

IMBA 优生榜IMBA Youshengbang

策划词：

2010年12月8日,创立5年的视频网站优酷(NYSE:YOKU)作为全球第一家独立上市的视频网站公司,成功登陆纽交所,并创下了美国5年来IPO上市首日的涨幅之最。

很多人说古永锵有赌性,对此古永锵笑着解释说:“那也是理性地去赌,去打仗。在职业生涯里面,创业本身就是一个未知数,但是因为自己在领域有不断地积累经验,所以过程中也相对比较有把握。肯赌、敢赌,也赌得起。”

古永锵:专注才能创新

□ 杨小芳

斯坦福学会的最重要的是“失”

“他人生的每一步,似乎都是在为优酷做准备。”优酷市场副总裁陈英对记者做过这样一个总结。少年时代他住在香港被称为“五台山”的广播大道,这似乎可以视为其一直以来“媒体情结”的开始。14岁时他随家人来到到澳大利亚,后考取悉尼的新南威尔士大学攻读化工,而随着父母移民美国,让古永锵自行决定在哪里上大学的时候,他却做出了一个多少令父母有些吃惊的决定:去考美国的名校加州大学伯克利分校。

这对一个少年时代才移民的青年来说远非易事,古永锵考了三次才在21岁时最终迈入这所学府的大门,这段经历帮助古永锵锤炼了人生心态。“以前什么都很顺利的时候不知道卖力。经过这次挫折,我理解了很多机会都来之不易。这以后,包括毕业后在美国工作,我做很多事情都很卖力。”

在伯克利获得经济学学士学位后,古永锵的第一份工作是在美国贝恩公司担任管理咨询顾问,并获得贝恩公司资助进入斯坦福大学就读MBA。而在斯坦福,古永锵学到的最重要东西就是“如何与人合作”,老师在第一堂课就告诉大家:“能进入斯坦福证明大家都是精英,但是在这里你们的学会的最重要的不是得而是失,是放低自己的姿态去承受。每个人不要执著于自己的思路,而要学会成就别人。”

十多年后,当古永锵开始着手自己的创业公司时,便选择了“合一”作为公司的名称,以表达“三网合一、合作第一、一人一口”的分享理念。而无论是后来优酷公司推出的与版权方合作的“合计划”,还是古永锵在组建优酷的内部团队的时候,都是这种“合作价值观”起到主导作用,按优酷市场副总裁陈英的说法就是,“在优酷,谁要是不合作就‘现’了。”

斯坦福毕业后,古永锵决定要进入富国投资,可是为此他要归还此前贝恩支付的学费和违约金,违约金高达6万美金,而那时古永锵全部身家



【人物】

古永锵,出生于1966年,曾就读于加州大学伯克利分校,获学士学位,而后在斯坦福大学获得MBA学位。

1989年-1992年在贝恩(Bain)公司任职。

1999年3月加盟搜狐公司,时任搜狐高级副总裁兼首席财务官,2004年,荣任搜狐公司总裁兼首席运营官。

2005年11月,他创办合一网络,启动资金300万美元。

2006年6月21日,合一网络宣布优酷网公测开始,定位为用户视频分享服务平台,古永锵担任优酷网CEO兼首席运营官。

也就三四万美金,最后还是富国老板借给古永锵两万美金,才还清这笔学费。而就在这段“负资产”期间,古永锵的父亲对他说:“人很容易患得患失,就算是零,甚至是负,又有什么了不起?”

“当初的愿望实现了吗”

在富国,古永锵开始直接接触媒体,然后便开始从事投资与运营的工作。1998年8月,古永锵经朋友介绍在北京饭店与搜狐创办人张朝阳见面,二人一拍即合,随即,古永锵辞去了富国上海有限公司首席代表、富国投资公司副总裁的职务,成为搜狐首任CFO,从而开始了他作为一名互联网老兵的历程。而凭借他在投资界丰

富的人脉关系,古永锵帮助搜狐在2000年成功赴美上市。2001年古永锵担任搜狐COO(首席运营官),2004年,又升迁为搜狐总裁。

然而就在2004年底,古永锵却提出了离职的想法。他说,自己加入搜狐时的目标基本都已经达到,互联网行业的各种情况都经历过了,积累了不少经验和资源,从组建团队到融资,从合作伙伴到政府公关,这些对自己创办公司很有意义。接下来,他寻找的是一个创业的环境。

