

參考文獻

中文文獻

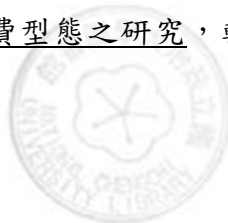
論文：

宇若霏(2004) 政府宣導置入電視新聞節目之表現方式分析，中國文化大學新聞研究所碩士論文。

吳國順(1993) 國人出國旅遊市場區隔及消費者行為分析，國立中央大學企業管理研究所碩士論文。

黃尹萱(2005) N世代生活型態與國內旅遊消費行為之研究，世新大學觀光學系碩士論文。

嚴如鈺(2003) 民宿使用者消費型態之研究，輔仁大學生活應用科學系碩士論文。



期刊：

陳一香(2004)「產品置入行銷」對電視節目製播與媒體生態的影響：以本土偶像劇節目為例，第12屆廣告暨公共關係學術與實務研討會論文。

書籍：

別蓮蒂(2000) 生活型態白皮書，台北：商周出版社。

高宣揚(2002) 流行文化社會學，台北：揚智出版社。

張宏源(1999) 媒體規劃策略與實務，台北：亞太圖書。

曹勝雄(2001) 觀光行銷學，台北：揚智出版社。

John Storey著張君玫譯(2002) 文化消費與日常生活，台北：巨流。

報紙：

大成影劇報 2001.06.07

工商時報(2002.04.22) 一個偶像劇包裹多種商機，偶像劇帶動置入行銷、明星商品販售的風潮。

中央社(2006.02.22) 韓流狂飆亞洲，帶動化粧品出口。

中央社(2006.05.26) 陳永綽駐韓，黃志芳勉深化台韓關係。

中央社(2006.06.14) 韓系超薄滑蓋手機，黑白兩色美型機成風潮。

中國時報(2001.04.28) 偶像劇發燒商機跟著來，吃喝玩樂颯韓流。

中國時報(2002.03.11) 整形明星臉，大吹韓國風。

中國晚報(2002.06.08) 金玟、蔡琳坦承隆鼻。

中國時報(2002.11.14) 韓流引路年輕人結伴整容，去除眼袋變熱門。

中國時報(2002.12.31) 2002年消費新聞大事紀，回首韓風蔓延時：家電篇。

中國時報(2002.12.31) 2002年消費新聞大事紀，回首韓風蔓延時：網路篇。

中國時報(2002.12.31) 2002年消費新聞大事紀，回首韓風蔓延時：髮飾篇。

中國時報(2002.12.31) 2002年消費新聞大事紀，回首韓風蔓延時：美容篇。

中國時報(2002.12.31) 2002年消費新聞大事紀，回首韓風蔓延時：手機篇。

中國晚報(2003.02.18) 哈韓族要變成韓星臉。

中國時報(2003.09.28) 偶像劇兼賣「風景」有商機。

中廣新聞網(2006.02.22) 「韓流」帶動化妝品，台灣最捧場。

中廣新聞網(2006.03.21) 韓流帶暖流 浙江有所「李英愛小學」。

中廣新聞網(2006.06.15) 駐韓代表陳永綽：南韓是台灣的重要友邦。

法新社(2005.10.23) 現代汽車。

東森新聞報(2006.05.23) 新車上市百萬汽車金字塔人人搶，三陽現代也進軍。

英文文獻

Balasubramanian, Siva K. (1994) “ Beyond Advertising and Publicity: Hybrid Messages and Public Policy Issues, ” *Journal of Advertising*, 23, 29-46.

Connell(2005) *Toddlers, tourism and tobermony: Destination marketing issues and TV-induced tourism*, *Tourism Management*.

Cristel A, Russell. (1998) . “Toward A Framework of Product Placement.” in *Advertising in Consumer Research*, 25 , 357-362.

Hawkins, D. I., Best, R. J. & Coney, K. A. (2001) *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*(8th ed), McGraw Hill Company.

Lazer, W. (1963) *Life Style Concepts and Marketing, Toward Scientific Marketing*, in Greyserm, Chicago: AMA.

