

青岛大学图书馆 主编

Qingdao University Library

面向区域 面向对象的

学刊快报

本期主要内容：美国营销协会 75 周年年会的重点论文，以及与此有关的多篇讨论文章，新观念迭出，争论激烈，

试刊号

2011-6-28

目 录

对来自不同客户组合的风险与收益权衡	2
市场营销媒体的生命周期：电影业中的产品替代案例	3
处于衰退期的企业是否应该在研发与广告上投入更多的资金？	3
在混乱的市场环境里消费者的习得模式：商品伤害危机之后的消费选择动力模型.....	4
“自我定位”如何影响消费者的购买：消费者自我发现的作用.....	5
董事会结构和股价信息含量	5
时变的短期预测	6
透视-法律体系、借贷体系和边缘体系	6
融资约束和投资效率：经济周期中的内部资本配置	7
银行批发资金的“阴暗面”	7
收盘价操纵程度的测量	8
超越象征性的自律：法律环境的重要作用	8
《创意和现代经济》	10
快速时尚的价值：快速反应 加强设计 战略消费行为	11
全球股票发行，公司估值，和其后的国际多元化	12
坐以待毙？金融危机对美国老年人退休计划的影响	12
国际贸易中买卖关系：由美国各州的出口及商务旅行得来依据.....	13
供应链观察	13
国际贸易还有常规可循吗？	14
创新和贸易与异质企业	14
贸易融资终于开始流动	14
外来影响与福利	15

对来自不同客户组合的风险与收益权衡

作者： Crina O. Tarasi, Ruth N. Bolton, Michael D.

Hutt, & Beth A. Walker

期刊名： Journal of Marketing May 2011

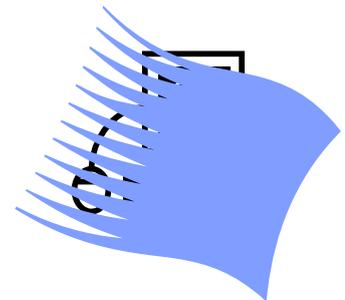
营销经理组建合理的客户组合有助于降低企业现金流的易变性与脆弱性，从而为股东提升价值。本文旨在揭示金融组合理论是如何为其提供一个结构框架，并用以（1）诊断不同客户组合的变量范围，（2）评估来自市场细分方面的可互换性与相似性，（3）探测优化的组合对市场细分的影响，（4）把单个客户与客户群可变性分离出来予以评价。本研究运用的七年连贯数据资料来自一家非零售（B 2 B）企业，作者揭示了运用风险——收益的方法如何表征市场方面的特点；其次，验证了企业的有效组合该如何，并对照（1）当前的组合和（2）假设的利润最大化组合。然后，通过往复测试，作者认为：效率组合的变量取值范围低于已经存在的混合客户与利润最大化组合。作者提供了把风险叠加到已有的客户管理框架的规则，该方法本质上同样适合于社会经济生活中其他种类繁多的涉入市场的公司，该文后面附了三篇篇幅较长的讨论文章。

编者按：

该文发表在美国营销协会的权威出版物《营销杂志》75周年年庆上的，是该杂志认为最能反映近来世界营销界热门观点的论文；以该文为中心，还附后了一组讨论意见，对其观点进行诘难，反复敲击，以求真实可靠。这种组稿方式充分反映了杂志对该文的重视，以期引起业内专家学者的广泛议论，影响营销学的走向。

三位作者都是营销界的当下知名专家，在详细研究一家大型企业七年以来的连续数据的基础上，运用数理工具得出统计结论，以此照应理论的定性方法，使其研究有独到之处，对我国同业人士具有较强的参考价值。

原文全文共 17 页，篇幅较长。参考书目也多达数十项。



市场营销媒体的生命周期：电影业中的产品替代案例

作者：Ekaterian V. Karniouchina, Can Uslay, & Grigori Erenburg

期刊名：Journal of Marketing May 2011

本文研究了时间跨度为 40 年（1968-2007）电影业中产品替代的经济价值，作者发现在电影的发行年代与回报之间存在一个产品替代相关的倒“U”字形关系。另外，在与产品替代相关的其他特定指向的活动的经济价值评估中也存在着相似的倒 U 字形关系。这项发现与解释新广告效用的倒“U”字形关系模式“日久生厌”理论是一致的，从而解释了相同的机制也会影响全新的营销媒体。总之，其结果倾向于这样一种观点：市场营销人员感觉通过传统媒体获取市场信息越来越困难了，新手段问世之前依靠传统媒体重树广告业形象奏效甚微。作者旨在引起业内关于广告的实证性讨论。

