



以学立业  
厚德惠人



▶ 教师个人信息

▶ 科研成果

▶ 学术活动及社会服务

▶ 色彩空间

## 范秀成

教授

市场营销系

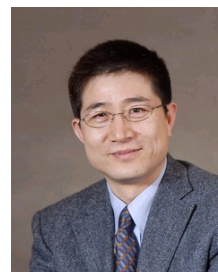
思源教授楼618室

25011197(TEL)

65103463(FAX)

xcfan@fudan.edu.cn

研究方向：市场营销、服务管理



### 教育背景：

1993.07, 博士, 企业管理, 南开大学

1988.06, 硕士, 企业管理, 南开大学

1985.08, 学士, 技术光学, 山东大学

### 学术经历：

2003.09--2004.03, 客座教授, 高级研究员, 芬兰Hanken经济管理学院

2000.03--2000.08, 访问教授, 法国罗伯特舒曼大学

1995.09--1996.09, 富布赖特学者, 美国宾夕法尼亚大学

### 教学获奖：

2010.06, 复旦大学教学成果奖二等奖, 复旦大学

2007.07, 2007年复旦大学精品课程, 复旦大学

, 教育部——IBM精品课程, 教育部

### 期刊论文：

1. Du, Jiangang, Xiucheng Fan, and Tianjun Feng. 2010. An experimental investigation of the role of face in service failure and recovery encounters. *Journal of Consumer Marketing* 27(7) 548-593.
2. Du, Jiangang, Xiucheng Fan, and Tianjun Feng. 2010. Multiple emotional contagions in service encounters. *Journal of the Academy of Marketing Science* 39(3) 449-466.
3. Rajiv Mehta, Pia Polsa, Jolanta Mazur, Fan Xiucheng, and Alan J. Dubinsky. 2006. Strategic Alliances in International Distribution Channels. *Journal of Business Research* vol.59 1094-1104.
4. 范秀成. 上海世博会对未来消费趋势的影响. 国际商业技术, 2010, (6): 44-45.
5. 范秀成, 杜琰琰. 人格特质如何影响顾客对服务质量的感知与评价. 中国市场营销, 2010, (6): 43-46.
6. 杜建刚, 范秀成, 冯天俊. 动态营销范式下中国服务业顾客满意形成机制研究. 管理学报, 2009, Vol.6(11): 1541-1547.
7. 邵广禄, 李建州, 范秀成. 心理契约、员工满意与离职意图:基于自我效能感的调节效应分

- 析. 商业经济与管理, 2009, Vol.21(2): 29-35.
8. 杜建刚, 范秀成. 服务消费中多次情绪感染对消费者负面情绪的动态影响机制. 心理学报, 2009, Vol.41(4): 346-356.
  9. 范秀成, 郑秋莹, 姚唐, 穆琳. 顾客满意带来什么忠诚?. 管理世界, 2009, (2): 83-91.
  10. 范秀成, 曹花蕊. 服务营销管理体系与酒店绩效关系的实证研究. 旅游学刊, 2009, Vol.24(1): 42-47.
  11. 曹花蕊, 范秀成, 王莹. 文化对服务质量与顾客感知价值关系的影响--基于Meta分析. 山西财经大学学报, 2008, vol.30(10): 69-75.
  12. 范秀成, 曹花蕊, 王莹. 服务质量前置因素及其影响顾客购买意愿的Meta分析. 营销科学学报, 2008, Vol.4(2): 1-23.
  13. 杜建刚, 范秀成. 服务补救中情绪对补救后顾客满意和行为的影响——基于面子视角的研究. 营销科学学报, 2008, Vol.4(2): 68-85.
  14. 姚唐, 黄文波, 范秀成. 内部营销视角下饭店员工忠诚度研究. 旅游学刊, 2008, Vol.23(5): 62-67.
  15. 姚唐, 黄文波, 范秀成. 基于组织承诺机制的服务业员工忠诚度研究. 管理世界, 2008, (5): 102-114.
  16. 杨帅, 范秀成. 基于关系网络记忆模型的品牌联想的构成及应用. 市场营销导刊, 2008, (4): 65-68.
  17. 卢丽, 范秀成. 商业友谊: 关系营销研究的新视角. 经济管理, 2008, Vol.30(7): 56-59.
  18. 范秀成, 倪晔刚. 开放式跨界产品开发探析. 市场营销导刊, 2008, (2): 28-33.
  19. 范秀成, 杜建刚. 以公平性为源头的服务忠诚度及其驱动因素剖析. 商业经济与管理, 2008, Vol.19(1): 45-51.
  20. 杜建刚, 范秀成. 服务失败情境下顾客损失、情绪对补救预期和顾客抱怨倾向的影响. 南开管理评论, 2007, Vol.10(6): 4-10.
  21. 郑秋莹, 范秀成. 网上零售业服务补救策略研究. 管理评论, 2007, Vol.19(10): 17-23.
  22. 杜建刚, 范秀成. 服务补救中情绪对补救后顾客满意和行为的影响. 管理世界, 2007, (8): 85-94.
  23. 范秀成, 王莹. 生产性服务业区位模式选择的国际比较. 国际经贸探索, 2007, Vol.23(5): 4-8.
  24. 杜建刚, 范秀成. 基于体验的顾客满意度模型研究: 针对团队旅游的实证研究. 管理学报, 2007, Vol.4(4): 514-520.

