上海外资

主管单位：上海市商务委员会
发行单位：上海市外商投资协会

扫码关注
上海市外商投资协会公众号
（内部资料 免费交流）

编 委 会

主　　任：黄 峰
副 主 任：刘 生 谭 伟
成　　员：陆 健 庄 妍 马山珊

主　　编：李 洁
责任编辑：朱薇娜
微信公众号：上海市外商投资协会
地　　址：上海市黄浦区淮海中路138号上海广场29楼
邮　　编：200021
电　　话：(8621)32231056
电子邮箱：magazine@shfia.cn
网　　址：http://www.shfia.cn
装帧设计：上海秋光文化传播有限公司
出版日期：2021年9月
印　　刷：上海丽佳制版印刷有限公司
印　　数：3000册
发送范围：相关政府部门、会员单位、相关商协会及投促机构

上海外资

Foreign Investment In Shanghai

2021年第3期
总177期
准印证号：(K)0559

扫码关注
上海市外商投资协会公众号
（内部资料 免费交流）

百年华诞

第三届“富士杯”上海市外商投资企业摄影大赛优秀作品发布会举行 >P2
上海新天地与中共一大会址 >P5
在跨国公司做党建是一种怎样的经历？>P17
打造生机勃勃“创新热带雨林” >P21
舍弗勒：打造自驱式成长型组织 >P30

CONTENTS

目录

上海外资

Foreign Investment In Shanghai

卷首语

1 奋斗百年路，起航新征程

专题——百年华诞

2 第三届“富士杯”上海市外商投资企业摄影大赛优秀作品发布会举行

5 上海新天地与中共一大会址

8 玫琳凯的党建创新之路

11 创新党建在安永

14 “四心”党建，服务国家战略，推进在华发展
——访埃森哲（中国）有限公司党总支书记刘骅

17 在跨国公司做党建是一种怎样的经历？
一位党员如是说

热点聚焦

19 跨国公司在沪地区总部突破800家

21 打造生机勃勃“创新热带雨林”

企业风景线

23 天灾无情人有情，驰援河南，会员企业在行动

27 “品”“味”成功，创造多彩世界

30 舍弗勒：打造自驱式成长型组织

33 拜耳大中华区总裁江维：跨国药企在中国需不断升级战略

35 中国首家旗舰店落户上海，多特瑞本土化战略再迈新步伐

纵谈博论

37 埃森哲：如何提升AI应用段位？

40 企业文化那些事儿

新会员秀

42 新会员秀第六期

协会动态

45 庆祝建党百年，外企党建座谈会在协会召开

46 以史为鉴，开创未来
协会秘书处组织活动庆祝建党百年华诞

46 2021长三角外资协会联盟会议
暨长三角外资工作交流会召开

47 协会组织会员企业参加外资医药企业专场政企沟通圆桌会议

48 上海外企志愿服务总队正式成立

49 协会商工委考察行：
走进迪卡侬，探索零售商业新思路

封面照片为第三届“富士杯”上海市外商投资企业摄影大赛获奖作品《迈向新征程》。作者：施忠道

奋斗百年路，起航新征程

今年是中国共产党成立100周年。百年风雨兼程，百年成就辉煌。

协会自2019年换届以来，每年都会主办年度主题活动。今年，为热烈庆祝中国共产党建党100周年，协会联合富士胶片及各区外商投资企业协会共同发起了“海纳百川，风华百年”第三届“富士杯”上海市外商投资企业摄影大赛活动。

大赛自启动以来，得到了外商投资企业和各协会摄影爱好者们的积极响应，从4月开始发出作品征集邀请，短短两个月时间内，一共收到了来自146家驻沪外资企业和各区外资协会695名员工的8600余张摄影作品。

回顾历史，上海，不仅是党的诞生地和初心始发地，也是改革开放的前沿阵地和外资企业投资中国的首选地。外商投资企业员工一张张作品穿越了百年的时光，展现了上海作为中国共产党诞生地的光荣历史和国际化大都市的生机活力。

奋斗百年路，起航新征程。我们期待外商投资企业继续加大对中国和上海的投资，在新发展格局中取得更大的成功。

上海市外商投资协会会长 黄峰

第三届“富士杯”上海市外商投资企业摄影大赛优秀作品发布会举行

▲ 黄峰会长致辞

▲ 富士胶片（中国）投资有限公司总裁田中健一先致辞

8月3日，第三届“富士杯”上海市外商投资企业摄影大赛优秀作品发布会在上海当代艺术博物馆举行。上海市外商投资协会会长黄峰先生、上海市人民对外友好协会副会长景莹女士、上海市级机关工作党委副书记王冶勇先生、上海市工商业联合会副主席施登定先生、上海市志愿者协会理事长蔡伟民先生以及主办方富士胶片（中国）投资有限公司总裁田中健一先生等嘉宾，获奖企业、个人及会员企业代表等约120人参会。

本次大赛由上海市外商投资协会、富士胶片（中国）投资有限公司、以及各区外商投资企业协会联合发起。大赛以“海纳百川，风华百年”为主题，用影像描绘上海城市与人文风貌的变迁，记录外商投资企业对上海的经济及社会发展所做出的重要贡献，体现上海“海纳百川、追求卓越、开明睿智、大气谦和”的城市精神。大赛自四月底启动至今，一共收到来自146家驻沪外资企业和外资协会695名员工的8600余张摄影作品。

本次大赛共评选出一等奖1位、二等奖1位、三等奖3位、优秀作品奖15位、网络人气奖30位、最佳组织奖10位。会上，黄峰会长向田中健一总裁赠送礼物，对富士胶片公司大力支持本次摄影大赛表示感谢。

为了支援河南灾区，上海市外商投资协会发起了获奖作品的义卖活动，义卖所得将全部通过上海市外商投资协会外企志愿服务联盟专项基金定向捐赠给本次受灾严重的河南地区。来自宜家物流服务（中国）有限公司的何艳代表获奖者宣读了义卖倡议，鼓励大家积极参加本次义卖活动，献出爱心。

上海市人民政府新闻办公室与新民晚报社共同策划、历时半年精心制作了《百年大党——老外讲故事》百集融媒体产品。100位在沪的外国人分享在中国、在上海生活工作的所闻所见所感，包括上海市外商投资协会中27位会员企业的外籍高管。发布会邀请会员企业多特瑞（上海）商贸有限公司中国区总裁麦欧文先生和上海江崎格力高食品有限公司总经理加藤巧先生讲述了他们的故事。

▲ 黄峰会长、田中健一总裁为一等奖获得者颁发证书、奖品

▲ 市级机关工作党委副书记王冶勇、富士胶片（中国）投资有限公司副总裁朱俊先生为二等奖获得者颁发证书、奖品

▲ 上海市人民对外友好协会副会长景莹女士先生、富士胶片（中国）投资有限公司总经理室室长姚佳锋先生为三等奖获得者颁发证书、奖品

▲ 会员企业多特瑞（上海）商贸有限公司中国区总裁麦欧文先生和上海江崎格力高食品有限公司总经理加藤巧先生讲述他们和上海的故事

获奖名单

	标题	作者	单位
一等奖	创造者	周敏	上海汽轮机厂有限公司
二等奖	斗舞	施惠祥	上海中远川崎重工钢结构有限公司
三等奖	机械美容师	朱鸣祺	上汽大众汽车有限公司
	迈向新征程	施忠道	上海市外商投资协会汽车分会
	砥砺前行	杨长春	日本小田原机械工程株式会社上海代表处
优秀奖	上海早晨	陈国超	埃森哲（中国）有限公司
	迈向工业4.0	刘卿炯	上汽大众汽车有限公司
	里弄里的艺术家	周宇	上汽大众汽车有限公司
	奋斗者的身影	王坚	上汽大众汽车有限公司
	忙碌的身影	王勇刚	上海市松江区外商投资企业协会
	世界第一	刘文祎	花王（中国）投资有限公司
	2021上汽职工拔河大赛	顾斌	上汽大众汽车有限公司
	友谊	沈义梅	上海市外商投资协会

	标题	作者	单位
优秀奖	外国学生在上海孔庙学习中国传统文化	钱勇	上海吉田拉链有限公司
	空中芭蕾	郭辉	上海三菱电梯有限公司
	宣誓	赵怡安	上汽大众汽车有限公司
	智慧洋山港	张荣华	青浦区外商投资企业协会
	工业之美 成就绿色交通	程捷	联合汽车电子有限公司
	沃穰千里	王文杰	沃尔沃建筑设备投资（中国）有限公司
	和平上海	何艳	宜家物流服务（中国）有限公司
网络人气奖	城市的流光	黄宁	上海新慈厚房地产有限公司
	恒守望， 毅笃行	高丽	恒生银行（中国）有限公司
	梦幻的 南浦大桥	龙立平	上海弘佳工具有限公司
	川流不息	龙立平	上海弘佳工具有限公司
	忙碌的身影	王勇刚	上海市松江区外商投资企业协会
	粉红世界 别样红	安从真	玫琳凯(中国)有限公司
	魅力上海	金蓓	上海华钟咨询服务有限公司
	半睁的眼睛	王菁	科思创（上海）投资有限公司
	窗外	刘生	上海市外商投资协会
	保障， 不辱使命	潘臻琦	上海三菱电梯有限公司
	创造者	周敏	上海汽轮机厂有限公司
	舞动青春	任毅	埃森哲（中国）有限公司
	奋斗者的身影	王坚	上汽大众汽车有限公司
	世博乐章	周卫平	上海市外商投资协会汽车分会
	咱们工人 有力量	周敏	上海汽轮机厂有限公司
	凌空SOHO	高祚民	科思创聚合物（中国）有限公司

	标题	作者	单位
网络人气奖	蓝色工装 蓝色魂	张梦超	华域皮尔博格有色零部件（上海）有限公司
	学生在上海孔庙学习中国传统文化	钱勇	上海吉田拉链有限公司
	临港美丽的 落日	钱勇	上海吉田拉链有限公司
	世界环境日， 绿色G60云廊	高祚民	科思创聚合物（中国）有限公司
	跨越百年的 守望	刘文祎	花王（中国）投资有限公司
	世界第一	刘文祎	花王（中国）投资有限公司
	宣誓	扈楠	杜邦（中国）研发管理有限公司
	海纳百川， 战疫无限	李晓宇	玫琳凯（中国）有限公司
	上海早晨	陈国超	埃森哲（中国）有限公司
	光耀百年 新浦东	董仁杰	博世（中国）投资有限公司
	最美劳动者	张万海	上海马勒热系统有限公司
	浦江之光	翁永贵	上海汽轮机厂有限公司
	流动的风景	赵骏	索尔维投资有限公司
	跳动的音符	翁永贵	上海汽轮机厂有限公司

优秀组织奖	上汽大众汽车有限公司
	上海马勒热系统有限公司
	霍尼韦尔（中国）有限公司
	捷成洋行企业管理（广州）有限公司上海分公司
	思爱普（中国）有限公司
	浦东外商投资企业协会
	嘉定区外商投资企业协会
	闵行区企业联合会
	黄浦区外商投资企业协会
	静安区外商投资企业协会

上海新天地与中共一大会址

供稿：瑞安管理（上海）有限公司

上海新天地以“昨天、明天相会在今天”为开发理念，以“改变石库门居住功能为商业功能、改变私人空间为公共空间”为创新突破，以“整旧如旧”为改造手法，将中共一大会址前后两个石库门旧街坊，打造成为上海城市名片和时尚地标，成为中国城镇化进程中从城市重建到城市更新的里程碑，成为首批“国家文化产业示范基地”和全球二十大文化地标。

缘起中共一大会址修缮

1996年5月，瑞安集团与原卢湾区政府签署了《沪港合作改造上海市卢湾区太平桥地区意向书》，启动中共一大会址所在地的太平桥旧区改造。上海新天地于1999年启动，于2001年6月30日建成，开发初心是保护中共一大会址周边历史风貌街区的环境和氛围。

2001年是中国共产党建党80周年。1998年，上海决定提前修缮中共一大会址，同时成片改造会址前后的石库门街区，改变住家拥挤、设施破旧的“七十二家房客”形象。一大会址是全国重点文物保护单位，按照文物保护规定，周边的建筑高度不能超过24米，建筑风貌与会址的石库门形态相协调，这带来旧区改造的难题和挑战。瑞安集团主席罗康瑞先生认为：文化是城市发展的重要因素。我们需要尊重和保留城市人文遗产，也需要创造新的生活方式。集团邀请了包括本杰

明 伍德先生在内的中外旧区和老建筑改造设计师，大胆提出一个石库门改造方案——“整旧如旧”保留石库门外壳，内部放入现代化的设施和时尚的生活方式，改变私人空间为共享空间，把石库门住宅旧区改造为休闲商业街区，为老房子创造新的历史，以国际视野和现代手法表现城市发展的轨迹。前瞻和创新的方案获得政府的认同和支持，一个享誉国内外的城市地标启航了。

项目最初起名“一大会址改造工程”。瑞安集团采用智慧的拆字法，“一”字加在“大”字为“天”字，“天”与“地”对应而成世界；项目从20世纪末到21世纪初，跨世纪乃“新”字，“新天地”的名称诞生了。

红色文化、海派文化和国际文化交融地

一大会址是中国共产党的初心始发地，是“开天辟地”红色文化的根植地。新天地积极参与新时代党史教育品牌——“兴业讲堂”，打造集线下、网络、空中于一体的三维立体红色讲堂。2020年7月1日，“全国首家红色主题社区直播间”在新天地商圈启用。

新天地在海派石库门建筑街区内不断开发休闲文化、时尚文化和创意文化，致力于营造“中国创意”和“上海特色”的文化和社交体验，转化为人民美好生活的场景。2000年3月，新天地就举办了“十万元助你创业”项目，从全国百余份创业计划中选出4位佼佼者，资助他们十万元在新天地开设文创商店，培育了蒋琼耳这样开创中国奢侈品牌“上下”的人才；2010年开幕的新天地时尚，成为全国首个定位中国原创设计师品牌的购物中心；新天地于2012年携手上海时装周开启长达十年的战略合作，培育了300余名中国本土设计师在国际舞台声名鹊起，并在2020年助力时装周打造全球“首个云上时装周”，推动中国时尚产业发展；新天地设计节在2016年创立，首度推出新天地品牌原创文化IP，包括表演艺术新天地、天地世界音乐节、光影上海灯光节等，成为以文化赋能商业活力的行业典范。

中共一大会址与新天地 “毗邻而居”，共同成为世界张望上海的城市会客厅，成为中国共产党奋斗目标的鲜活案例，成为中国改革开放的生动实践，吸引国内外精英和中外游客参访、交流和聚会，了解红色文化和海派文化，感受上海的昨天、今天和明天。

站在2021年新起点

2021年是中国共产党建党100周年，也是上海新天地建成20周年。为迎接中共百年华诞，上海于2019年8月31日启动中共一大纪念馆扩建工程。新天地全力配合一大纪念馆新馆的如期建成和开业，配合一大纪念馆景区成功创建为国家5A级旅游景区，并投入大量资金对太平桥公园进行整体景观的改造和提升。

瑞安公司主动协同政府妥善安置新天地商户，腾空两栋石库门建筑作为一大纪念馆的扩建载体；公司以“追梦红飘带——昨天、明天，相会在今天”为理念改造人工湖绿地，通过整体彩化、绿化局部抽稀、绿地和花卉精致化、地面铺装优化、增加室外休憩设施等改造策略，提供更宜人的公共空间；公司确保湖水面积不减少，改造前的人工湖面积是9580平方米，改造后为10002.99平方米。“昨天，明天，相会在今天”音乐水幕灯光秀是人工湖改造的亮点，由昨天、今天、明天三大篇章（五个乐章）组成，通过声、光、水等多媒体特效手段，讲述新天地区域所折射的“上海故事”，带领观众回顾过去、展望未来，相聚今天。

