



# 操作手冊

2021 02

# CONTENTS

目錄

## 1 註冊

帳號啟用方式  
註冊三步驟  
帳戶登入

## 2 登入

帳戶登入

## 3 個人化設定

重設密碼  
所屬單位

## 4 文檔管理

文檔管理設定  
檔案管理  
檔案安全問題

## 5 提交文檔-上傳檔案

文檔上傳方式  
檔案格式

## 6 比對時間

比對花費時間

## 7 閱讀報告

解讀比對報告-文件檢視模式  
解讀比對報告-相似段落頁  
獨家引文疏漏檢測功能  
下載報告

## 8 常見問題

## Symskan文獻相似度檢索平台，希望可以幫助使用者。

- 1) 系統協助進行引文疏漏比對，可以發現遺漏的內文註釋，也可以提醒使用者有該引用而未引用的人為疏漏存在！
- 2) 系統提供相似結果的客觀事實，幫助使用者快速掌握文獻的相似情形！而文獻本身是否屬於學術不端，可再由相關人員參考資料後，做最後的決議。我們系統不是用來判斷抄襲，而是用來幫使用者自我檢驗，系統的協助可以幫助避免著作上的瑕疵。

關於比對結果，我們不預設立場，評斷您是否涉及抄襲，我們只忠實地將比對結果呈現出來，供您參考。建議您將比對報告中，所標註出來的相似內容，做進一步確認，如有需要，再做修訂。



# 最新消息

## 2020年 Symscan2.0版本，系統升級，

為您帶來全新的體驗，系統全面升級，提升最佳的比對速度，透過我們專利的比對技術，來進行相似檢測處理，我們將提供各種線索和依據，列出客觀事實呈現給您，供您參考，以幫助避免著作上的瑕疵。

## 2020年 Symscan2.4版本，閱讀器介面更新重點，

- ① 更簡潔：優化資訊配置，更容易操作，閱讀點選更直覺。
- ② 更友善：可快速找到每篇對應的相似文章，左右各自對應同色系的編號與螢光筆，對閱讀體驗更加友善。
- ③ 更寬闊：右方原本為深色的欄位，更新後調整為淺灰色，使用感更開闊明亮，
- ④ 更明亮：調整文字間距，讓文字呈現感更乾淨，提升閱讀專注度。
- ⑤ 更友善：可快速找到每篇對應的相似文章，左右各自對應相同英文編號與相似文獻篇目同色系的螢光筆，對閱讀體驗更加友善。

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告



Airiti Library 華藝線上圖書館 | 下載操作手冊 | 管理者登入

## Symskan文獻相似度檢索平台

為您的投入多一分保障捍衛原創，心血我來護

新版Symskan2.0，為您帶來全新的體驗，系統全面升級，最佳的比對速度，透過我們專利的比對技術，運用"AI深度學習"的最新發展技術，來進行相似檢測處理，我們將提供各種線索和依據，列出客觀事實呈現給您參考，幫助您避免著作上的瑕疵。

1

立即使用



### 直接取得相似文獻

可以直接從SYMSKAN華藝文獻相似度檢索平台連結華藝線上圖書館(Airiti Library)檢視並取得與您的文檔相似的文獻



### 簡易的檢視方式

本服務會將比對到的相似段落給予標號並加註底色，方便您快速找出文檔段落及來源文獻之間的相似關係



### 簡繁比對

您可以上傳繁體中文或是簡體中文的文檔並進行比對



### 獨家引文檢測服務

本服務獨家提供引文疏漏檢測，能夠提示您可能缺少的文內註與參考書目，避免後續未正確引用而產生爭議



### 兩種下載報告模式

您可以依照需求，下載全文檢測報告並檢視完整文檔，或是下載相似段落檢測報告，僅檢視相似的段落

## 1 帳號啟用方式

### Way 1:

#### 直接華藝線上圖書館註冊

- ① 您可以直接在華藝線上圖書館註冊後，透過華藝線上圖書館→個人化服務連結到Symskan平台
- ② 或如果您已經註冊過，可以直接在Symskan平台登入。

### Way 2:

#### 直接在Symskan平台註冊。

- ① 您需要於所屬機構(學校)IP範圍內或透過機構(學校)所提供之Proxy、VPN等方式連線至Symskan平台註冊/登入。
- ② 於IP範圍內連線後，請點擊「立即使用」。

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告



華藝數位股份有限公司

### 歡迎使用Symskan文獻相似度檢索平台 最完整的獨家中文內容比對服務

- ✓ 簡潔UI設計介面，方便閱讀與操作
- ✓ 智慧型繁體中文與簡體中文互相比對
- ✓ 確保你的檔案安全-檔案30天會自動消除，不儲存至比對庫
- ✓ 獨家引文疏漏檢測服務
- ✓ 簡單易懂的線上文檔相似狀況檢視
- ✓ 提供全文與段落兩種下載報告
- ✓ 支援DOC、DOCX、PDF多種文檔格式

#### 使用者登入

Airiti Library帳號 ( E-mail ) :

Airiti Library密碼 :

登入

[忘記密碼?](#) [沒收到認證信?](#)

或用以下列方式登入



沒有帳號? 請點擊註冊按鈕, 立即註冊

註冊

2



## 2 新帳號註冊

進入登入頁面後，按下「**註冊**」，即可註冊一組新帳號。

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告

### 歡迎使用Symskan文獻相似度檢索平台 最完整的獨家中文內容比對服務

- ✓ 簡潔UI設計介面，方便閱讀與操作
- ✓ 智慧型繁體中文與簡體中文互相比對
- ✓ 確保你的檔案安全-檔案30天會自動消除，不儲存至比對庫
- ✓ 獨家引文疏漏檢測服務
- ✓ 簡單易懂的線上文檔相似狀況檢視
- ✓ 提供全文與段落兩種下載報告
- ✓ 支援DOC、DOCX、PDF多種文檔格式

若您所屬的機構有訂購本服務，請您於機構IP範圍內登入

您需要於所屬機構(學校)IP範圍內或透過機構(學校)所提供之Proxy、VPN  
等方式連線至Symskan平台註冊/登入。

3

#### 註冊帳號

請您於單位IP範圍內註冊

請輸入帳號 (E-mail)

請輸入密碼

請選擇機構單位

請選擇身分

## 3 新帳號註冊-3步驟

### 註冊前

請先**確認**是否在所屬學校(機構) IP範圍內連線，這邊會顯示您所屬學校(機構) IP範圍內，上方和下方都會顯成一致的範圍內。

### 註冊時

輸入帳號密碼並設定所屬學院、系所及身分後，按下「**確定**」，**系統會發送會員認證信件**。

### 認證信件-啟動帳號

系統會發送會員信箱認證信件，請於您的信箱收取，**點選「進行認證」**後即可完成註冊。若您沒有收到認證信，請先確認您的垃圾信件夾，或請聯絡華藝客服人員。

請務必 **24 小時**內啟動帳號。

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告



華藝數位股份有限公司

歡迎使用Symscan文獻相似度檢索平台  
最完整的獨家中文內容比對服務

- ✓ 簡潔UI設計介面，方便閱讀與操作
- ✓ 智慧型繁體中文與簡體中文互相比對
- ✓ 確保你的檔案安全-檔案30天會自動消除，不儲存至比對庫
- ✓ 獨家引文疏漏檢測服務
- ✓ 簡單易懂的線上文檔相似狀況檢視
- ✓ 提供全文與段落兩種下載報告
- ✓ 支援DOC、DOCX、PDF多種文檔格式

