

专业走势 | ZhuanYeZoushi

市场“爆发”，凸现奢侈品行业管理“人才荒” 商学院刮起“奢侈风”

史燕君

“要想顺利开拓市场，就必须‘入乡随俗’地推出具有中国特色的营销手段和本土化的高端人才。但人才恰恰是目前快速增长中的中国市场最为欠缺的。”

随着中国奢侈品市场的爆发增长，众多国际奢侈品品牌大鳄们将目标转向中国市场，但随之而来的问题是奢侈品行业管理人才的极度短缺，为此，国内多数知名商学院开始纷纷聚焦这块潜力巨大的“沃土”。

市场爆发引“人荒”

《世界奢侈品协会 2011 官方报告蓝皮书》显示，中国奢侈品市场消费总额已经达到 107 亿美元，预计到 2012 年，有可能超过日本成为全球第一大奢侈品消费国。



这种巨大的市场诱惑力，不仅让众多国际奢侈品品牌将公司战略向中国倾斜，也让一些业界以外的公司涌入奢侈品产业。比如，2011 年，复星国际以 8450 万欧元收购了希腊首饰品牌 Folli Follie9.5%的股权，还在同一时期买入了法国旅游度假集团地中海俱乐部近 10%的股份；香港利丰集团继收购英国、意大利等奢侈

品牌后，又把法国品牌 Robert Clergerie 以及比利时品牌 Delvaux 收归旗下。此外，山东重工收购意大利游艇企业法拉帝集团 (Ferretti Group) 75%的股权。

在业内人士看来，与欧美国家不同，中国的奢侈品消费者对品牌背后渗透的历史文化不那么关心，纯粹依赖外籍管理者容易水土不服，所以要

想顺利开拓市场，就必须“入乡随俗”地推出具有中国特色的营销手段和本土化的高端人才。但人才恰恰是目前快速增长中的中国市场最为欠缺的。

商学院刮起“奢侈风”

虽然此前已经有个别欧洲大学来华招收相关专业学生，但这并不足以满足市场需求，为此，国内众多商学院开始开设奢侈品管理课程。

记者了解到，目前复旦大学、北京大学、清华大学、上海外国语大学、对外经济贸易大学、浙江大学等商学院均已开设相关课程，但侧重点有所不同。比如，复旦、北大和清华的奢侈品管理课程属于高级研修性质；而对外经济贸易大学开设的“学历+学位”教育课程班则属于奢侈品研究中心的国际贸易学专业。

从费用方面来看，如国外读好一点的学院一年的学费大概在 2 万欧元，相比之下，本土学院的课程相对于国外来说要价廉很多。比如，浙大的 MBA 学制两年，学费 18 万元，对外经贸学院全日制硕士研究生课程班，学制 1 年半学费 68 万元，周末班两年仅需 5 万元。

【业内视点】

业内人士认为，培养奢侈品专业的管理人才要比培养奢侈品消费者难得多，因为奢侈品是文化，而非简单地炫富。欧洲通常把奢侈品发展分为三个阶段，一是炫耀阶段；二是欣赏阶段；三是体验阶段。而现在的中国奢侈品消费市场其实是从大规模消费到了炫耀阶段，未来将逐渐发展为公众对奢侈品文化内涵与品位的欣赏，所以对行业从业者来讲，理解奢侈品文化是最关键的要素。

“双料院长”林一鸣： 培育土壤 让学生从商学院开始创业

腾教

作为一所创新型大学，北京吉利大学商学院是学校重点发展的学院，林一鸣作为经营管理大师同时掌管着商学院和旅游学院，一个是商科最具活力的学院，一个是年轻、充满活力的学院，为什么商学院的学生屡屡在各种创业比赛中获奖？商学院如何能充满活力？我们带着疑问采访了北京吉利大学商学院、旅游学院“双料院长”林一鸣，由林院长为我们畅谈一下学校开展产学研结合、学科发展、学生创业等方面的情况。

