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

山东大学 SHANDONG UNIVERSITY | 山东大学管理学院 School of Management, Shandong University

2025年中国高等院校市场学研究会学术年会暨博士生论坛

大模型与营销创新

会议手册

2025年07月18日-20日　　中国·济南

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界培训市场营销教学、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：010-62747695

Email地址：cmau@cmau.org.cn

山东大学管理学院介绍

山东大学创建于1901年，是一所历史悠久、学科齐全、学术实力雄厚、办学特色鲜明，在国内外具有重要影响的教育部直属全国重点综合性大学。山大管理学教育历经了商科教育、国民经济管理教育、工商管理教育、管理学教育四个主要阶段。目前学院共有8个系，下设工商管理、会计学、供应链管理、工程管理4个本科专业，工商管理学（下设企业管理、会计学、旅游管理、市场营销4个专业方向）、管理科学与工程2个一级学科学术型硕士学位点，审计、会计、工商管理（MBA/EMBA）、旅游管理、工程管理5个专业型硕士学位点，及工商管理学、管理科学与工程2个一级学科博士学位点，形成了比较完善的本科-硕士-博士培养体系，各类在校学生4000余人，是山东大学规模最大的学院之一。

全院现有专职教师147人，其中教授41人，副教授59人；国家特支计划领军人才2人，国家青年人才3人，泰山学者特聘教授4人，泰山学者青年专家10人。学院建立了讲席/特聘教授、访问教授制度，聘请了一批学术造诣深厚并具有丰富管理实践经验的专家学者和企业家担任兼职教授，师资力量日趋雄厚。

近五年来，学院先后获批各类纵横向项目422项，在各类中英文期刊共发表论文1020篇，学院教师共获得40余项省部级优秀科研成果。同时，学院致力学科发展与服务社会能力提升一体规划，面向国家重大战略或区域发展等现实需求，联合山东省委组织部共建山东省人才发展战略研究院，依托文旅部文化和旅游研究基地、山东省文旅融合发展研究基地，依靠山东大学公司治理研究中心等科研平台，为政府决策和企业发展提供智力支持。

学院与多家行业内的顶尖企业建立了合作关系，并成功举办了“第九届中国·实践·管理论坛暨中国管理50人论坛”“中国工商管理案例教学及开发研讨会”“致敬70年：中国企业管理发展论坛”“第九届中国管理学者交流营”等论坛及研讨会。

展望未来，山东大学管理学院将以“弘扬中国管理思想，建设根植齐鲁、服务中国、影响世界的一流管理学院”为愿景，以“培养具备家国情怀、全球视野，引领未来的管理精英”为使命，加快构建“中国企业理论与数智化转型及全球化发展”学科体系、学术体系和话语体系，面向经济主战场贡献山大方案，勇于破解管理创新的时代课题。

山东大学市场营销与国际商务系介绍

山东大学市场营销与国际商务系，设有市场营销与国际商务两个本科专业方向。市场营销专业始建于1988年，同年起面向全国招生，是全国部属高校中最早开设该专业的单位之一，已被认定为山东省特色专业。国际商务专业设立于2004年，致力于培养具有全球视野与跨文化沟通能力的国际化人才。本系始终坚持“学科融合、理论创新、服务社会”的发展理念，逐步形成了鲜明的办学特色，汇聚了一支结构合理、学术功底扎实、富有创新活力的师资队伍。现有专任教师18 人，其中教授 3 人、副教授 5 人、讲师 10 人。教师多毕业于清华大学、中国人民大学、香港城市大学等海内外知名高校，现有教育部高等学校教学指导委员会委员、“泰山学者”、“齐鲁青年学者”等高层次人才 5 人。

本系学术研究方向明确、特色突出，聚焦于数字化平台营销、消费者行为、品牌管理、人工智能营销、跨境电商等前沿领域。近年来，承担国家自然科学基金、国家社会科学基金、教育部人文社科项目等国家及省部级科研课题30余项，在 *Information Systems Research*、*Journal of Retailing*、《南开管理评论》、《心理学报》等国内外高水平期刊发表论文200余篇，产出了一批具有国际影响力的研究成果。

同时，系所高度重视学术服务社会，依托山东大学潍坊跨境贸易电商产业研究院，积极为跨境电商产业发展提供智力支持与决策咨询。面向企业管理实践，已为潍柴动力、国家电网等大型企业及政府部门提供管理咨询与决策支持，体现了扎根中国、服务发展的社会责任担当。

目录

中国高等院校市场学研究会简介 I

山东大学管理学院介绍 II

山东大学市场营销与国际商务系介绍 III

会议组织机构 1

会议概览 7

会议议程 8

研究方法提升工作坊 8

博士生日活动 9

2025年中国高等院校市场学研究会学术年会议程（第一天） 12

2025年中国高等院校市场学研究会学术年会议程（第二天） 14

市场营销学科建设论坛议程 16

专委会论坛议程 17

特色论坛议程 20

期刊面对面圆桌论坛议程 22

平行论坛场次信息概览 23

平行论坛安排表 28

演讲嘉宾介绍 84

联系我们 93

会场地图及交通路线 94

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

会议组织机构

程序委员会

主　席：舒成利　西安交通大学

丁荣贵　山东大学

委　员（按姓氏拼音排序）

安国山　延边大学	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
常亚平　华中科技大学	常　玉　西北工业大学
谌飞龙　江西财经大学	陈　荣　清华大学
陈国平　武汉科技大学	崔登峰　石河子大学
崔　楠　武汉大学	董晓松　上海工程技术大学
杜靖川　云南大学	杜　鹏　中南财经政法大学
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
郭晓凌　对外经济贸易大学	郭　锐　中国地质大学(武汉)
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
黄苏萍　首都经济贸易大学	黄敏学　武汉大学
姜彩芬　广州大学	江红艳　中国矿业大学
江　玮　厦门大学	蒋玉石　西南交通大学
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	黎小林　广东财经大学
黎建新　长沙理工大学	李　雷　桂林理工大学

李　玥　哈尔滨理工大学	李　林　武昌首义学院
李　刚　西安邮电大学	李纯青　西北大学
李季鹏　新疆财经大学	李　妍　新疆科技学院
李先国　中国人民大学	李　季　中央财经大学
连　漪　桂林理工大学	梁剑平　中山大学
梁　强　汕头大学	刘宏举　北京大学
刘文纲　北京工商大学	刘志梅　广州货币金融博物馆
刘遗志　贵州大学	刘志敏　国家开放大学
刘　益　上海交通大学	刘园园　西安交通大学
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　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	彭泗清　北京大学
彭红霞　湖北大学	钱力显　西交利物浦大学西浦国际商学院
钱丽萍　重庆大学	任星耀　南开大学
沈俏蔚　北京大学	盛亚军　吉林财经大学
盛光华　吉林大学	舒成利　西安交通大学
宋晓兵　大连理工大学	宋　艳　上海外国语大学
宋思根　上海应用技术大学	苏　淞　北京师范大学
孙亚程　清华大学	孙　元　浙江工商大学
陶晓波　北方工业大学	童泽林　海南大学
王　锐　北京大学	王　峰　湖南大学
王　维　齐齐哈尔大学	王兴元　山东大学
王　良　上海交通大学	王君萍　西安石油大学
王　建　浙江财经大学	王小毅　浙江大学
王　永　浙江工商大学	王海忠　中山大学
王　毅　中央财经大学	汪　涛　武汉大学

卫海英　暨南大学
吴水龙　北京理工大学
肖淑红　北京体育大学
谢佩洪　上海对外经贸大学
徐　伟　安徽财经大学
杨　帅　东华大学
杨洪涛　华侨大学
杨　毅　西安理工大学
姚　琦　重庆交通大学
叶樊妮　西南民族大学
袁少锋　辽宁大学
袁胜军　贺州学院
詹志方　湖南工商大学
张　闯　大连理工大学
张　辉　湖北工程学院
张泽林　中国人民大学
赵大伟　哈尔滨商业大学
赵卫宏　江西师范大学
周志民　深圳大学
邹　鹏　哈尔滨工业大学

吴金林　闽江学院
吴锦峰　武汉纺织大学
项朝阳　华中农业大学
谢作渺　中央民族大学
徐小龙　上海立信会计金融学院
杨　智　湖南大学
杨德锋　暨南大学
姚　凯　中央财经大学
叶　敏　湖北经济学院
俞荣建　浙江工商大学
袁　峰　沈阳工业大学
曾伏娥　武汉大学
张　影　北京大学
张　昊　东北大学
张初兵　天津财经大学
赵建彬　东华理工大学
赵艳丽　哈尔滨商业大学
周　娜　河北工程大学
周欣悦　浙江大学

论文评审委员会

主　任：舒成利　西安交通大学

副主任：沈俏蔚　北京大学　　金立印　复旦大学

周欣悦　浙江大学

秘书长：金立印（兼）复旦大学

初审专家（按姓氏拼音排序）

常亚平	华中科技大学	陈　荣	清华大学
陈增祥	中山大学	崔登峰	石河子大学
付晓蓉	西南财经大学	高维和	上海财经大学
黄劲松	北京航空航天大学	黄韫慧	南京大学
江　玮	厦门大学	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	柳武妹	兰州大学
刘野逸	西安交通大学	牛永革	四川大学
庞　隽	中山大学	钱丽萍	重庆大学
任　荣	山东大学	任星耀	南开大学
沈俏蔚	北京大学	寿志钢	武汉大学
宋晓兵	大连理工大学	孙　瑾	对外经济贸易大学
孙亚程	清华大学	王　峰	湖南大学
王丽丽	浙江大学	王良燕	上海交通大学
王　锐	北京大学	王雪华	同济大学
王　毅	中央财经大学	汪旭晖	东北财经大学
许销冰	海南大学	姚　琦	重庆交通大学
曾伏娥	武汉大学	张　昊	东北大学
赵海川	山东大学	周志民	深圳大学
庄梦舟	香港大学	杨德锋	暨南大学

复审专家（按姓氏拼音排序）

金立印	复旦大学	沈俏蔚	北京大学
舒成利	西安交通大学	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

博士生论文评审委员会

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

初审专家（按姓氏拼音排序）

白　璇　西南财经大学　　陈　瑞　厦门大学

陈星宇　深圳大学　　杜建刚　南开大学

李国鑫　哈尔滨工业大学　　梁剑平　中山大学

刘文静　清华大学　　刘园园　西安交通大学

沈　璐　大连理工大学　　孙　琦　上海财经大学

徐　岚　武汉大学　　徐　倩　复旦大学

严晨峰　山东大学　　杨浙帅　浙江大学

周　玲　湖南大学

复审专家（按姓氏拼音排序）

戴先炽　香港中文大学　　董蓓蓓　里海大学

李　曦　香港大学　　钱丽萍　重庆大学

任星耀　南开大学　　寿志刚　武汉大学

孙亚程　清华大学　　张　闯　大连理工大学

组织委员会

主　任：丁荣贵　山东大学　　付岩志　山东大学

副主任：石清云　山东大学　　张江华　山东大学

唐贵瑶　山东大学　　任　荣　山东大学

赵海川　山东大学

委　员（按姓氏拼音排序）

曹　昊　山东大学　　陈　晓　山东大学

洪瑞阳　山东大学　　康　宁　山东大学

李红柳　山东大学　　刘艾青　山东大学

刘蓓蓓　山东大学　　刘　福　山东大学

刘志伟　山东大学　　苏　超　山东大学

南志庆　山东大学　　孙玉红　山东大学

王栋华　山东大学　　王德胜　山东大学

王桂萍　山东大学　　王兴元　山东大学

王　毅　山东大学　　邢　怡　山东大学

徐　莉　山东大学　　严晨峰　山东大学

杨　扬　山东大学　　赵清璇　山东大学

赵玉杰　山东大学　　张　鹏　山东大学

朱坤举　山东大学

会议概览

时间	活动		地点
2025年7月16日			
07:30-08:50	研究方法提升工作坊报到、领取资料		知新楼B座205
08:50-09:00	开班仪式		
09:00-17:30	研究方法提升工作坊		
2025年7月17日			
09:00-17:30	研究方法提升工作坊		知新楼B座205
14:30-20:00	学术年会暨博士生论坛 报到、领取资料		邵逸夫科学馆
2025年7月18日			
08:00-20:00	学术年会暨博士生论坛 报到、领取资料		邵逸夫科学馆
09:00-10:00	博士生日启动仪式		邵逸夫科学馆 报告厅
10:15-11:45	嘉宾演讲		
14:00-17:30	博士生论文交流及闭幕式		
17:40-18:40	博联会理事会议		知新楼B座214
19:00-21:00	招聘专场		知新楼B座205
20:00-22:00	理事会会长办公会		知新楼B座509
2025年7月19日			
07:30-12:00	学术年会暨博士生论坛报到、领取资料		知新楼A3报告厅
08:30-09:00	学术年会开幕式		知新楼A3报告厅 知新楼C座思源报告厅
09:00-12:00	学术年会嘉宾演讲		
13:30-17:00	市场营销学科建设论坛		知新楼B座509
13:30-17:10	专委会论坛及特色论坛	平行论坛	知新楼A座/B座
17:10-19:00	晚餐		齐园餐厅三楼
20:00-21:30	理事会/常务理事会议		邵逸夫科学馆
2025年7月20日			
08:30-12:00	专委会论坛及特色论坛	平行论坛	知新楼B座
09:00-10:30	期刊面对面圆桌论坛		知新楼B座517
13:30-15:50	学术年会嘉宾演讲		知新楼A3报告厅
16:00-16:50	学术年会闭幕式		

会议议程

研究方法提升工作坊

时间：2025年7月16至17日 地点：山东大学中心校区知新楼B座205

日期	时间	活动	主持人
7月16日	07:30-08:50	**报到、领取材料**	洪瑞阳 助理教授 山东大学
	08:50-09:00	**开班致词** 赵海川 教授 系主任 山东大学市场营销与国际商务系	
日期	**时间**	**课程内容**	
7月16日	09:00-12:00	**词向量；RNN 和 LSTM；Attention 机制和 Transformer 结构；大语言模型的预训练和微调** 郑杰鑫 助理教授 北京大学	
	14:30-17:30	**大语言模型对话系统的原理；提示词工程；AI 智能体；多智能体系统** 郑杰鑫 助理教授 北京大学	
7月17日	09:00-12:00	**案例研究概述（如何提出研究问题、案例研究中的文献和理论等）** 李亮 教授 对外经济贸易大学	
		案例研究的设计（理论抽样、质量判定标准等）和数据收集 冯永春 副教授 天津财经大学	
	14:30-17:30	**案例研究的数据分析** 李亮 教授 对外经济贸易大学	
		案例研究的写作及其他问题（中国情境下的案例研究、案例研究的理论贡献等） 冯永春 副教授 天津财经大学	

博士生日活动

时间：2025年7月18日周五　地点：山东大学中心校区

时间	活动内容	主持人	地点
09:00-10:00	**博士生日启动仪式暨发布2025年高等院校市场学研究会博士生就业情况白皮书**		
09:00-09:20	**致欢迎词** 张江华 教授 山东大学管理学院 副院长	王兴元 教授 山东大学	邵逸夫科学馆报告厅
	致开幕词 张闯 教授 中国高等院校市场学研究会副会长 博士生工作委员会主任 大连理工大学		
	合影		
09:20-10:00	**博联会工作汇报** 陈雅琪 CMAU博士生联合会第五届理事会理事长	刘艾青 助理教授 山东大学	
	《2025年高等院校市场学研究会博士生就业情况白皮书》发布 《白皮书》说明： 任星耀 教授 博士生工作委员会副主任 南开大学 《白皮书》发布: 肖月明（中南大学博士生）、曾遨宇（中央财经大学博士生）、王璐（兰州大学博士生）、张才师（上海交通大学博士生）		
10:00-10:15	休息		
10:15-11:45	**博士生日活动嘉宾演讲**		
10:15-10:45	**AI Generated Summaries, Consumer Behaviors, and Business Implications** 姚岱 副教授 香港理工大学	王锐 副教授 博士生工作委员会副主任 北京大学	邵逸夫科学馆报告厅
10:45-11:15	**讲好品牌故事：商业叙事的价值** 徐岚 教授 武汉大学		
11:15-11:45	**论文写作的扫雷游戏** 江玮 教授 厦门大学		
11:45-14:00	午餐		齐园餐厅三楼

