

2023年中国高等院校市场学研究会学术年会暨博士生论坛

新时代 新征程 新营销

中国·武汉

2023.07.12—2023.07.16

主办单位：中国高等院校市场学研究会

承办单位：武汉大学经济与管理学院

支持单位：国家自然科学基金委管理科学部、安踏集团、杰士邦卫生用品有限公司、劲牌有限公司、
《管理科学学报》、Journal of Research in Interactive Marketing、《南开管理评论》、《管理学报》、
《管理科学》、《营销科学学报》、Journal of Contemporary Marketing Science、《珞珈管理评论》



大会致辞

各位尊敬的学者：

大家好！欢迎大家前来参加此次盛会。在这个高速变革的新时代，市场营销正面临着前所未有的机遇与挑战。人工智能、大数据分析与机器学习等数智技术迅猛发展，在深切揭示消费者需求、偏好和行为模式的同时，也加速了对传统营销模式及营销理念的颠覆。在这个数字化、智能化、多元化的时代，我们需要跳出旧有的思维藩篱，结合数智技术的力量，开发新产品，开拓新的营销渠道和方式，打造独特的品牌形象，以全新的思维和策略来迎接市场营销的新征程。在这样的背景下，“2023年中国高等院校市场学研究会学术年会暨博士生论坛”(CMAU)将主题定为“新时代 新征程 新营销”，诚邀各兄弟院校相关院系以及市场营销研究机构积极参与。届时将邀请跨学科领域院士、资深教授及营销学界知名学者与会，一起交流探讨二十大后市场营销面临的新形势与新趋势，分享新时代下新营销遇到的现实挑战和解决相关营销实践问题。

为了帮助年轻营销学者成长，激发业内学术研究兴趣，提升科学研究能力，本次年会邀请了10位国内外知名专家进行大会和博士生论坛的主题演讲；8位国内外高水平期刊主编参与主编面对面圆桌论坛活动；6位知名专家作为研究方法提升工作坊的主讲嘉宾；同时，大会设置了6个专委会论坛、62个平行论坛，150余位知名专家参与各类坛的主持和点评工作。大会将评选出8篇博士生论坛获奖论文和9篇大会获奖论文，并将论文推荐给《管理科学学报》、*Journal of Research in Interactive Marketing*、《南开管理评论》、《管理学报》、《管理科学》、《营销科学学报》、*Journal of Contemporary Marketing Science*、《珞珈管理评论》等知名期刊刊发。

盛夏江城，骄阳似火，珞珈山下，群贤毕至。各位专家学者，热切期待与您七月相约，我们将在美丽的东湖之滨迎接大家的到来！

CMAU 武大会务组

2023年7月6日



武汉大学经济与管理学院介绍

武汉大学经济与管理学院历史悠久，学科体系完备，是武汉大学办学规模最大的学院，是学校综合实力领先、社会影响最大的学院之一，也是国内经济学、管理学研究的源头和重镇。

学科门类齐全，专业优势突出。学院所设学科涵盖经济与管理两大门类，拥有四个一级学科：理论经济学、应用经济学、管理科学与工程、工商管理，四个一级学科全部具有一级学科博士学位授予权并都设有博士后科研流动站。理论经济学入选国家“双一流”建设学科名单，理论经济学一级学科、金融学二级学科是国家级重点学科；全部学科为湖北省优势或重点学科。武汉大学经济学与商学进入ESI全球前1%。QS第十二版世界大学学科排名中，武汉大学经济与计量经济学学科进入世界前200名。先后通过AMBA、EQUIS、AACSB三大国际认证。经济发展研究中心是教育部人文社会科学研究百所重点研究基地之一。拥有2个国别和区域研究中心（教育部备案）、5个省级人文社科重点研究基地。

师资力量雄厚，梯队结构合理。学院现有专任教师269人，其中国家高层次人才12人次、省市高层次人才16人次，学校人文社科杰青4人，学校人文社科优青4人，学校驻院研究员7人，教授、特聘研究员97人，副教授、副研究员、特聘副研究员120人。学院正在建设一支师德高尚、业务精湛、结构合理、充满活力的高素质教师队伍，助力“双一流”建设。

组织机构健全，办学条件良好。学院现有12个系（所）及若干学术研究中心（所），内设7个行政管理办公室、2个教辅单位。现有8个国家一流本科专业，4门国家一流课程，经济学拔尖学生培养基地是教育部基础学科拔尖学生培养计划2.0基地。经济与管理实验教学中心是国家级实验教学示范中心，主办《经济评论》是CSSCI来源期刊、全国中文核心期刊、中国人文社会科学期刊AMI综合评价核心期刊、国家社科基金资助期刊，主办《珞珈管理评论》为CSSCI来源集刊、中国人文社会科学期刊AMI综合评价核心集刊。30000平方米的办公大楼，为学院的教学与科研提供了现代化的办学条件。

办学规模宏大，优秀人才辈出。学院现有在籍学生约6700人，其中本科生约2500人、全日制研究生约1500人、非全日制研究生约2700人，各类国际学生约300人。学院始终以博习会通、传承文化、培育精英、经世致用为已任，始终把人才培养质量放在首位。学生在国内外学术科技及文体竞赛中屡获佳绩，每年近40%学生出国深造，历届毕业生德智双彰，涌现出大批政界、学界、商界杰出人才，17位校友当选武汉大学杰出校友。



学院以“大经大管、为道为器，领秀中国、闻达世界”为愿景，以“创造思想、培育精英，贡献社会、影响未来”为使命，秉持“明诚弘毅、经世济民”的价值观，坚持“经济学科与管理学科并重、人才培养与科学研究并重，理论创新与社会服务相结合、中国问题与国际视野相结合”的发展战略，努力实现“聚一流师资、建一流学科、育一流人才、出一流成果、创一流管理”，为全面建成中国特色、世界一流的高水平研究型学院而努力奋斗！

武汉大学市场营销与旅游管理系介绍

武汉大学市场营销专业源自我国市场营销教学与科研的先驱——甘碧群先生创建的营销专业，于2001年成立市场营销系，于2005年9月与旅游管理合并成立市场营销与旅游管理系。武汉大学市场营销专业经过20多年的发展，已在全国确立了自己的优势，形成了自己的办学特色。市场营销学科有20名营销专业专职教师，教授10人，副教授6人，讲师3人，特聘研究员1人。

武汉大学市场营销专业是国内最早培养市场营销方向博士生的两个学校之一，也是首批国家“双万”一流本科专业建设点。现任教师中有4位教育部长江学者，包括1位教育部长江学者讲座讲授，1位教育部长江学者特聘教授，以及2位教育部青年长江学者；3位珞珈特聘教授，2位武汉大学人文社科杰出青年以及1位珞珈青年学者。

近年来，武大市场营销专业积极开展对外交流，与美国西北大学、约翰霍普金斯大学、伊利诺伊大学香槟校区、埃默里大学、天普大学、普渡大学；英国剑桥大学、伯明翰大学、帝国理工大学；香港大学、香港科技大学、香港中文大学、香港理工大学、香港城市大学、香港浸会大学均建立了深入合作和交流的关系。



目 录

大会致辞	1
武汉大学经济与管理学院介绍	2
武汉大学市场营销与旅游管理系介绍	3
会议组织机构	5
程序委员会	5
论文评审委员会	7
博士生工作委员会	7
博士生优秀论文评审委员会	8
组织委员会	8
会议概览	9
会议议程	10
研究方法提升工作坊	10
博士生论坛日程	14
2023 年中国高等院校市场学研究会学术年会议程（第一天）	17
2023 年中国高等院校市场学研究会学术年会议程（第二天）	19
平行论坛、专业委员会论坛与主编面对面圆桌论坛	21
演讲嘉宾介绍	94
大会嘉宾	94
研究方法提升工作坊分享嘉宾	98
博士生日活动演讲嘉宾	101
联系我们	102
会场地图及交通路线	103
签到时间和地点	108
武汉大学经济与管理学院会场指引	109



会议组织机构

程序委员会

主席：汪 涛 武汉大学

副主席：彭泗清 北京大学 黄敏学 武汉大学

委员（按姓氏拼音排序）

安 国 山	延边大学	何 大 义	中国地质大学（北京）
白 凯	陕西师范大学	何 佳 讯	华东师范大学
白 长 虹	南开大学	侯 丽 敏	华东理工大学
才 凤 艳	上海交通大学	胡 春	北京邮电大学
曹 霞	哈尔滨工程大学	胡 左 浩	清华大学
常 亚 平	华中科技大学	黄 劲 松	北京航空航天大学
常 玉	西北工业大学	黄 静	武汉大学
陈 国 平	武汉科技大学	黄 敏 学	武汉大学
陈 洁	上海交通大学	黄 苏 萍	首都经济贸易大学
陈 荣	清华大学	黄 韞 慧	南京大学
陈 煜 波	清华大学	江 红 艳	中国矿业大学
湛 飞 龙	江西财经大学	江 玮	厦门大学
崔 登 峰	石河子大学	姜 彩 芬	广州大学
崔 楠	武汉大学	蒋 青 云	复旦大学
丁 瑛	中国人民大学	蒋 玉 石	西南交通大学
董 晓 松	上海工程技术大学	金 立 印	复旦大学
杜 建 刚	南开大学	金 晓 彤	吉林大学商
杜 靖 川	云南大学	靳 俊 喜	重庆工商大学
杜 鹏	中南财经政法大	景 奉 杰	华东理工大学
樊 建 锋	五邑大学	康 丽 群	南昌大学
范 秀 成	复旦大学	黎 建 新	长沙理工大学
方 正	四川大学	黎 小 林	广东财经大学
费 鸿 萍	华东理工大学	李 纯 青	西北大学
费 显 政	中南财经政法大	李 刚	西安邮电大学
冯 蛟	宁夏大学	李 季	中央财经大学
符 国 群	北京大学	李 季 鹏	新疆财经大学
付 晓 蓉	西南财经大学	李 雷	桂林理工大学
高 维 和	上海财经大学	李 林	武昌首义学院
龚 艳 萍	中南大学	李 先 国	中国人民大学
官 翠 玲	湖北中医药大学	李 小 玲	重庆大学
郭 锐	中国地质大学(武汉)	李 妍	新疆财经学院
郭 晓 凌	对外经济贸易大	李 玥	哈尔滨理工大学
韩 顺 平	南京大学	连 漪	桂林理工大学
郝 辽 钢	西南交通大学	梁 剑 平	中山大学



赵卫宏	江西师范大学	周志民	深圳大学
赵艳丽	哈尔滨商业大学	庄贵军	西安交通大学
周娜	河北工程大学	邹鹏	哈尔滨工业大学
周欣悦	浙江大学		

论文评审委员会

主席: 汪涛 武汉大学
副主席: 沈俏蔚 北京大学 黄敏学 武汉大学

初审委员会委员 (按姓氏拼音排序)

才凤艳	上海交通大学	青平	华中农业大学
戴鑫	华中科技大学	舒成利	西安交通大学
戴先熾	香港中文大学	宋晓兵	大连理工大学
丁瑛	中国人民大学	孙瑾	对外经贸大学
董晓松	上海工程技术大学	孙琦	上海财经大学
杜建刚	南开大学	王毅	中央财经大学
费显政	中南财经政法大学	王建明	浙江财经大学
付晓蓉	西南财经大学	王兴元	山东大学
何佳讯	华东师范大学	肖莉	复旦大学
黄韞慧	南京大学	姚琦	重庆交通大学
黄昀卉	美国俄亥俄大学	杨德锋	暨南大学
蒋玉石	西南交通大学	杨智	湖南大学
金晓彤	吉林大学	袁喜娜	厦门大学
李小玲	重庆大学	曾伏娥	武汉大学
李纯青	西北大学	周欣悦	浙江大学
李少波	南方科技大学	周志民	深圳大学
柳武妹	兰州大学	庄梦舟	香港大学
牛永革	四川大学	邹鹏	哈尔滨工业大学

终审委员会委员 (按姓氏拼音排序)

常亚平	华中科技大学	李东进	南开大学
范秀成	复旦大学	孙亚程	清华大学
高维和	上海财经大学	王永贵	浙江工商大学
黄敏学	武汉大学	周欣悦	浙江大学

博士生工作委员会

主任: 李东进 南开大学
副主任: 陈荣 清华大学
张闯 东北财经大学
金立印 复旦大学

秘书长: 任星耀 (兼) 南开大学

委员 (按姓氏拼音排序)

崔楠	武汉大学	任星耀	南开大学
黄劲松	北京航空航天大学	孙瑾	对外经济贸易大学



厉 行 北京大学
梁 剑 平 中山大学
刘 园 园 西安交通大学
庞 隽 中国人民大学

王 良 燕 上海交通大学
谢 菊 兰 中南大学
叶 军 厦门大学

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：任星耀 南开大学

朱 华 伟 武汉大学

初评专家（按姓氏拼音排序）

陈 荣 清华大学
崔 楠 武汉大学
黄 劲 松 北京航空航天大学
金 立 印 复旦大学
梁 剑 平 中山大学
厉 行 北京大学
刘 园 园 西安交通大学
庞 隽 中国人民大学

钱 丽 萍 重庆大学
任 星 耀 南开大学
孙 瑾 对外经济贸易大学
王 良 燕 上海交通大学
谢 菊 兰 中南大学
柳 武 妹 兰州大学
张 昊 东北大学
朱 华 伟 武汉大学

复评专家（按姓氏拼音排序）

陈 荣 清华大学
金 立 印 复旦大学
李 东 进 南开大学

任 星 耀 南开大学
张 闯 大连理工大学
朱 华 伟 武汉大学

组织委员会

主 任：汪 涛 武汉大学

副主任：曾伏娥 武汉大学

朱 华 伟 武汉大学

黄 敏 学 武汉大学

崔 楠 武汉大学

唐 漾 一 武汉大学

委员（按姓氏拼音排序）

桂 世 河 武汉大学
黄 静 武汉大学
柯 丹 武汉大学
李 晓 武汉大学
李 冰 心 武汉大学
廖 以 臣 武汉大学
寿 志 钢 武汉大学

王 长 征 武汉大学
吴 思 武汉大学
徐 岚 武汉大学
袁 茂 武汉大学
赵 晶 武汉大学
赵 孟 丽 武汉大学



会议概览

时间	活动	
2023年7月12日		
9:00-12:05	研究方法提升工作坊	
14:00-17:30	研究方法提升工作坊	
2023年7月13日		
9:00-12:05	研究方法提升工作坊	
14:00-17:30	研究方法提升工作坊	
2023年7月14日		
8:30-9:30	博士生联合会理事会议	
9:30-10:30	博生日启动仪式暨白皮书发布	
10:40-12:00	嘉宾演讲	
14:00-17:30	优秀博士论文交流	
17:30-18:00	公布获奖论文暨闭幕式	
19:30-21:00	博联会第四届理事会议	
20:00-22:00	中国高等院校市场学研究会第十一届理事会常务理事会议 中国高等院校市场学研究会第十一届理事会会长会议	
2023年7月15日		
08:30-09:00	学术年会开幕式	
09:00-11:15	学术年会嘉宾演讲	
11:15-11:45	2023年中国高等院校市场学研究会会员代表大会	
11:45-12:15	中国高等院校市场学研究会第十二届理事会议	
13:30-15:30	主编面对面圆桌论坛	
13:30-17:00	平行论坛	专委会论坛
2023年7月16日		
8:30-12:00	平行论坛	专委会论坛
13:30-15:45	学术年会嘉宾演讲	
15:45-17:00	学术年会闭幕式	



会议议程

研究方法提升工作坊

(注：因场地容量有限，仅限已报名缴费工作坊人员参加)

2023年7月12日	
8:30-9:00	<p style="text-align: center;">签到，材料领取</p> <p>【专题一：行为方法研究;武汉大学经济与管理学院 教工之家(A120)】</p> <p>【专题二：贝叶斯统计与营销模型;武汉大学经济与管理学院 B224】</p>
9:00-9:10	<p style="text-align: center;">研究方法提升工作坊开幕式</p> <p>【专题一：行为方法研究;武汉大学经济与管理学院 教工之家(A120)】</p> <p>主持人: 唐漾一 武汉大学经济与管理学院 助理教授</p> <p>致辞人: 曾伏娥 武汉大学经济与管理学院 教授,系主任</p> <p>【专题二：贝叶斯统计与营销模型;武汉大学经济与管理学院 B224】</p> <p>主持人: 袁茂 武汉大学经济与管理学院 助理教授</p> <p>致辞人: 崔楠 武汉大学经济与管理学院 教授,系书记</p>
9:10-10:40	<p>【专题一：行为方法研究;武汉大学经济与管理学院 教工之家(A120)】</p> <p>主讲章节: 社会科学中的理论建构 (Theory building in social sciences)</p> <p>主讲人: 周昊天 上海科技大学创业管理学院 助理教授</p> <p>【专题二：贝叶斯统计与营销模型;武汉大学经济与管理学院 B224】</p> <p>主讲章节: 贝叶斯统计入门(An Introduction to Bayesian Statistics)</p> <p>主讲人: 厉行 北京大学光华管理学院 副教授</p>
10:40-10:50	课间休息



