

國際消費者行為大師邁向頂尖的智慧 好的研究往往來自於生活觀察

吳基逞、蔡靚萱*

在學術環境競爭日益激烈的今天，許多人可能會思考：國際合作是否只能依賴人脈和運氣？期刊審稿人關注哪些細節？指導教授在訓練博士生時應如何培育出具國際競爭力的學者？這些問題涉及學術體系的核心運作與價值思考。國科會管二學門在過去一年舉辦了一系列國際交流工作坊，透過國際大師的分享，進行系統性分析與實戰經驗傳承。本文將透過活動紀實內容，引領讀者了解學術工作的挑戰與價值。

一、拆解頂尖論文的設計思維：從好選題到好故事

在學術研究過程中，許多學者耗費心力蒐集與分析資料，卻往往忽略了更根本的問題：論文的選題是否真正重要？背後的理論邏輯是否清晰動人？

愛荷華大學教授 Alice Wang 在國際頂尖行銷期刊上發表十多篇論文，在行銷領域具有相當的影響力。在她看來，一篇能在頂尖期刊刊登的論文，不只是數據完備、方法創新，更關鍵的是它是否能說出一個有說服力的好故事。她以其團隊最新獲 *Journal of Consumer Research* 接受的論文“Privileged and Picky”為範例，分享拆解從研究靈感到論文定位的關鍵環節。

Alice Wang 分析，選題重點不在「沒人做過」，而在「值得做」與「能改變什麼」，要清楚描繪自己的研究「補了什麼洞」，以及它對理論或實務能帶來何種新視角。關鍵就是：不要只問「還有什麼問題沒有被做過」，而要問「什麼問題值得被回答」。該研究就提出了一個核心問題：在消費決策中，究竟是擁有優勢感的人更挑剔，還是擁有劣勢感的人更挑剔？此主題為前述挑選好題目的條件做

* 吳基逞，國立中山大學企業管理學系教授、人文處管理二學門召集人；蔡靚萱，國立中山大學企業管理學系博士生。

了良好示範。根據過去研究以及人們的直觀想法，通常會認為：優勢群體因資源豐富而擁有更多選擇權，因此可能更挑剔；而弱勢群體則可能因為資源有限，而更傾向於接受次優選項。但這項研究的選題挑戰了此種直覺，透過補洞、帶來新視角。



圖一：Alice Wang分享：好的研究主題要能與實務連結

有了好題目，當前學術研究常被詬病：過於避免偏重方法學、資料，卻忽略了理論或研究問題的品質，例如當研究者為了完成手稿而敷衍了事地進行理論補充，那麼研究的潛在影響力就會大大打折。Alice Wang 認為，關鍵是正確理解嚴謹性 (rigor) 的重要性。

Houston 和 Walker (1996) 在 *Journal of the Academy of Marketing Science* 提到的嚴謹性四要素包括：第一，研究問題的嚴謹性，研究問題的重要性至關重要，僅重視方法的嚴謹性毫無價值，選題時需對現有文獻有系統的理解，並結合現實世界的洞見，以便正確理解數據或找到合適的數據，這是成功的第一步；第二，概念的嚴謹性，理論主導的思考對研究至關重要，研究者應明確闡述和發展理論，公開假設以便他人評估其概念邏輯；第三，方法論與分析的嚴謹性，雖然當前研究方法日益複雜，Alice Wang 強調，嚴謹並不等於複雜，缺乏方法論和分析的嚴謹性會導致結果受到偏差影響，因此無論研究問題多重要，若方

法不夠嚴謹，其影響力將降低；第四，學術手稿撰寫的嚴謹性，即使研究優秀，表達不佳也會令讀者沮喪，難以獲得審稿人青睞，Alice Wang 認為，作者應確保稿件清晰易懂且引人入勝，並從一開始就重視寫作的嚴謹性，仔細思考如何呈現關鍵論點和證據。

這也是為什麼在“Privileged and Picky”這篇論文中，研究團隊透過包括實驗法、調查法與真實資料分析的五項研究，建構出一套清晰的心理機制模型：個人對於自身社會地位的認知，能激發心理特權感進而影響其對產品的挑剔程度。這套模型不僅挑戰了「弱勢者更需挑剔以保存資源」的傳統假設，更融合社會心理學中 Social Dominance Orientation (SDO, 社會主宰傾向) 與行銷消費行為，為挑剔行為提供全新解釋框架，並帶來品牌可據此調整溝通策略的實務應用。



圖二：Alice Wang 演講妙語如珠，現場學者反應熱烈

最後，Alice Wang 指出，一篇好的研究需要有一個良好的定位。定位不僅是為了凸顯研究貢獻，更是說服審稿人與讀者的核心策略。而論文的良好定位需包含三要素：(1) 有故事；(2) 概念清晰；與 (3) 開場引人入勝。

