

李智明教授

著作

(一)、期刊論文:

(1) SCI

1. Lee, Chih-Ming, Shu-Lu Hsu(January 2011), The effect of advertising on the distribution-free newsboy problem”, International Journal of Production Economics, 129(1), 217-224. (2009, ranks 3rd/37 in Industrial Engineering) (被引用 86 次, impact factor 2.752)
2. Lee, Chih-Ming(March 2008), A Bayesian approach to determine the value of information in the newsboy problem, International Journal of Production Economics, 112(1), 391-402. (被引用 24 次, impact factor 2.752)

(2) TSSCI

1. Lee, Chih-Ming and Wan, Wen-Lung(April 2014), Combining Demand Forecasts in a Newsboy Problem Using an Unequally Weighted Method, Chiao Da Mangement Review, 34(1), 177-199. 李智明、萬文隆 (民 103 年 6 月),「報童問題中以不等加權方式組合需求預測值」, 交大管理學報, 第三十四卷第一期, 頁 177-199。
2. 李智明(民 93 年 12 月),「單期季節性商品之需求預測投資預算—使用貝氏估計法」, 交大管理學報, 第二十四卷第二期, 頁 37-60。被引用次數 3。Lee, Chih-Ming(2004), The Budget of Demand Forecasting in One-Period Seasonal Goods Production Systems-A Bayesian Approach, Chiao Da Mangement Review, 24(2), 37-60.
3. 李智明 (民 91 年 3 月),「單期季節性商品需求預測之完全資訊期望價值」, 管理學報, 第十九卷第一期, 頁 59-77。Lee, Chih-Ming(2002), The expected value of perfect information of demand forecasting for one-period seasonal goods production systems, Journal of Management and Business Research, 19(1), 59-77.
4. 李智明 (民 90 年 12 月),「需求不確定性對單期季節性商品完全資訊期望價值之影響」, 台大管理論叢, 第十二卷第一期, 頁 229-248。被引用次數 3。Lee, Chih-Ming(2001), The Effect of Demand Uncertainty on the EVPI of One-Period Seasonal Goods Production Systems, NTU Management Review, 12(1), 229-248.

(3) 其他具審查制度之期刊論文

1. 李智明、黃紀芸(2024/09),「影響觀眾支持 VTuber 之關鍵因素」, 管理與資訊學報, 第二十九期, 頁 45-78。Lee, Chih-Ming and Huang, Ji-Yun(2024), The Key Factors Affecting Audience's Support for VTubers, Journal of Management and Information, 29, 45-78.
2. 李智明、舒于真(2023/07),「消費者選擇共享電動機車平台的關鍵因素」, 北商學報,

- 第四十二期，頁 29-56。Lee, Chih-Ming and Shu, Yu-Jhen(2023), A Study of Key Factors Affecting Consumer's Selection of Electric Scooter-Sharing Platforms, *Journal of National Taipei University of Business*, 42, 29-56.
3. 李智明、陳貞君(2022/06),「應用 AHP 探討消費者選擇餐飲外送平台之關鍵因素」, *東吳經濟商學學報*, 第一百零四期, 頁 47-80。Lee, Chih-Ming and Chen, Zhen-Jun(2022), Applying AHP to Explore the Key Factors Affecting Consumers to Choose the Food Delivery App, *Soochow Journal of Economics and Business*, 104, 47-80.
 4. 李智明、張睿凱(2022/05),「消費者選擇叫車平台之關鍵因素」, *輔仁管理評論*, 第二十九卷第二期, 頁 81-115。Lee, Chih-Ming and Chang, Ruei-Kai(2022), The Key Factors for Consumer to Choose On-Demand Taxi Platforms-Using AHP Analysis Method, *Fu Jen Management Review*, 29(2), 81-115.
 5. 李智明、曾心燕、萬文隆(2021/12),「消費者選擇擴增實境產品之關鍵因素」, *管理研究學報*, 第二十一卷, 頁 33-78。Lee, Chih-Ming, Tzeng, Shin-Yan, Wan, Wen-Lung(2021), The Study of Key Factors Affecting Consumer's Selection of Augmented Reality Products, *Management Research*, 21, 33-78.
 6. 李智明、紀彥斌(2021/05/01),「消費者選擇影音服務平台之關鍵因素—使用層級分析法」, *輔仁管理評論*, 第二十八卷第二期, 頁 23 - 54。Lee, Chih-Ming and Chi, Yen-Pin(2021), The Study of the Key Factors Affecting Consumer's Selection of OTT Services-Using AHP Method, *Fu Jen Management Review*, 28(2), 23-54.
 7. 李智明、林湘庭(2020/10/01),「消費者購買消費型空拍機之關鍵因素研究」, *中原企管評論*, 第十八卷第二期, 頁 17 - 41。Lee, Chih-Ming and Lin, Xiang-Ting(2020), The Study of the Key Factors Affecting Consumer's Selection of Drone, *Chung Yuan Management Review*, 18(2), 17-41.
 8. 李智明、陳怡伶(民 109 年 9 月),「國際交換生選擇學校之關鍵因素—使用層級分析方法」, *輔仁管理評論*, 第二十七卷, 第三期, 頁 1-36。Lee, Chih-Ming and Chen, Yi-Ling(2020), The Study of the Key Factors Affecting International Exchange Students' Selection of Exchange Schools Using AHP Method, *Fu Jen Management Review*, 27(3), 1-36.
 9. 李智明、張國洋(民 108 年 12 月),「航空貨運業選擇棧板材質之關鍵因素—使用 AHP 方法」, *管理研究學報*, 第十九卷, 頁 1-30。Lee, Chih-Ming and Chang, Kuo-Yang(2019), The Evaluation of Key Successful Factors in the Selection of Types of Pallet for Air Cargo Industry: Using AHP Approach, *Management Research*, 19, 1-30.
 10. Lee, Chih-Ming and Mananya Sriworrarat(June 2019), Key Factors Affecting Thai Passengers' Selection of Low Cost Airlines, *Soochow Journal of Economics and Business*, 98, 67-98. 李智明、徐雅玲(2019/06),「影響泰國乘客選擇廉價航空公司的關鍵因素」, *東吳經濟商學學報*, 第九十八期, 頁 67-98。被引用次數 3。
 11. 李智明、玄燁、萬文隆(民 107 年 12 月),「兩岸消費者選擇訂房網站關鍵因素研究」, *東吳經濟商學學報*, 第九十七期, 頁 63-102。被引用次數 5。Lee, Chih-Ming, Xuan, Ye, and Wan, Wen-Lung(2018), The Study of Key Factors Affecting Cross-Strait Consumers' Selection of Online Travel Agent, *Soochow Journal of Economics and Business*, 97, 63-102.

