



西南政法大学“创业与创新”论丛

新产品的消费者学习理论、 策略与应用

◎ 罗 勇/著

Theory, Strategy and Application of
Consumer Learning for Product Innovations

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

西南政法大学“创业与创新”论丛

丛书主编 韩炜

本书是国家自然科学基金项目“调节聚焦视角下的消费者新产品购买研究”
(项目批准号: 71502149) 的阶段性成果

新产品的消费者学习理论、 策略与应用

罗 勇 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

新产品的消费者学习理论、策略与应用/罗勇著.

—北京: 经济科学出版社, 2016. 7

ISBN 978 - 7 - 5141 - 7184 - 6

I. ①新… II. ①罗… III. ①企业管理 - 产品管理

IV. ①F273. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 200785 号

责任编辑: 程晓云

责任校对: 王苗苗

版式设计: 齐 杰

责任印制: 王世伟

新产品的消费者学习理论、策略与应用

罗 勇 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http://jjkxbs. tmall. com](http://jjkxbs.tmall.com)

北京季蜂印刷有限公司

880 × 1230 32 开 3.5 印张 100000 字

2016 年 7 月第 1 版 2016 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 7184 - 6 定价: 20.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))



总 序

拥有“创业教育之父”称号的美国百森商学院教授杰弗里·蒂蒙斯（Jeffrey A. Timmons）指出，一个经济体的强劲增长和创新活力，关键在于其整个社会旺盛不衰的创业精神和生生不息的创业尝试。因此，从创业与创新活动是否活跃，我们大可预见一个经济体前景如何。创业与创新息息相关。正如彼得·德鲁克在《创新与创业精神》一书中指出的：“创新是展现创业精神的特定工具，是赋予资源一种新的能力、使之成为创造财富的活动”。自20世纪下半叶以来，信息技术飞速发展，全球化滚滚向前，为世界经济持续注入新的能量和动力，有利的外部环境和追求发展的内生动力驱使着创业和创新成为一股不可逆转的世界性潮流，推动着全球经济不断走向繁荣。受益于三十多年的改革开放，日益与世界接轨的中国创造了令全球瞩目的经济奇迹。在新的时代背景下，我国国家竞争力的提升需逐渐摆脱以往劳动密集型的制造大国形象，转而寻求更高层面的资本、知识、技术和企业家能力，以期迈入强国之列。推进创业与创新，调动市场、资源及各类经济主体的活力成为国内共识。近年来国务院总理李克强在不同场合一再强调推动“大众创业、万众创新”，

并在2015年政府工作报告中将其作为中国经济社会发展的新引擎和新动力提出。无疑，新的发展阶段，创业和创新在我国将迎来前所未有的良好机遇。

创业与创新研究在中国管理学界也已经成为一个非常有生命力的学科增长点和战略制高点，并且迅速发展成为中国高等教育改革的一个新热点。在步入21世纪后的短短十多年里，创业与创新研究吸引了大批优秀中国学者的关注，尤其是涌现了众多青年学者，深入探索基于中国情境的创业与创新理论。而且，无论是学术界还是实践领域，研究正逐渐从宏观层面深入微观层面，更多地关注创业与新企业成长过程中的管理问题。例如，创业企业如何调用外部网络打造异质化资源组合？如何通过嵌入地方性产业集群、建构多层次创新网络、培养促进合作创新的联盟能力来塑造竞争优势？创业企业如何利用创客网络形成多方参与式的价值共创？创业企业的新产品开发如何融入消费者参与？等等，回答这些问题正是本丛书的出版目的。

本丛书是西南政法大学管理学院以韩炜教授为带头人的“创业与创新”研究团队的系列成果。这是一个年轻但不断成长的团队，它聚集了来自南开大学、西南财经大学、西南交通大学、重庆大学、华中科技大学等高校的青年学者。他们凭借着对创业与创新问题的共同兴趣，聚集在一起合作开展研究。今年4月，他们举办了“创业与创新”专题学术研讨会，来自全国各地在创业与创新领域有着多年研究经验的青年学者进行深入交流，取得了较好的成效。如今，他们将各自的研究成果凝结于此，以丛书的形式出版，作为团队发展的基石。

