

百年·树·人

EMBA  
高级工商管理硕士

2002年，暨南大学管理学院成为中国第一批开展高级管理人员工商管理硕士（EMBA）学位教育的试点高校，正式开办EMBA项目，并且设立了EMBA教育指导委员会。十年来，走进暨南EMBA课堂的商界精英已近千名。暨南EMBA群体不仅在华南地区有着巨大的影响力，甚至辐射长江三角洲、环渤海地区等全国主要经济圈。

· 培养目标——华商领袖

1. 培养具有良好的中华文化认同感和社会责任感的现代企业高端管理者；
2. 培养能够将现代管理理念融通于中国管理实践的知识型高端管理人才；
3. 培养具有持续创新精神的学习型、开拓型华人企业家。

· 招生规模与开学时间

暨南大学每年招生三期：春季、夏季、秋季，开学时间分别为2012年3月、7月、11月。

· 学习证书

修满规定学分，完成硕士学位论文并通过答辩者，暨南大学将授予由国务院学位办统一印制的高级管理人员工商管理硕士（EMBA）学位证书。

暨南园·真如路

# 四海

智汇暨南 / 扬帆四海

2012.09 | 总第八期

EMBA  
高级工商管理硕士



暨南EMBA的下一个十年

## 传承·创新·引领

上一个十年，EMBA从2002年的初创，到今天成为在内地拥有六个教学点，影响大中华地区的一流商科教育，十年之间培育了近千余名华人企业家。AMBA国际认证、EFMD会员资格只是升级开始，EMBA的百年辉煌之路，从这里出发。

招生热线：+86 20 85220049 85220050 www.jnemba.com

暨南大学管理学院 地址：广州市黄埔大道西601号暨南大学管理学院203办公室 传真：+86 20 85222876 邮箱：emba@jnu.edu.cn



EMBA升级：厚积薄发 成就未来 · 百年暨南 辉煌E生 · 傅佩荣：至德至诚谓中庸 · 广百：华南百货零售业的领头羊



# 源河·城市花园又一力作 源河·新城广场

## 新城时尚中心 缤纷潮流世界

40层商业地标建筑 / 16万平方米商业广场 / 1000米特色购物步行街  
荟萃星级酒店、名店街 / 新城未来时尚商业中心



◆尊贵热线: 0763-6892222 ◆销售地址: 清远市新城区连江路55号城市花园销售中心

◆发展商: 清远市源河房地产开发有限公司 \*本以上图文资料以最终规划审核为准。最终以解释权归清远市源河房地产开发有限公司。



暨南大学  
JINAN UNIVERSITY

# EMBA 2002-2012 百年暨南 辉煌E生 10周年

### 智 · 汇暨南

## 暨南大学 2013 年 EMBA 新年晚会 暨喜迎暨南 EMBA 十周年华诞 (2002-2012) 庆典晚宴

主办单位: 暨南大学MBA联谊会  
暨南大学EMBA联合会  
暨南大学管理学院

活动时间: 2012年12月15日 (星期六18:30-22:00)

活动地点: 中国大酒店



# Contents 目录

## ▶ 18 COVER STORY 封面故事 暨南EMBA的下一个十年 传承·创新·引领

上一个十年，EMBA从2002年的初创，到今天成为在内地拥有六个教学点，影响大中华地区的一流商科教育，十年之间培育了近千名华人企业家。AMBA国际认证、EFMD会员资格只是升级开始，EMBA的百年辉煌之路，从这里出发。



### 卷首语 LETTERS FROM EDITOR

6 暨南EMBA，助力中国企业家

### 专栏 Colum

#### 激荡商圈 吴晓波

8 中国为什么没有独立的商业伦理？

在独特的国家治理模式之下，中国从来没有独立的工商运行体制，所以，从来就没有独立的商业伦理。

#### 品牌之路 卫海英

10 现代服务业发展与品牌建设

现代服务业是指依托先进技术和现代管理方式发展起来的、以生产性服务业为核心的信息与知识相对密集的服务行业

#### 管理前沿 黄文锋

12 公司治理理论：反思与启示

长期以来，对公司治理的一些根本问题学界一直存在着争论，甚至存在着许多模糊的认识。

### 14 新闻/News

#### 封面故事 Cover story

20 EMBA升级：厚积薄发 成就未来

22 吴菁：创办“暨南特色”的一流商科

23 林文生：

第二届EMBA联合会是2.0升级版

### 专题 Features

24 百年暨南 辉煌E生

——暨南大学EMBA十周年

(2002——2012)系列庆典活动

26 暨南大学EMBA学生组织及俱乐部介绍

27 暨南大学EMBA十周年大事记

28 刘人怀：走出去，为中国培养人才

# EMBA十年庆 清远欢聚嘉年华 ——暨南大学EMBA十周年庆典活动周

时间：2012年10月26-27日（周五——周六）

地点：清远狮子湖高尔夫球场、喜来登酒店

主办：暨南大学管理学院  
暨南大学EMBA联合会

EMBA  
百年暨南  
辉煌E生  
10周年



暨南大学  
JINAN UNIVERSITY

这是一个非凡的十年，这是一个值得铭记的十年，这更是一个属于我们的十年！为庆祝暨南大学EMBA十周年华诞，并为各班级同学及校友开辟一个更具吸引力的交流平台，第二届EMBA联合会于2012年10月26日至27日在山清水秀的清远举办EMBA嘉年华活动！

## 活动预告



### 暨南大学EMBA第一届班级高尔夫赛

10月26日 12:00 - 17:30

清远狮子湖高尔夫球场

### “健康生活·快乐人生”养生沙龙

10月26日 15:00 - 17:00

清远狮子湖夜岛

沙龙嘉宾：广州华侨医院资深中医、门诊办主任 陈超

### “清远狮子湖”户外主题摄影活动

10月26日 12:00-21:00

高尔夫球场、夜岛&喜来登酒店

活动特色：优秀作品展览、评选及颁奖

### “EMBA精英之夜”红酒晚宴

10月26日 17:00 - 21:30

喜来登度假酒店宴会厅

晚宴要求：男士须正装，女士须晚礼服出席（将评选最佳着装奖）

### “清远源河、恒远兆业”EMBA知行团

时间：10月27日 10:00-12:00

地点：清远市区

活动：参观EMBA同学企业，探讨公司战略发展方向



更多详情请咨询管理学院204沈老师，电话020-8522 0050  
或点击[www.jnemba.com](http://www.jnemba.com)。



# 四海

智汇暨南 / 扬帆四海

主办单位：  
暨南大学管理学院  
暨南大学EMBA联合会  
协办单位：  
暨南大学2010EMBA(1)班

编委会主任： 吴 菁  
编委会副主任： 林文生 刘晓瑞  
                  凌子山 黄万根  
执行主编： 林文生 凌子山  
编委会委员： 王庆祥 宋 卫  
                  方广华 刘 晓  
                  彭锦河 郑启勇  
                  胡 龙 余家驹  
                  侯志军 李松海  
                  王洁清 常 江  
                  王益男 林志坚  
                  陈超 孙 玲  
                  陆远贵 车大龙  
                  刘海燕 任 蕾  
                  张喜春 沈 丹  
                  赖国香 金宇鹏  
                  何 凯 孙 昊  
                  彭莉莉 龙妙君  
                  于丛丛  
记者： 廖丽娟 曾程程  
      闻武刚 白 静  
美术编辑： 陈中会

地址：广州市黄埔大道西601号  
暨南大学管理学院  
电话：(020) 8522 0050  
传真：(020) 8522 2876  
邮箱：emba@jnu.edu.cn  
网址：www.jnemba.com  
新浪微博：@暨南EMBA

特别鸣谢暨南大学2010EMBA(1)班全体同学对本杂志的大力支持与捐赠!



- 30 胡昕：在EMBA重新出发
- 31 张毅：在EMBA学会做生活的智者

### 移动课堂 Mobile classroom

- 32 四川——为社会担当责任
- 34 山东——齐鲁之地的世界企业

### 聚焦 Focus

- 36 继往开来 精彩纷呈
- 37 暨南大学第六届MBA联谊会换届选举大会胜利召开

## ▶ 35

青岛啤酒博物馆，仿佛一下子回到了100年前的青啤酒厂



## ▶ 36

### 论坛 Seminar

- 38 傅佩荣：至德至诚谓中庸
- 40 刘必荣：谈判谋略战

### 案例 Case

- 42 多元世纪：金融数据专家
- 43 华艺灯饰：铸造灯海的“航空母舰”
- 44 东莞松山湖高新产业区：合作共赢
- 45 海韵集团：旅游综合体
- 45 南海西海岸旅游集聚区：全国首个旅游产业园
- 46 广百：华南百货零售业的领头羊

### 视角 Perception

- 49 格兰特的企业文化建设
- 50 利润来自体系的实例运用

### 52 影像 Gallery

#### 广告索引

- 封二 源和·新城广场
- P1 十周年新年晚会
- P3 清远十周年嘉年华
- P5 DBA工商管理博士
- P7 P3 EMBA高级工商管理硕士
- 封底 暨南大学EMBA



**DBA**  
工商管理博士

DBA ( Doctor of Business Administration ) 工商管理博士项目，是由法国图卢兹商学院和暨南大学教授及管理领域的资深专家学者为中国本土企业家和企事业单位的高层管理人员量身定制。



- 培养目标：培养国际化视野和全球战略意识并能适应国际化竞争环境的社会精英和商界领袖。
- 招生规模：小班授课，每班限招25人；
- 学习方式：在职不脱产；星期五、星期六、星期日集中授课；第三学期在法国学习两周。中、英、法语(外语上课时配有翻译)
- 证书：学员完成全部课程学习，论文答辩通过，将获得：法国图卢兹高等商学院颁发的“工商管理博士”(DBA)学位；暨南大学工商管理博士研修班结业证书。

招生热线：020-85221385 020-85221545 www.jndba.com

暨南大学管理学院 地址：广州市黄埔大道西601号暨南大学管理学院208A办公室 传真：020-85221385 手机：13380041949





2002年，经国务院学位委员会办公室批准，全国30所高等院校开始EMBA学位教育。当年，清华大学拒绝了一位愿意出25万美元就读EMBA的学员，这一事件一时间被传为佳话，EMBA也被认为是并非有钱就能读的高门槛教育。十年过去了，今天的EMBA项目在国内各商学院遍地开花，办学规模上已经是世界第一。AMBA、AACSB、EQUIS这些代表着国际一流商学院的国际认证，也渐渐被冠在中国的EMBA项目上。

2002年的中国，刚刚加入世界贸易组织，在危与机中，中国的企业面临着来自全世界的竞争，而中国的企业家，则急需从早年“敢闯敢拼”的老板和谨慎传统的国企管理者，转型成为兼具理论与实际的现代企业家。回首当初，芝加哥大学商学院1943年首先创立了EMBA计划，当时创立的目的就是因为很多美国的高层人士在公司顶尖部门工作，却没有受过正式的商业教育，于是做出了针对这些CEO、高层人士开办EMBA课程的决定。

半个多世纪过去了，中国也面临着与当年的美国相似的问题，并同样采用了开办EMBA教育的方式，为提升中国企业家的整体素质而做出尝试。十年的历程，从模仿、学习到创新，中国的EMBA教育也在这十年中跟随着中国的经济发展，一起摸着石头过河，开创了一些具有自身特色的教育模式。

作为首批开展EMBA学位教育的试点院校之一，暨南大学准确把握“商学院当中的‘凤凰卫视’”这一定位，凭借百年暨南的商科底蕴，开创了一系列具有暨南烙印的教学模式，如：终身学习的华商教育理念、持续改进的“三三制”教学模式、汇聚庞大人脉商脉资源的校友网络计划、国内首创的华商管理案例基金平台、华南地区最具影响力的华商管理论坛等等。而AMBA认证和EFMD会员资格的获得，也证明了暨南大学EMBA走出了属于自己的道路。

十年树木，百年树人，中国的EMBA教育之路才刚刚开始，暨南大学的EMBA也乘风起航。本着丰富学员生活、延伸学员学习、搭建沟通平台的目的，也正值十周年之际，以原《暨南EMBA》内刊为基础改版，《四海》杂志应运而生。《四海》以关注EMBA这一高端商务人群的商业学习、企业经营与生活为宗旨，学习上做到理论教学与案例分析教学统一；商业上做到理论性与实践性并重，同时在生活上引导休闲理念，关注生活品质，提倡新的生活、休闲、消费方式。

承育人之正道，启华商管理智慧，《四海》之创刊，取暨南校史“声教讫于四海”之意，同时也将反映暨南EMBA十年教育取得的丰硕成果，寄愿《四海》伴随暨南EMBA扬帆起航，再创辉煌！

EMBA  
百年暨南  
辉煌人生  
2002-2012  
10周年

承道启智  
扬帆四海  
十年百  
路行

1906年，清政府为“宏教泽而系侨情”而设学于六朝古都南京，创办了中国第一所国立华侨学校暨南学堂。  
2002年，暨南大学管理学院成为中国第一批开展高级管理工商管理硕士（EMBA）学位教育的试点高校。  
2012年，暨南EMBA迎来十周年庆典，近千名商界精英智汇暨南，谱写百年商科名校新篇章。

2012年暨南大学高级管理人员工商管理硕士  
EMBA现正热招！

暨南大学每年招生三期：春季、夏季、秋季，秋季班开学时间为2012年11月。



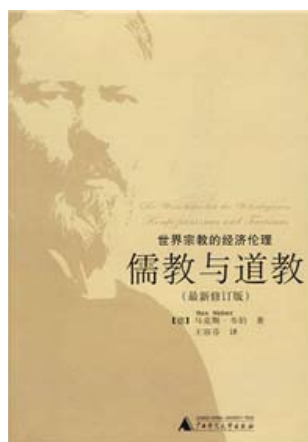


吴晓波

暨南大学管理学院  
客座教授

## 中国为什么没有独立的商业伦理？

在独特的国家治理模式之下，中国从来没有独立的工商运行体制，所以，从来就没有独立的商业伦理。在这样的前提下，造成的另外一个结果是，企业家阶层对自身的身份认同感非常薄弱。



作为韦伯论述的对应体，东方文明从此陷入到一个巨大的被动境地之中。它必须解释，为什么众多早慧的东方文明无法诞生资本主义？

为什么在西方文明中，而且只有在西方文明中，出现了一个(我们认为)其发展具有世界意义和价值的文化现象，这究竟应归结于怎样一些环境呢？

1904年，四十岁的德国宗教社会学教授马克斯·韦伯提出了这个问题。恐怕连他自己也没有预料到，也就是从这个设问开始，西方资本主义完成了一次自我的伦理轴心化。马克斯·韦伯打开了一扇新的窗口，他将人类文明的新革命——资本主义运动进行了一次非经济层面的文化诠释，从宗教伦理、民族传统的角度重新诠释乃至定义了资本主义的精神。他的这一工作产生了决定性的成效，一直到今天，它仍然是一个世界性的共识。

作为韦伯论述的对应体，东方文明从此陷入到一个巨大的被动境地之中。它必须解释，为什么众多早慧的东方文明无法诞生资本主义？韦伯在另一本作品《儒教与道教》中分析了中国宗教的这两种基本形式对经济生活的理性化能力问题。他断言，无论是哪种都不具备新教那样的责任伦理观，因为儒教，作

为支配性的终极价值体系，始终是传统主义取向的，对于世界所采取的是适应而不是改造的态度。

到1980年代之后，随着新儒家的兴起，一些美国及台湾的华裔学者——如余英时和杜维明等人——决定在韦伯流连过的战场上寻找新的出路，他们试图证明儒家的千年伦理传统，从先秦的孔孟到明代的王阳明、清代的乾嘉汉学，都贯穿着强烈的济世情结，儒家的众多伦理概念——如均贫富、先天下之忧而忧、后天下之乐而乐等等——与现代工商精神有天然的契合点。杜维明甚至认为，只有儒家伦理才能解决当前的资本主义危机，儒家主张天人合一，它的人文精神是全面的，不是单一的。它突出人和自然的协调，以和而不同的原则处理人与群的关系，对过分强调科学主义、效率、自由的西方价值观是一个反驳。

时到今天，尽管余英时和杜维明的观点在西方知识界还没有得到广泛的认同，然而，在华人学界却逐渐形成为一

费正清曾经说过，中国商人最大的理想就是，他的子孙不再是商人。

股主流的意见。不过，有一个问题却始终没有人解答——如果余英时和杜维明的立论成立，儒家伦理与现代工商精神有天然的契合之处，但为什么中国的现代化仍然如此艰难？

要回答上述疑问，并不容易，在我看来，答案有两个：其一是经典儒学大师对经济行为的蔑视。在先秦诸子中，孔孟对工商业的阐述很少，到汉武帝时期采取独尊儒术的国策之后，历代儒家在经济政策上少有突破；其二，则与中国的大一统政体有关。自公元前221年，秦始皇统一中国以来，在中央集权的帝国模式之下，历代治国者形成了丰富的、中国式的行政模式和经济治理经验，与之相伴随的，则出现了极富特色的、先盛后衰的工商文明。当中央集权形成之时，必是专制生成、民间羸弱之际，而当地方坐大之时，又必然产生割据分裂的景象。中国所有朝代的兴衰更替，无一不是这一逻辑的具体表现而已。而在这一轮回中，工商经济一次次地成了牺牲品和殉葬品。

于是，两千余年来，我们看到的景

象正是，在独特的国家治理模式之下，中国从来没有独立的工商运行体制，所以，从来就没有独立的商业伦理。在这样的前提下，造成的另外一个结果是，企业家阶层对自身的身份认同感非常薄弱。

自古以来，对经商者身份的鄙视不仅仅来自统治者及知识阶层，甚至连他们自己也对此颇为不齿。费正清就曾经说过，中国商人最大的理想就是，他的子孙不再是商人。即便到了晚清，先进如张謇，也把自己的下海经商称之为舍身喂虎。上世纪二十年代期间，上海的出版事业空前繁荣，杂志及图书印刷总量竟已超过美国，各种杂志百家齐放，可是却没有一本商业杂志——仅见的一本是张公权等人创刊的银行公会内刊，在社会上并没有公开的影响力。

我们可以认定，企业家阶层开始对自己具备了一定的身份认同意识，是本次改革开放的一个重大事件。当然，从现今的景象看，这种身份认同仅仅体现在财富自觉的层面上，在阶层自觉上，还远没有开始。





**卫海英**  
暨南大学管理学院  
教授

## 现代服务业发展与品牌建设

现代服务业是指依托先进技术和现代管理方式发展起来的、以生产性服务业为核心的信息与知识相对密集的服务行业，主要包括金融业、物流、服务外包、信息、商务会展、文化创意、科技服务业、总部经济等。

