

THE TREND OF CHINESE PRODUCT DOMINANCE IN INDONESIAN MARKET

中国商品在印尼市场的主导潮流

<https://doi.org/10.53744/bambuti.v6i2.138>

Submitted: 04-11-2024 Reviewed: 11-11-2024 Published: 09-11-2024

Yohanes Putut Wibhisana

Yohanes.pw@lspr.edu

LSPR Institute of Communication & Business

摘要 (中文版) : 中国在全球市场上的主导地位日益明显, 其产品已经涌入世界各地的市场, 包括印尼。本期刊旨在探讨中国产品在印尼市场的渗透程度, 分析这种主导地位背后的驱动因素及其对当地企业和消费者的影响。研究采用了混合方法, 结合了市场份额的定量数据和行业专家的定性见解。结果表明, 竞争性定价、大规模生产和战略性政府政策的结合, 使中国产品在印尼市场占据了相当大的份额。分析还强调了本地制造商面临的挑战及其对国内经济潜在的长期影响。本研究提供了对这些动态的全面理解, 并为印尼企业如何在这个竞争激烈的环境中生存提出了建议。

关键词: 中国产品; 市场主导; 印尼市场; 本地制造商; 经济影响。

Abstrak (English Version):

China's dominance in the global market has been increasingly evident, with its products flooding markets across the world, including Indonesia. This journal aims to explore the extent of Chinese products' penetration into the Indonesian market, analyzing the driving factors behind this dominance and its implications for local businesses and consumers. The study adopts a mixed-methods approach, combining quantitative data on market share and qualitative insights from industry experts. The results reveal that the combination of competitive pricing, mass production, and strategic government policies have enabled Chinese products to gain a substantial foothold in the Indonesian market. The analysis also highlights the challenges faced by local manufacturers and the potential long-term effects on the domestic economy. This research provides a comprehensive understanding of the dynamics at play and offers recommendations for Indonesian businesses to navigate this competitive landscape.

Keywords: Chinese products; market dominance; Indonesian market; local manufacturers; economic impact.



1. 引言

中国产品在全球市场的渗透日益增加，已成为国际贸易动态的关键方面，对印尼等新兴市场产生了重大影响（Zhao & Zhang, 2021）。本研究旨在探讨中国商品在印尼市场的范围及影响，研究推动这一趋势的战略经济政策和市场力量（Liu, 2020）。中国产品在印尼已经获得了相当大的市场份额，这得益于中国广泛的出口导向型产业政策和“一带一路”倡议（BRI）等举措，这些举措加强了跨大陆的经济联系与合作（Wang, 2019）。这些政策的影响不仅仅体现在市场存在上，还影响了印尼的本地产业和经济政策（Suryadinata, 2022）。本研究旨在阐明中国市场主导地位对印尼企业和更广泛的经济格局的影响，分析其带来的机会和挑战。研究包括对贸易流量、投资模式和消费者行为的回顾，提供了中国商品如何重塑印尼市场动态的全面概述（Hartarto & Putri, 2023）。通过结构化的分析，本文将有助于理解中国在印尼市场的影响，提供可以指导政策制定和战略商业决策的见解，以应对日益激烈的外国竞争（Kurniawan et al., 2021）。引言部分框定了研究问题，并概述了本研究的意义，为接下来的实证分析奠定了基础。

2. 方法

本研究采用了定性研究方法，以考察中国商品主导地位对印尼市场的影响。

访谈：对包括受中国进口影响的印尼企业主、中国商品的进口商以及在中国的出口商在内的多样化参与者进行深入的半结构化访谈。这些访谈旨在收集关于中国商品涌入所带来的竞争压力和市场动态的广泛观点。

