

数智时代的市场营销学经典之作

关键词 市场营销 数智时代 高等教育

○李彬 王丽 郭海雷

当今社会,全球化与数字化浪潮交织,经济环境瞬息万变,市场竞争如火如荼。习近平总书记多次强调,中国经济已由高速增长转向高质量发展,企业必须通过创新驱动,方能提升竞争力。市场营销,作为获取竞争优势的“利器”,正是推动企业创新和发展的关键。

在经济结构调整和供给侧结构性改革深化的背景下,加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,尤为紧要。构建强大的国内市场,搭建现代化流通体系,依托数字化技术和创新手段,提升品牌影响力,为企业营销战略指明了新航向。面对消费者需求的个性化,企业需精准营销,个性服务方能满足人民日益增长的美好生活需要。在这一背景下,市场营销课程在高校中的地位日益重要,成为培养新时代营销人才的关键环节。相关教材更是层出不穷,面对万物互联、虚实一体、跨界融合引发的新商业革命,营销理论与实践也面临“百年未有之大变局”,重塑数智时代的营销范式成为营销学者应当践行的使命担当。习近平总书记在新时代推动东北全面振兴座谈会上强调要加快形成新质生产力,这一重要论述不仅成为科技创新的重要指引,同时也为市场营销的变革奠定了基石。

随着一流专业、一流课程建设全面推进,专业、课程与教材一体化建设与改革成为高等教育深化教学改革、提高教学质量的重要保证。教学改革改到深处是课程,改到痛处是教师,改到实处是教材。近几年,反映市场营销课程最新教改成果的教材如雨后春笋般呈现在广大读者面前。

其中,由汪旭晖教授领衔主编、东北财经大学出版社出版的《市场营销学:数

智时代的新质营销力》,更是以其创新性与前瞻性,开辟了全新的学术视野,为学子指引了数智时代营销的全新路径。

首先,该教材以新质营销力引领范式创新,融合前沿理念贯穿全书。书中深入介绍了数智时代营销发展的新趋势,并归纳了相关的营销新洞见,特别是在新型营销工具和分析方法的应用上有独到的阐释,充分展示了新质营销力在推动营销创新和范式重塑中的关键作用。

其次,该教材以本土化理论结合课程思政,铸就文化自信培育英才。教材整合了中国5000年历史中的经典营销案例,尤其关注了新时代伟大变革中的民族企业 and 创新实践,不仅推动了中国特色营销理论的构建,还增强了理论和文化自信,助力培养具备深厚文化底蕴和爱国主义情怀的营销人才。

再次,该教材以实战化教学提升实践能力,结合真实案例增强实操。通过实战导向的教学策略,学生在学习中能直接接触到真实的营销情境。模拟项目、案例分析和策略制定等实践环节,帮助学生将理论知识应用于实际问题解决中,并通过AI问答工具和数据分析软件等现代工具,提升他们的操作能力。

最后,该教材以立体化形式丰富教学资源,借助数字工具优化学习。教材通过视频案例、互动模拟和在线测试等数字化资源,提供全方位、多层次的学习体验,打破了传统教学的局限性,让学习更加生动有趣,显著提升学生的学习效果。

总之,这是一本兼具理论深度与实践指导的教材,通过前沿理念、本土化理论、课程思政、实战教学与数字资源的有机结合,全面提升学生的市场营销能力与社会责任感,值得广大学子与从业者深入学习与实践应用。



《市场营销学:数智时代的新质营销力》
汪旭晖主编/东北财经大学出版 2024年8月版/69.00元
ISBN:9787894120946

当孤独的心躲进文学的森林

关键词 游戏 文学 童年

○吴陈颖

“躲猫猫”是孩子们再熟悉不过的游戏,当扮“鬼”的同伴开始倒数,其他孩子急切慌张地寻找藏身之处,仿佛这是天底下最重要的事情。“躲猫猫”游戏的紧张刺激建立在同伴间互相信任的默契之上,不论是躲藏的一方或是寻找的一方,在未告知对方的情况下早早放弃,都会让另一方陷入寻觅无果或等待无期的失落之中。躲藏的人想藏起来,也想被找到,这也许就是“躲猫猫”最有魅力的地方。

