

知识管理与工程

集成情境的产品品类生命周期特征知识管理模型

肖 亮

浙江工商大学 工商管理学院, 浙江 杭州 310035

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

**摘要** 在消费市场瞬息万变和分销资源日益稀缺的今天, 如何根据产品品类所处生命周期阶段的差异性, 来实现产品品类间分销资源的合理配置, 已经成为众多企业关注的焦点。在阐述产品品类生命周期特征知识管理模型的基础上, 定义了销售量、市场占有率和销售利润率3类知识“情境”, 建立了基于情境认知的产品品类生命周期特征知识推理规则, 并结合某零售企业日化产品品类的销售数据进行了实证研究。

**关键词** [情境知识](#) [产品品类](#) [生命周期](#) [知识发现](#)

分类号

**DOI:**

对应的英文版文章: [2009-04-033](#)

通讯作者:

肖 亮

作者个人主页: 肖 亮

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(229KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)
- ▶ [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“情境知识”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
- [肖亮](#)