处于衰退期的企业是否应该在研发与广告上投入更多的资金？

作者：Raji Srinivasan, Ryan Hamilton, & David Gal

期刊名：Journal of Marketing May 2011

每当衰退来临，在营销理论与实务方面有关适宜的营销投入水平总是形成热门话题。本文作者调研了处于衰退期的企业在研发与广告是否应该加大投入的问题。研究所示：衰退期间对研发与广告投入的变化对于企业利润与每股收益的影响，视其市场份额、金融杠杆率、产品的市场形象而定（也就是说：B2C 的商品，B2B 的服务，B2B 的商品或 B2C 的服务）。他们的估算模型所用的数据采样于 1969-2008 年在美国公开上市公司的一万多份年报，期间历经七次衰退。结论带有一定的随机性。作者计算了边际效应，揭示了在衰退期间公司在研发与广告的投入是如何影响公司的。边际效应研究表明：投入不足（也就是，98%的生产 B2C 商品的公司研发投入不足）与事先有预防（也就是，96%的 B2B 服务型公司最大限度接近于广告投入的适当水平）以及投入过度（所占 92%的 B2C 服务型公司在广告开销过大）兼有。运用作者的方法与公开信息，公司经理可以评估他们公司及其竞争对手公司处于衰退期间，在研发、广告的投入对利润、每股收益的影响。



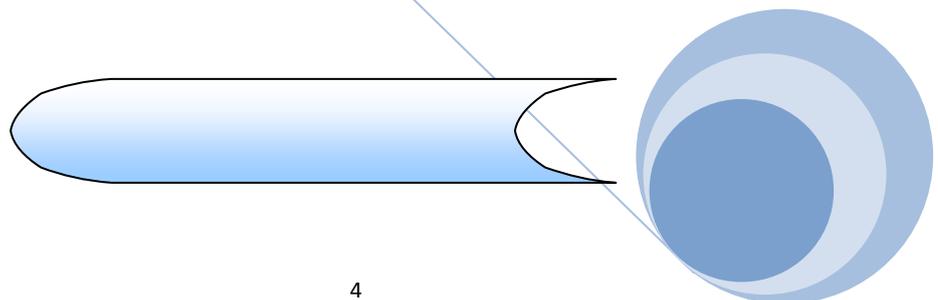
在混乱的市场环境里消费者的习得模式：商品伤害危机之后的 消费选择动力模型

作者：Yi Zhao, Ying Zhao, and Kristiaan Helsen

期刊名：JMR (Journal of Marketing Research) April 2011

本文作者实证研究了商品伤害危机之后的消费者的商品选择行为，商品伤害使消费者对商品质量产生不确定性。研究者开发出一个模式可把这种对消费行为的不确定性所有已知影响概括起来，其设定的推论前提是：消费者对商品质量的平均水平不确定、从使用经验中与商品伤害危机中获得的产品质量信息、以及消费者对于商品质量信息的准确度与其更新的信息不确定。研究估算所使用的模型采用了条码扫描的数据，里面包括了消费者过去的、现在的以及商品伤害危机之后的采购记录，数据来自于卡夫食品澳大利亚花生与黄油分部，日期为 1996 年 6 月份。本文所创模型对数据的适应优于标准消费者习得模式，后者只设定消费者对产品质量水平不确定，而没有对已知的产品质量信息的精度可寻。本研究深究了商品伤害危机之后引起的消费者选择行为的变异。最后，作者推导了基于已有估计结果的与现有事实反向的结论，并给予企业经理在危机管理方面以启迪。

卡夫食品全球：全球零食领域的强大集团卡夫食品（纽约证交所代码：KFT）总部位于美国诺斯菲尔德，拥有深受消费者拥戴的品牌组合。卡夫食品向全球约 170 个国家的消费者提供美味的饼干、糖果、饮料、乳酪、零食和方便食品。2010 年公司年收入达 492 亿美元，其中超过一半的收入来自北美以外地区。卡夫食品拥有 11 个年销售额超过 10 亿美元的标志性品牌，包括：吉百利、雅可布、卡夫、LU 饼干、麦斯威尔咖啡、Milka 巧克力、纳贝斯克、奥利奥、Oscar Mayer 肉类食品、Philadelphia 奶油芝士和 Trident 口香糖。此外，旗下 40 多个品牌拥有上百年历史。作为创新、营销、营养健康和可持续发展领域的领先者，卡夫食品是道琼斯工业指数、标准普尔 500 指数、道琼斯可持续发展指数以及 Ethibel 可持续发展指数的成员。