现代服务业是中国特有的提法，1997年9月，党的十五大报告中首次确认了现代服务业的概念。

现代服务业是指依托先进技术和现代管理方式发展起来的、以生产性服务业为核心的信息与知识相对密集的服务行业，主要包括金融业、物流、服务外包、信息、商务会展、文化创意、科技服务业、总部经济等。现代服务业的基本特征可以概括为“四高”和“四新”。“四高”是：高人力资本含量、高技术含量、高文化含量、高附加价值；“四新”是：新技术、新创意、新业态、新服务方式。

### （一）我国现代服务业现状与问题

国外现代服务业的发展呈现出蓬勃发展的态势，为国民经济及就业做出了重大贡献，而中国现代服务业则起步较晚，与国外发达国家存在一定的差距。

1、现代服务业发展不断加快，但比重较低且结构不合理

首先，与发达国家和地区相比，我国服务业对经济的贡献度仍较低，其中现代服务业的贡献更低，根据数据表明，2006—2010年我国第三产业增加值、2006—2009年现代服务业增加值逐年增长，服务业与现代服务业占GDP的比重同

样处于上升趋势，但是同发达国家相比，这两项指标的比重依然较低，分别为40%和20%左右，显著低于发达国家70%和50%左右的水平。

其次，现代服务业的内部结构不够合理，在现代服务业中，房地产业和金融业这两个行业对第三产业增长的贡献率占了近50%，真正能体现现代服务业本质内涵的其他行业占比都还比较小。

### 2、现代服务业区域发展不平衡

我国东部与中西部第三产业增加值占全国第三产业增加值的比重呈逐步拉大之势。服务业发展的层次存在明显的梯度差异，最发达的上海、北京、广州等地产业结构已经演变为“三、二、一”格局。同时，在这些发达地区，服务业的发展正在向现代服务业转变。中西部欠发达地区除教育和旅游发展条件较好外，整体看服务业发展层次较低，发展后劲不足。现代服务业这种发展水平的不平衡主要体现在产值和占比上。例如，2010年北京现代服务业产值达到7119.10亿元，占服务业产值的67.16%，比例全国最高，而贵州、江西、内蒙等落后省份都低于45%

3、现代服务业对外开放度不高，FDI的投向不合理

联合国贸发会议公布的《2004年世

### 浅谈品牌营销



【浅谈品牌1】什么是品牌？说白了，就是一说到某类东西，人们就认你。比如一说到手机，人们就认苹果、三星、HTC等；一说到西式快餐，人们就认麦当劳、肯德基等；一说到高档汽车，人们就认奔驰、宝马等。人们认你，你就是品牌；人们不认你，你就不是品牌。



【浅谈品牌2】品牌究竟有什么用？对顾客来说，品牌让顾客买得有面子（价值增加）、买得放心（降低风险成本）、买得方便（降低时间成本）。对于企业来说，品牌让产品卖得更贵、卖得更多、卖得更久；所以品牌为顾客和企业都创造了很高的附加价值。品牌，是顾客的追求、更是企业的梦想！



【浅谈品牌3】品牌如何定位？所谓定位就是你等于什么。  
1.一个品牌只能代表一个品类，不能所有产品通用。苹果、宝洁是这方面的正面教材；海尔、沃尔玛是这方面的反面教材。  
2.定位需要解决三个问题：你为谁服务（目标客户）、你为顾客提供哪方面的服务（产品线）、你为顾客解决什么问题（核心价值）。

界投资报告》显示，全球FDI的重点已转向服务业，早在1990—2002年的12年间，第一产业和制造业在全球跨国投资中所占的比重已分别由9%和44%，下降4%和29%，而同期服务业的比重则由47%上升到67%。

2009年我国利用FDI的主要领域仍是第二产业，第三产业只占42.8%。另外，从现代服务业利用FDI的情况看，主要集中在房地产业，而房地产业并不是我国目前现代服务业重点发展的行业。

4、国家对发展现代服务业日趋重视，但发展软环境仍需改善

发展服务业的基础条件与发展制造业有很大区别。发展制造业依靠的主要是要素优势(资本、劳动力、土地和资源)和硬件基础设施，而发展服务业尤其是现代服务业依靠的则主要是制度优势(法律、信用、文化、知识产权、公民社会的自由和人权等)以及依靠这种软实力所吸引的大量高层次人才。这种情况说明，如果说制造业发展主要是靠要素驱动的话，服务业发展则主要是靠制度驱动。从这个意义上说，我国的制度等软环境需要大力改善。现代服务业的发展需要鼓励发展现代服务业政策举措和专项扶持计划的不断推出。

### （二）现代服务业发展趋势

#### 1、制造业的服务化

制造业与服务业的融合趋势。一方面，许多制造企业的专业服务呈外包趋势，使制造业和服务业之间彼此依赖的程度日益加深。另一方面，制造业对服务的关注热情也是空前高涨，从通用电

气、施乐、惠普、IBM到海尔，这些利润大都来自产品销售的企业正迅速转变为服务提供商。

#### 2、服务业的标准化

现代服务业，特别是一些高技术含量的服务业，信息服务很多都是标准化，和制造业一样，服务业生产的标准化也有利于提高劳动生产率和降低服务成本，而且谁先制定和达到标准，谁就取得了主动。

3、服务业的全球化——服务外包成为现代服务业国际化转移的重要途径

服务业跨国转移是制造业全球化的自然延伸，也是推动服务企业全球化的重要力量。据联合国贸发会议估计，未来几年全球服务外包市场将以30%~40%的速度递增，保守估计，今年可超过1600亿美元(麦肯锡,2009)。

#### 4、服务业的品牌化

无疑，品牌是国家、地区、企业最重要的竞争砝码，世界百强品牌中近半数为服务品牌。同时，在2007—2009年金融危机期间，服务品牌数稳定中增长，但我国目前尚未无品牌进入世界百强品牌。

### （三）现代服务业的品牌建设举措

现代服务业的品牌建设在参照服务业品牌建设的基础上，还应根据中国实际进行品牌建设。

（1）实施“总部+制造基地”模式，打造一流现代服务品牌

随着城市规模的不断扩张及其功能结构的复杂化、多元化，服务业集聚方式逐步由单一、集中的大型中心商务

区模式（即CBD），演变为分散化、多极化、园区式的功能集聚模式（即CRD）。以伦敦、纽约、东京为代表的世界级城市，都经历了单个CBD到微型CRD网络初步建立的过程。

（2）完善物流环境，打造现代服务业区域服务品牌

现代服务业是社会经济链条中的重要一环，对现代服务业聚集区前期给予物流补贴之后可按企业每年的缴税额返还一定金额，用于补贴企业的运输支出。完善物流环境的根本办法在于打造交通枢纽中心，形成快捷产品的进出信道。

（3）提高现代服务业员工素质，打造人才服务品牌

现代服务业应以知识经济为依托，把人力资源当作第一资源，除了招聘、选拔、使用之外，更注重培训，培养具有国际化的视野的企业家队伍，管理团队、专业人员，形成核心竞争能力，多渠道、多形式、多层次地开发现代服务业集聚区的人才资源。通过人才的培养与引进，打造中国现代服务业的人才品牌。

品牌是国家、地区、企业最重要的竞争砝码，世界百强品牌中近半数为服务品牌。同时，在2007-2009年金融危机期间，服务品牌数稳定中增长，但我国目前尚未无品牌进入世界百强品牌。





黄文锋

暨南大学管理学院  
教授

## 公司治理理论：反思与启示

公司治理的两个关键要素——物质资本和人力资本孰轻孰重；公司治理的机制——是“股东至上”还是利益相关者；公司治理的模式——是坚持多边治理还是坚持单边治理？

长期以来，对公司治理的一些根本问题学界一直存在着争论，甚至存在着许多模糊的认识。如在公司治理的两个关键要素——物质资本和人力资本孰轻孰重；公司治理的机制——是“股东至上”还是利益相关者；公司治理的模式——是坚持多边治理还是坚持单边治理等方面长期以来都形成了截然不同的派别。我们认为，对这些问题的深入思考，不仅有利于公司治理理论不断发展，更重要的是对当前中国企业制度的演进产生积极的推动作用。

### 一、剩余索取权分享的依据是什么

中国企业家论坛首席经济学家张维迎对物质资本享有剩余索取权的逻辑是，物质资本所有者投入了专用性资产，所以理应享有剩余索取权，否则就会导致投资不足。中国人民大学教授方竹兰则认为，人力资本也具有投资专用性的特点，而且证券市场使物质资本的退出风险大大减少，所以人力资本也应该享有剩余索取权。

在现行法律条件下，企业实行的是注册资本金制度，也就是说，物质资本起到了一个抵押的作用，成为事实上的剩余索取权的拥有者。后来人力资本也分享剩余索取权，是由于人力资本对企业价值创造的关键作用，离开人力资本，其它要素就

会变成一堆死的要素，所以博弈的结果，是二者分享剩余。物质资本的抵押功能和人力资本驾驭风险的各种能力都可以称为专有性。他们凭借各自专有性的大小而分享剩余索取权。

### 二、公司治理机制，是“股东至上”还是利益相关者

所谓“股东至上”的治理机制，和资本雇佣劳动有着相近的意思。它的基本意思由古典企业观发展而来，即企业是为股东服务的。在现代企业，股东和经理分享剩余，所以人们认为“股东至上神话被打破”，企业应该为利益相关者服务。

应该说，企业一诞生，就是为利益相关者服务的。只不过相关者有各种不同的层次。职工从企业里得到工资，债权人得到利息，消费者得到企业的产品，供应商实现自己的收入，国家得到税收。他们都是企业的利益相关者。任何企业从开始都是满足这些相关者的利益的。它在满足相关者利益的前提下才能生存下去。所以，利益相关者是企业存在的题中之义。

### 三、公司治理模式，是坚持单边治理还是多边治理

张维迎被认为是单边治理模式的代

表。杨瑞龙（中国经济学家、中国人民大学经济学院副院长）则坚持利益相关者的多边治理。一般人认为，单边治理容易造成小股东、职工等弱势群体利益的侵害，所以让全体要素都参加公司治理就会避免这种局面。

其实公司治理模式是由投入到企业各要素所有权的性质决定的。从人力资本投入的不确定性看，让其拥有剩余索取权是理想的选择，从物质资本承担了企业不确定性看，让物质资本拥有剩余索取权是理想的选择。作为追求效用最大化的经济人，在现实中博弈的结果，既没有让物质资本独享剩余，也没有让人力资本独享剩余，实际情况是物质资本和人力资本分享剩余。这一事实也是公司治理形态的逻辑基础。

由于人力资本的投入不是清晰的，所以治理的关键变成如何监督和激励他的“投入”，谁来监督和激励这一关键要素呢？只有分享剩余的物质资本才有动力监督和激励人力资本。

怎样才能使人力资本受到最充分激励的问题。从我们上面分析的情况看，让制造风险的人力资本成为长期利益共同体内的要素是解决这一问题的关键。

### 四、物质资本与人力资本孰轻孰重

张维迎从物质资本风险承担和信号显示功能，得出让物质资本所有者享有剩余是最佳所有权安排的结论。周其仁立足于人力资本与其所有者的不可分离性，得出人力资本只可激励不可压榨。并指出，即使在两权分离之前，起决定作用的也是人力资本，是隐藏在物质资本后面的人力资本。

看上去，一个强调物质资本，一个强调人力资本，其实从企业发展的过程看，二者是统一的。

纵观任何企业发展的历史，绝大多数企业都是由当初的所有者在很少的物质资本基础上发展起来的，起决定作用的是物质资本后面的人力资本，而不是

中国企业家论坛首席经济学家张维迎对物质资本享有剩余索取权的逻辑是，物质资本所有者投入了专用性资产，所以理应享有剩余索取权，否则就会导致投资不足。



开始那点微不足道的物质资本。在竞争日趋激烈的知识经济时代，人力资本对企业发展越来越至关重要。为了给管理者以激励，开始了与管理者分享剩余索取权的博弈。所有者为了激励管理者，会不断的出让剩余索取权。当管理的股份越来越多达到某一限度，管理者就会像对待自家企业的时候，这样又达到了物质资本和人力资本合二为一的理想状态。

企业发展的过程就是从股东与经营者合二为一独享剩余向职业经理出现而分享剩余再向既是股东又是经营者这样的否定之否定的高级状态过渡。从总体上看，中间状态是一个永恒状态，而两端都只是一个暂时状态。无论企业处在哪个阶段，人力资本一直是企业价值的创造者。但不论在哪一阶段，物质资本（或者长期利益共同体）都是监督和激励人力资本最“革命”的力量。所以，物质资本和人力资本对企业发展的作用，它们之间是一种因果关系，二者并不相互对立。

### 五、对国企改革的启示

从本文的分析范式看，公司治理的关键有两点。第一，要找出“谁是企业的所有者”？即谁在长期利益共同体内？第二，财富创造的关键性要素是否

受到监督和激励？是否在长期利益共同体内？

我国国有企业的经营者是无产者，受各种因素的影响，他们和企业不能结合为长期利益共同体。而物质资本所有者是抽象的全国人民，真正发挥作用的是各级人民政府的官员，因而是物质资本的代理人。作为代理人，他们也是无产者，不可能和企业结成利益共同体。所以，从公司治理的核心要素看，关键的人力资本没有进入长期利益共同体，物质资本和其他要素也在共同体外面。国有企业没有长期利益共同体，也就是说国有企业是一个没有所有者的“公共地”！

从物质资本与人力资本重要性的角度看，由于国有企业没有资本监督和激励劳动，所以人力资本发挥其关键作用就失去了前提。因而也就不能由可能变为现实。所有这一切追根溯源都可以归结到一点，即国有企业的治理机制违背了公司治理“股东至上”（或者“长期利益共同体至上”）的自然逻辑！

改革的出路在何方？第一，让关键要素进入长期利益共同体；第二，寻找物质资本所有者(长期利益共同体)，让其监督和激励劳动，这样人力资本才有可能变为企业里的关键力量，才能实现企业的保值增值。☞





## 生活

陆远贵

生活是现实的，不是想做什么就可以做什么的，但每个人都真的好想做点自己喜欢的事，那就只有一个办法，把眼前的事情做好，等物质与精神都积淀到一定程度的时候，再去做你想做的，无牵无挂。

——暨南大学EMBA

2011（1）班 陆远贵

## 佛

方广华

佛为心，道为骨，儒为表，大度看世界。技在手，能在身，思在脑，从容过生活。三千年读史，不外功名利禄；九万里悟道，终归诗酒田园。

——暨南大学EMBA

2010（3）班 方广华

## 销售恋爱学

广东MINGMINGBAIBAI

我一直特别推崇销售恋爱学，我不认为一个不懂爱情或不会追女孩子的人能成为金牌销售。女孩子的心需要花心思揣摩，客户的需求和反馈也需要精准的分析。如果你是她的那杯茶，利用鲜花攻势甜言蜜语投其所好，她自然感动得一塌糊涂，很快就一拍即合。如果你不是她的菜，你的死缠烂打只会让她不胜其烦。

——暨南大学EMBA

2011（1）班 曾明



①

### 承泽暨南 扬帆四海 ——暨南大学2012届EMBA毕业

2012年夏，又有一批EMBA学子在美丽的暨南园里完成了学业！

经历了数个模块的课程学习与论文写作与答辩等，暨南大学2012届EMBA毕业生们顺利完成了高级工商管理课程的学习，利用学习的理论知识与实践工作相结合，为社会创造更大的财富。

换上硕士袍，在老师们的指引下，毕业的同学们济济一堂，在管理学院一楼大堂与学校领导、管理学院领导、授课教授等亲切合影。随后，2012届EMBA毕业生前往暨南大学2012届硕士研究生毕业典礼主会场——邵逸夫体育馆参加学位授予仪式。在庄严的校歌声中，每一位毕业生穿着崭新的硕士学位袍，由胡军校长等为每一位同学行拨穗礼。学位授予仪式后，毕业同学们前往学校明湖楼餐厅设宴谢师。谭跃副院长代表学院对2012届毕业生表示衷心的感谢！他在讲话中指出：暨南大学管理学院是每一位毕业生的

②

### 我校EMBA师生在《中国市场最具领导力EMBA》评选活动中获多项奖项

第九届《中国市场最具领导力EMBA》发布会暨第九届中国EMBA高峰论坛于2012年7月7日在北京友谊宾馆贵宾楼成功举办。《中国市场最具领导力EMBA》是国内最早和最具影响力的EMBA评选活动，从2004年开始，评选每年发布一次，至今，已经成功进行九届。

暨南大学管理学院自2002年成为首批EMBA办学的院校以来，一直秉承着“忠信笃敬”的校训，贯彻“侨校+名校”的既定战略，以百年商科教育作为强有力的支撑，直面中国管理实践的旺盛需求。十年来，暨南EMBA求实创新、与时俱进，不断改进和完善管理教育的机制、形式和内

“家”，今天拿到证书，只是人生的一个阶段。他深情的希望，每一位毕业的同学牢记暨南情，“常回家看看”！

2009（1）班林志坚同学作为EMBA毕业生代表在发言中对每一位老师的辛苦付出表示衷心的感谢，暨南大学EMBA让我们有缘相聚在一起，这是难得的“缘分”；

多年来，暨南大学管理学院校友和同学们积极关注和支持母校教育事业的发展，为便于学院统筹同学们的爱心款项，倡议成立“扬帆管理教育基金”。

为感谢母校的教诲，毕业的各班级纷纷为母校捐资或捐物留念。2009（2）班由曾刚与林维义两位同学共同捐资发起设立“弘信明道优秀班主任基金”；2010（1）班捐款96000元用于EMBA杂志的设计与制作；2009（1）班捐赠工艺品《乐逍遥》一件；2009医药班捐赠陶瓷工艺品一件。

容，培养了近千名EMBA优秀学子，为新世纪的华人经济力量书写了浓墨重彩的新篇章！

本次评选，暨南EMBA名师马明达教授获得了“中国EMBA荣誉教授”的称号，马教授是著名历史学家，曾作“百家讲坛”主讲人特邀嘉宾，凤凰大视野“奥运百年”系列节目主讲嘉宾、中央电视台《探索·发现》栏目主讲人。他主讲的《企业社会责任与商业伦理》一课深受同学们的欢迎。另外我校优秀学子柯荣卿、叶惠全、梁上燕、谢秉政四位同学获得“中国EMBA荣誉毕业生”称号，在此表示热烈的祝贺！

③

### 浓浓夏日，正是开班好时节 ——记暨南大学2012年EMBA夏季班开班典礼

2012年7月12日，2012年夏季EMBA班开班典礼隆重举行。出席此次开班典礼的领导和嘉宾有：暨南大学管理学院党委主持工作副书记张耀辉教授、管理学院副院长孙彧老师、暨南大学校友与社会合作发展办公室副主任安衡老师、管理学院专业学位办公室主任朱长德老师、MBA项目部主任邓地老师、EDP项目部主任吕新艳老师、EMBA联合会主席林文生、EMBA联合会秘书长刘晓瑞、MBA联合会副秘书长蔡锦春等，典礼由管理学院EMBA项目部主任凌子山老师主持。

