

銘傳大學

經濟與金融學系

學士論文寫作格式規範條例

中華民國 100 年 06 月

學士論文寫作格式規範條例

一、論文編印項目次序

1. 封面
2. 學士論文審定書
3. 謝辭
4. 中文摘要
5. 英文摘要 (依指導教授而定)
6. 目錄
7. 圖目錄
8. 表目錄
9. 論文本文
10. 參考文獻
11. 附錄或研究問卷(如不需要，可免)
12. 符號說明(如不需要，可免)

二、規格說明及撰作細則

1. 版面規格：以 210mm * 297mm 規格之 A4 紙張繕製，請由檔案之版面設定邊界上端 2.5cm，左端 3cm，右端 2cm，下端 2.5cm，版面底端 1 公分處中央繕打頁次，格式如**附件一**。
 - (1) 文字規格：文章主體以中文為主，內文之中文以標楷體 14 號字為原則，自左至右，橫式繕打編排，文句中引用之外語原文以 () 號附註。
 - (2) 頁次：論文第一章以至附錄，均以 1, 2, 3, ... 等阿拉伯數字連續編頁。
 - (3) 裝訂：自論文本左端裝訂，以單面印刷為原則。
2. 封面：如**附件二**，請繕打論文中文名稱、作者姓名、指導教授姓名以及畢業年度、月份。
3. 書背：如**附件三**，書背打印畢業學年度，學位論文別，論文名稱，校、院（系、所）名，以及畢業年度、月份等資料。
4. 學士論文審定書：如**附件四**，請繕打就讀系別、本人姓名、論文中文名稱以及畢業年度、月份。

5. 謝辭：如**附件五**。
6. 中英文摘要：內容應說明研究目的、資料來源、研究方法、主要發現與貢獻等，約 300~500 字，並以一段為原則，加上五個以內之關鍵詞，中英文各一份裝訂於論文內，格式如**附件六、七**。
7. 目次：按本規範所訂「論文編印項目及次序」，依次編排論文內容各項目名稱、章節編號、頁碼等，如**附件八**。
8. 圖表次：文內圖、表，各依順序，分章不分節連續編號，並表列目次，如**附件九、十**。
9. 論文本文：

(1) 章節編號：中文章次之標示為第一章，第二章，第三章……等，以較大之字體（20 號）撰寫。節次之標示為第一節，第二節……等，以較大之字體撰寫（18 號）。

(2) 章節名稱及段落層次：

①章次、章名稱位於打字版面頂端中央處。

②節次、段次均自版面左端排起，繕排名稱。

③小段以下等號次及名稱，以三層為限，以黑體字撰寫（14 號字）。

例：**1.**

1.1

1.1.1

- (3) 行距：章名下方空一行，本文採固定行高 22 點，段落之間與前、後段距離各 0.5 列，某一段文中若因數學式導致行高不足，則該段可自行調整（建議採用單行間距）。每一段落起始，請空二個中文字元的空格。（為排版順暢，可微調）
- (4) 字距：標準字距。
- (5) 對齊：請左右對齊。
- (6) 字型：中文字型為標楷體，阿拉伯數字與英文字型為 Times New Roman。
- (7) 標點符號：中文標點符號為全型，英文標點符號為半型。中文標點符號前後均不空格，英文標點符號前後視其標點符號之用法空格，參考**附件十一**。
- (8) 文句內數字運用：文中之數字均以阿拉伯數字表示，年份均以西元年表示。例：150 人，3 萬 2 仟元，17/60，美金 33 億元，\$15,349 等。
- (9) 註腳：

①特殊事項論點等，可使用註腳(footnote)說明。晚近在管理領域，非必要以不使用註腳為原則。

②註腳依順序編號，編號標於相關文右上角以備參閱。各章內編號連續。註腳號碼及內容繕寫於同頁底端版面內，與正文之間以橫線區隔，頁面不足可延用次頁底端版面。例如，

對航運業經營績效最具影響指標為獲利能力指標，在此指標中之財務比率分別為股東權益報酬率【1】¹⁵、總資產報酬率【3】、純益率【5】及

¹⁴本文原始資料為9列（ $X_{01} \sim X_{09}$ 為比較序列亦為本文所採用的九家航運業），19行（本文所使用的19項財務比率），為一 9×19 矩陣，局部性分析是比較各家航運業，而整體性分析是以財務比率作為比較。因此，需將原始資料矩陣轉置為一 19×9 的陣列，先設定第一列為參考序列 X_{00} ，亦為比較序列，共有19列比較序列，依公式（3-2.3）進行正規化後，求出19個灰關聯度放入R方陣第一行；接續再以第二列為參考序列，求出19個灰關聯度放入R方陣的第二行，餘此類推，即可得一 19×19 的灰關聯方陣。

