

# 领英出海观察

LinkedIn Go Global Outlook

第 1 期

LinkedIn 领英



# 前言

我们希望，这本《领英出海观察》的内容观点前沿、实用性强，能够给进行全球化布局的中企带来一些借鉴作用

作为全球领先的职场社交平台，领英覆盖了200多个国家和地区，拥有8.3亿用户，其中企业用户超过5800万。这些企业来自各行各业，他们在领英平台开设主页，展示企业的产品理念、客户价值、核心优势，将它打造成吸引人才、连接商业机会的重要窗口。

从2014年进入中国第一天，领英就一直在助力中国优秀的企业出海，一路见证了他们从“走出去”到“走进来”的发展历程，陪伴并记录了出海中企的实力提升，出海路径与模式的变化。

如今，在技术创新与产业变革的大背景下，全球化成为更多中国企业的必选项，出海征程也正在进入一个全新阶段。

2022年，领英中国出海业务进行全面战略升

级，将人才和营销两大事业部的出海解决方案进行了有效的整合，希望能和新的外部伙伴展开合作，共同打造一个贴近中国本土市场的出海生态圈，从单点解决出海问题，变成全方位提供出海服务。

基于上述背景，领英中国公关传播团队觉得有必要，将一直在进行的各类出海分析报告与研讨活动的精华部分进行整合，以半年一期的频次制作一本《领英出海观察》，与那些已经出海以及未来想出海的中企分享在海外新市场、新行业、新趋势方面的洞察。

这些洞察里既包括海外人才、热门目的地营销新动态，第三方专家的真知灼见，还会总结不同市场可能遇到的难点、堵点，以及中企出海先行者的成功经验。

本期内容的新市场部分，将聚焦新加坡为主的东南亚市场。东南亚作为中国企业出海的第一站，中国企业对其定位正在发生着变化，领英将联合中新两地的专家，与你分享当地最新的政策与投资环境，中企出海当地的新路径与新模式，以及如何更好的利用数字化营销等话题。

在新行业部分，将探讨智能制造这个出海新势力领域，他们在人才和营销等方面，遇到哪些挑战，应该如何提前规划与布局。

在新趋势部分，将聚焦ESG及合规这两大全球热门话题，分享领英的相关洞察，并提出中国企业需要抓紧进行人才储备的建议。

更多资讯，请关注领英出海官方网站。

# 新市场

以新加坡为代表的东南亚



# 市场概述

随着东盟成为中国最大的贸易伙伴,近年来,东南亚也逐渐成为了中国企业出海的第一站

## 地理历史的积淀及华人群体

东南亚不仅在地理位置上距中国较近,历史、文化上也与中国有更多交集,还有为数众多的华人群体。在一些消费习惯上,东南亚与中国有相似之处。比如在文化领域,相比日韩和欧美,东南亚市场对中国的剧集和综艺的接受程度显然更高。

## 快速发展的经济及年轻人口

东南亚有着众多高速发展的国家,以及庞大的年轻人口。东盟现在是全球第六大经济体,互联网经济总量即将达到3000亿美元,政府注重数字转型,会成为未来独角兽企业的温床。东南亚的人口也非常年轻,超过三分之一的人口不到30岁,朝气蓬勃的市场使

得本地投资机会较多,消费需求旺盛,出海企业既容易找到合作伙伴,也很容易接触目标消费者。

## 多元的经济生态和城市风貌

东南亚不仅有潜力无限的待发展地区,也有以新加坡为代表的成熟、发达市场。东盟有10个国家,他们有着不同的政治制度,不同的文化、宗教信仰和语言,而且处在不同的经济发展阶段。这不仅带来了多元的需求,也带来了多元的人才,使得出海企业更容易依靠受过良好教育的当地员工快速实现本地化,在东南亚市场站稳脚跟,为后续的国际化做好准备。

