
陳妙玲簡歷

陳妙玲

CHEN MIAO-LING



國立中山大學
財務管理系教授

日本慶應大學商學博士

E-mail

miaoling@mail.nsysu.edu.tw

電話

07-525-2000 ext 4822

傳真

07-525-4899

教學網頁

[www.finance.nsysu.edu.tw/
teachers/mlchen/](http://www.finance.nsysu.edu.tw/teachers/mlchen/)

個人簡介

陳妙玲為中山大學財務管理系教授、日本慶應大學商學博士。曾經擔任中山大學財務管理系系主任、中山大學管理學術研究中心主任。主要教授課程有財務會計、管理會計、財務報表分析等。研究領域主要為會計、財務管理與行銷管理之跨領域研究。學術論文曾發表於學術期刊如 Journal of Futures Markets (SSCI), Finance Research Letters(SSCI), Asia-Pacific Journal of Financial Studies (SSCI), Journal of Business Research (SSCI), European Journal of Marketing (SSCI), Canadian Journal of Administrative Science (SSCI) , Applied Economics (SSCI), Applied Economics Letters (SSCI), Investment Analysts Journal (SSCI), Journal of Business Economics and Management (SSCI), Journal of Chinese Economic and Business (Econlit), Journal of Financial Studies(財務金融學刊) (TSSCI) , 公平交易季刊 (TSSCI) , 台大管理論叢 (TSSCI) , 中山管理評論 (TSSCI) , 管理學報(TSSCI)。曾經多次榮獲中山大學「學術研究績優教師」獎、中山大學「教師教學研究獎勵」、中山大學SCIE/SSCI/AHCI/TSSCI期刊發表獎勵，連續10年以上獲科技部專題計畫案。中山大學優良導師獎，管理學院優良導師獎等。

學歷

日本慶應大學商學博士 1992.04~1997.09

國立中山大學企業管理碩士 1982.09~1984.06

逢甲大學會計系商學士 1975.09~1979.06

經歷

主要經歷

國立中山大學財務管理系教授 2007.08~迄今

國立中山大學管理學術研究中心主任 2015.02~2016.01

國立中山大學財務管理系系主任 2010.08~2013.07

國立中山大學財務管理系副教授 1998.03~2007.07

日本東京經濟大學管理學院客座研究員 2016.11

日本法政大學管理學院客座研究員 1991.07~1993.07

1979年中華民國公務人員高等考試會計審計人員及格

1984年中華民國公認會計師考試及格(CPA)

其他經歷

臺灣證券交易所股票上市外部審議委員2014~2017

財團法人台灣中小企業聯合輔導基金會董事 2014~2017

國立中山大學內部控制小組委員 2005~2017

高雄市政府所屬事業機構年度研究發展考核委員 2000~2017

2003年考試院92年度交通事業港務人員升等考試會審組典試委員

2003年考試院92年度交通事業港務人員升等考試會審組召集人

高雄硫酸銻股份有限公司大型購物中心招募開發甄審會委員 2001~2002

高雄硫酸銻股份有限公司監察人 2001~2002

國立中山大學經費稽核委員會顧問 2001~2003

榮譽

1. 2014年指導賴冠伶博士論文榮獲國立中山大學103學年度「博士研究生優秀畢業論文獎」
2. 2011年指導彭琪祿博士論文榮獲國立中山大學100學年度「博士研究生優秀畢業論文獎」
3. 2012年國立中山大學學術研究績優獎
4. 2013年國立中山大學學術研究績優獎
5. 2014年國立中山大學學術研究績優獎
6. 2003年國立中山大學優良導師獎
7. 2003年國立中山大學管理學院優良導師獎
8. 指導許承宙(2004)「員工股票酬勞計畫之價值攸關性- 激勵效果與稀釋效果」碩士論文榮獲勇源文教基金會2004年碩士論文獎甲等獎
9. 指導郭子慧(2003)「員工分紅配股與權益評價」碩士論文榮獲勇源文教基金會2003年碩士論文獎甲等獎

