



2009年3月15日

赛事介绍

内容导航:

- 赛事介绍
- 赛事目的
- 决赛报导
- 决赛获奖感言
- 初赛模拟介绍
- 决赛模拟介绍
- 专家观点

PEAK TIME

www.peaktime.org

欧洲最大的国际商业模拟竞赛之一，每年都吸引了来自世界各国的优秀学生参加。竞赛要求参赛者在虚拟模拟中运用自己所学的理论知识和分析能力完成和解决真实商业活动中的多种任务与问题。模拟竞赛的主要目的在于营造和发展一个具有竞争性的创业者环境，期间邀请世界各国商业杰出人士演讲，分享他们的经验。竞赛国际组委会为了促进各国文化交流，通过商业模拟竞赛的形式，让各国参与者有机会拓展他们交际网络，并与其各地区的优秀选手互相交流和合作。

商业模拟是欧美风行的商业与管理教育模式，已经成为世界顶级商学院（如美国Wharton和Stern）必备的教学模式之一。国外数十年的企业管理发展证明：商业模拟是帮助经理人掌握管理决策技能最有效的模型工具。随着中国MBA教育的发展，各大院校也注意到了其对培养未来职业经理人有着不可替代的积极作用。

为了让更多的MBA学生能够参与到商业模拟的世界中来，提高商业技能的综合运用能力与软技能，享受学习带来的快乐，在做中学，在教中学。由我国6所MBA院校发起的中国发展中管理与创业教育联盟面向全国各商学院举行了“尖峰时刻”2009年全国MBA商业决策模拟挑战，并且得到了世界顶级商业模拟教育机构芬兰

赛事目的

模拟教学在大陆是比较新的一种教学方式，在欧美很流行，哈佛以案例教学著称，沃顿以模拟教学著称，所有课程都有自己开发的相关模拟软件，训练学生在模拟环境中，综合运用所学知识，进行实践，提高决策与应用能力。这其实也是西方非常流行的ACTION LEARNING的教学方式之一。这方面在中国做得还比较少。这个活动将是一个新的尝试。

CESIM公司和国际赛事“PEAK TIME”的赞助与支持。

首届“尖峰时刻”挑战赛即吸引了来自全国40所院校的100支队伍，经过6个回合的激烈竞争，最终有12支队伍脱颖而出，并于2月27日起在上海大学延长校区进行最终角逐。决赛学校包括中国人民大学、同济大学、对外经济贸易大学、上海大学、南京邮电大学、北京石油化学工业学院、河北工业大学和长春税务学院。

初赛为服务行业模拟(OnService)，决赛为企业决策模拟(Global Challenge)。团队组成虚拟公司在市场中搏杀。整个比赛中队员们面临多重挑战，大到分析市场环境、竞争者状况、制定各自公司的战略、策略，小到确定每一个具体运营数据。各队尽展所长，不仅需要

平时所学的商业理论知识与实际经验相互结合，还时常互补各方面知识，解决比赛中随时出现的各种经营策略等问题。6轮竞争下来，队员们相当于经历了市场总监、生产总监、CEO、CFO等现实中各种中、高级职能，大大提高了他们的实践应用能力、决策能力和领导能力。除了小组内的分析讨论，各队在比赛专用的交流区中共享信息，讨论问题，大大加强了各校之间的交流和学习。

经过二个回合的竞争，最终获胜的队伍将获得奖金资助，代表中国前往欧洲参加四月份的全球总决赛。



模拟教学对学生能力的培养，如何将知识转化为应用能力，如何综合运用知识的能力都有很大且有效的帮助。学生在模拟过程中以团队形式合作，培养其说服别人或被别人说服的能力。从而让学生在观念和心理素质上达到一个新的飞跃。这是传统教学与第二课堂无法替代的。这种教学模式值得提倡，与我们提倡的培养复合型人才，创新国家紧密相扣。

