

IMBA 故事IMBA Gushi

有个笑话,20 年前,中国本土 MBA 首次招生。广告一出,很多观者大呼“你看
看,还有专门研究打篮球的学问。”20 年过去了,人们再不会分不清 MBA 和 NBA
的区别,如今已有十几万 MBA 毕业生活跃在各种行业的各个岗位。

从“奢侈品”到“日用品”

20“芳龄”MBA 教育领悟成长

□ 马晓雪

从最初的教育“奢侈品”,到现在的
“日用品”,本埠的 MBA 教育历经了从光
环到务实的蜕变,从草创起家的迷茫、到
洋气扑鼻的照搬、再到回归本土的顿悟。
有数据显示,与入学前相比,MBA 整
体年薪层次普遍提高,无论总体还是个
体均增幅显著。在整体平均年薪方面,
2010 届毕业生平均年薪为 161 万元,而
就读前平均年薪为 11.1 万元,毕业后平均
年薪约是原来的 1.5 倍;在个体年薪方
面,毕业后最高年薪达 62 万元,最低年
薪为 42 万元,与就读 MBA 前相比,增长
幅度从 30%—800%不等。

入学人数:20 年增长 20 倍

1991 年,9 位企业、部门高管成为黑
龙江省第一批 MBA 研究生,当时,全国 9
所试点院校共有 94 名学生入学,他们被
称为中国本土 MBA 的“黄埔一期”
1991 年,哈工大被授权试点招收
MBA(工商管理硕士),这是 MBA 第一
次在中国内地登场。这一次亮相并没有
引来惊艳,更多的是观望。据哈工大
教育中心主任钱国明教授介绍:“哈工大
第一次招收工商管理硕士,只有 9 名学
生入学。他们都是当时省内一些知名企
业的高管,还有几位是处级以上的干部,
是的的确确的‘高管班’。”当年,9 个学
生并不算少,全国 9 所高校一共也不过 94
名学生入学,平均每所学校都不过 10 个
人。

“此后,招生人数从每年 10 多个、30
多个、90 多个发展到如今每年近 200
个。”钱国明对于招生人数的扩张,感同
身受。“现在每年的报名人数已经趋于
稳定了,大约六七百人。虽然入学人数
相对提高,但从报名火爆程度来说,这
几年应该已经趋于稳定,并不是最火的
阶段。”
2000 年左右,MBA 在内地的热度
达到巅峰,哈工大当年报名人数在千
人以上。“20 年来,年入学人数大约
增长 20



倍,这可以反映 MBA 被认可速度之快。”
到目前为止,除哈工大以外,哈尔滨工
程大学、哈尔滨商业大学、黑龙江大
学和哈尔滨理工大学也具备了招收
MBA 的资格。

2010 年,全国有超过 36 万人入
学 MBA,比 1991 年增长了 383 倍。虽
然不能期盼用 20 年走过别人 100 多
年的路(MBA 项目首创于 1908 年的
哈佛大学),但是可供对比的是,作为
管理大师辈出的商业强国,美国在开
创 MBA 项目 68 年后的 1976 年,才
达到了每年 4 万多名毕业生的规模。
而 30 年来震惊全球的中国速度,同
样投射在 MBA 教育上。

平均年龄:30 岁 -35 岁

在 MBA 早期学生的记忆里,班里聚
集的都是“老总”级的人物。他们事
业有成、年龄偏长、经验丰富。而现
在的工商管理硕士则年轻得多,平均
年龄在 30 岁 -35 岁,风华正茂、初
生牛犊、对未来定位清晰。比规模
更重要的是,这 20 年间,中国 MBA
教育、中国 MBA 毕业生从没停止
过找寻自己的真正归位。

“老陈”从事 MBA 教育 9 年。9
年前他大学毕业刚负责 MBA 的班
级管理时,来读 MBA 的都是真正的
“老总”,除了企业的经理、副经理
的头衔外,他们的年龄也都是“老大
哥”、“老大姐”级别,40 多岁
非常典型。当时,在这些老前辈眼
里,27

