

北大汇丰商业模式总裁班开课

企业高管扎堆

创维集团副总裁杨伟文、中南酒店董事长陈祝新、百隆集团总经理杨卫国……日前，北大最新推出的创新课程——北大汇丰商业模式总裁班课程短短20多天，首期班就聚集了47位各行业中的精英、领军人物。企业高管扎堆攻读商业模式和资本运营现象立刻引发各方关注。

据了解，北京大学汇丰商学院“商业模式创新及资本运作课程总裁班”，依托北大商业模式研究中心这一机构，课程由中国商业模式创始人，魏朱理论的发起人、金风科技等几家上市公司独立董事魏炜教授、朱武祥教授等亲自授课。魏朱因为《发现商业模式》一书所提出的“魏朱商业模式六要素模型”，开启中国商业模式研究和实践的先河。北大汇丰商业模式总裁班的目的，就是让企业老



北大汇丰商学院总裁班开班仪式现场，多位企业高管和校方领导出席。

总及高管等有机会借助这一平台，成为被资本追着跑的实业家。

开学典礼之后，北大汇丰商学院BMP1001班在广州黄埔军校拓展基地进行了为期两天的拓展训练，考虑到BMP1001班的商业精英特点，主办方在短短两天时间内安排了非常有意义的内容：“野外炊火”让每个精英体验到日常

自己不能涉足的工作；“沟通制胜”让人在不同角色定位中如何通过沟通达到胜利的结果；“高空极限”项目将超与自我，信任伙伴发挥的淋漓尽致；“尖峰时刻”从战略战术的角度给出解决问题的思维；“生命之墙”将整个拓展训练推向高潮。BMP1001班的所有精英都心有所触，彼此之间的信任、真诚、甘于奉献使得大家深深感动，为在这样的家庭感到骄傲、自豪！

北大汇丰商业模式总裁班商业模式课程不仅仅课程创新、课程传授方式也创新，整个课程时长12个月，课程围绕着企业发展的两大核心问题——商业模式与资本运作，通过理论、案例分析、沙龙互动、实地考察等形式启发学员对企业管理、运营的新思维，从而避免企业发展出现瓶颈与低谷。

据了解，北大汇丰商学院商资班是该院的王牌课程项目之一，主要面向国内外知名企业的董事长、总经理、CEO等高层决策者，集团事业部的总经理、投资总监等；极具潜质和梦想的创业者；基金证券、银行保险、投资管理、律师等金融机构从业者；主管经济或投资的政府相关机构的高层决策者。通过国民经济研究所、北京大学、清华大学等一线专家学者与国际风险投资、金融机构、国内银行、证券等顶尖投资专家的完美组合，致力于培养适应时代需要的政商界精英人才，打造“被资本追赶的企业家”、让项目和资本对接。师资上，从魏炜到朱武祥、龙军生，从李德明到熊晓鸽，则涵盖了实业界、学术界和资本界的知名大家。

(和 讯)

2010 中国最佳 MBA 排行揭晓

清华与中欧综合排行第一

□ 缪晨霞

2010 中国最佳 MBA 排行日前揭晓。清华经济管理学院和中欧国际工商学院并列第一，北京大学光华管理学院摘得“MBA 毕业生对商学院满意度”的单项指标第一。该榜单由《经理人》杂志推出，自 2004 年起每两年编制一次。

多个项目跌出后 20 强

据该榜单编制负责人、《经理人》杂志北京采编中心主任陈振辉介绍，榜单收纳了国内最优的 30 家 MBA 项目，清华中欧并列第一是该排行榜编制以来首次出现并列及并列第一名的情况。与往年相比，前五名基本无变化，后 20 强的名次变化则较大，有多个项目下滑较快，甚至跌出排行榜。北京理工大学管理与经济学院、北京邮电大学经济管理学院、山东大学 MBA 教育中心、内蒙古大学经济管理学院的项目首次杀进排行榜。从后 20 强院校的分布来看，除了少数几所在北京和上海的商学院外，其他均为各个区域里品牌和实力最强的院校。

陈振辉表示，多个项目的下滑主要表现在：报考人

数和实际招生人数逐年减少，学院品牌吸引力逐年降低，生源质量不高，教学改革鲜有突破，毕业生满意度不高。

知名商学院 8 人抢一席

业内人士分析称，目前，国内开办 MBA 项目的商学院总数虽然接近 190 家，但清华、北大、上交大等知名商学院对考生的吸引力逐年增加，录取比例达到了 7:1 甚至是 8:1，在吸纳地方优质生源上占有明显优势。

