

产业技术进步

集群品牌创建关键影响因素研究：基于生态视角

王启万,朱虹,吴作民

南京大学 管理学院, 江苏 南京 210093

收稿日期 2014-2-25 修回日期 网络版发布日期 接受日期

**摘要** 集群品牌创建关键影响因素体系的构建,有助于地方政府、行业协会、企业和利益相关者创建和发展集群品牌。基于品牌生态系统框架,通过文献研究,构建了集群品牌关键影响因素概念模型,然后通过大样本问卷调查进行了探索性因子分析和验证性因子分析,结果表明,宏观系统、产业环境、品牌载体、品牌企业4类因素正向影响品牌市场因素,宏观系统因素还通过品牌载体因素的中介作用正向影响品牌市场因素,资源环境因素通过品牌企业因素的中介作用正向影响品牌市场因素。

**关键词** [集群品牌](#) [品牌创建](#) [品牌生态系统](#)

分类号 [F263](#)

**DOI:** [10.6049/kjbydc.2013120235](#)

**引用本文:** 王启万,朱虹,吴作民等. 集群品牌创建关键影响因素研究: 基于生态视角[J]. 科技进步与对策, 2014, 31(15): 59-64.

对应的英文版文章: [2014-15-013](#)

通讯作者:

王启万

作者个人主页: 王启万;朱虹;吴作民

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(1585KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(OKB\)](#)
- ▶ [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“集群品牌”的 相关文章](#)

▶ 本文作者相关文章

- [王启万](#)
- [朱虹](#)
- [吴作民](#)