

# 企社合作中龙头企业关系资本投入的影响因素

——基于湖南省的调查

杜红梅, 陈鹏

(湖南农业大学商学院, 湖南 长沙 410128)

**摘要:** 基于供应链关系管理理论和湖南省 110 家龙头企业的调查数据, 从农民专业合作社特质和龙头企业与合作社相互关系两方面选取管理能力、产品能力、产品重要性、负责人能力、负责人品德、交往经验、相互依赖性 & 组织适应性 8 个变量, 采用多元回归模型对龙头企业关系资本投入的影响因素进行分析, 结果表明: 农民专业合作社负责人品德和龙头企业与合作社交往经验、相互依赖性对于龙头企业关系资本投入具有显著正向影响, 其中交往经验的影响程度最大, 其次是合作社负责人品德, 相互依赖性影响最小。

**关键词:** 农业产业化; 龙头企业; 农民专业合作社; 关系资本

中图分类号: F326.6

文献标志码: A

文章编号: 1009-2013(2015)06-0019-06

## Influencing factors of relationship capital investment of leading enterprises in the cooperation of enterprises and farmers' cooperation organizations: Based on the survey data of Hunan province

DU Hongmei, CHEN Peng

(Business School, Hunan Agricultural University, Changsha 410128, China)

**Abstract:** Based on the theory of relationship management of supply chain and data from 110 leading enterprises in Hunan province, by choosing eight variables of management capability, product performance, significance of product, capability of the chairman, morality of chairman, associating experience, mutual dependence and applicability from two aspects: characteristics of farmer's specialized cooperative organization as well as the mutual relationship, this paper adopts multiple regression model, discusses the influencing factors of the relationship investment from leading enterprises. The result reveals that, mutual associating experience, mutual dependence and personal character of chairman of cooperation organization have obvious positive influence on relationship investment from leading enterprises, among which the associating experience has the strongest impact, morality of chairman has the second strongest impact and mutual dependence has the least impact.

**Keywords:** agriculture industrialization; leading enterprises; farmers' cooperation organization; relationship capital.

### 一、问题的提出

2012年3月国务院发布的《关于支持农业产业化龙头企业发展的意见》明确提出: 农业产业化是

中国农业经营体制机制的创新, 是现代农业发展的方向; 要坚持机制创新, 大力发展龙头企业联结农民专业合作社、带动农户的组织模式, 与农户建立紧密型利益联结机制。近几年中央“一号文件”都强调, 要大力支持发展多种形式的新型农民专业合作社(以下简称为合作社)和培育壮大龙头企业, 创新农业生产经营体制, 稳步提高农民组织化程度, “龙头企业+农民专业合作社”成为中国现代农业的重要组织模式。然而, 有关针对中国“农业产业化重点龙头企业”供应链的实证分析显示, 涉农供

收稿日期: 2015-08-21

基金项目: 湖南省高校创新平台开放基金项目(13K067); 湖南省涉农企业发展研究中心资助项目; 湖南农业大学资助项目(XCX13003)

作者简介: 杜红梅(1965—), 女, 湖南长沙人, 博士, 教授, 主要研究方向为农业市场与贸易、农产品供应链。

应链普遍存在主体间合作意识淡薄、节点企业间缺乏信任、衔接信息交流不畅通、链条管理成本高等问题<sup>[1]</sup>。

作为农业产业化龙头的加工企业,肩负着带动“龙身”舞动的重任,是涉农供应链合作的关键方,其合作行为直接影响合作稳定性和绩效。在中国深具“人情”、“关系”情结的乡土文化背景下,关系资本是龙头企业与合作社合作的核心要素,深深地影响着他们间合作绩效的提升。在加工企业与合作社的合作中,处于优势地位的加工企业的关系资本投入行为无疑具有决定性影响。加工企业的关系资本投入行为受到哪些因素影响呢?

