泰国等)同类或相似农产品增势迅猛,竞争格局加剧,出口条件恶化。其次,国际与地区合作竞争格局日趋激烈,世界主要农产品贸易国家(美国、巴西、智利等)纷纷加速推进本国农业经济增长,参与双边和多边农产品自贸谈判,助推本国农产品“畅通”国际市场,给马来西亚扩增农产品出口带来了巨大压力及严峻挑战。

## 参考文献

[1]黄慧德.马来西亚农业概况[J].世界热带农业信息,2017(7):35-39.

[2]黄慧德.马来西亚油棕业概况[J].世界热带农业信息,2017(7):39-43.

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘咨询



杂志订阅

客服电话

[3]范文娟.中国与马来西亚农产品产业内贸易研究[J].世界农业，2015（11）：92-96.

[4]赵洪.马来西亚农业发展的成就与问题[J].世界农业，1998（4）：11-13.

[5]韦红.马来西亚农业发展的困境及政府对策[J].社会主义研究，2005（5）：75-80.

[6]杨光.中国与马来西亚天然橡胶竞争力比较分析[D].海口：海南大学，2017.

[7]李好.对马来西亚投资：中国的机遇与挑战[J].对外经贸实务，2018（1）：22-25.

[8]刘婷婷.一带一路背景下中国与马来西亚经贸合作发展与前景分析[J].经贸实践，2017（11）：110-111.

[9]马燕冰.列国志：马来西亚[M].北京：社会科学文献出版社，2011.

## 马来西亚范文篇9

内容摘要：文章认为中国企业要拓展马来西亚市场，需要重塑中国企业形象；积极实施人力资源、社会生活和产品等方面的本土化策略，充分利用当地的有利资源，使企业具备较强的环境适应能力；要利用特有的亲缘、地缘、文缘、业缘、商缘，充分发挥华商网络的优势。

随着中国—东盟自由贸易区的建立，中国与马来西亚之间的经贸往来越来越频繁，合作发展前景十分乐观。马来西亚被称为亚洲第五小龙。近年来，中马两国经济交往频繁，贸易迅猛增长。中国（未计港澳台地区）已成为马来西亚第5大出口国家和第4大进口国，2005年，马来西亚成为中国的第8大贸易伙伴。马来西亚地理位置优越，穆斯林人口约1300万，占全国总人口的60%，这里是清真食品转销的枢纽，对于希望打进东南亚市场，甚至辐射到中东市场的企业来说，是非常理想的选择。

### 中国企业拓展马来西亚市场的优势与劣势

马来西亚经商成本较低，2003年政经风险顾问公司对亚太区域中14个国家和地区的工商业运营成本作了调查，调查范围包括当地的劳工成本、海外员工居所等生活费用、租金、公用支出四项内容，按10分制综合评分，结果显示日本最高（9.13分），中国位第七（3.93分），马来西亚最低（2.22分）。马来西亚经济繁荣，是亚洲发展最快的国家之一，而且社会比较安定，风险较小。根据香港政治和经济风险咨询公司每年的报告，东南亚国家中新加坡的风险最小，其次是马来西亚。

同时，中国企业在马来西亚拓展市场也存在一些挑战。假冒伪劣，价低质次的产品损害了中国企业的形象。国内同类企业价格混战，削弱了双方竞争力。特别是对马来西亚多元文化的误解，造成了营销失误。马来西亚是一个多元化的国家。不同的民族有着不同的民族文化、生活习俗、礼仪禁忌和节日庆典，这给中国企业的营销活动带来机会的同时也造成了困难。部分企业认为，既然中国与马来西亚华人同文同种、文化相近、生活方式相似，那么，马来西亚市场与中国市场的差异不会太大。这种文化的“自我参考”造成了营销视野的狭窄性，据此可能会做出错误的营销决策。当前，中国企业要进入马来西亚市场，在营销策略上面临诸多的挑战。比如，营销渠道的单一性及售后服务体系不健全；缺乏理性的市场调查，蜂拥而至地盲目投资；缺乏国际营销理念，国际营销经验不足；没有清晰的国际目标市场定位；大国本位主义造成对马来西亚民族特性的忽视等。

