



北京师范大学  
经济与工商管理学院  
BNU Business School



厦门大学管理学院  
SCHOOL OF MANAGEMENT, XIAMEN UNIVERSITY



上海大学管理学院  
School of Management  
Shanghai University

THE 6<sup>TH</sup> ANNUAL CONFERENCE  
ON NEUROACCOUNTING AND NEUROMANAGEMENT

# 2023第六届神经会计学与神经管理学 学术研讨会

## 会议手册

📍 中国·北京·北京师范大学  
CHINA, BEIJING, BEIJING NORMAL UNIVERSITY

🕒 2023.12.9 - 12.10

🏢 主办单位：北京师范大学经济与工商管理学院  
厦门大学管理学院  
上海大学管理学院

承办单位：北京师范大学经济与工商管理学院认知神经管理学实验室

协办单位：中国管理科学与工程学会神经管理与神经工程研究会  
北京恒挚科技有限公司

# 目录

会议须知.....	2
会议总日程.....	4
第一分会场安排.....	6
第二分会场安排.....	7
主题演讲嘉宾.....	8
主题演讲主持人.....	11
赞助单位简介.....	13
会务服务.....	14
学校地图.....	15
报告论文摘要.....	16

# 会议须知

尊敬的各位领导、嘉宾与会议代表：

热烈欢迎您出席“第六届神经会计学与神经管理学学术研讨会”！  
为使会议顺利、高效地举行，请您认真阅读会议须知并注意以下事项：

## 一、会议报到时间和地点

报到时间：2023年12月8日下午15:00-20:00

2023年12月9日上午08:00-09:00

报到地点：北京师范大学京师大厦一层大厅（北京市海淀区新街口外大街19号）

## 二、会议时间和地点

会议时间：2023年12月9-10日全天

会议地点：开幕式、主题演讲、学术期刊编辑论坛、工作坊在京师大厦9406；分论坛在后主楼（图书馆楼）1722、1610

三、请您随身携带代表证，凭代表证参加会议。

四、会议提供12月9日、10日午餐和12月9日晚餐，会议代表凭会议餐券在兰蕙餐厅就餐。

五、会议代表需要办理入校手续，请尽早扫描以下二维码实现入校手续个人信息收集。



入校手续信息收集二维码

六、请会议代表扫描以下二维码加入会议群



群聊: 第六届神经会计学与管理  
学研讨会



七、尚未注册的会议代表，请扫描以下二维码进行缴费注册，发票（事业费收据）统一开具，发到缴费时预留的邮箱。



2023第六届神经会计学与管理  
学学术研讨会-会务费  
(2023100025)

收费标准：非学生参会代表 1000 元/人；学生代表 400 元/人；  
每篇报告论文免除一位作者会务费。

#### 八、温馨提示

请会议代表尊重作者知识产权，切勿把论文摘要、演讲 PPT 等拍照传播，以免侵害演讲嘉宾和论文作者的权益。

九、相关会场及就餐地点有指示标志，也有工作人员引导，相关地图见本会议手册第 15 页。

#### 十、会务服务

会议期间您有任何疑问或需要，请联系会务组工作人员。联系方式见本会议手册第 14 页。

祝您在会议期间舒心顺意！

第六届神经会计学与管理神经管理学学术研讨会会务组

2023 年 12 月 6 日

# 会议总日程

会议地点：北京师范大学京师大厦 9406

会议日期：2023 年 12 月 9 日-10 日

2023 年 12 月 9 日

时间	内容	发言人	主持人	地点
9:00-9:20	开幕式 北京师范大学经济与工商管理学院党委书记 孙志军 联合主办方代表、厦门大学管理学院 陈亚盛 协办方代表、复旦大学管理学院 戴伟辉		崔学刚 (北京师范大学)	京师大厦 9406
9:20-9:50	合影、茶歇			
9:50-10:30	KS1: Coordinated Inattention and Disclosure Complexity (线上)	Hong Qu (美国肯尼索州立大学)	唐红红 (北京师范大学)	京师大厦 9406
10:30-11:00	KS2: The Neural Mechanism of Money Illusion and Disposal Effect	李建标 (山东大学)		
11:00-11:30	KS3: 会计与大脑：神经会计学分析	崔学刚 (北京师范大学)	李远勤 (上海大学)	
11:30-12:00	KS4: 机器人与人的情绪互动：神经科学的证据	陈亚盛 (厦门大学)		
12:00-13:30	午餐			
13:30-15:30	第一分会场 - 会计审计决策		张健 (上海外国语大学)	后主楼 1722
	第二分会场 - 市场营销与行为决策		王雪 (北京师范大学)	后主楼 1610
15:30-15:50	茶歇			
15:50-17:50	第一分会场 - 社会责任与金融决策		叶树嵩 (北京师范大学)	后主楼 1722
	第二分会场 - 人工智能与行为纠偏		陈亚盛 (厦门大学)	后主楼 1610