签到、领取书包、照个人相、团队融冰……正式典礼开始前，在EMBA项目部老师们的引领下，2012年EMBA夏季班的新同学们正式踏入了暨南大学EMBA大家庭。

④

### 赴“塞班”，享“阳光”——2012年塞班岛“阳光之旅”GOLF精英邀请赛

2012年7月27—7月31日，暨南大学OK高尔夫球队首次境外赛事拉开帷幕，此次赛事由在MBA联合会会长叶惠全校友鼎力支助。

第一场球赛于当地时间13:00准时开赛。球场是珊瑚海景高尔夫球场(COP)，其球道中以第7、14两个跨海洞最有名，是球场景观最美的洞，由于这两个洞都对着珊瑚礁，球场也因此而得名。

塞班岛“阳光之旅”GOLF精英邀请赛的开球仪式于29日8:30在劳劳海湾高尔夫球场东岸球场(LLB-EAST)洞隆重举行。球场拥有塞班最新的东、西两个锦标赛场，设计风格完全迥异，一个平静，传统；一个险峻，创新。本场比赛的东场全长5839码，18洞72杆标准杆，球道中以第5、6、7洞跨海洞最具挑战，尤其是长382码par 4第7洞发球台在山崖旁，球道左

管理学院党委副书记张耀辉教授向新生致欢迎辞，他首先祝贺大家成为暨南大学EMBA中光荣的一员。第五届MBA联合会副秘书长蔡锦春先生代表暨南大学MBA联合会向新生们简单介绍了暨南大学MBA联合会及其一些活动。新当选的第二届EMBA联合会主席、EMBA2011（2）班班长林文生同学则代表EMBA联合会欢迎大家的加入。

广百地产董事、总裁叶健先生代表新生发表了新生感言。叶健先生首先表达了自己对即将展开的EMBA学习，特别是EMBA教育中的海内外培训交流活动的期待心情。认识更多来自不同行业的同窗好友，重新体会校园文化，体会暨南大学忠信笃敬的伟大校训也是全班同学选择EMBA之旅的重要目的。

边是海，球洞朝向果岭呈下坡走势，果岭很小且有沙坑，风向由山区吹向海湾，一不小心球就会掉进Lao Lao Bay海湾中，给队员击球提出了极大的挑战。

当晚，在天宁岛酒店的户外享用园林烧烤晚餐并同时举办颁奖仪式，预祝2012暨南大学塞班岛“阳光之旅”GOLF精英邀请赛的完美收官。

经过两天激烈的角逐，最终李福生副队长以总成绩159杆摘得总杆冠军，亚军和季军由林小键、谢立新分别以164杆、169杆获得。净杆冠亚军由吴孟宗148.6杆、叶惠全148.8杆、贺文良148.9杆分别获得。此外，宾民获最近洞奖，谢立新获最远距离奖。海风、细雨、啤酒、烤肉、土风舞、欢声、笑语……，勾勒出了一幅令人难忘的动人画卷，为2012年塞班岛“阳光之旅”绘上了最鲜明的色彩。



## 优秀人物的八大特征

总裁语录

一个优秀人物的八大特征：1、热爱生命，相信未来；2、对工作专注、喜欢并创造性发挥；3、关心他人感受；4、追求成就感和荣誉感；5、进取心强，不断学习成长；6、对于财富、名声、权力没有过分的贪欲，得失之间天高云淡；7、真诚、坦率、阳光的个性；8、把自己当人看，但不把自己太当人看。

## 九大商业模式

查立

商业模式，就是仔细想清楚你如何赚钱：1. 谁付你钱 - 客户；2. 你给客户啥好处 - 价值；3. 你如何让客户掏钱 - 营销；4. 你如何将价值送达客户 - 渠道；5. 你如何做 - 主要任务；6. 你缺少什么 - 资源；7. 谁能帮助你 - 合作伙伴；8. 你有多少种赚钱方式 - 产品线；9. 你需要花费才能赚到钱的成本结构。

## 我们的家园

深圳张庆云

有一种快乐叫上学，有一种奢侈叫读书，有一种享受叫思考，有一种造化叫顿悟，有一种债务叫成功，有一种成本叫孤独，有一片沙漠在心底，有一种需求叫倾诉，有一种成长叫放下，有一种解放叫归属，有一个王国叫心灵，有一种境界叫自如，有一种缘分叫同学，有一个家园叫暨大

——暨南大学EMBA

2011（1）班 张庆云







## 什么是客户

商界

【什么是客户】1、客户就是朋友，客户就是总经理的客人。2、我们是依附客户存在的，不是客户依附我们存在的。3、我们不是通过服务在帮助客户，而是客户在帮助我们。3、客户不是一个客观的数字，同我们一样具有偏见、成见的人。4、客户不是我们事业的局外人，而是我们事业的局内人。

## 精英文化

韦伯

马克斯·韦伯曾说：一个国家之所以落后，往往不是由于其民众落后而在于其精英落后。同样，一个企业要想在波涛汹涌的商海中随意驰骋，掌舵的精英们责任重于泰山。

## 用什么留住员工

HR世界

【用什么留住员工】在受访的HR中，1、选“事业留人”的占53%；2、“金钱留人”占23%；3、“感情留人”占15%；其中，在“事业留人”上，首选通过“帮助员工制定未来职业发展目标”方式的，占到了参与调查人员的52%，其次为提供培训和学习机会，如在职EMBA培训、工作轮岗等，占到了20%。

微·分享

5

## 暨南大学缅华MBA项目首期班开学典礼

2012年8月31日，暨南大学、乃至中国大陆首个真正意义上境外合作办学的MBA项目——缅华MBA项目（Myanmar-China MBA Program）首期班开学典礼在缅甸华商会隆重举行。暨南大学管理学院主持工作副院长谭跃、中国驻缅甸大使馆领事主任卫修锋、缅甸华商会会长赖松生、副会长陈民昆等出席了开学典礼。出席开学典礼的嘉宾还有缅甸政府部门官员和来自不同行业的主管。同时，开学典礼吸引了缅甸MRTV4、SKY NET电视台、中央电视台、《光明日报》等多家新闻媒体的到场。

开学典礼由暨南大学管理学院MBA项目部主任邓地主持。学员们来自缅甸社会不同的行业与领域，包括了缅甸人，缅甸华侨华人和缅籍印度人。

管理学院主持工作副院长谭跃、仰光经济学院原企管系主任Daw Hla Myint教授分别发表演讲。他们都指出，缅甸正值改革开放之际，缅甸社会的发展急需人

才，对于高级管理人才资源的培养至关重要。在世界经济中心正在东移的今天，暨南大学缅华MBA项目为缅甸学子们提供了一个很好的学习中国管理理论、商业经验与商业文化平台和机会。

随后，暨南大学管理学院黄伟力副教授作为教师代表发言。缅华MBA项目首期班学员代表、缅甸仰光省电力与工业部长吴延吞乌（U Nyan Tun U）讲话，表达了对暨南大学和缅甸华商会合作开办缅华MBA项目的深切感谢。

最后，管理学院主持工作副院长谭跃给缅华MBA项目首期班全体学员颁发暨南大学校徽。开学典礼结束后，部分嘉宾与学员接受了媒体的采访，并合影留念。暨南大学缅华MBA项目筹备已逾一年，开办这一项目是暨南大学“声教讫于四海”、服务华人社会的侨校宗旨的体现，也是符合当前缅甸社会发展需求的一个机遇。

6

## 我校“经济管理实验教学中心”获批“十二五”国家级实验教学示范中心项目

近日，教育部公布“十二五”国家级实验教学示范中心评审结果，暨南大学“经济管理实验教学中心”获批，中心主任由副校长、管理学院代理院长宋献中教授担任。此次全国共评出100个示范中心，其中广东省4个。这是暨南大学继2008年获批媒体实验教学中心之后，再一次获得国家级实验教学示范中心项目。

国家级实验教学示范中心项目是教育部“质量工程”重要建设项目之一，也是质量工程中含含金量较高、获批难度较大的一个项目。该项目是高等学校实验教学研究和改革的基地，引领全国高等学校实

验教学改革的方向。

教育部副部长杜玉波在光明日报发表署名文章“关于创新人才培养的几个问题”（详见光明日报2012年8月29日02版），强调各高校要优化资源配置，按照“高教质量30条”的要求，优化经费支出结构，新增经费必须优先保证教育教学需要，新增生均拨款必须优先用于学生培养，新增教学经费必须优先用于实践教学。这个“三优先”是评估和考核学校工作的基本指标。这为高校实验实践教学的发展提供了有力的支持和保障。

7

## 完美（中国）有限公司董事长古润金先生捐资1000万元

2012年9月7日下午，暨南大学校董敦聘暨古润金先生向中国华文教育基金会捐赠仪式在我校行政办公楼1111会议厅举行。中国海外交流协会赵阳副会长与广东省招玉芳副省长为古润金先生颁发了校董聘书并致辞。完美（中国）有限公司董事长古润金先生向中国华文教育基金会捐资1000万元人民币，用于暨南大学番禺新校区建设。中国华文教育基金会副理事长兼秘书长左志强向古润金先生颁发捐赠证书，胡军校长介绍了暨南大学的发展情况并向古润金先生赠送纪念品。

古润金先生作为马来西亚第三代华裔，来中国创业并取得今天的成就，受惠于从小所受到的华文教育，因此他将会不舍不弃地支持华文教育事业。他表示，“把钱用到好处才有意义，对华文教育的支持就是自己认为最有意义的事情”。

根据完美（中国）有限公司、中国华文教育基金会签订的双方捐赠协议，古润金先生将一次性向中国华文教育基金会捐款1000万人民币，定向用于暨南大学番禺新校区建设。番禺新校区建设对于暨南大学这所百年侨校来说，面临的是一个巨大的发展机遇，促使暨南大学迈入一个新的阶段。

古润金先生1959年出生于马来西亚吉隆坡，祖籍广东中山市。在大陆投资经商的19年间，古润金先生凭着深切的爱心和强烈的社会责任感，为中国的经济、教育、文化、体育、医疗等事业发展做出了巨大贡献，在全国各地踊跃参加和倾情捐助了多项社会公益事业，范围涉及希望工程、母亲水窖、无偿献血、健康快车、拥军爱国、医疗慈善、敬老爱幼、体育卫生、文化文艺等多个领域，捐款总额逾3亿多元之巨。

8

## EMBA海外移动课堂扬帆美国

金秋九月，遍地飘香，2012年暨南大学EMBA海外移动课堂一行50多人在孙或副院长的带领下，前往美国展开为期15天的课程学习与参观考察。在风景如画的美芝加哥，由西北大学副校长Alan Cabbage教授，凯洛格商学院组织行为系主任Paul Hirsch教授，全美公认的品牌大师Bobby Calder教授，整合营销系的系主任Frank Mulhern教授等老师，给EMBA同学们进行了品牌定位、公司变革、危机管理、品牌建设、凌河案例等专题的授课；并到芝加哥期权交易所、固安捷、博尔园艺等世界著名企业或当地特色企业进行了参观与交流，大大开拓了同学们的眼界，并为EMBA商圈的拓展提供了良好的平台。

美国，芝加哥，西北大学，凯洛格

商学院，Transportation Center。在这里，EMBA同学们亲身体验纯正的美国课堂、近距离聆听世界级大师的教导、探讨全球著名的商业案例，度过了难忘的学习时光。

自2006年以来，暨南大学与美国西北大学即建立了良好的合作关系，每年的暨南大学EMBA移动课堂也得到了西北大学的高度重视，派出重量级的师资给同学们授课。

2012年暨南大学EMBA美国移动课堂已落下帷幕，这一趟学习之旅，让大家获得了智慧的火花；这一趟考察之旅，使大家看到了机遇；这一趟文化之旅，令大家感受到了差异；这更是一趟融合之旅，各班级的同学共同构建了一个良好的交流平台。



## 资本走向

2012年的芹菜

国外的企业尖端人才和资金大部分都用在技术创新和管理提升上，国内的企业人才和资金大部分都用在与ZF的沟通和周旋上，难怪人家能创造有益于人类发展的种种科技、艺术、医学、建筑等等精华和成果，而中国，最辉煌的是官本位文化和权谋学，这些都是拖着人类往更黑暗的方向发展的东西。

——暨南大学EMBA 2011（2）班 秦小兰

## 同事相处之道

嫣雨飘摇

对待同事时给对方最温暖的微笑，耐心的讲解自己会的，虚心的请教自己未知的部分，对待抱怨微笑，现在的我要拿回曾经的自己，只是如水般淡，如水般清的女子。

——暨南大学EMBA 2010（3）班 李奕蕾

## 中国市场

博尔园艺

中国是一个巨大的、重要的市场！国际环境中，中国市场的发展是最迅速的。

——博尔园艺Jane女士

## 走向成功的黄金圈法则

西蒙·斯涅克

通过研究各行业领军人物，作家西蒙·斯涅克总结出成功的黄金圈法则，从外到内有着三个层次：What—所有人够知道自己是做什么的；How—只有部分人知道自己要怎么做；Why—极少数人才明白为什么要这么做。真正的成功从问“为什么”开始。

微·分享





广州 | 山东 | 安徽 | 江苏 | 浙江 | 北京

## 暨南EMBA的下一个十年 传承 · 创新 · 引领

上一个十年，EMBA从2002年的初创，到今天成为在内地拥有六个教学点，影响大中华地区的一流商科教育，十年之间培育了近千余名华人企业家。AMBA国际认证、EFMD会员资格只是升级开始，EMBA的百年辉煌之路，从这里出发。

策划/本刊编辑部



# EMBA升级

## 厚积薄发 成就未来

从2002年开办EMBA教育以来，中国的EMBA开办院校已从最初的30所，达到现在的60多所。激烈的市场竞争，对所有EMBA的教育质量，都提出了更高要求。作为第一批创办EMBA教育的试点院校之一，暨南大学EMBA在这十年的发展中，一步一个脚印，厚积薄发，成就了今天具有暨南特色的EMBA商科教育。

### 对内 高峰论坛 案例基金 打造国内顶尖学府

EMBA创办伊始，就不同于其他的国内教育，它先天的市场属性，决定了开办院校必须将教学质量、教育特色当做不懈追求的目标，并在树立品牌及市场化方面做大做强。十年来，暨南大学EMBA已设立广州、山东、安徽、江苏、浙江等5个教学点，不仅在华南地区有着重要的影响力，甚至辐射长江三角洲、环渤海地区等全国主要经济圈，建立了广泛的校友网络平台。

经过多年的发展壮大，暨南大学EMBA影响力逐渐辐射全国。2011年，暨南大学成功举办第十二届MBA发展论坛和第二届EMBA高峰论坛。这是目前MBA和EMBA全国范围内规格最高、影响力最大、参与人群最广的全国性的盛会。借着此次盛会，暨南大学将EMBA的品牌理念传播到全国各地，并奠定了自己在全国EMBA院校中的领先地位。

为了实现EMBA教学培养与管理实践相结合，暨南大学管理学院率先启动“华商管理案例基金”。2009年11月15日，华商管理案例基金项目在暨南大学2009年MBA校友返校日活动上正式启动。

华商管理案例基金项目，致力于为EMBA和MBA专业学位教育“实践导向”的落实，寻找突破口和华商特色的现实载体，全面支持案例创作与案例教学，支持解决暨南大学EMBA在读学生所在企业实际经营问题。项目致力于开发反映华人营商文化与总结营商经验特点的案例库。

暨南大学鼓励学员“解剖”自身企业，同时积极向海外学员征集海外华商案例，这些成为华商案例的主要来源，再加上引进国际著名商学院的案例，使之具有国际视野。

### 对外 权威认证 国际师资 迈向世界一流商科

成功从来不是一蹴而就。

暨南大学EMBA能获得AMBA认证和成为EFMD完全会员，归功于校领导以及学院师生的不断努力。

2011年7月8日晚，英国工商管理硕士协会（Association of MBAs）认证总监欧文博士，致函暨南大学管理学院院长李从东教授，告知“AMBA国际认证顾问委员会已确认暨南大学成功获得认证”。这意味着暨南大学正式成为中国内地第5所通过AMBA认证的高校。



2012年夏，又一批EMBA学子扬帆起航、承泽四海暨南园。

此次暨南大学获得认证的项目包括：全日制MBA项目（SiMBA）、在职MBA和EMBA。在评估报告中，AMBA认证专家组对于暨南大学师生所体现出来的团结精神，和举全校之力办好商科这一传统优势学科的魄力，给予了特别的肯定。

截至目前，全球共有178所商学院获得AMBA认证，其中包括牛津大学Said商学院、剑桥大学Judge商学院等世界著名学府。通过AMBA认证的高校之间不但互相承认学分，而且可以通过AMBA的平台进行充分的交流与互动。AMBA认证的取得标志着暨大管理学院的国际化水平实现了一个里程碑式的跨越。

喜讯接二连三。2012年6月25日，暨南大学管理学院收到欧洲管理发展协会(European Foundation for Management Development 简称EFMD)总裁Eric Cornuel教授来函，告知管理学院在5月8日比利时布鲁塞尔举行的EFMD年度会议中被EFMD正式接纳为完全会员。

这是学院继获得AACSB会员资格后和AMBA认证之后，在与国际商学院组织的互动中取得的又一个新进展。取得EFMD会员资格后，将有机会申请欧洲质量发展体系（EQUIS）、企业学习提高体系（CLIP）、网络教育证书（CEL）等各类认证质量体系的机会。

加入EFMD之后，暨南大学管理学院将自动成为管理学界一些主要的国际组织成员。EFMD庞大的成员网络，多样化的成员构成，将使管理学院能够经常与其他的商学院或其他机构探讨、交流管理学方面的教学和研究经验，从而达到取长补短、共同进步的目的。

### Links/信息链接

#### AMBA认证

AMBA成立于1967年，与美国国际精英商学院协会（AACSB）、欧洲质量发展认证体系（EQUIS）同为全球商学院三大权威国际认证体系。获得认证被普遍认为是一个商学院迈向国际一流商科学府的重要标志。而AMBA又是三大认证体系当中唯一一个仅针对MBA及相关项目进行认证的体系。

#### EFMD协会

位于比利时布鲁塞尔的欧洲管理发展协会(EFMD)成立于1971年，目前共有来自82个国家的750多个会员。EFMD是全球影响最大的商学院与管理研究组织信息交流与对话的平台之一，每年通过举办各种峰会、院长论坛、案例大赛等活动，为机构成员提供各种学术交流、知识共享和商业合作的机会。EFMD旗下的EQUIS (The European Improvement System) 认证是全球权威的三大商学院认证体系之一。