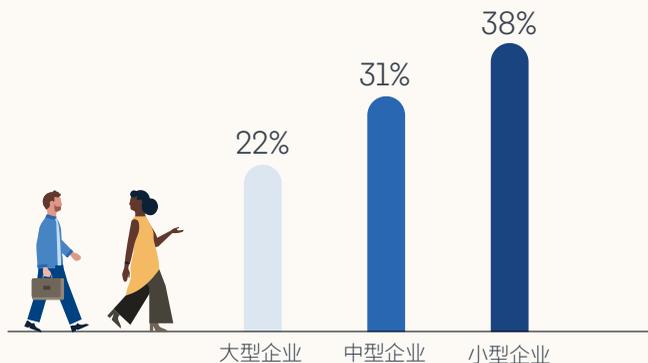
## 待培养的基础设施和消费习惯

东南亚年轻的市场和用户不仅带来新需求和新机会,还有年轻的心态去迎接变化。当地人热爱社交,热爱网购,热爱其他地区的商品和文化,这无疑在基础设施和消费品等许多层面向中国企业展开了双臂——尤其在基础设施方面,中国企业拥有强大的竞争力。

## 企业和平台积累的丰富经验

已经意识到上述机会的中国企业绝不止一两家。事实上,多年东南亚出海潮之后,中国企业和他们依赖的平台伙伴,早已累积了许多有关东南亚市场的洞见和方法,成为了经验丰富的出海领头人。种种有利条件之下,东南亚市场逐渐成为中国出海企业的第一站。

### 不同规模的企业在过去5年均显著增长



### 中小型企业分布的4大行业



“

过去五年，东南亚地区各种规模的公司都有非常显著的增长，尤其中小型企业的增长是38%，隐藏了非常大的商机。在这些企业中，以信息、高科技、企业级专业服务，零售和消费品为主，都是我们中国企业在出海时候的主要目标受众和商业机会。

”



蔡晓丹

领英中国营销解决方案  
事业部总经理

# 中新两国的数字经济合作

中国贸促会研究院副院长赵萍认为，中新两国数字经济的繁荣和发展，为两国数字经济合作打下了坚实的基础

新冠肺炎疫情爆发以来，移动办公、智能制造、无人配送、远程医疗等相关的产业都迎来了快速发展的新历史机遇，而5G技术、人工智能、元宇宙等技术的出现和发展，也进一步加速了像农业、制造业、能源等传统行业的数字化转型。

而另一方面，中新两国政府的合作，也为数字经济的进一步发展带来了支撑。

中新两国一直保持紧密的合作关系，不断推进中新政府间合作项目的建设，其中中新苏州工业园已经发展成为双边合作的标杆，中新天津生态城、中新广州知识城、新加坡成都高新区、中新吉林食品区等项目也在稳步推进。目前中新双方还在梳理陆海新通道建

设的相关项目清单，重点围绕基础设施、冷链物流、贸易数字化、人才培养等领域进一步开展合作。

此外，两国自贸协定不断升级，也为数字领域的合作打造了更好的环境。

2019年10月份生效的中国、新加坡《自由贸易协定升级议定书》，新增了电子商务、竞争政策和环境等三个新领域。今年1月1号正式实施RCEP中，也包括知识产权、竞争政策、电子商务、政府采购和中小企业等新领域。RCEP的数字贸易规则也更加友好，设立电子商务专章，保障线上消费者和线上个人资料，还对透明度、无纸化贸易、电子签名等相关方面的条款做了更便利、更可行的规定。

“

数字经济正成为中新两国经贸合作新的增长点，中新两国围绕数字贸易，创新、跨境电商，5G智慧城市、数字孪生、金融科技开展深度合作的潜力是非常巨大的。

”

**赵萍**

中国贸促会研究院副院长

# 中国企业 在新加坡的营商环境

新加坡是贯通全球的连通器，营商环境也屡次被评为世界第一

新加坡南洋理工大学南洋公共管理研究生院创院院长吴伟表示，新加坡的区域优势十分显著。它贯通全球，其连通性被评为世界第二，樟宜机场连续十几年被评为世界最好的机场，每周有7000多个航班飞往全球。新加坡的物流也是全球第一，有全球第二大的集装箱码头，是全球最大的转运站。

