

2025年营销科学与创新国际会议

2025 International Conference of Marketing Science and Innovation

新质生产力与营销数智创新

New Quality Productive Forces and Digital-Intelligent Innovation in Marketing

MSI
2025

主办单位： Organizers

营销科学与创新国际会议（MSI）组委会
Organizing Committee of the International Conference of Marketing Science and Innovation (MSI)

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

西南财经大学
Southwestern University of Finance and Economics

承办单位： Hosts

西南财经大学工商管理学院
School of Business Administration, Southwestern University of Finance and Economics

支持单位： Supporting Organizations

国家自然科学基金委员会
National Natural Science Foundation of China

教育部工商管理类专业教育指导委员会
The Education Guidance Committee for Business Administration Majors of the Ministry of Education

教育部市场营销专业虚拟教研室
Virtual Teaching and Research Office for Marketing Majors of the Ministry of Education

中国高等院校市场学研究会服务营销专委会
Professional Committee of Service Marketing of Chinese Marketing Association of Universities

中国管理现代化研究会营销管理专委会
Professional Committee of Marketing Management of China Society for Modern Management Studies

联合主办单位： Co-Organizers

浙江工商大学
Zhejiang Gongshang University

教育部人文社科重点研究基地浙江工商大学
现代商贸研究中心

Key Research Base for Humanities and Social Sciences of the Ministry of Education, Contemporary Business and Trade Research Center of Zhejiang Gongshang University

协办单位： Co-Hosts

北京见数科技有限公司（Credamo）
Beijing Jianshu Technology Co., Ltd. (Credamo)

西南财经大学习近平经济思想研究院
（一流学科培优集成创新平台）

Institute of Xi Jinping Economic Thought Research, Southwestern University of Finance and Economics (First-Class Discipline Cultivation Integrated Innovation Platform)

清华大学出版社
Tsinghua University Press

中国人民大学出版社
China Renmin University Press

高等教育出版社
Higher Education Press

2025年4月12日-13日 四川·成都



Welcome Letter from MSI2025 Co-chairs

大会联合主席欢迎词

尊敬的各位嘉宾：

随着新一轮科技革命和产业变革加速演进，我国经济发展转型所形成的历史性交汇对生产力发展水平提出了新的要求，习近平总书记创造性地提出“新质生产力”概念并强调：发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。从市场营销学科视角考察，把握营销数智化的发展机遇，以营销科技创新为引领，提升战略性新兴产业的核心竞争力，有利于促进新质生产力的释放。新质生产力与营销数智创新的深度融合，正以前所未有的速度重构全球消费生态。以人工智能、大数据、物联网、数字孪生为核心的新质生产力，通过数据要素的动态流通与算法赋能，不仅重塑了生产端效率逻辑，更通过消费者触点的多元化创新催生新业态。中国式现代化消费的升维，本质上是新质生产力与消费需求的双向赋能。总书记将创新发展与加快形成新质生产力联系起来，回应了我国高质量发展的时代需求，促使如何推动营销数智创新助力新质生产力发展成为一项重要现实课题。

鉴于此，2025年营销科学与创新国际会议（MSI2025）以“新质生产力与营销数智创新”为主题，邀请国内外学者和研究者对这一主题进行深入探讨，构建中国特色工商管理学基础理论体系和中国特色工商管理学自主知识体系，探索中国特色现代化企业制度和创新驱动路径，推动中国企业全球竞争力提升和世界一流企业建设理论与实践，促进新质生产力和企业数智营销发展，以期推动数智营销的理论与加快新质生产力形成的社会生产实践更加紧密结合。

营销科学与创新国际会议（Marketing Science and Innovation, MSI）自2017年由国家杰青、教育部长江学者特聘教授王永贵博士联合国内外知名专家共同发起，至今已成功举办八届。过去八年，在国内外学术同仁和社会各界的支持下，第一届（MSI2017）、第二届（MSI2018）、第三届（MSI2019）、第四届（MSI2020）、第五届（MSI2021）、第六届（MSI2022）、第七届（MSI2023）和第八届（MSI2024）营销科学与创新国际会议成功举办，并顺利推出了Journal of the Academy of Marketing Science、Journal of Management Studies、Journal of International Marketing、Journal of Business Research、Journal of Cleaner Production、Technological Forecasting and Social Change、Internet Research等国际知名学术期刊专辑，大量优秀成果记录了工商管理学术共同体的思考和发展。

今年，2025年营销科学与创新国际会议（MSI2025）由营销科学与创新国际会议（MSI）组委会、中国高等院校市场学研究会、西南财经大学主办，浙江工商大学、教育部人文社科重点研究基地浙江工商大学现代商贸研究中心联合主办，西南财经大学工商管理学院承办，Credamo见数协办，继续为广大工商管理学者搭建跨国界、跨学科的国际交流与合作平台，共同探讨中国式现代化进程中的新质生产力和营销数智创新等相关问题。作为主办方之一的西南财经大学，是国家首批“双一流”建设高校，在迎来百年校庆的重要时刻，秉承“经世济民、孜孜以求”的大学精神，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧紧围绕学习贯彻党的二十大精神这条主线，认真落实学校第十四次党代会精神，始终坚持为党育人、为国育才，全面推进“新财经”战略升级，奋力谱写中国式现代化教育西财篇章，加快建设财经特色鲜明的世界一流大学。本次会议还得到了国家自然科学基金委员会、教育部工商管理教育指导委员会、教育部市场营销专业虚拟教研室、中国高等院校市场学研究会服务营销专委会、中国管理现代化研究会营销管理专委会、西南财经大学习近平经济思想研究院（一流学科培优集成创新平台）、清华大学出版社、中国人民大学出版社、高等教育出版社的大力支持。

本次盛会邀请了二十余位国内外知名专家学者和企业家进行精彩的主题演讲；邀请到十多位国内外高水平期刊主编和教授联合举行期刊主编面对面活动，与参会学者进行了深入交流；邀请到近二十位国家一流专业点负责人分享工商管理类一流专业建设经验；邀请到近十位资深教授分享国家级课题申报建设经验。本次MSI2025会议继续得到了国内外工商管理各专业领域专家、学者和研究生的大力支持，共收到近600篇优秀稿件，经过数十位专家的初审、复审和终审，最终遴选出407篇论文在平行论坛进行了展示与交流。同时，本次大会还邀请到百余位资深专家参与到平行论坛的点评与研讨。

最后，借此机会，由衷地感谢支持主办方之一的西南财经大学的各方领导、国内外专家和广大师生朋友。各位专家和学者，让我们相聚成都，相聚西南财大！在这人间最美四月天，围绕市场营销管理研究与实践开展跨国和跨界的研讨，为加快构建中国特色工商管理学自主知识体系做出我们的贡献！谢谢你们的研究工作！期待你们的学术分享！欢迎大家来成都、来到西南财大参加2025年MSI（2025）年会！

MSI 2025 Conference Co-chairs
Yonggui Wang（王永贵）
Yongqiang Li（李永强）
 2025年4月8日

Table of Contents

目 录

Welcome Letter from MSI2025 Co-chairs	Page (01)
Conference Co-chairs	Page (06)
Academic Committee	Page (08)
Organizing Committee	Page (15)
MSI2025 Conference Program Overview	Page (16)
MSI2025 Conference Agenda (Detailed Version)	Page (20)
Parallel Sessions Master Plan	Page (29)
Corporate Strategy Sessions	Page (31)
Individual Behavior Sessions	Page (48)
Business Analysis Sessions	Page (81)
Business Administration	Page (88)
Case Study Sessions	Page (96)
Keynote Speeches	Page (99)
Guest of the professional construction forum	Page (108)
Introduction about Southwestern University of Finance and Economics	Page (110)
Introduction about Virtual Teaching and Research Office for Marketing Majors of the Ministry of Education	Page (112)
Service Guide	Page (113)

International Conference of Marketing Science and Innovation (MSI2025)

2025年营销科学与创新国际会议 (MSI2025)

四川·成都

2025.4.12-13

新质生产力

New-Quality Productive Forces

数智营销

Digital Intelligent Marketing

营销创新

Marketing Innovation

主办单位 Organizers

营销科学与创新国际会议 (MSI) 组委会

Organizing Committee of the International Conference of Marketing Science and Innovation (MSI)

中国高等院校市场学研究会

Chinese Marketing Association of Universities (CMAU)

西南财经大学

Southwestern University of Finance and Economics

联合主办单位 Co-Organizers

浙江工商大学

Zhejiang Gongshang University

教育部人文社科重点研究基地浙江工商大学现代商贸研究中心

Key Research Base for Humanities and Social Sciences of the Ministry of Education,

Contemporary Business and Trade Research Center of Zhejiang Gongshang University

承办单位 Hosts

西南财经大学工商管理学院

School of Business Administration, Southwestern University of Finance and Economics

协办单位 Co-Hosts

北京见数科技有限公司 (Credamo)

Beijing Jianshu Technology Co., Ltd. (Credamo)

支持单位 Supporting Organizations

国家自然科学基金委员会

National Natural Science Foundation of China

教育部工商管理类专业教育指导委员会

The Education Guidance Committee for Business Administration Majors of the Ministry of Education

教育部市场营销专业虚拟教研室

Virtual Teaching and Research Office for Marketing Majors of the Ministry of Education

中国高等院校市场学研究会服务营销专委会

Professional Committee of Service Marketing of Chinese Marketing Association of Universities

中国管理现代化研究会营销管理专委会

Professional Committee of Marketing Management of China Society for Modern Management Studies

西南财经大学习近平经济思想研究院 (一流学科培优集成创新平台)

Institute of Xi Jinping Economic Thought Research, Southwestern University of Finance and Economics (First-Class Discipline Cultivation Integrated Innovation Platform)

清华大学出版社

Tsinghua University Press

中国人民大学出版社

China Renmin University Press

高等教育出版社

Higher Education Press

Conference Co-chairs

会议联合主席



Yonggui Wang 王永贵

教育部高校哲学社会科学自主知识体系建设战略咨询委员会委员，国家杰出青年基金获得者、教育部长江学者特聘教授、“万人计划”哲学社会科学领军人才。浙江工商大学校长、现代商贸研究中心首席专家、中国智能管理研究院院长；国家有突出贡献中青年专家、百千万人才工程国家级人选、文化名家暨“四个一批”人才、国务院政府特殊津贴专家。2014—2024年高被引中国学者，全球前2%顶尖科学家，《管理世界》编委、《商业经济与管理》主编、《营销科学学报》专业主编、Journal of Business Research副主编。主要研究领域为营销智能与数字创新、服务营销与创新、顾客关系与顾客行为等，主持国家社会科学基金重大项目、国家自然科学基金重点基金项目等国家级课题10余项，获高等教育国家级教学成果奖、教育部高等学校科学研究优秀成果奖等省部级及以上科研与教学成果奖（含一等奖）20余项，研究成果发表在Journal of Marketing、Journal of International Business Studies、Journal of Management以及《管理世界》等国内外领先期刊上，出版和翻译国内外经典论著和教材20余部。其中，多部教材入选国家级规划教材，《客户关系管理》获首届国家教材奖。

Member of the Strategic Advisory Committee for the Construction of an Autonomous Knowledge System in Philosophy and Social Sciences of the Ministry of Education, recipient of the National Outstanding Youth Fund, Chang Jiang Scholar Distinguished Professor, and a leading talent in philosophy and social sciences under the "Ten Thousand Talents Program." President of Zhejiang Gongshang University, chief expert of the Modern Business Research Center, and director of the China Intelligent Management Research Institute; selected as a young and middle-aged expert with outstanding contributions at the national level, a national candidate for the "Hundred Thousand Talents Project," a renowned cultural figure and a member of the "Four Batches" of talents, and an expert with special subsidies from the State Council. Highly cited Chinese scholar from 2014 to 2024, ranked among the top 2% of scientists globally, editorial board member of "Management World," editor-in-chief of "Business Economics and Management," professional editor of "Journal of Marketing Science," and associate editor of "Journal of Business Research." Main research areas include marketing intelligence and digital innovation, service marketing and innovation, customer relationships, and consumer behavior. He has led over 10 national-level projects, including significant projects of the National Social Science Fund and key projects of the National Natural Science Foundation. He has received more than 20 provincial-level and above research and teaching achievement awards, including the National Teaching Achievement Award in Higher Education and the Ministry of Education's Excellent Research Achievement Award (including first prizes). His research outcomes have been published in leading domestic and international journals such as the Journal of Marketing, Journal of International Business Studies, Journal of Management, and "Management World," and he has published and translated over 20 classic works and textbooks, with multiple textbooks selected as national-level planned teaching materials; the textbook "Customer Relationship Management" won the first National Textbook Award.



Yongqiang Li 李永强

西南财经大学校长、党委副书记，教授、博士生导师；国务院政府特殊津贴获得者、教育部“新世纪优秀人才支持计划”人选，四川省学术与技术带头人，四川省教学名师；主要研究领域为营销战略和社会网络等；获国家级和省部级教学和科研奖励10余项。兼任教育部全国高校毕业生就业创业指导委员会委员，四川普通本科高等学校课程思政教学指导委员会主任委员。

President of Southwestern University of Finance and Economics, Deputy Secretary of the Party Committee, Professor, and Doctoral Supervisor; Recipient of the State Council Special Government Allowance, Selected by the Ministry of Education's "New Century Excellent Talents Support Plan," Leader in Academic and Technology in Sichuan Province, Distinguished Teacher in

Sichuan Province; Main research areas include marketing strategy and social networks; Recipient of more than 10 national and provincial-level teaching and research awards. Concurrently serving as a member of the National Steering Committee for Employment and Entrepreneurship Guidance for College Graduates and Chair of the Teaching Guidance Committee for Ideological and Political Courses in General Undergraduate Institutions in Sichuan Province.

Academic Committee

大会学术委员会联席主席（排名不分先后）

- | | |
|-------------------------------|---------------------------|
| 陈晓红
校党委书记/院士 湖南工商大学 | 杨海滨
教授/长江学者讲座教授 香港城市大学 |
| 蔡莉
原校党委常务副书记/杰青 吉林大学 | 周政
教授/长江学者讲座教授 香港大学 |
| 贾建民
长江学者讲座教授/杰青 香港中文大学（深圳） | 张娟娟
教授 MIT麻省理工斯隆管理学院 |
| 毛基业
长江学者特聘教授/杰青 中国人民大学 | 黄敏学
教授/副院长/执行秘书长 武汉大学 |
| 穆荣平
院长/研究员 中国科学院大学 | 杨智
教授/院长 湖南大学 |
| 赵先德
教授/国家千人 华南理工大学工商管理学院 | 钱力显
教授/副院长 西交利物浦大学 |
| 中欧国际工商学院 | 何佳讯
教授/院长/副会长 华东师范大学 |
| 崔海涛
副院长/长江学者讲座教授 明尼苏达大学 | 俞荣建
教授/院长 浙江工商大学 |
| 方二
教授 美国理海大学 | 付晓蓉
教授 西南财经大学 |

大会学术委员会高级顾问（排名不分先后）

- | | |
|----------------------|--------------------|
| 常亚平 教授 华中科技大学 | 景奉杰 教授 华东理工大学 |
| 陈 劲 长江学者特聘教授/杰青 清华大学 | 蒋青云 教授 复旦大学 |
| 陈煜波 教授/杰青 清华大学 | 雷家骥 教授 清华大学 |
| 董大海 教授 大连理工大学 | 李东进 教授 南开大学 |
| 范秀成 教授 复旦大学 | 李志军 社长 《管理世界》 |
| 符国群 教授 北京大学 | 刘 益 教授/长江特聘 上海交通大学 |
| 高 闯 教授/院长 首都经济贸易大学 | 彭泗清 教授/常务副会长 北京大学 |
| 高良谋 教授 东北财经大学 | 苏敬勤 教授/原院长 大连理工大学 |
| 郭国庆 教授 中国人民大学 | 孙国辉 教授 中央财经大学 |
| 黄鲁成 教授 北京工业大学 | 唐加福 长江特聘/杰青 东北财经大学 |

- | | |
|--------------------------|---------------------------|
| 滕乐法 教授/副会长 江南大学/加拿大奎尔夫大学 | 徐二明 教授/原院长 中国人民大学 |
| 田志龙 教授 华中科技大学 | 阎海峰 教授/副校长 华东理工大学 |
| 王方华 教授/原院长 上海交通大学 | 杨志林 教授 香港城市大学 |
| 汪 涛 教授/会长/青年长江/万人领军 武汉大学 | 叶 强 长江特聘/执行院长/杰青 中国科学技术大学 |
| 韦福祥 教授/原院长 天津师范大学 | 张玉利 教授/原院长 南开大学 |
| 魏 江 教授/副校长/长江特聘 浙江财经大学 | 杨 智 教授/院长 湖南大学 |
| 武常歧 教授/院长 山东大学 | 周 南 长江学者讲座教授 香港城市大学 |
| 吴晓云 教授 南开大学 | 邹绍明 教授 密苏里大学 |
| 谢贵枝 教授 香港大学 | 庄贵军 教授 西安交通大学 |

大会学术委员会委员（排名不分先后）

- | | |
|---|------------------------------|
| Alain Yee Loong Chong教授/外国优青, 宁波诺丁汉大学 | 高维和, 教授/副院长/副秘书长, 上海财经大学 |
| Alex Koohang教授, Middle Georgia State University | 高旭东, 教授, 清华大学 |
| 常 玉, 教授, 西北工业大学 | 龚艳萍, 教授/副会长, 中南大学 |
| 白长虹, 教授/院长/副会长, 南开大学 | 郭功星, 教授/副院长, 汕头大学 |
| 车阿大, 教授/院长, 西北工业大学 | 郭 锐, 教授/副院长/副秘书长, 中国地质大学（武汉） |
| 陈 红, 教授/院长, 江南大学 | 郭晓凌, 教授, 对外经济贸易大学 |
| 陈 洁, 教授, 上海交通大学 | 韩顺平, 教授/院长, 南京大学 |
| 陈 凯, 教授, 北京林业大学 | 韩 炜, 教授/院长, 西南政法大学 |
| 陈 荣, 副教授, 清华大学 | 韩晓梅, 教授/院长/校长助理, 南京理工大学 |
| 陈效林, 教授/校MBA中心主任, 南京财经大学 | 郝辽钢, 教授, 西南交通大学 |
| 陈衍泰, 教授/副校长, 浙江工商大学 | 郝云宏, 教授, 浙江工商大学 |
| 崔 楠, 教授, 武汉大学 | 何佳讯, 教授/院长/副会长, 华东师范大学 |
| 董晓松, 教授, 上海工程技术大学 | 胡海波, 教授/院长, 江西财经大学 |
| 丁 瑛, 副教授, 中国人民大学 | 胡左浩, 教授/副会长, 清华大学 |
| 丁志华, 教授/院长, 中国矿业大学 | 华 迎, 教授, 对外经济贸易大学 |
| 杜建刚, 教授, 南开大学 | 黄 静, 教授, 武汉大学 |
| 杜运周, 教授, 东南大学 | 黄劲松, 教授, 北京航空航天大学 |
| 范小军, 教授, 上海大学 | 黄敏学, 教授/副院长/执行秘书长, 武汉大学 |
| 方 正, 教授/杰青, 四川大学 | 黄韞慧, 教授, 南京大学 |
| 费明胜, 教授/部长, 五邑大学 | 江红艳, 教授/副院长, 中国矿业大学 |
| 费显政, 教授/副院长/副会长, 中南财经政法大学 | 焦 豪, 教授, 北京师范大学 |
| 付晓蓉, 教授, 西南财经大学 | 金晓彤, 教授/副会长, 吉林大学 |

金立印, 教授/副会长, 复旦大学
柯丹, 副教授, 武汉大学
兰峰, 教授/院长, 西安建筑大学
李纯青, 教授, 西北大学
李东红, 教授, 清华大学
李先国, 教授/副会长, 中国人民大学
李文立, 教授, 大连理工大学
李小玲, 教授, 重庆大学
李志刚, 教授/副院长, 中国海洋大学
连漪, 教授/副会长, 桂林理工大学
梁剑平, 教授, 中山大学
刘畅, 教授/副院长, 东北农业大学
柳武妹, 教授, 兰州大学
刘任远, 教授, 宁波诺丁汉大学
刘志迎, 教授, 中国科学技术大学
龙勇, 教授/副院长, 重庆大学
卢长宝, 教授/副院长, 福州大学
鲁若愚, 教授, 电子科技大学
陆娟, 教授, 中国农业大学
罗君, 副教授, 宁波诺丁汉大学
吕巍, 教授/副院长, 上海交通大学
路江涌, 教授/杰青, 北京大学
马宝龙, 教授, 北京理工大学
马钦海, 教授/原院长, 东北大学
孟韬, 教授/院长, 东北财经大学
牟健, 教授, 釜山大学
聂元昆, 教授/副会长, 云南财经大学
牛华勇, 教授/院长, 北京外国语大学
牛永革, 教授/副秘书长, 四川大学
潘煜, 教授/院长, 上海外国语大学
彭纪生, 教授, 南京大学
彭正银, 教授/院长, 天津财经大学
钱丽萍, 教授/副院长, 重庆大学
钱力显, 教授/副院长, 西交利物浦大学

青平, 教授/副校长, 华中农业大学
裘晓东, 教授/副院长, 北京交通大学
任星耀, 教授, 南开大学
邵景波, 教授/副院长, 哈尔滨工业大学
邵云飞, 教授, 电子科技大学
沈俏蔚, 教授/副院长/秘书长/长江特聘, 北京大学
舒成利, 教授/副会长, 西安交通大学
宋晓兵, 教授/副秘书长, 大连理工大学
苏屹, 教授, 哈尔滨工程大学
孙瑾, 教授, 对外经济贸易大学
孙琦, 教授/副院长/青年长江, 上海财经大学
孙元, 教授/书记/万人, 浙江工商大学
孙亚程, 教授/杰青, 清华大学
陶秋燕, 教授, 北京联合大学
唐方成, 院长, 北京化工大学
汪旭晖, 教授/副校长/万人领军/青年长江, 东北财经大学
王峰, 教授/副院长, 湖南大学
王娜, 教授, 华侨大学
王毅, 教授/副会长, 中央财经大学
王国红, 教授, 大连理工大学
王海忠, 教授/副会长, 中山大学
王丽丽, 教授/优青, 浙江大学
王良燕, 教授/副会长, 上海交通大学
王兴元, 教授, 山东大学
王雪华, 副教授, 同济大学
王兆华, 教授/院长/长江学者/杰青, 北京理工大学
卫海英, 教授/书记, 暨南大学
魏航, 教授/书记/万人, 上海财经大学
吴剑峰, 教授, 浙江工商大学
吴水龙, 教授, 北京理工大学
吴小节, 教授/院长, 广东工业大学
肖小虹, 教授/副校长, 贵州财经大学
谢恩, 教授, 同济大学
邢小强, 教授/院长, 对外经济贸易大学