10:50-12:05	<p>【专题一：行为方法研究;武汉大学经济与管理学院 教工之家(A120)】</p> <p>主讲章节：社会科学中的理论建构 (Theory building in social sciences)</p> <p>主讲人： 周昊天 上海科技大学创业管理学院 助理教授</p> <p>【专题二：贝叶斯统计与营销模型;武汉大学经济与管理学院 B224】</p> <p>主讲章节：共轭先验(Conjugate Prior)</p> <p>主讲人： 厉 行 北京大学光华管理学院 副教授</p>
12:05-14:00	<p>午休</p>
14:00-15:30	<p>【专题一：行为方法研究;武汉大学经济与管理学院 教工之家(A120)】</p> <p>主讲章节：社会科学中的研究设计：深入探讨 (Research design in social sciences: A deep dive)</p> <p>主讲人： 周昊天 上海科技大学创业管理学院 助理教授</p> <p>【专题二：贝叶斯统计与营销模型;武汉大学经济与管理学院 B224】</p> <p>主讲章节：马尔可夫链蒙特卡洛方法(MCMC)</p> <p>主讲人： 厉 行 北京大学光华管理学院 副教授</p>
15:30-15:40	<p>课间休息</p>
15:40-17:30	<p>【专题一：行为方法研究;武汉大学经济与管理学院 教工之家(A120)】</p> <p>主讲章节：社会科学中的研究设计：深入探讨 (Research design in social sciences: A deep dive)</p> <p>主讲人： 周昊天 上海科技大学创业管理学院 助理教授</p> <p>【专题二：贝叶斯统计与营销模型;武汉大学经济与管理学院 B224】</p> <p>主讲章节：分层模型 Hierarchical Models</p> <p>主讲人： 厉 行 北京大学光华管理学院 副教授</p> <p>【见数(Credamo)平台简介; 武汉大学经济与管理学院 A120 及 B224】</p> <p>主讲内容：使用见数(Credamo)平台助力科研</p> <p>主讲人： 姚 凯 中央财经大学商学院 副教授</p>



2023年7月13日	
9:00-10:20	<p>【专题一：行为方法研究;武汉大学经济与管理学院 教工之家(A120)】</p> <p>主讲章节：研究设计进阶(Causality, validity, realism, quasi-experiments, mediator, moderator, causal chain design)</p> <p>主讲人：涂艳革 北京大学光华管理学院 副教授</p> <p>【专题二：贝叶斯统计与营销模型;武汉大学经济与管理学院 B224】</p> <p>主讲章节：动态模型(Dynamic Models)</p> <p>主讲人：李洋 长江商学院 副教授</p>
10:20-10:30	课间休息
10:30-12:05	<p>【专题一：行为方法研究;武汉大学经济与管理学院 教工之家(A120)】</p> <p>主讲章节：研究设计进阶(Causality, validity, realism, quasi-experiments, mediator, moderator, causal chain design)</p> <p>主讲人：涂艳革 北京大学光华管理学院 副教授</p> <p>【专题二：贝叶斯统计与营销模型;武汉大学经济与管理学院 B224】</p> <p>主讲章节：非参数模型(Nonparametric Models)</p> <p>主讲人：李洋 长江商学院 副教授</p>
12:05-14:00	午休
14:00-15:30	<p>【专题一：行为方法研究;武汉大学经济与管理学院 教工之家(A120)】</p> <p>主讲章节：研究设计探讨(基于学员提交的研究设计初稿)</p> <p>主讲人：涂艳革 北京大学光华管理学院 副教授</p>



	<p>【专题二：贝叶斯统计与营销模型;武汉大学经济与管理学院 B224】</p> <p>主讲章节：变分贝叶斯(Variational Bayes)</p> <p>主讲人： 李 洋 长江商学院 副教授</p>
15:30-15:40	课间休息
15:40-17:10	<p>【专题一：行为方法研究;武汉大学经济与管理学院 教工之家(A120)】</p> <p>主讲章节：研究设计探讨(基于学员提交的研究设计初稿)</p> <p>主讲人： 涂艳革 北京大学光华管理学院 副教授</p> <p>【专题二：贝叶斯统计与营销模型;武汉大学经济与管理学院 B224】</p> <p>主讲章节：基于贝叶斯的深度学习(Bayesian Deep Learning)</p> <p>主讲人： 李 洋 长江商学院 副教授</p>
17:10-17:30	宣布 Credamo 账号获奖名单及闭幕式



博士生论坛日程

2023年7月14日	
8:30-9:30	博士生联合会理事会议【武汉大学经济与管理学院 B337】
9:30-10:30	<p>博士生日启动仪式暨发布2022年高校市场学会博士生就业情况白皮书</p> <p>博士生日启动仪式：【线下会场 经济与管理学院 景林报告厅 A125】</p> <p>主持人：朱华伟 武汉大学经济与管理学院 教授</p> <p>致辞人：黄敏学 武汉大学经济与管理学院副院长 教授</p> <p>李东进 中国高校市场学研究会副会长 南开大学商学院 教授</p> <p>博联会第四届理事会工作汇报发言：</p> <p>王馨萌 中国高校市场学博士生联合会 第四届理事会理事长</p> <p>《白皮书》发布：</p> <p>主持人：朱华伟 武汉大学经济与管理学院 教授</p> <p>《白皮书》说明：任星耀 博士生工作委员会 秘书长 南开大学商学院 教授</p> <p>《白皮书》发布：王馨萌(博联会第四届理事会理事长 复旦大学博士生)</p> <p>刘世洁 (博联会第四届理事会副秘书长 华东师范大学博士生)</p> <p>高曦含 (博联会第四届理事会副理事长 北京大学博士生)</p> <p>戴晓东 (博联会第四届理事会副理事长 南开大学博士生)</p> <p>段瑞焜 (博联会第四届理事会理事 上海交通大学博士生)</p>
10:30-10:40	茶歇
10:40-12:00	<p>嘉宾演讲：【线下会场 经济与管理学院 景林报告厅 A125】</p> <p>主持人：张 闯 中国高校市场学研究会副会长 大连理工大学经济管理学院 教授</p> <p>演讲嘉宾：沈俏蔚 北京大学市场营销系 教授</p> <p>演讲题目：从0到1:如何写出高质量的论文</p> <p>主持人：王良燕 博士生工作委员会委员 上海交通大学安泰经济与管理学院 教授</p> <p>演讲嘉宾：李曦 香港大学市场营销学 副教授</p> <p>演讲题目：科研选题——什么是好的研究问题？</p>



14:00-15:40	<p>优秀博士论文交流(第一场)【线下会场 经济与管理学院 景林报告厅 A125】</p> <p>主持人: 梁剑平 博士生导师工作委员会委员 中山大学管理学院 教授 点评人: 厉行 博士生导师工作委员会委员 北京大学光华管理学院 副教授 肖莉 复旦大学管理学院 副教授</p> <p>Do Platform-Generating Traffic Make Sellers Pay? The Asymmetry Network Effect of Traffic Newbies on Fee Sellers on Electronic Platforms 余红玉 李小玲 重庆大学 Juanvi (Sunny) Liu University of Western Australia</p> <p>A Machine Learning Model of Influencers' Portraits in Live-Streaming Commerce 王洪琬 李国鑫 谢晓东 吴少辉 哈尔滨工业大学</p> <p>医疗众筹中出资人匿名行为对筹款效果的非线性影响研究 郝菀婷 李先国 中国人民大学</p> <p>An Emerging Theory of Online Shopping Cart Abandonment Fred Miao The University of Texas at Arlington 王立京 中国人民大学 张泽林 中国人民大学 Robert W. Palmatier University of Washington 杨倩 中国人民大学</p>
15:40-15:50	茶歇
15:50-17:30	<p>优秀博士论文交流(第二场)【线下会场 经济与管理学院 景林报告厅 A125】</p> <p>主持人: 王良燕 博士生导师工作委员会委员 上海交通大学安泰经管学院 教授 点评人: 李义娜 中国科学技术大学管理学院 特任研究员 冉雅璇 中南财经政法大学工商管理学院 副教授</p> <p>From Stingy to Smart: Shifting Consumer Perceptions of Near-Expired Products Yongheng Liang Fudan University Yunlu Yin Fudan University Qian Xu Fudan University</p> <p>What They Write and What They Do: Customers' Review Content and Their Referral and Repurchase Behaviors 刘汝晗 北京大学 张婉青 Bayes Business School Pradeep Chintagunta University of Chicago</p>



	<p>You need a good conversation topic: how the human image in advertisements influences experiential purchases</p> <p>段 坤 中国人民大学</p> <p>孟 陆 西南交通大学</p> <p>寇思宁 中国人民大学</p> <p>王伊洁 华威大学</p> <p>李少波 南方科技大学</p> <p>Unlocking the potential of virtual influencers: Insights into endorsement effectiveness for experience and search products</p> <p>别永越 西南交通大学</p> <p>孟 陆 西南交通大学</p> <p>杨梦雅 南开大学</p> <p>孙玮潞 西南交通大学</p> <p>蒋玉石 西南交通大学</p>
17:30-18:00	<p>公布获奖论文暨闭幕式【线下会场 经济与管理学院 景林报告厅 A125】</p> <p>主 持 人：任星耀 博士生导师工作委员会秘书长 南开大学商学院 教授</p> <p>颁奖嘉宾：符国群 中国高校市场学研究会会长 北京大学 教授</p> <p>汪 涛 中国高校市场学研究会副会长 武汉大学 教授</p> <p>李东进 中国高校市场学研究会副会长 南开大学 教授</p> <p>闭幕致辞：张 闯 中国高校市场学研究会副会长 大连理工大学 教授</p>
19:30-21:00	<p>博联会第四届理事会议【线下会场 经济与管理学院】</p>
20:00-22:00	<p>中国高等院校市场学研究会第十一届理事会常务理事会议</p> <p>中国高等院校市场学研究会第十一届理事会会长会议</p> <p>【珞珈山庄第一会议室】</p>



2023年中国高等院校市场学研究会学术年会议程（第一天）

时间：2023年7月15日周六 地点：武汉大学经济与管理学院

时间	活动内容	主持人	地点
08:30 - 09:00	2023年中国高等院校市场学研究会学术年会开幕式		
08:30 - 09:00	介绍参会嘉宾	汪涛 武汉大学 教授	景林报告厅 (会员) 教工之家 (学生)
	致欢迎词 沈壮海 武汉大学 党委副书记		
	致开幕词 任之光 自然科学基金委管理学部二处 处长		
	致开幕词 符国群 中国高校市场学研究会 会长		
	致欢迎词 姜星莉 武汉大学经济与管理学院 党委书记		
09:00 - 11:15	2023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	数智赋能人文社会科学融通创新 马费成 武汉大学 人文社会科学资深教授	彭泗清 北京大学 教授	景林报告厅 (会员)
09:30 - 10:00	计算实验金融工程：大数据驱动的金融管理决策工具 张维 天津大学 讲席教授	龚艳萍 中南大学 教授	教工之家 (学生)
10:00 - 10:15	茶歇		
10:15 - 10:45	供应链中的ESG研究 朱庆华 上海交通大学 安泰经济与管理学院 特聘教授	景奉杰 华东理工大学 教授	景林报告厅 (会员)
10:45 - 11:15	加快建构中国自主的营销知识体系 郭国庆 中国人民大学商学院 教授	李东进 南开大学 教授	教工之家 (学生)
11:15 - 11:45	2023年中国高等院校市场学研究会会员代表大会	胡左浩 清华大学 教授	景林报告厅



11:45 - 12:15	中国高等院校市场学研究会第十二届理事会理事会议	李先国 中国人民大学 教授	景林报告厅
12:15 - 13:30	午餐		枫园食堂
13:30 - 15:10	年会论文与博士生论文分组平行论坛 I	每组 1 人主持 2 人点评	经济与管理 学院
15:20 - 17:00	年会论文与博士生论文分组平行论坛 II	每组 1 人主持 2 人点评	经济与管理 学院
13:30 - 15:30	主编面对面圆桌论坛	寿志钢 武汉大学 教授 徐岚 武汉大学 教授	教工之家
14:00 - 16:00	数据与市场研究专业委员会论坛	景奉杰 华东理工大学	经济与管理 学院 B127
13:30 - 17:00	品牌专业委员会论坛	何佳讯 华东师范大学	经济与管理 学院 B129



2023 年中国高等院校市场学研究会学术年会议程（第二天）

时间：2023 年 7 月 16 日周日 地点：武汉大学经济与管理学院

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 1 人主持 2 人点评	经济与管理学院
10:20-12:00	年会论文与博士生论文分组平行论坛 IV	每组 1 人主持 2 人点评	经济与管理学院
08:30-12:00	绿色消费与绿色营销平行论坛	王建明 浙江财经大学 盛光华 吉林大学	经济与管理学院 B131
09:00-12:00	家庭购买决策平行论坛	符国群 北京大学	经济与管理学院 B127
09:00-11:00	移动数智营销专业委员会论坛	王毅 中央财经大学	经济与管理学院 B129
08:30-10:10	新媒体营销专业委员会论坛	王新刚 中南财经政法大学	经济与管理学院 B337
12:00-13:30	午餐		枫园食堂
13:30-15:45	2023 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	老年化和可持续发展 周欣悦 浙江大学管理学院 市场营销学系主任 教授	金晓彤 吉林大学 教授	景林报告厅 (教师)
14:00-14:30	在线共享平台中的新产品开发 曾伏娥 武汉大学经济与管理学院 市场营销与旅游管理系主任 教授	王海忠 中山大学 教授	教工之家 (备用)



14:30-15:00	<p>安踏集团多品牌战略</p> <p>李玲</p> <p>安踏集团副总裁</p>	<p>费显政</p> <p>中南财经政法</p> <p>大学</p> <p>教授</p>	景林报告厅
15:00-15:30	<p>品牌延伸和第二增长曲线</p> <p>王学海</p> <p>乐福思健康产业股份公司创始人、董事长</p>	<p>舒成利</p> <p>西安交通大学</p> <p>教授</p>	
15:30-15:45	茶歇		
15:45-17:00	2023年中国高等院校市场学研究会学术年会闭幕式		
15:45-17:00	<p>年会论文评选工作及获奖情况介绍</p> <p>黄敏学</p> <p>武汉大学 教授</p>	<p>连漪</p> <p>桂林理工大学</p> <p>教授</p>	景林报告厅
	颁奖仪式		
	承办方致词	<p>腾乐法</p> <p>江南大学</p> <p>教授</p>	
	<p>致闭幕词</p> <p>聂元昆</p> <p>云南财经大学</p> <p>教授</p>		



平行论坛、专业委员会论坛与主编面对面圆桌论坛

平行论坛索引（平行论坛 I）

时间：7月15日 13:30-15:10 地点：经济与管理学院

组别	专题	地点	主持人	点评人	
1.1 组	可持续消费（1）	C273	王建明	杨浙帅	周元元
1.2 组	可持续消费（2）	B255	项朝阳	贺和平	崔登峰
1.3 组	消费者行为与心理（1）	A321	李先国	赵海川	王魁
1.4 组	消费者行为与心理（2）	C379	连漪	牟宇鹏	郭昱琅
1.5 组	消费者行为与心理（3）	C373	刘益	董维维	王璐
1.6 组	消费者行为与心理（4）	C366	龚艳萍	王梦阳	冉雅璇
1.7 组	消费者行为与心理（5）	B430	王兴元	王雪华	涂铭
1.8 组	消费者行为与心理（6）	B433	金晓彤	陈凯	王建国
1.9 组	战略品牌管理	B444	聂元昆	冯小亮	李世豪
1.10 组	营销渠道研究（1）	A421	盛光华	袁靖波	贾煜
1.11 组	广告传播与新媒体营销（1）	B337	王海忠	郝渊晓	何德华
1.12 组	服务营销	A509	何佳讯	宫秀双	柯丹
1.13 组	营销模型（1）	C252	傅凌燕	刘欢	郭麦莉
1.14 组	消费者行为与心理（线上1）	腾讯会议	张逸石	袁微	
1.15 组	消费者行为与心理（线上2）	腾讯会议	刘世雄	张瑾	
1.16 组	其他营销问题研究（线上1）	腾讯会议	孙瑾	雷莹	



