

## 主系統： Twin3 聊天機器人系統需求說明書

### Twin Matrix 編碼

#### 1. 編碼規則與說明

##### 編碼格式

- 範圍: Twin Matrix 使用四位十六進制編碼, 範圍從 0000 到 00FF, 共 256 個獨特座標點(對應十進制 0-255)。
- 結構: 每組編碼由 4 個十六進制數字組成, 例如 0000、0001、...、00FF。
  - 前兩個數字(00)固定, 表示基數位, 後兩個數字(00-FF)表示具體屬性位置。

##### 編碼類型

Twin Matrix 支援以下三種主要編碼方式, 根據屬性特性選擇使用:

1. 連續數據(0-255):
  - 描述: 數據值為連續數值, 範圍從 0 到 255, 0 表示無數據或最低值, 255 表示最高值或最佳狀態。
  - 應用: 適用於量化指標, 如健康得分、反應速度、互動頻率等。
  - 範例: 0000 = 0(無數據), 00FF = 255(最高值)。
2. 類別變數(0-255):
  - 描述: 將 0-255 映射為離散類別, 每個數值代表一個獨立的主題或類別。
  - 應用: 適用於離散屬性, 如飲食偏好、宗教信仰、地理位置類型等。
  - 範例: 0001 = 日式料理, 0002 = 韓式料理, 00FF = 特殊類別。
3. 混合編碼(類別 + 程度):
  - 描述: 使用四位十六進制數的前兩個字節表示類別(0-F, 16 個類別), 後兩個字節表示程度(0-F, 映射到 0-15, 或正規化到 0-255)。
  - 應用: 適用於同時捕捉類別和強度的屬性, 如美食偏好(類別)與喜好程度(強度)。
  - 範例: 010F = 類別 01(日式料理), 程度 F(最高, 15/15, 或正規化到 255); 0200 = 類別 02(韓式料理), 程度 0(最低或無數據)。

##### 數據解釋

- 圖1(十六進制數據表格)顯示從 0000 到 00F0 的數據, 其中大部分值為 00, 表示無數據或未賦值, 只有 0000 的第一個字節為 F9, 0050 的第一個字節為 01。
- 圖0(網格圖)提供了 Physical、Social、Digital 和 Spiritual 四個維度的屬性名稱(如 #Humanity\_Index、#Physical\_Fitness\_Score), 作為屬性定義的基礎。

#### 2. 256 個屬性列表

以下是 Twin Matrix 的 256 個屬性清單, 按四個維度分佈, 每維度 64 個屬性(十六進制範圍從 0000 到 00FF)。此列表僅提供編碼和名稱, 後續將逐一詳細介紹。

Physical(物理)維度: 0000 - 003F

## (1) Physical(物理)維度

編碼	屬性名稱	定義
0000	Humanity Index(人性指數)	衡量用戶身份的真實性與可信度，顯示用戶是否為真實人類而非機器人或偽造身份。
0001	Physical Fitness Score(身體健康得分)	衡量用戶整體身體健康水平，基於運動和生理數據。
0002	Click Speed(點擊速度)	衡量用戶反應速度與手眼協調能力。
0003	Earth Coordinates(地理位置)	記錄用戶的常駐地理位置。
0004	Body Mass Index (BMI)(體重指數)	衡量體重與身高的比例，反映身體組成。
0005	Visual Acuity(視力敏銳度)	衡量視力水平，與物理感知相關。
0006	Hearing Ability(聽力能力)	衡量聽力水平，與物理感知相關。
0007	Sleep Patterns(睡眠模式)	記錄睡眠時間和模式，與身體恢復相關。
0008	Dietary Habits(飲食習慣)	記錄飲食偏好和習慣，與身體營養相關。
0009	Heart Rate Variability(心率變異性)	衡量心臟健康與壓力水平的指標。
000A	Physical Reaction Time (身體反應時間)	衡量身體對刺激的反應速度，與協調性相關。
000B	Blood Pressure(血壓)	記錄收縮壓和舒張壓，反映心血管健康狀況。
000C	Glucose Level(血糖水平)	記錄空腹血糖水平，與代謝健康相關。
000D	Cholesterol Level(膽固醇水平)	記錄總膽固醇水平，與心血管健康相關。
000E	Immune System Strength(免疫力)	衡量免疫系統的強度，與身體抵抗力相關。
000F	Skin Health(皮膚健康)	記錄皮膚的健康狀況與外觀和身體健康相關。
0010	Physical Endurance(身體耐力)	衡量用戶在體力活動中的耐力水平，反映持續運動能力。
0011	Flexibility(柔韌性)	衡量用戶關節和肌肉柔韌性，與身體靈活性相關。
0012	Strength Level(力量水平)	衡量用戶的肌肉力量，反映身體力量表現。
0013	Coordination(協調能力)	衡量用戶的身體協調能力，與運動表現相關。
0014	Balance(平衡能力)	衡量用戶維持身體平衡的能力，與穩定性相關。
0015	Agility(敏捷性)	衡量用戶的快速反應和移動能力，與身體靈活性相關。
0016	Stamina(耐力)	衡量用戶在長時間活動中的體能持續性，反映長期運動能力。
0017	Oxygen Saturation(氧飽和度)	記錄血液中的氧氣水平，與呼吸健康相關。
0018	Body Temperature(體溫)	記錄用戶的體溫，反映身體健康狀態。
0019	Pain Tolerance(疼痛耐受度)	衡量用戶對疼痛的耐受程度，與身體耐受力相關。
001A	Injury History(傷病史)	記錄用戶的過去傷病記錄，反映身體健康狀況。

