

采写 BEIJING TODAY
总策划 何平平
主编 简蓉

2007年度报告

FORTUNE GLOBAL 500

in CHINA

世界500强 的 中国五强

中国铁道出版社

2007年度报告

Fortune Global 500 in China

世界500强的中国五强

采写
总策划
主 编
何平
简蓉
BEIJING TODAY

中国铁道出版社

上海
上海

图书在版编目 (CIP) 数据

世界 500 强的中国主张 (2007 年度报告)/简蓉主编. —北京: 中国铁道出版社, 2008. 1

ISBN 978-7-113-08389-2

I. 世… II. 简… III. 中外合资经营—合资企业—企业管理 IV. F279.244.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 161453 号

书 名: 世界 500 强的中国主张 (2007 年度报告)

作 者: 简 蓉 主 编

出版发行: 中国铁道出版社 (100054, 北京市宣武区右安门西街 8 号)

策划编辑: 郭 宇

责任编辑: 荆志文 张艳霞

编辑部电话: 010-51873156

封面设计: 大象设计工作室

印 刷: 北京市兴顺印刷厂

开 本: 700mm×1000mm 1/16 印张: 14 字数: 208 千

版 本: 2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-113-08389-2/F·504

定 价: 29.80 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书, 如有缺页、倒页、脱页者, 请与本社发行部调换。

联系电话: (市电) 010-51873124, (路电) 021-73124

出版社网址: <http://www.tdpress.com>



跨国公司逐渐向全球公司转型

商务部跨国公司研究中心主任 王志乐

最近十多年，在经济全球化潮流推动下，全球范围内企业界发生了巨大的变化，其中最引人注目的是跨国公司（Transnational Corporations）向全球公司（Global Corporations）的转型。

按照联合国有关机构的定义，简要地说跨国公司是在两个或两个以上的国家建立分支机构，由母公司统筹决策和控制，从事跨国界生产经营活动的经济实体。全球公司则是跨国公司全球化发展的新阶段。与一般跨国公司相比，全球公司的全球化程度大大提高，其跨国指数（海外资产、海外销售和海外雇员与总资产、总销售和总雇员的比例）超过50%。由于主要收入、主要资产均来自海外，全球公司发展战略、管理结构和理念文化与一般跨国公司相比更注重全球，形成了全球经营的思维模式和经营模式。

20世纪90年代初，随着冷战结束，全球市场出现，经济全球化浪潮汹涌澎湃。面对迅速形成的全球市场以及经济全球化潮流，跨国公司在全球范围调整企业发展战略。他们从过去以母国为中心的跨国经营转向全球经营，迅速进入和占领正在形成的全球市场。它们吸纳整合全球各国或各地区的各种最优资源，包括资金、市场、原材料、技术、人才，打造全球产业链，以全球资源参与全球市场的竞争。

随着企业发展战略的转型，跨国公司的管理架构也相应进行了调整。过去跨国公司是以母国为中心辐射若干国家子公司的中心辐射式的管理模式。现在跨国公司需要在全球市场的若干重点地区和国家设立地区总部，统一管理协调公司各个业务部门在当地的经营活动。在全球不同国家和地区设立纵向的业务分部以及横向的地区总部使得这些公司形

成了新的管理架构。这是一种多中心多结点的网络管理模式。网络管理模式有利于全球公司对全球范围经营环境的变化做出更迅速的反应，更有效地利用全球资源。

适应全球竞争与合作，跨国公司还调整了企业经营理念文化。过去，跨国公司往往以母国文化为中心整合各国雇员带来的不同的文化。现在全球公司则通过全球各地分支机构吸纳当地人才，从而吸纳人类多种文化成果，形成能够吸纳多元文化的企业文化。在形成多元文化过程中，跨国公司的责任理念得到提升。全球公司承担的责任从过去的股东价值最大化提升到强化包括股东、社会和环境责任在内的公司责任体系。全球公司被要求承担全球责任。

全球公司是跨国公司在全球化发展中的新阶段。与一般跨国公司相比，全球公司的全球化程度大大增加。根据联合国贸发组织的统计，最近10年，全球跨国公司的全球化程度大大提高。1995年，全球最大的100家跨国公司海外资产占其总资产41%，到2004年最大100家跨国公司海外资产占其总资产比例上升到53%。海外资产总额则从1994年的9000亿美元上升到2004年的47280亿美元，10年中增加了4倍。同一期间，最大100家跨国公司海外销售占其总销售的比例从46%增加到56%。跨国公司全球化程度达到一定高度，例如海外资产、海外收入和海外雇员均超过总资产、总收入和总雇员的50%，实际上这些公司就可以视为全球公司。

