



从戈壁回来之后,B 队队长孙勃陷入了沉默。他拒绝去回忆,拒绝跟人谈论戈壁。仅有的一次,在戈壁(参加过“玄奘之路”国际商学院戈壁挑战赛的人的共同名字)的一段留言后,他回复:“那是一个有极大魔力的地方。”

穿越戈壁 商界精英带回“玄奘精神”

□ 王立伟

选择封存那段记忆的人太多。很少有人说得清,这些商界精英为何会选择前往戈壁接受严峻挑战,为何他们要在当年玄奘法师西行路八百里流沙中最痛苦艰难的一段上奔跑或者徒步 4 天,忍受腿拉伤、脚起泡、脸暴晒的磨砺。他们中的很多人选择第二次、第三次甚至第五次重回那片荒凉之地,重走那段漫长的 111.7 公里路程,一次又一次,重新认识自我。

发心

“像狗一样的,我要回县城去住宾馆,早晨再赶过来。”第一日体验日结束后,康杰到达营地后黑沉着脸说。很多年以来,这位成功的创业者已经习惯了出门坐头等舱、住星级酒店的生活。他并没有料到,戈壁的环境有多恶劣,条件有多艰苦。和康杰一样,直到踏上戈壁,绝大多数人都没有把穿越 111.7 公里的路程当做是一件多么困难的事情。他们是企业创始人、高管、职业经理人,漫长的职业生涯中,有太多的不确定性需要管理,有太多的艰难需要跨越。在戈壁碰到什么困难,能比做企业还难? “感受一下戈壁。”A 队队长张立青说。这是大多数人决定去戈壁的动机,而更进一步的是,拿一个戈壁挑战赛的名次,“挑战一下自己。”

坚持

可第一天,来自 18 所商学院的 400 多名参赛者就遭遇了他们一生难忘的 28 公里路程。早晨出发时,戈壁尚处于一种难得的宁静中。风不大,太阳也刚刚好。一个多小时后,八级大风裹挟着沙尘暴,席卷了戈壁,走过小雅丹、小沙漠和砾石戈



壁,所到之处,能见度只有几米。方瑛拒绝上收容车。刚过第一个打卡点,持续的腹泻让她几欲脱水。“如果放弃,我没法说服自己。”女性创业者的坚韧在恶劣的环境下被激发出来。戈壁的天气变化多端。第二天,烈日当空,高温难耐。距离终点的最后 38 公里,成了一段“魔鬼路段”,后来的统计显示,当天有超过百人中暑。最后的 700 米,杨君军跑 200 米、走 100 米,跑 100 米、走 50 米,再跑 50 米,再走 20 米。没有什么比意志力的崩溃更让他觉得不能接受了,“就是爬也必须要爬过终点,人有时候必须要执着于坚持才不会留下遗憾。”

利他

每一天赛事结束,梁洪斌都离开营地,独自一个人面对空旷的戈壁,号啕大哭。在戈壁里他看到的是人性最本质的东西,简单、友爱、利他。比赛日第二天,施震东在距离终点六工城 38 公里处遭遇了一名长江商学院的队员,“我中暑了,没有水。”速度不错,状态也不错的施震东没有犹豫,立刻停下来,拉出水袋上的软管,让中暑者喝水囊里所剩不多的水。

他和中暑者同时抵达终点,整整多用了 10 分钟,平时能够排在第三名的他,当日排在全队的第七名。“我不后悔,但明天,要把这十分钟赶回来。” “在戈壁上,能停下来等别人的人不容易。”每个走过戈壁、担任整个队伍收尾工作的人,都知道这句话的分量。当你保持着一定的速度前行时,目标会越来越远,而为了别人的节奏而不断打乱自己的节奏等待,需要的不仅仅是耐力,还有极为宝贵的体力。 “每个人都在为成全别人,而放弃自己。”胡雪琴说。她压抑着自己在戈壁上奔跑的冲动,和队友倪莉、王林军一起,带着两名体力不支的华东理工大学商学院的参赛者,走完了第三天 28.4 公里的赛程。

合一

50 岁的谢涛,在飞机离开地面,离开敦煌(瓜州为敦煌下属县)的那一刻,别过脸去,泪如雨下。这个表面上看去极为强势的管理者,在比赛的第三天晚上,还在信号时好时坏的茫茫戈壁上,与同班同学在电话里坚定地表态,“不要说三四天,就是十天八天,我也不会掉一滴眼泪。”



那时候,他还是不理解,为什么自己班上先后有 20 多名同学参加了戈壁挑战赛,他们为什么那么疯狂地留恋着戈壁,为什么动辄谈到戈壁便红了眼圈。正是这天晚上,赛事组委会宣布了一项新的规则,而 A 队和 B 队根据这个规则,调整了战略战术,一个不确定因素的降临,最终却成就了一个“梦幻团队”。组委会的决定是,速度一向较慢的 B 队,提前出发一个半小时,在全程 236 公里的软戈壁和丘陵上,不设置补给点(通常每日都设置一个补给点,能够减轻参赛者背负水和食物的负担)。最后 3.5 公里处,刘友华和两名女队员已经在太阳下整整等待了一个小时,热气蒸腾起来,地表温度超过 40℃,“被需要,你的力量就会变得很大。”刘友华说。

“为什么是这样一群人?为什么是他们形成了一个梦幻团队?”志愿者于森发问,他很快找到答案,他们“刚、毅、木、讷”(孔子语),“近仁”。

【参与者说】

“玄奘精神”净化了我们!

“在我们筛选学生时发现,他们就拥有共同的气质,低调、不张扬,骨子里有一种坚韧的东西,并且充满仁爱。”随队参加比赛的沈大明教授进一步解释说,正是这些决定了最终的结果。 志愿者刘月明说,当所有人都在戈壁上抛开自己,融入团队,是否拿到戈壁挑战赛的名次,是否能带回那座玄奘法师的铜像已经不重要,“重要的是,我们带回了玄奘的精神。” “玄奘的精神,不是吃一点苦,走上一段,而是义无反顾,发愿为众生求取真经,帮助众生得到解脱。”B 队队员王丰看到,让整个团队感到快乐的源头,便是在茫茫戈壁之上,人们都回归最初的本心,不为小我,成就大我。



技,生产厂有科技,配套厂也有科技,二产有科技,三产也有科技。只有在抓了大科技的基础上,才能充分发挥科技优势,我们才会要在市场竞争当中立于不败之地。

发展科技必须同新的思想、新的意识、新的思维、新的方法、新的管理、新的技术、新的工艺、新的设备进行综合配套。思想观念首先必须更新,思想意识首先必须提高。要跳出行业圈子、打破行业界限,大胆创新、勇于突破、敢闯禁区。如果不去掉那些老的框框、老的思想、老的概念、老的工艺、老的技术,科技也肯定搞不好,也不会有实际效益,加速科技进步不能孤立地进行,必须面向生产、经营、管理实际,否则就会流于形式,成为空想。与生产相结合,就要注意解决生产实际问题;与新产品开发相结合,就要根据市场需求变化,组织攻关;与质量相结合,就要把科技进步与质量竞赛等活动有机地结合好;与管理相结合,就要把科学化、管理科学化纳入科技进步,作为一项重要内容;与思想政治工作相结合,就是要让政治工作面向生产实际,不断地总结新经验,解决新问题,提出新观点。

就习惯意义上的技术而言,不管是工艺、配方、设备、原材料,还是医疗、基

建,称为技术上的科技;就企业管理的方法、手段,企业体制、机制调整转换而言,可以称为管理上的科技。企业的各项生产经营管理活动都存在科技进步,双星集团之所以能取得巨大的成就,同双星把技术与管理都放在科技的视点下,使三者有机结合息息相关。

“大创新论”

我们革了计划经济守旧思想的命,提出了“今天不创新,明天就落后,明天不创新,后天就淘汰”、“岗位是市场、竞争在机台、人人都创新”的“大创新论”,创造了“打商战中创新的人民战争”的竞争模式,激发了员工的创新潜能。 双星全员创新一是打破了创新的神秘感。实现了“岗位是市场,竞争在机台,全员都创新”,一场商战中的、群众性的、人人参与的“人民战争”打响;二是打破了旧传统、旧模式、旧方法。通过创新,使许多过去根本不敢想、根本不可能、根本办不到的事,不仅敢想了、可能了,而且办到了,外国人能造,我们就能造。三是打破了常规。特别是过去一些老的东西、常规的东西、不敢改或不可能的东西,通过创新都得到了很大突破。

理论家汪海(四)

□ 特约记者 王开良
本报记者 何沙洲

汪海的企业管理理论很多,什么“大质量论”、“大科技论”、“大创新论”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。

“大质量论”

早在 1986 年,我们就提出了“三个质量”的概念,指出企业的质量应该包括产品质量、工作质量、服务质量。产品质量指的是产品的好坏,是否符合社会和人们需要所具备的特性。它包括内在质量和外观质量;工作质量指的是工作的好坏,是企业各方面工作的质量水平,它是产品质量的保证和基础;服务质量是服务的好坏,是按照用户的需要设计,制造出用户满意的产品,并在用户购买和使用过程中做好服务工作。 产品质量反映企业整体管理水平,是检验工作质量、服务质量的标准;工作质量、服务质量是产品质量的保证和基础,这三个质量相辅相成,互为联系,缺一不可。质量是全员性的、全方位的,要树立“三个质量”的大质量观。在“三个质量”中,工作质量是核心,是重点,是基础,是保证,是关键,是大局,是“三个质量”的主要素,是“原子核”,工作质量不到位,包括产品质量、服务质量在内的其它一切都等于零。要根除对质量认识上的偏差和错误,要从抓人的质量和思想

提高入手,全面带动产品质量和服务质量的提高。要认识到市场竞争的核心就是工作质量的竞争,特别是企业领导人、决策人工作质量的竞争。在市场竞争当中,工作质量是没有最终标准的,是不能够停止的,只有和市场竞争接轨,才是最佳的工作质量,市场怎么要求,我们就怎样去做,要随着市场的要求和变化,来制定我们工作质量的新标准,这才是符合市场标准的工作质量。我们要想稳定产品质量,提高产品质量,就必须抓好源头和领导。主要领导要扑下身子做事,从每个环节的“细”和“小”上去抓质量,只有领导带头做好了,才能真正形成“人人关心质量,人人重视质量,人人都对质量负责”的氛围,真正使质量问题做到“领导放心、员工放心、客户放心”。

双星名牌发展 30 多年来,尽管我们每年根据市场形势的发展变化提出的工作重点不同,但是“三个质量”每年都是一切工作的中心,一切工作的纲,都是作为一条主线贯穿双星名牌发展的自始至终和全过程。双星正是革了计划经济质量管理“死后验尸”旧模式的命,创新了“工作质量、产品质量、服务质量”的“大质量”观,提出了“干出最好的产品质量就是最大的行善积德”质量新理念,实行将道德观念和工作质量、产品质量、服务质量相结合的诚信管理新模式,才以质量铸造了双星名牌。

“大科技论”

“大科技”是什么?大科技就是管理科技、政工科技及技术科技三者并举,达到最佳时所表现出的科技,三者是相辅相成,缺一不可的。大科技的概念还包括行业科技,每个行业都有自己不同的科

暨大 成就 MBA“华商派”

□ 李 珍

2011 年是中国引入 MBA 教育 20 周年。6 月中旬,“第十二届中国 MBA 发展论坛暨第二届 EMBA 高峰论坛”在暨南大学举行。本次论坛主题为“四海一家,华商时代”,旨在发挥暨南大学百年侨校的优势,弘扬中华民族的商业文化,探讨培养华商领袖之道。



2010 年暨南大学推出了以“中华文化和中国商业实践”为基石的全日制国际 MBA 项目——华商 MBA。

改变思路

探索中国特色商科教育

作为华南地区最早推出 MBA 项目的高校之一,暨大于 1993 年开办 MBA,并不断提及关键词“华商”。暨大管理学院院长李从东坦言,此次论坛主题与暨大“华侨最高学府”的独特定位颇有关联。

作为 MBA 项目改革的平台,2010 年暨南大学推出一个全新的以“中华文化和中国商业实践”为基石的全日制国际 MBA 项目华商 MBA,定位为“面向全球华人青年商业精英和有意来华发展的国际学生”,目前首批招生基本结束。“国际学生占到约 1/3,除非洲外每个大洲都有生源”,管院长助理吴菁称,“希望明年这一比例更高。”

李从东表示,华商 MBA 项目的开办意味着 MBA 国际化办学思路的彻底改变,从如何洋为中用转变为:努力把中国人最有代表性、最有特色的商业实践和理论提炼出来,为全球华人所用,为世界所用。“中国 MBA 教育的特色和重心只有放在‘中国’上,才有可持续的生命力,才能真正对全世界的商科教育作出独特的贡献。”

改革创新

试水华商管理案例基金

MBA 人脉价值差强人意 商学院互动平台尚需创新

读 MBA 可以积累到更好的人脉关系,这几乎已经是所有关注 MBA 人群的共识,而且也是大多数学生读 MBA 的主要目的之一。目前国内 MBA 项目的人脉价值究竟怎样呢?MBA 学生们在人脉上收获几何呢?经过记者长时间的跟踪调查,多数商学院的情况似乎并不如人意。

某商学院一位 MBA 学生的话很具有代表性“在入学第一年,每个同学都非常积极,参加学校各种各样的活动,但是第二年几乎就没有人参加了,每一届的学生几乎都是这样。没有活动大家就很少有交流的机会,相互的联系逐渐就少了。”

采访得知,MBA 学生不愿参加商学院活动的主要原因是他们认为商学院的活动对他们没有帮助,更像校方的例行工作。比如新年晚会、沙龙、座谈会等等,这种活动缺乏互动性,很少有同学间交流促进的机会,也不能对学生商业实战能力提升有更多帮助。对于这样的活动,工作压力本来就很大的 MBA

们,自然更多的会选择放弃。已经毕业的校友是一所商学院最具价值的人脉宝库,数千名精英当中一定有一些人是可以互相帮助的,这需要让他们有更多的交流机会。但是在众多的校友当中,会选择参加学校活动的人同样很少。经过对多家商学院毕业生的调查,一方面校友认为商学院为毕业校友组织的活动非常少,另一方面认为现有活动基本没有直接的商业价值。归根结底,问题在于商学院的交流平台不够灵活多样,不能满足学生和校友的实际需求,造成人脉资源不能有效利用,MBA 学生的收获也打了折扣。在国际知名的商学院,校友活动是仅次于教学和招生的一项重要工作内容,国内商学院在这个环节尚有差距。期待类似的改革措施能够在国内商学院得到广泛的应用,既帮助 MBA 学生建立更广的人脉关系,又可以在实际上提升商学院品牌价值。(腾 教)