

从我国营销学期刊看营销学科状况

俞满娇

(厦门大学 管理学院, 福建 厦门 361005)

摘要:通过收集223位营销学者收录中国期刊全文数据库的研究成果,考察了入围/211工程095所高校从事营销领域研究的学者主要通过何种期刊来进行专业学术交流。自1994年至2003年为止这近10年期间里,刊登营销文献的期刊品种繁多,但较为芜杂。这一方面与我国营销学者研究旨趣的跨学科多元化有关,但另一方面,我国营销学共同体期刊这一专业交流平台狭窄已成为阻碍我国营销研究领域发展的瓶颈。借鉴美国营销学会的做法,我国应积极搭建营销学学术交流平台。

关键词:学术交流平台;期刊;营销学共同体

中图分类号:F713.3

文献标识码:A

文章编号:1671-04970(2005)02-00017-03

市场营销学自20世纪70年代末80年代初重新引进以来,该学科的建设获得了长足的进步。我国教育部将该课程确定为工商管理类核心课程;从事该领域研究的学者规模不断得以扩大,开课院校超过千所,任课教师不下于5000人^[1]。那么,这些研究营销的学者、传播营销知识的任课教师,也即营销学共同体,是如何进行内部交流以相互促进、共同推动营销专业教育的发展、丰满营销知识的呢?系统地了解我国营销学共同体所采用的交流平台,既有助于那些营销领域的后学者获得恰当的参考文献,较为完整、便当地把握我国营销学研究的热点以及以往的研究成果,减少不必要的因文献搜索而浪费的时间,同时也便于发现我国营销学共同体的专业交流平台方面所存在的不足与问题,以便引起营销学者、任课教师的注意。这是因为,专业交流平台对一个学科的发展、学科身份在公众心目中的确立有着不容忽视的独特地位^[2]。本文拟通过调查入围/211工程0的95所高校从事营销领域研究、传播营销领域知识的营销学者或任课教师的专业交流平台之一)))期刊的集中度,透析营销学期刊的现状及其问题,以抛砖引玉,共同推动我国营销学共同体专业交流平台的建立和发展。

一、样本设计和数据搜集过程

1. 样本设计

本文选择了入围/211工程0高校从事营销领域研究或任课教师作为我国营销学共同体的样本,通

过了解他们发表文章的渠道)))期刊方面的信息,来分析我国营销学共同体在期刊这一专业交流平台所存在的问题。之所以以此作为样本,是因为/211工程0是/我国唯一的教育重点建设项目,也是建国以来直接投资最大的教育项目0,经审定通过的学校在师资力量、研究水平、学校规模、学生人数等方面都居于中国高校的前列。在本研究所搜集的数据中,据不完全统计,包括了诸如杨岳全、王建国、涂平、符国群、甘碧群、卢泰宏、王方华、郭国庆、范秀成、芮明杰、包政、陈启杰、赵平等十几位营销方向的博士生导师,大约占该营销方向博导的75%¹,因此采用这95所高校教师作为样本反映我国营销学共同体具有一定的代表性。

2. 数据搜集过程

本研究的数据搜集主要分为3个阶段:第一阶段,登录中国教育部网站获得95所入围/211工程0高校的名单;第二阶段,逐个登录95所高校网站,了解各个高校在营销专业教育方面的开展情况,尽可能地搜集各个高校从事营销专业教育任课教师或营销领域研究的学者的名单,按照编制隶属于市场营销学系、市场营销教研室或研究方向来判定,共获得364位;第三阶段,登录中国期刊全文数据库,录入姓名,逐个检索、记录,由于一些教师的名字较为通俗,输入姓名后,会检索到同名同姓但与营销没有任何交集的文献,所以对这些教师根据其目前所服务院校作为/机构0进行二次检索。剔除77位/无相关

