

五、我与“中原营销国际学术论坛”

河南财经政法大学 牛全保

2023年10月23日,随着最后一名嘉宾李东进教授的离郑,“第七届中原营销国际学术论坛”圆满谢幕。这时我突然想起符国群老会长前段给我下达的任务,希望我围绕“中原营销国际学术论坛”创立始末及背后的故事月底前写篇短文。前段时间因忙于办会,还没来得及落笔,现在就赶紧动手吧!遂想起了七年前的情形……

2015年,学校提出学科建设要上新台阶,工商管理学科要走到前列。我作为工商管理学院院长、学科带头人在想如何有所作为。2016年在南开大学参加中国高等院校市场学研究会年会。之前我多次参加中国高等院校市场学研究会组织的年会,也曾任学会理事,后来就时断时续。这次年会不同以往,很有学术味道,同时又接地气。会议除主题报告、分论坛论文宣讲外,增设了博士生论坛,为年轻学子和未来的营销学者提供交流平台;请企业家做大会演讲(记得当时青木科技的副总周荣海讲得特别精彩),让学者近距离了解企业营销创新实践。承办会议的是南开大学商学院的李东进教授团队。会中、会后我与李东进教授有了进一步接触,也提出请李东进教授作为我们的兼职教授,指导学科建设。李东进教授很快答应我们的请求,2017年正式成为我们的兼职教授。学科建设如何做,抓手在哪?和李东进教授多次讨论,我们是否可通过学术会议,搭建学术平台,营造学术氛围,建立学术联系,打造区域特色。最后,取得了共识,发起一个有区域特色、高规格学术论坛。

1. “中原营销国际学术论坛”命名

如何命名呢?不能冠以省名,否则就不是高规格的,“中部”似乎有点太大,不好操作。“中原经济区”为国家重大区域战略,2012年获批,以郑州大都市区为核心、以中原城市群为支撑、涵盖河南全省延及周边地区的经济区域,地处中国中心地带,全国主体功能区明确的重点开发区域,地理位置重要、交通发达、市场潜力巨大、文化底蕴深厚,在全国改革发展大局中具有重要战略地位,大家认为会议可以冠以“中原”字样。“营销”是会议研究的主要领域,名字里得有“营销”字样。中原区域在全国高等商科教育中为学术洼地,当时没有一家博士授予单位,会议一定既要为商科教育“补短板”服务,突出学术性,又要立足服务于区域,要强调顶天立地,所以会议的“学术”属性得以认可。改革开放以来,中原区域相对封闭,与国外的学术交流也较少,我们是否以开放的胸怀,引进国外最新营销研究成果,加以借鉴。

这是弱项,得强化。因此会议可以冠以“国际”字样,邀请海外学者,来“强弱项”。会议叫作“论坛”较为合适,可连续举办,加以届数,形成品牌影响。这样“中原营销国际学术论坛”名称就形成了。

2. “中原营销国际学术论坛”模式

名字确定下来后,“中原营销国际学术论坛”如何办?模式如何设计?我提出我们营销学人要用市场营销理念和框架办论坛。把参会代表当顾客,将参会代表的“需求”作为我们的出发点和落脚点(市场观念),将参会代表的满意或不满意作为论坛效果评判标准。我们的参会代表主要设定为“中原区域本科高校营销学者(目标市场)”;论坛要突出“中原特色、国际视野、学术引领”(定位),即“聚焦中原营销创新实践,以国际视野贡献学术新知,在更高层面服务中原企业营销实践和区域发展”。

首先对标当时的学术会议,一些基本的元素要有,如主题学术报告,邀请国内外著名营销学者对营销最新发展做学术报告;参会代表不是简单听学术报告,要有会议论文交流,把论文写在中原大地上,以文会友,专家指导,提升学术水平;会议交流的论文,最好是来自中原区域企业营销创新实践,而不是一般泛泛的题材;会议要邀请有区域特色、有影响力的企业家到会做创新实践交流,并组织学术大家及代表到企业实地参观,现场交流。另外,一年办一次比较好,不能过于频繁,否则效果不太好把握。

