

把握好专业教育与管理教育之间的“度” 特色 MBA 的生存之道

■ 黄锬

最近，寿涌毅正在筹备一个名为“涉农商务”的 MBA 项目。作为浙江大学 MBA 教育中心主任，他发现浙大的不少 MBA 与 EMBA 学员正在从事与农业相关的职业。

凑巧的是，浙大的农业经济管理学科一直排在全国第一，这方面的师资十分充足，既然学员有这方面的潜在需求，为何不办一个相应的 MBA 项目呢？

寿涌毅并不认为，和农业挂钩的 MBA 项目会显得另类。“过去，人们常常认为农业缺乏科技含量，是比较低端的产业，但情况已经发生改变。”他说道，“一些拥有先进技术的涉农企业，利润率非常高。世界 500 强中，就有几十家涉农企业。”他甚至指出，即便是哈佛的 MBA 毕业生，每年也有相当比例的同学进入与农业相关的企业。

如此看来，“涉农商务”的点子似乎不错。而在这个项目之前，浙大管院已经开设了制造业、奢侈品以及创业、创新等方向的细分 MBA 项目。

事实上，不仅是浙大，越来越多的院校开始探索 MBA 特色办学的道路。不难理解，传统的综合性 MBA 项目已无法满足社会的需求，特色 MBA 强化了行业知识，有利于培养中低层的管理者，既吻合学员的年龄特点，又满足了社会对人才结构的需求。另一厢，特色 MBA 也解决了学员在实际工作中的“执行力”问题。尽管强化了专业优势，但特色 MBA 教育并不能沦为一种职业教育。从这个角度看，如何把握好专业教育与管理教育之间的“度”，如何结合自身办学优势，找到合适的差异化定位，是时下摆在商学院眼前的挑战。

MBA 细分化

竞争激烈、同质化明显，是国内商学院大力发展“特色 MBA”的一大动因。

眼下，全国具有开办 MBA 资质的院校已达 237 所，办学伊始，国内商学院大多模仿美国的办学模式，以大量的商业与管理案例进行教学，且不设置专门的方向。然而，随着 MBA 教育的火爆，课程同质化的现象却越来越严重。



与之相对的是，MBA 产品的市场需求正逐渐变得多样化。在寿涌毅的观察中，来浙大上 MBA 的学员此前大多参加过各种不同类型的培训班，“他们除了想更加系统地学习管理知识外，也会想真正地接触到一些行业内的专家，更加扎实地了解特定行业的现状。”

就浙大管院而言，目前已经开设了全球制造业与供应链管理(GMSCM)、全球奢侈品管理(GLBM)、全球创业管理(GEP)、全球创新管理(MGIM)等四个方向的 MBA 课程。“开设这些课程，与浙江省企业的特点有关。”寿涌毅称，“以全球制造与供应链管理 MBA 为例，我们发现制造业现下在整个长三角地区依旧非常重要。浙大的 MBA 学员中，有 20%至 30%从事的是制造业。”

据悉，在这个项目中，浙大选择与加拿大麦吉尔大学合作，对方此前办过一个名为“制造管理”的硕士项目，十几年来在北美十分著名。“我们主动与对方交流，希望合作办一个制造业相关的双学位 MBA 项目，对方院校也十分感兴趣，于是前前后后沟通了两年，终于把这个项目设计出来。”

“定制”课程

为了与普通 MBA 区分开来，一些特色

MBA 项目试图在核心课程之外的选修课上“下功夫”。事实上，这是国内商学院普遍的做法。但与其他商学院相比，浙大 MBA 对行业的“渗透”显得更加彻底。据悉，浙大的 MBA 项目眼下主要分为两类，一类是中文 MBA；一类是与国际院校合作的国际 MBA（简称：GMBA），其中包括与加拿大麦吉尔大学合作的全球制造与供应链管理 MBA，与法国里昂商学院、美国普渡大学合作的全球创业管理 MBA，以及与里昂商学院合作的全球奢侈品管理 MBA 等。据寿涌毅称，浙大的中文 MBA 项目同样在选修课阶段分不同的方向，而 GMBA 项目几乎统统针对特定的行业“量身定制”课程。

以全球奢侈品管理 MBA 为例，这个项目里大约有 60%至 70%的课程与普通 MBA 不同，进一步说，它弱化了管理课程，加强了行业课程，在教学设计上自成体系。

尽管如此，“专业化”的光环并不能掩盖这类“细分型”项目背后的隐忧：对于那些在该领域缺乏基础知识与工作经验的学员来说，如此强调“行业特征”是否会显得牵强？此外，就读行业 MBA 的学员在毕业后，选择面是否会十分狭窄？

