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	巩見坤 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, Shaohua 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？——作用機理與門檻效應	柳楊；易銳
4				14:30–14:50	ICCS-90	青年發展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	侯新樂；馬曉敏；陳華帥
5				14:50–15:10	ICCS-83	AI-Enabled Influencer Marketing in Social Commerce	李政儒；黃科寓；馮文婷
				中場休息 break			
6	A-2: 智能推薦與消費決策 Intelligent Recommendation and Consumer Decision-Making			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	鄧榮榮；陳紅麗
7				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, Ziai Wu, Xiaowan Zhu
8				16:10–16:30	ICCS-80	Personalized Product Representation Beyond Ranking: Evidence from a Randomized Online Retail Experiment	Jinghao Jia, Chenyang Li, Xu Zhang
9				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 Yinggui
10				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 Sabil 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"目的地凝視"到"人機共遊"：AI賦能文旅新消費的體驗重構與場景生成	肖灑
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, Zihao Wang , Jun Huang,
				中場休息 break			
16	B-2: 智慧旅遊與目的地管理 Smart Tourism and Destination Management			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
17				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
18				16:10–16:30	ICCS-84	Data validation and destination accessibility under time and budget constraints	Guangxiang Zheng, Chuangsheng Cui
19				16:30–16:50	ICCS-91	多重AI偏見協同作用下旅遊攻略同質化的形成機制研究	張欣茹；閻友兵
20				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；曾湛荊；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	蔡馥陞 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	返鄉農戶電商模式選擇與雙元創新績效研究——AI應用與雙重網路嵌入的跨層調節	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	吕小冉
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——基於超邊際一般均衡視角的分析	張 磊；許 豪
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	涂靜婷
				中場休息 break			
26	C-2: 數字經濟與消費行為 Digital Economy and Consumer Behavior			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
27				15:50–16:10	ICCS-39	演算法大他者：數智技術驅動下消費文化霸權的新向度	徐超
28				16:10–16:30	ICCS-62	數字經濟新業態與居民消費：基於外賣站點入駐的研究	谷陽；程名望；袁馨
29				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
30				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	閻友兵；丁惠琪
31				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聊天機器人用戶心流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	張臻郁；崔玉坤；喬芮佳；林芮志；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——感知價值的仲介作用	于豐碩
36				14:50–15:10	ICCS-97	AI生成評論摘要會遺漏風險信息嗎？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
				中場休息 break			
37	D-2: 數字平臺與智能治理 Digital Platforms and Intelligent Governance			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	陳飛涵；徐子奕；劉子涵；吳若兮
38				15:50–16:10	ICCS-71	人工智能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	陸以恒
39				16:10–16:30	ICCS-72	服務貿易創新發展試點與企業供應鏈韌性	王慶安；龔爽
40				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