¹⁵此括號中為財務比率排名。

(10) 數學符號及數學式的編輯：論文中所使用之數學符號及數學式採用中央研究院經濟研究所於「經濟論文」中對數學符號及數學式的規範。詳見以下網址之文件：

<http://www.econ.sinica.edu.tw/upload/spec-new.pdf>（僅參考數學符號及數學式的部分）

(11) 數學公式之編號：論文中被引用之數式依出現次序分章連續編式號，並加()號標明於文中或數式後。例如，

本研究使用 Joglekar(1988)所提出之技巧推導出生產者每週期的總存貨持有量為

$$H_m = \frac{a}{2b} e^{bT_1} (1 - e^{-bT}) \left[(n-1)T - \frac{a(n-2)}{bp_m} e^{bT_1} (1 - e^{-bT}) \right], \quad (3-5)$$

此外，製造商為了能及時交貨而不缺貨，生產批量 S 所需之時間不可大於零售商的訂購週期 T ，亦即 $(Q-Q_0)/p_m \equiv S/p_m \leq T$ ，所以可由製造商的生產速率來定義 T_1 的上限函數為

(12) 圖表編排：表號及表名列於表上方置中，圖號及圖名置於圖下方靠左。資料來源及說明，一律置於表圖下方靠左。表號與圖號之數字標號依出現次序分章依序編排。表內文數字應以打字表示。範例見附件十二。

(13) 論文中文獻引述之格式：按「經濟論文」中的規範引述。範例見附件十三。

10. 參考文獻：所有參考文獻資料，均置於論文本文之後，獨立另起一頁，中文參考文獻在前（按筆劃排序），英文參考文獻在後（按姓氏英文字母排序），頁次仍與本文接續，參考文獻以 12 號字撰寫。以「經濟論文」中之規範編輯。範例見**附件十四**。
11. 附錄及問卷等資料：凡屬大量數據、推導、註釋有關或其他冗長備參之資料、圖表，均可分別另起一頁，編為各附錄，如**附件十五**。