李东进教授建议会议成立一个程序委员会,作为决策机构,把中原地区高校营销学科负责人联络起来。我和李东进教授共同担任程序委员会负责人,李耀教授(河南大学)任秘书长,孙彪博士(河南财经政法大学)、金彩玉博士(郑州大学)任副秘书长。时任学院副院长马勇教授、营销系主任寇晓宇老师、副主任董伶俐老师,以及张亚佩、王洽等老师联络中原地区高校营销负责人,征求意见,组建起了程序委员会(涉及20多所学校26名学科负责人和带头人)。

事不宜迟,说干就干。2017年4月,征得学校主要领导同意和中国高等院校市场学研究会支持(以支持单位名义出现),决定第一届论坛于2017年6月10日至11日由河南财经政法大学主办,河南财经政法大学工商管理学院承办、中国高等院校市场学研究会支持和南开大学消费行为研究团队协办,并发布会议通知。首次论坛的主题定为“中原崛起,营销学视角”,邀请营销学界的知名学者与会,共同探讨中原崛起背景下的市场营销前沿和未来发展趋势。李东进老师负责联系海外嘉宾,我们俩共同联系国内嘉宾。这种分工持续运行了七届没动过。论坛邀请海外专家:陈海澎(美国得克萨斯农工大学教授)、彭秀东教授(荷兰籍专家、企业家,正选科技有限公司董事长)、李义娜(美国得克萨斯农工大学);邀请的国内专家为南开大学李东进教授(李东进教授亲自上阵)和天津财经大学张初兵教授。南开大学和河南财经政法大学负责发动本校老师和同学,组织提交学术论文10多篇。

来自 28 所国内外高校和企业界代表共 150 余位专家学者参加了首次论坛。论坛开幕式由河南财经政法大学时任副校长王全良主持，时任校长杨宏志代表主办方致辞，李东进副会长代表支持方中国高等院校市场学研究会和协办方南开大学消费者行为研究团队致辞，规格是很高的，不亚于以往校内举办的任何学术会议。同时，围绕营销学术前沿问题，论坛还组织了两个分论坛，有 8 位专家和学者分享了自己的最新研究成果。最后，我对论坛做了总结性发言，论坛圆满闭幕。

第一届论坛结束后，参会代表普遍反映良好，开阔了视野，联络了专家，更新了知识，收获很大，这增强我们继续举办的信心。同时，我们也进行了总结。认为很有必要去实地参观河南的优秀创新企业，真正接触实践。而一般老师，尤其是青年教师，从校门到校门，在学术起步期是很难接触到优秀企业的，更接触不到优秀的企业家，学术“立地”是很难的，是痛点。办论坛的目的就是解决痛点。第二届论坛我们增加了参观河南优秀企业的环节，放在第二天，给予足够多的时间近距离接触企业。第二届论坛第二天即 2018 年 6 月 10 日，我们带领嘉宾和参会人员前往河南梦祥纯银制品有限公司（行业冠军，我们的实习基地）和豫商康百万庄园调研，两家扎根于中原的新老豫商经营实践为与会专家研究中原营销提供了厚重的案例，对中原大地的新老商业成功实践表示震撼！大家为企业营销也提了不少好的建议，企业方也很感谢。一小插曲，由于康百万庄园太大、太震撼，参观时间有不少延迟，深圳大学管理学院副院长周志民教授差点误了飞机。同时针对青年教师学术发表困扰，我们邀请 SSCI 期刊 *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 给予支持，美国纽黑文大学教授王承璐主编亲自解疑释惑。

