

外企还是民企，中国职业经理人何去何从？

日前，某地产商在沈阳举办了一场“最用心职业经理人”招聘大会，据报道有近万人投递了简历，2000多人参与了现场面试。原来，职业经理人的市场行情也不像听起来那样风光，就业也是他们需要担心的问题。

一位国际猎头公司的上海区经理介绍，大多数中国职业经理人最理想的工作选择是跨国企业，高薪、权威与执行权是他们最看重的因素。但这位猎头同时表示，除了顶尖经理人，这个群体要面对的竞争其实超乎想象。

“国际企业在进入中国时，通常会从总部选派拥有一定工作成就的高管来统筹中国业务，无论在金融、科技还是制造业。这些外籍人士对公司总部的文化、架构和发展目标有充分的了解，可以更好地执行公司的策略和发展规划，并将实践经验应用到中国市场。”瑞士大昌华嘉商业有限公司中国区总经理黄剑敏说。

黄剑敏目前负责统筹这家国际贸易公司在中国的餐饮设备事业部与科技事业部。他坦言，外籍高管的进驻在一定程度上对本土职业经理人产生了不小的竞争，要想在外企高就，中国职业经理人必须要发挥本土优势，做到无法替代。

“本土职业经理人对中国的客户资源、消费文化习惯、市场结构和政策环境更为了解，工作起来更得心应手，让本土人才来开拓中国市场或许效果更好，这就是我们有的优势。”

在黄剑敏看来，先前的很多跨国企业没有成功进驻中国市场就是政策没有接地气造成的。“来自国外的高管对中国的实际情况往往摸不着头脑，他们会遇到很多意想不到的困难，以国外的经验和模式来应对中国这一变化中的新兴市场是非常困难的。”

沟通能力是黄剑敏认为的成为一名合格外企经理人的首要条件。

国际大公司对中国市场的期望值往往过高，觉得如此大规模的市场一定是个“狂想曲”，这只会给中国区高管日后的工作带来压力、落差，甚至挫败感。

“我们首先要做的，是将中国业务的实际情况与总部进行有效沟通，找到总部期望与市场潜力的平衡点，从而制定一个切实可行的发展策略。这样才能保证日后工作的顺利进行。”黄剑敏说。

与国外相比，中国职业经理人在数量上远不及发达国家，在职业素养上也缺乏专业精神和职业化路径。很多职业经理人的经营管理能力还比较欠缺，尽管非常勤奋，但多数还处于粗放的工作方式下，表现为以草率的方式管理企业。

武汉大学管理学教授李锡元从事职业经理人成长机制研究多年，他认为中国目前仍缺乏完善的职业经理人市场。

“职业经理人的选拔、声誉的评价、信用机制、竞争机制、淘汰机制都需要一个完善的职业经理人市场作基础，然而中国职业经理人市场的不完善制约了这一队伍的发展壮大。”李锡元在接受媒体采访时表示。

从整体来看，中国的职业经理人在发展中面临两大问题：第一点正如黄剑敏所说，国际企业对总部外派高管的偏爱使中国本土的职业经理人在竞争中处于劣势；第二，民营企业对职业经理人存在不信任，没有实际授权，这使很多民企的职业经理人居高位却掌虚权。

近几年，江浙沪一带的民企已经进入第一代管理者退休时期，闽南一带的民企在七八年后也将迎来整体性企业领导人交接大潮。很多人认为这将是职业经理人的机遇期。

在民企管理层的换届时期，职业经理人要面对的是民企对整个职业经理人群体的信任挑战。

据黄剑敏介绍，他的很多同行都曾兴高采烈地进入一些知名民企，但大多败兴而归。因为很多企业家纯属为了摆脱“独裁”形象或装点门面才招入职业经理人，将其当做摆设，并没有发挥实际作用，还有些企业家只把职业经理人当做上市或并购的工具。

“目前中国的大部分民企处于粗放或家族式管理之下，很多民营企业希望借助职业经理人提高企业管理水平，但出于利益考虑或信任上的担忧并没有实际授权。”在黄剑敏看来，如果二者在管理理念或公司文化上发生碰撞与冲突，最后往往沦为两败俱伤。

