

知识组织与知识管理

B2C网站信息呈现与顾客信息搜寻关系研究

马翠嫦^{1,2}

中山大学图书馆¹

收稿日期 2007-3-7 修回日期 2007-3-16 网络版发布日期 2007-4-30 接受日期

摘要 采取自行建设网站进行分组实验和问卷调查的方法,对电子商务网站界面中的口碑信息对于顾客感知风险与信息搜寻行为的影响进行研究和分析,并提出产品信息呈现—感知风险—信息搜寻关系模型。最后提出产品信息呈现—感知风险—信息搜寻关系模型的修正模型。

Abstract Conducting an empirical research through both experiment and survey, this paper studies a relationship among perceived risk, word-of-mouth information and information search, and puts forward an information presentation -perceived risk-information search model. At last, a revised model of information presentation-perceived risk-information search is presented.

关键词 [B2C网站](#) [产品信息](#) [信息呈现](#) [感知风险](#) [信息搜寻](#)

Key words B2C Websites; Product information; Information presentation; Perceived risk; Information search

分类号 [F760](#)

DOI:

通讯作者:

马翠嫦 xx00217@163.com

作者个人主页: 马翠嫦

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [PDF \(OKB\)](#)
- ▶ [\[HTML全文\]\(OKB\)](#)
- ▶ [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“B2C网站”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
 - [马翠嫦](#)
 -