

# 报告

## 1、描述统计

表 1 按分类的样本分布

	分类	频率	百分比
性别	男	18	30.0
	女	42	70.0
年龄	20 岁以下	6	10.0
	21-30	39	65.0
	31-40	5	8.3
	41-50	8	13.3
	51 及以上	2	3.3
学历	高中及以下	3	5.0
	大学专科	2	3.3
	大学本科	24	40.0
	研究生及以上	31	51.7
年收入	5 万及以下	18	30.0
	5-10 万	21	35.0
	10-30 万	8	13.3
	30 万及以上	13	21.7

从上表可知：从性别分布上，大部分样本为“女”，比例是 70.0%。另外男样本的比例是 30.0%。从年龄分布来看，“21-30 岁 ”的比例为 65.0%。从学历来看，样本中有超过 5 成的样本为“研究生及以上”。另外本科样本的比例是 40.0%。从年收入来看，样本中有超过 3 成的样本为“5-10 万”。以及“5 万及以下”样本的比例是 30.0%。

## 2、研究的因素分析

表 2 本研究的因素分析

	项目数	因素数量	累积方差解释率%
GA	3	1	83.669%
GB	3	1	89.290%
GBA	3	1	89.967%
GI	3	1	93.710%

四个维度的探索性因子分析构成情况和累积方差解释率的情况如表 2 所示。基于探索性因素的结果分析，有四个因素，且均有 3 个对应的题目，累积方差解释率均达到 80%以上。说明本次探索性因子得出的结果良好。

## 3、效度分析（验证性因子分析）

为进行验证性因子分析，用 AMOS21.0 创建模型图如下：

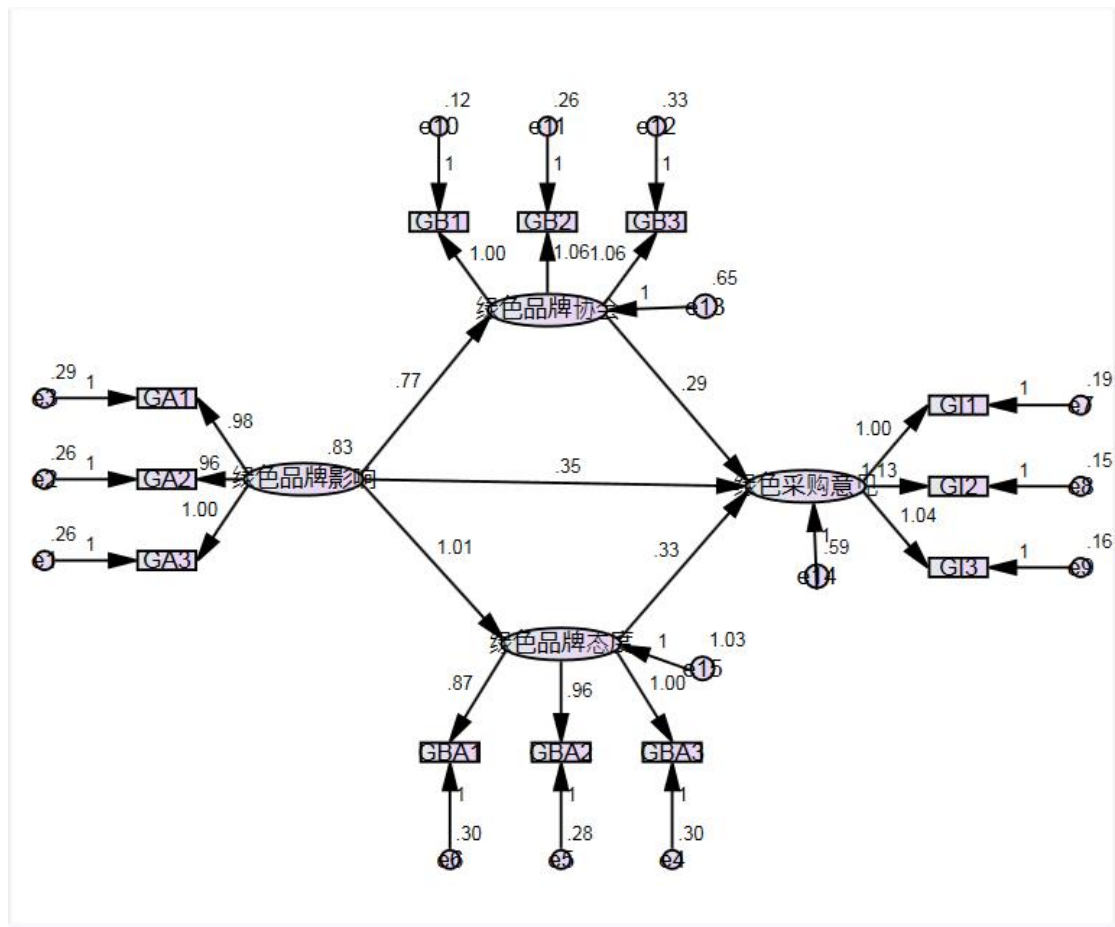


图 1

表 3 模型拟合度指标

模型指标	CMIN	DF	CMIN/DF	GFI	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI	RMSEA
值	63.714	49	1.300	0.866	0.922	0.895	0.981	0.974	0.981	0.071
建议值			<3	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	<0.08

本研究采用 AMOS 结构方程模型 (SEM) 对假设进行检验。由上表可知，指标 CMIN/DF 为 1.130 小于 3。RMSEA 为 0.071，小于 0.08。NFI、IFI、TLI、CFI 都大于 0.9，都达到一般标准。GFI 和 RFI 接近 0.9，虽未达到一般标准，但也在可接受范围内。综上说明模型整体的适配效果达到可接受的标准，结构效度合格。

