

经济学研究

电子商务环境下客户价值的影响因素分析

张存芬¹, 李发林¹, 顾丽春²

(1. 云南国防工业职业技术学院, 云南 昆明 650222; 2. 云南农业大学 工程技术学院, 云南 昆明 650201)

收稿日期 2008-11-15 修回日期 2008-12-22 网络版发布日期 接受日期

摘要 随着企业e化趋势的不断加强, 客户价值的多维度日益明显, 客户价值随着客户消费环境的变化而发生变化。在以客户为导向的电子商务环境下, 客户已成为企业获得竞争优势和利润的重要资源。对电子商务环境下客户价值的影响因素进行深入分析对企业具有重要意义。试图通过对客户价值因素进行系统分析, 为企业开展电子商务提供一些理论指导。

关键词 [电子商务](#); [客户价值](#); [影响因素](#)

分类号 [F 270.7](#)

DOI:

通讯作者:

作者个人主页: [张存芬¹](#); [李发林¹](#); [顾丽春²](#)

扩展功能

本文信息

▶ [Supporting info](#)

▶ [PDF \(703KB\)](#)

▶ [\[HTML全文\] \(0KB\)](#)

▶ [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“电子商务：客户价值：影响因素”的 相关文章](#)

▶ 本文作者相关文章

- [张存芬](#)
- [李发林](#)
- [顾丽春](#)