## 2023年12月10日

时间	内容		发言人	主持人	地点
9:00-9:40	KS6: Neuroeconomics of Auditing: Evidence from China (线上)		Luo Zuo (新加坡国立大学)	戴伟辉 (复旦大学)	京师大厦 9406
9:40-10:10	KS7: 不确定环境下 AI 对人类风险决策的影响及神经机制		刘涛 (上海大学)		
10:10-10:25	茶歇				
10:25-12:00	学术 期刊 编辑 论坛	《会计研究》 中国会计学会副秘书长、 编辑部主任	刘国强	张会丽 (北京师范大学)	京师大厦 9406
		《审计研究》 中国审计学会副会长、编 编辑部主任	刘力云		
		《经济学动态》 编辑部副主任	谢谦		
		《中国工业经济》 编辑部编辑	崔志新		
		《经济管理》 编辑部主任 (线上)	刘建丽		
		《南开管理评论》 副主编 (线上)	程新生		
		《Economics & Politics》 主编	Lei Xu		
12:00-12:20	会议总结		崔学刚		
12:20-13:30	午餐				
14:00-17:00	工作坊 (北京恒擎科技有限公司协办)				京师大厦 9406
	1. 认知神经相关设备基础原理及其在神经会计学研究中的应用 2. Tobii 眼动仪实操-眼动数据采集与分析	张小林 吕沛森			

# 第一分会场安排

2023年12月09日 13:30-15:30 会计审计决策

会议主持人：张健（上海外国语大学）

地点：后主楼 1722

编号	论文题目	报告人	评论人
1	CEO 颜值、审计风险与审计决策	牛清润 (北京师范大学)	陈亚盛 (厦门大学)
2	基于区块链的会计对管理人员盈余管理行为的影响	张雨童 (厦门大学)	刘增慧 (山东大学)
3	Transcranial stimulation over the right temporoparietal junction decreases outcome bias in the investment task	刘增慧 (山东大学)	唐红红 (北京师范大学)
4	会计准则内容呈现形式对会计师行为决策的影响研究——以新收入准则及应用指南为例	崔思璇 (北京师范大学)	张文杰 (潍坊学院)

2023年12月9日 15:50-17:50 社会责任与金融决策

会议主持人：叶树嵩 (北京师范大学)

会议地点：后主楼 1722

编号	论文题目	报告人	评论人
1	Interbrain Synchronization Mechanism of Two Different Forms of Social Influence in Financial Group Decision Making	陈培坤 (山东大学)	李远勤 (上海大学)
2	Visual Attention and Herding: Insights from a Laboratory Asset Trading Game	高媚 (上海外国语大学)	陈培坤 (山东大学)
3	ESG 鉴证范围、第三方鉴证机构类型与投资者的价值判断	李婷 (上海大学)	叶树嵩 (北京师范大学)
4	晋升激励、晋升机会与个体绩效	葛传路 (北京工商大学)	高媚 (上海外国语大学)



## 第二分会场安排

12月9日 13:30-15:30 市场营销与行为决策

会议主持人：王雪（北京师范大学）

会议地点：1610

编号	论文题目	报告人	评论人
1	Low Self-Concept Clarity Induces Scarcity Perceptions: The Subsequent Effects on Prosocial Behavior	孙羽佳 (北京师范大学)	张琨 (河北经贸大学)
2	Wisdom or Madness of Crowds? Online Comments' Incentives and Asset Pricing	张琨 (河北经贸大学)	崔学刚 (北京师范大学)
3	数字助理运用中的消费者欲望、顾客承诺和口碑传播意愿研究	赵婉争 (北京林业大学)	徐李玟君 (北京师范大学)
4	Using Blue Backgrounds to Nudge Financial Decision-Making	徐李玟君 (北京师范大学)	王光荣 (潍坊学院)

12月9日 15:50-17:50 人工智能与行为纠偏

会议主持人：陈亚盛（厦门大学）

会议地点：1610

编号	论文题目	报告人	评论人
1	失败归因与语言风格如何影响生成式 AI 服务补救效果？幽默自嘲的重要性——ERPs 的证据	吕冬 (华侨大学)	张雨童 (厦门大学)
2	The Effect of Artificial Intelligence Performance Target Negotiation on Employee Behavior and Performance: An Experimental Study Based on Electrodermal Activity	陈亚盛 (厦门大学)	何云凤 (辽宁大学)
3	Executive Individualism and the Tone of Firms' Annual Reports	石楚月 (中国人民大学)	邓衢 (首都经贸大学)
4	Detecting Deception in Bribery Scenarios with Eye Tracker: The Reading and the Blank Screen Paradigm	何云凤 (辽宁大学)	牛清润 (北京师范大学)



## 主题演讲嘉宾



**Luo Zuo**, 新加坡国立大学会计学与金融学教务长讲座教授, 新加坡国立大学会计学博士课程主任和北美中国会计教授协会主席。The Accounting Review 编委, Management Science 和 Journal of Accounting and Economics 副主编, 以及 Review of Accounting Studies 的编委会成员。曾担任康奈尔大学-清华金融 MBA 课程的教务主任和康奈尔大学-香港科大合作伙伴关系的教务主任。长期致力于会计与金融交叉领域的研究, 目前的研究探讨了个人决策者在塑造观察到的会计现象中的作用, 在 Journal of Accounting Research, Management Science, Contemporary Accounting Research, The Accounting Review, Journal of Accounting and Economics, Review of Financial Studies, Review of Finance 等国际顶级会计、金融期刊发表 20 余篇论文。曾获得康奈尔-清华金融 MBA 项目最佳教学奖、多伦多大学罗杰·马丁新兴领袖奖、会计研究卓越评审奖、美国会计协会 FARS 杰出讨论奖、约翰逊学院加速 MBA 核心教师奖和约翰逊学院教师研究奖。研究曾在 The Economist, The NBER Digest, The Wall Street Journal 和许多其他媒体上发表。



