



是“过度商业化”还是“物有所值”？

□ 周立珍

地产微冷 房地产 MBA 大热

“从7月底接受报名至今，仅十余天的时间，报名人数已近60人，这样火的报名情况是我没有预料到的！”重庆大学房地产MBA教育中心负责人黄老师边整理着手上的报名资料边向记者介绍，“今年4月以来，国家连续出台房地产市场调控政策，楼市再次进入严冬，很多房企选择在这个时候苦练内功，全面提升专业知识和管理技能。这一方面是房企应对政策严冬的反应之一，更反映了房地产培训市场的强烈需求。”黄老师跟着介绍说，“金科实业、隆鑫地产、光华控股等知名的一线开发企业的高层管理者已率先报名参加重大第十九期房地产MBA课程的学习了。”

如何集聚高端人脉，拓展行业资源，也是历届房地产MBA的学员比较注重的。从招生一线反馈的报名情况来看，除了发展型的中小房企决策者和高层管理者外，更有部分知名房企高层也表明了培训意向。房地产教育行业的火爆反映了市场的走向和需求，本土地产巨头更是投入数百万巨资展开了重庆地产行业最大规模的讲师选拔和人员培训，力图整合行业内外优势地产教育资源打造重庆地产行业的企业大学。逆势而上，未雨绸缪已成为房地产企业走出低谷的必经之路，只有不断提升自身的素质与技能，才是应对未来复杂多变的房地产市场，解决问题的根本之道。（千 龙）



高价学费从何而来？

张志勇是复旦上科多媒体有限公司的副总裁，在这个领域做了很多年后，他发现要突破自己很困难，于是想到通过EMBA来提升自己，也期望能在那里建立一些人脉，寻找一些新的机会。

之前他并没有去留意各个院校EMBA学费涨价的事实。“那可能是学校的一种竞争策略，EMBA跟其他领域不一样，别人是价格越低越有竞争力，它是价格越高越让人觉得好。院校定价的时候会参考周边学校，如果别人涨了它不涨，就会被人笑。”张志勇说，但他认为每年都大幅度地涨没有太大道理。

据张志勇介绍，他就读的中欧国际有自己独立的EMBA校园，在业界排名一直比较靠前。但就学习的生活条件来说，其实很普通，食宿会比一般的硕士研究生条件好一点点，但绝对没有外界想象的四五星级

酒店那般“豪华”，学校能提供给学生的就是老师的讲义、学习资料，以及可以公用的一个商业数据平台。

那么，EMBA的天价学费，到底是如何制定出来的？

据清华大学EMBA总裁研修班对外宣传主管余民介绍，EMBA学费制定跟“产品定价”差不多。清华、北大、中欧等是根据综合排名靠前而定，其他学院则根据各自在经济学、财务学、法学等特色学科上的优势来定，所以各校学费有差异。

余民说，EMBA学费昂贵，主要在于其高昂的授课成本。



EMBA的授课老师一些来自社会上的知名经济学家，比如厉以宁等。但由于师资有限，他们经常会在多个学校授课，成为EMBA学校争抢的对象，身价自然也水涨船高。仅在EMBA总裁研修班，请个好老师讲一次课的价钱就是一两万。EMBA学位班更高。再者，班费、出国考察游学、联谊费等等开支，也不是小钱。

而另一笔大的开支是从国外购买教材版权，目前国内大多数商学院还不具备自主开发案例的水平和能力，只能高价购买。而这些成本，都得摊算到EMBA每个学员的身上去。

余民说，如果以高标准要求，学校并不能赚到太多钱。李嘉诚投资的长江商学院在刚开始的几年一直都在倒贴钱，但如果有些院校随便从社会上请一些所谓的教授来上课，除了上课之外其他活动几乎没有的话，肯定是能赚钱的了。

“教育”才是EMBA的根本！

商业化的EMBA，在发展过程中不可避免地出现了一些问题。有的商学院为了吸收学员，承诺可以“搞定”一切事情——没时间上课，可以帮忙签到、录像录音，甚至派秘书代听也可以。

“如果过度商业化，它的生命力就很难说可以延续多久了。”人民大学经济学教授、博士生导师李义平评价说，国内EMBA的办学目的，应该是通过培养，使学员具有国际视野、战略眼光、全局观念和前沿思维，具备在复杂的国内外经济、社会和技术环境下制定企业发展战略、进行企业日常经营管理决策、领导企业参与国内外竞争的能力和知识——这一切归根到底，便是“教育”。

“EMBA已经是这些人充电的最后选择，如果再让这个课堂变质，那我们的企业管理层还能到哪里汲取养分？”李义平说，在他看来，EMBA的根本在于传道授业，EMBA必须提供一种其他途径提供不了的东

