

編者的話

《資訊管理學報》係中華民國資訊管理學會出版之學術期刊，為國家科學及技術委員會 TSSCI 收錄之期刊，旨在提供資訊管理學者之學術研究論文發表與分享。

本期學報為第三十二卷第三期，各篇的主題簡述如下：

王銘泉、莊家彰、黃鼎豪，「不同世代在體驗 3D 影音後對同理心、涉入程度與購買意圖之研究」：此研究以觀看虛擬實境影片(VR 影片)對使用者的現實生活產生重大影響。真實的場景使他們能夠沉浸於角色中，與角色的情感和經歷產生共鳴。與角色的虛擬連結將增強他們在現實生活中的同理心和參與感。此研究基於刺激－有機體－反應(SOR)模型，探討使用低價 3D VR 眼鏡觀看金門高粱酒廣告影片是否與觀看相同內容的標準影音影片相比，顯著影響同理心、參與感和對金門高粱酒的購買意圖。樣本分為實驗組和對照組，實驗組使用低價 3D VR 眼鏡。實證結果顯示：(1)使用 3D VR 眼鏡的受試者在存在感、同理心、參與感和購買意圖方面顯著高於觀看傳統影片的受試者。(2)在實驗組中，同理心和參與感完全中介存在感與購買意圖之間的關係。(3)此外，在實驗組內，曾經飲用金門高粱酒的年長世代表現出顯著高於年輕世代的存在感、同理心和購買意圖。本研究的發現表明，在酒類營銷中，低價的體驗工具如 3D VR 眼鏡可以有效實現 SOR 理論中強調的刺激(S)、有機體(O)和反應(R)效果，為品牌提供了一種增強顧客購買意圖的實用行銷策略。

林淑瓊、張銀益、戴逸民、褚詠震，「合作消費的價值訴求與經驗模組對於參與意圖之影響：消費者心理模式觀點」：此研究以消費體驗之內在心理轉變過程的心理模式觀點，探究消費者參與合作消費之價值訴求、經驗模組與參與意圖之影響關係。研究中共回收 268 份具有合作消費經驗的參與者之資料，並以偏最小平方法進行模型分析。研究結果說明，合作消費情境之心理模式觀念架構，解釋參與者是透過價值訴求的認知，影響經驗模組的感受，進而有參與的行為意圖產生。而經驗模組的行動體驗乃是影響參與合作消費意圖之主因，亦即參與合作消費所觸動到的是改變原有生活型態的行動體驗，並且價值訴求之知識性價值是最主要的影響因素，其次是功能性價值、情感性價值與條件性價值，亦即此四種價值是參與合作消費的重要價值訴求。此研究結果對學術界進行合作消費的心理模式探究進行理論延伸，對於實務界則說明進行合作消費的商業模式經營時，要能從增強四項價值訴求與行動體驗著手，以能彰顯服務創新的效果。

鄒鴻泰、劉峰旭、張馨琳，「從 SOR 與 SDT 理論探討行動銀行 APP 要素如何有益於享樂價值與持續使用意圖」：此研究依據刺激-有機體-反應理論與自我決定理論，探討行動銀行 APP 要素如何有益於使用者的享樂價值與持續使用意圖。透過線上問卷調查方式進行資料收集，並以結構方程模式方法進行分析。本

研究實證 263 份資料發現，行動銀行 APP 要素的介面設計品質、資訊安全與 AI 客服會讓使用者感受到有趣並享受在過程中的整體使用，創造出使用者內在動機的知覺價值感受(享樂價值)，且此價值會進一步影響使用 APP 的持續使用意圖。另外，研究結果也發現享樂價值在各 APP 要素與持續使用意圖的關係中具有中介效果。

區國良、蕭顯勝、曾郁庭，「應用數位遊戲於資訊素養課程之學習成效影響研究」：此研究主要探討在大學資訊素養與倫理課程中應用數位遊戲的可行性，及其對學生學習成就和學習保留的影響。為達成研究目的，本研究採用準實驗研究方法，以新竹地區某公立大學選取修習大學部通識教育資訊素養與倫理課程的兩個班級，每班各 30 名學生參與研究。這兩個班級隨機分派為實驗組和對照組，實驗組採用遊戲式教學方法，對照組則使用傳統教學方法，在兩組均經過 6 週 12 節課的教學實驗後，比較兩組學生在學習成就和學習保留方面的差異。研究結果顯示，運用遊戲式教學在資訊素養與倫理課程，可明顯提升大學生在學習成就和學習保留的能力。

代理總編輯

陳小芬 教授

資訊管理學系

國立暨南國際大學

台灣，南投

2025 年 7 月

Editor's Introduction

Journal of Information Management is an academic journal published by Chinese Society of Information Management as a platform for information management researchers' publication and research sharing. Since the first issue published in 1994, this journal has been published over two decades, and each year has four volumes published at the first month of each quarter, namely, January, April, July, and October, respectively. The Journal of Information Management is a TSSCI journal of the National Science and Technology Council. This Volume 32, No.3 contains four papers from various areas, as follows: Wang, M.C., Chuang, C.C., & Huang, D.H. "3D VR videos enhance empathy, involvement, and alcoholic beverage purchase intentions: The differences across generations." Lin, S.C., Chang, Y.Y., Tai, Y.M., & Chu, Y.C. "Exploring the impact of value pursuit and experiential modules on participative intention of collaborative consumption based on the perspective of consumer mental model." Tsou, H.T., Liu, F.H., & Chang, H.L. "How mobile banking APP elements benefit hedonic value and continued usage intention: The perspectives from SOR and SDT theory." Ou, K.L., Hsiao, H.S., & Zeng, Y.T. "The impact of applying digital game-based in information literacy programs on learning effectiveness."

Chief Editor,
Chen, H.F. Jessica,
Professor,
National Chi Nan University,
Taiwan
July, 2025