

# Yang-Chu Lin

## Writing

Update : 2023/09/05

### A. Journal Papers

#### (1) EI

1. Yang-Chu Lin, Yi-Chih Lee , Ya-Wen Cheng. The Influence of Promotion Type and Advertising Appeal on the Brand Evaluation of Fruit Vinegars. Journal of Statistics and Management Systems, Vol.17, Issue 1, 2014; pages 47-70. DOI:10.1080/09720510.2013.867717. [EI]. (Published online: 04 Jun 2014)
2. Yang-Chu Lin, Yi-Chih Lee , Nu-Ting Lin. The Effect of Advertising using Advertising Appeals, Pictures and Product Categories. Journal of Statistics and Management Systems, Vol.17, Issue 1, 2014; pages 71-96. DOI:10.1080/09720510.2013.867716. [EI]. (Published online: 04 Jun 2014)
3. Yi-Chih Lee, Wei-Li Wu, Yang-Chu Lin, Chia-Ko Lee. The effect of word-of-mouth, knowledge, and promotions on purchase intention of medical cosmetics. The International Journal of Organizational Innovation 2014; 6(3), 96-105.[EI]. (2014 年 1 月)
4. Yang-Chu Lin, Yi-Chih Lee, Yu-Fen Wang. Exploring the Influence of Tea Beverage Health Claims on Brand Evaluation and Purchase Intention. The International Journal of Organizational Innovation, 8(2), 88-99. [EI] (2015 年 10 月)
5. Yang-Chu Lin, Yi-Chih Lee, Sheng-You Lin(2017). The influence of the personality traits of webcasters on online games. Int. J. Electronic Customer Relationship Management, Vol. 11, No. 1, pp.94–103. [EI]. (2017 年 9 月)
6. Yang-Chu Lin, Yi-Chih Lee, Ruo-Yi Pao, why we buy line stickers Journal of Statistics and Management Systems Vol. 21 , No. 6, pp. 1131 – 1143[EI]. (2018 年 9 月)
7. Yang-Chu Lin , Yi-Chih Lee Affects Of Dietary Behavior And Risk Perception On Internet Foods nternational Journal of Organizational Innovation. Apr2018, Vol. 10 Issue 4, p166-173. 8p. 3 Charts.
8. Yang-Chu Lin , Hung-Ni Tsai ,Yi-Chih Lee(2020). The effects of product categories, brand alliance fitness and personality traits on customer’s brand attitude and purchase intentions: A case of Spotify Journal of Statistics and Management Systems Vol. 23 , No. 3, pp. 677–693[EI]. (2020 年 5 月)
9. Yang-Chu Lin, Yu-Hao Chen & Yi-Chih Lee (2021). The effect of product attributes, brand awareness and product knowledge on consumers - A case of Air Jordan retro shoes Journal of Statistics and Management Systems Vol. 24 , No. 5, pp. 1151– 1168[EI]. (2021 年 7 月)
10. Yang-Chu Lin, Ming-Jheng Lin (2022). Exploring the influence of regulatory fit on advertising effect - the moderating effect of consumer product knowledge Journal of Statistics and Management Systems Vol. 25 , No. 6, pp. 1151– 1168[EI]. (2022 年 10 月)

