

激流勇進



主编单位: 广东营销学会
2008年12月9日

VOYAGE
YEAR 1983-2008

广东营销学会25周年航程

目 录

CONTENTS

- 1 序/杨开茂
- 5 广东营销学会功不可没/匡吉
- 7 学会简介
- 9 敢为人先篇——流金岁月
- 11 六个首创
- 13 学会成立初期图片
- 17 同舟共济篇——流金岁月
- 19 历届理事成员名单
- 25 历届理事成员部分相片
- 37 激流勇进篇——辉煌历程
- 39 理论研讨、学术交流——理论成果
学术交流
营销沙龙
座谈会
- 51 人才培养——学历教育
职业资格培训
走进企业、走出外省
- 67 学会活动——国际交流
两岸沟通
咨询服务
营销论坛
营销赛事
- 83 弄潮商海篇——辉煌历程
- 85 政府支持、领导关怀
- 93 为学会作出杰出贡献的部分专家、领导
- 95 为学会发展作出突出贡献的部分人士
- 99 与学会共同成长的部分营销精英
- 103 乘风破浪篇——愿 景
- 105 学会机构设置
- 115 项目展现
- 117 后记/戴履先



VOYAGE
YEAR 1983-2008

为改革开放大潮推波助澜

——祝贺广东营销学会成立25周年画册出版

杨开茂

在我们热烈欢庆改革开放30年的伟大胜利的时候，迎来了广东营销学会创办25周年。在中国这个波澜壮阔的举世闻名的改革大潮中，涌现了许多新生事物，是大潮催生了广东营销学会，而学会又从市场经济理论和营销创新实践中为之推波助澜，激流勇进，学会随着广东改革开放的发展而发展，一起经受波折，一起经受了考验，一起欢庆胜利。

1978年党的十一届三中全会吹响了改革开放的号角，作为前沿阵地的广东，欢欣鼓舞，一马当先。

改革开放使广东的干部和企业有了放眼世界的机会，思考着一系列问题：为什么同样一个人，到了国外，到了香港就聪明能干呢？为什么社会主义就必然是短缺经济？为什么日本战后恢复发展得那么快？为什么亚洲“四小龙”会有这么快的发展？等等。反思使人们认识到归根结底是由于思想僵化、计划经济体制和“恐资病”，把人类共同创造的发展生产的市场经济经验等同于资本主义，于是迫切要求从现象到本质，从实践到理论研究市场经济，推进市场经济。广东营销学会就应运而生。

然而，广东营销学会的率先成立和广东改革开放先行一步一样，发展并不平静，一样经受了惊涛骇浪的考验。许多符合市场规律的措施，如“三来一补”、中外合资、租赁土地、物价放开、农民工进城打工、对企业放权搞活等，都曾经被扣上“出卖国家利益”、“资本主义化”、“资产阶级猖狂进攻”等帽子。我们用亲身的实践，用生产的发展，回答了这些攻击，坚持了自己认为行之有效的做法。

直至1992年小平同志南巡讲话和党的十四大明确发展市场经济的指导方针后才进行得比较顺畅。先进的理论一旦为群众所掌握就变成了巨大的力量。改革开放30年使广东经济取得突飞猛进的发展。从一个后进省变成全国经济发展的排头兵，经济总量、人均GDP、进出口的总额、上交税利均处于全国前列。这个变化是天翻地覆的，不可思议的。人们要问，是什么“魔力”让广东在30年中取得如此巨大的变化？



杨开茂 广东省经济委员会原副主任
广东营销学会创会会长

解放思想是中国人民的法宝。如果

没有思想的大解放，没有市场理念和机制的导入，没有体制的改革，就不可能出现生产要素市场，就不可能有大批劳动力的流动，就不可能有经济持续大幅度的增长。一句话，当今的成就一切将无从谈起。这些方面，广东是带了头的，敢为人先，敢于冲破阻力。在这个斗争中，广东营销学会始终站在发展市场经济的高度“鼓”与“呼”。

25年的实践，让我们尝到了甜头，受到了教育，坚定了信心。我们要更加重视解放思想，更加重视市场经济理论研究与实践的探索，更加重视人才的培育。

这本画册就是为了以图文并茂的形式，记载学会过去25年的光辉历程；就是要告诉人们要及时总结过去，坚定信心；就是要让人们在争当实践科学发展观排头兵的活动中，继续解放思想；激流勇进、敢为人先；不忘继续创新营销理论；不忘更多地培育掌握营销新理论的人才。更好地为广东的经济建设服务，为会员服务，为企业服务，为社会服务，为政府服务。



