

九、向往、期待与成长

华东理工大学 费鸿萍

学会已经 40 年了，已经与学会认识 30 多年了。

引言：初识——对老院长的崇拜与引领

认识中国高等院校市场学研究会(以下简称“学会”),还是 1991 年刚刚上大学的时候。进入云南财贸学院(现在的云南财经大学)贸易经济系的时候,就知道学院有个很厉害的老院长,在全国营销学界很有影响力。自己当年就读的也是贸易经济系的营销专业,然后就一直很期待能见见老院长、能当面向老院长请教(其实就是想能否得到亲传秘籍,然后快速进步——哈哈,年轻时总会幻想快速进步)。大学三年多,虽然没等到老院长的授课,但是营销专业课的几位主要授课老师都是老院长的学生,从他们的教学中我感受到了老院长对营销的理解和治学的严谨。大四的时候,终于第一次见到了老院长,老院长跟我谈到了营销,也谈到了学会,让我第一次对传说中的遥不可及的学会开始了解……期待见到的学者儒雅、博学但又那么亲和……毕业留校后有了更多的机会和老院长交流,特别是在聂元昆老师安排下完整地听了老院长的营销课程,让自己构建了对营销管理学的系统框架,也开始慢慢了解老院长所服务的学会——中国高等院校市场学研究会,大家应该都知道老院长是谁了吧?吴健安先生,中国营销学界的前辈,中国高等院校市场学研究会的主要发起者之一。

这么多年过去了,感谢老院长、聂元昆老师、王旭老师……能让我在大学时候就开始认识中国高等院校市场学研究会。

走近学会：2006—2018 年

2006 年来到华东理工大学商学院工作以后,在郭毅老师的支持下,断断续续地参加了几次会议,记得一次在南昌,一次在哈尔滨,还有一次在南开。

与学会再次走近,是 2011 年景奉杰老师来华东理工大学以后。

由于教学、科研工作繁忙,加上各种主客观原因,大家的工作生活都比较向内,与外界的交流并不多。记得景老师与我们第一次见面,就被安排在浙江大学的一个会议上。然后慢慢地我们开始重回组织,开始参加学会的活动……原来营销的天地不只是学校办公室和文献里的一点点……

融入学会：2019年以后

2019年，学会换届，我有幸担任学会第十一届常务理事，并受学会领导的委托担任学会副秘书长一职，兼任教学委员会秘书长。主要在符国群老师、彭泗清老师的指导下，配合景老师、连漪老师，为学会老师提供教学相关的服务，其中教学年会是主要活动之一。2019年到2022年，四次教学年会的组织服务经历，是我在追随学会成长最快的几年。其中三次由于疫情原因都是以线上为主，线下小范围内进行。这种打破以往常规的会议形式虽然带来了许多挑战与不确定性，但这一过程中学会领导的战略指导与果断决策、各承办方院校负责老师的敬业精神和热情投入、秘书处的老师们的细心工作与专业执着，让学会这几年的教学年会能仍然一如既往地顺利进行，而且能结合教学的发展需要，有了许多创新，为学会会员单位的老师们提供了教与学展示、学习与成长的平台。

2019年中国高等院校市场学研究会第四届教学年会由汕头大学承办。

会议主题：新时代·新营销·新商科·新金课。

感谢钟育赣老师、蒋青云老师、景奉杰老师和汕头大学的郭功星老师为会议的举行做了大量的工作，让教学年会顺利进行。另外，因为2019年刚刚进入教学委员会，教学年会的工作参与还不多，记得只参加了当年的教学论文评审，有点小惭愧。

教学年会分为师资培训和大会论坛两个环节。

2019年11月16日，在汕头大学图书馆演讲厅首先进行了师资培训。

2019年11月17日，中国高等院校市场学研究会2019年教学年会暨营销学科发展高峰论坛在汕头大学科学报告厅举行。时任学会会长符国群老师和汕头大学执行校长王泉致辞。两天的会议除了大会主题演讲外，还有中国营销学科负责人联席会议和多个平行论坛。

会议结束之际，大家互相道别时，还彼此叮嘱：2020年武汉中南财经政法大学再论营销教与学！

彼时我们都没想到：我们有我们的计划——2020年教学年会时，中南财经政法大学再论营销教与学，但是世界另有安排——2020年的一场“突如其来”的意外打乱了计划节奏。

