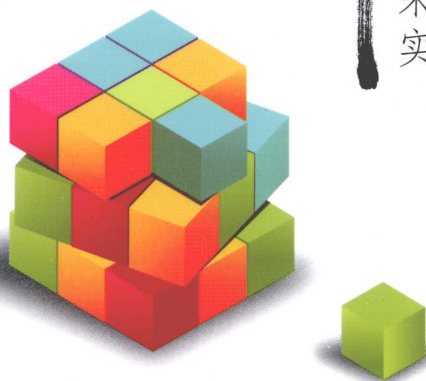


刘建华 丁恒道 ■ 著

解构

大学竞争力

来自云南高校十大主题的
实证研究



云南大学出版社
Yunnan University Press

解构大学竞争力

——来自云南高校十大主题的实证研究

刘建华 丁恒道 著

 云南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

解构大学竞争力:来自云南高校十大主题的实证研究/
刘建华,丁恒道著. —昆明:云南大学出版社,2009
ISBN 978-7-81112-784-3

I. 解… II. ①刘…②丁… III. 高等学校—教育建设—
调查研究—中国 IV. G649.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 097547 号

解构大学竞争力

——来自云南高校十大主题的实证研究
刘建华 丁恒道 著

策划编辑:张丽华
责任编辑:张丽华
封面设计:刘雨
出版发行:云南大学出版社
印 装:云南大学出版社印刷厂
开 本:850mm×1168mm 1/32
印 张:13.75
字 数:357 千
版 次:2009 年 6 月第 1 版
印 次:2009 年 6 月第 1 次印刷
书 号:ISBN 978-7-81112-784-3
定 价:35.00 元

社 址:昆明市翠湖北路 2 号云南大学英华园内(邮编:650091)
电 话:0871-5033244 5031071
网 址: <http://www.ynup.com>
E-mail: market@ynup.com

大学竞争力源于校园文化生态平衡

近年来，大学竞争力排名榜层出不穷，大有乱花渐欲迷人眼之势。有重点大学排名、理科学校排名、文科学校排名、综合性大学排名之分，这众多排名，固然有各自的道理，但没有哪家能获得一致性的认同。纵观各类排名榜，其标准各不相同，但共同的一点是对大学核心竞争力的考察与比较。核心竞争力的概念是1990年美国密西根大学商学院教授普拉哈拉德和伦敦商学院教授加里·哈默尔在其合著的《公司核心竞争力》一文中首先提出来的。他们对核心竞争力的定义是：“在一个组织内部经过整合了的知识和技能，尤其是关于怎样协调多种生产技能和整合不同技术的知识和技能。”从与产品或服务的关系角度来看，核心竞争力实际上是隐含在公司核心产品或服务里面的知识和技能，或者知识和技能的集合体。

所谓大学核心竞争力，是指一所大学长期形成的、能使大学在竞争中取得可持续发展的、建立在大学战略性资源基础之上的获取、创造、整合资源的特有的能力。从世界高等教育发展的历史看，许多著名大学都客观地拥有各自独特的核心竞争力，并且依靠其核心竞争力实现了大学的跨越式发展。在当前我国大学的发展中，核心竞争力同样具有十分重要的意义。没有核心竞

争力，就不可能有持久的竞争优势；没有竞争优势，就不可能主动适应经济建设和社会发展的需要，也不可能实现跨越式发展，建成世界一流大学或高水平大学。竞争力排名榜通常会列出各自的大学核心竞争力构成要素。有学者认为，大学核心竞争力的构成要素是办学理念、办学特色、大学制度、大学的战略性资源、学科、师资队伍，大学文化、品牌等。也有学者认为，大学核心竞争力包括学校的规范化管理、资源竞争分析、竞争对手分析、无差异竞争、人力资源的竞争等方面。

不论核心竞争力的构成要素是什么，其实，我们可以从一个最简单的方面去理解，即一个大学优于其他大学的能力，具备他校所不能模仿的资源与能力。由此，学者们分别从政治、经济、文化与社会生活等方面去解读大学竞争力。其中，从文化方面理解大学核心竞争力大有占据风头之势。作为文化的一部分，科学研究不仅是一个大学实际声誉建构的核心，也是排行榜上名次竞争的核心。在大学的实际运行中，科学研究是学校声誉的重要载体。科学著作、科学论文、科学报告或科技发明，最能体现并张扬一个大学的声誉和地位。说一个大学是一流的，今天所指的首先是这个大学的科研人才、科研团队或科研成果是一流的，有着许多大学不及的竞争力。正因为如此，社会和大学排行榜在评价大学时，都给予科学研究以更多的权重。

