



中国高等院校市场学研究会
Chinese Marketing Association of Universities



吉林大学商学与管理学院
SCHOOL OF BUSINESS AND MANAGEMENT, JILIN UNIVERSITY

2022年中国高等院校市场学研究会学术年会暨博士生论坛

万物互联时代的营销创新

中国·长春

2022.07.13—2022.07.17

主办单位：中国高等院校市场学研究会

承办单位：吉林大学商学与管理学院

支持单位：国家自然科学基金委管理科学部 中国第一汽车集团有限公司 吉林省源农生态农业科技开发有限公司 「CREDAMO见数」
《管理世界》 《南开管理评论》 《营销科学学报》 《管理科学》 《中国人口·资源与环境》 《管理学报》 《外国经济与管理》
《珞珈管理评论》 JOURNAL OF CONTEMPORARY MARKETING SCIENCE JOURNAL OF RESEARCH IN INTERACTIVE MARKETING





大会致辞

各位尊敬的学者：

大家好！欢迎大家在“万物互联的时代”以“万物互联的方式”来参加此次盛会。在这样的时代，万事万物皆可联动，没有人是一座孤岛，即便我们身不曾动，但依旧可以尽情远驰。在这样的时代，数字经济的发展、信息技术的日新月异正在不断迭代我们的认知，重塑我们的生活。而营销是这种认知迭代和生活重塑的重要载体。科技改变生活，生活启发学者，学者重构营销，营销点亮世界，这是每一个营销学者的日常经历和体验。在大数据、云计算等技术广泛应用于营销实践的同时，市场营销的理论研究与实践正在发生着根本性的变革。在这样的背景下，2022年中国高等院校市场学研究会学术年会暨博士生论坛（CMAU）将会议的主题设定为“万物互联时代的营销创新”，邀请国内外营销学界的知名学者及业内精英与会，共同探讨交流万物互联时代营销创新的新形势、新挑战、新趋势，分享万物互联时代营销创新的解决方案。

为了帮助年轻营销学者成长，激发业内学术研究兴趣，提升科学研究能力，本次年会邀请了12位国内外知名专家进行大会和博士生论坛的主题演讲；10位国内外高水平期刊主编参与期刊主编面对面活动；5位知名专家作为营销案例研究工作坊和机器学习与管理研究工作坊的主讲嘉宾；同时，大会设置了5个专委会论坛和1个专题小组论坛、68个平行论坛，100余位知名专家参与各类坛的主持和点评工作。大会将评选出8篇博士生论坛获奖论文和5篇大会获奖论文，并将论文推荐给《管理世界》《南开管理评论》《营销科学学报》《管理科学》《中国人口·资源与环境》《管理学报》《外国经济与管理》《珞珈管理评论》*Journal of Contemporary Marketing Science*，*Journal of Research in Interactive Marketing* 等知名期刊刊发。

在大会筹备期间，国内出现新一轮的新冠疫情，并呈现多点散发的态势。为做好疫情防控并应本次会议举办方属地政府有关减少跨省、跨地区流动的要求，2022年中国高等院校市场学研究会学术年会暨博士生论坛（CMAU）将定于2022年7月13日-17日以“线上和线下相结合”的形式召开，邀请全球营销学者和实践人士互动研讨、共议营销的发展未来。

壬寅季夏，群贤集会。鸿儒渊薮春城谈笑，妙语连珠直上云霄。各位专家学者，热切期待与您七月相约，共话万物互联的营销创新与发展。

CMAU吉大会务组

2022年7月1日



吉林大学商学与管理学院介绍

吉林大学商学与管理学院于2021年12月由吉林大学原商学院和原管理学院整合组建而成。新学院秉承“求实创新，励志图强”的校训，正在为建设“基础厚重、特色鲜明的国内一流、国际知名的教学研究型学院”的目标而奋斗。



新学院构建了独具特色、符合社会经济发展需求的学科完备和专业齐全的教学科研体系。现设有4个一级学科博士后流动站，4个一级学科博士学位授权点，4个学术硕士学位授权点，4个专业学位硕士授权点，12个本科专业共计15个专业方向。在第四轮学科评估中，学院工商管理一级

学科获评“A-”，是吉林大学11个A类学科之一；数量经济学和技术经济及管理是国家重点（培育）学科；财务管理本科专业获评国家级特色专业，工商管理、人力资源管理、市场营销、档案学专业、信息管理与信息系统、物流管理陆续获批国家一流本科专业建设点。

新学院坚持高端引领，不断提升师资队伍建设水平。现有专职教师238人，其中，吉林大学匡亚明学者43人；教授111人（含博士生导师80人）、副教授90人（含博士生导师9人）、讲师37人，鼎新学者5人，吉林大学哲学社会科学资深教授1人、国家级人才3人、教育部新世纪优秀人才10人、国务院特殊津贴获得者9人。



新学院始终注重学生的全面发展，坚定落实立德树人根本任务。每年招收博士研究生约80人，学术硕士研究生约230人，专业硕士研究生约900人，本科生约790人。本科生攻读研究生比例保持在40%以上。研究生学术能力突出，累计培养全国百篇优秀博士学位论文获得者1人、百篇优博提名1人、吉林大学十佳研究生3人、共有145名硕士生和138名博士生获得研究生国家奖学金。

新学院坚持学术立院、人才强院、创新兴院、文化荣院，产出了丰硕的科研成果。“十三五”期间获批各类科研项目628项，其中，国家社科基金重大项目5项、国家自





然基金重大项目1项、教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目2项、教育部重点研究基地重大项目4项，科研立项经费达13462万元。公开发表各类学术论文成果2130多篇，撰写各类咨询报告126篇，为国家社会经济发展做出了卓越贡献。

新学院秉承“开放式和国际化”的办学理念，积极开展国际学术交流与合作。学院已有半数以上教师先后到美国、德国、日本、加拿大、荷兰、韩国、英国、香港等国家和地区访学、合作研究和攻读学位。学院与美国罗格斯大学、肯塔基大学、澳大利亚莫纳什大学、新加坡国立大学、韩国汉阳大学、日本九州大学以及香港浸会大学等建立了长期合作交流关系。





目 录

大会致辞	1
吉林大学商学与管理学院介绍	2
会议组织机构	5
程序委员会	5
论文评审委员会	6
博士生工作委员会	7
博士生优秀论文评审委员会	7
组织委员会	8
会议概览	9
会议议程	10
营销案例研究工作坊	10
机器学习与管理研究工作坊	11
博士生论坛日程	12
2022年中国高等院校市场学研究会学术年会开幕式与嘉宾演讲	14
2022中国高等院校市场学研究会学术年会嘉宾演讲与闭幕式	15
平行论坛、专业委会论坛与期刊主编（编辑）面对面分组总览	16
演讲嘉宾介绍	93
机器学习与管理研究工作坊分享嘉宾	98
营销案例研究工作坊分享嘉宾	98
专业委员会论坛演讲嘉宾（按成立先后排序）	100
博士生论坛演讲嘉宾	105
期刊编辑嘉宾	106
联系我们	110
2022年CMAU参会人员疫情防控温馨提示3.0版	111





会议组织机构

程序委员会

主席：汪涛 武汉大学
副主席：彭泗清 北京大学
金晓彤 吉林大学

委员（按姓氏笔画排）

曹霞	哈尔滨工程大学	金晓彤	吉林大学
常亚平	华中科技大学	靳俊喜	重庆工商大学
陈立平	首都经济贸易大学	靳明	浙江财经大学
陈荣	清华大学	景奉杰	华东理工大学
陈煜波	清华大学	孔庆民	广西大学
崔登峰	石河子大学	孔锐	中国地质大学
崔楠	武汉大学	黎建新	长沙理工大学
董晓松	南昌大学	李宝库	辽宁工程技术大学
杜靖川	云南大学	李纯青	西北大学
杜鹏	中南财经政法大学	李东进	南开大学
范钧	浙江工商大学	李桂华	南开大学
范秀成	复旦大学	李季	中央财经大学
费鸿萍	华东理工大学	李林	武昌首义学院
费明胜	五邑大学	李先国	中国人民大学
费显政	中南财经政法大学	李玥	哈尔滨理工大学
符国群	北京大学	连漪	桂林理工大学
付晓蓉	西南财经大学	梁剑平	中山大学
冯蛟	宁夏大学	刘文纲	北京工商大学
高维和	上海财经大学	刘益	上海交通大学
龚艳萍	中南大学	刘志林	新疆财经大学
郭朝阳	厦门大学	刘志梅	广东金融学院
郭晓凌	对外经济贸易大学	刘志敏	国家开放大学
郝渊晓	西安交通大学	卢长宝	福州大学
何佳讯	华东师范大学	陆娟	中国农业大学
胡春	北京邮电大学	罗胜	广西财经学院
胡左浩	清华大学	聂元昆	云南财经大学
黄劲松	北京航空航天大学	牛琦彬	中国石油大学（北京）
黄敏学	武汉大学	牛全保	河南财经政法大学
黄静	武汉大学	牛永革	四川大学
蒋青云	复旦大学	彭雷清	广东财经大学
蒋玉石	西南交通大学	彭泗清	北京大学
金立印	复旦大学	钱丽萍	重庆大学





青 平	华中农业大学	吴金林	闽江学院
沈俏蔚	北京大学	徐建中	哈尔滨工程大学
舒成利	西安交通大学	谢佩洪	上海对外经贸大学
宋思根	上海应用技术大学	熊国保	东华理工大学
宋晓兵	大连理工大学	闫 涛	渤海大学
宋 艳	上海外国语大学	杨德锋	暨南大学
苏朝晖	华侨大学	杨洪涛	华侨大学
苏晨汀	香港城市大学	杨 慧	江西财经大学
苏 淞	北京师范大学	杨礼茂	湖北大学
孙国辉	中央财经大学	杨 智	湖南大学
孙亚程	清华大学	杨 帅	东华大学
滕乐法	江南大学	姚 琦	重庆交通大学
田志龙	华中科技大学	袁胜军	桂林电子科技大学
童 宁	高等教育出版社	叶樊妮	西南民族大学
童泽林	海南大学	叶 敏	湖北经济学院
汪旭晖	东北财经大学	张初兵	天津财经大学
王海忠	中山大学	张 闯	东北财经大学
王 红	湖北经济学院法商学院	张贵华	湖南商学院
王建明	浙江财经大学	张 昊	东北大学
王君萍	西安石油大学	张 鸿	西安邮电大学
王良燕	上海交通大学	张景云	北京工商大学
王 锐	北京大学	张泽林	中国人民大学
王兴元	山东大学	赵大伟	哈尔滨商业大学
王 旭	云南财经大学	赵 红	中国科学院大学
王 毅	中央财经大学	赵卫宏	江西师范大学
王永贵	首都经济贸易大学	赵艳丽	哈尔滨商业大学
王 维	齐齐哈尔大学	周欣悦	浙江大学
韦福祥	天津师范大学	周志民	深圳大学
卫海英	暨南大学	邹 鹏	哈尔滨工业大学
吴国英	河北工程大学	朱 虹	南京大学

论文评审委员会

主 席：汪 涛 武汉大学

副主席：金晓彤 吉林大学

黄敏学 武汉大学

初审委员会委员（按姓氏拼音排序）

才凤艳 上海交通大学

丁 瑛 中国人民大学

戴 鑫 华中科技大学

董晓松 南昌大学

杜建刚 南开大学

付晓蓉 西南财经大学

费显政 中南财经政法大学

黄韫慧 南京大学





- | | | | |
|-----|--------|-----|---------|
| 金晓彤 | 吉林大学 | 汪旭晖 | 东北财经大学 |
| 蒋玉石 | 西南交通大学 | 肖莉 | 复旦大学 |
| 李纯青 | 西北大学 | 徐菁 | 北京大学 |
| 李小玲 | 重庆大学 | 袁喜娜 | 厦门大学 |
| 柳武妹 | 兰州大学 | 杨德锋 | 暨南大学 |
| 宋晓兵 | 大连理工大学 | 杨智 | 湖南大学 |
| 孙琦 | 上海财经大学 | 邹鹏 | 哈尔滨工业大学 |
| 王建明 | 浙江财经大学 | 周志民 | 深圳大学 |
| 王毅 | 中央财经大学 | 曾伏娥 | 武汉大学 |
| 王兴元 | 山东大学 | | |
- 终审委员会委员（按姓氏拼音排序）**
- | | | | |
|-----|--------|-----|----------|
| 常亚平 | 华中科技大学 | 孙亚程 | 清华大学 |
| 范秀成 | 复旦大学 | 王永贵 | 首都经济贸易大学 |
| 高维和 | 上海财经大学 | 卫海英 | 暨南大学 |

博士生工作委员会

- 主任:** 李东进 南开大学
副主任: 陈荣 清华大学
张闯 东北财经大学
金立印 复旦大学
秘书长: 任星耀（兼）南开大学

委员

- | | | | |
|-----|----------|-----|----------|
| 崔楠 | 武汉大学 | 孙瑾 | 对外经济贸易大学 |
| 黄劲松 | 北京航空航天大学 | 王良燕 | 上海交通大学 |
| 任星耀 | 南开大学 | 庞隽 | 中国人民大学 |
| 刘园园 | 西安交通大学 | 谢菊兰 | 中南大学 |
| 厉行 | 北京大学 | 叶军 | 厦门大学 |
| 梁剑平 | 中山大学 | | |

博士生优秀论文评审委员会

- 主任:** 张闯 东北财经大学
副主任: 任星耀 南开大学
初评专家(按姓氏字母顺序排列)

- | | | | |
|-----|----------|-----|----------|
| 陈荣 | 清华大学 | 刘园园 | 西安交通大学 |
| 崔楠 | 武汉大学 | 庞隽 | 中国人民大学 |
| 黄劲松 | 北京航空航天大学 | 钱丽萍 | 重庆大学 |
| 金立印 | 复旦大学 | 任星耀 | 南开大学 |
| 梁剑平 | 中山大学 | 孙瑾 | 对外经济贸易大学 |
| 厉行 | 北京大学 | 王良燕 | 上海交通大学 |





谢菊兰 中南大学

叶 军 厦门大学

复评专家(按姓氏字母顺序排列)

陈 荣 清华大学

金立印 复旦大学

李东进 南开大学

张 昊 东北大学

任星耀 南开大学

张 闯 东北财经大学

组织委员会

主 任：金晓彤 吉林大学

副主任：盛光华 吉林大学

委员：(按姓氏拼音排序)

崔宏静 吉林大学

金慧贞 吉林大学

刘玉红 吉林大学

潘 虹 吉林大学

杨晓东 吉林大学

闫 超 吉林大学

姚 凤 吉林大学

张洪利 吉林大学

赵晓民 吉林大学





会议概览

时间	活 动		
2022年7月13日			
09:00-12:00	营销案例研究工作坊		
13:30-16:30	机器学习与管理研究工作坊		
18:00-21:00	机器学习与管理研究工作坊		
2022年7月14日			
09:00-12:00	营销案例研究工作坊		
13:30-16:30	机器学习与管理研究工作坊		
18:00-21:00	机器学习与管理研究工作坊		
2022年7月15日			
09:30-12:00	博士生日启动仪式暨白皮书发布 嘉宾演讲		
14:00-18:00	获奖论文交流 颁奖仪式暨闭幕式		
18:00-21:00	营销案例研究工作坊		
19:30-21:00	博联会第四届理事会议		
2022年7月16日			
8:30-12:00	学会年会开幕式 大会嘉宾演讲		
13:30-17:30	平行论坛	专委会论坛	
18:00-21:00	营销案例研究工作坊		
19:00-20:30	学会领导圆桌会议（会议号：861-704-337）		
20:30-21:30	常务理事会、理事会会议（会议号：305-457-152）		
2022年7月17日			
8:00-12:00	期刊主编（编辑）面对面	平行论坛	专委会论坛
13:00-17:30	大会嘉宾演讲 学会年会闭幕式		