国内外学者围绕关系资本及其对供应链绩效的影响展开了较深入的研究,并得到了一些有价值的成果。国外方面,关系资本的理论广泛散见于 Porter 的价值链理论、Ganovetter 的镶嵌理论、Coase 的交易成本理论、Ansoff 与 Porter 的战略管理理论、Coleman 的社会资本理论。Ganovetter 将嵌入性概念扩展到人际关系的层面,强调任何经济行为都会受到相关制度和人际关系的影响,对经济行为的解释应更多地在社会性背景中进行,由此,应将信任等非经济因素纳入对经济行为的解释框架<sup>[2]</sup>。Roy、Kanter 等就供应链关系资本对合作绩效的作用进行了实证研究,发现关系资本对合作绩效具有正向作用<sup>[3-4]</sup>。国内方面,张翠华等论述了供应链关系及其影响因素,分析了供应链关系对企业绩效的影响,指出企业要取得更好运作绩效应采用协调管理和协同管理的管理模式来处理两者之间的关系<sup>[5]</sup>。张旭梅和陈伟基于 256 家供应链上下游企业的调查数据,运用结构方程模型,就信任、关系承诺、知识交易与合作绩效之间的关系进行了实证研究,结果表明:供应链企业间的信任对关系承诺、知识交易与合作绩效有显著的正向影响<sup>[6]</sup>。陆杉基于加工制造业、IT 业、服务业的 276 份企业问卷就供应链关系资本对供应链协同的影响进行实证分析发现,供应链关系资本对供应链协同目标的实现有着显著的促进作用;影响供应链关系资本的因素按程度排列依次为供应商声誉、专用资产投入、转移成本和供应商能力,组织适应性的影响不显著<sup>[7]</sup>。田静和李思琦基于 209 份企业问卷数据,研究了影响企业-供应商合作绩效的主要因素,发现企业-供应

商关系的三个主要维度(沟通、信息共享和信任)对企业合作绩效具有正向影响<sup>[8]</sup>。符少玲研究发现,影响伙伴关系的关键因素有合作能力、合作意向、合作条件、合作风险四类因素,这四个因素直接或间接地影响供应链合作绩效,并最终影响供应链合作稳定性<sup>[1]</sup>。

通过文献梳理可以发现:关于关系资本及其对供应链绩效影响的研究大多是以制造企业为研究样本,针对农产品加工企业的研究不多;对于企业间关系资本是如何形成的,特别是企业合作时占优势方投入关系资本影响因素的实证研究相对缺乏。鉴于此,笔者拟以农产品加工业为例,展开实地调研收集数据,并构建理论模型,探讨龙头企业关系资本投入的影响因素。

## 二、理论分析与研究假设

理论界对关系资本的内涵目前尚未形成共识。Dyer、Singh 和 Kale 等为代表的学者认为,关系资本的核心就是合作伙伴之间的相互信任、相互尊重的关系<sup>[9-10]</sup>。Bontis 认为,企业关系资本是依靠关系作用而产生增值的价值,主要包括客户资本、雇员资本,此外还包括与企业处于同一价值网络的供应商、股东、政府和盟友等利益相关者的有利于提高企业价值的互动关系<sup>[11]</sup>。Edvinsson 认为,企业关系资本是企业与其他企业或顾客之间的往来关系,又称外部关系,除了传统的客户范围外还包括企业上下游及相关环境之间的关系<sup>[12]</sup>。Johnson 认为,企业关系资本包括与社会关系、与顾客关系、与供应商关系;企业与这些外部机构的关系,是企业长期获利与经营成功的关键<sup>[13]</sup>。林莉和周鹏飞将建立在个人层面上相互信任、尊重、友好等独特的关系资源视为关系资本<sup>[14]</sup>。万君康认为,企业关系资本即企业与客户、供应商、合作伙伴等的有益关系,主要包括客户、供应商、合作伙伴及关系网络<sup>[15]</sup>。彭星间和龙怒认为,企业关系资本是企业与利益相关者建立、维持和发展关系,并对此进行投资而形成的资本<sup>[16]</sup>。

对于关系资本的测度,Cullen 认为,关系资本是由相互信任、互惠承诺、合作交流几个维度组成,这些维度决定了关系的强度和质量<sup>[17]</sup>。Roy 认为,可以用关系强度、关系质量、关系紧密性、关系数

量衡量企业之间的关系资本<sup>[3]</sup>。田辉在借鉴 NallaPie 等人的研究成果基础上将关系资本分为信任、沟通、文化差异认知度和文化冲突感知度<sup>[18]</sup>。武志伟和陈莹在研究企业间治理的相关问题时,提出关系资本的三维度:信任、满意和承诺<sup>[19]</sup>。

