

青少年网络游戏 行为意向研究

A Study on Behavior Intention
of Teenagers' Online Gaming

魏 婷 著



科学出版社

本书出版获得国家社科基金项目（13BRK026）、教育部人文社科青年基金项目（10JYC880127）、江苏省哲学社科基金项目（09JYC011，14JYD004）、江苏高校哲学社科重点项目（2015ZDIXM023）基金资助

青少年网络游戏 行为意向研究

A Study on Behavior Intention
of Teenagers' Online Gaming

魏 婷 著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

网络游戏对青少年常常有巨大的吸引力，为什么会这样？

本书在分析青少年游戏参与者的行为与心理相关研究的基础上，借鉴技术接受模型、沉浸理论及相关的行为动机理论，尝试从行为动机视角，深入剖析影响青少年参与网络游戏行为意向的各因素；在此基础上，进一步将青少年心理需要与网络游戏设计特性纳入研究框架中，系统地提出游戏行为意向的动机影响因素及其前因变量，挖掘各影响因素对游戏行为意向的直接、间接影响。本书不仅能够让更多了解参与网络游戏的青少年的行为与心理特征，而且可以为政府、学校和家庭科学、规范地引导青少年参与网络游戏提供策略与建议。

本书可供关注网络环境下青少年行为与心理相关问题的研究人员参考，也可供相关专业的本科生和研究生学习和参考。

图书在版编目(CIP)数据

青少年网络游戏行为意向研究 / 魏婷著. —北京：科学出版社，2015.12

ISBN 978-7-03-046942-7

I. ①青… II. ①魏… III. ①互联网络-游戏-影响-青少年-研究 IV. ①C913.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第311336号

责任编辑：伍宏发 苏利德 / 责任校对：胡小洁

责任印制：徐晓晨 / 整体设计：铭轩堂

编辑部电话：010-64033934

E-mail: fuyan@mail.sciencep.com

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码：100717

<http://www.sciencep.com>

北京京华虎彩印刷有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2015年12月第 一 版 开本：720×1000 B5

2015年12月第一次印刷 印张：11 1/2

字数：256 000

定价：58.00元

(如有印装质量问题，我社负责调换)

目 录

1	引论	1
1.1	网络游戏的是与非	1
1.2	中国青少年网络娱乐现状	3
2	青少年游戏行为意向	6
2.1	游戏行为意向的界定	6
2.1.1	行为意向的定义	6
2.1.2	游戏行为意向的含义	8
2.2	游戏行为研究综述	11
2.2.1	游戏行为的分析方法	11
2.2.2	游戏行为动机的研究	13
2.2.3	游戏行为意向的影响因素研究	21
2.3	本章小结	25
3	青少年网络游戏行为意向影响因素模型构建	27
3.1	理论基础	27
3.1.1	技术接受模型	27
3.1.2	沉浸理论	31
3.1.3	行为动机理论	39
3.2	青少年网络游戏行为意向影响因素概念模型	46
3.2.1	模型变量分析	46

3.2.2	模型变量间关系分析	52
3.2.3	青少年网络游戏行为意向影响因素概念模型	54
3.3	本章小结	55
4	青少年网络游戏行为意向影响因素实证研究	56
4.1	研究方法	56
4.1.1	结构方程模型简介	56
4.1.2	测量模型与结构模型	58
4.1.3	结构方程模型分析步骤	60
4.2	研究设计	61
4.2.1	研究环境	61
4.2.2	研究对象	62
4.2.3	分析工具	63
4.3	变量的定义和测量指标的选择	64
4.3.1	调查问卷的结构设计	64
4.3.2	变量的定义和测量指标的选择	64
4.3.3	测量指标与问卷项的对应关系	68
4.3.4	个人影响因素	69
4.4	问卷调查及数据收集	71
4.4.1	问卷试测	72
4.4.2	正式问卷调查	73
4.4.3	描述性统计分析	75
4.5	问卷的信度与效度分析	78
4.5.1	信度分析	78
4.5.2	效度分析	81
4.6	单因素方差分析	96
4.6.1	单因素方差分析原理与分析步骤	96
4.6.2	数据编码方案	97
4.6.3	个人因素对各变量的影响分析	97

