



HRD Network Briefing

第三十一届上海 HRD Network Briefing

活动话题：中外企业人力资源管理的经验与挑战

活动时间：2014 年 9 月 2 日

主办方



本次独家赞助



请联系：HREC / Marketing

地址：上海市武宁路 99 号我格广场办公楼 1701 室 邮编：200063

电话：+86 21 6056 1858 传真：+8621 6056 1859

邮箱地址：marketing@hrecchina.org 网站：www.hrecchina.org



Part I 活动概况

活动话题 中外企业人力资源管理的经验与挑战
活动时间 2014年9月2日
主持人 郭鑫 | 总裁兼首席执行官 | 科锐国际人力资源有限公司
分享嘉宾 谢坚 | 红星美凯龙家居集团股份有限公司副总裁 / 中国商业发展研究所副所长
分享嘉宾 李春 | 高级副总裁 | 复星医药(集团)股份有限公司
出席人数 37人

Part II 主题分享

分享主题一：东方组织管理智慧

分享嘉宾：谢坚 | 红星美凯龙家居集团股份有限公司副总裁 / 中国商业发展研究所副所长

红星美凯龙(以下简称“红星”),是中国家居行业遥遥领先的第一品牌。成立于1986年,创业28年来已在北京、上海、天津、南京、长沙、重庆、成都等100余座城市开办了140多个家居商场。

① 东方组织特征

从外资企业转到本土企业工作,就好比从解放前的国民党军队转到共产党军队。国内战争时,国民党军队打仗纪律森严、听从总部指挥,执行每一个作战方针;同期,共产党的军队的作战标配是“小米加步枪”,每打完一仗都会迅速地总结战役的优胜得失,并没有标准的作战方略,却也能取胜于诸多战役。有人比喻说:外资企业就像性能良好的法拉利,但是在中国永远只开80码;而中国的大多数企业就像一辆配置略低的奇瑞QQ,在中国的高速公路上却需要跑到180码,在不能停车的情况下还要加油,更换零部件以保持持续前进的动力。

以上这些比喻其实都说明了中外企业在中国商业环境下的生存状态,虽然充满戏谑,但却非常形象。身为人力资源部门的负责人,我们必须明白企业的特性与所处商业环境的融合度,从而找到最适合企业发展的人力资源战略以及人力资源部门的角色。人力资源管理并不是孤立存在的,企业在,HR在,HR永远要关注企业的生存环境、发展阶段和未来的方向。

如果用色彩来比喻员工特性,我将大多数民企的员工分为三类,“红色”、“蓝色”、“黄色”:

- ▶ 红色:代表随着公司一起成长的“老员工”。特点是充满激情,把公司当作家,但可能部门界限不足。
- ▶ 蓝色:代表来自500强外资企业的人才。特点是有很强的系统化思考能力,擅长人机对话,但人人对话能力欠缺。
- ▶ 黄色:代表来自中国优秀本土企业的人才。特点是懂得人人对话,但可能在契约文化上不足。

人力资源部门的任务就是把这三类人融合在一起,形象地打一个比方:他们每个人都像水果一样拥有独特的“味道”,但我们为他们加入“企业色拉酱”,使他们在个性之外拥有同样的“企业特质”。

② 人力资源三大角色

结合红星的实际情况,我们企业确定的人力资源三大角色是:“业务伙伴”、“专业顾问”和“营销高手”。

➔ 业务伙伴

三年前我刚进入红星时,公司已经建立起完备的流程、政策、制度,但我发现由于种种原因它们却几乎没有被真正执行过。在翻查过所有已制定的政策后,发现这些或与外部咨询机构合作,或红星自建的制度对红星的业务发展几乎无太大帮助。由此,HR团队提出的第一个角色是:“业务伙伴”。作为HR必须要了解:业务领导在想什么?我们做的事对业务的帮助是什么?