当一个公司超过一半的资产在海外，超过一半的收入来自海外，超过一半的雇员在海外就业时，这家公司的思维方式和经营模式就与一般跨国公司发生了巨大的差异，海外经营就成为这家公司的重心。其战略、管理结构和理念文化必然发生重心转移。

全球化程度高意味着全球公司比过去的跨国公司更多地吸纳和整合了全球资源。全球公司通过全球战略、管理架构和理念文化的调整，大大提高了全球竞争力和盈利能力。

最近十年是全球公司迅速形成和发展壮大的时期，也是全球公司全面进入中国的时期。全球公司把全球产业链延伸到中国，在中国设立制造基地，进而设立研发中心，同时在中国设立营销机构开发中国市场；全球公司也把全球多中心的管理网络覆盖到中国，从而加大了在中国的

管理力度；全球公司还把全球责任理念推进到中国，在中国强化公司责任，推动现代工商文明发展。

当全球公司吸纳和整合包括中国企业的资源在内的全球资源来和中国企业竞争时，我们的一些企业缺乏全球视野和全球思维，它们或者仅仅考虑利用本土资源应对全球公司的挑战，或者把全球公司的冲击意识形态化寻求行政保护。它们的思路还停留在“民族企业”与“外国企业”的竞争上。

现实的情况是很多“外国企业”已经或者正在转型为全球公司。这些全球公司在包括中国在内的全球范围吸纳和整合资源，在全球范围形成产业链发起全球竞争。而我们这些企业很少考虑全球化时代最新的变化，仅仅考虑如何保护自己免受全球公司的冲击，很少考虑如何利用全球资源来参加全球竞争，如何吸纳整合跨国公司的资源为我所用。实际上这样的被动消极的思路和做法不仅不能免于全球公司的冲击，而且往往丧失与全球公司合作的机遇。

Beijing Today 做了一项很有意义的工作，采访了33家世界500强公司中国总部的总裁。这些总裁的发言恰恰反映了近年来全球公司在华发展战略、管理结构和理念文化的调整，恰恰反映了全球公司如何把全球战略延伸到中国，如何把管理网络覆盖到中国，如何把全球责任推进到中国。

我们通过阅读这些采访文章，可以了解全球公司在华的发展战略、管理结构以及理念文化调整的思路；可以研究如何像全球公司那样，学会吸纳整合全球资源来参与全球竞争；可以探讨如何与全球公司合作，积极融入经济全球化，在经济全球化潮流中成长壮大。

祝愿 *Beijing Today* 的这本《世界500强的中国主张（2007年度报告）》能够得到大家的关注和喜爱。

目录

CONTENTS

开 篇

- 世界 500 强在中国的行业更多元
..... 何建为/001
- 世界 500 强在中国的强强联合
..... 张 楠/005
- 世界 500 强在中国的道德实践
..... 江旭波/009
- 世界 500 强的中国式生存
..... 仇姣宁/013

报 告

- 福特汽车：在正确的发展道路上高速前进
..... 程美纬，福特汽车（中国）有限公司董事长兼 CEO/019
- 大众汽车：借奥运东风摘行业金牌
..... 范安德，大众汽车集团中国总裁兼 CEO/023
- 家乐福：关键是伙伴
..... 施荣乐，家乐福（中国）总裁/026
- 本田：梦想的力量
..... 兵后笃芳，本田技研工业（中国）投资有限公司董事长兼总经理/030
- NTT：致力于建设和谐文化
..... 真崎秀介，日本电信电话株式会社中国总代表、北京代表事务所长/034
- 日立：力争 2010 年中国销售额达到 120 亿美元
..... 塚田实，日立（中国）有限公司董事长/039

松下电器：传递给人们一种新的生活方式

..... 木元哲，松下电器（中国）有限公司总裁/043

麦德龙：雄心勃勃的中国计划

..... 杜哲思，麦德龙中国（锦江麦德龙现购自运有限公司）总裁/051

标致：“标新”和“致远”