记者：作为商学院的院长，您觉得商学院的发展重点在哪里呢？

林院长：商学院发展的打算就是发展重点专业，引进游学概念，鼓励大一就开始创业，关注学生的创业梦想。

记者：您说会发展重点专业，那么重点专业是怎么确定的呢？

林院长：我们在很多社会化的专业里全盘挑选有特点、有优势的师资队伍、有企业参与的专业具体发展，基本以市场营销，工商企业管理为主，工商企业管理重点发展几个专

业，比如像人力资源管理、连锁管理这样有特点的专业，用这两个大的专业，几个方向一起来建设商学院的重点专业。

记者：我们知道旅游学院叫做幸福学院，那么商学院在名称上有什么定位，对于重点专业您有什么规划呢？

林院长：我们想把商学院做成最具活力的学院，也就是希望学生能把思维打开。对于重点专业要按照一个中长期的规划，一年打造一个专业或方向，然后一两年的递增。初步先选择两个方向为试点，一个专业是工商企业管理中的连锁管理方向，就是初步具备一个市场需求培养人才的专业。因为有国内两大超市的加入，一个国内最大的物美，一个美廉美，我们合作开设国际订单班；一个是台湾的特力屋，也会有进一步的合作和发展。我们如何向深度发展，就是要建立课程体系，我们的师资队伍跟他们的经理团队有一个沟通，来强化工商企业管理连锁管理方向这个专业，然后把课程体系调整为学生到企业任职以及游学，提高学生实战水平，打开学生思维。另外一个专业是老牌的



◎北京吉利大学

市场营销专业，我们打算开设一个学生销售产品的陈列室，拿出学生在公司或是游学的成果进行展示，让大家来分析学生做的营销产品的手段、渠道是否有创造力。

记者：商学院的游学与旅游学院的游学有什么差别？

林院长：是一样的，商学院现在有多十家的企业来谈，我们从中选择

的几家优质企业，不过现在谈产学研结合还太早，必须把游学放在第一位。比如我们跟艺龙网的合作，作为今年一个游学的目的地，除了有较高的实习费用支持（人均 3000 多），还可以提供 100 多个实习的岗位，实习优秀的学生毕业后可以直接就业，一直做到管理层。我们就是要带着学生一直往前走，学习更多。

记者：商学院该如何应对大学生的创业问题呢？

林院长：创业是商学院最大的特点，创业应该是以专业的老师组成专家团队帮助学生从资金、市场竞争力、独创性来分析创业是否成立，给学生的创业进行指导。

记者：您觉得学生在什么时候创业更合适呢？

林院长：像原来的创业是学生等到大三大四才开始考虑创业，这样会更加没有基础。我的建议是大一时就开始考虑创业，大一时也许还没有创业的概念，只要有想法，才会去不断地探索、钻研，有想法才会有动力，从而促使学生在大学 4 年中更主动地学习，因此收获更多。我知道有两个大一的新生的创业方案，一个是在学校做一个自动的公共洗衣房，另外一个就是要开一个书吧，学生可以在书吧里看书，探讨。是否可行，是另外一回事儿，最主要的是学生有想法，在思考。我们首先要让学生有想法，然后启发学生、指导学生，既不能打压，也不能让学生轻言放弃，这样等到大三大四就会有更多的想法，等到毕业以后去创业会有优势。

美欲推广一年制 MBA 惹争议 文凭或“缩水”

据中国之声《全球华语广播网》报道，在中国，尤其是一些金融中心城市，MBA 文凭被看成通往财富的金桥、晋升高级经理人的通行证，无论是在校的本科生、研究生，还是在职的普通乃至高层企事业单位管理人员，读 MBA 成了一种热门选择。不过，现在也有一个不好的现象，有人花钱读 MBA 的目的是为了交际拉关系，从中获得更大的实惠。

中国的发展趋势决定了中国 MBA 和 EMBA 的市场需求非常大，可能会需要数十万以上这样的人才。但是，自 1991 年开设 MBA 课程以来，中国 MBA 教育还不成熟，尚在雏形。中国 MBA 教育在借鉴世界 MBA 教育历史的情况下，虽未重蹈覆辙，却是在探索中前行。生逢其时的 MBA 在人力资源大国中国甫一面世，便激发出人们无限的想象力与期待。