但是，“事情正在向好的方向发展。”英国华德士招聘公司中国区总经理王强说。

“国际型公司的共享中心正逐渐移向上海，由此带来的好处是，越来越多重要职位的招聘将在中国发生，这将给中国的职业经理人带来前所未有的发展机会。”

“中国职业经理人正在壮大，海外人才的回归为这一群体注入了新鲜血液，他们不仅具有国外先进的管理理念，同时又熟悉中国市场，在与外籍高管的竞争中占据上风。”王强说。

同时，根据华德士在中国多年的招聘趋势来看，随着中国民营企业海外业务的拓展，职业经理人的角色也正越来越受到民营企业家的重视，国际业务的需求逼迫民企进行管理变革。

据“2013福布斯中国家族企业调查报告”显示，“在香港上市的内地家族企业中，由家族成员担任CEO的比例有所下降，更多的职业经理人进入了家族企业参与管理”。

但挑战是，“管理者为家族成员的129家内地赴港上市家族企业的经营业绩普遍好于职业经理人掌管的公司，由家族成员掌管的企业净利润3年复合增长率达到后者的3倍。”

调查结果告诉我们一个事实，中国职业经理人的机遇就要来了，但前提是职业经理人自身的责任感和业务素质要足够过关。(福布斯)

美女 CEO 强韵淇的成功之路

都说漂亮的女人不易亲近，从事时尚领域的女人高傲，尤其是在“美女 CEO”、“高学历”等光环照耀下的女人，又会是什么样？在见到强韵淇本人前，记者就有所耳闻，她的公司 SSOMO 时尚管理咨询在伦敦成立不到两年，已经以黑马之姿在业内迅速得到关注，并被英国主流媒体争相报道采访。

父母阻碍 屡屡与艺术阴差阳错

记者第一次走进 SSOMO 时尚管理咨询公司时，强韵淇正在与客户电话沟通即将到期的伦敦时装周采买及旗下合作设计师的宣传计划，洽谈过程中，强韵淇极具亲和力又非常有礼貌地和客户分析每一个环节的情况，一丝不苟的工作态度，是记者对眼前这位美女 CEO 的第一印象。

强韵淇简单带记者参观了公司，并介绍了他们的核心团队，之后在公司会议室开始了正式采访。强韵淇从小是一个乖乖女，成绩十分优异，父母管教非常严厉，从4岁起就每周学舞蹈和学琴，“我的朋友都笑话我说，我是一个没有童年的人”，强韵淇无奈地自我调侃。但从小打下的基础，让强韵淇在文艺方面屡获成绩，舞蹈、手风琴、唱歌等一直拿到校级、市级乃至全国奖项，这也是强韵淇父母的骄傲。

“父母希望培养我的艺术情操吧，但是一直阻止我真正走艺术这条路。”韵淇说道。

向来在文艺方面表现优异的强韵淇却在18岁时以优异的成绩跨省考到上海，就读经济管理学院。

“专业也是父母帮忙选的，他们觉得以后会比较好就业吧。自己当时对经济没有太多的理解，觉得也可以试试，就欣然接受了。”但因为外形出众，多才多艺，她曾在一次演出中被上海戏剧学院老师发现，并得到了去上海戏剧学院插班读表演专业的机会，但最终被父母阻拦了。一次与艺术事业擦肩而过，“也许缘分没到吧”，韵淇微笑着说道。

但强韵淇也有自己的小叛逆，她曾背着父母“偷偷”签了模特经纪公司，做了两年的平面模特，拍过时尚杂志，也代言过平面广告。这份工作也是她第一次接触到时尚行业。但对于平面模特这个让无数女孩羡慕的职业，强韵淇却看得很淡，她说，“起初只是觉得有趣，所以当做兴趣进行尝试，对于我自己的职业规划，我一直有我的坚持，现在回头看，我所走的每一步其实都有形无形中为我今天建立公司做了良好的铺垫。”

不断深造 在时尚圈“摸爬滚打”