## (2) SCI

1. Yi-Chih Lee, Wei-Jei Lee, Yang-Chu Lin, Phui-Ly Liew, Chia-Ko Lee, Steven C.H. Lin, Tian-Shyung Lee. Obesity and the Decision Tree: Predictors of Sustained Weight loss after Bariatric Surgery. *Hepato-Gastroenterology* 2009; Vol 56(96):1745-1749.[SCI] [11-12 月].
2. Yi-Chih Lee, Phui-Ly Liew, Wei-Jei Lee, Yang-Chu Lin, Chia-Ko Lee, Ming-Te Huang, Weu Wang, Steven C.H. Lin. Prediction of successful weight reduction after laparoscopic adjustable gastric banding. *Hepato-Gastroenterology* 2009; Vol 56(93):1222-1226.[SCI] [7-8 月]
3. Phui-Ly Liew, Yi-Chih Lee, Yang-Chu Lin, Tian-Shyug Lee, Wei-Jei Lee, Weu Wang, Ching-Wen Chien(04/2007), "Comparison of Artificial Neural Networks with Logistic Regression in Prediction of Gallbladder Disease among Obese Patients", *Digestive Liver Disease*, Vol 39, No 4, pp.356-362.
4. Phui-Ly Liew, Weu Wang, Yi-Chih Lee, Ming-Te Huang, Yang-Chu Lin, Wei-Jei Lee (03/2007), "Gallbladder Disease Among Obese Patients in Taiwan", *Obesity Surgery*, Vol 17, No 3, pp.383-390.
5. Phui-Ly Liew, Weu Wang, Yi-Chih Lee, Ming-Te Huang, Yang-Chu Lin, Wei-Jei Lee (09/2007), "Prediction of successful weight reduction after bariatric surgery by data mining technologies", *Obesity Surgery*, Vol 17, No9, pp.1235-1241.
6. Ching-Wen Chien, Yi-Chih Lee, Tsochiang Ma, Tian-Shyug Lee, Yang-Chu Lin, Weu Wang, Wei-Jei Lee (NOV-DEC/2008), "Apply Artificial Neural Networks and Decision Tree Model in Predicting Post-operative Complication for Gastric Cancer Patients", *Hepato-Gastroenterology*, Vol 55, pp.1140-1145.
7. Phui-Ly Liew, Wei-Jei Lee, Yi-Chih Lee, Hsih-Hsi Wang, Weu Wang, Yang-Chu Lin (NOV/2006), "Hepatic Histopathology of Morbidly Obese Patients: Concurrent with Other Forms of Chronic Liver Disease", *Obesity Surgery*, Vol 16, pp. 1584-1593.

## (3) TSSCI

- 1、林陽助、陳郡怡(95年12月)，「贈品—主產品配適度對消費者的知覺價值與購買意圖影響之研究」，*交大管理學報*，第二六卷第二期，頁123-154。

## (4) Others

1. 李宜致、林陽助、李佳珂(2011)。從顧客面探討國內醫療保健旅遊市場之認知與需求。顧客滿意學刊，第七卷第一期，頁77-100。[2011/03]
2. 林陽助、李宜致、林吉祥、林婉婷。折扣幅度、促銷方式與品牌知名度對消費者品牌評價及購買意願之影響—以行動電話為例。東吳經濟商學學報，第67期，頁1-46。[2009/12月]

3. 林陽助、李佳珂、李宜致\*、林吉祥、傅筱雯(2009)。廣告訴求、產品屬性及消費者自我監控程度對廣告效果之影響—以銀髮族產品為例。澄清醫護管理雜誌，第5卷第4期，頁9-22。[2009/10月]
4. 林陽助、李宜致、林吉祥、許士賢(2009)。品牌形象、廣告訴求、口碑對購買意願影響之研究。數據分析，第4卷第2期，頁163-197。[4月][JEL, Ecolit, CIS]
5. 李宜致、謝幸芳、李佳珂、李威傑、于博芮、林陽助(2008)。施行腹腔鏡減肥手術對肥胖病人生活品質改善之研究。澄清醫護管理雜誌，Vol.4(4)：8-13。[10月]
6. 林陽助、李光勳、李宜致 (民96年4月)，「廣告代言人與來源適配性對廣告效果影響之研究」，*Journal of Data Analysis*，2(2)，頁 -- 。
7. 林陽助、林秀貞、李宜致 (民96年09月)，「體驗行銷、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究—以大台北地區連鎖咖啡店為例」，*JCS 顧客滿意學刊*，第三卷第二期，頁57-94。
8. Yi-Chih Lee, Yang-Chu Lin, Tian-Shyug Lee (11/2006), "Mining the complication pattern of gastric cancer patients by using artificial neural networks and logistic regression", *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, Vol. 2, No.2, pp.151-155.
9. 錢慶文、李宜致、李佳珂、林陽助、安寶儀 (民95年10月)，「從理性行動理論研究住院病人「病患安全」的態度對其認知之影響」，澄清醫護管理雜誌，第二卷第四期，頁18-26。
10. 林陽助、劉慶洲、李智明、施宗旻 (民95年6月)，「促銷工具、產品涉入及消費者衝動特質對消費者衝動性購買的影響」，*永達學報*，第七卷第一期，頁167-188。
11. 林陽助、吳旻益 (民94年12月)，「服務失誤、服務補救與顧客滿意度之關係—以手機通路商為例」，*東吳經濟商學學報*，第五一期，頁227-268。
12. 林陽助、黃士明 (民94年12月)，「廣告主張、恐懼性訴求、涉入程度對廣告效果影響之研究」，*東吳經濟商學學報*，第五一期，頁181-226。
13. 林陽助、葉吳極 (民95年06月)，「品牌組成策略與產品涉入程度對品牌擴張效果影響之探討」，*商管科技季刊*，第七卷第二期，頁389-416。
14. 林陽助 (民94年9月)，「關係行銷活動、會員承諾對會員行為影響之研究」，*JCS 顧客滿意學刊*，第一卷第二期，頁131-182。
15. 林陽助、黃柏皓 (民94年5月)，「關係歷程影響行銷服務使用者的知覺價值之研究—以廣告主為例」，*輔仁管理評論*，第十二卷第二期，頁1-40。
16. 林陽助 (民94年3月)，「理財專員屬性、關係銷售行為、關係品質與顧客忠誠度關係之研究—以財富管理為例」，*台灣金融財務季刊*，第六輯第一期，頁87-118。
17. 林陽助、林祝英、簡美玲 (民94年1月)，「金融業關係行銷之研究」，*企銀季刊*，第二八卷第一期，頁37-79。
18. 林陽助 (民93年12月)，「贊助活動屬性與品牌個性相關聯程度、品牌知名度、涉入程度對品牌權益影響之研究」，*行銷評論*，第一卷第二期，頁83-110。

