

Nankai Business Review

南开管理评论

2020 5
(双月刊)

ISSN 1008-3448
(A Bimonthly)

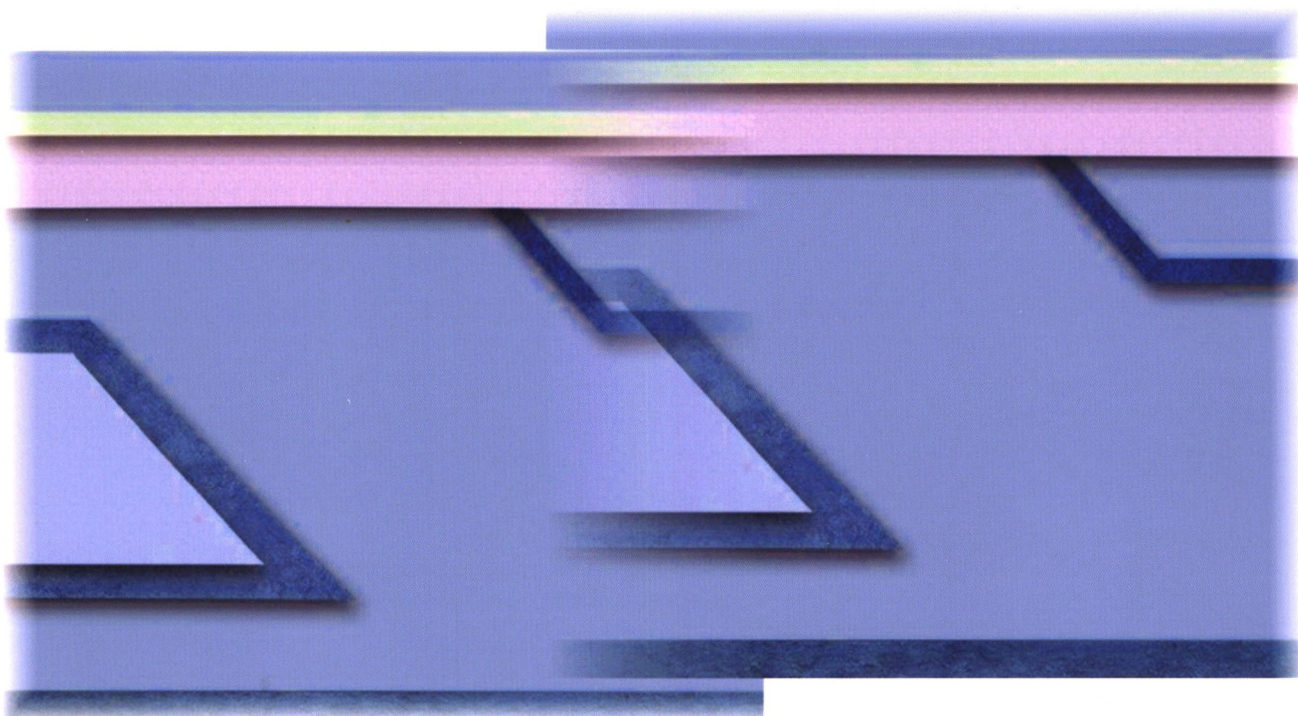
南开大学主办

NSFC管理科学A类期刊

中文社会科学引文索引(CSSCI)来源期刊



QK2053338



互联网时代的管理

网络预售下消费者购买行为的影响因素分析

移动互联网背景下整合使用概念、维度及其对任务绩效的影响

大型网络聚集促销决策中前瞻性情绪的诱发机制

基于任务与内容一致性的隐喻横幅广告记忆效果

奢侈品线上易获得性与购买意愿的倒U形关系



<http://nbr.nankai.edu.cn>

目录 CONTENTS

主编寄语

- 1 管理创新的实践逻辑
白长虹 Bai Changhong

封面主题：互联网时代的管理

- 4 网络预售下消费者购买行为的影响因素分析——基于淘宝2018春夏女装的实证研究
On the Factors Influencing Online Consumers' Purchasing Behavior under Pre-order Strategy: An Empirical Study Based on Women's 2018 Spring-Summer Apparels of Tmall
王夏阳 陈思霓 邬金涛 Wang Xiayang, Chen Sini, Wu Jintao
- 16 移动互联网背景下整合使用概念、维度及其对任务绩效的影响机制——基于扎根理论的探索性研究
Investigating the Concept and Dimensions of Integrative Usage and Its Influential Mechanism on Task Performance: An Exploratory Research Based on Grounded Theory
王玮 徐梦熙 Wang Wei, Xu Mengxi
- 28 大型网络聚集促销决策中前瞻性情绪的诱发机制：限时与限量的调节作用
The Inducing Mechanism of Future-oriented Emotions in Decision-making of Large Online Agglomeration Promotion: The Moderating Role of Limited Time and Limited Quantity
卢长宝 柯维林 庄晓燕 Lu Changbao, Ke Weilin, Zhuang Xiaoyan
- 41 “直白”还是“含蓄”——基于任务与内容一致性的隐喻横幅广告记忆效果研究
Direct Expression or Indirect Transmission? Research on the Memory Effect of Metaphorical Banner Ads Based on Task and Content Consistency
杨强 霍佳乐 王烨娣 蒋玉石 Yang Qiang, Huo Jiale, Wang Yedi, Jiang Yushi
- 51 奢侈品线上易获得性与购买意愿的倒U形关系研究
Research on the Inverted U-shape Relationship between Luxury Online Accessibility and Consumers Purchase Intention
单娟 崔晨虹 Shan Juan, Cui Chenhong

