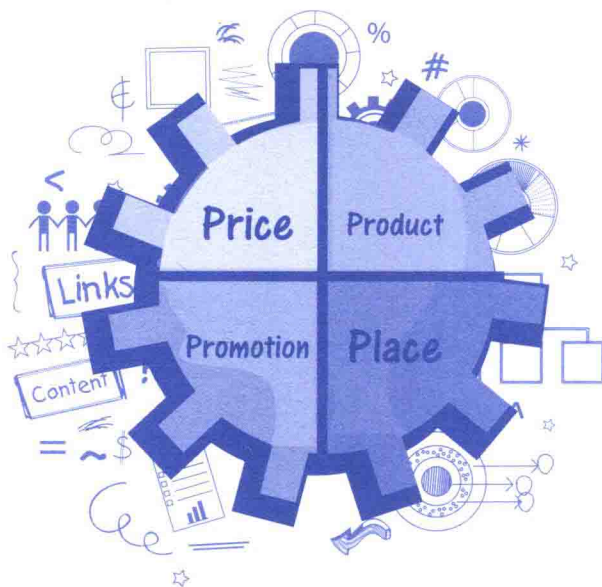


营销渠道冲突解决策略研究

—— 基于网络嵌入性视角

Research on Channel Conflict Resolution Strategies
From the Perspective of Network Embeddedness

◎ 王 辉 著



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

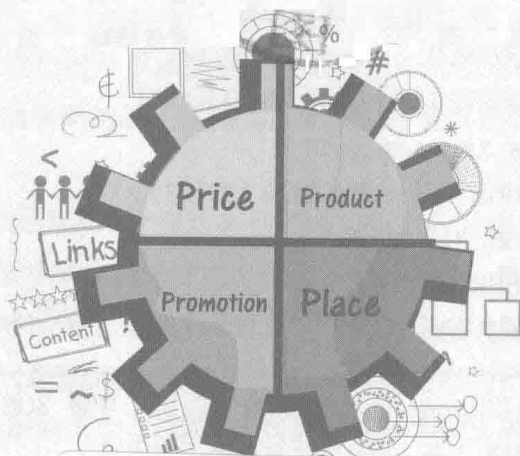
湖南中医药大学人才引进科研启动基金“基于网络嵌入性理论的渠道冲突解决策略研究”的阶段性研究成果

营销渠道冲突解决策略研究

——基于网络嵌入性视角

*Research on Channel Conflict Resolution Strategies:
From the Perspective of Network Embeddedness*

◎王 辉 著



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

营销渠道冲突解决策略研究——基于网络嵌入性视角 / 王辉著. —西安: 西安交通大学出版社, 2017. 6

ISBN 978-7-5605-9874-1

I. ①营… II. ①王… III. ①网络营销—营销管理—研究
IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 168923 号

书 名	营销渠道冲突解决策略研究——基于网络嵌入性视角
著 者	王 辉
责任编辑	魏 杰 贺彦峰

出版发行	西安交通大学出版社 (西安市兴庆南路 10 号 邮政编码 710049)
------	---

网 址	http://www.xjtupress.com
电 话	(029) 82668357 82667874 (发行中心) (029) 82668315 (总编办)

传 真	(029) 82668280
印 刷	湖南省众鑫印务有限公司

开 本	880mm×1230mm 1/16 印张 17.25 字数 308 千字
版次印次	2017 年 6 月第 1 版 2017 年 6 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5605-9874-1
定 价	98.00 元

读者购书、书店添货、如发现印装质量问题, 请与本社发行中心联系、调换。

版权所有, 侵权必究

前 言

在市场不确定性常态化、消费者购物模式多样化、互联网快速迭代的今天,营销渠道的规划与控制已成为企业获取竞争优势、掌握市场主动权的重要筹码。然现实已示,冲突与渠道相伴相生,是渠道运行不可避免的组成部分,更是渠道管理者无法回避的管理困境之一。基于此,渠道冲突管理成为营销渠道管理理论研究的一个热点问题,学者们摩肩接踵,对其展开了研究,其成果斐然。