人力资源管理面临的最大的问题是容易陷入专业的“深井”。当自身越来越专注于专业领域时,HR往往会忘记自己所做之事是为了什么目的。因此,HR一定要走出自己的圈子,走近一线,走近业务。

➔ 专业顾问

当完成“业务伙伴”的角色转变后,HR却发现自己从一个人力资源的专业人士变成了一个“答应”,或者说是“上书行走”,会被要求去处理许多琐事、杂事。只要碰到“人”的问题,能力问题或者组织员工活动等问题,业务领导都会来找HR问询。第二年我们重新修订了HR的角色:除了做“业务伙伴”,我们还要做“专业顾问”。

“专业顾问”的专业性体现在两点:一、帮助业务部门达成业务目标。与业务领导沟通时,我们不谈培训小时数,流失率等人力资源的术语,而是要告知他们人事费用率和利润之间的关系、人工成本和敬业度之间的关系,把HR的语言转化为业务语言,让业务领导明白HR做的事情可以帮他们赚到钱,可以帮助在他们实现业务目标。二、要成为李云龙身边的赵刚。会打仗会带兵,还要比李云龙更懂人。在红星内部,HR们提出的口号是:“成为东方组织的人性专家”,像赵刚一样,不是管人,而是懂人,让员工愿意相信你。做到这一点不容易,但却有许多“接地气”的方式,HR需要知道如何与80后/90后沟通,懂他们的语言,比如:“逼格”“丝丝”等等。每天关注年轻人和业务领导的微信,不仅知道他们业务上在想什么?也要知道生活上在想什么?

➔ 营销高手

“营销高手”是红星从今年开始提出的人力资源角色我们对其定位是强悍的、与战略挂钩的战略人力资源高手,即“营销高手”。我们提出:HR必须向营销部门和企划部门学习,将我们做的事情包装并推销出来。以下便是我们的一系列实践:

- ▶ 情人节招聘活动:“寻找红星的十大情人”活动。
- ▶ 内部讨论:“谁才是红星未来的韩信?”“谁才是红星未来的萧何?”

► 人才盘点：盘点前安排优秀人才走红毯，让所有的管理层和部门经理在旁拉票。

……

这些活动形式丰富而新颖，但实质上却是推广了人力资源领域内的关键工作，这些活动可以使人力资源管理获得更多关注和更多参与、支持，从而实现我们的目标。

总的来说，“业务伙伴”、“专业顾问”、“营销高手”——我认为 HR 若能做到以上三种角色才能将我们的地位、话语权和影响力在企业中不断提升。

③ 东方组织管理四大战略

动态变化的

变革管理：红星每天都在变革，人力资源的任务不是去推动变革而是要让变革的躁动变得稍微稳定一些。但是，我认为如果公司缺乏经常性的小变动，反而有一天会出现大变。

1999年，我去摩托罗拉公司进行访问交流期间，我问摩托罗拉的同事们：“你们怎么看诺基亚？”当时的诺基亚还非常弱小，现场有一个人回答：“诺基亚是造纸的，而我们是做通讯设备的，而且我们已经做了150年”。我当时因一家企业能如此长时间专注于一个领域而感动。

2005年，当诺基亚把摩托罗拉扫出手机市场，我前往诺基亚管理学院进行交流，问了诺基亚员工同样的问题：“你们怎么看摩托罗拉？怎么看诺基亚的成长？”诺基亚同事很自豪地告诉我：“我们之所以能战胜摩托罗拉是因为我们在不断提醒自己，消费市场在不断变化之中，我们要紧紧跟随变化”。我感动于一个大公司在面对变化时的警醒。

2011年，我又碰到诺基亚管理学院的院长，他已跳槽。当时我问他：“诺基亚不是说最会应对变革吗？怎么被乔布斯打败了呢？”他答道：“乔布斯的所有发明诺基亚在早于他2年时都做出来了。当高层发现变化并采取措施要往下推的时候，遭遇到了强大的中层顽抗，所有中层干部都已习惯于自己擅长的领域，一切措施推下去后便化于无形。”

2012年，和三星中国区的总裁共进晚餐时。我问他：“你怎么看乔布斯？”他反问我：“你怎么看秦始皇？一个封闭的大一统创新可能会盛极一时但是必不长久。”我理解为安卓的开放系统和苹果的封闭系统之间差异。

回到自身，红星的变化速度超越想象。刚开始很不适应，一个政策还没制定完就已经要进行修订。但当我认清快速变化是中国本土企业的特征，也是在快速变革市场下的生存之道时，我欣喜于这种变化，也要求 HR 团队的同事们欣喜地庆祝这种变化，不是“勇于接受”而是“庆祝”，因为接受太被动，“庆祝”才是欣赏变化的表现，并会开始跟随变化。

系统整体的

民企与外企的本质区别在于民企的内部机制几乎是成体系的，需要不断充实和更新体系化。民企来不及系统化地整合全套系统，大部分的政策都是补丁式的，HR 就需要慢慢把零散的系统更新完成，然后固定下来形成体系。

