

## 2013 中国营销科学学术年会论文演讲、展示安排

### 大会宣讲论文平行论坛 I

时间：2013年8月17日13:30 -15:00， 共分10组， 每组4篇， 每篇20分钟， 10分钟讲评

地点：清华大学第六教学楼各教室

#### 1.1组：营销战略（地点：6A001教室）

主持人：王永贵 点评人：汪涛

时间	论文题目	宣讲人
13:30-13:50	社会化媒介治理策略研究：以百度百科为例	周学春 黄敏学 冯小亮
13:50-14:10	组织记忆、组织学习、需求不确定性与供应商创新能力研究：——基于外包情境下的实证检验	王永贵 王娜 赵宏文
14:10-14:30	营销联盟双方资源分配差异对联盟绩效的影响——基于中国股市的事件研究分析	郭朝阳 王淡明 王世伟
14:30-14:50	新兴产业政府政策决策：政企互动与不确定性管理——对无锡“感知中国”信息中心建设决策过程的案例研究	田志龙 史俊 谢青 王浩 田博文
14:50-15:00	讲评时间	

#### 1.2组：消费者行为（地点：6A002教室）

主持人：杜建刚 点评人：景奉杰

时间	论文题目	宣讲人
13:30-13:50	灌水还是潜水？虚拟社区在线互动方式对消费意愿的影响	关宇虹 刘文静 郑毓煌
13:50-14:10	灾难报道促进国货选择的机制研究	柳武妹 王海忠
14:10-14:30	奖励推荐计划一定有效吗？——因果定向与奖励信息框架的调节匹配视角	李惠璠 曹花蕊 杜建刚 范秀成
14:30-14:50	消费者信任与不信任是同一构念的两极还是两个独立的构念？——基于信任与不信任影响因素的研究	苏立勋 吴小丁
14:50-15:00	讲评时间	

### 1.3组：消费价值观（地点：6A003教室）

主持人：杜伟强 点评人：何佳讯

时间	论文题目	宣讲人
13:30-13:50	节俭和过度远视——导致消费不足的两种心理特征的比较	潘黎 吕巍 周颖
13:50-14:10	“美德”与“恶习”在独立评估下的价值判断悖论	谢洁茹 李乃和
14:10-14:30	绿色消费行为为什么会“说易行难”？——知觉控制和知觉难度对绿色消费行为的调节影响研究	施卓敏 邝灶英
14:30-14:50	权力对绿色消费的影响	杜伟强
14:50-15:00	讲评时间	

### 1.4组：营销模型（地点：6A004教室）

主持人：郭艳红 点评人：李申禹

时间	论文题目	宣讲人
13:30-13:50	一个新的网络借贷投资决策模型——基于多信息源的分析	郭艳红 王辉 杨小杰
13:50-14:10	竞争者导向型企业产品策略的演化博弈分析	董大海 王思荔 孟佳佳
14:10-14:30	事件营销如何影响企业品牌价值和经营业绩——基于房地产行业面板数据的实证分析	刘蕾 于春玲 刘霞 赵平
14:30-14:50	值要素绩效与总体满意度：线性与对称？——资源配置新思维	李宝库 冷小明 倪元元
14:50-15:00	讲评时间	

### 1.5组：产品与品牌（地点：6A005教室）

主持人：于春玲 点评人：黄静

时间	论文题目	宣讲人
13:30-13:50	进入顺序及创新性对品牌延伸评价的影响	于春玲 魏玉杰 王霞 阮楠
13:50-14:10	创新与消费者反应：品牌效应及其发生机制	蒋廉雄 战男 朱辉煌 吴水龙
14:10-14:30	“温暖”与“能力”：自我参照、刻板印象与来源国效应的实验研究	张莉 何佳讯
14:30-14:50	在线品牌社群成员的社会强化动机、网络中心性与品牌行为倾向研究	周志民 彭妙娟
14:50-15:00	讲评时间	

### 1.6组：服务营销（地点：6A012教室）

主持人：李飞 点评人：白长虹

时间	论文题目	宣讲人
13:30-13:50	中国餐饮企业如何进行服务创新——基于海底捞的案例研究	李飞 贾思雪 曹雯斐
13:50-14:10	人员服务质量如何影响店铺印象？——消费情感的作用	曹光璐 侯旻 胡左浩
14:10-14:30	基于技术接受模型的消费者手机银行服务采纳研究	罗选荣 曾润坤 陈果 韩顺平
14:30-14:50	联合模式对要素品牌特定属性评价的影响：要素属性地位和信息类型的调节作用	李桂华 黄磊 刘铁
14:50-15:00	讲评时间	

### 1.7组：跨文化与国际营销（地点：6A013教室）

主持人：崔楠 点评人：王良燕

时间	论文题目	宣讲人
13:30-13:50	消费者敌意对青少年国产品牌购买意愿的影响机制	范孝雯 史冰 王海忠 何浏
13:50-14:10	服务来源国效应：文化距离的调节作用	周玲 张辉
14:10-14:30	如何从中国情境中创新营销理论？本土营销理论的建构路径、方法及其挑战	张闯 周南 庄贵军
14:30-14:50	情感与认知的博弈-当消费者遇见更好的外国产品	汪涛 冯文婷 崔楠
14:50-15:00	讲评时间	

### 1.8组：广告与传播（地点：6A014教室）

主持人：庄贵军 点评人：叶巍岭

时间	论文题目	宣讲人
13:30-13:50	互动广告中的顾客创新体验对其品牌态度的影响	邬金涛 窦文字 邵丹
13:50-14:10	信息框架和产品风险对广告态度的交互影响	王丹萍 庄贵军 周茵
14:10-14:30	植入式广告的有效性：基于受众性别和固定植入情境的分析	王平 宋思根 居瑶
14:30-14:50	名人代言广告中角色效果研究	田寒光 任立中 邵功新
14:50-15:00	讲评时间	

1.9 组: Product Evaluation (地点: 6A111 教室 Room 6A111)