<table>
<tr><td>14:00-15:30</td><td colspan="3">博士生论文交流I</td></tr>
<tr><td>14:00-15:30</td><td>Deductive Algorithm, Inductive Human? The Effect of Reasoning Approaches on Consumer Responses to AI-Generated Content
陈思琪 复旦大学
伍美虹 复旦大学
梁永恒 苏州大学

Can Social Target Make Traffic Effective in Social Commerce Live Streaming
Minxue Huang, Wuhan University
Xiaodong Xie, Wuhan University
Han Lei, Wuhan University

The Impact of Matching Agents and Response Strategies on Optimizing Complaint Handling
宋子颂 山东大学
蔡镇川 山东大学
赵海川 山东大学

Advertising Intensity and User Selectivity: Evidence from a Field Experiment
Feier Li, Peking University
Liye Ma, University of Maryland
Xing Li, Peking University
Hongju Liu, Peking University</td><td>主持人：
王毅 副教授
山东大学

点评人：
孙鲁平 教授
中央财经大学

王雪华 副教授
同济大学</td><td>邵逸夫科学馆报告厅</td></tr>
<tr><td>15:30-15:40</td><td colspan="3">休息</td></tr>
<tr><td>15:40-17:10</td><td colspan="3">博士生论文交流II</td></tr>
<tr><td>15:40-17:10</td><td>激活汽车产业的杠杆：地方政府购车补贴如何设计才能拉动区域销量
王一丹 重庆大学
苗恒峰 重庆大学
李小玲 重庆大学

Predicting Social Media Post Popularity from Multimodal Content Features: A Deep Learning Approach
曾遨宇 中央财经大学</td><td>主持人：
丰超 副教授
南京航空航天大学</td><td>邵逸夫科学馆报告厅</td></tr>
</table>

15:40-17:10	**Designing Detection Algorithms for AI-Generated Content: Consumer Inference, Creator Incentives, and Platform Strategy** 陈杰腾 香港中文大学 柯特 香港中文大学 Jiwoong Shin 耶鲁大学 **Fit for Performance? The Strategic Value of Aligning Digitalization Capabilities and Strategic Aggressiveness** 杨智 湖南大学 瞿搏 湖南大学 谷沅翰 湖南大学 谢赛 湖南大学	点评人： 孙琦 教授 上海财经大学 庄梦舟 助理教授 香港大学	邵逸夫科学馆报告厅
17:10-17:30	**闭幕式**		
17:10-17:30	**博士生论坛学术荣耀时刻** 汪涛 教授 中国高等院校市场学研究会会长 武汉大学 张闯 教授 中国高等院校市场学研究会副会长 大连理工大学 **闭幕式致词** 李小玲 教授 博士生工作委员会秘书长 重庆大学	任星耀 教授 博士生工作委员会副主任 南开大学	邵逸夫科学馆报告厅
17:40-18:40	**博士生联合会理事会议**		知新楼B座214
19:00-21:00	**招聘专场**		
19:00-21:00	**宣讲学校（按拼音排序）** 重庆大学、东华大学、桂林电子科技大学、湖南大学、华中科技大学、暨南大学、青岛理工大学、石河子大学、西安交通大学、新疆财经大学、新疆科技学院、中国海洋大学、中国地质大学（武汉）、中南财经政法大学	李小玲 教授 博士生工作委员会秘书长 重庆大学	知新楼B座205
	自由交流时间		

2025年中国高等院校市场学研究会学术年会议程（第一天）

时间：2025年 7月19日周六 地点：山东大学中心校区

<table>
<tr><th>时间</th><th>活动内容</th><th>主持人</th><th>地点</th></tr>
<tr><td>08:30-09:00</td><td colspan="2">2025 年中国高等院校市场学研究会学术年会开幕式</td><td rowspan="11">主会场：
知新楼A座三层A3报告厅

分会场：
知新楼C座三层思源报告厅</td></tr>
<tr><td rowspan="6">08:30-09:00</td><td>介绍参会嘉宾</td><td rowspan="6">付岩志
山东大学管理学院
党委书记</td></tr>
<tr><td>致欢迎词
曹现强 山东大学 党委常委 副校长</td></tr>
<tr><td>基金委领导致词</td></tr>
<tr><td>致开幕词
汪涛 中国高等院校市场学研究会 会长</td></tr>
<tr><td>致欢迎词
丁荣贵 山东大学管理学院 院长</td></tr>
<tr><td>合影</td></tr>
<tr><td>09:00-12:00</td><td colspan="2">2025 年中国高等院校市场学研究会学术年会嘉宾演讲</td></tr>
<tr><td>09:00-9:40</td><td>大数据管理决策研究—前沿探索与新课题
陈国青 教授 清华大学</td><td>胡左浩 教授
学会副会长
清华大学</td></tr>
<tr><td>09:40-10:00</td><td colspan="2">休息</td></tr>
<tr><td>10:00-10:40</td><td>语音情绪与数智营销
王汉生 教授 北京大学</td><td>聂元昆 教授
学会副会长
云南财经大学</td></tr>
<tr><td>10:40-11:20</td><td>营销大模型：研究进展与未来方向
余乐安 教授 四川大学</td><td>滕乐法 教授
学会副会长
江南大学</td></tr>
<tr><td>11:20-12:00</td><td>儒家学说的本来面目及其特征
王学典 教授 山东大学儒学高等研究院院长</td><td>金立印 教授
学会副会长
复旦大学</td></tr>
</table>

12:00-13:30	午餐		齐园餐厅 三楼
13:30-17:00	**市场营销学科建设论坛**		知新楼 B座509
13:30-17:00	**专委会论坛及特色论坛**		知新楼 B座
13:30-15:10	**年会论文与博士生论文分组平行论坛I**	每组2位点评专家 第1位兼任主持	知新楼 A座/B座
15:10-15:30	休息		
15:30-17:10	**年会论文与博士生论文分组平行论坛II**	每组2位点评专家 第1位兼任主持	知新楼 A座/B座
17:10-19:00	晚餐		齐园餐厅 三楼
20:00-21:30	**中国高等院校市场学研究会理事/常务理事会议**		邵逸夫 科学馆

2025年中国高等院校市场学研究会学术年会议程（第二天）

时间：2025年7月20日周日　地点：山东大学中心校区

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位点评专家 第1位兼任主持	知新楼 B座
09:00-10:30	期刊面对面圆桌论坛	任荣 副教授 山东大学	知新楼 B座517
10:20-12:00	年会论文与博士生论文分组平行论坛IV	每组2位点评专家 第1位兼任主持	知新楼 B座
08:30-12:00	特色论坛		知新楼 B座724
12:00-13:00	午餐		齐园餐厅 三楼
13:30-16:00	**2025年中国高等院校市场学研究会学术年会嘉宾演讲**		
13:30-14:00	**数智时代的跨境电子商务** 武常岐 教授 山东大学	李先国 教授 学会副会长 中国人民大学	知新楼A座 三层A3报 告厅
14:00-14:30	**从大数据大模型到纵向智能代理：AI驱动下的营销变革** 崔耕 教授 广东外语外贸大学	金晓彤 教授 学会副会长 吉林大学	
14:30-15:00	**数据市场与数据平台：一项研究综述** 孙琦 教授 上海财经大学	费显政 教授 学会副会长 中南财经政法大学	
15:00-15:30	**基于大模型的消费决策智能体行为与人机协作感知** 王小毅 教授 浙江大学	黄敏学 教授 学会执行秘书长 武汉大学	
15:30-15:50	**Generative AI in Practice: Exploring the Role of Human in the Loop** 姚凯 副教授 中央财经大学/见数创始人	王毅 教授 学会副会长 中央财经大学	
15:50-16:00	休息		

<table>
<tr><td>16:00-16:50</td><td colspan="3">2025年中国高等院校市场学研究会学术年会闭幕式</td></tr>
<tr><td rowspan="6">16:00-16:50</td><td>年会论文征稿工作情况介绍
舒成利 教授
中国高等院校市场学研究会学会副会长
西安交通大学</td><td rowspan="2">连漪 教授
学会副会长
桂林理工大学</td><td rowspan="6">知新楼A座三层A3报告厅</td></tr>
<tr><td>学术荣耀时刻
嘉宾：
汪涛 教授
中国高等院校市场学研究会会长
武汉大学

张闯 教授
中国高等院校市场学研究会副会长
大连理工大学</td></tr>
<tr><td>承办方致词
唐贵瑶 山东大学管理学院 副院长</td><td rowspan="3">舒成利 教授
学会副会长
西安交通大学</td></tr>
<tr><td>下届承办方交接</td></tr>
<tr><td>致闭幕词
彭泗清 教授
中国高等院校市场学研究会常务副会长
北京大学</td></tr>
</table>

市场营销学科建设论坛议程

时间：2025年7月19日下午13:30-17:00　地点：山东大学中心校区知新楼B座509

主持人	时间	题目及嘉宾
金晓彤 教授 吉林大学	13:30-13:45	**新文科下数智时代营销学科发展探讨** 黄敏学 教授 武汉大学
	13:45-14:00	**数智时代新财经人才培养的实践与探索** **——以上海财经大学为例** 江晓东 教授 上海财经大学
	14:00-14:15	**面向海南自贸港的市场营销学科建设** 童泽林 教授 海南大学
高维和 教授 上海财经大学	14:15-14:30	**中国人民大学市场营销学科的转型探索** 许开全 教授 中国人民大学
	14:30-14:45	**数智时代市场营销专业重塑：湖南大学的探索与实践** 郑培 副教授 湖南大学
宋晓兵 教授 大连理工大学	14:45-15:00	**如何在祖国大西北发展营销管理学科** **——兰州大学管理学院经验浅谈** 柳武妹 教授 兰州大学
	15:00-15:15	**沈阳工业大学市场营销专业改革与实践：** **思政教育引领双创实践，工管融合构建育人新范式** 于兆吉 教授 沈阳工业大学
休息		
李先国 教授 中国人民大学	15:30-15:45	**立足于浙江本土多样化的营销实践与消费者特色行为：** **浙商大营销学科发展回溯** 孙元 教授 浙江工商大学
	15:45-16:00	**江西财经大学市场营销学科建设实践与探索** 陆淳鸿 副教授 江西财经大学
	16:00-17:00	**圆桌对话** 市场营销学科负责人讨论学科建设与发展问题

专委会论坛议程

<table>
<tr><td colspan="3">主题：2025年品牌管理专委会论坛
时间：7月19日下午13:30-15:10</td></tr>
<tr><td colspan="3">地点：知新楼B座214</td></tr>
<tr><td>主持人</td><td>时间</td><td>题目及嘉宾</td></tr>
<tr><td rowspan="5">郭晓譞
东莞理工学院</td><td>13:30-13:50</td><td>科技品牌战略：中国自主品牌理论体系建立的基础与实践
何佳讯 教授 华东师范大学亚欧商学院</td></tr>
<tr><td>13:50-14:10</td><td>广告AI味的判断线索及其对品牌感知的双刃剑效应
周志民 教授 深圳大学管理学院</td></tr>
<tr><td>14:10-14:30</td><td>中国企业品牌“出海”：
“一带一路”倡议如何提升企业品牌价值
崔登峰 教授 石河子大学经济管理学院</td></tr>
<tr><td>14:30-14:50</td><td>品牌调侃研究的前世今生
王新刚 教授 中南财经政法大学工商管理学院</td></tr>
<tr><td>14:50-15:10</td><td>Digital CSR impact on Chinese auto brands: mediating and moderating customer satisfaction and engagement
童泽林 教授 海南大学国际商学院</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="3">主题：2025 年绿色消费与绿色营销专业委员会论坛
时间：7月19日下午13:30-17:10</td></tr>
<tr><td colspan="3">地点：知新楼B座517</td></tr>
<tr><td>主持人</td><td>时间</td><td>题目及嘉宾</td></tr>
<tr><td rowspan="4">郭锐
中国地质大学
（武汉）</td><td>13:30-13:55</td><td>数智化对消费碳减排的双刃影响及其包容审慎式政策体系
王建明 教授 浙江财经大学管理学院</td></tr>
<tr><td>13:55-14:20</td><td>童年社会化理论视角下绿色消费行为形成机制和代际塑造路径
孙瑾 教授 对外经济贸易大学国际商学院</td></tr>
<tr><td>14:20-14:45</td><td>善花未必结绿果：亲环境行为的结果误判陷阱及应对
钟科 教授 海南大学国际商学院</td></tr>
<tr><td>14:45-15:10</td><td>推进绿色消费的多元主体治理体系分析
陈凯 教授 北京林业大学经济管理学院</td></tr>
<tr><td colspan="3">休息</td></tr>
<tr><td rowspan="4">王建明
浙江财经大学</td><td>15:30-15:55</td><td>新质生产力背景下“人本营销”驱动的绿色品牌向上
郭锐 教授 中国地质大学（武汉）经济管理学院</td></tr>
<tr><td>15:55-16:20</td><td>旅游企业的绿色转型与游客低碳行为的互动与价值共创研究
黄潇婷 教授 山东大学管理学院</td></tr>
<tr><td>16:20-16:45</td><td>“双碳”目标下公众绿色行为多领域协同驱动研究
羊凌云 教授 中国矿业大学经济管理学院</td></tr>
<tr><td>16:45-17:10</td><td>口惠而不“费”：生成式AI的“绿色美德”悖论
熊希灵 副教授 西南财经大学工商管理学院</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="3">主题：2025年大数据营销专业委员会论坛
时间：7月19日 下午 13:30-17:10</td></tr>
<tr><td colspan="3">地点：知新楼B座205</td></tr>
<tr><td>主持人</td><td>时间</td><td>题目及嘉宾</td></tr>
<tr><td rowspan="2">黄劲松
北京航空航天大学</td><td>13:30-14:20</td><td>Product Line Design with Strategic Consumer Profiling
徐子彬 副教授 香港城市大学
王旭 中国科学技术大学</td></tr>
<tr><td>14:20-15:10</td><td>兴趣电商下的产品质量和广告排序
厉行 副教授 北京大学</td></tr>
<tr><td colspan="3">休息</td></tr>
<tr><td rowspan="2">黄劲松
北京航空航天大学</td><td>15:30-16:20</td><td>Bargaining with Online Celebrity in Live Streaming Commerce
刘霖 教授 北京航空航天大学</td></tr>
<tr><td>16:20-17:10</td><td>How do Recommender Systems Influence Consumer Purchase
孙鲁平 教授 中央财经大学</td></tr>
</table>

