

THE CEIBS LINK



祝福与展望

CEO 访谈
▶ Page 22

员工访谈
▶ Page 36



#CEIBS

Global MBA Ranking 2019 Ranked #5 in the World

中欧MBA课程荣膺2019年
英国《金融时报》全球MBA第5位



Global MBA
Ranking 2019



扫码咨询
中欧MBA课程

中欧25周年校庆盛典正在进行中！精彩纷呈的活动将一直持续到11月。

为了庆祝我们走过的四分之一世纪，中欧将在全球4大洲的11个城市举办丰富多彩的庆祝活动，在本期杂志的“封面故事”栏目中，我们将为你带来这些活动的预告。你还会读到过去两个月中，各项校庆活动的亮点：激动人心的演讲、联接中外的海外论坛和激荡思想的研讨会，不一而足。扫描文中的二维码，即可在线观看活动视频并浏览网站专题。

本期杂志的内容包罗万象，其中多篇报道都展现了独特的中欧精神，比如我们的“校友故事”栏目和阿克拉校区及深圳校区的员工访谈。我们还回顾了MBA学生会在过去几年中为学院做出的特殊贡献，以及南京校友分会的创新之举。

无论你正在翻阅《TheLINK》杂志的纸质版，还是在微信、领英或中欧官网上阅读我们的电子版，都希望你能喜欢本期杂志的内容。

和以往一样，我们期待你的反馈。如果你有与中欧有关的精彩故事想要分享，也欢迎发邮件告诉我们 alumnimagazine@ceibs.edu。

周雪林，
院长助理
《TheLINK》主编

夏敏
市场公关部副主任
《TheLINK》主编

TheLINK 随时随地，在线浏览



微刊



杂志网址



如何俘获小镇青年?

READ MORE P60



黄善一：带领中国品牌走向世界

READ MORE P30



塞莉斯泰因：中欧非洲项目的元老级成员

READ MORE P39

主办：中欧国际工商学院

主编：周雪林、夏敏

执行主编：张娱

高级编辑：杜谦

报道与翻译：迈克尔·希德、蒋骋、孙吉米、
梁赛楠、朱琼敏、白鹏翔、刘幸、李琳玉、
塞缪尔·奥克洛-扎巴、汉娜·萨克斯比、
卢卡斯·托内托、许雷娜

美编：周磊、王晴@时浪快印

图片编辑：周小娟

封面设计：马里乌斯

联系我们

电话：+86-21-28905501

传真：+86-21-28905273

电子信箱：alumnimagazine@ceibs.edu

中欧国际工商学院上海校区

地址：上海市浦东新区红枫路699号

邮政编码：201206

电话：+86-21-28905890

传真：+86-21-28905678

网址：www.ceibs.edu

北京校区

地址：北京市海淀区东北旺西路

8号中关村软件园20号楼

邮政编码：100193

电话：+86-10-82966600

传真：+86-10-82966788

电子信箱：bj@ceibs.edu

深圳校区

地址：深圳市宝安区航空路泰华梧桐岛10A栋

邮政编码：518126

电话：+86-755-36995111

苏黎世教研基地

地址：瑞士赫根

原苏黎世洛朗商学院

电话：+41 44 728 99 44

传真：+41 44 728 99 45

电子邮箱：info@ceibs.ch

阿克拉教研基地

地址：加纳阿克拉东勒贡区蒙罗维亚路5号

电话：+233 544 315 238

文中所述仅为作者个人观点，不代表
本刊或中欧国际工商学院之观点
中欧国际工商学院 版权所有

THECEIBSLINK

封面故事

- 06 海外论坛在波士顿和苏黎世成功举办
- 08 我们的四分之一世纪
- 12 我们的新征程
- 16 我的中欧故事
- 18 中欧校友与中欧是命运共同体

中欧知识

- 20 大型企业与初创公司合作的内部挑战与解决方法

CEO访谈

- 22 王聚冰：“乡邻小站”的村庄实验

校友之声

- 26 李彦枢：少有人走的路
- 30 黄善一：带领中国品牌走向世界
- 32 李凯乐：致力于可持续发展的未来

员工访谈

- 36 任焱：与优秀的人为伍
- 39 塞莉斯泰因：中欧非洲项目的元老级成员

特别报道

- 44 把员工当成合伙人
- 48 评《创业裂变：从0到1，从1到N》
- 50 薪火相传——聚焦中欧MBA学生会
- 56 幕后故事——中欧成为玛氏智库亚洲合作伙伴
- 60 如何俘获小镇青年？

五地校区

- 64 中欧上海校区举办首届CMO论增长论坛；倾听世界文明史——2019中欧北京合聚课堂正式开课；中欧深圳校区举办2019世界读书日系列活动；MBA学生赴苏黎世校区参加海外模块课程；WELA尼日利亚校友启动女性创业者基金

中欧要闻

- 70 中欧2019思创会激荡思想火花；2019届MBA毕业典礼——精彩瞬间；欧盟驻华大使郁白做客“大师课堂”；中欧GEMBA学生探索加纳

基金会新闻

- 74 求道十五载，创新一路行——与南京校友分会面对面



Celebration!

从非洲的加纳到中国的北京和上海，中欧国际工商学院 25 周年校庆启动仪式在多个校区同时拉开帷幕。站在 25 周年的新起点，学院将以全新的姿态，迎接新挑战，迈向新征程，履行“聚焦中国，贡献世界”的新使命。以下是本次校庆启动仪式的亮点：

活动预告

4月，为期8个月的校庆活动正式开启。4月9日，校庆启动仪式在阿克拉校区率先开幕，随后，中国站校庆启动仪式于4月13日在上海和北京同期举行。5月，随着美国论坛和欧洲论坛分别在波士顿和苏黎世顺利举办，我们的海外论坛也已拉开帷幕。在接下来的几个月里，你还将看到：

- 上海：中非论坛——当中国遇见非洲
2019年6月8日
- 慕尼黑：欧洲论坛
2019年7月5日
- 布鲁塞尔：欧洲论坛
2019年7月12日
- 伦敦：欧洲论坛
2019年10月2日
- 巴黎：欧洲论坛
2019年10月4日
- 巴黎：欧洲校友聚会
2019年10月5日
- 苏黎世：新校区启动仪式
2019年10月7日
- 深圳：校庆闭幕仪式
2019年11月8日
- 北京：校庆闭幕仪式
2019年11月10日
- 上海：校庆闭幕仪式
2019年11月15日

扫二维码，观看校庆启动仪式相关视频：



校庆启动仪式精彩回顾



我们的四分之一世纪



- productive forces”
- 1995: “Invigorating china through science and education”
 - 1996: “Encourage companies to play a leading role”
 - 1998: “National Innovation System”
 - 2006: “Build an innovative country”
 - 2014: “Innovation and entrepreneurship”
 - 2015: “Made in China 2025”
 - 2019: “Science and technology innovation board”

CEIBS 中欧国际工商学院

Prof. Yu Zhang

www.ceibs.edu

海外论坛在波士顿和苏黎世成功举办

作为中欧国际工商学院 25 周年校庆系列活动的重要组成部分，5 月，两场海外论坛在美国波士顿和瑞士苏黎世成功举办。

5 月 15 日，由中欧国际工商学院与 Z-Park 波士顿创新中心联合举办的中欧第三届美国论坛在美国东部“创新心脏”波士顿都市区的剑桥市拉开帷幕。论坛主题为“数字创新：引领世界经济新未来”，超过 200 位来自中美两国的专家学者、企业家及企业高管齐聚一堂，共谋合作之路，探索数字经济之道。80 余位在美国游学的中欧创业营 7 期学员及中欧校友也参加了此次论坛。

出席论坛的演讲嘉宾包括中欧欧方院长迪帕克·杰恩 (Dipak C. Jain) 教授、中欧副院长兼中方教务长张维炯教授、Z-Park 波士顿创新中心 CEO 乔明先生、美国麻省理工学院物理系教授 Max Tegmark、中欧运营及供应链管理学教授赵先德、美国西北大学计算机科学 Bill and Cathy Osborn 教席教授 Kristian J. Hammond、中欧创业管理实践教授龚焱，以及来自中美两国的企业家

和高管代表。中欧院长助理周雪林博士担任论坛主持。

两天后的 5 月 17 日，由中欧与瑞信集团联合主办的“智荟中欧 2019”第五届欧洲论坛苏黎世站拉开帷幕。论坛主题为“中瑞比较视角下的创新演进之路”，来自中国和欧洲的政府高层、专家学者和商界人士齐聚一堂，共同探讨中国迈向创新大国的发展历程以及瑞士在打造独特创新生态系统方面的宝贵经验。

瑞士有着源远流长的创新文化，而中国作为新兴的工艺和产品创新大国，也开始在世界舞台上崭露头角。本次论坛的举办，旨在促进两国在高科技领域、创新和商业模式等方面的相互了解与合作。

中欧国际工商学院副院长兼教务长丁远教授与瑞信董事总经理 Nannette Hechler 女士致欢迎辞。中国驻苏黎世兼驻列支敦士登公国总领事赵清华先生出席论坛并致开幕辞。此外，论坛嘉宾还结合一系列真实案例，深入剖析了中国和瑞士众多成功的商业故事。

智荟中欧 | 2019第五届欧洲论坛

CEIBS Insights | The 5th Europe Forum 2019



July 5th, Munich



July 12th, Brussels

EUROPE



中欧国际工商学院

CHINA EUROPE INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL



中欧院长李铭俊

我们的四分之一世纪

今

天，我很高兴地站在这里，与大家共同开启中欧国际工商学院 25 周年校庆活动的序幕。在本年度接下来的时间里，我们将在亚洲、美国和欧洲举办一系列精彩纷呈的论坛活动，与全球各地的员工和校友们激荡思想、交流智慧，来共同庆祝我们走过的艰苦卓绝，同时也凯歌前行的道路，来共同展望我们光辉灿烂，同时也任重道远的未来。



当今世界，随着中国全球地位的显著提升，以及中国经济与世界经济的融合日益加深，全球管理教育的重心也正在向中国转移。



2019年是新中国成立70周年，也是中欧成立25周年。为了迎接这一重要年份的到来，学院两大旗舰课程已经不约而同备好了贺礼——中欧MBA、EMBA课程双双名列英国《金融时报》排行榜全球第五。这在亚洲商学院中是独一无二的殊荣，在全球商学院中亦属凤毛麟角。有人笑言，五乘五等于二十五，这份礼物设计得太巧妙了。我想，这道算式的背后，其实蕴藏着中欧发展历程中的一种必然逻辑和一份道路自信。

当今世界，随着中国全球地位的显著提升，以及中国经济与世界经济的融合日益加深，全球管理教育的重心也正在向中国转移。在波澜壮阔的时代图景中，在中国政府和欧盟的长期关怀和支持下，中欧扎根本土、连通世界，运营着一系列全球顶尖商业课程。成绩让我们有足够理由相信，中欧曾经被时代委以重任，未来仍将承担重要使命。今天，我想首先与大家一起重温中欧走过的道路，来记取、继承和发扬中欧的优良传统。

我想，中欧走过的四分之一世纪，是以前瞻目光确立使命、制定战略，并且克服万难、坚定前行的历程。中国和欧盟的管理教育合作项目始于1984年。1994年在上海建院之日起，中欧就坚信中国经济必然走向世界、融入世界，也必然回馈世界、造福世界。学院几代领导层和教职工初心不改、使命不怠，不仅将梦想化为了现实，也让现实超越了梦想。上世纪八九十年代，我们引进、借鉴西方的管理理论与实践，培养了新中国最早一批具有现代管理知识体系的企业家和管理者。本世纪以来，我们踏着时代的浪潮，建立起学贯中西的世界一流教授队伍，发展了集聚商业实践优秀案例的中国工商管理国

际案例库，创造了理论融通实践的“实境教学法”，横跨亚欧非三大洲建立校区、开展课程，服务于中国企业走向世界，也帮助全球企业了解中国；同时，我们也拥有了中国规模最大、阵容最强的商学院校友群体。中欧的成功，是缘于洞见未来的战略定位，缘于不畏坎坷的创新进取。

中欧走过的四分之一世纪，是在中外交融的平台上缔造品牌、发展品牌，并不断赋予品牌美好内涵的历程。翻阅中欧的校史，我们能读到历任学院领导者的故事，即使是最朴素的语言、最简单的记录，我们也能从中读出令人感佩的力量，领悟到故事共同的主题，那就是：担此鸿业，如履薄冰，开拓创新，无私奉献。在中欧故事的另一个维度里，是校史上有六位欧方领导荣获上海市象征中外友谊的“白玉兰纪念奖”，这是众多外籍教职工挥洒的青春和汗水的体现。而故事更恢宏的篇章，是三大洲五地校区的精诚合作，是全球22000多名校友的守望相助。我们用一个古老的汉字“合”作为校徽，因为在中欧，“和合共生，美美与共”。中欧的品牌故事是大地上的史诗，未来我们要继续书写下去。

中欧走过的四分之一世纪，是以匠心精神持续优化学院运营，坚持内涵式、高质量发展的历程。中欧始终对标国际一流标准，先后开设MBA、EMBA、GEMBA、高层经理培训、金融MBA、卓越服务EMBA以及创业营等课程。在谋求自身发展的同时，中欧矢志不渝地服务于国家经济发展和人才战略，服务于“一带一路”倡议和创业创新浪潮。作为中外经济文化交流的桥梁，学院每年赴欧洲重镇举办品牌论坛，邀请我国外交使节阐述

中国方略，搭建中外企业家互学互鉴的高端平台。无论规模如何壮大、运营如何复杂，学院对严谨学风的坚持不变，打磨优质课程的匠心不变。我们致力于为商业精英提供终身学习平台，唯有至真至诚，方得不离不弃。

二十五年冬去春来、时光流转，我们凝聚起了一个叫“中欧人”的群体，这里有校友、有学生，也有教职工。我们的第一代毕业生多已退休，学员中也越来越多地出现了中欧二代的身影。我想，中欧有责任建设一个“老者安之、朋友信之、少者怀之”的社群，在这里传递跨越时空相互连接的精神力量。

什么是中欧人的精神？

首先，中欧人有世界眼光，也有家国情怀。中欧极其多元。学院与全球 37 家知名商学院建立了交换学生项目；MBA、GEMBA 课程中海外学生占比近 40%；学院教授

来自全球 16 个国家和地区，其中既有中国工商银行前董事长姜建清、上海市人民政府参事盛松成等杰出的企业家、银行家，也有意大利前总理普罗迪、法国前总理拉法兰、德维尔潘，WTO 前总干事帕斯卡尔·拉米等国际知名政治家，更有年年入选“高被引学者”榜单的众多知名教授。同时，中欧也非常传统。“无贵无贱，无长无少，道之所存，师之所存”，中欧推崇和向往的，正是这种自古有之的平等互学的氛围。吴敬琏教授说，“中国经济发展的成功，管理水平的提高，要为中欧记上一笔。”中欧践行和倡导的，正是这种以民族复兴为己任的家国观念。

其次，中欧人追求卓越、知行合一。我们日夜兼程，不仅为赢过赛道上的对手，更为赢过昨天的自己。中欧人的道路，是不懈地自我叩问、自我探索、自我超越。尼采说，“若知为何而生，遂可纳受一切。”一个机构、一个人，只要认定了自己的使命，就可以排除万难、坚



相约中欧 | CEIBS Celebration

中欧国际工商学院二十五周年校庆启动仪式 CEIBS 25th Anniversary Celebration Kick-off



“

中欧人要为世界创造知识和价值，也要传递美德和信仰。自第一届 MBA、EMBA 开始，中欧就将商业伦理设为必修课。

”

定前行。我希望每位中欧人都能找到生命的意义，获得世俗的成功，也希望你们能超越这种成功，愿意与他人分享命运。希望你们在追求卓越的道路上，让世界变得更加美好。

最后，中欧人忘我无我、勇担责任。“君子以厚德载物”，中欧人要为世界创造知识和价值，也要传递美德和信仰。自第一届 MBA、EMBA 开始，中欧就将商业伦理设为必修课。如今，关心民生福祉、勇担社会责任已成为中欧人代代相传的理念。“苟无济世心，独善亦何益”，中欧要培养的不是精致的利己主义者，是活着就为改变世

界的勇敢者，是百战归来再读书的沉思者，是扎根大地、心怀大爱的领导者，是愿以一生去叩问企业家精神的创造者。

时代予中欧以重任，中欧定不负时代。我相信，我们高远的理想、郑重的诺言、不懈的奋进和动人的故事，最终都会绽放在学院的荣光里。校友们、同学们、朋友们，让我们共同努力，让中欧，这个神圣、庄严而温暖的名字，载着她非凡的使命，在未来的岁月里成就伟大、再铸辉煌！



中欧欧方院长迪帕克·杰恩（Dipak C. Jain） 我们的新征程

对 于商学院而言，最重要的义务或责任是专注于学术的卓越性。但是，光有学术知识还不够，我们必须把它与商业实践紧密联系在一起。没有商业关联性的理论，只会被人们遗忘在脑后。

“我们要把所有校区整合起来，创造“同一中欧”的文化。这就意味着我们要有统一的团队、统一的使命。”

放眼未来，社会影响力也是任何商学院不容忽视的重要部分。换句话说，我们如何影响人们的生活，包括与我们联系或接触的人，还有与我们同属一个社区乃至整个社会的人。但凡优秀的商学院，在这三个方面都做得非常好。接下来，我会跟大家谈一谈，中欧将如何实现这些目标。

中欧发展的首要任务是什么？我们已经受到了高度的认可，现在的任务是确保学院的国际影响力能够得到进一步提升。我们不想被看作一所只在中国运营的商学院。中欧一直在切切实实教育学员了解全球动态，所以提高我们的国际知名度势在必行。稍后我会更具体地谈到这一点。

另外，中欧需要扩大在美国的影响力。虽然全球经济重心正在向亚洲转移，但美国仍然拥有众多的顶尖学者和知名的商学院。正如李院长所言，我们需要寻找合适的合作伙伴，帮助我们提高国际知名度。我们希望能与美国的商学院和公司开展更多合作，稍后我也会谈一谈我们在这方面的计划。

第三点是如何夯实我们在欧洲和非洲的运营。如今，很多中国公司都在非洲投资，但我们是全球唯一一家在投资培养非洲未来人才的商学院。刚刚李院长用了一个非常重要的词“使命”。他说，“一个机构、一个人，只要认定了自己的使命，就可以排除万难、坚定前行。”我们的使命就是要培养未来的领导者。

未来我们仍将专注于中国的商业知识。这是我们区别于世界其他商学院的主要差异点。正因如此，“聚焦中国”才会成为中欧新定位的一部分。这就好比是一个萃取精华的过程，而中欧的精髓是中国、中国知识

和中国商业之道，正是这样的精髓吸引了人们来到中欧，成为我们的一员。

现在，我来深入介绍一下上述三项首要任务。

中欧提升国际知名度的计划是什么？我们制定了中欧全球策略（CGI）。中欧EMBA是中欧最成功的课程之一，在全球同类课程中规模居首。我们希望EMBA课程中的每一位学生、每一位高管都能增进对全球商业世界的了解。我们计划开设EMBA课程的海外模块，我的任务就是在美国打造这样的模块。EMBA第一个海外模块将于今年9月在美国西北大学开课。我曾在那里任职25年，其中12年是担任教授，还有13年是担任学院领导。

我们的计划是与美国主要城市的顶尖商学院加强联系与合作，使我们的学生既能加深学术方面的造诣，又能接触到当地的商业机构。明年，我们计划在华盛顿和洛杉矶开展工作，然后逐步扩展到迈阿密，以及所有全球互联的大都市。

第二，我们还需要创建全球合作关系。如今，很多商学院都想在中国有所发展。对于任何机构而言，要想在这里设立大本营，都是一项极其艰巨的任务。但是，他们可以在中欧安家，把他们的专业知识带到中欧，这必将是一段美好的“姻缘”。这样一来，我们不但有自己的海外课程，也会有来自全球各地的不同机构带着他们的学生来到中欧。如果这些人能够与我们的学生一起上课，必将会带来非常丰富的课堂体验。这是我们在全球层面的计划。

至于美国方面，我们将于5月15日在波士顿举办论坛，

相约中欧 | CEIBS Celebration

中欧国际工商学院二十五周年校庆启动仪式

CEIBS 25th Anniversary Celebration Kick-off

2019年4月13日 | 13th April 2019

期间我们会参访当地两家知名大学——哈佛和麻省理工学院。此举的首要目的是提升我们的知名度。商学院一般由三个部分组成：一是人才的输入，也就是吸引全球各地的学生来求学；二是人才的培养，这部分的重点在于课程设置和教授团队，中欧希望能与全球各地的教授展开交流与合作；三是人才的输出，我们要让全球企业来中欧进行招聘。

为了实现这一目标，我们需要举办各类论坛。中欧定期举办欧洲论坛，在亚洲不同国家也举办过论坛。五年前，我们曾办过一届美国论坛，以后我们希望能与目标城市中的大型机构合作，定期举办美国论坛。我们也希望美国的商学院能在课程中加入中国模块。人们需要亲身体验才能增进对中国的了解，而我们也愿意为他们提供这种体验，我们不但可以让学生去海外体验，也可以把顶尖机构带进中国来体验。

接下来，我想强调的是夯实中欧在欧洲的运营。10月7日，我们将举办苏黎世教研基地扩建工程的落成典礼。中欧欢迎世界各地的朋友来欧洲体验，而苏黎世教研基地就是最理想的场所。我们已经在这里开设了GEMBA课程的一些模块，并且投资进行了设施的扩建。对全球商学院来说，如果他们想要开设中国模块，欢迎他们来这里；如果他们需要开设欧洲模块，我们愿意成为他们在欧洲的合作伙伴。这样一来，中欧就能触及到我们想去的每个地方。

再说到非洲。我认为非洲课程是中欧提升社会影响力的一部分。这是我们回馈社会的一种方式。有些国家可能没有资源打造世界级MBA或EMBA课程，有些人可能在自己的国家没有入读商学院的机会，那我们就为他们提供这些资源和机会。在未来的发展之路上，聚焦中国依然是中欧定位的一部分。同时，我们也要

贡献世界，为人们的生活带来改变，而这将会是中欧的新征程。

对于中欧未来的发展，光在世界各地建设校区还不够，我们要把所有校区整合起来，创造“同一中欧”的文化。这就意味着我们要有统一的团队、统一的使命。中欧在商学院排名上取得的所有成绩，说明我们在全球商业机构和高管的心目中已经占据了一定的地位。未来，中欧将会开启更加恢弘的新征程，让我们的影响力触及到世界各地。

结束之前，我想给大家分享一段我的亲身经历，这段经历或许也能说明中欧的文化。2004年12月26日上午，我和妻子以及三个孩子正在泰国的海滩上漫步时，遭遇了海啸的袭击。海啸掀起的巨浪犹如尼亚加拉大瀑布，但万幸的是，我们一家人都得以全身而退。很多人在这次海啸中丧生，但经常在海滩上来来往往的动物却没有一只在这次灾难中死亡。我问自己，原