使用者登入

Airiti Library帳號 ( E-mail ) :

Airiti Library密碼 :

1 登入

[忘記密碼?](#) [沒收到驗證信?](#)

或用以下列方式登入



沒有帳號? 請點擊註冊按鈕, 立即註冊

註冊

## 1 帳戶登入

Way 1 :  
平台直接登入- Symscan  
若已經註冊過，可直接輸入帳號密碼，直接登入，進入Symscan平台。

Way 2 :  
第三方登入- google登入  
使用google帳號登入，於Symscan平台註冊帳號的使用者可以直接登入。輸入帳號及密碼並按下確定後，即可使用本服務。



註冊

登入

個人化設定

文檔管理

提交文檔

比對時間

閱讀報告



alee@airiti.com, 您好 華藝數位股份有限公司  
個人化設定 | 文檔管理 | 登出

## 個人化設定

1

### 修改個人資料

若您需要修改密碼或備用信箱，請直接編輯對應欄位，再點選儲存

密碼：

再次輸入密碼：

備用信箱 (E-mail)：

儲存

清除

2

### 第三方帳號綁定



Google  
未連結

馬上連結

3

您還有 67 天，免在IP內上傳檔案。

寬限展延

您的所屬機構單位：華藝數位

## 個人化設定

- 1 修改個人資料**  
可修改密碼和備用信箱
- 2 第三方帳號綁定**  
可與google連結綁定，使用google帳號登入，於Symscan平台註冊帳號的使用者可以直接登入。輸入帳號及密碼並按下確定後，即可使用本服務。
- 3 所屬機構單位**  
因系統每半年會啟動自動驗證的機制，來確保您的所屬權益。

這邊提供手動驗證機制，在起動手動驗證前，**請確認您是否在所屬學校(機構) IP範圍內連線**，這邊會顯示您所屬學校(機構) IP範圍內，只要您所屬學校(機構) IP和所在的學校(機構) IP都是同一個。  
**→即可直接手動驗證**，半年內可以不限次數不用在IP內，可自由上傳檔案進行比對。

[註冊](#)[登入](#)[個人化設定](#)[文檔管理](#)[提交文檔](#)[比對時間](#)[閱讀報告](#)

## 0 文檔管理

已上傳：共 6 筆

[↑ 上傳檔案](#)

1 檔案名稱	類型	大小 (KB) ↓	上傳日 ↓	進度	檔案到期日 ⓘ	總相似度 ↓
投稿文章C_第三版	docx	23	2020/07/16 11:28:22	已完成	2020/08/15	70%
投稿文章B_第五版	docx	36	2020/07/16 11:28:22	已完成	2020/08/15	30%

## 0 文檔管理

- ① 保留使用者文檔管理的排序
- ② 重新命名文檔&刪除文檔
- ③ 檔案安全問題

## 1 保留使用者文檔管理的排序

首頁文檔管理畫面呈現簡易直覺操作介面，更直覺式記錄個人使用紀錄，記錄使用者最後使用系統之排序。

文檔可依照檔案大小、上傳日期、總相似度進行排序，點選後即可排序。

1

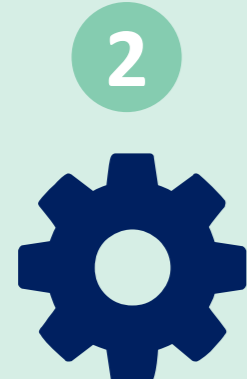
[註冊](#)
[登入](#)
[個人化設定](#)
[文檔管理](#)
[提交文檔](#)
[比對時間](#)
[閱讀報告](#)

## 文檔管理

已上傳：共 6 筆

[↑ 上傳檔案](#)

檔案名稱	類型	大小 (KB) ↓	上傳日 ↓	進度	檔案到期日 ⓘ	總相似度 ↓
<div style="display: flex; align-items: center;"> <span style="margin-right: 5px;">⚙️</span> <span style="margin-right: 5px;">✎️ 重新命名</span> <span style="margin-right: 5px;">⋮</span> <span>🗑️ 刪除</span> </div>	docx	23	2020/07/16 11:28:22	已完成	2020/08/15	70%
投稿文章B_第五版	docx	36	2020/07/16 11:28:22	已完成	2020/08/15	30%
投稿文章_A 第三版	docx	1,951	2020/07/16 11:28:22	已完成	2020/08/15	10%



### 重新命名文檔

滑鼠移至您欲修改檔名的文檔後，最左側會出現選齒輪圖示，點選齒輪圖示並按下「**重新命名**」後，即可編輯文檔名稱，輸入完後按下鍵盤上的ENTER鍵或滑鼠點擊Symscan平台任一處即會儲存。

### 刪除文檔

滑鼠移至您欲刪除的文檔後，最左側會出現選齒輪圖示，點選齒輪圖示並按下「**刪除**」後，此檔案就會從檔案清單中移除。提醒您，此動作無法復原，若您在刪除後發現需要此篇報告，請重新上傳比對。

[註冊](#)

[登入](#)

[個人化設定](#)

[文檔管理](#)

[提交文檔](#)

[比對時間](#)

[閱讀報告](#)

## 文檔管理

已上傳：共 6 筆

[↑ 上傳檔案](#)

檔案名稱	類型	大小 (KB) ↓	上傳日 ↓	進度	3 檔案到期日 ⓘ	總相似度 ↓
投稿文章C_第三版	docx	23	2020/07/16 11:28:22	已完成	2020/08/15	70%
投稿文章B_第五版	docx	36	2020/07/16 11:28:22	已完成	2020/08/15	30%



### 3 檔案安全問題

我們確保你的檔案安全-檔案30天會自動消除

滑鼠移入時顯示系統文字，文章保密性，檔案30天會自動消除，以確保文章的保密性。

我們尊重私隱權，系統將為您保留**30**天檔案，它們將永遠從我們的伺服器刪除。請於期限內下載比對報告。逾期時將會自動清除比對結果記錄與檔案資料。

若到期日期**剩餘七天**粉紅色底色標示**提醒**。

[註冊](#)

[登入](#)

[個人化  
設定](#)

[文檔  
管理](#)

[提交  
文檔](#)

[比對  
時間](#)

[閱讀  
報告](#)

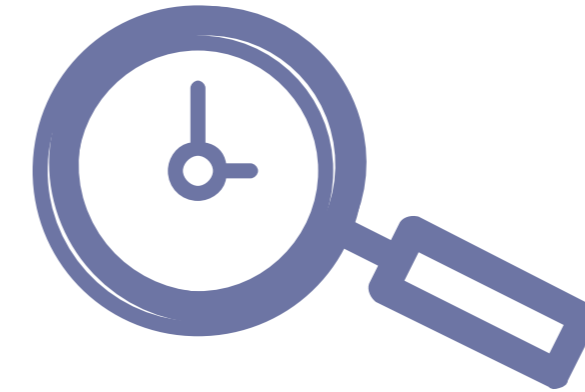
## 提交文檔 3步驟



01

提交文檔

上傳檔案



02

內容比對

花費時間



03

檢測結果

閱讀呈現



[註冊](#)

[登入](#)