2005年,在国外闭关一年的古永锵又出现在互联网江湖,这一次,近四十岁的古永锵选择的方向是视频网站。

在外人看起来,中国视频网站行业的发展,是一条充满了生死存亡的危机、外界压力重重、盈利前景莫测的布满荆棘之路。而在这个过程当中,古永锵丰富的媒体运营经验使优酷网在创业阶段就以对民生、民意的关注而脱颖而出,西单女孩、小宝、筷子兄弟等草根明星更是通过优酷的平台而名声大噪。“能够展现些普通人故事,都可以说是我们作为一个媒体平台改变其他人生、改变世界的一些‘微创新’之举。”

“只想做一家专注的公司”

虽然诞生之初,被外界普遍定义为“中国版youtube”,但如今的优酷,古永锵更愿意把其模式阐释为有中国特色的创新,“结合Hulu与Netflix两大模式,同时做到了Youtube的规模互联网电视公司”。

在他看来,Hulu虽然有专业内容,却缺乏足够的用户规模,而与Youtube相比,优酷70%的视频内容来自专业机构的制作。

对于优酷来说,不仅203亿美元融资让公司在视频竞争当中处于更有优势的地位,其与中影集团等传统影视制作发行机构合作推行的“优酷出品”核心战略:在传统影视“大制作”模式之外,扶植青年导演中的翘楚,选择影片在网络与院线双平台播出,更显示出视频领域的产业链合作

与行业生态,正在逐渐向良性、多赢的方向发展。

有人担心至今尚未盈利、仍大幅亏损的网站被过度热捧,会透支资本市场的热情。但对此,古永锵却非常平静:“其实百度以前的股价也是这样,在头几天的时候从零到有,到供求关系对接有一个时间,交易量头几天很高,过几天就开始稳定,稳定之后就看业绩了。所以,有各种议论都很正常,归根到底是要业绩说话。”

虽然市值超过老东家搜狐,但在古永锵心中,却只想做好一家专注的公司,不去做微博、不去做网游、不去做电子商务,“围绕着核心竞争力可以做不同的产品业务,我们的三网合一里面能做的事情太多了。因为外在的环境在变,带宽的情况也在变,媒体的环境也在变,我们要的是要随即而变,适应最新的状态,把握最新的机会,专注于三网合一视频的发展方向。”

“归根到底,中国互联网公司没有一个专注的习惯,认为公司做大了什么都要干。”在古永锵看来,这形成了两个后果,“一是这个行业不团结,一直都在纷争、口水战、恶性竞争、诉讼,因为都是互相交叉的竞争,每个领域都是跟同一行人打来打去,你肯定很难团结。”

“另外,因为大家不专注也很难产生创新,每天你管那么多事,精力毕竟有限。”在古永锵看来,优酷之所以能够创新,就是因为公司的专注,“大家的注意力都非常聚焦,所有的人都在同一个频率,这样的话就形成协同效应。”

【主人公说】

开公司先做“三件事”

“做公司成功其实就是人的事、钱的事、事的事。”古永锵曾这样总结成功的三大因素。所谓“事的事”,就是在正确的时间做正确的事情;所谓“人的事”,就是选择好管理团队,大家要有共同的气质,要做“大气的好人”,大气、简单、专注、善于配合;所谓钱的事,就是选对有长远眼光的投资方和董事会——古永锵的每一步似乎都在为这三件事做准备。

新兴市场的延伸

顶级商学院纷纷进入中国

□ 环 球

目前在中国,世界级顶尖商学院还很少,以前很多管理层选择去国外学习,但过于频繁地往返国内外始终不方便。

随着中国这一新兴市场在国际上的地位凸显,一些外国顶尖商学院也开始进入中国市场。它们一方面积累中国经验向国外公司输出,另一方面也满足中国本土公司对国际化的需求。

新兴市场的延伸

法国里昂商学院是欧洲一流的商学院,2007年在上海开办亚洲校区。里昂商学院院长Patrick Molle称:“里昂商学院进入中国,是因为中国需要越来越多国际化的中高层。”

Patrick Molle说:“新兴市场的里昂商学院,并不是一个简单的延伸,而是在整个治理结构和管理结构上实现从单一校区向多校区的发展,上海里昂的重要性和法国里昂的重要性都是一样的。”

和跨国公司进入新兴市场一样,外国商学院进入中国也需要制定灵活的本土化策略以期更好地发展。不管是出于法律规定,还是一种战略,外国商学院寻找本土一流大学作为合作伙伴开展交流项目是他们关键的步骤。

Patrick Molle解释说:“与中国一流大学拓展交流与合作是一个双赢的选择。首先我们能更好地了解亚洲及中国的经验,在这授课的外国教授必须要非常清楚这边的情况,这样才能将国外的理论与中国的案例相结合;同时中国的学校也能学习我们的优势,教育部认可里昂商学院与中国开展更多交流可以提高顶尖商学院的竞争力。”