学者们聚焦于买卖双边视角,指出渠道冲突管理的关键是选择一个能有效化解冲突的机制,使其朝有利于提高渠道绩效的方向发展。这些研究为渠道冲突管理与控制提供了丰富的前期成果,同时在实践中为渠道管理者出谋划策,指导其工作。然而,对于我国经济转型期的企业来说,这些理论成果的实践并没有有效控制渠道冲突,甚至呈现愈演愈烈之势。这已经严重威胁到企业渠道系统的稳定和企业整体竞争力的持续。而有效的冲突解决策略的缺乏往往又加剧了原有渠道关系基础的破坏,导致渠道绩效日益衰减。

此后,有学者提议跳出传统“双边关系范式”的框架,从渠道网络视角分析渠道冲突行为,以为现有渠道冲突实践提供更有价值的理论指导。响应提议,学者们开始从网络视角探索渠道控制问题。然而,渠道网络视角的研究犹如雏鹰展翅,本身的概念边界尚不明确,其对于渠道冲突解决的具体作用机理更是有待进一步探索。基于此,本书以渠道冲突解决策略为中心,以渠道网络嵌入性为切入点,研究网络嵌入性与渠道冲突解决策略的关系,以及渠道冲突解决策略对渠道绩效的影响,同时也探讨了经销商网络在渠道权力与渠道冲突解决策略关系中的调节作用。

本书以渠道冲突理论、网络嵌入性理论等为理论基础,在文献综述的基础上构建两个概念模型:一个是网络嵌入性与渠道冲突解决策略关系的概念模型;另一个是渠道权力使用、经销商网络与渠道冲突解决策略的概念模型。尔后,对深圳、武汉、杭州、

长沙、成都等地的 278 家制造商进行了问卷调查,并采用规范、科学的实证研究方法,对两个概念模型进行了检验。最后,根据数据分析结果,提出了一些创新的学术观点,并对企业渠道管理工作提出了一些应用性指导建议。

本书丰富了渠道冲突管理理论,填补了此领域研究的空白。基于网络嵌入性视角,结合规范分析、访谈和统计实证方法,构建了“渠道网络嵌入性—渠道冲突解决策略—渠道绩效”的分析框架,并从微观上对三者各维度上的影响机制进行了演绎式和归纳式分析。此项工作将渠道冲突解决的研究从传统视角拓展到了网络新视角,这对目前分销商之间联合会日益加剧渠道冲突等问题有更好的解释力与实践指导意义。

此外,为体现中国儒家传统文化以及“面子”文化,拓展不同文化情境下的渠道冲突解决行为,本书将渠道冲突解决策略的实证化操作划分为竞争式、合作式和回避式三种。西方学者处在相对成熟的宏观经济环境体系内,加上西方文化以“自我”为中心,极端推崇个人自由与个体利益,因此,强调个人主义的西方学者在研究渠道冲突解决策略时,多以直接公开化方式来解决争议,并认为回避式冲突解决是无效率的,因而是不可取的。相反,中国是一个由人情、亲情、乡情和友情构成的、具有差序格局特征的社会网络,且“和谐”是中国人的共同价值观,也是中国人的共同思维方式。在强调和谐的前提下,中国人习惯将冲突视为对自己和他人面子的“威胁”,在冲突解决过程中必定会受“人情与面子”的影响,染上“以和为贵”“息事宁人”的“中国式”特色,可能无法如西方那样在冲突明显化后采取谈判的方式直接解决冲突。但是,国内现有同类研究明显承袭了西方的研究成果与学术思想,在研究中忽视了中国传统文化背景,对于中国儒家文化背景下的企业渠道冲突解决策略的内涵与类型、不同冲突解决策略的具体作用机制等问题都未较好地解答。基于此,本书结合中国儒家“和谐”与“面子”文化背景,深入探讨渠道冲突解决问题。这一工作不仅推动了中国本土渠道冲突理论的发展,也为中国企业渠道冲突管理实践提供了一定实践启示。

本书系笔者王辉博士论文的结晶与湖南中医药大学人才引进科研启动基金“基于网络嵌入性理论的渠道冲突解决策略研究”的阶段性研究成果。

在本书研究过程中,武汉大学张广玲教授、汪涛教授、黄静教授、黄敏学教授、寿志刚教授、曾伏娥教授,香港城市大学周南教授、苏晨汀教授,北京大学符国群教授,美国伊利诺伊大学方二教授等提出了宝贵意见。在本书研究过程中,笔者得到了深圳国有资产管理委员会戴军主任、保利地产中心潘志华总经理、天津美莱宋锋森总经理、湖南工业大学胡琴芳老师、湖南理工学院余柳仪老师等同志的鼎力相助,他们协助笔者收集了大量问卷。此外,在本书研究数据收集过程中,还有不少企业管理人员给予了大

力支持和帮助。此外,在本书写作过程中,湖南中医药大学管理与信息工程学院周良荣院长、夏新斌主任、杨明秀主任,中国人民大学出版社数字出版部朱亮亮副主任等给予了许多宝贵指导和帮助,“饮水思源,常存心田”,借此聊表谢忱。

才疏学浅,书中错误之处在所难免,敬请读者批评指正!