[個人化  
設定](#)

[文檔  
管理](#)

[提交  
文檔](#)

[比對  
時間](#)

[閱讀  
報告](#)



01

提交文檔

上傳檔案



一鍵上傳



Submit

原始文檔無須任何前置作業

## 文檔管理

已上傳：共 0 筆

1  上傳檔案

檔案名稱

類型

大小 (KB) ↓

上傳日 ↓

進度

檔案到期日 ⓘ

總相似度 ↑

您還沒上傳任何資料

### 1 提交文檔-上傳檔案

點選「上傳檔案」後，即可進入文檔上傳頁面。

### 2 每半年系統會自動驗證一次，提供以下兩種方式

1. **自動驗證**，若您已經過期，不必擔心，系統會提醒您並幫您自動驗證，您只需要在**所屬的IP內上傳檔案進行比對**，系統會啟動自動驗證並幫您**延展180天**。
2. **手動驗證**，手動驗證，您可到個人化設定，手動驗證並延展180天(詳細請參考使用手冊)。(詳細請參考個人化設定)。

**備註:**若您已經驗證過，半年內可以不限次數不用在IP內，自由上傳檔案進行比對。

註冊

登入

個人化設定

文檔管理

提交文檔

比對時間

閱讀報告

## 文檔上傳

[↩ 回上一頁](#)

檔案名稱	類型	大小 (KB)	驗證	動作
您還沒上傳任何資料				

本服務目前僅支援300字以上，至少兩頁之未加密DOC、DOCX、PDF文檔，一次最多上傳5筆文檔，總計大小需小於50MB。

3

瀏覽檔案

送出比對

### 3 文檔上傳方式與限制

按下「**瀏覽檔案**」後，即可選擇欲進行上傳比對的文檔。

- ① 完全保留文檔的排版，不需要將表格及圖表從文檔中拆除。
- ② 上傳檔案，支援未加密之文字型PDF、DOC、DOCX文檔。
- ③ 一次可上傳五篇，或總容量50MB以內的文檔。

[註冊](#)[登入](#)[個人化設定](#)[文檔管理](#)[提交文檔](#)[比對時間](#)[閱讀報告](#)



[註冊](#)

[登入](#)

[個人化設定](#)

[文檔管理](#)


[提交文檔](#)

[比對時間](#)

[閱讀報告](#)

## 文檔上傳

[→ 回上一頁](#)

檔案名稱	類型	大小 (KB)	驗證	動作
碩論_第7版_T	docx	12	驗證失敗 	刪除
碩論_第8版_T	docx	13	可比對	刪除

檔案未達兩頁

4

本服務目前僅支援300字以上，至少兩頁之未加密DOC、DOCX、PDF文檔，一次最多上傳5筆文檔，總計大小需小於50MB。

[瀏覽檔案](#)

[送出比對](#)

### 4 失敗原因

當驗證失敗時移入時  顯示驗證失敗原因，移出時隱藏視窗

- ① 若檔案因加密判斷驗證失敗則顯示「**檔案已加密**」。
- ② 若檔案因頁數判斷驗證失敗則顯示「**檔案未達兩頁**」。
- ③ 若檔案因字元判斷驗證失敗則顯示「**檔案字元至少300字**」。

- 5 **驗證失敗**：驗證過後不符合上傳條件的檔案，列表顏色更改為粉紅色。刪除後可進行比對。  
**可比對**：各階段驗證過後通過的檔案，列表顏色不變。

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告

## 文檔上傳

[回上一頁](#)

檔案名稱	類型	大小 (KB)	驗證	動作
碩論_第8版_T	docx	13	可比對	<a href="#">移除</a>

本服務目前僅支援300字以上，至少兩頁之未加密DOC、DOCX、PDF文檔，一次最多上傳5筆文檔，總計大小需小於50MB。

[瀏覽檔案](#)

[送出比對](#)

6

### 6 送出比對

確認要上傳的檔案並按下「**送出比對**」後，本服務即會開始進行文獻相似度比對，並回到文檔管理頁面，待比對完成後，即可閱讀比對報告。

已成功送出比對。比對時間依照文檔種類及大小會有不同，平均比對時間約5~10分。有些文檔比較大，可能需要久一點時間，請耐心等待。

可將此畫面關閉，完成後系統會主動以您註冊的E-mail通知您，即可在Symscan頁面檢閱比對結果。提醒您，若您沒有收到E-mail通知，請先至「文檔管理」功能檢查比對是否完成並檢查您的垃圾信件夾，若有疑問請來信：[plc@airiti.com](mailto:plc@airiti.com)，將有專人為您服務，謝謝!!

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告

## 文檔管理

已上傳：共 109 筆

[↑ 上傳檔案](#)

檔案名稱	類型	大小 (KB) ↓	上傳日 ↓	進度	檔案到期日 ⓘ	總相似度 ↓
碩論_第8版_T	docx	13	2020/08/03 09:41:54	7 處理中	4758/07/01	

### 7 送出後回到文件管理頁面

在文檔管理頁面中，可以確認比對進度，比對完成後即可閱覽線上報告，以下將對報告閱讀方式與相關用語進行說明，請參考**閱讀報告**。

[註冊](#)

[登入](#)

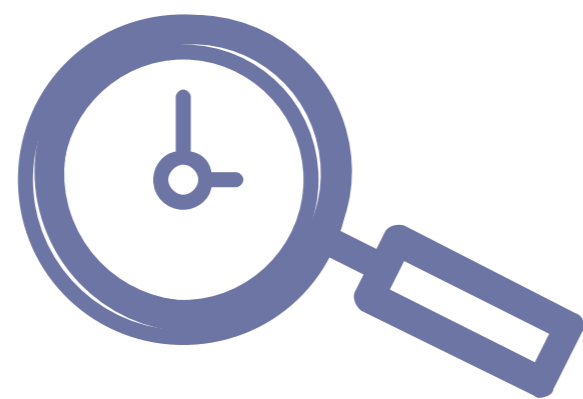
[個人化  
設定](#)

[文檔  
管理](#)

[提交  
文檔](#)

[比對  
時間](#)

[閱讀  
報告](#)