主持人: 崔耕 点评人: 陈荣

时间	论文题目	宣讲人
13:30-13:50	Product Innovation Ambidexterity: Conceptualization and Empirical Examination to your JMS conference	Chengli Shu Shanxing Gao
13:50-14:10	Asking the Right Questions: Item Response Theory for New Product Concept Testing	Geng Cui Ling Peng Chunyu Li
14:10-14:30	Does goal influence consumers' evaluation of hybrid products? The effects of goal congruence on hybrid product evaluation	WANG Tao MOU Yupeng ZHAO Jing
14:30-14:50	Hedonic/Utilitarian-Focused Information and Product Evaluation: The Moderating Role of Regulatory Focus	Qingtang Wan Zhenyu Jin Wei Lu Ying Zhou
14:50-15:00	Discussion time	

1.10 组: Online vs. Offline (地点: 6A112 教室 Room 6A112)

主持人: 肖俊极 点评人: Tanya Tang

时间	论文题目	宣讲人
13:30-13:50	Investigating the Impact of Reward Point Promotions on Consumer Purchase Behavior across Multiple Product Categories and over Time	Qiang (Steven) Lu Junji Xiao
13:50-14:10	A Dynamic Process of Two-Sided Customer Activity: Findings from B2B Electronic Market	LI Xiaoling TIAN Qian YANG Zhanpeng
14:10-14:30	Should Consumer be Neglected? The Impact of Brand Loyalty and Store Loyalty on the Dependence in Retailer-Supplier Relationships	Chuang Zhang Guijun Zhuang Zhilin Yang Yang Zhang
14:30-14:50	Lack of Control, Touch, and Willingness to Pay—Implications to Online and Offline Retailers	Wumei Liu, Haizhong Wang
14:50-15:00	Discussion time	

## 大会宣讲论文平行论坛 II

时间：2013年8月17日15:20 -16:50，共分10组，每组4篇，每篇20分钟，10分钟讲评

地点：清华大学第六教学楼各教室

### 2.1组：企业营销战略（地点：6A001教室）

主持人：汪涛 点评人：胡左浩

时间	论文题目	宣讲人
15:20-15:40	全球化背景下中国跨国公司内向型开放式创新战略的选择与创新绩效的匹配	李辉 吴晓云
15:40-16:00	品牌导向、品牌资产与企业绩效关系的实证研究	张婧 何勇
16:00-16:20	锦上添花还是雪中送炭？——企业社会责任的对象选择对消费者反应的影响	朱华伟 靳菲
16:20-16:40	制造企业服务提供一定会导致企业绩效改善吗？——战略一致性及技术能力对企业绩效的影响研究	胡查平 汪涛
16:40-16:50	讲评时间	

### 2.2组：消费者需求（地点：6A002教室）

主持人：黄敏学 点评人：李东进

时间	论文题目	宣讲人
15:20-15:40	虚拟社区持续参与行为的心理机制研究——基于社会认同理论的视角	张喆 赵明霞
15:40-16:00	交易型社区的网络演进：基于社会网络闭包机制的差异性研究	肖邦明 黄敏学 孙培翔
16:00-16:20	社会资本、移情效应与虚拟社区成员的知识创造	汪涛 赵晶
16:20-16:40	虚拟品牌社区中知识分享的影响因素研究——基于 MOA 理论	徐丽 申文果
16:40-16:50	讲评时间	

### 2.3组：农民工消费研究（地点：6A003教室）

主持人：金晓彤 点评人：李宝库

时间	论文题目	宣讲人
15:20-15:40	新生代农民工职业培训支付意愿的影响因素研究——基于全国 18 省 3396 份调查问卷的实证分析	王天新 王庆华 金晓彤
15:40-16:00	农民工社会融合对消费行为的影响	黄侦 王佩
16:00-16:20	中国社会底层农民工群体消费意愿形成机理的理论框架与实证研究	王天新 马冬梅 金晓彤
16:20-16:40	农民外出务工经历对其家庭消费结构影响的实证研究	冉陆荣 周峰
16:40-16:50	讲评时间	

## 2.4组：品牌态度研究（地点：6A004 教室）

主持人：崔楠 点评人：王海忠

时间	论文题目	宣讲人
15:20-15:40	网络购物环境下品牌个性、消费者自我概念一致性对感知服务质量的影响	黎怡兰 赵小华
15:40-16:00	和品牌聊聊天 —— 拟人化沟通对消费者品牌态度影响研究	汪涛 谢志鹏 崔楠
16:00-16:20	虚拟品牌社群对品牌忠诚的影响研究——基于社群氛围的视角	常亚平 董学兵 肖灵
16:20-16:40	商店特征因素对 C2C 网络服务补救的影响机制研究	刘新燕 郑雯颖
16:40-16:50	讲评时间	

## 2.5组：互联网营销（地点：6A005教室）

主持人：汪旭晖 点评人：姜旭平

时间	论文题目	宣讲人
15:20-15:40	空间溢出与文化距离：基于数字内容产品扩散的实证研究	董晓松 刘霞 姜旭平
15:40-16:00	基于就绪视角的知识贡献的内在机制研究：以百度百科为例	周学春 黄敏学 蔡欣德 孙培翔
16:00-16:20	个人特征、社交网络信息分享态度和分享行为——一项基于人人网的研究	郭琨 周静 王一棉 袁瑛 刘丽琼
16:20-16:40	基于网络外部性的微博用户持续使用意向研究	徐健 汪旭晖 郑治
16:40-16:50	讲评时间	

## 2.6组：广告与个体研究（地点：6A012教室）

主持人：黄静 点评人：刘茜

时间	论文题目	宣讲人
15:20-15:40	探秘不同认知风格的个体关注广告的差异——广告位置和认知风格对广告效果影响的眼动研究	施卓敏 郑婉怡
15:40-16:00	企业家语言风格对企业家形象的影响	黄静 张友恒 许志炜 林涛
16:00-16:20	消费者外向性对不同类型怀旧广告的影响效果研究	费鸿萍 汪浩 威海峰
16:20-16:40	名人代言之广告效果——以消费者我族主义为干扰变数	陈郁婷 任立中 田寒光 邵功新
16:40-16:50	讲评时间	

