**经济学院同等学力申请硕士学位论文写作信息采集表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 资格卡号 | 81040831 | | | 姓 名 | | 崔利标 | | |
| 所在地区 | 北京 | | | 申硕专业 | | 网络经济学 | | |
| 联系电话 | 13801358996 | | | 电子邮箱 | | cuiertiao@qq.com | | |
| 本科毕业院校 | 重庆理工大学 | | | 本科专业 | | 投资经济 | | |
| 工作单位 | 北京首农电商科技有限公司 | | | 职 务 | | 产品总监 | | |
| 个人简介和  工作经历 | 本人先后就职于首农电商、万达集团、赛特集团、九城集团等上市企业从事产品规划与业务运营管理工作，具有丰富的互联网与电商行业从业经验。期间，本人作为产品团队负责人主导规划设计了多个公司的电商业务平台并成功上线商用。业务平台涉及电商B2B、B2C、O2O、跨境电商等多种产品形态，为公司生产运营提供了良好的IT支撑。   * + - 1. 北京首农电商科技有限公司 产品总监   2015.07-2016.07 北京天天海淘科技有限公司 产品总监   * + - 1. 万达集团信息管理中心 产品经理       2. 赛特集团电子商务公司 产品总监       3. 九城集团 产品总监   2005.04-2008.03 二六三网络股份有限公司 运营总监  2003.08-2005.04 大田集团 部门经理/内训师  2000.07-2003.07 华夏建通集团 策划专员 | | | | | | | |
| 科研成果 | 是否  发表 | 是 | 是否  第一作者 | | 是 | | 发表  字数 | 3150 |
| 发表文章题目 | 大数据视域下的网络经济发展趋势分析 | | | | | | | |
| 发表文章刊物 | 《理财周刊》（国内刊号：31-1849/F） | | | | | | | |
| 发表文章内容简介 | 随着我国计算机技术、网络通信技术、云计算、大数据应用的迅速发展，社会生产及消费模式发生了深刻的变革，网络经济业态日新月异。本文通过对网络经济大数据的整理分析，尝试找出我国网络经济发展的核心驱动因素以及阻碍我国网络经济发展的消极因素并在此基础上预测了我国网络经济未来的发展趋势。 | | | | | | | |

|  |  |
| --- | --- |
| 拟定学位论文  写作方向 | 生鲜食品网购行为研究 |
| 拟定学位论文选题背景意义内容摘要 | 随着我国电商基础设施的不断完善，网购用户规模及渗透率逐年攀升，网购已经成为居民日常消费的重要途径。近几年，生鲜商品的网购规模呈现爆发增长的态势，新的业态层出不穷，特别是新冠疫情期间，生鲜网购因其非接触购物的特点为保障居民基本生活和社会稳定发挥了重要作用。然而，生鲜食品因其非标准化的特性而与其他商品的网购行为不同，同时，线上生鲜食品占生鲜零售市场规模比重持续增长，2020年占比已接近15%，研究生鲜食品的网购渠道选择行为特征对于生鲜食品零售企业充分利用网络渠道、制定网络营销策略有着重要的参考价值。  论文把经济学消费者行为理论延伸到生鲜食品网络购物渠道，根据消费者行为理论，消费者在选择渠道的时候会进行充分的比较并选择对自己价值最大化的渠道，那么，消费者在网购生鲜食品时感受到的价值如何？不同网购渠道的感知价值有何不同？这种感知价值差异对消费者选择网购渠道时的影响又如何？除了消费者自身的因素，消费者所处的外部消费环境对网购渠道的选择又有什么样的影响？这给生鲜零售企业网络渠道的发展提出了新课题，也是本文的研究内容。  目前针对生鲜网购行为的研究大多集中在特定消费品（生鲜食品）的网购行为特征研究，很少涉及不同网购渠道与消费者行为特征的关联性研究，本文从消费者的视角出发，在电子商务的大背景下深入研究消费者感知价值与网购渠道选择行为之间的关系。与此同时，本文在感知价值理论基础上结合了网络外部性理论，并充分考虑的生鲜零售企业不同商业业态及渠道的特点，提出了在网络购物环境下，消费者对网购渠道的选择受商品质量感知、服务感知、便利性、价格、购物风险以及网络外部性影响的假设和模型，通过调查问卷的设计、发放、回收来获取研究数据，通过结构化的方法处理数据，并结合公开市场的生鲜电商研究报告对模型假设进行检验并得出消费者网购生鲜食品时对渠道的选择与哪些变量呈正相关关系，与哪些变量呈负相关关系。  最后，提出合理化建议，说明研究的不足并对消费者网购生鲜食品渠道的发展趋势做出简单的预测。 |
| 拟定学位论文题目 | 消费者网购生鲜食品渠道选择行为的实证研究-基于感知价值和网络外部性 |
| 拟定学位论文提纲 | 1. 引言    1. 研究背景    2. 研究意义    3. 研究内容与方法    4. 创新与不足 2. 相关理论与文献综述    1. 基本概念    2. 文献综述    3. 相关理论与模型 3. 生鲜食品网购渠道选择的模型    1. 被解释变量、解释变量与模型    2. 样本选取与数据来源 4. 实证检验与分析    1. 数据分析    2. 模型检验 5. 总结与建议    1. 研究结论    2. 建议 |
| 论文素材、数据及参考书目 | [1]商务部电子商务和信息化司.中国电子商务报告2018.[R].2019.  [2]艾瑞咨询. 中国生鲜电商行业研究报告2019.[R].2020. [R].2021.  [3]祝君红,朱立伟,黄新飞.基于SEM的消费者网购生鲜农产品意愿影响因素研究[J].上海商学院学报,2017,18(3):50-58.  [4]胡帆.消费者网络购物感知风险研究综述[J].中外企业家,2015,(7):239-239,241  [5]沈蕾.消费者行为学:理论与实务[M].北京:人民大学出版社,2013  [6]任杰.消费者网络购买决策中不同参照点影响力比较研究[M].北京:经济管理出版社,2020  [7]孙姣姣.消费者决策风格和感知价值对生鲜移动网购意愿的影响研究[J].商业经济研究,2017,(16)  [8]Consumer Decision‐Making Styles of Young‐Adult Chinese[J] . JESSIE X.FAN,JING J.XIAO. Journal of Consumer Affairs . 2005 (2)  [9]The influence of consumer decision‐making styles on online apparel consumption by college students[J] . Kelly O.Cowart,Ronald E.Goldsmith. International Journal of Consumer Studies . 2007 (6) |

**注：1、请认真填写各项信息，根据学员相关情况和拟定论文方向，由院系统一分配指导老师。**

**2、论文答辩期限以成绩单里“考试日期”列中最后一个日期开始计时，一年半内必须完成（包括二答），期间只能选择一个时间节点答辩，逾期视为自动放弃答辩资格，学位申请无效，无法延期。**