

“锦上添花”还是“差强人意”——从信息处理模式的视角探讨消费者对融合产品的评价

张如慧, 张红霞, 雷静

张如慧, 东北财经大学萨里国际学院助理教授, E-mail: juhuichang@gmail.com。

张红霞, 北京大学光华管理学院市场营销系教授, 博士生导师, 通讯作者, E-mail: hxzhang@gsm.pku.edu.cn。

雷静, 澳大利亚墨尔本大学商业经济系高级讲师, E-mail: lej@unimelb.edu.au。

Consumer evaluations of convergent products: A study from the viewpoint of information processing style

Chang Ju-Hui, Zhang Hongxia, Lei Jing (Jill)

Chang Ju-Hui, Surrey International Institute, Dongbei University of Finance and Economics;

Zhang Hongxia, Guanghua School of Management, Peking University;

Lei Jing (Jill), Department of Management & Marketing, The University of Melbourne.

[摘要](#)

[图/表](#)

[参考文献\(0\)](#)

[相关文章\(0\)](#)