作者

2017年5月18日

于长沙城西公寓

目 录

前 言

第 1 章 绪 论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究问题	6
1.3 研究意义	7
1.4 研究方法	9
1.5 结构安排	10
本章小结	12
参考文献	13
第 2 章 渠道冲突理论的研究综述	15
2.1 渠道冲突的内涵研究	15
2.2 渠道冲突的成因与其生成机制研究	17
2.3 渠道冲突解决策略的相关研究	19
2.4 研究切入点	36
参考文献	36
第 3 章 企业网络嵌入性相关研究述评	45
3.1 企业网络嵌入性理论的内涵	45
3.2 企业网络与渠道网络	50
3.3 网络关系嵌入性与网络结构嵌入性	52
3.4 渠道网络嵌入性的相关研究	54
本章小结	59

参考文献	60
第4章 网络嵌入性对渠道冲突解决策略影响的理论构建	69
4.1 理论分析模型	69
4.2 核心概念的界定	71
4.3 研究假设：关系嵌入性因素与渠道冲突解决策略的关系	74
4.4 研究假设：结构嵌入因素与渠道冲突解决策略的关系	79
4.5 研究假设：关系时间、渠道冲突解决策略与渠道绩效的关系研究	82
参考文献	86
第5章 网络嵌入性对渠道冲突解决策略影响的实证分析	95
5.1 问卷设计原则与过程	95
5.2 研究变量的测量	98
5.3 小样本预调研与量表修正	104
5.4 数据选择、收集与样本特征	118
5.5 方差分析	128
5.6 问卷信度、效度检验	149
本章小结	178
参考文献	178
第6章 经销商网络嵌入性、渠道权力与渠道冲突解决策略的关系研究	184
6.1 理论模型	184
6.2 核心概念的界定	185
6.3 研究假设	186
6.4 研究方法	189
6.5 研究结论与建议	195
参考文献	197
第7章 研究结论与展望	202
7.1 主要结论	202
7.2 理论贡献	209
7.3 实践启示	211
7.4 研究局限与未来展望	212
参考文献	214

附 录

附录 1 渠道冲突与合作、关系学习与合作创新绩效的研究	218
附录 2 渠道冲突解决行为问卷调查	248
附录 3 渠道冲突解决行为问卷调查	254
附录 4 渠道关系学习行为的问卷调查	260

第1章 绪 论

1.1 研究背景

1.1.1 现实背景

进入 21 世纪以来,企业间的竞争已经开始转向供应链或渠道链的企业群体间的竞争,渠道已成为企业取得竞争优势、掌握谈判主动权的重要筹码。基于此,“渠道为王”“成也渠道,败也渠道”等口号日益成为企业界流行的口头禅。然而,随着宏观环境的不断变化、企业电子渠道的引入、顾客购物模式的变迁,资源分配的竞争性、资源数量的稀缺性、功能专业化的依赖性日益加强,企业与渠道商之间的冲突愈演愈烈。理论上说,渠道冲突应属于功能性类别。但在实践中,事实并非如此:大量的渠道冲突是破坏性的,严重破坏了渠道系统的高效运行,明显不利于企业绩效的提高。以下就是自 21 世纪以来,企业营销渠道冲突的典型案例。

国美与格力之间的冲突——2004 年 3 月,国美“冻结”格力,一场来自空调生产业与流通业两大巨头的冲突就此引爆。国美,作为中国家电零售连锁巨头,倾向于厂商与零售商之间的点对点的直销模式,这种模式可以有效节省产品的流通成本,从而支持国美的低价战略;而作为中国专业化空调的生产巨头,格力仍坚持着经销代理模式,而这种模式无形中提高了产品的流通成本,不符合国美的低价战略,由此出现了国美“冻结”格力一事。国美与格力之间的冲突,不仅仅是生产商与渠道商之间的冲突,更是两种不同渠道模式之间的冲突。

