

解读艾司科的新中国战略 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E8_A7_A3_E8_AF_BB_E8_89_BE_E5_c41_65402.htm 对于跨国公司的掌权者们来说，中国是最具“诱惑力”的市场之一，没有谁不为这个创造着“经济奇迹”的大国着迷。对于这些久历商战的精英们来说，掌握中国市场的生财之道，也决非想象中的那样轻而易举。市场环境正悄然地发生着变化，中国市场的竞争局面更加错综复杂，投身中国市场的跨国公司们在改变着思路，调整着战略，以变应变！“2005年发生了很多难忘的事，有好有坏，但我会记住那些好的事。2006年我的愿望是希望和平，不要有战争！” arsten Knudsen 今年44岁的Carsten Knudsen，持工商学士学位和MBA。2002年10月21日加入Esko-Graphics为执行管理董事会的成员，负责财政、IT和行政管理。2000至2002年间，他在世界上最大的保洁服务和设备公司ISS A/S担任首席财务官，同时也是执行管理董事会成员，并在38个国家内共拥有270,000名员工。Carsten的职责涉及财政、会计、风险管理、投资者间的关系、IT、采购和人力资源等多个部门。在他任职期间，公司成功完成100多个收并，其规模几乎扩大一倍。1987至2000年间，Carsten在Maersk/A.P.Moller担任高层职务，并在西班牙、新加坡和美国工作。之后他在北美担任Maersk公司的首席财务官。Carsten所做出的杰出贡献之一是成功地收购合并了Sealand Container Transport公司。2005年12月7日，离开比利时总部的艾司科总裁兼首席执行官Carsten Knudsen来到上海，在上海理工大学出版印刷学院，向中国的业内人士们介绍着艾司科

。 2005年12月8日，Carsten Knudsen亲手签下了与鹤山雅图仕的合作协议书。 Carsten Knudsen对筷子的熟练程度毫不逊色于刀叉，这位西方总裁对于中国的热情自然不言而喻。

。 Carsten Knudsen说他每年都会来中国，在Carsten Knudsen眼中，中国市场充满着机会和挑战；在Carsten Knudsen头脑里的艾司科全球战略中，中国是很重要的一步。 中国：将成战略要地 “ 我们在中国国内差不多有十年的基础了，三年前正式决定在中国设立公司。 ” 艾司科是在2002年初，由比利时Barco Graphics公司和丹麦Purup-Eskofot公司合并，共同组建。虽然“艾司科”这个名字还很年轻，但他的历史却已十分悠久。 有着三十多年历史的艾司科，是为图形艺术和包装领域提供数字化印前和生产前产品和服务的全球领先供货商，产品及服务主要是提供灵活的软件工具和低成本的硬件来创造更多价值给客户。艾司科的总部位于比利时的根特，全球约有700多名员工。在丹麦、比利时、挪威、德国、美国 and 捷克共和国设有研发中心和制造厂；在欧洲、北美以及亚太地区包括日本和中国都设有众多销售和技术支持机构。和许多跨国公司一样，艾司科的目光很早就投向了中国。 “ 我们在中国国内差不多有十年的基础了，三年前正式决定在中国设立公司。 ” Carsten Knudsen说。艾司科关注中国市场可以追溯到上世纪九十年代初，1993年成立亚太区公司，总部设在新加坡。1995年成立大中华区公司，总部设在上海，并且先后在北京、广州和台北开设办事处。（注：2002年前，现在的艾司科亚太区公司和大中华区公司是Barco Graphics公司旗下的部门，经过2002年的合并，上述两个部门正式成为艾司科亚太区公司和艾司科大中华区公司。）从艾司科大中华

区的“布点”来看，艾司科紧紧抓住了中国包装印刷市场的“战略要地”。“我们大中华区公司最早只有6名员工，现在拥有员工20名，而且今后根据业务的增长还有可能扩充。”随着艾司科大中华区迁入修缮一新的450平方米的大中华区上海新总部，揭开了艾司科中国战略新的篇章。上海新总部拥有完整的演示和培训设施，这将为中国客户更直接了解艾司科产品提供便利，同时也大大加强了对客户的技术服务。随着中国市场的成熟，艾司科大中华区的“战略要地”正逐渐地发展壮大。

解读一：商场如战场，因此“排兵布阵”也是需要讲求章法的。对于Carsten Knudsen来说，在艾司科全球布局中，中国是非常重要的一步棋。中国的包装印刷市场正从狂热回归理性，这样的市场环境更加适合艾司科在中国大展拳脚。兵法有云：兵马未动，粮草先行。艾司科大中华区上海新总部的启用等一系列举措标志着艾司科开始了新的中国战略。

“铁三角”：带来优质服务“我们的铁三角架构是以服务开始的，卖的是一个整体。”在Carsten Knudsen看来，艾司科所从事的是一个“服务性”的行业，这个服务性不是一般所说的机器坏了拿去维修，而是要帮助客户解决现有问题，然后慢慢成为客户的顾问。因此，艾司科的“服务”领域要比一般的服务范围要大，不仅包括为客户装机、培训、维修等基础业务，甚至连电脑网络的架设等细小问题也愿意帮助客户解决。Carsten Knudsen强调艾司科卖出的就是服务。在艾司科有一种独特的解决方案，被Carsten Knudsen称为“铁三角”，“我们的铁三角架构是以服务开始的，下面两个支点分别是硬件和软件。”艾司科用服务将软件和硬件产品良好地串连起来，形成了一个整体，Carsten Knudsen

自豪地说：“我们卖的是一个整体，这是在业界唯一能将三者有效结合起来的因素。” 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com