附件一 版面規格

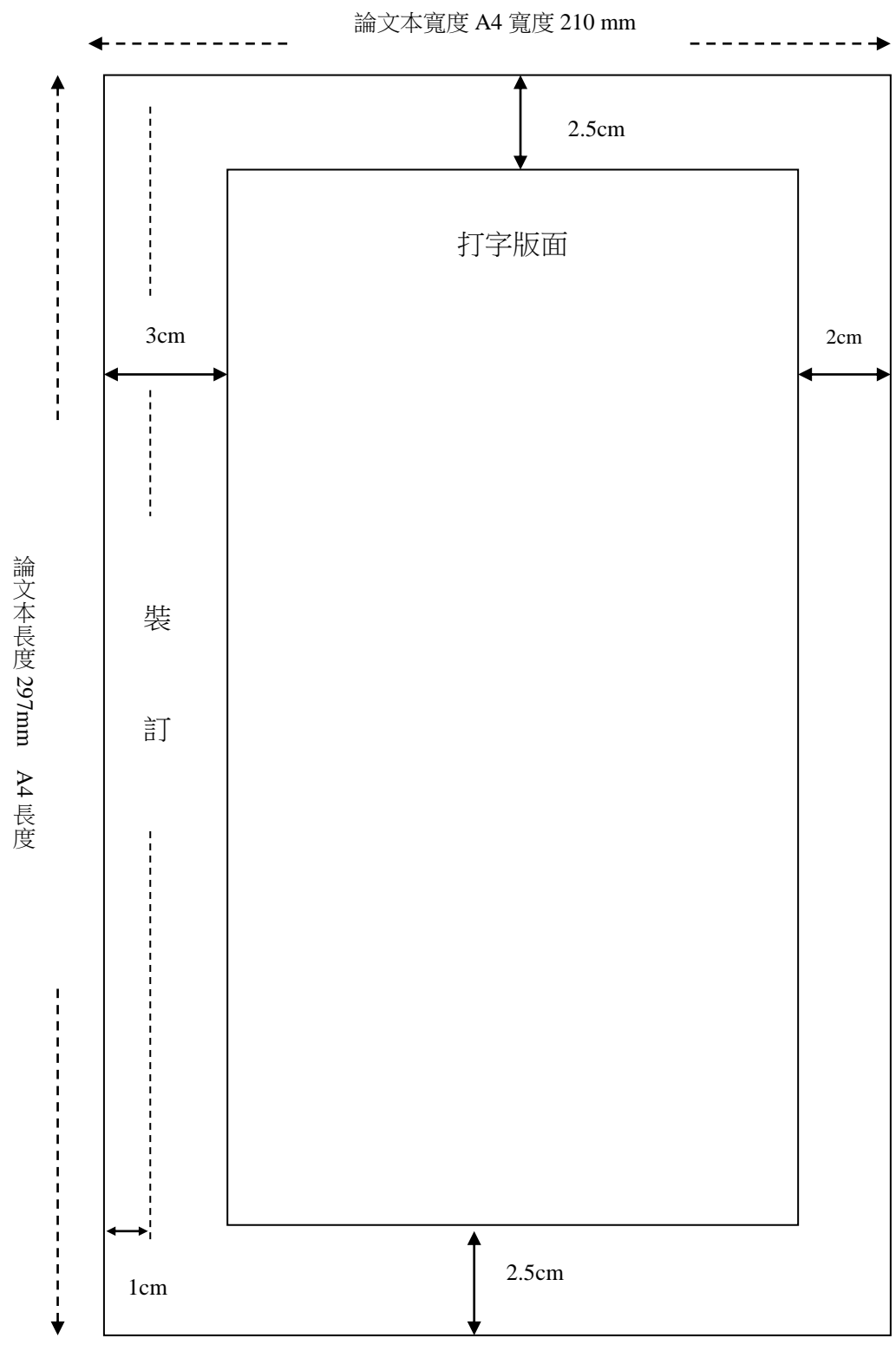


圖 1 論文尺寸及打字版面規格範例

銘傳大學

經濟與金融學系學士論文 標楷體 24 號

台灣貨幣與物價長期關係的研究

指導教授：李選卿 博士
學生：張靜芳

中華民國 106 年 06 月 ← 畢業年、月

97

畢業之
學年度

銘傳大學經濟與金融學系

12 號字

學士論文

策略聯盟對績效之影響

中華民國 98 年 6 月

銘傳大學經濟與金融學系

學士論文審定書

本系 王小明 君所提之論文聯盟動機、夥伴選擇及互動程度對
認同卡策略聯盟績效之影響，經審議，認為符合學士資格水準。

指導教授：_____

中華民國 106 年 06 月

謝 辭

自從我出社會以來，就在國內最大的顧問機構中國生產力中心服務，主要是負責自動化及物流相關的顧問輔導工作，雖然受到公司不斷的在職訓練與栽培，但是顧問的工作總是站在企業的領導地位，而企業碰到瓶頸時才會請教顧問公司，因此而常常接受企業的諮詢與顧問，在顧問工作中時常碰到棘手的問題與瓶頸。因此引起想要再進修的想法，以增加管理方面的知識與能力，同時如果沒有受到黃院長的鼓勵與吸引，可能會錯失進入銘傳的寶貴機會。

本論文能夠順利完成，首先必須感謝指導教授黃院長的督促與指導，因為我的工作非常的忙碌，原本以為無法完成的論文進度，在黃院長百忙之中抽空指導，甚至連午餐及中午的休息時間都被我剝奪了，因此使我漸漸達成論文的目標。同時也要感謝導師俞洪亮博士及陳振祥博士等不斷的關心與垂詢。另外在口試時，承蒙兩位物流專家及企管專家-蘇雄義教授及賴奎魁教授的撥冗審閱及口試，愷切指正本論文疏漏之處，並惠賜諸多寶貴意見，而使本論文更臻完備，特此致上誠摯的謝意。

在我論文寫作期間，感謝我的長官及同仁們給予我最大的包容與體諒。在資料收集過程當中，感謝日本的物流專家，鈴木震先生、鈴木準先生、立花正幸先生、重田靖男先生、水井正司先生及菊池康也教授等友人們，因為他們不吝提供許多日本的寶貴資料，使本論文更具價值及意義。

另外感謝班上及高階班諸位同學，在學習過程當中彼此的關心及打氣，還有感謝管科所所秘秋雲及秋香的行政支援、服務及協助，讓我無後顧之憂。

最後，我要感謝我的家人，尤其是我的太太、兩個兒子及我的父母，在我這兩年的學習過程中，給予我無限的包容、支持及協助，由於您們的鼓勵及付出，使我可以無後顧之憂的完成學業及論文，我將與您們一起分享這個努力的成果與喜悅。