12. Lee, Chih-Ming and Nguyen Thi Thu Trang(October 2018), Key Factors Affecting Consumers' Selection of Online Shopping Websites in Vietnam, *Chung Yuan Management Review*, 16(2), 1-20. 李智明、Thi Thu Trang(2018),「影響越南消費者選擇購物網站的關鍵因素」, 中原企管評論, 第十六卷第二期, 頁 1-20。被引用次數 1。
13. 李智明、李岱航(民 106 年 12 月),「影響消費者購買穿戴式裝置關鍵因素之研究—使用 AHP 方法」, 管理研究學報, 第十七卷, 頁 87-123。被引用次數 1。Lee, Chih-Ming and Lee, Dai-Hang(2017), The Study of Key Factors Affecting Consumers' Decisions on Purchasing Wearable Devices Using the AHP Method, *Management Research*, 17, 87-123.
14. 李智明、廖桓緯(民 99 年 12 月),「以層級分析研究我國動畫電影吸引消費者的成功關鍵因素」, 管理研究學報, 第十卷, 頁 1-35。被引用次數 1。Lee, Chih-Ming and Liao, Huan-Wei(2010), The Study of Key Successful Factors of Taiwanese Animation Movies to Attract Audience by AHP, *Management Research*, 10, 1-35.
15. 李智明、李建宏(民 96 年 4 月),「不同需求分配和資訊狀況下報童問題」, 管理研究學報, 第七卷第一期, 頁 91-118。Lee, Chih-Ming and Lee, Cheing-Hung(2007), Newsboy Problems under different demand distributions and Information Conditions, *Management Research*, 7(1), 91-118.
16. 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。

(二)、E-Book

1. Shu-Lu Hsu, Chih-Ming Lee, “Quick Response in A Continuous-Replenishment-Programme Based Manufacturer-Retailer Supply Chain”, in the book “Efficient Decision Support System: Practice and Challenges-From Current to Future/book 2”, ISBN 978-953-307-441-2.

(三)、研討會論文

1. 李智明、黃紀芸(民 112 年 5 月),「影響觀眾支持 VTuber 之關鍵因素」, 2023 第十一屆海峽兩岸區域發展論壇, 台北: 東吳大學, 光碟論文集。
2. 朱志宣、李智明(民 105 年 6 月),「物流業導入二維條碼系統之關鍵因素-以 AHP 方法評估」, 2016 第 19 屆科際整合管理研討會, 台北: 東吳大學, 光碟論文集。被引用次數 1。
3. 張國洋、李智明(民 103 年 6 月),「航空運輸業棧板材質決策之關鍵因素-以 AHP 方法評估」, 2014 第 17 屆科際整合管理研討會, 台北: 東吳大學, 光碟論文集。
4. Lee, Chih-Ming(2013), “The Multimedia Advertising Effects on the Optimal Order Policy in a Distribution Free Newsboy Problem”, *Proceedings of International Conference on Business and Information*, Bali, Indonesia.