国际权威认证的获得，将暨南大学EMBA教育推向了世界一流商科的舞台。事实上，学院一直非常重视提高自身的国际化水平，不仅安排形式多样的海外考察游学活动，还邀请到来自美国的西北大学副校长Al Cubbage 教授、西北大学整合营销系主任Frank Mulhern教授、凯洛格商学院组织行为系主任Paul Hirsch、凯洛格商学院市场系主任Bobby Calder教授等国际知名专家学者，为学员现场讲学，实现走出去、请进来等多样的国际教学方式。

国内首创的华商案例基金的启动，实现了EMBA教学培养与管理实践的完美结合。





## 吴菁：创办“暨南特色”的一流商科

From Administrator



吴菁  
暨南大学管理学院副教授、管理学院副院长、MBA中心执行主任

不断改进的教育模式、终身教育的理念、市场和教育的平衡，将是暨大EMBA在升级中的不懈追求。

**Q:** 今年是暨大EMBA十周年，请您简要谈谈暨大EMBA这十年的成长之路，取得了哪些成就？

**A:** 暨大EMBA这十年，是一个摸着石头过河的十年，也是百年暨南商科重返一线商学院的十年。在校领导的重视以及全院师生的努力下，我们取得了一些成就：

(1) 获得了AMBA国际认证。作为全球商学院三大权威国际认证体系之一，这进一步表明，暨南大学的商科教育已经迈入世界一流商学院的行列，包括教育体系、师资队伍、学生培养质量等。

(2) 成功举办第十二届MBA发展论坛和第二届EMBA高峰论坛。这是目前MBA和EMBA全国范围内规格最高、影响力最大、参与人群最广的全国性的盛会。来自全国近200所MBA培养院校、64所EMBA培养院校、海内外高校的1000余位

代表和来自国内外的嘉宾、著名学者、全国MBA教育指导委员会领导共聚一堂，共商中国MBA教育发展大计。

(3) 生源规模与生源质量从历史低谷逐步走向辉煌的历程。这是面向市场化教育项目进行一系列改革的结果，包括师资队伍的持续优化、教育体系的不断变革、运营管理水平的不断提升。

(4) 华商管理案例基金的创立。这是EMBA教育的重要改革，这是集教育、学习、实践为一体的综合教育模式。开发华商案例，对于华商的研究、对人家族企业的发展规律、管理办法、成功秘诀进行挖掘和系统化梳理是一个很好的落脚点。我们力求建立一个一流的案例库，为中国企业走向世界、世界了解中国的窗口，为华商企业的管理研究，中国管理人才的培养提供丰富的素材。

**Q:** 创办EMBA的高校在国内不算少，暨大EMBA最核心的精神和优势特色是什么？

**A:** 暨南大学的校训是“忠信笃敬”，而我们EMBA不仅要做到这一点，还要做到“和而不同”。暨大管理学院将自身定位为商学院当中的“凤凰卫视”，EMBA作为管理学院的重要项目，经过十年的发展，也逐步沉淀出了自己的“暨南特色”：

(1) 终身学习的华商教育理念；  
(2) 持续改进的“三三制”教学模式；

(3) 汇聚庞大人脉商脉资源的校友网络计划：优秀的学生校友组织与丰富多彩的活动；

(4) 国内首创的华商管理案例基金平台；

(5) 华南地区最具影响力的华商管

理论论坛。

我们相信，众多带有“暨南”烙印的教学实践活动，会使每一个入读暨南大学的EMBA学生都将受益终身。

**Q:** 暨大EMBA陆续获得了AMBA国际认证和EFMD会员资格，这些认证和资格的取得，对一名学员来说，最直接的收获是什么？

**A:** 暨大EMBA的每一次升级，都与学员的成长息息相关。AMBA国际认证和EFMD会员资格的获得，意味着暨大EMBA的综合品牌价值再度提升，也表明我们的教育质量是一流的，学生所受到的教育也是与世界一流商学院接轨的。我相信，这会为学员的学习生涯画上精彩的一笔。

**Q:** 您对暨大EMBA未来的发展有何规划？在暨大EMBA品牌升级上，您有什么想法？

**A:** 教育模式的持续改进，是在当前教育市场化的激烈竞争下，对国内商学院的必然要求。这在客观上要求，我们的教育需要更为贴近需求，并持续改进。

首先是师资的培养。暨大EMBA需要建立市场化的教育理念、标准化培养流程。

其次，我们坚持终身教育的理念。并将该理念植根于教育的各个环节，包括招生、教育、学生工作等。

另外，我们要在市场化与教育二者之间找到平衡点，这是一个偏哲学范畴的问题，但对于现阶段的中国教育界而言却是至关重要的话题，也是暨大EMBA一直探究的课题。

## 林文生：第二届EMBA联合会是2.0升级版

From Student



林文生  
暨南大学第二届EMBA联合会主席  
深圳盛隆兴业投资公司董事长

三场论坛、四大俱乐部、五场校友联谊会……作为第二届EMBA联合会主席的林文生同学，对与今后的工作提出了新颖的设想，准备了完善务实的方案，他将在接下来的任期内，为EMBA联合会掌舵前往。

**Q:** 恭喜您当选第二届EMBA联合会主席，请问是什么动力让您愿意牺牲时间来担当这个责任的呢？

**A:** 其实每一个组织和活动的筹备都不容易，需要主席牵头，带领干部们从资金开始，为EMBA联合会的各方面进行规划。我工作比较忙，而且每次上课都要往返广深，加上担任班长为同学们做一些事情，我也从中收获到很多快乐。成为联合会主席后，

个人休息的时间确实是更少了，不过做自己愿意做的事情，花时间也值得，而且为同学们多做一些事情，从另一方面来说，也督促我更有效的调配时间，提高工作效率。

**Q:** 第一届联合会受到了大家的欢迎，那您对第二届联合会有什么规划和想法呢？

**A:** 这个正是我们最近在讨论的话题。首先，我们会成立四大俱乐部：高尔夫俱乐部、红酒俱乐部、户外摄影俱乐部、慈善俱乐部。我希望能通过这些兴趣爱好俱乐部，让不同班级、年级的同学们都能聚集起来，培养业余兴趣，并在这个过程中结交更多朋友。EMBA联合会是大家的联合会，不限于班级和年级，是同学们互动交流的大平台。

再次，我也希望能通过传承和完善，逐渐形成EMBA联合会的优良传统。EMBA联合会自去年成立以来，在摸索中前进，做过不少工作，进行了一些试验，也有很多美好的设想，但由于组织初创，未能一一实现。现在，我们在第一届基础上发展起来的第二届联合会将努力实现那些好的设想，完成前者未完的事业，继往开来，从多方面发展联合会的功能，更好的实现其为同学们服务的目标与宗旨，并为建设和扩大暨大EMBA的品牌影响力而努力。

**Q:** 今年是暨大EMBA十周年，作为在读学子和联合会主席，您能介绍下这次的庆典吗？

**A:** 对暨大EMBA来说，今年已经迈入第十个年头，十周年庆典将是今年

最具意义的活动。十年来EMBA培养的社会各界领导人物，都将以不同形式庆祝这一值得纪念的时刻。在读的暨大EMBA学子自然成为了这次十周年庆典的主力军。筹备十周年庆典，也是EMBA联合会的重要工作之一。今年将举办三场论坛、成立四大俱乐部、完成五场校友联谊会，届时新老校友们齐聚一堂，其乐融融。我自己也非常期待这次的庆典，相信这对暨大EMBA的品牌建设，也具有相当的意义。

**Q:** 说到品牌建设，您对暨大EMBA的品牌建设有什么建议和想法？

**A:** 我是个乐于结交朋友、帮助朋友的人，暨大EMBA正好提供了这样一个平台，可以认识到一批与自己志同道合的各行各业的朋友。暨南大学EMBA除在广州办学外，还在华东、华北等地设置教学中心，辐射全国主要经济区域。其实，暨大EMBA已经具备成为全国性品牌的基础，相信随着学校、学生的进一步拓展，暨南EMBA品牌必定会更上一个台阶。

另一方面，进入暨大EMBA，我感觉仿佛又回到了多年前的校园，在特定的环境下，同学之间培养了深厚的友谊；而来自不同层次不同行业的人，他们身上的知识和见解，让我在很多问题上的认识更加深刻；老师们的讲解，则让我在处理问题时更具有判断力和多样的思维模式。所以我希望它能越来越好，成为国内乃至世界上一流的商科教育品牌。



十周年庆典活动预告

# 百年暨南 辉煌E生

## 暨南大学EMBA十周年 ( 2002——2012 ) 系列庆典活动

从2002到2012，这是一个时代的跨越，这是中国EMBA教育的辉煌十年！百年暨南EMBA教育走过的10年，从第一届的广州一班到第十届的春夏秋三季，从始于华南一隅到走向全国，将暨南大学的教育远播于五湖四海。在十周年之际，暨南大学管理学院与暨南大学EMBA联合会联合举办“百年暨南 辉煌E生”的系列庆祝活动。

主办：暨南大学管理学院  
承办：暨南大学EMBA联合会

1

### 一场盛典 智汇暨南新年晚会

暨南大学EMBA十周年庆晚会暨年度“十大风云人物颁奖”典礼

2

### 二场交流 十届校友与学生专访

2002-2012各年级EMBA校友与学生的系列专访

3

### 三大俱乐部

红酒俱乐部

慈善俱乐部

户外摄影俱乐部

4

### 四类高端论坛

国学人生：拟邀请嘉宾包括台湾大学哲学系傅佩荣教授、暨南大学历史系马明达教授

经济风云：

拟邀请嘉宾：成思危，中国著名经济学家，“中国风险投资之父”  
刘纪鹏，中国著名经济学家，股份制、公司问题专家，中国政法大学资本研究中心主任、教授  
许小年，现任中欧国际工商学院经济学和金融学教授，曾任职美林证

券亚太高级经济学家，世界银行顾问

管理世界

拟邀请嘉宾：张仕强，中国式管理大师，全球华人中国式管理第一人  
余世维，中国管理培训第一人

校友沙龙：分享沙龙

邀请校友：2002级第一届EMBA校友、2007级校友返校

沙龙主题：应邀校友就本企业的发展情况进行介绍分析，面临的问题及对未来发展的憧憬。通过研讨让校友熟悉彼此企业的同时，切实为校友企业的问题提出解决方案，创造校友间合作的机会。

5

### 五个华商管理案例基金

6

### 六大品牌宣传

百度/搜狐教育频道/广百商业评论/羊城晚报/新快报/机场广告

7

### 七次国内外政商风云对话

暨南大学EMBA联合会2012新春联谊会——走进南兴

暨南大学EMBA知行团走进广百股份有限公司

2012暨南大学EMBA山东移动课堂

2012暨南大学EMBA四川移动课堂

2012年暨南大学美国华商领袖参访系列活动

暨南大学EMBA知行团走进浪奇实业

暨南大学EMBA知行团走进珠江钢琴

8

### 八区联动

广州/深圳/汕头/北京/安徽/江苏/浙江/山东

9

### 九场跨班级（地区）联谊活动

2010、2011、2012春夏秋三季班级联谊活动

10

### 十大风云人物评选活动

暨南大学EMBA十周年庆典颁奖典礼



## 组织及俱乐部

# 暨南大学EMBA学生组织及俱乐部介绍

## 暨南大学EMBA联合会



暨南大学EMBA联合会是由暨南大学管理学院在校EMBA学生自发组成的非盈利社团组织。暨南大学第一届EMBA联合会于2011年7月16日在鸣泉居隆重成立。联合会暨南大学管理学院指导下进行各项活动、由在校EMBA学生自行组织管理。“暨南大学EMBA联合会”发扬暨南大学“忠信笃敬”的校训，依照“自愿参与、资源共享、加强合作、增进友谊”的原则，为所有同学搭建一个交流合作、共同发展的平台。

主席：林文生 秘书长：刘晓瑞

## 暨南大学EMBA联合会羽毛球队



暨南大学EMBA羽毛球队是暨大EMBA学子出于对羽毛球的喜爱，为加强身体锻炼、加强同学间交流，于2010年成立的一个体育组织。球队的宗旨是：以球会友、娱乐健康。球队每周四定期组织练习，同学若下场打球提前致电预约即可。

队长：陈超

## 暨南大学EMBA联合会慈善俱乐部



暨南大学EMBA慈善俱乐部将是暨南大学EMBA联合会的核心俱乐部，俱乐部的宗旨在于通过暨南大学EMBA这样一个高端平台，将有爱心、愿意无私奉献的学员集合在一起，为社会的慈善事业增光添彩。目前，俱乐部已经在筹备

成立的最后阶段，欢迎各位有志于慈善的同学加入到暨南大学EMBA慈善俱乐部的队伍中来。

联系人：刘晓瑞

## 暨南大学EMBA联合会户外摄影俱乐部



暨南大学EMBA联合会户外活动俱乐部秉承“回归自然、解放心灵、强身健体、增进友谊”的理念，积极倡导健康的生活方式，快乐的摄影聚会。筹办中的户外摄影俱乐部将组织登山、远足、探险等丰富多彩的户外摄影活动，让大家在交流摄影经验之余，共同享受健康生活。欢迎爱好户外活动或摄影的同学加入俱乐部的行列。

联系人：侯志军

## 暨南大学EMBA联合会红酒俱乐部



红酒是酒中的精魂，飘渺于生命的内在，又令心灵交融。品鉴红酒，要用心灵。酒不在贵，而在适宜；饮不在多，而在品鉴。筹建中的红酒俱乐部欢迎爱好品尝红酒同学的加入。

联系人：宋兆东

协助老师：沈丹 黄万根 85220050

注：各俱乐部联系人均为暨南大学EMBA同学；  
活动信息以电子邮件或短信形式发送。

## 十周年大事记



2002年 暨南大学成为我国首批开展高级管理人员工商管理硕士（EMBA）学位教育的试点院校之一

2003年 暨南大学获得工商管理一级学科博士授权点，这表明暨南大学工商管理学科人才培养梯队体系得到了完善

2006年 暨南大学成立一百周年

2006年 暨南大学获得管理科学与工程一级学科博士授权点，这将进一步促进暨南大学商科教育实现跨学科、跨平台的高端人才培养

2006年 暨南大学在《福布斯》中国商学院排名中获学员对商学院满意度排名第一

2007年 暨南大学EMBA在山东正式设立教学中心

2010年 暨南大学正式成为美国精英商学院协会AACSB会员  
2010年 暨南大学管理学院被腾讯网评为“中国十大MBA教育学院”  
2010年 暨南大学管理学院被中国教育网评为“十大商学院杰出贡献奖”

2011年 暨南大学正式成为中国内地第5所通过AMBA国际认证的高校，这表明暨南大学EMBA教育迈入世界一流商学院行列  
2011年 暨南大学成功主办第十二届中国MBA发展论坛暨第二届中国EMBA高峰论坛在中国商学院领袖年会，这是目前我国MBA和EMBA举办级别最高、规模最大、影响最广盛会  
2011年 暨南大学主办的“第十二届中国MBA发展论坛暨第二届中国EMBA高峰论坛在中国商学院领袖年会”获评为“2011中国商学院十大最具影响力活动”

2012年 暨南大学管理学院正式成为欧洲管理发展协会EFMD完全会员

2002年 暨南大学管理学院与美国斯坦福大学签订联合培养EMBA战略合作协议，这表明暨南大学EMBA教育迈入国际化进程

2003年 暨南大学EMBA俱乐部正式成立

2006年 暨南大学管理学院与美国西北大学签订联合培养EMBA战略合作协议

2006年 暨南大学EMBA在安徽正式设立教学中心

2006年 EMBA校友叶惠全捐建暨南大学管理学院大楼正式落成，并命名为惠全楼

2006年 成功举办第三届全国MBA联合会主席峰会

2007年 暨南大学华商管理论坛正式设立

2010年 暨南大学管理学院被环球网评为“十大MBA学院”  
2010年 暨南大学华商管理案例基金正式成立，这表明暨南大学的实践教学体系得到了进一步的完善  
2010年 暨南大学EMBA羽毛球队正式成立

2011年 暨南大学EMBA项目获评21世纪传媒“2010-2011年度21世纪商学院竞争力调研特色竞争力EMBA”  
2011年 左小德教授创作的华商管理案例荣获“全国百篇优秀管理案例”  
2011年 暨南大学EMBA联合会正式成立  
2011年 暨南大学EMBA安徽联合会正式成立  
2011年 暨南大学EMBA深圳联合会正式成立

2012年 暨南大学“经济管理实验教学中心”正式获批为“十二五”国家级实验教学示范中心，这为暨南大学EMBA实验实践教学的发展提供了有力的支持和保障  
2012年 暨南大学管理学院师生四个案例获评为“全国百篇优秀管理案例”



## 刘人怀：走出去，为中国培养人才

我们的教育要坚持“三个第一”：  
质量第一，管理第一，学生第一。



刘人怀：  
中国工程院院士，暨南大学教授、原校长，现任澳门科技大学常务副校长、教育部科技委管理科学部主任。

**记者：**2002年，暨南大学管理学院正式开办EMBA项目，是我国首批开展高级管理人员工商管理硕士学位教育试点院校之一。当时学校是出于什么样的考虑来开办这个项目呢？

**刘院士：**说起EMBA不得不先说MBA，说管理学院。90年代MBA还是很新鲜的事物，人们也不重视，没有远见啊。很多企业老总的管理水平还停留在较低水准，所以我就觉得很有必要去建立一批管理的本科专业。适逢国家开始申报MBA，我觉得这与

暨南大学的底蕴与学风相符，大力推进申报并成功获批为全国第一批正式开办MBA的院校。

我在上海的期间，就建立了中国最早的十个管理学院之一。1996年，担任校长，开始推动管理学院的筹建。“管理学科是人类最重要的学科！”当时，国内管理学科发展才刚起步，但其发展潜力很大。事实证明，管理学院发展为暨南大学龙头学院是符合历史趋势的。

但在当时，MBA的开班与管理学院的建立都遇到了很大困难，但都被我们克服了。现在，暨南大学管理学院和MBA教育有了很好的口碑，正是我们坚持的结果。所以后来的EMBA开设、发展就顺利多了。可以说，MBA的开办，为EMBA铺了很好的路，

为什么需要开设EMBA这样的专业？因为中国的经济建设离不开现代化的人才。什么是现代化的人才，这就是必须同时具备宏观战略行的眼光，还有扎实的专业知识，宽广的知识面，能够走在时代的前沿的创新人才。我们EMBA就是要培养这样的人才。

