

Nankai Business Review

南开管理评论

财务管理

金融发展、流动性与商业信用

债券市场参与者关注会计信息质量吗

经济周期、行业周期性与盈余管理程度

管理层激励、过度投资与企业价值



南开管理评论

Nankai Business Review

2013年第16卷第3期

(双月刊·总第90期)

2013年6月8日出版

主管单位 国家教育部

主办单位 南开大学商学院

主编 李维安

常务副主编 程新生

副主编 白长虹 范秀成

Nankai Guanli Pinglun

编辑出版 《南开管理评论》编辑部

编辑部地址 天津市南开区卫津路94号

南开大学商学院(300071)

电话 022-23505995 022-23498167

制作代理 天津河图设计公司

国内统一刊号 CN12-1288/F

国际标准连续出版物号 ISSN 1008-3448

发行范围 国内外公开发行

发行单位 天津市邮政报刊发行局

邮发代号 6-130

国内定价 20.00元

本期统编 白长虹

本期责任编辑 王学秀

本期英文编辑 郑琦

《南开管理评论》网址

<http://www.nbronline.org>
<http://www.nbronline.cn> (投稿、查询、审稿)

目 录

CONTENTS

主编寄语

1 民营企业传承与治理机制构建

李维安 Li Wei'an

主题文章

4 金融发展、流动性与商业信用:基于全球金融危机的实证研究

Financial Development, Liquidity and Trade Credit: Evidences from China during the Global Financial Crisis

胡泽 夏新平 余明桂 Hu Ze, Xia Xinping, Yu Minggui

16 债券市场参与者关注会计信息质量吗

Do Participants in Bonds Market Care about Accounting Information Quality

朱松 Zhu Song

26 经济周期、行业周期性与盈余管理程度——来自中国上市公司的经验证据

Business Cycles, Cyclical Industries and Magnitude of Earnings Management: An Empirical Evidence from China's Listed Companies

陈武朝 Chen Wuzhao

36 管理层激励、过度投资与企业价值

Management Incentive, Over-investment and Firm Values

詹雷 王瑶瑶 Zhan Lei, Wang Yaoyao

战略管理

47 企业协同创新网络特征与创新绩效:基于知识吸收能力的中介效应研究

Characteristics of Collaborative Innovation Networks and Innovation Performance of Firms: The Mediating Effect of Knowledge Absorptive Capacity

解学梅 左蕾蕾 Xie Xuemei, Zuo Leilei

57 家族企业资源约束、外部投资者与合同剩余

Resources Restriction of Family Business, Outside Investor and Contract Surplus

葛永盛 张鹏程 Ge Yongsheng, Zhang Pengcheng

69 纵容之手、引导之手与企业自主创新——基于股权性质分组的经验证据

Indulging Hand, Guiding Hand and Enterprise Independent Innovation: An Empirical Study Based on Equity Property Grouping

李玲 陶厚永 Li Ling, Tao Houyong

公司治理

80 网络舆论的公司治理影响机制研究——基于定向增发的经验证据

The Corporate Governance Role of Internet Public Opinion: Evidences from Private Placement

沈艺峰 杨晶 李培功 Shen Yifeng, Yang Jing, Li Peigong

- 89 稳健性对公司信息披露行为的影响研究——基于会计信息透明度的视角
A Study of the Impact of Conservatism on Disclosure: Based on the Perspective of Transparency of Accounting Information
周晓苏 吴锡皓 Zhou Xiaosu, Wu Xihao

市场营销

- 101 企业社会责任匹配性何时对消费者品牌态度更重要——影响消费者归因的边界条件研究
The Contingent Effect of Corporate Social Responsibility Fit on Consumer Brand Attitude: A Study on Boundary Conditions of Consumer Attribution
田虹 袁海霞 Tian Hong, Yuan Haixia
- 109 单次服务过程中新老顾客质量感知波动的差异分析
Different Perceived Service Quality Fluctuation between Novice and Experienced Customers in Single Service Process
洪志生 霍佳震 苏强 Hong Zhisheng, Huo Jiazhen, Su Qiang

组织行为

- 118 组织支持视角下领导—下属交换关系感知匹配的形成机制研究
A Study on Formation Mechanism of Perceptions of Leader-member Exchange Fit: Based on the View of Organizational Support
陈同扬 谭亮 曹国年 Chen Tongyang, Tan Liang, Cao Guonian
- 127 培训能提升员工组织承诺吗——可雇佣性和期望符合度的影响
Can Training Promote Employees Organizational Commitment? The Effect of Employability and Expectation Value
凌玲 卿涛 Ling Ling, Qing Tao
- 140 困难情境下组织冗余作用研究:兼谈市场搜索强度的调节作用
A Study on Effects of Slack in Troubled Firms: Also Study on Moderating Effects of Market Search Intensity
李晓翔 刘春林 Li Xiaoxiang, Liu Chunlin

创业管理

- 149 初始资源、社会资本与创业行动效率——基于资源匹配视角的研究
Initial Resources, Social Capital and Speed of Entrepreneurial Activities
韩炜 杨俊 包凤耐 Han Wei, Yang Jun, Bao Fengnai

国家社会科学基金资助期刊

国家自然科学基金委员会管理科学部
认定的管理科学A类重要期刊

中文社会科学引文索引(CSSCI)来源期刊

第三届国家期刊奖提名奖

中国北方十佳期刊

天津市优秀期刊

