

# 《营销科学学报》格式统一事项

## 一、 顺序

作者

(逗号间隔)

(作者信息用上角①②等标注, 页下注呼应)

(作者信息包括“姓名”, “\*\*\*\*学校\*\*\*\*学院/系职称(教授/讲师)”, E-mail: \*\*\*\*\*。电子邮件末用汉字句号。)

摘要

关键词

(分号间隔)

标题

(基金项目及谢词用上角, 如②等标注在主标题上, 页下注呼应; 标题上不用问号)

——副标题

正文

英文标题

作者英文名

(逗号间隔)

(作者单位用上角①②等与下面的作者单位呼应; 作者单位之间用分号间隔)

(作者单位注明“学院”, “学校” )

Abstract

Key words

(注意: w 小写; 英文关键词用逗号间隔)

附录

专业主编: \*\*\* (编辑加工时补充)

## 二、 层次

1 有标题, 不接排

1.1 有标题, 不接排

1.1.1 (可省略) 有标题, 不接排

1) 有标题, 不接排

(1) 有无标题均可。有标题时, 标题末用句号且不加黑、接排

- 0 引言
- 1 理论基础及研究假设
- 2
- 3
- 4 结论
- 4.1 理论贡献
- 4.2 营销意义
- 4.3 局限性与未来研究展望

三、 直接发送 word 版本，不要发送 pdf 版本；正文不需分栏。

四、 英文名词解释用小写

例如：快速响应（ quick response ）

五、 引号间不用其他标点符号分隔

六、 其他、其它统一用**其他**

七、 作贡献、作分析等“作”后面是动名词的均用“作”

八、 所有图和表都编号、起名称；先见文，再排图和表。

九、 涉及表注统一形式为

注：\*表示  $p < .05$ ；\*\*表示  $p < .01$ ；†表示  $p < .001$ ； $R^2$ 为未经调整的值；系数为标准化后的值。

十、  $t$  检验，用英文小写，斜体；信度  $a$  用希腊小写字母、斜体； $F$ ,  $M$ ,  $p$ ,  $r$ ,  $t$  等均为斜体。

#### 十一、 关于参考文献著录

1. 凡是文章中引用的参考文献必须在文后的参考文献列表中列出。需要注意的是，正文中提及文献的作者和年代一定要与文献列表严格对应。
2. 如果是 2 位作者，文章中引用的时候 2 位作者都写出，如：××和××（英文用 **and**），年份；如果是 3 位及 3 位以上作者，文章中引用的时候只写署名在第 1 位的作者，如：××等（英文用 **et al.**），年份
3. 对于英文文献的著录，论文正文引用文献时作者要用姓的全拼（首字母大写）；同样，文末参考文献列表中作者的姓用全拼，名字只保留缩写字母且用大写，姓前名后，姓、名间仅空一个字符，没有其他的标点符号。
4. 文末的参考文献列表，中文文献按照拼音排序，英文文献按照字母排序；文献列表需采用数字编号，年份紧跟作者之后。
5. 如果是引用期刊文献，文章标题只有标题和副标题的首字母大写，其余均小写。但是请注意，期刊名却是除了 **and** 等词外，每个单词都是首字母大写。
6. 参考文献要求到相关资源网站核实原文，要求作者名、出版年、引用页码准确无误。
7. 为帮助 JMS 发展，请在文后参考文献部分加上几条《营销科学学报》往期发表的文章。为方便查看可以使用在线阅读：<http://www.jms.org.cn>。（网站首页左侧“过刊浏览”，可以逐篇查阅近年发表论文。网站首页左下角“下载中心”，可以分卷下载所有已发表的论文。）