新加坡的营商环境屡次被评为全球第一。在新加坡，注册新公司所需的时间、成本都很低，申请专利也很快速。新加坡准备在三年内用接近四百多亿人民币加速经济转型和商业的增长，为

深科技初创企业提供差不多十五亿人民币的基金。

此外，新加坡的人才、融资渠道、政治环境及对外资的无差别待遇，都对跨国企业具有强大的吸引力。

新加坡已与全球25个国家签订自由贸易协定，疫情冲击下，它与中国签订了七年来最多的合作协议，达到14项。从传统的贸易、金融，扩展到医疗、教育、环境、法律和数字经济。在新加坡政府的推动下，新加坡能为企业提供亚洲最好的数字化转型环境。

“

中国企业出海到新加坡，经历了三个阶段：从最开始的trade with Singapore (与新加坡企业做贸易)，到trade through Singapore (通过新加坡跟周边的国家和地区进行贸易)，再到现在随数字经济应运而生的trade on Singapore (在新加坡打造的平台上进行贸易)。

”

**吴伟**

新加坡南洋理工大学  
南洋公共管理研究生院创院院长

# 领英的市场洞察

东南亚一直是中国企业出海的热门目的地，领英认为，随着中国出海企业的实力提升以及出海模式变化，这些企业对于以新加坡为代表的东南亚市场的定位与价值判断也在发生改变

新加坡、东南亚市场始终都是中国企业连接世界市场的重要枢纽。在历史传承角度，由于全球最大的海外华人群体，也由于地缘相近，文化相似，中国企业对东南亚的沟通成本远低于其他地区。在政策推动角度，中国的“一带一路”政策使得以新加坡为代表的东南亚市场对中国企业愈发便利，而这些高速发展的新兴市场，本就是全球企业获取增量的重点地区。诸多因素使得东南亚本身作为一个新兴市场极具优势。

而在另一方面，由于越来越多的中国企业着眼全球化布局，东南亚不再只是一个优秀的目标市场，更是中国企业出海的“踏板”和“中心”，是辐射国际市场、向全球企业转型的重要一站。

## 领英数据洞察显示

中国出海品牌最集中的前25个国家/地区中，东南亚就包含4个，分别是印尼、菲律宾、新加坡和马来西亚。尤其在企业服务领域，以新加坡为代表的东南亚市场如今已成为大部分中国B2B企业国际化的桥头堡，是大部分B2B企业出海的第一站。



领英在东南亚地区的会员数约4600万人，主要分布在6个国家、地区，其中新加坡会员数300万，接近新加坡国家人口的二分之一。这些人群画像均为专业的职场人士，特点为受过高等教育，收入水平良好；其中，商业决策者和影响者的占比超过48%。

凭借会员基数大，会员高学历和高薪酬的特点，通过大数据分析，领英能够准确地反映东南亚市场的商业环境特点，解读企业决策的关键因素。

领英发现，目前在东南亚地区，企业和专业人士所讨论话题的热门的标签前五如下

100万+  
#市场营销

100万+  
#招聘

90万+  
#创新

66万+  
#设计

67万+  
#数字营销

其他标签

#地产

#可持续发展

#数据保护

#AI

#金融

#初创企业

#电子商务

...

