

ICCS 2026

2026 International Conference on Consumption Studies

2026 消費經濟研究學術論壇

New Consumption in the Age of Artificial Intelligence

人工智能時代的新消費

16–18 October 2026 | 2026 年 10 月 16–18 日

City University of Macau | 澳門城市大學

Macau | 澳門

1. Conference Overview / 會議概況

Conference / 會議名稱	2026 International Conference on Consumption Studies (ICCS 2026) / 2026 消費經濟研究學術論壇
Theme / 會議主題	New Consumption in the Age of Artificial Intelligence / 人工智能時代的新消費
Dates / 日期	16–18 October 2026 / 2026 年 10 月 16–18 日
Venue / 地點	Taipa Campus, City University of Macau, Macau / 澳門城市大學氹仔校區, 澳門
Organisers / 主辦單位	Business School, Xiangtan University / 湘潭大學商學院 Faculty of Business, City University of Macau / 澳門城市大學商學院
Inquiry / 諮詢郵箱	fobiccs2026@cityu.edu.mo

2. Conference Committee / 會議委員會

2.1 Conference Co-Chairs / 會議共同主席

Business School, Xiangtan University 湘潭大學商學院	Faculty of Business, City University of Macau 澳門城市大學商學院
Lei HAN 韓雷 Professor; Vice Rector, Xiangtan University, China	José ALVES Professor; Dean, Faculty of Business, City University of Macau, China

2.2 Conference Organising Committee / 會議組委會

Business School, Xiangtan University 湘潭大學商學院	Faculty of Business, City University of Macau 澳門城市大學商學院
Lijun MA 馬麗君 Professor; Associate Dean, Business School, Xiangtan University	Jiashun HUANG Professor; Associate Dean, Faculty of Business, City University of Macau
Na LIU 劉娜 Professor, Xiangtan University	Paulo ESPERANÇA Professor, City University of Macau
Tiantian REN 任甜甜 Associate Professor, Xiangtan University	Peixin ZUO Assistant Professor, City University of Macau

2.3 Scientific Committee / 學術委員會

Business School, Xiangtan University 湘潭大學商學院	Faculty of Business, City University of Macau 澳門城市大學商學院
Lei HAN 韓雷 Professor, Xiangtan University Lijun MA 馬麗君 Professor, Xiangtan University Na LIU 劉娜 Professor, Xiangtan University Yong ZHAN 湛泳 Professor, Xiangtan University Lei ZHANG 張磊 Professor, Xiangtan University	Fu-Sheng TSAI Professor, City University of Macau Kaidong YU Assistant Professor, City University of Macau Liangbo ZHANG Assistant Professor, City University of Macau Rui LIU Assistant Professor, City University of Macau Yi LI Assistant Professor, City University of Macau Mingxia ZHU Assistant Professor, City University of Macau Li LIU Assistant Professor, City University of Macau Lingyu LIN Assistant Professor, City University of Macau Chenxi ZHANG Assistant Professor, City University of Macau Hongrun WU Assistant Professor, City University of Macau Danni WANG Assistant Professor, City University of Macau

3. Programme Overview / 會議日程概覽

Friday, 16 October 2026 / 2026 年 10 月 16 日 (星期五)

