

# 中国式现代化与营销创新

## 2024年中国高等院校市场学研究会 学术年会暨博士生论坛

2024 CMAU ANNUAL CONFERENCE  
AND DOCTORAL CONSORTIUM

# 会议手册

2024·7·10-14 湖南·长沙

1984  2024

知 行 合 一  正 道 致 远





## 中国高等院校市场学研究会简介

中国高等院校市场学研究会（Chinese Marketing Association of Universities，英文缩写 CMAU）成立于 1984 年元月，是经中华人民共和国民政部批准，由全国各高等院校从事市场营销学教学、研究的专家、学者及企事业单位自愿组成的非营利性学术团体。学会的主管单位是中华人民共和国教育部，现任会长是武汉大学经济与管理学院汪涛教授。

### 本会宗旨

团结营销理论与实务界人士，遵守国家法律、法规和政策，本着“百花齐放、百家争鸣”的原则，组织各种形式的研讨和交流，为创造、传播新的营销知识，为繁荣中国市场营销学术研究，为提升我国企事业单位营销管理水平做出贡献。

### 业务范围

通过定期（如年会）或不定期（如不同专题的研讨会）的形式，为全国高校从事市场营销教学、研究的专业人员提供交流的机会；

通过出版物，为全国高校从事市场营销教学、研究的专业人员和社会各界的有关人士提供发表研究成果的园地；

组建全国性的市场营销教学、研究案例库、资料库，建立全国性的市场营销研究信息网络；

通过各种方式为社会各培训市场营销教学、市场营销管理实践人才；

以各种方式为企业界及其他部门提供市场营销相关的专业援助，如咨询等；

收集国内外的市场营销理论的研究动态，与国外有关市场营销研究的机构、团体建立不同形式的合作、交流关系。

### 学会秘书处

通讯地址：100871 海淀区颐和园路 5 号北京大学光华 2 号楼

联系电话：010-62757952

Email 地址：cmau@cmau.org.cn

## 湖南大学工商管理学院介绍

湖南大学工商管理学院坐落于苍翠拱卫的岳麓山畔，毗邻传承千年中华文脉的岳麓书院，素有“千年学府，百年商学”之美誉。1911年，学院前身——湖南商业教员养成所成立，首倡商科分立引领中华风尚。1926年，湖南公立法政专门学校和公立工业专门学校、公立商业专门学校在岳麓书院的基础上联合办学，定名湖南大学。1946年，全国唯一的国立商学院并入湖南大学，成立湖南大学商学院，成为当时全国重要的商学教育基地之一。

学院目前设有管理科学、工商管理、市场营销、信息管理与电子商务、会计、财务管理等6个系8个专业。拥有管理科学研究院、数字社会与区块链研究院等15个跨学科研究机构等创新团队。学院下设工商管理和管理科学与工程两个学科，一级学科博士点2个，博士后科研流动站2个，及工商管理硕士（MBA）、高级工商管理硕士（EMBA）、会计硕士（MPAcc）等专业硕士学位授予点，建成了完备的从学士到博士三级人才培养体系。110多年来，湖大商学为中国社会发展，培育过毛泽东、谢觉哉、彭璜、易礼容、甘泗淇等一大批优秀人才。

近年来，工商管理学院坚持育人为本，全面推进“双一流”建设，优化布局，凝练方向，突出特色，深化教育教学改革，人才培养质量稳步上升，学科整体实力和影响力显著提升。连续三届荣获国家级教学成果奖一、二等奖。工商管理学科在第三轮、第四轮学科评估中分列第12和前10%（A-）。在第五轮学科评估中，工商管理、管理科学与工程学科均迈上新台阶，并入选湖南省“十四五”重点建设学科。2021年6月，工商管理、市场营销、电子商务、信息管理与信息系统、会计学、财务管理6个专业，进入软科中国大学本科专业排名A类专业（全国前10%）或A+专业榜单（全国前2%），全部获批为国家级一流本科专业建设点。2024年新增大数据管理与应用本科专业。经济与商学、社会科学总论学科多次跻身ESI全球前1%学科。继通过AACSB国际认证后，第三次获得5年满额AMBA国际认证，并于2024年成功通过EQUIS国际认证。

学院将继续坚持人才培养中心地位，加强商科建设和特色发展，做精本科教育，创新教学模式，不断提升新时代经世致用商学领军人才培养质量，全面推进建设中国特色世界一流商学院。



## 湖南大学市场营销系介绍

湖南大学不仅是我国近代较早开设市场学课程的主要高校之一，也是我国早期市场营销学传播者的重要聚集地。湖南大学市场营销系的发展历史可以追溯到1926年湖南大学设立商科，1931年设立商学系，1946年成立商学院。二十世纪三十年代，两位最早在中国传播营销学的先驱丁馨伯教授和侯厚吉教授均曾任教于湖南大学；二十世纪七八十年代，在我国率先组织市场学培训和教材编写的郭军元教授也在湖南大学任教。1984年1月，湖南大学在长沙承办了“全国高等财经院校、综合大学市场学教学研究会成立大会及研讨会”，这标志着我国第一个全国性市场营销学术组织的诞生。湖南大学市场营销专业自1980年开始招收本科生，是湖南大学特色专业。

湖南大学市场营销专业连续4年在“软科中国大学专业排名”中均位列A+。市场营销系是国家级“市场营销专业虚拟教研室”建设试点单位。市场营销教研室被评为湖南省优秀教研室，市场营销系支部是湖南大学优秀基层党支部。《市场营销》等多门课程被评为湖南省精品课程，拥有湖南省省级优秀实习基地。

2017年，市场营销所在工商管理学科在第四轮教育部学科评估中位列A类学科。

2019年，湖南省市场营销本科专业综合评价位于A类第一名。

2020年，获评国家级一流专业建设点。

2021-2024年，市场营销专业位列“软科中国大学专业排名”A+行列。

2022年，“市场营销专业虚拟教研室”获批教育部虚拟教研室建设试点。

2024年，市场营销系党支部入选“全国党建工作样板支部”培育创建单位。

## 目录

中国高等院校市场学研究会简介 .....	1
湖南大学工商管理学院介绍 .....	2
湖南大学市场营销系介绍 .....	3
会议组织机构 .....	5
会议概览 .....	11
会议议程 .....	12
研究方法提升工作坊 .....	12
博士生日活动 .....	13
研究会成立 40 周年恳谈会 .....	16
2024 年中国高等院校市场学研究会学术年会议程（第一天） .....	17
2024 年中国高等院校市场学研究会学术年会议程（第二天） .....	19
专委会论坛 .....	21
平行论坛场次信息概览 .....	27
平行论坛安排表 .....	30
演讲嘉宾介绍 .....	85
联系我们 .....	92
会场地图及交通路线 .....	93

## 会议组织机构

### 程序委员会

**主 席：**舒成利 西安交通大学

**副主席：**杨 智 湖南大学

**委 员（按姓氏拼音排序）**

安国山	延边大学	白 凯	陕西师范大学
白长虹	南开大学	才凤艳	上海交通大学
曹 霞	哈尔滨工程大学	曾伏娥	武汉大学
常 玉	西北工业大学	常亚平	华中科技大学
陈 荣	清华大学	陈国平	武汉科技大学
谌飞龙	江西财经大学	崔 楠	武汉大学
崔登峰	石河子大学	董晓松	上海工程技术大学
杜 鹏	中南财经政法大学	杜靖川	云南大学
樊建锋	五邑大学	范秀成	复旦大学
方 正	四川大学	费鸿萍	华东理工大学
费显政	中南财经政法大学	冯 蛟	宁夏大学
付晓蓉	西南财经大学	高维和	上海财经大学
龚艳萍	中南大学	官翠玲	湖北中医药大学管理学院
郭 锐	中国地质大学（武汉）	郭晓凌	对外经济贸易大学
何大义	中国地质大学（北京）	何佳讯	华东师范大学
侯丽敏	华东理工大学	胡 春	北京邮电大学
胡左浩	清华大学	黄劲松	北京航空航天大学
黄敏学	武汉大学	黄苏萍	首都经济贸易大学
江 玮	厦门大学	江红艳	中国矿业大学
姜彩芬	广州大学	蒋玉石	西南交通大学
金 虹	中国政法大学	金立印	复旦大学
金晓彤	吉林大学	靳俊喜	重庆工商大学

- |     |          |     |           |
|-----|----------|-----|-----------|
| 景奉杰 | 华东理工大学   | 康丽群 | 南昌大学      |
| 黎建新 | 长沙理工大学   | 黎小林 | 广东财经大学    |
| 李 刚 | 西安邮电大学   | 李 季 | 中央财经大学    |
| 李 雷 | 桂林理工大学   | 李 林 | 武昌首义学院    |
| 李 妍 | 新疆科技学院   | 李 玥 | 哈尔滨理工大学   |
| 李纯青 | 西北大学     | 李季鹏 | 新疆财经大学    |
| 李先国 | 中国人民大学   | 连 漪 | 桂林理工大学    |
| 梁 强 | 汕头大学     | 梁剑平 | 中山大学      |
| 刘 益 | 上海交通大学   | 刘宏举 | 北京大学      |
| 刘文纲 | 北京工商大学   | 刘遗志 | 贵州大学      |
| 刘园园 | 西安交通大学   | 刘志梅 | 广州货币金融博物馆 |
| 刘志敏 | 国家开放大学   | 柳武妹 | 兰州大学      |
| 鲁平俊 | 云南财经大学   | 罗 胜 | 广西财经学院    |
| 孟 雷 | 渤海大学管理学院 | 孟 韬 | 东北财经大学    |
| 聂元昆 | 云南财经大学   | 牛全保 | 河南财经政法大学  |
| 牛永革 | 四川大学     | 彭红霞 | 湖北大学      |
| 彭泗清 | 北京大学     | 钱力显 | 西交利物浦大学   |
| 钱丽萍 | 重庆大学     | 任星耀 | 南开大学      |
| 沈俏蔚 | 北京大学     | 盛光华 | 吉林大学      |
| 盛亚军 | 吉林财经大学   | 舒成利 | 西安交通大学    |
| 宋 艳 | 上海外国语大学  | 宋思根 | 上海应用技术大学  |
| 宋晓兵 | 大连理工大学   | 苏 淞 | 北京师范大学    |
| 孙 元 | 浙江工商大学   | 孙亚程 | 清华大学      |
| 陶晓波 | 北方工业大学   | 滕乐法 | 江南大学      |
| 童泽林 | 海南大学     | 汪 涛 | 武汉大学      |
| 王 峰 | 湖南大学     | 王 锐 | 北京大学      |
| 王 维 | 齐齐哈尔大学   | 王 毅 | 中央财经大学    |
| 王海忠 | 中山大学     | 王建明 | 浙江财经大学    |
| 王君萍 | 西安石油大学   | 王良燕 | 上海交通大学    |



王小毅	浙江大学	王兴元	山东大学
王永贵	浙江工商大学	卫海英	暨南大学
吴金林	闽江学院	吴锦峰	武汉纺织大学
吴水龙	北京理工大学	项朝阳	华中农业大学
肖淑红	北京体育大学	谢佩洪	上海对外经贸大学
谢作渺	中央民族大学	徐 伟	安徽财经大学
徐小龙	上海立信会计金融学院	杨 帅	东华大学
杨 毅	西安理工大学	杨 智	湖南大学
杨德锋	暨南大学	杨洪涛	华侨大学
姚 凯	中央财经大学	姚 琦	重庆交通大学
叶 敏	湖北经济学院	叶樊妮	西南民族大学
俞荣建	浙江工商大学	袁 峰	沈阳工业大学
袁少锋	辽宁大学	袁胜军	桂林电子科技大学
詹志方	湖南工商大学	张 闯	大连理工大学
张 昊	东北大学	张 辉	湖北工程学院
张 璇	中国石油大学（北京）	张 影	北京大学
张初兵	天津财经大学	张泽林	中国人民大学
赵大伟	哈尔滨商业大学	赵建彬	东华理工大学
赵卫宏	江西师范大学	赵艳丽	哈尔滨商业大学
周 娜	河北工程大学	周荣森	中国海洋大学
周欣悦	浙江大学	周志民	深圳大学
邹 鹏	哈尔滨工业大学		

## 论文评审委员会

**主 席：**舒成利 西安交通大学

**副主席：**周 玲 湖南大学

### 初审专家名单（按姓氏拼音排序）

陈增祥	中山大学	初星宇	南京大学
丁 璞	中国人民大学	盖 嘉	北京大学
黄韞慧	南京大学	蒋玉石	西南交通大学
李纯青	西北大学	李少波	南方科技大学
厉 行	北京大学	刘静文	西安交通大学
刘文静	清华大学	刘野逸	西安交通大学
刘园园	西安交通大学	柳武妹	兰州大学
钱丽萍	重庆大学	任星耀	南开大学
孙 瑾	对外经济贸易大学	孙亚程	清华大学
王丽丽	浙江大学	王清亮	西安交通大学
王 雪	中国人民大学	王雪华	同济大学
肖 莉	复旦大学	肖振鑫	西安交通大学
徐 岚	武汉大学	许销冰	海南大学
杨德锋	暨南大学	杨浙帅	浙江大学
姚 琦	重庆交通大学	殷云露	复旦大学
余伊琦	复旦大学	曾伏娥	武汉大学
张 昊	东北大学	周志民	深圳大学
庄梦舟	香港大学	邹 鹏	哈尔滨工业大学

