

复旦季刊

SCHOOL OF MANAGEMENT
FUDAN UNIVERSITY
复旦大学管理学院院刊

Dec. 2013
/NO.28







荣耀 2013 P.006

在时间的长河中,让每一个平凡时刻熠熠生辉的,是勇气和智慧,更是坚持和努力。

在复旦管院的发展史上,即将过去的2013年值得浓墨重彩地写下一笔:国际顾问委员会的成立,让我们站到了巨人的肩膀上,看得更广更远,想得更深更透;政立新院区的奠基开启了校园与社区无缝对接的全新时代,拆掉围墙的大学将真正呈现出“大”之气象;2013FT全球EMBA百强排名榜上的四个席位镌刻上复旦的名字,中国最顶尖管理教育正在自豪地走向世界……

从来荣耀都属于奋进者,而未来的光荣更属于有远见的人。

2014,我们全新的征程,已经开始。

荣耀 2013 新高度

复旦大学管理学院成立国际顾问委员会	007
学校将继续全力支持管理学院的建设发展	010
“教育永远是面向未来的事业”	012
“我将尽我所能”	016
挤进最上层的群里	020
国际化需要融入中国智慧	022

荣耀 2013 新起点

复旦大学管理学院政立院区举行奠基仪式	027
政立院区是创建世界一流商学院的新起点	030
“试水”校企结合	032

荣耀 2013 新纪录

完美全垒打:复旦管院四个项目同时跻身FT全球EMBA排名百强	037
复旦管院为中国高速发展做出了贡献	040
诚实面对国际检验	042



CONTENTS

WWW.FDSM.FUDAN.EDU.CN
第二十八期

要闻

- “2013年全球最佳商学院”排名我院蝉联大陆榜首 046
- 2013年复旦管理学奖励基金会相关奖项颁出 047
- 市场营销为中国经济装上创新驱动“新引擎” 049
- 主题演讲智慧碰撞:大数据时代用创新改变世界 051
- 三场圆桌讨论:新时代 新营销 052
- 股票发行注册制离我们还有多远 055

实践区

- 创新改变世界 058
- 上海自贸区与长三角经济发展 061
- 互联网时代零售店面O2O转型 064
- 创造数字时代的品牌拥护 068

名师讲堂

- 大数据时代竞争下的营销如何盈利 074
- 学问与人生 077
- 大数据的来龙去脉及影响 084
- 当前国际形势与中国外交政策 090

校友汇

- 荣耀复旦 树立典范 098
- 复旦旦兮心如故 100
- 第七期校友导师计划启动暨第六期颁证仪式举行 102

复旦

- 关于周谷老的二三事 104

记事本

108

编者的话



每年的岁末年初,总是一段意味深长的时光:看似是所有奋斗告一段落,前面却有新的征程正在展开。

所以,在过去与未来交接的这个路口,我们记录已经取得的荣耀,是为了今后走得更稳、更好、更远。

2013,对于近而立之年的学院来说,是真正值得骄傲的一年。在外界看来,这一年的复旦管院捷报频传,一个接一个的荣誉和成就如光环笼罩其上。在这背后,只有管院人自己明白,从来没有一蹴而就的奇迹。每一点成绩的取得,都有大家持之以恒的努力和付出,以及管院人从未消失的决心和期盼。

在这一年,我们成立了国际顾问委员会,借鉴国际经验、汇聚全球资源,让扎根于本土的复旦管院又向更广阔的天地迈出重要一步,国际水准顶尖智囊机构的创设让我们就此攀上新的高度。

在这一年,我们的新院区建设正式奠基。现代化的教学设施、优美开放的校园环境只是最基本的目标;它代表的是高校与企业合作的最佳范本,校园与商业融合的最佳案例,全球教育领域的创新典范,更是我们建设世界一流商学院的新起点。

在这一年,我们的专业学位项目在FT全球EMBA排名百强中独占四席,上榜数量雄冠全球。这刷新了中国商学院在世界排名中的纪录,更是我们多年来精心耕耘的硕果。不冒进、不浮躁,我们一直在以严谨向学之心、求实创新之志,致力于管理教育理念的传播和商业精神的发扬。这种诚恳而踏实的姿态,是我们所能给予社会的最庄重的承诺。

这一期的院刊记录了属于复旦管院2013年的荣耀。新高度、新起点、新纪录,这几个名词并不能概括我们全部的汗水,但却能够展现我们对管理教育领域做出的贡献。更重要的是,它们证明了几十年来不懈探索的复旦管院、已经在漫漫征途中留下令人鼓舞的印迹。

除此之外,你还能在本期院刊中看到一个当下最热门的词汇:大数据。它代表的是一个前所未有的新趋势、预示着一系列具有开创性和有效性的新策略。

在这辞旧迎新的时刻,无论是个人、学院,还是整个社会,都将迎来新的一页。“新”代表着希望,代表着潜力,代表着无限的可能。

愿我们共同努力,为充满无限可能的明天写下新的篇章。

复旦大学管理学院
管理教育推广和发展中心





荣耀2013

新高度

1917年中国商科教育的种子最先在复旦落地,经过近百年的发展,如今,复旦管院将它的边界扩展到世界,将它的层级提升到国际水准,创下了百年来的新高度。

因为有当下最卓越的学者大师、最具洞察力和领导力的企业家鼎力相助,“国际顾问委员会”将不仅仅是一个机构的名头,更是推动学院继续前行的强大力量。



汇集政商学界智慧 加快跻身世界一流的步伐

复旦大学管理学院成立国际顾问委员会

2013年10月12日,复旦大学管理学院首届国际顾问委员会正式成立。原中共中央政治局常委、国务院副总理李岚清,原全国人大常委会副委员长陈至立出席成立仪式和国际顾问委员会第一次会议。复旦大学党委书记朱之文出席成立仪式并向国际顾问委员会的各位委员颁发了聘书。复旦大学常务副校长陈晓漫主持当天的成立仪式。

在复旦大学管理学院首届国际顾问委员会第一次会议上,李岚清欣然接受担任委员会名誉主席。作为复旦大学工商管理系的校友,李岚清一直十分关注、支持复旦大学和管理学科的发展。他发起和设立了复旦管理学奖励基金,旨在鼓励管理学理论与中国实践相结合。正是在他的大力倡导和亲自推动下,管理学院首届国际顾问委员会终得以成立。在委员会第一次会议上,李岚清发表了讲话。

复旦大学管理学院首届国际顾问委员会主席由陈至

立担任。她在主持委员会第一次会议时提出,希望各位委员为学院制定发展战略、集思广益、把握方向,帮助学院汇聚各方面资源,进一步加强国际交流与合作,推动复旦管理人才培养水平,乃至中国管理人才培养水平的提高。希望复旦大学把握天时、地利、人和的历史机遇,培养更多优秀管理人才。

中外政商学界领袖担纲

复旦大学管理学院首届国际顾问委员会由27位委员组成,全都是各自领域内备受尊崇的领袖。

其中,既有来自英国、美国等西方发达国家代表,也有来自印度、智利等新兴国家的代表;既有在实业界取得卓越成就的企业家,又有在学术界享有广泛盛誉的优秀学者;不仅来自世界各个重要经济体,也涉及事关社会发展的各个层面。来自政界的委员像查尔斯·鲍威尔勋爵,

复旦大学管理学院成立国际顾问委员会旨在大幅提升学院的学科综合能力、资源聚集力和国际影响力,有助于将复旦乃至中国管理教育水平推向新的高度,这是学院发展史上又一个具有历史意义的时刻。

不仅经历资深,而且在全球外交、商贸交流领域发挥着重要作用。他曾担任英国前首相撒切尔夫人的私人秘书、外交顾问和国际顾问,并常年担任英中贸易协会主席。来自商界的委员罗康瑞先生不仅在他所从事的行业建立了领导性品牌,而且屡次荣获嘉奖。他于1998年获香港特区颁授的金紫荆星章,1999年获委任为太平绅士,2005年获法国政府颁授艺术与文学骑士勋章,2012年荣获第4届世界华人经济论坛终身成就奖。泰国正大集团董事长兼首席执行官谢国民先生不仅是泰国首富,且连续多年被评为世界富豪慈善家之一,他领导的正大集团是第一个来中国投资的外资集团,也是在中国投资项目最多、投资额最大的外国公司之一。来自学界的委员都是相关研究领域的权威学者,其中,陈明哲教授是动态竞争理论创始人、动态竞争国际论坛创始人。

首届顾问委员会还有多位来自大型国有企业的领导,中国东方航空集团公司总经理、中国东方航空股份有限公司董事长刘绍勇先生、宝钢集团有限公司董事长徐乐江先生,中国中化集团公司党组书记、总裁刘德树先生,他们参与、经历了中国经济的成长崛起进程,拥有丰富的管理实践经验,并对提升管理水平、引进管理人才有着迫切的需求。本届顾问委员还有齐聚了香港三所最高水平的高校香港大学、香港中文大学、香港科技大学的创始校长和原

校长,原香港中文大学校长刘遵义先生、原香港大学首席副校长王于渐先生、香港科技大学创校校长吴家玮先生。他们是华人世界现代管理教育的先行者,对教育行业有着深刻的理解和洞见,并拥有丰富的实践经验。

值得一提的是,首届国际顾问委员会的一些委员还是复旦大学的校友,他们一直关注、支持着复旦大学和管理学院的发展。李达三先生毕业于复旦大学会计系,现为复旦大学校董。对于母校的发展建设,李达三给予了长期的关心和支持,已为复旦的建设捐资近3000万元,为母校的发展倾注了一腔赤诚。朱民先生毕业于复旦大学经济系,现任国际货币基金组织副总裁,也是首位进入国际货币基金组织高层的华人。

群贤汇聚 共谋发展

复旦大学管理学院成立国际顾问委员会旨在大幅提升学院的学科综合能力、资源聚集力和国际影响力,有助于将复旦乃至中国管理教育水平推向新的高度。这是自1985年恢复建院以来,复旦大学管理学院发展史上又一个具有历史意义的时刻,必将成为学院朝着世界一流目标迈进的征程中一个重要的里程碑。

复旦大学管理学院国际顾问委员会不仅是具有国际

管理学院国际顾问委员会

of International Advisory Board of School of Management



水准的顶尖智囊机构,也将成为复旦大学管理学院和世界联系的重要纽带,汇聚全球资源,支持、帮助复旦大学管理学院发展。顾问委员会将对学院的发展提供前瞻性建议;为学院培养有国际竞争力的人才提供帮助;推进学院学术研究和教育发展与时俱进;提升学院的国际声誉和影响力;支持学院建立同政府、企业、学术界广泛的合作关系;为学院可持续发展所需资源与能力的提升提供咨询与指导。

委员会委员每届任期四年,委员将通过参与学院战略计划、重大发展项目的审议,指导学院发展规划的改进;同时帮助学院建立长远发展所需的资源网络。除此之外,委员会还将代表学院就有关管理研究与教育发展的重大问题同政府、企业、非盈利性组织、研究机构等开展沟通与咨询,提供切实可行的意见与建议。委员会委员通过行使以上等系列职权合力支持学院发展。

复旦大学管理学院院长陆雄文教授当天向国际顾问委员会报告了学院的情况及发展规划。他提出,复旦管理学院的使命是“扎根于进步的中国,致力于创新性研究;培养具有国际视野又深谙中国国情的管理专才、商业精英和社会领导者”,希望在国际顾问委员会的指导下,复旦管理学院通过自身的不懈努力,能够于2015年达到亚洲商学院的前列水平,成为世界上有影响力的管理学

院,进而在未来十五年内,跻身世界一流商学院。

时势所趋 势在必行

经过二十余年的发展,复旦大学管理学院在学科建设、学术研究、人才培养,以及社会服务等方面成绩斐然。特别是近几年来,学院发展成就显著:2009年和2010年以全球最快速度通过AACSB和EQUIS两项国际权威认证;2012年成为中国大陆首家取得EQUIS五年期再认证的中国大学商学院;2012年三个项目同时跻身英国《金融时报》全球EMBA项目排名百强。如今,无论是从学院自身的资源和影响力、还是从中国管理教育未来的发展目标而言,复旦大学管理学院成立国际顾问委员会的各项条件都已成熟。

纵观国际潮流,成立国际顾问委员会是世界上优秀管理学院的国际惯例。国际知名商学院,如哈佛商学院、沃顿商学院、麻省理工斯隆管理学院等都设置了国际顾问委员会。委员构成多为政界、商界和学界知名人士,他们通过定期召开会议等多种方式为学院的发展出谋划策。实践证明,国际顾问委员会对推动知名商学院的发展起到了很好的作用。此次复旦大学管理学院成立国际顾问委员会正是顺应了国际主流前沿管理教育发展的趋势。**F**

学校将继续全力支持管理学院的建设发展

——复旦大学党委书记朱之文在管理学院国际顾问委员会成立仪式上的讲话

适应国家深化改革、扩大开放、加快发展对管理科学和教育提出的新要求，复旦管理学院确立了跻身世界一流商学院的目标。要实现这一目标，不仅要密切关注中国经济社会发展趋势和企业改革最新动向，而且要汲取世界管理理论最新成果。

复旦大学管理学院国际顾问委员会成立是管理学院建设史上具有里程碑意义的重大事件，也是复旦大学发展进程中的一件大事。

复旦大学是中国大学中最早设立工商管理教育体系的学校，早在1917年就创设了商科，1929年就成立了商学院。由于历史原因，复旦大学的工商管理教育自上世纪50年代起一度暂停。改革开放后，复旦率先恢复管理教育，1979年成立管理科学系，1985年恢复组建管理学院。经过20多年的发展，目前管理学院学科体系完整，师资力量雄厚，科研实力突出，国际交流广泛，企业合作深入，先后通过了欧洲质量发展认证体系(EQUIS)和国际精英商学院协会(AACSB)两项管理教育领域的顶级国际认证，

2012年又成功通过欧洲质量发展认证体系(EQUIS)再认证，成为中国大陆第一家取得五年认证的商学院。复旦管理学院还是国内第一批开展MBA和EMBA教育的院校。复旦管理学院为政府、企业和社会组织培养输送了大量优秀人才，为全球和中国经济发展及企业成长作出了贡献，获得了良好的国际声誉和广泛的社会认可。

当前，适应国家深化改革、扩大开放、加快发展对管理科学和教育提出的新要求，复旦管理学院确立了跻身世界一流商学院的目标，并正在为之不懈努力。我们深知，要实现这一目标，不仅要密切关注中国经济社会发展趋势和企业改革最新动向，而且要持续跟踪全球商业实践最新发展，汲取世界管理理论最新成果。在这样的形势下，成立



复旦大学管理学院国际顾问委员会正当其时、极为重要，这也符合世界优秀商学院发展的惯例。国际顾问委员会汇聚了政府高层领导和诸多来自海内外的企业领袖、著名学者以及社会贤达，是管理学院谋划发展的智库、开放合作的纽带。各位委员深厚的专业素养、丰富的实践经验、宽广的社会阅历和独到的智慧见解，将为学院带来最先进的教育理念、最前沿的信息资讯和最优质的发展资源。通过国际顾问委员会，复旦管理学院可以更好地完善自身发展规划和战略，建立更为广泛的国际合作关系，引进全球顶尖人才和办学资源，开展国际前沿的学术研究，建立具有中国特色、体现国际影响力的管理科学理论，培养适应中国改革开放和现代化建设的管理人才，向着建设世界一

流商学院的目标迈出更为坚实的步伐。

前不久，复旦大学刚刚举行了第十四次党代会，进一步明确了加快建设世界一流大学的奋斗目标。支持管理学院建设世界一流商学院，是复旦建设世界一流大学的一项重要战略举措。学校将继续全力支持管理学院的建设发展，在学科建设、人才引进、国际交流、对外合作以及办学空间等方面为管理学院创造更好的条件。借此机会，我们也恳请各位委员对复旦大学的发展多提意见和建议，助推复旦的事业不断向前发展。**F**

（本文为复旦大学党委书记朱之文在复旦大学管理学院国际顾问委员会成立仪式上的讲话，稿件略有改动，标题为编者所加。）

“教育永远是面向未来的事业”

——陆雄文院长接受《东方早报》记者专访

一所优秀的商学院应该走向世界,把中国优秀的资源带出去同全世界分享,同时在世界各地吸取当地的优秀资源,形成资源互补,反过来支持中国的建设和发展。“我们这个商学院的发展是有一种自觉意识的,有一种自我驱动力,是一种使命感。”

文 / 韩晓蓉

筹备近三年的复旦大学管理学院国际顾问委员会,终于在今年10月12日成立,与此同时,复旦大学管理学院政立院区在杨浦区创智天地北面奠基。在复旦大学管理学院院长陆雄文看来,管院新院区项目不是为了未来5年、10年而打造的,是面向未来50年的发展而打造的。“这个新项目的建设承载了我们追求世界一流的一个梦想。”陆雄文说,“我们相信在上海一定能够率先诞生一座世界级的管理学院,而复旦应该是首选。”

国际顾问委员会的使命

复旦大学管理学院于2009年和2010年以全球最快

速度通过AACSB和EQUIS两项国际权威认证;2012年成为中国大陆首家取得EQUIS五年期再认证的中国大学商学院;2013年,四个项目同时跻身英国《金融时报》全球EMBA项目排名百强。

“我们的目标是在管理学院恢复建院30周年时,成为世界优秀的商学院,在亚洲要处于领先地位。同时我们再用10到15年成为世界一流商学院。”陆雄文说,“在管理学院迈向未来的发展过程当中,现在是一个非常好的历史时点,顺应天时地利,我们成立了国际顾问委员会。”

陆雄文认为,国际顾问委员会的成立将对管理学院的发展起到积极的推进作用。国际一流商学院均面向



全世界,无论是招收学生、招募师资,还是毕业生走向都面向全球,因此商学院一定要在全球市场当中找到自己的定位。世界上最优秀的商学院,如哈佛商学院、麻省理工斯隆管理学院等都设置了国际顾问委员会,委员们为管理学院带来很多新的思想、新的建议,也会带来很多新的信息,告诉管理学院在发展战略上应该怎么考虑。

“我们管理学院在过去 20 多年国际化过程中,一直在探索如何形成自己的优势和特色。”陆雄文表示,复旦管理学院不仅向美国学习,也向欧洲学习,还与亚洲很多一流商学院,如新加坡国立大学、香港大学、高丽大学的商学院都有紧密的 MBA 教育合作。向全世界最

先进的管理教育理念和知识体系学习,博采众长,同时复旦管理学院也鼓励教师开展国际合作研究,提升研究能力与水准。

“有一些学校做国际顾问委员会不容易,因为如果请了非常大牌的企业家、学者,或者前政治家来参加,他们都非常忙,很难保证出席率。”陆雄文曾经也有过这样的担忧,但第一次委员会会议上委员们的热情参与和畅所欲言打消了他的顾虑。“大家谈得非常尖锐深刻,有些话是建议当中有批评,有些是批评当中有鼓励。”

提供意见、建议和指导,带来实质性的帮助,是国际顾问委员会的两大职能。对此,陆雄文也谈到,“我不仅希望他们提供意见、建议,也希望他们提供很多切实帮

助,比如说招募我们的优秀学生,设立研究项目,给予直接、间接、物质或非物质的支持等。”

与上海自贸区正相关

在国际顾问委员会的第一次全体会议上,委员会名誉主席李岚清提到了如何利用上海自贸区发展的问题,在陆雄文眼中:“这是一次比20年以前摸着石头过河更伟大的改革和开放的机会。”

国际顾问委员会许多委员都希望管理学院的老师多做自贸区方面的研究,在教育实践上迎合自贸区的新要求。陆雄文认为,目前,新的政府管理体制还没有建立,法规体系还没有形成和明晰,所以企业应该大胆去探索、尝试。“我认为首先应该鼓励我们的同学和校友去研究,去尝试,大胆地进入自贸区,只有在实践当中摸索、创造,才能建立新的商业模式和商业生态。”

“如果我们再有一次像上海浦东开放这样的机会,再有一次像深圳特区实验这样的机会,对于上海,对中国的意义完全不是今天可以想像的。”在陆雄文看来,自贸区的成立会激发更大的民间创业热情和激情,所以他鼓励学生承担一定的风险去创业,构成国家新的改革开放历史画卷的一部分。即使失败,也会给其他人留下很多宝贵的经验财富;一旦创业成功,也许会从自贸区走出若干世界级的企业。

陆雄文认为,自贸区的设立同样也带来冒险与投机。他非常敬佩中国民间企业家的冒险精神,他们愿意创新商业模式,愿意尝试新的技术、新的方法来生产和提供产品,他们愿意开发一些新的领域、新的市场。但是就“走出去”这一点而言,“我们是有点匆忙了”,陆雄文说,“因为我觉得大多数中国企业,不管是国有的还是民营的,都还没有准备好,最重要的是没有准备好人才。”

陆雄文希望中国的人才首先要做好理念上的准备,在学习国外的文化与商业习惯的基础上,要影响外国人认同和尊重中国的文化和商业习惯;其次要有强大的心理承受能力和包容能力,做好试错的准备,及时做好管理系统和策略上的调整,建立起一套能够包容全世界多元

文化和商业习惯差异的系统。

“知识型人才在整个经济运行当中,在商业的运营当中起着决定性作用。”陆雄文认为,“希望复旦管理学院的学生、校友能够利用好自贸区的机会,能够勇于去试探。不是摸着石头过河,而是自己要有能力去架桥、去过河、进而渡江、跨海,这是一个新的时代的开始。”

内在的自我驱动

“我们的学生不仅要懂得中国,而且要懂得世界,这是我未来10年、20年的梦想。”

陆雄文这样设想复旦管理学院学生的未来:我们的学生考了GMAT,他就不要再申请到国外去读MBA,我们这边读的质量一样好,而且更结合中国实际,即使毕业后去国外、到跨国公司总部去工作也没有任何问题,这是我们的目标。

他认为一所优秀的商学院应该走向世界,把中国优秀的资源带出去同全世界分享,同时在世界各地吸取当地的优秀资源,形成资源互补,反过来支持中国的建设和发展。以复旦管理学院为例,他常对本科生讲,你们毕业以后要能够在世界各个角落生存发展,都能够扮演所在企业、所在组织的领导角色。MBA、EMBA的学生很多已经比较成功、比较成熟,则希望他们毕业后能担当更大的责任,领导他们的企业走向世界。同时,有些学生可以去创业、再创业,把自己的企业做大、做强。所以管理学院的学生要有非常大的抱负,有非常国际化的视野。如此不仅为中国经济的发展做贡献,而且以此来影响整个世界经济的演进。

陆雄文说,“从这个意义上来说,我们这个商学院的发展是有一种自觉意识的,有一种自我驱动力,是一种使命感,所以我不能等。”

在他看来,管理学院的发展“不是因为别人要对我们考核,对我们有要求”,而是我们“有个梦想在那”。真正的激励对于学者而言,是一种内在的自我激励,不是外在的考核、外在的物质奖励。“真正的学者不是靠别人来评价你、奖赏你,甚至给你提出要求,而是凭由

自我驱动的。”

他以一些成功的企业家为例：有些企业家一开始创业的动力是为了改变命运，要变富裕，但富裕了以后他懂得明白了，他懂得要去做慈善、做公益。他觉得一个人拥有太多的钱没有意义，供个人享受的钱是有限的，留给子女消费的钱也是有限的，太多了反会把他们宠坏。企业家的转变从一定意义上而言验证了自我驱动力的重要性。陆雄文认为他和同事们形成了一种超越一般的外在考核压力的驱动力，“对于我们这个管理学院，我觉得我们的老师那么用功，并不是因为学院考核他们，做学问、教学生是他们自己的真正兴趣，他们愿意把研究和教育质量提升上去，这是我们共同的理念和价值追求。”

“基于自我驱动，我们的治理就变得简单了。”管理学院还建立了党政联席会议制度、教授会议制度，有健全和有效运行的学术委员会、学位委员会、MBA教学指导委员会、本科生和研究生的教学指导委员会等决策和治理机制，如今成立的国际顾问委员会是集思广益的治理机制的一个新的构件。

为管理教育的未来投资

国际顾问委员会委员每届任期四年，每年举行一次全体会议。委员将通过参与学院战略规划、重大发展项目的审议，指导学院发展规划的改进和实施，同时帮助学院建立长远发展所需的资源网络。

中外政商学界领袖的身份，让委员们的意见和建议显得更加宝贵。

“鲍威尔（国际顾问委员会副主席）是会议前一天晚上9点多到的，纽约飞过来有时差，子夜12点睡、1点多就起来看黄浦江船来船往……”陆雄文回忆，“陈启宗（恒隆集团董事长）当天早晨5点钟到上海，在酒店洗了个澡休息了一会儿，8点半就到管院开会，开完会饭都没吃就去机场了。李达三先生九十岁高龄，由香港飞沪、亲自赴会。”

“这些委员这么辛苦飞来上海给你讲那么几句话，语

重心长，我们要洗耳恭听的。”陆雄文说，“我们的理论来自于实践，我们要向企业家、向各领域的领袖学习，自觉地接受他们的意见和建议，然后成为我们的一种指引和约束，这种指引和约束是很强有力的。”

陆雄文将国际顾问委员会的成立与管理学院新院区的奠基看做是对管理学院和管理教育未来的投资。“教育永远是面向未来的事业，我们是为未来培养社会的栋梁和领袖。我们也是为未来投资建新校园。”

“我们过去快速的成长已经积累了很好的基础，我们新校园要启动了，面向未来的、走向世界一流商学院的冲锋号也由此吹响。”新院区为管理学院的发展奠定了硬件环境和物质基础，藉由科研、教学资源和能力、国际合作院校、企业合作伙伴、校友网络形成的软实力，如今又有了国际顾问委员会助力，复旦管理学院走向世界一流的目标清晰而现实。

梦想已变成可追求的理想，陆雄文还在思索，“这个世界一流，在不太遥远的未来，我们在一些比较表面的指标上能够达到，但是在非常深刻的、实质意义上、从能否改变或者影响世界经济和社会进程的角度来讲，我们还要走更长的路。”他打了一个比方：就像中国拿了很多奥运会冠军之后，仍然不是体育强国。“我们要能根本性地去改变。”

检验我们努力的成果将体现在二十年、三十年之后，学生们享受了复旦管院的教育、汲取了知识、发展了能力，在毕业以后的二十年、三十年间去实践、去奋斗，建立了自己的事业成就之后。“那些国际上评价学术和教育的指标我今天得在乎，因为我要活下去。但我内心最看重的标尺是我做院长的这六七年来毕业的学生，二十年以后他们在哪里，他们的成就达到什么样的一个高度，他们对社会的影响、贡献有多大。”陆雄文说。

“二十年以后我会扪心自问，给出一个对自己的评价，这时候不是考核了，没有人会给我考核，也没有人在二十年以后还会想到来评价我，但这个自我评价于我而言却是最在乎的。”

“那时，我是老马识途，有自知之明。”陆雄文有些意味深长地补充道。■

“我将尽我所能”

——专访复旦大学管理学院国际顾问委员会副主席查尔斯·鲍威尔勋爵

查尔斯·鲍威尔还为培养人才提出了三条建议。一是要富有创意,学生们的目标更要有创业精神;二是要回报社会,商学院的学生可以进行社会创业,将公益性组织与企业相结合。三是商学院作为大学的一部分,商科学生必须有比较宽泛的知识基础。

文/韩晓蓉

2013年10月11日21时10分,比约定的时间晚了10分钟。

查尔斯·鲍威尔疾步走向酒店大堂,主动与正在等候的记者一一握手,并不停地说着:“抱歉,让你们久等了。”

1个多小时前,他所乘坐的飞机刚刚落地。乘车抵达酒店后,出于礼貌,他选择换装后再接受采访。简洁的白衬衫和黑色西裤、稍快的语速和敏捷的反应力,有时会让人忘了,他已经是一位70多岁的老者。

复旦与牛津的平行经验

查尔斯·鲍威尔第一次来到中国是在1984年,作为

时任首相马格利特·撒切尔夫人的私人秘书和外交、国防顾问,他参与了有关香港问题的谈判。

1992年,他开始涉足国际商业领域。目前,他已是SAGITTA资产管理有限公司、菲利普艺术拍卖行和英国LVMH公司三家大型公司的董事长,同时担任美国TEX-TRON公司和CATERPILLAR公司、英国路易威登公司、MANDARIN东方酒店集团、MATHESON公司、英国地中海航空公司的董事。

丰富的商业和外交经验,使这位英国上议院中立议员、英国宪法特别委员会成员成为牛津大学赛德商学院托管理事会主席。

“复旦大学与牛津大学有很多平行的经验,我希望向



复旦学习,同时也把牛津的经验带给复旦。”查尔斯·鲍威尔说。

此次上海之行,他是专程为了复旦大学管理学院首届国际顾问委员会的成立而来。该国际顾问委员会由中外政商学界领袖担纲,除了查尔斯·鲍威尔,还有26位来自中国、美国等国家的政界委员、企业领袖和杰出学者。

谈及选择复旦的原因,查尔斯·鲍威尔毫不犹豫地回答道:“复旦有着历史悠久且非常著名的商学院。”

早在1929年,复旦便正式成立了商学院,比牛津大学商学院的成立早了80多年。复旦大学管理学院还是以全球最快速度,连续通过EQUIS(欧洲质量发展认证

体系)认证和AACSB(国际精英商学院协会)认证的商学院。

相比之下,要在有着800多年历史、以教授传统学科为主的牛津大学建立商学院,却遭遇很多教授们的反对。“为了劝服这些反对者,我们做了很多努力。”查尔斯·鲍威尔回忆。

在查尔斯·鲍威尔眼里,近年来,中国和英国的商学院和管理教育发展得都很快。根据英国《金融时报》今年1月公布的2013年全球MBA排行,牛津大学赛德商学院排在第24位,中国共有6所大学入选。