会议议程

营销案例研究工作坊

腾讯会议室号：600 4667 2337 【线下会场：宴都酒店（高新店）六楼章台厅】

日期	内容	主持人
2022年7月13日	<p>9:00-12:00</p> <p>致辞人：张公一 吉林大学MBA教育中心主任 兼吉林大学商学与管理学院副院长 教授 许 晖 南开大学 教授</p> <p>演讲主题：营销案例研究：基本逻辑与研究设计</p> <p>主讲人：李 亮 对外经济贸易大学 副教授</p> <p>论文点评：数智赋能：危机情境下企业动态能力构建与提升</p> <p>点评人：单 宇 东北财经大学 副教授 李 亮 对外经济贸易大学 副教授</p>	<p>单宇 副教授 东北财经 大学</p>
2022年7月14日	<p>9:00-12:00</p> <p>演讲主题：吹尽狂沙始到金：多案例研究的数据收集与数据分析</p> <p>主讲人：单 宇 东北财经大学 副教授</p> <p>论文点评：基于二元能力视角的品牌生态圈形成过程机制研究——以仁和集团纵向案例为例</p> <p>点评人：李 亮 对外经济贸易大学 副教授 单 宇 东北财经大学 副教授</p>	<p>李亮 副教授 对外经济 贸易大学</p>
2022年7月15日	<p>18:00-21:00</p> <p>演讲主题：单车之使：单案例研究的设计、数据收集与分析</p> <p>主讲人：崔 淼 大连理工大学 教授</p> <p>论文点评：新零售商业模式下家居行业数字化转型路径研究——以红星美凯龙为例</p> <p>点评人：冯永春 天津财经大学 副教授 崔 淼 大连理工大学 教授</p>	<p>冯永春 副教授 天津财经 大学</p>
2022年7月16日	<p>18:00-21:00</p> <p>演讲主题：独见前闻，见微知著：案例研究方法中的理论作用与理论构建</p> <p>主讲人：冯永春 天津财经大学 副教授</p> <p>论文点评：中医药老字号品牌跨文化传播中的心理距离策略——北京同仁堂案例研究</p> <p>点评人：崔 淼 大连理工大学 教授 冯永春 天津财经大学 副教授</p>	<p>崔淼 教授 大连理工 大学</p>





机器学习与管理研究工作坊

腾讯会议室号：779 3009 7300

主持人：刘宏举 北京大学 教授	
致辞人：樊雪梅 吉林大学商学与管理学院 副院长 教授	
主讲人：张颖婕 北京大学光华管理学院市场营销系 助理教授	
2022年7月13日	演讲主题
13:30-16:30	机器学习基础
18:00-21:00	机器学习算法实践与研究探讨
2022年7月14日	演讲主题
13:30-16:30	深度学习算法简介与研究探讨
18:00-21:00	非结构化数据分析方法与实践





博士生论坛日程

腾讯会议室号：932 5397 2853

2022年7月15日

08:30-09:30

博士生联合会理事会议【线下会场 宴都酒店（高新店）二楼VIP-1】

博士生日启动仪式暨发布2022年高校市场学会博士生就业情况白皮书

博士生日启动仪式：【线下会场 宴都酒店（高新店）六楼章台厅】

主持人：辛本禄 吉林大学商学与管理学院 副院长 教授

致辞人：李北伟 吉林大学商学与管理学院 常务副院长 教授

李东进 中国高校市场学研究会 副会长 南开大学商学院 教授

发言人：博联会第四届理事会理事长

09:30-10:30

《白皮书》发布：

主持人：盛光华 吉林大学商学与管理学院 市场营销系主任 教授

《白皮书》说明：任星耀 博士生工作委员会 秘书长 南开大学商学院 教授

《白皮书》发布：窦志慧（博联会第四届理事会预备理事，东北财经大学博士生）

刘言哲（博联会第四届理事会预备理事，武汉大学博士生）

徐藤月（博联会第四届理事会预备理事，浙江大学博士生）

席悦（博联会第四届理事会预备理事，西南交通大学博士生）

10:40-12:00

嘉宾演讲：【线下会场 宴都酒店（高新店）六楼章台厅】

主持人：张闯 中国高校市场学研究会 副会长 东北财经大学工商管理学院 院长 教授

演讲嘉宾：梁屹天 清华大学市场营销系 副教授

演讲题目：博士生如何开展营销模型研究

演讲嘉宾：盖嘉 北京大学光华管理学院市场营销学系 助理教授

演讲题目：钻进去，跳出来：研究问题的寻找与定位

14:00-15:40

优秀博士论文交流（第一场）【线下会场 宴都酒店（高新店）六楼章台厅】

主持人：孙瑾 博士生工作委员会委员 对外经济贸易大学国际商学院 教授

点评人：崔楠 博士生工作委员会委员 武汉大学经济与管理学院 教授

刘园园 博士生工作委员会委员 西安交通大学管理学院 教授

Are People Less Generous After A Family Member Gives to Charity? The Interaction of Self-Construal and Relationship Type

赵晓虹 才凤艳 上海交通大学

Zhiyong Yang The University of North Carolina Greensboro

How Do Perceived Personalities of Earlier Contributors Influence the Knowledge Contribution on Online Knowledge-Sharing Platforms?

冯羽 王聪 沈俏蔚 北京大学



Bringing Honor to Your Ancestors: CEO Early-life Exposure to Clan Culture and Corporate Social Responsibility

王 玥 武汉大学
唐 翌 香港大学
汪 涛 武汉大学
彭宗昌 武汉大学

当走神变得有意义——不同认知负荷任务下心智游移对购买意向的影响

乔琳 李东进 南开大学

15:40-15:50

茶歇

优秀博士论文交流（第二场）【线下会场 宴都酒店（高新店）六楼章台厅】

主持人：梁剑平 博士生导师工作委员会委员 中山大学管理学院 教授

点评人：钱丽萍 重庆大学经济与工商管理学院 教授

张 昊 东北大学工商管理学院副教授

Giving Food or Giving Books: How Donation Appeal Shapes Donors' Charitable Choices

Jihao Hu The Chinese University of Hong Kong

Tongmao Li Western University

Zhimin Zhou Shenzhen University

15:50-17:30

如何“讲好中国故事”？跨文化叙事传播策略对文化产品海外绩效的影响

李兰兰 崔楠 徐岚 毛佩滢 武汉大学

The Impacts of Product-Line Breadth on the Effectiveness of Advertising and Consumer Word-of-Mouth

龚姝颖 孙琦 上海财经大学

Traditional Confucian Value and Political Compliance Strategy: Evidence from China

韩林昊 武汉大学

唐 翌 香港大学

汪 涛 武汉大学

17:30-18:00

公布获奖论文暨闭幕式【线下会场 宴都酒店（高新店）六楼章台厅】

主持人：任星耀 博士生导师工作委员会秘书长 南开大学商学院教授

颁奖嘉宾：李东进 南开大学

金晓彤 吉林大学

盛光华 吉林大学

闭幕致辞：张 闯 中国高校市场学研究会 副会长 东北财经大学工商管理学院 院长 教授

19:30-21:00

博联会第四届理事会议【线下会场 宴都酒店（高新店）二楼VIP-1】





2022年中国高等院校市场学研究会学术年会开幕式与嘉宾演讲

腾讯会议室号码：599 481 295

2022年中国高等院校市场学研究会学术年会开幕式			
2022年7月16日	活动内容	主持人	地点
8:30-9:15	介绍参会嘉宾	金晓彤 吉林大学 教授	宴都酒店 (高新店) 三楼 天空之翼 报告厅
	致欢迎词 蔡立东 吉林大学党委常委、副校长 教授 兼商学与管理学院 院长		
	致开幕词 符国群 中国高等院校市场学研究会 会长 北京大学 教授		
	国家自然科学基金委领导致辞 任之光 国家自然科学基金委 管理科学部二处 处长		
9:15-9:30	参会代表合影留念		
2022年中国高等院校市场学研究会学术年会嘉宾演讲			
9:30-10:00	企业与用户价值共创：知识耦合视角 蔡 莉 吉林大学创新创业研究院 院长 商学与管理学院 教授	汪涛 武汉大学 教授	宴都酒店 (高新店) 三楼 天空之翼 报告厅
10:00-10:30	<i>An Interdisciplinary Approach to Marketing Innovations in the IoE Era</i> 李娟 香港城市大学 协理学务副校长 商学院 讲座教授	彭泗清 北京大学 教授	宴都酒店 (高新店) 三楼 天空之翼 报告厅
10:30-10:45	茶歇		
10:45-11:15	<i>Conducting Research in Behavioral Modeling</i> 崔海涛 美国明尼苏达大学 管理博士项目国际副院长 营销讲座教授	李东进 南开大学 教授	宴都酒店 (高新店) 三楼 天空之翼 报告厅
11:15-11:45	元宇宙与营销创新 沈 阳 清华大学新闻学院 教授	樊雪梅 吉林大学 教授	宴都酒店 (高新店) 三楼 天空之翼 报告厅
12:00-13:30	午餐		





2022年中国高等院校市场学研究会学术年会嘉宾演讲与闭幕式

腾讯会议室号码：599 481 295

2022年中国高等院校市场学研究会学术年会嘉宾演讲

日期	活动内容	主持人	场地
7月17日			
13:00-13:30	顾客定制研究：现状与展望 王永贵 首都经贸大学 副校长 教授	景奉杰 华东理工大学 教授	宴都酒店（高新店） 六楼章台厅
13:30-14:00	数字超链接时代的品牌研究 王海忠 中山大学管理学院 教授	李先国 中国人民大学 教授	
14:00-14:30	中国消费者价值观：关系个体模型的分析框架 金立印 复旦大学管理学院 教授	王建明 浙江财经大学 教授	
14:30-14:45	茶歇		
14:45-15:45	企业家与案例研究专家对话：门欣VS.许晖 一汽数字化转型探索 门欣 中国第一汽车集团有限公司体系数字化部 总经理 案例研究的探索与开发：面向营销领域的组合应用 许晖 南开大学商学院 教授	费显政 中南财经政法大学 教授	宴都酒店（高新店） 六楼章台厅
15:45-16:15	内卷时代如何提升市场研究效率 姚凯 中央财经大学商学院 助理教授	盛光华 吉林大学 教授	
2022年中国高等院校市场学研究会学术年会闭幕式			
16:15-17:30	年会论文评选工作及获奖情况介绍 黄敏学 武汉大学经济与管理学院 副院长 教授 颁奖仪式 大会交接仪式 承办方致辞 赵军 吉林大学商学与管理学院 党委书记 致闭幕辞 汪涛 中国高等院校市场学研究会 副会长 武汉大学经济与管理学院 教授	彭泗清 北京大学 教授	宴都酒店（高新店） 六楼章台厅





平行论坛、专业委会论坛与期刊主编（编辑）面对面分组总览

时间 会议室	7月16日 13:30-15:30	7月16日 15:40-17:30	7月17日 8:00-10:00	7月17日 10:10-12:00
会议室1	平行论坛1 品牌专题(1)	平行论坛2 品牌专题(2)	平行论坛3 消费心理与行为(1)	平行论坛4 消费心理与行为(2)
会议室2	平行论坛5 消费心理与行为(3)	平行论坛6 消费心理与行为(4)	平行论坛7 消费心理与行为(5)	平行论坛8 消费心理与行为(6)
会议室3	平行论坛9 消费心理与行为(7)	平行论坛10 消费心理与行为(8)	平行论坛11 消费心理与行为(9)	平行论坛12 消费心理与行为(10)
会议室4	平行论坛13 消费心理与行为(11)	平行论坛14 消费心理与行为(12)	平行论坛15 消费心理与行为(13)	平行论坛16 消费心理与行为(14)
会议室5	平行论坛17 消费心理与行为(15)	平行论坛18 消费心理与行为(16)	平行论坛19 消费心理与行为(17)	平行论坛20 消费心理与行为(18)
会议室6	平行论坛21 服务营销(1)	平行论坛22 服务营销(2)	平行论坛23 消费者福祉研究	
会议室7	平行论坛24 广告专题(1)	平行论坛25 广告专题(2)	平行论坛26 广告专题(3)	平行论坛27 广告专题(4)
会议室8	平行论坛28 广告专题(5)	平行论坛29 广告专题(6)	平行论坛30 广告专题(7)	平行论坛31 健康消费与养老市场
会议室9	平行论坛32 新冠疫情与营销变革(1)	平行论坛33 新冠疫情与营销变革(2)	平行论坛34 营销案例(1)	平行论坛35 营销案例(2)
会议室10	平行论坛36 可持续消费(1)	平行论坛37 可持续消费(2)	平行论坛38 可持续消费(3)	平行论坛39 可持续消费(4)
会议室11	平行论坛40 可持续消费(5)	平行论坛41 可持续消费(6)	平行论坛42 可持续消费(7)	平行论坛43 可持续消费(8)
会议室12	平行论坛44 营销科技与数字化营销(1)	平行论坛45 营销科技与数字化营销(2)	平行论坛46 营销科技与数字化营销(3)	平行论坛47 营销科技与数字化营销(4)
会议室13	平行论坛48 营销科技与数字化营销(5)	平行论坛49 营销科技与数字化营销(6)		
会议室14	平行论坛50 其它营销问题研究(1)	平行论坛51 其它营销问题研究(2)	平行论坛52 其它营销问题研究(3)	平行论坛53 其它营销问题研究(4)
会议室15	平行论坛54 营销渠道管理(1)	平行论坛55 营销渠道管理(2)	平行论坛56 营销渠道管理(3)	
会议室16	平行论坛57 营销战略(1)	平行论坛58 营销战略(2)	平行论坛59 营销战略(3)	平行论坛60 营销战略(4)
会议室17	平行论坛61 博士生论坛(1)	平行论坛62 博士生论坛(2)	平行论坛63 博士生论坛(3)	平行论坛64 博士生论坛(4)
会议室18	平行论坛65 博士生论坛(5)	平行论坛66 博士生论坛(6)	平行论坛67 博士生论坛(7)	平行论坛68 博士生论坛(8)
会议室19	家庭消费专业委员会论坛		期刊主编（编辑）面对面(1)	
会议室20	品牌专业委员会论坛		新媒体营销专业委员会论坛	
会议室21	移动数智营销专业委员会论坛		期刊主编（编辑）面对面(2)	
会议室22	绿色消费与绿色营销专业委员会论坛		服务营销专业委员会论坛	



中国高等院校市场学研究会
家庭消费专业委员会成立大会暨首届家庭消费与决策论坛

时间：2022年7月16日 13:00-17:00

腾讯会议号：908 181 443

家庭消费专业委员会成立大会仪式

(13:00-13:30)