岁的他还是个孩子。但随着经济的
发展、社会的转型以及整个企业管
理结构的变革,如今的工商管理硕
士们年轻的越来越多。据了解:目
前哈工大的工商管理硕士平均年龄
多在 30 岁 -35 岁,他们在社会
锻炼了几年,已经小有建树,希望
通过工商管理硕士的学习充电,实
现自己未来职业经理人的梦。

和早年“公派”的潮流相比,如今
自费读 MBA 正逐年增长。多元化人
群,让 MBA 越来越显示出区别于其
他高校教育的特色。哈工大 MBA
教育中心钱国明主任介绍:已经拥
有硕士学位又来报考 MBA 的学生
大有人在,显然他们不是为了拿证
而来。他们有的是为了换个职场甚
至生活环境,有的则遇到了管理上
的问题甚至瓶颈前来寻求解决办法。
这种非功利性的目的,让 MBA 教
育更凸显其务实特性。而反过来,
这种特点也使得 MBA 越来越受到
职场青睐。

服务本地:20 年成长的顿悟

国内涨价潮当中保持原有学费
价格,哈工大 MBA 在国内一流院
校中独树一帜。办学成本的增长,
涨价可能势在必行,但不会太高。
原因很简单,MBA 要为本地服务,
离开本地经济水平、社会现状,
MBA 的意义将大打折扣。

从草创起家的迷茫,到洋气扑鼻
的照搬,再到今天回归本土的顿悟,
20 年中国 MBA 教育的发展是一个
学习与模仿的过程。同时,也是一
个酝酿着改革创新的过程。如今,
致力于提供给学生更为全面的能力
塑造,在知识与实践之间搭建

更通畅的桥梁,已成为各中国商
学院的基本共识。特别是在 2008
年金融危机之后,中国 MBA 教育
在更迅速地本土化,还有独立商
学院的兴起——在中国 MBA 走
过 20 年之际,中国商学院们正
在迎来最新的蜕变。

多年来,MBA 被追捧,也常被质
疑,就因为它的舶来品身份。曾经,
借鉴国外的经验,很大程度上推进
了中国企业管理标准化的提升。但
是,时代不同了。随着中国经济的
飞速发展,世界工厂地位的奠定、
世界知名企业的入驻和中国国内
企业的迅猛发展,一直用外国案例
教育中国学生的 MBA 老师们,感
到了真正的被动。拥有千千万万
成长型企业的中国,已经不能满足
于改革开放之初照搬美日标杆企
业,建立自己独有的盈利模式
和管理文化,成为这些新兴企业
最关注的话题。

话题延伸

20 岁的 MBA 长成啥样了!

“20 年来,我们通过摸索与实践,
已经比较成熟。”钱国明教授对
MBA 的教学模式非常重视,“我
们引入了案例教学,这是 MBA 的
特色之一,学生们通过实际案例,
分析、解决、增长经验,与老师
、同学互动。”实践证明,案例
教学受到了学生们的拥护。“MBA
的一大特色就是实用性强,对于
理论的来龙去脉不去深究,重点
在于如何应用。”据介绍:这几
年,哈尔滨及其周边的很多企业
都委托哈工大培训管理人才,比
如三大动力、大庆石油管理局、
哈飞等等。“服务本地,才是本
地 MBA 的根本。用本地案例作
为学生们探讨、分析的案例,解
决他们自己企业的症结,为本
地培养高级管理人才,这是 MBA
发展的重要方向。”这也使得
MBA 远远高于普通的职业教育。

为本地服务、回归本土,MBA
20 年的转型,让其“奢侈品”的
光环逐渐蜕去。



清华:社会学走进中国商学院

5 月 30 日,由清华大学经济
管理学院和清华大学社会学系联
合主办的首届“社会学走进中国
商学院”论坛在清华经管学院
伟伦楼 401 举办,多位国内顶
尖社会学者受邀参会并介绍了
他们的研究成果。清华经管学
院长钱颖一教授和清华社会学
系系主任沈原教授分别致辞。
论坛活动由清华经管学院人
力资源与组织行为系系主任
杨百寅教授主持。