**记者：**暨大EMBA项目也已经走过了十周年，那在看来它最大的变化是什

么呢？

**刘院士：**最大的变化就是“走出去”，外地开放的趋势。除此之外，我们吸引了越来越多的高层次的学生，尤其是民营企业的老总和管理人员，这也说明我们的影响力越来越大，这都是非常好的变化。

**记者：**暨大EMBA项目十年来发展迅速，影响力越来越大，您觉得能够办得如此成功，最主要的因素是什么呢？

**刘院士：**注重质量，质量肯定是核心。我一直说，我们的教育要坚持“三个第一”，质量第一，管理第一，学生第一。然后则是离不开历任管理学院院长的重视和努力。在师资方面，在引进外校优秀师资的同事，也大力培养本校老师；在管理上，严谨治学，以学生为本，做好教学管理和引导的学生活动。这所有的一切都是为了提高我们的教育质量。好学风、好教风，从严治教，依法治教，实事求是我们一直坚持的。

**记者：**那EMBA学生的培养与本科生的培养特殊在哪里？

**刘院士：**作为培养最高端管理人才

的EMBA教育，要从实际情况出发，根据需求有针对性的教育培养。所以他们的课程比较注重实践性，讲究方法、艺术，要培养领导力、人格魅力等综合能力。

**记者：**当时暨大办EMBA时，中大、华工也同时开办，那是不是会面临着一定的压力呢？

**刘院士：**压力不太大，从总体情况来看，广州这三所学校各有千秋，相对EMBA项目来说，我们暨南大学是占有一定优势的。当时，我们通过把加强师资队伍和科学管理相结合，就把EMBA搞上去，到如今十年过去了，我们的EMBA项目在很多方面都超越了他们。

**记者：**您觉得EMBA项目现在还面临着什么样的挑战吗？

**刘院士：**总体来说，最大的挑战就是我们现在跟北方的学校还是有差距的。学校最大的不足，没有完全走出去，我说我们就应该多去跟人家比比，不断提高，要有竞争意识，不能只在广东做文章。一定要走出去，要向外地开放，让各地都有我们暨大的声音。

## 为什么需要开设EMBA这样的专业呢？因为中国的经济建设离不开现代化的人才。

**记者：**暨大的EMBA项目作为暨南大学的一部分，与暨南大学的发展相辅相成，今年是这个项目开办十周年，您对它的未来有什么样的期望呢？

**刘院士：**办出特色，办出水平，争取在国内的排名更上一层楼。在国家走现代化的道路上走出自己的特色，履行我们培养人才的责任。要面向海外办学，以特色取胜，培养海外学生。当然核心依然是质量。更重要的是，我们必须牢牢记住，中国的经济要上去，离不开现代化的企业家，现代化的人才。我们就是要培养这种现代化的人才。



十周年校友专访

## 胡昕：在EMBA重新出发

我很感谢暨大EMBA这个平台，这里成了我人生、事业上的新起点。



胡昕：暨南大学2002级EMBA校友  
广州真意信息技术有限公司董事长

Q：您是暨南大学EMBA2002级校友，“试水”第一届EMBA，能介绍下当时入学的情形吗？

A：2002年，中国的EMBA教育开始启动。其实回想起当年入学的经历，也觉得颇为偶然。一方面是同行业当时正好有不少人一起入学，另外，当时华南地区的几所EMBA学校在这个领域都还是刚起步不久，暨大离自己最近，也就“就近入学”了。

其实来到暨大之后，我就感到，暨南大学不愧为百年名校，既有开阔的国际视野，也有深厚的传统文化底蕴。我不仅可以向老师学习，更在与同学的交流中受益匪浅。我自己的广州真意信息技术有限公司，就是在这个学习过程之中创立的。当时我感觉自己学到了不少东西，就希望能学以致用，将自己的想法付诸实践。加上遇到一些志同道合的同学，一商议，公司就这么做起来了。所以，我很感谢暨大

EMBA这个平台，这里成了我人生、事业上的新起点。

Q：作为第一届校友，您觉得从暨大EMBA收获了什么？

A：其实，选择再次走进校园，我不单是为了学习，更多的是想通过学习来提升自身的素质，做到从“know why”到“know how”的境界。

人这一辈子，其实活得很主观，选择什么，能够收获什么，不是他人决定的，真正的收获是看自己，同样一本教材，有的人只看这一本，有的人触类旁通，还会去阅读相关的若干本。或许我们没能一次性做成功，但我们的尝试，满足了那颗求知的心，那就可以说，我们收获了比成功更重要的东西。所以，暨大EMBA的平台，就是可以让自己接触更多的东西，并且用一颗真心去对待新生事物、结交新朋友的平台。

Q：很多校友都非常注重这个平台，您觉得有什么地方需要改进的吗？

A：其实，暨南大学在这一块做了很多工作，比如知行团、聚会、华商管理论坛等活动，只要有时间，我都很乐意参加。而且，我希望学校能继续在这一方面努力，我很期待能组织更多更具特色的活动，比如在整个策划中，有一个很突出的主题，或者有一个灵魂人物的点燃等，可以增加整个活动的附加值。

我个人很喜欢摄影旅行，平常有时间就会组团出游，到世界各地去旅行。所以我希望，如果能有机会，也可以组织户外、摄影类的俱乐部，让有共同兴趣爱好的同学或社会团体，能在丰富的生活中结交各界朋友，体验生活的乐趣。

Q：暨南大学EMBA今年正值成立十周年纪念，您是否会回到校园或者再次参加活动呢？

A：时间过的很快，毕业这么多年了，回首往事，一件件仍历历在目。十周年庆典是一个校友相聚的很好的机会，我现在特别想借此机会对暨南大学的所有老师们以及2002级（1）班的所有同学们说一声：我想你们了！也希望这次的十周年庆典办的有声有色，如果有时间，我一定会回去看看，甚至参加。在此，我也祝愿暨南大学EMBA今后的路越走越宽，走出自己的特色和品牌。

十周年校友专访

## 张毅：在EMBA学会做生活的智者

有些人是被时间领着走的，浑浑噩噩；有些人是被时间拖着走的，随波逐流；而他，显然是Hold得住时间的生活智者。



张毅：暨南大学2005级EMBA校友  
广东弘迅投资有限公司董事长  
暨南大学OK高尔夫球队队长

Q：您进入暨大EMBA比较早，当时EMBA学习也还没形成一种风潮，是什么让您决定走进暨大EMBA的呢？

A：应该说是一种前瞻意识吧。后来的事实也证明，我当初做出的选择非常正确，也就是从2005年开始，我所领导的公司迅速壮大，从一家很小的模具厂发展成为拥有众多分公司的大集团。EMBA的学习对我的事业可谓功不可没。我很庆幸自己能在恰当的时机踏入EMBA的课堂。

当然，事业并不是我关注的全部，我是实实在在留恋同学友谊的人，这也是我选择读EMBA的重要原因之一。虽然过去这么多年，但是当年在海南三亚获得高尔夫球赛的冠军之后，大家完全不顾总裁总经理的身份，一个个在海边翻起跟斗来，还依然在我的脑海。这种纯洁的同学友谊是宝贵的，在那一刻，每个人都卸掉了一身的职位职称，彼此之间唯有真诚的“同学”情谊。

Q：在暨大EMBA学习，您最大的收获是什么？有没有印象深刻的事情？

A：在暨大EMBA的学习，让我懂得了最重要的一点：分配时间或不分配时间，这是一个急需思考的问题。“你是想让自己睡不着觉呢还是员工睡不着觉呢？”当初张建斌老师的问题我现在都还记忆犹新。这个问题的实质在于，好的老板总是充分授权给员工，效率高的同时也让自己一身轻松；而不好的老板总是亲力亲为，自己忙得一团糟的同时，员工却懒得看他表演。所以我现在充分授权，自己倒每天睡得轻松。

其实，这种HOLD住时间的观念，对家庭也有着积极的意义，我现在更懂得在经营事业的同时将天平的重心稍稍往家庭一端倾斜。如果你懂得将时间更多地安排给家庭，多陪伴父母、妻子、孩子，家庭的氛围自然就是和睦的。而家庭和睦，对男人来说，也就无后顾之忧，对事业也会起到辅助作用。为此，同学们还授予我一个“优秀家庭经营者”的美名呢。

Q：您非常喜欢高尔夫，还是OK高尔夫球队大队长，这个球队也是暨大EMBA学员交流的一个平台，对球队的发展，您有什么想法呢？

A：我个人是一名高尔夫运动的爱好者，承蒙同学们的认可，担任了OK高尔夫球队大队长。其实做队长事情还挺多，我要负责日常管理、球队运作、赛事安排等一切繁琐的事情，不过我乐在其中，没事吆喝一声“打球去啊”，这已经成为我们这个圈子的交往标志，简单而又诚恳。

对球队的发展，我的想法是：先整合内部资源，确定球队核心人员，之后联合班级的力量，再联合学校的力量、校外各高校的力量，并争取调动广东周边高校，最终将OK高尔夫球队做成一个品牌，并拓展到全国乃至全世界。当然，这个是长期的设想，根据目前球队在暨大、中大、华南理工等高校的巨大影响力，我想，这个设想也并非不能实现。



暨南大学EMBA国内移动课堂是为了进一步优化暨南大学EMBA教学方式，让理论结合实践，让案例更贴近真实，让学员能更好地与著名企业的高级管理层面面对面地交流，而开创的一种新颖的教学方式；同时，这种课程形式也可以加强EMBA同学间的交流，增强班级的集体凝聚力。此次国内移动课堂的行程囊括了知名企业参访、高端研讨、文化交流等丰富的内容和形式，突破了传统课堂空间和教学模式的限制，使同学们在身临其境的氛围中获取更多的前沿理论和商业信息，打造更为广阔的商脉和人脉网络。

## 四川——为社会担当责任 2011级EMBA移动课堂四川行



2011级EMBA同学走进东方电气集团有限公司

2012年5月10日，春末夏初之际，暨南大学2011级60多位同学在暨南大学管理学院精心组织下，由课程合作老师李相银教授、叶生洪副教授带领，向着四川成都出发，展开了暨南大学EMBA2012年国内移动课堂四川之旅。

### 第一站——成都

#### 新希望集团：四川民营企业领头羊

四川位于中国西南腹地，历史悠久、风光秀丽、物产丰富，享有“天府之国”的美誉。由于其特殊的地理位置，加上中国的西部大开发战略，现在成为“西部综合交通枢纽”、“西部经济发展高地”。

成都作为四川的省会，在交通、资源上都具有天然的优势，现在，成都已成为中西部综合实力最强的城市，也是国家四大科教城市之一。

本次的移动课堂，我们第一站就来到了四川民营企业领头羊——新希望集团进行调研。“新希望”集团创业于1982年，目前，集团有农牧与食品、化工与资源、地产与基

成都

01

新希望集团

汉旺、德阳

02

中国东方电气集团

EMBA国内移动课堂是为了进一步优化暨南大学EMBA教学方式，让理论结合实践，让案例更贴近真实，让学员能更好地与著名企业的高级管理层面面对面地交流；同时，这种课程形式也可以加强EMBA同学间的交流，增强班级的集体凝聚力。

基础设施、金融与投资四大产业集群，是中国国家农业部等九部委评定的农业产业化国家重点龙头企业，并连续四年入选中国企业500强。集团拥有企业超过380家，员工超过5万人，其中有近3万人从事农业相关工作，同时带动了超过240万农民朋友走上致富道路。新希望为解决中国的“三农”问题，做出了贡献。

同学们先后参观了希望食品有限公司和新希望乳业集团，在两家公司相关负责人的陪同下，大家饶有兴趣地参观了肉食与乳品的生产线。“平常餐桌上的食品，如今亲眼见到了生产过程，让人感觉好奇得到了极大的满足。”同学们表示。

随后同学们便在新希望乳业集团的会议室，与川乳副总经理王峰进行了现场交流。在乳业、肉食产品安全问题频发的状况下，同学们对于新希望乳业食品安全的把控、经营策略等细节充满了兴趣。座谈会里，王总详细介绍了新希望乳业食品安全把控的理念，同时也就同学们的提问，解释了新希望乳业“城市型乳业聚合”的扩展模式。“希望在广州也能喝到新希望安全的奶制品。”不少同学在座谈时表示，无论是什么企业都应该有自己的道德底线，不能将企业的发展完全建立在纯粹追求利益上面。

### 第二站——汉旺、德阳

#### 中国东方电气集团有限公司——中国的发电厂

移动课堂的第二站，我们来到了中国东方电气集团有限公司。中国东方电气集团有限公司从1958年第一个企业德阳水力发电设备厂建立起，经过50多年的蓬勃发展，已经成为中国最大的发电设备制造和电站工程承包特大型企业之一，是党中央确定的涉及国家安全和国民经济脉的53家国有重点骨干企业之一，是国务院国资委批准改制设立的国有独资企业。

参观调研之时，正值汶川大地震四周年纪念之际，我们首先参观了东方电气汉旺遗址。汉旺在汶川大地震发生时也是重灾区之一，东方电气汉旺厂区在地震时也遭受了致命一击，厂区损毁及其严重，四年后虽经修葺，依旧人烟稀缺，恍如空城，让人心情依旧沉重。

之后我们来到了集团的德阳新厂址，在这里我们感受到的是另一番景象。在短短几年时间里，德阳厂址建设已经完善，并全面投入生产。集团东方汽轮机有限公司喻刚副总经理在参观的过程中，为我们详细介绍了集团过去的发展历程、发展现状以及未来的发展目标计划。我们了解到，东方电气集团之所以能够迅速发展，关键是其拥有自主创新能力，只有掌握了

核心技术，才能打造自己品牌，才能在国际竞争中脱颖而出。

#### 思考：用五观做企业

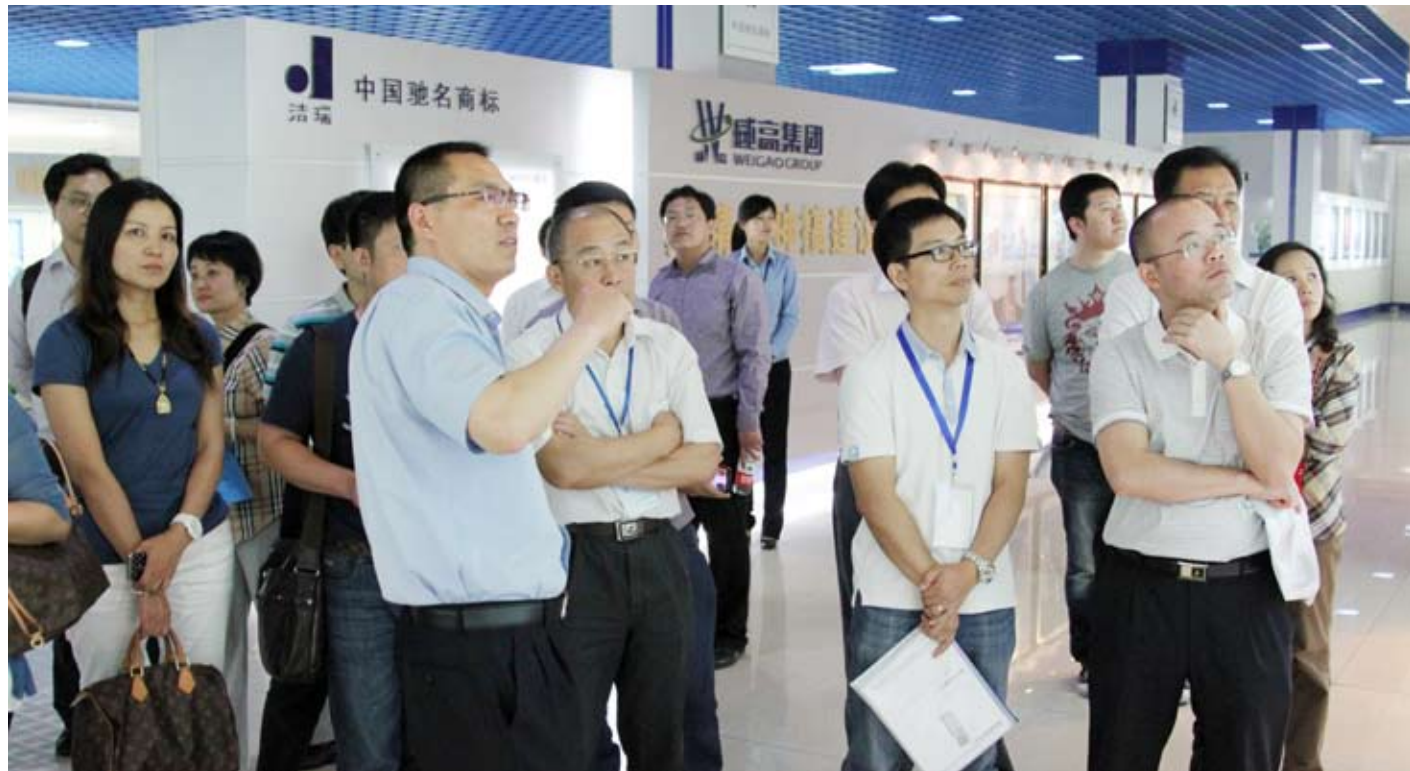
结合前两站的企业参观，李相银教授在第三天为同学们带来了“用五观做企业”的专题讲座，五观即从企业观、管理观、思想观、行动观、学习观详细诠释了如何做企业。李教授认为，现在企业其实应该要仔细思考自己的企业使命，并且以国际知名企业举例，剖析了制定企业使命的重要性，同时也从顾客方面、战略执行等全方位阐述企业发展的各个要点。其实，这次四川移动课堂参观的两家企业，新希望集团和东方电气集团，一个是带动中国农业现代化和解决农民的就业问题，一个是以科技创新及社会责任为使命，为中国的经济命脉守护并担责，在为社会担当责任的同时，又发展了自身的企业文化和品牌，这些都深刻体现了“用五观做企业”的理论。

讲座结束后，李相银老师和叶生洪老师分别组织同学们就柯达2012沉没进行了案例讨论，同学们各抒己见，踊跃发表自己的观点。通过四天移动课堂的交流和学习，同学们都有了各自深刻的感悟和收获，无论是对企业发展的领悟，又或是同学之间友谊的增进！



## 山东——齐鲁之地的世界企业 2011级EMBA国内移动课堂山东行

2012年5月10日，2011级EMBA同学在郝英奇教授、文彤副教授的带领下，出发前往山东，2012年暨南大学EMBA国内移动课堂山东线正式启航。



2011级EMBA同学正在参观威海火炬高新技术产业园区

齐鲁之地山东自古经济繁荣，近年，凭借着天然的地理优势及丰富的资源，山东经济实力发展迅速，2011年全省实现生产总值45429.2亿元，按可比价格计算，增长10.9%。继广东、江苏之后，山东正式迈进“4万亿俱乐部”。此次暨大EMBA国内移动课堂就来到了山东，走进了国内顶尖的企业，进行了一场生动的知行学习之旅。

### 第一站——威海

#### 威海火炬高新技术产业园区：高新技术产品出口基地

航班飞抵山东线第一站——威海。威海是座美丽的海滨城市，历史文化源远流长，是道教的重要发祥地之一。优良的发展环境，独特的开放优势，坚实的产业基础，丰富的旅游资源，使威海成为胶东半岛的