因何在？因为动物们的脚一直紧贴大地，能够感受到大地深处的变化，在海啸来临之前就离开海滩，向着山林奔去。

之所以分享这个故事，是因为我们在中欧也要践行谦虚务实的精神，脚踏实地，行事不以自我为中心。我们要做的不是夸夸其谈、自吹自擂，而是默默耕耘、精益求精，让中欧成为世界瞩目的焦点。博爱、谦逊与诚信是我的人生信条。我要感谢大家给我如此宝贵的机会，让我能参与中欧这段激动人心的新征程。我曾在诸多优秀机构任职，中欧的新征程也意味着我的人生旅程将从“成功”迈向“有意义”。

我的名字是“迪帕克”，它的寓意是“光”。让我们一起努力，让中欧之光照耀到世界各地更多的机构，让我们携手共创一个在和平与繁荣中不断发展、生生不息的中欧。





终身荣誉教授吴敬琏 我的中欧故事

“我”的中欧故事”归结起来可以用一句话来形容，就是“和中欧一同成长”。我 1984 年从耶鲁大学学术访问归来后，就在中欧的前身——中欧管理中心 CEMI (China-EC Management Institute) 做专题讲课，后来参加了 CEMI 的学术委员会。不过当时 CEMI 的任务比较简单，就是实行拿来主义，去传播、传输西方企业的管理知识。

1978 年，国务院一些访问外国的代表团，分享了日本和其他西方国家的企业经验，给人们留下了深刻印象。不过大体说来，当时大家对于发达国家企业的感知，用一句话来形容就是“看热闹的多，懂门道的不多。”所以 CEMI 当时的任务是非常有必要的，对我个人有很大的影响。在此之前，我对发达国家企业的运转没有很深的了解。1988 年左右，一个叫四通集团的企业委托我们做一个课题研究，它是从乡镇企业

“我们的任务不但是培养具有中国深度、全球广度的商业领袖，而且这些商业领袖要具备很高的社会责任感。”

改制成为现代企业的。因为我在现代企业的组织结构和运行机制方面积累的知识不多，于是就赶紧学习。CEMI 外国教授的课堂是我很重要的知识来源，我大体上摸到了一点现代企业运行的门道，因此能够做出解答。

但是，只是传播西方国家、发达国家的企业管理知识显然是不够的，到了 1994 年中欧在上海成立的时候，这个问题就更加凸显了。因为正好在前一年，十四届三中全会通过了关于经济改革的决定，决定建立社会主义市场经济机制。后面进行的各项改革，包括企业的改革，会让我们面临许许多多的现实问题。所以中欧的教学和研究工作就需要密切地结合中国的实际，后来就形成了我们的两大使命，叫做“中国深度、全球广度”。

那时，我自己也受命在中欧开设一门叫做“中国经济”的必修课。为了准备这堂课，我需要对中国整个改革的过程和改革的主要问题进行研究。教学相长，现在大家仍然可以在书店里买到多次重版的《当代中国经济改革》，这本书就是我在中欧讲课的时候，在讲义的基础上不断修改写出来的。

另外，教学工作也让我对企业制度改革和资本市场运营等问题的认知有了很大的提高。我从同事、同学那里得到了很多思想的启发。在中欧工作的这段时间，我自己在学术上有很大的提高。

到了 21 世纪，随着改革的深入，我们遇到的、面临

的问题比上个世纪更加复杂，需要我们的企业、经济工作者、教授、经济研究者来做出回答。所以我们在中欧的研究和教学工作中进行过很多的讨论，其中有一个问题就是，企业如何履行它的社会责任。中欧自始至终都很重视人的培养、企业家行为的培养，所以我们在 1995 年 MBA 开班的时候设立了一门关于商业伦理的必修课。在改革进行的过程中，我们愈发认识到，企业不但要为股东争取更大的盈利，而且要完成自己的社会责任，和第一部门的政府、第三部门的民间组织一起来解决日益纷繁复杂的各种社会问题。于是，中欧后来又加了两大使命，我们的任务不但是培养具有中国深度、全球广度的商业领袖，而且这些商业领袖要具备很高的社会责任感。

就我自己来说，我对企业的性质和任务的看法有了新的改变，或者说有了新的提高。在八十年代，我们研究的企业理论主要是针对在八十年代以前，公司对于股东的责任，对于为股东创造最大利润的责任。当然，90 年代末期，理论界已经对此提出了一些质疑。

去年开始，有一部分学者提出，公司不但要对领导者负责，同时要对其他的利益相关者如员工、社区乃至整个社会负责任。于是对于公司治理的整套理论，我们要做出某些修整和提高。在这方面，我自己也是跟随着中欧的进步和提高，在修改和提升我自己关于企业的理论。

总而言之，我现在虽然精力不太多，但我还是愿意跟随着中欧的同仁、同学一块，继续前进、继续提高！

张
ation



中欧校友总会会长、朗诗绿色集团董事长田明 中欧校友与中欧是命运共同体

我

是中欧 EMBA2005 级北京三班的校友，非常荣幸能够参加中欧 25 周年校庆的启动仪式，与大家一起见证和分享中欧的成长、成就和喜悦。听了李院长、杰恩院长和吴老的讲话，我想挑选我作为校友代表发言，也许是因为以下几个原因：

相约中欧 | CEIBS Celebration

中欧国际工商学院二十五周年校庆启动仪式

CEIBS 25th Anniversary Celebration Kick-off

2019年4月13日 | 13th April, 2019

NATIONAL BUSINESS SCHOOL



“自打从中欧毕业以后，我们一生都贴上了中欧的标签。”

第一个原因是，多年来我一直是中欧的铁杆粉丝，不仅自己曾在中欧就读，并且企业的治理和发展深受中欧的影响，我还推荐了公司近 30 位高管及股东朋友来中欧深造。目前我太太也在中欧就读；中欧的许小年教授、丁远教授是我公司的独立董事。中欧已经成为我工作中不可或缺的一部分，我的生活中也已经无法抹去中欧的痕迹。

第二个原因是，我一直以自己的微薄之力回馈中欧，包括支持中欧深圳校园的改造项目、支持吴敬琏教育基金和中欧教育基金会、挂牌中欧 MBA 国际学生实习基地、支持中欧课题研究和案例研究等等。

第三个原因可能是，我愿意贡献自己的时间与精力，

以企业家精神推动中欧校友会的工作、搭建平台、促进校友共同发展。无论是之前在南京分会还是现在在校友总会，我都秉承着这样的认知：中欧校友与中欧是命运共同体。自打从中欧毕业以后，我们一生都贴上了中欧的标签；我们身披中欧的战袍，驰骋于商场。中欧的发展与每位校友息息相关，我们现在开展校友工作时，向国际顶尖商学院学习，努力建设一个国际一流的商学院校友会，正是为了搭建平台、服务校友、奉献社会。我们将努力做好自己的公司，不忘本分，为社会发展做出自己应有的贡献。

我将和校友们一道志存高远，脚踏实地，百折不挠，不愧对“中欧校友”这四个金光闪闪的大字。

大型企业 与初创公司合作的内部挑战与解决方法



■ 文 / 中欧国际工商学院国际商务及战略学副教授沙梅恩；
Mavens & Mavericks 公司董事总经理希尔帕·帕特尔

最近，大型企业频频向初创公司示好，表达出强烈的合作意愿。然而，由于缺乏有实际意义的合作，与初创公司的合作计划经常在企业内部遭到质疑，不受“待见”，仅被当成公关活动或华而不实的“创新秀”。其实，问题的症结多半并不在于外部，比如怎么同初创公司打交道等等，而在于内部，这其中涉及一个极易被忽视的挑战：如何在企业内部赢取人心，让人们从内心和思想上对合作项目予以支持。

与初创公司合作的想法如果不能获得企业成员的拥护和支持，就会出现问題，原因有三。首先，内部人员很难在初创公司和企业总体战略之间找到契合点。第二，由于缺乏推动项目的迫切愿望，大企业和初创公司之间重要的合作机会可能无法落实。第三，员工对此类合作计划往往缺乏了解，在有人问起（哪怕只是不经意地提及）时更是一问三不知，这会有损外界的印象。

结合学术研究成果和实践经验，我们建议，采用三管齐下的方式来解决这些挑战：（1）培植内部支持者；（2）说服机会生成者；（3）培养热情洋溢的宣传使者。本文作者之一希尔帕·帕特尔是“英菲尼迪实验室”的创始人及前负责人，该实验室是英菲尼迪汽车公司在亚洲创建的首个汽车公司加速器，英菲尼迪是“雷诺-日产-三菱联盟”旗下的高端汽车品牌。“英菲尼迪实验室”创建于2015年，

沙梅恩博士 (Shameen Prashantham) 是中欧国际工商学院国际商务及战略学副教授。他将大企业与初创公司之间的合作作为研究重点，并形象地称之为“与巨猿共舞”。

希尔帕·帕特尔 (Sheelpa Patel) 是 Mavens & Mavericks 公司董事总经理。该公司是一家营销与业务开发咨询公司，专注于大企业与初创公司之间的合作与创新计划。

最初以助力英菲尼迪为目标，后逐渐成为推动整个组织在全球范围内实施业务和文化转型的动力源泉。帕特尔的经历很好地诠释了上述三项策略。

培植内部支持者。与初创公司开展合作，和公司总体战略之间的关系，可能是模糊的。要证明其中的联系，就必须争取到高层管理者的明确支持，这一点至关重要。一旦有高管为合作项目“背书”，就容易打通各路关卡，连点成线，从全局视角审视公司的发展方向。我们来看看帕特尔是怎么做的。“英菲尼迪实验室”是一个位于英菲尼迪香港总部的全球创业加速器项目，每期为时三个月。帕



特尔极力为之宣传造势，不仅说服公司 CEO 和全球高管团队予以重视，还邀请高管们全程参与，让他们就加速器的主题和待解决的问题提供意见、参与初创公司甄选流程、在整个项目中担任导师、以及在最终的路演日决定哪些初创公司可以进入概念验证 (proof of concept) 阶段。从实践角度看，这意味着帕特尔必须主动出击，力图在各种高管团队会议的议程中占据一席之地，对“英菲尼迪实验室”进行“推销”，并通过讲故事的方式来赢取支持。之后，她还通过一对一的面谈和定期讲演予以跟进。

说服机会生成者。缺乏真正的合作机会，是阻碍初创公司与大公司合作的关键难题。要化解这一难题，就必须让业务部门的领导者也参与进来，从而给初创公司提供一些有意义的项目。这意味着你得说服他们，让他们认同与初创公司开展合作的意义，并将合作成果同他们的关键绩效指标 (KPI) 挂钩。获得业务部门领导者的全情参与，有助于形成一种良性循环，而不只是简单地通过展示成功案例来传达各种可能的结果。对帕特尔来说，有一点很关键，即，通过向内部联盟创新指导委员会进行定期的讲演和游说，让整个雷诺 - 日产 - 三菱联盟中的关键领导者，比如车联网团队的领导者，全都参与进来。当“英菲尼迪实验室”的初创公司有机会进入概念验证阶段时，既有的业务转型团队会拨出时间来为概念验证提供支持。加速器启动不到两年，公司就成立了一支专门的团队，帮助加速器的“毕业”

项目在业务范畴内取得进展，以免他们的创意和创业精神被“扼杀”。

培养热情洋溢的宣传使者。对于雇主与初创公司的合作，企业员工（包括中基层管理者）往往对情况知之甚少，甚至可能毫无了解。要缓解这种情况，避免员工在不经意被问及时表现得懵然不知，就必须让员工了解更多相关信息。若能在员工中培养若干积极的“编外”支持者自然更好。在“英菲尼迪实验室”，帕特尔就非常重视和员工的沟通，经常在企业内刊上发表专题报道。不仅如此，公司总裁在定期召开的员工大会上，也会确保每位员工了解这一项目的基本情况，包括目标与成功案例。更重要的是，还有许多员工受邀参加每期项目启动仪式上的“导师速配”环节，为合适的初创公司担任导师。此外，“英菲尼迪实验室”设立了一个“内部创业者”计划，部分员工也参与其中。

总之，随着大企业逐渐向生态系统中的各色合作伙伴（包括初创公司）敞开创新活动的大门，他们务必要认清一点：为了创建与外部初创公司合作的“接口”，公司确实付出了很多，但从某种意义上来说，这只是冰山一角。合作要顺利开展，公司还需在组织内部付出同等甚至更多的努力，而这些往往是外界看不到的。

本文最初发表于经济学人智库 (EIU)。



“自从我开始做农村事业，我就从来没想过离开，因为它不仅实现了我的商业梦想，还满足了我的荣誉感和责任感。”

王聚冰：“乡邻小站”的村庄实验

■ 文 / 张娱

宜 农业科技创始人兼董事长王聚冰鲜少在公共场合露面。虽然这家村庄服务提供商在 2015 年时，估值已经达到 2 亿美元，但是相较于商业活动和媒体曝光，王聚冰更喜欢把时间花在村里。过去 11 年里，他一共走访了 1200 多个村庄，人们都亲切地称他为“王村长”。

2008 年，王聚冰离开工作多年的金融机构，开始创

业。至今为止，他在中国 16 个省和自治区的 2 万多个村庄里开设了村级综合服务网点“乡邻小站”，给农民带来了便民金融、电子商务等服务，也带去了致富途径。

11 年来，他低调、实干，一心扑在村里。“自从我开始做农村事业，我就从来没想过离开，因为它不仅实现了我的商业梦想，还满足了我的荣誉感和责任感，”49 岁的王聚冰告诉《TheLINK》杂志。

把银行带到村里

王聚冰出生于华北平原一个普通的小村庄。和大多数去城市求学的农村学子一样，毕业后他留在城市工作、生活，却始终割舍不下对农村的感情。“我骨子里跟农村是有紧密的血脉联系的。在享受中国城市发展红利的同时，我也对农村和城市的落差有着清晰的认识，”他说。

在众多城乡差距中，王聚冰对农村金融的痛点深有体会。村民要去银行办手续，往往需要赶几十里路到县城，有时好不容易赶到，银行已经下班了；缺乏征信数据，让大部分银行不敢贷款给农民；而正规金融机构的缺失，让非法机构在村里有了可乘之机，也让一些农民的血汗钱打了水漂。

“中国的农村几乎是整个中国现代化服务的空白区，不仅商业银行在农村难觅踪影，就连以服务农村为定位的农信社，也只能下沉到乡镇。许多农民连最基本的现金存取的刚需都难以被满足，”王聚冰说道。

王聚冰不仅看到了困难，也看到了金融服务在农村的广阔前景。他想用技术手段，把银行带到村里。

“我一直认为商业是这个时代最伟大的力量。我想用一种可持续的办法，借助商业的力量，来解决乡村的问题，”王聚冰说。

王聚冰开始摸着石头过河。在创业的第一阶段，他在河北和山东进行“村庄实验”。一方面，通过与银行合作，进村入户给每家每户发放一张储蓄卡，把农民从存折时代带入到卡时代；另一方面，通过技术服务，借助 POS 机等银行卡受理终端，向农村群众提供小额取款和余额查询服务，让他们不用去银行，也能实现现金存取。

这一实验深受农民们的欢迎，也得到了合作银行的认可。但是要大面积推广这种模式必须得到监管部门的支持。让王聚冰欣慰的是，2011年，中国人民银行印发《关于推广银行卡助农取款服务的通知》，在全国范围内设立银行卡助农取款服务点，推广助农取款服务。这一文件为他的“农村金融实验”提供了制度保障。之后的几年，国务院、银监会等部门又陆续出台了政策性文件，进一步为农村普惠金融铺平了道路。

从 1 到 N

解决了从 0 到 1 的问题，王聚冰的下一个挑战是如何将这一模式推广到更多区域。2013年，他成立宜农科技，逐渐放弃和出售了其他业务板块，开始专心致志地在全国农村建立和推广村级服务网点“乡邻小站”，并引入更多产品和服务。

作为人行规定的助农点，乡邻小站和中国银行、建设银行、工商银行、平安银行、华夏银行、民生银行、

“ 我们公司的理念叫 ‘改变一个人，致富一个家，造福一个村’ 。”



徽商银行、中原银行等 20 家商业银行合作，让村民们足不出村就可以在家门口取款汇款；村民们不会用手机在网上购物，乡邻小站手把手提供帮助；小站还提供一系列便民服务，如话费充值、缴费等。乡邻小站的站长也是宜农科技在每个村的业务代表、推广员和创业合伙人，收入来源主要为业务提成。

乡邻小站身兼数职，其选址和站长人选自然成了宜农科技抢滩农村市场的关键。起初，王聚冰很自然地想到了能实现人流、信息流和物流的农村小卖部作为乡邻小站在每个村的网点。但是经过一段时间的实践后，他发现成功的站长必须是在村里有一定威望的能人，并且愿意接受新事物、专心致志做服务，这些小卖部都不具备。

“村庄的特点就是熟人社会，有家族、有传承，在这个社会里，很多事情跟城市是不一样的。用今天城市的思维来看今天中国的农村，其实很多路走不通，”他总结道。

王聚冰很快对乡邻小站的战略进行了调整。由于村民是农村的核心，乡邻小站改为直接开设在村民家中，成本很低；每进一个村，宜农会先考察想要加盟站点的村民情况，选择高中以上文化程度、口碑好、有创业热情的村民作为站长。为了提升站长的业务能力，宜农专门成立了自己的培训部门“远征学院”，通过远程视频、下乡授课等方式给站长提供培训，使他们有能力、有知识来服务整个村庄。

“我们公司的理念叫 ‘改变一个人，致富一个家，造福一个村’。每到一个村里，我们先改变一个农民，教会他怎么去服务村里的人，而不是由我们或合作机构去做。”王聚冰说。

经过长时间的摸索，乡邻小站在选人上的成功率从一开始的约 20% 左右，一路增长到了现在的 90% 以上。现在，加盟乡邻小站一年以上的站长平均年收入已达到 3.8 万，每年还有高达 50% 以上的增长。“致富一个家的目标基本实现。最难的是造福一个村，这是个没有终点的事业，”王聚冰说。

诺贝尔和平奖得主尤努斯曾经说过，农村女性是最有动力和意愿改善现状的人。有意思的是，乡邻小站目前排名靠前的站长中，约 65% 以上都是女性。“在农村里有一句话叫 ‘一房好媳妇，三代好儿女’。女人是家庭的中心，因此在农村的社会组织体系当中，女人特别重要，适合做服务。同时女人又有非常高的风险意识。所以我们培养了大量有服务能力和意愿的女站长，他们都开玩笑说我是中老年妇女的偶像，”他笑着说。

截止到目前，从东北的辽宁，到南国的广东，宜农科技已经在中国 16 个省和自治区的 2 万多个村里开设了乡邻小站。一个个乡邻小站，深入中国毛细血管般的农村，也将各种服务带入了千家万户。目前，共有 1000 多万农户接受过乡邻小站的服务，成为乡村振兴的一股民间力量，宜农科技也已经连续 6 年实现盈利。



有了乡邻小站作为依托，宜农开始给村民做数据模型。“农村是个熟人社会，熟人社会里面信息比较透明。每户具体情况在该村内部是通透的，包括每家有几个孩子和老人，是做生意还是种地，等等。”小站给农户做数据画像，作为数据征信的基础。当农民有借贷需求时，小站会将信用评估信息提供给银行，作为给农民提供小额贷款的依据。过去三年，乡邻小站共促成总额 8000 多万元的小额贷款，为村民创业提供了金融支持。

近几年，宜农还在乡邻小站平台上引入劳务中介、土地托管经营等服务，并开发了乡邻 app，由线下带动线上，用金融 + 科技为农村赋能。

为服务农村提供通道

2015 年，当阿里巴巴、京东等互联网巨头和各种金融公司开始进军农村电商和金融市场时，宜农科技已经在农村默默耕耘了七年。也是在那一年，宜农完成了由嘉御基金领投的 2 亿元人民币的 A 轮融资。

回顾自己的创业经历，王聚冰说，“要打下农村市场没有近路，我们也没有走过一步的近路。别看我们开了 2 万多家乡邻小站，其实每一个站点都是一点一滴地垒起来的。每个小站从选村、选人到站点开业，平均要跑将近 20 多趟，之后每月还要上门服务两次。我们员工的车，里程数都快赶上出租车了。”

随着城市市场逐渐饱和，下沉市场成为新风口，想要进入农村的企业越来越多。王聚冰直言，村里的业务也会有竞争，但面对竞争者，王聚冰持开放态度。“随着互联网技术的发展和各种技术的进步，农村的繁荣、乡村的振兴是个必然的趋势。但是，农村靠一家公司肯定振兴不了，要千军万马进农村，农村才能振兴。目前看来，我们反而觉得农村市场的竞争还不够充分，还有很多机会。”

作为这一领域的先行者，王聚冰也在思考，如何让宜农越来越好。这让他想到了中欧。

6 年前，王聚冰加入了一个小型的企业家俱乐部，7 个成员中，有 5 个都是中欧校友。2017 年，王聚冰又接触到了中欧经济学与金融学教授许小年（现为终身荣誉教授）。许教授关注乡村发展，曾经两次前往宜农调研考察。

在与中欧校友和教授接触的过程中，王聚冰感受到一种情感共鸣。再加上公司壮大后，发展困惑越来越多，2018 年，王聚冰报考并入读了中欧的 EMBA 课程，想为公司寻找更好的发展之道。

在中欧，王聚冰认识了一批优秀的同学，也学习了许多经典的企业案例。但他觉得更重要的是这些东西带给自己的思考。“别人只是给了你一个灵光，你自己去思考可能又会有很多新的收获，这就是我的一点心得和体会。”



李彦枢：少有人走的路

■文 / 蒋骋

接 受《TheLINK》专访时，在线营销技术平台爱点击 iClick 的首席产品官兼国际业务负责人李彦枢分享了公司的成长历程和数字营销在中国的未来。爱点击于 2017 年在美国纳斯达克上市。李彦枢是中欧 MBA 2007 级校友。早在 2013 年，他就在采访中和我们聊过他创立的公司擎纳 (Buzzinate) ——当时网络覆盖率最大的信息分享服务提供商。一年后，爱点击收购了擎纳，不仅保留了擎纳的数据分析方法，还将其方法论应用于多种产品和服务。今天，爱点击堪称中国最大的独立线上营销技术平台，

帮助世界各地的公司触达中国受众。在讲述他的职业生涯最新发展时，李彦枢谈到了这家高瞻远瞩的公司如何在数字营销领域筚路蓝缕，以启山林。他还分享了自己对这个与日常生活息息相关的产业的洞见。

TheLINK：请跟我们介绍一下爱点击和它近几年的发展情况吧。

李彦枢：爱点击是中国最大的独立营销和数据技术平台之一。它打造了一个庞大的数据库，其中存储着中

国消费者及其线上消费习惯的数据。无论是市场份额、数据量，还是全球覆盖率，爱点击都是中国数字营销版图上的引领者之一。爱点击拥有 8.25 亿消费者的匿名用户画像。我们的客户可以利用它们来做推广活动。这些用户画像包含用户现实生活特征的实时数据，从社交媒体订阅、饮食偏好等到诸如出生日期的基础背景信息等，不一而足。借助如此大体量的数据，我们的客户可以有针对性地、向数以百万计的潜在中国消费者推广众多产品和服务。

2008 年底时，爱点击还是为数不多对数据进行投资的企业，当时外界几乎还没意识到数据的重要性。如今回顾起来，这条道路艰险重重，昂贵的启动成本让大多数玩家知难而退。然而，先发者获得的回报是巨大的。通过挖掘、分析数据，而不是简单地依靠表层数据，爱点击建成了一个让人羡慕的数据网络，截至 2018 年底，

