

## 论文提交情况查询

13906921820

以下是你查询到的信息

- 请输入报名时登记的手机号
- 您的姓名
- 手机
- 单位
- 我要报名的项目
- 第一作者职称/身份
- 论文中文摘要
- 论文英文摘要
- 附件1:匿名稿
- 附件2:原稿

查询到 1 条符合条件的数据

139\*\*\*\*1820

请输

入报

名时

登记

的手

机号

• 您的姓名: \*慧灵

• 手机: 139\*\*\*\*1820

• 单位: 澳门大学

• 我要报名的项目:

◦ 10月21—22日: 2023《旅游学刊》中国旅游研究年会

第一

作者

职

称/

身份

教师及其他机构研究人员 - 讲师

论文

中文

摘要

在酒店和旅游业中, 收益和损失信息框架经常被用来鼓励消费者的环保行为。可爱线索在服务环境中很常见, 但可爱线索对于收益框架信息和损失框架信息的说服力会在何时和为何会产生影响却知之甚少。为了填补这一研究空白, 本人研究考察了信息类型 (收益框架vs.损失框架) 和可爱类型 (婴儿型vs.有趣型) 对消费者环保行为意向的交互影响。通过两项实验研究, 我们发现, 当出现 婴儿式可爱线索时, 损失框架 (vs.收益框架) 信息会引起更高水平的环保行为意向。与此相反, 当出现有趣型可爱线索时, 收益框架 (相对于损失框架) 的信息更有效。此外, 研究表明, 消费者的“感觉对了”是解释信息框架与可爱类型之间一致性效应的潜在机制。这些发现为理论和实践提供了重要启示。

论文

英文

摘要

Gain and loss message framing has been utilized to encourage consumers' pro-environmental behaviors in the hospitality and tourism industries. However, little is known about when and why the presence of cuteness cues influences the relative effectiveness of gain-framed and loss-framed messages, despite the commonness of

[编辑数据](#)

cuteness cues in the service environment. To address this gap, in the context of promoting pro-environmental behavior, the current research examines the interaction effects between message framing (gain vs. loss) and cuteness type (kindchenschema vs. whimsical) on consumers' pro-environmental behavior intention. Through two experimental studies, our research shows that when kindchenschema cuteness cues are present, loss-framed (vs. gain-framed) messages lead to higher levels of pro-environmental behavior intention. In contrast, gain-framed (vs. loss-framed) messages are more effective when whimsically cuteness cues are present. Moreover, this research demonstrates that the sense of feeling right is the underlying mechanism explaining the congruency effects between message framing and cuteness type. These findings provide critical implications for theory and practice.

附件  
1:匿名  
名稿



[序号10\\_5\\_1\\_匿名稿-Message framing and cute...](#)

附件  
2:原  
稿



[序号10\\_6\\_1\\_原稿-Message framing and cuten...](#)

[编辑数据](#)



**验证填写者身份**

获取短信验证码，验证填写者身份。

验证手机号

短信验证码

[获取短信验证](#)

[举报](#)