本次活动由中国发展中管理与创业教育联盟发起。这个联盟是一些发展中高校的MBA中心自发组织而成的团体，意在相互共享资源，相互进行学术交流，相互学习，共同发展。更希望探索一个模式，打破中国高校强者恒强的格局。这个活动就是一个实践，是联盟发起让各高校学生老师交流，共享优异的资源-----全球顶级商业模拟软件研发机构的资源。

决赛报导



北京大学：王其文



复旦大学：余光胜



中山大学：任荣伟

全国MBA模拟教学交流研讨会暨“尖峰时刻”2009全国MBA商业决策模拟挑战赛于2月27日、28日在上海大学延长校区成功举行。进入决赛的12支队伍分别来自中国人民大学、同济大学、对外经济贸易大学、上海大学、南京邮电大学、北京石油化工学院、长春税务学院和河北工业大学。同时，本次大赛邀请了北京大学王其文教授、中山大学任荣伟教授和复旦大学余光胜教授以及来自神州数码管理系统公司副总裁孙丽华女士、巴克莱银行技术中心（中国）企业公共关系和技术培训负责人张磊先生、Vivo Communications事业发展部负责人高山先生及中国铁通上海分公司增值业务部总经理王英豪先生作为评委。

经过27日6轮在线商业模拟竞争以及28日的案例分析演示，本次全国性商业模拟挑战赛冠军队由**对外经济贸易大学的EDA**获得，他们将得到本次大赛赞助商CESIM公司提供的**2万元**资助，并将代表中国前往欧洲参加Peaktime2009全球商业决策模拟总决赛。



决赛前三名获胜感言

为期两天的PEAK TIME全球商业策略竞赛中国赛区决赛，于2009年2月28日在上海大学GLMBA中心落下了帷幕。我们EDA团队通过与来自全国高校的优秀团队共同切磋最终获得了中国赛区冠军。

在比赛过程中，我们EDA团队不仅收获了胜利的喜悦，同时也带给我们残酷而真实的商业体验，我们体会到了缜密的思考，系统的战略制定，以及应对变化时的果敢与坚决在商业竞争中的重要性。本次比赛把我们在课堂上学习的企业管理知识与实际经营进行了有效的结合，对我们分析和解决企业实际问题的能力有显著的提高。

PEAK TIME组委会为我们提供了一个与来自全国各高校的优秀MBA学子沟通的平台。在比赛中，大家对企业管理的理念和思想互相交流和学习，每个人都得到了进一步的充实和提高，比赛已经不仅是比赛，它成为我们课堂之外的有意延伸。

最后我们还要感谢学校和老师给予我们的支持与帮助，这种支持与帮助也坚定了我们在全中国总决赛中取得佳绩的信念，鼓励我们在更高的舞台上实现梦想，超越梦想！

----- 对外经济贸易大学 EDA队 满璐、王蕾、张俊卿、徐洋

紧张激烈的尖峰时刻中国区大对决告一段落了，对外经济贸易大学AK小组首先要感谢“尖峰时刻”组委会，感谢CESIM公司，感谢主办方上海大学，感谢所有的参赛团队，因为此次的上海之行实在收获颇多。

决赛的过程是充满智慧的拼搏，AK小组从踏入机房的那一刻就感到了这是一次高水平的角逐，孙子曰：“凡用兵之法……不战而屈人之兵，善之善者也。故上兵伐谋。”谋——这就是我们贯穿整个比赛的核心，整个决赛的过程就是一个战略和具体实施的过程。AK小组也正是将“谋”的概念贯穿始终，取得了理想的战绩。

