

社科奖大赛实战促就业 优胜者被企业高薪追捧

2014 应届毕业生将达 700 万以上,严酷的就业形势让李总理亲自抓大学生就业问题,其实找不到合适人才也一直是制约企业发展的瓶颈,据中国人力资源市场信息监测中心发布的“2013 年 4 季度全国十大城市岗位需求和求职排行榜”表明:营销相关类职位求大于供,高薪难求优秀营销人才。据中国市场学会调查,现在初级营销人员的平均年薪在 4 万左右,区域销售经理的平均年薪 20 万, 全国销售经理的平均底薪为 40 万,规模以上的营销总监年薪可高达百万,如此高薪的职业自然吸引力很大,然而企业招聘营销类职位却总是要求“工作 2 年以上”。中国有庞大的高等教育体系,85%的高校有营销专业,98%的院校开设了营销课程,工作经验比学历还重要的用人观证明中国高校营销专业的职业教育和实践教学尚不能满足企业的需求,所以企业不愿意为此买单。

营销是应用性学科,如何通过实践教学提高学生的职业能力和就业竞争力是所有应用型大学及职业高校应首要解决的问题。为此中国市场学会从美国引进成熟的赛制和标准,创建了让学生免费参加的社科奖全国高等院校市场营销公益大赛,为参赛学生提供了一个在竞争行动中和在真实商业环境中学习的机会,实战教学,以赛促学,有效解决了体制内营销教学模式下实践教学难、虚及形式化的问题,成为学生创业就业问题解决平台,其权威性、专业性和公正性得到了社会各界的认可。大赛深受全国高校师生和企业界欢迎,开赛以来,累计参赛院校超过 3000 所次, 累计参赛师生超过 10 万人次。大赛已成为参与人数多、影响力广、规格高、奖励丰厚、活动时尚有趣的全国高校营销学科典型赛事。

一、国内高校营销实践教学存在的问题

社科奖大赛的特点为“实战”,命题和考核标准由高校、企业和中国市场学会共同制定并实施。大赛分为初赛、复赛和总决赛,持续一学年。比赛内容是围绕指定企业进行营销策划、品牌创意、网络营销和销售实践等项目实施, 每个项目都由赞助企业提供奖励,但参赛作品几乎无法抄袭,需要学生按照企业要求去逐步实施,最后销售业绩也被列入考核成绩。从上缴作品的数据可以得知:学生对营销职业能力的掌握 80%为理解和知晓,能够按照企业营销岗位要求去执行的学生不足 20%,如图 2。四个竞赛项目中营销策划和品牌创意实践教学相对成熟,网络营销实践教学多为理论,网络营销实践课程多是学生参赛后自学,学生感觉最难的就是销售实践。

1)实习实训流于形式,不能学习到关键职业能力

由于国家政策支持少且难到位,国内大部分企业并不愿意投入资源支持教学,学校联系企业的实习实训岗位很难,大部分企业招实习生是将学生充当免费的劳动力或是到商场、超市实习。企业一般不会让学生介入真正的管理工作中,即使是营销类的管理活动,学生也只能是以旁观者的角色去观察和领悟。况且各企业情况不同,如果没有企业、院校、行业协会共建的职业教育标准,将使学习内容完全随企业资源而定,学生不能学习到具有移植性的关键职业能力。

2)营销实践教学缺乏实战性

营销专业的很多实训主要是情景模拟、

软件模拟和对抗、参观访问等形式,这种模拟和观察的情景离企业的真实情景相差甚远。这就好比是一座漂浮在海面上的冰山,浮出来的是冰山的一角,沉在海底的是大部分, 学生只能看到浮在水上的冰山一角,而无法感受整个冰山。尽管有些学校也有模拟超市、模拟办公室、商务谈判室和物流模拟实训室等一系列实验室,但学生通过这些只能感受到冰山的一角,无法习得真技能,因为真技能是沉在冰山之下的,必须在实战的环境中才能真正体会到,才能真正的学到。

3)课程设置全而不精

很多高校的课程设置还是趋于保守,采取但凡与营销、管理有关的课程都开设的做法,使得学生在有限的学时内掌握的知识零散,学生学得宽泛但啥都不精通。

4)实践教学学生介入程度底、积极性不高

在模拟实训的环境中, 学生做得很随意,因为他们知道他们所做的不是真实的,而是一场表演,所以参与上热情都不高。特别是当许多课程都采取这种形式的时候,学生的逆反心理就很严重。另外,这种非实战性质的实践教学也造就了一大批搭便车的人,他们不主动,处处依赖自己的小组和团队,对这部分人来说,实践教学是没有效果的。

