

2025第二十四屆北商大學學術論壇暨第一屆國際行銷學院國際研討會審稿結果

編號	姓名	投稿論文題目名稱	所屬學校名稱	審稿結果
1	潘大為	Donald Trump's economic policies: Many doubts await: ICDF in Taiwan and the importance of international aid	國立臺北商業大學	□頭發表
2	Aline dos Santos	Chinese Investment in Mexico Post-Trade War: Supply Chain Shift or Origin Washing?	National Taipei University of Business	□頭發表
3	沈甄玲	企業生態系統之建構與價值創造-以玖樓共生公寓為例	德明財經科技大學	□頭發表
4	陳吟芳	企業減碳關鍵成功因素之研究-以電信業為例	國立台北商業大學	□頭發表
5	黎晏辰	前端工程師關鍵技能因素研究	國立臺北商業大學	□頭發表
6	黃鈺婷	供應鏈管理如何影響公司財報品質	逢甲大學	□頭發表
7	廖為盛	碳排放績效對ESG評等分歧之影響	銘傳大學	□頭發表
8	林姿瑩	新臺幣利率交換曲線變動的編碼與解碼-主成分分析與自編碼器之應用	臺北商業大學	□頭發表
9	溫心妤	外資持股比例、企業ESG及財務績效之關聯性	國立台北商業大學	□頭發表
10	許家榕	ESG與財務績效之關聯性分析-以臺灣上市櫃公司為例	國立臺北商業大學	□頭發表
11	歐書宏	銀行綠色放貸與 ESG 績效對其銀行風險之影響	國立台北商業大學	□頭發表
12	林祐全	The Impacts of ESG Ratings on Corporate Cash Holdings in Nine Asian Stock Markets after the Implementation of the Paris Agreement	國立勤益科技大學	□頭發表
13	阮氏艷百	影響胡志明市商業和運輸服務公司物流服務品質的因素	開南大學	□頭發表
14	周書竹	如何減少顧客在自助式吃到飽餐廳的食物浪費行為? 以計畫行為理論為例	國立彰化師範大學	□頭發表
15	廖雪枝	品牌廠商選擇百貨通路商關鍵因素之研究	國立台北商業大學	□頭發表
16	胡柏謙	進口車消費者選擇汽車輪胎之關鍵因素研究 / Research on the key factors for imported car consumers to choose car tires	國立台北商業大學	□頭發表
17	林韋慈	影響消費者購買沉香線香意願之因素探討	國立彰化師範大學	□頭發表
18	魏昱昉	消費選擇對於自助洗衣店關鍵因素研究 -以高雄地區為例	國立雲林科技大學	□頭發表
19	鄭祐安	Apply deepened theory of planned behavior and self-determination theory to explore Taiwanese purchase intention toward electric scooters	國立台北大學	□頭發表
20	葉晉璋	虛擬角色推廣對消費者購買意願之影響—以藝術畫作產品為例 (The Effect of Virtual Character Promotions on Consumers' Purchasing Intentions—Taking Art Painting Products as an Example)	國立臺北商業大學	□頭發表
21	林妍孜	產品稀缺性對獨特性需求、預期後悔及購買意願之影響	國立彰化師範大學	□頭發表
22	呂珮玄	「好可愛，想買」：色彩飽和度與可愛設計如何影響療癒感與放縱消費	國立彰化師範大學	□頭發表
23	鍾淇	以S-O-R理論探討粉絲專頁內容特性對於閱聽眾參與及回饋之影響效果-以社群參與度為調節變數	國立臺北商業大學	□頭發表
24	黃筱晴	AI虛擬代言人可信度對消費者購買意願之影響-以科技準備度為調節變數	國立臺北商業大學	□頭發表
25	歐孟玥	看見即嚮往：探討觀光宣傳影片對目的地意象與訪問意圖的影響	台北商業大學	□頭發表
26	盧盈涵	從感官到療癒：Aesop品牌五感行銷對購買意願的影響	逢甲大學	□頭發表
27	洪子淇	中高齡求職者的數位困境與就業挑戰	私立致理科技大學	□頭發表
28	郭展盛	以虛實整合與體驗行銷觀點探討蝦皮智取系統持續使用意圖之影響	世新大學	□頭發表
29	趙宥澄	網紅代言對消費者購買意願之影響：以YouTube導購型網紅代言為例	逢甲大學	□頭發表
30	陳依琳	室內市集在空間氛圍規劃的體驗行銷與忠誠度研究	逢甲大學	□頭發表
31	范俊銘	人工智慧之於行銷場域：以倫理法規為探討	臺灣師範大學通識教育中心	□頭發表
32	蔡鑫	以隱私計算理論與品牌關係強度之調節探討MarTech下消費者資訊揭露意願	台北商業大學	□頭發表
33	郭育佑	聊天機器人輔助泰文學習	國立臺北商業大學	□頭發表
34	蔡立誠	運用 OpenAI 及 虛擬人物模型之 AI 口說對話學堂之實作	德明財經科技大學	□頭發表
35	郭展盛	基於來源可信度理論探討使用者對生成式AI應用持續使用意圖影響之研究	世新大學	□頭發表
36	賴燕君	科技接受模式與民眾使用醫院自助繳費之關係	大葉大學管理學院	□頭發表
37	黃冠中	共享經濟時代中客製化旅遊網站平台與客製化旅遊服務 對消費者購買意願之影響	逢甲大學	□頭發表
38	郭展盛	基於價值接受模型探討航空購票平台再購意圖影響因素之研究	世新大學	□頭發表
39	郭展盛	以消費價值理論探討淘寶行動平台再購意圖之影響	世新大學	□頭發表
40	黃邦維	越南移工仲介行業現況與挑戰	國立彰化師範大學	□頭發表
41	郭定	一個可以確保由成對比較矩陣得到的權重向量是可靠的	德明財經科技大學	□頭發表
42	藍稚元	一線希望 LightHope	台北商業大學	□頭發表
43	黃琬婷	旅館服務機器人接受度之研究	國立彰化師範大學	□頭發表

註：114/5/27口頭發表時間將另行公告於本活動網站。