模拟如此，真实世界更是如此！“商场如战场”，这是许多参赛队交流时候的心得体会。而正是模拟教学这种生动的形式，才让MBA同学们能真真切切的感受到真实世界的经营



神州数码管理系统公司：
孙丽华 副总裁



巴克莱银行技术中心：
张磊 技术培训负责人



Invivo Communications：
高山 市场开发总监



中国铁通上海分公司：
王英豪 增值业务部总经理

活动，各个团队在比赛的过程中，充分运用了自己所学的各种知识，包括营销学、经济学、统计学等等，将平日所学都融汇到了模拟的经营中，不仅如此，比赛还让我们提高了分析市场情况和分析竞争对手的能力。

正如中国模拟界的泰斗——北京大学王其文教授所说的，模拟教学给了我们MBA同学一个强大的平台，同学们能够通过这种形式的学习了解企业真实的经营状况，并能够将这种宝贵的经验带入到今后的实践当中。

模拟教学方兴未艾，也希望有更多的机会再与各校团队同台竞技，PEAK TIME！我们期待着！

-----对外经济贸易大学 AK队 汤祎巍、刘溯、王超

Excalibur一路从初赛杀出重围，到决赛战场与高手厮杀，再面对专家犀利的眼光展示我们战略的紧密逻辑，当经历所有的这一切后，成败对于我们每一个成员的意义已经只是符号。尖锋时刻记录了我们所有的付出，执着与努力，更赋予我们在领奖台上高高举起庆功香槟的激动。当我们沉浸在喜悦中时，又有多少人在与我们一同分享，那是我们的同学，我们的老师，还有GLMBA大家庭中的每一个成员！约定明年的PEAKTIME，不单单是我们，GLMBA的众多精英都将角逐登顶尖锋的时刻！

-----上海大学Excalibur队 方贇毅、龚夏新、袁源、冯志鹏

初赛模拟介绍

Cesim OnService模拟课程是一款帮助学生理解并掌握服务企业（酒店）环境中运营的成功因素。学生的目标是在激烈的市场环境变化下，针对不同季节的市场需求和经济状况，来制定经营方案，并负责管理整个酒店的运营、客房销售和财务表现。

本模拟中主要涉及的决策有：人力资源管理、客房容量管理、服务质量管理、定价以及市场营销等。同时学生也将面临战略决策的制定，如：投资海外市场计划。本模拟将让学生了解企业中各部门之间是如何相互作用和影响的，同时也让学生领悟到运营决策和营销决策如何影响整个公司的财务状

况。通过对本模拟的演练，学生还可以从团队合作和如何解决问题等方面获得宝贵的实践经验。

OnService模拟的案例背景是基于一所家庭式酒店，开始时年销售额为一百万欧元左右。酒店的运营和主要财务数据是衡量小组成功的标志，其中包括酒店客房使用率、平均客房价格、每间客房收益、客户满意度、市场份额、员工满意指数、每位员工盈利、净利润、资本回报率和每股收益等。本模拟的最终获胜标准是累积股东回报，因为它把所有关键的成功要素放在一起作为各个小组间彼此评判经营管理的依据。

决赛模拟介绍

Cesim Global Challenge® 广泛应用于帮助参与者理解在全球激烈的动态竞争环境下，国际公司如何运营的复杂性。本模拟综合了一系列与多种管理相关的概念，其中包括经济、政治、财务、会计、生产、生产流程、物流、研发和营销等。通过对相关概念的分析理解，参与者不仅可以自身融汇贯通所学，通过小组合作，也可从小组其他成员中学到新的知识。

参与者的任务是在全球技术革新迅猛

发展的21世纪中，负责管理一家全球移动通讯制造公司。参与者需要为自己模拟的公司在美国、亚洲和欧洲制定相应的经营战略。

公司的运营和主要财务数据是衡量小组成功的标志，其中包括市场份额、净利润、资本回报率、股本回报率、每股收益、产能利用率、产品不良率等等。本模拟的最终获胜标准是累积股东回报，因为它包含了所有关键的成功要素，并可作为各个小组间彼此评判经营管理的依据。

cesim
GLOBALCHALLENGE



参赛院校(按报名顺序)