寿涌毅并不讳言，这类项目确实有利有弊。毕竟，在一个行业内投入越多，一定程度上会被这个行业限定，“如果学员毕业后想换

个行业，机会成本太高了。”不仅如此，如果学员在学习过程中想换不同类型的 MBA 项目，也十分困难。

职业培训之辩

除了招生，在就业环节上，浙大也试图为这些“特殊”的学员提供更多“保障”。用寿涌毅的话说，这些项目的背后活跃着不少合作伙伴的身影，除了海外商学院外，还有不少行业内的大企业。

“里昂商学院在奢侈品领域十分有经验，一些法国奢侈品公司在大中华区的中高层都是它的校友，一定程度上，学员实习的机会还是有保障的，”他表示，“此外，我们也和几家主流的奢侈品公司建立了合作关系。不久前 LVMH 的高管来浙大做讲座，我们发现招聘合适的员工对他们来说也是目前的重中之重。”

事实上，这类校企合作、定向培养的案例并不鲜见。眼下，浙大奢侈品 MBA 的学员尚未进入实习阶段，而根据业内的经验，通过项目实习，50%的学员最后都留在了实习企业。种种迹象似乎表明，基于行业的 MBA 比泛化的 MBA 更有竞争力。毕竟，每一个具备行业特色的院校都积累了几十年的专业优势，开办管理教育没必要轻易抛掉既有的强势学科。如果说传统的 MBA 教育是“组合拳”，那么专业化的 MBA 在出拳时，就能使出更为细致的招数。

只是，这种细分化的策略同时引发了另一层担忧：通常情况下，MBA 的学员此前缺乏系统的管理知识，MBA 教学的首务是提供给学生系统综合的管理知识，而非特定行业的技能。如果普适性的管理知识尚未吃透，又谈何细分特色？在此基础上，过于强调行业属性，MBA 教育是否会沦为一种职业教育，或是雷同于一般的研究生课程？

不难发现，如何发挥院校自身的特长，将 MBA 的特色教学真正落到实处，是各个商学院正在努力探索的方向。特色 MBA 并不是招生时的幌子，只有将扎实的管理教育与传统的优势学科相结合，才能满足与适应市场的需求。



图为硅谷行队伍在美国集体合影

清华大学 中国创业者训练营 硅谷行

近日，来自全国的 20 位清华大学中国创业者训练营学员前往美国，参加历时七天的首期“清华大学中国创业者训练营硅谷行”活动。本期活动由清华大学五道口金融学院主办，得到了华山资本、Innospring 等机构的大力支持，行程不仅安排了参观著名的斯坦福大学、伯克利大学，并且还走访了 Intel、Google、Apple、Facebook 等世界知名企业，探访 Tesla、Lending Club 等新兴创业公司，以及与投资人人一对一交流、创业项目路演等座谈、展示环节，让创业者充分了解美国硅谷的创业文化以及自身存在的差异。

本期清华大学中国创业者训练营硅谷行的开幕仪式在美丽的斯坦福大学校园举行，主题为“创新的开端”，斯坦福大学教授 Edison Tse、清华大学五道口金融学院党委副书记、中国创业者训练营秘书长赵岑、华山资本创始合伙人杨镭、清华五道口互联网实验室研究总监周新旺参加了仪式，并分别进行了主题演讲。

Edison Tse 教授结合自己在斯坦福大学任教 38 年的经历，为大家讲述了“创新即是创造新的价值”，他指出，斯坦福在硅谷发展中起到的核心作用主要体现在研究方面，为科技研发提供了极大支持，整个学校有良好的研究氛围及研究成果，学校代为申请研究专利，并且在专利使用方面教授有更多的自主权。赵岑介绍了清华大学五道口金融学院及中国创业者训练营的基本情况和发展目标。杨镭揭秘硅谷成功要素，讲述了硅谷生态系统的形成，以及硅谷精神的开放态度和理念精髓。周新旺在场的各位分享了中国资本市场和创业融资体系的现状。

清华大学中国创业者训练营硅谷行旨在为创业者提供创新创业教育的同时，亦能帮助广大创业者拓展思路、开阔视野、了解国际前沿领域的当前形势和发展趋势，从而真正成为推动国家发展的坚实力量。同时，以此为开端，推动中美创业领域对话机制的形成。