### 终审委员会委员（按姓氏拼音排序）

才凤艳	上海交通大学	金立印	复旦大学
沈俏蔚	北京大学	汪旭晖	东北财经大学
王永贵	浙江工商大学	周欣悦	浙江大学



### 博士生工作委员会

主任：张 闯 大连理工大学

副主任：任星耀 南开大学

王 锐 北京大学

秘书长：李小玲 重庆大学

#### 委 员（按姓氏拼音排序）

陈星宇 深圳大学

江 玮 厦门大学

刘文静 清华大学

孙 琦 上海财经大学

肖 莉 复旦大学

王 峰 湖南大学

王丽丽 浙江大学

徐 岚 武汉大学

赵海川 山东大学

### 博士生优秀论文评审委员会

主任：张 闯 大连理工大学

副主任：王 锐 北京大学

#### 初评专家（按姓氏拼音排序）

白 璇 西南财经大学

陈星宇 深圳大学

江 玮 厦门大学

刘文静 清华大学

刘园园 西安交通大学

梁剑平 中山大学

庞 隽 中国人民大学

王丽丽 浙江大学

沈 璐 大连海事大学

孙 琦 上海财经大学

肖 莉 复旦大学

谢菊兰 中南大学

徐 岚 武汉大学

赵海川 山东大学

张 昊 东北大学

#### 复评专家（按姓氏拼音排序）

陈 荣 清华大学

李小玲 重庆大学

任星耀 南开大学

王 峰 湖南大学

王 锐 北京大学

张 闯 大连理工大学

## 组织委员会

主任：杨 智 湖南大学

副主任：王 峰 湖南大学

郑 培 湖南大学

涂阳军 湖南大学

周 玲 湖南大学

### 委员（按姓氏拼音排序）

贺爱忠 湖南大学

黄 浩 湖南大学

李战生 湖南大学

宁曼妮 湖南大学

万 炜 湖南大学

肖 捷 湖南大学

颜剑辉 湖南大学

朱国玮 湖南大学

胡赛全 湖南大学

李 平 湖南大学

毛金华 湖南大学

彭璐璐 湖南大学

吴 慧 湖南大学

肖 提 湖南大学

叶 青 湖南大学

## 会议概览

时间	活动		地点
<b>2024年7月10日</b>			
07:30-08:50	研究方法提升工作坊报到、领取资料		工管院 B105
08:50-09:00	开班仪式		
09:00-17:30	研究方法提升工作坊		
<b>2024年7月11日</b>			
09:00-17:30	研究方法提升工作坊		工管院 B105
14:30-20:00	学术年会暨博士生论坛 报到、领取资料		工管院
<b>2024年7月12日</b>			
08:00-20:00	学术年会暨博士生论坛 报到、领取资料		工管院
09:30-10:30	博士生日启动仪式		工管院报告厅
10:40-12:00	嘉宾演讲		
14:00-17:30	优秀博士论文交流与颁奖		工管院报告厅
14:00-17:30	璀璨四秩 继往开来 ——学会成立 40 周年恳谈会		工管院 B307
20:00-21:00	会长会议		佳兴世尊酒店
<b>2024年7月13日</b>			
07:30-08:30	学术年会暨博士生论坛报到、领取资料		大礼堂
08:30-09:00	学术年会开幕式		大礼堂
09:00-11:15	学术年会嘉宾演讲		
11:15-12:00	学会成立 40 周年活动 颁发学会杰出贡献奖		
13:30-17:00	平行论坛	专委会论坛	教学中楼、工管院
18:00-20:00	晚宴		佳兴世尊酒店
20:00-21:00	理事会/常务理事会议		佳兴世尊酒店
<b>2024年7月14日</b>			
08:30-12:00	平行论坛	专委会论坛	教学中楼、工管院
13:30-15:45	学术年会嘉宾演讲		大礼堂
15:45-16:30	学术年会闭幕式		

## 会议议程

### 研究方法提升工作坊

日期	时间	活 动	主持人	地点
7月10日	07:30-08:50	报到、领取材料		工管院 B105
	08:50-09:00	开班致辞 涂阳军 副教授、系主任 湖南大学	肖捷 副教授 湖南大学	工管院 B105

日期	时间	课 程	主讲老师	地点
7月10日	09:00-12:00	元分析价值以及学术创新性；确定研究问题；论文检索；效应值编码；中介变量编码；调节变量编码等	彭晨明 助理教授 对外经济贸易大学	工管院 B105
7月10日	14:30-17:30	确定论文理论框架、基于R进行效应值计算、中介效应分析、调节效应分析、数据结果展示、论文写作建议等	彭晨明 助理教授 对外经济贸易大学	工管院 B105
7月11日	09:00-12:00	因果分析；自然实验、伪实验、现场实验、工具变量的设计、评估与分析；处理效应的异质性分析等	庄梦舟 助理教授 香港大学	工管院 B105
7月11日	14:30-17:30	实证模型的建立与分析，如联立估计、嵌套模型、选择模型、有限混合模型；机器学习在二手数据分析中的应用等	庄梦舟 助理教授 香港大学	工管院 B105

## 博士生日活动

时间：2024年7月12日周五 地点：湖南大学

时间	活动内容	主持人	地点
08:30-09:30	博士生联合会理事会议		工管院 B307
09:30-10:30	博士生日启动仪式暨发布2024年高校市场学会 博士生就业情况白皮书	郑培 副教授 湖南大学	工管院 B111
	致开幕词 张闯 中国高校市场学研究会副会长， 博士生工作委员会主任		
	致欢迎词 王峰 湖南大学工商管理学院 副院长		
	博联会工作汇报 王馨萌 CMAU 博士生联合会第四届理事会理 事长		
	《白皮书》发布 《白皮书》说明： 任星耀 博士生工作委员会副主任，南开大学 教授 《白皮书》发布： 匡珺洁（西南财经大学博士生） 龙安华（中南财经政法大学博士生） 吴慧超（南开大学博士生） 陈玖柒（西南交通大学博士生）		
10:30-10:45	茶歇		
10:45-12:00	企业与消费者决策的实证研究：经济学与营销 学的混合视角 孙琦 教授 上海财经大学	王锐 副教授 博士生工作委员 会副主任	工管院 B111
	消费者健康行为初探 王丽丽 教授 浙江大学		
	智能广告播放系统 肖莉 副教授 复旦大学		

14:00-15:30	<p style="text-align: center;"><b>优秀博士论文交流</b></p> <p>Background Music and Advertising Effectiveness 孟思雨 北京大学 钱留杰 普渡大学 盖嘉 北京大学 刘宏举 北京大学</p> <p>Content Management Policy and Influencer Marketing on Social Media Platforms: A Study of Shopping Links in Sponsored Content 陈隽旒 上海财经大学 孙琦 上海财经大学 裴思琦 上海财经大学 Yong Liu University of Arizona</p> <p>恐怖谷效应：有声书声音拟人化程度对消费者行为的影响 万宁 北京大学 刘柏序 北京大学 张颖婕 北京大学</p> <p>From Canvas to Blockchain: Impact of Royalties on Art Market Efficiency 陈杰腾 香港中文大学 曹馨宇 香港中文大学 柯特 香港中文大学</p>	<p>主持人： 胡赛全 副教授 湖南大学</p> <p>点评人： 赵海川 教授 山东大学</p> <p>丰超 副教授 南京航空航天大学 大学</p>	工管院 B111
15:30-15:40	茶歇		
15:40-17:10	<p style="text-align: center;"><b>优秀博士论文交流</b></p> <p>Effects of Corporate Litigation on Breakthrough Innovation for Defendant Firms: Evidence from China 胡蕴赟 湖南大学 王峰 湖南大学 窦羽琪 湖南大学</p> <p>"I Love My Hometown, so I Buy": The Effect of Hometown Ties on Sales Performance 袁珮雯 北京大学 厉行 北京大学 刘宏举 北京大学 贾晓军 筑龙学社</p>	<p>主持人： 周玲 副教授 湖南大学</p> <p>点评人： 贺爱忠 教授 湖南大学</p> <p>陈星宇 教授 深圳大学</p>	工管院 B111



	<p>善举与人脉：企业慈善捐赠如何影响董事网络中心度 彭紫荆 武汉大学 滕洪信 重庆大学 寿志钢 武汉大学</p> <p>Decomposing Loss Aversion from a Single Neural Signal 王睿宁 浙江大学 王小毅 浙江大学 Michael L. Platt University of Pennsylvania 盛峰 浙江大学</p>		
17:10-17:30	<p><b>公布获奖论文暨闭幕式 颁奖嘉宾</b> 汪涛 中国高校市场学研究会会长 武汉大学教授 张闯 中国高校市场学研究会副会长 大连理工大学教授</p> <p><b>闭幕式致辞</b> 任星耀 博士生工作委员会副主任 南开大学教授</p>	<p>李小玲 教授 博士生工作委员 会秘书长</p>	<p>工管院 B111</p>
17:40-18:10	博联会 理事会议		<p>工管院 B307</p>

## 璀璨四秩 继往开来

### 学会成立 40 周年恳谈会

时间：2024 年 7 月 12 日周五 地点：湖南大学工管院 B307

时间	活动内容		主持人
14:00-14:25	开场 VCR	四十周年纪录片 VCR 播放	黄敏学 教授 武汉大学
14:25-14:30	介绍参会嘉宾		
	致词	汪涛 教授 中国高校市场学研究会 会长	
14:30-14:45	回顾篇	四十周年纪念文集征稿活动 符国群 教授 北京大学	沈俏蔚 教授 北京大学
14:45-15:00		介绍学会成立之初 杨智 教授 湖南大学	
15:00-15:15		四十周年纪录片制作感想 景奉杰 教授 华东理工大学	
15:15-15:20	介绍“杰出贡献奖”及获奖名单 汪涛 教授 武汉大学		
15:20-15:30	茶歇		
15:30-15:45	分享篇	万后芬 教授 中南财经政法大学	景奉杰 教授 华东理工大学
15:45-16:00		郭国庆 教授 中国人民大学	
16:00-16:15		胡其辉 教授 云南大学	
16:15-16:30		兰苓 教授 北京工商大学	
16:30-16:45		龚振 教授 华南理工大学	
16:45-17:05	未来篇	介绍国内高校营销学科发展报告白皮书	李先国 教授 中国人民大学
17:05-17:25	畅谈篇	自由交流	彭泗清 教授 北京大学
17:30 结束	合影留念		



## 2024 年中国高等院校市场学研究会学术年会议程（第一天）

时间：2024 年 7 月 13 日周六 地点：湖南大学

时间	活动内容	主持人	地点
08:30-09:00	<b>2024 年中国高等院校市场学研究会学术年会开幕式</b>		
08:30-09:00	介绍参会嘉宾	刘喜东 党委书记 湖南大学工商管理 学院	湖南大学 大礼堂
	致欢迎词 曹升元 湖南大学 党委副书记		
	致开幕词 汪涛 中国高校市场学研究会 会长		
	致欢迎词 杨智 湖南大学工商管理学院 院长		
	合影		
09:00-11:15	2024 年中国高等院校市场学研究会学术年会嘉宾演讲		
09:00-09:30	打造算力高地，赋能新质生产力 唐卓 教授 湖南大学信息科学与工程学院 院长 国家超级计算长沙中心总工程师	白长虹 教授、院长 南开大学商学院	湖南大学 大礼堂
09:30-10:00	Field Experiments: Design, Measurement, and Potential Issues Tat Chan 教授 美国圣路易斯华盛顿大学	沈俏蔚 教授、副院长 北京大学	
10:00-10:15	茶歇		

10:15-10:45	Rethinking Marketing Strategy: Unlocking Innovation through a Data-Based Perspective 李娟 教授 香港城市大学（东莞） 副校长、香港城市大学协理副校长	何佳讯 教授、院长 华东师范大学	湖南大学 大礼堂
10:45-11:15	Love well, whip well: A competing view of political affinity between countries for ESG-violating firms 夏军 教授 美国德克萨斯大学达拉斯分校	龚艳萍 教授 中南大学	
11:15-11:30	四十周年纪录短片 40 周年文集介绍 符国群 教授 北京大学	景奉杰 教授 华东理工大学	湖南大学 大礼堂
11:30-11:45	营销学科发展白皮书短片 颁发学会杰出贡献奖 汪涛 中国高校市场学研究会 会长	李先国 教授 中国人民大学	
12:00-13:30	午餐		五食堂
13:30-15:10	年会论文与博士生论文分组平行论坛I	每组 2 人点评 第 1 位兼主持	教学中楼
15:10-15:30	茶歇		
13:30-17:00	专委会论坛		工管院
15:30-17:10	年会论文与博士生论文分组平行论坛II	每组 2 人点评 第 1 位兼主持	教学中楼
18:00-20:00	晚宴		佳兴世尊 酒店
20:00-21:00	中国高等院校市场学研究会理事/常务理事会议		佳兴世尊 酒店

## 2024 年中国高等院校市场学研究会学术年会议程（第二天）

时间：2024 年 7 月 14 日周日 地点：湖南大学

时间	活动内容	主持人	地点
08:30-10:10	年会论文与博士生论文分组平行论坛III	每组 2 人点评 第 1 位兼主持	教学中楼
10:20-12:00	年会论文与博士生论文分组平行论坛 IV	每组 2 人点评 第 1 位兼主持	教学中楼
08:30-12:00	专委会论坛		工管院
12:00-13:30	午餐		五食堂
13:30-15:45	<b>2024 年中国高等院校市场学研究会学术年会嘉宾演讲</b>		
13:30-14:00	生成式 AI 时代的新产品开发 曾伏娥 教授 武汉大学经济与管理学院	费显政 教授、副院长 中南财经政法大学	湖南大学 大礼堂
14:00-14:30	Research on Customer-to-Manufacturer Model in Platform Supply Chain 田林 教授 复旦大学管理学院	金晓彤 教授 吉林大学	
14:30-15:00	爱尔眼科医疗服务高质量发展之道 冯珺 爱尔眼科医院集团副总裁	聂元昆 教授 云南财经大学	湖南大学 大礼堂
15:00-15:30	人工智能时代营销研究“危机” 姚凯 见数创始人， 中央财经大学商学院副教授	连漪 教授 桂林理工大学	

15:30-15:45	茶歇		
15:45-16:30	2024 年中国高等院校市场学研究会学术年会闭幕式		
15:45-16:30	年会论文评选工作及获奖情况介绍 舒成利 教授 西安交通大学	滕乐法 教授 江南大学	湖南大学 大礼堂
	颁奖仪式 颁奖嘉宾：汪涛 教授 武汉大学 王良燕 教授 上海交通大学 王毅 教授 中央财经大学		
	承办方致词	黄敏学 教授、副院长 武汉大学	
	下届承办方交接		
	致闭幕词 彭泗清 教授 北京大学		