平行论坛索引（平行论坛 II）

时间：7月15日 15:20-17:00 地点：经济与管理学院

组别	专题	地点	主持人	点评人	
2.1 组	可持续消费（3）	C273	张闯	刘满芝	陈洁
2.2 组	可持续消费（4）	B255	项朝阳	王跃梅	初星宇
2.3 组	消费者行为与心理（7）	A321	黄韞慧	陈可	张宁
2.4 组	消费者行为与心理（8）	C379	杨洪涛	李少波	孙伟
2.5 组	消费者行为与心理（9）	C373	孙琦	肖莉	丰超
2.6 组	消费者行为与心理（10）	C366	钱力显	郑晓莹	张昊
2.7 组	消费者行为与心理（11）	B430	钱丽萍	寿志钢	李晨溪
2.8 组	消费者行为与心理（12）	B433	李季	周玲	余樱
2.9 组	营销战略（1）	B444	吴水龙	张琴	殷云露
2.10 组	营销战略（2）	A421	杨德锋	顾雷雷	李义娜
2.11 组	营销渠道研究（2）	B337	王毅	厉行	张颖婕
2.12 组	广告传播与新媒体营销（2）	A509	赵卫宏	江红艳	靳菲
2.13 组	新技术营销（1）	C252	彭红霞	刘野逸	谢毅
2.14 组	消费者行为与心理（线上3）	腾讯会议	刘世雄	张瑾	
2.15 组	消费者行为与心理（线上4）	腾讯会议	刘新燕	雷莹	



平行论坛索引（平行论坛III）

时间：7月16日 08:30-10:10 地点：经济与管理学院

组别	专题	地点	主持人	点评人	
3.1组	可持续消费（5）	C273	柳武妹	涂铭	谢毅
3.2组	消费者行为与心理（13）	B255	黄苏萍	杨礼茂	王梦阳
3.3组	消费者行为与心理（14）	A321	刘宏举	冯文婷	刘咏丹
3.4组	消费者行为与心理（15）	C379	肖淑红	孔锐	叶樊妮
3.5组	消费者行为与心理（16）	C373	赵晶	王锐	宫秀双
3.6组	消费者行为与心理（17）	C366	袁少锋	袁靖波	陈鑫
3.7组	消费者行为与心理（18）	B430	蒋玉石	李晓	董维维
3.8组	消费者行为与心理（19）	B433	彭璐璐	乔飞	张璇
3.9组	营销战略（3）	B444	张云起	杨浙帅	刘野逸
3.10组	广告传播与新媒体营销（3）	A421	宋思根	陈增祥	陈姝
3.11组	新技术营销（2）	A511	胡春	张泽林	彭晨明
3.12组	其他营销问题研究（1）	A509	董晓松	刘欢	刘建新
3.13组	其他营销问题研究（2）	C252	黎建新	牟宇鹏	王建国
3.14组	消费者行为与心理（线上5）	腾讯会议	朱瑾	陈通	
3.15组	消费者行为与心理（线上6）	腾讯会议	孙瑾	李四兰	
3.16组	其他营销问题研究（线上2）	腾讯会议	张逸石	朱文婷	



平行论坛索引（平行论坛IV）

时间：7月16日 10:20-12:00 地点：经济与管理学院

组别	专题	地点	主持人	点评人	
4.1组	可持续消费（6）	C273	徐岚	任星耀	孙洋
4.2组	消费者行为与心理（20）	B255	黄苏萍	姚琦	马克态
4.3组	消费者行为与心理（21）	A321	郭晓凌	冯文婷	刘咏丹
4.4组	消费者行为与心理（22）	C379	牛全保	孔锐	叶樊妮
4.5组	消费者行为与心理（23）	C373	张初兵	陈瑞	唐漾一
4.6组	消费者行为与心理（24）	C366	袁少锋	池韵佳	陈鑫
4.7组	消费者行为与心理（25）	B430	王小毅	刘文纲	魏想明
4.8组	数字强国下的营销战略	B433	陈国平	金虹	王魁
4.9组	营销战略（4）	B444	付晓蓉	赵海川	项典典
4.10组	广告传播与新媒体营销（4）	A421	宋艳	陈增祥	陈妹
4.11组	新技术营销（3）	A511	崔登峰	张泽林	彭晨明
4.12组	其他营销问题研究（3）	A509	李纯青	童泽林	姜舒文
4.13组	消费者行为与心理（线上7）	腾讯会议	孙瑾	李四兰	
4.14组	消费者行为与心理（线上8）	腾讯会议	朱文婷	袁微	
4.15组	其他营销问题研究（线上3）	腾讯会议	朱瑾	陈通	



分论坛 1.1 主题：可持续消费（1）

主持人：王建民

点评人：杨浙帅、周元元

时 间：7月15日 13:30–15:10

地 点：C273

序号	论文题目	作者	单位
1	How Knowledge Shapes New Family Used Product Purchase: Empirical Study of Existing Product and Partner Effects	Shihao Li Juan Xu Qing Ye	University of International Business and Economics NEOMA Business School Hunan University
2	“万众瞩目”抑或“单独关注”？不同关注情境下环境威胁对绿色消费行为的影响	王建明 叶国涛 谢鹏琛 黄相宜	浙江财经大学
3	企业社会责任类型、CSR 涉入度与消费者公民行为	袁靖波 陈凤仪 吴泳权 胡月儿	深圳大学
4	换种表述更有效？信息框架对气候变化风险感知的影响	张瑾 蔡龄葵	暨南大学
5	How environmental labeling color saturation affects product evaluation: From a signal theory perspective	李游 吴水龙 袁永娜 胡泽坤	北京理工大学 中国科学院大学



分论坛 1.2 主题：可持续消费（2）

主持人：项朝阳

点评人：贺和平、崔登峰

时 间：7月15日 13:30–15:10

地 点：B255

序号	论文题目	作者	单位
1	垃圾分类友好型包装对购买意愿的影响——感知便利性的中介效应和回收行为的调节效应	吴水龙 赵嘉隽 胡左浩 袁永娜	北京理工大学 清华大学
2	资源型企业低碳转型的制度化过程——基于陕西钢铁集团的案例研究	高曦含 高原 虞吉海	北京大学
3	社区团购下顾客间互动、顾客共情能力影响顾客公民行为的效应研究	白琳 张迪	安徽大学
4	基于感知市场影响理论的城市居民生活垃圾零废弃行为的链式中介模型	贺爱忠 周冰倩	湖南大学
5	The Impact of the Adoption of Electric Vehicles in Public Transportation Markets on Their Diffusion in Consumer Markets	Caiyun Zhang Joanne Nicola Sneddon Zhuomin Shi Julie Anne Lee	Sun Yat-sen University University of Western Australia
6	制造企业环境战略对财务绩效的影响研究——公众环境关注和客户信息提供的调节作用	钱丽萍 曹燕敏	重庆大学



分论坛 1.3 主题：消费者行为与心理（1）

主持人：李先国

点评人：赵海川、王魁

时 间：7月15日 13:30-15:10

地 点：A321

序号	论文题目	作者	单位
1	组合货币情境下的消费者积分兑换行为研究 ——感知目标进展理论的视角	姚卿 赵安林	北京科技大学
2	集合推荐真的奏效吗？ ——焦点目标的重要性与产品推荐方式的交互作用对购买意愿的影响	陈立彬 王硕 马珂 武雨昕	北京工商大学
3	怀旧类型差异对消费者幸福感的研究- 基于顾客灵感理论	高鹏 刘帅星	西北大学
4	求独还是求偶？情绪诉求和社会排斥对消费者购买意愿的影响	谢升成 卫海英 刘福	暨南大学
5	助农直播情境下社会临场感对冲动性购买意愿的影响研究	陈思思 温定钊 张蕾	深圳大学



分论坛 1.4 主题：消费者行为与心理（2）

主持人：连漪

点评人：牟宇鹏、郭显琅

时 间：7 月 15 日 13:30–15:10

地 点：C379

序号	论文题目	作者	单位
1	越活跃就越好吗- 反应视频中 UP 主信息源活跃度对持续观看意愿的影响	李志兰 汪莹莹 王昊罡	河南财经政法大学
2	What drives consumers to share their online shopping carts?	孙文文 赵海川 陈凯丽	山东大学
3	初步探索短视频顾客灵感的 ERP 效应	覃丽君 高鹏	西北大学
4	Will you share the negative information: Examining e-WOM on consumer resistance to innovation	Yang Sun Wenmei Ding Xuhui Wang Xiaoxue Ren	Northeastern University Dongbei University of Finance and Economics
5	运气感对跨期决策影响研究	赵建彬 贺佳仪	东华理工大学



分论坛 1.5 主题：消费者行为与心理（3）

主持人：刘益

点评人：董维维、王璐

时 间：7月15日 13:30–15:10

地 点：C373

序号	论文题目	作者	单位
1	真人还是虚拟形象 —— 代言人类型和 品牌个性对品牌态度的交互效应	张宁 梁芷祺 洪莎	深圳大学
2	新国货品牌叙事：数字媒体环境下与消 费者叙事共建的过程机制	龚艳萍 张晓雪 唐丹妮	中南大学
3	蠢哭了？萌呆了！产品愚钝面孔对消费 者爱护倾向的影响	王静远 谢志鹏 李京录	华中师范大学 河南大学
4	The differential roles of chronic and transient loneliness in consumers' variety-seeking behavior	李婷 王风华	上海外国语大学
5	莫道桑榆晚，为霞尚满天——银发浪潮 背景下老年人新型消费扎根研究	李志兰 吴佟蔚 孙敬然	河南财经政法大学



分论坛 1.6 主题：消费者行为与心理（4）

主持人：龚艳萍

点评人：王梦阳、冉雅璇

时 间：7月15日 13:30–15:10

地 点：C366

序号	论文题目	作者	单位
1	评级分布极化重要吗 ——评级分布、评分和评论量的交互作用对消费者购买意愿的影响	付晓蓉 王家蕾	西南财经大学
2	付费会员制下零售自有品牌延伸对会员续费意愿的影响机制研究：基于感知专属性感知丰富性的中介作用	刘文纲 徐静 段晓洁 郑明赋	北京工商大学
3	彩妆产品色系命名方式对消费者购买意向的影响研究	张成虎 杨春白雪	中国传媒大学
4	来自北纬 25°还是大理 ——食品原产地标签类型对消费者购买意愿的影响探究	喻英豪 肖强 周炫怡	武汉大学
5	“寻求本真，为你而来”--网红产品线索对消费者购买意愿的影响研究	崔登峰 刘春娟	石河子大学
6	思得其乐：社会预期思考视角下权力感对冲动消费的影响研究	王艳芝 姚唐 曹花蕊	天津商业大学 北京航空航天大学 天津师范大学



分论坛 1.7 主题：消费者行为与心理（5）

主持人：王兴元

点评人：王雪华、涂铭

时 间：7月15日 13:30–15:10

地 点：B430

序号	论文题目	作者	单位
1	Protagonist or Observer? How the Presentation Perspective of Virtual Vicarious Tourism Influences Audience Behavior	李秀秀 李志强 冉雅璇	中南财经政法大学
2	A Trickle Beats a Gush: How Donation Frequency Impacts Consumers' Moral Response	Jihao Hu Tongmao Li Miranda Goode	The Chinese University of Hong Kong Western University
3	社交媒体与老年人的投资组合多样性——来自中国家庭的微观证据	王翠 任明丽 孙琦	上海财经大学 常州工学院
4	基于文本挖掘的网购顾客满意度内在机理的时变特征	王明月 孔锐	中国地质大学 (北京)
5	Unlocking the Power of Emotional Appeals in Online Charitable Crowdfunding: Exploring the Heterogeneous Effects of Emotion Expression on Donation Outcomes	张梓琪 郭国庆	中国人民大学
6	绿色品牌广告的类比手法对品牌评价的影响研究—基于左右位置效应的影响	罗杨 郭锐 王益鹏	中国地质大学 (武汉)



分论坛 1.8 主题：消费者行为与心理（6）

主持人：金晓彤

点评人：陈凯、王建国

时 间：7月15日 13:30–15:10

地 点：B433

序号	论文题目	作者	单位
1	环境知识、环境意识对绿色旅游消费意愿的影响机制研究	王立明 王毅	中央财经大学
2	How Social Exclusion Shapes Preferences for Differentiation: A Dual-Mediation Model	于若愚 肖皓文	海南大学
3	“防患未然”还是“乐在其中”——AI参与新产品设计对消费者购买意愿的影响机制研究	姜贝琲	中南财经政法大学
4	How language style affects crowdfunding performance: Evidence from reward-based crowdfunding	李季 徐顺治 王轩	中央财经大学
5	How COVID-19 and hotel advertising appeal affect green hotel consumption over area and period: Evidence from China	冯竞丹 童泽林 冯文婷	海南大学



分论坛 1.9 主题：战略品牌管理

主持人：聂元昆

点评人：冯小亮、李世豪

时 间：7月15日 13:30–15:10

地 点：B444

序号	论文题目	作者	单位
1	Revenge or Reconciliation: Understanding Overseas Consumers' Reactions to Multinational Brand Transgressions	袁少锋 高英	辽宁大学
2	中国企业品牌“出海”——企业参与“一带一路”建设如何提升企业品牌价值	崔登峰 李锦秀	石河子大学
3	鱼和熊掌，不可兼得？老字号传承与创新对跨界延伸态度的双向影响机制研究	徐伟 高长贵	安徽财经大学
4	基于城市文化元素的顾客感知品牌创新对品牌忠诚度的影响——政府政策有效性的调节作用	张士杰 时邦献 童瑾兰	湘潭大学
5	城市品牌如何影响企业家精神？——来自文明城市评选的经验证据	崔登峰 王楠楠	石河子大学



分论坛 1.10 主题：营销渠道研究（1）

主持人：盛光华

点评人：袁靖波、贾煜

时 间：7 月 15 日 13:30–15:10

地 点：A421

序号	论文题目	作者	单位
1	分销商敏捷性的塑造及其作用结果：组织间关系特征的作用	蓝天尉 张闯	东北财经大学 大连理工大学
2	Tolerate or Respond? The Role of Local Supplier Perceived Unfairness in International Buyer–Supplier Exchanges: A Contingency View	王梦阳 杜佳霖	华中科技大学 中国人民大学
3	Research on the Execution Problem in Channel Contract Governance from the Perspective of Differential Mode of Association	丰超 李学成 陈慧 庄贵军	南京航空航天大学 南京师范大学 西安交通大学
4	O2O 情境下竞争门店对焦点门店线上业务的需求溢出效应：来自一个自然实验的证据	寿志钢 滕洪信 赵华中 彭紫荆	武汉大学 香港城市大学
5	How Do Buyers React When Suppliers Try to Stand Out Through Corporate Philanthropy? A Contingent Relational Governance Perspective	寿志钢 滕洪信 朱文婷 张佳美	武汉大学 西南财经大学



分论坛 1.11 主题：广告传播与新媒体营销（1）

主持人：王海忠

点评人：郝渊晓、何德华

时 间：7月15日 13:30–15:10

地 点：B337

序号	论文题目	作者	单位
1	奖励型自我赠礼诉求广告对消费者购买意愿的影响研究	钱程 孙洪庆	中南财经政法大学
2	审丑广告对消费者口碑传播意愿的影响研究	郭锐 戴心雨	中国地质大学 (武汉)
3	健康险广告信息框架对消费者购买转化的影响研究	朱丽娅 金银花 任星耀 白寅	宁夏大学 南开大学 天津大学
4	电商主播反向推荐对消费者购买意愿的影响：消费者灵感的中介作用	舒彤 郭崇义	北京工商大学
5	旅游直播对潜在游客购买意愿及持续观看的影响机制研究：基于感知价值视角	赖嘉颖 周乐宜 洪凯佳 陈辉华 古晨妍	广东工业大学



分论坛 1.12 主题：服务营销

主持人：何佳讯

点评人：宫秀双、柯丹

时 间：7月15日 13:30–15:10

地 点：A509

序号	论文题目	作者	单位
1	情绪劳动视角下情绪展现规则对员工任务绩效影响研究	田启涛 陈思琪 张子尧	河南财经政法大学
2	基于耦合协调模型的澳门旅游市场绿色程度研究	马亚坤 孟美茹 孔锐	中国地质大学 (北京)
3	COGNITIVE BIASES AND BLAME SPILLOVER EFFECTS IN THE SHARING PLATFORM SERVICE FAILURES	付晓蓉 白梨霏	西南财经大学
4	Understanding Consumers' Social Media Revenge owing to Perceived Product Failures	袁少锋 高英	辽宁大学
5	“Comments are disabled for this tweet”: Examining the impact of comment-disabling on secondary crisis communication in a social media crisis	廖俊云 陈嘉雯 Jiang Ying	暨南大学 武汉大学



