

打

MBA的神话

破

中国MBA报告

育委 著

中国档案出版社

育委 著

打破 MBA 的神话

中國檔案出版社

责任编辑/田小燕

图书在版编目(CIP)数据

打破 MBA 的神话 / 育委著. —北京: 中国档案出版社,
2002.9

ISBN 7 - 80166 - 263 - 6

I. 打... II. 育... III. 企业管理—研究生教育—
研究—中国 IV. G643

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 074960 号

出版/中国档案出版社 (北京西城丰盛胡同 21 号)

发行/新华书店

印刷/北京施园印刷厂

规格/850 × 1168 毫米 1/32 印张/9 字数 160 千字

版次/2002 年 10 月第 1 版 2002 年 10 月第 1 次印刷

定价/20.00 元

打破 MBA 的神话

——中国 MBA 报告

育委 著

中国档案出版社

一个急剧变化的社会，同时会是一个最容易产生神话的社会。但是，当人们对神话所描述的事物趋之若鹜的时候，往往预示着神话即将终结。

序言

据说，MBA是当今中国10大流行词汇之一，攻读MBA甚至已经成为一种时尚。

十年前，电视台记者还将MBA误以为是NBA。

MBA何以在短短的数年之间，就从默默无闻到迅速流行、蹿红于大江南北，甚而成为代价不菲的时尚呢？

这与MBA的神话有关。

MBA之所以从一个工商管理硕士学位发展为一个神话，是与以下几个广为流传的说法分不开的：

其一是中国对MBA的海量需求——从30万到1000万；

其二是MBA的超高收入——从8万到80多万的起薪；

其三是MBA能使人脱胎换骨、成为创富英雄，是进入高级管理阶层的捷径、是“上层社会”的通行证。

事实果然如此吗？

科技的发展日新月异，但是，人性的变化却很缓慢，可以说我们刚刚迎来的21世纪的人性与我们早已经告别的公元前的人性相比，在最基本的层面上可能没有什么变化。

正因为如此，神话才不断破灭但又不断产生。

在现代社会当中，如果生产某种产品的厂商对自己产品的宣传过分夸大其词，总会引起消费者的质疑甚至投诉。这是因为消费者与厂商并不是利益共同体，况且在信息社会中信息的产生和传播途径是多元的。

但对于“MBA生产商”来说，事情则显示出不同的图景：

首先，“MBA生产商”在一定程度上就是知识和信息的生产者，并存在一定程度的垄断，他们不会传播对自己不利的信息；

其次，“MBA生产商”的消费者——MBA学员出于自身利益的考虑，一般倾向于“赞美”自己所受到的MBA教育。

这两种因素的结合，使得我们很难听到MBA的负面信息。

不记得是哪位未来学家在上世纪80代就说过：
在信息社会或者说知识社会中，大学将是最有权利和权威的机构之一。
从我国MBA神话的形成和传播来看，这位未来学家确实具有非凡的远见卓识。

然而，神话终究只是神话而已，最后毕竟要回归真实。

需要说明的是，本书作者对MBA并无成见，也非常赞同在我国大力开展管理教育，因为知识是人类力量的源泉。

但是，MBA的神话必须打破。

我们愿没有了神话的包装、没有了虚幻光环的中国MBA，能够更扎实地
走好自己的路！

作者

2002年9月 于北京

致谢

由于本书的特点所致，在写作过程中，作者参考了大量媒体关于MBA的报道。作者在此向这些媒体和记者表示感谢！

作者在书中已经将引用之处尽量注明，若有遗漏，敬请谅解。

目 录

序言 致谢

第一章 热得发烫的MBA

人类进入21世纪，在中国产生了两大神话，其一是已经破灭的网络神话，其二是正在上演的MBA的神话。

中国的教育史上，没有任何一种学位或者专业受到MBA一般的追捧和炒作，即使上世纪70年代末至80年代初的“学会数理化，走遍天下也不怕”的神话，也没有MBA这样炫目的光环。

- 一、MBA热席卷中国 /3
- 二、成为炒作对象的MBA /14
- 三、媒体明星——MBA的吃喝玩乐 /20
- 四、MBA作为公关手段——送你一个MBA /34
- 五、MBA价格“大战” /38

第二章 中国需要多少MBA?

1991年MBA教育登陆中国，据说当时的电视台记者还将MBA误以为是NBA（美国职业篮球联赛），那么，它何以在短短的数年间就迅速流行、蹿红于大江南北，甚而成为代价不菲的时尚呢？

除了中国经济体制改革和对外开放的原因外，MBA风靡中国与几个广为流传的神话不无关系。

这些神话之一即是中国对MBA的巨大需求。

- 一、3万、30万、200万、1000万？ /47
- 二、MBA的语义混乱 /55
- 三、MBA需求的“网络说”和“语言说” /58
- 四、先上一堂经济学基础课 /71
- 五、MBA有金刚不坏之身吗？ /76

第三章 MBA学位=超高薪?

在当代中国越来越商业化的社会中，能够得到广泛传播的神话莫不以金钱或者高薪为目标指向，MBA之所以受到追捧，显然是与有关MBA的高起薪或者超高起薪传说分不开的。

美国MBA们的起薪真的很高吗？中国MBA们的起薪到底是多少？MBA们的起薪有没有一个合理的参照？

- 一、从8万元人民币到10万美元 /83
- 二、美国MBA们的起薪有多高？ /92
- 三、中国MBA定价几何？ /99
- 四、一场争论和MBA的身价 /109

第四章 MBA=管理大师?