雅芳经销商集体“逼宫”雅芳(中国)总部——2005 年,在雅芳全球 CEO 宣布雅芳获得中国唯一的直销试点资格后的第三天,几十名雅芳内部经销商聚集到位于广州天河时代广场的雅芳总部,要求退货,并向雅芳高层为直销“开闸”后专卖店的生存讨“说法”。雅芳经销商要求退货、讨说法等“逼宫”之举,正是现实中渠道冲突的最好写照。

比亚迪厂商与其经销商的冲突——2010年8月27日,在郑州大河秋季车展的比亚迪展区,出现了比亚迪工作人员抢夺比亚迪经销商事先做好的横幅(横幅上写着“比亚迪强制压迫,经销商被逼退网”“警告比亚迪准商家,谁入网,谁赔光”),以及比亚迪工作人员推搡现场媒体记者并抢夺其拍摄器材的一幕。现场混乱的场景持续了近20分钟,在保安的维护下才逐渐平息。

郎酒集团与1919连锁公司间的冲突——2013年,处于漩涡中的郎酒集团与四川酒类连锁公司1919连锁发生正面冲突。郎酒集团刊登广告声称不保证1919连锁所售郎酒质量。针对郎酒集团的声明,1919连锁公司随即发出声明:“郎酒公司’不保证1919连锁所售郎酒质量’的声明,有可能对消费者产生重大误导,进而严重损伤我公司商誉,我们对此深表遗憾和焦虑,将尽快召开新闻发布会以正视听。”

这些事实说明,渠道冲突可能引发渠道成员之间不满情绪的增长、使渠道关系遭到破坏,最终导致渠道效率的急速下降。当厂商与其分销商之间的冲突上升到白热化阶段,没有及时采取有效策略加以解决时,渠道成员就会明目张胆地进行破坏性行为,做出具有破坏性的事情。这样既严重损害了各渠道成员的利益,也严重损害了整个渠道系统的利益,甚至对整个社会产生不利影响。

对于一家正在发展壮大中的企业而言,渠道冲突会严重威胁到企业渠道系统的建立与高效运行,进而威胁到企业的整体竞争力。企业能否很好地管理冲突,关系到营销渠道运行的效率,并由此影响企业的整体效益(Gaski and Nevin, 1985; 周筱莲, 庄贵军, 2004)。当营销渠道冲突上升到白热化阶段时,关键问题不是停留在对冲突的认识层面上,而是在对冲突进行科学认识的基础上,选择一个能成功解决争议的冲突解决机制,使其朝有利于提高渠道绩效的方向发展(Kumar and Dissel, 1996)。而冲突最终朝哪个方向演化,直接取决于冲突主体的反应形式,即冲突解决策略的特定选择(Thomas, 1992)。由此看来,研究渠道冲突解决问题,可以提高渠道竞争优势,对增强企业竞争力具有十分深远的现实意义。

此外,进入21世纪以来,在新的市场环境下,“一根筷子轻轻被折断、十双筷子牢牢抱成团”,为了求生存、谋发展,势力较弱的渠道分销商纷纷组成经销商联合体,如浙江商源、北京陶瓷商会、中国电动车大经销商联盟等。经销商联合体的出现在一定程度上改变原来渠道成员的单体形态,可以形成一定规模的组织与厂家对话,让厂家能高度重视经销商所面临的一些问题,并及时解决他们所面临的困难。因此,企业与某一渠道成员发生冲突需要解决时,会不会受到经销商联合体的影响?如果有影响,又是怎样发挥作用的?……这些问题引发了渠道的网络研究。

1.1.2 理论背景

与上述愈演愈烈的渠道冲突以及渠道联合体现实发展情况并行的是渠道冲突管理理论研究的发展。渠道冲突,作为不可避免的客观现象,是营销渠道系统内相互依赖的不同渠道成员发挥不同功能所致的内在属性(Stern, 1992)。从20世纪70年代开始,渠道冲突管理逐渐成为营销渠道研究领域内的关注焦点。学者们从各自不同的角度,对渠道冲突进行了大量研究,成果颇为丰富。