## 专委会论坛议程

主题：2024 年营销思想史研究与营销理论建构专委会论坛 时间：7 月 13 日下午 13:30-15:10		
地点：工管院 A308 教室		
主持人	时间	内容
张闯 教授 大连理工大学	<b>主题报告环节</b>	
	13:30-13:45	再论“匹配”是营销的核心功能 符国群 教授 北京大学光华管理学院
	13:45-14:00	知其然、知其所以然、知其所以必然 董大海 教授 大连理工大学经济管理学院
	14:00-14:15	关于中国营销理论的几点思考 庄贵军 教授 西安交通大学管理学院
	14:15-14:30	为什么要关注与研究营销思想史？ 郭国庆 教授 中国人民大学商学院
	14:30-14:45	营销学研究：站在风口上，还是站在巨人的肩膀上？ 彭泗清 教授 北京大学光华管理学院
宋晓兵 教授 大连理工大学	<b>《营销思想史》新书分享环节</b>	
	14:45-15:00	青年教师和博士生分享
	15:00-15:10	Shaw、Alderson 与 Kotler：营销思想史中的未来镜像 张闯 教授 大连理工大学经济管理学院

主题：2024 年品牌专业委员会论坛      时间：7 月 13 日下午 13:30-16:50		
地点：工管院 B313 教室		
主持人	时间	内容
吴漪 助理教授 华东师范大学	13:30-13:55	国潮品牌建设存在的问题与对策建议 卫海英 教授、博士生导师 暨南大学
	13:55-14:20	Multi-level Optimal Distinctiveness of Cultural Product Brand Names 高维和 教授、博士生导师 上海财经大学
	14:20-14:45	生僻字品牌命名研究 周志民 教授、博士生导师 深圳大学
	14:45-15:10	DSR 对消费者品牌评价的影响：基于赋情、赋能、赋义的研究框架 童泽林 教授、博士生导师 海南大学
	15:10-15:35	The Virtual New or the Real Old? The Effect of Temporal Alignment Between Influencer Virtuality and Brand Heritage Narration on Consumers' Luxury Consumption 莫婷婷 副教授、硕士生导师 中南财经政法大学
	15:35-16:00	让世界变得更加美好 ——基于《共同利益》谈营销终极命题 邓伟升 副教授、硕士生导师 云南大学
	16:00-16:25	战略品牌管理：若干新进展 何佳讯 教授、博士生导师 华东师范大学



主题：2024年农产品营销专委会论坛      时间：7月13日下午 13:30-16:50			
地点：工管院 B316 教室			
主持人： 许安心 教授 闽江学院  点评人： 范公广 教授 石河子大学  陈通 副教授 华中农业大学	时间	论文	作者
	13:30-13:50	农产品追溯信息呈现时机对消费者购买意愿的影响研究	项朝阳 华中农业大学 高 聪 华中农业大学
	13:50-14:10	字正腔圆 vs.南腔北调——农民主播语言类型、在线绿色互动模式对消费者绿色农产品品牌偏好的影响	郭 锐 中国地质大学（武汉） 赵成祥 中国地质大学（武汉）
	14:10-14:30	场景信息与产品类型对消费者预制菜购买意愿的影响研究	项朝阳 华中农业大学 张学靖 华中农业大学
	14:30-14:50	自我消耗对消费者自然产品购买意愿影响的研究	彭璐珞 湖南大学 刘雅晴 湖南大学
	14:50-15:10	突出“我有”还是“他没有”？——农产品区域品牌资源优势类型与广告目标框架的匹配效应研究	李 梅 中山大学 张榕晗 中山大学 周月娇 中山大学
	15:10-15:30	茶歇	
	15:30-15:50	消费者自然产品偏好形成机制研究——基于根基感的中介作用	彭璐珞 湖南大学 郑闵丹 湖南大学 邓锐琦 湖南大学
	15:50-16:10	数字营销视角下茶叶连锁品牌营销渠道优化研究	郑琼娥 福建农林大学 郭兰兰 福建农林大学 伍花仙 福建农林大学
	16:10-16:30	乡村旅游者恢复性环境感知对其环境责任行为的影响：地方依恋的中介作用	张 莹 安徽财经大学 王 艳 安徽财经大学
	16:30-16:50	表达方式对乡村振兴广告社会效果的影响机制	王 梅 长春光华学院

主题：2024 年移动数智营销专委会论坛      时间：7 月 13 日下午 14:00-16:00		
地点：工管院 B211 教室		
主持人	时间	内容
王毅 教授 中央财 经大学	14:00-14:30	《复印报刊资料·市场营销（理论版）》近三年选文情况及主 文献评审概况 李静 编辑 中国人民大学书报资料中心
	14:30-15:00	基于文化营销与数智赋能的案例研究 李纯青 教授、博导 西北大学经济管理学院
	15:00-15:30	数字经济时代货币政策的传导 ——基于供应链资金占用和市场扩张的视角 顾雷雷教授、博导、市场营销系系主任 中央财经大学
	15:30-16:00	Spotlight on Generosity: The Impact of Highest Visible Patronage in Digital Content Monetization and User Segmentation 马雪静 副教授 华东师范大学亚欧商学院

<b>主题：2024 年绿色消费与绿色营销专委会论坛</b>			<b>时间：7 月 13 日下午 14:00-17:30</b>
<b>地点：工管院 B210 教室</b>			
主持人	时间	内容	
王建明 教授 浙江财经大学	14:00-14:30	环境保护信息框架、社会阶层与环境责任行为 栗路军 教授、博导 中南大学商学院	
	14:30-15:00	双碳目标下绿色品牌研究的探索 郭锐 教授、博导 中国地质大学经济管理学院	
	15:00-15:30	促进低碳生活方式的多重社会心理路径及其作用机制 聿凌云 教授、博导 中国矿业大学管理学院	
15:30-15:50		茶歇	
郭锐 教授 中国地质大学	15:50-16:20	探究渐进型环保选项的暗黑面：绿色门槛效应 钟科 教授、博导 海南大学国际商学院	
	16:20-16:50	拟人化策略对消费者亲环境行为的影响 肖捷 博士、副教授 湖南大学工商管理学院	
	16:50-17:20	从精准化到精细化：数智时代促进绿色农产品消费的信息干预设计研究 赵婧 博士、讲师 浙江农林大学经济管理学院	
17:20-17:30		绿色消费与绿色营销专委会总结	

主题：2024 年体育营销专委会论坛      时间：7 月 13 日下午 14:00-17:00		
地点：工管院 B105 教室		
主持人	时间	内容
吴特 博士 北京体育 大学	14:00-14:20	中国高等院校市场学研究会体育营销专委会成立仪式
	14:20-14:40	新营销时代体育产业高层次人才培养 肖淑红 院长、教授 北京体育大学体育商学院
	14:40-15:00	新时代体育营销的力量：用故事激发品牌价值增长 张佃波 副校长、教授 山东体育学院
	15:00-15:20	新时代体育营销的价值取向与实践方略 王雄 副校长、教授 四川旅游学院
	15:20-15:40	茶歇
	15:40-16:00	新时代体育市场营销的新特点与新发展 杨涛 科研处处长、教授 西安体育学院
	16:00-16:20	户外运动市场营销的发展实践与未来方略 周丽君 主任、教授 浙江大学国家体育产业研究基地
	16:20-16:40	圆桌论坛
	16:40-17:00	体育营销专委会主任委员会会议

<b>主题：2024 年家庭消费研究专委会论坛      时间：7 月 14 日上午 09:00-11:00</b>		
<b>地点：工管院 A308 教室</b>		
主持人	时间	内容
金晓彤 教授 吉林大学	09:00-09:30	何种家务时间测量方法更准确？ ——基于全国时间利用调查项目与 CFPS 项目的比较 王为久 中国人民大学
	09:30-10:00	送礼规范与礼物选择 ——给家人送礼与给朋友送礼的比较 林荫 中国传媒大学
费显政 教授 中南财经政 法大学	10:00-10:30	男女原生家庭经济支持对夫妻购买家政服务的不对称影响 欧阳晨晨 北京大学
	10:30-11:00	亲子互动导向的家庭旅游决策 崔宏静 吉林大学

## 平行论坛场次信息概览

7月13日 13:30-15:10			
场次	地点	主题	点评专家
A1	中楼 107	数字强国下的战略创新	蒋玉石（西南交通大学）
			杨一翁（北方工业大学）
A2	中楼 108	营销战略	陈 鑫（西南财经大学）
			滕洪信（重庆大学）
A3	中楼 109	消费者心理与行为	赵建彬（东华理工大学）
			郑仕勇（桂林电子科技大学）
A4	中楼 114	消费者心理与行为	姚 琦（重庆交通大学）
			纪春礼（澳门理工大学）
A5	中楼 115	消费者心理与行为	刘 福（山东大学）
			舒丽芳（深圳职业技术大学）
A6	中楼 116	广告传播与新媒体营销	王立磊（海南大学）
			崔宏静（吉林大学）
A7	中楼 207	新技术营销	刘 欢（南开大学）
			张红红（江南大学）
A8	中楼 208	博士生论坛	赵海川（山东大学）
			厉 行（北京大学）
A9	中楼 209	博士生论坛	李小玲（重庆大学）
			丰 超（南京航空航天大学）
A10	中楼 214	服务营销	吴 慧（湖南大学）
			吴月燕（福州大学）

7月13日 15:30-17:10			
场次	地点	主题	点评专家
B1	中楼 107	数字强国下的战略创新	卢小静（集美大学）
			郑宇（中南财经政法大学）
B2	中楼 108	营销战略	顾雷雷（中央财经大学）
			王江哲（江南大学）
B3	中楼 109	消费者心理与行为	金晓彤（吉林大学）
			林荫（中国传媒大学）
B4	中楼 114	消费者心理与行为	陈立彬（北京工商大学）
			郑付成（深圳职业技术大学）
B5	中楼 115	消费者心理与行为	王春燕（塔里木大学）
			范苗苗（渤海大学）
B6	中楼 116	广告传播与新媒体营销	杨强（南京审计大学）
			吴笑悦（华东理工大学）
B7	中楼 207	新技术营销	盛峰（浙江大学）
			张雪婷（安徽财经大学）
B8	中楼 208	博士生论坛	黄韞慧（南京大学）
			彭晨明（对外经济贸易大学）
B9	中楼 209	博士生论坛	陈星宇（深圳大学）
			杨浙帅（浙江大学）
B10	中楼 214	服务营销	黄苏萍（首都经济贸易大学）
			姚唐（北京航空航天大学）

7月14日 08:30-10:10			
场次	地点	主题	点评专家
C1	中楼 107	消费者福祉	周 玲（湖南大学）
			顾 帆（云南财经大学）
C2	中楼 108	博士生论坛	胡赛全（湖南大学）
			靳 菲（四川大学）
C3	中楼 109	博士生论坛	钟 科（海南大学）
			龚 璇（华中农业大学）
C4	中楼 114	可持续消费	王新刚（中南财经政法大学）
			王 慧（武汉纺织大学）
C5	中楼 115	可持续消费	项朝阳（华中农业大学）
			何 昊（长沙理工大学）
C6	中楼 116	可持续消费	孔 锐（中国地质大学（武汉））
			侯晨璇（浙江工业大学）
C7	中楼 207	营销渠道	肖振鑫（西安交通大学）
			贾兴平（湖北大学）
C8	中楼 208	消费者心理与行为	陈 凯（北京林业大学）
			孟 陆（西南交通大学）
C9	中楼 209	消费者心理与行为	吕林祥（东北大学）
			肖 廷（海南大学）
C10	中楼 214	消费者心理与行为	孙 浩（中国科学技术大学）
			牛晓晓（深圳大学）
C11	中楼 215	消费者心理与行为	童泽林（海南大学）
			冷雄辉（华东交通大学）
C12	中楼 216	消费者心理与行为	冯文婷（中国地质大学（武汉））
			王 欣（河海大学）
C13	中楼 307	新技术营销	沈鹏熠（江西财经大学）
			董学兵（上海大学）
C14	中楼 308	新技术营销	汪淋淋（浙江工商大学）
			段 坤（中南财经政法大学）
C15	中楼 309	广告传播与新媒体营销	许安心（闽江学院）
			石 洋（深圳大学）
C16	中楼 314	广告传播与新媒体营销	薛蛟龙（四川大学）
			乔抒晨（深圳大学）



7月14日 10:20-12:00			
场次	地点	主题	点评专家
D1	中楼 107	品牌管理	周志民（深圳大学）
			王 军（贵州大学）
D2	中楼 108	博士生论坛	张初兵（天津财经大学）
			任星耀（南开大学）
D3	中楼 109	博士生论坛	郭 锐（中国地质大学（武汉））
			周元元（华中科技大学）
D4	中楼 114	可持续消费	范公广（石河子大学）
			袁少锋（辽宁大学）
D5	中楼 115	可持续消费	王建国（浙江财经大学）
			吴月燕（福州大学）
D6	中楼 116	可持续消费	王建明（浙江财经大学）
			肖 廷（海南大学）
D7	中楼 207	客户关系管理	刘文超（吉林财经大学）
			黄智慧（长沙理工大学）
D8	中楼 208	消费者心理与行为	贺和平（深圳大学）
			陈 姝（西安外国语大学）
D9	中楼 209	消费者心理与行为	戚海峰（华东理工大学）
			陈 通（华中农业大学）
D10	中楼 214	消费者心理与行为	陈 铭（南京财经大学）
			葛佳焯（上海对外经贸大学）
D11	中楼 215	消费者心理与行为	张 琴（中南大学）
			吴 漪（华东师范大学）
D12	中楼 216	消费者心理与行为	项典典（中南财经政法大学）
			张雪婷（安徽财经大学）
D13	中楼 307	新技术营销	董晓松（上海工程技术大学）
			邓年奇（浙江财经大学）
D14	中楼 308	新技术营销	涂阳军（湖南大学）
			蔡创能（汕头大学）
D15	中楼 309	广告传播与新媒体营销	廖俊云（暨南大学）
			郑 宇（中南财经政法大学）
D16	中楼 314	广告传播与新媒体营销	袁靖波（深圳大学）
			龚潇潇（贵州大学）
D17	中楼 315	案例研究	李纯青（西北大学）
			李季鹏（新疆财经大学）