001B	Recovery Rate(恢復速度)	衡量用戶從身體勞累或傷病中恢復的速度，與身體恢復能力相關。
001C	Metabolic Rate(代謝率)	衡量用戶的基礎代謝率，與能量消耗和健康相關。
001D	Hydration Level(水分水平)	記錄用戶的身體水分含量，與健康和體能相關。
001E	Bone Density(骨密度)	衡量用戶的骨骼強度，與身體結構健康相關。
001F	Muscle Mass(肌肉質量)	記錄用戶的肌肉質量，反映身體組成和力量。
0020	Fat Percentage(脂肪百分比)	衡量用戶的體脂百分比，與身體組成和健康相關。
0021	Cardiovascular Health(心血管健康)	衡量心血管系統的整體健康水平，基於心率和血壓數據。
0022	Respiratory Health(呼吸健康)	衡量呼吸系統的健康狀況，基於肺功能和氧氣攝取數據。
0023	Neurological Health(神經健康)	衡量神經系統的健康水平，基於反應速度和協調數據。
0024	Digestive Health(消化健康)	衡量消化系統的健康狀況，基於飲食和排泄數據。
0025	Liver Function(肝功能)	記錄肝臟功能的健康指標，與代謝和毒素處理相關。
0026	Kidney Function(腎功能)	記錄腎臟功能的健康指標，與排泄和水平衡相關。
0027	Hormonal Balance(激素平衡)	衡量激素水平的平衡狀況，與身體調節相關。
0028	Vision Health(視覺健康)	衡量視覺系統的整體健康，基於視力和其他視覺數據。
0029	Hearing Health(聽力健康)	衡量聽力系統的整體健康，基於聽力測試數據。
002A	Sensory Sensitivity(感官敏感度)	衡量感官對刺激的敏感程度，與感知能力相關。
002B	Physical Sensitivity(身體敏感度)	衡量身體對環境或傷害的敏感程度，與健康相關。
002C	Pain Sensitivity(疼痛敏感度)	衡量用戶對疼痛的敏感程度，與神經健康相關。
002D	Temperature Sensitivity(溫度敏感度)	衡量用戶對溫度的敏感程度，與身體調節相關。
002E	Light Sensitivity(光敏感度)	衡量用戶對光的敏感程度，與視覺健康相關。
002F	Sound Sensitivity(聲音敏感度)	衡量用戶對聲音的敏感程度，與聽力健康相關。
0030	Touch Sensitivity(觸覺敏感度)	衡量用戶對觸覺的敏感程度，與神經健康相關。
0031	Smell Sensitivity(嗅覺敏感度)	衡量用戶對氣味的敏感程度，與嗅覺健康相關。
0032	Taste Sensitivity(味覺敏感度)	衡量用戶對味道的敏感程度，與味覺健康相關。
0033	Physical Activity Level(身體活動水平)	衡量用戶的日常身體活動頻率，與健康和體能相關。
0034	Exercise Frequency(運動頻率)	記錄用戶參與運動的頻率，與身體健康相關。
0035	Sport Participation(運動參與)	衡量用戶參與特定運動的程度，反映運動興趣和技能。
0036	Fitness Goals(健身目標)	記錄用戶設定的健身目標清晰度和實現進展，與健康相關。

0037	Health Awareness(健康意識)	衡量用戶對自身健康的關注程度，反映健康管理能力。
0038	Nutrition Awareness(營養意識)	衡量用戶對營養知識的了解程度，與飲食健康相關。
0039	Wellness Practices(健康實踐)	記錄用戶參與健康實踐(如瑜伽)的頻率，與整體健康相關。
003A	Physical Limitations(身體限制)	記錄用戶的身體限制或殘疾情況，反映健康狀況。
003B	Mobility(移動能力)	衡量用戶的移動能力，與身體功能相關。
003C	Posture(姿態)	記錄用戶的站姿或坐姿健康狀況，與身體結構相關。
003D	Joint Health(關節健康)	衡量關節的健康狀況，與身體靈活性和耐久性相關。
003E	Tendon Health(肌腱健康)	衡量肌腱的健康狀況，與身體運動能力相關。
003F	DIY Skills(DIY 技能)	衡量用戶的手工製作或DIY技能，反映實用能力。

## (2) Social(社交)維度

編碼	屬性名稱	定義
0040	Social Frequency(社交頻率)	衡量用戶在社交平台上的互動頻率，反映社交活動的活躍程度。
0041	Social Media Influencer(社交媒體影響力)	衡量用戶在社交媒體中的影響力大小，基於粉絲數、互動率和內容傳播力。
0042	Relationship Network(關係網絡)	衡量社交關係的廣度和深度，反映用戶人際網絡的規模和質量。
0043	Family Bonding(家庭關係)	衡量與家庭成員的親密度，反映家庭互動的強度。
0044	Friendship Level(友誼關係)	衡量與朋友的親密度，反映社交圈中的友誼質量。
0045	Colleagues Relationship(同事關係)	衡量與同事的關係質量，反映工作社交的親密度。
0046	Romantic Relationship(浪漫關係)	衡量浪漫關係的穩定性和親密度，反映情感聯繫的強度。
0047	Social Skills(社交技能)	衡量用戶的社交溝通和互動能力，反映社交能力的強度。
0048	Leadership Ability(領導力)	衡量用戶領導他人的能力，反映社交領導潛力。
0049	Team Collaboration(團隊合作)	衡量用戶在團隊中的合作能力，反映團隊協作的效率。
004A	Conflict Resolution(衝突解決)	衡量用戶解決衝突的能力，反映社交應變能力。
004B	Empathy Level(同理心)	衡量用戶理解他人情感的能力，反映社交情感的深度。
004C	Humor Sense(幽默感)	衡量用戶的幽默感程度，反映社交個性的輕鬆特質。
004D	Extroversion(外向性)	衡量用戶的外向性格特質，反映社交偏好的活躍程度。

