

表七 本研究量表 (續後頁)

量表	問項	參考	尺度
網紅與品牌一致性	此網紅與他自創的品牌之間是「不可共存的」/「可共存的」 此網紅與他自創的品牌之間是「不合適的」/「合適的」 此網紅與他自創的品牌之間是「不相容的」/「相容的」 此網紅與他自創的品牌之間是「不相配的」/「相配的」	Choi & Rifon (2012)	七點語意差異
網紅與消費者的一致性	此網紅是「粗獷的」/「細膩的」 此網紅是「冷靜的」/「興奮的」 此網紅是「令人不安的」/「令人安心的」 此網紅是「支配的」/「臣服的」 此網紅是「節儉的」/「放縱的」 此網紅是「親切友好的」/「不客氣的」 此網紅是「當代的」/「復古的」 此網紅是「有條理的」/「沒有組織的」 此網紅是「理智的」/「感情強烈的」 此網紅是「青春活力的」/「成熟的」 此網紅是「正式的」/「非正式的」 此網紅是「傳統的」/「自由開放的」 此網紅是「複雜的」/「簡單的」 此網紅是「平淡無趣的」/「豐富多彩的」 此網紅是「謙虛的」/「虛榮的」 我理想中的自己是「粗獷的」/「細膩的」 我理想中的自己是「冷靜的」/「興奮的」 我理想中的自己是「令人不安的」/「令人安心的」 我理想中的自己是「支配的」/「臣服的」 我理想中的自己是「節儉的」/「放縱的」 我理想中的自己是「親切友好的」/「不客氣的」 我理想中的自己是「當代的」/「復古的」 我理想中的自己是「有條理的」/「沒有組織的」 我理想中的自己是「理智的」/「感情強烈的」 我理想中的自己是「青春活力的」/「成熟的」 我理想中的自己是「正式的」/「非正式的」 我理想中的自己是「傳統的」/「自由開放的」 我理想中的自己是「複雜的」/「簡單的」 我理想中的自己是「平淡無趣的」/「豐富多彩的」 我理想中的自己是「謙虛的」/「虛榮的」	Choi & Rifon (2012)	七點語意差異

資料來源：本研究整理。

表七 本研究量表（接前頁）

量表	問項	參考	尺度
品牌與消費者的一致性	此網紅自創品牌能幫助維持我的形象與個人特質	Sirgy et al. (1997)	Likert
	此網紅自創品牌能幫助我體現出我是誰		七點
	此網紅自創品牌很符合我的形象		尺度
品牌真實性	此網紅充滿熱誠地經營他的自創品牌	Bruhn et al. (2012)	Likert
	此網紅盡其所能將他的產品與服務做到最好		七點
	此網紅致力於做他想要做的事		尺度
網紅涉入自創品牌程度	你認為此網紅有參與產品設計	消費者訪談	Likert
	你認為此網紅有參與設計實體店面或線上商店頁面		七點
	你認為此網紅有適度地行銷品牌		尺度
	你認為此網紅有製作具有吸引力的內容		
	你認為此網紅從品牌一開始創立到後續經營都有參與其中		
品牌態度	你認為此網紅會聽取消費者的建議，並修改產品		
	我覺得此品牌是「令人不快的」/「值得贊許的」	MacKenzie & Lutz (1989)	七點
	我覺得此品牌是「劣質的」/「優質的」		語意
	我覺得此品牌是「不討喜的」/「討喜的」		差異
我覺得此品牌是「使人討厭的」/「令人愉快的」			
購買意願	我會購買此網紅的自創品牌之產品	Alalwan (2018)	Likert
	我想購買此網紅的自創品牌之產品		七點
	我有可能購買此網紅的自創品牌之產品		尺度
	我計畫購買此網紅的自創品牌之產品		

資料來源：本研究整理。