廖建榮 謹識
于銘傳大學經濟與金融學系
民國一〇六年六月

股市無預警大幅滑落之實證研究－以台北股市為例

學生：王小明

指導教授：於貽彰 博士

中文摘要

不管是對法人或散戶而言，包括崩盤事件的股市無預警大幅滑落情形，都必然會造成某種程度的經濟損失甚或投資信心危機。本研究以勝算指標做為分析工具，針對台灣證券交易所之大盤及所分類的 28 種產業指數，進行產業指數同步化以及大盤指數相變的實證測試工作。在本研究中不僅已可更進一步提升在以往相關研究中，有關股市預警系統在發出警訊上的涵蓋率，更可直接提升在股市滑落程度上的預警效力。因此所建立的股市預警系統，必然可更有效服務所有股票投資者。

關鍵詞：勝算指標、同步化、相變、預警系統

An Empirical Study of Unexpected Large Falls in the Taipei Stock

Student : Jason Wang

Advisor: Dr. Yi-Jang Yu

Abstract

Whether be institutional or individual investors, unexpected large falls in the stock market can always cause certain degrees of economic losses or even crises of confidence in the market. In this study the WINDEX is applied as the empirical tool to analyze the co-movement phenomenon among those 28 industry indexes and the phase transition consequence on the stock market index listed in the Taipei Stock Market. In the end, not only the coverage ratio of issuing early warning signals in the Taipei stock market can be relatively improved comparing to the previous study, but also the size of falls can be effectively predicted from this study. The early warning system (EWS) that can be built up accordingly is therefore capable of providing more effective services to all stock investors.

Keywords: WINDEX, co-movement, phase transition, early warning system

目 錄

| | |
|---------------------|-----|
| 論文題目(即附件二論文封面) | |
| 學士論文審定書 | |
| 謝辭 | |
| 中文摘要 | |
| 英文摘要 | |
| 目錄..... | i |
| 圖目錄..... | ii |
| 表目錄..... | iii |
| 第一章 緒言 | |
| 第一節 研究背景與動機..... | 1 |
| 第二節 研究目的..... | 5 |
| 第三節 研究範圍與步驟..... | 6 |
| 第二章 文獻探討 | |
| 第一節 策略聯盟..... | 12 |
| 第二節 文獻探討..... | 15 |
| 第三章 研究設計與方法..... | 30 |
| 第一節 研究架構..... | 30 |
| 第二節 研究變數..... | 31 |
| 第三節 研究假設..... | 35 |
| 第四節 抽樣設計與研究方法..... | 38 |
| 第四章 資料分析與研究發現..... | 45 |
| 第一節 策略聯盟動機分析..... | 45 |
| 第二節 策略聯盟對績效之影響..... | 50 |
| 第五章 結論與建議 | |
| 第一節 結論..... | 87 |
| 第二節 建議事項..... | 93 |
| 參考文獻..... | 98 |
| 附錄(或研究問卷)..... | 105 |

圖 目 錄

| | | |
|-------|-----------------------|----|
| 圖 1-1 | 研究架構..... | 8 |
| 圖 1-2 | 研究流程..... | 9 |
| 圖 1-3 | 界定策略聯盟之連續構面..... | 12 |
| 圖 2-1 | 資源觀點的策略聯盟類型..... | 20 |
| 圖 2-2 | 策略聯盟之一般動機..... | 28 |
| 圖 2-3 | 聯盟複雜性的影響因素..... | 39 |
| 圖 2-4 | 組織複雜性的影響因素..... | 39 |
| 圖 2-5 | 互動頻率與性質對組織複雜性的影響..... | 40 |
| 圖 2-6 | 聯盟範圍..... | 41 |
| 圖 2-7 | 策略聯盟之投入-產出之連續構面..... | 44 |
| 圖 3-1 | 分析架構..... | 56 |
| 圖 4-1 | 典型相關分析徑路..... | 79 |

空一格 (全形)