去哪儿网 CEO 庄辰超：所有旅游公司都将成为无线公司

去哪儿网最新财报显示，2013 全财年无线总收入为 1.271 亿元，比 2012 年同期增长 558.4%；2013 第四季度无线收入，在总收入中所占比例为 19.8%。而一年前，该比例还仅为 7.0%。

德意志银行近期发布的报告指出，去哪儿的移动端应用“去哪儿旅行”已成为中国旅行者最常用的订票平台，其安装在旅行类应用中的占比已经达到 63.3%，相比之下，另一大在线旅游服务提供商携程的对应数据为 54.5%，淘宝旅行(13.6%)，艺龙旅行(9.1%)和酷讯旅行(6.8%)。

抢占无线端的战斗异常激烈。那么，去哪儿是如何力拔头筹的呢？

究其原因，去哪儿早在三四年已率先进入无线端。当时，庄辰超就判断：“未来，中国所有旅游公司都将成为无线公司。”

2010 年，去哪儿在业内第一个冲进了无线领域。

“那时，去哪儿的无线事业部还叫无线团队。”庄辰超说，“我请来了在百度上市时负责百度搜索引擎核心技术 Index/Search Engine 的搜索负责人张振宇领导这项业务。在他的带领下，我们大量招募了百度体系的产品人员和工程师，建立了强大的技术产品团队，奠定了今日之基础。”

一年后，庄辰超开始留意日本市场。“当时日本所有在线旅游公司，都已全部是移动互联网公司了”，他说，“而日本全国的用户交易大约有 50% 是在手机端完成的。美国市场，也在紧随这一脚步。”

于是，2011 年底庄辰超给自己的无线部定下一个目标，争取业务在一年内增长 5-10 倍。“团队压力非常大，结果他们 5 月份就完成了。”这更证明了无线在线旅游的增速惊人。

与此同时，庄辰超认为，“O2O 正在改变产业链。但是，整个产业需要把无线标



“当初是想做时尚编辑。”说起自己最初的职业规划，强韵淇如是说，因为作为模特拍片时，她感觉到时尚编辑就是整个片场的“大脑”，需要决定风格与搭配，还有拍摄主题，“觉得是一件很有挑战和成就感的事情”。后来，她又做过时尚市场和时尚公关方面的实习，“这些工作经历让我最终决定走上时尚事业之路”。本科毕业后，强韵淇来到英国深造，就读时尚市场与传播硕士学位。

硕士毕业后，强韵淇在英国当地一家公司从事时尚市场及公关工作，主要帮助品牌做推广。那时候，她便产生了想创业成立自己的时尚公关公司的念头。对于经营一家公司，强韵淇知道需要从一个新的高度进行全局把控不是一件容易的事情，于是她决定继续深造，选择在英国知名商学院——卡迪夫商学院就读 MBA，学习期间她被同学推选为 MBA 专业的学生代表。

毕业后，强韵淇顺利地找到了伦敦一家公司从事时尚买手工作，“这是我在真正意义上深层次地接触到了时尚产业，从通过参加每季时装周对流行趋势的把控，和设计师约定制定采买计划，乃至到后期的跟进和物流环节都最大程度地提升了我的专业素养。”强韵淇说道。

在第二年面对老板的加薪提拔下，强韵淇毅然决定离开公司，开始了自己的创业之路。“基于我的买手以及公关的经历和之前工作关系建立的良好的人脉关系，以及未来市场趋势的走向，我成立了 SSOMO 时尚咨询公司，主营跨国时尚采买和市场推广活动的业务。”

说起自己如今经营的这家公司，强韵淇颇为自豪。她介绍说，依托英国乃至欧洲优秀的设计师品牌资源，和中国市场对于欧洲品牌的需求日益增长，越来越多的设计师瞄准了中国这个巨大的市场。强韵淇的公司帮助中国国内商家量身定制采购计划，与欧洲设计师品牌进行沟通，挑

准和流程精确到位才能做到。”

在他看来，“成功的 O2O，不是仅仅把线下的东西搬到网上，而是反过来问自己对传统产业改变了什么——我增加了谁的福利，我剥夺了哪些人寻租的权力？”