分论坛 1.13 主题：营销模型(1)

主持人：傅凌燕

点评人：刘欢、郭麦菊

时 间：7月15日 13:30–15:10

地 点：C252

序号	论文题目	作者	单位
1	Subsidiary Autonomy and MNEs CSR Performance in the Host Country	李佳轩 王梦阳	华中科技大学
2	Don't shame your ancestor: the role of clan culture on corporate fraud	李宇泽 刘菲菲 汪涛	武汉大学
3	渠道投机行为容忍对经济绩效的双刃剑效应：法律和道德规范要素的权变作用	张闯 窦志慧	大连理工大学 东北财经大学
4	Born in Distress: The Effect of the Executives' Early Famine Experience on Firm Internationalization	刘菲菲 汪涛	武汉大学
5	Managerial ability, institutional pillars and outward foreign direct investment by private listed firms: Evidence from China	韩林昊 汪涛	武汉大学



分论坛 1.14 主题：消费者行为与心理（线上1）

主持人：张逸石

点评人：袁微

时 间：7月15日 13:30–15:10

腾讯会议链接：771-296-7013

序号	论文题目	作者	单位
1	The Effect of Social Crowding on Variety-seeking Behavior	夏心悦 吴昂鸿 李晨溪	北京航空航天大学
2	积极心理学视阈下社会比较与老年人怀旧消费——链式中介模型及比较内容差异	金晓彤 张桂涓	吉林大学
3	社会拥挤对仪式性消费的影响机制研究	余可发 张喜霞	江西财经大学
4	“出人意料”还是“墨守成规”？新产品外形一致性对顾客融入意愿的影响研究	梁剑平 王素莹 周翔 于玉	中山大学
5	平台信息边界视角下算法推荐广告数据来源对用户态度的影响研究	陈思 吴雅君	重庆工商大学
6	旅游直播情境下社会临场感对消费者旅游意愿的影响研究	王影 邱佳莹	东北师范大学



分论坛 1.15 主题：消费者行为与心理（线上2）

主持人：刘世雄

点评人：张瑾

时 间：7 月 15 日 13:30–15:10

腾讯会议链接：959-185-3289

序号	论文题目	作者	单位
1	公众“野性消费”行为的成因——基于模糊集定性比较分析(fsQCA)	崔浩男 漆家森 闵国琳	中国人民大学 北京外国语大学 铜陵学院
2	Can Self-declaration and Certification Generate Price Premiums for Geographical Indications? Evidence from Chinese E-commerce Platforms	王猛 葛继红	南京农业大学
3	拟人化策略对感知品牌地位的消极影响	黄靖雅 王良燕	上海交通大学
4	“颜值”还是“功能”？消费者产品获取方式对目标产品属性偏好的影响	康娜 柳武妹	兰州大学
5	强迫性购买行为研究现状及热点 —— 基于 Web of Science 核心合集的文献计量分析	肖凯心 贺和平	深圳大学



分论坛 1.16 主题：其他营销问题研究（线上1）

主持人：孙瑾

点评人：雷莹

时 间：7月15日 13:30-15:10

腾讯会议链接：901-075-3842

序号	论文题目	作者	单位
1	新零售企业的线上线下功能整合与价值 重构研究——以盒马鲜生为例	张娜 刘勇	武汉科技大学
2	社会企业家驱动与舍得文化渗透的商业 模式创新研究 ——基于胖东来、果岸便 利的双案例对比	胡沛枫 朱璐月 吴祎	华北水利水电大学
3	基于 SOR 框架的电影消费者购买意愿 研究	孙静春 杨紫璐 刘畅	西安交通大学
4	线上拍卖中竞拍者兼顾多个拍卖对其竞 价水平的影响	孙磊磊 刘园园	西安交通大学
5	城市数字化、权力寻租与企业创新	刘梦洁 肖小勇 王海艳	华中农业大学
6	服务业智能化发展的理论模型构建	涂阳军 杨智	湖南大学



分论坛 2.1 主题：可持续消费（3）

主持人：张闯

点评人：刘满芝、陈洁

时 间：7月15日 15:20–17:00

地 点：C273

序号	论文题目	作者	单位
1	纠正、补偿和培养商誉型企业社会责任行为对于品牌综合评价的影响研究	崔登峰 张家宁	石河子大学
2	奋进还是懈怠？规避品牌的营销模仿行为及其影响	雷希 杨德锋 吴俊宝	暨南大学
3	以“虚”促“实”：游戏化反馈助推线下绿色消费行为的机制研究	王建明 谢鹏琛 黄相宜 叶国涛 胡志强	浙江财经大学
4	慈善组织标识设计不稳定性对捐赠意愿的影响研究	郭显琅 刘宗华	广东财经大学 三峡大学
5	Time-space-connections in Online Pro-environmental Behaviour Choice	马亚莉 牟宇鹏	中国矿业大学



分论坛 2.2 主题：可持续消费（4）

主持人：项朝阳

点评人：王跃梅、初星宇

时 间：7月15日 15:20–17:00

地 点：B255

序号	论文题目	作者	单位
1	趋近还是规避？调节匹配视角下的可持续行为意愿研究	张瑾 梁颖珊	暨南大学 广州品牌创新发展研究基地
2	可持续消费行为对消费者幸福感的影响机制研究——基于需求满足感的中介效应和绿色自我效能感的调节效应	吴水龙 史毅然 申大为	北京理工大学
3	绿色品牌如何影响消费者行为：研究述评与展望	程敬然 卫海英	暨南大学
4	From Waste to Consumption: The Strategy and Mechanism for Reducing the Waste of Imperfect Agricultural Products	蔡镇川 赵海川 宋子颂	山东大学
5	目的地真实性和旅游动机对游客文化遗产保护行为的影响研究	涂剑波	北方工业大学



分论坛 2.3 主题：消费者行为与心理（7）

主持人：黄韞慧

点评人：陈可、张宁

时 间：7 月 15 日 15:20–17:00

地 点：A321

序号	论文题目	作者	单位
1	社会距离、消费者价值共创和保险购买意愿	王海萍 刘彦君	山东财经大学
2	序贯决策中焦点转移对后决策产品购买意愿的影响	余樱 李金妹	华中农业大学
3	自我意识状态如何影响消费者心理表征和广告偏好	王海燕 费显政 黄茜	江西师范大学 中南财经政法大学 武汉商学院
4	情景互动广告类型对顾客融入的差异影响：顾客灵感的中介作用	高鹏 王燕燕	西北大学
5	社会拥挤对消费者自然产品偏好的影响研究	崔云娇 彭璐璐	湖南大学



分论坛 2.4 主题：消费者行为与心理（8）

主持人：杨洪涛

点评人：李少波、孙伟

时 间：7月15日 15:20–17:00

地 点：C379

序号	论文题目	作者	单位
1	难以解释的解释水平理论：4种疾病的健康风险感知研究	黄韬 陈嘉嘉 李湘 李晋翹 雷超	广东药科大学
2	社交媒体与伴侣财务不忠：大数据信息茧房和伴侣态度极化视角	宁怡君 Juan Xu 李世豪	对外经济贸易大学 NEOMA Business School
3	真的远还是觉得远？到店距离对消费者价格偏好和购物体验的影响：基于消费者心理距离和解释水平的视角	王勇 赵统统 张荟泽 刘慧榕 李杨	北京工商大学
4	The effect of text–emoji mismatch in online reviews on perceived authenticity and helpfulness	陈凯丽 蔡镇川 赵海川 孙文文	山东大学
5	运气感对消费者捐赠意愿的影响研究	赵建彬 卢梦雷	东华理工大学



分论坛 2.5 主题：消费者行为与心理 (9)

主持人：孙琦

点评人：肖莉、丰超

时 间：7月15日 15:20-17:00

地 点：C373

序号	论文题目	作者	单位
1	农产品追溯信息特征对消费者购买决策的影响机制研究—不确定性规避的调节作用	高聪 项朝阳	华中农业大学
2	The round time effect: Starting time roundness drives consumers' willingness to participate	赵爽爽 胡洋红 徐岚 崔楠	西北农林科技大学 University of Aberdeen 武汉大学
3	多任务处理对消费者极简设计产品偏好的影响	刘新燕 刘晓文 伍海兰	中南财经政法大学
4	性别对社交折扣中求人砍价的影响研究	涂铭 郭子政 陈卓琪 朱天翔 孙园园	华中农业大学 武汉大学
5	扶贫宣传风格对农产品质量感知的影响	王大海 姚唐 段坤 曹花蕊 范秀成	天津工业大学 北京航空航天大学 中国人民大学 天津师范大学 复旦大学



分论坛 2.6 主题：消费者行为与心理 (10)

主持人：钱力显

点评人：郑晓莹、张昊

时 间：7月15日 15:20–17:00

地 点：C366

序号	论文题目	作者	单位
1	继续伪善还是着手维缮 ——企业伪善与消费者抵制的关系分析	田雪莹 魏郁颖	上海工程技术大学
2	空间概念的营销效果以及影响因素与作用机制	祁念 邱雨晴 唐刘露 丁梓健 初星宇	南京大学
3	How social presence influences consumer well-being in live video commerce: the mediating role of shopping enjoyment and the moderating role of familiarity.	黄侦 闫雪 邓加	赣南师范大学
4	AI 厌恶 vs. AI 喜爱：消费者对于人工智能推荐产品类型的采纳意愿及影响机制	赵靖文 罗俊乐 俞炜楠 李斌	暨南大学
5	产品属性信念对跨界产品的重要影响及信念增强策略研究	杨建华 唐一凡 范秀成	复旦大学



分论坛 2.7 主题：消费者行为与心理（11）

主持人：钱丽萍

点评人：寿志钢、李晨溪

时 间：7 月 15 日 15:20–17:00

地 点：B430

序号	论文题目	作者	单位
1	公平感知如何影响生育意愿——社会比较的作用	杨浙帅 戴思琦 赵旦	浙江大学 厦门大学
2	心理意象对消费者虚拟 CSR 共创参与意愿的影响	周飞 张娜 钟泓琳	华侨大学 绵阳科技城“两金”管理中心
3	自我觉察的活在当下：正念、更积极的自我帮助唤起更多可持续行为意愿	孙瑾 司佳	对外经济贸易大学
4	因“地”制宜：地缘关系对目的地品牌代言人选择的影响	李晨	长沙理工大学
5	了解社交媒体广告推荐来源对消费者点击意愿的影响 ——关注推荐数据集的差异	范文芳 邵兵家	重庆大学



分论坛 2.8 主题：消费者行为与心理 (12)

主持人：李季

点评人：周玲、余樱

时 间：7月15日 15:20–17:00

地 点：B433

序号	论文题目	作者	单位
1	Chatbot identity disclosure in service failure on online travel agency	李天歌 张初兵	天津财经大学
2	“鸡娃”消费的代际心理补偿机制：感知地位威胁对子女提升类消费偏好的影响	郑文雪 郑晓莹 彭泗清	北京大学 中山大学
3	来自 ChatGPT 的“饭碗焦虑”：人工智能角色对消费者偏好的影响	张昊 白晓菲	东北大学
4	The Easier, The Better? How Payment Form Influences Product Use	李奥旗 黄敏学 陈星宇	武汉大学
5	社会化电子商务平台中社会临场感对用户价值共创的影响——知觉同质性的调节效应	涂剑波 耿颖智	北方工业大学



分论坛 2.9 主题：营销战略（1）

主持人：吴水龙

点评人：张琴、殷云露

时 间：7月15日 15:20–17:00

地 点：B444

序号	论文题目	作者	单位
1	Product innovation or Corruption as A Response to Competitive Threat from Informal Competitors? An Attention-Based View	王魁 何俊嘉 张瑾 陈燕燕	暨南大学
2	住房限购政策、消费结构与银行扩张	黄敏学 喻英豪	武汉大学
3	Does Corporate Social Responsibility Reduce Idiosyncratic Risk? A Contingency Framework of Opportunity Costs	王魁 何俊嘉 周汇铎 熊继伟	暨南大学 武汉大学
4	Competitive action structure and firm performance: The influence of the market demand side on deregulated industries	袁靖波	深圳大学
5	CEO 权力与跨渠道整合战略：行业动态性的调节作用	钱丽萍 杨云雁	重庆大学
6	聚焦还是分散?企业数字化业务组合多样性对创新绩效的影响研究—基于吸收能力视角	刘金鑫 汪坤 赵孟丽	华中科技大学 武汉大学



分论坛 2.10 主题：营销战略（2）

主持人：杨德锋

点评人：顾雷雷、李义娜

时 间：7月15日 15:20–17:00

地 点：A421

序号	论文题目	作者	单位
1	智能产品 AI 体验如何影响购买意愿？ ——以新能源汽车智能座舱为例	陈璐瑶 王海忠	中山大学
2	社交媒体原创内容如何影响商业内容 ——基于社交平台影响者微观数据的 实证研究	孙梦阳 孙琦 陈隽旒	上海财经大学
3	前作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 孙琦 陈隽旒	上海财经大学
4	产品排名对消费者需求的影响:基于中 国电影市场的实证研究	陈隽旒 孙琦 龚姝颖	上海财经大学
5	众筹福利解锁对项目绩效的影响	徐岚 张亦驰 陈祺 王丽君 崔楠	武汉大学
6	An Empirical Analysis of the Impacts of Danmaku in Live-Streaming Commerce: A Topic Modeling Approach	王洪琬 李国鑫 谢晓东 吴少辉	哈尔滨工业大学



分论坛 2.11 主题：营销渠道研究（2）

主持人：王毅

点评人：厉行、张颖婕

时 间：7月15日 15:20 - 17:00

地 点：B337

序号	论文题目	作者	单位
1	Disgust and Restricted: Consumers Prefer Wide Product Arrangement Interstices Under Infectious Disease Threat	Wumei Liu Laszlo Sajtos	Lanzhou University University of Auckland
2	企业主导虚拟社区质量对消费者忠诚意愿的影响机制研究	李桂华 戴晓东	南开大学
3	The Double-edged Sword Effect of Sustainability-oriented Supplier Development on Performance: The Mediation of Conflict and Legitimacy	汪涛 樊志文	武汉大学
4	个人影响力如何影响渠道合作绩效？ 基于差序格局理论视角	丰超 何勇 陈慧 韩彩霞 庄贵军	南京航空航天大学 西安交通大学 南京师范大学
5	全渠道整合对顾客契合行为的影响机制研究：顾客体验的中介作用	陆淳鸿 姜小迁	江西财经大学



分论坛 2.12 主题：广告传播与新媒体营销（2）

主持人：赵卫宏

点评人：江红艳、靳菲

时 间：7月15日 15:20–17:00

地 点：A509

序号	论文题目	作者	单位
1	化妆前后的颜值对美妆视频播放量的影响研究	李君荣 周影辉	深圳大学
2	短视频感官知觉对旅游目的地态度的影响研究	侯如靖 孙方敏	天津职业技术师范大学
3	Facing “Yes”, Backing “No”: Judging Product Effectiveness from Body Orientation	刘芝彤 王新刚 郭麦菊	中南财经政法大学
4	广告时间导向如何塑造消费者的新产品偏好——基于时间隐喻理论的视角	李同茂 王宇新 李希	加拿大毅伟商学院 埃克塞特大学 深圳大学
5	明星代言人类型和求助者群体类型对个人捐赠意愿的交互影响研究	朱华伟 李彦霓 何斌	武汉大学



分论坛 2.13 主题：新技术营销（1）

主持人：彭红霞

点评人：刘野逸、谢毅

时 间：7月15日 15:20–17:00

地 点：C252

序号	论文题目	作者	单位
1	Keeping it Real in Human Eyes: Receptivity to Human vs. AI in Luxury Authentication	马雪静 靳菲	华东师范大学 四川大学
2	男声道歉更加真诚有效吗？——服务 失败情境下合成语音性别对补救效果 的影响研究	王新刚 蒋俊	中南财经政法大学
3	产品人格化对故障后更换意愿的影响	朱华伟 向潇潼	武汉大学
4	The Negative Spillover Effect of AI on Interactive Trust in Tourism Services: The Moderating Effect of Sustainable Development Orientation	孙滕	中国矿业大学
5	服务场景中人工智能产品采纳研究:概 念化、测量与消费者幸福感影响验证	沈鹏熠 万德敏 朱澳男 李佳莹	江西财经大学



分论坛 2.14 主题：线上消费者行为与心理 (3)