特色论坛议程

主题：第二届营销思想史与营销理论建构专题论坛 时间：7月19日下午13:30-16:00		
地点：知新楼B218		
主持人	**时间**	**题目及嘉宾**
张闯 大连理工大学	13:30-13:50	**中国营销学自主知识体系构建的哲学思考** 贾利军 教授 华东师范大学经济与管理学院
	13:50-14:05	**营销理论创新：为何重要，何谓创新，如何实现？** 任星耀 教授 南开大学商学院
	14:05-14:20	**强化内生营销理论建构：营销思想史的启示** 袁少锋 教授 辽宁大学商学院
	14:20-14:35	**营销管理思想史课程在营销专业本科生培养方案中的作用和价值** 柳武妹 教授 兰州大学管理学院
	14:35-14:50	**知行合一：基于理论实践的营销知识构建** 王新春 副教授 西弗吉尼亚大学约翰钱伯斯商学院
	14:50-14:58	**营销合法性建构的历史演变与现实挑战** 马田园 讲师 南阳理工学院范蠡商学院
	14:58-15:16	**回顾与前行：《营销思想史》的研读思考与实践体悟** 郝凌云 讲师 辽宁大学商学院
	15:16-15:31	**营销思想史中的未来镜像：从思想史看营销学科与学术** 张闯 教授 大连理工大学经济与管理学院
	15:31-16:00	**自由发言与研讨**

主题：破局·融合·共创——科技浪潮下科创企业营销创新路径分论坛 时间：7月20日上午 8:30-12:00		
地点： 知新楼B座724		
主持人	**时间**	**题目及嘉宾**
费鸿萍 华东理工大学	08:30-08:50	**领导致辞** 舒成利 中国高等院校市场学研究会副会长
	Part 1：投资人看科创营销：科创时代为何营销成为关键能力	
	08:50-09:10	**孵化网络×产业资源助力科创企业从1到∞** 房光银 启迪之星创投投资总监/山东产研启迪孵化器执行总经理
	09:10-09:30	**科创企业成长另一面：营销破局** 付利军 英诺天使基金合伙人
姚凯 中央财经大学	**Part 2：科创企业营销实践：不同路径的科创营销破局之道**	
	09:30-09:50	**技术基因企业营销：准上市公司翼菲科技** 杨广泰 翼菲科技事业部总经理
	09:50-10:10	**茶销售基因企业营销：独角兽公司木木西里** 陈付波 木木西里高管
休息		
崔楠 武汉大学	**Part3：Marketech前沿：技术如何重塑科创营销效率**	
	10:20-10:40	**用户连接效率到BC连接效率的营销价值转换： 值得买科技营销业务的创新转型与实践** 张艾潮 值得买科技集团副总裁
	10:40-11:00	**从技术价值到市场价值的跃迁： 从见数的成长看科创企业的商业发展探索** 姚凯 副教授 中央财经大学商学院/Credamo见数创始人
付利军 英诺投资	**Part 4：产教研融合：科创时代的营销学人行动路线图**	
	11:00-11:20	**科创时代营销学人的价值创造与传递** 崔楠 教授 武汉大学经济与管理学院
	11:20-11:40	**科创营销的范式变革：基于EBV价值的科创营销探索** 费鸿萍 副教授 华东理工大学商学院
姚凯 费鸿萍	11:40- 12:10	**跨界圆桌交流：融通共创：迈向科创营销的新范式**

期刊面对面圆桌论坛议程

时间：2025年7月20日上午09:00-10:30　地点：山东大学中心校区知新楼B座517

主持人	期刊	嘉宾
任荣 副教授 山东大学	经济管理学刊	沈俏蔚 专业主任
	营销科学学报	黄敏学 副主任
	Data Science and Management	舒成利 副主编
	系统管理学报	王良燕 领域编委
	复印报刊资料•市场营销（理论版）	李静 责任编辑
	珞珈管理评论	路小静 编辑部主任
	Information Technology & People	孙元 高级主编

平行论坛场次信息概览

平行论坛I 7 月19 日13:30 - 15:10			
场次	**地点**	**主题**	**点评专家**
A1	知新楼B座201	博士生论坛-消费者行为	崔楠 武汉大学
			廖俊云 暨南大学
A2	知新楼B座203	博士生论坛-营销战略	李小玲 重庆大学
			王梦阳 华中科技大学
A3	知新楼B座336	广告传播与新媒体营销	王紫薇 首都经济贸易大学
			邓年奇 浙江财经大学
A4	知新楼B座310	营销案例研究	王举颖 中国海洋大学
			蔡创能 汕头大学
A5	知新楼B座438	新技术营销	薛骄龙 四川大学
			陈含郁 中南大学
A6	知新楼B座503	营销战略	沈璐 大连理工大学
			刘金鑫 华中科技大学
A7	知新楼B座521	营销量化模型	李纲 华北水利水电大学
			董晓松 上海工程技术大学
A8	知新楼B座523	绿色营销	丰超 南京航空航天大学
			李晨溪 北京航空航天大学
A9	知新楼B座525	消费者心理与行为	姚琦 重庆交通大学
			涂剑波 北方工业大学
A10	知新楼B座601	消费者心理与行为	梁策 香港城市大学
			梁健爱 桂林理工大学

平行论坛I 7 月19 日13:30 - 15:10			
场次	**地点**	**主题**	**点评专家**
A11	知新楼B座720	消费者心理与行为	陈钦兰 华侨大学
			毕圣 北京理工大学
A12	知新楼B座724	消费者心理与行为	赵爽爽 西北农林科技大学
			沈峥昱 华东理工大学
A13	知新楼A座1006	消费者心理与行为	梁永恒 苏州大学
			韩杰 青岛理工大学
A14	知新楼A座1019	消费者心理与行为	赵馨頔 南开大学
			刘赟 中国石油大学（华东）
A15	知新楼A座1114	消费者心理与行为	朱华伟 武汉大学
			闫霄 华中科技大学
A16	知新楼A座1117	消费者心理与行为	阮晨晗 福建农林大学
			冯文琪 江苏大学

平行论坛II 7 月19 日15:30 - 17:10			
场次	**地点**	**主题**	**点评专家**
B1	知新楼B座201	博士生论坛-消费者行为	钱丽萍 重庆大学
			姜聪佼 北京大学
B2	知新楼B座203	博士生论坛-营销模型	钱力显 西交利物浦大学
			高曦含 长安大学
B3	知新楼B座336	品牌管理与创新	王雪华 同济大学
			高俊 中国海洋大学
B4	知新楼B座310	广告传播与新媒体营销	张瑾 暨南大学
			刘菲菲 西南财经大学
B5	知新楼B座438	新技术营销	卢宝周 中国海洋大学
			韩杰 青岛理工大学
B6	知新楼B座503	营销战略	顾雷雷 中央财经大学
			彭建仿 重庆工商大学
B7	知新楼B座521	营销战略	张金山 吉林大学
			肖振鑫 西安交通大学
B8	知新楼B座523	绿色营销	孙瑾 对外经济贸易大学
			刘欢 南开大学
B9	知新楼B座525	消费者心理与行为	陈国平 武汉科技大学
			吕林祥 东北大学
B10	知新楼B座601	消费者心理与行为	付晓蓉 西南财经大学
			李克芳 云南财经大学
B11	知新楼B座720	消费者心理与行为	宋连莲 南京航空航天大学
			陈斯允 暨南大学
B12	知新楼B座724	消费者心理与行为	刘野逸 西安交通大学
			杨强 南京审计大学
B13	知新楼A座1006	消费者心理与行为	彭艳君 北京工商大学
			韩笑 武汉理工大学
B14	知新楼A座1019	消费者心理与行为	刘林林 华南理工大学
			鑫颖 内蒙古财经大学
B15	知新楼A座1114	消费者心理与行为	王新刚 中南财经政法大学
			宋艳 上海外国语大学
B16	知新楼A座1117	消费者心理与行为	贺和平 深圳大学
			宋竞 西南交通大学

平行论坛III 7 月20 日08:30 - 10:10			
场次	**地点**	**主题**	**点评专家**
C1	知新楼B座201	博士生论坛-消费者行为	柳武妹 兰州大学
			熊希灵 西南财经大学
C2	知新楼B座203	博士生论坛-营销战略	厉行 北京大学
			刘菲菲 西南财经大学
C3	知新楼B座205	消费者福祉	肖皓文 海南大学
			吴桐 广东外语外贸大学
C4	知新楼B座214	品牌管理与创新	崔登峰 石河子大学
			赵建彬 东华理工大学
C5	知新楼B座218	服务营销	陈凯 北京林业大学
			欧阳筠 闽南师范大学
C6	知新楼B座336	广告传播与新媒体营销	刘文纲 北京工商大学
			王秀芝 广东外语外贸大学
C7	知新楼B座310	跨境电商研究	张莎 中国科学院大学
			王烨娣 成都理工大学
C8	知新楼B座438	新技术营销	蒋玉石 西南交通大学
			王勇 北京工商大学
C9	知新楼B座503	营销战略	陆淳鸿 江西财经大学
			李旻 University of St Andrews
C10	知新楼B座521	绿色营销	郭锐 中国地质大学（武汉）
			李见 安徽大学
C11	知新楼B座523	消费者心理与行为	沈鹏熠 江西财经大学
			张伟 武汉理工大学
C12	知新楼B座525	消费者心理与行为	赵红 中国科学院大学
			袁少锋 辽宁大学

平行论坛IV 7 月20 日10:20 - 12:00			
场次	**地点**	**主题**	**点评专家**
D1	知新楼B座201	博士生论坛-消费者行为	黄苏萍 首都经济贸易大学
			钟科 海南大学
D2	知新楼B座203	品牌管理与创新	佘升翔 广州工商学院
			王婕 苏州大学
D3	知新楼B座205	服务营销	毕继东 山东财经大学
			袁峰 沈阳工业大学
D4	知新楼B座214	广告传播与新媒体营销	朱瑾 济南大学
			高杰 四川大学
D5	知新楼B座218	海洋营销与特色旅游	周荣森 中国海洋大学
			蒋欣羽 上海师范大学
D6	知新楼B座336	大模型与营销模式创新	李季鹏 新疆财经大学
			袁靖波 深圳大学
D7	知新楼B座310	营销战略	秦垚 澳门科技大学
			向伟林 华东理工大学
D8	知新楼B座438	绿色营销	高键 浙江财经大学
			葛万达 齐鲁工业大学
D9	知新楼B座503	农产品营销	许安心 闽江学院
			杜瑛瑛 郑州大学
D10	知新楼B座521	消费者心理与行为	马永斌 宁波大学
			盛洁 伦敦大学玛丽女王学院
D11	知新楼B座523	消费者心理与行为	刘苇 中国石油大学（华东）
			赵馨頔 南开大学
D12	知新楼B座525	消费者心理与行为	魏华飞 安徽大学
			芈凌云 中国矿业大学

平行论坛安排表

平行论坛I A1 主题：博士生论坛-消费者行为		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼B座201		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
崔楠 武汉大学 廖俊云 暨南大学	Enhancing Robot Acceptance and Value Co-Creation Through Anthropomorphic Humanoid Retail Service Robots: A Study of Trust Mechanisms and Customer's Service Expertise	Muhammad Zubair Tariq, Southwest Jiaotong University China Jing Song, Southwest Jiaotong University China Yingmei Xie, Southwest Jiaotong University China
	岁月如何赋能品牌？——老年形象代言人对消费者品牌感知和品牌态度的影响	刘佳欣 南开大学 谷钰 南开大学 刘欢 南开大学 赵馨頔 南开大学
	更放纵还是更自律：消费者宽恕对后续产品偏好的影响研究	李浩然 石河子大学 崔登峰 石河子大学
	“顺应天命”还是“人定胜天”——产品不确定性对循环产品消费的影响	孙瑾 对外经济贸易大学 李思睿 对外经济贸易大学
	Consumer-Initiated Product Modifications Boost Attitudes via Perceived Competence and Expressive Autonomy	Jian Li, Beihang University Jiayu Lei, Beihang University Jinsong Huang, Beihang University
	Extrinsic and Intrinsic: The Impact of Task Incentives on Choice Order	彭艺洁 北京大学 郑文雪 福州大学

平行论坛I A2 主题：博士生论坛-营销战略		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼B座203		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
李小玲 重庆大学 王梦阳 华中科技大学	When Digital Strengths Turn Fragile: Contextual Limits of Digital Capabilities in Dynamic and Flexible Organizations	戴劲 湖南大学 谢赛 湖南大学 杨智 湖南大学
	The Role of Generational Product Innovation Rhythm in Shaping Consumer Engagement for Digital Products	杨智 湖南大学 包佳鑫 湖南大学 伍圣美 湖南大学 黄敏 湖南大学
	数字化能力对流程创新的影响——信息透明度的中介作用	邱思琪 湖南大学 伍圣美 湖南大学
	风险披露策略与众筹绩效：基于风险类型与文本特征的调节效应分析	吴丽娜 中山大学
	影响者营销战略:研究进展与未来研究方向	斯浩伦 东北财经大学 张闯 大连理工大学
	高管权力何以影响营销数字化-双重调节中介效应分析	胡阳华 对外经济贸易大学 张磊楠 对外经济贸易大学 孙永波 北京工商大学
	中国品牌海外危机应对策略与国内消费者反应：社会身份威胁与品牌族性的影响	袁少锋 辽宁大学 许智淇 辽宁大学 胡骏凯 辽宁大学

平行论坛I A3 主题：广告传播与新媒体营销		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼B座336		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
王紫薇 首都经济贸易大学 邓年奇 浙江财经大学	内容如何直击人心？品牌故事内化及其作用机制研究	李震 莆田学院 刘延博 莆田学院
	Ad or Authentic? How Language and Image Style Cues Influence UGC Persuasiveness via Sponsorship Attribution and Perceived Authenticity	陈立彬 北京工商大学 杨秋月 北京工商大学 马珂 北京工商大学 郭莹莹 北京工商大学 张妙冉 北京工商大学
	The Paradoxical Role of Social Appearance in Live Streaming Commerce	丁思雯 北京航空航天大学 屠心怡 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
	越接地气越好吗：官员直播带货的口语化表达对农产品销售的双刃剑效应	杨强 南京审计大学 王润楠 南京审计大学 肖久灵 南京审计大学
	寻求帮助还是提供帮助？视频帖子的信息框架对消费者参与行为的影响	马珂 北京工商大学 蒋子涵 北京工商大学
	Listening to Engagement: An Audio Mining Study of Auditory Effects in Hospitality Short Videos	Yudan Wang, Nanjing Audit University Qiang Yang, Nanjing Audit University Runnan Wang, Nanjing Audit University Qianqian Han, Nanjing Audit University Tianyang Ma, Nanjing Audit University Yue Xi, Tsinghua University

平行论坛I A4 主题：营销案例研究		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼B座310		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
王举颖 中国海洋大学 蔡创能 汕头大学	基于要素建构理论的国内外社交媒体营销策略侧重差异——彭传明与滇西小哥的对比案例分析	张会龙 江西师范大学 张怡 江西师范大学 李恺锋 江西师范大学
	产业数字平台如何平衡价值创造与获取矛盾 ——基于创业主导逻辑的大汉案例研究	周文辉 中南大学 刘馨予 中南大学
	创业生态系统赋能区域产业成长路径及机理研究 ——以南康家具产业为例	余可发 江西财经大学 蔡源杰 江西财经大学
	直播电商驱动农产品规模化上行能力构建逻辑——基于扎根理论的案例研究	黄九祯 福建农林大学 林榲荷 福建农林大学 陈恩昊 福建农林大学
	和平百茶：供应链驱动的茶产业发展之路	何俏慧 福建农林大学 方硕沁 福建农林大学 秦雨欣 福建农林大学 叶巧蝶 福建农林大学 林炜铃 福建农林大学

