

## 评价与预见

### 基于DEA的品牌延伸有效性评价

孙习祥,

武汉理工大学管理学院;

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

**摘要** 综合考虑品牌延伸各要素功能和属性的相互联系和制约,对涉及品牌延伸的众多财务指标和非财务指标进行综合分析和评价,从而通过品牌延伸有效性评价指标体系,将DEA方法引入到品牌延伸有效性评价中。运用DEA的C2R模型对品牌延伸决策单元的输入输出数据进行了分析判断,通过实例计算说明了C2R模型在品牌延伸有效性评价中的应用。

**关键词** [品牌延伸](#) [有效性评价](#) [数据包分析](#)

分类号

**DOI:**

对应的英文版文章: [2009-19-032](#)

通讯作者:

孙习祥

作者个人主页: [孙习祥](#);

## 扩展功能

### 本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(117KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)
- ▶ [参考文献\[PDF\]](#)
- ▶ [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](#)
- ▶ [文章反馈](#)
- ▶ [浏览反馈信息](#)

### 相关信息

- ▶ [本刊中 包含“品牌延伸”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
  - [孙习祥](#)