## 平行论坛安排表

第一批：2024年7月13日下午

A1 主题：数字强国下的战略创新 时间：7月13日 13:30-15:10			
地点：中楼 107			
点评嘉宾	编号	论文	作者
蒋玉石 西南交通大学  杨一翁 北方工业大学	3933	联盟区块链在遏制电子商务跳单中的作用：基于演化博弈分析	王玉红 沈阳工业大学 于兆吉 沈阳工业大学
	3974	数字化转型、企业家风险感知与企业创新——基于市场动态性的调节效应	赵雨笛 中央财经大学
	4179	Informational or emotional? The influencing mechanism of digital corporate social responsibility-related interactive content on product purchase intention	童泽林 海南大学 许稷稷 海南大学
	4192	Navigating Geographic Distance on Environmental Innovation and the Paradoxical Roles Gender-diverse Board: The Evidence from Natural Disaster Response in Japan	Xi Li Shenzhen University Qi Zeng Macao City University Jianxin Liu
	4546	快一点还是慢一点？场景营销视角下快闪店和慢闪店对顾客购买的影响	童泽林 海南大学 曾钰 海南大学 肖皓文 海南大学 肖廷 海南大学

A2                      主题：营销战略                      时间：7月13日 13:30-15:10			
地点：中楼 108			
点评嘉宾	编号	论文	作者
陈鑫 西南财经大学  滕洪信 重庆大学	3611	平台竞争中入驻经营者权益保护的数字化协同治理研究	康俊 北京邮电大学 裴美琴 北京邮电大学
	3628	数据资源对企业市场价值的影响机制研究	康俊 北京邮电大学 苏彩云 北京邮电大学
	3678	文化冲击：儒家文化对企业内外部社会责任差距影响研究	龙贤义 海南大学 谢鹏 重庆大学
	3779	The Impact of Popularity Cues on Consumer Purchase Behavior in Digital Economic Platforms: Evidence from Meta-Analysis	王江哲 江南大学 叶浩宇 江南大学
	3816	营销变革情境下员工的变革支持——考察影响因素和作用机制	冯陆添 广东财经大学 刘慧霞 广东财经大学 程雅淇 广东财经大学

A3		主题：消费者心理与行为	时间：7月13日 13:30-15:10
地点：中楼 109			
点评嘉宾	编号	论文	作者
赵建彬 东华理工大学  郑仕勇 桂林电子科技大学	3804	代言人类别对消费者购买意愿的影响研究	王悦 首都经济贸易大学 刘璇 首都经济贸易大学 黄苏萍 首都经济贸易大学
	3761	“事出有因”还是“离经叛道”？ 失范类型对主播特征的影响差异研究	徐伟 安徽财经大学 张晓琪 安徽财经大学 张雪婷 安徽财经大学
	3562	直播电商情境氛围烘托对冲动性购买意愿的影响研究	王绪龙 渤海大学 冷风 渤海大学 付晨雨 渤海大学
	3766	在线评论不一致对消费者购买意愿的影响研究	王绪龙 渤海大学 付晨雨 渤海大学 冷风 渤海大学
	3768	Unveiling the Role of Product Presentation Order in E-commerce Live Streaming via Serial Multiple Mediator Analysis	张雪婷 安徽财经大学 王峰 湖南大学 曹霞 湖南大学

A4 主题：消费者心理与行为 时间：7月13日 13:30-15:10			
地点：中楼 114			
点评嘉宾	编号	论文	作者
姚琦 重庆交通大学  纪春礼 澳门理工大学	3638	奢侈品民主化对顾客购买意愿的影响研究：来自新老顾客的双刃剑效应	刘洪深 长沙理工大学 宋悦 长沙理工大学 黄智慧 长沙理工大学
	3681	求利不得，用度更慎：抽奖结果对消费目标追求的影响	刘涪涪 华中农业大学 余樱 华中农业大学
	3683	How does perfectionism affect consumers' post-purchase regret? -A viewpoint based on ruminant thinking	陈立彬 北京工商大学 武雨昕 北京工商大学 马珂 北京工商大学 张妙冉 北京工商大学 王硕 北京工商大学
	3729	The impact of anthropomorphized packaging on anticipated consumption enjoyment.	陈立彬 北京工商大学 张妙冉 北京工商大学 马珂 北京工商大学 武雨昕 北京工商大学 王硕 北京工商大学

A5		主题：消费者心理与行为	时间：7月13日 13:30-15:10
地点：中楼 115			
点评嘉宾	编号	论文	作者
刘福 山东大学	3693	Speed Down, Fresh Up: How Food Movement Speed in Advertising Videos Influences Freshness Perception	孟 陆 西南交通大学 叶 青 湖南大学 李少波 南方科技大学 姜宇威 香港理工大学
	3714	算法还是我——附加商品推荐方式对焦点产品购买意愿的影响研究	王德胜 山东大学 秦 鹏 山东大学 金英杰 山东大学
舒丽芳 深圳职业技术大学	3719	“大人”不记“小人”过？ 索赔类型对受害品牌评价的影响研究	王新刚 中南财经政法大学 蒋 俊 中南财经政法大学 陈 凯 中南财经政法大学
	3734	Who warms you up? How employee gender composition impacts consumer responses	刘文娟 华东理工大学 吴笑悦 华东理工大学
	3739	拥抱还是推开——全球-本土认同对旅游纪念品购买意愿的影响研究	吕偲铭 华东理工大学 吴笑悦 华东理工大学

A6      主题：广告传播与新媒体营销      时间：7月13日 13:30-15:10			
地点：中楼 116			
点评嘉宾	编号	论文	作者
王立磊 海南大学  崔宏静 吉林大学	3336	唤醒越多越好吗？直播电商中主播语音内容的表达唤醒程度对消费者购买行为的非线性影响	王俞丹 南京审计大学 杨 强 南京审计大学 李京朋 西南交通大学 蒋玉石 西南交通大学
	3337	Sonic Strategies: Unveiling the Impact of Sound Features in Short Video Ads on Enterprise Market Entry Performance	王俞丹 南京审计大学 杨 强 南京审计大学 席 悦 清华大学
	3445	How to engage Generation Z in influencer marketing: The mediation role of influencer credibility on gratification of followers needs	Yin Gui Kobe University Lin Huang Kobe University
	3552	电商主播实时互动对消费者冲动性购买意愿的影响：情感共鸣的中介作用	崔倩铜 北京工商大学 郭崇义 北京工商大学
	3565	谁发布广告——广告发送者身份对信息流广告效果的影响	马晨雅 西南交通大学 王晓焯 西南交通大学 蒋玉石 西南交通大学

A7 主题：新技术营销 时间：7月13日 13:30-15:10			
地点：中楼 207			
点评嘉宾	编号	论文	作者
刘欢 南开大学  张红红 江南大学	3978	Unlocking the Potential of Virtual Endorsers: The Role of Brand-Owned and Brand-Non-Owned Virtual Endorsers in Shaping Brand Attitude	滕乐法 江南大学 王欣冉 江南大学 王红艳 江南大学 徐 铭 江南大学
	3673	服务机器人人性特征与任务类型相匹配对游客价值共创意愿的影响	谢菊兰 中南大学 韩 笑 中南大学 张国淼 中南大学 贺筱星 中南大学
	3713	从“冷科技”到“暖品牌”：AI 社会责任如何塑造消费者品牌拥护	沈鹏熠 江西财经大学 彭德辉 江西财经大学
	3738	虚拟代言人广告中的情景因素对消费者购买意愿的影响研究	郑菲菲 深圳大学 杜颖诗 深圳大学 乔抒晨 深圳大学
	3776	“晓之以理”还是“动之以情”——推荐人类型对消费者智能推荐接受意愿的影响	李玥欣怡 北京邮电大学 苏 欣 北京邮电大学



A8			
主题：博士生论坛		时间：7月13日 13:30-15:10	
地点：中楼 208			
点评嘉宾	编号	论文	作者
赵海川 山东大学  厉行 北京大学	4417	我还是你？不同人称代词的消费总结 对消费者社交媒体分享的影响	徐 苏 上海财经大学 叶巍岭 上海财经大学 张沐嵘 上海财经大学 朱昊宇 上海财经大学
	3805	品牌推文中的图文特征对用户参与度的影响机制研究	王 毅 中央财经大学 曾遨宇 中央财经大学
	3551	Rarity, the WTA-WTP Disparity, and Price Adjustments in the NFT Market	Bingrui Huangfu University of Xi'an Jiaotong Yuanyuan Liu University of Xi'an Jiaotong Zheng Qiao University of Xi'an Jiaotong Xi Zhao University of Xi'an Jiaotong
	3903	互联网使用如何影响老年人消费：基于中国家庭的经验证据	王 翠 上海财经大学 孙 琦 上海财经大学 任明丽 常州工学院
	3855	Virtual influencers' impact on automated product preferences	别永越 西南交通大学 孟 陆 西南交通大学 杨梦雅 安徽财经大学 孙玮潞 西南交通大学 蒋玉石 西南交通大学

A9			
主题：博士生论坛		时间：7月13日 13:30-15:10	
地点：中楼 209			
点评嘉宾	编号	论文	作者
李小玲 重庆大学  丰超 南京航空航天大学	3589	赞助披露对社会化创作内容的传播影响研究	柯 婧 上海财经大学 孙 琦 上海财经大学 吴 芳 上海财经大学 陈隽旒 上海财经大学
	3592	Peer Effects in Sponsored Content Creation on Social Media Platforms: Mechanisms and Economic Implications	孙梦阳 上海财经大学 孙 琦 上海财经大学 项典典 中南财经政法大学
	3695	Beauty Premium and Beauty Penalty in Online Reviews: The Role of Gender Difference	谭晓晴 南方科技大学 李少波 南方科技大学 唐 闯 北京大学汇丰商学院
	4323	B2B 营销中社交销售策略如何影响企业销售业绩？	张 闯 大连理工大学 郭 乐 东北财经大学
	4228	制造商容忍投机行为在分销商网络中的观察者效应	张 闯 大连理工大学 窦志慧 东北财经大学 张绪兵 香港理工大学

A10			
主题：服务营销		时间：7月13日 13:30-15:10	
地点：中楼 214			
点评嘉宾	编号	论文	作者
吴慧 湖南大学  吴月燕 福州大学	3455	“我” vs. “我们” ——在线医疗服务中医生人称代词策略的影响研究	谢 鹏 重庆大学 刘启明 重庆大学 段 嘉 重庆大学 王 军 重庆大学 杨雨蓉 重庆城市职业学院
	3813	面面俱到还是重点突出？服务机器人对话技能对消费者服务体验影响研究	黄苏萍 首都经济贸易大学 江志琴 首都经济贸易大学 闫星良 首都经济贸易大学 张慧君 首都经济贸易大学
	3822	基于 FsQCA 方法下服务技术创新对游客感知价值影响及在海洋公园的应用	郑玉香 上海海事大学 熊瑾媛 上海海事大学 应美婷 上海海事大学 李蓓蓓 上海建桥学院
	3845	服务机器人拟人化对顾客使用意愿的影响——服务消费情境的调节作用	陈国平 武汉科技大学 王志奥 武汉科技大学
	3849	价值共创视角下服务型企业互动导向能力对其企业声誉度的影响机制研究	任 瑞 中南大学 汪长玉 江南大学 谢菊兰 中南大学 贺筱星 中南大学

<b>B1</b>		<b>主题：数字强国下的战略创新</b>	<b>时间：7月13日 15:30-17:30</b>
<b>地点：中楼107</b>			
点评嘉宾	编号	论文	作者
卢小静 集美大学  郑宇 中南财经政法大学	3323	大国需求效应推动我国主导设计创新对关键核心技术自主开发的影响机制研究	周洋洋 中南大学
	3434	企业数字化转型与组织韧性：基于动态能力的视角	李泰齐 西安交通大学 舒成利 西安交通大学
	3803	专精特新中小企业如何破解国产替代的“冷启动悖论”？ ——基于可拓理论的视角	谌飞龙 江西财经大学 占思奇 江西财经大学
	3827	数字化转型对企业持续创新的影响研究	胡凌荣 西安交通大学 舒成利 西安交通大学
	4339	沉浸式展示对数字营销的作用	李兴宇 北京邮电大学 苏欣 北京邮电大学
	4341	高管团队职能经验异质性与企业社会责任：高管激励的门槛效应	马景晨 西华大学 谢雨润 西华大学 刘丹萍 西华大学

B2 主题：营销战略 7月13日 15:30-17:30			
地点：中楼 108			
点评嘉宾	编号	论文	作者
顾雷雷 中央财经大学 王江哲 江南大学	3869	A dual-logic model of MNE's CSR in response to paradigm shift of global political environment: Evidence from China	龚乐 北京大学 王锐 北京大学
	3872	B2B 情境中企业思想领导力营销对品牌资产的影响研究	张闯 大连理工大学 许嘉欣 东北财经大学
	4008	大数据赋能能否带来大规模定制？——C2M 数字平台赋能制造企业大规模定制研究	张闯 大连理工大学 王震 东北财经大学
	4258	Reducing Corporate Social Irresponsibility? Investigating the interaction between TMT Pay Inequality and strategic emphasis	Jieke Chen University of Leeds 谭群 厦门大学
	4287	在本命年行善积德：高管的“本命年效应”与企业慈善捐赠	滕洪信 重庆大学 寿志钢 武汉大学
	3873	“众人拾柴火焰高”：多元情境下产消者群体赋能平台品牌的过程机理	刘璞 河北工业大学 赵一颖 河北工业大学 王锡锡 河北工业大学

<b>B3</b>		<b>主题：消费者心理与行为</b>	<b>时间：7月13日 15:30-17:10</b>
<b>地点：中楼 109</b>			
点评嘉宾	编号	论文	作者
金晓彤 吉林大学  林 荫 中国传媒 大学	3924	自然元素设计风格对消费者购买意愿的影响研究	彭璐璐 湖南大学 崔云娇 湖南大学
	3435	限制性促销类型对顾客线上冲动消费意愿的影响研究:基于调节聚焦理论的视角	彭艳君 北京工商大学 陈秋雨 北京工商大学
	3765	运气线索对直播间消费者黏性的影响研究	赵建彬 东华理工大学 邓俊龙 东华理工大学
	3587	耳听为“实”：声音特征的触觉补偿效应对线上购买意愿的影响	董伶俐 河南财经政法大学 胡公岗 河南财经政法大学 段依琳 河南财经政法大学
	3606	无意识目标启动助推消费者国货购买意愿	范公广 石河子大学 吴旭栋 石河子大学