共对接约 114000 个手机应用程序和 210 万个网站。

TheLINK：爱点击的核心竞争力是什么？你们的经营之道有何独特之处？

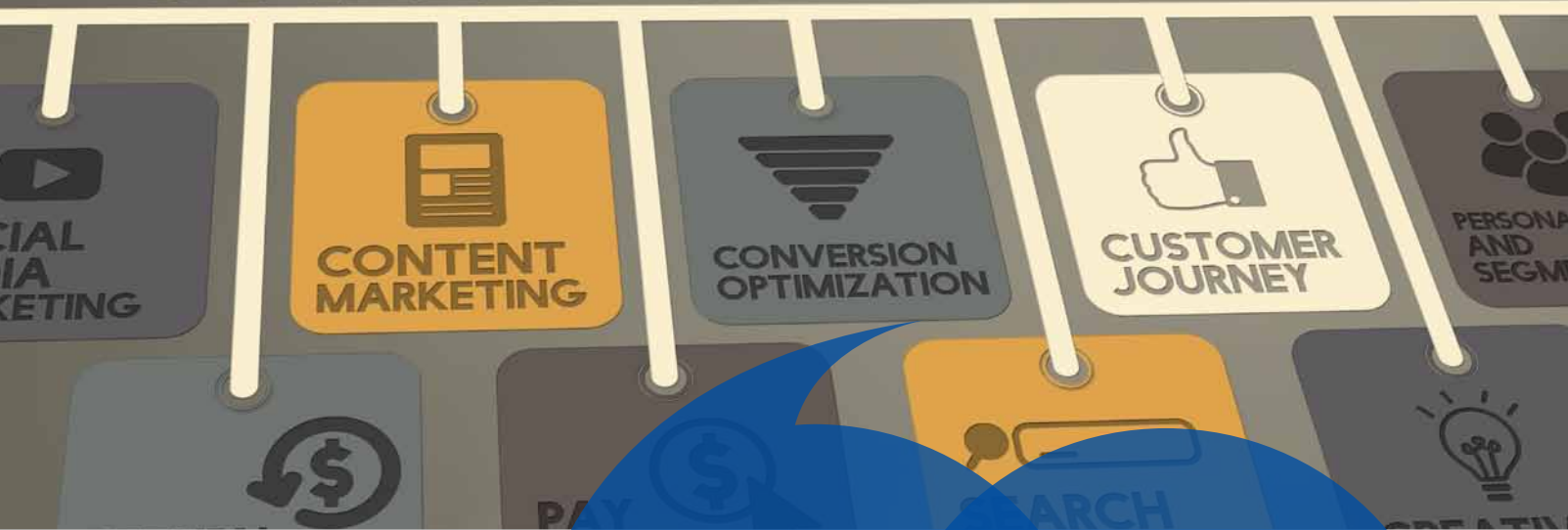
李彦枢：我们的优势在于我们对中国市场的综合认知。我们已经在数据分析领域深耕了十几年，并通过和 BAT 及其他几百万个网站的合作，覆盖了中国 98% 的互联网用户。从中我们可以识别各家公司的最佳潜在客户，并通过各种设备帮助公司触达他们。

我们的客户不仅限于中国品牌。对于有意拓展中国业务的各大国际品牌，我们也有强大的资源为他们提升品牌声誉，并通过以数据驱动的目标营销，为国内外品牌触达目标受众赋能。雅诗兰黛、奥迪和携程等公司都曾通过爱点击打开中国市场，巩固其在当地的知名度，





ONLINE MARKETING



“ 零售的价值不再以每平方米收入为单位进行衡量，因为目前许多零售活动都是在线上进行的。 ”



这些成功案例让爱点击声名鹊起。

TheLINK：在您看来，中国数字营销前景如何？这个急速变幻的产业面临着什么挑战？

李彦枢：中国是全球最大的移动市场，在2018年底就已经拥有近12亿移动用户。相较于以PC端为主的欧美用户，中国消费者在移动端更为活跃。中国依然是智能手机的最大用户之一。

鉴于中国的国土之广袤及其基础建设的快速发展，中国得以在通信领域大举超越许多其他国家，从2G网络迅速升级到3G和4G。随着国家的数字经济日益复杂，市场正在逐渐饱和并升级，这些变化不断向数字营销领域提出新的挑战。作为这个领域中的主要玩家，爱点击最大的挑战是抓住那些常常因为选择太多而眼花缭乱的客户。中国正面临着互联网流量红利日益减退的问题。我们首先要解决的就是如何保留并激活我们的客户。我们正在开疆拓土。

TheLINK：您怎么看爱点击的未来？

李彦枢：我们的战略是将自己打造成一家多渠道的营销技术公司。我们正在寻找不同渠道，探索我们与现有和潜在用户的互动方式。许多社交平台，比如微信小

程序，有巨大的开发潜力。意见领袖、关键意见领袖及自媒体等更为强大的垂直渠道同样也是建立并加强客户关系的有效途径。小红书和头条是社交媒体零售的最好的例子，也是反映客户消费者行为和市场趋势的数据中心。

TheLINK：对更广阔的数字营销产业你有什么愿景？

李彦枢：消费和零售的既有认知和范式可能需要被重新认识和定义。随着商业数据的应用变得越来越成熟，新零售领域将会明显受益。这一领域收入增长飙升、市场局面越来越复杂，引发持续关注。零售的价值不再以每平方米收入为单位进行衡量，因为目前许多零售活动都是在线上进行的。领先的玩家有机会超越单纯的营销活动成果，获得价值链上的爬升。在“快餐式”的经济中，在争取市场份额、实现收入增长和客户群开拓方面，扩大实体店规模不如提升速度来得重要。线上线下业务之间的边界正在消失。譬如亚马逊和沃尔玛：这两大巨头模糊了旧有的边界，创造了一种混合式的购物体验，背后的推手就是它们通过挖掘大数据所洞察到的市场变化。又如，耐克与消费者在线上和线下的无缝交互。门店顾客可以通过在社交平台上与品牌互动解锁更多的定制服务；耐克的会员则能够通过耐克的微信小程序预订门店服务。这是一种线上线下零售与内容整合的全新方式。



黄善一：带领中国品牌走向世界

■文 / 迈克尔·希德

2010年，现任 vivo 高级品牌战略总监的黄善一（Seon Hwang，MBA2012）从祖国韩国负笈上海攻读 MBA。他的中长期目标是帮助一家中国公司走向全球，以此发展自己在中国的事业。然而，两年后，随着他和他的同班同学毕业离校，黄善一曾经设想的中国公司职位仍然少之又少。

“当时外国人还没有那么多机会为正在全球化的中国公司工作。相反，我拿到的几个工作邀约都来自外企，包括 3 家韩国公司。”黄善一回忆道，“这些职位都不错，不过大部分我都拒绝了，因为我没有理由再回韩国，或者为韩国公司工作。最后，我选择入职北京宝马。”

在宝马期间，黄善一获得了中国市场的实战经验，并在销售和市场领域取得了骄人业绩。但是，他想和一家中国公司携手走上全球化道路的初心不曾改变。黄善一说，现在回首，他意识到自己当时只是眼光超前了一点——哪怕只有一点。

事实证明，接下来的一段时间确实是中国公司全球化

的重要分水岭。阿里巴巴、华为、联想和大疆等品牌无一例外地在世界地图上纷纷崭露头角。但是，直到 2017 年，黄善一才收到第一个来自中国公司的正式招聘电话。那个电话来自广东智能手机制造商 vivo。

“vivo 在国内和全球化扩张方面雄心勃勃。他们在寻找一个有着品牌营销经验和知识、并且深谙中国和全球市场文化的人才。”他解释道，“他们的人力资源部门直接联系到我，并问我是否有可能考虑加入 vivo。我对智能手机和电子设备这个领域非常感兴趣。所以，最终他们说服了我。”

加入 vivo 后，黄善一很快融入了公司文化。在目前的岗位上，他带领的团队负责包括 vivo 的整体品牌战略、产品定位及企业形象等各项事务。在这个主要通过吸引年轻用户而崛起的中国第二大智能手机公司里，黄善一扮演着关键角色。vivo 虽然取得了一定的成功，但黄善一说，公司领导层依然期待他能继续提升并改进公司形象。

“作为在中国公司工作的外国人，公司想从我身上



对国外学生来说，学习中文也很重要，这是理解中国历史、文化和观念的最佳途径。

得到的是系统性思维、逻辑和流程。”他说道，“所以，我在产品定位、品牌战略和产品营销的规则设定上做了很多贡献，以确保我们的影响力持续上升。他们想要学的就是这些。”

准确地说，黄善一来到中欧时，vivo 才创建一年，而它的母公司步步高则成立于 1995 年。根据西方标准，它的历史较短。黄善一说，从好的方面看，身处一家年轻企业全球化事业的前沿地带使他与这家公司中最重要的决策者更为接近。

“和最高管理层的距离真的很近，我常常直接向 CEO 和董事会成员汇报。”黄善一说，“同时，相较于其他产业，中国科技和通信产业还比较新。所以像 vivo 这样的公司非常开放，非常直接，并且行动非常迅捷。”

黄善一在 vivo 的经历十分激动人心，包括帮助公司进军更多海外市场，并与像 FIFA 和 NBA 这样的组织洽谈大笔赞助。虽然加入 vivo 是个正确决定，但他坦承当公司首次跟他接触时，他对加入一家中国公司还是存在些许顾虑。

“许多外国人被中国公司录取时，会担心无法融入公司文化，担心公司过于保守，或者担心会不会只有中国人才能在那里干得下去。”他说，“但是，真的得具体问题具体分析，每个公司有不一样的文化和不一样的价值观。此外，对外国学生来说，学习中文也很重要，这是理解中国历史、文化和观念的最佳途径。”

现在，黄善一和他的团队还在创造机会，邀请学生到访他们公司，亲身体验公司是如何运作的。今年年初在深圳就有近 50 名中欧 MBA 学生加入他们的中国模块。不知不觉中，他们让越来越多的人了解到在中国公司工作是

一种怎样的体验。

“比如，我们邀请他们参观 vivo Lab 概念店，给他们介绍我们的品牌、产品、经验和品牌文化。”黄善一解释道，“他们将来或许会想加入 vivo，但是他们不认识在 vivo 工作的人，或者他们对 vivo 没有实质上的了解——所以这在某种意义上是迈出了第一步。”

2018 年，黄善一带领 vivo 团队参加了一个以人才全球化为主题的中欧校园招聘活动。迄今为止，他的团队已经招募了 5 名中欧毕业生。他最近还代表 vivo 在中欧 MBA 学生自行组织的 INNOVATEChina2019 创意中国商业计划书大赛中担任评委。他认为这种活动能够弥合潜在雇主和优秀人才之间的鸿沟，并强烈建议那些真心想在中国公司工作的 MBA 学生尽可能地利用学院的校友网络。

“我还是学生的时候，总是在四处寻找校友。我会给他们发邮件说，‘我想要跟您聊聊，我们喝个咖啡吧’，因为我很迫切地想在中国工作。”他说，“如果你在找中国公司的工作机会，也应该多联系相关校友，并做一些行业研究。如果有学生想要加入 vivo，他们也可以打我的电话，和我简短地聊上几句，向我了解一下这里的文化和生活。”

最后，黄善一说他在中欧和 vivo 之间看到了一些重要的相似性，他希望看到两个品牌未来有更多共同成长的机会。

“中欧是一家全球化的顶级院校，发展喜人，但在许多国家，中欧的品牌认知度在某种程度上还略为有限。这种处境和 vivo 也颇为相似。”他总结道，“学院同样在尝试着走向世界。我希望将来会有更多人知道中欧。我殷切期盼着这一天的到来。”



李凯乐：致力于可持续发展的未来

■文 / 迈克尔·希德

大约 20 年前，社会企业家李凯乐 (Nikolaj Moesgaard) 告别家乡丹麦，出国寻找新的机会。先后前往英国和美国工作生活后，他于 2006 年抵达中国。2011 年，他首次接触中欧国际工商学院，参加了一个关于领导力和变革管理的高层经理培训课程。这次经历点亮了他重返校园、学习更多的课程的念头。2015 年，他又参加了为期 20 个月的中欧 GEMBA 项目。

“20 年的职场生涯后，我决定通过深造来为我的事业添砖加瓦。但这段经历的意义远远不止于此。”李凯乐在上海校区接受《TheLINK》采访时回忆说。“一旦你来到中欧，与同学们深入交流，并接触来自各个国家不同行业、担任各种职能的人们，就仿佛打开了知识世

界的大门，这种体验美妙无比。最重要的是，这重新激起了我对学习和成长的好奇心。”

这种热爱学习的态度引发了李凯乐对联合国可持续发展目标 (SDGs) 的激情。联合国在 2000 年提出千年发展目标 (MDGs)，而可持续发展目标是对这一目标的扩展。它由 17 个目标组成，包括消除贫困和饥饿、减少不平等、减少气候变化和确保人人都能获得清洁饮水和负担得起的清洁能源等。这些目标都旨在创造一个更美好的未来。

“我来自丹麦，这是欧洲北部的小国家，有着童话般美丽的湖泊与森林。在这样的环境中长大，让我对大自然充满感情，”李凯乐说。“在世界各地游历的时候，我看到一些地方的人们无力、或无心保护我们的

地球。正因为此，联合国在可持续发展目标的框架下，正在让人们更清楚地了解到应该采取哪些措施、以及为什么要这么做。”

李凯乐认为，中国在实现可持续发展目标方面取得了长足的进步。他指出，中国当今在风电和太阳能领域处于全球第一，并且在规划可持续发展目标的实施和理解其重要性方面取得了重大进展。

“实际上我觉得中国是个很棒的国家。遗憾的是，在西方媒体里，你有时会看到一些非常可怕报道，”他承认。“但是，当你真的在中国生活一段时间，特别是当你参与中国的可持续发展进程时，你会看到很多来自政府、行业高层以及实际关心可持续发展的个人和青年的承诺。他们希望中国能有干净的空气和纯净的饮用水。这种愿景非常重要。”

李凯乐通过他的工作支持联合国可持续发展目标。目前，他在丹麦发展中国家投资基金（IFU）担任顾问，

这是一家丹麦主权财富基金，为希望从事能源效率、清洁能源、农业和其他行业相关业务的公司提供风险资本和建议。2018年，IFU建立了一支总额为50亿元人民币的基金，专门用于投资对可持续发展目标产生作用的项目。

“早在联合国可持续发展目标，或其前身千年发展目标被提出之前，IFU实际上就已经开始支持新兴市场项目了，”他说。“虽然丹麦只是一个小国，但是在可持续发展的思维方式和环保议题上，我们的经验可以推广到世界其他地区。而且我们也一直很乐意分享这些经验。”

与此同时，李凯乐还是国际非营利机构UNLEASH的合作伙伴。UNLEASH旨在通过多元化人才、创业和合作伙伴，创建世界上最大的围绕联合国可持续发展目标的创新实验室。该组织始建于2017年，每年汇集来自世界各地的年轻人开展为期一周的活动，为全球问题制定新的解决方案。

“20年的职场生涯后，我决定通过深造来为我的事业添砖加瓦。但这段经历的意义远远不止于此。”





“如果中欧的每个人，包括学生、教授和校友，都能理解可持续发展目标及其重要性，那么我真心觉得我们会在提升公众意识方面取得一定成就。”

“本质上说，UNLEASH 的想法是把对可持续发展目标感兴趣的年轻人汇聚在一起，给他们提供支持，并且想办法让他们产生影响力。”李凯乐解释道。“这个项目让他们有机会相互合作并实现自己的一些想法，同时将自己的项目呈现给由业内人士组成的专家组。”

正如他所指出的那样，UNLEASH 作为一项人才发展计划，其雄心和全球影响力都是独一无二的。UNLEASH 的 2019 年创新集训营活动将于今年晚些时候在深圳举行，李凯乐表示，这个活动有很多值得期待的地方。

“此次活动得到了中国政府和深圳市地方政府的大力支持。届时将有 1000 名顶尖人才参与，我们希望其中会有 150 名来自中国，”他说。“此外，还会有咨询公司、导师和投资者参与，帮助将创意点石成金。”

李凯乐也一直积极参与中欧国际工商学院的社区活动，他最近被任命为中欧国际工商学院校友会国际分会（CAIC）的可持续发展官。他希望与学院、其他校友团体以及在读学生合作，共同建立和推广具有可操作性的可持续发展议程。

“这是非同小可的事情，因为像中欧这样的顶级商学院培养的是未来的企业领导者，他们会对经济、社会和环境决策产生重大影响，”他说。“如果这些领导者真正理解企业社会责任和可持续发展的重要性和紧迫性，那么可持续发展的意识将会在他们的企业中传播，并带来实实在在的变化。”

作为中欧校友会国际分会工作的一部分，李凯乐参与建立了一个可持续发展工作组，并相信这件事本身就能引发很多关注和兴趣。该小组希望利用人们的兴趣，制定倡议、举办活动、安排公司参观并邀请专家发言，以便在中欧校友社区的更大范围内提高人们对联合国可持续发展目标的认识。

“如果中欧的每个人，包括学生、教授和校友，都能理解可持续发展目标及其重要性，那么我真心觉得我们会在提升公众意识方面取得一定成就，”他说。“这些成就来自关心这个议题、想要参与并以自己的方式做出贡献的人。随着可持续发展意识的增强，越来越多的人会付诸行动，希望我们最终可以创造一种连锁反应——这对我来说意义重大。”



任焱： 与优秀的人 为伍

■ 文 / 吕宗恕、张娱



她

可以把 63 位来自全国各地且从未谋面的中欧学生一个字不漏地叫出姓名（后来被证实这是每个中欧班主任的特殊技能）。

她在介绍中欧教授时，可以一口气把教授的姓名、毕业学校、在何处任职、研究哪些领域、在哪里发表重要论文、兼任何种社会职务、为哪些公司提供过咨询服务等等数百字的介绍性文字和盘托出。

她之前从未当过老师，却赢得了数十位年纪比她至少大一轮的学生的尊重和喜爱。

她有一个侠客霸气的昵称——刀刀。但接触后你发现，这位毕业于中国人民大学的重庆美女细语纤风，为人谦和。

她是中欧 EMBA 2017 深圳 2 班班主任——任焱。

加入中欧

任焱于 2017 年 6 月加入中欧深圳校区。虽然此前已有多年工作经验，电话联系任焱采访时，她谦虚地表示，自己在中欧只能算是新人。确实，和中欧一些有十多年工作经验的班主任相比，任焱属于班主任群体中的新生力量。任焱说，是中欧体系化的人才培养模式让她在上岗之后得以快速熟悉工作流程并融入中欧。



她还记得刚加入中欧后的第一次开学前，学院对整个开学流程进行了三次预演，确保场地、人员和流程落实到位。有任何问题，任焱都可以随时向自己的导师沟通请教。“中欧在人才培养和日常工作上都有成熟的、成体系的标准，通过老带新、工作手册指引、实战演练、关键活动预演等方式，新人加入后可以在很短时间

内印证。不少学员事后回忆起第一次见面被叫出名字的那一刻，都觉得很亲切很惊喜，一扫初到新环境的陌生感，而多了一份对中欧的归属感。

对于教授信息的记忆也是如此。任焱说，她会按自己方便理解的逻辑，例如教育背景、教学经历、研究成果等，对教授简介进行重新整理分类，以便

深圳2班有个富有诗意的昵称：梧桐班。这个名字取自古语“栽下梧桐树，自有凤凰来”，也源于它是中欧深圳校区搬迁至新校址梧桐岛后入学的第一个班级。正如其名，梧桐班聚集了一群在社会上打拼多年但内心仍保有理想的“侠客”，他们带着日常管理中的疑问来到课堂上，怀着对真正学到东西、提升能力的期望；他们也是一群精力充沛的人，工作、学习、运动、社交，样样都不落下。

面对这些普遍年龄都比她大不少的学生，任焱觉得挑战和成长并存。她会经常提醒自己保持心态上的开放，坚持自我，同时也不断向同学们学习。当同学们提出一些好的意见和建议后，她会积极思考如何用于改进现有的做法。

让她欣慰的是，在班委和同学们的共同努力下，梧桐班形成了富有凝聚力和积极向上的班级氛围。当一名学员的企业因不可抗力出现经营危机时，梧桐班好几名同学用各种方式给予他关心和支持，陪伴他度过难关；每一次游学、参访或晚会庆典这样的大型班级活动，学员们都会自发地精心组织、积极参与；梧桐班班级基金在所有学员的支持下已经成立并开始运作，为毕业之后能有稳定的聚会机制提供了保障。

能与优秀的人为伍，这是任焱最喜欢这份工作的理由。“不论是学员、同事，还是教授，都很优秀，都有很多可供我学习提升的地方；虽然这么说可能比较俗套，但的确是真实感受。”

中欧班主任超强的‘人脸识别’功能，就是班主任从业标准的一个缩影。

被培训为可胜任的员工。”她说。

对新人来说，这种标准意味着快速找到标杆和努力方向。“你可以知晓合格和优秀的线分别划在哪里，即使短期内无法达到那条最高线，但有清晰的目标可以参考，这大概也正是对中欧‘认真、创新、追求卓越’的校训的践行。”

中欧班主任超强的“人脸识别”功能，就是班主任从业标准的一个缩影。单凭同学们报名时提供的一张照片——有的还“年代久远”——就提前把他们记住，这并不是一件特别容易的事情，为此每位班主任在开学之前都下足了功夫。“虽然只是一个小细节，但我们相信一个良好的第一印象可以成为同学们顺利在中欧生活学习的开端。”

这也从学员们的反馈那里得到了

记忆。

谈到对班主任工作的理解，任焱觉得，正如班主任一词的英文“coordinator”所展示的那样，这份工作最重要的品质都和协调相关，比如沟通能力、同理心、理解归纳能力。同时也要细心负责，因为课程相关的工作对细节的要求非常高。

“我们班主任有时会开玩笑，这是一份要求性格既外向积极又内向细心的工作，班级活动和课程支持两块对性格的要求几乎是两个方向。所以如果让班主任去做MBTI测试，在外向还是内向这一维度，估计大家的分数居中的会比较多，也就是介于外向倾向和内向倾向之间。”

栽下梧桐树，自有凤凰来

任焱担任班主任的EMBA 2017

塞莉斯泰因： 中欧非洲项目的元老级成员

■ 文 / 夏敏



2007年7月，塞莉斯泰因·库玛霍（Celestine Kumahor）获得了一个中欧非洲项目的工作机会，但当时的她顾虑重重。塞莉斯泰因曾见过其他教育机构进军非洲市场，结果均以失败告终，让不少当地客户的学费打了水漂。她决定，除非能够核实中欧真的符合其网站上的宣传，她才愿意接受这份工作。塞莉斯泰因在近日接受《TheLINK》杂志的采访时解释道：“对我而言，关键在于中欧与过去进入我们国家的其他机构有什么不同？”

于是，她先是参与了多场针对加纳市场的中欧宣讲会，又于2008年9月在中欧上海校区度过了两周。塞莉斯泰因终于意识到，中欧确如其网站上承诺的那样——甚至更好。10年过去了，中欧五大校区之一的阿克拉校区发生了日新月异的变化，塞莉斯泰因的角色也经历了一系列转变，但塞莉斯泰因依然坚信，加入中欧是一个正确的决定。



