



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

何雁群

副教授

市场营销系

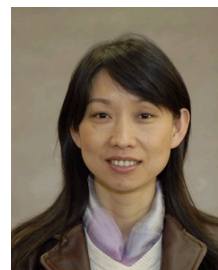
思源教授楼615室

25011200(TEL)

65103463(FAX)

yanqun_he@fudan.edu.cn

研究方向：服务营销、顾客满意与忠诚、信息技术与服务传递、网络消费



教育背景：

2004.11, 博士, 市场营销, 香港城市大学

2000.03, 硕士, 管理科学与工业工程, 天津大学

1997.07, 学士, 管理科学与工程, 天津大学

学术经历：

2009.01--2009.06, 访问学者, 美国麻省理工学院斯隆管理学院

科研获奖：

2010.10, 2010年度“复旦大学复华奖教金文科科研成果个人奖”, 复旦大学

2009.12, 复旦大学复华奖教金文科科研成果个人奖, 复旦大学

2008.10, 2008JMS中国营销科学学术年会优秀论文奖, 2008JMS组委会

2005.05, ABER Best Paper Award in Marketing, The 4th Global Conference on Business and Economics

2003.11, 第三届两岸三地博士生工作坊(上海)活动中荣获优秀论文奖, 上海交通大学管理学院

教学获奖：

2010.06, 复旦大学教学成果奖三等奖, 复旦大学

期刊论文：

1. Yanqun He, Deqiang Zou, Liyin Jin. 2010. Exploiting the Goldmine: A Lifestyle Analysis of Affluent Chinese Consumers. *Journal of Consumer Marketing* vol.27(7) 615-628.
2. Yanqun He, Haiyan Song. 2009. A Mediation Model of Tourists'Repurchase Intentions for Packaged Tour Services. *Journal of Travel Research* vol.47(3) 317-331.
3. Yanqun He, Shuk-Man Cheung, Siu-Keung Tse. 2009. The Role of Switching Costs on Service Loyalty: A Canonical Correlation Analysis. *Journal of Chinese Entrepreneurship* vol.1(2) 154-164.
4. Yanqun He, Lai K.Chan, Siu-Keung Tse. 2008. From consumer satisfaction to repurchase

- intention: The role of price tolerance in a competitive service market. *Total Quality Management (TOTAL QUALITY MANAGEMENT & BUSINESS EXCELLENCE)* vol.19(9) 949-961.
5. Yanqun He, Lai K. Chan and Minglu Wu. 2007. Balancing Productivity and Consumer Satisfaction for Profitability: Statistical and Fuzzy Regression Analysis. *European Journal of Operational Research* vol.176(1) 252-263.
 6. Quan Zhang, Jason C. H. Chen, Yanqun He, Jian Ma and Duanning Zhou. 2003. Multiple Attribute Decision Making: Approach Integrating Subjective and Objective Information. *International Journal of Manufacturing Technology and Management* vol.5 (4) 338-361.
 7. 何雁群. 萧条时期的营销沟通. 企业管理, 2009, (2): 15-16.
 8. 何雁群. 基于顾客价格容忍度的中介变量模型及实证研究. 营销科学学报, 2008, Vol.4 (4): 56-62.

会议/研讨会论文:

1. Yanqun He, Cheung Shuk Man and Tse Siu Keung. 2008. The Role of Switching Costs on Consumer Loyalty: A Canonical Correlation Analysis. Shanghai .
2. Yanqun He, Lai K. Chan and S. K. Tse. 2005. Securing Price Competitiveness through Consumer Satisfaction in Competitive Service Markets. .
3. 何雁群. 顾客满意对价格容忍度的影响研究: 基于香港电信服务业的实证分析. 2008年JMS中国营销科学学术年会暨博士生论坛论文集, 2008, : 587-593.

科研项目:

- 2010.01—2012.12, 课题参加人员, 定制情境下的消费者产品配置决策研究: 心理机制与管理策略, 国家自然科学基金青年项目
- 2010.01—2012.12, 课题参加人员, 顾客参与服务价值创造过程的互动机制, 国家自然科学基金面上项目
- 2009.09—2011.12, 项目负责人, 基于社会认同理论对网络社区与信息运动模式的一个实证研究, 国家社会科学基金青年项目
- 2009.09—2011.08, 课题参加人员, 服务质量承诺制度的设计模式及有效性研究: 消费者响应视角, 上海市哲学社会科学一般课题
- 2009.01—2012.12, 课题参加人员, 中国城市消费者行为研究 - 身份识别、社会认同视角的探索, 国家自然科学基金重点项目
- 2008.09—2011.08, 课题参加人员, Assessing the Competitiveness of Hong Kong using Tourism Satisfaction Index, The Hong Kong Polytechnic University Niche Area Research Funding Scheme
- 2008.07—2010.12, 项目负责人, 现状维持偏见对顾客自助服务选择偏好影响的实证研究, 上海市浦江人才计划

学术任职:

- 2008.01—, Member of Editorial Review Board, Journal of Chinese Entrepreneurship