熊银解, 教授, 华中农业大学
徐岚, 教授, 武汉大学
徐菁, 教授, 北京大学
许晖, 教授, 南开大学
薛佳奇, 教授, 对外经济贸易大学
薛小龙, 教授/院长, 广州大学
杨保军, 教授/院长, 北方民族大学
杨德锋, 教授/副秘书长, 暨南大学
杨洪涛, 教授, 华侨大学
杨治, 教授/院长, 华中科技大学
杨志勇, 教授, 浙江科技大学
姚卿, 教授, 北京科技大学
姚山季, 教授/院长, 南京工业大学
尹航, 教授/校长助理, 哈尔滨工程大学
于洪彦, 教授, 中山大学
于晓宇, 教授/处长/万人, 上海大学
余江, 教授, 中国科学院
俞荣建, 教授/院长, 浙江工商大学
曾伏娥, 教授, 武汉大学
谌飞龙, 教授/副院长, 江西财经大学
张影, 教授/副院长/杰青, 北京大学
张闯, 教授/副会长, 大连理工大学
张锋, 教授, 南开大学
张昊, 教授, 东北大学

张浩, 副教授, 南京航空航天大学
张骁, 教授/青年长江, 南京大学
张德鹏, 教授, 广东工业大学
张广玲, 教授, 武汉大学
张广胜, 教授/院长, 辽宁大学
张磊楠, 教授/院长, 对外经济贸易大学贵州研究院
张明立, 教授, 北京航空航天大学
张启文, 教授/院长, 东北农业大学
张晓飞, 教授, 东北大学
张言彩, 教授/副校长, 淮阴师范学院
赵红, 教授, 中国科学院大学
赵卫宏, 教授/院长, 江西师范大学
赵健宇, 教授, 哈尔滨工程大学
赵晶, 教授/副院长, 中国人民大学
赵新元, 教授, 澳门科技大学
郑权, 特任教授/优青, 中国科学技术大学
周建, 教授, 南开大学
周青, 教授, 杭州电子科技大学
周长辉, 教授/杰青, 北京大学
周欣悦, 教授/杰青, 浙江大学
周志民, 教授, 深圳大学
朱方伟, 教授/校长, 中南财经政法大学
邹鹏, 教授, 哈尔滨工业大学
邹波, 教授, 中山大学

大会青年工作委员会委员（排名不分先后）

主任委员:

才凤艳 教授/杰青/系主任 上海交通大学
崔 森 教授 大连理工大学
马 双 教授 对外经济贸易大学
陈 扬 教授 电子科技大学

程絮森 教授 中国人民大学
谷 炜 教授/院长 北京科技大学
王 锐 副教授/青年长江 北京大学

副主任委员:

岑 杰 教授/副院长 浙江工商大学
洪傲然 博士 南京理工大学
刘 菲 博士 东北财经大学
孟 捷 副教授 牛津布鲁克斯大学
田庆宏 博士 浙江财经大学
王 雪 博士 中国人民大学
项典典 副教授 中南财经政法大学
晏 丽 副教授 首都经济贸易大学
张泽林 教授/副院长 中国人民大学

陈星宇 教授/副院长 深圳大学
李 霞 博士 首都经济贸易大学
刘 欢 副教授 南开大学
宋连莲 副教授/系副主任 南京航空航天大学
王 帅 博士 北京信息科技大学
汪淋淋 博士 浙江工商大学
肖 莉 副教授 复旦大学
姚 琦 教授 重庆交通大学

论文评审专家的致谢信

习近平总书记提出的“新质生产力”概念，通过营销数智化创新与人工智能、大数据等技术的深度融合，推动战略性新兴产业核心竞争力提升，重构全球消费生态，实现中国式现代化消费升维与高质量发展的双向赋能。鉴于此，2025年营销科学与创新国际会议（MSI2025）以“新质生产力与营销数智创新”为主题，相约成都百年光华。随着MSI2025论文评审工作的圆满完成，大会组委会怀着无比感恩的心情，向为会议做出卓越贡献的初审专家、复审专家，以及26位优秀论文终审专家致以最崇高的敬意！

本次MSI2025会议继续得到了国内外工商管理各专业领域专家、学者和研究生的大力支持，共收到近600篇优秀稿件，经过数十位专家的初审、复审和终审，最终遴选出407篇论文在平行论坛进行了展示与交流。同时，本次大会还邀请到136位资深专家参与到平行分论坛的点评与研讨。

论文评审工作的顺利完成离不开全体评审专家的辛勤付出，评审专家为大会审稿把关付出了大量心血和汗水。2025年有一大批杰出的中青年学者新加入到大会组委会的审稿团队中，他们无私奉献、恪尽职守，展现出高水平的专业素养和责任心，为保障会议论文的质量和水平做出了重要贡献。

谨此，大会组委会向所有评审专家表示衷心的感谢和敬意！

MSI2025组委会

2025年4月8日

大会优秀论文终审专家 (排名不分先后)

王永贵 教授/杰青/长江学者/万人/校长 浙江工商大学	贺 伟 教授/杰青/优青 南京大学
张紫琼 教授/优青 哈尔滨工业大学	马铁驹 教授/长江学者/杰青 上海交通大学
肖静华 教授 中山大学	孙 琦 教授/青年长江 上海财经大学
景奉杰 教授 华东理工大学	刘 益 教授/长江特聘 上海交通大学
牛保庄 教授/长江学者/杰青/优青 华南理工大学	曾伏娥 教授/长江特聘 武汉大学
才凤艳 教授/杰青/优青 上海交通大学	舒成利 教授/青年长江 西安交通大学
程絮森 教授/长江学者 中国人民大学	何佳讯 教授/院长 华东师范大学
沈俏蔚 教授/长江特聘 北京大学	方 正 教授/杰青 四川大学
李炜文 教授/优青 中山大学	周欣悦 教授/杰青 浙江大学
于晓宇 教授/青拔 上海大学	王小毅 教授/青年长江 浙江大学
黄敏学 教授/青年长江/副院长 武汉大学	金立印 教授/副会长 复旦大学
孙亚程 教授/杰青/青年长江 清华大学	黄韞慧 教授/青拔 南京大学
杨 智 教授/院长 湖南大学	王良燕 教授 上海交通大学

支持期刊列表 (排名不分先后)

人大复印资料
 珞珈管理评论
 供应链管理
 Journal of Business-to-Business Marketing
 Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics
 Information Technology & People
 Journal of Electronic Commerce Research
 Journal of Global Information Management
 科学管理研究
 中国科学学与科技政策研究会经管期刊工作委员会
 现代财经

Organizing Committee

Chair 大会组织委员会主席

Han Li (李 涵)
 Professor at Southwestern University of Finance and Economics, and Dean of the School of Business Administration
 西南财经大学教授, 工商管理学院院长
 Xiaorong Fu (付晓蓉)
 Professor at Southwestern University of Finance and Economics, and Director of the Teacher Education Development Center
 西南财经大学教授, 教师教学发展中心主任

Vice-Chairs 大会组织委员会副主席

Xuan Bai (白 璇)
 Professor at Southwestern University of Finance and Economics, and Director of the Marketing Research Institute
 西南财经大学教授, 工商管理学院院长助理, 市场营销研究所所长
 Xin Chen (陈 鑫)
 Associate professor at Southwestern University of Finance and Economics, and Head of the Department of Marketing
 西南财经大学副教授, 市场营销系主任
 Fengjie Jing (景奉杰)
 Professor at the School of Business, East China University of Science and Technology, and CEO of the Chinese Marketing Association of University (CMAU)
 华东理工大学商学院教授, 中国高等院校市场学研究会 CEO

Members 大会组织委员会委员

Jia Chen (陈 佳) 西南财经大学工商管理学院	Qingtao Wang (王庆涛) 西南财经大学工商管理学院
Tao Gu (古 韬) 西南财经大学工商管理学院	Zhigang Weng (翁智刚) 西南财经大学工商管理学院
Hong Guo (郭 洪) 西南财经大学工商管理学院	Banggang Wu (吴邦刚) 西南财经大学工商管理学院
Xianchun Li (李先春) 西南财经大学工商管理学院	Ji Xiong (熊 霁) 西南财经大学工商管理学院
Huimin Tan (谭慧敏) 西南财经大学工商管理学院	Xiling Xiong (熊希灵) 西南财经大学工商管理学院
Yisong Tang (唐一淞) 西南财经大学工商管理学院	Wenting Zhu (朱文婷) 西南财经大学工商管理学院

2025年营销科学与创新国际会议议程概览

时间	议程	
2025年4月11日, 星期五 地点: 西南财经大学光华校区		
13:00-20:00	会议报到 地点: 光华会堂	
2025年4月12日, 星期六 地点: 西南财经大学光华校区		
8:30-9:00	开幕式 地点: 光华会堂	
9:00-9:10	全体合影	
9:10-12:00	主旨报告: 新质生产力与营销数智创新 地点: 光华会堂	
12:00-13:30	午餐	
13:30-16:20	平行主旨论坛1-1: 数智营销与创新实践 地点: 光华楼会议厅(西)	平行主旨论坛2-1: 数智消费与行为研究 地点: 光华会堂
16:30-17:30		平行圆桌论坛2-2: 高水平期刊主编面对面 地点: 光华会堂
18:00-19:30	晚餐	
19:30-21:30	招聘专场 地点: 光华楼会议厅(西)	

2025年4月13日, 星期日 地点: 西南财经大学光华校区				
8:30-12:00	第七届工商管理国家一流专业建设论坛 地点: 光华楼会议厅(西)	国家级课题申报与研讨 地点: 光华会堂	平行主旨论坛3: 人工智能赋能市场增长分论坛 地点: 住友苑二楼会议室	平行分论坛 (上午场) 地点: 明德楼
			《复印报刊资料·市场营销(理论版)》首届编委会会议 地点: 光华会堂-方正厅	
12:00-13:30	午餐			
13:30-15:00	平行分论坛(下午场) 地点: 明德楼			
15:20-17:05	候选优秀论文宣讲 地点: 光华会堂			
17:15-17:45	闭幕式 地点: 光华会堂			

MSI2025 Conference Program Overview

Time	Agenda	
Friday, April 11, 2025 Location:Guanghua Campus		
13:00-20:00	Sign in Location:Guanghua Hall	
Saturday, April 12, 2025 Location:Guanghua Campus		
8:30-9:00	Opening Ceremony Location:Guanghua Hall	
9:00-9:10	Group Photo	
9:10-12:00	Keynote Speeches Location:Guanghua Hall	
12:00-13:30	Lunch Break	
13:30-16:20	Parallel Keynote Forum (1-1) Location:Guanghua Building Conference Hall (West)	Parallel Keynote Forum (2-1) Location:Guanghua Hall
16:30-17:30		Parallel Round-table Forum (2-2) Location:Guanghua Hall
18:30-19:30	Babquet	
19:30-21:30	Job Fair Location:Guanghua Building Conference Hall (West)	
Sunday, April 13, 2025 Location: Guanghua Campus		

8:30-12:00	The 7th National First-Class Business Administration Major Construction Forum Location:Guanghua Building Conference Hall (West)	Declaration and Seminar on State-Level Subjects Location:Guanghua Hall	Parallel Keynote Forum 3: Empowering Market Growth through Artificial Intelligence Location:Sumitomo Garden Second Floor Conference Room	Parallel Sessions (Morning Session) Location:Mingde Building
			Copy of Periodical Materials · Marketing (Theoretical Edition) First Editorial Board Meeting Location:Guanghua Hall-Fangzheng Hall	
12:00-13:30	Lunch Break			
13:30-15:00	Parallel Sessions (Afternoon Session) Location:Mingde Building			
15:20-17:05	Presentations of Candidate Excellent Papers Location:Guanghua Hall			
17:15-17:45	Closing Ceremony Location:Guanghua Hall			

MSI2025 会议议程 (详细版)

MSI2025 Conference Agenda (Detailed Version)

时间: 2025年4月11日 (周五)		
时间 Time	议程 Agenda	主持人 Host
13:00-20:00	报到Sign in 地点: 光华会堂	
时间: 2025年4月12日 (周六)		
8:30-9:00	<p>开幕式 Opening Ceremony 地点: 光华会堂</p> <p>Address by the leadership of Conference Organizer Yongqiang Li, President of Southwestern University of Finance and Economics 李永强 西南财经大学党委副书记、校长</p> <p>Address by the Leadership of Sichuan Provincial Federation of Social Sciences Associations Yi Jiang, Vice Chairman of Sichuan Provincial Federation of Social Sciences Associations 姜怡 四川省社科联副主席</p> <p>Address by the leadership of Conference Endorser Yonggui Wang, President of Zhejiang Gongshang University 王永贵 浙江工商大学党委副书记、校长</p>	<p>Han Li, Southwestern University of Finance and Economics 李涵 西南财经大学 工商管理学院 院长</p>
9:00-9:10	全体合影 Group Photo	
9:10-10:30	<p>主旨报告 Keynote Speeches 地点: 光华会堂</p> <p>Can firms do well by doing environmental good? Evidence from Amazon's CPF program Junhong Chu, The University of Hong Kong 楚军红 香港大学</p> <p>Marketing in an AI Driven world Sharon Ng, Nanyang Technological University Sharon Ng 南洋理工大学</p>	<p>Xiaorong Fu, Southwestern University of Finance and Economics 付晓蓉 西南财经大学</p>

9:10-10:30	<p>AI社交智能和伦理风险 Xinyue Zhou, Zhejiang University 周欣悦 浙江大学</p> <p>营销智能驱动市场增长的逻辑思考 Yonggui Wang, Zhejiang Gongshang University 王永贵 浙江工商大学</p>	
10:30-10:40	茶歇 Break	
10:40-12:00	<p>主旨报告 Keynote Speeches 地点: 光华会堂</p> <p>Digital Economy and Strategy Research: Challenges and Opportunities (数字经济与战略研究: 机遇和挑战) Zheng Zhou, The University of Hong Kong 周政 香港大学</p> <p>The Strategic Analysis and Implication of Data Trading Lin Tian, Fudan University 田林 复旦大学</p> <p>网络平台的治理 Xiaoling Li, Chongqing University 李小玲 重庆大学</p> <p>人工智能时代提升营销科研效率的创新与实践 贺凯彬 Credamo 联合创始人</p>	<p>Yaping Chang, Huazhong University of Science and Technology 常亚平 华中科技大学</p>
12:00-13:30	午餐 Lunch	
13:30-15:10	<p>平行主旨论坛1-1 数智营销与创新实践 Parallel Keynote Forum 1-1 Digital Intelligence Marketing and Innovation Practice 地点: 光华楼会议厅 (西)</p> <p>Leveraging Text-based Nudging to Enhance Patient Acceptance and Compliance of Artificial Intelligence Care Management: Evidence from a Randomized Field Experiment Siliang Tong, Nanyang Technological University 佟思亮 南洋理工大学</p>	<p>Lixian Qian, Xi'an Jiaotong-Liverpool University 钱力显 西交利物浦大学</p>

13:30-15:10	<p>企业ESG实践的多层级研究 Xu Zheng, City University of Hong Kong 郑煦 香港城市大学</p> <p>Pause to Deliberate: The Effect of a Default Rating Design in a Multi-dimensional Rating System Ziqiong Zhang, Harbin Institute of Technology 张紫琼 哈尔滨工业大学</p> <p>中国链研究动态 Rongjian Yu, Zhejiang Gongshang University 俞荣建 浙江工商大学</p> <p>《协同·进化》——数智时代企业营销创新路径探索 Matthew Fan, APEX 樊剑修 阿佩克思品牌战略咨询创始人/董事长</p>	
15:10-15:20	茶歇 Break	
15:20-17:00	<p>平行主旨论坛1-1 数智营销与创新实践 Parallel Keynote Forum 1-1 Digital Intelligence Marketing and Innovation Practice 地点: 光华楼会议厅 (西)</p> <p>Optimizing Scalable Targeted Marketing Policies with Constraints Yuting Zhu, National University of Singapore 朱玉婷 新加坡国立大学</p> <p>人工智能时代的营销策略 Shuai Yang, Donghua University 杨帅 东华大学</p> <p>Mergers Between On-Demand Service Platforms: The Impact on Consumer Surplus and Labor Welfare Xin Wang, Southwestern University of Finance and Economics 王鑫 西南财经大学</p> <p>解构新质生产力, 重塑传统蛋品业 Bin Feng, Fengji Food Group Co., Ltd. 冯斌 凤集食品集团有限公司董事长</p> <p>唯怡品牌的数智化破圈之道 Yawen Guo, CEO of Sichuan Vee Drink & Food Co.Ltd. 郭雅文 四川唯怡饮料食品有限公司 CEO</p>	<p>Lan Xu, Wuhan University 徐岚 武汉大学</p>

13:30-14:50	<p>平行主旨论坛2-1 数智消费与行为研究 Parallel Keynote Forum 2-1 Digital Intelligence Consumption and Behavior Research 地点: 光华会堂</p> <p>创新产品代际命名及感知效用 Liangyan Wang, Shanghai Jiao Tong University 王良燕 上海交通大学</p> <p>社交媒体中的消费者决策与企业互动: 评论影响力与管理回复的作用机制 Lili Wang, Zhejiang University 王丽丽 浙江大学</p> <p>Vertically Differentiated Products and Consumer Decision-Making He Jia, University of Hong Kong 贾鹤 香港大学</p> <p>The Value of Sharing Market Data through Data Analytics on Digital Platforms: Empower Small Businesses on Alibaba's Taobao Marketplace Banggang Wu, Southwestern University of Finance and Economics 吴邦刚 西南财经大学</p>	<p>Weihe Gao, Shanghai University of Finance and Economics 高维和 上海财经大学</p>
14:50-15:00	茶歇 Break	
15:00-16:20	<p>平行主旨论坛2-1 数智消费与行为研究 Parallel Keynote Forum 2-1 Digital Intelligence Consumption and Behavior Research 地点: 光华会堂</p> <p>消费市场新格局及研究方向 Fu'e Zeng, Wuhan University 曾伏娥 武汉大学</p> <p>科技营销 Shaobo Li, Southern University of Science and Technology 李少波 南方科技大学</p> <p>AI and Luxury: Transforming Productivity and Marketing Innovation in the Digital Era Ian Phau, Curtin University Ian Phau 科廷大学</p> <p>人机共生: 技术驱动与体验跃迁的理论实践 Chunqing Li, Northwest University 李纯青 西北大学</p>	<p>Xiaoyi Wang, Zhejiang University 王小毅 浙江大学</p>

16:20-16:30	茶歇 Break	
16:30-17:30	<p>平行圆桌论坛2-2 高水平期刊主编面对面 Parallel Round Table Forum 2-2 Face-to-face with editors-in-chief of high-level journals 地点: 光华会堂</p> <p>Jing Li 李静 人大书报资料中心</p> <p>Yuan Sun 孙元 Information Technology & People高级主编 Journal of Electronic Commerce Research副主编 Journal of Global Information Management副主编</p> <p>Zhilin Yang 杨志林 Journal of Business-to-Business Marketing主编</p> <p>Zhigang Shou 寿志钢 《珞珈管理评论》副主编</p> <p>Qian Zhang 张茜 供应链管理</p> <p>Tao Yun 云涛 《科学管理研究》主编</p> <p>Shuangli Cai 蔡双立 现代财经</p>	<p>Guocheng Huo Committee of Economics and Management Journals, Chinese Association for Science of Science and S&T Policy 霍国成 中国科学学与科技政策研究会经管期刊工作委员会</p>
18:30-19:30	晚餐 Banquet	
19:30-21:30	<p>招聘专场Recruitment session 地点: 光华楼会议厅(西) 重庆大学、中国地质大学(武汉)、哈尔滨工程大学、西安交通大学、浙江工商大学、青岛理工大学、华侨大学、汕头大学、莆田学院、池州学院</p>	

时间: 2025年4月13日(周日)		
8:30-10:10	<p>第七届工商管理国家一流专业建设论坛 The 7th National First-Class Business Administration Major Construction Forum 地点: 光华楼会议厅(西)</p> <p>主题报告1: 专业建设与新商科人才培养 支撑一流专业的高质量课程建设问题探讨 Zhilong Tian, Huazhong University of Science and Technology 田志龙 华中科技大学</p> <p>基于产学研深度协同的大数据营销一流专业建设 Ji Li, Central University of Finance and Economics 李季 中央财经大学</p> <p>数字赋能的营销营销智创融合人才培养模式探索 Min Ye, Hubei University Of Economics 叶敏 湖北经济学院</p> <p>深思政 强专业 强实践: 工商管理专业国家一流专业建设探索 Lifang Gao, Southwestern University of Finance and Economics 高莉芳 西南财经大学</p>	<p>Fengjie Jing, East China University of Science and Technology 景奉杰 华东理工大学</p>
10:10-10:20	茶歇 Break	
10:20-12:00	<p>第七届工商管理国家一流专业建设论坛 The 7th National First-Class Business Administration Major Construction Forum 地点: 光华楼会议厅(西)</p> <p>主题报告2: 智慧课程与实践育人创新 案例+: 如何通过案例实验室的打造实现产教融合的双元创新模式 Hui Xu, Nankai University 许晖 南开大学</p> <p>四川大学市场营销一流专业建设的核心理念和实际举措 Yongge Niu, Sichuan University 牛永革 四川大学</p> <p>汕头大学“人工智能与大数据+商科”专业建设与人才培养 Gongxing Guo, Shantou University 郭功星 汕头大学</p> <p>新质生产力视域下商科AI融合类课程研发探索 Yajuan Wang, Zhejiang Gongshang University 王雅娟 浙江工商大学</p>	<p>Rui Guo, China University of Geosciences (Wuhan) 郭锐 中国地质大学(武汉)</p>

8:30-10:10	<p>国家级课题申报与研讨 Declaration and Seminar on State-Level Subjects 地点: 光华会堂</p> <p>自然科学基金面上项目申请的关键要素与心得体会 Jin Sun, University of International Business and Economics 孙瑾 对外经济贸易大学</p> <p>国家自然科学基金申报的选题、构思与写作 Zelin Tong, Hainan University 童泽林 海南大学</p> <p>基金申请避坑指南 Liping Qian, Chongqing University 钱丽萍 重庆大学</p> <p>生态系统视角下平台企业的信任风险与治理策略研究 Yupeng Mou, China University of Mining and Technology 牟宇鹏 中国矿业大学</p>	<p>Zhimin Zhou, Shenzhen University 周志民 深圳大学</p>
10:10-10:20	茶歇 Break	
8:30-10:10	<p>国家级课题申报与研讨 Declaration and Seminar on State-Level Subjects 地点: 光华会堂</p> <p>逻辑为线, 匠心织锦: 工商管理类自然科学基金申请经验交流 Lu Shen, Dalian University of Technology 沈璐 大连理工大学</p> <p>国家自然科学基金申请的一点肤浅体会 Lu Meng, Southwest Jiaotong University 孟陆 西南交通大学</p> <p>失败的馈赠: 通关青基申报副本的六个关键顿悟 Diandian Xiang, Zhongnan University of Economics and Law 项典典 中南财经政法大学</p> <p>“踩坑”与“突围”: 基于多次自然科学基金青年项目申请经历的分享 Huan Liu, Nankai University 刘欢 南开大学</p>	<p>Qi Yao, Chongqing Jiaotong University 姚琦 重庆交通大学</p>
8:30-10:30	<p>平行主旨论坛3: 人工智能赋能市场增长 Parallel Keynote Forum 3: Empowering Market Growth through Artificial Intelligence 地点: 住友苑二楼会议室</p> <p>人工智能驱动市场增长的若干思考 Yonggui Wang, Zhejiang Gongshang University 王永贵 浙江工商大学</p>	<p>Xiaorong Fu Southwestern University of Finance and Economics 付晓蓉 西南财经大学</p>