新天地还举办了多项活动庆祝建党100周年的伟大历史时刻。6月23日至7月4日，解放日报《印迹——一百个版里的中国共产党一百年》特展在新天地举行，展出了从《解放日报》和《申报》逐年遴选出的上百个版面及新闻报道。6月28日，上海市新闻办公室百集《百年大党——老外讲故事》的部分外国嘉宾及中外媒体来到新天地，举行“初心始发地与外国友人对话会”，分享外国友人眼中的“上海故事”。

7月2日至7月25日，瑞安公司与上海图书馆联合举办了《永远的新天地》文化展，以“序、天、地、人、展望”为篇章，采用展板、电视、互动投影、感应装置、iPad播放视频等多元形式，回顾新天地20年来诞生与发展的过程，反映同期上海在党的领导下，城市发展取得的骄人成绩以及人民群众实现的美好生活，展望上海迈向卓越全球城市的美好愿景。展览通过回顾和总结城市地标开发和发展的宝贵经验，为阅读和记录城市变迁轨迹、为探索新时代城市有机更新的新路径和新模式，提供重要参考。7月2日展览开幕当日，中国作家协会副主席何建明、《新天地 非常道》作者周永平与著名媒体人淳子以一场“石库门内开一大，新天地里唱新歌”对话，讲述了新天地的背后故事，剖析了新天地“新”在哪里。

2021年还是“十四五”规划开启之年，“在黄浦大新天地开展城市更新改造示范区试点”已列入上海“十四五”规划，打造卓越的可持续城市社区、国际影响力的复合功能都心区的美好蓝图已徐徐铺开。正如中国作家协会副主席何建明的感受：“人们对新天地最感兴趣的是，可以看到个人之外、家庭之外和上海之外的世界。这就是新天地给我们创造的美好方式。”初心从这里出发，美好生活在这里集聚。新天地将探索更多城市更新和商业开发的新模式、新方案，驱动新时代的城市更新和可持续发展。

专题—百年华诞
Special Feature—100th anniversary of the founding of the Communist Party of China

玫琳凯的党建创新之路

供稿：玫琳凯（中国）有限公司

2020 年 6 月，经中共上海市静安区江宁路街道社区委员会批复，中共玫琳凯（中国）有限公司委员会正式成立。从南京西路街道辖区的恒隆广场，到江宁路街道辖区的玫琳凯大厦，玫琳凯从党支部到党总支到党委，一步一个脚印的发展之路，这也是上海最近十多年以来楼宇党建的一个缩写。

自1995年进入中国上海至今，玫琳凯在全国35个主要省市设置了分支机构，中国市场已成为其全球最大市场。近年来，玫琳凯不断深耕中国市场，并完善在中国市场上的布局。为了加快本地化步伐，玫琳凯在上海静安购置大厦，成立了中国行政中心，在上海张江创建了研发中心，又在浙江杭州建设了美国本土以外唯一一家海外生产中心。

在中国市场赢得快速发展的同时，玫琳凯也将党建工作作为一项重要工作开展。2007年7月，玫琳凯成立党支部，2012年8月成立党总支，2020年6月成立党委。玫琳凯党建工作，覆盖“两新”组织党建工作、外资企业党建工作、楼宇党建工作、园区党建工作、区域化党建工作、网格化党建工作，内容涉及教育党员、管理党员、监督党员和组织群众、宣传群众、凝聚群众、服务群众，是党在新时期党建工作的生动写照。

外资企业抓党建，并没有太多可以借鉴的成功样本，玫琳凯党建工作就是在一路探索与创新当中开展的。也正是因为如此，才形成了玫琳凯特色党建。

寻求共同语言 做好“党建翻译器”

在外企开展党建工作，并不容易，工作开展初期，被问到最多的问题就是外企怎么也有党组织？为什么要做党建？

面对不解和质疑，玫琳凯党建工作的第一步，就是做好公司文化和党建工作之间的“翻译器”。为此，玫琳凯用“乐施”来解释“全心全意为人民服务”，将廉洁文化建设“翻译”成合规操作，将满足人民对美好生活的向往“翻译”成玫琳凯“倡导健康生活方式和美好生活的理念”。玫琳凯在党建工作和企业文化中寻找到了一个契合点，将党建工作融入企业文化，并以党建格言的形式确定党组织和党员的定位——扬乐施精神、树党员先锋。

值得肯定的是，玫琳凯真正做到了将党建工作与企业文化同频共振，相得益彰。同时，价值观的趋同，使玫琳凯的党建工作在开展之初，就被企业管理层接受和认可，为后续工作的开展奠定了坚实的基础。

支部建在楼层 党建落到实处

位于上海市中心、商务楼宇林立的静安区是最早探索楼宇党建的地区之一。楼宇党建要做的，不仅仅是党组织建设，还要将楼宇物业、企业、公共管理部门、机构等聚集在一个平台上，共同构筑生态圈，服务楼宇经济和区域发展。上世纪九十年代末，静安率先通过建立楼宇党员服务点实现了“支部建在楼上，党建落到实处”。

玫琳凯则将工作更精细化了一步，把支部建在了楼层，每两层设一个支部，三个党支部覆盖六个层面全部党员及员工，加强了党员与党员间、党员与其他员工间的联系沟通。同时，以楼层为单位，开展党建活动，参与党建学习，把党建工作抓细抓实，实现了党建覆盖无死角。

2019年3月，玫琳凯大厦“白领驿家”楼宇党群服务站正式运营。党群服务站设有党员活动室、乐宁医+服务点、白领健身房、五星级爱心妈咪小屋、白领职工书屋以及医护保健设施等特色服务项目。在江宁路街道社区党委和玫琳凯党总支的共商共治下，党群服务站面向大厦党员和白领（在玫琳凯大厦办公的其他几家公司）提供各类服务，为党建工作落到实处，提供了载体和平台。

吸引保留人才 党建凝聚人心

从2007年支部成立时的6名党员，到2020年党委的105名党员，玫琳凯采取行之有效的措施逐步破解外企党员“纳新”难题，不断扩大党员队伍。

一是把验明新入职员工的政治身份作为一项常规性工作来抓，党组织通过HR部门第一时间知晓新员工的党员身份，让他们迅速转入玫琳凯党组织。二是党组织通过党员找党员，用亮明身份的共产党员，去发现寻找身边的“口袋党员”“隐形党员”。三是注重吸收企业中的优秀人才入党。

截至2020年5月31日，玫琳凯党总支共有在册党员119人，在职党员105人，上海行政中心的在职党员占到员工总数的 18%，主管以上党员占在职党员总数的70%以上，其中有10位总监，54位经理，16位主管。

在玫琳凯，不但有博士党小组，还有业务伙伴组成的流动党支部，让党员员工和业务合作伙伴有归属感。同时，玫琳凯通过组织党员参与主题党日等活动，激发党员的工作热情，将党员变成骨干，将骨干发展成党员，真正体现党员的先锋模范作用。

区域党建共建做大做强朋友圈

党组织共建联建，是打破地域、行业等界限，统筹调整和创新党建工作的实践。玫琳凯十分重视党组织共建共联，并不断进行尝试。

为响应静安区“共同行动”区域化党建品牌，玫琳凯与驻区十几家单位签署了共建协议，开展各项党建联建活动。2012年，玫琳凯党总支与静安区委组织部形成“双结对”；2019年，玫琳凯党委又与市市容绿化局、静安区委组织部、新安居委四方联合共建，2020年设立了共建基地。参与社区共建，由玫琳凯党委牵头成立了江宁路街道“宁好，书记”学习会，一个方便非公企业管理层交流沟通的平台。

而在企业内部，玫琳凯的党建工作形成行政中心的上海楼宇党建、生产中心的杭州园区党建，以及销售团队的流动党建之间的横向融合。

玫琳凯党组织始终把企业发展的难点当作党建工作的重点，把员工关心的热点当作党建工作的出发点，把部门工作的卡点作为党建工作的支撑点，通过党建工作为企业带来竞争力、能动力和凝聚力。通过内外党建工作融合，链接了许多党建资源，帮助玫琳凯解决了党建工作急需的人员、资金、项目等问题，促进玫琳凯党建工作专业化、品牌化、社会化，促其成长和发展。企业和政府的关系，也从管理和被管理，监督和被监督，发展成一起共同创造未来的结对伙伴。

探索数智党建与时俱进拓新路

迅猛发展的信息技术已经深度融入经济社会各个领域，不少企业已经开始数字化转型，为企业发展谋求更大的助力。玫琳凯的数字化不仅在

企业运营上展现得淋漓尽致，在党建方面也在不断尝试创新。

事实上，玫琳凯很早就开始运用互联网技术和信息化手段开展工作，开辟了线上阵地。在企业内网上，玫琳凯专门开设“党建园地”，包括党员亮身份、支部管理、党务小百科、支部动态、区域化党建和党建荣誉墙等几大版块。后又在上海两新互动网上建立支部，各支部也都有自己的微信群，用以开展活动和组织学习。

2021年4月8日，玫琳凯在党建数字化转型上又迈进了一大步，由玫琳凯党委和鼎捷软件党委联手推出的“数智支部”党建小程序正式上线。“数智支部”使得党组织通过移动端对党员的学习、活动进行智能管理；分散在全国各地的党员哪怕是在出差路上，只要有手机有信号，就能通过移动端的直播功能，参加组织生活。“数智支部”解决了总部型党组织人员分散，组织生活难以保证的痛点。

发挥党员模范作用 履行企业社会责任

玫琳凯党组织发挥党员先锋模范作用，不仅对员工，不局限公司，也面向社会，将党建凝聚党员、凝聚群众、凝聚社会的作用有机结合起来。在众多的社会公益、志愿者献爱心等活动中，党员们争先恐后，做出了巨大的努力。

党总支牵头组建了“玫好”家园志愿者团队，号召党员成为志愿者领袖，这些年组织开展了多种多样的活动，如担任社区垃圾分类志愿者，做环保先锋岗；到上海儿童医院做导医志愿者；与静安区社会组织白领驿家合作，为近千名白领开设美容讲座等。

此外，2019年的垃圾分类，2020年的防疫抗疫，玫琳凯党员总是工作在一线、奉献在一线，在企业中逐步树立了“优秀党员就是优秀员工”的良好形象。2021年，作为党建工作的一个重要抓手，玫琳凯党委启动了“美美与共，生生不息”乡村振兴共建计划，与四汶村进行结对共建“美丽庭园”项目就是其中一项主要活动。玫琳凯（中国）有限公司党委书记安从真对此表示，“这虽然是一个公益项目，但和玫琳凯品牌形象的传播是相关的，通过公益项目，形成一种美美与共的合力，这也是企业所乐见的。”

目前志愿者团队已扩容到300多人，志愿者服务时间已超过40万小时。其中2人荣获“上海市优秀志愿者”称号，7人获得玫琳凯年度感恩奖，团队获得“上海市志愿服务先进集体”等荣誉。

基层党组织不仅在玫琳凯生了根，还发了芽，结了果，成为外资企业党建工作开展的样本。如今，玫琳凯党委成立，这是一个新起点、新发展、新使命，企业将继续探索外企党建工作之路，释放更强红色生产力，助推企业健康快速发展。

创新党建在安永

供稿：安永（中国）企业咨询有限公司

作为全球知名的专业服务机构之一，安永自进入中国以来，一直发挥自身全球一体化服务网络和领先的专业服务优势，积极参与国民经济的建设与发展。目前安永在中国的业务已经成为安永全球业务最重要的构成之一。在事务所业务取得快速发展的同时，安永一直积极推动党建工作，释放“红色生产力”，坚持以党建“软实力”成为人才“硬支撑”。自2001年1月28日在上海成立党组织以来，经过20年的发展，安永中国的党组织已经伴随其分支机构的设立而遍布全国，做到了“有群众的地方，就有党员；有党员的地方，就有组织”。

目前，安永上海党委拥有21个支部，党员人数近千名。在上海市注册会计师行业党委的正确领导下，安永上海党委多年来扎实开展党建工作，坚持以踏实的工作方法和坚定理想信念，传承红色基因，不断砥砺前行。通过紧密结合行业实际，切实有效地推进党委各项工作的落地，在党建工作中积累了丰富的经验，取得了丰硕的成果。

行走的党课，构建长三角党建共同体

“行走的党课”系由陆家嘴金融城发展局指导、安永党委牵头举办的“从陆家嘴出发，‘行走长三角’”联合学史党建系列活动构成。作为安永上海党委“树品牌党建，立行业标杆”党建工作的核心活动之一，行走的党课以理论学习结合实地走访的形式，上抓理论学习、下抓落地执行，活动以理论学习为支撑，结合新颖的沉浸式行走形式，一方面让党建活动得到了“面”的拓展，获得参与党组织和所到之地的党组织积极响应和支持，目前参与的党组织超过百余家；另一方面让参与的党员通过实地走访切身感受加深对党初心使命的理解，真正做到党建工作往深里走、往心里走、往实里走。

行走的党课主要分为“党史学习、实地走访、红色团建、时事座谈、论坛讲堂”六大内容板块，迄今为止已成功举办两季。2020年9月19日，行走的党课第一季“从陆家嘴到淀山湖”首度举办，来自陆家嘴金融城区域内四十余家企事业单位党组织的一百多名党员 ，从陆家嘴出发，

踏访青浦。党员们自上海中心出发，以重走主席路，重温入党誓词为活动起点，再到青浦陈云纪念馆参观、实地考察长三角核心示范区、学习财经“四史”党课、及参与“长三角一体化与金融支持实体经济大讲堂”和“长三角乡村幼儿卫生保健人员培训慈爱基金启动仪式，引导大家践行“初心、创新、爱心、使命”，在领悟国家战略、体验红色文化同时，加强爱国爱党意识，以一流党建，促一流发展！

2021年3月30日，行走的党课第二季在安永上海Wavespace成功启动。第二季活动不仅吸引了陆家嘴金融城区域内企事业单位党组织的持续参与，同时招纳了跨地域、跨领域的各级党组织加入，为活动注入了新鲜血液，持续做大做强安永“红色朋友圈”。百家党组织齐聚在黄浦江畔，行走在长三角，共绘“党建引领聚合力，联盟共建促发展”的宏伟蓝图。第二季活动在三个月内行走五大湖，完成了包括联合党建主题论坛、体验征程徒步修行、行业党委建言讨论、净心聆听学史党课、承前启后缅怀先烈、学党为民公益爱心、深入基层实践考察等七大主题活动，以庆祝“七一”党的生日。通过行走长三角，广大党员感悟了党建引领下各地发展特色，并结合最新的政策导向，以数字经济、科技创新、绿色金融、低碳发展、产业升级、乡村振兴、区域发展为主线，深刻认识“十四五”期间长三角高质量一体化发展的重大意义。

书记面对面，交流借鉴再提升

“书记面对面”活动是安永上海党委搭建的与外部单位面对面交流的开放平台，也是安永上海党建的一大创新举措。“书记面对面”活动，一方面将安永的党建工作经验和外部党组织分享，同时也学习外部党组织党建工作的优秀方法，引进先进党建经验，真正做到“以一流党建、促一流发展”；另一方面，通过发挥平台优势，实现跨党组织党员间的深入交流与学习，为他们答疑解惑，提供全方位指导。

2021年6月28日，上海财经大学党委书记许涛带队走访安永，并举办了“书记下午茶”活动。毛鞍宁出席会议并致辞，他对许涛书记一行的到访表示热烈欢迎和衷心感谢，对上海财经大学长期以来为安永输送优质人才表示诚挚谢意。他分享了安永在发展过程中与上海财经大学千丝万缕的联系，希望借助“书记面对面”的工作平台，以“头脑风暴”的形式碰撞出思想的火花，为深化校企合作，助力高质量发展增添助力、凝聚合力。安永上海的财大校友们一同出席了会议，与上海财大的归国留学人员以及其他校领导相聚一堂，喜迎建党百年华诞，共叙党史学习教育，漫谈高校改革发展，同话校企合作共建。

不忘初心，党建引领促公益

为贯彻“以学促行，以行践学”的指导思想，安永上海党委狠抓党建工作的同时，积极组织开展丰富多彩的社会公益活动，主要实践有关爱儿童健康、防疫抗灾、爱心助学等几大板块。通过这些活动，将全心全意为人民服务的宗旨体现在共产党员的具体行动上，使党员不仅在本单位、在本职工作中发挥作用，而且在社会活动中发挥模范带头作用。