此外，MBA 课程和招生改革是近两年以及未来最大趋势之一，陈振辉认为，改革带来更好的学习效果同时，也大大增加了培养成本。随着改革的逐步深入，学费上涨将不可避免。

2010 中国最佳 MBA 前十名

- 1 清华经济管理学院
- 1 中欧国际工商学院
- 3 北京大学光华管理学院
- 4 上海交通大学安泰经济与管理学院
- 5 中山大学 MBA
- 6 长江商学院
- 7 复旦大学管理学院
- 8 人民大学商学院
- 9 浙江大学管理学院
- 10 厦门大学管理学院

中农大 MBA 教育 重点打造期货项目

MBA 教育在中国发展 20 年，各商学院从课程设置到招生政策，从师资力量到生源的特点上都在发生着变化。同时，各商学院在发展过程中也必将会面临国际化、本土化、师资争夺、国际认证等一系列挑战。

近日，“中国 2010 年商学院院长圆桌会议暨中国 2011 名校 MBA 招生与录取新闻发布会”在北京文津国际酒店举行，共有 17 所商学院院长及招办主任到会。中国农业大学 MBA 教育中心招生主任帅盛中特别说明了中国农大 MBA 的教育重点。

帅盛中：中国农业大学 MBA 今年进行了很多教学改革。比如说我们的期货班，我们期货班的办学方式可能跟其他学校不一样，我们期货班是实盘操作，上期期货班你是在导师的指导下，你就可以

进行期货交易。上了几年，说不定你就变成百万富翁了，搞不好还会成为亿万富翁。我们的追求和我们的宗旨：一定要在期货方面打造中国期货的黄埔军校，这是我们学校定的 MBA 中心任务。今年学校给我们的期货班划拨了一栋小楼，所有的期货学生就在那栋小楼里面上课，去做研究，所有的导师在那栋小楼里面办公。我相信我们农大的期货，在未来会扬名天下，我相信在未来农大的期货班毕业的学生，会扬名天下，会成为中国期货界的顶尖人才。

另外一个特色就是我们的国际化，我们国际化班是 80% 的英语授课，它也是脱产的，目的是打造具有国际化视野的高级管理人才，实际上中国是一个农业大国，但是现在的农业不是我们传统

意义上的农业，它是工业化生产的农业，将来更是这样。如果说没有这样的人才来支撑，没有这样的国际化视野人才来支撑，那么我们中国的企业，我们中国的涉农企业，中国亟待发展的一大批中小企业和民营企业将会人才匮乏，这也是农大的责任，我们要培养具有国际化视野的高级管理人才。最近我跟很多中小企业主交流沟通，他们太需要人才了，但是可能我们的青年才俊，目前都盯在北京、上海这样的大城市，而没有到二三级城市或者是到基层去看一看。你盯着北京也没有关系，我们农大照样转户口，不管是哪种考生，只要考上都转户口，毕业以后你带着我们的毕业证，照样在北京找到接收单位，找到接收单位之后把户口落到北京。我们统计了一下，这几年毕

业生 99% 都在北京落户了。我们培养的人才也是很多企业所需要的。

另外我们还有综合班，我们现在有三个班，期货班是在职的，国际班是脱产的，还有一个在职综合班。在职综合班打造的是泛产业化的各种人才，有项目管理、涉农企业的管理、中小企业管理等等各种方向的高级管理人才，在我们这个班来进行打造。

10 月 22 号到 23 号是我们的 MBA 开放日，那天有一个论坛叫首届农产品电子商务论坛。同时我们要举行一个现代企业管理者网络营销思维这么一个分论坛，同时欢迎所有的有志了解农大的，有意愿来我们学校的备考者，那天我们是对你们开放的，你随处可以参观，哪个教室都可以进去听课，那天是 MBA 开放日。



全国劳模、享受国务院特殊津贴专家、公司董事长张国林

或许，打造一个品牌并不难，难的是让品牌长盛不衰。长盛不衰的品牌，“不管风吹浪打，胜似闲庭信步”。江苏泰星集团董事长张国林说，只有永恒的企业主题，没有永恒的企业产品。今天你是领跑者，明天你就可能“不靠谱”。“泰星”26 年一路高歌猛进，概括起来无非是“起点、支点、亮点”——

凭借“三点”，造就品牌的王者风范

——解读全国劳模、江苏泰星减速机集团董事长张国林的品牌谋略

□ 本报记者 李丙驹

日前，接到江苏泰星减速机集团的最新报料：广州某海军舰队一份价值 200 多万元的非标减速机订单摆在董事长张国林的办公桌上。相关人士称，能够从强手如林的竞争中拔得头筹，不仅证明了泰星在“标准”和“规模”上的实力，更体现了泰星在“非标”上也能独步天下，这是泰星坚持“高、精、特”战略的必然结果。品牌的最大魅力，往往就在别人不敢做、也不能做的地方闪闪发光。