“我将尽我所能,等回到英国后与学校沟通。”当被问及复旦与牛津的联系,与两校均有合作关系的他说,“双

方的经验可以互通,应当一起分享,互相学习。”

培养人才三条建议

虽然曾多次到访中国,查尔斯·鲍威尔与中国本土学生的直接接触并不多。“我在英国时,倒是给中国留学生开过讲座,和他们的交流比较频繁。”英国是全球6大留学目的国之一,在中国教育在线2012-2013年中国学生自费留学实际去向国的统计中,英国仅次于美国,位列第二。

谈到对中国留学生的印象时,查尔斯·鲍威尔脱口而出“读书很用功。”在他看来,中国留学生的家庭为了孩子出国上学牺牲了很多,所以这些孩子们有着强烈的读书责任感。

但他也有担忧,“他们的负担太重,只是学习,没有花更多时间在更广阔的社会经历上。”他认为学生们不能只局限于自己的学院和华人朋友圈,而应多尝试着参与牛津的全部生活。

“可以参加辩论、锻炼口才,也可以去剧院欣赏艺术,找兼职或者与英国当地家庭同住,都可以帮助他们积累许多社会经验。”查尔斯·鲍威尔建议,“这对于商学院的学生来说尤为重要,等他们回到中国、面对市场后,这样的经历可以使他们更易与人交往。”

查尔斯·鲍威尔还为培养人才提出了三条建议。一是要富有创意,学生的目标不能只是帮公司打工,而更要有创业精神,对自己的未来充满热情,“就像在美国硅谷创业的那些人一样。”二是要回报社会,一般的企业工作纯粹为了营利,而商学院的学生可以进行社会创业,将公益性组织与企业相结合。孟加拉乡村银行的创始人穆

罕默德·尤努斯就曾创立向穷人发放小额贷款以帮助其脱贫的整套成熟金融模式,并由此获得了“穷人的银行家”称号以及2006年诺贝尔和平奖。三是商学院作为大学的一部分,一定要和其他学院联系紧密,商科学生必须有比较宽泛的知识基础,这和复旦大学的“通识教育”有异曲同工之处。

“学生们可以先读一年书,再去企业工作二到四年,积累一些商业经验之后,再回学校读剩余的课程。”从机场前往酒店的路上,查尔斯·鲍威尔也不忘与同行的复旦大学管理学院副院长殷志文讨论中国管理教育的发展,为中国的MBA教育献计献策。

经济改革的试验田

作为英中贸易协会主席,查尔斯·鲍威尔曾于2002年来到中国,参加第六届中国投资贸易洽谈会国际投资论坛。12年的在职经历,使他成为了英中贸易协会历史上服务时间最长的主席。

自1991年从英国政府离职之后,查尔斯·鲍威尔在多家国际知名公司担任董事,还为TEXTRON、BARRICK GOLD、HCL等公司提供咨询。

“我所任职的所有公司都希望与中国合作。”他说。

在查尔斯·鲍威尔看来,英国的经济特征就是以服务业为主,其中金融、咨询都非常强,上海的定位是中国大陆经济、金融、贸易、航运中心,在这方面,与英国有许多值得交流的地方。

前几天一直身在美国的查尔斯·鲍威尔,对中国(上海)自由贸易区也有个人的评价:这就像个实验室,是一个经济改革的试验田,就如当年的深圳一样,代表了中国

经济进一步开放的可能性,释放了积极的信号。“我本人非常看好。”“但中国的出口远远大于进口。”查尔斯·鲍威尔指出中国的贸易顺差过大,不利于中国贸易的总体、持续发展。“贸易不可能有绝对平衡,但这么大的差距总是有问题的。”他说。

他也强调英中应该加强合作,英国有强有力的法治,为外商提供最简便的投资申办手续,英国的市场比其他任何欧洲国家都要开放。同时,英国的劳动力成本低,对待外商和国内商人一视同仁。他们不在意公司归谁所有,只要它的业务在英国,为英国创造了就业机会即可。

“英国公司非常了解中国市场,对在华投资十分感兴趣。”查尔斯·鲍威尔所在的英中贸易协会已为新进入中国市场的和已在中国市场运作多年的各类规模英国企业提供了商务咨询、实际的市场落地运作支持服务和行业专题活动。自2004年起,英国就已超越法国和德国,成为在华投资最多的欧洲国家。

“中国和英国的贸易都已有有了很大的进步,但还有很长的路要走。”

全球文化创意之都的借鉴

17至19世纪,作为“日不落帝国”首都的伦敦,成为世界上最繁华的工商业城市之一。20世纪后半叶,英国经济逐步向服务型经济转型。在此背景下,英国政府和伦敦市政府抓住世界市场对多元文化的消费需求日趋迫切的趋势,开始着力引导文化创意产业的发展,制定了“国家文化艺术发展战略”,将“创造性”作为英国新文化政策的核心。目前伦敦已成为世界公认的三大广告之

都之一、世界第三大影片制作中心,文化创意产业已成为其重要支柱产业。

从老牌工商业城市到全球文化创意之都,伦敦的宝贵经验值得上海借鉴。

大英博物馆托管理事会理事的身份,让查尔斯·鲍威尔有机会见证和促进中英两国的文化交流。“最有趣的是李岚清在大英博物馆的篆刻展览。”他回忆。

为期两个半月的“中国印·李岚清篆刻书法艺术展”于今年1月15日在英国伦敦大英博物馆落下帷幕。此次共展出李岚清艺术作品中精选出的110件篆刻、书法作品,大英博物馆还将李岚清为本次展览专门篆刻的“大英博物馆”、“莎翁”、“牛顿”等14枚印章永久收藏。

“在英国,中国篆刻原本是很小众的艺术。”查尔斯·鲍威尔评价,“但这一次的展览很为大众所接受,参观人数非常惊人,英国国内外的新闻报道也很多。”

中英两国一直保持着文化合作关系,互办展览并接受访问和学习的人员。除了篆刻和书法,中国的兵马俑等也曾在大英博物馆展出,大英博物馆也曾在上海举办古埃及文物展、古美索不达米亚“艺术与帝国”等展览。

“管理学院的学生也要多参与文化活动。”身兼多家国际知名公司董事的查尔斯·鲍威尔,还从雇佣者的角度,论及文化创意对于学生的重要性。“一家企业需要工程师,也需要设计师。”

“我原本以为浦东还是大片的农田,结果现在却坐在这么豪华的酒店里。”查尔斯·鲍威尔用“不可思议”形容上海的发展速度。

第二天,查尔斯·鲍威尔还将参加复旦大学管理学院首届国际顾问委员会的成立仪式,这一晚,对于需要倒时差的他而言,肯定是个不眠夜。17

挤进最上层的群里

——专访复旦大学管理学院国际顾问委员会委员、原香港中文大学校长刘遵义

“竞争永远都会有的，学生不会只申请一家商学院，你要做的就是挤进最上层的群里。全面竞争是困难的，但是你如果有特色就可以了。现在的商业都是全球经营，国际顾问委员会能够帮助复旦管理学院，管院需要加强哪一方面，我们就能够帮它在哪一方面指路、搭桥。”

文 / 戴心怡

中投国际(香港)有限公司董事长、原香港中文大学校长刘遵义先生最近又多了一个身份：复旦大学管理学院国际顾问委员会委员。今年10月12日，他来到复旦大学管理学院，参加国际顾问委员会的成立仪式和国际顾问委员会第一次全体会议。

自己的特色

“竞争永远都会有的，学生不会只申请一家商学院，你要做的就是挤进最上层的群里。”面对全球商学院的激烈竞争，刘遵义显得比较冷静。

在复旦管院国际顾问委员会的第一次全体会议上，有委员提出复旦管院要打造自己的特色，刘遵义非常认

同，“全面竞争是困难的，但是你如果有特色就可以了。”

“现在的商业都是全球经营，国际顾问委员会能够帮助复旦管理学院，管院需要加强哪一方面，我们就能够帮它在哪一方面指路、搭桥。”

自贸区意味着开放

在如今中国GDP的增速有所放缓的大背景下，中国(上海)自由贸易试验区的成立被大家寄予了很高的期望，被誉为下一轮的改革红利。刘遵义认为自贸区的成立意味着很大程度的开放。无论是上海的国际经济中心、国际金融中心、还是国际贸易中心、国际航运中心建设，都离不开人才的培养。在刘遵义看来，上海自由贸易



区若要推行特殊的人才政策,有两个原则值得注意并牢记:“第一,必须可以复制。第二,必须可以推广。”

“假如自贸区里面所有的税都变成跟香港一样低,小地方还可以,但是能不能够复制?”刘遵义坚决地答道:“不行,全国都这么干,财政部的税收肯定就会大量流失。试验区的意义就是看看有什么东西可以试一下,真正有用的就推广,没有用的就算了。在人才政策方面也一样。”

“中国缺少的不是企业领导者,缺少的是投资的渠道,我觉得这个是最大的问题。”当被问及中国是否缺少企业领导者,刘遵义回答,“其实我认为最主要还是缺乏资本,尤其是民间的企业,大、中、小企业都是资本不足,依赖贷款。”他的建议是进一步开放股票市场,并且重新开始IPO、开国际版,让全世界最好企业的股票都可以在上海上市。

“我们现在在股市上的都是旧筹码,大家都炒得差不多,如果有新的筹码,就会有新的人来买,上海若是要国际化,开国际版就是最快的方法。”刘遵义说,“中国人买国外股票用不着把钱偷偷地汇出去,就直截了当、光明正大地在上海股票市场买,这没有什么不好的。”

他认为目前上海能够做的是把股票的现金股息搞上去,加上国际版,会让自由贸易试验区见效更快。“自贸区见效需要一点时间。如果你现在同时去开办一个国际版,会有很正面的协同效应”

“如果开了国际版,那么在香港上市的好股票也可以在上海上市。”刘遵义这样设想,“我觉得是值得认真考虑,假如真的可行,可能很多企业,很多外国的资产管理公司,都会在三自贸区设立。”**17**

国际化需要融入中国智慧

——专访复旦大学管理学院国际顾问委员会委员、动态竞争理论创始人陈明哲教授

陈明哲也有自己的担心：中国大学的教授和企业的交流过于频繁，美国的学者越来越多地走向基础研究“一种象牙塔式的研究”，而中国却更加讲究知识的应用性。在中国，管理学院最大的挑战就像医学一样，一方面要有应用，另一方面又要有基础，两方面都不能偏废。

文 / 戴心怡

美国弗吉尼亚大学达顿商学院讲座教授、国际管理学会终身院士暨前主席、策略管理协会终身院士、动态竞争理论创始人陈明哲先生接受了复旦大学管理学院国际顾问委员会聘书，成为了这个由27位政商学界领袖贤达组成的委员会的一员，聊到中国管理学发展，他侃侃而谈。

国际顾问委员会重点在于国际化

成立国际顾问委员会是世界上优秀管理学院的国际惯例，国际知名商学院，如哈佛商学院、麻省理工斯隆管理学院等都设置了国际顾问委员会。在复旦大学管理学院的国际顾问委员会中，既有英国、美国等西方发达国家代

表，也有来自印度、智利等新兴国家的代表；既有在实业界取得卓越成就的企业家，又有在学术界享有广泛盛誉的优秀学者。“学院能有机会与世界商界、学术界更紧密的结合，这个也是某种程度的国际化。”陈明哲表示，“我们会给学院一些大方向的建议，并使这些建议制度化。”

陈明哲诚恳地表示选择担任复旦大学国际顾问的原因，“我希望这个时间上能够做更多更重要的一些事情。即便没有国际顾问的头衔，我还是会给复旦管院提建议，从整个中国管理教育的发展，甚至从朋友的角度而言都会这样做。”

然而，陈明哲也有自己的担心：中国大学的教授和企业的交流过于频繁，美国的学者越来越多地走向基础研究“一种象牙塔式的研究”，而中国却更加讲究知识的应用



性。在中国,管理学院最大的挑战就像医学一样,一方面要有应用,另一方面又要有基础,两方面都不能偏废。

国际化有多重维度

陈明哲对于国际化的态度是亦喜亦忧,喜的方面是大家都注意到了在师资的交流、信息传递、学术研究、课程改革等方面国际化的好处,但他也在担心,人们在考虑国际化的时候,都是出于短期的考虑,只学到了一些皮毛,而不从更深的文化理念上思考。“真正的国际化目标是长远的,全盘照搬西方的模式,在中国无法落地。”

在企业界经常会听到一句话:“你就把模块给我就好了”。这是制造业的思维,在制造业中只要有模块就可以

进行生产,生产效率越高成本也就越低。国际化带来了“模块思维”,但在陈明哲眼里,“模块思维”只是国际化的皮毛。不论管理还是组织文化,都是需要长时间培养的。在国际化的多重维度之中,中国的管理学要学习的不仅仅是技术性的知识,而更重要的是西方的思想观念和文化。

早些年新加坡完全照用欧美的管理学教学方式,但最近一些学院发现,经过十几年的学习,他们学术研究从方法到规范都确实能够与欧美主流商学院接轨,但其成果却与新加坡本土的实践脱离得越来越远。

“我经常思考,管理学有绝对的普世标准吗?”在管理学中有很多文化的因素,如果把知识分成四个层面,最高层面是哲学理念,下一层是系统化知识,再下一层就是经验或者是案例,最下层则是工具。中国的企业家在系统化

“把管理当成思维,当作一种文化的方式。”他以长城和金字塔为喻,中国的文学家写孟姜女哭倒长城,社会学家讲民工增加,但没人知道把万里长城制造出来的管理制度是怎样的,而西方会研究、计算、尝试了解建造金字塔时使用的管理制度。

知识、经验或者工具上已经有了很强的积累,但是在哲学理念上,西方相对排它性比较强,而中国文化的包容性相对比较强。“西方人强调绝对主义,绝对主义的意思就是我有最好的模式,这个模式应该放诸四海皆准,但中国人并不如此,中国人都是相互对等的,很多时候要考虑到情境的影响。”

管理学的人文素养

在管理学文化方面,美国金融危机的发生,对中国的管理教育是一个很好的警示。

过去的二、三十年,陈明哲大多住在美国,在他手下毕业的MBA和EMBA差不多有四五千人。前年“占领华尔街”最高潮的时候,陈明哲刚好去哈佛,他对那里的教师说:“你们早该改变战略了。”美国过去管理教育的发展注重的完全是量化、工具化,放弃了基本的人文素养,拼所谓专业化、拼指标、拼数据,弄到极值之后“把人的东西丢掉了”。

陈明哲认为在国际化的大背景下,重要的是在中华文化的基础之上,结合中国市场的实际,学习西方好的经验。“事实上,改革开放至今也只有30年的历史,如果原先一直是在学习模仿西方,这是无可厚非的,毕竟这是一个过程。但是现在最重要的是下一步要怎么做?”在西方,一所优秀的管理学院都至少要历经50年培育而出,沃顿在1881年就已经成立了管理学院,经过130年的发展有了今天。“中国的管理学院现在也要思考起来,30年或者40年以后我们每个学校的特色是什么?现在还很难说出到底哪所学校有特别的特色?”

陈明哲强调管理应与历史、文化相结合,“把管理当成思维,当作一种文化的方式。”他以长城和金字塔为喻,中国的文学家写孟姜女哭倒长城,社会学家讲民工增加,但没人知道把万里长城制造出来的管理制度是怎样的,而西方会研究、计算、尝试了解建造金字塔时使用的管理制度。

学术界追求普世性,管理制度在全世界都可以用,但管理也有很多文化因素,比如中国元素,把中国元素融入进来,需要有智慧的支撑。■



荣耀2013

新起点

打开复旦管院新院区的规划蓝图,呈现在眼前的不是一座传统的“校园”,而是一个开放的社区。“学习”与“课堂”的概念从此有了更广泛的定义,学习本身也有了更多可能。学院建设政立院区是在筑一个梦,让大学热情拥抱世界的梦。

对于依然年轻的复旦管院而言,每一次突破都是新的起点,每一个创举都是新的引领。



(从左至右)瑞安集团董事局主席罗康瑞先生、复旦大学党委书记朱之文教授、杨浦区区委书记陈寅同志、绿地集团董事长张玉良先生共同推动管理学院政立院区奠基启动杆。

开放性校园 地标性建筑 全球管理教育领域的创新典范之作 复旦大学管理学院政立院区举行奠基仪式

2013年10月12日下午,复旦大学管理学院政立院区举行了奠基仪式。政立院区总建筑面积逾10万平方米,2016年建成投入使用。“届时,复旦大学管理学院政立院区将成为中国乃至世界第一所与社区充分融合的开放性校园,成为全球教育领域的创新典范之作,见证中国管理学院追求世界一流的梦想与实践。”复旦大学管理学院院长陆雄文教授表示,“政立院区还将成为未来上海的新地标建筑和未来城市生活的示范作品。”

复旦大学管理学院政立院区位于杨浦区政立路560号,用地面积17000平方米。新院区在尊重原有城市设

计肌理的基础上,采用街区式布局。不仅拥有报告厅、教室、办公室、会议中心等传统建筑设施,还将设立剧院、博物馆、俱乐部等文化机构。新院区将建设成为开放性的校园,使建筑成为连接城市与校园、人文与商业、历史与未来的网络。

学院新院区项目选址毗邻幽静雅深的复旦大学校园,同时又紧邻繁华热闹的五角场商圈,二者交汇,既拥有现代社会的优越资源、又不失学府应有的清幽气息。围绕新院区所进行的一系列前沿设计理念及独特设计要求,将充分展现人类建筑的精华珍稀,力求为未来城市社

复旦大学管理学院政立院区将成为一个集教育、商业、社区于一体的和谐典范之作。它将既有利于中国管理教育模式发展与创新,又有利于创智天地社区整体的发展和文明程度的提升,并有利于实现地区产业结构的升级,成为政府、企业与大学携手合作、共同发展的典范。

会生活树立典范,为开创新型的校园生活模式起到绝佳的榜样作用。同时,校园建筑的外观上将具有极强的鲜明的风格特征,既能体现复旦百年学府的深厚学养,又彰显学院的现代气质,从而使其能够体现校园与商业的极佳融合。

为推动杨浦建设“国家创新型试点城区”,实践城市功能转型和“三区联动”战略;同时,为完善整个创智天地社区的功能配置、提升创智天地科技与知识创新能力及其对杨浦区乃至上海市的辐射力,2011年复旦大学与杨浦区人民政府、瑞安集团经多次协商探讨,三方决定共同建设复旦大学管理学院新院区。绿地集团作为政立院区的EPC总承包方,将对项目进行一体化综合管理。

作为杨浦区建设“国家创新型试点城区”的最大亮点之一,复旦大学管理学院政立院区将进一步推动杨浦区

大学校区、科技园区、公共社区“三区融合、联动发展”战略的落实,进一步推动知识经济密集区建设,形成“大学的城市、城市的大学”氛围和环境,力争成为上海新的知识高地和创新动力源。杨浦区在新的战略转型中,致力于成为跨国公司区域总部所在地,成为跨国公司全球研发中心所在地,成为高科技公司和创新公司所在地,学院新院区项目将为“杨浦转型”提供强有力的支持。

环绕学院新院区建设的创智天地是上海东北部新崛起的地标性项目,规划总建筑面积100万平方米,借鉴美国硅谷和巴黎左岸两个世界级的知识型社区的发展模式,为创新型企业创造了一个从初创、到成长、再到产业化的“接力式”服务环境,力争成为上海新的知识高地和创新动力源。

学院新院区的建设,与创智天地相辅相成,将充分发



管理学院政立院区奠基仪式现场领导与嘉宾共同培土奠基。

挥我院的优质教育品牌,集聚社会资源,充分开展国际合作,建设具有国际水准的高端教育与培训项目,成为有国际竞争力的管理翘楚和商业领袖的学习、成长、交流与分享的平台,开展与区域经济、社会发展紧密契合的应用研究,使之成为商业创新思想与商业创新模式的发祥地,促进杨浦区教育培训等相关产业的发展,并进一步提升五角场城市副中心的品质和活力,扩大杨浦区的国际影响力。

复旦大学管理学院政立院区还将成为一个集教育、商业、社区于一体,水乳交融的和谐典范之作,从建筑精神上表达复旦大学管理学院对于管理教育的理解,引领世界,追求卓越。它将既有利于中国管理教育模式发展与创新,又有利于创智天地社区整体的发展和文明程度的提升,并有利于实现地区产业结构的升级,将成为政

府、企业与大学携手合作、共同发展的典范。

近年来,复旦大学管理学院的硬软件等办学条件持续得到改善,独立拥有了李达三楼、史带楼、思源楼等三幢教学办公大楼,但随着学院规模日益扩大,教学科研水平日益提高,对外合作交流日益增多,学院又面临着软硬件改造升级的压力,新院区建设势在必行。政立院区建设不仅立足于学院争创世界一流商学院的目标,建成后还将为学院未来五十年乃至更长远的发展奠定坚实基础。政立院区将成为MBA/EMBA学生发展智慧才华,提升精神境界的平台,也是领袖人才的培训基地、国际领导者的摇篮、未来管理者学习成长的地标。新院区的功能布局、环境设计以及建筑质量将展示学院在世界管理教育界的领先形象,既实现对复旦传统价值的继承,又能揭示未来趋势,成为不朽的地标式建筑。F

政立院区是创建世界一流商学院的新起点

——复旦大学党委书记朱之文在管理学院政立院区奠基仪式上的讲话

一流大学需要一流的商学院,学校将继续全力支持管理学院的建设发展。我们希望管理学院会同相关单位和部门以高度的责任感和使命感,埋头苦干,奋力拼搏,把管理学院政立院区建设成为立意高远、节能环保、设施完善、功能齐备的一流校园。

今天 是复旦大学管理学院发展史上十分重要的一天。上午我们举行了管理学院国际顾问委员会成立大会,现在又在这里举行管理学院政立院区奠基仪式,这是管理学院发展历程中具有里程碑意义的两件大事。

政立院区的建设是管理学院创建世界一流商学院的新起点。复旦大学管理学院有着悠久的历史,改革开放以来,各项事业取得了显著成绩,为社会输送了大批优秀人才,赢得了良好的社会声誉。但同时,办学空间不足成为制约管理学院进一步发展、向世界一流商学院目标迈进的瓶颈。政立院区的建设,将极大地拓展管理学院办

学空间,全面改善办学条件,为未来几十年的发展奠定坚实的基础。

管理学院政立院区的建设是“三区联动”理念的一次成功实践。未来的政立院区是一座位于繁华商业中心和成熟社区的开放式校园,学习、生活与商业、创业相互渗透、相互融合,这种设计理念在世界范围内都是不多见的。它将把校区、园区和社区更加紧密地联系起来,有利于加强学校、企业界和社会的互动,实现合作共赢、共同发展。我们相信,管理学院新院区落成后,必将为杨浦区的创新转型和经济社会发展,为上海“四个中心”、自由贸易试验区和现代化国际大都市建



设作出自己的贡献。

管理学院政立院区从酝酿到选址,从立项到征地,从规划到设计,从报批到开工,始终得到了各级领导的高度重视和各界朋友的鼎力支持。杨浦区委、区政府的历任领导,复旦大学的老书记、老校长,瑞安集团、绿地集团高管都为此出了很多心血;海内外校友、企业家和社会各界朋友通过多种方式对新院区建设给予了有力支持。在此,我谨代表学校,向所有关心、支持、帮助管理学院政立院区建设的各级领导和各界朋友致以崇高的敬意和诚挚的感谢!

前不久,复旦大学刚刚举行了第十四次党代会,进一

步明确了加快建设世界一流大学的发展目标。同时,“支持管理学院新院区建设”也写入了党代会报告,作为全校的一项重大工作。一流大学需要一流的商学院,学校将继续全力支持管理学院的建设发展。我们希望管理学院会同相关单位和部门以高度的责任感和使命感,埋头苦干,奋力拼搏,加强沟通协调,加快建设进度,确保工程质量,把管理学院政立院区建设成为立意高远、节能环保、设施完善、功能齐备的一流校园。F

(本文为复旦大学党委书记朱之文在复旦大学管理学院政立院区奠基仪式上的讲话,稿件略有改动,标题为编者所加。)

“试水”校企结合

——专访绿地集团董事长、总裁张玉良

复旦管院政立院区项目从功能到设计、到节能减排技术到建筑内部以人为本的理念,都采用最高标准,整个设计方案科学合理,张玉良认为它在建筑节能减排方面非常有特点,“几乎当今中国跟世界上先进的节能减排技术,政立院区项目都应用进去了。”

文 / 韩晓蓉

2013年的财富论坛上,张玉良是唯一一位受邀的房地产开发商。在世界500强云集的论坛上,张玉良执掌的绿地集团是中国内地第一个房地产企业的世界500强。

今年10月12日,张玉良出现在复旦大学管理学院政立院区的奠基仪式现场,为启动管院政立院区的建设“推杆”。这一次,他的身份是复旦管院政立院区的EPC总承包方,绿地集团将对该项目进行一体化综合管理。

选择复旦管院的四个理由

“这个项目对我们来讲是一种技术、品牌、管理输

出。”当被问及选择复旦管院政立院区项目,张玉良说了四个理由。

做这个项目对于绿地集团而言是一种品牌技术输出,凭借绿地集团的专业水平,有能力参与到这种社会项目。“这个项目基本上我们是不收费的,从行业角度来看是一种进步,能把社会上的这种有影响力的项目作为绿地的品牌项目去经营,也是社会对绿地的一种认同。”

“第二个对我们来说,这也是对教育事业的支持。”张玉良说,按照现在12亿原定造价,绿地集团应该有相应数额的管理费,但绿地已将管理费的大部分捐给复旦管院政立项目了。“这从绿地角度来看,是一种参与教育、支持社会教育事业的责任,我们也是社会各方参与建设学



校的贡献者之一。”

复旦管院政立院区项目从功能到设计、到节能减排技术到建筑内部以人为本的理念,都采用最高标准,整个设计方案科学合理,张玉良认为它在建筑节能减排方面非常有特点,“几乎当今中国跟世界上先进的节能减排技术,政立院区项目都应用进去了。”

传统概念的大学设施都是由政府财政拨款,而复旦管院政立院区项目建设的筹资方式很市场化,这个项目国家不出一分钱,“这在目前是比较鲜见的特点之一。”这也是绿地集团选择该项目的原因之四。“管理学院的建筑需要更加时尚、更加有创新,所以这个建筑的外形很特别,非常艺术化。”张玉良补充道。

教育与企业紧密结合

今年1月初,复旦大学与绿地集团签署了全面战略合作协议,合作开展复旦大学管理学院政立院区项目建设,打造国际一流商学院是其中的一个重要系列。这份校企全面战略合作协议还包括:双方合作设立“复旦—绿地生态城市研究中心”,共同开展生态城市研究,促进生态城市领域的合作交流、理念推广和技术应用;绿地集团出资设立“绿地—复旦校长奖励基金”1000万,连续10年对教学、学习、科研、创新等方面表现优秀的品学兼优的复旦大学师生进行奖励。通过校企合作,能够推动复旦的学科发展、人才培养

张玉良承认自己有企业家精神的基因,总是永无止步地去追求,“我们这一代人面临非常好的发展时机,觉得社会、时代给我们提供一个平台,这个平台你认真做,就能成就一些事,你不认真做就荒废了整个人生。

和基础设施建设迈上一个新台阶,复旦也将为绿地集团发展成为具有世界级规模、运营管理水平、品牌影响力和可持续发展力的特大型企业集团提供更有力的人才支持。

在张玉良看来,教育与企业紧密结合的意义,不仅在于培育人才资源,更有助于推动教育改革的进步。企业家可以走进校园给学生讲课,与学生进行互动,让他们了解一家企业甚至是一个行业。同时,也有利于企业的校园招聘,“推动社会人才使用与企业直接对接也是一种进步。”张玉良还把“奖励在职绿地集团优秀员工攻读MBA”的福利计划纳入了考量,准备把优秀员工送到复旦管院进行定点培养。

当提到复旦管院的校企合作新模式能否复制时,张玉良肯定地回答道:“如果哪些学校需要我来帮助,我们也愿意做,对我们来讲是品牌输出,几乎没有经济收益,但是有影响力。这种收益是长远的,是品牌的无形资产增值。”

一个企业从大到强

7月9日,绿地集团员工群收到了一条短信:“尊敬的各位同仁!美国财富最新公布:绿地集团500强排名359位,比去年上升124位。在此衷心感谢您的努力与贡献!张玉良。”

21年前,张玉良担任上海绿地总公司总经理,当时这家公司的注册资金为2000万。2005年,绿地集团营收不足100亿,而张玉良却制定了率先进入世界500强的目标,大多数高管都觉得“他疯了”。如今,这个资产规模、年业务经营收入双双突破2000亿的“绿巨人”真的成长为了世界500强企业。

但张玉良觉得绿地集团从大到强还需要两方面的努力。第一是制度创新,不断地适应市场化的企业制度才是有生命力的制度;第二就是人才。“绿地这两年的成长实际上跟产品开发能力、商业模式以及企业机制的创新有很大的关联。”在企业运行的过程中,商业模式很重要,一个企业从大到强就要不断地转型。由住宅地产向商业地产,由商业地产向平台地产发展,做产城一体化就是绿地集团最新的探索,“到今年年内会实现20个产城一体化的产业城。”张玉良估计。