2020年为中国高等院校市场学研究会教学年会第五届，由中南财经政法大学工商管理学院承办。

会议主题：后疫情下市场营销教学：产教融合与实践转型。

这是我第一次全程参与的教学年会，从筹备到会议进行。

2020年，在景老师的提议下、符老师、彭老师、汪老师等学会领导的支持下，学会启动了优秀教学成果评比。记得5月份开始，景老师和连老师就组织我们研究国家级及省部级的各类教学成果评比的情况，准备相关的文件包括评比范围、内容

要求、比赛程序、评分标准……其中最重要的是，学会领导一再强调在教学成果征集和评比过程中，如何以赛促教，鼓励老师通过教学成果的申报对自己的教学改革与创新做个总结，也通过与其他老师的交流、分享，共同推动中国高校营销的教学质量。记得教学成果申报7月底启动，9月份截止，共收到40多份来自全国高校的申报材料。经过秘书处形式审查，共有40份进入初评。最终有14支团队进入现场决赛。

问题来了：教学年会现场能否进行？

时间回到2020年的冬天，不只是武汉，国内好多地方对出行都有所限制。随着会议时间的接近，对于会议以什么样的形式展开，要不要线下继续进行……年会组委会一直在讨论。最后经以符国群老师为主的学会领导商议决定，采取线上与线下直播同步进行的方式。

2020年12月11日，师资培训班进行了两个专场——“数据与市场研究”和“案例教学研究专场”。

2020年12月12日，“中国高等院校市场学研究会2020教学年会暨营销学科发展论坛”在中南财经政法大学工商管理学院文泉楼北506会议室如期进行。时任学会会长的符国群老师和中南财经政法大学副校长邹进文、工商管理学院院长钱学锋老师分别为大会致辞。会议除了围绕商科教育发展、提升所进行的主题演讲外，还设置了数据与市场研究专场以及优秀教学成果决赛展示。

还记得当年会议开幕式时费显政老师对线下和线上营销同仁们问候的那句话：“室外的温度是4.8摄氏度，室内的温度是15.8摄氏度，而36.8摄氏度是呼吸的温度、心跳的温度，代表了所有学术同仁热爱营销学科的温度。”是啊，想想那个“艰难”冬天的教学年会的线下线上，学会的老师们仍然不减对营销教与学的热爱，仍然在追逐我们对中国营销教学发展的理想。第一届优秀教学成果决赛现场：14支团队，有12支团队现场展示，2支团队因为客观原因线上展示。现场的紧张、激烈和热情，至今仍然记忆犹新：营销教学老师华山论剑。最终第一届特等奖花落中山大学王海忠老师团队。

正如符国群老师在开幕式中所说的2020年的教学年会创建了很多第一：

第一次举办优秀成果评选；

第一次线上线下同时直播；

第一次和清华大学出版社合作。

时隔3年，那个冬天的年会筹备的多次线上会议以及现场教学研讨的画面仍能清晰地回放：感谢中南财经政法大学费显政老师、杜鹏老师团队的努力与付出，让我们在那个冬天仍能保有对教学的热情、仍保留了学会对老师的关心的温度。

2021 年中国高等院校市场学研究会第六届教学年会。

会议主题：大数据时代的营销人才培养：融合、创新与发展。

承办单位：中央财经大学商学院。

2021 年的教学年会，是否能在线下全面展开，仍然有太多的不确定性。随着时间的进展，各个单位，特别是高校对外来人员的来访仍有所限制，特别是关于会议规模的规定都较严。为了能让教学年会顺利进行，在学会领导的指导下，在承办单位中央财经大学王毅老师的协调下，会议地址选择在北京香山饭店——没错，就是贝聿铭设计的北京香山饭店。

2021 年 10 月 22 日，按惯例首先举办了师资培训班。

2021 年 10 月 23 日，“中国高等院校市场学研究会 2021 教学年会暨营销学科发展论坛”在北京香山饭店正式进行。时任学会会长符国群老师和中央财经大学副校长史建平老师、商学院院长林嵩老师分别为大会致辞。大会包括主旨演讲以及“营销学科发展论坛暨学科负责人联席会议”“优秀教学成果、期刊主编面对面、优秀教学论文”“教学技术与课程创新”等多个环节。仍然想提一下优秀教学成果的情况：记得临要开会时，宁夏大学的冯蛟老师团队由于突发情况（疫情）而未能到现场，但其团队线上专业的展示以及内容得到了现场评委的高度评价，在强强比赛中拿到了本届优秀教学成果的特等奖。