2.7组：渠道与营销（地点：6A013教室）

主持人：吴小丁 点评人：蒋青云

时间	论文题目	宣讲人
15:20-15:40	政府监管下的制造商、中间商、消费者三方博弈分析	李宝库 吴正祥 王丽娟
15:40-16:00	基于三个维度划分的营销边界人员个人关系对渠道权力使用的影响研究	龚武秀 张伊飞 翁智刚
16:00-16:20	感知公平如何影响渠道成员退出与呼吁行为？长期导向的中介作用	杜楠 张闯 夏春玉
16:20-16:40	消费者店铺印象形成的定向启动效应研究	刘宇 吴小丁 张莹
16:40-16:50	讲评时间	

2.8组：产品研究（地点：6A014教室）

主持人：黄韞慧 点评人：彭泗清

时间	论文题目	宣讲人
15:20-15:40	脱销诱因与品牌概念对产品感知与购买的影响	李东进 李研 吴波
15:40-16:00	产品伤害危机背景下信息来源可信度对感知风险的影响——心理距离的调节作用	吴思 廖俊云
16:00-16:20	支持国货，应对威胁：产品地位的调节作用	黄韞慧
16:20-16:40	产品伤害危机背景下竞争品牌间负面外溢中的非对称效应研究	青平 王军 李慧超
16:40-16:50	讲评时间	

2.9组：Social Network（地点：6A111教室 Room 6A111）

主持人：杜俊林 点评人：王锐

时间	论文题目	宣讲人
15:20-15:40	Social-learning in Social Shopping Network: How Induced and Organic Social Learning Influences Buyer Decisions	Junlin Du
15:40-16:00	Who are the Active 'Participants' in Social Network Sites: An Attachment Style Perspective	Min-Sook Park Jong-Kuk Shin Yong Ju
16:00-16:20	Is Neutral Really Neutral? The Effects of Neutral User-Generated Content on Product Sales	Tanya (Ya) Tang Feng Wang Eric Fang
16:20-16:40	What If Consumers View Online Product Reviews as an Intentional Manipulation?	ZHUANG, Mengzhou PENG, Ling CUI, Geng
16:40-16:50	Discussion Time	

2.10 组: English Presentations and AMA Summer Conference Videos (地点:  
6A112 教室 Room 6A112)

主持人: Shenyu Li 点评人: 崔海涛

时间	论文题目	宣讲人
15:20-15:40	The Effects of Container Shape and Target Proportion on Pouring Volume	Shenyu Li Rong Huang Qiong Zhou Hong Yuan
15:40-16:00	The Influence of Collaborative Governance Mechanisms on Innovation Capabilities of Service Outsourcing Enterprises: An Empirical Study in China	LIU Wen-xia WANG Yong-gui
16:00-16:15	AMA Summer Conference Video 1	
16:15-16:30	AMA Summer Conference Video 2	
16:30-16:45	AMA Summer Conference Video 3	



### 大会宣讲论文平行论坛 III

时间：2013年8月18日8:30 -10:00，共分10组，每组4篇，每篇20分钟，10分钟讲评

地点：清华大学第六教学楼各教室

#### 3.1组：危机营销（地点：6A001教室）

主持人：王晓玉 点评人：刘霞

时间	论文题目	宣讲人
8:30-8:50	产品危机情境下竞争对手响应策略对未响应者的溢出效应	王晓玉 吴菁
8:50-9:10	丑闻后慈善捐助的契合度对品牌消费意愿的修复效果研究	王春娅 余伟萍 段桂敏 王晖
9:10-9:30	产品伤害危机背景下网络负面信息对消费者补救期望影响的实证研究	青平 张莹
9:30-9:50	产品伤害危机中的负面情绪如何影响消费者应对行为：报复欲望和补救预期的中介作用	涂铭 景奉杰 汪兴东
9:50-10:00	讲评时间	

#### 3.2组：购买要素与选择（地点：6A002教室）

主持人：黄敏学 点评人：王海忠

时间	论文题目	宣讲人
8:30-8:50	购物中心氛围要素与消费者再惠顾意向的关系研究	苏立勋 范苗苗 吴小丁
8:50-9:10	中国老龄消费者品牌重购行为的传导机制研究——基于品牌关系理论的视角	王天新 张晓路 金晓彤
9:10-9:30	定制化产品让消费者远离了群体吗？独特性需求和社会认同的作用	熊元斌 余柳仪 胡兵
9:30-9:50	参照群体规模与选择差异性对购买行为的影响	王超 黄敏学 廖俊云
9:50-10:00	讲评时间	

### 3.3 组：心理构建与解释（地点：6A003 教室）

主持人：张红霞 点评人：郭朝阳

时间	论文题目	宣讲人
8:30-8:50	自我建构方式如何影响消费者对融合产品的评价？	张红霞 雷蕾
8:50-9:10	距离产生美——心理距离对在线评论说服力的影响研究	张琴 龚艳萍 周玲
9:10-9:30	解释水平对消费者产品功能数量偏好的影响研究	于军胜 闫怡 王海忠
9:30-9:50	“我”喜欢但“我们”不喜欢情境下的消费者延迟反转研究 ——心理模拟和信息刺激的交互作用	李晓 黄磊 王琦缘
9:50-10:00	讲评时间	

### 3.4 组：性感与性别（地点：6A004 教室）

主持人：郑毓煌 点评人：彭泗清

时间	论文题目	宣讲人
8:30-8:50	男人花心，女人痴心？配偶动机对消费中多样化寻求行为的影响	陈瑞 郑毓煌
8:50-9:10	消费者门店行为的隐匿结构：以性别的调节作用为例	周庭锐 张恩忠 赵智行
9:10-9:30	个体权力状态对伦理属性产品偏好影响研究	吴波 李东进
9:30-9:50	性感总是有效吗：性感刺激对男性折扣商品购买意愿的影响	袁少锋 郑毓煌 陈瑞
9:50-10:00	讲评时间	

### 3.5 组：情感与情绪（地点：6A005 教室）

主持人：宋晓兵 点评人：吴小丁

时间	论文题目	宣讲人
8:30-8:50	自豪情绪对消费者身份消费的影响研究	宋晓兵 王迪
8:50-9:10	公司主动召回对消费者宽恕的影响：——感知真诚与消费者—企业认同的中介作用	鄢丙胜 景奉杰
9:10-9:30	受捐者感谢对捐赠意愿的影响——基于中国慈善组织的实证分析	马永斌 王其冬
9:30-9:50	给顾客以惊喜,而不仅仅是满意	张晓飞 靳家凤
9:50-10:00	讲评时间	

