參考文獻

中文部份
池和美 (2006)。《零食寶典》。台北：三意文化。
李玉瑛 (2006)。《Shopping、血拼、瞎拼：逛街購物研究的初探》，《台灣社會學刊》，37，頁207-236。
夏康寧 (2007)。《消費者心情對產品屬性偏好及產品態度之影響研究》，國立政治大學企
理系博士論文。
蘇相穎 (2007)。《產品類型與新奇屬性類型之產品不一致性對產品再認知態度的影響—以消費
者創新性為調節變項》，國立政治大學廣告系研究所碩士論文。

英文部份
scripts: Does a happy mood really lead to mindlessness? *Journal of Personality and Social Psychology*,
71(4), 665-679.
Communication*, 56, 198-217.
consumption: Effects of mood, mood salience, and individual differences. *Media Psychology*, 9,
695–713.
Psychology*, 140 (4), 293-306.


Difficulties in repairing sad mood with happy memories. *Journal of Abnormal Psychology, 113* (2), 179-188.


網站部分

E-ICP 2001、2003、2004、2006、2007 年行銷資料庫。


不同性別消費者在正負面心情狀態下對於零食類型的選擇差異—心情修復觀點