時間 / Time	活動與主題 / Programme and Topic	地點 / Venue
09:30–12:00	會議報到 / Conference Check-in	HG Hall
12:00–14:00	休息 / Break	
14:30–15:45	與期刊編輯面對面 / Meet the Editors	HG02
	主持人 / Moderator: 趙婧 / Jing Zhao, 助理教授 / Assistant Professor, 澳門城市大學 / City University of Macau	
14:30–14:55	鞏見坤 / Jiankun Gong 高級講師 / Senior Lecturer 馬來亞大學 / Universiti Malaya, Malaysia 國際期刊寫作與投稿解析——編輯視角解讀 Academic Writing and Submission to International Journals: An Editor’s Perspective	
14:55–15:20	余育禮 / Yuli Yu 教授 / Professor 珠海科技學院 / Zhuhai College of Science and Technology AI 賦能新消費場景：管理科學視角的研究建構與期刊評判維度 AI-Empowered New Consumption Scenarios: Research Framing and Journal Evaluation Criteria from a Management Science Perspective	
15:20–15:45	湛泳 / Yong Zhan 教授 / Professor 湘潭大學 / Xiangtan University 如何精準確定科研論文選題 Defining a Focused and Researchable Topic for an Academic Paper	
15:45-16:00	休息 / Break	HG Hall
16:00–17:15	會前工作坊 / Pre-Conference Workshop	HG02
	主持人 / Moderator: 趙婧 / Jing Zhao, 助理教授 / Assistant Professor, 澳門城市大學 / City University of Macau	
16:00-16:35	第一場 / Session 1 — 劉麗博士 / Dr. Li Liu 澳門城市大學 / City University of Macau 開展田野實驗：展示增強現實如何促進綠色消費 Conducting a Field Experiment: Demonstrating How Augmented Reality Can Promote Green Consumption	
16:40-17:15	第二場 / Session 2 — 林凌宇博士 / Dr. Lingyu Lin 澳門城市大學 / City University of Macau 營銷研究前沿：從增強現實到人工智能 Frontiers in Marketing Research: From Augmented Reality to Artificial Intelligence	
18:30–20:30	歡迎晚宴 — Tromba Rija 自助餐（須提前報名，費用自理） Welcome Dinner — Tromba Rija Buffet (Advance Registration Required; At Participants’ Own Expense)	澳門塔 Macau Tower

Saturday, 17 October 2026 / 2026 年 10 月 17 日 (星期六)

時間 / Time	活動與主題 / Programme and Topic	地點 / Venue
08:30–09:00	會議報到及海報張貼 / Check-in & Poster Setup	HG Hall
09:00–09:20	開幕式及歡迎致辭 / Opening Ceremony & Welcome Remarks 劉駿教授 / Professor Jun Liu 校長, 澳門城市大學 Rector, City University of Macau 劉長庚教授 / Professor Changgeng Liu 原副校長, 湘潭大學 Former Vice President, Xiangtan University José C. Alves 教授 / Professor José C. Alves 商學院院長, 澳門城市大學 Dean, Faculty of Business, City University of Macau	HG02
09:20–10:35	主旨演講上半場 / Keynote Session I	HG02
	主持人 / Moderator: Paulo ESPERANÇA 教授 / Professor, 澳門城市大學 / City University of Macau	
09:20–09:45	Sandra Loureiro 教授 / Professor 里斯本大學學院 / ISCTE-IUL 靜默經濟時代的消費者—AI 關係 Consumer–AI Relationship in the Era of the Silent Economy	
09:45–10:10	Jano Jiménez Barreto 教授 / Professor 拉古納大學 / Universidad de La Laguna AI 聊天機器人如何表達會影響品牌: 如何觸發消費者、品牌與聊天機器人關係中的共享控制 What AI Chatbots Say Matters to Your Brand: Adverbs as Triggers of Shared Control in Consumer–Brand–Chatbot Assemblages	
10:10–10:35	Fernando Serra 教授 / Professor 七月九日大學 / University Nove de Julho 人工智能與管理 AI and management	
10:35–10:50	休息及海報參觀 / Break & Poster Session	HG Hall
10:50–12:05	主旨演講下半場 / Keynote Session II	HG02
	主持人 / Moderator: 湛泳教授 / Professor Yong Zhan, 湘潭大學 / Xiangtan University	
10:50–11:15	劉長庚 / Changgeng Liu 教授 / Professor 湘潭大學 / Xiangtan University “鮑莫爾成本病”與居民服務消費 Baumol’s Cost Disease and Resident Service Consumption	