5)高校营销教学重理论、重学术、轻实践教学

理论教学只需要照本宣科,做好实践教学则需要老师走出校门, 寻找企业支持合作,同时还要老师不断去更新自己的知识体系,以致跟上社会和企业的需求。做好这件事情需要耗费不少精力和财力,况且我国不像德国和美国,对支持职业教育的企业有许多具体的优惠政策,所以院校寻找支持企业很难,而教育部对老师的硬性考核要求基本就是发表学术论文, 人性的本能是趋利避害, 如此的激励制度导致了高校重理论、重学术、轻实践的现状。

二、社科奖大赛对培养学生的领导力和团队精神,全面的营销综合工作能力、学习能力和情商积极有效,2.8%的获奖学生的综合素质和营销技能与企业营销岗位要求的职业能力高度吻合

从参赛数据分析,能够坚持一年并独立完成四个项目的团队仅占总参赛团队数的 28%,如图 3,但这些团队的综合素质和具备的营销技能与企业营销岗位要求的职业能力高度吻合。同时中国市场学会对历届获奖学员的就业进行追踪发现,在社科奖总决赛获奖的学员就业率达 100%, 一年后的平均年薪达 5 万以上,五年后任中层管理岗位的达 60%, 职业发展和收入明显高于同龄人。经抽样分析我们发现能完成社科奖四个参赛项目的优胜者具备了以下能力:

1)多渠道学习能力

几乎所有指导老师都发现,参赛学生的学习兴趣和主动学习能力明显增加,课堂的知识往往不够用, 使这些学生跑图书馆、购买专业书籍、通过网络查找资料、跑企业、讲座、论坛、问老师、团队学习以及通过社交媒体和全国的参赛同学交流互动等, 如图 4。这样他们获取知识和信息的渠道宽泛,大赛的挑战性和真实项目的应用性让学生感受到知识创造的价值,也成为他们持续学习的动力。

2)全面的营销综合工作能力

营销是综合性很强的复杂工作,需要在不同的市场背景下做决策,对从业人员的能力和素质要求高。经过四个单项赛的考核,能够进入全国总决赛的学生具备的能力包括:营销分析和策划技术;网络营销和网站建设推广技术、良好的文字表达和图片、视频、PPT 制作技术;商务谈判以及和客户沟通、演讲技术等;具备了独立完成营销任务的综合能力。大赛专题片《极品策划案是如何练成的》在网络热播一周,就有 2 家企业找到大赛组委会希望能够介绍营销策划一等奖获得者“五朵京花”团队为他们企业做营销策划方案,并提供丰厚报酬。

3)良好的情商和热情的工作态度

营销职业的特点是情商比智商更重要,社科奖横跨一个学年,比赛要求高、项目多、赛制复杂。能坚持下来并取得好成绩的团队一定是充满激情和正能量、拥有积极心态并能够坚持不懈的人。他们专注而持久,懂得感恩和回报, 一心想如何为他人创造价值,是强者的思维模式。

江西景德镇学院余艳同学大部分时间是在网游中度过,一次无意中游览到了社科奖全国高校市场营销大赛网站,激发了她的兴趣。她得到同学的支持组建了大帅先生团队,但学校领导对他们参赛漠不关心,既无经费也没有指导老师。然而他们发现社科奖是一个非常专业的大赛,队长余艳说:因为一个大学生的梦想让我们坚持到了最后,同时大赛不仅丰富了我们的专业知识,并运用到实践当中得到检验,还让我们懂得了团队合作的重要性,使得我们与人的沟通能力、谈判能力、抗击打能力得到提升,我们参加总决赛还得到了一家企业的认可,并赞助我们 3000 元的参赛经费,大赛结束后,将吸收我们为该企业储备人才培养!

