

跨国公司全球化与做中国优秀企业公民

——2006 在中国最具影响力跨国公司获奖致辞

微软: 数字领域的科技巨人



刘凤鸣

获奖理由: Windows 数字技术对于人类和世界和一个时代的贡献,是划时代的和伟大的。2006年过去了,虽然耳边依然有着隐约的流言与传说,公司在中国的市场增长速度名列其全球前列,在中国政府、合作企业及消费者中的形象也开始伴随着赞誉。作为资本总值全球翘楚和世界利润最高企业之一,虽然面临着后生可畏的激烈竞争与赶超,但公司的一举一动依然决定着世界 IT 业和资本市场的走向。

获奖感言:
微软大中华区副总裁刘凤鸣: 推动科技创新,同时我们要运用自己的实力热心和热忱,不断地参与社会的建设,在这方面我们希望大家一道,在今后进行更多的回馈。

可口可乐: 企业公民的楷模



李小筠

获奖理由: 有着 110 多年历史的企业,让全世界两代人每天喝着它成长,尤其让一批投资大师每年分享它的盈利增长与投资收益。目前,中国已成为这家公司全球系统的第四大市场,被其誉为全球最具魅力、最有活力的市场,被其视为未来保持全球增长的重要动力。而中国投资者也对其翘首以待。

获奖感言:
可口可乐(中国)饮料有限公司副总裁李小筠: 今年是可口可乐扎根中国的第 80 个年头。我们深切地体会到,创新和社会责任是我们在中国不断发展壮大的重要因素。作为最有影响力的跨国企业之一,我们将在企业社会责任方面继续努力,做企业公民的楷模。

壳牌: 三位一体的兼顾



林浩光

获奖理由: 100 多年来,其独特的红黄双色贝壳标志,明亮着世界。能源开采、可持续发展与社会责任,三位一体的平衡与兼顾,推动着公司开拓可替代能源、开发清洁能源、注重环境保护。十九世纪 90 年代初,公司就来到了中国,累计投资已达到近 40 亿美元。如今中国市场的重要和竞争的严峻,对其既是机遇也是挑战。

获奖感言:
壳牌中国集团主席林浩光: 一句话,我们将继续为中国的可持续发展服务,为国家和社会继续作出贡献。

花旗银行: 打造中国最富影响银行



李亚元

获奖理由: 以大手笔的兼并重组,对全球金融业产生了深刻的影响。公司也走上全能化的金融服务集团发展之路。1902 年就来到了中国上海,2006 年则以最终成功竞购广发银行演绎了厚积薄发的雄心和又一经典并购案例。打造中国最富影响银行,是公司的发展目标。

获奖感言:
花旗银行副董事长李亚元: 首先感谢上海证券报以及北大光华管理学院为我们颁发这个奖项,花旗得到这个奖感到非常的光荣,因为这个代表公司非常注重社会责任。作为一家有影响力的公司很重要的一点就是要把这种影响力运用到社会所需要的领域。花旗非常荣幸能够参与到中国银行业发展这样的领域,我们也意识到其实要把我们的社区建设成一个更具特色的社区,这需要时间和精力,我们愿意为建设中国贡献自己的力量。

家乐福: 本土化与全球化的平衡



董仕帆

获奖理由: 作为大型超级市场概念的创始人,在全球拥有 1 万多家店,在中国门店数量截至 2006 年底达到 92 家。面对日趋激烈的零售业竞争,面对无法回避的关注事件,公司在中国的开拓与发展,伴随着消费者的期待,最终将凝结为孜孜不倦的求索。

获奖感言:
家乐福中国区 CFO 董仕帆: 我认为,有影响力的企业,必须具备以下三个要素: 第一是企业要得到消费者的普遍认同; 第二是企业在中国处于领先地位; 第三是企业在中国的发展要有动力和富有朝气。家乐福在中国的发展,既是本土化也是全球化。

联邦快递: 打造业界“天罗地网”



陈嘉良

获奖理由: 把世界打包送给你,公司在全中国打造了一张天罗地网,实现了在全球快速业的异军突起。2006 年公司全球盈利增长迅猛,其中中国市场的业务增长起着重要推动作用。无论是最早与中国物流公司的合作,还是如今对中国物流企业的收购,都凸显了公司加速中国布局的运筹帷幄。

获奖感言:
联邦快递中国区总裁陈嘉良: 未来我们三方面要更加地努力,努力提供最好的服务给客户,让客户业务更好的发展,还要努力做好企业,回报社会。

高峰论坛三:



主办单位: 上海证券报 中国新闻网
学术支持单位: 北大光华管理学院
独家门户网站支持: 新浪网
海外支持媒体: 路透社 香港经济日报 经济通
国内支持媒体: 参考消息 经济参考报 瞭望东方周刊 现代快报
现代金报 南方都市报 青年时报 奥一网

◎本报记者 索佩敏

在全球经济一体化成为趋势的今天,跨国公司正享受着全球化所带来的便利和机遇。但与此同时,它们也正面对着在各个市场本土化的挑战。跨国公司如何在全球化的同时成为优秀的中国企业公民? 在本土企业与外资伙伴关系日渐微妙的今天,跨国公司又该如何看待对本土企业的并购?

本土化首先要证明自身价值

主持人: 谈到全球化,离不开本土化,我想四位老总所在的公司都是本土化非常成功的企业,你们个人的不凡成就,就是人力资源本土化的最好说明。能不能和大家分享一下成功的经验?

刘凤鸣: 一个跨国企业想要做好企业公民的话,它一定要能超出本地企业,才能够从而证明自己是一个值得信赖的企业公民。微软这方面可以概括为两个角度,一方面,微软要向社会证明自己的技术,对当地企业的发展是有好处的。同时它要帮助当地的企业,只有当地企业发展,当地自身发展了,微软自身才能够发展。这种相辅相成的关系,才能让大家觉得,微软进入中国,不光是为了赚钱,也为了和当地企业一道发展的。除此之外,还要做一些好人好事。不过这些好人好事只是对企业成长的一个附属条件,最主要的是公司产品做得怎么样,服务做得怎么样,有没有技术,如果这几家公司都没有的话,即使做了好人好事,也无法做一个好的企业公民。

跨国企业本土化,从某种角度来说,可以说是本地企业跨国化。像联想,是个中国企业,总部设在纽约,董事长是中国人,CEO 是美国人,在全世界都有当地企业雇员,也有中国雇

主持人: 柯鹏(《上海证券报》产业公司部主任)
嘉宾:
刘凤鸣 微软大中华区副总裁
李小筠 可口可乐中国饮料有限公司副总裁
陈嘉良 联邦快递中国区总裁
董仕帆 家乐福中国区 CFO
李维安 南开大学商学院院长

员,这个时候你说他是一个跨国公司还是一个当地公司? 反过来讲,微软在中国有 3000 多员工,绝大多数是中国国民,为什么我们总是强调它是外资公司呢? 这和为什么联想总被认为是中国公司一样,实际上这个概念也许应该抛弃。所有的公司,都应该在全球的范围内,不管在什么范围内,都应该用同样的标准来衡量自己。

董仕帆: 借用电影《蜘蛛侠》中的一段台词来描述家乐福的本土化方针,就是“能力越大,责任越大”。家乐福在中国采取了一些社会援助计划,比方说帮助当地的供应商把他们的产品推向市场,在中国雇用的员工 99% 都是中国人,同时出售的产品和原材料也是 99% 来自当地的供应商。家乐福通过更加支持当地供应商从而形成多赢的结果,一方面增加当地人民的收入,令一方面也提高我们的产品质量,降低价格,同时也服务于最后的消费者。

陈嘉良: 联邦快递在中国参与公益活动时首先考量的就是,公司怎么样来利用自身优势贡献力量。因为我们在全球有一个很庞大的网络,所以公司会利用这一网络来支持其很多公益活动。例如 1998 年中国发大水,我们就利用公司全球的网络,把很多救灾的物资运到中国来。此外,在 2003 年非典时期,中国国内需要很多医疗设备,我们也利用网络,把世界不同地

方的设备运到中国来。
李小筠: 其实可口可乐诞生已经 121 年,来到中国已经有 80 年。在这个漫长的岁月里,我们学习了好多把本土化做得更好,很清楚一点,我们在 20 多个国家都有业务,尽管可口可乐是美国文化的代表,但并不意味者可口可乐要把美国文化塞进朋友的口袋,而是必须要与本土文化融合。可口可乐中国 99% 的采购都是在中国大陆进行。而且更重要的是,可口可乐不是纯粹的本土化,而是把全球的的资源在中国合理利用。可口可乐本来就是一个很大的全球系统,公司是把精彩的地方拿到中国把它变成一个最有效的本土的策略,这就是可口可乐一个策略的方向。

