

马来西亚的中国商会组织

: 发展与挑战

何启才(马来亚大学文学暨社会科学学院中文系)

摘要

近年来中国企业在马来西亚迅速发展。伴随中国企业在马来西亚的发展,相关的中国商会社团和组织也在马来西亚成立。这些商会社团组织其实扮演着非常关键的角色。本文尝试整理中国商会组织在马来西亚发展经过,探讨中国商会组织的角色和面对的挑战。中国商会组织(包括成员)不但活跃于马来西亚的工商业界,他们也积极参与马来西亚各社会团体的活动,逐渐在马来西亚社会中建立本身的社会网络。因此,商会社团组织如何巧妙地运用他们的社会资本,促进马来西亚和中国的关系,同时协助在马来西亚的中国企业部分族群参与与回馈马来西亚人民的生活需求,将会是在马来西亚中国商会组织社团的一大挑战。

关键词: 中国企业; 中国商会社团和组织; 马中关系

一、前言

马来西亚和中国早于1974年5月31日就正式建立外交关系。此后,两国的关系越来越密切,尤其是在1990年两国外交关系正常化以后,两国领袖和人民的互访也更加频密。在经济和贸易的合作上,马来西亚和中国也签订了多项的合作协议,并早在1998年就成立了“双边经贸联委会”,2002年4月更成立了“双边商业理事会”。

2009年,马来西亚第六任首相納吉·阿都拉薩(Mohd. Najib bin Abdul Raza k)上台以后,马来西亚和中国的关系越来越密切,马-中两国的关系也于2013年提升至全面战略伙伴关系(comprehensive strategic partnership)。

自此,中资企业在马来西亚的发展,其数量和投资额等也发展迅速。除了经济上的合作,马-中两国在文化与教育等领域的合作也越来越频密,未来这些文化与教育领域将会是中国企业在马来西亚发展所需要的基础力量,中国软实力在马来西亚的发展日后也将变得更加重要。而伴随中国企业而成立的各领域层次的中国商会社团和组织,也将扮演关键的角色。

二、中国商会组织在马来西亚的发展概述

中国企业在马来西亚的投资约在2001年以后才有起步。虽然如此,根据中国商务部进出口公平贸易局的统计显示,截至2005年只有130家中资企业在马来西亚进行投资。即使到了2010年,中国企业的数量预计也少过180家。这些中国企业多数集中在生产加工和制造业领域。这个时期中国企业在马来西亚的投资并不活跃,而导致中国外资裹足不前的原因主要有三:

- 中国企业对马来西亚的市场不熟悉,因此不敢贸然进行投资;
- 中国的商业法律和马来西亚的商业法律不一样,需要比较专业的咨询和谨慎的态度;
- 2010年前的马来西亚仍然属于保护性的经济政策,许多政策如股权分配额等仍然存在。