..... 赛赛尔，东风标致总经理/055

索尼：创新与整合指引公司的中国发展

..... 川崎成一，索尼（中国）有限公司总裁/059

大都会人寿：拒绝要量不要质的人海战术

..... 齐莱平，美国大都会人寿保险公司中国区总裁暨中美大都会

人寿保险有限公司董事、总经理/063

雷诺：在中国的大额投资仍需要时间

..... 戴伯乐，雷诺亚太区前总裁/075

三井物产：在中国文化的熏陶下成长

..... 田中光雄，三井（中国）贸易有限公司总经理/079

NEC：中国市场是一块试金石

..... 金子肇，NEC 中国总裁/087

万喜：风险管理守江山

..... 杜雷，法国万喜大型建筑工程公司/096

保德信金融：安家到位好发展

..... 妮康，保德信顾问（上海）有限公司中国区总经理/101

联邦快递：提高员工素质才能保证客户利益

..... 钟国仪，联邦快递中国区副总裁，大田-联邦快递有限公司总经理/105

电装：要成为人人尊敬的公司

..... 山田昇，电装中国总经理/112

夏普：超级绿色战略

..... 酒井功，夏普商贸（中国）有限公司经营企画室室长/118

途易：要做引领中国市场的先锋

..... 马赛尔·施耐德，途易中国 CEO/122

三菱重工：希望中国可以成为公司全球业务的重要基地

..... 松平伸康，三菱重工中国代表处总代表/126

普利司通：F1 未来独家赞助商的中国战略

..... 竹内雄二，普利司通（中国）投资有限公司总裁兼 CEO/132

贝塔斯曼：睿智的领导者及其中国发展

..... 璩秉宏，贝塔斯曼直接集团中国区总裁/136

拉法基：把安全上升到一种文化

..... 文英勇，拉法基中国代表处首席代表/142

麦当劳：不仅仅是一家餐厅

..... 施乐生，麦当劳（中国）有限公司中国首席执行官/149

EDS：把亚太中心重新定位到中国

..... 德里克·夏普，EDS 中国区执行总监/154

米其林：安全进一步，发展进一步

..... 夏逸夫，米其林（中国）投资有限公司董事长/158

艾默生电气：领先科技创造利润增长

... 任锦汉，艾默生大中华区总裁、艾默生电气（中国）投资有限公司董事长/163

阿尔斯通：实现中国市场模式的三级跳

..... 安南博格，阿尔斯通（中国）投资有限公司总裁/167

中国建筑工程总公司：走出去

..... 孙文杰，中国建筑工程总公司总经理/172

阿克苏诺贝尔：融合多元文化的财富

..... 博亨举，阿克苏诺贝尔管理（上海）有限公司总裁/176

伊莱克斯：寻求中国业务起色

..... 薛佳玲，伊莱克斯（中国）电器有限公司总裁/180

印度国家银行：搭建中印双边贸易的桥梁

..... 阮纳胜，印度国家银行上海分行行长/183

附录

《财富》世界 500 强 2007 排名 /187

后记

中国战略，责任与合作

..... 侯明新/209

开 篇

世界 500 强在中国的行业更多元

■ 何建为

2006 年 12 月 11 日是中国入世 5 周年的纪念日。随着中国对于入世的承诺,许多行业按着自己的时间表一步步对外开放。在回顾 2006 年世界 500 强榜单的时候,我们发现在华的 500 强公司,行业的多元化是一个十分显著的特色。这与入世后中国对不同行业的外资开放时间和开放程度有着密切的关系。

我们选取的 5 个行业,包括像银行业和保险业这样去年对其开放关注最多的两个行业,也有像旅游业和建筑业这样虽有开放但仍有束缚的两个行业,还有像顾问服务业这样的新兴行业。

银行业

在 2006 年 3 月底拿到本地注册的法人营业执照后,汇丰、渣打、花旗、东亚四家外资银行在内地的 100 多家网点于 4 月 2 日正式同时开业了,从而拉开了外资银行抢滩中国市场的大幕。

依据中国对银行业的开放时间表,中国在加入世贸组织 5 年内,应取消全部的地域限制,外资银行到时候可以遍地开花,并允许外资银行对中国居民提供人民币业务服务,即人民币的零售业务放开。

中国银行业一步步在履行着这些承诺。中国银监会 2006 年 3 月 22 日发表的《中国银行业对外开放报告》显示,中国加入世贸组织 5 年来,在华外资银行营业性机构从 190 家增加到了 312 家。根据报告,在

