

世事评说：中国大学要有赢利模式 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/281/2021_2022__E4_B8_96_E4_BA_8B_E8_AF_84_E8_c123_281290.htm 数亿农民将成为熟练的高级技工，还是缺乏技能的廉价劳动力，将决定中国经济是否有竞争力。这是对中国高等教育的最大挑战之一。中科大校长朱清时最近发表谈话，称社会既需要科学家，又需要厨师，大学应该培养蓝领；目前中国大学定位普遍太高，结构不合理，应该加速社区学院的发展。应该说，中国高等教育界并非没有有见识的人。朱校长和不久前强调大学要培养蓝领的一位北大副校长，都一针见血地指出了目前高等教育的弊端。社区学院的概念，也渐渐引起了公众注意。不过，仅仅发展社区学院恐怕还是不够的。中国的高等教育，还需要另类模式。我在不久前出版的《精英的阶梯：美国教育考查》中，比较系统地介绍了赢利性大学。赢利大学，大部分和社区学院在一个层级上，不过是由私有企业来运营，更加灵活，补充了社区学院和常规四年制大学的不足，值得中国教育界人士好好研究。我的书出版后，有两个发展特别值得注意。一是新东方在纽约股票市场的上市。新东方其实走的就是赢利性大学的模式，只是在中国没有这个名字而已。新东方上市成功，说明赢利性大学在中国大有潜力。另一个发展则出现在美国。今年出版的权威性杂志《高等教育编年》2005-06年度的年鉴版，开始刊载由芝加哥大学商学院整理的美国主要赢利性大学股票指数。这说明赢利性大学这一新军，已经被美国高等教育的主流接受为一支不可忽视的力量。我们谈美国的高等教育，不能仅仅是几个常青藤，还有各

州立学校，还有社区学院，当然也有这些赢利性大学。赢利性大学和传统大学的一个根本不同，就是完全遵从市场逻辑。这种模式，让对教育产业化十分警惕的中国公众有天然的抵触：市场会不会让学费飞涨，让大学变得上不起呢？回答这一问题，我们只需看看市场上的产品就明白。改革开放之初，取消了票证，有些东西是贵得让人买不起了。比如年轻人结婚的“三大件”（彩电、冰箱、洗衣机），要买全恨不得会倾家荡产。后来怎么样？市场规则一启动，造这些东西的厂家多了，产品丰富了，甚至过剩了。结果各厂家展开削价战，大家也不抱怨买不起了。赢利性大学的运营也是一个道理：提供教育服务就像造彩电，首先要质量好，否则没有人买；接下来则是压低成本，降低价格，让消费者买得起。竞争的结果，就是又便宜又好的教育。一个好的赢利性大学，不会烧钱建豪华校门，不会给一个三层的食堂装两个高档电梯，更不会弄高尔夫球场，而是严格遵守和造彩电一样的逻辑：加一个功能，造价涨了多少？消费者能否承受？只有消费者同意，才会把新的功能加上。Phoenix大学，是美国最大的私立大学，有30万学生，两万教师，也是一所赢利性大学。最近该校校长Bill Pepicello在接受合众社记者采访时指出，该校的原则是以小积大。Phoenix说白了就是个高等教育的连锁店，分布在全国39个州。一切从消费者（即学生）的角度考虑问题。比如，该校学生多是年龄较大、有工作的成年人，时间非常紧张。为了满足这些学生的需要，学校提出教室和停车场距离不超过步行五分钟的目标，好像麦当劳开店要让顾客少排队。在学费上，也尽量压低价格，一个学士学位修完的学费是三万到四万美元。学生由于常常有政府的奖

学金或公司一半的报销，自己从腰包里仅掏几千块就可以，大致相当于收入的十分之一左右。如今，该校买卖做大，准备斥资1.5亿美元购买著名橄榄球队亚利桑那Cardinals‘主场的冠名权，使Phoenix成为美国家喻户晓的教育品牌。该校的经费，将近5亿美元搞广告推销，将近10亿美元投资教育（即产品）本身，但仍然能压低成本。用Pepicello的话说，他们不像名校那样造橄榄球场等昂贵设施，反而可以省下钱来打造品牌。这样的赢利大学的成功，就建立在其“名不正言不顺”的身份上，所以一般不和主流大学抢风头，而是无孔不入地“钻空子”，到被主流大学忽视的地方去补缺。比如我们说的大学忽视了培养蓝领。这在美国的主流大学也是一样。但是，因为有赢利性大学这种修补匠，在这些问题刚刚暴露时就给解决了。比如，美国缺护士，缺中小学教师，主流大学培养的人才供不应求，赢利性大学很快就扑上去。其实，新东方在中国的成功也是类似。中国在未来若干年，有数亿农民进城加入产业大军。他们将成为熟练的高级技工，还是缺乏技能的廉价劳动力，将决定中国经济是否有竞争力。这是对中国高等教育的最大挑战之一。而现有的教育体制，恐怕应付不了这样的局面。所以，决策者们应该创造有利的政策环境，让大大小小不拿纳税人的钱，反而向国家交税的新东方们成长起来。（100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com