

IMBA 优生榜IMBA Youshengbang



最近播出的成都大型职场真人秀节目《我是谁》中，四川大学 2008 级 MBA 王毅同学凭借自己优异的表现，博得了千万年薪，一时间成为了大众关注的焦点。这个曾经做过 IT 作家、日报记者、销售 / 市场经理、分公司总经理等多种职业而立青年究竟是凭借自己的哪项独门绝技而获得此次成功的呢？相信很多人都会感到好奇，很想进一步了解王毅博得千万年薪背后的故事。

A 参加节目的初衷

春节后，王毅得子，当了爸爸的他便想找一份体面的职业，为的是让儿子知道爸爸不是“混混”，便报名参加成都电视台新创办的职场真人秀节目《我是谁》，希望在舞台上与老板面对面的交流后有所斩获。结果，在与 12 位老板们一番唇枪舌战之后，王毅开出了自己的职场价码：年薪仅要 1 元钱。“在这一年中，我会先给公司办成 10 件事，让公司获利后，再来权衡我值多少钱。”王毅的沉稳淡定和坚持获得了 3 位重量级老板的青睐，他们纷纷给出“总助”和“副总”等高管的头衔，开出了几十万到上百万的年薪，最后一家金融行业的公司给出了相当数量的股份，岗位年薪突破 1000 万元，王毅自然与这家企业老板握手成功。

节目结束后，王毅异常兴奋，这样的结果简直是天上掉下了大馅饼，现场观众更是大跌眼镜。

B 薪酬心得

问：为什么会开出一元的年薪呢？
答：哈哈！不论如何，至少事实已经证明，我提出的“一元年薪”已经达到了吸引大家眼球的效果，这就非常好了，是不是？
不过我这样说并不是噱头，而是经过了很周全的考虑。“一元年薪”只是底薪，它背后还有一句话——上不封顶，当然，这还不是全部。
我做过很多营销类的工作，我也非



常渴望通过努力工作为自己带来成就与财富。离开大学校园的头两年，我非常纠结于企业开出的“薪酬”能否如我所愿，这也是很多同龄人共有的困惑。但渐渐地我释怀了，因为随着工作年限与阅历的增长，我强烈感觉到我的收入其实是与我创造的价值密切挂钩的。不论是专职还是兼职，抛开黑心老板这样的特殊因素，只要我自己创造的价值多，那我自己获得的回报自然也更大，这种规律在我身上不断得到印证。不同的工种有不同的特性，但营销类工作必然是符合上述特性的，当然前提是自己并不是在工作中缺乏建树。

既然如此，我为什么还要纠结企业给我开出的薪水呢？如果对方告诉我月薪是 3000 元或是 5000 元，抑或是更高的数字，这样的数字对我来说其实已经没有什么意义了，这样的薪水从字面上无法对我构成什么影响，我真正关注的是我能做什么，我能创造什么，我能有多大的舞台，以及这个舞台是否是我自己可以驾驭的等等。

C 选择有兴趣最擅长的行业

问：在节目的最后，还有五家企业为你留了灯，你最后选择的是给你开出了千万年薪的四川新安融资担保有限公司。很多人都认为你的选择完全是根据企业开出的薪水高低来决定的，真的是这样吗？
答：当然不是，而且前面我说了，正因为我表明了自己的态度，自己的收入和自己创造的价值挂钩，这才会“导致”有企业给我开出千万年薪，因为我

要拿到这千万年薪必须做出相应的成绩，这与我们平常找工作时企业开出 10 万、20 万年薪的概念完全是不一样的。
当时参加节目的企业虽然有 12 家，但这个数字其实很少，而且我最擅长的行业是没有的。在 5 家亮灯的企业里面，有做服装的，做地产的，做健身的，这些都与我的兴趣、特长相差甚远，因此相比之下，还是做金融投资更贴近我的兴趣，毕竟我对 VC、企业上市一直都很关注，自己也有这方面的理想，希望今生也能有机会拉两笔 VC，做一家上市公司啊，嘿嘿！虽然现在离这个梦想还很遥远，但如果能去一家做金融、VC 的公司历练历练，何乐而不为呢？况且这家公司也给了我最好的“前途”让我自己去争取，所以我现在已经开始补金融学知识了。

