

全国硕士研究生入学统一考试
MBA、MPA、MPAcc管理类专业学位联考真题精讲系列

MBA MPA MPAcc

李国斌◎主 编

本书同时适用于MTA、MEM、MLIS、MAud、GCT等专业硕士学位联考

写作范文100篇

管理类专业硕士联考命题研究组◎审定

内赠**360**分钟教学视频
1月联考指定用书

2014
最新版

世界图书出版公司

全国硕士研究生入学统一考试MBA、MPA、MPAcc
管理类专业学位联考真题精讲系列

写作范文 100 篇

李国斌◎主编

管理类专业硕士联考命题研究组◎审定

兴界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

图书在版编目(CIP)数据

全国硕士研究生入学统一考试 MBA、MPA、MPAcc 管理类专业学位联考真题精讲系列·写作范文 100 篇 / 李国斌编.—北京:世界图书出版公司北京公司, 2013.3

ISBN 978-7-5100-5816-5

I. ①全… II. ①李… III. ①汉语-写作-研究生-入学考试-题解 IV. ①G643

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 035166 号

全国硕士研究生入学统一考试 MBA、MPA、MPAcc 管理类专业学位联考真题精讲系列·写作范文 100 篇

主 编: 李国斌

责任编辑: 夏 丹 张文丽

装帧设计: 中公教育设计中心

出 版: 世界图书出版公司北京公司

出 版 人: 张跃明

发 行: 世界图书出版公司北京公司

(地址:北京朝内大街 137 号 邮编:100010 电话:64077922)

销 售: 各地新华书店

印 刷: 北京中科印刷有限公司

开 本: 787 mm×1092 mm 1/16

印 张: 11

字 数: 211 千

版 次: 2013 年 3 月第 1 版 2013 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5100-5816-5

定 价: 42.00 元

版权所有 翻印必究

前言

如果我没有猜错,您一定是因为要考试了才翻阅这本书。不管结果如何,您既然已经翻开它,就花费了您宝贵的时间,我们就理应给您些回馈,哪怕带给您的只是莞尔一笑后分数再提高,所以请把您的目光驻足在这里。

对于写作,我们有很多误区。一直以来,我们以文明古国自居,认为我们说了几十年的汉语,这几百字的作文也就是信手拈来之事,但是当洋洋洒洒地写完一篇后,却只能是三类文或四类文,对于论证有效性分析更是踩点不准、分析漏洞不能切中出题人的思想、做了无数的真题却不见分数提高,于是我们就开始恐惧写作、回避写作。我们之所以这样,主要是因为我们不知道应该怎么分析论证、怎么查找漏洞、怎么论说道理、怎么立意文章,核心是没有优秀的范文,以及没有及时归纳总结,以至于在考试中遇到类似题目时虽感觉有点熟悉却依然无从下手。因此,本书已经对真题进行了分类,让您在做题时自觉地进行归纳总结。“近朱者赤,近墨者黑”,在优秀文章的熏陶下,相信您的写作水平一定会上一个新的台阶,从而从容面对考试。

本书是业内第一本全面覆盖管理类联考写作历年真题的书籍。全书两大块的写作均分为真题和模拟题两个部分。

“论证有效性分析”篇

共 45 题,涵盖 2002~2013 年 MBA 联考的全部真题,共 21 道,以及模拟题 24 道。模拟题材料均经专家精选而成,可分析性强,非常贴近考试特点。此篇的每道题均给出了非常详细的逻辑问题提示,旨在帮助考生打开批判性思维,全方位挑错,极具指导作用。每篇范文都切实做到点错到位,析错有力,字里行间闪耀着批判性思维的光辉。

“论说文”篇

共 55 题,涵盖 1997~2013 年 MBA 联考的全部真题,共 32 道,以及模拟题 23 道。真题旨在帮助考生准确把握 MBA 考试命题思路,并通过大量的训练形成良好的应试写作能力。模拟题均精选材料及话题作文的优秀作品,内容涉及常考高频话题,供考生借鉴和模仿。每篇范文均能旁征博引,论证严谨,尽显辩证思维之精髓。

“模仿是学习最好的老师”。本书所选真题是从历年真题中选取的颇具代表性的经典题目,



题目具有“母题”的功能特性,从一道题可以领悟出一类题目的解答方法和思路,全面提升考生应对各类题型的能力。相信一册在手,从此写作不愁。

本书具有以下特色:

