

# 大 事 记

1. 2007JMS 中国营销科学学术年会于 10 月 20 日至 21 日在上海复旦大学成功举行。本次年会共评选出 10 篇优秀论文和 1 篇创新奖论文,其中,由北京大学郭贤达和庞隽提交的论文“服务的可分离性及其影响:一项基于消费者视角的研究”获得优秀论文一等奖;由中山大学王海忠和王晶雪提交的“品牌名、原产国和价格对感知质量与购买意向的暗示作用”,由北京大学庞隽和郭贤达提交的“无形服务中的有形属性对消费者品牌忠诚的影响机制研究”,以及由复旦大学陈卓浩和鲁直提交的“拓展品牌延伸的心理边界”3 篇论文获得优秀论文二等奖;此外,还有 6 篇论文获得优秀论文三等奖。会议还邀请了世界著名营销学者、美国马里兰大学教授、国际顶级营销学报 *Journal of Marketing* 主编 Roland Rust 等做了主题演讲。

2. 2007JMS 中国营销科学博士生学术论坛于 2007 年 10 月 19 日在上海成功举行。在本次论坛上,由清华大学博士生董松挺提交的“盗版还是营销工具:公布免费电子版以促进销售”一文获得优秀论文一等奖和 10,000 元奖金;由南开大学杜建刚提交的“基于面子和情绪视角的顾客抱怨倾向机制研究”,以及由南开大学曹花蕊提交的“服务质量前置因素及其影响顾客购买意愿的 Meta 分析”两篇论文获得优秀论文二等奖并分别获得 5000 元奖金;此外还有 5 篇论文获得优秀论文三等奖。

3. “JMS 中国营销科学博士生研究基金”公布了 2007—2008 年度获得资助的博士生名单,他们是上海交通大学的李恩,武汉大学的望海军,北京大学的孙谨,中山大学的刘红艳,以及南京大学的黄永春。他们分别获得 5000 元的研究资助。

4. 《营销科学学报》于 2007 年 10 月 20 日召开了第一届理事会第二次会议和第一届编委会第四次会议,会议选举出第二届理事会和编委会,选举符国群为理事长,赵平为主编,涂平为副主编,范秀成、彭泗清、汪涛、王高、王海忠和庄贵军为专业主编。会议增补了东北财经大学工商管理学院和对外经济贸易大学国际商学院为理事单位;增补了陈荣、魏立原和吴小丁为编委会委员。会议还修订了《营销科学学报》章程和 JMS 中国营销科学学术年会办会准则。