问：我们在求职中，总是被告诫，一定要找与自己工作背景相关的行业，关联度越高，谋得好工作的可能性也就越大。可是在 IT 网络方面是专家的你最后却被一家貌似与您的工作背景关联度不大的融资担保公司用高薪招进，请问你是如何看待这个问题的呢？
答：呵呵！其实很多时候表面的东西并不一定就是真实的东西，至少它不够全面。我是 IT 网络专家，做了十几年的 IT 撰稿人，这份兼职是我持续时间最长的工作，而且很可能会持续一辈子。但兼职的时间太长、故事太多反倒会掩盖了我其他方面的东西。
我并不愿意做纯粹的写手，我更多的精力与时间还是用在了专工作上，大学毕业至今我在电脑公司做过销售 / 市场经理，也管理过两家互联网公司的成都分公司（主要还是负责营销方向的事务），还当过一年记者，所以我找营销类工作相对比较容易一些，而且我自

己的兴趣也在这个方向。
至于能力与择业的关系，我是强烈支持每个人都应该找自己适合的工作的。如果让刘翔去打篮球，他不可能成为姚明，相反，恐怕中国就没几个人认识刘翔了。我们每个人在找工作时一定要尽可能地寻找自己擅长的工作，这样才能发挥自己的价值，获得自己想要的东西。不过也不用太狭隘，比如营销就是互通的，能卖好方便面的老板也能卖好电脑，这是我工作过的第一家电脑公司真实的案例。自己之前的阅历、沉淀不会是沉甸甸的包袱，而是无比宝贵的经验。

D 经验之谈

问：您能否对我们正在学习和计划学习 MBA 的同学提出一点建议和意见呢？
答：我当时决定读 MBA，想的就是拓宽自己的眼界，因为以前自己看的、想的太局限于 IT 行业了。虽然我最喜欢的依旧是电脑和互联网，但要想在工作中做出更大的成绩，谋求更大的发展，系统地学习一些经营管理类的知识自然是不可或缺的。
现在回过头来看，我感觉自己的目的还是达到了，而且超出了自己的预期。求学的过程不仅仅是听课、看书，尤其是在川大读 MBA 的过程中，更有意义的是思维的碰撞所产生的火花。很多问题没有标准答案，大到如何做好一个企业，小到如何做一次成功的营销策划方案，书本会带给我们理论的知识，但这远远不够，经验丰富的老师会告诉我们更多更深层次的东西，而很多实践经历丰富的同学也能带来第一线的资料，几乎每一天我们都会经历一次又一次的头脑风暴。
来川大读 MBA 之前，我曾经天真地以为只需要自己努力看几十本书也能达到相同的目的，但现在我发现我真的错了。虽然 MBA 的学习任务不像以前中学、大学时那么严格，不会强迫学生成为每门课都理论过硬的“书呆子”，但我认为每个人都应该在自己最喜欢、最重视的领域有所提高，成为理论知识不落伍、实干能力更卓越的合格的职业经理人，从而实现自己的人生理想。

(中 网)

盲目跟风的商学院没前景

中国企业创办商学院的速度一度非常惊人，曾在半年内就前后有 6 家企业建立。由于上马速度太快，很多并不具备实力的企业都盲目地加入了办学的大潮中来，因此众多业内人士并不看好中国企业通过创办商学院可以达到教育和培训的目标。
一些企业商学院没成立多久，问题就出现了。由于企业创办的商学院很多时候难以受到社会民众的青睐，生源也只能是来自于本公司内部，久而久之就因为没有足够生源而缺乏活力。
过去 10 年来，中国企业创办的商学院还有个很大的问题就是，学校成为与通常的培训部门没有差异的同质化重复建设，由于没有形成自己的课程体系，加上师资条件不良，使得商学院最终无法达到预期效果，渐渐淡出了舞台。
中国企办商学院，就算最终能留下来，也很难说是成功，因为中国的市场经济发展仍处于探索阶段，郑州大学 MBA 中心主任刘伟曾就此问题在接受媒体采访时明确表示：“企业要做到足够大才能支撑起一个商学院，企业不能盲目地赶时髦。”
前几年，国内人力资源杂志《财智》对国内企业大学作过一份调查，结果显示，很多企业还没有搞明白企业大学与人力资源部的培训或传统高校教育的区别，就迫不及待地建立企业大学。
另外，不得不提的是，一些企业办商学院实际上是为了“搞关系”。比如，通过商学院拉近企业跟政府官员，或是上下游其他企业之间的关系，最终达到企业的人际联络的目的。而这样的方式根本不是在做教育和培训。

(言 伟)

华南理工大学广州学院成立国际商学院

近日，华南理工大学广州学院举行国际商学院成立庆典。国际商学院按照更开放、更灵活、国际化的思路，培养专业基础扎实、掌握国际商务知识、英语水平高、实务能力强的国际化商务专业人才。国际商学院聘请加拿大温莎大学商学院原院长 Dr Roger Hussey 任院长。
2011 年开办“商科国际班”，设会计学、国际经济与贸易二个专业，每个专业招收 45 名学生，按照全新的国际化模式培养。
“商科国际班”的培养目标，一是要有良好的外语能力，能熟练地掌握和运用一门或多门外语进行交流、沟通，这也是进行国际商务活动的先决条件；二是熟悉国际商务的规则和惯例，掌握相应的业务技能；三是职业能力得到国际性的认证；四是要具备良好的综合素质，了解各国风土民情，具有健全的人格和良好的品行。
国际商学院“商科国际班”的培养特色是：课程设置、教学模式、教学质量与国际接轨，符合国际标准；采用外文教材，全英语教学；加强中外交流，与英语国家的商务学院建立合作关系，实行学生交换和教师交换计划；实行“2+2”、“3+1”中外双学位培养模式；聘请国外教授来院任教；学科专业获国际认证机构认可；实施国际视野的素质教育。

(张 丽)

□ 特约记者 王开良
□ 本报记者 何沙洲

理论家汪海(三)

汪海的企业管理理论很多，什么“三民论”、“三性论”、“三品论”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。

“三民观”

“发扬民族精神，树立民族志气，热爱民族品牌”，这是双星人的“三民观”。
2006 年 4 月 23 日，在博鳌亚洲论坛年会上，我提出，民族品牌应该是中国制造的核心，民族品牌是民族工业的代表，民族品牌是民族经济振兴的标志，必须创造自己的民族品牌。目前，全球制造中心向中国转移的趋势十分明显，中国在全球制造中所占的比例逐渐加大，成为世界公认的“制造大国”。但是，制造大国并不意味着制造强国。中国进出口贸易总额居世界第三位，但世界知识产权的 97% 掌握在发达国家手中，中国产品出口真正获得的利润很低，许多工厂没有自己的牌子，依靠代工生产，赚取微薄的加工费，解决这一困境的唯一出路，只能是创造中国品牌。
我认为：无论在什么时代，民族精神都是鼓舞人民奋斗的源动力，是一个国家、一个民族的灵魂。为此，双星人提出：“发扬民族精神，振兴民族工业，创造民族品牌就是最大的爱国”的

理论和目标。
我在上个世纪 80 年代初就在《人民日报》发表文章呼吁“创中国人自己的名牌”。双星经过创名牌的初级阶段、发展阶段，进入名牌发展的高级阶段。
“三情论”

我对双星领导、管理骨干和广大员工，论述了市场经济条件下感情、热情、激情的标准和要求，我认为：感情是基础，热情是表现，激情是升华。一个人只有对企业有感情，对工作有热情，对岗位有激情，企业才能不断发展壮大，越做越强。
感情、热情和激情，是搞好企业管理、保证产品质量、降低生产成本最基本的条件，是衡量企业有没有正气和活力、有没有竞争力和战斗力最基本的标准，是在市场经济中每一个基层管理骨干都应该大力提倡和发扬的东西。缺乏感情、热情、激情，企业就会缺乏生机和活力。
市场如战场，竞争如战争，在市场的商战中，要有不惧怕竞争对手、竞争一定能成功的信心和决心。因此企业要不断教育领导、管理骨干和广大员工，在市场竞争中树立好、结合好、运用好这“三情”，增强名牌感情，提高工作热情，提升工作激情，精神抖擞，朝气蓬勃，带着对企业的感情、热情和激情投身到自己的实际工作中去。



“三性论”