02

比對時間

內容比對



Symskan



一篇文章，平均約5分至10分

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

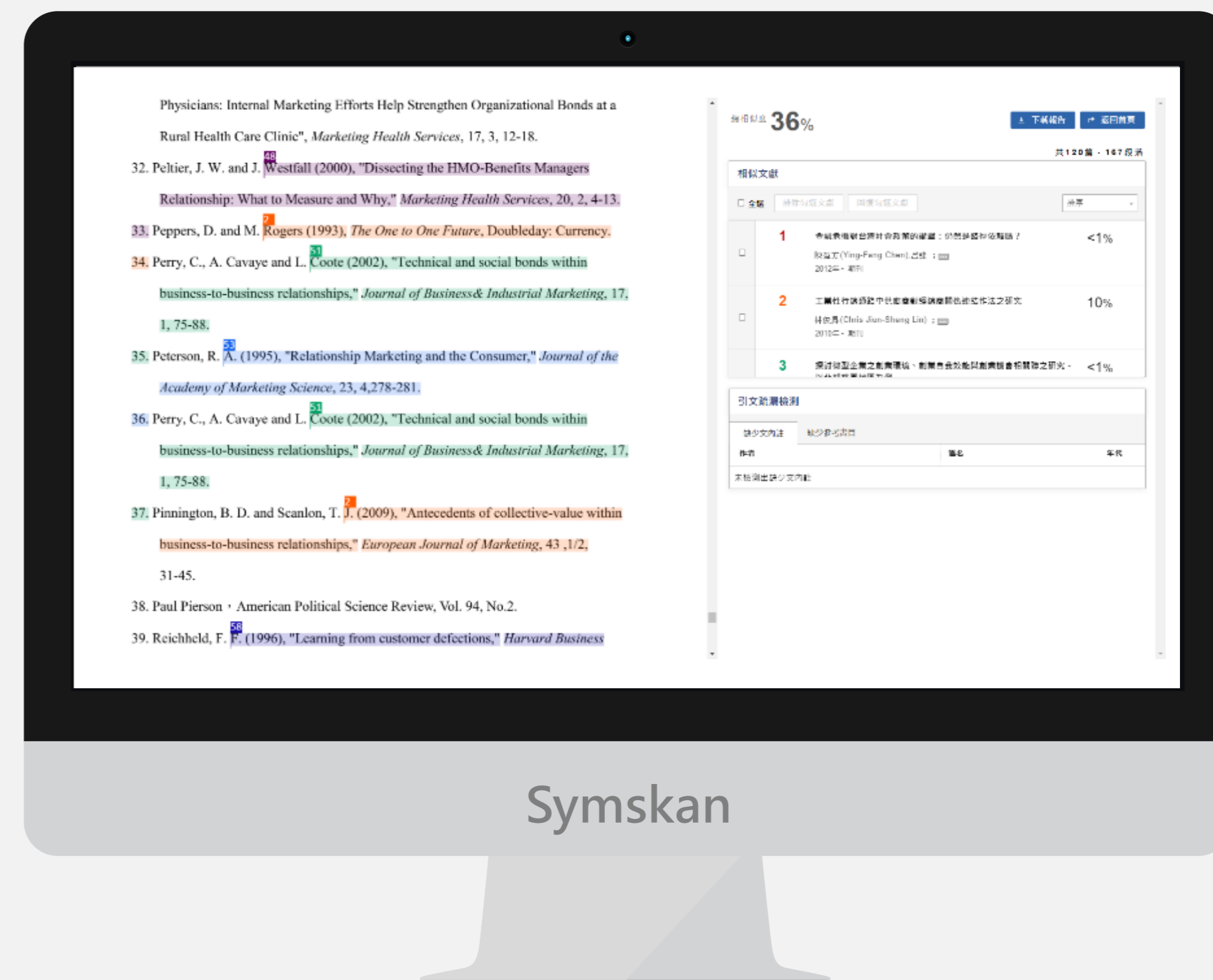
閱讀  
報告



03

# 檢測結果

閱讀報告呈現



完整呈現原來報告

# 解讀比對報告-文件檢視模式

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告

Physicians: Internal Marketing Efforts Help Strengthen Organizational Bonds at a Rural Health Care Clinic", *Marketing Health Services*, 17, 3, 12-18.

32. Peltier, J. W. and J. Westfall (2000), "Dissecting the HMO-Benefits Managers Relationship: What to Measure and Why," *Marketing Health Services*, 20, 2, 4-13.

33. Peppers, D. and M. Rogers (1993), *The One to One Future*, Doubleday: Currency.

34. Perry, C., A. Cavaye and L. Coote (2002), "Technical and social bonds within business-to-business relationships," *Journal of Business & Industrial Marketing*, 17, 1, 75-88.

35. Peterson, R. (1995), "Relationship in Marketing and Consumer." *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23, 4, 23-31.

36. Perry, C., A. Cavaye and L. Coote (2002), "Technical and social bonds within business-to-business relationships," *Journal of Business & Industrial Marketing*, 17, 1, 75-88.

37. Pinnington, B. D. and Scanlon, T. J. (2009), "Antecedents of collective-value within business-to-business relationships," *European Journal of Marketing*, 43, 1/2, 31-45.

38. Paul Pierson · American Political Science Review, Vol. 94, No.2.

39. Reichheld, F. F. (1996), "Learning from customer defections," *Harvard Business Review*, 74, 5, 105-132.

1 上傳文稿原文

總相似度 36%

4

5

↓ 下載報告

↩ 返回首頁

共 120 篇 · 167 段落

相似文獻

全選

排除勾選文獻

回復勾選文獻

排序

1

金融危機對台灣社會政策的衝擊：仍然是路徑依賴嗎？

<1%

陳盈方 (Ying-Fang Chen); 呂建 ; ...

2010年 · 期刊

2

商業行銷通路中供應商對經銷商關係連結作法之研究

10%

林俊昇 (Chris Jiun-Sheng Lin) ; ...

2010年 · 期刊

3

探討微型企業之創業環境、創業自我效能與創業機會相關聯之研究 -

<1%

以北部地區地區為例

引文疏漏檢測

缺少文內註

缺少參考書目

作者

未檢測出缺少文內註

3

引文疏漏檢測功能

Symskan  
Document Viewer

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告

- Physicians: Internal Marketing Efforts Help Strengthen Organizational Bonds at a Rural Health Care Clinic", *Marketing Health Services*, 17, 3, 12-18.
32. Peltier, J. W. and J. Westfall (2000), "Dissecting the HMO-Benefits Managers Relationship: What to Measure and Why," *Marketing Health Services*, 20, 2, 4-13.
33. Peppers, D. and M. Rogers (1993), *The One to One Future*, Doubleday: Currency.
34. Perry, C., A. Cavaye and L. Coote (2002), "Technical and social bonds within business-to-business relationships," *Journal of Business & Industrial Marketing*, 17, 1, 75-88.
35. Peterson, R. A. (1995), "Relationship Marketing and the Consumer," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23, 4, 27-34.
36. Perry, C., A. Cavaye and L. Coote (2002), "Technical and social bonds within business-to-business relationships," *Journal of Business & Industrial Marketing*, 17, 1, 75-88.
37. Pinnington, B. D. and Scanlon, T. J. (2009), "Antecedents of collective-value within business-to-business relationships," *European Journal of Marketing*, 43, 1/2, 31-45.
38. Paul Pierson · American Political Science Review, Vol. 94, No.2.
39. Reichheld, F. F. (1996), "Learning from customer defections," *Harvard Business*

## 上傳文稿原文

1

### 使用者文檔原文

由使用者上傳的文檔內容，會完整保留使用者的排版。

當檢測出相似段落時，會將相似段落標記並註記對應的相似文章編號。點擊右側編號，即可進入文章段落頁。

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告

1

### ▼ Symscan 第一層「相似文章篇目」閱讀介面

- Physicians: Internal Marketing Efforts Help Strengthen Organizational Bonds at a Rural Health Care Clinic", *Marketing Health Services*, 17, 3, 12-18.
32. Peltier, J. W. and J. Westfall (2000), "Dissecting the HMO-Benefits Managers Relationship: What to Measure and Why," *Marketing Health Services*, 20, 2, 4-13.
33. Peppers, D. and M. Rogers (1993), *The One-to-One Future*, Doubleday: Currency.
34. Perry, C., A. Cavaye and L. Coote (2002), "Technical and social bonds within business-to-business relationships," *Journal of Business & Industrial Marketing*, 17,

