认识新教授

胡可嘉

胡可嘉博士是中欧国际工商学院运营管理学副教授。在加入中欧之前，她曾任范德堡大学欧文商学院 Brownlee O. Currey Jr. 院长教职研究员和运营管理学助理教授。胡教授擅长从数据中解锁商业价值。她的主要研究方向包括服务运营、人工智能和商业分析。

蒋菲娜

蒋菲娜 (Nana Yaa A. Gyamfi) 博士是中欧国际工商学院管理学讲师。在担任中欧讲师前，她是中欧国际工商学院阿克拉校区研究助理与人力资源联络员。蒋菲娜博士于 2022 年获得 IESE 管理学博士学位，分别于 2018 年和 2013 年获得 IESE 商学院管理学硕士学位和伦敦政治经济学院组织行为学硕士学位，于 2010 年毕业于加纳大学商学院获会计学理学士学位。

教授荣誉和奖项

7 月，程林教授获得会计学国际顶级期刊《当代会计研究》（CAR）所颁发的“优秀审稿人”荣誉称号。

8 月，黄生教授参与合作的论文《大科技、性别与环境行为》荣获第三届数字金融开放研究平台年度峰会优秀论文奖。

8 月，第十五届中国邮轮产业发展大会（CCS15）成功举办，汪泓教授当选为第三届中国邮轮发展专家委员会副主任委员。

8 月，韩国 ACLN（Asia Cruise Leaders Network，亚洲邮轮领袖联盟）主办的第七届亚洲邮轮贡献奖举行颁奖典礼，中欧国际工商学院院长、邮轮经济 50 人论坛发起人、上海国际邮轮经济研究中心主任汪泓教授荣获特别成就奖。

教授任命

程林教授
被任命为金融学 / 会计学系主任

7 月，会计学教授程林被任命为金融学 / 会计学系主任。在加入中欧国际工商学院之前，程林教授任教于美国亚利桑那大学 Eller 商学院，担任副教授并获终身教职。程林教授曾于 2018 年在德国 WHU – Otto Beisheim 管理学院，2019 年在清华大学和上海财经大学担任客座教授。程林教授现任《当代会计研究》编辑委员会成员，并担任 *The Accounting Review*、*Review of Accounting Studies*、*Management Science*、*Review of Financial Studies* 等国际顶级期刊的特约审稿人。

7 月，会计学教授戴维 (David Hendrik Erkens) 被任命为卓越服务研究中心主任。他的研究领域聚焦于控制系统的设计、实施和使用，特别是报酬安排、董事会和运营控制。戴维教授教学经验丰富，在加入中欧前，他在乔治敦大学和南加州大学为本科、研究生和博士等学生讲授管理会计相关课程。

戴维 (David Hendrik Erkens) 教授
被任命为卓越服务研究中心主任

中欧国际工商学院教授媒体观点

2022 年中欧国际工商学院教授在媒体上频频发言。话题涵盖了商学院学生入学情况、全球疫情大流行对经济的影响，以及如何适应数字时代的发展，以下是部分教授的观点洞见。

按照时间倒序排列

12 月 15 日

最初中国品牌主要凭价格取胜。如欧洲和日本一样，提升中国品牌的定位尚需时间。中国品牌缺失的是创建品牌的能力，品牌最重要的是情绪和感知，你需要给消费者提供创新和有意义的产品。

——中国日报 | 中欧国际工商学院欧方院长 杜道明

12 月 9 日

在多重压力之下，企业的发展信心和景气指数也受到了较大影响，但同时中国经济呈现出了较大韧性。必须要以时不我待的紧迫感为市场主体提振信心，一定要把市场交回给企业，一定要让企业活起来、强起来，才能够促进整个社会经济的发展。

——《商业周刊》中文版 | 中欧国际工商学院院长、管理学教授 汪泓

10 月 27 日

加快扩大社会保险覆盖面是完善我国社会保障体系的重大举措，是制度可持续发展的内在要求，是实现共同富裕，巩固脱贫成果的有力保障，是完善劳动力市场的重要保证，对于改善民生，促进社会公平具有重要意义。

——新京报 | 中欧国际工商学院院长、管理学教授 汪泓

10 月 19 日

与西方企业不同，中国企业已经着手解决基础设施不足相关的挑战。

——南华早报 | 中欧国际工商学院战略学教授 沙梅恩（Shameen Prashantham）

10 月 13 日

我相信在应对老龄化的问题上，中国应该可以成为世界的引领者。我们同时还在探索一些政策措施，比如延迟退休年龄，改善国家养老保障体系，构建终身学习体系等等，通过这些组合拳的使用，更好地应对人口老龄化的问题。

——商学院杂志 | 中欧国际工商学院荣誉退休院长 迪帕克·杰恩

10 月 13 日

元宇宙不仅是仿真技术的出现、发展和应用，其更多的意义在于明确赋予当前互联网真正意义上数字社会的特点，即具有延续性、延展性的社交 + 经济体系。换句话说，元宇宙本质上是不同形式的社会形态的数字呈现。

