

施權峰

主要學歷

學校名稱	主修學門系所	學位	起訖年月
國立臺灣大學	國際企業學研究所	博士	自 2015.09 至 2022.06
國立臺北商業大學	應用外語系	學士	自 2016.09 至 2021.06
國立臺北大學	企業管理學系	碩士	自 2013.09 至 2015.06
中國文化大學	國際貿易學系	學士	自 2009.09 至 2013.06

相關經歷

服務機構	服務部門/系所	職稱	起訖年月
國立臺灣大學	國際企業學系	兼任教師	2023.08 ~ 迄今
財團法人元智大學	管理學院學士班	兼任教師	2021.01 ~ 2022.07
財團法人資訊工業策進會	數位服務創新研究所	研究員	2017.07 ~ 2018.06
Automotive & Industrial Design Inc.	不分部門	市場調查研究員	2015.07 ~ 2015.09
台聯國際科技股份有限公司	業務部門	業務副總	2002.06 ~ 2008.01
正揚開發投資股份有限公司	董事會	董事	2000.03 ~ 2002.06

學門專門

行銷學、消費者行為、行銷研究、研究方法、行銷計量、資料庫行銷、大數據行銷、組織行為、人力資源管理、勞資關係、統計學、經濟學、國際貿易政策與理論、國際貿易實務

學術專門

行銷領域（網路口碑、網路社群行為、綠色行銷、服務失誤補救）

人力資源管理領域（工作壓力、職家平衡、領導與人格特質）

施權峰

著作目錄

期刊論文

1. Chuan-Feng Shih, Shiu-Li Huang, Heng-Chiang Huang (2022, Apr). The Dissemination and Impacts of Deceptive eWOM: A Dynamic Process Perspective. *Behaviour and Information Technology*. 本人為第一作者、通訊作者。
2. 繆敏志, 施權峰, 李采靜 (2025年07月) 。地獄梗對Instagram使用者參與行為之影響：攻擊型幽默與道德哲學之調節角色。 *臺北商業論叢*, 2(2), 27-57。本人為通訊作者。
3. 繆敏志, 施權峰, 鍾昀臻 (2025年03月) 。星巴克會員制度遊戲化之廣告效果探討 - 自尊與知覺價值之調節中介效果。 *品質與效率學刊*, 3(1), 49-68。本人為通訊作者。
4. 繆敏志, 施權峰, 楊育寧, 蕭美宜, 張瑋倫 (2024年09月) 。大學生使用 Facebook與Instagram的內外動機對潛水行為之影響：社會連結強度與個人傳統性的共同調節作用。 *管理資訊計算*, 13(2), 212-240。本人為通訊作者。
5. 繆敏志, 張火燦, 施權峰 (2024年06月) 。僕人領導對護士實現型職場幸福感之影響: 領導者-成員交換之中介效果, 護理長核心自我評價之調節效果。 *人力資源管理學報*, 24(1), 1-26。本人為通訊作者。
6. 繆敏志, 施權峰, 簡英如, 李采靜, 張碩彤 (2023年12月) 。網紅代言人可信度對購買意願之影響：影片內容可信度、信任傾向與刺激尋求之調節式中介模型檢測-以美妝YouTuber 為例。 *觀光與休閒管理期刊*, 11(2), 55-80。本人為通訊作者。
7. 繆敏志, 張火燦, 施權峰 (2023年10月) 。能者多勞的員工是否容易晉升？領導-成員交換與核心自我評價的調節角色。 *管理與系統*, 30(4), 383-416。本人為通訊作者。
8. 繆敏志, 施權峰 (2022年12月) 。韌性及其成分能透過工作對家庭及家庭對工作衝突(增益)影響工作(家庭)滿意嗎？。 *東吳經濟商學學報*, 115, 37-80。本人為通訊作者。
9. 繆敏志, 施權峰, 胡以珩, 周采葳, 林雅瑄 (2022年12月) 。品牌網路迷因特性對品牌形象之影響: 以網路自我效能與幽默感為干擾角色。 *服務業管理評論*, 17, 23-48。本人為通訊作者。
10. 繆敏志, 施權峰 (2021年06月) 。核心自我評價、職家增益與工作承諾：中介

與調節效果模式。人力資源管理學報，21(1), 57-82。

11. 李涵, 施權峰, 黃恆獎 (2020年04月)。重建關係之路：電商平台中消費者寬恕之特性與效果。台大管理論叢，30(1), 201-234。本人為通訊作者。

