



32

# 经济与管理学院

博士





# 目 录

| 序号  | 姓 名        | 职 称      | 单位         | 论 文 题 目                                                                         | 刊物、会议名称                                                                           | 年、卷、期             | 类别 |
|-----|------------|----------|------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----|
| 1.  | 白琳<br>陈 圻  | 博士<br>教授 | 092<br>092 | 顾客感知价值与竞争优势关系的实证研究                                                              | 企业经济                                                                              | 2007.7            |    |
| 2.  | 白琳<br>陈 圻  | 博士<br>教授 | 092<br>092 | 西方顾客感知价值探测方法评价                                                                  | 外国经济与管理                                                                           | 2007.2            |    |
| 3.  | 白琳<br>陈 圻  | 博士<br>教授 | 092<br>092 | 手机市场顾客感知价值纬度的实证分析                                                               | 商业时代                                                                              | 2007.12           |    |
| 4.  | 袁鹏<br>陈 圻  | 博士<br>教授 | 093<br>093 | 我国区域创新绩效动态变化的Malmquist指数分析                                                      | 科学学与科学技术管理                                                                        | 2007.1            |    |
| 5.  | 袁鹏<br>陈 圻  | 博士<br>教授 | 093<br>093 | 制造业生产率的地区差距变化及结构效应的影响                                                           | 当代财经                                                                              | 2007.7            |    |
| 6.  | 袁鹏<br>陈 圻  | 博士<br>教授 | 093<br>093 | 我国制造业的结构效率与生产率度量                                                                | 系统工程                                                                              | 2007.25<br>卷.07 期 |    |
| 7.  | 袁鹏<br>陈 圻  | 博士<br>教授 | 093<br>093 | 南京制造业竞争力动态比较分析                                                                  | 南京航空航天大学学报<br>(社会科学版)                                                             | 2007.9 卷.2<br>期   |    |
| 8   | 徐侠<br>陈 圻  | 博士<br>教授 | 093<br>093 | 人力资本投资对高技术产业增长的滞后影响与对策                                                          | 商业时代                                                                              | 2007.28           |    |
| 9   | 徐侠<br>陈 圻  | 博士<br>教授 | 093<br>093 | 国有高技术产业增长质量评价与影响因素分析                                                            | 财贸研究                                                                              | 2007.4            |    |
| 10  | 徐侠<br>陈 圻  | 博士<br>教授 | 093<br>093 | 高新技术企业的障碍因素分析与激励机制设计                                                            | 科学学与科学技术管理                                                                        | 2007.9            |    |
| 11  | 徐侠<br>陈 圻  | 博士<br>教授 | 093<br>093 | 外资高新技术产业增长与技术进步                                                                 | 科学学与科学技术管理                                                                        | 2007.4            |    |
| 12  | 刘彬<br>陈圻   | 博士<br>教授 | 093<br>093 | 江苏化工产业集聚度与经济增长的关系研究                                                             | 商业时代                                                                              | 2007 年 第<br>10 期  |    |
| 13  | 刘彬<br>陈圻   | 博士<br>教授 | 093<br>093 | 产业集群的识别研究                                                                       | 科学学研究                                                                             | 2007 年第 1<br>期    |    |
| 14  | 许萧迪        | 博士       | 092        | 知识溢出效应测度的实证研究                                                                   | 科研管理                                                                              | 2007.28.5         |    |
| 15  | 许萧迪        | 博士       | 092        | 高技术产业演化时空分异的测度研究                                                                | 科学学研究                                                                             | 2007.25.6         |    |
| 8.  | 王育红<br>党耀国 | 博士<br>教授 | 091<br>091 | Model and Application of Grey Comprehensive Cluster Ex-Post Evaluation          | EEE SMC<br>2007,International<br>Conference on Systems,<br>Man and Cybernetics 会议 | 2007              |    |
| 9.  | 王育红<br>党耀国 | 博士<br>教授 | 091<br>091 | Study on Grey Fixed Weight Clustering Decision-making Based on Interval Numbers | IEEE International<br>Conference on Gray<br>Systems and Intelligent<br>Service 会议 | 2007              |    |
| 10. | 刘 雷<br>李 南 | 博士<br>教授 | 091<br>091 | 网络环境下大型建设项目风险分析                                                                 | 商业研究                                                                              | 2007.5            |    |

|     |                          |                |            |                                                                                                                                           |                                                                          |            |  |
|-----|--------------------------|----------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------|--|
| 11. | 刘 雷<br>李 南               | 博士<br>教授       | 091<br>091 | 建设项目动态联盟运作模式研究                                                                                                                            | 工业技术经济                                                                   | 2007.26.3  |  |
| 12. | 王家华                      | 博士             | 09         | 高技术投资决策的期权分析及其解决过程                                                                                                                        | 财贸经济                                                                     | 2007.3     |  |
| 13. | 王家华<br>李 东               | 博士<br>教授       | 09<br>09   | 基于期权决策的高技术企业组织柔性变革                                                                                                                        | 经济理论与经济管理                                                                | 2007.9     |  |
| 14. | 孙 清                      | 博士             | 09         | 基于 COPULA 函数的信贷资产风险估计模型                                                                                                                   | 南京社会科学                                                                   | 2007.7     |  |
| 15. | 陆晓平                      | 博士             | 091        | A Hybrid Strategy Based on Multi-agent PSO for Arms Optimal Apportionment of Regional Air-defense                                         | IEEE GSIS 会议                                                             | 2007       |  |
| 16. | 陆晓平<br>倪 勤               | 博士<br>教授       | 091<br>081 | 解新锥模型信赖域子问题的折线法                                                                                                                           | 应用数学学报                                                                   | 2007.30.5  |  |
| 17. | 姚天祥<br>刘思峰               | 博士<br>教授       | 091<br>091 | A Study on Choosing the Sample Data of Grey Forecast Model                                                                                | IEEE GSIS 会议                                                             | 2007       |  |
| 18. | 姚天祥<br>刘思峰               | 博士<br>教授       | 091<br>091 | 基于预测收益率的模糊投资组合优化模型                                                                                                                        | 统计与决策                                                                    | 2007.19    |  |
| 19. | 姚天祥<br>刘思峰               | 博士<br>教授       | 091<br>091 | 改进的离散灰色预测模型                                                                                                                               | 系统工程                                                                     | 2007.9     |  |
| 20. | 汤少梁<br>肖增敏               | 博士<br>讲师       | 091<br>091 | 基于监管博弈的新型农村合作医疗研究                                                                                                                         | 中国行政管理                                                                   | 2007.8     |  |
| 21. | 汤少梁<br>巩在武               | 博士<br>讲师       | 091<br>091 | 直觉模糊评价矩阵群决策                                                                                                                               | 系统工程                                                                     | 2007.25.6  |  |
| 22. | 汤少梁<br>肖增敏               | 博士<br>讲师       | 091<br>091 | 平等地位下知识创新联盟收益分配问题研究                                                                                                                       | 科学学与科学技术管理                                                               | 2007.10    |  |
| 23. | 汤少梁                      | 博士             | 091        | 外商直接投资的特征分析及引导                                                                                                                            | 光明日报（理论版）                                                                | 2007 年 5 月 |  |
| 24. | 陈孝新<br>刘思峰               | 博士<br>教授       | 091<br>091 | 部分权重信息且对方案有偏好的灰色关联决策法                                                                                                                     | 系统工程与电子技术                                                                | 2007.11    |  |
| 25. | 黎 涛<br>朱建军               | 博士<br>副教授      | 091<br>091 | 模糊判断矩阵的一致性判定及改进方法研究                                                                                                                       | 系统工程学报                                                                   | 2007.22.3  |  |
| 26. | 郭 际<br>李 南               | 博士<br>教授       | 091<br>091 | 企业危机管理演进的动态分析                                                                                                                             | 科研管理                                                                     | 2007.28.1  |  |
| 27. | 郭 际<br>李 南               | 博士<br>教授       | 091<br>091 | 企业危机管理、组织学习和知识管理的战略整合                                                                                                                     | 科学管理研究                                                                   | 2007.25.2  |  |
| 28. | 郭 际<br>李 南               | 博士<br>教授       | 091<br>091 | 高层领导者危机诊断失误及其克服—危机管理团队（CMT）的建构                                                                                                            | 科学学与科学技术管理研究                                                             | 2007.7     |  |
| 29. | 庞小燕<br>谭清美<br>阮爱清<br>谢春讯 | 博士<br>教授<br>讲师 | 091        | Study On the Third-Party Logistics by Symmetric Evolutionary Game under Strong Correlation between Individual Pay-off and Evolution Stage | IEEE International Conference on Grey Systems and Intelligent Service 会议 | 2007       |  |
| 30. | 郭江明<br>刘思峰               | 博士<br>教授       | 091<br>091 | 创业风险投资的风险预警及防范                                                                                                                            | 经济问题                                                                     | 2007.10    |  |
| 31. | 谢 琨<br>刘思峰               | 博士<br>教授       | 091<br>091 | 关于可持续战略管理平衡记分卡方法的探讨                                                                                                                       | 商业研究                                                                     | 2007.1     |  |
| 32. | 吴 杰<br>刘思峰               | 博士<br>教授       | 091<br>091 | 基于熵理论的船舶企业知识创新与转移机理研究                                                                                                                     | 船舶工程                                                                     | 2007.1     |  |