19. 林陽助、劉慶洲、何昭賢 (民 93 年 7 月),「產品屬性、訊息來源對廣告溝通效果之影響」, *永達學報*, 第五卷第一期, 頁 31-57。
20. 林陽助、葉華榮 (民 92 年 3 月),「顧客關係、服務流程品質、服務品質與顧客忠誠度之研究—以網路購物為例」, *東吳經濟商學學報*, 第四十期, 頁 41-70。
21. 林陽助、邱燕鈴 (民 92 年 1 月),「金融業顧客關係行銷之研究—以信用卡為例」, *企銀季刊*, 第二六卷第一期, 頁 149-176。
22. 林陽助、廖榮文 (民 90 年 12 月),「品牌概念形象與廣告訴求對廣告效果之影響」, *東吳經濟商學學報*, 第三五期, 頁 75-106。
23. 林陽助、朱家賢 (民 90 年 7 月),「促銷性廣告、產品品牌聯想形象、消費者屬性對廣告效果影響之研究」, *管理研究學報*, 第一卷第二期, 頁 243-276。
24. 林陽助 (民 82 年 9 月),「聯合分析及其在行銷上的應用」, *四海工商學報*, 第八期。
25. 林陽助 (民 80 年 12 月),「我國的汽車產業」, *企業管理個案集*, 政大企管所, 頁 356-379。
26. 林陽助 (民 80 年 12 月),「統一超商」, *企業管理個案集*, 政大企管所, 頁 325-355。

## B、Conference Papers

### (1) International Conference (in English)

1. Chia-Ko Lee, Yi-Chih Lee, Wei-Li Wu, Yang-Chu Lin(2014), “Blogger effect: User behavior during the theme park selection process”. PICMET '14 Conference:"Infrastructure and Service Integration", Kanazawa, Japan, July 27 - 31, 2014.
2. Yi-Chih Lee , Wei-Jei Lee , Chia-Ko Lee , Yang-Chu Lin .Predictors of Diabetes Remission After Bariatric Surgery by Artificial Neural Network. 2011 3rd International Conference on Computer Design and Applications. Xi'an, Shaanxi, China. May 27-29, 2011(IEEE Conference, ISBN:978-1-4244-9489-7).
3. Yi-Chih Lee, Chia-Ko Lee, Yang-Chu Lin, Wei-Jei Lee. Predicted Clinical Factors of Anemia after Bariatric Surgery Using Data Mining Technology. 2011 International Conference on e-Commerce, e-Administration, e-Society, e-Education, and e-Technology (e-CASE & e-Tech 2011).Toshi Center Hotel, Tokyo, Japan. January 18-20, 2011.
4. Yi-Chih Lee, Wei-Jei Lee, Chia Ko Lee, Yang-Chu Lin, Shu-Chun Chen. Impact on Chinese Personality and Quality of Life Following Laparoscopic sleeve gastrectomy. 6th International Congress of the Asia-Pacific Metabolic & Bariatric Surgical Society. Held in Singapore from Oct 21st to 23rd 2010.
5. Yi-Chih Lee, Wei-Jei Lee, Tian-Shyug Lee, Yang-Chu Lin(2007/04), “Prediction of successful weight reduction after bariatric surgery by artificial neural network”, *2ND Asia Pacific Obesity Conclave in collaboration with MASO 2007*, Kuala Lumpur, Malaysia.