收稿日期:200407002

作者简介:俞满娇(1971),女,浙江东阳人,讲师,博士研究生,从事市场营销研究。

¹有关博导的统计资料是采集了北大网站中的Internet经济/管理学信息导航<http://1621.1051.18212>,该网站可能及时进行更新,所披露的全国经济/博导类名单中只有829位,其中营销方向的博导是12位。范秀成、符国群、杨岳全、王建国等是博导中较新的成员,因此,在计算该比例时,采用的12位导师作为分母,分子中剔除了这几位。

记录0和扣除 64 位/ 非营销领域0人员, 剩下 223 位。

二、研究结论和讨论

汇总中国期刊全文数据库收录的 223 位营销领域学者或任课教师的研究成果及其研究成果所发表的期刊, 从中可发现这些学者和任课教师在期刊这一专业交流平台方面的现状。

1. 营销学期刊的现状与问题

扣除一些标题一致但发表于不同期刊的个别记录, 在统计时采用了 Bakir、Vitell 和 Rose 对美国高校的学者和营销系的研究成果进行排名时运用的记分规则, 采用小数制, 即根据论文中作者的数量来计算^[3]。比如, 一篇文章如有 4 位作者, 那么每位作者得 0.125 分, 这可避免某篇文章被重复计算的问题。经统计, 自 1994 年至 2003 年 12 月 9 日为止, 共有 296 种期刊刊登了本文研究对象的 851147 篇文章。

自 1994 年至 2003 年 12 月 31 日为止, 在中国期刊全文数据库收录的期刊, 刊登了本文所研究的 223 位营销学者或任课教师研究成果的期刊有 296 种, 其中: 篇幅在 1 篇以下的期刊有 164 种; 篇幅在 1 篇以上 5 篇以下的期刊 92 种; 13 篇以上的期刊只有 11 种, 名单见表 1。就平均值而言, 近 10 年内, 296 种期刊只发表了 2188 篇。如果由低到高排列, 篇幅中位数为 1; 众数是 1; 篇幅的标准差为 4189。换言之, 在研究期间, 刊登本文所研究 223 位营销学者或任课教师的研究成果的期刊种类多, 但比较芜杂, 集中度低, 非常离散。

2. 我国营销学期刊芜杂的成因

一个原因是这些学者的研究兴趣广泛, 研究兴趣同时覆盖管理领域下的几个二级学科, 如人力资源管理、战略管理、营销管理或组织管理等。在收录中国期刊全文数据库的研究成果中, 这些学者在营销领域的研究成果总计为 851147 篇, 在非营销领域的研究成果为 657195 篇, 非营销领域的研究成果占总研究成果的 44%。这种多元化的研究兴趣使学者不一定关注一种或数种期刊, 再结合各高校在评定职称时所确定的权威、核心期刊不一, 使得这些学者不一定往一种或几种期刊投稿。

另一个原因, 可能是没有形成一种或数种营销学专业期刊, 国内各种经济类、管理类期刊并没有分化出这么一种或数种专业性期刊, 只拨出非常有限的空间容纳少数的营销性质的论文。检验表 1 中的 12 种, 相对比较多地刊登本文研究对象文章的期刊, 没有一种期刊是专门刊登营销知识的。以稿源相对较为广泛的 5 南开管理评论 6 为例, 该刊自 1998 年创刊以来到本文研究期限为止, 共刊登了 498 篇论文, 而营销类文章只有 54 篇, 不到发表总数的 11%。与美国营销学者至少拥有 25 种专业期刊相

比^[4], 我国营销学共同体的平台显得非常单薄。

表 1 刊登本文研究对象研究成果篇数较多的期刊 篇

刊名	发表篇数	刊名	发表篇数
商业研究	431 64	上海商业	20
中国流通经济	291 16	中国商贸	191 65
国际商务研究	271 5	商业经济文荟	191 65
商业经济与管理	241 99	商业时代	191 08
企业管理	231 16	外国经济与管理	151 49
南开管理评论	201 32	消费经济	121 32