钱颖一院长总结了“社会学
走进商学院”的三个原因:第
一,社会学是与管理学密切相
关的社会科学基础学科之一。
社会学兼具宏观与微观的眼光,
社会学的引入必将有助于管
理学的发展。第二,社会学为
管理学提供了若干理论学说。
通过把社会学在研究其他社
会生活领域所形成的基本概
念,运用于对经济生活的研究,
对推动管理学的发展具有独
特的理论贡献。第三,社会
学所倡导的田野调查方法,值
得包括管理学在内的所有社
会科学学科效仿和借鉴。当
面对复杂的社会生活时,我
们必须以经济为根基,靠调

本次“社会学走进中国
商学院”论坛是继 2010 年 10
月清华经管学院和清华大学
心理系联袂打造首届“心理
学走进中国商学院”论坛之
后,再一次与清华人文科学
院系合作举办的高端论坛。
(菁华)



香港理工大学 MBA 课程
搭建深企精英交流平台

香港理工大学工商管理
学院(香港理大商学院)辖下
的工商管理研究院与西安交
通大学(西安交大)2010/11 学
年 One China MBA 课程近日
在深招生。

该 MBA 课程获得英国
评审机构 AMBA(工商管理
硕士课程协会)正式认证,而
商学院亦获得欧洲质量改善
体系和国际商学院联合会
认证,乃全球少数获得三重
认证的商学院之一。

两校合办的 MBA 由理
大商学院的老师负责授课,
教学团队国际化,课程设置
和教学与国际接轨,通过对
国内外企业的案例进行咨询
诊断、调查研究,深化对企

管理的理解和提升管理水
平。学员毕业后会获颁发香
港理大 MBA 学位,此办学项
目获教育部批准开办,所获
学位得到教育部承认。

课程至今已有 7 届毕
生,他们都在社会经济发展
中发挥着重要的作用。中国
的第一家上市检测企业——
深圳市华测检测技术股份有
限公司(CTI 华测检测机构)的
主要股东,就结缘于大家
一起修读 MBA 学位。他们一
起修读香港理工大学在深圳
开办的 MBA 课程,大家有着
“把知识应用于实践,共同
做一点事”的共同目标,将
工商管理课程实践运用到创
业过程中并获得成功。(佚名)

长江商学院
EMBA 国学经典课程开课

5 月 19 日,长江商学院
后 EMBA 人文课程之国学
经典课程第一模块“国学:
中国文化根基”在北京开
课,140 余位在各自领域内卓
有成就的企业高层管理者
参加了学习,在祥和、平
静的学习氛围中静听国学
大家传道、授业、解惑。
作为国学经典课程的第一
模块,“国学:中国文化基
基”作为本课程的概论模
块,从宏观的视角来解析
中国传统文化对于现代社
会的影响,从儒、释、道
以及其他宗教信仰的角度
来反思中国文化根基,探
究五千年历史过程对我们
影响最大的文明根源。

课程的第一天由中山
大学冯达文教授授课,冯
达文长期从事中国古典哲
学与宗



□ 特约记者 王开良
本报记者 何沙洲

●现在无论是在国企还是在民企,
总体而言,真正在企业文化上下过
一番功夫、取得相对成功的企业家,
仍然不多见。德隆失败的具体原因
很多,但根本原因之一就是没文化。
一些企业家往往看重那些实实在
在的利润指标,能够看重用干部
带队伍的企业家就少一些,能够
看重企业文化并有能力塑造企业
文化的就更少。但真正企业家之
所以成“家”,因为他们还是企
业的思想家。

●在中国高等教育通用教材《
管理心理学》中,《汪海语录》
成为经典案例,这标志着汪海
的企业家思想已经广受专家学者
和大学生的推崇。

有位哲人说,性格决定命运,
不同的性格决定了不同的行为
轨道和人生模式。

双星集团总裁汪海选择的是
这个世界上最普通、最不起眼
的一个职业——做鞋。做鞋
谁不会呢?但在他的手里,居
然能把这件最普通、最不起
眼的

得如此轰轰烈烈,做成了品牌
价值 492.92 亿,并且从给人
做鞋到给车做“鞋”,将双星
发展成为拥有“鞋、轮胎、
服装、机械、热电”五大支
柱产业的大型企业集团,做得
天下闻名!汪海的成功,无疑
首先是他思想的成功。

