

策划词

2013年6月6日,世界顶级商界盛事“第十二届财富全球论坛”第四次重返中国,选择落户在中国西南部迅速崛起的新经济中心成都。创办于1995年的财富全球论坛,是世界最高规格的财经盛会之一,被誉为全球经济的“风向标”。在财富全球论坛上,来自全球的顶级CEO,与媒体亲密接触,畅谈对中国的希望和发展。

世界500强CEO如何评价成都机遇

杨叙:英特尔全球副总裁、中国区总裁
“英特尔选择成都,主要考虑到成都独特的战略地位、出色的教育体系、利便的交通条件和大量训练有素的员工。国家实施西部大开发战略,成都又是西部特大中心城市;成都高校和科研机构众多,科研实力雄厚,每年培养了大量的高技术人才,成为全国重要的高技术人才供应地;天府之国的自然生态环境、包括住房在内的生活成本、商务成本比沿海低,这些因素可以帮助企业留住人才;四川正在加快建设综合交通枢纽,将极大地改善交通物流条件,拓展成都的市场半径和辐射范围。”

高瓴斯:杜邦公司执行副总裁、首席营销官

“我们觉得财富全球论坛是一个着眼于更广泛利益的合作平台。我们期待意见的交流、成功实践的分享,以及探索在会上及会后与其他合作伙伴的潜在合作机会。也期待在论坛上参与关于成都地区、四川省以及中国崭新未来的讨论。”

慎文范:LG集团大中华区总裁
“一直以来,成都都是我们重点关注的城市之一。过去,成都平均增速很快,以成都为核心的华西地域,在全国销售占比中一直处于前列,为LG电子的全球销售起到了带



●成都财富论坛

领和推动作用。成都地理位置很重要,气候环境适宜人居。相比北京、上海,成都的电子消费市场要差一点,但是发展速度和空间却是一流的。”

孔祥辉:飞利浦中国区CEO
“近年来,成都市政府显示出了国际化的视野,成都已发展成为西部地区的空中运输枢纽,拥有比较好的基础设施和人文条件,并且积极鼓励运用创新的理念和技术,

以打造环境友好、资源节约型的智能城市、生态城市以及和谐城市。”

马尼克斯·弗吕特马:法航亚太区总裁
“成都在欧洲知名度并不高,需要更多地在欧洲打响自己的品牌。我知道,成都的城市广告做得很好。提升成都知名度,是亟需做的事情。财富论坛是一个好机会。”

多拉:汉密尔顿CEO
“我1月份去过成都,当时就被春熙路

上的人潮惊呆了,成都是一个巨大的城市,汉密尔顿在成都看到巨大的潜力,我们希望能够更好地开发这个市场。”

杨名皓:奥美全球董事长暨首席执行官

“奥美将全球董事会放在成都,不仅考虑到客户的重要性,同时也希望让领导层理解并接触中国不同地区的细微差别。让他们了解到,中国不是只有北京、上海,成都也非常有潜力。现在,成都作为西部经济中心的地位越来越明确,已经找到了未来的发展方向。”

朗索瓦·巴比亚:伟创力全球运营总裁
“成都有许多我们看中的优势,比如大量的技术娴熟的劳动力。我知道,成都有许多顶尖的大学,能培养许多技术娴熟的工人和管理级别的人才。此外还有非常重要的一点,成都有许多潜在客户,尤其是汽车产业,成都潜力巨大,而在我们的转型战略中,汽车零部件制造是一个非常重要的业务。此外,强劲的供应链和政府支持也是重要的原因。一旦我们有需求,政府总会在第一时间和我们进行面对面的沟通。所以,我相信随着客户需求的增长,未来我们还会继续加大在成都的投资。”

(财富成都)

澳宝石树酒庄与世界500强共话“中国红酒新未来”

创办于1995年的财富全球论坛,是世界最高规格的财经盛会之一,被誉为全球经济的“风向标”。6月6日—8日,在为期3天的“财富”时间,来自全球各地的600多位政商领袖汇聚成都,围绕“中国的新未来”这一主题,聚焦中国西部地区的发展以及中国在全球视野中所扮演的角色。