缘起

第一个认识到塞莉斯泰因在中欧非洲项目中所能发挥的作用的，是时任中欧欧方院长的佩德罗·雷诺（Pedro Nueno）教授。像所有试图在加纳拓展的外国机构一样，中欧需得到当地政府的批准和支持。在驾驭新市场方面，中欧也需要本土支持和建议。中欧雇用了当地一家法律公司，但因缺乏活动营销经验，该公司将部分工作转包给Royal Protocol Services公司。当时，塞莉斯泰因在该公司担任活动经理，工作范围包括项目启动准备和促成中欧与时任加纳总统的会晤。塞莉斯泰因从事这些工作时常和雷诺教授打交道。不久，雷诺教授就要求时任中欧非洲项目执行主任鸿翥吉马教授（Atuahene-Gima Kwaku）把塞莉斯泰因招进团队。



塞莉斯泰因对这个工作机会感到惊讶。她对中欧了解不多，于是开始进行调研。她还要求参与组织中欧未来在加纳的所有活动，以便更好地了解中欧及其在非洲的目标。在组织向当地市场介绍中欧的宣讲会时，塞莉斯泰因收获颇丰。

“在这些宣讲会中，我意识到中欧能给我市场带来一些独特的东西。了解中欧的愿景与使命、中欧如何帮助培养中国商业领袖以及中欧在中国经济转型中扮演的角色后，我认为能进入中欧相当难得，”塞莉斯泰因解释道，“再加上中欧初到加纳，我认为，成为中欧历史的一部分对我来说是一个好机会。这对我也是一种自我挑战。”

塞莉斯泰因花了三周时间确定了自己有意加入中欧。然而，在做出承诺前，塞莉斯泰因需要强有力的证据支撑。“我想亲眼看看网上看到的是

不是真的，”塞莉斯泰因说，“如果我要当中欧的市场主管，我要熟知产品，以便销售它们。”在第一次联系她加入后的一个月里，中欧向塞莉斯泰因发出了一封邀请函，用于申请中国签证。这次访问最终说服塞莉斯泰因签订了聘用合同。

“在参观上海校区之后，我对中欧有了彻底的改观，”塞莉斯泰因回忆道，“我喜欢我在网上看到的一切。但是，真正让我接受这份工作、成为中欧非洲项目一部分的，是我所见到的真实的建筑，认识的每个优秀的人和对中国欧的深入了解。”塞莉斯泰因在2008年9月15日正式加入中欧。

与中欧共同成长

在过去10年中，塞莉斯泰因在中欧担任了不同的职务，与学院在非洲的发展携手并进。最初，她作为课

在这些宣讲会中，
我意识到中欧能给我
我国市场带来一些
独特的东西。

程市场主管，负责 EMBA 和其他课程的招生。同时，塞莉斯泰因负责为加纳和非洲大陆其他地区策划有效的营销举措。后勤方面，塞莉斯泰因还负责预定教学场地、安排教授的航班和住宿。2011 年，塞莉斯泰因晋升为招生及活动经理。这意味着，除推动非洲地区的销售外，塞莉斯泰因还与主要企业客户紧密合作，在招生过程中向申请人提供支持，在申请人学习过程中与其保持联系并处理问题，监督班主任确保课程质量稳定，全面负责加纳国内外毕业典礼和活动。2016 年，塞莉斯泰因晋升到现在的职位：课程交付及活动经理，管理包括 6 名外部供应商在内的 9 人团队。塞莉斯泰因身负确保以下各项课程达成目标的重任——GEMBA 课程、总经理课程（AMP）、非洲女性创业与领导力课程（WELA）、所有者董事课程（ODP）、公司特设课程（CSPs）和中欧非洲项

目所提供的其他高管培训课程。这些目标包括确保学生满意，或者用塞莉斯泰因的话说，确保他们“始终获得世界一流的体验”。这其中很重要的一部分是确保塞莉斯泰因的团队有动力提供始终如一的高品质服务，执行中欧的愿景和使命。他们的努力工作得到了回报。在过去的三年里，学生给中欧的评分保持在 4 到 4.3 之间（总分为 5 分）。

以下是塞莉斯泰因专访节选：

2007 年鸿嘉吉马教授联系你加入中欧时，你有什么反应？

我当时正忙于一项中欧活动，而且并不知道他是谁。所以，他联系我时，我说：“对不起，先生，我现在正忙。如果有事找我，需要等我的工作结束以后才行。”他坚持要跟我谈谈，所

以我把名片给了他，跟他说有什么重要的事情可以联系我。

活动那晚结束后，他打来电话，介绍自己是中欧非洲项目执行主任。当时，我刚刚帮助启动了中欧非洲项目，安排了校领导与加纳总统和其他重要人物的会晤。我们围绕这些聊了起来。我当时并没在另找工作，所以我问他，这份工作与我已有的工作有何不同。

你在中欧最初的职务是课程市场主管，这与你在 Royal Protocol Services 公司担任活动经理有何不同？

作为活动经理，我的工作比较本地化，经常和政府打交道。虽然我的工作内容包括组织国际活动、认识高层人士和出差，但这与在一家我后来意识到如此有影响力的教育机构工作截然不同。对我而言，中欧的工作机会是独一无二的，并且中欧也是一家跨国机构。当然，我也为成为中欧非洲项目的先驱者而感到高兴！



我最骄傲的时刻，是 2009 年的时候，能够在资源有限的情况下成功进入当地市场，为中欧实现超预期的招生目标。

我期待实现个人成长，成就一番与加入中欧前截然不同的事业。我希望自己能利用当时已有的一些经验，为这家初入非洲的机构做贡献。我也希望在各个领域向所有有经验的优秀中欧教授学习。我还希望和来自不同文化背景的人认识、共事，不同的文化对我的生活和工作有积极助益。这些都是我的期望。老实说，过去 10 年里，我实现了大部分期望。

当时有什么期望没有实现？

初期，我的确希望我们已经有了现成的营销策略（因为中欧已在中国成功运营多年）。但事实上，所有事情我们基本都是亲力亲为。尽管人脉不错，但会计出身的我没有营销背景。我期望能得到资源上和架构上的支持，但当时的条件不允许。所以我必须独立完成工作，并且找到正确的方法。这是我在中欧面临的一大挑战，原因是除了资源有限外，我们的目标市场

只占整个非洲市场的一小部分。但这也令人振奋，因为我可以不断成长、学习，变得更好。

2010 年，我的任务是带领一个四人团队为中欧在加纳、尼日利亚和科特迪瓦三国的课程营销制定策略。科特迪瓦是一个法语国家，我对法语和当地市场一无所知。但是我仍然需要完成目标！幸运的是，我 2008 年拜访上海校区时，一些教授带我了解了中欧的一些独特卖点，可以用于课程品牌建设和销售。所以，即使预算不高，我也给出了一项营销策略。我们的目标是招收 30 名 EMBA 学生。最终，我们在 200 名潜在的申请者中录取了 41 名学员。我为我们的团队感到非常自豪。

在中欧的职业生涯中，你还有哪些值得骄傲的时刻？

我常说，我的名字注定载入中欧

塞莉斯泰因的中欧愿望清单：

A.

我希望中欧非洲校友分会与世界各地其他分会的联系更为紧密。尤其是希望看到 22000 多名中欧校友和非洲第一批 EMBA 学员有更多互动。

虽然我们的课程在非洲的目标群体较为有限，我还是希望在不远的将来，中欧能成为一个家喻户晓的名字。为此，我们需要持续改进课程销售、校生沟通和课程交付等各个方面。

B.

非洲校区的历史。我最骄傲的时刻，是 2009 年的时候，能够在资源有限的情况下成功进入当地市场，为中欧实现超预期的招生目标。这些学生都是非常资深的人员，他们在岗位上已有超过 15 年的工作经历。招收 45 名学生（后来有 5 人因去往其他国家或公司等原因退学）让我意识到我能为我的国家和非洲大陆做的比预想的多，这让我感到骄傲。

即使在今天，首届以及 2010 到 13 级的学生中，依然有人说他们是因为我才选择中欧的。他们从未后悔这个决定，因为中欧的学习让他们成为更好的领导者，或者其中国元素为他们打开了许多扇大门。这让我感到温暖。每次听到这些校友的故事，我都很高兴。

当中欧非洲项目第一个班级 2009 级 EMBA 班招生超出目标时，我骄傲不已。招生启动六个月内，就有 26 名

学生报名，完成招生目标的 50%。我的人脉在目标实现的过程中发挥了很大作用。在听取了中欧教授的营销建议后，尽管人还在上海，但我还是立刻投入了工作。拜访完上海校区后，我于 2008 年 9 月 17 日抵达加纳，当时我已经有了第一位学生 Samuel Okyere。我们在机场见了面，他把申请表给了我。

在过去 10 年的中欧工作中，你学到的最重要的一课是什么？

你需要合适的人帮你实现目标，尤其是在资源有限的时候。优秀的人不好找，但我想说的是，在中欧工作，优秀的人自会到来。在招生方面，学生和校友会帮了我大忙。他们周末会给我打电话，告诉我，我应该和某个人见个面。在我和这些潜在的学生开始交谈前，推荐人已经帮我做了一半以上的“推销”，我只需要“完成交易”即可。这是由于中欧推出的

课程非常独特、实用且具有变革性。这个课程能够教我们的客户如何成为有创造力的领导人，如何对自己所做的一切充满信心，如何以创新的方式看待事物且用不同的方式做事。因此，他们也对中欧充满信心，乐于帮助我们找到合适的学生。

这些例子都说明了为何我的中欧职业生涯如此精彩。

我还希望中欧非洲团队的每个成员都能更好地融入中欧大家庭，并且有机会亲自参观我们的主校区和其他校区。当年，正是拜访主校区的机会让我得以更好地感受并理解这份工作，让我改变自己的态度。如果我们给新员工同样的机会，去主校区参观几天、与中国的同事交流，这将有助于让中欧品牌在非洲更好地呈现。



把员工当成合伙人

——解读人力资源管理新趋势

■ 文 / 蒋骋 梁赛楠

当大环境的不确定性越来越高，员工应该如何提升自己的竞争力？当职场主力逐渐向 90 后和 00 后转变，企业又应该如何管理这些新生代员工？5 月 8 日，由中欧职业发展中心 (CDC) 主办的中欧第二届中国企业推介交流会在上海校区举行。13 家不同行业的中企人力资源和业务高管与中欧校友和学员面对面进行了交流。借此机会，《TheLINK》专访了五位 HR 大咖，请他们解答人力资源领域的热点问题并分享行业发展趋势。

受访者名单：

焦佩俊 上海家化首席人力资源官、中欧 EMBA2007

方炜瑾 复星集团人力资源专业赋能中心人力资源执行总经理

施于澜 华兴资本 HRBP

翁洁静 亿腾医药 PR 总监、中欧首届 CHO

薛晶晶 久事智慧体育总经理、中欧 MBA2001



我们要把每个员工看成不同意义上的合伙人。

TheLINK: 您认为员工和公司应该是一种什么样的关系？

焦佩俊：当下，企业和员工之间不再像过去那样被定义成一种“终身服务”的关系，二者之间的关系可能变得愈发灵活，比如从全职、兼职到一种共享合作关系。但实质上企业跟个人之间还是一种相互依存和相互需要的状态。因此，职业人还要具备成熟的心智，明白何时是你与企业相互需要和依存的阶段，才能做出职场生涯中的正确选择。

方炜瑾：我们要把每个员工看成不同意义上的合伙人。我们希望员工和公司的长远利益是一致的，希望彼此的核心文化价值观是一样的，不再是雇主和雇员的关系，而是站在同一个战壕里合作，携手共行、分享利益、创造利益的伙伴，这是未来行业的趋势。



施于澜

通过团队协作做成个人不能做成的事情，这是一个企业或团队本质。

施于澜：所谓的工作，其实是提供一个场所，让不同的人发挥长处，通过团队协作做成个人不能做成的事情，这是一个企业或团队本质。平台为你创造了第一张名片，你则需要为平台做出相应贡献，这是一个双向延续和共同成长的过程。



翁洁静

面对挑战的时候永不放弃的拼搏精神，是我们在选人和用人时的标准。



薛晶晶

企业应该赋能给年轻的员工，让他们有能力能够跟工作有一个很好的结合。

TheLINK: 您所在的企业是如何发挥不同类型的员工的价值的?

焦佩俊：作为“长板理论”的践行者，我一直认为，企业的绩效管理一定要为企业的战略服务。管理者需要清晰地了解企业战略，让员工在组织中最大限度发挥长处，帮助他达成更好的职业规划，为其设定合理的目标并通过正向激励使每个人都较为容易地找到适合自己的定位，我觉得这样才是一套有效的企业绩效管理体系。

方炜瑾：我觉得可以把员工比喻成一个足球俱乐部，球员能不能上场踢球很大程度上不是因为他的年龄，更大程度上是看他的状态。对于员工的判断，不应该简单从年龄程度上去进行分层，更多还是要从他的价值体现，从他的状态上去看他是不是可以拿最佳球员。

翁洁静：专业的素养和操守，精益求精的工作作风，尽忠职守的工作态度，以及面对挑战的时候永不放弃的拼搏精神，是我们在选人和用人时的标准。

TheLINK: 90后和00后等新生代力量正在逐渐登上职场舞台。对企业来说，如何驾驭职场新生代？

焦佩俊：最近很流行一句话是“这个世界之所以进步，是因为下一代人不怎么听上一代的话。”我认为，企业和管理者都应该给予年轻人更多的尊重和包容。

方炜瑾：现在的90后是互联网、产业互联网、大数据和AI时代的中坚力量。他们的消费能力、思考能力、创造能力引领着时代的发展，改变着商业模式和生活方式。

薛晶晶：企业对员工来说如同一个平台，企业应该赋能给年轻的员工，让他们的能力和兴趣能够跟工作有一个很好的结合，让他不断有提升的空间，从而形成自我驱动力。

TheLINK: 您认为目前企业人才管理的最大痛点是什么？

焦佩俊：员工和企业之间的关系变得越来越多样化，这给人力资源未来实践带来了很大的挑战。我觉得很大的一个痛点是企业必须也要延伸出相对应的机制。相信在未来三五年这些新的劳动关系会加速发生，我们必须未雨绸缪。

薛晶晶：不断演变的职场和企业需要制度上的更新和对企业所有制的探索。我们有员工持股这样一个比较超前的制度，它能够很大程度激发员工的自我激励精神，让员工迅速产生主人翁的感觉。我们的很多骨干员工，尤其是加入员工持股计划的员工，他其实更像一个合伙人。



全球化的人力 资本管理新格局

■ 文 / 周琼

HR 管理也需追根溯源？

企业人力资源管理始于企业的自我定位。这是个很少被提及，而攸关企业兴亡的定律。企业如何定位，是其布局商业思路的基础，包括人力资源管理的原则和组织。

企业自我定位不是一劳永逸的决定，而是一个动态的过程。不论本土企业走向海外，还是外资企业进驻国内，都需要制定长期、清晰的自我定位，并持续进行更新和调整。同样，人力资源管理也需要与时俱进。

在日益全球化的商业环境下，企业发展的阶段殊途同归，可分为三个阶段。第一阶段以 R&D 及产品研发为主导，比如特斯拉。第二阶段的特征是规模效应，掌门人需具备跨市场领域的整体把握，以沃尔玛为代表。第三阶段，企业能够

融会贯通地整合各个行业的资源，进行多样化的商业探索，比如阿里集团。这三个阶段既不存在阶梯式的递进关系，也没有明确的界限划分，企业根据自己的定位，立足某个或多个阶段，通过制定相应的人才管理模式，成为个中翘楚。

“社交猎头”另辟蹊径？

在国外，企业的跨地域人才吸纳通常依赖当地猎头。但面对跨界的不断深入，以及与日俱增的人才需求，传统的猎头模式已经无法满足市场的全部需求。尤其是进驻内地的外资企业，在吸纳中高层人员时，对组织匹配度和个人隐私有着特殊的要求。如今，社交招聘（social recruiter）作为一种全新的人才交流方式，正被有意或无意地运用于不少外资企业。企业的招贤纳士，在既有的招聘渠道（猎头，网站招聘）外，也可以借助社交平台的招聘渠道。这些渠道包括行业及企业内的鸡尾酒会、行业论坛、业务培训等，在不同社交层面促进信息的交流和反弹。就这方面来说，中欧国际工商学院也为海内外广大企业家提供了一个优质的社交平台，为行业上下游的各类参与者提供了互相碰撞的机会。

天使总在想象中，魔鬼总在细节中

人才管理和企业的市场布局唇齿相依。中国企业出海的一大关键是如何维系并优化人力资源配置。在借鉴国外较为成熟的人力资源管理方式时，需要从架构到细节切实落地。不少国内企业看似嫁接了全套理论，但在实际操作中依葫芦画瓢，省去或架空某些关键环节，最终画虎不成反类犬。

根据麦肯锡的近期调查，企业人

力资源正呈现某些新趋势，影响着未来商业的运作和走向。比如不断升高的流动率，尤其在某些行业和人群中，正从非常态转入常态。这就要求企业家不断更新认知，调整人力资源的管理模式。比如人力评估，某些企业已经把参考重点从流动率转向精英人力效益（top performance），从而更精准地考量企业人力资源的价值。

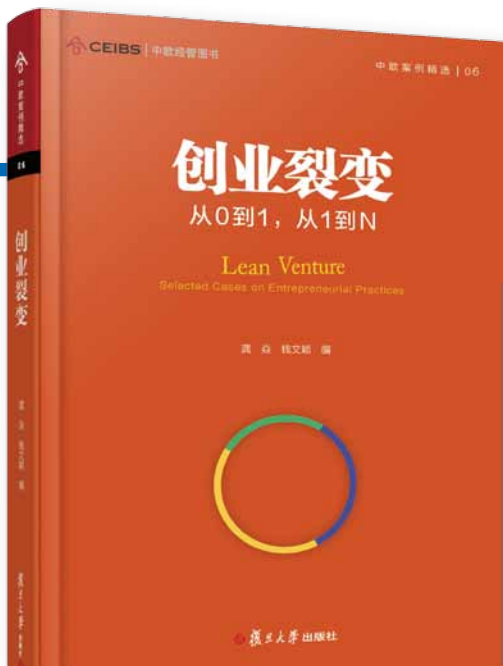
人力资源管理是企业成长和创新的源头活水。面对快速迭代更替的市场环境，企业家不能短视或故步自封，需要不断革新对人力资源的理解和实践。另一方面，企业家往往把预期的人才肖像画得过于理想化。在中欧这类优质多元的资源平台上，通过与教授和同学的圈层效应，企业家在扩大社交圈的同时，收获的是更接地气、

更前瞻性的商业思路和格局观，从而反哺对人力资源的认知和把握。

孟子曰：“天时不如地利，地利不如人和”，可见“人”之重要性。《孙子兵法》中有句话，“天时、地利、人和，三者不得，虽胜有殃”，我们祝福中国企业走得更久远。

周琼女士（EBMA2017）曾在上海企业发展研究所、华为、WALMART 从事大型企业市场/组织研究，以及人力资源管理。曾连续十年担任浦东新区政治协商委员会委员并就社会劳资、兼并收购、华人品牌管理及教育等多方面问题建言献策。现任世界某时尚品牌中国区人力资源总监。





书评

评《创业裂变： 从0到1，从 1到N》

什么样的人适合创业？
 什么时候才是创业的最佳时机？
 如何选择恰当的创业项目才能提高成功率？
 如何搭建有效的团队协作优化内部的资源配置？

……

当你在考虑创业的时候，一定会为上述这些问题焦虑。时代充满了易变性 (volatility)、不确定性 (uncertainty)、复杂性 (complexity) 和模糊性 (ambiguity)，以至于“VUCA”成了当今世界最显著的注脚。新的商业模式层出不穷，行业的变化更令人眼花缭乱，今天被验证成功的范式一转眼就可能成为明日黄花。这些外部的因素加剧了创业的不可控性，那么创业到底有没有一条可遵循的、且行之有效的底层逻辑呢？

中欧创业管理实践教授龚焱与中欧案例中心联合编著的《创业裂变》试图解答这一问题。作为“中欧案例精选”丛书系列的新

成员，这本书梳理了中国当下最火热的两大创业领域——出行和生鲜，从中挑选了8个明星创业公司进行案例分析，每个案例都辅以相关企业高管的评论，以一窥创业的底层逻辑。

通过对8个创业企业案例的分析与观察，《创业裂变》将创业的过程分为3个阶段：

第1个阶段是对商业模式的探索，即从0到1，以EVCARD、两鲜和eMeet为代表；第2个阶段是商业模式的放大和复制，也就是如何从1到N，如鲜丰水果、我厨；第3个阶段是成熟企业的转型和对新的商业模式的探索，即从N到N+1，以戴姆勒、一嗨租车和芬尼克兹为代表。

同时，这本书也指出不同阶段的创业企业所需要的能力是不同的：从0到1阶段，初创公司需要的是快速试错、快速迭代的能力。从1到N阶段，公司需要的是快速复制、标准化的能力。从N到N+1需要的是跨界转型、二次创业的能力。

而很多创业企业在创业过程中出现问题，基本上都是因为对自己所处阶段的定位不清晰，及至采取了与所处阶段不匹配的举措并节节败退：例如低配，即“从0到1”的团队过早做“从1到N”阶段的事情，导致跑不快；还有超配，即“从1到N”的团队做“从0到1”的事情，核心能力不匹配，一直处在试错探索阶段，无法实现企业从初创到盈利的转变；更有错配，即“从1到N”的团队过早做“从N到N+1”的事情，没有聚焦在如何将当前的商业模式发展壮大，而是把精力都放在寻找新的方向上，导致效率低下。

《创业裂变》中关于EVCARD的创业案例很好地示范了“在对的时间做对的事情”。EVCARD是一家专注做新能源汽车分时租赁的创业公司，它创立之初正值中国新能源汽车刚刚萌芽之际，这意味着国内并没有成功的商业模式可供参考。

通过对标法国巴黎的Autolib项目，EVCARD首次提出了分时租赁的

概念，并以精益创业的方式率先在小范围内进行了可行性实验，不断迭代后，最终确定了EVCARD的各项流程逻辑及收费方式，随之再进行网点的扩大及运营管理的升级。短短几年内，EVCARD就杀出了一条血路，实现了“从0到1”的商业模式探索。截至2017年底，EVCARD已经进入60个城市，车辆数量超过27000辆，成为当之无愧的中国新能源汽车分时租赁的领先者。

在对众多创业企业进行剖析之后，《创业裂变》一针见血地指出，创业的底层逻辑不外乎以下3点：

首先，价值创新都是围绕降本增效和提高用户体验来进行的；

其二，相比于押宝在小概率的完美计划和完美执行上，创业企业不如小步快跑，科学试错，缩短犯错的时间；从试错中不断迭代，最终找到正确的方向；

其三，很多时候帮助公司重新打开估值空间的不一定是利润，而是盈利模式、生态网络和对价值的重新定义。

创业是条不归路，但依然有无数人抱着壮士断腕的决心前仆后继，投入到创业的滚滚浪潮中，在这条充满无数未知的路上挑战未知。或许这本《创业裂变》会是你创业路上的良师益友，陪伴你走过创业中的迷茫、困顿和焦虑。



薪火相传 聚焦中欧 MBA 学生会

■ 文 / 孙吉米

每

一届中欧 MBA，学生们都会推选出 7 至 9 名 MBA 学员，组成学生会，服务全体学生的利益，并代表全体学生与学院管理层进行沟通。每一届学生会成员都会汲取前人的工作经验，并制定自己的宏伟目标。社团活动、社交活动和职业发展活动的顺利运行和良好学习氛围的营造，都离不开学生在幕后的不懈努力。除了为同学们提供日常服务之外，每届学生会都会为进一步改善未来中欧 MBA 学员的体验留下特别的印迹。让我们回顾一下五个值得纪念的学生会里程碑：



No.