### 3.6 组：品牌评价（地点：6A012 教室）

主持人：杨德锋 点评人：王锐

时间	论文题目	宣讲人
8:30-8:50	“浪子回头金不换”——企业社会责任对品牌负面信息影响的稀释效应	何浏 肖纯 徐伟
8:50-9:10	奖励能改变分享者原有的品牌至爱吗？——奖励在体验分享中的影响研究	杨德锋 江霞 赵平
9:10-9:30	品牌来源国偏好、中国品牌评价与品牌全球化策略——基于美国消费者定性访谈	胡春鲜 何佳讯
9:30-9:50	企业家前台化行为的动机感知和消费者期望对企业品牌评价的影响	黄静 熊小明 刘秋玲 张晓娟
9:50-10:00	讲评时间	

### 3.7 组：品牌战略（地点：6A013 教室）

主持人：牛永革 点评人：于春玲

时间	论文题目	宣讲人
8:30-8:50	战略视角下的公司品牌研究：一个量表的开发	杨一翁 孙国辉
8:50-9:10	地理品牌适合进入那些地理区域？	牛永革
9:10-9:30	品牌感知全球性与本土性：消费者文化认同对中国本土品牌定位偏好的影响研究	郑莹 何佳讯
9:30-9:50	并购后品牌战略、品牌真实性与消费者购买意向的作用机制研究——基于弱势品牌的视角	姚鹏 王新新
9:50-10:00	讲评时间	

### 3.8 组：服务业与顾客（地点：6A014 教室）

主持人：唐小飞 点评人：马宝龙

时间	论文题目	宣讲人
8:30-8:50	服务补救：投其所好还需相机而动吗？	唐小飞 钟帅 贾建民
8:50-9:10	顾客—一线员工拟亲关系对顾客重购意愿的影响—沟通风格、感知背叛的调节作用	李清 卫海英 杨德锋
9:10-9:30	员工制止对问题顾客满意和重购意向影响研究	马钦海 范广伟 刘汝萍 梁晓宁
9:30-9:50	服务失败情形下商业友谊不同形成方式对消费者后续行为意向的影响	付晓蓉 陈红 谢庆红 罗丹梅
9:50-10:00	讲评时间	

3.9 组: Consumer Behaviors (地点: 6A111 教室 Room 6A111)

主持人: 王丽丽 点评人: 许敬文

时间	论文题目	宣讲人
8:30-8:50	The Relationships between Customer-to-Customer Interactions, Psychological Contract and Brand Community Loyalty	Xiong Li Zhao Jianbin
8:50-9:10	Picking Winners: Testing New Product Concepts Using Differential Item Functioning	Chunyu Li Ling Peng Geng Cui
9:10-9:30	Enjoyable Effort: The Role of Eudaimonia in Consumer Satisfaction with Craft Consumption	Qiuying Zheng Xiucheng Fan Lan Xia
9:30-9:50	Hugged by close others or hugging brand: The substitutability of social support and brand reliance in achieving a sense of self-worth	Lili Wang Steven Shepherd Tanya L. Chartrand
9:50-10:00	Discussion Time	

3.10 组: Family and Society (地点: 6A112 教室 Room 6A112)

主持人: 吴沙莉 点评人: 刘茜

时间	论文题目	宣讲人
8:30-8:50	Who Calls the Shots in Beijing? Resources, Culture and Equality in Family Purchasing Decision Power	Shali Wu Clifton R. Emery
8:50-9:10	The Impact of Diverse Corporate Social Responsibility Practices on Consumer Product Evaluations	Xiaoye Chen Rong Huang Laurette Dube
9:10-9:30	How Does Interactive Social Support in Health Care Communities Promote Customer Well-Being?	Tang Yao Qiuying Zheng Xiucheng Fan
9:30-9:50	Optimistic Mentality: The Impact of Social Identity Framing on Consumer Choice	Ying Ding Jing Xu Echo Wen Wan
9:50-10:00	Discussion Time	

## 大会宣讲论文平行论坛 IV

时间：2013年8月18日10:20 -11:50，共分10组，每组4篇，每篇20分钟，10分钟讲评

地点：清华大学第六教学楼各教室

### 4.1 组：网络购物（地点：6A001 教室）

主持人：柴俊武 点评人：廖成林

时间	论文题目	宣讲人
10:20-10:40	“亲,包邮哦!”是明智的策略吗?基于价格框架角度的分析	黄敏学 綦欣德 廖俊云
10:40-11:00	网购情境对消费者网络强迫性购买倾向的影响机制研究	赵占波 杜晓梦 黄晨
11:00-11:20	国内大学生网络冲动性购买行为影响因素研究	何伟 王振华 石永东 柴俊武
11:20-11:40	产品类型及负面情绪对消费者网络强迫性购买倾向的影响	马燕 杜晓梦 赵占波
11:40-11:50	讲评时间	

### 4.2 组：中介分析与消费者认知（地点：6A002 教室）

主持人：朱至文 点评人：李东进

时间	论文题目	宣讲人
10:20-10:40	中介效应分析：原理、程序、Bootstrap 方法及其应用	陈瑞 郑毓煌 刘文静
10:40-11:00	网络嵌入对在线品牌社群公民行为的影响研究——心理所有权的中介作用	景奉杰 赵建彬
11:00-11:20	信息不一致与品牌延伸：自我建构的影响	朱至文 张黎
11:20-11:40	高兴与平和：积极情绪影响来源国效应的认知模式研究	才源源 何佳讯
11:40-11:50	讲评时间	

### 4.3 组：互联网口碑（地点：6A003 教室）

主持人：汪旭晖 点评人：黄敏学

时间	论文题目	宣讲人
10:20-10:40	在线商品评论可信吗？--在线商品评论的偏差分析及矫正策略	李雨洁 廖成林 李忆 付红勇
10:40-11:00	如何在 SNS 中吸引消费者发布和再传播口碑信息？基于信息内容特征的研究	沈璐 庄贵军 滕文波
11:00-11:20	网络口碑如何影响产品销量——基于在线消费者评论的实证研究	汪旭晖 张其林 文静怡 郭茹
11:20-11:40	互联网企业顾客体验、顾客参与对顾客感知价值的影响研究	褚涛 冯永春 许晖 张建华
11:40-11:50	讲评时间	