4)领导力和团队精神

社科奖要求 3-5 人组队参赛,一个团队里面如果成员的思想、行动和目标不能很好地统一,可能就会出现懈怠的现象,甚至团队内部存在很大的矛盾,导致团队成员放弃比赛。能带领团队坚持一年并做出成绩来的队长,一定是有奉献精神,具备分工、协作、激励和妥协等领导力,并有相应的能力和办法来解决团队存在的各种问题。

5)28%获奖学生团队

三、中国市场学会发布“社科奖中国高校最佳营销实践教学排行榜”

中国市场学会通过一年时间的动态分析,发现 94%获奖学校的办学宗旨是以学生和用人单位为导向,社会服务意识强,办学思路宽泛,对学生参加学科竞赛和老师培训多给予各项资金和荣誉支持;98%的团队有至少一个以上专业能力强,爱岗敬业喜创新的指导老师; 由于互联网的力量越来越强大,区域文化和经济环境对精英成长的影响力逐渐减弱,但学生综合素质的表现最能客观体现国内高校的营销实践教学水平;故提炼出四项评价指标和权重如图 5。因为是国内首次出营销实践教学报告和榜单,没有参考依据,故有许多考虑不周之处,但评价过程是严谨公正和透明的,希望该报告和榜单能促进校企合作、校校相互学习,同时也为用人单位选拔和培养营销人才提供方向指引,以最终实现高校营销专业实践教学水平的整体提高。

(综合)

2.8%获奖学生团队					
安徽省	安徽机电职业技术学院	639	安徽省	安徽机电职业技术学院	梦久队
安徽省	安徽机电职业技术学院	木兰 style	安徽省	芜湖职业技术学院	经鹰之星
安徽省	芜湖职业技术学院	经鹰之星丙组	北京市	北京城市学院	一斗米香
北京市	北京服装学院	五朵京花	北京市	首钢工学院	明日之星
福建省	泉州医学高等专科学校	Dream high	福建省	泉州医学高等专科学校	小晒微舞
福建省	厦门理工学院	壹邦人	广东省	广东机电职业技术学院	梦想与激情(速度与激情)
广东省	广东理工职业学院	BAT	广东省	广东理工职业学院	Black Mamba
广东省	广东轻工职业技术学院	Amazing Five	广东省	广东邮电职业技术学院	Oazy champion/Oazy 团队
广东省	阳江职业技术学院	梦想的风波	广东省	阳江职业技术学院	东方会
广东省	阳江职业技术学院	赢再销	广东省	阳江职业技术学院	Sun
广东省	中山职业技术学院	晒心队	广东省	中山职业技术学院	追梦组
广西省	广西交通职业技术学院	但愿人尝(藏)酒	广西省	广西交通职业技术学院	红楼宜梦
广西省	南宁职业技术学院	梦想超越家	广西省	桂林理工大学南宁分校	战狼
河南省	许昌学院	梦 Style	黑龙江省	哈尔滨师范大学(管理学院)	正青春
黑龙江省	黑龙江外国语学院	龙外创协	湖北省	武汉东湖学院	给力青春
湖北省	武汉东湖学院	新月	湖南省	湖南工业大学科技学院	起飞队
吉林省	吉林农业科技学院	启航	吉林省	吉林农业科技学院	King of marketing
江苏省	苏州经贸职业技术学院	火生 /Fire Live	江苏省	盐城工学院	独立团
江苏省	无锡职业技术学院	走丝队	江西省	景德镇学院	大帅先生
辽宁省	渤海大学高等职业技术学院	一“营”到底	辽宁省	辽宁对外经贸学院	外贸合伙人
辽宁省	辽宁水利职业学院	新时代	辽宁省	沈阳师范大学	筑梦
山东省	德州学院	中国好大米团队	山东省	山东现代职业学院	T T--(Team Time)
山西省	忻州师范学院	梦之舟	陕西省	渭南师范学院	Dream Girls
陕西省	渭南师范学院	铿锵五人行	陕西省	渭南师范学院	野狼团
陕西省	西安工业大学	鹰隼展翼	陕西省	西北政法大學经济管理学院	线粒体营销策划团队
陕西省	西安欧亚学院	营玖团队	陕西省	西安欧亚学院	欧亚蜗牛营销工作室
上海市	上海应用技术学院高职院校	MINAS	云南省	昆明理工大学	ELEMENT
浙江省	宁波大红鹰学院	锐鹰	浙江省	宁波大红鹰学院	鹰扬
浙江省	宁波大红鹰学院	鹰甬	浙江省	大红鹰学院高职院校	明鹰梦之队
浙江省	义乌工商职业技术学院	冲上云霄	浙江省	义乌工商职业技术学院	蚂蚁商人团
重庆市	重庆房地产职业学院	曙光	重庆市	重庆工商职业学院	蚂蚁背大象
重庆市	重庆师范大学涉外商贸学院	秦任肖爆破队			