|     |            |           |            |                                                                                                         |                                                                            |            |  |
|-----|------------|-----------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------------|--|
| 33. | 吴 杰<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 企业知识转移的熵模型                                                                                              | 统计与决策                                                                      | 2007.2     |  |
| 34. | 吴 杰<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 基于产业集群的知识创新体系与知识转移研究                                                                                    | 企业经济                                                                       | 2007.3     |  |
| 35. | 吴 杰<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 知识转移的耗散结构分析及转移博弈研究                                                                                      | 科技进步与对策                                                                    | 2007.24.6  |  |
| 36. | 岳洪江<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 我国科学论文结构的国际比较分析                                                                                         | 情报学报                                                                       | 2007.26.1  |  |
| 37. | 岳洪江<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 中国软科学资助论文产出分布研究                                                                                         | 科学学与科学技术管理                                                                 | 2007.9     |  |
| 38. | 岳洪江<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | Attention and research on technological innovation in china :a bibliometrics analysis from 1982 to 2005 | The 5 <sup>th</sup> international symposium on management of technology 会议 | 2007       |  |
| 39. | 徐元栋<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 动量效应研究的最新进展                                                                                             | 财贸研究                                                                       | 2007.1     |  |
| 40. | 陈 伟<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 审计数据处理方法研究综述                                                                                            | 统计与决策                                                                      | 2007.3 月   |  |
| 41. | 陈 伟<br>刘思峰 | 博士后<br>教授 | 091<br>091 | 基于 BCP 视角的联网审计风险控制                                                                                      | 工业技术经济                                                                     | 2007.10    |  |
| 42. | 储小俊<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 基于新陈代谢 GM-Markov 模型的股价预测                                                                                | 山东财政学院学报                                                                   | 2007.3     |  |
| 43. | 袁潮清<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 一种基于灰色白化权函数的灰数灰度                                                                                        | 江南大学学报（自然科学版）                                                              | 2007.4     |  |
| 44. | 贾积身<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 冷贮备可修系统得维修更换模型                                                                                          | 南京航空航天大学学报                                                                 | 2007.4     |  |
| 45. | 贾积身<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 修理工单重休假可修系统优化管理研究                                                                                       | 系统工程理论与实践                                                                  | 2007.7     |  |
| 46. | 贾积身<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 自动化车床最优刀具检测模型研究                                                                                         | 数学的实践与认识                                                                   | 2007.37.8  |  |
| 47. | 贾积身<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 修理工多重休假的可修系统更换策略                                                                                        | 系统管理学报                                                                     | 2007.16.5  |  |
| 48. | 林 敏<br>李 南 | 博士<br>教授  | 091<br>09  | 基于复杂网络与随机动态稀释机制的演化博弈分析                                                                                  | 系统工程                                                                       | 2007.25.11 |  |
| 49. | 徐 斌<br>李 南 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 灰色离散双层漂移型线性规划模型及其交互式补偿模糊算法                                                                              | 统计与决策                                                                      | 2007.25.11 |  |
| 50. | 徐 斌<br>李 南 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 求解多层规划问题的新方法                                                                                            | 统计与决策                                                                      | 2007.235.4 |  |
| 51. | 徐 斌<br>李 南 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 求解多层规划问题的新方法研究                                                                                          | 科技进步与对策                                                                    | 2007.24.12 |  |
| 52. | 徐 斌<br>李 南 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 物流分销网络双层规划模型                                                                                            | 统计与决策                                                                      | 2007.232.1 |  |
| 53. | 巩在武<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 二元语义判断矩阵的性质及其在航线优选中的应用                                                                                  | 南京航空航天大学学报                                                                 | 2007.4     |  |
| 54. | 巩在武<br>刘思峰 | 博士<br>教授  | 091<br>091 | 不同偏好形式判断矩阵的二元语义群决策方法                                                                                    | 系统工程学报                                                                     | 2007.22.2  |  |

|     |                   |                |                   |                                                                                                                                              |                                                                           |           |  |
|-----|-------------------|----------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------|--|
| 55. | 巩在武<br>刘思峰        | 博士<br>教授       | 091<br>091        | 直觉模糊判断矩阵群决策中的逆判问题                                                                                                                            | 系统管理学报                                                                    | 2007.16.5 |  |
| 56. | 陶 勇<br>刘思峰        | 博士<br>教授       | 091<br>091        | 高校学科建设网络中知识流动效应的测度                                                                                                                           | 统计与决策                                                                     | 2007.9    |  |
| 57. | 陶勇<br>刘思峰         | 博士<br>教授       | 091<br>091        | 学科建设项目合作网络的结构及演化问题                                                                                                                           | 统计与决策                                                                     | 2007.20   |  |
| 58. | 谢乃明<br>刘思峰        | 博士<br>教授       | 091<br>091        | 几类关联度模型的平行性与一致性                                                                                                                              | 系统工程                                                                      | 2007.25.8 |  |
| 59. | 谢乃明<br>刘思峰        | 博士<br>教授       | 091<br>091        | Research on the Multiple and Parallel Properties of Several Grey Relational Models                                                           | IEEE International Conference on Grey Systems and Intelligent Services 会议 | 2007      |  |
| 60. | 康晓剑<br>刘思峰        | 博士<br>教授       | 091<br>091        | 略论我国企业的跨国并购整合——基于企业生命周期理论                                                                                                                    | 经济问题                                                                      | 2007.9    |  |
| 61. | 张荣<br>刘思峰         | 博士<br>教授       | 091<br>091        | 灰色聚类评价方法的延拓研究                                                                                                                                | 统计与决策                                                                     | 2007.18   |  |
| 62. | 张荣<br>刘思峰         | 博士<br>教授       | 091<br>091<br>091 | An Extension for Grey Cluster Appraising Method Based on a Ranking Method of Interval Grey Number                                            | IEEE International Conference on Grey Systems and Intelligent Services 会议 | 2007      |  |
| 63. | 张荣<br>刘思峰         | 博士<br>教授       | 091<br>091        | 社会和谐发展制约因素的实证分析                                                                                                                              | 农业技术经济                                                                    | 2007.2    |  |
| 64. | 张荣<br>刘思峰         | 博士<br>教授       | 091<br>091<br>091 | Evaluation Model based on Grey cluster for Harmonious Society                                                                                | Proceedings of 2007 IEEE on System, Man and Cybernetics                   | 2007      |  |
| 65. | 张荣<br>刘思峰         | 博士<br>教授       | 091<br>091        | 基于离差最大化客观赋权法的一般性算法                                                                                                                           | 统计与决策（理论版）                                                                | 2007.24   |  |
| 66. | 陈晓青<br>刘思峰        | 博士<br>教授       | 091<br>091        | Minimum Deviation Method Based Preference Information on Alternatives for Grey Incidence Decision-making                                     | IEEE International Conference on Grey Systems and Intelligent Services 会议 | 2007      |  |
| 67. | 田敏<br>刘思峰         | 博士<br>教授       | 091<br>091        | Operating Mode Selection Model of the Financial Company Based on the Grey Incidence Decision-making                                          | IEEE International Conference on Grey Systems and Intelligent Services 会议 | 2007      |  |
| 68. | 唐学文<br>刘思峰<br>方志耕 | 博士<br>教授<br>教授 | 091<br>091<br>091 | The Research of Reaction Abilities and Errors Distributions of the Model of GM(1,1)to Simulate Equal Difference and Geometric Ratio Sequence | IEEE International Conference on Grey Systems and Intelligent Services 会议 | 2007      |  |
| 69. | 翟振杰<br>刘思峰        | 博士<br>教授       | 091<br>091        | Study on The Optimum Prediction Model for GM                                                                                                 | IEEE International Conference on Grey Systems and Intelligent Services 会议 | 2007      |  |
| 70. | 阮爱清<br>刘思峰        | 博士<br>教授       | 091<br>091        | Study on Grey Graphical Evaluation Review Technique Network and its Application                                                              | IEEE International Conference on Grey Systems and Intelligent Services 会议 | 2007      |  |