有学者认为，当前，在我国乃至世界范围内出现了一种大学精神的衰微现象，其突出表现是：第一，人文

精神的滑坡；第二，办学目标的功利化趋向；第三，用行政本位取代文化机制；第四，缺乏主体意志和鲜明个体。进而，他们认为，一所大学的核心竞争力主要取决于两个方面：一方面，大学文化是大学在长期办学实践的基础上经过历史的积淀、自身的努力和受到外部环境的影响逐步形成的一种独特的社会文化形态；另一方面，大学又是作为“个体”存在的，它们的文化传统、历史地位、所处环境和办学目标有很大的差异，因此，不同的大学在办学时既要遵循大学的本质及其办学的普遍规律，又要从各自实际情况出发形成具有鲜明个性的办学理念。因此，文化个性既是现代大学的本质特征也是现代大学核心竞争力之所在，包括凝聚力、教育力、创造力和影响力，是现代大学赖以生存、发展、办学和承担重大社会责任的根本。

同样是文化取向来界定大学核心竞争力，《解构大学竞争力》一书的作者却另有其视角和向度。本书是一本来自云南高校实证研究的成果结晶，通篇透射出数据调查及科学逻辑的光芒，但又不缺乏理论思考。在关于每一个主题的数据描述之后，作者为我们梳理出最主要的发现及理论思考，可以说，本书是关于高校文化生态全面调查与理论解析的典范。

《解构大学竞争力》一书认为，校园文化生态平衡才是大学核心竞争力的本源。该书详细调查研究了高校学生就业、师资力量、师生关系、学校形象认知度、学生情感、高校社团、后勤现状、课程设置、教学辅助设

施现状及学生文化消费十大方面的现状及内在规律，认为十大方面是构成大学文化生态大系统中的十个子系统，每个子系统又有自己的分子系统。犹如一个母环，其弧线的每个点就是一个子环，子环下面又有分子环，是一个动态运行系统，分子环构成子环，子环又构成母环，这样，就形成了校园文化生态系统的内部平衡与外部平衡。作者认为，如果这十大主题实现了内部平衡与各自关系间的外部平衡，就一定能良性发展，并形成各自的核心竞争力。本书最闪光的思想在于引入文化生态概念，高校不再是一个僵死的竞争组织，而是鲜活的文化主体，他们更具有空灵性与人本性，这才是大学精神之所在，也是大学竞争力之所在。

高校当下文化生态现状是政府、社会、家长、学生及教师共同关心的问题，该项目具有极其强大的社会关注度。该书对于高校今后的发展、人才培养模式的建构、学校管理及教学、教育等方面的改进将起到重大参考作用。对于云南省来说，还没有此类主题的任何单项调查，可以说，目前还是空白。相对于国内外来说，此次调查涵盖的十个主题的系统研究，是前所未有的，有些主题可以说是中国高校史上尚未进行过的。从此方面来看，本书确有其价值立足点，尽管其仍有这样那样的不足，寄希望它能为高校教育研究吹进一股清新之风。

是为序！

罗崇敏

2009年4月

目 录

第 1 章 导论：大学竞争力与校园文化生态	(1)
1.1 大学核心竞争力	(2)
1.2 大学校园文化生态	(11)
1.3 校园文化生态平衡铸就大学竞争力	(21)
第 2 章 总体情况	(28)
2.1 课题研究现状	(28)
2.2 意义与价值	(29)
2.3 研究目的、内容与创新之处	(29)
2.4 研究方法	(30)
2.5 统计手段	(31)
第 3 章 高校学生情感调查研究报告	(32)
3.1 基本情况概要	(32)
3.2 具体情况分析	(32)
3.3 主要发现及分析性结论	(67)
3.4 一些建议	(76)
第 4 章 高校课程设置调查研究报告	(79)
4.1 基本情况概要	(79)
4.2 具体情况分析	(79)
4.3 主要发现及分析性结论	(99)

4.4	一些建议	(114)
第5章	高校形象认知调查研究报告	(118)
5.1	基本情况概要	(118)
5.2	具体情况分析	(118)
5.3	主要发现及分析性结论	(134)
5.4	一些建议	(149)
第6章	高校后勤调查研究报告	(153)
6.1	基本情况概要	(153)
6.2	具体情况分析	(153)
6.3	主要发现及分析性结论	(193)
6.4	一些建议	(202)
第7章	高校师资关系与师资力量调查研究报告	
	(学生卷)	(204)
7.1	基本情况概要	(204)
7.2	具体情况分析(师生关系篇)	(204)
7.3	具体情况分析(师资力量篇)	(220)
7.4	主要发现及分析性结论	(234)
7.5	一些建议	(242)
第8章	高校师资关系与师资力量调查研究报告	
	(教师卷)	(245)
8.1	基本情况概要	(245)
8.2	具体情况分析(师生关系篇)	(245)
8.3	具体情况分析(师资力量篇)	(259)
8.4	主要发现及分析性结论	(275)