一个经济亮点。

同学们一行30多人，在当天下午即前往威海火炬高新技术产业园区。威海火炬高新技术产业园区是1991年3月经国务院批准兴办的国家级高新技术开发区，是国家科技部直接参与创办的三个火炬高新技术产业园区之一，也是国家科技、外经贸部确定的全国首批16个高新技术产品出口基地之一。整个开发区依山傍海，风光绮丽，环境优美。这一区域，是国内外专家公认的发展高新技术产业的理想之地。开发区主要是通过优惠的政策、优越的地理位置和优良的工作生活环境，吸引国内外客商、科技人员进区投资创业，引进具有开发价值的国内外高新技术项目进行二次开发；直接参与国际经济技术合作与交流，推动高新技术产业进入国际市场；将已经成熟的高新技术成

## 威海

01

威海火炬高新技术产业园区  
威高集团  
新北洋公司

## 青岛

02

海尔  
青岛啤酒

果向区处扩散，推动传统产业改造，优化产业结构。

在开发区管委会主任等领导的全程陪同下，同学们参访了新北洋公司、威高集团两家代表性的企业。新北洋公司是从事专用打印机及相关产品的研发、生产、销售和服务，是国内唯一通过自主创新掌握专用打印机核心设计、制造技术并行程规模化生产的企业，拥有专用打印领域最多的专利技术。

威高集团控股子公司威高集团医用高分子制品股份有限公司于2004年2月在香港创业板上市，2010年7月转主板上市。集团拥有400多种、30000多个规格医疗器械和药品，是中国最大的一次性使用医疗器械制造商。公司创始人——陈学利董事长一直陪同学们参观，为同学们做深入讲解，分享他的创业经验和从业心得。

### 青岛啤酒博物馆，仿佛一下子回到了100年前的青啤酒厂



### 第二站——青岛

#### 海尔：世界白色家电第一品牌

完成了在威海的学习之旅，我们乘车前往第二站——青岛。青岛市是国家计划单列市、全国首批沿海开放城市，国家级历史文化名城、全国文明城市、国家卫生城市；更是世界性区域贸易中心，东北亚国际航运中心，国际滨海旅游度假胜地。青岛因名牌企业众多，被誉为：“中国品牌之都”、“世界啤酒之城”。

提及青岛人们自然想到了位于青岛的海尔集团。海尔是世界白色家电第一品牌，目前在全球建立了21个工业园，24个制造工厂，品牌价值855亿元，援建了128所希望小学和1所希望中学，制作212集科教动画片《海尔兄弟》。我们此行在海尔集团参观了

它们的立体仓库、主楼与海尔大学。在海尔集团总部，同学们还与王安喜书记进行沟通交流，郝英奇教授还进行了《无为而治的管理——管理机制设计理论》的讲座，文彤副教授则组织大家就《海尔的SBU战略单元》案例进行激烈的讨论，分享交流彼此的观念及经验，讨论小组代表对于此次讲座与讨论进行总结。

### 青岛啤酒——世界的啤酒品牌

此次山东移动课堂的最后一天，同学们在参观了总督府后，来到了青岛啤酒股份有限公司，来到了青岛啤酒博物馆。青岛被誉为“世界啤酒之城”，青岛啤酒功不可没。青岛啤酒前身于1903年由英、德两国商人合资开办，是我国最早的啤酒生产企业。在国际上也具有极大的影响力，产品远销美国、日本、德国、法国、英国、意大利、加拿大、巴西、墨西哥等世界70多个国家和地区。全球啤酒行业权威报告Barth Report依据产量排名，青岛啤酒为世界第六大啤酒厂商。青岛啤酒也是中国内地第一家在海外上市的企业。

在讲解员的带领下，大家来到青岛啤酒博物馆，仿佛一下子回到了100年前的青啤酒厂，看到了这家百年企业的发展史。参观后，董方馆长亲自接待了大家，与同学们热情地交流讨论。

此次移动课堂的最后，同学们来到了青岛的标志性建筑——栈桥，在这里体验回顾青岛这座城市、乃至山东省的风情特色及经济实力，感受不同地域的经济文化和这里企业的鲜明的地方特色。





暨南大学第二届EMBA联合会成立大会

## 继往开来 精彩纷呈

暨南大学第二届EMBA联合会成立大会暨EMBA十周年系列庆典活动启动仪式隆重举行

2012年8月24日，暨南大学第二届EMBA联合会成立大会暨EMBA十周年系列庆典活动启动仪式在广州富力丽思卡尔顿酒店隆重举行。暨南大学副校长宋献中教授，暨南大学管理学院主持工作副院长谭跃教授，暨南大学管理学院副院长、MBA中心执行主任吴菁副教授，暨南大学校友与社会合作发展办公室安衡副主任、侯大铭副主任，暨南大学第六届MBA联谊会叶惠全会长，暨南大学EMBA校友代表及在读EMBA学生等嘉宾近200人共同见证了第二届EMBA联合会成立以及EMBA十周年系列庆典活动启动仪式。

一段简短而内容充实的视频带着众人重温了第一届EMBA联合会活动轨迹，作为EMBA在读学生组织的奠基人，以欧炎主席为首的第一届EMBA联合会干部为暨南大学EMBA项目的发展作出了不朽的贡献。暨南大学副校长、管理学院代理院长宋献中教授代表暨南大学对第一届EMBA联合会干部们在过去的一年里，通过整合网络资源和发挥各自优势，大力支持学校各项教育事业，表示衷心的感谢。他也祝愿第二届EMBA联合会能够继续秉承“砥砺前行，携手共赢”的组织理念，搭建校友同学的沟通交流平台，创新性的开展各项组织工作，把暨南大学EMBA建设成兼具暨南特色和卓越社会影响力的领袖组织。

暨南大学管理学院主持工作副院长谭跃教授代表管理学院祝贺林文生同学当选为第二届EMBA联合会主席。他说，通过一年的努力，暨南大学EMBA联合会组织结构的日趋完善，活动组织精彩纷呈，社会品牌影响力不断提高，为提升暨南大学EMBA项目教育的综合竞争力发挥了重要的作用。

第二届联合会将沿用第一届的组织框架，由主席团、秘书处和常务理事组成。由深圳盛隆兴业投资公司董事长林文生同学担任主席、刘晓瑞同学担任秘书长，各班代表组成常务理事。林文生对第二届EMBA联合会工作的规划主要包括：做好暨南大学EMAB学生品牌活动，提升联合会影响力；举办兴趣活动，筹建更多类型的协会，满足同学们的不同需求，如慈善扶贫、户外摄影、红酒俱乐部等；加强工作的统筹，做好实事。

在现场观众的掌声中，宋献中副校长、谭跃副院长、吴菁副院长、林文生主席等嘉宾共同推杆，彩炮纷飞，代表着暨南大学EMBA十周年系列庆典活动正式启动！相信在管理学院众位领导与老师们的关怀指导下，在第二届EMBA联合会各位干部的全力配合下，暨南大学EMBA十周年系列庆典活动将会精彩纷呈！

第二届EMBA联合会要做好暨南大学EMAB学生品牌活动，提升联合会影响力；举办兴趣活动，筹建更多类型的协会，满足同学们的不同需求；加强工作的统筹，做好实事。

## 暨南大学第二届EMBA联合会干部名单

职责	班级	姓名
主席	2011(2)班	林文生
副主席	2010(1)班	王庆祥
副主席	2010(2)班	宋卫
副主席	2010(3)班	方广华
副主席	2011(1)班	刘晓
副主席	2011(3)班	彭锦河
副主席	2012(1)班	郑启勇
副主席	2010(3)班	胡龙
副主席	2011(2)班	余家驹
副主席	2011(2)班	侯志军
副主席	2012(1)班	李松海
副主席	2010华东班	王洁清
副主席	2009山东班	常江
副主席	2009浙江班	王益男
副主席	2009(1)班	林志坚
副主席	2009医药班	陈超
秘书长	2010(2)班	刘晓瑞
副秘书长	2010(3)班	孙玲
副秘书长	2011(1)班	陆远贵
副秘书长	2011(1)班	车大龙
副秘书长	2011(2)班	刘海燕
副秘书长	2011(3)班	任蕾
副秘书长	2012(1)班	张喜春
常务理事	2010(1)班	黄万根
常务理事	2010(2)班	郇江东
常务理事	2010(2)班	张学军
常务理事	2010(2)班	黄伟雄
常务理事	2010(2)班	陈浩
常务理事	2010(3)班	陈美珍
常务理事	2010(3)班	莫劲刚
常务理事	2010(3)班	张兴金
常务理事	2011(1)班	叶爱科
常务理事	2011(1)班	谭洁婷
常务理事	2011(1)班	乔立波
常务理事	2011(2)班	郑强
常务理事	2011(2)班	宋兆东
常务理事	2011(2)班	郑晓力
常务理事	2011(2)班	徐金喜
常务理事	2011(3)班	林凌
常务理事	2011(3)班	赵璞奕
常务理事	2011(3)班	林志隆
常务理事	2011(3)班	陈健文
常务理事	2012(1)班	罗宏
常务理事	2012(1)班	刘锦棠
常务理事	2012(1)班	方贤赞
常务理事	2012(1)班	许宁

2012年7月22日，暨南大学MBA联谊会隆重举行了第六届MBA联谊会第一次理事大会暨换届选举大会。

暨南大学MBA第六届联谊会换届选举大会

## 暨南大学第六届MBA联谊会换届选举大会胜利召开

2012年7月22日是一个值得纪念的日子，暨南大学MBA联谊会隆重举行了第六届MBA联谊会第一次理事大会暨换届选举大会。暨南大学校长胡军教授、副校长兼管理学院代理院长宋献中教授、管理学院主持工作副院长谭跃教授、管理学院副院长吴菁副教授莅临本次大会。

暨南大学校董、中惠熙元房地产集团有限公司董事长、第五届MBA联谊会会长叶惠全先生、路翔股份有限公司董事长、第五届MBA联谊会荣誉会长柯荣卿先生，以及第五届MBA联谊会执行副会长、副会长、理事、秘书处、MBA中心老师以及各个联合会、羽毛球队和高尔夫球队的代表出席了大会。

本次会议由秘书处副秘书长党文新主持，暨南大学校长胡军教授首先致欢迎辞，他充分肯定了第五届联谊会自2008年成立以来取得的成绩，对广大校友在这几年给予母校的贡献表示衷心的感谢，对下一届联谊会寄予了希望。

在一片热烈的掌声中，第五届MBA联谊会会长叶惠全先生做暨南大学第五届MBA联谊会工作报告。工作报告从联谊会在组织建设、充实队伍、各俱乐部、羽毛球队、高尔夫球队活动展示、校友捐赠等方面做了全面汇报，尤其提到联谊会成功举办了第十二届中国MBA发展论坛暨第二届EMBA高峰论坛，在全国范围提升了暨南大学MBA的良好形象。联谊会秘书处副秘书长及财务部部长梁明伟做了详细的任期内财务报告。

大会进行了联谊会章程修订工作，把EDP学员、联谊会各组织正式纳入联谊会管理范畴，增强了秘书处的指导作用。



华商管理论坛

## 傅佩荣：至德至诚谓中庸

学习儒家，具体的修养要怎么做？修养的最高境界是什么？要回答这两个重大问题，必须念《大学》与《中庸》。



6月28日，暨大EMBA特邀国学大师傅佩荣教授做客暨南大学管理学院，在接下来29日至7月1日的三天时间里，在暨南大学管理学院101多功能厅，讲授《译解中庸》，开启智慧之光。

“中庸”即是“用中”，是用中所造就的至德。司马迁在《史记·孔子世家》篇末提及“子思作中庸”一语。书名“中庸”，取义甚高，因为孔子在《论语·雍也》说过：“中庸之为德也，其至矣乎！民鲜久矣。”这表示“中庸”是孔子之前早就存在的至高德行，而百姓长期以来很少能做到的。

### 顺天命 修善道

《中庸》开宗明义就说：“天命之谓性，率性之谓道，修道之谓教”。这三句话使用了四个概念：天命、性、道、教。关于天命，孔子曾说“五十而知天命”，进而还须“畏天命”与“顺天命”，亦即把天命当成“天有所命令”。在《中庸》中，“天命”一词具有普遍义，是对万物（当然包括人类）而言，于是，“命”是指安排、赋予。这个“天命”除了说明万物有其终极来源之外，也说明万物何以具有其特定的本性。

万物具有其特定的本性，因此要“率性之谓道”，指出万物顺着各自的本性去发展，即是各自的道。另一种解读，是把焦点置于人类身上，因为只有人类这种万物之灵，才有能力选择要不要“率性”。换言之，它对人类提出要求与期许，如此一来，就须理解为：顺着本性去走的，就是人的正路。

在此，把“率性之谓道”理解为“对人的道德要求”，显然较为合理，因为接着说的是“修道之谓教”。试问：修道一词对于人类以外的万物，能有任何意义吗？除了人类之外，教（教化、教育）是必要而不可少的吗？孟子说，老百姓“饱食暖衣，逸居而无教，则近于禽兽”。明白表示：人若无教育，则近于禽兽。并且，由修道一词可知，这个“道”是要靠修养、修练，才可能有的成就。这样的道当然是正道、正途，亦即人生“应行之道”，而不是泛指一物的规律或一人的作风

了。

《中庸》所采取的观点是：人性向善。人性若非向善，则无法肯定：顺着本性去行动，即是人生正途（善）。这样的本性，应该是“向善”的，然后顺着它的要求去做人处事，所得的结果即是善，亦即走上了人生正途。

如果追问人的这种向善之性是怎么来的，则答案是“天命”，亦即天所安排，赋予的。如果要了解“天”是怎么回事，则古代文化还有许多数据可以参考。《中庸》全书的主旨在于阐明“人之道”，以及人之道如何开展出人之教。

### “择善固执”的为人之道

我们经常用来互相勉励的做人之道，是“中庸”。言行不要偏激，态度力求温和，这样可以促成人际关系的和谐发展。但是，中庸也可能变成表面的客套，以致失去一份真诚的心意，或者为了息事宁人，以致不再坚持原则，然后逐渐成为“乡愿”。而乡愿正好是孔子所厌恶的，他甚至说：“乡愿，德之贼也。”因此，关于怎么做才算是“中庸”，值得稍加分辨。

《中庸》一书共有三十三章。半小时就可以仔细读完一遍。由其内容可以依序看到三个重点，就是：一，中庸；二，君子之道；三，诚。第一至十一章所谈的以“中庸”为主，第十二章以后“中庸”一词只出现一次。第十二章开始，多次谈及“君子之道”，事实上，“君子”一词在这本小书中，前前后后共出现三十五次。然后，第十六章到二十六章，“诚”成为主导观念。其它的部分，涉及个人修身，先王治国平天下的原理，以及天人相应的

神奇效果等。

就字面来说，“中”是中间，“庸”是平常。对任何事情的态度，能采取居中或适中的立场，并且又能合乎平常的要求，就是中庸。换言之，“中庸”的第一个意思是，不要“过与不及”，亦即恰到好处。程颐说：“不偏之谓中，不易之谓庸”，所把握的接近此意。

接着，“中”由中间引申为一个人内在的心意，“庸”由平常引申为恒常。内在的心意表现为“仁”，恒常的要求必须靠“勇”，而连系仁与勇的，正是“智”。这三者合称“三达德”，亦即助人走上正途的方法。中庸原为名词，但是它本身也是“方法”，配合《中庸》对“人之道”的界说，亦即「择善而固执之者也」。

于是，我们看到“中庸”的第三义，亦即可以代表书名与至高德行的意义。“中庸”即是“用中”，譬如舜：“执其两端，用其中于民”。说得清楚一些，“中”是指人心对善的要求，“用”是指“择而固执之”。人心所要求的“善”，是对五达道（君臣、父子、夫妇、昆弟、朋友之交）而言，因为善是“人与人之间适当的关系之实现”。再就“用”做为“择而固执之”来分析。“择”所需要的是“智”，“固执”所需要的是“勇”，而前面所谓的“中”（人心对善的要求），则是“仁”。合之正是三达德。

因此，《中庸》会强调“诚之者，人之道”，“诚之者，择善而固执之者也”。“中庸”即是人之道，也就是“择善固执”。把握了这四个字，才会进而宣称：君子之中庸，表现为“时中”，亦即“随时以处中”，这要靠“智仁勇”兼

备。小人之反中庸，就论于“无忌惮”。一个人只要放弃“择善固执”四字，不就是“肆无忌惮”了吗？

正由于择善固执是出于一个人的“诚之”，合乎为人之道，所以可说“惟天下至诚，为能尽其性”。在此，“尽其性”即是指择善固执到达极点。既然如此，则“人之性”显然应该是向善的。《中庸》说：率性之谓道，意思是顺着向善的本性走去，即是“人之道”，也正是择善固执。《中庸》在前面十一章之后，很少再提到「中庸」一词，转而多谈“诚”与“君子之道”，其故亦在于此。

课堂上，傅佩荣教授深入浅出，大量引述《论语》与《孟子》的相关资料，并以《易传》的内容互相参照，把这本儒家学说传承上拥有特殊地位的经典读物字字珠玑地译解，学生们全神贯注，在这三天跟傅教授遨游在国学的天空，获益良多。

傅佩荣，祖籍上海。台湾辅仁大学哲学系毕业，台湾大学哲学研究所硕士，美国耶鲁大学哲学博士，专攻宗教学。曾任比利时鲁汶大学客座教授，荷兰莱顿大学讲座教授，台湾大学哲学系主任兼研究所所长，现任台湾大学哲学系、所教授。2009年6月，他在央视《百家讲坛》主讲《孟子的智慧》



华商管理论坛

## 刘必荣：谈判谋略战

在谈判桌上，如何运用恰当合理的谈判技巧从头至尾一直掌控着谈判的动向，促成谈判的成功，是每一位商业谈判人士必备的谈判艺术。



美国前总统克林顿的首席谈判顾问罗杰·道森说：“全世界赚钱最快的方法就是谈判。”商场如战场，在这场没有硝烟的商业战争里，职业人士只有具有较强的商务谈判意识和娴熟的谈判技能，才能为企业争得更多的利益筹码，顺利实现企业的发展战略及发展目标，保证企业立于不败之地

刘必荣于2012年5月26日在暨南大学管理学院101报告厅，以“思路清晰、说理犀利、诙谐幽默”的讲授风格，为众多企业中需要提升谈判能力的职业人士，讲授了商务谈判全过程中如何运用中西合璧的谈判兵法取胜的谈判技能，启人心智。