004E	Openness(開放性)	衡量用戶對新事物的開放程度, 反映社交個性的包容性。
004F	Agreeableness(宜人性)	衡量用戶的友善和合作程度, 反映社交個性的和諧性。
0050	Neuroticism(神經質)	衡量用戶的情緒穩定性, 反映社交個性的情緒波動程度。
0051	Conscientiousness(盡責性)	衡量用戶的責任感和組織性, 反映社交個性的責任程度。
0052	Social Anxiety(社交焦慮)	衡量用戶在社交場合的焦慮感, 反映社交心理的壓力程度。
0053	Public Expression(公開表達)	衡量用戶公開表達意見的傾向, 反映社交行為的自信程度。
0054	Social Participation(社交參與)	衡量用戶參與社交活動的頻率, 反映社交行為的活躍度。
0055	Volunteer Activity(志願服務)	衡量用戶參與志願服務的頻率, 反映社交責任感。
0056	Community Involvement(社區參與)	衡量用戶參與社區活動的頻率, 反映社交責任和融入度。
0057	Cultural Participation(文化參與)	衡量用戶參與文化活動的頻率, 反映文化興趣和參與度。
0058	Political Involvement(政治參與)	衡量用戶參與政治活動的頻率, 反映政治興趣和參與度。
0059	Religious Involvement(宗教參與)	衡量用戶參與宗教活動的頻率, 反映宗教信仰的實踐程度。
005A	Interest Group Participation(興趣小組參與)	衡量用戶參與興趣小組的頻率, 反映興趣參與度。
005B	Trust Level(社交信任)	衡量用戶對他人的信任程度, 反映社交心理的信任感。
005C	Social Support(社交支持)	衡量用戶從社交網絡獲得的支持強度, 反映社交資源的豐富度。
005D	Social Isolation(社交孤立)	衡量用戶的社交孤立感, 反映社交心理的孤獨程度。
005E	Social Focus(社交焦點)	衡量用戶社交互動的焦點, 反映社交行為的優先方向。
005F	Social Motivation(社交動機)	衡量用戶參與社交的動機強度, 反映社交心理的驅動力。
0060	Social Style(社交風格)	衡量用戶的社交行為風格, 反映主動或被動的社交傾向。
0061	Social Role(社交角色)	衡量用戶在社交中的角色, 反映領導者、追隨者或協調者的地位。
0062	Social Preference(社交偏好)	衡量用戶的社交活動偏好, 反映群聚或獨處的傾向。
0063	Social Adaptability(社交適應性)	衡量用戶適應新社交環境的能力, 反映社交靈活性。
0064	Social Innovation(社交創新)	衡量用戶在社交中的創新能力, 反映社交創造力。



0065	Social Learning(社交學習)	衡量用戶從社交中學習的能力, 反映社交智慧。
0066	Social Memory(社交記憶)	衡量用戶記住社交細節的能力, 反映社交記憶力。
0067	Social Perception(社交感知)	衡量用戶感知社交線索的能力, 反映社交敏感性。
0068	Social Response(社交反應)	衡量用戶對社交刺激的反應速度, 反映社交敏捷性。
0069	Social Expression(社交表達)	衡量用戶表達社交情感的能力, 反映社交自信和表達力。
006A	Social Control(社交控制)	衡量用戶控制社交情境的能力, 反映社交領導力和影響力。
006B	Social Creativity(社交創造力)	衡量用戶在社交中的創造力, 反映提出新想法或創意互動的能力。
006C	Social Intelligence(社交智慧)	衡量用戶的社交智慧水平, 反映理解和應對社交情境的能力。
006D	Social Emotion(社交情緒)	衡量用戶在社交中的情緒強度, 反映社交情感的豐富程度。
006E	Social Health(社交健康)	衡量用戶的社交健康整體指數, 反映社交生活的健康程度。
006F	Social Satisfaction(社交滿意度)	衡量用戶對社交生活的滿意程度, 反映社交心理的幸福感。
0070	Social Goals(社交目標)	衡量用戶社交目標的明確度, 反映社交心理的目標導向性。
0071	Social Achievements(社交成就)	衡量用戶的社交成就感, 反映社交心理的成就滿意度。
0072	Social Challenges(社交挑戰)	衡量用戶面臨的社交挑戰, 反映社交心理的壓力程度。
0073	Social Resources(社交資源)	衡量用戶可用的社交資源, 反映社交網絡的豐富度。
0074	Social Support Received(獲得的社交支持)	衡量用戶從社交網絡獲得的支持程度, 反映社交支援的質量。
0075	Social Pressure(社交壓力)	衡量用戶面臨的社交壓力程度, 反映社交心理的壓力負擔。
0076	Social Balance(社交平衡)	衡量用戶社交與個人生活的平衡程度, 反映社交心理的和諧性。
0077	Language Proficiency(語言能力)	衡量用戶掌握語言的數量和流利程度, 反映社交能力。
0078	Cross-Cultural Communication(跨文化交流)	衡量用戶的跨文化交流能力, 反映社交多元性。
0079	Social Etiquette(社交禮儀)	衡量用戶掌握社交禮儀的程度, 反映社交規範的遵循度。
007A	Online Etiquette(網絡禮儀)	衡量用戶掌握網絡社交禮儀的程度, 反映數位社交規範的遵循度。

007B	Referral Persuasion(推薦說服)	衡量用戶推薦說服他人的能力, 反映社交影響力。
007C	Community Leader(社區領導)	衡量用戶在社區中的領導角色, 反映社交地位。
007D	Social Media Engagement(社交媒體參與)	衡量用戶在社交媒體上的參與度, 反映數位社交活躍程度。
007E	Field Leader(領域領導)	衡量用戶在特定領域的領導地位, 反映專業社交影響力。
007F	Empathy Evangelist(同理心推廣者)	衡量用戶推廣同理心的能力, 反映社交情感的影響力。

### (3) Digital(數位)維度

編碼	屬性名稱	定義
0080	Internet OG Sharing(互聯網原生分享)	衡量用戶在互聯網上的分享行為, 反映數位足跡的活躍度。
0081	Digital Literacy(數位素養)	衡量用戶理解和使用數位技術的能力, 反映數位能力。
0082	Stock Investment Winner(股票投資成功者)	衡量用戶在股票投資中的成功率, 反映數位金融能力。
0083	Game Achiever(遊戲成就者)	衡量用戶在遊戲中的成就水平, 反映數位娛樂能力。
0084	Texas Hold'em Hero(德州撲克英雄)	衡量用戶在德州撲克遊戲中的技能, 反映數位娛樂能力。
0085	Mahjong Hero(麻將英雄)	衡量用戶在麻將遊戲中的技能, 反映數位娛樂能力。
0086	Game Skill Hero(遊戲技能英雄)	衡量用戶在一般遊戲中的整體技能, 反映數位娛樂能力。
0087	Cybersecurity Awareness(網絡安全意識)	衡量用戶對網絡安全的意識程度, 反映數位安全知識。
0088	Programming Level(編程水平)	衡量用戶的編程技能水平, 反映數位技術能力。
0089	Chain Adaptability(區塊鏈適應能力)	衡量用戶對區塊鏈技術的適應能力, 反映數位技術能力。
008A	Virtual Reality Experience(虛擬現實體驗)	衡量用戶使用虛擬現實(VR)的頻率和水平, 反映數位娛樂能力。