华外资银行本外币资产总额 1 033 亿美元，占中国银行业金融机构总资产的 1.8%，存款总额 397 亿美元，贷款余额 616 亿美元；外汇资产总额 676 亿美元，存款总额 178 亿美元，贷款余额 359 亿美元；人民币资产总额 2 788 亿元，存款总额 1 706 亿元，贷款余额 2 003 亿元。

截至 2007 年 3 月，已有 12 家外资银行获准将中国境内分行改制筹建为外资法人银行。除汇丰银行、渣打银行、东亚银行和花旗银行已经获准开业外，其余 8 家正在进行改制筹建的外资银行是：恒生银行、日本瑞穗实业银行、日本三菱东京日联银行、新加坡星展银行、荷兰银行、永亨银行、新加坡华侨银行、美国摩根大通银行。

保险业

当年中国入世谈判首席代表龙永图先生曾对媒体感慨：中国入世谈判最艰难的部分是保险，而且中国入世谈判最后的一个堡垒也是在保险的领域里面完成的。

入世 5 年来，保险业严格履行入世承诺。到 2006 年 11 月为止，除了外资产险公司不得经营机动车第三者责任险、外资设立寿险公司必须合资且股比不超过 50% 等限制外，保险业基本实现了全面对外开放，进一步加快了我国保险市场与国际的接轨。2004 年底，保险业结束入世过渡期，率先在金融领域实现了全面对外开放。我国保险业逐步实现了从封闭到开放、从局部开放到全面开放的平稳过渡。

在 2006 年 11 月底，中国保监会发布了《入世五周年保险业对外开放情况》的报告。报告显示，截至 2006 年 11 月底，共有 15 个国家和地区的 47 家外资保险机构在华设立了 121 个营业性机构，135 家外资保险机构设立了近 200 家代表处。外资公司保费收入从 2001 年底的 33.29 亿元人民币，增长到 2005 年底的 341.2 亿元人民币，与入世前相比增长了约 9 倍。2005 年底，外资公司占全国市场的份额为 6.92%，较入世前的 1.58% 增长了 5.34 个百分点。在北京、上海、深圳和广东四个开放较早、外资保险公司较为集中的地区，外资保险公司保费收入分别占当地市场份额的 19.43%、17.37%、10.14% 和 8.86%。

而在北京市场，一共有 31 家寿险公司，主要分为三大块：老中资，新中资和合资外资。中美大都会人寿保险有限公司作为北京第一家合资

外资保险公司，在2004年正式开业。2005年4月，中美大都会人寿保险有限公司重庆分公司正式开业。2006年3月23日，广东分公司正式开业，标志着中美大都会人寿华南区域总部的形成。同年9月，沈阳分公司正式开业。

旅游业

在加入世界组织谈判中，我国旅游业对外资开放做出的承诺有：在旅行社准入方面，承诺中国加入世界贸易组织后，允许外国服务提供者可以合资旅行社形式在中国经营旅行社业务；中国入世后3年内，允许外资在合资旅行社中拥有多数股权，即可以控股；中国入世后6年内，允许设立外资独资经营的旅行社，且取消设立地域的限制和设立分支机构的限制；外商投资设立的旅行社注册资本为400万元人民币，中国入世后3年内，外商投资旅行社的旅行社注册资本降为250万元人民币，中国入世后6年内，外商投资旅行社的注册资本数额享受国民待遇，即等同内资旅行社。

在外商投资旅行社的经营范围上，允许经营入境旅游和国内旅游业务，不允许经营中国公民出境旅游的业务。

从2003年7月起，外资被允许进入旅行行业。在过去的4年中，共有11家中外合资旅行社和7家外资独资旅行社在华得到了经营许可。

2003年11月，德国TUI旅游集团进入中国市场，与中国合资成立了中旅途易有限公司，成为了第一家进入旅游业的外资公司。

马赛尔·施耐德认为外资在华旅游业的主要商业增长点在国内旅游。“现在中国的政策还未对外资出境游开放。我们现在在中国面临的最大难题，一个是不能经营出境旅游，一个是开分支公司存在限制。但是我们相信，不久的将来政策一定会更加灵活和宽松。”

建筑业

建筑业是我国20世纪80年代实行改革政策后最早开放的行业之一。从1984年开始，我国的工程建设领域开始实行招标投标制度，改变了过去的由政府行政分配任务的做法，建筑市场的竞争机制开始建立。