8:30-10:30	<p>人工智能与元宇宙赋能的数智营销研究展望 Xusen Cheng, Renmin University of China 程絮森 中国人民大学</p> <p>智能体营销行为学: 人机交互的数字实验研究新范式 Xiaoyi Wang, Zhejiang University 王小毅 浙江大学</p> <p>人工智能与市场洞察 Fengyan Cai, Shanghai Jiao Tong University 才凤艳, 上海交通大学</p> <p>圆桌讨论 Round Table Forum 地点: 住友苑二楼会议室</p> <p>王永贵 浙江工商大学 程絮森 中国人民大学 王小毅 浙江大学 才凤艳 上海交通大学 孙亚程 清华大学 张紫琼 哈尔滨工业大学 张影 北京大学 金立印 复旦大学</p>	<p>Xiaorong Fu Southwestern University of Finance and Economics 付晓蓉 西南财经大学</p>
10:30-10:40	茶歇 Break	
10:00-12:00	<p>复印报刊资料·市场营销(理论版)首届编委会会议 地点: 光华会堂-方正厅</p>	<p>Hao Zhang, Center for Social Sciences, Renmin University of China 张皓 中国人民大学 书报资料中心</p>
8:30-10:10	<p>会议平行分论坛(上午场) Parallel Sessions(Morning Sessions) 地点: 明德楼</p>	
10:10-10:20	茶歇 Break	
10:20-12:00	<p>会议平行分论坛(上午场) Parallel Sessions(Morning Sessions) 地点: 明德楼</p>	
12:00-13:30	午餐 Lunch	

13:30-15:00	会议平行分论坛 (下午场) Parallel Sessions(Afternoon Sessions) 地点: 明德楼	
15:00-15:15	茶歇 Break	
15:20-17:05	候选优秀论文宣讲 Presentations of Candidate Excellent Papers 地点: 光华会堂	Shaobo Li, Southern University of Science and Technology 李少波 南方科技大学 Xiaoling Li, Chongqing University 李小玲 重庆大学
17:15-17:45	闭幕式 Closing Ceremony 地点: 光华会堂	Xiaorong Fu Southwestern University of Finance and Economics 付晓蓉 西南财经大学

Parallel Sessions Master Plan

(平行论坛分组总览)

Date: April 13, 2025

Room Time Slot	A 8:30-10:00	B 10:20-11:50	C 13:30-15:00
101	A1 Corporate Strategy 1	B1 Corporate Strategy 2	C1 Corporate Strategy 13
102	A2 Corporate Strategy 3	B2 Corporate Strategy 4	C2 Corporate Strategy 14
103	A3 Corporate Strategy 5	B3 Corporate Strategy 6	C3 Corporate Strategy 15
104	A4 Corporate Strategy 7	B4 Corporate Strategy 8	C4 Corporate Strategy 16
105	A5 Corporate Strategy 9	B5 Corporate Strategy 10	C5 Corporate Strategy 17
106	A6 Corporate Strategy 11	B6 Corporate Strategy 12	C1 Case Study 2
107	A1 Individual Behavior 1	B1 Individual Behavior 2	C1 Individual Behavior 23
108	A2 Individual Behavior 3	B2 Individual Behavior 4	C2 Individual Behavior 24
109	A3 Individual Behavior 5	B3 Individual Behavior 6	C3 Individual Behavior 25
201	A4 Individual Behavior 7	B4 Individual Behavior 8	C4 Individual Behavior 26
202	A5 Individual Behavior 9	B5 Individual Behavior 10	C5 Individual Behavior 27
203	A6 Individual Behavior 11	B6 Individual Behavior 12	C6 Individual Behavior 28
204	A7 Individual Behavior 13	B7 Individual Behavior 14	C7 Individual Behavior 29
205	A8 Individual Behavior 15	B8 Individual Behavior 16	C8 Individual Behavior 30
206	A9 Individual Behavior 17	B9 Individual Behavior 18	C9 Individual Behavior 31
207	A10 Individual Behavior 19	B10 Individual Behavior 20	C10 Individual Behavior 32
208	A11 Individual Behavior 21	B11 Individual Behavior 22	C11 Individual Behavior 33
215	A1 Case Study 1		C2 Case Study 3
401	A1 Business Analysis 1	B1 Business Analysis 2	C1 Business Analysis 5
403	A2 Business Analysis 3	B2 Business Analysis 4	C2 Business Analysis 6
404	A1 Business Administration 1	B1 Business Administration 2	C3 Business Analysis 7/ C3 Business Administration 9
405	A2 Business Administration 3	B2 Business Administration 4	C1 Business Administration 7
406	A3 Business Administration 5	B3 Business Administration 6	C2 Business Administration 8

平行分论坛排序说明

平行分论坛详情，按照下列5个领域排序

- 公司战略组 / Corporate Strategy Sessions
- 个体行为组 / Individual Behavior Sessions
- 商务分析组 / Business Analysis Sessions
- 综合经济管理与交叉学科组 / Business Administration
- 案例教学与研究组 / Case Study Sessions

2025MSI会议平行分论坛计划

公司战略组/Corporate Strategy Sessions

A1 Corporate Strategy 1

A1 Corporate Strategy 1		主持人: 江玮 厦门大学 点评人: 周立影 贵州财经大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼101	
论文	作者	单位	
Research on the scale development and mechanism of brand admiration	Zhen Li Jiajia Cao	Business of School, Putian University	
网络嵌入视角的特色农产品绿色品牌价值共创绩效研究	杨保军 刘卓	北方民族大学	
励志型品牌故事是否总是有效: 基于品牌地位感知视角的研究	李耀 姚雪	河南大学	
品牌重定向广告的多产品组合策略: 品牌强度与产品一致性如何影响消费者点击?	何炜明 余红玉 李小玲	重庆大学	
消费者的产品体验如何影响新能源汽车企业的创新产出?	熊勇清 李艺睿	中南大学	
平台卖家机会主义行为的观察者效应	袁靖波 吴泳权 陆柯杰 李文静	深圳大学	

B1 Corporate Strategy 2

B1 Corporate Strategy 2		主持人: 余升翔 广州工商学院 点评人: 金露 中山大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼101	
论文	作者	单位	
数字技术采用、知识搜索与产品创造力的关系研究	吴 莉 王建刚	江苏科技大学	
How digital platform capability affects ambidextrous digital transformation: The mediating role of digital resource orchestration	杨 洋 方靖雯 贾雯雯	华北水利水电大学	
数字技术采用与组织二元性: 竞争强度的调节作用	任 旻 王建刚	江苏科技大学	
数字技术可供性视角下组织韧性构建分析——基于瑞幸咖啡的探索性单案例研究	李 畅 王甜甜 刘 越 陈建斌	北京联合大学	
数字化能力与技术创新对中小企业组织韧性的影响——组织分权的调节机制	冯 涛 伊雯琳 孔 智	西安建筑科技大学	
数字化转型背景下战略激进度对企业ESG“漂绿”行为的影响	涂伟婷	中南大学	

A2 Corporate Strategy 3

A2 Corporate Strategy 3		主持人: 杜瑶琳 华北水利水电大学 点评人: 王梦阳 华中科技大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼102	
论文	作者	单位	
Radical or Conservative? CEO Power, Omni-channel Retailing, and Firm Performance	Renping Yang Ruoqi Geng Li-Ping Qian Yunyan Yang	Chongqing University Cardiff University Chongqing University Chongqing University	
Institutional investor distraction and corporate over-financialization: Promotion or inhibition?	方旭升	浙江工商大学	
制造企业商业模式创新对可持续绩效的影响研究——基于内部控制质量和投资者关注视角	云乐鑫 姜晓军 张洪金	青岛理工大学	
叙事传输研究综述——前因、效果与边界	贾微微 李卓然	吉林财经大学	
高管注意力配置与企业数字技术创新: 高管权力与企业市场地位的调节作用	晋 邑 鲁雪萍 邱弋桐 邵云飞	西南民族大学 西南民族大学 西南民族大学 电子科技大学	
How to Achieve Business Model Change: The Role of Digital Transformation	Lin Shi Martin J. Liu Jimmy Huang	University of Nottingham Ningbo China University of Nottingham Ningbo China University of Nottingham UK	

B2 Corporate Strategy 4

B2 Corporate Strategy 4		主持人: 张建洁 延安大学 点评人: 张伟 武汉理工大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼102	
论文	作者	单位	
制造企业绿色创新路径的动态QCA研究	云乐鑫 孙悦 范雅楠	青岛理工大学	
直接VS间接: 绿色供应商开发对制造企业绿色创新绩效的影响研究	李霞 王永贵 郭笑笑	首都经济贸易大学 浙江工商大学 首都经济贸易大学	
Does New Quality Productivity Promote Environmental, Social, and Governance Performance? Empirical Evidence from China's Listed Enterprises	Yiming Zhang Tengyu Wang Xiao Tan	Southwestern University of Finance and Economics Southwestern University of Finance and Economics Southwestern University of Finance and Economics	
政府绿色采购对企业品牌竞争力的影响研究	崔登峰 廖雨婷	石河子大学	
新质生产力视域下高质量创业的内在逻辑和实现路径	云乐鑫 孙悦 张洪金	青岛理工大学	
新质生产力与企业社会表现——基于企业安全生产状态的视角	段圳科 李栋	中南财经政法大学	

A3 Corporate Strategy 5

A3 Corporate Strategy 5		主持人: 孟慧霞 山西大学 点评人: 罗君 宁波诺丁汉大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼103	
论文	作者	单位	
The Impact of Platform Self-Preferencing on Third-Party Sellers and Consumers	Xuanya Zhang (张烜雅) Qinghong Xie (谢庆红) Xin Wang (王鑫)	Southwestern University of Finance and Economics	
平台互补品的迭代创新节奏对其绩效的影响研究: 基于战略节奏理论的视角	王节祥 吴瑶瑶 刘双	浙江工商大学 浙江工商大学 浙江大学	
B2B社交媒体营销的有效性: 客户社交媒体参与如何影响企业销售业绩?	郭乐 张闯	东北财经大学 大连理工大学	
生成式人工智能营销: 研究评述与理论建构	高维和 周茹馨 王德勇	上海财经大学	
市场“带”技术还是市场“代”技术——数字营销能力与颠覆式创新的关系研究	孟韬 曹江 邹歆鸣 王莹	东北财经大学	
渠道数字化对合作绩效的影响研究	韩彩霞 丰超 陈慧	南京航空航天大学 南京航空航天大学 南京师范大学	

B3 Corporate Strategy 6

B3 Corporate Strategy 6		主持人: 肖振鑫 西安交通大学 点评人: 周玲 湖南大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼103	
论文	作者	单位	
Artificial intelligence technology and firm innovation: A systematic review with NLP - LDA approach	谢 赛 谷沅翰 杨 智	湖南大学	
AI解人情的商业价值与伦理风险: 技术视角下的过程性框架	何林芊	西南财经大学	
AGI赋能保险服务平台: 智能变革与创新发展的	涂阳军 蒋思敏 陈佳媛 杨 智	湖南大学	
制智技术交互式创新——基于专利文本的机器学习方法	俞荣建 王子凡 耿晓晨 徐玉蓉 徐 晶	浙江工商大学	
数据是新的蛋白质: 企业如何通过数据资产化驱动颠覆性技术创新	崔 雪 孙 汉 郑伟伟 连燕玲	华东师范大学	
数据要素利用、组织韧性与新质生产力	李 妍 张留涛 李焕杰	河北经贸大学 河北经贸大学 福建农林大学	

A4 Corporate Strategy 7

A4 Corporate Strategy 7		主持人: 袁少锋 辽宁大学 点评人: 沈璐 大连理工大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼104	
论文	作者	单位	
Challenges of Cost Leadership Strategy: The Role and Impact of Organizational Resilience	Libo Fan Yang Yu	University of International Business and Economics	
Huddle Together for Warmth: The Effect of Strategic Alliances on Firm Resilience During the COVID-19 Pandemic	孙 汉 崔 雪 郑伟伟 连燕玲	华东师范大学	
全球供应网络结构与企业感知风险: 基于BERT模型的机器学习方法	俞荣建 李京伦 王子凡 何新伟 白 伟	浙江工商大学 浙江工商大学 浙江工商大学 浙江工商大学 江苏省泰州学院	
新质生产力与供应链韧性	尚 铎 原东良 王永贵	北京科技大学 兰州大学 浙江工商大学	
组织创造力视角下非物质文化遗产传承机制研究——基于叠滢龙舟与潮汕英歌舞的双案例比较	宋 涵 白长虹	南开大学	
跨国并购能否提升企业创新水平——基于中国制造业上市公司的实证研究	孙 彤 张萌萌 张 潇	浙江万里学院	
Balancing Democratization And Differentiation: Human-centered Generative Ai Integration In Creative Firms	Weila Cuia Martin J. Liua Ruizhi Yuana*	University of Nottingham Ningbo China	

B4 Corporate Strategy 8

B4 Corporate Strategy 8		主持人: 樊骅 上海外国语大学 点评人: 崔睿 四川大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼104	
论文	作者	单位	
How does CEO humility foster innovation ambidexterity? The moderating roles of firm performance discrepancy and strategic flexibility	Shuyang You Fangmei Lu Liangding Jia	Dongbei University of Finance and Economics Xiamen University Nanjing University	
CEO Superstitions, Luck-Improving Motivation, and Corporate Philanthropy: Evidence From the Chinese Zodiac Year	滕洪信 寿志钢 朱文婷 彭紫荆	重庆大学 武汉大学 西南财经大学 武汉大学	
CEO-TMT pay gap and firm internationalization: Empirical evidence from China	刘菲菲 郭月月	西南财经大学 武汉大学	
Executives' Military Experience and Pay Disparities Within firms: An Imprinting Perspective	Kui Wang Yanyan Chen Jinjun Yu Zhongyuan SUN	Jinan University Jinan University South China University of Technology City University of Hong Kong	
Can Trustworthiness Be Trusted? Board Chair Swift Trust In Ceos And Corporate Innovation	Leilei Gu Jianluan Guo Zhongyang Liu Danyang Xu	Central University of Finance and Economics	
Strategic Leadership Studies in China: A Review and Research Agenda	Chenxin Liu Shuyang You Liangding Jia Yang Wang Nianwei Yin	Nanjing University Dongbei University of Finance and Economics Nanjing University Nanjing University Nanjing University	

A5 Corporate Strategy 9

A5 Corporate Strategy 9		主持人: 王仪 宁波诺丁汉大学 点评人: 王帅 北京信息科技大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼105	
论文	作者	单位	
From litigation to innovation The effects of anti-unfair competition lawsuit on accused enterprise's R&D investment in China's new energy vehicle industry	熊勇清 朱振东 秦书锋 程倩	中南大学 中南大学 湖南农业大学 中南大学	
How can digital platform capabilities boost new product development performance?The mediating role of R&D ambidextrous capabilities	Liya Wang Shuxiang Wang Rong Cong Yilin Ma	Beijing Jiaotong University	
创新过程投入和人力资源管理实践对团队创新的机制研究	徐琳沁 谢琇玲	台湾义守大学	
中国企业创新何以建构跨国交易关系—制造技术创新与数字技术创新的交互效应	俞荣建 耿晓晨 王子凡 徐晶	浙江工商大学	
高校如何通过知识重组实现成果转化“双鸿沟”跨越? 技术通用性视角	岑杰 冯俊菁 徐晶 付凤	浙江工商大学	
智能制造试点政策与新产品开发绩效关系的准自然实验研究	云乐鑫 刘旋 范雅楠	青岛理工大学	

B5 Corporate Strategy 10

B5 Corporate Strategy 10		主持人: 段 坤 中南财经政法大学 点评人: 董学兵 上海大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼105	
论文	作者	单位	
How does ESG management impact innovation performance in transition economies? The moderating roles of environmental characteristics and political connection	Meixia Ding Xina Yuan Seongsoo Jang	Xiamen University Xiamen University Cardiff University	
Corporate Digitalization on CSR and CSI: Evidence from China	Siyu Houa Wei Jiang	Xiamen University	
The impact of independent directors and ESG performance on eco-innovation: Evidence from Chinese listed companies	Muhammad Ehsan Song Jing Jalal Khan	Southwest Jiaotong University	
区域数字化对企业社会责任脱耦的影响	沈 璐 张傲然 蒋思涵	大连理工大学 大连海事大学 东北财经大学	
正式控制对企业独占性机制的影响效果研究	李 瑶 胡辛萍 刘 婷	天津理工大学 天津理工大学 上海大学	
Digital Transformation in Multinational Enterprises: Exploring Its Impact and Mechanisms on Green Innovation Performance	Yiting Shen Wei Zhang Xin Qiu Xue Li Mingning Xiong	Wuhan University of Technology Wuhan University of Technology Wuhan University of Technology Zhongnan University of Economics and Law Changsha University of Science & Technology	

A6 Corporate Strategy 11

A6 Corporate Strategy 11		主持人: 杜 宇 合肥大学 点评人: 肖振鑫 西安交通大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼106	
论文	作者	单位	
“画龙点睛”还是“锦上添花”? 产品二元绿色创新对消费者响应的影响机制研究	汪秀婷 刘萍萍	武汉理工大学	
Facilitating sustainability of gig platforms_Managing multi-level tensions of autonomy and vulnerability through digital multifinality	Chenchen Weng Jun Luo Martin J. Liu Yongbin Ma	Ningbo University Nottingham University Business School Nottingham University Business School Ningbo University	
Differential effects of cross-channel integration on intra-channel relationships and performance in multichannel systems	Jianqi Liu Guijun Zhuang	Xi'an Jiaotong University	
Mapping Digital Marketing: A Systematic Integrative Framework	Wei Zi-yi Yao Shan-ji	Nanjing Tech University School of Economics & Management	
Rhetorical Commitment: The Impact of Digital orientation on Corporate Political Spending	Minrui Guo Linhao Han Wenlong Mu Tao Wang	Wuhan University Huazhong Agricultural University Wuhan University Wuhan University	
Landmarks of Time: How Temporal Landmarks Affect Choice Set Preferences	梁世昌 周易征 章小川	广西大学	

B6 Corporate Strategy 12

B6 Corporate Strategy 12		主持人: 王立雯 深圳大学 点评人: 高杰 四川大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼106	
论文	作者	单位	
Contractual Provisions and Passive Opportunism: The Moderating Role of Virtual Governance	Mengyang Wang Jiayue Sun Xihong Zhang Jiaxuan Li	Huazhong University of Science and Technology Nanyang Technological University Huazhong University of Science and Technology Huazhong University of Science and Technology	
Adaptive Strategies in Digital Transformation: Exploring the Role of Collaboration and Innovation in Resource-Constrained Environments	Boyi Jin Martin J. Liu Jun Luo	University of Nottingham Ningbo China	
A Case Study of Strategic Change Mechanisms in Risky Situations Based on Trial and Error Learning Theory	胡楠 王紫鹤	中国劳动关系学院	
What Comes After Disruption? Organisational Improvisation and Organisational Memory as the Paths to Organizational Adaptation: An Organisational Learning View	Wanzheng Zhao Wenwen Liu, A.P.	Beijing Forestry University	
How Platform Dependent Entrepreneurs (PDEs) Enhance Complementor Engagement: A Resourcing Perspective	Youni Miao Jun Luo Ruizhi Yuan Yangyang Jiang	University of Nottingham Ningbo	
企业家精神对新质生产力的影响研究	孟猛猛 李晴 雷家骥	北京邮电大学 北京邮电大学 清华大学	

C1 Corporate Strategy 13

C1 Corporate Strategy 13		主持人: 罗佳 成都大学 点评人: 沈璐 大连理工大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼101	
论文	作者	单位	
Alliance choices in the digital sector and foreign subsidiary performance: The role of cultural distance	Yong Yang 杨勇 Sushanta Mallick Yan Wu 吴艳	Shanghai Polytechnic University Queen Mary University of London Shanghai Lixin University of Accounting and Finance	
Digitalization and Cross-Border Mergers and Acquisitions: An Information Processing Perspective	Xiaolei Wang Jason Lu Jin Kevin Zheng Zhou	Tongji University Shenzhen Campus of Sun Yat-Sen University The University of Hong Kong	
Navigating Digital Transformation in Tourism MSMEs: Insights from Multiple Case Studies	Jiajing Hu Siyuan Zhou Xiangyan Liu Chen Chen	Sichuan Agricultural University Sichuan Agricultural University China Tourism Academy Sichuan Agricultural University	
The performance below aspiration and "dual" internationalization strategy: the moderating role of digital transformation	Wei Zhang Yiwen Chen Binwu Cheng	Wuhan University of Technology	
More Asymmetric, More Adverse? How digitalization asymmetry affects buyer-supplier relationships	Wei Yang Zeze Song Yin Zhou Xihan Gao	Chang'an University	
营销数字化对企业绩效的双刃剑效应: 市场化进程、组织惯性和所有权的调节作用	胡阳华 张磊楠 孙永波	对外经济贸易大学 对外经济贸易大学 北京工商大学	

C2 Corporate Strategy 14

C2 Corporate Strategy 14		主持人: 李霞 首都经济贸易大学 点评人: 童泽林 海南大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼102	
论文	作者	单位	
基于数字平台的科创企业如何实现价值创新? ——双元学习与资源编排视角的安克案例研究	周文辉 张晓宇	中南大学	
Resource orchestration in manufacturing digital transformation: the ripple effects of orchestrating resources with the role of AI	Ziyue M Martin J. Liu Dandan Ye	University of Nottingham Ningbo	
How digital resource redeployment facilitates established firms' revitalization	Yuanzhi, Nan Jun, Luo Martin J. Liu Dandan, Ye	Zhejiang Wanli University University of Nottingham Ningbo University of Nottingham Ningbo University of Nottingham Ningbo	
Impact of the Degree of Digital Transformation on Sustainability Innovation from a Dual Perspective	刘丹萍 谢雨润 牟绍波 马景晨 曹旭	西华大学	
Towards Digital Servitization: Business Model Transformation in China's pharmaceutical manufacturing industry	Yueyao Jiao Martin J. Liu Dandan Ye Yi Kuang	University of Nottingham	
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 沈璐 卢亭宇 郭红月	大连海事大学 大连海事大学 西北工业大学 大连海事大学	

C3 Corporate Strategy 15

C3 Corporate Strategy 15		主持人: 袁靖波 深圳大学 点评人: 项典典 中南财经政法大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼103	
论文	作者	单位	
The Configurative Impact of Open Innovation Specific Practices on Enterprises' Innovation Performance: Evidence from Chinese New Energy Vehicle Industry	李彦博 钱力显 张洁	西交利物浦大学 西交利物浦大学 西北大学	
How does digital intelligence technology application affect product innovation performance? The interactive effect of dynamic capability and TMT discipline background heterogeneity	Jiaxun He Di Zhang Zewei Xue	Normal University	
双重情境下企业竞合能力与数字创新绩效:基于悖论视角的实证	东志纯 邵云飞 赵林汐	电子科技大学	
TMT marketing experience and green innovation performance in (un)ethical environments: Empirical evidence from Chinese firms	林晓晴 丁湄霞 袁喜娜 Seongsoo Jang	厦门大学 厦门大学 厦门大学 Cardiff University	
“赋能”还是“负能”——人机交互对企业创新绩效的影响	冯蛟 王文萱 刘志	宁夏大学 宁夏大学 中国人民大学	
“能力不足策略来补”: 全渠道营销策略与组织学习能力联动的组态研究	杨海龙 邓琪 庄贵军	南京财经大学 宿州学院 西安交通大学	