近日，作为 BMA 发源地的美国一些商学院提出一项改革措施，开始向全球推广“一年全日制”MBA 课程。这样的学制改革是否会影响中国本土商学院？MBA 文凭会否因此而“缩水”、含金量降低呢？

MBA 的申请人数历来与经济周期反向而行：也就是说年景差的时候

申请人数增加，年景好的时候申请人数下降。但在最近的全球经济下行期中，情况却不是这样。美国研究生入学考试委员会 (GMAC) 的调查显示，2011 年两年全日制 MBA 申请人数连续第三年下降。一些商学院正在缩短它们的学制，以期吸引更多学员。但一些业内人士担心，一年制课程的深度不及两年制课程。随着美国的商学院致力于开拓一个新的目标市场，作为欧洲大多数商学院标准课程的一年全日制 MBA 课程开始在美国流行起来。

为使商学院在经济萧条时求得生存，除了面向海外市场，美国一些商学院开始效仿欧洲一年全日制的做法，逐渐缩短学制。但这种“缩水课程”做法在教育界也引起了一些争议。

凤凰卫视驻美国特约记者庞哲：

由于通过就学和得到学位因而能够保证就业机会的期盼心态，也随着美国失业率上升和大公司裁员的增加，很多院校管理方也面临新的挑战。为了应对这些新的问题一年制的教育和在在职的速成课程的教育也就应运而生，一年制的商学院的教育内容和资金支持方面往往都是适合在短

期提升学历、资历，并且不希望失去自己工作的学生，但是如果准备进行重新的事业方向的调整提升知识范围，一年级的教育作专业选择方面有可能面临一定的困难，有教育界专业人士认为：一个商学院培养出来学生的素质不光有多少时间花在课堂和教室里，在很大程度上是要来自于书本上的知识与现实技能的结合，所以学年中的实习就更为重要，而一年制的教育程序就无法为学生提供这种最关键、最重要的教育内容。

中国之声观察员王健曾在美国留学，并在商学院选修课程，他表示，学制缩短各有利弊，因人而异。

王健：其实根据个人不同的情况也可以做不同的选择，因为从两年缩减到一年有优的地方，比如说从时间上、从金钱上我们知道两年的商学院课程其实是花费不菲的，很多人恐怕经济压力都比较大。另一方面来讲，从时间上来讲，两年缩减为一年很多人是比如说在职去读 MBA，可能一年的时间内老板会批给你一年的时间去读书，给你两年有些老板难以做到这一点，所以从这一角度来讲，一部分过去可能没有机会读下来的这样情况就能读下来，我觉得这是好的

一方面。当然也有不好的一方面，商学院的课程本身就不是一个像我们说的本科四年的课程，它本身就是一个快餐，像麦当劳一样，这个课本意是想在商界已经搏杀了很多年的人希望进一步提升自己，比如说从中级的岗位到高级的岗位去进修一下，从一年来讲我觉得是可以实现这个目标的。但是现在去读 MBA 的很多人有的是大学刚刚毕业，有的人甚至完全想转行去企业界，在这种情况下，一年课程是不太可能给一个人很牢固一个基础或者说很全面一个对商界一个了解。

有人担心随着学制减少会削减 MBA 专业的核心课程。那什么算是 MBA 专业的核心课程呢？北京大学光华管理学院副院长刘学介绍：“比较普遍的大家认同的这些核心课程，比如说营销管理、组织行为、战略管理、公司财务包括一些经济学方面的课程，最核心课程通常情况下会有个八门到十门、十二门之间吧，大概是这样一个情况，我相信不同商学院如果缩短学制，但是不同的商学院在培养方案这种设计方面我相信不会是相同的。”

这种做法能否缩小短期课程的

弊端呢？光华管理学院副院长刘学认为，只要学生有管理上的潜质和以管理为职业的追求，本科学什么不应该限制，相反，学生学术背景多样化反而是 MBA 的一大特点。

刘学：比如说工科培养工程师，管理的话也是培养跟管理的经济相关这些专业领域里边的职业人员，这是管理教育的这样一个目标。达到这样一个目标不同的商学院在学生筛选的这样一些标准方面上会有一些不一致，但是的话比较共性的地方都是希望就是说通常不会对学生，比如说本科接受什么样的专业教育，共同的要求是你对管理具有基本的素质，并且在管理企业的过去成长实践中能够证明你具有管理方面的潜质，然后再来基础上借助提升你的这些专业的能力。