相似程度 **36%** 下載報告 返回首頁

共 120 篇 · 167 段落

相似文獻

全選  排除勾選文獻  回復勾選文獻 排序

<input type="checkbox"/>	1	查閱我國對台灣社會政策的建議：仍應持續加強嗎？ 殷益芳(Ying-Fang Chen), 出版社： 2012年 - 期刊	<1%
<input type="checkbox"/>	2	工業性行銷通路中供應商對經銷商關係連結作法之研究 林俊昇(Chris Jiun-Sheng Lin) ; 2010年 - 期刊	10%
<input type="checkbox"/>	3	探討我國企業之商業環境、商業自負效能與商業機會相關性之研究 - 以此研究為基礎	<1%

2

### ▼ Symscan 第二層「相似段落」閱讀介面

**F** 綜上所述，企業與顧客之間關係的存在有其層次性，當公司以不同層次的關係連結作法來建立顧客關係時，其行銷策略也會隨之改變（Berry and Parasuraman, 1991）。**G** 企業可藉由不同層次的策略性作法來留住顧客，其每一層次的策略作法不但具連續性，且每增進一個階段，企業與顧客間的關係將更為緊密，企業的競爭優勢亦隨之增加（Zeithaml and Bitner, 2000）。**A** 而由於成本會隨執行層次的提高而增加，每一層次的關係連結做法和重點亦不盡相同，因此如何決定採用那一層次之關係行銷便成為廠商的重要行銷議題。

相似文獻編號：**2**

工業性行銷通路中供應商對經銷商關係連結作法之研究

An Investigation of Supplier-Dealer Relationship Bonds in Industrial Marketing Channels

作者：林俊昇(Chris Jiun-Sheng Lin); 簡永讚(David Chien) ;  
出版年：2010  
出處：行銷科學學報 6卷2期  
來源：Airiti Library 華藝線上圖書館

10%  
文章相似度

檢視來源 回上一頁

共 20 段落

相似段落

全選  排除勾選段落  加入勾選段落

**A** 而由於成本會隨執行層次的提高而增加，每一層次的關係連結做法和重點亦不盡相同，因此如何決定採用那一層次之關係行銷便成為廠商的重要行銷議題。

與相似文獻編號 2 有相似段落(片段)：共 1 處

1 / 1



Physicians: Internal Marketing Efforts Help Strengthen Organizational Bonds at a Rural Health Care Clinic", *Marketing Health Services*, 17, 3, 12-18.

32. Peltier, J. W. and J. [48] (2000), "Dissecting the HMO-Benefits Managers Relationship: What [48] Measure and Why," *Marketing Health Services*, 20, 2, 4-13.

33. Peppers, D. and M. [2] Rogers (1993), *The One to One Future*, Doubleday: Currency.

34. Perry, C., A. Cavaye and L. [51] Coote (2002), "Technical and social bonds within

business-to-business relationships," *Journal of Business & Industrial Marketing*, 17, 1, 75-88.

35. Peterson, R. [53] A. (1995), "Relationship Marketing and the Consumer," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23, 4, 278-281.

36. Perry, C., A. Cavaye and L. [51] Coote (2002), "Technical and social bonds within business-to-business relationships," [2] *Journal of Business & Industrial Marketing*, 17, 1, 75-88.

37. Pinnington, B. D. and Scanlon, T. [2] J. (2009), "Antecedents of collective-value within business-to-business relationships," *European Journal of Marketing*, 43, 1/2,

31-45.

38. Paul Pierson, *American Political Science Review*, Vol. 94, No.2.

39. Reichheld, F. [58] F. (1996), "Learning from customer defections," *Harvard Business*

總相似度 **36%**

下載報告

返回首頁

共 120 篇 · 167 段落

相似文獻

全選

排除勾選文獻

回復勾選文獻

排序

<input type="checkbox"/>	1 金融危機對台灣社會政策的衝擊：仍然是路徑依賴嗎？ 陳盈方 (Ying-Fang Chen); 呂建 ; ... 2012年 · 期刊	<1%
<input type="checkbox"/>	2 工業性行銷通路中供應商對經銷商關係連結作法之研究 林俊昇 (Chris Jiun-Sheng Lin) ; ... 2010年 · 期刊	10%
<input type="checkbox"/>	3 探討微型企業之創業環境、創業自我效能與創業機會相關聯之研究 - 以北部地區地區為例	<1%

引文疏漏檢測

缺少文內註

缺少參考書目

作者

篇名

年代

## Symscan 第一層「相似文章篇目」閱讀介面

- ① 可快速找到每篇對應的相似文章篇目，左右各自對應同色系的編號與螢光筆，對閱讀體驗更加友善。
- ② 在每個標註數字的開頭增加結點線，可快速的判斷每個段落的開頭。

結構連結可透過機構內部之軟硬體來綁住顧客(黃識銘、余泰魁, 民97)。在採財務

## Symscan 第二層「相似段落」閱讀介面

- ① 從右邊標示來源相似文獻篇目(右邊最上方)到相似段落，都屬於同一個色系→讓使用者可快速地對應到此相似段落來自哪一篇相似文獻篇目
- ② 左右兩邊，可由每個英文編號快速的對應每一個相似段落
- ③ 右邊的相似段落螢光筆色一律預設是淡灰色，當點擊右邊的A段落，highlight色會對應與相似文獻篇目的同一個色系

係連結作法來建立顧客關係時，其行銷策略也會隨之改變 (Berry and Parasuraman,

1991)。企業可藉由不同層次的策略性作法來留住顧客，其每一層次的策略作法不但具連續性，且每增進一個階段，企業與顧客間的關係將更為緊密，企業的競爭優勢亦隨之增加 (Zeithaml and Bitner, 2000)。而由於成本會隨執行層次的提高

而增加，每一層次的關係連結做法和重點亦不盡相同，因此如何決定採用那一層次之關係行銷便成為廠商的重要行銷議題。

關係行銷與政治行銷、競選行銷具有相當多共同屬性，在關係行銷中消費者發生購買行為時，會多方打聽相關資訊，或親朋好友意見。此政治競選行銷行為，比有形商品更困難，需要和顧客建立彼此信任，發展長期關係，透過一定策略降低顧客的不確定感。而政黨或候選人的政策主張、議題行為，通常也是複雜、

相似文獻編號：2

1

10%  
文章相似度

檢視來源

回上一頁

共 20 段

相似段落

全選

2

3

A 而由於成本會隨執行層次的提高而增加，每一層次的關係連結做法和重點亦不盡相同，因此如何決定採用那一層次之關係行銷便成為廠商的重要行銷議題。  
與相似文獻編號 2 有相似段落(片段)：共 1 處

B 2.2.2 社交性連結 (social bonds) 社交性連結是經互動後所形成的個人關係連結 (Berry, 1995)，賣方在提供服務時透過人際互動或友誼來建立與買方的關係 (Berry and Parasuraman, 1991; Huntley, 2006; Perry et al., 2002; Rodriguez and Wilson, 2002; Venetis and Ghauri, 2004) 此連結需要投資時間與精力 (Perry et al., 2002)，一旦關係建立後，便能促進雙方對彼此的認識，並增加彼此的開誠佈公及親近度 (Chiu et al., 2005)。  
與相似文獻編號 2 有相似段落(片段)：共 2 處