先期出版的三本书分别是彭华伟博士的《互联网背景下的创

业基础与实践》、罗勇博士的《新产品的消费者学习理论、策略与应用》以及刘璘琳博士的《差价量化投资创新模式及实战分析》。彭华伟博士在西南政法大学管理学院从事创业管理教学，作为创业研究人员、教育者、实践者，他在《互联网背景下的创业基础与实践》一书中认真梳理了互联网背景下创业企业所需的相关理论与实务，为读者提供了有益的阅读体验。罗勇博士主要从事市场营销方面的研究，但主要关注的是新产品开发过程中的创新问题，他在《新产品的消费者学习理论、策略与应用》一书中援引心理学中的学习理论，探索了帮助消费者对新产品进行学习的策略和方法，以期对企业的新产品营销沟通提供决策建议。该书是罗勇博士所承担的国家自然科学基金青年项目的研究成果。刘璘琳博士主要研究企业创新管理、知识产权管理、企业投资及融资决策，特别对技术型创业者依靠技术专利等知识产权进行质押融资现象给予了较多的关注。她在《差价量化投资创新模式及实战分析》一书中分析了当前我国资本市场的特点，结合多年投资实践，创新量化投资模式，剖析大量实战案例，为投资者提供了全新的投资视角。

后续还将有至少四本书出版，包括韩炜教授的《创业网络联结组合的构成、治理与异变过程研究》、胡新华副教授的《新兴产业集群嵌入下西部本土中小企业升级研究》、邓渝副教授的《联盟组合创新网络结点、网络关系及整体网络协同治理研究》以及周杰副教授的《联盟企业间知识转移与合作创新研究》。这四本书都将围绕创业与网络问题展开。《创业网络联结组合的构成、治理与异变过程研究》是韩炜教授所承担的国家自然科学基金面上项目的研究成果，该研究以联结组合为分析单元，从联结

组合的协同作用而非单条联结的独立作用解释创业网络的构成内容、治理方式与异变过程,揭示具有高度不确定性与资源不对等关系的联结组合的独特内容与管理规律。该研究有助于丰富对创业网络内容、过程与治理的理论解释,回答如何通过管理创业网络提高创业企业成长绩效。《新兴产业集群嵌入下西部本土中小企业升级研究》是胡新华副教授承担的国家社会科学基金项目研究成果,该著作研究了我国西部地区招商引资形成外生型新兴产业集群背景下,新兴产业集群对本土中小企业转型升级的带动作用,从网络嵌入和企业间互动视角探索传统企业升级的机理,构建企业升级的有效路径,为西部地区本土企业提升竞争力和成长绩效,以及打造区域内生发展动力找寻具有操作性的思路和方法。《联盟组合创新网络结点、网络关系及整体网络协同治理研究》一书将从理论和实证两个方面分析和验证联盟组合多层次创新网络的协同治理机理以及治理有效性的实现路径。该研究有助于为联盟组合创新网络治理的顶层制度设计提供支持,也能为焦点企业制定恰当的网络战略、建设自身网络能力提供依据。《联盟企业间知识转移与合作创新研究》将从焦点企业出发,研究焦点企业拥有的联盟能力对联盟构成、联盟关系、联盟活动的影响,进而揭示联盟能力影响联盟企业间知识转移、合作创新的机理。该研究将有助于丰富联盟企业间知识转移、合作创新的研究成果,回答如何通过提升联盟能力、合理构建联盟、管理联盟企业间关系与行为来实现知识转移、合作创新。

一个学术领域能够在社会上取得广泛的影响,必要得益于众多研究者的拾薪添火。不同地域、不同情境的研究呈现出具有差异性的实践特点,才能不断填补理论探索存在的不足,进而在企

业界、政策制定和执行领域获得更大的认同。

我国创业与创新领域的学术研究时间虽不长，但成果已经很丰富。西南政法大学管理学院的这个团队通过不断的努力，对这一领域的研究做出了独特的贡献，值得称赞。韩炜教授的博士学位是在南开大学商学院取得的，在她攻读博士学位期间以及毕业后，我们都保持了紧密的合作。我不是她的论文指导教师，但并不妨碍合作，她是一个拥有严谨学术态度和精深研究能力的青年学者，做了大量创业企业调研和多角度的学术考察。尽管她后来离开了天津，但我们仍然邀请她作为南开大学创业研究中心的团队成员，利用假期回来参加团队的学术活动，联合开展调研工作。她能在位于重庆的西南政法大学带动一批青年学者一起从事创业和创新领域的研究，形成了较为成型的团队且取得了初步的成效，我很为她高兴。也祝愿这个团队不断壮大，取得更多更精的研究成果。