借鉴已有研究成果,结合对农业产业化龙头企业调研访谈和咨询专家学者,笔者将关系资本确定为信任和承诺两个维度,包括龙头企业担当风险与成本意愿、彼此相信对方信息、彼此信守和完成承诺、彼此患难与共、合作社良好的义利行为、真诚履诺、相互帮助等8个测量题项;笔者将龙头企业与合作社合作时影响龙头企业关系资本投入的因素归纳为两个方面:一是合作社的特质,包括合作社管理能力和产品能力、合作社提供产品的重要性、合作社负责人能力和品德。二是龙头企业与合作社的关系,包括交往经验、相互依赖性、组织适应性。

#### 1. 合作社特质对龙头企业关系资本投入影响的假设

能力是企业在选择信任对方时首要考虑的因素<sup>[20]</sup>。现实中拟合作双方,往往会首先考虑对方实现合作目标的能力,即对方是否有能力履行承诺。一方较强的能力会给另一方带来信心,从而“赢得”信任。龙头企业在选择为其提供农产品原料的合作社时,能力会是其首先考虑的因素。合作社的能力越强,越能降低龙头企业经营风险,减少生产、运营成本,龙头企业对其信任度也就越高,也越愿意与之进行合作,愿意投入更多的关系资本。因此,笔者提出假设 H<sub>1</sub>: 合作社的产品能力对龙头企业关系资本投入具有正向影响。

龙头企业不仅注重农民合作社提供农产品原料的质量、供货的及时性与稳定性、服务质量、业内口碑等方面的产品能力,同时也看重农民合作社有关原料价格是否具有竞争力、是否对市场的不确定性具有应变能力以及能否对龙头企业提出有价值的业务建议等方面的管理能力,因此,笔者提出假设 H<sub>2</sub>: 合作社的管理能力对龙头企业关系资本投入具有正向影响。

合作社所提供的原料产品对龙头企业的重要性体现在:合作社提供的原料对龙头企业产品质量的影响大小,原料产品在龙头企业产品的成本与价

值中占比大小。合作社所提供的原料产品对龙头企业的重要性不同,则龙头企业对农民合作社的重视程度也就不同,表现为交易前的投入、交易后的控制都会有很大差异。合作社提供的原料对龙头企业产品质量的影响越大,农民合作社的原料产品在龙头企业产品价值中占的比例越大,产品越难替代,对提高龙头企业产品竞争力越有利,则合作社的产品也就越重要。因此,笔者提出假设 H<sub>3</sub>: 合作社提供的原料产品的重要性对龙头企业关系资本投入具有正向影响。

Zaheer、McEvily 和 Perrone 认为,人际间的信任会转化为企业间的信任,且人际间信任与企业间的信任存在显著的正相关关系<sup>[21]</sup>。在中国,企业间的业务往来大多开始于人际间的交往,企业间的信任也经常是以人际信任为开端。这一现象在笔者的实际调研中得到证实,龙头企业与农民合作社建立合作关系,多数都是企业管理层某一人或企业相关人员同农民合作社负责人有“熟人”关系,双方的合作开始于关系、人情。因此,笔者提出假设 H<sub>4</sub>: 合作社负责人的品德(言行一致,考虑对方利益)对龙头企业关系资本投入具有正向影响;假设 H<sub>5</sub>: 合作社负责人的能力(履诺、胜任力、公平)对龙头企业关系资本投入具有正向影响。

#### 2. 龙头企业与合作社的关系特征对龙头企业关系资本投入影响的假设

不论是行为人还是企业,他们间的关系是在交往中建立和积累起来的,信任与沟通是相互促进的。合作社与龙头企业在合作过程中,若有良好的沟通,如日常联系与交往密切,共享一些信息、能够有效地降低信息的不对称,增加双方对彼此行为的可预期性,使双方的信任大大增加。当有矛盾冲突发生时,双方能很好地沟通解决。在不断的交往中,双方的关系资本会不断增加,因此,笔者提出假设 H<sub>6</sub>: 相互间交往经验(频繁交往、沟通、信息畅通)对龙头企业关系资本投入具有正向影响。

相互依赖性主要表现在交易双方由于大量的特定物质资本和人力资本投入而产生的对另一方的依赖<sup>[22]</sup>。资本投入相当于一方的事前承诺,会使另一方对关系的维持产生信心,因而使双方建立起信任,同时对称性的相互依赖有助于关系资本投入,非对称性的相互依赖则可能会妨碍关系资本投

