

八、绿我涓滴，会它千顷澄碧

中国地质大学(武汉) 郭 锐

目光触及“我与学会”这个主题，习近平总书记的词“绿我涓滴，会它千顷澄碧”蓦然跃乎脑海之中……

习近平总书记在《念奴娇·追思焦裕禄》中借这句词表达了对焦裕禄同志的赞美以及“我将无我，不负人民”的坚定意志。于我而言，中国高等院校市场学研究会(以下简称学会)正是注入我心中的“绿色涓滴”，在学会的引领下，我所成虽不至“千顷澄碧”，但在品牌研究，尤其是绿色品牌研究领域，亦留下了“一汪清泉”。

在学会的信任和同行们的支持下，2018年起，我担任学会品牌专业委员会副主任，2021年起，我担任学会绿色消费与绿色营销专业委员会副主任，在今年的学术年会中，我又有幸当选为学会秘书处副秘书长。多重重任在肩，诚惶诚恐，更信心满怀。

——我们注重人才培养，指导的学生多次在学会会议中宣讲论文。在学会学术年会暨博士生论坛、各专委会专题研讨会等系列会议中，都有我们团队学生的身影。由于时间跨度颇长无法精确到具体数字，经粗略统计，参会人员近40人，宣讲论文也超20篇。得益于会议提供的专家指导、同行评议，指导的学生研究成果发表在 *Journal of Applied Psychology* (FT 50)、*Journal of Business Ethics* (FT 50)、*Personnel Psychology* (ABS 4*)、*Industrial Marketing Management* (ABDC A*)、*Journal of Brand Management* (全球两本专注于品牌研究的期刊之一)、《南开管理评论》(国内管理学综合影响因子第一)上，学会为我们的人才培养搭建了良好的平台，我也一直教育学生，要走出校园、走向前沿，在交流学习中成长成才。

——我们坚持服务协会，筹备举办绿色消费与绿色营销专题研讨会。为交流思想、推进绿色发展，2022年12月，第七届绿色消费与绿色营销专题研讨会在我院成功举办。来自高等院校、科研机构的600多名专家学者和师生代表齐聚云端，共襄盛会，就当前绿色消费与绿色营销的重要理论和现实问题集思广益，深入展开探讨与交流。这次会议是历届研讨会规模之最。彼时，疫情的云翳正笼罩在我们心头，但研讨会的圆满举行让我们倍感振奋。这是学界、业界共同努力的结果，更是学会精心指导、大力相助的结果。

——我们推动学科建设，参与打造国内首家市场营销虚拟教研室。2021年7月，教育部启动了虚拟教研室建设试点申报工作。2022年，由王永贵教授牵头的“市场营销专业虚拟教研室”(专业建设类)获批教育部首批虚拟教研室建设试点项目。虚拟教研室由我校与首都经济贸易大学、湖南大学以及新疆石河子大学的专



带领团队师生参加学会 2023 年学术年会



第七届绿色消费与绿色营销专题研讨会合影留念

业团队共同组建。在教研室建设过程中，我作为中国地质大学(武汉)的负责人组织我院优秀教师深度参与，为我校市场营销学科的进步和发展提供了契机与强大

推动力，同时为数字经济时代下市场营销学科人才的培育凝聚了更大的力量。项目获批后，学会组织了首届教育部市场营销专业虚拟教研室论坛，来自国内高校的业界同仁共同对教研室的建设与发展进行探讨、交流与合作。这次论坛促进了市场营销虚拟教研室的建设，并推动了中国高校市场营销专业实现高质量的内涵式发展。

2020年，新冠疫情暴发不久，武汉及全国的居民都响应国家号召，进行社区封闭和居家隔离。在疫情得以迅速控制的同时，居民消费却急速下滑，给中国经济带来了较大影响。作为武汉的市民、作为从事市场营销的学者，我深感使命在身。因此，我综合以往灾后消费者焦虑和死亡焦虑的研究和调研情况，从社会和企业两个层面向学会提交了“新冠疫情下缓解消费焦虑、促进居民消费的对策建议”，这个建议得到了学会的积极肯定，侧面来说，这也是学会和我们众多营销从业人员“繁荣中国市场营销学术研究、提升我国企事业单位营销管理水平”的真实写照。

我见青山多妩媚，料青山见我应如是。学会见证了我，我亦见证了学会，尤难忘记的，是有幸参与学会的多次“首个”时刻：作为首批会员及会员单位加入学会、作为会员见证学会数据与市场研究专业委员会的成立、作为嘉宾参与学会联合主办的“2022教育部市场营销专业虚拟教研室首届论坛”……我相信，未来学会还会有更多的“首个”；我更期待，未来我会有更多的“见证”。

绿我涓滴，会它千顷澄碧。学会将“绿色涓滴”注入了我，我亦将她注入了我的学生。我始终相信，在学会、你、我、他们的一道努力下，中国的市场学研究必成“千顷澄碧”！

——这是万千营销人的共同心愿！

——这是未来的必然！

（郭锐 中国高等院校市场学研究会副秘书长、中国地质大学（武汉）经济管理学院教授）