通过系统回顾和梳理国内外相关文献,我们清晰地发现渠道冲突管理研究主要历经了三个阶段:以新古典经济学为基础的渠道结构效率论、以权力依赖理论为基础的渠道行为论、以社会交换理论为基础的渠道关系论。其研究主题重点体现在渠道冲突的界定(Etgar, 1979; Stern and Gorman, 1969; 庄贵军, 2002)、产生渠道冲突的成因及其生成机制(Rosenbloom, 1973, 2003; Webb and Hogan, 2002; 朱秀君, 2002; 庄贵军等, 2002; 李先国, 2005; 等等)、渠道冲突的类型(Rosenberg, 1971; Stern, 1992; Magrath and Hardy, 1989; Kotler, 2004; 等等)以及渠道冲突的结果(Cronin and Baker, 1993; Rosson and Ford, 1980; Duarte and Davies, 2003)等方面。

相比之下,以渠道冲突解决为研究主题的研究相对有限,且这些研究大体上体现为一种思路,即从渠道整体上提出冲突解决方案(Stern, 1992; Thomas, 1976; Bucklin et al., 1997; Brassington and Pettitt, 2006; Webbs, 2002; Rosenbloom and Larsen, 2003)。在渠道冲突解决策略的前因变量研究中,基本上沿袭了营销渠道的传统研究范式,是从最初的“内部视角”(Dwyer and Oh, 1987; Anderson and Narus, 1990; Dant and Schul, 1992; Hibbard et al., 2001)、“外部视角”(Achrol et al., 1983; Tsay and Agrawal, 2004)到现在主流的“二元关系视角”(Dant and Schul, 1992; Ganeson, 1993; Koza and Dant, 2007)进行分析的。更为重要的是,在过去40多年的营销渠道研究中,“二元关系范式”的研究思路与体系几乎形成了此领域的主体格局。大多数营销学者在“二元关系范式”下,将两个渠道成员间所构成的二元关系作为分析的基本单位,对渠道冲突进行了深入细致的研究,并取得了不少研究成果,而较少考虑渠道成员所嵌入的网络因素对渠道冲突行为的影响。

在特定的环境中,这些研究视角对于分析渠道冲突问题都有一定的解释力,并不存在绝对的优劣之分。然而,随着市场竞争的加剧、经济环境的变化和企业营销渠道成员间联合体实践的深入,这些理论观点不可避免地得以继承与演化。近年来,国内外相关学者认识到企业与渠道成员之间,以及渠道成员与渠道成员之间构成了一个相互嵌入的复杂的社会关系网络。这种复杂的渠道网络,作为企业网络的背景而存在,

影响企业与渠道成员间二元关系发展过程中的资源配置,并对企业的渠道行为和渠道问题产生十分重要的影响(Anderson et al., 1994; Antia and Frazier, 2001; Heide and John, 1992; 张闯等, 2015)。为了对渠道行为、解决渠道问题有更加全面的理解,针对渠道冲突管理的研究基本上缺乏网络视角的现状,一些学者呼吁突破传统“二元关系范式”,对渠道系统进行网络分析。近十年来,一些学者响应了这种呼吁,开始关注网络嵌入性因素对渠道的影响,并出现了为数不多的实证文献,如,渠道网络因素对特许经营合同执行(Antia and Frazier, 2001)、渠道治理(Wuyts and Geyskens, 2005)、渠道关系(尹洪娟等, 2008)、价值创造(Swaminathan and Moorman, 2009)、企业绩效(Seevers et al., 2010)、渠道权力应用、冲突与满意(张闯等, 2010)等方面的影响。

由此看来,网络嵌入性因素对于渠道的重要性得到了审视,网络分析日益取代二元交互分析成为渠道研究的主要导向,渠道冲突解决的研究视角也从传统视角向网络新视角转变。该视角的关键思想是,研究渠道冲突管理需要把冲突解决放置在一个相互作用的社会网络中去考察。然而,当前对于渠道网络的研究仍处于起步阶段,对渠道网络本身的概念边界尚不明确,对渠道冲突解决的具体作用机理更是有待进一步探索。

网络嵌入性理论,作为企业网络分析法的一个流派,在管理学界产生了极大反响,已成为当前用来解释企业间关系的重要理论之一。网络嵌入性理论认为所有企业都处于网络嵌入之中(Gulati, 1998; Rowley et al., 2000),企业及其竞争对手的行为选择会受到企业网络嵌入性因素的限制(Gnyawali and Madhavan, 2001)。企业网络嵌入性因素对网络成员行为的影响主要体现在两个方面:关系嵌入性和结构嵌入性。关系嵌入性反映了在网络结构相同的情况下,双方关系强度的不同所导致的行为差异;而结构嵌入性反映了网络密度、网络规模以及网络位置等网络结构因素对资源、信息和知识流动方式的不同影响,强调了行为者在其嵌入网络中所占据的结构位置的价值(Granovetter, 1992; Uzzi, 1996, 1997)。