8.5	一些建议	(281)
第9章	高校学生文化消费调查报告	(283)
9.1	基本情况概要	(283)
9.2	具体情况分析	(283)
9.3	主要发现及分析性结论	(318)
9.4	一些建议	(324)
第10章	高校学生社团调查报告	(327)
10.1	基本情况概要	(327)
10.2	具体情况分析	(327)
10.3	主要发现及分析性结论	(347)
10.4	一些建议	(355)
第11章	高校学生就业调查报告	(358)
11.1	基本情况概要	(358)
11.2	具体情况分析	(358)
11.3	主要发现及分析性结论	(379)
11.4	一些建议	(388)
第12章	高校教学设备调查报告	(391)
12.1	基本情况概要	(391)
12.2	具体情况分析	(391)
12.3	主要发现及分析性结论	(412)
12.4	一些建议	(424)
后 记		(426)

第1章 导论：大学竞争力与校园文化生态

通常来说，大学竞争力是起着一种位置标示性的作用。首先，它标示着其在行业中的位置，也即所谓大学竞争力排名榜，指征着某大学在所有高校中的圈内地位；其次，它标示着其在区域中的位置，也即所谓地理空间位置，它能造成对本区域环境中其他组织体的影响，工业、农业、服务业及社会生活乃至政治经济文化都受其辐射；最后，它标示着其在人们心目中的位置，这说明了大学竞争的终极目标是人本追求，也即为人类生存发展服务。总之，从大学的传承知识、科研创新及服务社会三大功能来看，其出发点与目的都是人。只有明白了这点，我们在铸就大学竞争力的时候才不至于迷失方向，最重要的是不会浪费人类社会极其有限的资源。

由此，我们就会在构建大学竞争力的过程中不断思考，即到底怎么做才能建构自己的核心竞争力呢？科研成果、人才培养、学校品牌、科学管理方式、形象宣传等固然是构成大学核心竞争力的要素，但又该怎样塑造这些要素呢？我们发现，构成大学竞争力的真正源泉是校园文化生态的平衡。本书认为，高校学生就业、师资力量、师生关系、学校形象认知度、学生情感、高校社团、后勤现状、课程设置、教学辅助设施现状及学生文化消费十大方面构成了校园文化生态体系。只有在平衡、和谐的校园文化生态环境中，我们才能获得有自己特色的科研成果，才能培养有

自己特色的知识人才，才能塑造有自己特色的品牌学科，才能铸就具有自己特色的大学核心竞争力。

本书取名为“解构大学竞争力”，其意是对大学竞争力这一结构进行彻底分解，然后再建构。此书是实证研究的成果，通过实证与理论思考去寻找解构大学竞争力的路径与方法。所谓分解就是找到大学核心竞争力的最初力量源泉，也即“元力量”，这就是校园文化生态平衡；所谓建构，即是对校园文化生态的体系、类型、价值、平衡途径与方法、文化生态的发展空间等因素进行研究，使其能实现和谐与均衡，力求在科学发展观的指引下，构建高校各自不同的核心竞争力。

1.1 大学核心竞争力

一、大学核心竞争力的内涵

正如前文所说，竞争力标明了某个组织体在行业、区域及社会公众中的位置。竞争力的概念来源于企业管理与市场营销的实践与理论研究。竞争力是一个历史概念，也就是说，在原始社会自然经济是无竞争力可言的，封建社会虽然也有商品经济，但很大程度上是依赖于农耕经济，其竞争力也没有其产生的土壤，计划经济时代由于国家的统购统销，也就无企业竞争可言。只有到了资本主义经济时代，商品经济的产生，市场经济的一统天下，生产力的大发展与科学技术的进步，为人类生活生产需求提供了丰富的选择。正是因为有了这种消费选择，才导致了市场主体的激烈竞争，企业核心竞争力也就应运而生。

那么，何为企业核心竞争力呢？核心竞争力的概念是1990年美国密西根大学商学院教授普拉哈拉德和伦敦商学院教授加里·哈默尔在其合著的《公司核心竞争力》一文中提出来的。他们对核心竞争力的定义是：“在一个组织内部经过整合了的知识和技能，尤其是关于怎样协调多种生产技能和整合不同技术的