据悉,作为本地最优秀的跨国集团之一,总部位于成都的宝石树国际集团有限公司,此次凭借澳洲宝石树葡萄酒的有机生态与尊贵品质,在众多国际国内的酒类企业中脱颖而出,并经过财富全球论坛纽约总部的层层严格筛选,成功入选“2013年第十二届财富全球论坛官方葡萄酒供应商”。这标志着在中国经济高速发展的今天,立足国内的大型跨国企业也将越来越多地跻身国际舞台,成为世界新财富格局中的重要角色。

问及世界顶级商界盛事为什么会选择牵手宝石树,宝石树国际集团董事长宋元刚表示,无论在生产营销模式,还是品牌推广方式上,宝石树酒庄都走在行业的尖端,所以在“中国红酒新未来”的话题上拥有绝对的发言权。自2011年四川泰丰集团与拥有947年家族酿造历史,身为“澳大利亚十大名庄”之一的澳洲宝石树酒庄达成合作,共同成立宝石树国际集团有限公司后,就一直致力于开拓澳洲宝石树酒庄在亚太地区的崭新格局,并以澳洲为生产基地的全产业链生产营销模式,将来自新世界的最优质的有机佳酿带给国内消费者,成为中澳商业合作的优秀典范。

据了解,澳洲传奇名酒企业宝石树酒庄执行董事安德鲁·巴特瑞先生与首席酿酒师麦克·布朗先生此次受邀全程参与财富全球论坛。安德鲁先生表示,能被财富论坛总部选定参与财富全球论坛,成为官方葡萄酒供应商,充分证明宝石树酒庄的品质和魅力,同时也是向世界500强企业宣传宝石树品牌的最佳途径。我们会趁这个宝贵的机会,与来自全球的顶级商界精英面对面交流,共话中国红酒的新未来!(明杰)

直击财富论坛:参加国际SOS主席兼首席执行官Arnaud Vaissie发布会

作为论坛指定医疗合作伙伴,SOS刚刚在成都开设办公室。Vaissie说,SOS为中国外交官和家属提供全球医疗救援。记者提到重庆两江新区要打造中国低空飞行生产基地,而低空飞行和空中医疗救援密切相关,SOS说他们对和重庆的合作很感兴趣。(环球资讯广播)



飞利浦公司全球CEO:用本土力量为全球创新——访荷兰皇家飞利浦公司全球CEO万豪敦



●飞利浦公司全球CEO万豪敦

在2013成都财富全球论坛期间,荷兰皇家飞利浦公司全球CEO万豪敦接受了记者的专访。他表示:“论坛在成都的成功举办,不仅证明中国在西部大开发战略上取得的成就和进步,而且进一步展示了成都在中国西部发展战略上的重要性,以及成都取得的发展成就。”

万豪敦告诉记者,中国市场在飞利浦全球战略版图中的地位越来越重要。在过去的几年,中国市场持续实现了两位数的增长,已经成为飞利浦全球的第二大市场。今年10月,飞利浦在成都投资兴建的亚洲最大的专业LED照明基地和照明应用中心将竣工。他说:“我们之所以选择成都,主要因为:一是成都拥有得天独厚的战略地理位置,辐射中西部地区,是西部发展的龙头;二是成都拥有众多的优秀人才;三是成都经济高速发展,拥有良好的投资发展环境。”

“创新是飞利浦的传统,我们致力于用有意义的创新来改善人们的生活,让世界更健康、更加可持续地发展。”在“技术、创新与新兴市场”分论坛上,万豪敦和与会嘉宾分享了飞利浦如何通过有意义的创新来改善人们的生活,“我们用‘本土为全球创新’来表达‘反向创新’的概念。”

飞利浦通过在医疗保健、节能照明以及优质服务三大领域的不断创新来实现这一目标。为了满足不断市场的需求,飞利浦更专注于本土创新,而这种创新源于对本土市场客户和消费者需求的深入洞

察。万豪敦向记者介绍,飞利浦的车载空气净化器,就是由中国研发团队根据本土市场需求进行研发,继而被国际汽车厂商采纳,嵌入汽车设计中,销往全球市场。此外,飞利浦的太阳能路灯体系,很好地呼应了中国政府关于节能的号召,这套系统也是由中国团队研发,现在也用于其他国家和地区。“如今,我们发现越来越多的创新不再仅由某一个国家的研发团队来单独实现。在飞利浦,全球各个研发创新中

心之间的通力合作已经成为一种工作方式。”