“自我定位”如何影响消费者的购买：消费者自我发现的作用

作者：Eugenia C. Wu, Keisha M. Cutright, and Gavan J. Fitzsimons

期刊名：JMR (Journal of Marketing Research) April 2011

做 A 选项还是做 B 选项？一个乐观主义者还是一个悲观主义者？直觉型的还是分析型的？消费者经常被推动着去了解自我，但是他们未必总是接受已有的自我解释。本文探讨了自我发现的热情如何推动人们去搜寻消费行为中的心理暗示，但是他们并不必然接受可以获得的反馈。本文具体分析了消费者心理不受价值约束的案例：具有独立自我意识的人群与那些具有很高逆向动机的人群。作者持这样的观点：当自我经验是中性或者对自尊又积极含义的时候，这些人常常把自我经验看作一种自我束缚，因而对自我经验有一定的逆反。通过五个案例的研究显示：独立人格强势的人与搞逆反心理的人感觉自我经验是一种束缚，引起他们的反抗并做出来自潜意识的消费选择，即使当他们企图了解消费对象的时候亦是如此。相比之下，那些独立人格不够强势的人与那些低逆反心理的人并不感觉自我经验是一种束缚，顺理成章，他们将自我经验融入消费选择中去。

董事会结构和股价信息含量

作者：Daniel Ferreira; Miguel A. Ferreira; Clara C. Raposo

期刊名：Journal of Financial Economics

来源：2011; 99 卷; 3 期; 523 页; 共 545 页

本文拓展和检测了这样一个假说，即股票价格信息含量影响着股份公司董事会的结构。研究发现价格信息含量和董事会的独立性之间存在负相关关系。这一发现对许多企业层面的控制（如企业固定效应），和价格信息含量测定方法的选择，都具有极大的促进作用。与原假说一样，本文也假设价格信息含量与董事会监管程度具有替代关系，这种关系明显表现在受内部与外部管理机制限制的企业以及对专业知识要求相对不高的企业。本文的研究结果表明企业的股票价格信息含量越高，对董事会的结构的要求就越松。

时变的短期预测

作者：Sam James Henkel;J. Spencer Martin;Federico Nardari

期刊名：Journal of Financial Economics

来源：2011;99 卷;3 期;560 页;共 580 页

在 G7 国家，总收益预测指标（如股息收益率和短期利率）的短期效用在经济扩张时期不明显，但在经济萎缩时期却极大。这种现象可能同逆周期的风险溢价以及预测指标的动态变动中的时变有关。本文的实证模型的结果相较于样本外的历史平均水平而言，在美国，其结果是高于，但 G7 国家的计算结果却是有高于有低于。

透视-法律体系、借贷体系和边缘体系

作者：Bernstein, William J

期刊名：Financial Analysts Journal

本文谈论是 2008 年的全球性金融危机。探讨的题目包括：所有金融泡沫的共性以及金融泡沫的最终破裂，由海曼·明斯基定义的信贷业务的不同类型，人们没能从金融危机中吸取教训的原因和对美国的金融改革的建议。在论述中，作者致力于揭露前的危机，以及为什么监管者如此低效。



融资约束和投资效率：经济周期中的内部资本配置

作者：Gayané Hovakimian

期刊名：Journal of Financial Intermediation

来源：2011 年 20 卷 2 期

综合性的大企业在外部资本市场上融资面临的困难程度会影响他们的内部资本配置。本文发现，在经济衰退期间，当外部融资的费用更高时，综合性的大企业通过将资金从 q 值较高的部门分配到 q 值较低的部门改进了内部资本市场效率。对于预期面临更多融资约束的综合性的大企业的改善情况更为明显。这表明虽然融资约束削弱经理承担净现值为正的项目的能力，但是这些约束减少了自由现金流，促使经理们资助更有价值的投资机会，从而改善了项目选择的质量。这同外部资本市场存在不足的假设下强调内部资本市场优势的理论是一致的。

银行批发资金的“阴暗面”