### (2) National Conference (in Chinese)

1. 劉羽淳、林陽助 (民 110 年 6 月) 知覺風險、產品類型與促銷類型對購買意願及品牌態度影響之研究—以網路購物為例 2021 第 21 屆科際整合管理研討會,6 月 5 日,台北。
2. 陳昱豪/林陽助 (民 107 年 6 月) 產品屬性、品牌知名度與產品知識程度對消費者之影響—以復刻球鞋 Air Jordan 系列為例, 2018 第 20 屆科際整合管理研討會。
3. 鮑若苡、林陽助 (民 105 年 6 月) 通訊軟體貼圖購買因素之探討—以 LINE 為例, 2016 第 19 屆科際整合管理研討會。
4. 廖珮玢、林陽助 (民 104 年 6 月) 體驗行銷、體驗價值與顧客忠誠度關係之研究 — 以薰衣草森林為例, 2015 第 18 屆科際整合管理研討會。
5. 陳家筠、林陽助 (民 104 年 6 月) 產品置入方式與內外控人格特質對品牌態度及購買意願之影響—以產品類型為干擾變數, 2015 第 18 屆 科際整合管理研討會。
6. 李宜致、李佳珂、林陽助、姜佳良。消費者行為、涉入程度與品牌知名度對購買意願之研究-以服飾為例。清雲科技大學第六屆全國商學研討會, 2010 年 9 月 25 日 (星期六), 中壢市清雲科技大學。
7. 李宜致、林陽助。Blog 代言人與代言品牌之適配性對廣告效果之研究。2009 第三屆管理與決策學術研討會, 南華大學企業管理學系舉辦, 2009/5/15(星期五), 嘉義。
8. 林陽助、陳盈德 (民 90 年 6 月), 「WWW 電子商店之市場區隔研究」, 2001 年台灣產業管理研討會論文集, 頁 121-154。
9. 林陽助、郭翰哲 (民 90 年 5 月), 「誠品與金石堂書店經營策略之比較」, 2001 科際整合管理國際研討會論文集, 台北: 東吳大學, 頁 1099-1116。
10. 林陽助、朱家賢 (民 90 年 5 月), 「促銷性廣告、產品品牌聯想形象、消費者屬性對廣告效果影響之研究」, 2001 科際整合管理國際研討會論文集, 台北: 東吳大學, 頁 907-930。
11. 林陽助、羅珮軒 (民 89 年 5 月), 「玉山銀行之經營哲學」, 2000 科際整合管理國際研討會論文集, 台北: 東吳大學, 頁 435-447。
12. 林陽助、廖榮文 (民 89 年 5 月), 「品牌概念形象與廣告訴求對廣告效果之影響」, 2000 科際整合管理國際研討會論文集, 台北: 東吳大學, 頁 217-236。
13. 林陽助、張雅惠 (民 88 年 5 月), 「論點品質、周邊路徑及涉入程度對廣告效果之研究」, 1999 年科際整合管理研討會論文集, 台北: 東吳大學, 頁 483-494。
14. 廖國鋒、林陽助 (民 88 年 5 月), 「消費者品牌忠誠度對先占廠商價格競爭策略影響之研究」, 1999 年科際整合管理研討會論文集, 台北: 東吳大學, 頁 475-482。
15. 林陽助 (民 86 年 6 月), 「廣告脈動政策適用情境之研究」, 1997 年企業管理國際研討會論文集, 台北: 東吳大學, 頁 223-235。

