

C1 学习贯彻党的十九大精神

以永不懈怠的精神状态做好本职工作

——党委理论中心组学习十九大精神发言

党的十九大是在全面建成小康社会决胜阶段、中国特色社会主义进入新时代的关键时期召开的一次十分重要的大会，事关党和国家事业继往开来，事关中国特色社会主义前途命运，事关最广大人民根本利益，对我们党和国家事业发展至关重要；是高举中国特色社会主义伟大旗帜，从思想上、政治上、行动上为决胜全面建成小康社会，夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利，为实现中华民族伟大复兴中国梦不懈奋斗作出战略部署的盛会；是一次不忘初心、牢记使命、高举旗帜、团结奋进的大会，展示了我们党永不懈怠的精神状态和一往无前的奋斗姿态。

习总书记代表十八届中央委员会在大会上所作的报告，旗帜鲜明、思想深刻、求真务实、部署全面。报告站在历史和时代的高度，精辟分析了国际国内形势发展变化，系统总结了过去五年的工作和历史性变革，深刻阐述了新时代中国共产党的历史使命，鲜明提出了新时代中国特色社会主义思想和基本方略，确定了决胜全面建成小

康社会、开启全面建设社会主义现代化国家新征程的目标，对新时代推进中国特色社会主义伟大事业和党的建设新的伟大工程作出全面部署，进一步指明党和国家事业的前进方向，是我们党迈向新时代、开启新征程、续写新篇章的政治宣言和行动纲领，是马克思主义的纲领性文献。十九大精神内涵丰富、高屋建瓴、论述精辟，认真学习领会宣传贯彻党的十九大精神是当前及今后一段时期的重要工作，仅在此浅谈一下个人学习的初步体会。

使命与责任感深刻。中国共产党人的初心和使命，就是为中国人民谋幸福，为中华民族谋复兴，这是激励中国共产党人不断前进的根本动力。习近平新时代中国特色社会主义思想回答了新时代坚持和发展什么样的中国特色社会主义、怎样坚持和发展中国特色社会主义的重大时代课题，提出了一系列新理念、新思想、新战略。坚持和发展中国特色社会主义的总任务是实现社会主义现代化和中华民族伟大复兴，并做出两个

“奋斗十五年”的战略安排，与上世纪“三步走”战略部署一样具有划时代意义。我们这一代及下一代人正是两个“奋斗十五年”的中坚力量，深感责任重大、使命光荣，铭记在不同岗位上以永不懈怠的精神状态和一往无前的奋斗姿态做好本职工作，为实现中华民族伟大复兴的宏伟目标奋勇前进。

机遇与挑战激人奋进。加快一流大学和一流学科建设，实现高等教育内涵式发展。这是新时代赋予高等教育发展的历史使命，也是国家科教兴国的战略要求。2017年9月20日教育部、财政部、国家发展改革委印发了《关于公布世界一流大学和一流学科建设高校及建设学科名单的通知》，公布了世界一流大学和一流学科建设高校及建设学科名单。中央财经大学应用经济学入选世界一流学科建设名单，这为学校发展带来重要发展机遇，同时我们也感受到发展的压力与挑战，我们应该如何服务国家重大战略需求担负创新发展重任，应该如何在大数据和人工智能的时代背

景下更好推动学科发展，应该如何传承历史继往开来落实好双一流建设方案促进学校全面内涵式提升，一系列的问题需要研究、创新、实施。我们要以义不容辞的革命热情投身于双一流建设和高等教育内涵式发展的任务中去，以只争朝夕的革命精神倾心工作。

管理与绩效逐步深入。全面深化改革，推进国家治理体系和治理能力现代化，增强全社会发展活力和创新活力。这是激发创新发展的重要推动力。高等教育实现内涵式发展，迫切要坚持全面深化改革，破除体制机制弊端，建立与高等教育内涵式发展相适应的现代大学制度，提升管理水平，激发发展活力。十九大报告明确提出要建立全面规范透明、标准科学、约束有力的预算制度，全面实施绩效管理。高校应梳理问题、提升管理，适应现代财政制度和预算管理要求，将绩效管理意识融入管理实践，全面提高管理效能，提升资金使用效益，为双一流建设和高等教育内涵式发展增添动力。(学校总会计师 蔡艳艳)

C2 中财人物

我的“营销风险”之路

——访北京市教学名师张云起教授



中央财经大学是一个藏龙卧虎的地方。骋望楼前金叶缤纷，头发半白、衣着朴素，手中提着一个厚实的公文包，一看就是位勤勤恳恳的老教授——这是我们对于张云起老师的第一印象。就是这样一个人，却在当代营销界叱咤风云，在讲台上滔滔不绝。他放弃国企助理优厚待遇，转而做老师，是何等的魄力；他深入企业调研，创立营销风险与防范体系，解决了多少企业的大难题，引起国家经贸委的极大重视；他的学术成果《营销风险预警与防范》由商务印书馆出版，费孝通老先生亲自做长序，引起学界巨大震动；如今他仍然不断探索，致力于“信联网”的理论构建与开发应用。就是这样一位学界传奇人物，仍然耕耘在三尺讲台之上，传道授业，答疑解惑，矢志不渝。