#### 4.4 组：渠道管理（地点：6A004 教室）

主持人：唐小飞 点评人：崔海涛

时间	论文题目	宣讲人
10:20-10:40	制度压力与网络渠道使用程度关系研究：企业能力的调节作用	张广玲 王辉 寿志钢 苏晨汀
10:40-11:00	基于大环境信任程度与资源禀赋的渠道治理决策研究——川、浙两省融资性担保公司的调查分析	唐小飞 鲁平俊
11:00-11:20	如何破解渠道投机的恶性循环？合同治理与关系治理的权变模型	周茵 庄贵军 王丹萍
11:20-11:40	从交易成本理论建构治理机制、权力关系、激励策略与通路绩效之关系研究	纪舒哲 胡同来
11:40-11:50	讲评时间	

#### 4.5 组：生活方式（地点：6A005 教室）

主持人：施卓敏 点评人：刘文静

时间	论文题目	宣讲人
10:20-10:40	面子意识如何逆转自私行为？——社会价值取向对生态消费的影响探究	施卓敏 吴路芳
10:40-11:00	中国消费者基于符号意义的炫耀性消费行为实证研究	王天新 王贺峰 金晓彤
11:00-11:20	用国家还是生活方式作为细分标准？以品牌忠诚度为细分对象	张昊 赵晓煜 曹忠鹏 梁晓宁 靳家凤
11:20-11:40	社会转型期关系对农村人情消费行为的影响：基于心理账户的理论	俞杰龙 詹刘满 晏国祥 陈启杰
11:40-11:50	讲评时间	

#### 4.6 组：自我控制与跨期选择（地点：6A012 教室）

主持人：郑毓煌 点评人：张红霞

时间	论文题目	宣讲人
10:20-10:40	外生性调节匹配对冲动性购买的影响	熊素红 景奉杰
10:40-11:00	饿着的人顾不了明天：饥饿对跨期选择的影响	赵宇皓 吕巍 潘黎
11:00-11:20	不损人却害己？他人违反社会规则对消费者自我控制的影响	郑毓煌 范筱萌 杨文滢 关宇虹
11:20-11:40	时间距离对于产品评估的影响——基于跨文化长短期取向的调节效应	杨鑫 崔茂中 于洋
11:40-11:50	讲评时间	

#### 4.7 组：定价研究（地点：6A013 教室）

主持人：彭雷清 点评人：杜建刚

时间	论文题目	宣讲人
10:20-10:40	尾数定价一定比整数定价更有效吗？——价格促销对尾数和整数定价效果的影响	曹之静 陈瑞 郑毓煌
10:40-11:00	购后时间对降价引致后悔情绪的影响探讨——基于产品类型视角	徐晶 赵占波 陈荣
11:00-11:20	基于交易成本与社会认同的手机购物意愿研究	张华 彭雷清
11:20-11:40	追求愉悦还是规避痛苦？——不同支付方式对产品偏好的影响	杨晨 王海忠
11:40-11:50	讲评时间	

#### 4.8 组：品牌危机处理（地点：6A014 教室）

主持人：马宝龙 点评人：王晓玉

时间	论文题目	宣讲人
10:20-10:40	毁灭还是重生？多品牌危机中的替罪羊效应	张璇 张红霞
10:40-11:00	品牌犯错后如何解释才是合理的？——犯错品牌的合理化策略研究	牟宇鹏 汪涛 周玲
11:00-11:20	产品伤害危机对品类及非危机品牌的影响研究	马宝龙 孙瑛 齐鑫
11:20-11:40	群际关系冲突视角下的品牌群危机——一项基于话语分析的研究	杨国亮 卫海英 王志华
11:40-11:50	讲评时间	

4.9 组: Consumer Psychology (地点: 6A111 教室 Room 6A111)

主持人: QIN Yao 点评人: 王雪华

时间	论文题目	宣讲人
10:20-10:40	Antecedents and Consequences of Consumer Creative Progress Engagement	Yao Li Xiang Fang Xinxin Wang
10:40-11:00	“Meaning similar” wins, “looking similar” loses? The effects of perceptual similarity and conceptual similarity on consumers’ perceptions of copycat brand name	QIN Yao WEN Na
11:00-11:20	Does Pre-Recall Advertising Affect Abnormal Stock Returns of A Product Recall: An Event Study Analysis	Haibing Gao Jinhong Xie Qi Wang Kenneth C Wilbur
11:20-11:40	对品牌崇拜的概念和维度的探索性研究: 基于宗教性维度理论的阐释	刘伟 王新新 杨德锋
11:40-11:50	Discussion Time	

4.10 组: Marketing and Culture (地点: 6A112 教室 Room 6A112)

主持人: 王国才 点评人: 吴沙莉

时间	论文题目	宣讲人
10:20-10:40	The Importance of Cultural Politeness in International Marketing: Developing Politeness Theory in Marketing Research	Dongmei Li Robert Kreuzbauer Chi-yue Chiu Hean Tat Keh
10:40-11:00	How Do Consumers from Developed Regions Evaluate Global Brands from Emerging Countries?	Xiaoling Guo Yinlong Zhang Ying-yi Hong
11:00-11:20	Value-Based Drivers For Luxury Counterfeit Consumption: An Empirical Study	Ling Jiang V éronique Cova Richard Huaman
11:20-11:40	Unlocking the “Black Box”:How Personal Loyalty Transfers to Firm Loyalty	GuoCai Wang XiaoYan Wang XiFeng Wan YanHui Zhao
11:40-11:50	Discussion Time	



## 大会张贴论文展示安排

**时间:** 8月17日 15:00 – 15:20 (展板号含 A 的论文; Poster Number Containing A)

8月18日 10:00 – 10:20 (展板号含 B 的论文; Poster Number Containing B)