一位网友表示，相对于市场成熟的美国来说，我国的 MBA 教育无论是在质上还是量上都应该有很大的增长空间，市场竞争越激烈对 MBA 的需求就会越大这一点毋庸置疑。市场大了可是我们不能拉大旗作虎皮，还得在质和量上同时增进。

(中声)

外籍 MBA 更具国际意识 来华就业 呈上升趋势

郅思

越来越多的外籍人士纷纷来华“寻梦”。《华尔街日报》近日报道，2/3 的欧洲商学院申请人数在经过几年的稳定增长后开始下滑，越来越多的学生改申欧洲以外国家的学校或者欧洲学校的外海分校。以霍特商学院为例，2011 年其上海校区的人数就翻了一番。

霍特商学院调查显示，其上海校区 2011 年 MBA 毕业生人数约为 30000 人，而 1991 年仅为 9100 人；2011 年 EMBA 毕业生人数约为 26000 人，而 2004 年仅为 2447 人。霍特商学院目前的在校生中，约 20%来自北美洲，30%来自欧洲，20%来自拉丁美洲，30%来自亚太、中东和非洲等其他地区，华裔少于 3%，而中国本土学生人数则为 0。自 2006 年起，这些毕业生中超过 50%的学生选择了在中国就业。

来自美国的 Ryan Fox 目前就读于霍特商学院上海校区。他告诉记者，提高自身价值是他来中国的主要原因。“这里的生活也非常有趣，比如说在上海你可以接触到很多地方的文化。”他曾经在韩国首尔的一家非政府组织做过四年私人教育，对韩国和美国的文化都了解，所以“希望能在在中国嫁韩国和美国的文化，并弄懂纯西方文化背景的人如何在中国做生意”。

根据霍特商学院的调查，其上海校区学生来华求学的主要原因包括三个，一是被中国经济快速发展的势头和良好就业市场吸引；二是为家族企业开拓中国市场；三是为深入了解中国文化和学习中文。

Niche Talent Search 的合伙人邱正浩指出：“目前中国高端人才市场存在 10%左右的缺口，尤其缺乏中层管理人员。”王李亚洲资源公司 CEO 王承伦告诉记者，如今不仅外资企业，很多想进入国际市场的中国大公司都需要具有国际视野的 MBA。

在这些企业中，MBA 一般从事战略管理、投资、商业运营、运营管理、运营管理等高端管理工作，双语和商业管理能力是最基础也最核心的素质。10 年前，基本上只有外籍 MBA 才能胜任这些工作，但近年来随着中国国际化程度的加大，海外归国留学人员、本土顶尖商学院 MBA、具有外企工作经验的本土人才(例如跨国公司的中国籍管理培训生)、归国华侨等人数激增，外籍 MBA 已不再“无可替代”。

相对于中国本土人才，外籍 MBA 更具有国际意识，更熟悉国际操作规范，尤其是具有较强的软实力 and 情商。“企业高层管理人员面对的是一个十分复杂的环境，需要一整套而非仅仅单一的技巧，而外籍 MBA 在软技巧应用方面要略胜一筹。”王承伦指出。

但在中文应用能力、可调度性、薪资期望等方面，外籍 MBA 则存在一定差距。来自意大利的 Federico Torretti 和来自巴西的 Vivian Wang 告诉记者，中文不熟练和缺乏本土工作经验是他们在华求职时遇到的最大困难。

霍特商学院职业发展经理叶明表示，对外籍高端商业人才而言“中文”的意义有两层，首先是作为基本的沟通工具，“80%的外籍毕业生都从事了和市场相关的工作，每天要和中国籍同事及客户进行大量的沟通”，其次是作为了解中国文化的渠道，“简单地讲几句中文是不够的，还要能理解诸如‘关系’之类的中国商业文化”。