|     |                   |                |                   |                                                                                                           |                                                                           |            |  |
|-----|-------------------|----------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------|--|
| 71. | 阮爱清<br>刘思峰        | 博士<br>教授       | 091<br>091        | 灰色 GERT 网络及其基于顾客需求的灰数估计精度                                                                                 | 系统工程                                                                      | 2007.25.12 |  |
| 72. | 周世忠<br>刘思峰        | 博士<br>教授       | 091<br>091        | Choosing Enterprise Advertisement Medium Approach of Three-point Interval Number Comparison Matrix Method | IEEE International Conference on Grey Systems and Intelligent Services 会议 | 2007       |  |
| 73. | 石斌<br>刘思峰         | 博士<br>教授       | 091<br>091        | An evaluation system on development of science and technology park                                        | IEEE International Conference on Grey Systems and Intelligent Services 会议 | 2007       |  |
| 74. | 储小俊<br>刘思峰        | 博士<br>教授       | 091<br>091        | Dynamic trading strategies with stochastic and nonlinear price impact                                     | IEEE International Conference on Grey Systems and Intelligent Services 会议 | 2007       |  |
| 75. | 赵旭                | 博士后            | 091               | 基于超效率模型的上市公司投资价值评价                                                                                        | 统计与信息论坛                                                                   | 2007       |  |
| 76. | 李桥兴<br>刘思峰        | 博士<br>教授       | 091<br>091        | 区间型一般初等关联函数构造方法                                                                                           | 系统工程理论与实践                                                                 | 2007       |  |
| 77. | 李桥兴<br>刘思峰<br>谢乃明 | 博士<br>教授<br>博士 | 091<br>091<br>091 | A Method to Construct a New Type of Degree of Grey Incidence                                              | IEEE International Conference on Grey Systems and Intelligent Services 会议 | 2007       |  |
| 78. | 李桥兴<br>刘思峰        | 博士<br>教授       | 091<br>091        | 基于关联度离差赋权的可拓方法                                                                                            | 广东工业大学学报                                                                  | 2007.1     |  |
| 79. | 田建艳               | 博士             | 091               | 基于系统工程的电厂生产过程监控系统设计                                                                                       | 石油化工高等学校学报                                                                | 2007       |  |
| 80. | 夏红芳               | 博士             | 091               | 基于 KMV 模型的农业上市公司信用风险实证分析                                                                                  | 农业经济问题                                                                    | 2007       |  |
| 81. | 夏红芳               | 博士             | 091               | 当前农村金融机构风险及防范对策                                                                                           | 江苏农村经济                                                                    | 2007       |  |
| 82. | 丰立祥               | 博士             | 091               | 生态工业:山西能源经济可持续发展的必由之路                                                                                     | 经济问题                                                                      | 2007       |  |





# 顾客感知价值与竞争优势关系的实证研究

□白 琳 陈 圻

**[摘要]** 顾客感知价值是竞争优势的新源泉的观点已得到了大家的广泛认可,但是缺乏具体的实证研究来印证。本文采用倒推证明法,在借鉴前人研究的基础上,首先证明顾客忠诚(消费者行为倾向)是竞争优势的前因,然后,通过一个手机细分市场的实证研究,再证明顾客感知价值是影响消费行为的重要前因,从而得出了顾客感知价值是竞争优势的重要前因的结论。

**[关键词]** 顾客感知价值;竞争优势;行为倾向;顾客满意;顾客忠诚

**[中图分类号]** F270.7 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1006-5024(2007)07-0069-03

**[基金项目]** 国家自然科学基金资助项目“产品竞争力要素研究”(批准号:79860007)阶段性成果

**[作者简介]** 白 琳,南京航空航天大学经济与管理学院博士生,研究方向为顾客感知价值;

陈 圻,南京航空航天大学经济与管理学院教授,博士生导师,研究方面为产品竞争力驱动因素。

(江苏 南京 210016)

## 一、文献回顾

回顾现有的文献我们发现,从最初的消费者行为倾向研究到目前为止,消费者行为倾向研究已经经历了以下几个发展阶段:质量单因驱动论、满意单因驱动论、满意质量双驱动论、满意主导论、价值主导论和价值满意综合模型。

最初的质量驱动论和满意驱动论属于消费者行为倾向单前因研究,认为导致顾客再次购买和口碑相传的原因是单一的。对于质量与行为倾向的关系的研究中,两次典型的研究结果都表明,质量对消费者的行为倾向有正向的影响(Zeithaml, Berry 和 Parasuraman, 1991)。而另外一个变量满意与行为倾向的关系的研究也得到了类似的结果(Oliver, 1999)。

其后的满意质量双驱动论出现在顾客感知价值产生之前,属于多前因研究。如上所述,既然质量和顾客满意对消费者行为倾向都有影响,那么到底哪一个的影响更大呢?两者的关系又如何呢?自1992年开始, Cronin, Anderson, Taylor 和 Baker 等学者先后对这一问题进行了理论与实证研究。研究的结果大都认为,满意对消费者行为倾向的影响程度要大于质量对其影响程度,同时满意通过质量对行为倾向有间接作用。

1994年后,随着顾客感知价值研究的开展,消

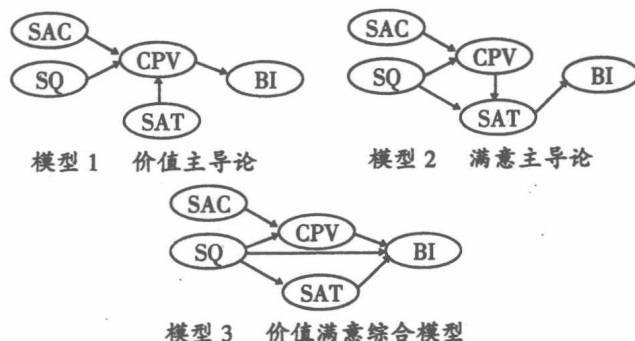


图1 消费者行为倾向多前因的三个研究模型

注:SAC-利失 SQ-服务质量 CPV-顾客感知价值  
SAT-顾客满意 BI-行为倾向

费者行为倾向的前因研究出现了百花齐放的景况,同时出现了满意主导论,价值主导论和价值满意综合模型,也都属于多前因研究(见图1)。由于信念、理论研究背景和实践背景的不同,学者们在提出架构的时候就已经有先入之见,形成不同的“主导派”。这些现有的理论并无对错之分,只是各自强调的重点不同,研究不同,结论自然也大相径庭。

图1中的模型1是价值主导论,多见于顾客感知价值文献,顾客价值主导论的学者们多倾向于将顾客感知价值作为行为倾向最重要的直接前因。该流派多数实证研究的结论是,顾客感知价值是导致消费者行为倾向的直接前因,满意会影响顾客对价值的感知,从而通过顾客感知价值间接地影响行为倾向(Gale,1994;Sweeney,Soutar和Johnson,1999)。模型2的满意主导论多见于研究顾客满意的文献,在这类研究中,学者们认为顾客满意对消费者行为倾向有主要也是最直接的影响,而顾客感知价值对行为倾向的研究则处于次要地位,它主要是通过顾客满意对行为倾向产生间接影响。模型3则是价值满意综合模型,研究综合考虑各个变量之间的关系,将消费者行为倾向各种可能的前因统统都放到一个研究模型之中,检验各个变量之间的统计关系(Cronin,2000)。

