

國際期刊論文發表

1. Liu, Feng-Hsu*, Chen, Lu- Jui & Tsou, Hung-Tai (2019). Suppliers' local-network embeddedness and buyers' joint innovation: mediating role of service-innovation competence. *International Marketing Review*, 36(3), 342-364. 【SSCI】
2. Hsu, Hsuan-Yu, Liu, Feng-Hsu, Tsou, Hung-Tai* & Chen, Lu- Jui (2019). Openness of technology adoption, top management support, and service innovation: A social innovation perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 34(4),575-590. 【SSCI】
3. Liu, Feng-Hsu* & Chen, Lu-Jui (2018). The impacts of competence-based marketing capabilities: Relative attention, relationship learning and collaboration development. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 33(7), 896-910. 【SSCI】
4. Liu, Feng-Hsu* & Huang, Tseng-Lung (2018). The influence of collaborative competence and service innovation on manufacturers' competitive advantage. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 33(4), 466-477. 【SSCI】
5. Liu, Feng Hsu (2016). Interactions, innovation, and services. *The Service Industries Journal*, 36(13-14), 658-674. 【SSCI】
6. Huang, Tseng-Lung* & Liu, Feng-Hsu (2015). Whether service innovativeness has additive effects on mobile banking business from switching costs perspective. *International Journal of Mobile Communications*, 13(2), 204-227. 【SSCI】
7. Huang, Tseng-Lung* & Liu, Feng-Hsu (2014). Formation of augmented- reality interactive technology's persuasive effects from the perspective of experiential value. *Internet Research*, 24(1), 82-109. 【SSCI】
8. Liu, Feng-Hsu (2014). OEM supplier impact on buyer competence development. *Journal of Strategy and Management*, 7(1):2-18. 【ESCI】
9. Liu, Feng-Hsu*, Tsou, Hung-Tai & Chen, Lu-Jui (2013). The impact of OEM supplier initiatives on buyer competence development: The moderating roles of collaborative relationship and competitive environment. *Asia Pacific Journal of Management*, 30 (4), 1285-1303. 【SSCI】
10. Liu, Heng-Yih & Liu, Feng-Hsu* (2011). The process of competence Leveraging in related diversification: A case of technology management at a composite-material company. *Technology Analysis & Strategic Management*, 23(2), 209-227. 【SSCI】
11. Tsou, Hung-Tai, Liu, Feng-Hsu & Hsu, Hsuan-Yu (2015). The effects of reputation and relative low price on purchase intention: service quality as a mediated moderator. *Web Journal of Chinese Management Review*, 18 (3), 1-16.
12. Liu, Feng-Hsu*, Liu, Heng-Yih, Lin, Ting-Ling & Chiu, Shih-Kuan (2011). The role and capabilities of a local master weight management franchisee. *International Business Research*, 4 (3), 271-282. 【EconLit】
13. Liu, Feng-Hsu*, Liu, Heng-Yih & Lin, Ting-Ling (2008). The competence and constraints of brand-building for contract manufacturers, *Journal of Brand Management*, 15 (6), 412-432. 【SSCI】

中文期刊發表

1. 劉峰旭*、許峻瑋 (2023). 從網絡觀點探討中小企業新產品開發績效。管理實務與理論研究期刊 17 卷 1 期，頁 14-29。
2. 陳律睿*、董佳樺與劉峰旭 (2021). 主要城市對周邊城市發展之擴散效應分析。全球商業經營管理學報，第 13 期，頁 91-106。
3. 陳律睿*、劉峰旭與葉文心(2018年06月)。影響產品多角化策略之要素分析 - 以在台子公司為例。多國籍企業管理評論，第12卷，第1期，頁23-44
4. 劉峰旭*、宋俊豪 (2017). 轉換成本前置因素之研究:共同創新角色之探討. 中原企管評論，第9卷，第4期，頁18-35。
5. 陳律睿*、陳俊忠、劉峰旭 (2016). 子公司當地鑲嵌關係與母公司關注之效果探討. 管理與系統，第 23 卷，第 2 期，頁 169-195. 【TSSCI】
6. 陳欽雨*、劉峰旭與林哲緯(2014). 綠色意識與宗教熱忱對素食認知及茹素意願之影響, 運動休閒餐旅研究，第9卷，第4期，頁18-35。
7. 劉峰旭*、劉恆逸、林婷鈴與洪緯典 (2012). 薰衣草森林的成長體驗，產業與管理論壇，第14卷，第3期，頁94-109。【TSSCI】科技部管理一學門推薦期刊。劉峰旭*與劉恆逸 (2011)，台灣連鎖服務業國際化策略之研究，中華管理評論，第14卷，第3期，頁1-19。
8. 陳律睿*、蔡顯童與劉峰旭 (2011)，子公司外部網絡鑲嵌之決定因素與影響效果，管理評論，第31卷，第1期，頁21-44。【TSSCI】科技部管理一學門推薦期刊。
9. 陳律睿*、劉峰旭與賴品潔 (2011)，多國籍企業母子公司知識移轉與子公司績效之探討，多國籍企業管理評論，第5卷，第2期，頁25-44。