经典性

所选试题能够恰当、精彩地考查管理类专业硕士考试写作的重要知识点和基本思想方法。

针对性

精选试题能够与管理类硕士考试无缝接轨,和出题的风格、特点、难度达到高度一致。

权威性

书中范文均是由对管理类专业硕士考试有深入研究的专家结合最新考试趋势撰写、讨论并反复修改而成,可谓字字珠玑,句句经典,段段精辟,篇篇锦绣。

专业性

针对每个题目进行深度剖析,【逻辑问题解析】、【审题立意解析】分别让您全面了解材料的所有漏洞和材料所要考查的立意;【参考范文】让您明白文章的行文脉络;【范文简评】让您深悟文章优秀之所在。

预测性

所选试题能够对即将到来的考试有预测性,我们承认做题的目的是为了巩固和加强对知识点的认识和理解,从而学会写作。但同时,如果能够起到预测未来方向的作用,则会锦上添花。

在本书编写过程中,尽管我们已经尽心、尽力、尽责,但书中难免仍存在失误和有待商榷之处,希望广大读者朋友不吝指正,我们将不胜感激。

李国斌

二〇一三年三月

目录

上篇 论证有效性分析

第一章 历年真题	(2)
1. 2002 年 1 月真题	(2)
2. 2003 年 1 月真题	(3)
3. 2004 年 1 月真题	(5)
4. 2004 年 10 月真题	(7)
5. 2005 年 1 月真题	(8)
6. 2005 年 10 月真题	(10)
7. 2006 年 1 月真题	(12)
8. 2006 年 10 月真题	(14)
9. 2007 年 1 月真题	(15)
10. 2007 年 10 月真题	(18)
11. 2008 年 1 月真题	(20)
12. 2008 年 10 月真题	(22)
13. 2009 年 1 月真题	(23)
14. 2009 年 10 月真题	(25)
15. 2010 年 1 月真题	(27)
16. 2010 年 10 月真题	(30)
17. 2011 年 1 月真题	(31)
18. 2011 年 10 月真题	(34)
19. 2012 年 1 月真题	(37)
20. 2012 年 10 月真题	(40)
21. 2013 年 1 月真题	(42)
第二章 模拟题	(45)



下篇 论说文

第一章 历年真题	(80)
1. 1997 年 1 月真题	(80)
2. 1997 年 10 月真题	(81)
3. 1998 年 1 月真题	(82)
4. 1998 年 10 月真题	(83)
5. 1999 年 1 月真题	(85)
6. 1999 年 10 月真题	(86)
7. 2000 年 1 月真题	(88)
8. 2000 年 10 月真题	(89)
9. 2001 年 1 月真题	(91)
10. 2001 年 10 月真题	(92)
11. 2002 年 1 月真题	(94)
12. 2002 年 10 月真题	(96)
13. 2003 年 10 月真题	(97)
14. 2004 年 1 月真题	(98)
15. 2004 年 10 月真题	(100)
16. 2005 年 1 月真题	(102)
17. 2005 年 10 月真题	(104)
18. 2006 年 1 月真题	(105)
19. 2006 年 10 月真题	(107)
20. 2007 年 1 月真题	(109)
21. 2007 年 10 月真题	(110)
22. 2008 年 1 月真题	(111)
23. 2008 年 10 月真题	(113)
24. 2009 年 1 月真题	(115)
25. 2009 年 10 月真题	(116)
26. 2010 年 1 月真题	(118)
27. 2010 年 10 月真题	(119)
28. 2011 年 1 月真题	(121)
29. 2011 年 10 月真题	(123)



30. 2012年1月真题	(125)
31. 2012年10月真题	(127)
32. 2013年1月真题	(128)
第二章 模拟题	(131)
一、材料作文	(131)
二、话题作文	(144)
(一) 爱国奉献	(144)
(二) 改革创新	(145)
(三) 包容和谐	(147)
(四) 厚德诚信	(149)
(五) 敬老尊贤	(151)
(六) 恒心毅力	(152)
(七) 尊师重教	(154)
(八) 竞争双赢	(155)
(九) 惜时勤俭	(156)
(十) 学习进取	(157)
附录 论证有效性分析及论说文写作歌诀	(159)
本书推荐培训课程	(161)