C4 Corporate Strategy 16

C4 Corporate Strategy 16		主持人: 王帅 北京信息科技大学 点评人: 汪淋淋 浙江工商大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼104	
论文	作者	单位	
技术封锁风险与企业创新效率:基于家国情怀的角度	王立雯 俞启凡	深圳大学	
The Reversal of Corporate Financial Asset Allocation Preferences under Technology Blockades	谭兵 戴一鑫	南京财经大学	
AMC框架下制造企业人工智能准备的驱动因素组态与路径识别研究	林欢 王国红 宗启龙	大连理工大学	
How Institutional Environments Shape Smart Manufacturing: Evidence from China	袁川鸿 白璇	西南财经大学	
Unpacking Knowledge Digitization: Insights from Standardization in Chinese Patent Medicine Manufacturing Industries	Yi Kuang Martin J. Liu Dandan Ye	University of Nottingham Ningbo	
When is AI service better or worse? The influence of AI service time on customer acceptance in different cultures	肖廷 吴慧 高菲婧 黄美琳	海南大学 湖南大学 湖南大学 湖南大学	

C5 Corporate Strategy 17

C5 Corporate Strategy 17		主持人: 张磊楠 对外经济贸易大学 点评人: 高杰 四川大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼105	
论文	作者	单位	
“专精特新”企业如何破解“低端锁定”双重困境	赵林汐 邵云飞 东志纯	电子科技大学	
How does Digital Inclusive Finance Empower Poverty Reduction in China? The Mediating Role of Rural Entrepreneurship	Qingtao Wang Weimu He Bin Liu	Southwestern University of Finance and Economics Southwestern University of Finance and Economics Xiamen University	
Toward a Data-Based View of the Firm	Tianyu Hou Julie Juan Li Yubo Chen	University of Science and Technology of China City University of Hong Kong Tsinghua University	
Manufacturer sales control and salesperson unethical pro-organizational behavior in marketing channels: A social cognitive perspective	Mengxiao Liu Chuang Zhang Zhikun Zhang	Dongbei University of Finance and Economics Dalian University of Technology Zhejiang Gongshang University	
数字化转型对企业市场价值的影响——基于高管团队异质性的调节效应	刘子洋	北京物资学院	

个体行为组/Individual Behavior Sessions

A1 Individual Behavior 1

A1 Individual Behavior 1		主持人: 王槐楠 成都理工大学 点评人: 周琪 武汉大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼107	
论文	报告人	单位	
定制悖论困境破解: 人工智能推荐系统的作用	付晓蓉 冉亚玲	西南财经大学	
AI导购的角色类型对消费者使用意愿的影响研究	段姝含 张 赟 辛海宁 唐 岚 张金硕	西南财经大学	
人工智能vs.人类提示者对消费者遵守社会规范的影响研究	蔡 灿 熊 霁 周 健	西南财经大学	
AI口碑形式与产品类型对消费者采纳意愿的交互影响	马嘉昕 张德鹏 陈春峰	广东工业大学	
AI虚拟主播对消费者道德产品购买意愿的影响研究	张计划 史嘉颖 吴 钰 黄 雯	暨南大学	
智能客服响应性对人机互动社会临场感的影响研究	陈传红 吴德州 朱雨晴 葛 威	中南民族大学	

B1 Individual Behavior 2

B1 Individual Behavior 2		主持人: 陈传红 中南民族大学 点评人: 高伟 西南大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼107	
论文	报告人	单位	
不同场景下虚拟影响者广告代言有效性研究	李 研 向小芳 武瑞娟	首都经济贸易大学 首都经济贸易大学 天津理工大学	
虚拟试穿对消费者行为影响: 基于元分析的综述	马亚敏 牟善栋	中央财经大学	
虚拟影响者感知特征对消费者时尚建议采纳意愿的影响: 基于社会认同理论的混合方法研究	赵俊洲 阮艳雯 宋荣买 徐 薇	上海工程技术大学 纺织服装学院	
The More Stunning, the More in Demand? The Effect of Facial Attractiveness of Virtual Influencers on Consumers' Purchase Intentions	张 昊 朱星辰	东北大学	
颜值即正义? 虚拟代言人的美学设计对代言效果的影响研究	康嘉怡	西南科技大学	
AI还是人类? ——不同旅游文创产品风格下设计师类型的	朱健菲 周志民 张 夏 张绍杰	深圳大学	

A2 Individual Behavior 3

A2 Individual Behavior 3		主持人: 徐婷 汕头大学 点评人: 项典典 中南财经政法大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼108	
论文	报告人	单位	
故作可怜还是故作坚强? 卖惨故事对消费者偏好的影响	李震 袁薇 刘莎	莆田学院商学院 湖北经济学院工商管理学院 莆田学院商学院	
消费者信息偶遇如何促进购买意——内容吸引力与认知风格的匹配视角	陈卓 龚艳萍 黄荣	江西财经大学 中南大学 中南大学	
孤独也二元? 消费者积极孤独状态对公益众筹参与意愿的促进作用	周飞 冯子怡 李雪	华侨大学 华侨大学 山东大学	
辣味信息线索对消费者评价的极化效应影响研究	费显政 康珏	中南财经政法大学	
是什么阻碍了消费者在企业家虚拟直播中的购买意图,消费者认知失调、动机及企业家特质对购买意愿的影响	窦硕硕	西华大学	
Government Support in Disruptive Technology Adoption: Evidence from Automated Mobility Services	杨驰 曹杨 刘苗苗	西交利物浦大学	

B2 Individual Behavior 4

B2 Individual Behavior 4		主持人: 江红艳 中国矿业大学 点评人: 韩冰 上海对外经贸大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼108	
论文	报告人	单位	
品牌联合频次对主品牌产品购买意愿的影响	官秀双 郑沛祺	重庆大学	
品牌创新广度线索对品牌偏好及购买意愿的影响机制研究	韩杰 辛腾祺	青岛理工大学	
品牌个性如何影响丑陋奢侈品的购买——品牌形象一致性的角色	姚琦 洪俊婕 Wenkai Zou	重庆交通大学 重庆交通大学 Rollins College	
“往昔回响”与“今朝和鸣”——新老联合品牌故事叙事方式、品牌个性契合度对老品牌的品牌共鸣影响研究	郭锐 仲瑾熠 周敏	中国地质大学(武汉)	
品牌信任与自我品牌联结在消费者态度(善意、敌意、矛盾性)影响购买意愿过程中的作用机制研究	刘国华 张雨童	上海外国语大学	
Luxury Brands Creative Co-branding and Its Impact on Consumer Psychology	刘钰莹 王倩	深圳技术大学	

A3 Individual Behavior 5

A3 Individual Behavior 5		主持人: 韦荷琳 广西大学 点评人: 陈瑞 厦门大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼109	
论文	报告人	单位	
负责任的生成式人工智能: 风险提示与用户反应	韩小云 沈罗艺 郑杰慧	杭州师范大学	
Exploring the impact of design affordances on consumer responses toward cultural and creative products through a two-stage mixed-methods design	李 彬 周 琪	清华大学 华中科技大学	
丢弃还是回收——产品拟人化设计对消费者参与回收意愿的影响	熊少晖 曹彬彬 青 平	华中农业大学	
Passing the green legacy: How parental low-carbon concerns influences adolescent low-carbon consumption behaviors	李 见 方清怡 张雪婷	安徽大学	
反其道行之, 翻车更真实? ——美食网红吸引Z世代受众的策略研究	叶欣鸽 李纯青	西北大学	
网络公益平台单位捐赠设置对个体捐赠行为的影响	朱 越 张安然 许正良	吉林大学 西安电子科技大学 吉林大学	

B3 Individual Behavior 6

B3 Individual Behavior 6		主持人: 乔抒晨 深圳大学 点评人: 骆紫薇 暨南大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼109	
论文	报告人	单位	
方言在旅游短视频营销中有效吗? 中国情境下的一项混合研究	周 燕 阮文奇 李勇奇 张舒宁	华侨大学	
Destination promotion short video and consumer engagement The interplay of visual motion speed, content and mental simulation	彭宇泓	成都信息工程大学	
不同出游方式下游客对AI和真人旅游规划推荐的偏好研究	周志民 付 杰 郭晓譞	深圳大学	
越多越好? 动漫旅游海报信息丰富度与吸引力、心理意向的倒“U”型影响研究	郑雪洁 殷 杰	华侨大学	
短视频内容类型和叙事框架对用户契合行为的交互效应研究——以医学科普短视频为例	麦嘉宝	中山大学	
The Impact of Retouched Travel Photos on Destination-Blogger Value Co-creation: A Study of Trust-based Mechanisms and Moderating Factors	刘丹萍 冉涵嘉 黄 梅 马景晨 方何丹	西华大学	

A4 Individual Behavior 7

A4 Individual Behavior 7		主持人: 袁睿志 宁波诺丁汉大学 点评人: 李研 首都经济贸易大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼201	
论文	报告人	单位	
服务机器人外形风格对用户使用意愿的影响研究	王恒飞 尹世民	安徽大学	
员工-AI劳动分工设计对员工-AI协作绩效的影响机理研究: 基于工作特征模型	杨博 孙元 吴丽霞	浙江工商大学	
真诚可贵: 服务机器人共情表达在服务恢复中的作用机制	郝日艳 李纯青	西北大学	
Receiving starlight: Too bright to bear? A social comparison perspective on non-stars' responses to knowledge from stars	严锐 唐震	河海大学	
Human-Robot Trait Matching Effect: Consumers Appreciate Robots in Congruence with Their Self-Traits	David Chai Yangjun Le Zigan Lin Jingqiu Li	Tianjin Foreign Studies University Southeast University Tianjin Foreign Studies University	
The Impact of Cultural Intelligence Interaction on Consumers' Impulse Buying Intentions	王千 曾秀青 王澍 路娜	北京建筑大学	

B4 Individual Behavior 8

B4 Individual Behavior 8		主持人: 张悦言 成都信息工程大学 点评人: 任祥铭 兰州财经大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼201	
论文	报告人	单位	
社交媒体影响者视频内容的异质性对消费者持续参与的影响研究	董学兵 刘洋绮 邓年奇	上海大学 上海大学 浙江财经大学	
UGC的公开声誉化对消费者社交媒体脱离的影响研究	张宁宁 周玲 张琴	湖南大学 湖南大学 中南大学	
"Liked by Friends" in Social Media: A Double-Edged Effect on User Attention and Engagement	谢亿鑫	浙江大学	
直播购物中主播组合的协同效应对消费者购买意愿的影响研究	冯蛟 周蓉蓉 谭彪 杨学龙	宁夏大学	
"同出一源"还是"大相径庭"? 产品集颗粒度与直播类型对消费者购买意愿的影响	龚潇潇 毛仁红	贵州大学	
"融情于景": 社交平台场景推荐的说服效应研究	邵景波 张于婧 乔莉雅	哈尔滨工业大学	

A5 Individual Behavior 9

A5 Individual Behavior 9		主持人: 能希灵 西南财经大学 点评人: 唐漾一 武汉大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼202	
论文	报告人	单位	
健康食品表面质地(光滑vs粗糙)对于消费者在线健康食品消费决策的影响机制研究	孙娟	上海外国语大学	
FOP营养标签对消费者健康食品购买意愿的影响研究——基于社会阶层的联合作用	唐一凡 范秀成 李涵	复旦大学 复旦大学 湖州师范学院	
“健康优选”还是“营养警告”? 营养标签与食品类型对消费者健康饮食的联合效应	唐一凡 邓年奇 范秀成 李涵	复旦大学 浙江财经大学 复旦大学 湖州师范学院	
医疗众筹中的AI推荐和朋友推荐: 一个实证研究	刘启华 李玉洁 周婧怡	海南大学 海南大学 海南热带海洋学院	
The effects of shopping assistant images and message framing on consumers' willingness to accept suboptimal foods	李思楠 朱伟丽 陈凯	北京林业大学	
“善举”抑或“恶行”——绿色消费主义促销对过度消费的影响研究	赵琴琴 黄倩茹 楚添书 王改变	西南石油大学 西南石油大学 香港浸会大学 西南石油大学	

B5 Individual Behavior 10

B5 Individual Behavior 10		主持人: 陈卓 江西财经大学 点评人: 蒋子熹 澳大利亚新南威尔士大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼202	
论文	报告人	单位	
“Icing on the Cake” or “Gilding the Lily”: The Double-Edged Sword Effect of Cultural Mixing on Tourist Preference	李润东 贺爱忠 高杰	湖南大学 湖南大学 四川大学	
如何用游戏传播传统文化? 游戏文化氛围对玩家传统文化在线契合行为的影响机理研究	刘琳清 殷杰	华侨大学	
When Generations Choose Differently: Unpacking Self Purchase vs. Intergenerational Purchase Divergences in Elderly Smart Product Choices	余雨瑶 林荫 陈馨怡 姚琦	中国传媒大学 中国传媒大学 中国传媒大学 重庆交通大学	
基于触点的品牌元宇宙用户体验旅程研究	王雪莲 房研 李嫻 刘佳莹	河北工业大学	
Ancient Traditions or Futuristic Appeal? Virtual Influencer Styles and Purchase Intentions	Xiaoqing Xu Ji (Jill) Xiong Juntong Jiang	Southwestern University of Finance and Economics	
Exploring the relationship between individual and collective psychological ownership: the responsibility in shared-ownership pet scenarios	黄子伊	宁波诺丁汉大学	

A6 Individual Behavior 11

A6 Individual Behavior 11		主持人: 张悦言 成都信息工程大学 点评人: 徐岚 武汉大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼203	
论文	报告人	单位	
“同物不同价，是便宜还是吃亏”——动态定价下价格不平等对购买意愿的影响研究	尹心怡 张蕾	深圳大学	
My Money Makes Me Patient: The Influence of Price Discount (vs. Instant Cashback) on Consumer Patience	Han Gong Na Hou	Shanghai University of Finance and Economics	
How to Communicate with Male and Female Customers in Short Message Service Advertising	Hao Sun Zhaoyang Guo Rui Chen	University of Science and Technology of China Xiamen University Xiamen University	
越兴奋越年轻——广告游戏个性如何影响顾客的感知品牌年龄	郭锐 陶雷哲 周敏	中国地质大学（武汉）	
“施压”还是“赋能”：信息助推方式对消费者绿色购买意愿的影响	张淑萍 景颖 冯一帆 杨丽	宁夏大学	
电商平台产品购后小贴士对消费者重购意愿的影响	宫秀双 李春莲 林爱仪	重庆大学 重庆大学 中国东方航空	

B6 Individual Behavior 12

B6 Individual Behavior 12		主持人: 熊希灵 西南财经大学 点评人: 王雪华 同济大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼203	
论文	报告人	单位	
绩效压力总是抑制员工创新行为吗? ——基于压力认知评价视角的“双刃剑”效应研究	戴玮喆 侯俊东	中国地质大学（武汉）	
The Relationship Between Responsible Leadership and Knowledge - Sharing Behavior: The Chain Mediating Role of CSR and Social Occupational Stigma Consciousness	Zhou Lin-yuan Zhao Xin-yuan	Macau University of Science and Technology	
工作场所中的员工-AI协作流畅性：概念化、测量与身心健康影响验证	辜凌莹 万德敏	江西财经大学	
Applicants' Fairness and Ethicality Perceptions of Algorithm transparency in Human Resource Management	陈一帆	苏州大学	
Embracing Robotics: Understanding Socially Excluded Groups' Preference for Human Employees and Robots in Service Encounters	Tangwutu Yang Yaping Chang Yi Li	Huazhong University of Science and Technology	
Research on the Tourist Experience of Revitalizing the Cultural Heritage of the Macau Hotel Central	Yang Ye Li Ruo-ying Zhao Xin-yuan Liu Zi-zhen	Macau University of Science and Technology University of Macau Macau University of Science and Technology Macau University of Science and Technology	

A7 Individual Behavior 13

A7 Individual Behavior 13		主持人: 段 坤 中南财经政法大学 点评人: 孙 浩 中国科学技术大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼204	
论文	报告人	单位	
基于消费者伦理感知视角的平台重定向广告相关性对消费者态度的影响	古 雪	北京工商大学	
Newer Is Better? Comparing Two Stream Types Effects on Recall of Brand Placement in Online Video Platform	Jie Chen Junlong Wei Wei Chen	Shanghai Jiao Tong University	
Mobile app users' privacy protection disengagement: An exploration through fsQCA approach	姚山季 刘文利 司方来	南京工业大学 南京工业大学 江苏省数字经济学会 江苏省区块链发展协会	
用户关系规范取向如何影响AI客服情感表达的绩效——期望确认的中介作用	姚 琦 唐 敏 Wenkai Zou	重庆交通大学 重庆交通大学 Rollins College	
Why Platforms Become Scapegoats: Extending Attribution Theory in Multi-Actor Service Contexts	Xiaorong Fu Lifei Bai Flora F. Gu	Southwestern University of Finance and Economics Southwestern University of Finance and Economics Hong Kong Polytechnic University	
营销领域中的弱势群体刻板印象效应: 一个整合性的研究框架	柳武妹 叶星星 刘 伟	兰州大学 兰州大学 西北大学	

B7 Individual Behavior 14

B7 Individual Behavior 14		主持人: 周 莹 广东海洋大学 点评人: 凌若冰 中央财经大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼204	
论文	报告人	单位	
基于 SOR 视角下直播间规范化对消费者购买决策的影响	黄 琳	澳门城市大学	
孪生VS新生: 明星数字化身代言对消费者品牌态度的影响	胡海华 任思嘉	西安建筑科技大学	
形态与行为的匹配: 虚拟主播逼真度对消费者购买意愿的影响机制研究	胡海华 李亚昕	西安建筑科技大学	
语音搜索vs.打字搜索——搜索方式对消费者信息披露的影响与机制研究	柳武妹 宋鹏飞	兰州大学	
The Magic of Compensation: Understanding the Role of Compensatory Experience Quality and in Tourists' Engagement with Disney Theme Park	Liu Zi-zhen Zhao Xin-yuan Li Shu-ting Zhang Yi-jia	Macau University of Science and Technology	
Do Beautiful Reviewers Write Better Reviews? Physical Attractiveness and its Gendered Impact on Review Helpfulness	Xiaoqing Tan Shaobo (Kevin) Li, PhD Sarah Wei, PhD Chuang Tang, PhD	Southern University of Science and Technology Southern University of Science and Technology The University of Warwick Peking University	

A8 Individual Behavior 15

A8 Individual Behavior 15		主持人: 叶丹丹 宁波诺丁汉大学 点评人: 赵玉杰 山东大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼205	
论文	报告人	单位	
孝道视角下的代际反哺与适老化智能产品选择	梁楠 林荫 张雯 符国群	中国传媒大学 中国传媒大学 中国传媒大学 北京大学	
相对剥夺感会阻碍我们“以购代捐”吗? 基于电商扶贫中的善因营销研究	黄璐 赵泽睿 王黎华	四川大学	
Upward mobility experience and individuals' pro-environmental behavior: A reciprocity-based social exchange perspective	Xiaoyan Liu Lin Xiong Yixin Xie Shaobo Li	Southwestern University of Finance and Economics Southwestern University of Finance and Economics Zhejiang University Southern University of Science and Technology	
品牌营销中的斯德哥尔摩效应	韦荷琳 沈昌锰 山冬鲁 朱少英 梁江雨	广西大学 广西大学 武汉大学 广西大学 广西大学	
The Indulgent Food = Warmth Association: How Cold Temperatures Shape Consumer Food Preferences and Spending	Yining Yu Miaolei Jia Bingjie Li Chuang Tang Isabel Ding	Xi'an Jiaotong-Liverpool University University of Warwick University of Warwick Peking University HSBC Business School University of Warwick	
Understanding Consumers' Perceived Credibility Bias and Reactions to Online Disclosures of Transgressions by Foreign vs. Domestic Brands	Shaofeng Yuan, PhD Ruohan Li Ying Gao, PhD	Business School of Liaoning University Business School of Liaoning University Sun Wah International Business School of Liaoning University	

B8 Individual Behavior 16

B8 Individual Behavior 16		主持人: 李梦琳 汕头大学 点评人: 张言彩 淮阴师范学院	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼205	
论文	报告人	单位	
Boosting Purchase Intentions with Tourism Generative AI Chatbots: The Critical Role of Customer Co-Creation, Default Option, and Trust	Leinan Zhang Yue Fu Shihao Li	University of International Business and Economics	
Research on the Willingness to Apply AI in Enterprise Management Decision-Making Based on the TOE Model	Ruping Wang Yuting Zhang Entong Li	China West Normal University University Putra Malaysia Zhejiang Wanli University	
GAI or Human? Who Strengthens Adoption Intention? — The Mediating Role of Value Co-Creation	唐小飞 陈菲菲	西南财经大学	
AI“有心”胜“有形”? 人工智能心理拟人化对消费者幸福感的影响	沈鹏熠 陈艺茗 张凤英	江西财经大学 江西财经大学 南昌交通学院	
Human's Waste, AI's Work? Consumer's Differential Reactions to AI-enabled Waste Mitigation	Jingshu Yang Jin Sun	Zhejiang University of Finance and Economics	
匠心独运还是算无遗策——AI 客服与人类客服对消费者行为参与的影响研究	王娟 段煜杰 刘睿卿	宁夏大学	

A9 Individual Behavior 17

A9 Individual Behavior 17		主持人: 王君 华北水利水电大学 点评人: 赵路 中国地质大学 (北京)	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼206	
论文	报告人	单位	
Destination Marketing Effectiveness: The Matching Effect Between Destination Logos and Advertising Persuasion Tactics	王立磊 罗泽元	海南大学	
广告图片视觉视角对消费者购买意愿的影响机制研究	陈炜 刘淑桃	新疆财经大学	
How to Tell Your Story? The Contingent Effect of New Product Narratives on Consumer Brand Attitudes toward Heritage Brands	胡中韬 杨阳灿 李婧 金婷	河北工业大学	
The Color Gradation Effect: How Boundlessness Shapes Brand Attribute Judgments	魏闯 刘文静 Iris Hung	中央财经大学 清华大学 香港中文大学 (深圳)	
Capturing "Coolness": Exploring the Impact of AR Advertising on Consumers' New Product Purchases	周飞 梁喆斌 牟健	华侨大学 华侨大学 韩国釜山大学	
从正装到多功能: 多功能产品营销中的消费者着装风格效应	柳武妹	兰州大学	

B9 Individual Behavior 18

B9 Individual Behavior 18		主持人: 王焯焯 成都理工大学 点评人: 宫秀双 重庆大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼206	
论文	报告人	单位	
服务机器人完成的任务类型与使用者的反应——基于家庭使用服务机器人的情境研究	谢礼珊 赵登师 彭婉彤 彭家敏	中山大学 广东工业大学 中山大学 广东工业大学	
The Influence of Service Robot Anthropomorphic Communication Style on Consumer Happiness	王世富 张亚琼 吴枫	中国政法大学	
预警还是不预警? 服务失败情境下 LLM 聊天机器人错误预警对消费者响应的影响	郑杰慧 李云婕 洪逸雯 胡林枫 孙昊野	杭州师范大学 杭州师范大学 东安格利亚大学 浙江工业大学 考文垂大学	
Taking Pity on Shouting or Sobbing Customers: The Effects of Customer Emotional Expressions on Employees' Service Recovery	罗佳 贺瑶	成都大学 西南财经大学	
在线预诊机器人服务个性化对患者自我披露意愿的影响研究	彭家敏 彭美玲 朱心怡 傅迟	广东工业大学	
Be lenient with "mine": The effect of customized design on consumers' willingness to forgive in chatbots service failure	Chengxiang Zhaoa Rui Guobac, Min Zhoua	China University of Geosciences Nanyang Institute of Technology China University of Geosciences	