008B	Augmented Reality Proficiency(增強現實熟練度)	衡量用戶使用增強現實(AR)的熟練程度, 反映數位技術能力。
008C	Digital Content Consumption(數位內容消費)	衡量用戶消費數位內容(如視頻、文章)的頻率, 反映數位參與度。
008D	Digital Marketing Skills(數位行銷技能)	衡量用戶的數位行銷能力, 反映數位商業能力。
008E	Online Learning Engagement(線上學習參與)	衡量用戶參與線上學習的頻率和深度, 反映數位教育能力。
008F	Cloud Computing Usage(雲端運算使用)	衡量用戶使用雲端運算服務的頻率, 反映數位技術能力。
0090	Digital Content Creation(數位內容創作)	衡量用戶創作數位內容的頻率和質量, 反映數位創作能力。
0091	E-Commerce Expertise(電商專長)	衡量用戶在電子商務操作中的專長, 反映數位消費能力。
0092	User Experience Empathy(用戶體驗同理心)	衡量用戶對數位用戶體驗的同理心, 反映數位設計能力。
0093	Engineering Developer(工程開發者)	衡量用戶的工程開發技能, 反映數位技術能力。
0094	Digital Devices Developer(數位設備開發者)	衡量用戶的數位設備開發能力, 反映數位技術能力。
0095	Metaverse Navigator(元宇宙導航者)	衡量用戶在元宇宙中的導航能力, 反映數位娛樂能力。
0096	AI Trainer(AI 訓練者)	衡量用戶培訓 AI 模型的技能, 反映數位技術能力。
0097	Oxer Data Complete Level(數據完整性等級)	衡量用戶數據填寫的完整性, 反映數位參與程度。
0098	Oxer Referral Score(推薦分數)	衡量用戶推薦他人成功的分數, 反映數位參與影響力。
0099	Web3 Knowledge Level(Web3 知識水平)	衡量用戶對 Web3 技術的理解能力, 反映數位能力。
009A	Blockchain Understanding(區塊鏈理解)	衡量用戶對區塊鏈技術的理解程度, 反映數位能力。
009B	Cryptocurrency Trader(加密貨幣交易者)	衡量用戶在加密貨幣交易中的頻率, 反映數位金融參與度。
009C	DAO Participation(DAO 參與)	衡量用戶參與去中心化自治組織(DAO)的頻率, 反映數位參與度。
009D	NFT Curator(NFT 策展人)	衡量用戶參與 NFT 策展或收藏的頻率, 反映數位資產參與度。



009E	Crypto Wealth(加密財富)	衡量用戶持有的加密資產總量，反映數位金融財富。
009F	Gas Contributor(Gas 貢獻者)	衡量用戶在區塊鏈交易中的Gas費貢獻，反映數位參與程度。
00A0	Airdrop Diamond Hand(空投堅定持有者)	衡量用戶持有空投代幣的穩定性，反映數位金融心理。
00A1	Web3 Social Networking(Web3 社交網絡)	衡量用戶在 Web3 社交網絡中的參與度，反映數位社交能力。
00A2	Blockchain Profit Exploring(區塊鏈利潤探索)	衡量用戶探索區塊鏈利潤的頻率，反映數位金融能力。
00A3	Meme Coin Digger(迷因幣挖掘者)	衡量用戶參與迷因幣交易或活動的頻率，反映數位金融參與度。
00A4	Crypto Winners(加密贏家)	衡量用戶在加密交易中的成功率，反映數位金融能力。
00A5	Smart Contract Explorer(智能合約探索者)	衡量用戶探索智能合約的頻率，反映數位技術能力。
00A6	DeSoc Participation(去中心化社交參與)	衡量用戶在去中心化社交(DeSoc)中的參與度，反映數位社交能力。
00A7	Web3 Development Skills(Web3 開發技能)	衡量用戶的 Web3 開發能力，反映數位技術能力。
00A8	Web3 Testimonials(Web3 見證)	衡量用戶在 Web3 參與中的見證頻率，反映數位參與度。
00A9	Oxer Outer Score(外部評分)	衡量外部對用戶的評分，反映數位參與的聲譽。
00AA	DAO Leader(DAO 領袖)	衡量用戶在 DAO 中的領導角色，反映數位參與的影響力。
00AB	Referral Persuasion Skills(推薦說服技能)	衡量用戶的推薦說服能力，反映數位參與的影響力。
00AC	Communication Skills(溝通技能)	衡量用戶的線上溝通能力，反映數位社交能力。
00AD	Social Media Influencer(社交媒體影響者)	衡量用戶在社交媒體中的影響力，反映數位社交影響力。
00AE	Field Leader(領域領導)	衡量用戶在特定領域的領導地位，反映數位參與的專業影響力。
00AF	Research Impactor(研究影響者)	衡量用戶在研究領域的影響力，反映數位參與的學術影響。
00B0	Empathy Evangelist(同理心推廣者)	衡量用戶推廣數位同理心的能力，反映數位社交情感影響力。

