# 产品来源国效应浅述

来源：网络 作者：红尘浅笑 更新时间：2025-01-09

*[摘要] 自从1965年Shooler开始对来源国效应进行实证 研究 之后，来源国效应引起了人们广泛关注。本文简述了产品来源国效应的研究 发展 历程，通过对大量实证研究了归纳与 总结 ， 分析 探讨了 影响 来源国效应的几个影响因素。 [关...*

[摘要] 自从1965年Shooler开始对来源国效应进行实证 研究 之后，来源国效应引起了人们广泛关注。本文简述了产品来源国效应的研究 发展 历程，通过对大量实证研究了归纳与 总结 ， 分析 探讨了 影响 来源国效应的几个影响因素。

[关键词] 来源国 来源国效应 产品评价 品牌形象

由于国际贸易门槛日益降低，多边贸易与投资，造成了世界各国 企业 经营日趋全球化，全球市场充斥着来自各国的商品。在这种情况下，对来源国效应的研究对品牌的营销工作上起到了举足轻重的角色。

一、来源国效应的研究

来源国 英语 为Country of Origin，简称COO，最早指产品生产国，也称制造国（country of production manufacture)，同时也可以通过“Made in”来确认。Schooler (1965) 最早开始来源国效应的研究，他发现，来自 经济 发达国家的产品比来自经济较不发达国家的产品受欢迎。以后的研究也证实，来源国的确对消费者的产品评价产生影响。如美国消费者通常认为，日本、美国、德国的产品质量好于韩国。

来源国效应的早期研究都比较简单，但80年代经济全球化的发展，使得研究转向关注混合来源国。对于这类情况，Sadrudin(1996)发现，发达国家的知名品牌如果在新兴 工业 化国家中制造，则需要强调设计来源国与品牌名称来转移制造来源国所产生的负面效果。Chao(1998)进一步控制设计国、装配国和零件来源国这几个变量，检验它们如何影响消费者对产品质量和设计质量的评价。结果发现，装配国和零件国只影响产品质量判断，设计国只影响设计质量判断。

前人的研究都表明，品牌来源国、产品制造国、产品设计国、零件组装国等都对产品的质量评价及购买决策产生一定的影响，同时这些因素也相互影响。

二、来源国效应的影响因素

来源国效应受到众多因素的制约与影响，经过对国内外 文献 的整理归纳，主要有以下几个因素：

1.来源国经济发展程度

经济比较发达的国家的产品通常会得到来自消费者的较高的评价。这种因国家经济发展程度不同而影响消费者对某国印象，进而影响对来自某国产品的评价的现象被称为国家偏见现象，它在人们对发展 中国 家的态度上表现特别明显。Schooler等一些学者的研究中发现，人们对墨西哥的产品印象就较差。

2.产品熟悉度

产品熟悉度有两种情况，一为主观的产品熟悉度，即消费者对产品的了解程度，另一种为客观的熟悉度，即消费者基于过去的使用经验产生的产品信息。Han (1989)认为当消费者对某国的产品熟悉度比较低时，来源国效应会比较明显。这是由“晕轮效应”形成的，即消费者持有的信念是因为某个来源国印象，进而推论到该国生产的产品的整体印象与态度。

3.涉入程度

涉入程度指消费者对某一个产品购买决策的关注与重视的程度。主动的收集有关信息，尽可能考虑各种购买决策的消费者被认为涉入程度比较高，即对产品的关心程度较高。Ahined（1996）指出，当消费者对产品涉入程度较高时，来源国印象对其评估产品的影响就会越小。

4.产品类别与产品属性

消费者对一个特定国家的产品的评估会因为产品类别与产品属性的不同而存在差异。Johansson (1986)研究发现，来源国信息似乎只对特定的产品属性有影响，而并不影响产品的整体评价。

5.文化差异

6.个人因素

消费者的性别、年龄、 教育 程度、文化背景等个人因素会影响他们对来源国持有的信念与态度，进而造成消费者对一种产品的品质评估，知觉态度，购买意愿等方面的差异。

三、结束语

关于来源国效应的研究在国外己经开展了半个世纪，而在中国才刚刚起步。作为一个商品大国，制造大国，面对着日益激烈的全球商品竞争，如何利用来源国效应做好品牌的建设和形象管理，是我们急切面对的 问题 。

参考 文献 ：

[4J Khanna, Sri Ram. Asian Companies and the Country Stereotype Paradox:An Empirical Study [J].Columbia Journal of mer, 1986:29～38

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn