



 **IMBA 优生榜** IMBA Youshengbang

马斌：带着管理经验读 MBA

“2004 年考上北大光华管理学院读 MBA 后，为了专心读书，我离开了西门子。”说到工作与读书的冲突，马斌笑了，“那时候需要出差的时候每周末都要拎着包坐着火车直接去课堂，晚上拎包直接到内蒙古呼和浩特出差。课程耽误不少，但是收获也很大，但是时间长了之后，我意识到这种状态必须得改变”。

带着管理经验读 MBA 效果更明显

记者：从 MBA 毕业到企业管理层，中间需要经历什么样的阶段？

马斌：工商管理实际上需要对管理经验原来是有一定要求的，最好是一定的管理经验基础，然后你在这个基础上学了系统的知识，才更好的有利于去管理。从课程设置上来讲，它几乎涵盖了所有的科目，包括财务管理，包括经济学等基础性的知识还有公司财务方面的内容。你从整个的战略管理到市场营销，都会涉猎到，包括你还可以选修一些心理学。

如果有有了一个很好的管理经验基础的话，那么你学这些知识实际上对你非常有帮助的。你会带着问题去学习可能效果会更明显。

但是从现在的整个趋势来看，很多学生刚毕业一段时间，没有很好的经验，他就先学了系统的知识，如果学得很扎实，在工作当中会用得心应手，如果学得不扎实，他会知道一个概念，只能到时候再活学活用。这就存在着一个很重要的问题，学了 MBA 之后，很多人并没有达到用人单位真正的期望值。

记者：你建议在上 MBA 的时候是要带着一些管理经验去学。

马斌：EMBA 是最明显。EMBA 他们几乎要求工作八年，有五年以上的领导岗位经验。所以说对他们的要求事实上就存在这样的情况，因为他们都在公司做到管理层了，那出现的什么问题他可能更加清晰。

最好的方式还是要有一定的管理经验，带着管理经验去学东西是最好的。因为你学了系统知识，你会发现你管理上的很多问题就能找到答案。或者到一个大致的方向你就会找到解决办法，逻辑比较清晰，这样的话，我觉得架构包括知识的架构会比较完整，你在做工作的时候，你的工作和方法就会把握得比较得当。



目前职业：腾讯网无线事业部副总裁

毕业院校：北大光华 MBA

主要经历：1998 年以辽宁省优秀毕业生身份进入松下控制装置有限公司，三年后跳槽到西门子工作三年，从事销售管理工作。2004 年 8 月份来到腾讯，担任无线事业部副总裁。

成功前提条件还是在于自己

记者：什么样的 MBA 会比较容易成功？

马斌：我们学组织心理学的时候，光华管理学院的老师特别强调，我们有一节课是决定人这辈子的成功，80%是人的情商，20%是人的智商。从这个角度推下来，智商能力将会决定你在专业的程度有多深，情商决定你的专业有多宽。或者是其他的外在的东西是靠个人的培养的。

读 MBA 也是一样，系统的知识在你身上能得到多少释放，谁教给你们这些系统的知识，你在什么地方能应用这些知识，它都有限定条件的。从大致的情况

来看，还是你要把这些限定条件看清楚，结合自身的性格和能力方面，如果一个人能够很清晰的了解自己，我觉得这样的人就会比较容易成功。

例如如果你读了好学校的 MBA 容易成功，这是其中的一个先决条件。从知识的体系和框架来讲，肯定越是好的老师，有经验的老师，有更多好老师这样的商学院，它带给学生的层次和视野也是不一样的，这样的人可能更容易成功，但是前提条件还是自己。

MBA 校友释放的能量不可估量

记者：读过这三年 MBA，最大的收

获是什么？

马斌：第一个更多的是人脉上的收获。我原来在西门子的時候也是做销售，做销售最主要的是做人的工作，做人的工作最主要的是了解人的心理需求。我在开拓中国电信、网通、移动联通的这些客户当中，有一部分是光华管理学院毕业的 MBA，他们很自然的成为我的校友，我跟他们沟通起来比平时要进上一步，这是非常重要的。

另外通过这个平台也认识了无数的朋友，包括自己班的同学，因为我是班长，包括那一届的 MBA 的同学。还有一点是全国 MBA 在我们那几届当中大家能够串在一起的，在这之外，除了 MBA 这个平台还可以对接到各个学校、学院还有各个学校的校友当中所对的企业，具有不同广阔的平台，这是最重要的。

第二是知识，管理知识是非常系统的，因为学了之后才会知道，它为什么是这种方法，书上已经告诉你了，只不过你不懂。对你工作上的指导是非常有意义和价值的。

决定人的成功 80%靠情商

记者：怎样才能够成为一个群体或者是圈子里的活跃力量？

马斌：人是这样的，决定人成功 80% 是人的情商，那你调动人的情商从哪个角度来讲，你成为活跃分子可能是你的情商的表现。很多人可能在平时工作的方式还有为人处事的方式就带给你很多不同的性格的展示，人格魅力；也可能他某一方面挺擅长，可能通过这一平台，你可能也会成为其中的活跃分子。

还有你的主观意识，你希望在一个集体里成为什么样的角色，这个还是主观的内容。这一点决定了很多时候你的思维方式要有大局观，同时还要注意微观，注意细节。这些内容的把握是逐渐积累的。

记者：建立这些人际关系需要什么谋略吗？

马斌：这是道与术的概念，你说谋略的东西是在术的层面，首先为人不能差，你道德不行，再有什么术也没有意义，首先做人要到位，这一点是非常重要的，还真得以德服人，这个不光是在口号上，还有在行动上。另外做事还是要换角度思考，然后很多时候还要多一些忍耐，多一些辛苦。

(腾讯)

EMBA：知识导向型学员受欢迎

□ **韦蔡红**

记者采访发现，一些商学院对善于思考和总结的学生更加欢迎，尤其是那些带着问题前来学习的学生，更加会获得入学机会。申请人如果对公司所面临的挑战没有一个清晰的梳理，并提出解决的大方向，很可能被拒于门外。很多商学院认为，一个连自己公司存在的问题都发现不了的人，不是一个成熟的企业家。那些在单位只会签字的领导普遍不被各大高校看好。

对选拔学员，各大高校更加看重学生的开放心态和国际视野。那些认为经营企业的企业家遭到了国际化商学院的拒绝。法国马赛商学院中国区主管王华教授认为，当中国市场国际化，国际市场本土化的今天，发展企业最为重要的是开放的心态，并对多元文化应有包容性。另外，国际化的视野同样重要，中国的企业家要有架通企业国际化桥梁的远大抱负。

在知识的考察中，不少高校也越来越重视学生的传统文化的积淀，例如上海交通大学安泰经济与管理学院 EMBA 项目主任建标教授就强调，在笔试中，将增加对传统文化理解内容的考查力度。如对老子的一段话，可能会让学员谈谈它对企业经营的启发，或者让大家谈谈《水浒》中较为精妙的有关领导力的运用方法等。

目前，EMBA 的招生更显白热化。为此，各大高校也不断对 EMBA 的培养进行改革和创新。上海财经大学商学院 EMBA 中心主任姜晖博士说，他们将不断提高 EMBA 培养的国际化程度、全球化

视野、知识内涵和增值服务。王华教授则介绍，交大马赛国际双学位 EMBA 历年均采用实际案例教学，这些案例来自于学员所在公司。通过这样的案例教学，为学员提供一个解决现实问题的新思路。上财商学院更是对 EMBA 进行了大刀阔斧的改革，如在借鉴沃顿商学院 EMBA 课程体系的基础上，论证制订了新的 EMBA 培养方案和全球 EMBA 培养方案，在国内 EMBA 教育中率先实现了真正的学分制和完善的专方向选修课体系。在 EMBA 招生环节，酝酿实施以“案例研讨辩论”+“综合能力测评”为基本特征的新标准和新考核办法。

针对当下中外 EMBA 项目层出不穷的现状，人大人科学发院执行院长余慧子不无忧虑当前 EMBA 生源和教学质量下降的风险，有的高校只顾招生圈钱，却无心投入教学研究，而一些学员上学的目的十分功利化，直奔文凭和人脉而来，有的学生不上课，甚至叫秘书代上课。长此以往，EMBA 的品牌必将遭受影响，如果不引起重视严加管理，EMBA 最终必然会成为束之高阁的代名词。

实用贴士

EMBA 入学时间分春秋两季

EMBA 分春季班和秋季班，有的高校春秋两季都招，而有的高校仅招秋季班。所报班不同，入学时间也不同。春季班入学时间一般为每年的 5 月或 6 月，秋季班入学时间为每年的 10 月或 11 月。

敢为天下先 开辟新天地 ——探秘“市场将军”汪海的传奇人生

□ 本报记者 何沙洲 特约记者 王开良

从只会生产“傻大笨笨”解放鞋的老国企，成长为资产总额 60 亿元，包括鞋业、轮胎、机械、热电、三产配套 23 个产业的大型企业集团，双星集团用 30 多年的时间完成了自己的华丽转身。而作为中国首届优秀企业家中目前仍活跃在国企前沿阵地的唯一一位，双星集团总裁汪海用自己敢为天下先的精神，在改革开放的大潮中带领双星走上了一条发展壮大之路。

近 40 年的实践，汪海践行了自己所做出的承诺，为国家解决了十几万人的就业问题，为国家创立了双星这块民族品牌。

敢向旧体制开炮：穿自己的鞋，走自己的路

1971 年，历经戎马生涯的汪海转业回到了青岛，开始了自己“市场将军”的征战之旅，双星集团的前身——青岛橡胶九厂成为了他的第一个“战场”。

作为国家的胶鞋生产厂，一直处于计划经济的模式下，企业只要闷头做鞋就可以。而就在汪海刚进厂不久，商业部门突然停止收购他们的 200 多万双解放鞋，这对企业领导来说无疑是当头一棒。

而汪海决定自己推销自己，他和职工们背上自己生产的解放鞋，去卖自己的产品。出发前，他对大家说：“我们橡胶九厂从今天起，就是穿自己的鞋，走自己的路。后悔者走人，不情愿者也请走人。”一年的工夫，汪海带领着职工走南闯北，硬是将挤压的产品销售一空，职工们不仅发了工资还领到了奖金。

在双星集团总部，至今依然保存着当年汪海带领职工“偷着”卖鞋的珍贵照片，这是双星第一次走向市场，并且用自己的双手淘回了第一桶金。双星的企业改革也向前迈进了一大步。

汪海被逼进市场后，最早提出市场是看不见流血的战场，市场上的企业家就是战场上的将军。他敢进市场，面对计划经济统购包销的旧体制，他闯了下海关、自营关、资金关、联姻关、转岗关、出海关；他敢于以市场的要求为标准改革企业，在告状、流言，甚至陷害时，砍“三铁”(铁交椅、铁工资、铁饭碗)、改机构、调分配、转体制、改变旧思维、破除旧观念；他敢于以市场的规律果断决策，主动转移，铺开了进市场的道路。他不作“机遇企业家、产品企业家、关系企业家、贷款企业家”，而是始终不回避市场，在市场的道路上坚持到底。他以超前的市场意识，以

“敢进市场”的英雄气质，成为始终走在时代最前列、最为成功的市场企业家。

敢于冒险：顶着“帽子”，坚持改革

改革者都是冒险家，这两个身份放在汪海身上都非常合适。

因为几封反映老年健身鞋的顾客来信，让汪海对企业信誉和产品质量开始了新的思考。产品质量是企业的生命，售后服务同样是企业的生命。对于如何处理这个“投诉”，汪海的做法着实让所有人都捏了一把汗。

由此，双星打出了新中国成立以来第一则“反”广告：因进口原材料质量有问题，双星向广大顾客深深道歉，请二月份购买“双星”牌老人健身鞋的顾客立即到双星各门市部或代销点换鞋、修鞋。

这则道歉广告在全国引起强烈反响，国内外几十家媒体予以撰文评论，赞扬这种敢于亮丑、对顾客负责到底的做法，至此，对他这一做法的质疑才得以平息。

改革者的一切探索实践经常成为别人评论、指责、造谣、陷害的靶子。在 30 多年的国企改革历程中，汪海从没有



汪海(右)在检查指导工作。

有间断地遭到非议、谩骂、告状，被扣上了 30 顶“黑帽子”。第一个偷着卖鞋，被扣上“无法无天”的帽子；改革初期进行企业整顿，被扣上“黑老大”的帽子；进行经济体制改革设立分厂，被扣上“不自量力想当大官”的帽子；带领开发人员出国考察市场，被扣上“游山玩水”的帽子；提倡创民族品牌，被扣上“神经病”的帽子；把双星鞋送给中央领导试穿，被扣上“有野心，想往上爬”的帽子等等。但是 30 多年来，汪海总裁不畏流言、不惧指责、不怕争议，顶着莫须有的“帽子”坚持改革。现在一顶红红火火的“红帽子”象征着双星事业继续兴旺发达。所以，大家都称他为“帽子企业家”。

“企业什么都可以改革，唯有质量第一不能改革”

面对当今社会众多的国内外知名品牌，双星是怎样在激烈的市场竞争中站稳脚跟的？

汪海告诉记者，做企业一定要居安思危，如果没有超前的市场预见性的话，企业的生存就会受到直接的威胁。在鞋业市场竞争如火如荼的今天，一家鞋厂只要两个月拿不出新产品，将会垮台！双星能够在消费者心目中奠定中华名牌鞋的地位，就在于每年能够推出数百个新品种，能够经常给消费者以新鲜过硬的产品，增强消费者购买的兴趣和信心。

产品质量是企业的生命。以质量开拓市场、站稳市场，这是很多企业提高产品在市场上竞争能力的行为准则。30 多年来，双星最早将“儒、道、佛”优秀传统文化运用到双星企业管理中，早在上世纪 80 年代初，就提出

了“干好产品质量就是最大的行善积德”、超前提出“企业什么都可以改革，唯有质量第一不能改革”、“质量等于人品、质量等于道德、质量等于良心”、将质量始终定位在企业的社会责任和做人的道德、良心的高度上来，从而使企业赢得了消费者的认可，为企业创名牌和发展名牌奠定了坚实的基础。

双星有一项独特的质量管理方法便是内部市场化承包机制。即将“农村责任田”的方法移植到工厂，将设备、流水线等进行“包、租、卖”，把岗位变成每个人的“责任田”，促使员工“自己管理、自己算账、自己减人、自己降耗”。在市场化承包模式的管理之下，真正将企业管理变成了员工自己管理自己，创造了家庭消费式管理的新模式。在承包管理中，质量占有最重要的位置。双星人坚持“多干一双鞋，不如干好每双鞋；多干一条胎，不如干好每条胎；多干一个件，不如干好每个件”。在承包中，质量具有一票否决权，形成了齐抓共管促质量、上高端的浓厚氛围。

双星产品能够赢得国内外客户高度的称赞和依赖，在于双星坚持高标准的产品质量，同时也不忽视服务质量。什么时候都不能忘了消费者，什么时候都不能忽视质量，什么时候都要把消费者放在第一位。为了加强双星人的 200%服务意识和观念，双星每年都重奖一批经营一线的营业员和销售

人员，激发他们的积极性，用诚信经营来赢得客户。