10. 1998年獲國科會甲等研究獎

學術團體會員

日本商業學會

臺灣財務金融學會

代表著作

期刊論文

1. Ching-Chi Hsu, Miao-Ling Chen *(2019) Asymmetric Effect of Advertising on the Chinese Stock Market, Applied Economics Letters, 【SSCI】 科技部B級期刊, Impact Factor: 0.504, 本人為通訊作者, 26(2), 157-162. MOST106-2410-H-110-011-
2. Ching-Chi Hsu, Miao-Ling Chen *(2018) Timing of Advertising and the MAX Effect, Journal of Behavioral and Experimental Finance, 【SSCI】 , Impact Factor: 0.762, 本人為通訊作者. Forthcoming. MOST106-2410-H-110-011-
3. Peng, CL., AP Wei*, Miao-Ling Chen and WT Huang (2018). Synergy between R&D and Advertising on Shareholder Value: Does Firm Size Matter? Canadian Journal of Administrative Science. 35(1). 47-64. 【SSCI】 , Impact Factor: 0.44; Australian Business Deans Council (ABDC) Rank B Journal.
4. Pei-Shih Weng, Ming-Hung Wu, Miao-Ling Chen and Wei-Che Tsai*(2017) An Empirical Analysis of the Dynamic Probability of Informed Institutional Trading: Evidence from the Taiwan Futures Exchange, Journal of Futures Markets. 【SSCI】 科技部A Tier-2 期刊, Impact Factor:0.698, 37 (9), 865-891.
5. Ching-Chi Hsu, Miao-Ling Chen *(2017) The Timing of Low-Volatility Strategy, Finance Research Letters, 【SSCI】 科技部B+ 期刊, Impact Factor:0.762, 23, 114-120. 本人為通訊作者.
6. Ming-Hung Wu, Wei-Che Tsai, Miao-Ling Chen* (2016) Effect of Monetary Policies on the Relationship between Advertising and Mutual Fund Flows, Asia-Pacific Journal of Financial Studies. 【SSCI】 科技部B+期刊, 45(5), 673-704, 本人為通訊作者, Impact Factor:0.354. MOST102-2410-H-110-062-MY2
7. Huang, Tzu-Lun, Kuan-Ling Lai, Miao-Ling Chen *(2016) How Do Web Search Activity and Financial Media Coverage Affect Asset Price? Journal of Financial Studies(財務金融學刊), 【TSSCI】 , Volume 24(1), 25-54, 本人為通訊作者, MOST 102-2410-H-110-062-MY2
8. Peng, CL., KL. Lai, Miao-Ling Chen and AP Wei* (2015). Investor sentiment, customer satisfaction, and stock returns. European Journal of Marketing, 【SSCI】 , 49 (5/6), 827-850, Impact factor: 1.00; ABDC Rank A*Journal. MOST102-2410-H-110-062-MY2

-
9. Huang, Tzu-Lun, Kuan-Ling Lai, Chen, Miao-Ling *, Hsiou-Jen Kuo (2014) Information Demand, Web Search Behavior, and Speculative Trading Activity, **【TSSCI】**, 中山管理評論, 第22卷第1期, pp. 157-183, *Corresponding author, 102-2410-H-110-062-MY2
10. Chen, Miao-Ling, Peng, CL and Wei, AP. (2012) Advertising, Research and Development, and Capital Market Risk: High Risk versus Low Risk Firms, Journal of Business Economics and Management, Volume 13(4), pp.724-744. **【SSCI】**, Impact factor: 2.388(2011). 100-2410-H-110-007-MY2
11. Wei, AP., Chen, Miao-Ling*, and Peng, CL. (2011) The Advertising Spillover Effect: Implication for Mutual Fund Families,管理學報, 第28卷第4期,pp. 361-377。 **【TSSCI】** *Corresponding author, NSC-98-2410-H-110-008-MY2
12. Peng, CL., Chen, Miao-Ling*, SD. Shyu and Wei, AP. (2011) When Is Money Likely to be Smart? Evidence from Mutual Fund Investors in Taiwan, Investment Analysts Journal, Issue. Vol.73, pp.13-25. **【SSCI】**, NSC Rank B Journal, *Corresponding author. NSC-98-2410-H-110-008-MY2
13. 陳妙玲、林楚彬、戴良安(2011) 「Effects of Advertising, Customer Satisfaction, and Research and Development on a Firm's Systematic and Unsystematic Risks」,臺大管理論叢, 第21卷第2期,pp.55-80. **【TSSCI】** NSC-97-2410-H-110-021-
14. Chen GR. and Chen, Miao-Ling * (2010) Substitution Effect of Advertising on Resale Price Maintenance: Using a Real Options Approach, Applied Economics Letters, Vol.17, pp.969-972. **【SSCI】** *Corresponding author. NSC-95-2416-H-110-024-
15. 陳妙玲、陳欣瑜(2010) 「金融控股公司購併後業務多角化對財務績效之影響：以成本與市場相關表現為中介變數」,臺大管理論叢, 第20卷第2期,pp.251-272. **【TSSCI】**
16. 陳妙玲、陳信宏(2009) 「運用顧客終身價值模型及ARIMA 分析評估顧客價值：台灣百貨公司個案分析」,中山管理評論, 第17卷第2期, pp.339-365. **【TSSCI】**
17. Chen, Miao-Ling*, and Chen GR. (2007), The Effects of Advertising on Resale Price Maintenance, Applied Economics, Vol.39(4), pp.453-459. **【SSCI】** NSC-95-2416-H-110-024-
18. Chen, Miao-Ling (2007), Incentive and Dilution Effects of Employee Stock Bonuses and Stock Options: Evidence from Taiwan, Journal of Chinese Economic and Business Studies, Vol.5(1), pp.65-73. **【EconLit】** (NSC-93-2416-H-110-036-)