绿地集团还积极地进入国际市场,目前在海外市场已成功进驻四大洲六个国家九座城市,近期在纽约签下—个投资50亿美元的综合项目,这也是中国房企迄今为止在美最大投资。“我们明年海外业务的收益要超过100亿元。”

张玉良承认自己有企业家精神的基因,总是永无止步地去追求,“我们这一代人面临非常好的发展时机,觉得社会、时代给我们提供一个平台,这个平台你认真做,就能成就一些事,你不认真做就荒废了整个人生。”**F**



荣耀2013

新纪录

2013年,全球瞩目的FT全球EMBA排行榜深深打上了复旦的烙印:四大项目跻身全球百强,这一事实的意义甚至超越了名次本身。这项新纪录的创立则源自复旦管院强烈的时代使命感,以及对愿景目标的执着追求。

可以期待的是,在百年树人的教育事业中,我们还将创造更多的新纪录。

2013复旦管院英国《金融时报》全球EMBA排名

Financial Times 2013 EMBA Ranking

新闻发布会

School of Management, Fudan University Press Conference

2013.10.21



完美全垒打： 复旦管院四个项目同时跻身FT全球EMBA排名百强

2013年10月21日，英国《金融时报》(FT)发布2013年全球EMBA项目排名，复旦大学管理学院四个项目同时跻身全球百强。由此，复旦大学管理学院在FT百强榜单上独占四席，成为全球上榜项目最多的商学院，复旦大学管理学院也因此成为全球拥有4个FT排名百强项目的商学院。

今年已是复旦大学管理学院连续第二年推出多个项目同时参加FT全球EMBA排名，总体排名成绩稳中有升。其中，复旦大学—BI挪威商学院MBA项目首次参加排名便跻身百强榜单，而其他三个项目继续荣居百强榜，复旦大学EMBA项目更是连续两年蝉联全中文项目第一名。

这也是复旦大学管理学院在本月内第三次喜获佳

绩，一周前的10月12日，复旦大学管理学院成立了首届国际顾问委员会。原中共中央政治局常委、国务院副总理李岚清担任名誉主席，原全国人大常委会副委员长陈至立担任主席，复旦大学管理学院首届国际顾问委员会由27位委员组成，汇集了政、商、学、界领袖。当天，复旦大学管理学院政立院区举行了奠基仪式。政立院区总建筑面积逾10万平方米，2016年建成投入使用，届时将使学院拥有世界一流的教、学、科、研环境。

百强榜单独占四席的荣耀

今年，复旦大学管理学院首次推出四个项目同时

“我们的目标是在2015年达到亚洲商学院的前列水平，成为世界上有影响力的管理学院，进而在未来十五年内，跻身世界一流商学院。这几年我们不断增加参与排名的项目，表明我们并不是拿出个别的优势项目去排名，而是要让复旦大学管理学院的项目全面参与排名，并让毕业三年的所有班级全部参加，接受国际最严谨最权威的审视。”

参加FT全球EMBA项目排名，此次参加的四个项目分别是复旦大学—华盛顿大学EMBA项目、复旦大学EMBA项目、香港大学—复旦大学IMBA项目和复旦大学—BI挪威商学院MBA项目。这是继去年首次同时推出3个项目参加排名之后又新增了一个项目——复旦大学—BI挪威商学院MBA项目。最新排名结果显示：复旦大学—华盛顿大学EMBA项目今年位列全球第6位，自2006年参加FT排名以来，该项目已经连续8年位居全球20强，8年平均排名位列中国大陆第一；全中文的复旦大学EMBA项目今年第二次参加排名位列38位，该项目去年首次参加排名，今年蝉联全球全中文EMBA项目第1名；香港大学—复旦大学IMBA项目今年也是第二次参加排名位居51位，在职(part time)MBA项目全球第6位。而首次参加排名的复旦大学—BI挪威商学院MBA项目位列全球第54位，在职(part time)MBA项目全球第7位。

FT全球EMBA排名是一项衡量管理教育机构质量

和水准的重要指标。榜单在学生综合素质及其职业发展、学院的学术成果和研究能力、学院的国际化程度等方面制定了严格、科学的评价标准。每年参加排名的商学院无论是在硬件还是在软件上都必须有过硬的质量。复旦大学管理学院多年来参加排名都取得了骄人成绩，尤其是今年4个项目能够全部进入全球百强，不仅表明复旦的管理教育水平持续并且更加得到权威排名机构的肯定，也向世界展现了中国管理教育正在不断发展、管理教育水平正在不断提高。

加速迈向世界一流的步伐

复旦大学管理学院自从8年前推出复旦大学—华盛顿大学EMBA项目开始参加《金融时报》年度排名，连续8年蝉联FT全球排名二十强；一年前推出复旦大学EMBA项目、香港大学—复旦大学IMBA项目参加排名，两个项目两年来分别蝉联全球五十强和全球百强。复旦大



学-BI挪威商学院MBA项目今年首次参与排名,一举登上全球百强榜单。从一个项目参与排名到多个项目参与排名,从英文项目参加排名到全中文项目参加排名,复旦大学管理学院不仅在榜单上项目数量有增加,排名成绩一直稳居前列,排名水平一路上升,这是学院综合实力不断提升的体现,也坚定了复旦大学管理学院进一步实现战略目标的决心。

“我们的目标是在2015年达到亚洲商学院的前列水平,成为世界上有影响力的管理学院,进而在未来十五年内,跻身世界一流商学院。”复旦大学管理学院院长陆雄文教授表示,“这几年我们不断增加参与排名的项目,表明我们并不是拿出个别的优势项目去排名,而是要让复旦大学管理学院的项目全面参与排名,并让毕业三年的所有班级全部参加,接受国际最严谨最权威的审视。”陆雄文院长强调,未来学院还会有更多项目进入全球的排名体系当中去排名。2013年1月份,复旦MBA项目就首次参加FT全球MBA排名,凭借国际前沿的培养理念、全

球领先的合作模式、持续终生的职业发展服务跻身全球百强榜单。

“这次排名结果是对复旦大学管理学院的高度肯定,也激励着我们加紧步伐去实现走向世界一流商学院的目标。”

事实上,复旦大学管理学院近年来的发展成绩也在坚定地支撑着这一目标的实现。2009年和2010年以全球最快速度通过AACSB(国际精英商学院协会)和EQUIS(欧洲质量发展认证体系)两项国际权威认证;2012年成为中国大陆首家取得EQUIS五年期再认证的大学商学院。2013年10月12日,复旦大学管理学院成立了首届国际顾问委员会。原中共中央政治局常委、国务院副总理李岚清担任名誉主席,原全国人大常委会副委员长陈至立担任主席,复旦大学管理学院首届国际顾问委员会由27位委员组成,汇集了政、商、学、界领袖。政立院区总建筑面积逾10万平方米,2016年建成投入使用,届时将使学院拥有世界一流的教学、科研环境。17

复旦管院为中国高速发展做出了贡献

——复旦大学常务副校长陈晓漫教授在2013管理学院FT全球EMBA排名新闻发布会上的讲话

作为中国大陆第一批开展EMBA和MBA的院校,管理学院培养的人才活跃在政府机关和国内外行业领先企业的中高层管理岗位。学院在上世纪50年代培养出的很多人,成为当时中国的精英人物。应该说,管理学院为中国30多年的高速发展和企业的快速成长做出了贡献。

这次复旦大学参加英国《金融时报》全球排名的四个项目全部进入了全球百强,在FT百强名单上占了4席。由此,复旦大学管理学院成为了全球上榜项目最多的商学院。这是对我们学校的认可,也是对我们复旦大学拓展中国现代教育的认可。

复旦大学是中国大学中最早设立现代工商管理教育体系的大学。在1917年创设了商科,在1929年成立了商学院,1952年全国高校院系调整,工商管理学科教育中断。改革开放之后,复旦大学率先恢复管理教育,1977年开始招收管理学科专业学生,1979年成立管理科学

系,1985年恢复组建管理学院。

伴随着改革开放的进程,在全体师生员工持续不懈的努力下,管理学院持续发展。作为中国大陆第一批开展EMBA和MBA的院校,管理学院培养的人才活跃在政府机关和国内外行业领先企业的中高层管理岗位。学院在上世纪50年代培养出的很多人,成为当时中国的精英人物。应该说,管理学院为中国30多年的高速发展和企业的快速成长做出了贡献。

管理学院的收获来源于各项基础工作的稳步推进。FT排名有16个指标,这16个指标对应的每一项工作要



有很扎实的态度、坚实的基础,要重视师资的建设、注重师资的结构,只有通盘考虑、合力规划才能使学院拥有一支学科布局合理、能够面向未来发展的师资队伍;广大教师们只有拥有了严谨刻苦的学习态度,积极向上的学风,才能在国内外收获有影响力的学术专著;学院还要有国际视野的发展战略,才可以承担起向世界介绍传播中国本土管理实践和原创管理思想的重任,才可以让世界了解中国,分享来源于中国的实践经验和管理智慧。

这次的收获是对我们努力的肯定,也是一种激励。希望管理学院牢记使命,扎根于进步的中国,致力于创新性

的研究,培养既有国际视野,又深入了解中国国情的学术专才、商业精英和社会领导者,承担起引领中国管理教育创新发展的时代责任,肩负起推动管理学院迈向世界一流商学院的历史使命,志存高远、扎实进取、踏实前进。除了FT的排名,管理学院最近的努力和实力,在国际商学院界受到了很好的认可,不仅为复旦争得了荣誉,也向世界证明和展示了中国商学院的教育质量和办学能力。**F**

(本文为复旦大学党委常务副校长陈晓漫教授在复旦大学管理学院FT全球EMBA排名新闻发布会上的讲话,稿件略有改动,标题为编者所加。)

诚实面对国际检验

——专访殷志文副院长

“我负责任地讲,我们四个项目对数据要求很高,不造假、不粉饰、不误导,如实填写。毕业三年的学生也是在用真实的数据表达他们的实际感受,表达他们是否受到了高质量的教育,是否达到他们当初的学习目标。”

今年复旦管院有多达4个项目同时出现在百强榜,打破了世界记录,复旦大学管理学院副院长殷志文还有着进一步的计划:“明年我们会把中文的在职MBA也去排,如果五个项目都进去了那就没有人可以和我们比,这是下一步的计划,去年三个参与排名,今年四个,明年就五个。”

诚实排名

面对部分商学院为了追求排名走高而粉饰数据的现象,殷志文坚决表示:“我负责任地讲,我们四个项目对数据要求很高,不造假、不粉饰、不误导,如实填写。毕业三年的学生也是在用真实的数据表达他们的实际感受,表达他们是否受到了高质量的教育,是否达到他们当初的学习目标。”

“我们的排名是真实的,我们的态度是诚实的,这个不仅仅有关复旦的名声,也有关中国管理教育的名声,所以我们非常严谨地遵守国际规则,这也是为什么

我们拒绝参加中国本土任何排名的原因。”眼里容不下一点沙子的殷志文在原则问题上的态度始终是斩钉截铁、毫不动摇。

据介绍,复旦管院此次是全方位地参与排名,在所有的上榜项目当中,四个项目规模都比较大。这次榜单上的中外合作项目,不管前50名还是前10名,一般都只招三四十名学生。而复旦的全中文EMBA项目每年招收三四百名学生。在百强榜当中,复旦中文EMBA项目规模是最大的,但复旦管院没有投机取巧用一个班去参加排名,而是让所有毕业三年的学生都参加排名,都参加问卷调查。

殷志文表示,在FT的排名榜单上,中国的商学院项目不少,说明中国管理教育总体质量跟十年以前更不用说二十年以前已不可同日而语,但他同时强调,只有个别院校才真正有实力、有资格出现在FT的百强榜单上。排名榜有人进有人出,这次中国的好几个项目上榜,国外商学院一定会“反扑”,他并不认为短期内中国会有很多院校进入该排行榜。



必然的世界一流

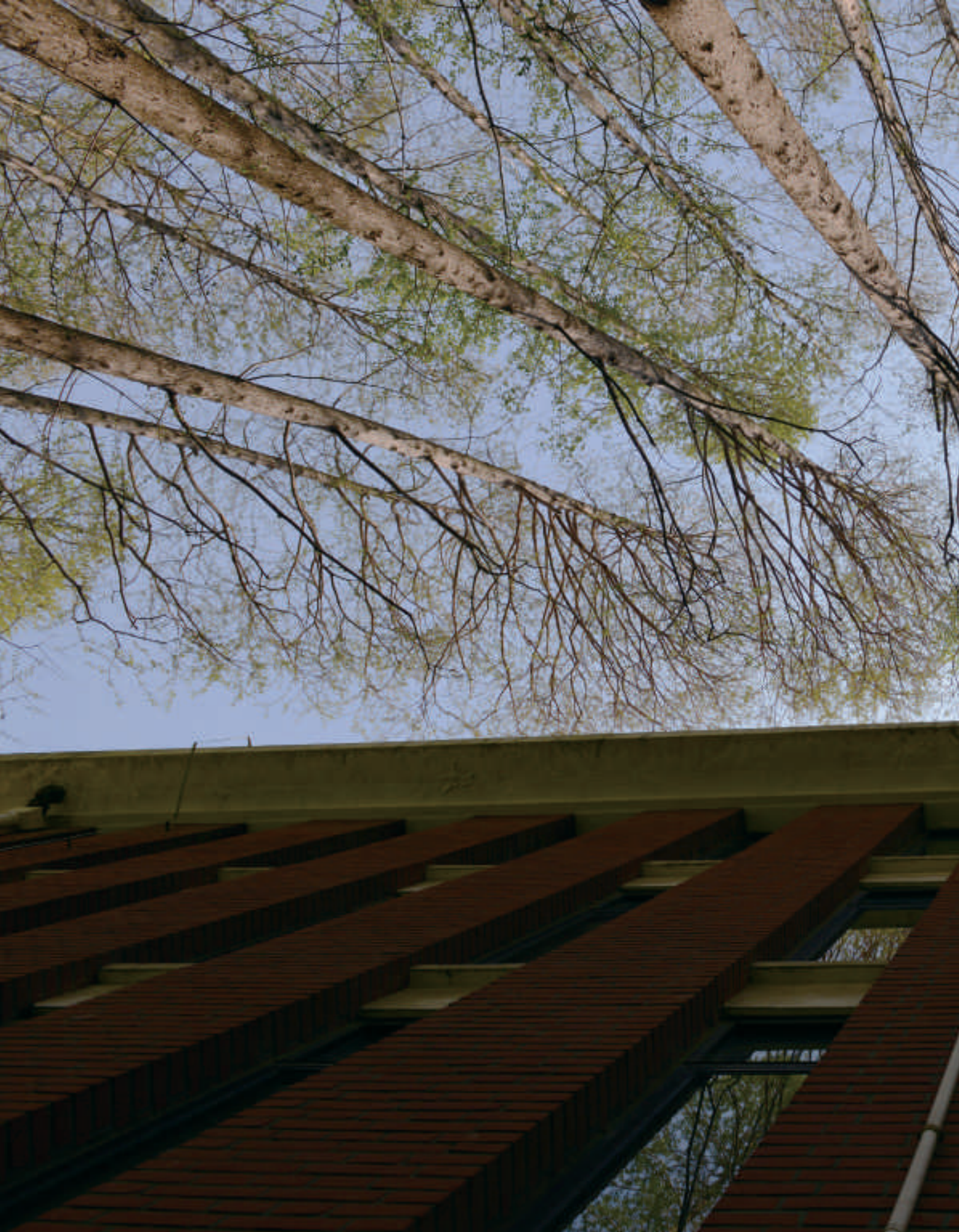
复旦管院的EMBA有全英文项目,也有全中文项目,这是为适应中国经济发展的需要而设置的。中国的国有企业、民营企业的企业家和高管,他们大多以前没有受到很好的语言训练,如果只有全英文项目,因为语言问题把他们阻碍在现代管理教育课堂之外是不合理的,所以复旦管院为他们用全中文教学,在本土教学时不用洋教授,去美国、欧洲学习交流的时候有外国老师上课,用翻译。复旦管院的全英文项目针对跨国公司的高管,全中文项目针对中国的企业家和高管。在全中文的项目里面也有一些跨国公司的高管,他们也想认识中国本土的市场环境、文化习惯,以及中国本土企业的战略思考、竞争策略。

殷志文表示,今天中国管理教育是后来者居上,管理教育应该是开放的教育,有很强的理论性、科学性、艺术性。从管理学角度来讲,希望在复旦大学争创一流大学的过程中,管理学院获得率先突破,因为中国需要世界一流的商学院,一流商学院应该首先在上海这块热土产生。上海是中

国的经济中心,也将是全球的经济中心。在上海,复旦大学管理学院有义不容辞的责任率先成为世界一流的商学院。

向全世界学习

提及复旦管院的发展目标,殷志文表示,“我们向全世界学习,所以我们在全世界都选了最好的商学院来合作”,复旦管院现在有四千七百多名学生,希望有更多的学生可以到海外学习、交流。管理学院目标很明确也很简单,未来两三年成为亚洲领先的商学院,“这将是毋庸置疑的、亚洲前十的地位。”殷志文自信地说,再用10年到15年成为世界一流,在排名当中科学研究的排名要在全球前50位,MBA、EMBA教育的排名要排前30位,有世界一流的硬件设施,这样才可以招更好的学生和教师。政立院区建成以后,相信很多人会为中国人骄傲,这个新院区在全世界所有的管理学院里面各方面条件都是领先的。“没有一流的大楼难以有一流的大师,大学必须要有大师但也必须要有大楼,只有大师没有大楼对于现代大学来讲那是不可想象的!”^[7]





150余个国家1000名商学院院长无记名投票评选产生权威榜单： “2013年全球最佳商学院”排名 我院蝉联大陆榜首

2013年10月12日，环球教育(Eduuniversal)“2013年度全球最佳商学院”排名揭晓，复旦大学管理学院再度蝉联大陆第一，同时在该机构首次发布的全球排名榜中获第29位的殊荣。

环球教育(Eduuniversal)是1994年成立于法国的一家商学院排名机构，自2007年始，每年召开Eduuniversal世界年会，会上按地理区域发布区域年度最佳商学院排名。该机构采用的考评方法独特之处在于，排名完全由来自150余个国家共计1000名商学院的院长无记名投票得出，因此能更为客观真实地反映出全球各区域内商学院的发展水平，特别是国际化程度、品牌影响力等方面的综合实力。自2010年以来，复旦管院在该榜单的排名一直位列远东地区最佳商学院榜单的前三甲，近两年更是蝉联中国大陆第一名，并在该机构今年首次发布的全球性的“2013年度全球最佳商学院排名榜”中位列全球第29位。

在国际排行中捷报频传、佳绩不断是复旦管院综合实力持续提升的结果。自恢复建院以来近三十年的发展历程中，复旦管院在学科建设、学术研究、人才培养以及社会服务等方面都成绩斐然。特别是近六七年来，学院发展成就备受瞩目：2009年和2010年以全球最快速度通过AACSB和EQUIS两项国际权威认证，2012年成为中国大陆首家取得EQUIS五

年期再认证的中国大学商学院。本月12日成立了学院首届国际顾问委员会，原中共中央政治局常委、国务院副总理李岚清担任名誉主席，原全国人大常委会副委员长陈至立担任主席，委员会由27位委员组成，汇集了政、商、学界领袖。当天，复旦大学管理学院政立院区举行了奠基仪式。总建筑面积逾10万平方米的新院区将于2016年建成投入使用，届时将使学院拥有世界一流的教学、科研环境。一系列成绩的背后，折射出学院对于培养管理专才、学术精英和社会领导者的倾注以及建设成为全球一流商学院的不懈努力。

正是得益于整体实力的不断提升和国际化程度的不断提高，学院在国际舞台上为中国争得荣誉的同时，也向世界展示了中国管理教育的领先水平。在环球教育发布“2013年全球最佳商学院”排名的前几天，复旦管院在英国《金融时报》(FT)2013年全球EMBA排名中取得骄人佳绩：四个项目同时跻身全球百强。复旦大学—BI挪威商学院MBA项目首次参加排名便跻身百强榜单，复旦大学EMBA项目更是连续两年蝉联全中文项目第一名。

春种秋收收喜讯，月桂飘香香满院。复旦大学管理学院将继续以“全球一流商学院”为目标，通过持续奋斗与自我提升，跻身于世界领先商学院的行列，为中国经济腾飞培育更多领袖人才。■



2013年复旦管理学奖励基金会 相关奖项颁出

2013年10月21日下午，2013年复旦管理学奖励基金会颁奖活动在清华大学大礼堂隆重举行。

清华大学经管学院教授陈国权、中山大学管理学院教授李新春以其多年来在我国工商管理学科的研究中所做出的卓越成就夺得了今年的“复旦管理学杰出贡献”奖。华为技术有限公司总裁、华为集团创始人任正非，以其20多年来在企业管理实践

中摸索、创造出具有中国特色的“华为模式”，带领华为取得巨大的社会效益和经济效益等突出成就，成为“复旦管理学杰出贡献奖”创立以来，第一个获此殊荣的企业家。他们将分获每人50万元人民币的奖金。

为了表彰对中国管理学学科建设、人才培养等方面做出开创性、奠基性贡献的老一辈工作者，从2012年起，基金会设立了“复旦管理学终身成就奖”。今年，该奖项的获得者

是被誉为我国“技术经济和创新管理学科奠基人”之一的清华大学教授傅家骥。傅家骥先生，早在50年代就在国内率先倡导并开展技术创新研究，创建了中国特色的技术创新理论。他还是我国设备更新理论研究最著名的学者之一，在国内率先建立了设备更新的理论，形成了设备更新分析的完整方法体系。傅家骥先生也是我国技术经济学科的创始人之一，几十年来，他成为了该学科的主要开拓



者和推动者。

复旦管理学奖励基金会名誉会长李岚清同志出席了当天的颁奖仪式，并将终身成就奖的金质奖牌亲自授予了傅家骥先生的夫人王思敦女士。据悉，李岚清同志亲自篆刻了“复旦管理学终身成就奖”之印，印章被拓刻在“终身成就奖”的金质奖盘中央，赠予每一位获此殊荣的管理学者。

复旦管理学奖励基金会理事长、全国政协原副主席徐匡迪在当天的仪式上讲话。基金会副理事长、全国人大常委会原副委员长成思危与徐匡迪一起，陪同李岚清名誉会长为今年的“复旦管理学杰出贡献奖”获得者颁奖。

国家自然科学基金委管理科学部主任吴启迪出席了颁奖仪式，并应邀作了题为“信息技术助力中国改革创新”的大会主旨演讲。

清华大学党委书记胡和平，出席了当天的颁奖仪式并代表清华大学致辞。基金会副理事长龙永图主持了当天的颁奖仪式。基金会执行副理事长秦绍德在仪式上报告了基金会2013年的工作情况。基金会副理事长、秘书长王基铭宣布了今年的获奖名单。原外经贸部副部长、基金会原副理事长刘山在，基金会副理事长、复旦大学党委书记朱之文，基金会副理事长复旦大学校长杨玉良，复旦管理学奖励基金会理事及理事单位代表、获奖者所在单位的领导、国内管理学界部分学者代表和清华大学师生等近500人一起见证了当天的盛会。

为了鼓励国内青年学者开展前沿理论与中国实践相结合的管理学研究，促进中国管理学科的持续繁荣和加快发展，由复旦管理学奖励基金会主办的首届“中国管理学优秀青年

学者学术交流会”当天上午也在清华大学伟伦楼举行。部分2012年国家自然科学基金委“优青”基金获得者和青年管理学者代表与复旦管理学杰出贡献奖获得者、资深教授等共同就管理学科的前沿问题展开了热烈探讨。

复旦管理学奖励基金会是由复旦校友李岚清同志于2005年用个人稿费作为原始基金发起成立的。基金会设“复旦管理学杰出贡献奖”，旨在鼓励管理学人才潜心研究、勇于实践，打造中国管理学界的“诺贝尔奖”，提高中国管理学在国际上的学术地位和影响力。2006年至今，已有20位在管理科学与工程、工商管理 and 公共管理领域做出卓越成绩的学者和实践者获奖。从2012年起，基金会增设“复旦管理学终身成就奖”，以表彰对中国管理学做出开创性、奠基性贡献的老一辈管理者。F



全球营销精英首度集中会聚“2013营销领袖峰会”

市场营销为中国经济装上创新驱动“新引擎”

2013年12月6日至7日,我院携手美国市场营销协会(AMA)联合举办了“2013营销领袖峰会”,来自全球企业界和学术界的众多营销领袖和权威人士、全球企业领导者、一线的营销管理人员以及从事市场营销的教授首度集中会聚于上海,全球企业界和学术界的行业翘楚和资深专家们以其广阔视野与成功经验,与近300名参会者共同分享和探讨了包括品牌管理、顾客洞察、数字营销在内的热门营销话题。

市场营销新时代

美国市场营销协会(AMA)首席执行官Dennis Dunlap在“2013营销领袖峰会”开幕致辞时表示,现在是一个非常伟大的时代,特别在中国市场营销方面是一个伟大的时代,中国取得了非常快速的经济增长,在过去三十年的快速增长主要是来自于出口拉动和投资拉动的模式,中国的“十二五”计划,呼吁我们能够在中国整

个经济发展过程,从出口导向型的经济转为侧重国内需求,比如家庭的消费,更多满足中国消费者对商品和服务的消费。市场营销在这个过程中能发挥非常重要的作用,刺激中国的需求,能够为中国“十二五”规划的成功做出积极的贡献。市场营销者必须要做好准备迎接这个新的时代。在过去的五到十年的时间当中有很多趋势和力量对市场营销带来了很大的变化,同时也带来了新的挑战,更带来了许多的机会,对于全球都是如此。

Dennis Dunlap分析说,有六大趋势对市场营销产生影响,首先是全球化的加速,全球化的加速会带来更多跟本土品牌的竞争,特别是新兴市场,和中国本土品牌有竞争。第二是信息越来越多,有更多的选择,有更多的控制,更多的话语权,公司不再拥有品牌了,而是客户拥有品牌。第三个趋势是媒体和渠道的发展,受众越来越多,说服客户就比以前更加困难。第四点就是社交媒体的爆炸,给

双向沟通带来很多机会,但要通过一种创造性的方法,而不能通过命令控制型的方法,要用内容以及品牌陈述吸引消费者。第五点是一些支持新型的技术,比如大量的消费者数据,这就要求能够使用计算力量,实用技术仓库以及分析工具和能力。最后一点是市场营销责任,市场营销者的责任也跟公司的业绩进行挂钩,这六大力量,或者是六大趋势也使得市场营销者的工作更加复杂,更具有挑战性,也需要更强的关于市场营销方面的领导力,以及多元化的技能和资源才能够在今天的市场上获得成功。

中国元素受重视

中国的重要地位再一次受到了世界的关注,Dennis Dunlap表示,作为北美地区最大的市场营销协会,过去75年在这个领域是领导者,美国市场营销协会有能力也有资源能够帮助并支持市场营销者的工作,“美国

市场营销协会一直是以北美市场为中心的,但是我们要进行国际拓展,而中国市场是我们的重中之重,我们在中国的目标是一致的,希望满足中国市场需求,希望能够帮助打造中国市场营销方面的成熟度,让它能够成为企业战略发展非常重要的能力,还希望能够加强中国市场营销者的技能,成为中国市场营销者在保持自己竞争能力,以及在中国市场营销创新方面的主要资源。我们希望能够帮助中国市场营销者不断地打造自己的能力,从而使得在中国以及在全球范围之内能够成为领导者。”Dennis Dunlap说。

Dennis Dunlap 介绍,美国市场营销协会(AMA)已经迈出了第一步,在过去六个月时间当中已经开始朝着这些目标前进,在中国市场上开展活动,4月份在上海开设了美国市场营销协会上海办事处,还推出了中文版的网站,并且成立了中国咨询委员会,其中有14位来自于中国顶级大学的专家,他们也会在中国品牌的市场营销发展过程当中发挥他们的作用,其中有一些也参加了今天的会议,在接下来的12个月当中会看到有更多美国市场营销协会为中国市场营销者所提供的服务,比如今天召开的营销领袖峰会,以及一些培训、教育的项目,市场营销的活动,还有沟通的一些活动。此外网络的内容也会不断更新,包括社交媒体方面的活动。把国际资源以及本土能力进行更好的结合,使得美国市场营销协会(AMA)能够更好的推进市场营销的专业性,并且支持中国的市场营销者团体。

中国经济的转型

复旦大学管理学院市场营销系主任蒋青云教授担任美国市场营销协会上海咨询委员会成员,同时也是中国市场协会常务理事副秘书长,他还是香港大学商学院客座教授,目前也担任复旦港大IMBA项目学术主任,他的市场营销经验丰富,为花旗银行、上海电信等30多家公司做咨询案例。

在代替远在美国开会的复旦大学管理学院院长陆雄文教授作开幕致辞时,复旦大学管理学院蒋青云教授一针见血地指出,市场营销可以为中国经济的发展带来更大的贡献,中国的GDP与500强公司数量均已排名全球第二,中国也是全球经济发展速度最快的国家。在这些数字背后,要维持未来的持续增长,中国仍面临诸多严峻的经济问题与挑战。为了保持高速增长,中国必须从生产型经济向消费驱动型经济转型,并在全球品牌中保持竞争力。在这其中,市场营销将扮演着至关重要的角色。在未来的消费驱动型经济中,通过塑造强有力的品牌、并构建起消费者关系来驱动需求与盈利的增长的企业将获得巨大成功。

“市场营销在创新驱动的经济发展过程中有着不可替代的作用。一个企业有两项基本的职能,一项是营销,一项是创新,营销是离不开创新的,尤其在中国,如果营销只是一味地模仿,不可能建立自己的品牌,不可能跟客户建立长久持续的关系,也不可能对经济的发展有实质性的贡