00B1	Trend Setter(趨勢設定者)	衡量用戶在數位領域引領趨勢的能力，反映數位參與的創新性。
00B2	Web3 Community Leader(Web3 社群領袖)	衡量用戶在 Web3 社群中的領導角色，反映數位參與的影響力。
00B3	Blockchain Profit Index(區塊鏈利潤指數)	衡量用戶在區塊鏈相關活動中的利潤總體表現，反映數位金融能力。
00B4	Meme Coin Participation(迷因幣參與)	衡量用戶參與迷因幣活動的頻率，反映數位金融參與度。
00B5	Crypto OG Level(加密原生者水平)	衡量用戶在加密貨幣領域的原生經驗水平，反映數位金融專業度。
00B6	Web3 Activation Level(Web3 活躍水平)	衡量用戶在 Web3 生態中的活躍程度，反映數位參與度。
00B7	Blockchain Engineering(區塊鏈工程)	衡量用戶的區塊鏈工程技能，反映數位技術能力。
00B8	DAPP Proficiency(DApp 熟練度)	衡量用戶使用去中心化應用(DApp)的熟練程度，反映數位能力。
00B9	DAO Participation Index(DAO 參與指數)	衡量用戶在 DAO 中的整體參與指數，反映數位參與影響力。
00BA	NFT Participation(NFT 參與)	衡量用戶參與 NFT 活動的頻率，反映數位資產參與度。
00BB	DeFi Participation(DeFi 參與)	衡量用戶參與去中心化金融(DeFi)的頻率，反映數位金融參與度。
00BC	Digital Privacy Awareness(數位隱私意識)	衡量用戶對數位隱私的關注程度，反映數位安全意識。
00BD	Data Security Practices(數據安全實踐)	衡量用戶採取數據安全措施的頻率，反映數位安全行為。
00BE	Password Strength(密碼強度)	衡量用戶使用的密碼安全程度，反映數位安全水平。
00BF	Two-Factor Authentication(雙重驗證)	衡量用戶使用雙重驗證的頻率，反映數位安全行為。

#### (4) Spiritual(精神)維度

編碼	屬性	定義
00C0	Religion(宗教信仰)	衡量用戶的宗教信仰程度，反映精神信仰的深度。
00C1	MBTI(邁爾斯-布里格斯類型指標)	衡量用戶的性格類型，反映精神個性的分類。

00C2	Lifestyle Attitudes (生活態度)	衡量用戶的生活態度，反映精神價值觀的導向。
00C3	Astrology (占星學)	衡量用戶對占星學的興趣和信仰程度，反映精神探索傾向。
00C4	Intelligence Quotient (智商)	衡量用戶的智力水平，反映精神認知能力。
00C5	Personality Traits (性格特質)	衡量用戶的核心性格特質，反映精神個性的特徵。
00C6	Emotional Intelligence (情商)	衡量用戶的情感理解和管理能力，反映精神情感智慧。
00C7	Technical Aptitude (技術能力)	衡量用戶的技術學習和應用能力，反映精神認知靈活性。
00C8	Mindfulness (正念)	衡量用戶的正念練習程度，反映精神專注和平靜。
00C9	Gratitude Level (感恩程度)	衡量用戶的感恩情感程度，反映精神積極心理。
00CA	Purpose in Life (人生目標感)	衡量用戶對人生目標的清晰感和承諾，反映精神價值導向。
00CB	Self Awareness (自我意識)	衡量用戶對自我認知的能力，反映精神內在覺察。
00CC	Spiritual Practices (精神實踐)	衡量用戶參與精神實踐的頻率，反映精神修行的深度。
00CD	Meditation Depth (冥想深度)	衡量用戶冥想練習的深度，反映精神專注能力。
00CE	Spiritual Connection (精神連結)	衡量用戶與更高力量或宇宙的靈性連結程度，反映精神信仰。
00CF	Inner Peace (內在平靜)	衡量用戶的內在平靜程度，反映精神安寧狀態。
00D0	Resilience (韌性)	衡量用戶面對困難時的心理韌性，反映精神抗壓能力。
00D1	Hope (希望感)	衡量用戶對未來的希望程度，反映精神積極心理。
00D2	Optimism (樂觀主義)	衡量用戶的樂觀程度，反映精神積極心態。
00D3	Self-Esteem (自尊)	衡量用戶的自我價值感，反映精神自信心。
00D4	Life Satisfaction (生活滿意度)	衡量用戶對整體生活的滿意程度，反映精神幸福感。
00D5	Personal Growth (個人成長)	衡量用戶的個人成長程度，反映精神進步水平。
00D6	Altruism (利他主義)	衡量用戶的利他行為頻率，反映精神仁慈心態。
00D7	Forgiveness (寬恕能力)	衡量用戶寬恕他人或自己的能力，反映精神寬容心態。
00D8	Compassion (同情心)	衡量用戶對他人的同情程度，反映精神仁慈心態。
00D9	Faith in Humanity (對人類的信仰)	衡量用戶對人類本質的信任和信仰，反映精神價值觀。
00DA	Spiritual Exploration (精神探索)	衡量用戶探索精神領域的頻率，反映精神好奇心。

00DB	Ethical Values (倫理價值觀)	衡量用戶的倫理價值觀強度，反映精神道德標準。
00DC	Moral Integrity (道德完整性)	衡量用戶的道德行為一致性，反映精神道德品質。
00DD	Spiritual Awakening (精神覺醒)	衡量用戶的精神覺醒程度，反映精神成長的階段。
00DE	Transcendence (超越感)	衡量用戶體驗超越日常限制的感覺，反映精神境界。
00DF	Enlightenment (啟蒙)	衡量用戶的精神啟蒙程度，反映精神最高境界。
00E0	Karma Balance (業力平衡)	衡量用戶的業力平衡程度，反映精神因果觀念的實現。
00E1	Dharma Alignment (法則對齊)	衡量用戶與精神法則的對齊程度，反映精神遵循的深度。
00E2	Soul Purpose (靈魂目標)	衡量用戶對靈魂目標的認識和追求，反映精神終極目標。
00E3	Cosmic Awareness (宇宙意識)	衡量用戶對宇宙的意識和聯繫程度，反映精神廣度。
00E4	Mystical Experiences (神秘體驗)	衡量用戶的超自然或神秘體驗頻率，反映精神探索深度。
00E5	Divine Connection (神聖連結)	衡量用戶與神聖力量的連結程度，反映精神信仰深度。
00E6	Spiritual Health (精神健康)	衡量用戶的精神健康整體指數，反映精神幸福感。
00E7	Faith Strength (信仰強度)	衡量用戶的信仰強度，反映精神信仰的堅定程度。
00E8	Spiritual Joy (精神喜悅)	衡量用戶的精神喜悅程度，反映精神幸福感。
00E9	Serenity (寧靜感)	衡量用戶的內在寧靜感，反映精神安寧狀態。
00EA	Spiritual Purpose (精神目標)	衡量用戶的精神目標明確程度，反映精神方向感。
00EB	Universal Love (宇宙之愛)	衡量用戶對宇宙萬物的愛和慈悲程度，反映精神寬廣心態。
00EC	Higher Consciousness (更高意識)	衡量用戶的更高意識水平，反映精神覺知深度。
00ED	Spiritual Fulfillment (精神滿足)	衡量用戶的精神滿足感，反映精神幸福的實現。
00EE	Inner Harmony (內在和諧)	衡量用戶的內在和諧感，反映精神平衡狀態。
00EF	Universal Understanding (宇宙理解)	衡量用戶對宇宙法則的理解程度，反映精神智慧。
00F0	Spiritual Resilience (精神韌性)	衡量用戶在精神挑戰中的韌性程度，反映精神抗壓能力。
00F1	Spiritual Hope (精神希望)	衡量用戶對精神未來的希望感，反映精神積極心理。
00F2	Spiritual Optimism (精神樂觀)	衡量用戶的靈性樂觀程度，反映精神積極心態。