东南亚地区不仅行业布局多元，而且中小企业非常活跃

- 过去5年里，东南亚地区的中小型企业增长了近 **40%**。有**65%**的专业人士在在中小型企业工作。
- 东南亚初创公司的特点是以技术和企业服务为主导，共有3000多家初创公司活跃在领英平台上，其中三分之一专门从事IT和企业服务。
- 在亚太地区，三分之一的初创企业的收入等于或小于1亿美元，相对包容的营商环境，形成了颇具活力的中小企业集群。



# 东南亚出海启示

## 构建数字营销体系

数字渠道已经是海外决策者获取信息的主要方式，中国B2B企业需要寻找到与目标决策者更加匹配的营销手段。

传统B2B营销的特点是依靠大量线下展会，这种方式可以帮助企业快速建立信任关系，且可实现订单的转化。但疫情对线下展会造成了巨大限制，客观上加速了数字化营销的进程。

## 洞察不同市场差异性

不同国家或地区的客户对于内容的消费是不一样的，东南亚与中国不尽相同，东南亚内部同样存在区分。出海企业应该更加深入行业、深入当地市场，借助领英等平台伙伴，获取更好的洞察和更精准的指导，从而在目标市场赢得消费者的信任，提升其对品牌的认可。

## 区分长期目标和短期目标

中国企业在以往的海出进程中，往往更加重视短期的销售成绩，相对忽略了长期的品牌建设。通过更加多样、综合的数字营销手段，企业应该与意见领袖和消费者更加直接地交流，与更多用户建立情感连接、提升信任度，为成长为负责任的优秀跨国品牌做好准备。

## 增大数字营销覆盖面

领英东南亚会员中，超过60%的专业人士都居住在主要城市以外，因此将数字化策略的位置定位覆盖至更多地区，而不是专注于特定大城市，可以提高企业业务的覆盖面。此外，后疫情时代，更多人转向远程工作、混合办公，覆盖城市外地区显得尤为重要。

## 重视线上学习和培训

领英平台学习认证数据显示，疫情之后，东南亚地区专业人士对于线上学习的需求上升71%，特别是数字化技能的需求居高不下。后疫情时代，无论线上技能还是线上培训本身，重要性都远超以往。



# 新行业

## 智能制造出海新局面



# 中国智能制造产业发展与出海的新趋势

就中国智能制造行业本身来看，工信部数字化赋能专家辛玉军概括的七大趋势：

- 中国企业的高层对中国智造和数字化转型的战略已经非常明确；
- 企业内部的数字化、网络化的能力大幅提升；
- 强化数据资产知识库模型库建设；
- 着重整个生产过程的智能化建设，推进企业的精准化、精细化、精益化、精美化的管理；
- 数据和机理模型在质量管理当中深度的应用；
- 数据集成化加强；
- 中国智造的快速发展带来人才的海量需求。

围绕智能制造出海的现状，零一创投投资副总裁陶洋峰概括了2B智造企业出海的两大新趋势：

- 从原来OEM的时代转向做自有品牌的时代；
- 从参照海外公司到自主创新的转变。



**230万条**  
智能制造相关  
内容的讨论量



**180万家**  
公司参与  
智能制造相关讨论



**2000万**  
用户参与  
智能制造相关讨论



**2.2亿**  
智能制造相关  
话题点击量



**25%**  
关于“智能制造”  
话题的贴文数量  
年均复合增长率

数据来源：以上数据采样自领英平台 2020 年 7 月至 2021 年 6 月，其中“2.2 亿智能制造相关话题点击量”为 2021 年上半年数据。

# 领英的智能制造洞察

## 疫情下的多重因素刺激增长

2020年开始, 领英发现来自智能制造产业的需求非常旺盛: 不仅有来自中国传统的制造企业的数字化转型的需求, 也有来自市场上云计算等新行业的需求。在疫情的限制下, 智能制造面临新的挑战 and 机会。结合国家的政策的鼓励等多重因素, 智能制造这个行业在全球的平台上出现了爆发性的增长。

## 领英平台上的高能互动

领英观察到, 与智能制造相关的内容一年有大概230万条, 而总共的互动点击量已经达到2.2亿。领英平台相关内容的参与者, 一般都是资深的企业决策者或者是行业专家, 这意味着亿级的互动量是非常可观、非常有能量和说服力的。