主持人：刘世雄

点评人：张瑾

时 间：7月15日 15:20–17:00

腾讯会议链接：771-296-7013

序号	论文题目	作者	单位
1	社交平台原生广告的双路径研究：基于上下文原生性和社交原生性的混合机制	李若玥	中国传媒大学
2	政府监管预期对个人数据授权的影响研究：基于调节定向理论的信息解码过程	康俊 兰静怡	北京邮电大学
3	数字技术成熟度、组织遗忘与迭代创新——基于制度环境的调节效应	舒成利 李涛	西安交通大学
4	直播营销中社会动员策略及影响机制研究：群体行为动力的双路径视角	王璐 熊雯欣	中南财经政法大学
5	老字号品牌跨界创新对消费者购买意愿的影响研究——消费者灵感的中介作用	张晓燕 张苗苗	上海海事大学
6	看见他手触摸 vs. 看见他人触摸？线上零售环境中两类替代性触摸的双刃剑效应预测及路径阐释	柳武妹 张新新	兰州大学



分论坛 2.15 主题：线上消费者行为与心理（4）

主持人：刘新燕

点评人：雷莹

时 间：7月15日 15:20–17:00

腾讯会议链接：959-185-3289

序号	论文题目	作者	单位
1	不同主体用户数据投入对信息披露和保护意愿的影响效应研究	康俊 崔馨月 兰静怡	北京邮电大学
2	基于UGC数据的护肤品国货品牌形象感知研究——以百雀羚护肤品为例	张晓燕 申训铨	上海海事大学
3	量化自我对消费者创新性寻求的影响	张宇东 杜立婷 王洁	江西师范大学 天津工业大学
4	越虚幻越吸引人？——虚拟代言人类型对消费者品牌态度的影响	张宁 麦睿颖 徐毅	深圳大学
5	国内外顾客惊喜研究脉络、热点与趋势——基于CiteSpace的可视化分析	彭红霞 许淑伟	湖北大学
6	感知资源稀缺如何影响消费者算法推荐偏好	贾煜 陈沁妤	武汉大学



分论坛 3.1 主题：可持续消费（5）

主持人：柳武妹

点评人：谢毅、涂铭

时 间：7月16日 8:30-10:10

地 点：C273

序号	论文题目	作者	单位
1	给予希望还是感受绝望？公益营销中的希望关注引导对个体捐款行为的影响研究	李杨 刘慧榕 梁宇萱	北京工商大学
2	开启有机生活方式：基于信息加工视角的绿色广告诉求与有机食品购买意愿的研究——基于心理抗拒的中介作用	范公广 王舒婷	石河子大学
3	绿色消费偏好的反应机制：品牌拟人化和产品类型的匹配效应	聂元昆 刘莉	云南财经大学
4	共鸣还是抗拒——绿色品牌仪式对消费者绿色契合行为的影响研究	王婧娴 郭锐	中国地质大学 (武汉)
5	可持续视角下游戏化动机对消费者行为的影响	孙永波 邢佳媛	北京工商大学



分论坛 3.2 主题：消费者行为与心理 (13)

主持人：黄苏萍

点评人：杨礼茂、王梦阳

时 间：7月16日 8:30-10:10

地 点：B255

序号	论文题目	作者	单位
1	外卖平台满减优惠表述对消费者凑单意愿的影响研究	张成虎 赵美玲	中国传媒大学
2	Preference for Experiential or Material Purchases? The Impact of Message Framing	李斌	暨南大学
3	The More Coupons, the Better? -- Effects of Coupon Overload on Consumers Purchase Intention and Satisfaction	古晨妍 贾舒越 林尧敏 陈佳涵 李立统 周蕾	广东工业大学
4	How does perfectionism influence consumers' product evaluation? - A perspective based on product uncertainty	陈立彬 武雨昕 陈冠宏 王硕	北京工商大学
5	Shh! Keep it in secret! The use of secrecy appeal in self-improvement product advertising increases purchase intention	童泽林 刘翰林	海南大学



分论坛 3.3 主题：消费者行为与心理 (14)

主持人：刘宏举

点评人：冯文婷、刘咏丹

时 间：7月16日 8:30-10:10

地 点：A321

序号	论文题目	作者	单位
1	抓大放小 vs.循序渐进——慈善广告颜色类型对孤独个体捐赠意愿的影响	冯文婷 李洁 陶逸飞 胡中银	中国地质大学 (武汉)
2	Will “Responsible” Corporate has “Responsible” Employees? The Relationship between Corporate Social Responsibility’ and Employees Socially Responsible Consumption Behavior	谢菊兰 骆亚 贺筱星	中南大学
3	品牌仪式对消费者自我-品牌联结的影响机制研究 ——基于沉浸感的中介作用	彭艳君 魏晓月	北京工商大学
4	符号消费时代，品牌-IP 契合度对品牌忠诚的影响机制研究 ——基于符号价值感知的中介作用	王紫蔷	北京工商大学
5	品牌自播失误对负面口碑传播的影响研究——品牌厌恶的中介作用	孙彪 常赛男	河南财经政法大学



分论坛 3.4 主题：消费者行为与心理 (15)

主持人：肖淑红

点评人：孔锐、叶樊妮

时 间：7月16日 8:30-10:10

地 点：C379

序号	论文题目	作者	单位
1	The effects of menstrual cycle on women's novel food preference: The mechanism of food exploration tendency	Rui Chen Ting Xu Chengwen Jin	Xiamen University
2	信任如何影响患者选择——来自好大夫平台的 2685 条经验证据	刘遗志 汪宇洪 符国群	贵州大学 北京大学
3	大疫无常，有备无患？新冠肺炎疫情反复对消费者恐慌性购买的影响研究	刘建新 范秀成 林沁	西南大学 复旦大学
4	代言类型对消费者功能性食品购买意愿的影响研究	范公广 李艳艳	石河子大学
5	在线信息偶遇:前台任务与广告诉求对购买意愿的交互影响	龚艳萍 陈聿明 钟萍 谭宇轩	中南大学



分论坛 3.5 主题：消费者行为与心理 (16)

主持人：赵晶

点评人：王锐、宫秀双

时 间：7月16日 8:30-10:10

地 点：C373

序号	论文题目	作者	单位
1	儿时社会经济地位对放纵消费的影响研究	蒙桂凤 张成虎	中国传媒大学
2	包装打开难易程度对消费者产品身份地位联想的影响研究	罗丽娟 柳武妹	兰州大学
3	“用户设计效应”的个体适应性研究—基于威权主义倾向视角	梁渊 孙国辉 李季鹏 王爱强	北京石油化工学院 中央财经大学 新疆财经大学
4	产品技术创新、外观创新、和品牌感知对消费者创新采纳的交互影响	马振峰 杨晨曦	江南大学
5	触觉补偿视角下消费者短视频特性感知对购买意愿的影响	陈国平 罗可	武汉科技大学



分论坛 3.6 主题：消费者行为与心理 (17)

主持人：袁少锋

点评人：袁靖波、陈鑫

时 间：7 月 16 日 8:30-10:10

地 点：C366

序号	论文题目	作者	单位
1	老字号品牌 IP 营销对消费者品牌态度的影响机制研究 —— 自我概念一致性的中介效应检验	鲁健乐 刘晓雪 王勇	北京工商大学
2	He Loves the One He Has Invested in: Effects of Mating Cues on Men's and Women's Sunk Cost Bias	陈瑞 郭朝阳 孙浩	厦门大学
3	共有消费对最大化思维的影响：基于预期愧疚的中介作用	冉雅璇 张谱月	中南财经政法大学
4	The Effect of Left-Zero Within Price Numbers: Why \$1088 (Vs. \$1188) Would Elicit More Pain of Paying?	Li Wei Chang Yaping Yan Dengfeng	Huazhong University of Science and Technology New York University Shanghai
5	心智游移与产品特征描述的交互作用对购买意向的影响	乔琳 李东进	海南大学 南开大学



分论坛 3.7 主题：消费者行为与心理 (18)

主持人：蒋玉石

点评人：李晓、董维维

时 间：7月16日 8:30-10:10

地 点：B430

序号	论文题目	作者	单位
1	隐藏价格数位对消费者参与的影响—— 积极预期效用的中介作用	余樱 王宁	华中农业大学
2	叠音品牌受到伤害时，消费者会更同情 吗？——基于心智知觉理论的视角	徐苏 叶巍岭 周欣悦	上海财经大学 浙江大学
3	社会化媒体情境下自媒体商业内容的传 播效果研究	柯婧 孙琦 陈隽旒	上海财经大学
4	利他还是利己？在线健康社区医生主动 服务对患者问诊决策的影响	刘恬 江红艳	中国矿业大学
5	当人类遇见 AI：产品类型与设计来源的 交互作用	俞炜楠 李斌	暨南大学



分论坛 3.8 主题：消费者行为与心理（19）

主持人：彭璐珞

点评人：乔飞、张璇

时 间：7月16日 8:30-10:10

地 点：B433

序号	论文题目	作者	单位
1	预制菜消费行为特点及购买意愿的影响 因素研究	张学靖 项朝阳	华中农业大学
2	网络媒体内容同质化对消费者耐心程度 的影响	柯维林 费显政 王海燕	中南财经政法大学 江西师范大学
3	人机互动场景下的顾客感知服务质量 ——多维度结构与多因素组态效应	张初兵 郑伟 杨新超	天津财经大学
4	HOW TO REDUCE PRIVATE SECTOR ON GOVERNMENT DEPENDENCE? THE ROLE OF CHINESE CLAN	Minrui Guo Jun Xia Tao Wang	Wuhan University University of Texas at Dallas
5	网购农产品感知等待时间的消极影响研 究	李宝库 乔莹莹	辽宁工程技术大学



分论坛 3.9 主题：营销战略（3）

主持人：张云起

点评人：刘野逸、杨浙帅

时 间：7月16日 8:30-10:10

地 点：B444

序号	论文题目	作者	单位
1	Nonlocal CEOs and Corporate Financial Fraud: Evidence from Chinese Listed Firms	Tao Wang Yongqing Ye Jun Xia Xiaoyang Deng	Wuhan University University of Texas at Dallas
2	Antecedents and Consequences of LGBT Inclusion: An Empirical Evidence from Japan	LI Xi LI Tongmao Zhang Qingyu	Shenzhen University Western University
3	企业社会责任解耦对实质性创新的影响研究	高展军 李颖	西北政法大学
4	Stock Liquidity and Myopic Marketing Management: Role of Stock Liquidity and Customer Concentration	王魁 卢小静 舒丽芳	暨南大学 集美大学 深圳职业技术学院



分论坛 3.10 主题：广告传播与新媒体营销（3）

主持人：宋思根

点评人：陈增祥、陈姝

时 间：7月16日 8:30-10:10

地 点：A421

序号	论文题目	作者	单位
1	Understanding and Forecasting Consumer Sequential Multiscreen Viewing Behavior	石洋 杨雨晴 宋连连	深圳大学 南京航空航天大学 大学
2	The Effect of Self-Construal and Advertising Appeal on Consumers' Green Product Purchase Intention	吴险 吴惊 姚琦	西南大学 重庆交通大学
3	The Influence of Constructed Perfect Image of Female Virtual Influencers on the Anxious Emotions of Female Consumers	Jieru Mai (麦捷茹) Fei Qiao	广东外语外贸 大学
4	Virtual influencer marketing: An empirical investigation of the critical factors influencing user engagement with virtual influencers	董林朋 廖俊云	暨南大学



分论坛 3.11 主题：新技术营销（2）

主持人：胡春

点评人：张泽林、彭晨明

时 间：7月16日 8:30-10:10

地 点：A511

序号	论文题目	作者	单位
1	服务机器人拟人化对顾客参与服务补救意愿的影响	张计划 黄雯 徐小净 黄芊卉	暨南大学
2	AI 个性化推荐对消费者多样化寻求的影响：身份动机的调节作用	童泽林 刘慧琳	海南大学
3	Human-Robot Interaction Perspective: Understanding Customer Tolerance for Humanoid Robot Service Failure	段晓洁 马珂 刘文纲 徐静 郑明赋	北京工商大学
4	人类机械化对于消费者目标坚持的影响研究	钱思霖 邹婉滢 吕君颜 崔楠 徐岚	武汉大学
5	权力高时人们更愿意购买自动驾驶汽车吗？——感知控制的中介作用	陈洁 范雯健 韦俊龙 李庆	上海交通大学
6	在线口碑效价对产品绩效的影响：基于元分析的跨国研究	彭晨明 赵红 张莎 孙倬	对外经济贸易大学 中国科学院大学 郑州大学



分论坛 3.12 主题：其他营销问题研究（1）

主持人：董晓松

点评人：刘建新、刘欢

时 间：7月16日 8:30-10:10

地 点：A509

序号	论文题目	作者	单位
1	中国情境对国际组织间营销研究的理论贡献：一个文献回顾	张闯 郭乐	大连理工大学 东北财经大学
2	生态焦虑研究述评与展望	罗杨 郭锐 王益鹏 周敏 陈漫	中国地质大学（武汉）
3	Identifying popular topics in marketing journals from 2000 to 2022: A topic analysis	孟祥隆 刘苇 渐令	中国石油大学（华东）
4	后疫情时代品牌虚拟代言人治愈可信度对消费者心流体验的影响研究	马克态 周惠琳	中国政法大学
5	揭榜挂帅研究现状、热点主题及发展趋势 ——基于 CiteSpace 可视化分析	冯小亮 徐永乐 陶婉蓉 程雅淇	广东财经大学



分论坛 3.13 主题：其他营销问题研究（2）

主持人：黎建新

点评人：王建国、牟宇鹏

时 间：7月16日 8:30-10:10

地 点：C252

序号	论文题目	作者	单位
1	价值共创视角下服务平台用户培育路径及商业模式创新——基于米画师平台的案例研究	袁靖波 胡月儿 陈凤仪 黄译霆	深圳大学
2	众包竞赛任务描述策略的影响效果研究	冯小亮 程雅淇 徐永乐 陶婉蓉	广东财经大学
3	创业营销中的叙事说服策略研究——基于科创项目路演的类型学分析	湛飞龙 张卫俊	江西财经大学
4	认知固定必是消极的吗？——接包方参与众包竞赛的经验对获胜机会的影响	冯小亮 陶婉蓉 徐永乐 程雅淇	广东财经大学



分论坛 3.14 主题：消费者行为与心理（线上5）

主持人：朱瑾

点评人：陈通

时 间：7月16日 8:30-10:10

腾讯会议链接：771-296-7013

序号	论文题目	作者	单位
1	美丽与健康——妆扮对于健康产品偏好的影响：新生心态的中介作用	王涯薇 费显政 王海燕 彭贝贝	武汉纺织大学 中南财经政法大学
2	在线社会支持对绿色产品购买意愿的影响：感知价值的中介作用	邵继红 夏逸晴	湖北工业大学
3	穿越时间的视觉力量：广告设计繁简性与时间相关产品的匹配效应研究	李泉 何云 刘进	中山大学
4	量化自我对消费者健身参与结果及行为意愿的影响研究	张宇东 张会龙 陈玥	江西师范大学
5	TOO CUTE TO BE EFFECTIVE: THE IMPACT OF CUTENESS ON FUNCTIONAL FOOD PREFERENCE	池韵佳 王汝娇	华中农业大学
6	环境中的艺术体验对消费者新产品采纳的影响研究	陆佑麟 柳武妹	兰州大学



分论坛 3.15 主题：消费者行为与心理（线上6）

主持人：孙瑾

点评人：李四兰

时 间：7月16日 8:30-10:10

腾讯会议链接：959-185-3289

序号	论文题目	作者	单位
1	旅游情境中人际互动对重游意愿的演化机制—涉入度的调节作用	陈义涛 曹兵	桂林电子科技大学
2	企业参与区域品牌化对二元创新的影响： 组织合法性与政府支持的作用	向小芳 张鑫 陈漫	首都经济贸易大学 湖南师范大学 中国地质大学 (武汉)
3	文化契合度对混搭产品态度的影响研究 ——基于文化自豪感和文化自尊感的双 中介效应	余可发 余文结	江西财经大学
4	The Effect of Air pollution on Online Purchasing Behaviour	林怿洵 夏心悦 李晨溪 温涵霖	北京航空航天大学
5	手工制作对消费者审美反应的影响：一个 序列中介的验证	吴晓真 寇东晓 王晓玉	上海财经大学
6	Does Higher Mean Better? Product Upgrade Frequency and Perceived Environmental Friendliness	王曼馨 柳武妹	兰州大学