00F3	Spiritual Self-Esteem(精神自尊)	衡量用戶的靈性自我價值感, 反映精神自信心。
00F4	Spiritual Satisfaction(精神滿足感)	衡量用戶對精神生活的滿意程度, 反映精神幸福感。
00F5	Spiritual Growth(精神成長)	衡量用戶的精神成長程度, 反映精神進步水平。
00F6	Spiritual Altruism(精神利他)	衡量用戶的靈性利他行為頻率, 反映精神仁慈心態。
00F7	Spiritual Forgiveness(精神寬恕)	衡量用戶的靈性寬恕能力, 反映精神寬容心態。
00F8	Spiritual Compassion(精神同情)	衡量用戶的靈性同情心程度, 反映精神仁慈心態。
00F9	Faith in Universe(對宇宙的信仰)	衡量用戶對宇宙本質的信任和信仰, 反映精神價值觀。
00FA	Spiritual Curiosity(精神好奇心)	衡量用戶對精神領域的好奇心程度, 反映精神探索欲望。
00FB	Ethical Leadership(倫理領導)	衡量用戶在精神層面的倫理領導能力, 反映精神影響力。
00FC	Moral Courage(道德勇氣)	衡量用戶在道德困境中的勇氣程度, 反映精神品質。
00FD	Spiritual Integrity(精神完整性)	衡量用戶的靈性行為一致性, 反映精神道德品質。
00FE	Universal Harmony(宇宙和諧)	衡量用戶對宇宙和諧的感知和實踐, 反映精神平衡感。
00FF	Life Satisfaction(生活滿意度)	衡量用戶對整體生活的滿意程度, 反映精神幸福感。

### 3. 屬性介紹(從 0000 開始)

#### 3-1. Physical(物理)維度: 0000 - 003F(64 個屬性)

##### 屬性 0000 - Humanity Index(人性指數)

- 定義: 衡量用戶身份的真實性與可信度, 顯示用戶是否為真實人類而非機器人或偽造身份。
- 資料收集方式:
  - 來源: Google reCAPTCHA 驗證結果、SMS 驗證記錄、Apple Watch 心率數據、社交媒體帳戶綁定。
  - 方法: 系統記錄每次身份驗證的成功與失敗次數, 結合生物數據(如心率)確認真實性。
- 商業價值: 幫助廣告平台過濾虛假流量, 提升廣告投放的投資回報率(ROI), 確保目標受眾為真實用戶。
- 編碼方式:

- 連續數據: 將驗證成功率正規化至 0-255, 0 表示無數據或全失敗, 255 表示 100% 成功。
- 類別變數: 將可信度分為 256 級, 0 表示最低, 255 表示最高。
- 混合編碼: 使用 4 個十六進制字節, 前兩字節表示類別(例如 0F 表示高可信度), 後兩字節表示該類別內的強度(例如 09 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{Humanity Index} = (\text{驗證成功次數} \div \text{總驗證次數}) \times 255, \text{ 結果四捨五入至整數。}$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0000 的值為 F9 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: F9 = 249, 約 97.6% 驗證成功率, 表示極高真實性。
    - 類別變數: 249 表示高可信度等級。
    - 混合編碼: F9 可解讀為類別 F(高可信度), 強度 9(中上)。

#### 屬性 0001 - Physical Fitness Score(身體健康得分)

- 定義: 衡量用戶整體身體健康水平, 基於運動和生理數據。
- 資料收集方式:
  - 來源: 智能穿戴設備(如 Fitbit、Apple Watch)、健康應用(如 Garmin Connect)。
  - 方法: 記錄每日步數、平均心率、卡路里消耗等指標。
- 商業價值: 運動品牌可針對高健康得分用戶推廣健身產品, 健康食品品牌可推廣營養補充品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將步數、心率、卡路里達成率加權平均後正規化至 0-255。
  - 類別變數: 將健康水平分為 256 級, 0 表示極低, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示健康類別(例如 01 表示低健康), 後兩字節表示強度。
- 計算公式:  

$$\text{Physical Fitness Score} = (\text{步數達成率} \times 0.4 + \text{心率穩定性} \times 0.3 + \text{卡路里消耗率} \times 0.3) \times 255, \text{ 各項達成率為實際值除以標準值。}$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0010 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低健康水平。
    - 類別變數: 0 表示極低健康。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0002 - Click Speed(點擊速度)

- 定義: 衡量用戶反應速度與手眼協調能力。
- 資料收集方式:
  - 來源: 反應速度遊戲(如 ZOO 平台)、瀏覽器點擊間隔記錄。
  - 方法: 記錄遊戲中的反應時間或連續點擊間隔。
- 商業價值: 遊戲公司可針對高點擊速度用戶推廣競技類遊戲。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將反應時間與平均值的比值正規化, 0 表示最慢, 255 表示最快。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最慢, 255 表示最快。
  - 混合編碼: 前兩字節表示速度類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:  

$$\text{Click Speed} = (\text{最快反應時間} \div \text{平均反應時間}) \times 255, \text{ 結果反向映射(越快越高)。}$$
- 數據範例:



- 圖1數據:地址 0020 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據:00 = 0, 表示無數據或最慢反應。
  - 類別變數:0 表示最慢反應。
  - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0003 - Earth Coordinates(地理位置)

- 定義:記錄用戶的常駐地理位置。
- 資料收集方式:
  - 來源:GPS 定位、IP 地址、智能設備(如 Apple Watch)定位。
  - 方法:系統自動記錄經緯度或 IP 地址。
- 商業價值:支援本地化廣告推送, 提供區域性優惠。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將經緯度映射至 0-255。
  - 類別變數:將地理位置分為 256 個類別, 例如 01 表示城市, 02 表示郊區。
  - 混合編碼:前兩字節表示地區類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
 

Earth Coordinates = 經緯度映射, 例如經度 -180° 至 180° 映射至 0-255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0030 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無數據。
    - 類別變數:0 表示無數據。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0004 - Body Mass Index (BMI)(體重指數)

- 定義:衡量體重與身高的比例, 反映身體組成。
- 資料收集方式:
  - 來源:智能體重計、醫療報告。
  - 方法:記錄用戶的身高和體重。
- 商業價值:健康食品或健身品牌可針對 BMI 異常用戶推廣減重產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將 BMI 值正規化至 0-255。
  - 類別變數:將 BMI 分為 256 級, 0 表示極低, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示 BMI 類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
 

$BMI\ Score = (BMI\ 值 - 15) / (35 - 15) \times 255$ , BMI 範圍 15-35。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0040 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無數據。
    - 類別變數:0 表示無數據。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0005 - Visual Acuity(視力敏銳度)

- 定義:衡量視力水平, 與物理感知相關。
- 資料收集方式:
  - 來源:眼科檢測報告、視力測試應用。

- 方法:記錄用戶的視力指數。
- 商業價值:眼鏡品牌可針對視力較差用戶推廣產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將視力指數正規化至 0-255。
  - 類別變數:將視力分為 256 級, 0 表示極差, 255 表示極佳。
  - 混合編碼:前兩字節表示視力類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:  

$$\text{Visual Acuity} = (\text{視力指數} / \text{標準視力}) \times 255, \text{標準視力為 } 1.0.$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0050 的值為 01 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據:01 = 1,  $1 \div 255 \approx 0.4\%$ , 表示極低視力。
    - 類別變數:1 表示低視力等級。
    - 混合編碼:0100 表示類別 01(低視力), 強度 00(最低)。

#### 屬性 0006 - Hearing Ability(聽力能力)

- 定義:衡量聽力水平, 與物理感知相關。
- 資料收集方式:
  - 來源:聽力測試報告、聽力檢測應用。
  - 方法:記錄用戶的聽力指數。
- 商業價值:助聽器品牌可針對聽力較差用戶推廣產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將聽力指數正規化至 0-255。
  - 類別變數:將聽力分為 256 級, 0 表示極差, 255 表示極佳。
  - 混合編碼:前兩字節表示聽力類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:  

$$\text{Hearing Ability} = (\text{聽力指數} / \text{標準聽力}) \times 255, \text{標準聽力為 } 100\%.$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0060 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無數據。
    - 類別變數:0 表示無數據。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0007 - Sleep Patterns(睡眠模式)

- 定義:記錄睡眠時間和模式, 與身體恢復相關。
- 資料收集方式:
  - 來源:智能設備(如 Apple Watch)、睡眠追蹤應用。
  - 方法:記錄每日睡眠時長和質量。
- 商業價值:睡眠產品品牌可針對睡眠問題用戶推廣床墊或助眠設備。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將睡眠時長和質量加權平均後正規化至 0-255。
  - 類別變數:將睡眠質量分為 256 級, 0 表示極差, 255 表示極佳。
  - 混合編碼:前兩字節表示睡眠類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:  

$$\text{Sleep Patterns} = (\text{睡眠時長達成率} \times 0.5 + \text{睡眠質量指數} \times 0.5) \times 255, \text{達成率為實際值除以標準值}.$$
- 數據範例:

- 圖1數據:地址 0070 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據:00 = 0, 表示無數據。
  - 類別變數:0 表示無數據。
  - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0008 - Dietary Habits(飲食習慣)

- 定義:記錄飲食偏好和習慣, 與身體營養相關。
- 資料收集方式:
  - 來源:飲食追蹤應用、購物平台飲食類別消費記錄。
  - 方法:記錄用戶的飲食種類和頻率。
- 商業價值:食品品牌可針對素食者或高糖飲食者推廣產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將營養均衡指數正規化至 0-255。
  - 類別變數:將飲食習慣分為 256 級, 0 表示極不健康, 255 表示極健康。
  - 混合編碼:前兩字節表示飲食類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
 
$$\text{Dietary Habits} = (\text{營養均衡指數} / \text{標準指數}) \times 255, \text{標準指數為 } 100\%.$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0080 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無數據。
    - 類別變數:0 表示無數據。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0009 - Heart Rate Variability(心率變異性)

- 定義:衡量心臟健康與壓力水平的指標。
- 資料收集方式:
  - 來源:智能設備(如 Apple Watch)、心率監測器。
  - 方法:記錄用戶的心率變異性數據。
- 商業價值:健康保險公司可針對心率異常用戶提供健康計劃。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將 HRV 指數正規化至 0-255。
  - 類別變數:將 HRV 分為 256 級, 0 表示極低, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示 HRV 類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
 
$$\text{Heart Rate Variability} = (\text{HRV 指數} / \text{標準 HRV}) \times 255, \text{標準 HRV 為健康範圍}.$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0090 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無數據。
    - 類別變數:0 表示無數據。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 000A - Physical Reaction Time(身體反應時間)

- 定義:衡量身體對刺激的反應速度, 與協調性相關。
- 資料收集方式:
  - 來源:ZOO 平台的互動測試、運動追蹤器。

- 方法:記錄用戶在運動或遊戲中的反應時間。
- 商業價值:運動品牌可針對反應快的用戶推廣競技產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將反應時間與平均值的比值正規化, 0 表示最慢, 255 表示最快。
  - 類別變數:分為 256 級, 0 表示最慢, 255 表示最快。
  - 混合編碼:前兩字節表示反應類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
 
$$\text{Physical Reaction Time} = (\text{最快反應時間} \div \text{平均反應時間}) \times 255, \text{ 結果反向映射(越快越高)}。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00A0 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無數據或最慢反應。
    - 類別變數:0 表示最慢反應。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 000B - Blood Pressure(血壓)