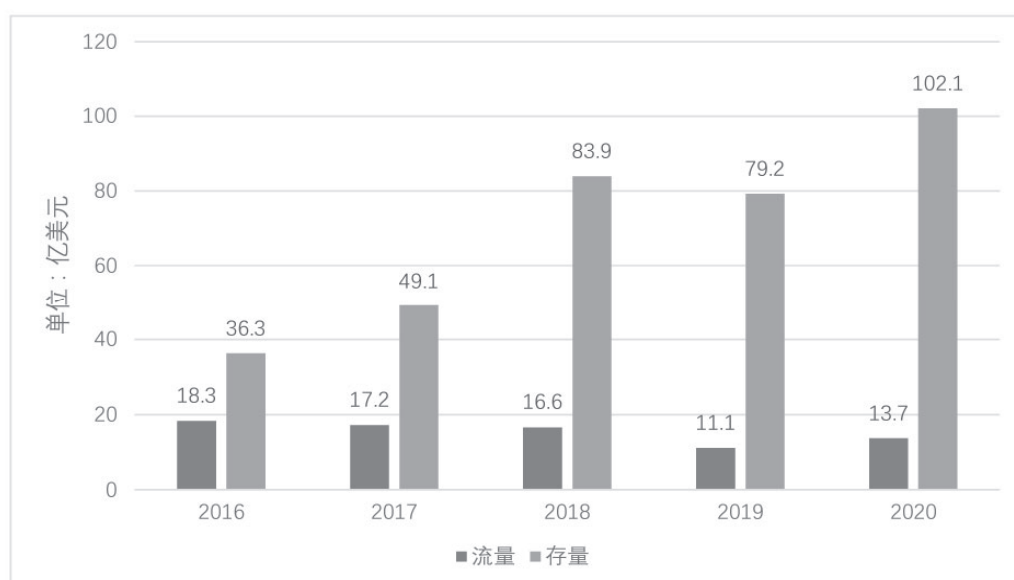
表一 2002-2010年在马来西亚的中国企业数量

年份	当年累计企业数（家）
2002	不详
2003	105*
2004	115
2005	130
2006	138
2007	147
2008	162
2009	无相关统计报告**
2010	无相关统计报告**

* 此数字为笔者根据报告提到 2004 年获批准的对外投资企业有 10 家，因而推测 2003 年的企业数字应为 105 家。

** 《2009 年度国别贸易环境报告》和《2010 年度国别贸易环境报告》只报告了中国 16 个主要的贸易伙伴，马来西亚不在名单之内。

资料来源：笔者整理自中国商务部进出口公平贸易局：《年度 国别贸易环境报告（2005-2010）》，<http://gpj.mofcom.gov.cn/static/column/d/cw.html/1>。



图一 2016-2020年中国对马来西亚直接投资情况

资料来源：中国商务部

根据中国商务部的资料，2020年中国企业在马来西亚新承包的工程合同就有387份。而在马来西亚的中国劳务人员达到8639人。2020年中国对马来西亚直接投资流量13.7亿美元；直接投资存量102.1亿美元。中资企业在马来西亚的参与领域方面：制造业、服务业、金融业、通讯科技等。总体趋向多元。

因此，本文初步估算，截至2020年在马来西亚的中国企业大约有400家左右。当然这个估算尚待进一步核实，因为其中或有重复计算的中国企业，以及许多还没有加入在马来西亚的任何中国商会组织之企业。

三、主要在马来西亚的中国商会组织简介

(1) 马来西亚中资企业总商会



- 在马来西亚的中资企业于2002年成立了“马来西亚中资企业总商会”（China Enterprises Chamber of Commerce in Malaysia, CECCM）。是中国企业在马来西亚的主要及重要的代表。
- 根据“马来西亚中资企业总商会”的数据，该商会的各类会员（中资企业为主），目前约有250家左右。

表二 马来西亚中资企业总商会的会员结构及数量（截至2020年）

会员类型	数量	说明/资格
理事会员 Committee Member	28	-
普通会员 Ordinary Member	182	凡中资企业或中国政府机构的代表处在马来西亚注册或成立的全资子公司、分支机构或代表处；凡或主要负责人为中国公民的有中方的独资或合资企业；或凡大多数会员为中国公民的注册商团。
联络会员 Affiliate Member	36	凡与中资企业有业务往来的马来西亚公司或团体。
数量	246	

资料来源：马来西亚中资企业总商会网站<https://ceccm.com.my/zh/>
马来西亚中资企业总商会的成立，是一个重要的里程碑。说明了中资企业对于在马来西亚发展的重视，也象征中国政府对中国企业在马来西亚肯定和支持。

(2) 马来西亚中国企业家联合会

- 马来西亚中国企业家联合会 (China Entrepreneurs Association in Malaysia) 于2015年12月29日成立。和马来西亚中资企业总商会相较，马来西亚中国企业家联合会明显更加多元，会员范围包括中国的央企、国企、民营和私营企业。
- 马来西亚中国企业家联合会目前拥有160多家会员企业。商会会员投资在多个领域如信息科技、建筑、矿业、石油、天然气、电讯、能源、零售、制造、教育、医疗、传媒、旅游业等行业。
- 马来西亚中国企业家联合会近年倾向在马来西亚宣传和引入中国的智能科技、智慧城市、各类机器人应用、无人机等智能产品与智能科技企业。
- 拥有本身的线上新闻媒体——“马中透视” (Malaysia-China Insight) <https://www.malaysiachinainsight.com>。这有利于马中企业家联合会本身的宣传，以及借此向马-中两国人民传递友好关系、政治局势、经济发展、文化教育的有效管道之一。
- 笔者认为，马中国企业家联合会的成立，象征中国企业在马来西亚的普及现象。此为，联合会与马来西亚的企业家合作似乎更加密切，会员虽然不及马来西亚中资企业总商会多，但是马中国企业家联合会在马来西亚各地所触及的层面比较广，2020年7月，成立了彭亨州分会就是一个例子。这也符合了联合会的口号：“活力创新正能量，入乡随俗接地气”。



