跨国聚焦

沃尔玛“恋上”京东 跨国公司发力B2C

■ 本报记者 霍玉菡

全球最大的零售商美国沃尔玛公司正蓄势待发，对发展迅速的中国网上零售商京东商城进行投资。据报道，沃尔玛准备同其他几家投资商联手，向这家电子商务企业投资5亿美元。京东商城成立于2004年，据该公司网站数据显示，目前公司已有1500万名用户，分销机构遍布中国近60个城市。沃尔玛此举表明，对快速增长的中国互联网创业公司投资的跨国企业越来越多。

投资京东商城，并不是沃尔玛进军电子商务平台的首次努力。沃尔玛有自己的网上购物平台，即山姆会员网上商店。它是沃尔玛率先使用旧金山数字总部开发两年之久的新式全球电子商务平台，山姆会员的网上商店可链接到在中国南方经营的山姆俱乐部仓储式折扣店。电子商务分析师方盈芝对记者表示，从创立山姆会员网上商店到投资京东商城，可以看出沃尔玛进军国内网络购物市场的步伐将进一步加速。沃尔玛此举不仅通过自身资源优势发展网络超市，且通过投资潜力龙头B2C来快速加入竞争，以更好地利用中国国内电子商务市场。因此，也许有一天，中国消费者可以在京东商城购物，在当地的沃尔玛店取货？或者，京东商城可以为沃尔玛网站在中国执行在线电子产品的订单？

纵观近几年，中国电子商务发展势头迅猛，跨国公司进入中国电子商务领域的并不只有沃尔玛一家。在此之前，已有优衣库、百丽等国际品牌相继入驻淘宝商城，展开网上冲浪。其中，阿迪达斯进入淘宝，或许更有代表性。

自从1920年德国阿迪·达斯勒创制第一双运动鞋至今，阿迪达斯一直是运动用品的代名词。如今，阿迪达斯品牌已在中国开辟了一种全新的商业模式——与淘宝网达成战略合作，其淘宝商城官方旗舰店同日开启。

阿迪达斯大中华区负责人表示，能与淘宝网合作，使阿迪达斯有机会通过互联网来了解和满足中国消费者的消费需求。同时，阿迪达斯也将通过淘宝商城旗舰店为广大消费者提供一个全新的购买渠道，让中国消费者可以便捷地通过电子商务平台购买到正宗的并且更具个性化的阿迪达斯产品。

情系电子商务平台

由上述引例可以看出，越来越多的跨国公司开始利用新的途径展开营销，但为何会有众多跨国企业如此看重网络？

中国电子商务研究中心互联网与证券研究员冯林对记者表示，中国巨大的市场潜力和电子商务的发展速度是吸引跨国公司的重要因素。对于许多跨国公司来说，中国是未开发市场之母。中国作为世界最大的网络销售市场同时也拥有超过4亿的用户群，商务部发布的报告显示，2010年上半年网络购物规模基本达到2009年全年水平，网络购物用户规模突破1亿。

拿目前中国最大的电子交易平台——淘宝网来说，目前注册用户已超过2亿，2009年网上交易额超过2000亿元，占据中国超过80%的网购市场份额。这些购买者以城市主力消费人群为主。因此，越来越多的企业开始积极在网络渠道布局，包括联想、戴尔、海尔、惠普、优衣库等品牌陆续登陆淘宝商城。正是由于中国大量的网民以及网购的火爆，才使得联想、优衣库等淘宝商城旗舰店实现了单月销售额过千万的佳绩。

另一方面，在传统商业模式高成本下跨国公司实体店面临的内忧外患，也加速了他们进入电子商务的步伐。有预计显示，今年阿迪达斯在中国区门店总数将增加到6000多家，高门店数代表着高成本运营。然而，刚开始试运营的阿迪达斯淘宝商城旗舰店却遭到疯抢，不到3小时完成3000笔交易，平均3.6秒完成一笔。

此外，同类公司的竞争也迫使这些公司加速抢占市场份额。以阿迪达斯的对手李宁为例，2009年，因其二三线城市战略，李宁中国区销售收入已超越阿迪达斯；而且李宁已经于2008年抢先进入淘宝商城，目前李宁的淘宝商城官方旗舰店已成为李宁所有门店中的销售冠军。阿迪达斯若再不插手电子商务，大量的市场份额将转入对手之手。

可以说，当网购成为一个举足轻重的社会主流消费模式，任谁也无法忽略这一新兴领域带来的机会和挑战。与电子购物平台的合作，一方面使这些品牌得以与一个巨大的网购消费群体实现对接，另一方面也使品牌的影响力扩充至这一新兴消费群体。在某种意义上，传统线下品牌在线上渠道的行动和效果，决定了他们的未来。

