

抛却MBA,走进“私塾”

“野生”商学院成为各界精英“悟道场”



虎踞财经

江苏经济报记者 樊敏

未来三年,培育超500名科技企业企业家与创业者,推动不少于50家企业营收突破亿元……日前,由光谷人才集团实体化运营的光谷商学院正式揭牌,引发广泛关注。近年来,在传统高等教育体系之外,一批“野生”商学院拔地而起,他们或有地方政府背书,或有明星企业家站台,为各界精英提供了更多商学院教育路径。

中国城市发展研究院投资部副主任袁帅认为,“野生”商学院的出现,实际上是市场对传统商学院“脱实向虚”的一种纠偏,它们是经济转型期特有的“特种兵训练营”,旨在通过高度浓缩的实战课程和强绑定的产业资源,加速科技企业家的成长周期。这不仅是特定阶段的产物,更是未来商学院教育多元化发展不可逆转的潮流。

从“标准化输出”转向“定制化赋能”

“什么?传媒公司里面还有一个商学院?”前不久,在南京举办的跨境电商人才交流大会上,当南京伯乐文化传媒有限公司商学院院长张杰介绍完职务后,有嘉宾发出疑问。据张杰透露,公司通过设立内部商学院,可以从一线优秀主播中筛选出培训讲师,对新主播进行入职前的培训和长期的培

养。“培训对内也对外,基本上7天时间就可以培养一名人才,过去三年商学院已经免费培训了5000多人。”

在扬中市,由当地青年民营企业家协会创办的江洲商学院已开展多期集中培训,通过深度融合前沿技术与奋斗精神,为青年企业家提供更多创新思路与智力支持。有学员坦言:“商学院培训内容充实,切实拓宽了经营思路。”同样,在一水之隔的扬州,由该市科技局打造的扬州科技商学院,两年间培育95名“科技新锐”,为新质生产力的发展提供了更多助力。

企查查数据显示,注册品牌包含“商学院”的机构超过11900家,以高等院校为核心的传统商学院格局正面临重塑。在受访专家看来,“野生”商学院的崛起并非偶然,而是中国经济从要素驱动向创新驱动深度转型期的特定产物。

北京社科院副研究员王鹏分析称,当前科创企业普遍存在“技术强、商业弱”的痛点,传统商学院侧重通用管理,难以匹配科技企业从研发到商业化的精准需求。地方政府和产业界创办的商学院恰好填补空白。“但从长期看,其本质是商学院教育分层化的必然趋势。”王鹏进一步补充道,“传统教育专注系统理论,而这类学院锚定产业场景、精准对接需求,推动商学院从‘标准化输出’转向‘定制化赋能’,未来有望成为商学院教育体系的重要组成部分。”

课堂即“诊室”,同学即“药方”

“一开始也是抱着怀疑的态度来听,后来发现确实有些收获。”苏州某汽车配件加工厂创始人罗洋表示。步入不惑之年的罗洋近几年在公司经营上面临很多困惑,他在朋友的

推荐下报了某商学院总裁培训班。他说:“不同于高校里晦涩难懂的商业课程,‘野生’商学院的导师都是各行业的成功企业家,他们会分享自身经营心得,传授如何规避风险,有些内容可以直接套用到自家公司经营中。”

另一家“野生”商学院的战略管理实验室内,外贸商曾浩正和同学们紧张地围绕美国对华加征关税展开沙盘推演,系统模拟3000种关税场景,实时生成利润曲线。在体验了“产能转移”“价格谈判”等路径后,曾浩对一些现实问题有了更多思考。

比起传统名校的EMBA学费动辄数十万元,“野生”商学院收费相对较低,但也高达数万元。某民办商学院销售人员透露,该商学院浓缩班班费在5万元左右,创始人班收费为9.98万元。如果缺乏核心竞争力,此类商学院很难持续吸引学员。