马来西亚中国企业家联合会的标志

(3) 其他商会

- 近年来，也有各别中国省级或地方上的中、小企业及商家前来马来西亚进行商业活动。这些比较迟进入马来西亚市场或较迟才成立的商会组织，在成员、资本和规模上略逊于马来西亚中资企业总商会和马中国企业家联合会，但他们也在寻求突围，因此他们更多的是通过和马来西亚本地的民间企业合作、赞助文教机构活动或与加强与马来西亚地缘性社团或宗亲组织的联系，借此凝聚商会的力量。
- 广东省：马来西亚广东总商会 (Malaysia-Guangdong Chamber of Commerce)
- 河南省：马来西亚豫商联合会 (Malaysia Henan Entrepreneurship Association)
- 河北省：马来西亚河北总商会 (Malaysia Hebei Chamber of Commerce)
- 陕西省：马来西亚陕西总商会 (Malaysia Shaanxi General Chamber of Commerce)
- 江苏省：马来西亚苏商总会 (Malaysia Jiangsu Entrepreneurs Business Association)

四、马来西亚中国商会组织的挑战

中国企业进入马来西亚，对马来西亚的经济发展无疑是一剂强心针，为马来西亚本土的企业带来的机遇和新的发展格局。无论如何，基于马来西亚这个族群关系经常处于“稳定但紧绷”（Stabil tension）的国度，中国企业往往会面对各种方面的挑战，尤其是政治的调整。

以马来西亚国产汽车为例。马来西亚于1983年开始重工业发展并成立了PROTON国产车企业，PROTON汽车也成了马来西亚国民的象征。由于常年经营亏损，PROTON于2017年6月被中国浙江吉利控股集团收购了PROTON汽车的49.9%股份。之后，吉利集团采用和马来西亚DRB-HICOM集团联营方式管理PROTON。然而，马来西亚国民对于PROTON是否仍为“马来西亚国家汽车”提出一定质疑。

此为，当政治斗争成为课题时，尤其涉及国民经济利益方面，部分中国企业也会受到波及。例如，马来西亚在2018年出现政治权力转移时，中国企业主导的“东海岸铁路（东铁）成为一个被检讨的投资项目。这种情况并不局限在马来西亚，在东南亚各国也经常会有类似事件发生。这样的课题都会挑战中国企业和当地政府的关系，届时将需要费更长的时间进行角力和磨合。导致时间、人力等成本被消耗。

因此，中国商会社团组织的角色就会变得更加沉重。作为社团组织，更多的责任除了在维护中国企业在马来西亚的权益外，也需致力于担任“中间人”的角色去调解当地社会或有关当局对中国企业的误解，同时也需要传递正确的资讯予相关单位（民间，政府，中企），通过沟通和调解纠纷，才能促进彼此的了解和增进关系。

五、小结

中国企业在马来西亚除了致力于经济的建设外，也应适时回馈马来西亚社会。如参与协助马来西亚政府提升马来西亚各族群生活条件的计划等。如此一来，可

洗脱中国企业“只取不回”、“偏帮华人”的刻板印象，进而间接促进马来西亚各族群之间的融洽关系。作为中国在马来西亚商会组织社团的龙头，马来西亚中资企业总商会（CECCM）近年来也往这个方向努力。CECCM提出了“扎根本土、奉献当地”，带领其会员积极为马来西亚弱势群体以及为促进马-中两国的民间友好关系贡献力量。

总的来说，除了经济投资和经济发展的身份，在马来西亚的中国企业可以通过社团组织成员的身份，去拓展更多样化的马来西亚社会网络关系。在这样社团组织成员身份之下，中企可以巧妙运用商业上的资源转化成为社会资源，回馈到马来西亚社会及中国的社会，从而修复和实现马-中两国民间友好的关系。