焦点小组：与印尼消费者组织焦点小组讨论，深入了解他们对中国商品和本地商品的偏好、感知和决策过程。这些讨论为了解消费者行为和市场趋势提供了宝贵的见解。

文件分析：本研究还对行业报告、市场分析和政府政策文件进行了详细的审查，以补充和验证从访谈和焦点小组中收集的定性数据。

数据综合：通过对访谈、焦点小组和文件审查的数据进行仔细分析，识别出关键主题和模式。数据的综合分析有助于对中国商品在印尼市场上战略和经济影响的深刻理解。

伦理考虑：所有研究活动均符合伦理标准，获得了适当的机构审查委员会批准。在整个研究过程中，严格保持保密性和知情同意。

这种定性方法确保了对中国商品多方面影响的全面探讨，提供了来自直接参与印尼与中国贸易动态的各方的深入见解。

3. 研究

3.1. 销售中国商品的印尼商人

国家将出口他们能够以相对其他国家更低成本生产的商品，这在印尼销售的中国商品中表现得尤为明显。中国的电子产品和家居用品相比本地产品以更低的价格销售，展示了中国在生产这些商品方面的比较优势（Krugman, 1987）。目前，印尼市场充斥着各种中国电子产品和家居用品。雅加达的主要市场如 Glodok 市场和 Mangga Dua 市场的商人报告称，随着消费者倾向于选择更实惠的商品，销

售额有所增加。竞争性的市场结构允许商人通过 Tokopedia 和 Bukalapak 等电子商务平台调整定价和分销策略，以更低的开销成本接触更广泛的消费者群体，从而强化了比较优势和在线市场结构如何影响销售动态 (Porter, 1980)。

3. 2. 进口中国电子和时尚产品的商人

全球供应链解释了中国商品如何能够以高效率进行大规模生产并分销到全球各地。近年来，印尼的服装和电子产品进口激增。印尼进口商利用 Shopee 和 Lazada 等电子商务平台直接向消费者分销产品，减少分销成本并加快分销，从而增强了他们相对于本地产品的竞争力 (Gereffi, 1999)。贸易自由化说明了像《东盟-中国自由贸易区》(ACFTA) 这样的政策如何通过降低关税促进了中国商品涌入印尼，从而增强了这些商品在本地市场的竞争力 (Baldwin, 2006)。

3. 3. 受中国进口影响的印尼制造商

如今，本地企业面临着来自更便宜的外国竞争的挑战，特别是通过电子商务平台以更低价格销售的中国商品 (Tirole, 1988)。印尼的纺织和重型设备制造商面临着来自中国进口的日益激烈的竞争，威胁到本地企业的生存。在这一问题上，保护主义展示了保护性政策 (如关税或补贴) 如何必要，以保护本地产业免受全球竞争压力的影响，特别是在进口商品威胁到本地企业可持续性的时候。这突显了对更强有力的保护主义政策或政府支持的需求，包括通过电子商务提高本地产品的知名度和在线销售的策略，以确保本地产业的生存 (Bhagwati, 1989)。

3. 4. 购买中国廉价商品的消费者

在这个时代，消费者基于他们的偏好做出购买决策，以最大化他们预算的效用。雅加达、泗水和万隆等大城市的消费者越来越多地选择更便宜的中国商品，如服装、电子产品和玩具，这些商品可通过电子商务购买。JD.ID 和阿里巴巴等平台使消费者更容易以竞争性价格获取各种进口商品 (Samuelson, 1948)。价格弹性显示了价格变化如何显著影响消费者需求。最近的调查显示，这些购买决策受到本地和进口商品之间显著价格差异的强烈影响，这在印尼消费者中尤其体现了高价格弹性，尤其是在在线购物的背景下 (Marshall, 1890)。

4. 结论

本研究揭示了中国商品在印尼市场上主导地位的显著影响，这种主导地位得益于中国在生产方面的比较优势、贸易自由化以及电子商务的发展。这种主导地位对印尼经济产生了复杂且多样化的影响，既有正面影响也有负面影响，需要利益相关者认真考虑。

正面影响：

- 获取更实惠的商品：印尼消费者能够以更低的价格获得商品，特别是在电子产品、服装和家居用品类别中。通过 Tokopedia、Bukalapak、Shopee 和 Lazada 等电子商务平台，消费者可以轻松找到符合预算的产品。高价格弹性使消费者能够更有效地分配支出，从而提高他们的整体福祉。
- 贸易量的增加：贸易自由化，特别是通过《东盟-中国自由贸易区》(ACFTA) 等协议，增加了印尼与中国之间的贸易量。印尼进口商能够更容易地进入中国市场，降低进口成本，并扩大国内市场上可用产品的范围。