袁帅认为,与传统高校商学院或EMBA项目相比,这些新势力商学院的核心差异在于其“实战基因”与“资源整合能力”的深度捆绑,而非单纯的知识传授。同时,它们紧贴地方支柱产业,课程内容直接对标企业当下的痛点。此外,“野生”商学院还提供了“政产学研金”的高效链接,让学员在短期内获得政府背书的信任感、产业链上下游的合作机会以及创投机构的直接关注。

“我们的定位是‘草根派’,打造中小企业主向往的修炼道场。”井田商学院工作人员表示,其办学理念不求理论高深,但求务实管用。在教学中,该学院导师会把学员带到当年自己决策的特定情境中,讲解自己是如何分析问题、解决问题的。

从“流量思维”转向“长期主义”

“野生”商学院良莠不齐,缺乏统一的

质量评价体系,成为影响行业长期发展的阻碍。有学员反馈,其报名的民营商学院培训班不仅内容无用,导师还不断推销新课程和理财产品。更有甚者,部分“野生”商学院短期提高流量后直接卷钱跑路,引发大量纠纷。

即便是正规的“野生”商学院,想要秉持“长期主义”,打造具有影响力的商学院教育品牌,仍然面临重重挑战。王鹏表示,一方面,“野生”商学院教学质量参差不齐,部分机构过度依赖名人站台而忽视课程打磨;另一方面,可持续性不足,若仅靠短期政策输血,难以长期匹配企业真实需求。

王鹏建议应从三方面着手:办学端应强化产业导师占比,课程设计绑定企业真实成长目标;政府端需从“直接扶持”转向“生态搭建”,推动学院与高校、行业协会共建标准;行业内可建立互评机制,筛选优质办学主体形成示范效应。

面对眼花缭乱的商学院,潜在学员该如何选择?袁帅建议,潜在学员需要保持清醒的头脑与精准的自我定位,切忌盲目跟风或抱有“走捷径”的幻想。“应明确自己的核心诉求:是为了系统补课商业逻辑,还是为了寻找特定的政策资源或资金?如果是前者,传统名校的经典课程可能更为扎实;如果是后者,则需重点考察该商学院背后的资源禀赋。”

“不要盲目跟风,也不要抱太高期望。”前述民办商学院销售人员坦言,“学习需要天赋,也需要时间。部分学员期待只要学习后,立马能让企业‘起死回生’,结果必然是失望。”她建议,可以采取“试错+组合”的策略,先参与短期的公开课或工作坊,亲身体验师资水平、圈层质量与自身收获,再决定是否深度学习。

稳市场、优存量 地方两会释放稳楼市信号

近期,地方两会陆续召开,聚焦2026年重点工作安排。在房地产领域,多地明确将着力稳定房地产市场,推进城市更新,从稳市场和优存量两方面发力。

58安居客研究院院长张波表示,总体来看,各地紧扣民生保障与市场实际,既通过优化交易流程、盘活闲置资源来稳定市场预期,又以城市更新为切入点,推动房地产行业从增量扩张向存量提质转型,同时筑牢金融风险底线,促使房地产市场实现止跌回稳。

2025年末召开的中央经济工作会议要求,着力稳定房地产市场。多地也将“着力稳定房地产市场”列为2026年重点工作。

例如,河南省提到,着力稳定房地产市场,收购存量商品房用于保障性住房、安置房、宿舍、人才房等,加快构建房地产市场发展新模式。

值得注意的是,还有地区明确提出要稳定房地产投资。天津市提出,稳定房地产投资,用好“白名单”制度和增量政策,有序推动“好房子”建设。

“各地贯彻中央经济工作会议提出的2026年工作重点,稳定楼市的政策基调很明显。”广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示,2026年各地稳楼市要结合房地产业发展新模式,在积蓄中长期力量上下功夫,即强化住房保障和租赁体系,吸引并留住年轻人、新市民、外来人口特别是灵活就业人员,让他们成为真正的市民,从而构建先租后买、“保障+市场”的住房梯度发展模式。