主持人：彭泗清

北京大学光华管理学院教授

中国高等院校市场学研究会秘书长

1. 符国群教授介绍家庭消费专业委员会成立背景
2. 彭泗清教授宣布家庭消费专业委员会主任、副主任和秘书长名单
3. 线下成员合影

2022年“首届家庭消费与决策论坛”

主持人：符国群 北京大学

点评人：彭泗清 北京大学

谢 毅 对外经济与贸易大学

时间	演讲主题	报告人
13:30-14:10	数字经济与家庭生活成本	邹红 西南财经大学
14:10-14:50	北京与上海车牌分配政策实施效果比较——基于汽车闲置与政策满意度的分析	王为久 北京大学
14:50-15:05	茶歇	
15:05-15:45	How time-saving durables promote happiness?--- Evidence from Chinese urban households	张晓丹 北京科技大学
15:45-16:25	儿时家庭社会经济地位对放纵消费的影响研究	张成虎 中国传媒大学
16:25-17:05	数字反哺：移动互联网产品使用中反向代际影响的作 用机制研究	费显政 中南财经政法大学



时间：2022年7月16日13:30-17:30

腾讯会议号：715 511 098

主持人：何佳讯 点评人：作者互评		
题目	作者	单位
案例研究		
中小企业领导品牌的成长机理——基于十年的案例研究	李纯青	西北大学
长期主义，品牌赋能——全国百优案例分享	邓伟升	云南大学
教学法		
实景案例教学法	牛永革	四川大学
科研思政：“立德树人”新视角	姚琦	重庆交通大学
基于产学研一体化的品牌管理教学实践	童泽林	海南大学
讲好品牌故事，增强文化自信 ——《品牌管理》课程思政探索与实践	黄磊	重庆理工大学
案例与项目相结合教学法 ——《品牌管理》课程教学实践与启示	崔登峰	石河子大学
研究与综合		
新时代下中国农业品牌建设探索	陆娟	中国农业大学
品牌文化资本	周志民	深圳大学
文化松紧度：品牌研究的新视角	陈增祥	中山大学
为什么要迈向“战略品牌管理”？	何佳讯	华东师范大学





移动数智营销专业委员会论坛

时间：2022年7月16日 13:30-17:30

腾讯会议号：839 970 469

主持人：王峰（湖南大学） 王毅（中央财经大学）

点评人：沈俏蔚（北京大学）

黄敏学（武汉大学）

陈星宇（深圳大学）

题目	作者	单位
Digital Marketing on Call: Empirical Research on Social Media and Live Streaming	陈星宇(特邀演讲)	深圳大学
Where You Live Matters: The Impact of Offline Retail Density on Mobile Shopping	崔雪彬 诸 婷 陈煜波	南京大学商学院 美国普渡大学 清华大学经济管理学院
What do tourists care more about when playing in theme parks? A study based on Disneyland in China	白世贞 何浩 Chunjia Han Mu Yang 秘欣蕊 范玮嘉	哈尔滨商业大学 管理学院 Department of Management Birkbeck University of London
天下没有免费的午餐：基于购买历史的条件折扣对消费者内部参考价格的影响研究	寿志钢 彭紫荆 滕洪信	武汉大学经济与管理学院
创意众包社区中何时企业负向反馈更有效：同伴评价和贡献者发帖经验的影响	马永斌 李 奥	宁波大学
电子商务平台信用评价机制的有效性：一项关于网络口碑的Meta分析检验	关靖莹 黄晓露	福建农林大学



时间：2022年7月16日 13:30-17:30

腾讯会议号：229 743 055

主持人：王建明（浙江财经大学）

点评人：余升翔（贵州财经大学）

孙 瑾（对外经济贸易大学）

题目	作者	单位
“组队减碳”还是“个人减碳”？不同目标进展情形下低碳活动参与形式对消费者低碳目标追求动机的提升效应	杨心成 李阿勇 杨 澜 王建明	浙江财经大学
“物美质优”判断偏差对次优食物浪费的影响 ——心理机制及应对策略	黄元豪 李先国 黎静仪	中国人民大学 浙江农林大学
越宽松越浪费？节约提示标识的视觉间隙密度对消费者浪费行为的影响及机制研究	李佳扬 柳武妹	兰州大学
绿色品牌广告的类比手法对绿色品牌评价的影响研究 ——基于左右位置效应的影响	罗 杨 郭 锐 王荃怡 周 菲 黄欣冉	中国地质大学 (武汉)
游戏化对绿色消费行为的负面溢出效应	童泽林 李国城 肖皓文 王 凯	海南大学





新媒体营销专业委员会

时间：2022年7月17日 8:00-12:00

腾讯会议号：715 511 098

主持人：费显政（中南财经政法大学）

金立印（复旦大学）

曾小铨（北京大学汇丰商学院）

题目	作者	单位
Impact of Influencers' Influencing Strategy on Follower Outcomes: A Hierarchical Linear Model	Wenyu Dou Jintao Wu Ming Yan	SKEMA Business School (China) Sun Yat-Sen University Jinan University
“整齐划一”还是“错落有致”？移动购物软件使用中UI不对称特性对消费者价格敏感度的影响	韩馨颖 冉雅璇	中南财经政法大学
AI还是真人？代言人类别对消费者广告态度的影响研究	宋宇石 吴昊 李国鑫	哈尔滨工业大学
Smartphone Use Increases the Likelihood of Making Short-sighted Financial Decision	王天然 陈伟芬 王雪 范秀成	复旦大学 英国莱斯特大学 北京师范大学
动而若静，静中思动：视觉营销中广告动态感营销效果、影响因素及其作用机制	陈彩雨 闭霖苑 高昱晗 Dickson Tok	南京大学





服务营销专业委员会

时间：2022年7月17日 8:00-12:00

腾讯会议号：229 743 055

主持人：王永贵（首都经贸大学）

点评人：马双（对外经济贸易大学）

题目	作者	单位
共享经济中消费者感恩表达如何影响产消者价值共创意愿	贾煜 高爽 汪涛	武汉大学
仆人还是伙伴： 拟人化沟通对消费者价值共创意愿的影响	崔登峰 李敏锐	石河子大学
算法道德责任： 一个互联网企业社会责任新构面	石文华 刘丽杰 冉华 黄来恩	北京邮电大学
直播电商在线服务失败与顾客流失： 基于平台类型、消费者思维认知方式的调节	彭宇泓	西南交通大学
服务仪式：内涵特性、多维测度与影响研究	李浩 姜永常 魏胜	哈尔滨商业大学



平行论坛1：本土品牌与品牌国际化研究（1）

时间：2022年7月16日 13:30-15:30

腾讯会议号：511763849

主持人：张秀娥

点评人：杨帅、张秀娥

题目	作者	单位
媒体负面报道、品牌资产与股价效应 ——基于我国资本市场的研究	蒋廉雄 问 姝 赵小华	中山大学 广东金融学院
国潮背景下民族品牌的本土认同及口碑传播 ——以华为为例	陈义涛 丁健一 赵君伟 袁胜军	桂林电子科技大学 韩国忠北国立大学
品牌与国家联结对品牌能力的影响机制研究 ——文化资产与技术资产的双重中介路径	何佳讯 张 倩 刘世洁	华东师范大学
基于CBBE视角的品牌长期管理策略新解	陈 明 屈子尧	华南理工大学





时间：2022年7月16日15:40-17:30

腾讯会议号：511763849

主持人：李茉 点评人：徐岚、涂铭		
题目	作者	单位
消费因何野性？基于道德情感视角的扎根研究	李震	莆田学院
The influence of Chinese cultural symbolism of brand logo on brand equity: Take the UK market as an example	罗杨 郭锐 李治萍 熊艳	中国地质大学 (武汉)
中国企业的感知创新对感知品牌全球性及原产国形象评价的影响研究	施卓敏 张湘昀	中山大学
文化认同对本土品牌购买意愿影响机制研究	王慧姣 靳俊喜	重庆工商大学
文化挪用的类型及其对消费者接纳态度的影响	张宇东 胡文清 谢佳琴 张会龙	江西师范大学
负面信息情境下品牌国家身份对品牌评价的作用机制研究	周冰倩 聂元昆 崔海浪	云南财经大学





平行论坛3：消费心理与行为（1）

时间：2022年7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：511 763 849

主持人：费鸿萍 点评人：赵太阳、费鸿萍		
题目	作者	单位
The Impact of Tourists' Travel Regret on Destination Revisit Intention	Ning Zhang Xiaohui Sun Chunqun Liu Sha Hong	ShenZhen University; The Chinese University of Hong Kong
会“讲故事”的品牌：品牌故事对消费者品牌态度的影响 ——以品牌拟人化为中介	汪馨玥 戚海峰 费鸿萍	华东理工大学
童声是好是坏？ 愧疚感知视角下语音助手声音类型对使用和用后评估的影响	蔡文培 王长征 陈星宇	武汉大学
只愿得“一人”行：同伴人数对体验型消费购买意愿的影响研究	曾伏娥 刘敏 金其然	武汉大学
自黑还是正式？ 品牌负面事件情景下不同回应策略对消费者品牌态度的影响研究	曾慧 何鸿熠 李小涵 穆钰	四川农业大学



平行论坛4：消费心理与行为（2）



时间：2022年7月17日10:40-12:00

腾讯会议号：511763849

主持人：赵大伟 点评人：陈刚、徐尉		
论文	作者	单位
The Effect of Perfectionism on Consumers' Intentions to Purchase Imperfect Products	陈立彬 陈冠宏 王 硕	北京工商大学
The effect of buying poverty-alleviation products on indulgent consumption in live streaming	陈通 唐世达 邵子衿 贺 娟 张小雨 朱 沛	华中农业大学
为什么消费者偏爱区域网红产品？ 区域网红产品要素对顾客购买意愿的影响研究	崔登峰 刘春娟	石河子大学
产品伤害危机下企业社会责任行为匹配度对于品牌态度的影响研究	崔登峰 张家宁	石河子大学
参照群体和上行比较敏感度是如何影响消费者地位消费行为的？ ——基于青年群体的实证研究	金晓彤 徐 尉 姚 凤 张丁予	吉林大学





平行论坛5：消费心理与行为（3）

时间：2022年7月16日13:30-15:30

腾讯会议号：772 719 822

主持人：黄劲松

点评人：钟科、李茉

题目	作者	单位
众筹还是购买？众筹购买方式对消费者公益性农产品购买意愿的影响研究	崔登峰 李锦秀	石河子大学
权力距离信念如何影响消费者行为： 研究述评与展望	樊亚凤 张侠丹	中央民族大学 暨南大学
嫉妒使“你”我更近？品牌嫉妒对品牌关系质量的影响研究	范公广 李艳艳	石河子大学
网红主播特征对大学生群体冲动购买意愿的影响机制研究 ——一个有调节的链式中介模型	高雪婷 崔正	北京工商大学
新媒体环境下消费者情绪共振的机制研究 ——基于扎根理论的案例分析	龚艳萍 何欣娟 金樱	中南大学



平行论坛6：消费心理与行为（4）



时间：2022年7月16日 15:40-17:30

腾讯会议号：772 719 822

主持人：黄二帅

点评人：黄劲松、王贺峰

题目	作者	单位
在线消费情境下信息偶遇对用户接近行为的影响研究 ——基于fsQCA的分析	龚艳萍 叶淑蕾 谭宇轩 林 丽	中南大学
在线购物中的情绪、商品类型和赠品促销方式对消费者 选择偏好的影响	韩天奇 徐四华	上海外国语大学
网文IP改编剧与观众满意度的研究	郝晨霖 李志兰	河南财经政法大学
当“吃完”成为“目标”： 囤货情境下产品包装形式对消费者购买数量的影响	侯广旭 黄韞慧	南京大学



平行论坛7：消费心理与行为（5）

时间：2022年7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：772 719 822

主持人：曾伏娥 点评人：李季、赵树梅		
题目	作者	单位
自我诉求型广告对自我赠礼意愿的影响研究	胡 盈 饶 君 孙洪庆	中南财经政法大 学
消费用户不文明行为对供给用户价值共创行为的影响： 基于资源保存理论的视角	贾 煜 陈沁好	武汉大学
“他（它）触摸，你感知！” 在线产品隐喻式可视化触觉线索的消费者触觉补偿效应研究	冷雄辉 周小榆 向一彬	华东交通大学
当打工人遇上“怀旧风”？ 忙碌对怀旧消费的影响研究	朱雅静 赵淑婧 杨君茹	中南财经政法大 学



平行论坛8：消费心理与行为（6）



时间：2022年7月17日 10:40-12:00

腾讯会议号：772 719 822

主持人：李季

点评人：曾伏娥、盛亚军

题目	作者	单位
谁在买国潮： 自我建构类型对国潮消费选择的影响及其机制	李 斌 胡敏琦 俞炜楠	暨南大学
电商直播中的替代体验对消费者购买意愿的影响及机制研究： 以人机交互为基础	李 斌 蔡锦燕 骆紫薇	暨南大学
死亡凸显对消费者体验性消费选择偏好的影响及其作用机制	李 斌 朱 钦 贺汝婉 李爱梅 卫海英	暨南大学
在线品牌社群顾客网络欺凌对同属顾客品牌认同的链式反应研究	赵建彬 李呵呵 陶建蓉	东华理工大学
自我提升类应用服务中数据反馈的比较方向与比较形式 对消费者使用意愿的影响	李 季 马 璞 王 莹	中央财经大学





平行论坛9：消费心理与行为（7）

时间：2022年7月16日13：30-15:30

腾讯会议号：709 686 490

主持人：杨华

点评人：杨德锋、赵树梅

题目	作者	单位
分享型促销类型对消费者分享意愿的影响 ——基于受评忧虑视角的实证研究	李季 周植	中央财经大学
电商直播社会临场感对消费者购买意愿的影响机制研究 -基于情绪的中介作用	李建芬 彭艳君	北京工商大学
消费者愿意完成任务赢促销奖励吗？ ——努力程度对促销活动再参与意愿的影响研究	李清 吴雅璇 郑锐	暨南大学
单一-vs. 多样？ 捐赠参照物多样化设置对个体捐赠行为的影响研究	李清 郑锐 杨德锋 卫海英	暨南大学
拿什么送给你，我的爱人： 礼物类型对择偶偏好的影响	李世豪 栾墨 李虹 符国群	对外经济贸易大学 清华大学 北京大学



平行论坛10：消费心理与行为（8）



时间：2022年7月16日 15:40-17:30

腾讯会议号：709 686 490

主持人：杨德锋

点评人：刘建新、郑玉香

题目	作者	单位
平台互动对爱彼迎用户粘性的影响研究	李 玥 秦 颖 徐岸峰	哈尔滨理工大学
浅议大学生对微信视频号接受意愿的影响因素	林红焱 杨燕清 吴小梅 邵 婷	厦门理工学院
社交焦虑型消费者对自助服务技术使用意愿的影响机制	韦荷琳 林 雪	广西大学
热情还是能力？ 虚拟代言人类别对创新产品购买意愿的影响	刘 福 卫海英	暨南大学
健康还是美味？ 广告诉求和自我问责感对消费者购买意愿的影响研究	刘慧雯 江红艳 刘 恬	中国矿业大学