独辟蹊径 才广成学

世间少有不爱好名利的人。搞学术教育这件事，无论什么时候都不像是能赚钱享乐的。然而偏偏有人愿意放弃眼前的名利，去追求心中的理想。1994年，张云起辞去了大型国有企业经营助理——一个既有前途又有“钱途”的职业，当时有很多人都不理解，但是张云起老师却十分坚定，他想按照自己的个性和爱好选择适合自己的道路。“后期从我个人的个性来看，更喜欢教育这个行业。虽然这个企业是在全国很有影响的一个企业，前景不错，但是我后来还是决定去了高校。”

90年代，中国市场经济发展迅猛，企业经营波诡云谲，没有正确的理论指导经营实践，很多企业都摔了跟头。这迫切要求学术界将国外先进经验与中国市场实际相结合，创立适合中国市场营销的相关理论，也需要高校在市场营销领域抓紧培养更多专业人才，而这正是张云起老师的追求。“92年好多学校才开始开市场营销课，赶到94年都开始要求专业教师上课了，当时新专业，基础课有很多老师上，但是纯业务的这种专业课，

当时很缺老师。”而张云起老师正是这种拥有大量实战经验的人才。

从事学术教育工作二十余载，张云起老师通过自己的努力，在营销学界打下一片天地，同时收获桃李满天下。而对于目前的这些成就，张老师坦然：“对于教育事业的热爱是最基本的动力。”

行之愈笃 知之愈明

许多人都将“知行合一”当作自己的座右铭，然而说着容易，做起来是真难。97年98年正好赶上亚洲金融危机，中国很多企业被波及。98年张老师团队到一家大型国有企业做营销战略规划，当时企业有8.6亿的应收账款收不回来，供应商采购商还有6.8亿的应付款没付，工人工资也发不出来。面临这急需解决的问题，张老师团队考虑到做调研一般要一年半载，“当时我们没有胆量来接，后来我们说我们不要钱，白给你做行不，白给你做试试。”经过调研发现这不仅仅是简单的货款问题，背后隐藏着营销的大问题。从那时张老师便坚定了建立一套营销风险防范体系的决心。

“它这一家企业是个性，你要想想要建立一整套方法体系你必须调研更多的企业才行。”于是接下来整整三年，他“熬白了头，累坏了腰，跑坏了腿，花光了包”，先后调研100多家企业，其中艰辛我们难以想象。那时候“没有钱，没有经费，坐火车有时候连卧铺都不舍得住，就靠自己一点工资补进去来干。”通过这三年的探索，张老师团队掌握了大量的企业的一手资料，了解的越多就越发现一些规律性的东西，所以到了1999年的时候基本上形成了一套方法体系。这套方法体系在一些试点开始使用，一个是煤炭企业，一个是酿酒企业，完全是两种营销模式，但是应用之后，见效特别好，从而坚定了张老师团队信心。

企业营销风险问题，必须要深入实地考察，与企业密切沟通，广泛调研才能逐步总结经验。但营销风险问题往往要涉及企业核心机密，初期又没有做出一套完整方案，企业遇到敏感问题就更不愿意讲。张老师就“义务地给这些企业讲营销，讲得比较生动比较切合实际，跟那些老总说不要你的钱，跟你吃顿饭聊一聊。”通过真诚地为企业解决问题，才获得了宝贵的一手信息。

当时我们国家三角债问题很严重，依靠宏观政策很难解决企业微观问题。这套方法机制初见成效，引起了国家经贸委的重视，于是张老师的项目被经贸委立项作为重大项目进行攻关研究。有了国家经贸委的支持，张老师团队的调研更加顺利，2001年调研报告全面形成。理论成果被编著成《营销风险预警与防范》一书在商务印书馆出版，费孝通老先生亲自为此书写下3000余字的长序。这本书一出版就引起强烈反响，2001年6月国家经贸委召开有关部委和在京高校部分专家以及试点企业负责人参加的课题成果评审会，与会专家一致认为，这一成果“创立了营销风险管理

的学科知识体系，开发了《营销风险预警与防范系统》管理软件，填补了国内空白，研究成果科学创新，实用性强，达到国内领先水平，建议在全国企业推广”。2002年科技部将其列为国家级重点科技推广项目，随后为企业取得了数亿元的经济效益和良好的社会效益。张云起被教育部列入2004年度“新世纪优秀人才支持计划”。