## 二、研究假设的理论分析

对于顾客感知价值、顾客满意和消费者行为倾向的关系的研究,由于定义架构、测量方法和对象背景等方面的原因,目前依然没有一个统一的结论。基于本文实证研究的目的,我们对三者的关系做了以下三个假设。

**假设1** 顾客感知价值直接影响顾客满意。直到如今,对于顾客感知价值和顾客满意之间的因果关系依然存在分歧。有的学者支持满意感知因果链(Satisfaction and Value Causal Link),认为顾客感知价值相比顾客满意属于较高层次的概念,具有较为稳定的逻辑判断,是顾客购后行为之后对产品使用的总体评价结果(Bolton and Drew,1991;Petrick,2001),因此满意是因而感知是果。而更多的学者支持感知满意因果链(Value and Satisfaction Causal Link),认为满意对未来的行为倾向具有良好的预测效果,而顾客感知价值则是满意的前因(Brady和Cronin,2001;Cronin,2000;Eggert和Ulaga,2002)。Woodruff和Gardial(1996)也指出顾客感知价值描述出了组织、顾客和服务之间的关系本质,而顾客满意则是顾客对具体提供的产品或服务的实受价值(Received Value)的反映。这一点也得到了Jones和Sasser(1995)的认同。在本文研究中将采用价值满意因果链,这是因为顾客感知价值概念是定义在买或不买的层次上,而满意则是发生在购买之后的评判(Sweeney和Soutar,2001)。此外,由概念得知顾客感知价值是对利得失权衡的感知构架,而顾客满意则是一种情感上的评价反映,社会科学认为,感知是通过过程来触发情感上的反映的。因此可以认为顾客感知价值直接影响顾客满意。

**假设2** 顾客感知价值直接影响行为倾向。在当前的顾

客感知价值文献中,顾客感知价值对行为倾向有直接的影响已得到了理论与实证研究的广泛支持(Eggert and Ulaga,2002;Petrick,2002)。Gross(1997)也指出在行业市场背景下,作为顾客的企业采购经理的决策往往受感知因素的支配而不是情感因素的支配。Grewal(1998)和Sweeney(1999)也指出在购买前的情景下,价值的感知将直接影响到购买意愿。Neal(1999)指出对顾客忠诚而言,虽然顾客满意是必要的,但只有价值才最终驱动忠诚。这是因为最满意的顾客不一定能成为最忠诚的,而价值却是忠诚的预测器。因此我们有理由相信感知价值将直接影响行为倾向。

**假设3** 顾客感知价值通过顾客满意对消费者行为倾向有间接的影响。Fornell(1996)指出顾客感知价值是以顾客满意为媒介对行为倾向产生作用的。McDougall(2000)的实证研究也支持了这一观点,他通过对四个服务行业的核心服务质量、关系服务质量、感知价值、顾客关系和行为倾向之间关系的研究得出,感知价值是满意最重要的一个驱动因素,而顾客满意同时对行为倾向产生直接的作用,由于可以得出感知价值是通过顾客满意对消费者行为倾向有间接的影响。此后Chan(2003),Cronin(2000)和McNaughton(2002)也都纷纷印证了这一观点的正确性。

对于以上的假设,相应的模型如图2所示。



图2 本文研究的模型

## 三、研究设计

**1. 实证背景与数据采集。**为了检验上述假设及模型,对手机市场的一个细分市场(年轻群体)做了一次实证研究,调查对象为手机的个体使用者。经过试调查确认问卷设计的合理性与易懂性,通过整群抽样和简单随即抽样,共发放问卷472份,回收问卷430份,回收率达91.1%,经过预处理之后,其中有效问卷为416份。

**2. 变量的度量。**要研究顾客感知价值、顾客满意和消费者行为倾向之间的关系,需要将3个变量量化。对于顾客感知价值而言,为了尽量与已有的研究可比较以及考虑到实证研究自身的需要,在本文中,我们采用的感知价值的概念是综合评价说,即顾客在经历一段时间的使用后对产品性能、质量、服务、费用等的总体价值的评价。测量方法是采用7级量表,从“非常差”到“非常好”对所使用的手机进行评价。

本文对顾客满意的测量与传统的差距理论保持一致,满意即顾客根据其期望或需要的满足程度而做出的评价,未满足期望和需要的产品或服务将导致不满意。本文研究定义满意为消费者在使用产品过程中其期望的满足状态。顾客对手机的满意情况是通过整体的满意情况来测量的,采用7级

量表。被访者要求从“比期望的差很多”到“比期望的好很多”来评价各自的满意状况。

消费者行为倾向定义为消费者再次购买原品牌产品的可能性。对行为倾向的测量,采用7级量表。询问被访者“今后再次购买装有这种品牌手机的可能性”。从1(“一定不会买”)到7(“肯定会买”)。

#### 四、数据分析与结论

表1 应答者相关特征

| 特征      |       | 频次  | 占样本的比例(%) |
|---------|-------|-----|-----------|
| 性别      | 男     | 214 | 51.3      |
|         | 女     | 202 | 48.7      |
| 使用手机的时间 | 1年以内  | 29  | 7.1       |
|         | 1-3年  | 118 | 28.3      |
|         | 3-5年  | 173 | 41.6      |
|         | 5年以上  | 96  | 23.0      |
| 使用手机的品种 | 诺基亚   | 125 | 30.0      |
|         | 摩托罗拉  | 85  | 20.4      |
|         | 三星    | 81  | 19.5      |
|         | 西门子   | 26  | 6.3       |
|         | 索尼爱立信 | 22  | 5.3       |
|         | 国产品牌  | 45  | 10.8      |
|         | 其他    | 32  | 7.7       |

通过对有效问卷的简单描述性分析,表1给出了本次调查的人口统计变量。通过与《IMI2004-2005 消费行为与生活形态年鉴》的有关数据对比分析,可以确认本次调查的样本数据基本与实际情况相符。运用路径分析方法和SPSS10.0统计软件工具,对假设进行了统计检验,结果见表2和表3。

表2 路径分析

| 变量                  | 标准化回归系数 | t值    | 显著性   |
|---------------------|---------|-------|-------|
| 总的感知价值 <sup>a</sup> | 0.499   | 6.073 | 0.000 |
| 总的满意 <sup>a</sup>   | 0.195   | 2.1   | 0.038 |
| 总的感知价值 <sup>b</sup> | 0.383   | 4.365 | 0.000 |

注:a因变量为行为倾向,自变量为总的感知价值,总的满意。

b因变量为总的满意,自变量为总的感知价值。

表3 直接影响、间接影响和总的的影响协方差矩阵

|      | 直接影响系数 |       | 间接影响系数 |      | 总的影响系数 |       |
|------|--------|-------|--------|------|--------|-------|
|      | 顾客价值   | 顾客满意  | 顾客价值   | 顾客满意 | 顾客价值   | 顾客满意  |
| 顾客满意 | 0.383  | 0     | 0      | 0    | 0.383  | 0     |
| 行为倾向 | 0.499  | 0.195 | 0.075  | 0    | 0.574  | 0.195 |

从表2的概念模型的检验结果显示可以看出,顾客感知价值和顾客满意对顾客的行为倾向有积极且显著的影响,并且顾客感知价值的影响要远远大于顾客满意对行为倾向的影响,两者的标准化回归系数分别为0.499和0.195,t值都大于2;模型的F值为59.762,说明拟合程度很好。

从图3可以推导出表3中各个关系系数,感知价值对行为倾向的直接影响系数为 $\beta_1(0.499)$ ,感知价值对顾客满意的直接影响系数为 $\beta_2(0.383)$ ,顾客满意对行为倾向的直接影响系数是 $\beta_3(0.195)$ ,则感知价值对行为倾向的间接影响

系数为 $\beta_2\beta_3(0.075)$ ,总的影响系数为 $\beta_1 + \beta_2\beta_3(0.574)$ 。

因此,数据分析结果支持前面的假设1和假设2和假设3,即顾客感知价值对消费者行为倾向有直接影响,顾客感知价值对顾客满意也有直接的影响,而且顾客感知价值通过顾客满意对消费者行为倾向有间接的影响作用。