VOYAGE
YEAR 1983-2008

编委会成员名单

名誉主任：匡吉

顾问：张江明 杨开茂 陈之泉 闵建蜀 刘晓捷
孙雄 刘焕泉 林启德 周理教 孔令富
黄顺良

编委会主任：戴履先

副主任兼总编：黄计钧

编委委员：马娅 王中之 王国全 王慧琴 邓樵
(按姓氏笔划排列) 区婉芬 孔繁正 叶卫东 刘伟涛 何志明
吴楷明 吴榕凯 邹华 陈智刚 陆勇
张良 张珀维 李易洲 李薇 杨群祥
林国强 罗德达 罗鹏 周湘波 房仲明
欧阳炎 周甸斌 钟育赣 赵文胜 袁乐清
钱月如 高榕 黄永平 黄艺 谢汉秋
常永胜 梁向明 龚名 曾宇 温小平
雷鸣 廖燕纯

执行总编：曾宇

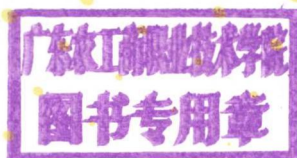
执行副总编：袁乐清 张珀维 高榕

编辑部：韩春燕 王定锋 周斌 宋玉佩

目 录

CONTENTS

- 1 序/杨开茂
- 5 广东营销学会功不可没/匡吉
- 7 学会简介
- 9 敢为人先篇——流金岁月
- 11 六个首创
- 13 学会成立初期图片
- 17 同舟共济篇——流金岁月
- 19 历届理事成员名单
- 25 历届理事成员部分相片
- 37 激流勇进篇——辉煌历程
- 39 理论研讨、学术交流——理论成果
学术交流
营销沙龙
座谈会
- 51 人才培养——学历教育
职业资格培训
走进企业、走出外省



- 67 学会活动——国际交流
两岸沟通
咨询服务
营销论坛
营销赛事
- 83 弄潮商海篇——辉煌历程
- 85 政府支持、领导关怀
- 93 为学会作出杰出贡献的部分专家、领导
- 95 为学会发展作出突出贡献的部分人士
- 99 与学会共同成长的部分营销精英
- 103 乘风破浪篇——愿 景
- 105 学会机构设置
- 115 项目展现
- 117 后记/戴履先



VOYAGE

YEAR 1983-2008





匡吉
广东省原副省长
广东营销学会名誉会长

“在广东建立市场经济的伟大事业中，广东营销学会功不可没！”

——摘自匡吉同志在2006年1月11日广东营销学会理事扩大会议上的发言



VOYAGE
YEAR 1983-2008

学会

广东营销学会（以下简称“学会”），成立于1983年12月9日，是我国内地，在改革开放大潮中，冲破计划经济体制的框框，宣传与推广市场经济理论，最早成立的市场营销学术团体。

学会是经广东省原经委牵头组建，广东省民政厅批准注册的民间经济学术组织，由广东省内的经济研究、教学、管理部门的专家、学者和企业从事营销管理的人员以及实际工作者等自愿组成的学术性、群众性、非营利性的省级社团组织，业务上接受广东省社会科学界联合会和省民政厅的指导和监督，具有独立法人资格。学会现由广东省社会科学界联合会管理，并成为其团体会员单位。

学会业务范围以开展市场调查、市场预测、经营咨询策划、新产品开发、市场营销决策、销售技巧管理等方面的理论、方法的深入研究和总结推广为主要内容，从而实现为会员和企业、为社会、为政府服务的宗旨。

学会成立25年来，团结、组织广东（包括港澳地区）经济类科研、教学、政府管理部门的专家、学者以及企业领导和营销管理人员，研究营销理论、总结营销经验、沟通营销信息、出版营销书刊、传播营销文化、培训营销人才、开展咨询服务，为确立社会主义市场经济理念，提高企业营销管理水平，繁荣广东市场，促进商品流通，提高经济效益，建设广东经济强省、文化大省贡献自己的力量，取得了可喜的成绩。广东省原副省长、广东营销学会名誉会长匡吉同志赞扬说：“在广东建立市场经济的伟大事业中，广东营销学会功不可没！”

学会的常设办事机构是学会秘书处，包括办公室、培训部、会员部、信息部、办事处等；下属机构包括广东新源营销职业培训学校、佛山办事处顺德培训基地、广州市花都培训基地等；专业委员会包括房地产、经理人、网络营销、信用营销、企业发展战略、信息、高科技、三高农业等8个专业工作委员会。

学会从上世纪80年代初成立以来，就举办过各种营销理论研讨会、营销经验交流会、营销人才大奖赛、营销论坛、营销沙龙等。

从1984年开始，学会在全国率先创刊出版国内外公开发行的《营销管理》杂志，编辑出版《高级市场营销学》、《销售实战》、《现代营销丛书》（一套七册）、《企业经营管理论文集》、《汽车营销

简介

师》等几十种书刊、专著。同时，学会还建立了自己的网站，每天发布学会的最新消息；每月编辑出版一期《会员通讯》，交流学会的最新情况。

培养市场营销管理人才是学会的重点工作。学会具有理论水平高、实践管理经验丰富的教授专家组成的教学队伍，同时还有专职培训的管理人才，有国家职业资格高级考评员等。学会成立以来，先后为广东企业，培训达20000多名各类营销和管理人才，被业界誉为“营销人才的黄埔军校”。经学会培训的学员，不少人已成为企业的领导和营销骨干，他（她）们活跃在广东各个行业，为广东经济发展贡献力量。