B4 主题：消费者心理与行为 时间：7月13日 15:30-17:10			
地点：中楼 114			
点评嘉宾	编号	论文	作者
陈立彬 北京工商 大学  郑付成 深圳职业 技术大学	3793	荒诞风格产品设计对奢侈品品牌偏好的影响机制研究——基于涓滴回流理论	冯文婷 中国地质大学(武汉) 曾悦龙 中国地质大学(武汉) 浦格菲 中国地质大学(武汉) 王子康 中国地质大学(武汉)
	3778	Shine as a Brand: How Followership Nicknames Enhance Influencer Effectiveness	Lu Wang 中南财经政法大学 Lei Jia Kent State University Xiaojing Yang University of South Carolina
	3792	自我赠礼动机和品牌仪式的交互对轻奢品购买意愿的影响	孙洪庆 中南财经政法大学 钱程 中南财经政法大学
	3842	The Backfiring Effect of Cuteness: How Whimsical Cuteness Impacts Consumer Assessment of Product Quality	Lei Jia Kent State University Lu Wang Zhongnan University of Economics and Law Gang Yi Kent State University
	3959	Virtue or Vice The Influence of Time Perspective on Consumer Product Choice	姚琦 重庆交通大学 唐琦 重庆交通大学

<b>B5</b>		<b>主题：消费者心理与行为</b>	<b>时间：7月13日 15:30-17:10</b>
<b>地点：中楼 115</b>			
点评嘉宾	编号	论文	作者
王春燕 塔里木大学  范苗苗 渤海大学	3821	社会排斥和聊天机器人沟通风格对消费者持续使用意愿的影响	张计划 暨南大学 徐小净 暨南大学 史嘉颖 暨南大学 董书文 暨南大学
	3836	广告占用我太多时间：重复方式对消费者情绪和购买意愿的影响	张 琴 中南大学 白雅洁 中南大学
	3775	AI机器人与员工服务失败对顾客抱怨意向的影响差异研究	陈国平 武汉科技大学 郭丝嘉 武汉科技大学
	4342	消费者对高校科技成果转化产品的购买意愿研究	李 敖 宁夏大学 康凌翔 宁夏大学 薛 梅 宁夏大学
	3852	“锦上添花”还是“适得其反”——嗅觉意象诉求的异质性效应分析	张 琴 中南大学 张 鑫 中南大学



B6 主题：广告传播与新媒体营销 时间：7月13日 15:30-17:10			
地点：中楼 116			
点评嘉宾	编号	论文	作者
杨强 南京审计大学  吴笑悦 华东理工大学	3593	社交媒体平台信息流广告策略的同群效应研究 ——基于微观数据的实证研究	孙梦阳 上海财经大学 孙琦 上海财经大学 陈隽旒 上海财经大学
	3653	数据隐私敏感性用户如何回避说服性社交媒体原生广告：基于心理抗拒和注意偏向	郑煜琦 上海外国语大学 李玉豪 上海外国语大学
	3655	The impact of virtual idols' downfall on brand trust in the context of social media	李震 莆田学院 缪玉娇 莆田学院
	3691	Destination Marketing Effectiveness: The Matching Effect Between Destination Logo and Advertising Persuasion Tactics	王立磊 海南大学 罗泽元 海南大学
	3838	匠心独运还是智能生成——广告类型与产品类型对购买意愿的影响研究	吴天润 北京邮电大学 苏欣 北京邮电大学

B7			
主题：新技术营销		时间：7月13日 15:30-17:10	
地点：中楼 207			
点评嘉宾	编号	论文	作者
盛峰 浙江大学  张雪婷 安徽财经大学	3785	混合现实技术的应用对用户满意度及行为意愿的影响	陈可蓉 南开大学 刘欢 南开大学 赵馨頔 南开大学
	3875	Personality Matters: Examining the Effect of Virtual Influencers' Openness on Customer Engagement	屠心怡 北京航空航天大学 彭思雨 复旦大学 李晨溪 北京航空航天大学
	3964	Examining the Impact of Consumers' Online Shopping Using Augmented Reality on Their Product Perceptions in Post-Purchase Reviews	Xuebing Dong Shanghai University Chuanzhi Hu Shanghai University Nianqi Deng Shanghai University
	4082	AI 叙数？人类叙事？代理类型和信息格式的交互对健康信息说服效果的影响研究	崔琳琳 哈尔滨工业大学 吴昊 哈尔滨工业大学 宋宇石 哈尔滨工业大学 李国鑫 哈尔滨工业大学
	4252	低流行度产品推荐——风险推荐是交由 AI 还是人类？	朱华伟 武汉大学 向潇潼 武汉大学

B8			
主题：博士生论坛		时间：7月13日 15:30-17:10	
地点：中楼 208			
点评嘉宾	编号	论文	作者
黄韞慧 南京大学  彭晨明 对外经济贸易大学	4149	Do You Have the Correct Brand Logo? Role of Logo Direction, Perceived Logo Movement Imagery, and Brand Positioning	Yanfei Tang Shanghai Jiao Tong University Liangyan Wang Shanghai Jiao Tong University Eugene Chan Toronto Metropolitan University
	3798	自我提升类产品试用对消费者购买意愿的影响 ——自我效能感的中介作用	李子馨 对外经济贸易大学 陈 可 对外经济贸易大学
	3689	The shape of freshness: The effect of a circular logo on consumers' perceived food freshness	Xueting Gong, Southwest Jiaotong University Jiuqi Chen Southwest Jiaotong University Peixuan Wu Chengdu University of Information Technology Yushi Jiang Southwest Jiaotong University
	3955	异质文化背景下故事类型对医疗众筹项目筹款绩效的影响研究：基于情感轨迹提取技术的实证分析	胡赛全 湖南大学 陈娅静 湖南大学 刘展余 复旦大学
	3423	Rough vs. Smooth: The effects of surface roughness on consumers' perception and product preference	吴佩轩 西南交通大学 陈玖柒 西南交通大学 吕林祥 武汉大学 蒋玉石 西南交通大学

B9			
主题：博士生论坛		时间：7月13日 15:30-17:10	
地点：中楼 209			
点评嘉宾	编号	论文	作者
陈星宇 深圳大学  杨浙帅 浙江大学	3699	Unveiling the visual language of brand logos: Exploring the relationship between logo simplicity and brand stereotypes	陈玖柒 西南交通大学 刘馨 香港理工大学 蒋玉石 西南交通大学 孟陆 西南交通大学
	3928	披露 AI 客服身份对获客的影响——来自田野实验的证据	邹赫 北京大学 盖嘉 北京大学 冯羽 香港大学 黄劲松 北京航空航天大学
	3930	广告生成来源与广告类型的匹配效应研究	张初兵 天津财经大学 乔娟娟 天津财经大学
	4530	仪式情境下的生活角色转换对新产品采用的影响	黄静 武汉大学 许新宇 武汉大学 余利琴 武汉大学 苏婕 武汉大学
	3947	Fostering well-being: Exploring the influence of user-AI assistant relationship types on subjective well-being	张初兵 天津财经大学 李天歌 天津财经大学

<b>B10</b>		<b>主题：服务营销</b>	<b>时间：7月13日 15:30-17:10</b>
<b>地点：中楼 214</b>			
点评嘉宾	编号	论文	作者
黄苏萍 首都经济贸易大学  姚唐 北京航空航天大学	3853	“正话正说”还是“正话反说”？ ——AI 服务质量属性框架说服策略对顾客反应的影响研究	吴月燕 福州大学 林陈卓然 福州大学 杨 智 湖南大学
	4394	损益框架与 AI 代理的交互对消费者说服的影响及情绪机制研究	崔琳琳 哈尔滨工业大学 王泓博 哈尔滨工业大学 李国鑫 哈尔滨工业大学
	3481	数字技术赋能制造业服务化提升机制的研究	宗晨晓 中南大学 曹 兴 中南大学 湖南第一师范学院
	3580	服务业外资开放赋能区域低碳化发展：理论机制与实证检验	田 晖 中南大学 王 婷 中南大学
	4215	Get the Ball Rolling: Verify the Impact of Destination Image of Sport Event Tourism on Sport Participation	刘丹萍 西华大学 刘 静 西华大学 杨 科 西华大学 马景晨 西华大学

**第二批 2024年7月14日上午**

<b>C1</b>		<b>主题：消费者福祉</b>	<b>时间：7月14日 08:30-10:10</b>
<b>地点：中楼 107</b>			
点评嘉宾	编号	论文	作者
周玲 湖南大学  顾帆 云南财经大学	4511	“赠友以乐，赠亲以康”？送礼对象对礼物选择的差异化影响研究	林 荫 中国传媒大学 陈栌圩 中国传媒大学 谢林霖 中国传媒大学 郭昱琅 广东财经大学
	4513	Don't Need to Be Perfect: Why Showing Minor Flaws Can Improve Sales for Natural Products?	Li Wei 华中科技大学 Chang Yaping 华中科技大学 Yang Tangwutu 华中科技大学
	4087	家庭养育角色对消费者体验性购买的影响研究	陈 鑫 西南财经大学 王 萌 西南财经大学 熊希灵 西南财经大学
	4181	Friendship Stings: Jealousy Behind a Close Friend's Extraordinary Experiences	Liangyan Wang 上海交通大学 Xinyu Nie 上海交通大学 Eugene Y. Chan 加拿大多伦多都会大学
	3769	人类学方法在营销研究中的应用：发展历程及研究进展	贺和平 深圳大学 刘思蔚 深圳大学

C2			
主题：博士生论坛		时间：7月14日 08:30-10:10	
地点：中楼108			
点评嘉宾	编号	论文	作者
胡赛全 湖南大学  靳菲 四川大学	4488	The power of language in promotion: Exploring the impact of language style and the moderating role of address forms	彭思雨 复旦大学 李晨溪 北京航空航天大学 屠心怡 北京航空航天大学 范秀成 复旦大学
	4009	Infusing new cues: How do service robots' sensory cues shape the hotel online review usefulness and enjoyment?	张初兵 天津财经大学 郑伟 天津财经大学 王义鹏 天津财经大学 李天歌 天津财经大学
	4084	Tech to table: The effect of Human (vs.Robot) chef on Calorie Estimation	邬金涛 中山大学 周月娇 中山大学 江茵茵 中山大学 赵瑛洁 中山大学
	4097	An Immediate Pain or A Long Sorrow? The Effects of Credit Repayment on Customer Purchase Behavior	孟璐 中国人民大学 张泽林 中国人民大学 Peter Popkowski-Leszczyc The University of Queensland 周强 中国人民大学
	4253	Revealing the Power of Taboo Product's Nickname: the Role of Embarrassment	王汐文 武汉大学 黄敏学 武汉大学

C3			
主题：博士生论坛 时间：7月14日 8:30-10:10			
地点：中楼 109			
点评嘉宾	编号	论文	作者
钟科 海南大学  龚璇 华中农业大学	3958	Product engagement or streamer engagement: The impact of streamer-viewer verbal interactive characteristics on the live streaming effectiveness	Huichao Wu 南开大学 Zhen Wang 北京百度网络科技有限公司 Xingyao Ren 南开大学 Yin Bai 南开大学
	4263	直播抽奖与观众地位层级--基于中等阶层一致性理论	谢晓东 武汉大学 黄敏学 武汉大学
	4404	Sponsorship Disclosure and Influencer Marketing	李斐儿 北京大学 陈庆夫 北京大学 刘宏举 北京大学
	4562	Spillover or Dilution Effect? The Performance of Co-Livestream Marketing Strategy	杨 智 湖南大学 张理想 湖南大学 曹 霞 湖南大学
	4452	How Do Internet Entrepreneurs' Traits and Narrative Styles Affect Financial Resource Acquisition? An Analysis Using NCA and QCA	李 季 中央财经大学 徐顺治 中央财经大学



C4 主题：可持续性消费 时间：7月14日 08:30-10:10			
地点：中楼 114			
点评嘉宾	编号	论文	作者
王新刚 中南财经 政法大学	3452	不同敬畏情绪下消费者对绿色产品 偏好差异研究—环境融入自我和环 境风险感知的中介作用	郭 锐 中国地质大学（武汉） 王益鹏 中国地质大学（武汉）
	3830	技术复杂度如何影响企业绿色技术 创新扩散水平？ ——基于技术动态性的调节作用	熊 婧 中南大学 游达明 中南大学
王慧 武汉纺织 大学	4494	趋近还是回避？环境威胁对绿色产 品购买意愿的双路径作用机制研究	郭 锐 中国地质大学（武汉） 周雨婷 中国地质大学（武汉） 赵成祥 中国地质大学（武汉）
	3595	How does global-local identity affect green consumption? A regulatory fit perspective	邓雪铃 中国矿业大学 丁志华 中国矿业大学
	3934	为自己还是为他人 ——消费目标对升级再造产品购买 意愿的影响	彭佳惠 西安交通大学 李小倩 西安交通大学 刘野逸 西安交通大学

C5		主题：可持续消费	时间：7月14日 08:30-10:10
地点：中楼 115			
点评嘉宾	编号	论文	作者
项朝阳 华中农业大学  何昊 长沙理工大学	4243	个人碳账户对居民快递包装回收行为的影响机制研究	孔兰兰 江苏大学 王安莉 江苏大学 苏琳钰 江苏大学
	4070	企业 ESG 表现对消费者品牌态度的影响研究	杨 睿 河南财经政法大学 吴垚曼 河南财经政法大学 董伶俐 河南财经政法大学
	3973	美好 VS. 恐惧 ——感知反馈视角下绿色广告诉求对亲环境行为的影响	刘术怡 中国地质大学（武汉） 谢雄标 中国地质大学（武汉）
	4498	奖励与节能任务耦合干预对群体节能行为影响的现场对照实验	何立立 中国矿业大学 刘满芝 中国矿业大学 马浩宇 中国矿业大学 白小雨 中国矿业大学
	4269	Understanding the risk of sponsoring a poor performance national sports team	袁少锋 辽宁大学

C6		主题：可持续消费	时间：7月14日 08:30-10:10
地点：中楼 116			
点评嘉宾	编号	论文	作者
孔锐 中国地质大学 (武汉)  侯晨璇 浙江工业大学	4360	Residential mobility boosts second-hand products adoption	牛锦文 太原师范学院 王 凯 海南大学 王 磊 华侨大学
	4392	从心由相生到相由心生：可持续品牌视觉与消费者品牌个性认知的交互研究	郭 锐 中国地质大学(武汉) 刘景港 中国地质大学(武汉) 周 敏 中国地质大学(武汉) 陶 岚 中国地质大学(武汉) 罗 杨 中国地质大学(武汉)
	4401	移动支付对消费意愿的影响研究	李奥旗 武汉大学
	4406	Not a human, not for green? The effectiveness of virtual influencers endorsing green products	王建明 浙江财经大学 叶国涛 浙江财经大学 杨静舒 浙江财经大学
	4423	自励还是自私？物质主义对共享消费意愿的双面影响	陈 炜 新疆财经大学 张玉旋 新疆财经大学

