

区域科学发展

网络互动中的群体趋同效应及其影响机制

周宏,张皓,劳沛基,刘大海

暨南大学 管理学院, 广东 广州 510632

收稿日期 2014-3-13 修回日期 网络版发布日期 接受日期

**摘要** Web2.0下的消费者互动更加频繁,更具有自主性,产生的效果也更持久、深刻。网络互动中,在共同氛围、压力等因素的作用下网络群体呈现趋同特征,对个体消费者的认知与行为具有重要影响。在文献研究的基础上,提出了网络互动中群体趋同的3种机制即认知性趋同、情绪性趋同、社会性趋同,并探讨了个体因素、群体因素和情境因素3类影响要素对网络群体互动趋同效应的影响和作用机理。最后,对未来的研究方向进行了展望。

**关键词** [网络消费者](#) [网络互动](#) [趋同效应](#)

**分类号** [F713.56](#)

**DOI:** [10.6049/kjbydc.2013110450](#)

**引用本文:** 周宏,张皓,劳沛基等.网络互动中的群体趋同效应及其影响机制[J].科技进步与对策,2014,31(13):68-72.

对应的英文版文章: [2014-13-014](#)

**通讯作者:**

周宏

作者个人主页:周宏;张皓;劳沛基;刘大海

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(1088KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(OKB\)](#)
- ▶ [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“网络消费者”的相关文章](#)

▶ 本文作者相关文章

- [周宏](#)
- [张皓](#)
- [劳沛基](#)
- [刘大海](#)