

IT公司扎根中国系列之九

“绝没想过进军中国容易
但我没想到会这么困难”

罗文燕报道

尽管中国的发展进程比预期中慢，劲升逻辑 (Crimson Logic) 过去两年仍持续在当地努力播种和耕耘，并相信业务不久后就会迅速成长。

这家本地企业花了两年的时间在中国奠定业务基础。公司于2002年5月底在中国上海成立独资公司，踏上了第一步。

劲升逻辑总裁马帝瓦南 (V. Mathivanan) 接受本报访问时说，中国是一个不容忽视的庞大市场，是公司理所当然选择进军的市场。“不在中国设里业务据点是件难以置信的事情。”

马帝瓦南从未小看中国市场。他说：“我们进军中国时，绝没想过这会是一件容易的事……但我没想到会这么困难。”

如何寻找适合伙伴是难题

“在中国做生意并不容易，你必须找伙伴合作，而当地也有很多人认为自己是适合的伙伴，所有问题不在于缺乏伙伴而是寻找正确的伙伴。”

不过，劲升逻辑在中国也遇到一个意想不到的“惊喜”。马帝瓦南说，公司原以为中国尚未作好电子政府的准备，但中国不仅在这方面已经一切具备，并且还非常热衷于推行电子政府。

中国也重视电子政府交易的透明度，以及政府为人民和企业提供服务的透明度。这都有利于公司在当地的业务发展。

劲升逻辑的前身是新加坡网络服务公司 (SNS)，它是我国最早提供网络服务的公司之一，海内外员工将近500人。公司股东包括新加坡国际企业发展局 (IE Singapore)、港务集团 (PSA) 和新电信 (SingTel) 等。

这家资讯科技方案供应商和顾问公司的强项之一，是为政府部门提供“电子政府” (e-government) 服务。它在中国建立的贸易网 (TradeNet) 是本区域第一个全面电子化的网络。

马帝瓦南说：“公司的强项包括贸易与物流、法律、医药保健和电子政府，但我们在中国着重的两个领域是贸易与物流以及电子政府，因为我认为这是中国市场需要的技能。”医药保健和法律将是“第二波主打”。

劲升逻辑在中国成功争取的第一项工程是广州市信息中心，负责为该

中心调查在当地设立电子贸易设施是否合时。马帝瓦南说，一旦公司招标，劲升逻辑将投标。

公司也是本区域最大的电子采购服务供应商之一。马帝瓦南指出，公司专长于跨国界交易，可为出口到世界各地的中国企业提供服务。

在中国，劲升逻辑为大连政府设立了“大连海港网络” (Port-net)，也在上海签署了一两项电子贸易方面的协定。

经过两年的耕耘，劲升逻辑过去两年已有些建树，并且奠定了增长的基础。多数中国政府官员已经听闻劲升逻辑的名字了。马帝瓦南相信，中国业务在近期的发展会“非常迅速”。

自从在2001年改名以来，劲升逻辑便积极扩展海外业务。五年前，海外收入所占的比重不过是1%到2%左右，现在已经超过15%。

劲升逻辑的海外业务从澳洲、中国、印度、马来西亚、菲律宾等亚太国家，延伸到拉丁美洲的巴拿马、加纳、中东以及美洲等世界各地。

马帝瓦南说，自1989年开业以来，劲升逻辑的营业额一路稳健增长，每年也取得盈利。

在野心勃勃扩展海外市场之际，劲升逻辑并不“忘本”。马帝瓦南强调将继续发展新加坡的国内市场。虽然公司在新加坡是佼佼者，劲升逻辑仍希望加强本地业务，不断提供创新的产品与服务。

“没有稳固的国内基础，一家公司在海外是无法成功的。我们也绝不会忽略本地的基础。”



马帝瓦南：在中国做生意并不容易，你必须找伙伴合作，而当地也有很多人认为自己是适合的伙伴，所有问题不在于缺乏伙伴而是寻找正确的伙伴。



陈荣光：中国商人不会直接告诉你他们要的是什么，而是你必须自己去猜，去观察。

IT公司扎根中国系列之十

“除非有值得中国借鉴地方
否则会很难进军中国市场”

李亦翎报道

近年来，中国发展迅速，政府正致力提高办事效率。这为专门研发医院管理系统的“电子政府”项目应用软件的本地科技公司——荣腾科技 (novaCITYNETS) 带来新商机，公司已在去年正式踏入中国市场。

荣腾科技董事主席陈荣光说：“中国增长非常迅速，政府相当关注生活水平的提升。其中，保健医疗业占了很重要的地位。中国政府对改善保健医疗系统的态度很认真，特别是自沙斯爆发以后，他们更积极地想要改善医院管理系统。事实证明，单是一种疾病，就能使整个国家停滞不前，造成很大的损害。”

中国对电子政府系统有兴趣

“此外，中国政府也很认真地看待提高工作效率一事，正在探讨提高透明度和办事效率的种种方法。中国的经济发展步伐加快，政府派发准证、审批基础建设项目等工作程序相当吃力。他们对新加坡采用的电子政府系统很感兴趣，因为这能协助他们提高效率，进一步吸引外资。”

因此，荣腾科技的业务从新加坡扩展到马来西亚、印尼、泰国和香港等市场，在去年1月获得中国建设部直属机构中外建信的独家协议，使荣腾科技在中国市场取得了

突破性的进展。该协议认同中外建信是荣腾科技“电子政府”系列产品在中国市场的唯一分销商。

寻找特定市场

陈荣光认为，面对财力、人力等方面都比自己强大的跨国公司和新加坡政联公司，小型公司应以可靠且广泛的国际经验取胜，找出自己的特定市场。他表示，像荣腾科技这种刚起步的小公司，必须有足够的国际经验供中国客户参考，作为发展蓝图。

他说：“除非你有什么值得他们借鉴的地方，或是曾经做过什么具代表性的企划案，否则会很难以进军中国市场。新加坡政府使用电子政府系统，在全球属领导地位。作为一家新加坡公司，如果在这方面曾为我国政府服务，将有助于凸显公司的品牌和能力。”

荣腾科技准备以医院管理系统的“电子政府”项目进军中国市场。“电子政府”项目又以和建筑业有关的项目为主，因为中国建筑业投资过热的情况受到关注。中国官方对有效管理和审批建筑项目比以前更感兴趣。

外商须根据各城市差异作调整

陈荣光认为，在中国发展的一大挑战，是必须根据各个城市间的差异，采取不同策略和而合作方式作出调整。

另外，中国市场的庞大，常使欲进军中国的公司不知从何下手，不知应该先进入较发达的城市，还是竞争者较少的二线城市。

他也表示，中国商人一般对新加坡商人的看法是，新加坡商人比较不灵活。

他说：“他们可能觉得我们在谈生意时，比较缺乏市井智慧。他们不会直接告诉你他们要的是什么，而是你必须自己去猜，去观察。当他们对你说‘不’时，他们的意思也许是‘我们可以再进一步讨论’。”

陈荣光希望三年后，在中国的业绩可以为荣腾科技贡献至少20%的营业额。他表示在中国发展不能操之过急，以免弄巧成拙。他说：“我们一定要有耐心，和中国伙伴紧密合作，等待机会。我们也许不会立刻看到成果，但我们必须证明自己有诚意，让他们知道我们是认真的。”