時間 / Time	活動與主題 / Programme and Topic	地點 / Venue
11:15–11:40	萬廣華 / Guanghua Wan 教授 / Professor 南開大學 / Nankai University 消費補貼方案設計與效果評估 Stimulating Consumption in China: Subsidy Options and Ex-ante Impact Evaluations	
11:40–12:05	Joseph M Cheer 教授 / Professor 西悉尼大學 / Western Sydney University 負責任消費與負責任生產：旅遊業平臺化與人工智能時代的消費地理 Responsible Consumption – Responsible Production: Geographies of Consumption Amidst Platformisation and AI in Tourism	
12:05–13:20	簡便午餐 / Light Lunch	T 平台 / T Platform
	海報參觀 / Poster Session	HG Hall
13:30–17:30	平行專題討論 / Parallel Panel Sessions	HG01–HG03 L205
17:45–18:00	閉幕致辭 / Closing Remarks	HG02
18:30–20:30	受邀嘉賓晚宴（僅限受邀嘉賓） / Invited Guests' Dinner	

Sunday, 18 October 2026 / 2026 年 10 月 18 日（星期日）

時間 / Time	活動與主題 / Programme and Topic
09:30–12:30	城市參訪（自願參加） / City Tour (Optional)
12:30 onwards	離會 / 會議結束 / Departure / End of Programme

4. 參會資訊 / Conference Information

項目 / Item	詳情 / Details
報到處 / Registration Desk	HG Hall
分會場 / Session Rooms	HG01, HG02, HG03, L205
無線網絡 / Wi-Fi	SSID: CityU-Event-Guest Password: FOB@CITYU
諮詢郵箱 / Inquiry Email	fobiccs2026@cityu.edu.mo
會議聯絡人 / Conference Secretary	Dr. Hui Nga Leong（梁惠雅老師）
校園地圖 / Campus Map	

Appendix I 附錄 1 Poster session 海報展示

序號 Index	論文編號 Paper-ID	論文標題 Paper Title	作者 Author
1	ICCS-4	How Does Digital Governance Mobilize Diversified Consumer Niches in the AI Era? A Multi-Level Perspective and Scenario-Planning Approach to Macau's '1+4' Strategy	Limeng Yu, Peixin Zuo
2	ICCS-7	AI 賦能商學教育體驗行銷的價值轉化機制——基於消費者旅程的探索性案例研究	葉靈寶
3	ICCS-9	Business Model Transformation of Traditional Travel Agencies in the Era of Generative AI: A Conceptual Case Study	Zhou Wendi, Ma Yiming, Wang Daohong
4	ICCS-15	Algorithm Transparency and Trust in AI-Driven Crop Diagnosis: Evidence from Young Farmers	Ning Liu
5	ICCS-17	審美驅動消費：萬歲山武俠城的美學經濟	史曉林；張紫薇
6	ICCS-40	我國青年消費的理論淵源和現實路徑	任國征；張涵靜
7	ICCS-51	演算法賦能下 AI 驅動消費者決策的內在作用機理、影響路徑與邊界條件研究	李文晴
8	ICCS-77	資料要素市場化會降低企業供應鏈中斷風險嗎？	葛振宇；張 楊