平行论坛11：消费心理与行为（9）

时间：2022年7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：709 686 490

主持人：周明

点评人：孙瑾、王毅

题目	作者	单位
城门失火，殃及池鱼？ 新产品促销性脱销的相似品贬值效应	刘建新 范秀成 张成虎	西南大学 复旦大学 中国传媒大学
白酒品类在线评论的消费者价值观分析 ——基于京东和酒仙网评论大数据	刘世雄 朱炳学 周凯绵	深圳大学
顾客教育对网络口碑推荐的影响路径研究	刘文霞 谢茜	石河子大学
你是随大流还是特立独行？ 疫情背景下孤独感所驱动的消费意愿研究	刘晓雪 郭崇义	北京工商大学
多任务处理对消费者可行性-渴望性产品属性偏好的影响	刘新燕 刘晓文	中南财经政法大学
银发E族：感知老化对老年人智能产品购买意愿的影响	翟莹 金晓彤 杨洁	吉林大学



平行论坛12：消费心理与行为（10）



时间：2022年7月17日 10:40-12:00

腾讯会议号：709 686 490

主持人：孙瑾

点评人：王海忠、黄韞慧

题目	作者	单位
购买还是租赁？ 调控聚焦视角下的消费者产品获取方式研究梳理与展望	柳武妹 康 娜	兰州大学
支付方式与消费者行为 ——基于解释水平理论的阐释	陆佑麟 柳武妹	兰州大学
盲盒+文物：旅游纪念品盲盒对文博目的地品牌态度的影响	马晨雅 蒋玉石 郭 琴	西南交通大学
Do Tourists' Perceptions of Tourism Destinations Change Seasonally? A Mixed Big Data Analysis	马建峰 李 双 王 爽	兰州大学
基于机器学习的目的地旅游意象研究 ——以峨眉山景区为例	马建峰 李 双 王 爽	兰州大学





平行论坛13：消费心理与行为（11）

时间：2022年7月16日13：30-15:30

腾讯会议号：727 660 167

主持人：王兴元

点评人：楚燕来、岳蓓蓓

题目	作者	单位
The Persona Effect: Influences of Virtual Character's Persona Features on Audiences' Attitudes	王洪琬 李国鑫 谢晓东 吴少辉	哈尔滨工业大学
怀旧情绪对冒险倾向的影响： 以资源稀缺性感知为中介	史依 徐程 罗城	天津大学
身材越好，越愿意互动吗？ 服务机器人的外观物理特征对互动意愿的影响研究	涂阳军 洪颖 管大为	湖南大学 武汉大学
积极幻想对消费者新产品偏好的影响	宋金柱 王安琪 王胜	浙江工商大学



平行论坛14：消费心理与行为（12）



时间：2022年7月16日 15:40-17:30

腾讯会议号：727 660 167

主持人：朱建新

点评人：邹鹏、李晨溪

题目	作者	单位
Do positive online reviews promote consumers' purchase intention?	YangSong LitongWang ZhiyuanZhan	吉林大学
越焦虑会越努力吗？ 消费者焦虑对自我提升类产品偏好的影响	王 俊 银成钺 李孟燃	东北师范大学
打开人工智能算法模型的黑盒： 解释类型对使用意愿的影响	王诺怡 吕 巍 刘莎莎 邵爱萍	上海交通大学
肥胖刺激对食物预期味道感知的影响	王婷婷 熊素红	重庆工商大学
基于消费者信任的可穿戴设备持续使用意愿研究	王 影 张 晗	东北师范大学



平行论坛15：消费心理与行为（13）

时间：2022年7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：727 660 167

主持人：闫超

点评人：石文华、江红艳

题目	作者	单位
The effects of functional, aesthetic, and symbolic relative advantage	邬金涛 符国群	中山大学 北京大学
企业连续捐赠情境下感知可用捐赠资源对消费者的影响	韦夏 梁佩玲 李瑞瑞	深圳大学
社交媒体中不确定捐赠回馈对捐赠者捐赠意愿和分享意愿的影响	韦夏 范沛然 李瑞瑞	深圳大学
奢侈品牌负向契合型CSR参与对消费者品牌态度的影响研究	韦夏 李瑞瑞 周笑香	深圳大学
目见耳闻： 品牌名称字样和语音对消费者的影响及作用机制	肖婷文 卫海英	暨南大学



平行论坛16：消费心理与行为（14）



时间：2022年7月17日 10:40-12:00

腾讯会议号：727 660 167

主持人：闫超

点评人：涂阳军、朱华伟

题目	作者	单位
Relationship between materialism and subjective well-being: A person-centered approach	谢菊兰 骆亚 张国森	中南大学
Cure Disease or Prevent Disease? The Effect of Disease Treatment Goal on Consumer Creativity	杨巧英 柳武妹	兰州大学
幽默回应对人工智能服务失败的补救效果研究	胥兴安 刘娟	海南大学





平行论坛17：消费心理与行为（15）

时间：2022年7月16日13:30-15:30

腾讯会议号：961 733 516

主持人：陈国平

点评人：刘欢、王雪华

题目	作者	单位
New Retailing and New Product: How Smart Store Increases Consumers' New Product adoption	姚 卿 刘 婕	北京科技大学
How to avoid self-indulgent behavior? The effect of psychological connectedness on self-indulgence	姚 卿 陈 苗	北京科技大学
心理资源损耗对消费者模糊规避行为的影响	姚 卿 刘 婕 江 霞 雷 希 杨德锋	北京科技大学 重庆工商大学 暨南大学
消费者权力感对促销赠品偏好的影响	姚 琦 李粤梅 吴章建	重庆交通大学 南开大学
疾病凸显对消费者视觉边界偏好的影响	易颜熙	上海对外经贸大学



平行论坛18：消费心理与行为（16）



时间：2022年7月16日 15:40-17:30

腾讯会议号：961 733 516

主持人：范公广

点评人：王雪华、胥兴安

题目	作者	单位
Discount Framing Effect Based on Time Sequence in Sequential Bundling	余 樱 陶小芳	华中农业大学
Consumers' Attitudinal and Behavioural Responses to Negative Brand Information	俞明舟 高 丽 黄艳琪 陈昌卓 邹 颖	上海大学
加表情包更好吗？表情包对消费者购买意愿的影响机制研究——心理距离的中介作用和产品类型的调节作用	尹雨乐 李志兰	河南财经政法大学
广告语言表达风格对消费者购买意愿的影响	尤 晨 曾明华	闽南师范大学
方言，放纵之言？ 方言销售对放纵食品购买的影响	张彩华 赵子仪 唐世达 张鹏飞 王昱茜 朱文韬	华中农业大学





平行论坛19：消费心理与行为（17）

时间：2022年7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：961 733 516

主持人：袁喜娜 点评人：于洪彦、戚海峰		
题目	作者	单位
广告诉求方式对消费者促销等待的影响研究	张成虎 刘滢	中国传媒大学
收藏从未停止，行动从未开始？数字囤积研究的评述与展望	张成虎 张一凡 蒙桂凤	中国传媒大学
“它看起来像药”： 药化线索对消费者产品感知与偏好的影响	张瑾 许销冰 庄晓涵	暨南大学 海南大学
向左还是向右？ APP加载页面中动态品牌虚拟代言人的运动方向对品牌态度的影响机制研究	张宁 孙晓辉 吉雪佳丽 洪莎	深圳大学
感知价值对消费者深加工农产品品牌购买意愿的影响研究	张启尧 李娜	东华理工大学
直播带货线索对农产品品牌推崇的影响	张启尧 何萌	东华理工大学



平行论坛20：消费心理与行为（18）



时间：2022年7月17日 10:40-12:00

腾讯会议号：961 733 516

主持人：李纯青

点评人：于洪彦、葛万达

题目	作者	单位
视频点赞引导呈现方式对用户点赞意愿的影响研究	张真荣 刘欢	南开大学
运气感对消费者多样化寻求行为的影响研究	赵建彬 卢梦雷	东华理工大学
渲染悲惨还是贩卖希望？ ——慈善募捐呼吁中图片对比效应的作用机制研究	郑春东 唐艳如 宋杰航 白彦壮	天津大学
捐赠情境紧迫性对捐赠行为的影响机制研究 ——基于社会距离的中介和语言风格的调节	朱华伟 李彦霓	武汉大学
语言风格对在线评论有用性的影响：调节定向视角	朱振中 房晓芸 Haipeng (Allan) Chen 单明辉	山东理工大学 University of Kentucky





平行论坛21：服务营销（1）

时间：2022年7月16日 13:30-15:30

腾讯会议号：672 990 845

主持人：巩顺龙 点评人：杨智、龚思羽		
论文	作者	单位
The effect of an avatar for intelligent customer service on consumers' willingness to interact after a service failure	Qi Yao Ling Kuai Lan Jiang	重庆交通大学 Menlo College
“陈述”还是“修辞”：在线评论语言风格对消费者购买意愿的影响	单明辉 朱振中 房晓芸	山东理工大学
“责无旁贷VS 池鱼之殃？” ——P2P平台服务失败责任溢出效应研究	付晓蓉 白梨霏	西南财经大学
How is Tourist Well-being with Service Robot? Scale Development and Validation	黄智慧 刘洪深 郑 锐	长沙理工大学 暨南大学



平行论坛22：服务营销（2）



时间：2022年7月17日 15:40-17:30

腾讯会议号：672 990 845

主持人：张秀娥

点评人：刘汝萍、候旻

题目	作者	单位
“微笑服务”规范外溢效应： 积极情绪展现规则对员工工作绩效的影响研究	田启涛 陈思琪	河南财经政法大学
筛选谁？ 员工特征对与服务机器人持续共事意愿的影响	涂阳军 刘唯 杨智	湖南大学
直播电商情境下顾客转换行为研究 ——基于服务补救理论的视角	牛全保 雷蕾 王伟	河南财经政法大学
直播电商模式下影响消费者重购意愿的实证研究 ——基于顾客价值等式的结构方程模型	牛全保 雷蕾 宋金鸿	河南财经政法大学



平行论坛23：传统文化和本土情境的消费者福祉研究

时间：2022年7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：672 990 845

主持人：张莹

点评人：宋思根、张成虎

题目	作者	单位
抑制还是促进？面子意识对社交折扣的双刃剑效应	涂 铭 汪兴东 丁周瑾 郭子政	华中农业大学 江西农业大学 澳门科技大学
家务劳动时间测量偏差的影响因素研究 ——基于中国5个时间调查数据库的比较	王为久 符国群	北京大学
“携老型”家庭旅游中子代自我概念清晰性对其幸福感影响研究	袁佳钰 白 凯 杜 涛 黄清燕 陈儒风	陕西师范大学 西安外国语大学
品牌体验对老字号IP衍生品延伸评价的影响研究	张景云 吕欣欣 刘淼淼	北京工商大学





时间：2022年7月16日13:30-15:30

腾讯会议号：448 965 544

主持人：黄二帅

点评人：张成虎、崔登峰

题目	作者	单位
Research on Customer Trust and Positivity of Perceived Customer Service Skill on the Confidence of Online Shopping	崔登峰 朱 磊	石河子大学
电影解说短视频博主属性对用户持续参与行为影响的扎根研究 ——以B站为例	符铤袁	重庆工商大学
Is More Engagement More Effective? Exploring the Effects of Social Media Customer Engagement on Brand Performance	付晓蓉 殷健芳 许晓言 白梨霏	西南财经大学
根脉诉求与品牌力量的交互作用对地理标志产品消费者接受的影响	高 聪 周鑫宇 徐嘉楠 项朝阳	华中农业大学



平行论坛25：广告传播与新媒体营销（2）

时间：2022年7月16日15:40-17:30

腾讯会议号：448 965 544

主持人：涂剑波

点评人：刘世雄、龚思羽

题目	作者	单位
<p>视频内容营销： 基于电影行业中用户生成视频的实证研究</p>	<p>龚诗阳 汪婉苓 王天然 李倩</p>	<p>北京师范大学 对外经济贸易大学 复旦大学 北京外国语大学</p>
<p>奖励型自我赠礼诉求对消费者购买意愿的影响研究</p>	<p>孙洪庆 郭容华 钱程</p>	<p>中南财经政法大学 长春理工大学</p>
<p>文化混搭策略对新媒体传播效果的影响 ——基于“共青团中央”微博账号的大数据调研分析</p>	<p>郝佳 邓雅文 周懿瑾</p>	<p>广东外语外贸大学 香港中文大学 中山大学</p>
<p>择优展示还是中肯推荐？ ——直播带货情境下产品描述对消费者态度和购买意愿的影响研究</p>	<p>焦文字 吴瑕</p>	<p>中国科学技术大学</p>



平行论坛26：广告传播与新媒体营销（3）



时间：2022年7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：448 965 544

主持人：陈荣

点评人：崔登峰、杨潇

题目	作者	单位
弱势品牌劣势者广告定位策略的效果研究	晋向东 范秀成	复旦大学 华中师范大学
好评真的有用吗 ——电影网络口碑离散对票房收入的影响机制研究	赖彦钊 赵娜亨 郑瑞荻 布雯 徐诗虹	西南交通大学
球鞋评测自媒体视频对消费者购买决策影响研究	雷蕾 刘冠华	河南财经政法大学
绿色智能家居广告的有效性研究 ——基于信息质量视角的“信息-信任-响应”模型	李阿勇 杨心成 杨澜 王建明	浙江财经大学
消费者生成广告信息类型对购买意愿的影响研究	李阳 李玉萍 梁云	重庆工商大学





平行论坛27：广告传播与新媒体营销（4）

时间：7月17日10:40-12:00

腾讯会议号：448 965 544

主持人：宋思根
点评人：张瑾、白寅

题目	作者	单位
What makes a self-deprecating advertisement be more persuasive? The role of self-uncertainty	刘 聪 高佳慧	辽宁工程技术大学
代言人社会性别角色对跨性别代言效应的影响机制研究	陈艳霞 刘红艳 郑 芸 陈嘉琳	暨南大学
互动仪式链视角下幸运品牌共创的研究	骆紫薇 吴毓婷	暨南大学
粉丝行为，品牌买单？ 不同类型敌意性品牌忠诚对消费者品牌态度极化的影响研究	骆紫薇 曾君美 郭 艳 廖俊云	暨南大学
不同沉浸技术与广告诉求的匹配：VR还是AR？	吴锦峰 汤鑫杰	武汉纺织大学



平行论坛28：广告传播与新媒体营销（5）



时间：7月16日13:30-15:30

腾讯会议号：935 237 907

主持人：张瑾

点评人：刘世雄、张瑾

题目	作者	单位
“理智”还是“情感”？ 不同心理距离平台上口碑类型对奢侈品购买意愿的影响	苏与杭 李慧中	北京师范大学
社交媒体影响者对Z世代消费者国货购买意愿的作用机理研究	孙彪 徐苗雨	河南财经政法大学
销售人员社交媒体使用对创造力的双刃剑效应研究	王朝晖 肖云鹏	湖南第一师范学院 东北师范大学