-
19. Chen GR., and Chen, Miao-Ling * (2006), Incentives for Resale Price Maintenance from a Risk Perspective: Using a Real Options Analysis, 公平交易季刊, 第14 卷第1 期, pp.135-151. 【TSSCI】 Corresponding author. NSC-94-2416-H-110-007-
 20. Chen, Miao-Ling (2004). The Effects of Advertising on Retail Price Competition under Vertical Restraint: A Japanese Case, Journal of Business Research, Vol.57, pp. 277-283. 【SSCI; 國科會A級期刊】
 21. Wang , C. P., D. Shyu , Y. C. Liao, M.C. Chen, and Chen, Miao-Ling. (2003). A Model of Optimal Dynamic Asset Allocation in a Value at Risk Framework, International Journal of Risk Assessment and Management, Vol.4, pp. 301-309.
 22. 吳欽杉、徐守德、蔡一君、陳妙玲(1997),「以或有權利分析法評價台灣可轉換公司債」, 中山管理評論, 第5卷第3期, pp.603-638. 【TSSCI】
 23. 陳妙玲(1997),「廣告對零售格競爭之影響」, 公平交易季刊, 第5卷第1期, pp.47-64. 【TSSCI】
 24. 陳妙玲(1995)「廣告費規定要因研究—既存研究の整理と今後の研究課題-」, 慶應商學論集, 日本東京:慶應義塾大學大學院商學研究科, 第8卷第2期, pp.15-35.
 25. 岸真理子、佐藤和、陳妙玲(1995)「ニューメディアの屬性空間與メディアリツチネス」,日本東京:法政大學産業情報中心Vol.4, pp.15-26.
 26. 陳妙玲(1994)「日本、アメリカ及び台灣の企業における意思決定スタイルをめぐる比較研究」, 慶應商學論集, 日本東京:慶應義塾大學大學院商學研究科, 第7卷, pp.97-107.

國際研討會論文

1. Wei-Che Tsai, Pei-Shih Weng, Ming-Hung Wu, Miao-Ling Chen (2015) An Empirical Analysis of the Dynamic Probability of Institutional Informed Trading: Evidence from the Taiwan Futures Exchange, 2015 Auckland Finance Meeting, New Zealand.
2. Kuan-Ling Lai, Miao-Ling Chen, and Chi-Lu Peng (2014, Mar). How does Advertising Influence Mutual Fund Consumers' Redemption Behavior?. 2014 Global Marketing Conference (GMC 2014). Singapore.
3. Chen Miao-Ling, Kuan-Ling Lai*, and Chi-Lu Peng (2014, Mar). Sentiment, Customer Satisfaction and Stock Returns: Higher Performance During Pessimistic Periods. 2014 European Marketing Academy Annual Conference (EMAC 2014), Valencia, Spain.