作者：Rocco Huang; Lev Ratnovski

期刊名：Journal of Financial Intermediation

来源：2011 年 20 卷 2 期

银行越来越多的使用短期批发资金补充传统的零售存款。现有的文献主要描述批发资金的“光明面”：老练的金融家能监控银行，对坏的银行进行惩戒，对好的银行进行再注资。本文构造了有关批发资金的“阴暗面”的模型。在取得的银行项目质量的公共信号成本高且不明晰的环境下，从事短期批发业务的金融家们进行成本高昂的监控的动力较低，甚至可能因为负面的公共信号而撤资，进而引起资金流动的低效率。比较静态分析显示当公共信号的相关性较小并且项目流动性成本较大时（比如当银行持有的大部分是相关的小额商业贷款时），激励机制的扭曲较小。

收盘价操纵程度的测量

作者：Carole Comerton-Forde; Tālis J. Putniņš

期刊名：Journal of Financial Intermediation

来源：2011年 20卷 2期

本文使用被检举的操作案件中一个独特的样本，来量化收盘价的控制对成交状况以及股价准确性的影响。基于这些研究结果，我们构思了一个收盘价控制的概率和强度的指数。这一指数不仅可用于监管，还可用于研究在检举案件中的数据不可得期间多个市场的操纵情况。

超越象征性的自律：法律环境的重要作用

作者：Jodi L. Short Michael W. Toffel

来源：Administrative science quarterly, 2010年 55卷 3期

根据1993年至2003年的联邦空气清洁法，运用美国工业设备例子中的数据资料，论文推论并且验证了这种状况：机构表示自律的象征性承诺特别可能导致改进遵从、做法和结果。论文认为法律环境，尤其当它因监管者的执法活动所创建时，明显地影响机构有效履行自律承诺的可能性。论文调查不同的执行工具能怎样鼓励或消弱机构自律的规范性动机。论文提出当机构（或他们的竞争者）在受到强有力的监控并且在没有明确的处罚威胁下他们采取自律行动时，组织履行自律承诺的可能性大大增强。论文调研后发现在以往历史上很少有机构对自己的自律承诺明显不履行。建议对抗争的机构采用自律并有实际限制的策略促使他们改进。最后，论文提出在促使调整的机构规范其动机时，自律是一个有效的手段，但它不能取代传统的基于威慑的执法。

Making Self-Regulation More Than Merely Symbolic: The Critical Role of the Legal



创造机会均等

作者：Frank Dobbin

来源：Administrative science quarterly,2010 年 55 卷 3 期

出版社：Princeton,NJ:Princeton University Press,2009.

弗兰克·多宾的《创造机会均等》表现了建立积累渐增的研究计划的观念。在历时二十多年的文章中，对于平等就业机会，多宾和他的合著者大量调查了美国公司这方面的变化情况和美国其它管制法律。最近，在企业管理界，多宾和他的合著者又开始量化调查平等就业机会法的行政和司法执法及美国业界针对平等就业机会法所采取的相关政策是否对种族和性别多样化的增加起到作用。在出版的《创造机会均等》书中，多宾以深入地“过程追踪”的方式详细阐述了美国公司怎样以他们的做法来回应平等就业机会法和他们为什么这么做。《创造机会均等》建立了平等就业机会的意义和实践。

组织间差异的研究：组织研究比较法

作者：Brayden G.King,Teppo Felin,and David A.Whetten

来源：Administrative science quarterly,2010 年 55 卷 3 期

出版社：UK:Emerald Group/JAI Press,2009.

《组织间差异的研究》是“用比较法对组织分析的再次呼唤”。弃用比较法严重限制了组织研究的理论与实践的发展及其验证能力。运用比较分析法可以把背景的关键要素注入组织研究之中，把有价值的见解揉入理论的普遍性之中。比较分析法阐明了组织间现象的差异和差异性的起源。本书有两部分组成：第一部分，概念性论文，大部分是概述弃用比较分析法所带来的局限和产生的后果，强调使用比较分析法；第二部分，包含几个集中性章节，涉及内容主要是，以理论和实践经验为基础，阐述使用比较分析法的框架和方法论。概括地说，本书解释了什么是比较分析法；比较分析法的重要性；什么时间、什么地方和怎样使用比较分析法。