清华大学中国创业者训练营已于北京、深圳、上海等地成功举办了九届活动，得到了 IDC 资本、深创投、北极光创投、华山资本等国内外知名投资机构的认可，知名导师熊晓鸽、邓峰、雷军、杨镭等也积极参与其中，累计学员 4000 余名，部分学员已顺利获得融资。

(新教)

选择海尔——满足自己

说起海尔，肯定是无人不知，无人不晓了。尤其是海尔的服务，那真是一个字：绝！海尔的服务不仅仅是服务的单一性，而是服务在人们需要的时候。

最近我需要添置一台热水器，由于正处于各种家电服务的高峰期，但家里很是急需，再加上我又没有购买家电的经验，盲目地去了很多家电销售点，都说没有办法立即安装到位。我感到很是烦恼，只好垂头丧气地往家走，正好路过一家海尔社区店，我赶紧进去一问，海尔服务人员告诉我：“没有问题，我们会按照你的要求及时给你安装到位的。”海尔这样的品牌，那是路人皆知的，我当然相信。我交了定金，办完手续就回家去了。酷暑，骄阳是那么的执着，热得街上的人都稀少了，到了约定安装的时间了，家门口真的很及时地来了两位海尔师傅，他们带着我定下的热水器大汗淋漓地赶来了。海尔师傅为了消费者，他们守信为金。来到安装现场，他们没有因为天气的炎热而有一些懈怠和马虎，看着他们汗流满面地仔细检查着我家的用气环境，清理了安装位置。经过忙碌的安装后，热水器安装好了，他们又接着给我讲解了热水器的保养和使用。看着海尔师傅有条不紊的操作，看着外形美观的热水器，我由衷地感谢海尔为我带来的愉悦，选择海尔就是满足自己的需要。

(文文)

2013 年北大光华 MBA 全国公开课完美收官

近日，光华管理学院 1 号楼 101 教室内高朋满座，盛况空前。2013 年北京大学光华管理学院 MBA 全国公开课收官之战在这里盛大落幕。作为本年度最后一场公开课，来自光华管理学院的李其与王汉生两位教授为大家带来一场精彩纷呈的管理盛宴，也为今年北大光华 MBA 公开课系列活动画上了圆满的句号。

本次公开课由 MBA 项目执行主任赵龙凯教授主持。他首先登台介绍了北大光华 MBA 的项目概况，他强调光华 MBA 致力于为有志于商学教育的同学提供最好的教育机会和发展平台。与此同时，赵老师对光华 MBA 近来的改革措施进行了重点阐发：第一，课程内容精品化，统一必修课大纲，在选修课当中引入竞争机制，鼓励新的课程，淘汰过时的课程，建立起最严格的课程评估机制；第二，打造中国的 MBA，构建课程的中国指数，鼓励教师在课堂上运用本土案例，展现本土研究成果；第三，两种不同的国际化，让中国学生“走出去”，把外国学生“引进来”，赵龙凯老师强调在今年暑期北大光华 MBA 项目已经派出了七支暑期访学队伍，前往世界各地顶尖商学院进行国际商务的学习；第四，光华平台终身化，向校友开放部分高端课程及国际游学资源，开设校友子女夏令营，完善校友福利；第五，打造富有人文精神的 MBA，结

合北大的人文特点，开设多门人文课程；第六，打造 MBA+，从 2014 年开始开设行业模块课程，把已有的 MBA 项目开始引向 MBA+。赵老师表示，只有实行持续性的改革，才能一直领跑中国商学教育。

随后李其教授发表了题为“中国经济展望”的演讲。李老师用生动的语言，幽默的比喻带领大家回顾了中国经济发展的整个历程，他深刻剖析了当今中国经济发展面临的问题以及如何从历史发展的规律中找到中国经济发展的生存之路。李老师的讲授纵横古今，从 1860 年的中国经济改革谈到当前社会三十年的改革开放之路。他展望未来，李老师表示目前所存在的问题只能靠不断发展经济，在发展中求解决之道，同时他也表达了自己对中国未来经济发展的信心，他指出中国经济过去三十年持续高增长的所有因素都依然存在，只要继续按照过去三十年，继续走下去，就一定能实现中国民族的伟大复兴。李其老师对于中国经济的透彻分析令在场观众大呼过瘾，振聋发聩引人深思的观点也完美诠释了光华名师的知识魅力。

接下来，王汉生教授带来了题为“互联网时代的大数据：商业机遇与分析挑战”。王汉生老师开场先以阿里巴巴入股新浪微博与高德地图为例，提问现场同学阿里巴巴这样的战略布局意图何在，进而引出大数据时代对



