

科技管理创新

消费者创新性与新产品创新性行为关系研究

阿布力孜·布力布力,张新国

中南财经政法大学 工商学院,湖北 武汉 430071;新疆农业大学 经贸学院,新疆 乌鲁木齐 830052

收稿日期 2013-3-7 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 为了减少消费者创新性与新产品采用行为关系的分歧,在对消费者创新性进行分类的基础上探讨了两者的关系。结果表明,消费者固有创新性对新产品采用行为只有很弱的影响,与新产品采用缺乏直接关联;特定领域创新性与新产品采用行为存在正向显著关系;替代性创新性对新产品采用行为没有直接影响;特定领域创新性对消费者固有创新性与新产品采用之间的关系具有调节作用。结论不仅有助于更好地了解消费者创新性与新产品创新性行为之间的关系,还可为新产品营销实践提供参考。

关键词 [消费者创新性](#) [新产品创新性](#) [替代性创新性](#) [新产品采用行为](#)

分类号 [F273.1](#)

DOI: [10.6049/kjbydc.2013010851](#)

引用本文: 阿布力孜·布力布力,张新国. 消费者创新性与新产品创新性行为关系研究[J]. 科技进步与对策, 2013, 30(7): 17-21.

对应的英文版文章: [2013-07-004](#)

通讯作者:

阿布力孜·布力布力

作者个人主页: [阿布力孜·布力布力;张新国](#)

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(799KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)
- ▶ [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](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“消费者创新性”的相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
 - [阿布力孜布力布力](#)
 - [张新国](#)