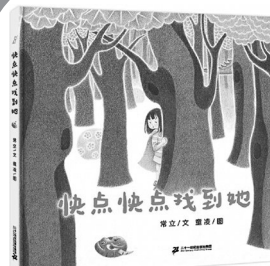
孩子的成长过程中或许会经历类似“躲猫猫”的阶段,喜欢独来独往,但同时又渴望被别人关注、被集体接纳。书中的女孩似乎就是一个这样的孩子,她戴着造型独特的面具,披着蓝色斗篷,俨然是自己王国的大王。可是当小伙伴们都找不到她的时候,我们似乎也窥探到好好内心的孤独。当孩子感到孤独的时候,文学是最好的慰藉。好好躲进了一座文学的森林,那里采撷花朵,同时邂逅了各种各样的故事角色,有《格林童话》里的白雪公主和七个矮人,也有我们的老朋友孙悟空和猪八戒,还有胆小的大象、逃跑的姜饼人、龙与宝藏……我们看见好好一点点地揭开自己的面具,逐渐加入到文学角色的互动中,当猪八戒大快朵颐的时候,好好也学着他的样子盘腿坐下开心地啃桃子,最后出现恶龙时,好好也没有害怕,而是扮起鬼脸。在与文学角色相处互动中,游戏的乐趣驱散了内心孤独的阴霾,让好好的脸上绽开天真的笑容。

除此之外,我们还看到一个孩子为了排解孤独,尝试融入群体而不得不做出的妥协,这种妥协甚至影响到孩子对自己的认知和定位。当有人喊“小个子”“大圆脸”“胆小鬼”“贪吃鬼”的时候,好好会自动代入自己,期待听到一声回应。我们可以想象,在孩子的朋友圈里,同伴们总是会给对方起一些不那么可爱

的绰号,放大了孩子外貌、性格上不成问题的问题。出于对被排挤、被冷落的恐惧,孩子看似主动实则被动地代入到这些绰号对自己的定义,以此来认定自己在群体中的位置。孩子在相信自己被群体接纳而感到安心的同时,不知不觉地消减了自信心。这时,文学安抚心灵、建立自信的作用又显现出来。当花仙子问到“美丽的小姑娘”时,好好不相信她是在叫自己,直到好好手里的花束中真的飞出了一只和自己长得一模一样的小花仙。这是孩子和文学作品角色产生情感共鸣的奇妙瞬间,也是孩子达成微妙和谐的自我认同的温馨时刻。在花仙子光芒的照耀和指引下,好好穿过文学之森,之前出现过的故事角色再度返场,不同的是,他们成为“躲猫猫”的人,躲在树林后,藏在草丛里,又欣喜又好奇地探出头,等待女孩的到来。在这座文学森林中,还有更多的趣味和惊喜,等待孩子们去寻找、去发现。

好好在花仙子的带领下找到自己的归属,那个炊烟升起的地方是心之所向的家,也是一种安全感的象征,让孩子知道自己被惦记、被爱着。“躲猫猫”的游戏还在继续,好好丢掉了面具,解开了斗篷,卸下了那些掩藏内心孤独的“伪装”,回到好朋友的身边,回到接纳她、理解她、爱她的温暖群体中。

最后,图画书的图文设计也贯彻了“躲猫猫”的游戏形式。每当有新的角色闯进森林,我们先听到他们的声音,看见他们投下的黑色身影,以及他们遗落的道具,比如小矮人的锄头、龙的宝藏,等等。在翻页揭晓答案之前,孩子们可以根据自己的观察,运用自己的阅读经验和想象力,猜猜下次出场的会是哪个角色,又会发生什么有趣的事情。当前一个角色离场后,也会留下一些存在的痕迹,就像当孩子读完一本书,但文学的余味仍留在孩子的心中,伴随孩子成长,成为慰藉童年,温暖一生的幸福回忆。