南开大学商学院教授



2015年8月

序

进入 21 世纪，伴随着全球范围内新技术、新商业模式的爆发式发展，传统产业被重新改造，市场机制受到的束缚得以渐次松解，推动一个崭新的创业创新时代降临。实务界对创业创新的探索锲而不舍，起落沉浮而不减活力，也为学术界总结实践经验、洞察运行规律、开展前瞻研究和理论创新提供了绝佳的机遇。学者的使命在于从纷繁复杂的实践现象中抽丝剥茧，透视现象发生的根源、机制和动力，从不同要素之间的关系着手创建新的知识，并寄望于促进实践更加规范、高效。本研究团队此次推出的系列学术专著，正是从时下最新现象出发，以企业实践为指引，以学术洞察为根本，围绕不同视角研究创业与创新问题，希望扮演些许知识创造者角色，为创业与创新理论和应用有所裨益。

我们关注企业生命周期前端的创业活动，尝试解读新企业初期成长过程中的独特行为规律。创业活动是创业者在风险和不确定性环境中识别和把握机会、获取利润并谋求成长的过程，其重要性、独特性和复杂性要求学术界积极开展研究工作。因此，无论是学术界还是实践领域，创业研究正逐渐从宏观层面转向微观层面，更多地关注创业与新企业成长过程中的管理问题。特别是在互联网蓬勃发展的今天，传统产业正在经历一个瞬息万变的时代。一方面，互

联网经济正在一步步地把这个社会的活力激发出来，帮助社会进行发展与全面转型；另一方面，互联网经济的兴起也给企业带来了更大的机遇与挑战。创业者想要在这种全新的背景下获取竞争优势，就必须要去了解互联网经济和管理企业的一些基本流程。本丛书中彭华伟博士的《互联网背景下的创业基础与实践》一书的出版目的就在于为广大新创企业和创业者提供创业上的基本参考与指导。

我们关注从网络的视角解读创业与创新的逻辑，探寻创业企业、中小企业的外部成长路径。企业成长理论告诉我们，企业主要通过内部与外部两条路径来实现成长。从内部来看，企业主要依靠资源的自我积累推动企业成长；从外部来看，企业则依靠联盟、并购等外部拓展活动来整合资源拉动企业成长。在互联网影响下的今天，创业企业的成长轨迹违背了传统的企业成长路线，创业企业可能不再囿于资源的可控性，不再局限于对有限资源的利用，而是更多地依托外部成长轨迹，依靠伙伴关系将外部资源整合成为创业的资源基础。因此，本丛书中韩炜教授、胡新华副教授、邓渝副教授、周杰副教授围绕创业网络、中小企业集群、创新网络、联盟网络的研究正是从网络的视角剖析创业与创新规律，形成对创业企业发展、创新路径探寻的理论解释。

我们从不同的视角关注企业的创新问题，如新产品开发、创新投融资模式等。本丛书中，罗勇博士的《新产品的消费者学习理论、策略与应用》引入了心理学中的学习理论，为企业采用何种策略和手段帮助消费进行有效的新产品学习提供了理论参考，以期提高企业新产品推广的成功率。刘璘琳博士的《差价量化投资创新模式及实战分析》一书则对量化投资模式及其创新进行了深入分析，为投资者提供了新的视角。其后续研究还将围绕科技型创业企业利用知

识产权进行质押融资的问题进行深入挖掘，结合顾客参与的众筹模式，揭示众筹模式下顾客参与价值共创的路径。

2012年我调入西南政法大学管理学院后，在院领导的大力支持下，积极创建“创业与创新研究团队”，集聚了一批优秀的青年教师，并通过申请，成功列入校级学术创新团队行列。不论从成立时间还是团队成员的年龄来看，本团队都是一个年轻的团队。也正因为年轻，受既往的羁绊更少，所以更有创造力和活力。自团队成立以来，我们定期召开学术沙龙，围绕创业与创新问题进行了深入的探索，在大家的共同努力下，团队成员成功立项多个国家自然科学基金、国家社科基金和教育部人文社科项目，在《管理世界》《南开管理评论》《管理科学学报》等国内学术界知名期刊和国外期刊上发表众多高质量学术论文，成功召开了首届“创业与创新专题研讨会”，邀请了来自南开大学、上海大学、山东大学、重庆大学、安徽财经大学等多所高校的20余名学者参会，很好地促进了本科研团队的对外交流。我们还将创设“创业与创新研究中心”，进一步壮大团队规模，将“创业与创新专题研讨会”常态化，搭建专家学者、创业者、企业管理者之间的交流与合作平台，为团队的持续成长与发展奠定坚实基础。本丛书的出版作为团队建设的阶段性总结，集中展示了团队在创业与创新领域的科研成果，后续我们还将陆续推出优秀著作，期望对本领域的探讨做出我们的贡献，也希望得到学界同仁的指导和建议。

