

工商管理学院2021年大学生创新训练项目立项评审结果公示

序号	项目名称	负责人	评审等级	备注
1	多多益善还是过犹不及？品牌联名的合作品牌数量对消费者评价的影响	庞文雅	省级	推荐评选国家级
2	弥合信息鸿沟？商品信息透明化对消费者购买行为的作用机制探究——基于everlane透明化营销案例的实验设计分析	冀阳晨	省级	推荐评选国家级
3	内卷教育环境下焦虑感对大学生自我提升消费的影响机制研究	杜宇娴	省级	推荐评选国家级
4	“忠仆”还是“挚友”？AI助手拟人角色对消费者隐私担忧的影响研究——基于关系规范的视角	陈乐源	省级	推荐评选国家级
5	“以地”如何“养老”？——基于GE-0Logit模型的“以地养老”模式参与意愿及模式优化研究	李绍辰	省级	推荐评选国家级
6	社会规范对消费者健康食品选择的影响研究——以轻食为例	李飞雪	省级	推荐评选国家级
7	基于不可运作投入产出模型的供应链弹性测度——以河南省濮阳市某服装供应链为例	赵晨朗	省级	推荐评选国家级
8	数字经济时代下游戏产品运营策略研究：游戏版本与契约模式的匹配	张雨荷	省级	推荐评选国家级
9	基于结构方程模型的防诈骗安全教育云平台干预效果研究——以麦课平台为例	李雨菲	省级	
10	一“碳”究竟：碳中和背景下区域碳补偿机制研究——基于武汉市公众的选择实验	陈泽宇	省级	
11	零工经济背景下零工劳动者生计脆弱性研究——以武汉地区外卖配送员为例	朱继娜	省级	
12	新能源汽车租售结合模式下的定价策略分析	汤寒冰	省级	
13	数字化时代“她”力量能否持续输出——基于女性领导力特质对企业数字化转型影响研究	黄子雯	省级	
14	一朝被蛇咬，十年怕井绳——误食过期食品经历对购买临期食品影响研究	徐洁颖	省级	
15	“本是同根生，相煎何太急？”本地身份品牌扩张对品牌态度的影响	陈祺	校级	
16	探究网红APP游戏化营销对用户持续使用意愿影响——基于平台期望确认模型	魏志鹏	校级	
17	“确定的不确定性”：基于霍金斯模型的“盲盒+”模式的消费心理与运用路径研究——以机票目的地盲盒为例	蒋虞君	校级	
18	“碳中和”下：绿色创新战略是“蜜糖”吗？基于绿色专利对汽车企业竞争力的影响探究——以湖北省为例	施铭涓	校级	
19	消费行为视角下的机票盲盒营销策略优化研究——基于混合多准则决策模型	王杰妤	校级	
20	化“片”为“点”：支持乡村振兴的“点状供地”模式分析与优化路径研究	高晓蕾	校级	
21	可再生能源市场中隔墙售电模式的定价机制研究——基于“碳中和”愿景下的碳税政策视角	葛徐倩	校级	
22	非理性认知视角下饭圈文化对粉丝消费行为偏差的影响——基于OLS回归模型的研究	丁思文	校级	
23	同仁堂老字号企业数字化商业模式创新研究——基于消费者感知价值视角	郑佳	校级	
24	后疫情时代下服务型数字平台智慧监督对员工创新性行为影响的研究——以钉钉为例	张航	校级	
25	人机交互下的价值共创及其对顾客体验的影响研究——基于酒店行业服务机器人的实践	包军	校级	