我们到底想谈什么？怎么谈？

### ——谈判的形势和布局

谈判不只是沟通，它需要迅速洞悉谈判的形势，合理的谈判布局、借力、使力。刘必荣说，谈判桌上不只是一场游戏，一定要分清谁是主谁是从，才能运用借力、使力的谈判技能推动主从角色的互换，创造对我方有利的谈判局势。同时，讲究“运筹筹知我之中，决胜千里之外”的谋划之道。谈判前，准备好谈判的七大要件：双边关系、沟通管道、利益、要求正当、方案、承诺、退路。再利用博弈理论画出我方的博弈矩阵图，做好谈判的战略设计：单刀直入、声东击西、小题大做、大题小做，还是诱敌深入而攻其不备。良好的谈判开端，才能为循序渐进地实现谈判目标做好铺垫。

开高？开低？还是开平？

### ——谈判的开场拆招战术

万事开头难，商务谈判也不例外。在商务谈判的开场阶段，你是采用什么战术：开高战术、开低战术还是开平战术，这完全取决于你的谈判筹码和自己选择每种战术的战略目的。刘必荣认为，谈判的开高，有“高”和“非常高”之分，如果怕采用开高战术失控，还可设计一个“白脸战

术”，在谈判失控能及时让“白脸”出来救火，化解谈判失控的局势，继续掌控谈判的动向。而谈判的开低，也有“低”和“非常低”之别，选择哪种战术，目的何在，如何让对方一路“滑”到我们的口袋里，这需都要一定的谈判技巧的。同时，面对对方的开场攻势，我方可以采取灵活多样的拆招战术，有效化解对方的发难，比如相应不理的肢体语言战术、跟对方打擦边球战术、引爆冲突战术、提出对案战术、开门让步战术，从而达到化险为夷、克敌制胜的谈判目的。

### 筹码拉锯 或退或进

#### 谈判的中场战术

谈判中场阶段是一场对筹码讨价还价的拉锯战，掌握一定的中场谈判技巧，有利于争取更大的利益。毋庸置疑，谈判双方的实力是与其权力为基础的，实力强的一方在谈判中更容易占据主动地位。因此谈判者手中必须有筹码，才有与对手谈判的资格。而要在谈判中取得主动，则要检测我方是否具备以下八个重要筹码：(一)能惩罚他吗？(二)有东西赏吗？(三)有退路吗？(四)有时间熬吗？(五)有法律可借力使力吗？(六)有专业知识吗？(七)能暂时糊弄他吗？(八)敢耍无赖拒不让步吗？清楚了自己手上的筹码，接下来就是双方筹码的博弈。

刘必荣介绍了两种战术，一种是给对方设置一堵墙，比如可以选用“用先决调节节外生枝（此处意思不明，是否应该为“用先决条件节外生枝”）”、“用内部人事变动使谈判停顿”、“用黑脸出现来放慢脚步”、“用小结来做谈判机关”等进攻战术，来改变或影响谈判的内容或速度，不让谈判进行的如此顺畅，给对方制造压力或障碍；另一种战术则相反，采用开门战术，也就是采用让步战术，重要的是让步的时机要恰到好处，同时采用让步的切

腊肠战术，同时把握好让步的幅度与速度，通过谈判让步来操纵对方的期待。

### 赢、和、输、破、拖

#### ——谈判的终场战术

谈判的终场阶段，在整个谈判过程中也至关重要，直接关系到谈判能否成功，因此，谈判时一定要把握好这最后一关。在中场阶段，若我方采用的是“设置一堵墙”战术，在取得效果不理想的情况下，终场时我方可以采用“放他一把”的战术，像拧毛巾一样，最后收尾时突然放手，一方面可以让对方有个台阶下，回去可以交代；而使用让步战术时还可使用“绵里藏针”战术，再拧一把毛巾。当然，终场时我方还可以突然再添一堵墙给对方而“诱敌深入”，如对方提出取消订单要求，我方要想到合理的应对策略。另外，还可以采取搭配战术，配合新的条件；也可以采取合理的方法将我方的不同意见坦然告知对方。不管如何，总要达到我方设定的谈判砝码，否则，也可采取含糊收尾战术，结束谈判。

谈判不只是雄辩，而是与对方一起决策的智慧和艺术；谈判不只是一种较量，更像一场没有硝烟的战争。要想在谈判中取胜，达到理想的谈判效果，必须懂得谈判的艺术和掌握一定的谈判技能。☺

刘必荣  
益策（中国）学习管理机构高级讲师、  
商战名家网主推专家。



## 多元世纪：金融数据专家

暨南大学  
EMBA  
智库·2012



成立于2004年10月的多元世纪信息技术有限公司是暨大EMBA学员彭建铁同学的公司。公司成立仅五年就在2009年1月通过ISO9000国际质量体系认证，成为一家管理规范稳健、技术领先、产品优异齐全的高科技企业。作为一家高新技术企业，多元世纪的技术人员占公司人数70%以上，技术实力雄厚。

公司由加恒资本集团（CanEternal Capital Inc.）投资，在中国，加恒资本集团广泛活跃于北京、上海、香港等地的资本市场，有多家经营金融信息、IT技术、在线媒体服务业的运行实体。因此在金融、IT等信息产业方面具有天然的优势。旗下公司的多元世纪，也将金融及IT信息作为主营业务。

其中具有代表性的产品就是多元世纪交易系统v4.0，此系统是多元世纪推出的一款专业提供国内外黄金、外汇、期货、证券等金融产品在线交易的软件平台。彭建铁同学亲自示范了该系统的操作方法，展示了系统的各种优势与性能。对于很多人担心的数据泄漏隐患的问题，彭建铁同学介绍，经过多元世纪无数次的黑客检测表明，该系统是安全的。

金融及信息技术产业，最重要的是能与时俱进，抓住每一个商机。根据智能手机越来越普及的趋势，多元世纪顺势推出手机交易客户端（ANDROID版），让客户可以随时随地查询交易商品实时行情，同时进行下单交易。

随着深圳经济的腾飞，多元世纪从以往单纯只做金融软件开发的业务模式，逐渐转变为金融投资链条全方位信息数据服务商的模式，业务遍及金融投资的每一个环节，包括软件解决方案，金数据解决方案，移动终端金融解决方案，金融资讯解决方案等。彭建铁同学从战略管理的高度，结合经济发展因素、政策因素、市场国际化等因素，多维度制定企业的战略目标，更好地让企业发展壮大。

### 简介：

深圳市多元世纪信息技术有限公司（Muchinfo INC.）是由加拿大加恒资本集团（CanEternal Capital Inc）在中国投资的金融技术服务企业，是国家认定的高科技软件企业，深圳高新技术企业。

### 背景： 2010EMBA（3）班 知行团深圳行

时间：2010EMBA（3）知行团来到深圳，在彭建铁同学的介绍下，参观学习了深圳市多元世纪信息技术有限公司的发展现状及产品特色，通过同学们的交流，大家在眼界与管理经验上都有不菲的收获。

此次知行团还参观了谢鸿阶同学的企业——深圳市大眼界光电科技有限公司。深圳市大眼界光电科技有限公司，致力于全球低碳、节能事业，是一家集研发、生产、销售和服务于一体的LED综合应用产品国家级高新技术企业。产品覆盖中国大江南北及美国、日本、韩国、澳洲、南美、台湾、等多个国家和地区。

在谢鸿阶同学的带领下，大家参观了LED灯管、底座的制造车间，在参观整个生产线的时候，同学们都惊叹于小小的灯管竟然可以显示出如此光鲜亮丽的画面，可以说是大开眼界。参观同时，大家也就LED目前的市场行情及未来的发展趋势展开讨论，分享收获。

### 简介：

中山市华艺灯饰照明股份有限公司前身为华艺灯饰集团，创立于1986年，雄踞“中国灯饰之都”中山市古镇，历经二十五年发展，坚持走“优质”、“专业”路线的“华艺”一直成为业界享誉盛名的灯饰品牌。

### 背景： 2011（1）班 中山华艺灯饰移动课堂

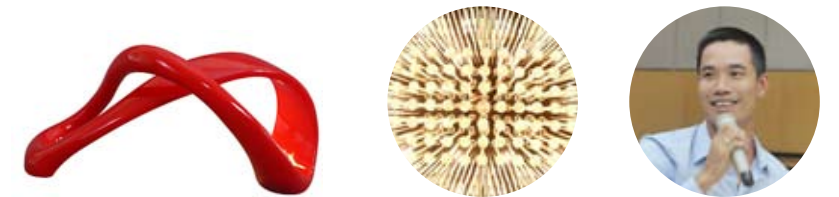
今年8月，2011（1）班的同学趁着课余时间，去到2010级的师兄区广耀同学企业——中山华艺灯饰股份有限公司进行知行团活动。来到著名的中国灯饰之都——中山古镇，琳琅满目的灯饰店让大家目不暇接。

区广耀同学领同学们参观了华艺灯饰厂区，从研发中心、检测中心到办公区域，为大家做了详细的讲解。同学们对灯具的研发和检测都表现了极大的兴趣，对华艺在企业转型升级的步伐上始终走在竞争对手前面也表示很佩服。



## 华艺灯饰： 铸造灯海的“航空母舰”

暨南大学  
EMBA  
智库·2012



在中山古镇的灯饰产业群中，最早的一批灯饰企业起步于80年代中期，而华艺灯饰，正是其中一员。今天中山市华艺灯饰照明股份有限公司拥有20万平方米的灯饰照明产业园，逾两万平方米的总店营业展厅，下辖众多分厂和子公司，全体员工逾5000人，其中灯具研发设计团队已超过500人，管理人员约800人。俨然成为了一艘铸造灯海的“航空母舰”

在中山多如牛毛的灯饰企业中，华艺灯饰的核心竞争力就在于拥有一批强大的设计队伍——200多位设计师，1800平米的设计开发中心。更有强大的市场信息收集队伍，随时关注市场变化，并做出反应。不断吸收学习国外的时尚设计信息，也是华艺灯饰保持行业领先地位的要点。

灯饰的销售主要有两个渠道，零售渠道和工程渠道。零售渠道主要有专卖店，店中店，卖场和超市，但卖场和超市是新兴的小渠道，真正大的还是专卖店。目前华艺灯饰在全国各地80%的城市都有专卖店，大约300多家。广泛的渠道建设及专卖店，对于提升华艺的品牌知名度、美誉度都起到了极大的作用。

华艺灯饰较偏重顶级灯饰，面对

的是中高档消费群。发展方向是以家居为主，工程为辅。除了提供灯饰产品，华艺还提供照明方案的全系列指导和整体解决方案。例如，整个澳门的赌场75%的灯饰都是出自华艺，在北京奥运开幕式的流光溢彩中，鸟巢绚丽的钢结构照明效果来自于华艺。

暨大2010级同学、华艺灯饰总经理区广耀从研发中心、检测中心介绍到办公区域，他说，为了确保华艺产品在保持尊贵格调的基础上不断推陈出新，公司投入了巨资在研发上面，同时为了保证产品质量，还打造了1800多平的国家级检测实验室。而华艺的灯饰经营店，则尽显耀眼奢华，多种多样的灯具款式，展现了华艺灯饰在终端品牌形象上的用心。

华艺灯饰的核心竞争力就在于拥有一批强大的设计队伍——200多位设计师，1800平米的设计开发中心。



## 东莞松山湖高新产业区： 合作共赢

暨南大学  
EMBA  
智库 · 2012



东莞市松山湖高新区位于穗莞深港经济走廊的中段，是珠江三角洲地区的重要创新引擎。产业园区的发展离不开政府的大力支持。在东莞市发展政策的推动下，松山湖高新区近五年主要经济指标年均增幅在100%左右，近四年专利申请量和授权量年均增长率分别为108%和256%，对东莞乃至珠三角地区产业转型升级发挥着越来越重要的带动和辐射作用。

松山湖高新区非常注重区域创新体系的构建。高新区陆续与中国科学院等国内大型研究机构和华中科技大学、中山大学等知名大学共建了九大科技创新平台；设立科技发展专项资金，每年按不低于5%的比例从园区财政提取经费，用于鼓励企业开展自主创新，建设企业研发中心和引进高层次人才；建成了以国家级创业服务中心、国家级留学人员创业园等为主体的科技创业基地；组建产业支援联盟，汇聚两岸三地500

多位专家，为周边地区企业提供科技服务。

园区以高端电子信息产业、生物医药和现代服务业为招商重点，已引进宇龙科技、聚信（华为）科技、东阳光医药、胜华科技等一批国内外知名企业相继落户，抢占战略性新兴产业制高点。

在构建园区创新体系和招商引资的同时，松山湖高新区大力建设生态文明。建成120多公里的园区绿道系统和自行车配套服务系统；从北到南遍布了一批极具地方文化特色的生态主题公园；绿化覆盖率超过60%，生态环境已达到甚至超过欧美城市。

上海世博会上，松山湖从全球28个国家、80个城市和地区的113个案例中脱颖而出，成功入围城市最佳实践区案例展示，并以“城市绿色发展的成功典范”为主题亮相。

### 简介：

东莞松山湖高新技术产业开发区2001年11月经广东省人民政府批准设立，2010年9月经国务院批准为国家高新技术产业开发区，11月正式获国务院授牌。规划控制面积72平方公里，从北向南依次划分为北部区、中心区、台湾科技园和南部区四大片区。

### 背景：

#### 2012EMBA（1）班同学赴东莞市松山湖高新产业区参观考察

9月7日，暨大EMBA2012（1）班学员一行20多人，来到东莞市松山湖高新产业区开展参观考察活动。考察团先后考察了松山湖展览馆、松湖烟雨景区、正业科技公司和金威啤酒公司，并与企业的负责人进行了深入的交流。

广东正业科技股份有限公司成立于1997年，是一家专业从事PCB精密加工检测设备及辅助材料的集研发、生产、销售和技术服务于一体的国家高新技术企业。近年来，公司通过“自主研发”、“引进消化吸收再创新”及“产学研结合”等发展模式，致力于国产科学仪器设备的研制开发。

金威啤酒品牌乃由金威啤酒集团有限公司所有。公司采用德国传统工艺酿造啤酒，在保持醇厚、清爽风味的基础上创新，具有独特的国际清醇口味。

整个考察活动行程紧凑、内容丰富，通过在园区的实地讲解、企业考察等形式，让学员深入学习了省以及东莞市扶持工业园区发展的政策和优惠措施、现代工业园区建设的经验及企业经营管理的思路，不仅让学员切身感受产业发展的情况，也丰富和充实了本次EMBA班培训的内容。



## 海韵集团：旅游综合体

2012EMBA（1）班——海南三亚海韵之旅

暨南大学  
EMBA  
智库 · 2012

2012年8月10日，暨南大学2012EMBA（1）班同学一行受三亚海韵集团总裁李松海副班长的盛情邀请，来到美丽的海南三亚，进行为期两天的学习、考察，并受到了海韵集团的热情款待。8月10日、11日，在海韵集团相关领导的陪同下，参观考察了海韵集团旗下的各子公司和相关发展领域。并且在会议室里一起探讨了海南未来发展的一些趋势与策略。

三亚海韵集团有限公司是一家成长快速、追求价值、有社会责任感的民营集团企业，海南省百强企业。经过10年奋斗，现已形成房地产业、旅游服务业、矿业、资本运作和海南国际旅游岛建设五大产业发展领域。集团旗下有全资和控股子公司24家，资产总规模100多亿元。现在，海韵集团的产业区域已由三亚旅游城，拓展到大三亚旅游圈、海南国际旅游岛、陕西西咸新区、北京和香港。公司始终坚持“卓越、创新、和谐、共享”的核心价值观，并积极支持社会公益事业，近年来，公司捐款5000多万元，扶贫济困和助学助教。

通过两天的参观考察，暨南大学2012EMBA（1）班的同学与海韵集团相关领导、员工互相交流经验、加深了解，建立了良好的友谊。

暨南大学  
EMBA  
智库 · 2012

## 南海西海岸旅游集聚区： 全国首个旅游产业园

2011EMBA（3）班知行团相约南海西海岸

2012年4月14日，在张强俊同学的带领下，2011EMBA（3）班的同学走进了美丽的南海。由张强俊同学做导游，沿途为大家讲解西樵山美丽的故事与风景特色。并参观张强俊同学所负责的西海岸旅游集聚区项目。

南海西岸是历史悠久的宗教场所，是充满历史文化底蕴的旅游胜地，同时极具岭南特色。据了解，南海西岸旅游产业园是全国首个旅游业的产业园。整个景区占地达8000亩，计划分为三期（共十年）开发，共投资100个亿。是包含五星级酒店、高尔夫球场、温泉、度假区、房地产等各种配套设施的国际级旅游园区。同学们对旅游产业园都非常感兴趣，边聊边看边探讨，针对旅游集聚这个新的话题展开了热烈的讨论。张强俊同学则在沙盘图上为大家讲解整个项目的规划与进度。



## 广百： 华南百货零售业的领头羊

暨南大学  
EMBA  
智库·2012



广百股份有限公司自成立以来，按照“一业为本，连锁经营，区域做强”的总体战略，以及“立足广州，拓展华南，面向全国”的布局规划，重点发展连锁百货，大力开拓购物中心，成为华南百货零售服务业的市场引领者。2007年3月，公司被广东省经贸委再次认定为广东省重点培育的流通龙头企业。公司确立了逐步成为一家经营规模化、管理现代化、决策科学化、主业特色鲜明、业绩突出的国内一流的百货零售企业的发展目标。

亢小燕女士是广百的一个传奇人物，历任新大新百货公司总经理、董事长，现任广百股份副总经理，主要负责经营、品牌和网购业务等。对广百股份目前的组织架构、企业定位、企业战略、企业文化及百购网，亢小燕女士做了详细的阐述介绍。

### 与实体结合的网络购物

近年来，随着互联网在中国的进一步普及应用，网上购物已经成为人们的主要消费模式之一。在众多商家都在争夺网上资源的背景下，广百也在2010年正式进

入电子商务市场，创办了属于广百自己的网上商城——百购网。亢小燕认为，百购网最大的特色是与实体店的结合。不仅帮门店做商品延伸，更为实体店的60万会员提供了便利的服务渠道。广百的会员们能在百购网上查询自己的积分和优惠，还能享受与实体店一样的有质量保证的商品。百购网现阶段的发展与目前其他购物网的最大区别在于定位清晰，不以盲目砸钱拿规模为目的，更多的是为市场的培育做准备，做为线下相对忠诚的会员群体的补充服务。

由于网购的产品和实体店的产品容易存在货不对板的现象，亢小燕介绍，广百有很严格的三审查制度。除了例行的年检、月检及日检，广百还每年聘请第三方机构进行产品抽检。如发现问题的产品，不仅对供应商进行处理，连带采购的人员也进行处罚。由于，百购网最大的特色是与实体店的结合，因此，这一制度不仅适用于实体店，也同样适用于广百的网上商城——百购网。对于顾客的投诉，广百更是有严格的制度处理。