平行论坛I A5 主题：新技术营销		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼B座438		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
薛骄龙 四川大学 陈含郁 中南大学	当AI触碰道德底线：虚拟影响者的道德争议如何影响消费者行为？	刘俊成 北京工商大学 郭崇义 北京工商大学
	算法之茧：消费者感知信息茧房的概念化及测量研究	林维俊 华中科技大学 常亚平 华中科技大学
	算法推荐情境下用户感知企业数据监视的前因后果研究	陈思 重庆工商大学 于亚坤 重庆工商大学 唐天欣 重庆工商大学 吴雅君 重庆工商大学
	大模型驱动的人工智能推荐对游客参与意愿的影响--以感知价值为中介	任娇妍 泉州师范学院 林鑫 泉州师范学院 张少卿 泉州师范学院
	The Impact of Perceived Characteristics of Virtual Influencers on Consumers' Willingness to Adopt Fashion Recommendations: A Mixed-Methods Study Based on Social Identity Theory	赵俊洲 上海工程技术大学 阮艳雯 上海工程技术大学 叶心洁 上海工程技术大学
	有效加速与价值对齐：AI基础价值观的构念建立、结构维度与量表开发	何佳讯 华东师范大学 张迪 华东师范大学 周雯欣 华东师范大学

平行论坛I A6 主题：营销战略		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼B座503		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
沈璐 大连理工大学 刘金鑫 华中科技大学	Promotion or Prevention? Investigating Corporate Foresight Orientations in Digital Transformation to Address Environmental Uncertainty	高曦含 长安大学 陈丽萍 中国矿业大学 王锐 北京大学
	双渠道数字营销对消费决策的联合影响：符号互动理论与感知价值的整合视角	张雅雯 山东大学 蒋守芬 山东大学
	从一致到坚韧：ESG一致性对供应链关系韧性的影响	沙维曦 上海交通大学 刘益 上海交通大学
	政府绿色采购与企业品牌竞争力	崔登峰 石河子大学 廖雨婷 石河子大学
	How does Social Monitoring Strategy Empowers Value Co-creation: The Moderating Effects of Digital Infrastructure	杨伟 长安大学 刘鑫宇 长安大学 周茵 长安大学
	How Do Different Sources of Coopetitive Tensions in Manufacturing Supply Chains Affect Firm Innovation Quality?	潘佳 长沙理工大学 陈方英 长沙理工大学

平行论坛I A7 主题：营销量化模型		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼B座521		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
李纲 华北水利水电大学 董晓松 上海工程技术大学	基于时序消费数据的个性化动态促销机制设计	韩笑 武汉理工大学 王力 武汉理工大学 彭璐 武汉理工大学 刘征 英国格林威治大学
	社交媒体中品牌传播效果的前因组态研究——基于量化营销与fsQCA的混合分析	谌飞龙 江西财经大学 蓝金鑫 江西财经大学
	短视频封面后期添加文字对其播放量的影响研究——基于信息加工理论和多模态大语言模型的实证分析	田彦斐 深圳大学 周影辉 深圳大学
	从何而治？感知大数据“杀熟”对消费者投诉的影响研究	张放飞 华中科技大学 常亚平 华中科技大学
	服务主导逻辑下使用价值的KANO模型分析：以智能手机为例	祖利然 河北经贸大学
	Facial Expressions Analytics in Marketing Videos	Ling Peng, Lingnan University Yuho Chung, Lingnan University Geng Cui, Guangdong University of Foreign Studies Qiaofei Wang, Lingnan University

平行论坛I A8 主题：绿色营销		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼B座523		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
丰超 南京航空航天大学 李晨溪 北京航空航天大学	自身品牌OR任意品牌 回收材料来源对消费者购买意愿的影响	穆玉梅 贵州大学 李孟燃 贵州大学
	绿色技术创新、媒体关注与企业可持续发展绩效 ——基于中国制造业上市公司的经验证据	王瑞媛 上海海事大学
	自我提升VS.自我受益?目标设定对节能行为影响研究	白小雨 中国矿业大学 刘满芝 中国矿业大学 马浩宇 中国矿业大学 马若楠 中国矿业大学
	绿色信息流中背景信息效价与绿色广告语体风格的匹配效应研究	王建明 浙江财经大学 谢鹏琛 浙江财经大学 赖嘉楷 浙江财经大学
	CEO Tenure Cycle and Green Strategies：How Succession Origin and Political Connections Shape Sustainability Choices	钱丽萍 重庆大学 杨洁 重庆大学 杨翩翩 重庆大学 何美玲 重庆大学
	环保主义者的绿色消费选择：居民环境身份嵌入对绿色消费意愿的影响	盛光华 吉林大学 嵇畅 吉林大学

平行论坛I A9 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼B座525		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
姚琦 重庆交通大学 涂剑波 北方工业大学	Tourism Enigmas: Why We Flock to Obscure Natural Havens and Renowned Cultural Spots	曹丽彤 南京农业大学 杨璐 南京农业大学
	“酷”vs.“时尚”——科技产品感知印象驱动消费者购买的过程机制研究	周飞 华侨大学 张娜 华侨大学 冯子怡 华侨大学
	The Impact of Online Knowledge Platform Deficiencies on User Attrition: Moderating Effects of Learning Motivation and Service Recovery	朱瑾 济南大学 刘朝阳 济南大学
	人工智能客服产品推荐情境与推荐数量对消费者购买意愿的影响--基于消费类电子产品的实证研究	周影 重庆工商大学 彭建仿 重庆工商大学
	“轻”妆上阵亦出彩 ——美颜滤镜对直播绩效的影响与老年主播的调节作用	袁鑫 西安交通大学 刘野逸 西安交通大学 李小倩 西安交通大学
	配角还是主角？人工智能产品角色在不同任务类型下对使用意愿的影响	周志民 深圳大学 刘雨婕 深圳大学 朱健菲 深圳大学

平行论坛I A10 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼B座601		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
梁策 香港城市大学 梁健爱 桂林理工大学	生态系统文化服务价值感知对茶园游客共创行为的影响机制	王浩 福建农林大学 林楹荷 福建农林大学 韩敬雨 福建农林大学 高芹 福建农林大学
	产消者群体契合：双域五维模型构建及量表开发	刘璞 河北工业大学 尹晓圆 河北工业大学 刘敏 河北工业大学
	Silenced by Coolness: Exploring the Impact of Perceived Coolness on Tourist Word-of-Mouth	李见 安徽大学 范逸洁 安徽大学
	Navigating the Luxury-Philanthropy Paradox: The Role of Cause Categorization in Shaping Consumer Evaluations of Luxury Brands	王凯 山西工程科技职业大学 袁博豪 山西工程科技职业大学 王奕达 山西工程科技职业大学
	Navigating Proactive AI: How the Fit Between Service Proactivity and Consumer Perceived Control Drives Smart Product Use	兰彬 中国海洋大学 卢宝周 中国海洋大学
	传染疾病线索对消费者服务机器人使用偏好的影响研究	费怡欣 华东理工大学 吴笑悦 华东理工大学

平行论坛I A11 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼B座720		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
陈钦兰 华侨大学 毕圣 北京理工大学	向善还是威胁？人工智能产品角色定位对顾客参与意愿的影响研究	彭艳君 北京工商大学 刘淑颖 北京工商大学
	什么让你放弃折中：界面互动方式对消费者折中偏好的影响及机制	柳武妹 兰州大学 罗丽娟 兰州大学
	购物疗法对受伤害的员工有效吗？基于资源保存理论的视角	张跃 北京外国语大学 王敏 北京外国语大学 郎艺 北京外国语大学 刘雨琪 北京外国语大学
	在线广告信息偶遇：前台任务情境与后台信息类型对广告态度的交互影响	龚艳萍 中南大学 肖月明 中南大学 张晓雪 中南大学
	激励还是共情？学习类推文文本叙事策略对用户参与行为的影响	杨恺星 深圳大学 周影辉 深圳大学
	消费者极简主义倾向对可持续性消费意愿的影响研究	沈轶烽 西南交通大学 丁姝文 西南交通大学 郝伟莹 西南交通大学

平行论坛I A12 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼B座724		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
赵爽爽 西北农林科技大学 沈峥昱 华东理工大学	“感性共鸣”还是“理性引导”？不同角色生成式AI推荐对消费者采纳意愿的影响机制研究	张鹏 内蒙古科技大学 刘春慧 内蒙古科技大学
	自我威胁情境下控制感对亲社会消费行为的影响研究	范公广 石河子大学 郭小芳 石河子大学
	越孤独越消费？孤独感对体验型消费的双重影响	高鹏 西北大学 高攀 西北大学 张岚 陕西学前师范学院 姬卫敏 西北大学
	患者隐私信息披露的广度和深度：在线健康平台中多源信号的影响	孔栋 信阳师范大学 董争艳 信阳师范大学
	抽象还是具体？广告语言风格对消费者产品态度影响的双重路径研究	吴媛媛 江南大学
	一眼定胜负：包装视觉呈现对绿色食品购买意愿的影响研究	董伶俐 河南财经政法大学 段依琳 河南财经政法大学

平行论坛I A13 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼A座1006		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
梁永恒 苏州大学 韩杰 青岛理工大学	效率至上还是情感共鸣——客服类型对消费者购买意愿的影响研究	王娟 宁夏大学 段煜杰 宁夏大学 刘睿卿 宁夏大学
	在线知识平台感知价值对顾客契合的影响研究——社群氛围和信息框架的调节作用	朱瑾 济南大学 焦雪婷 济南大学
	The Expectation Trap: Best Outcome Expectations and Negative Responses to Algorithmic Recommenders	邵长臻 山东大学 王德胜 山东大学 张哲晗 山东大学
	机器还是人？地位诉求与新奇动机对服务偏好的影响	唐相群 西南财经大学 熊希灵 西南财经大学 张梦雅 西南财经大学
	自然元素设计风格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 崔云娇 湖南大学
	产品属性比较策略对网络社群成员购买决策的影响研究	黄静 武汉大学 苏婕 武汉大学

平行论坛I A14 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼A座1019		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
赵馨頔 南开大学 刘赟 中国石油大学 （华东）	受助者精神禀赋对个体捐赠的影响机制研究	才凤艳 上海交通大学 王静 上海工程技术大学 吴琼琳 上海交通大学
	智能体育设备用户流失的感知原因与体验痛点研究	周晓明 北京体育大学 徐若寒 北京体育大学
	Unlocking Social Currency Potential Examining How Digital Brand Social Currency Drives eWOM through PLS-SEM and fsQCA	李见 安徽大学 侯振埔 安徽大学
	虚拟影响者感官语言的使用对于消费者品牌态度的影响研究	郑闵丹 湖南大学 彭璐珞 湖南大学
	粉丝力量的奇迹—是否为粉丝在不同网红产品契合度下对购买意愿的影响	冯子宸 浙江财经大学 高键 浙江财经大学
	医疗AI服务对患者接受意愿的影响研究	王倩倩 西南大学 刘建新 西南大学

平行论坛I A15 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼A座1114		
点评嘉宾	论文	作者
朱华伟 武汉大学 闫霄 华中科技大学	Let Me Show You What Your Tips Can Do! Materially Referenced Tip Recommendation Prompts Tipping	梁策 香港城市大学 孟陆 武汉大学 段珅 中南财经政法大学 姚岱 香港理工大学 姜宇威 香港理工大学
	Research on Fear of AI among the Elderly: The Key of Education and the Prison of Female	Li Wei, Huazhong University of Science and Technology Chang Yaping, Huazhong University of Science and Technology He Yinghao, Huazhong University of Science and Technology Li Hong, Donghua University
	“无心”之失，“有度”之恕——AI服务失败对消费者宽恕的影响	刘建新 西南大学 王洁 西南大学
	How does transcendence motivate tourists with low psychological resilience to travel?	龚艳萍 中南大学 薛昞楠 中南大学 武子越 中南大学
	股票市场中的赌博交易行为：研究进展与未来展望	贺和平 深圳大学
	How does virtual co-creation of destination social responsibility affect consumer attitudes: The role of narrative transportation	Fei Zhou, Huaqiao University Zhebin Liang, Huaqiao University Canmian Liu, Huaqiao University

平行论坛I A16 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日13:30-15:10 地点：知新楼A座1117		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
阮晨晗 福建农林大学 冯文琪 江苏大学	Is playing favorites always beneficial for platforms? A test of returnless refunds issued by e-commerce platforms	Yangchun Li, Zhejiang University of Technology Xuhong Ye, Zhejiang University of Technology Shubin Yu, BI Norwegian Business School Christoph Lutz, BI Norwegian Business School
	标新立异还是墨守成规？任务属性对消费者人工智能类型偏好的影响	宋晓兵 大连理工大学 夏晴 大连理工大学
	品牌代言人匹配的丑闻效应：基于可及性—诊断性框架	刘建新 西南大学 王贤梅 西南大学
	Machine Talk: When Flattery Sounds Better from a Bot	柴大卫 天津外国语大学 李健 北京航空航天大学 黄劲松 北京航空航天大学
	越完美，越失效：专业摄影如何削弱影响者营销效果	张文锴 对外经济贸易大学 栾墨 对外经济贸易大学

平行论坛II B1 主题：博士生论坛-消费者行为		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼B座201		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
钱丽萍 重庆大学 姜聪佼 北京大学	责有旁贷？信息反馈框架对消费者餐饮浪费的影响	李曼泽 华中农业大学 项朝阳 华中农业大学 张学靖 华中农业大学 罗汉祥 华中农业大学
	How to Build Trust for AI-Generated Travel Itineraries: Exploring the Signaling Effect of Algorithmic Transparency Despite Minimal Understanding	孙洪杰 海南大学 谢鹏飞 海南大学
	孤独的心互相吸引——周围人孤单状态对个体情境孤独感的影响	刘浩然 上海交通大学 才凤艳 上海交通大学 黄宇帆 上海交通大学
	“主导”还是“顺从”？——旅游目的地性别气质与AI导游语言风格对游客满意度的交互影响	张初兵 天津财经大学 张晓欣 天津财经大学 郑伟 天津财经大学 李天歌 河北经贸大学
	The Charm of Chaos: Disorderly Displays Enhance Consumer’s Perceived Cuteness	Wenjie Ji, Shanghai Jiao Tong University Fengyan Cai, Shanghai Jiao Tong University
	“关注自我”还是“聚焦他人”，社会拥挤对个体节能意愿的倒U型影响	孙瑾 对外经济贸易大学 李思睿 对外经济贸易大学

平行论坛II B2 主题：博士生论坛-营销模型		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼B座203		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
钱力显 西交利物浦大学 高曦含 长安大学	从画布到数值：基于深度学习的油画价格预测研究	范卿峻悦 中央财经大学
	智慧辅助诊疗系统采用对医生跨医院诊疗频率的影响	吕君颜 武汉大学 崔楠 武汉大学 徐岚 武汉大学
	管中窥豹还是见微知著？国内外大语言模型预测新产品购买意愿的对比	兰冬霞 重庆大学 李小玲 重庆大学
	Decomposing AI's Welfare Impacts: A Quantitative Framework	万宁 北京大学 张颖婕 北京大学 李婷 荷兰伊拉斯姆斯大学
	Tell Me What You Imagine: An Empirical Examination of Consumer Imagery Using Large Language Models	蒋可旖 北京大学 张颖婕 北京大学
	融合情绪特征的电影二级市场产品销售预测研究：基于正则化组合预测框架	郑宇晨 上海财经大学 吴芳 上海财经大学
	Customer Experience in the Metaverse: A Dynamic Empirical Analysis of Customer Feedback Effects and Firm Performance Outcomes	Changxu (Victor) Li, KU Leuven & Ghent University Bart Larivière, KU Leuven & Ghent University Alexander Edeling, KU Leuven