《快点快点找到她》
常立文 童凌图/二十一世纪出版社集团 2024年12月版/49.00元
ISBN:9787556887316

“文化词典化”理论下专科辞书出版再思考

■汪亚云

辞书,尤其是优秀辞书,是反映一个国家政治、经济、文化水平的重要载体,辞书出版是体现国家软实力的关键事业。北京语言大学教授、中国辞书学会会长李宇明先生提出“文化词典化”的理论,认为辞书要成为新时代文化传播的重要工具,具有更大的文化担当。传统文化专科辞书出版是可以深耕的领域,是名山事业,对当代和后世影响深远。

2023年6月1日,习近平总书记在中国国家版本馆中央总馆考察时说:“我最关心的就是中华文明历经沧桑留下的最宝贵的东西。我们文化不断流,再传承,留下的这些瑰宝一定要千方百计呵护好、珍惜好。”在主旋律的推动下,在文化自信的驱动下,我们迎来了一波又一波国学复兴的浪潮。无论是大众喜闻乐见的电视节目,还是日常生活中的商业活动、公益活动,抑或各类官媒、个媒,都在不遗余力地宣传我们自己的传统文化。当下,国潮已成为新的时尚,火向海外。

在这样的氛围熏陶下,人们对传统文化呈现出前所未有的热情和求知欲。相应地,传统文化知识输出的产品也层出不穷。这对传统文化专科辞书的出版来说,是很好的契机。

当然,我们在看到传统文化专科辞书出版事业大有可为时,也不能忽视摆在眼前的困境。

人才方面,辞书编辑难度大,质量要求高,因此,对辞书编辑的要求也非常严格。一个好的辞书编辑,不仅要掌握辞书学理论,还要具备深厚的知识、扎实的功底。大多数辞书编辑都出身于中国语言文学专业,真正出身于辞书学的却很少,在理论和实践方面都有所欠缺。人才缺乏又与不健全的科研考评体系有着密切关系。著名学者、出版人于殿利先生曾指出,在很多高校,编纂辞书不算科研成果,很多中青年教师迫于晋升职称等压力,不愿意编辞书,辞书编纂的队伍建设面临青黄不接的尴尬局面。目前在很多高校,由于辞书编纂不算科研成果,各种成果奖励和基金评议也极少落到辞书上面,更遑论给予经费支持。人才缺乏还体现在,由于辞书编纂难度大、耗时长、经济效益预期低等因素,专科辞书编辑人才渐渐流失了。

经济效益方面,辞书出版虽是“名山事业”,但辞书本身也是“市场产品”。辞书由于体量大、专业性强、知识点众多,从

组稿到出版,花费几年是常有的事,十几年也不稀奇。出版一部辞书,出版社要投入大量的时间、人力、物力。出版以后,且不说盈利,前期投入的成本可能都难以收回。而且近年来,由于外部环境的急剧变化,图书市场也出现了很多新规则。首先,供需关系发生转变。出版社出什么、读者看什么的时代已经一去不复返,现在是读者需要什么,出版社就做什么。其次,读者买书更看重实用性、到手价,教辅用书、学生读物比较吃香,但最终也要价格竞争。传统文化专科辞书并不是严格意义上的工具书,实用性不比字、词典等,它对个人核心素养的提升、社会教育功能的实现、精神文明的传承弘扬,有一个长期过程,不能立即转化为既得利益,读者是否买账也未可知。最后,以抖音为代表的新兴媒体造就了“流量为王”的时代,好产品不一定能有好销售。

辞书是传承和弘扬优秀传统文化的有力载体,传统文化专科辞书出版是一项继往开来、惠及子孙后代的事业,是值得且必须开拓的。路漫漫其修远,我们依然有求索的信心和方向。

首先是创新。1983年,上海辞书出版社出版的《唐诗鉴赏辞典》融工具书与文学赏析读物于一体,创新了专科辞书出版的形式。该书畅销40余年,已经成为传统文化辞书出版的标杆。我们要在坚持“内容为王”的原则上,用心打磨、锐意创新,赋予传统文化以时代特色,打造能给读者惊喜,人无我有、人有我精的优秀辞书。