创意和现代经济

作者：Niina Koivunen and Alf Rehn

来源：Administrative science quarterly,2010 年 55 卷 3 期

出版社:Copenhagen Busin

商界和政界领导者越来越清晰地认识到创造力是促进地区经济发展、解决社会问题、建立制度、革新公司的关键因素。通过对“现代经济关系”内在状况的探讨，以及倡导艺术性与经济逻辑的结合，本书试图提高读者对创意经济的认识与理解。著者们用了 13 个章节（分 3 部分）来讲述创意产业中的知识工作和创意统筹的各个方面。在本书中，著者认为创意应该是机构必需的并且是机构运行的一个常规过程，而不是机构运行的一个独立的环节。本书第一部分，创意产业革新调查的前提。包括创意经济的描述、美学价值对管理理论的丰富、创意产业的概念，以及对香料行业的一个实例研究，来探讨激发个体的创意激情并把产品投放市场的过程。第二部分，创意文化产业中的领导和管理过程。第三部分，创意与组织变迁的关系。

快速时尚的价值：快速反应 加强设计 战略消费行为

作者：Cachon, Gérard P. Swinney, Robert

来源：Management Science; 2011 年 57 卷 4 期 p778-795, 18p, 2 Diagrams, 3 Charts, 5 Graphs

快速时尚系统是集快速反应生产能力与加强产品设计能力于一体，以设计赶上最新消费潮流的热门产品并以最快的产品交付期来对不确定需求实现供应。论文提出了快速时尚系统模式，并把它与 3 种可供选择的模式相比较。3 个可供选择的模式分别是快速反应模式，加强设计模式和传统模式（既没有加强设计能力也没有快速反应能力）。作者特别注意研究这四种模式中每一种模式对消费“战略”（即消费者有意等到季末清仓削价时购买）的影响上。作者发现加强产品设计能力可以通过向消费者提供他们认为物超所值的产品，减少他们冒等待清仓削价处理及有可能库存售完的风险，从而有助于减少消费者的战略行为。快速反应模式通过一个完全不同的机制来减缓消费者的战略行为：及时供应满足需求，减少清仓处理的机会。最重要的是，作者发现在快速反应模式和加强设计模式中，补充效果趋向占主导地位。因此，采取快速时尚系统，当快速反应和加强设计合二为一时，公司就会获得利润的大幅增长。而采用快速反应或加强设计中的任何单一模式仅会得到数量的增加。此外，当顾客购买讲求战略时，产品积压会成为最严重的事情。论文最后得出如下结论：当顾客表现出消费战略行为时，快速时尚系统具有极其重要的价值。

全球股票发行，公司估值，和其后的国际多元化

作者：Hasan Rensselaer Kobeissi Nada Wang Haizhi

来源：Strategic Management Journal 2011 年 32 卷 7 期

长久以来，研究者一直很困惑，为什么美国公司在全球资本市场融资而不利用美国国内资本市场融资。基于对 1990 年至 2003 年美国 IPO 公司实例的研究，论文给出了潜在回答。作者运用强有力的证据说明了选择全球资本融资的发行商在首次公开募股阶段可以获得更高的收益。论文也指出发行商把全球股票发行蓄意当作战略工具来增加他们的国际知名度和在国际市场的运作多元化倾向。

坐以待毙？金融危机对美国老年人退休计划的影响

作者：Brooke Helppie McFall

来源：《美国经济评论》(American Economic Review) 2011 年 5 月第 101 卷第 3 期第 40 至 44 页

该文利用金融危机前后调查得来的数据，从认知经济学的角度进行分析，研究了近期股市和劳动力市场的财富损失对有退休计划的美国老年人的影响。经济退化的预期预示着计划退休年龄约 2.5 个月的推迟与 2008 年 7 月至 2009 年 5/6 月间的平均财富损失有关。此外，对未来股票市场收益的悲观情绪放大了财富损失对选择退休时间的影响。