入。因此,笔者提出假设  $H_7$ :对称性的相互依赖性对龙头企业关系资本投入具有正向影响。

双方的文化有许多相融合的地方,双方分享各自的机密信息,双方遭遇不可预料问题时,都及时通知对方。这是属于组织间比较高的一个关系层

次,通常是要通过多年的业务交往才能达到的关系状态,这种关系无疑有助于龙头企业投入关系资本。因此,笔者提出假设  $H_8$ :组织适应性对龙头企业的关系资本投入具有正向影响。

表1 变量定义及预期影响

变量	含义	预期影响
自变量 合作社特质	管理能力 包括市场应变力、业务建议能力、价格优势 3 个测量题项	+
	产品能力 包括产品质量、供应及时性、产品业内口碑、服务满意度 4 个测量题项	+
	产品重要性 包括产品重要程度、替代性、原料产品价值占比、原料在产品成本中占比 4 个测量题项	+
	负责人能力 包括谈判公平、值得信赖、履约、胜任力 4 个测量题项	+
	负责人品德 包括顾及对方利益、行为具有预期、行为一致性 3 个测量题项	+
龙头企业与合作社相互关系	交往经验 包括经常交往、有效解决冲突、目标一致性、问题交流、价值观等 5 个测量题项	+
	相互依赖性 包括合作社投入物质、人力资产、龙头企业投入物质、人力资产等 4 个测量题项	+
	组织适应性 包括文化融合、分享机密性信息、组织内部问题相互通告等 4 个测量题项	+
因变量	关系资本 包括龙头企业担当风险与成本意愿、彼此相信对方信息、彼此信守和完成承诺、彼此患难与共、合作社良好的义利行为、真诚履约、相互帮助等 8 个测量题项	

### 三、数据来源与计量结果分析

#### 1. 数据来源

根据上述分析,笔者将调查问卷分成四个部分:第一部分是企业的基本情况,第二部分是合作社的特质,第三部分是龙头企业与合作社关系,第四部分是关系资本。第二至第四部分是针对研究内容设置问题项,测量量表采用李克特式五点量表法,正向计分:1 为程度最低、5 为程度最高,由答卷者根据企业实际情况进行主观测量给分。根据湖南省产业化局提供的湖南省产业化龙头企业名录,通过前期的调研,筛选出同农民专业合作社有合作关系的龙头企业作为样本母体,从中随机抽取企业,具体样本对象涉及大米、茶叶、果蔬、畜禽等加工企业。2014 年 7~8 月,湖南农业大学涉农企业研究团队教师和大学生创新性实验计划项目组成员针对样本企业开展了实地调查,采用实地考察、走访企业、查阅资料、小型座谈、电话访谈等方式获取了大量资料和数据,对企业主要负责人进行问卷调查,一共发放调查问卷 140 份,回收有效问卷 110 份,有效回收率为 78.57%。样本呈现出以下特征:按地域划分,长株潭企业占 12%,湘南企业占 15%,湘北企业占 36%,湘中企业占 24%,湘西企业占 13%;按企业性质,国有占 27%,集体占 5%,三资占 2%,私营占 45%,其他占 20%;按企业注册资本,50 万以下占 8%,51 万~100 万元占

11%,101 万~500 万元占 23%,501 万~1000 万元占 21%,1001 万元以上占 37%;按企业主营产品,畜禽加工占 11%,果蔬加工占 15%,茶叶加工占 8%,粮食加工占 37%,其他占 29%;按企业员工数量,100 人以下占 45%,100~500 人占 37%,500 人以上占 18%。

#### 2. 样本检验及计量结果分析

检测问卷信度与效度是为了保证模型分析结果的精确程度。首先以 Cronbach's  $\alpha$  系数检验各变量的信度,所有变量的系数均大于 0.7,其中,合作社管理能力为 0.866、产品能力为 0.836、产品重要性为 0.837、负责人能力为 0.864、负责人品德为 0.865,龙头企业与合作社交往经验为 0.878、相互依赖性为 0.841、组织适应性为 0.770,关系资本为 0.918。这表明研究量表稳定性较好,具有较高的内部一致性。在内容效度方面,由于调查采用的问卷是以前人的理论与实证研究为基础,且调查在问卷设计过程中采纳了专家与受测目标群体的意见,并对题项经过多次语义修正才最终确定而成,因此可以认为研究量表具有较好的内容效度。在建构效度方面,所有题项的因子载荷量均在 0.7 以上,具有较高的建构效度。检验结果表明,调查所获得的样本具有良好的信度与效度,可以进行下一步的回归分析。