韩炜

西南政法大学管理学院教授

“创业与创新”研究团队带头人

2015年8月

前 言

伴随科技的高速发展，现代产品生命周期越来越短。根据产品生命周期理论预测，如果没有成功的新产品引入市场，伴随现有产品的衰落，企业的市场份额及利润将急剧下降。产品创新成为当今企业赖以生存和发展的基石。产品创新对于企业，乃至整个国家或民族都至关重要，然而令人沮丧的是新产品的成功率却非常之低。学者研究指出，公司新产品的失败率平均高达 40% ~ 90%。创新研究文献认为，消费者对新产品的认知和学习困难是新产品获得成功的主要障碍。由此创新研究学术界的研究重点从过去只关注厂商的新产品研发活动，转移到现在的同时关注消费者的新产品认知学习过程。

不同于现有产品，新产品的最大特征是创新性。许多新产品，特别是采用新发明、新科技的高度创新产品，要求消费者通过认知学习来理解这些新产品的利益，以及如何使用它们。国外有关新产品的消费者认知研究起步于 21 世纪初，已经历了十多年的发展过程，然而国内对新产品的消费者学习研究尚处于起步阶段。本书总结了产品创新理论，梳理了各学科的学习理论，介绍了新产品学习相关的认知学习策略及其研究成果，对几种学习

策略进行了比较，并指出使用相应策略时应注意的问题，最后通过具体的新产品案例，尝试探讨如何使用学习策略，帮助消费者进行新产品学习。希望通过本书能帮助研究者厘清有关新产品的消费者学习理论和策略，同时为新产品业界提供理论参考和管理启示，以帮助公司新产品推出取得成功。

目 录

第 1 章 产品创新	1
1.1 创新的重要性	1
1.2 创新的诅咒	5
1.3 创新成败的影响因素	7
1.4 创新扩散	9
1.4.1 创新	9
1.4.2 沟通渠道	10
1.4.3 时间	11
1.4.4 社会系统	13
1.4.5 创新扩散模型	13
1.5 创新的程度	14
1.5.1 连续性创新	15
1.5.2 非连续性创新	16
1.6 创新的分类	21

第2章 学习理论的发展	25
2.1 学习的过程	26
2.2 学习的分类	28
2.2.1 按学习的内容划分	28
2.2.2 按学习活动的性质划分	31
2.2.3 按新知识与原有知识的关系划分	31
2.2.4 按学习的方式划分	32
2.2.5 按学习的目标划分	32
2.2.6 按学习的水平划分	33
2.3 行为主义学习理论	36
2.4 认知主义学习理论	37
2.5 建构主义学习理论	39
第3章 新产品相关学习理论	43
3.1 网络外部性	43
3.2 感染理论	44
3.3 产品市场理论	46
3.4 意见领袖和口碑	46
3.5 认知学习策略	47
第4章 认知学习策略	49
4.1 归类	50

4.2 类比学习	52
4.3 心理模拟	57
第5章 新产品的学习策略研究	60
5.1 学习策略研究概述	60
5.2 学习策略的影响因素和结果	63
5.2.1 归类	63
5.2.2 类比	64
5.2.3 心理模拟	65
5.3 学习策略的比较	65
5.3.1 类比和归类策略的比较	66
5.3.2 类比和心理模拟策略的比较	67
5.4 学习策略的启示	70
第6章 学习策略的应用	73
6.1 案例一——3D 视频眼镜	74
6.2 案例二——数码笔	76
6.3 案例三——智能烤箱	79
参考文献	81

第 1 章

产品创新

1.1 创新的重要性

创新是企业生存和发展的基石，对于企业而言至关重要。宝洁集团前首席执行官 John Pepper 曾公开表示，“我们事业最辉煌的时期，正是我们向市场推出全新产品的时候”。《商业周刊》（Business Week）定期评选出世界上的创新公司，其中排名前 25 位的公司，在 1995 ~ 2005 年间的平均利润率为 3.4%，而其他公司平均利润率仅为 0.4%；这些创新型公司的年均股票收益率为 14.3%，而其他公司平均值为 11.3%（Hauptly, 2008）。英诺维拉咨询公司（Innovaro）的研究报告指出，创新活动与公司绩效之间存在强相关性。其评选出的创新企业前五强，苹果（Apple）、诺基亚（Nokia）、谷歌（Google）、阿迪达斯（Addidas）和利洁时（Reckitt Benckiser），在各行业拥有卓越的创新表现，而它们的股价在 2006 ~ 2007 年间上涨了 25% ~ 135%。不仅短期