在这个过程中，我们遵循老子的“无中生有”原则。当没有系统时就

先创造出一个概念，先推行简单的“红绿灯”，用于衡量不同干部的素质，然后再慢慢演变成九宫格，然后再逐步升华建立“全员全面评估体系”。“道生一，一生二，二生三，三生万物，万物最后归于无。”推行一件事情先不追求完美，而是推动向前。然后慢慢丰满，逐步成为体系。当然，当体系完善成熟后，千万要记得回头看看这些体系的价值所在。当拥有专业的时候要忘记专业，记住你的直觉。

其实，零售商业的一切问题点都可以在一线发现，我鼓励 HR 团队走到前线去发现问题，再回推并研究这些问题是培训问题，招聘问题还是薪酬问题。我也告诉我的团队，要透过现象看本质，由点及面，很多时候招人并不仅仅是招人的问题，流失也不是流失的问题，所有人力资源问题都是系统性、整体性的。

全员参与的

红星最大的智慧在“民间”，HR 的作用在于怎么把民间的智慧“打捞”出来。所以，我推出的所有政策都是竞赛模式的。首先推出“红星梦”，即“职业创业”，让红星人自己来提出梦，所有员工都可以挑战红星层出不穷的新事业。只要敢干，公司就会投资，要求员工自己也投资，因为只有自己做了创业者才会真正投入去干。我们不断地把金字塔式的组织变成项目管理的创业小组，我们鼓励“职业创业”。

服从战略的

曾经，老板布置给我的一个任务是到国内外最著名的院校，比如北大、清华、中欧，甚至国外的知名大学去招最优秀的人。而当时我认为红星作为一家商业企业，需要的人才应该是二本院校中最优秀、最有活动力的类似于学生会主席这样的人物。

再次沟通时，老板说我的观点没错，但是我的观点是基于将组织当作企业的基础上而生发的，企业就是用今天的资源考虑今天的事情——因此我的观点并无不妥。但是他从来没有把“红星”这个组织当成是企业，而他相信：只有将“红星”当做卓越的组织来打造，才有更前瞻的视野。诚然，当公司蓬勃发展、进军电子商务、不断往家居领域的上下游走，不断往地产领域横向走的时候，最优秀大学毕业的大学生在其中散发的能量的确优于二本三本学校的学生。

斯坦福大学的教授说过世界上有三类事：一类是简单的事。如炒菜，做衣服等日常小事；第二类是复杂事。如卫星上天，组织会议开幕式等需要高智力、高体力去完成的事情；第三类是超级复杂的事。这类事情说的正是“和人打交道的一切事情”，教育子女，公司管理，各种人的事，因此简称“人事”。

祝愿各位天天享受“超级复杂事情”的乐趣。

分享主题二：从民营企业高管招聘的挑战及对策看民营企业和西方跨国公司在管理上的差异

分享嘉宾：李春 | 高级副总裁 | 复星医药(集团)股份有限公司

① 民营企业高管招聘的挑战与对策

① 招聘需求的变化和确认

挑战：

- 高层的意见不一致如何统一思想做出决定？
- 今天很急要找明天似乎又不急着者找了问题在哪里？

对策：

- 深入了解业务的方向和挑战要有自己的判断
- 不断即时和高层沟通相关业务挑战的变化对招聘需求的可能影响
- 要以事为思考决策的方向，以人的差异决定具体的做法

② 岗位要求的清晰和具体

挑战：

- 岗位要求总是变怎么办？

对策：

- 深入了解业务（问问题）
- 了解经营模式？
- 如何赢利？
- 经营中碰到的挑战是什么？
- 为什么会有这个挑战？
- 人的因素是什么？
- 什么专业特长、背景的人擅长解决此问题？
- 他们通常在什么公司？什么岗位？为什么？
- 用实际面试的候选人来进行具体的讨论不断具体清晰要求

③ 渠道的选择

挑战：

- 应该选择什么猎头公司？

对策：

- 如果我的公司名气不大，用大名气的猎头公司
- 如果我的公司名气很大，我没有必要付猎头公司名气的钱。快，准是首要的
- 能够帮助我厘清，具体化以及关键要求优先排序的猎头公司在提供增值服务