德文·尼克松和 2008 级 MBA 学生会： 建立学生休闲室



锁店香啡缤合作开发了一个销售模式，每卖出一杯咖啡就有一定比例的收入注入学生休闲室，用以资助未来的活动。张雯也在学生休闲室成立时做出了贡献，她邀请建筑师和设计师，开发出一个既符合校园美学又能够让学生自由活动的空间。”

德文目前仍在上海，他每次回到校园都会到学生休闲室看看，并感到无比欣慰。他说：“我们实现了学生休闲室这个想法，但它之所以能够延续到现在，也要归功于后来各届学生会的强有力领导。特别是 2017 届 MBA 学生会，他们翻新了学生休闲室，表现出色。”

德文·尼克松 (Devon Nixon) 是 2008 级 MBA 学生会主席。入学前，他提前几周来到学校，与 2007 级 MBA 学生会主席一同观看了 2008 年奥运会开幕式转播，并畅谈了“关于中欧的一切”。这是德文第一次了解到，长达五年来，中欧学生们都渴望能够在校园中拥有属于他们的休闲娱乐空间，让他们课后可以在此度过闲暇时光。“在中国，虽然任何事情都有可能实现，但做什么事情都不容易。”他说。“这从学生休闲室的建立上可见一斑。虽然需求强烈，但五年都没能建立起来。”

舞，我们想通过商业的力量，让学生休闲室在未来的 MBA 学员中传递下去。幸运的是，我们的学生会团队通过动用各种资源，实现了这个想法，”德文说。“杰弗里·林 (Jeffrey Lin) 与当时入驻学生休闲室的国际咖啡连

他们想到了校园里的一个非正式餐厅，那里常年闲置，只摆放着一些椅子和一块旧地毯。德文担任主席后，学生会通过自上而下和自下而上双管齐下的方式，成功获得了学院批准，让他们把这个场地利用起来。接下来他们还要克服一个大问题：资金。”学院管理层的大力支持让我们深受鼓



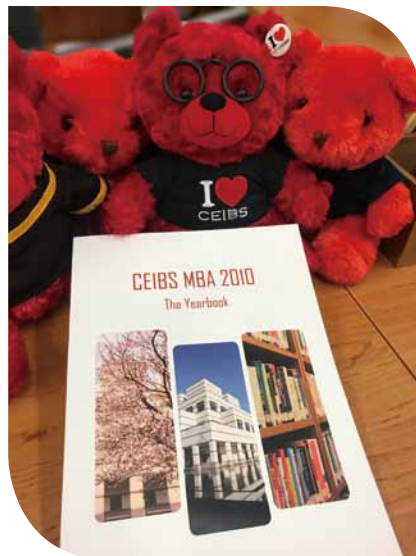
No.

2

蒲彧和 2010 级 MBA 学生会：发起班级年鉴

蒲彧的学生会主席任期给她留下了美好的回忆。她相信，之所以她当时领导的团队能够取得成功，很大程度上是因为他们能够迅速适应不同的文化并营造相互尊重的氛围。“正因为学生会非常多元化，所以它才能够代表全体学生。我们团队中有 8 名学生公仆，包括两名美国人（其中一名是美籍华人）、四名中国人（其中一名在意大利长大）、一名荷兰籍华人和一名韩国人，”蒲彧回忆说。“学生会要把这样一个团体团结起来，需要在学生会与全班同学之间建立真正的协同效应和信任，而我们在任期内的每个决定都更好地营造了这种氛围。”

蒲彧的主要成就之一是开创了新的传统——出版 MBA 班级年鉴。“这个项目不仅需要学生会参与，还需要让具有摄影、平面设计和出版技能的学生志愿者参与进来，”她回忆说。“最后，整个团队花了一个月时间把年鉴做好。在一半同学都在海外交流的情况下，我们不舍昼夜，加班加点工作。最后我们完成了一本充满回忆的年鉴，这个项目也受到后来各届 MBA 学员的欢迎，成为一项传统。”



No. 3

凯尔·巴伦和 2016 届 MBA 学生会： 把全球 MBA 领袖峰会带到校园

凯尔·巴伦 (Kyle Baron) 就任学生会主席时，他的座右铭是“让我们在前人的基础上把中欧 MBA 变得更好。”他很早就认识到，“责任”在实现目标中的重要作用。凯尔说：“我们在学生休闲室立了一块板子，上面分类列出了我们为全体学生所做的事情。”

2016 届学生会的主要成就之一是在上海校区成功举办 2015 年全球 MBA 领袖峰会 (Graduate Business Forum)。该会议始创于 1983 年，汇聚全球顶级 MBA 课程的学生领袖，共同参与一系列研讨会、联谊活动和文化交流。在项目总监亚历克斯·克恩 (Alex Kern) 和中欧 2016 届 MBA 同学们的共同努力下，为期 5 天、以“新常态：中国与世界”

为主题的会议在上海成功举行，让来自 15 个国家、31 所院校的 58 名代表有机会了解中国经济的崛起。这次会议得到了全球 MBA 领袖峰会的高度赞扬。

凯尔目前担任香港区块链咨询公司 BCW 的联合创始人兼管理合伙人，他认为担任学生会主席的经历对他的管理风格产生了很大影响。他说：“在 MBA 课程中，投入越多，收获越多。所以我认为，在 MBA 学习期间我做出的最好决定就是竞选学生会主席。入学时，我想要提升我的领导能力和管理技能，通过和学生会团队的共同努力，我获得了丰富的经验，为毕业后的人生阶段打下了良好的基础。”



No.

4

理查德·希格斯和 2018 届 MBA 学生会： 发起学生主导的口译服务

对 2018 届 MBA 学生会副主席理查德·希格斯 (Richard Higgs) 来说，学生会的目的就是建立一个平台，促进 MBA 学生之间的积极互动。理查德说：“作为所有利益相关者的中间人，学生会经常和各方分享学生群体的观点、需求和关注的问题。此外，学生会关注学生们希望改善的领域，积极推动学校的新举措。”

他和同学们提出需要改善的一个方面是，一些来中欧分享经验的中国企业家和高管只能用中文演讲，但这让非中文母语的学生难以与他们交

流。由于学生社团活动的频率很高，中欧翻译部也非常繁忙，因此并非课堂外的每一次活动都能得到翻译部的支援。理查德说：“我们制定了框架，与校内许多相关人员进行了交谈，最终建立了一个学生主导的同声传译团队，让中欧的所有学生都能参加各种分享活动，不受语言限制。”

在 MBA 办公室和职业发展中心的帮助下，为支持学生活动中的同声传译服务，学校专门对一些教室的设施进行了升级。现在，每学年大约有二十场社团活动会用到学生口译团队的服务。



No. 5



林凯驰和 2019 届 MBA 学生会：开设自助便利店

的供应商。”我们对全体学生承诺，要让校园生活更便利，”林凯驰说。“但考虑到学校规模有限，没有供应商愿意来开设超市，而且很难在校园里找到合适的地点。”

功夫不负有心人。2017 年 11 月，在学校后勤部门的支持下，一家叫“乐活岛”的 24 小时无人便利店在学院金科路校门附近开张，让学生和教职工能够随时买到食物和饮料。他们只需要用手机扫码，就能进店购物和付款。

想象一下这个画面。深夜，食堂早已关门，而你又错过了点外卖的时间。接下来还得为了小组作业奋战到天明的你早已饥肠辘辘。这时你应该如何填饱肚子呢？答案是，要是校园里有个自助便利店就好了。

这是学生会校园事务主管林凯驰和他的同学们共同面临的挑战。要把这样的设施带到校园，需要在中欧各部门之间经过多轮内部协商，同时又要到外部寻找合适



每年，学生会都会给学校带来一些新变化，但显然，这些引人注目的成就离不开学院和全体学生的支持。回忆自己的任期，2008 级 MBA 学生会主席德文表示，由于需要在沉重的 MBA 学业间隙履行学生会职责，入学后的第一个学期，他就注意到自己头上出现了第一缕白发。他建议，如果有学生未来考虑竞选学生会主席，必须先树立正确的观念。“要为学院和同学们的利益而工作，”德文说，“并且牢记，一届成功的学生会，需要所有成员的积极付出。”



幕后故事

中欧成为玛氏智库亚洲合作伙伴



■ 文 / 夏敏

4月，玛氏公司内部智库宣布选择中欧成为其商业模式创新项目“互惠经济学（EoM）”的亚洲合作伙伴。玛氏公司拥有众多知名品牌，如M&M's、德芙巧克力、士力架、皇家、箭牌等。这是玛氏智库首次与亚洲的学术机构合作，此前，它与牛津大学历时5年的合作刚刚圆满结束。根据协议，中欧将对互惠经济学在中国商业环境中的实际应用展开学术研究，推动相关的案例学习，举办课堂讲座，并组织一场年度论坛。

中欧副院长兼教务长丁远博士在该消息公布时表示：“中欧致力于培养积极承担社会责任的商业领袖，他们不只着眼于取得财务上的成功，更有志于为世界做出贡献。玛氏智库的互惠经济学项目与中欧的这一办学目标不谋而合。”

玛氏智库始创于上世纪60年代中期，一直与全球学者和学术机构保持着密切合作。玛氏首席经济师及玛氏智库常务董事布鲁诺·罗奇（Bruno Roche）表示，他们觉得现在是时候

有针对性地“东移”，通过与一家中国学术机构开展合作，将互惠经济学的理念传播到中国乃至整个亚洲。他说：“我们之所以选择中欧，是因为这个学术机构和我们有共同的目标——让商业行为更加符合公共利益。”

但到底什么是互惠经济学？为什么这项合作对中欧和玛氏智库都很重要？请继续阅读罗奇和领衔该项目的中欧副教务长、经济学与金融学教授许斌博士的采访节选。

布鲁诺·罗奇：互惠经济学释义及为何选择中欧

什么是互惠经济学？

互惠经济学是一种变革性的管理创新，让企业能够在所有层面更加有效地运营，但与此同时，以一种可营利且成规模的方式，对他们所影响的个人、社会和环境做出有意义的贡献。实现这个目标的第一步是确保公司除了履行自己的法定义务以外，做出更高的战略决策，把目标置于商业生态系统的中心，而不是把股东利润最大化置于中心，把目标置于外围。这意味着，必须找到股东的“痛点”（需

求），并利用商业生态系统解决这些痛点。第二步，企业要做出战略决策，确保他们调动、管理、创造和/或利用的资源不仅是金融或资本资源，还有人力和社会资源，以及自然资本资源。所有这些资源都有价值，但如果沒有正确的度量，这些资源就白白被浪费了。这是应用互惠经济学的两个前提条件。所以说，企业开始落实互惠经济学后，不仅会对社会和环境的影响方面承担更多责任，还会在财务方面比那些只关注利润最大化的企业表现更优异，在收入和利润、长期和

短期方面均是如此。第三个因素是，互惠经济学要求公司在行为上和公司文化上都进行革新，公司借此做出战略决策，把所有资源凝聚到一个有共同利益的新型商业模式中。只有这样，才能说公司是在按照互惠经济学原则运营。

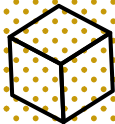
为何与中欧合作？

自互惠经济学项目创立以来，玛氏智库在学术界奠定了深厚的基础。我们曾携手哈佛商学院、巴黎经济学院和巴黎大学，并在过去5年与牛津大学赛德商学院开展了紧密合作。互惠经济学还被开发成课程，以将这种新理念灌输到下一代商业领导人的头脑中，因为学习往往比“舍弃所学”要容易的多。而且，可以这么说，这种应用于学术和实际商业的做法从一开始就是互惠经济学项目中固有的一部分。

我们决定东移并把寻找经济机遇的视野扩大到中国时，当然希望与中国的学术机构取得联系并进行合作。我们曾考虑过清华和北大，但中欧各方面的条件深深吸引了我们。在初次接触中，我们的团队就与白诗莉（Lydia Price）博士、莫伦（Peter Moran）博士和许斌博士组成的中欧团队产生了强烈共鸣。我们在中欧发表关于互惠经济学的演讲后，感受到教职工和学生的普遍认同和热烈回应。这种共鸣是我们玛氏智库团队与中欧团队之间的人文联结。



我们决定东移并把寻找经济机遇的视野扩大到中国时，当然希望与中国的学术机构取得联系并进行合作。





但中欧的组织架构也是关键因素。作为中国政府与欧盟的合作项目，中欧的办学故事非常独特。玛氏智库的许多成员来自西方，而中欧扎根中国。相信此次合作有助于我们在中西方文化之间架起一座沟通的桥梁。

第三个因素是，作为一所商学院，中欧非常注重实际应用。和教授们交谈时，你会发现他们对理论背后的商业应用非常感兴趣，这很重要。在玛氏智库，我们对实际应用也充满热情。我们的员工大多拥有博士学位，他们通常与学术合作伙伴联合撰写学术文章，但商业需求也深深根植在他们的脑海里。对我们来说，如果一个想法无法落实，价值就大打折扣。所以，我们一直都想要确保想法与实践、理论与实际应用之间能够对话，毕竟实际应用才是我们的目标所在。

最后，中欧有一个强大的校友网络，这一点让我们印象深刻。我们

的愿望是把互惠经济学推广到玛氏和牛津以外的更大范围。当然，我们需要确保我们是在和合适的学术机构合作，而且这个机构拥有卓越的学术研究能力和雄厚的教育实力。但通过与中欧合作，我们也希望把互惠经济学推广到人才济济的校友网络，加快这一项目在亚洲——尤其是中国商界——的传播。

我理解这项合作有三个组成部分：学术研究、基础学术教育和接入校友网络。您能更详细地讲解一下如何实施吗？

在研究方面，我们会发表文章、出版书籍，并进行案例研究。在教学方面，我们期待互惠经济学的原则和模式会以MBA选修课的方式逐步在学员中传播。我们还计划组织每年一次的中国论坛。

通过主导相关议题并推广这种

21世纪的新增长模式，中欧将获益匪浅。反过来，中欧也会继续滋养、充实和发展这种新的经济模式和管理创新。这就是我们期待与中欧共同铸就的前景。

我们的愿景是在各大洲建立桥头堡，组成一个世界商学院联盟。我们希望中欧成为这样的桥头堡，成为中国乃至整个亚洲的商学院领头人。多年来，我们曾与中国多所大学的学者合作，但这是我们第一次在机构层面上与中国学者合作。

许斌教授：中欧如何看待这项合作



除了每年的论坛外，这项合作还有很强的学术元素。您能分享一些详细内容吗？

目前我们已经商定由三名教授开展研究项目：市场营销学教授白诗莉 (Lydia Price)、战略学副教授莫伦 (Peter Moran) 和管理学助理教授李尔成 (Byron Lee)。白诗莉将研究经济互惠概念在中国的发展。莫伦和李尔成讲授 MBA 商业伦理课程，所以他们可以在课堂上引入一些互惠经济学概念。这些只是一些初步的合作计划。但是，我想对玛氏智库来说最有价值的方面是与我们的商界高管校友的合作。玛氏智库原本可以选择非洲。但如果能够在一两家中国公司成功实施，将会给他们的方案增加很多信誉。

如需了解关于互惠经济学的更多信息，请访问 <https://economicsofmutuality.com/>。

+

中欧为何接受玛氏智库邀请参加互惠经济学合作项目？

大概两年前，中欧正在思索如何将企业社会责任理念提升到战略高度，因此当罗奇和他的团队来访时，时机可谓恰到好处。正如我们的使命所述，中欧旨在培养兼具中国深度和全球广度、积极承担社会责任的未来商业领袖。因此我们的使命有三大支柱：中国深度、全球广度（学院的定位）和社会责任。当时中欧经过了20多年的发展，已经达到想要强调企业社会责任的节点。有趣的是，当时中欧校友会刚刚推选田明为新任会长，他是南京房地产公司朗诗集团的CEO。校友会的领导团队达成共识，将会把企业社会责任当成中欧校友活动的核心，并将每年年会的主题定为企业社会责任。

我也曾参与校友会领导层的讨论。所以我立刻就想到，与玛氏的合作可以成为学院更大战略的一部分。我想，如果没有这种战略重要性，我们就不会奋力争取与玛氏建立合作关系。



如何俘获小镇青年？

■ 文 / 张娱

近 两年，随着国内一二线城市互联网流量红利的消失，乡镇市场一跃成为互联网增量红利的全新蓝海和重要驱动力。2018年7月，成立仅三年的电商黑马拼多多登录纳斯达克，一下子唤醒了人们对下沉市场的关注。两个月后，同样主攻三四线市场的自媒体平台趣头条赴美上市，再次让聚焦一二线市场的商家们刮目相看。

下沉市场到底有多大？根据易观国际的数据，截至2017年底，位于三线及以下城市的总人口是10亿人，占比超过一二线城市的两倍，其中移动互联网用户接近5亿，且增速大大超过一二线城市。这个庞大的人口基数，造就了一个巨大的市场。

与此同时，由于乡镇市场的滞后性，大部分市场需求尚未被满足。这让越来越多的商家开始瞄准下沉市场

这块大蛋糕。

如何触达这个市场、俘获小镇青年这个三四线城市的代表群体，成了众多企业关注的话题。映美传媒创始人、CEO吴延（中欧创业营第五期学员）与食品特卖平台好食期的创始人兼CEO雷勇（中欧创业营第六期学员），近日与《TheLINK》杂志分享了他们对这个市场的理解与洞见。



吴延：“小镇青年”更多是文化和爱好的圈层

一次意外，让都市宅女林洛景穿越到了电脑游戏中的古代世界。她不仅一跃变成高高在上的宰相千金，还被四个或霸道深情、或英俊冷傲的男神轮番猛烈追求，上演了一出情感大戏。

这是今年由映美传媒联合出品的古装穿越剧《绝世千金》的剧情主线。这部以“撒糖频率高”、“满足少女心”为卖点的网剧上线仅四天，分账金额即破千万，以黑马姿态打破爱奇艺平台多项纪录。

映美传媒创始人、CEO 吴延对《TheLINK》杂志表示，精准定位是这部网剧成功的关键之一。从创作之初，该剧就有着明确的受众：具有少女心的小镇青年。

2015 年是中国视频网站的一个分水岭。彼时，《盗墓笔记》《太子妃升职记》等热门网剧拉开了付费看剧的风口，越来越多的优质内容让视频网站的付费用户呈现出爆发式增长。一直在网络视频行业深耕的吴延推断，未来的五到十年，将是网络付费视频行业的快速增长期。在这个大背景下，他创立了映美传媒，发力网络付费视频这个新赛道。



市场很大，但是吴延选择切入更加细分的领域：以小镇青年为目标人群的网络大电影和网剧。一般来说，“小镇青年”被认为是生活在三四线城市、学历和收入一般的年轻人。但在吴延看来，“小镇青年”不仅是个地缘概念，更是文化和爱好的圈层。他们既可能生活在三四线城市，也可能是生活在一、二线城市的务工人员。



映美传媒以宣发作为起步，在多个项目的尝试和积累中抓住下沉市场的闲娱娱乐属性：不同于一二线城市人口繁忙的生活节奏，三四线人口闲暇时间较多，对视频、游戏等娱乐方式需求旺盛。

在内容上，小镇青年的特点是追求即时满足。“相比于《权力的游戏》这种季播美剧、或是情节推进缓慢的文艺片，小镇青年喜欢更加直接的娱乐方式。”另一个特点则与小镇青年的观影习惯与介质有关。他们往往通过手机在开放式的环境中观看网络视频，比如吃饭的时候看三分钟、公交车上看二十分钟。这种习惯意味着针对他们的产品在设定上，和在封闭环境播出的院线电影截然不同，需要在短时间内高潮迭起。

“这要求你每四到六分钟内，就得特别产品化地设计一个开篇、发展、

“ 相比于《权力的游戏》这种季播美剧、或是情节推进缓慢的文艺片，小镇青年喜欢更加直接的娱乐方式。 ”

高潮和一个小结果，完成一部传统电影中需要三十分钟甚至更长时间来讲述的情节，”吴延表示。

对于网络视频的未来发展趋势，吴延认为价值观非常重要。“我们公司的愿景是传播好内容。我们所有的东西都强调正能量，强调年轻勇敢不怕输的精神。只有正向的价值观才能让公司走得更远。”

雷勇：消费分级的创业实践

拼多多的快速走红并非没有争议。平台上泛滥的山寨商品，一度让其在上市后负面报道缠身。一些观点因而认为，小镇青年就是“雷碧”、“粤利粤”、“康师傅”等山寨商品的目标客户，甚至认为下沉市场等同于消费降级。

但是雷勇不这么认为。“没有人喜欢山寨商品。购买山寨品牌，更多的是因为消费者识别能力低或产品信息不透明，”雷勇对《TheLINK》杂志说道。

他创立的食品特卖平台好食期，通过创新的商业模式和互联网技术手段，将商品生产信息的透明化上升到了一个新的高度：以剩余保质期来区分折扣力度，日期越近越便宜。比如，保质期在六个月以上的商品打6折，五个月的商品打5折，以此类推。保质期还剩1个月的商品则自动下架。这意味着，小镇青年可以以山寨的价格，在好食期平台上买到正品。

虽然好食期的用户中也有小镇青年，但是雷勇的目标客户并不以地域划分。陆家嘴的高级白领中，也不乏好食期的粉丝。“我们的客户是想要聪明省钱的理性购物者群体。只要符合这个特点，那么无论是三四线城市的青年，还是一二线城市里的消费者，都有可能是我们的目标对象。”

“消费既在升级，也在降级。更加准确地说，是在分级。”用雷勇的话来说，他的“好食期”就是一次消费分级的创业实践。

2016年，一次逛超市的经历，引发了雷勇的创业灵感。雷勇在家乐

福买到了一包还有一个多月就要过期的意大利面，这让他心里觉得很不是滋味。他想到，能不能把食品的剩余保质期和价格绑定，进行动态的倒计时定价。于是，好食期诞生了。

好食期创立的背后，是食品行业难以解决的痛点：浪费。虽然商场、超市售卖快要到期的商品并不违法，但是没有一家商超会接收剩余保质期很短的商品。这些商品往往只能销往特殊渠道，甚至成为负资产进行销毁，这给食品厂商和经销商带来了巨大的压力。

“中国每年因为流通效率的问题，最终需要被销毁的食品超过1000亿元。我希望用我们创新的商业模式和科技的手段，每天为中国食品业降损一个亿，一年就是365个亿——这就是我的梦想，”他说。

“

我希望用我们创新的商业模式和科技的手段，每天为中国食品业降损一个亿，一年就是365个亿——这就是我的梦想。

”