A10 Individual Behavior 19

A10 Individual Behavior 19		主持人: 彭宇泓 成都信息工程大学 点评人: 王雪 中国人民大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼207	
论文	报告人	单位	
媒介丰富性视角下社交媒体平台消费者在线购买行为的影响研究——基于定性与定量方法	李霞 王月 刘勤迪	新疆财经大学 新疆财经大学 山西医科大学	
How Platforms Break Down Users' "Self-Expression" Barriers: Exploring the Effects of Gamification on Self-Disclosure and Self-Uncertainty Based on Organismic Integration Theory and the PAD Model	Haolan Yan Rui Chen Yuting Lan	Xihua University	
Sharing sustains positive emotion: The dynamic effects of social media consumption during travel on tourists' positive emotion	Youlin Huang Jiantao Guan Lixian Qian	South China University of Technology South China University of Technology Xi'an Jiaotong-Liverpool University	
Does inconsistency between professional- and user-generated content hurt brands? The role of perceived credibility	Yi Liu Xuehua Wang Yan Chen	Guangdong Polytechnic of Science and Technology Tongji University Macau University of Science and Technology	
Shortcuts to insincerity: Texting abbreviations seem insincere and not worth answering	Eileen Zhang David Fang Sam J. Maglio	Stanford Graduate School of Business Stanford Graduate School of Business Stanford Graduate School of Business Rotman School of Management	
数字助推:AI导购偏好匹配呈现对消费者购买决策的影响研究	黄才艳 田心瑶 张露月 张赟 帅青红 靳宜海	西南财经大学	

B10 Individual Behavior 20

B10 Individual Behavior 20		主持人: 许种寰 浙江工商大学 点评人: 杨强 南京审计大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼207	
论文	报告人	单位	
Reconciliation or Justification? The Impact of Defensive Impression Management Strategies on Consumer Forgiveness Intention in Moral Brand Crises	郭学军 陈荷花 孟洁玉 田奥星 崔星	兰州财经大学	
Depth vs. Breadth in Corporate Giving: How Corporate Donation Strategies Influence Consumer Perceptions and Responses	Jihao Hu Tongmao Li	Xiamen University University of Florida	
Aligning Images and Identities: The Impact of City Logo and Type Congruence on City Image Crafting	Bowen Zhang Zhimin Zhou Dian Wang Yufeng Xie Yuan He	深圳技术大学 深圳大学 格林威治大学商学院 中山大学 深圳大学	
受害者意义对品牌支持的影响研究	王新刚 黄鏊 初晓文 王率龙	没信息	
Do You Have the Correct Brand Logo? Role of Logo Direction, Perceived Logo Movement Imagery, and Brand Positioning	Yanfei Tang Liangyan Wan Eugene Chan	Shanghai Jiao Tong University Shanghai Jiao Tong University Toronto Metropolitan University	
Is Stating the Positive Directly Always Effective? How Attribute Framing of AI-powered Service Quality Influences Customer Response	吴月燕 林陈卓然	福州大学	

A11 Individual Behavior 21

A11 Individual Behavior 21		主持人: 宋金柱 浙江工商大学 点评人: 孟 陆 西南交通大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼208	
论文	报告人	单位	
“升”于忧患: 生理周期对女性自我提升消费偏好的影响研究	陈 瑞 徐 婷 何 颖	厦门大学 汕头大学 厦门大学	
Slowing Down to Freshen Up: The Impact of Food Movement Speed in Simple Short Videos on Freshness Perceptions	Lu (Moroe) Meng Shaobo (Kevin) Li Qing Ye Yuwei Jiang	The Hong Kong Polytechnic University Southern University of Science and Technology Hunan University The Hong Kong Polytechnic University	
Effects of Happiness Intensity on Prosocial Lending Campaign Success: A Positive Psychological Capital Perspective	Fue Zeng Xueying Wang Qing Ye	Wuhan University Wuhan University Hunan University	
Am I the one to blame? Exploring how environmental threats affect individual socially responsible consumption	金晓彤 成倩汝 崔宏静 姚 凤 马丹丹	吉林大学	
From Flexibility to Favorability: How Flexible Work Arrangements Improve Consumer Responses to the Companies	吴笑悦 梁永恒	华东理工大学 苏州大学	
Cyclical or Linear? The Impact of Learning Path Preview on Consumers' Intentions to Participate in Online Fitness Courses	徐 岚 林友海 崔 楠 徐华谨	武汉大学	

B11 Individual Behavior 22

B11 Individual Behavior 22		主持人: 徐 婷 汕头大学 点评人: 朱 江 四川大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼208	
论文	报告人	单位	
真人还是虚拟人? ——代言人类型与沟通方式的有效性研究	王永贵 钟娅楠 汪淋淋	浙江工商大学	
从图式到解释: 用户动态浏览模式和广告说服风格的匹配效应对信息流广告说服的影响研究	刘 悦	上海外国语大学	
Effects of Using Internet Slang versus Standard Language in Ads on Brand Attitude	Pianpian Yang Sea-wang Phurin Shixiong Liu Shufen Zhang Jiang Yufan	Shenzhen University Shenzhen University Shenzhen University Shenzhen University University of Nottingham Ningbo China	
“I’m Glad to ‘ Follow’ You.” How Do the Video Content Creation Strategies Influence the Evaluation of Vicarious Experience	骆紫薇 徐金瑞 王琳琳	暨南大学	
How Perceived Economic Mobility Enhances Openness to Experience and Drives New Product Adoption	Yuanning Ma Jiangang Du	Nankai University	
Packaging Matters: The Effect of Visual Density on Healthy Food Purchase Intentions	Shichang Liang Yizheng Zhou Weiwan Chen Lixiao Geng Yanrong Hao Yanru Lv Lili Teng Xiaochuan Zhang	Guangxi University Guangxi University Guangxi University Guangxi University People's Hospital of Guangxi Zhuang Autonomous Region People's Hospital of Guangxi Zhuang Autonomous Region Guangxi University Guangxi University	

C1 Individual Behavior 23

C1 Individual Behavior 23		主持人: 栾睿 西南科技大学 点评人: 孟陆 西南交通大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼107	
论文	报告人	单位	
How influencer-consumer relationship norms affect influencer advertising effectiveness: The mediating effect of persuasion knowledge	Wenting Feng Ru Xu Irina Y. Yu Dihui Chang	Hainan University Hainan University The Hang Seng University of Hong Kong Hainan University	
Synergy and Spillover Effects in Influencer Marketing: The Heterogeneity between Micro- and Macro-influencers	Xingyu Chen Wenhui Qu Yufan Jiang Li Ji	Shenzhen University Shenzhen University The University of Nottingham Ningbo China Hong Kong Metropolitan University	
照本宣科还是自由创作? 基于品牌赋权视角的影响者类型对消费者品牌态度影响机制研究	陈鑫 赵斯廷 唐漾一	西南财经大学 西南财经大学 武汉大学	
“行动”还是“打动”——负面事件类型与影响者类型对道歉有效性的交互影响	赖丹芝 刘林林	华南理工大学	
Livestream commerce two-stage returns: The role of shopping goal specificity and environmental knowledge	Mengqian Guo Wei Wu Lin Wang Qihua Liu	Hainan University	
Hooked in Seconds- Understanding the Influence of External Cues on Tourists' Click Intention within Short-Video Platforms	Pengtao Jiang Ruizhi Yuan Chien-liang Lin	University of Nottingham Ningbo China University of Nottingham Ningbo China Ming Chuan University	

C2 Individual Behavior 24

C2 Individual Behavior 24		主持人: 庞晶 山西财经大学 点评人: 陈晨 四川农业大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼108	
论文	报告人	单位	
Seeing Beyond the Label: Organic Food Label Framing Effect on Consumer food Preference	Juan Liu Hong Wang	Chengdu University of Technology	
更快还是更高? 上行比较类型对目标相关产品偏好的影响研究	张 澜	天津大学	
消费场景呈现对感知信息真实性的影响——以心理距离为中介	曾伏娥 李嘉雪	武汉大学	
The Effect of Recreational-fear on Hedonic Consumption ——Based on Self-efficacy Perspective	熊 霁 陈左南	西南财经大学	
My face, my choice: Facial payment makes people less happy about others making the same purchase decisions	Liang Huang C.Clark Cao D.Lei Su Darren W. Dahl	Tsinghua University Lingnan University City University of Hong Kong University of British Columbia	
密集还是稀疏? ——产品摆放密度与消费者地位需求对购买意愿的影响	胡常春 王 婷 乐倩倩 康逸冰 刘 勇 王博雯 余 焯	湖北工业大学	

C3 Individual Behavior 25

C3 Individual Behavior 25		主持人: 崔登峰 石河子大学 点评人: 靳菲 四川大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼109	
论文	报告人	单位	
The Power of Personal Losses: How the Loss-Gain Frame Influences Public Green Participation Intentions	陈春锋 张德鹏 吴俊宝 马嘉昕 张凤华	广东工业大学	
It's not my money: How windfall income enhances donation intention	Ling Kuai Haiying Wei	Jinan University	
Converting Skepticism into Advocacy: The Impact of Post-Purchase Green Attribute Disclosure on Consumer Attitudes	Yan Zhang Qianyu Zhang	北京林业大学 中国海洋大学	
Renting the Guilt Away:How Eco-(Un)friendly Products Shapes Preferences for Access-Based Consumption	梁永恒 吴笑悦	苏州大学 华东理工大学	
How do online purchases exacerbate household food waste?Aerspective based on differences in consumer value assessment from purchase to use stage	Qingsong Tian Wenbing Gao Yan Lin Yan Yu	Hubei University Hubei University Hubei University Wuhan Institute of Technology	
Beyond Text: The Effect of Image and Message Frame on Pro-Environmental Intentions	Jiehang Song Xu Zhang Chundong Zheng	Tianjin University	

C4 Individual Behavior 26

C4 Individual Behavior 26		主持人: 黄博 宁波诺丁汉大学 点评人: 贾鹤 香港大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼201	
论文	报告人	单位	
Ai智能服务下的消费者行为: 研究述评与展望	贾微微 廖泰星	吉林财经大学	
“人主导”还是“机器人主导”? ——人-AI合作驱动顾客契合机制研究	杨志勇 王娅婷	浙江科技大学	
Artificial Intelligence in Marketing a Meta-analytics Review Based on Extended-TAM Framework	Xiaosong Dong Qingzhen Meng	Shanghai University Of Engineering Science	
Consumer Reactions to AI Design: Exploring consumer Preferences to AI-designed virtual luxury products	张昊 白晓菲	东北大学	
Trapped by AI Recommendation:How Identity Concerns Reduce Variety-Seeking Behavior	刘慧琳 童泽林	海南大学	
Understanding AI Error Responses through the Lens of Socioemotional Selectivity Theory: The Role of Focus on Opportunities in Emotional Processing and Problem-Solving Complaints	Yu Jin Bo Huang Martin Liu	University of Nottingham Ningbo China	

C5 Individual Behavior 27

C5 Individual Behavior 27		主持人: 王焯娣 成都理工大学 点评人: 宫秀双 重庆大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼202	
论文	报告人	单位	
基于扎根理论的顾客授权行为对一线服务员工的影响作用探究	郭功星 彭 婕	汕头大学	
The Influence of Voice Intelligent Customer Service Presentational Framing Effect on Healthcare User's Acceptance	吴 慧 沈依妮 范明宵 贺钰婷	湖南大学	
Enhancing Consumer Engagement through Avatar-Human Coperformance: A Hybrid Information Processing Perspective	Jinsong Huang Jian Li Yaqi Li Qing Yao	Beihang University Beihang University Sun Yat-sen University University of Science and Technology	
“再挤我就走了!”: 社会拥挤对顾客领地行为的影响研究	郭功星 邓桂金 蔡创能 张 杰 周凌欣	汕头大学	
How can customer support enhance brand customer loyalty under the private domain operation? The role of commercial friendship and social crowding	彭红霞 席玫宏 许淑伟	Hubei University	
When "Partners" and Avatars Meet: The Interactive Impact of Brand Role and Streamer Type on Purchase Intention	Shanji Yao Xiaojing Zhang Dewen Liu	NanjingTech University NanjingTech University Nanjing University of Posts and Telecommunications	

C6 Individual Behavior 28

C6 Individual Behavior 28		主持人: 彭宇泓 成都信息工程大学 点评人: 朱江 四川大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼203	
论文	报告人	单位	
Souvenir showdown: Non-Fungible Token vs. Physical Souvenirs in Tourist Engagement based on the regulatory focus theory	Yichen Zhao Shan Li Xinjian Liang Jiaolong Xue l	Sichuan University Sichuan University Chengdu Normal University Sichuan University	
Don't hesitate, go now! Matching effects of tourism activity type and ad assertiveness on tourist response	Rong Huang Yanping Gong Yongdan Liu Zhuo Chen	Central South University Central South University Jiangxi University of Finance and Economics	
Effect of Pragmatic Markers on Helpful Online Review Votes: Analyzing TripAdvisor's Hotel Review Data	Min Hou Kun Xiao Shaohui Wu Kaigang Yi	Zhejiang Gongshang University Zhejiang Gongshang University School of Management Harbin Institute of Technology Zhejiang Gongshang University	
An empirical study on resident engagement in service innovation for wellness tourism sustainable development: an analysis based on SEM and fsQCA	Li Wang Yuanhao Qin Xiaobing Peng Myagmarsuren Damdinsuren Ganzorig Gonchigsumlaa	Chongqing City Vocational College Southwest University Chongqing University Mongolian University of Life Sciences	
The Impact of Device Type on Sustainable Tourism Behavior: Exploring the Roles of Self-Benefit Maximization	孟 陆 姚懿珈 孙 浩	西南交通大学 西南交通大学 中国科学技术大学	
你的“旧爱”何以变成别人的“新欢”? 工作不安全感对二手产品偏好的双刃剑效应	陈丹丹 孙 瑾	对外经济贸易大学	

C7 Individual Behavior 29

C7 Individual Behavior 29		主持人: 杨强 南京审计大学 点评人: 林荫 中国传媒大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼204	
论文	报告人	单位	
The Future Of Goods In The Metaverse:a Systematic Review	Hua Fang Khloe Qi Kang	Zhongnan University of Economics and Law	
Unlocking the Secrets of User Engagement: The Role of Multimodal Information and Emotional Signals in AI Agent Design	Shizhen Bai Yuan Yang Yongbo Tan Dingyao Yu	Harbin University of Commerce Harbin University of Commerce Harbin University of Commerce China Academy of Civil Aviation Science and Technology)	
Research on the influencing factors of users' purchase in-tention of Real-time Retail platform in High-potential sce-nario	肖宏焜 裴一蕾 李丹丹	北京联合大学	
Handmade Brands and Product Variety Perception: The "Handmade = Small	Lican Wei Jie Wang Dongjin He Dickson Tok C. Clark Cao 1	Lingnan University Hong Kong Polytechnic University Lingnan University Nanjing University Lingnan University	
So Close, yet Not Mine: The Influence of Rental Services on Consumer Purchase Intention of Luxury Goods	宫秀双 许艳翎	重庆大学	

C8 Individual Behavior 30

C8 Individual Behavior 30		主持人: 张言彩 淮阴师范学院 点评人: 魏闯 中央财经大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼205	
论文	报告人	单位	
“共享消费悖论”: 财务稀缺心态阻碍共享消费	刘晓敏 王雪 陈增祥 向虹宇 苏淞	北京师范大学 北京师范大学 中山大学 北京师范大学 北京师范大学	
Let Me Show You What Your Tips Can Do! Materially Referenced Tip Recommendation Prompts Tipping	Ce Liang Lu Meng Shen Duan Dai Yao Yu Weijiang	City University of Hong Kong Southwest Jiaotong University Zhongnan University of Economics and Law Hong Kong Polytechnic University Hong Kong Polytechnic University	
形单“影只”? 婚恋状态对品牌依恋的影响研究	陈瑞 吴坤宇 商兆岩	厦门大学	
How and Why Consumers are More Tolerant: Probabilistic Selling versus Discount Promotions	龚晗 刘兰婷	上海财经大学	
Is playing favorites always beneficial? A test of returnlessrefunds issued by e-commerce platforms	Yangchun Li Xuhong Ye Shubin Yu Christoph Lutz	Zhejiang University of Technology Zhejiang University of Technology BI Norwegian Business School BI Norwegian Business School	
竞争强度对劣势者广告定位策略的影响机制研究	晋向东 范秀成	华中师范大学 复旦大学	

C9 Individual Behavior 31

C9 Individual Behavior 31		主持人: 王槐楠 成都理工大学 点评人: 熊霁 西南财经大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼206	
论文	报告人	单位	
我是群体中的“另类”! 消费者身份不认同研究梳理与未来展望	郭功星 杨爽 林静如 杨天婵	汕头大学 湖南师范大学 汕头大学 汕头大学	
“Much the same” or “very different”? Research on the mechanism of employees' psychological resistance to digital transformation in state-owned enterprises and private-owned enterprises	Xinpeng Xing Yujie Zhou Tiansen Liu	Jiangnan University Jiangnan University Harbin Engineering University	
Unveiling Tour Guide Digital Transformation: Drivers and Mechanisms from a Situational-Individual-Technological Perspective	Jiayuan Li Jiajing Hu Chen Chen Gefen Zhou	Sichuan Agricultural University	
Channel Switching Behavior in Online Communities: A Social Cognitive and Identity Perspective	陈可蓉 李汐瑶 刘欢	复旦大学 南开大学 南开大学	
Rethinking Companionship in the Age of Digital and Social Transformation: A Systematic Literature Review	Wanyi Chen Prof. Martin J. Liu Dr. Ruizhi Yuan	University of Nottingham Ningbo China	
顾客授权行为研究脉络梳理及未来展望	郭功星 李银波 林静如	汕头大学	

C10 Individual Behavior 32

C10 Individual Behavior 32		主持人: 梁世昌 广西大学 点评人: 许翀寰 浙江工商大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼207	
论文	报告人	单位	
无情之“人”，可言礼乎——奢侈场所中的AI迎宾对消费者服务评价的影响研究	曾语若 尚佳乐 王亚 裘晓东	北京交通大学	
How does regulatory focus influence consumers' sharing of AI generated photos?	谢毅 张曦元 张艳红	北京师范大学 对外经济贸易大学 对外经济贸易大学	
1+1< 2? Unveiling the Impact of AI-assisted Disclosure on Consumer Satisfaction in Professional Services	Yi Li Yaping Chang You Li	Huazhong University of Science and Technology Wuhan University of Technology	
Too good to be true? Can accurate personalized recommendations backfire on consumers?	Congsi Guo Sarah Hong Xiao Xuebao Song	Tsinghua University Durham University Business School Tsinghua University	
A Research on the Fear of Artificial Intelligence among the Elderly: The Key of Education and The Prison of Female	Wei Li Yinghao He Yaping Chang	Huazhong University of Science and Technology	
Virtual influencers' impact on autonomous product preferences	孟陆 别永越 杨梦雅	西南交通大学 西南交通大学 安徽财经大学	

C11 Individual Behavior 33

C11 Individual Behavior 33		主持人: 张二伟 首都经济贸易大学 点评人: 林红霞 西南财经大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼208	
论文	报告人	单位	
User Knowledge Innovation Lifting Path in Digital Nomad Online Community: A Perspective of Lead User UGC	Yajuan Wang Mengting Fu Chonghuan Xu Zhanghua Zhou	Zhejiang Gongshang University	
何以推动有效行善? 学习策略设计对有效性判断的影响机制研究	唐 范 侯俊东	中国地质大学	
自尊还是自责? 保护型面子与责任归因如何引发餐厅顾客减少食物浪费行为?	殷 杰 李天宇	华侨大学	
Setting the Scene: How Live-streaming Background and Product Processing Level influence Consumer Purchase Intention	Shanji Yao Feifan Li Dewen Liu	NanjingTech University NanjingTech University Nanjing University of Posts and Telecommunications	
Study on the Impact of Long-term and Short-term Oriented House Rules in Shared Accommodations on Users' Booking Intentions	Jialei Wang Xi Huang	Southwestern University of Finance and Economics	
Guanxi consumer behaviour: Scale development, validation, and cluster analysis under institutional consideration.	赵若成	成都集智天成科技有限公司	

商务分析组 /Business Analysis Sessions

综合经济管理与交叉学科组9/Business Administration 9

A1 Business Analysis 1

A1 Business Analysis 1		主持人: 马步青 中国科学技术大学 点评人: 刘欢 南开大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼401	
论文	作者	单位	
An Extension Approach to Evaluating the Effectiveness of Online marketing campaigns and Its Applications	Li Li Haowen Wei Zelin Guo	Shanghai University of International Business、Shenzhen Transsion Holdings Co Shanghai University of International Business	
Improving The Sparrow Search Algorithm To Optimize XGBoost Model For Predicting Vegetable Prices During The Pandemic	Feng Li Rusi Liang Yang CHEN Ziqing Jiang Jiapeng Wei	Beijing Wuzi University	
Complementarity or cannibalization? Investigation on the role of ad title information in keyword search ads	苏晓峰 王一丹 李小玲 王 锐 任星耀	重庆大学	
健康旅游目的地吸引力的影响因素及构成路径研究——来自广西巴马健康旅游目的地的实例	赵 赞 储健吾	广西大学工商管理学院	
区域公用品牌建设何以促进农业高质量发展	范公广 窦毅鹏	石河子大学经济与管理学院	
Peripheral engagement matters! The effect of key sub-comments feature on peripheral engagement	Lu Zhao Jialing Li Shouyang Wang Mingli Zhang	China University of GeoSciences Chemical Industry Press Academy of Mathematics and Systems Science Beihang University	

B1 Business Analysis 2

B1 Business Analysis 2		主持人: 任小静 西安电子科技大学 点评人: 彭晨明 对外经济贸易大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼401	
论文	作者	单位	
Air Pollution and Risk-taking Behaviors in Video Game	高维和 喻秋瞳	上海财经大学商学院	
From Technology to Sustainability: Paving the Way for Sustainable Business Performance in the Digital Era	Hafiza Safia Shaukat Muhammad Amir Anees Janee Ali	Universiti Sains Malaysia	
How Do You Immerse Yourself in Planting Virtual Trees? Using Gamified Elements to Promote Decarbonization	付晓蓉 毛子慧 许晓言	西南财经大学	
Ephemeral Appeal or Substantial Influence? The Impact of Cover Information on the Performance of Reward-Based Crowdfunding Projects	陈冬宇 王思捷 胡秋娟	苏州大学商学院	
Language of Success: The Effect of Vocabulary Richness in Marketing Texts on Persuasion Outcomes	Geng Cui Juanjuan Ou YiyTan Ling Peng Yuhong Chung	Guangdong University of Foreign Studies Guangdong University of Foreign Studies Guangdong University of Foreign Studies Lingnan University Studies Lingnan University	
What Influences the Effectiveness of Using Lucky Draws in Livestream Commerce? Examining the Effect of Designated Comment Topics on Sales	Xingyu Wang Linxiang Lv Jiao Zhang	Chongqing University Northeastern University University of Oregon	