C 對顧客而言，此一連結策略亦可提供一項重要的社會心理利益 (Beatty et al., 1996; Gwinner et al., 1998; Reynolds and Beatty, 1999; Williams et al., 1998)。  
與相似文獻編號 2 有相似段落(片段)：共 1 處

D 當關係的投入愈多時，關係便愈緊密，進而使雙方愈願意持續地維持關係 (Venetis and Ghauri, 2004; Pinnington and Scanlon, 2009) 常見的結構化連結的類型有三項：藉科技架構的連結作法、製程與設備的共享，及藉資產架構的連結作法 (Zeithaml and Bitner, 2000)。  
與相似文獻編號 2 有相似段落(片段)：共 1 處

# 解讀比對報告-相似段落頁\_1.書目資料

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告

1

相似文獻編號：**2**

工業性行銷通路中供應商對經銷商關係連結作法之研究

An Investigation of Supplier-Dealer Relationship Bonds in Industrial Marketing Channels

作者：林俊昇(Chris Jiun-Sheng Lin);簡永讚(David Chien);

出版年：2010

出處：行銷科學學報 6卷2期

來源：Airiti Library 華藝線上圖書館

10%

文章相似度

a

檢視來源

b

回上一頁



共 20 段落

相似段落	
<input type="checkbox"/> 全選	<input type="button" value="排除勾選段落"/> <input type="button" value="加入勾選段落"/>
<input type="checkbox"/>	<p><b>A</b> 而由於成本會隨執行層次的提高而增加，每一層次的關係連結做法和重點亦不盡相同，因此如何決定採用那一層次之關係行銷便成為廠商的重要行銷議題。</p> <p>與相似文獻編號 2 有相似段落(片段)：共 1 處 <span style="float:right">1 / 1</span></p>
<input type="checkbox"/>	<p><b>B</b> 2.2.2 社交性連結 (social bonds) 社交性連結是經互動後所形成的個人關係連結 (Berry, 1995)，賣方在提供服務時透過人際互動或友誼來建立與買方的關係 (Berry and Parasuraman, 1991; Huntley, 2006; Perry et al., 2002; Rodriguez and Wilson, 2002; Venetis and Ghauri, 2004) ○此連結需要投資時間與精力 (Perry et al., 2002)，一旦關係建立後，便能促進雙方對彼此的認識，並增加彼此的開誠佈公及親密度 (Chiu et al., 2005)。</p> <p>與相似文獻編號 2 有相似段落(片段)：共 2 處 <span style="float:right">1 / 2</span></p>
<input type="checkbox"/>	<p><b>C</b> 對顧客而言，此一連結策略亦可提供一項重要的社會心理利益 (Beatty et al., 1996; Gwinner et al., 1998; Reynolds and Beatty, 1999; Williamset al., 1998)。</p> <p>與相似文獻編號 2 有相似段落(片段)：共 1 處 <span style="float:right">1 / 1</span></p>
<input type="checkbox"/>	<p><b>D</b> 當關係的投入愈多時，關係便愈緊密，進而使雙方愈願意持續地維持關係 (Venetis and Ghauri, 2004; Pinnington and Scanlon, 2009) ○常見的結構化連結的類型有三項：藉科技架構的連結作法、製程與設備的共享，及藉資產架構的連結作法 (Zeithaml and Bitner, 2000)。</p> <p>與相似文獻編號 2 有相似段落(片段)：共 1 處 <span style="float:right">1 / 1</span></p>

## 解讀比對報告-相似段落頁

點擊使用者文檔內的文章編號或是點選相似文獻清單中的文章都可進入相似段落頁面，相似段落頁面包含**三大區塊**，詳細說明如下：

- 1 書目資料頁
- 2 相似段落清單

### 1 書目資料

書目資料區域會呈現相似文章的詳細書目資料，包含中英文篇名、作者、出版年與文章出處。

a 點選「檢視文獻」，可以連線至華藝線上圖書館，直接取得此篇文章之詳細書目資料與下載全文。

b 點選「回上一頁」，即可回到相似文章清單頁面。

## 解讀比對報告-相似段落頁\_3.相似段落清單

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告

2

**F** 綜上所述，企業與顧客之間關係的存在有其層次性，當公司以不同層次的關係連結作法來建立顧客關係時，其行銷策略也會隨之改變 (Berry and Parasuraman, 1991)。**G** 企業可藉由不同層次的策略性作法來留住顧客，其每一層次的策略作法不但具連續性，且每增進一個階段，企業與顧客間的關係將更為緊密，企業的競爭優勢亦隨之增加 (Zeithaml and Bitner, 2000)。**A** 而由於成本會隨執行層次的提高而增加，每一層次的關係連結做法和重點亦不盡相同，因此如何決定採用那一層次之關係行銷便成為廠商的重要行銷議題。

2

### 相似段落清單

在相似段落清單中，會顯示您的文章與該篇文章相似的段落。當您點擊右側英文數字，會跳轉至相應段落並標註以突顯相似段落，方便您對照查看。

a

與相似文章清單相同，當您認為比對結果有問題時，您可以手動排除相似段落。於段落清單左側點擊方框**勾選**，並按下「**排除勾選段落**」後，即可排除。排除後，文章相似度與總相似度都會重新計算，同時使用者文檔中，相對應的標記也會消失。

b

若您需要加回已排除的段落，只要勾選並按下「**加入勾選段落**」，即可還原。

提醒: 在您排除段落後回到文章清單，有排除的段落的文章會出現藍色驚嘆號，滑鼠移過後會顯示原相似度與相似段落數量等資訊。

2

相似文獻編號: 2

工業性行銷通路中供應商對經銷商關係連結作法之研究

An Investigation of Supplier-Dealer Relationship Bonds in Industrial Marketing Channels

作者 : 林俊昇(Chris Jiun-Sheng Lin); 簡永讚(David Chien);

出版年 : 2010

出處 : 行銷科學學報 6卷2期

來源 : Airiti Library 華藝線上圖書館

10%

文章相似度

檢視來源

回上一頁

共 20 段落

相似段落	
<input type="checkbox"/> 全選	<input type="button" value="排除勾選段落"/> <input type="button" value="加入勾選段落"/>
<input type="checkbox"/>	<p><b>A</b> 而由於成本會隨執行層次的提高而增加，每一層次的關係連結做法和重點亦不盡相同，因此如何決定採用那一層次之關係行銷便成為廠商的重要行銷議題。</p> <p>與相似文獻編號 2 有相似段落(片段) : 共 1 處</p> <p>▼ 1 / 1 ^</p>
<input type="checkbox"/>	<p><b>B</b> 2.2.2 社交性連結 (social bonds) 社交性連結是經互動後所形成的個人關係連結 (Berry, 1995)，賣方在提供服務時透過人際互動或友誼來建立與買方的關係 (Berry and Parasuraman, 1991; Huntley, 2006; Perry et al., 2002; Rodriguez and Wilson, 2002; Venetis and Ghauri, 2004) 此連結需要投資時間與精力 (Perry et al., 2002)，一旦關係建立後，便能促進雙方對彼此的認識，並增加彼此的開誠佈公及親近度 (Chiu et al., 2005)。</p> <p>與相似文獻編號 2 有相似段落(片段) : 共 2 處</p> <p>▼ 1 / 2 ^</p>
<input type="checkbox"/>	<p><b>C</b> 對顧客而言，此一連結策略亦可提供一項重要的社會心理利益 (Beatty et al., 1996; Gwinner et al., 1998; Reynolds and Beatty, 1999; Williams et al., 1998)。</p> <p>與相似文獻編號 2 有相似段落(片段) : 共 1 處</p> <p>▼ 1 / 1 ^</p>
<input type="checkbox"/>	<p><b>D</b> 當關係的投入愈多時，關係便愈緊密，進而使雙方愈願意持續地維持關係 (Venetis and Ghauri, 2004; Pinnington and Scanlon, 2009) 常見的結構化連結的類型有三項：藉科技架構的連結作法、製程與設備的共享，及藉資產架構的連結作法 (Zeithaml and Bitner, 2000)。</p> <p>與相似文獻編號 2 有相似段落(片段) : 共 1 處</p> <p>▼ 1 / 1 ^</p>