平行论坛29：广告传播与新媒体营销（6）

时间：7月16日 15:40-17:30

腾讯会议号：935 237 907

主持人：杨潇

点评人：白寅、蒋玉石

题目	作者	单位
即时关系在直播带货中的作用研究	王建军 谭晓丽 林 蕙	广州工商学院
老字号怀旧叙事广告对年轻消费者购买意愿的影响	王雯萱	重庆工商大学
社交平台广告中的表情符号对消费者购买意愿的影响研究	王堰琦 蒋玉石 马晨雅 蒲雪梅	成都东软学院 西南交通大学
当帮助存在风险时： 道德属性对消费者网购善因农产品意愿的研究	吴晶晶 王 超 许安心	福建农林大学
女县长直播带货农产品何以激发购买意愿： 感知温暖的中介效应	袁少峰 郭 岩	辽宁大学



平行论坛 30： 广告传播与新媒体营销（7）



时间：7月17日8:00-10:00

腾讯会议号：935 237 907

主持人：杜建刚

点评人：宋晓兵、蒋玉石

题目	作者	单位
数字广告中交互手势的影响机制探究 ——自我效能感视角	詹萌萌 谭婧璟	武汉大学
Order matters: The effect of use/outreach order on the persuasiveness of sponsored posts	张 瑾 李心迈 魏宇繁	暨南大学 澳门科技大学
社交媒体信息流广告原生性对消费者购买和分享的影响研究	朱丽娅 籍楚妮 白寅 任星耀	宁夏大学 天津大学 南开大学
社交媒体信息流广告互动者规模对消费者购买意愿的影响研究	朱丽娅 马思雨 田宏莹	宁夏大学
广告中的表情符号对消费者品牌态度的影响	马瑞婧 袁梦雅	中南财经政法大学





平行论坛31：健康消费与养老市场研究

时间：7月17日10:40-12:00

腾讯会议号：935 237 907

主持人：李杨

点评人：杜建刚、徐建中

题目	作者	单位
医生应表现高兴还是伤心情绪？基于在线医疗社区的研究	兰孟媛 陈东华	对外经济贸易大学
基于保护动机理论的森林旅游游客重游意愿影响因素研究	林巧华 汤德聪 林榭荷	福建农林大学
家庭共享标签对消费者网络食品营养信息类型偏好的影响研究	田昌聪 青 平 唐一凡 李涵	华中农业大学
Low-fat Illusion Triggered by Food Packaging	钟 科 赵子媛 何 静	海南大学



平行论坛32：新冠疫情与营销变革（1）



时间：7月16日13：30-15:30

腾讯会议号：946 107 197

主持人：张璇

点评人：王庆涛、杨潇

题目	作者	单位
疫情信息框架对在线体验性消费选择的影响	雷泳欣 李斌 金来	暨南大学
基于4R营销理论的美妆品牌私域营销策略研究	李宁 吴东娟	北京工商大学
新冠疫情长期负面影响用户设计效应的心理机制与抑制措施 ——基于群体同质性视角	梁渊 孙国辉 李季鹏	北京石油化工学院 中央财经大学 新疆财经大学
突发公共卫生事件对消费信贷行为的影响 ——基于新冠疫情期间京东白条的实证检验	孟璐 兰春玉 牛海鹏 张泽林 田国刚	中国人民大学 中国银保监会 清华大学五道口金融学院 京东科技风险管理中心





平行论坛 33：新冠疫情与营销变革（2）

时间：7月16日 15:40-17:30

腾讯会议号：946 107 197

主持人：景奉杰 点评人：刘玉芳、徐明		
题目	作者	单位
传染病线索对消费者购买意愿的影响研究 ——以新冠肺炎疫情为例	侯霞 沈超红 沈旭君	中南大学
企业经营要素和国际化对疫情中企业弹性的影响研究	王庆涛 李娟 李卫东	西南财经大学 香港城市大学 四川省中小企业 信息服务有 限公司
死亡焦虑对消费者民族品牌偏好的影响及其机制研究	罗杨 周菲 郭锐	中国地质大学 (武汉)



平行论坛34：营销案例（1）



时间：7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：946 107 197

主持人：张媛

点评人：高维和、周玲

题目	作者	单位
数智赋能：危机情境下企业动态能力构建与提升	李欣然	北京工商大学
旅划算：数字时代下“社交电商+4R营销”的逆袭之路	刘丹萍 余禾 刘燕 江薇君	西华大学
数字生态系统下品牌联盟作用机理研究 ——以京东为例	李纯青 刘苗苗 黄红丽	西北大学





平行论坛35：营销案例（2）

时间：7月17日 10:40-12:00

腾讯会议号：946 107 197

主持人：高维和		
点评人：袁少锋、龚艳萍		
题目	作者	单位
在线消费信息偶遇中的顾客灵感触发机制及其对消费者行为的影响 ——基于扎根理论的探索性研究	龚艳萍 武子越 陈卓	中南大学
身份建构与符号消费：独居青年消费行为引发机制研究 ——基于扎根理论的基础性探索	杨君茹 吴琦	中南财经政法大学 南开大学
新零售商业模式下家居行业数字化转型路径研究 ——以红星美凯龙为例	孙泓 弋亚群	西安交通大学





平行论坛36：可持续消费研究（1）

时间：7月16日13:30-15:30

腾讯会议号：478 566 366

主持人：方巍		
点评人：王立磊、方巍		
题目	作者	单位
"Heroes" Emerge from "Chaotic Times": The Impact of A Sense of Mission on Green Consumption Behavior	Huiying zhang Zihua ding	中国矿业大学
广告信息属性对消费者参与绿色品牌价值共创的影响	才凌惠 曹斌 吴颖龙	东华理工大学
什么样的广告更有效？ ——权力感与广告诉求对消费者绿色产品购买意愿的影响研究	崔登峰 陈咪咪	石河子大学
消费者真的知行合一吗？ ——消费者对企业社会责任举措反应的内在机制研究	杜雨轩 李方堃 周子通 胡左浩	清华大学 日本神户大学 日本早稻田大学





平行论坛37：可持续消费研究（2）

时间：7月16日 15:40-17:30

腾讯会议号：478 566 366

主持人：陈立彬		
点评人：余升翔、岳蓓蓓		
题目	作者	单位
故事动人还是参数服人？ 产品信息呈现方式与产品类型对消费者二手产品购买意愿的影响	范公广 张笑	石河子大学
“身处陋室，心向桃源” ——绿色公益广告诉求与城市环境质量感知对绿色消费行为的影响研究	范公广 王舒婷	石河子大学
量化行为能让极简主义者带来更多低碳创新行为吗？ 生活意义的中介作用	高键 孙贤达	浙江财经大学
绿色消费文献综述 ——基于系统综述法的文献计量分析	郭涛 何健	南京大学
故事动人还是参数服人？ 产品信息呈现方式与产品类型对消费者二手产品购买意愿的影响	范公广 张笑	石河子大学





平行论坛38：可持续消费研究（3）

时间：7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：478 566 366

主持人：田虹（吉林大学）		
点评人：李斌、田虹		
题目	作者	单位
绿色品牌拟人化对绿色购买意愿的影响研究 ——温情感的中介效应	何 健 李 艺	南京大学
国际可持续消费行为的文献计量分析 ——研究热点、动态演进和理论框架构建	赵雨柔 金晓彤 朱 勇	吉林大学
权力感对绿色消费的影响机制研究	范公广 杨 川	石河子大学





平行论坛39：可持续消费研究（4）

时间：7月17日 10:40-12:00

腾讯会议号：478 566 366

主持人：张俊芳		
点评人：王建明、王建国		
题目	作者	单位
绿色农产品品牌价格展示方式对消费者吸引力的影响:决策风格与环保动机的调节作用	赖佳琪 阮晨晗	福建农林大学
敬畏情绪对生态旅游意愿的影响及机制	李 斌 金 来 李 静	暨南大学
敬则亲自然 ——敬畏对绿色消费的影响研究	李大林	河南理工大学
殃及池鱼? 漂绿感知对消费者从众消费意愿的溢出效应研究	廖雨婷 王 平 靳成雯 顾 静 高晓倩	贵州师范大学 厦门大学





平行论坛40：可持续消费研究（5）

时间：7月16日13：30-15:30

腾讯会议号：370 663 554

主持人：葛万达		
点评人：徐尉、葛万达		
论文	作者	单位
数字化绿色行为溢出效应及其机理： 基于蚂蚁森林的研究	余升翔 李事成	贵州财经大学
绿色产品体验对消费者绿色购买意愿的影响研究	盛光华 夏晴	吉林大学
线上环保游戏用户转向线下绿色消费的内在机制研究： 基于行为推理理论视角	郭国庆 刘仁杰 王建国	浙江财经大学
“我的努力拯救了我的内疚” ——付出努力可以减轻低自主亲环境消费中的负面情绪？	张悦言 蒋玉石 宋竞 郭琴 黄缘缘	西南交通大学
绿色产品类型与心理距离对购买意愿的影响研究	周思雨 王蕾 张蕾	深圳大学





平行论坛41：可持续消费研究（6）

时间：7月16日15:40-17:30

腾讯会议号：370 663 554

主持人：陈增祥

点评人：贺爱忠、葛万达

题目	作者	单位
以柔促绿，是否可行：推进绿色消费的柔性干预策略研究	王建明 李永强 李阿勇	浙江财经大学
自我决定理论视角下居民绿色购买行为的驱动机制研究	王丽童 盛光华 宋洋	吉林大学
生态价值观和利他主义价值观对可持续性消费行为的影响机制研究	王睿熙 崔宏静	吉林大学
线上环保游戏化反馈对线下绿色消费行为影响机制研究 ——以蚂蚁森林为例	王硕硕 王建明	浙江财经大学
乡村旅游真实性对旅游者环境责任行为影响机制：旅游者幸福感的中介效应	张莹 李贵	安徽财经大学





平行论坛42：可持续消费研究（7）

时间：7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：370 663 554

主持人：柳武妹 点评人：聿凌云、高键		
题目	作者	单位
流动者的品质追求：居住流动性促进个体“买少买好”	肖海谊 柳武妹	兰州大学
Relationship between frugality and subjective well-being: A person-centered approach	谢菊兰 张国森 贺筱星	中南大学
How do consumers in emerging and developed market respond to prices of organic products differently? A study based on Chinese and American consumers	魏 胜 胡沐芸 刘钰竺 张宏博	哈尔滨商业大学 延边大学 吉林农业大学
基于自我认知视角的亲环境行为对生态旅游消费影响研究	徐乐乐 王 超 郑秋琴 许安心	福建农林大学





平行论坛43：可持续消费研究（8）

时间：7月17日 10:40-12:00

腾讯会议号：370 663 554

主持人：高键

点评人：柳武妹、杜雨轩

题目	作者	单位
我们的健康，我们的地球 ——连接绿色与健康如何影响绿色行为	杨亚欣 刘满芝 方淑婷	中国矿业大学
适可而止还是多多益善？ 绿色信息载荷量对绿色品牌信任的影响研究	杨澜 李阿勇 杨心成 王建明	浙江财经大学
怀旧对绿色消费的影响：相关机制与影响因素	余丽洁 阮晨晗	福建农林大学
和解还是报复： 外资品牌产品丑闻中发生地归因与消费者反应	袁少锋 李金革 谢玉玲	辽宁大学





平行论坛44：营销科技与数字化营销（1）

时间：7月16日13:30-15:30

腾讯会议号：420 466 221

主持人：王勇

点评人：董晓松、骆紫薇

题目	作者	单位
How real is real? The impact of virtual influencers environmental realism on ads effectiveness	曹悦 简乐儿 李国鑫	哈尔滨工业大学
服务机器人智能性对消费者使用意愿的影响机制研究 ——基于自我决定理论视角	陈星宇 王娅婷	武汉大学
AR虚拟试用对用户在线购买意愿的影响机制研究	王影 孙蕊	东北师范大学





平行论坛45：营销科技与数字化营销（2）

时间：7月16日 15:40-17:30

腾讯会议号：420 466 221

主持人：朱瑾 点评人：牛永革、冯蛟		
题目	作者	单位
The Effect of the Realism on the User's Intention to Use Humanoid Robots ——The Mediating Role of Perceived Trust and Perceived Threat	段晓洁 马珂 刘文科	北京工商大学
智能推荐情境下消费者调节定向与推荐信息框架匹配对消费者品牌关系的影响研究	费鸿萍 晋旻晨 戚海峰	华东理工大学
人工智能拟人化对个人不道德行为的影响研究	费显政 喻英豪	中南财经政法大学
“独角戏”还是“对台戏” ——不同产品类型下主播人数对消费者购买意愿的影响研究	冯蛟 于恒 虎娜娜 薛梅	宁夏大学 中国人民大学





平行论坛46：营销科技与数字化营销（3）

时间：7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：420 466 221

主持人：聂元昆		
点评人：才凤艳、李杨		
题目	作者	单位
社交货币如何提升消费者钟爱？—数字品牌社交货币对消费者钟爱的影响机制研究	龚艳萍 余志成 李见	中南大学
智能推荐连续呈现方式对在线品牌选择偏好的影响研究— —基于扎根理论分析	戴菲 费鸿萍 威海峰	华东理工大学
智能助手对消费者的推荐说服机制研究--基于社会角色视角	计纬 威海峰 费鸿萍	华东理工大学
预订策略一定会生效吗——基于产品类型的调节作用	纪晓媛 黄敏学	武汉大学
Is It Useful to Provide the Consumer with A Deferral Choice? A Flow-Up Research on Consumer's Behavior and Online Intermediate Choice List	王勇 张荟泽 石海娇 古雪	北京工商大学





平行论坛47：营销科技与数字化营销（4）

时间：7月17日 10:40-12:00

腾讯会议号：420 466 221

主持人：才凤艳

点评人：戚海峰、赵太阳

题目	作者	单位
短视频背景音乐对用户旅游意愿影响研究	焦文宇 周燕伟	中国科学技术大学
基于虚拟现实技术的在线体验对消费者品牌至爱影响机制研究	冷雄辉 向一彬 周小榆	华东交通大学
电商直播中互动性对消费者点击行为的影响研究	李秋锦 渐令 刘苇	中国石油大学 (华东)
隐私保护视角下AI营销技术与消费者心理抗拒	李欣然	北京工商大学





平行论坛48：营销科技与数字化营销（5）

时间：7月16日13:30-15:30

腾讯会议号：878 887 743

主持人：李斌

点评人：毕继东、张昊

题目	作者	单位
云旅游背景下心理距离对替代性旅游体验评价的影响	骆紫薇 徐金瑞 吴毓婷	暨南大学
消费者乘坐自动驾驶汽车的安全感研究	涂阳军 洪颖 赵卓甲	湖南大学， 阿波罗智联 (北京)科 技有限公司
信息茧房如何打破？基于PPM理论的智能营销推荐改进策略研究	石焱磊 晋旸晨 费鸿萍	华东理工大 学
基于技术接受模型的无人便利店消费者使用意愿影响研究 ——以F5未来商店为例	王子晴 姜彩芬	广州大学
请叫我“社会人” ——社会临场感视角下的商场引导机器人用户满意度研究	贺和平 朱鼎一	深圳大学





