

全国社会科学引文索引来源期刊
全国社科类核心期刊
中央财经大学学报

(月刊)

2022年第12期

(总第424期)

主管单位：中华人民共和国教育部

主办单位：中央财经大学

主 编：王广谦

编辑出版：《中央财经大学学报》

编辑部

印 刷：中央财经大学印刷厂

刊 号：ISSN1000-1549
CN11-3846/F

通讯地址：北京市西直门外学院
南路39号

邮政编码：100081

电 话：62288381 62288382

网 址：<http://xbjbjb.cufe.edu.cn>

E - mail：XBBGS@cufe.edu.cn

发 行：北京报刊发行局

订 阅：全国各地邮局

邮发代号：82-950

定价：20.00元

目 录

· 财政税收 ·

- 数字经济、税收努力与税收增长 解 垚 孟 婷 (3)
基线筹划、预算报告与预算-政策联结 潘昊宇 (16)

· 金融保险 ·

- 券商跟投意愿、询价制调整与 IPO 定价偏误
——来自中国科创板市场的经验证据 曹奥臣 张铁刚 (27)
媒体情绪如何影响人民币汇率?
——基于文本分析的实证研究 王金明 孟子乔 (44)

· 财务与会计 ·

- 高管贫困经历、个人特征与企业精准扶贫
..... 窦笑晨 汪玉兰 刘希鹏 (54)
非财务信息的市场反应与预测功能
——基于“京东商城”消费者大数据的经验证据
..... 胡 娟 李雪轶 郝 颖 董士君 (71)

· 理论经济 ·

- 车牌管控政策与城市治堵的最优方案 郝 亮 巫景飞 (82)
中国社会经济福利的衡量与评估
——跨越国内生产总值之限 李 雯 张珩琰 李思沛 (95)

· 工商管理 ·

- 消费者产品原真感知对态度矛盾性影响的中介机制研究
——类像型及索引型营销的异质性情境
..... 连怡臻 李雪欣 沈 徽 (111)
客户异质性对科技企业创新效率影响机理探究
——异质性人力资本的调节作用
..... 张珺涵 罗 津 罗守贵 李 文 (123)

· 案例研究 ·

- “买它!”中的规训力量
——基于对网络直播间话语分析的案例研究
..... 高应蓓 刘书博 (134)

- 2022年总目录 (148)

Contents

No. 12, 2022
(Serial No. 424)

The Digital Economy, Tax Efforts and Tax Growth	XIE E MENG Ting (3)
Baseline Projections, Budget Reports and Budget-policy Link	PAN Hao-yu (16)
Securities Traders' Willingness to Follow-up Investment, Book-building Adjustment and IPO Pricing Errors: Empirical Evidences from STAR Market	CAO Ao-chen ZHANG Tie-gang (27)
How Does Media Sentiment Affect RMB Exchange Rate? An Empirical Study Based on Text Analysis	WANG Jin-ming MENG Zi-qiao (44)
Executive's Poverty Experience, Characteristics and Coporate Targeted Poverty Alleviation	Dou Xiao-chen Wang Yu-lan Liu Xi-peng (54)
The Market Reaction and Prediction Function of Non-financial Information: Based on the Empirical Analysis of JD.com	HU Juan LI Xue-yi HAO Ying DONG Shi-jun (71)
Vehicle License Control Policy and the Optimal Scheme of Managing Traffic Congestion	HAO Liang WU Jing-fei (82)
A Measure of China's Socio-economic Welfare: Beyond GDP	LI Wen ZHANG Heng-yan LI Si-pei (95)
Understanding the Mediating Mechanism of Consumers' Product Authenticity Perception on Attitudinal Ambivalence: Heterogeneous Moderating Effects of Iconic and Indexical Marketing Strategies	LIAN Yi-zhen LI Xue-xin SHEN Hui (111)
Customer Heterogeneity and Enterprise Innovation Efficiency: The Regulatory Role of Heterogenous Human Capital	ZHANG Jun-han LUO Jin LUO Shou-gui LI Wen (123)
"Just Buy It!" The Discipling Force of Online Marketing: Discourse Analysis on Online Living Broadcasting	GAO Ying-bei LIU Shu-bo (134)
The Total Contents of 2022	(148)