

企业管理创新

效用空间驱动下的产品在线定制过程研究

伊辉勇,刘伟,

重庆科技学院经济管理学院;重庆大学经济与工商管理学院;

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 根据主观效用理论和二元价值结构理论,提出了在线定制产品的效用空间概念,并详细讨论效用空间的内容及产品在线定制过程的实质。针对不同类型的顾客提出其产品在线定制过程的模型,并讨论不同效用空间驱动下顾客在线定制产品的各种选择,最终得出“顾客根据产品在线定制前预期的效用空间大小和产品完成定制后实际效用空间大小来决定在线定制的各步骤”的结论。

关键词 [产品](#) [主观效用](#) [效用空间](#) [在线定制](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2009-12-024](#)

通讯作者:

伊辉勇

作者个人主页: 伊辉勇;刘伟;

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(226KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)
- ▶ [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“产品”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
 - [伊辉勇](#)
 - [刘伟](#)
 -