平行论坛II B3 主题：品牌管理与创新		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼B座336		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
王雪华 同济大学 高俊 中国海洋大学	有心还是无意？跨国品牌文化错用的消费者反应研究	余可发 江西财经大学 张燕铃 江西财经大学 熊婷燕 江西财经大学
	权力距离信念对跨品类延伸产品评价的影响： 指令性规范的中介作用	王婕 苏州大学 王艳 北京石油化工学院 蒋晶 中国人民大学
	区域文化IP赋能农产品区域品牌形象的影响机制研究--基于安溪铁观音实证研究	黄鲤平 福建农林大学 郑琼娥 福建农林大学 徐百城 福建农林大学 王灿平 福建农林大学
	品牌标识如何减少算法“负能”？算法控制产品类型与字母标识的匹配效应	姚琦 重庆交通大学 肖文强 重庆交通大学
	跨城市品牌联合传播的动态机制研究	王秀芝 广东外语外贸大学 杨晓燕 广东外语外贸大学
	Temporal Orientation in Brand Donations and Its Impact on Consumer Evaluation	Kai Wang, Shanxi Vocational University of Engineering Science and Technology Fang Liu, The University of Western Australia Zelin Tong, Hainan University

平行论坛II B4 主题：广告传播与新媒体营销		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼B座310		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
张瑾 暨南大学 刘菲菲 西南财经大学	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 宁夏大学 王万丽 宁夏大学 马思雨 宁夏大学 马千贺 宁夏大学
	品牌代言中虚拟人身份对消费者品牌态度的影响研究	滕乐法 江南大学 王红艳 江南大学 徐铭 江南大学
	The Impact of Conscientious Virtual Influencers on Brand Endorsement Effectiveness: A Mixed-Method Investigation	林汝伊 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
	内容创作者主导还是粉丝主导?—内容平台服务类型和虚拟社群主导权类型对内容创作者幸福感的影响机理研究	朱瑾 济南大学 隋晓梦 山东师范大学
	Understanding Health Insurance Ad Failures: How Advertising Content Design Undermines Purchase Conversion in Short-Form Video Advertising	Huichao Wu, Nankai University Jingyan Zhang, Organization Department of CPC Kunming Municipal Committee Xingyao Ren, Nankai University Yin Bai, Tianjin University
	社交媒体下的顾客契合研究综述	祖利然 河北经贸大学
	数字消费背景下直播电商主播口碑事件网络传播效果影响机制研究	易兰丽 北京邮电大学 黄林迪 北京邮电大学 魏娜 北京邮电大学

平行论坛II B5 主题：新技术营销		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼B座438		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
卢宝周 中国海洋大学 韩杰 青岛理工大学	Creating existential authenticity experience by combining technology capability with gamification in the metaverse: an affordance perspective	蒋欣羽 上海师范大学 胡艳芳 浙江财经大学 邓年奇 浙江财经大学
	超写实？还是动漫化？虚拟代言人形象与产品属性对消费者价值共创意愿的影响研究	朱瑾 济南大学 石康飞 济南大学
	Who Made This Ad? The Role of AI Disclosure in Shaping Consumer Responses to Advertising	王凌雪 山东大学 蔡镇川 山东大学 赵海川 山东大学
	从“工具”到“伙伴”的代价：数字人社交能力激发消费者心理冲突的机制研究	李霞 新疆财经大学 王月 新疆财经大学
	基于消费者视觉认知的沉浸营销路径研究	陈刚 西藏民族大学 王笑雪 西藏民族大学
	The Impact of Prior Chatbot Identity Disclosure on Customer Tolerance of Service Failures	李天歌 河北经贸大学 张初兵 天津财经大学

平行论坛II B6 主题：营销战略		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼B座503		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
顾雷雷 中央财经大学 彭建仿 重庆工商大学	企业新质生产力对企业创新绩效的影响研究	欧一翔 北京邮电大学 高锦萍 北京邮电大学
	How Does Virtual Governance Influence Co-exploration? A Resource-Based View	王梦阳 华中科技大学 杨宇哲 华中科技大学 赵紫妤 武汉商学院
	Corporate Environmental, Social, and Governance (ESG) performance after natural disaster: Do political ties really work?	沙维曦 上海交通大学 刘益 上海交通大学 秦佳奇 同济大学 罗文静 湖南大学
	数字化赋能零售商业联盟自有品牌开发实现最优区分 ——基于蚂蚁商联的纵向单案例研究	刘煜楷 北京工商大学 刘文纲 北京工商大学 周贝佳 北京工商大学 郑明赋 北京工商大学
	Encoutering the unpredictables in internatoinal trade --- the roles of strategic flexibility, entrepreueurial orienation, and export channel selection	Min Li, University of St Andrews Xinming He, Durham University Carlos M.P. Sousa, Molde University College
	政府支持与研发投入对种业企业财务绩效影响的实证研究	崔丙群 山东农业大学 李飒 山东农业大学
	价值生态圈战略——突破企业边界快速成长的竞争战略模型	韩志辉 北京光华精锐营销咨询有限公司

平行论坛II B7 主题：营销战略		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼B座521		
点评嘉宾	论文	作者
张金山 吉林大学 肖振鑫 西安交通大学	Content Exclusivity on Advertising Revenue-Sharing Platforms	Yuansheng Wei, Shanghai University of Finance and Economics Hang Wei, Shanghai University of Finance and Economics Lin Tian, Fudan University Baojun Jiang, Washington University
	How recommendation information diversity effects consumers' delayed preferences and their reversals: empirical evidence from China	董晓松 上海工程技术大学 刘朝霞 上海工程技术大学
	家文化赋能企业组织韧性的机制 ——郑州大信家居探索性案例研究	董伶俐 河南财经政法大学 王小彩 河南财经政法大学
	Observer effects of tolerance in manufacturers’ distribution network	Zhihui Dou, Dongbei University of Finance and Economics Chuang Zhang, Dalian University of Technology Zhikun Zhang, Zhejiang Gongshang University Xubing Zhang, The Hong Kong Polytechnic University
	市场导向对股价崩盘风险的影响——基于经营风险和数字化技术视角	顾雷雷 中央财经大学 刘文慧 中央财经大学
	Clan and Organ Donation: The Complementary Role of Informal Institutions	Weilin Xiang, East China University of Science and Technology Weihe Gao, Shanghai University of Finance and Economics Jieqiong Zhang, Tianjin University of Finance and Economics Dewen Liu, Nanjing University of Posts and Telecommunications

平行论坛II B8 主题：绿色营销		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼B座523		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
孙瑾 对外经济贸易大学 刘欢 南开大学	殊途竞合，异道同归——平台游戏化示能性对用户绿色消费意愿的影响研究	张苗 中国地质大学（武汉） 周敏 中国地质大学（武汉） 郭锐 中国地质大学（武汉）
	“动之以情”还是“晓之以理”—虚拟CSR中信息沟通策略对消费者共创意愿的影响研究	王睿 西南交通大学 宋竞 西南交通大学
	新媒体背景下的在线绿色互动：研究进展与未来展望	王建明 浙江财经大学 茹文萱 浙江财经大学
	社交媒体用户绿色行为表达风格对他人评价的影响机制研究	张会龙 江西师范大学 刘慧明 江西师范大学 张宇东 江西师范大学 何辉 江西师范大学
	环境信息载荷类型对绿色消费意愿的影响研究	盛光华 吉林大学 史露森 吉林大学
	Consumers' Green Purchase Behavior: A Systematic Review and Prospects	刘羽辰 东北师范大学 毕楠 东北师范大学
	现金奖励VS.社会规范 ——用户参与绿色产品开发的激励因素研究	马永斌 宁波大学 施星语 宁波大学

平行论坛II B9 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼B座525		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
陈国平 武汉科技大学 吕林祥 东北大学	The Paradox of Service Sabotage in Luxury Consumption: A Dual-Attitude Perspective	彭显荔 北师香港浸会大学 杨依桦 北师香港浸会大学 王鹏 北师香港浸会大学
	心理动机、后悔情绪与消费期望间的相互影响关系 —基于医美消费者的实证研究	陈文晶 北京邮电大学 李若愚 北京邮电大学
	Research on the Influence of Ugly-Cute Interaction on Electronic Word-of-Mouth Sharing Intention and Purchase Intention	李宝瑶 北师香港浸会大学 程一航 北师香港浸会大学 王鹏 北师香港浸会大学
	“拥挤限制了我的想象”—具身认知视角下社会拥挤对远距离品牌延伸评价的影响	郭胜宇 对外经济贸易大学 郭晓凌 对外经济贸易大学 瞿小菊 对外经济贸易大学
	企业民族主义对产品召回的影响	任婉婷 厦门大学

平行论坛II B10 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼B座601		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
付晓蓉 西南财经大学 李克芳 云南财经大学	Changing Minds: The Effect of Perceived Social Mobility on Distant Brand Extension	陈含郁 中南大学 胡际豪 厦门大学 赵玉杰 山东大学
	The Influence of Brand Typicality Asymmetry on Consumer Purchase Intention in Joint Exclusive Sponsorship	滕馨榕 哈尔滨工业大学 王晓燕 山东大学（威海）
	以文引人还是以图诱人？ 产品包装非遗文化表达风格对消费者品牌偏好的影响	王海燕 福建农林大学 林铃蓉 福建农林大学 王宏海 福建农林大学 金晓叶 福建农林大学 阮晨晗 福建农林大学
	智能陪伴机器人的情感脆弱性对人机情感依恋的影响机制研究	刘伟 西北大学 董悦 西北大学 赵海燕 西北大学
	全渠道零售中消费者隐私担忧对购买意愿的影响——基于SOR模型的实证研究	韩瑞雪 北京科技大学
	忙碌感对怀旧消费的影响研究——基于补偿性控制理论	朱小平 河南理工大学

平行论坛II B11 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼B座720		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
宋连莲 南京航空航天大学 陈斯允 暨南大学	你的驾驶体验幸福吗？汽车智能服务对消费者主观幸福感的影响研究	王举颖 中国海洋大学 连雪蕾 中国海洋大学
	“自我突破”还是“自我束缚”？非自我决定独处对自我提升类产品偏好的双刃剑效应	赵建彬 东华理工大学 邓俊龙 东华理工大学
	消费者信息偶遇如何促进购买意愿——内容吸引性与认知风格的匹配视角	陈卓 江西财经大学 龚艳萍 中南大学 黄荣 中南大学
	消费者何时不愿意见到财神？店铺财神线索对消费者光顾意愿的影响研究：基于归因理论视角	冯文琪 江苏大学 宋晓兵 大连理工大学 何夏楠 中国矿业大学
	To disclose or not to disclose? The strategic dilemma of AI-generated content in differentiate brand perceptions	付杰 深圳大学 牛晓晓 深圳大学 周志民 深圳大学
	虚拟主播的“言不由表”：视听错位感对消费者购买意愿的影响机制研究	张雪婷 安徽财经大学 黄岱渊 安徽财经大学 郑宇 中南财经政法大学 徐伟 安徽财经大学

平行论坛II B12 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼B座724		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
刘野逸 西安交通大学 杨强 南京审计大学	在线医疗服务提供主体对患者医疗服务购买意愿影响的研究	陈饶祯 南开大学 刘欢 南开大学 赵馨頔 南开大学 谷钰 南开大学
	开门见山还是情景带入：短视频视角对消费者购买意愿的影响	张思佳 对外经济贸易大学 栾墨 对外经济贸易大学
	虚拟社区中好物推荐内容类型与呈现形式对消费者购买意愿的影响研究	吴枝梦 重庆工商大学 彭建仿 重庆工商大学
	品牌拟人化对冲动消费的影响——基于孤独感调节作用的视角	张珺晖 华东理工大学 费鸿萍 华东理工大学 戚海峰 华东理工大学
	消费者转换决策中的直接触摸效应及其机理研究	柳武妹 兰州大学
	你愿意回答敏感问题吗？AI代理如何提高消费者的信息披露意愿——基于感知社会评价和隐私控制视角	左鹏 上海对外经贸大学 罗羽涵 上海对外经贸大学 陈怀慧 上海对外经贸大学

平行论坛II B13 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼A座1006		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
彭艳君 北京工商大学 韩笑 武汉理工大学	挑战性任务中的非整数目标如何影响进入意愿？目标焦虑的作用机制	陈铭雯 武汉大学
	国家级风景名胜区游客亲环境行为的驱动因素与影响机制研究	崔登峰 石河子大学 阙洪文 石河子大学 陈法杰 石河子大学
	更高评分但更少复购——非激励性评论请求对消费者评论行为与重购意愿的影响研究	石在右 山东大学 赵海川 山东大学
	The Impact of Infectious Disease Cues on Consumers' Package Shape Preference	王紫薇 首都经济贸易大学 张楠 北京交通大学
	The magic of marginalized people A Meta-analysis of Consumer Responses on Inclusive Imagery Advertising	李佳扬 吉林大学 金晓彤 吉林大学
	Circular vs. angular: "Shaping" consumer responses to robot service failure	Su Xu, Anqing Normal University Zhen Yang, Shanghai University of Finance and Economics Dewen Liu, Nanjing University of Posts and Telecommunications

平行论坛II B14 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼A座1019		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
刘林林 华南理工大学 鑫颖 内蒙古财经大学	Understanding Consumers' Reconciliation and Avoidance Intentions Toward Food Brand Scandals in China	袁少锋 辽宁大学 喻文鹏 辽宁大学
	The Impact of Visual Product Frames on Consumer Choice Regret: The Role of Maximization	Jun Ouyang, Minnan Normal University Yanli Jia, Xiamen University
	时间标志对实物与体验消费偏好的影响	金文玉 上海财经大学 王晓玉 上海财经大学 曹琪 江西财经大学
	Lack of Autonomy and Spontaneous Recovery of Hedonic Response	Kao Si, University of Macau Jing Hu, University of Macau Xianchi Dai, The Chinese University of Hong Kong
	"借势造势"还是"造势借势"社交媒体平台网红身份转换路径对消费者参与行为的影响	罗成洋 浙江财经大学 高键 浙江财经大学

平行论坛II B15 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼A座1114		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
王新刚 中南财经政法大学 宋艳 上海外国语大学	The effect of livestreaming format on female consumers' purchase intention in E-commerce livestreaming	袁少锋 辽宁大学 李金苹 辽宁大学 冷顺 辽宁大学
	Depth vs. Breadth in Corporate Giving: How Corporate Donation Strategies Influence Consumer Perceptions and Responses	胡际豪 厦门大学 李同茂 佛罗里达大学
	AI赋能个性化定制影响消费者参与的机制—基于消费者信任的中介	冀潇潇 北京交通大学
	Power distance belief decreases risky hedonic consumption via sensation seeking	Yao Qin, Macau University of Science and Technology Xuehua Wang, Tongji University
	Chilling Effects: The Impact of Cold Temperatures on Green Consumption	曹琪 江西财经大学 Xiang Fang, Oklahoma State University Yuechen Wu, Oklahoma State University Junzhou Zhang, Montclair State University 王晓玉 上海财经大学
	Consumer Cultural Identity and Emotional Drive: Perceived Value, Satisfaction and Word-of-Mouth Communication Mechanisms in Agricultural Cultural Heritage Tourism	关善荃 福建农林大学 孙丽丽 福建农林大学 许安心 闽江学院 庞健 福建农林大学

