

苗議丰

個人著作

A. 期刊論文

1. Yi-Wen Fan and Yi-Feng Miao, 2012, Effect of electronic word-of-mouth on consumer purchase intention: The perspective of gender differences, *International Journal of Electronic Business Management*. (EI)
2. 范懿文、方毓賢、苗議丰、王詩翔，2013，影響社交網絡線上內容轉發意圖之相關因素，*電子商務研究*。(TSSCI)
3. Yi-Wen Fan, Yi-Feng Miao, Yu-Hsien Fang and Ruei-Yun Lin, 2013, Establishing the adoption of electronic word-of-mouth through consumers' perceived credibility. *International Business Research*.
4. Yi-Wen Fan, Yi-Feng Miao and Seng-Ching Wu, 2013, Customer complaints and service policy in electronic commerce, *South African Journal of Business Management*. (SSCI)
5. Chin-Lung Hsu, Judy Chuan-Chuan Lin and Yi-Feng Miao, 2020, Why Are People Loyal to Live Stream Channels? The Perspectives of Uses and Gratifications and Media Richness Theories, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. (SSCI)
6. 陳孟淳、林勝為、苗議丰、林娟娟，2022，服務有價--以價值接受模型探討消費者對串流音樂平臺之訂閱意願，*資訊管理學報*。(TSSCI)
7. 李欣恬、苗議丰、許晉龍、林娟娟，2022，消費者反展示廳行為之探討—當線上資訊成為購物參考，*電子商務學報*。(TSSCI)
8. 林珠珍、苗議丰、林為能、林娟娟，2023，臺北市居民對 iTrash 智慧垃圾桶的採用因素之探討，*管理與系統*。(TSSCI)
9. Chin-Lung Hsu, Judy Chuan-Chuan Lin and Yi-Feng Miao, 2026, Product recommendation source, persuasive messages and media richness in social commerce, *Journal of Business Research*. (SSCI)

B. 專書及專書論文

C. 研討會論文

1. Yi-Wen Fan, Yi-Feng Miao, and Cheng-Kiang Farn, 2012.07, Effect of electronic word-of-mouth on consumer purchase intention: The perspective of gender differences. *International Conference on Innovation and Management*, Republic of Palau.

2. Yi-Wen Fan, Yi-Feng Miao, Yu-Hsien Fang and Ruei-Yun Lin, 2012.12, Establishing the adoption of electronic word-of-mouth by online consumers through perceived credibility, *18th Conference on Information Management & Practice*, Taiwan.
3. Lin, J. C.-C., Chen, C. Y., Hsu, C. C., and Miao, Y. -F., 2017.07, What drives purchase intention for paid stickers: Perceived value and social tie perspectives. *International Conference on Innovation and Management*, Tokyo, Japan.
4. 許修璋、苗議丰、林娟娟，2017.05，消費者涉入對穿戴式裝置購買意願之研究-以智慧手錶為例，第28屆國際資訊管理學術研討會，台北市。
5. 林佳瑩、苗議丰、林娟娟，2018.06，社群平台訊息與涉入程度對於消費者行為意圖之影響-以 Facebook 為例，第29屆國際資訊管理學術研討會，台中市。
6. 林娟娟、李欣恬、苗議丰，2019.05，當網路商店成為購物參考-探討消費者反展示廳行為，第30屆國際資訊管理學術研討會，台北市。
7. 林娟娟、棘品元、苗議丰，2019.05，為什麼只摸不買-消費者展示廳行為意願之探討，第30屆國際資訊管理學術研討會，台北市。
8. 林娟娟、吳聰祺、苗議丰，2019.05，持續使用功能導向社群 App 之研究-以運動型 App 為例，第30屆國際資訊管理學術研討會，台北市。
9. 林娟娟、周荃、苗議丰，2020.12，「眼見為憑」才能促進消費?—行動 AR 影響消費者購買意圖之探討，第31屆國際資訊管理學術研討會，嘉義市。
10. 林娟娟、林珠珍、苗議丰，2020.12，倒垃圾有「智慧」?臺北市 iTrash 採用之探討，第31屆國際資訊管理學術研討會，嘉義市。
11. 蘇宥綺、苗議丰、林娟娟，2024.06，以推敲可能性模型探討 GenAI 聊天機器人的使用意圖，第35屆國際資訊管理學術研討會，台北市。
12. 陳佳君、苗議丰、林娟娟，2024.06，工具還是玩具?以價值接受模型探討生成式人工智慧 ChatGPT 使用與口碑傳播因素，第35屆國際資訊管理學術研討會，台北市。
13. 陳君儀、苗議丰、林娟娟，2024.06，公部門採用智慧服務意圖之研究—以智取櫃為例，第35屆國際資訊管理學術研討會，台北市。
14. Miao, Y. -F., 2025.08, Investment or fraud? Exploring factors influencing taiwanese users' online investment intentions, *International Conference on Business and Management (ICBM-25)*, Tokyo, Japan.
15. 苗議丰、梁雅涵，2025.08，運送「費」不「費」?以價值接受模式探討消費者採用電商運費訂閱制意願，第14屆服務科學研究論壇，屏東市。
16. 苗議丰、朱嫚琪，2025.08，與「寵」同行-飼主依附對於選擇寵物友善旅宿意圖之影響，第14屆服務科學研究論壇，屏東市。
17. 陳汶俊、苗議丰，2026.05，「樹大便是美」?以社會交換理論探討遊戲化行銷模式—以專注森林 App 為例，第15屆商學與管理學術研討會，台北市。

D. 研究計畫報告

a.國科會研究計畫

1. 2024.10~2025.09，計畫主持人，投資還是詐騙？以不確定性降低理論探討影響使用者線上投資意願之因素。(113-2410-H-031-088-)
2. 2026.08~2027.07，計畫主持人，雲端知己—以依戀理論探討 AI 聊天機器人持續使用意願。(115-2410-H-031-081-)

b.其他研究計畫案

1. 2024.09~2024.12，計畫主持人，化合物半導體之光學缺陷檢測技術之產業分析。(金屬工業研究發展中心)
2. 2024.10~2024.12，計畫主持人，臺灣數位遊戲產業產值調查。(資訊工業策進會)
3. 2025.06~2025.08，計畫主持人，碳轉換產業之資訊調查。(金屬工業研究發展中心)
4. 2026.01~2026.10，計畫主持人，數位內容產業調查與研析專業委託服務案。(台北市電腦公會)
5. 2026.06~2026.09，計畫主持人，基站抗干擾的產業分析。(金屬工業研究發展中心)