### 马来西亚市场的特点及复杂性

中国企业要拓展马来西亚市场，首先必须认清马来西亚市场的特殊性和复杂性。

#### （一）马来西亚民族多元化造成消费市场复杂且伊斯兰教对市场影响深远

马来西亚是一个多元民族的国家，主要有马来人、华人、印度人、爪哇人及原住居民尼格利陀人、塞诺伊人等，不同的民族有不同的信仰和生活习惯。马来人有一半多的居民信奉伊斯兰教属逊尼派；1/3的居民信奉佛教，少数人信奉印度教或基督教。在沙捞越和沙巴，当地各族居民还保持传统信仰。马来人是政治社会的主导阶层，而华人是经济社会的中坚力量，不同的种族处在社会的不同阶层，贫富程度、消费心理、产品需求、价值观念、市场参与度等方面都有较大的差异。同时，不同文化之间交叉融合、借鉴、碰撞使市场状况更为复杂。在大多数文化中，宗教是一个重要的组成因素，对生活方式有着重大影响，而生活方式反过来又影响着市场营销。马来人的生活中伊斯兰教占统治地位，他们并不像华人那样渴望成功，社会生活和谐与非竞争状态是马来人主要的价值观。伊斯兰教影响到马来人生活的方方面面。巫统虽然反对伊斯兰教党建立伊斯兰教国家，但却在国家管理、经济、教育等领域引入伊斯兰原则。马来政

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘咨询



杂志订阅

客服电话

府制定了进一步发展国内伊斯兰金融业的长远规划，提出2007年伊斯兰银行业务占全国市场的15%，2010年要达到20%的发展目标，要将马来西亚建成穆斯林的“金融圣地”，全球伊斯兰“金融枢纽”。

## （二）马来西亚华人经济实力与所获权利不对称

马来西亚华人是一个特殊的族群，他们一方面为马来西亚的经济发展做出了巨大贡献，另一方面却未得到当局的完全认可，政治、经济权利很少。据马来西亚《商业》月刊按2002年马来西亚工商界人士拥有的净资产额统计，前40位富豪所掌握的资产达500.19亿马币。其中华人富豪31位，掌握资产约354.43亿马币（约合93.27亿美元），占前40位富豪总资产的70.86%，占马来西亚当年GDP总量的9.8%。华人经济迅速发展，成为当地国民经济的重要组成部分，在实现国家现代化和经济全球化的竞争中起了积极的带头作用。经过艰辛的努力虽然部分华人在经济领域取得了较大的成就，但其他各方面的权利却很少，政治上地位仍然低下，甚至连生命权都没有保障。随着中国-东盟自贸区的发展，马来西亚华人对中华民族的认同度提高，已成为从中国经济发展中最早受益的族群，这也引起当地主体民族的猜忌。

## （三）西马与东马市场发展程度不平衡

马来西亚由西马与东马两部分组成，中间被南中国海分隔开。马来西亚的城市人口、经济主要位于马来半岛（西马），马来半岛的面积仅为全国的2/5，人口和国民生产总值却占85%，制造业的比重更达95%。其中半岛两侧是马来西亚的城市、人口及经济的聚集地，集中了全国80%的人口，90%的种植园和工矿企业。首都吉隆坡也集中了城市移民的大部分，并且聚集了马来西亚30%以上的经济。东马（沙捞越和沙巴）经济发展水平不高，与西马相比相差很大。东马以农业为主，开展商业活动的各种基础设施相对落后，市场的成熟需要长期的培育。全国铁路总长2681公里，而沙巴仅有铁路185公里。2002年，我国在沙捞越的中资企业共有七家，如中国机械设备进出口公司、中国水利水电工程公司、河北太行集团等。