去哪儿在无线推出的夜销酒店，就是一个典型例子。“当晚入住可以打折，这对酒店和客人都很有吸引力。”酒店有甩卖当天剩余空房的需求，用户则希望用晚上住来换取低价。

事实上，去哪儿在无线端推出的这个产品，已经改变了酒店的经营模式。“比如北京后海的酒店就完全转变了经营方式，如何安排客人入住、如何定价、如何留存都发生了变化。”庄辰超说。而去哪儿正是在庞大的用户量基础上，发现了 IT 系统和用户的这一现实利益，并且通过 IT 系统根本性地改变了酒店产品，最终让用户有了全新的消费体验。

目前，去哪儿的夜销酒店将每晚 6 点后酒店的剩余客房进行甩卖。用户可在每晚 18 点至次日 6 点以低至 3 折的优惠预订当晚入住的酒店。已覆盖北京、上海、广州等 80 多个城市。2013 多家企业；今年，去哪儿有可能将每晚 18:00 后开卖这个时间提前，将用户的优惠最大化。

去哪儿无线端上的产品，备受追捧。除了夜销酒店外，“去哪儿您说”智能语音搜索功能，已可以实现酒店和机票搜索。据无线部门透露，“这个语音搜索非常智能，用户不需要一口气说完整航班或酒店需求，就能看到对应信息。”而且，这是唯一一个互动全程无需长按屏幕的旅行类 app，真正解放了双手。

而去哪儿专车已接入了 8 个市场主流打车 App(包括快的、滴滴、大黄蜂等)，另已入驻 6 家包车供应商。

去哪儿无线事业部表示：“和携程、艺龙等在线旅游商相比，去哪儿在无线端的

选最符合当地市场需求的产品，以及为设计师在中国市场的推广提供服务，“我们和我们现有的客户保持着良好的合作关系，并坚信我们的未来是潜力无穷的”。

全年无休 亲力亲为的美女 CEO

采访进行了一个多小时，眼前这个清瘦漂亮的女生十分有礼貌、亲切，完全推翻了外界对于高学历美女 CEO “高处不胜寒”的刻板印象。

她对资本、市场、产品、团队协作都有自己的想法，对于公司的运作和规划则亲力亲为。

强韵淇坦言每天都十分繁忙，除了吃饭休息，几乎都在公司。她笑着形容自己如今的状态是“全年无休”。

其实，年轻女孩在海外独自创业已经很难了，况且要在时尚之都伦敦打出知名度，对于工作的压力，强韵淇笑笑，任何行业都有压力，她认为自己所做的不再只是一个生意，而是在做自己的事业，自己真正喜欢的事情，就算再累也都觉得是充实的。

强韵淇的开明性格也感染着她公司里的员工，给整个团队带来一种积极的影响。

据其公司同事透露，她会经常买花或者香槟带到办公室与员工分享每一次成功的小喜悦。“我坚信快乐是能够感染到身边的人的。我希望作为一个团队，他们可以每天起床想到来公司上班是充满挑战又无比甜蜜幸福的事情”，强韵淇说。

在交谈中，强韵淇多次谈到自己能在海外创业很开心，他们也正在积极筹划在中国建立分公司，这种想法也得到了很多业内设计师朋友以及家人的支持。“公司成立之后，发展方向始终没有偏离当初订立好的目标”，强韵淇欣慰地说，“我对公司未来的想法还有很多，等待将来一一去落实。” (欧洲时报)

公立医院 职业经理人难题待解

日前，国家中医药管理局发布的一份有关中医医院职业化管理需求的调查报告显示，超过七成的中医医院院长认为职业化管理技能匮乏。虽然这份报告是针对中医医院院长的调查，但其反映的却是整个医疗系统医院的管理水平。医院是人才、技术、资金高度密集的专业场所，又与患者身家性命紧密相关，其管理水平要求之高、管理难度之大是显而易见的，也是医改进程中不容忽视的课题。