### C. Book Edited/ Book Chapters

1. 林陽助 (民 94 年 8 月), 服務行銷, 精湛行銷企劃工作室。
2. 林陽助 (民 92 年 1 月), 服務行銷, 精湛行銷企劃工作室。
3. 林陽助 (民 86 年 2 月), 電話行銷, 遠流出版公司。
4. 林陽助 (民 84), 中華民國連鎖業發展年鑑, 中華民國連鎖店協會出版。
5. 林陽助 (民 81 年 2 月), 如何建立 CIS, 遠流出版公司。
6. 林陽助 (民 85), 顧客滿意度決定模型與效果之研究, 台灣大學商研所, 博士論文。
7. 林陽助 (民 80), 台灣地區汽車製造業轉型經營策略之研究, 中興大學企管研究所, 碩士論文。

#### D. Research Reports and Others

1. 林陽助 (民 94 年 6 月), 「顧客抱怨是商機」, 突破雜誌, 第二三九期, 頁 80-83。
2. 林陽助 (民 94 年 5 月), 「失去一位忠誠顧客的代價是 1100 萬」, 突破雜誌, 第二三八期, 頁 80-83。
3. 林陽助 (民 94 年 4 月), 「忠誠顧客 = 企業利潤? 」, 突破雜誌, 第二三七期, 頁 74-77。
4. 林陽助 (民 94 年 3 月), 「行銷新顯學創造顧客價值的占有率」, 突破雜誌, 第二三六期, 頁 92-96。
5. 林陽助 (民 94 年 2 月), 「行銷關係很重要」, 突破雜誌, 第二三五期, 頁 50-52。
6. 林陽助 (民 94 年 1 月), 「CRM 導入的四大陷阱」, 突破雜誌, 第二三四期, 頁 124-127。
7. 林陽助 (民 93 年 12 月), 「行銷經理, 熟悉您的客戶嗎? 」, 突破雜誌, 第二三三期, 頁 96-99。
8. 林陽助 (民 93 年 11 月), 「了解你的衣食父母」, 突破雜誌, 第二三二期, 頁 84-89。
9. 林陽助 (民 92 年 2 月), 「政策行銷」, 台北: 公務人力發展中心, 頁 1-53。
10. 林陽助 (民 89 年 12 月), 「行銷技巧」, 台北: 泛亞銀行, 頁 1-48。
11. 林陽助 (民 89 年 9 月), 「e 時代創新價值行銷」, 台北: 蕃薯藤 (yam) e 時代講座經理班, 頁 1-47。
12. 林陽助 (民 89 年 6 月), 「經營管理顧問師講座—行銷管理總論」, 台北: 中國生產力中心, 頁 1-55。
13. 林陽助 (民 89 年 5 月), 「消費者行為與市場調查」, 台北: 行政院青年輔導員會行銷企劃班, 頁 1-45。
14. 林陽助 (民 89 年 4 月), 「品味生活知性對談」, 東吳企管系系刊/坐困愁城, 頁 6-10。