五地校区

本栏目集中报道中欧五地校区的近期重要活动



中欧上海校区举办首届 CMO 论增长论坛

2019年3月14日，首届 CMO 论增长论坛由中欧国际工商学院高层经理培训部、中欧校友会 CMO 俱乐部以及阿里巴巴全域营销首次携手在中欧上海校区成功举办。学院欧方院长迪帕克·杰恩 (Dipak C. Jain) 教授，中欧市场营销学教授、副教授长、首席营销官课程 (CMO Programme) 主任王高教授，阿里巴巴集团首席市场官张无忌，阿里巴巴全域营销中心总经理弓依等 10 余位来自品牌、咨询与广告等领域的营销大咖登台分享，共同探讨在数字经济时代应该如何寻找赋能品牌持续增长的数据源动力，500 余位中欧 CMO 俱乐部校友及营销专业人士参会。



倾听世界文明史 ——2019 中欧 北京合聚课堂 正式开课



4月13日，中欧北京校区2019年度合聚课堂正式开课。以“启迪智慧的人文课”定位的合聚课堂，至今已成功举办了15年。15年来，共有30余位知名人文社科学者到合聚课堂讲学，参与校友累计超过2000人次。其中多次前来授课并引荐多位演讲嘉宾的香港中文大学荣誉院士陈方正教授，近日被学院聘为“中欧客座思想领袖”。

2019年，合聚课堂特别策划了以世界文明史为主题的课程，并邀请到10位业界知名学者讲授。课程共分8个模块，是历年来授课教授最多、时间最长的一次课程。不少校友纷纷表示，本次合聚课堂建立了整体性概念，学术水准非常高，“让我们从世界视角看自己，通过过去理解当下”。





中欧深圳校区举办 2019 世界 读书日系列活动

2019年4月20日晚，一场特别的“中欧校友读书分享会”在诚品生活深圳举行。分享会由台湾知名女作家、电视广播主持人吴淡如女士（EMBA2016）领衔主讲。吴淡如的演讲主题为“读书开创人生的可能与不可能”。她分享了阅读和写作对人生的价值与意义，并通过自身经历讲述了如何通过阅读，让生活充满无限可能。

吴淡如女士坦诚真挚的主题演讲带动了现场氛围。随后，贺文艺（EMBA2015）、文梁娟（EMBA2018）、周志超（EMBA2019）三位校友带来了《混乱》、《显微镜下的大明》和《江城》三本书的分享，并与现场听众展开互动。

活动当晚，中欧深圳校区还发布了“2019我的悦读清单”线上互动活动，邀请现场来宾晒出自己的书单并发朋友圈传播，激励大家都来做阅读推广大使。

“合世界·共阅读”世界读书日系列活动迄今已举办两年，获得了教授、员工、校友和学生的大力支持。



MBA 学生赴苏黎世校区 参加海外模块课程

3月，中欧2020届MBA学生来到苏黎世校区，参加海外模块中的卓越制造课程。这是中欧MBA首次在苏黎世校区开展卓越交换课程（EEP）。

EEP专为中国管理者设计，是一系列为期一周的海外模块课程。每门课程由一名中欧教授带队，内容包括学术理论、讨论、案例研究、公司拜访和交流等。EEP课程既可以专门为高层经理培训定制，也是中欧EMBA和MBA海外模块的一部分，学生可以从五个主题中选择一个进行学习。

这些主题包括卓越工业，创新和创业，品牌和设计，卓越服务，家族企业和

智慧医疗等。

MBA学生在管理学副教授书博承（Sebastian Schuh）的带领下，先来到德国工业重镇斯图加特。这里是工业4.0的发源地，也是许多“隐形冠军企业”的家乡。之后，他们又移师苏黎世及其周边地区，进行了为期三天的学习，内容包括Bossard公司的智能物流、谷歌的企业内部创业、奥迪的颠覆性汽车技术以及史陶比尔公司的工业机器人技术等，不一而足。

如果没有融入当地文化，任何学习之旅都是不完整的。因此，学生们参观了瑞士国家博物馆，了解了这个以质

量和工艺闻名的国家是如何打造自己的国家形象的。晚餐时间，中欧瑞士校友在当地著名的军火库餐厅欢迎学生们的到来。他们一起享用了餐前酒，并品尝了当地特色香肠。

苏黎世校区每年都会开设10多次EEP课程，并且其数量还在不断增加。接下来，中欧还将推出多门EEP课程，包括由忻榕教授带队的卓越服务课程（6月），由张宇教授带队的创新瑞士课程（9月）和由王婧副教授带队的卓越品牌课程（11月）。



WELA 尼日利亚校友启动女性创业者基金

为了提升尼日利亚女性的竞争力，非洲女性创业与领导力项目（WELA）2015 级的尼日利亚校友于今年早些时候发起了 WELA 天使投资人倡议。由于各种限制，女性创业者常常被商业银行或小额信贷机构拒之门外，该倡议旨在为这些女性提供企业周转资金。目前，已有 15 名女性创业者获得了一年期的免息贷款，额度从 50,000 奈拉（138 美元）到 100,000 奈拉（276 美元）不等。作为中欧 WELA 校友积极践行社会责任的缩影，这个基金未来还将继续增长。

“尼日利亚有许多勤奋、努力的女性，希望通过创业来改善自己和生活家人的生活条件。然而，她们当中大多数人都无法获得创业所需资本。”WELA 尼日利亚项目的 2015 级班长奥摩耶

米·楚吾拉（Omoyemi Chukwurah）在基金启动大会上解释道。“我们希望通过这项倡议，给尼日利亚新一代女性创业者提供资金支持，并希望她们日后也能为其他女性创业者提供这样的支持。”

该基金由 WELA 校友捐赠，入选的女性创业者可以从基金中获得贷款。她们有一年的时间还贷，无需支付任何利息。一年后，这些创业者将凭借企业产生的利润自给自足，她们的还款则将重新分配给其他女性创业者。

要想成功入选，申请者必须获得该基金的捐赠者（天使投资人）的提名，并且拥有一家运营时间超过 5 年的企业。每名申请者还须提供两名担保人，并同意贷款合同中规定的条款和条件。

在获得贷款之前，女性创业者还会接受培训，学习怎样改造企业架构、帮助企业实现新增长。贷款通过商业银行或小额信贷银行发放，并附有条款以防止违约。

坚信女性需要相互帮助的艾德娃·迪克森（Edewo Dickson）是该基金的受益者之一。对于自己的企业终于有机会扩张，她感到兴奋不已。“过去 20 年来，我一直经营香料、蜗牛和大蕉业务。此前，由于无法获得贷款，我的企业一直难以发展壮大。现在我不但获得了无息贷款，还获得了能让公司蒸蒸日上的经营管理知识。我计划与朋友们分享这些新知识，让她们也可以更好地发展自己的业务。”她说。

全球化中国企业核心人才特设课程（模块制）^{升级}

Key Talent Programme for Chinese Companies Going Global

2019年9月5日下午开课 北京/上海

中国经济与世界经济持续融合中，中国企业

- 如何开启全球化通道，加快技术升级和确立品牌优势，重构全球价值链，提升中国企业在全球市场的竞争力？
- 如何持续改进“走出去”企业的本土化经营和投后管理，促进中国企业更快、更好地融入当地营商环境，避免因对标的国营商环境误判而付出高昂“学费”？
- 如何在布局全球市场的战略下迅速配备具有全球视野与管理水平的人才梯队？

学员对象

国际化企业董事长或总经理、海外事业部主要负责人、外派高管、计划开展境外合作相关业务负责人等。

课程咨询

陈曦 手机：(86) 136 2111 1115 邮箱：cbill@ceibs.edu



详情请扫码



前有张骞 后有中欧来者
纵横交往 融汇全球

「伟大不止历史，也可以是明天的你」

「国君子」
北京中欧国际工商学院 总经理

中欧国际工商学院

CHINA EUROPE INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

中欧 2019 思创会激荡思想火花



今

年三到四月，中欧国际工商学院品牌系列活动“中欧 2019 思创会”走入温州、成都、武汉和南京等四个城市，为当地观众奉上多场思想盛宴。

3月23日，思创会首站走进温州，中欧副教务长、经济学与金融学教授、吴敬琏经济学教席教授许斌与多位企业嘉宾共同探讨中国民营企业如何突破困局，实现新生。温州市政府副秘书长戴旭强在欢迎辞中提到，中欧作为世界顶级商学院，其庞大的校友群体为推动中国经济发展发挥了重要作用。

在主题演讲中，许斌教授从宏观层面分析了当前的国际国内经济形势，并总结归纳了中国经济发展的“3S优势”，即规模经济优势（Scale）、范围经济优势（Scope）和速度经济优势（Speed）。他认为，中国经济完全有能力保持中高速增长，民营企业依然有巨大的发展空间。但许斌教授同时指出，由于边际驱动力递减，过往的资本驱动模式不可持续。中国经济要想维持中高速增长，只有靠效率驱动，提高全要素生产率。

3月29日，思创会第二站走进西南城市中心成都，中欧金融学

教授、美国康奈尔大学金融学教授黄明与中欧四川校友会会长、成都迈普集团董事长花欣（中欧LCP2011）等多位嘉宾共同探讨企业的基业长青之道。此次“思创会”由中欧四川校友会和成都天府软件园有限公司联合主办，吸引了300位当地企业家和高管参与。思创会上，在题为“企业创新与财务纪律”的主题演讲中，中欧金融学教授黄明教给在座的企业家两大法宝，帮助企业在经济放缓的周期中提高竞争力。这两大法宝分别是：推动企业创新与品牌建设，加强企业财务纪律。

“江城”武汉是思创会的第三站。4月19日，黄明教授与多位企业嘉宾共同探讨了如何推动企业创新，让企业穿越发展周期。近400位当地企业家和高管参加了此次活动。武汉作为中部工业重镇，拥有完整的现代制造业产业链，高端装备制造业企业云集。在东湖高新区内，集聚了大量光纤、光电子设备、通信设备、计算机、医药等高新技术企业。学院希望通过举办此类高层论坛，将前沿的管理知识传播到武汉并辐射和扩散至周边地区，为中部地区企业发展转型提供新的视角和解决方案。

4月25日，思创会走进六朝古都南京，中欧市场营销学教授、中欧数字经济和智慧企业研究中心联合主任方二与多位江苏企业嘉宾一齐出席，共同探讨智能商业环境下企业的破局新思路。活动吸引了超过400位当地企业家和企业高管到场参加。苏宁科技集团常务副总裁荆伟博士结合企业实践，分享了他对零售行业的洞察以及对企业进行数字化转型的建议。本次活动由中欧国际工商学院主办，中欧南京校友分会、南京市进出口商会、国际卓越运营协会南京分会协办，中欧数字经济和智慧企业研究中心提供智力支持。

继南京“思创会”之后，中欧“思创会”还将陆续走进郑州、昆明、青岛、广州等地，邀请中欧名师与当地知名企业企业家一起解读互联网时代的全新商业思维。



2019 届 MBA 毕业典礼——精彩瞬间



在

亲友、中欧教授、导师和工作人员的陪同下，2019 届 MBA 毕业生于 4 月 13 日加入了学院的校友大家庭，成为这个由 22000 多人组成的校友网络的一员。在这个回顾过往、展望未来的日子里，中欧欧方院长迪帕克·杰恩 (Dipak Jain) 教授、副院长兼中方教务长张维炯教授和副教务长兼 MBA 课程主任范悦安 (Juan Fernandez) 教授等学院领导出席了庆祝活动。

以下是一些令人难忘的典礼片段：

中欧欧方院长迪帕克·杰恩教授：

“请牢记，你可能只在中欧学习了 18 个月，但你将永远是中欧的校友。”

特邀嘉宾，光辉国际亚太区总裁郑家勤 (Charles Tseng)：

“我相信，最成功的 CEO 不仅相信自己的大脑，还会追随自己的心。他们只做那些自己直觉上认为是正确的事情。”

中欧管理学助理教授李尔成 (Byron Lee)：

“在这个强调创新和品牌的新时代，每个人最大的财富就是你自己。你就是自己的身份证，也拥有自己的知识产权。你属于你自己。我鼓励大家在未来拥抱三个 IP——想象未来、确定目标、照亮他人。”

2019 届 MBA 毕业生代表 Elizabeth Achieng Chweya：

“不同的外表、不同的想法、不

同的世界、不同的视角——正是这些不同，让每个人的人生变得更加精彩有趣。所以，如果你发现自己有些格格不入，请尽可能保持自己的特立独行。敢于走出去，敢于和别人不一样，做自己！”

2019 届 MBA 毕业生代表周亦圆：

“也许你会好奇我为什么给自己的法律生涯按下暂停键，来到中欧 MBA 课程深造。两年前，我或许无法给你答案。但今天我可以告诉你，在中欧学习是我做过的最好的选择。我还对中欧校名的英语缩写 CEIBS 这五个字母有了全新的理解：自信 (Confidence)、卓越 (Excellence)、智慧 (Intelligence)、平衡 (Balance) 和奉献 (Sacrifice)。”

欧盟驻华大使郁白做客“大师课堂”



周年系列活动之一，此次“大师课堂”的举办体现了学院在推进中欧关系进一步发展中发挥的作用。

在被问及中欧国际工商学院的未来发展时，大使表示，在中国和欧盟的共同努力下，学院取得了令人瞩目的成就，全球排名不断攀升，成为亚洲顶尖的国际商学院。扎根中国是中欧国际工商学院的特色所在，希望它能够继续保持自身的独特性。未来，中欧国际工商学院将有很大潜力成为一所具有重要影响力的百年名校，培养出越来越多的商业管理者和领袖。

值得一提的是，郁白大使不仅是一位国际知名政治家，还是一名汉学家，他的回答中透露出对中国语言、历史和文化的深刻理解，令在场观众印象深刻。

5月10日，中欧国际工商学院“智荟中欧2019•大师课堂”在上海校区迎来首场讲座，欧盟驻华大使郁白 (Nicolas Chapuis) 先生应邀发表演讲，分享了在推进中欧关系更上一层楼的过程中，欧盟企业在华营商与中国对欧投资面临的新机

遇。中欧国际工商学院院长李铭俊教授、副院长兼教务长丁远教授出席活动。

作为中国与欧盟成功合作的典范，中欧国际工商学院一直致力于为中国与欧洲搭建经济、文化、人才交流发展的桥梁。作为学院25

中欧GEMBA学生探索加纳

今年一月，中欧GEMBA 2018 Double Module Track的学生来到非洲加纳，进行首个海外模块的学习。作为财务报表和经济分析双模块的一部分，他们走访了加纳证券交易所和可可研究所，还在本索植物园里了解了加纳当地的特色动植物。在中欧阿克拉校区举办的鸡尾酒会上，学生们还与当地校友进行了会面。



求道十五载，创新一路行 与南京校友分会面对面

去年，成立于2003年的南京校友分会迎来了15岁生日。作为十五周年庆系列活动的圆满收官，同时为表达广大南京校友对母校的感激之情，分会理事会决定于今年二月向中欧教育发展基金会捐赠人民币15万元，冠名一根上海校区廊柱，并以十五周年庆口号“求道十五载，创新一路行”作为廊柱的铭牌寄语。尤为值得一提的是，这已经是南京分会第六次以集体名义向母校进行捐赠。

从初创至今，南京分会就一直在凝聚校友、回馈母校方面进行探索和创新。目前，分会已有超过450名在册校友。在历任理事会的不懈努力下，分会组织开展了丰富多彩的活动，为校友们搭建了学习、商业、生活和践行公益的优质平台，以促进校友、学院、社会三者之间的正向联系。伴随着分会的成长，许多南京校友也在这里收获了更成功的事业和更成熟的思想与人生。

今天，我们走进南京校友分会，听他们聊聊这些年来，他们在开展校友工作、践行社会责任方面的经验与创新。

Q1：“认真、创新、追求卓越”是中欧的校训。去年是南京校友分会成立15周年，分会提出了“求道十五载，创新一路行”的口号。你们是如何在校友工作中不断创新的？

南京分会：南京分会是一个有活力、组织力和凝聚力的集体。我们有共同的目标和价值追求、合理的组织架构和高效的服务团队，以及良好的团队文化和氛围。在此基础上，我们从三个方面着手创新：第一，建立新架构。我们创造性地建立了“年级长”制度，把校友会的基因嵌在了年级上，让校友会组织绵密、活力强劲；同时，我们设立俱乐部召集人，鼓励大家建立兴趣小组，开展丰富多彩的活动。第二，开拓新视野。我们搭建学习、商业、生活平台，促进校友间、分会间以及校友与学校、社会间的充分交流与融合。第三，打开新格局。我们开创性地打造了“浓情中欧”公益项目平台，凝聚校友力量，为校友践行公益提供更多的选择和机会。

Q2：学院一直致力于培养积极承担社会责任的领导者，南京校友们也活跃于公益舞台。作为中欧校友，你们如何解读企业家精神？分会如何通过公益项目平台帮助校友们践行社会责任？

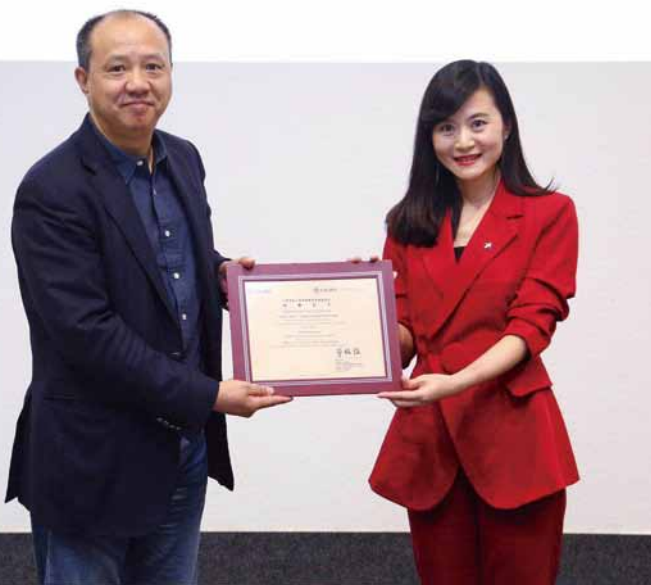


▲ 南京校友会成立 15 周年庆典

南京分会：企业家精神反映了企业家在生产经营活动中的价值取向和基本信念，在我们看来，创新创业、奋斗进取以及积极承担社会责任是企业家精神最核心的部分。南京分会的众多校友和校友企业长期以来一直用实际行动承担社会责任、践行公益事业。通过前期的大量调研，我们制定了“中欧浓情金陵项目”平台专项计划方案，希望通过搭建一个透明公开

的平台，集聚更多的校友、校友企业的公益力量，逐步形成稳定、有效的运作机制，为校友践行公益提供更多的选择和机会，使更多的个体能够参与其中。平台建成后，基于对分会的认同，许多校友的参与热情都很高。2017年底，平台推出了帮扶流动儿童的公益项目——“戏剧实现梦想”，希望基于孩子们的真实需要，通过戏剧陪伴和见证他们的成长，帮助他们

▼
 中欧教育发展基金会助理秘书长刘小鸥（右）在2019年春茗会上向会长潘龙泉颁发捐赠证书



树立自信，实现自尊自强。这个项目面向中欧校友筹集爱心善款，并用善款组建了中欧五塘小学戏剧队，为孩子们安排课本剧排演课程，并在课程结束后前往南京各大高校及公益剧场公开演出，以“一本书换一张门票”的方式来捐建“流动图书角”。在开放认捐后，50个名额很快被校友们一抢而空。

Q3：此次冠名上海校区廊柱，是南京分会第六次向母校捐赠。不少南京校友也通过各种方式给予母校大力支持。支持母校发展，是否已经植根于南京分会的文化之中？

南京分会：正是因为有了中欧，才有了各位校友和各地校友分会。只有学院发展，南京分会才能不断发展壮大。尽管很多校友已毕业多年，但大家对母校的感激、关心和热爱依旧如初。支持母校发展确实可以被视为分会文化的一部分，但它不仅仅是捐钱捐物这样简单，更是一种团结的象征，也是校友们认可母校的表现。大家对母校常怀感恩之情，希望给予母校回报，为母校的发展建设做出力所能及的贡献。

Q4：今年是母校成立25周年，有什么想对母校说的话？

南京分会：25年时代变迁，25年砥砺奋进，我们为中欧25年来历经风雨取得的成就感到万分的骄傲。饮水思源，作为校友，我们始终不忘母校的恩情，深切感谢母校的栽培。今后我们也将一如既往地密切关注着母校，为母校的建设和发展贡献力量。相信在“认真、创新、追求卓越”校训的感召和引领下，中欧将会培养更多具有国际视野、积极承担社会责任的商业领袖，推动社会经济的发展。衷心祝福中欧在未来的日子里蓬勃发展、再谱华章！

- 走，跟着他们游南京！

Q1：南京是六朝古都，旅游名城。在您眼中，南京哪里最美？

潘龙泉（现任会长，CEO2008级校友）：说到南京美景，首先想到的就是玄武湖。玄武湖风景区是一座国家级风景区，位于紫金山脚下，是江南最大的城内公园，被誉为“金陵明珠”。它是一座风景园林，亦为文化胜地，许多文人墨客都曾在此留下身影诗篇。玄武湖是南京人平日休闲锻炼的好去



◀
潘龙泉
南京校友会会长



◀
孙晓青
南京校友会秘书长

处，无论是跑步健身、骑车环游或是漫步赏花，都是不错的选择。

Q2：南京小吃全国闻名，如果要向其他地区的中欧校友推荐一款南京美食，您会为哪款美食代言？

孙晓青（现任秘书长，EMBA2010级校友）：南京有非常多的美食小吃，排名首位的就是金陵盐水鸭。盐水鸭是南京非常出名的特产，一年四季都是餐桌上的常菜，逢年过节、招待客人都少不了它。中秋前后，桂花盛开的季节制作的盐水鸭色味最佳，又被称为桂花鸭，欢迎各地校友有机会时前来品尝。



Thank You

中欧EMBA特别鸣谢
SPECIAL THANKS FROM CEIBS EMBA

感谢您对中欧EMBA的支持和关爱，
感谢您分享中欧EMBA带来的改变、成长和荣耀，
您的拳拳之心和真情厚意是我们弥足珍贵的财富，更是中欧长足发展和迈向卓越的内生性驱动力，
感谢您为中欧EMBA2019级春季班申请人撰写推荐信，或是帮助他们完成申请过程。

特别感谢名单如下：

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA1996	金 路	华平投资
EMBA1996	李 明	远洋地产集团
EMBA1996	路至伟	伊稻（上海）商业有限公司
EMBA1997	曹 亮	蚂蚁金服
EMBA1997	秦裕农	汇力投资基金管理有限公司
EMBA1997	沈建芳	国投创新投资管理有限公司
EMBA1998	曹 耕	伟恒通（上海）有限公司
EMBA1998	王 旭	中国国际技术智力合作有限公司
EMBA1999	吴竹平	上海新南洋股份有限公司
EMBA1999	袁泽之	默克雪兰诺有限公司
EMBA1999	张 峰	东方农业有限公司（澳）
EMBA2000	邓 辉	玉柴船舶动力股份有限公司
EMBA2000	李春平	杭州华智融科投资管理有限公司
EMBA2000	佟立群	蓝信移动（北京）科技有限公司
EMBA2000	谢 鸣	苏州市政协委员会
EMBA2000	徐 俊	江苏正济药业股份有限公司
EMBA2000	祝向群	万通（苏州）定量阀系统有限公司
EMBA2001	单 军	亮锐（上海）管理有限公司