关爱儿童健康方面，安永上海党委作为主发起人之一，捐助设立“长三角乡村幼儿卫生保健人员培训慈爱基金”。该基金会旨在为长三角乡村儿童保教人员提供专业提升培训，并以此机会，提升幼儿保教岗位对于“健康中国”国家战略的重要性，并希望将在长三角积累的成功经验，向全国推广，让更多的幼儿获得健康的成长环境。

抗击疫情方面，安永上海党委在疫情爆发之初积极发动党员群众捐款捐物，尽全力筹措抗疫前线最紧缺的医疗物资，履行社会责任，与各界共面挑战。安永通过全球调配，在第一时间捐赠600件防护服、592只护目镜、4000只口罩、30000副医用手套，快马加鞭发往武汉，经由湖北省慈善总会定向发往武汉大学人民医院和黄冈市慈善总会，在最短时间送达抗疫前线。

捐资助学方面，安永上海党委定期向贫困地区捐赠笔记本电脑，把这一项目作为企业社会责任扎实履行，为贫困地区的学龄儿童创造尽可能多的接受教育的机会和途径，使其更好地发挥潜能，贡献社会。

继往开来 奋楫扬帆立潮头

2021年6月30日，行走的党课第二季总结篇：“从长三角到太平湖”顺利举办，参与行走长三角的党员干部们，在“七一”党的生日前夕，回到了党的诞生地——中共一大会址所在的新天地太平湖区域，安永的党员干部在这里寻见初心，共同见证建党百年的高光时刻。庆祝，是向丰碑的致敬，更是吹响了重整行装再出发的号角，本次活动上，安永邀请了有志之士一起共建百亩绿色发展生态公益林，共组可持续发展百人论坛，共话“科技引领，绿色发展”的理念，共同见证中华民族走向伟大复兴。

2021年是“十四五”开局之年，站在建党百年的重要节点，依托党建联盟“共建、共联、共享”优势，安永上海党委将和跨行业、跨地域的党员同志们一起回顾历史、展望未来，继续扎实推进安永上海党委党建各项工作的进一步发展，同时将不断创新和拓展，将党建工作做实、做细、做优。安永上海党委将坚定不移地践行初心和使命,进一步发挥基层党组织战斗堡垒作用，始终抓好党史学习教育的重要抓手，为实现高质量党建引领高质量发展的目标而不懈努力。

“四心”党建，服务国家战略，推进在华发展

——访埃森哲（中国）有限公司党总支书记刘弢

来源：《上海支部生活》 作者：张蔓蔓

▲ 埃森哲党总支与上海支部生活、倡廉文摘、宣传通讯党支部开展“上海奋斗之城”主题共建活动

引言——

作为世界500强企业，注册于爱尔兰的埃森哲公司是全球领先的综合性专业服务公司。在中国市场开展业务34年以来，埃森哲（中国）有限公司始终把党建工作与“根植中国、服务中国”的使命与理念融为一体。公司党总支通过聚人心、暖民心、强信心、筑同心的“四心”党建，积极服务中国国家战略，持续推进在华业务发展。

支部生活：在您看来，新时代外企党建的定位和目标是什么？党总支在党建方面的主要思路是怎样的？

刘弢：外企党建的定位和目标应是永葆初心，牢记使命，胸怀“两个大局”，立足外企实际，扎实推动“两新”组织发展壮大，取得党建和业务双胜利，为实现中华民族伟大复兴的中国梦而努力奋斗。埃森哲（中国）有限公司党总支通过聚人心、暖民心、强信心、筑同心，使党员同志们想在一起、站在一起、干在一起。

支部生活：您刚才提到“聚人心”，其具体内涵和做法是什么？

刘弢：2018年3月，我们在现有三个上海支部的基础上，整合组建成立埃森哲（中国）有限公司党总支，又于2020年6月成立北京支部。今年，埃森哲大连、深圳支部相继成立，以壮大包括大湾区在内的各个主要区域市场的党员队伍和加强组织建设。

我们顺应数字化趋势，主动对接中智高铁二号线平台，做实做细党建各项基础性工作，提升党员管理的科学化水平和效率；全面排查党员身份、恢复老党员的定期联系；寻找因各种原因与组织失联的党员，吸纳并整合新并购公司的党员；做好预备党员的转正和新党员的考察和发展工作。同时，梳理支部和总支的工作机制和流程，配合并参与上级党委在上海市跨区域、跨行业范围的系列党建活动。

支部生活：抗击新冠疫情过程中，如何来“暖民心”？

刘弢：暖民心，重点是为党员和员工办实事。针对疫情期间人员分散，难以组织开展线下党员学习交流的实际，我们成立各支部微信群，进行抗疫捐款，指导并协同工会帮助急需援助的员工家庭共渡难关。疫情期间，我们第一时间成立应急专项小组，党员高管每日加班值守，

▲ 埃森哲党总支书记 刘弢

全力保障公司正常运作与客户项目的顺利交付；公司还捐赠了价值100万人民币的医疗装备和专业服务，助力抗击新冠肺炎；通过埃森哲全球援助系统，我们调动各方资源为急需帮助的员工提供紧急援助；此外，我们还成立了“员工互助基金”，专门用于资助在新冠肺炎治疗和康复过程中遇到经济困难的员工及家属等。

支部生活：“强信心”的主要途径有哪些？

刘弢：强信心，我们通过“四同”，即同谋划、同部署、同推进、同考核，实现党建和业务发展的双驱动、双胜利。一直以来，党员高管和员工共同努力，为中国发展提供中国智慧。作为可信赖的数字化转型卓越伙伴，我们正在更创新地参与商业和技术生态圈建设，帮助中国企业和政府把握数字化力量，通过制定战略、优化流程、集成系统、部署云计算等实现转型，提升全球竞争力。

我们积极为地区经济发展做贡献，是上海现代服务业的领军企业。2012年，公司被授予白玉兰荣誉奖；2019年被评定为上海市跨国公司地区总部。同时，党员高管引领和带动党总支成员认真扎实开展党总支的日常工作，并在本职岗位上主动亮明党员身份，以身作则，敢于担当。党总支于2020年、2021年连续获评外企先进基层党组织，多名党员获评百年先锋、优秀党务工作者和优秀党员。

支部生活：为了“筑同心”，采取了哪些切实举措？

刘弢：公司党总支一直将重学习、勤实践摆在重要的位置，以学铸魂，以学促干，通过学习、参观、共建、分享等活动来筑同心。比如，疫情期间，我们线上线下双联动，线上开展龙华烈士陵园网上祭扫、“四史”云学习、我的电影党课和党史专题党课学习等，线下召开座谈会、进党校培训、进行读书分享以及自主学习等。同时，结合外企中党员分散、年轻化的特点，定时组织主题参观活动。过去几年里，我们组织了“上海：奋斗之城”主题影展参观、“重走红色道路、重温红船精神”嘉兴南湖行、内蒙古治沙植树等一系列活动。

我们还利用公司中国总部所在地临近一大会址的有利地理条件，经常性地组织员工和国际友人开展参观和学习活动，宣讲党的历史和中国故事。此外，我们尤为重视共商、共建、共享活动，与“学习强国”上海学习平台、解放日报社、上海交通大学出版社、黄浦区总工会等单位的党组织开展共建活动。

支部生活：党总支如何将公司长远发展与国家战略相结合？党建工作如何与公司特色业务相结合？

刘弢：我们始终致力于将公司“根植中国、服务中国”的长期发展战略与服务于中国的国家战略相结合，比如推动与中央部委就“一带一路”、“两化融合”、全球能源互联网等项目展开合作，就国家战略议题主持出版了《创新中国2030》、《数字中国2020》、《中国能源互联网》、《新资源经济》等系列战略咨询书籍和报告。公司党员高管们还带头发起并推动了埃森哲在上海自贸区成立本土公司，响应并服务上海推进全球科技创新中心建设；同时，我们积极加强与上海市政府和各级职能部门的合作，提供我们的智力贡献。此外，我们还主导并推动了公司“得益于斯、奉献于斯”的企业公民计划。

▲ 埃森哲党总支组织参观中国共产党第一次全国代表大会纪念馆

▲ 埃森哲党总支组织党员赴金山开展学习活动-金山卫抗战遗址纪念园抗战浮雕前-合影

我们把党建工作与公司特色业务相结合，实现双轮驱动、良性互动。比如，党总支组织“咨询专家智库进党校、进工厂、进农村”活动，结合公司在数字化转型等方面的理论和实践，邀请国有企业、民营企业的党员高管和管理团队参观公司位于上海的中国数字创新中心、位于深圳的全球创新研发中心、位于大连的技术交付中心和智能运营中心等，实地参与前沿创新和应用机构的演示和体验活动。我们还充分发挥业务关系和意见领袖优势，积极支持中国500强论坛、上海论坛、上海全球青年论坛等国际性会议的举办，邀请诸多500强公司共同参会建言献策。

支部生活；为迎接建党百年，党总支有什么相关计划？

刘骏：公司党总支紧密围绕“四个一”工程展开，以实际行动迎接建党100周年。一是保持一颗初心。作为走在创新前沿的专业服务公司，我们继续激励党员永葆初心、牢记使命，一如既往地积极投身于为中国数字经济和国企改革发展贡献智力和实践支持的征程中。二是精读一本原著。我们正在开展党史学习，通过支部委员进党校读原著、学原文、悟原理，把心得体会与党员分享。三是走访一些足迹。我们开展了一系列爱国主义教育基地、革命教育基地的主题参观活动，包括了解工人运动历史、重温红色档案珍品、走进党的诞生地等。四是共建一群伙伴。我们正与更多先进支部开展党建共建，更好地推动党总支的建设。

在跨国公司做党建是一种怎样的经历？一位党员如是说

来源：上观新闻　作者：张煜

在一家跨国公司里从事党务工作是一种怎样的经历？

这个问题，李香花或许是最有发言权的人之一。在沃尔沃，她不仅是亚太区设施管理总监、工会主席，还是从无到有建立起一个全国性基层党组织的带头人，现任中共沃尔沃汽车集团党委书记。

“在跨国公司做党务工作很有意思，效果也很显著。”在李香花看来，只要与外方做好沟通工作，在跨国公司里，“扎实+踏实”的党建一样可以发挥引领和凝聚的作用，为企业带去发展红利。

党建引领作用立竿见影

2010年8月，吉利完成对沃尔沃的跨国收购。收购后，如何克服“水土不服”成为摆在每个进行跨国收购的中国企业面前的难题。在摸索中，吉利和沃尔沃的高管认识到：若要克服难题，就一定要加强党建。当时有案例显示，党建工作有助于加速本土化进程，提升企业文化，密切员工关系，推动企业发展。2012年10月，沃尔沃汽车集团中国区党委在上海成立，李香花成为第一任书记。

虽然沃尔沃中国总部在上海，但其分支机构遍布全国各地，因为业务原因，党员也分散在天南地北，党组织怎么快速建设起来？对刚刚起步开展党建工作的跨国公司党委来说，是个新挑战。

▲ 沃尔沃亚太区设施管理总监、工会主席；中共沃尔沃汽车集团党委书记李香花

从党员人数最多的地方开始——有了中外两方的支持，李香花干起来很有底气。第一步，李香花在研发中心和成都基地这两个重要的区域成立了两个党总支，完成“跨地区”统筹。第二步，又在张家口、销售、综合、采购、大庆成立5个党支部，完成“集团性”设计和“区域化”拓展。第三步，通过联合嘉定工业区、成都经开区党工委、大庆高新区党工委、河北

怀安经开区党工委共同签订跨区域党组织管理合作协议，实现“行业化”延伸。

基于跨地区党委体系，李香花还创新建立了“一三一”工作机制，并从培训、提升、关爱等方面入手，加强企业党员带头人队伍建设。经过多年发展，目前沃尔沃党委在册党员579名，35周岁及以下占85%，本科学历及以上占88%，业务骨干和项目带头人占80%，呈现出高学历、年轻化、骨干化的特点。

基层党组织对企业发展的引领作用立竿见影。比如，这支以党员为骨干的研发团队成功攻克了汽车安全智能系统测试领域的技术难题，研发生产了沃尔沃S60L和S90汽车，并出口美国、东盟等海外市场，实现了中国制造豪华品牌汽车第一次出口美国的目标。“有个外方负责人跟我说，以后招聘，其他条件同等的情况下党员优先，因为党员在工作中确实发挥着榜样作用。”

带头人带好头

在党建工作之外，李香花与每一位沃尔沃汽车人一样，在自己的本职工作岗位上，兢兢业业做实事，用自己的一份真心，推动企业及企业党建工作的发展。

在沃尔沃汽车，李香花曾先后担任采购总监和设施管理总监，在公司的关键岗位上做出了突出的成绩。比如，她主导并圆满完成沃尔沃成都工厂、大庆工厂、张家口工厂的基建、机器设备等采购工作；引领全球IT采购团队与IT相关方建立强大的网络联系。此外，在李香花的带领下，沃尔沃的本土化率由收购时的52%提高到目前的75%。

在同事们眼中，李香花总能高效有序地推动大家完成那些看起来“不可能的任务”，并让大家看到，党员要做到“要么不做，做了就要做好”。

近年来，沃尔沃汽车集团党委及下设党支部先后获得了“上海市嘉定区先进基层党组织”“上海市五一劳动奖章”“上海市党支部建设示范点”等一系列荣誉。如今，由党员组成的“红色生产力”已成为沃尔沃内部的先锋力量，党组织和党员在企业中的作用愈发突出，无形中成为沃尔沃快速、健康发展的“助推器”。

李香花总是说自己就是一个平凡的汽车人、一个平凡的党员，做着每一位汽车人和党务工作者都会做的事情。然而就是每一位平凡的他们，带头造就了“不平凡”的中国汽车梦。

跨国公司在沪地区总部突破800家

来源：新民晚报 作者：张钰芸

到嘉定综保区买保时捷赛车，去淮海路逛施华洛世奇全球旗舰店，在普德赋的沉浸式剧场享受戏剧冲突……扎根上海、深耕中国的外资企业用一个个大项目，为上海再添魅力。7月27日下午，投资总额为58.5亿美元的60个外资项目在沪集中签约，显示上海仍是跨国公司全球布局的首选地之一。

记者从市商务委获悉，今年上半年，本市引进外资稳中提速，全市实际使用外资124.48亿美元，比去年同期增长21.1%，两年平均增长13%；新增跨国公司地区总部31家，外资研发中心12家。截至6月底，跨国公司累计在沪设立地区总部802家，外资研发中心493家。

提升更多总部职能

“为了支持中国市场业务的持续增长与战略升级，施华洛世奇总部已决定从2020年开始赋予本公司大中华区水晶业务的全面经营管理职责，并直线向施华洛世奇总部及全球CEO汇报。”施华洛世奇（上海）贸易有限公司水晶业务大中华区董事总经理孙珏表示，此次获颁跨国公司地区总部，将进一步满足公司在中国市场上提升管

理、运营、商业等多方面能级的需求。

“中国市场的业务是集团全球范围内最大与最重要的营收来源，贡献了约20%的收入，同时也是增速最快的区域。”她表示，此次战略调整将引领公司在中国市场持续全面开展零售升级行动等各项计划，例如今年11月，施华洛世奇的全球旗舰店将亮相淮海中路，这是品牌升级之后，施华洛世奇在全球面积最大的旗舰店。”

2019年刚刚获批跨国公司地区总部，短短两年不到，意大利船级社（中国）有限公司再次升级为亚太地区总部。为什么不断在上海升级总部职能？公司大中华区总监Luigi Mattera说，因为中国市场值得投入。

“我们刚刚和上海外高桥造船签署了一份协议，将为中国建造的豪华邮轮提供入级服务，这艘邮轮也将成为目前中国建造的最大国产豪华邮轮，计划将于2025年12月交付。”他告诉记者，今后上海的总部职能将不断升级，管辖范围覆盖全亚洲各项业务，“我们要进一步扩大在中国市场的份额，最近正在加大招聘力度”。