并购需要考虑公司自身需求

主持人: 对跨国企业来说,全球化是直面的问题。如今这股浪潮更加凶猛,并购的数量和规模也都十倍于前,各位老总如何看待这种放大的趋势?
陈嘉良: 其实在过去几年,联邦快递确实有很多并购。第一个我们要回应的是为什么要做这些并购。主要有几个理由: 第一个就是要满足客户不断改变的需求。打个比方,一开始我们只是做快递这方面业务,随着客户不断的需求,他们需要我们公路的运

英特尔: 致力于在中国增加投入

获奖理由: 拥有一颗奔腾的“心”。这是家全球最大芯片制造商对世界 IT 业的贡献。伴随着摩尔定律,公司创新脚步不止。同时,2006 年也遭遇了更加激烈的市场竞争。自 1985 年进入中国,公司全程见证并深度参与了中国信息化建设。面对全球 IT 业重心向中国转移,公司在中国的投资力度越来越大。
获奖感言:
英特尔中国区华东区经理刘恩泉: 首先非常高兴能够代表我们英特尔中国有限公司接受这样一个奖项,也感谢主办单位上海证券报,包括光华管理学院对英特尔的肯定。英特尔一直致力于在中国增加投入,包括我们在中国大连最近也在新建一家大的工厂,未来英特尔会加大在产品研发包括产品制造方面的投入,希望坚守英特尔对中国的承诺,以更短的时间提供更好的产品给更多的中国的消费者,最后感谢我们主办方对英特尔公司的肯定,也希望英特尔能够和中国共同成长。

大众: 希望一直领跑中国汽车市场

获奖理由: 在惨烈的汽车国际市场竞争中,作为欧洲最大的汽车公司,2006 年赢得了全球销售再破纪录的令人兴奋业绩。作为最早在中国设厂的跨国公司,2006 年中国公司经营也赢得转折,全年总销量一举刷新与中国合作 22 年的历史纪录。展望未来,公司希望一直领跑中国汽车市场。

获奖感言:
大众集团高级经理叶文: 我们希望把我们的感激之情化成我们的努力,我相信对我们的企业,对所有的跨国公司来说,今天的这个奖项是对公司过去成绩的肯定,中国汽车市场竞争越来越激烈,就像明年北京举办的奥运会一样,我们希望在汽车市场的竞争中,我们能够继续抢得金牌。

诺基亚: 移动通信全球领先者

获奖理由: 将创新与时尚结合,引领世界手机潮流,成为移动通信全球领先者。将中国作为最重要的生产和研发基地,深入参与中国信息产业的发展,也深度开拓着中国最广大的市场。公司股票在全球 5 个主要证券市场上市,公司股东遍布世界各地。面对日趋发展和国际化的中国资本市场,公司是否也有所心动。

获奖感言:
诺基亚中国区公关经理龚文菲: 我想在座的各位跟我们大家有相同的想法就是以人为本,确实诺基亚在中国发展 20 多年来我们以人为本的品牌形象已经深入人心了,20 年来诺基亚与中国通信产业共同发展,在中国的业务也取得了很好的业绩,中国已经成为诺基亚全球的第一大市场,也是诺基亚全球最重要的生产研发创新基地之一,2006 年诺基亚在中国的销售已经超过了 100 亿欧元,我们去年也在中国销售了 5100 万部手机,这些的取得包括了广大消费者的大力支持。非常感谢主办方对我们的厚爱,同时我们也相信在中国资本市场如火如荼发展的今天,在越来越多的企业上市与中国携手发展到今天,上海证券报举办这样的活动是非常有意义的,我们也再次祝愿上海证券报的影响力与时俱进。

汇丰银行: 中国故事继续精彩

获奖理由: 世界金融巨头,在世界 82 个国家和地区拥有超过 1 万个分支机构。在中国,凭借战略性的布局和运作,书写精彩的中国故事,目前在中国内地拥有 15 家分行和 25 家支行,2006 年 7 月成为首家推出商业银行代客境外理财(QDII)托管服务的外资银行。在全球上市是公司与众不同的竞争战略,而获奖感言: 中国内地的投资者正期待着公司可以步入在中国内地资本市场。
获奖感言:
汇丰银行公共事务总经理 Chris Myrick: 作为一家在 124 年前就在中国成立的银行,这个奖项是对我们在这里不断拓展业务的认可,也证明了汇丰坚定本地市场的一个长远的承诺。汇丰今年 4 月已经在中国本地注册,成为了一家外资法人银行,谢谢大家对于汇丰的支持。