

Mrs. Dorothy Koo and Dr. Ti Hua Koo Centre for Interdisciplinary Evidence-Based Practice and Research

2024-2025 Wednesday Lunchtime Seminar Series

圖像中人物注視方向對用戶參與度的影響：產品類別的調節作用

26/03/2025 | 12:30 - 14:00 (Hybrid Mode)



Room 105, 1/F, Main Building, HKSYU, 10 Wai Tsui Crescent, Braemar Hill, Hong Kong



Zoom Meeting ID: 975 4583 1321 (Passcode: 123456)

注視方向這一影響用戶注意力、認知和態度的重要人臉線索也可能會對用戶參與度產生重要影響。根據敘事傳輸理論，在流覽圖像這一內容消費場景中，相比於直接注視，人物注視方向為回避注視的圖像更有可能讓使用者沉浸在該圖像中，從而導致更高的用戶參與行為。本文基於Pinterest網站的圖像面板資料和人工編碼的注視方向資料，採用零膨脹負二項模型，實證研究了圖像中人物的注視方向對當月圖像收藏量增量的影響，並進一步探究了圖像中產品類別的調節作用。理論上，本文豐富了注視方向作用條件的相關研究；實踐上，本文為個人影響者及圖像平臺提供了提高使用者參與度的建議。

講者：周影輝博士

深圳大學管理學院市場營銷系副教授

香港中文大學統計學博士，復旦大學工商管理博士後。他的研究興趣包括非結構化資料（圖像、文本、視頻）分析及其在行銷中的應用、貝葉斯統計、機器學習和深度學習。他曾獲得2016年JMS中國行銷科學學術年會暨博士生論壇"最佳論文獎"。他主持過兩項國家自然科學基金專案和一項教育部人文社會科學基金專案。他的研究成果發表在如《管理世界》、《行銷科學學報》、《中國工業經濟》、《中國管理科學》、《Journal of Marketing Research》、《Foundations and Trends® in Marketing》等中英文學術期刊上。



REGISTER NOW

<https://forms.gle/WyfHmsLtgoq7txW7>

Chaired by: [Dr Monica Law](#), [Dr Jessy Wang](#)

Department of Business Administration

Hong Kong Shue Yan University