起点：每一个长盛不衰的品牌，都有一个不同凡响的起点。泰星集团创业伊始，就立下了“以民族责任感振兴产业，以社会责任心发展泰星”的宏图大志。站在这个高起点上制定的品牌战略，因为“未成曲调先有情”，“泰星”一路飘红也就顺理成章。

民族是个神圣的字眼，为民族打造品牌堪称神圣的事业，“泰星”之所以长盛不衰，首先就因为起点不同凡响。“泰星”的“神圣”在于：强大的设备系统、高端的人力资源和精尖的技术支撑，三大硬件使泰星积蓄了自行研发、设计和生产的雄厚实力，如此固若金汤的基础，确保了品牌战略的顺利实施。在国家大型工程招投标中，“泰星牌”减速机赢得了有关专家和用户的一致好评，成为首钢、宝钢、三峡工程、小浪底、南水北调、奥运场馆等重点工程的首选品牌。现在的泰星集团，已经被评为全国创名牌重点企业、全国重合同守信用企业、全国

乡镇企业管理示范企业。1993 年至今，泰星一直是行业名列前茅的明星企业。

一家曾经的乡村小作坊能够登上大雅之堂，其中的诀窍是不言自明的。用张国林的话说，既然是中国名牌，它就应该体现自己的身价和地位。“门当户对”的强强联合，“郎才女貌”的品牌匹配，这是与“民族”、“神圣”等定义一脉相承的。这不是孤芳自赏的骄傲，而是一种精忠报国的情怀。

从高起点一路走来的“泰星”，一路风雨一路凯歌，特别是在金融危机中的表现，更是证明“泰星”确实无愧于“民族”和“神圣”的评价。在金融危机的影响下，泰星集团从市场开拓、企业管理、成本控制、技术创新等方面着手，与突如其来的困难进行抗争，保证了生产经营的正常进行，取得了较好的经济效益。2009 年，公司销量、新增销售合同、货款到账、实现产值、利润同比增长等均恢复到危机前的历史最高水平。今年上半年，公司又是双过半。张国林表示，今年是“十一五”和“十二五”的交替之年，“泰星”能一如既往强势不减，对步入“后危机”时代的泰星意义非常深远。

以打造民族品牌为己任的泰星人，并不满足于国内行业“走红”的局面。作为长期在机械领域与国外企业同场竞技的泰星人，非常清楚自己品牌的价值所在，强烈的为民族工业争光的气节，使泰星加快了向世界品牌迈进的步伐。截至目前，泰星产品已远销美国、德国、日本等十几个国家和地区，被国外专家称赞为“中国减速机行业盛开的玫瑰”。张国林认为，“玫瑰”

之所以能够一路盛开，香飘国内外，“民族”和“神圣”是绝对的前提。

支点：著名的亚里士多德“支点”说，被泰星人奉为品牌至高无上的圭臬。在张国林的心目中，可以撬动地球的“支点”，当然能承受一个知名品牌之重。因为质量的优劣事关品牌的存亡，品牌的存亡又事关企业的兴衰，这是一种“大质量”的理念和气派。惊艳的形象，深邃的内涵，品牌的灯火阑珊处，是泰星人呕心沥血的劳作……

见过重视质量的企业，但像泰星这样重视质量，而且取得巨大成功的企业不多见。

泰星集团创建 20 多年来，国内外用户对泰星赞赏有加，其中最认可的就是质量。1996 年通过 ISO9002 质量体系认证，2003 年又通过 2000 版 ISO9001 质量体系认证，并获国家质监局 ISO10012-1 完善计量检测体系确认，这几份“质保书”是国家鉴定，权威而毋庸置疑。1999 年，“泰星”被国家质监局列为国家 121 重点保护名优产品，成为迄今为止国内同行惟一受国家重点保护的名优品牌。2007 年，“泰星”被评为中国名牌，“泰星”商标连年被评为江苏省著名商标。

实施优质服务是泰星“大质量”理念的人文内核，过硬的质量加上这个内核，泰星才毫无愧色地向国内外展现出自己秀外慧中的品牌形象。在与用户的合作中，泰星集团始终注重销售前、中、后服务的结合。行之有效的促销会、36 小时及时便捷的三包服务，以及发放“产品信誉卡”、“花钱买

意见”等持之以恒的服务措施，使全国 100 多个销售服务网点都成了看得见泰星风景的窗口。

对企业而言，“质量决定命运”比“性格决定命运”有着更宏阔、更深刻的内容，个体与集体的差异当然不仅仅是人数的多寡，这是“大质量”理念最本质的战略基点。这当中，他们尤其注重先进设备的引进、产品的研发和技术人才的培养。近年来，公司累计投入 3 亿多元，从德国、美国等国家引进了世界上最先进的生产设备 120 多台套，使企业的装备技术达到国际先进水平，生产、经营已全部实现微机化管理。同时，在人才、特别是科技人才的使用上，他们更是倾注满腔的人文关怀，从思想、学习、生活等予以全方位的关心爱护，为人才脱颖而出搭建起大显身手的舞台。