第三届论坛为 2019 年，为庆祝中华人民共和国成立 70 周年，决定召开时间延至 10 月，具体为 10 月 19 日至 10 月 20 日。在符国群会长及各位副会长的支持下，本届论坛被正式纳入中国高等院校市场学研究会办会系列，由中国高等院校市场学研究会主办，河南财经政法大学工商管理学院、河南财经政法大学中原营销研究中心承办，南开大学消费者行为研究团队、新道科技股份有限公司和 CSSCI（中文社会科学引文索引）期刊《经济经纬》共同协办，30 多所国内外高校和企业界代表共 150 余位专家学者参加了本论坛。第二天首先参观考察了河南海恩食品有限公司，公司董事长、道口烧鸡非物质文化遗产传承人张中海先生亲自介绍道口烧鸡的制作过程和工艺，大家在“锅边”品尝了新鲜出锅的中原贡品“道口烧鸡”；接着返郑考察了郑州大信家居有限公司，参观了中国厨房文化博物馆，董事长庞学元亲自讲解，对大信定制家居世界原创技术震撼不已，董事长的家国情怀令人感动。至此，论坛模式基本定型。

3. “中原营销国际学术论坛”成效

七年坚持，中原营销国际学术论坛有了一定的影响。据统计，七年来参会的正式代表超 1 000 人次，不少老师连续七年参会，线上受众超 40 000 人次，累计参与的高校超 200 所；海外做主题报告的嘉宾 14 人次，国内做主题报告的 33 人次；累

计征集与中原营销相关的论文 167 篇,宣讲 89 篇;累计深度考察中原优秀企业 7 家,2022 年疫情最严重时期,连工作人员都进不了会场,论坛照常进行,全部改为线上,我们还创造性地设计了云参观宇通公司,以弥补线下参观无法进行的缺憾,坚守了我们的论坛举办模式。2023 年我们还拓展了考察范围,不仅考察了重新开业的郑州亚细亚,还对其周边德化商业街及二七商圈进行了实地考察,并对当地政府提了不少有益的建议。

2018 年 5 月 8 日,周南教授应邀到学校讲学。我们向他介绍了上年创办的中原营销国际学术论坛情况及准备下月要进行的第二届中原营销国际学术论坛设想。他很兴奋,鼓励我们形成中原营销学术流派,回去后即派深圳大学周志民副院长参会支持我们的论坛。以后每次在 CMAU 学术年会或 JMS 年会上见面,他在很远就大声喊我:“‘牛人’来了。”我哪是什么“牛人”,只不过姓牛,周老师的鼓励我心里当然明白。

2022 年 10 月 22 日,时任中国高等院校市场学研究会会长符国群教授,代表中国高等院校市场学研究会在第六届论坛开幕式上致辞,高度评价河南财经政法大学创建中原营销国际学术论坛这一平台,并成功举办多届。他希望论坛继续立足河南,讲好中原发展故事;聚焦学术,兼顾人才培养;面向重大需求,倡导有组织的科研;依托核心高校,高举团结合作大旗。愿中原营销国际学术论坛这个平台建得越来越好,越来越具有凝聚力和影响力!

2023 年 10 月 21 日,“第七届中原营销国际学术论坛”开幕,现任中国高等院校市场学研究会会长汪涛教授在开幕词中再次对论坛的创办和连续成功举办给予肯定。他说,这个论坛不仅为学界交流提供了一个重要的平台,也为促进区域营销发展作出了重要贡献,为探讨区域经济与市场的发展趋势提供了宝贵的思路 and 观点。中原地区历史文化悠久,如何将区域文化与营销实践结合,挖掘和利用文化优势,建构契合区域市场的营销模式,值得我们认真思考和研究。

2023 年上半年,在学会和学校支持下我们开始筹备在学会下设“区域营销专委会”工作,想在中原区域营销探讨基础上,探讨更多区域包括城市营销问题,扩展研究视野。专委会组织架构已形成,并参与承办了第七届论坛工作。未来期望在学会支持下,尽快批准成立区域营销专委会,把举办中原营销国际学术论坛纳入专委会重要工作,以使论坛可持续和高质量发展。我坚信,论坛的持续举办,定能为区域营销的理论和实践提供更多的参考和启示。

(牛全保 中国高等院校市场学研究会常务理事,“中原营销国际学术论坛”的主要发起者和组织者,河南财经政法大学工商管理学院名誉院长)