

MBA关注：中国成为国际知名商学院的必争之地 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/646/2021_2022_MBA_E5_85_B3_E6_B3_A8_EF_c70_646515.htm

MBA关注：中国成为国际知名商学院的必争之地 现在的中国比以往任何时候都更需要商学院。管理人才的供应已经远远无法满足经济高速增长的需求。与此同时，中国的企业 不管是民营企业还是国有企业 都在积极响应政府“走出去”的刺激政策，与世界上最优秀的企业相竞争。此外，这些企业同时还要应对国内的激烈竞争、快速更新的技术和不断变幻的宏观经济状况。这样看来，全球一些最知名的商学院开始瞄准中国，把中国作为下一个教育拓荒重地也就不足为奇了。在这方面，中欧国际工商学院(ChinaEuropeInternationalBusinessSchool，简称：CEIBS)是先行者，这让它在师资和硬件设施建设方面获得了先发优势。该学院新的品牌理念“中国深度，全球广度”(ChinaDepth,GlobalBreadth)把国际视角与对于在中国应如何运作的洞察相结合，吸引了中国和世界各地的学生。CEIBS副院长兼教务长奎尔奇(JohnA.Quelch)教授担任过哈佛商学院(HarvardBusinessSchool)高级副院长和伦敦商学院(LondonBusinessSchool)院长。他坚持认为，尽管欧洲经济动荡不安，CEIBS在中国的品牌并未因此受损。他说，德国依然非常受尊重。他还补充说，中国人喜欢放眼长远。奎尔奇在上海接受了记者班安祖(AndrewBrowne)的采访。以下是经过编辑的采访内容。 记者：跟中国所有其他机构一样，CEIBS似乎也在基础设施上投入了巨资。能不能跟我们分享一下你的扩张计划呢？ 奎尔奇：到2013年底，上海校区的面

积要扩大一倍。2010年，我们在北京设立了一个校区。目前，我们还在深圳办学，深圳代表处可能会在接下来的两到三年内转变成真正的校区。我们也有意西进。成都 西安

重庆三角地区有一亿人口，他们肯定有在当地建立商学院的需求，我们打算去满足这种需求。他们没必要 或者是不能够 飞到北京或是上海。斯坦福大学之所以存在就是因为哈佛大学一直以为加州人会很高兴去波士顿，从来没想到加州人想要自己的哈佛大学，也就是斯坦福大学。记者：在华外企最大的抱怨就是缺少管理人才。这对你们来说是不是一个巨大的机会？奎尔奇：首先，中国扩张的速度已经超过了经理人在经验上自我发展的速度，因此我们就要起到促进剂的作用。我们招收有经验的或者是很有潜力的年轻经理人，然后加快他们承担更多管理和领导职责这一进程的速度。其次，因为我们无法向每一个人提供服务 这一点是很显然的，因此我们的招收标准和招收政策的公正性对我们整体的经济影响力而言极其重要。记者：学生中大学毕业生和处于职业生涯中期的经理人各占多少？奎尔奇：我们更注重高级管理人员，就算是跟哈佛商学院相比也是如此。每年有1,000人从这里毕业，其中大约800人都是EMBA，平均年龄在40岁。另外200人是MBA，平均年龄为30岁。要有能力持续赢得40岁商界人士的关注和尊重，必须得有非常强大的师资队伍，教师必须非常注重实际，非常有经验。在亚洲的高管教育领域，我们是经营收入排名第一的商学院。我们有独特的能力来实现“中国深度，全球广度”这一目标。记者：这些年CEIBS的课程大纲的变化是如何反映出中国经济的发展动态的？奎尔奇：最初，我们注重的是金融、会计和营销等方