**Hong Qu**, 美国肯尼索州立大学会计学副教授, Journal of Accounting Research 副主编, 曾担任肯尼索州立大学研究与发展委员会、教师招聘委员会委员。长期致力于将实验的研究方法应用至会计、经济和组织行为的理论研究中, 主要研究领域包括公开披露如何影响价格效率, 投资者如何处理会计披露, 以及协调激励如何影响投资者分析会计披露的决策, 在 Journal of Accounting Research, The Accounting Review, Contemporary Accounting Research, Journal of Economic Behavior and Organization, Economics Letters 等国际顶级期刊发表多篇学术论文, 担任 Journal of Accounting Research, Management Science, Accounting, Organization and Society, Review of Accounting Studies, Contemporary Accounting Research 等十余本国际权威期刊的特约审稿人。



**李建标**，山东大学特聘教授，山东大学类脑经济学研究中心主任，山东大学经济学院博士生导师，教育部优秀教学成果二等奖(研究生)获得者。兼任南开大学中国公司治理研究院实验研究中心主任、南开大学泽尔滕实验室主任；全国文科重点实验教学基地(华南理工大学)教指委主任；天津市人民政府政策咨询专家；全国实验经济学与博弈论研究会副理事长。致力于行为和神经公司治理、实验经济学、神经经济学、神经金融学研究，在 *Management Science*, *Journal of Economic Behavior and*

*Organization*, *Behavioral Brain Research*, 《经济学(季刊)》《管理世界》等期刊发表论文 150 余篇。

主持国家社科基金重大项目、重点项目，国家自然科学基金面上项目(四项)，教育部人文社科重点研究基地重大项目(三项)等。



**崔学刚**，北京师范大学经济与工商管理学院副院长、认知神经管理学实验室主任、会计学教授、博士生导师。入选教育部新世纪优秀人才、财政部会计名家、北京市教学名师、首批全国会计领军人才(学术类)、全国会计领军人才特殊支持计划、北京市社科理论中青年“百人工程”。兼任英国南安普顿大学商学院博士生导师、*Economics and Politics* 副主编、中国会计学会财务管理专业委员会委员、中国国际金融学会理事。

主持国家自然科学基金、国家社会科学基金等国家与省部级课题10余项，在 *Journal of Economic Behavior and Organization*, *Neuroscience*, *Abacus*, *International Journal of Finance and Economics*, 《会计研究》《经济学动态》《南开管理评论》等国内外学术期刊发表论文 100 余篇，出版专(合)著 10 部，发明专利 2 项，软件著作权 1 项，曾获杨纪琬会计学奖优秀会计学术专著奖、中国产学研合作创新奖(个人)等奖项。





**陈亚盛**，厦门大学会计系教授、博士生导师、加拿大注册会计师（CPA）、英国皇家特许管理会计师（ACMA）、全球特许管理会计师（CGMA），获加拿大西安大略大学毅伟商学院博士学位，曾先后在加拿大西安大略大学和西蒙菲莎大学任教 10 年。研究领域为神经会计学、管理会计理论、管理控制系统设计、人工智能在会计中的应用。曾主持加拿大国家人文与社会科学基金项目 3 项、加拿大国家会计学会研究基金项目 1 项，国家自然科学基金面上项目 2 项、福建省高校领军人才资助计划，参与教育部人文社会科学重点研究基地重大项目、国家财政部管理会计专项课题研究项目。在 *Journal of Accounting Research*, *Accounting and Finance*, *World Economy*, *Current Psychology*, *Sustainability*, *Journal of International Accounting Research* 等国际会计顶尖学术期刊和国内外知名学术期刊上发表多篇论文。目前从事研究课题包括构建基于神经活动特征的 AI 代理人，人工智能算法在企业数字化转型中的应用，企业数据资源的估值与会计披露。



**刘涛**，上海大学管理学院副教授，上海市软科学研究基地—上海企业创新与高质量发展研究中心研究员，浙江大学管理学院神经管理学实验室兼任研究员，福建医科大学兼任特聘教授。入选之江青年社科学者，钱江人才，闽江学者等人才项目。担任中国经济技术学会神经经济管理专业委员会副秘书长，中国心理学会工程心理学专业委员会委员。研究领域主要为神经管理、创业决策、文化和品牌。在 *Long Range Planning*, *Psychology & Marketing*, *Neuroimage*, *Human Brain Mapping*, *Ergonomics*, *Accident Analysis and Prevention* 等高水平期刊发表 SSCI/SCI 论文近 50

篇，主持国家级和省部级科研项目 7 项，获国家发明专利 1 项，撰写的政策咨询报告得到省部级领导肯定性批示并被教育部等相关部门采纳。

## 主题演讲主持人



**戴伟辉**，复旦大学管理学院信息管理与商业智能系教授。现任管理科学与工程学会常务理事、神经管理与神经工程分会主任委员、中国技术经济学会神经经济与管理专业委员会常务委员、中国计算机学会上海分部执行委员、中国人工智能学会社会计算与社会智能专业委员会委员、中国医师协会腔内血管学研究转化专家委员会副主任委员和上市公司独立董事。主要从事神经管理与神经工程、人机协同与混合智能、社会经济生态群落建模研究。担任教育部哲学社会科学重大项目首席专家，主持国家 863 课题、国家自然科学基金项目、国家社科基金项目、国家重点新产品项目、科技部国际合作项目等国家级与省部级科研项目 26 项。发表 SCI、EI 论文及国内核心期刊论文 200 余篇，获得国家科学技术学术著作出版基金资助，出版重要学术著作 6 部。作为第一完成人获得全国商业科技进步奖一等奖、上海市科技进步奖二等奖、吴文俊人工智能科技进步奖二等奖、中国产学研合作创新成果奖二等奖、中国国际高新技术成果交易会优秀产品奖等科技成果奖励 18 项和中国计算机学会（CCF）“杰出会员”荣誉称号，担任腾讯基金会“科学探索奖”提名者。