Appendix II 附錄 2 Panel Session 平行專題

序號 Index	場次 Session	主持人 Chair	會議室 Room	時間 Time	編號 ID	題目 Title	作者 Author
1	A-1: 圓桌論壇 Roundtable	吳見坤 Gong Jianjun Senior Lecturer : Universiti Malaya, Malaysia	HG 01	13:30-13:50	ICCS-69	Servicing international demand for sustainable aviation fuel: The circular economy case of Malaysia's used cooking oil	Fangdi Qiao*, José Paulo Esperança, Shaozha Wang
2				13:50-14:10	ICCS-82	Research on Optimization Strategies for Cultural IP Products Export in the Artificial Intelligence Era: A Multi-Objective Optimization Approach	Xuanyu Ji, Qing Luo, Xudong Hao ,Tianyi Zhao
3				14:10-14:30	ICCS-92	非遺數字創新何以驅動文旅產業融合？——作用機理與“雁效應”	柳楊；易銳
4				14:30-14:50	ICCS-90	青年發覺型城市建設與節假日消費集中度——來自銀聯商務線下交易信息的證據	侯新標；馬曉敏；陳華帥
5				14:50-15:10	ICCS-83	AI-Enabled Influencer Marketing in Social Commerce	李政儒；黃科廣；馮文婷
6	A-2: 智能推薦與消費決策 Intelligent Recommendation and Consumer Decision-Making	中場休息 break					
7		15:30-15:50		ICCS-44	數據要素集聚能否促進城市生態產品價值實現？——基於資源型城市的雙重機器學習估計	郭榮榮；陳紅麗	
8		15:50-16:10		ICCS-16	The Formation Mechanism of College Students' Purchase Intention in the Live Streaming Context: An Empirical Study on Douyin Based on SOR Theory	Jiaying He, Zhai Wu, Xiaowan Zhu	
9		16:10-16:30		ICCS-80	Personalized Product Representation Beyond Ranking: Evidence from a Randomized Online Retail Experiment	Jinghao Ju, Chenyang Li, Xu Zhang	
10		16:30-16:50		ICCS-88	Why Clarity Matters: AI Recommendation Transparency, Trust, and Young Consumers' Purchase Intention	Hu Di, Wang Yiting, Liu Hongyi, Wang Yingui	
				16:50-17:10	ICCS-85	Charging or Swapping? Consumer Time Sensitivity and the Design of EV Infrastructure	Zhengxun Yang, Shiyu Wang, Yan (Julian) Zhang
序號 Index	場次 Session	主持人 Chair	會議室 Room	時間 Time	編號 ID	題目 Title	作者 Author
11	B-1: 人工智能與消費者行為 Artificial Intelligence and Consumer Behavior	梁靜嫻 Tiffany Leung Cheng Han Associate Professor : City University of Macau	HG 02	13:30-13:50	ICCS-1	Legal-Technical Trading Zones: Resolving Institutional Frictions to Regulate AI-Driven Sustainable Consumption	Muhammad Sahil Farooq, Nazia Feroze, Riaz Ahmad
12				13:50-14:10	ICCS-10	Can AI-Generated Travel Itineraries Be Trusted? How Human Verification Shapes Consumer Trust and Adoption Intention	Yiming Ma; Wendi Zhou
13				14:10-14:30	ICCS-25	從“目的地景觀”到“人機共遊”：AI賦能文旅新消費的體驗畫構與場景生成	尚麗
14				14:30-14:50	ICCS-52	Consumer Psychological Pathways to Pro-Environmental Purchase of Specialty Freshwater Fish: Mediating Effects of Risk Perception and Moderating Effect of Dietary Cultural Conservatism	汪雪銘；鄭建明
15				14:50-15:10	ICCS-104	Narrative Embeddedness and Cross-video Commenter Activity in Digital Tourism: Evidence from #ChinaTravel Videos on YouTube	Guangdong Wu, Yongcheng Xin, Hancheng Huang, Zhao Wang , Jun Huang,