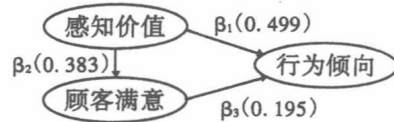


图3 本文研究的结果

#### 五、结语与未来研究方向

本文研究在前人研究成果的基础上再一次证明,顾客感知价值是消费者行为倾向的直接前因之一,顾客感知价值对消费者行为倾向的影响远远大于顾客满意对消费者行为倾向的影响,从而支持了顾客价值主导论;而且表明,顾客感知价值不仅是消费者行为倾向的前因,也是顾客满意的前因,且顾客感知价值对顾客满意有很大的影响。因此从理论意义上来看,这项研究通过倒推证明的方法论证了顾客感知价值与竞争优势的关系,即顾客感知价值是竞争优势最重要的一个前因,为Woodruff提出的“顾客价值是下一个竞争优势的源泉”的论点做了最好的注脚。

本文通过实证分析研究了顾客感知价值、顾客满意及消费者行为倾向之间的关系,但还存在一些局限性有待未来作进一步的研究。首先,本文对顾客价值与竞争优势关系的证明,采用的是倒推法,论证的第1阶段,顾客忠诚与竞争优势的关系,本文只是引用现有的研究,间接证明了该关系的成立,并没有亲自进行实证;其次,本次研究在对顾客满意、顾客感知价值及行为倾向的测量上,采用的都是一个问题的形式,虽然在研究中也许多测量采用的是这种方法,但是,近几年的趋势是对一个维度采用多个问题的形式,这需在今后的研究中不断完善。另外,由于本项研究选取的背景是手机的细分市场,是否具有—般性还需要在其他多种行业中进行验证。

#### 参考文献:

- [1] Woodruff R B, Gardial S F. Know your customer: new approaches to customer value and satisfaction [M]. Cambridge: Blackwell, 1996: 54-59.
- [2] Sweeney C J, Soutar, N G. Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale [J]. Journal of Consumer Research, 2001, 77: 203-220.
- [3] Neal W D. Satisfaction is nice, but value drives loyalty [J]. Marketing Research, 1999, 22(1): 21-23.

[责任编辑:徐国庆]



## 西方顾客感知价值探测方法评介

白 琳, 陈 圻

(南京航空航天大学 经济与管理学院, 江苏 南京 210016)

**摘 要:** 本文通过对国外顾客感知价值研究文献的梳理, 对经典和最新的顾客感知价值探测方法进行了介绍, 并在此基础上对各种探查方法和描述方法进行了评价, 最后提出了未来的研究方向。

**关键词:** 顾客感知价值; 探测体系; 探查方法; 描述方法

**中图分类号:** F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2007)02-0024-07

### 一、引 言

激烈的竞争迫使企业不断寻求获得竞争优势的方法。Thorne 等(2000)曾尖锐地指出, 全面质量管理、企业流程再造及其他提高生产效率的方法将不再能够带来竞争优势。<sup>[1]</sup>企业必须挖掘新的竞争优势源泉。于是, 管理者将目光从企业内部投向了企业外部。其实, 早在 20 世纪 80 年代末, Zeithaml 等人就提出了“顾客感知价值”(customer perceived value)的概念, 认为“顾客并不是因为满意才购买, 他们往往要对可选产品(或品牌)的价值进行比较, 最终选择他们认为能为自己提供最大价值的产品(或品牌)”。因此, 顾客忠诚的根源在于顾客感知价值。顾客感知价值是倾听顾客呼声的最有效工具。<sup>[2]</sup>于是, 顾客感知价值及其相关研究逐渐成为学术界关注的焦点, 并被积极运用于企业实践。顾客感知价值也已成为新的竞争优势来源。<sup>[3]</sup>在理论层面, 虽然学术界对顾客感知价值的战略重要性已达成了共识, 都认为顾客感知价值是企业赢得顾客的关键, 但由于顾客感知价值本身就是一个极其复杂、抽象的概念, 它存在于顾客意识当中, 有关顾客感知价值的研究又涉及心理学、行为学和社会学等多门学科, 这就决定了顾客感知价值探测的复杂性和困难性。<sup>[4]</sup>目前, 国内该领域的研究刚刚起步, 顾客感知价值探测方法仍比较匮乏, 较多依赖访谈技术。但鉴于顾客感知价值本身的特性, 单单依靠访谈技术已不能达到预期的目的。因此, 本文在回顾经典的顾客感知价值探测方法之后, 重点介绍了国外最新的测量方法和视角, 这对我国当前的研究具有重要的现实和理论意义。

### 二、顾客感知价值探测体系

所谓顾客感知价值探测就是运用定性和定量方法来探查和测量顾客感知价值的驱动因素<sup>①</sup>, 以达到认识 and 解析顾客感知价值的目的, 从而为制定企业经营战略提供依据。可以说, 探测顾客感知价值的目的, 就是要将“感知价值”这一根植于心理学的抽象概念向“操作”层面推进, 使之成为企业了解顾客需求, 衡量企业绩效的实用工具。

虽然当前学术界关于顾客感知价值的定义仍存在诸多分歧, 但 Zeithaml(1990)的定义还是得到了

收稿日期: 2006-11-12

基金项目: 国家自然科学基金资助项目《关于产品功能对制造企业竞争力影响的研究》(批准号: 79860007)

作者简介: 白 琳(1980—), 女, 南京航空航天大学经济与管理学院博士研究生;

陈 圻(1949—), 男, 南京航空航天大学经济与管理学院教授, 博士研究生导师。

绝大多数学者的认同。他认为：“顾客感知价值是顾客基于利得(benefits)与利失(sacrifices)<sup>②</sup>感知,对产品效用做出的总体评价。”<sup>[5]</sup>而探测的目的就是要识别关键的利得和利失影响因素(驱动因素),并最终了解各种驱动因素对顾客感知价值的相对重要性。总的来说,顾客感知价值探测体系的研究包括探查研究和描述研究两个阶段。探查研究阶段的主要任务是揭示和发现顾客感知价值的全部驱动因素,而描述研究的主要任务则是对探查发现的顾客价值驱动因素进行测量,旨在通过一系列的定性或定量分析得出各驱动因素的相对重要性。

三、探查方法评介

Woodruff 是最早提倡顾客感知价值管理的研究者之一,也是最早运用系统的方法对感知价值进行研究的学者。他提出了诸如焦点小组、深入访谈等已被实践证明行之有效的办法。这些方法得到了大家的认可(Lapierre, 2000; Scott, 2002; Ulage, 2003; Sakura, 2004),迄今依然在广泛应用。

1. 经典的探查方法

经典的探查方法主要以访谈技术为主,观察法为辅。当前应用最为广泛的访谈技术包括焦点小组(focus group)和深入访谈。<sup>[6]</sup>焦点小组法原先是精神病医生所用的群体疗法,焦点小组通常由 5~12 个顾客组成。在主持人的引导下,焦点小组对可能影响顾客感知价值的各种驱动因素进行深入的讨论。通常,讨论要持续两个小时以上,在一个中立场所进行,一般进行现场录音或录像。通过焦点小组访谈,可以获得其他方法不易得到的信息。在访谈过程中,让参加焦点小组的顾客相互进行交流,常常可以激发他们以某种方式思考问题,这样能够更翔实、准确地确定影响顾客感知价值的驱动因素。深度访谈法(in-depth interview)是一种一对一谈话的方法,访谈者通过与单一受访者的深入交谈,利用详细的诱导性问题来揭示受访者内心深处隐藏的动机。较之焦点小组法,深度访谈更能揭示顾客内心深处不易察觉的价值取向,但却需要花费更多的时间,因为很难从少数几次访谈中得出结论。<sup>[7]</sup>除了访谈法以外,观察法也是较常运用的一种识别驱动因素的探查方法。运用观察法时,观察人员被安排在顾客消费的不同场景,见证并记录顾客购买、使用的信息。通常研究者深入特定的顾客场景,对顾客的购买、使用和用后情况进行观察,记录顾客的行为过程、所遇到的困难、所表现出来的情感等。对以上三种经典探查方法的优劣评价见表 1。

表 1 三种经典探查方法的优劣评价

|      | 优 点                                  | 缺 点                                    |
|------|--------------------------------------|----------------------------------------|
| 观察法  | 直接看到真实情况;不受被观察对象意识的影响                | 只能观察行为和正常的物理特性                         |
| 焦点小组 | 互动性可以激发参与者的思维;可以直接观察顾客;省时省力,容易执行     | 有些参与者会隐藏自己与众不同的观点;容易受主持人的影响;数据来源多,较难分析 |
| 深度访谈 | 消除群体压力,信息真实;深入探查被隐藏的价值取向;数据来源单一,较易处理 | 难以很快得出普遍适用的结论;费时费力                     |