④ 对候选人的服务和评估

挑战：

- 候选人需要我的哪些增值的服务有助于他准确表现真实的自己？
- 我的评估如何？

对策：

- 全面的公司介绍
- 公司文化介绍 -- 我们需要什么特点的人

- 岗位的具体介绍
- 面试人的介绍
- 和候选人沟通你对他的看法

⑤ 招聘流程的安排

挑战：

- 先见谁后见谁会影响选择的结果吗？
- 如何选到更高水平的候选人？

对策：

- 和更高级的人筛选或和董事长来筛选副总裁候选人给 CEO 面试

⑥ 最后的候选人的名单确认

挑战：

- 为什么总是最后做不出决定？

对策：

- 只选出一个候选人是很难做出决定的，要有几个比较合适的候选人才能比较做出决定

⑦ 薪资的讨论和确定

挑战：

- 薪资到底是由什么来确定的？

对策：

- 合理的薪资是最后选出的几个候选人的薪资决定的，具体会考虑他们目前的收入，他们的期望和内部人的平衡

⑧ Offer 的讨论和签署

挑战：

- Offer 是应该写的清楚还是含糊？

对策：

- 作为 HR 你的目标是推动 Offer 应该写的尽可能清楚

⑨ 背景调查

挑战：

- 背景调查如何做调查什么才对最后决定有价值？

⑩ 上岗前的联系保持

挑战：

- 我的接受 Offer 的候选人最后不来了？

对策：

- 在候选人接受 Offer 后还要保持和他的经常联系，了解他的真实想法和动态
- 关键是建立对你信任的关系
- 建立对你信任的关键是他认为你总是会为他着想

⑪ 上岗后的支持和辅导

挑战：

- 如何帮助新进的高官站稳脚跟？

对策：

- 我找的人无论何种原因第一年走都是自己招聘的失败
- 将新进高管作为你的重点客户给予大力支持
- 帮助他不断取得小的成功
- 只提出一次提醒是不够的

② 民营企业与西方跨国公司在管理上的差异

授权

岗位授权 Vs 因信任而逐步授权

职责范围

清楚你的职责 Vs 你的工作范围是你自己创造的（由你的表现结果决定的）

激励

鼓励激励 Vs 压力激励

沟通

尽可能清楚一致 Vs 考你的悟性

奖金激励

事先明确 Vs 给你惊喜（不确定）

决策

流程和授权 Vs 效率和关系

Part III 讨论环节

主持人：郭鑫 | 总裁兼首席执行官 | 科锐国际人力资源有限公司

中国式管理和西方管理的基本出发点就存在很大差异。以美国企业为代表的欧美企业，他们的管理理念和管理出发点更倾向于全球化（Universalism），所有东西都以全球统一一致为依据。例如：麦当劳将全球的门店统一化设置，为客户带来熟悉亲切的感觉。中国企业骨子里讲究的是独特性（Particularism），我们期望所有的管理办法都基于企业独特的环境 / 背景。没有绝对的对错，关键是如何去管理过程。

在此，我们邀请在座嘉宾结合自身在企业管理过程中的体会探讨一下中西方管理的差异。

某美资能源系统公司人力资源总监：

中西方文化确有差异，但我认为企业间的差异主要与企业的发展阶段和规模有关。我所在的企业（一家美国公司）虽然不像快速成长的本土企业变化得那么迅速，但是同样每天都存在变革，有时一个项目还在设计阶段就要修改甚至推倒重来。我认为 HR 要做的是：1. 将达成商业利益作为首要考虑因素。2. 改变企业土壤，让花开得更漂亮。3. 别太把自己太当回事儿。HR 只有为业务真正提供价值时，才会被认为有价值。HR 需要调整自我，调整与业务部门间的理解误差，成为真正的伙伴，才能用自己的智慧让花开得更漂亮。

某韩资制造业公司人力资源总监：

我认为中西方企业的差异主要在于经营的惯性。我刚从德国企业转到韩国企业。韩国企业的特点是经营惯性根深地固，主要受总部的影响，进行变革都非常困难。所以我发现推动变革的关键点是：由点及面。找到突破点（公司看到变革的好处）后再慢慢去变化。比如推进一个特别大的系统，即使这个系统根据我之前公司的使用情况证明是非常有效的，但如果不能及时地解决现有的业务实际问题，公司往往也是不支持的。所以我们一定要先改良再想办法达成巨变。