上篇 论证有效性分析

LUN ZHENG YOU XIAO XING FEN XI

MBA
MPA
MPAcc



第一章

历年真题

1. ■2002 年 1 月真题■

阅读以下材料,对材料提出的论证进行评论,写一篇评论型议论文。题目自拟,500 字左右。

下文摘录于某投资公司的一份商业计划:

“研究显示,一般人随着年龄的增长,用于运动锻炼的时间逐渐减少,而用于看电视的时间逐渐增多。在今后的 20 年中,城市人口中老年人比例将有明显的增长。因此,本公司应当及时地售出足量的‘达达运动鞋’公司的股份,并增加在‘全球电视’公司中的投资。”

对上述论证进行评论,分析上述论证在概念、论证方法、论据及结论等方面的有效性。

■逻辑问题解析■

(1)“研究”是否可信?其研究对象是什么?是针对某一特定群体的研究吗?他们能代表“达达运动鞋”及“全球电视”的消费者抑或潜在消费者吗?如果研究对象成问题,基于此的后续推论就很有可能无法成立。

(2)该“研究”的结果可以代表今后 20 年的客观事实吗?在越来越重视养生的今天,人们的运动时间有没有可能增加?如果锻炼时间减少,人们就一定会花更多时间来看电视吗?

(3)“城市中老年人”这一概念可否界定清楚一点?是指老年人还是中老年人?哪个年龄范围符合这个定义?这是悬而未决的问题。而且随着人均寿命的增长,在今后 20 年中,中老年、老年等概念的年龄范围完全有可能发生改变,到时候又如何划分人们的年龄阶段呢?

(4)假使今后的 20 年中,城市里老年人的比例确实有明显的增长,别的年龄阶段的人口又会如何发展呢?倘若热爱运动的青少年越来越多,其人口增加比例超过老年人的增加比例,那么还有必要减少“达达运动鞋”的股份吗?

(5)就算老年人口比例增长了,这一定就意味着这类人群不需要着运动鞋来锻炼了吗?也许就某一个老年人而言,运动时间减少可能导致更换运动鞋的次数减少,但就老年人群体而言,可能因参加运动的人数增加使对运动鞋的需求量非但不减,反而增加。

(6)“全球电视”是家什么样的公司?是生产电视机的,销售电视机的,还是做传媒的?不把这个概念弄清楚,就贸然增加对此公司的投资,是不是草率了些?

(7)我们就假设这家公司生产电视机,借此来进一步分析问题。电视机生产行业现状如何?20 年后的发展又是否乐观?如果彼时整个行业的利润率普遍下降,那么增加投资就太冒险了。

(8)就算整个行业发展形势乐观,具体到某个企业,一定也会有利可图吗?如果该公司生产、管理和销售成本过高,那它仍然不会盈利,甚至可能亏损。既然如此,还有必要增加对其投资吗?



(9)如果要增加对“全球电视”的投资,就非得同时售出“达达运动鞋”公司的股份吗?实际情况完全有可能是“达达运动鞋”将来的利润即便下降,却依然高于全球电视上升之后的利润。如果是那样,上述做法就非常不合算了。

参考范文

一份值得商榷的商业计划

该公司通过研究得出运动鞋将失去投资前景,而电视将有加大投资必要的结论。

此论证初看似乎有理,但是仔细分析可以发现不少缺漏。

首先,该“研究”是否可信还是个未知数。其研究对象是什么?是针对某一特定群体的研究吗?他们能代表“达达运动鞋”及“全球电视”的消费者抑或潜在消费者吗?如果研究对象成问题,基于此的后续推论就很有可能无法成立。

其次,就算研究结果可信,它可以代表今后 20 年的客观事实吗?人们的运动时间有没有可能增加?随着经济的发展,人们在养生休闲方面的要求将可能越来越高,将来完全有可能产生新的消费需求,在运动器材,例如运动鞋上的消费量或许将不减反增。因此,运动鞋将失去市场这一推论是难以成立的。

再次,根据“城市人口中老年人比例将有明显增长”不足以推出运动鞋的需求会减少。一方面比例的增长不必然代表着数量的增加,另一方面今后的 20 年中,别的年龄阶段的人口会如何发展还不明确。倘若热爱运动的青少年越来越多,其人口增加比例超过老年人的增加比例,那么还非得减少“达达运动鞋”的股份吗?