平行论坛49：营销科技与数字化营销（6）

时间：7月16日 15:40-17:30

腾讯会议号：878 887 743

主持人：韦荷琳

点评人：姜彩芬、韦荷琳

题目	作者	单位
Will tourism live streaming be a double-edged sword? Exploring the dual impact of the online flow experience on offline travel intention	许立扬 周婧怡 刘启华	海南大学
通过脑电图预测消费者购买决策 ——基于EEG的机器学习	许志炜 程诗琦 张鹏飞	湖北大学
人工智能信任前因及其对顾客契合的影响研究 ——顾客创新导向调节作用的实证剖析	杨志勇 翟少铃	河北经贸大学
声誉机制、平台生态情境与卖家机会主义行为	袁靖波	深圳大学
Website layout or physical store layout design in live-streaming room?	张楠 申启乐	北京交通大学





平行论坛50：其他营销问题研究（1）

时间：7月16日13:30-15:30

腾讯会议号：510 584 207

主持人：杜玉申 点评人：付晓蓉、陈凯		
题目	作者	单位
企业是否愿意接受高校科技成果转化之关键影响因素 ——基于UTAUT模型的研究	陈涛 张紫迎	华中科技大学
创业营销中好故事的构成要素分析：基于叙事传输视角	湛飞龙 张卫俊	江西财经大学
经验都有用吗？发包方双重经验对众包竞赛绩效的影响研究	冯小亮 陈东杰 陶婉蓉 徐永乐	广东财经大学
威客双边经验如何影响任务绩效	冯小亮 陶婉蓉 徐永乐 陈东杰	广东财经大学





平行论坛51：其他营销问题研究（2）

时间：7月16日 15:40-17:30

腾讯会议号：510 584 207

主持人：湛飞龙		
点评人：冯小亮、湛飞龙		
题目	作者	单位
社会网络、无边界职业生涯与创意表现：基于中国电影产业的实证研究(2011-2019)	何双男	鞍山师范学院
中国绿色消费研究回顾与展望——基于CiteSpace的可视化分析	李思楠 盛韵颖 陈凯	北京林业大学
How Transformational Leadership Impact on Employee Service Innovation: The Moderating Effect of Employee Creative Role Identity	刘泉宏 聂语	江汉大学
自我提升价值观对家庭教育参与的影响研究：地位焦虑与阶层代际流动的协同效应	刘世雄 陈德华 周凯绵 肖云剑	深圳大学





平行论坛52：其他营销问题研究（3）

时间：7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：510 584 207

主持人：钱丽萍

点评人：陈凯、付晓蓉

题目	作者	单位
企业社会责任与消费者响应之间的元分析	苏晓峰 张淑萍 陈娜娜	宁夏大学
Should Punishment for Infractions be Delayed? New Evidence from Traffic Violations in China	汪涛 邓潇扬 陈亮 崔楠	武汉大学
基于展厅模式的纯电商企业全渠道策略研究	王美霞	华南理工大学
中国的标准化体制改革与企业的技术标准影响力决定因素变迁	杜玉申 袁也	吉林大学





平行论坛53：其他营销问题研究（4）

时间：7月17日 10:40-12:00

腾讯会议号：510 584 207

主持人：孙琦		
点评人：崔楠、湛飞龙		
题目	作者	单位
碳排放权交易政策国际经验与借鉴	叶甜甜 李思楠 陈凯	北京林业大学
“富以能施为德还是为富则不仁？”社会阶层对亲社会行为的影响及其机制探讨	李斌 俞炜楠 崔馨月	暨南大学
危机中组织韧性的前因组态及形成机制研究	周超 黄缘缘 王雯莉 董家宝	西南交通大学
高管团队学术经历对企业技术标准化能力的影响：基于“机会”与“能力”的实证研究	杜玉申 郭祖龙	吉林大学





平行论坛54：营销渠道管理（1）

时间：7月16日13:30-15:30

腾讯会议号：221 834 980

主持人：刘益		
点评人：王海萍、刘益		
题目	作者	单位
Research on consumers' channel switching behavior under the online contexts	陈立彬 王 硕 陈冠宏 马淑旭	北京工商大学
社区商业配置对民生获得感和幸福感的双路径作用机制研究	李杨 梁宇萱 王 勇	北京工商大学
关系质量、供应链协同与特色农产品绩效实证研究 ——全渠道模式的调节作用	刘 妍 杨保军	北方民族大学





平行论坛55：营销渠道管理（2）

时间：7月16日 15:40-17:30

腾讯会议号：221 834 980

主持人：孔锐		
点评人：钱丽萍、孔锐		
题目	作者	单位
营销渠道中分销商不同机会主义对制造商反应策略选择的影响研究	彭雷清 李智勇 李创业	广东财经大学
关系质量、知识转移质量对颠覆式创新的影响研究 ——基于环境竞争性和知识重构能力的调节作用	史莹莹 孟宇瞳 胡云姝 李瑶	天津理工大学
全渠道模式下供应链整合与协同关系实证研究	王永燕 杨保军	北方民族大学
考虑碳交易和企业社会责任的供应链决策研究	许卫华 崔晶晶 张力仁	河南财经政法大学
考虑碳限额交易和政府补贴的不确定绿色供应链决策与协调	许卫华 张力仁 崔晶晶	河南财经政法大学





平行论坛56：营销渠道管理（3）

时间：7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：221 834 980

主持人：孙洋		
点评人：陈明、孙琦		
题目	作者	单位
关系质量、供应链整合与特色农产品绩效研究 ——基于全渠道模式的调节作用	袁 博 杨保军	北方民族大学
电商直播中主播销售风格对顾客购买的影响研究	康 俊 范佳慧 刁子鹤	北京邮电大学
The Impact of Customer Loyalty on Migration Intention from Platform to Seller's Own Online Store	康 俊 叶珊珊 刁子鹤	北京邮电大学





平行论坛57：营销战略（1）

时间：7月16日13:30-15:30

腾讯会议号：389 358 122

主持人：张楠

点评人：戴鑫、张钰

题目	作者	单位
Brand Recognition, Interdepartmental Conflict and Performance: An Investigation of Porter's Differentiated Competitive Strategy Implementation in a Large Chinese Automobile Company	Bowen Zhang Dian Wang Linlin Mo	Shenzhen University University of Greenwich
Heterogeneous Competitive Action, User Network Characteristics and Sales Performance	Jingbo Yuan Yueer Hu	深圳大学
Moral rationalization or moral decoupling mechanism? Effect of aspiration on counterfeit luxuries purchase intention	陈 洁 韦俊龙 范雯健	上海交通大学
消费者口碑对电影票房真的有影响吗？考虑动态竞争因素的研究视角	陈淑琪 渐 令 刘 苇	中国石油大学 (华东)





平行论坛58：营销战略（2）

时间：7月16日 15:40-17:30

腾讯会议号：389 358 122

主持人：舒成利 点评人：戴鑫、张楠		
题目	作者	单位
首席信息官对传媒企业数字化转型效果的影响研究 ——基于机器学习和问卷调查的混合实证	贾煜 李睿天 汪涛	武汉大学 中国人民大学
Pricing strategy of digital content platforms and user willingness to pay	康俊 黄珊 刁子鹤	北京邮电大学
Network efficiency and firm innovativeness in interfirm cooperation: The moderation of value recognition and value appropriation	康俊 刁子鹤 苏彩云 万炜	北京邮电大学 湖南大学
B2B品牌资产形成过程研究 ——品牌管理能力与品牌价值主张协同共生视角	雷婧 李纯青	西北大学





平行论坛59：营销战略（3）

时间：7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：389 358 122

主持人：康俊		
点评人：厉行、康俊		
题目	作者	单位
在线消费社区品牌跨界营销如何影响消费者购买意愿	刘川源 朱瑾	山东师范大学
新发展格局下数字产业链发展战略研究	舒成利 赵安格 高山行	西安交通大学
平台经济场域构建观互动研究	舒成利 刘芳颖 赵晶旭 高山行	西安交通大学
新能源汽车“车电分离”商业模式购销演化博弈研究	肖忠东 杨鑫瑞	西安交通大学





平行论坛60：营销战略（4）

时间：7月17日 10:40-12:00

腾讯会议号：389 358 122

主持人：厉行

点评人：陈浩、刘文超

题目	作者	单位
Avoiding Failure Traps and Competency Traps: Competitors as Cognitive Representations of the Future for Innovation Failures	王 魁 熊继伟 汪 涛	暨南大学 武汉大学
公司更名有用吗？品牌重塑方式对公司绩效的影响	王 平 丁涓霞 王培轩 袁喜娜 周晨希	厦门大学
老字号工匠精神对组织承诺影响机制研究	姚 雪 徐 伟 朱訥言	安徽财经大学
环境扫描、绿色组织认同对绿色双元创新的影响研究——基于领导者支持和社会联系的调节作用	张岳东 孟宇瞳 史莹莹 李 瑶	天津理工大学





平行论坛61：博士生平行论坛专场（1）

时间：7月16日13:30-15:30

腾讯会议号：308 552 109

主持人：袁靖波

点评人：滕乐法、袁靖波

题目	作者	单位
情绪表达结构对众筹的影响	朱加昊 陈增祥 王琳 魏安平	中山大学 台中科技大学
文化越紧，女性领导者越少？ 文化松紧度与领导者性别比例的关系研究	林鑫 陈增祥 王琳 魏安平	中山大学 台中科技大学
谁知盘中餐：共有消费导致食物过度消费和浪费	张蕴涵 冉雅璇	中南财经政法大学
虚拟品牌社区关系治理对品牌共创的影响	彭沁缘 李桂华 王亚	南开大学





平行论坛62：博士生平行论坛专场（2）

时间：7月16日 15:40-17:30

腾讯会议号：308 552 109

主持人：宋金柱		
点评人：刘文纲、徐尉		
题目	作者	单位
捐赠金额选项数量对个体捐赠意愿的影响	王海燕 费显政 王涯薇	中南财经政法大学
消费者社会阶层对正面包装营养标签类型偏好影响及机理实证研究	李 涵 唐一凡 青 平 田昌聪	华中农业大学
温情还是能力？品牌感知对高低共情个体新产品评价影响的ERPs研究	刘 畅 宋之杰 石 蕊	燕山大学
社会身份冲突对消费者怀旧偏好的影响	李梦琳 庞 隽	中国人民大学





平行论坛63：博士生平行论坛专场（3）

时间：7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：308 552 109

主持人：李杰

点评人：李东进、李桂华

题目	作者	单位
产品传统文化载荷对品牌地位的影响——来自青年消费者的证据	于文环 刘 涛	浙江大学
粉丝行为对明星形象影响的溢出效应研究	李若茜 费显政 黄茜	中南财经政法大学
The Impact of Public Health Emergencies on the Economic Development of Typical Chinese Cities Based on Nitrogen Dioxide (NO ₂) Concentration Analysis	刘子源 杨梦婷 郭 锐	中国地质大学 (武汉)
自播还是他播？电商直播类型对新产品购买意愿的影响研究	韩 召 杜 刚	华东师范大学
智能语音助手幽默语言风格对用户失败容忍度的影响	李天歌 张初兵	天津财经大学





平行论坛64：博士生平行论坛专场（4）

时间：7月17日 10:40-12:00

腾讯会议号：308 552 109

主持人：李桂华

点评人：李杰、楚燕来

题目	作者	单位
The Easier, The Better? How Payment Form Influences Product Use	李奥旗 黄敏学	武汉大学
Identifying influencers during online firestorms: Exploring the impact of influencers' social traits and posts on developing followership	李小玲 汪玲漂	重庆大学
Absence makes the heart grow fonder? The impacts of robot services and social distance on service satisfaction amid COVID-19	于若愚 童泽林	海南大学
Servant or partner? The effect of relationship type between consumers and smart speakers on subjective well-being	李天歌 张初兵	天津财经大学
Will AR Really Help You When You Shop Online?	郑舒曼 李东进	南开大学





平行论坛65：博士生平行论坛专场（5）

时间：7月16日13：30-15:30

腾讯会议号：877 621 598

主持人：牛全保		
点评人：陈增祥、牛全保		
题目	作者	单位
死亡凸显对消费者怀旧偏好的影响	刘屹轩	北京理工大学
募捐强调恢复还是改善？ 事件可控性的影响	宋文静 陈怡媛 黄韞慧	南京大学
真的需要个性化吗？ 基于fsQCA的社交媒体用户个性化广告回避产生路径研究	刘晨旭 张成虎 张一凡	中国传媒大学
健康还是放纵？ 突发公共卫生事件中隔离对消费者食品消费的影响研究	张均燕 靳 珊 景奉杰	华东理工大学
“投桃”还是“报李”？ 品牌的互惠角色对消费者亲社会行为的影响研究	孙 瑾 杨静舒	对外经济贸易大学





平行论坛66：博士生平行论坛专场（6）

时间：7月16日 15:40-17:30

腾讯会议号：877 621 598

主持人：肖莉

点评人：滕乐法、李先国

论文	作者	单位
数字囤积行为的影响因素组态路径研究 ——基于fsQCA的分析	张一凡 张成虎 刘晨旭	中国传媒大学
为家乡代言：代言人地缘关系对原产地品牌代言效果的影响	李 晨 黎建新	长沙理工大学
“整齐划一”还是“错落有致”？移动购物软件使用中UI不对称特性对消费者价格敏感度的影响	韩馨颖 冉雅璇	中南财经政法大学
内部控制与企业韧性：促进还是抑制？	崔登峰 王楠楠 庞婉玉 孙 辉	石河子大学
外来的和尚会念经：客户集中对高管超额薪酬的影响研究	张学靖 徐嘉楠 周鑫宇 项朝阳	华中农业大学





平行论坛67：博士生平行论坛专场（7）

时间：7月17日 8:00-10:00

腾讯会议号：877 621 598

主持人：杜玉申

点评人：何大义、李莱

题目	作者	单位
自恋型CEO对股权薪酬的影响研究	张学靖 徐嘉楠 周鑫宇 项朝阳	华中农业大学
Boycotting or Compensation: The double-sided effect of Historical conflicts on FDI location	高原 王锐	北京大学
高管政治关联助推政策性媒体报道了吗？ ——基于制造业民营企业的实证分析	高曦含	北京大学
“鼎力相助”还是“取而代之”？ ——AI角色类型对消费者隐私担忧的影响	陈乐源 冉雅璇	中南财经政法大学
政府助农直播对消费者购买意愿的影响研究 ——基于社会影响理论的视角	孔栋 展书静 南光强	信阳师范学院





平行论坛68：博士生平行论坛专场（8）

时间：7月17日 10:40-12:00

腾讯会议号：877 621 598

主持人：何大义

点评人：张景云、崔宏静

论文	作者	单位
重塑中国式管理：企业演化中的管理智慧涌现 ——基于金蝶转型的探索性案例研究	高维和 向伟林	上海财经大学
中国情境下的品牌族性： 多维度结构、测量及其对政治消费行为意愿的影响验证	王新刚 王璐璐	中南财经政法大学
情感越多越好吗？ ——直播商务中主播语言情感诉求的双重影响研究	霍佳乐 郝辽钢 彭宇泓 张悦言	西南交通大学
营销渠道中的销售人员亲组织非伦理行为：概念模型与研究命题	张 闯 刘孟潇 邹佳佳	东北财经大学
客户旅程研究知识图谱与演化 ——基于文献计量方法	贺文华 李纯青	西北大学





