

3

2023

总第 56 期（双月刊）

Journal of
Information Resources
Management

信息资源管理学报

CSSCI 来源期刊

中国人文社会科学期刊AMI
综合评价（A刊）核心期刊

主 办 /

武汉大学
Wuhan University

主 管 /

中华人民共和国教育部
Ministry of Education

“面向信息管理与信息系统的研究方法应用与实践” 专刊

JIRM
INFORMATION

004 “面向信息管理与信息系统的研究方法应用与实践” 李一然 王刊良 于媛等
专刊前言

问卷调查与结构方程模型

006 结构方程模型的应用准则：CB-SEM和PLS-SEM研究 袁野 萧文龙 于媛等
范式的比较与启示

023 平台隐私保护机制对消费者隐私信息披露的影响 邵秀燕 曹聪 王萍

039 平台经济反垄断对社区团购用户不持续使用意愿的影响：刘启华 彭思婕 许立扬等
基于感知价格和期望不一致的视角

计量经济模型

061 国内基于二手数据计量经济模型的信息管理与信息系统研究综述： 陈丽萍 任菲
研究方法、前沿热点与理论运用

079 EID事件情境下情绪对信息分享行为的动态影响 许莉薇 韩明星 裘江南
——人格特质的调节作用

100 “粉丝福利”的经济学分析：考虑主播长期声誉的 杨思懿 窦一凡
直播电商价格谈判研究

案例研究方法

112 案例研究的学术对话之旅：以信息系统领域为例 李亮 王铭旭

124 在线品牌社区用户参与价值共创的互动行为转换机制 乐承毅 朱欣雅
——基于扎根理论的研究

实验研究方法

140 人机交互vs.人人交互：对交互对象的身份认知和双面论证策略 李梦馨 易成
在商务对话中的影响

设计科学研究方法

154 设计科学的准则分析——以“大数据-小数据”问题为例 张明华 何芳 张瑾



欢迎关注
信息资源管理学报

Preface of the Special Issue on “Application and Practice of Research Methods to Information Management and Information System”	Li Yiran, Wang Kanliang, Yu Yuan, et al	004
Questionnaire and Structural Equation Modeling		
Criteria of Structural Equation Modeling: Comparisons and Enlightenments of CB-SEM and PLS-SEM	Yuan Ye, Shiau Wenlung, Yu Yuan, et al	006
Impacts of Platforms’ Privacy Assurance Mechanisms on Consumers’ Privacy Disclosure	Shao Xiuyan, Cao Cong, Wang Ping	023
The Effect of the Anti-monopoly of Platform Economy on Community Group-buying Users’ Discontinuance Intention: A Perspective of Perceived Price and Disconfirmation	Liu Qihua, Peng Sijie, Xu Liyang, et al	039
Econometric Model		
A Review of Secondary Analysis in Information Management and Information Systems Research in China: Research Methods,Topics, and Theory Applications	Chen Liping, Ren Fei	061
Dynamic Effects of Emotions on Information Sharing Behavior in the EID Event Contexts: The Moderating Role of Personality Traits	Xu Liwei, Han Mingxing, Qiu Jiangnan	079
Best Deals for Livestreaming Fans: A Negotiation Model under the Anchor’s Reputation Concern	Yang Siyi, Dou Yifan	100
Case Study		
The Academic Dialogue Journey in Case Study Research: Insights from the Information Systems Field	Li Liang, Wang Mingxu	112
Online Brand Community Users’ Interaction Behavior Transformation Mechanism for Value Co-creation: Based on Grounded Theory	Le Chengyi, Zhu Xinya	124
Experimental Research Method		
Human-chatbot Interaction vs. Human-human Interaction: Effects of Service Agent Perception and Two-sided Arguments in Conversational Commerce	Li Mengxin, Yi Cheng	140
Design Science		
Analysis on Design Science Guidelines: An Example of “Big Data-Small Data” Problem	Zhang Minghua, He Fang, Zhang Jin	154



万方数据