分论坛 3.16 主题：其他营销问题研究（线上 2）

主持人：张逸石

点评人：朱文婷

时 间：7 月 16 日 8:30-10:10

腾讯会议链接：901-075-3842

序号	论文题目	作者	单位
1	知识过滤对企业原始性创新的影响研究 ——组织因素与制度因素的调节作用	党金铭 高山行 肖振鑫	西安交通大学
2	参与企业信任对 B2B 数字平台粘性的影响机制 ——一个有中介的调节模型	杨伟 贺佳慧 周茵	长安大学
3	我国社区团购的研究热点与演进趋势 ——基于 CiteSpace 的可视化分析	邓佳露 林楹荷	福建农林大学
4	虚拟社群分类与消费者独特性需求研究	刘瀚瑜 孙乐 徐乙尹	浙江工商大学 成都大学
5	The Sales Impact of Interactive Information Disclosure in the Home-Sharing Economy	党金铭 肖振鑫 王晨泽 刘笑笑 宫翔	西安交通大学
6	勿以恶小而为之：角色压力源对员工非绿色行为的影响	陈红微 聿凌云 许婷 王雪娇 乔丽洁	中国矿业大学



分论坛 4.1 主题：可持续消费（6）

主持人：徐岚

点评人：任星耀、孙洋

时 间：7月16日 10:20–12:00

地 点：C273

序号	论文题目	作者	单位
1	返璞归心：扎根感对消费者自然产品偏好的影响研究	孙瑾 刘瑞凝	对外经济贸易大学
2	包装如何传递绿色感知？信息类和感官类包装元素的影响及其内在机制	杨璐 曹佳瑾 万秀丽 谢超平	南京农业大学
3	电商主播类型对绿色农产品消费意愿的影响	贺爱忠 阳雯	湖南大学
4	明码标价？价格透明化对消费者购买意愿的研究	牛全保 雷蕾 宋金鸿	河南财经政法大学
5	绿色消费如何更加有效？——绿色消费积分制对绿色购买意愿的影响机制研究	吴水龙 袁永娜	北京理工大学 中国科学院大学



分论坛 4.2 主题：消费者行为与心理（20）

主持人：黄苏萍

点评人：姚琦、马克态

时 间：7月16日 10:20–12:00

地 点：B255

序号	论文题目	作者	单位
1	“不得不去”的网红景点 —— 错失焦虑在 旅游营销中的影响研究	王翼博 花昭红 李佳璇	英国利兹大学 中国海洋大学
2	具身视角下乡村旅游场景认知研究—以 浙江乌村为例	张莹 李贵	安徽财经大学
3	The Influence of Romantic Emotional Experience on Consumer Comment Potency Preference: Based on the Perspective of Risk Perception	靳珊	华东理工大学
4	在线语音交互情境下声音特征对说服效 果的影响	方谦谦 李志兰 赵红瑞	河南财经政法大学
5	盲盒里的健康食物更诱人？基于消费决 策和神经计算模型的证据	郑磊	福州大学



分论坛 4.3 主题：消费者行为与心理 (21)

主持人：郭晓凌

点评人：冯文婷、刘咏丹

时 间：7月16日 10:20–12:00

地 点：A321

序号	论文题目	作者	单位
1	The Impact of Logo Color Saturation and Brand Characteristics on Brand Evaluation	张裕青 王良燕 Eugene Chan	上海交通大学 Purdue University
2	暖心但不给力？自然产品的感知与偏好	李超香 彭璐璐	湖南大学
3	莫道行宿非故土，此心安处是吾乡 —— 消费者自我建构对共享住宿参与意愿影响机制研究	陈炜 蔡晓玉	新疆财经大学
4	在线浏览情境下消费者信息偶遇的目标转换：问题相关还是兴趣相关	朱盈 余志成	中南大学
5	粉丝行为，品牌买单？不同类型故意性品牌忠诚对消费者品牌态度极化的影响研究	骆紫薇 曾君美 郭艳 廖俊云	暨南大学



分论坛 4.4 主题：消费者行为与心理 (22)

主持人：牛全保

点评人：孔锐、叶樊妮

时 间：7月16日 10:20-12:00

地 点：C379

序号	论文题目	作者	单位
1	主播—产品匹配性对购买意愿的影响机制研究：基于主播态度极端性和准社会关系的调节作用	李志兰 杨洋洋 陈园慧	河南财经政法大学
2	门槛距离对产品购买意愿的影响机制研究 ——以优惠券背景下的产品购买为例	王紫灵 陈星宇	武汉大学
3	“淋漓尽致”还是“少说为妙”？——直播带货产品信息披露对消费者冲动购买意愿的双刃剑效应研究	杨一翁 靳瑞杰	北方工业大学
4	打折需谨慎，送礼有风险：价格折扣对礼品购买意愿的影响研究	李梦圆 王新刚	中南财经政法大学
5	电商直播中的社会临场感对消费者冲动购买意愿的影响	杨玉婷 项典典 应斌	中南财经政法大学



分论坛 4.5 主题：消费者行为与心理 (23)

主持人：张初兵

点评人：陈瑞、唐漾一

时 间：7月16日 10:20-12:00

地 点：C373

序号	论文题目	作者	单位
1	景区类型与网红类型匹配机制对游客旅游意愿的影响研究 ——基于社会影响理论	郑仕勇 刘华 李佳颖	桂林电子科技大学
2	The Effect of Emoticon Use in Management Responses on Review Readers' Purchase Intentions	廖俊云 庞杰聪	暨南大学
3	自然广告诉求对消费者购买意愿的影响研究	朱培 彭璐璐 王温馨	湖南大学
4	“持之以恒”还是“因事而谋”：企业家慈善捐赠行为对危机后品牌形象修复的影响	马姗子 黄苏萍 张慧君	中国人民大学 首都经济贸易大学
5	远虑还是近忧？——不同时间距离对消费者个人信息表露行为的影响研究	王志华 杨国亮	梧州学院 广州航海学院



分论坛 4.6 主题：消费者行为与心理 (24)

主持人：袁少锋

点评人：池韵佳、陈鑫

时 间：7月16日 10:20–12:00

地 点：C366

序号	论文题目	作者	单位
1	Psychological Richness and Product Preference: The Mediating Role of Curiosity and the Moderating Role of Regulatory Focus	金来 李斌 郑子津	暨南大学 暨南大学伯明翰大学 联合学院
2	农产品产地信息具体性对购买意愿的影响 ——基于眼动和实验的证据	郭晓凌 刘浩 赵君慧	对外经济贸易大学
3	越老越好吗？流行人名出生年代的刻板印象对消费者品牌偏好的影响	张悦言 宋竞 黄缘缘 蒋玉石	西南交通大学
4	互联网消费信贷选项对消费者购买意愿的影响及心理机制	李季 梁旭	中央财经大学
5	How Authenticity in Brand Culture Generates Brand Premium: The Moderating Role of Regulatory Focus and the Mediating Role of Cognitive Legitimacy	谢育锋 周志民 何源	深圳大学



分论坛 4.7 主题：消费者行为与心理 (25)

主持人：王小毅

点评人：刘文纲、魏想明

时 间：7月16日 10:20–12:00

地 点：B430

序号	论文题目	作者	单位
1	I Am Better When I Am Bad: Effects of Romantic Alternatives on Nonsingle Men's versus Women's Experiential and Material Purchases	徐婷 陈瑞	厦门大学
2	代言人类别与语言风格对广告效果的影响研究	王丹阳 费显政	中南财经政法大学
3	How communication agents, sales promotions, and psychological contracts shape purchase hesitation: Evidence from emotional live streamer's fan group	张良波 王雪莹 谭颖颀 周志民 Salman Majeed	哈尔滨工业大学（深圳） 东北大学 东北大学秦皇岛分校 深圳大学 Shanghai University
4	同义异形亦有别？配送时间表达方式对消费者购买意愿的影响研究	陶虎 庄杉	山东财经大学
5	用户感知沟通风格对品牌共创行为影响研究	彭沁缘 李桂华	南开大学



分论坛 4.8 主题：数字强国下的营销战略

主持人：陈国平

点评人：金虹、王魁

时 间：7月16日 10:20–12:00

地 点：B433

序号	论文题目	作者	单位
1	B2B 营销中社交媒体的使用：研究现状与展望	张闯 郭乐	大连理工大学 东北财经大学
2	How TMT heterogeneity and faultline strength affect the financial effect of digital transformation	王魁 何俊嘉 张苹	暨南大学
3	高管激励、政府支持与企业数字化转型	白玲 崔登峰	石河子大学
4	数字化转型背景下，参与式领导对员工创新行为的影响研究	王凯 史亚博 郭江涛	河南财经政法大学
5	数字乡村建设如何促进农村消费升级——基于消费价值感知和政府支持的整合研究	刘泉宏 聂语	江汉大学



分论坛 4.9 主题：营销战略（4）

主持人：付晓蓉

点评人：赵海川、项典典

时 间：7 月 16 日 10:20–12:00

地 点：B444

序号	论文题目	作者	单位
1	Share Pledging and Myopic Marketing Management: The Role of Digital Transformation	王魁 洪杰泓 周汇铎	暨南大学
2	Rushing Forward: The Effect of the Executives' Early Experience in Old Revolutionary Base Areas on the Speed of Firm Internationalization	刘菲菲 汪涛	武汉大学
3	政府监管、游戏开发商自主创新与消费者投诉行为	徐建中 梁雁茹	哈尔滨工程大学
4	人工智能个性化推荐场景下消费者购买意愿研究 ——以淘宝 APP 为例	马克态 代尧	中国政法大学
5	重大突发灾害事件下企业应急捐赠行为机制研究	牛全保 雷蕾 王伟	河南财经政法大学



分论坛 4.10 主题：广告传播与新媒体营销（4）

主持人：宋艳

点评人：陈增祥、陈姝

时 间：7月16日 10:20–12:00

地 点：A421

序号	论文题目	作者	单位
1	与更多 KOL 合作会带来更多绩效吗？来自信息流平台的证据	曾伏娥 张天祐 龚政	武汉大学
2	Watching it makes me need to get stronger: The effect of virtual influencer on consumer self-improvement products preference	孟陆 别永越 杨梦雅 孙玮潞 蒋玉石	西南交通大学 香港理工大学 南开大学
3	虚拟影响者角色特质对受众响应意愿影响研究	谢晓东 李国鑫	哈尔滨工业大学
4	游戏化广告对消费者购买意愿的影响机制研究	朱丽娅 马明慧 马睿	宁夏大学
5	精准还是丰富：个性化推荐信息多样性对 在线购物决策的影响	董晓松 肖如意 雷莹 刘天朗	南昌大学 上海工程技术大学 北京大学



分论坛 4.11 主题：新技术营销（3）

主持人：崔登峰

点评人：张泽林、彭晨明

时 间：7月16日 10:20–12:00

地 点：A511

序号	论文题目	作者	单位
1	我被“框住”了？ 虚拟产品体验对消费者产品评价的影响	谢志鹏 王静远 李京录	华中师范大学 河南大学
2	Racial Discrimination and Anti-Discrimination: The COVID-19 Pandemic's Impact on Chinese Restaurants in North America	李少波 唐闯	南方科技大学 北京大学
3	叠音沟通策略对 AI 客服互动效果的影响	冯文婷 薛舒允 曾悦龙 石婷婷	中国地质大学 (武汉)
4	"Human-Technology symbiosis": the impact of technological embodiment on consumer experience in virtual reality	付晓蓉 贺瑶 栾睿 淮冠齐	西南财经大学 西南科技大学
5	The Past and The Future Merge to Meet Us Now: How The Usage of AR Technologies in Heritage Consumption Affects Visitors' Satisfaction	唐漾一 周琪	武汉大学 华中科技大学
6	Effect of AI-designed New Products on Consumers' Word-of-Mouth Intention	姚琦 赵嘉辰 周文凯	重庆交通大学 University of Central Oklahoma



分论坛 4.12 主题：其他营销问题研究（3）

主持人：李纯青

点评人：童泽林、姜舒文

时 间：7月16日 10:20–12:00

地 点：A509

序号	论文题目	作者	单位
1	职场排斥对员工创造力的影响机制：一个被调节的双中介模型	田启涛 陈思琪 张子尧	河南财经政法大学
2	虚拟现实技术对高校学生学习效果的影响机制研究 ——心理意象中介作用	冷雄辉 杜平 刘宇 向一彬 和亚静	华东交通大学
3	老字号企业数字化转型路径研究--基于传承与创新视角的探索性案例研究	徐伟 张宇	安徽财经大学
4	在接受率极低的情境中如何拒绝？创意众包社区中企业负向反馈的影响	马永斌 国维潇 李奥	宁波大学
5	更快或更慢：销售人员语义进展对消费者参与和购买的影响	姜舒文 马雪静 张亦弛	对外经济贸易大学 华东师范大学



分论坛 4.13 主题：消费者行为与心理（线上7）

主持人：孙瑾

点评人：李四兰

时 间：7月16日 10:20–12:00

腾讯会议链接：771-296-7013

序号	论文题目	作者	单位
1	Farmer's Lock-in Effect Affect Online Purchasing Behavior in the Context of E-commerce of Agricultural Material Products	孙娟	南昌大学
2	房东回复语言特征对用户订购意愿的影响——以 Airbnb 为例	郭文瑾 郑嘉俐	西安交通大学
3	二手母婴商品特征对消费者购买意愿影响研究 ——以江西省为例	张启尧 何萌	东华理工大学
4	考虑消费者努力的价格折扣方式对购买意愿的影响	曾龙	重庆工商大学
5	拟人化品牌关系对消费者购买意愿的影响	刘雪梅 张丽 梁云	重庆工商大学
6	“洋化”品牌外部线索对消费者重购意愿的影响——自我补偿动机的中介作用	曹斌 才凌惠	东华理工大学



分论坛 4.14 主题：消费者行为与心理（线上8）

主持人：朱文婷

点评人：袁微

时 间：7月16日 10:20-12:00

腾讯会议链接：959-185-3289

序号	论文题目	作者	单位
1	大道至简，以简驭繁 ——忙碌感对极简主义消费意愿的影响	余祺可昕 郭锐 周敏 熊艳	中国地质大学 (武汉)
2	因祸得福还是一损俱损——领导品牌丑闻对模仿品牌购买意愿的影响	陈漫 向小芳 戴凯	中国地质大学 (武汉) 首都经济贸易大学 湖南师范大学
3	流浪动物慈善救助中的“远狗近猫”效应及其机制探析	王璐 柳武妹	兰州大学
4	价格折扣的许可效应：上期价格折扣对消费者当期购买意愿的影响	韦夏 李文慧 李瑞瑞	深圳大学
5	正面企业社会责任事件下 信息来源对企业声誉的影响研究	彭红霞 张志强 张强	湖北大学
6	虚拟企业社会责任共创活动感染类型对用户反应的影响	陈国平 陈军浩 钱梦雨	武汉科技大学



分论坛 4.15 主题：其他营销问题研究（线上3）

主持人：朱瑾

点评人：陈通

时 间：7月16日 10:20–12:00

腾讯会议链接：901-075-3842

序号	论文题目	作者	单位
1	What information frameworks matter and how they work: Synergies of external information and internal emotions on consumer restaurant food waste behavior	许婷 聿凌云	中国矿业大学
2	Multimedia Synergy in Crowdfunding: Exploring the Effects of Consistent Cognitive and Affective Information	杨彩 杨智	湖南大学
3	从浪费到购买：外观次优农产品营销沟通策略研究	肖美珍 陈通 青平	华中农业大学
4	The Impact of Mixed Emotions on Distant Brand Extension: The more conflicted, the more inclusive?	朱丽雅 杜建刚 蒋旭坤	南开大学
5	Monetizing Showrooming	杨翼 张子颖 刘霖	浙江大学 北京航空航天大学



数据与市场研究专业委员会论坛

主持人：景奉杰(华东理工大学)

时 间：7月15日 14:00-16:00

地 点：经济与管理学院 B127

时间	主题报告	报告人
14:00-14:40	把顾客当老板 靠洞察来经营 ——待办任务（JTBD）理论的思想源流与营 销应用	王茁 BeautyStreams 世界美妆产业智库 全球合伙人
14:40-15:20	挖掘客户真正需求，统一产品创新流程	崔大鹏 大正市场研究有限公 司总经理
15:20-16:00	数智时代定位营销的方法与治理： 从大数据到机器学习	王小毅 浙江大学