主持人：

把制度转变为公司行为。很多企业会将公司文化写在墙上，但 99% 都是废话。比如：墙上贴着的企业文化“团队合作”，但是薪酬结构，绩效考核没有一个环节和团队相关。民营企业请咨询公司建立各种各样的规章制度，但是往往又觉得这些制度不落地，不实用，便一票否决。实际上因为这些制度还只停留在信仰层面，没有变成行为规范。跨国公司会把制度翻译成行为规范，执行起来就比较顺利。

某中国本土制药企业人力资源总监：

民营企业也有不同的发展阶段，我们公司刚成立五六年，目前处于情感纽带阶段，企业的文化是义气，老板希望能成就整个团队，让他和一起打拼的兄弟们都能独掌一方。老板带着创始团队轰轰烈烈做事，再慢慢引入外部市场的专业人员提升组织能力。我就是作为外部人员被引入的。

目前我们在管理中面临的最大挑战：如何在能解决问题的前提下回归到 HR 的专业层面上？企业关注的是使用的工具和方法确实能解决企业的问题。我们一定要先融入再谈专业，HR 的专业需要被认可了才有价值，企业才愿意投入资源。当然，民企也分不同类型，我们老板属于很愿意在团队上投入资源的类型。

某外资财务咨询机构人力资源总监：

其实外企同样存在怎样将 Global（总部）的项目落地到中国的挑战。因为业务部门往往不支持，认为不做也没关系。我认为 HR 要注意的是：与业务沟通时尽量不要用 Global 的术语，因为讲得越专业就越不能沟通。举例：Global 要求中国推行建立一套“经验管理”的系统来配合人才培养，目的是让员工在工作过程中建立经验，而且经验管理要占人才培养的 70%。业务老板听闻后的第一反应是反对，认为这套系统会打乱他们原有的工作流程。我们当时的做法是抛开“经验管理”的概念，以员工调查结果和员工的能力差距为切入点和业务部门沟通，告诉他们员工的种种问题将对业务产生的影响，而 HR 可以提供的具体解决方法。让他们从接受开始再慢慢推进。在使用一年后，“经验管理”的成效也慢慢显现，它不仅加强了老板和员工的纽带，也让员工的能力素质有较明显的提高。获得管理层认可后再在大中华区范围内推行就简单多了。

某欧洲跨国制造企业人力资源总监提问：

我想请教两个问题：本土企业招聘人才的标准是什么？本土企业的保留和激励是如何做的？

某中国本土制药企业人力资源总监：

我们选人讲究的是适合。而我们更注重的是人才使用和培养。民企与外企最大的区别是缺乏系统，但是我们公司不同，我们内部建有三个人才发展平台：高阶人才的精英会，针对部长级别选出高潜人才培养为未来子公司的老总；主管级别的讲武堂；最后是针对基层的登峰营。我们所有的人才都是通过竞选的方式选出来的，而且公司管理层对这种方式也很支持。

某全球化学品公司人力资源总监：

我在民企、外企、国企都待过，我认为三类企业都有类似。但是中国的管理模式要超越西方管理模式的时间点已经到了。西方的管理模式是从学习型组织渐渐发展到个人潜力发展阶段，而中国企业的管理起点

就是激发人的潜能。中国传统民营企业都很有智慧，而且是自己领悟出的智慧。比如，华为的任正非，海尔的张瑞敏都是中国文化培养出的代表人物，他们没有丰富的管理理念，但是极富领导力，这种领导力会激发人的潜能。当然企业整体的能力和生命力还需要依靠西方流程化的方式变得可操作、可学习，但是不能僵化。如果中国企业能用好中国智慧，并将西方系统化、流程化的智慧融合在东方的智慧中，我相信中国企业会快速超越西方企业。

主持人：

中国企业能延续几百年的有几家？

某美资能源系统公司人力资源总监：

我其实不同意“民营”和“外企”的称呼，因为外资企业其实就是外国的民营企业。在中国的外资企业大都有百年以上的历史，而我们中国许多企业才发展了十几、二十年，发展阶段不同，但是企业规模是一样的。

我认为一直考虑“百年后”是一个误区。如今系统变革非常快，企业要做到“百年老店”是很难的。作为HR我们应该看的是企业3年内的战略是什么，然后踏踏实实做好。HR一定要分析清楚所在的企业处于什么阶段，如果处于初级阶段HR就做初级的事情，如果老板想要打江山，HR就要给他配备起能打拼的队伍，这些才是我们HR真正应该要做的事情。