在故事性方面，研究定位就像是企業的產品「價值主張」，一個好的學術故事，是明確、簡短、容易理解，能幫助自己釐清重點，也有助於他人快速掌握

研究貢獻。在概念清晰方面，不論是策略研究還是消費者行為研究，皆須超越數據與現象面，深入探討變數間的關係、與其背後的直覺與意涵。至於論文開場段落，Alice Wang 認為，這其實比許多人以為的都還要重要，建議可透過熱門議題、具爭議的現象或引人共鳴的情境來引起讀者注意。例如“Privileged and Picky”一文正是以美國貧富差距加大的社會現象破題，大幅增加閱讀吸引力。

二、跨國合作的原則與策略：信任、補位與對話

具備良好研究實力後，進行跨國合作是進入頂尖學術圈的重要一步。隨著全球性挑戰增多，單一作者的研究模式已不再適用，學者們需要跨越國界，匯聚不同文化和專業視角共同探討。美國西北大學教授 Angela Y. Lee 觀察到，頂尖期刊的跨國合作投稿穩定上升，這類研究不僅更容易被引用，影響力也更高，越來越多專利來自團隊合作，因為不同背景的學者能帶來新的視角與創意。

Angela Y. Lee 本身就是跨國研究高手。她曾任消費者研究協會主席，也是美國行銷協會董事會成員，曾多次受邀於香港科技大學、新加坡國立大學、南洋理工大學等亞洲知名大學擔任訪問學者，催生出不少優異的跨國合作研究成果。Angela Y. Lee 指出，要積極尋找合作機會，可藉由多參加優質研討會、演講，從中注意那些提出銳利提問、邏輯清晰的人，主動攀談、交換想法。「真正好的合作，常常是自然而然地發生，而非事先安排好的。」她說。

好的合作者不只是有共同研究興趣，更重要的是彼此喜歡，並願意為這段長時間的合作投入情感與責任。她指出，一篇論文從發想到發表，往往歷時數年，若沒有互相信任與欣賞，很難撐過審稿與修改的漫長過程。除了考量專業領域的契合度，更應重視夥伴的學術誠信、對研究的熱情，以及開放的心態。

一個成功的國際研究團隊，其成員應當能夠相互補充，而非簡單的疊加。Angela Y. Lee 分析，例如有些夥伴可能擅長理論建構，有些則專長於數據分析或實地研究，透過優勢互補，能夠產出更高品質的研究成果。此外，對於博士生或年輕教授而言，與同樣「飢渴」的同儕合作，可能比與資深學者合作，更容易共同成長。

在哪個研究階段最適合引入合作夥伴？她建議了兩個時間點，一個是在研究發想階段，找人合作可協助打磨自己的想法、讓研究升級；二是在研究卡關的時候，需要不一樣的想法來協助突破困境。合作期間，維持溝通的透明度，例如清楚訂出排程、劃分專業能力範圍、講明白作者順序，則是維繫合作關係的關鍵。

建立信任是任何合作關係的基石，但文化差異的確也對國際合作帶來挑戰，但 Angela Y. Lee 認為，即便是令人不舒服的不同意見或錯誤推論，也能成為創新的契機，因為，「研究的養分，往往來自對立與摩擦」，差異本身也是豐富研究視角的重要資源。她建議，與會者應抱持開放和學習的態度，理解並尊重彼此的專業知識、工作習慣和文化上的差異，避免先入為主做判斷。同時，研究團隊應定期舉行線上或線下的會議，確保所有成員都能同步了解進度，並及時解決潛在問題。



圖三：Angela Y. Lee與東吳大學楊俊明教授對話

三、博士養成的系統性訓練：成為解釋世界的人

頂尖的研究能量，還要能傳承給學術研究新血才行，培育出優秀的博士生，也有系統性的方法可應用。Angela Y. Lee 除了是頂尖期刊主編，同時在協助培養傑出行銷學者的 Sheth Foundation 董事會任職，並曾多次指導 AMA Sheth 博士生聯盟活動，對於如何養成新生代研究者頗有方法。

閱讀論文時，「看不懂假設」其實不是問題，問題在於「看不出作者的邏輯漏洞或可能的替代解釋」。所以，她認為博士生必須具備三種思辨視角：理解構念、操作化、實證支持。

Angela Y. Lee 指出培養構念思辨能力包括四個要素：首先，理解概念模型，要求學生為每篇文獻繪製「概念模型圖」，明確標示自變數、中介變項、調節變項與依變數，透過視覺化結構幫助學生拆解理論邏輯，這也有助於未來研究的