3. 芜杂的营销学期刊是我国营销理论发展的瓶颈

期刊作为一种重要的交流平台, 是学者对话、相互切磋的重要媒介, 目前我国这种狭窄的交流平台与营销学共同体迅速发展的规模之间存在差距, 纯粹营销学期刊的缺失, 不利于推动我国营销理论的发展和营销专业教育水平的提高。

没有/ 精神家园0的营销学者成为不断迁移的/ 游牧民族0, 在各种可能刊登营销类论文的期刊中寻找容纳自己研究成果的空间。同时, 限于学者、任课教师评职称、发文章等的现实压力与期刊篇幅的有限性, 这些营销学者只好在不同二级学科之间/ 游走0, 专业的营销学者退化为营销的业余爱好者。与此同时, 也无法吸引优秀的人才加盟, 还可能因不能忍受在历经研究的艰辛后无法获得他人的共鸣、鼓励与切磋的寂寞而流失一些优秀人才。此外, 由于没有一种或数种营销学期刊, 学者收集资料较为困难, 无法站在巨人的肩膀上, 往往可能造成研究的低水平重复。

4. 改变我国营销学术性期刊的现状的建议

缺少一种或数种营销学学术性期刊既不利于我国营销学共同体的发展壮大, 也不利于推动我国营销理论的建树, 极有可能导致我国营销共同体成为全球营销学共同体的弱势群体。因此, 我国营销学共同体成员在创建纯粹的营销领域的专业性交流平台、扶植这些平台方面需要更加努力, 中国市场学会、中国高校市场学会在这方面也应该有所作为。在下文, 笔者以创建历史最为悠久的美国营销协会(以下简称 AMA) 为例, 简要介绍 AMA 在构建营销学学术交流平台))) 学术性期刊方面的一些举措, 以便给中国市场学会、中国高校市场学会提供一些思路。

(1) 美国 AMA 的营销刊物的概况

AMA 自 1936 年创刊 5 营销学刊 6 以来, 经过近 80 年的发展, 从单一期刊已经发展到拥有 5 营销动态 6、5 营销管理 6、5 营销调研 6、5 保健营销 6、5 营销学刊 6、5 营销调研发刊 6、5 国际营销学刊 6、5 公共政策与营销学刊 6、5 营销教育者季刊 6 等 9 种刊物, 以全方位地给营销者提供一些深度的洞见和了解当代营销思想的最新动态, 服务营销经理、营销调研(咨询)