资料来源:根据相关文献整理。

Woodruff 认为,这些定性访谈技术既是整个顾客感知价值研究过程的开端,又是决定最终成功的关键。他把运用访谈技术比喻为传统的农民使用最原始的工具进行耕种,虽然效率不高,但产出却超越了那些使用现代农机的农户,这是因为亲历亲为的农民熟悉土壤的性质,在播种季节会根据不同的土壤和湿度播种不同的农作物。而在顾客感知价值研究初期采用访谈和观察等探查方法也是这个道理,它们对于其后的驱动因素测量是必不可少的,并且为测量提供了可靠的数据来源和研究基础。<sup>[8]</sup>但是,这些访谈技术在实际运用过程中遇到的最大问题,就是会因被访者答非所问而使效果大打折扣,而且普通的访谈难以了解顾客的深层次需求。因此,在访谈过程中必须运用更加有效的访谈手段和技巧,力争在人力物力允许的条件下取得尽可能大的访谈效果。

## 2. 探查方法的新进展——阶梯法和全程法

Flint 等人针对传统访谈技术存在的不足,将“手段—目的”链(means-end chain)理论引入顾客感知价值的探查,构建了顾客价值的层级结构,并且指出顾客感知价值由三个具有递进关系的层级(分别为产品属性层、结果层和目的层)组成。他还认为,顾客首先是对产品的有关属性形成预期和感知,产品属性会使顾客在消费产品的过程中产生使用的结果,而使用结果的产生就能实现顾客满足一定需求的目的。<sup>[4]</sup>传统的访谈技术由于自身的不足而只能调查顾客对产品属性层面的感知价值,而产品属性层往往只是更高层级的顾客价值——结果层和目的层的实现手段,不从结果层和目的层去进行分析,就不可能了解顾客为什么需要这些属性、是否还需要其他属性等深层次问题。因此,访谈人员要想通过访谈来准确把握顾客感知价值,就必须更深入地挖掘顾客对更高层次的价值的感知和评价。

Woodruff 将逐级深入的挖掘过程比喻为“剥洋葱”,从顾客常会自然谈及的产品属性层开始,一层一层地追问下去,直到他们谈及自己的最终目标,最后便可得到顾客关心的属性、结果和目标各层次的要素集合。为此,Flint 等人提出了两种富于创见的“剥洋葱”法——阶梯法(ladder)和全程法(grand tour)。<sup>[9]</sup>所谓“阶梯法”,就是层层追问的方法。比如说,当顾客谈到他自己很注意汽车仪表盘的位置时,访谈情形可能是这样的:“我非常注重仪表的位置。”“这为什么对你很重要?”“这样,我能集中注意力,看清路面。”“为什么看清路面十分重要?”“因为我不想让我和我的家人遭遇危险。”“为什么这对你来说是重要的?”“因为我想让我的家人时时安全。”“为什么家人的安全那么重要?”“因为我爱我的家人。”这里,我们可以看到最初的“仪表位置”属于产品属性层,随后的“集中注意力”和“不危及家人”则属于产品结果层,最后“家人安全”和“对家人的爱”则属于产品目的层,通过这种追问方法就能够将不同价值层级的要素全部揭示出来。但是,该方法也存在不足:访问者不断重复追问对于顾客来说结果显而易见的问题,常常会使顾客感到厌倦。此外,不同顾客的价值层结构是不同的,这会对于后续数据整理和分析工作造成一定的困难。全程法是一种间接揭示顾客价值层的方法,访谈者先让顾客讲述自己购买或使用某一产品过程的连续细节,然后通过对顾客购买或使用的“全过程”进行分析,找出顾客感知价值的驱动要素。实施全程法的一个前提,就是假设能够了解顾客在特定环境(如购买前、购买、使用或遗弃)下对产品的具体态度和处理方式。与阶梯法相比,全程法并不是直接探究顾客价值的层级结构,而且留给顾客更多的自由发挥空间,因此得到的信息量往往是阶梯法的三倍左右。同时,全程法也对访问者提出了更高的要求,即要求访问者在访谈时始终引导顾客不偏离主题。<sup>[4]</sup>

Flint 等对顾客感知价值探查方法的突出贡献在于提出了顾客价值的层级结构,这一结构正逐渐得到大家的认可,其对顾客进行价值评价和选择的心理过程模拟和契合也在为学术界所接受。同时,Flint 等为揭示顾客价值驱动因素阶段所做的“剥洋葱”比喻,对顾客价值驱动因素的识别研究具有一定的启发意义,而他所应用的“阶梯法”、“全程法”已成为优秀的识别顾客感知价值的定性方法。但是 Flint 等的研究也存在以下不足:(1)顾客价值要素的权重是指这一要素对其上层要素(如属性层对结果层)的重要性,而不是对顾客感知总价值的重要性;(2)其构建的顾客价值层级虽然能够解释顾客预期价值和感知价值的形成,但在探查实践中却只对顾客感知价值进行了探测,并未涉及顾客预期价值的探测;(3)顾客价值层级的构成并没有经过实证研究的检验。这些不足仍有待于理论发展和实证研究来进一步完善。

## 四、描述方法评介

### 1. 经典的描述方法——顾客价值图

当前应用最广且得到普遍认可的描述方法是 Gale 提出的“顾客价值图”(value map)(Kevin, 1998; Indrajit, 1998; Ulage, 2001)。Gale 根据“顾客感知价值是相对于一定价格的质量”的定义,提出了一个基于质量(利得)与价格(利失)两个维度的顾客价值探测方法。<sup>[10]</sup>质量维度包括导致顾客购买的产品属性,价格维度包括顾客支付的真实成本和认知成本。Gale 所采用的测量顾客价值的方法比较简单。首



先,细分质量与价格两个基本维度,并且通过焦点小组等方法来探查顾客关心哪些质量问题和哪些价格问题。例如,对汽车消费者的研究表明,在质量方面,消费者关心安全性、驾驶舒适性和保养便利性三个方面;在价格方面,消费者关心售价、折扣、转卖价格和贷款利率等四个方面。其次,对顾客关心的价值要素赋予权重,采用的方法是让受访顾客把 100 分分配到上一步识别的顾客价值要素上。最后,测量顾客对不同品牌各价值要素的绩效感知。请顾客为不同品牌各个价值要素的绩效表现打分(10 分制)。在以上测量的基础上,Gale 分别以相对感知质量比率和相对价格比率为横、纵坐标绘制了价值图(参见图 1),依行业中每家企业的质量与价格比将其相应的位置标注在图上。企业的相对感知质量比率和相对价格比率可能大于、小于或等于 1,Gale 把 1.0 作为横、纵坐标上的分界点。图中 45°斜线(可称为“物有所值”线)表示的是质量与成本相等的点。Gale 解释说,这条线表示在顾客看来质量恰好等于价格。当企业位于这条线上时,说明在顾客看来,它的产品质量相对于价格而言物有所值,顾客会感到基本满意,因而恰好能够保证顾客不流失。位于“物有所值”线左上区域的企业其产品质量低于价格,因此“物有不值”,从而会导致顾客流失;而位于右下区域的企业其产品则物超所值,从而能保持顾客忠诚,而且还能吸引新的顾客。

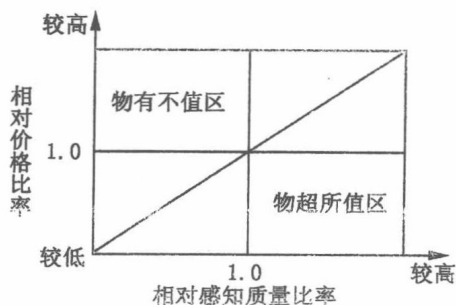


图1 Gale的顾客感知价值图

资料来源:根据本文参考文献[10]