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告

2

## 相似文獻清單

本服務於比對資料庫中檢測出，和使用  
者文檔相似的文獻清單。可以對相似  
文章進行排序、手動排除與加入相似  
文章，此外點擊相似文章後，會進入  
文章段落頁。

- ① 排序
- ② 可手動排除相似文章

### 相似文獻

全選

排除勾選文獻

回復勾選文獻

排序

1

金融危機對台灣社會政策的衝擊：仍然是路徑依賴嗎？

<1%

陳盈方(Ying-Fang Chen);呂建 ;

2012年·期刊

2

## 相似來源清單

10%

工業生產通膨、通商與通商關係：以台灣為例

林俊昇(Chris Jiun-Sheng Lin) ;

2010年·期刊

3

探討微型企業之創業環境、創業自我效能與創業機會相關聯之研究 - 以北部地區為例

<1%

Symskan  
Document Viewer

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告

總相似度 **36%**

↓ 下載報告

↗ 返回首頁

共 120 篇 · 167 段落

### 相似文獻

全選

排除勾選文獻

回復勾選文獻

2

1

排序

2

1 金融危機對台灣社會政策的衝擊：仍然是路徑依賴嗎？

<1%

陳盈方 (Ying-Fang Chen); 呂建 ; ...

2012年 · 期刊

2

2 工業性行銷通路中供應商對經銷商關係連結作法之研究

10%

林俊昇 (Chris Jiun-Sheng Lin) ; ...

2010年 · 期刊

3

3 探討微型企業之創業環境、創業自我效能與創業機會相關聯之研究 -  
以北部桃園地區為例

<1%

### 引文疏漏檢測

缺少文內註

缺少參考書目

作者

篇名

年代

未檢測出缺少文內註

2

## 相似文獻清單

- 1 排序: 可從下拉選單選擇排序方式，選項包含比對順序、相似度、年代、作者與資料類型
- 2 手動排除與加入相似文章: 當您認為比對結果有問題時，您可以手動排除相似文章。
  - 於文章清單左側點擊方框勾選，並按下「排除勾選文獻」後，即可排除。
  - 排除後，文章相似度與總相似度都會重新計算，同時使用者文檔中，相對應的標記也會消失。
  - 若您需要加回已排除的文章，只要勾選並按下「加入勾選文獻」，即可還原。
  - 在文章清單中，已排除的文章會出現藍色驚嘆號，滑鼠移過後會顯示原相似度與相似段落數量等資訊。

# 解讀比對報告-文件檢視模式

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告



註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告

總相似度 **6%**

下載報告

返回首頁

共 28 篇 · 35 段落

### 相似文獻

全選

排除勾選文獻

回復勾選文獻

排序

1

國民小學校務評鑑指標建構之研究

<1%

鄭進斛 (Chin-Hu Cheng)  
2015年 · 期刊

2

企業數位學習實施全面品質管理參考準則之初探:以顧客  
價值面向為例

<1%

顏君憲  
2008年 · 博(碩)士論文

### 引文疏漏檢測

缺少文內註

缺少參考書目

作者

1

2

篇名

年代

Lau, R. R.

Political Schemata, Candidate  
Evaluation, and Voting Behavior, in Lau  
R

1988

3

### 獨家引文疏漏檢測功能

本服務目前僅支援APA 6格式，可檢測出可能缺少的文內註與參考書目。

透過引文疏漏比對，提示使用者可能缺少的文內註或參考書目，減少該標註引用而未標註的人為疏忽。

- 1 缺少文內註: 在文末參考書目中有記載之引文，卻沒在文章正文內出現的狀況，點擊後，使用者文檔會跳轉至相對應參考文獻，方便您檢閱。
- 2 缺少參考書目: 在文章正文內有引用，卻沒有找到對應之參考書目，點擊後，使用者文檔會跳轉至相對應文內註，方便您檢閱。

提醒您，由於各校、各系所可能採用的格式可能不盡相同，本功能檢測結果僅供參考。



# 解讀比對報告-文件檢視模式

註冊

登入

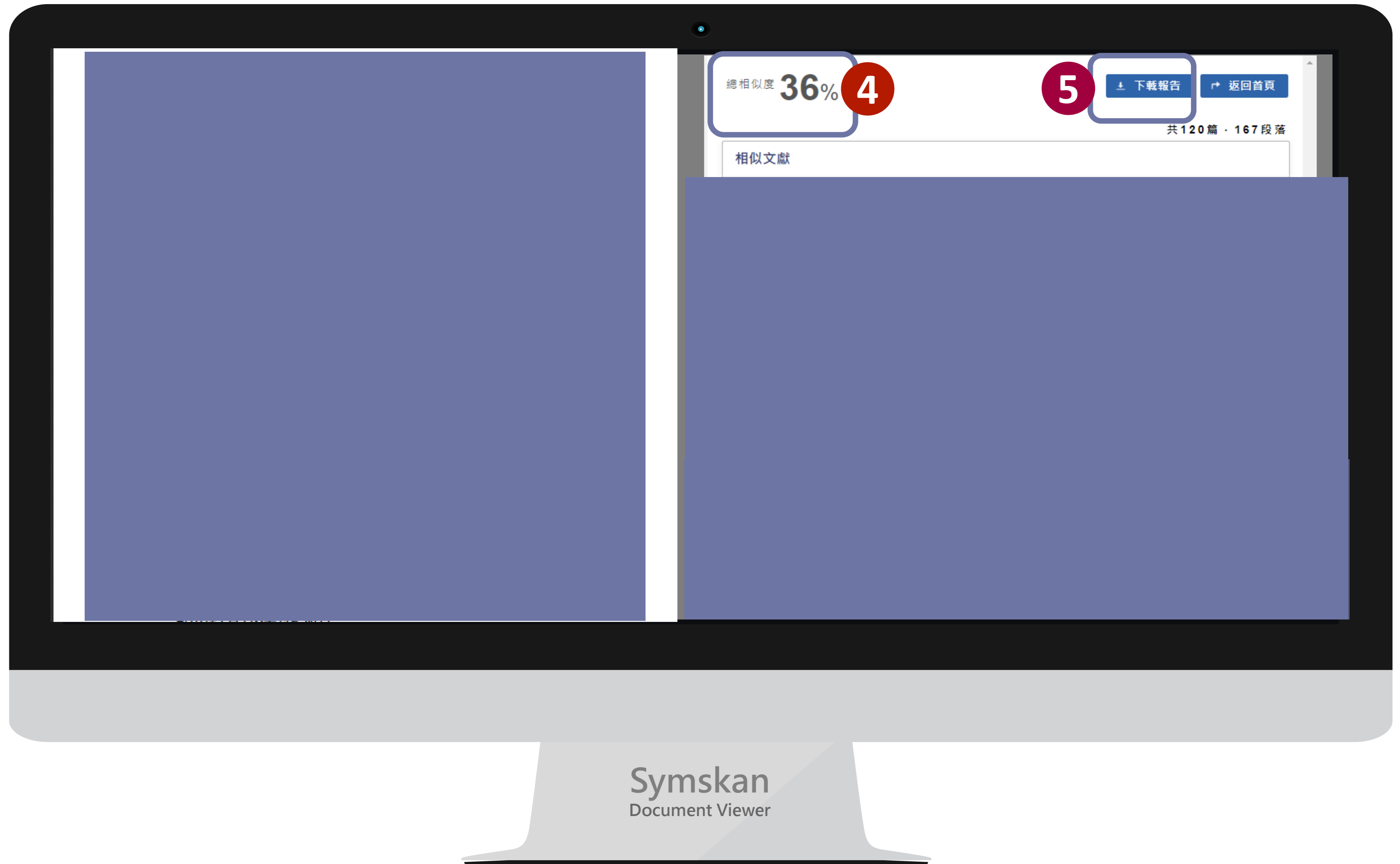
個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告