品牌专业委员会论坛

高质量发展与品牌战略

时 间：7月15日 13:30-17:00

地 点：经济与管理学院 B129

时间	主题报告	报告人	主持人、点评人
13:30-13:45	面向高质量发展的战略品牌管理新理论	何佳讯 (华东师范大学)	郭晓凌 对外经贸大学 陈增祥 中山大学 李桂华 南开大学
13:45-14:00	聚焦的力量——“三案融合”与案例研究的探索与实践	李纯青 (西北大学)	
14:00-14:15	品牌社群社会责任的效应	周志民 (深圳大学)	
14:15-14:30	企业跨国慈善行为对消费者品牌评价的系列研究	童泽林 (海南大学)	
14:30-14:45	茶歇		
14:45-15:00	新锐品牌资产生成的前因组态及其跃升路径研究	湛飞龙 (江西财经大学)	何佳讯 华东师范大学 郭锐 中国地质大学 童泽林 海南大学
15:00-15:15	企业文化松紧度的刻画：一个机器学习视角	陈增祥 (中山大学)	
15:15-15:30	品牌数字化导向对品牌绩效的影响及机理研究	李耀 (河南大学)	
15:30-15:45	品牌延伸成功的元分析：母品牌资产与延伸契合度的视角	彭晨明 (对外经贸大学)	
15:45-16:00	茶歇		
16:00-16:15	你从哪里来？品牌来源国地位如何影响当地消费者对外国品牌文化利用的反应——文化尊重的调节作用	郭晓凌 (对外经贸大学)	周志民 深圳大学 黄静 武汉大学 李耀 河南大学
16:15-16:30	中国情境下的品牌族性：多维度结构、测量及其对政治消费行为意愿的影响	王新刚 (中南财经政法大学)	
16:30-16:45	Influence of consumption resources on observers' attitudes towards luxury brands: the perspective of power distance belief	姚琦 (重庆交通大学)	
16:45-17:00	“深耕本土”还是“放眼全球”？基于消费者感知的品牌定位策略研究	吴漪 (华东师范大学)	



绿色消费与绿色营销平行论坛

主持人：王建明（浙江财经大学）、盛光华（吉林大学）

时 间：7月16日 08:30-12:00

地 点：经济与管理学院 B131

时间	主题报告	报告人
08:30-09:00	从价值链到价值环： 分销渠道绿色化转型策略研究	盛光华 吉林大学
09:00-09:30	绿色营销的框架体系、实践案例和未来发展	王建明 浙江财经大学
09:30-10:00	绿色消费的社会化	朱华伟 武汉大学
10:00-10:30	茶歇	
10:30-11:00	绿色生活方式转型的探索思考	陈凯 对外经济贸易大学
11:00-11:30	生态产品品牌的创建战略与机制研究探索	郭锐 中国地质大学(武汉)
11:30-12:00	人工智能运用对电动汽车采用的影响 —来自中国 28 个城市的实证证据	何正霞 杭州师范大学



家庭购买决策平行论坛

主持人：符国群（北京大学）

点评人：金晓彤（吉林大学）、谢毅（对外经济贸易大学）、张成虎（中国传媒大学）

时 间：7月16日 09:00–12:00

地 点：经济与管理学院 B127

时间	主题报告	报告人
09:00–09:40	代际送礼、空间距离与面子型礼物选择	林荫 北京大学
09:40–10:20	AA制如何影响家庭消费——中国家庭AA制 与家用汽车购买决策的关系研究	王为久 北京大学
10:20–10:40	茶歇	
10:40–11:20	夫妻产品知识与家庭新产品购买决策	李世豪 对外经济贸易大学
11:20–12:00	隔代数字反哺的嬗变——从移动互联网时代到 ABCD时代	费显政 中南财经政法大学



移动数智营销专业委员会论坛

主持人：王毅（中央财经大学）

时 间：7月16日 09:00–11:00

地 点：经济与管理学院 B129

时间	主题报告	报告人
09:00–09:40	直播场景下的动态情绪建模研究 Empirical Studies on Emotion in Live Streaming Context	陈星宇 深圳大学
09:40–10:20	Faster or Slower: The Impact of Salespeople's Semantic Progression on Consumers' Engagement and Purchases	马雪静 华东师范大学
10:20–11:00	Economic incentives and viral Advertising effectiveness on social media	王峰 湖南大学



新媒体营销专业委员会论坛

主持人：王新刚（中南财经政法大学）

点评人：冉雅璇（中南财经政法大学）、王璐（中南财经政法大学）

时 间：7月16日 08:30-10:10

地 点：经济与管理学院 B337

时间	主题报告	报告人	报告人单位
08:30-08:50	B 站 UP 主持持续创作中长视频的机制研究——基于真实分享内容的扎根探索	马欣怡 李志兰 张佳	河南财经政法大学
08:50-09:10	社会比较广告策略与社交媒体场景的匹配关系研究：基于自我意识状态的视角	费显政 王海燕 柯维林	中南财经政法大学 江西师范大学
09:10-09:30	社交媒体情境下表情包-广告文本的互动方式与广告诉求对用户转发意愿的影响研究——良性冲突理论	李晓 黄思琢	武汉大学
09:30-09:50	在线社交媒体平台品牌推文 ACTE 模型研究——基于微博非结构化数据的实证检验	朱锐 鑫颖 王毅	中央财经大学
09:50-10:10	基于微博爬虫大数据的“名人人设崩塌”构念的多案例研究	骆紫薇 曾君美 桓煜晴	暨南大学



主編面對面圓桌論壇

主持人：壽志鋼（武漢大學）、徐嵐（武漢大學）

時 間：7月15日 13:30–15:30

地 點：經濟與管理學院教工之家

時間	期刊	主編	主持人
13:30–14:30	《管理科學學報》	張維	壽志鋼 武漢大學
	Journal of Research in Interactive Marketing	王承璐	
	《南開管理評論》	白長虹	
	《管理學報》	田志龍	
14:30–15:30	《管理科學》	周鵬	徐嵐 武漢大學
	《營銷科學學報》	汪濤	
	Journal of Contemporary Marketing Science	范秀成	
	《珞珈管理評論》	路小靜	

演讲嘉宾介绍

大会嘉宾



马费成，武汉大学人文社会科学资深教授、国家教学名师、博士生导师，曾任武汉大学信息管理学院院长、教育部人文社会科学重点基地武汉大学信息资源研究中心主任。长期从事数据分析与管理、知识组织与知识网络等领域的研究工作，出版专著和教材 20 余部，在 *The Electronic Library*、*Information Processing & Management*、中国图书馆学报等国内外重要期刊上发表论文 200 余篇。同时还是国际权威杂志 *Journal of Information Science* 编委、*Electronic Library* 编委、*Data and Information* 杂志主编、《情报科学》杂志编委与副主任、《情报学报》、《情报探索》等杂志编委。获得省部级科技进步奖、省部级人文社会科学研究优秀成果奖 20 余项。承担国家社会科学基金重大项目、国家自然科学基金重点项目等国家级、省部级项目 30 多项。

张维，天津大学讲席教授，博士生导师，复旦管理学杰出贡献奖获得者、教育部“创新团队”带头人。教育部“复杂管理系统”哲学社会科学重点（培育）实验室主任，中国管理现代化研究会联职理事长、教育部管理科学与工程教学指导委员会副主任。兼任《管理科学学报》和 *Journal of Management Science and Engineering* 期刊执行副主编、以及多个国内外学术期刊的编委或顾问委员学术服务岗位。长期从事金融工程、计算实验金融等领域的学术研究，在《管理科学学报》《现代管理科学》等国内外高水平学术期刊上发表多篇论文，翻译出版了国内第一本实物期权理论著作，主持国家自然科学基金重大项目等国家级、省部级项目 10 余项。





朱庆华，上海交通大学安泰经济与管理学院特聘教授，博士生导师，中美物流研究院副院长，国家杰出青年基金获得者、国家自然科学基金创新群体负责人，国务院学位委员会第八届学科评议组成员，上海市优秀学术带头人、教育部新世纪优秀人才。从2017年开始连续入选中国高被引学者榜单，担任IJPE编辑，IJOPM副编辑，JSCM战略资源委员会委员，BSE、系统工程学报等10个期刊编委。长期从事绿色供应链管理研究工作，在 *Journal of Operations Management*、《管理科学学报》、《系统工程理论与实践》等国内外权威期刊发表论文200余篇，出版著作5部。获得省部级科技进步奖6余项。主持973课题、国家自然科学基金重点项目、国家自然科学基金重大项目课题、国家社科基金等国家级项目20余项。

郭国庆，二级教授，博士生导师，中国人民大学中国市场营销研究中心主任，中国商业史学会副会长，国务院特殊津贴专家，入选教育部“新世纪优秀人才支持计划”、北京市哲学社会科学“百人工程”。曾任中国人民大学工商管理学院副院长，中国高校市场学研究会副会长，国家自然科学基金委员会管理科学部评审专家，英国牛津大学企业声誉中心国际研究员，同时担任《管理学刊》编委，《管理世界》学术指导。在《南开管理评论》、《中国软科学》、《管理评论》、《管理学报》等高水平学术期刊上发表研究论文百余篇，出版专著教材7余部，主持国家自然科学基金项目和国家社会科学基金项目11项。





周欣悦，浙江大学管理学院教授、营销系主任。研究聚焦于复杂情绪。研究成果曾经发表在 *Nature*、*Nature: Human Behavior*、*Journal of Consumer Research*、*Journal of Personality and Social Psychology*、*Psychological Science* 等顶级期刊上。主持了国家自然科学基金杰出青年基金、国家自然科学基金重大研究计划重点支持项目、国家自然科学基金优秀青年基金、教育部新世纪优秀人才支持计划等项目。她的研究曾被 *Nature* 和 *Science* 等刊物专文报道，关键实验被 BBC 的科学纪录片拍摄收录。连续七年入选爱思唯尔中国高被引学者。

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。





李玲，安踏集團副總裁，主要分管安踏集團的對內對外溝通、企業文化建設、企業社會責任及企業聲譽及集團品牌建設的工作。曾擔任 SAP 大中華企業事務副總裁，沃爾瑪中國公司事務部高級總監，箭牌中國區企業事務總監，百事可樂公共關係總監等職務，是中國外企早期成長起來的本土傑出高管的代表。擁有 20 年的企業事務與企業傳播管理經驗，曾多次被人民網新聞發言人評選機構譽為“中國外資企業十大新聞發言人”，獲評“改革開放 40 年企業金旗傳播人物”、“中國企業社會責任優秀個人”，並獲中國傳媒大學研究中心頒發的公共關係創新案例學院獎，中國品牌聯盟頒發的“中國十大首席品牌官”。

王學海，樂福思健康產業股份公司創始人、董事長。2003 年畢業於武漢大學，獲得企業管理專業市場營銷方向博士。湖北省工商聯副主席，湖北省醫藥行業協會會長。樂福思健康產業股份公司是國內兩性健康產業的領導者，旗下的杰士邦、第六感、SKYN、西尼等品牌在國內的安全套、兩性健康藥物、診斷試劑等領域處於領導或領先地位。



研究方法提升工作坊分享嘉宾



厉行，北京大学光华管理学院市场营销学系副教授、博士生导师、副系主任，美国斯坦福大学经济学博士。主要研究领域为营销模型和产业经济学，包括版权保护与产品定价、快消行业的产品线设计、组织内部的目标和激励、社交网络的传播等。相关论文发表在 *Rand Journal of Economics*, *Economic Journal*, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 《营销科学学报》，《经济学（季刊）》，《南开经济研究》等国内外重要学术期刊。



李洋，现任长江商学院营销学副教授，EMBA 项目学术主任和高层管理教育项目学术主任。他本科毕业于北京大学电子学系，之后取得哥伦比亚大学生物医学工程硕士，哥伦比亚大学商学院博士。李洋教授关注企业品牌塑造和营销数据建模的研究，结果已发表在 *Management Science*, *Marketing Science*, *Journal of Marketing Research* 等国际头部学术期刊上，并常受邀在北美、欧洲和亚洲作学术报告。李洋教授现在是贵州大数据产业联盟学术委员会委员、阿里巴巴天猫智库学术顾问、长沙新消费研究院首批智库专家。在长江商学院李洋教授讲授 DBA、EMBA、EE 的营销课程，曾为天猫、腾讯、永辉超市、海尔、丽人丽妆、The Trade Desk、鲁商发展等企业提供案例研究咨询，现担任数家公司独立董事，并持有医学图像处理的美国专利。



涂艳苹，北京大学光华管理学院副教授、博士生导师。北京大学学士；芝加哥大学博士。当前研究兴趣为：消费者行为、决策与判断、行为改变和助推。研究成果发表于 *Journal of Consumer Research*, *Journal of Marketing Research*, *Production and Operations Management*, *Journal of Personality and Social Psychology* 等营销学、管理学和心理学顶级期刊。任《心理学报》编委（2018-至今）。



周昊天，上海科技大学创业管理学院助理教授、博士生导师。清华大学学士；芝加哥大学博士。当前研究兴趣为：决策与判断、创造力、情绪。研究成果发表于 *Psychological Science*, *Personality and Social Psychology Bulletin*, *Journal of Personality and Social Psychology* 等心理学顶级期刊。



刘宏举，北京大学光华管理学院教授，博士生导师，市场营销学系主任，信息中心主任。本科毕业于北京大学数学科学学院，并获得威斯康星大学数学硕士和计算机硕士，以及芝加哥大学 MBA 和市场营销学博士。曾任职于甲骨文公司硅谷总部，担任主任工程师。加入光华之前担任康涅狄格大学商学院市场营销学系副教授（终身教职），艾克曼学者，博士生项目负责人。主要研究方向为量化营销模型，数字营销和大数据分析，医疗市场与医药营销，以及实证产业组织。多篇研究成果发表于 *Journal of Marketing Research*, *Management Science*, *Marketing Science* 和 *MIS Quarterly* 等国际顶级学术期刊。



姚凯，中央财经大学商学院副教授，Credamo「见数」平台创始人，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。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。

博士生日活动演讲嘉宾



沈俏蔚，北京大学光华管理学院市场营销系教授、博士生导师，教育部长江学者特聘教授。她于2008年获得美国加州大学伯克利分校 (UC Berkeley) 市场营销专业博士学位，此前获得北京大学经济学学士、硕士学位。2008年至2015年任教于美国宾夕法尼亚大学沃顿商学院，2015年秋至今任教于北京大学光华管理学院。

沈俏蔚的研究领域包括企业与消费者决策的量化模型，社交与新媒体以及营销策略等。多篇论文发表于 *Marketing Science* 和 *Management Science* 等管理学领域国际顶级学术期刊，并获2014年度美国运筹学与管理学协会 (INFORMS) 营销科学 John Little 最佳论文提名奖。2017年获国家自然科学基金优秀青年科学基金。目前为国际顶级学术期刊 *Marketing Science*, *Journal of Marketing* 以及 *International Journal of Research in Marketing* 的编委会成员，担任《营销科学学报》专业主编。



李曦，香港大学 (HKU) 市场营销学副教授。他使用经济学和机器学习方法来了解人工智能、数据驱动算法和算法定价等信息技术如何影响企业、消费者和社会。他的研究发表在 *Marketing Science*, *Management Science*, *Journal of Marketing Research*, *Journal of Consumer Research*, *MSOM*, *POMS* 等学术期刊。李曦被选为2021年 Marketing Science Young Scholar。