未来之路怎么走

对于跨国公司来说，好消息是游戏刚刚开局。未来五年，中国的网民数量将达到6.5亿。而在线购物的比例也将从2009年的9%上升到2012年的19%。同样，数字活动在中国尚处在初期，如社交网、移动宽带服务和在线广告，它们正处在爆炸式增长期。

跨国公司应该做什么？当然，它们需要一个有吸引力的的网站。同样它们还需要利用更强大的工具，比如手机，比如短信服务。需明白自己的目标市场如何与网络相互影响，不断提供服务和产品，满足市场的需求。一个好方法是通过已经建立的本土网站，另一个方法是招募本土市场经营者，运营出带中国特色的数字媒体。然而至今为止，并不是所有跨国公司都有太多的准备。

据方盈芝介绍，电子商务发展势头迅猛，国内传统企业已经从观望转入实战。一些本土公司做得比西方巨头还要好，比如腾讯，阿里巴巴和搜狐，它们完全统治了高速增长的、拥有370亿美元规模的电子商务市场。每一次当数以百万计的中国新网民拥抱互联网时，则意味着同样的多的人离开了电视，离开了户外广告。为了成功，跨国企业应该抛弃原有的西方成功套路。相反，它应该了解中国网民的气质，把握中国数字消费的脉搏。

社会责任

联想CSR报告首提气候变化战略

日前，联想集团发布《联想（中国）2009/2010年企业社会责任报告》，这是联想集团自2007年以来公开发布的第三份CSR报告，该报告以中英文两个版本发行。

与以往企业社会责任报告相比，这份企业社会责任报告呈现出了几大特点，一方面，联想将企业社会责任机制化，强调将企业社会责任融入到日常管理之中，另一方面是联想在实现企业社会责任的过程中，不仅考虑企业本身的计划和行动，同时将第三方企业的社会责任变成了企业自己的奋斗目标，采取了多方参与，共同推进企业社会责任战略目标的方式。

据了解，该报告不仅向利益相关方披露了联想（中国）“2009年关键绩效数据”，而且在报告中详尽描述了联想(中国)2009年三大责任实践——持续实施“电脑下乡”项目缩小数字鸿沟、制定明确战略和目标应对气候变化、创新公益创投支持青年公益创业。

作为领先的IT企业，缩小数字鸿沟是联想践行社会责任的重要战略方向之一。早在2004年，联想就面向广大农村用户启动“圆梦计划”，致力于缩小城乡数字鸿沟，推动中国农村信息化进程。2009年，联想针对农村用户特点推出30款“下乡电脑”。6年来，联想已累计推出350多款专为农村用户量身定制的产品，帮助600多万农村用户圆了使用电脑的梦想。

值得一提的是，这份报告首次制定了气候变化战略，确立了明确的目标和任务：持续减少联想的全球碳足迹，并推动供应链及客户减少碳排放。

该战略专注于以下5个方面：联想自身运营和自有工厂的直接碳排放，能源供应商为联想提供能源所产生的碳排放，联想供应链为联想提供服务、产品及运输产生的碳排放，联想客户采购、使用和处置联想产品过程中产生的碳排放，联想支持政府、NGO和公众倡导低碳经济活动产生的碳排放。

针对以上5个方面，联想分别制定了具体的目标和措施。其中，在2011年3月31日之前，联想将全部消除自身运营和自有工厂的直接碳排放。2009年，联想的碳能效提升了15%，超过了预定的10%的目标。联想还参加了碳披露项目（CDP），对外公布碳排放情况。

中国国际民间组织合作促进会副理事长兼秘书长黄浩明评价，联想企业社会责任的成功实践，是中国企业开展社会责任的学习样本，但他也提出了对联想下一步企业社会责任战略构想的建议，一是扩大企业社会责任的国际运作范围。二是适当支持其他类型的社会组织。三是制度化建设的监控和社会组织的战略合作。 （于佳莉）

经营之道

绿色增长助力韩企谋变

在朝鲜半岛局势紧张之际，韩国最大企业三星电子的股价却迎来了上市以来的最高价位。三星电子最近的财务报表显示，三星电子2010年第三季度营业额实现了创纪录的最高值，营业利润与前年同比增加15.2%，达到4.86万亿韩元（约280亿元）。但是，其70%的利润来自半导体业务。大部分盈利依赖这一开始减速发展的业务，让三星电子产生了很强的危机感。

在这样的一个背景之下，2010年12月3日，三星电子董事长李健熙的长子李在镕由副总裁升任总裁。三星长期的世袭路线更加明晰了，同时也显示出三星电子已经开始着眼于布局以后的增长，其中力度最大的领域就是绿色创新。

李明博总统的绿色愿景

韩国某政要曾大力宣称：“要将环境产业培育成继半导体、液晶之后的第三个核心产业。代表着环境的绿色产业要在2016年在全球市场上的份额超过半导体产业。现在是扩大业务的绝佳机会。”