最后,该公司作为投资者忽视了投资中最基本的一点,整个行业发展形势乐观,具体到某个企业,就不一定有利可图。因为一个公司是否赚钱,不仅取决于某个产品是否好销,同时也取决于该产品的生产、销售成本以及管理成本等诸多因素。所以,该公司仅凭目前有限的信息就做出投资决定,未免草率。

因此,不难看出这是一份漏洞百出的商业计划。要真正做出科学的投资决策,还必须做进一步深入的研究。

范文简评

本文指出了该论证中的四个不同类型的逻辑错漏,并逐一进行深入分析,条理分明,层层深入,结构完整,质疑有力,行文流畅,无语病。

2. 2003 年 1 月真题

把几只蜜蜂和苍蝇放进一只平放的玻璃瓶,使瓶底对着光亮处,瓶口对着暗处。结果,有目标地朝着光亮拼命扑腾的蜜蜂最终衰竭而死,而无目的地乱窜的苍蝇竟都溜出细口瓶颈逃走。



是什么葬送了蜜蜂？是它对既定方向的执著，是它对趋光习性这一规则的遵循。

当今企业面临的最大挑战是经营环境的模糊性与不确定性。在高科技企业，哪怕只预测几个月后的技术趋势都是件浪费时间的徒劳之举。就像蜜蜂或苍蝇一样，企业经常面临一个像玻璃瓶那样的不可思议的环境。蜜蜂实验告诉我们，在充满不确定性的经营环境中，企业需要的不是朝着既定方向的执著努力，而是在随机试验的过程中寻求生路，不是对规则的遵循而是对规则的突破。在一个经常变化的世界里，混乱的行动比有序的衰亡好得多。

逻辑问题解析

此题题干的论证中存在若干逻辑漏洞：

(1)蜜蜂实验只是特定环境下的一个生物行为实验，不能简单地将生物行为类推到企业行为，更不能把生物行为实验的结果一般化为企业应对不确定性的普遍性原则。

(2)经济发展和技术发展总体上是有规律的。在具有模糊性与不确定性的经营环境中，虽然企业用随机试错的方法可能取得成功，但企业理性决策成功的概率要远远大于随机试错成功的概率。不能用小概率的随机试错成功的特例否定理性决策。

(3)企业经营需要有明确的方向，在具有不确定性的经营环境中，企业需要根据环境的变化调整方向，但方向的调整需要理性分析而不是随机试错，更不能否定企业朝着既定方向的执著努力。

(4)技术预测具有不确定性，不意味着技术趋势不可预测，不能说明进行预测是浪费时间的徒劳之举。实际上，对未来的预测是企业经营决策的重要依据，可预测时间的长短也不能作为否定预测必要性的根据。

(5)不能把对规则的遵循和对规则的突破的区别绝对化。事实上，对规则的遵循和对规则的突破不是绝对排斥的。对规则的突破并不意味着不遵循任何规则，而意味着突破或修改旧规则，创建并遵循新规则。

(6)企业经营环境的不确定性要求不能机械地遵循规则，这个正确的观点被偷换为企业经营环境的不确定性要求不遵循任何规则。

(7)在一个经常变化的世界里，混乱的行动和有序的衰亡并不是两种仅有的选择。没有理由因为反对有序的衰亡而提倡混乱的行动。

参考范文

企业经营是否真的不要遵循任何规则

上文主要通过某次实验以及世界和市场环境的变化无常，来论证企业经营不应该遵循任何规则。这样的论证是难以成立的。

首先，把企业比作蜜蜂和苍蝇，有机械类比的嫌疑。因为人具有它们所不具有的理性，而理性在某种预设规则指导下进行探索和试验，不论过程的顺利或曲折，它都会总结经验，汲取教



训,形成新的更有效的规则来指导下一步的行动,因此比蜜蜂和苍蝇都能更好地适应环境,更快地寻求到自己的生路。

其次,上文不仅没有揭示试验环境和企业环境二者之间的真正相同点,竟然还预先规定了试验的瓶口和光亮处的位置是确定不变的,但后来却又再三强调企业经营环境的变化无常——显然其论证已经前后矛盾了。

再次,技术预测具有不确定性,不意味着技术趋势不可预测,更不能说明进行预测是浪费时间的徒劳之举。实际上,对未来的预测是企业经营决策的重要依据,可预测时间的长短也不能作为否定预测必要性的根据。