其次是人才培养。任何事业,人为根基。作为一名辞书编辑,要不断加强对辞书学理论和专业知识的学习,扎实自己的基本功;要主动地去了解新技术、新媒体,让自己跟上时代的发展,不仅仅只做案头编辑,而要努力成为复合型人才;要坚持吃苦耐劳、认真钻研、一丝不苟、弘扬文脉的辞书人的“扁舟”精神。对于出版社而言,应当重视辞书编辑的成长,除合理的

新质生产力赋能教育出版:多维度创新与发展

■张帆

在当今数字化与智能化迅猛发展的时代,新质生产力正深刻重塑教育出版的格局。如学而思与知名教辅品牌的合作,展现了前沿AI科技与优质内容深度整合的趋势,为教育出版创新开辟了新路径。然而,传统教育出版在拥抱新机遇的同时,也面临诸多严峻挑战,亟待深入剖析并探寻有效突破之道。这不仅关系到教育出版企业的生存与发展,更影响着整个教育出版行业能否在新时代实现高质量转型,为广大学习者提供更优质、高效的教育资源与服务。

新质生产力在教育出版中的关键作用

推动产业融合发展。一是整合资源,拓展产业链。新质生产力促使教育出版从传统单一内容生产模式向全产业链深度拓展。国家智慧教育平台整合多类教育资源,构建全方位、立体化资源网络,实现资源高效共享与协同发展,有力推动产业链上下游企业深度合作、协同合作。

二是创新服务模式,满足多样化需求。借助新质生产力,教育出版机构服务模式渐趋多样化、个性化。学而思学练机以智能批改等强大AI能力,为学生提供全方位辅导练习支持并满足不同学习需求,还能依答题数据为教师提供教学参考,创新全流程服务,提升教学与学习效果。部分出版机构搭建线上教育服务平台,如广西师范大学出版社“独秀课堂”(独秀云课堂),融合线上线下优势,提升数字化教材服务水平,为学生带来便捷高效学习体验,推动教育服务模式创新变革。

加速内容创新与优化。一是AI辅助内容创作。AI技术在内容创作与编辑环节作用愈显重要。部分出版机构利用AI进行选题策划,深度分析市场需求与用户数据,精准挖掘潜在热门选题。创作过程中,AI可协助作者生成大纲、提供创新思路甚至初步撰写内容,显著提高创作效率。

二是大数据驱动内容精准定位。大数据技术助力出版机构精准把握用户需求。通过深度分析用户学习数据,包括习惯、偏好、进度与成效等多维度信息,开发更契合用户个性化需求的教育产品。如外语教学与研究出版社打通内部数据,精准定位图书内容,出版质量与决策效率显著提升。

提升教育出版智能化水平。智能学习工具和平台蓬勃发展,为教育出版注入新活力。学而思学练机等智能硬件产

品以强大AI能力,为学生打造智能化学习环境。在线教育平台亦不断升级,如“中国大学MOOC”汇集大量优质课程资源并纳入国家智慧教育平台,借助智能推荐与在线互动功能,提供更智能便捷学习体验。

人工智能技术在教学评估与反馈方面潜力巨大。通过实时监测分析学生学习数据,如答题准确率、学习时长与知识掌握程度等关键指标,为教师提供及时准确的教学评估信息,助力教师精准调整教学策略与优化教学内容。

传统教育出版面临挑战

技术融合困境。一是流程改造难度大。传统出版流程相对固定,数字化转型需全面改造生产流程,涉及多个环节,技术集成难度高。如整合多种新技术于教育出版产品,需解决数据接口与系统架构等复杂技术问题,确保技术协同,这对传统出版机构挑战巨大,需投入大量资源,试错成本高且投资回报率低。

二是人才短缺制约。行业对既懂教育出版又懂信息技术、数据分析等复合型人才需求渐长,目前此类人才相对匮乏。教育出版行业数字化转型需专业人才推动技术应用与创新,但现有人才储备难以满足,限制新技术在教育出版中的有效应用与创新发展。

