**首都经济贸易大学经济学院贸易经济专业**

**毕业论文参考选题（2023版）**

以下论文选题领域和研究方向仅作为贸易经济专业本科毕业论文选题的方向指引，帮助学生确定研究方向和指导教师。具体研究选题须在确定研究方向和指导教师后，学生与导师具体研讨并确认。

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **选题领域及研究方向** |
| 一 | 选题领域一：品牌经济研究 |
| 1 | 品牌竞争力要素分析 |
| 2 | 品牌溢价影响因素研究 |
| 3 | 集团公司的多品牌组合管理研究 |
| 4 | 不同类别企业的品牌创建研究（集团公司、平台企业、央企、民营企业等） |
| 5 | 电商品牌发展研究 |
| 6 | 老字号品牌研究  |
| 二 | 选题领域二：数字经济研究 |
| 1 | 基础研究：数字经济相关测算问题 |
| 2 | 宏观视角：数字经济对经济增长的影响 |
| 3 | 行业视角：数字经济对流通行业的影响 |
| 4 | 微观视角：数字经济与商业模式创新 |
| 5 | 政策视角：数字经济治理（反垄断规制） |
| 6 | 全球视角：数字经济发展比较研究 |
| 7 | 特别关注：数字经济时代的大科技企业研究 |
| 三 | 选题领域三：商业史研究 |
| 1 | 明清商业萌芽 |
| 2 | 近代大宗商品流通 |
| 3 | 近代商业（企业）组织 |
| 4 | 近代商业企业经营 |
| 5 | 近代零售业发展演进 |
| 6 | 零售业演进与近代中国城市发展 |
| 四 | 研究领域四：制造业高质量发展研究 |
| 1 | 中国制造业转型升级研究 |
| 2 | 中国制造业高质量发展研究 |
| 3 | 中国工业与信息技术融合问题研究 |
| 4 | 信息技术对产业发展的影响机理研究 |
| 5 | 数字经济与制造业服务转型研究 |
| 6 | 实体经济数字化转型研究 |
| 五 | 研究领域五：市场交换与市场竞争研究（部分选题详见附录） |
| 1 | 定价策略与社会福利研究 |
| 2 | 口传效应的社会福利研究 |
| 3 | 企业行为与社会福利研究（产品差异化、并购、研发、广告、代理、捆绑销售、市场圈定等） |
| 4 | 专利保护的社会福利研究 |
| 5 | 促销行为的社会福利研究（初次购买优惠、折扣、返利） |
| 6 | 企业信息分享、信息披露与社会福利研究 |
| 六 | 研究方向六：流通与产业协同发展研究 |
| 1 | 双循环新发展格局下的内外贸协同发展研究 |
| 2 | 数字经济背景下的商物流协同发展研究 |
| 3 | 供给侧结构性改革视角下的流通与产业协同发展研究 |
| 4 | 供给侧改革与需求侧管理的协同研究 |
| 5 | 区域经济视角下的资源配置效率研究 |
| 6 | 新制度经济视角下的流通效率研究 |
| 7 | 供应链、产业链两链韧性提升研究 |
| 七 | 研究领域七：零售创新研究 |
| 1 | 零售技术创新与零售业生态环境变迁分析 |
| 2 | 零售技术升级对零售业发展模式与效率的影响分析 |
| 3 | “新零售”创新模式解读及其对关联产业的影响 |
| 4 | 技术创新驱动下零售业变迁及零售新物种发展 |
| 5 | 零售渠道融合的影响分析（对零售业结构、对消费者行为、对零售商业模式和盈利模式等） |
| 6 | 实体零售业态（子业态）发展趋势分析（主题化、郊区化、小型化等） |
| 八 | 研究方向八：消费经济与消费金融研究 |
| 1 | 消费对经济增长拉动作用研究 |
| 2 | 基于非理性人假定的消费规律研究 |
| 3 | 面向供需匹配的消费结构研究 |
| 4 | 居民消费行为演进及其影响因素研究 |
| 5 | 体验性消费研究 |
| 6 | 消费周期波动问题研究 |
| 九 | 研究方向九：产业政策与企业创新研究 |
| 1 | 税收激励政策与企业创新 |
| 2 | 数字经济与企业创新 |
| 3 | 政府补贴与企业创新 |
| 4 | “双碳”目标与企业创新 |
| 5 | 风险投资与企业创新 |
| 6 | 基础研究与企业创新 |
| 十 | 研究方向十：产业创新与融合研究 |
| 1 | 技术创新与产业结构升级 |
| 2 | 技术创新与产业竞争力提升 |
| 3 | 工业4.0时代的技术创新机制 |
| 4 | 平台经济视角下的产业融合发展 |
| 5 | 产业融合与经济高质量发展 |
| 6 | 制造业与服务业协同耦合发展 |
| 十一 | 研究方向十一：绿色经济与绿色零售研究 |
| 1 | 绿色消费认知对绿色消费行为的影响研究 |
| 2 | 消费价值观、环境态度与绿色消费 |
| 3 | 绿色消费的理论内涵及实践逻辑 |
| 4 | 零售商绿色运营模式 |
| 5 | 绿色物流共同配送体系研究 |
| 6 | 循环经济背景下的绿色经营绩效评价 |
| 十二 | 研究方向十二：价值链与国内贸易研究 |
| 1 | 中国区域双重价值链嵌入的现实特征 |
| 2 | 国内价值链与全球价值链的互动机制研究 |
| 3 | 国内统一大市场构建对双重价值链的影响与机制研究 |
| 4 | 现代流通体系建设对双重价值链的影响与机制研究 |
| 5 | 新发展格局下双重价值链的理论内涵 |
| 6 | 中国流通业的发展历程与改革趋势研究 |
|  |  |