社科奖中国高校专科最佳营销实践教学排行榜			社科奖中国高校本科最佳营销实践教学排行榜		
省份	学校名称	得分	省份	学校名称	得分
江苏省	苏州经贸职业技术学院	91.1	北京市	北京服装学院	95.9
安徽省	安徽机电职业技术学院	90.2	陕西省	渭南师范学院	94.3
浙江省	大红鹰学院高职院校	90.1	浙江省	宁波大红鹰学院	92.3
广东省	广东机电职业技术学院	89.5	湖北省	武汉东湖学院	91.3
广东省	广东轻工职业技术学院	88.9	黑龙江省	黑龙江外国语学院	90.9
辽宁省	辽宁水利职业学院	87.4	吉林省	吉林农业科技学院	90.1
广东省	广东理工职业学院	87.1	北京市	北京城市学院	90.1
广东省	阳江职业技术学院	87.1	山东省	德州学院	90
辽宁省	渤海大学高等职业技术学院	86.9	陕西省	西安欧亚学院	89.9
安徽省	芜湖职业技术学院	85.1	河南省	许昌学院	89.6
广东省	中山职业技术学院	84.9	辽宁省	辽宁对外经贸学院	89.4
山东省	山东现代职业学院	84.7	陕西省	西北政法大学经济管理学院	89
上海市	上海应用技术学院	84.5	云南省	昆明理工大学	88.1
广东省	广东邮电职业技术学院	84.4	福建省	厦门理工学院	88
北京市	首钢工学院	84.1	辽宁省	沈阳师范大学	87.9
福建省	泉州医学高等专科学校	84	黑龙江省	哈尔滨师范大学(管理学院)	87.8
广西省	南宁职业技术学院	83.8	陕西省	西安工业大学	86.4
重庆市	重庆房地产职业学院	83.8	湖南省	湖南工业大学科技学院	86.4
浙江省	义乌工商职业技术学院	83.6	山西省	忻州师范学院	85.3
江苏省	无锡职业技术学院	83.5	广西省	桂林理工大学南宁分校	84.8
重庆市	重庆工商职业学院	81.7	江苏省	盐城工学院	84
广西省	广西交通职业技术学院	78.7	重庆市	重庆师范大学涉外商贸学院	84

超 3000 万吨压港 融资铁矿成“定时炸弹”

■ 杨柳哈 张国栋 报道

矿贸融资的风险正在急剧增加。继去年整顿铜贸融资之后,监管层又已开始整顿铁矿石贸易融资。

超 3000 万吨融资矿压港

据报道,铁矿石贸易融资具体模式是,钢厂或贸易商通过海外银行开出的信用证(通常为 3 至 6 个月),在支付 15%至 30%的保证金后,由银行向矿山企业支付货款,矿石则发货至钢厂或贸易商手中,货款则在 3 至 6 个月以后偿还即可。在此期间,如果将到手的矿石变现,也就相当于获得了一定期限的短期融资。但近年来钢铁行业产能过剩,钢厂对铁矿石的需求在下滑,近期铁矿石价格也在下跌,今年以来铁矿石期货价格累计跌幅达 13%,而价格下跌加剧了贸易融资的风险。

多家钢铁资讯网站统计数据均表明,截至上周,全国 31 个港口铁矿石库存依然超过 1 亿吨。而《通知》提及的 15 个区域分别为天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东、广西、大连、宁波、厦门、青岛和深圳,都是沿海港口地区。

南方一大型钢厂高管表示:“1 亿吨的港

口铁矿石库存肯定是高了,这是很不理智的。贸易商前期买了一部分囤在那等着涨价,但等来等去可能还是降价。”

上述钢厂高管测算:“一般正常的港口库存在 6 千万 - 7 千万吨,而新增库存的平均成本可能每吨 130 美元以上,折算下来,大概 40 亿美元(约 240 亿元人民币)的资金占用。即使信誉最好的企业,现在的资金成本也在 7%到 8%,算上完全成本要在 10%。放在那压一年,240 亿元人民币就是 24 亿元人民币的利息损失。加上铁矿石降价带来的损失,这些库存恐怕是定时炸弹。”

据研究机构 Mysteel Research 预计,中国铁矿石港口存货的 40%是用来作为给银行的抵押品。这一比例与此前一外资行测算的比例相当。

“对于纯贸易的商家而言,做融资矿”是有意义的,放到港口上,占用的钱拿不回来,把矿押给银行,银行给你钱,这就有了资金。一般会按铁矿石价值的 7 折放贷,融到钱之后可以再继续进货。”大连港一名贸易商告诉记者。

融资矿抛售风险急剧增加

“融资矿债务问题会再度爆发,首先这增加了钢厂采购的资金占用和成本,比如将

15%的信用证保证金比例提升至 25%,钢厂就会多垫付 10%的资金;此外,铁矿贸易会萎缩,贸易的蓄水池作用继续削弱,以前能做 3 艘船的货的资金现在或许只能做 1 艘船的货。”港富集团黑色产业首席分析师张志斌分析称。

“铁矿石贸易融资最大的风险就是资金成本和信用融资时间。如果货物积压,资金被大量占用,短期贷款到期之后贸易商无法支付给银行其余货款,就有可能出现破产。如果铁矿石价格大幅下跌,而短期内由于资金紧张,贸易商急需回款,损失也难以避免。”国信期货分析师施雨辰告诉记者。

去年第四季度,因铁矿石进口量大幅攀升,波罗的海干散货航运指数(BDI)涨幅最高达到 50%。中信期货分析师林玲认为,去年 11 至 12 月份铁矿石融资的信用证恰好今年 3 至 4 月份需要还钱给银行,这就不难理解近期铁矿石现货价格跌跌不休了。

而今年钢材下游需求程度明显差于往年,林玲此前在接受记者采访时还认为,在银行收紧贷款和信用证额度的情况下,信用证到期了,钢厂多余的铁矿石只能通过现货市场卖出兑现来给银行还钱,这加剧了对铁矿石价格的抛压。

此外,铁矿石期货去年 10 月刚在大连

上市交易,市场成熟度还有待加强,贸易商风险对冲的情况较少,参与套期保值的比例也相对较小。“这意味着,在铁矿石现货价格不断下跌的时候,融资的铁矿石价值在不断下降,没有保值的结果必然逼迫融资方通过抛售铁矿石减少损失。”林玲表示。

资金链紧细

华北一银行信贷处员工告诉记者:“随着贸易融资的风险增大,外管局的监管更加严格,银行的审批也趋于严格,重复抵押越来越有难度,铁矿石价格也在下跌,贸易商若要获得此前同等数量的资金,就需要更多的矿石作为抵押。”

事实上,监管层去年以来就致力于严控影子银行规模,铁矿石和钢铁又处于严重产能过剩行业,导致银行对此行业的信贷收紧,此类贸易质押融资活动也受到抑制,很多银行已经削减了对钢铁和铁矿石厂商等行业的信贷规模。

上述南方钢厂高管在接受记者采访时还称:“在银监会的《通知》之前,已经接到了银行通知提高承兑汇票的保证金比例。现在由于融资成本的提高,加上钢厂之前铁矿石价格反复波动的损失,大部分钢厂都倾向低库存生产,快进快出,尽可能降低风险。”

另据了解,去年外管局严查铜融资,造成信用证大幅缩量,很多融资方转向铁矿石融资,而近期监管层对铁矿石融资的警示,预示未来铁矿石信用证融资也将大幅缩水。“从去年年底开始,部分大贸易商的境内外银行新增额度申报困难,某南方大贸易商反映额度申请半年未批,银行对钢厂的审批更加严格,审核信用证流程愈加复杂。”Mysteel Research 港矿石研究团队称。

市场传言称,招商银行 4 月已经对于钢贸相关行业的贷款额度降低 50%,其他数家银行也在积极跟进,已经开始逐单审查。“虽然银行普遍对此事未有公开明确的说法,但部分银行上周已经调查并汇报给银监会。”一名不便透露姓名的银行信贷负责人告诉记者。

此外,钢铁行业所面临的困境依然有增无减。中国钢铁业协会 4 月 28 日发布数据显示,一季度重点统计钢铁企业实现利润-23.29 亿元,同比减少 560.4 亿元,由盈变亏。累计亏损面 45.45%,同比增加 14.77 个百分点。

中钢协还称,目前企业纷纷反映,银行系统对钢铁行业严格信贷政策,不仅减少了企业的信贷规模,同时提高了企业的贷款利率,使企业的生产经营更加困难,影响到了一些企业的资金链安全。