15. 林陽助 (民 89 年 3 月),「看廣告學行銷」, 勞委會函授高級班, 頁 1-30。
16. 林陽助 (民 89 年 2 月),「現代行銷經理講座—行銷策略規劃與運用」, 台北: 中國生產力中心, 頁 1-45。
17. 林陽助 (民 88 年 12 月),「金融行銷與公關」, 中國勞工, 第九九九期, 頁 26-29。
18. 林陽助 (民 88 年 11 月),「銀行行銷管理」, 台北: 合作金庫員工訓練所, 台北, 頁 1-22。
19. 林陽助 (民 88 年 9 月),「行銷策略與談判技巧」, 台北: 彰化銀行, 頁 1-36。
20. 林陽助 (民 88 年 9 月),「創新價值行銷演講會」, 南亞塑膠公司, 頁 1-53。
21. 林陽助 (民 88 年 9 月),「策略行銷與企劃」, 台北: 金融研訓中心, 頁 1-71。
22. 林陽助 (民 88 年 6 月),「創新企畫行銷」, 台北: 經濟部工業局, 頁 1-53。
23. 林陽助 (民 88 年 6 月),「金融行銷研討會」, 台北: 中華民國農民團體幹部聯合訓練協會, 頁 1-50。
24. 林陽助 (民 88 年 6 月),「管理從了解自己開始—習慣領域」, 東吳企管系系刊/企勢驚人, 頁 3-5。
25. 林陽助 (民 88 年 3 月),「價值行銷」, 勞委會函授高級班, 頁 1-28。
26. 林陽助 (民 88 年 2 月),「銀行行銷個案研討」, 台北: 金融研訓中心, 頁 1-50。
27. 林陽助 (民 88 年 2 月),「服務品質與顧客滿意」, 台北: 金融研訓中心, 頁 1-22。
28. 林陽助 (民 87 年 12 月),「俚語管理學」, 中國勞工, 第九八七期, 頁 26-28。
29. 林陽助 (民 87 年 11 月),「行銷概念再思考」, 台北: 經濟部工業局, 頁 1-37。
30. 林陽助 (民 87 年 7 月),「行銷策略」, 台灣電力公司, 頁 1-15。
31. 林陽助 (民 87 年 3 月),「自我行銷」, 勞委會函授高級班, 頁 1-29。
32. 林陽助 (民 86 年 12 月),「管理從了解自己開始—習慣領域」, 中國勞工, 第九七五期, 頁 21-23。
33. 林陽助 (民 86 年 11 月),「金融行銷與公關—開啟企業與外界的兩扇大門」, 農訓月刊, 第十四卷第十一期, 頁 60-63。
34. 林陽助 (民 86 年 9 月),「創意思考行銷寶典」, 農訓月刊, 第十四卷第九期, 頁 26-29。
35. 林陽助 (民 86 年 7 月),「銀行行銷價格訂定與競爭策略」, 台北: 金融研訓中心, 頁 1-35。
36. 林陽助 (民 86 年 7 月),「行銷概念再思考」, 台北: 台北捷運公司, 頁 1-50。
37. 林陽助 (民 86 年 6 月),「銀行行銷管理與策略」, 台北: 金融研訓中心, 頁 1-37。

38. 林陽助 (民 86 年 2 月),「銀行行銷管理」,新竹:新竹企銀,頁 1-120。
39. 林陽助 (民 85 年 1 月),「顧客滿意度決定模型與效果之研究」,台灣大學商學研究所出版。
40. 林陽助 (民 81),「我國石油產業發展體系及其法規之研究」,經濟部能源委員會。
41. 林陽助 (民 80 年 6 月),台灣地區汽車製造業轉型經營策略之研究,中興大學企業管理研究所出版。

## E. Research Grants and Awards

- 1、財團法人東吳企管文教基金會 100 年度 SMAF 學術研究獎勵 (2011 年 11 月)。
- 2、東吳大學 100 學年度教師學術研究獎助 (2011)。
- 3、財團法人東吳企管文教基金會 99 年度 SMAF 學術研究獎勵 (2010 年 11 月)。
- 4、東吳大學 99 學年度教師學術研究獎助 (2010)。
- 5、財團法人東吳企管文教基金會 98 年度 SMAF 學術研究獎勵 (2009 年 11 月)。
- 6、東吳大學 98 學年度教師學術研究獎助 (2009)。
- 7、財團法人東吳企管文教基金會 97 年度 SMAF 學術研究獎勵 (2008 年 11 月)。
- 8、東吳大學 97 學年度教師學術研究獎助 (2008)。
- 9、財團法人東吳企管文教基金會 94 年度 SMAF 學術研究獎勵 (2005 年 11 月)。
- 10、東吳大學 96 學年度教師學術研究獎助 (2007)。
- 11、東吳大學 94 學年度現任教師學術研究獎助 (2005)。
- 12、東吳大學 91 學年度教師學術研究獎助 (2002)。
- 13、財團法人東吳企管文教基金會 91 年度 SMAF 學術研究獎勵 (2002 年 11 月)。
- 14、東吳大學 86 學年度現任教師學術著作獎助 (1997 年 6 月)。
- 15、行政院國科會 85 年度甲種研究獎勵 (1997 年 5 月)。
- 16、東吳大學 85 學年度新任教師學術著作補助 (1997 年 1 月)。

## F. Research Projects

- 1、計畫名稱：從顧客面探討國內醫療保健旅遊市場認知與態度之研究  
委辦單位：國科會  
擔任職稱：共同計畫主持人  
計劃時間：2009/08/01-2010/7/31  
金額：\$398,000 元