



首批国家社会科学基金资助期刊

中国社会科学院 主管

经济管理

BUSINESS AND MANAGEMENT JOURNAL (BMJ)



www.jjgl.cass.cn

03
2020

月刊 第42卷

面对重大突发公共卫生事件的治理机制建设与危机管理

——“应对新冠肺炎疫情”专家笔谈 张国有 李维安等(5)

二代涉入、制度情境与中国家族企业创新投入

——基于社会情感财富理论的研究 严若森 吴梦茜(23)

创业压力与退出意愿

——创业激情的中介作用与社会支持的调节效应

王学军 王春国(40)

企业经营绩效、媒体关注与环境信息披露 杨广青 杜亚飞 刘韵哲(55)

精神性因素对研发人员创新行为的影响

——伦理情境的调节效应 邓志华 肖小虹 张亚军(73)

组织惯例复制的情境嵌入

——基于组织双元性的视角 陈彦亮 高 闯(89)

谦逊领导如何影响员工创造力?

——员工归因和心理安全的双重视角 刘美玉 王 季(102)

平台-社群商业模式构建及其动态演变路径

——基于海尔、小米和猪八戒网平台组织的案例研究

宋立丰 宋远方 冯绍雯(117)

来源国形象、消费者偏见与中国品牌跨国营销

——中国电子产品在美国的品牌来源国效应检验

刘建丽 刘瑞明(133)

商业银行发行理财产品与股价崩盘风险 周 边 刘莉亚 陈垠帆(151)

融券制度与内部人寻租

——来自准自然实验的经验证据 张洪辉 平 帆 章琳一(166)

基于文献计量的低碳供应链管理研究述评 吴 隽 徐 迪(192)

Business and Management Journal (BMJ)

(Monthly, Vol. 42, No. 3, March 2020)

CONTENTS

Governance Mechanism Construction and Crisis Management for Dealing with Major Public Health Emergencies	ZHANG Guo-you, LI Wei-an, et al. (5)
Second Generation Involvement, Institutional Context and Innovation Investment of Chinese Family Businesses: Based on the Theory of Socioemotional Wealth	YAN Ruo-sen, WU Meng-xi (23)
Entrepreneurial Stress and Exit Intention: The Mediating Effect of Entrepreneurial Passion and the Moderating Effect of Social Support	WANG Xue-jun, WANG Chun-guo (40)
Business Performance, Media Attention and Environmental Information Disclosure	YANG Guang-qing, DU Ya-fei, LIU Yun-zhe (55)
Impact of the Spiritual Factors to R&D Personnel Innovation Behavior: Moderating Effect of the Ethical Situation	DENG Zhi-hua, XIAO Xiao-hong, ZHANG Ya-jun (73)
Contextual Embeddedness of Organizational Routines' Replication: Based on the Perspective of Organizational Ambidexterity	CHEN Yan-liang, GAO Chuang (89)
How Does Humble Leadership Affect Employee Creativity? The Dual Perspectives of Employee Attribution and Psychological Safety	LIU Mei-yu, WANG Ji (102)
Platform-community Business Model: Based on the Case of Haier Platform Organization, Mi Network Community and ZBJ. COM Crowdsourcing Platform	SONG Li-feng, SONG Yuan-fang, FENG Shao-wen (117)
Country Image, Consumers' Bias and Cross-border Marketing of Chinese Brands: An Empirical Research on Country-of-origin Effect of Chinese Consumer Electronics Brands in the United States	LIU Jian-li, LIU Raymond (133)
The Issuance of Wealth Management Products and Stock Price Crash Risks: Factors and Mechanism	ZHOU Bian, LIU Li-ya, CHEN Yin-fan (151)
Short Selling and Insider Trading: Evidence from Quasi-Natural Experiment	ZHANG Hong-hui, PING Fan, ZHANG Lin-yi (166)
Review of Research on Low-carbon Supply Chain Management Based on Bibliometrics	WU Jun, XU Di (192)

专注工商管理一级学科 体现中国学术高端水平

按照国务院学位委员会对工商管理一级学科(代码1202)的界定,本刊以其中的企业管理专业为核心,包括细分的战略管理、人力资源管理、市场营销、金融财务、管理学动态等方向;同时涵盖会计学、旅游管理专业,以及与工商管理紧密相关的公共(经济)管理(代码1204)的一些领域。

ISSN 1002-5766

