

2009 中国零售论坛学术研讨会

投稿体例

1. 所有稿件应使用简体中文，文题限 20 字以内（包括副标题），篇幅一般为 10000 字左右，优秀稿件不受此限；文章标题用四号宋体加粗字样，正文用中文五号字体或英文 10 号 Times New Roman 字体。以 Microsoft Word 文件格式通过电子邮件发送至 crrc@sem.tsinghua.edu.cn。

2. 稿件首页应提供以下信息：（1）文章标题；（2）作者姓名、工作单位、联系电话、通讯地址、电子邮件；（3）标题注释和致谢（根据需要确定是否提供）。

3. 稿件第二页应提供以下信息：（1）文章标题；（2）200 字以内的中文摘要和 3-5 个中文关键词；（3）文章的英文标题；（4）200 个单词以内的英文摘要和英文关键词。本页不要出现关于作者的任何信息。请特别注意：中英文内容必须对应相符。

4. 文章的标题层次：一级用“1”，二级用“1.1”，三级用“1.1.1”；字母符号请用法定计量单位、符号和标准化、规范化的名词、术语；如果来稿中使用了问卷、量表，还须附上所使用的问卷和量表。

5. 主要参考文献一律在正文中使用上角标标注序号（[1]、[2]等），与正文后的详细条目相对应，其格式如下：

[1] 作者：专著书名，出版社，出版年，起止页码。

[2] 作者：期刊文章名，刊名，出版年，卷（期），起止页码。

[3] 作者：报纸文章名，报纸名，出版日期（版次）。

[4] 作者：电子文献文章名，文章出处或可获得地址，发表或更改日期。

6. 中文及英文图书、期刊、文章的著录格式示例如下：

[1] 王高、李飞：《中国零售顾客满意度研究》，经济科学出版社 2008 年版，第 12 页。

[2] (美) 迈克尔·利维、巴顿·韦茨：《零售管理》，人民邮电出版社 2004 年版，第 32~33 页。

[3] 李飞、王高、李翔：《中国成功零售企业定位点的实证研究》，载于《南开管理评论》，2006 年第 4 期。

[4] Michael Levy, Barton A. Weitz, *Retail Management*, New York: McGraw-Hill Book Co., 2008, pp.45-48.

[5] Donna F. Davis, John T. Mentzer, "Relational Resources in Interorganizational Exchange: The Effects of Trade Equity and Brand Equity", *Journal of Retailing*, Vol. 84 Issue 4, Dec2008, pp.435-448.

7. 请另页给出作者姓名、工作单位、联系电话、通讯地址、电子邮件等；以及第一作者的简介，包括性别、出生年月、毕业院校、学历、职称、专业、现从事研究领域、已发表专著及论文等。