

MBA 商学院“竞赛”发展战略

中国网 | 时间：2005 年 04 月 25 日 | 文章来源：东方早报

在经历了连续两年的 MBA“寒潮”后，MBA 似乎在今年会回暖。据 Topmba.comRecruiterResearch 所作的全球调查报告显示，2004 年对 MBA 毕业生的需求量上涨超过 10%。如果排除外部因素的冲击，2005 年全球各个行业对 MBA 毕业生的需求量有望增加 15%，并且增长势头将持续到 2006 年。

北大光华管理学院常务副院长张维迎甚至用经济学外部连带效应中的攀比效应和虚荣效应做了解释，并断言，当 MBA 走过“虚荣效应”，进入“攀比效应”时，中国的 MBA 市场就会逐渐热起来。

在全球 MBA 逐渐回暖的过程中，中国 MBA 教育现状如何？商学院应该采用什么样的办学策略？在复旦大学管理学院恢复建院 20 周年的系列庆典活动中，来自国内外的商学院院长及代表会聚复旦，对上述问题进行了新的探讨，“差异化战略”、“竞赛而非竞争”、“加快中西合璧”几乎成为院长们的共识。

MBA 注重领导力

来自美国麻省理工斯隆管理学院教授 DonLessard 认为现在商学院发展已进入了第三次革命的阶段。“第一波是 20 世纪三四十年代哈佛商学院时期；第二波是 20 世纪 60 年代的美国麻省理工学院时期；第三波在教授企业具体职能时同时注重领导力的教育，把整合性的创造力贯彻到教学当中。”

不少与会的商学院院长都认为中国目前尚未建立一个世界一流的商学院品牌。上海理工大学工商管理学院院长顾宝炎认为现在中国 MBA 人数与美国相比存在差距，“但全国有一千万家企业，要提高劳动生产率，降低成本和能源消耗，提高劳动生产力就需要许多真正精通经营管理的人才。从需求方面来看中国 MBA 发展前景乐观。”

南开大学国际商学院副院长刘志远认为伴随中国工业化进程，各产业发展成熟起来，在结构、企业形态和分布上都有大的变化。“这个过程也是我们中国产业整合过程，也是 MBA 教育发展非常好的契机。实际上上海等城市有着地理优势。我相信中国会有几个学院率先利用这样的优势发展起来，成为世界一流的管理学院 MBA 教育。”

商学院应该培养什么样的 MBA？作为国内几大知名商学院的代表，复旦大学管理学院院长郑

祖康、北大光华管理学院常务副院长张维迎、中欧国际工商学院副院长张维炯和清华大学经管学院院长赵纯均的观点各具特色，同时也代表了他们挑选 MBA 学生的标准。

郑祖康院长向早报记者表示，复旦管理学院对学生的要求简约而全面：我们需要资质聪颖的学生，要具备一定的综合素质，比如领导能力、合作能力、商业道德等等。

复旦管理学院在培养目标方面比较弹性，“成为商业领袖是每个 MBA 学生和院校的共同愿望。但这取决于每个人自身的机遇和能力情况。我们商学院所能提供给学生的是：领导能力、商业道德、创业能力、合作精神。”郑祖康表示，“师傅领进门，修行在个人。”

北大一直以培养领导人而备感自豪，光华管理学院也传承了这一风格。张维迎认为，“领导”二字在培养 MBA 过程中起着重要的作用，他说：“具有创新能力、领导能力和使命感的人才代表中国的 MBA。”

张维迎表示，北大培养的 MBA“能够带领大企业，创造相当规模的运作模式”。他介绍，北大光华管理学院培养的过程一般至少需要十年，长一点的要三十年。哈佛 MBA 的成长期一般都是二十到三十年。这跟其所从事的具体行业相关。一般来说，IT 行业成长速度最快，三到五年就可以造就一个领袖。

作为走在国际化前列的中欧工商学院，实践也是院方注重的条件之一，因此张维炯把“能够创业”作为 MBA 必备的素质之一。“我推崇那种具有创业能力的人，他能从市场细分中发现机会，并且要具备乐于追求和永不言弃的奋斗精神。”