所谓“三性”指的是“党性”、“人性”与“个性”。我认为，没有个性的企业家不会有创造力，就不能成就一番事业；没有党性原则，在当前社会上又不能站住脚跟，就不会干出一番事业；不讲人性的企业家不会有凝聚力。
提到个性，大多数人的头脑中马上与骄傲自满、不虚心、不好管划等号，所以往往不管是组织上考核，还是领导上选人，把有个性的人大都划在圈外。但我认为：“不承认人有个性、有私心哪行？管人、用人，纪律、感情，都不能脱离现实。都要围绕人来管。人的问题做好了，一切都好。想别人没有想过的事，做别人没有做过的事，要么不做，要做就做第一，这恰恰是一个人走

向成功的基础。”
正是坚持党性原则，注重关心员工，使双星保持了正义、正气和强大的凝聚力和向心力。

“三赢论”

我认为企业发展要始终坚持利国、利企、利民的“三赢”。“双星在上世纪 80 年代初确立“爱厂求实拼搏兴利开拓前进”的企业精神时，第一个提出了“兴利”的目标，冲击了计划经济的陈旧观念；在别人争着进城时，第一个开辟出“东部发展、西部开发”的广阔大道，进入沂蒙山，并相继在全国各地建起了西南双星、中原双星、华北双星、华东双星、华南双星等生产基地，形成了覆盖全国的大框架，变国家的

“输血”扶贫为企业的“造血”扶贫，不仅找到了企业的发展空间，而且结出了扶贫的累累硕果，为劳动密集型制造加工产业找到了一条新的发展思路，也说明要搞好自己的企业，发展民族品牌，做大民族品牌，就必须增强社会责任感。

“三品论”

要做好品牌，产品、企业、人品“三品合一”必不可少，品牌的真正含义必须是三者的有机结合。
“产品”是企业综合竞争力的集中表现，好产品必须有几个条件：其一必须是用户喜欢的产品，能满足用户现实需求并创造新需求的产品；其二，必须是高品质的产品。
“企业”是指一个企业的综合形象，包括企业文化、管理水平、品牌形象、市场信誉、软硬环境等。“企业”是产品的基础，是人品的体现，也是树立品牌形象的一个相当重要的因素。高品位的“企业”是企业一笔巨大的无形资产。
“人品”是指企业家的人格魅力以及员工队伍的职业素养。一个具有强烈社会责任感、良好公众形象、较高精神境界的企业老总，才能带出一支具有强烈敬业精神和创新精神的管理班子和生产队伍，执着地追求健康、先进、文明的生活方式和文化，生产出质量可靠、性能卓越的产品。
在“三品合一”的企业文化核心价值观中，“人品”是最为重要的。“企”是由“人”组成，只有从总经理到每一个

基层操作工都讲究信誉、信守承诺，企业所提供的产品和服务，才能得到消费者的重复使用和购买，和消费者关系的维系才会越紧密、越融洽，品牌资产的价值也就越高，品牌化的产品卖得也就越好。

“三七论”

在企业管理上，我们提出了“三分技术，七分管理”、“市场无止境，名牌无终身，管理无句号”的“三七论”。
管理创新，这是双星发展成功最根本的保证。30 多年来，双星人敢于彻底冲破计划经济的管理旧体制，创造了市场经济管理新模式。
在基础管理上，我认为“管理的对象首先应该是人”、“人是兴厂之本，管理以人为主”，“管理是品牌成功的依靠，是品牌得以健康成长的基础”。管理是企业发展和市场竞争永恒的主题。他针对中国制造加工业的管理现状和管理实际，提出了“软橡胶，硬管理；硬机械，细管理；小商品，抠管理”的管理新理论，使企业的整体面貌和综合管理水平进入到中国乃至世界行业的前列。他抓住“成本管理”这个企业发展的“纲”，通过资金切块、一天一算，实现了“企业当天出成本，员工当天知收入”的管理新模式，将成本革命推向了新水平。双星还积极实施诚信管理，要求广大干部员工要讲诚信、讲道义，以“干出最好的产品质量就是最大的行善积德”的创新理论为基础，创造了“人品 + 产品 = 免验品”、“200% 的服务”这一质量自主管理新模式，创造了双星产品合格率 99.99% 的质量水平，提高了双星市场信誉。