随着网络嵌入性研究的逐渐开展与深入,一些营销学者从关系嵌入性、结构嵌入性角度,研究了网络嵌入性对渠道绩效(Cousins et al., 2006; Paulraj et al., 2008)、渠道成员间知识共享(Rindfleisch et al., 2001; Hagedoorn and Duysters, 2002; Dyer and Hstch, 2006)、渠道创新(Bonner et al., 2004; Hallin et al., 2011)、渠道关系(Chen and Chang, 2004)、渠道权力的使用、渠道冲突(Su et al., 2008; 张闯等, 2010)等因素的影响。

然而,这些研究主要聚焦于渠道网络的关系嵌入性研究,以此探讨渠道成员间双

边层面的变量,如“双边关系质量”“关系强度”“互依”“信任”等对渠道行为的影响,而对渠道网络的结构嵌入性研究的相对较少,且这些研究基本上将嵌入性的两个方面置于研究的分离状态,在研究渠道网络关系嵌入性的影响时忽视了渠道网络结构嵌入性的作用,在研究渠道网络结构嵌入性的影响时又忽视了渠道网络关系嵌入性的作用。事实上,Granovetter (1992)在其研究中已经明确区分了关系嵌入性与结构嵌入性,并认为经济活动及其结果同社会活动及其结果类似,都受到了网络成员双边关系和该网络成员整体关系网络结构的影响。Rowley 等(2000)在其研究中也进一步强调了企业嵌入性的两个方面并不是分离的,关系嵌入性和结构嵌入性两者的互动影响着企业关系的效率。这些研究表明,在研究网络嵌入性的影响时,只有在研究中同时考虑关系嵌入性和结构嵌入性,才能对组织间行为和绩效有更好的解释。这些研究思路对渠道网络关系嵌入性和结构嵌入性的整合研究具有较好的启发意义。

在渠道冲突解决策略的分类上,学者们根据不同标准,对其进行了细分。在实证研究中,出于操作化的考虑,主流研究一般将其划分为两种实证操作维度:破坏性(竞争式)冲突解决与建设性(合作式)冲突解决(Prier and Price, 1991; Claycomb and Frankwick, 2004)。然而,这些研究主要基于西方文化背景进行,西方文化以自我为中心,极端推崇个人自由与个体利益,在这种文化下所得出的渠道冲突策略的分类,其背后的理念源自社会交换理论,它假设人类的行为是理性的,以追求自己最大的获利为目标。相关研究表明,西方文化背景下的冲突解决策略分类,过于重视理性而缺少情绪面,并不一定能够贴切描述东方文化中的冲突解决模式(黄光国, 2006)。受儒家文化的影响,中国社会是一个由人情、亲情、乡情和友情构成的具有差序格局特征的社会网络(费孝通, 1998),且“和谐”是中国人的共同价值观,也是中国人的共同思维方式(黄囡莉, 1999)。在强调和谐的前提下,推崇集体主义的中国人习惯将冲突视为对自己和他人面子的“威胁”,在冲突解决过程中必定会受“人情与面子”的影响,染上“以和为贵”“息事宁人”的“中国式”特色(叶志桂, 2004),可能无法如西方那样在冲突明显化后采取谈判的方式直接解决冲突,而是多采取通融与回避的方式(Trubisky et al., 1991)。因此,贸然将基于西方个人主义文化背景下的渠道冲突解决策略应用到中国企业之中,无法突出中国和谐的核心(黄囡莉, 1999)。基于此,有学者指出,在东方儒家文化背景下,冲突解决策略除了竞争式和合作式两种形态外,还有一种冲突解决策略,即回避式冲突解决,这种策略不同于合作式冲突解决去公开冲突并进行讨论和解决,而是淡化冲突,并且尽可能不提及冲突(Kirkbride et al., 1991)。但在中国儒家文化背景下的回避式冲突解决是否为一种适宜的冲突解决策略,亟待进一步的实证研究加