## 中国企业拓展马来西亚市场的营销策略

菲利普·科特勒认为塑造品牌，必须让消费者意识到该品牌的优点和特长，让消费者有支持该品牌的理由；另外，必须进行全方位的品牌宣传，包括促销、利用网站、利用有影响力的人、利用事件宣传、利用公关力量、找出更好的地方投放广告。因此，在认清马来西亚市场的特殊性和复杂性的基础上，中国企业要拓展马来西亚市场，还必须有针对性地采取一系列营销策略。

## （一）重塑中国企业形象，提高企业知名度和美誉度

重塑中国企业形象包括改变产品的质量意识，在产品的设计、包装、售后服务等方面多下功夫，提升产品的档次，提高企业的知名度和美誉度；比如无锡小天鹅在马来西亚的售后服务开展得较好，使该公司产品在马来西亚年销量达20万台，占马来西亚家用洗衣机市场的15%。进行品牌并购或与当地品牌合作，借助当地品牌的声誉和资源优势，达到弱化原产地形象的目的；注重与各种营销相关者长期、密集的沟通，包括消费者、经销商、竞争者、非政府组织、政府部门、媒体等，与消费者建立良好、积极的关系；处理好与东道国经销商和当地生产企业的关系，建立沟通和协调机制；把企业的经营活动自己纳入当地政府的经济和社会发展规划中，协助政府达到目标，争取政府的支持；为媒体提供所需资料，以积极配合的态度，取得媒体的正面关注（珀立，2006）。另外，需要履行企业公民的社会责任，积极投身当地的公益事业。企业不仅要以实现盈利和满足消费者直接需求为目标，而且要切实关注和维护消费者和社会的长期利益。伊斯兰教关心社会的公正，伊斯兰批评通过剥削他人赚取利润的行为，在穆斯林眼中，人们是集体中的一部分，富有的人和成功的人有责任帮助不幸的人。此外，伊斯兰教强调契约责任、信守诺言和决不欺骗的重要性。因此，在马企业应该关注马来西亚的环境保护、劳工利益、社区建设、教育事业、慈善事业等，协助当地政府缩小贫富差距，尽力回报社会，促进当地社会的持续发展。2006年底以来，马来西亚南部地区遭受暴风雨袭击，部分地区人们生活受到了严重的影响，处境艰难。为帮助灾民渡过难关，重建家园，以中水电（马）有限公司、济钢（马）有限公司、吉钢（马）集团以及天狮集团（马）有限公司为代表的在马中企纷纷慷慨解囊，共捐赠现金和物资共计35万马币（约合10万美元）。这表明了我国在马来西亚的企业正在逐渐地以一种积极的态度去履行企业公民的社会责任，关注社会公益事业，塑造企业的良好形象。

## （二）积极实施本土化策略，增强企业的环境适应力

积极实施人力资源、社会生活和产品等方面的本土化策略，充分利用当地的有利资源，使企业具备较强的环境适应能力。在人力资源本土化方面，马来西亚人口2000多万，劳动力超过700万，60%的劳动力在15—34岁之间，接受至少9至10年的普及教育，素质较高。与泰、印尼、菲等国相比，较早实行开放政策，其管理人员的水平与国际商界比较接近，对国际市场的了解较深，应变能力较强。独特的社会结构使国内居民有多种语言能力，大部分会2-5种语言，即英、汉、马来语、泰尔米语、日语的交际能力，沟通交流方便。境外企业的经营管理和发展离不开人才。中国企业在马来西亚的经营需要通晓国际经济运行知识、当地经济政策和投资法律环境，熟悉当地市场、熟练掌握英语和东道国语言，精通经营管理的复合型人才（曹文华等，2006）。在社会生活本土化方面，尊重、认可当地的生活方式，积极

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘咨询



杂志订阅

客服电话

融入当地主流社会，积极参加当地人的各种社交活动，增进双方的了解程度，消除文化隔阂，缩小文化差距，努力塑造“本地人”的身份。良好的当地形象对外国企业是十分有价值的，积极参加当地的各种文化、体育、娱乐活动，并提供相应的支持，有助于更好地被当地的消费者承认、接受。在产品的本土化方面，在国内畅销的产品不一定受到国外消费者的欢迎，应根据不同民族、不同地区、不同经济基础的消费者的需求，量身定制、生产适销对路的产品。重要的是产品的认证也要本土化，符合当地的认证标准。