## 行业本身的快速升级

领英发现, 近几年在智能制造这个行业, 以3D打印机、工业自动化、工业机器人为代表, 增长表现非常亮眼。新的趋势在于, 这些企业已经从之前的劳动密集型或者资本密集型的产品出口, 往技术驱动和品牌先导的形式去转变。

## 目标市场的扩大化

近两年在智能制造的行业, 中国企业出海先发的区域已经转向欧美或者是像印度、巴西这样的新兴市场。这也从一个侧面体现中国的智能制造, 已经不再以低价或者是高密集产品的优势主打, 而是更加以创新技术、品牌为核心的硬实力提升。在过去几年, 中国的智能制造企业, 已经在国际上建立非常好的口碑。

“

在疫情的影响之下, 数字化转型、数字化营销已经成为一个必然的趋势。能够顺利地扛过疫情, 甚至逆势增长的, 是那些很早在数字化转型上布局, 或者是很快地去进行数字化转型的企业。

”



蔡晓丹

领英中国营销解决方案事业部总经理

# 中国智造的人才发展战略

## 首先，企业应该坚定走本地化道路

不管是早期初创公司还是规模中大的公司，出海的第一步往往是让中国人先走出去，但关键是在后面的发展中如何转化。在推进全球化人才战略的过程中，如何发展本地化的员工，如何搭配团队，如何形成真正的公司文化价值观传递这三点对于征战海外市场非常重要。

## 其次，在具体人才战略中，要兼顾效率、品牌和差异性

在人才供需出现矛盾时，不应单纯追求招聘速度，而应更加长远地规划人才战略。在整个过程中，都要始终强化企业软实力，注重雇主品牌的打造。来到海外建立公司，也应充分考虑文化和价值观与中国的差异性。

## 最后，要将国内与国外团队优势互补

在本地化的初始阶段，企业可以考虑当地华裔，他们具备全球化的视野，不仅能融入当地文化和社会氛围，还更容易理解中国企业的做法和价值观。同时，国内团队的业务支持也十分重要，他们可以将已有的产品、技术等相关知识储备带到海外，赋能当地团队，通过持续的培养、迭代、升级，最终形成一套完整的人才发展体系。



“

中国企业要有拓展海外市场的决心，同时也要有深耕海外市场的耐心。从人才的角度，有一句12字箴言：数据驱动、整体规划、文化融入。

”



王茜

领英中国人才解决方案事业部总经理

# 智能制造出海中的 数字营销与品牌塑造

领英观察到，中国B2B数字化转型还处于早期阶段，并不成熟。B2B行业与B2C相比，它在海外的数字化营销有以下三个的特点：

## 对公司本身品牌的可信度要求更高

需要有一个较好的公司品牌塑造基础，对外传递的信息，不能仅仅停留在产品的优势，而是要上升到客户价值、社会价值层面，这样才能与海外的客户建立情感上的连接。

## 对于精准度的要求更高

B2B很多领域呈现越来越细分的趋势，需要更为精准的营销各种细分客户群，针对不同市场，不同类型客户进行有针对性的营销。

## 决策链条更长，决策周期也更久

需要影响的客户公司可能有多个人群，决策链条更长。从客户感兴趣，洽谈，到最终成单，这个决策周期都会更长，这就需要利用好数字营销的工具，将营销数据打通，形成从前端到中端、后端、销售这样一个完整的数字化跟踪的流程。由此，我们可以看到，数字营销和品牌塑造，对于2B的智能制造企业尤为重要。品牌的塑造，价值观的持续传递需要长期的积累。

在德国地区，当地制造领域的营销人才首选的人才画像包括以下五个方面

富裕阶层

对科技感兴趣

财务意见领袖

意见领袖

喜欢奢侈品



# 智能制造领域的人才保障成为国家和行业议题

多国为智能制造所需人才提供基本素质的公共保障，将STEM等跨学科的创新普及教育贯彻到基础教育阶段，探索跨界融合人才培养新模式

- 《中国制造2025》指出制造强国应以“创新驱动、质量为先、绿色发展、结构优化、人才为本”为基本方针。
- 2021世界智能制造大会上，中国工程院院士周济指出，人才是智能制造发展的第一资源。他提出智能制造要培养和造就三方面高质量人才，即智能制造高技术人才、高技能人才和管理人才。



