

旅游目的地品牌个性对旅游者行为倾向影响的实验研究——以鼓浪屿为例

汇报人：李艳娟

指导老师：汪京强

汇报提纲

汇报
提纲

研究目的

研究方法

研究过程

研究结论

管理启示

1.研究目的

通过对旅游者的调查来分析总结鼓浪屿作为旅游目的地品牌个性纬度，根据品牌个性理论以及旅游目的地品牌个性的研究，来具体确定旅游者对于鼓浪屿目的地品牌个性的认识，以及鼓浪屿品牌个性对于旅游者行为的影响，并通过实验来具体的验证旅游者对于品牌个性的认知过程和机制，进一步的提升鼓浪屿品牌定位的针对性、有效性。同时希望可以达到进一步丰富旅游目的地品牌个性研究方法的目的。

2. 研究方法

通过对人格大五理论、品牌个性、旅游目的地品牌个性、事件相关电位N400成分进行理论研究，结合已有国内外的对目的地品牌个性纬度的确立，来具体确立鼓浪屿作为旅游目的地的品牌个性，然后通过实验验证旅游目的地品牌个性的主要纬度以及对旅游者行为倾向的影响，来探索鼓浪屿的品牌个性内涵，以便更有效地开展目的地营销。

方法上结合了 访谈法 调查问卷 实验方法
定性与定量的方法相结合

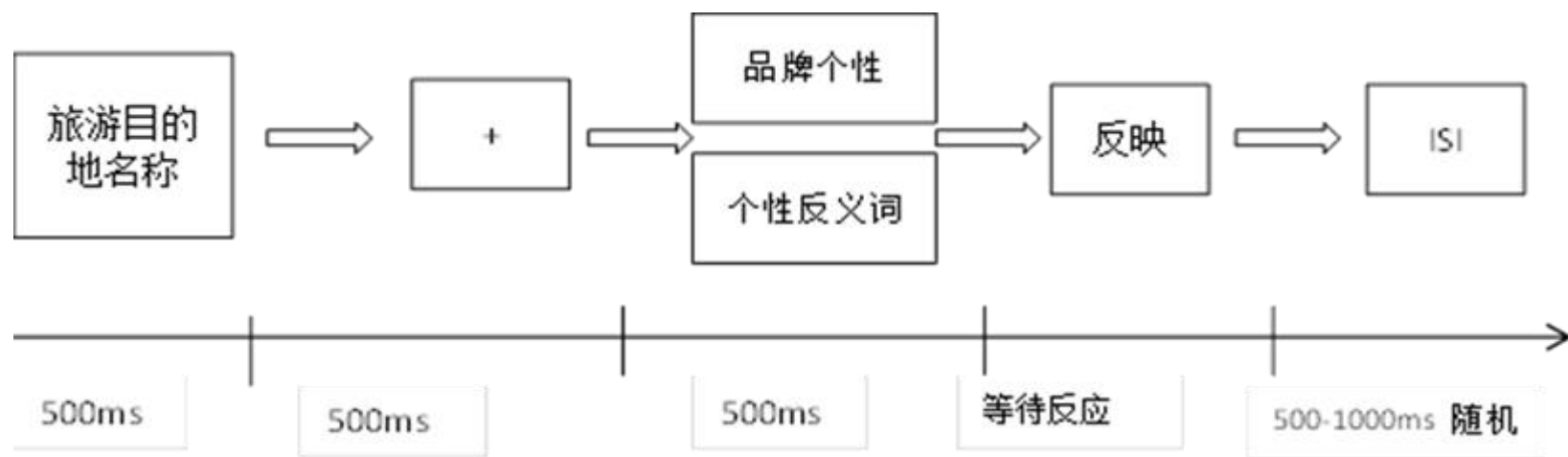
3.研究过程

- 一、文本 确立鼓浪屿品牌个性内容
- 二、试验方法 脑电实验的方法进行数据收集
- 三、实验结论

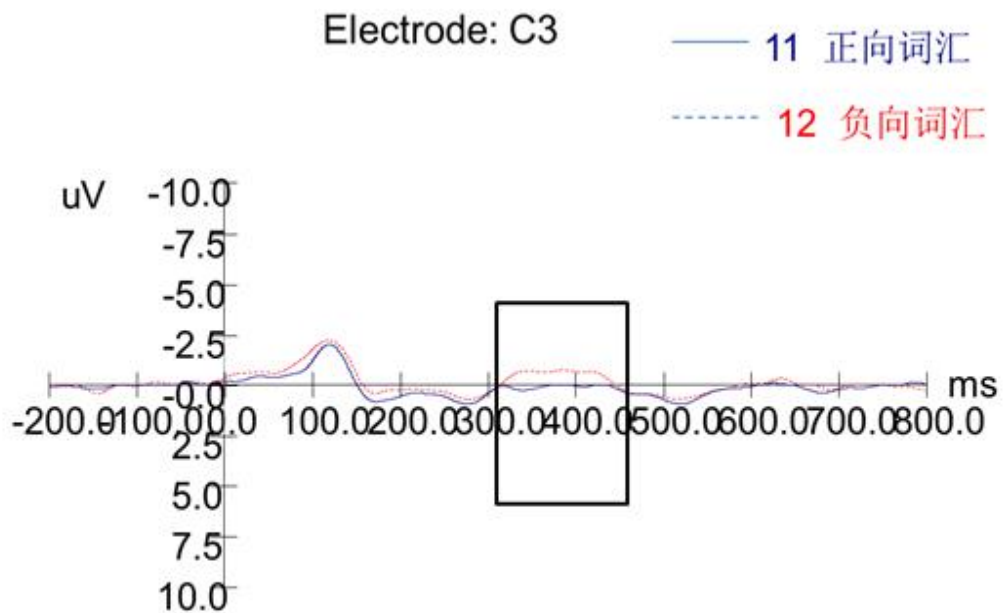
3.1 文本挖掘

序号	目的地	品牌个性词汇					
1	目的地	美丽的	安静的	文艺的	浪漫的	小资的	清新的
		商业的	嘈杂的	市侩的	现实的	萎靡的	粗俗的
2	故宫	气派的	高贵的	壮观的	威严的	大气的	肃穆的