带来更多创新业态

说起法国最有特色的主题公园，狂人国（Puy du Fou）绝对榜上有名，如今它不但首次走出欧洲，要在中国打造全球第三座公园，还将把中国区总部落在上海。近水楼台先得月，明年6月，一座全球最大的沉浸式演艺剧场就将在上海的光大会展中心西馆揭幕，总投资额达到5亿元人民币。

“我们在法国的主题公园面积650公顷，拥有21个大型电影场景沉浸式大秀、30余家餐厅和6家主题酒店，其中大型夜秀的席位达到14000席。”把法国的文化盛宴带进中国，普德赋亚洲董事局（Puy du Fou Asia Limited）副主席赵崇逸告诉记者，上海的沉浸式剧场已在今年6月启动建设，最近刚刚发布了招募演员的广告。

“这是一种全新的剧场演艺方式，剧场里没有舞台，也没有固定的座位。戏剧开场后，每5分钟进入一批观众，精致的室内实景和走在你身边的演员，会把观众带入到浪漫的中法爱情故事之中，随着剧情的发展沉浸其中。”

“保时捷（中国）汽车销售有限公司获颁跨国公司地区总部，表达了我们深耕中国市场的信心与决心。”公司副总裁及首席财务官洪声告诉记者，事实上，中国市场已连续第六年成为保时捷全球最大单一市场，而企业也在不断拓展新的增长机会，刚刚引入中国的赛车业务就是一个实证。

今年7月初，保时捷亚太赛车贸易（上海）有限公司在嘉定综保区注册成立，销售专业赛车。开业没几天，一部分订单已经“在路上”，第四季度第一台价值130万元的赛车就会交付到中国客户手中。

保时捷亚太赛车运动董事总经理季博安告诉记者，过去因为政策受限，国内消费者想要购买赛车，只能在日本、马来西亚等国家购买，亚洲地区每年90辆左右的赛车销售量中，有55%被中国买家拿下。但他们不仅需要用美元支付，而且只能把赛车存放在国外，非常不方便。如今，消费者不仅可以在综保区直接使用人民币结算购买赛车，综保区也提供存放及清关服务，在举办赛事的时候还能“无缝”提车。“未来我们希望这项业务能立足上海辐射亚洲，并且快速增长。”

打造生机勃勃“创新热带雨林”

来源：新民晚报 作者：宋宁华

▲ 强生亚太区首个创新孵化器JLABS

作为浦东落实《引领区意见》的重要举措之一，浦东新区大企业开放创新中心计划（以下简称GOI）日前正式发布，将在浦东打造生机勃勃的“创新热带雨林”。

发布仪式上，强生JLABS@上海、微软人工智能和物联网实验室、大飞机创新谷、罗氏中国加速器、百度飞桨人工智能产业赋能中心等首批20家浦东大企业开放创新中心集中亮相。特别值得一提的是，首批企业几乎都重点关注硬核产业创新。

做强创新引擎

大企业开放创新中心，顾名思义，由行业龙头企业或细分领域领军企业发起建立，遵循开放式创新全球创新趋势，吸引集聚创新力量实现协同创新的新型载体。

浦东开发开放31年来，浦东科技创新从阡陌之地蝶变为“创新引擎”，初步构建了具有全球影响力的科技创新中心核心承载区框架，形成自上而下，由数十家重点实验室和高端科研院所策源、数百家内外资大企业引领、数万家创新创业蚂蚁雄兵支撑的金字塔型创新格局。

通过大企业开放创新中心，浦东新区将加快构建各创新主体相互协同的创新联合体，推动跨国公司由引进全球创新到孵化本土创新，优化创新创业生态环境，做强创新引擎。

3年100家以上

发布仪式上，浦东新区副区长吴强介绍了GOI的主要目标、标准、主要内容。通过政策合力、社会资源、专业服务，推动企业双向赋能、激发双向活力，推动浦东打造自主创新新高地，率先践行“四个第一”（科学规律的第一发现者、技术发明的第一创造者、创新产业的第一开拓者、创新理念的第一实践者）。

据介绍，浦东新区将在3年内建设大企业开放创新中心100家以上、赋能高质量创新企业5000家以上。推动研发中心向开放创新中心升级，在浦东打造生机勃勃的“创新热带雨林”，构建“政产学研金服用”七位一体的创新生态体系。

通过实施GOI，浦东新区推动创新引擎更加有力，产出一批高价值知识产权成果。创新氛围更加活跃，壮大一批硬核高新技术企业。创新集群更加凸显，打造一批世界级创新集群。创新生态更加完善，成就一批领军型创新创业人才。

GOI实行标准化管理。据悉，企业申报大企业开放中心创新需满足“2+6”个标准。登记阶

段，满足两条必备条件，即发起主体为行业龙头企业或细分领域领军企业，具备明确的建设方案、赋能规划和专业团队。复核阶段，3年内赋能企业100家以上、同时6个可选功能条件达到3条视为建成，包括空间功能、孵化功能、技术功能、投资功能、商业功能、生态功能。

12条扶持政策

当天，30家合作伙伴分别获GOI技术赋能合作伙伴、GOI信贷赋能合作伙伴、GOI资本赋能合作伙伴证书。

记者了解到，在政策合力赋能方面，将分别给予大企业开放创新中心建设运营支持和中小科技企业的扶持，整合推出12条扶持政策。

对于大企业开放创新中心的支持，具体包括项目建设、空间保障、运营绩效、引进国际前沿项目等6条扶持政策。比如，在建设上按照总投资的50%最高不超过1000万元给予扶持、运营上每年给予最高300万元扶持、列为重点单位给予新区人才扶持保障政策等。

对于中小科技企业的扶持，具体包括降低融资成本、技术创新支持、国资股权投资、知识产权保障及高端人才引进培育等6条扶持政策。比如，给予小微型高新技术企业最高不超过50万元贷款贴息、重点项目给予最高不超过5000万元的股权投资、知识产权快速审查维权、每年可申请20万元创新券等。

▲ 微软人工智能和物联网实验室

“我们将以GOI为牵引，进一步强化浦东创新策源功能，打造适合各类创新主体茁壮发展的土壤环境，全力打造国际科技创新核心区，树立自主创新发展的时代标杆。”吴强表示。

天灾无情人有情，驰援河南，会员企业在行动

7月下旬，河南多地遭受强降雨，引发灾情，造成巨大经济损失和人员伤亡。上海市外商投资协会的会员企业纷纷伸出援手。据不完全统计，截至7月30日，已有57家会员企业参与驰援河南行动，合计捐赠价值超过2.3亿元的款项及物资。

8月6日，协会会员企业上海金光外滩置地有限公司通过协会向上海市志愿服务公益基金会下属的外企志愿服务联盟专项基金捐款100万元，用于支援河南防汛抗灾工作。

上海市志愿服务公益基金会理事长蔡伟民，上海市外商投资协会会长黄峰，上海金光外滩置地有限公司执行董事蒋有富等出席在协会举行的捐赠仪式。活动由上海市外商投资协会副会长兼秘书长刘生主持。

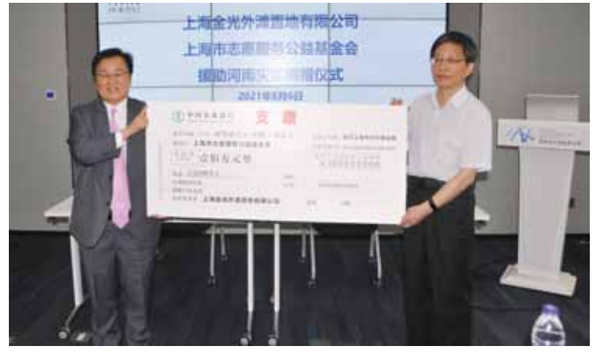
协会黄峰会长感谢企业的爱心和善举，并表示协会非常荣幸与上海市志愿服务公益基金会合作，通过外企志愿服务联盟以及专项基金，发挥外商投资企业在承担社会责任、支持抗震救灾、志愿服务等方面的作用，为社会公益事业发展做出

上海市志愿服务公益基金会理事长蔡伟民感谢企业的爱心捐赠和协会的支持，并表示市志愿服务公益基金会将确保捐赠资金专款专用，落实到河南灾区急需的项目上。

金光外滩置地有限公司执行董事蒋有富表示，河南遭遇洪灾，救灾形式严峻。上海金光外滩置地有限公司决定捐赠100万元，希望帮助河南灾区百姓，并希望带动其他企业奉献爱心。相信大家齐心协力，河南一定能够度过难关，早日恢复正常生产和生活秩序。

除了金光外滩置地有限公司的爱心捐赠外，上海市外商投资协会其他会员企业也纷纷伸出援手，以不同的方式支持河南灾区的救援与重建。

星巴克：北京星巴克公益基金会向中国扶贫基金会捐赠人民币500万元，用于支持河南灾区的紧急救援和灾后重建工作。



▲ 上海金光外滩置地有限公司向上海市志愿服务公益基金会下属的外企志愿服务联盟专项基金捐款100万元

嘉吉：嘉吉公司向中国红十字基金会捐助170万元，向上海慈善基金会嘉盈专项基金捐助30万元，共计200万元人民币，定向用于河南农村地区抗洪救灾和灾后重建工作。

安永：安永通过河南省慈善总会向河南捐款人民币100万元，并号召安永大中华区全体员工向灾区捐款，与河南人民共渡难关。

西门子：河南遭遇历史最强降雨，交通、医疗等系统受损，强降雨造成了郑州当地多家医院的X光机、CT、MR设备不同程度受损。西门子医疗客户服务团队第一时间主动联系各家医院，积极配合医院进行设备抢险维修。周边地区工程师也紧急准备赴郑州支持救灾抢修工作。

金光集团APP：金光集团APP（中国）向上海市侨联捐赠一批包含纸巾、消毒湿巾、卫生巾等生活必需品在内的生活物资，驰援河南，力图保障受灾人民的基本生活需求。

德勤：德勤公益基金会理事会通过紧急决议，向郑州慈善总会捐赠人民币50万元，用于支持当地抗洪救灾，帮助受灾群众渡过难关。

GE医疗：GE医疗宣布将联合河南当地的合

作伙伴--中原豫资投资控股集团(简称豫资控股集团)，向郑州市红十字会捐赠价值人民币3000万元的医疗设备、配件和服务，紧急驰援河南，为受灾救治提供相关医疗影像检查，并为因灾情受损的医疗设备提供维修服务，帮助医院尽快恢复正常运营。

INDITEX：ZARA母公司INDITEX集团持续关切连日来极端强降雨带来的自然危害，以及河南遭受的重大损失。公司将通过中国妇女发展基金会捐赠100万元现金，并通过中华环保基金会捐赠价值936万元的灾情所需卫生物资共计355万余件，为当地防汛救灾行动略尽绵薄之力。

赛莱默：赛莱默公司向郑州市污水净化有限公司捐赠排水泵，用于支持郑州市区及周边城区的抗洪救灾，帮助受灾群众渡过难关。

麦当劳中国：麦当劳中国通过中国宋庆龄基金会麦当劳叔叔之家慈善基金捐赠100万元人民币给郑小慈善总会，用于采购防汛物资、应急救援、帮助受灾群众度过难关，为灾后重建尽绵薄之力。

普华永道：普华永道向河南省慈善总会捐赠人民币60万元，用于支持当地抗洪救灾及灾后恢复重建工作。

松下电器：松下电器中国东北亚公司宣布紧急捐赠100万元人民币驰援河南抗险救灾。同时，松下正在紧急调配1,000台松下户外强光手电筒，助力河南防汛紧急救援工作。

亿贝 eBay：上海亿贝网络信息服务有限公司（eBay ）向中国红十字基金会捐赠人民币100万元，用于驰援河南省抗洪救灾项目、采购紧急救灾物资、灾后重建、防疫消杀等工作，全力协助中国红十字基金会的抗洪救灾行动。

索尼：索尼在华企业启动公益应急金预算，捐助100万元人民币用于抗灾救灾。目前，索尼在华各企业已纷纷启动灾害救助机制，还将继续投入资源支持灾害救援和灾后重建工作。

百事：百事公司大中华区食品和饮料业务部门主动与当地政府部门联络，宣布向中国妇女发展基金会捐赠饮料产品10000箱，共计240000瓶支持郑州一线救灾，百事公司旗下的桂格品牌也向中国妇女发展基金会捐赠50万份桂格即食燕麦产品驰援灾区，并向奋战在救灾一线的各界人士致以崇高的敬意。

施华洛世奇：施华洛世奇向河南省慈善总会捐赠人民币100万元，用于支持郑州及河南其它地区抗险救灾。

达能中国：达能中国紧急联系多方部门，通过慈善机构第一时间捐赠6000箱依云天然矿泉水、2000箱脉动维生素饮料，以及200箱爱他美和诺优能蕴荟婴幼儿配方奶粉，为一线救援人员和当地受灾群众提供安全健康的用水补给以及营养保障。达能中国首批捐赠物资累计150万人民币。

拜耳：拜耳宣布向中国扶贫基金会捐赠200万元人民币，用于河南强降水灾区的紧急救援工作。捐赠资金将首先用于购买通讯设备、橡皮艇、抽水机、饮用水、发电机、救生衣等救援物资与装备以及食品等生活物资，并用于灾后重建。

毕马威中国：毕马威中国向中国扶贫基金会捐赠人民币60万元，用于支持当地抗洪救灾，为受灾群众提供一线紧急救援、物资援助及灾后重建工作。

可口可乐中国：可口可乐中国携手装瓶合作伙伴及时启动了“净水24小时”救灾行动，公司已与受灾地区政府和社会组织取得联系，正紧急调用附近渠道的瓶装饮用水。截止22日下午6点，可口可乐中国通过”净水24小时”，已通过郑州应急一线及壹基金，向郑州及周边受灾城镇送去约144000瓶饮用水，支持前线救灾工作。更多瓶装饮用水正在调用和运送进程中。

罗氏诊断：罗氏诊断通过中国人口福利基金会向河南省部分医疗机构捐赠价值约1,000万元的体外诊断设备，帮助受灾医院尽快恢复正常运营，为患者保驾护航。

阿迪达斯：阿迪达斯通过苏州工业园区慈善总会向河南省慈善总会捐赠现金及装备物资共计2000万元人民币。善款将主要用于灾区学生资助、校园重建(尤其体育设施设备的修缮)等工作。

飞利浦中国：飞利浦中国联合合作伙伴捐赠总价值5000万医疗设备和服务方案，捐赠给公益基金会专项用于救助河南灾区医疗机构受损设备的恢复使用、售后维修及维护保养，全力驰援河南，集结各方力量携手共度难关。

迪卡侬中国：迪卡侬中国紧急调配助浮衣、皮划艇及配套设备等近千件急需物资火速驰援河南郑州，定向捐赠战斗在抢险救灾一线的消防官兵和公安干警，支持救援工作。

雀巢：雀巢心系河南灾区，捐赠了雀巢NIDO、怡跃和爱思培品牌奶制品；嘉宝婴儿米粉；脆脆鲨和呈真品牌威化及趣满果糖果；雀巢咖啡即饮咖啡；徐福记品牌沙琪玛及其他糖果、饼点等产品，总额630万元人民币，助力河南灾区救援。

正大集团：正大集团通过正大慈善基金会捐赠价值1000万元的食品、饮用水和其他生活用品等救灾物资，定向援助河南省受灾地区开展灾害救援工作。

罗氏制药：罗氏制药密切关注灾情与救助所需，第一时间宣布向中国红十字基金会捐赠100万元，驰援河南省防汛救灾。捐款将用于为受灾地区人民群众采购救援物资与生活物资、支持当地灾后防疫工作，助力河南防汛救灾和重建工作。