**地点:** 第六教学楼底层大厅 (Ground Floor Atrium at Teaching Building #6)

**准备:** 请展板号含 A 的论文作者在 8 月 17 日下午 1:30- 2:00 至六教底层大厅对应展板张贴所展示的论文演示稿 (8-10 页 PPT 打印稿);  
请展板号含 B 的论文作者在 8 月 18 日上午 8:00-8:30 至六教底层大厅对应展板张贴所展示的论文演示稿 (8-10 页 PPT 打印稿)。

展板号 Poster Number	论文题目 Title	作者 Author	工作单位 Affiliation
1A	论劳工标准对组织凝聚力的影响	张新国 陈漫	中南财经政法大学
1B	中央企业转变发展方式的概念表达模型——一个基于扎根理论的探索性研究	董大海 冯雪飞 杨智伟 姜琦	大连理工大学工商管理学院 中国大连高级经理学院
2A	文化创意企业商业模式探索及形成路径研究	杨沁心 范雅楠 许晖 张建华	南开大学商学院企业管理专业 南开大学商学院
2B	资源基础观对我国体育企业组织创新性的影响——以市场导向为调节变量	段艳玲 李书娟 彭显琪	武汉体育学院经济管理学院 湖北大学商学院
3A	制度环境下外资企业在中国的全球本土化战略——以四大会计师事务所为例	吴晓云 张欣妍	南开大学商学院
3B	善因营销研究进展述评与概念模型构建	毕楠	东北师范大学商学院
4A	战略柔性、战略导向与企业绩效：基于中国造型企业的实证研究	何勇	华中科技大学
4B	参照群体信息对折衷效应的影响研究	杜青龙 张剑渝 李永强	西南科技大学经济管理学院
5A	“美德”与“恶习”在独立评估下的价值判断悖论	谢洁茹 李乃和	上海交通大学

5B	同属顾客对顾客不当行为反应模式的瑟斯顿量表开发研究	费显政	中南财经政法大学工商管理学院
		周航	

6A	生产商操控“自身商品销售品种数”影响消费者店内购买行为:影响效果存在性的实证研究	李杰侠	吉林财经大学工商管理学院
		刘文超	
		辛欣	
6B	消费者外向性对不同类型怀旧广告的影响效果研究	费鸿萍	
		汪浩	
		戚海峰	
7A	殊途一定会同归吗——在线购物环境下感知价值与消费者公民行为	汪涛	武汉大学经济与管理学院
		赵晶	
7B	企业家前台化表演中的着装风格对其形象的影响	黄静	武汉大学经济与管理学院
		吴宏宇	
		朱丽娅	
		童泽林	北方工业大学经济管理学院
		黄晓治	广西大学商学院
8A	产品的双重属性对农民购买意愿影响的研究	李宝库	辽宁工程技术大学营销管理学院
		韩丹	
		王丽娟	
8B	积极消费行为影响后果研究	武瑞娟	天津理工大学管理学院
		李东进	南开大学商学院
9A	自恋顾客的服务创造:感知控制及他人评价对其服务评价的影响	银成钺	东北师范大学商学院
		王影	
		毕楠	
		刘金星	
9B	过犹不及吗?企业领导者道德行为对新产品购买意愿的影响	童泽林	北方工业大学管理学院
		黄静	武汉大学经济管理学院
10A	基于家庭生命周期与人格特质的台湾居民旅游民宿选择动机研究——来自台湾 543 个样本的实证研究	金晓彤	吉林大学商学院
		李 茉	
		甘博英	
10B	家庭特征差异及其对农民家庭消费结构与消费观念的影响	冉陆荣	辽宁工程技术大学营销管理学院
		韩丹	
11A	基于消费者怀旧形式的怀旧广告策略分类研究	费鸿萍	华东理工大学商学院
		付志娟	
		候丽敏	
11B	群体购买情境下的冲动性购买影响研究:解释水平视角	王振华	电子科技大学经济与管理学院
		张倩	
		柴俊武	
12A	基于三纲五常的儒家价值观逻辑模型研究	王丽娟	辽宁工程技术大学
		邹瑞雪	

12B	股民差异性动机与股票投资决策行为关系的实证研究——基于不同信息获取途径的调节作用	刘文超	吉林财经大学工商管理学院
		王巍	金元证券股份有限公司 投资经理
		辛欣	吉林工商学院工商管理分院
13A	农户“被动信任”农资零售商的缘由：社会网络嵌入视角——江西省瑞金市武阳镇的案例研究	张蒙蒙	华中农业大学经济管理学院
		李艳军	
13B	大众传媒对农民工消费行为影响研究	张燕军	赣南师范学院商学院
		黄侦	
14A	顾客价值的双重属性及基于双重属性的顾客价值理论分析模型	刘文波	武汉科技大学
		陈荣秋	华中科技大学管理学院
14B	绩效营销的方法起源、基本框架与理论模型评析	许研	北方工业大学
		张欣瑞	
		陶晓波	
15A	改进的 Pareto/NBD 模型实证及应用研究	郭艳红	大连理工大学管理与经济学部
		尹波	
15B	专家意见真的有价值吗？——基于股票市场专家评级意见的视角	郭艳红	大连理工大学管理与经济学部
		王辉	
16A	考虑品牌延伸效应的品牌价值计量模型设计	谌飞龙	江西财经大学工商管理学院
16B	旅游目的地品牌资产的结构及其形成机理——基于目的地形象视角的实证研究	沈鹏熠	华东交通大学 经济管理学院
		赖星星	
17A	品牌价值对企业股东价值影响及其作用机制研究	张小三	厦门大学管理学院
		赵蓓	
17B	情景依赖对消费者品牌延伸评价的影响	姚琦	重庆交通大学财经学院
		周南	香港城市大学商学院
		李昂璟	重庆交通大学财经学院
18A	农资零售店情境下知名品牌对其他品牌的连动效应及不同促销手段的调节作用	张蒙蒙	华中农业大学经济管理学院
		李艳军	华中农业大学经济管理学院
18B	消费者与企业互动中的体验价值形成研究：品牌价值观与服务中的人际互动的影响	马颖杰	上海财经大学国际工商管理学院
		杨德锋	暨南大学管理学院