结果表明，各路径的系数分别为：H1、H2、H4 和 H5 路径的系数分别为 0.77\*\*\*、1.01\*\*\*、0.29\*\*和 0.33\*\*，显著。在 H3 路径系数为 0.35，不显著。图 1 展示了完整的模型结果。

#### 4、收敛效度

表 4 收敛效度相关指标表

	项目	$\lambda$	Cronbach's Alpha	AVE	AVE 的平方根
GA	GA1	0.855***	0.899	0.748	0.865
	GA2	0.865***			
	GA3	0.874***			

GB	GB1	0.949***	0.940	0.840	0.917
	GB2	0.910***			
	GB3	0.890***			
GBA	GBA1	0.908***	0.944	0.850	0.922
	GBA2	0.928***			
	GBA3	0.929***			
GI	GI1	0.939***	0.966	0.903	0.950
	GI2	0.961***			
	GI3	0.951***			

本次针对量表各维度进行验证性因子分析（CFA）分析。从上表可知，各维度的因子载荷均大于 0.7，说明各个维度对应所属题目具有很高的代表性。另外，各个维度对应的 AVE 值全部均大于 0.5，组合信度均大于 0.8，意味着本次分析数据具有良好的聚合（收敛）效度。

表 4 中所列的四个构式的所有项目的因子载荷 ( $\lambda$ ) 均显著。其次，Cronbach's  $\alpha$  是可靠性的另一个指标。这些构念中的 Cronbach's  $\alpha$  如表 4 所示。一般情况下，Cronbach's  $\alpha$  系数的最小要求为 0.7，值越大说明可靠性越高。

在表 4，“绿色品牌影响”的 Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.899；“绿色品牌协会”是 0.940；“绿色品牌态度”为 0.944；而“绿色购买意向”为 0.966。因为所有构式的 Cronbach's  $\alpha$  系数均大于 0.7，这是该构式的测量结果研究的可靠性是可以接受的。

## 5、区分效度

表 5 Pearson 相关-区分效度

	均值	标准差	GA	GB	GBA	GI
GA	4.55	0.95	0.865			
GB	5.22	1.15	.571**	0.917		
GBA	5.12	1.34	.592**	.621**	0.922	
GI	5.41	1.32	.612**	.637**	.677**	0.950

\*\* 在 .01 水平（双侧）上显著相关。

根据区别效度表可知，各维度之间具有显著的相关性 ( $p < 0.01$ )，另外相关性系数绝对值均大于 0.05，且 AVE 的平方根均大于与其他因子间的相关系数值，说明各个维度之间具有一定的相关性，且彼此之间具有一定的区分度，故各个变量内部因子间的判别效度很好。

## 6、结构模型的结果

表 6 结构模型的结果

假设	拟合效果	路径系数	结果
H1: 绿色品牌影响对绿色品牌协会有正向影响	+	0.77***	支持 H1
H2: 绿色品牌影响对绿色品牌态度有正向影响	+	1.01***	支持 H2
H3: 绿色品牌影响对绿色采购意见有正向影响	+	0.35	不支持 H3
H4: 绿色品牌协会对绿色采购意见有正向影响	+	0.29**	支持 H4
H5: 绿色品牌态度对绿色采购意见有正向影响	+	0.33**	支持 H6

注：\*\*\*  $p < 0.001$ ；\*\*  $p < 0.05$ 。

表 6 给出了支持 H1、H2、H4 和 H5，不支持 H3 的结果。本研究表明：（1）绿色品牌影响正向影响绿色品牌协会和绿色品牌态度；（2）绿色品牌协会正向影响绿色采购意见；（3）绿色品牌态度正向影响绿色采购意见。

7、中介结果

表 7 本研究的中介结果

	Product of Coeffiffifficients			Bootstrapping			
				Bias-Corrected 95% CI		Percentile 95% CI	
	S. E.	t	p	Lower	upper	Lower	upper
Indirect Efffacts							
(1) GA-GB-GI	0.159	3.223	0.002	0.001	1.266	-0.784	1.031
(2)GA-GBA-GI	0.157	2.882	0.006	0.029	1.440	-0.148	1.271

注：(1) 5000 个 bootstrap 样本的标准化估计；(2) 两种间接效应的对比；(3) 绿色品牌影响 (GA)；绿色品牌协会 (GB)；绿色品牌态度 (GBA)；绿色采购意向 (GI)；(4) n =60。

根据上述中介结果表可以看出，以上（1）、（2）模型的系数是显著的，存在部分中介效应。且展示效应值的 95%置信区间数据，修正后的置信区间不包括 0，则也说明各模型系数显著。

在 95%置信区间执行，偏差修正百分比引导和百分比通过 bootstrap 验证绿色品牌影响 (GA)、绿色品牌协会 (GB)、绿色品牌态度 (GBA) 与绿色采购意向 (GI) 的关系。有三种中介表 7 中的关系模型：（1）GA→GB→GI；（2）GA→GBA→GI。其中，在 95%置信区间内，每一个都是间接的。这两个中介模型效果的上限和下限之间不包含 0。因此，我们可以得出结论，两种中介关系模型均取得了显著效果。本研究表明绿色品牌影响与绿色品牌态度有关联，充分中介了绿色品牌态度与绿色采购意向之间的正向影响。本研究表明绿色品牌影响与绿色品牌协会有关联，充分中介了绿色品牌协会与绿色采购意向之间的正向影响。因此，企业应该增加消费者对绿色品牌的影响，绿色品牌协会和绿色品牌态度，从而增强消费者的绿色购买意愿。