在合作项目的拓展中,里昂商学院充分利用自己在创业创新培养上的优势。里昂商学院看到中国有越来越多的中小企业想走向世界,它与地处浙江,在民营企业培养上颇有经验的浙江大学共同开设了一个国际创业项目。

此外,里昂商学院还会在上海与合作伙伴共同开展项目,这一项目会对候选的创业方案提供实体的环境,在评估过程中为创业团队提供专业所需的培训,例如在法律上如何成立公司,如何写商业计划,如何与银行打交道等。

与企业形成战略联盟

在运用的理念和模式上,欧洲商学院充分体现出“商”的本质。在欧洲有很多独立的商学院,他们基本上由企业建立,而并非附属于某综合型大学。这点在根本上决定了欧洲的商学院更注重与企业之间的联系。

作为独立的商学院,里昂商学院隶属于法国里昂工商会。商学院与企业之间的合作体现在各个方面。例如法国里昂商学院会专门为企业经理人定制培训或公开课培训,提供战略管理咨询、输送人才;企业也为学院的发展提供各种资助,同时企业的经理人也常到学院中与学生分享管理实践经验。单在企业培训领域,里昂商学院就和超过1000家国际企业或中小企业结成战略合作关系。

在亚洲新兴市场,里昂商学院依然坚持这种理念和模式。和法国里昂商学院总部一样,亚洲校区也全力发展与企业的战略伙伴关系,为企业提供定制课程或公开课程。同时,每年来亚洲校区学习的海外学生除了学习和亚洲及中国的商业环境相关的课程外,还参与公司执行咨询项目或实习,获得在企业中的实际经验。

商学院是未来领袖培养基地 MBA 强调社会责任

从第一批9所院校每年不足百人的招生规模,发展到今天近百所院校每年超过2万人,中国的MBA教育20年来出现了井喷式的发展。有关专家指出,在MBA教育的迅速发展之中,也要注意出现的一些问题。

许多商学院对MBA的解读是“赚钱是硬道理”。对于学生的人文素质、社会责任感等软实力的提升有所忽视。

“对于MBA教育,大家关注较多的是MBA人才培养的体系、知识结构以及学生技能的掌握,更有些人直

接简单的把MBA教育解读为‘moneybest’,这些都过于狭隘。”华东理工大学商学院院长吴柏均教授直截了当地提出,“一个企业的发展与国家的发

展和社会的进步。商学院是未来商业领袖的培养基地,对于MBA学生的培养要更多地强调承担社会责任,加强对MBA学生人文素质的教育。”

也正因为看到了对商学院学子社会责任感培养的重要性,2008年起国

内著名商学院都开始逐渐强调对社会责任感培养,诸如参加活动、论坛等。比如华东理工大学招生办商学院更是在今年年初就发起了向西藏林芝中学爱心捐书活动和进城务工人员子弟学校帮扶活动等等。(商 息)

高校 MBA 学费涨超 18 万

校方:与毕业后高年薪相当

□ 王 蔚

作为顶尖教育项目的MBA、EMBA,最近又掀起了一次新的涨价潮。包括北京大学、清华大学、复旦大学和上海交通大学等国内一流的商学院,MBA的学费都超过了人民币18万元,EMBA学费有的也攀升到了45万元以上。那么,如此高额的学费会不会吓退求学者呢?是什么原因促使各校轮番提价呢?

办学经费来源少

对于国内几乎每一两年就会上调一次MBA和EMBA学费的原因,上海交大安泰经管学院院长周林教

授在说,学费的上涨主要与办学成本有关,商学院的教育和普通大学教育不同,普通大学教育在经费上主要是政府的拨款,而MBA、EMBA主要是靠学费,政府拨款只占很少一部分。而与国外的商学院又不同的是,国际商学院有更多的社会捐赠,尤其是美国的顶级商学院,大多依赖于社会资助,如哈佛商学院有300多亿元的捐赠基金,办学经费主要是靠基金生成的投入。一所一流的商学院要有竞争力,一流的师资是关键,而要聘请到世界一流的教授,就必须要花大价钱,师资水平提升了,办学成本就自然上去了。

周林说,需要澄清的是,中国的商学院不是以赚钱为目的,学费主要



投资回报呈正比

是用来提高师资质量和更新设备。而且,MBA、EMBA教育,是精英教育,是“奢侈品”,与一般大学的本科教育、