知识和技能。”从与产品或服务的关系角度来看，核心竞争力实际上是隐含在公司核心产品或服务里面的知识和技能，或者知识和技能的集合体。在普拉哈拉德和哈默尔看来，核心竞争力首先应该有助于公司进入不同的市场，它应成为公司扩大经营的能力基础。其次，核心竞争力对创造公司最终产品和服务的顾客价值贡献巨大，它的贡献在于实现顾客最为关注的、核心的、根本的利益，而不仅仅是一些普通的、短期的好处。最后，公司的核心竞争力应该是难以被竞争对手所复制和模仿的。

由于核心竞争力概念内涵与外延的非确定性与非严谨性，其并没有一个公认的定义，不同角度自有不同的看法与合理性，现列布于下，供读者思考与评价。

1. 核心竞争力就是一个组织或个体能够长期获得竞争优势的能力，是其所特有的、能够经得起时间考验的、具有延展性，并且是竞争对手难以模仿的技术或能力。

2. 核心竞争力又可称为“核心（竞争）能力”、“核心竞争优势”，指的是组织具备的应对变革与激烈的外部竞争，并且取胜于竞争对手的能力的集合。

3. 核心竞争力是企业竞争力中那些最基本的能使整个企业保持长期稳定的竞争优势、获得稳定超额利润的竞争力，是将技能资产和运作机制有机融合的企业自身组织能力，是企业推行内部管理性战略和外部交易性战略的结果。

4. 现代企业的核心竞争力是一个以知识、创新为基本内核的企业某种关键资源或关键能力的组合，是能够使企业、行业和国家在一定时期内保持现实或潜在竞争优势的动态平衡系统。

5. 核心竞争力通俗地讲就是一种独特的，别人难以靠简单模仿获得的能力。

所谓大学核心竞争力，是指一所大学长期形成的、能使大学在竞争中取得可持续发展的、建立在大学战略性资源基础之上的

获取、创造、整合资源的特有的能力。^① 王泉力认为,一所大学的核心竞争力是建立在综合实力基础上的,是持续竞争力与比较竞争力相匹配的一个组合。虽然没有各方面都是最优秀的大学,但任何一所知名大学,必然有几个学科独具特色,作为其支撑的亮点。^② 他认为应该从以下方面确定大学如何获得并保持综合实力中的核心竞争力。

首先,合理定位。大学确定科学合理的办学定位,必须以增强本校的综合实力与核心竞争力为准则,根据本校的办学传统、资源条件、特色优势和社会经济环境,来确定在什么领域、层次作出自己的贡献。大学要尊重历史并充分挖掘传统资源,面向社会结合区域经济发展需要和社会需求,尤其要突出个性并结合本校办学优势和特色进行合理定位。

其次,树立“以人为本”的服务意识。大学坚持“以人为本”,最主要的是以学生为本和以教师为本。第一,“以人为本”就是要相信师生员工的积极性和创造性,依靠师生提升核心竞争力。第二,要把“以人为本”作为大学培育核心竞争力的出发点和落脚点。大学在制定教育计划时,要充分尊重师生的权利和个性,以充分考虑他们的正当利益和合理要求为出发点。第三,要把“以人为本”贯穿到大学教育工作的全过程。

再次,创建大学文化。大学核心竞争力的培育来自于大学内的集体学习,来自于大学成员的相互交流和共同参与。大学文化所体现的大学成员群体行为风格、价值取向、潜意识下的制度规范,只是存在于大学组织成员无意识的行为中,随着行为的结束

① 刘向兵:《大学核心竞争力构成要素辨析》,中国论文下载中心 <http://www.studa.net>。

② 王泉力:《大学的核心竞争力》, <http://www.chinavalue.net/Blog/BlogThread.aspx?EntryID=79117>。

而消隐。大学文化资源具有专用性和无法交易性，它不能迁移到其他大学中，这使得大学能够在较长的时间内保持着超越对手的整体竞争能力。

最后，完善以激励制度为龙头的管理制度。广义的管理制度包括激励制度和监控制度两个方面。提升大学的核心竞争力不仅要有监控制度，更要有相应的激励制度。激励制度包括大学的考核奖励制度和与此相关的分配制度、福利制度、薪酬制度等，它决定大学教育过程中资源的分配规则。大学如何考核教师的教育绩效，昭示着大学的价值标准，关系到大学的发展方向。王泉力认为，大学应强化比较竞争力，保持持续竞争力。比较竞争力就是树立起有别于其他大学的独特性东西，并把这种比较差异转化为竞争优势。追求大学之间的差异是源于社会对大学教育需求的差异性。一是发展目标的差异；二是学科发展差异，集中资源，形成竞争优势。