参考文献：

1.珀立.泛珠企业走向东盟要处理好的几个关系.东南亚纵横，2006.8

## 马来西亚范文篇10

内容摘要：文章认为中国企业要拓展马来西亚市场，需要重塑中国企业形象；积极实施人力资源、社会生活和产品等方面的本土化策略，充分利用当地的有利资源，使企业具备较强的环境适应能力；要利用特有的亲缘、地缘、文缘、业缘、商缘，充分发挥华商网络的优势。

随着中国—东盟自由贸易区的建立，中国与马来西亚之间的经贸往来越来越频繁，合作发展前景十分乐观。马来西亚被称为亚洲第五小龙。近年来，中马两国经济交往频繁，贸易迅猛增长。中国（未计港澳台地区）已成为马来西亚第5大出口国家和第4大进口国，2005年，马来西亚成为中国的第8大贸易伙伴。马来西亚地理位置优越，穆斯林人口约1300万，占全国总人口的60%，这里是清真食品转销的枢纽，对于希望打进东南亚市场，甚至辐射到中东市场的企业来说，是非常理想的选择。

中国企业拓展马来西亚市场的优势与劣势

马来西亚经商成本较低，2003年政经风险顾问公司对亚太区域中14个国家和地区的工商业运营成本作了调查，调查范围包括当地的劳工成本、海外员工居所等生活费用、租金、公用支出四项内容，按10分制综合评分，结果显示日本最高（9.13分），中国位第七（3.93分），马来西亚最低（2.22分）。马来西亚经济繁荣，是亚洲发展最快的国家之一，而且社会比较安定，风险较小。根据香港政治和经济风险咨询公司每年的报告，东南亚国家中新加坡的风险最小，其次是马来西亚。

同时，中国企业在马来西亚拓展市场也存在一些挑战。假冒伪劣，价低质次的产品损害了中国企业的形象。国内同类企业价格混战，削弱了双方竞争力。特别是对马来西亚多元文化的误解，造成了营销失误。马来西亚是一个多元化的国家。不同的民族有着不同的民族文化、生活习俗、礼仪禁忌和节日庆典，这给中国企业的营销活动带来机会的同时也造成了困难。部分企业认为，既然中国与马来西亚华人同文同种、文化相近、生活方式相似，那么，马来西亚市场与中国市场的差异不会太大。这种文化的“自我参考”造成了营销视野的狭窄性，据此可能会做出错误的营销决策。当前，中国企业要进入马来西亚市场，在营销策略上面临诸多的挑战。比如，营销渠道的单一性及售后服务体系不健全；缺乏理性的市场调查，蜂拥而至地盲目投资；缺乏国际营销理念，国际营销经验不足；没有清晰的国际目标市场定位；大国本位主义造成对马来西亚民族特性的忽视等。

马来西亚市场的特点及复杂性

中国企业要拓展马来西亚市场，首先必须认清马来西亚市场的特殊性和复杂性。

（一）马来西亚民族多元化造成消费市场复杂且伊斯兰教对市场影响深远

马来西亚是一个多元民族的国家，主要有马来人、华人、印度人、爪哇人及原住民尼格利陀人、塞诺伊人等，不同的民族有不同的信仰和生活习惯。马来人有一半多的居民信奉伊斯兰教属逊尼派；1/3的居民信奉佛教，少数人信奉印度教或基督教。在沙捞越和沙巴，当地各族居民还保持传统信仰。马来人是政治社会的主导阶层，而华人是经济社会的中坚力量，不同的种族处在社会的不同阶层，贫富程度、消费心理、产品需求、价值观念、市场参与度等方面都有较大的差异。同时，不同文化之间交叉融合、借鉴、碰撞使市场状况更为复杂。在大多数文化中，宗教是一个重要的组成因素，对生活方式有着重大影响，而生活方式反过来又影响着市场营销。马来人的生活中伊斯兰教占统治地位，他们并不像华人那样渴望成功，社会和谐与非竞争状态是马来人主要的价值观。伊斯兰教影响到马来人生活的方方面面。巫统虽然反对伊斯兰教党建立伊斯兰教国家，但却在国家管理、经济、教育等领域引入伊斯兰原则。马来政府制定了进一步发展国内伊斯兰金融业的长远规划，提出2007年伊斯兰银行业务占全国市场的15%，2010年要达到20%的发展目标，要将马来西亚建成穆斯林的“金融圣地”，全球伊斯兰“金融枢纽”。