万豪敦强调说,在大中华地区,飞利浦拥有2500多名研发人员,建立了9个研发中心,这些体现了我们对研发的重视以及现有的研发实力。然而,任何技术创新都需要符合当地市场的需求和文化,才能转化为成功的商业化产品。因此,成功的技术转化,需要恰当地融入本地市场和文化环境。为此,飞利浦将家居护理及厨电业务的全球总部迁到了中国,并在苏州建立了医疗影像基地,推出针对基础医疗市场的解决方案。

飞利浦在创新过程中,把在中国实现的创新成果推广到世界其他国家和地区。飞利浦针对中国家庭的需求,在中国市场研制了豆浆机产品,然后利用这个平台,转化为一款适合欧洲市场的“制汤机”。不仅如此,飞利浦在中国市场研发的面条机,也转化为可以制作意大利面的机器,销往欧洲市场。

万豪敦表示,这两个例子体现了飞利浦基于本地市场需求的本地创新能力,以及进而服务全球市场的创新模式。这些国家的研发团队对于围绕本土需求进行研发创新有着天然的热情。对于公司总部来说,要做的不是给予多少激励,而是如何帮助他们扫除前进中遇到的障碍,使他们的创造力和热情能够全面释放出来,从而实现本土创新。

(陈硕)

可口可乐CEO穆泰康展望商业新法则通过社交媒体与消费者交流

让世界500强的目光齐聚蓉城,2013成都财富全球论坛的魅力可见一斑。6月5日,可口可乐公司董事长兼首席执行官穆泰康难得现身蓉城,以世界500强企业领袖的姿态,出现在财富全球论坛“世界500强企业领袖展望商业新法则”分论坛上。

“消费者不再是说让生产公司跟你单向互动了。”这是穆泰康观察到的商业规则的新变化。他说:“在过去,可能是15年

前我们生产的是有质量的产品,然后放在货架上,放在零售店上就卖出去了,做一个好广告就行了。也就是你创造一个积极的消费者对你的印象就行了。这个是以前的工作方式,那么现在光是消费者心目中有好的形象是不够的。你必须要达到消费者积极的期望值,必须要跟消费者有一个互动,这就是为什么很多家庭有英特尔,还有智能手机。”

穆泰康表示,目前在中国,10%的消费

者产品广告都是通过社交媒体进行,到2015年可能这个比例要超过70%,这个趋势全球都如此。“可口可乐在facebook有7000万粉丝,消费者与公司一对一交流,这样公司才能了解客户的需求,才能创新。”他指出,中国人均GDP不断上升,这个趋势毫无疑问,但是确保在物流分销各个领域形成技术创新与支持,这样才能完成高速增长,用技术转化生产力。

(胡强文 龚琼)

拉法基集团CEO:中国城镇化将给我们带来机遇

“中国大规模城镇化给重点发展新兴市场的拉法基集团带来机遇。”拉法基集团董事长兼CEO乐峰日前在接受新华社专访时表示。

他表示,据统计,目前中国51%的居民都生活在城镇,到2050年这一数字将达到70%。城镇化意味着需要建设更多住房,城市建筑必须更密集、更持久、更美观,交通设施必须更四通八达。这是建筑行业面临的挑战,更是机遇。

2013年4月,拉法基集团宣布了新品牌定位——构建美好城市,以应对全球

城镇化趋势。

拉法基集团于1833年成立于法国,是世界建材行业的领军者。集团1994年进入中国市场,目前在四川、云南、贵州和重庆建立了37个生产基地,拥有8000多名员工。

“随着中国西部大开发战略的实施,相对落后的西南地区具有更大的城镇化潜力。集团在中国西南已经建立一个庞大的网络,我们将继续把重心放在中国西南地区。”乐峰说。

拉法基在全世界64个国家开展业

务,中国是其全球业务核心区之一。“单单从员工数目来说,中国就占了拉法基全球的12%。”乐峰说。“我们的目标是在2015年在中国新增产值达到2亿多人民币。”

提到水泥业的产能过剩问题,乐峰说,产业结构取决于市场需求,城镇化进程中难以避免暂时的产能过剩。“但是我们要看到问题的另一面,产能过剩,产品同质化现象严重,市场就存在巨大竞争,这是拉法基降低成本的动力,从而促进集团创新和研发。”

(邢耀凤 韩森)