期刊主編（編輯）面對面（1）

時間：7月17日 8:30:11:30

騰訊會議號：908 181 443

主持人：金晓彤

期刊	主編/編輯	單位
《管理世界》	閔妍 編輯部主任	《管理世界》雜誌社
《南開管理評論》	白長虹 主編	南開大學
《管理科學》	藍華 常務主編	哈爾濱工業大學
《外國經濟與管理》	宋澄宇 編輯部主任	上海財經大學
《Journal of Research in Interactive Marketing》	王承璐 主編	美國紐黑文大學 (University of New Haven)





期刊主编（编辑）面对面（2）

时间：7月17日 8:30-11:30

腾讯会议号：839 970 469

主持人：盛光华

期刊	主编/编辑	工作点位
《营销科学学报》	陈煜波 主编	清华大学
《中国人口·资源与环境》	刘照胜 编辑主任	山东师范大学
《管理学报》	刘济宁 副主编	华中科技大学
《珞珈管理评论》	路小静 编辑主任	武汉大学
《Journal of Contemporary Marketing Science》	范秀成 主编	复旦大学



演讲嘉宾介绍



蔡莉，吉林大学商学与管理学院教授、博士生导师，吉林大学创新创业研究院院长，国家杰出青年科学基金获得者，首批新世纪百千万人才工程国家级人选。教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会副主任委员，国家自然科学基金委管理科学部专家咨询委员会委员，中国科学学与科技政策研究会副理事长，中国管理现代化研究会创业与中小企业管理专业委员会主任委员。长期从事创业与创新管理研究工作，在 *Entrepreneurship Theory and Practice*; *Journal of*

Business Research; 《管理世界》《南开管理评论》《中国工业经济》

《管理科学学报》等国内外学术期刊发表论文百余篇，出版专著7部，译著1部。获得省部级科技进步奖、省部级人文社会科学研究优秀成果奖10余项。主持国家自然科学基金重大项目、重点国际（地区）合作研究项目、重点项目、面上项目及国家社会科学基金项目等10余项。

王永贵，二级教授，博士生导师，首都经贸大学副校长，国家杰出青年基金获得者、教育部长江学者特聘教授、“万人计划”领军人才、教育部工商管理类专业教指委委员、国务院工商管理学科评议组成员、文化名家暨“四个一批”人才、百千万人才工程国家级人选、国家有突出贡献中青年专家、国务院政府特殊津贴专家、国家社科基金重大项目首席专家、教育部新世纪人才、霍英东青年基金获得者、2014年—2021连续8年入选年中国高被引学者榜单，国家级一流专业负责人、北京市教学名师，中国高等院校市场学研究会副会长、中国企业改革



与发展研究会副会长。在 *Journal of Marketing*、*Journal of Operations Management*、*Journal of Management*、《管理世界》国内外权威期刊和《人民日报》《光明日报》等发表教学科研论文百余篇，获教育部等教学科研成果一等奖等20余项，主编《市场营销》《客户关系管理》《服务营销》《消费者行为学》等国家一流课程配套教材、首届国家优秀教材奖作品、国家级规划教材、北京市精品教材5部，合著或翻译菲利普科特勒教授等经典名著20余部。





李娟，香港城市大学商学院讲座教授，香港城市大学协理学术副校长(学术事务)，长期致力于营销战略、知识创建和创新，特别关注营销渠道的理论和实践问题。在国际学术刊物发表学术论文40余篇，其中在国际顶尖学术期刊发表学术论文10余篇，包括 *Journal of Marketing*, *Strategic Management Journal*, (and) *Journal of International Business Studies*, and *Journal of Operations Management* 等。2008年、2011年获香港城市大学商学院优秀科研奖。2018年获商学院教学奖以及香港城市大学杰出研究奖。长期兼任香港「大学教育资助委员会」(The University Grants Committee of Hong Kong) 研究资助局(The Research Grants Council) 自资院校竞争性拨款商学领域召集人、香港「大学教育资助委员会」质素保证局(The Quality Assurance Council) 委员、香港「大学联合招生」(The Joint University Programmes Admissions System) 管理委员会主席、香港学术及职业资历评审局专家、全球索引摘要数据库Scopus商业和经济类期刊甄选主审及顾问。

崔海涛，美国明尼苏达大学卡尔森管理学院艺康-皮尔森·格瑞夫国际营销讲座教授，全球管理博士项目国际副院长，明尼苏达大学工业工程系特聘教授，中国教育部长江学者讲座教授，美国市场营销科学研究院首届MSI学者，中国运筹学会行为运筹与管理分会副理事长，兼任《生产与运作管理》(*Production and Operations Management*) 部门主编，《服务科学》(*Service Science*) 部门主编，《管理科学》(*Management Science*) 客座副主编，以及 *Journal of*



Marketing Research, *Journal of Marketing Science*, *Journal of Operations Management* 等学术期刊的编委会委员。在行为量化研究领域做出了突出贡献，在 *Journal of Marketing*, *Journal of Marketing Research*, *Marketing Science*, *Management Science*, *Production and Operations Management*, *Strategic Management Journal* 等多个国际顶级学术期刊上发表论文并多次获得国际营销界顶级学报、美国市场营销科学研究院、美国市场营销协会等颁发的学术荣誉及奖励。曾应邀在四十多所国内外大学及商学院进行演讲，为国内多所大学的DBA、EMBA及商业高管课程等项目教授《战略市场营销》及《市场营销管理》等课程，所教授的学员累计逾千人。





沈阳，清华大学新闻学院教授、博士生导师，清华大学新闻学院元宇宙文化实验室主任，清华大学新闻学院新媒体研究中心执行主任，主要研究方向：AI和大数据、新媒体、元宇宙、网络舆论、虚拟人和机器人。曾任武汉大学、中国人民大学、新疆大学等校教授或兼职教授，研究领域横跨新闻传播、计算机科学和信息管理三个专业。现为近十个部委专委会专家以及多个二级学会副会长或秘书长、中宣部“文化名家”暨“四个一批”入选者、教育部新世纪人才计划入选者。中国互联网研究领域最具理论和实践结合精神的专家之一，34岁时破格升为教授博导，是互联网治理方面的社科基金重大项目首席专家，团队每周均有参考材料递送相关部门。在元宇宙领域的理论研究开拓上具有一定贡献，团队在多项AI和大数据国内外比赛中荣获第一名或金牌，团队研发的机器人已应用于多个社会场景，发表论文一百余篇，软件著作权和专利数十项，设计的大数据平台每日数据过亿条。

许晖，南开大学商学院教授，博士生导师，服务管理研究中心主任、南开大学MBA案例实验室主任。教育部新世纪优秀人才，美国富布赖特高级研究及驻学访问学者（Fulbright Scholar-in-Residence），中国企业管理案例研究国际论坛程序委员会委员、中国MBA案例共享中心评审委员、中欧工商管理学院案例中心兼职案例研究员、ChinaCases.Org案例评审学科编辑等。长期致力于国际市场营销、服务营销、国际企业管理及风险管理相关问题研究，在IBR、JGM、AIM、《管理世界》《管理科学》《南开管理评论》等期刊发表学术论文90余篇，



主持国家自然科学基金面上、国家社科基金一般等多项国家级项目。长期致力于扎根中国本土企业管理实践，运用以案例研究为主的质性研究方法，开发原创性中国企业管理案例。在2007-2021年（曾）多次获得全国MBA“百篇优秀管理案例”（“百优案例”），清华大学经济管理学院第三届（2021）、第四届（2022）“卓越开发者”案例大奖赛二等奖、获2021年“中国工商管理国际案例”一等奖、多篇案例达到ChinaCases.Org入库标准，并多次获得“中国企业管理案例与质性研究论坛”最佳论文奖。





王海忠，中山大学管理学院教授，博士生导师，市场营销学科带头人；中国品牌研究中心（CBC）主任；任中国高校市场学研究会副会长、中国管理现代化研究会营销管理专委会副主任、中国《营销科学学报》联合主编等。在 *Journal of Marketing*, *Journal of Consumer Psychology*, *Journal of Academy of Marketing Science*, 以及《管理世界》《管理科学学报》等国内外权威期刊发表学术论文几十篇。主持国家自然科学基金重点项目、教育部重大课题攻关项目等。在自主品牌战略、“中国制造”品牌战略等方面的观点与建议被中央有关部门刊物综合采用，供中央领导参阅；相关的品牌理论与思想被《人民日报》、《人民论坛》、新华社、中央广播电视总台等权威媒体引用或转载。出版专著《品牌管理》《高级品牌管理》《战略品牌管理》。长期兼任美国华盛顿大学、新西兰奥克兰大学等世界百强名校（QS）客座教授/研究员。兼任国家工信部“工业企业品牌培育专家委员会”成员；国家质检总局首席质量官《品牌管理》主讲教授。为美国Google（中国）、日本永旺（中国）、中国银行等全球财富500强企业提供品牌营销咨询与培训服务。

金立印，复旦大学管理学院市场营销学教授、博士生导师，复旦大学管理学院市场营销学系主任，复旦大学决策与行为科学研究中心主任，长期致力于消费者判断与决策、网络环境下的消费行为研究，在 *Journal of Consumer Research*、*Journal of Marketing Research*, *Journal of Personality and Social Psychology* 等期刊发表学术论文，主持多项国家自然科学基金项目（包括优青、杰青），获中国管理学青年奖。





门欣，中国第一汽车集团有限公司体系数字化部总经理，2000年毕业于吉林大学工商管理专业工商管理，获工商管理硕士学位。历任启明信息技术股份有限公司董事长，一汽—大众汽车有限公司管理服务部总监，一汽—大众汽车有限公司动力总成事业部总监。

姚凯，Credamo「见数」平台创始人，中央财经大学商学院助理教授，博士毕业于北大光华管理学院营销建模方向，美国宾大沃顿商学院联合培养博士，本科和硕士分别毕业于北师大和北大计算机系。研究领域包括：互联网营销、大数据营销、社会网络分析，论文发表于《营销科学学报》《管理科学》《*Journal of Business Ethics*》《*Enterprise Information Systems*》等，曾主持和参与多个国家自然科学基金项目。





机器学习与管理研究工作坊分享嘉宾



张颖婕，北京大学光华管理学院市场营销系助理教授。2018年在美国卡内基梅隆大学获得信息管理与系统博士学位。毕业后曾就职于美国德州大学达拉斯分校。研究集中于运用计量模型、机器学习算法、实地实验设计等方法论探索智能城市建设、共享经济、社交媒体、消费者行为等。在 *Information Systems Research*, *ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology*, *Transportation Research Part C* 等期刊发表多篇论文。在国际顶级会议上报告论文20余篇。屡次获得国际顶会的最佳论文奖，并获得信息管理领域国际最佳博士论文奖（2019 INFORMS ISS Nunamaker-Chen Dissertation Award）。承担本科生、研究生和MBA的“人工智能与机器学习”“机器学习与经管研究”“Applied Machine Learning”“Programming for Data Science”等课程。

营销案例研究工作坊分享嘉宾



李亮，对外经济贸易大学副教授，博士生导师。教育部学位中心首届（2019年）优秀案例教师、“中国企业管理案例与质性研究论坛”程序委员会委员、阿里活水学者理事会理事。主要研究兴趣为新兴技术情境下的数字化转型、数字化创新等企业战略问题及农村电商、电商扶贫等社会问题。其案例研究相关论文发表于 *Information Systems Journal*, *Information & Management*, 《管理世界》《南开管理评论》等国际和国内一流期刊。曾担任 *Information Systems Journal* 和《研究与发展管理》等期刊关于中国数字化创新和数字化转型的特刊及专栏客座编辑。主持编著《管理案例研究：方法与应用》。擅长案例数据的分析、案例数据与理论的对接、基于案例方法的理论构建等。





崔森，大连理工大学经济管理学院教授，中国管理案例共享中心副主任。“中国企业管理案例与质性研究论坛（2012）”最佳论文获得者。在Information Systems Journal, Journal of Strategic Information Systems, Information and Management, 《管理世界》《南开管理评论》等国内外期刊发表案例研究论文20余篇。主要研究方向：数字化社区管理、数字化转型与创新管理；擅长多案例研究。



冯永春，天津财经大学商学院副教授，博士生导师。商学院管理案例研究中心主任。在Industrial Marketing Management, 《管理世界》《南开管理评论》等期刊上发表多篇案例论文，擅长单案例研究与文献述评，并多次获得“中国企业管理案例与质性研究论坛”等会议的最佳论文奖。所撰写的教学型案例入选全国百篇优秀管理案例，收录于中国管理案例共享中心和中国工商管理国际案例库。主要研究方向：国际企业管理、服务营销。



单宇，东北财经大学副教授，南开大学与美国University of Missouri Columbia联合培养博士。主要研究方向为国际商务与中国企业创新战略，擅长案例研究设计与数据分析，在《管理世界》《南开管理评论》等期刊上发表多篇案例研究论文，所撰写的研究型案例多次获得“中国企业管理案例与质性研究论坛（2018、2019、2020）”“中国·实践·管理论坛暨中国管理50人论坛（2018）”“中国工商管理研究年度高端论坛（2020）”等会议最佳论文奖，荣获《管理世界》2020年“十佳”优秀论文奖，所撰写的教学型案例多次入选全国百篇优秀管理案例，收录于中国管理案例共享中心和中国工商管理国际案例库。



专业委员会论坛演讲嘉宾（按成立先后排序）

“专题小组”平行论坛拟演讲嘉宾-----



符国群，北京大学光华管理学院市场营销系教授，博士生导师，中国高等院校市场学研究会会长，霍英东教育基金会优秀教师。主要研究领域为家庭消费与家庭购买决策。主持完成了国家自然科学基金重点项目、国家社会科学基金等科研项目10余项。著有《消费者行为学》《商标资产研究》《商标管理》等多部著作，在《管理世界》《管理学报》《营销科学学报》《旅游学刊》《经济管理》《南开管理评论》《管理评论》《外国经济与管理》Journal of Marketing Management, Journal of Global Marketing等国内外有影响力的SSCI和CSSCI学术刊物上发表论文六十余篇。

移动数智营销专业委员会-----



沈俏蔚，光华管理学院市场营销系教授、博士生导师。2008年获得美国加州大学伯克利分校（UC Berkeley）市场营销专业博士学位，获得北京大学经济学学士和硕士学位。2008年至2015年任教于美国宾夕法尼亚大学沃顿商学院，2015年秋至今任教于北京大学光华管理学院。研究领域包括企业与消费者决策的量化模型，社交与新媒体以及营销策略等。多篇论文发表于Marketing Science和Management Science等管理学领域国际顶级学术期刊，并获2014年度美国运筹学与管理学协会（INFORMS）营销科学John Little最佳论文提名奖。现为国际顶级学术期刊Marketing Science以及Journal of Marketing的编委会成员，担任《营销科学学报》专业主编。2017年国家自然科学基金优秀青年科学基金获得者。



案例教学与研究专业委员会-----



蒋青云，复旦大学管理学院教授，博士生导师，兼任中国高等院校市场学研究会副会长、上海市市场学会副会长、《营销科学学报（JMS）》理事会副理事长及编委会副主任。擅长的研究领域是营销战略、营销渠道、数字营销和零售战略等问题，在中国企业品牌战略、营销渠道及零售战略方面发表专业论文 60 多篇，出版多部著作，包括：《中国最佳品牌建设案例IX：经济转型期的品牌演化》《Fair Development in China》《社会价值共创 6 步行动法则》《国际企业营销》《重返经济舞台中心——长三角区域经济的融合转型》《营销渠道》。主持完成多项国家级、省市级项目，负责完成 50 多家企业的咨询。