A2 Business Analysis 3

A2 Business Analysis 3		主持人: 董学兵 上海大学 点评人: 董晓松 上海工程技术大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼403	
论文	作者	单位	
Don't Need to Be Perfect Why Showing Minor Flaws Can Improve Sales for Natural Products?	Wei Li Yaping Chang Tangwutu Yang	华中科技大学管理学院	
Enterprise scale, Digital Transformation, and Resilience in New Energy SMEs Pathways and Regional Differences	Zhang Genlin Chai Junjie	Xi'an University of Science and Technology	
Full of hope or frustration? The role of message framing on the purity of motive in brand activism	谢升成 卫海英	暨南大学管理学院	
Landmark as Endorser_ The Influence of Color Similarity on the Airbnb Room Price Premium	Chengli Shu Ke Cheng Huazhong Zhao Yao Wang	Xi'an Jiaotong University City University of Hong Kong City University of Hong Kong Xi'an Jiaotong University	
Live Streaming Marketing of Universal Interest E-commerce in the Digital Ecosystem: A Coupling Analysis of Consumers' Purchase Intentions under the SEM Model	林莉	福建农业职业技术学院	
新质生产力与制造业全球价值链地位: 理论机制与实证检验	杨欣达 王锐玲 张宸微	河北经贸大学	

B2 Business Analysis 4

B2 Business Analysis 4		主持人: 唐一焘 西南财经大学 点评人: 王星雨 重庆大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼403	
论文	作者	单位	
Offline to Online Demand Spillover in Omnichannel Retailing Mismatch of Delivery Geofence and Communication Geofence	滕洪信 寿志钢 彭紫荆 赵华中	重庆大学经济与工商管理学院 武汉大学经济与管理学院 武汉大学经济与管理学院 香港城市大学	
The Impact of Enterprise - Generated Image Visual Complexity on Customer engagement	张明立 童鑫佳	北京航空航天大学经管学院	
Twitch 平台观察打赏行为之数据洞察	孙轩逸 杨涪程 李捷 张芳凯	国立中山大学资讯管理学系硕士班	
When Workload Overburdens An Empirical Study in Livestream E-commerce	徐昕萌 冯晓静 贾宁	天津大学管理与经济学部 西南财经大学 中国西部经济研究院 天津大学管理与经济学部	
短视频品牌营销中消费者感知情感对参与行为的作用机制研究	柳颖 张雷瀚 闫强	北京邮电大学经济管理学院	

C1 Business Analysis 5

C1 Business Analysis 5		主持人: 龚姝颖 四川大学 点评人: 刘欢 南开大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼401	
论文	作者	单位	
Trustworthy AI in Tourism Recruitment	Zhang, Chen Jason Zhou, Guoqing Huang, Guoqiong Ivanka Hu, jihao	The Hong Kong Polytechnic University The Hong Kong Polytechnic University The Hong Kong Polytechnic University Xiamen University	
冰雪之乐, 南北何异? ——基于冰雪旅游游客体验的游客情感形成组态路径研究	魏胜 梅抗杰 徐明 汤姿	哈尔滨商业大学管理学院 哈尔滨商业大学管理学院 吉林财经大学工商管理学院 哈尔滨商业大学旅游烹饪学院	
基于文本分析的民族地区乡村旅游目的地感知研究——以甘南藏族自治州为例	张新宇 柴洪	甘肃农业大学	
基于文本挖掘的乡村旅游体验要素构建研究	霍红 黄佳彦 魏胜	哈尔滨商业大学	
短视频博主语言风格特征对助农有效性的影响研究	曹紫月 浙令 刘苇	中国石油大学(华东)经济管理学院	
不同主客互动水平下住宿业服务维度配置对消费者情绪的影响	魏胜于 金涛 梅抗杰	哈尔滨商业大学	

C2 Business Analysis 6

C2 Business Analysis 6		主持人: 滕洪信 重庆大学 点评人: 高歌 西南财经大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼403	
论文	作者	单位	
数字化同群效应对企业ESG表现的影响研究	孙刚禹	北京石油化工学院	
智能制造赋能新质生产力影响研究	宋 扬 付宝玲	沈阳理工大学经济管理学院	
取件信息推送方式(纯文本vs.智能外呼)对用户及时取件意愿的影响研究	张 渝 敖鸿权	重庆邮电大学现代邮政学院	
视频封面后期添加文字对其播放量影响的实证研究	田彦斐 周影辉	深圳大学管理学院	
Why Do You Immerse Yourself in Planting Virtual Trees? Using Gamified Elements to Promote Decarbonization	Anqi Hu Minghao Li Ruizhi Yuan	University of Nottingham Ningbo China	
Beyond the click Exploring the Retail Apps vs Mobile Web Divide—Insights and Implications	李汐瑶 刘 欢	南开大学商学院营销系	

C3 Business Analysis 7/C3 Business Administration 9

C3 Business Analysis 7 C3 Business Administration 9		主持人: 冯晓静 西南财经大学 点评人: 林哲 西交利物浦大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼404	
论文	作者	单位	
The Impact of the Digital Economy on the Efficiency of Agricultural Wholesale Markets and its Spatial Spillover Effects	Qianwen Luo Jing Bai	北京物资学院	
差异化冷链服务水平下生鲜销售商定价与营销努力投入决策	吴芸婷 祝爱民 于丽娟 王文博	沈阳工业大学管理学院	
基于市场竞争程度综合评价和预测的跨境电商选品策略研究	张思琦	深圳大学管理学院	
ESG Practices and Their Financial Footprint:A Bibliometric Exploration	Wenjuan Lu Yufan Qiu	Tianjin Foreign Studies University	
Organic Content, Embargoes, and Quality Obfuscation: Evidence from the Gaming Industry	Qi Yu Zhe Lin	Singapore Management University Xi'an Jiaotong-Liverpool University	
虚拟影响者研究述评: 内涵、价值逻辑与未来展望	贾微微 施振宙	吉林财经大学管理科学与信息工程学院	
基于扎根理论的公益平台异化维度结构探索及量表开发	侯俊东 冯梦桐	中国地质大学经济管理学院	

综合经济管理与交叉学科组/Business Administration

A1 Business Administration 1

A1 Business Administration 1		主持人: 龚姝颖 四川大学 点评人: 侯天雨 中国科学技术大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼404	
论文	作者	单位	
Digital marketing and corporate ESG performance: empirical evidence from Chinese listed manufacturing companies	梁致浩 华迎	对外经济贸易大学	
北京市城乡居民收入状况及其与沪津渝穗的比较分析	弓秀云 刘天钢 卢海超	北京物资学院商学院	
Artificial Intelligence Embeddedness in Marketing	Wei Zi-yi Yao Shan-ji	Nanjing Tech University School of Economics & Management	
AR Advertisement Design and its Impact on Purchase Intention	Chia-Shen Liu Shih-Hao Lu Chenho Chao	National Taiwan University of Science and Technology National Taiwan University of Science and Technology emlyon business school	
Search Bar Pre-Population and Online Consumer Journey: A Field Experiment	Chenshuo Sun	Peking University	
How Product Display Orientation Affects Customers' Choice Satisfaction in Online Purchase: A Choice Closure Perspective	Yanli Jia Yulin Fang Jun Ouyang	Xiamen University The University of Hong Kong Minnan Normal University	

B1 Business Administration 2

B1 Business Administration 2		主持人: 史梦婷 山西财经大学 点评人: 许晓言 西南财经大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼404	
论文	作者	单位	
Beyond Classification: A New AI-Driven Metric for Assessing Patent Greenness	方煜杰 刘都 叶庆	华东师范大学亚欧商学院 华东师范大学亚欧商学院 西交利物浦大学国际商学院	
Collaboration and complementarity: A case study of product innovation and development with the collaboration of human and AI--taking Midea Group as an example	胡楠 刘嘉懿	中国劳动关系学院劳动关系与人力资源学院	
How can AI adoption increase a country's income share in GVCs?	郑玉 谭兵 戴一鑫	南京财经大学国际经贸学院	
Navigating Resistance: The Impact of Artificial Intelligence in Medical Guidance Systems	刘子杨 马双 王皓月	对外经济贸易大学信息学院	
当“硅人”合作时: 大语言模型驱动的AI代理人能否模拟人类经济决策?	王小毅 陈子坤 王裕舟	浙江大学管理学院	
数智要素时代下的信息规避行为:研究脉络、主导范式及未来展望	贾微微 孟令欣	吉林财经大学管理科学与信息工程学院	

A2 Business Administration 3

A2 Business Administration 3		主持人: 薛蛟龙 四川大学 点评人: 滕洪信 重庆大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼405	
论文	作者	单位	
绿色投资者进入对企业绿色持续创新的影响	王海芳 刘言杉	新疆财经大学工商管理学院	
绿色技术创新对海洋新质生产力的影响——基于区域金融发展的调节作用	王 璐	中国海洋大学经济学院	
Production choice and pricing strategies of automobile manufacturers under carbon policies	Donghua Xiao Qing Zhang Haoran Liu ShengLuo Yi Zheng	Xihua University	
Co-opetition strategy under NEV credit policy in a new energy vehicle supply chain	Ningning Wang Yuanyuan Zhao	Anhui University	
The Role of Governmental Policies in the Diffusion of Electric Vehicles: A Configuration Perspective	Chi Yang Lixian Qian (corresponding author) Miaomiao Liu	Xi'an Jiaotong-Liverpool University	
可持续供应管理与创新的关系研究: 社交媒体使用的调节作用	李艺萌 张梦琳 李 一	西安电子科技大学 经济与管理学院	

B2 Business Administration 4

B2 Business Administration 4		主持人: 张二伟 首都经济贸易大学 点评人: 侯天雨 中国科学技术大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼405	
论文	作者	单位	
Digital Inclusive Finance, Household Consumption, and Common Prosperity	王 琼 魏宇瞳	江汉大学	
Research on the Impact of Digital Inclusive Finance on New Productive Forces —— Based on the Mediating Effect of Financing Constraints	周文雯 靳景玉	重庆工商大学	
From markets to clicks The impact of purchasing channel migration on household food waste	Qingsong Tian Yan Lin Wenbing Gao Yan Yu Chongguang Li	Hubei University Hubei University Hubei University School of Management, Wuhan Institute of Technology Huazhong Agricultural University, College of Economics and Management	
Too Hot to Dine Out	Shaokang Xu Yeyi Liu	Xi'an Jiaotong University	
数据要素市场化与出口企业新质生产力——基于双重机器学习模型	黄先明 赵志辉	江西财经大学国际 经济与政治学院	

A3 Business Administration 5

A3 Business Administration 5		主持人: 王星雨 重庆大学 点评人: 许晓言 西南财经大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼406	
论文	作者	单位	
Advertising strategies with selling model selection effect in tourism supply chain	Donghua Xiao Shuo Tong Haoran Liu ShengLuo Yi Zheng	Xihua University	
Analysis of Investment Strategies for Livestream Services in the Tourism Supply Chain	Guangcai Zhu Yifei Yin Sheng Luo Haoran Liu Yi Zheng	Xihua University	
商标侵权诉讼与资本市场反应: 基于中国上市公司的实证分析	石 洋 董洪晖 王立雯	深圳大学微众银行金融科技学院	
需求信息共享下考虑流量投入的直播电商运营模式选择研究	王 欢 祝爱民	沈阳工业大学管理学院	
数据要素驱动下文旅价值链拓扑重构与城市更新融合机制——基于成都的实证研究	何 涛	成都纺织高等专科学校 数字经济与管理学院	
关联交易预算执行质量评级与预测	黄基恩 袁光华 于增彪	贵州工商职业学院 首都经济贸易大学 清华大学	

B3 Business Administration 6

B3 Business Administration 6		主持人: 刘菲菲 西南财经大学 点评人: 戴一鑫 南京财经大学	
2025年4月13日10:20-11:50		地点: 明德楼406	
论文	作者	单位	
数据资产信息披露对股价同步性的影响——基于管理层动机的视角	王竞达 祖广政 梁 鹏	首都经济贸易大学	
Mechanism Design Based on the Change of Environment Parameter Spaces: Application to State-owned Land Auction in China	Xuefeng Zhang Yanqi Cheng	The North China University of Technology	
对美国维修权政策是否会保护小企业和消费者的研究	方 芳 Bobby Zhou	加州州立大学洛杉矶分校 马里兰大学	
方言距离对地区间人口流动的影响研究	李 博 李文斌	河北经贸大学	
同水何以异甘? ——政商关系视角下的企业营商环境感知差异研究	谌飞龙 涂艳萍	江西财经大学工商管理学院	
国际新闻报道与企业出口绩效	李晓萍 全 杰 陈强远 赵浩云	中南大学商学院 中南大学商学院 中国人民大学国家发展与 战略研究院 中南大学商学院	

C1 Business Administration 7

C1 Business Administration 7		主持人: 赵琴琴 西南石油大学 点评人: 薛蛟龙 四川大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼405	
论文	作者	单位	
Adapting Sense of Presence to Product Uncertainties in Crafting Augmented Reality Enhanced Experiences	樊 骅 项典典 韩 冰	上海外国语大学 中南财经政法大学 上海对外经贸大学	
The Selection and Weighting of Crowd Wisdom-Enabled Priority Ranking Indicators for Complaint Prioritization on Online	徐天雪 成一航 Xin (Robert) Luo	天津大学管理与经济学部中国 科学院计算机网络信息中心 Anderson School of Management, University of New Mexico	
The Influence of urban traffic congestion on drivers' prosocial behavior: a serial mediation of crowd pressure and experiential avoidance	Huan Zou Yongge Niu Xiaona Ma	Sichuan University	
用户生成式平台的灵活性版权保护对观众融入度和用户知识贡献意愿的影响研究——以B站为例	黄 璐 田嘉琪 许仁仁	四川大学商学院	
可供性理论视角下电商元宇宙的用户化身价值研究	李 嫻 李茗妍 王雪莲 张 雪	河北工业大学经济管理学院	
数字技术可供性驱动的用户契合机制研究	郭 月 王婕力 陈建斌	北京联合大学商务学院	

C2 Business Administration 8

C2 Business Administration 8		主持人: 史梦婷 山西财经大学 点评人: 吴欣桐 西南石油大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼406	
论文	作者	单位	
New Quality Productivity Forces Enabling Logistics Marketing Innovation and Entrepreneurship Talent Education under the Perspective of Industry-Teaching Integration	夏文汇 刘 利 肖 潼	重庆理工大学	
Outperform Competitors or Outperform Past Self Characterizing the Incentives of Online Review Manipulation	王 乐 崔雪莹	西安交通大学经济与金融学院	
关键核心技术识别: 流程框架构建与未来研究展望	刘志迎 蔡志国 孙慧杰	中国科学技术大学管理学院 中国科学技术大学管理学院, 香港城市大学商学院 中国科学技术大学管理学院	
新质生产力发展背景下“工匠品牌”营销前景与实证研究——数据来源于2016-2024“上海工匠”选树活动	周 蜜	湖北工业大学经济与管理学院	
以服务生态系观点探讨泉州中山路文化旅游之模式	林逸航 陈俊良 杜百惠	台湾艺术大学创意产业 设计研究所	
出众还是出局: 文旅特色小镇旅游吸引物对游客行为意向的影响	范春梅 樊佳薇	西南交通大学经济管理学院	
A Study on the Coupling Relationship of the Integrated Development of Agricultural Product Wholesale Markets and E-commerce: The Case of Beijing	罗倩文 向尚言	北京物资学院	

案例教学与研究组/Case Study Sessions

A1 Case Study 1

A1 Case Study 1		主持人: 熊 霁 西南财经大学 点评人: 厉 婧 浙江工商大学	
2025年4月13日8:30-10:00		地点: 明德楼215	
论文	作者	单位	
基于知识创造模型的科产教融合生态系统的构建——以理工类高校工商管理学科为例	邵云飞 孔海璞 王思梦	电子科技大学经济与管理学院	
基于生态系统视角农村互助养老模式发展研究——以麻洞川镇赵台村为例	张建洁 秦萌瑶	延安大学经济与管理学院	
老字号企业如何构建商业模式创新能力——基于德州扒鸡和古贝春的双案例研究	刘 金 李志刚	山东青年政治学院职业教育学院 中国海洋大学管理学院	
园区创业生态系统多主体互动机制研究——基于社会认同的视角	范雅楠 李 聪 云乐鑫	青岛理工大学商学院	
Color Sensitive or Price Sensitive? Testing the Hue Strategy and Framing Strategy on Consumers' Reservation Intention based on a Facebook A/B testing	Keriu Li Yitian Xie Bingjie Deng Robert Willison	Xian Jiaotong-Liverpool University	
中国民营企业国际化的适应性成长路径与机制——基于宁波君禾泵业的探索性案例研究	张萌萌 薛毅军 高巧依 孙 彤	浙江万里学院	
“丑东西”消费行为形成机理的扎根研究——以“碧绿青蛙勺子”为例	孟慧霞 王晓亭 梁 佳	山西大学经济与管理学院	

C1 Case Study 2

C1 Case Study 2		主持人: 张雪 西南财经大学 点评人: 王雅娟 浙江工商大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼106	
论文	作者	单位	
How Firms Could Mitigate the Tradeoff Between Business Model Novelty and Business Model Efficiency: A Case Study from Large Language Model Industry	Guangyu LI Jun Luo Martin Liu	University of Nottingham Ningbo China	
How Inclusive Leadership Manages Leader-member Exchange Relationship in Chinese SMEs Digital Transformation	Shuhui Luo Martin Liu Yi Wang Xuan Huang	University of Nottingham Ningbo China	
服务产业数字平台如何重构价值网络——基于乐刻运动的案例研究	周文辉 高斯琴	中南大学商学院	
绿水青山就是金山银山: 企业可持续数字化转型的路径及机制研究	王永贵 曾 静 汪淋淋	浙江工商大学	
数智化如何赋能百胜中国的产品与服务创新?	柳 娟	深圳职业技术大学管理学院	
数字化赋能零售商业联盟价值共创的路径和机制研究	刘文纲 蒯鹏州 周贝佳 刘煜楷	北京工商大学	

C2 Case Study 3

C2 Case Study 3		主持人: 刘菲菲 西南财经大学 点评人: 厉婧 浙江工商大学	
2025年4月13日13:30-15:00		地点: 明德楼215	
论文	作者	单位	
AI-场景一体化视角下制造型企业的智能解决方案开发模式与机制研究——基于海克斯康的嵌入式案例分析	王泽鹏 许 晖 杨金东	南开大学商学院	
大国重器关键核心技术如何赋能科创企业成长——基于专精特新“小巨人”企业的探索性案例研究	李纯青 杨 晨	西北大学经济管理学院	
企业国际化阶段影响产品创新模式的机理分析	王亚君 于 超	河北工业大学经济管理学院 山东财经大学工商管理学院	
情境-认知视角下传统制造企业双重转型的过程研究	朱玉丹 李纯青	西北大学经济管理学院	
数字平台企业如何激发用户创造力? 基于字节跳动的案例研究	张甲元 白长虹 妥艳焯	南开大学	
Developing human-AI collaboration capability in strategic business decision-making: Knowledge embodiment perspective	钱金芳 崔 森	大连工业大学管理学院 大连理工大学经济管理学院	

Keynote Speeches

按报告顺序排序



楚军红

香港大学商学院教授, 博士生导师。1991年获北京大学经济学学士学位, 1996年获北京大学法学博士学位, 1996-2001年任教于北京大学, 为助理教授和副教授, 期间1998-1999年为哈佛大学访问学者。2006年获芝加哥大学MBA和工商管理博士学位, 同年开始任职于新加坡国立大学, 期间于2012-13年在密歇根大学访问一年。2022年8月开始任职香港大学。目前是Marketing Science的Associate Editor, Journal of Business Research的Senior editor, 以及Journal of Interactive Marketing Editorial Review Board member。主要从事市场营销的定量研究, 研究领域包括平台经济和共享经济、网络经济、大数据与市场营销、电子商务、营销科技等, 在国际顶尖期刊发表论文20余篇, 2011年荣获美国营销研究院(Marketing Science Institute)“年轻学者奖”, 并获得多个其它奖项, 包括2024年Management Science Best Paper Award。曾经与多家企业合作咨询研究, 包括阿里巴巴、链家、安克科技、新加坡的康福出租车、胜达城等。



Sharon Ng

南洋理工大学商学院副院长, 教授。Sharon Ng在顶级市场营销期刊上如《市场营销研究杂志》、《消费者研究杂志》和《消费者心理学杂志》等发表过文章。她于2009年被美国市场科学研究所评选为MSI青年学者。当前, Sharon担任《国际市场研究杂志》(IJRM)的共同编辑和《消费者研究杂志》(JCR)的副编辑。她还是2015年由牛津大学出版社出版的《文化与消费者行为手册》的共同编辑。该手册邀请了顶尖学者讨论文化对消费者行为各种主题的最新发现, 例如品牌、物质主义和态度。Sharon还共同主持了2022年在南洋理工大学举行的“全球消费者”消费者心理学精品会议, 以及计划于2024年在利兹举行的“品牌的消费者心理学”会议。”



周欣悦

浙江大学管理学院营销系主任, 教授, 博士生导师。国家自然科学基金杰出青年基金和优秀青年基金的获得者。主持自科重点项目和重大研究计划重点支持项目。研究成果曾经发表在《Nature》、《Nature: Human Behaviour》、《PNAS》、《Journal of Consumer Research》、《Journal of Marketing》、《Journal of Personality and Social Psychology》、《Psychological Science》等顶级期刊上。连续9年入选爱思唯尔中国高被引学者。周教授的研究曾被《自然》和《科学》等刊物专文报道, 关键实验被BBC的科学纪录片拍摄收录。研究曾经被《纽约时报》、《华尔街日报》、《时代周刊》、《新闻周刊》等报道。



王永贵

浙江工商大学校长, 教授, 博士生导师。教育部高校哲学社会科学自主知识体系建设战略咨询委员会委员, 国家杰出青年基金获得者、教育部长江学者特聘教授、“万人计划”哲学社会科学领军人才。浙江工商大学校长、现代商贸研究中心首席专家、中国智能管理研究院院长; 国家有突出贡献中青年专家、百千万人才工程国家级人选、文化名家暨“四个一批”人才、国务院政府特殊津贴专家。2014—2024年高被引中国学者, 全球前2%顶尖科学家, 《管理世界》编委、《商业经济与管理》主编、《营销科学学报》专业主编、Journal of Business Research副主编。主要研究领域为营销智能与数字创新、服务营销与创新、顾客关系与顾客行为等, 主持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课题10余项, 获高等教育国家级教学成果奖、教育部高等学校科学研究优秀成果奖等省部级及以上科研与教学成果奖(含一等奖)20余项, 研究成果发表在Journal of Marketing、Journal of International Business Studies、Journal of Management以及《管理世界》等国内外领先期刊上, 出版和翻译国内外经典论著和教材20余部。其中, 多部教材入选国家级规划教材, 《客户关系管理》获首届国家教材奖。



周政

香港大学经管学院教授。战略及国际商务讲座教授,钟瀚德基金讲座教授,中国教育部长江学者讲座教授,以及国际商务学会会士(AIB Fellow)。周政教授在创新以及关系管治领域有深入的研究,取得了丰硕的成果,并在战略及国际商务领域产生了重要的影响。周政教授在商学UTD顶尖学术期刊上发表了大量的论文,是新兴市场战略领域最多产也最有影响力的学者之一。周政教授自2011年起获ISI Essential Science Indicators评为世界首1%顶级学者,更于2016年起连续七年被评为“世界最高引学者”!