### 简介：

2002年4月30日，有11年历史的广州百货大厦进行股份制改造，成立广百股份有限公司，从原来的国有大型百货零售企业改制成为国有控股、多元化投资主体的股份公司，实现了由传统百货公司向现代零售业，由单店经营向连锁经营的重大转变。2007年11月22日，广百股份于深圳证券交易所正式挂牌，是广东省最大的国有商业集团——广州百货企业集团有限公司的核心企业。

### 多品牌发展

目前，广百股份有限公司旗下有八大品牌：广百百货、新大新百货、CBF、广百新一城、广百电器、广百超市、百购网和李占记。广百是基于什么样的战略方向决定走多品牌运行的道路的呢？对于这个问题，亢小燕表示，广百在这方面做过充分的调查研究，发现无论是统一品牌或是分散品牌都有成功的案例，可以说是各有利弊。统一品牌虽然能达到力量、效益的最大化，同时风险及费用的最小化。但是从百货行业的实际出发，结合各个区域差异大的实情，还是选择了多品牌并行发展的策略。

### 危与机的转换

广百股份有限公司在2002年上市，根据广百公开的财务报表，广百的营业额从2004年的19.25亿，到2011年实现100亿的突破，但是利润率却从3.88%降到2.89%。对此，亢小燕通过各类数据表明，整个百货行业本身就是属于低利润率行业。随着近几年广百实体店的增加，广百的自有物业占有率降低。在大部分实体店都是租



赁开店的情况下，租赁成本和人工成本占总成本开支的比重越来越大。基于以上情况，广百近年也在对经营模式进行一些调整。不论是近日的“试水”品牌代理，还是在管理、诚信和服务上的努力，都表明了广百是百货零售服务业的市场引领者。

也有人担心随着广深港高铁的通车，未来产品发展将出现同城化的格局，对广百或造成一定冲击。对于这个问题，亢小燕非常自信。她的自信基于对百货行业的了解：消费者倾向于在直径5公里的范围内消费，特别在商品的种类也很丰富的广州；本地消费者流失到深圳及香港的人数比例不会大。得益于广百店之前选址的前瞻性，广百的两大主店分别在广州最重要的北京路商圈和天河商圈形成辐射。所以，同城化的格局对于广百绝对是机多于危。

### “五色系统”文化

广百集团纪委书记，暨大EMBA09（2）班洗家雄同学表示，广百的成功离不开整个广百管理层精英团队的付出。广百的企业文化的精髓就是“五色系统”文化：竭尽全力、科学创新发展、讲真话、人才希望及尊重和关爱。他相信随着员工素质的提高及对企业的归属感的提升，在管理精英团队的推动下，广百股份一定能实现提出的愿景：把广百股份打造成华南领先服务业的领跑者。

暨南大学管理学院教授郝英奇认为，广百近年的成功证明了广百战略的正确性。广百的企业文化也与其英文名字GrandBuy相辉映，显示出大气与务实。而作为有着线上线下优势的广百百购网，由于市场需求的增大、管理团队的成熟、品牌的进一步拓展，其发展前景也将无比美好。

### 背景： EMBA知行团： 走进广百股份有限公司

为响应“知行合一”的暨南精神，践行暨南大学EMBA教育“三三制”的先进模式，暨南大学EMBA联合会在2012年5月25日组织暨南大学EMBA知行团走进了华南地区百货业的龙头企业——广百股份有限公司的总部广百北京路店。暨南大学管理学院郝英奇教授、暨南大学第一届EMBA联合会副秘书长黄万根老师、EMBA校友林小燕、在读各个班级的同学一行30人参加了本次活动。

广百集团纪委书记冼家雄、广百股份有限公司副总经理亢小燕作为公司代表欢迎暨南大学EMBA知行团莅临交流指导。冼家雄同学表示，很感谢EMBA联合会组织本次与广百股份的交流互动，这对广百而言，也是一次很好的自我检查和拓展学习的机会。

暨南大学EMBA知行团是EMBA课堂教学的重要补充，是对课堂理论知识的拓展运用，以理论指导实践，以实践检验理论，为EMBA同学们提供更为广阔的学习平台。EMBA联合会作为EMBA学生组织的重要组成部分，将会组织更多的交流活动，为同学们提供更多的学习资源。

广百  
GrandBuy

广百集团、是广东省、广州市重点发展，广州市政府授权国有资产经营的大型商业企业。集团公司于1996年6月原广州市第一商业局撤销建制后成建制组建，2001年重组，整合托管了广州大部分国有百货物资企业。集团公司现有经营百货零售、批发代理、物流配送、专业市场及物业管理的全资控股经营企业10多家



## 格兰特的企业文化建设

一个没有文化的企业注定是一个没有希望的企业。

格兰特工程玻璃（中山）有限公司是广东省科技厅认定为“高新技术企业”、国家级幕墙玻璃生产科研重点企业。在当前“推进节能减排”的东风之下，格兰特公司也在集团公司和董事会的支持下，以“务实、高效、创新”的企业精神，进行增资扩产项目的建设，并向太阳能领域扩展，最终形成生产能力15亿元、在国内或香港市场上市的大型企业。

众所周知，没有具备自己特色的企业文化，就没有企业的经营战略和经营哲学，也不会有科学的管理，就更谈不上赶超先进和创造一流。纵观格兰特近几年的发展史，从一家名不见经传的企业，到目前的国内玻璃深加工行业前三甲，并能在国有企业改制的发展潮流及金融海啸的冲击下，保持良好的经济效益及持续的发展力，其在企业文化方面的建设及管理创新功不可没。

### 一、强化培训管理，提高全员素质

在企业文化中，人是最重要的因素，格兰特虽然拥有一支有着创新精神敢于拼搏并能实干的管理队伍，但一线员工的平均素质比较低。要做到有效地提升员工的素质，最重要的途径就是学习：一是向典范企业学习，并把这些企业作为潜在的竞争对手；二是坚持不懈地抓好理论学习，突出员工职业道德建设；三是加强对员工的业务建设，大力开展岗位练兵、技能比武活动，积极鼓励岗位成才，提高员工的科学文化素质和业务能力；四是树立本企业的模范人物，用身边人身边事激励员工与企业同呼吸、共命运，自觉做企业的主人；五是学习企业文化建设的重要意义，把打造优秀企业文化、促进企业健康发展作为员工的自主行为，激发员工的内在动力。

### 二、强化目标教育，统一全员思想

1、加强公司发展目标教育。要讲清公司面临的形势和任务，讲清公司的年度目标和存在的问题，让每名员工把思想和行动都统一到公司发展的思路上来。

2、加强个人目标教育。通过形式多样的目标教育，促进员工树立远大的人生理想和追求目标。同时要注意分解公司各项任务指标，让员工在工作中有压力、有方向，增强员工的责任感、使命感和紧迫感，为员工搭建表现才能、实现自我价值的舞台，激发员工的创造智慧，有效提高员工的自身素质，提升人生价值。

3、引导员工把个人目标与公司发展目标有机地结合起来。

### 三、突出人本管理，调动全员活力

人本管理是现代企业的系统管理方式，基本着眼点是以人为中心，涵义是



依靠人、开发人的潜能、尊重每一个人、塑造高素质的员工队伍、实现人的全面发展，只有努力营造一个轻松和谐的工作环境，才能更有效地激发人的活力，企业文化建设才更具活力。

1、营造企业内外部和和谐的氛围，理解员工、重视员工、培训员工、激励员工，充分尊重员工的人格力量、权力和主人翁地位。

2、通过企务公开、召开职代会等民主管理形式，疏通领导与员工之间交流思想的渠道，使员工有知情权、建议权、监督权和质询权。

3、从广大员工最关心、最直接、最现实的利益问题出发，真心实意地为员工办实事、做好事，解决员工生活中的具体困难和问题。

4、管理人员要注重自身建设，以身作则，自觉规范行为，起好示范和表率作用，用我们自己的理念、行为去影响人、管理人。

5、丰富职工文化生活，通过集体活动，如竞赛、联欢等，让员工意识到团结就是力量、团结能启迪人的智慧、团结能推动生产力的发展。

### 四、优化制度流程，创新管理理念

1、坚持以制度管理约束人，以有效机制奖惩人。企业文化建设也包括了制度建设，且应当注重对实际问题的调查研究，格兰特经过发展，逐渐形成了如员工手册、全面预算管理、绩效管理、安全管理等较为深入的各方面的管理制度及相关实施措施。从执行情况来说，对于安全、成本、绩效等涉及关键业绩指标的管理制度员工执行力较强，但受到员工素质参差不齐的影响，对一些基本制度执行较为松懈。下一步公司将注重对员工心理状况的研究，使制度更加贴近实际、贴近员工，更加人性化；让员工感情上易于接受，在自觉遵守制度中养成良好的工作学习习惯，满足员工自尊自我的精神需求，调动员工的激情。

2、坚持实施科技创新，突出公司主业能力。“科技是第一生产力”的理念在高新技术企业显得尤为重要。格兰特设立有市级企业技术中心、工程技术研究开发中心各一个。近几年，公司申报国家火炬计划重点高新技术企业、国家重点新产品、广东省重点专利计划、中山市科技计划项目等20多项。同时，公司出台了有关合理化建议的奖励措施及QC小组等科技创新奖励办法，为充分发挥员工的才智打造了一个良好的平台；在未来的发展过程中，格兰特还将结合目前许多高档及特殊用途的深加工产品在国内空白的现状，大力实施科技创新，延长公司的价值链，增加产品的科技附加值，在充分利用自身资源的基础上，提高公司主业的竞争能力。

### 五、重视品牌建设，提高企业形象

抓好企业外部形象建设，对内而言主要是美化厂容厂貌，加快修建职工的娱乐活动场所，丰富员工的文体活动；栽植花木，美化绿化厂区环境；搞好档案管理，深刻挖掘企业历史文化；建好产品样品展室；教育广大员工增强并树立与企业荣辱与共的思想，人人参与企业的生产经营，人人重视企业的效益，人人维护企业的信誉。

对外而言是不断规范企业的形象，抓好商标管理、产品设计、产品质量，在产品命名、包装设计、营销卖点各个层面上注入深厚的历史文化底蕴，最大限度地提高其附加值，以期提高产品的市场占有率、美誉度、营销力。并争取利用各种媒体等载体宣传和渗透企业全新的理念和精神，逐步树立起企业的全新形象。

总体而言，企业文化是企业长期发展过程中形成的维持企业生存、发展的精神财富。一个没有文化的企业注定是一个没有希望的企业。因此，任何公司在发展过程中都应当将加强企业文化建设当做是工作重点之一。



2010（1）班 班长江东  
格兰特工程玻璃（中山）有限公司总经理



## 利润来自体系的实例运用

“利润来自体系”理念精髓在于树立全新的企业观，构造符合人性法则、自然法则、市场法则的合理体系。

对利润孜孜不倦的狂热是为商者亘古不变的追求。利润的实现，在我国历来有“开源节流”之说：增加收入，节俭支出。但如何因地制宜运用“开源节流”，以实现利润源源不断地增长，颇值得深入探究。当今社会已进入知识经济、信息经济、网络经济、全球经济相互交织的新时代，提倡分工协作，追求外部效率的最大化。其特点是虽然初次投入成本很高，但越做成本越低，而利润会越来越高。通过学习EMBA课程，“利润来自体系”的理念使我们开拓了视野、延展了思维。下面将结合岭南集团下属食品企业皇上皇近年来的实践，试对“利润来自体系”思想做一粗浅阐释。

### 一 企业概况

皇上皇肉食制品厂是岭南集团旗下广州皇上皇集团有限公司的分公司，是一家以肉食加工为主，集生产、经营、研发为一体的国有企业。其前身是始创于1940年的皇上皇腊味店，如今已从“前店后厂”的作坊式加工场发展成为拥有亚洲最大的太阳能腊味焙房的省级先进企业。近年来，随着市场竞争的日益激烈，皇上皇肉食制品厂也遭受了规模扩张和做强做大的发展瓶颈，探索转型之路，寻求核心竞争力的提升，已成为企业面临的重大课题。

### 二 企业运用实践

“利润来自体系”理念精髓在于树立全新的企业观，构造符合人性法则、自然法则、市场法则的合理体系。结合皇上皇的现状，要贯彻“利润来自体系”的理念，应坚持做到以下三点：

（一）四让原则：让能人为你工作，让资本为你工作，让制度为你工作，让体系为你工作。后者是最高境界。

因此，推动技术、业务创新，吸引人才，是皇上皇对“利润来自体系”的运用之一。企业要打造价值观高度认同的企业文化，并在思想层面加以固化，实现思想的整合。也只有如此，才能够吸引和留住人才，形成良性发展态势，做到“让能人为你工作”。

要实现让制度为你工作，让体系为你工作，皇上皇需要打造更完善的内部制度体系和运作机制。应为企业全方位运作设计科学有效的规则，包括对每个流程、每个环节的激励约束及监督，使体系内的每个人、每个实体都能够自我制约、自我导向、自我约束、自我发展，从而实现“帕累托最优”状态，将企业的产、供、销、内、外、贸集合一体。如同在高速

对皇上皇而言，要做到跳出企业做企业，就要坚持有所为、有所不为，推动非核心业务外包。



路上行使的车辆一样，达到“无形胜有形”的管控，从而实现靠制度安排获取利润，“睡着”赚钱。这是“利润来自体系”的内功，也是最为基本的要素。

在效率机制方面，入编哈佛商学院经典案例的奥克斯集团最具有代表性，其企业内部积极倡导“省一个人省10万元，省一个环节省5万元”等口号，这些企业效率理念对提升奥克斯的工作效率，降低企业运营成本都起到了非常重要的作用。如此类推，企业越大，效用就越大，那么单位时间内创造的“额外”利润也会逐渐增加。

（二）通过打造赢利体系而赚钱：通过销售产品、服务获得利润，是初级的；通过优质产权、良好商誉获得利润，才是长久和持续的。

近年，皇上皇本着“做点不做面，做长不做短，做快不做慢，做深不做浅”的思路，不断强化品牌优势，大力推出差异化、个性化产品与服务；与此同时，公司还以皇上皇品牌为龙头，精心细化、提炼系列产品服务品牌，打造品牌“网络”，努力把核心竞争力建设成为其他企业无法复制的、独一无二的品牌优势。争取能做到靠无形资产赚钱，也就实现了“躺着”赚钱，实现了利润最大化。

（三）实现流程再造，获得利润：通过价值网络重构而获得利润，跳出企业做企业，建造体系是解决问题的根本。

对皇上皇而言，要做到跳出企业做企业，就要坚持有所为、有所不为，推动非核心业务外包。新企业观理论有一个重要观点，即复制一个有竞争力的体系，对行之有效的体系的不断复制，就会不断降低成本。因此，为规避风险，首先应依法依规开展业务外包试点，在试点成功的基础上，划分类型，迅速推广复制。一个成功，大家跟从，形成羊群效应。规模体系的经济学原理是“规模效用”的延伸，其核心思想是：伴随规模的扩大，使得单位成本缩减，利润率增加。而“利润来自体系”的核心也恰恰是规模经济的缩影。

企业在行业内达到一定规模之后，品牌优势实现，其社会价值将不可限量。那么此时结合企业发展规划，以品牌效应为出发点和突破口，跨行业、跨地域经营，借助品牌的优势进行组织结构的复制和资源的整合，缔造以品牌为灵魂的商业王国，创造增

值点，营造利润空间，这是体系创造利润的延伸，也是体系创造利润的灵魂，实现了“玩着”赚钱。海尔集团就是在市场中整合资源的经典，运用原有的品牌优势，结合企业文化的内涵，复制相似的组织结构，将一个个即将或者已经破产的企业起死回生。在这个过程中，也铸就了海尔的体系，形成了规模效用。

利润来自体系，首当其冲的是自身结构的优化及效益目标前提下的效率优先，正所谓“打铁必先自身强”。在此基础上，不断发展壮大规模，形成体系，实现利润永不枯竭的流入。实践“利润来自体系”，让体系真正实现利润！



2010级EMBA（2）班 宋卫  
广州岭南国际企业集团副总经理  
广州皇上皇集团董事长

广州皇上皇肉食制品厂的金凤肠

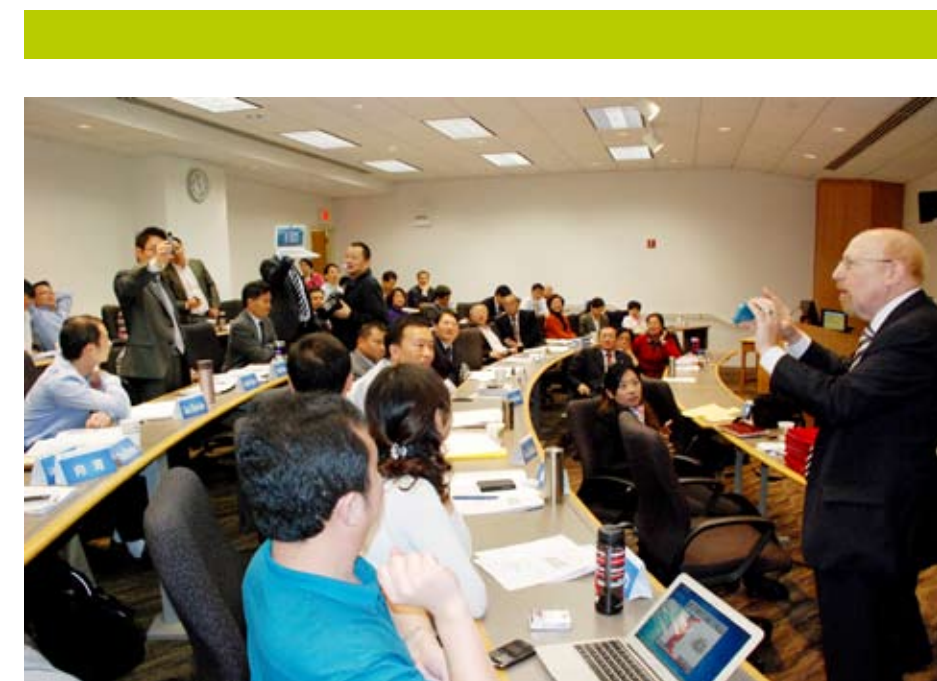






### 暨南大学 EMBA 美国游学

2012年暨南大学EMBA海外移动课堂一行50多人在孙或副院长的带领下，前往美国展开为期15天的课程学习与参观考察。在风景如画的美国芝加哥，由西北大学的知名教授：Paul Hirsch、Bobby Calder、Frank Mulhern等，给EMBA同学们进行了品牌定位、公司变革、危机管理、品牌建设、凌河案例等专题的授课；并到芝加哥期权交易所、固安捷、博尔园艺等世界知名企业或当地特色企业进行了参观与交流，大大开拓了同学们的眼界，纯正的美式课堂给同学们留下了深刻的印象。



在美国进行互动式课程学习



同学们与Paul Hirsch教授在西北大学合影



在西北大学凯洛格商学院前留影



美国芝加哥海军码头是当地文化的集中体现



案例讨论场景