大金中国集团：大金中国捐赠100万元资金用于河南防汛紧急救援工作，保障当地群众人身安全，采购救灾物资，助力政府与社会各界防汛救灾，帮助受灾同胞平安渡过难关。

益海嘉里集团：益海嘉里集团通过金龙鱼慈善公益基金会向郑州市、安阳市汤阴县、周口市、开封市捐赠合计1400万元的现金和生活物资（950万元现金和450万元物资）。

大众交通集团：大众交通集团向郑州出租汽车行业协会捐助20万元，用于赈灾工作，同时向郑州协会发出一封慰问信，表达守望相助、共担风雨的心意。

玫琳凯中国：玫琳凯（中国）有限公司向河南省慈善总会捐赠价值100万元的物资，包括营养品及生活用品等，于今日发往灾区，用于当地卫生防疫、保障基本生活等紧急救援工作。

宝马：宝马（中国）汽车贸易有限公司及华晨宝马汽车有限公司通过中国教育发展基金会宝马爱心基金，紧急捐款人民币1000万元，用于援助河南省的防汛救灾及灾后重建工作。

维他奶：维他奶有限公司紧急捐赠2万箱，价值130余万的营养产品给河南省消防官兵，为奋战在防汛抗洪一线的勇士们及时补给营养。

米其林中国：米其林中国心系灾区，即日向河南省慈善总会捐赠200万元紧急驰援河南，用于支持河南省防汛救灾和灾后恢复等工作。同时，公司积极助力受影响门店的灾后恢复工作，从而尽快提供民众所需的服务。

雅诗兰黛集团：雅诗兰黛集团通过上海市慈善基金会闵行区代表处捐赠500 万元用于帮助救灾抢险人员和受灾群众，紧急物资采购以及灾后重建。

GSK中国：GSK中国密切关注灾情与救助所需，决定向中国红十字基金会捐赠人民币100万元，用于保障受灾群众应急生活所需、支持当地灾后防疫和重建等工作。

阿斯利康：阿斯利康（无锡）贸易有限公司党委宣布捐款100万元公益项目资金为河南灾区提供紧急支援。此次捐助款项主要用于帮助受灾严重的郑州大学第一附属医院恢复医疗秩序、减少对患者的影响，帮助受灾群众渡过难关。

百胜中国：百胜中国旗下品牌肯德基、必胜客、小肥羊为河南灾区免费送餐超过41445份。

上海三菱：上海三菱在此承诺：我们将积极投身灾后修复工作，免费提供货值500万元的电梯备品配件（其中200万元专项用于郑州地铁项目），助力电梯和自动扶梯抢修，力求尽快恢复城市楼宇垂直交通系统，保障市民们的安全出行。

武田：武田（中国）投资有限公司宣布将向中国红十字基金会捐赠100万元，根据河南灾情和当地实际需求，该捐赠资金将专项用于采购紧急救灾物资、支持当地灾后消杀消毒防疫和灾情相关的疾病卫生管理，助力河南防汛救灾和重建工作，保障受灾群众应急生活所需。

碧迪医疗：碧迪医疗针对当地医院的急救需求，积极筹备了数十万元输液类、止血类、泌尿重症类等医用耗材物资，即将通过郑州市红十字

会，捐赠给郑州相关医院，用于灾后医疗救助，并同步数十万元现金捐助。

勃林格殷格翰中国：勃林格殷格翰中国向中国红十字基金会捐赠200万元人民币，驰援河南的防汛救灾工作。

欧莱雅中国：欧莱雅中国向中国红十字基金会捐赠价值超过500万元人民币，共计15万件的物资。

英科再生、英科医疗：英科再生和英科医疗两家企业联合向郑州市红十字会捐款100万元人民币，向郑州大学第一附属医院，河南省人民医院，郑州市中心医院等医疗机构捐赠医用丁腈手套200万只，消毒湿巾10000套，碘伏棉棒5000套，用于郑州等灾情严重地区的防汛救灾、卫生防疫及灾后重建工作。

霍尼韦尔：霍尼韦尔向中国扶贫基金会捐赠价值人民币350万元的物资，支持河南灾区紧急救援和灾后防疫工作。

安利：安利公益基金会联合中华少年儿童慈善救助基金会，向河南慈善总会捐赠儿童卫生防护包，总价值135万元，定向用于河南地区儿童防疫及卫生健康教育工作。捐赠物资将为河南受灾地区儿童提供基础卫生防护物品，包括了牙刷、牙膏、儿童水壶、擦手巾、香皂、护手霜、儿童口罩等日常消杀和防疫用品。

百威中国：7月21日，百威中国紧急调运百威应急纯净水10176罐，第一时间运往受灾地河南卫辉，通过卫辉市防汛抗旱指挥部给坚守在防汛一线的救援团队和受灾群众及时送去干净的饮用水。7月23日，百威中国又加急组织生产应急纯净水，并已于24日从武汉发运，这480000罐百威应急饮用水将捐赠给郑州市红十字会，新乡市红十字会，并送到抗洪抢险第一线。

联合利华：联合利华携旗下品牌驰援河南向中国扶贫基金会紧急捐赠个护清洁生活用品。

路威酩轩：路威酩轩集团中国区总部宣布向郑州市红十字会捐赠资金1000万元人民币代表路威酩轩集团旗下万千员工之心，牵挂千千万河南居民，力挺灾区千计城乡重振家园。

Gap盖璞：盖璞（上海）商业有限公司 (Gap) 通过中国扶贫基金会向河南灾区捐赠价值500万元衣物，为防汛赈灾尽绵薄之力。

伊顿：伊顿从北京、河北、四川、山东四地，紧急调配多套 UPS 不间断设备以及电池等配套物资，火速发往郑州灾区，并于 7 月 24 日，通过爱德基金会，将这批市场价值 80 万元的物资捐给灾区地铁和医院，用于灾后应急和重建工作。

康宝莱：美国营养品公司康宝莱日前通过中国红十字基金会向河南省灾情严重地区捐赠价值80余万元的营养品，帮助当地受灾群众渡过难关。

礼来中国：礼来中国宣布向中国红十字基金会捐赠1,000,000元，用于受灾严重医院医疗物资采购、灾情相关疾病卫生管理、灾后防疫等工作。

诺华：诺华集团（中国）宣布，将向中国红十字基金会捐赠200万元，支援河南极端强降雨灾区。根据当地实际需求，该捐赠款项将用于支援灾后重建工作。

科思创：科思创宣布携手合作伙伴向郑州、滑县和新乡等地的慈善、医疗和卫生部门捐赠总价值近140万元的急需救援用物资，包括应急灯、头灯、手电、充电宝、护目镜、床垫和记忆枕以及瓶装水等。

辉瑞：辉瑞积极行动，向中国红十字基金会捐赠100万元，助力河南水灾消杀防疫和灾后重建工作。

多特瑞中国：多特瑞中国紧急联系多方部门，通过上海市慈善基金会捐赠物资和善款为一线救援人员和当地受灾群众提供必要的清洁用品，助力灾后重建。多特瑞中国首批捐赠物资和善款累计120万人民币。

爱茉莉太平洋中国：爱茉莉太平洋携旗下雪花秀、兰芝、梦妆、悦诗风吟、吕及魅尚萱等品牌通过中国扶贫基金会捐赠200万元人民币及价值超过300万元的个护清洁产品，用于支援河南灾后重建工作，助力河南同胞渡过难关。

“品”“味”成功，创造多彩世界

供稿：芬美意香料（中国）有限公司

瑞士百年老店芬美意已在上海深耕近30载，伴随并见证着上海这座大都市的变迁和升华，也不断为中国消费者的日常创造无限美好。2019年上任的芬美意中国区总裁安保罗先生一踏上上海这片热土就被深深吸引。他周末会和太太一起骑车游览上海的大街小巷，或漫步梧桐树下，了解并感受海派历史、人文、以及这个国际大都市的特殊魅力。作为一名优秀的企业家，在工作中他积极进取、创新，带领芬美意中国的员工为上海的发展努力贡献、为中国的广大消费者的美好生活增添滋味。

引领消费者的“品”、“味“提升

作为业内知名的香精香料企业，芬美意中国在总裁安保罗的带领下，争创引领香氛和风味的创新先锋，以满足消费者的“品“、”味“需求。

“你能想象身处一个淡而无味的世界吗？再想象一下你最喜欢的饮料或香氛产品，尝起来或闻起来，你的感受是什么？这，就是我们在创造的。我们的解决方案是创造一个多彩的世界和令消费者愉悦的时刻。”安保罗说。人类的基本嗅觉和味觉感官都能产生愉悦感，从而增强人们的正面情绪。全世界每天有超过40亿的消费者正在体验芬美意的香氛或风味。

芬美意创立于1895年，是一家拥有 125 年历史的瑞士企业，在行业内处于领先地位，我们的两项主要业务：高级香水和香料原料全球排名第一。2001年，芬美意落户上海闵行，为众多跨国公司和本地企业生产的民生产品提供最佳服务。

安保罗将芬美意的调香师们比作会变魔术的烹饪师，“只有将世界上最好的食材恰到好处地组合在一起，才能做出美味的佳肴。我们调香师的工作就是选择最佳的香原料并加以配比，调出消费者心仪的味道，并通过消费者的反馈不断地创新。”

立足上海，引领行业在中国的可持续发展

安保罗说，“我整个职业生涯几乎都在芬美意度过，至今已经是第 36个年头了。我认定了芬美意公司，因为它早已是业内可持续发展和创造力的标杆，而且是高质量产品的保障。我很幸运能在这样一家行业领先的公司工作。”

芬美意在行业中已历经126年生生不息的发展，储备了大量的人才，安保罗作为一名资深的管理者于2019年被总部任命为芬美意中国区总裁，来拓展公司第二大市场。芬美意对中国的商业潜力充满信心，同年，公司全球最大最先进的香精制造工厂在中国张家港落地，几个月后，全

球第一家高级香水创意中心在上海市中心落成。

“中国的增长机会是无限的，同时，市场也是瞬息万变的。只有当你身处此地，你才能时刻把握市场脉搏。”安保罗说，“为缩短决策时间并将决策权交给最了解市场的人，公司为中国业务的快速发展建立了一种新的运营模式，这种模式就是本地决策、全球提供支持。”

中国是世界第二大香氛和风味市场，中国市场具有消费群体大、口味种类繁多、本地初创企业多等特点，这就需要我们投入大量资源来准确了解本地市场。很多本地公司都希望能与芬美意开展业务合作。 我们在风味市场的切入点，一是在使用植物蛋白来制造肉类替代品、且产品在外观、烹饪方法和口味方面和肉无限接近。植物基肉类面临的不仅仅是口味的问题，芬美意能提供优化其质地的最佳解决方案，这是产品成功的重要组成部分；二是在减糖减盐领域，市场也有强烈的需求，芬美意的技术能帮助创造出此类注重健康的优质产品。

在中国的广袤土地上，安保罗看到的不仅是大城市的市场，他对众多初创企业和小型企业结合的待开发的中小企业市场和民众关心得健康产品也给予了极大的关注，尤其在中国的南方。“这些小企业有潜力成为明日之星。”他说，“此外，西部的很多业务也待进一步开发。”由此可见芬美意在中国扩大业务版图以确保我们的足迹覆盖整个中国和所有潜在客户的决心。

以研发为基石，数字化促增长

专为中国市场设计的创新架构是芬美意中国业务增长的支柱之一。“我们是业内唯一一家在中国拥有基础研究能力、研发与日常业务运营坐落在同一园区、且互相支持为客户提供无缝连接服务的公司，”安保罗说，“在园区里，我们有50 多名科学家致力于为中国及其他地区研究香氛和风味技术，这里拥有最先进的设备、进行着最前沿的研究，以满足中国消费者的需求。”

中国研发团队的大部分成员都是本地人才。“中国有很多人才，希望最优秀的人加入芬美意。我们会持续在人才方面投资、制定培养计划并为人才提供最好的发挥其特长的环境。”

芬美意发展的另一个支柱是数字化转型，安保罗认为这对于公司的可持续发展至关重要。“中国是世界上引领数字化转型的重要市场之一，它是独特的，甚至可以说是关键市场，”他说。这一说法的最好佐证是去年芬美意在中国洗涤用品工业协会杭州年会期间推出行业内首个基于人工智能辅助开发的衣物洗护香氛系列产品。“我们积累了跨越50 年的科学成果、消费者数据和香氛创作数据，这些都在为调香师们的创作保驾护航。”安保罗说，“我们已将创新系统、工具、以及设计符合中国偏好的产品的方法都做成了本地化标准，这是我们战略的基础。“

芬美意将这一过程称为“增强型创造”。“我们仍然需要人类的创造力和洞察力来推动香氛创作，人工智能辅助是一种非常有效的方式，可以为调香师们提供一个更高的起点，让他们可以专注于嗅觉创意。”安保罗相信这将成为芬美意未来运营方式的核心之一。

同时，芬美意在业内率先涉足B2B（企业对企业）的电子商务领域。“三年前，我们在阿里巴巴上推出了芬美意旗舰店，同时我们也在C2M（消费者到制造商）领域与他们展开合作。”C2M为企业提供阿里巴巴等平台大数据，从中获得有意义的信息。“这些精准的信息会启发我们对新产品的创意，可以帮助我们创造出更能获得消费者认可的香氛和风味。”此外，可持续发展是芬美意运营业务的核心。“早在环境、社会和公司治理（ESG ）成为一个时髦术语之前，它就已经存在于芬美意的基因中。”安保罗说。

对环境的保护是芬美意经营理念的重要组成部分，中国的所有办公场所早已停止使用一次性塑料用品，我们是世界上仅有的两家连续三年获得碳披露项目（Carbon Disclosure Project）AAA 评级的公司之一，安保罗坚信企业的未来在于可持续性的发展。“可再生、可生物降解、对保护自然有益”， 他认为这些都是消费者越来越看重的解决方案。我们致力于创造正面情绪，以自然的方式增强人们的幸福感。

团队的力量

安保罗强调，如果没有他的团队，这一切的美好都不可能发生。“没有一个领导者可以独自取胜，人们都喜欢成为致胜团队的一员，没有什么比这种感觉更好的了。另外，你赢的越多、你就能为未来投资更多、且保持增长的良性循环。”

作为一名领导者，安保罗认为他有责任让他的团队发挥出最大的潜能。“我尽量和拥有与我互补技能的人一起工作，”他说，“每个人都有独特之处，所以我尽所能激发他们的自信，让我的团队无所顾忌地放手去干。”

显然，全世界已经不能没有芬美意的香氛和风味。基于中国市场的迅猛发展，我们绝不能满足于现状。“在前方，我看到的机遇远多于挑战。”安保罗充满自信地说。

舍弗勒：打造自驱式成长型组织

来源：中国汽车HRD　作者：邱玉芳

▲ 舍弗勒打造多样化学习平台，构建自驱式成长型组织

舍弗勒在我们生活中扮演着“隐形冠军”的角色：汽车、新空客飞机、伦敦眼、高铁、风力发电机……它们的建造，都离不开舍弗勒产品。

作为一家全球性的汽车与工业产品供应商，舍弗勒在超过50个国家设有200多个分支机构。进入中国26年以来，舍弗勒已成为中国汽车和工业领域的重要供应商和合作伙伴。2020年在新冠疫情的影响下，舍弗勒依然取得了不错的成绩，在其集团四大区域中，大中华区业务复苏最快，全年增长8.7%。 当被问及舍弗勒最大的核心竞争力是什么，舍弗勒大中华区首席执行官张艺林博士直言——“是我们的员工”。那么在舍弗勒，人才是如何驱动业务发展的？舍弗勒有着怎样的人才管理之道？近日，笔者与张艺林博士和舍弗勒大中华区人力资源高级副总裁刘敏女士进行交流，了解舍弗勒快速成长背后的人力资源管理经验，挖掘这家家族企业基业长青的有力支撑点。

全员参与 让企业文化“掷地有声”

众所周知，激活企业员工的关键在于从文化价值观入手，将员工的个人成长、价值追求与企业自身的理念、愿景结合起来，最终成就个人和组织的共同发展。

“舍弗勒的核心价值观——长远、创新、卓越和激情，是我们行为的指导方针。这些价值观确定了我们重视什么人，提拔什么人，重用什么人。企业文化的一致性很重要，需从领导层开始贯穿整个企业。”谈到舍弗勒的价值观，张艺林博士深有感触。