表 目 錄

空一格 (全形)

| | | |
|--------|---|----|
| 表 2-1 | 策略聯盟之定義..... | 13 |
| 表 2-2 | 策略之定義..... | 14 |
| 表 3-1 | 本問卷各部份之信度與效度..... | 51 |
| 表 3-2 | 樣本在認同卡開放性之組成..... | 52 |
| 表 3-3 | 樣本在聯盟夥伴營利性之組成..... | 52 |
| 表 3-4 | 認同卡開放性與聯盟夥伴營利性之相關..... | 53 |
| 表 3-5 | 樣本在聯盟產業..... | 53 |
| 表 3-6 | 樣本在信用卡品牌上之分佈..... | 54 |
| 表 4-1 | 動機因素特徵值及累積解釋變異量..... | 58 |
| 表 4-2 | 提高持卡及消費意願因素結構表..... | 59 |
| 表 4-3 | 有效市場區隔因素結構..... | 59 |
| 表 4-4 | 增加親切與信任感因素結構..... | 60 |
| 表 4-5 | 提昇企業形象因素結構..... | 60 |
| 表 4-6 | 聯盟動機及群之群數決定..... | 61 |
| 表 4-7 | 以聯盟動機因素集群之結果..... | 62 |
| 表 4-8 | 聯盟動機集群之混淆矩陣..... | 62 |
| 表 4-9 | 各集群對聯盟動機因素變異數分析之總檢..... | 63 |
| 表 4-10 | 各集群對各聯盟動機因素之變異數分析及 Scheffe 策略聯盟之定義..... | 64 |
| 表 4-11 | 聯盟動機集群之認同卡開放性比較..... | 65 |
| 表 4-12 | 聯盟動機集群之聯盟夥伴營利性比較..... | 65 |
| 表 4-13 | 夥伴選擇因素特徵值及累積解釋變異量..... | 66 |
| 表 4-14 | 品牌資產因素結構..... | |
| | | 67 |
| 表 4-15 | 行銷能力因素結構..... | 67 |
| 表 4-16 | 關係淵源因素結構..... | 68 |
| 表 4-17 | 聯盟夥伴選擇集群之群數決定..... | 69 |
| 表 4-18 | 以聯盟夥伴選擇因素集群之結果..... | 70 |

附件十一 中英文標點符號的基本用法

中英文標點符號的基本用法

中文標點符號為全型，前後均不空格。英文標點符號為半型，前後視其標點符號用法空格，基本用法如下。

| | 中文 | 英文 |
|----------|------------------|----------------------------------|
| 句號 | 。 | . (後空一格) |
| 逗號 | , | , (後空一格) |
| 分號 | ; | ;(後空一格) |
| 冒號 | : | :(後空一格) |
| 頓號 | 、 | 無 |
| 連字號 | — | - (前後均不空格) |
| 破折號 | —— | -- (後空一格) |
| 斜撇 | / | / (前後均不空格) |
| 問號 | ? | ? (後空一格) |
| 驚嘆號 | ! | ! (後空一格) |
| 刪節號 | ……(2格) | … |
| 書(或論文)名號 | 《》 | 斜體字或畫底線 |
| 圓括弧 | () | () (左括弧前空一格，右括弧後空一格) |
| 方括弧 | [] | [] (左括弧前空一格，右括弧後空一格) |
| 引號 | 「『』」，(先單引號、後雙引號) | “‘ ’”(左引號前空一格，右引號後空一格；先雙引號，後單引號) |