整理。

Gale 对顾客感知价值探测方法的主要贡献在于:首先,提供了一种直接比较企业与竞争对手产品的顾客感知价值的方法。根据比较的结果,企业就可以预测市场份额的变化。Gale 之所以关心这一比较结果,是因为他假设顾客总是选购他们认为能为自己提供最大价值的产品。其次,利用企业与竞争对手在质量和成本上的得分比来表示企业提供顾客价值的方法,实现了顾客导向和竞争导向的结合;同时,Gale 也认识到不同维度的重要性是不同的。综上所述,Gale 的主要贡献在于弥补了顾客满意度测量缺乏竞争导向性的缺陷。但是,Gale 的研究也存在以下不足:当市场上竞争企业较多时,这个方法就不再适用。Gale 将顾客价值应用于竞争分析,对比本企业在提供顾客价值方面与竞争对手的差距,但是,Gale 让顾客对不同品牌进行打分的方法是不可取的。因为,在通常情况下,同一顾客不可能对所有品牌都有使用的经验,而且,当顾客的质量和价格偏好差异较大,导致两家竞争企业的相对顾客价值都大于 1 时,相对顾客价值就无法有效地预测企业市场份额的变化。

## 2. 描述方法的新进展

在当前新的竞争背景下,Woodruff 因突破了传统的“质量—价格”二维顾客感知价值(Gale 等人的定义)测量方法而倍受理论界的关注。他将顾客感知价值看作一个多层次、多因素的有机集合,他在顾客感知价值描述方法上较之 Gale 的突破之处在于对价值要素战略定义的判断。<sup>[11]</sup> Woodruff 借鉴了 Alpert 的思想<sup>[12]</sup>,认为能够吸引和激励顾客的因素,是那些顾客认为非常重要且导致各竞争企业绩效之间存在较大差异的要素。因此,他在 Gale 的基础上增加了“企业间绩效差异(称竞争差异)”这个评价维度,利用“双量表”<sup>③</sup>直接测得重要性和竞争差异数据,绘制重要性/竞争差异矩阵来分析价值要素,<sup>[13]</sup>落在不同象限的顾客价值要素具有不同的战略意义。位于矩阵第Ⅰ象限的是重要性和竞争差异都很高的“竞争优势要素”,表示在这些要素上表现卓越,就会拥有竞争优势;位于第Ⅱ象限的是重要性很高,但企业之间绩效差异不大的“竞争标准要素”。Woodruff 认为,这些要素构成标准竞争力——企业在这类要素上的绩效不必比竞争对手高很多,但至少要与竞争对手持平;位于第Ⅲ象限的是顾客重要性低、各企业竞争差异不大的要素,企业在这类要素上不能获得竞争优势,因此它们被称为“非战略要素”;对顾客不重要但企业之间存在绩效差异的要素位于第Ⅳ象限,虽然这些因素对顾客不重要,但如果企业在这类要素上表现突出,就会因为与众不同而受到顾客的青睐。因此,这些要素能够为企业创造差异化机



会,被称为“竞争特色要素”。这种分析方法的基本思想是:顾客对企业的选择建立在各企业绩效差别对比的基础上。如果顾客认为,所有竞争企业在某个价值维度上的绩效都相同,那么即使这个维度很重要,它也不会对顾客的选择产生影响。因此,具有高重要性、高竞争差异的价值维度对企业的战略意义最大。较之 Gale 的方法,此方法的创新之处在于:在双维度思考的基础上,利用重要性/竞争差异矩阵区分了四种不同战略意义的顾客价值要素,从而凸显了竞争优势来源;同时,把业已成熟的顾客满意测量方法(如双量表)引入顾客价值测量,为顾客价值的定量测量找到了新的方法。Woodruff 的重要性/竞争差异矩阵虽然在原理和思想方法上很有意义,但是在进行量化操作的时候会遇到如何确定横、纵坐标高低分界线的困难。Woodruff 没有提出解决这个问题的方法。针对这一不足,Frochot 认为可采用“突然下降法”来确定分界线。<sup>[14]</sup>此外,Woodruff 采用“双量表”来测量竞争差异的做法仅适用于少数企业之间的比较。一旦竞争对手过多,顾客判断起来就很困难,而行业中存在众多竞争企业的情况非常普遍。在这一点上,Woodruff 方法与 Gale 方法具有同样的局限性。从原理上看,Woodruff 虽然考虑了顾客对价值要素重要性的看法和顾客感知的企业间绩效差别两个因素,但忽略了顾客期望价值,从而导致 Woodruff 在寻找竞争优势来源时把目光主要锁定在第 I 象限。<sup>[15]</sup>实际上,落入第 II 象限的要素并不能被简单地看作是标准竞争要素。若把顾客期望价值考虑进去的话,这里面很可能也会有优势要素,即那些顾客期望很高,同时各企业对其满足程度又很低的要素,所以仅从“重要性”和“竞争差异”两个维度来进行分析也是不够的。

针对 Woodruff 描述方法存在的不足,很多研究者对顾客感知价值驱动因素的探测研究进行了更为积极的探索。Ulage(2003)提出了“驱动因素透视图”(drivers profiles)。<sup>[16]</sup>该方法的理论指导是  $CPV = \partial_1 x_1 + \partial_2 x_2 + \dots + \partial_i x_i$ ,其中 CPV 表示顾客感知价值, $x_i$  表示顾客感知价值驱动因素, $\partial_i$  则是驱动因素  $x_i$  对于顾客感知总价值的重要性。上式可包含影响顾客感知价值的全部驱动因素,而且  $\partial_i$  是驱动因素  $x_i$  对顾客感知总价值的重要性,而不是对上层要素的重要性。在实证研究中,Ulage 把企业的顾客作为研究对象,主要研究顾客对供应商所提供的价值的感知,通过对美国中小型制造企业 21 个采购经理的深度访谈,识别了对供应商的八个驱动因素,包括价格、产品质量、上市时间、服务支持、交货期、供应商能力、关系互动以及管理成本。在实际研究中,这八个因素被赋予不同的权重,通过顾客对不同供应商在这八个方面(甚至在八个因素更具体的子因素上)的绩效表现进行打分,可在图上把每一维度的得分连接起来形成不同的八边形,最后得出每家企业的总分。这样,不仅可获得总体绩效,而且还可以分别比较各个驱动因素。

按照上述方法,Ulage 图示了供应商 A 和供应商 B 两个竞争厂商的绩效表现(参见图 2),并采用七级量表(1 表示最差,7 表示最好)打分,每个驱动因素下方的数字表示该因素的权重。从图中可以清晰地看到对两个供应商的各驱动因素进行比较的结果,供应商 A 在质量、服务支持、交货期和价格方面略胜一筹,而在管理成本、上市时间、能力和关系互动方面稍逊于对手。由图可见,其实供应商 A 和 B 的价值传递,对于企业顾客虽说是两种不同的方式,但却是互补的。因为,虽然供应商 B 在传统的价值维度(如价格)上得分较低,但在增值(value-adding)维度方面(产品质量、上市时间、供应能力等)表现较优,这种情形比较符合新产品开发企业;而一旦新产品成熟,对于顾客来说,供应商 A 无疑是个更好的选择(传统维度的优势)。此外,通过上述理论公式,将八个驱动因素的得分与自身权重相乘加总,可得出某相关供应商的总体绩效。从图 2 可得,

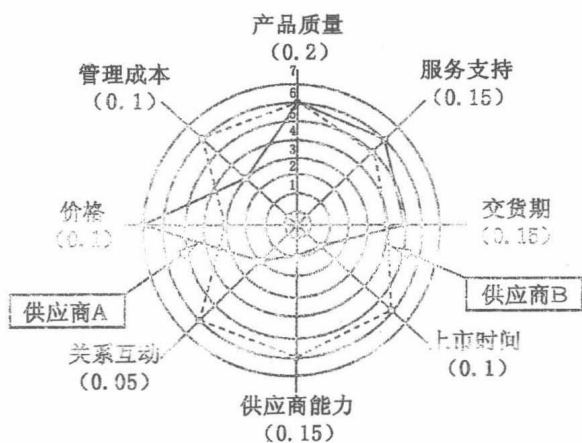


图2 驱动因素透视图

一旦新产品成熟,对于顾客来说,供应商 A 无疑是个更好的选择(传统维度的优势)。此外,通过上述理论公式,将八个驱动因素的得分与自身权重相乘加总,可得出某相关供应商的总体绩效。从图 2 可得,

