

品牌丑闻负面溢出效应的跨文化差异研究——基于自我建构视角

田阳, 黄韞慧, 王海忠, 何浏

田阳, 广州农商银行创新与发展战略研究中心, E-mail: tiantaiyang3188@163.com。

黄韞慧, 南京大学商学院副教授, E-mail: yunhuihuang@nju.edu.cn。

王海忠, 中山大学管理学院教授, 博士生导师, E-mail: wanghzh.05@alum.sem.tsinghua.edu.cn。

何浏, 五邑大学经济管理学院副教授, 硕士生导师, E-mail: tedhe@189.cn。

Exploring the Cross-culture Difference of Negative Spillover Effect: Based on the Self-construal Theory

Tian Yang, Huang Yunhui, Wang Haizhong, He Liu

Tian Yang, Strategy Department, GRC Bank;

Huang Yunhui, School of Business, Nan Jin University;

Wang Haizhong, School of Business, Sun Yat-Sen University;

He Liu, School of Business, Wu Yi University.

[摘要](#)

[图/表](#)

[参考文献\(0\)](#)

[相关文章\(2\)](#)