**大 连 理 工 大 学 本 科 外 文 翻 译**

**理解用户的满意度和忠诚度：对中国移动即时通信的实证研究**

**Understanding customer satisfaction and loyalty: An empirical study of mobile instant messages in China**

学 院（系）： 软件学院

专 业： 网络工程

学 生 姓 名： 陈 才 峰

学 号： 200992073

指 导 教 师： 朱 明

完 成 日 期：

大连理工大学

Dalian University of Technology

**理解用户的满意度和忠诚度：对中国移动即时通信的实证研究**

**作者（**邓兆华，卢耀斌，Kwok Kee Weib,张金龙**）**

摘要：在移动技术的快速发展，手机使用的普及下，移动即时通信(MIM)服务已经在中国广泛的使用。尽管之前关于移动服务使用的研究很广泛，但是很少关注于中国用户对移动即时通信的满意度和忠诚度。在此次研究中，我们调查了用户满意度和忠诚度的决定因素。调查结果证实可信度、感知服务质量、顾客感知价值包括功能价值，情感价值决定了用户对MIM的满意。结果也表明可信度、顾客满意度和品牌转换成本加强了用户的忠诚度。除此之外，研究发现年龄性别和使用时长具有缓冲效应。最后，我们将讨论MIM的市场