圖表編排的示範

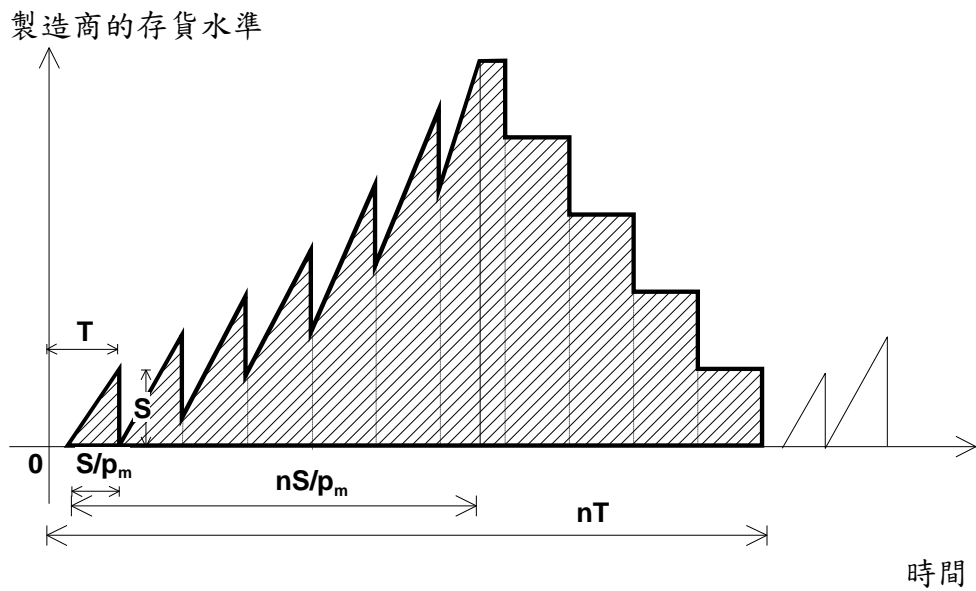


圖 3-2 製造商存貨水準的變動情形

資料來源：本研究整理

表 4-2 考題設計信度輸出結果

| 單項對總數統計資料 | | | | |
|-----------|----------------|-----------------|----------------------|-----------------------|
| | 刪除此問項後 區間平均 | 刪除此問項後 區間變異數 | 修正後 單項對總數 相關係數 | 刪除此問項後 α 係數 |
| 20 分填充題 | 58.5000 | 468.977 | 0.802 | 0.800 |
| 10 分選擇題 | 67.7273 | 182.366 | 0.619 | 0.826 |
| 30 分簡答題 | 54.0000 | 98.209 | 0.777 | 0.767 |
| 10 分綜合題 1 | 68.1818 | 170.734 | 0.496 | 0.818 |
| 15 分綜合題 2 | 66.6136 | 121.754 | 0.736 | 0.760 |
| 15 分綜合題 3 | 65.4318 | 119.949 | 0.722 | 0.765 |

資料來源：林傑斌等人 (2004)

附件十三 文獻引用格式

在正文中引用文獻的基本方式是列舉作者姓名後，再附加論文出版年（公元年）於圓括號內，但有時亦可將作者姓名和出版年同置於圓括號內。同一作者在不同年的多篇論文被引用時，則只需列舉一次作者姓名，再將多個出版年置於同一組圓括號內即可。同一作者在同一年有多篇論文被引用時，則出版年後附加小寫字母 a, b, c 加以區分。三個或三個以上作者合著的論文，引用時可列舉第一作者姓名後加「et al.」（英文論文）或是「等」（中文論文）。可見範例如下：

Cassel (1919, 1992)的購買力平價說，Frenkel (1976a, 1976b)及 Mussa (1974)的貨幣學派方式以匯率的單變量時間序列實證而言，多數文獻均認為名目匯率為「隨機漫步」型態。例如，Blundell et al. (1987)和 Baillie and Bollerslev (1989)採用 Phillips and Perron (1988)的 PP 法，無法拒絕主要工業國家匯率呈隨機漫步的虛無假設，且影響該模型檢定方式之有效性 (Meese and Singleton, 1982; Hall, 1984)。國內的文獻如吳致寧 (1993)，何中達與沈中華 (1996)，賴景昌等 (1997)亦可認為多數主要工業國家兌新台幣名目匯率續列為隨機漫步型態。...

引用文獻時，要注意作者姓名和論文出版年之間應有適當空間，Mussa(1974)是不恰當的寫法，Mussa (1974)才對。

引用文獻時應注意事項：所有引用過的文獻都必須在文章最後的「參考文獻」部分列舉；相對的，文章中並未引用過的文獻也絕對不能在文章最後的「參考文獻」部分出現。也就是說，文章中引用的文獻和「參考文獻」所列出的文獻必須具有嚴格的一對一關係。文章中一些新的或是重大的觀點或分析，若非作者首創，則一定要引用相關文獻，惡意遺漏相關文獻可能被指控為抄襲，後果嚴重。相對的，引用文獻亦不可浮濫，有直接關係的文獻方可引用；在一般教科書可找到的觀點或分析，則可不必再引用文獻。

上述範例中包括「期刊論文」、「專書」、「非公開發行的論文」、「專書中的一章」四種最常見的文獻形式。文獻應以第一作者性的第一個字母排序，至於標點符號、括號、大小寫（介係詞、連接詞、非論文名稱首字的冠詞均不需大寫）、作者姓名之縮寫和排序、and 的使用、期刊名稱或專書之斜體字的格式都必須嚴格遵守。請注意論文名稱末端若有問號，則逗點可略去。外文參考文獻只列期數，可以將卷數省略。專書出版商的所在地城市及出版商全名必須詳列。