对居民的住房保障也是多个省份

关注的重点。例如,浙江省提出,积极探索房地产发展新模式,优化保障性住房供给,全年交付保障性租赁住房15万套(间)。

此外,在建设现代化人民城市的背景下,高质量推进城市更新也被多地列为2026年的重点工作。

北京市提出,大力推动城市更新,推进城市更新条例实施,加强建筑规模指标和财政金融政策保障,推动职住平衡的组团式更新。抓好507栋老旧简易楼排险工作,改造完工老旧小区300个以上,实施老楼加装电梯800个以上,深入开展第三轮回天行动,持续推进城中村改造。

天津市提到,优化推进城市更新。坚持规划引领,编制实施城市更新专项规划,加强片区策划和项目实施管理,分类推进枢纽带动、产创协同、文商旅融合、生态宜居等区域更新发展,促进城市空间优化、功能聚合、要素集聚。

浙江省提出,把城市更新行动和消除安全隐患、房地产高质量发展更好统筹起来,扎实推进“好房子”建设,提升城市基础设施建设和治理现代化水平。

李宇嘉认为,2026年各地应重点在控制增量、去库存、优化存量等方面发力。各地要针对各个行政区、板块库存消化情况,因区施策控制供地、调节开工和批售的节奏,精细化供给侧。同时,要促进新房和二手房的良性循环,带动新房和二手房同步去化。对于商办库存去化,则应通过规划用地扶持,发展新场景、新业态、新消费,实现多种功能兼容,比如长租公寓、新式餐饮、新型酒店、教育培训、医疗医美等。

张芝逸

昆山开发区财政分局:以“财”兴“文”助力文化百花齐放

2025年,昆山开发区财政分局秉持以人为本的发展理念,支持昆山开发区在涵养文艺精品、打造品牌标杆、促进文旅融合方面走在前、做示范,为昆山高质量发展注入澎湃动能。

一是以文焕彩,点燃非遗传承新活力。2025年拨付保护非遗专项资金超400万元,推进传统文化保护传承工作;安排专项资金,支持开发区泅港路善善及五星路新建工程15个项目地块考古调查勘探,摸排文物家底;统筹资金,助力非物质文化遗产魅力璀璨绽放。二是以文润城,构建文旅融合发展新生态。统筹安排300万元用于昆山开发区文化旅游产业专项资金,累计投资十余个优质重点

项目。推动昆山咖啡产业招商大会,开发区音乐市集奇妙夜等一批具有昆山开发区标识度的文旅项目。支持昆山体育赛事发展,2025年拨付群众文化体育项目经费年投入约300万元,开展开发区“爱心杯”羽毛球赛、区镇村社篮球总决赛等重大品牌赛事。三是以文惠民,打造公共文化服务新高地。持续提升城市功能品质,支持开发区公益电影放映、昆山市“琼花”新创作品展等文化惠民工程;持续打造世硕家园“十五分钟健身圈”、黑龙江路足球场改造工程等体育设施项目;时代公园配套服务用房工程,提升城市品质与魅力,助力文化强市建设持续走深走实。

昆开财

清算公告

苏州偶爸养老有限公司(统一社会信用代码:91320508MA20LJ4W4R)因股东会决议解散,经股东会表决通过,决定启动清算程序。现已组成清算组,清算组负责人凌洋。请债权人在本公告刊登之日起45日内向清算组申报债

权。地址:苏州市虎丘区滨河路205号金龙大厦601-1,联系人:凌洋,联系电话:18068415192。

特此公告
苏州偶爸养老有限公司
2026年1月29日

马拉松赛“机器兔”能否取代配速员

近年来,国内多项马拉松赛事中出现了机器人领跑员(“机器兔”)的身影。随着技术的进步与完善,“机器兔”有没有可能在未来取代人类配速员?

