

11.1.1 中外企业文化比较（一）

请同学们看这张表，根据这个表，我们分别把 10 个中国名企与 6 个外国名企的愿景、使命、价值观、宗旨、精神、口号等一一做一个比较。

排名	公司名称	营业收入	利润	排名类型
1	沃尔玛 (WAL-MART STORES)	4858.73	136.43	世界500强
9	苹果公司 (APPLE)	2156.39	456.87	世界500强
31	通用电气	1266.61	88.31	世界500强
64	雀巢公司	908.13	86.59	世界500强
83	华为投资控股有限公司 (HUAWEI INVESTMENT & HOLDING)	785.1080	55.7940	世界500强
194	惠普公司 (HP)	482.38	24.96	世界500强
226	联想集团 (LENOVO GROUP)	430.3470	5.351	世界500强
261	京东 (JD.COM)	391.550	-5.73	世界500强

排名	公司名称	营业收入	利润	排名类型
318	中国中车股份有限公司 (CRRC)	337.3870	17.0030	世界500强
462	阿里巴巴集团 (ALIBABA GROUP HOLDING)	235.1730	64.8950	世界500强
478	腾讯控股有限公司 (TENCENT HOLDINGS)	228.7070	61.8590	世界500强
1	谷歌	1108 (约合人民币 6960.7亿), 几乎追平了甘肃2017年 GDP (7677亿元)	127亿美元 (约合人民币797.8亿)	世界品牌500
50	海尔	2016亿人民币	167亿人民币	世界品牌500
236	百度	848	183	世界品牌500
315	青岛啤酒	263	19.9	世界品牌500
201	海信	1003亿人民币	53亿人民币	中国500

1. 企业愿景比较

1.1 中国企业的愿景特色

青岛啤酒强调全球影响力、品牌、国际化。青啤的愿景是“成为拥有全球影响力品牌的国际化公司”，青啤在 2017 年世界品牌企业 500 强中排在第 315 位，在 2018 年中国品牌价值百强榜中排第 41 位，青啤实现了自己的愿景。

海尔强调全球、品牌、社会回报。海尔的愿景是“创造全球品牌的同时实现对股东、社会的卓越回报”。

海尔在 2016 年全球企业 500 强中排在前 100 位；在 2018 年《中国 500 最具价值品牌》中，海尔以(3502.78 亿元)居第三位。

海信强调国际、名牌、百年。海信的愿景是“建百年海信，创国际名牌”；

华为强调，丰富、沟通、生活。华为的愿景是“丰富人们的沟通和生活”。华为在 2018 年《中国 500 最具价值品牌》排行榜中居第六位。华为完成了 5G 控制码标准，突破了石墨烯技术，具有极强的国际竞争力。

腾讯强调受尊敬、互联网。腾讯的愿景是“做最受尊敬的互联网企业”，2018 年《中国 500 最具价值品牌》，腾讯(4028 亿元)居第二位，没有办法不受尊敬。

阿里强调两一一最+102，阿里的愿景是“世界第一大零售商、分享数据的第一大平台，幸福指数最高，活 102 岁”。2018 年，阿里巴巴集团在世界 500 强排行榜中列第 300 位。

京东强调全球、信赖。“成为全球最值得信赖的企业”是京东的愿景。2018 年京东位列世界五百强 181 位。京东实现了自己的愿景。

中国中车强调全球、跨国、一流。中车的愿景是“成为以轨道交通装备为核心，全球领先，跨国经营的一流企业集团”。2018 年 7 月，全球同步《财富》世界 500 强排行榜发布，中国中车排名第 385 位。

联想强调高科技、服务、国际化。联想的愿景是“高科技的联想、服务的联想、国际化的联想”。

百度强调全球、知名、搜索服务。百度的愿景是“成为全球知名

的搜索服务商”。

综上所述，我们看到，10个中国企业的愿景，6个企业强调全球和世界，占60%，3个企业强调品牌和国际化，各占30%，3个企业强调第一、一流、知名，占30%，2个企业强调百年、服务，分别占20%，各有1个企业强调影响力、社会回报、丰富、沟通、幸福指数、信赖、高科技，分别占10%，

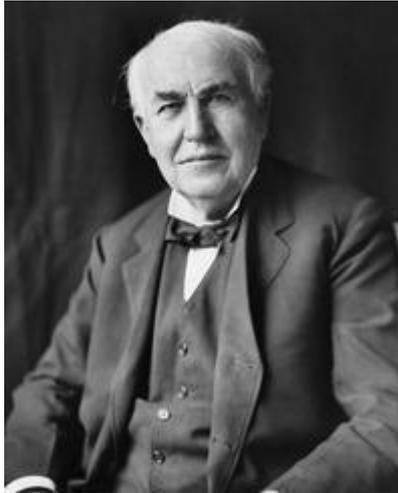
1.2 外国企业的愿景特色

雀巢强调被认可和信赖、领导者。雀巢的愿景是“成为被认可和信赖的营养、健康和保健领域的领导者”；

苹果强调摧毁、引领世界。苹果的愿景是“彻底摧毁市场上的所有公司，引领世界”，苹果的愿景很另类，但苹果2017年世界500强排名第9位，是响当当的超强企业。

沃尔玛强调给百姓机会、平等。沃尔玛的愿景是“给普通百姓提供机会，使他们能与富人一样买到同样的东西”；2018年《财富》美国500强排行榜发布，沃尔玛连续第六年蝉联榜首。沃尔玛实至名归。

通用电气强调世界、光明。通用电气的愿景是“使世界更光明”，通用的创始人是爱迪生，电灯是他发明的，我们的世界光明真的和通用有关。



通用的创始人——爱迪生

惠普强调适应性、满足需要。惠普的愿景是“构造“适应性网络”，以满足用户应用以及企业的需要”，2018年7月《财富》世界500强排行榜发布，惠普公司位列190位。

谷歌强调大规模、解决问题、起作用。谷歌的愿景是“致力于大规模地为人们解决问题，在[人们的]生活中起到重要的作用”。2018年5月29日，《2018年BrandZ全球最具价值品牌100强》发布，谷歌公司名列第一位，谷歌名不虚传。

我们看到，外国名企的愿景强调个性化，6个企业只有2个企业共同强调引领和领导，其余的都不相同，分别强调认可与信赖、摧毁、机会与平等、世界光明、适应与满足需要、解决问题与起作用等。

中外名企愿景的共同点和不同点

共同点：

1. 都强调品牌、引领；
2. 都强调信赖。

不同点：

中国企业强调高大全，如全球、品牌、国际化、第一、一流、

知名等，而外国名企强调适应和实用，如适应性、给百姓机会是适应用户；使世界更光明、满足用户需要等都是实用

第二、在个性化方面，中国名企强调沟通、生活、社会回报、幸福指数等，而外国名企强调摧毁、解决问题、起作用；

我们可以进一步分析，中国名企确定的高大全的愿景，外国名企认为不需要说，只要做到即可实现，如影响力、一流、第一、百年等，说了做不到等于白说，不说做到了更让人信服。