



中国信息协会市场研究业分会

CIIA Marketing Research Association

附件一：专家介绍：

樊春雷

中国科学院心理所 副研究员

研究方向：经济心理学方向、认知心理学方向、实验心理学方向

研究领域：产品、品牌与用户体验的实验消费心理学研究

研究成果：《决策过程中的记忆可提取性效用》、《品牌态度强度与品牌态度可达性的关系性质》、《发性危机情景下抢购现象的发生及其应对策略》、《简单暴露效应：范式和研究回顾》等国内外期刊发表 20 余篇论文。

焦璇

北京师范大学心理学部 品牌与消费洞察实验室 应用导师、中国信息协会市场研究业分会智库专家。

研究方向：消费心理学、神经营销学、移动互联网下的广告心理学、基于心理学的大数据分析、基于发展观的消费心理学

超过 18 年的市场研究与咨询经验，曾先后服务 TNS、RI、Millwardbrown、ACNielcen 等国际一流咨询公司，对各家公司的专业研究方法非常了解。涉及行业：包括家电、汽车、IT、快速消费品、房地产、B2B、通信、金融、媒体等。

研究内容：涉及品牌形象、品牌定位、品牌满意度、消费者生活方式、消费者需求、U&A、新品测试、广告测试等。

服务客户：包括奥迪、宝马、奔驰、雷克萨斯、日产、东风标致、东风雪铁龙、美的、西门子、三星、英特尔、联想、华为、伊利、蒙牛、青岛啤酒、龙湖、麦田、李宁、卡特彼勒、壳牌、中国移动、中国联通、中国建设银行、瑞信银行、新浪、凤凰网等。