2002年9月27日由建设部和商务部（原对外经贸部）联合颁布的《外商投资建筑业企业管理规定》（113号令）和《外商投资建设工程设计企业管理规定》（114号令）可以说是外资建筑公司在中国具有历史意义的两个规定。

113号令取代了1992年建设部颁布的第32号令。根据第32号令，外国企业在中国境内投资是通过承包工程的形式进行的，无须经过繁琐的程序和高昂的费用在中国建立公司。但是按照第113号令，境外建筑企业必须同中国建筑企业一样满足最低注册资金的要求。最低注册资金从800万到28800万元不等，具体数额要取决于所竞标项目的规模和质量。同时，他们同中国企业一样必须在中国拥有价值高达34400万的资产。

法国万喜大型建筑工程公司早在1988年就进入了中国设立了北京办事处。将近20年过去了，万喜仍旧只是在北京设立一个代表处。对此法国万喜大型建筑工程公司北京代表处首席代表杜雷表示：“就目前的情况来说，北京代表处的存在唯一的意义在于，它表明象万喜这样的大型公司必须进驻中国市场。”

咨询服务业

顾问服务业对于中国来说是一个新兴的行业，指从事对个人、公司或其他实体提供专业性顾问服务，包括研究发展的咨询、统计调查的设计、资料搜集整理分析，以及市场发展规划、企业管理规划等。就目前企业顾问业而言，其业务范围包括代办出国移民、ISO-9000认证、教育培训、会员推展及正统的顾问辅导等。

保德信国际投资顾问有限公司为全世界的企业提供全面的全球外派服务。公司在中国、美国、加拿大、英国、法国、墨西哥、中国香港地区、中国台湾地区、新加坡、日本均设有机构，为客户提供员工外派相关的各种服务，包括目的地服务、财务管理、人力资源咨询、文化差异与语言培训、项目管理、房地产服务、运输服务、以及签证及移民服务等。保德信国际投资顾问有限公司去年在北京成立其在中国的第三个办事处，支持公司日益扩大的外派安家服务业务。

世界 500 强在中国的强强联合

■ 张楠

中国入世之后，越来越多位列世界 500 强的公司进入中国寻求发展。然而，对于较早进入中国并且已经进入稳步发展阶段的 500 强公司来说，越来越多的公司开始通过与其它实力企业的合作来促进自己的业务，进一步拓宽自己在中国的发展道路。

不少公司通过与中国本地处于同一领域的企业进行合作，如 NTT 日本电信电话株式会社同中国电信、中国网通、以及中国移动的合作；雷诺汽车的中国销售由设在日产（中国）投资有限公司下的雷诺进口车事业部负责等等。但是，诸如此类的联合谋求发展并不仅仅局限于行业内部企业的携手，更有很多公司通过与跨行业的企业合作而在中国市场寻求新的发展机遇。

麦当劳与中石化携手穿梭餐厅

2007 年 1 月 19 日，由麦当劳（中国）有限公司和中国石油化工股份有限公司联合开发的首家加油站麦当劳“得来速”餐厅建成并正式投入运营。这标志着麦当劳与中国石化于 2006 年 6 月达成的战略联盟，联合开发加油站“得来速”餐厅的合作全面启动。

这家餐厅位于北京昌平区沙河东加油站，占地面积 1710 平方米，拥有双循环车道，在八达岭高速辅路及工商北路设有两个出入口。餐厅的最大特点是能够以最快捷的方式为驾乘人员提供购餐服务，从点餐到取餐的标准用时在一分钟以内。整个过程无需离开车辆便可以轻松完成，极大地方便了有车人群。加油站“得来速”餐厅是麦当劳和中国石化两大公司共同设计、共同实施，联手为消费者推出的一种新的服务方式。

三井物产与宝钢集团的联合

三井物产算是 500 强之中进入中国最早的企业之一了。早在 1980 年 12 月，三井物产就在北京设立了事务所。1996 年，外商投资性公司规定公布之后，三井物产便成立了三井物产（中国）有限公司。2005 年，成立了三井物产（中国）贸易有限公司。

三井物产是全球最大的综合商社之一。其实力雄厚的业务方面包括物流，机械，化工以及钢铁等。

2002 年 12 月，三井物产与宝钢集团签订合作协议，正式合作成立了上海宝井钢材加工配送公司。在未来 5 年内，新公司收购或新建国内加工能力在 10 万吨以上的 25~30 家钢材加工配送中心，建成全国最大的钢材物流合资公司，为宝钢客户提供个性化贴身服务。