面的业务能力。现在，重点在一般管理能力和跨部门解决问题能力的整合。我们的课程重视的是快速增长的市场中的团队合作能力和领导力。记者：据说很多中国企业的一个弱点就是缺少综合管理，是这样吗？为什么会是这样？奎尔奇：主要原因是中国的企业都是由学工科的人管理的，这些人一般都有很强的金融、会计和经济学技能，但在领导力、变革管理、营销等方面则有所欠缺，某种程度上来说，在战略方面也是如此。所以说，我们在美国所说的“软技能”在中国处于欠开发状态。“硬技能”已经得到很好的开发。所以我们的课程特别注重的是，要在很多学生进入课堂就已经具备的硬技能的基础上，再开发他们的软技能。记者：问题的一部分不就在于，共产党内部存在的那些僵化的等级制度，有很多在国有企业当中同样存在吗？奎尔奇：可能是这样的。但我在中国发现有这么一种情况：(国有部门)没有谁会因为打破规则而得到提拔，但如果谁仅仅是遵守规则，他也不会爬上最高位置。所以在中国存在着一门艺术，既要主动发起新的行动，同时又不能引起混乱。记者：但这套体系能不能产生真正的创新？奎尔奇：如果投入相当数量的资金的话，我觉得可以。但实现创新无疑是国有部门面临的一个重大挑战。每一个国家的公共部门都有别于私人部门，不管是在英国还是在美国。方法、文化、风格不同，惯例不同。但我认为中国的公私差别还要更大，肯定大过美国。在中国，当人们即将分路，要么去国有部门，要么去私人部门的时候，那基本上就是物竞天择、适者生存了。与英国和美国的情况相比，人们有关这两部门想法的差别更为巨大。虽然国有部门拥有可助创新的丰富资源，但中国的创新出自私人部门的可

能性还是大得多。记者：你对“走出去”的中国企业有何建议？奎尔奇：中国企业不应以中国企业的身份走出去。它们走出去的时候，应当把自己当作能提供消费者乐于购买的重要的、差别化的、有价值的产品或服务的企业，来自哪个国家并不重要。记者：我们将在何时看到全球化的中国品牌兴起？奎尔奇：我觉得中国企业首先会在商对商部门、而不是商对客户部门增值。中国有很多人都在急切地等待第一个真正全球化的中国品牌进入世界最具价值品牌排行榜的前10名。我认为这一天的到来至少还有10年。但像华为(Huawei)、中兴(ZTE)这样的中国企业 这些企业拥有非常好的技术，知道如何投入资金进行技术收购，而且它们正越来越多地收购或聘请非中国企业来帮助它们成为全球性的角色。这些企业可能会成为中国企业海外增值过程中的领头羊。是的，会有联想(Lenovo)，会有海尔(Haier)，会有吉利(Geely) 我们作为消费者，都会有兴趣关心这些商对客户企业的命运起伏，但我认为商对商才是中国企业将会胜出的领域。你看目前的三一重工(Sany)：从长远来看，它将是卡特彼勒(Caterpillar)的一个竞争对手，前程远大。记者：你说中国企业正在越来越多地聘请外国人，并变得多元化起来。你能给出例子吗？奎尔奇：如果去看华为的英国网站，你会发现全都是关于贝辛斯托克(Basingstoke)这个地方的。网站没有把华为描述为国际品牌，而是描述为一家位于贝辛斯托克的公司。所以中国人的扩张将比日本人更快，因为日本的全球扩张到头来遇到的一个重要障碍，就是缺少有兴趣、有语言能力在国际市场打拼的日籍人才。而中国人要外向得多。或许是因为他们的走出去晚了30年，中国懂英文的人要多多了。窃以为，日本企

业做收购的时候，外籍高管马上就会撞上玻璃天花板，而对于中国企业里面的外籍人士来说，上升之路反倒会变得更加容易。在这方面带来真正改变的将是对等互利的方法。比如，如果/当苏敬轼(SamSu)成为第一位生于中国的《财富》500强(Fortune500)企业的华人CEO，他们就会允许非华人经理人才在旗下机构中自由流动。

记者：你在中国工作，最没有想到的事情是什么？

奎尔奇：最没想到的是中国没有周末。我一直是一个工作非常努力的人，但我发现，星期六星期天我参加专业活动的程度仍然让我感到惊奇。我是这样跟美国的朋友解释的：如果每周工作35个小时的话，即使你像中国人一样聪明，也无法实现每年10%的GDP增长速度。我记得韦尔奇(JackWelch)星期六还跟手下的人开会，这是很多人都知道的。但我觉得，对很多中国人来说，现在是一个充满机遇的历史时刻——一辈子一次、或许是千年才一次的时刻，谁都不想白白度过。所以很多中国人表现出百折不挠的决心，要为自己、为家人、为一个更美好的中国而在当下努力工作。

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