以验证。

对冲突解决策略和渠道绩效之间关系的研究本身并不是一个新的话题,但这些研究的结论并未统一。大部分学者认为使用威胁、惩罚等竞争式冲突解决策略,不利于形成企业与渠道商之间紧密的关系和共同的利益目标,进而加剧渠道冲突(Frazier and Rody, 1991; Boyle and Dwyer, 1995; Kim, 2000)。虽然这一观点得到了大部分实证研究的验证,但也有学者指出使用强制性手段,同样有助于构建紧密的渠道关系(Brown et al., 1996; Ramaseshan et al., 2006)。因此,针对这种不一致的研究结论,有必要重新认识不同冲突解决策略的绩效结果。此外,对同一问题得出了截然相反的两种结论,意味着渠道冲突解决策略和绩效之间的关系可能受到第三个变量的影响,这就为进一步探索渠道冲突解决策略的绩效研究开拓了新的视野和思路。

1.2 研究问题

基于上述现实背景与理论背景分析,本书以网络嵌入性理论为基础,对处于儒家商业文化背景下的中国企业渠道网络嵌入性如何影响渠道冲突解决策略这一核心问题进行研究,深入剖析二者之间的影响路径与结果。具体来说,本书将围绕以下几个问题进行探讨。

(1) 网络嵌入性理论是否适用于研究企业与其营销渠道成员之间的冲突解决? 如果适用,可以采用哪些变量来精准地描述和测量渠道网络嵌入性? 基于此,本书通过对渠道冲突理论和企业网络嵌入性理论的系统性分析,探讨网络嵌入性理论在垂直渠道冲突解决过程中的适用性。在此基础上,提炼出用于描述渠道网络嵌入性的变量,并在相关文献研究的基础上构建变量的测量量表。

(2) 企业在选择渠道冲突解决策略时,是否会考虑渠道网络嵌入性因素? 如果考虑,是基于什么样的考虑因素? 本书主要在文献研究的基础上,结合深度访谈,找出中国情境下影响企业渠道冲突解决策略选择的渠道网络因素,以及这些网络嵌入性因素影响渠道冲突解决策略的具体路径。

(3) 不同渠道冲突解决策略会产生怎样的渠道绩效结果? 它们之间的关系会不会受到其他因素的影响? 如果会,到底会受到哪些因素的影响? 针对已有渠道冲突解决策略的绩效结果不一致的研究结论,本书结合中国儒家商业文化背景,运用理论与实证研究,找出不同的渠道冲突解决策略所产生的绩效结果以及具体的影响机制。此外,渠道冲突解决策略的绩效结果不一致的研究结论,意味着渠道冲突解决策略和渠道绩效之间的关系可能受到渠道氛围的影响。而已有的研究表明: 关系时间是渠道

氛围的关键性因素。基于此,本书将渠道关系时间纳入研究模型中,检验渠道关系时间在渠道冲突解决策略和渠道绩效关系中的调节作用。

1.3 研究意义

尽管现有营销渠道冲突解决的研究成果丰富,且颇具洞见与系统性,但在理论发展上仍然存在缺口,本书的理论意义主要体现在填补这些理论缺口的尝试中。

(1) 从企业网络角度切入,丰富与拓展了现有渠道冲突理论。现有研究大部分从企业内部、外部环境和企业互动的视角对渠道冲突进行了探讨,并积累了非常丰富的研究成果,但这些研究忽视了网络因素对渠道冲突的影响。本书基于企业网络嵌入性视角,构建了渠道网络嵌入性对渠道冲突解决策略的影响机理模型,并对其内部影响机制进行了演绎式和归纳式分析。因此,对渠道冲突解决的分析视角从“双边交互”拓展到“网络视角”,探讨渠道网络关系嵌入性和结构嵌入性对渠道冲突解决策略及其渠道关系绩效的影响,无疑将丰富与拓展现有渠道冲突理论的研究视角。