主持人：

技术日新月异，从技术角度来看，企业会发展到何处谁也不知道。但是从人力资源基本管理理念上来讲，HR是可以做些事情帮助企业长期可持续发展的。比如说依靠契约化的管理还是依靠感情纽带，哪一种可持续？答案显而易见的。管理理念需要相互学习，相互融合，实际上我讨论的不应该是民企和外企的差异，而是中国公司和欧美公司的差异。

某大型跨国化工企业亚太区人力资源总监：

我们现在谈中国企业发展到一百年还为时尚早，因为中国企业商业化的起步很晚，起步时的市场环境和百年前也完全不同，需要企业的适应程度也是不一样的。中国企业在第一阶段往往是短平快，然后才去考虑制度和信誉方面问题，我相信不是因为中国企业家没有可持续性发展的远见，而是他们当时最根本的需求是生存，生存下来了才能有更进一步的追求。

很多情况下外企的工作不如民企有弹性，比如员工保留，我们原来很多的保留和吸引手段越来越不可行，不仅中国有这种情况，外企母公司也表现出这种趋势。

主持人：

中国改革开放才三十几年，企业的发展也刚起步。国外的百年老店背后同样存在千千万万转瞬即逝的公司。作为职业经理人或者创业者，我们必须从管理角度去考虑在哪些方面能帮助公司，推动公司的可持续发展，而不是单单追寻一些热门的“明星”管理理念。

某外资财务咨询机构人力资源总监：

业务所处的领域和市场环境不同，HR需要理解业务所处位置后再与人力资源专业知识配合找到解决方案。我们所有推出的政策都需要经过讨论、磨合、达成共识。

很多中国企业依靠创立者的个人能力存活，但是要持续发展，HR需要帮企业鉴别下一代领导力。

某跨国建筑材料公司人力资源总监：

存活百年的企业绝对不会只靠一位领导。存活5年/10年是靠运气；存活20年/30年靠技术和产品，但是百年老店靠的都是文化。文化是根基，HR应该要帮助企业培养文化，不是贴在墙壁的标语而是落到实处的行为。

Part VI 下期建议话题

- 1 组织变革管理
- 2 员工激励与敬业度提高

本次活动出席嘉宾

人力资源总监 | 爱美达(上海)热能系统有限公司
 人力资源总监 | 湛新树脂(上海)有限公司
 亚太区人力资源总监 | 亚利桑那化学贸易(上海)有限公司
 人力资源总监 | 光明乳业股份有限公司
 人力资源总监 | 布勒(中国)投资有限公司
 总裁兼首席执行官 | 科锐国际人力资源有限公司
 人事行政总监 | 旭辉(控股)集团
 人力资源副总经理 | 东方航空股份有限公司
 中国区人力资源负责人 | 康帕斯(中国)企业管理服务有限公司
 人力资源总监 | 大陆泰密克汽车系统(上海)有限公司
 副总裁 | 上海纵游网络技术有限公司
 华东区人力资源总监 | 金鹰国际货运代理有限公司上海第一分公司
 中国人力资源总监 | 安永华明会计师事务所
 大中华区培训总监 | 安永华明会计师事务所(特殊普通合伙)上海分所
 人力资源副总监 | 广东溢达纺织有限公司上海分公司
 高级副总裁 | 上海复星医药(集团)股份有限公司
 经营支援部部长 | 上海现代电梯制造有限公司
 人力资源行政部长 | 上海景峰制药有限公司
 人力资源总监 | 上海新兰房地产开发有限公司
 人力资源总监 | 庄信万丰(上海)化工有限公司
 人力资源资深总监 | 上海微创医疗器械(集团)有限公司
 中国区人力资源总监 | 欧文斯伊利诺斯
 亚太区人力资源总监 | 庞贝捷管理(上海)有限公司
 人力资源总监 | 普华永道中天会计师事务所有限公司
 副总裁 | 红星美凯龙家居集团股份有限公司
 亚太区人力资源总监 | 威讯联合半导体(上海)有限公司
 亚太区人力资源总监 | 圣戈班(中国)投资有限公司
 人力资源总监 | 三胞集团有限公司
 中国人力资源总监 | SDV 国防物流有限公司
 人力资源部负责人 | 上海拖拉机内燃机有限公司
 人力资源总监 | 苏州紫兴纸业股份有限公司
 大中华区人力资源总监 | 天泰焊材(昆山)有限公司
 人力资源总监 | 铁姆肯(中国)投资有限公司
 管理本部部长 | 东芝电脑网络(上海)有限公司
 集团人力资源总监 | 上海声色体汇营销策划服务有限公司
 人力资源总监 | 延峰百利得(上海)汽车安全系统有限公司
 RPO业务总监 | 科锐国际人力资源有限公司