C7			
主题：营销渠道		时间：7月14日 08:30-10:10	
地点：中楼 207			
点评嘉宾	编号	论文	作者
肖振鑫 西安交通大学  贾兴平 湖北大学	3913	全渠道零售退货管理：文献综述和未来研究方向	王佳雪 中央财经大学 牟善栋 中央财经大学
	4006	Manufacturer hierarchy culture and channel performance: A Combined Perspective of internal and external institutional environments	Mengxiao Liu 东北财经大学  Chuang Zhang 大连理工大学  Jing Zhou 大连理工大学
	4384	Cooperative or non-cooperative export channel? A dynamic capabilities perspective	Min Li University of StAndrews  Xinming He Durham University  Carlos M.P. Sousa Molde University College
	4466	餐饮商家营销决策对竞争性平台供应链成员绩效影响研究	刘文超 吉林财经大学 韩宇亮 吉林财经大学 辛欣 吉林工商学院
	4491	More omni-channel usage when maximizing mindset the mechanism of inertia	韦俊龙 上海交通大学 陈洁 上海交通大学 王惠玲 上海交通大学 高伟 西南大学

C8		主题：消费者心理与行为	时间：7月14日 08:30-10:10
地点：中楼 208			
点评嘉宾	编号	论文	作者
陈凯 北京林业 大学  孟陆 西南交通 大学	4368	The Devil Is in the Details: Linguistic Concreteness in Femvertising and Consumer Attitudes	卢 岳 广东财经大学 陈 龙 广东财经大学
	3878	游戏化原则如何驱动用户量化自我持续参与意愿？ ——基于双系统理论的视角	邵继红 湖北工业大学 夏逸晴 湖北工业大学
	3899	Why and When customer participate in service recovery: a new perspective of perceived group emotional intelligence	胥兴安 海南大学 江光秀 海南大学 潘 莉 浙江师范大学
	3919	The bigger smile, the better? The effects of smile intensity and tourism activity type on tourists' social judgement and revisit intention	于姗姗 中南大学
	4057	奢侈品品牌故事叙事视角对消费者品牌偏好的影响及其机制探索	冯文婷 中国地质大学（武汉） 刘静文 中国地质大学（武汉） 杨 凌 中国地质大学（武汉） 李浩辰 中国地质大学（武汉）

C9		主题：消费者心理与行为	时间：7月14日 08:30-10:10
地点：中楼 209			
点评嘉宾	编号	论文	作者
吕林祥 东北大学  肖廷 海南大学	4234	反向代际、同侪对老年人新型消费的影响研究	李志兰 河南财经政法大学 王昊罡 河南财经政法大学 张亚涛 河南财经政法大学
	4386	孩子性别对父母消费行为的影响研究：基于养育风格的视角	陈 通 华中农业大学 李双慧 华中农业大学
	4033	“子不教，父之过”父亲教养投入对绿色产品购买意愿的影响研究	郭 锐 中国地质大学（武汉） 刘荣秀 中国地质大学（武汉）
	4395	多巴胺营销策略对消费者参与行为影响的研究	罗丽丽 华东理工大学 费鸿萍 华东理工大学 智天雨 明略科技秒针营销科学院
	4445	未雨绸缪还是有备无患？信息类型对消费者数字囤积行为的影响研究	张成虎 中国传媒大学 谢佳琴 中国传媒大学 张一凡 中国传媒大学

C10		主题：消费者心理与行为	时间：7月14日 08:30-10:10
地点：中楼 214			
点评嘉宾	编号	论文	作者
孙浩 中国科学技术大学  牛晓晓 深圳大学	4054	“化繁为简”还是“锦上添花”——品牌繁简设计与价值观的交互效应对品牌契合的影响	杨爽 湖南师范大学 余泳江 湖南师范大学 唐佳蓉 湖南师范大学 周欣茹 湖南师范大学
	4400	The impact of Brand Community Social Responsibility: The role of Admiration and Grateful Disposition	周志民 深圳大学 娜迪莱·艾斯哈尔 深圳大学
	4073	How Guilt Influences Consumer Response to Anthropomorphized Brands Taking the Servant (vs. Partner) Role	黄靖雅 重庆工商大学 廖建财 Aalto University 夏成程 上海交通大学
	4086	Facing Left or Right? The Effect of Logo Facing Direction on Brand Judgments and Purchase Intention	滕乐法 江南大学 黄雪 江南大学 宋潍 江南大学 黄奕凡 江南大学
	4169	The impact of conversational styles of service robots on consumer service acceptance: Moderating role of technology anxiety	严娟娟 合肥工业大学 罗彪 合肥工业大学 张谈睿灵 合肥工业大学

C11		主题：消费者心理与行为	时间：7月14日 08:30-10:10
地点：中楼 215			
点评嘉宾	编号	论文	作者
童泽林 海南大学  冷雄辉 华东交通大学	4416	感知财务约束与社会排斥对怀旧消费偏好的影响研究	卢小静 集美大学 叶馨毓 集美大学
	4425	拥挤之中见方圆：社会拥挤对消费者规则形状产品偏好的影响	陈沁妤 武汉大学 徐同谦 武汉大学 慕文龙 武汉大学
	4327	“兵来将挡，水来土掩”：消费者本体安全感威胁的来源、应对与展望	李佳扬 吉林大学 金晓彤 吉林大学
	4379	表情符号与消费动机对奢侈品购买意愿的交互影响	马瑞婧 中南财经政法大学 赵丹丹 中南财经政法大学
	4398	幼态还是搞怪？不公平负面评论下旅游企业可爱式表情包回复类型对消费者支持的影响	王立磊 海南大学 董 涵 海南大学 江光秀 海南大学



C12		主题：消费者心理与行为	时间：7月14日 08:30-10:10	
地点：中楼 216				
点评嘉宾	编号	论文	作者	
冯文婷 中国地质大学 (武汉)	4410	数智时代目标管理视角下 量化自我对消费者影响的研究评述与展望	陈铭雯 武汉大学	
	4200	数字化营销背景下消费者全渠道购物偏好和满意度研究——以羽绒服产品为例	杨 晨 北京科技大学 魏 钧 北京科技大学	
	4237	“志同道合”还是“情真意切”——直播营销视角下观众参与度对品牌忠诚度的影响研究	刘睿卿 宁夏大学 王 娟 宁夏大学	
	王欣 河海大学	4365	直播电商的弹幕数量、信息丰富度对其流量和销量的影响研究	李 晓 武汉大学 张献芳 武汉大学
		4207	FoMO and Parasocial Attraction Driven Impulse Buying	Chunli Ji 澳门理工大学 Kefang Li 云南财经大学 Qiuyue He 澳门理工大学 Catherine Prentice University of Southern Queensland Erose Sthapit Manchester Metropolitan University

<b>C13</b>		<b>主题：新技术营销</b>	<b>时间：7月14日 08:30-10:10</b>
<b>地点：中楼 307</b>			
点评嘉宾	编号	论文	作者
沈鹏熠 江西财经大学	4475	简约还是复杂：图像视觉复杂性对众筹成功率的影响研究	岳明月 湖南大学
	4469	Smile attractiveness: The effect of facial expression of virtual influencers on advertising attitude	简乐儿 哈尔滨工业大学 李国鑫 哈尔滨工业大学
	4326	AI生成式广告图片视觉元素对消费者广告态度的影响研究	李 季 中央财经大学 王 轩 中央财经大学
	4507	自我扩展驱动因素对虚拟化身使用的影响研究：一项元分析	项典典 中南财经政法大学 葛梦琦 中南财经政法大学 尹雨乐 中南财经政法大学
董学兵 上海大学			

C14			
主题：新技术营销		时间：7月14日 08:30-10:10	
地点：中楼 308			
点评嘉宾	编号	论文	作者
汪淋淋 浙江工商大学  段坤 中南财经政法大学	4071	Using AI-Powered Monitoring to Improve Service Quality in Ride-hailing	Kaiquan Xu 中国人民大学 Yiqian Zhang 河海大学 Shunyuan Zhang Harvard Business School Hong Liu 南京大学
	4311	Beyond The Shores of Reality: How Virtual Influencer Increase Luxury Perception and Purchase Intention	别永越 西南交通大学 唐巾力 西南交通大学 孙玮潞 西南交通大学 蒋玉石 西南交通大学 苗 苗 成都师范学院
	4463	AI 设计的奢侈品能赢的消费者的芳心吗？	王紫灵 武汉大学 陈星宇 武汉大学
	4442	AI vs. Human vs. AI+Human: A Study on Consumer Perceived Novelty of Works Created by Different Entities	涂阳军 湖南大学

C15		主题：广告传播与新媒体营销	时间：7月14日 08:30-10:10
地点：中楼 309			
点评嘉宾	编号	论文	作者
许安心 闽江学院  石洋 深圳大学	3986	The Influence of Lengthier Words in Elevating Engagement	David Fang Stanford University Yiran (Eileen) Zhang Stanford University Yu Ding Stanford University
	4028	线上消费中即时购买型广告语的反抗效应及其反转	张红霞 北京大学 王雪芳 北京大学
	4537	“品牌符号”还是“人物肖像”？朋友圈广告头像对广告效果的链式中介作用	张 莎 中国科学院大学 王 悦 中国科学院大学 徐梦晨 中国科学院大学
	4347	影响者图片拍摄方式（自拍 VS.他拍）对购买意愿的影响	吴 思 武汉大学 王 玥 武汉大学
	4005	The power of music: Understanding matching effects between persuasive message and musical characteristics of in-feed advertisings	Feiyan Chen 南开大学 Xingyao Ren 南开大学

C16		主题：广告传播与新媒体营销	时间：7月14日 08:30-10:10
地点：中楼 314			
点评嘉宾	编号	论文	作者
薛蛟龙 四川大学  乔抒晨 深圳大学	4047	虚拟主播驱动方式与产品敏感性对消费者购买意愿的交互影响研究	龚潇潇 贵州大学 蒋雪涛 贵州大学
	4992	社群歧视链、群体效能与用户续费意愿的关系研究	袁靖波 深圳大学 张天缘 深圳大学 杨 洁 深圳大学 Muhammad Faisal Shahzad 深圳大学
	4358	社交媒体网络红人营销中关系规范对消费者购买意愿的影响——基于关系规范视角	冯文婷 海南大学 曾飞艳 海南大学 冯竞丹 海南大学
	4241	数字传播视角下表情符号研究：整合框架与未来展望	田启涛 河南财经政法大学 祝紫娟 河南财经政法大学

D1			
主题：品牌管理		时间：7月14日 10:20-12:00	
地点：中楼 107			
点评嘉宾	编号	论文	作者
周志民 深圳大学  王军 贵州大学	4049	角色产品表示对数字创新团队品牌价值共创协作方式的影响机理研究	聂元昆 云南财经大学 杨伯儒 云南财经大学
	4397	批判性戏仿对观察者-品牌关系的影响研究	周 玲 湖南大学 贺钰婷 湖南大学 张宁宁 湖南大学 易晓萱 湖南大学
	4476	基于消费者视角的新锐品牌资产概念、维度与量表开发	龚艳萍 中南大学 肖月明 中南大学 叶淑蕾 中南大学
	4424	品牌寿命越久越有价值吗？品牌成立时间对消费者品牌态度的影响感知研究	鲍瑞欣 华东理工大学 马韵祥 华东理工大学 陈梦婷 华东理工大学 戚海峰 华东理工大学 费鸿萍 华东理工大学
	3668	林果区域公用品牌价值对农民增收的影响研究 ——基于空间杜宾模型的实证分析	范公广 石河子大学 郭小芳 石河子大学

D2			
主题：博士生论坛		时间：7月14日 10:20-12:00	
地点：中楼 108			
点评嘉宾	编号	论文	作者
张初兵 天津财经大学  任星耀 南开大学	4018	探究营销战略助力中国企业增长：基于企业营销高管的调研和中西方的比较分析	高原 北京大学 高曦含 北京大学 顾晗 北京大学 王锐 北京大学
	4034	迫于压力还是敢于担当：基于意义给赋理论的分销商建言动因研究	鄂嫚迪 东北财经大学 王玉婷 东北财经大学 张闯 大连理工大学
	4051	How to shape distributor agility? Based on the theoretical perspective of relational exchange	张闯 大连理工大学 刘怡玮 东北财经大学 蓝天尉 大连理工大学
	3725	补贴策略在电商平台竞争中的有效性研究	蒋可旖 北京大学
	3584	Digital Maturity and Firm Performance: from Strategic Alignment Perspective	谷沅翰 湖南大学 谢赛 湖南大学 杨智 湖南大学

D3				
		主题：博士生论坛	时间：7月14日 10:20-12:00	
地点：中楼 109				
点评嘉宾	编号	论文	作者	
郭锐 中国地质大学 (武汉)	4453	Effects of tactile and auditory clues towards Hotel Online Ratings	刘魁一 海南大学 钟 科 海南大学 高 璇 中山大学	
	3918	Differential effects of cross-channel integration on intra-channel relationships and performance in multichannel systems	刘建颀 西安交通大学 庄贵军 西安交通大学 何 勇 西安交通大学	
	4501	Transforming Market Dynamics and Consumer Preferences: The Impacts of AIGC on Human-Made Counterparts in the Audiobook Industry	万 宁 北京大学 张颖婕 北京大学	
	周元元 华中科技 大学	4444	电影口碑多样性对续集电影票房的影响： 基于电影评论文本分析的实证研究	王昊男 上海财经大学 孙 琦 上海财经大学 陈隽旒 上海财经大学
		4991	Is Consistency Always Better? A Verification of Cross-Source and Cross-Modal Content Under Image Sentiment Regulation on Social Media	谈 津 中国科学院大学 何丹阳 中国科学院大学 张 莎 中国科学院大学 赵朕田 中国科学院大学 赵 红 中国科学院大学
		4101	Effect Of Future Time Perspective On Consumers' Product Upgrade: Role Of Self-Improvement Motive	龚 璇 华中农业大学 廖俊云 暨南大学



