

□张体勤

2003年初,我离开山东大学来原山东经济学院工作,时光荏苒,转眼已是二十载。这二十年内,我参与并亲历了原山经的跨越式发展和内涵式发展历程,见证了山财大建设国内一流特色财经大学的办学之举和宏阔实践。作为一个为山东财经大学的发展付出过心血与汗水的财大人,虽已过古稀之年,但山财大发展的每一丝律动,都牵扯着我的心。时间虽然总是默默无语,却能翻译出那些激情燃烧的岁月,和那些为了实现梦想而共同奋斗的人和事。

说实话,刚从山东大学调到山东经济学院工作时,特别不适应。不仅是我,听说我被调到山经工作,周围不少师友也表示不解。我的导师特别担心,他悄悄问我,你不是犯了什么错吧?虽然我跟他解释这是正常的组织安排,但他依然有所疑惑。

有一次到上海某大学参会,主办方给我的介绍很长,是这么写的:山东经济学院党委书记、山东大学原副校长,甚至有人问我山东经济学院是不是山东大学的下属单位。对此,我坦然一笑,那时候的山经,在全国的确没有什么名气。但心里也生出一股子劲头,我想早晚有一天,山经会成为全国一流的财经类大学。

但是山经的现实和困境也摆在我们面前。2003年的山经,教职工八百多人,有博士学位的只有8人,有一次开会,学校人事处的同事盘点博士名单,说总共有8个,我说数错了。他又数了一遍,书记,没错,就是8个。我说我也是博士,算我一个,总共9个。现场的同事们都哈哈大笑起来,但笑中多少有些无奈和酸楚。

但师资力量不足,只是山经当时面临的发展困境的一个缩影。从人才培养到学科建设,从科学研究到师资队伍,各个方面都需要迫在眉睫的破局和提升。那时,我国已正式加入WTO,经济建设进入快速发展阶段,而我国高等教育也进入了大众化发展时期。面对经济全球化和高等教育国际化发展趋势,我们如何从学校实际出发,抓住历史性发展机遇,实现学校的跨越式发展和内涵式发展?这是摆在我们面前的一个无法回避,必须深入思考并做出决断的全局性、长远性、战略性问题。

快速发展,是时代赋予我们的使命。作为学校党委书记,那段时间,压力特别大,我经常半夜睡不着,想到与学校发展有关的问题就赶紧拿本笔记下来,第二天再跟同事们讨论梳理。经过一段时间的调查研究和讨论,我们形成了一个共识——山东省作为经济大省、文化大省,需要一所能为经济社会发展提供强大人才和智慧支撑的高水平财经类大学,否则与山东省在全国的地位不相称。同时,山东又是高等教育大省,如不建设一所高水平财经类大学,那就是高等教育结构的缺失。

有了发展共识,还得需要调动全体党员干部和教职工的积极性。2003年春季开学的中层干部大会上,我代表学校党委总结了办学方面的九大成就,然后又提出了学校未来发展的17个问题,供大家思考讨论,包括党的领导、思政工作、发展定位、办学结构、办学规模、人才培养、科学研究、学科建设、人才建设、开放办学、国际合作、社会服务、后勤保障等等。因为事关学校和自身发展大局,大家积极性很快就被激发出来,讨论很热烈。有时候在校园偶尔听到大家在讨论学校发展,我就像吃了一颗定心丸,心想只要大家齐心协力,就没有干不成的事儿。

有了良好的群众基础,学校第二次党代会提出了“三个坚定不移”的发展目标,即坚定不移地建设新校区,扩大办学规模,适应高等教育发展大众化需要;坚定不移地把学院更名为大学,结束山东没有财经类大学的历史;坚定不移地建设博士学位授权单位,使学校跻身全国一流财经类大学的行列。

第一个目标,很快就实现了。2003年学校在章丘征地1000多亩,2005年新校区开工建设,2008年新校区的学生数量就达到了12000名。但是后面两个目标的实现道路有些曲折,现在回想起来,也忍不住感慨半天。

学校更名,这是个大事儿。最初我们找省里领导和相关部门,并请专家论证,给出了一个建议,可以改成山东经贸大学。那是2006年,有了这个更名目标,我就开始跑省里主管部门支持,跑教育部审批,究竟跑了多少次,我们也记不清了。但是因为