**张会丽**，北京师范大学经济与工商管理学院教授，博士生导师，伊利诺伊大学厄巴纳-香槟分校（University of Illinois at Urbana-Champaign, UIUC）访问学者，2015 年 12 月入选财政部全国会计领军人才（学术类）。在 *Journal of Accounting and Public Policy*、《管理世界》、《会计研究》、《金融研究》等国际和国内权威学术期刊发表学术论文 30 余篇，主持 2 项国家自然科学基金项目和 1 项教育部人文社科基金项目，曾荣获财政部与中国会计学会年度优秀论文二等奖、北京大学优秀博士论文奖、全国 MBA 教学指导委员会“全国百篇优秀管理案例奖”、北京师范大学青年教师教学基本功大赛一等奖、北京师范大学京师英才一等奖、北京师范大学励耘优秀青年教师奖、北京师范大学优质研究生课程奖等多项科研或教学奖励。





**李远勤**，上海大学管理学院教授，博士生导师。聚焦正式制度与非正式制度的微观作用机制研究。主持项国家自然科学基金项目及省部级课题 10 余项。在《Journal of Business Research》《系统管理学报》《管理评论》等期刊发表论文多篇；荣获“全国百篇优秀管理案例”2 篇。



**唐红红**，北京师范大学经济与工商管理学院讲师，认知神经管理学实验室主要成员。研究方向为神经管理与营销，消费者心理与行为、情绪与决策、道德与商业伦理、群体决策，主要关注心理学与认知神经科学的理论与研究方法在组织管理和市场营销等领域中的应用。主持国家自然科学基金青年基金、中国博士后基金面上项目，参与多项国家自然科学基金面上项目，发表 SSCI 论文二十余篇，研究成果发表在 Journal of Business Research, Social Cognitive & Affective, Neuroscience, Cortex, Neuroscience, Journal of Experimental Social Psychology, 《心理学报》《心理科学进展》等期刊。

## 赞助单位简介

北京恒擎科技有限公司，由中科(广东)科学集团投资，依托于广东人因技术研究院与武汉人因工程技术研究院，是一家新型的以心理人因、驾驶人因、生物力学、用户体验、虚拟现实等方向为基础，集生产、研发、销售、技术服务于一体的高新科技型企业，已成功入选中关村高新技术企业名单。恒擎科技自主研发的驾驶人因系统、虚拟现实图形化编辑软件、光环境心理评估系统、心理与人因实验教学系统，已经进入国内市场。恒擎科技作为波兰 Cortivision 近红外、俄罗斯 Mitsar 脑电中国区总代理、意大利 BTS 表面肌电等生物力学与步态分析的国内产品总代理商，荷兰 Noldus 行为科学、瑞典 Tobii 眼动仪、荷兰 MindMedia 生理与生物反馈、美国 Biopac 生理、美国 ETT 嗅觉/味觉刺激仪等产品的国内特许代理商。所经营的高新科技产品，已服务于包括清华大学、北京师范大学、东北师范大学、燕山大学、启元实验室、西安建筑科技大学、西北农林科技大学、深圳技术大学、西安科技大学、上海大学、航天二院、中国电子科技集团 27 所及 28 所等国内顶尖高校和最高级别的科研单位，同时为墨迹天气、网易、华为技术提供技术支持，在人才培养、科研合作、成果转化等科技领域内持续进行深度合作

## 会务服务

会务工作人员联系方式

日期	会场	姓名	电话
12月9日	开幕式、主题演讲	牛老师	18801327758
	第一分会场	毕老师	18516807490
	第二分会场	徐老师	15275145526
12月10日	主题演讲、编辑论坛	叶老师	15270773617





# 学校地图





# 报告论文摘要

(按分会场及报告顺序)

## 第一分会场

2023 年 12 月 09 日 13:30-15:30 会计审计决策

### 1. CEO Attractiveness, Audit Risk, and Audit Judgement

作者: Xuegang Cui<sup>1</sup> Qingrun Niu<sup>2</sup> Kun Zhang<sup>3</sup>

作者单位:

1. Business School, Beijing Normal University, Beijing 100875, China;

2. Business School, Beijing Normal University, Beijing 100875, China;

3. Business School, HeBei University of Economics and Business, Shijiazhuang 050061, China

**摘要:** We design an incentivized experiment to test whether CEO attractiveness compromises the objectivity of audit judgement. Results indicate that our auditor subjects make more cautious audit judgement with an attractive CEO in the high-audit risk condition, instead of less cautious. In contrast, when audit risk is low, CEO attractiveness has no significant influence on audit judgement. Our findings also suggest that CEO attractiveness can influence audit judgement when audit risk is high, especially when male subjects audit a firm whose CEO is a woman. Auditor risk modulates low-risk appetite subjects' audit judgement when the CEO is attractive, auditor subjects with high-risk appetite do not show any indication of appearance-related biases. More generally, this study highlights the role of attractiveness factors in making audit judgement in different audit-risk conditions, which enriches the literature about audit judgement. A practical implication is that practitioners should consider both the technical and the social challenges facing audits of complex estimates.