——每日经济新闻 | 中欧国际工商学院管理学助理教授 杨蔚

按照时间倒序排列

10 月 12 日

中国已成为全球最大的数字经济体之一，产业数字化和智能化转型升级是大势所趋，企业急需能够适应和推动转型升级的技术、分析、管理和经营人才。当前中国的数字人才主要集中在软件开发领域，占比高达 87.5%；其次是数字化运营人才，占比 7%；大数据分析和商业智能等深度分析人才仅占 3.5% 左右；而先进制造和数字营销人才的比例则不到 1%。

——每日经济新闻 | 中欧国际工商学院管理学教授 韩践

每日经济新闻 NATIONAL BUSINESS DAILY

10 月 11 日

虽然当代中国企业在管理上没有颠覆西方基础理论，但是它们在互联网、人工智能等新兴产业中发展出了特色的实践经验。把这种经验以案例的方式和经典理论进行嫁接，便是对管理思想的再造和创新。而通过在瑞士和非洲的海外校区，中欧可以将中西结合的创新管理思想传递给进入中欧海外校区学习的海外管理者，从而为当地乃至世界的人才培养出一份力。

——福布斯 | 中欧国际工商学院院长、管理学教授 汪泓

Forbes

10 月 8 日

原来基于全球化时代所遵循的极致理性状态下的注重效率（efficiency）的投资和全球布局，欧洲已经不会再投了，他们现在更多考虑的是如何保持经济 / 供应链的弹性（resilience）。

——经济观察报 | 中欧国际工商学院副院长兼教务长 丁远

经济观察报 The Economic Observer

10 月 8 日

在管理学中有一个定律，叫作“极反定律”（the too-much-of-a-good-thing effect），即对个人绩效、领导力的效率和组织绩效有好处的一些因素，在发展到极点的时候，会向相反方向转化。同样，过度的坚毅也会“物极必反”。

——澎湃 | 中欧国际工商学院组织行为学助理教授 郑雪

澎湃 THE PAPER

10 月 3 日

中国依据隐性法规来鼓励创新，同时控制潜在的风险。在华企业必须接受中国独特的监管文化。

——外交学者 | 中欧国际工商学院金融学副教授 孔博（Viktar Fedaseyeu）

THE DIPLOMAT

10 月刊

新冠肺炎疫情引发了大范围、长时间的强制居家工作规定，改变了人们熟悉的办公环境。内向性格的企业家对居家办公适应得比较快，毕竟独自一人待着对内向的人来说是补充精力的机会。对于外向型的企业家而言，失去热闹的环境将迫使他们切换视角、体验单独工作。这次特殊体验也许能让不同性格的人群避免偏见，更好地欣赏彼此的特点和需求，更好地共生和合作。

——哈佛商业评论 | 中欧国际工商学院管理学教授 赵浩

Harvard Business Review 哈佛商业评论

9 月 29 日

了解家长式领导力不仅有助于高管们驾驭国际商业，还有助于提高自身的管理能力。

——金融时报 | 中欧国际工商学院组织行为学助理教授 郑雪

FT FINANCIAL TIMES

按照时间倒序排列

9 月 8 日

中国有能力发挥领导作用，基于合作和互惠的原则构建激进的经济理念，从而改变世界。

——南华早报 | 中欧国际工商学院特聘教授 多米尼克·德维尔潘（Dominique de Villepin）

9 月 8 日

中国和欧盟要有长远眼光，因为我们在减碳领域都是具有公信力的国家和地区，只有我们努力才能够有更多国家参与进来。

——经济观察网 | 中欧国际工商学院特聘教授 帕斯卡尔 • 拉米

8 月 26 日

中欧社会保障与养老金融研究院基于“中国深度、全球广度”战略定位，聚焦社会保障和养老金融两个领域，深入开展学术理论与公共政策研究，探索中国特色的社会保障制度模式。

未来，研究院将发挥中欧多学科、跨领域等学术优势，追踪国际社会保障和养老金融市场的发展趋势，研究各国社会保障制度模式的经验；汇聚国内外学界权威专家、国家政策制定部门、国际高端智库机构和养老金融企业家等各方研究力量，搭建国内外社会保障研究的学术网络和交流平台，为社会保障与养老事业的高质量发展贡献智库力量。

——解放日报 | 中欧国际工商学院院长、管理学教授 汪泓

7 月 26 日

我相信我们将进入经济衰退，因为通过加息控制通胀是一把“双刃剑”。不过，当我们谈论这些糟糕情况时，必须记住它们不会永远持续下去。如果情况糟糕的话，可能持续 12 至 18 个月。如果看过去五六十年发生的危机，平均来说，糟糕的时期大约会维持一年。

——中国新闻网 | 中欧国际工商学院经济学教授、副教务长 芮博澜（Bala Ramasamy）

7 月 9 日

用于消费或投资的资金并不短缺，人们的消费欲望也并不低迷。

——环球报 | 中欧国际工商学院经济学教授 朱天

7 月 7 日

首先在大的选择上，你到底是做“小而精”还是“大而全”？你得根据自己发展的阶段和规模做判断。但有一些东西是永恒的，那就是纯粹靠营销、靠忽悠是不可能长久的。最终能否站住脚，依靠的是你提供的产品和服务的质量。其次，你要对市场需求有一个非常清晰的认识，不能想当然。

——彭博商业周刊 | 中欧国际工商学院金融学与会计学教授 赵欣舸