“当然，既然是培养高素质的高层管理人员，招生时既不能选那些看上去没有什么潜质的人，也不能选那些具有官位背景，来学校拿文凭求升职的人。学生要具有自信心，增强竞争力。我们需要那种具有团队精神和合作能力的 MBA。商学院学生要有良好的商业道德，要讲诚信。”

中欧把“未来的企业家”作为培养 MBA 的方向，张维炯说：“我们的任务是为具有企业家潜质的学生提供工具、思路、团队合作的模式、企业运作的模式和成功的经验。”

而清华大学经管学院则一直延续着理工科脚踏实地精神。赵纯均用了一个很生动的例子来描述他理想中的 MBA：“一位 1993 级的 MBA 学生，十年前（进入清华 MBA 求学以前），他还是一名普通的电机厂工人，MBA 毕业之后，渐渐地发展成这个电机集团的副董事长兼总经理。他带动企业进行改革，成绩十分显著。他的特点是踏踏实实工作，勤恳务实，并且工作和生活作风上艰苦朴素。”

赵纯均用“商业领袖的战略后备军”来定位清华所培养的 MBA。战略后备军指的是，学生毕业一段时间后，有的成为商业领袖，有一部分成为职业经理人。

MBA 教育存在误区？

MBA 教育是否存在着误区，这是近年来讨论的热点。郑祖康向早报记者表示：“对 MBA 认识误区是存在的。但我要提醒的是，招生寒流实际上对知名院校的影响并不是很大。复旦今年的招生人数仍然居全国第一。”

针对学生交了大笔学费，希望“一步登天”的认识，郑院长强调耐心的重要性，要甘于一时的平庸。

张维迎明确告诉记者：“北大光华 MBA 教育不存在误区。”原因是，在过去的五六年里，光华管理学院的战略和定位都是经过详细认真讨论的，广泛吸取了国内外 MBA 培养的经验，“我们很清楚知道自己的目标是要培养商界领袖。”

赵纯均则表示“商学院 MBA 学生上升的潜力要比一般人大，我们要对 MBA 学生有个正常的期望值。他说，学生毕业后能迅速到重要岗位上担任重要职务是每个商学院和每个学生的共同愿望。但实际上，我们更应该注重学生的合作精神，培养他们怎样在实践中很好地发挥合作能力，这需要学生在实践中锤炼。

当谈到 MBA 的师资队伍时，各院长各行己见。大家对 MBA 的师资队伍构成产生了思想交锋。顾宝炎认为商学院的师资一方面需要理论基础扎实的老师，另一方面也需要真正跟企业实际密切联系的人士。所以 MBA 师资结构要扩大规模、完善结构、提高质量，其年龄结构也逐步年轻化。

日本神户大学商学院黄磷教授提出在普遍的误区是“有一定实践经验的人就胜任教授 MBA 课程”。他谈到在日本有关政策能让管理学院吸收一批有企业长期工作经验的人士，但由于他们没有扎实的理论基础，最后在课堂上只能局限于自己个人经验，而不能满足 MBA 学生对新的知识的要求。

DonLessard 认为 MBA 需要一支合适的教师队伍，教师可以来自不同的专业背景，也不排斥从业人士。

河海大学商学院院长张阳的生动比喻更体现了他对 MBA 师资的观点。“有企业个人经验的业界人士只能给 MBA 的学生提供一些点心，但是真正的大餐应该是靠商学院教授去烹饪。”

竞赛而非竞争

目前，国内不少大学纷纷与国外商学院合作，大打国际品牌，也吸引了不少眼球。国外先进的办学理念、课程设置、教学方式和教学管理都可以在合作中借鉴。如复旦 MBA1995 年与麻省理工学院斯隆管理学院合作创办国际 MBA 项目，东北大学也与日本青山大学有项目上的合作。不少商学院在注重与国际商学院进行合作的同时，在国内市场上更多考虑的是与兄弟院校的“竞争”。