笔者采用 SPSS17.0 的 Pearson 相关系数分析法对自变量和因变量进行相关分析。从表 2 可知,除

负责人能力外,管理能力、产品能力、产品重要性、负责人品德和能力、交往经验、相互依赖性、组织适应性都与关系资本都在 0.05 水平上呈显著正相关。

假设 H<sub>1</sub>、H<sub>2</sub>、H<sub>3</sub>、H<sub>4</sub>、H<sub>6</sub>、H<sub>7</sub>、H<sub>8</sub> 初步通过验证, 可以进行回归分析。

表2 变量相关性分析

Pearson 相关性	交往经验	负责人品德	管理能力	相互依赖性	负责人能力	产品重要性	组织适应性	产品能力	关系资本
交往经验	1								
负责人品德	0.592**	1							
管理能力	0.519**	0.654**	1						
相互依赖性	0.472**	0.509**	0.446**	1					
负责人能力	0.618**	0.730*	0.602**	0.394**	1				
产品重要性	0.606**	0.618**	0.584**	0.395**	0.599**	1			
组织适应性	0.635**	0.584**	0.468**	0.428**	0.493**	0.487**	1		
产品能力	0.571**	0.613**	0.664**	0.392**	0.661**	0.666**	0.430**	1	
关系资本	0.688**	0.624**	0.475**	0.544**	0.587**	0.453**	0.486**	0.529**	1

应用SPSS17.0统计软件对样本数据进行回归分析,得到结果如表4所示。交往经验、相互依赖性、负责人品德对关系资本影响的t值分别为4.586、2.830、2.271,相伴概率分别为0.000、0.006、0.025,交往经验和相互依赖性在1%的统计水平上显著,负责人品德在5%的统计水平上显著;交往经验、负责人品德、相互依赖性的回归系数分别为0.462、0.210、0.186,对关系资本影响程度分别是交往经验 > 负责人品德 > 相互依赖性, H<sub>4</sub>、H<sub>6</sub>、H<sub>7</sub>假设成立;管理能力、产品能力、产品重要性、负责人能力、组织适应性5个自变量对关系资本的影响不显著。合作社的产品能力、负责人能力、负责人品德3个变量与关系资本呈正相关关系,与预期结果吻合,而管理能力、产品重要性2个变量与关系资本呈负相关,与预期结果相反。龙头企业与合作社关系方面的交往经验、相互依赖性2个变量与关系资本呈正相关关系,与预期结果吻合;而组织适应性与关系资本呈负相关,与预期结果相反。对于合作社管理能力、产品重要性与关系资本呈负相关关系,可能的解释是在目前中国社会信任度低的情景下,加工企业出于经营安全性和自我保护的考虑而做出的理性选择。因为对于管理能力越强和所提供产品对龙头企业越重要的合作社,龙头企业为防止合作社“敲竹杠”或道德风险发生,关系资本投入会有所“保留”。对于组织适应性与关系资本呈负相关,一个可能的解释是组织适应性是组织间关系的较高层次,要经过相当长时间交往才能达到相适应的状态,而目前龙头企业与合作社的合作时间普

遍不长,大部分样本企业(占74%)合作时间长的也就2~3年,合作时间较短会影响龙头企业的选择与判断;另一个可能的原因是研究的样本企业以原料专用性程度不高的粮食加工企业为多数(占到37%),加之粮食产量“十一连增”使原料容易获得,企业对关系资本的投入缺乏内生动力。

表3 关系资本影响因素的回归分析结果

	参数值		
	B	t	Sig.
(常量)	0.563	1.746	0.084
交往经验	0.462	4.586	0.000
负责人品德	0.210	2.271	0.025
管理能力	-0.040	0.556	0.580
相互依赖性	0.186	2.830	0.006
产品重要性	-0.137	1.571	0.119
负责人能力	0.109	1.006	0.317
组织适应性	-0.041	0.503	0.616
产品能力	0.132	1.150	0.253
F值			18.479
调整后的R <sup>2</sup>			0.562
D.W值			1.612