25年来，学会培训教学的范围广泛，涵盖市场营销各个层次的人才，既有营销员，又有营销师，高级营销师；既有大专生又有硕士生、博士生。培训教学方式多种多样，如1986年开始，与广东社会科学大学合办“市场营销大专班”毕业学员900多名；1996年与广东省社会科学院合办“经济学在职研究生班”有学员540人；与美国管理技术大学合办“工商管理硕士班”有学员145人；2008年与清华大学合办高层管理研修班；与广东工贸职业技术学院开展合作办学等。

2003年8月起，学会经广东省劳动和社会保障厅职业技能鉴定指导中心认定，负责全省营销师、项目管理师、理财规划师、汽车营销师、客户服务管理师等职业资格的考前培训工作。经学会培训的学员，参加全国职业资格统考，通过率在全省名列前茅。

2005年10月，广东营销学会被广东省中小企业局认定为“广东省中小企业培训示范机构”。近几年来，在政府部门的指导下，学会利用自身优势，组织专家、教授培训队伍，针对中小企业管理人员在全省范围内开展项目管理、信用管理、创新营销、网络营销等巡回内训，四年来共培训中小企业管理人员5000多人，有效的提高了我省中小企业管理人员综合素质。

学会经历了25年的航程，现在又登上新的里程，我们要继续坚持解放思想，敢为人先，以科学发展观为指导，努力开创学会工作的新局面，激流勇进，再创辉煌。



VOYAGE

YEAR 1983-2008



敢为人先

篇

鲁迅先生说：“第一个吃螃蟹的人一定是个勇士。”脍炙人口的歌曲《春天的故事》，有一段深情的歌词：“一九七九年那是一个春天，有一位老人在中国的南海边画了一个圈。神话般地崛起座座城，奇迹般的聚起座座金山，春雷唤醒了长城内外，春晖暖透了大江两岸……”

小平同志在广东版图上划的那个“圈”，以及从这个“圈”中“杀出一条血路”的伟大战役，诚然需要敢于第一个吃螃蟹的勇士。

广东营销学会，就是在中国改革开放这场波澜壮阔的大变革中，在许多人对社会主义市场经济仍抱质疑态度的政治环境下，率先“杀出一条血路”的勇士。她成立于1983年12月9日，是全国第一个经广东省民政厅批准注册的营销学术组织。

25年风雨航程，历史雄辩地证明，没有第一个吃螃蟹的人，就没有今天的佳肴；没有无畏的开拓者，人类就没有生存的空间。我们赞美“第一个”，就是赞美创新的勇气。

勇于创新，敢为人先，是我们时代的强音！





VOYAGE

YEAR 1983-2008



NO.1 六个首创

广东营销学会在全国创造了“六个首创”

✓ 学术机构首创

全国第一个市场营销专业学术机构---广东营销学会

✓ 学术期刊首创

全国第一本市场营销专业学术期刊---《营销管理》（学会会刊）

✓ 学术著作首创

全国第一批市场营销专业学术著作---《高级市场营销学》等
（学会编著）

✓ 培训教学首创

在全国最早开展市场营销学的培训教学工作（学会举办）

✓ “沙龙”论坛首创

在全国最早举办“营销沙龙”、“营销论坛”，每月一次
参加人员达20000多人（学会举办）

✓ 营销大赛首创

在全国最早举办营销人员大奖赛，共组织两届（学会举办）



VOYAGE
YEAR 1983-2008

启航

一九八三年十二月九日
我国首创的第一个营销专业
学术组织诞生了
——广东营销学会



▲ 学会成立大会会场



▲ 1985年2月，省经委领导、广东营销学会会长杨开茂率团访问美国阿肯色州，受到州长克林顿的接见，授予“阿肯色州旅行使者”称号、授权作为亲善大使。
克林顿（右一）、杨开茂（右二）、本会顾问陈启明（左一）



◀ 右、本会名誉会长匡吉
(广东省原副省长)
左、本会会长杨开茂
(广东省经委原副主任)



成立大会盛况 ▲



VOYAGE
YEAR 1983-2008

廣東營銷學會成立典禮賀

講求市場營銷的技術
促進企業管理現代化

馬

臨



上海市企業管理協會

廣東營銷學會成立大會：

喜聞廣東營銷學會召開成立大會，我們表示最熱烈的祝賀，我們相信，廣東省營銷學會的成立，必將進一步推動省內外學術研究和交流活動，促進企業提高經營管理水平，為四化建設作出新的貢獻。



▲ 香港中文大學馬臨校長的親筆賀詞

▲ 上海企業管理協會賀信