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2001	高天乐	浙江天正电气股份有限公司
EMBA2001	胡世杰	苏州骏安特汽车电子有限公司
EMBA2001	李月庆	上海天翼图书有限公司
EMBA2001	马 烈	上海格林曼环境技术有限公司
EMBA2001	毛 骏	上海畅圣计算机科技有限公司
EMBA2001	彭政纲	恒生电子股份有限公司
EMBA2001	万 钧	狮桥资本
EMBA2001	王旭宁	九阳股份有限公司
EMBA2001	翁海梅	上海瑞仕青春之旅国际旅行社有限公司
EMBA2001	周敏峰	宁波华翔集团股份有限公司
EMBA2002	储慧斌	湖南海捷投资控股集团
EMBA2002	董 玮	快臻贸易（上海）有限公司
EMBA2002	胡 雄	君和资本
EMBA2002	黄云龙	北京智博高科生物技术有限公司
EMBA2002	金卓君	颢泽（上海）企业管理咨询有限公司
EMBA2002	井 宇	中国凤凰投资控股有限公司
EMBA2002	刘常科	轻轻家教
EMBA2002	栾丕杰	青岛海信移动通信技术股份有限公司

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2002	裘新	上海报业集团
EMBA2002	吴文滨	研华投资股份有限公司
EMBA2002	萧士仁	上海泓仁财务咨询有限公司
EMBA2002	张大可	霍尼韦尔集团
EMBA2003	邓赟	埃森哲(中国)有限公司
EMBA2003	杜海波	河南正永会计师事务所有限公司
EMBA2003	高翔	自由职业者
EMBA2003	胡梅龙	三人行广告有限公司
EMBA2003	李丹丹	合空间
EMBA2003	李剑彤	宏润建设集团股份有限公司
EMBA2003	李清飞	金一科技有限公司
EMBA2003	李作灵	北京长信泰康通信技术有限公司
EMBA2003	娄国庆	河南泰庆质量检测有限公司
EMBA2003	邵卫	智龙信息技术有限公司
EMBA2003	宋文明	安徽易德人力资源管理有限公司
EMBA2003	汪浩	中信建投证券股份有限公司
EMBA2003	王国卫	上海鑫富越资产管理有限公司
EMBA2003	王卫	山西高河能源有限公司
EMBA2003	熊帆	重庆翰宗数码传媒有限公司
EMBA2003	徐永安	横店集团控股有限公司
EMBA2003	岳国健	莱尼电气线缆(中国)有限公司
EMBA2003	张林	维谛技术有限公司
EMBA2003	张亚波	浙江三花控股
EMBA2004	蔡明浚	法国凯辉私募股权投资基金
EMBA2004	陈学军	全时云商务服务股份有限公司
EMBA2004	何育萍	宾大沃顿中国中心
EMBA2004	侯海良	上海至正道化高分子材料股份有限公司
EMBA2004	李华	泰豪集团有限公司
EMBA2004	潘志纯	上海市人大财经委
EMBA2004	孙益功	同策房产咨询股份有限公司
EMBA2004	唐建新	广东中晶电子有限公司
EMBA2004	王国斌	君和资本
EMBA2004	王泉庚	美特斯邦威
EMBA2004	王睿	上海迈谱盖特数据科技股份有限公司
EMBA2004	王天舒	同策房产咨询股份有限公司
EMBA2004	吴胜章	维谛技术有限公司
EMBA2004	尹忠义	特瑞堡密封系统(中国)有限公司
EMBA2004	章勇	上海金蝶网络科技有限公司
EMBA2005	白中琪	永丰金证券(亚洲)有限公司
EMBA2005	韩军	西安新路网络科技有限公司
EMBA2005	韩志勇	北京奇鱼时代科技有限公司
EMBA2005	李从瑞	中国金茂控股集团有限公司
EMBA2005	刘汉斌	北京中新华文传媒投资有限公司

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2005	刘向东	艾默生网络能源有限公司
EMBA2005	刘忠	北京三次方资本管理股份有限公司
EMBA2005	裴振华	苏州天华超净科技股份有限公司
EMBA2005	苏立	祥源控股集团有限责任公司
EMBA2005	田明	朗诗绿色集团
EMBA2005	王炯煜	香港旭松资产管理咨询有限公司
EMBA2005	吴献	北京国广光荣广告有限公司
EMBA2005	徐波	深圳市架桥资本管理股份有限公司
EMBA2005	杨光泽	北京盈创再生资源回收有限公司
EMBA2005	俞发祥	祥源控股集团有限责任公司
EMBA2005	钟鸣	飞利浦(中国)投资有限公司
EMBA2005	朱忠敏	上海东来科技有限公司
EMBA2006	曹祥来	上海昌智盛实业有限公司
EMBA2006	陈靖丰	上海中甯投资有限公司 江苏大众医药集团有限公司
EMBA2006	崔人夫	长沙昌顺置业有限公司
EMBA2006	方朝阳	长江精工钢结构(集团)股份有限公司
EMBA2006	顾建党	菲尼克斯(中国)投资有限公司
EMBA2006	金波	上海大众公用事业(集团)股份有限公司
EMBA2006	梁新宇	百世物流科技(中国)有限公司
EMBA2006	刘屹	天堂硅谷资产管理集团有限公司
EMBA2006	楼小强	康龙化成(北京)新药技术有限公司
EMBA2006	吕曦	Inyoung Group
EMBA2006	吴建华	慈记网络科技有限公司
EMBA2006	吴宵光	微光创投
EMBA2006	叶崑涛	上海醴泽投资管理有限公司
EMBA2007	董红卫	智联友道科技有限公司
EMBA2007	李伟	上海沃盟广告有限公司
EMBA2007	李妍	首创热力股份有限公司
EMBA2007	林海天	Vitol Asia Pte Ltd
EMBA2007	毛思翩	Bestol Footcare Limited
EMBA2007	彭森林	深圳七彩人生家具集团有限公司
EMBA2007	沈海鹰	艾铭思汽车电子系统有限公司
EMBA2007	宋军	北京尚诚同力品牌管理股份有限公司
EMBA2007	王迅	锐嘉科投资控股有限公司
EMBA2007	肖平良	红荔街科技有限公司
EMBA2007	谢学焘	鹰潭余江县数字创意产业园有限公司
EMBA2007	徐国华	中国平安人寿保险有限公司
EMBA2007	杨冠平	冠通期货经纪有限公司
EMBA2007	杨秋明	傲锐汽车部件(上海)有限公司
EMBA2007	杨小松	浙江天宇药业股份有限公司
EMBA2007	杨晓明	中国航空器材集团有限公司
EMBA2007	余文罡	浙江浙大网新集团有限公司
EMBA2007	袁凤	上海茈博信息科技有限公司

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2007	张邦鑫	好未来控股有限公司
EMBA2007	张 彬	北京数字一百市场咨询有限公司
EMBA2007	张 瑜	天堂硅谷资产管理集团有限公司
EMBA2007	赵雨润	合领（北京）科技发展有限公司
EMBA2007	周晓乐	天堂硅谷资产管理集团有限公司
EMBA2007	朱 静	上坤集团
EMBA2008	陈 帅	弘毅投资
EMBA2008	陈文俊	派拓网络
EMBA2008	段兰春	凯辉基金
EMBA2008	范大鹏	文泰商学院
EMBA2008	梁宇峰	上海益盟股份有限公司
EMBA2008	齐玉杰	百度风投
EMBA2008	盛泽林	苏州泽璟生物制药有限公司
EMBA2008	孙国雄	兴业证券股份有限公司
EMBA2008	吴敏芝	阿里巴巴集团
EMBA2008	许 昕	山东乐舱网国际物流有限公司
EMBA2008	姚海源	山东联通互联网运营中心
EMBA2008	余臻荣	热风投资有限公司
EMBA2008	詹志春	武汉新华扬生物股份有限公司
EMBA2008	张爱民	心元教育机构
EMBA2008	张 蓓	上海象外旅游文化发展有限公司
EMBA2008	张文贵	票金所
EMBA2008	张永便	三亚海棠湾国际温泉度假养生文化村
EMBA2008	张在忠	山东海科化工集团
EMBA2008	郑清好	天津睿智永鑫智能有限公司
EMBA2008	朱明明	Sonos 搜诺思公司
EMBA2009	卜江勇	三胞集团有限公司
EMBA2009	陈 祥	上海丰洛企业管理有限公司
EMBA2009	陈运生	丰屋科技（深圳）有限公司
EMBA2009	刁 露	路劲地产华北区域公司
EMBA2009	窦 虔	北京童音教育科技有限公司
EMBA2009	葛文越	上海凯鑫分离技术股份有限公司
EMBA2009	郭 永	卫材（中国）药业有限公司
EMBA2009	胡庭洲	好时（中国）投资管理有限公司
EMBA2009	黄 辉	中粮期货有限公司
EMBA2009	李楚华	印力集团
EMBA2009	李洪波	远洋地产有限公司
EMBA2009	李孟东	科肯绿色（北京）科技有限公司
EMBA2009	李 耀	北京京博锐马科技有限公司
EMBA2009	刘小东	慧聪集团
EMBA2009	刘欣宇	太合汇资本
EMBA2009	隆 雨	（前）京东集团
EMBA2009	马赤兵	广东美的厨房电器制造有限公司

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2009	苗 峰	北京商越网络科技股份有限公司
EMBA2009	潘伟潮	广东乐心医疗电子股份有限公司
EMBA2009	彭斯光	深圳市美联国际教育有限公司
EMBA2009	戚 震	宁波奇正投资有限公司
EMBA2009	石旭涌	常州市武进区人民政府
EMBA2009	史子江	罗氏诊断产品（上海）有限公司
EMBA2009	孙坤祥	江苏聚博文旅产业集团有限公司
EMBA2009	童裳慧	中晶环境科技股份有限公司
EMBA2009	王 崧	普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）
EMBA2009	王志荣	浦东新区金桥镇人民政府
EMBA2009	吴晓宁	澳门科技大学
EMBA2009	徐攀峰	河南省泰丰医药科技集团有限公司
EMBA2009	张 浩	上海陆家嘴集团有限公司
EMBA2009	赵国庆	马上消费金融股份有限公司
EMBA2009	赵志强	上海高风互联网金融信息服务有限公司
EMBA2010	奥成文	诺安基金管理有限公司
EMBA2010	顾 京	深圳市世纪海翔投资集团有限公司
EMBA2010	何红强	银雁科技服务集团股份有限公司
EMBA2010	何志强	厦门宝太生物科技有限公司
EMBA2010	贾铭琳	石嘴山市丰本集团发展有限公司
EMBA2010	金 勇	有库科技（天津）有限公司
EMBA2010	李 颢	LPKF China
EMBA2010	李建蓉	北京华源厚土土地整理规划设计有限公司
EMBA2010	李永刚	深圳华声医疗技术股份有限公司
EMBA2010	梁之平	国泰元鑫资产管理有限公司
EMBA2010	刘 建	方正科技集团股份有限公司
EMBA2010	刘 淼	个人投资
EMBA2010	刘晓忠	北京中翰联合税务师事务所有限责任公司
EMBA2010	刘 焱	智者同行品牌管理顾问（北京）股份有限公司
EMBA2010	陆术东	世茂集团山东地区公司
EMBA2010	潘 隽	北京数字幻想科技有限公司
EMBA2010	沈卫平	上海量金资产管理有限公司
EMBA2010	滕首诗	拓普智特科技（武汉）有限公司
EMBA2010	田爱军	自由职业者
EMBA2010	王国方	上海亘泰事业集团有限公司
EMBA2010	王 倩	合润传媒集团
EMBA2010	翁文彪	上海至正道化高分子材料股份有限公司
EMBA2010	吴雷鸣	深圳市蓝色天地实业发展有限公司
EMBA2010	肖观平	中信城市开发运营有限公司
EMBA2010	徐建安	东易日盛家居装饰集团股份有限公司
EMBA2010	薛明元	海丰航运集团
EMBA2010	姚劲波	五八同城

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2010	叶海峰	麦包包电子商务有限公司
EMBA2010	俞志明	常州星宇车灯股份有限公司
EMBA2010	袁跃	三一集团有限公司
EMBA2010	张汉文	浙江寰宇能源集团有限公司
EMBA2010	张昱翠	阿里集团
EMBA2010	张胜兴	华为技术有限公司
EMBA2010	郑胜	上海大西洋焊接材料有限责任公司
EMBA2011	陈瑞丹	北京眼神科技有限公司
EMBA2011	陈彦	中国文化产业集团
EMBA2011	丁遥	乡伴文旅
EMBA2011	樊荣	苏州阿拉提餐饮管理有限公司
EMBA2011	房磊	华夏幸福基业股份有限公司
EMBA2011	费小妹	上海市嘉定区人民政府
EMBA2011	广川成一	上海广万东建筑设计咨询有限公司
EMBA2011	郭续长	北京金阳集团
EMBA2011	胡波	贵州珍酒酿酒有限公司
EMBA2011	胡晓麒	上海朴道瑞富投资管理中心
EMBA2011	许世奇	和硕联合科技
EMBA2011	黄彦达	外交官箱包公司
EMBA2011	江涛	上海流畅度集团
EMBA2011	姜勇	苏州安驰控制系统有限公司
EMBA2011	焦念民	广西洋浦南华糖业集团股份有限公司
EMBA2011	李大学	北京磁云数字科技有限公司
EMBA2011	梁健	福建新大陆电脑股份有限公司
EMBA2011	刘炜炜	上海浦江特种气体有限公司
EMBA2011	潘德滨	福建东煌投资集团股份有限公司
EMBA2011	潘强	青岛诺安百特生物技术有限公司
EMBA2011	曲静渊	经纬中国
EMBA2011	宋越	上海霍普建筑设计事务所股份有限公司
EMBA2011	孙一丁	瑞思教育
EMBA2011	王存	上海智思信息科技有限公司
EMBA2011	王培暖	京东集团
EMBA2011	王涌	如山资本
EMBA2011	徐波	浙江森马服饰股份有限公司
EMBA2011	张宏杰	远景能源
EMBA2011	张继军	深圳中伦律师事务所
EMBA2011	张竞	上海建腾文化传播有限公司
EMBA2011	赵为	阳光电源股份有限公司
EMBA2011	郑宇	上海映雪投资管理
EMBA2011	钟瑾	中交地产股份有限公司
EMBA2011	朱春堂	上海益中巨泰(集团)股份有限公司
EMBA2011	朱伟豪	嘉豪(北京)投资公司
EMBA2012	蔡治国	北京用友政务软件股份有限公司

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2012	陈海斌	浙江迪安诊断技术股份有限公司
EMBA2012	陈志平	深圳麦克韦尔股份有限公司
EMBA2012	邓东旭	埃森哲(中国)有限公司
EMBA2012	范寅	上海金浦健服股权投资管理有限公司
EMBA2012	方国强	常州市人民政府
EMBA2012	龚秀斌	广东旺大集团
EMBA2012	顾煜	中国外运华东有限公司
EMBA2012	华杉	上海华与华营销咨询有限公司
EMBA2012	华彧民	柳州东投创业投资管理有限公司
EMBA2012	蒋炜	上海宽频科技股份有限公司
EMBA2012	蒋溢顺	Arrow Electronics
EMBA2012	李玉琢	苏州共创方程式企业管理有限公司
EMBA2012	林岚	中车置业有限公司
EMBA2012	凌东胜	深圳中新赛克科技股份有限公司
EMBA2012	刘震国	北京德恒(深圳)律师事务所
EMBA2012	姜欣懿	浙江迪安诊断技术股份有限公司
EMBA2012	毛哲	深圳新悦文化传媒有限公司
EMBA2012	欧军辉	广东美的厨房电器制造有限公司
EMBA2012	欧淑芳	台湾大学光学科技股份有限公司
EMBA2012	彭志斌	碧桂园集团
EMBA2012	邱鹏	深圳市智立方自动化设备有限公司
EMBA2012	荣波	山东新北洋信息技术股份有限公司
EMBA2012	沈辉	浙江中控技术股份有限公司
EMBA2012	石开	周大福珠宝
EMBA2012	史乙初	北京元洲装饰有限责任公司
EMBA2012	唐润江	远洋集团
EMBA2012	汪弘彬	欧洲货币机构投资者
EMBA2012	王丹莉	武汉众邦资产管理股份有限公司
EMBA2012	王飞浪	盛大天地(中国)有限公司
EMBA2012	王炜	艾尔建中国
EMBA2012	王卫锋	卓越置业集团有限公司
EMBA2012	王琰	美吉姆(中国)
EMBA2012	吴兴	横店集团控股有限公司
EMBA2012	肖尚略	云集共享科技有限公司
EMBA2012	熊伟	木棉资本
EMBA2012	俞江虹	上海麦腾永联创业投资管理有限公司
EMBA2012	张博凡	上海复盘管理咨询有限公司
EMBA2012	郑清源	NVIDIA(英伟达)
EMBA2012	祝方猛	普洛药业股份有限公司
EMBA2013	车玉梅	红星美凯龙家居集团股份有限公司
EMBA2013	程琦	广州海大集团
EMBA2013	董强	北京汇志凌云数据技术有限责任公司
EMBA2013	范硕奕	上海原构设计咨询有限公司

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2013	韩 辉	北京市华城律师事务所
EMBA2013	洪 伟	上海美农生物科技有限公司
EMBA2013	胡 刚	智圣(天津)网络科技有限公司
EMBA2013	胡益华	北京市汉良律师事务所
EMBA2013	黄 佳	普华永道
EMBA2013	蒋玖平	北京尚层生泰技术有限公司
EMBA2013	赖宝生	深圳麦克韦尔股份有限公司
EMBA2013	赖海彪	深圳左肖思建筑师事务所有限公司
EMBA2013	李宝令	浦东新区司法局
EMBA2013	李华栋	威尔顿(北京)能源投资管理有限公司
EMBA2013	林 丰	汉俊化妆品有限公司
EMBA2013	林敬彩	宁波中骏森驰汽车零部件股份有限公司
EMBA2013	林云松	尚层装饰(北京)有限公司
EMBA2013	刘琦开	复星集团同浩资本
EMBA2013	陆允娟	北京莲香岛科技发展有限公司
EMBA2013	吕学志	广东海大集团股份有限公司
EMBA2013	马翠芳	高瓴资本集团
EMBA2013	欧阳坚	上海金浦智能科技投资管理有限公司
EMBA2013	彭 亮	优矩互动(北京)科技有限公司
EMBA2013	彭志云	劲霸投资控股有限公司
EMBA2013	任 嵩	北京瑞德医疗投资股份有限公司
EMBA2013	石正川	江苏千米网络科技股份有限公司
EMBA2013	田 军	维谛技术有限公司
EMBA2013	田亚军	北京众生平安科技发展有限公司
EMBA2013	王海洋	珈禾医疗管理(上海)有限公司
EMBA2013	王素芹	北京德恒(深圳)律师事务所
EMBA2013	王志军	京东集团
EMBA2013	温海成	远洋集团
EMBA2013	吴松鹏	青岛启德物流有限公司
EMBA2013	吴艳萍	深圳市中洲投资控股股份有限公司
EMBA2013	伍碧君	碧桂园集团
EMBA2013	夏剑佩	睿聚诚商业管理(苏州)有限公司
EMBA2013	谢金雄	碧桂园集团
EMBA2013	徐 强	上海沁竺环境科技有限公司
EMBA2013	许映斌	舜喜控股有限公司
EMBA2013	杨德勇	远洋集团控股有限公司
EMBA2013	杨煜洁	苏民投
EMBA2013	杨正进	霍尼韦尔集团
EMBA2013	叶笑波	上海爱登堡电梯集团股份有限公司
EMBA2013	袁建成	深圳翰宇药业股份有限公司
EMBA2013	袁 志	广东省广告集团股份有限公司
EMBA2013	张 军	币成科技有限公司
EMBA2013	张文桥	上海国际信托有限公司

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2013	张 頔	青岛高校测控技术有限公司
EMBA2013	周 颖	苏州工业园区凌志软件股份有限公司
EMBA2014	曹国平	南京安运机电有限公司
EMBA2014	常跃平	深圳众融六合金融控股有限公司
EMBA2014	陈 菲	上海柠萌影视传媒有限公司
EMBA2014	陈盛中	惠州市华星光电技术有限公司
EMBA2014	陈英毅	南瑞集团
EMBA2014	陈正旭	深圳鼎锋明道资产管理有限公司
EMBA2014	崔乃荣	协鑫集团有限公司
EMBA2014	龚 俊	上海霍普建筑设计事务所股份有限公司
EMBA2014	何亚东	杭州老板电器股份有限公司
EMBA2014	侯光军	绿地香港控股有限公司
EMBA2014	贾永前	施洁医疗技术(上海)有限公司
EMBA2014	李传胜	上海艾郎风电科技发展(集团)有限公司
EMBA2014	李 雄	上海市锦天城律师事务所
EMBA2014	连敏玲	连力(上海)创业投资管理有限公司
EMBA2014	林朝欣	同策房产咨询股份有限公司
EMBA2014	林齐勃	融创中国控股有限公司
EMBA2014	林卫东	时尚传媒集团
EMBA2014	刘 怡	东方集团投资控股有限公司
EMBA2014	柳培虎	安徽美奥实业有限公司
EMBA2014	吕春卫	联储证券有限责任公司
EMBA2014	屈 田	蝙蝠资本
EMBA2014	全 罡	广建小额贷款股份有限公司
EMBA2014	沈 威	新浪
EMBA2014	司继成	南通路博石英材料股份有限公司
EMBA2014	孙 涛	北京新东方前途出国咨询有限公司
EMBA2014	田学勤	上海玻机智能幕墙股份有限公司
EMBA2014	田志强	北京裕发房地产开发有限公司
EMBA2014	王 刚	厚朴方舟健康管理(北京)有限公司
EMBA2014	王 军	四川英杰电气股份有限公司
EMBA2014	夏 琳	腾讯科技(深圳)有限公司
EMBA2014	徐琦峰	博拉网络股份有限公司
EMBA2014	徐 巍	北京高特佳资产管理有限公司
EMBA2014	殷志明	松下电器机电(中国)有限公司
EMBA2014	于立宏	伦敦牛津集团
EMBA2014	袁晓茹	维谛技术有限公司
EMBA2014	张海方	云动时代信息技术有限公司
EMBA2014	张 杭	上海中科荟智企业服务有限公司
EMBA2014	张君君	江苏无锡朝阳集团股份有限公司
EMBA2014	张珊珊	万马联合控股集团有限公司
EMBA2014	张锡亮	无锡威唐工业技术股份有限公司
EMBA2014	周 平	方正宽带网络服务有限公司

