1. 中国高管团队传统文化背景与企业投资决策关系研[究](https://webvpn.ncu.edu.cn/kns/detail/,DanaInfo=epub.cnki.net+detail.aspx?dbcode=CMFD&QueryID=8&CurRec=1&dbname=CMFDTEMP&filename=1017060463.nh" \t "https://webvpn.ncu.edu.cn/kns/brief/_blank)
2. 众筹质量对消费者众筹参与行为的影响研究——以信任为中介变量
3. O2O电子商务顾客忠诚形成机理研究
4. 基于心理契约的微信公众号顾客忠诚度研究
5. 虚拟品牌社区参与对品牌资产的影响研究
6. 基于顾客价值的双渠道环境下消费者购买路径选择意愿研究
7. [基于合作博弈的企业薪酬分配模型研究](https://webvpn.ncu.edu.cn/kns/detail/,DanaInfo=epub.cnki.net+detail.aspx?dbcode=CMFD&QueryID=8&CurRec=26&dbname=CMFDTEMP&filename=1017046702.nh" \t "https://webvpn.ncu.edu.cn/kns/brief/_blank)
8. [资本结构与高管持股对公司绩效的影响研究](https://webvpn.ncu.edu.cn/kns/detail/,DanaInfo=epub.cnki.net+detail.aspx?dbcode=CMFD&QueryID=8&CurRec=32&dbname=CMFDTEMP&filename=1017804909.nh" \t "https://webvpn.ncu.edu.cn/kns/brief/_blank)
9. 网络购物前后感知价值差异对顾客满意度的影响研究
10. 高管激励对企业成长性的影响研究——基于技术创新的中介效应