



传递企业价值观，凝聚全球员工

成功故事

已在全球拥有近 15 万员工的美的集团，目前位列财富世界 500 强第 288 位，除了人们所熟知的智能家电业务外，其业务范围已覆盖机电、暖通与楼宇、机器人与自动化、数字化等多个领域，转型成为一家 ToC 与 ToB 业务并重的全球科技集团。在全球扩张过程中，如何在全球贯彻统一企业文化价值观和战略目标成为美的面临的重要挑战。领英赋能美的构建富有声量的雇主品牌，向全球优秀人才传递美的的员工故事和价值观，为吸引人才入职和留任添砖加瓦。



更高的招聘效率

领英为美的人力资源团队开展了招聘官深度赋能活动，提升社交招聘思维与实操能力。通过与领英合作，美的更进一步丰富了公司人才库，切实提升了招聘效率。



更强效的价值观输出

美的通过领英雇主品牌传播解决方案积极开展面向全球的雇主品牌建设，其中包括建立美的集团领英主页，在全球范围内统一传播美的的员工故事和文化价值观，吸引世界各地的优秀人才。



更科学的人才洞察

借助领英人才大数据洞察产品，美的人力资源团队始终保持着对行业趋势的及时掌握，准确把握人才市场脉搏，获悉目标人才的分布及其价值主张，从而得以为企业全球化提供人才洞察意见，助力业务飞速发展。



在全球贯彻统一的企业文化价值观和战略目标

不同于许多中资企业在发展海外业务大量依靠外派人员，美的的海外团队基本由本土员工构成。这样的人才策略，有利于美的快速融入当地文化。在进行海外人才招聘时，美的始终秉持三个原则：对企业文化价值观的认同、优秀的过往业绩是个人能力强有力的证明、巨大的发展潜力和空间。但同时，如何在全球贯彻统一的企业文化价值观和战略目标，是美的面临的巨大挑战。

解决方案

输出统一价值观，增强跨文化交流

一方面，美的通过输出统一的文化价值观凝聚全球员工，与领英合作，积极开展面向全球的雇主品牌建设，建立美的国际领英主页，向世界各地优秀人才分享美的员工故事和文化价值观。

另一方面，在“言传”之外，“身教”也发挥了重要作用。比如，在 COVID-19 期间，美的将更多源自国内的经验向海外输出。马来西亚分公司效仿国内发起了一场直播带货，收到了超 3000 万美元的订单，相当于全年总销量的 60%。通过频繁的交流互动，大大地拉近了不同国家间的文化距离。



数字化转型，归根结底是能力的提升和迭代，用更敏捷的途径与用户互动，了解用户，提供他们需要的产品和服务，进而提升用户体验。除此之外，美的也将数字化、智能化赋能于内部员工的招聘和管理上。自 2013 年起，美的逐步加强与领英在数字化方面的合作。我们通过领英的雇主品牌和大数据洞察等产品，构建公司人才库，开展面向全球的雇主品牌建设，统一输出美的的价值观和人才观，提升了招聘效率和招聘质量。

[赵文心](#)

美的集团 人力资源总监