D4			
主题：可持续性消费		时间：7月14日 10:20-12:00	
地点：中楼 114			
点评嘉宾	编号	论文	作者
范公广 石河子 大学  袁少锋 辽宁大学	3660	The More Happy, the More Minimalist: How Subjective Well-being Facilitates Minimalistic Consumption?	Chengwen Sun 合肥工业大学 Biao Luo 合肥工业大学
	3659	Are Phubbed Consumers Greener? The Effect of Perceived Phubbing on Conspicuous Green Consumption through The Lens of Compensatory Consumption	龚艳萍 中南大学 薛昞楠 中南大学 陈卓 中南大学
	3688	稀缺让人更环保？自然资源稀缺对亲环境行为的影响研究	何立立 中国矿业大学 刘满芝 中国矿业大学 马浩宇 中国矿业大学 白小雨 中国矿业大学
	3759	政策工具视角下国内外餐饮浪费政策对比研究——基于 Nvivo 文本分析及 PMC 指数模型	陈妍希 南京农业大学 叶欣楠 南京农业大学 徐莺倩 南京农业大学 杨璐 南京农业大学
	3665	I am the "owner" of the hotel: the impact of human-robot interactivity on guests' pro-environmental behavior in hotels	段钊平 中国矿业大学 丁志华 中国矿业大学

D5			
主题：可持续消费		时间：7月14日 10:20-12:00	
地点：中楼 115			
点评嘉宾	编号	论文	作者
王建国 浙江财经大学  吴月燕 福州大学	4432	代际还是反代际：代际学习广告类型对消费者节水意愿的影响——道德提升感的中介视角	马浩宇 中国矿业大学 刘满芝 中国矿业大学
	4465	环境威胁对个体社会责任消费的影响机制研究	李 东 吉林大学 马丹丹 吉林大学 李金铠 吉林大学 金晓彤 吉林大学
	4468	Initiator does not always get Advantages: Interactive Effects of Brand Reciprocity and Future Self-Continuity on Consumers' Pro-social Behavior	孙 瑾 对外经济贸易大学 杨静舒 对外经济贸易大学 李宗超 对外经济贸易大学 陈丹丹 对外经济贸易大学
	4495	The dark side of "time equals money": the influence of hourly wages on intertemporal choice	孙海龙 广东外语外贸大学 何荣渠 广东外语外贸大学
	4294	恶意妒忌对绿色消费的外溢效应——基于补偿消费理论	冯文婷 海南大学 常迪慧 海南大学 晏 丽 首都经济贸易大学

D6		主题：可持续消费	时间：7月14日 10:20-12:00
地点：中楼 116			
点评嘉宾	编号	论文	作者
王建明 浙江财经大学  肖廷 海南大学	3854	游戏化信息展示对绿色农产品购买意愿的影响研究	徐希涵 西北农林科技大学 赵爽爽 西北农林科技大学
	3865	气候变化对企业金融化的倒“U”型影响研究	陈泓静 中南大学
	4512	敬畏自然对消费者奢侈品选择行为的影响机制研究	巩 妍 浙江工业大学 赵 雷 浙江工业大学 胡凤培 浙江工业大学
	4196	互动式企业社会责任沟通对消费者产品购买意愿的影响研究	陈建法 深圳大学 郭颖欣 深圳大学 张 蕾 深圳大学
	3858	连锁董事网络位置与企业绿色技术创新溢出效应	刘雅玲 中南大学 游达明 中南大学

<b>D7</b>		<b>主题：客户关系管理</b>	<b>时间：7月14日 10:20-12:00</b>
<b>地点：中楼 207</b>			
点评嘉宾	编号	论文	作者
刘文超 吉林财经大学  黄智慧 长沙理工大学	3612	高管团队性别多样性对供应链结构的影响	王立雯 深圳大学 杨仕铭 深圳大学
	3880	为有源头活水来：顾客-公司关系对企业创新的影响研究	崔登峰 石河子大学 李锦秀 石河子大学
	3901	好心办坏事？员工角色外帮助行为对顾客回避行为的影响	陈国平 武汉科技大学 王 鑫 武汉科技大学
	4353	面部还是非面部？表情符号类型对聊天机器人在线服务补救的影响	魏文忠 山东大学 蔡志豪 山东大学

D8		主题：消费者心理与行为	时间：7月14日 10:20-12:00
地点：中楼 208			
点评嘉宾	编号	论文	作者
贺和平 深圳大学  陈姝 西安外国语大学	3923	工作压力对消费者食物多样性的影响	张亚鑫 华中农业大学 蔡炜炜 华中农业大学 王泽佗 华中农业大学 青 平 华中农业大学
	3864	旅游节奏及感知对消费者旅游体验的影响研究 ——一个来自中国旅游市场的证据	黄 梅 西华大学 周 涛 西华大学 陈玉玲 西华大学
	4015	举重若轻还是举轻若重：虚拟现实控制感对消费者产品重量感知的影响机制研究	冷雄辉 华东交通大学 万佳怡 华东交通大学 秦佳明 华东交通大学 彭秀娟 华东交通大学
	3942	Multi-functional or single-functional? Consumers' Perceptions of Novelty and Cost-Effectiveness in Packaging Designs	赵海川 山东大学 张 茜 山东大学 赵玉杰 山东大学
	3950	POP Advertisement Placements Influences Consumers' Evaluation of Private Label --Based on Spatial Distance Theory	刘文纲 北京工商大学 朱诗涵 北京工商大学 郑明赋 北京工商大学

<b>D9</b>		<b>主题：消费者心理与行为</b>	<b>时间：7月14日 10:20-12:00</b>
<b>地点：中楼 209</b>			
点评嘉宾	编号	论文	作者
戚海峰 华东理工大学  陈通 华中农业大学	3988	Victoria's "Secret"? The Divergent Effect of Romantic Cues in Tourism on Probabilistic Product Preference	陈 瑞 厦门大学 董林朋 厦门大学 涂红伟 南昌大学 丘尚知 厦门大学
	3993	以地为名？地名菜品对消费者购买意愿的影响研究	彭璐珞 湖南大学 冯珺涵 湖南大学
	4216	Effects of Self-Congruity and Functional Congruity on Word of Mouth in Food Tourism: The Moderating Role of Tourists' Emotional Experience	刘丹萍 西华大学 吴淼璇 西华大学 朱婷婷 安徽工业大学 方何丹 西华大学
	4118	The interaction effect of mind wandering and temporal distance on purchase intention	乔 琳 海南大学 李东进 海南大学
	4139	捆绑销售策略对 NFT 市场买卖双方定价的影响	魏佳敏 西安交通大学 刘园园 西安交通大学 皇甫冰瑞 西安交通大学

D10		主题：消费者心理与行为	时间：7月14日 10:20-12:00
地点：中楼 214			
点评嘉宾	编号	论文	作者
陈铭 南京财经大学  葛佳焯 上海对外经贸大学	4000	删繁就简还是加量添彩？在线产品图片展示的视觉复杂性与产品类型的交互效应对消费者产品态度影响研究	冷雄辉 华东交通大学 和亚静 华东交通大学 杜 平 华东交通大学 薛贵生 华东交通大学
	4424	品牌寿命越久越有价值吗？品牌成立时间对消费者品牌态度的影响感知研究	鲍瑞欣 华东理工大学 马韵祥 华东理工大学 陈梦婷 华东理工大学 戚海峰 华东理工大学 费鸿萍 华东理工大学
	4182	机械程度对消费者计划类型选择的影响——基于自我去人格化感的中介效应分析	石海娇 北京工商大学 张晓晨 北京工商大学 王 勇 北京工商大学 孙晓鑫 北京工商大学 赵统统 北京工商大学
	3979	品牌标识动态设计对消费者品牌态度的影响研究	董伶俐 河南财经政法大学 裴营颖 河南财经政法大学
	4093	稀缺性促销情境下倒计时和余量显示对消费者电子团购券购买决策的影响	牛晓晓 深圳大学 莫晓萍 深圳大学 高睿初 深圳大学

D11		主题：消费者心理与行为	时间：7月14日 10:20-12:00
地点：中楼 215			
点评嘉宾	编号	论文	作者
张琴 中南大学  吴漪 华东师范大学	4409	None of my business: How and when anthropomorphism impacts consumers' helping behavior	蒋玉石 西南交通大学 吴佩轩 西南交通大学 陈玖柒 西南交通大学
	3975	假以虚实便触手可及：基于虚拟现实技术的虚拟触摸效应研究	冷雄辉 华东交通大学 周小榆 中山大学 彭秀娟 华东交通大学 秦佳明 华东交通大学
	4175	服务机器人的拟人化形象对于消费者接纳度的影响研究——基于社会权力感知的中介效应分析	王 勇 北京工商大学 孙晓鑫 北京工商大学 石海娇 北京工商大学 张晓晨 北京工商大学 赵统统 北京工商大学
	4447	上行比较对可爱产品偏好的影响	李 巧 北京物资学院 余雪怡 北京物资学院 李心怡 北京物资学院 刘 超 北京物资学院



D12		主题：消费者心理与行为	时间：7月14日 10:20-12:00
地点：中楼 216			
点评嘉宾	编号	论文	作者
项典典 中南财经 政法大学	4396	“美男”真的无效吗？“小鲜肉”代言女性产品的广告效果研究	赵 雷 浙江工业大学 王宇航 浙江工业大学 胡凤培 浙江工业大学
	4321	虚拟还是真人：广告代言人类型与消费者在线信息获取方式的匹配研究	龚艳萍 中南大学 卢 玺 中南大学 何欣娟 中南大学 黄 荣 中南大学
	4370	提升虚拟网红对社交媒体营销的有效性 ——基于社会临场感理论视角	洪 莹 北京工商大学 关 睿 北京工商大学
	4260	不失其所者久：产品展示稳定性对购买意愿的影响	彭沁缘 武汉大学 雷 涵 武汉大学

D13		主题：新技术营销	时间：7月14日 10:20-12:00
地点：中楼 307			
点评嘉宾	编号	论文	作者
董晓松 上海工程技术大学  邓年奇 浙江财经大学	4046	智能机器人对儿童认知能力和社交能力的影响：基于元分析的证据	舒丽芳 深圳职业技术大学 林海敏 暨南大学 王 魁 暨南大学 张建平 广东金融学院
	4310	沐浴露香味对消费者情绪及功能价值感知的影响：基于 EEG 技术的情绪测量方法的开发与应用	费鸿萍 华东理工大学 刘洋辰 华东理工大学 陈 亮 华东理工大学 戚海峰 华东理工大学
	4351	Revolutionizing Retailer Innovation: Harnessing the Transformative Power of the Digital Economy	朱晓雅 北京工商大学
	4301	AI 主播特征对直播观众购买意愿的影响	孔媛媛 东华理工大学 张启尧 东华理工大学 孙习祥 武汉理工大学
	4337	营销人员 AIGC 意愿驱动因素及其对营销创造力的影响	孟 韬 东北财经大学 李晓飞 东北财经大学

<b>D14</b>		<b>主题：新技术营销</b>	<b>时间：7月14日 10:20-12:00</b>
<b>地点：中楼 308</b>			
点评嘉宾	编号	论文	作者
涂阳军 湖南大学  蔡创能 汕头大学	4352	发起评论还是回复评论——众筹项目创办者努力对支持者决策的影响	王墨涵 上海外国语大学 钱睿妮 上海外国语大学 万 飞 上海外国语大学 王风华 上海外国语大学 张家滢 上海外国语大学
	4343	当局者迷还是旁观者清？AI 客服回答视角对消费者接受意愿的影响	蒋玉石 西南交通大学 庞 硕 西南交通大学 张红宇 西南交通大学 张依梦 西南交通大学
	4067	I'm learning and improving! The impact of learning evidence on customer tolerance of chatbot service failure	马 珂 北京工商大学 邱新迪 北京工商大学 刘文纲 北京工商大学 郑明赋 北京工商大学
	4290	智能客服积极情绪强度对顾客接受度的影响研究	吴 昊 哈尔滨工业大学 王乙淇 大连理工大学 李国鑫 哈尔滨工业大学
	4502	人工智能交互式推荐代理对消费者采纳意愿的影响	张成虎 中国传媒大学 葛树鹏 中国传媒大学 刘建新 西南大学

D15		主题：广告传播与新媒体营销	时间：7月14日 10:20-12:00
地点：中楼 309			
点评嘉宾	编号	论文	作者
廖俊云 暨南大学  郑宇 中南财经 政法大学	4460	Conformity Comment Behavior: The Metaphorical Power of Video Brightness	丁思雯 北京航空航天大学 林怿洵 北京航空航天大学 李晨溪 北京航空航天大学
	4535	Revealing the Influential Mechanisms of tourism live streaming affordances on tourist engagement	张治渝 四川大学 梁心见 成都师范学院 薛蛟龙 四川大学 赵一晨 四川大学
	4538	当传统文化元素遇到现代元素 —— 大众对文物拟人化的 态度影响研究	彭璐璐 湖南大学 郑闵丹 湖南大学
	3944	越远越好吗？景别对旅游广告态度的 影响研究	王 娅 北京理工大学 吴水龙 北京理工大学 袁永娜 中国科学院大学
	4063	How Influencers Can Increase Recommendation Effectiveness by Value Co-Creation	张 瑾 暨南大学 蔡龄葵 暨南大学 郑晓莹 中山大学

D16		主题： 广告传播与新媒体营销	时间： 7月14日 10:20-12:00
地点： 中楼 314			
点评嘉宾	编号	论文	作者
袁靖波 深圳大学  龚潇潇 贵州大学	4540	The Influences of Service Quality and Product Quality on Customer Complain and Customer Delight: The Moderating Effect of Food Addiction	You-Yu Dai 山东交通大学 Hui Sun 山东交通大学
	4536	中西药捆绑销售下的消费者偏好：不同折扣呈现方式对购买意愿的影响	韦 夏 深圳大学 唐雨晴 深圳大学 蔡笑扬 深圳大学
	4478	线上营销沟通对线下销售的影响——来自汽车行业的实证研究	乔亚茹 北京新能源汽车股份有限公司 姜舒文 对外经济贸易大学 陶尚轩 对外经济贸易大学
	4074	ASMR 广告对消费者冲动购买行为的影响机制研究	吴素兰 汕头大学 蔡创能 汕头大学