于企业发展的意义。王老师指出互联网时代的数据不是传统意义上的数字，而是从文本，对人的地理位置和生活习惯的捕获。在搜索引擎、电子地图、社交平台上，消费者留下了许多难以抹掉的数据，这些数据作为一个记号可以暴露消费者内心的想法，而这对于商家来说则是最真实可靠的获取信息的渠道。透过互联网提供的数据，商家可以勾画出一个消费者完整的生活地图和生活习惯，进而有的放矢地进行广告投放和产品优化。王老师的讲解让扑朔迷离的互联网数据紧贴生活，也让观众对于自己的互联网行为有了进一步思考。

主题演讲过后，来自 2010 级的校友程岗分享了他的光华体验。最能反映一个学校教育水平的就是学生，从光华走出，如今的程岗在事业上有了快速飞跃。回顾在光华的生活，程岗用了一个核心词——收获，因为光华，他收获了知识，收获了友谊，收获了事业的成功，而这样的收获在未来还会不断开花结果。公开课最后进入了互动答疑环节，赵龙凯教授、市场与招生部高立红老师为大家现场权威解析了最新的招生政策以及近来的改革举措。现场的 2013 级 MBA 新生志愿者们也向各位报考同学分享了自己去年的报考体验。

(北宣)

—上接 P1 版—

走好心中和脚下的发展之路 ——江苏兰陵集团加快转型升级的“高清”特写

陈春源清醒地认识到，任何国家的经济转型都将经历一段较长时间的努力。这期间，从政府到企业，从企业主到生产工人，都将经历一场并不轻松的心理调适。对于已成为世界第二大经济体的中国而言，要完成转型更非朝夕之功，必须做好打持久战的准备。在未来的转方式、调结构工作中，从中央到地方，从政府到企业，都要坚定地把科学发展、绿色发展放在首位，充分相信中国经济增长的适应能力和恢复能力，切不可因一时之痛而重回发展老路，图一时之快而丢失长远之好。

综上所述，陈春源对转型升级的观察思考，对兰陵集团实施这一战略无疑有着决定性的影响，对行业甚至其他行业、企业，也会产生重要的借鉴和启迪作用。

从产值利润看转型升级

记者从兰陵集团办公室提供的相关资料中看到，2012 年，集团涂料营销部销售涂料 2.3 万吨，实现销售收入 8 亿元，集团钢结构

营销部实现销售 2 亿元，资料用“稳扎稳打”四个字，概括了兰陵集团的“龙年市场”。这是与涂料产量再攀高峰，精益管理凸显成效密不可分。

记者在采访中了解到，集团涂料生产紧紧围绕“夺高产、创优质、保安全、降成本”思路展开各项工作，全年共生产各类涂料再登历史高峰。同时，顺利完成制桶车间整体搬迁人员缩编，试产一次成功，达到预期效果；圆满实现 SC—2 薄型防火涂料生产工艺改造，量能扩大十倍，打破制约瓶颈，确保及时供货，达到行业一流；在切实做好 LG 防火涂料生产创新试点工作中，取得良好成效，全年完成的产量也创历史新高。

在精益管理上，确保 ISO9001 质量管理体系、ISO14000 环境管理体系良性运行；创新建立长效管理机制，全年处理呆滞原料、呆滞产品、退回涂料占应处理总量的 92%；科学实行机电水优化组合，强化设备动态管理，完善各项制度标准，确保了设备运行完好。

接受采访的集团相关负责人介绍说，集团钢构事业在转型升级也取得了不俗的业绩。2012 年，集团钢构公司坚定执行中长期发展战略，在场地建设、生产施工、市场开发方面多有建树，全年实现销售收入 20305 万元。完成堆场南延建设，配备装货轨道，扩展面积 6000 多平米，有效解决了成品堆放难题；完成了车间接跨、喷漆房南移、新建彩板车间等项目，一座大型现代化专业生产车间很快将拔地而起。与此同时，钢构公司市场开发战果丰实，相继中标、并高质量完成了江苏华天集团、德国卡迈锡标准厂房、常州腾龙公司等大型钢结构项目，受到业主高度赞扬。

这位负责人继续介绍说，2012 年的兰陵，市场开发亮点纷呈，营销精英战果辉煌。这一年，装备制造业已牢牢站稳第一主导市场，央企大集团市场取得战略性突破，一举中标中石油四川石化重大防火涂装工程。城市保障房建设市场开发大步崛起，成功夺取南京莲花小区 80 万平米外墙装饰工程。人民日