		高冷的	世俗的	渺小的	和蔼的	市侩的	嘈杂的
3	泰山	雄伟的	厚重的	淡定的	尊贵的	大气的	庄严地
		低俗的	浅薄的	浮躁的	高冷的	局促的	嘈杂的
4	青海湖	洒脱的	美丽的	无暇的	大气的	纯洁的	宁静的
		拘谨的	丑陋的	污浊的	浅显的	复杂的	嘈杂的
5	乌镇	婉约的	恬静的	淳朴的	美丽的	温婉的	安静的
		粗狂的	聒噪的	世俗的	丑陋的	狂躁的	嘈杂的
6	丽江	小资的	淳朴的	浪漫的	休闲的	安静的	文艺的
		萎靡的	市侩的	商业的	繁忙的	浮躁的	嘈杂的
7	黄鹤楼	威武的	大气的	雄伟的	气势的	高大的	恢弘的
		尖酸的	小气的	简陋的	局促的	微小的	局促的
8	武夷山	清新的	大气的	漂亮的	秀丽的	柔美的	有趣的
		喧哗的	小气的	丑陋的	粗俗的	粗狂的	无聊的
9	西湖	美丽的	优雅的	婉约的	自然的	江南的	韵味的
		丑恶的	粗鲁的	豪放的	造作的	粗狂的	粗俗的
10	九寨沟	美丽的	梦幻的	神奇的	纯粹的	静谧的	秀美的
		丑陋的	现实的	平淡的	复杂的	嘈杂的	粗俗的

3.2 脑电实验过程

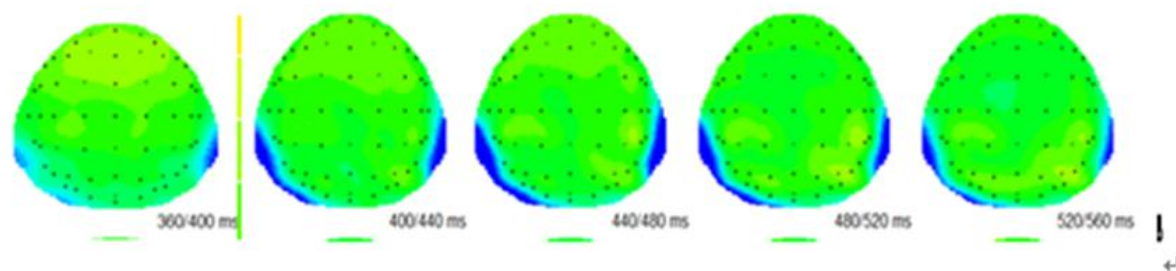


3.3 实验结果

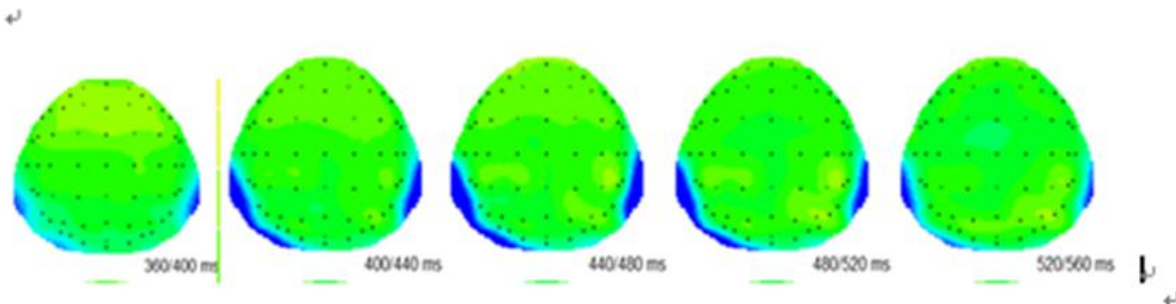


3.3 实验结果

正向描述脑地形图



负向描述脑地形图



4. 管理启示

- （1）内部挖掘，加深品牌个性塑造的深度和广度，增强旅游目的地个性的差异性。
- （2）旅游目的地品牌个性塑造要注重正反两方面的影响，利用互联网资源，做好旅游目的地品牌个性的网络营销。



请各位老师给与宝贵意见！
谢谢！