市场竞争加剧。一是新兴对手冲击。新质生产力发展使教育出版市场竞争白热化。除传统出版社竞争外,教育科技公司与在线教育平台等新兴对手崛起,凭借先进技术、创新商业模式与优质用户体验抢占市场份额。

二是产品同质化严重。市场教育产品同质化普遍,传统出版单位内容与服务创新不足。许多教育出版物在内容形式与知识点覆盖等方面相似,缺乏差异化竞争优势,难以满足学习者多样化个性化需求。在激烈市场竞争中,传统出

考核、晋升机制外,还要提供内容充实、丰富的专业培训。另外,政府若能出台相关政策,将辞书的编纂纳入科研考评体系,相信会大大增加辞书人编纂辞书的热情和动力,吸引更多参与到辞书编纂出版事业当中来。

再次是利用新技术,降本增效。AI时代已来,积极拥抱新技术,发展新质生产力,是传统出版寻求长远高质量发展的必经之路。目前,AI技术已经可以广泛运用在出版的各个环节,无论是选题策划、稿件审校、图文制作,还是市场调研、行业分析,AI都可以快速完成,能大大提高工作效率,降低成本。难度大、耗时长,将不再是传统文化专科辞书出版中令人畏葸不前的阻碍。

最后是争取国家政策支持。对于精品辞书,我们应努力争取国家出版基金和中国出版政府奖等政策层面的支持。这些基金和奖项的支持力度一般比较大,可以在一定程度上解决辞书编纂过程中投入产出失衡的问题,让那些内容扎实、有流传价值、经济效益预期不佳但社会效益高的辞书,能够面世,造福读者。除了国家级别的政策,只要是有对辞书类别的支持和单项奖励的项目,我们都要积极申报、努力争取,尽一切可能减轻出版的压力,才能更加游刃有余地做出精品辞书。

传统文化专科辞书出版大有可为。五千年的璀璨文明和厚重的历史文化是我们的不竭源泉和精神支柱,国家的政策支持是我们的强大背书和信心所在,传承文化、弘扬文脉是辞书人的终身事业和使命召唤。我们要坚信道路虽然是曲折的,但前途一定是光明的,更要抱着功成不必在我、功成一定有我的信念,还要做好甘于寂寞、吃苦耐劳的准备。传统文化专科辞书出版事业功在当代、利在千秋,愿越来越多辞书人能投身这项继往开来的事业,让我们的优秀文化得以代代传承,世世弘扬。

版机构若不及时创新,很难脱颖而出实现可持续发展。

应对策略

身为出版人,深知新质生产力改变传统教育出版乃大势所趋。对传统出版社而言,以内容优势与技术提供方合作,用纸质出版固化版权,在选题精思、内容深耕方面仍有可为。

加大合作与自主探索。与高校、科研机构、科技企业构建长期合作关系,联合开展技术研发项目,攻克技术难题。如广西师范大学出版社与互联网大厂合作开发“独秀AI”教育服务平台,实现技术互补,推动AI技术在出版融合发展中的应用,提升自身技术水平与竞争力。

将教材配套教辅产品做深做细。有自有教材版权的传统出版社,应将教材配套教辅产品做深做细,为师生使用教材创造便利并开辟新利润点。如福建教育出版社开发闽教学习APP配套小学英语教材,基于移动互联网应用需求开发,贯通教学多环节,依托信息化技术实现因材施教。

紧跟趋势与应用创新。密切关注行业技术发展趋势,及时引进新技术提升技术水平。如随着人工智能技术发展,出版机构应积极引入先进AI算法与模型,优化内容推荐系统与智能编辑工具等,提高出版效率与质量。

内容与服务创新驱动。注重内容创新,围绕优质教育内容开发多样产品形态,如数字教材、在线课程、智能教辅等,满足不同用户需求。如闽教学习APP以学生成长为中心打造智慧校园应用服务解决方案,集成先进教育科技,连通多场景与多群体。强化服务优化,提供个性化、精准化服务,提升用户满意度与忠诚度。通过建立用户反馈机制,及时了解需求与意见,改进产品服务,打造差异化竞争优势。