4.7 本章小结	104
5 青少年网络游戏行为意向影响因素模型检验与复核	105
5.1 结构方程模型的建立	105
5.2 结构方程模型的识别	107
5.3 模型参数的估计及评价	109
5.3.1 模型参数的估计	109
5.3.2 模型参数的评价	113
5.4 结构方程模型的修正	114
5.4.1 修正指数及其取舍	114
5.4.2 模型的修正过程	114
5.5 模型的复核效化	118
5.5.1 数据质量分析	118
5.5.2 复核效化检验	123
5.6 本章小结	124
6 青少年网络游戏行为意向影响因素分析	125
6.1 模型假设检验	125
6.2 模型变量间的效应分析	128
6.2.1 变量间的直接影响	128
6.2.2 变量间的间接影响	132
6.2.3 变量间的总影响效应	133
6.3 模型变量关系讨论	134
6.3.1 负载分析	134
6.3.2 路径系数分析	135
6.4 研究结论与建议	137
6.4.1 主要结论	137
6.4.2 启示与建议	140
6.4.3 研究贡献与局限	143

参考文献	146
附录	156
附录 A “学乐吧”游戏介绍	156
附录 B “Mingoville”游戏介绍	158
附录 C 青少年参与“学乐吧”游戏的动机与行为状况调查问卷	161
附录 D 青少年参与“Mingoville”状况调查问卷	167
术语索引	173
人名索引	176

引 论

1.1 网络游戏的是与非

早在 20 世纪 70 年代,网络游戏出现在高等院校的大型主机上时,也许只是当时传统高等教育的一份“甜点”,为那些不同教育程度的学生提供远程教育服务。而这种有趣的玩具很快吸引了商家的注意,于是有了我们今天的游戏产业。

网络游戏,也可以称为在线游戏,是以互联网为传输媒介,以游戏运营服务器和用户计算机为处理终端,以游戏客户端软件为信息交互窗口的旨在实现娱乐、休闲、交流和取得虚拟成就的具有可持续性的一种活动。

中国游戏产业网发布的《2014 年中国游戏产业报告》数据显示,我国游戏市场(包括网络游戏市场、移动游戏市场、单机游戏市场等)实际销售收入达到 1144.8 亿元人民币,比 2013 年增长了 37.7% (图 1.1)。

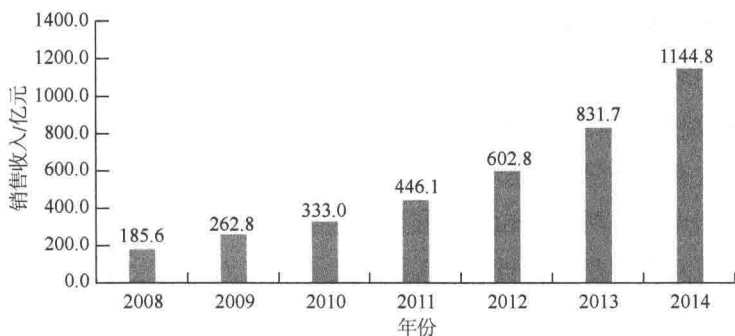


图 1.1 2008 ~ 2014 年中国游戏市场实际销售收入变化图

资料来源:中国音数协游戏工委,中新游戏研究(伽马数据)国际数据公司(IDC).2014 年中国游戏产业报告(市场版). http://www.cgigc.com.cn/d/2015/2014report_market_15.04.23F.pdf [2015-04-23]

2014年,中国游戏市场用户数量达到5.17亿人,比2013年增长了4.6%。(图1.2)。中国互联网络信息中心(China Internet Network Information Center, CNNIC)在《2014年中国互联网络发展状况统计报告》中也指出,截止到2014年12月,游戏市场用户规模占网民总体的58.1%。可见,网络游戏作为互联网娱乐性应用的代表,因其丰富的游戏内容、代入感强、拥有社交属性等特点,已经成为大多数网民日常生活中不可或缺的重要组成部分。