在梳理核心竞争力与大学核心竞争力这些概念之后，本书对大学核心竞争力作一个最简单的定义，即一个大学相对优于另一大学的能力，具备他校所不能模仿的资源与能力。大学核心竞争力的终极目标是以人为本，为人类生存与发展服务。也就是说，只要某大学具有这种价值追求，就有了核心竞争力的可能。

二、大学核心竞争力的构成要素

核心竞争力主要包括核心技术能力、组织协调能力、对外影响能力和应变能力，其本质内涵是让消费者得到真正好于、高于竞争对手的不可替代的价值、产品、服务和文化。有人认为，核心竞争力主要由以下三方面构成：（1）文化层面，包含鼓励创新机制的经营理念，客户卓越价值提供的企业价值观导向，以人为本的人才战略，科学发展与经营管理的制度建设。（2）技术层面，即不断创新领先同行的技术优势。（3）产品与服务层面，

质量保证的产品与服务、品牌形成、众人赞美的声誉。^①

有学者认为,构建一个企业的核心竞争力可以从八个方面考虑:(1)企业的规范化管理,企业的规范化管理也是基础竞争力的管理,基础管理差和混乱使得企业的成本居高不下。(2)资源竞争分析,明确企业有哪些有价值的资源可以用于构建核心竞争力,以及怎样运用。(3)竞争对手分析,对竞争对手的分析能够让企业知道自己的优势和劣势。(4)市场竞争分析,对市场的理解直接影响到企业的战略决策,把握不准,就会带来危机。(5)无差异竞争,指企业在这方面都不重视,只强调一项,那就是价格,也就是打价格战。(6)差异化竞争,指企业不依靠价格战,而是另辟蹊径,出奇招取胜。(7)标杆竞争,指找到自己有哪些地方不如竞争对手,在超越竞争对手的时候设立标杆,每次跳过一个标杆,再设新的标杆,督促自己不断进步。(8)人力资源的竞争,人力资源的竞争直接关系到企业的核心竞争力,须重视人才、培养人才、留住人才。

刘向兵建立了一个大学竞争力构成要素模型。从模型看,一方面,一所大学卓越的办学理念、独特的办学特色、良好的大学制度等,共同构成大学文化,对核心竞争力起着发展导向、形成路径、环境支持等作用,是大学核心竞争力形成、培育和运用的原动力。这正是大学的核心竞争力与其历史、传统、特色、校风、校训等因素密切相关,以致常被混为一谈的原因,也是大学核心竞争力难以模仿、转移的原因。另一方面,大学丰富的学科资源、人力资源、物质资源和无形资产,共同构成大学发展的战略性资源,对核心竞争力起着重要的支持、保障作用,其中人力资源是核心竞争力的创造主体和承载者,学科资源是核心竞争力

^① 赵卫伟:《企业核心竞争力的构成》, <http://www.chinavalue.net/Article/Archive/2007/9/30/82606.html>, 2009.5.1。

的重要载体和工作单元，大学的社会服务能力、科研转化能力、筹资能力等，则是核心竞争力的支撑或延伸。这些相关因素尽管不是核心竞争力本身，但对核心竞争力的培育和提升均有着重要作用。任何一种相关因素的缺失，都有可能导致核心竞争力形成的困难。^①

本文认为大学核心竞争力的构成要素主要从以下方面去理解。

第一，科学的管理。高校是事业而非企业单位，尽管目标不是追求经济效益，但现代企业的科学管理体系可以为高校所用。我们看到，但凡管理混乱的高校，其学校运营将无章可循，教学、科研及人才培养将陷入极其可怕的局面，高校的三大功能也就无法实现。

第二，有序的人才培养流程。高校的终极目标是为社会培养人才，说到底，人才培养流程其实犹如企业产品的生产过程，因此，要有完善的生产链，更要有人才产品价值链，从而实现最低成本培养出最大价值的人才。

第三，高质量的人才产品。高校的核心竞争力最终需要人才质量来说话，如若社会、企业及机关对某高校的学生趋之若鹜，则其相对于其他高校的竞争优势不言而喻了。

第四，强有力的培养主体。高质量的学生人才源于强有力的师资队伍，首先，学校要明晰自己的学科建设，重点学科与一般学科要甄别清楚；其次，在此基础上，各学科师资队伍要按性别比例、老中青梯队比例、师资来源地等指标进行建设；最后，要充分重视师资人才的待遇及再提升问题，既确保师资队伍稳定又促使其力量不断得以提升。

^① 刘向兵：《大学核心竞争力构成要素辨析》，中国论文下载中心 <http://www.studa.net>。