（二）马来西亚华人经济实力与所获权利不对称

学术顾问

发表咨询

加急咨询

文秘咨询

杂志订阅

客服电话

马来西亚华人是一个特殊的族群，他们一方面为马来西亚的经济发展做出了巨大贡献，另一方面却未得到当局的完全认可，政治、经济权利很少。据马来西亚《商业》月刊按2002年马来西亚工商界人士拥有的净资产额统计，前40位富豪所掌握的资产达500.19亿马币。其中华人富豪31位，掌握资产约354.43亿马币（约合93.27亿美元），占前40位富豪总资产的70.86%，占马来西亚当年GDP总量的9.8%。华人经济迅速发展，成为当地国民经济的重要组成部分，在实现国家现代化和经济全球化的竞争中起了积极的带头作用。经过艰辛的努力虽然部分华人在经济领域取得了较大的成就，但其他各方面的权利却很少，政治上地位仍然低下，甚至连生命权都没有保障。随着中国-东盟自贸区的发展，马来西亚华人对中华民族的认同度提高，已成为从中国经济发展中最早受益的族群，这也引起当地主体民族的猜忌。

### （三）西马与东马市场发展程度不平衡

马来西亚由西马与东马两部分组成，中间被南中国海分隔开。马来西亚的城市人口、经济主要位于马来半岛（西马），马来半岛的面积仅为全国的2/5，人口和国民生产总值却占85%，制造业的比重更达95%。其中半岛两侧是马来西亚的城市、人口及经济的聚集地，集中了全国80%的人口，90%的种植园和工矿企业。首都吉隆坡也集中了城市移民的大部分，并且聚集了马来西亚30%以上的经济。东马（沙捞越和沙巴）经济发展水平不高，与西马相比相差很大。东马以农业为主，开展商业活动的各种基础设施相对落后，市场的成熟需要长期的培育。全国铁路总长2681公里，而沙巴仅有铁路185公里。2002年，我国在沙捞越的中资企业共有七家，如中国机械设备进出口公司、中国水利水电工程公司、河北太行集团等。

### 中国企业拓展马来西亚市场的营销策略

菲利普·科特勒认为塑造品牌，必须让消费者意识到该品牌的优点和特长，让消费者有支持该品牌的理由；另外，必须进行全方位的品牌宣传，包括促销、利用网站、利用有影响力的人、利用事件宣传、利用公关力量、找出更好的地方投放广告。因此，在认清马来西亚市场的特殊性和复杂性的基础上，中国企业要拓展马来西亚市场，还必须有针对性地采取一系列营销策略。