最后,环境变化无常是会导致某种程度的模糊性与不确定性,但同时哲学原理也表明,有相对的静止稳定和绝对的变化这一客观规律存在。基于客观规律之上的理性决策成功的概率要远远高于随机试错,因此,环境的变化无常推不出“混乱无序的行为要比遵循客观的规则好得多”。

由于上述推理如此漏洞百出,所以我们担心,如果不加思索地就把这种理论奉为圣典,那么,无论对哪个企业来说,它很可能都是一种致命的误导。

范文简评

本文从论证的诸多逻辑错误中挑选了四个进行具体阐述,质疑有力,分析到位。不过此文的瑕疵在于,第一个分论点已经指出了“把企业比作蜜蜂和苍蝇,有机械类比的嫌疑”,第二个分论点就不宜还从试验与市场的关系着眼进行分析。成文时同一地方同一类型或相似类型的逻辑错误宜合并,如此较为紧凑。

3. ■2004年1月真题■

目前,国内约有1000家专门的公关公司。去年,规模最大的十家本土公关公司的年营业收入平均增长30%,而规模最大的十家外资公关公司的年平均收入平均增长15%;本土公关公司的利润率平均为20%,外资公司为15%。十大本土公关公司的平均雇员人数是十大外资公关公司的10%。可见,本土公关公司利润水平高、收益能力强、员工的工作效率高,具有明显的优势。

中国公关协会最近的调查显示,去年,中国公关市场营业额比前年增长25%,达到了25亿元;而日本约为5亿美元,人均公关费用是中国的10多倍。由此推算,在不远的将来,若中国的人均公关费用达到日本的水平,中国公关市场的营业额将从25亿元增长到300亿元,平均每家公关公司就有3000万的营业收入。这意味着一大批本土公关公司将胜过外资公司,成为世界级的公关公司。

■逻辑问题解析■

本题题干的论证中存在的漏洞主要有:

(1)在题干第一段的论证中,混淆了“公司规模”与“员工的工作效率”之间的关系。员工的



工作效率取决于两个因素:员工的数量和员工在单位时间所完成的总有效工作量。十大本土公关公司的平均雇员人数是十大外资公关公司的 10%,只能说明本土公司规模小,而不能得出“前者员工的工作效率比后者高”的结论。

(2)公司的利润水平与平均利润率是不同的概念,不能根据本土公关公司的平均利润率比外资公司高,推断出本土公司的利润水平比外资公司高。即使本土公关公司的平均利润率高,但是总体利润水平仍有可能低于外资公司。

(3)收入增长速度与收入能力或收入水平是不同的概念,在题干中也被混用了。营业收入增长率只有在增长基数基本相同的情况下才能说明收益能力的差异。本土公关公司与外资公关公司处于不同的发展阶段,收入增加速度快并不意味着收入能力强(在小的基数的基础上增加总是比在大的基数上增加容易);由本土公关公司的年营业收入平均增长率高于外资公关公司的年营业收入平均增长率,不能得出前者的收益能力比后者强的结论。

(4)中国与日本的人口结构存在着相当大的差异,尤其对于公关这样的城市化程度要求很高的行业而言,简单地将日本的人均公关费用推广到中国,是错误的类比。

(5)对未来市场总额的估计与现在市场中企业的总数不是同一时点的数据(前者是预测值,后者是统计值),不具有可比性。公关市场营业额的增长,极有可能伴随着公关公司数量的增长而增长。上述论证使用中国公关市场的营业额将增长到 300 亿元的预测数据,计算出平均每家公关公司有 3 000 万元左右的营业收入,隐含的假设是公关公司的数量基本不变。这个假设是很难成立的。

(6)论证根据中国公关市场的营业额的增长,推算出每家公关公司的营业收入有大的增长。这里,受益于营业收入增长的自然同时包括国内和外资公司。因此,这不能成为一大批本土公关公司将胜过外资公司的根据。即使中国的公关营业总额增加到 300 亿元的水平,即使平均到一个公司营业收入水平很高,但这些公司中既包括本土公司,也包括外资公司,无法得出“本土公司必将击败外资公司”的结论。

(7)当我们讨论本土公关公司中是否会诞生一批世界级公司时,采取平均的方法所推算出的每个公司的平均营业收入缺乏说服力。在某个行业中,常常是 20%的企业创造 80%的市场营业收入,所以,这种根据平均值推断的方式存在很大的漏洞。