中国人民大学
北京工业大学
北京理工大学
长春税务学院
大连理工
对外经贸大学
河北工业大学
河海大学
湖北大学
江南大学
兰州商学院
上海大学
南京邮电大学
山东经济学院
上海对外贸易学院
上海海洋大学
首都经济贸易大学
天津工业大学
中国农业大学
云南大学
中山大学
中山岭南学院
浙江大学
浙江工商大学
上海交通大学
同济大学
重庆大学
大连海事大学
黑龙江大学
中国地质大学(武汉)
上海理工大学
东北财经大学
广东外语外贸大学
燕山大学
西南民族大学
天津财经大学
厦门大学
北京石油化工学院

CESIM OY

Address: Arkadiankatu 21 A
00100 Helsinki
Finland

www.cesim.com
<http://globalchallenge.cesim.cn/>
<http://simbrand.cesim.cn/>
<http://onservice.cesim.cn/>

专家观点

沃顿商学院院长帕特里克·贺克 (Patrick T. Harker) :

“沃顿商学院增加了模拟教学，就是利用电脑和通信工具，通过游戏实战方式来训练学生。我们现在有24种模拟教学课程，还在编写更多的游戏教学方法。与现在的案例教学相比，通过游戏教学，把学生置身其中，每分钟都要自己做决定，做了决定才能知道结果如何；而案例分析是看过去的事情，通常学生案例学得好，分析能力会很强，但缺乏决策能力。总体上看，案例教学是让学生学会如何分析问题，而模拟教学是让学生掌握决策能力。从效果上看，模拟教学要强于案例教学。我们做过调查，这24种游戏是他们学得最好的，收获也是最大的。”（接受财富杂志专访时的话）

中国管理现代化研究会 决策模拟专业委员会主任委员 北京大学 王其文 教授

长期以来，教育界的人们不断地探讨人才培养的途径问题。东方和西方、中国和外国都在摸索如何进行教学改革。九十年代，中国大陆开始了MBA教育的试点。在MBA教育的创办初期，我们基本上是学习西方的经验，引进西方的教材，包括实习、案例教学等方法，逐步改变了长期以来惯用的老师讲、学生听的教学方式。在中国，人们通常把管理学科划为文科，而文科与理工科的一个区别是没有实验室。听课、记笔记、读书、考试几乎成为学生学习生活的主要内容。这种教学方式对培养企业管理人才来说存在的弊病是明显的。虽然我们不可否认学习基础理论和方法的重要性，但应该重视和加强对学生素质和实际能力的训练。这包括学生的组织能力、协作能力、分析判断能力、决策能力、竞争能力、战胜困难的决心和处于逆境而奋起的勇气等。这些素质和能力的培养是绝对不能单靠教师讲解能学到的，需要创造一个让学生亲自参与的训练环境。

上海大学MBA教育管理中心主任 Tony Koo 先生:

商业模拟作为国际管理教育崇尚的Action Learning一种独特模式，是非常有效的MBA教学方式，注重于培养学生如何将知识转化为应用的综合能力。这也正是市场及雇主们对MBA毕业生的迫切需求。商业模拟通过螺旋式的学习过程，帮助学生在高强度的模拟竞争中学习，在失败与总结教训中学习，深入地理解的基础上学习，这样的学习是十分深刻的。我希望这样的教学模式将在中国管理界普及开来。

芬兰CESIM 公司董事总经理 Veijo Kyösti 先生:

'Learning is not a spectator sport'. What a brilliant statement by someone. For us at Cesim it is very easy to relate to this as our company is founded on the idea of learning by doing. Furthermore, linking learning and sports in the same context makes this even more relevant to us. Sports are associated with at least excitement, achievement, competition, and different social aspects. Our philosophy for business games and simulations is based on the same values and our first and foremost goal is to enable enthusiasm and excitement with our products. As there is no learning without mental stimulation and there is no mental stimulation without excitement.