研討會論文

1. Chuan-Feng Shih, Hsin-Han Chiang, Hsin-Ju Chiang (2025, Aug). The Application and Impact of The Uncanny Valley Effect in Intelligent Voice Customer Service: Analyzing the Moderating Roles of Anthropomorphic Tendencies and Attachment Anxiety on Waiting Experiences. . 2025 AMA Summer Academic Conference, America., Chicago, USA. 本人為第一作者.
2. Chuan-Feng Shih, Hsin-Ju Chiang, Hsin-Han Chiang (2025, Aug). The Nonlinear Relationship Between the Anthropomorphism of Appearance and Voice in Ai Virtual Companions and User Responses: A Three-Way Interaction of Sympathy and Perfectionism. . 2025 AMA Summer Academic Conference, America., Chicago, USA. 本人為第一作者.
3. Chuan-Feng Shih, Hsin-Han Chiang, Hsin-Ju Chiang (2024, Aug). The Influence of Dark Personalities on the Intention of Dark Internet Memes Using: Dark Side of Social Media as Moderator. 2024 AMA Summer Academic Conference, Boston, USA. 本人為第一作者.
4. Han Lee, Chuan-Feng Shih, Heng-Chiang Huang, Ju-Yin Weng (2023, Jul). Consumer Forgiveness and Repurchase Intention Under Service Failure: A Moderated Mediation Model of Effective Preference of Relationship Maintenance and Desire for Reconciliation. 2023 AMS World Marketing Congress, Canterbury, UK.
5. Hsin-han Chiang, Hsin-ju Chiang, Chuan-feng Shih (2023, May). The Relationship between The Change of Emotion and Stress Resistance of Students and Two Different Assessments in English Teaching by Using Big Five Personality Traits as A Moderator. 2023 International Young Scholars Conference on Culture, Literature and Languages, Tainan, Taiwan. 本人為通訊作者.
6. Shuo-Tong Chang, Chuan-Feng Shih, Hsin-Ju Chiang (2023, May). The Effect of Servant Leadership and Employee Workplace Well-Being: A Moderated Mediation Model of Work-Family Enrichment and Core Self-Evaluations. 2023 International Conference of Sport, Leisure and Hospitality Management, Taipei, Taiwan. 本人為通訊作者.
7. Han Lee, Heng-Chiang Huang, Chuan-Feng Shih (2019, Jul). Can Reconciliation and Revenge Exist Simultaneously? The Mechanism of Hollow Forgiveness and

Silent Forgiveness . 22nd Academy of Marketing Science World Marketing Congress 2019, Edinburgh, UK.

8. Han Lee, Chuan-Feng Shih, Heng-Chiang Huang (2018, Apr). The Way to Reconstructing Relationship : The Characteristics and Effects of Consumer Forgiveness in E-commerce. 2018 Management Theory and Practice Conference, Hualien County, Taiwan.
9. Chuan-Feng Shih, Heng-Chiang Huang, Han Lee (2018, Feb). Punishment Effect on Mechanisms of Consumer's Forgiveness and Consumer Relationship Repair. 2018 AMA Winter Marketing Academic Conference, Orleans, USA. 本人為第一作者、通訊作者。
10. 施權峰, 蕭若妘, 林宥均 (2025年12月) 。用數據說話：仿真決策系統如何量化MBTI人格對工作績效的影響？。2025台灣行銷科學學會第二十二屆年度學術研討會，台北市，台灣。國科會：114-2813-C-141-014-H。本人為第一作者、通訊作者。
11. 施權峰, 陸婕, 林宥均 (2025年09月) 。消費者對企業實踐永續目標之願付價格：以綠色民宿為例的聯合分析研究。2025第27屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇，台中市，台灣。國科會：113-2813-C-141-023-H。本人為第一作者。
12. 周佳璇, 李昀宸, 施權峰 (2024年09月) 。QR Code掃碼點餐系統的知覺風險、餐廳服務品質與顧客滿意度之研究：科技準備度的調節作用。2024 第二十六屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇，南投縣，台灣。本人為通訊作者。
13. 周佳璇, 施權峰 (2024年05月) 。你排斥YouTuber影片中的業配環節嗎？探討自由威脅感中介廣告侵入性對廣告迴避之影響：以Surfshark VPN的YouTube業配為例。2024工商與公共管理學術研討會，台北市，台灣。本人為通訊作者。
14. 繆敏志, 施權峰, 唐靖凱, 胡純荃, 林奕柔, 何旻宜 (2024年05月) 。客服聊天機器人溝通風格與擬人化程度對消費者回應之影響：功利主義/享樂主義之調節角色。2024工商與公共管理學術研討會，台北市，台灣。本人為通訊作者。獲選最佳論文獎。
15. 繆敏志, 施權峰, 何旻宜, 黃姿蓁, 唐靖凱, 林奕柔 (2024年05月) 。黑暗三性格對炫耀性購買之影響: 社交媒體成癮與社會比較之雙元中介效果。2024 臺北大學企業管理學系學術研討會，新北市，台灣。本人為通訊作者。
16. 繆敏志, 施權峰, 李采靜, 李泱萱, 張允柔, 張碩彤, 姜馨茹, 簡英如, 吳豪煜 (2023年06月) 。地獄梗對Instagram使用者參與行為之影響：攻擊型幽默與道德哲學之調節角色。2023工商與公共管理學術研討會暨社會型企業論壇，台北市，台灣。本人為通訊作者。獲選最佳論文獎。
17. 繆敏志, 施權峰, 吳豪煜, 簡英如, 馬靖歲, 李采靜, 張碩彤, 姜馨茹 (2023年05