平行论坛II B16 主题：消费者心理与行为		
时间：7月19日15:30-17:10 地点：知新楼A座1117		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
贺和平 深圳大学 宋竞 西南交通大学	Emphasizing “Quality at a Good Price” Reduces Audience Ambivalence Toward Live Stream Shopping	孙丽丽 福建农林大学 关善荃 福建农林大学 黄和亮 福建农林大学 许安心 闽江学院
	社交媒体环境下食品安全网络舆情发酵机理：研究综述与展望	袁少锋 辽宁大学 李金苹 辽宁大学
	Effects of Happiness Intensity on Prosocial Lending Campaign Success: A Positive Psychological Capital Perspective	Fue Zeng, Wuhan University Xueying Wang, Wuhan University Qing Ye, Hunan University
	消费场景呈现对感知信息真实性的影响	曾伏娥 武汉大学 李嘉雪 武汉大学
	Research on the Impact of the Dual-credit Policy for Passenger Cars on the Green Innovation Quality in Enterprises	Pianpian Yang, Chongqing University Wenjie Li, Chongqing University Yu Lei, Chongqing University Liping Qian, Chongqing University
	Can Dark Patterns Drive Good? Rethinking Sustainable Online Consumption	BO CHEN, Sungkyunkwan University Antonio K.W. Lau, Kyunghee University

平行论坛III C1 主题：博士生论坛-消费者行为		
时间：7月20日08:30-10:10 地点：知新楼B座201		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
柳武妹 兰州大学 熊希灵 西南财经大学	“个人为战”还是“群体共战”：绿色品牌不同英雄形象影响消费者品牌拥护的双重路径模型	赵成祥 中国地质大学（武汉） 郭锐 中国地质大学（武汉）
	故事新编：叙事风格与主题对购买意愿的影响	樊潮 西安财经大学 魏一 中央财经大学 孙国辉 中央财经大学
	Smarter Prompts, Greener Actions: Unpacking Adaptive Smartness in Interactive AI for Energy-Saving Response	刘满芝 中国矿业大学 罗杰 中国矿业大学 孙瑾 对外经济贸易大学 白小雨 中国矿业大学 Ewa Prymon-Ryś 波兰AGH科技大学
	当效率适得其反：AI创作服务的过度使用风险	黄依璇 武汉大学 徐岚 武汉大学 崔楠 武汉大学
	The power of sensory: How sensory cues in online reviews influence consumer acceptance of robotic services	张初兵 天津财经大学 郑伟 天津财经大学
	Echoes from the Past: Too Costly or Worth Gaining to Be Nice Again?	杨广鑫 北京大学 沈俏蔚 北京大学

平行论坛III C2 主题：博士生论坛-营销战略		
时间：7月20日08:30-10:10 地点：知新楼B座203		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
厉行 北京大学 刘菲菲 西南财经大学	Spillover or Siphoning? The Impact of Big Data Policies on Regional Innovation	杨智 湖南大学 刘喆 湖南大学 谷沅翰 湖南大学 祁雨函 湖南大学
	The Impact Mechanism of Big Data Policy on Firm Innovation—Empirical Analysis Based on National Big Data Comprehensive Pilot Zones	杨智 湖南大学 祁雨函 湖南大学 谷沅翰 湖南大学 刘喆 湖南大学
	数字平台国际化过程中平台AI能力对用户粘性的影响——制度环境的调节作用	孙冬白 东北财经大学 张闯 大连理工大学
	资源依赖、董事背景与创新质量：来自数字经济创新发展试验区的证据	杨宇哲 华中科技大学 陈昭宇 华中科技大学 王梦阳 华中科技大学
	Motivation-Driven and Belief-Empowered: Whether and How Leader Mindfulness Influences Employees' Green Innovation Behavior?	琚影 中国矿业大学 芈凌云 中国矿业大学
	宽带中国建设渐进式改革与数字金融发展——来自银行业数字化发展的证据	喻英豪 武汉大学 黄敏学 武汉大学

平行论坛III C3 主题：消费者福祉		
时间：7月20日08:30-10:10 地点：知新楼B座205		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
肖皓文 海南大学 吴桐 广东外语外贸大学	代言广告中名人慈善信息披露对消费者反应的影响研究	邓年奇 浙江财经大学 胡艳芳 浙江财经大学 蒋欣羽 上海师范大学
	从交易到共生：提振消费背景下平台经济消费者福祉的协同演化研究	栾彩虹 山东体育学院 马玉华 山东体育学院 裘威 山东体育学院
	森林康养疗愈性对旅游者幸福感的影响机制	韩敬雨 福建农林大学 王浩 福建农林大学 林炜铃 福建农林大学
	AI服务机器人认知拟人化对消费者主观幸福感的影响研究——一个有调节的中介模型	李纲 华北水利水电大学 王钰玺 华北水利水电大学 朱涵钰 华北水利水电大学 朱梦姣 华北水利水电大学
	国货品牌幸福感对消费者国货购买意愿的影响研究	沈鹏熠 江西财经大学 刘贤烨 江西财经大学 谭婷婷 江西财经大学

平行论坛III C4 主题：品牌管理与创新		
时间：7月20日08:30-10:10 地点：知新楼B座214		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
崔登峰 石河子大学 赵建彬 东华理工大学	利己or利他？意义故事类型对消费者态度的影响研究	李震 莆田学院 潘颖欣 莆田学院
	Innovation by Doing Good: A Sensemaking Perspective on the Role of Social Entrepreneurship	刘金鑫 华中科技大学 曹瑾仪 华中科技大学 赵孟丽 武汉大学
	当品牌遇上文化：不同品牌个性的文化策略选择研究	周志民 深圳大学 张绍杰 深圳大学 郭晓譞 深圳大学
	站队还是冒险？品牌如何在极化时代赢得消费者信赖	张超涵 重庆工商大学 江霞 重庆工商大学
	数字化转型对中华老字号企业竞争力的影响及路径研究—以贵州茅台为例	龚明婷 福建农林大学 郑琼娥 福建农林大学
	基于数字影响者内容共创的品牌意义迁移研究	李嫄 河北工业大学 吕婧 河北工业大学 胡中韬 河北工业大学 王雪莲 河北工业大学 赵晓静 河北工业大学

平行论坛III C5 主题：服务营销		
时间：7月20日08:30-10:10 地点：知新楼B座218		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
陈凯 北京林业大学 欧阳筠 闽南师范大学	协作vs.替代：数智化情境下服务主体类型对消费者服务接受度的影响研究	戚海峰 华东理工大学 马韵祥 华东理工大学 沈峥昱 华东理工大学 费鸿萍 华东理工大学 钱栩钰 华东理工大学
	聊天机器人延迟响应策略的营销效应研究：基于顾客使用意愿的视角	韩银所 东北大学 孙洋 东北大学 吕林祥 东北大学
	Using textural signals in online reviews to distinguish the extremely satisfied check-in experiences	吴羽佳 海南大学 钟科 海南大学
	基于垄断情形下消费者策略行为与心理成本的知识付费产品定价机制研究	令狐谦 重庆城市科技学院 郭锐 重庆城市科技学院 刘珊珊 重庆城市科技学院
	Understanding Bystander Consumers' Reactions to Online Disclosures of Foreign vs. Domestic Brand Transgressions The Role of Perceived Credibility and National Identification	袁少锋 辽宁大学 李若菡 辽宁大学
	节事活动体验对旅游目的地品牌资产的影响：以西藏林芝市桃花节为例	张海明 西藏民族大学 陈刚 西藏民族大学

平行论坛III C6 主题：广告传播与新媒体营销		
时间：7月20日08:30-10:10 地点：知新楼B座336		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
刘文纲 北京工商大学 王秀芝 广东外语外贸大学	Research on the Effect of Enterprise Social Media Affordance on Knowledge Co-creation	涂剑波 北方工业大学 鲁梦晨 北方工业大学
	虚拟主播类型和产品类型对消费者购买意愿的交互影响机制研究	王公堰 山东财经大学 毕继东 山东财经大学
	虚拟主播特征对消费者购买决策影响研究	赵佳佳 首都经济贸易大学
	“真人”推荐更有效？主播类型对体验型产品购买意愿的影响研究	钮冉冉 山东大学 赵海川 山东大学 蔡镇川 山东大学
	Z世代亚文化圈层的文化认同机制：基于文化资本理论的垂直社区营销研究	徐若寒 北京体育大学 周晓明 北京体育大学
	Divergent or Relevant? How Advertising Creativity Influences the Persuasive Effect of AI-Generated Ads	姚琦 重庆交通大学 张涵 重庆交通大学 Wenkai Zhou, Rollins College

平行论坛III C7 主题：跨境电商研究		
时间：7月20日08:30-10:10 地点：知新楼B座310		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
张莎 中国科学院大学 王烨娣 成都理工大学	基于多模态学习的跨境电子商务智能定制研究	张晓东 内蒙古农业大学 何攀 内蒙古农业大学
	新时代背景下山东省出口竞争力分析——以水产品行业为例	郝丹彤 福建农林大学 雷国铨 福建农林大学
	直播电商中促销购买限制的双路径激活机制 ——社会临场感与感知价值的链式中介效应	赵灵彬 山东大学 蒋守芬 山东大学
	进口跨境电商直播平台可供性对消费者购买意愿的影响研究	王琳琳 上海商学院 任远 上海商学院
	锚定、刺激与共鸣：多维图像特征对社交媒体平台用户参与行为的影响研究	王毅 中央财经大学 鑫颖 中央财经大学

平行论坛III C8　主题：新技术营销		
时间：7月20日08:30-10:10 地点：知新楼B座438		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
蒋玉石 西南交通大学 王勇 北京工商大学	微瑕不掩瑜：不同广告类型下虚拟代言人的美学缺陷 对购买意愿的影响	李晨竹 中南大学 贺筱星 中南大学 谢菊兰 中南大学
	Neural Markers of Purchase Intent: EEG Beta/Gamma Oscillations in Real E-commerce	许志炜 湖北大学
	Virtual Reality in Tourism: A Systematic Review and Agenda for Future Research	Chuan He, The University of Western Australia Fang Liu, The University of Western Australia Paul Harrigan, The University of Western Australia 王魏莎 苏州大学
	数据资产化对企业新质生产力的影响研究	高锦萍 北京邮电大学 刘千凤 北京邮电大学
	动人画面还是动人心弦—拆解产品展示中影响购买意愿的关键因素	李兴宇 北京邮电大学 苏欣 北京邮电大学
	供应商人工智能技术应用对客户供应关系稳定性的影响：基于交易成本理论的视角	王远 上海交通大学 刘益 上海交通大学

平行论坛III C9 主题：营销战略		
时间：7月20日08:30-10:10 地点：知新楼B座503		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
陆淳鸿 江西财经大学 李旻 University of St Andrews	Is Ethical Capital the Basis of Firm's AI Adoption? Empirical Evidence from CSR and Text Analysis	张才师 上海交通大学 张稚怡 上海交通大学 刘益 上海交通大学
	Online Store Opening: Heterogeneous Effects and Implications for Shopping Malls	左思 康奈尔大学 李晨杨 香港科技大学（广州） Yangguang Huang 香港浸会大学
	企业数字化转型对上下游社会责任的双刃效应研究	段瑞焜 江西财经大学 吴以琪 上海交通大学
	客户集中度与企业创新投入：基于资源依赖理论的二元视角	魏朝阳 大连海事大学
	CEO-TMT pay gap and firm internationalization: Empirical evidence from China	刘菲菲 西南财经大学 郭月月 武汉大学
	企业战略变革对客户集中度的影响研究	舒成利 西安交通大学 张湛东 西安交通大学
	The Endurability of CoO Effect Under Financial Pressure: A Study on Luxury and Conspicuous Consumption During Economic Downturns	崔丙群 山东农业大学 申峻泊 山东农业大学

平行论坛III C10 主题：绿色营销		
时间：7月20日08:30-10:10 地点：知新楼B座521		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
郭锐 中国地质大学（武汉） 李见 安徽大学	Are Green Labels on Digital Interfaces Really Effective? A Self-Diagnosis Theory Perspective	沈嘉仪 西安交通大学
	福建省造林面积与能源碳排放抵消的关系模型研究 ——基于森林碳汇能力分析	金晓叶 福建农林大学 王海燕 福建农林大学 严仁炜 福建农林大学 林铃蓉 福建农林大学 王宏海 福建农林大学
	游戏化对绿色消费行为的影响：基于短视的心理机制研究	张肖扬 福建农林大学 阮晨晗 福建农林大学 黄抒颜 福建农林大学 王海燕 福建农林大学
	利己驱动vs.利他共振 ——虚拟代言人类型和绿色广告诉求交互效应对消费者购买意愿的影响	刘梅 华中农业大学 许静 华中农业大学 何梦茹 华中农业大学 项朝阳 华中农业大学
	数字化转型与企业漂绿行为——基于倒U型关系分析	张伟 武汉理工大学 司铭 武汉理工大学
	标签里的绿色密码：生态评分布局如何通过空间隐喻撬动绿色消费购买意愿？	王建明 浙江财经大学 李姿璇 浙江财经大学
	人工智能视角下绿色营销对消费者购买意愿的影响	陈刚 西藏民族大学 吴宪 西藏民族大学 王笑雪 西藏民族大学

平行论坛III C11 主题：消费者心理与行为		
时间：7月20日08:30-10:10 地点：知新楼B座523		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
沈鹏熠 江西财经大学 张伟 武汉理工大学	“怒其不争”人工智能教练生气情绪表达对用户参与的影响机制研究	陈星宇 武汉大学
	The Effect of Uppercase Letters on Conspicuous Consumption Behaviors	滕乐法 江南大学 宋潍 江南大学 黄雪 江南大学 徐铭 江南大学
	消费者元宇宙旅游认知构成及其参与性驱动效力分析	张宇东 江西师范大学 胡高俊 江西师范大学 戴章圆 江西师范大学 刘慧明 江西师范大学
	企业灾难性事件捐赠对意义性消费的影响机制研究	康凌翔 宁夏大学 梁姣 宁夏大学 李敖 宁夏大学 薛梅 宁夏大学
	善因营销中的悲伤情绪：消费目标差异下的购买意愿影响及心理机制探究	韦夏 深圳大学 张旭佳 深圳大学 唐雨晴 深圳大学 田宽宽 深圳大学
	UGC的公开声誉化对消费者社交媒体脱离的影响研究	周玲 湖南大学 张宁宁 湖南大学 张琴 中南大学

平行论坛III C12 主题：消费者心理与行为		
时间：7月20日08:30-10:10 地点：知新楼B座525		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
赵红 中国科学院大学 袁少锋 辽宁大学	Seeking Substitutive Satisfaction: The Influencing Mechanism of Loneliness on Tourists'Pro-Environmental Behavior	屈智瑞 南开大学 李春晓 南开大学 杨玉帆 南开大学
	反刻板印象消费：研究述评与展望	张会龙 江西师范大学 何辉 江西师范大学 戴章圆 江西师范大学 涂平 江西师范大学
	Depending on the distance? How Recommendation Source for Additional Products Influence Consumers' adoption Intention	秦鹏 山东大学 辛杰 山东大学
	形稳意固：端正设计对传承品牌购买意愿的影响	彭沁缘 武汉大学
	"背景传达"还是"成分选择"？消费者不同购买动机下农产品标签线索对消费决策的影响	于洋 华中农业大学 何德华 华中农业大学
	"Carbon for Carbon" or "Money for Carbon"? The Influence of Carbon Offset and Power Distance Belief on Pro-environmental Behavior	杨静舒 浙江财经大学 孙瑾 对外经济贸易大学