**关键词:** CEO attractiveness; audit judgement; audit risk; experimental economics

## 2. 基于区块链的会计对管理人员盈余管理行为的影响 **The Impact of Blockchain-based Accounting on Managers' Earnings Management Behavior**

作者: Yasheng Chen, Yutong Zhang\*, Yingyu Zhou

作者单位: School of Management Xiamen University

**摘要:** 近年来,科技和产业领域的迅速变革推动着会计工作数字化转型,尤其是区块链等新技术在会计领域的初步应用。当前针对“区块链+会计”的研究大多聚焦于理论推演和模式构建,缺乏对个体行为层面的深入研究。同时,企业在采用区块链技术进行会计工作的实践较为有限,研究者因此缺乏足够的样本数据进行分析。本研究运用皮肤电活动 (Electrodermal Activity, EDA) 生理测量方法开展了一项实验研究,探究区块链对管理人员盈余管理行为的影响。结果表明,基于区块链的会计对管理人员盈余管理行为具有显著的抑制作用。其中,情绪唤醒在不同记账模式和管理人员盈余管理行为之间具有中介效应。在基于区块链的会计情境下,管理人员的情绪唤醒水平较高,且与盈余管理呈现显著的负相关。此外,在强外部监管环境下,基于区块链的会计对盈余管理的抑制作用更为显著。本研究发现区块链应用对遏制企业机会主义行为具有重要作用,有助于优化市场环境与激发其活力。此外,区块链技术有望解决信息不对称和企业代理问题,为企业提供竞争优势,从而推动其持续发展。研究凸显了监管部门需要加强法规和监管以确保区块链充分发挥作用,为市场注入更大价值。

**关键词:** 盈余管理; 区块链; 内部审计; 外部监管; 情绪唤醒

## 3. **Transcranial stimulation over the right temporoparietal junction decreases outcome bias in the investment task**

作者: Jianbiao Li<sup>1</sup>, Zenghui Liu<sup>1\*</sup>, Xiaofei Niu<sup>1\*</sup>

作者单位: School of Economics, Institute for Study of Brain-Like Economics, Shandong University, Jinan, China

**摘要:** Outcome bias is a fundamental misattribution that describes the phenomenon of giving undue weight to outcomes when assessing the quality of decisions. To the best of our knowledge, the neural mechanism behind it is still unclear. In the present study, we conducted two transcranial direct current stimulation (tDCS) experiments to investigate the role of right temporoparietal junction (rTPJ) associated

with intention inference in outcome bias. In both experiments, the main findings were that anodal stimulation over the rTPJ mitigated the outcome bias. Our study provided neural evidence for the mechanisms underlying the formation of outcome bias.

**关键词：** outcome bias; ignoring intention; rTPJ; tDCS

#### **4. 会计准则内容呈现形式对会计师行为决策的影响研究——以新收入准则及应用指南为例**

**作者：** 杨丹<sup>1</sup>, 崔思璇<sup>1</sup>, 张路<sup>2</sup>, 崔学刚<sup>1</sup>

**作者单位：** 1. 北京师范大学经济与工商管理学院; 2. 中国农业大学经济管理学院

**摘要：** 研究基于心理学理论和实验研究方法, 考察会计准则指导内容以规范式、案例式抑或混合式呈现如何影响会计师行为决策。研究发现, 规范式和混合式呈现下会计师决策质量较高, 规范式呈现下会计师决策效率较高。路径分析指出, 对决策质量的作用是通过同时影响准则纠偏频次和纠偏幅度实现, 而对决策效率的作用仅通过影响认知效率而非应用效率而实现。机制分析发现, 业务复杂度增加会加大案例式呈现下的比较行为偏差; 指导案例与实际交易相似度增加则会减弱上述偏差。混合式呈现中内容呈现顺序不影响会计师行为决策结果; 会计师个人专业能力强弱也不存在显著调节效应。研究结果补充了会计准则领域的行为研究证据, 并为会计准则分类指导提供具体实施建议。

**关键词：** 会计准则; 呈现形式; 行为决策; 行为会计

**2023 年 12 月 9 日 15:50-17:50 社会责任与金融决策**

#### **1. Interbrain Synchronization Mechanism of Two Different Forms of Social Influence in Financial Group Decision Making**

**作者：** Jianbiao Li<sup>1</sup>, Peikun Chen<sup>1</sup>, Jingjing Pan<sup>2</sup>, Chengkang Zhu<sup>\*</sup>

**作者单位：** 1. School of Economics, Institute for Study of Brain-Like Economics, Shandong University, Jinan, China; 2. Business School, Jinan University, Jinan, China

**摘要：** Humans learn by observing what others do or by listening to what others suggest. However, it remains unknown how neural mechanisms by which two different forms of social influence work where advice and decision coexist in financial market environments. Here we addressed this issue by recording



brain activity from speaker- investor dyads using functional Near-Infrared Spectroscopy (fNIRS) while they were involved in experimental asset market. We made four fundamental observations. First, the enhancement of Interpersonal Brain Synchronization (IBS) in left TPJ-mPFC was significantly correlated with changes of belief under advice treatment. Second, the enhancement of IBS in left TPJ-left STG was significantly correlated with changes of investment behavior under advice treatment. Third, the enhancement of IBS in left STG -left TPJ was significantly correlated with changes of belief under decision treatment. Fourth, the enhancement of IBS in left TPJ-left STG indicated the degree to which investors recognition with the speaker. Together, these results indicate that social influence can be neurophysiologically characterized in terms of IBS. Furthermore, they suggest that the investor's increase in the recognition degree is key factors driving the alignment of neural processes across investor and speaker. These findings suggest that there are differences in the neural mechanisms of social influence in different forms.

