

# “中国营销战略论坛”学术报告日

## 会议手册

时 间：2023年12月24日 8:30-17:30

地 点：复旦复宣酒店四楼第二会议室（上海国定路路 400 号）

会议流程：以下为初拟流程，论文宣讲顺序以当天现场为准。

时间	主题	主持人 评论人
8:30-8:45	签到	
8:45-8:50	“中国营销战略论坛”学术报告日 开幕致辞	<b>金立印</b> 复旦大学
8:50-10:35	<a href="#">分论坛 1：科创时代的品牌建设与企业 增长战略</a>	主持专家： <b>高维和</b> 上海财经大学 评论专家： <b>丰超</b> 南京航空航天大学
10:35-10:45	茶歇	
10:45-12:30	<a href="#">分论坛 2：数字化转型与企业营销创新</a>	主持专家： <b>任星耀</b> 南开大学 评论专家： <b>单娟</b> 上海大学
12:30-13:15	午餐	
13:15-15:15	<a href="#">分论坛 3：营销技术与营销创新</a>	主持专家： <b>贾利军</b> 华东师范大学 评论专家： <b>王静</b> 上海工程技术大学
15:15-15:25	茶歇	
15:25-17:25	<a href="#">分论坛 4：产业链与营销创新</a>	主持专家： <b>王晓玉</b> 上海财经大学 评论专家： <b>明亚欣</b> 东华大学
17:25-17:30	“中国营销战略论坛”学术报告日 闭幕致辞	<b>蒋青云</b> 复旦大学

## 分论坛宣讲安排

分论坛 1 主题：科创时代的品牌建设与企业增长战略 时间：8:50-10:35

序号	作者	所在机构	论文题目	主持评论专家
1	Jinyuan Wang Dalu Fang	University of International Business and Economics	The Impact of Positive Interaction between Users on Customer Engagement Behavior: The Role of Psychological Ownership and Satisfaction in the Context of Niche Online Community	主持专家 <b>高维和</b> 上海财经大学  评论专家 <b>丰超</b> 南京航空航天 大学
2	张闯 郝凌云 单宇	东北财经大学	服务主导逻辑下 B2B 电商平台企业生态优势 构建机制—基于华采找 鱼的探索性案例研究	
3	Zhiyan Wu Yuan Yang Jiahui Zhao	Shanghai University of International Business and Economics	Emotional transference or exclusivity How brand attachment influence's brand extension of cultural products	
4	王震	东北财经大学	C2M 数字平台如何影响 OEM 企业自主品牌战 略——基于平台赋能的 “双刃剑”效应研究	
5	李纯青 赵紫晗 郝日艳	西北大学	品牌如何脱颖而出：利 益相关者视角下品牌双 元构建与演化路径研究	
6	Chengxi Li Yong Liu Qi Sun Fang Wu	上海财经大学 亚利桑那大学	How does Word of Mouth Drive Consumer Searches? Evidence from the Automobile Market	
7	张闯 郭乐	大连理工大学 东北财经大学	B2B 营销中的社交媒体 战略：研究现状与展望	

分论坛 2 主题：数字化转型与企业营销创新 时间：10:45-12:30

序号	作者	所在机构	论文题目	主持评论专家
1	杨仁萍 钱丽萍	重庆大学	CEO 任期与企业数字化转型——管理自主权的调节作用	主持专家 任星耀 南开大学  评论专家 单娟 上海大学
2	Caixia HAN Chao FENG Hui CHEN	Nanjing University of Aeronautics and Astronautics Nanjing Normal University	Does Social Media Behaviors Affect Network Embedded Governance? A Network Perspective	
3	Junni Chen Qi Sun Siqi Pei Yong Liu	Shanghai University of Finance and Economics University of Arizona	Content Management Policy and Influencer Marketing on Social Media Platforms: A Study of Shopping Links in Sponsored Content	
4	钱丽萍 Feifei Ye	重庆大学	Exploring the Effects of Webrooming on Purchase Intention: The Moderating Role of Transaction Utility Perception	
5	Chao FENG XU Sunan Hui CHEN	Nanjing University of Aeronautics and Astronautics Nanjing Normal University	How does social media behavior effects Interfirm Trust?	
6	Zhiyan Wu Yuan Yang Jiahui Zhao	Shanghai University of International Business and Economics	A Study on the Impact of algorithmic Price Discrimination on Consumers' Perceived Betrayal the Mediating Role of Perceived Price Fairness and the Moderating Role of Perceived Ease of Use	
7	张闯 孙冬白	大连理工大学 东北财经大学	数字平台国际化合法性演化机制的多案例研究	

分论坛 3 主题：营销技术与营销创新 时间：13:15-15:15

序号	作者	所在机构	论文题目	主持评论专家
1	李纯青 周祥 雷靖	西北大学	游戏化引发消费者-企业认同过程研究	主持专家 <b>贾利军</b> 华东师范大学  评论专家 <b>王静</b> 上海工程技术大学
2	Gulizhaer Aisaiti Qi Dong Ling Liang Jiqing Xie	Xinjiang University of Finance and Economics; Shanghai University of Finance and Economics; Shanghai University of International Business and Economics; Shanghai University of Finance and Economics	The Grounded Theory Study on the Mechanism of Science and Innovation Network Effect in the Independent Innovation Zone	
3	许晖 李阳 王亚君	南开大学	场域融合：中国国际化企业如何通过赛事营销突破跨文化传播障碍？	
4	王昊男 孙琦 陈隽旒	上海财经大学	前作电影口碑多样性对续集电影票房的影响：基于电影评论文本分析的实证研究	
5	钱丽萍 王懿瑶	重庆大学	如何让 B2B 企业的内容营销更有效？——基于微博数据的组态分析	
6	张闯 斯浩伦 盛真慧	大连理工大学 东北财经大学 中国传媒大学	企业如何围绕消费亚文化开展关系营销——基于泡泡玛特的探索性案例研究	
7	孙梦阳 孙琦 陈隽旒	上海财经大学	社交媒体原创内容如何影响商业内容——基于微观数据的实证研究	
8	钱丽萍 田甜	重庆大学	基于 CiteSpace 的销售技术领域研究热点和前沿分析	

分论坛 4 主题：产业链与营销创新 时间：15:25-17:25

序号	作者	所在机构	论文题目	主持评论专家
1	张闯 刘孟潇	大连理工大学 东北财经大学	制造商科层文化对渠道经济绩效的影响：市场逻辑与情感逻辑双重视角的研究	<p>主持专家 <b>王晓玉</b> 上海财经大学</p> <p>评论专家 <b>明亚欣</b> 东华大学</p>
2	张闯 马田园	大连理工大学 东北财经大学	母国文化距离弥合战略对东道国合作企业信任影响：基于制度理论视角的研究	
3	钱丽萍 江荣杰 薛佳奇	重庆大学 对外经济与贸易大学	跨渠道整合实证研究——基于开放系统的视角与模糊集的定性比较分析（fsQCA）	
4	张闯 窦志慧	大连理工大学 东北财经大学	制造商缘何容忍：关系交换与归因要素的作用	
5	高维和 韩晟昊	上海财经大学	过犹不及：社会化商务沟通如何提高 B2B 企业净推荐值？	
6	张闯 蓝天尉	大连理工大学 东北财经大学	激励行为对感恩的权变作用——基于中国文化情境的讨论	
7	李纯青 冯媛 雷婧	西北大学	互补性战略联盟如何提升联盟能力：基于创新生态系统视角	