Plummer J. T. (1974) “The concept and Application of Life style Segmentation” , *Journal of Marketing*, 38(1), 33-37.

Schofield(1996) *Cinematographic image of a city*. *Tourism Management*, 17(5), 333-340.

Tooke & Baker(1996) “Seeing is believing: The effect of film on visiter numbers in screened locations” , *Tourism Management*, 17, 87-94.

韓文文獻

論文：

朴正旭(2002) “한류가 한국관광이미지에 미치는 영향(The Impact of Korean Wave on Korea' s Tourism Image)”，漢陽大學碩士論文.

曲建國(2005) “한류를 활용한 중국인 관광객 유치증대 방안(A Study on the Strategy for the Promotion Chinese Tourists by Korean Wave)”，관동대 관광경영학과 석사논문.

車東榮(2004) “韓流對韓國觀光產業之影響(한류가 한국관광산업에 미치는 영향)”，서강대 석사논문.

梁至現, 양지현(2005) “在中國大陸韓流的形成與其影響(중국에서의 한류의 형성과 영향)”，釜山大學國際學碩士論文.

Jang Yung, 장영(2003) “在中國大陸的韓流現象與韓國電視劇接納之研究(중국에서 한류현상과 한국드라마 수용에 관한 연구)”，延世大學新聞學碩士論文.

Kim Myung-hee, 김명희 (2005) “韓流對韓國觀光地形象以及觀光客滿足的影響：以日本觀光客為例(한류가 한국관광지이미지 및 관광객 만족에 미치는 영향：일본인을 대상으로)”，계명대학교 관광경영학과석사논문.

Kim Seol-hua, 김설화(2002) “有關中國的韓流現象以及接納之研究(중국의 한류현상과 그 수용에 관한 연구)”，首爾大學輿論資訊學碩士論文.

Lee Dong-su, 이동수(2003) “企業形象對消費者購買產品品牌意願的影響之研究(기업이미지가 소비자의 제품 브랜드 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구)”，高麗大學碩士論文.

Lee Yung-ju, 이영주(2002) “決定觀光形象的實證研究(관광목적이미지 결정에 관한 실증적 연구)”，東國大學碩士論文.

期刊：

An Bo-seob, 안보섭(2004) “提高國家形象的提議(국가이미지 제고를 위한 제언)”，2004年韓國宣傳學會秋季定期學術大會發表文.

Jo Jun-keun, 조진근(2002) “原產地國家的線索、訊息強度、以及事先知識針對產品品質知覺的影響之研究(원산지국가의 단서, 메시지 강도, 및 사전지식이 제품의 품질에 대한 지각에 미치는 영향에 관한 연구)”, 韓國廣告學報 第4-2號.

Jo Mi-hae, 조미혜 & Jeng Woo-cheol, 정우철 (2004) “韓流觀光資源化方案之研究(한류의 관광자원화 방안에 관한 연구)”, 江原發展研究院.

Jo Sung-wook, 조성욱(2004. 5. 19) “韓流觀光行銷戰略(한류관광마케팅 전략)”, 韓流觀光研討會, 韓國觀光公社.

Han Chung-min, 한충민(1993) “韓國的對外形象與經濟效應(한국의 대외이미지와 경제적 파급효과)”, 經濟研究, 第15冊, 1號.

Hyun Taek-su, 현택수(2001) “韓流熱, 不要結束於單純的泡沫現象(한류 열풍, 단순한 거품현상으로 끝나지 않으려면)”, 月刊순국, 순국선열유족회, 94-96.

Kim Jeong-su, 김정수(2002) “韓流現象在文化產業政策上之含意(한류현상의 문화산업정책적 함의)”, 2002年度 韓國政策學會 夏季學術大會發表文.

Lee Jung-woong, 이중웅(2003) “韓流的溝通效應: 中國人使用韓國文化商品對韓國的認識和態度的影響(한류의 커뮤니케이션 효과: 중국인의 한국 문화상품 이용이 한국에 대한 인식과 태도에 미치는 영향)”, 韓國輿論學報 47冊 5號.