相比 2020 年，2021 年的教学年会能到线下参会的老师有些增加了。

感谢中央财经大学王毅老师、顾格格老师、姚凯老师团队的师生们，能让我们相聚在贝聿铭设计的北京香山饭店，面对面地交流，和学会的老师们一起期待香山红叶开时，畅谈营销教学与人才培养。

2022 年，中国高等院校市场学研究会第七届教学年会。

会议主题：数字化营销人才培养：新教改、新形态、新模式。

承办单位：海南大学管理学院。

也许最没想到的是 2022 年末的这个年会会有这么大的不确定性——在 12 月时会因外部环境的变化，让很多人的出行计划临时改变。

这次会议仍然采取了线下会议+线上直播的形式同步进行。

2022 年 12 月 9 日，师资培训以线上和线下的形式展开。本次师资培训有一点点改动：基于教学发展中的学员的参与式，将单纯式的讲授改为师资培训-教学能力工作坊，强调模块的双向促进互动。

2022 年 12 月 10 日，“中国高等院校市场学研究会 2022 教学年会暨营销学科发展论坛”在海南大学举行。时任学会会长的符国群老师和海南大学副校长叶光亮老师分别为大会致辞。大会包括主旨演讲以及“数字经济时代的营销学科发展论坛暨学科负责人联席会议”“优秀教学成果”“市场营销系列新形态教材分享会”“教学论文分享与期刊主编面对面”“自贸区港建设与创新”等多个平行论坛。原来

以为,因为冬天的海南是大家的向往,疫情也没那么紧张……然后组委会在征求大家的意见后,设置了很多论坛,没想到的是,世界仍然另有安排,阻止了很多老师的脚步。论坛的现场人数不达预期。不过,线下参会的老师和分享嘉宾仍然在略显空荡的会议室,线上线下联动,仍如在一起一样,专注而热情地分享与交流。

在疫情快要结束的时候,相聚于海南,感谢海南大学管理学院童泽林老师、王萍老师团队的投入与付出,让我们这群营销老师在这样一个冬天感受到海岛的温暖,保持着对营销教学的热情。

2019—2022年,在学会这个平台上,还在学会领导的指导下,和教学委员会的老师们与见数姚凯老师团队共同举办了CMAU市场研究与商业策划赛事(姚凯老师会主要提到),参与了清华大学出版社的新形态市场营销系列教材的教改,也参与了学术年会和学会其他专委会举办的会议和活动,还有2021年春节,组织大家拍摄的拜年祝福视频……

2023年末,再回望,从初识学会的向往到参与活动、服务教学的经历,学会带给我的不只是几句话或者一些事就能表达的成长。

在学会平台上,知道并慢慢领悟了营销的科学和艺术,让自己开始坚定而热情地在营销教与学的领域研究发现自己和学生的价值。

在学会平台上,打开了营销科学与实践的一扇窗,让自己结识了越来越多的营销人,开阔了营销学术研究与教学的视野,一步一步踏实地探索真正的市场营销。

更重要的是,在学会平台上,始终有这样一群良师益友,引领、指导和陪伴我们追逐中国营销教学梦想。

感谢在我学生时代和教学生涯开始时引领我结缘中国高等院校市场学研究会的吴健安老师、聂元昆老师、王旭老师。

感谢在我进入学会后在工作和学习上一直给予指导和帮助的学会领导:符国群老师、彭泗清老师、汪涛老师、孙国辉老师、费显政老师等。

感谢这几年在教学年会工作中给予自己支持的所有老师:郭功星、杜鹏、王毅、童泽林……

特别感谢教学委员会和各种活动中支持、指导我工作的景奉杰老师和连漪老师,还有郑敏老师、姚凯老师和张希贤老师——四年中为了筹备各种活动,曾经一起熬夜开会讨论的团队!

还有很多要感谢的好友,就是在学会这个平台上,让我们这群普通的营销老师能一起为我们不普通的营销教学梦想一起努力、前行!

(费鸿萍 中国高等院校市场学研究会第十一届理事会副秘书长、华东理工大学商学院副教授)