机器人登上马拉松赛道已不是个案。2024年,杭州马拉松引入机器人担任半马“关门兔”及欢乐跑“陪伴兔”;2025年,北京怀柔长城马拉松使用人形“机器兔”在终点处陪跑;同年的北京亦庄半马允许机器人和同赛(全程隔离),而2026年该赛事计划采取“人机共跑”模式。

人们还期待“机器兔”被赋予配速以外的功能。宇树科技市场部经理金达介绍,该公司机器狗曾作为“应急跑者”出现在路跑

赛事中,携带急救药品和补给。2026年北京亦庄半马马拉松计划在赛道沿线提供机器人啦啦队、路线导航、垃圾捡拾等服务,展现机器人融入赛事服务体系的广阔空间。

“机器兔”距离完美上路还有多远?受访专家表示,虽然“机器兔”近年来在赛事中频频亮相引发热议,但其在赛场上的角色目前仍以象征意义为主,大规模推广普及仍面临诸多问题。

首先是技术瓶颈。金达认为,在长距离奔跑中维持稳定速度,对电机、硬件和软件算法都是巨大挑战。苏州大学体育学院副教授、田径国家级裁判员王国栋表示,目前“机器兔”的智能水平和电池续航能力仍需提高。

北京市体育局二级巡视员张华也认为,人形“机器兔”的技术不够成熟,难以支撑全程马拉松。面对较为复杂的赛场环境,能否保证安全性,需要进一步测试。

多数受访者认为,在相当长的时间内,“机器兔”难以完全取代人类配速员,二者“共存互补”或许更加现实。

目前,“机器兔”在“主动关怀能力”上还存在明显缺憾。“我们会观察跑者状态,在‘撞墙期’给予提醒和鼓励,会根据路况灵活调整配速。面对不同天气状况和赛道上可能发生的意外,人类的经验和判断更重要,而机器人暂时还做不到这些。”厦马3小时“兔”孙艳君说。福建广电马拉松赛竞赛负责人林榕

表示,类似“急救兔”等需要随时观察跑者状况的角色,机器人目前还无法替代。

与其说“取代”,“机器兔”与专业领跑员若能实现相辅相成,或许是一条更为理想的路径。受访专家认为,精准稳定的“机器兔”与灵活应变的领跑员各有优势,可以服务不同需求、不同水平的跑者。未来,能够实现“完美上路”的机器人,有望在这项古老运动中与专业领跑员实现共存。

王国栋表示,机器人技术的发展目标是融入和辅助人类生活,未来的“机器兔”不只是承担配速功能,还可以拓展到赛道巡查、收容、智能医疗辅助等多个领域。

刘畅 杜雅宁

南京众彩“每月鲜集”年货盛会1月31日启幕

千种好物一站购齐,新消费场景激活年味经济



随着春节临近,消费市场持续升温。南京农副产品物流中心(南京众彩)响应国家培育壮大新型消费、创新丰富消费场景的要求,充分发挥其作为国家级农产品流通主枢纽和南京“菜篮子”工程的集聚效应,正式启动“食味出‘众’”,甄选出“彩”——“每月鲜集”品牌系列活动。首场年货专场将于1月31日至2月10日在南京众彩会展中心盛大举行。

依托南京众彩市场得天独厚的产地直连、品类齐全、价格优惠、物流高效的集散地优势,本次年货专场设置超80个展位,汇聚来自全国乃至全球近2000种优质农副产品,不仅涵盖从田间到餐桌的全链条农产品,更延伸至宠物经济与年俗文化领域,全方位满足市民“人、宠、家”一体化的年货采购需求。

精品蔬菜区主打新鲜实惠,六合矮脚黄、江宁茼蒿、栖霞芦蒿、水芹等南京地道时蔬悉数登场;云南、甘肃等地昼夜温差大的高原蔬菜以脆嫩清甜赢得青睐;贝贝南瓜、秋葵、真空黑玉米等健康轻食类新品也广受欢迎。

在水果方面,国产水果如赣南脐橙、阿克苏苹果、砂糖橘、耙耙柑、红美人正当季热销;进口水果如车厘子到货量充足,新西兰金果、澳大利亚甜桃等高端果品通过空运或全程恒温冷链直达;本地草莓、蓝莓等小浆果更做到“凌晨采摘、