教育资源平衡的关系,当时未能尽如人意。

更名的目标暂时搁置了,申请博士学位授权单位的目标还得继续努力。当时是真的像打了鸡血一样,不知疲惫。不仅我,整个学校领导班子都很团结,为了实现目标,大家都干劲满满。但是,申请博士学位授权单位这条路走得也不顺。教育部当时态度坚决,要求山东经济学院和山东财政学院合并后才能申请,理由是如果单独申请,将来会造成资源浪费和恶性竞争。这个思路省里也同意了,只要有思路就会有出路,我们就冲着这个思路努力。

2008年正式开始申博之路,当时是跟省里的一批高校竞争,我们是两个学校联合申报,属于“争取”的序列,相对处于劣势。但我们矢志不移,决心一举拿下。为了能够取得上级主管部门、兄弟院校及专家评委认可,我们专门组织了工作团队,上下联络,到处宣传学校的实力、特色和优势。争取各方支持,成了那段时间的工作重点。

因为要拜访的专家评委较多,有时候都不知道先去找谁,经常开车出了校门还不知道要往哪里去。我就告诉司机在路边停一下,先确定拜访专家的方位,有时候为了迎合专家的时间,饭也来不及吃就在路边买个煎饼果子,在车上对付一口。有一次去山东农业大学找专家,清晨出发时济南还是好天气,但快到泰安时突然大雾弥漫,能见度极低,高速公路上发生了严重的汽车追尾连环相撞事故。当我们的车发现险情急刹停下时,距离前面停着的拖挂车不到一米。接着便听到后方“咚咚咚”的追尾声,有的车还燃起了火。我们三个人从车里出来,步行走向服务区时,看到路边很多抬出来的伤者,真是心有余悸。因为约了人,我们恳请服务区管理人员把我们送到泰安出口,等赶到农大时已经快到中午了。见了那位专家,我握着他的手说,我们今天真是冒着生命危险来见您。他闻之也很受感动,再三表示一定支持。

博士学位单位投票那天,学校校长郝书辰去现场,我在办公室等候。几乎是坐立不安,隔几分钟就发个信息问情况咋样了。等结果出来,校长立马给我发了两个字“赢了”!我把办公室的门反锁上,坐在椅子上喜极而泣,泪流满面。等他们回来,跟校长一见面,我俩就拥抱在一起,那一刻的激动、兴奋,真的是难以言表,因为我们深知这条路走得太艰难太执着了。

2009年省政府与教育部达成一致,以原山东经济学院和原山东财政学院实现实质性合并组建山东财经大学为前提,联合申报成功了博士学位授权单位,2010年国务院高校设置评审委员会通过了省政府“关于山东经济学院、山东财政学院合并组建山东财经大学(筹)的申请报告”,2011年,正式挂牌成立山东财经大学。至此,在中国高等教育的版图上,有了一所南依泰山,北傍黄河,屹立于齐鲁大地、全国知名的高水平财经类大学。

更名大学,申请博士学位授权单位,这两大目标在八年内同步完成。在2011年省政府召开的两校合并干部大会上,我在发言中说:“我心系山财大,情系山财大,深沉地爱着山财大,为了涵养山财大的发展,我愿化作一缕阳光、一滴雨露、一把泥土,继续奉献绵薄之力。”

不知不觉我已退休多年,但这颗心依然还保持当时发言的热情,有人问是什么力量激励着我们当时义无反顾地往前奔,我想是信念,信念带来了力量、勇气和担当,信念也让我老骥伏枥,壮心不已。2018年我被选为山东省老科学技术工作者协会副会长,我组织山东财经大学的专家学者和山东省老科协的相关研究人员,承担了山东省软科学课题“山东省老科技工作者作用发挥现状与人才资源开发效能提升研究”,其研究成果获得了中国老科协高度认可,并单列条款写入了《山东省人才发展促进条例》,让我也有了更多发挥余热的平台。

迈入古稀之年,回望自己这人生大半程,浸润高等教育领域50年,有朋友开玩笑,说我这一生干“没了”两所大学:山东工业大学和山东经济学院,我颇为感慨,这都是高等教育大势所趋下的顺势而为。能够参与并见证这一切,我心亦足矣。如今山财大也已经度过70华诞,然而对于一所高校来说还正值青春韶华,我也因为曾经的奋斗岁月而余生充满了欣喜和期待。

感谢一起走过激情岁月的同事同仁,期待山财大的发展永远正当时!