联系我们

武汉大学会务组联系方式：

大会投稿：曾伏娥（188 0273 7696）

博士论坛：朱华伟（156 2905 6588）

工作坊：唐漾一（158 0274 8326）

住宿预订：崔楠（189 7161 1512）

会务组工作邮箱：cmau2023@126.com

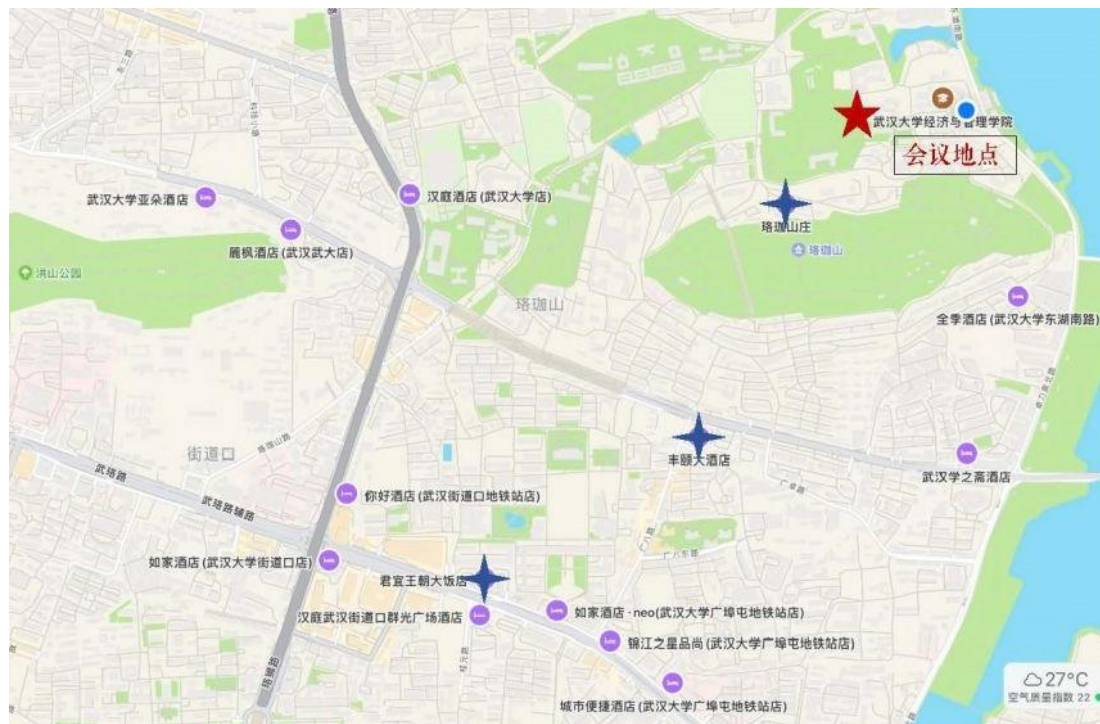
秘书处联系方式：

联系人：郑敏

电话：010-62757952

邮箱：cmau@cmau.org.cn

会场及周边酒店地图：



会场地图及交通路线

会场地图：



- ①扬波门（东门）：推荐打车至此门，刷身份证进校后步行约11分钟至经管院
- ②凌波门：推荐打车至此门，刷身份证进校后步行约9分钟至经管院
- ③文澜门 ④茶港门
- ⑤弘毅门（西门）：所有预约车辆只能由此门进
- ⑥珞珈门（正门）：校巴2号线站点
- ⑦珞瑜二门（南二门）：校巴1号线站点、地铁2和8号线至此门、近君宜王朝
- ⑧珞瑜门（南门）：近君宜王朝（校外住宿点）
- ⑨珞南门：近丰颐大酒店（校外住宿点）
- ⑩会议地点：武汉大学经济与管理学院
- ⑪枫园食堂（校内）
- ⑫星湖园餐厅（校内） ⑬江南小观园（校外）
- ⑭珞珈山庄（校内住宿点）



路线推荐:

校外起点→会场

出行方式	起点	终点	对应校门	进校方式	校内交通
地铁	机场或车站	街道口C口 (地铁2号线、 地铁8号线)	珞瑜二门 (南二门)	刷身份证 步行入校	校巴1号线 “法学院”下车, 再向东南步行100米
打车	任意起点	武汉大学凌波门 /扬波门(东门)	凌波门/ 扬波门(东门)	刷身份证 步行入校	步行至经管院
预约 车辆	任意起点	武汉大学 弘毅门(西门)	弘毅门 (西门)	预约车辆 直接入校	导航至经管院

校外起点→酒店

目的酒店	出行方式	起点	终点	后续路线	校内交通
君宜王朝	地铁	机场或 车站	街道口C口 (地铁2号线、 地铁8号线)	出站后, 向东步行400米	-
丰颐大酒店	地铁	机场或 车站	广埠屯K口 (地铁2号线)	出站后, 向北步行600米	-
珞珈山庄 (校内)	地铁	机场或 车站	街道口C口 (地铁2号线、 地铁8号线)	珞瑜二门(南二门) 刷身份证步行进校	校巴1号线 “马克思主义学院”下车, 再向东南步行150米
	打车	任意 起点	武汉大学 珞珈门(正门)	珞珈门(正门) 刷身份证步行进校	校巴2号线 “马克思主义学院”下车, 再向东南步行150米
	预约 车辆	任意 起点	武汉大学 弘毅门(西门)	预约车辆 直接入校	导航至珞珈山庄



校外交通详细路线:

【温馨提醒】武汉市内晚高峰堵车严重，武汉站附近最近施工导致堵车尤其严重，我们建议自驾或打车的参会人员提前规划路线、预留充足的时间。推荐地铁出行更能准确把握时间哦！

以下路线时间为理想情况预估时间，建议参考高德地图、百度地图的即时预估时间更加有效。

天河机场→→武汉大学珞瑜二门/君宜王朝大饭店

路线：可乘坐地铁2号线往佛祖岭方向到达街道口站，C出口出站，向东步行约250米至珞瑜二门（南二门），向东继续步行150米可至君宜王朝大饭店。以珞瑜二门为终点，全程约1小时30分钟。无拥堵情况下打车至珞瑜二门约1小时。

武昌火车站→→武汉大学珞瑜二门/君宜王朝大饭店

路线：可乘坐地铁4号线，武汉火车站方向，到洪山广场站或中南路站下车（洪山广场站不需要上楼即可直接换乘2号线，中南路站需要先上楼再下到另一侧换乘）换乘2号线往佛祖岭方向，至街道口站C出口出站，向东步行250米至珞瑜二门（南二门），向东继续步行150米可至君宜王朝大饭店。以珞瑜二门为终点，全程约21分钟。无拥堵情况下打车至珞瑜二门约18分钟。

汉口火车站→→武汉大学珞瑜二门/君宜王朝大饭店

路线：可乘坐地铁2号线往佛祖岭方向，至街道口站C出口出站，向东步行250米至珞瑜二门（南二门），向东继续步行150米可至君宜王朝大饭店。以珞瑜二门为终点，全程约40分钟。无拥堵情况下打车至珞瑜二门约40分钟。

武汉火车站→→武汉大学珞瑜二门/君宜王朝大饭店

路线：可乘坐地铁4号线往柏林方向到达洪山广场或中南路站（洪山广场站不需要上楼即可直接换乘2号线，中南路站需要先上楼再下到另一侧换乘），然后换乘地铁2号线，往佛祖岭方向，至街道口站C出口出站，向东步行250米至珞瑜二门（南二门），向东继续步行150米可至君宜王朝大饭店。以珞瑜二门为终点，全程约43分钟。无拥堵情况下打车至珞瑜二门约25分钟。

前往丰颐大酒店

路线：上述路线中，地铁2号线多乘坐一站至广埠屯站（即街道口站的下一站），K出口出站，向北步行600米即可到达丰颐大酒店。用时相较上述路线增加约10分钟。

前往珞珈山庄

路线：先按照上述路线至武汉大学珞瑜二门（南二门），进校后步行直行100米左右，右转即可看见校巴1号线站点（起点站兼终点站），微信付款码支付1元即可乘坐，在“马克思主义学院”站下车，下车后向东南方向步行150米至珞珈山庄。



校内路线：

【温馨提醒】

1. 个人及车辆进出武大均需提前填写问卷报备，已预约报备的参会人员可刷身份证进校。
2. 所有预约车辆仅能从弘毅门（西门）进校，其他校门均不允许车辆进校。
3. 除已预约车辆的参会人员外，其他已预约报备的参会人员可以从任意校门刷身份证步行入校，所有的士、网约车等车辆均不可进校。

进校及前往经济与管理学院：

预约车辆进校路线：

由弘毅门（西门）开车进校，导航前往武汉大学经济与管理学院停车场。

打车路线：

推荐打车至扬波门（东门）、凌波门，刷身份证步行进校后，约9-11分钟即可到达经济与管理学院。

也可打车至珞瑜二门（南二门），刷身份证步行进校后，直行100米左右，右转即可看见校巴1号线站点（起点站兼终点站），微信付款码支付1元即可乘坐，在“法学院”站下车，下车后向东南方向步行100米至经济与管理学院。

地铁路线：

推荐地铁2号线街道口站下车、C口出站，向东步行约250米至珞瑜二门（南二门），进校后步行直行100米左右，右转即可看见校巴1号线站点（起点站兼终点站），微信付款码支付1元即可乘坐，在“法学院”站下车，下车后向东南方向步行100米至经济与管理学院。

乘坐校园巴士常用站点和路线：

经济与管理学院附近校巴站点：

“法学院”站——位于经济与管理学院西北面100米

“枫园四舍”站——位于经济与管理学院南面150米，需走上坡

枫园食堂附近校巴站点：

“枫园四舍”站——位于枫园食堂正东面

星湖园餐厅附近校巴站点：

“信息学部图书馆”站——位于星湖园餐厅南面100米

江南小观园（该餐厅位于校外、珞珈门旁）附近校巴站点：

“珞珈门”站——位于珞珈门（正门）东北面200米

珞珈山庄附近校巴站点：

“马克思主义学院”站——位于珞珈山庄西北面150米、行政楼东面

前往珞瑜二门（南二门）：

乘坐校园巴士1号线，“珞瑜二门”（终点站）下车

前往珞珈门（正门）：

乘坐校园巴士2号线，“珞珈门”（终点站）下车

乘坐校园巴士1号线，“珞珈门”下车



武汉大学校内巴士1号线（大循环）

营运时间：7:20-22:40

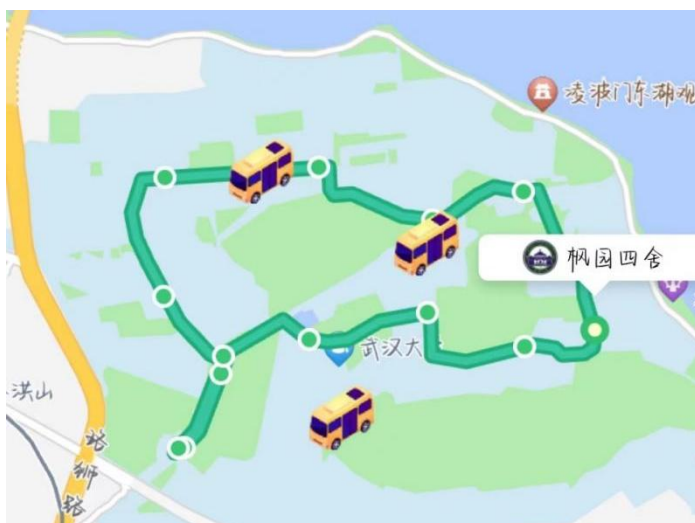
营运路线：珞瑜二门→→信息学部一教→→信息学部图书馆→→珞珈门→→文理
学部五教→→落英湖→→马克思主义学院→→枫园十四舍→→枫园四舍→→法
学院→→湖滨食堂→→新闻学院→→城市设计学院→→大创中心→→田园食堂
→→桂园食堂→→文理学部五教→→珞珈门→→信息学部十六舍→→珞瑜二门



武汉大学校内巴士2号线（小循环）

营运时间：7:20-22:40

营运路线：珞珈门→→文理学部五教→→桂园食堂→→田园食堂→→大创中心
→→城市设计学院→→新闻学院→→湖滨食堂→→法学院→→枫园四舍→→枫
园十四舍→→马克思主义学院→→落英湖→→文理学部五教→→珞珈门





签到时间和地点

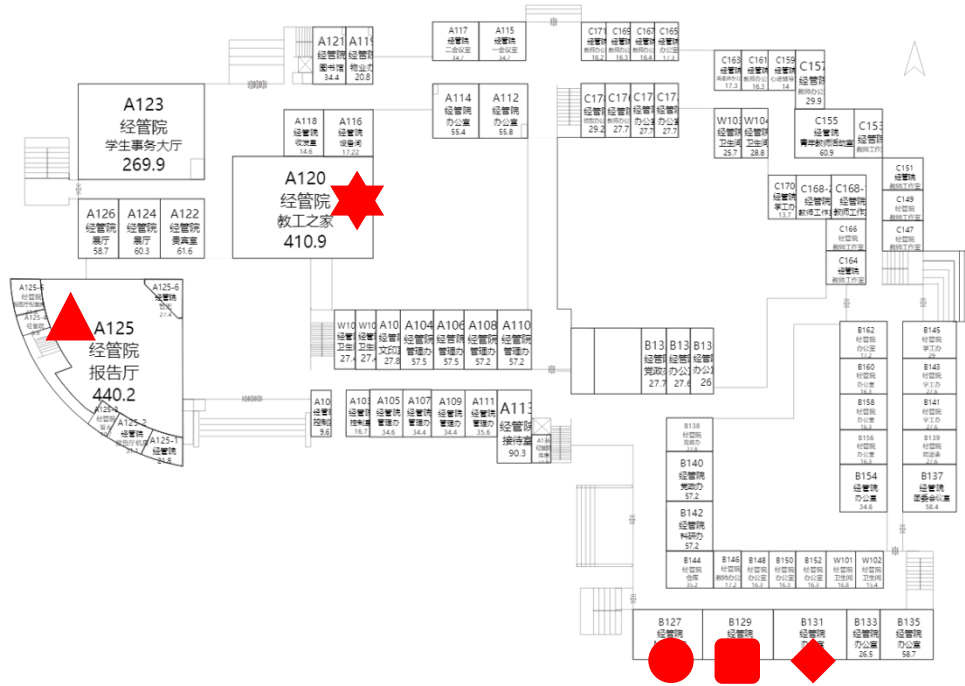
日期	时间	签到点	内容
7月13日	14:00-21:00 下午2点至晚上9点	经济与管理学院	会议资料袋 签名领取 名牌+餐票 签名领取
7月14日	08:00-20:00 上午8点至晚上8点	经济与管理学院	会议资料袋 签名领取 名牌+餐票 签名领取
		珞珈山庄	会议资料袋 签名领取 名牌+餐票 签名领取
		君宜王朝大饭店	会议资料袋 签名领取
		丰颐大酒店	会议资料袋 签名领取
7月15日	07:30-17:30 上午7点半至下午5点半	经济与管理学院	会议资料袋 签名领取 名牌+餐票 签名领取

注意:

1. “会议资料袋”和“名牌+餐票”需分别签字领取;
2. 君宜王朝大饭店和丰颐大酒店仅设置“会议资料袋”领取点,且仅限预定该酒店的参会人员领取;
3. “会议资料袋”包含会务手册和礼品,“名牌+餐票”含参会人员姓名名牌及用于枫园食堂进餐的餐票。

武汉大学经济与管理学院会场指引

武汉大学经济与管理学院一层平面图








- ▲ A125 景林报告厅
- ★ A120 教工之家
- B127 经管院 MBA 教室
- B129 经管院 MBA 教室
- ◆ B131 经管院办公室

武汉大学经济与管理学院平面图

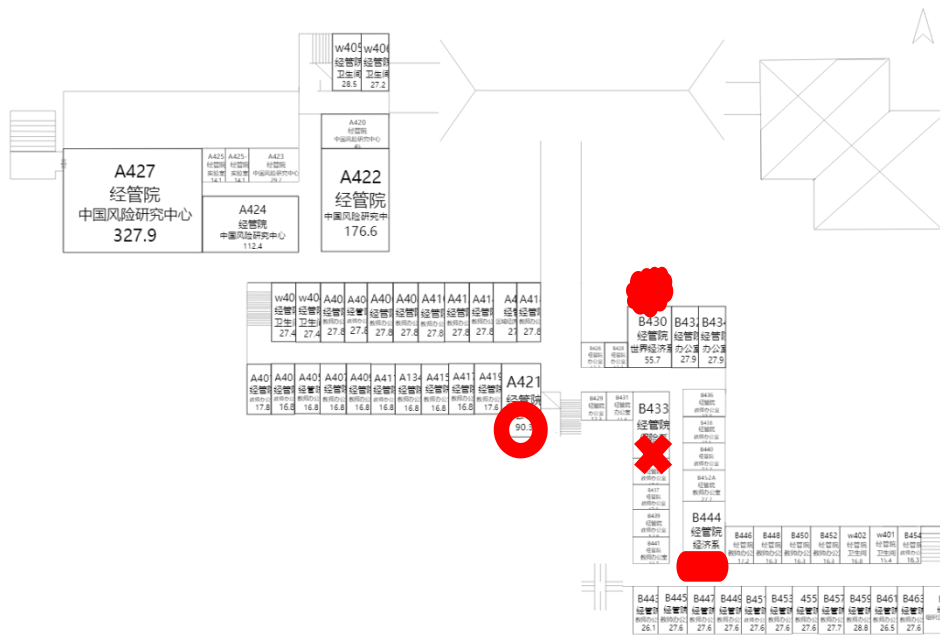
武汉大学经济与管理学院三层平面图







-  A321 第三会议室
-  B337 市场营销与旅游管理系-市场营销专业
-  C373 管理科学与工程系
-  C366 数理经济与数理金融系
-  C379 财政与税收系

武汉大学经济与管理学院平面图

武汉大学经济与管理学院四层平面图



-  A421 第六会议室
-  B430 世界经济系
-  B433 保险与精算系
-  B444 经济系



武汉大学经济与管理学院平面图

武汉大学经济与管理学院五层平面图