19A	品牌虚拟代言人还是孩子和女人的“专利”吗？ ——消费者年龄和性别的调节作用研究	张宁	武汉大学经济与管理学院
		周南	香港城市大学商学院
		黄静	武汉大学经济与管理学院
		周志民	深圳大学管理学院
19B	成员群体和规避群体对消费者的品牌认同程度的影响研究	马克态	中国政法大学商学院
20A	企业社会责任行为对丑闻品牌形象修复效应研究	赵占恒	四川大学商学院
		余伟萍	
		段桂敏	
20B	在线评论感知对网站品牌忠诚的影响研究： 信息涉入度的调节作用	钟帅	云南财经大学商学院
		万方	加拿大曼尼托巴大学艾斯伯商学院
		王立磊	西南财经大学工商管理学院
21A	B2C 环境下快递服务品牌的消费者满意研究 ——基于感知服务质量的中介效应	何浏	五邑大学经济管理学院
		徐伟	
		刘联辉	
		肖纯	
21B	服务员工组织支持感、工作态度与顾客忠诚	占小军	江西财经大学工商管理学院
22A	网站生动化对网络临场感、顾客忠诚度影响的研究	王辉	武汉大学经济与管理学院
		张广玲	
		詹志方	湖南商学院
22B	国外顾客抱怨模型研究述评——从商品主导逻辑到服务主导逻辑	陈姝	西北大学经济管理学院
		王正斌	西安外国语大学商学院
23A	店铺印象、消费情绪与购物价值的关系研究——基于大型百货商店的实证分析	沈鹏熠	华东交通大学经济管理学院
23B	面子需要如何促进社交网站口碑传播意愿——自我展示的中介效果研究	施卓敏	中山大学管理学院
		陈永佳	
		邝灶英	
24A	顾客信任转移对传统零售商线上延伸绩效的作用机制	汪旭晖	东北财经大学工商管理学院
		徐健	
		李燕艳	
24B	基于消费者体验的网络推荐系统研究综述	王毅	中央财经大学商学院
		杨一翁	北方工业大学
		周南	香港城市大学商学院

25A	关系质量、社会支持对顾客间互动的影响	陈晔	南开大学旅游与服务学院
		王红玉	
		牛振邦	
		白长虹	
25B	市场导向下信息技术对服务企业组织敏捷性影响的实证研究——侧重营销价值链视角	吴晓云	南开大学 国际商务研究所
		陈鹏飞	南开大学
26A	企业信号和信用评价对知识密集型服务企业信用资产的影响研究——基于顾客认知的视角	吴晓云	南开大学 国际商务研究所
		王峰	南开大学 商学院
26B	感知价值与网站特征对团购中冲动性购买行为的影响： 情感反应与自我控制的作用	金晓彤	吉林大学商学院
		李茉	
		李克会	
27A	网上商店特征对 C2C 网络服务补救满意度的影响机制研究——基于感知公平理论的分析	刘新燕	中南财经政法大学工商管理学院
		郑雯颖	
27B	名人代言对企业绩效的影响研究	张蕾	电子科技大学经济与管理学院
		吴秋琴	四川师范大学商学院
28A	“具体”？“抽象”？企业家行为的 语言传播类型如何影响企业家形象	黄静	武汉大学经济与管理学院
		袁兵	
		李丹妮	
		曾一帆	
28B	奢侈品广告策略：从标准化到本土化？ ——2002 年—2012 年中国市场广告文本分析	李晓	武汉大学经济与管理学院
		郑伟华	
		顾雅坤	
		熊冰清	
		洪朝煜	
29A	治理机制选择与创新绩效——交易持续时间的调节作用实证研究	李瑶	西安交通大学管理学院
29B	多代理人情境下的小团体治理模式研究	张广玲	武汉大学经济与管理学院
		胡琴芳	
30A	以成本收益为基础的售后服务渠道三方博弈研究——以海尔外包式售后服务渠道管理为例	张小强	辽宁工程技术大学营销管理学院
		李宝库	
		王丽娟	
30B	基于渠道行为视角的 2012 年电影票房分账风波解析	贺和平	深圳大学管理学院
		刘雁妮	
		陈灿	华南农业大学经济管理学院

31A	Empirical Study of Rape Seed Value Creation from the Perspective of Industry Chain	Liu XueLiu	College of Economics & Management, Huazhong Agricultural University
		Zhang Mengmeng	
		Li Yanjun	
31B	The Influence of Upward and Downward Motor Actions on the Preference for Options' Valence	汪涛	武汉大学经济与管理学院
		金珞欣	
		周立君	
		崔楠	
32A	Innovation adoption research - a theoretical review and discussion	Jinzhu Song	School of Business Administration, Zhejiang Gongshang University
		Kunyu Shi	
32B	Cause-Related Marketing: the Matching of Consumption Type and Message Framing	Zhou, Xiaoyu	Guanghua School of Management, Peking University
		Wang, Ziwei	
		Chen, H. Hannah	Cheng Shin-Toyo Tire & Rubber (China) Ind. Co. Ltd
33A	Impact of Social Exclusion on Money Earning and Money Spending Decisions	Wang Ziwei	Guanghua School of Management, Peking University
		Tu Ping	
33B	Joint Mental Accounting: Extending Mental Accounting Principles to Marriages	David Glattstein	School of Economics and Management, Tsinghua University
		Yuhuang Zheng	
34A	Take "It" with a Smile: A Study of Cross-Cultural Differences in Consumers' Anthropomorphism of Products	Elena Kaplun	School of Economics and Management, Tsinghua University
		Yuhuang Zheng	
34B	How Regulatory Focus Affects Variety Seeking	Sixue Jia	School of Economics and Management, Tsinghua University
		Longzhu Liu	
35A	不同信任导向下的农资品牌传播模式: 多案例研究	李婷婷 李艳军	华中农业大学经济管理学院
35B	基于前景理论的促销框架效应研究评述	王丹萍	西安交通大学管理学院
		庄贵军	
		周茵	