在中国改革开放、经济嬗变的
30 多年中,国有兼并国有,双
星成功进行了小吃大(从给人
做鞋到给车做“鞋”)、快吃
慢(双星托管东风轮胎)的
资本运作;全国鞋业国企双
星一枝独秀;中国所有轮胎
企业几乎都与外企合资,依
赖外资谋求发展,双星仍然
独撑天下,依托自身纵横
市场,双星能够始终保持健
康、稳定、持续发展。

汪海是一位具有超前意识和
创新胆识的企业家,是中国第
一代下海、“踩着石头过河”
的企业家,人称“市场将军”
、山东怪杰、崂山奇人。他
是中国首届优秀企业家中目
前仍活跃在国有企业改革
发展前沿阵地的唯一一位。
他是在中国改革开放的大
气候下,执著地以一个共产
党人的崇高责任感和使命
感苦苦探索新思想、新理
论的成功者,是当下中国企
业

理论家汪海(一)

界少有的理论家。

汪海的企业管理理论很多,什
么“猫论”、“三民观”、“ABW
论”、“矛盾论”等,由他
创作的理论还编辑成厚厚的
几大本书,他创作的理念被
分成“创新篇、市场篇、
管理篇、质量篇、科技篇、
人才篇、名牌篇、发展篇”
等,并集结成一本册子,读
着里面的词句,你不由会叹
服这位首届优秀企业家的
睿智。

“市场论”

双星以市场为导向,从中国
特色的国有企业管理实际出
发,创造了现代化的企业管
理理论,提出了“市场是企
业”的最高领导,市场是检
验企业一切工作的标准”
的“市场论”。

双星革了计划经济企业只
管生产、不顾销售、不问
市场旧观念的命,率先下
海进市场,树立了“市场
是企业的最高领导”、“
市场是检验企业一切工
作的标准”的市场意识。
在 1984 年就以企业名
义召开新闻发布会和
游产品订货会,进入了
市场。

20 世纪 80 年代初,中国
由计划经济转向市场经
济的体制转轨尚在酝酿
中。当时农村已经开始
联产承包,城市还没有
一家国有企业敢于进
入市场。当时双星集团
的前身——青岛橡胶
九厂产品大量积压,
上级主管部门和商
业部门都不管。在走
投无路的情况下,双
星毅然越权闯进市
场,成为中国国有企
业走向市场经济的
先行者。在自己闯
市场的同时,也带
动了一批先觉的企
业走向市场。

“市场是企业发展的动力和源
泉”、“市场是检验企业一切
工作的标准”、“跟着市场走,
围着市场转,随着市场变”。双

星之所以搞得活、发展快、
做得久,其中很重要的原因
就是实现了内部体制机
制、产品创新、营销策略
等都与市场经济对接,与
市场竞争对接,使双星不
断适应了市场经济要求、
市场发展要求。

“规律论”

“很多国有企业搞不好,有
历史的原因,有现行体制
的原因,很复杂。究其根
本的原因,我认为是长期
以来在人们的意识中形成
的误区,这个误区概括起
来,主要是违背了三个规
律:一是违背了科学社会
主义这个规律。对社会
主义首先要从本质上来
认识。邓小平说:‘社会
主义的本质,是解放生
产力,发展生产力,消
灭剥削,消除两极分
化,最终达到共同富裕。
’社会主义的本质决定
了社会主义经济制度的
特征,符合并反映社会
主义本质、发挥了社会
主义优越性的才是社
会主义经济制度,否则
就不是。二是违背了
市场规律。实践证明,
政府控制市场必然失
败,企业没有了自主
性,也就没有责任感。
政府在市场经济条件
下也应转变意识和职
能,掌握市场规律,理
顺行政关系,把宏观
调控与市场经济有机
结合起来。三是违
背了行业规律。每个
行业都有自己的运
作规律,但我们很
多企业的领导并没
有真正去研究和掌
握,不研究市场,
不掌握行业规律,
很快就会垮掉。”
双星 20 世纪 80 年
代开始“出城”,转
移到郊区,90 年代
又“上山下乡”,
向贫困地区转移,
这些战略决策都
是遵循了行业规律
乃至国际制鞋业
发展规律之所为,
从而客观上起到
了扶贫的效果,
也实现了企业可
持续发展。