

2022年大学生创新创业训练计划项目结题验收结果公示

序号	项目编号	项目级别	项目名称	项目类型	答辩结果
1	202211120	国家级	演化经济地理视角下旅游乡村振兴模式研究：路径依赖、锁定与解锁	创新训练	优秀
2	202211121	国家级	心有所畏，行有所为——敬畏理论视域下博物馆情境中游客的文化遗产保护行为意向研究	创新训练	优秀
3	202211122	国家级	旅游演艺中叙事角度对观众情感共鸣的传导机制——以《只有河南·戏剧幻城》为例	创新训练	优秀
4	202211123	国家级	康养旅游地的发展与演化路径-基于系统动力学模型的研究	创新训练	优秀
5	202211125	省级	线上演唱会的观众观演体验研究	创新训练	优秀
6	202211126	省级	照片还是“照骗”？滤镜与尺度对民宿预订意愿的影响研究	创新训练	优秀
7	202211130	校级	网络集体行动视角下大型体育赛事对青年价值观的影响研究——以2020年东京奥运会为例	创新训练	优秀
8	202211135	校级	旅拍情境下摄影活动对游客体验的影响机制	创新训练	优秀
9	202211136	校级	超越人类的地理学视角下民宿场景的共创体验营建	创新训练	优秀
10	202211142	校级	酒店人工智能应用对员工风险感知影响研究	创新训练	优秀
11	202211154	校级	基于旅游地生命周期理论的粤港澳大湾区冲浪旅游发展历程研究——以惠州、深圳两地为例	创新训练	优秀
12	202211157	校级	负空间设计对消费者评价的影响机制：以平面广告中的留白设计为例	创新训练	优秀
13	202211162	校级	玲娜贝儿的形象由谁说了算？——轻IP形象构建的话语权博弈	创新训练	优秀
14	202211163	校级	云玩家不配看比赛？——电竞赛事观众观赛动机与赛事依恋机制研究	创新训练	优秀

15	202211166	校级	怀旧消费空间的建构和体验——以珠海北山旧物仓为例	创新训练	优秀
16	202211167	校级	电竞赛事直播平台观众价值共创行为研究——基于沉浸理论视角	创新训练	优秀
17	202211124	国家级	危机冲击下长三角地区和珠三角地区的旅游产业韧性时空差异研究	创新训练	良好
18	202211127	校级	足不出户的旅游？——元宇宙中大众旅游的形态探讨	创新训练	良好
19	202211128	校级	AI与亲环境行为：智慧客房管家对顾客低碳行为意向的影响	创新训练	良好
20	202211129	校级	传播符号学视角下传统文化主题文创“盲盒”的价值传递研究	创新训练	良好
21	202211131	校级	政府主导下绿色传统节庆的实现路径分析——以广州迎春花市为例	创新训练	良好
22	202211132	校级	多利益相关者视角下老年人能力刻板印象现状及提升策略研究	创新训练	良好
23	202211133	校级	非惯常环境下社会交往对青年群体自我的影响研究	创新训练	良好
24	202211134	校级	框架理论视角下官方旅游宣传报道内容研究——以文旅中国近五年报道为例	创新训练	良好
25	202211137	校级	初探冰雪旅游行为意向转化为实际冰雪旅游行为的作用机制——基于执行意向理论	创新训练	良好
26	202211138	校级	主题公园门票价格促销策略对游客购买意向的影响——基于大型公共卫生事件背景的分析	创新训练	良好
27	202211139	校级	共享住宿市场对地区房价影响的实证研究---以北京市为例	创新训练	良好
28	202211140	校级	基于嵌入性理论的乡村旅游社会创业研究——以女性摊贩为例	创新训练	良好
29	202211141	校级	“粤夜如何越美丽？”：文化商业街区与现代商业综合体夜间文旅经济经营模式对比研究——以广州北京路和正佳广场为例	创新训练	良好
30	202211143	校级	深圳市大鹏新区乡村民宿创业机会识别研究——基于扎根理论的探索性研究	创新训练	良好

31	202211144	校级	夜间文旅消费的顾客满意度影响因素研究	创新训练	良好
32	202211145	校级	互动仪式链视角下的奥运会国家认同研究——基于网络文本分析	创新训练	良好
33	202211146	校级	旅游流视角下的滨海道路景观功能和结构研究——以珠海香炉湾为例	创新训练	良好
34	202211147	校级	冬奥会线上社交媒体传播对旅游者冰雪旅游意向影响机制研究	创新训练	良好
35	202211148	校级	旅游中小企业的CSR运行机制研究——以“墟里·徐岙底”民宿为例	创新训练	良好
36	202211149	校级	使用与满足理论视角下的节庆电视晚会年轻受众需求驱动机制研究——以河南卫视节庆系列晚会为例	创新训练	良好
37	202211150	校级	数字技术如何影响会展业商业模式	创新训练	良好
38	202211151	校级	大众观赏者对中国山水画留白技巧的体验及评价研究	创新训练	良好
39	202211152	校级	网购情境下消费者购买国家地理标志农产品的决策机制探究	创新训练	良好
40	202211153	校级	互动仪式链视角下网络粉丝社群行为的身份认同研究——以张艺兴粉丝社群为例	创新训练	良好
41	202211155	校级	服务业企业数字化转型的同群效应及其影响因素研究：来自中国上市公司的证据	创新训练	良好
42	202211156	校级	时空行为视角下声环境对旅游业小企业主的福祉影响研究——以唐家古镇为例	创新训练	良好
43	202211158	校级	冬奥会促进非传统冰雪旅游地冰雪运动公众参与机制及路径研究——广州融创雪世界案例	创新训练	良好
44	202211159	校级	守护“正在消失的记忆”——以社区美食为载体的集体记忆研究	创新训练	良好
45	202211160	校级	滨海道路沿线休闲空间的声环境对游憩者的时空行为与体验的影响研究：以珠海情侣路为例	创新训练	良好
46	202211161	校级	泛娱乐化环境下深度内容如何输出？——基于对《十三邀》网络虚拟群体互动仪式的探究	创新训练	良好

47	202211164	校级	商业综合体内公共艺术展商业价值的评估体系建立	创新训练	良好
48	202211165	校级	新媒体时代下城市青年身份认同和符号消费的互动机制研究——以网红艺术展为例	创新训练	良好
49	202211168	校级	线下脱口秀演出观众的阈限体验研究	创新训练	良好
50	202211169	校级	享受主义和幸福主义对比视角下livehouse稳定迷群的幸福感研究	创新训练	良好