平行论坛IV D1 主题：博士生论坛-消费者行为		
时间：7月20日10:20-12:00 地点：知新楼B座201		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
黄苏萍 首都经济贸易大学 钟科 海南大学	Designing Platforms for Sustainability: Community Orientation and Social Capital in the Sharing Economy	李靖宇 西南交通大学 杨茜 西南交通大学 苗苗 成都师范学院 蒋玉石 西南交通大学
	Asynchronous development of loss aversion	盛峰 浙江大学 梁泽仙 浙江大学
	重复的魔力：复述提示词对GAI回复质量感知的影响	费显政 中南财经政法大学 唐文龙 中南财经政法大学 柯维林 中南财经政法大学
	Now or Later: How Virtual vs Human Endorsers Influence Brand Image Recovery After Endorsement Crises	姚悦欣 海南大学 刘启华 海南大学
	电子竞技如何重塑城市文化空间 —— 基于媒介化城市的消费实践探析	徐若寒 北京体育大学 曹冰婵 北京体育大学
	体验效价与评论情感如何交互影响在线旅游评分？	彭艺洁 北京大学

平行论坛IV D2 主题：品牌管理与创新		
时间：7月20日10:20-12:00 地点：知新楼B座203		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
佘升翔 广州工商学院 王婕 苏州大学	消费者价值共创意愿的反应机制——品牌形象与代言人的匹配效应	聂元昆 云南财经大学 谢浩芬 云南财经大学 崔海浪 云南财经大学
	“越土味越亲民”土味营销参与及其对消费者品牌亲和感的影响	张宇东 江西师范大学 涂平 江西师范大学 刘慧明 江西师范大学 李恺锋 江西师范大学
	品牌形象一致对购买意愿的影响：解释水平的调节作用	赵建彬 东华理工大学 朱冰伟 华东理工大学
	数智化转型驱动下茶叶老字号品牌价值提升的营销策略研究	曹自立 福建农林大学 郑琼娥 福建农林大学
	政府引导基金与企业供应链韧性	高瑜 山东管理学院 魏超 武汉理工大学 黄大禹 清华大学 陈冬林 武汉理工大学 谢世谦 山东管理学院
	信息流广告中品牌拟人化对消费者广告回避的影响研究	戴艳 华侨大学 陈钦兰 华侨大学

平行论坛IV D3 主题：服务营销		
时间：7月20日10:20-12:00 地点：知新楼B座205		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
毕继东 山东财经大学 袁峰 沈阳工业大学	员工“英雄”角色标签对消费者优质服务溢价支付意愿的影响	徐岚 武汉大学 郑爽 武汉大学 崔楠 武汉大学 刘婧 武汉大学
	The Effect of Virtual Spokesperson on User Tolerance of E-sports Service Failure	王风华 上海外国语大学 杜月琪 上海外国语大学 孔祥博 上海外国语大学 张玥玫 上海外国语大学 王墨涵 上海外国语大学
	First-person perspective or third-person perspective? A study on the interactive influence of landscape type and narrative perspective in advertising slogans on tourist attractiveness	马小琦 南京农业大学 杨璐 南京农业大学
	社交媒体中的图像特征对消费者行为的影响：研究述评与展望	樊亚凤 中央民族大学 岳晓慧 中央民族大学 张璐瑶 中央民族大学
	How does artificial intelligence adoption affect new product development performance of SMEs: The mediating role of frugal innovation	孙彪 河南财经政法大学 范梦菲 河南财经政法大学 轩与昕 河南财经政法大学
	拨云见“智”：可解释性人工智能对消费者接受意愿的影响机制研究	李玥欣怡 北京邮电大学 苏欣 北京邮电大学

平行论坛IV D4 主题：广告传播与新媒体营销		
时间：7月20日10:20-12:00 地点：知新楼B座214		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
朱瑾 济南大学 高杰 四川大学	Is He/She Competent, But They Are Warm? The Congruency Effect of Sport Endorser Type and Advertising Appeal on Persuasion	毕圣 北京理工大学 任盛如 中国人民大学 庞隽 中山大学 陈立彬 北京工商大学
	直播带货网红专业性、互动性特质对消费者购买意愿影响研究	张松波 首都经济贸易大学 陈昕乐 首都经济贸易大学
	虚拟代言人跨性别产品推荐对消费者品牌态度和购买意愿的影响	李雯格 山东财经大学 毕继东 山东财经大学
	“先丑后美”还是“先美后丑”？短视频中的信息框架对用户互动的影响	蔡坤涵 中南大学 张琴 中南大学
	SOR框架下抖音短视频使用行为对消费者购买意愿的影响研究	王雨嫣 华中农业大学 何玉成 华中农业大学
	叙事传输视角下虚拟影响者营销效果的影响因素模型——基于扎根理论的质性研究	李研 首都经济贸易大学 向小芳 首都经济贸易大学 苏曼与玉 首都经济贸易大学

平行论坛IV D5 主题：海洋营销与特色旅游		
时间：7月20日10:20-12:00 地点：知新楼B座218		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
周荣森 中国海洋大学 蒋欣羽 上海师范大学	大模型背景下海洋旅游技术创新对旅游者消费意愿的影响研究	李锦举 上海海事大学 郑玉香 上海海事大学 曹佳洁 上海海事大学
	多重网络嵌入如何驱动集群协同关键核心技术突破——基于中国27个海工装备产业集群的fsQCA证据	赵伟芳 上海海事大学
	基于 LDA 与情感分析的西南旅游村镇旅游形象研究——以磁器口古镇、阆中古城、大理古城、西江千户苗寨为例	刘浩 贵州大学
	数字人还是真人？自然型和人造型旅游目的地的文旅推荐官选择	高欣 深圳大学 周志民 深圳大学
	虚实之间：旅游目的地AI数字人叙事风格（亦真亦幻vs天马行空）对游客契合度的倒U型影响机制研究	杨爽 湖南师范大学 周欣茹 湖南师范大学 向坚持 湖南师范大学
	虚拟影响者推广旅游产品的有效性研究：心理距离的视角	樊亚凤 中央民族大学 张璐瑶 中央民族大学 岳晓慧 中央民族大学
	突发公共卫生事件下的中小型酒店旅客消费意愿研究	王欣瑜 福建农林大学 林炜铃 福建农林大学 张世平 福建农林大学

平行论坛IV D6 主题：大模型与营销模式创新		
时间：7月20日10:20-12:00 地点：知新楼B座336		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
李季鹏 新疆财经大学 袁靖波 深圳大学	生成式AI服务失败人机协同修复策略对消费者融入的影响研究	薛骄龙 四川大学 孙大宝 四川大学
	生成式人工智能在营销领域的研究述评与展望	韩笑 武汉理工大学 刘意 武汉理工大学 金秋雨 武汉理工大学
	基于改进深度强化学习的个性化动态促销优化研究	韩笑 武汉理工大学 周锐 武汉理工大学 彭璐 武汉理工大学 张光磊 武汉理工大学
	Can radical innovation achieve “leapfrog development” with the aid of artificial intelligence? —Evidence from Chinese high-tech manufacturing industry	沈佳音 上海海事大学 宋文豪 上海海事大学
	Deepseek时刻: 大语言模型的类人能力、影响及其在营销中的应用	刘伟 西北大学 夏一丁 西北大学 程明魁 西北大学 李纯青 西北大学
	AI摘要在用户预订酒店过程中的作用机制——基于Maxqda的质性文本分析	董璐瑶 华东理工大学 费鸿萍 华东理工大学

平行论坛IV D7 主题：营销战略		
时间：7月20日10:20-12:00 地点：知新楼B座310		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
秦垚 澳门科技大学 向伟林 华东理工大学	众筹成功中的信号：视觉特征与项目更新的调节作用	邓春平 北京工商大学 张淑平 北京工商大学 王滢 北京工商大学
	Multichannel Differentiation and Sales Growth: Exploring the Mediating Role of Marketing Agility	蓝天尉 大连理工大学 张闯 大连理工大学
	是护城河，还是思维笼——供应链韧性对企业创新的双刃剑效应	赵孟丽 武汉大学 尹浩杰 武汉大学 刘金鑫 华中科技大学
	Organisational Characteristics and Their Influence on ESG Competitiveness	Fang Liu, The University of Western Australia Vincent Chong, The University of Western Australia Mingzhou Yu, The University of Western Australia Zelin Tong, Hainan University
	产消者群体网络嵌入的概念内涵、维度探索与量表开发	刘璞 河北工业大学 刘可 河北工业大学 陈曦 河北工业大学
	信贷融资与技术创新动态能力对种子企业经营绩效影响的实证研究	李琳 山东农业大学 崔丙群 山东农业大学
	数字经济背景下内蒙古低碳经济机理研究	李鹏 内蒙古大学 杨凯强 内蒙古大学

平行论坛IV D8 主题：绿色营销		
时间：7月20日10:20-12:00 地点：知新楼B座438		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
高键 浙江财经大学 葛万达 齐鲁工业大学	家庭购买决策类型与绿色产品类型交互对家庭绿色消费行为影响的机制研究	盛光华 吉林大学 沈航 吉林大学
	消费者ESG关注度对绿色金融市场渗透率的调节效应分析	陈蓉 新疆工程学院 陈文晶 北京邮电大学 热伊丁·阿不都热扎克 新疆工程学院
	全民环境共治视角下绿色消费话题的社群传播内容特 征研究——基于后疫情时代微博数据的分析	张浩然 吉林大学 盛光华 吉林大学
	生态文明政治锦标赛与企业ESG漂绿	赵红 西安交通大学 薛高一诺 西安交通大学 丁文甫 西安交通大学
	社群网络视角下量化自我对消费者绿色行为自主性及持续意愿的影响研究	张宇东 江西师范大学 胡高俊 江西师范大学 张会龙 江西师范大学 张怡 江西师范大学
	Saving Face with Cartoons: How Endorser Anthropomorphism Shapes Consumer Purchase Intentions for Near-Expired Products	Yidan Ma, Liaoning University David Chai, Tianjin Foreign Studies University Jian Li, Beihang University

平行论坛IV D9 主题：农产品营销		
时间：7月20日10:20-12:00 地点：知新楼B座503		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
许安心 闽江学院 杜瑛瑛 郑州大学	Why do people buy geographical indication agricultural products: The evidences from online reviews	谢光明 成都信息工程大学 朱琳燕 成都信息工程大学 钟声 成都信息工程大学
	农产品区域品牌忠诚形成路径研究——以阳澄湖大闸蟹为例	王佳仪 上海海洋大学 邵明珠 上海海洋大学 张伟华 上海海洋大学
	The Role of Visual Color Matching in Shaping Purchase Intentions for Processed Foods	蔡镇川 山东大学 宋子颂 山东大学 赵海川 山东大学
	农产品电商直播中主播和品牌类型对消费者购买意愿的影响研究	蔡程灿 山东大学（威海） 魏文忠 山东大学（威海） 毛敏锐 山东大学（威海）
	乡村振兴背景下电商直播对农产品销售的影响：基于机器学习因果森林模型的实证研究	崔雪彬 南京大学 陆本江 兰州大学 孙亚程 清华大学
	农产品电商平台服务失败情境下不同补救者对消费者宽恕的影响研究	赵博闻 华中农业大学
	组态视角下农业企业创新绩效提升路径研究	楚延双 山东农业大学 崔丙群 山东农业大学

平行论坛IV D10 主题：消费者心理与行为		
时间：7月20日10:20-12:00 地点：知新楼B座521		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
马永斌 宁波大学 盛洁 伦敦大学玛丽女王学院	The Virality of Low-Price Information: Roles of Social Image Concern and Message Design in Viral Marketing	陈星宇 深圳大学 曲雯慧 深圳大学 王俏 深圳大学 赵焕毅 深圳大学 蒋雨帆 深圳大学
	走技术流还是娱乐整活——游戏主播能力对用户黏度的影响	朱瑾 济南大学 王智超 济南大学
	The impact of body presence on review helpfulness: the moderating role of product sales	刘玟 北京交通大学 魏炜 北京交通大学
	工具还是伙伴？消费者对于人工智能的身份认知对服务接受度的影响研究	王勇 北京工商大学 蒋译萱 北京工商大学 孙晓鑫 北京工商大学 张晓晨 北京工商大学 李杨 北京工商大学
	The Face of Trust How Trustworthiness of Streamers' Faces Enhance Purchase Intentions in Live Streaming E-commerce	许晨欣 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
	订阅还是打赏？AI助手付费方式对支付意愿的影响	张梦雅 西南财经大学 熊希灵 西南财经大学 唐相群 西南财经大学
	Cut Your Coat According to Your Cloth: Better Selection and Application of Digital Technologies for Chinese Scenic Areas	孔子瑄 重庆大学 钱丽萍 重庆大学

平行论坛IV D11 主题：消费者心理与行为		
时间：7月20日10:20-12:00 地点：知新楼B座523		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
刘苇 中国石油大学（华东） 赵馨頔 南开大学	Human’s Waste, AI’s Work? Consumer’s Differential Reactions to AI-enabled Waste Mitigation	杨静舒 浙江财经大学 孙瑾 对外经济贸易大学
	聊天机器人的自我披露类型对人机情感依恋的影响机制研究	刘伟 西北大学 卢萌 西北大学 程明魁 西北大学
	"Realistic Presentation" or 'Visual Fraud': The Impact of AI-Generated Ad Image Quality on Consumer Purchase Intention	沈鹏熠 江西财经大学 张茹梦 江西财经大学 赵泽宇 香港城市大学
	依恋还是满足感？用户与社交伴侣AI的情感关系及其形成机制研究——基于补偿控制理论和社会渗透理论视角出发	冯陆添 广东财经大学
	以旧换新的交易流程顺序对超预算新产品购买意愿的影响——基于心理账户理论	姬祥飞 华中农业大学 余樱 华中农业大学
	消费者情绪与直播间氛围一致性的影响研究	陈嘉文 广州大学 陈旭 广州大学
	拟人化产品设计对神经生理与视觉注意的影响：基于EEG、GSR和眼动追踪指标	刘思琪 湖北大学 许志炜 湖北大学 杨亚琦 湖北大学

平行论坛IV D12 主题：消费者心理与行为		
时间：7月20日10:20-12:00 地点：知新楼B座525		
点评嘉宾	**论文**	**作者**
魏华飞 安徽大学 芈凌云 中国矿业大学	The Impact of Brand Image Fit on Co-branding Effectiveness: A Dual-Pathway Analysis of Trust and Novelty	陈立彬 北京工商大学 郭莹莹 北京工商大学 马珂 北京工商大学 杨秋月 北京工商大学 张妙冉 北京工商大学 武雨昕 北京工商大学
	Restoration through Design: The Role of Product Touch and Visual Tone in Driving Purchase Intentions	陈汝清 北京航空航天大学 林怿洵 北京航空航天大学 俞欣苗 北京航空航天大学 李晨溪 北京航空航天大学
	The Mediating Role of Processing Fluency in Influencing Visual Congruency on Brand Attitude	滕乐法 江南大学 朱映雯 江南大学 宋潍 江南大学 王荣荣 江南大学
	How Do Consumers React to Unfair Online Reviews? Examining the Matching Effects of Review and Response Strategies on Purchase Intentions	王立磊 海南大学 董涵 海南大学 罗泽元 海南大学
	在线消费信息偶遇中个性化感知和广告类型对购买意愿的影响研究	龚艳萍 中南大学 卢玺 中南大学 朱盈 中南大学 武子越 中南大学
	以情动人——虚拟主播语言风格对消费者购买意愿影响研究	胡程欣 重庆工商大学