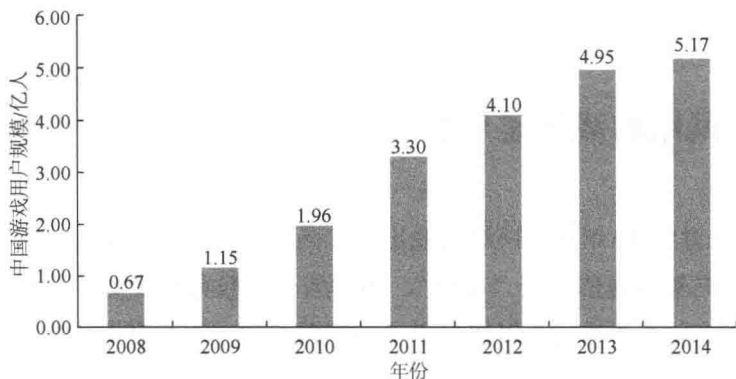


图1.2 2008~2014年中国游戏市场用户规模

资料来源:中国音数协游戏工委,中新游戏研究(伽马数据)国际数据公司(IDC)的相关数据.2014年中国游戏产业报告(市场版).http://www.cgigc.com.cn/d/2015/2014report_market_15.04.23F.pdf/ [2015-04-23]

然而,当今主流社会似乎对网络游戏抱有一种焦虑的心态,新闻媒体也充斥着网络游戏对青少年的种种负面影响的报道,似乎网络游戏带给青少年的只有暴力、欺骗、成瘾等。一些学者认为,网络游戏会引发青少年的网络沉溺,从而由于长期过度使用网络而对身体健康产生影响,或产生排挤其他日常活动及正常休闲活动等不良影响^①;网络游戏中所充斥的暴力情节与性别刻板印象,也容易对长期浸淫其中又正值模仿期的青少年产生负面影响^②。国外甚至有学者认为,玩网络游戏可能是在21世纪比吸毒和酗酒更为危险和严重的社会问题。^③

但是,也有一些学者指出,这些对网络游戏的负面解读太过片面,我们需要理性而全面地看待网络游戏。张玄桥通过对台湾网络游戏玩家的调查,发现这一群体参与网络游戏的主要动机包括角色扮演、人际互动、自我认同、休闲

① 吴增强,周宇.青少年网络游戏成瘾的应对策略[J].上海教育科研,2007(5):44-47.

② 黄少华.青少年网络游戏行为研究[J].淮阴师范学院学报,2008(1):115-122.

③ B.德米克.21世纪的“大烟馆”[N].参考消息,2005-9-1,(6).

娱乐及匿名爱情^①；张红霞、谢毅通过对北京市8个城区的在读中学生进行调查分析后认为，青少年玩网络游戏主要是享受纯粹由游戏本身带来的乐趣和兴奋，游戏可以提高他们的自信心、成就感和自我效能感；同时，在游戏中他们能够学习如何进行社会交际并结交新朋友；超越现实的约束、完成在现实中无法完成的愿望，以及能够在游戏中进行信息、物质等利益交换，也是吸引中学生参与网络游戏的原因^②。

1.2 中国青少年网络娱乐现状

2015年2月CNNIC发布的《中国青少年上网行为研究报告》中的数据显示，中国青少年网民^③规模达2.77亿人，占网民^④总体的42.7%。数据显示，青少年仍是中国最大的网民群体（图1.3）。