公立医院职业化管理不容忽视

欲进一步解决十几亿人的医疗问题，深入公立医院改革势在必行。据了解，在上世纪 70 年代，台湾和内地一样，公立医院垄断了绝大部分医疗资源，老百姓觉得看病难、看病贵。台塑集团 1976 年开办台湾长庚纪念医院，“企业管理之神”王永庆明确要改革公立医院的体制弊端，拒收红包，仅用三年时间即冲破岛内公立医院垄断并宣告盈利。

有业内人士认为，职业化管理是公立医院改革的重要问题。国家中医药管理局组织了《国家中医药管理局中医医院职业化管理需求与现状调查表》，对来自全国各地的 52 位中医医院院长进行了问卷调查，形成了《中医医院职业化管理现状与需求数据分析报告》。报告中就职业化管理现状获得数据显示，逾七成中医医院院长认为目前最缺乏管理技能。不仅在中医医院，在其他综合医院也存在院长缺乏管理技能的现状。

北京房山中医院院长徐希胜认为，医院是最复杂的组织体系，这里人才密集、资金密集、技术密集，涉及经营管理、战略管理、人力资源管理等诸多管理问题。在这样的体系里抓好管理是难中之难，院长职业化无疑为此提供了一个很好的突破口。

资本进入引进职业经理人

有国有资本和社会资本出资购并公立医院，这被有的媒体议为蚂蚁吞大象。随着政策的放开，在二三线城市买下二三流医院，已经有人开了先河，华润、万科、中信都在跃跃欲试，有的甚至进行了试水。企业资本的进入，为职业经理人进入医院提供了途径。



公立医院在改革中如何定位？医生的绩效如何定？医疗定价、药品分离、技术提升、医患纠纷等各种管理难题都在医改中呈现，医院如何在公益与市场同行的改革过程中解决现行的诸多问题，成为每一位医院院长必须面对的考题。国务院医改专家咨询委员会委员、国际 JCI 医院认证联合委员会中国总干事房志武向北京商报记者表示：“医院应该设立‘442’格局，40%是目前公立医院通行的医生出身的业务人才当院长，落实现行的医疗服务，包括国家大的科研项目在这些医院进行；40%是职业化医院，这部分医院是由公立医院改革发展而来，可以是集团化发展，由董事会、职业经理人对医院进行管理，按照市场经济规律和公司运作法则给医生绩效；20%以民营的专科医院为主，职业经理人按照市场法则进行资源管理。”

北京市朝阳区非公立医疗机构秘书长赵锡银认为，现在公立医院已经习惯于由医学专家来做经营管理的现状，要改革就需要在顶层设计上有个区分，如果由医学专家来做医院管理者，那么这个医院的职能是医学技术的分子，由国家财政拨款，负责国家大的科研项目研究；如果由管理专家来做医院的管理者，那么这个医院就定位为市场经济的一分子，按照市场经济规律来做事。

院长医学和管理技能应三七开

医院的职业经理人应该具备哪些方面的知识技能结构？徐希胜参加了国家中医药管理局举办的“第一期中医医院职业化管理高级研修班”的学习，他认为，医院院长既要是医学专家，更要是管理专家，院长必须学管理学。“医生可以学管理，但更重要的职责是行医，如果二者兼行是非常不容易的，甚至会耽误医院的管理，院长就是要全身心投入抓管理。”

赵锡银向记者表示，观察一些经营好的民营医院，都是管理专家做管理。院长和大科主任是两回事，从懂管理和懂医术来说，院长医学和管理应该是三七开，七分管理技能，三分医学技能，但现在的三七开，七分管理技能，三分医学技能，应该是在三七开的基础上，把这两个数字颠倒了，成了三分管理、七分医学。

国家级名老中医、北京中医药大学教授孙光荣认为，如果医学专家既有专业知识和技能又有管理才能，比纯粹的职业经理人更胜任。他表示，现在公立医院院长中，还普遍存在着兼任着某科室主任或某学科带头人的现象，这种方式不可取，当院长就要一门心思抓管理，不可身兼数职。(刘亚力 夏姗姗/文 贾丛丛/漫画)