建模能力；其次，辨別檢驗方法是否支持理論，鼓勵學生評估論文作者是否提供了足夠證據來支持其模型，從而培養批判性思維；第三，深入文獻回顧，建議博士生在一主題上閱讀 100 篇文章，以掌握關鍵發現和識別新想法，理解現象背後的「為什麼」；最後，辨識研究機會，透過分析概念模型與實際檢驗模型之間的差異，學生能找到澄清或擴展現有研究的空缺，發掘未來研究的機會。

再來，培養操作化視角，可從頂刊論文的例子學習。Angela Y. Lee 提供自己在研究中如何操作化構念的具體範例。例如，她透過數獨拼圖和計時提醒，來做實驗操弄「時間作為資源」和「時間作為動態」的隱喻，以誘發時間充裕與時間稀缺的感受。事實上，頂級期刊已開始要求在做實驗室研究的同時，也要在真實情境中做操弄。例如在大學校園環境中使用帶有時間隱喻訊息的海報，如「時光飛逝」、「時間太少」來誘發時間稀缺感，並且很重視在研究設計和論文撰寫過程中，將抽象的理論構念如資源、動態，轉化為具體可測量的變項如數量、速度。關鍵是：研究設計必須能夠回應研究問題，並且與所提出的理論架構一致，因為，花稍的實驗設計並無法補救模糊的理論架構。

最後，培養實證支持視角，第一鐵則就是數據為王，「我們信任上帝，其他人則必須拿出數據」Angela Y. Lee 強調，實證證據是支持任何研究主張或直觀的基本要求。事實上，審稿人即使對於直觀的假設，也要求研究者提出更科學和更穩健的數據，來證明概念之間的對應關係。所以，研究者必須成為自己「最嚴厲的批評者」，好在提交研究之前預先發現並修復潛在問題。

此外，Angela Y. Lee 要求博士生練習對每篇文章提出一個「批判性問題」，並討論如果要反駁這篇文章，該從哪裡下手。這樣訓練的不只是閱讀，更是深化思維與詮釋能力的過程。在課堂上，她設計出「同儕互評」機制，要求每位學生展示其繪製的概念模型，並由同儕提供批評與回饋。因為，在討論中修正觀點、強化論證，才是真正的學習過程。她語重心長地提醒博士生：「你不只是學會了 SPSS 或迴歸，而是要學會如何創造有說服力的解釋。」

所以，她認為，早在博士班階段，就應培養學生也從審稿人視角來閱讀文章，訓練他們問出關鍵問題：研究主題是否重要？理論邏輯是否清楚且有啟發性？是否有其他更合理的解釋？

該如何培養？Alice Wang 在工作坊中，特別為國內學者展示了角色扮演訓練法。她用 AI 將幾份論文依照期刊主編在意的數個要點，改寫為短論文，並將參加者分組，每組輪流扮演作者與審稿者。作者必須為自己所分配到的短論文辯護，審稿者則必須提供建設性意見，並以具體的評審意見決定是否接受投稿。藉由一輪輪的實戰演練，幫國內學界熟悉頂尖期刊的審稿邏輯。



圖四：(上圖)Angela Y. Lee 臺北場演講活動合照；(左圖)Angela Y. Lee 與活動主持人中山大學企管系張純端教授，正是跨國研究的好夥伴；(右圖)Angela Y. Lee 於工作坊中給予劉信賢教授的論文意見回饋

四、結語

透過本系列國際交流活動，國內學界得以與頂尖研究者對話，深入理解國際期刊對理論嚴謹性、研究設計與論述邏輯的要求。Alice Wang 教授提醒選題與故事性的重要性，Angela Y. Lee 教授則提供跨國合作與博士訓練的建議，回應學術工作在不同階段的挑戰。論文發想、團隊合作與博士培養並非單一技巧的堆疊，而是系統性地建構整體研究價值。

Angela Y. Lee 強調，「好研究不需要複雜，而是問對問題，並能講出清楚、有力的邏輯故事。」她提到，逾六成資深學者的研究靈感來自生活經驗，僅 15% 來自學術文獻，鼓勵學者多觀察社會，培養問題意識，以發掘具影響力的議題。如同 Angela Y. Lee 的演講總結：「真正重要的是你如何看待世界、提出新問題，並設計出能讓我們更理解這個世界的研究。」

參考文獻

- Pyrah, B., Galoni, C., & Wang, J. (2025). Privileged and Picky: How a sense of disadvantage or advantage influences consumer pickiness through psychological entitlement. *Journal of Consumer Research*. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucaf010>
- Houston, M. B. (2019). Four facets of rigor. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(4), 570-573. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00665-7>