Lee Hyung-ho, 이형호(2002. 5) “關於韓流(한류에 관하여)”, 대외경제 전문가 풀 토의자료(13), 對外經濟政策研究院.

Lee Seok-gi, 이석기(2003) “利用韓流進入中國市場的戰略(한류를 이용한 중국 시장 접근 전략)”, 產業經濟分析. 46-61.

Lee Wook-yen, 이욱연(1975) “兩個韓流與韓中文化的交流(두개의 한류와 한중 문화 교류)”, 哲學文化研究所, 哲學與現實, 第62冊.

Seo Yong-gun, 서용건 & Kim Hee-su, 김희수(2002. 6) “活用韓流提高中國觀光客之方案(한류를 활용한 중국관광객 유치증진 방안)”, 韓國觀光研究院.

Shin Yun-huan, 신윤환(2002) “東亞的韓流現象: 比較分析與評估(동아시아의 한류현상: 비교 분석과 평가)”, 觀光學研究, 26(3), 90-97.

Sim Jae-woong, 심재웅(2004) “全球化時代國家宣傳的戰略(세계화 시대의 국가 홍보 전략)”, 2004年 韓國宣傳學會 秋季定期學術大會發表文.

Yoo Jin-ho, 유진호, “新韓流觀光行銷(신한류관광마케팅)”, 韓國觀光公社, 2003, 16-17.

成均館大學國家品牌經營研究所(2003) “透過文化思考國家品牌的報告書(국가 브랜드 가치제고를 위한 Worldwide Survey 결과보고서)”, 文化觀光部.

文化觀光部(2004) 透過文化提高國家品牌價值之戰略.

書籍 :

김창한의(2006) 觀光事業論(관광사업론), 首爾: 白山출판사.

신윤환&이한우(2006) 東亞的韓流(동아시아의 한류), 용인: 전예원.

이승신&김시월(2004) 消費者與消費文化(소비자 그리고 소비문화), 首爾: 신정.

이유선의(2005) 現代社會與消費文化(현대사회와 소비문화), 首爾: 일신사.

장수현의(2004) 中國為何收容韓流(중국은 왜 한류를 수용하나), 首爾: 學古房.

조한혜정의(2005) 韓流與亞洲大眾文化(한류와 아시아의 대중문화), 首爾: 延世大學出版部.

David Chaney著김정로譯(2004) Lifestyle, 首爾: 일신사.

報紙 :

文化日報 (2001. 06. 26) 차인표 널 사랑해.

每日經濟 (2005. 10. 21) 아시아여성들, 한류고향찾아 성형분.

東亞日報 (2001. 07. 30) 한류열풍타고 팬클럽 관광단 방한러시.

朝鮮日報 (2001. 08. 26) 한류속에 길이.

朝鮮日報 (2001. 08. 31) 안재욱이 선전한 시장점유률이 일위.

朝鮮日報 (2003. 12. 01) 뉴질랜드 ‘반지의 제왕’ 호황.

朝鮮日報 (2001. 11. 08) 국가별 한류의 실상에 대한 보도.

韓國日報 (2001. 09. 02) 한류열풍을 말한다.

韓國經濟 (2003. 12. 01) 뉴질랜드, 고맙다, 반지의 제왕. 촬영지 관광객 러시.

한겨레신문(2001. 08. 21) 한류열풍 대만서 크게 유행.

韓國觀光公社統計報告：

1994-2005年『留學目的入、出境統計(유학연수 목적입국, 출국통계)』(2006. 1. 31).

http://www.knto.or.kr/js/ks/jsks_av0.jsp?pds=pds_stat&pg=0&seqno=7790&keyfield=subject&keyword=%C0%AF%C7%D0

1997年1月-2006年2月『外國人入境 性別/國際別 統計(외래객입국-성별/국적별)』、『外國人入境 目的別/國際別 統計(외래객입국-목적별/국적별)』、『外國人入境 年齡別/國際別 統計(외래객입국-연령별/국적별)』、『外國人入境 交通手段別(使用機場地點別)/國際別 統計(외래객입국-교통수단별/국적별)』.

http://knto.or.kr/js/kt/jskt_man.jsp