对于很多员工来说，企业文化往往“束之高阁”、十分抽象，即便公司的文化墙上贴满了大大的标语，可能与自身的联系相去甚远。与一般企业不同，舍弗勒的企业文化却能够被有效感知，深入地被渗透，并能帮助企业创造对员工的感召力与凝聚力。

舍弗勒集团定义了企业的核心价值观、领导力典范和员工行为典范。针对这些文化要素的关键词，舍弗勒集团每年举行“舍弗勒奖”的评选，评选方式完全转变为自主推荐，为员工提供展现自我的平台。舍弗勒集团还设有专门的评估委员会，根据每个价值观要素的要求，进行层层评估，最终选出最佳典范，并公示给所有人。整个过程公开透明，让大家心服口服。

此外，舍弗勒大中华区也针对奖项开展多样化的宣传形式，向全体员工广泛征集故事，再把这些视频故事通过内部平台发送给所有员工，并通过点赞投票的方式让更多员工参与其中。据刘敏女士介绍，“评奖”在大中华区已持续进行了很多年，最近一年参加故事征集的人数多达1300人。“通过这种方式，可以激励更多的人朝着公司价值观方向前行，通过榜样的力量来推动我们的企业文化。”张艺林博士作出解释。

舍弗勒特别注重创新文化，在这方面的做法也卓有成效。

为了保持创新，舍弗勒出台了各种措施，比如在中国计划建立创新中心，鼓励创新项目发展、孵化落地。又比如搭建技术讲坛，让公司内部的技术能手、专家大拿积极分享，员工可聆听学习。“我们希望技术讲坛能变成一个激发创新想法，并且使创新落地的一个非正式的组织。”刘敏女士表示。

对于企业来说，文化价值观承载着品牌的内核，不仅保证了今天的成绩，也为组织的明天做出有力准备。通过长远、创新、卓越和激情的企业文化，舍弗勒构筑了富有竞争力的护城河。

由“推”变“拉” 构建自驱式成长型组织

一直以来，舍弗勒注重多样化员工培训项目及再发展项目的建设。在员工的成长投入方面，舍弗勒可谓毫不吝啬。 在张艺林博士看来，要保持企业竞争力，一定要投资人。通过持续“学习”，提高员工的能力，使其适应市场变化、优化产品和服务，最终推动企业的发展。“虽然我们相对来说是一个比较传统的企业，但是员工的学习热情丝毫不亚于一个初创公司。” 舍弗勒为员工提供了全方位、多领域的线上线下培训课程，通过舍弗勒移动学院、舍家讲坛、技术讲坛等平台，培训内容覆盖商业、管理、领导力、技术、创新等等方面。舍弗勒还积极带领团队向外学习标杆企业，找到自身与优秀企业的差距，并持续对标、调整进步。 与以往不同的是，舍弗勒全员学习模式正从“推动式”变为“拉动式”。以前舍弗勒参加培训的人一般由上而下指定，但这样会产生一些问题，比如有些准受训者因临时工作太忙不能参加，有些认为自己不一定需要，学习意愿不强，还有些人想学却没有渠道，导致培训的投入和需求没有很好匹配。因此，舍弗勒转变培训思路，放开培训渠道，让有意愿培训的员工主动申请。 “我们鼓励自驱式学习，让资源得到合理利用，因为只有员工自己真正知道自己的需要。“刘敏女士谈到，舍弗勒经常会出一些爆款课程，一上线即被秒光。 张艺林博士表示，在这种积极的学习模式下，舍弗勒培养了一批“学霸”。“公司每个月会公布前100个学霸，

▲ 舍弗勒通过趣味化活动，积极推行员工行为要素

然后学霸会免费进入学霸专区继续学习。“刘敏女士补充道。

其实培训只是舍弗勒员工成长的冰山一角，舍弗勒的员工发展采取70%在工作岗位上学习、20%公司内部导师制、10%线上线下参与培训的模式，所以重头戏更在于“在’干’中学”，舍弗勒鼓励员工在工作中保持成长的状态。 舍弗勒为员工提供了广阔的职业发展空间，员工可以在集团内跨职能、跨区域转岗流动，有项目管理、技术专家、管理领导三条职业发展通道，公司还持续为潜力人才提供跨国、跨文化交流的机会，在国际平台上交流技术或锻炼跨文化领导力。 像很多的德国企业一样，舍弗勒的内部人才晋升率很高。“舍弗勒大部分优秀的管理人才都通过内部提拔而来，在这样的氛围下，大家会看到不断有机会给到内部的员工，也就更愿意留下来，因为下一次机会可能就属于自己。“刘敏女士解释道。 对于优秀人才而言，是否在成长比“薪水、工作环境”等其他要素更重要。企业在帮助员工获得更丰富的职业经验和业务能力的同时，也能充分调动员工自身的好奇心和学习力，为企业输出更多新的想法和创意，从而为个人成长和企业增长提供源源不绝的动力。

创新人才培育 双元制教育打造人才蓄水池

提到舍弗勒最具特色的人才实践，双元制教育当属其中之一。双元教育培训制度是德企文化的一大亮点，舍弗勒大中华区成功地将德国双元制教育体系“移植”到中国，并本土化持续深耕了16年。 舍弗勒从在中国建立工厂伊始就引入了德国“双元制教育模式，每年与合作学校共同制定定制化培训计划，招募80~100名大专生和中专生。舍弗勒作为培训的主导者，独立承担实训的运营费用，对这些学生进行三年的双元制培训，前两年在学校和舍弗勒培训中心进行学习，第三年进入舍弗勒生产部门进行顶岗实习。整个过程采用“三站互动、分段轮换”的培养形式，发挥三方协同育人的作用。 双元制教育模式为舍弗勒培养了一大批优秀的生产骨干与技术人员，他们中的很多人从最初的操作工一路成长成为调整工、技术员、工程师。

舍弗勒不仅为自身企业培养人才，还心系行业，主动向社会开放培训中心，为全行业及产业培养人才。 为什么会生起这份初心？张艺林博士介绍说，国内职业院校弱项在于实践部分，所以我们就想到可以把握这个机会，为全社会的职业院校学生提升职业技能。 值得一提的是，舍弗勒（湘潭）培训中心与湖南理工职业技术学院合作，每年为湖南理工职院九华分院约200名学生提供实训课程，学员经过学院和培训中心三年的“双元制”培训，达到条件的学生毕业后直接进入德国舍弗勒湘潭生产基地就业。 据悉，舍弗勒目前在中国设立了四大“产教融合”培训中心（江苏太仓、江苏南京、湖南湘潭、宁夏银川），每年约投入2000万元用于培训中心运营。经过多年发展，舍弗勒的实践获得了地方政府的认可——2019年初，舍弗勒位于太仓和南京的工厂双双被评为“江苏省产教融合型试点企业”。中国经济正处在转型升级的关键时期，需要大量技术技能人才支撑国家经济的高质量发展。“下一步，舍弗勒将继续为培养高素质技能技术人才努力，在产教融合上下功夫，同时向成为国家级产教融合建设试点企业进发。”张艺林博士坚定地表示。

后记：

作为一家传统企业，在瞬息万变的乌卡时代，舍弗勒居安思危，不忘创新、追求卓越，不断改革以适应新形势的发展，由内而外焕发出勃勃生机。 张艺林博士强调，舍弗勒保持成功增长的态势离不开优秀的员工，而对人的重视和投入是舍弗勒得以持续发展、稳步前进的关键要素。一直以来，舍弗勒坚定人本文化，充分尊重员工，注重员工发展，致力于成为让员工信赖的企业。 “得人才者得天下”，相信舍弗勒以一贯低调的态度、坚实的步伐，将会走向一个更加美好的未来。

拜耳大中华区总裁江维：跨国药企在中国需不断升级战略

来源：福布斯中国

▲ 拜耳集团大中华区总裁江维

8月5日，拜耳集团发布2021年二季度财报数据，所有事业部的销售额均实现两位数百分比增长。集团销售额上涨12.9%，达到108.54亿欧元。在三大主要业务中，处方药业务（处方药事业部）销售额增长16.2%，增幅最大。

中国是拜耳的重要市场，受益于中国迅速的恢复，拜耳大中华地区销售从去年的下滑中迅速走出。特别是明星药拜瑞妥及口服避孕药产品线在中国取得了出色的业绩表现。

江维将跨国公司在华分为三个发展阶段：“全球创新，服务中国”到“在中国，为中国”再到“中国创新，服务全球”。他说，要成功就“需要不断发展并升级其战略，才能抓住充满活力的市场增长机遇，并从创新和商业的角度充分挖掘其中的潜力”。

拜耳集团在全球的83个国家设有业务分支。其业务主要分为三大板块，处方药是其中第二大业务，2020年占该集团总销售额的41.6%，达到172.43亿欧元。然而，拜耳在中国的成功与其在全球范围内的公司业务占比并不相同。在大中华地区，拜耳约有80% 的业务来自于处方药领域。这从一方面也反映了中国作为世界第二大医药市场的地位。在拜耳看来，这个国家的潜力仍然很大。

拜耳集团大中华区总裁江维表示：“未来十年将是中国医药市场的黄金时代。” 跨国制药公司“需要不断发展并升级其战略，才能抓住充满活力的市场增长机遇，并从创新和商业的角度充分挖掘其中的潜力”。

不仅仅是拜耳，国内外的知名制药公司都在中国扩大和引进新产品。风险投资资金也在涌入。在2021 年的前6 个月里，中国新的外国投资总额增加了34%，达到910 亿美元。然而去年，中国和世界各地的销售均受到了新冠肺炎疫情的影响，拜耳去年在大中华地区的销售额下滑了5-6%，营收总额为34.8 亿欧元。

江维指出，中国的医疗需求在未来很可能会继续增加，这让拜耳对中国市场的乐观情绪持续高涨。

人口老龄化、财富增长和医疗保险覆盖范围的扩大将使医疗领域的需求与支出增加。江维表示：“我们看到高品质药物销量持续强劲增长，尤其是慢病药物。”

江维早在20 世纪60 年代在上海度过童年时就听闻过拜耳，他的父母也是如此。总部位于德国、已拥有158 年历史的拜耳公司在中国的发展历史甚至比那更久远。早在1882 年，拜耳就开始在中国销售染料，随后通过贸易公司开展业务。1936 年，这家制药企业在中国开设了第一家工厂，在上海本地生产阿司匹林。1986 年，拜耳又迎来了其在中国的新里程碑：在北京设立了代表处，并在上海设立了联络处。截至2020 年，该公

司已在中国成立了12家合资企业，并随之建立了一系列本地合作伙伴关系。

江维于2012 年加入拜耳，担任该公司驻新加坡的处方药事业部亚太地区总裁。早年在波士顿的时候，他从礼来公司（Eli Lily）开始了自己的职业生涯，此前他获得了美国坎贝尔大学商科学士学位，并在印第安纳州立大学获得了经济学硕士学位。2004 年至2006 年，他是医疗设备制造商Guidant Corp. 在中国的董事总经理，之后又加入了阿斯利康，担任战略和业务发展副总裁，负责日本、中国大陆、中国台湾和亚太地区。

江维说，他在中国工作的20 年里，跨国公司总体来讲经历了三个发展阶段。21 世纪头十年是“全球创新，服务中国” 的阶段，跨国制药公司加速将在海外研发的产品引入中国。——这后来发展为“在中国，为中国” 的阶段，即这些跨国公司更多利用本地资源研发服务本地医疗需求的药物——而当前的阶段是他所说的“中国创新，服务全球” 的阶段，即在中国产生的创新可以造福全球患者。

▲ 拜耳中心

他说，在所有这三个阶段，获得成功的公司都有这样的战略：“你必须布局满足中国需求的产品组合”，以及在这个高速发展的市场中，“拥有正确的领导能力和文化，企业才能‘更快地做出更好的决策’。

优秀的领导者——不仅是今天的领导者，更是对未来——具有本地洞察力和全球视角的人。”

拜耳已经为处方药业务找到了最佳定位。它的药物产品主要用于治疗慢性疾病，包括心血管疾病、糖尿病和呼吸系统疾病。“中国患有这些疾病的患者人数庞大，而且许多人还没有得到确诊和治疗。” 即便如此，已经确认的患者人数也很多。以心血管疾病为例。根据去年的一份报告，2018年有2.9亿人患有心血管疾病。据《英国医学杂志》2020 年的一篇文章称，中国有1.298亿糖尿病患者。然而，该杂志的数据显示，中国对糖尿病的知晓率、治疗率和控制率分别为43%、49% 和49%。——这一数字与中华医学会糖尿病学分会2017 年发布的数据大致相符：63%的糖尿病患者还未被确诊。每年超过1 亿中国人受呼吸系统疾病困扰。

此外，拜耳也在重点关注癌症领域，肝癌就是其中之一。每年全球肝癌新增病例一半以上来自中国。心血管疾病、糖尿病、呼吸系统疾病、癌症这四个领域占每年死亡人数的85%。未来，人们看病就诊的需求会越来越大，中国有足够的资金支付吗？——每一个迹象都指向肯定的回答。

早在1882 年，拜耳就进入中国市场。1936年在中国开设第一家工厂，生产阿司匹林。图片来源：拜耳中国

拜耳过去几年在中国推出了一系列新产品，如治疗糖尿病眼病的艾力雅Eylea、治疗子宫内膜异位的唯散宁Visanne 等。同时，拜耳还携手意大利凯西公司Chiesi 共同推广用于呼吸系统疾病的治疗方案。

江维说道：“我们创新战略聚焦对医药创新需求最大的领域”。“随着持续增加的创新投入，我们看到源自中国的创新开花结果，全球患者将从中受益”。例如，拜耳联合华领医药开发糖尿病治疗药物也是在中国其中一项关键的合作伙伴关系。

总而言之，拜耳预计在2023 年底前将在中国推出8 款新药：治疗心力衰竭的维立西呱Vericiguat、治疗前列腺癌的诺倍戈Nubeqa 和多菲戈Xofigo、治疗淋巴瘤的Copanlisib、治疗NTRK 基因融合实体肿瘤的Larotrectinib 以及三款针对糖尿病的产品（其中包括治疗糖尿病肾病的非奈利酮Finerenone）。在这个瞬息万变的世界中，这家有着百年历史的企业在中国仍在不断发展。

中国首家旗舰店落户上海，多特瑞本土化战略再迈新步伐

全球最大的芳香护理和精油企业之一多特瑞在中国市场又迈出本土化战略的重要一步。日前，多特瑞在中国的首家旗舰店落户上海静安丰盛里。

多特瑞中国总裁麦欧文表示，该旗舰店的开业只是一个开端，未来会进一步迈开开店的脚步，在目前已进驻国内9个城市的基础上，计划每年新进入1-2个城市，下一步力争覆盖国内大部分大中型城市。

当天，上海市公益基地、“幸福之花”自闭症儿童社会融合公益实践基地、静安区三星级消费者权益保护联络点和体验式消费基地也同时在多特瑞中国旗舰店揭牌。

▲ 多特瑞中国总裁麦欧文

坐阵上海核心商圈，植根服务本土市场

多特瑞中国旗舰店即多特瑞精油六感体验中心，由原来的上海精油生活馆升级而来，地点仍位于上海市南京西路商圈的核心地段，面积近1000平方米，是原有面积的三倍。全新的体验中心在产品品类、产品陈列、门店设计、互动体验、慈善公益等方面都进行了创新。

在体验中心里，消费者可以通过精油知识、精油嗅吸、精油食品、精油手作等，从“眼耳鼻舌身意”六种感知来全方面地体验精油、了解精

油，感受芳香植物的魅力。店内以浅原木色系作为主色调，营造沉静而放松的氛围；大量采用绿色植物作为装饰，处处体现芳香植物的元素；墙上展示自闭症儿童的画作，让更多人关注“星星的孩子”。

体验中心还被授予了静安区的三星级消费者联络点称号。消费者权益至上是多特瑞践行的理念和宗旨，体验中心作为消费维权联络点，将努力解决消费者反映的问题，保障消费者合法权益。