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2015	蔡磊	兴赫资产管理(上海)有限公司
EMBA2015	蔡立君	南京商络电子股份有限公司
EMBA2015	陈长征	香港华光海运控股有限公司
EMBA2015	陈桂林	安徽四建控股集团有限公司
EMBA2015	董晓军	齐鲁云商物资交易有限公司
EMBA2015	都业梁	弗思特工程咨询南京有限公司
EMBA2015	范文宏	深圳瑞捷工程咨询股份有限公司
EMBA2015	冯宝忠	东莞市巨电电子有限责任公司
EMBA2015	付权	京东金融
EMBA2015	高燕	美团点评
EMBA2015	龚艳	汇丰利华(北京)管理咨询有限公司
EMBA2015	何宽华	广发证券股份有限公司
EMBA2015	贺欣浩	金投赏商业创业
EMBA2015	胡建军	天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)
EMBA2015	华鸣	深圳市华拓置业投资有限公司
EMBA2015	黄启君	昆山长鹰硬质合金有限公司
EMBA2015	康红恩	钜派投资集团
EMBA2015	赖智勇	海丰航运集团
EMBA2015	李东旻	百度(中国)有限公司
EMBA2015	李会青	公元四方(北京)文化传媒有限公司
EMBA2015	李俭	南京商络电子股份有限公司
EMBA2015	李璐雯	益科正润投资集团有限公司
EMBA2015	李娅云	京东集团
EMBA2015	吕劲	紫光顺风投资有限公司
EMBA2015	马维民	上海麦色信息科技有限公司
EMBA2015	倪守奇	恒生电子股份有限公司
EMBA2015	冉启坤	维谛技术有限公司
EMBA2015	尚博	上海品腾电子商务有限公司
EMBA2015	汤恒晟	京东集团
EMBA2015	王辉	湖北艾儿思教育科技有限公司
EMBA2015	王乔	小猪短租
EMBA2015	王正刚	青岛日日顺物流有限公司
EMBA2015	吴强	浙江齐治科技股份有限公司
EMBA2015	吴守状	安徽新华控股集团
EMBA2015	辛彤	秀域集团
EMBA2015	熊峻	美的集团厨热事业部
EMBA2015	徐微	北京最淘科技有限公司
EMBA2015	杨越鹏	云南通易国际货运代理有限公司
EMBA2015	叶荏苒	厦门神州鹰软件科技有限公司
EMBA2015	于庆春	上海骑呗信息技术有限公司
EMBA2015	张慧鹏	北京正和恒基滨水生态环境治理股份有限公司
EMBA2015	张会阳	中南高科地产集团
EMBA2015	张凯	杭州当代投资有限公司

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2015	张莉	浩方集团
EMBA2015	张兴德	上海市海华永泰律师事务所
EMBA2015	赵遐	新浪微博
EMBA2015	周春君	益科正润金控投资集团有限公司
EMBA2015	周洪刚	国金证券股份有限公司
EMBA2015	周歆焱	重庆大江动力设备制造有限公司
EMBA2015	祝燕萍	中信产业投资基金管理有限公司
EMBA2016	包丽娅	深圳市九富投资顾问有限公司
EMBA2016	曹建伟	浙江晶盛机电股份有限公司
EMBA2016	柴卫东	科勒中国投资有限公司
EMBA2016	陈壁立	南京平实秋投资管理有限公司
EMBA2016	陈启春	四川东方水利装备工程股份有限公司
EMBA2016	陈伟	远洋集团控股有限公司
EMBA2016	陈亚萌	中伦律师事务所
EMBA2016	陈妍妍	北京闪银奇异科技有限公司
EMBA2016	杜鑫钦	北京英雄互娱科技股份有限公司
EMBA2016	傅剑锋	浙江腾越网络科技有限公司(腾讯大浙网)
EMBA2016	付英华	上海爱奇艺文化传媒有限公司
EMBA2016	葛明	旭辉集团股份有限公司
EMBA2016	耿黎明	国美零售控股有限公司
EMBA2016	苟中军	重庆聚慧食品有限公司
EMBA2016	郭元秋	奥美集团北京
EMBA2016	韩斌	亿海蓝(北京)数据技术股份公司
EMBA2016	何兴华	红星美凯龙互联网集团
EMBA2016	贺国帅	腾讯科技(深圳)有限公司
EMBA2016	胡新	万惠投资管理有限公司
EMBA2016	黄道荣	南京银行股份有限公司
EMBA2016	黄忠恒	福建创识科技股份有限公司
EMBA2016	姜川	中辰照明
EMBA2016	李德义	浙江上风高科专风实业有限公司
EMBA2016	李亮	新东方教育集团
EMBA2016	李彤	深圳高特佳投资集团有限公司
EMBA2016	李威	上海人鼎人教育科技有限公司
EMBA2016	李彦娟	深圳市阿德赛商贸有限公司
EMBA2016	厉晓芬	湘西自治州恒源锰业有限公司 浙江郁金香进出口贸易有限公司
EMBA2016	刘翠东	北京康柏汉森医药科技咨询有限责任公司
EMBA2016	刘恩伟	远洋集团客户服务业事业部
EMBA2016	刘瑞丰	中种国际种子有限公司
EMBA2016	刘晓端	什么值得买
EMBA2016	刘永	北京市中伦(深圳)律师事务所
EMBA2016	刘志军	上海汉得信息技术股份有限公司
EMBA2016	罗春华	深圳麦克韦尔股份有限公司
EMBA2016	罗挺霞	璀璨资本

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2016	孟凡华	深圳市一点网络科技有限公司
EMBA2016	聂廷再	韵洪传播
EMBA2016	曲宁	北京首都在线科技股份有限公司
EMBA2016	阮芳	上海市发欣生物科技有限公司
EMBA2016	施磊	德凌迅动力科技有限公司
EMBA2016	石俊鹏	中国民生信托有限公司
EMBA2016	史强	江苏爱康科技股份有限公司
EMBA2016	宋国全	易宝支付有限公司
EMBA2016	覃邦全	科达股份-北京派瑞威行广告有限公司
EMBA2016	唐伟	京东物流
EMBA2016	童育坚	中信证券股份有限公司
EMBA2016	王东	美豫投资(上海)有限公司
EMBA2016	王健	IDG Digital Media.中国
EMBA2016	王欣	罗兰贝格企业管理(上海)有限公司
EMBA2016	王燕斌	福建纵腾网络有限公司
EMBA2016	吴狄亚	深圳市聚智管理咨询有限公司
EMBA2016	吴海泉	美的集团电子商务有限公司
EMBA2016	吴旭楠	北京厚润资本管理有限公司
EMBA2016	肖四清	深圳市有棵树股份科技有限公司
EMBA2016	徐艳伟	爱贝企业发展(上海)有限公司
EMBA2016	杨彪	内蒙古迪安丰信医疗科技有限责任公司
EMBA2016	杨海波	碧桂园集团
EMBA2016	杨立力	瑞思教育
EMBA2016	杨飘	翰林汇信息产业股份有限公司
EMBA2016	杨智帆	碧桂园集团
EMBA2016	尹盛	上海吉列有限公司
EMBA2016	张秦	上海秦尧投资管理有限公司
EMBA2016	张威	西安安全通软件开发有限公司
EMBA2016	张伟	上海卡迪夫电缆有限公司
EMBA2016	张艳萍	礼来制药
EMBA2016	张植俊	北京中科大洋科技发展股份有限公司
EMBA2016	朱健辉	海南华盛天涯集团
EMBA2016	朱珊	御家汇股份有限公司
EMBA2016	祝佳	高瓴资本
EMBA2017	毕明伟	安踏体育用品有限公司
EMBA2017	曾小军	深圳高特佳投资集团有限公司
EMBA2017	陈隼	北京丽兹行房地产投资顾问有限公司
EMBA2017	董劲松	上海锦天城(合肥)律师事务所
EMBA2017	高硕	腾讯科技(深圳)有限公司
EMBA2017	古欣	济南有人物联网技术有限公司
EMBA2017	韩臻	中机国能电力工程有限公司
EMBA2017	胡庆骥	天津市亚铁集团有限公司
EMBA2017	胡胜利	京东集团

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2017	黄丹阳	长鑫存储技术有限公司
EMBA2017	计扬	上海浦景化工技术股份有限公司
EMBA2017	贾利明	广东美的厨房电器制造有限公司
EMBA2017	蒋俊海	北京京仪自动化装备技术有限公司
EMBA2017	焦磊	网通社
EMBA2017	康彦尊	深圳市加推科技有限公司
EMBA2017	黎婷	神州数码信息服务股份有限公司
EMBA2017	李昌明	京东集团
EMBA2017	李峰	江苏正济药业股份有限公司
EMBA2017	李辉	鑫锐(上海)信息科技有限公司
EMBA2017	李立昂	上海全程健康服务有限公司
EMBA2017	李明峰	万街商业公司
EMBA2017	李潇	腾讯科技(深圳)有限公司
EMBA2017	林葱郁	完美世界股份有限公司
EMBA2017	林海川	广东宏川智慧物流股份有限公司
EMBA2017	林伟龙	雪松控股集团
EMBA2017	林雪洁	中交地产集团有限公司
EMBA2017	刘京京	罗技(中国)科技有限公司
EMBA2017	刘尚平	上海则一供应链管理有限公司
EMBA2017	刘孝臣	江苏俊达物流网络有限公司
EMBA2017	刘学林	用友集团上海秉钧网络科技股份有限公司
EMBA2017	麦炯章	广东乐心医疗电子股份有限公司
EMBA2017	潘敏	苏宁集团
EMBA2017	彭雄	步步高商业连锁股份有限公司
EMBA2017	宋秀倪	广州柏视医疗科技有限公司
EMBA2017	苏红雷	盐城万科房地产开发有限公司
EMBA2017	谭靖颖	猎豹移动
EMBA2017	王兵利	北京步步高教育电子产品有限公司
EMBA2017	王春玲	零度智控(北京)智能科技有限公司
EMBA2017	王冬	迅付信息科技有限公司
EMBA2017	王继平	度小满科技(北京)金融有限公司
EMBA2017	王炬	北京源聚泰和广告有限公司
EMBA2017	王黎	老百姓大药房连锁股份有限公司
EMBA2017	王湘杰	步步高商业连锁股份有限公司
EMBA2017	王雪峰	北京赛升药业股份有限公司
EMBA2017	王玉翔	拍拍贷
EMBA2017	温丹丹	湖北艾儿思教育科技有限公司
EMBA2017	问宏宇	大连亿达集团
EMBA2017	吴奇胜	腾讯科技(深圳)有限公司
EMBA2017	吴天真	广州苗家制造餐饮企业管理有限公司
EMBA2017	武春霖	中机国能电力工程有限公司
EMBA2017	肖伟	甘肃中粮可口可乐饮料有限公司
EMBA2017	徐佳亮	上海智趣广告有限公司

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2017	徐建萍	浙江三六五科技有限公司
EMBA2017	许季刚	罗兰贝格企业管理(上海)有限公司
EMBA2017	杨涛	北京新意互动广告有限公司
EMBA2017	姚莉	碧桂园集团
EMBA2017	易正朝	北京风行在线技术有限公司
EMBA2017	于卓	北京蚂蜂窝网络科技有限公司
EMBA2017	臧剑飞	杭州热锋网络科技有限公司
EMBA2017	张冬	上海博恩登特科技有限公司
EMBA2017	张红霞	百度(中国)有限公司
EMBA2017	张晴	光大安石(北京)投资管理有限公司
EMBA2017	张涛	嵩山资本管理有限公司
EMBA2017	张新敬	游艺春秋网络科技(北京)有限公司
EMBA2017	赵妍	银联商务股份有限公司
EMBA2017	赵勇	深圳市前海长亭易购电子商务有限公司
EMBA2017	钟杰	浙江大健康产业基金
EMBA2018	蔡斌	建业新生活集团
EMBA2018	曹冬	京东集团
EMBA2018	陈文玉	谷源道(北京)农业发展有限公司
EMBA2018	陈曦	伊稻(上海)商业有限公司
EMBA2018	程宛玲	建业住宅集团
EMBA2018	段俊怡	思弘资本
EMBA2018	冯倩	四达时代集团
EMBA2018	傅伟华	浙江苏泊尔家电制造有限公司
EMBA2018	付翌秋	北京桦冠医药科技有限公司
EMBA2018	顾进山	TCL实业控股(广东)股份有限公司
EMBA2018	郭爽	北京酷划在线网络技术有限公司
EMBA2018	郝崎	上海李奥贝纳广告有限公司
EMBA2018	何金	北京淘友天下技术有限公司
EMBA2018	扈豪	中国民生信托有限公司
EMBA2018	黄喜胜	上海即富信息技术服务有限公司
EMBA2018	黄兴	京东物流
EMBA2018	江河	阳光城集团上海区域公司
EMBA2018	孔庆茹	江苏泰特新材料科技有限公司
EMBA2018	李发进	北京社科赛斯(SUCCESS)教育集团
EMBA2018	李佳	广东幸美化妆品股份有限公司
EMBA2018	林庆龙	深信服科技股份有限公司
EMBA2018	刘冰	探知游学
EMBA2018	刘静	上海泛邑文化传播有限公司
EMBA2018	刘燕	朗诗绿色集团
EMBA2018	刘昱	海南合景泰富房地产有限公司
EMBA2018	罗彦	东芝家庭科技株式会社
EMBA2018	彭士杰	华为软件技术有限公司
EMBA2018	钱亚欧	万国数据服务有限公司

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
EMBA2018	瞿兆舟	上海康恒环境工程有限公司
EMBA2018	孙磊	北京接我科技有限公司
EMBA2018	田美坦	建发房地产华东区域公司
EMBA2018	汪华艳	泰豪科技股份有限公司
EMBA2018	王海锋	东方福利网
EMBA2018	王宏杰	山东省诚信行物业管理有限公司
EMBA2018	王磊	上海亿保健康管理有限公司
EMBA2018	王勤	维谛技术有限公司
EMBA2018	王硕	北京理贝尔生物工程研究所有限公司
EMBA2018	王洋	梵贝文化
EMBA2018	王媛媛	时代中国控股有限公司
EMBA2018	徐志刚	山东新北洋信息技术股份有限公司
EMBA2018	许耀文	宋城演艺发展股份有限公司
EMBA2018	杨晓平	摩根士丹利
EMBA2018	叶锋	长沙大河西农产品物流中心
EMBA2018	阴春霞	山西华炬律师事务所
EMBA2018	应凌鹏	深圳市广和通无线股份有限公司
EMBA2018	于浩然	北京沃丰时代数据科技有限公司
EMBA2018	张铎	北京鑫宝源影视投资有限公司
EMBA2018	张海燕	北京新水源景科技股份有限公司
EMBA2018	张宏	青岛黄海制药有限责任公司
EMBA2018	张勇	丰盛控股有限公司
EMBA2018	章晓军	安徽华米信息科技有限公司
EMBA2018	赵杏	北京摩拜科技有限公司
EMBA2018	周逸	赛默飞世尔科技(中国)有限公司
EMBA2018	朱振友	江苏北人机器人系统股份有限公司
FMBA	蔡博	西陇科学股份有限公司
FMBA	陈灏	上海喔嚒互联网科技有限公司
FMBA	范赋梁	上海竞远投资管理有限公司
FMBA	方叶	杭州千赐资产管理有限公司
FMBA	冯一峰	上海上美化妆品有限公司
FMBA	黄鸿彬	新加坡继仁有限公司
FMBA	李铁铮	上海拍拍贷金融服务有限公司
FMBA	刘晓乐	上海中信信息发展股份有限公司
FMBA	彭鹏	强生(上海)医疗器材有限公司
FMBA	邵明亮	中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
FMBA	沈海强	浙江天册律师事务所
FMBA	司晓雪	中国投资咨询有限责任公司
FMBA	杨磊	中国民生银行
FMBA	尹映	Bottega Veneta葆蝶家
FMBA	周晓栋	上海箭征投资有限公司
MBA	黄反之	深圳市分享投资合伙企业(有限合伙)
MBA	李双琥	上海嘉之道企业管理咨询有限公司

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
MBA	凌剑平	高誉资本（亚洲）有限公司
MBA	刘滨	上海溯因企业管理工作室
MBA	陶思阳	上海吉贝克信息技术有限公司
MBA	王维涛	富曼实（上海）商贸有限公司
MBA	徐靖	默克化工技术（上海）有限公司
MBA	徐小威	成为资本
MBA	许捷	上海马笛尔投资管理有限公司
MBA	张勤	阿里巴巴集团
CEO班	曹文洁	上海新通联包装股份有限公司
CEO班	陈青芸	上海宝德集团
CEO班	陈先保	洽洽食品股份有限公司
CEO班	龚书弘	思创数字科技股份有限公司
CEO班	洪忠信	劲霸投资控股有限公司
CEO班	戚丽玲	西班牙双丽集团有限公司
CEO班	沈亚	广州团子信息科技有限公司
CEO班	田宇	中信产业投资基金管理有限公司
CEO班	徐鸿飞	上海易果电子商务有限公司
CEO班	闫浩	景瑞控股
CEO班	张国标	富春控股集团有限公司
CEO班	钟雨	洋河股份
AMP	包镭	中华糖尿病创新联盟
AMP	丁向华	湾景投资（深圳）有限公司
AMP	韩应文	华意文化传媒有限公司

班级/Intake	姓名/Name	公司/Company
AMP	何平	浙江美人计健康科技有限公司
AMP	李光禄	北京首创热力股份有限公司
AMP	梁新科	上海顶誉食品有限公司（久久丫）
AMP	刘永奇	郑州市华晶金刚石股份有限公司
AMP	潘定国	艾佳生活
AMP	王成	每日优鲜
AMP	吴永华	安踏集团
AMP	张楚福	浙江坤德创新岩土工程有限公司
AMP	张志杰	自在客旅行网
DIMP	范黎辉	纽蔼迪贸易（上海）有限公司
DIMP	李健	湖北京山轻工机械股份有限公司
DIMP	许建明	世纪证券有限责任公司
DIMP	张慧春	金科水务工程有限公司
DIMP	钟芳华	百胜中国控股有限公司
CELC	夏振海	上海百事通信息技术股份有限公司
CELC	杨炯纬	三二零科技有限公司
CHM	蔡昌贤	北京格雷时尚科技有限公司
SEPC	范岳	易方达基金管理有限公司
SEPC	徐国新	红星美凯龙家居集团股份有限公司
SEPC	许华芳	宝龙地产控股有限公司
SHS	李航	深圳一格信息服务有限公司
SHS	姚秉伟	上海宜和电子科技有限公司
LCP	陈冬梅	合肥华泰集团股份有限公司

热忱欢迎您的再次推荐

	2019级秋季班	
	第一轮	第二轮
报名截止	2019年6月6日	2019年8月15日
笔试	2019年6月15日	2019年8月24日
面试	2019年7月	2019年9月
开学	2019年10月	

中欧EMBA上海、北京、深圳三地授课，春秋两季招生。

欢迎扫码关注公众号并将课程信息分享至朋友圈或转发，推荐新学员。



中欧EMBA服务号

首席人力资源官 (CHO) 课程 (模块制) ^{升级}

Chief Human Resources Officer (CHO) Programme

2019年8月26日下午开课 北京/上海

新经济时代管理能力之战即将开启

- 如何重塑HR管理价值、转变管理方式、建立跨界思维能力以更好地支撑企业业务发展与战略落地?
- 如何通过组织变革、人才管理与文化建设, 打造企业的持续竞争力?
- 如何洞见HR管理的未来趋势, 拓展数据化时代HR管理所需视野与能力?

学员对象

企业CEO、CHO、HR副总裁、兼管HR工作的COO或同等级别的高层管理者。

课程咨询

孙华 手机: (86) 186 1819 3011 邮箱: skaren@ceibs.edu



详情请扫码



前人善用 赋能未来
前有张居正 后有中欧来者

「伟大不止历史，也可以是明天的你」



中欧管理委员会

中方院长 李铭俊教授
 欧方院长 迪帕克·杰恩教授
 副院长兼教务长 丁远教授
 副院长兼中方教务长 张维炯教授

副教务长 王高教授
 副教务长 忻榕教授

中欧教授

白果博士
战略学

理查德·卡尼博士
战略学

车嘉华博士
经济学

陈少晦博士
管理实践学

陈世敏博士
朱晓明会计学教席教授

陈威如博士
战略学

蒋凤桐博士
管理学

蒋炯文博士
市场营销学

乔维思博士
金融学

庄汉盟博士
管理学

杜雯莉博士
管理学

丁远博士
法国凯辉会计学教席教授

方二博士
市场营销学

方跃博士
决策科学

樊景立博士
荷兰银行管理学教席教授

范悦安博士
管理学

龚焱博士
管理实践

关浩光博士
管理学

韩践博士
管理学

黄生博士
金融学

黄钰昌博士
西班牙巴塞罗那储蓄银行
会计学教席教授

迪帕克·詹恩博士
市场营销学

姜建清博士
金融学

金台烈博士
飞利浦管理学教席教授

李秀娟博士
管理学
米其林领导力和人力资源管理
教席教授

李尔成博士
管理学

李铭俊博士
管理学

林宸博士
市场营销学

吕文珍博士
管理学

莫伦博士
战略学

朴玹煥博士
市场营销学

路莉博士
会计学

沙梅恩博士
国际商务与战略学

白诗莉博士
市场营销学

芮博澜博士
经济学

芮萌博士
金融学 and 会计学
鹏瑞金融学教席教授

杰弗里·桑普勒博士
管理学

书博承博士
管理学

盛松成博士
经济学与金融学

江昉珂博士
会计学

苏锡嘉博士
会计学

蔡舒恒博士
管理学

蔡慕修博士
会计学

倪科斯博士
运营管理学

方睿哲博士
成为基金创业学教席教授

王安智博士
管理学

王高博士
宝钢市场营销学教席教授

王婧博士
市场营销学

王琪博士
市场营销学

王泰元博士
创业学

杰克·伍德博士
管理学

巫和懋博士
经济学

巫厚玮博士
经济学

吴敬琏博士
终身荣誉教授

向屹博士
市场营销学

谢晓晴博士
运营管理学

忻榕博士
管理学
拜耳领导力教席教授

许斌博士
经济学与金融学
吴敬琏经济学教席教授

许定波博士
法国依视路会计学
教席教授

许小年博士
终身荣誉教授

余方博士
金融学

张华博士
金融学

张维炯博士
战略学

张逸民博士
金融学

张宇博士
战略学

赵先德博士
京东运营及供应链管理
学教席教授

赵欣舸博士
金融学和会计学

郑雪博士
管理学

周东生博士
市场营销学

朱天博士
桑坦德经济学教席教授

朱晓明博士
中天集团管理学教席教授

研究中心

案例研究中心
主任：陈世敏教授

中国民营企业研究中心
主任：张维炯教授

中欧卫生管理与政策中心
主任：蔡江南教授、陈少晦教授

中国服务外包研究中心
主任：朱晓明教授

中欧陆家嘴国际金融研究院
院长：姜建清教授
常务副院长：盛松成教授

中欧·中国创新中心
主任：黄钰昌教授、韩践教授

中欧·上海市浦东服务经济研究院
主任：朱晓明教授

中国企业全球化中心
联合主任：忻榕教授、张华教授

中欧新兴市场研究中心
主任：吕文珍教授

中欧家族传承研究中心
主任：李秀娟教授、芮萌教授

上海数字化与互联网金融研究中心
主任：朱晓明教授

中欧艺术人文研究中心
主任：朱晓明教授

中欧－世界银行中国普惠金融中心
主任：盛松成教授

中欧－普洛斯供应链与服务创新中心
主任：赵先德教授

中欧众创研究院
主任：朱晓明教授、张维炯教授

中欧财富管理研究中心
主任：芮萌教授

中欧上海跨境电子商务研究中心
主任：朱晓明教授

中欧静安国际时尚产业研究中心
主任：王婧教授

中欧数字经济和智慧企业研究中心
主任：方跃教授、方二教授、
韩践教授