

科技管理创新

顾客创新价值形成机理及其计量模型建构：基于计划行为论

陈少霞, 张德鹏

广东工业大学 管理学院, 广东 广州 510520

收稿日期 2014-3-18 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 顾客创新实质上是一种通过引导顾客参与产品创新, 以更直接了解顾客需求信息, 进而实现渐进式创新的体验营销行为。这种体验营销行为已经引起了实业界和学术界的极大关注, 然而, 关于顾客创新的研究尚未成熟, 当前顾客创新对顾客赢利性的内在影响机制尚未得到充分理解和诠释。为此, 从计划行为论视角探讨了顾客创新价值形成机理, 并在实证研究基础上建构了顾客创新价值计量模型。最后, 根据研究结论提出了管理建议。

关键词 [顾客创新价值](#) [顾客参与](#) [顾客创造力](#) [计划行为论](#) [计量模型](#)

分类号 [F274](#)

DOI: [10.6049/kjjbydc.2013120506](#)

引用本文: 陈少霞, 张德鹏. 顾客创新价值形成机理及其计量模型建构: 基于计划行为论[J]. 科技进步与对策, 2014, 31(20): 18-26.

对应的英文版文章: [2014-20-004](#)

通讯作者:

陈少霞

作者个人主页: [陈少霞; 张德鹏](#)

扩展功能

本文信息

▶ [Supporting info](#)

▶ [\[PDF全文\]\(1380KB\)](#)

▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)

▶ [参考文献](#)

服务与反馈

▶ [把本文推荐给朋友](#)

▶ [加入我的书架](#)

▶ [加入引用管理器](#)

▶ [引用本文](#)

▶ [Email Alert](#)

相关信息

▶ [本刊中包含“顾客创新价值”的相关文章](#)

▶ 本文作者相关文章

· [陈少霞](#)

· [张德鹏](#)