

Review of Economy and Management

经济与管理评论

全国中文核心期刊

CSSCI来源期刊(扩展版)

中国人文社会科学A刊核心期刊

RCCSE中国核心学术期刊(A)

中国科技核心期刊

全国高校社科精品期刊

5

2022

总第232期

经济与管理评论(双月刊)

目录

数字经济

数字经济发展提高了企业全要素生产率吗?

——基于 A 股上市公司的分析 白万平 孙溶镁 白 鸽 5

数字经济对收入分配的影响:文献述评与研究展望 王 宁 胡乐明 20

区域经济

基于 PROMETHEE 方法的农村实用人才区域发展水平评价

..... 刘培德 王福滨 王 鹏 36

长江经济带与黄河流域水资源绿色效率比较研究 杨 骞 徐 青 49

财政金融

正规信贷约束对农户收入影响的异质性研究

..... 张乐柱 许兰壮 伍茜蓉 63

绿色金融对企业绩效的影响及机制分析..... 陈志刚 弓怡菲 72

2022年第5期

9月15日

经济管理

Z世代消费新主流影视的原因与趋势

——基于使用与满足理论 王邵军 李晓冰 86

电子商务对中国家庭减贫效应研究

——基于多维相对贫困的视角 陈 怡 陶晓莹 97

零售商公平关切下双渠道绿色供应链的定价及协调机制研究

..... 吴成锋 林帅成 徐春风 112

基于消费者偏好细分的手机制造商决策模型 王 卓 124

案例研究

电商情境下品牌商与渠道商松紧耦合悖论关系均衡过程研究

..... 林海芬 胡严方 139

REVIEW OF ECONOMY AND MANAGEMENT

contents

No.5 2022
September 15th

Does the Development of Digital Economy Improve the Total Factor Productivity of Enterprises? ——Based on the Analysis of A-Share Listed Companies BAI Wanping, SUN Rongmei, BAI Ge	5
The Impact of Digital Economy on Income Distribution; Literature Review and Research Prospects WANG Ning, HU Leming	20
Evaluation of Regional Development Level of Rural Practical Talents Based on PROMETHEE Method LIU Peide, WANG Fubin, WANG Peng	36
Research on Comparison of Green Efficiency of Water Resources between Yangtze River Economic Belt and Yellow River Basin YANG Qian, XU Qing	49
Heterogeneity Research of the Effect of Formal Credit Constraints on Farmers' Income ZHANG Lezhu, XU Lanzhuang, WU Qianrong	63
Analysis of the Impact and Mechanism of Green Finance on Corporate Performance CHEN Zhigang, GONG Yifei	72
Reasons and Trends in Generation Z's Consumption of New Mainstream Film and Television ——Based on Use and Satisfaction Theory WANG Shaojun, LI Xiaobing	86
Research on the Poverty Reduction Effect of E-Commerce on Chinese Families ——From the Perspective of Multidimensional Relative Poverty CHEN Yi, TAO Xiaoying	97
Research on Pricing and Coordination Mechanism of Dual-Channel Green Supply Chain under the Fair Concern of Retailers WU Chengfeng, LIN Shuaicheng, XU Chunfeng	112
On the Equilibrium Process of Paradox Relationship of Loose and Tight Coupling Between Brand Holders and Their Distributors Based on E-Commerce Situation LIN Haifen, HU Yanfang	139

English Translator: MENG Qingping