註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告

總相似度 **36%**

1

↓ 下載報告

↗ 返回首頁

共 120 篇 · 167 段落

### 相似文獻

全選

排除勾選文獻

回復勾選文獻

排序

<input type="checkbox"/>	<b>1</b>	金融危機對台灣社會政策的衝擊：仍然是路徑依賴嗎？ 陳盈方 (Ying-Fang Chen); 呂建 ; ... 2012年 · 期刊	<b>2</b>	<1%
<input type="checkbox"/>	<b>2</b>	工業性行銷通路中供應商對經銷商關係連結作法之研究 林俊昇 (Chris Jiun-Sheng Lin) ; ... 2010年 · 期刊		10%
<input type="checkbox"/>	<b>3</b>	探討微型企業之創業環境、創業自我效能與創業機會相關聯之研究 - 以北部桃園地區為例		<1%

### 引文疏漏檢測

缺少文內註

缺少參考書目

作者

篇名

年代

未檢測出缺少文內註

4

## 相似度說明

在線上報告中，將可以確認使用者文檔的總相似度及文章相似度。

**1 總相似度:** 總相似度為在使用者文檔中，系統檢測出來的總相似比例，總相似度越高，代表使用者文檔與所有被檢測出的文獻的相似程度越高。使用者可在文檔管理頁面、線上報告頁面及下載報告檢視總相似度。提醒您，相似度數值僅供參考，不應作為判斷是否抄襲的唯一依據。

算法: 相似度 = 加總全部來源小句子去除重複部分的字數 / 加總全部來源句子的字數 (可比對的部分) \* 100%

**2 文章相似度:** 文章相似度為在使用者文檔中，系統檢測出來與單篇文章相似的比例。文章相似度越高，代表使用者文檔與該篇文章的相似程度越高，使用者可在線上報告頁面及下載報告檢視總相似度。提醒您，相似度數值僅供參考，不應作為判斷是否抄襲的唯一依據。

提醒：我們得到的原始數值，經過一連串的去重重複部分的字數，系統經過數值的轉換，得到最終的數值**總相似度**，所以**總相似度**並不等於下方的段落分數的加總**文章相似度**。

註冊

登入

個人化  
設定

文檔  
管理

提交  
文檔

比對  
時間

閱讀  
報告

總相似度 **6%**

↓ 下載報告

↗ 返回首頁

— 點擊下載 —

28篇 · 35段落

相似文獻

全選

排除勾選文獻

回復勾選文獻

序

<input type="checkbox"/>	<b>1</b>	國民小學校務評鑑指標建構之研究 鄭進斛 (Chin-Hu Cheng) 2015年 · 期刊	<1%
<input type="checkbox"/>	<b>2</b>	企業數位學習實施全面品質管理參考準則之初探:以顧客價值面向為例 顏君憲 2008年 · 博(碩)士論文	<1%

引文疏漏檢測

作者	篇名	年代
Lau, R. R.	Political Schemata, Candidate Evaluation, and Voting Behavior, in Lau R.	1988

5

## 下載報告

使用者可以依照需求，下載全文報告檢測報告或段落檢測報告。在相似文章清單中，將滑鼠移到下載報告按鈕，即可以選擇下載，下載報告的檔案格式為PDF檔，若您無法開啟PDF檔，請先安裝Adobe Acrobat Reader。

提供兩種下載分析報告模式，

- 1 下載全文報告:**下載全文檢測報告並檢視完整文檔。
- 2 下載段落報告:**下載相似段落檢測報告，僅檢視相似的段落。

提醒: 若您於線上報告中有排除過文章或段落，將會於下載報告中呈現您手動排除的狀況。

下載報告無保留使用者的文檔排版樣式，因此會以純文字的方式呈現使用者文檔原文。與線上報告相同，會以編號及標註方式突顯在您的文檔中檢測到的相似段落。

## Symskan可以為我做甚麼事?

A:

Symskan平台可以協助您，

1. 進行引文疏漏比對，發現遺漏的內文註釋，也可以提醒您有該引用而未引用的人為疏漏存在！
2. 幫助您自我檢驗，讓您在文章發表前，避免著作上的瑕疵，提高論文的品質。
3. 我們將提供各種線索和依據，列出客觀事實**呈現給您**，供您參考。幫助您快速掌握文獻的相似情形，而文獻本身是否屬於學術不端，可再由相關人員參考資料後，做最後的決議。

## 如果我沒有收到帳號啟動認證信件該怎麼辦?

A:

1. 有可能被郵件系統誤判為垃圾信件，請先到垃圾信件夾查找。
2. 點選首頁「立即使用」，在點選「沒有收到認證信」，輸入您申請 e-mail 信箱，系統會將認證信件寄至信箱，請 24 小時內開啟信件，並啟動帳號。
3. 若上述方式仍沒收到，[請來信plc@airiti.com](mailto:plc@airiti.com)給客服。重新寄送通知或手動幫您啟動。

## 如果我忘記密碼或一直無法登入該怎麼辦?

A:

如果您忘記密碼或一直無法登入，點選首頁「立即使用」，在點選「忘了你的密碼」，輸入您申請 e-mail 信箱，系統寄新的密碼到您的信箱。會請您重新設定密碼。

## 我的檔案安全問題?

A:

我們尊重私隱權，**我們確保你的檔案安全**，系統將為您保留**30**天檔案，它們將永遠從我們的伺服器刪除。請於期限內下載比對報告。逾期時將會自動清除比對結果記錄與檔案資料。



歡迎向我們反饋，我們會了解詳情。  
並於上班時間 24 小時內回覆您(不包含六日)。

若有任何迫切需求，請直接來電。  
再次感謝閣下的查詢。

# 聯絡我們

## 台灣客服

服務時間：平日週一至週五；AM9:00-PM6:00

客服專線：0800-000-747

客服傳真：+886-2-2926-6016

客服信箱：[plc@airiti.com](mailto:plc@airiti.com)