**附：“研究领域五：市场交换与市场竞争”详细选题**

1. 新商品的定价策略与社会福利研究
2. 耐用品的定价策略与社会福利研究
3. 搜寻品的定价策略与社会福利研究
4. 信任品的定价策略与社会福利研究
5. 信任品（经验品）的质量（价格）策略与社会福利研究
6. 信任品的质量认证与社会福利研究
7. 消费者推荐与口传效应的社会福利研究
8. 口传效应与社交网络销售的社会福利研究
9. 团体购买（团购）的市场均衡与社会福利研究
10. 消费者市场搜寻与企业定价的市场均衡研究
11. 消费者定位（消费者识别）与企业的差别化定价策略研究
12. 固定定价与讨价还价方式的市场均衡研究
13. 企业差别化定价的动机与社会福利研究
14. 企业产品差异化（品牌）竞争与社会福利研究
15. 企业市场圈定的动机与社会福利研究
16. 企业纵向并购的策略动机与社会福利研究
17. 企业水平并购的策略动机与社会福利研究
18. 上游企业（生产企业）与下游企业（零售企业）的纵向控制动机与社会福利研究
19. “排他代理”与“共同代理”的策略竞争与社会福利研究
20. 大型超市与商业街竞争与市场均衡分析
21. 大型超市与购物中心的竞争与市场均衡分析
22. 购物中心与商业街的竞争与市场均衡分析
23. 百货店与专卖店的竞争与市场均衡分析
24. 企业“广告策略”竞争的动机与社会福利研究
25. 企业“掠夺定价”策略竞争的动机与社会福利研究
26. 企业“限定性定价”策略竞争的动机与社会福利研究
27. 企业“技术竞赛”竞争的动机与社会福利研究
28. “专利”保护的社会福利研究
29. 企业“始销优惠（初次购买优惠）”竞争的动机与社会福利研究
30. 企业“折扣”竞争的动机与社会福利研究
31. 企业“返利”竞争的动机与社会福利研究
32. 企业“捆绑销售”竞争的动机与社会福利研究
33. 企业产品“兼容性”与“开放性”竞争的动机与社会福利研究
34. 企业“信息分享”的动机与社会福利研究
35. 企业“信息披露”的动机与社会福利研究
36. 平台的“二选一”行为的动机与社会福利研究
37. 平台竞争的市场均衡分析
38. 消费者偏好与企业的品牌竞争
39. 企业的直接销售与间接销售研究
40. 商业制度的演化研究
41. 商业治理---政策与思想
42. 平台（双边市场）的策略行为研究
43. 消费、储蓄与借贷行为研究
44. 上游企业与下游企业的纵向控制研究
45. 网络社会下的潮流演化研究
46. 产业结构的内生变化研究