献。如果创新没有营销,很多先进技术就很难被别人接受,所以营销当中有创新,创新当中有营销。”蒋青云教授如是说。

市场营销的智库

蒋青云教授介绍,复旦管理学院很早就认识到了市场营销对于中国经济乃至对于整个管理学院发展的贡献,所以在1999年就成立了市场营销系,是中国比较早把市场营销单独列为一个系的院校,并且在市场营销的研究当中设立了围绕着学科发展建立的一些中心,比如中国市场营销研究中心,这是由陆雄文院长亲自挂帅的,有服务营销和服务管理中心,这是汇聚了中国一流的服务营销专家的中心,最近两三年复旦管院又依托了一些国际性、营销类、管理类领域的领军人物共同在复旦管理学院设立了全球金融营销与顾客满意研究中心、可持续增长战略研究所以及决策与行为科学研究中心等,还在筹划建立数据驱动的管理决策研究中心。复旦管院在学术方面所做的努力也得到了回报,在承担国家的项目,重要的理论研究项目上在全国是名列前茅的,在国际和国内的重要期刊论文发表方面在国内也是数一数二的。“今天的营销领袖峰会是希望我们的某些努力更加得到社会的认同,要把理论用于实践,从实践中去找到适合成为普遍性理论的养分,同时希望把市场营销创新转化为发展动力,能够为中国经济发展做出相应的贡献。”蒋青云教授说。■

主题演讲智慧碰撞： 大数据时代用创新改变世界

峰会的主题演讲环节精彩纷呈，业界和学界的资深人士就当今数字化新时代出现的种种市场营销新现象进行了头脑风暴。

畅销书《亿万市场》、《卖给中国新兴消费群》、《中国人想要什么》的作者智威汤逊亚太区首席执行官、美国市场营销协会中国顾问委员会成员唐锐涛围绕“创造数字时代的品牌拥护”展开演讲。他表示，数码时代开创了营销的全新世界，这个世界充满了技术突破，但是有一些事情是永恒不变的，其中一条就是营销永远是从消费者出发的，营销一定要触及到消费者的心灵，并且要帮助他们的生活，他通过案例生动揭示了当今的营销精英怎样驱动“品牌拥护”，描绘了新时代下市场营销新含义，分享了网络意见领袖在促进消费者积极参与品牌互动时所发挥的重要作用，揭示了被品牌满足的成千上万掌握巨大能量的网民们的动机。

珠海格力电器股份有限公司董事长董明珠的演讲融合了感性和理性，她以“创新改变世界”为主题，梳理了她对格力名牌战略、专业化战略、独创的专营销售模式、渠道创新、质量管理等方面的思索和实践，揭示了格力品牌畅销的董式营销奥秘。“董式营销奥秘应该是感动别人，让别人彻底从内心尊重你，靠我们的诚

信，打倒人不是本事，感动别人才是最大的本事，我们中国有这个能力，我相信在这一届新政府的领导下，会有更多的优秀的品牌崛起，中国的企业一定能走向世界。”

IBM全球企业咨询服务部市场营销副总裁 John Kennedy 重点讨论技术、市场营销与未来的关系。他表示，市场营销者的作用是打造品牌，要了解消费者个人，要有一个系统化的接触的战略，要打造这样的系统，每一次的服务接触的时候都要强调价值的信息，品牌的建设一定要有连续性，不仅仅是重复简单的营销信息，而且有更广泛的一些手段和工具，并且要强调这个企业的文化和内部的运营，他强调移动化、社会化、大数据、预测分析的互联设备与新技术不仅改变了营销人员与顾客交流的方式，同样也改变了营销实践本身。

青岛啤酒股份有限公司董事长孙明波分享了对于“品牌驱动的可持续发展战略”的理解。“我们一定要高品质、高价格、高可见度，为了树立我们的品牌，我们宁肯牺牲数量的增长，一定要树立我们品牌的形象。不盲目去做海外投资，一定要走资源优化配置这条路。建设具有狼性的营销团队，狼性团队的标准就是目标、进攻、追责。用管理

创新让百年民族品牌不断迸发出新的活力。”

苏宁云商集团股份有限公司副董事长孙为民阐述了互联网时代的店面转型。他强调，企业的生存主要凭借营销和创新。他通过介绍苏宁协调线上与线下营销的经验，分享了如何通过电子商务为企业增值的经验。

宾夕法尼亚大学沃顿商学院教授张忠则探讨了大数据时代的客户组合管理。他强调，企业应该更加注重把顾客当成是一个整体组合而非是一个个孤立的个体来管理。仅仅拥有优质客户并不一定有利于企业发展，某些情况下，将低价值客户转化成高价值客户的努力，可能会适得其反。

上海纽约大学杰出商学讲席教授陈宇欣在晚宴前进行了一场特别的演讲，他关注了“大数据背景下的营销转型和创新”，陈宇欣提出一个大家都感兴趣的观点：“大数据的极限在哪？”陈宇欣表示，极限在于能源，现在整个IT数据行业已经用掉了世界10%的能源了，数据是非常耗能的，数据的储存和分析都非常耗能，数据的极限在于世界的能源，物理学的著名的热力学定律指出，要使世界有序必须注入能量，大数据是使世界变成有序的做法。[7]



三场圆桌讨论：新时代 新营销

峰会期间,20余名参会嘉宾分别围绕客户分析及洞察、品牌管理和数字营销展开了三场圆桌讨论。

客户洞察

美国市场营销协会(AMA)首席执行官Dennis Dunlap,捷孚凯亚太区区域发展总裁Ashok Sethi,麦当劳(中国)有限公司市场部副总裁、首席市场官须聪,联想集团副总裁、中国区首席市场官魏江雷探讨了客户分析及洞察这一话题。

美国市场营销协会(AMA)首席执行官Dennis Dunlap是本场圆桌讨论的主持人,他抛砖引玉说,现在数据的发展速度是越来越快了,而且来源更多样化,这对市场营销者以及IT合

作伙伴而言是很大的挑战,全球范围组织现在都希望能够通过数据分析更多的和客户之间有更加密切的联系,以及更多的去挖掘客户的价值,并且希望通过数据在市场上带来一些更好的发展。

与会嘉宾们表示,目前IBM全球IT高管的研究调查表明,有70%的人认为企业发展是看能够通过更好的客户分析和洞察,对营销者应该有相应的活动,要能够进行衡量,今天有很多的技术,能够把很多的数据很快地进行实时分析,而且能够更好地了解客户的行为,对客户了解的越多就能够跟他建立更深的联系,而且也就更容易能够从客户身上获得更大的价值,圆桌讨论还聚焦了一个有趣的话题:“大数据到底有多大?”嘉宾认各抒己见,现在数据存储的容量越

来越大,今天的大数据可能到明天或者到了几年以后就变成小数据,处理数据的能力会越来越大,这是非常大的推动力,完全改变了营销的工作。此外还需要引起关注的,一是社交媒体,现在有大量的数据都是来自社交媒体,另外一个就是移动互联网,麦肯锡今年讲到十大颠覆性的创新,手机移动网就是十大颠覆性创新之首,数据就在那边,每个人看到的可能都是不同的结果,但是可能每个人看到的都是局部的真理,你怎么样用,还有怎么样为你所用来将你自己的故事,这才是作为营销的真正意义所在。

与会者还分析了企业如何利用大数据在特定人群中寻找商业机会。在大数据的时代当中大企业是赢家,小企业会不会就是输家呢?大



数据时代大公司优势很明显,小公司可能没有这方面的资源投资,小公司该怎么办?实际上,现在的互联网时代跟大小没关系,是快鱼吃慢鱼,在商业社会大数据有两种观点,一种观点,大数据本身数据非常的大,有非常大的潜力,有这么多的相关性,所以有分析工具就可以了,IT部门会进行分析,给出一些指数,另外一点观点认为,大数据如果想要获得它最大的价值和潜力,必须要有一些根本性的指导原则,想找的是什么,想要用于什么样的决策,这就是营销部必须要提供的指导和视角,这样才能够最大挖掘大数据的价值。

品牌管理

复旦大学管理学院市场营销系主任蒋青云,青岛啤酒股份有限公司董事长孙明波,春秋航空公司首席执行官张秀智,有机家创始人兼总裁、前万宝龙中国董事总经理及欧莱

雅中国副总裁陆晓明围绕品牌管理各抒己见。

圆桌讨论品牌管理的主持人是复旦大学管理学院教授蒋青云,蒋青云表示,品牌是对顾客价值希望的一种承诺,顾客对你有一种希望,你要对他有回报,这种回报通过价值创造、价值传递给到消费者或者顾客,让他有一种承诺,所以品牌由三个部分构成,第一个是品牌的价值观,如果价值观不对,创造出来的价值再大也是对社会对消费者的伤害。第二个是一整套的管理体系,或者是一种操作系统。第三是创意传播,传播过程当中有创造性的传播。这三个方面在中国都面临着挑战,中国企业的品牌时代是否到来还存在一定可以讨论的余地,在全球分工范围,中国企业处在中间地带,有些国家是提供原材料的,中国提供的是制造能力,美国提供的是创意和品牌,欧洲提供的创意和品牌。一个企业的营销发展大

概有三个阶段,第一,依赖一定的资源,靠山吃山的营销。第二,靠能力、规模、制造去创造价值的营销。第三,靠无形价值,靠品牌创造价值。

陆晓明认为,中国中产阶级消费行为发生了变化,中国中产阶级变得理性,中产阶级在今天这个特定前提下对传统文化回归的自信和需求,新媒体、社交媒体的高度普及,让社会变的更民主、更自由、更透明、更公平的表达观点,在消费、品牌管理方面面临挑战更多,因为消费者每时每刻都在用微博、微信在评说、讨论,在朋友圈里面做直接的没有任何商业利益的评价,这种评论会变的更透明、公平,也更及时,所以新媒体也跨越了时空、跨越的地域,对于品牌,口碑的营销,口碑的美誉度会变的越来越重要,服务会变得越来越重要,稍一疏忽就会被他们在某一个新型的社会媒体上评论、点评。还有消费者的体验式的消费,O2O模式的发展,都可能会更多地去适应新媒体



的普及。

张秀智的演讲题目是颠覆和创新,低成本不一定没有品牌,根据移动互联网和社交媒体,重新进行了整合,整合数据、责任和社交媒体,在整合营销上,把所有营销部门资源整合到一个营销位上,把传统的媒体和网络的新媒体,把新闻宣传和市场营销,把品牌营销和服务营销,所有的营销资源传输给消费者就是一致的。

数字营销

复旦大学管理学院市场营销系邹德强博士,尼尔森公司大中华区媒体研究副总裁陶立保,央视市场研究股份有限公司副总裁田涛,百度商业市场部总经理陈志峰,腾讯全国策划总经理翁诗雅分享了各自关于数字营销的观点。

营销进入大数据时代真正可以成为一种科学,营销的本质在大数据时代正在被粉碎,其实营销是想告诉你,你不知道的东西而我知道,我要把我知道的东西告诉你,并且设法让你相信。今天在大数据时代消费者比你知道的还多还全,对于品牌的定义,对于品牌的理解,甚至比市场部和公关部要强很多,在这样的信息不对称趋弱的情况下如何发出营销声音?

营销声音完全被消费者所抵制,在这个时候营销本质就不存在了,在今天一切的信息不对称正在被打破。

互联网在营销当中起重要影响,互联网浪潮的背后是整个信息与传播秩序的重组,今天信息的来源、信息的途径和信息的目的地都已经完全的重构。互联网一定不是媒体,互联网一定不是工具,互联网

是未来消费者所依托、所生活、所立足的全方位的平台,互联网会重塑整个商业世界,而非给商业世界带来多一些渠道和机会,互联网和新技术为营销带来的是思维、是革命、是整个基因的变化。

本次营销领袖峰会主办方之一美国市场营销协会,是由市场营销企业界及学术界具有远见卓识的人士于1937年发起成立。如今,该协会已发展成为世界上规模最大的市场营销协会之一,拥有30,000多名会员。会员在世界各地从事市场营销方面的工作、以及营销领域的教学与研究。峰会的另一主办方复旦大学管理学院,是我国最早设立工商管理教育体系的高校,以全球最快速度,连续通过EQUIS和AACSB两大国际认证,并在2013年英国《金融时报》全球EMBA排名中获得四大项目齐列全球百强的成绩。[7]

股票发行注册制离我们还有多远

复旦大学管理学院会计研究中心高峰论坛成功举办

2013年12月15日,由我院会计研究中心和德勤会计师事务所共同举办的复旦大学管理学院会计研究中心高峰论坛在我院友邦堂隆重拉开帷幕。我院副院长吕长江教授,德勤华永会计师事务所总经理萧耀熙先生分别代表主办方致辞。上海证券交易所发展研究中心顾问、我院会计研究中心客座教授周勤业,我院会计学系教授钱世政,会计学系教授、MPAcc项目学术主任李若山分别作主题演讲,并参与了圆桌讨论环节。

本次论坛吸引了近300名听众,与现场嘉宾围绕新股发行注册制的由

来及展望等热点话题展开讨论。第一财经主持人尹凡主持了本次论坛。

“推进股票发行注册制改革”是十八大三中全会《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》对新股发行的表述。11月30日,《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》出台,进一步明确了从审核制向注册制过渡的方向。推行注册制,从审批到市场决定,必将引发A股市场格局的重大变化。本次论坛旨在搭建一个沟通和交流的平台,以使投资者在聆听专家学者关于注册制改革的见解后能对其有正确的认识。

论坛伊始,我院副院长吕长江教

授和德勤华永会计师事务所总经理萧耀熙先生分别致辞。他们对各位嘉宾和观众的到来表示衷心的感谢,并表示注册制的推行将进一步提高信息披露和使用的重要性,而这对监管机构、上市公司,以及中介公司、投资主体的要求有了前所未有的提高。

在随后的主题演讲环节中,上海证券交易所发展研究中心顾问、我院会计研究中心客座教授周勤业首先以“注册制离我们还有多远”为主题做了演讲。他表示,审批制、核准制与注册制都是相对于公开发行而言的,“注册制不是不审,其实质性审核的环节在上市,而核准制实质性审核





的环节在发行。”对于注册制需要具备的市场条件,他认为应该包括完备的信用制度(买者自负)、较强的市场主体约束机制(做空机制)、健全的权利救济制度(股东诉讼)、占主导地位的机构投资者(公司治理)、通畅的退市渠道(优胜劣汰)。同时,他还表示“这次新股发行体制改革只是顺应了‘推进股票发行注册制改革’的要求,向市场化迈出了一小步”,其特点是强化信息披露、审核以信披为中心、发行人与承销商协商定价、自主选择发行时点、主承销商自主配售机制、强化各责任主体的诚信义务、加大执法力度。最后他表示,审核的制度安排没发生根本性的变化,而改革成效还有待市场检验,改革任重道远。

我院会计学系教授钱世政以“治市‘钢’领——港股IPO与监管之析”为主题发表演讲。他首先以洪良国际深陷IPO造假丑闻为案例进行分析,并提出三个问题,“洪良国际IPO审核过程中,香港证监会为何没发现

其财务造假?香港证监会接到举报后,为何先申请香港高院发布强制令,冻结洪良的资金?证监会调查结束后,为何对洪良采取的是“赔钱放人”的策略?“接着通过对香港主板上市程序、上市委员会的职责、证监会的监管职责等的分析,给出了治市“钢”领,即“宽进严管”、加强监管执法是当前我国资本市场监管转型的着力点;从审核审批向监管执法转型,扭转重审批,轻监管的倾向,将运营重心从事前把关向事中、事后监管转移;建立制约型查审分离机制,高效型行政执法机制,主动型立法保障机制和紧密型政府部门协同机制。

我院会计学系教授、MPAcc项目学术主任李若山分别从IPO审核模式将从核准制向注册制方向转化、IPO新政对企业上市要求的几大变化、拟IPO企业的体制是怎样的等几个方面分享了自己的观点。他表示核准制是制定统一的上市标准,由双人审核,集体决策;而注册制是充分

信息披露与严厉的惩戒与追诉制度,是审而不决。对于拟IPO企业的体制,“国企更像机关,重视行政级别,多头管理,双重董事会;民企更像家族,强调血缘,重视效益,轻流程,只有老板文化,没有职业经理人文化。”

论坛最后,周勤业教授、钱世政教授、李若山教授三位嘉宾围绕“注册制,将带来什么?”的主题展开了圆桌讨论。对于“为什么注册制现在离我们还很远?”这个问题,周勤业教授表示困难之处在于环境问题,李若山教授则表示最难的是当下利益格局的改变,而钱世政教授认为制度背后还有精神文明的存在,倘若精神文明不发展,改革将很难与精神文化吻合。之后对于“假若注册制的方向是正确的,其实施路径在哪?”“如果领导者有决心做这个事情的话,那操作层面又应该怎样做?”等问题,三位嘉宾也一一给出了自己的独到见解。

最终,本次论坛在观众的热烈掌声中圆满落幕。■



创新改变世界

时间:2013年12月6日 论坛:2013营销领袖峰会
演讲嘉宾:珠海格力电器股份有限公司董事长 董明珠

大家上午好!很高兴能参加此次营销领袖峰会。我今天想说的是,一个企业的创新,离不开营销,但是我们同时要思考用什么东西来支撑营销。一个企业在发展的过程当中,营销是不可缺少的环节,但是营销却不是唯一的环节,支持我们赢得市场的不是仅做一些营销或策划就足够的,而是应该用企业的品质和技术,以及诚信的服务来赢得这个市场。这才是企业的主体,如果没有这个主体,所有的推广不过都是无本之木、无源之水。下面,我结合格力公司来说说自己体会。

格力电器成立已经有23年。在03年的时候,国美、苏宁等纷纷崛起,当时我们走了一条自己的道路,即专业化的专卖店道路。很多人并不看好,但是我们却发展得很好。2003年的时候,我们的销售额做到了100亿,去年更是达到了1000亿,今年我们预计可以做到1200亿。在企业不断发展壮大的过程中,我觉得有几大要素能够保证企业的快速成长、稳定成长,其中一个就是诚信,也是不可或缺的因素。

1995年的时候,我们公司隔壁有一家汇丰空调,当时它把我们整个销售团队都挖过去了,但这却并不代表格力就不行了,而汇丰就起来了。恰恰到了第二年的时候,汇丰宣布倒闭了。这就说明,一个营销体系里最重要的建设不是创意,而是制度建设。营销不是一个简单的推广,推广的确是重要的行动,但是我们的思想体系、组织架构,才是真正能够让我们在宣传过程当中把产品推广出去的根本所在。即便我们有一个很好的营销,但是如果它没有产品质量的保证,

广告还有用吗?没有用。如果没有很好的制度、很好的产品来作支撑,那就是骗子,即便就是骗得好,营销做得再好,这个企业是不可能长寿的,一年两年就要倒闭。我们在学营销的过程当中,应该掌握一些创意方法,在这些前提下,我们的策划却还都离不开企业内部的支撑体系,产品究竟做到什么程度,应当如实地告诉消费者。谈到格力电器的发展,在这个过程当中,我们也做过种种不同的营销,下面通过我们的广告语来回顾一下不同的营销阶段。

格力营销分段解析

第一阶段,我们的口号是:格力电器创造良机。在过去90年代初的时候,中国企业没有自己的核心技术,原则上都是模仿,甚至于买别人的主机回来进行组装,研发生产。在这种条件下,我们唯一能做的一件事情就是要做好品质,一定要保证好质量,确保我们的产品比别人好,我们就把这件事告诉了消费者。格力电器创造的是良机,这个良机在什么地方呢?格力很实在,和别的品牌相比,重很多,水分少,我们质量真实,并且如实地告诉消费者这些信息,所以消费者接受了格力。1995年,我们的销售额是28个亿,增长了7倍。那一年,我们超越了春兰。在这个阶段,我们所做的不仅仅是对产品质量的控制,同时也确实在营销体系里进行了制度建设,以及正确处理和厂商之间的关系等等,使得格力电器的销售额每年都有增长。

第二阶段,在1997年的时候,我们意识到



了产品质量控制的重要性。当时我们购买了一批进口的零部件,过去我们都认为外国的月亮是圆的,从外国进口的零部件应该没有问题,但恰恰是这批外国进口零部件给我们带来了巨大的损失。94年我在江苏做了1.6个亿的销售额,占了公司总销售额的1/4,但同时我也是受害最大的,因为这一批产品的零部件给我们带来的影响,让所有的消费者认为不是某一个部件有问题,而是格力空调的问题。当时,大量的返修导致市场之中至少有五年之间没有消费者再愿意买格力空调,因为他们认定格力的质量不好。所以我们在95年的时候成立了筛选分场,对所有的元器件进行筛选,保证我们的品质质量和我们所承诺给消费者的广告语是一致的。到了97年的时候,我们通过成本控制、筛选分场的成立,对部件质量严格要求,提出来的第二句广告语是:好空调格力造。但是我们控制了质量,却没有能够占据领导地位。所谓的领导地位是

什么?并不是喊出来的,而是要做出来的。用什么能够做出来?就是要创新技术。我们的目标是,让格力在未来为世界70亿人服务,让消费者们愿意尊重格力,愿意选择格力。

第三阶段,到2009年的时候,我们提出来要掌握核心科技。先举一个简单的例子,好空调格力造,从97年喊到07年,整整喊了10年的时间,在这10年当中我们一直在致力研究,除了控制品质以外,我们更注重技术开发。中国企业曾经流行的一个做法,用高薪外聘国外人才,似乎提升了竞争力,但我认为技术开发的关键并不在于此,一个企业真正的创新力是自己能够培养人才。创新文化不是一个点,而是一个面,是一个整体,这才是真正创新型企业。今天我们营销做得再好,如果没有技术支撑,没有严格的管理,没有一整套的企业创新文化,营销最后也是落空的,所以我们在10年中始终致力于开发技术。从2000年开始,我们有四个研究

66

创新文化不是一个点,而是一个面,是一个整体,这才是真正创新型企业。

99

66

作为制造业企业来说,应该把大数据时代更多、更有用的技术运用到企业里面。

99

院,以及5000多个研发人员;今天我看到了我们投入的成果。现在,凯里约克公司也都过来我们这里挖人,因为我们的技术已经超越了它,让它震撼。

第四阶段,到了2010年、2011年的时候,我们又提出了一个更新的口号:让天空更蓝、大地更绿,这标志着我们格力电器不仅在创造技术,同时也时时刻刻考虑到,在打造一个产品的时候,会对人们的生存、人类的健康产生什么样的影响。如果开发一个产品是破坏环境的,将给我们的健康带来负面影响的,这个产品是不值得推崇的。

技术创新是企业的核心竞争力

通过企业四个阶段的广告语,我希望揭示的是企业的竞争力。别人曾经称我为营销女皇,给我冠了很高的荣誉,但是我觉得我不是。我们今天讲空谈误国实干兴邦,作为制造业企业,千万不要本末倒置。这是一个大数据时代,我们怎么样跟上大数据,作为制造业企业来说,应该把这个大数据的时代更多、更有用的技术运用到我们的企业里面。最近空调行业也在传递这样一个信息,大数据时代物联网是很重要的。我认为物联网很简单,它对我们来说就是一个工具,把先进科技信息化时代有用的东西渗透到企业的产品里面去,这就意味着成功。比方说我们在新技术上做得不够,中央空调只能仿照别人,而且耗电额高,这样,消费者一定不会选择这样的产品。如果今后能够研制出节能的中央空调,消费者就必须选择它,因为它创造了新的时代,我觉得这个是非常重要的。我现在经常到外面领奖,获得这样那样的荣誉,但是我想这个荣誉背后是什么在支撑我呢?不是我英雄,是格力,是这个企业,和它的文化,企业全体员工的付出让我站到了这个台上。我在

中东的时候,当时中东的经销商告诉我,格力质量好,能不能不要在中国生产,因为在中东地区,一提到中国制造,别人都不想买你的产品,因为中国制造意味着低质低价,建议我们搬到泰国生产就好卖很多。我说错了,我就要在中国生产,用中国制造让你们震撼,让你们知道中国是最有力的,中国是最诚信的,但是仅仅靠一个格力是不够的。如今这几年,他们的想法也发生了改变,中国制造可以是最好的,如今格力在中东地区的销量,有的国家排在第一,有的国家排在第二。

现在格力电器有三个品牌,一个是小松,一个是晶弘,一个是格力,有人建议说格力现在信誉这么好,可以借船顺道出海,为何还要多打造品牌?因为我想让世界更多的人来了解中国。我觉得不用打倒任何人,而是应该感动别人,让别人彻底从内心尊重你,靠什么?靠我们的诚信,我们中国有这个能力。我相信,在这一届新政府的领导下,格力旗下还会有更多优秀的品牌崛起,中国的企业一定能走向世界。一个企业在发展的过程中不要忘记自己对社会的责任,不要忘记对人类的贡献是什么。外国人了解中国人,更多的是通过我们的产品感受到,这就是我们中国企业的责任。所以,我们在第四阶段提出了“让天空更蓝,大地更绿”的宣传语,将是我们企业在技术和服领域最大的宗旨,我们将依此规范格力的行为,让格力不仅是今天立于世界,而且要永远立于世界。很多企业到我们这里挖人的时候,有人表示担忧,我并不担心。前段时间我见到骆家辉的时候说美国有人挖我,他说你怎么不告他呢?我说不告他,他真正拿走的是我过去的技术,在这个行业里,我们永远是被人模仿,但是绝对不允许别人超越,这就是格力。希望大家在这个过程中能感受到格力给你们带来的幸福和快乐。谢谢大家。■

上海自贸区与长三角经济发展

时间:2013年11月8日 论坛:中国经营论坛(常州)

演讲嘉宾:全国政协常委、上海政协副主席、民建中央副主席 周汉民

我今天要讨论的是建设中国上海自由贸易实验区,并分享三个观点。第一个观点:中国上海自由贸易实验区是什么?我认为中国上海自由贸易实验区是自1978年12月18日开启的中国改革开放历史的第四波浪潮。

第一波浪潮历经十年,从1978年到1988年,五大经济特区和十四个沿海开放城市,由点到线成片的发展所形成。中国的改革开放始于1978年12月18日十一届三中全会的决定,但是如何突破需要睿智、远见和决心。我们所走过的道路,它的特征是“三个引进”——引进资本、引进技术、引进管理人员。然而如果论功能而言,我们的五大特区和十四个开放城市是窗口,是排头兵,是实验区。窗口就是眺望人类一切伟大文明的城市,排头兵就是没有一往无前的精神就没有特区,也就没有今天的上海自由贸易实验区。今天中国五大经济体的选址,大家不可想象在35年前它们是如何确定的。中国改革开放无不是以开放倒逼改革的历史,我们上海始终站在改革开放的前沿,这是使命所在,这是责任所在。总结第一波浪潮,两句话很重要。第一句话是经济和社会发展,第二句话是五大经济特区始终将立法作为重要的工作予以考量。没有法制就没有第一波改革开放浪潮的成果。

第二波改革开放的浪潮同样是在上海,即上个世纪浦东的开放。浦东的开放早在1986年就有人提议,早在1987年就成立了浦东开放的研究小组,我们在1989年通过上海市市长国

际企业家咨询会议,了解了国际的初步反映。1990年4月18日,党中央国务院正式宣布浦东的开放和开发,成为中国改革开放又一大浪潮。从1990年的7月8日一直到9月10号,浦东的首批法制向社会公布,我们终于站在一个新的高地,这一高地就是有法可依,有法必依。我认为这条经验是今天浦东,以及往后自贸区发展的必由之路,就是用法制保障开发的进程。浦东九项法规能够在宣布开放开发的四个半月之后向世界公布,创下了中国法制史的奇迹,所以不要说我们做不到,关键是方向要有,决心要大。

中国经济改革开放的第三波浪潮,就是中国加入世界贸易组织。我们加入世界贸易组织之后一直受到国际上的置疑。如何来回答世界的置疑,如何回答国人的担忧?中国加入世界贸易组织就是融入世界潮流。什么叫“潮流”,孙中山先生说过“世界潮流浩浩荡荡,顺我者昌,逆我者亡。”我国的GDP从改革开放以来每年都在不断上涨。我们的外汇储备增量巨大,源于中国外贸的持续发展。法制始终是中国改革开放重要的动力,中国改革开放前三波的高潮是中国的法制从无到有,到中国的法律制度基本健全的历史。

第四波改革开放已经开始,上海自贸区揭牌已经四十多天了。四块地要实行新的政策和举措,这向世界昭示了我们的改革开放要迈向新的方向。上海自贸区不是完全按照已经推出

66

中国上海自由贸易实验区是自1978年12月18日开启的改革开放历史的第四波浪潮。

99

66

上海自贸区的功能与过往三波中国经济改革开放促进的功能有很大不同。

99

的总体方案执行到底,推出的总体方案也只是我们的第一步。自贸区能够在上海成为现实,决非偶然。原因其实也很简单,这样的战略很大程度上需要坚实的物质基础。李克强总理在就任总理之后十天离开北京,第一次视察的是他长期工作的江苏省,接下来视察的就是上海。就在3月28号下午的视察中,他提出我们有可能建立这样一个自由贸易实验区,进一步的扩大开放,推动完善开放型的经济体制机制。各位,请注意他的表述“推动完善,开放型的经济体制机制”,一句话就是以开放促改革。6月30号上海向中央提出相关的方案,3天后的7月3号,国务院常务会议原则通过了我们提出的总体方案。不过党中央认为还要有进一步的推进,因此8月27号中共中央政治局会议提出了建立中国上海自由贸易实验区。