博学慎思 拓展有成

一个学科有无穷无尽的东西需要去探索，不是浅尝辄止就行了的。关于营销风险，张云起老师研究了二十多年，他一直在这个领域里不断地钻研，不断地深入探索。“营销风险是企业中非常重要的一个问题，当然这几年也在不断地扩展，比如商务信用领域。”

商务信用是营销风险中最为关键的环节，如果做好了商务信用，就可以减少营销中的风险，而基于商务信用建立起的“信联网”更是得到了广泛的应用。“‘信联网’通过对各个平台的大数据进行汇聚和挖掘分析，运用云计算技术，建立起动态的商务信用评估体系，并通过信用资产的运营而形成商务信用网，可以降低信用风险。”相比于企业微观层面的营销风险，商务信用更是上升到了国家层面。

现如今，信联网发挥着巨大的作用，广泛应用于旅游信用监管、工会精准扶贫、食品安全追踪和中小企业贷款等方面，与互联网、物联网并称全球三大网。这些年来，张老师不辞辛苦，奔走于多个会议与论坛之间，为大家普及信联网的优势与作用。就在去年九月，张教授参加“2016中国(宁夏)‘一带一路’信用论坛”，在论坛上与专家共同讨论了信联网商务信用在应用端的发展前景，得到了充分的认可，并有人民日报、经济日报、参考消息等一千家媒体对此进行报道，可谓功夫不负有心人。

信联网是中国互联网商务厅研究院历经约5年做出的重大课题，于2015年通过了国家评审验收。谈到这一点，张老师的脸上洋溢着笑容。其实就像之前的营销风险系统一样，信联网也是先建立理论体系，再开发技术体系。“有的时候理论很清晰，但怎样开发系统来解决这个问题却很难。我们做商务信用时候也在找一些试点，现在还在慢慢发展，相信在未来的三五年，这些应用会逐步体现它的社会效应。”张老师说得很轻松，其中的艰辛自然也是不言而喻。“但能够从行业、社会的角度来解决国家的大问题，也算是实现我的价值了。”

桃李不言 下自成蹊

从1994年张老师辞职教书以来，细数算起，已有了23个年头。相比于国企的严肃紧张，张老

师更爱校园里的自由。“我可以研究我热爱的领域，可以把我的所学教授给别人，这不仅是时间上的自由，也是心灵上的自由。”校园里浓厚的学术氛围让这位潜心治学的老师如同鱼儿得到了水一般，再加上当时市场营销学师资匮乏，他更觉得义不容辞。巧合的是，张老师的生日正是9月1日，每每谈及此，张老师总是说，这注定了他当老师的命。

市场营销专业是一个新专业，对老师的教学很有挑战性。为了营造愉悦、和谐的教学氛围，拉近师生之间的距离，张老师改革和创新了教学方法，探索出“投入循环教学法”，通过“立志誓言—营销故事—理论介绍—案例分析—实验操作—模拟讨论—社会实践—体会总结”这八个部分，师生共同投入精力，形成一个教学循环，以此来激发同学们上课的积极性，达到知识与能力的结合。除此之外，张老师还把市场营销的理论体系编成一幅扑克牌，制定规则让学生打营销扑克，让学生把知识点融会贯通，用不变的原则处理变化的环境和变化的市场。

张老师常常把教书育人连在一起，挂在嘴边。在他的市场营销学课上，张老师不光讲述理论知识，还传授做人的道理。“学生就是要懂得生活的常识，生存的技能 and 生命的意义。生活常识是小学中学里要教的，而后两者是我们大学里要教的。”张老师在每学期的第一节课上都会提这一点，希望大家重视起大学的课程。“偶尔会有一些不上课的学生，我就和他们沟通，把他们请过来上课。道理讲清楚了，再多鼓励鼓励他们，时间长了，学习积极性自然就调动起来了。”当沟通和信任建立起来以后，这份师生情就难以消减，“这些孩子们毕业以后也有很多事会找我商量，甚至还有结婚的时候请我当证婚人。”

师者，所以传道、授业、解惑也。在知识传播的过程中，在倾心与学生的交流中，张老师也获得了许多：他编著出版的《销售业务与潜能开发》一书，是对“投入循环教学法”的总结；通过网络教学的配合，以及同学们对于课程的反馈，他制作出版了CAI课件，使学生可以对企业营销风险管理的全过程进行模拟实验，达到理论与实践的结合。

张云起老师常笑言，自己除了教书做研究就没有别的爱好了，既不会唱歌也不会打球，甚至连开车都没学过。其实，什么是爱好？你热爱一份事业，把所有的精力都投入在上面，这就是爱好。二十多年来，张老师潜心钻研于营销风险领域，并不断扩展研究范围，不仅仅停留于理论层面，更是在实践中检验成果，也带领着学生向市场营销的纵深处探索。前路漫漫，营销风险的发展任重而道远，但张老师定会排除艰难，在这条路上不断前行。

(校通讯社记者 15财经新闻 乔瑜 余惠灵)