品牌专业委员会-----



何佳讯，华东师范大学教授、博士生导师，博士。华东师大上海国际首席技术官学院执行院长，华东师大亚欧商学院中方院长，国家品牌战略研究中心主任。获国家教育部“新世纪优秀人才支持计划”、上海市浦江人才计划。美国北卡罗来纳大学 Kenan-Flagler 商学院“市场营销杰出访问教授”（2011-2012 年）。中国高等院校市场学研究会品牌专业委员会主任。任国家发展与改革委员会、上海市发展与改革委员会等政府部门的咨询和评审专家。新著《战略品牌管理——企业与顾客协同战略》建立了不同于欧美学者的新理论体系。主持五项国家自然科学基金面上项目，发表中英文论文和各类文章、出版著作和译著等累计 300 余篇（部），有关成果获教育部高等学校科学研究优秀成果奖、上海市哲学社会科学优秀成果奖（含一等奖、二等奖）七次。



绿色消费与绿色营销专业委员会-----



王建明，浙江财经大学工商管理学院教授、博士生导师。美国密苏里大学哥伦比亚校区（University of Missouri-Columbia）访问学者。现为浙江财经大学工商管理学院院长。国家社科基金重大项目首席专家。获得浙江省“万人计划”青年拔尖人才，省高校高水平创新团队“转型升级和绿色管理创新团队”负责人，省一流本科专业（市场营销）负责人。主持国家级重大、重点和一般项目共5项，主持教育部等省部级重点、一般项目10余项。在科学出版社、中国社会科学出版社等出版专著、教材10余部，在《管理世界》《南开管理评论》《中国工业经济》等SSCI、SCI及中文核心期刊发表论文80余篇。获薛暮桥价格研究奖1项，著获省哲学社会科学优秀成果二等奖1项，合著著作入选国家哲学社会科学成果文库1次，获教育部高等学校科学研究优秀成果二等奖1项。主要研究绿色消费、绿色管理与政府监管。

大数据专业委员会-----



李季，中央财经大学商学院市场营销系教授，博士生导师，大数据营销专业负责人，大数据与营销创新研究团队负责人。主要从事市场营销模型，客户关系管理，新媒体营销，数据库营销等方面的研究和教学工作。在《中国管理科学》《营销科学学报》《经济科学》*Statistics and Its Interface*, *Journal of Interactive Advertising*等学术期刊发表论文20余篇，著有《中国消费金融品牌口碑指数研究》《快速消费品新产品扩散模型》《客户关系管理》《中国企业市场营销案例》等著作。主持国家自然科学基金课题2项，教育部人文社科课题2项，获得北京市高等学校“青年英才计划”资助。在学术研究方面，关注新产品扩散模型、生存模型、口碑推荐和社会网络分析方法等。在应用研究方面，关注以大数据挖掘和分析为基础的客户关系管理，以及企业在新媒体环境下的营销活动。



农产品营销专业委员会-----



青平，华中农业大学党委常委、副校长，教授，博士生导师。教育部高等学校教学指导委员会农林经济管理专业教学指导委员会副主任委员，湖北省社科联副主席，省级科研创新团队“食物经济与食品安全管理”团队负责人，湖北省优秀教师。研究方向：涉农工商管理，农业与食物经济，消费者行为学；主持中国科学院战略咨询重大项目、国家自然科学基金项目等十余项科研项目，在SSCI、SCI、CSCI等中外文核心期刊发表论文多篇。

数研会专业委员会-----



景奉杰，华东理工大学商学院市场营销专业责任教授，博士生导师，营销科学研究所所长。中国高等院校市场学研究会(CMAU)副会长兼教学委员会主任、中国管理现代化研究会营销管理专业委员会和管理案例研究专业委员会常务理事，学术期刊《营销科学学报(JMS)》的专业主编，《管理案例研究与评论》的编委。研究领域主要集中在市场营销战略、数据分析和市场研究、消费者行为及服务营销等方面，主持和参加国家自然科学基金项目和省部级项目多项，在国内外学术刊物上发表论文90余篇，包括：Journal of Business Research, Journal of Services Marketing, 《南开管理评论》《营销科学学报》《管理科学》《心理科学进展》等重要学术期刊。

新媒体营销专业委员会-----



费显政，中南财经政法大学工商管理学院副院长、教授、博士生导师，美国阿拉巴马大学访问学者，主要研究方向：市场营销调研、营销管理，擅长移动互联网和社会化媒体背景下的消费行为、消费者情绪、顾客不当行为。主持国家自然科学基金面上项目、教育部人文社会科学研究规划项目等国家重点项目4项，在顶级期刊 Journal of Consumer Psychology 发表论文1篇，《管理世界》发表高水平论文3篇并为多家企业进行营销咨询和培训。

服务营销专业委员会-----



王永贵，首都经济贸易大学副校长，二级教授，长江学者特聘教授，博士生导师，国家杰青，万人领军人才，教育部高等学校工商管理类专业教学指导委员，中国管理现代化研究会营销专业委员会副主任委员、中国高等院校市场学研究会副会长。研究领域：市场营销与服务营销、顾客关系与顾客行为、创新管理与竞争战略。

零售管理专业委员会-----



陈立平，首都经济贸易大学消费大数据研究院执行院长，工商管理学院市场营销系教授，经济学博士。曾获得北京市“教学名师”，北京市“双创教学名师”等荣誉。目前兼任北京市九三学社经济委员会委员，北京行为科学学会会长、中国高校市场学研究会零售专业委员会主任、日本专修大学大学院商学研究科社会知性开发研究中心研究员，以及中国商业经济学会常务理事、中国连锁经营协会，中国商业联合会专家委员等。





博士生论坛演讲嘉宾



梁屹天，清华大学市场营销系副教授。主要研究方向为营销模型，致力于对重要的营销管理问题进行建模研究，具体课题涵盖定价、渠道扩张、数字广告、数字公益、移动互联网、消费者重大人生事件等。在国际顶级期刊 *Journal of Marketing Research*, *Management Science*, *Information Systems Research* 上发表了具有影响力的营销与管理论文。曾获清华大学经济管理学院2018年先进工作者称号，2020年科研工作先进奖。



盖嘉，北京大学光华管理学院市场营销系助理教授，先后获得香港中文大学心理学学士，芝加哥大学社会科学硕士，荷兰鹿特丹商学院市场（伊拉斯姆斯大学）营销学博士学位。研究领域为消费者行为，包括数字消费、道德行为、自控力。研究成果见于 *Journal of Marketing*, *Journal of Consumer Research*, *Journal of Experimental Psychology: General* 等国际有影响力的期刊。现主持国家自然科学基金面上项目“人工智能与消费者福祉”。



期刊编辑嘉宾



闫妍，《管理世界》编辑部主任，研究员。曾获得中国科学院卢嘉锡青年人才奖、中国科学院青年创新促进会会员、国务院研究室年度研究成果二等奖、国家发改委中青年干部经济研讨会优秀论文奖等荣誉。在中英文权威期刊上发表学术论文40余篇，8篇政策研究报告得到国家主要领导人的重要批示。主持国家自然科学基金项目等课题。



白长虹，国务院学位委员会第八届学科评议组成员（工商管理旅游管理），南开大学商学院院长，旅游与服务学院创始院长，《南开管理评论》主编，中国专业学位案例建设咨询委员会委员，全国旅游管理专业学位MTA教育指导委员会副主任委员。主要研究领域：服务营销、品牌管理、幸福产业。主持国家社科基金重大招标项目“文化产业和旅游业提升国民幸福指数研究”。



陈煜波，清华大学经济管理学院教授，党委书记，国家杰出青年科学基金获得者。《营销科学学报》主编、《管理科学学报》领域主编。目前兼任教育部高等学校工商管理类专业教学指导委员会委员、中国信息化百人会成员、中国数字经济百人会专家委员会副主任、国家两化融合标委会数字经济工作组召集人、国家信标委数字经济研究组副组长、主要研究领域为：数字经济与中国数字化转型，大数据与全球互联时代的商业创新，气候变化与可持续发展战略。先后主持国家自然科学基金重点项目和重项目、教育部人文社科重点研究基地重大项目等多项国家级科研项目，在国际顶级学术期刊上发表大量学术论文。





蓝华，管理学博士，《管理科学》杂志常务主编、编审。中国管理现代化研究会理事，中国金融学年会常务理事，中国人文社会科学期刊评价专家委员会委员。其负责的《管理科学》杂志为国家自然科学基金委员会管理科学部认定管理科学A级重要期刊、国家自然科学基金资助期刊、管理科学与工程学会会刊、第三届国家期刊奖提名期刊、中国百强科技期刊、FMS管理科学高质量期刊(T1等级)、中国最具国际影响力学术期刊。



刘照胜，《中国人口·资源与环境》编辑部责任编辑，编审，山东师范大学公共管理学院兼职教授，主要从事资源环境管理与可持续发展研究。



刘继宁，从事图书和期刊编辑工作逾30年，曾任华中理工大学出版社理科室副主任，《华中科技大学学报（自然科学版）》副主编，《管理学报》副主编和编辑部主任，具有丰富的编辑工作经验。





宋澄宇，副编审，上海财经大学《外国经济与管理》编辑部主任，中国企业管理研究会副理事长，中国管理现代化研究会理事，中国人文社会科学期刊评价专家委员会委员，上海市高校学报优秀编辑部主任。曾获上海市哲学社会科学学科学术一等奖，华东地区期刊出版研究论文一等奖。

路小静，管理学博士，武汉大学经济与管理学院《珞珈管理评论》编辑部主任，武汉大学信息管理学院文学学士、武汉大学经管学院管理学硕士、管理学博士；研究方向：旅游管理、出版业国际化、数字出版等。





范秀成，复旦大学管理学院教授，博士生导师，复旦大学服务营销与服务管理研究中心主任。*Journal of Contemporary Marketing Science*主编，《南开管理评论》专业主编，*Journal of Service Research*和*Customer Needs and Solutions*编委，中国管理现代化研究会营销管理专业委员会副主任，芬兰Hanken经济管理学院服务研究中心International Fellow，美国亚利桑那州立大学服务研究中心Global Fellow。主要研究领域包括：消费者幸福感，服务营销与管理，品牌营销。主持自然科学基金重点项目2项、国家自然科学基金面上项目、国家社会科学基金和教育部资助项目10项，在国内外顶级期刊发表论文百余篇，出版《服务管理学》《服务营销学》《服务管理》等著译作。

王承璐，美国纽黑文大学商学院营销学终身教授，福尔布莱特学者。主要研究方向为消费者行为及互动营销。共发表学术文章近百余篇，其中SSCI文章60余篇。目前担任互动营销专业期刊*Journal of Research in Interactive Marketing*主编。多次担任*Journal of Business Research*, *European Journal of Marketing*, *International Marketing Review*, *Industrial Marketing Management*等SSCI杂志的特刊执行主编。



曾多次担任营销学国际学术会议联席主席和主题演讲人。主编的著作有《Contemporary Marketing in China: Theories and Practices》《Brand Management in Emerging Markets: Theories and Practices》《Exploring the Rising Fandom in Contemporary Consumer Culture》《Handbook of Research on the Impact of Fandom in Society and Consumerism》。





联系我们

吉林大学会务组联系方式：

QQ群会议咨询



群名称:2022CMAU会议咨询
群 号:627162348

邮箱会议咨询：cmdu22@126.com

会务组紧急联系人：

盛光华 联系电话：13756176205

金晓彤 联系电话：13604334999

秘书处联系方式：

联系人：郑敏

电话：010-62757952

邮箱：cmdu@cmdu.org.cn

会务组推荐宾馆：长春高新宴都酒店（高新店）（吉林省长春市朝阳区海外街1号）
会议协议酒店，本次会议主会场所在地。

协议平均价格350元+（含早餐）可直接致电下面电话。

预约电话：18186864353。预定时，请告知“参加2022CMAU会议”。





2022年CMAU参会人员疫情防控温馨提示3.0版

各位尊敬的参会者：

大家好，欢迎报名参加线下会议，本次大会的平行论坛部分将采用线上方式进行，望您知晓。

为了您的安全，大会组委会有如下几点特别说明：

(1) 请大家购置机票、火车票前务必要做好疫情防控的各项政策核对工作。确认符合进入长春要求后，乘坐飞机的参会者请参照出发地机场、长春龙嘉机场、航空公司的要求做好准备，乘坐火车的参会者请参照出发地及长春火车站的要求做好准备，提前进行核酸检测，准备好核酸检测报告、健康码、行程码等。目前，会务组收集了截止7月7日，长春市、社区、酒店、机场的疫情管理办法（内容附后）。但是鉴于疫情的不确定性，会议开始前的这段时间（7月7日至7月13日），各地疫情防控要求还可能会产生变动，温馨提示各位：如您确认线下参会，务必在出发前做好信息查阅，同时建议大家尽量选择直飞的航班或直达的火车，尽量不转机或转车。

(2) 为了防范会议期间因特定地区疫情突发产生未知的关联人员，会务组需提前收集线下参会人员的相关信息，以便随时快速锁定关联人员。因此烦请线下参会者在**抵达长春前一日**通过问卷星扫码提交线下参会申请及疫情防控承诺书。



问卷链接<https://www.wjx.top/vm/eTxhoEO.aspx>

(3) 近日，部分地区时有疫情复发，尽管目前长春市无疫情，但不能确保各位进入长春以后零风险。若一旦突发疫情，导致参会者短时间内无法离长，会议承办方没有能力承担相应的后果，对于可能的损失，只能由参会者个人承担，特此说明。





附件：

7月10日长春本地相关疫情防控要求

1. 长春市最新防疫政策

对有高风险区7天旅居史的人员，采取7天集中隔离医学观察，在集中隔离第1、2、3、5、7天各开展一次核酸检测；对有中风险区7天旅居史的人员，采取7天居家隔离医学观察，在居家隔离医学观察第1、4、7天各开展一次核酸检测；如不具备居家隔离医学观察条件，采取集中隔离医学观察；管理期限自离开风险区域算起；对有低风险地区7天旅居史的人员，3天内应完成两次核酸检测，并做好健康检测。

2. 会场所在社区的疫情防控要求

同1

3. 长春龙嘉机场的疫情防控要求

旅客进入航站楼需持有48小时以内核酸检测阴性证明，证明有效时间计算从旅客核酸采样时间起算，起飞前未满48小时即可，同时需持当日购票凭证并出示吉祥码（吉林省）或国家平台健康绿码，行程码绿码，体温正常。由于各航空公司对核酸检测阴性证明的实效要求不同，出行前请您与所乘坐航空公司咨询最新疫情防控要求。

龙嘉机场咨询电话：0431-96665

4. 酒店的疫情防控要求

同1



学会秘书处联系人：郑敏
联系电话：010-62757952
联系邮箱：cmau@cmau.org.cn

吉林大学商学与管理学院会务组
联系电话：13756176205
QQ咨询群：627162348