



QK2009200



上海财经大学

外国经济与管理

FOREIGN ECONOMICS & MANAGEMENT

CSSCI来源期刊 中文核心期刊 中国人文社会科学核心期刊

RCCSE权威学术期刊 中国国际影响力优秀学术期刊



ISSN 1001-4950



9 771001 495201

2020 / 2
第42卷

目 录

[战略管理]

企业动态竞争行为:研究述评与展望 徐 鹏 白贵玉 (3)

[创新研究]

跨界团队中变革型领导与协同创新
——知识共享的中介作用和权力距离的调节作用

文巧甜 郭 蓉 夏健明 (17)

信息透明度影响企业研发创新吗? 刘 柏 徐小欢 (30)

[营 销]

地位补偿:“仆人式”品牌拟人对购买意愿的影响

周懿瑾 毛诗漫 陈晓燕 (43)

点击还是滑动? 移动端翻页动作对用户在线沉浸感强度的影响研究

张计划 陈晓健 谭 铭 (59)

健康广告的说服力:“有效”还是“会用”更重要?

董泽瑞 杜建刚 孟 陆 (71)

[公司财务]

卖空约束放松能够改善企业劳动投资效率吗? 褚 剑 方军雄 (84)

国企高管晋升激励与超额现金持有价值

刘 猛 张晨宇 叶陈刚 陈彦亮 (97)

投资者情绪与产业结构升级

——“投融资途径”与“信号传递”的视角 李林波 刘维奇 (111)

[公司治理]

儒家文化与企业慈善捐赠 徐细雄 龙志能 李万利 (124)

[理论前沿]

共创还是共毁:移动信息技术对旅游体验价值的影响研究述评

华成钢 白长虹 张 辉 (137)

FOREIGN ECONOMICS & MANAGEMENT

(A Monthly) No.2 2020

CONTENTS

•STRATEGIC MANAGEMENT•

- Enterprises Dynamic Competitive Behavior: A Literature Review and Prospects
..... Xu Peng Bai Guiyu (3)

•INNOVATION RESEARCH•

- The Impact of Transformational Leadership on Cross-Border Team Collaborative Innovation:
An Empirical Analysis of Fintech Enterprises in China
..... Wen Qiaotian Guo Rong Xia Jianming (17)
- Does Information Transparency Affect Corporate R&D Innovation?
..... Liu Bai Xu Xiaohuan (30)

•MARKETING•

- Status Compensation: The Effect of Brand Anthropomorphism “Brand as a Servant”
on the Purchase Intention Zhou Yijin Mao Shiman Chen Xiaoyan (43)
- Click or Slide? Research on the Effect of Page-Turning Actions on
Users’ Online Immersion Intensity Zhang Jihua Chen Xiaojian Tan Ming (59)
- The Persuasion of Health-Related Advertising:
Which is More Important, “Effectiveness” or “Easiness to Use”?
..... Dong Zerui Du Jiangang Meng Lu (71)

•CORPORATE FINANCE•

- Can the Relaxation of Short Selling Constraint Improve Firms’ Labor Investment Efficiency?
..... Chu Jian Fang Junxiong (84)
- The Effect of Promotion on the Value of Excess Cash Holdings:
Evidence from SOEs in China
..... Liu Meng Zhang Chenyu Ye Chengang Chen Yanliang (97)
- Investor Sentiment and Industrial Structure Upgrading: Based on the Perspectives of
“Investment and Financing Effect” and “Signal Effect” Li Linbo Liu Weiqi (111)

•CORPORATE GOVERNANCE•

- Confucian Culture and Corporate Philanthropy
..... Xu Xixiong Long Zhineng Li Wanli (124)

•THEORETICAL FRONTIER•

- Co-Creation or Co-Destruction? A Literature Review of Mobile Information Technologies’
Impact on Tourism Experience Value
..... Hua Chenggang Bai Changhong Zhang Hui (137)

外国经济与管理



官方微信号

国内邮发代号 4-412
中国标准连续 ISSN 1001-4950
出版物号 CN 31-1063/F
国内定价: 25.00元

主管单位 中华人民共和国教育部
主办单位 上海财经大学
出版单位 《外国经济与管理》编辑部
主 编 郑少华
副 主 编 陆 蓉
印刷单位 上海财经大学出版社印刷厂
发行范围 公开发行
国内总发行 上海市报刊发行局
国内订阅 全国各地邮局
国外总发行 中国国际图书贸易集团有限公司
本刊地址 上海市国定路777号
邮政编码 200433
电子信箱 wjgl@sufe.edu.cn
网 址 http://wjgl.sufe.edu.cn
电 话 021-65904190
传 真 021-65904816

Competent Authority: Ministry of Education of the People's Republic of China
Sponsor: Shanghai University of Finance and Economics
Publisher: Foreign Economics & Management
Chief Editor: ZHENG Shao-hua
Vice-chief Editor: LU Rong
Foreign General Agent: China International Book Trading Corporation
Address: No.777 Guoding Road, China
Post Code: 200433
E-mail: wjgl@sufe.edu.cn
Website: http://wjgl.sufe.edu.cn