人士或营销学者的特定需要(见图1)。

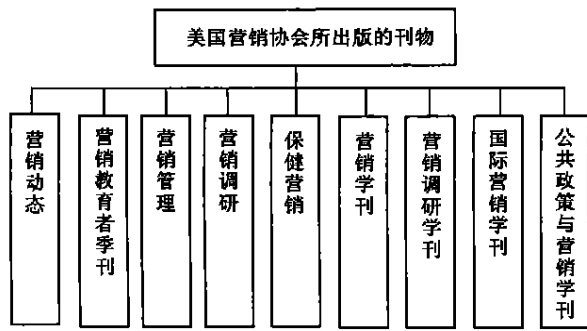


图1 美国营销协会主办的刊物情况

这9种刊物刊载的信息和服务的读者有着相对明确的定位:5营销动态6每周发行两次的报纸,主要是使营销者了解营销行业的最新动态和进展,了解技术和全球化有关的重要发展趋势以及刊登一些解读当代经济、法律规章制度变化对营销的影响等方面的文章;5营销管理6的读者是营销经理,主要提供有关有效销售、广告、品牌管理、行业营销等方面的信息,以便营销经理树立恰当的战略理念;5营销调研6的对象是营销调研人士,文章以探讨营销调研中所应用的最新方法、发展趋势为主;5保健营销6主要是为保健企业在当今激烈竞争中生存、发展出谋划策,提供最新动态;5营销学刊6创刊已70多年,主要是提供各营销研究领域的原创性研究;5营销调研学刊6主要是使读者了解最新的营销调研思想,了解在试验基础上所发展起来的新技术及其贡献以及相关学科所取得的进展对营销调研的影响;5国际营销学刊6主要刊登探讨全球营销的文章,既有最新的营销理论,也有营销业界所撰写的类似/最佳行业经验0的文章;5公共政策与营销学刊6主要刊登与营销相关的行业和政府方面的文章;5营销教育者季刊6是一在线发布的刊物,了解营销教育者在营销教育方面的发展动态。总而言之,AMA在美国营销学共同体成员的努力下,为专业沟通和交流提供了广阔的平台。

(2) 这些刊物的影响

除了积极搭建供学者沟通的刊物平台外,AMA努力使这些平台成为营销共同体成员的精神家园。如为了提高在各种刊物上发表文章的质量,鼓励学者,扩大刊物影响,对刊登在5营销学刊6、5营销调研学刊6、5营销调研6、5公共政策与营销学刊6等刊物上的每年最优秀、具原创性和最大影响的文章设置了Sheth、Paul E. Green、David K. Hardin、Thomas C. Kimnear、Louis W. Stern奖;另还设置了Vijay Mahajan

奖以奖励近十年来在营销研究领域具有深远影响的文章,并在冬、夏两季召开的AMA年会上颁布各奖项的获奖名单。这些举措大大提高了AMA主办刊物在营销学共同体成员中的影响,促进营销业界、学界和咨询界对这些刊物的认同。

与此同时,AMA基金会所开展的/刊物流通资助计划0,自1990年开始,向中欧、东欧、非洲、亚洲、拉丁美洲国家的一些高校图书馆免费赠送5营销学刊6、5营销调研学刊6、5国际营销学刊6、5营销管理6,提升这些刊物在国际上的知名度。其中5营销学刊6、5营销调研学刊6越来越被全球营销学共同体成员认定为顶级的学刊¹,而且在20世纪90年代以后欧洲学者及亚洲学者在这两种期刊上发表的文章也越来越多。

三、中国营销学的未来研究方向

本研究是根据可通过登录高校网站获得师资队伍名单的高校所提供的姓名为据,并根据中国期刊全文数据库来搜索信息,结合自己对什么是工业营销和产业经济、国际营销和国际贸易、战略管理与营销战略等领域的区别和交叉范围理解不太透彻,以及存在/二次检索0,可能筛漏了一些本应计入的论文,使得出现我国营销学共同体进行专业交流的平台)))期刊的集中度非常低这一比较不容乐观的结论。另外,由于中国期刊全文数据库可能并没有包括国内所有经济、管理类期刊,也可能会使得研究结论出现过于消极的一面。再者,由于最早较多开设市场营销学课程的是原外贸部与一机部所属高校^[1],这使得本研究以/211工程0的95所高校的教师作为调查对象可能存在不足。这些不足正是未来在这方面研究需要进一步完善、改进的地方。

参考文献:

- [1] 吴健安. 市场营销学在中国的传播[J]. 广西商业高等专科学校学报, 2002, 19(3): 33-39.
- [2] 托马斯#S#库恩. 再论范式, 必要的张力)))科学的传统和变革论文选[M]. 纪树立, 范岱年, 罗慧生, 等译. 福州: 福建人民出版社, 1981. 289-313.
- [3] Aysen Bakir, Scott J Vitell, Gregory M Rose. Publications in Major Marketing Journals: An Analysis of Scholars and Marketing Departments[J]. Journal of Marketing Education, 2000, 22(2): 99-107.
- [4] G Tomas M Hult, William T Neese, R Edward Bashaw. A Ranking of Marketing Journals[J]. Journal of Marketing Education, 1997, 19(Spring): 37-52.