中国上海自由贸易实验区总计28.78平方公里,四块土地的功能完全相同。以上海外高桥保税物流园区为例,建设这一园区已有九年,这块的主要功能是国际中转、国际采购、国际配送和国际转口。2010年外高桥保税区在英国伦敦《金融时报》全球自由贸易区评比中获得第十名。由此可见,上海自由贸易实验区是领导人的远见,不是一个仓促之举。

十二届全国人大常委会第四次会议审议了《关于授权国务院在中国(上海)自由贸易实验区等国务院决定的实验区的暂时停止实施有关法律规定的决定(草案)》,第一个是外资企业法,第二个是中外合资经营企业法,第三个是中外合作经营企业法。首先是金融服务领域,很

多人对金融领域的四条感觉还没有到位,我再说一句,这只是初步而已,往后的措施会让世界看到上海自贸区的发展完全符合世界对中国的要求,以及中国融入世界的决心。

第二部分谈的是上海自贸区的发展,在很大程度上是基于国内国际的巨大需要。从国内而言,对下一轮改革和开放要制定时间上的总体目标。上海自贸区的功能与过往三波中国经济改革开放促进的功能有很大不同。首先概念上不同,上海自由贸易实验区首先要成为试验区,这个试验区是要试验于国家参与、全球投资规则重构进程这一时期。国家要参与国际投资规格的重构,政府必须对行政体制进行进一步的改革,它的高标准投资规格体现为公平,以及全过程、全方位的保护。对负面清单的管理就是上海自贸区重要举措的第一步。

在国际谈判中,TPP的谈判是在太平洋领域伙伴关系的协定谈判,这个谈判从2002年起到现在跨越了十个年头,但是美国的阻挠使这个谈判变成有充分内涵的谈判。这个充分内涵就是货物贸易和自由贸易的全方位开放。第二个谈判是美国在大西洋的布局,即TTIP的谈判。这两个谈判具有以下三个特点:更高标准的开放,更高水平的开放,更加安全的开放。所谓更高标准的开放主要体现在公平性质、知识产权、劳工标准和环保标准这些方面。所谓更高水平的开放主要体现在各个国家对外资实行全面管理上,尽管对上海自由贸易区负面清单的内涵有不同的评论,但是负面清单本身昭示着更高水平开放的开始。所谓更加安全的开

放主要体现在希望有更强的投资保护和更有效的征管解决。我要特别提醒大家关注 TISA 的谈判,这个谈判代表的是世界服务外贸力量,这些服务贸易协定的谈判在很大程度上需要 we 关注,也需要我们加入。由此,改革告知我们应该加快上海自由贸易实验区的进程。

至于谈判突破,中美两国正在进行双边投资谈判,从2009年到今年6月已经九轮,拉锯谈判主要是几个关键理念的问题。七月谈判进入了实质性阶段,美国提出了双边投资协议2012本的文本,这一文本更加显示了开放的必要性。在中美两国投资协议签订完成之后,双方企业如果有纠纷发生,就会前往纽约的解决投资争端国际中心来调解和仲裁。在这里,只要作为争议一方的国民或公司出具了书面同意文件,争议的任何一方即可向中心或其附属机构申请进行调解和仲裁。还有一个突破是政策的突围,我们突围政策涵盖了贸易领域、投资领域、金融领域、服务贸易领域、体制机制和法制环境。中共中央政治局委员、上海市委书记韩正在的答记者问中,重点提到的就是四句话。一句话是关于人民币资本向下的自由兑换问题,一句话是关于利率的市场化问题,一句话关于境外的融资问题,一句话关于金融机制的管理问题。我以为这就是我们渴望又苛求的上海自贸区下一步改革的举措。第四个领域是服务贸易领域的全方位开放,国际服务贸易分类大概有160种,中国开放了其中的108种,因此中国服务贸易的开放还有巨大的空间和未来。第五个是体制和机制,自贸区体现的是人人进出自由、货物进出自由等等。最后落脚

在法制环境,还是那句话,上海自贸区要往下走,必须建立完备的法制。

进入我的第三部分,从法制到法治,第一个是制度,第二个是治理。上海自贸区要从制度到治理,需要一个巨大的转变。首先要制定法律,上海自贸区制定法律有四个建议值得考量。第一个建议是要积极稳妥的立法。上海自贸区的法制有三大借鉴,第一个借鉴是国际立法经验,第二个借鉴中国改革开放的伟大实践,第三个借鉴是股东的借鉴。第二个建议是立法必须要与国际规则接轨,作为国际自由贸易区,我们必须关注六大问题——公平竞争政策的制定问题、资产进一步保护的问题、投资领域的扩大问题、劳工标准问题、新的国际规避问题、征管解决问题。第三个建议是政府行政体制的改革,核心是依法行政。浦东的经验说明小政府大社会,是未来自贸区发展的必由之路。因此行政体制改革要在大刀阔斧改革的基础上,让上海自由贸易实验区成为新政改革的实例。第四个建议是法制意识的全面提高,就是从第一个法制到第二个法治的转移,不仅仅是立法,还体现在司法,体现在执法,体现在法的意识,体现在法律监督这五大层面上。

中国上海自由贸易实验区不仅仅是上海的,也是整个中国的。我们关注它,不是因为它有多少优惠政策,能够形成怎样的政策洼地。我们关注它,是希望它能够真正营造从自由到公正的氛围,以世界的目光来关注上海自贸区,让上海自贸区成为世界看到中国进一步改革开放的雄心! **F**

互联网时代零售店面 O2O 转型

时间:2013年12月7日 论坛:2013营销领袖峰会
演讲嘉宾:苏宁云商集团股份有限公司副董事长 孙为民

66
传统电子商务发展,除了平台本身,也是要
要不要走 O2O,线上线下怎么结合的问题。

99

在最近的十多年时间里,中国的零售业取得了突飞猛进的进展,从过去的百货商店到超市,再到现在的专业店,都在不同程度地采取连锁的模式进行大规模的扩张。而随着互联网的深入发展,它也将触角伸向零售行业。那么互联网时代下的零售业到底是一个怎样的走向呢?零售业未来的发展到底是什么样子呢?零售业的从业者是可以自主决策行为的主体,他们未来的决策路径完全是影响零售业的最终发展的,但是在这个过程中,很多国内零售企业到目前为止并不太清楚自己的路该怎么走。而就我们在探索发展的过程中所做的一些思考,我觉得就时代环境问题而言,未来的零售业首先是处在互联网时代,而在这个时代里,零售业的出路应该是走 O2O 的道路。O2O 的零售不仅限于传统的零售业,传统的电子商务也需要选择这样的道路。

传统电子商务的发展模式

随着互联网和电子商务的快速发展,现在已经出现了传统电子商务的说法。从 07 年移动互联网开始出现后,人们的互联网生活方式又开始发生了新的变化,而最近的一年到两年的时间里又出现了一个新的趋势,即 OTT,它使得

互联网开始进入到家庭、客厅,还有更多的一些 OTT 应用在大街小巷、车站码头。由此这样一来,虽然电子商务才出现了仅十多年的时间,但早期以电脑为核心的电子商务已经被当做是一个传统的了。然而尽管这种方式是传统的,它仍然是主流的。

传统的电子商务发展,基本上有三种模式的选择。第一种是平台的模式,以淘宝和阿里巴巴的模式最为典型,与其说它们是一个电子业态,倒不如说他们是一个商务的电子服务的综合平台。到目前为止,在我国整个网络交易过程中,这个平台的交易是占主导形式的,几乎占到整个网络零售中间 80% 以上的比例。第二种是自营的电子商务模式,以京东、一号店、当当的模式最为典型。其早期的模式基本上就是电子商务的经营,它们有一种假设,即认为在网上的交易成本低、效率高,一定能够取代实体的零售,在这样的假想下,加之有大量资本的介入,因此使得这个领域的发展在 03 年、04 年以后取得了迅猛的发展,其流量、销量已经呈现几何级的发展,市场开始逐渐成形。但这些企业几乎 99% 以上都是处在亏损的状态。由此又出现了第三种模式,即电子商务开放平台的模式,将前面两种模式进行一种叠加,一方面提供商务服务的开放平台,另一方面进行商



品的自营。如果我们讲到传统电子商务的发展,我觉得从未来发展的结果来看就是平台模式和复合模式,这是做门户的非常重要的选择。

传统电子商务实体化的路径选择

今天,传统电子商务发展,除了它平台本身发展的走势之外,从另外一个纬度来看,是要不要走O2O,线上线下怎么结合的问题。而从传统的电子商务到线下是一个不可逾越的过程,或者说它们只有实现了这样的跨越才能够真正成为可持续的商务模式、零售模式。

一般传统电子商务的实体化有三个路径的选择。第一个是物流网络的建设,这是必不可少的,也是现在远远没有做到、未能基本满足的。在国外,尤其像美国电子商务的发展,不像中国会呈现这么大的爆发式的增长,形成全民

性的参与,主要是因为,在美国,不管是零售、采购、物流还是信息数据,都建立了各个领域中的巨型公司,任何一家自己去建这种物流网络的公司与联邦快递、UPS等物流公司都是无法抗衡的,国外电子商务基本都与外部物流有一点联系,而中国的电子商务都是从一定程度上自建物流开始起步的,甚至现在有些企业已经把自建物流作为自己的卖点,其中主要的原因就是我们的社会物流基础设施专业化、社会化的程度远远不够。

第二个是O2O的服务网点建设。最近有一个在互联网上创业的企业小米手机。它的量不算特别大,但是运作得还是非常成功的。像这样的基于互联网的主渠道进行销售的公司,实际上必不可少地要建立服务的网点。因为现在是一年有几百万部的时候,而如果到了上千万部规模的时候,服务网络的建设有可能成为

66

如果说把商店搬到网上是不现实的,那么把商品搬到网上行不行呢?这是可行的。

99

它规模化发展的最大瓶颈。

第三个是现阶段传统的电子商务基本还没有涉及到的问题,即要不要建立线下的体验网络,这个问题在实践中还没有去尝试。但我想可以肯定的是,对这些传统的电子商务企业而言,O2O的发展是它们进一步提升品牌,进一步获得顾客体验和顾客数据的一个非常重要的平台。其实即使今后顾客不在实体店购物,实体店面仍然有着非常大的价值。比如以卖服装为例,实际上服装分为多种类型,每一种服装对这个顾客来讲都需要有一个体验,而这个体验是人与商品之间的互动。就我自己而言,以前不在网上购物,然而现在为了体验互联网,我每年都可能花几十万块钱在网上购物。但是我买了很多浪费的东西,就姑且将它当做是买教训、买体验、买未来企业转型的方式。实际上,对于一个产品而言,消费者需要调动各种各样感觉的器官,包括肢体去和它互动,这样才能够得到一种商品体验,而这种商品体验在未来的发展中有着巨大的价值,尤其是进入到大数据时代中。因为当进入到大数据时代,企业可以真正地做到个性化、柔性化生产时,这种体验的价值才会越来越大。犹如我们买裤子一样,千篇一律的裤子都是这样几个规格尺寸,但实际上每个人穿裤子的舒适度会因为每个人的系裤腰位置习惯的不同而不同,这时候的体验和你穿着裤子的舒适型又是完全不一样的。过去我们可能不太计较诸如此类的细节,但是当一旦有这种条件去做的时候,我们就会感觉到体验的网络不仅仅是一个体验店的问题,这实际上是消费者和商品的互动,是数据之间的对接的问题,而这时候实体店面的价值就体现出来了。

互联网时代下 传统零售业的路径选择

目前在中国讨论最多的是传统零售企业

的触网问题。随着互联网的快速发展,各类互联网企业渗透到传统零售领域中,上千万家的零售商,线上线下聚集在这样的市场上。但直到去年为止,传统的零售额一直占据了我国差不多93%左右的份额,因此现在问题的焦点是,对这样一些传统零售企业来讲,面临互联网的冲击时到底应该选择怎样的路径。在此,我主要探讨三个路径。第一种是自建门户的做法。所谓自建门户的做法可以概括为将自己的商店搬到网上去,互联网化,即在实体店面做什么网店也做什么。如果是百货公司就做一个网上的百货公司,如果是专业店就在网上办一个专业店,这是一种方式,即自建一个门户。第二种是借力平台的做法,即借力别人的门户和平台,将自己经营的商品放到网上。第三种是O2O的零售,即将店面互联网化。

仔细地分析一下这三种传统零售行业触网的方式,我觉得第一种模式肯定是行不通的,因为现在已经成名的一些平台商有很多,比如淘宝的平台、京东的平台,还有一些有巨额投入、具有强实力的平台,苏宁、腾讯、一号店、亚马逊、当当等等。在这样一个大的竞争背景下,能够在中国作为自建的门户是不可能的事情。因为在互联网上开店容易曝光难,以苏宁为例,在这样的转型过程中,至少需要花费五到七年的时间才能把自建门户的事情做出一点规模和样子来,而这个投入最起码也要在上百亿,包括时间成本、人员成本、大量的广告投入。因此对中国的企业而言,自建门户这个做法已不太实际了。

如果说把商店搬到网上是不现实的,那么把商品搬到网上行不行呢?这是可行的,也是非常值得中国的零售企业去做的事情。中国零售企业之所以会受到互联网的冲击,实际上并不是互联网对它的冲击,而是企业自身经营失

误造成的。中国的零售企业90%以上并不是做零售的,为什么这样说?因为零售的核心有两个,一个是经营顾客,一个是经营商品。苏宁为什么能够转型得比别人快,我觉得最主要的就是苏宁在商品经营这个方面比中国所有的零售企业都做得多。

实际上在我看来,对于传统的零售而言,即使前两种做法都不施行,O2O的零售也是必须要做的。如果说互联网始终是以电脑界面为核心的话,我相信这对实体零售来说确实是一个灭顶之灾,但幸运的是,互联网的发展也出现了一个新的转机,即传统互联网开始进入到移动互联的时代。移动互联网是传统零售企业的福音,因此实体零售一定要把握这个机遇,将店面互联网化,公司互联网化,人员互联网化。这是传统零售企业新的转型契机。

传统零售企业新的转型契机: O2O转型

在互联网时代,实体零售通过自身的变革是可以与时俱进的,是可以与互联网上拍的,因此我认为实体店面的O2O发展的路径则代表了未来零售的一个选择。

首先,传统店面的租金、人员等这方面的成本效率问题,在实际嫁接互联网以后,是可以将其提升上去的,即可以运用虚拟的出样陈列。这一系列方式,可以有效地对店面的平效进行一个提升。实际上,到了移动互联网的时代,我们应该不要再把实体店面理解为就是我们过去展示商品和销售商品的地方,而是换一种方式思考,即它是界面,是消费者和商家、消费者和商品交互的界面。如果我们这样考虑就会发现,店面的交互界面实际上要比互联网上的交互界面给消费者的好处多。因为它是一种虚实结合的陈列方式,可以将总观的把握和具体的

体验相结合。

第二是人员的互联网化。所有的线下企业基本上都会关注服务,而所有的电子商务互联网企业都会讲体验。服务是什么?服务是作为一个企业的主体、企业的员工的行为、态度、认识,服务好不好不重要,关键是这个服务规范不规范,符不符合公司的标准。那体验又是什么呢?即不管这个服务该不该这么做,顾客只关注接受了服务的这个流程,接受服务的这个系统,接受这个服务以后的感受是什么。这一点的变化是非常大的,尤其是未来的消费人群中,消费者人格的主体意识会越来越强,而未来的零售从业者本身的自我意识也会变得越来越强。因此现在的企业营销,如果能够将企业的CRM管理和个人社交化的传播结合起来是非常有效的一种方法。

实体店面的O2O互联网化,实际上最重要的是系统的互联网,即真正建立一个开放的系统与体验式的营销体系。做零售也需要信息化,但是这种信息化基本上是以企业内部的ERP,以企业内部的网络为核心建立起来的一个系统,它是封闭的。怎样能够将过去的ERP系统开放出来,让顾客线上的购物、线下的购物体验流程能够融合,线下购物的流程能够让消费者参与是一个很新的课题。但是只有建立这样一个开放的营销系统、信息系统,O2O互联网化才算是真正地实现了。

过去,我们是将互联网看成一种新的商业模式,但是现在我认为不应只将它当做一种商业模式看待,而应把它当做一种新的工具来看待。不同的人用同样的工具,因为运用工具的水平不一样,其所能够创造出来的东西是不一样的,而它所能达到的境界也是不一样的。因此互联网的时代绝对不只有电子商务单一的模式,一定会有各种各样的商业模式的出现。[7]

创造数字时代的品牌拥护

时间:2013年12月6日 论坛:2013营销领袖峰会

演讲嘉宾:智威汤逊 亚太区首席执行官 Tom Doctoroff

66

我们需要有一个品牌的创意,每一个品牌都要有一个理念。

99

今天我跟大家说的一个关于营销的全新世界,这个世界充满了技术突破、不断的创新,但是有一些事情是永恒不变的,其中一条就是营销永远是从消费者出发的,营销一定要触及到他们的心灵,并且要帮助他们的生活。所以今天在这里,我们要把全新的与永恒的相结合,谈谈怎么样在数码的时代打造品牌的拥护。

品牌理念的一致性

现在我们不太提电视广告,而是关注影视广告。对于品牌的形象而言,现在出现的一些新媒体,改变了年轻人原先的被动消费方式,让他们能够用数码的方式进行主动消费,如何去理解这一变革呢?从有效性的角度来说,我们不应该关心GRP或者是收视率,或者是CRP,我们要考虑的是消费者与我们的广告互动,获得的时间份额是多少。时间份额反映了消费者主动积极参与传播的程度。作为营销人员,作为广告人,设计得越好,大家就愿意花更多的时间,这就是投资回报率的时代。衡量投资回报率很难,因此我们要关注参与回报率,即消费者的参与程度,而不是投资回报率。消费者们通过积极的参与,与品牌产生互动,这样才会出现行为的变化。

团结就是力量,同样适用于营销,虽然有各种各样的变化,在进行新的营销革命的时候,我们一定要保持连续性,保持团结,这样才会有力

量。如何确保连续性呢?我们需要有一个品牌的创意,每一个品牌都要有一个理念。品牌的理念是什么东西?它是关键,是核心,一个品牌理念代表消费者跟品牌长期的关联、互补的关联,如同婚姻一样的,是一个承诺,是一致的、永恒的,当然也是活泼的、有活力的、有变化的。所有人都应该扪心自问,我的品牌有没有一个真正的品牌理念,如果没有的话,情况就会很糟糕,我们都知道,消费者不喜欢混乱,品牌的一致性就是我们的黄金法则,品牌一致性就相当于忠诚,相当于利润。

举个例子,在08年的时候,运动鞋行业之中,安踏排名第四,李宁排名第二,12年,安踏成为运动鞋的第二大生产商,收入排名第二,销售额排名第一,李宁则排名第四,安踏的利润也比李宁要大得多,两者存在的非常大的差异就是品牌的一致性,我们都知道安踏的品牌理念是永不止步。我们来看一下它的广告,这是它的数码传播,也是它的社交网络,再看一下它最近拍的篮球广告。大家可以注意到,安踏的广告非常有一致性,与消费者之间的关系的一致性。

数字营销的三项基本原则

营销有三个最基本的原则,第一个原则是要有一个全新的品牌传播模式,第二个原则是要有网络营销者,第三个原则是要能够触及网民。

首先来看第一个原则,即品牌传播模式。传统的模式一开始就是大众媒体引领大众意



识,逐渐转变成采购的意愿。现在新的数码模式,解放了消费者,以一对一的直接关联互动转变成购买行为,然后进入到最重要的议价环节,即出现拥护的现象。拥护就是与品牌更加深层次的互动,你有了品牌忠诚度,有了品牌拥护,就可以提价,提价则利润率就增加了,利润率增加后,公司的绩效就增加了,公司绩效增加的话,社会也会更加稳定。新旧两个模式存在非常大的差别,一个是自上往下的,如果用军事的术语来说,要打败竞争对手,就要进入这个市场,抓住市场的份额,给出的是大胆清晰的信息;另一个则是自下而上,它强调关系,强调非常轻柔的语言。自上而下,是典型的生产商思维,强调生产商的语言而不是消费者的语言,自下而上是通过你影响不到的方式突破文化的障碍。自下而上并不是一种革命,是一种演进式的发展,就像是波浪一样,也就是说我们不可能

完全控制消费者跟我们之间的关系,也不可能控制消费者对我们品牌的评论,也不能够控制消费者对于我们这个品牌的传播以及在文化上面的评论。在数码世界里做市场营销,我们将遇到很大的挑战,数码时代情况复杂,我们则希望追求完整性。在中国,进步往往基于一个平台,这个平台是什么呢?就是稳定。稳定在中国是可以打造进步的平台,如何才能从混乱走向有序呢?这就需要品牌理念的作用,我们要能够找到一致清晰的定位,一旦找到了这点,消费者就可以有更加具体的内容。

下面我为大家介绍一下吉百利这个品牌在一年之中的数字平台的发展。对于吉百利来说,它的定位是欢乐的制造者,这是它的一个视频活动。在数字世界当中可以看到,24个小时内英国有400万人看了这个视频,而且有很多的明星也开始参与其中,做同样的移动眉毛的

66

我们必须
问自己的
问题是，人
们在互联
网上寻求
的是什
么？

99

动作，包括世界知名的一些明星都在社交网络上展现他们的特点。还有一个例子是奥利奥，奥利奥在美国非常受欢迎，它所强调的主题是要转一转，释放出了儿童的那一面。去年，奥利奥在美国庆祝创立 100 周年，它每一天都使用了数字的力量，每天都有每日一扭的主题，都很好地贴切了奥利奥释放孩童的主题，每一天都展现了这一方面的欢乐精神，这与奥利奥的品牌精神是一致的。它试图在每一天都和消费者建立起联系，可以看到，每日一扭的活动也带来了许多传媒界免费曝光的机会。

根据《哈佛商业评论》的看法，那些在网上为你宣传品牌的人，也就是最能够给品牌带来增长的人。根据贝恩咨询公司做的调查，网络习惯可以将购买兴趣提高至 84%，大众的推荐作用也可以使得购买意图增加 33%。在中国，我们可以看到，很多人会上网参考意见领袖的意见。有 52% 的网民说，他们只买那些被意见领袖或者是版主给了好评的产品，所以说网上的拥护指的就是能够让消费者积极参与，从而带来更多的忠诚度。如果没有网上的拥护，就没有办法获得成功。这里所说的品牌拥护有两点需要注意：第一点，在中国，以及包括在全球范围之内网络红人的影响度，就是所谓的意见领袖，他们可以成为品牌的拥护者；第二点，一般消费者，或者是网民的作用，他们也可以加深意见领袖对品牌的宣传作用，网络影响者能够把品牌的理念和品牌的精神更好地传播出去。争取意见领袖的拥护应当成为每个市场营销人的目标。

有三个基本的原则能够让我们来锁定网络领导者。第一，就是要找到对的意见领袖，你必须知道哪些人会去网上寻找关于你这个产品的意见领袖的评论。第二，就是要利用他们的动机，你要知道这些意见领袖的动机是什么，他们在网上拥护的目的和原因是什么。第三，要和网上的这些品牌进行互动。首先，我们要找到

网上的意见领袖和拥护者，每一个产品的品类都有相关的专家，高科技产品有高科技产品的意见领袖，时尚产品也有时尚产品的意见领袖，要找出他们是谁，跟他们建立起沟通的渠道，这样就能够吸引他们。其次，是要满足他们的需求，这些网络影响者也和其他人一样有基本的需求，他们可能是想显示出他们的知识，显摆一下他们自己对这个领域了解得最多，显示出他们的专长，比如大众汽车做了一个突破性的项目，即人民的汽车项目，网上的这些意见领袖，还有包括技术领域的版主，都会被要求创建一个面向未来的创新车辆，这样就提供了一种科学怪人式的平台；他们也可能是想显示出自己的酷帅，比如匡威在中国的品牌理念就是要晒出你的创意，匡威就找了一些时尚界的设计师，让他们设计一些限量版的鞋，把他们的设计以及相应的内容在网上分享，还会进行评论。另外，就是要倾听并且尊崇他们的谈话。有的时候一些活动是比较有效的，另一些营销活动效果不太好，所以我们总是要能够去想，或者要关注这些活动，在这个过程当中不断地调整和改变我们的创意。

与世界相连，打造品牌拥护

最后，我想说一下消费者的拥护。洞察不是观察，观察是表面的，洞察是解释我们根本的行为、根本的动机。我们是中国人，我们的消费者都是中国人，中国是儒家的社会，广告会在我们心里造成一种冲突：我要这个，但是我不要那个。我们都知道儒家思想是复杂的，往往存在两个方向，所以我一直说每个中国人的心里都有一条龙。但是，另一方面，儒家社会也有自己的规则，比如说父子之间的关系、夫妻和朋友的关系，存在等级制度，和西方社会不太一样。我经常说，天不怕地不怕，就怕不能通话，我们需

要了解儒家社会制造的心理冲突,这样才会更好地明白为什么互联网在中国如此强劲有力。这张图显示了全球互联网的高参与和低参与,以及高消费和低消费数据,在中国你可以看到,它正处于一个极端的情况,既是高参与,又是高消费,互联网在中国消费者心中发挥着非常重要的作用。我们的消费者不仅仅是互联网用户,而且是网民,是新型的市民,在这里可以释放他们的渴望,可以表达我是谁。网络强调的是一种解脱、一种释放,互联网扮演的角色是给人们更多的力量。

我们必须问自己的问题是,人们在互联网上寻求的是什么?人们在互联网上有各种不同的动机,基本可以分为三大类型:第一种就是与我有关,要让我自己感觉非常特别,要让我觉得好像能够受到关注,要让我能够更好地表达自己;第二类动机,是能够把我和与我类似的人结合在一起,创建社区,创建大家想法类似的群体;第三点就是与世界相关的动机,中国很喜欢与世界互联,可以建立长期的关联,吸收别的国家的专长在自己的国家加以应用。

再举个例子,AXE是止汗剂企业,它的广告主题思想是无法抗拒的诱惑,在日本,AXE的广告是叫醒服务,它很好地体现了AXE的品牌精神,不断地加强它的品牌形象,使得在线观看以及采购的数量都非常不错。利用人们想要表达自己、并在互联网上获得大家认可的想法,百事在中国打造了“我要上罐”这样非常有影响力的网上活动,让消费者进行竞争,设计上罐的图像。再比如凡客,提出“我是凡客”,强调个人的身份,他们让这些个人开自己的网店,首先在线注册,其次是上传你的照片,第三是用这些在线的软件创造自己的广告,如果消费者选择了你所设计的衣服,上传的人会分享利润,这个营销的效果也是非常好的。

耐克鼓励大家参与体育,它希望打造一个

对体育非常热衷的团体,甚至晚上出去夜跑,因此它在网上制作了一个启动的宣传片,利用明星的力量号召大家行动起来。在线的传播结合了明星以及品牌的力量,线下方式则是在不同的城市举办了各种各样的活动,提供与这些体育明星一起训练的机会,通过宣传、邀请这些体育明星、意见领袖,举办专门的训练活动,加强了它的品牌形象。

这是澳大利亚某狗粮公司的一个例子,它提供的是功能产品,它的品牌形象始终强调的是爱护小狗、关爱小狗,它发起了一个领养活动,号召大家保护那些流浪狗,鼓励大家通过在线的方式领养修流量狗,同时里面还有一个领养的搜索引擎,通过面部的搜索,可以让主人找到和他面部表情差不多的一只狗。最终,这一活动在澳大利亚获得了260万的媒体曝光,用户数量则达到了580万,它成功地用高科技的手段与品牌建立起了长期的联系。

最后我要告诉大家的是,我们可以和世界相连,互联网鼓励大家和世界相连,从而学习这个世界,并且改变这个世界。我们身处一个全新的营销传播的世界,不断通过高科技解放消费者、授权消费者,但是有一些永恒的东西是品牌营销必须要持之以恒的,那就是与客户建立起长期的关系。数码时代的一些手段能够加强这种长期的关系,我们需要结合从上而下的方式与从下而上的方式,与消费者进行更多的对话。大家要做两个基本的工作,一个是要找到在线舆论的领袖意见、网络红人,利用他们的动机支持在线的动态响应;第二就是要进行消费者的拥护,我们要触及他们的心灵,理解他们在互联网上到底想要什么,要找到三种动机,我、我们,是一个更好的世界的一分子,不仅提供非常有趣的工具,也为有序的网络团体提供一个连接平台,最终形成三个层次,我、我们和世界。非常感谢大家。■





大数据时代竞争下的营销如何盈利

时间:2013年12月7日 论坛:2013营销领袖峰会
主讲人:宾夕法尼亚大学沃顿商学院 张忠 教授

现在的社会正在逐步进入大数据时代,每一个人也都面临着各种各样的困惑,而有了这些困惑以后,我们应该在理论的高度上做一些思考。因此纸上谈兵可能在这个前提下非常有必要,在此我主要从理论的高度上对在大数据时代环境下营销的发展过程提出一些新的看法。

企业拥抱大数据时代下的营销

随着信息技术和分析技术的深入发展,现在的我们已确实步入了大数据的时代。有一个非常有趣的数据,也表明了我们今天处在什么样的时代,这个数据即是人类有记载历史开始到2003年,整个人类历史中积累了50亿BATE个数据。在1921年,同样的数据在两天的时间中就积累下来了,而到了2013年的时候两天的时间已缩短到10分钟的时间。今天的企业都面临着非常大的挑战,即怎样收集这个数据,分析这个数据,找到客户洞察,并且应用这样的数据指导营销过程。而且确实也有很多的证据表明,如果企业能够很好地应对这些挑战会受益很多,反之则可能被甩在后面。从这个意义上讲,我们也可以感受到,为什么今天的企业在拥抱大数据时代。