2008年8月15日，李明博总统在韩国建国60周年之际，宣布了将低碳绿色增长（Green Growth）作为国家新的核心战略。李明博认为，韩国在以往60年整体上重视基础设施建设，今后60年“发展为成熟国家”的时期，支持未来60年增长的核心是绿色产业。

过去60年间，韩国人口增加了两倍、而GDP却增加了660倍。但是，2020年韩国将步入人口减少时代，经济形势的走向并不明朗。绿色增长是靠信息通信、生物、纳米等绿色技术与清洁能源产业来带动的，它有望培育出新的高速增长产业，创造更多的就业机会。

李明博政府在2009年1月出台了《新增长动力与发展愿景》。其中的产业政策也体现了重视绿色技术的观点。产业结构的调整、法律制度的修改、研究开发投入等均倾向于对绿色产业的扶持。2010年4月，韩国出台了低碳绿色增长基本法，韩国的产业政策与执行力度从而迅速扩大。

三星的《愿景2020》

韩国一贯认为自己在地理位置上受中国与日本夹击，在世界第二、第三经济大国的压力下经济可能随时被压垮，只有将危机化为“弹簧”，才能保证未来的崛起。韩国式危机意识也在三星集团高层表现得淋漓尽致。2010年3月重回三星集团掌门人位置的李健熙董事长鼓励员工称：“如果三星一步走错，10年后就将衰变为一个小商店。全球企业投资下降之下，我们要大胆投资、把握机会。”2009年11月，三星电子在迎来创办40周年之际公布了2020年实现营业额4000亿美元、电子信息产品市场份额位居世界第一、晋级全球10大企业的发展目标——《愿景2020》。

如若2020年三星营业额达到4000亿美元，目前以营业额1100亿美元排行全球第40名的三星就有可能超过全球第12名的美国通用。为了实现这一目标，三星计划继续扩大带动公司快速增长的半导体、液晶、手机、电视的全球市场份额，同时大力培育LED、太阳能电池、电动汽车电池、生物制药、医疗器械等五大新业务。

2010年5月三星公布了2020年前集团在新业务领域的23.3万亿韩元投资计划。主要计划投资LED领域8.6万亿韩元、投资太阳能电池领域6万亿韩元、投资电动汽车电池领域5.4万亿韩元，并预计2020年这5项新业务每年的营业额将达到50万亿韩元。

LG的《绿色2020》

与三星在高科技领域争霸的LG集团也在同一时期推出了面向绿色产业等新业务领域——太阳能电池、电动汽车电池、LED等的重点投资计划。2010年4月LG发表的《绿色2020》中计划，2020年将这些新业务的营业额提升至集团总营业额的10%。为此进行的投资额度与三星一样，同为20万亿韩元。

一贯与三星电子相比照的LG电子最近的财务报表呈现出赤字，主要是由于智能手机的推出迟缓等。为了逆转局势，LG电子在2010年12月1日果断进行了以业务本部中心的完结型体制、太阳能发电等新业务的强化、加速经营改革为主的大规模部门重组。

（编译：中国贸促会电子信息行业分会 王喜文）

跨国一周

家乐福称康师傅恢复供应涉及部分桶装面

针对康师傅与家乐福的断货风波，日前家乐福方面表示，近期未调价的康师傅部分桶装方便面已恢复供应，但涨价产品供应仍未恢复，谈判还在进行中。但康师傅回应称双方协商并无任何实质进展。

星巴克1月1日开始上调星冰乐等饮品价格

星巴克从1月1日开始在全国市场上调星冰乐等饮品价格，价格平均上调约1元至2元。而可口可乐公司也表示，出于成本压力，公司2011年可能提高旗下美汁源等果汁品牌的价格。

高盛向脸谱网再注5亿美元

据报道，Facebook（脸谱）网站于近日从高盛和俄罗斯互联网投资公司（DST）处获得5亿美元投资。依此估计，Facebook在接受投资后的市值将超过eBay、雅虎和时代华纳。

福特和克莱斯勒宣布召回十余万辆汽车

美国汽车制造商克莱斯勒集团公司近日宣布，召回市场上大约15万辆小型客货两用卡车和运动型多功能车（SUV）。美国福特公司同一天也发布召回声明，涉及两款车型总计1.5万辆汽车。这些汽车存在转向问题、气囊无法开启问题和轴承组件隐患。

百事可乐停止使用并归还天府可乐配方

备受关注的民族品牌天府可乐与百事可乐技术秘密之争终于尘埃落定。重庆百事天府饮料有限公司需停止使用天府可乐浓缩液乙料的成分、配方及其生产工艺商业秘密，重庆百事可乐并将相关配方归还中国天府可乐集团公司。

“宜家”薯片酸价超标入境时被截获并销毁

质检总局信息显示，近日从瑞典进口的宜家原味薯片、酸奶油洋葱薯片共5个批次酸价皆超标，因此未能入境且已被销毁。