演讲嘉宾介绍

大会报告嘉宾

陈国青，清华大学文科资深教授，第11届校学术委员会副主任，经济管理学院讲席教授。获2005年度教育部长江学者特聘教授、2007年度复旦管理学杰出贡献奖、2009年度国际模糊系统学会IFSA Fellow、2019年度国际信息系统学会AIS Fellow（中国大陆首位）。陈国青教授担任教育部管理科学与工程类专业教学指导委员会主任、国家信息化专家咨询委员会成员、教育部新文科建设工作组成员；曾担任国际信息系统学会中国分会（CNAIS）创始主席、国际模糊系统学会（IFSA）副主席、国际管理伙伴（商学院）联盟（PIM）联执主席；担任国家自然科学基金（NSFC）大数据重大研究计划指导专家组组长、主持NSFC重大项目、主持NSFC重大国际合作项目、主持国家杰出青年科学基金项目、担任多个NSFC双清论坛联执主席等。

王汉生，北京大学光华管理学院商务统计与经济计量系教授，博士生导师，国家高层次人才，全国工业统计学教学研究会青年统计学家协会创始会长，美国数理统计协会（IMS）Fellow，美国统计学会（ASA）Fellow，国际统计协会（ISI）Elected Member。先后历任11个国际学术期刊副主编（Associate Editor/Editor）。国内外各种专业杂志上发表文章200+篇，并合著有英文专著共1本，（合）著中文教材5本。爱思唯尔中国高被引学者学者（数学类，2014—2019；应用经济学类：2020；统计学类：2021—2024）。

余乐安，四川大学特聘教授、博士生导师，国家高层次人才计划入选者、国际系统与控制科学院院士、国际信息技术与量化管理学会会士、亚太人工智能学会会士。出版专著5部，发表高水平论文100余篇，先后获得中国青年科技奖、教育部自然科学奖一等奖和北京市科学技术奖一等奖等奖励。主要研究领域为大数据智能、经济预测、金融科技与能源管理等。

王学典，第十三、十四届全国政协常委、山东大学讲席教授、博士生导师，山东大学儒学高等研究院院长、《文史哲》杂志名誉主编。兼任第六、第七届国际儒学联合会副会长、中国孔子基金会学术委员会副主任、中国墨子学会副会长等职。长期致力于中国传统文化研究、史学理论及史学史研究和中国现代学术史研究。已出版个人专著十余部，编著数十种，在重要学术刊物发表论文百余篇，主持国家社科基金重大项目“多卷本《20世纪中国史学通史》”等课题多项。

武常岐，山东大学讲席教授、管理学院原院长，山东大学潍坊跨境贸易（电商）产业研究院院长，兼任北京大学光华管理学院战略管理学教授、北京大学国家高新技术产业开发区发展战略研究院常务副院长。主要研究领域为战略管理、国际商务和企业创新，近年来也致力于企业数字化转型研究。曾出版《寡头竞争条件下纵向一体化的战略作用》、《竞争政策与企业监管》、《中国企业国际化战略：理论与实证研究》、《国家高新技术产业开发区政策与管理》等专著，并在《战略管理学报》、《兰德经济学学报》、《产业组织国际学报》、《世界商务学报》、《经济研究》、《管理世界》、《中国工业经济》等国内外顶级学术期刊上发表研究成果。武教授曾主持国家自然科学基金重点项目，并承担国家科技重大专项课题。武教授现担任中国管理科学学会战略管理专业委员会主任委员、中国企业管理研究会副会长、《世界商务学报》和《国际商务政策研究学报》杂志编委。

崔耕，广东外语外贸大学商学院教授，工商管理学科建设云山工作室首席专家，国家级人才。他的研究领域包括数字经济、网络营销、大数据分析、机器学习与人工智能应用、中国企业国际化、中国市场营销、及中港经济融合。崔耕教授是中国消费者研究、数字营销、及人工智能在营销领域应用的领先学者。他的研究成果发表在多个顶级国际学术刊物，包括营销学报、战略管理学报、管理科学、管理信息系统学报、及国际商务学报。他担任国际商学会亚太分会执行理事及若干学报的评委与特约编辑。

孙琦，上海财经大学商学院教授、副院长、市场营销系系主任。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*、《管理科学学报》、《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3项国家自然科学基金项目。研究成果获得教育部第九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等奖项。

王小毅，浙江大学管理学院教授、博士生导师，脑机智能全国重点实验室-浙江大学神经管理学实验室副主任，浙江数字化发展与治理研究中心副主任，《管理学报》、《人大复印报刊资料·市场营销》编委。我国首位神经营销学博士。曾在《管理世界》、《管理学报》、*Marketing Science*、*Journal of Marketing Research*、*Information Systems Research*、*Management Science*、*Science Advances*、*iScience*等期刊发表论文，2024年联合天虹购物、华为昇腾发布首个零售大模型。研究方向：脑机智能决策行为与算法模型，数智消费与零售治理。

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。

博士生日活动演讲嘉宾

姚岱，香港理工大学商学院营销学副教授。他在清华大学、新加坡管理大学和欧洲工商管理学院（INSEAD）分别获得计算机本科学位、运营管理硕士学位、以及市场营销学博士学位。他的研究和实践主要基于统计学、人工智能、神经科学、以及经济学等多学科知识融合，并聚焦在高新技术赋能的各类商业场景里的用户和企业的行为分析。他在世界顶级管理和营销期刊发表近十篇论文，包括《营销科学》（MKSC），《管理科学》（MNSC），《营销研究期刊》（JMR），《消费者研究期刊》（JCR），《生产与运营管理期刊》（POMS），《营销科学学院期刊》（JAMS），并担任这些期刊的匿名评审以及《商业研究杂志》（JBR）副编辑。

徐岚，武汉大学经济与管理学院市场营销系教授，博士生导师。现任湖北省市场营销学会副会长、《营销科学学报》专业主编、《心理学报》编委。主要研究领域为消费者行为和服务营销等，研究兴趣涉及品牌沟通、数智化服务、亲环境行为、时间观等。主持多项国家自然科学基金研究项目，在 *Journal of Consumer Research*、*Journal of Business Research*、*Journal of Cross-Cultural Psychology*、*International Marketing Review*、《管理世界》、《心理学报》、《中国工业经济》、《南开管理评论》等国内外期刊上发表多篇研究论文。曾获湖北省政府人文社会科学优秀成果二等奖和三等奖。

江玮，厦门大学市场学系教授，博士生导师。长期致力于企业战略、联盟关系和创新研究，关注企业环保（绿色）战略、企业社会责任与伦理、社会关系以及新兴市场特色。研究成果发表在*Journal of Business Ethics*, *Journal of Business Research*, *Asia Pacific Journal of Management* 等国内外核心学术期刊，主持多项国家自然科学基金项目和省教育厅社会科学研究项目，兼任中国高等院校市场学研究会常务理事，多个国际高水平学术期刊的编委和长期审稿人。

研究方法提升工作坊分享嘉宾

李亮，对外经济贸易大学信息学院教授，博士生导师。研究兴趣主要集中在使用案例研究方法探索新兴技术情境下的企业战略（如数字化转型、数字化创新）和社会问题（如电商扶贫、可持续发展）；曾主持国家自然科学基金、北京市社会科学基金等多项研究课题。相关成果发表于 *Information Systems Journal*、*Journal of Information Technology*、*Information & Management*、《管理世界》等国际和国内高水平学术期刊；其中单篇案例研究论文 Google Scholar 引用数超过 1700 次且知网（中国引文数据库）引用数超过 800 次；成果荣获北京市第十七届哲学社会科学优秀成果二等奖。主持编著《管理案例研究：方法与应用》一书，该书入选知网“高被引图书 TOP1%（2019-2023）”榜单。李亮教授是教育部学位中心中国特色案例标准研究专家工作组成员、教育部学位中心 2019 年优秀案例教师、教育部学位中心 2021 年和 2023 年主题案例项目首席专家、中国信息经济学会数字经济与管理案例中心专家委员会委员、《信息系统学报》和《创新管理学报》编委、《管理案例研究与评论》期刊青年工作委员会委员；曾担任 *Information Systems Journal* 和《研究与发展管理》关于中国数字化创新、数字化转型的特刊/专栏客座编辑；是“青年学者案例研究特训营”和“CNAIS 研究方法讲习班”的主要发起人之一；撰写的教学案例被毅伟案例库收录，以及入选全国百篇优秀管理案例。

冯永春，天津财经大学商学院副教授，博士生导师，管理案例研究中心主任，天津市 131 人才，天津财经大学优秀青年教师支持计划（杰出）人才、入选天津市中青年骨干教师计划；主要研究方向为：国际企业管理、服务管理；主持国家自然科学基金、教育部人文社会科学研究青年基金等；在《管理世界》、《南开管理评论》、《管理科学学报》、*Industrial Marketing Management* 等期刊上发表多篇论文，获得“中国企业管理案例与质性研究论坛”等会议佳论文奖，获得天津市教学成果奖（一等奖、二等奖）、天津市哲学社会科学成果奖、全国百篇优秀管理案例，教学案例收录于中国管理案例共享中心、中国工商管理国际案例库。

郑杰鑫，北京大学光华管理学院管理科学与信息系统系助理教授。于香港科技大学获得信息系统博士学位。研究聚焦于开发、应用机器学习模型处理商业数据，以及人与 AI 的交互。研究成果发表于世界知名学术期刊，如 *Journal of Management Information Systems* 、*Journal of Management* 、*Management and Organization Review*。

联系我们

山东大学会务组联系方式：

会务咨询：　刘　福（15665860108）

赵海川（18353113650）

任　荣（13969100606）

论文投稿：　严晨峰（18405312094）

王凌雪（13658643986）

会议注册：　赵玉杰（18069868013）

蔡镇川（15064067722）

博士生论坛：刘艾青（18053143005）

洪瑞阳（13051521817）

会务组工作邮箱：cmau2025@163.com

会议组工作地址：山东省济南市历城区山大南路27号山东大学管理学院

学会秘书处联系方式：

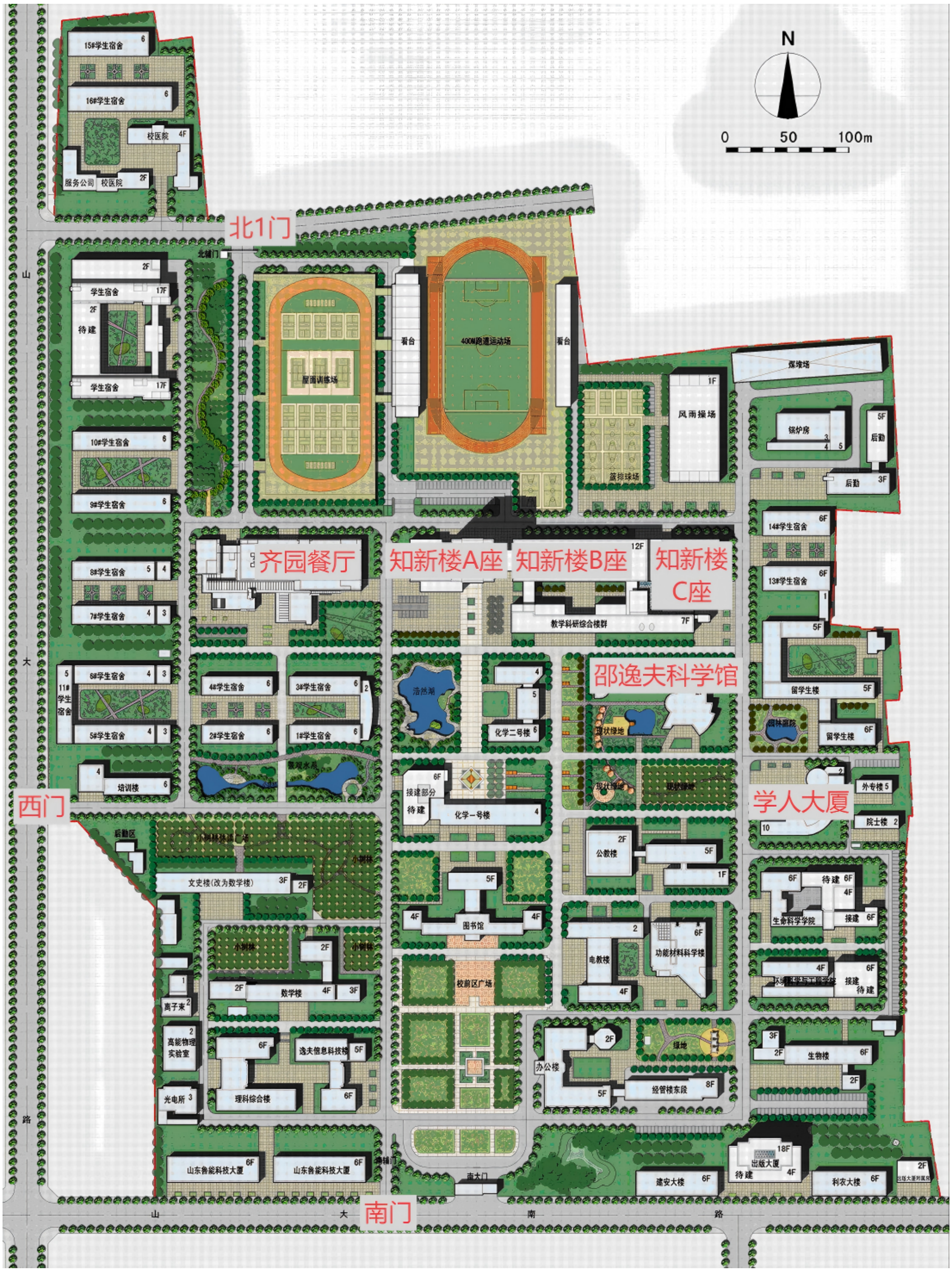
联系人：郑敏（010-62757952）

邮　箱：cmau@cmau.org.cn

医疗保障：李姗 医生（15554187396）

时间	医疗保障地点
7月18日全天	邵逸夫科学馆报告厅
7月19日上午	知新楼A座三层A3报告厅
7月19日下午	知新楼B座五层大厅
7月20日上午	知新楼B座五层大厅
7月20日下午	知新楼A座三层A3报告厅

会场地图及交通路线



进出校门须知：

推荐打车至【山东大学（中心校区）北1门】，凭借邀请函刷身份证后步行至会议地点。中心校区尚未完全开放，出租车、网约车等社会车辆不能进入校园。

请您务必在入校前提前准备好下述材料：

- **初次入校：携带邀请函+身份证（建议提前下载并保存邀请函截图）**
- **后续入校：携带参会证+身份证**

交通线路：

- 山东大学（中心校区）距各交通枢纽位置：
  - 距离济南站6.6公里，驾车约40分钟
  - 距离济南西站17.2公里，驾车约40分钟
  - 距离济南遥墙国际机场33.4公里，驾车约50分钟

山东大学（中心校区）内各地点距离：

- 山东大学（中心校区）北1门 → 邵逸夫科学馆：距离约860米，步行约11分钟
- 山东大学（中心校区）北1门 → 知新楼（A座/B座/C座）：距离约500米，步行约8分钟
- 知新楼（A座/B座/C座）→ 齐园餐厅：距离约300米，步行约3分钟
- 知新楼（A座/B座/C座）→ 学人大厦：距离约300米，步行约6分钟
- 知新楼A座、B座和C座相连，在三楼和五楼可互通

扫码下载电子会议册

扫码观看会议图片直播

主办单位：中国高等院校市场学研究会
承办单位：山东大学管理学院
支持单位：国家自然科学基金委管理科学部、山东大学跨境电商研究所、COLMO AI科技家电、Credamo见数
《复印报刊资料·市场营销（理论版）》、《营销科学学报》、《珞珈管理评论》、《系统管理学报》、《经济管理学刊》、
Data Science and Management、Information Technology & People