### 五、结论及启示

上述分析表明:龙头企业与合作社交往经验、相互依赖性和合作社负责人品德3个变量对龙头企业关系资本投入具有显著的正向影响;合作社管理能力、产品能力、产品重要性、负责人能力和龙头企业与合作社的组织适应性等因素影响不显著;管理能力、产品重要性、组织适应性3个变量与关系资本呈负相关,与预期结果相反。

基于实证结果,可以得到如下启示:一是龙头企业应加强与农民专业合作社的沟通交流和彼此文化的融合,促进长期合作关系的建立,以降低其机会主义风险,提升关系资本水平。二是龙头企业在选择合作伙伴时,应该将企业人员间的既有关系考虑进去,同时充分考察合作社负责人的个人品德。三是龙头企业与合作社双边的专用性物质、人力资产投入可形成双边“锁定”,给对方以长期合作的预期,有助于减少双方的机会主义行为,提升关系资本水平。

#### 参考文献:

- [1] 符少玲,王升.涉农供应链伙伴关系、合作绩效和合作稳定性的关系研究[J].情报杂志,2008(6):38-42.
- [2] Granovetter M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness[J]. American Journal of Sociology, 1985, 91(3): 481-510.
- [3] Roy J P. International joint venture partner selection and performance: The role of the host country legal environment[D]. York University, 2005.
- [4] Kanter R M. Collaborative advantage: The art of alliances[J]. Harvard Business Review, 2009(7-8): 96-108.
- [5] 张翠华,杨佰强.供应链关系及其对企业绩效的影响分析[J].工业技术经济,2006,25(7):79-82.
- [6] 张旭梅,陈伟.供应链企业间信任、关系承诺与合作绩效——基于知识交易视角的实证研究[J].科学学研究,2011,29(12):1865-1872.
- [7] 陆杉.供应链关系资本及其对供应链协同影响的实证研究[J].软科学,2012,2(9):39-43.
- [8] 田静,李思琦.企业-供应商关系与合作绩效的关系研究:沟通、信息共享和信任[J].软科学,2012,2(9):39-43.
- [9] Dyre J, Singh H. The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage [J]. Academy of Management Review, 1998(23): 660-679.
- [10] Kale P, Singh H, Perlmutter H. Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: building relational capital[J]. Strategic Management Journal, 2000, 21(3): 217-237.
- [11] Bontis N. Intellectual capital: An exploratory study that develops measures and models[J]. Management Decision, 1998(2): 63-76.
- [12] Edvinsson J, Roos L, Roos G. Intellectual capital: Navigating in the new business landscape[J]. New York University Press, 1998.
- [13] Dan R D, Ellstrand A E. Number of directors and financial performance: a meta-analysis[J]. The Academy of Management Journal, 1999, 42(6): 674-686.
- [14] 林莉,周鹏飞.知识联盟中知识学习、冲突管理与关系资本[J].科学与科学技术管理,2004(5):107-110.
- [15] 万君康.合资企业本土化管理中智力资本的融合[J].特区经济,2006(8):218-219.
- [16] 彭星间,龙怒,等.关系资本——构建企业新的竞争优势[J].财贸研究,2004(5):49-52.
- [17] Cullen J B, Johnson J L, Sakano. Success through commitment and trust: the soft side of strategic alliance management[J]. Journal of World Business, 2000, 35(3): 223-240.
- [18] 田辉.中外合资企业跨文化冲突与绩效关系研究——基于中国境内合资企业的实证[D].长沙:中南大学,2009:215.
- [19] 武志伟,陈莹.企业间关系质量的测度与绩效分析——基于近关系理论的研究预测[J].2007,26(2):8-13.
- [20] 张延锋,李垣.能力、资源与核心能力形成分析[J].科研管理,2002,23(4):1-4.
- [21] Zhaeer A, McEvily B, Peorne, V. Does trust matter? Exploring the effects of interorganizational and interpersonal trust on performance[J]. Organization Science, 1998, 9(2): 141-159.
- [22] Anderson E, Weist B A. The use of pledges to build and sustain commitment in distribution channels[J]. Journal of Marketing Research, 1992, 29(1): 18-34.

责任编辑:李东辉