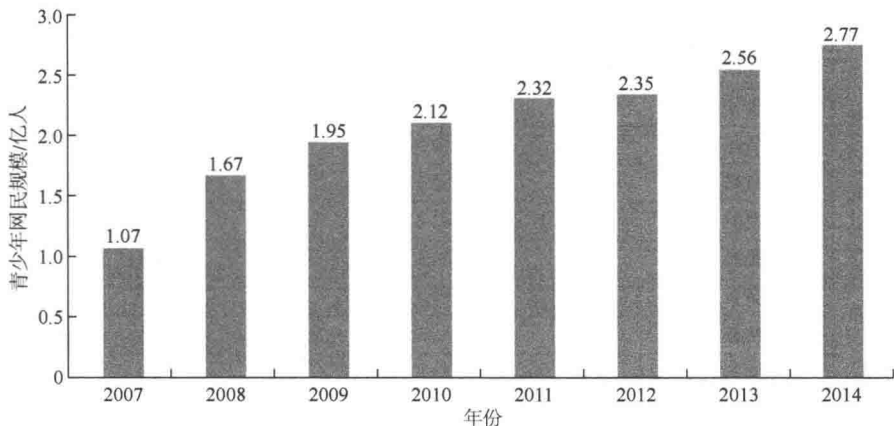


图 1.3 2007～2014 年青少年网民规模

资料来源：CNNIC 发布的《中国青少年上网行为调查报告》年度报告（2007～2014 年），<http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwzbg/qsnbg/2015-08-12>

① 张玄桥. 角色扮演在线游戏玩家形态之研究[D]. 台北：“中国文化大学”信息传播研究所硕士学位论文，2004.

② 张红霞，谢毅. 动机过程对青少年网络游戏行为意向的影响模型[J]. 心理学报，2008，40（12）：1275-1286.

③ 青少年网民，是指年龄在25周岁以下的网民。引自：中国互联网络信息中心（CNNIC）的定义。

④ 网民，即半年内使用过互联网的6周岁及以上中国公民。引自：中国互联网络信息中心（CNNIC）的定义。

青少年处在身心发展期, 具有强烈的好奇心与求知欲, 青少年的网络应用偏好直接受到青少年独特的情感、认知等心理需要的支配。从 2007 ~ 2014 年的数据来看 (表 1.1), 中国青少年网民的网络使用表现出较为突出的娱乐特点。2014 年, 网络音乐 (77.5%)、网络视频 (69.4%)、网络文学 (46.9%) 和网络游戏 (64.3%) 的使用率均高于整体网民, 这一数据表现特征在 8 年间稳定且一致。

表1.1 2007~2014年青少年网民网络娱乐使用情况统计

年份	网络的使用	青少年总体 /%	网民总体 /%	青少年与网民总体网络使用差异
2007	网络音乐	91.1	86.6	↑ 4.5
	网络视频	82.9	76.9	↑ 6.0
	网络游戏	68.2	59.3	↑ 8.9
2008	网络音乐	87.7	83.7	↑ 4.0
	网络视频	69.3	67.7	↑ 1.6
	网络游戏	67.4	62.8	↑ 4.6
2009	网络音乐	88.1	83.5	↑ 4.6
	网络视频	67.0	62.6	↑ 4.4
	网络文学	47.1	42.3	↑ 4.8
	网络游戏	77.2	68.9	↑ 8.3
2010	网络音乐	85.1	79.2	↑ 5.9
	网络视频	66.6	62.1	↑ 4.5
	网络文学	48.1	42.6	↑ 5.5
	网络游戏	74.8	66.5	↑ 8.3
2011	网络音乐	81.2	75.2	↑ 6.0
	网络视频	66.8	63.4	↑ 3.4
	网络文学	44.4	39.5	↑ 4.9
	网络游戏	72.9	63.2	↑ 9.7
2012	网络音乐	82.8	77.3	↑ 5.5
	网络视频	66.4	65.9	↑ 0.5
	网络文学	46.9	41.4	↑ 5.5
	网络游戏	68.4	59.5	↑ 8.9
2013	网络音乐	83.7	73.4	↑ 10.3
	网络视频	72.9	69.3	↑ 3.6
	网络文学	45.0	44.4	↑ 0.6
	网络游戏	65.7	54.7	↑ 11.0

续表

年份	网络的使用	青少年总体 /%	网民总体 /%	青少年与网民总体网络使用差异
2014	网络音乐	77.5	73.7	↑ 3.8
	网络视频	69.4	66.7	↑ 2.7
	网络文学	46.9	45.3	↑ 1.6
	网络游戏	64.3	56.4	↑ 7.9

资料来源：CNNIC 发布的《中国青少年上网行为调查报告》年度报告（2007～2014 年），<http://www.cnnic.cn/hlfwzyj/hlwzxbg/qsnbg/2015-08-12>