新成立的上海宝井总投资额 1 225 万美元，其中，中方股权 65%，日方占 35%。新公司主要面对汽车和家电行业开展钢材加工配送业务。

三井物产是国际知名的综合性商业公司，在全球采购和销售网络方面占据优势。而宝钢集团则在国内钢铁销售网络上占有绝对优势。两公司的携手合作将充分发挥三井物产和宝钢集团的各自优势，共同开拓国内和海外市场。这正符合了三井物产（中国）贸易有限公司总经理田中光雄先生所总结的三井物产与国内企业“优势互补”的合作理念：每一个企业都会有自己的优势和劣势。双赢的局面当然是大家都喜欢看到的，但是我们在和中国伙伴合作的时候更重视的是取长补短。通常我们更在乎的不是合作伙伴的优势在哪里，而是我们本身的劣势可不可以从伙伴的身上得到弥补，而三井的优势又可不可以弥补伙伴的不足。用我们和宝钢集团合作的例子来说，宝钢需要长期稳定的铁矿石原料供应，三井物产在巴西有一个矿山的投资，差不多有十几个亿美元。那么，我们与宝钢的合作关系就建立在了我们长期稳定地为宝钢提供铁矿石原料，而宝钢则把它们产品的销售委托给三井公司。另外对于巴西的矿山，它们把矿石原料运送到港口的货车不够，那么三井则负责从中国的货车厂家那里出口货车以满足矿山的运输需要，而矿山的铁矿石原料就由我们转而协助提供给了宝钢集团。

贝塔斯曼书友会进驻家乐福超市

2006 年底，贝塔斯曼与家乐福共同宣布达成排他性战略合作，贝塔斯曼书友会全面进驻家乐福超市。今后，双方将在全国范围内加大力度展开贝塔斯曼书友会家乐福店计划。

贝塔斯曼连锁店进驻家乐福的合作模式是两大企业全球范围内的首创。从 2005 年初开始，贝塔斯曼就与家乐福各地店面进行合作。

贝塔斯曼与家乐福的排他性战略合作规定了双方都不会与对方同业竞争对手进行相关合作。家乐福招商部将不再直接或间接在中国大陆已有贝塔斯曼连锁店的家乐福店内接纳其他图书零售企业开店，而贝塔斯曼也不再入驻中国大陆其他大型超级市场。

在已经开设店面的基础上，双方对于 2007 年新店的选址工作已经初步确定，目标城市将锁定在北京、天津、上海、深圳、西安、广州、沈阳、成都以及重庆。到 2007 底，全国共有 30 多家贝塔斯曼家乐福店。

“家乐福是大型的超市连锁店，发展迅速。同时，他们有一个非常好的品牌，我们和他们在过去的几年一直保持着良好的合作关系。在 2007 年我们计划开更多的零售店，而人流密集的超市是很好的选择。”
璩秉宏，贝塔斯曼直接集团中国区总裁在接受专访时这样表示。

同时，对于此项合作，家乐福中国区招商部负责人也表示说贝塔斯曼良好的品牌将为家乐福增添文化特色，从而为家乐福吸引更多的优质消费群体。

贝塔斯曼和家乐福也在进一步商谈其他方面的合作可能性，包括贝塔斯曼书友会在家乐福开展图书展促销活动，以及其他合办的市场活动等。

麦德龙携手中外运搭建物流网络

另外一对强强联合的例子应该要算是全球第三大贸易零售集团麦德龙旗下的锦江麦德龙现购自运有限公司和国内物流老大中国外运集团总公司合作搭建的庞大采购物流网络了。2006 年 11 月，麦德龙与中外运签订合作协议，借助中外运的资源在北京等 9 个城市建设货运转运中心和数十条运输线路，构成覆盖目前所有 33 家商场的物流网络。

在锦江麦德龙历时数月的“干货和非食品采购物流招标”中，中国外运战胜众多跨国和本土物流企业，最终赢得锦江麦德龙的无限期物流服务合同，成为锦江麦德龙“干货和非食品采购物流网络”的唯一物流营运商。今后，中外运将全面负责为锦江麦德龙上千家供应商与在中国的 33 家商场提供转运配送业务。

此次麦德龙与中外运合作共建的“采购物流”网络并不仅仅为麦德龙提供服务，同时还欢迎其他零售企业和供应商加入，共享其先进的经营理念和业务资源，共担营运成本和风险。