品牌、质量、管理三位一体，“亲如一家”，是泰星“大质量”的一道扣人心弦的景观。张国林深知，作为一个永恒的经济主题，管理决不能纸上谈兵，一定要在“科学”上下功夫。他们创立实施的“四个三”（三改、三制、三化、三联浮动）管理模式，被有关专家誉为“推动现代企业管理创新的发源地之一”、“管理兴企强国的创新先锋之一”。

张国林认为，上述“大质量”的理念和实践，不仅使“泰星”的“平常岁月”风调雨顺，更使“泰星”在“非常时期”化“危”为“机”。这个坚强的“支点”，将使“泰星”不仅成为一般用户、而且还要成为特殊用户的名牌。像广州某海军舰队这类订单，泰星还会有很大的市场空间。

亮点：流水不腐，户枢不蠹，

世界上唯一不变的就是变，只有创新才是永恒的法则。在张国林看来，“泰星”能够成为振兴民族工业的一颗“明星”，关键在于他们始终至终坚持自主创新的结果。他认为，只有民族的，才是世界的。在自主创新中不断进行产品的升级换代，是“泰星”成为中国名牌、中国驰名商标、跻身世界品牌之林的一大制胜法宝。这一亮点可鉴日月，辉映长空……

张国林对记者说，泰星把企业办在农村，与新农村建设密切相关。在这个前提下，他思考的出发点是：真正的品牌自主创新应与经济社会的发展和諧并进，这样的创新才有不竭的动力。这个过程，“自主”又是“创新”的灵魂。张国林认为，任何“复制”、“粘贴”都不是“创新”，更不是“自主创新”。

张国林是闻名业界的“张敢敢”，时时处处表现出一个全国优秀企业家敢想敢干的品格。在他从未枯竭的创新意识的支配下，“泰星”从小到大到强，从中国走向世界，其间的发展历程，鲜明地彰显出自主创新在打造民族品牌方面举足轻重的意义。

创业伊始，张国林就认识到，一个企业能否成功与长期发展的关键是看有无自主研发的产品及品牌。他一直认为，“产品决定前途，质量决定命运，效益决定兴衰，素质决定成败”。为此，他在设备“硬件”和人才“软件”上重兵投入，以“软硬兼施”的战略策略打造自主研发、自主创新的决定性力量。

近年来，为适应市场发展的需求，泰星紧扣自主创新主题，大写升级换代文章。现在的泰星减速机，外壳、箱体均采用新工艺、新技术，从以前的沙铸件到现在的消失模，亮丽的外观可与国际大公司产品争艳比美；内件方面，齿轮、轴承全都引进法国、俄罗斯、日本等国的先进加工设备制成，专业水准达到 4-5 级；性价比方面，由于外观、质量都与国际大公司产品并驾齐驱，而价格又偏低，因而广受海内外客商、特别是需要高端减速机的客商的青睐和追捧。

作为中国减速机行业的明星企业，如今的泰星已经发展成为集科、工、贸于一体的国家大型企业，中国机械工业 500 强之一，企业已形成生产 10 大系列、1 万多个品种、年产 10 多万台泰星减速机的规模和能力，产销量连续十几年名列同行榜首。

在记者的采访记录中，泰星集团研制的凯山水泵两大专利，甫一问世，就掀起了一场水泵密封的技术革命，则是泰星自主创新结出的一大硕果。

泰星是从苏北农村的土地上升起来的，减速机虽然属于工业，但泰星减速机不是简单的“弃农从工”。张国林曾经是、或许至今也不忘自己是一个农民。正因为如此，他才对中国农民在大环境和好政策之下焕发出来的创造性力量非常自信和自豪。正是这种时代英雄的情结，使张国林创业伊始就对企业发展的品牌战略进行了前瞻性的思考，为他在自主创新方面频施大手笔奠定了坚实的思想基础。在这种意义上，我们说泰星的自主创新是一种“大创新”，它将照耀着“泰星”升得更高，走得更远。对此，张国林表示，“泰星”决不做昙花一现的“流星”，“泰星”一定要在国内外机械行业的星空上，做一颗熠熠闪光的“恒星”！

张国林告诉记者，“弘扬泰星名牌，永保同行第一”，原全国人大副委员长费孝通的这个题词，概括了数位视察过泰星的党和国家领导人的指示精神，这是泰星打造百年品牌取之不尽、用之不竭的精神财富。