统计数据还显示（表 1.2），中小网民网络游戏的使用率普遍高于青少年网民总体。2014 年，小学生网民网络游戏的使用率达到了 70.9%，中学生网民网络游戏使用率达到 66.5%，均高于青少年总体的网络游戏使用率（64.3%）。2009～2012 年，小学生网民均是网络游戏使用率最高的群体，比例最高出现在 2012 年，高达 87.0%。

表1.2 2008～2014年青少年网民网络游戏使用率统计

单位：%

年份	小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体
2008	69.3	69.7	64.6	65.4	67.4
2009	82.3	81.0	67.1	75.4	77.2
2010	86.7	76.4	69.9	72.3	74.8
2011	86.3	76.5	65.5	58.0	72.9
2012	87.0	73.3	61.4	61.8	68.4
2013	69.5	75.2	63.5	55.1	65.7
2014	70.9	66.5	59.4	62.2	64.3

资料来源：CNNIC 发布的《中国青少年上网行为调查报告》年度报告（2008～2014 年），<http://www.cnnic.cn/hlfwzyj/hlwzxbg/qsnbg/2015-08-12>

青少年游戏行为意向

2.1 游戏行为意向的界定

2.1.1 行为意向的定义

2.1.1.1 “行为”概念的理解

从心理学角度理解,人的“行为”是“由指向于一定目标,根据一定事物的认识而采取某种方式和方法的一系列行动所构成”,^①《辞海》中这样描述:“行为,生物以其外部和内部活动为中介与周边环境的交互作用。”从以上对行为概念的界定中可以得出结论,行为一定是有主体的,而且行为是由主体控制的,即受主体的意识支配。

行为总是在一定条件下产生的。美国早期行为主义心理学家华生(John Watson)认为人的行为是由外界刺激(stimulus, S)引起的反应(response, R),这种观点显然是把人的复杂行为简单化了,完全否定了内部经验、主观意识的作用。新行为主义学派美国心理学家托尔曼(Edward Tolman)提出了“中介变量”的概念,他提出的行为公式是S-O-R(stimulus-organism-response),在刺激和反应中间增加了一个中介变量“O”,O代表有机体的主观状态、心理状态。外

^① 车文博.当代西方心理学新词典[M].长春:吉林人民出版社,2001:422-423.

界刺激作用于有机体，总要经过主体的主观状态、已有经验的折射，才能作出反应。

德国拓扑心理学家勒温（Kurt Lewin）认为，人的行为和他的生活空间有关，可以因时、因地、因所处环境和内部状态的不同而具有不同的反应形式。他的行为公式是： $B = f(P, E)$ ， B 表示行为（behavior）， P 表示个人的主体状态和内部特征（person）， E 表示环境（environment），是指对行为有影响的心理环境。这个公式说明行为是人和环境的函数，行为受到外部刺激和内在心理因素的影响。^①

2.1.1.2 “行为意向”的概念起源

行为意向（behavior intention, BI）的概念最早来源于态度理论（attitude theory）。态度理论认为，态度主要由认知、情感以及意向 3 个部分构成。^② 认知成分是指个体对态度对象所具有的知识与信念，情感成分是个体对态度对象的情感体验，意向成分是指个体对态度对象的反应倾向。

态度理论指出，态度的决定因子是认知要素以及情感要素，即个体对态度对象的整体评估取决于个体对态度对象的理解、信念以及感觉，意向要素则不被视为态度的决定因子，相反是态度决定了意向，即个体的行为意向是由态度来决定的。因此，恩格尔（James Engel）等认为，信念和感觉构成了态度，态度又直接影响行为意向的形成，并在此基础上影响人的行为（图 2.1）。

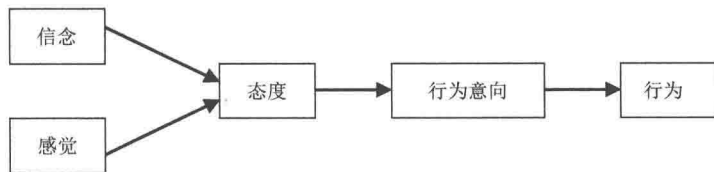


图 2.1 态度、行为意向和行为关系图

资料来源：Engel J F, Blackwell R D, Miniard P W. *Consumer Behavior* (8th edition)[M]. New York: Dryden, 1995: 365

① 林崇德，姜璐，王德胜（主编）；李春生（分卷主编）. 中国成人教育百科全书·心理·教育[M]. 海口：南海出版公司，1994：11-12.