- 月)。網紅代言人可信度對購買意願之影響：影片可信度、信任傾向與刺激尋求之調節式中介模型檢測—以美妝YouTuber為例。2023臺北大學企業管理學系學術研討會，新北市，台灣。本人為通訊作者。獲選佳作論文獎。
18. 姜馨茹, 施權峰 (2022年09月)。農村型觀光產業於後疫情時代之發展策略—以台南市官田區為例。2022第24屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇，雲林縣。本人為通訊作者。
 19. 繆敏志, 施權峰, 鍾昀臻, 張君綾, 呂承桓, 楊育寧, 蕭美宜, 李宗曄 (2022年06月)。星巴克會員制度遊戲化之廣告效果探討 - 自尊與知覺價值之調節中介效果。第十九屆服務業管理與創新學術研討會，澎湖縣。本人為通訊作者。
 20. 施權峰, 胡瀝文, 胡瀝方, 方怡淳 (2022年05月)。核心自我評價透過職家衝突(增益)模式影響滿意之跨領域分析。2022春季國立臺北大學企業管理學系學術研討會，台北市。本人為第一作者。
 21. 施權峰, 胡瀝方, 胡瀝文, 方怡淳 (2022年05月)。品牌延伸真實性與漂綠感知之交互作用對綠色行為意圖之影響。2022第二十一屆北商大學學術論壇暨國際企業經營管理研討會，台北市。本人為第一作者。
 22. 繆敏志, 施權峰, 楊育寧, 蕭美宜, 李宗曄, 鍾昀臻, 張君綾, 呂承桓 (2022年05月)。大學生使用Facebook與Instagram的內外動機與潛水行為之影響：社會連結強度與個人傳統性的共同調節作用。2022春季國立臺北大學企業管理學系學術研討會，台北市。本人為通訊作者。獲選優秀論文獎。
 23. 繆敏志, 施權峰, 吳鳳庭, 林雅瑄, 周采葳, 胡以珩 (2021年05月)。品牌網路迷因特性對品牌形象之影響：以網路自我效能與幽默感為干擾角色。2021春季國立臺北大學企業管理學系學術研討會，台北市。本人為通訊作者。
 24. 繆敏志, 施權峰, 林雅瑄, 吳鳳庭, 胡以珩, 周采葳 (2021年05月)。漂綠對綠色產品購買意願之影響以綠色產品涉入程度與利他性為干擾角色。2021第二十屆北商大學學術論壇暨國際企業經營管理研討會，台北市。本人為通訊作者。
 25. 施權峰, 李涵, 黃恆獎, 曾寶萱 (2021年04月)。沒有補救也能有效緩和服務失誤嗎？消費者自發性情感型原諒與和解行為形成機制之探討。2021管理觀念與應用研討會，高雄市。本人為第一作者、通訊作者。

近三年內執行及申請中之研究計畫

(一)、國科會

計畫名稱	計畫內擔任的工作	起訖年月	補助或委託機構	執行情形	經費總額
解密 AI 時代的恐怖谷效應：圖像與聲音的雙重檢視(114-2410-H-141-019-MY2)	主持人	2025/08/01 至 2027/07/31	國科會	執行中	1,742,000
敬業領導對員工建言行為之影響：職場友誼與領導者－成員交換之跨層級調節中介效果(113-2410-H-034-005-SSS)	共同主持人	2024/08/01 至 2025/10/31	國科會	已結案	846,000
黑暗人格對黑暗網路迷因使用意圖之影響：以社群媒體黑暗面之社會比較與錯失恐懼症為調節角色(113-2410-H-141-001-)	主持人	2024/02/01 至 2025/01/31	國科會	已結案	754,000

(二)、其它機構補助申請

計畫名稱	計畫內擔任的工作	起訖年月	補助或委託機構	執行情形	經費總額
勞資關係課程之教學實踐：應用角色扮演教學法搭配問題解決導向學習方式為例	主持人	2024/08/01 至 2025/07/31	教育部	執行中	180,000
同儕協助學習策略對提升五專學生統計學學習成就以及情意態度之研究	主持人	2025/08/01 至 2026/07/31	教育部	執行中	309,000