从联想到麦当劳,现在的企业都在引用大数据了解客户,应用大数据进行营销。在营销行业中,我们所面临的大数据是各种各样的,有销售的数据,有客户在网上浏览的数据,还有各种各

样其它的一些数据。而有了这样的一些数据以后,营销人在做一些什么东西呢?或者应该做些什么呢?大数据帮助我们更加精准地了解每个客户,我们会知道每个客户的偏好购买行为是什么样的,而且在很多情况下也知道一个客户对一个企业的利润贡献的大小到底是怎样。由此通过大数据的描述我们可以把所有的客户排排队,之后就会发现,有些客户对企业的利润贡献非常大,而有些客户对企业的利润贡献不是非常大,更有些客户实际上对企业的利润是带来损失的,因为企业服务于他们的成本非常高,他们对企业提供的利润是非常低的。由此在做客户关系管理的时候,很多营销行业中的很多文章会建议企业这样做:提高利润应该尽量在好的客户身上投入,要维系这样一些好的客户,得到更多的这样的客户。可以想见,维系现有的客户之后再得到更多好的客户,企业的平均利润肯定是上升的。而对于不太好的客户应该降低投入,由此降低企业的成本,增加利润。很多学者也建议,如果将那些在企业利润上带来负利润的客户赶走,尽可能不要服务于这些客户,或者减少这个数目,企业的利润自然就上升了。

大数据时代下的客户群营销

我一直在想,企业有这么多的客户,一般我们总是为好的客户服务,而对于坏的客户我们也没有原因为他服务。但有时我们还是要想一下,对于一个企业来讲,到底有没有服务



于坏的客户的原因？很多企业做客户关系管理的专业人员也开始提出这个问题。因为有时当企业把坏的客户摒弃掉以后，发现企业的利润并没有上升，反而在很多情况下企业的利润是下降的。他们也有一些困惑，因为明明是非常有逻辑性的做法，但最终却没有得到所期望的结果，原因是什么？这就是我研究课题里面的主要内容。

仔细想一想，有时坏的客户对一个企业来说是可以起到很多好的作用的，尤其是在数据很大的情况下。为什么要服务于这些坏的客户？原因之一在于，如果把坏的客户赶走，肯定会造成公关上的麻烦，他们的抱怨会引起媒体的关注，而媒体的关注会给企业带来公关上面的麻烦。原因之二在于，有时坏的客户也可以慢慢变成好的客户，在一定的时间段里面他可能是坏的客户，但随着时间的发展他可能也会变成好的客户。比如说学生对一个信用卡公司来讲可能不是很好的客户，但是当他大学毕业以后，尤其是从名牌大学毕业以后其收入会很高，这样收入高了以后自然就会变成好的客户。如果现在就把他们摒弃掉，将来他就不会一定会再使用这个企业的信用卡了，因此从这个意义上讲，企业还是要留住一些坏的客户的原因之三就是，在互联网时代，在社会交际网络时代，企业中坏的客户跟好的客户是朋友，

这可能会影响企业中好的客户的购买行为，在这个意义上来说企业不能把坏的客户摒弃掉。

原因之四在于，从经济学角度来讨论，企业坏的客户虽然很坏，但是企业有规模效应，可以使之得到平衡。

但我们研究的课题，即最想回答的问题是，这个坏的客户就是坏的客户，从来不会变成好的客户，也没有跟好的客户是朋友的，而且在整个行业里面也没有规模效应，此种情况下，企业是不是就不应该留住这个坏的客户呢？在今天大数据的时代背景下，企业可以近距离地了解每个客户的偏好，在知道每个客户对企业进行贡献的情况下，企业还是应该要保留坏的客户的原因，为什么呢？可以从一个笑话开始说起。

俄国的总统普京，有10个人作为他的保安，而这10个人的保安中有2个是双重间谍，但是普京并不知道哪2个是双重间谍，这是非常尴尬的局面：保安中的10个人都是自己挑出来的，其中却有2个是双重间谍，但是自己并不知道是哪2个。这就描述了企业在做客户关系管理中非常尴尬的局面，有好的客户，有一般的客户，还有坏的客户，如果企业不知道他们是谁的情况下就会处于非常尴尬的局面。但在这种情况下，客户关系管理大数据就可以帮忙，因为通过大数据的分析，企业可以很快知道哪些是好的客户，哪些是不太好的客户，哪些是坏的客

66

对于一个企业来讲，到底有没有服务于坏的客户的原因？

99

66

要从企业好的客户里更有效地获取利润,还要保留一定的坏的客户。

99

户,由此可以因人而异地区别对待。这跟学术界给企业提供的思想基本是一样的,好的客户保留下来,不好的客户把它摒弃掉。

但这样也会出现一个问题,即在做一个企业时,在一个竞争环境里,很多人会想挖走企业里的好客户,但是如果他知道企业还有2个不明对象的坏的客户的话就不敢贸然行动了。从这个意义上讲,好的和坏的都是相对的,最好的办法就是从好的客户里获取利润的同时,还要保留一定的坏的客户。

新的竞争战略下的营销盈利

在这样的道理的引导下,引申了一个新的竞争战略。竞争战略本身并不是很新的战略,但从这个理论模式里描述比较新,因为以前并没有讨论过这个策略。在古代打仗的时候,进攻部队来的时候,要让他走的慢一些,在井里面投一些毒药,没水就走不动了,这样就把进攻方的速度降低了。国内也有非常著名的这种说法,即换沙子的做法,可以降低对方挖我客户的动因。因此,在竞争场合里净化客户群并不是可取的事情。

那么,讲这样一种道理对营销行业到底有没有指导意义呢?我觉得这个指导意义是非常大的,为什么?

过去做营销的指导思想是要对不同的客户群进行细分,而且客户群之间没有有机的联系,好的客户就是好的客户,不好的客户就是不好的客户,这也是企业为什么可以把好的客户留下来,把坏的客户摒弃出去的做法,因为企业一般的思想都是这样的。但是现在从我们这一新的理论角度看这个问题会发现,客户之间是有一定有机联系的,要从企业好的客户里更有效地获取利润,还要保留一定的坏的客户,因为有了一定的坏的客户以后可以降缓市场竞争的力度。如

果没有这样市场竞争的力度,企业对从好的客户里面获取的利润就会更多,从这个意义上来说,传统的描述一个客户对企业利润贡献的做法(比如说描述我们这个客户的终身价值)是非常不可取,为什么呢?企业把客户的终身价值描述出来,每个客户给企业的利润贡献是10块钱,这10块钱来的原因是因为企业有些坏的客户,而如果把把这些坏的客户摒弃就会发现,企业拿不到10块钱。传统描述客户价值的方法实际上夸大了好的客户对企业利润的贡献,更重要的一点是它降低了,实际上是人为地降低了坏的客户对企业利润的贡献,因为这种方法没有想到坏的客户的存在可以在市场竞争互动过程中起到很好的作用。这是其中的一个的意义。

还有一个更重要的意义在于,过去做营销的时候主要讲的是市场细分,搞目标销售,但实际上要是从这个理论高度看问题,这个做法也是不可取的。那我们应该要讲的是什么呢?组合,像金融市场中股票的组合一样。股票市场里面我们中主要讲的是Portfolio,而在营销里面也应该讲这个概念。在大数据时代,我知道你们的客户,你也知道我们的客户,企业应该搜集更多的信息,尽量多地了解市场当中的客户,了解这些各种各样的客户相互之间是有机联系在一起的。作为一个企业应该追求的是最优的客户的组合,因此从这个意义上来说,整个营销思想是向前走了一大步的。现在这个策略不是告诉一个企业,有越多的好的客户,越少的坏的客户一定给企业带来更高的利润。事实并不是这样的。我们更重要的是建议一个企业应该有一个最佳的客户组合,这和行业企业之间的相互竞争力度关系非常大。比如如果是一个垄断企业,只独家一户可能就不用操心这个事情,但如果在一个互相之间竞争非常激烈的行业就不同了,这时就要对客户最佳组合有一定的考虑。而这也是我们在整个研究过程中提出的观点。[7]

复旦大学EMBA2013级秋季班

开学典礼

复旦大学EMBA2013级秋季班开学典礼
复旦大学第三十三楼2楼报告厅

2013年11月14日

学问与人生

时间:2013年11月14日 论坛:复旦大学EMBA人文复旦系列讲座

主讲人:复旦大学图书馆馆长 葛剑雄 教授

首先要祝贺大家可以顺利入学,预祝你们在学习过程当中取得硕果。今天我讲的内容每个人都可以讲,每个人都有自己的学问和人生。之所以由我来讲,无非是因为我比你们多一点资本,我的年龄比你们大,因此接触书本、学问的时间比你们长。我从1949年开始上学,此后一直没有离开过学校,高中毕业就开始做教师,然后考了研究生到了大学,从初中生教起,一直教到博士生。差不多7年

前,我担任了复旦大学图书馆馆长,管理总共约450万册图书。所以在开学之际,我想就学问与人生和你们谈谈我自己的一些体会,希望对大家有所帮助。

学问是从哪里来的?无非有两个途径,一个是读书,也是我今天主要想讲的内容。另一个是行路,也就是实践。如果能将这两个方面结合起来更好。读书在今天已经不仅仅是局限于看纸本的图书,还包括数字化、网络化,或者

66

第一,读书是为了求知;第二,读书是为了研究;第三,读书是人生的一种乐趣。

99

是全媒体的图书。去年,图书馆花了5000多万买书,其中有1600多万买的是网络资源,包括电子图书。今年图书馆计划购买的网络资源总额估计在2000万左右,很快就要超过纸本图书的比例,所以我所说的读书是广义的。未来的读书形式,还会出现前人从来没有遇到过的非常便利的手段。如今全球的资源,包括图书、音像、影像等各种作品都在数字化,而且数据的储存能力也越来越强。此外,还有云计算技术,让读者可以不通过自己的终端,随时提取放在公共的云端。只要有一个小小的终端,未来全世界的图书馆、博物馆、艺术馆、档案馆中所有的资讯都可以连接起来,而这个终端可能是电脑,可能是pad,也可能是智能手机,也可以是手表,或者是未来人的聪明才智想出来的其他东西。又比如,现在的电子屏幕已经可以柔软地折叠起来,不仅可以看文字,还可以听声音,甚至可以是立体式的。但是它的本质有没有变呢?并没有变。跟当初古人拿着羊皮、竹简、纸读的书本质上都是一样的,只是手段不同。

读书的三种目的

人类发明了文字之后,读书是多数已经识字人的一生离不开的活动。那么我们今天为什么读书,怎么样读书?我想,简单来说,我们读书无非是有三个目的:第一,读书是为了求知,获得知识和信息;第二,读书是为了研究;第三是,读书是人生的一种乐趣。

根据三个不同的目的,读书的方法也是不同的。关于读书这个话题,有人说是快乐阅读,

有人说是刻苦读书,不管怎么样,如果说目的不明确,方法不对,花了很大的努力所获得的可能并不多。相反地,如果目的明确、方法得当就可以在比较短的时间里,花比较少的精力达到有限的目的。特别是对各位而言,大家读书不是为了专业研究,还有其他主要的工作,在这样的情况下,我觉得方法更加重要。

首先说说求知,这是最普遍的目的,因为人类要积累的知识,大部分都是通过读书获得的。完全要靠行路的话,人的时间和精力都是有限的,在方法上不现实。人类的历史和人生短短百年的生命相比,人的一生是很短的。我们每一个人,从小孩子开始,到离开这个世界,基本上都是如此。问题是知识那么多、信息那么多,特别是到了今天,如果说方法不正确,哪怕全部精力都放在上面,最后也是一事无成。仅仅是去年一年,我们就引进了12万本图书,编录可能都来不及;哈佛大学的图书馆中收藏的图书品种达到1600万本以上。就算是集中阅读,要看的书也是很多的。古人有言,诸如苦读、开卷有益、读书破万卷、学富五车等等,其实今天我们看看,这五车是什么车呢?不是超长的卡车,无非是牛车、马车,放的书也不是什么精装本,而是卷帙,光是一部《史记》就超过一百卷了。当时书籍的总量比较少,以前的学问也没有分的那么细。所以,往往一个有文化、有学问的人,可以号称上知天文,下知地理。文艺复兴时期,那些学者又是文人又是画家又是音乐家,而今天这个时代已经过去了,即便说某某人是一个数学家,也只是就数学某一个分支而言,不可能是全面的。如果说全面的话,只能是一

名优秀的人民教师,而不能成为一名诺贝尔奖获得者。有人批评说博士不博,实际上博士就是钻的,博士只是一个中国古代的名称,现在用这个名称来翻译西方的 doctor 而已,实际上中国古代的博士也是钻的。即便你不想做博士,如果说对哪一门学问感兴趣,或者说想了解哪一方面,也必须要学会选择。一个是选择最合适的书,我担任了图书馆馆长之后,发现很多书其实都是陈陈相因抄来的,有很多书甚至是错的,如果说一开始的概念给误导了,那是很严重的。所以我想强调,买书不要买副本。如果说为了求知的目的,一定要学会选择,而且要控制自己的欲望。哪怕是平时喜欢看闲书的,因为为了求知,也要暂时先放一放。我们要做好选择,必要的时候可以求助老师,让老师帮助你选择几本适合你现在读的书,而不好高骛远。在美国和欧洲学习的时候,老师会要求学生读大量的书,看完之后要写摘要,提出几个关键词来。经过这样的训练之后,学生获得的知识就巩固了。而我们现在学生的阅读量太少了,而且老师不善于用这种方法。我希望,每个人根据个人不同的阶段,不同的目标,在自己或者是老师同学的辅导下,可以找到合适的读物,这样效果比较好。一段时间里,即便别人讥笑你知识面比较窄,也没有问题。实际上知识面窄不是到现在来解决的,也不是到了大学生或者是研究生阶段解决的,而是从小要解决的,比如说从小多读一些古今中外的名著,不断开始积累,到大学的时候基本上就差不多了。大学阶段,我们注重的更多是专业性的训练。

第二,说说为了研究而读书。这个要求相

对比较高,仅仅是选择,还需要选择研究的方向,选择研究具体的分支和课题。如果选择了合适的课题,那就成功了一半。做研究的工作,至少要具备这样几项因素。一是发现前人的错误,这是最好的,也是最了不起的,即便不能纠正,发现也是一大进步。二是要在前人基础上有所进步,在其基础上扩大了、精确了、深入了,或者是填补了一定的空白。第三,如果做不到发现别人的错误,也做不到有所提高,至少提出了疑问,也是很了不起的。如果说连这些做不到,也就谈不上研究。比如把前人的经验总结一下,编一部工具书,也是好的,但是这就谈不上研究。科学研究要符合科学研究的标准,科学研究之中,任何称得上新的成果,首先是可以重复的。第二是可以验证的。在没有被证实之前,只能叫假定、猜想。比方说经济管理学,其中涉及科学的部分,管理者通过科学的管理方法,可以大大增加效益,效益提高是可以测试的,用这种理论或者是途径,其结果也是可以重复的。

但是人文学科就不同了,很难用上述的这些标准来衡量。比如,张三说这个方法很人道,李四说这个不人道,这个就很难判断。当初英国在斯里兰卡殖民,英国人实验成功,把中国的茶叶拿到那里去,要扩大生产,结果当地人不愿意,觉得这些对他们没用。英国人后来就从印度引进了开米尔人,开米尔人只要给钱就干活。后来大家知道,开米尔和圣家罗人对上了。他们谁对谁错呢?开米尔人认为我今天出劳力,挣得多是应该的,但是圣家罗人认为要这么多钱无用,这是文化上的差异。此外,要进行

66

任何的人的目标都是有限的目标,不能一味不顾自己的条件,提出非常完美的目标。

99

研究,需要把自己选定的这个范围内所有的资料都要穷尽,这个是很费力气的,所以现在说快乐学习那是片面的,研究问题怎么可能快乐得起来的呢?古人说衣带渐宽终不悔,为伊消得人憔悴,是这样的一个境界。成功者都是不轻松的,因为他必须要掌握前人已经做过的工作,这样才知道有什么问题,才知道有什么地方可以进步。如果说100篇论文,只看了99篇,结果你匆匆忙忙发出一篇来,结果恰好是那第100篇写的,你是抄袭的吗?你能说清楚吗?这还是小事。问题是如果说最重要的资料恰恰在这里面,那么何谈研究呢?还有一条,必须要找到原始的资料,不要轻易看别人引用的二手文献。比如说,引用美国某个经济学家的论文,必须要找到这篇论文,不能说复旦大学某某人在当中摘的一段,实在找不到也要标注,是转引自复旦某某教授的文章。我们学校有一位很有才华的教授,结果别人说他剽窃,其中举了一个例子,他的书中引用了一个词“多威尔海峡”,结果他写成了多威尔大街。他用了别人已经翻译的东西,而不是看的原文。作为一个大学教授,不应该犯这样低级的错误,所以被说成是剽窃。研究的时候,随便地、盲目地用别人的二手资料,很不可靠,特别是现在编纂的人多不太负责,不少地方掐头去尾,上了当都不知道。要是做研究,千万要找到原始的东西,甚至版本也不用换,比方说这本书最早版本的是1986年,如果仅仅是读书,用2004年版本当然没有问题,但是如果说是研究的话,必须要去了解其中的过程。

我在研究移民史的时候,看到中国的农学家都说中国从公元4世纪,也就是东晋初年,小麦已经移种到江西了。我一看不对,因为移民从北方过来,北方人到了南方要改变生活习惯,要吃面食才种小麦,西晋的时候大批人迁移下

来,不是迁到江西,而是在苏南这一代,怎么到江西去了呢?但是所有的农学史家都这么讲。后来我发现原因了,原来最早的资料是说江西之西,不知道哪个教授一看说江西,结果大家都说成江西了。这个江是钱塘江,钱塘江西面是今天的浙江嘉兴一代,皇帝带着大臣迁到南京这一代,所以北方人到南方吃不到面,皇帝下令去种,这就说得通了。其实做论文,就是对技巧的展示,我建议大家一定要把题目做得小一点。我当初做论文的时候是第一批文科博士,我的博士论文题目就是西汉人口数量,然后在这个基础上,再逐步发散。当然理科里面有一些拍脑袋的,这个是天才,一般人做不到。而管理是介于文理之间的,不大可能拍脑袋拍出来。获得诺贝尔奖的学者,其选题都是很简单、切入口小,但是却真正揭示了某一学科的某一种规律。

第三,读书是一种人生的乐趣,人生的享受。为这样的目的读书,根本用不到前面说的这些选择,那真是一种愉快的、随心所欲式的体验,爱看什么书就什么书。以前我们看京戏叫听京戏,不叫看,就是听声音,而且京剧也没有什么布景和道具,都是很简单的布置,这是一种艺术欣赏。如果说我们为了人生的乐趣读书,完全可以随心所欲,怎么都可以。其实大家想想看,人生真正的境界就是随心所欲,也不要管别人是怎么看你的。

现在大家说我们很忙,即便是这样,我们如果能够稍微抽一定时间出来,这也是人的享受。我从小就希望有一个书房,希望自己看看书,到文革的时候说这是资产阶级。到了现在,大的书房早就有了,但是没有时间坐在那里看书,我可能还要等到退休。一个人到了一定的年龄,自己为什么不稍微洒脱一些呢?要做到这样,必须要有所舍弃,比如放弃一些赚钱的机

会,去多享受一点人生的乐趣。我曾经碰到一个法国外交官,他做过很多地方的大使。我说你们真的很风光,他说我们的苦是你难以想象的。有一次他在埃及,参加一个重要的仪式,必须要穿得衣冠楚楚,那一天的温度是45度。钱钟书的书为什么吸引人呢?他说世界就像一个城,里面的人想出去,外面的人想进去。随心所欲的读书其实是一种享受,也是人生的乐趣,但是这个要靠自己调节。现在发达国家有一些人把个人兴趣和谋生的手段区别开,谋生的时候拼命干,到30多岁的时候就提前退休了,做自己喜欢做的事情。


美国有一个电脑奇才,他真正爱好的是中国古代文化,特别喜欢唐朝。怎么办呢?他年轻的时候拼命挣钱,到了30岁左右,已经有了一笔天文数字的财富,然后就来到中国进行学术研究,也资助中国的学者研究。当时,我很羡慕研究唐史的同学,80年代的时候,每年中国唐史开会已经在四星级酒店进行了。现在此人已经成为了世界非常著名的唐史学家。当然这也有客观条件制约的因素,911事件发生之前,我的一个学生说,挣钱挣得差不多了,再过一两年就可以跟着我学历史了。结果911发生之后,他给我打电话说,不行了,为什么?因为下岗了,要重新找工作,所以计划推迟了。

把握机遇,改变人生

接下来,我要说一下人生。有人说,新的读书无用论来了,读书没有前途,知识不能改变人生的命运。知识能不能改变人生的命运,各位今天到这里上学能不能改变你的人生,也能也不能,因为决定性因素不在于你个人,而是在于历史机遇。科举时代也是要讲成分、讲出身的。第

一步要写一个人的三代履历,有一些人是不能参加科举考试的,比如说贱民,父母都是做佣人的不可以;如果说父亲是衙门里的衙役,他的子孙是不能考科举的。个人是无法和历史对抗的。所以我们由此想到,为什么当初欧洲的那些清教徒要冒着风险到一个前途未卜的美国去,因为在欧洲他们无法实现他们的价值观。到了美国,他们摆脱了束缚,在那里才形成了美国的价值观。今天你可以不赞成它,但是在美国你可以体验到这个新的价值观确实起到了很大作用,而欧洲做不到。在美国可以骂总统、骂政府,但是会有人骂美国吗?欧洲为什么做不到这一点?一个人的成功,必须要有历史的机遇。

但是,机遇不是所有人都可以碰到的,也不是自己可以主动掌握的。像我工作之后,一直希望有个机会读大学,但是因为文革而没有成功。文革结束后,我去报考,因为当时过了年龄不能参加考试。再后来,研究生招生了。当时大学招生还要学历,研究生招生不要学历,年龄放宽到40岁。如果说一点准备不做,临时去考试也不可能考得上。尽管今天的积累不知道将来有没有用,但是我们要知道,一旦机遇出现,临时准备是不行的。

最后我想说,任何的人的目标都是有限的目标,这样才有成就感,不能一味不顾自己的条件,提出非常完满的样样都保证的目标。有所得肯定有所失,家庭生活过得要好,多花一点时间,其他业务的目标放低一些。反过来,最近一段时间,希望在学术上有一些进步,或者是财富积累要有突破,这个时候就要有一些约束。人只有相对的幸福、相对的成功,绝对的幸福和绝对的成功都是没有的,这样我们的读书才可以真正有益,才可以使读书和人生完美结合起来。我就说到这里,谢谢大家! 

PJ
@
FDU



大数据的来龙去脉及影响

时间:2013年10月10日 论坛:复旦大学EMBA前沿科学系列讲座

主讲人:复旦大学计算机学院院长 王晓阳 教授

66

大数据到底是什么,能够带给我们什么,它的问题在哪里,有什么地方需要谨慎对待。

99

从大的角度来说,大数据是一个经济问题,而非技术问题。但是我从事数据收集、分析、管理等等这些已有较长的时间,所以想从技术的角度和大家分享一下我对大数据的理解,从技术方面、应用方面、我们人类对整个知识的想要了解的方面来说一说大数据。

大数据作为科技驱动的话题很热,以理智的态度来看,大数据到底是什么东西,能够带给我们什么东西,它的问题在哪里,有什么地方需要谨慎对待,都是我们要好好考虑的问题。

首先,如何定义大数据?有一个现存定义是所谓的3个V, volume、velocity和 variety。这个定义方法其实也不太准确,只是描述了它的一些性质而已。在我看来,大数据大概没有定义,无论从大数据应用的角度、我们认知的角度,对商业管理等的科学计算起到的作用方面,都无法给它一个精确的定义。下面,我将分三个题目和大家分享我对大数据的看法。

第一,我想说说大数据的来源和特点。第二,用具体的例子和大家分享大数据的各类应用。最后,如果各位在大数据方面想有所作为,应该注意些什么,即在应用的思路方面和大家共享一下我的想法。

大数据的技术驱动因素

一般新技术方面的发明,都有一个所谓的

技术驱动,即新技术如何产生。很多情况下,因为技术的发展进步,使得一些新的技术产生、新的趋势开始形成,这是一个普遍的规律。在大数据方面也是如此,即技术驱动是根本的现象。如今,数据采集能力越来越大,越来越强,数据采集的传感器,也越来越多,这些都是驱动力。什么是传感器呢?传感器就是将现实各种各样的信号转化成数字。传感器的能力并不是刚刚产生,为什么现在才变为大数据的技术驱动呢?这是因为量变引起了质变,即数量多、速度快、多元化,快速多元的数据采集能力于是成为大数据的技术驱动之一。

除了传感器,过程信息化也是大数据的技术驱动之一。信息化的实现已有几十年的时间,它使得很多的过程、商业行为、社会行为等等变成了所谓的电子化过程。电子化将过程数据化了以后也成为一种数据采集的能力。另外像物联网的应用,搜索、邮件、微信、微博等等,这些东西都是我们在采集数据方面达到了一个量的变化使得质上也发生了变化。

此外,还有两个技术驱动,一个是所谓的数据分析能力,另一个驱动是计算能力和存储能力的发展,使得我们在快速、低耗、综合的进步很大,计算的速度和代价,包括人员的代价正在不断地改进,存储和处理的速度也在不断地增进。

另外一个不容忽视的技术驱动是所谓的软



件发明,现在大数据处理的所有软件一般都是开源的,很容易被大家所采用,这是它最大的优势所在。技术总是为人服务的,人类的需求其实也是一个重要的驱动作用。

第一步,人类的需求是“了如指掌”,借用《论语》对它的解释,所谓的了如指掌,就是了解一件事情就像了解手掌一样这么清楚。其中,这一表述又有好几个含义。第一,手掌是自己能够控制的,可以随时把它拿起来看。第二,它很清楚,就在这里,不需要到处乱跑。所以,其实我们对整个世界的需求正是了如指掌。如果想要对物理世界达到了如指掌的效果,就要虚拟化。虚拟化是指,将物理的过程,甚至化学的过程,转化成数字的过程。今年的诺贝尔化学奖给这样三个人,他们的成就是为复杂化学系统创立了多尺度模型。借助计算机模型,揭示

复杂精妙的化学反应过程,如废气的催化净化、绿叶的光合作用等等。用数据来进行模拟,可以做到复杂又精细的成果,这就是虚拟化应用的一个实例。

第二步要做的是预测。理解了这个过程以后,就可以预测下一步会发生什么。有了预测,就可以去控制过程。现在有了计算机,我们能够做得更多更好,就是因为它能够更细致、精准,所谓精准预测、精准控制、精准了解。其次,计算机实验速度很快,为从量变到质变提供了条件。

技术的创新或发展,以及我们对实际事物的掌控愿望或需求,其实都不新,而是因为由量变到质变,有了新的变革,才成为大数据的驱动因子。就像刚才提到的化学诺贝尔奖成果那样,现在越来越多的科学研究都是在数据上面

66

同一个事物
有多方观察、
多种角度、多
种观点,这是
大数据时代
的一个特征。

99

进行的。科学研究有所谓的第四模式,前面三种模式,实验、理论分析、计算;第四种模式是 data intensive science discovery,意思是说将数据本身作为一个 discovery 的现场。以前做发明、发现都讲求实际的东西,现在完全可以对这些对象进行虚拟化、数字化、电子化,成为革命性的事件。第四种模式之所以区别计算模式,是因为过程被虚拟化以后,在此基础上能够做出新的发现。

大数据应用与商业模式创新

商务产业中有一个长尾理论,它的意思是说,不仅仅关注大规模、典型、垄断性的产品,因为大部分的人其实是在统计数据的尾巴里面,在这个尾巴里面,其实隐藏了非常多的零散的需求,海量的零散需求可以做出一种新的模式出来,在数据中挖掘新的效益,从商业角度来看这件事情,是新的应用。

亚马逊原先主营卖书,还有一个电子阅读器产品,一直与用户保持连线,这样,它对读者的掌握要比任何出版商更好,比作者对读者的掌握更多。它的在线阅读,可以记录用户各种各样的习惯,比如多快的翻页速度、标注位置等等,搜集统计用户的在线阅读习惯后,再做一些分析,完全掌握了读者们的喜好,反过来,它就知道什么样的书能够卖得好。这是一个新的商业模式的创造。苹果卖音乐,掌握了真正的用户喜欢买什么,什么时候买,因此能够在唱片公司前呼风唤雨。在新的模式、新型的数据采集能力下,我们完全可以创造出一种新的商业模式,从而颠覆以前的做法。

大数据从量的变化到质的变化,从实际来

说,是如何呈现的呢?有一个例子,微软花了20年的时间去不断地改进 word 的拼写检查,而谷歌是怎么做的呢?它完全用的是大量数据分析,用统计的信息来做这件事情,容易得多。还有一个例子,是谷歌翻译,从英文翻到中文不太好用,但是如果从英文翻到西班牙文、德文非常的好,这是因为谷歌使用已有的现存翻译,进行样本统计,然后用统计的办法来做实时的翻译。其结果比原来做了许多年的研究翻译要好很多,据说可以达到90%的准确率。这都说明,我们在数据量大的时候,要改变思维方式,利用大量的数据来做以前要很费脑筋的事情。量变到质变的例子还有一个,即现在计算机领域最流行的机器学习的一个方法,叫做 deep learning。其做法是,设计一个简单的模型,输入大量的对应数据,机器学习出来的模型就比原来复杂的模型更好,如今 deep learning 在国际工业界非常盛行。