有人说，MBA的原意并不是要培养硕士研究生，与其将MBA中的M (Master) 翻译成“硕士”不如翻译为“高手”，相当于武侠小说中的“大侠”。

还好，没好意思说应该翻译为“大师”，否则，M.A (文学硕士) 就应该翻译为“文学大师”了；经济学硕士(Master of Economics) 也应该称为“经济学大师”了。

- 一、MBA、职业经理人和企业家 /119
 - 1、天生的企业家 /120
 - 2、职业经理人的产生 /122
 - 3、所有者与职业经理人的冲突 /128
- 二、管理理论与管理实践 /136
- 三、案例教学的神话 /143
 - 1、对案例教学的膜拜 /143
 - 2、案例教学的真相 /146
 - 3、案例教学使MBA们学会游泳了吗？ /156
- 四、管理大师还是管理“科学家”——以哈佛为例 /161

第五章 中国的MBA们

我国开始授予MBA学位已经10年有余，招生人数有了近百倍的扩张。在此期间，MBA从默默无闻到如日中天，继而成为神话。

然而，现实之中的MBA显示出辉煌了吗？

神话正在破灭，MBA能够再造神话吗？

一、中国MBA"前史"——非官方文本 /173

二、与MBA无关的辉煌 /176

三、MBA不能承受之重 /185

四、尴尬的MBA学员和MBA教师 /187

五、金色幻觉中的MBA /197

六、MBA能够再造神话吗？ /200

附1：哈佛商学院MBA课程全浏览

第一部分 必修课 /207

第二部分 选修课 /211

附2：MBA院校排名

1、金融时报2001年MBA排名 /255

2、美国商学院最新排名 /265

3、美国EMBA最新排名 /268

4、亚洲商学院排名 /269

DIYIZHANG

第1章

热得发烫的MBA



人类进入 21 世纪，在中国产生了两大神话，其一是已经破灭的网络神话，其二是正在上演的 MBA 的神话。

在中国的教育史上，没有任何一种学位或者专业受到 MBA 一般的追捧和炒作，即使上世纪 70 年代末至 80 年代初的“学会数理化，走遍天下也不怕”的神话，也没有 MBA 这样眩目的光环。

一、MBA 热席卷中国

世事的变迁总是富于戏剧性。

20 世纪 70 年代，当共和国从“文化大革命”的泥沼中爬起身来的时候，高考制度的恢复使得无数的中国人看到了人生的曙光。

当时的百姓厌倦了与反复无常的政治运动有关的许多事情，在高考专业的选择上，久已流传的“学会数理

化，走遍天下也不怕”的说法又重新开始民间流传。

著名作家徐迟描述数学家陈景润人生经历的报告文学《歌德巴赫猜想》的发表和受到的热烈、广泛关注，更将这种对“数理化”的膜拜推向了极致。

各地高考状元的专业选择必是著名大学的数学系无疑，笔者当时所在城市的高考总分的第一名和第二名就分别进入北京大学数学系和复旦大学数学系就读。当时的高中生如果认为自己考理工科无望才会选择文科作为高考志愿。班主任老师如果认为自己的学生考理工科无望的话，也会向学生家长建议：“让孩子考文科吧。”

当时一个虽然没有大肆宣扬但却被广泛接受的理念是，假如一个孩子没有足够聪明到学理工科，就让他或她去学文科吧。

可以说，当时的“数理化”被笼罩在神秘的光环之中。很少有人去思考中国需要多少数学家、物理学家、化学家。

但是，即使在对“数理化”的膜拜最狂热的时候，也只是被作为一种专业，其光环最闪亮的时候，也没有世纪之交发生并正在上演的另一种膜拜眩目耀眼。

这个新的神话就是——MBA。

用“如火如荼”来形容 MBA——工商管理硕士在中国形成的热潮，一点都不过分。

随便翻开一份平面媒体，你都会看到 MBA 三个英文字母在试图吸引你的眼球，关于 MBA 的各种报道、关于 MBA 的招生信息、考前辅导广告等等充斥版面，想要逃避都难；最具影响力的中央电视台的强档节目已经制作了若干期 MBA 节目；在网络中搜索 MBA，你会得到数十万个结果。在这种强势宣传和各种神话的渲染中，MBA 热遍中国大江南北。

2001 年 11 月初，《北京青年报》报道：

昨天记者看到，在清华 MBA 招生办公室门口站满了等候报名的人们。据悉，从 10 月 27 日开始预报名，一周的时间内，清华 MBA 报名约 3000 人，其中函报人数近 900 人，而去年清华 MBA 一共报名的人数才将近 3000 人。

稍后几天，《北京日报》报道：

本报讯

尽管清华大学 MBA 学费由 5 万元涨到 7 万元，昨天距报名截止还有 7 天，可前来报名的人数已经超过 3500 多人，远远超过去年的 2800 人。

▶▶ 打破 MBA 的神话

到该年 11 月下旬,《北京青年报》报道:

2002 年清华大学经济管理学院 MBA 招生数字并无太大变化,而报名人数最新统计数字表明,截止到目前已经比去年多出千余人,达到 4400 余人。也就是说,今年清华的报考与录取比将达到 11:1。北大的数字也相差不多。

在这里,我们不仅看到了清华大学 MBA 招生报名情况的火爆,而且看到了媒体对 MBA 招生过程的持续关注。

当然,热的不仅仅是清华大学,这种热潮也不仅仅是在北京出现。

2002 年 3 月 3 日,《北京青年报》记者发现:

昨天上午,在中国大饭店,每年一次的北京大学国际 MBA 招生咨询会现场引来了近 600 名咨询者,能容纳 500 人的讲厅被挤得水泄不通。招生负责人表示,到场人数出乎他们的意料,去年同样在此地举行的咨询会只来了 300 多人,今年是人数最多的一年。