#### （一）重塑中国企业形象，提高企业知名度和美誉度

重塑中国企业形象包括改变产品的质量意识，在产品设计、包装、售后服务等方面多下功夫，提升产品的档次，提高企业的知名度和美誉度；比如无锡小天鹅在马来西亚的售后服务开展得较好，使该公司产品在马来西亚年销量达20万台，占马来西亚家用洗衣机市场的15%。进行品牌并购或与当地品牌合作，借助当地品牌的声誉和资源优势，达到弱化原产地形象的目的；注重与各种营销相关者长期、密集的沟通，包括消费者、经销商、竞争者、非政府组织、政府部门、媒体等，与消费者建立良好、积极的关系；处理好与东道国经销商和当地生产企业的关系，建立沟通和协调机制；把企业的经营活动自己纳入当地政府的经济和社会发展规划中，协助政府达到目标，争取政府的支持；为媒体提供所需资料，以积极配合的态度，取得媒体的正面关注（珀立，2006）。另外，需要履行企业公民的社会责任，积极投身当地的公益事业。企业不仅要以实现盈利和满足消费者直接需求为目标，而且要切实关注和维护消费者和社会的长期利益。伊斯兰教关心社会的公正，伊斯兰批评通过剥削他人赚取利润的行为，在穆斯林眼中，人们是集体中的一部分，富有的人和成功的人有责任帮助不幸的人。此外，伊斯兰教强调契约责任、信守诺言和决不欺骗的重要性。因此，在马企业应该关注马来西亚的环境保护、劳工利益、社区建设、教育事业、慈善事业等，协助当地政府缩小贫富差距，尽力回报社会，促进当地社会的持续发展。2006年底以来，马来西亚南部地区遭受暴风雨袭击，部分地区人们生活受到了严重的影响，处境艰难。为帮助灾民渡过难关，重建家园，以中水电（马）有限公司、济钢（马）有限公司、吉钢（马）集团以及天狮集团（马）有限公司为代表的在马中企纷纷慷慨解囊，共捐赠现金和物资共计35万马币（约合10万美元）。这表明了我国在马来西亚的企业正在逐渐地以一种积极的态度去履行企业公民的社会责任，关注社会公益事业，塑造企业的良好形象。

#### （二）积极实施本土化策略，增强企业的环境适应力

积极实施人力资源、社会生活和产品等方面的本土化策略，充分利用当地的有利资源，使企业具备较强的环境适应能力。在人力资源本土化方面，马来西亚人口2000多万，劳动力超过700万，60%的劳动力在15—34岁之间，接受至少9至10年的普及教育，素质较高。与泰、印尼、菲等国相比，较早实行开放政策，其管理人员的水平与国际商界比较接近，对国际市场的了解较深，应变能力较强。独特的社会结构使国内居民有多种语言能力，大部分会2-5种语言，即英、汉、马来语、泰尔米语、日语的交际能力，沟通交流方便。境外企业的经营管理和发展离不开人才。中国企业在马来西亚的经营需要通晓国际经济运行知识、当地经济政策和投资法律环境，熟悉当地市场、熟练掌握英语和东道国语言，精通经营管理的复合型人才（曹文华等，2006）。在社会生活本土化方面，尊重、认可当地的生活方式，积极融入当地主流社会，积极参加当地人的各种社交活动，增进双方的了解程度，消除文化隔阂，缩小文化差距，努力塑造“本地人”的身份。良好的当地形象对外企是十分有价值的，积极参加当地的各种文化、体育、娱乐活动，并提供相应的支持，有助于更好地被当地的消费者承认、接受。在产品的本土化方面，在国内畅销的产品不一定受到国外消费者的欢迎，应根据不同民族、不同地区、不同经济基础的消费者的需求，量身定制、生产适销对路的产品。重要的是产品的认证也要本土化，符合当地的认证标准。

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘咨询



杂志订阅

客服电话



参考文献：

1.珀立.泛珠企业走向东盟要处理好的几个关系.东南亚纵横，2006.8

上一篇：马克思主义哲学范文

下一篇：马来西亚技术范文



### 马来西亚范文

时间：2022-06-23 05:41:29 阅读：0

推荐度：★★★★★



复制文章

## 你需要期刊咨询服务吗？

进度管理，流程优化，低至600元起，最快一个月见刊

了解详情

### 免责声明

公务员之家所有资料均来源于本站老师原创写作和网友上传，仅供会员学习和参考。本站非任何杂志的官方网站，直投稿件和出版请联系杂志社。

学术顾问



发表咨询



加急咨询



文秘咨询



杂志订阅

客服电话



关注公众号

学术：400-888-9411

订阅：400-888-1571

期刊咨询 杂志订阅 文秘服务 关于我们 版权说明 举报投诉

本站主要从事杂志订阅等服务，不是任何杂志官网，如有侵权，请立即拨打电话:400-888-9411，我们立即下架或删除。

工信部备案：辽ICP备19013545号-8 辽公网安备：21011302000257