¹ 在几份较具影响力的期刊排名文章: 如Theoharakis and Hirst (Mktg Let 2002)、Hult et al. Baumgartner and Pieters (Tilburg U. working paper)、Harzing (various sources, including ISI impact scores)中这两份期刊都列前五的位置。

Environmental Justice and Environmental Safety)))
Restatement of the Basic Idea of Legal Science of
Environment and Resources Law/ Cai Shouqiu (Law
School, Wuhan University, Wuhan 430072, China)

Abstract: Environmental justice shows that environment
and resources law should conform to ecological law, social
economic law and environment law. Environmental justice
is the basic idea which not only links the environment and
resources law with the whole legal science, but also
organically links with the ideas of legal science of
environment and resources law, such as environmental
safety, environmental fairness, environmental order,
environmental efficiency and sustainable development.
From the idea of environmental justice we can develop the
idea of environmental safety, environmental fairness,
environmental order, environmental efficiency and
sustainable development. Among them, maintaining
ecological security and environmental safety is the basic
requirement of environmental justice and environmental
order. As to the factors which may influence the safety of
China, the environmental safety is an important one. It is a
vital idea of sustainable development and the fundamental
conditions of the other ideas. Ecological security, as an
basic idea, runs through in the whole system of
environment and resources law reflected in the special
laws about environmental safety or ecological security.

Key words: legal science of environment and resources
law; basic idea of legal science; environmental justice;
environmental safety; ecological security

On Legal Issues of Real Estate Investment Trusts in
China/ Zhang Xi(Institute of Economic Law , North China
University of Technology, Beijing 100041, China)

Abstract: Recently Real Estate Investment Trusts (REIT)
has made a rapid development in China. It is a new kind
of financing method on real estate containing high income
and high venture at the same time. the affiance in China,
however, is still a new industry, and the existing laws can
not meet the need of the large2scale development of
REIT. Hence, this paper treats some legal problems about
REIT in China, hoping to do good to the development of
this new type affiance operation.

Key words: affiance; real estate affiance; Real Estate
Investment Trusts(REIT)

Research on the Origin Criteria for China) ASEAN
FTA and its Perfection/ Sun Li(College of Law, Zhejiang
University, Hangzhou 310028, China)

Abstract: The rules of origin is of great importance in the
operation of FTAs. However, the rules of origins for the
China) ASEAN FTA still have many problems. The
relevant negotiations about origin criteria scheduled to be
finished before June 30, 2004 have failed to make
substantive progress, which make CAFTA have an
uncertain future. The particularity of CAFTA has made it
impossible to imitate the foreign mode briefly. It is urgent
that we should find a way to make the origin criteria
accord with the demand for the development of CAFTA
and keep in line with international standards.

Key words: China2ASEAN Free Trade Area(CAFTA);
rules of origin; origin criteria

Discussion on Labor Service Hiring from the
Viewpoint of Law/He Xiaoyong, et al(Department of
Law, Jiangsu Police Institute, Nanjing 210031, China)

Abstract: Labor service hiring is a kind of new
employment system with complicated labor relations in
China. Through a contrastive analysis of the legal features
of labor relations and labor services, the author holds that
labor force should avoid hire2oriented service, with a
laboring legal relation existing between the employment
unit and the laborers. It is necessary to prohibit any
conduct of evading legal obligations and infringing on
laborers. legal rights by the employment unit.

Key words: labor service hiring; labor relations; change of
post; employee borrowing

Research on Discipline of Marketing Basing on
Analysis of Marketing Academic Journals/ Yu Manjiao
(School of Management, Xiamen University, Xiamen
361005, China)

Abstract: The study examines the academic journals
through which scholars working in the 211 state key
universities exchange their ideas on marketing. By
searching CAJ Full2test Database from 1994 to 2003, the
author finds that although there have been a large number
of journals which have published the articles on
marketing, there. s no professional academic journal on
marketing. Then the author develops plausible
explanations for this finding. Finally, the author
acknowledges the limitations of the study.