② Eagly A H, Shelly C. Attitude structure and function. In: Gilbert D T, Fiske S T, Lindzey G (eds.). *Handbook of Social Psychology*[C]. New York: McGraw-Hill, 1998: 269-322.

2.1.1.3 “行为意向”的概念界定

对于行为意向概念的理解,不同的学者提出的主要定义有:史密斯(Karen Smith)提出行为意向是指个人对于态度对象将进行一项明确的活动或行为的可能性或倾向,且该要素可能包含实际的行为。^①艾奇森(Icek Ajzen)和德赖弗(Barbara Driver)认为,行为意向是行为表现的必需过程,是行为出现前的决定。^②哈里森(David Harrison)将行为意向定义为从事某特定行为的自发性计划的强度,并认为在没有其他特定环境因素影响个人的行为计划时,个人从事该特定行为意向越强,则越可能从事该行为。恩格尔认为行为意向就是关于我们未来会去做什么的主观判断。^③

对行为意向最为经典的解释来自于理性行为理论(theory of reasoned action, TRA)。菲什拜因(Martin Fishbein)与艾奇森在1975年提出理性行为理论,该理论源于社会心理学,主要适用于分析态度如何有意识地影响行为,用来预测和解释个体的行为。^④在理性行为理论中,行为意向是指个人打算执行某项行为的量度,用来衡量个人实施特定行为意向强弱,是预测行为的最佳变量,个体对特定行为意向越强烈,表示他越有可能执行该行为。

在理性行为理论中,行为意向是人们执行某种行为的意愿以及努力程度的一个指标,是对一个能够带来具体结果的特定行为是否被执行的可能性的信息函数。行为意向能够随着时间的改变而改变,行为意向与行为之间间隔的时间越长,则行为意向改变的可能性越大。理性行为理论对行为意向的解释,为其他研究行为意向的理论所接受。

2.1.2 游戏行为意向的含义

2.1.2.1 “游戏”概念的理解

“游戏”是一个非常难以定义的概念,《牛津英语词典》中共列出了116条

① Smith K H. Implementing the “marketing you” project in large sections of principles of marketing[J]. *Journal of Marketing Education*, 2004, 26(2): 123-136.

② Ajzen I, Driver B L. Prediction of leisure participation from behavioral, normative, and control beliefs: An application of the theory of planned behavior[J]. *Leisure Science*, 1991, 13(3): 185-204.

③ Engel J F, Blackwell R D, Miniard P W. *Consumer Behavior* (8th edition)[M]. New York: Dryden, 1995: 365.

④ Fishbein M, Ajzen I. *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*[M]. MA: Addison-Wesley, 1975.

关于“游戏”的不同定义。游戏除了有许多外延意思之外，它的内涵通常含糊不清，甚至相当的个别化并带有特异性。

善通逻辑、经验与语义学关系的哲学家维特根斯坦（Ludwig Wittgenstein）以及罗素（Bertrand Russell）曾经建议对于广义的多样性的构词，如“游戏”，不要奢望能够选择正确词汇以作出单一而精准的定义。因此，“游戏”的定义可以视为具有许多相互交错的描述其多样性方面词汇构成的结构体，不代表具体、确定的含义，但是却反映了这个多样性概念的特定方面的含义。

早期的游戏经典理论认为，游戏是人和动物用来消耗能量的方式。生物体都能产生一定能量以满足其生存所需，当需求满足后，若还有剩余能量，那就变成多余的能量。过剩的能量累积会造成压力，必须消耗掉。因此，被视为“无目的的行为”的游戏便产生了。“游戏”体现出了它的效用性。游戏的这一特征在现代游戏理论中亦有描述，只是游戏的效用在发生着变化。