附件十四 參考文獻

- 吳致寧 (1993), 「匯率與單根——台灣之實證研究」, 《經濟論文》, 22, 101-133
- 邢慕寰 (1984), 「再論台灣工業長期發展策略」, 于宗先與劉克智 (主編), 《台灣的工業發展》, 13-23, 台北: 中央研究院數學研究所
- 許嘉棟 (1983), 「我國金融體制之檢討」, 《當前經濟問題研討會論文集》, 160-176, 台北: 中國經濟學會。
- 張其勳 (1990), 《考慮服務品質之尖峰定價分析》, 國立台灣大學經濟研究所碩士論文。
- 張漢卿 (1984), 《數學分析之基礎》, 新竹: 凡易書店。
- 鎮天錫, 余煥模與張丕繼 (1983), 《人力政策的形成與實施》, 中華民國經濟發展策略叢書, 台北: 聯經出版公司。
- Dornbusch, R. (1976), "Expectations and Exchange Rate Dynamics," *Journal of Political Economy*, 84, 1161-1176.
- Gradshteyn, I. S. and I. M. Ryzhik (1980), *Table of Integrals, Series, and Products*, Orlando, Florid: Academic Press.
- Hall, B. H. (1984), "The Manufacturing Sector Master File: 1959-1987," *NBER Working Paper*, No,3366.
- Schieber, S., R. Dunn, and D. Wray (1997), "The Future of Defined Contribution Revolution," in O. Mitchell (ed.), *Living with Defined Contribution Pensions*, 273-284, Philadelphia: Pension Research Council and University of Pennsylvania Press.

列舉參考文獻時應注意事項:若有中外文參考文獻,先列中文參考文獻,再列外文參考文獻。若同一作者有多篇論文被引用,應按發表年份排序,作者姓名仍應一一列出,不可簡化為橫線 --。若同一作者做為第一作者和不同人合作多篇論文,則將此人之獨著論文全部列舉完之後,再依第二作者的姓名排序列舉其合著論文。文獻的信息一定要是最新的。尤其是原來未發表的論文或是新近被接受發表的論文。這些論文一旦發表,則作者一定要隨之更新文獻的信息。

附錄一

敬愛的小姐先生，您好！

這是一份關於珠寶消費者行為研究的學術問卷，目的在探討珠寶消費者之購買行為特性。本問卷採不記名之作答方式，所有資料僅供學術分析之用，絕不對外公開個別資料，請您安心填寫。您的寶貴意見對本研究極有助益，感謝您於百忙之中填此問卷。如果您對此項研究有興趣，請以下列電子郵件地址聯絡，迨研究完成，本小組將寄送給您一份研究報告。再次謝謝您的協助！

謹此 敬祝

健康快樂

中華民國企業管理學會
珠寶消費行為研究小組

說明：

本處所指的「珠寶」，係指「使用貴重金屬或其合金，並結合貴重或有色寶石鑲造而成的珠寶」，如天然的鑽石、紅藍寶、祖母綠、各色水晶、翡翠、珍珠或其他有色寶石等，與鉑金、黃金、K金或其它合金製作成戒指、項鍊、手鐲、手鍊等首飾。

第一部份

一、請問您在最近三年內有無購買珠寶的經驗： 有 無

二、請問您過去三年來(民國 90 年元月至今)購買珠寶的次數？

一次 兩次 三次 四次 五次(含)以上

三、請問您最近一次購買珠寶，係在何處購買？

名牌珠寶店(例如 Tiffany、Cartier...) 珠寶設計師工作室
 高級珠寶店(例如斐儷、米蘭、嘉記、和記...) 百貨公司專櫃
 傳統珠寶銀樓店 電視購物頻道 網路 其他_____

四、請問您最近一次購買珠寶，平均而言大約花費是：

1 萬元以下 1 萬~2 萬元 2 萬~5 萬元
 5 萬~10 萬元 10 萬~20 萬元 20 萬~30 萬元
 30 萬~50 萬元 50 萬~100 萬元 100 萬元以上

五、請問您最近一次購買珠寶，同行的有哪些人？

配偶 男/女朋友 父母 子女 兄弟姊妹
 同事 普通朋友 無，自己一人 其他

六、請問您最近一次購買珠寶，珠寶的費用由誰付錢？

自己 配偶 男/女朋友 父母
 子女 兄弟姊妹 普通朋友 其他

七、在最近一次選購珠寶時，**最主要**的資訊來源？

- 珠寶展覽會場 同事、親友介紹 店家宣傳品
報章雜誌廣告 網際網路資訊 電台廣播
電視廣告 其他(請說明) _____

八、整體而言，您對最近一次購買珠寶的滿意度如何？

- 很不滿意 不滿意 滿意 很滿意

九、請問您在選購珠寶時所考量的各項動機的重要程度如何？(請在適當“□”打“v”)