## 领英平台大数据显示

在2020年9月到2021年8月间，在美国、英国、法国、德国、澳大利亚、东南亚和印度这七大重点出海目的地的市场招聘需求增长最快的行业均为软件技术；

职位需求和人才技能缺口的前十中，过半数都与智能制造所需的软件开发、智能制造相关。



软件开发



智能制造

# 中国智能制造企业的海外人才战略规划要点

领英建议, 出海的中国制造企业需要从以下三个方面, 全面提升海外人才战略:

## 数据驱动

随着技术对人才管理的赋能, 企业越来越强调精益化的管理模式, 人才出海战略不再是以往“拍脑袋, 凭感觉”的方式, 而是依赖于实实在在的人才大数据, 在深入分析了目标区域、目标人才后, 再去制定相关的策略, 更加事半功倍。

## 整体规划

重视人才战略, 并将人才战略纳入到整体的公司发展战略中, 从而更加科学、前瞻性地制定战略, 布局海外业务。

## 文化价值观

深入了解当地的法律法规、风土人情、宗教文化等, 注重雇主品牌形象的打造, 吸引文化适配的高质量人才。



# 领英给智能制造企业的建议

## 精准地发现采购决策者

B2B的销售不是针对大众的，而一定是面向行业、企业，面向在企业中的采购决策者。因此，精准发现采购决策者的部门和级别，与销售是否成功息息相关。

## 以技能为导向招聘人才

在新兴行业，尤其是全新领域，如果只寻找有该领域相关经验的人才，很可能完全找不到。而围绕技能标签进行招聘，就能从相邻行业挖到适合的人才，填补缺口。这种技能为导向的招聘，能够让每个复合的、有综合领域背景的人才更精准地与企业需求相匹配。

## 洞察不同市场差异性

- **品牌和效果的一致：**  
品牌建设是长期目标，不应与短期数据发生矛盾；
- **总部和当地的一致：**  
策略以总部为先，运营以当地为先；
- **销售和市场的一致：**  
销售部门和市场部门的KPI考核，不应产生偏差。

## 充分了解国际人才的技术特点

中国智能制造技术人才毕业于计算机专业的人数最多，超60%均具备硕士及以上学历。而国际智能制造技术人才多毕业于电子与通信工程，具有更鲜明的“工程属性”，与智能制造所需的“数字技术+生产制造”的复合性技能要求匹配潜力更大。因此，出海中企应充分了解国际人才的技术特点，避免以在中国招聘时的评判作为单一标准，这样才能最大化发挥海外人才的优势。



# 新趋势

## ESG与合规



# 领英的ESG洞察

近年来, ESG成为全球热议话题, 在企业全球化的过程中, 完善的ESG体系将为企业的高质量发展注入新动力。如何将ESG融入企业战略, 以ESG带领企业实现可持续发展, 成为中国企业, 尤其是出海中企需要重视的新课题

在ESG评估体系中, 人才是重要因素之一。国际主流的ESG评级指标中, 有很多与人才相关的维度:

- 狭义的ESG人才, 指了解ESG评估、管理体系、行业标准制定和投资市场方面的专家;
- 在ESG体系中拥有相关技能的人才, 例如集中在传统绿色行业的、高度专业化的人才, 如环境科学家、可持续发展经理或野生动物生物学家;
- 受ESG理念影响, 传统行业也在经历绿色转型, 由此出现了ESG衍生人才。例如在服装行业, 销售、设计师和造型师, 开始学习生态时尚、污染防治等技能。

注: ESG为环境Environment, 社会Social和治理Governance的简称



# 领英的ESG人才建议

人力资源部门积极开展系列**ESG实践**，能够有效助益企业ESG绩效、ESG评估等级的提升。领英调查发现，人力资源团队在员工安全、健康和培训方面的角色正在发生转变，而这些内容都与ESG息息相关。

