

七、如沐春风 催人奋进

——我对中国高等院校市场学研究会的点滴感受

中南财经政法大学 汤定娜

1.

要为纪念学会成立 40 周年写点什么,思绪被拉回到了已经久远的过去,脑海里首先出现的是 1982 年春聆听《市场学》课程的情景。其实追溯起来,我接触市场学、进入市场营销教学与研究领域以及成为学会一员,起点正是在这里。

20 世纪 80 年代初,学会创始人之一彭星间先生在我当时就读的学校湖北财经学院(中南财经政法大学的前身)首开《市场学》课程。非常怀念彭星间先生!这门全新的课,彭先生先在专修科讲授,接着在本科商业经济专业 1979 级讲授,也就是我所在的班级。那年,我们大三;那年,我们班同学有幸成为《市场学》课程国内最早的学生。

虽然已经一去 40 多年,但《市场学》课堂上彭先生的授课情景却仍历历在目:讲台上摆放着一摞小本子,有六七本,是当时常见的土黄色封皮的工作手册。工作手册里装着的是彭先生在自己收集和自已翻译的大量资料上整理出的讲义的内容。彭先生用他那浓浓的湖南长沙口音在讲台上从容地讲着,从管理学界的最新发展动态讲到市场学的精华内容。台上讲着,台下不停笔地记着……

彭先生讲课很具有吸引力,我们又要听课、又要记笔记,忙得不亦乐乎。那时听课记笔记是常态,是必需的:一是因为我们这些恢复高考制度后考进大学的被称作新三届的学生学习热情高,态度特别认真,极力想记下所听到的每一句话;二是因为当时教材种类非常少,辅助学习资料更几近于无,因此不做笔记不行。

这门《市场学》课程刚刚从海外引进,彭先生讲这门课属于开先河之举。我毕业后留校后曾听他说过,当时有人对他质疑:“这些内容能讲吗?”他是顶着莫大的压力开这门课的。确实,在改革开放的初期,人们还处于对“市场”不够理解和接受的状态。

还有一个小插曲。新开的这门课,国内是没有教材的。我们被告知订购到教材了,是王德馨与江显新编著的《市场学》。但是开课了,这本教材还没到。直到下一个学期开学后,我们才拿到了这本姗姗来迟的与众不同的教材——竖版繁体字的《市场学》。竖版繁体字,看每一页都很费劲。可以想象当时拿到这本教材的我们内心有多么崩溃!在教材上没有看到出版时间和出版单位,后来查了一下,这本《市场学》是台北三民书局 1970 年出版的。

不久,彭先生还将香港中文大学的闵建蜀教授请来我们学校给师生做市场学方面的讲座。讲座很受欢迎,还有不少校外来人。场上气氛热烈,不断有人提问。具体内容因时间过去已久记不太清,留下的只是因第一次经历讲座这种形式而感到新奇和触动。这种感受在之后每次听高校市场学研究会年会的大会发言时仍会出现:开阔了视野并激发出进一步去学习提高的欲望。

2.

我是20世纪80年代末才开始担任市场营销学课程的教学工作的。与现在起点动辄就是营销博士的年轻教师相比,我的学识有限、资料匮乏,要完成讲课、做研究的任务感觉是难上加难。用如饥似渴来形容当时我的想尽快学习专业知识的心情与状态一点也不为过。好在我们学校当时在市场营销学科建设上已有了扎实的基础并初见成效。1982年最早在本科开出《市场学》课程;1983年最早在硕士点设置市场营销研究方向,招收营销专业硕士研究生;1988年(早1992年市场营销专业上国家专业目录4年时间)设置了市场营销专门化,招收市场营销本科生;1990年,彭星闰先生更是获批成为全国首批市场营销专业的博士生导师,招收博士研究生。教研室的彭星闰先生、万后芬教授,还有严学军教授等是学会最早的发起者和参与者。在他们的带领下,我很快进入状态并成为学会一员。在进入学会后就真切地感受到积极参加学会举办的年会和各项活动是提升专业修养的最佳路径之一。

对我们教研室来说,参加学会举办的年会是每年最重要的任务之一。从早年万后芬教授担任教研室主任起,其对参加年会明确提出两条要求:一是必须撰写论文投稿参会;二是参会必须发声,即要在小组研讨会上发言。这两条要求说起来简单,但内涵丰富、寓意深远,对培养年轻教师的学术素养和进取心成效显著。这两条后来也成为我对我的博士生和硕士生参加年会的要求。早些年因为经费有限,每次年会,教研室只能派出两三个代表参加,参会的老师都被要求回来后在教研室传达转述参加年会的过程、详细内容和体会,让听者仿若参与其中,也都感觉收获很大。

我初始只是积极投稿参会,后来与同事们一起跟着万后芬教授尽心尽力地投入参与举办学会的年会、举办教学研讨会、参加学会的各种活动之中。在后期担任副会长的那几年也做了一些学会的相关工作。

我们这些会员在专业教学与研究水平上的提升和事业的发展等方面都与学会给予的强大支撑和推动分不开。此外,我们湖北的学会会员在提升和发展上还有一个不可忽略的重要影响因素,即湖北省市场营销学会对会员的影响。1997年,彭星闰先生、甘碧群先生、万后芬教授和符国群教授等组织在湖北特别是在武汉的高校会员与实业界人士成立了湖北省市场营销学会。湖北省市场营销学会自成立以来,在前述领导人以及田志龙教授、汪涛教授和景奉杰教授等的带领下健康持续

发展,在促进会员的知识更新、提升学术研究能力、成功申报项目以及锻炼学生理论与实践相结合能力和有效地服务社会等方面都取得了可观的成果。

3.

不断地参会学习,就能不断提高进步,无论是学识、视野还是学术研究能力等。这是对我成为学会会员后深深感受的概括。下面举其中一个具体的例子来予以说明并表达对学会的感激之情。

我的研究比较多地关注渠道与零售这一块。在1995年参加的在北京举办的MBA(工商管理硕士)《市场营销学》师资培训班上,我对渠道的重要性有了深刻印象,当时授课的香港中文大学李金钗教授将渠道列为4P(产品、价格、推广、渠道)之首。而零售行业对于我来说,是有着特殊缘分的行业。在考上大学前,我在零售基层工作了8年,对零售行业实务有一定了解。再者,我本科学业的专业是商业经济,与零售密切相关。还有一点则与学会直接相关,就是20世纪90年代初,我参加了学会与其他机构合作开展的一项全国零售店调查。湖北省被抽样为样本省,调查由中南财经大学(中南财经政法大学的前身)与武汉大学共同承担。参加这个项目,我不仅通过地毯式调查以及对当地零售业负责人访谈,摸清了我负责的样本县零售实体店的基本状况,还学习了市场调研的一些知识与实操技术方法。后来参与了万后芬教授主持的一项关于零售外商投资的国家社科基金项目。通过调研访谈,对当时零售业的发展和研究动态有了一些了解。基于以上种种,我在博士论文选题时,在导师万后芬教授的指导下,选择了研究零售企业的空间扩张方面的问题,于是也就接触了零售连锁企业空间扩张的特殊形式——网络扩张开店,也就是被称作双渠道零售或多渠道零售的问题。

我记得我以多渠道零售方面的问题撰写的论文于2003年投稿参会。因网络购物20世纪90年代末才在中国兴起,发展初期问题多多,如支付问题、信用问题、运输问题、产品质量问题等。当时的网店基本上是仅在网上独立开店的新店,实体店开网店实施双渠道策略的少之又少;大家对多渠道零售这个问题也感觉很陌生。那次年会的小组会对我提出的问题进行了热烈讨论。我感觉会上提的问题特别是一些质疑对我有很大启发,帮助我进一步厘清了研究思路。这个研究涉及的是新的研究领域的新的研究问题,我当时正处于艰难探索之中。在这个时候,有同行通过点评和提问有针对性地给予这么深入具体的支持与帮助,显得多么难能可贵。

之后我又带着这个论题上过学会的年会小组会讨论。一次次参会,一次次受到打磨、启发和鼓舞,我逐渐也有了一些研究成果,以这个论题撰写的论文分别被2004年和2007年武汉电子商务国际会议所接受。后来我利用出国的机会在美国考察了几个大型零售企业,并查阅了大量多渠道零售研究的外文资料,进一步摸清了该研究的前沿动态,对研究问题有了更清晰的认知。2012年,我获批了关于多

渠道零售研究的国家自然科学基金项目。项目在研期间,我又在与其他学会会员的大量交流讨论中获得支持与帮助。我的博士生、硕士生也先后携论文参会,他们不断从学会的年会、博士生论坛和专题讲座等会议中获取知识营养与学术能量,也有了可喜的进步与成果。

这只是我的一个研究的列举,说明学会在帮助会员提升学术研究能力与水平方面的作用和成效。除此以外,我还经历了学会在教学研究思维和能力水平的提高以及服务社会和文化遗产等方面给予会员的多方位、高水平的引导、支持与帮助。

学会是靠山,是土壤,给会员支撑和营养,每次接触都令人如沐春风;年会是别样的课堂,是大型学术沙龙,给会员知识和动力,每次参会都仿佛听到催人奋进的鼓声。学会一定会活力四射、事业长青!

最后还有一句话:向学会的老前辈致敬!你们倾尽全力打造的学会给一代又一代市场营销学者铺路架桥,让其成为市场营销学科的生力军。后辈当努力,一代应更比一代强!

(汤定娜 学会第10届副会长、中南财经政法大学教授)