

中央财经大学学报

(月刊)

2026 年第 8 期

(总第 468 期)

目 录

· “党的经济思想创新理论阐释” 专栏 ·

企业新质生产力与投资者利益保护

——基于股价崩盘风险视角 王 凯 魏亦轩 (5)

· 习近平经济思想研究专题 ·

中国资源型城市的碳解锁效率及提升动力来源 陈培荣 (20)

· 数字化与经济高质量发展 ·

数字投入依赖与全球价值链风险结构的动态演化 王金明 张 鑫 (36)

数字金融对货币政策转型的影响研究

——基于 TANK-DSGE 模型 彭安兴 (53)

数字经济、家庭时间配置与性别分工

——基于城乡差异视角分析 贾若琦 高逸尘 (69)

· 财务会计专题：资质认定与企业表现 ·

- 绿色工厂评定对企业产能利用率的影响研究..... 周 杨 (84)
- 专精特新资质认定与企业创新..... 罗勇根 韦思羽 崔慧洁 (99)

· 财政税收 ·

- 税费负担对城市经济韧性的影响研究 杨 林 赵亚昕 崔玉虎 (115)

· 金融保险 ·

- 上市公司独立董事网络对股票市场操纵的影响研究 李志辉 胡进展 李梦雨 (131)

· 工商管理 ·

- 从算法“黑箱”到消费者信任：AI生成评论总结如何影响购买意愿？
..... 张 鹏 王晓晨 (144)

刊 号： ISSN 1000-1549
CN 11-3846/F

创刊时间：1981 年

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：马海涛

编 辑：《中央财经大学学报》编辑部

出 版：中央财经大学学术期刊社

印 刷：河北三人有为印刷有限公司

通讯地址：北京市海淀区学院南路 39 号

邮政编码：100081

电 话：(010) 62288382

网 址：<http://xbbjb.cufe.edu.cn>

电子信箱：xsqks@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：40.00 元

JOURNAL OF CENTRAL UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

No. 8, 2026

(Serial No. 468)

Contents

New Quality Productivity and Investor Protection: A Perspective Based on Stock Price

Crash Risk WANG Kai WEI Yixuan (5)

The Carbon Unlocking Efficiency and Its Driving Forces of Resource-based Cities in China

..... CHEN Peirong (20)

Digital Input Dependence and the Dynamic Evolution of Global Value Chain Risk Structure

..... WANG Jinming ZHANG Xin (36)

The Impact of Digital Finance on Monetary Policy Transformation:

A TANK-DSGE Approach PENG Anxing (53)

Digital Economy, Family Time Allocation, and Gender Division of Labor:

Analysis from the Perspective of Urban-rural Differences JIA Ruoqi GAO Yichen (69)

Research on the Impact of Green Factory Certification on Enterprise

Capacity Utilization ZHOU Yang (84)

SRDI Qualification Certification and Corporate Innovation

..... LUO Yonggen WEI Siyu CUI Huijie (99)

A Study on the Impact of Tax Burden on Urban Economic Resilience

..... YANG Lin ZHAO Yaxin CUI Yuhu (115)

Research on the Impact of Independent Director Networks of Listed Companies

on Stock Market Manipulation LI Zhihui HU Jinzhan LI Mengyu (131)

From Algorithmic “Black Boxes” to Consumer Trust: How Do AI-Generated Review

Summaries Influence Purchase Intention? ZHANG Peng WANG Xiaochen (144)