现代游戏理论中的精神分析理论认为游戏具有宣泄的效果，可以让儿童摆脱创伤经历产生的消极情绪。游戏可让儿童抛开现实，并将儿童从被动的、不良经验的角色中转移出来，发泄其情绪。认知理论认为游戏不仅可以反映儿童的认知发展水平，还可以促进儿童的认知发展，游戏是个体获取社会经验的一种独特的方式。

容格尔（Friedrich Georg Jünger）曾从人类学的角度这样描述“游戏”：游戏是没有明确意图、纯粹以娱乐为目的的所有活动。后来，他进一步修正了“游戏”的定义，认为游戏是一种自然现象，一半源于人们的需要，一半源于自然的巧合。^①这一定义从原有的单纯以效用为出发点，转向对游戏内在需要与外在行为表现的融合。

荷兰学者胡伊青加（Johan Huizinga）在《人：游戏者》（*Homo Ludens*）中阐述了文化学视域中的游戏。他认为，游戏是人类的一种文化现象。胡伊青加通过对神话、法律、商业、艺术等人类文化形态的考察来证明，对文明生活起到巨大推动的那些力量根源于原始的游戏土壤。胡伊青加这样描述游戏的一般特征：游戏是一种自愿的活动或消遣，这种活动或消遣是在某一固定的时空范围内进行的；其规则是游戏者自由接受的，但又有绝对的约束力；游戏以自

① Jünger F G. *Die Spiele*[M]. München: List, 1959.

身为目的而又伴有一种紧张、愉快的情感以及它不同于日常生活的意识。^①胡伊青加对“游戏”分析的独特之处在于,他将繁多的形式要素从具体的游戏活动中离析出来,让我们能更加准确地把握“游戏”的内涵。

2.1.2.2 游戏行为意向的界定

“行为”一词具有普遍意义,具体到游戏的参与者,其参与游戏的活动即作为一种特定的行为。因此,游戏行为意向可以理解为游戏参与者对游戏参与行为的执行意愿以及努力程度,可以从个人是否愿意努力去尝试,愿意付出时间和精力来参与某个游戏进行预测。

帕拉休拉曼(A. Parsu Parasuraman)、泽斯曼尔(Zeithaml Valarie)和贝瑞(Berry Leonard)认为,行为意向可以区分为正向和负向的行为意向。^②游戏参与者对游戏有正向意向时,会对该游戏产生偏好、增加对该游戏的参与倾向,反之,有负面的游戏行为意向时,则会选择离开该游戏。

戈尔维策(Peter Gollwitzer)和巴奇(John Bargh)指出,行为意向可以分成两个主要阶段:其一是运筹阶段,在这个阶段主体思考自己的行为目标,此时形成的行为意向可以称为目标意向(goal intention);其二是执行阶段,主体会根据形成的目标意向决定何时、何地以及如何执行计划,即执行意向(implementation intention)。^③

对于行为意向的测量,不同的学者从其研究视角提出了不同的测量指标。博尔丁(William Boulding)、卡尔拉(Ajay Kalra)、史德林(Richard Staelin)和泽斯曼尔以再购意向以及推荐意向来进行消费者行为意向的衡量。^④米塔尔(Banwari Mittal)和乐萨(Walfried Lassar)以工作及服务质量、整体满意度、推荐意愿以及转换意愿等多项指标衡量顾客是否愿意继续接受公司的后续服务。^⑤克罗宁

① (荷) J. 胡伊青加. 人: 游戏者——对文化中游戏因素的研究 [M]. 成穷译. 贵阳: 贵州人民出版社, 2007.

② Parasuraman A, Zeithaml V A, Berry L L. A conceptual model of service quality and its implications for future research[J]. *Journal of Marketing*, 1985, 49(4): 41-55.

③ Gollwitzer P M, Barph J A. *The Psychology of Action: Linking Cognition and Motivation to Behavior*[M]. New York: Guilford Press, 1996: 69-73.

④ Boulding W, Kalra A, Richard S, et al. A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions[J]. *Journal of Marketing Research*, 1993, 30(1): 7-27.

⑤ Mittal B, Lassar W M. The role of personalization in service encounters[J]. *Journal of Retailing*, 1996, 72(1): 95-109.