多特瑞自进入中国市场以来，不断顺应中国社会发展的需求，积极参与中国经济发展建设，植根服务中国市场，将“本土化”视为公司长期发展的重要战略，已在上海设立跨国公司地区总部，启动中国工厂和首个海外实验室，并不断从中国土地上汲取灵感，通过植物与中国进行深度联结。

多特瑞还曾连续三届参与进博会，两次在进博会上首发新品。今年5月，多特瑞携旗下精油、护肤品和居家生活产品参加首届消博会，并在此期间与海南自由贸易港生态软件园签约，将正式落户海南。

中国旗舰店的落地，体现了多特瑞充分看好从“首发经济”到“首店经济”,再到“总部经济”的循环效应将带来的发展红利，并将继续长期服务中国市场。

助力公益，为“星星的孩子”搭建职业发展平台

上海市公益基地和“幸福之花”自闭症儿童社会融合公益实践基地的揭牌仪式也在多特瑞中国旗舰店举行。“幸福之花”自闭症儿童社会融合公益实践基地是多特瑞携手关爱基金联合华东师范大学、小马过河启星艺术发展中心为自闭症儿童提供的一个职业发展平台，未来将邀请自闭症儿童来到多特瑞中国旗舰店体验咖啡、茶等饮品的制作。

多特瑞与中国妇女发展基金会、上海市慈善基金会合作成立“多特瑞携手关爱基金”。对于“星星的孩子”这一群体，该基金会从儿童自闭症数据平台的建立、医生诊断、治疗以及对家长、老师的辅导培训等方面入手，提供可持续的帮助。

多特瑞中国资深公关总监刘玮表示，“十四五”规划中提到就业优先政策，扩大公益性岗位的安置。日前，多特瑞联合华东师范大学、小马过河启星艺术发展中心共同帮助自闭症儿童学习制作茶饮、咖啡，让他们掌握一项技能，获得社会化练习，同时也获得一次职业体验的机会。

埃森哲：如何提升AI应用段位？

2021年世界人工智能大会于7月8日至10日在上海举办。期间，多位图灵奖得主、三十余位CEO级演讲嘉宾、数十位中外顶级院士、二百余位领军学者等全球AI领域产学研各界大佬将在此云集，围绕AI创新思想、技术、应用、人才和资本进行顶级对话与交流。

事实上，中国已成为全球第二大人工智能单一市场，无论是企业还是消费者，对AI技术的积极态度始终走在全球前列。在2021年世界人工智能大会现场，第一财经采访了埃森哲大中华区董事总经理、应用智能业务主管周卫天，向他了解人工智能落地中国企业的现状。

提升AI应用段位成为企业重点

周卫天表示：“企业应用AI技术可以分为三个阶段——概念验证、规模化推广，及产业化增长。规模化是应用人工智能的分水岭，从全球范围来看，其投资回报率平均达到概念验证阶段的三倍左右。”

根据埃森哲调查，过去三年，年营业额超过10亿美元的受访中国企业中，近半数在AI领域的总投入超过3.5亿元人民币；近八成高管认为必须借助AI实现企业增长目标。

在它们中间，有一部分领军者已经收获了可观的回报，但过半数的企业，却依然止步于试点阶段，难以将人工智能推广到整个企业。如何突破瓶颈，提升AI应用段位，成为技术平台与产业均重点关注的问题。

为此，周卫天建议从如下几个关键问题开始做整体性思考：第一，为什么要应用人工智能？

其战略方向与运营模型如何与业务保持一致？第二，谁来负责与推动规模化应用？第三，需要清除哪些干扰因素？第四，是否可以借助创新应用加速器，实现业务价值？

埃森哲调研发现，规模化应用AI的领军企业往往拥有明确的战略目标，其技术战略和业务战略方向一致。对于实现规模化的时间跨度，以及需要为此采取哪些合理行动，它们均有着更现实的预判和规划，其基础工作也做得更细致到位。它们拥有更灵活的业务流程，并能将其整合进入更广泛的生态系统；它们制订了更严密的问责制度，和可有效监督与管控的治理机制；当中65%的企业，从试点到规模化部署阶段的时间跨度为1至2年。

在调研案例中，一家国内电力企业围绕“聚焦网络运营提效，业务运营精细化和行业生态建设”的业务转型战略，树立了人工智能战略的核心目标。通过评估当前智能化运营的现状，该企业进一步规划出实现该人工智能战略目标的具体途径，包括：全员能力提升与资源平台建设；增加技术研发投入，加速创新与生态体系建设；聚焦核心业务领域的人工智能应用开发、试点与推广。最终通过人工智能与业务发展深度融合，促进公司效率与效益提升、推动公司高质量发展。

另外，数字化转型过程中，“人”是核心助力，因此做好员工的准备工作、做到群策群力也非常重要。埃森哲报告显示，科技人才是未来企业的“标配”。相较于普通企业由技术部门单打独斗，领军企业普遍针对人工智能应用，建立了专门的多学科团队，以及与之相匹配的培训体系和问责机制。这些团队大多能够得到自上而下的明确支持，从而始终与首席高管层的愿景保持一致。调研显示，高达92%的规模化推广阶段企业肯定了多学科团队的作用。

而这支“面向未来”的队伍通常由首席人工智能官、首席数据官或首席数据分析官直接领导，团队成员则包括数据科学家、数据建模师、机器学习工程师、数据工程师、人工智能工程师、可视化专家、数据质量专家、培训专家和沟通专家等。

在调研案例中，一家全球高科技企业创新性地成立了跨学科首席数据官团队，负责统筹建设集团各业务发展所需的数字化体系共性资源与能力，填补企业数字化变革和数字技术变现之间的断层，推动人工智能应用开发团队与业务部门的协同。在此基础上，这家企业很快实现了数字技术的大规模应用，并成功实现了人工智能应用与业务的无缝结合，以及多业态模式下，业务的精益管理和智能管理。

清除数据干扰，提升业务价值

另外，数据的清理、管控、维护和使用一直都是企业面临的“老大难”问题，大多数企业都疲于应对庞大的数据，难以将其转化为价值，但领军企业能够消除数据“噪音”，对其进行精准挖掘并有效提炼价值。与概念验证阶段企业相比，规模化推广阶段企业能够认识到关键业务数据的重要性，将财务数据、营销数据、消费者数据以及主数据确定为优先领域；更善于使用恰当的人工智能工具，组织和管理数据——这类工具包含云数据湖、带有模型管理与治理功能的数据工程数据科学工作台、数据和分析功能交易平台，以及搜索服务等，能够从数据的创建、托管，一直延伸至利用；通过大力投资，在云端建立数据质量、数据管理和数据治理框架，通过清晰的操作模式合理协调数据的生成与使用。

此前，一家大型啤酒酿造企业凭借前沿的机器学习技术和新型智能，开发出更为精确的预测模型，有效提升了数据的准确性。该企业通过人工智能应用改善了100多个数据集的数据质量。高质量的数据使得企业各部门的关键决策者以前所未有的速度和规模，获取了高度可行的数据驱动型洞见。在此基础上，该企业改进消费者和客户细分，推动销量不断增长；优化客户体验，精简流程与产品配置，从而实现了四倍的投资回报。

当一家企业可以持续设计规划人工智能项目，并不断投入生产的时候，意味着企业实现了规模化推广阶段的价值。但在“知道自己不知道”后，企业往往又会进入“不知道自己知道”的阶段。

因此，周卫天指出，企业需要在多方面自我判断自身是否已经在实现人工智能规模化的道路上步入正轨：是否已界定“价值”对于公司的涵义，以及优先通过哪些人工智能应用来实现已界定的价值？企业是否已制定数据战略，并明确数据是人工智能的“粮食”？企业人工智能团队是否确切知晓借助人工智能想要实现的商业目标——企业有没有准备好进入生产阶段（避免受困于概念验证阶段）？当人工智能作出错误、片面，甚至非法的决策时，公司是否具备相应道德框架和正确方法来予以纠正？从这个维度看，企业具备可解释、负责任的人工智能框架和理念在当下也显得日渐重要。

如果企业是一架飞机，那上述四项元素可能就是助力其在“人工智能天空”翱翔的四枚“动力引擎”，能够帮助企业构筑内部的人工智能系统。但光有引擎还不够，企业需要借助市场上业已成熟的人工智能解决方案作为企业推广人工智能应用的推进器和加速器，助力企业在快速发展的环境中，以可控的成本，快速部署、快速检测人工智能投资回报和商业价值，并根据企业独特的业务需求和目标做出适时调整，从而为数字化转型提供源源不断的动力。另外，企业可以站在巨人的肩膀上，借助人工智能创新服务企业的专业能力，以及全球领先的、赋能全业务流程的最佳实践，实现人工智能应用落地，助力企业提升业务价值和战略升级。

企业文化那些事儿

作者：依视路大中华区事务总裁吕建中博士

许多公司每年都会在企业文化上投入不少资源和精力，有些在搞了一次企业文化不成功之后又反复投入（实际上是“返工”），搞来搞去，发现很难见到可衡量的价值，而且文化的影响力也逐年衰减。于是，有些老板们就问：企业文化这玩意儿有没有用？

一个企业，如果把企业文化只是挂在了墙上，它基本上没什么用。

我曾和行业里的同行们一起倡导业内的企业间借鉴学习，因此组织过相互拜访、交流活动。有一次，我带着一行人到一家企业参观。走进企业的会议室，我发现三面墙上挂着印刷得十分精致的企业使命、愿景、价值观、领导力模型、文化理念等各种海报，完整、齐备。我默默地把每一幅招贴画都一字一句地读了，心生敬佩。随后，我请教这家企业的总经理：“你们的使命中这一句话说法的由头是什么？具体代表什么意思呀？”总经理摸了摸后脑勺儿，冲着我尴尬地笑了笑说：“我还真没注意过这句话的出处。”茶歇的时候，我和这家企业负责一线运营的一位经理一起喝咖啡闲聊，我顺便问他：“你们的领导力模型挺有特点，不过有点儿复杂，你能给我讲讲模型中的第三模块是怎么设计出来的吗？”运营经理愣了一下，随后问我：“您指的是哪个领导力模型呀？我好像没有印象。”我朝着一面墙努了努嘴，示意那幅漂亮的“领导力模型”挂图。他转过脸去看了一会儿，然后面带难色地说：“这个好像培训过，不好意思，平时不用，早就给忘了。”

在这家企业里，企业文化基本上没什么用，花在企业文化建设上的资金也成了冤枉钱。

2000年初，我加入了三大矿山之一的BHP（后与Billiton 合并为必和必拓）。那个时候，新任的CEO保罗·安德森 （Paul Anderson）才到任不久，面临着在此之前BHP经营业绩持续下滑、社会声誉逐年下降、业务逻辑矛盾冲突、员工士气低迷懈怠等严峻挑战。保罗是一位在行业里有着丰富经验和智慧的企业家，他果断地从企业文化切入，重新打造BHP。对外，采取了一系列积极、诚实、透明地与社会利益相关方沟通的措施；对内，到一线生产基地、到各职能部门与员工们促膝谈心、强化健安环社体系（矿业生产运营中健康、安全、环境、社区的管理体系，是企业社会责任及可持续商业的重要基础）、重新制定了公司宪章、启动员工敬业度计划、推动创新和跨部门的合作、深化六西格玛的普及和应用。在这一系列周密设计和系统实施的过程中，保罗利用各种场合和机会，对员工们说：我们的文化就是让每一位员工清晨来上班时，心里明确地知道这一天要做什么事情；下班的时候，心里欣慰地对自己说，今天，我和我的团队负责人地做到了！这是一句朴素无华的话语，但这句话的精神力量无比强大，它激励了每一个人，走进了每一个人的心里。20年过去了，我至今仍还记得，保罗说这句话时，面带微笑，神情坚毅的样子；记得员工们围绕着他，被他感染和鼓舞的情景。

企业文化不是刮一阵风（运动式、标语式），不是吃一顿饭（临时补充能量、打鸡血），不是求一炷香（临阵磨枪不亮也光，临时抱佛脚），不是讲一言堂（停留在大老板的演讲当中，只要求下属，而缺乏言行一致的以身作则）。

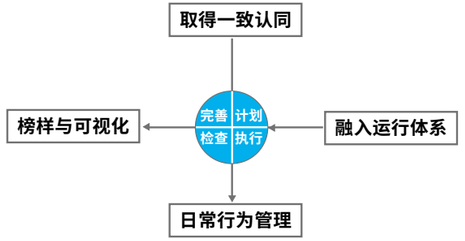


图1 建立与维养企业文化的
整体性、系统性、动态化循环过程

要使得企业文化能够在维持企业生存、引领企业变革、促进企业发展方面发挥实质性作用，必须将其作为一个整体性、系统性、动态性的体系来建设。企业文化需要建立在企业的基因和不断传承与精进的基础之上；需要取得全员共识、坚持上下一致，并融入产品、质量、品牌、创新、运营流程、日常管理以及全员行为、员工忠诚、客户忠诚的全方位的常态化工作当中。它需要有清晰地阐述（正确、明确、精准）、持续地实证（从战略设计、运行管理到拓展成长）；动态地固化（成为流程、运营、管理和发展的有机组成部分）、反复地呈现（仪式感、可视化、宣讲、交流、从班组到管理层的源自每一个人的真切感悟、领导的以身作则）、积极的氛围（激励、榜样的影响、滋养环境）。

杰克·韦尔奇认为，一个没有文化的企业不会长久。有一些企业由于某种特殊的机会、产品、项目，一下子“成功”了，但这不意味着持久的成功；有相当多的创业型企业在度过了创业期的成功转折点之后，陷入了迷茫，在规模化发展过程中遭遇无法持续前行的挑战。在一些企业里，虽然也有书面上的企业文化，但是也同时存“唯上”的暗流文化。企业的中高层唯大老板意志是瞻，这种唯上有极强的传染性和污染性，在企业里养成了一层层地向上而唯，导致问题全上交、决策没人做、讨得上级喜，凡事怕突破；渐渐地拳养出一批媚臣、奸臣、懒臣、恶臣。

要想实现企业的可持续发展，必须建立起以可持续发展为根本内驱力的企业文化。依视路集团以“改善视力，改善生活”为企业使命，以使命驱动战略，以文化化人，以文化※企，在这方面践行了富有成效的尝试。在《视光之路》这本书里，读者可以看到一个企业是如何将一个百年企业的文化，传承下来，在企业发展的同时，造福当地社会的范例。

图2 企业文化的基础结构

企业文化，乍听起来有些虚，它如果不落地，的确虚。

当它根植企业行为、走进员工内心，融入运营的每一个环节、每一道工序、每一个岗位、每一件产品、每一次服务，它就是实实在在的。它能引领企业在财务和非财务方面创造巨大价值，并给社会进步和环境生态带来积极的影响。

新会员秀 第六期

施华洛世奇（上海）贸易有限公司

奥地利施华洛世奇公司成立于1895年，以生产多元化水晶产品而享誉全球。目前已在仿水晶、时尚首饰、家居饰品等领域取得了显著成功。施华洛世奇在华投资总计已超过8000万欧元，在全国拥有400多家店铺，超过1300名员工，中国市场已成为施华洛世奇公司在全球范围内最大与最重要的营收来源，贡献了全球约20%的收入，也是全球业务增长最快的区域。

上海特雷通家具有限公司

特雷通集团由现任首席执行官李曦萌先生（来自丹麦）于1995年在上海创立，主营沙发及其他居家家具的设计、制造和分销。作为中国最大的家具集团之一，公司目前在上海和浙江有4家工厂，厂房面积74,000平方米，员工总数超过2500名。

提爱斯数码（上海）有限公司

提爱斯是一家专业技术集成公司，为企业提供Infra基础建设咨询/搭建/运维服务，ERP等软件应用产品的导入与升级服务，拥有强大的集成与开发能力。公司自主研发TISI达摩AI系列产品，并运用微软HoloLens混合现实等新兴的信息产业技术，为中国各行业客户实现更广阔的产业前景。

