

## 评价与预见

### 基于FUZZY-AHP的高科技品牌延伸决策评价研究

孙平,王兴元,

山东大学管理学院

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

**摘要** 通过对国内高科技品牌延伸实践和国内外品牌延伸评价理论的深入分析,指出高科技品牌延伸决策评价研究的不足。针对品牌延伸评价的复杂性特点,将模糊层次评价的方法应用到高科技品牌延伸决策评价研究中,采用层次分析法确定了评价指标体系中各指标的权重,并以海尔品牌延伸到药业为研究对象,采用模糊评价法对评价模型进行了实证分析。 ?

**关键词** [高科技品牌](#) [品牌延伸](#) [模糊评价](#) [层次分析法](#)

分类号

**DOI:**

对应的英文版文章: [2010-04-027](#)

通讯作者:

孙平

作者个人主页: [孙平;王兴元](#)

## 扩展功能

### 本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(1300KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)
- ▶ [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“高科技品牌”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
  - [孙平](#)
  - [王兴元](#)
  -