西，这才是EMBA的核心竞争力。

在调查中，记者也了解到，由于一些问题的出现使EMBA受到质疑后，许多商学院在招生方面开始变得谨慎，他们明白如果生源长期质量不高，就会砸了牌子。

而一些排名靠前的商学院在招生时会很严格，比如中欧，招生时先笔试，内容大致为逻辑学、基础数学，淘汰率比较高，很多人都不能一次通过；然后是面试，大约半小时，两个面试官对一个学生，面试题目不固定，主要考察学员对管理的理解、基本素质和道德观念，以及经济形势的分析等，两轮考试下来，会淘汰很大一部分人。

而为了保证教学质量，众院校纷纷采取约束措施。比如每门功课缺课1/3以上，必须重修；上课时不能有铃声响起，一次罚500元；作业不允许雷同抄袭；以前集中上课只需签到一次，现在上课每天都要求学员签到。

据说，在清华EMBA班，一位学生因为在美国谈生意未能及时赶回来，就让自己的助手代为听课，结果被老师发现并当场请出了课堂。从此，再也没有学生敢让秘书或助手代为听课了。当然，清华也为这些生意繁忙的“老板”开了一个小口子，如果因工作原因确实不能来上课者，可以到下一个班补上学时。不过，在一个学期内，每个人只有两次这样的机会。

李义平认为，EMBA要做到更好地培养学员，还需要克服课程设置中的两个问题：一是过分强调管理的方法和技巧，而忽视了企业家社会责任的培养。二是过分注重专业和学科细分，而忽视了以问题为导向的系统性思考，而往往在企业实践中，作为一个高管，任何一个问题的解决，都需要市场、营销、战略、财务等多方面环节配合，如中国企业的国际化问题，绝不是某一个领域的问题，而是系统性的问题。

过分渲染“人脉”有“弊端”！

有人在读完EMBA后留下一句赤裸裸的话：读大学看学校，读研究生看导师，读EMBA看学员。

而据记者了解，能读得起EMBA的人，大多为国有企业老总、民营企业家以及政府官员，正是这些成功人士的光环，吸引了很多后来者。

在记者的调查中，很多老板都直言不讳地表示读EMBA确实有结交人脉资源的考虑。格格旗袍服饰有限公司董事长王金乔认为，服装这个圈子比较窄，她考虑问题只能从横向进

行，而EMBA有很多非本行业的企业精英，大家坐到一起交流没有什么顾忌，思维方式可

以放得更开。而在张志勇的班级里，有开办律师事务所的，有搞投资的，有做服装的，也有搞生物制造的，他说，不同行业的领袖人物聚集到一起，常常会互为借力，比如有个同学弄了份创业计划，搞法律的同学会无偿当他的法律顾问，而搞投资的同学会帮他投融资等。而和搞服装的成为同学，还让他们得到了服装消费和审美教导上的便利，“我们班的班服，全是艺之卉的赵卉洲设计和赞助的。”张志勇笑着告诉记者。

但人脉资源却也因此被一些商学院过分渲染，有的甚至将一些知名的企业家和政府官员照片贴在自己的招生广告上，声称你可以和他们成为同学，这不仅让人想到房地产商兜售豪宅时声称可以和某某明星成为邻居一样。这种营销噱头一定程度上破坏了EMBA作为正规教育学位的形象，让很多人认为读MBA才能真正学到东西，而读EMBA只是在用钱买学位、

纷涨的学费让普通人再一次对他们戏称的这个“富豪俱乐部”只能投去惊叹的目光，但也让人开始质疑，EMBA教育是不是蒙上了过度商品化的色彩？这么贵的学费到底贵在哪里？它能让那些自掏腰包的富豪企业家们感到物有所值吗？

用钱买关系。

余民告诉记者，他们招生的一些总裁班的学员，常常在读完后还会要他推荐其他的学校，其中一个学员，从西南财大开始读起，辗转奔赴北大、清华、中欧国际和长江商学院。几乎把国内的知名EMBA读了个遍，其目的就是为了广交人脉。

但是，有意思的是，老板们一边在结交人脉的同时，却对同学间可能直接发生的“贸易”表示了排斥。“我们会尽量避免甲方乙方的业务往来，怕有尴尬。涉及生意方面的事，常常也是以介绍人的身份。”张志勇表示。

而王金乔认为，如果把生意放在第一位，同学间的关系可能就变味了。一旦出了什么问题，全班的同学都可能传开来，那样大家面子上都过不去。

不过，也有人会怀着做业务的心态去参加那些短期的总裁培训班，一个北京某美容行业的老板，就在自己的班级里成功搞定了几个年卡。