36A	产品属性与满意度纵向关系演变机制： 享乐适应视角	余樱	华中科技大学管理学院
		景奉杰	华东理工大学商学院
36B	信息框架对论据强度的影响	王丹萍	西安交通大学管理学院
		庄贵军	
		周茵	
37A	网站生动化对网络临场感、顾客忠诚度影响的研究	王辉	武汉大学经济与管理学院
		张广玲	
		詹志方	湖南商学院
37B	国外顾客抱怨模型研究述评——从商品主导逻辑到服务主导逻辑	陈姝	西北大学经济管理学院
		王正斌	
38A	家庭生命周期与家庭风险金融资产选择——基于 CFPS 家庭调查	王曾	北京大学光华管理学院
		符国群	
		杨黎	中国银行香港分行
38B	在线评论感知对网站品牌忠诚的影响研究——网站品牌关系质量的中介作用	王立磊	西南财经大学工商管理学院
		张剑渝	
		钟帅	云南财经大学商学院
39A	无关背景如何削弱原产国效应？——不同心理表征对原产国效应的调节作用	杨晨	中山大学管理学院
		王海忠	
39B	Is Seeing Believing: Increasing Owners' Willingness to Sell by Counterfactual Reference Prices in the Second-hand Market	Jin Zhang	School of Economics and Management, Tsinghua University
		Rong Chen	
		Xiaobing Xu	
		Xu	
40A	“OTT”挑战下的移动运营商竞合与定价策略	许销冰	清华大学经济管理学院
		王轩	
40B	网店服务质量对销售业绩的影响——服务利润链视角下的淘宝网实证研究	贺曦鸣	清华大学经管学院
		刘霞	
		李明志	
		陈晓	
		李蔚	
41A	回馈的价格模糊性对顾客保留的影响	韦夏	北京大学光华管理学院
		涂平	
41B	Gender Matters —— Role of Gender in Social Exclusion Context	Wang Ziwei	Guanghua School of Management, Peking University,
		Tu Ping	
42A	产业集群嵌入性与集群品牌优势关系研究——以泉州鞋服产业集群为例	张小三	厦门大学管理学院
		赵蓓	
		刘威	
42B	意大利环意旅行社赢在心智的品牌定位过程研究	李纯青	西安工业大学经济管理学院
		李松玲	
		马军平	



43A	多属性、高价差品牌选择实验设计-以智能手机为例	谭慧	江苏科技大学经济管理学院
		马少辉	
43B	组织间人际关系与 B2B 品牌资产：产品有形性的调节作用	何勇	华中科技大学管理学院
		张婧	
44A	柔软触感让人心软吗？—— 消费者软硬触觉体验对服务失败容忍程度的影响	钟科	中山大学管理学院
		王海忠	
44B	赞助匹配对赛事赞助态度影响的实证研究——解释水平的调节作用	刘英	成都体育学院
		张剑渝	西南财经大学工商管理学院
45A	返券交易对消费者购买和企业利润的影响分析	孙鲁平	北京大学光华管理学院
		苏萌	
		郑晓娜	
45B	需求高峰与产品选择——基于零售扫描数据的研究	李国栋	上海海事大学经济管理学院
			芝加哥大学布斯商学院
		李宏宇	上海财经大学经济学院
		肖俊极	复旦大学管理学院
46A	基于自我控制的销售员个人绩效研究	张正林	西安工程大学管理学院
46B	他人观看与自我构念对绿色消费的影响	杜伟强	天津师范大学管理学院
47A	基于选择实验联合分析法的消费者个人理财产品偏好研究	杜建成	哈尔滨工业大学深圳研究生院
		葛姣菊	
47B	基于 SOM-GMDH 的品牌丑闻微博传播分类预测研究	杨于峰	四川大学商学院
		余伟萍	
		田盼	
48A	产品伤害危机属性对横向溢出效应的影响研究 ——产品相似性和企业声誉的调节作用	杨洋	四川大学商学院
		方正	
		李蔚	
		花海燕	成都理工大学商学院
48B	电子商务行业顾客参与量表的构建及研究	王永贵	对外经济贸易大学商学院
		华迎	对外经济贸易大学信息学院
		陈进	
49A	基于购房者调查的消费者参与企业决策实证研究	周阳敏	郑州大学
		韩小燕	北京大学
49B	电子政务公众参与层级影响因素研究	翁智刚	西南财经大学工商管理学院
		张伊飞	
		龚武秀	

50A	服务品牌延伸消费者评价的模型构建	王萌萌	南京大学商学院
		曾润坤	
		李豪	
		韩顺平	
50B	消费者网络购物行为的研究述评与展望	张运来	北京工商大学商学院
		侯巧云	
51A	信息接触偏好对农村居民家电下乡、汽车下乡政策采纳的影响及其作用机制研究	刘超	广东外语外贸大学新闻与传播学院
		喻国明	
		张婷	
51B	零售商民族中心主义行为对消费者店铺惠顾倾向的影响	刘超	广东外语外贸大学新闻与传播学院
		喻国明	中国人民大学新闻学院
		张婷	广东外语外贸大学
52A	A Theoretical Framework to Analyze Brand Alliance: Based on the fit Perspective	Daqing Zheng	Shanghai University of Finance & Economics
52B	Based on the Innovation Paradigm Strategic Emerging Industry of Guangdong Development Research	Wang weihong	School of Management, Guangdong University of Foreign Studies
		YANG Meirong	
		Huang Yinyin	
53A	Demystifying Corporate Social Behaviors: Understanding Corporate Social Irresponsibility through the Lens of Corporate Social Responsibility	Shuo Wang	DCU Business School, Dublin City University
		Yuhui Gao	
53B	Of Death and Money: The Effect of Mortality Salience of a Loved One (MSLO) on the Desire for Money	Yanan Wang	Bishop's University, Canada
54A	Do Product Reviews Really Reduce Search Costs and Increase Decision Confidence?	Naveen C. Amblee	Indian Institute of Management Kozhikode
		Rahat Ullah	Graduate School of Culture Technology KAIST
		Wonjoon Kim	
54B	组织记忆、组织学习、需求不确定性与供应商创新能力研究：——基于外包情境下的实证检验	王永贵	对外经济贸易大学
		赵宏文	
		王娜	
55A	Search Engine Marketing: How the Display Order of Search Result Page Influences the Brand Evaluation	Li Huili	Beijing Normal University - Hong Kong Baptist University United International College