参考范文

美丽的空中楼阁

上文通过一系列不太相关的数据和一个成问题的假设,得出了一座美丽的空中楼阁:一大批本土公关公司将成为世界级的公司。楼阁美则美矣,却因构建过程中的错漏流于主观愿望。

其一,本土公司的雇员人数少,不能说明员工的工作效率高。此外,如果本土公司前年的营业收入和利润的基数很可能本来就比外资公司少很多,那么,即使去年前者增长速度高于后者,今后相当长的时间里,前者的利润水平和收益能力很可能依然远远不如后者。

其二,一个国家的人均公关费用是和该国人均国民收入密切相关的。由于人均国民收入很



难在短时间里迅速增加十多倍达到日本的水平,所以,我国公关市场的营业额不太可能不久就达到 300 亿元,因此也就很难拉出一大批的本土公关公司迅速成为世界级的大公司。

其三,就算我国公关市场的营业额不久就增长到 300 亿,但很可能外资公关公司占去了 90% 以上;或者由于很多人看到了未来市场的激增,于是大家一窝蜂地都来建立新的公关公司。所以,同样很难说未来就会有一大批的本土公司能够达到 3 000 万元的营业收入。

最后,仅仅基于去年一年的数据是否就能必然地得出未来的普遍性结论?外资公司将来的发展情况如何?“世界级的公关公司”的标准是什么?胜过外资公司,是否就意味着成为了“世界级的公关公司”?诸如此类的问题,都会严重影响上文推理和结论的成立。

由此可见,作者得出的结论,只是一座悬浮于海上的蜃楼,这种海市幻影,只要理性的阳光一照,就会立马消失得无影无踪!

范文简评

本文本论部分挑出三个不同类型的漏洞,分三段加以深入分析。对于同一类型的错误归为一段,处理较合理。本论第四段一口气指出论证中的若干漏洞,个个入理,彰显作者批判性思维功底。

文章妙在标题及首尾段,比喻式质疑鲜明生动,别有情趣,可见作者功底不错。此文可评一类上等卷。

4. 2004 年 10 月真题

有两个人去深山打猎,遇到一只凶猛的老虎,其中一人扔下行囊,撒腿就跑。另一人朝他喊:“跑有什么用,你跑得过老虎吗?”头一个人边跑边说:“我不需要跑赢老虎,只要能跑赢你就够了。”

这个故事告诉我们,企业经营首先要考虑的就是如何战胜竞争对手,因为顾客不是选择你,就是选择你的竞争者,所以只要在满足顾客需求上比竞争者快一点,你就能够脱颖而出,战胜对手。要想跑得比老虎快,是企业战略幼稚的表现,追求过高的竞争目标会白白浪费企业的大量资源。

逻辑问题解析

本题题干的论证中存在着类比不当、认识片面、缺少发展变化的眼光等漏洞:

(1)从题干中的故事推断企业经营,所依据的逻辑,是将故事中的两个人看做竞争者,而忽略了老虎本身也是人的竞争对手这样一个事实,因此破坏了整体的论证有效性。

(2)在企业经营中,“顾客不是选择你,就是选择你的竞争者”并不成立,你或你的竞争者并不是顾客仅有的两种选择,顾客有可能对你和你的竞争者都不选择,换言之,你们都无法满足顾客的需求。

(3)满足顾客,并不只是比竞争者快一点,速度只是顾客所考虑的一种因素。多、快、好、省,



可能都是顾客在你和你的竞争者之间进行选择所需要比较的因素。

(4)企业经营并不是以战胜竞争对手为主要目的,如果只强调战胜对手,会造成两败俱伤的局面,最终企业也难逃失败的命运。

(5)人和人在竞争,人和老虎同样也在竞争。中国企业如果只是满足于战胜本土竞争对手,那么,即使你是中国企业冠军,也有可能被老虎——国外更强大的企业“吃掉”。所以,不能认为“跑得比老虎快”,是“企业战略幼稚的表现”,是“追求过高的竞争目标”。

参考范文

似是而非的论证

上文通过一只老虎追吃两个猎人的故事,得出一系列关于企业竞争战略的结论。这种推理论证是难以成立的。

首先,在被老虎追吃的这种特定情境下,一个人不是非得要把另一个人看做是竞争对手,并且只有超出“对手”才能生存,他们完全可以通过合作的方式来一起对付老虎。这就是说企业和企业之间的关系并不必然只是竞争关系,所以企业经营首先要考虑的不一定就是如何战胜竞争对手,而很可能是如何形成一种双赢的合作关系。