在大数据的时代背景下,同一个事物有多方观察、多种角度、多种观点,从微博数据可以看出来同一件事情,许多人在看、在评价,有不同的观点和视角,各种各样的表达方式,这是大数据时代的一个特征。

有了大数据以后,我们追求的是更全面的理解、更精确的预测、更完美的控制。传统的数据也可以很大,但一般我们要求的是比较清晰。有的时候,清晰并不能表达全意,相反,模糊却表达了全部的意思,这是我们中国人的思维方式。另外,传统的数据采集的方式是预设计的,而大数据时代的方式是广泛采集,一般用的固定的采集方法,如果和别的数据一起综合应用,也可以理解成是大数据。

大数据的应用可以分成几类,关于人、关于

物,以及其它的一些应用。关于人的大数据运用广泛,例如协助搜索推荐的时候,通过预测用户的兴趣度给出方案,又比如对社会现象的预测,如总统选举、奥斯卡得奖情况等等。此外,还有对人群现象的预测,如流感预测。

下面我想具体说说谷歌流感预测,即如何利用大数据来预测流感流行情况。谷歌是使用者很多的搜索引擎。某位谷歌职员突发奇想,能否用搜索的关键词来预测流感在哪里发生。一个基本的假设是说,当流感发生的时候,用户会去查病状、症状是不是流感,从哪里买药、哪里的医生比较好等等。用这个假设能够得到一个模型。首先,可以从美国的疾病控制中心等地获得数据进行调查和统计,跟踪当地关键字搜索情况。分析以后,可以反推,今后如果这些关键字在某地区搜索增多,那么可以推测流感将在该地区发生。其优点在于速度快,实时性强,不像原先的模型有时间上的推迟。

《中国企业家》4月份的杂志封面故事,讲的是企业对大数据的应用,例如农夫山泉运用大数据卖矿泉水、网易花田配对男女朋友等等。农夫山泉在货架前面放了很多的照相机,观察什么人会在这里停留很久,会如何选择,什么样的人在购买产品,并做分析,据说成效体现为30%到40%的年增长率。美国的一家影视公司Netflix,利用大数据分析用户喜好,低价买进剧作,在网站上播放,其底气即在于知道用户需要的东西,公司也从此咸鱼翻身。网易门户、邮箱、游戏等等各种各样数据的分析使得网易花田可以挖掘用户喜好,找到一个最精准的匹配对象。

关于人的大数据商业应用还有很多很多,

总而言之可以总结为对人群的理解。只有理解用户才能做好生意。关于物的大数据应用,主要是对现象的理解和预测,而其它的应用还有综合的理解预测等等。

大数据应用思路拓展

最后说说大数据应用的思路。

第一,要注重数据,数据是今后所有革新、创新的一个最关键因素。如何注重数据?注重采集、管理、利用,采集、管理、利用,然后要做到虚拟化,就是把事物虚拟化,把过程虚拟化,把任何东西都虚拟化,才能做到了如指掌,实现精准的理解、精准的预测、精准的控制。

第二,是快速。要不断进行各种各样的快速实验,使我们的创新得到效率上的提升。大家在研究商业模式的时候。可以思考今后是否会出现数据市场,或许是一个好的商机。

但是大数据也有一些问题,并非只有好的地方,比如说因为样本不是在控制的情况下采集的时候,样本的偏差会很大,如何处理是个重要问题。还有一个问题是隐私问题,即怎么样保护人们的隐私,如何保护,什么情况下需要保护等等,也都是问题。在大数据应用的情况下,人的作用非常大,我们的教育的作用非常重要,人的辨识能力在大数据应用里面也很重要。

最后总结一下,大数据时代虚拟化、数字化的需求,正是我们所需要的,由于数据分析能力的提升使得我们可以拥有精准的科学、精准的医学、精准的商业,这是不是一场革命呢?我不知道,有人说是,有人说不是,大家一起拭目以待。谢谢大家! **F**





当前国际形势与中国外交政策

时间:2013年11月14日 论坛:复旦大学EMBA人文复旦系列讲座

主讲人:复旦大学国际关系与公共事务学院院长 倪世雄 教授

66

从一个封闭、单一的世界,变成一个多元、开放、包容的世界,就需要和平发展、合作共赢去指引方向。

99

十八届三中全会公报发表后,我很有些体会和启发,今天我就想从公报说起,谈谈我是如何看待当前的国内外形势以及中国的新外交政策。对此,我主要有四个基本的观点。

改革开放下的和平崛起

第一个观点,中国的和平崛起是35年改革开放的必然结果和继续发展。文革给中国带来的是贫困、孤立和内患。在这个历史的关键时刻,小平同志领导全党开展了真理标准的讨论,在他的提议下,1978年中共中央召开了一次工作会议。会议期间,小平同志建议中央领导出去看一看,他自己到日本和东南亚等国,考察四小龙是如何发展起来的。文革的10年确实耽误了中国的发展,别的国家都迎头赶上,在这样紧迫的情况下,他勾画了中国未来发展的蓝图,在1978年12月13日,他做了题为解放思想,实事求是,团结一致向前看的总结报告。这篇重要的总结报告成为十一届三中全会的指导思想,五天之后的十一届三中全会正式提出改革开放的重要战略思路,改革开放由此启航。35年来,中国的改革开放极大地改变了中国的面貌,提升了中国的实力,提升了中国的国际地位。

公报提到,中国的改革开放是我们党领导全国各族人民在新的时代条件下所进行的一场伟大革命,是非常好的总结。这次的三中全会主要是讨论国内问题,如何全面深化改革开放,

到2020年取得重要的阶段性成果,标志着中国的改革走上了新的道路。我建议中央在增强全党全国人民的理论自信、制度自信、道路自信的同时,也要增强全国全党人民的时代自信,更好地把握时代发展,把握时代发展的基本特点和主要趋势,在新的时代条件下进一步推动中国的改革开放进程,全面深化改革开放。

1992年,小平南巡讲话之际,中国的改革开放进入了第二阶段,即以社会主义市场经济为主要任务的改革开放的阶段。2001年中国加入世贸组织,这是世界经济进一步全球化,中国进一步融入全球化,表明中国的改革开放进入了第三个阶段。中国的和平崛起不是突然出现的,是几十年改革开放发展的必然逻辑,是中国的改革开放在新条件下的继续和发展。

第二个观点,中国的和平崛起不是孤立的,是亚洲发展、世界发展的一个组成部分。中国从来没有把中国的改革开放与和平崛起看作是中国自己的事情,中国的改革开放是紧紧地和亚洲的发展、世界的发展联系在一起的。

第三个观点,改革开放、和平崛起是一个艰苦的长过程。人口、粮食、差距、产业结构、腐败、污染,都是我们面临的困难和挑战,说明和平崛起和改革开放都是相当艰巨的条件下、十分薄弱的基础上进行的。人口多、底子薄、未统一,这是中国的国情。我们要清醒地认识到我们现在仍然是一个发展中国家,因此中国的和平崛起、改革开放还有很长的路要走,要通过几代人的努力去完成。



第四个观点,中国的改革开放和平崛起要求我们对外要执行一个和平的外交路线,和平崛起决定了中国的和平外交。在今后的二十年里,我们中国的外交同样会面临很多难题和挑战,如何顺应这个历史的发展潮流和国际形势的发展,去开创我们中国外交的新局面,这是习近平为总书记的新一届政府正在面临的时代的严峻新课题、新任务、新挑战。苏联解体至今,冷战时代冲突、对抗和战争为主体的世界基本上已经过去,现在出现了和平发展合作的新的时代潮流。

和平发展、合作共赢 的时代主旋律

80年代,邓小平提出了两个主题,和平与发展,90年代,江泽民、胡锦涛提出了和平、发展、合作三大潮流,现在,习近平提出了和平发

展、合作共赢四面旗帜,从两个主题,到三大潮流,再到四面旗帜,这个过程深刻集中地反映了我们所处的时代的变化。其实,当今世界尚处在一个过渡转型交替的时期,我们的外交如何适应这个变化,适应和平发展、合作共赢时代发展的主趋势和主方向,面临着很多挑战和考验。

从对抗的旧时代,进入合作的新时代,从战争与革命的主题转换到和平发展的主题,从一个封闭的、单一的世界,变成一个多元的、开放、包容的世界,我们就需要和平发展、合作共赢去指引方向,要彻底地去旧迎新。

正因为我们现在处在一个新旧交替、过渡转型的时期,所以问题最集中、矛盾最尖锐、斗争最激烈。所以我们眼前看到的这个世界,强权政治、霸权主义依然存在,贫富悬殊、世界经济发布不均衡,南北差距扩大,短期冲突、热点问题此起彼伏,日趋严重。目前,粮食问题、环境问题、人口问题、恐怖主义问题、网络安全问

66

中美关系的关键和重点是战略互信上,因为中美关系最缺少的是相互的信任。

99

题,这些都是非传统安全问题,和常规武器、生化武器、核武器等造成的传统安全问题相互交织在一起。西亚、北非,叙利亚查出来有生化武器,在东北亚朝鲜半岛,利比亚开始搞核武器,南亚、印度、巴基斯坦都拥有了核武器,这个世界面临着核武器扩散的危险,也受到了常规武器、生化武器的威胁。所以地区冲突、热点问题此起彼伏,世界经济发展不均衡,南北差距扩大,世界金融危机影响仍然没有过去,传统安全问题和非传统安全问题相互交织,这些挑战我们是无法回避的。

在这样的情况下,我们如何把握住和平发展、合作共赢的时代发展的主方向、主趋势,保持清醒的头脑来沉着应对世界发生这些问题?面对这些考验,我们要掌握主动权,才能为我们中国的改革开放营造一个相对稳定和平的外部环境。这次三中全会吹响了我国全面深入改革开放的号角以后,现在仍然需要一个相对和平稳定的外部环境,才能够在2020年实现我们制定的目标,才能把中国的改革开放的伟大革命进行下去,进行到底。面对这么一个国际形势,我们中国的外交如何应对?

新形势下的中国外交政策

习近平为总书记的领导集体接班以后近一年来,在对外关系上提出了一些新的思路,我总结为四条:第一,新大国外交;第二,新周边外交;第三,新多边外交;四,新公共外交。在这四个方面,我们的外交有新的思路、新的创意和新的进展。

首先谈谈新大国外交。新大国外交有三点非常突出。第一点,习近平为总书记的中央领导集体将中美关系和中俄关系视为中国新大国外交的核心,不偏不倚平衡这两方面的关系。

过去我们说,中美关系是中国对外的最重要的双边关系,习近平首访俄罗斯说中俄关系是最重要的双边关系,美国就有点紧张了。两会以后,习近平书记接见的第一位元首特使是奥巴马总统的特使——新财政部长雅克布卢,三月底再出访俄罗斯,以示中国对中美关系也很重视。美国白宫亚太事务主管向奥巴马总统提出建议,在习近平总书记到拉美访问时主动邀请他到美国访问,这就是庄园会晤的背景。习近平总书记与奥巴马在今年6月7日、8日在美国加利福尼亚州的安纳伯格庄园实现了一次庄园会晤,这是中美关系一次创举,很好地实现处理了中美、中俄关系的平衡。

第二点,新大国外交将把金砖五国纳入大国关系的范畴。金砖五国是一个新生事物,除了中国、俄罗斯之外,还有印度、南非和巴西,如何定位这五个国家组成的一个金砖五国这个国家集团以及这个国际关系的机制?现在看来,金砖五国被上升到大国关系的范畴,所以现在有一种新的关系叫中金关系,这个金就是金砖五国,并不是特指哪一个国家,而是指这么一个国家集体。就像欧盟现在28个国家构成,中国和欧盟关系当然属于大国关系,中金关系现在正在考虑纳入大国关系的范畴。可以看到,国家对中金关系,从来没有像现在这样的重视。

新型大国关系的第三点就是在处理大国关系过程中,重点关键有所区别。

中美关系的关键和重点是战略互信上,因为中美关系最缺少的是相互的信任。中美关系存在的问题,有人曾经用几个T来加以概括:台湾问题、西藏问题、贸易纠纷、TMD(美国的国家导弹防御系统)等等。中美之间还有一个很严重的问题,是人权的问题,人权冲突本来以H开头,因为中美的人权问题绝大部分的人权问题许多都和1989年六四事件有关,又称为天安

门广场,所以也勉强归入T。

现在中美关系超越这些T,有一个更大的T问题就是信任。现在,中国信任美国吗?美国信任中国吗?曾经信任过,或者曾经有过信任。中美关系从1972年尼克松访华,1979年建交,小平同志访美,从1979年建交到1988年最初的十年,中美关系得到了初步的迅速的发展。但是1989年的六四事件前后,中国还能信任美国吗?支持中国右翼分子,颠覆中国共产党的领导,干涉中国内政,对中国实施政治军事压力,实施十项经济制裁,中美关系从建交以后第一次陷入危机,危机的结果是10年努力构建起来的初步信任基本上丧失了。六四事件以后,双方觉得中美关系还是很重要,特别是小平同志关心中美关系的突发事件,提出了中美关系应该减少麻烦、增加信任、发展合作、不搞对抗等方针,在中美关系处于历史生死关头之际亲自指导处理了中美的关系,转危为安,通过几年的努力,中美之间的信任又慢慢恢复。1997年江主席访美,1998年克林顿访华,中美关系又得到了明显的恢复,又出现了相互了解,相互信任的新局面。当时,中美两国提出要构建建设性战略伙伴关系。1999年5月8日,中国驻南斯拉夫大使馆被炸,又将刚刚恢复的中美信任重新摧毁了。

我认为,进入了新时期的这十年,才真正开始扎实地、务实地推进相互了解、相互信任的工作,中美关系又有所起色。到2010年,中美关系重新陷入了低谷。2009年奥巴马上台,果断地结束了伊拉克战争,他认为小布什总统时期,美国的对外政策出现失误,忽视了亚太地区的重要性。所以他一上台,就开始把美国的对外战略重心从中东向亚太转移,在2010年基本完成了战略重心转移的布局。

中国方面,2002年十六大提出战略机遇

期,中国的发展越来越快,到2010年竟然超过了德国、日本成为第二大经济体,中国宣布赶超德日、美国完成亚太重心的部署都在2010年,所以中国的战略机遇期与美国的战略调整期不期相遇,甚至不是一般的相遇,而是相撞。

2010年新年伊始,中美打起了三场没有硝烟的战争:贸易战、金融战、信息战。2010年年初,奥巴马一次性批准了60亿美元向台湾出售武器的计划,同时不顾中国政府的反对接见了达赖党。同年3月26日韩国潜水艇被来历不明的鱼雷击中,联合国邀请中国参加,而中国政府对此事保持沉默,美国趁机攻击中国,美国的报纸充斥着对中国的批判和谴责。中美之间的这种结构性矛盾已经到了白热化的程度,即一个迅速崛起的国家和一个守成的霸主国之间的矛盾。从世界史来看,17世纪民主国家出现以来,任何一个时期,迅速崛起的国家一定会战守成的霸主国,两者之间总是充斥着争斗、冲突和对抗,最后一般都用战争解决问题。荷兰、西班牙、葡萄牙、德国、英国、法国、俄国,战后的美国和苏联两个超级大国的争霸,德国、日本的经济崛起,一直到1991年12月苏联解体冷战结束,在四五百年的时间里,这一对峙无一例外。所以,2010年开始,人们就非常担心在太平洋两岸的中国和美国将走向何处,是走向冲突对抗,还是闯出一条新的大国关系的道路。中美关系在2010年相遇相撞的情况下,面临着新的考验,到了一个十字路口,面临新的历史选择。这几年,中国对美国的战略东移越来越怀疑,有些人认为其意图是针对中国、遏制中国,甚至是包围中国。我觉得这种看法是片面的。我几十年专注中美关系研究,也曾经感到困惑,想要弄清楚美国军事战略东移的真实意图。在中国迅速崛起、赶超德日的过程中,我们也要想想美国如何看待中国的迅速崛起,要学会换位思考。

66

习近平访美，提出的总体思路是十六个字：谨记历史、登高望远、互尊互信、管控分歧。

99

中国猜疑美国的东移是针对中国，遏制中国，包围中国，而美国猜疑中国的迅速崛起是挑战美国，威胁美国，甚至今后要取代美国。因此从2010年开始，中美双方产生了一种从来没有过的战略猜疑。这种战略猜疑非常危险，如果处理不好，中美关系就确实存在着走向对抗的可能性，也就是说将会重复历史上崛起大国和守成大国之间的这种对抗、冲突和战争。在这历史的关头，我们要保持清醒的头脑，努力遏制这个趋势，在和平发展合作的时代，中美双方应该顺应时代的潮流，增加接触和了解，去推动中美关系的合作共赢，而不要重复历史上已经过时的领土博弈关系。习近平会见联合国秘书长的时候，提到在当今世界，领土博弈已经过去，现在倡导一种新的国际关系准则，就是合作共赢。在这个历史关头，中美两国领导人保持了比较清醒的头脑，采取正面引导的方式调整中美关系。

习近平访美，提出的总体思路是十六个字：谨记历史、登高望远、互尊互信、管控分歧。这对小平同志那十六个字在新时期的一种发展，前十二个字中有对江泽民、胡锦涛两代领导人提出的登高望远、斗而不破等重要思想的继承，最后的管控分歧，是指要管理好、控制中美之间的矛盾和分歧，这是新的创造。这次访问具有重大意义的一个突破是，他成为中美双方领导人中第一位提出中美关系应该在达成共识合作伙伴的基础上上升为一种新型大国关系。他进一步将中美新型大国关系概括为十四个字，具体化了其内涵和要求，即不冲突、不对抗、相互尊重、合作共赢，这就是中美双方应当努力去实现的新型大国关系的要求和目标。

目前可以看到中美关系存在很多问题，但是超越这个问题的最大问题是相互信任，

值得高兴的是这几年，中美之间的相互猜疑得到了有效的控制，但是要建立起中美之间必要的信任还有很多工作要做，恐怕还要经过一个比较长的过程，绝对不能掉以轻心。中美要恢复信任、构建战略信任不是一件易事。现在中美绝对不能回头走老路，这样是没有前途的，也违反历史发展的时代潮流。现在的潮流是和平发展、合作共赢，要顺应历史的新潮流，就要往前闯新路，走出一条中美新型大国关系之路。

我8月份在华盛顿和原美国驻华大使，以及两位前驻上海总领事进行交流。他们对习近平和奥巴马达成的共识构建中美新型大国关系都非常赞成，认为美国庞大的官僚机构基本上仍处在冷战的历史惯性之中。物理惯性几秒钟就过去了，但是历史惯性可以持续很多年，美国处在这种冷战的历史惯性中，就习惯于把一个迅速崛起的国家，尤其是在对美国具有战略意义的地区迅速崛起的国家，看作是威胁和取代，这是美国作为唯一一个超级大国的霸权心态最不愿意看到的事情。所以，中美之间要真正构建起中美相互的信任，建立新型大国关系要继续进行艰苦的努力，要把握住方向。中美关系的关键是相互信任，中心在于全球性的一个战略互信的问题。

中俄地缘相近，互补性很强，因此处理中俄关系的重点和关键在于增强中俄之间的战略互补。这一互补性潜力还很大，特别是经贸关系。中俄关系一个特点就是政高经低，政治关系非常好，每年俄罗斯和我们国家主席、总理的互访远远超过中美关系，但是经贸关系严重滞后。

中国和欧盟28个国家关系的重点和关键是战略互动，学会善于和欧盟28个国家一个

整体去建立战略互动关系,还要善于处理好和构成欧盟的28个国家之间的双边关系,有双边互动,也有多边互动。如何增强中欧之间的这种战略良性互动是中国建立与欧盟关系的重点。如今,欧盟有28个成员国、5.4亿人口,占到世界GDP的23%左右,成为世界不可或缺的重要成员,其影响力、话语权都不可小视,所以中国发展与欧盟的关系关键在于能否进一步战略互动。

中日关系的重点是战略互惠。时代决定了战争并非上策,而应当和平崛起,和平发展。以钓鱼岛事件为例,历来主权领土纠纷有五种解决办法。第一个用战争手段解决,是冷战时代惯用的方法。第二个是谈判解决问题。第三个是国际仲裁。第四个公民投票决定,像印度和阿根廷公投解决问题。第五个是一体化解决,欧盟28个国家过去也存在领土纠纷,现在因为国界边境不存在,高度一体化的情况下,好多问题就自然而然解决了。但是亚洲国家无法用一体化的方法来解决,公民投票也不可取,国际仲裁方式中,中国缺乏既懂法律、又懂国际关系、外语又好的人才。剩下就只有谈判或战争,战争解决当然也不可行。

所以,我赞成习近平为总书记的中央领导集体和新一届政府现在力争用谈判的方式解决这个问题,这是对领导政府的智慧的考验。安倍在圣彼得堡的讲话中说,日本要端正态度,尊重历史,面向未来。习近平则提出中日两国应该以两国之间的四个政治文件为基础,回到战略互惠的轨道,通过谈判解决争议问题。我们就来回顾一下中日之间的四个文件。1972年中日邦交正常化《中日联合声明》,由周恩来总理和田中角荣签署的。第二个,是1978年邓小平和大平正方签署的《中日和平友好条约》。第

三个文件,是1998年中日达成《中日联合宣言》。钓鱼岛事件是历史问题,是对中日两国领导人智慧的考验,同时也是对中日关系底线的考验,这个底线就是2006年安倍担任首相时提出的中日关系定位为战略互惠。2007年,温家宝访日,确定了这一初步共识。2008年,胡锦涛访日,发表了《中日两国关于推进中日战略互惠关系的联合声明》。习近平的讲话显示了中方的诚意、中方的胸怀,也体现了当今符合时代潮流的国际关系处理争议问题的基本原则。所以,中日关系的关键中心仍然是战略互惠,值得高兴的是,到现在为止,中日两国仍然守住了这个底线,说明还是有希望的。

中金关系的八字方针是战略互利、合作共赢,这也构成了中国新型大国外交的一个整体性框架,中美战略互信,中俄战略互补,中欧战略互动,中日战略互惠,中金战略互利,主要的大国关系基本上都涉及到了。

第二,新周边关系,周边形势非常严峻。上个月,中国召开了建国以来第一次也是唯一一次我们中国的周边外交工作会议,可见周边外交关系得到重视的程度很高,除了与邻为善、以邻为伴我们非常熟悉的这些提法之外,这次还有新的提法,处理周边外交关系要立体的、多元的、超越时空的。

周边国家关系有四个问题:第一个是历史问题,第二个是领土纠纷问题,第三个是发展问题,第四个是多边问题。中国的发展不能建立在周边国家受损的基础上,也要思考自身的发展如何惠及周边国家。没有惠及周边,那周边就对我们有敌意。发展不是在真空中发展,中国的迅速发展,越南、菲律宾、马来西亚也在发展,在金融、贸易、资源等方面当然有竞争关系,如何在这个过程中体现双赢互利很重要。

66

你们的道路
还很长,一个
人的一生是
短暂的,你要
对你生活的
社会、抚育你
的人民、你的
国家做回报。

99

如果中国凭借自己的优势发展了,他国受损了,就会对中国有意见,对中国敬而远之。最近几年,我们周边国家朋友越来越少,也是现实。如何处理好周边关系,有更多的朋友,周边国家非常重要。这次中央召开专门周边外交会议,要好好学习领会,我相信我们的周边外交会出现新的局面。

起初,中国不善于多边关系,只是善于双边关系。以APEC会议为契机,特别是1993年西雅图会议后,中国的多边外交越来越被重视。如今,我们要学会多边外交,中央已经确定了以下四个方面是开展多边外交的重点:第一,20国集团;第二,上海合作组织;第三,金砖五国;第四,联合国,这是中国多边外交的重点,需要我们进一步积极参与,在这些重要的多边外交舞台上发挥我们的作用。

第四,新中国外交。即要发展民间的文化、非官方的外交,与政府官方的关系配合起来,补充政府关系所不能涉及的、或者不能做到的一些事情,构建中国人民和世界人民有利的桥梁。现在全球有400多所孔子学院,在英国有20多所。我们国家采取大学承办方式推广孔子大学,复旦大学承办了两个学院。孔子学院是一个新生事物,应当支持,它是我们展开公共外交的很重要的一个桥梁。现在还有一个中美高层人文对话机制,下周将举行中美第四轮高层人文对话机制对话,中方的首席代表是刘延东,美方是克里。人文是人民对人民、文化对文化的交流,极大地推动中美关系这种民间交流。

今年,我的学生为我成立了一个以我名字命名的上海市世雄国际关系交流中心,我感到很高兴。一般是一个学者去世以后成立一个基金会,这是第一家以学者名字命名的交流中心,而且我还健在,我有一种特殊的感受,有一种特别的使命感和责任感,他们对我寄予了一种期待,希望我做更多的事情。

40岁的时候,我去美国访问经过电影院,正在放苏联的一部电影,叫《莫斯科不相信你的眼泪》,女主人公在失败挫折面前没有灰心,最后成功了,她说生命从40岁开始。当年我正好40岁,深有感触。经过文革的耽搁有机会去美国留学,觉得有一种强烈的责任感,重新开始了我的生命。两年以后回国,第一个10年,我把西方国际关系引入到中国,为我们国家做了一件有益的事。

1990年,我50岁了,我把这句话改为生命从50岁开始。我做了第二件事情,帮助我们谢希德校长把复旦的对美研究中心办成全国最好的研究中心。1995年,教育部通知我们评上了以后,我非常激动,想第一时间把这个喜讯告诉谢校长,他那个时候因为癌症住院,已经不能说话了,我告诉他的时候,他睁开眼睛笑了一笑,2000年3月4日,他去世了。

我60岁的时候,把这句话又改为生命从60岁开始,我没有想到学校让我当国际关系学院院长、国家问题研究院院长两院院长,做到了66岁,我很愉快,因为我为学科建设和学院建设又出了一份力。

2010年,我70岁了,再改一次,生命从70岁开始。所以,今年的我现在3岁。如果你们现在是41岁,你才1岁;如果你正好40岁,你的生命刚刚开始;如果你现在39岁,你的生命还没有开始,你要准备开始。你们的道路还很长,一个人的一生是短暂的,你要对你生活的这个社会、抚育你的人民、你的国家做回报。什么是梦?梦就是一种理想,梦就是一种追求,你不断地去实现你的理想和追求,我想跟各位一起共同努力,用我自己的平台继续为中美关系的新型大国关系构建做出我新的小小的那一份贡献,我希望到了80岁我再有机会把那句话再改一次。我衷心祝愿各位在人生道路上共同努力,不断创造新的辉煌,谢谢大家! **F**



校友是学校最珍贵的资源和永远的骄傲。我们在这里展示校友的不凡风采,同时报告校友工作进展。

荣耀复旦 树立典范

2013“年度校友”评选正式启动

2013年11月30日,学院迎来了第七届“相聚今朝,回首往日”校友返校日活动。复旦大学管理学院2013“年度校友”评选活动也正式拉开帷幕。

在“年度校友”评选启动仪式上,我院副院长孙一民教授,2011年度校友社会贡献奖获得者、1998级复旦-BI(挪威)MBA校友、大自然保护协会北亚区总干事张醒生校友,共同点亮了水晶球,标志着2013“年度校友”评选正式拉开序幕。

随后,校友中心主任黄智颖详述了年度校友奖项的提名和评选的流程。年度校友奖项从年度卓越领袖、创新成就、社会贡献和学院服务4个领域进行评选,历时半年,每一位校友都有资格参与评选。这样公开、公正、民主的校友评选是学院对于校友延续复旦精神、承担社会责任的肯定,也为复旦新一代树立了榜样。

2013“年度校友”评选延续2012年和2011年的评选奖项,分别设立“年度卓越领袖奖”、“年度创新成就奖”、“年度社会贡献奖”和“年度学院服务奖”,希望从全方位、多角度来表彰在各个领域取得杰出成就、具有典范意义的校友。扎根中国、致力创新、践行使命、服务社会,是学院一以贯之的责任与追求,也是“年度校友”脱颖而出的标杆。曾经的商学精英,已成为如今的卓越领导者;校友们以过人的勇气、智

慧以及开拓精神书写了不俗的人生答卷。本次的“年度校友”评选活动,将推选出我们身边的榜样,复旦校誉及管院美德也必定会因之而进阶、发扬、光耀!