旅游管理

- 64 在线评论有用性的深度数据挖掘——基于TripAdvisor的酒店评论数据
Deep Data Mining for Online Reviews Usefulness: Hotel Reviews Data on TripAdvisor
史达 王乐乐 衣博文 Shi Da, Wang Lele, Yi Bowen
- 76 文化遗产活化体验质量对旅游者目的地忠诚的影响：一个链式多重中介模型
The Impact of Cultural Heritage Rejuvenation Experience Quality on Visitors' Destination Loyalty: A Serial Multiple Mediation Model
唐培 何建民 Tang Pei, He Jianmin
- 88 互联网时代组展商如何重塑用户关系——基于ISPO商业模式的案例研究
ISPO Business Model Innovation: Redefining the Relationship between Exhibition Organizers and Its Customers
刘林艳 王亦磊 Liu Linyan, Wang Yilei

市场营销

- 100 顾客多忠诚与新店铺寻求的融合行为研究——基于纵向追踪与深度访谈的混合方法
Fusion Behavior of Customer Multi-loyalty and New Store Seeking: A Hybrid Method Based on Longitudinal Tracking and In-depth Interview
张焱 周月娇 刘进平 蒋慧 Zhang Yi, Zhou Yuejiao, Liu Jinping, Jiang Hui

-
- 112 一分钱一分货——权力感对消费者价格—质量判断的影响
You Get What You Pay for? The Effect of Power on Consumers' Price-Quality Judgments
姚琦 吴章建 符国群 Yao Qi, Wu Zhangjian, Fu Guoqun

公司治理

- 124 多个大股东、风险承担与企业价值
Multiple Large Shareholders, Risk Taking and Firm Value
高磊 晓芳 王彦东 Gao Lei, Xiao Fang, Wang Yandong
- 134 生产者责任延伸制下的绿色供应链治理研究——基于环境规制交互分析视角
Green Supply Chain Governance with Extended Producer Responsibility: Based on Interactive Analysis of Environmental Regulation
李勇建 邓芊洲 赵秀堃 申进忠 王军锋 Li Yongjian, Deng Qianzhou, Zhao Xiukun, Shen Jinzhong, Wang Junfeng
- 145 文化距离如何影响跨国战略联盟的形成——基于交易成本视角的解释
How Cultural Distance Affects the Formation of Strategic Alliance: An Explanation of the Transaction Cost Theory
熊名宁 汪涛 赵鹏 王魁 刘秀君 Xiong Mingning, Wang Tao, Zhao Peng, Wang Kui, Liu Xiujun

知识管理

- 159 知识付费产品描述语言风格的说服效应研究——知识生产者声誉的调节作用
The Persuasive Effect of Linguistic Styles in the Description of Paying for Knowledge Product-The Moderating Effect of Knowledge Producer's Reputation
齐托托 刘倩 王天梅 周洵 Qi Tuotuo, Liu Qian, Wang Tianmei, Zhou Xun
- 171 尊卑有序与中国传统企业师徒制知识传承——以中华老字号“杏花村”汾酒集团为例
Apprenticeship's Knowledge Inheritance in Chinese Traditional Enterprise: Case Study on China Time-honored Brand "Fenjiu Group"
潘安成 刘泱君 Pan Ancheng, Liu Yangjun

运营管理

- 183 分享经济背景下价值共创行为的影响因素——以网约车为例
Factors Affecting Value Co-creation Behavior in the Sharing Economy: The Case of Online Car-hailing
左文明 黄枫璇 毕凌燕 Zuo Wenming, Huang Fengxuan, Bi Lingyan

创业管理

- 194 结构相似性效应：机会识别的认知机制及影响因素
Structure Similarity Effect: The Mechanism of Opportunity Recognition and Its Antecedents
刘依冉 张玉利 郝喜玲 何一清 Liu Yiran, Zhang Yuli, Hao Xiling, He Yiqing
- 202 创业团队关系治理与新创企业绩效倒U型关系及敌对环境的调节作用
Inverted U-shape between Entrepreneurial Team Relational Governance and the New Venture Performance and the Moderating Role of Hostile Environment
朱仁宏 周琦 张书军 Zhu Renhong, Zhou Qi, Zhang Shujun

评 论

- 213 以权谋私：领导者自私行为的研究现状与未来展望
Seeking Private Gain through Power: A Review and Research Agenda of Leader Self-serving Behavior
杨晓 刘知 谭乐 蒿坡 Yang Xiao, Liu Zhi, Tan Le, Hao Po



《南开管理评论》以促进中国企业管理现代化为宗旨，
刊发关注中国管理实践热点与难点的研究成果，追踪
国际管理理论前沿，服务中国管理理论与实践的创新

ISSN 1008-3448



9 771008 344007



10



刊号: $\frac{\text{ISSN 1008-3448}}{\text{CN12-1288/F}}$

国内定价: 45.00元