16	B-2: 智慧旅遊與目的地管理 Smart Tourism and Destination Management			中場休息 break			
17				15:30-15:50	ICCS-47	城市旅遊需求大數據協同組合建模、預測及應用研究——基於哈爾濱冬季冰雪旅遊數據	李卓然；李剛
18				15:50-16:10	ICCS-78	Rooted in locality, diversified in tourism: Local executives, tourism resource conversion capability, and corporate diversification	Wenjun Xie, Ke Zhang, Lei Zheng
19				16:10-16:30	ICCS-84	Data validation and destination accessibility under time and budget constraints	Guangxiang Zheng, Chuangsheng Cui
20				16:30-16:50	ICCS-91	多態AI編見協同作用下旅遊攻略同質化的形成機制研究	張欣茹；關友兵
				16:50-17:10	ICCS-99	沉浸式文旅消費場景的生成機制研究——以《秦始皇陵·帝國密碼》為例	王晨睿；曾湛南；郭琦；陳非文
序號 Index	場次 Session	主持人 Chair	會議室 Room	時間 Time	編號 ID	題目 Title	作者 Author
21	C-1: 綠色發展與經濟政策 Green Development and Economic Policy	蔡麗陞 Tsai Fu Sheng Professor : City University of Macau	HG 03	13:30-13:50	ICCS-12	輸電抑或輸財？電力基礎設施的收入分配效應研究——來自中國特高壓輸電的證據	冷文杰；吳施美；陳詣之
22				13:50-14:10	ICCS-76	超標農戶電商模式選擇與雙元創新績效研究——AI應用與雙重網絡嵌入的跨層調節	劉海
23				14:10-14:30	ICCS-87	數字普惠金融對家庭清潔能源消費的影響研究	呂小冉
24				14:30-14:50	ICCS-96	消費稅徵收後移、區域分工結構演化與居民福利——基於超邊際——般均衡視角的分析	張 磊；許 肇
25				14:50-15:10	ICCS-98	從改善到負擔：ESG表現影響新能源企業資本配置效率的非線性關係	徐靜婷
26	C-2: 數字經濟與消費行為 Digital Economy and Consumer Behavior	中場休息 break					
27		15:30-15:50		ICCS-21	人工智能如何影響老年家庭消費：基於供需關係視角	陳華帥；謝可琴	
28		15:50-16:10		ICCS-39	演算法大能者：數智技術驅動下消費文化霸權的新向度	徐超	
29		16:10-16:30		ICCS-62	數字經濟新業態與居民消費：基於外賣站點人駐的研究	谷陽；程名望；袁馨	
30		16:30-16:50		ICCS-68	舌尖上的方言：非遺美食短視頻中方言配音的影響效應	陳興源；余鳳龍	
31		16:50-17:10	ICCS-93	人工智能對旅遊者消費決策質量的影響機制研究	關友兵；丁惠琪		
		17:10-17:30	ICCS-106	基於選擇實驗法的遊客冰雪旅遊產品選擇偏好研究——以東北三省為例	郭琦；顧潘菲；賀李；張偉偉		
序號 Index	場次 Session	主持人 Chair	會議室 Room	時間 Time	編號 ID	題目 Title	作者 Author
32	D-1: 人工智能與數字消費 Artificial Intelligence and Digital Consumption	曠婷玥 Kuang Tingyue Associate Professor : City University of Macau	L205	13:30-13:50	ICCS-74	生成式AI聊天機器人用戶心理體驗與持續使用意願研究——基於S-O-R框架的PLS-ANN實證分析	張曉靜；崔玉坤；喬內佳；林芾志；劉哲宇
33				13:50-14:10	ICCS-79	人工智慧生成內容賦能下 AI 微短劇用戶付費消費意願之形成機制研究——基於價值與信任雙路徑視角	劉馨澤；梁靜嫻
34				14:10-14:30	ICCS-22	Research on the Influence of AI on the Consumption Satisfaction of Agricultural Product E-commerce—An Empirical Analysis Based on Consumer Questionnaire Survey Data	楊皓宇；高霞
35				14:30-14:50	ICCS-59	生成式AI建議質量對消費者決策質量的影響研究——感知價值的中介作用	于豐碩
36				14:50-15:10	ICCS-97	AI生成評論摘要會滲漏風險信息嗎？基於可見輸入對齊、同長度基準與隨機風險注入的演算法審計	李哲；胡迪
37	D-2: 數字平臺與智能治理 Digital Platforms and Intelligent Governance	中場休息 break					
38		15:30-15:50		ICCS-28	初觀點火：久刷續航：短視頻持續觀看的理性成癮機制——基於快手數據集的微觀實證	陳飛福；徐子奕；劉子涵；吳若兮	
39		15:50-16:10		ICCS-71	人工智慧生成內容進入數字消費市場後的著作權治理：創作主體、權利配置與署名責任	陳以桓	
40		16:10-16:30		ICCS-72	服務貿易創新發核試驗點與企業供應鏈韌性	王慶安；龔爽	
		16:30-16:50		ICCS-100	Short-Video Content and Purchase Intention in Emerging-market Social Commerce: Evidence from TikTok Shop in Vietnam	Hoang Quynh Chi	