5. 李智明、林漢鵬 (民 99 年 6 月),「探討存貨風險重要的關鍵評估因素-以 ANP 衡量」,2010 第 13 屆科際整合管理研討會,台北:東吳大學,光碟論文集。
6. 李智明、廖桓緯 (民 97 年 11 月)「我國動畫電影吸引消費者的成功關鍵因素我國動畫電影吸引消費者的成功關鍵因素之研究」,第十五屆產業管理研討會,台北市:台北大學。
7. Lee, Chih-Ming (2006/07/12-14), "A Bayesian Approach to Determinate the Value of Information in a Newsboy Problem", *Proceedings of International Conference on Business and Information*, Singapore.
8. Lee, Chih-Ming (2005 /05),"The Value of Information", *Proceedings of 25th Anniversary of Management School, Zhejiang University*, Hangzhou, China.
9. 李智明 (民 93 年 5 月),「產能限制下報童問題之需求預測預算」,2004 科際整合管理國際研討會,台北:東吳大學,光碟論文集。
10. Lee, Chih-Ming & JinShyang Roan (2003/12), "The Value of Information in a Single-period Retailing System", *Proceedings of Great China Logistics Forum*, Hong Kong.
11. Lee, Chih-Ming (2003 /03), "The EVPI of Demand Forecasting in a Capacitated Newsboy Problem", *Proceedings of Southwest Decision Sciences Institute Annual Conference*, USA.
12. 劉基全、廖述賢、李智明、羅佩文 (民 92 年 6 月),「先進規劃與排程系統中最佳化需求滿足模式之研究」,第十四屆國際資訊管理學術研討會,嘉義:中正大學,光碟論文集。
13. 李智明、李建宏 (民 92 年 5 月),「報童問題之需求資訊價值」,2003 科際整合管理國際研討會,台北:東吳大學,光碟論文集。
14. 李智明、林明寬 (民 91 年 6 月),「季節性商品需求預測之學習效果」,2002 科際整合管理國際研討會,台北:東吳大學,頁 1-13。
15. 李智明 (民 90 年 5 月),「The EVPI of Demand Forecasting in a Capacitated Newsboy Problem with Setup」,2001 科際整合管理國際研討會,台北:東吳大學,頁 777-795。
16. 李智明 (民 89 年 6 月),「季節性商品之需求預測投資預算」,2000 海峽兩岸財經與商學研討會,台北:東吳大學,頁 527-542。
17. 李智明 (民 89 年 5 月),「季節性商品預測之資訊價值」,2000 科際整合管理國際研討會,台北:東吳大學,頁 347-362。
18. 李智明 (民 88 年 6 月),「需求預測對季節性商品之影響」,1999 海峽兩岸財經與商學研討會,中國:蘇州,頁 367-383。
19. 李智明、梁嘉凱 (民 88 年 5 月),「單期季節性商品之需求預測影響」,1999 科際整合管理研討會,台北:東吳大學,頁 371-390。
20. 李智明、徐村和、朱國明 (民 87 年 5 月),「購屋者行為模糊語意尺度建構之研究」,

1998 企業管理研討會，台北：東吳大學，頁 325-340。

(四)、博、碩士論文

- 1、Lee, Chih-Ming(1996/12), " The Effect of Demand Forecasting on the Production Policies of a Periodic Review System ", *Unpublished Dissertation, Louisiana State University*.
- 2、李智明（民 77 年），"投入產出表彙總後資訊損失量之研究"，交通大學管科所碩士論文。

(五)、研究計劃：

- 1、計畫名稱：允許部份缺貨下，易腐性原物料及成品之品質設定和生產策略。
委辦單位：行政院國科會。
擔任職稱：共同主持人。
計劃編號：NSC 92-2416-H-031-003。
計劃時間：92/08/01~93/07/31。
- 2、計畫名稱：自由分配報童問題下多媒體廣告對最適訂購量之影響。
委辦單位：行政院國科會。
擔任職稱：主持人。
計劃編號：NSC 101-2410-H-031-004。
計劃時間：101/08/01~102/07/31。

(六)、各項獎補助：

1. 財團法人東吳企管文教基金會 111 年度學術研究獎勵。
2. 財團法人東吳企管文教基金會 110 年度學術研究獎勵。
3. 財團法人東吳企管文教基金會 109 年度學術研究獎勵。
4. 財團法人東吳企管文教基金會 104 年度學術研究獎勵。
5. 財團法人東吳企管文教基金會 101 年度學術研究獎勵。
6. 東吳大學 100 學年度教師學術研究獎助。
7. 東吳大學 97 學年度教師學術研究獎助。
8. 財團法人東吳企管文教基金會 96 年度學術研究獎勵。
9. 財團法人東吳企管文教基金會 95 年度 Gold SMAF 學術研究獎勵。
10. 東吳大學 94 學年度教師學術研究獎助。
11. 東吳大學 92 學年度教師學術研究獎助。
12. 財團法人東吳企管文教基金會 92 年度 Gold SMAF 學術研究獎勵。
13. 財團法人東吳企管文教基金會 92 年度 Blue SMAF 學術研究獎勵。
14. 東吳大學 91 學年度教師學術研究獎助。
15. 財團法人東吳企管文教基金會 91 年度 SMAF 學術研究獎勵。

16. 86 學年度國科會研究獎勵費。