清晨上市”,锁鲜度拉满。

众彩水产市场则带来海量鲜活与冷冻海鲜。现场可按需定制的海鲜大礼包,内含鲍鱼、波士顿龙虾、东星斑、斑节虾、大黄鱼、珍宝蟹等,冷冻锁鲜、体面送礼;更有膏满黄肥的大闸蟹(2.5-3两性价比款及半斤礼盒装)、山东乳山生蚝、帝王蟹、东星斑、小青龙、澳洲龙虾等高端海鲜;大连海参以远低于市面品牌的批发价供应,支持礼盒包装;地方特色如安徽臭鳃鱼、河南信阳固始花鲢鱼丸也以冷冻锁鲜形式亮相,百元内即可带回家一尝地道风味。

副食品作为众彩传统优势板块,此次重点推出米面粮油、南北干货及即烹调料等“厨房

刚需”精品。来自五常、兴化的优质大米,非转基因食用油,以及挂面、杂粮礼盒等主食类产品应有尽有;香菇、木耳、笋干、海带等南北干货以及剁椒、蒜蓉酱、泡椒、野山椒等即烹调料集中亮相,满足家庭聚餐、走亲访友等多需求消费场景。此外,还有春联、福字、红包、窗花、中国结等传统节庆用品,方便大家一次性采购过年全部所需。

宠粮专区首次亮相年货会,精选国产优质主粮、进口零食及功能性营养品,满足市民“毛孩子”过年也要吃得好、吃得好,体现“它经济”融入家庭消费的新风尚。

尤为值得一提的是,本次年货会打破传统批发门槛——一件即可享批发价,让普通市民轻松享受源头好价。

活动期间,市民参与互动还可抽取年货大礼包、新春福袋等好礼,进一步激发消费热情。

南京众彩相关负责人表示,“每月鲜集”不仅是惠民便民的民生工程,更是探索农产品流通新模式、培育消费新场景的重要实践。未来,南京众彩将持续推动优质供给与多元需求精准对接,打造集“每月集市、品质生活、文化体验”于一体的常态化消费新场景,切实增强市民的获得感、幸福感、安全感,让“家门口的集市”成为服务千家万户美好生活的重要载体。



南京农副产品物流配送中心简介

南京农副产品物流配送中心(简称“南京众彩”)是立足服务南京市2000万人口发展规模和20年的长远发展需要,按照“华东一流、全国有影响”功能定位,高起点、高标准规划建设的大型“菜篮子”工程,也是“政府主导、民生为先、企业化运作”的现代化服务业项目。项目规划占地2400亩,总建筑

面积150万平方米,总投资50亿元以上。2007年11月,项目开工建设,2009年5月,一期市场建成,2010年正式运营。经过17年的发展,建成展示交易、物流配送、配套服务等三大平台,形成蔬菜、果品、水产、副食品、肉类、粮油、百货、酒店用品等八大专业市场集群,入场经营商户4000多家,品种超过10万种,已成为南京及周边地区农副产品供应的主要源头市场,成为引领全国农副产品批发市场整合改造、提档升级的样板市场。

2025年,南京众彩实现市场交易额959.64亿元、交易量1620.84万吨、限上销售总额71.07亿元,同比分别增长10.83%、5.01%、115.89%。经营收入14.44亿元,同比增长27%。先后被商务部、国家发展改革委等8部委列入国家农产品批发市场重点扶持项目、“国家双百市场”,荣获“全国文明市场”、“国家级公益性示范市场”、“全国商贸流通服务业先进集体”、“农业农村部定点市场”、“农业产业化国家重

点龙头企业”、全国城市农贸中心联合会“全国十强市场”和“全国最具竞争力批发市场”等国家荣誉超过50项;荣获“江苏省示范物流园区”“江苏省生产性服务业集聚示范区”“江苏省东西部消费扶贫交易中心”“江苏省质量服务诚信AAA级企业”等省级荣誉超过60项;众彩品牌价值突破40亿元。2024年,成功获批国家CNAS实验室认证,成为全国首家“3C认证”农批市场。众彩宣