

秦 垚



职称： 副教授
学院： 商学院
电邮： yqin@must.edu.mo
电话： (853) 8897-1999
传真： (853) 2882-3281
办公室： O943
邮件地址： 澳门氹仔伟龙马路 O 座 943
部门/领域： 市场营销

教育背景

2010-2014 博士 香港城市大学 市场营销
2007-2010 硕士 昆明理工大学 管理科学
2003-2007 学士 昆明理工大学 信息系统

工作经验

2019-至今 副教授 澳门科技大学
2014-2019 助理教授 澳门科技大学

教学活动

品牌管理 市场营销 商业传播 管理导论

研究领域

消费者行为 品牌管理

代表性学术论文

- Qin, Y., Shi, L.H., Stöttinger S., and Cavusgil, E. Neither an authentic product or a counterfeit: Growing popularity of Shanzhai products in global markets. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 2019, 36(3), 306-321.
- Qin, Y., Shi, L.H., Song, L., Stöttinger, B., and Tan, K. Integrating consumers' motives with

suppliers' solutions to combat Shanzhai: A phenomenon beyond counterfeit. *Business Horizons*, 2018, 61(2), 229-237.

- Qin, Y., Wen, N., and Dou, W. Effects of perceptual and conceptual similarities on consumers' evaluations of copycat brand names. *Journal of Consumer Behaviour*, 2016,15(2), 117-125.
- Cui N., Wen N., Xu L., and Qin, Y. Contingent effects of managerial Guanxi on new product development success. *Journal of Business Research*, 2013,66(12), 2522-2528.
- Jiaming Wu, **Yao Qin**. Why do we hate brands? Asia pacific ACR conference. January 10-12, 2019, Ahmedabad, India.
- Flora Fang Jia, **Yao Qin**. Gaining Institutional Capital in Uncertain Institutional Environment, 14th Annual International Conference on Management. 14th Annual International Conference on Management, Athens, Greece, Athens, Greece, June 2016.
- **Yao Qin**, Linda Shi, Barbara Stöttinger. The New Kid on the Block – How Do Demand Drivers for Shanzhai Products Differ from Counterfeits. 2015. Annual Conference of CIMaR—in Vienna Austria.
- **Yao Qin**, Na Wen, Wenyu Dou, Lan Xu. “Meaning Similar” Wins, “Looking Similar” Loses? The Effect of Perceptual Similarity and Conceptual Similarity on Consumers’ Perceptions of Copycat Brand Names. *ACR North American Conference*, Chicago, US, 2013.

其他专业资格 / 奖项 / 活动

- 消费者多元文化冲突对其购买行为的作用, 澳门科技大学基金会 2022-2023
- 山寨商业战略可行性研究, 澳门科技大学基金会 2019-2020
- 消费者对移动医疗系统的接受行为, 教育部港澳交流计划 2018-2019
- 消费者对山寨产品的认知, 澳门科技大学基金会 2017-2018
- 消费者对假冒产品的认知, 澳门科技大学基金会 2014-2015