田林

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



李小玲

重庆大学经济与工商管理学院教授,博士生导师。入选国家级高层次人才计划、国家社科重大项目首席专家,重庆英才(第一批)、重庆市学术与技术带头人。主持课程获评国家级一流本科课程和重庆市首批“人工智能+高等教育”典型应用场景案例。研究领域为网络平台的市场创新。她目前担任工业和信息化部产教融合产业实践教授, Industrial Management & Data Systems副主编,营销科学学报编委,中国信息经济学会平台专委会副秘书长,中国高等院校市场学研究会博士生工作委员会秘书长、阿里新乡村研究中心研究员。研究论文发表于Journal of Marketing Research, Information System Research, Production and Operations Management, Journal of the Academy of Marketing Science,《管理世界》《南开管理评论》等国内外权威期刊。主持国家社会科学基金重大项目一项、国家自然科学基金和教育部青年规划项目5项。研究成果获得William Davidson最佳论文、唐立新研究创新奖、阿里活水十年创见者等荣誉。



贺凯彬

Credamo见数联合创始人。博士毕业于北京大学光华管理学院,论文发表于《营销科学学报》、《心理学报》等,主持和参与多个国家自然科学基金项目,曾担任《心理学报》审稿人。获深圳市第九届哲学社会科学学术论文类优秀成果二等奖。参与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。



佟思尧

新加坡南洋理工大学南洋商学院。他在2020年获得美国Temple University 福克斯商学院的营销博士学位。他是一个实证经济学研究者,研究范畴主要集中在人工智能、移动应用市场营销和共享经济等领域。他在研究方面非常活跃,他的论文曾多次获得最佳论文和入围奖,例如PACIS会议,AMA会议和ISMS营销科学会议等。他的研究成果已发表在Strategic Management Journal, Marketing Science, Journal of Marketing, Production and Operations Management 以及the Journal of the Academy of Marketing Science等期刊上。在加入学术界之前,他在数字营销和网站分析领域拥有6年的管理经验,并于2016年获得University of Wisconsin-Madison的MBA学位。



郑煦

香港城市大学商学院副教授。研究方向主要为企业间关系治理机制,具体包括营销渠道情境下的(1)零售企业选址及多渠道治理;(2)组织间治理机制;(3)特许经营公司发展战略(如区域性扩张);(4)企业ESG实践。目前领导多个由香港教育局研究委员会资助的项目,包括特许经营的品域集群效应,模糊性合同管治等。其主要学术成果发表在顶级学术期刊如Journal of Marketing Research, Journal of Marketing, Journal of Operations Management, Journal of the Academy of Marketing Science, Journal of Retailing, Industrial Marketing Management, Journal of Business Research, Nankai Business Review International等。



张紫琼

哈尔滨工业大学经济与管理学院教授,博士生导师。在MISQ、TM、JTR等期刊发表录用论文70余篇;主持国家自然科学基金5项(优秀青年项目、重点项目等)以及教育部新世纪优秀人才支持计划项目、教育部霍英东教育基金青年教师项目各1项。获教育部CJ学者奖励计划(青年学者)、Elsevier中国高被引学者、第九届高等学校科学研究优秀成果奖(人文社会科学)三等奖、黑龙江省自然科学二等奖1项、黑龙江省科技进步二等奖1项、教育部全国百篇优秀博士学位论文提名奖等。兼任国务院学位委员会第八届管理科学与工程学科评议组成员、国内多个学术组织常务委员/常务理事/委员/理事,SSCI期刊ECR副编辑。



俞荣建

现任浙江工商大学工商管理学院(MBA学院)院长、MBA教育中心主任,中国链(China Chain)研究中心主任、教育部人文社科重点研究基地浙江工商大学现代商贸研究中心副主任,国家社科重大项目首席专家,浙江省教育领军人才。浙江省优势特色学科工商管理学科共同负责人,国家一流专业建设点工商管理专业负责人,创建中国企业管理研究会国际商务专委会并担任主任。兼任中国工业经济学会常务理事等重要学术职务。长期耕耘全球价值链研究领域,近年提出“中国链”(China Chain)学术概念,开辟中国链研究新领域,致力于构建具有中国自主性的中国链原创理论与政策实践。近年来,主持国家社会科学基金重大项目1项、国家自然科学基金项目与省部级项目等20余项。在Journal of International Business Studies, Research Policy, Technology forecasting and social change, Technology analysis and Strategic Management,《管理世界》《中国工业经济》《南开管理评论》《中国人民大学学报》《科研管理》《科学学研究》等国际国内重要期刊发表论文70余篇。研究成果荣获商务部一等奖等省部级奖励10余项。提出要加快形成专门的产业链政策体系,在继续推进“向全球价值链中高端攀升”政策的同时,强化全球价值链自主构建等重要政策观点,产生一定决策影响。



樊剑修

Matthew Fan. 阿佩克思品牌战略咨询创始人、董事长，城市品牌营销专家/地方产业发展咨询专家，品牌战略咨询专家/市场营销专家、高级经济师，西南财大工商管理博士，西南财经大学实践教授。先后获得中国当代杰出营销策划人、成都十大经济人物、四川民营文化行业十大年度人物等奖项。樊剑修先生1993年创办阿佩克思战略咨询集团，30年专注于解决市场营销的复杂问题；曾先后担任四川省、成都市、宜宾市、内江市、自贡市等西部重要城市的产业发展与城市营销战略顾问，是最早在中国进行城市营销理论研究与实践者之一；曾先后服务多家世界五百强、大型央企、知名民营企业，助力企业实现增长；曾先后担任多个地方旅游产业规划顾问，是最先提出“文化是中国旅游业破题关键”的专家之一；自2005年开始，樊剑修开始将相关品牌营销理论及实践案例通过授课的方式分享给广大企业主及高级管理人员，影响了上千名本土企业家。



冯 斌

黄天鹅创始人、凤集食品集团董事长。深耕蛋鸡产业20余年，率先提出初级农产品“品牌化+标准化+规模化”的产业升级模式。冯斌带领团队创立了“黄天鹅”品牌，开创了可生食鸡蛋新品类，连续四年高品质鸡蛋销量全国第一。通过持续投入与建设，凤集食品集团建立起了集鸡苗培育、蛋品科研、蛋品生产、蛋制品加工于一体的高品质鸡蛋全产业链，荣获胡润百富2024全球猎豹企业，并多次被评为消费产业独角兽企业。



朱玉婷

博士，新加坡国立大学。她拥有麻省理工学院斯隆管理学院的管理学博士学位，专注于定量市场营销。她的研究成果发表在《管理科学》、《市场营销科学》和《市场营销快报》上。玉婷是Gary L. Lilien ISMS实践奖的获得者，以表彰其在行业中实施市场营销科学方面的卓越表现。此外，她还入围了ASA统计市场营销博士研究奖、MSI中国会议最佳论文奖和尚卡尔-斯皮格尔论文奖。她是《营销科学》编辑委员会成员。



郭雅文

四川唯怡饮料食品有限公司首席执行官，唯怡-颂优乳品牌创始人，带领唯怡团队深耕健康领域，用创新与责任推动行业进步。曾毕业于纽约大学政治学专业。2017年主导集团品牌联动及线下创新活动，牵头对集团现有产品设计升级。2021年牵头搭建唯怡饮品电商团队，同期成立“颂优乳”品牌，两年内助推颂优乳品牌上榜抖音年度饮品第二名，天猫618植物蛋白饮料行业前三。2024年主导为西南地区性饮料品牌引入全球知名战略投资，成为消费品行业热议的标杆融资案例。



杨 帅

东华大学管理学院副院长、教授、博士生导师。宝钢优秀教师，上海东方英才计划（青年）。从事数字营销与智能模型等研究，在Journal of Marketing Research、Journal of Management Information Systems、Marketing Letters、Journal of Interactive Marketing、南开管理评论、营销科学学报等期刊发表学术论文30余篇；主持国家自然科学基金3项；担任中国高等院校市场学研究会常务理事、上海市管理科学学会副理事长等职务。获2015年Winter AMA Marketing Educators' Conference年会最佳论文奖及“社交媒体和电子营销”分会最佳论文奖；Journal of Marketing Management期刊2016年最佳论文高度赞扬奖等奖项。



王良燕

上海交通大学经济与管理学院教授，博士生导师。毕业于美国加州大学Paul Merage商学院，获管理学博士学位。研究方向为品牌管理及消费者行为等。主持国家自然科学基金重点国际合作及面上项目、教育部人文社科研究项目等。研究成果发表在Strategic Management Journal、Journal of Marketing Research、Journal of Consumer Research等学术期刊。担任中国高等院校市场学研究会副会长，担任Journal of Business Research的Associate Editor,以及Corporate Social Responsibility and Environmental Management等期刊编委。



王 鑫

西南财经大学工商管理学院教授，博士生导师。国家级青年人才项目获得者。清华大学工学学士，卡耐基梅隆大学管理学博士。曾任职于香港科技大学工业工程及决策分析学系。研究方向为全球供应链管理、技术创新和创新商业模式。针对我国企业在国际运营过程中面临的诸多风险和挑战，以数字驱动为指引，从企业创新、拓展市场和增强供应链韧性等方面多角度优化企业竞争策略。在Management Science、Information Systems Research、Production and Operations Management等期刊发表多篇论文。究成果获教育部高等学校科学研究优秀成果奖（人文社会科学）二等奖、INFORMS Technology, Innovation Management and Entrepreneurship Section (TIMES) Best Working Paper Competition一等奖、INFORMS MSOM Society Management Science Best Paper Award in Operations Management提名。



王丽丽

浙江大学管理学院教授，博士生导师，市场营销学系副主任。国家自然科学基金优秀青年基金获得者。研究领域主要集中在消费者行为领域，近年来主要关注消费者自我控制行为，产品和消费者互动对消费者行为的影响，以及拟人化对消费行为影响，服务补救和管理回复等。研究成果发表在Marketing Science, Journal of Consumer Research, Journal of Marketing, Production and Operations Management, Journal of Consumer Psychology, Journal of the Academy of Marketing Science等SSCI期刊和《管理世界》《心理学报》等国内权威和核心期刊。研究成果先后在2024年获得第九届高等学校科学研究优秀成果奖（人文社会科学）三等奖，2023年获得第二十二届浙江省哲学社会科学优秀成果奖基础理论研究类二等奖，2021年获得AMA/Marketing Science Institute H. Paul Root Award 提名奖，2013年获得ACR The Franco Nicosia ACR Competitive Paper Award, 2016年获得中国市场国际营销学术年会最佳论文二等奖，2016年营销科学年会最佳论文奖，2018 Emerald Literati Awards, 2019, 2020年文化和旅游部优秀研究成果二等奖(连续两年)。



贾鹤

香港大学经管学院市场学副教授。研究兴趣包括数字平台中的视觉营销和促销设计等领域。其研究成果发表在Journal of Consumer Research, Journal of Marketing, Journal of Marketing Research和Journal of Consumer Psychology等期刊, 曾获2023年美国营销学会零售与定价兴趣小组新晋学者奖, 2016年美国营销科学学会/玫琳凯博士论文研究计划奖, 以及2015年美国消费者研究协会/谢斯基金会博士论文研究计划奖。



吴邦刚

西南财经大学教授, 博士生导师。“光华英才工程”杰出青年学者。清华大学管理学博士、武汉大学管理学学士和应用数学学士(双学位), 美国加州大学戴维斯分校联合培养博士。近五年, 在JM、JBR、JIM、EJM、JRM、营销科学学报等期刊上发表三十篇论文。主持国家课题三项和中国博士后科学基金(一等资助)等; 曾获得国家教学成果奖(二等奖)、华夏营销青年学者奖、JMS年度最佳论文奖(赵平奖)等。



曾伏娥

武汉大学教授、博士生导师、教育部长江学者、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。



李少波

南方科技大学商学院副教授, 博士生导师。入选国家级青年人才计划。 他于2019年在南洋理工大学获得企业管理博士学位。他将实验与二手数据分析相结合的方法研究数字时代的消费者福祉问题。他目前担任JBR副主编, 近五年来, 李博士在JCR、MS、ISR、POMS等顶级期刊发表高水平论文16篇; 主持国家自然科学基金面上等各类纵向课题近10项, 作为团队核心成员参与了科技部2030国家重大科技专项项目; 荣获AMS、CMAU、JMS、CMIC、APMA等会议最佳(优秀)论文奖近10项。他的教学也广受好评, 曾获CMAU教学成果奖和教学论文奖、南科大最受本科生欢迎的十大教师、教学竞赛特等奖、教学成果奖、年度优秀教学奖以及南洋商学院最佳研究生教学奖等多项荣誉。



Ian Phau

科廷大学奢侈品品牌研究集群主任, 教授, 博士生导师。通过与行业的深度参与和广泛的研究专长, Ian Phau 在多个领域取得了显著的成功。他最近的合作伙伴包括日本资生堂、意大利普拉达、古驰以及LVMH旗下的几家知名品牌。Phau博士的研究涵盖了消费者行为和奢侈品牌的多种方面, 包括国家形象、品牌假冒、消费者敌意和广告吸引力。他的学术贡献在《广告杂志》、《广告研究杂志》、《欧洲市场营销杂志》、《零售与消费者服务杂志》、《品牌管理杂志》、《心理学与市场营销》和《旅游管理》等顶级期刊中受到广泛关注。除了丰富的出版记录, Phau博士作为《亚太营销杂志》的创始编辑, 做出了重要的编辑贡献, 目前担任出版于Emerald的《亚太营销与物流杂志》的主编。他的编辑领导力在2007年获得了享有盛誉的Emerald Literati Network卓越奖——优秀主编奖, 以表彰他对《亚太营销与物流杂志》的杰出管理。此外, Phau博士对指导下一代学者表现出强烈的承诺, 监督了多个研究领域的众多成功荣誉、硕士和博士论文。他对学术卓越和行业相关性的奉献, 继续塑造全球奢侈品牌和消费者研究的格局。



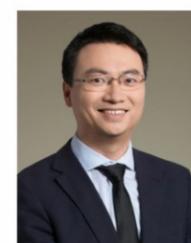
李纯青

西北大学企业发展与管理中心主任, 西北大学经济管理学院二级教授、博导, 清华大学博士后, 西安交通大学硕士、博士, 中国高等院校市场学研究会常务理事/新媒体营销专业委员会副主任委员、中国管理现代化企业文化专委会副主任委员、案例专委会委员、陕西工商管理教指委副主任委员等。曾担任经管学院院长11年, 兼任三家企业高管, 获全国首批EMBA《品牌塑造与推广》精品课程等。研究方向: 营销战略及品牌管理等, 撰写《品牌聚焦的力量》和《多元企业认同研究》等专著, 长期跟踪京东、华电科工、海信、隆基绿能、环意国际旅行社等50多家行业领导品牌, 获全国百篇优秀管理案例30篇。主持国家自然科学基金面上项目5项, 主持教育部后期资助重大项目1项, 获省哲学社会科学一等奖3项等, 在《Industrial Marketing Management》、《南开管理评论》等期刊上发表论文100多篇。



程絮森

中国人民大学教授、博士生导师, 经济信息管理系主任, 数字经济与智慧协作研究所所长, 英国曼彻斯特大学商学院信息学博士, 教育部青年长江学者, 教育部哲社重大课题攻关项目首席专家, 国家自然科学基金重点项目主持人, 入选北京市国家治理青年人才培养计划, 担任中国信息经济学会常务理事、中国管理科学与工程学会理事等, 在16本SSCI期刊担任过编辑相关工作, 获得过教育部高等学校科学研究优秀成果奖(人文社科)青年成果奖、北京市哲社优秀成果奖二等奖等。主要研究方向为人工智能与数字经济, 元宇宙与数字社会, 信息系统用户行为等, 在MIS Quarterly、Production and Operations Management、Journal of Management Information Systems等期刊发表SSCI/SCI论文80余篇, 出版中英文著作8部, 多篇成果获得领导重要批示采纳。



王小毅

浙江大学管理学院教授、博导, 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。在管理世界、Marketing Science Journal of Marketing Research Information Systems Research Management Science等期刊发表论文。2024年联合中航工业发布首个零售大模型。研究方向: 脑机智能、深度强化学习营销决策、消费者神经科学。



才凤艳

上海交通大学安泰经济管理学院特聘教授、博士生导师, 国家自然科学基金杰出青年基金获得者。曾任Psychology & Marketing 副编辑, 现任Journal of Business Research、Psychology & Marketing、《营销科学学报》编委。主要研究领域为消费者的信息处理, 其研究主要应用的领域包括消费者的亲社会行为、绿色消费行为、定价与促销、和跨文化营销等, 在Journal of Marketing Research、Journal of Marketing、Journal of Consumer Research、Psychological Science、Journal of Consumer Psychology、Journal of the Academy of Marketing Science等国际学术期刊上发表论文10余篇, 研究成果被纽约时报、BBC新闻网等多家媒体报道, 曾获得美国消费者行为研究会最佳论文奖、上海市哲学与社会科学优秀研究成果一等奖等。



孙瑾

研究领域为市场营销、消费者行为，入选国家高层次人才特殊支持计划青年拔尖人才、首批北京社会科学基金青年学术带头人、北京高等学校青年英才计划和对外经济贸易大学惠园杰出学者。担任国内营销领域顶级学术期刊《营销科学学报》编委、中国人民大学书报资料中心《市场营销》（理论版）编委、国际期刊Journal of Contemporary Marketing Science编委、国家自然科学基金委通讯评审专家、国家社会科学基金评审专家、教育部人文社会科学研究项目评审专家、教育部学位与研究生教育发展研究中心通讯评议专家、国家一级学会中国高等院校市场学研究会绿色营销专委会副主任。在Journal of Consumer Research、Journal of Service Research International Journal of Research in Marketing、《心理学报》、《南开管理评论》等国内外知名期刊上发表论文60余篇。作为负责人主持国家自然科学基金、北京市社会科学基金重点项目、教育部人文社会科学研究项目等8项国家级、省部级研究项目。两次入选中国人民大学复印报刊资料重要转载来源作者名录。



沈璐

辽宁省“兴辽英才计划”文化名家暨“四个一批”青年英才入选者。长期从事组织间关系治理的研究，重点关注非正式治理策略和数字化赋能的治理策略研究。学术成果发表于UTD24顶级期刊《Journal of Operations Management》、FT50权威期刊《Journal of Management Studies》《Journal of Business Ethics》，以及《Journal of Business Research》《Industrial Marketing Management》《International Marketing Review》《European Journal of Marketing》《系统工程理论与实践》等国内外高水平学术期刊，累计发表论文近30篇。主持国家自然科学基金（青年/面上）、教育部人文社科等省部级课题7项，作为核心成员参与国家社科基金重大项目、国家重点研发计划等课题3项。



童泽林

童泽林是海南大学国际商学院副院长，教授、博士生导师，兼任海南大学国际商学院高级管理人员培训中心（EDP）主任、海南省期刊协会副会长、《海南大学学报（社科版）》副主编（CSSCI）。研究方向为企业社会责任与品牌管理，具体探讨企业家道德行为、企业跨国慈善行为、数字化企业社会责任、AI驱动企业社会责任对消费者品牌评价的影响。先后主持4项国家自然科学基金，相关研究成果发表在《管理世界》、《南开管理评论》、《心理学报》、《International Marketing Review》、《Journal of Product and Brand Management》、《International Journal of Hospitality Management》等期刊。2017年入选北京市属高校高水平教师队伍支持计划青年拔尖人才，2019年入选海南省拔尖人才计划，2020年入选海南省“515工程”人才第三层次，2023年评为海南省创新人才。



孟陆

研究方向集中在视觉营销与旅游营销。以第一作者或通讯作者，在Journal of Consumer Research, Journal of Business Ethics, Tourism Management, Annals of Tourism Research, Journal of Travel Research, Journal of Advertising, Journal of Advertising Research, Marketing Letters, Journal of Business Research, Psychology & Marketing, European Journal of Marketing, International Journal of Hospitality Management, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Internet Research。以及心理学报、南开管理评论等中英文期刊接收和发表40多篇论文。此外。主持国家自然科学基金青年项目和国家社会科学基金后期资助项目。



钱丽萍

近年来，先后主持与主研10余项国家级与省部级科研项目；在国内外高水平期刊上发表论文30多篇。目前担任中国高等院校市场学研究会常务理事、中国管理现代化研究会营销专业委员会常务理事、《营销科学学报》编委。主持建设国家线上一流课程、重庆市线上线下混合式一流课程《客户关系管理》，获评重庆市教学名师（课程思政）、重庆市教学成果一等奖。



项典典

对外经济贸易大学管理学博士；美国华盛顿大学Foster商学院访问学者；中国高等院校市场学研究会理事。研究方向为影响者营销、数字营销和元分析法的应用。在Journal of International Business Studies, Journal of the Academy of Marketing Science, International Journal of Research in Marketing, Technological Forecasting and Social Change, Journal of Business Research, 心理学报, 外国经济与管理等国内外核心期刊上发表多篇研究论文。主讲数字营销（中文及全英）、批判式文献阅读与创造性思考（跨学科融通课）、市场营销研究基础与前沿等课程。



牟宇鹏

中国矿业大学青年学术带头人、中国矿业大学青年骨干教师。目前主要研究方向为服务营销战略、品牌战略、平台企业治理，主持国家社会科学基金一般项目、国家自然科学基金、教育部人文社科基金等项目10项。在《管理世界》、《南开管理评论》、《中国软科学》、《管理学报》、《科学与科学技术管理》、《Journal of Business Research》、《Industrial Marketing Management》等国内外重要期刊发表学术论文40余篇。



刘欢

分别获得中国科学院大学博士学位和University of Groningen博士学位，现任南开大学商学院市场营销系副教授，主要研究方向为多渠道营销、在线社区用户行为、新技术营销策略效率评估等。研究成果发表在《南开管理评论》、《管理评论》、Journal of Retailing、Journal of Interactive Marketing、Decision Support Systems等期刊。目前参与多项国家自然科学基金委项目、主持一项自科青年项目。

专业建设论坛嘉宾

按报告顺序排序



田志龙

华中科技大学管理学院二级教授/博士生导师。管理学院学术委员会委员、学位委员会委员；教学委员会委员；研究方向：营销管理与战略管理。2018-2022年教育部高校工商管理类专业教学指导委员会副主任委员；《管理学报》副主编；现任长江期货、亚特电器、福星股份等三家公司独立董事。主持12项国家自然科学基金课题（其中面上项目8项）和1项国家社科重点项目；在《管理世界》《管理学报》等学术期刊上发表论文200余篇；出版专著（教材）13本，如《市场研究》《振华重工成功之道》《新希望成功之道》《沟通创造价值---企业的政府公关策略与案例》等。



李季

中央财经大学教务处副处长，商学院市场营销系教授、博士生导师，大数据营销研究中心主任，中国高等院校市场学研究会常务理事、副秘书长，大数据营销专业委员会主任。研究领域集中于金融消费者行为，数据驱动的客户关系管理与新媒体营销，人工智能营销等。主持多项国家自然科学基金课题和教育部人文社科基金课题，论文发表于《中国管理科学》《管理评论》《管理科学》《经济科学》《心理学报》，Decision Support System, Statistics and Its Interface等国内外学术期刊，著有《有代无言：代言人影响力探源》《中国消费金融品牌口碑指数研究》《快速消费品新产品扩散模型》等著作。为本硕博各层次学生讲授《大数据营销》《数据驱动的客户关系管理》《商务数据分析》《市场调研》《管理研究方法》等课程。