| | 很不重要 1 | 不重要 2 | 普通 3 | 重要 4 | 很重要 5 |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1.為了取悅自己..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.為了享受購買時的樂趣..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.為了能滿足自己的收藏興趣..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4.珠寶是一種很好的投資工具..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5.珠寶可以保值..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6.珠寶可以當作傳家之寶..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7.為了向他人炫耀..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8.為了取悅另一半或異性朋友的歡心..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9.為了結婚嫁娶的需要..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10.為了紀念日(結婚、生日)或其他特殊節日..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11.為了增加和別人互動的機會..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12.為了在親朋好友中擁有歸屬感..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13.為了增加珠寶的專業知識..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14.為了學習一技之長..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15.為了提昇鑑賞珠寶的素養..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16.為了滿足好奇心..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17.為了表彰自己的身份或地位..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18.為了犒賞自己..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19.希望與眾不同..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

十、您在進行選購珠寶時，下列因素的評估對您而言，重要程度如何？(請在適當“□”打“v”)

| | 很不重要 1 | 不重要 2 | 普通 3 | 重要 4 | 很重要 5 |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1.價格合理..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.品牌形象良好..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.銷售人員的服務..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4.售後服務的完善..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5.珠寶款式..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6.購買地點的便利性..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7.珠寶店的信譽(包括金、鑽石、寶石等品質)... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第二部分

一、此部份問題在了解您對日常生活的看法，請根據您對下列問題的同同意程度加以選擇，答題沒有對錯，請您依自己的感覺在適當“□”打“v”

| | 很不同意 | 不同意 | 無意見 | 同意 | 很同意 |
|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. 買東西時，我通常貨比三家，以免吃虧..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. 珠寶店贈送額外贈品，會提升我的購買意願..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. 我喜歡參加社交活動..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. 我喜歡和朋友約會聊天..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. 我會注意報章雜誌或電視上的珠寶廣告..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. 為了購買好的商品，我會到處蒐集有關的資訊..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. 我覺得我的辦事能力很強..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. 我做事很有主見，不在乎別人的看法..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. 我喜歡郊遊或露營以享受大自然..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. 我覺得使用名牌產品可以提高一個人的身份地位..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. 我喜歡新奇、時髦、流行的東西..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. 選購珠寶時，我會接受或聽取家人或朋友的意見..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13. 我看到別人買了某項商品，我也想跟著買..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14. 逛街購物可以讓我感到滿足與快樂..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15. 我覺得別人會用我擁有的東西來評價我..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16. 我對消費者報導或消費新聞很感興趣..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17. 拍賣或打折活動會更吸引我去花錢購物..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18. 我時常沒有計劃的就買一些我在店裡看到的東西..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19. 我覺得在買東西上面精打細算，仔細挑選是很重要的.. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20. 選購珠寶前，我會事先收集他人對各品牌的意見..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 21. 我知道很多珠寶品牌及其特色..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 22. 我經常參加藝文活動..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

二、下列 9 個項目是一些人們在生活中所重視的項目。請依您重視的程度在適當的“□”打“v”

| | 很不重視 | 不重視 | 普通 | 重視 | 很重視 |
|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. 自我尊重..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. 自我實現..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. 成就感..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. 被人尊重..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. 生活中的樂趣..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. 追求刺激..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. 良好的人際關係..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. 安全感..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. 歸屬感..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第三部份 個人背景資料

以下基本資料，僅作為統計分析之用，絕不對外發表，請您安心填寫。

1. 您的性別：男 女
2. 您的年齡：20~25 歲 26~30 歲 31~35 歲 36~40 歲 41~45 歲
46~50 歲 51~55 歲 56~60 歲 61~65 歲 66 歲以上
3. 您的學歷：小學(含以下) 國中(或初中) 高中/職 專科 大學
碩士以上
4. 您的職業：軍公教人員 家庭主婦 製造業 商業
農漁林牧礦 服務業 自由業 學生
公司負責人 退休人員 無 其他_____
5. 您的婚姻狀況：未婚 已婚
6. 您的每月平均所得：
2 萬元以下 2 萬~3 萬元 3 萬~4 萬元
4 萬~6 萬元 6 萬~8 萬元 8 萬~10 萬元
10 萬以上

『本問卷到此結束，請您確定有無遺漏之處，再次謝謝您的耐心填答合作，更感謝您對學術研究的支持。』