物流巨头丹马士CEO:相信中国未来经济发展仍将充满活力

“中国是我们最重要的市场。我相信中国在今后10-15年的发展仍然会很好,会给我们提供很多机会。”6月6日,世界最大的第三方物流供应商之一——丹马士公司首席执行官罗尔夫·哈宾·詹森接受了新华社记者专访。他表示,中国在过去15到20年间取得了长足发展,成长为一个重要市场。他相信,中国未来的经济发展仍将充满活力。

詹森第一次来中国是在25年前,其间每一次来中国他都深感变化非常大。中国经济发展、投资环境改善,不仅让詹森、更让丹马士增加了继续投资中国的信心。

“从上世纪90年代初开始,我们在中国成立了大概30家机构。未来,我们将加快这一速度,3年内,我们的办事机构将达到40家以上。”他说。

马士基集团是丹马士旗下独立运营的业务集团,为世界各地客户提供货代与供应链管理服务。它在90个国家和地区设有超过300多个办事机构,去年净营业额达33亿美元。

谈到最近几年的全球金融危机以及上半年中国经济增幅趋缓,詹森坦言,中国在过去15到20年间发展非常迅速。当然,中国经济增长仍有一定的不确定性。但是即使中国增长回落到6%或是7%,还是一个非常健康的增长,仍然能给企业提供很多发展机会。

“而且,这只是一个平均速度,如果从经济发展深层次来看,我们还能发现许多领域和市场的增长速度能达到10%-15%。所以企业需要看哪些市场行业发展更快,哪里需要我们的服务。我相信中国在今后10-15年的发展仍然会很好。”詹森说。

作为一家物流供应商,强大的基础设施是其快速发展的必要条件。而詹森对中国的基础设施建设,特别是中国西部地区基础设施的快速发展尤其印象深刻。

“中国的 infrastructure 发展神速。我认为中国需要继续投资基础设施建设,特别是在西部。从长远来看,中国在基础设施方面将会得到巨大的回报。”他说。

“我和一些世界500强的高层讨论过如何在中国拓展业务。我们发现,在过去15-20年,在中国做生意容易多了。尤其在成都、重庆这样的西部地方,我们觉得非常有经济活力。”他说。

(樊曦 吕冬 海明威)

雅芳CEO谈中国职业女性如何实现“中国梦”

“中国职业女性应当挖掘自身潜能,敢于冒险,用积极的心态去面对自己的事业,同时也要积极回馈社会,在成为参加2013财富全球论坛的雅芳全球首席执行官麦雪睿女士谈到中国职业女性如何实现中国梦时,这样建议道。

麦雪睿认为中国梦应该是让中国人民生活变得更好、更快乐,人们在实现个人理想的同时也在实现着中国的强国梦。而中国的职业女性应当发挥自己的聪明才智,在职业生涯中勇于尝试和冒险,乐于回馈社会。“中国梦对于雅芳来说,应当是激励女性员工,让她们有机会、有能力更好地回馈社会”,麦雪睿说。

“女性、权利和新兴世界”是本届论坛备受关注的议题,对于女性如何在职场上取得成功,麦雪睿分享了自己的“秘诀”。“对我来说,就是专注于最重要的事情,在力所能及的范围内做到最好,让事情往好的方向发展。有时候当然会遇到挫折和困境,但我们必须坚持为公司和事业做对的事情,时间一长人们就会发现你的价值,自然而然成功也会随之而来。”

对于成功女性如何平衡家庭和工作之间的关系,麦雪睿也谈了自己的经历:“最重要的是弄清什么是当前最重要的事情,在有些时候也要学会说不”,麦雪睿说,“家庭和事业对我来说都很重要,虽然我并不能在任何时候都做到完美,但在过去的30多年中,我一直努力扮演好这两个角色。”

同时,她认为职场女性要善于发现事物积极的一面,保持乐观的心态。“虽然我经常出差,不能每天都给孩子们一个晚安吻,但是,我可以和他们分享世界各地的见闻,让他们感受到不同的文化。所以在我看来,这也是一件好事。”麦雪睿说。

现年53岁的麦雪睿多次被《财富》和《福布斯》杂志评为全球最具影响力的商业女性之一。2012年麦雪睿被任命为雅芳CEO,此前她曾在强生公司供职,从一名科研人员逐步转型为企业高管,用30年的时间成长为强生公司的执行委员会副总裁,强生超过60%的收入都是其负责管理的部门产生,麦雪睿现在还拥有一项科研成果的专利。

(杜杰 童方)