叶敏

湖北经济学院教学副院长，教授，硕士生导师。市场营销专业国家级首批一流专业建设点负责人，中国高等院校市场学研究会常务理事，湖北省市场营销学会产教融合专委会主任，教育部评估专家，市场营销学、市场营销创新实践、服务营销学3门省级一流课程主持人、教学名师。从事市场营销专业教学20年，发表文章10余篇，出版专著2部，担任3部国家规划教材的主编，主持横向重大课题、省部级科研教研课题10余项，获得实验教学案例大赛国家级二等奖、教学成果奖省级三等奖。指导学生团队获中国国际大学生创新大赛国家级银奖1项（为学校揭榜挂帅突破性成果），各类赛事国家级、省级奖项30余项。



高莉芳

西南财经大学工商管理学院副教授，主要研究包括创业创新和团队管理等领域。主讲《管理学原理》、《创业管理》、《战略管理》等课程，从事教学工作以来，一直积极参与教学教改和案例开发工作，曾获四川省教学成果二等奖、四川省省级一流本科课程，参编教材《战略管理：思维与要径》，主编《管理学课程思政案例集》。多篇论文发表在心理学报、管理学报等高水平期刊。



许晖

南开大学商学院教授，博士生导师，服务管理研究中心主任，MBA案例实验室主任。美国富布赖特(The U.S. Fulbright Scholar Program)高级研究及驻学访问学者(Fulbright Scholar-in-Residence)。曾获教育部“新世纪优秀人才荣誉称号”、“2022胡润百学·中国商学院教授学术活跃度榜”市场营销类学术活跃类教师。主要研究领域与方向为市场营销、服务管理、品牌管理、国际企业管理及风险管理等。主持并参与：国家科技支撑计划项目、国家自然科学基金项目、国家社科基金项目等多项国家级科研课题。曾在国内外高水平期刊发表相关学术专著和学术论文100余篇。担任南开大学EMBA、MBA课程教师。承担天津市钢管集团、天士力集团等多项大型企业研究课题。为中国品牌建设促进会、中石油、中国电信、石油物探集团、中国农业银行、北展集团、天保物流、人保集团、英昌钢琴等多家机构和企业进行项目咨询和培训。长期致力于扎根中国本土企业管理实践，运用以案例研究为主的质性研究方法，开发原创性中国企业管理案例。分别担任中国企业管理案例研究国际论坛程序委员会委员、中国MBA案例共享中心评审委员、中欧工商管理案例中心兼职案例研究员、ChinaCases.Org案例评审学科编辑等。曾获得2007-2021年度全国MBA“百篇优秀管理案例”数量第一（第一作者），清华大学经济管理学院第三届（2021）、第四届（2022）“卓越开发者”案例大赛二等奖、获2021年“中国工商管理国际案例”一等奖、多篇案例达到ChinaCases.Org入库标准，并多次获得“中国企业管理案例与质性研究论坛”最佳论文奖。



牛永革

四川大学商学院教授，博士生导师，市场营销系主任。现担任四川省营销学会理事长、中国高等院校市场学研究会常务理事、Journal of Research in Interactive Marketing编委、《营销科学学报》编委。重点研究城市营销、营销战略、品牌管理和广告管理。牛永革教授近年来主持了三项国家自然科学基金和两项国家社会科学基金。以第一或通讯作者身份在Landscape and Urban Planning, Journal of Business Research, Industrial Marketing Management及国内学术期刊发表论文80多篇。独立撰写的《2016中国酒业白皮书》在白酒行业内产生了较好的反响。独立撰写的《地理品牌研究》和《城市营销研究》两本学术专著奠定了相关领域的理论基础。合作翻译科特勒第15版《营销管理》教科书，合作撰写《2024中国城市高质量发展报告》，并荣获国家级教学成果二等奖。



郭功星

汕头大学商学院副院长，副教授，硕士生导师。厦门大学管理学博士（阿姆斯特丹自由大学联合培养），中山大学管理学院访问学者，现为汕头大学商学院副院长、副教授、硕士生导师；主要关注市场营销、组织行为与服务管理等方面的研究，论文发表在《心理学报》、《南开管理评论》、《旅游学刊》、《Human Relations》(FT50)、《Journal of Business Ethics》(FT50)、《International Journal of Hospitality Management》等国内外期刊；主持国家自然科学基金项目、教育部人文社科研究项目等多项研究课题；荣获汕头大学“李嘉诚基金会卓越教学奖”、汕头大学“优秀教师”、汕头大学“优秀共产党员”、汕头市“青年岗位能手”、广东省教学创新大赛三等奖（主讲教师）、广东省哲学社会科学优秀成果奖（第一作者）等。



王雅娟

浙江工商大学工商管理学院(MBA学院)市场营销系主任、硕士生导师，教学中心副主任，浙江省文创产业教练、高级用户体验设计师。主要研究领域为：情绪消费、数字产品创新设计和知识付费。在《管理科学》、《中国管理科学》、《浙江教育报》等发表学术论文。主持浙江省线上一流课程、浙江省“十四五”高等教育教学改革项目、浙江省“十四五”首批重点教材等。获得中国市场营销学研究会教学成果奖（全国性奖项）三等奖、浙江省“互联网+教学”优秀案例一等奖、浙江省“互联网+教学”示范课堂、浙江省高校教师教育技术成果评比三等奖、浙江省优秀研究生教学案例、浙江省专业学位研究生优秀实践成果、浙江工商大学教学成果奖二等奖等多项全国、省级和校级教学荣誉。主讲的数字化本科课程《创新管理与新产品开发》获得人民网、钱江晚报、新浪新闻等媒体报道。

西南财经大学简介

西南财经大学是教育部直属全国重点大学，国家首批“双一流”建设高校。学校坐落于中国历史文化名城——“天府之国”成都，有光华、柳林两校区，辖地2300余亩。校园湖光柳影，芳草绿树，翩翩学者，蔚为大观，是著名的“园林式院校”，乃读书治学的理想园地。

学校始于1925年在上海创建的光华大学。1938年，因抗战内迁建立光华大学成都分部。1952-1953年，先后汇聚西南地区17所院校的财经系科组建成四川财经学院，是建国之初全国高等院校分区布局的四所财经高校之一。1960年后历经分设、合并、更名等，于1978年恢复为四川财经学院。1979年由四川省人民政府划归中国人民银行主管，逐渐形成了独特的金融行业背景和出色的金融学科优势。1985年更名为西南财经大学，1997年成为国家“211工程”重点建设高校，2000年以独立建制划转教育部管理，2011年成为国家“985工程”优势学科创新平台建设高校，2017年成为国家“双一流”建设高校。

黄浦浣花风雨长，光华柳林谱华章。历经江流潮涌的时代变迁，西南财经大学始终与国家民族共命运，始终与时代发展同进步，栉风沐雨、奋进超越，培育了“经世济民、孜孜以求”的大学精神，奠定了“开放包容、求是创新”的学术底蕴，培养了“治国兴邦、奉献社会”的栋梁之才，铸就了“兴学报国、民族担当”的历史丰碑。

学校坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党和国家的教育方针，坚持社会主义办学方向，落实立德树人根本任务，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人，培养具有社会责任感、创新精神、国际视野的财经领域的卓越人才，推动国家经济社会发展和人类文明进步。学校设有26个学院(研究院)等教学单位，46个本科专业，现有普通全日制本科生15300余人，硕士研究生8500余人，博士研究生1400余人。建校以来，学校为国家经济建设和社会发展输送了一大批优秀人才，成为国家金融、经济、管理等部门高水平人才培养的重要基地，近年来，本科生国内外深造率保持在40%以上。

学校拥有国家经济学拔尖人才培养基地、全国大学生文化素质教育基地、国家级法学教育实践基地、国际组织人才培养创新实践项目基地等一批师资力量雄厚的教学与科研机构。拥有国家级教师教学发展示范中心、3个国家级实验教学示范中心、25个国家级一流本科专业建设点。学校主办的《经济学家》《财经科学》分别被评为全国高校社科名刊和精品期刊；创办的英文学术期刊Financial Innovation（《金融创新》）是中科院期刊分区经济学大类一区TOP期刊，影响因子在JCR社会科学、数理方法领域位居全球第三；《会计学》等4部教材获首届全国教材建设奖二等奖，刘诗白教授获评全国教材建设奖先进个人，《中国金融学》《中国财政学》入选首批中国经济学教材。拥有馆藏丰富的现代化数字图书馆，也是目前西南地区最大的财经文献中心；设有西南地区高校唯一的货币类博物馆货币金融博物馆。

学校不断强化学科发展战略引领，着力构建特色鲜明、优势突出、结构合理、充满活力的学科生态体系。学校现有理论经济学、应用经济学、工商管理学、统计学、法学、社会学、管理科学与工程、马克思主义理论、数学、公共管理学10个博士学位授权一级学科，4个硕士学位授权一

级学科；拥有会计、审计、社会工作3个博士专业学位类别，19个硕士专业学位类别；拥有金融学、政治经济学、会计学和统计学4个国家重点学科；设有理论经济学、应用经济学、工商管理学、管理科学与工程、统计学、法学6个博士后流动站。应用经济学进入世界一流学科建设行列，“经济学与商学”“社会科学总论”“工程学”“计算机科学”“环境生态学”“数学”6个学科进入ESI全球前1%学科行列。在教育部第五轮学科评估当中，学校取得了重要进步、重大突破。工商管理通过EQUIS和中国高质量MBA双认证。中国大陆首家通过AACSB商科和会计双认证。

学校深入实施创新驱动战略，坚持服务国家重大需求和学科前沿相结合，以重大现实问题为主攻方向，加强应用研究，产出一大批高水平的研究成果。拥有全国中国特色社会主义政治经济学研究中心、教育部人文社会科学重点研究基地“中国金融研究院”、教育部哲学社会科学实验室“金融安全与行为大数据实验室”、教育部工程研究中心“智能金融研究中心”、省部共建协同创新中心“金融安全协同创新中心”、中国家庭金融调查与研究中心、西财智库等一批高水平研究机构和高端智库。学校不断加强对国家、行业、区域经济社会发展重大理论和实践问题的研究，着力打造国家“金融智库”和“西部财经智库”。不断发挥学科专业和人才优势，提升合作交流质效，主动服务乡村振兴战略，积极做好对口帮扶工作，勇担大学社会责任。

学校大力实施人才强校战略，在波澜壮阔的办学历程中，人文荟萃，名师云集。胡适、钱钟书、徐志摩、叶圣陶等大师在此传道讲学；谢霖、陈豹隐、汤象龙、许廷星、刘诗白等著名经济学家于此授业解惑。截至2025年3月，全校共有教职工2300余人，专任教师1500余人，其中，教授（研究员）400余人、副教授（副研究员）550余人。博士生导师400余人，国家级人才120余人，形成了海内外人才的“群聚效应”。

学校深入实施深度开放战略，高层次、宽领域、多渠道加强国际交流与合作。已与世界40余个国家和地区的200余所知名大学、科研机构及知名企业建立了广泛的合作关系。获批4个中外合作办学项目、1个中外合作办学机构，入选首批“高层次国际化人才培养创新实践基地”基地、四川首批“来华留学质量认证”试点院校。获批全国首批“区域国别学”一级学科硕士学位授权单位，“非洲研究中心”入选教育部备案国别和区域研究中心。建有北马其顿圣基里尔·麦托迪大学孔子学院及四川首家“汉语国际推广成都基地”。品牌项目Global Academy暑期国际学术营影响力不断增强。学校外国专家多次荣获“中国政府友谊奖”“天府友谊奖”。

经世济民，孜孜以求。面向未来，全体西财人紧密团结在以习近平同志为核心的党中央周围，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神，全面落实习近平总书记关于教育的重要论述和全国教育大会精神，深入贯彻落实学校第十四次党代会精神，全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，聚焦高质量，深化新财经，全力促改革，坚定不移走财经特色鲜明的世界一流大学建设之路，以高质量发展奋力谱写教育强国建设西财篇章！

教育部市场营销专业虚拟教研室简介

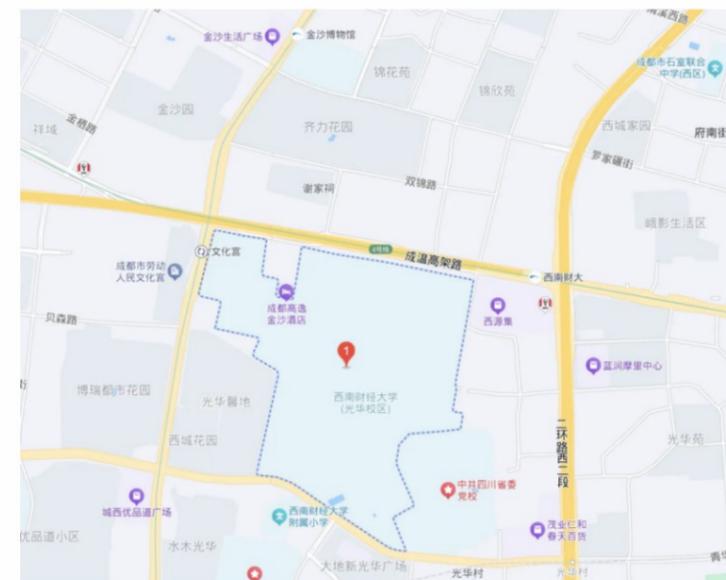
教育部市场营销专业虚拟教研室由教育部高校哲学社会科学自主知识体系建设战略咨询委员会委员、浙江工商大学王永贵校长牵头，是教育部首批建设的虚拟教研室，也是全国第一个市场营销专业的虚拟教研室。围绕数字时代高校专业建设理念，基于教育部新文科建设的大背景，紧密围绕数字经济时代新商科市场营销专业创新拔尖人才培养这一立德树人根本任务，协同国内外相关高校共同致力于市场营销国家级一流本科专业建设，共同探索构建和持续优化全员、全过程、全方位的深度融合的协同育人创新机制，稳步推进市场营销专业建设，持续优化市场营销专业课程体系和教材建设，深度推进现代信息技术与教育教学改革和创新的融合、相关交叉学科与工商管理学科的融合、市场营销专业教学与科学研究的融合以及产业实践与高校育人的融合。

目前教研室成员单位有145家，覆盖中东西部地区，包括985、211高校及地方高校及单位。近些年，市场营销专业虚拟教研室举办开展线上、线上线下相结合、线下等形式的教研活动100余次，参与人次逾万人，连续举办三届教育部市场营销专业虚拟教研室年会暨全国商学院院长论坛。第四届教育部市场营销专业虚拟教研室年会暨全国商学院院长论坛将于2025年7月在天津河北工业大学开幕，敬请期待！

未来，教育部市场营销专业虚拟教研室将持续探索“数智”时代的市场营销专业新兴基层教学组织的创新机制与效果评价，通过专业、课程、教材、教法、教师、学生成长、科研育人等方面的资源共享与交流，打造和优化“线上与线下”虚实相济的双平台建设，汇聚优质育人资源、拓展育人空间、发挥辐射带动效应，强化国内市场营销专业教研室的引领与创新，实现产学研协同育人、教研协同育人、学科协同育人、国内外协同育人以及协作共享、共建、共荣的数字管理与人才培养新模式。

会场服务指南

会议地点：西南财经大学光华校区



会场交通指南：

1.成都仁和春天酒店

地址：成都市青羊区二环路西二段19号



行程1: 双流国际机场——仁和春天酒店

- A.公共交通 (约50分钟): 地铁10号线 (太平园) - 7号线内环 (武侯大道) 在东坡路B口出地铁19分钟到达, 费用约5元
- B.打车 (约30分钟, 费用约35元)

行程2: 天府国际机场——仁和春天酒店

- A.公共交通 (约95分钟): 地铁18号线 (火车南站) - 7号线内环 (神仙树) 在东坡路B口出地铁19分钟到达, 费用约11元
- B.打车 (约60分钟, 费用约120元)

行程3: 成都东站——仁和春天酒店

- A.公共交通 (约43分钟): 地铁2号线 (犀浦) - 4号线 (万盛) 在西南财大B口出地铁17分钟到达, 费用约5元
- B.打车 (约35分钟, 费用约35元)

行程4: 成都西站——仁和春天酒店

- A.公共交通 (约32分钟): 地铁4号线 (西河) 在西南财大B口出地铁17分钟到达, 费用约3元
- B.打车 (约30分钟, 费用约25元)

行程5: 成都南站——仁和春天酒店

- A.公共交通 (约39分钟): 地铁7号线内环 (神仙树) 在东坡路B口出地铁19分钟到达, 费用约4元
- B.打车 (约25分钟, 费用约20元)

2.成都高逸金沙酒店 (文化宫地铁站店)

地址: 成都市青羊区江中路49号



行程1: 双流国际机场——成都高逸金沙酒店

- A.公共交通 (约43分钟): 地铁10号线 (太平园) - 7号线内环 (武侯大道) 在文化宫站B口出地铁7分钟到达, 费用约5元
- B.打车 (约30分钟, 费用约30元)

行程2: 天府国际机场——成都高逸金沙酒店

- A.公共交通 (约87分钟): 地铁18号线 (火车南站) - 7号线内环 (神仙树) 在文化宫B口出地铁7分钟到达, 费用约11元
- B.打车 (约70分钟, 费用约120元)

行程3: 成都东站——成都高逸金沙酒店

- A.公共交通 (约35分钟): 地铁2号线 (犀浦) - 4号线 (万盛) 在文化宫B口出地铁6分钟到达, 费用约5元
- B.打车 (约40分钟, 费用约25元)

行程4: 成都西站——成都高逸金沙酒店

- A.公共交通 (约19分钟): 地铁4号线 (西河) 在文化宫B口出地铁6分钟到达, 费用约2元
- B.打车 (约15分钟, 费用约13元)

行程5: 成都南站——成都高逸金沙酒店

- A.公共交通 (约30分钟): 地铁7号线内环 (神仙树) 在文化宫B口出地铁7分钟到达, 费用约4元
- B.打车 (约31分钟, 费用约20元)

3.全季酒店(成都杜甫草堂西南财大光华校区店)

地址: 成都市青羊区光华村街52号



行程1: 双流国际机场——全季酒店(成都杜甫草堂西南财大光华校区店)

- A.公共交通 (约47分钟): 地铁10号线 (太平园) - 7号线内环 (武侯大道) 在东坡路B口出地铁14分钟到达, 费用约5元
- B.打车 (约43分钟, 费用约30元)

行程2: 天府国际机场——全季酒店(成都杜甫草堂西南财大光华校区店)

- A.公共交通 (约92分钟): 地铁18号线 (火车南站) - 7号线内环 (神仙树) 在东坡路B口出地铁14分钟到达, 费用约11元
- B.打车 (约80分钟, 费用约120元)

行程3: 成都东站——全季酒店(成都杜甫草堂西南财大光华校区店)

- A.公共交通 (约50分钟): 地铁7号线内环 (大观) 在东坡路B口出地铁14分钟到达, 费用约5元
- B.打车 (约45分钟, 费用约30元)

行程4: 成都西站——全季酒店(成都杜甫草堂西南财大光华校区店)

- A.公共交通 (约32分钟): 地铁4号线 (西河) 在文化宫E口出地铁19分钟到达, 费用约2元
- B.打车 (约20分钟, 费用约15元)

行程5: 成都南站——全季酒店(成都杜甫草堂西南财大光华校区店)

- A.公共交通 (约34分钟): 地铁7号线内环 (神仙树) 在东坡路B口出地铁14分钟到达, 费用约4元
- B.打车 (约30分钟, 费用约21元)

4.全季酒店 (成都西南财大地铁站店)

地址: 成都市青羊区群益路西源集2号楼1单元1楼



行程1: 双流国际机场——全季酒店 (成都西南财大地铁站店)

- A.公共交通 (约49分钟): 地铁10号线 (太平园) - 7号线内环 (武侯大道) - 4号线 (西河) 在西南财大A口出地铁8分钟到达, 费用约5元
- B.打车 (约49分钟, 费用约35元)

行程2: 天府国际机场——全季酒店 (成都西南财大地铁站店)

- A.公共交通 (约93分钟): 地铁18号线 (火车南站) - 1号线 (韦家碾) - 4号线 (万盛) 在西南财大A口出地铁8分钟到达, 费用约5元
- B.打车 (约85分钟, 费用约120元)

行程3: 成都东站——全季酒店 (成都西南财大地铁站店)

- A.公共交通 (约34分钟): 地铁2号线 (犀浦) - 4号线 (万盛) 在西南财大A口出地铁8分钟到达, 费用约5元
- B.打车 (约50分钟, 费用约33元)

行程4: 成都西站——全季酒店 (成都西南财大地铁站店)

- A.公共交通 (约22分钟): 地铁4号线 (西河) 在西南财大A口出地铁8分钟到达, 费用约3元
- B.打车 (约20分钟, 费用约15元)

行程5: 成都南站——全季酒店 (成都西南财大地铁站店)

- A.公共交通 (约36分钟): 地铁1号线 (韦家碾) - 4号线 (万盛) 在西南财大A口出地铁8分钟到达, 费用约4元
- B.打车 (约37分钟, 费用约27元)

近期天气预报:

预计4月11-13日最低温度14℃, 最高温度26℃, 适宜春夏装。



其他温馨提示:

预计11日报道当天有雨, 请提前备好雨具。

赞助商感谢信

在2025年营销科学与创新国际会议（MSI2025）圆满落幕之际，大会组委会谨代表主办方及全体与会同仁，向支持此次会议的Credamo见数、四川唯怡饮料食品有限公司等公司致以最诚挚的感谢！感谢您对本次会议的大力支持与倾情投入。正是因为贵公司的鼎力相助，本次会议才能以高品质的内容、多元化的交流形式及广泛的影响力，成为行业内外瞩目的焦点。

作为本次会议的重要合作伙伴，贵公司提供的资源协助，不仅为会议顺利举办提供了坚实保障，更通过平行主旨论坛为参会嘉宾呈现了前沿的行业洞察与创新成果。会议期间，大会组委会见证了贵公司品牌理念与专业实力的深度展现，也感受到贵方对推动行业发展的责任与热忱。这种携手共进的精神，正是本次活动取得圆满成功的核心动力。

2025年营销科学与创新国际会议共吸引了上千位海内外优秀学术专家及学者，现场交流氛围热烈，成果丰硕。大会组委会深知，这份成绩离不开贵公司的信任与支持。您不仅是我们的合作伙伴，更是推动行业生态共建的重要力量。

未来，大会组委会期待与贵公司继续携手，在更多领域深化合作，共同探索行业发展新机遇，为营销数智的创新与进步注入更多活力。同时，大会组委会也衷心希望以此次合作为契机，与贵方建立长期、共赢的战略伙伴关系。

最后，再次感谢贵公司对2025年营销科学与创新国际会议（MSI2025）的全力支持！愿我们在未来的征程中并肩前行，共创辉煌！

MSI2025组委会

2025年4月8日

招聘单位

招聘单位:

重庆大学经济与工商管理学院
中国地质大学（武汉）经济管理学院
哈尔滨工程大学经济管理学院
西安交通大学管理学院
浙江工商大学工商管理学院（MBA学院）
青岛理工大学商学院
华侨大学工商管理学院
汕头大学商学院
莆田学院商学院
池州学院商学院（法学院）