(2) 将嵌入性理论运用于营销渠道研究中,拓宽了企业网络嵌入性理论的研究领域。现有的企业网络嵌入性研究,主要集中体现在企业环境网络、企业技术网络、企业创新网络、供应商网络、融资网络等方面(黄中伟、王宇露,2007;侯仕军,2011),而对企业渠道网络的研究较少涉及,即使有少量相关,研究也没有形成较为一致的观点和结论。其中,对于一般意义下的渠道网络嵌入性概念及其内涵、分析框架,以及不同分类框架下渠道网络嵌入性对渠道行为的具体作用机制等问题都还没有较好的解释。本书借鉴企业网络理论,将企业嵌入性理论运用于渠道冲突研究中,无疑将进一步丰富与扩展企业网络嵌入性理论。此外,现有研究基本上将关系嵌入性与结构嵌入性两个研究视角置于分离状态(在考虑关系嵌入对网络成员行为的影响时,忽视了结构嵌入的作用;关注结构嵌入对网络成员行为的影响时,却又忽视了关系嵌入的作用),很少有学者在研究中同时考虑关系嵌入和结构嵌入的互动对网络成员行为的影响。本书将弥补这一研究缺陷,同时将渠道网络的关系嵌入性和结构嵌入性纳入渠道冲突解决的分析框架,这有利于进一步拓展和完善企业嵌入性理论。

(3) 结合中国儒家“和谐”和“面子”文化背景,拓展和丰富了不同文化情境下的渠道冲突理论。尽管国内学者对渠道冲突进行了大量研究,但明显存在沿袭与继承西方学者们的研究成果与学术思想的倾向,对渠道冲突解决策略的表现形式始终没有形成较为一致的归类标准。对于中国儒家商业文化背景下的渠道冲突解决策略的内涵、不同冲突解决策略的具体作用机制等问题都没有较好的解答。本书在对以往渠道冲

突解决策略研究成果详细剖析的基础上,结合中国儒家“和谐”和“面子”文化背景,将渠道冲突解决策略的实证化操作划分为竞争式、合作式和回避式三种。这将有利于拓展和丰富不同文化情境下的渠道冲突理论。

此外,对以上理论问题的探讨,不仅有助于我们更好地从网络视角理解渠道冲突解决策略的前因, also 具有重要的实践意义。

从宏观上说,研究渠道冲突解决策略,有效解决企业与分销商间的渠道冲突,有利于我国流通业的发展与完善,健全我国供应链体系,维护市场的稳定,从而推动我国社会主义市场经济的快速发展。从微观上说,可以为企业的下游渠道管理和上游供应链管理提供有益的实践启示。

在企业日常活动中,渠道冲突是渠道管理者不可回避的一个客观事实。在本质上,渠道冲突不一定是消极的,它有时能暴露渠道中存在的问题,刺激良性竞争与渠道模式创新。但实际上,我们看到的却是“利中有害”的外显状态,即渠道冲突导致渠道成员之间信任、满意、合作等渠道关系的下降。渠道冲突究竟会带来什么样的影响,关键取决于能否选择一个能成功处理冲突的解决策略。因此,在企业实践中,从网络嵌入性视角探讨渠道冲突解决策略的前因,可以为企业渠道管理者提供一个全新的认知视角,从而更好地管理和解决渠道冲突,改善渠道成员间的关系,提高企业分销渠道的竞争力和效率。

第一,可以指导企业管理者在选择渠道冲突解决策略时,充分考虑渠道二元关系嵌入性因素和分销商网络的结构嵌入性因素的影响。在渠道关系嵌入性很高的关系中,往往存在渠道双方高质量的沟通、高水平的信任和互惠行为规范,此时如果使用竞争式策略解决渠道关系中所发生的冲突问题,可能会破坏已经形成的渠道关系氛围和规范,从而给渠道关系的长期收益带来负面影响。因此,在紧密、信任、互惠的渠道关系中,渠道成员应该抑制竞争式策略来解决渠道冲突。在处理高密度分销商网络群体中的渠道冲突时,制造企业的管理者需要谨慎使用强制性指令或惩罚性措施等竞争式策略;在处理低密度分销商网络群体中的渠道冲突时,可以使用适当威胁、惩罚等竞争式策略,以赢得其他分销商的信任以及降低其他分销商从事冲突行为的学习动机。

第二,可以指导权力相对较弱的分销商,其在冲突解决过程中尽管没有主导权,但可以通过提升与上游制造商的关系嵌入性,增强与制造商之间的紧密性、互惠性和信任关系,这样可以约束制造商在冲突解决过程中使用带有强制性特征的竞争式策略。此外,分销商还可以与同行之间形成紧密互动的分销商网络,提高分销商网络的结构嵌入性,这同样可以抑制制造商在冲突解决过程中使用带有强制性特征的竞争式策