关于 HRD Network

参加 HRD Network, 您不用付费, 但需凭邀请函才能入场。HRD Network 不是高峰会议, 它是为 人力资源高层管理人士营造舒适开放的环境, 提供商业灵感和人际网络, 进行及时、高层次的人际交流的平台。与会者将共同审视最佳实践方案, 探讨人力资源发展方向, 并就一系列焦点问题进行深层次的讨论。

HRD Network 将给您有限的时间带来最大的价值。它既非嘉宾问答也非独家演说。我们精心挑选参会者, 以确保为您的事业发展、知识分享、技能提高带来收益, 并使您的思想和同行中的领军人物保持同步。

我们的活动以半天研讨会的形式开展。将由 20 至 25 位资深人力资源总监深入讨论当前面临的焦点问题, 并特邀 1 位人力资源资深专家担任整场活动的主持。

为免您舟车劳顿, 我们将送“会”上门。每 2 个月我们会去您所在的城市搭建这个学习、分享和交流的平台。

此外, 交流会还安排了茶歇环节, 以满足您对于交流互动的愿望。

我们希望通过这个特殊的形式, 使企业的人力资源总监能在一个开放、活跃和愉快的气氛下相互交流, 互惠互利。



关于人力资源智享会

人力资源智享会 (HREC) 是中国最大和最具影响力的, 面向中国人力资源领域专业人士的会员制组织。截至 2014 年 6 月, 智享会的付费会员企业超过 1,600 家, 汇聚了大量世界 500 强、福布斯 2000 强及本土领先的上市企业。

人力资源智享会 (HREC) 每年举办超过 170 场活动, 每年有超过 2 万名人力资源领域专业人士参与到智享会活动中。其中薪酬与福利最优秀、学习与发展最优秀、招聘与任用最优秀、组织发展年会、人才管理与领导力发展年会、人力资源业务伙伴年会、人力资源共享服务中心年会等活动已成为各自领域中最具规模、层次最高、最受专业人士欢迎的年度盛会。

人力资源智享会 (HREC) 旗下《HR Value》杂志, 是最具价值的人力资源专业刊物, 兼具理论性和实践性, 读者人数超 2 万名。

人力资源智享会 (HREC) 每年出版超过 18 份研究报告, 撰写超过 120 个案例, 覆盖人力资源相关领域: 管理培训生项目、共享服务中心、人才管理、蓝领员工管理、招聘流程外包、校园招聘等等, 提供人力资源行业最佳实践分享和数据分析, 帮助人力资源从业者做出相应科学决策, 为业务贡献更大价值。

人力资源智享会 (HREC) 与以 Saint Joseph's University (圣约瑟夫大学)、Human Capital Management Institute (HCMI) 为代表的全球 10 多家 人力资源专业教育领域的知名大学和组织合作, 为中国人力资源从业人员提供高端前沿的学术教育及认证课程。

人力资源智享会 (HREC) 内训咨询服务平台每年帮助超过 200 家公司找到服务好、质量高、满足企业定制需求的经智享会认证的咨询和培训服务提供商。

人力资源智享会 (HREC) 每两年举办“中国学习与发展价值大奖”, 这一人力资源业界内的“奥斯卡奖项”, 是业界最具影响力、最受瞩目的人力资源豪华盛典。智享会遵循“公正、公开、公平”原则, 邀请独立的人力资源领域资深专家组成评委团, 旨在为企业寻找“学习与发展”实践标杆, 以“汇聚优秀企业, 发现最佳实践, 引领人力资源行业发展”为目标, 打造出最权威、最专业、最具公信力的人力资源奖项。

请联系: HREC / Marketing

地址: 上海市武宁路 99 号我格广场办公楼 1701 室 **邮编:** 200063 **电话:** +86 21 6056 1858 **传真:** +8621 6056 1859
邮箱地址: marketing@hrecchina.org **网站:** www.hrecchina.org