国际贸易中买卖关系：由美国各州的出口及商务旅行得来依据

作者：Anca Cristea

期刊名：Journal of International Economics

来源：2011 年 7 月第 84 卷第 2 期第 207 至 220 页

国际贸易日益依赖于复杂信息的传播，而这种信息传递通常经由面对面方式的交流。这篇论文为国际贸易中存在的面对面的商务会议的重要性提供了新颖依据。贸易伙伴间的相互交流需要一笔固定的交易成本，不过与此同时，这种交流也能产生关系资本，为交易产品注入互惠特定的价值。贸易商品、双边旅行开销以及国外市场的规模于面对面交流强度的差异决定了贸易伙伴间相互交流的最佳量。作者在国际商务航空旅行方面采用了美国州级数据，作为衡量面对面的商务会议的一种尺度，以此发现了强劲有力的证据，那就是商务航空旅行的需求直接关系到差异型产品出口的数量和构成。此外，作者还发现处于合同摩擦中的研发密集型产品和商品的贸易流量最依赖于面对面的会议。经济计量的鉴定采用了双边出口商品和境外商务航空旅客及一时间段内的跨州变化量，规避了任一推动旅行和贸易集成模式发展的跨国差异所导致的伪关联。

供应链观察

来源：《世界贸易》2011 年 5 月第 24 卷第 5 期第 12 页

本文针对截至 2011 年 4 月国际贸易中的供应链问题提出了最新观点。洛杉矶国际机场已经公布 2011 年头两个月业务量的大幅下滑。伊利诺伊州的芝加哥罗克福德国际机场将成为首个获准能降落新型波音 747-8 宽体货机的机场。尽管海运费用出现下降，美国国家零售联盟仍然期望零售集装箱有所增长。

国际贸易还有常规可循吗？

作者：April Terreri

来源：《世界贸易》（World Trade）2011 年 5 月第 24 卷第 5 期第 18 至 25 页

文章呈现的是几位经济学家有关国际贸易前途的不同观点。任职于克劳利物流公司供应链服务部门的卡洛斯·赖斯认为，公司必须作出谨慎评估，尤其是在风险管理领域。威尔伯·史密斯联合公司的保罗·宾厄姆针对地震和海啸给日本发电量带来的巨大冲击发表了意见。阿姆斯特朗联合公司的埃文·阿姆斯特朗则指出，比起 2009 年的 8.3%，2010 年有 20% 涉及国际贸易的公司已经复苏。

创新和贸易与异质企业

作者：Long Ngo Van Horst Raff Frank Stähler

来源：Journal of International Economics;2011 年 7 月第 84 卷第 2 期第 149 至 159 页

本文探讨的是贸易自由化如何影响企业的创新激励机制，以及对产业生产率而言它究竟意味着什么。为此，作者们建立了一套将异质性企业与内生 R&D 相关联的国际贸易的相互倾销模型。由这套功能强大的理论我们可以得知，从长远来看，自由进入的含义是贸易成本低时，贸易自由化增加总研发；而贸易成本高时，研发又会相应被减少。随着贸易成本的降低，预期产业生产率会得到相应提升。

贸易融资终于开始流动

作者：LARA L. SOWINSKI

来源：《世界贸易》（World Trade）2011 年 5 月第 24 卷第 5 期第 37 至 39 页

文章着重讨论的是贸易融资的最新发展。汇丰银行的威廉·诺维茨基指出，在为美国公司进行贸易融资的过程中，他们看到了情况的改善。美国银行美林的莫琳·沙利文强调说，公司在细致有效地利用运营资本管理工具方面已经做得非常不错，这使得公司的财务业绩更加可观。诺维茨基和沙利文断言，信用证业已成为一种金融工具，并在市场上一直很受欢迎。

外来影响与福利

作者：Pol Antràs Gerard Padró i Miquel

来源：《国际经济学杂志》（Journal of International Economics）2011 年 7 月第 84 卷第 2 期第 135 至 148 页

外国利益如何影响政策？贸易政策和贸易协定的可行性是如何影响的？被这些外来影响所涉及的福利都有哪些？在这篇文章中，作者们建立了一种外来影响的模型，并将其应用于理想关税的研究中。在一个选举竞争的两国投票模型中，我们允许每一国的执政党都可以采取代价高昂的行动，足以影响到另一国的选举结果。这表明，最终是政策最大限度地提高了国内和国外福利的加权总和。利用这一构想可以说明，当没有其他途径缓和由政策的跨国影响引起的外部效应时，外来影响增加了世界总福利。相反，当各国参与国际协定时，外来影响也会显示其有害的一面，因为实力强大的国家有可能拒绝提供优惠。在本文中，我们还表明当权力失衡与经济规模呈正相关时，尤其不利于合作。

主办单位：青岛大学图书馆
地址：青岛市宁夏路 308 号
网址：<http://lib.qdu.edu.cn>
电子邮箱：qdlib@mail.qdu.edu.cn
联系电话：0532-85954239
内部刊号：NK159