对此，复旦管理学院副院长陆雄文向早报记者表示：“在全球化的时代，其实各大商学院面临的是共同的挑战和问题。”

他说，中国有九十多所院校在办 MBA，激烈竞争的背景下，各个学院应该注重合作与学习而非竞争。最先进的东西未必是西方的，能够适合当地环境条件的就是最好的。所以各商学院要相互学习，在相互学习当中，彼此的教授得到发展，同时也为学生提供更好的服务，这也是全世界的一个趋势。此外，在发展过程中各个学院都应该寻找自己的优势，同自己所处的环境结合起来准确定位。

面对国内 MBA 间激烈的竞争，顾宝炎认为中国的商学院之间不是你死我活的竞争关系。“中国目前有庞大的生源和社会需求，中国的各大商学院应把焦点放在怎样为学生提供优秀的服务。”

北京大学光华管理学院副院长王其文更倾向于用“竞赛”而不是“竞争”来形容目前状况。

差异化成为方向

不同的商学院在 MBA 培养方面的特点体现了该商学院的战略定位。顾宝炎说：“差异化是未来商学院发展的方向。”他表示，复旦管理学院的定位是“建设亚洲一流、世界著名的 MBA 项目”。北大、中欧、清华等一流商学院能够培养出受企业欢迎的 MBA，并不意味着其他商学院培养的 MBA 就没有市场。

顾宝炎介绍，上海理工大学 MBA 的定位是“为中小企业服务”，注重市场化导向、国际化视野和本土化战略。

他的这种观点引起了与会不少商学院院长的共鸣。DonLessard 教授认为在接下来的五年到十年当中，中国顶尖商学院会有相互融合的部分，比如商学院或者 MBA 教育趋同性加强。复旦有什么特色？每个商学院有什么不同的特色？各大商学院会在市场中寻求这种特色。

东北大学工商管理学院院长李凯从探讨商学院 MBA 和企业之间的关系入手，并从中国企业发展的脉络来看中国管理知识的丰富。他提出：“中国管理教育及中国 MBA 发展脉络思路，一个就是我们的知识结构要有一个逐渐的变化和演进过程。第二 MBA 培养模式也有不同的方向与特色。”

在他看来，现阶段 MBA 发展是一个创造特色的时期，还谈不上不同的方向和不同的模式。亚洲商学院整体面临怎么创造有别于美国文化环境的 MBA 教育特色或者模式，而中国各大学院的 MBA 教育也根据所处环境的差异来营造地域特色。

新加坡国立大学管理学院院长林震谈到商学院要提高自己的和更好地应对挑战，“独树一帜”的特色是非常重要的。

竞赛而非竞争

目前，国内不少大学纷纷与国外商学院合作，大打国际品牌，也吸引了不少眼球。国外先进的办学理念、课程设置、教学方式和教学管理都可以在合作中借鉴。如复旦 MBA1995 年与麻省理工学院斯隆管理学院合作创办国际 MBA 项目，东北大学也与日本青山大学有项目上的合作。不少商学院在注重与国际商学院进行合作的同时，在国内市场上更多考虑的是与兄弟院校的“竞争”。

对此，复旦管理学院副院长陆雄文向早报记者表示：“在全球化的时代，其实各大商学院面临的是共同的挑战和问题。”

他说，中国有九十多所院校在办 MBA，激烈竞争的背景下，各个学院应该注重合作与学习而非竞争。最先进的东西未必是西方的，能够适合当地环境条件的就是最好的。所以各商学院要相互学习，在相互学习当中，彼此的教授得到发展，同时也为学生提供更好的服务，这也是全世界的一个趋势。此外，在发展过程中各个学院都应该寻找自己的优势，同自己所处的环境结合起来准确定位。

面对国内 MBA 间激烈的竞争，顾宝炎认为中国的商学院之间不是你死我活的竞争关系。“中国目前有庞大的生源和社会需求，中国的各大商学院应把焦点放在怎样为学生提供优秀的服务。”

北京大学光华管理学院副院长王其文更倾向于用“竞赛”而不是“竞争”来形容目前状况。（早报记者董娟 实习生彭莉）