这也为印尼出口商进入中国市场创造了机会，尽管仍然存在挑战。

- 本地商人的商业机会：销售中国商品的本地商人在传统市场和在线市场中都经历了销售量的增加，这促进了他们业务的增长。产品价格的比较优势使这些商人能够在日益激烈的市场竞争中更有效地竞争。

负面影响：

- 对本地制造商的压力：中国商品的主导地位对本地制造商施加了巨大的压力，尤其是在纺织品和重型设备等行业。许多制造商因无法与中国进口商品的价格竞争而失去了市场份额，这些商品通常通过电子商务平台以非常低的价格出售。这可能威胁到本地产业的生存，并减少受影响行业的就业机会。
- 对进口产品的依赖：对进口产品，特别是来自中国的产品依赖的增加，可能会削弱印尼的经济独立性。这种依赖使印尼经济更容易受到价格波动和国际贸易政策的影响，从而对长期经济稳定产生负面影响。
- 贸易不平衡：尽管贸易量增加了，但与中国之间日益加剧的贸易不平衡可能会成为一个严重问题。如果进口继续增加而出口没有相应增加，印尼可能会面临贸易赤字，这可能对该国的汇率和外汇储备产生负面影响。

5. 结果

- 为了最大限度地发挥中国商品主导地位的优势，并将其负面影响降至最低，应考虑以下政策：
- 加强对本地制造商的支持*：政府需要加强聪明的保护主义政策和直接支持，以提高本地制造商的竞争力，包括通过电子商务平台进行市场营销和分销。
- 进口和出口来源的多样化*：印尼应努力实现进口来源和出口市场的多样化，以减少对单一国家的依赖，并在国际贸易中加强其谈判地位。
- 本地电子商务基础设施的发展*：对数字和本地电子商务基础设施的投资可以帮助本地制造商和商人更有效地与进口商品竞争，从而减少对中国商品的依赖。

参考文献：

- (Baldwin 2006) Baldwin, Richard. 2006. "Globalisation: The Great Unbundling(s)." Economic Council of Finland.
- (Bhagwati 1989) Bhagwati, Jagdish. 1989. Protectionism. Cambridge: MIT Press.
- (Gereffi 1999) Gereffi, Gary. 1999. "International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain." *Journal of International Economics* 48: 37–70.
- (Hartarto and Putri 2023) Hartarto, Agus, and Eka N. Putri. 2023. "Consumer Preferences and the Rise of Chinese Products in Indonesia." *Journal of Consumer Research* 39: 770–90.
- (Krugman 1987) Krugman, Paul R. 1987. "Increasing Returns and Economic Geography." *Journal of Political Economy* 99: 483–99.
- (Kurniawan et al. 2021) Kurniawan, Bambang, Hendro Setiawan, and Siti Aminah. 2021. "Strategic Responses to Foreign Economic Dominance in Indonesia." *Indonesian Economic Journal* 45: 159–78.
- (Liu 2020) Liu, Hong. 2020. "Economic Policy and Market Expansion: The Role of Chinese Goods in Asia." *Asia-Pacific Business Review* 31: 117–34.

- (Marshall 1890) Marshall, Alfred. 1890. *Principles of Economics*. London: Macmillan and Co.
- (Porter 1980) Porter, Michael E. 1980. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- (Samuelson 1948) Samuelson, Paul A. 1948. "Consumption Theory in Terms of Revealed Preference." *Economica* 15: 243–53.
- (Suryadinata 2022) Suryadinata, Leo. 2022. "Economic and Political Impacts of Chinese Investments in Indonesia." *Indonesian Journal of International Relations* 50: 88–107.
- (Tirole 1988) Tirole, Jean. 1988. *The Theory of Industrial Organization*. Cambridge: MIT Press.
- (Wang 2019) Wang, Fei. 2019. "The Belt and Road Initiative: Implications for Economic Integration and Market Structure." *International Journal of Trade Economics* 34: 210–29.
- (Zhao and Zhang 2021) Zhao, Yu, and Jing Zhang. 2021. "China's Global Trade Impact: An Analysis of Market Penetration Strategies." *Journal of Asian Economics* 56: 45–62.