“复旦大学管理学院年度校友”评选从2008年开始启动,旨在表彰和宣传本年度在相关领域有杰出成就的校友。该评选是学院的年度盛事之一,也是学院教育精神的风向标,对校友们的个人生涯发展有着指引和楷模的作用。

2008年“年度校友”评选以“慈善、奥运”为主题。2004级复旦大学EMBA校友、龙工集团董事局主席李新炎,2003级复旦大学-华盛顿大学EMBA校友、骏豪集团执行董事朱嘉乐荣膺复旦大学管理学院2008年“年度校友”。

2009年“年度校友”评选以“创业、创新”为主题。2003级复旦大学EMBA校友、万丰奥特控股集团的创始人陈爱莲女士,1997级MBA校友、上海复荣进出口有限公司创始人范思桦、陆武、何学忠,2005级复旦大学EMBA校友、多样屋创始人潘淑真女士,1982级经济管理专业本科校友、美国常青实业集团创始人仇非,2003级复旦大学EMBA校友、浙江广博集团股份有限公司董事长王利平获得复旦大学管理学院2009年度校友称号。

2010年“年度校友”评选以“世博”为主题。2004级复旦大学EMBA校友、上海世博局市场

开发部副部长、上海世博局DE片区部部长陈超女士，1999级复旦-港大IMBA校友、上海世博集团有限公司董事长戴柳，1993级企业管理博士校友、上海市世博局研究中心主任季路德，1996级复旦-BI(挪威)变化管理硕士、1997级产业经济博士、1999级工商管理博士后流动站博士后校友、上汽集团-通用汽车馆馆长金麒，2004级复旦EMBA校友、市委宣传部分副部长、市委外宣办主任、市府新闻办副主任宋超，2004级复旦EMBA校友、文广新闻传媒副总裁滕俊杰，共青团上海市委副书记、上海世博局园区志愿者部长夏科家获得了复旦大学管理学院2010年度校友的殊荣。

基于前三年的经验，自2011年起，“年度校友”评选分别设立“年度卓越领袖奖”、“年度创新成就奖”、“年度社会贡献奖”和“年度学院服务奖”，希望以多样的角度来嘉奖在各个领域成绩斐然、具有典范意义的校友。2011年“年度校友”经过评选，1998级复旦-港大IMBA校友、宝钢集团有限公司董事长徐乐江获得“年度卓越领袖奖”，2002级复旦EMBA

希望通过每一次的评选和表彰，让杰出校友的事迹传播得更远，让越来越多的学子引为榜样，为母校、也为国家和社会再铸辉煌。

校友、东方财富网创始人兼董事长其实获得“年度创新成就奖”，1998级复旦-BI(挪威)MBA校友、大自然保护协会北亚区总干事张醒生获得“年度社会贡献奖”，复旦大学1946级统计系本科老校友周炜获得“年度学院服务奖”。

2012年“年度校友”评选历时半年，2009级复旦-华盛顿EMBA校友、青岛啤酒股份有限公司董事长孙明波校友获得2012“年度卓越领袖奖”，1999级管理科学与工程博士校友、中国电信上海公司总经理张维华校友获得2012“年度创新成就奖”，2004级复旦EMBA校友、广州时代地产控股有限公司董事长岑钊雄获得2012“年度社会贡献奖”，复旦大学1997级上海市高级管理干部培训班校友、杨浦科技创新(集团)有限公司董事长官远发校友获得2012“年度学院服务奖”。

高山仰止，景行行止。我们希望通过每一次的评选和表彰，让杰出校友的事迹传播得更远，让越来越多的学子引为榜样，追随他们的足迹，为母校、也为国家和社会再铸辉煌！**F**

旦复旦兮心如故

第七届校友返校日举行

2013年11月30日,我院迎来了第七届“相聚今朝,回首往日”校友返校日活动。毕业多年的管院学子们再次相聚于“予智慧,予修养,予担当”的母校,再话师生情,共叙同窗谊,为深秋时节的学院增添了浓浓的韵致。

终身学习,感恩母校

下午1点,校友们陆续至史带楼一楼大厅签到。返校典礼在温暖而友爱的氛围里拉开了帷幕。典礼之

初,校友中心设计了具有象征涵义的拼图仪式,来自各个班级和年级的八位校友代表伴着温情的校园音乐拼出了“相聚今朝,回首往日”的主题。

之后,我院副院长孙一民教授致辞。她以简洁深情的语言回顾了学院历史,列举了学院近年来在全球学术界取得的卓越成就,介绍了首届国际顾问委员会的成立。她希望复旦人能将复旦精神传承下去,“希望更优异的‘复二代’、‘复三代’不断涌现。”

接下来,在孙教授的邀请下,曾

被评为2011年度校友社会贡献奖的张醒生校友也一同走上讲台,共同点亮了评选仪式的光环球,“2013年度校友评选”正式启动。随后,校友中心的老师详述了年度校友奖项的提名和评选的流程。

在特别设置的“终身学习”的环节,商业知识发展与传播中心的老师为校友们生动介绍了FBK复旦商业知识平台,并指出这一“终身学习”的平台将为校友们提供最丰富的商业案例、最多元的思想碰撞等。

人生分享,感悟满怀

本次返校日活动的亮点,就是专程从北京赶来的张醒生校友献上的题为“保持好奇心”的演讲。作为1998级复旦-BI(挪威)MBA校友,张醒生先后担任过爱立信和亚信的高层管理者,也是一系列公益组织中颇有影响力的人物。目前他担任大自然保护协会北亚区总干事长。张醒生校友以平实的语言讲述了他不平凡的求学与事业求索的经历,分享了祖国数次变革的大背景下个人奋斗史和勇于探索的人生





价值观。同时,张校友也呼吁更多的公益力量加入,履行复旦人的社会责任。

随后,我院会计学系钱世政教授为校友们带来了题为“传统金融与互联网金融”的主题演讲。钱教授从招商银行“科技兴行”的战略和支付宝华丽变身为理财手段的案例切入,分析了两业务升级的过程,分析揭示出金融“触电”和电商“淘金”的未来趋势,并在此基础上指出构建“智慧银行”的必由之路。钱教授深入浅出的生动讲堂令校友们赞叹不已。

与此同时,在史带楼的303室,产业投资俱乐部的成立活动正在如火如荼地举行。来自中银律所的

高级合伙人殷豪律师带来了一场“并购法律事务”的生动讲演,也为新成立的俱乐部带来一个漂亮的“开门红”。

用爱丈量,用心沉淀

在校友分享论坛和名师讲堂环节进行的同时,校友之间、校友和老师之间也有机会进行互动。大家分享了各自离校以来的人生经历,也兴致勃勃地共同规划未来的事业蓝图。

曾在同一母校就读的校友如今来自各行各业,他们的言谈之中都谈及当年在复旦求学的感受。校友们纷纷表示,自己从不错过校友中心举办的大型活动,通过这一系列的活动

始终与母校心心相连;精彩的主题讲座常常能带来深刻启发。

还有校友表达了对母校的感恩:“复旦管院教授给我们的管理思路 and 战略思想,对我们毕业之后的职业生涯产生了积极的影响;不仅如此,管院强大的师资力量和校友网络也是我们生活和事业发展的宝贵资源。”

最让人印象深刻的是一位1942级的管院老校友,满头银丝的他依然精神矍铄地前来参加活动。他认真地聆听现任院领导的致辞和复旦导师、学子的演讲。亲历将近一个世纪社会变革的老校友,是学院风雨中成长发展的见证者,也体现了学院与学子之间的情谊厚重。■

第七期校友导师计划启动 第六期颁证仪式圆满结束

2013年10月26日14时,管理学院近70位校友导师与近200名本硕、MBA全日制学生相聚李达三楼二楼报告厅,共同见证第七期校友导师计划启动暨第六期颁证仪式的举行。本次启动仪式由职业发展中心主任黄智颖老师主持,我院孙一民副院长、职业发展中心高级顾问张明老师出席了本次活动。

孙一民副院长首先致辞,在分享管理学院今年获得的荣誉和成绩之后,她对一直辛勤付出、无私奉献的可爱的校友导师们表示衷心的感谢,并希望同学们珍惜难得的机会,多和导师沟通交流,从导师们身上获得宝贵的精神和经验支持。随后,孙院长向第六期备受学生爱戴的部分导师代表颁发了荣誉证书,这份荣誉不仅是对导师们在过去一年中的辛勤工作的肯定,也是对未来导师计划的美好展望。

本次启动仪式还特别安排了题为“导师与学生如何有效交流”的分享座谈会。在职业发展中心高级顾问张明老师的主持下,经验丰富的校友导师1993级本科校友徐怡、2005级

希望同学们能够充分利用校友导师这个平台,对未来长久的职业发展规划有所裨益,夯实自己的一生。

复旦IMBA校友邹逵与学生代表2010级本科生卢瑶、2013级IMBA张旻热烈交流。校友导师们从“学生与导师的双向选择”、“学生们经常提出的热点问题”、“校友导师的自身定位”等话题入手,分享了自己参与校友导师计划一年以来的感悟和经验,既向在座的信任校友导师们分享了指导学生的经验,同时也启发了在场学生如何利用校友导师计划指导自己的职业生涯。

最后,在史带楼9楼举行的校友与学生的分组见面会中,与会的各位校友和同学们进行了“第一次亲密接触”。校友导师们就学生们关心的各种问题和困惑,如对未来职业规划的想法、对学业和实习的平衡等问题进行了热情的分享和热情的讨论。

过去五年校友导师计划实施以来,已经有近三百名校友导师参与,对同学们帮助非常大。正如黄智颖老师说的,希望同学们能够充分利用校友导师这个平台,对未来长久的职业发展规划有所裨益,夯实自己的一生。■



关于周谷老的二三事

文 / 邹剑秋

合并前的老复旦大学,在七、八十岁的人群中,一提起“复旦二周”大概都知道这指的是历史系的周谷城、周予同二位老先生。不,可能在全国史学界也是如此,无人不知,无人不晓。他们是二位令人尊敬的老前辈。不只是学术上,而且在师德、文章上,也堪称表率。本文谈的是周谷城先生。

年前,我们的老复旦之一的张薰华同志对我说,他在什么杂志上看到有人以《邹剑秋与周谷城的关系》为题发表文章,问我知道不知道?

我说:“不知道。也从来没有人向我采访过。写了些什么?”一定是想当然、胡猜想。

谈到我和周谷老的关系,应当从抗战胜利前在重庆北碚复旦开始。那时的周谷城先生,是众多“民主教授”之一,应当说是很突出的民主教授之一,与张志让、陈望道、洪深、张孟闻、卢于道、张明养、邓广铭、全增嘏、樊弘、方令孺、胡文淑、钟俊麟、陈恩凤、陈櫟,……等等一大批老师,都是我们在民主斗争中的积极支持者和导师。

当时复旦大学原有的以李光诒同志为支部书记的地下党,已因为一个偶然的原因,被停止了活动。我们根据周恩来同志指示成立的复旦大学“据点”,实际上起到了党组织的作用(指在领导学生运动方面),我当时参加了“据点”领导核心。我们在一般情况下,组织和发动群众主要通过两个系统——“院联”和“壁联”。此外,很重要的一个工作方面是分工联系这些我们所依

靠和必须团结的民主教授们。

周谷老,按分工是由张靖琳、金本富同志联系的,因为他们俩都是史地系的。但是我这个人,除了固定的与望道师密切联系外,我还和张志让、周谷城、方令孺、张明养等老师建立了较密切的个人来往。周谷老、张明养、方令孺还是我的选课老师。谷老是我的中国通史授课老师。不过,我们的关系密切主要还不是授课的原因,主要是谷老对时局积极发表看法和对我们实际工作和政治斗争的建言。

——
“日本帝国主义的威胁是现实的,必须做好艰苦斗争的准备。”

一九四四年冬,日本帝国主义侵略军,从湖南经广西桂林,进逼贵州,国民党军当时是节节败退,日军很快进占了独山,直逼贵阳。如贵阳陷落,重庆将不保。国民党的高层已经作了最坏的布局,把一些机要档案空运到了西宁。我们党也做好了准备,如果重庆(陪都)沦陷,整个四川必将变为新的游击区。在这十分危急的形势下,复旦大学在“据点”核心组的领导下,组织了一次极不平常的大型座谈会,主题是“当前时局和我们的对策”。大会还没开始,大礼堂便挤满了人。窗口也挤满了男、女同学。同学们、老师们济济一堂,交头接耳,听了教授们的慷慨激昂的抨击国民党政府的无能和我们的对策,会

场顿时一片寂静,个个沉浸在严肃而悲壮的沉思中:我们将往何处去?我们的党报《新华日报》早就提出了“到农村去,到解放区去”的口号。我们的洪深教授激动而又沉着地告诫同学们:“大家不要忘了带好草鞋和盐巴。”事实上,我们早已做了些准备,派了一些进步同学到川北、川东去,以中学教师、小学教师为掩护,开展社会调查的工作,为建立游击根据地做准备。

会后,一天我去谷城师家拜访,顺便给他通通气。他十分认真、严肃地对我说:“当前形势,日本帝国主义的威胁是现实的。要做好艰苦斗争的准备。”“洪深先生的意见是很实在的。在农村艰苦的条件下,草鞋、盐巴是不可缺少的。我身体还可以,准备和你们一起走。”

(后来,因为国民党高层派了亲日派谷正纲(时任粮食部长)到独山去和冈村宁次(侵华日军司令)谈判,要日本在停止前进和共产党领导游击区两者之间作出选择,这才停止了日军向贵阳的进攻)

二

“反美扶日是一个长期的斗争，是中、日两国人民共同的斗争。”

1948年5月上旬开始,我们发起了一次反对美国扶植日本军国主义复活的运动。运动采取了多种形式,从给亲友写信、召开各种大大小小的座谈会到游行示威。一步一步的广泛深入

地开展。

当时的国民党政府,由于有1947年“红五月”学生运动(“五·二〇)的经验教训,对“红五月”十分害怕。从运动一开始,就十分注意我们的行动。到我们决定举行全市范围的示威游行时,简直是如临大敌,很多大学都被包围了,出不了校门。我们的队伍,在“民主广场”(原新闻馆草坪)举行出发前的动员大会时,也被国民党军警包围了。大门口(即现在学校的西大门)被架起了机关枪,大门是完全被封锁了!在这情况下,我们灵机一动,拉开了东面的竹篱笆,朝小路往北走,经过“跑马厅”(即现在的武东路附近),企图绕到江湾镇逸仙路突破军警的阻挠。不料还不到逸仙路,又给军警、马队挡住了。双方坚持不下,军警接到命令,无论如何不让复旦大学队伍进城去。我们自己也发生了争论:冲,还是不冲。冲,可能发生流血事件;不冲,撤回队伍,将挫伤群众斗志。

最后,我们统一了认识,认为当时地处无人地带,军警是可能制造流血事件的。于是,做好群众思想工作以后,撤回回校,在大草坪绕场一周后解散!那天,能到外滩的只有一些中学的小弟弟、小妹妹们。国民党当然松了口气。

事后,我到谷老家去看望他(听说他痔疮大出血),顺便向他汇报了运动“受挫”的事以及我们当时做出决定的考虑。谷老说,“这样好。反美扶日是一个长期的斗争,要一个战役、一个战役地打。是一个历史的过程,而且是中、日两国

66

那时的周谷城先生,是众多“民主教授”之一,应当说是很突出的民主教授之一,都是我们在民主斗争中的积极支持者和导师。

99

66

只有政治上、
经济上强大
了起来,才有
你中国文化的
发言权。
这是真理。

99

人民共同的斗争。美国扶植日本军国主义,到头来,对日本人民也是灾难。”

谷城先生这些观点,在今天还是有现实意义的。

三

“当官和做学问不是一回事。”

周谷城先生从全国人大常委会退下来以后,一直住在衡山饭店和华东医院养病。我们有了经常见面的机会。而我们见面总是无话不谈的。从国家大事到大学的工作,甚至儿孙婚事等生活琐事。有时谈的兴致浓了,时间到了用餐时间,我就和周师母一道到北楼十六楼去用餐,而周谷老,饭后往往就午休了。

有趣的是,有一次他突然提出一个我们意想不到的问题。

他说:“剑秋同志,我在考虑一个问题。我们复旦大学的工作是做得不错的。教学、科研似乎都还走在好些大学的前面,第一颗原子弹爆炸也是作出了贡献的。为什么复旦人在国家机关中的地位总是不如人家?”“喔!”我说:“谷老呀,你是指当官职位不够高是吗?当官和做学问不是一回事呀!”

周谷老似乎思想开了窍,大声说道:“对,对。当官和做学问不是一回事。我同意,我完全同意。”哈哈大笑了起来,显得从未有过的高兴心情。

还有一次,在华东医院谷老病房,我们谈起大学的学科梯队和教材建设。我认为,要提高大学的教学质量,没有学科梯队的建设,教学质量是没有保证的。而他却强调高质量的教材的

重要性,再一次提出目前世界史的教材问题,认为现在的世界史应当重写,应当从中国历史写起,以中国历史为主线。应当改变以西方为中心的体系。在北碚复旦时,他就和我谈起这个观点。几十年来,还是念念不忘。我同意他的观点。我说:“余楠秋先生给我介绍了 Hays and Moon 的版本,厚厚的一大本,可说是史料的堆砌。可体系也是以西方文化为主线的。可有什么办法呢?西方学者,他们根本就不了解中国的文化,我们自己也宣传得不够。不夸张的说,对很多西方史学家,我们还得给他们上中国文化 ABC 呢!这个问题,今后必须纠正过来。可是靠谁呢?还得靠我们中国人自己。只有政治上、经济上强大了起来,才有你中国文化的发言权。这是真理。”

周谷老与我,是难得的、少有的忘年之交,是师生,也更是挚友。1987年,我到他北京家里去看望他。周师母告诉我,周先生正在考虑写自传,首先理一理各个时期的工作、做什么、与那些人合作共事。他发现一个问题,自己脾气不好,容易对别人发脾气。理来理去,只有和你——邹先生没有发过脾气。于是,他提笔写下条幅:

“共事许多年,相得总无嫌,迄今思忘事,快慰若当前。”一九八七年,书赠剑秋同志

周谷城于北京

我说,很高兴谷老的条幅,反映的是我们友好关系的实际。我回去一定把它裱好,以为纪念。现在,谷老这条幅正裱好挂在书房里。当他的媳妇、孙女有一天来我家见此条幅,又高兴,又激动。孙女抄了回去。F





2013年9月28日



2013年9月29日



2013年10月5日



2013年10月12日



2013年10月19日

2013/9/28 2013/9/29 2013/9/29 2013/10/5 2013/10/12 2013/10/12 2013/10/12 2013/10/12 2013/10/12 2013/10/12 2013/10/13 2013/10/17 2013/10/17 2013/10/19

- ◆ 2013年9月28日
2013级研究生迎新晚会在李达三楼隆重举行。百余名新生用微笑和欢呼点亮了这场激情洋溢、精彩纷呈的艺术盛宴。
- ◆ 2013年9月29日
2013级硕博新生开学典礼在李达三楼二楼报告厅举行。
- ◆ 2013年10月5日
1989级经济管理系的三十多位校友回到母校复旦,共同回忆往昔青葱岁月,展望更为精彩的未来。
- ◆ 2013年10月12日
学院首届国际顾问委员会正式成立。原中共中央政治局常委、国务院副总理李岚清担任名誉主席,原全国人大常委会副委员长陈至立担任主席。复旦大学管理学院首届国际顾问委员会由27位委员组成。
- ◆ 2013年10月12日
学院政立院区举行了奠基仪式。政立院区总建筑面积逾10万平方米,2016年建成投入使用。
- ◆ 2013年10月12日
环球教育(Eduuniversal)“2013年度全球最佳商学院”排名揭晓,复旦大学管理学院再度蝉联大陆第一,同时在该机构首次发布的全球排名榜中获第29位的殊荣。
- ◆ 2013年10月12日
我院政立院区项目校友捐赠启动仪式隆重举行。
- ◆ 2013年10月13日
2013级本科生暨家长Orientation活动盛大开幕。2013级本科生、学生家长和众多导师参加了本次活动。
- ◆ 2013年10月17日
周健常务副院长与1号店产品部副总裁王欣磊签署战略合作备忘录,双方将在实习、交流、参访合作、人才培养、产学研结合发展等方面进行深度合作。
- ◆ 2013年10月19日
蓝墨水校园开放日特邀上海润米管理咨询有限公司董事长、前微软高管,环球旅行家,畅销书作家、我院校友刘润先生,以“创造价值引力,实现人生梦想”为主题与在场嘉宾共同探讨了职业与人生的选择。



2013年10月20日



2013年10月21日



2013年10月24日



2013年10月25日



2013年10月26日

2013/10/19 ◆ 2013年10月19日

香港校友联络处金秋活动拉开帷幕,来自广东、香港地区的百余名校友参加了此次活动。

2013/10/20 ◆ 2013年10月20日

北京校友联络处举行三周年系列活动。北京校友联络处组织在京校友先后参加了“2013北京马拉松公益跑”和2013管理学论坛等活动。

2013/10/20 ◆ 2013年10月21日

英国《金融时报》(FT)发布2013年全球EMBA项目排名,学院四个项目同时跻身全球百强。由此,我院成为全球上榜项目最多的商学院,学院也因此成为拥有4个FT排名百强项目的商学院。

2013/10/21 ◆ 2013年10月21日

2013年复旦管理学奖励基金会颁奖活动举行。清华大学经管学院教授陈国权、中山大学管理学院教授李新春获得“复旦管理学杰出贡献”奖。华为技术有限公司总裁、华为集团创始人任正非成为“复旦管理学杰出贡献奖”创立以来第一个获得殊荣的企业家。

2013/10/21 ◆ 2013年10月25日

学院国际顾问委员会委员、智利卢克希奇集团董事长安东尼克·卢克希奇先生一行来访我院。我院院长陆雄文教授与卢克希奇先生进行了亲切深入的交流。

2013/10/25 ◆ 2013年10月26日

学院近70位校友导师与近200名本硕、MBA全日制学生相聚李达三楼二楼报告厅,共同参加第七期校友导师计划启动暨第六期颁证仪式活动。

2013/10/25 ◆ 2013年10月26日

沪港投资论坛之自贸·投资·新形势论坛举行。此次报告会由第一财经和新城财经台联合主办,我院提供学术支持。

2013/10/26 ◆ 2013年10月26日

2001级IMBA一班、二班毕业十周年聚会于学院史带楼501室举行。近八十多位校友到场欢聚,共话同窗情。

2013/10/27 ◆ 2013年10月27日

第一财经国际化管理系列论坛上海站在复旦大学举行,论坛由第一财经主办、学院作为战略合作伙伴提供全程支持。首场论坛主题为“存亡之争——传统金融和互联网金融的选择”。我院会计学系钱世政教授担任主讲嘉宾。

2013/10/27 ◆ 2013年10月27日

MBA国际交流俱乐部举行了“探索上海西区”的活动。数十位来自世界各地



2013年10月26日



2013年10月27日



2013年10月29日



2013年10月30日



2013年11月2日

2013/10/29 2013/11/2 2013/11/3 2013/11/8 2013/11/15 2013/11/14 2013/11/16 2013/11/19 2013/11/20

的留学生和他们的中国伙伴们参加了这次城市探索活动。

◆ 2013年10月29日

卡博特公司高管团队到访学院。周健常务副院长与卡博特公司高级副总裁、亚太区总裁朱戟先生共同签署了战略合作备忘录。

◆ 2013年11月2日

学院苏州校友联络处特邀江浙地区的40多位校友及家属来苏聚会。

◆ 2013年11月2日

香港大学-复旦大学IMBA 2006级值毕业五周年之际,全班40余名同学重返母校,深情共叙难忘的同学情谊。

◆ 2013年11月3日

作为复旦奥林EMBA项目的首个班级,来自2002级复旦-华盛顿EMBA的校友们回到久违的母校,为毕业十周年这一特殊的时刻再次聚首。

◆ 2013年11月8日

由中国经营报社、复旦大学管理学院共同举办的“中国经济高端研讨会”举行。全国政协常委、上海政协副主席、民建中央副主席周汉民,原商务部副部长魏建国,上海市发改委研究院金融研究所所长任新建,上海前滩研究中心主任何万篷等出席论坛。

◆ 2013年11月12日至15日

在我院亚洲商业洞察力课程教授曾成桦的带领下,2013级Asia MBA的学生参观Infosys技术有限公司、研华科技、卡博特(中国)投资有限公司和麦当劳汉堡大学。

◆ 2013年11月14日

复旦大学EMBA2013级秋季班开学典礼在学院举行。近200名来自两岸三地的商界精英们走进复旦校园。

◆ 2013年11月16日

香港大学-复旦大学工商管理(国际)硕士项目2013毕业典礼隆重举行。

◆ 2013年11月19日

市场营销系教授与导师制的同学参观了上海家化联合股份有限公司研发中心。近20余名同学参与了此次参访活动。

◆ 2013年11月20日

资深私人股权投资人张昊校友做客CDO“我与我的行业”系列讲座,为同学们带来一场精彩的PE行业分享讲座。



2013年11月3日



2013年11月5日



2013年11月8日



2013年11月12日



2013年11月14日

- 2013/11/22 ◆ 2013年11月22日
复旦-BI(挪威)MBA项目21班开学典礼举行。
- 2013/11/23 ◆ 2013年11月23日
我院北京联络处主办的2013年冬季健康日活动在京热烈开展。
- 2013/11/27 ◆ 2013年11月27日
红星美凯龙家居集团管理团队走进学院,双方共同举办了红星美凯龙日系列活动。
- 2013/11/27 ◆ 2013年11月27日
新一期的博思荟沙龙举行。本次沙龙邀请韬睿惠悦全球数据服务咨询中国区总经理许文宗先生作为主讲嘉宾。
- 2013/11/29 ◆ 2013年11月29日
以“指尖上的电商”为主题的第三届在线购物业发展论坛暨第五届晨报财经沙龙于我校光华楼袁天凡报告厅隆重拉开帷幕。
- 2013/11/29 ◆ 2013年11月30日
学院迎来了第七届“相聚今朝,回首往日”校友返校日活动。复旦大学管理学院2013“年度校友”评选活动也正式拉开帷幕。
- 2013/11/16 ◆ 2013年11月30日
由第一财经日报主办、我院战略合作的第一财经国际化管理系列论坛(北京站)在北京成功举行。我院财务金融系孔爱国教授担任主讲嘉宾。
- 2013/11/30 ◆ 2013年11月30日
来自梅特勒-托利多(Mettler Toledo)的大中华区董事总经理罗群先生与中国区人力资源总监王涵菁女士,为我院学生带来题为“明天,如何选择”的职业生涯系列讲座。
- 2013/11/4 ◆ 2013年12月3日
我院学术新星计划组织今年第二次企业参访,20位本科学术兴趣班和硕博攻读项目的学生参访了浦东法拉利展厅和博物馆。
- 2013/11/3 ◆ 2013年12月4日
随着耐克供应链管理校园招聘会和面试活动的结束,由学院职业发展中心(CDO)主办的校园宣讲会系列活动正式落下帷幕。
- 2013/11/6 ◆ 2013年12月6日
由美国市场营销协会(AMA)与复旦大学管理学院联合举办的“2013营销领袖峰会”于上海举行。本次峰会汇聚来自全球企业界和学术界的行业翘楚和资深专



2013年11月27日



2013年11月30日



2013年12月3日



2013年12月6日



2013年12月7日

2013/12/7 家,他们以其广阔视野与成功经验,与近300名参会者共同分享和探讨包括品牌管理、顾客洞察、数字营销在内的热门营销话题。

◆ 2013年12月7日

学院校友创投俱乐部第三期供应链创新与创业分享会在史带楼如期举行。

◆ 2013年12月8日

2013学院深圳校友重聚日拉开帷幕,来自深圳、香港等地的校友参加了本次活动。

◆ 2013年12月8日

2013/12/8 由我校研究生院、党委研究生工作部、学院共同主办,我校研究生团工委、研究生会及学院团学联承办的“2013年复旦大学博士生学术论坛之管理学篇主论坛”在史带楼友邦堂隆重召开。

◆ 2013年12月9日

2013/12/9 由学院校友创投俱乐部主办的“相约九号”沙龙第二期在李达三楼807会议室举行。本次沙龙邀请了2001级复旦MBA校友牛选为、2008级复旦-港大IMBA校友王伟作为分享嘉宾,讲述了各自创业过程中的感悟与经验。

◆ 2013年12月11日

2013/12/11 法拉利公司大中华区总裁兼首席执行官范艾闻(Edwin Fenech)先生作为大师论坛的主讲嘉宾做客学院,为我院师生带来一场题为“Ferrari Hot Technology-building the legendary brand”的精彩演讲。营销系教师邹德强博士主持了论坛。

◆ 2013年12月11日

2013/12/11 浦发硅谷银行董事长、硅谷银行主席 Ken Wilcox,携手印象笔记首席运营官 Ken Gullicksen,做客我院CDO职业课堂,分享MBA之后的职业选择。

◆ 2013年12月15日

2013/12/15 我院宁波校友联络处2013岁末团聚活动顺利结束,近40位校友共同参与。

◆ 2013年12月15日

2013/12/15 我院南通校友联络处成功举办了岁末团聚年会活动。20多位校友及家属参加了本次活动。

◆ 2013年12月15日

2013/12/15 由我院会计研究中心和德勤会计师事务所共同举办的复旦大学管理学院会计研究中心高峰论坛在我院友邦堂隆重拉开帷幕。



復旦大學



香港城市大學
City University
of Hong Kong

學之道
商之道

CityU - FudanU DBA

Doctor of Business Administration Programme

復旦大學與香港城市大學工商管理學博士學位合作項目

DBA是專門為工商界高層管理人員度身設計的學位項目，區別於傳統博士教育，更重理論應用於實踐。項目旨在培養學生嚴謹的應用研究能力，使其將多年來累積的實踐經驗與所學專業知識作整合。每位學生均由兩名復旦與城大指派的教授共同指導，課程著眼於企業及行業的經營、決策、發展戰略等問題。為每位學生組建研究團隊，以全新角度詮釋教學與實踐的完美融合。雙城雙校DBA，和你一起打開超越之門。

更多項目信息和報名表格可從網站下載或向報名處索取。



復旦大學管理學院DBA項目

地址：上海市國順路670號李達三樓201室 郵編：200433

電話：+86-21-25011491 傳真：+86-21-65102341

E-mail: dbainfo@fudan.edu.cn 網址: www.cb.cityu.edu.hk/dba/fudan



网址 : www.fdsf.fudan.edu.cn 邮箱 : liuhaiyang@fudan.edu.cn 电话 : 021-2501 1401