---

#### 会议/研讨会论文:

1. Yongyu Chen, Xiucheng Fan, Tingting Zhao. 2010. The Effects of Unconsciousness and Emotional Labor on Service Quality: A Case of Flight Attendants. Hangzhou, China 138-142.
2. Xiucheng Fan, Yanyan Du. 2010. How do Consumer Personality Traits Affect Their Perceptions and Evaluations of Service Quality?. Hangzhou, China 148-153.
3. Lan Xia, Xiucheng Fan. 2008. Who Should Do The Work: The Different Roles Of Customer Participation And Its Impacts On Satisfaction. *American Marketing Association* 284-291.

---

#### 学术专著:

范秀成. 2006. *服务管理学*. 南开大学出版社, .

---

#### 翻译著作:

范秀成, 杜建刚. 市场调研精要(第6版). 北京: 电子工业出版社, 2010.  
郭贤达, 陆雄文, 范秀成. 服务营销(亚洲版.第二版). 北京: 中国人民大学出版社, 2007.

---

#### 教材和其他:

服务学专家协作组工作委员会. 普通高等学校服务学知识体系. 北京: 清华大学出版社, 2010.  
K.道格拉斯.霍夫曼, 约翰.E.G.贝特森, 范秀成. 服务营销精要——概念、战略和案例. 北京: 北京大学出版社, 2008.  
李景泰, 白长虹, 范秀成. 《市场学》. 天津: 南开大学出版社, 2007.

### 科研项目：

- 2010.01—2012.12, 项目负责人, 顾客参与服务价值创造过程的互动机制研究, 国家自然科学基金面上项目
- 2006.01—2008.12, 项目负责人, 关系营销范式下的服务补救有效性及其管理研究, 国家自科面上项目
- 2003.01—2005.12, 项目负责人, 顾客关系资产决定因素、测评方法与管理研究, 国家自科面上项目

---

### 学术任职：

- 2010.08—2015.08, 委员, 中国质量协会学术教育工作委员会
- 2010.07—2012.06, 学科评审组成员, 国家自然科学基金委员会管理科学部
- 2009.08—, 营销管理专业委员会副主任委员, 中国管理现代化研究会 (中国管理学会)
- 2009.06—, Member of the Editorial Review Board, Journal of Global Academy of Marketing Science (JGAMS)
- 2007.01—, 常务理事, 中国市场学会
- 2007.01—2009.01, 常务理事, 中国高校市场学研究会
- 2006.01—2009.01, 编委会委员, 清华大学经济管理学院中国零售研究中心
- 2006.01—2008.01, 编委, 营销科学学报
- 1998.01—2010.12, 学术副主编, 南开管理评论