供应商 A 的得分为 4.2, B 为 5.25, 因此可以说供应商 B 比 A 给顾客提供了更多的价值。驱动因素透视图不仅是一种测量手段, 更是一种有效的管理工具。通过与竞争对手的比较, 供应商能一目了然地看到自己的优势与劣势, 进而维持优势, 改进不足。比如, 供应商 B 会寻找自身管理成本相对于 A 处于劣势的原因, 从而采取相应的措施来缩小差距。透视图也能帮助供应商除了关注价格和差异这两个竞争焦点因素之外, 还兼顾其他驱动因素。

该方法克服了双维度的重大缺陷, 可以比较不同驱动因素, 同时可在图上标注若干竞争企业的不同维度得分, 而不再仅局限于质量与价格两个维度或只限于两家企业之间的比较。但是, 也有研究者指出了该方法存在的不足: 驱动因素透视图是一种静态图, 不能体现在整个顾客价值生命周期内驱动因素的动态变化特点, 因为驱动因素在不同的时点具有不同的权重和绩效表现。<sup>[17]</sup> Hogan(2001)认为, 可通过测量顾客生命周期内的利得和利失净现值来克服此不足, 但迄今还没有实证研究论及这个问题。<sup>[18]</sup> Eggert(2006)也曾试图通过预测顾客关系生命周期阶段来分析顾客感知价值的动态变化。<sup>[19]</sup>

## 五、结论与展望

虽然对顾客感知价值的研究已有十多年的历史, 但是真正引起学者与实际工作者的重视只是近几年的事, 顾客感知价值的探测还没有形成完善的方法体系, 仍处于起步阶段(Ulaga, 2001; Eggert 和 Ulaga, 2002)。鉴于顾客感知价值探测的复杂性, 在实际运用过程中还必须注意以下几方面的问题。

### 1. 定性与定量互为补充

不管是探查方法还是描述方法都存在一定的不足, 没有一种方法能够解决全部问题, 最初以定性为主的探查方法是为其后的定量测量提供数据和分析基础, 而定量研究又是定性研究的深化和延伸。在研究实践中, 必须根据实际情况运用不同的方法, 使其相辅相成、互为补充。

### 2. 多维测量方法体系的建立

目前, 顾客感知价值探测研究多采用二维指标, 即传统的质量和价格维度, 以后顾客价值探测研究的重点应放在针对顾客感知价值多维度的特性上, 建立更加严谨和完善的多维测量方法体系, 克服二维度法的先天不足, 使研究假设更加贴近顾客感知的实际价值。

### 3. 范围和维度多角度测量

当前的研究大多只是从范围角度对驱动因素模型进行识别和验证, 但却忽视了顾客感知价值定义所强调的利得与利失不同视角的构面, 从而使得其后的研究偏离了定义, 体现不出顾客感知价值研究相对于其他市场营销理论的独特性。因此, 以后的研究有必要从维度(感知利得和感知利失)和范围(如产品、服务或关系相关性等)两个角度分别探测顾客感知价值驱动因素的相对重要性, 使得测量结果更加全面。

### 4. 对感知价值动态性的有效测量

当前, 绝大多数的顾客感知价值探测都是静态的, 没有考虑时间因素。其实, 在整个感知过程中, 顾客感知价值是随时间而变化的。当前的研究只是截取其中的某一时段进行研究, 而很少有人问津顾客感知价值变化预测问题。除了上述净现值法之外, 其实可尝试预测触发因素的变化来测度感知价值的动态变化, 运用顾客关系管理中的多情景预测法来加以解决。Beverland(2003)曾通过案例分析对 B2B 市场上的顾客感知价值变化情况进行了研究, 在缺乏理论指导的情况下, 这些方法都值得我们借鉴。<sup>[20]</sup>

### 5. 先进数学方法的引用

顾客感知价值涉及很多社会、心理变量, 这些变量都不能准确、直接地测量(这种变量称为潜变量); 传统的统计分析方法不能妥善处理这些潜变量, 而结构方程模型则能同时处理潜变量及其指标。因此, 我们可以采用这种方法来测量和验证顾客感知价值的驱动因素。

此外, 顾客感知价值是一个复杂的概念, 随着对这一概念理解的加深和顾客感知价值理论研究的深入, 我们必然会将更多的社会学、心理学和数学等学科的研究方法运用到对顾客感知价值的探测, 这也

是未来探测方法研究的方向之一。总之,顾客感知价值探测方法的研究是一座刚刚开发的学术研究“金矿”,还必须有一批有志者共同来开采。随着研究的深入和理论成果的积累,顾客感知价值探测方法体系会得到逐步的补充与完善。

#### 注释:

①驱动因素是指顾客感知价值的来源或构成顾客感知价值的要素。

②感知利得是指在产品购买和使用过程中产品的物理属性、服务属性、可获得技术支持等;感知利失包括购买者因购买而发生的全部成本,如购买价格,获得成本,运输、安装、订购、维修费用以及维护与供应商的关系所耗费的精力和时间等等。

③“双量表”指的是顾客价值驱动因素重要性量表和企业竞争差异量表。

#### 参考文献:

- [1]Thorne, K, and Smith, M. Competitive advantage in world class organization[J]. Management Accounting, 2000, 78(3): 22—26.
- [2]Zeithaml, V. Consumer perceptions of price, quality and value: A means-end model and synthesis of evidence[J]. Journal of Marketing, 1988, 52 (7): 2—22.
- [3]Woodruff, R B. Customer value: The next source for competitive advantage[J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 1997, 25 (2): 139—153.
- [4]Flint, D J, Woodruff, R B, and Gardial, S F. Exploring the phenomenon of customers, desired value change in a business-to-business context[J]. Journal of Marketing, 2002, 66(10): 102—117.
- [5]Zeithaml, V, Parasuraman, A, and Berry, L. Delivering quality service, balancing customer perceptions and expectations[M]. New York: The Free Press, 1990: 30—32.
- [6]Jozee Lapiere. Customer-perceived value in industrial contexts[J]. Journal of Business & Industrial Marketing, 2000, 15(2): 122—140.
- [7]Ulage Wolfgang, and Eggert Andreas. Value-based differentiation in business relationships: Gaining and sustaining key supplier status[J]. Journal of Marketing, 2006, 70(1): 119—136.
- [8]Woodruff, R B, and Gardial, S F. Know your customer: New approaches to customer value and satisfaction[M]. Cambridge: Blackwell, 1996: 54—59.
- [9]Flint, D J, and Woodruff, R B. The initiators of change in customers' desired value[J]. Journal of Industrial Marketing Management, 2001, 30(4): 102—117.
- [10]Gale, T B. Managing customer value: Creating quality and service that customers can see[M]. NY: Free Press, 1994: 28—34.
- [11]Ulage Wolfgang. Customer value in business market—an agenda for inquiry[J]. Journal of Industrial Marketing Management, 2001, 30(2): 315—319.
- [12]Alpert, M I. Identification of determinant attributes: A comparison of methods[J]. Journal of Marketing, 1971, 8(4): 184—191.
- [13]Woodruff, R B. Serving the marketing discipline through journal reviews[J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 2003, 31 (3): 327—330.
- [14]Frochot, I, and Hughes, H. HISTOQUAL: The development of a historic houses assessment scale[J]. Tourism Management, 2000, 21(2): 157—167.
- [15]Moller, K E, and Torronen, P. Business suppliers' value creation potential: A capability based analysis[J]. Industrial Marketing Management, 2003, 32(2): 109—118.
- [16]Ulage Wolfgang. Capturing value creation in business relationship: A customer perspective[J]. Industrial Marketing Management, 2003, 32(4): 677—693.
- [17]Ulage Wolfgang. Relationship value in business markets: The construct and its dimensions[J]. Journal of Business-to-Business Marketing, 2005, 12(1): 73—99.
- [18]Hogan, J E. Expected relationship value: A construct, a methodology for measurement, and a modeling technique[J]. Industrial Marketing Management, 2001, 30(3): 339—351.
- [19]Eggert Andreas, Ulage Wolfgang, and Schultz Franziska. Value creation in the relationship life cycle: A quasi-longitudinal analysis [J]. Industrial Marketing Management, 2006, 35(1): 20—27.
- [20]Beverland, Michael, and Lockshin, Larry. A longitudinal study of customers' desired value change in business-to-business markets [J]. Industrial Marketing Management, 2003, 32(4): 653—666.

(责任编辑:谷 化)