D17		主题：案例研究	时间：7月14日 10:20-12:00
地点：中楼 315			
点评嘉宾	编号	论文	作者
李纯青 西北大学  李季鹏 新疆财经大学	3676	“屏蔽-培育-赋能”：新兴技术生态位跃迁的政策驱动机制——来自中国动力锂电池的典型 案例	才 淼 中南大学
	3422	消费亚文化作为企业关系营销联结战略——基于泡泡玛特的探索性案例研究	斯浩伦 东北财经大学 张 闯 大连理工大学 盛真慧 中国传媒大学
	3939	讲好中国故事：基于数字平台的文创企业价值创造机制	赵 喆 中南大学
	3498	农产品区域公用品牌差异化定位模型的理论与实证研究	马旭杰 云南财经大学 鲁平俊 云南财经大学 房 樾 云南财经大学 王 楠 云南财经大学
	3732	在连续性和变化中寻求动态平衡：老字号品牌长寿的多层嵌套机制研究	邬金涛 中山大学 周月娇 中山大学 周延风 中山大学 尹江波 广州陶陶居有限公司

## 演讲嘉宾介绍

### 大会报告嘉宾



唐卓 教授、博导，国家高层次人才计划获得者，现任湖南大学信息科学与工程学院院长，国家超级计算长沙中心总工程师。长期从事高性能计算和云计算的教学与科研工作。先后主持科技部国家重点研发计划项目，国家自然科学基金杰青项目，国家科技创新 2030“新一代人工智能”重大项目课题，国家自然科学基金重点项目等课题二十余项。在领域权威期刊和会议上发表论文 170 余篇，授权发明专利 54 项（国际专利 1 项），实现科技成果转化逾千万元。牵头制定发布国产化云计算技术省部级通用标准 1 项。担任多个 SCI 期刊的客座编辑，OpenStack 开源云社区云级联组件的创始人之一。研究成果获国家科技进步二等奖两项（第二、第三）。



Tat Chan，圣路易斯华盛顿大学奥林商学院市场营销学教授。他于 2001 年在耶鲁大学获得经济学博士学位，研究兴趣是使用计量经济学方法对各种类型的消费者和企业行为进行实证建模，包括离线和在线行为。近年来，在经济学和市场营销领域进行了广泛的研究，成果发表在顶级经济学和管理学期刊上，例如 *Review of Economic Studies*, *Management Science*, *Marketing Science*, *Journal of Marketing Research*, *Information Systems Research* 等。他目前是 *Marketing Science* 的高级编辑。



李娟，香港城市大学（东莞）副校长（学术）、香港城市大学协理副校长（内地策略）。曾担任市场营销学系系主任、商学院副院长、港城大（东莞）统筹处负责人、协理学务副校长。她的研究兴趣包括营销战略、知识创建、创新和价值创造及跨学科研究等，研究成果发表国际顶尖期刊如 *Journal of Marketing*、*Strategic Management Journal*、*Journal of International Business Studies*、*Journal of Operations Management* 等，在市场营销领域取得了有国际影响力的学术成果，入选全球前 2% 顶尖科学家榜单。李教授同时也担任香港“大学教育资助委员会”研究资助局自资院校竞争性拨款评审委员会主席、质素保证局委员。

---



夏军 教授，美国德克萨斯大学达拉斯分校 Jindal 商学院战略管理学教授，主要研究领域包括组织理论、公司战略、社会网络、国际商务等。已在 *Academy of Management Journal*、*Strategic Management Journal*、*Organization Science*、*Journal of Management*，和 *Journal of Management Studies* 等专业期刊上发表 40 余篇高水平论文。





曾伏娥，武汉大学经济与管理学院二级教授、博士生导师。获国家级高层次人才称号、教育部新世纪优秀人才、湖北省优秀青年学者、武汉大学珞珈特聘教授、武汉大学人文社科杰青。在 MIS Quarterly、Journal of Academy of Marketing Science、Journal of Business Ethics、《管理世界》、《南开管理评论》、《中国工业经济》等国内外一流期刊发表多篇论文。主持国家自然科学基金重点项目、教育部重大攻关项目、国家自然科学基金重大研究计划培育项目、教育部新世纪优秀人才项目等国家级项目共 7 项。出版专著、教材、译著共 10 部，其中 2 部入选十一五国家级规划教材。多次获各类学术奖励，包括教育部优秀成果二等奖 1 项。

---



田林，复旦大学管理学院教授、博士生导师、副系主任。研究领域为面向平台供应链的运营决策问题，涉及电商平台、共享平台、在线服务平台等。研究成果发表在 JMR、MKSC、MS、MSOM、OR、POM、《管理科学学报》等国际与国内知名期刊。主持国家自科杰青项目、优青项目，同时主持或参与可口可乐（上海）、华为技术有限公司、华住集团、中国东方航空等多个企业项目。担任 Production and Operations Management 的 Senior Editor, Decision Sciences 与 Service Science 的 Associate Editor, 《营销科学学报》编委会副主任，以及《系统工程理论与实践》《系统管理学报》的编委。

## 博士生日活动演讲嘉宾



孙琦,上海财经大学商学院教授、副院长、市场营销系主任。入选教育部“青年长江学者”、上海市“曙光计划”和“浦江人才计划”。担任《营销科学学报》编委会副主任。主要研究领域为大数据营销、数字营销、平台经济、营销战略。在管理科学和营销管理领域国际国内一流期刊 *Management Science*、*Journal of Marketing Research*、*Journal of Marketing*、《南开管理评论》、《管理工程学报》等期刊上发表多篇论文。主编系列研究丛书《新商科·商业科学与决策丛书》。主持包括国家自然科学基金（3项）和教育部人文社科研究项目（1项）在内的多项国家级和省部级研究项目。研究成果获得教育部第八届高等学校科学研究优秀成果奖（人文社会科学）青年成果奖、上海市第十六届哲学社会科学优秀成果奖二等奖、第十七届江苏省哲学社会科学优秀成果奖三等奖等省部级奖项。



王丽丽博士毕业于上海交通大学安泰经济管理学院，现任浙江大学管理学院市场营销系教授，副系主任，博士生导师,国家自然科学基金优秀青年基金获得者。

研究领域主要集中在消费者行为领域，近年来主要关注消费者健康行为研究。研究成果发表在 *Marketing Science*, *Journal of Consumer Research*, *Journal of Marketing*, *Journal of the Academy of Marketing Science*, *Journal of Consumer Psychology* 等 SSCI 期刊和《管理世界》《心理学报》等国内权威和核心期刊。研究成果先后在 2024 年获得第九届高等学校科学研究优秀成果奖（人文社会科学）三等奖，2023 年获得



第二十二届浙江省哲学社会科学优秀成果奖基础理论研究类二等奖，2021 年获得 AMA/Marketing Science Institute H. Paul Root Award 提名奖，2013 年获得 ACR The Franco Nicosia ACR Competitive Paper Award，2016 年获得中国市场国际营销学术年会最佳论文二等奖，2016 年营销科学年会最佳论文奖，2018 Emerald Literati Awards, 2019, 2020 年文化和旅游部优秀研究成果二等奖（连续两年）。

---



肖莉，复旦大学管理学院市场营销学系副教授。她的研究兴趣主要集中在运用 AI 技术，特别是图像视频数据分析和计算机视觉技术，进行营销赋能，以及创新管理及方法设计等领域。她的论文发表在 Marketing Science、Information Systems Research 以及 Journal of Service Research 等营销学国际核心期刊上。

## 研究方法提升工作坊分享嘉宾



庄梦舟，香港大学经管学院助理教授。本科毕业于西安交通大学，硕士毕业于香港岭南大学，博士毕业于美国伊利诺伊大学。研究内容专注于新技术所带来的企业的销售、推广模式的创新以及沟通交流渠道的变化。已在 *Journal of Marketing*、*Information Systems Research* 等期刊发表多篇论文。他在研究中主要采用经济学或心理学理论，利用计量模型来分析企业数据，从而提出对企业，对消费者和对政策制定者有用的建议。



彭晨明，对外经济贸易大学国际商学院营销学系助理教授，中国高等院校市场学研究会理事，管理学双博士毕业于中国科学院大学和荷兰格罗宁根大学，主要研究领域为 AI 营销、数字营销、品牌管理等，擅长实证研究、事件分析法和元分析法，主持和参与 4 项国家自科项目，研究成果发表在国内外期刊如 *Journal of Marketing*、*Journal of Business Research*、*Journal of Interactive Marketing*、*International Journal of Information Management* 以及《管理评论》等。

## 企业分享嘉宾



冯珺，爱尔眼科医院集团副总裁，中国非公立医疗协会眼科专业委员会常务委员。

湖南大学 MBA 及校外导师，VCON 星创奖评委，“艾菲全球化营销奖”大中华区评委。

负责爱尔眼科医院集团经营管理工作；负责爱尔眼科上海区域经营管理工作。

致力于眼科事业发展，始终贯彻“以患者为中心”的理念，20 余年创新实战经验。

曾参与完成《爱尔眼科角膜屈光手术白皮书》、《中欧屈光性白内障手术白皮书》等。著有论文《爱尔眼科服务质量研究》。



姚凯，中央财经大学商学院副教授，Credamo 见数创始人，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。同时，担任中国高等院校市场学研究会常务理事、中国市场研究行业协会常务理事、中国人力资源开发研究会理事等职务。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，同时负责 CMAU 全国大学生市场研究与商业策划大赛、全国大学生心理与行为在线实验精英赛、中国研究生企业管理创新大赛三个全国性比赛的运营与执行工作。

## 联系我们

### 湖南大学会务组联系方式：

会务咨询：涂老师（13755193209）

论文投稿：周老师（13786158616）

博士生论坛：郑老师（18684822997）

研究方法工作坊：肖老师（13973194483）

会务组工作邮箱：cmau2024@126.com

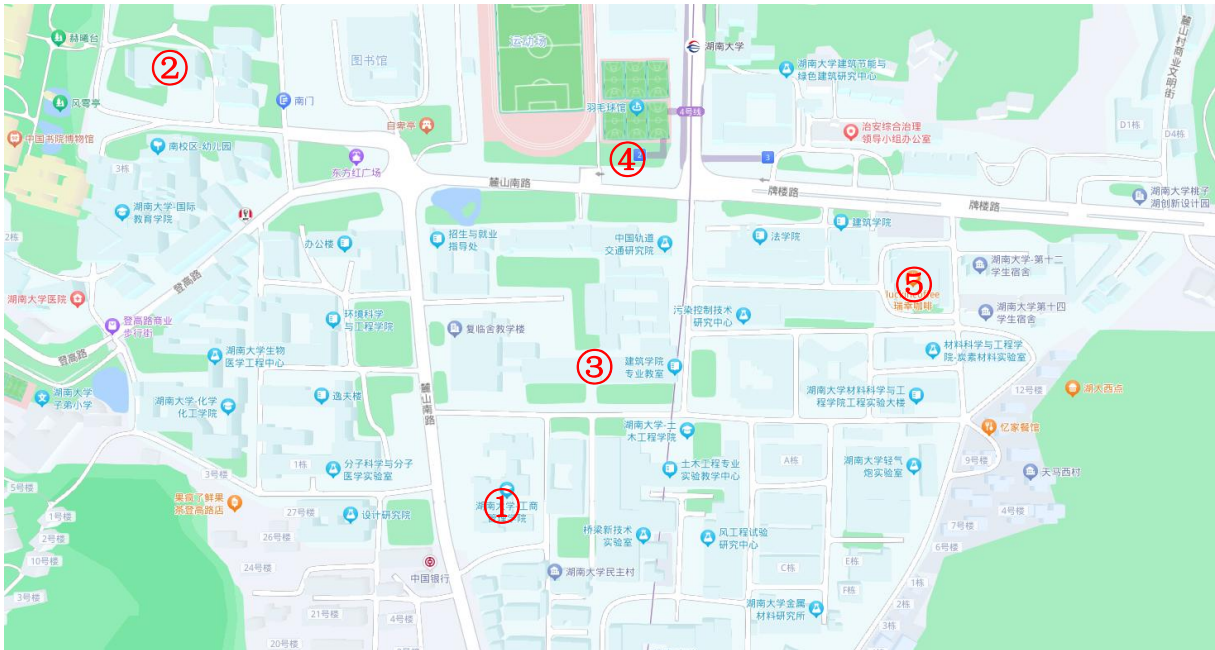
会议地址：湖南省长沙市岳麓区麓山南路 13 号湖南大学工商管理学院

### 学会秘书处联系方式：

联系人：郑敏（010-62757952）

邮箱：cmau@cmau.org.cn

## 会场地图及交通路线



- ①、湖南大学工商管理学院
- ②、湖南大学大礼堂
- ③、湖南大学教学中楼
- ④、地铁4号线湖南大学站2号口
- ⑤、湖南大学第五、六食堂（凭会议专用餐券用餐）

### 交通线路：

**黄花机场：**1、磁浮快线 → 长沙火车南站，站内换乘地铁4号线（罐子岭方向）  
→ 湖南大学站2号口出

2、地铁6号线（谢家桥方向）→ 六沟垅站，站内换乘地铁4号线  
（杜家坪方向）→ 湖南大学站2号口出

**高铁长沙南站：**地铁4号线（罐子岭方向）→ 湖南大学站2号口出

**城际铁路长沙站/长沙火车站：**

1、地铁3号线（湘潭北站方向）→ 阜埠河，站内换乘地铁4号线  
（罐子岭方向）→ 湖南大学站2号口出

2、地铁2号线（梅溪湖西方向）→ 溁湾镇，站内换乘地铁4号线  
（杜家坪方向）→ 湖南大学站2号口出

# 中国式现代化与营销创新

2024年中国高等院校市场学研究会学术年会暨博士生论坛  
2024 CMAU ANNUAL CONFERENCE AND DOCTORAL CONSORTIUM

2024·7·10-14 湖南·长沙

主办单位:中国高等院校市场学研究会

承办单位:湖南大学工商管理学院

支持单位:国家自然科学基金委管理科学部 安踏集团 Credamo见数

《营销科学学报》《珞珈管理评论》

协办单位:教育部市场营销专业虚拟教研室 湖南省技术经济与管理现代化研究会

湖南省系统工程与管理学会 湖南省工商管理学会