## 提前做好企业绿色人才规划。

在人才招聘环节中，将绿色技能纳入候选人衡量因素。通过内部培训等员工发展计划，鼓励现有员工提高绿色技能，应对岗位新增的绿色技能需求。

利用**领英大数据洞察**，实现多元化的人才招聘。领英的技能标签功能，可以助力企业更精准地锁定绿色人才和绿色技能，从源头打造多元化人才团队。

利用**领英人才解决方案一整套的业务模型**，帮助企业员工增强绿色技能，协助公司制定并完善面向未来的ESG战略。



“

ESG一定要做，不一定在环境、社会、治理这三个领域进行全面贯彻，而是要立足于自身发展的阶段与实际情况，确定发力锚点，下定战略决心，把ESG作为企业核心战略目标来实现。

”

## 罗响

全球碳中和行动指导委员会联席主席  
联合国项目事务署原中国区负责人

# 领英的合规洞察

中国企业“出海”40年，模式从单一到多样，从绿地投资、跨国并购到海外上市，从商品输出、资本输出到战略布局。在这个过程中，国际市场环境、地缘政治等因素，也使得企业面临的合规风险不断变化。

面对复杂的海外经营环境，如何真正融入当地市场，融入当地经济，是很多中国企业正在面临的关键问题。在这个过程中，越来越多的企业意识到了合规对于全球化发展的重要意义和价值。

领英对中国高校U10排名（中国“双一流”高校）及全球高校G100排名（QS排名前100）超过250万毕业生的职业发展路线进行深入分析，洞察到中外高校毕业生职业发展的情况、变化与趋势。

## 热门就业行业



### 法律实践

是我国U10毕业生的  
热门行业

## Top 15

## 热门就业岗位

在全球G100以及  
我国U10的毕业生  
法律岗位  
均位列首次就业岗位

## Top 15

分别排第10和第13

“

高质量发展不光要有领先的技术、一流的产品、持续创新的能力，还有品牌的影响、管理的理念、优质的服务，要软硬实力结合。企业要把尊重规则、诚实守信、公平竞争和担当责任为核心价值理念的合规管理，当作全球跨国公司以及大型的公司塑造企业软实力的一个手段，也就是合规。

”

## 张顺

中国贸促会商事法律服务中心副主任  
中国贸促会全国企业合规委员会副秘书长

# 领英的合规人才建议

## 首先需要保障在架构上发挥出作用

这与企业的组织架构息息相关。企业要赋予合规师相应的权力，让他们发挥自己的优势，敢于讲话，并出具专业意见。

## 其次要渗透在企业文化的每一个角落

企业的每个人都要理解自己工作当中最重要的合规准则是什么。这样在组织当中，合规师可以获得其他团队的认同和支持。

## 再次就是要有体系来保障合规的运行

合规人员需要到业务环节当中去组建流程，而且这个制度流程对于业务来讲不能是阻碍，而应是促进。所以对于建设制度流程来说，合规师对于业务的理解也非常的重要。领英观察发现，相对于海外跨国企业，中国企业中合规团队的比例还是比较小的。

## 企业合规师的七项职责

- 企业合规师要制定企业的合规规划、合规制度；
- 建立企业的合规体系，运行企业的合规体系；
- 评估企业的合规风险；
- 协调与企业合规建设有关的各方的关系，比如第三方、供应链、政府监管部门的关系；
- 处理企业内部的合规举报；
- 进行企业合规培训；
- 建设企业合规文化。

“

从知识领域来讲，合规师不但掌握国内的相关法律，对于国际条约、目标国家的法律和政策法规、企业社会责任、文化等等都需要有一定程度的了解，所以我们定义合规师是高端的复合型的人才。

”



王茜

领英中国人才解决方案事业部总经理

LinkedIn 领英