

首批国家社会科学基金资助期刊

中国社会科学院 主管



QK2232910

经济管理

BUSINESS AND MANAGEMENT JOURNAL (BMJ)



www.jjgl.cass.cn

07
2022

月刊 第44卷

万方数据

数字全球价值链参与如何稳定企业产出波动 张鹏杨 张 硕(5)

虚拟集聚能否促进城市出口产品质量升级

赵春明 班元浩 李宏兵 刘 烨(23)

国有股东持股能提高民营企业的社保遵从度吗?

汪圣国 高 岭 黄永颖(42)

“进阶版”海外并购:合法性寻求还是效率驱动?

——基于中国经验数据的 fsQCA 分析 刘 娟 杨 勃(59)

中国民营企业国际化的适应性成长路径与机制

——基于华源集团的探索性案例研究

许 晖 丁 超 刘田田 王亚君(80)

兄弟姐妹共治缓解还是加剧家族企业代理问题?

徐世豪 贺小刚 陈 元(101)

“抱团取暖”还是“自力更生”

——产品市场竞争中的企业集团母子公司债券管理

佟 岩 李 鑫 钟 凯 赵泽与(121)

环境规制、风险补偿与高管薪酬

——基于新《环境保护法》实施的经验证据 唐国平 孙洪锋(140)

行为定向广告透明度对广告效果的影响 王永贵 刘冬梅 晏 丽(159)

国货品牌跨界联合的顾客契合行为研究

——基于扎根理论的探索 韩 杰 王德胜 杨志浩(175)

心理契合视角下智能产品营销研究的评述与展望 黄敏学 吕林祥(193)

Business and Management Journal (BMJ)

(Monthly , Vol. 44 , No. 7 , July 2022)

CONTENTS

The Study on the Effect of Digital Global Value Chain Stabilizing the Firm Output Fluctuation	
.....	ZHANG Peng-yang , ZHANG Shuo (5)
Can Virtual Agglomeration Promote the Quality Upgrade of Urban Export Products	
.....	ZHAO Chun-ming , BAN Yuan-hao , LI Hong-bing , LIU Ye (23)
Can State-owned Shareholders Improve Social Security Compliance of Private Enterprises?	
.....	WANG Sheng-guo , GAO Ling , HUANG Yong-ying (42)
Progressional Overseas Mergers and Acquisition: Legitimacy Seeking or Efficiency Driving? Based on Empirical Data from China and fsQCA Configuration Analysis	
.....	LIU Juan , YANG Bo (59)
The Adaptive Growth Path and Mechanism of Chinese Private Enterprises under the International Growth Pressure: An Exploratory Case Study based on HUAYUAN Group	
.....	XU Hui , DING Chao , LIU Tian-tian , WANG Ya-jun (80)
Does Sibling Co-governance Alleviate or Exacerbate Agency Problems?	
.....	XU Shi-hao , HE Xiao-gang , CHEN Yuan (101)
Centralization or Decentralization: Bond Management of Business Groups in Product Market Competition	
.....	TONG Yan , LI Xin , ZHONG Kai , ZHAO Ze-yu (121)
Environmental Regulation, Risk Compensation and Executive Compensation: Empirical Evidence based on the Implementation of the New Environmental Protection Law	
.....	TANG Guo-ping , SUN Hong-feng (140)
The Effect of Behaviorally Targeted Ad Transparency on Ad Effectiveness	
.....	WANG Yong-gui , LIU Dong-mei , YAN Li (159)
Research on Customer Engagement Behavior of National-Brand Cross-over Marketing: An Exploration Based on the Grounded Theory	
.....	HAN Jie , WANG De-sheng , YANG Zhi-hao (175)
The Literature Review of Smart Products Marketing from the Perspective of Users' Psychological Engagement	
.....	HUANG Min-xue , LV Lin-xiang (193)

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

