

相关链接

创办“8岁以上” 开发新教育模式



“8 岁以上”的创始人鲁本·斯泰格尔(见上图)是创业型商人,他的公司叫“Millions of Us”,曾成功地为微软、通用汽车、丰田、英特尔、可口可乐、福克斯和华纳兄弟等知名企业策划网络营销活动。

斯泰格尔说:“我很想知道,当我的孩子要上大学的时候,世界将会变成什么样子。”于是他萌发了创办“8 岁以上”的念头。“未来的世界需要一种全新的教育模式。学会如何创造价值、如何创办公司,这是我们现有的教育体系无法教会孩子的。”

斯泰格尔希望能通过“小 CEO 养成班”,教会孩子们如何将奇思妙想变成现实。“只要成功一回,他们就会十分激动,激励他们更好地改进设计。”

有空的时候,斯泰格尔也会亲自来给孩子上课,与他们一起展开“冒险之旅”。“我告诉孩子们,要多想一想‘如果……会怎样?’毕竟,任何发明创造都是由人来完成的。”

“创智赢家”

“创智赢家”(Shark Tank)是一档由美国广播公司(ABC)推出的一档真人秀节目。

节目中,一群怀揣梦想的创业者向投资者推销他们的商业计划。他们面对的 5 名投资者有 AXS 电视台主席、2011 年 NBA 总冠军达拉斯小牛队老板、亿万富翁马克·库班,地产大亨芭芭拉·科克伦,“QVC 女王”洛瑞·葛雷娜,科技先锋罗伯特·赫贾维奇,时尚品牌专家戴蒙德·约翰和风险投资人凯文·奥利力。

开播后不久,“创智赢家”就获得极高的收视率,登顶 ABC 收视排行榜。这档节目 2012 年获得艾美奖真人秀节目提名。2013 年,“创智赢家”获得制片人协会奖提名。

培育孩子创业梦想 教会孩子推销本事

美国“小CEO养成班”受追捧

为了将团队商业方案推销给投资者,9 岁的杰森·褒曼这两天费尽脑筋。就在谈判开始前,略有些紧张的小褒曼跑出董事会室打起了乒乓球。“如果他们拒绝了,那会是一件非常糟糕的事情。”

精心准备项目方案

褒曼的父母花了 350 美元替儿子报名参加了一项名为“8 岁以上”的“小 CEO(首席执行官)养成班”。褒曼与小伙伴在新泽西州的普林斯顿接受为期 6 周的培训,制定属于自己的商业方案。褒曼加入了一个 16 人的团队,他们计划在“老虎实验室”的办公室里建成一个“老虎儿童俱乐部”,作为专供孩子们周五聚会的场所。他们要将这个方案推销给投资者。

为了说服谈判对手,孩子们准备了一篇文章、一段说唱音乐、一个用乐高积木搭建的模型,他们承诺,将从第一次活动收入中拿出 750 美元返还给“老虎实验室”董事会。

孩子们的认真劲儿赢得了董事会成员的夸赞,最终董事会决定同意有条件资助“老虎儿童俱乐部”100 美元作为启动资金,只要孩子们争取到足够的俱乐部粉丝,董事会就会考虑为他们提供场地。褒曼悬着的心总算放了下来,和小伙伴们欢呼起来。

在“8 岁以上”的创始人斯泰格尔脑子里,那群在别人看来只是在“过家家”的小家伙前途无量,他们是初出茅庐的“小比尔·盖茨”,会成为未来的顶尖企业家。

2013 年 9 月,“8 岁以上”第一次开班的 22 个名额在 24 小时内被家长们争抢一空。孩子们被分成 4 至 5 人的小组,每组会有 50 美元创业启动基金和 5 分钟时间来构思他们的梦想。一旦创意萌生,孩子们就要设计出方案,使用 3D 打印机制作模型,然后制定推销方案。

构思产品申请专利

除了斯泰格尔的“8 岁以上”,美国还有许多类似的项目,基本上采用同一种模式:向孩子们提出问题,要求他们寻找解决方案,以小组为单位进行宣传推广,并最终将想法付诸实践。

“安东尼奥创业实验室”的创始人克里斯托·格朗才开设了一门面向 5 至 7 岁女孩的“女孩创业 101”课程,学费为 255 美元。参加课程的孩子会接受为期 5 天,每天 6 小时的创业指导。

孩子们在老师的带领下完成了

暑假又到了,当中国家长愁着该把孩子送到哪个国家游学一番,美国的家长正思考如何将孩子培养成为未来商界精英。

如今在美国,类似这种培养小孩子创业精神和经商理念的培训课程深受家长的欢迎。



“小 CEO 养成班”旨在培养孩子的创业精神

本版图片 GJ



6 岁女孩卡沃维特的“布布谷”创意受到投资人青睐



孩子们向投资人介绍自己的创业方案

许多极具创意的产品,并成功将产品推销给了大人。

一个孩子设计出了对付课堂“熊孩子”的创意产品:一个贴有粘条、带绑带的椅子。这个特殊设计的椅子可以保证孩子老老实实在椅子上,要是动一动,椅子就会发出巨大的声响。11 岁的阿卡希尔则将背部按摩器安到了书包上,孩子们

背着书包去上学的路上就能享受背部按摩。一个 5 岁的男孩则为一系列不同口味的可食用粘土类产品制定了营销方案,希望能解决孩子误食彩色粘土可能带来的麻烦。

美国广播公司(ABC)播出的电视真人秀节目“创智赢家”(Shark Tank),吸引了一群年轻人带着创意产品来说服 5 位腰缠万贯的富翁提

供创业启动资金。

最近,这档真人秀节目推出了针对 18 岁以下创业者的特别节目。年仅 6 岁的吉奥瓦·卡沃维特推销的是一款外表酷似指甲油、颜色多样的半透明液体防水创可贴“布布谷”(Boo Boo Goo)。卡沃维特的新奇创意赢得了风险投资人凯文·奥利力的青睐。

如果这个想法能够实现并申请到专利,卡沃维特将获得 10 万美元的创业启动资金,而奥利力则要求拥有 25% 的股份。

有人质疑培训效果

弗雷德里克·门德勒让 6 岁的女儿伊莎贝拉参加了“女孩创业 101”课程,他希望女儿能够通过课程学会独立,而这一点是伊莎贝拉无法从“公主王子的童话书和芭比娃娃”那里学到的。

不过也有人对“小 CEO 养成班”持怀疑态度。在芝加哥大学教企业管理学的詹姆斯·史瑞格说,这些项目先假设所有的孩子都希望成为企业家,“但做一名企业家的意识和天分其实是无法教授的”。

《纽约时报》新闻编辑亚当·布莱恩特在采访了数百名大公司的 CEO 后,写出《角落办公室里的内心话:顶尖 CEO 不能告诉员工的成功秘诀》一书,分享了这些商界精英人士的成功特质:思想深刻,无情,有怀疑精神。

因此,也有人认为与其专门花钱让孩子上“小 CEO 养成班”,还不如在日常教育中多做有心人,鼓励孩子“打破砂锅问到底”,参加学校辩论队等,这些活动根本不需要任何额外费用。

玖田

(上接 B1 版)

在恐怖活动多发的北高加索地区,俄罗斯政府推行的这套反恐奖励机制发挥了重要作用。车臣共和国总统卡德罗夫任内,落网的恐怖分子中 90% 都是靠民众举报抓获的。按规定,举报一名普通恐怖分子奖励 1000 美元,举报一名有影响的战地指挥官奖励 10 万美元。

2010 年 9 月 9 日,俄北奥塞梯弗拉季高加索市的中央市场发生自杀式爆炸事件,造成 17 人死亡、190 人受伤。当局悬赏 100 万卢布(约合人民币 18 万元)寻求能破获这起袭击的线索。

看别国如何开展“全民反恐”

澳大利亚

反恐更要除根源

“9·11”事件前,恐怖主义组织在澳大利亚的活动以筹集资金等为主,暴力恐怖活动零星发生;“9·11”后,澳大利亚认为,自己已成为恐怖主义袭击的目标,其面临的主要威胁来自于一些对伊斯兰教义进行曲解并付诸武力的所谓“圣战者”。

2010 年,陆克文担任总理时,

澳大利亚发表了题为《让澳大利亚更安全——保护我们的社区》的反恐白皮书,全面介绍了澳大利亚的反恐政策。澳大利亚的电力供应、电信网络以及互联网服务都是由私人企业来提供,交通运输和金融市场更是如此。政府与企业界合作,开展“重要基础设施保护”项目和信息共享机制,确保澳大利亚最重要的基础设施的安全,包括信息安全和通信安全。

学术界方面,澳大利亚政府开

展了一项“国家安全科学和创新战略”,将政府部门、大学、私人部门机构全部纳入统筹协调范围,利用这些机构的科研成果提高国家反恐方面的专业知识和能力,同时根据政府的情报,对科研方向加以引导,确定优先领域。

普通民众层面,政府 2002 年 12 月开通 24 小时安全热线,民众可拨打这个电话报告可疑情况。

反恐白皮书说,家庭成员、亲友、社区和宗教领袖虽然没有武器

装备,但他们一直处于抵御恐怖主义的第一线,他们能够最先察觉身边人行为和态度有所改变。政府需要做的是,更好地向社区和普通公民传达国家的外交政策、反恐策略。此外,政府还要帮助社区更加有效地解决民生问题,消除因生活问题而对极端思想产生认同;让那些有可能参与暴力恐怖活动的人更多参与澳大利亚经济、社会、民主进程的活动;帮助社区有效解决社区内矛盾。这类表述反映出澳政府对反恐的认识,即反恐不光要“反”,更要营造一个族群之间互相信任、尊重、包容的和谐社会环境,从根本上抑制极端思想滋生。