國際研討會論文發表

1. Hung, Shiao-Yu & Liu, Feng Hsu (2024). Exploring the impact of green services in Taiwan catering industry- The moderating effects of perceived usefulness and perceived ease-of-use. Paper presented at *SIBR 2024 (Seoul Conference on Interdisciplinary Business and Economics Research)*, Seoul, South Korea.
2. Chen, Lu-Jui, Liu, Feng Hsu & Tsou, Hung-Tai (2020). All we need is cooperation first : how subsidiary develops by capability and perception gap, Paper accepted by *2020 Academy of International Business (AIB) Annual Meeting*, Miami, U.S.A.
3. Liu, Feng-Hsu (2018). The impact of competence-based marketing capabilities. Paper presented at *2018 Academy of Management Annual Meeting (AOM)*, Chicago, Illinois.

4. Liu, Feng-Hsu (2016). The antecedents and effects of manufacturer service innovation: A relationship-learning perspective. Paper presented at *PICMET '16 Conference "Technology Management for Social Innovation*, Hawaii, USA.
5. Liu, Feng-Hsu (2015). Service innovation practices and competitive advantage: The case of manufacturing firms. Paper presented at *European Academic Research Conference*, Italy, Milan.
6. Chen, Lu-Jui, Liu, Feng-Hsu, Yen, Chia-Hui & Cheng, Ying-Pin (2014). The antecedents and the role of headquarters to subsidiary importance. Paper presented at *12th Annual International Conference on Management*, Athens, Greece
7. Chen, Lu-Jui, Liu, Feng-Hsu, Chou, Sheng-Te & Tsou, Hung Tai (2013). Knowledge creation and importance of subsidiaries: A study of the effectiveness of local embeddedness and headquarters' attention. Paper presented at *11th Annual International Conference on Management*, Athens, Greece.
8. Liu, Feng-Hsu & Tsou, H. T (2012). The impact of the OEM supplier on buyer competence and performance. Paper presented at *2012 Academy of Management Annual Meeting (AOM)*, Boston, Massachusetts.
9. Liu, Feng-Hsu, Chen, Lu-Jui & Liu, Heng-Yih (2011). The process of a successful leisure firm's growth. Paper presented at *2011 International Conference on Strategy Management and Research*, Hong Kong.

國科會計畫

1. 遇強則強：新興市場中當地夥伴選擇對供應鏈整合優勢的影響・111 年度國科會研究計畫 (111/08/01 ~ 112/07/31) (計畫主持人) (策略管理學門)
2. 市場導向之共同生產對競爭優勢之影響—以行銷相關能力為中介變數・110 年度國科會研究計畫 (110/08/01 ~ 111/07/31) (計畫主持人) (策略管理學門)
3. 能耐為基礎的行銷策略對新合作關係發展的影響・106 年度國科會研究計畫(106/08/01 ~ 107/07/31) (計畫主持人) (策略管理學門)
4. 從買家觀點探討共同創新的供應商夥伴選擇與影響・105 年度國科會研究計畫(105/08/01 ~ 106/07/31) (計畫主持人) (策略管理學門)
5. 能耐行銷能力的前因與影響・104 國科會研究計畫 (104/08/01 ~ 105/07/31) (計畫主持人) (策略管理學門)
6. 代工廠商服務創新的前因與影響・103 年度國科會研究計畫(103/08/01 ~ 104/07/31) (計畫主持人) (策略管理學門)
7. 能耐發展來自於外部企業關係或競爭環境？代工廠商對買家能力與績效的影響・101 年度國科會研究計畫(101/08/01 ~ 102/07/31) (計畫主持人) (策略管理學門)
8. 委外關係中發展以能耐為基礎之機會的過程・99 年度國科會研究計畫(99/08/01 ~ 100/07/31) (計畫主持人) (策略管理學門)
9. 以資源依賴之觀點探討委外關係中代工廠商主動行為之角色與影響・98 年度國科會研究計畫 (98/08/01 ~ 99/07/31) (計畫主持人) (策略管理學門)

10. 維持顧客關係的自有品牌過程-以一家智慧型手機廠商為，97 年度國科會研究計畫(97/11/01 ~ 98/07/31) (計畫主持人) (策略管理學門)

大專生國科會計畫

1. 社團參與和企業實習對學習及就業力之影響-以企業管理學系大學生為例，109 年度國科會大專生研究計畫(109-2813-C-128-018-H)
2. 供應商共同創新能耐對買家轉換成本之影響，104 年度國科會大專生研究計畫(104-2815-C-128-001-H)
3. 台灣連鎖服務業國際化策略之研究 98 年度國科會大專生研究計畫(98-2815-C-264-010-H)

專業證照

- PMP 國際專案管理師(1297584)
- WBSA 高階商務企劃證照(000064)
- TBSA 商務企劃種子教師(T0900013)
- CRM 顧客關係管理商品分析師(CRMMA2009001955)
- PMA 產品行銷分析師(PMA2009001006)
- 產業分析師(11081001003)
- GS1 條碼管理師