Key words: academic exchange platform; academic journal on marketing marketing community

An Empirical Study on Portfolio Performances of Open-End Funds in China/ Li Kaixiu, et al (School of Business Management, Sichuan University, Chengdu 610064, China)

Abstract: This paper attempts to evaluate the portfolio return-risk performances of open-end funds by regression analysis and T-test. By using Treynor ratio, Sharpe ratio and Jensen A, this paper examines the performances of portfolios and validates them by the returns of funds. It is found that more than a half of portfolios will get higher returns than the market portfolio. More specifically, the investor can draw upon the analysis results judged by the estimation of the portfolio performances to choose funds. It is of practical significance that investors use investment theories to prognosticate the future returns and risks and to make their investment decisions in the weak efficiency market of China.

Key words: open-end fund; portfolio; performance

An Empirical Analysis on Motivating Factors with Knowledge-owned Workers in Private Enterprises / Chen Yunjuan, et al (College of Business Administration, Zhejiang Normal University, Jinhua 322100, China)

Abstract: Basing on the questionnaire of some knowledge-owned workers in private enterprises, the paper points out that the motivating factors related with knowledge-owned workers consist of six factors: the tasks themselves, the work environment, individual development goals, achievement of the goals, and intrinsic and extrinsic rewards. Hence, the author proposes four measures for stimulating the workers, namely: the environment motivation, the goal motivation, the work motivation, and the reward motivation.

Key words: private enterprises; knowledge-owned workers; motivation

On Construction of Social Security System for Land-Requisitioned Farmers/ Guo Jianping, et al (School of Public Management, Hohai University, Nanjing 210098, China)

Abstract: Farming land is both means of production and social security for farmers. However, due to some unreasonable elements in land requisition system, lots of land-requisitioned farmers live without the protection of social security system. Government should reform land requisition system and construct social security system for these farmers system.

Key words: land-requisitioned farmers; land requisition

system; social security system

Dialectic Features of Deng Xiaoping's Theory about the Vanguard Character of the Communist Party / Xu Guoxi (Social Sciences Department, Putian University, Putian 351100, China)

Abstract: With regard to Deng Xiaoping's Theory about the vanguard character of the Communist Party, it embodies the unity of the features of times, lessons of history and practical experiences; the unity of emancipating of ideology, seeking truth from facts, and keeping in line with times; and the unity of historical, theoretical and practical values.

Key words: Deng Xiaoping; the vanguard character of the Communist Party; dialectic features

On Enhancing the Party's Administrative Capability in the Universities/ Zhang Jian (Department of Chinese, ChuZhou University, ChuZhou 239000, China)

Abstract: The universities, which are undertaking the important tasks of talents fostering, knowledge innovation and social service, are responsible for enhancing the Party's administrative capability. Therefore, it is of realistic and strategic significance to make research on enhancing the Party's administrative capability in the universities. The Party organization in the universities should make the gist of the Fourth Plenary Session of the Sixteenth Central Committee known by the public with deep obligation and down-to-the-earth work style. It is important to constantly enhance overall administrative capability so as to make new progress in all aspects.

Key words: the university; the Party administrative capability

Survey and Strategy of Ideological and Political Work in State-Owned Enterprises in Jiangsu Province/ Wang Ping, et al (School of Public Management, Hohai University, Nanjing 210098, China)

Abstract: To correctly master the situation and traits of the ideological and political work in the state-owned enterprises, we make a series of surveys of some state-owned enterprises in Jiangsu province. Basing on the surveys, we conclude that although the ideological and political work in the state-owned enterprises in Jiangsu province has made progress, some problems remain existed. We should go on innovating so as to make the ideological and political work in state-owned enterprises a brand new one.

Key words: state-owned enterprises; ideological and political work; innovation