**关键词:** social influence; financial decision; mPFC; left TPJ; left STG; fNIRS hyperscanning

## **2. Visual Attention and Herding: Insights from a Laboratory Asset Trading Game**

**作者:** Xiaolan Yang<sup>1</sup>, Xiaotong Fang<sup>1</sup>, Mei Gao<sup>1\*</sup>, Lucy F. Ackert<sup>2</sup>, Li Qi<sup>3</sup>

**作者单位:** 1. Shanghai International Studies University; 2. Kennesaw State University; 3. Agnes Scott College

**摘要:** We explore whether visual attention actively impacts trading behavior. In the laboratory, we use eye-tracking technology to measure information gaze during a sequential trading game in which participants are asked to buy or sell an asset. Before making their decision, each receives information on the trading decisions of other participants (others' decisions) and the redemption value of the asset (private information). We use a within-subject design to examine the impact of the incentive mechanism (linear vs. tournament incentives). Eye movement equipment records changes in a participant's visual tracking during the decision-making process while the past decisions of other participants and a private signal are shown simultaneously on a computer screen. We conclude that attentional priority is a cognitive mechanism that can account for the increased tendency to herd with disparate information and



tournament incentives.

**关键词:** Herd behavior; Tournament incentives, Attention, Gaze bias, Asset trading

### 3. ESG鉴证范围、第三方鉴证机构类型与投资者的价值判断

**作者:** 李远勤, 李婷, 刘涛, 于晓宇

**作者单位:** 上海大学管理学院

**摘要:** 市场投资者对ESG选择性披露与“漂绿”等问题的担忧, 正加速ESG投资的退潮。面对当前ESG披露标准不统一、监管体系不完善的现状, 部分公司主动出击, 积极披露ESG鉴证报告。已有研究发现, CSR鉴证强化了CSR报告的质量, 降低了公司的资本成本, 提高了分析师预测的准确性; 且与非会计师事务所相比, 当会计师事务所提供鉴证时, 这一作用更强。但在实践中, ESG鉴证作为公司的自愿行为, 容易受到管理层的不当影响, 鉴证范围参差不齐, 鉴证机构良莠不齐。ESG鉴证如何为公司可持续信息的主要接收方——投资者, 提供决策的增量信息仍知之甚少。本文拟采用眼动和皮肤电反应进行实验研究, 以回答: (1) 在其他信息一致的情况下, 第三方鉴证机构类型(会计师事务所和其他鉴证机构)是否会影响非职业投资者的投资决策。(2) 在其他信息一致的情况下, 鉴证范围的完整性(部分绩效数据鉴证、全部绩效数据鉴证和整体报告鉴证)是否会影响非职业投资者的投资决策。(3) 上述结果在认知和情绪层面的机制是什么。本文的研究有利于丰富ESG鉴证的经济后果的文献, 对改善企业ESG信息披露、完善政府ESG监管、恢复市场ESG投资信心具有指导意义。

**关键词:** ESG鉴证范围; 第三方鉴证机构类型; 投资决策; 眼动跟踪技术; 皮肤电反应

### 4. 晋升激励、晋升机会与个体绩效

**作者:** 崔学刚<sup>1</sup>, 葛传路<sup>2</sup>, 唐红红<sup>1</sup>

**作者单位:** 1. 北京师范大学经济与工商管理学院; 2. 北京工商大学商学院

**摘要:** 本文探究了晋升激励与激励规则对个体绩效产生的影响。实验结果显示, 以薪酬差距度量的晋升激励的强度和激励规则都会影响个体的公平感受; 在不同激励规则和激励强度中, 个体的绩效不同。具体地, 激励强度增大, 即薪酬差距拉大时会降低个体的公平感受, 但规则相对公平时, 激励强度对公平感受产生的影响相对较小。公平感受对个体绩效具有正向影响, 有

助于提升个体绩效。晋升激励的激励强度要配合特定的激励规则才能提高个体绩效，发挥应有效果。本研究对于企业如何优化激励机制，改善员工工作效率具有一定的启发。

**关键词：**激励强度；激励规则；公平感受；个体绩效

## 第二分会场

12月9日 13:30-15:30 市场营销与客户决策

### 1. Low Self-Concept Clarity Induces Scarcity Perceptions: The Subsequent Effects on Prosocial Behavior

作者：Yujia Sun<sup>1</sup>, Xue Wang<sup>2</sup>, Wei-Fen Chen<sup>3</sup>, Tonglin Jiang<sup>4</sup>, Song Su<sup>5</sup>

作者单位：

1. Business School, Beijing Normal University, Beijing, China;
2. Business School, Beijing Normal University, Beijing, China;
3. University of Leicester School of Business, London, United Kingdom;
4. Peking University, Beijing, China;
5. Business School, Beijing Normal University, Beijing, China