其次,上文认为在现实的商海中,就像只有两个猎人在进行逃命竞赛一样,也只有两个企业在展开单一的速度方面的竞争。这种认识是错误的。我们知道,当今社会绝大部分时候是多个企业之间多方位的竞争。这样,如果你仅仅比最落后的企业在满足顾客需求的速度方面“快一点”,而没能提供比它更价廉物美的产品和服务,那么你很可能同样无法“脱颖而出,战胜对手”,甚至面临被淘汰出局的命运。

最后,上文根据“人不可能跑得比老虎快”推出企业不可能走在顾客需求的前面。这样的类比推理同样是难以成立的。我们知道,企业通过理性的预测和广告的宣传有时完全可以积极主动地创造并引导顾客的需求,比如 Intel 的微处理器。所以企业的这种走在顾客需求前面的做法不一定是幼稚的表现,这种超前的战略目标很多时候甚至可以进一步激发企业去创造、寻找和发现更多更新的资源和市场。

由于上文在论证过程中存在种种逻辑问题,所以上文的结论也是难以令人信服的。

范文简评

本文挑出论证中的三个主要逻辑问题作了深入分析,每个问题的分析都围绕质疑论证展开,没有强词夺理,而是娓娓道来,语言平实,结构完整,层次清晰。

5. ■2005 年 1 月真题■

没有天生的外科医生,也没有天生的会计师,他们都是专业化的工作者,需要经过正规的



培训。而这种培训最开始是在教室里进行的。当然,学生们必须具备使用手术刀或是操作算盘的能力,但是他们首先得接受专门的教育。领导者则不一样,天生的领导者是存在的。事实上,任何一个社会中的领导者都只能是天生的。领导和管理本身就是生活,而不是某个人能够从教室中学习来的技术。教育可以帮助一个具有领导经验和生活经验的人提高到更高的层次。但是,即使一个人具备管理天赋和领导潜质,教育也不能将经验灌入到头脑中。换句话说,试图向一个未曾从事过管理工作的人传授管理学,不啻于向一个从未见过其他人类的人传授哲学。组织是一个复杂的有机体,对它的管理是一种困难的、微妙的工作,需要的是各种各样只能在身临其境时才能得到的体验。总之,MBA教育试图把管理学传授给一个毫无实际经验的人是种浪费,更糟糕的是,它是对管理的一种贬低。

逻辑问题解析

这段话有一定的道理。管理既是科学,又是艺术。艺术性的一面,确实具有一些可以意会但很难言传的内容,MBA教育应选择那些具有管理潜质的人加以培养。但是,本题题干的论证中也存在下述逻辑漏洞:

(1)“天生的领导者是存在的”这一前提值得商榷。人们从小到大,除了在学校学习,还从家庭成员和社会实践中学习,包括领导者素质的培养。考生可以质疑这一前提,也可以从这一前提出发,指出论证中存在的逻辑错误:即使“天生的领导者是存在的”,也不能由此推出,“任何一个社会中的领导者都只能是天生的”。

(2)“教育可以帮助一个具有领导经验和生活经验的人提高到更高的层次,但是,即使一个人具有管理天赋和领导潜质,教育也无法将经验灌入他的头脑”,这种推断是不恰当的。MBA学生是具有一定的经验、知识、选择力、判断力和自主意识的个体,而不是一个被动的容器。经验分享,恰恰是MBA教育中的一种重要的学习方式。

(3)“试图向某个未曾从事过管理工作的人传授管理学,不啻于试图向一个从来没见过其他人类的人传授哲学”这一推断缺乏有效性。即便是一个未曾从事过管理工作的人,只要他在组织环境中工作过,他就对管理中的基本问题,如沟通、协调、组织、决策等,具有一定的观察和体验。这与“向一个从来没见过其他人类的人传授哲学”是不能类比的。

(4)“MBA教育试图把管理学传授给某个毫无实际经验的人”,是偷换概念,MBA学生并不是毫无经验的人。

参考范文

MBA果真一无是处吗?

相对于外科手术或会计工作来说,管理确实具有更多的艺术性的一面。但我们就能因此说,MBA教育对于管理者的培养是一无是处吗?至少上文没有有效地论证这一结论。

首先,尽管某些天赋,比如浓眉大眼、伟岸身躯,可能有助于某些领导才能的构建和发挥,