赫力晟（上海）企业咨询有限责任公司

赫力晟是一家集法律、财务和税务服务于一体的综合性外资咨询公司，由一名来自香港特别行政区的股东全资设立。公司在全球30多个国家和地区设有办公室。多年来，公司通过提供专业且量身订制的咨询服务，为企业和个人在复杂的营商环境和跨语言、跨文化的巨大差别中预见风险，为客户的投资保驾护航。

恒生银行（中国）有限公司

恒生银行（中国）有限公司（恒生中国）为香港恒生银行有限公司全资附属子公司。恒生银行创立于1933年，是香港最大的上市公司之一，截至2020年06月30日市值为港币2,487亿元。恒生银行于1985年进入中国内地市场，于深圳设立代表处，1995年于广州设立第一家分行，并于2007年5月成立全资附属公司恒生银行(中国)有限公司。总部位于上海浦东，业务条线包括零售银行与财富管理、商业银行业务、环球银行与环球市场业务。

沙特基础工业公司

沙特基础工业公司（SABIC）是世界知名的多元化化工企业，总部位于沙特利雅得。SABIC的制造工厂遍布全球多个国家和地区，包括美洲、欧洲、中东和亚太地区，产品涵盖化学品、通用以及高性能塑料，农业营养素和钢铁。目前，SABIC在上海拥有一座先进的研发中心，并在上海、广州和重庆建有三家工厂，业务范围遍及中国14个城市。此外，SABIC与中石化在天津还建有一家合资公司中沙（天津）石化有限公司（SSTPC），为中国打造了一座现代化的石化综合体。

宜家贸易（中国）有限公司

宜家贸易中国依据宜家全球贸易架构的要求而建立，其下有宜家贸易（中国）有限公司、宜家食品贸易（中国）有限公司、宜家物流分拨（天津）有限公司等6个法人企业，母公司是位于瑞士的IKEA Supply AG.。

在宜家的价值链上，宜家贸易中国负责宜家亚太区的贸易业务，现有约115名员工分布在上海，天津，深圳，南通和东莞。宜家贸易中国拥有共计约 47.8万立方米的仓储空间, 从供应商处采购宜家产品，存储并分销，将产品销售给亚太地区宜家零售商。宜家贸易中国负责签约购买、进出口及保税仓库管理、贸易批发定价、产品合规等贸易环节，为宜家品牌特许经销商提供宜家产品。作为一个具备财务、关务、法务及公司治理、风险及合规、资产管理的组织，宜家贸易中国也向英特宜家集团位于中国地区的各个公司提供企业服务。

埃森哲（中国）有限公司

埃森哲公司注册于爱尔兰，是一家全球领先的专业服务公司，在数字化、云计算与网络安全领域拥有全球领先的能力。公司是《财富》全球500强企业之一，目前拥有约51.4万名员工，服务于120多个国家的客户。

埃森哲在中国市场开展业务30余年，拥有一支1.7万多人的员工队伍，分布于多个城市，包括北京、上海、大连、成都、广州、深圳、香港和台北等。作为可信赖的数字化转型卓越伙伴，公司帮助中国企业和政府把握数字化力量，通过制定战略、优化流程、集成系统、部署云计算等实现转型，提升全球竞争力，从而立足中国、赢在全球。

上海盈思佳德供应链管理有限公司（思锐物流）

思锐物流（青岛思锐国际物流股份有限公司/上海盈思佳德供应链管理有限公司）在全球范围内为您提供领先的一体化智慧物流解决方案。在

工程物流、油气化工物流等核心业务领域，以及供应链、跨境电商物流、汽车等创新业务领域为世界级企业提供个性化、一体化、智慧化的专业服务。

思锐物流网络遍布中国9个工业城市及港口，在海外设有15家自营分支机构。业务范围涉非洲、东南亚、中东、南美洲、欧洲及中亚五国的50个主要港口及内陆城市，并与超过200家海外代理成为战略合作伙伴。思锐物流是国家高新技术企业、科技小巨人企业、全国物百强企业、WTO中非合作论坛推荐企业，独立拥有28项国家软件知识产权，为您提供全球智慧物流供应链运营的高端体验。

北京市隆安律师事务所上海分所

隆安律师事务所成立于1992年，是中国最早的合伙制律师事务所之一，并于2017年成功改制成为特殊普通合伙律师事务所。目前在全国28个重点城市设有分所，合伙人300余人，执业律师1400余人，员工人数约1800人。隆安多次被全国律师管理机构评为中国最为优秀的律师事务所之一。

近年来，隆安一直荣获《亚洲法律杂志》年度法律大奖，入选中国十佳成长律所，并以前十的成绩荣登亚洲最大50家律所及中国律所30强榜单。隆安亦在英国《律师》杂志亚太地区百强律所榜单及中国精英律所30强榜单中位居前列。

威立雅（中国）环境服务有限公司

威立雅集团是全球资源优化管理领域的标杆企业，业务遍布五大洲，拥有员工超过17万9千名。集团设计并实施水、废弃物及能源管理领域的解决方案，支持城镇和企业的可持续发展。通过三大互补的业务领域，威立雅帮助获得资源，保护资源并补充资源。

从上世纪八十年代起，威立雅就开始致力于帮助中国改善环境问题，几十年来，威立雅在大陆与港澳台地区约40座城市投资及运营有80多个项目，涵盖水务管理（包括饮用水与污水理）、废弃物管理和能源管理等领域。威立雅的几大业务部门已全部进入中国，致力于环境服务和可持续发展。

庆祝建党百年，外企党建座谈会在协会召开

上海是中国共产党的诞生地，改革开放的前沿阵地，外资企业投资中国的首选地。在上海经济发展和社会建设过程中，外资企业作出了重要贡献。为了进一步了解外企基层党建情况，推动外企党建工作，以实际行动迎接建党100周年，6月25日下午，外企党建座谈会在协会召开。

上海市市级机关工作党委副书记王冶勇，上海市商务委党组成员、副主任、直属机关党委书记诸旖，上海市外商投资协会会长黄峰等领导出席了会议。会议由上海市外商投资协会党支部书记、副会长刘生主持。

玫琳凯（中国）党委、开利空调党委、上海三菱电梯党委、安永（中国）党委、博世（中国）党总支、埃森哲（中国）党总支、上海住友商事党支部、碧迪医疗器械（上海）党支部等公司党组织负责人介绍了各自企业的党组织架构、分享了基层工作经验，也提出了加强党建工作的建议。

市商务委党组成员、副主任、直属机关党委书记诸旖指出，外资企业是上海经济发展的重要见证者和参与者，在建党百年华诞之际，召开这样一个座谈会非常有意义。作为上海外资主管部门，市商务委将向外资企业提供全生命周期的服务，做好“十四五”外资工作，发挥外资企业党组织的作用。

上海市市级机关工作党委副书记王冶勇充分肯定了外资企业在基层党建工作中取得的成绩。王书记表示，今天与外资企业的负责人相聚在协会，共同探讨新时代的外资企业党建工作，共同庆祝中国共产党成立100周年，很有意义。通过座谈，大家统一了思想，提高了认识。会议内容丰富，从外企党员人数、职务、对企业的贡献度等多个角度回答了外企为什么要搞党建的问题。大家要不断优化党组织设置，理顺工作关系，用创新工作方法更有效地开展工作，教育管理党员，凝聚服务群众，促进企业的健康发展，进而推动上海的经济社会发展。

上海市市级机关工作党委统战部（行业协会商会党建工作部）、上海市商务委外国投资管理处、上海市商务委直属机关党委等部门负责人以及罗氏诊断、巴斯夫新材料、陶氏化学、东冠纸业等外企的代表参加了会议。

以史为鉴，开创未来
协会秘书处组织活动庆祝建党百年华诞

7月1日是中国共产党建党百年华诞，协会秘书处党支部组织全体员工观看庆祝大会直播，参观中共一大纪念馆。

早上，协会秘书处全体准时集合，在会议室通过大屏幕观看庆祝中国共产党成立100周年大会现场直播。下午，协会秘书处参观新落成的中共一大纪念馆，观看珍贵的建党文物实物、分析历史逻辑的图片图表、精美设置的地图沙盘，感受高科技、多媒体展示的场景，仿佛进行了一场穿越百年的精神之旅。

协会秘书处通过集体收看直播、参观活动来庆祝中国共产党成立100周年，让全体员工深刻感受到了我们党从石库门到天安门艰辛的奋斗历程，时空交汇，催人奋进。

协会会长黄峰表示，上海这座红色城市是改革开放的前沿阵地，也是外资企业投资中国的首选地。协会成立伊始就将服务外企，促进上海对外开放经济建设发展写进了协会的宗旨。

协会秘书处全体员工将铭记历史，立足当下，以习近平总书记在庆祝中国共产党一百周年庆祝大会上重要讲话精神为指引，脚踏实地，履职尽责，当好外企的“娘家”，为开启新时代外资服务工作的新征程而不懈努力，作出更大的贡献。

2021长三角外资协会联盟会议
暨长三角外资工作交流会召开

6月10日，2021长三角外资协会联盟会议暨长三角外资工作交流会在苏州市吴江区召开，长三角三省一市商务厅（委）分管负责人，长三角外资协会联盟成员单位负责人等近50人出席了会议。

会议由江苏省外商投资企业协会会长赵进主持。中国外商投资企业协会副会长原高强到会并讲话。会上，上海市外商投资协会黄峰会长介绍了中国外资协会高质量发展分会的工作规则、组织架构（草案）以及第二届长三角外资科创论坛的方案（草案）。经讨论，两项草案基本得到通过。第二届长三角外资科创论坛将于今年11月中旬在苏州吴江举行。

协会组织会员企业参加外资医药企业
专场政企沟通圆桌会议

6月9日下午，上海市副市长宗明召开了外资医药企业专场政企沟通圆桌会议，市政府副秘书长顾洪辉主持会议，市相关部门和市外资协会负责人参加会议，市商务委主任顾军介绍了今年以来本市外资工作情况。

会上，市协会医药健康工作委员会成员单位通用电气医疗系统贸易发展（上海）有限公司、上海依视路光学有限公司、默克投资（中国）有限公司、拜耳（中国）有限公司、艾尔建医疗器械（上海）有限公司、梅里埃诊断产品（上海）有限公司、丹纳赫（上海）企业管理有限公司等7家外资企业代表提出了8个问题和建议，涉及行业和产品准入、通关物流、药品分类管理、产业政策等方面，市相关部门负责人进行了回应。

宗明要求相关部门按照问题分类，加强与企业后续对接，做好企业问题和建议的研究、解决和答复工作，尽可能让企业满意。宗明指出，上海是我国最具影响力的生物医药产业创新高地之一，产业体系比较健全，创新要素集聚，国际化程度较高。2020年，全市生物医药产业规模超过6000亿元，其中工业总产值突破1400亿元，产业链相关企业数超1400家，从业人数达24.1万人。下一步，上海将大力推进生物医药产业发展，在原始创新能力、产业服务体系、产医深度融合、产业发展生态等方面持续发力，进一步增强创新策源和高端产业引领功能。

宗明强调，上海承担了“三大任务一大平台”、虹桥国际开放枢纽、服务业扩大开放综合试点、浦东高水平开发开放等一系列国家重大战略任务，“十四五”时期，上海还提出了

五大新城建设、城市数字化转型等任务目标，为外资企业提供更广阔的发展机遇。今年1至5月，上海新设外资企业2674家，同比增长39.1%；吸引合同外资223.52亿美元，同比增长55.8%；实际使用外资102.68亿美元，同比增长21.5%，利用外资呈现增长的良好态势。

最后，宗明希望外资企业坚定在沪发展信心，把更好更多的项目放在上海。上海将发挥“有求必应、无事不扰”的金牌“店小二”精神，持续为外资企业提供全方位、精准化服务，努力为企业发展营造更优更好的营商环境。

上海外企志愿服务总队正式成立

6月11日，上海市外商投资协会外企志愿服务联盟在上海都市菜园举办“外企志愿服务联盟总队授旗仪式暨世界环境日主题活动”，并宣布上海外企志愿服务总队正式成立。上海市志愿服务公益基金会理事长蔡伟民、上海市外商投资协会副会长刘生、上海市环境科学院高级工程师胡冬雯出席活动。来自17家企业的近90位志愿者参加了本次活动。

上海市外商投资协会外企志愿服务联盟于当日获得了上海市志愿者协会《关于同意成立上海外企志愿服务总队》的正式批复。上海市志愿服务公益基金会理事长蔡伟民宣布上海外企志愿服务总队正式成立，并向外企志愿服务联盟理事长、安利（中国）上海、江苏和江西片区总经理费胜昔授上海外企志愿服务总队旗帜。此外，爱特思、安利、迪卡侬、福特汽车、富士胶片、恒生银行（中国）、嘉吉、康宝莱、欧莱雅、擎雷、三得利、聚水潭、昕诺飞、星巴克、英特尔共15家企业被分别授予上海外企志愿服务分队旗帜。

活动现场展示了部分外企志愿服务联盟企业的可持续发展案例，这些案例反映出外企在可持续发展领域做出的积极贡献。外企志愿者代表张红在活动中宣读《环保倡议》，呼吁更多外企志愿者能从小事做起，从自身做起，宣讲和践行环保理念，向人与自然和谐共生的方向共同努力！参加活动的外企志愿者共同体验了可食地景盆栽移植的环保志愿服务项目。目前，外企志愿服务联盟共有30家成员企业。我们期待更多的外资企业能够参与到外企志愿服务联盟的活动中，依托志愿服务，精准对接需求，发挥各家外企的行业特色，为志愿服务活动提供有力的支持！

协会商工委考察行：走进迪卡侬，探索零售商业新思路

为更好地促进会员企业间的交流，拓宽会员企业的商业创新思路， 6月23日，上海市外商投资协会商业工作委员会（以下简称商工委）组织成员单位到迪卡侬集团位于上海外高桥的中国区总部和旗舰店进行参观考察。来自盈展资产、星巴克、乐高、爱特思、蕾碧棠、施华洛世奇、酪悦轩尼诗、捷成洋行、富士通、东方希杰、罗森等企业的二十多名代表参加了活动。商工委秘书长—上海盈展资产管理有限公司副总裁陆荣杭，上海市外商投资协会常务副秘书长李洁出席活动。

陆荣杭秘书长首先致开场发言。随后，在迪卡侬中国区副总裁王亭亭的带领下实地了解迪卡侬的各类产品和体验式购物模式，并分享了迪卡侬在零售数字化方面的尝试，最后还打卡了迪卡侬健身中心和室外运动场，了解场馆为用户所提供的一站式运动休闲解决方案。

在下午的日程中，迪卡侬中国区政府事务总监杨沐霖介绍了迪卡侬品牌历史、业务发展以及未来发展战略；迪卡侬中国区可持续发展经理邱俊介绍了迪卡侬中国在可持续发展领域的实践，包括应对气候变化的碳减排行动以及在循环经济方面的尝试。

活动中，协会常务副秘书长李洁分享了商工委近期开展的问卷调查的结果。调查结果显示，九成企业对商工委过往组织的活动表示满意。大部分企业希望商工委今后多多开展政策解读、同行经验分享、参观考察等活动。同时，成员企业纷纷表示愿意提供活动场地，分享自己的企业在新零售、供应链管理、可持续发展方面的实践和经验。大家还对商工委未来组织活动的内容、频次、形式等提出建议。李洁常务副秘书长表示，调研结果将用于指导今后的商工委工作。上海市外商投资协会商业工作委员会将始终秉承“为大家、来自大家”的理念，致力于为各成员打造一个互相交流、互学互鉴的平台，一起解锁新的商业技能，探索跨界联手、强强合作的无限可能。

参加本次考察活动的企业代表均表示获益匪浅。这次的活动既有沉浸式的大开眼界的参观体验，又有很多启发式的交流和讨论，更是为会员企业提供了未来跨界合作的可能性，拓宽了会员的商业创新思路，一举多得。未来，商工委将继续开展丰富多样的参观、考察、讲座活动，加强成员间的互动与连接，拓展会员企业的商业视野，精彩敬请期待！