**摘要：** In this research, we explore the connection between self-concept clarity and scarcity perceptions, which are known to have adverse effects on individual well-being. While scarcity perceptions are often linked to experiences and considerations associated with resource constraints, such as living in underprivileged environments, our research suggests that low self-concept clarity may also contribute to the development of scarcity perceptions and their associated behavioral consequences. Seven studies were conducted, all of which provided consistent evidence supporting our hypothesis that low self-concept clarity can trigger a propensity for social comparison, subsequently leading to the emergence of scarcity perceptions. We ruled out self-efficacy and self-expansion preference as alternative mediators. Furthermore, our findings reveal that low self-concept clarity hinders individuals' inclination to engage in prosocial behavior by amplifying their scarcity perceptions. By establishing a link between self-concept clarity and scarcity perceptions, our research not only broadens our comprehension of the factors that induce scarcity perceptions, moving beyond the traditional focus on resource constraints, but also

extends our understanding of the behavioral implications of low self-concept.

**关键词：** self-concept clarity, scarcity perceptions, prosocial behavior, social comparison orientation

## **2. Wisdom or Madness of Crowds? Online Comments' Incentives and Asset Pricing**

**作者：** KUN ZHANG<sup>1</sup>, SHUXUN CAI<sup>1</sup> AND MEI GAO<sup>2,\*</sup>

**作者单位：** 1. Hebei University of Economics and Business; 2. Shanghai International Studies University

**摘要：** In this paper, we investigate how different online comments' incentives (social incentives and/or financial incentives) influence asset market efficiency through enhancing the quality of information and improving the wisdom of crowds. The experimental results show that compared with the baseline, the pure social incentive ("Likes" on comments) enlarges asset bubbles. While the social incentive combined with the financial incentive (monetary supplementary for the commenters who get the highest and second-highest numbers of "Likes") reduces asset bubbles significantly. Further content analysis provides evidence to support our conjecture that social and financial incentives on comments together enhance the information quality of comments and facilitate the level of wisdom of crowds, and finally lead to higher market efficiency.

**关键词：** Asset market; Bubbles; Learning to forecast; Online social interaction

## **3. 数字助理运用中的消费者欲望、顾客承诺和口碑传播意愿研究**

**作者：** 赵婉争，刘雯雯

**作者单位：** 北京林业大学经济管理学院

**摘要：** 本研究以“刺激-机体-反应”（S-O-R）理论为基础构建实证研究模型，从用户体验角度分析在数字助理运用过程中，消费欲望作为一种中介机制会受到哪些因素的影响，又会如何影响消费者在交易过程中的参与感、归属感和口碑传播意愿。研究结果显示：在数字助理应用场景下，有用性、个性化、交互性以及情境多元会显著正向影响消费者欲望，而隐私关注则会对消费者欲望产生负面影响，消费者欲望会促使用户进一步生成顾客承诺和口碑传播行为，消费者欲望在有用性、个性化、交互性和情境多元与顾客承诺、口碑传播之间发挥着中介作用。此外，关系强度显著地调节了消费者欲望和顾客承诺、口碑传播之间的关系。本研究为相关企业



改善用户人机交互体验、提高用户粘性带来一些参考价值，促成更多交易行为。

**关键词：**数字助理，消费者欲望，顾客承诺，口碑传播，关系强度

#### **4. Using Blue Backgrounds to Nudge Financial Decision-Making**

**作者：** Liwenjun Xu, Honghong Tang, Song Su, Xueli Guo

**作者单位：** Business School, Beijing Normal University

**摘要：** Financial decision-making greatly influences consumers' overall well-being. However, consumers often avoid making financial decisions, with detrimental consequences for their welfare. Research has examined the roles of consumers' personal traits and financial decisions' characteristics in this avoidance behaviors. Little is known about whether and how situational factors, such as the visual background used in presenting financial information, can be used to nudge consumers to make financial decisions. The current research comprised six studies investigating the role of background color in nudging financial decision-making. The results showed that a blue (versus red) background color decreased financial decision avoidance by invoking consumers' analytical thinking style and boosting their motivation to approach financial decisions. Furthermore, priming consumers to feel lucky and enhancing their subjective financial knowledge moderated the effect of the background color. These findings highlight the importance of visual situational factors in the marketing of financial products and services and shows that behavioral nudges with visual backgrounds can be used to reduce consumers' financial decision avoidance.

**关键词：** financial decision-making, avoidance, background color, nudge, approach- avoidance motivation

**12月9日 15:50-17:50 人工智能与行为纠偏**

#### **1. 失败归因与语言风格如何影响生成式AI服务补救效果？幽默自嘲的重要性——ERPs的证据**

**作者：** 吕冬，孙锐，朱秋华，左嘉嘉，秦淑坤

**作者单位：** 华侨大学

**摘要：** 生成式AI市场巨大、竞争激烈,失败后如何进行有效补救尤为重要。然而，生成式AI不同



于传统服务提供主体，缺少生成式AI服务失败归因与语言风格对用户评价态度形成的神经机制研究。因此，本研究基于APE模型，通过脑电实验，从命题和联想两个维度探讨用户对生成式AI服务失败的补救效果的态度变化。行为结果发现生成式ai解释将失败归因于环境比归因于用户和AI服务失败补救效果更好，幽默自嘲的语言风格也可以极大提高补救效果。脑电结果发现幽默自嘲风格比理性解释诱发了更大的N4成分，在幽默自嘲风格时，理性解释风格比幽默自嘲诱发了更大的LPP成分。在幽默自嘲风格下，失败归因于ai上诱发的N4成分显著高于归因于环境和用户，归因于环境诱发的Alpha频段（8-13HZ）ERSP能量值显著高于归因于用户。研究发现在联想为主评价态度中AI语言风格（特别是使用幽默）可以显著影响用户的认知过程，提高补救效果，这比AI解释失败的原因更为重要，在命题为主的评价态度中失败归因的重要性提升，当AI使用幽默自嘲，并且把服务失败归因于环境时，服务失败的补救效果会明显提升。