-
4. Tzu-Lun Huang, Kuan-Ling Lai and Miao-Ling Chen (2014, June). How does Web Search Activity Exert Influence on Stock Trading across Financial Market States? 2014 The 18th Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS 2014), Chengdu, China.
 5. Tzu-Lun Huang, Kuan-Ling Lai, Miao-Ling Chen (2013, Dec). How does Web Search Activities and Financial Media Coverage Affect Asset Price? The 21th Conference on the Theories and Practices of Securities and Financial Markets, Kaohsiung, Taiwan. Best paper Award.
 6. Peng, Chi-Lu, Miao-Ling Chen and An-Pin Wei, (2011) Advertising, Risk Tolerance and Investor's Behaviors: Theory and Evidence from the Mutual Fund Industry, The 2011 World Marketing Congress. Academy of Marketing Science, Reims, France.
 7. Chen, Miao-Ling, LL. Wu and CC. Hsu (2010) Signaling Product Quality with Advertising and Retailers: The Moderating Effect of Vertical Restraints. 2010 Global Marketing Conference at Tokyo. Japan. Best paper Award. NSC-96-2416-H-110 -027
 8. Peng, CL., Miao-Ling Chen and AP. Wei (2010) The effect of advertising on investor's post-purchase decisions: Evidence from the mutual fund industry? The 18th Conference on the Theories and Practices of Securities and Financial Markets, Kaohsiung, Taiwan.
 9. Peng, CL., Miao-Ling Chen, SD. Shyu and AP. Wei (2010) The smart money effect, mutual fund cash flows and investor sentiment. The 18th Conference on the Theories and Practices of Securities and Financial Markets, Kaohsiung, Taiwan.
 10. Peng, CL., Miao-Ling Chen, SD. Shyu and AP. Wei (2009) When is money likely to be smart? Evidence from mutual fund investors. 證券市場發展季刊：資產管理研討會, Taipei. Taiwan.
 11. Chen, Miao-Ling and CL. Peng (2009) Marketing, innovation spending and investment risk. 2009 International Conference of Taiwan Finance Association, Taoyuan, Taiwan. NSC-97-2410-H-110-021-
 12. Chen, Miao-Ling (2009), The Impacts of Vertical Restraints on Advertising Signaling Effects, Business & Economics Society International 2009 Hawaii-USA Conference. NSC-96-2416-H-110 -027
 13. Chen, Miao-Ling and GR. Chen (2007), Frequent Markdowns, Purchase Delay, and Resale Price Maintenance, The 13th Academy of Marketing Science World Marketing Congress, Academy of Marketing Science, WMC Proceedings, Italy. NSC-94-2416-H-110-007-
 14. Chen, Miao-Ling and GR. Chen (2007), The Impacts of Resale Price Maintenance on Advertising: Does Resale Price Maintenance Encourage Manufacturers to Advertise? Using a Real Options Analysis, The 13th Academy of Marketing Science World Marketing Congress, Academy of Marketing Science, WMC Proceedings, Italy. NSC-95-2416-H-110-024

專書

1. 陳妙玲審閱，何明峰、林宜嬭(2010譯)，「財務報表分析」，台北：美商 McGraw-Hill.台灣分公司，(Wild, Bernstein, and Subramanyam (2003) Financial Statement Analysis, 8th Edition, Irwin/McGraw-Hill.)
2. 陳妙玲(2006) 會計與財務報表，收錄於「企業概論」，方至民、李清潭主編，前程文化出版公司
3. 陳妙玲(1997)「流通系列化と広告效果」，日本東京:白桃書房

研究計畫

科技部專題研究計畫

1. 廣告的不對稱效果與低波動異常現象 (2017.08.01 ~2018.07.31)
2. 顯著性之力量: 顧客滿意度與消費者情緒訊息公告之負向偏誤 (2016.08.01~2017.07.31)
3. 網路搜尋引擎之頻率、投資人情緒、量化寬鬆貨幣政策與廣告的效果 (2013.08.01~2015.07.31) 2年期計畫
4. 市場狀態與行銷投資之長期股票市場評價：高報酬與低風險 (2011.08.01~2013.07.31) 2年期計畫
5. 研究發展費用、顧客滿意度、廣告與股東價值:干擾效果與中介角色 (2009.08.01~2011.07.31) 2年期計畫
6. 電話行銷結合網路創新應用服務之模組開發(2009.08.01~2010.07.31)
7. 顧客滿意度如何經由廣告效果而影響系統風險與非系統風險-雙重效果與交互效果(2008.08.01 ~2009.07.31)
8. 垂直限制與廣告對傳遞品質訊息之聯合效果-理性預期均衡模型與實證分析 (2007.08.01 ~2008.07.31)
9. 廣告與零售價格維持間之相互效果 – 實質選擇權方法與實證分析 (2006.08.01~2007.07.31)
10. 零售商之頻繁降價與消費者之延期購買是否抑制或刺激零售價格維持? - 分析性理論模型與實證分析(2005.08.01~2006.07.31)
11. 員工分紅配股與員工股票選擇權之價值攸關性- 激勵效果與稀釋效果 (2004.08.01~2005.07.31)

12. 會計穩健性限制對企業價值評價之影響(2002.08.01~2003.07.31)

其他研究計畫

高雄市政府開源節流措施推動探討研究案 (2013.10.31~2014.06.30)

國營公司經營管理才能培育計畫 (2012.05.01~2012.07.31)

航港組織改制規劃探討 (2011.04.11~2011.06.10)

高雄捷運公司折舊方法之研究 (2011.04.01~2011.06.30)

高雄市有線電視系統經營者財務成本研究分析 (2006.10.25~2006.11.25)

中華電信公司勞工董事加強公司治理之研究 (2006.05.17~2006.12.17)

高雄市有線電視系統經營者財務成本分析研究 (2004.11.01~2004.11.15)

高雄市有線電視系統經營者財務成本研究分析 (2003.10.24~2003.11.15)