(作者为原山东经济学院党委书记)

【短史记】

## 古人的畅销书营销“法则”

□邱俊霖

晋朝的文学家左思构思十年,终于完成了《三都赋》。然而,《三都赋》起初却无人问津,左思认为自己的文章不比班固逊色,担心自己咖位太低导致作品被埋没。于是,他想到了一个好的营销方法:找到当时的名士皇甫谧作序,又让名士张载和刘逵做注释。在名人效应的带动下,《三都赋》很快成为当时的第一“爆文”。由于那时没有复印机,人们只好用纸抄写《三都赋》,洛阳的纸都因此涨价了,后来还诞生了“洛阳纸贵”这个成语。《三都赋》一共才一万多字,充其量就是一本小册子,但从不为人知到洛阳纸贵,这充分体现了左思的营销水平。

南宋诗坛的扛把子陆游走到哪儿都写诗,粉丝一多,便纷纷要求他出诗集。于是,他开始编选诗稿,《剑南诗稿》一出来便脱销了。后来,陆游的儿子陆子聿索性开了个“出版社”:钤台书院,将陆游的诗歌全部刊刻出版,成为当时最畅销的诗集之一。

当然了,作品要畅销还得懂得创新。元代杂剧作家王实甫的《西厢记》打破了元杂剧一人独唱的成规,而且剧情曲折,因此非常流行,里头的“红娘”甚至成为汉语中“媒人”的代名词。直到明代,《西厢记》依然是最火的剧目。汤显祖的《牡丹亭》横空出世后,由于在思想和艺术方面都达到了极高水准,所以“《牡丹亭》一出,家传户诵,几令《西厢记》减价”。

明朝的出版行业非常兴盛,当时的书商都在营销上下足了功夫。明朝万历年间,有个叫余象斗的出版商,他的营销能力绝对能够跻身第一方阵。首先,他迎合市场,什么书好卖就出什么书。史载,他在万历十九年(1591)这一年就刊刻了十几种科举应试类书籍,赚的都是学生的钱。后来,侦探悬疑类的公案小说火了起来,他便从地方各级衙门找了一堆破案卷宗,编了一部《廉明公案》,虽然文学性不高,但由于是为读者量身打造,最终成为爆款。借着这波热度,他又出了续集《皇明诸司公案》。

他还有一个更关键的营销手段:蹭热点。当时的《西游记》长期霸占着畅销书榜单第一位。余象斗敏锐地发现了商机,灵机一动,为何不把“东南西北”全凑齐了呢。于是他提笔就写,后来发现《东游记》已经被吴元泰写完了,只好分别写了《北游记》和《南游记》,将《四游记》凑齐为大满贯。果然,这套书一上市便被抢购一空。

余象斗的营销方式虽然吃相难看且颇具争议,但他也懂得创新的重要性。时间越往后,插图便显得越发重要。晚明出版的《牡丹亭还魂记·凡例》中便提到:“戏曲无图,便滞不行。”戏剧书本里没有插图,销量就得打个问号,这放在图书当中照样适用。余象斗创新了营销方式,在书本内容页面上半部分配上插图,下半部分印文字,读者阅读时就像在看“连环画”一般。为了防止盗版,还得加上自家的logo。余象斗喜欢在自家出版的图书中插入自己的画像当作防伪标签。他还曾在《东游记》中插播了一段声讨盗版的文字,大骂盗版之徒“无耻之甚乎”。

和余老板一样要为了打击盗版而发愁的,还有明末清初的李渔老师。作为一名职业撰稿人,李渔老师的作品通俗易懂,贴近市民生活。所以,他的作品一问世便畅销于市,他也成为明末清初最炙手可热的畅销书作家。然而,作为一名专业作家,盗版横行意味着自己的饭碗受到了威胁。当时的南京盗版现象尤其甚,李渔便搬到南京建了个书屋,名为“芥子园”。他给自己的每本书都印上“芥子园”印章商标。此外,李渔还在书铺同时销售自己精心设计的各种笺帖,以及其他文创产品,将自己的畅销书生意做得风生水起。

当然了,如果是某一行业首屈一指的专家,写出来的专著自然自带“吸粉力”。比如,袁枚老师是清代的顶级“吃货”。那时虽然没有吃播,可这一点儿也不妨碍袁枚老师成为食坛的顶流大V。后来,他专门撰写了一本食谱——《随园食单》。该书出版于乾隆五十七年(1792),直到今天,依然是最畅销的食谱之一。

话说回来,营销方式千万种,真正决定销量的,还是作品的质量水平。营销可能在短期内能够影响销量,但唯有真正的经典,才能经历时间的考验。