**关键词：**人工智能；服务失败；失败归因；幽默自嘲；事件相关电位

## **2. The Effect of Artificial Intelligence Performance Target Negotiation on Employee Behavior and Performance: An Experimental Study Based on Electrodermal Activity**

**作者：** Yasheng Chen\*, Yutong Zhang, Hongling Pan

**作者单位：** School of Management Xiamen University

**摘要：** Companies are increasingly applying artificial intelligence (AI) technology to employee performance management, including automated negotiation and performance target setting. However, existing research has not fully explored the underlying mechanism through which AI supervisors influence employees behavior and performance. To compare the effect of AI supervisors and human supervisors on the behavior and performance of employees in target setting negotiations, we conducted a 2 x 2 experiment using an electrodermal activity device to measure the emotional arousal of participants. The results indicate that compared to AI supervisors, human supervisors lead to higher levels of employees' emotional arousal during the negotiation of performance targets, resulting in increased employee engagement in bargaining and improved employee task performance. Adopting a more comprehensive automation-augmentation paradox perspective, we argue that negotiation tactics moderate the relationship between supervisor type and employee emotional arousal. Specifically, when

supervisors make concessions later in the negotiation process, employees negotiating with a human supervisor exhibit higher levels of emotional arousal, resulting in lower concessions and higher task performance compared to those negotiating with an AI supervisor. However, when supervisors' concessions occur earlier, there is no significant difference observed regarding their impact on employee negotiation behavior and task performance between the human supervisor groups and AI supervisor groups. In summary, our findings enrich the literature on applying AI in management accounting while also providing important implications for optimizing organizational management controls and improving employee performance in the era of artificial intelligence.

**关键词:** performance target negotiation, artificial intelligence, emotional arousal, task performance, experimental research

### **3. Executive Individualism and the Tone of Firms' Annual Reports**

**作者:** Chuyue Shi<sup>1</sup>, Yu Li<sup>1</sup>, Sujuan Xie<sup>2</sup>, Wei Jiang<sup>1</sup>

**作者单位:** 1. Renmin Business School Renmin University of China; 2. Management College Ocean University of China

**摘要:** Based on the literature on cross-cultural psychology, this study examines the effect of executive individualism on the tone of the management discussion and analysis (MD&A) sections of firms' annual reports within one country. By employing an executive's place of origin in northern (southern) China to measure executive individualism (collectivism), we find that executive individualism increases the positive tone of the MD&A sections of firms' annual reports. Further analyses show that the positive relationship between executive individualism and MD&A tone is more pronounced when the executive has a longer tenure or is a local (vs. a non-local). Finally we find that executive individualism reduces the informativeness of MD&A in predicting firms' future accounting performance. In sum, the findings of this study suggest that executives' personal traits have important implications for the tone and informativeness of corporate non-financial reporting.

**关键词:** Executive individualism; cross-cultural psychology; annual report tone; corporate non-financial reporting

#### **4. Detecting Deception in Bribery Scenarios with Eye Tracker: The Reading and the Blank Screen Paradigm**

作者: Yunfeng He<sup>1</sup>, Weili Yu<sup>2</sup>, Yang Feng<sup>3</sup>, Zhongchen Ban<sup>1</sup>, Guojie Ma<sup>4</sup>

作者单位:

1. Liaoning Key Laboratory of Psychological Testing and Behavior Analysis, Liaoning University, Shenyang, China;
2. Business School, Liaoning University, Shenyang, China;
3. Institute of Marxism, Liaoning University, Shenyang, China;
4. Shaanxi Key Laboratory of Behavior and Cognitive Neuroscience, School of Psychology, Shaanxi Normal University, Xi'an, China

**摘要:** Accurate detection of deception is pivotal during interrogations in bribery cases, as it enables interrogators to promptly adjust strategies and enhance the investigation efficiency. This study explored whether the eye tracker could differentiate the guilty from the innocent when reading bribery-related questions and looking at noting on the blank screen. Procedurally, 131 participants were randomly assigned to the guilty group ( $n = 65$ ) who had been exposed to bribe items and was instructed to deceive, and the innocent group ( $n = 66$ ) who were not exposed to bribe items were introduced to respond truthfully. Our results showed that there was no difference between the guilty and the innocent during reading bribery questions. However, the guilty when lying had increased total fixation duration and number of fixations on the blank screens, which were approximately twice that of their honest peers. In addition, liars tended to look upwards to their right. Based on these results, we argue that deceptive behavior can be detected with eye tracker, and the possible cognition mechanisms and future directions were discussed.

**关键词:** bribery cases, deception detection, eye tracker, the blank screen, eye movements



北京师范大学校训



学为人师  
行为世范

一九九七年夏日 启功敬书