- 定義:記錄收縮壓和舒張壓, 反映心血管健康狀況。
- 資料收集方式:
  - 來源:血壓計、醫療報告。
  - 方法:記錄用戶的血壓值。
- 商業價值:醫療品牌可針對高血壓用戶推廣降壓產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將血壓值正規化至 0-255。
  - 類別變數:將血壓分為 256 級, 0 表示極低, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示血壓類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
 
$$\text{Blood Pressure} = (\text{收縮壓} - 90) / (180 - 90) \times 255, \text{ 收縮壓範圍 } 90\text{-}180 \text{ mmHg}。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00B0 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無數據。
    - 類別變數:0 表示無數據。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 000C - Glucose Level(血糖水平)

- 定義:記錄空腹血糖水平, 與代謝健康相關。
- 資料收集方式:
  - 來源:血糖監測器、醫療報告。
  - 方法:記錄用戶的血糖值。
- 商業價值:營養品品牌可針對血糖異常用戶推廣控糖產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將血糖值正規化至 0-255。
  - 類別變數:將血糖分為 256 級, 0 表示極低, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示血糖類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
 
$$\text{Glucose Level} = (\text{血糖值} - 70) / (140 - 70) \times 255, \text{ 血糖範圍 } 70\text{-}140 \text{ mg/dL}。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00C0 的值為 00 00 00 ...

- 解釋：
  - 連續數據:00 = 0, 表示無數據。
  - 類別變數:0 表示無數據。
  - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 000D - Cholesterol Level(膽固醇水平)

- 定義:記錄總膽固醇水平, 與心血管健康相關。
- 資料收集方式:
  - 來源:血液檢測報告、醫療設備。
  - 方法:記錄用戶的總膽固醇值。
- 商業價值:健康食品品牌可針對高膽固醇用戶推廣低脂產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將總膽固醇值正規化至 0-255。
  - 類別變數:將膽固醇分為 256 級, 0 表示極低, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示膽固醇類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
 
$$\text{Cholesterol Level} = (\text{總膽固醇} - 100) / (300 - 100) \times 255, \text{ 範圍 } 100\text{-}300 \text{ mg/dL}.$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00D0 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無數據。
    - 類別變數:0 表示無數據。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 000E - Immune System Strength(免疫力)

- 定義:衡量免疫系統的強度, 與身體抵抗力相關。
- 資料收集方式:
  - 來源:免疫檢測報告、醫療設備。
  - 方法:記錄用戶的免疫指數。
- 商業價值:健康補充品品牌可針對免疫力低用戶推廣免疫增強產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將免疫指數正規化至 0-255。
  - 類別變數:將免疫力分為 256 級, 0 表示極低, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示免疫類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
 
$$\text{Immune System Strength} = (\text{免疫指數} / \text{標準免疫指數}) \times 255, \text{ 標準值為健康範圍}.$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00E0 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無數據。
    - 類別變數:0 表示無數據。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 000F - Skin Health(皮膚健康)

- 定義:記錄皮膚的健康狀況, 與外觀和身體健康相關。
- 資料收集方式:
  - 來源:皮膚分析應用、醫療報告。
  - 方法:記錄用戶的皮膚健康指數。

- 商業價值: 護膚品牌可針對皮膚問題用戶推廣護膚產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將皮膚健康指數正規化至 0-255。
  - 類別變數: 將皮膚健康分為 256 級, 0 表示極差, 255 表示極佳。
  - 混合編碼: 前兩字節表示皮膚類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:  

$$\text{Skin Health} = (\text{皮膚健康指數} / \text{標準健康指數}) \times 255, \text{ 標準值為健康範圍。}$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 00F0 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據。
    - 類別變數: 0 表示無數據。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0010 - Physical Endurance (身體耐力)

定義: 衡量用戶在體力活動中的耐力水平, 反映持續運動能力。

資料收集方式:

- 來源: 健身追蹤器、智能手錶、運動應用。
- 方法: 記錄用戶在有氧運動(如跑步、騎行)中的持續時間、心率、步數等數據。  
 商業價值: 運動品牌可針對高耐力用戶推廣長距離運動裝備, 如馬拉松跑鞋或自行車。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將耐力水平正規化至 0-255, 基於年齡和性別標準。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低耐力, 255 表示最高耐力。
  - 混合編碼: 前兩字節表示耐力類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:  

$$\text{Endurance Score} = (\text{運動持續時間} \div \text{預期持續時間}) \times 255, \text{ 預期持續時間基於年齡和性別。}$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0010 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低耐力。
    - 類別變數: 0 表示最低耐力。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 0011 - Flexibility (柔韌性)

定義: 衡量用戶關節和肌肉柔韌性, 與身體靈活性相關。

資料收集方式:

- 來源: 瑜伽應用、物理治療記錄、自我評估。
- 方法: 記錄用戶在柔韌性測試中的表現, 如前彎距離或側彎角度。  
 商業價值: 瑜伽和健身品牌可針對柔韌性較差用戶推廣拉伸課程或柔軟度訓練設備。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將柔韌性水平正規化至 0-255, 基於標準柔韌性測試。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差柔韌性, 255 表示最佳柔韌性。
  - 混合編碼: 前兩字節表示柔韌性類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:  

$$\text{Flexibility Score} = (\text{測試得分} \div \text{標準得分}) \times 255, \text{ 標準得分基於年齡和性別。}$$
- 數據範例:



- 圖1數據: 地址 0011 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差柔韌性。
  - 類別變數: 0 表示最差柔韌性。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 0012 - Strength Level (力量水平)

定義: 衡量用戶的肌肉力量, 反映身體力量表現。

資料收集方式:

- 來源: 健身房記錄、力量訓練應用、自我評估。
- 方法: 記錄用戶在力量訓練中的最大舉重重量或推舉次數。  
商業價值: 健身器材品牌可針對高力量用戶推廣重訓設備, 如槓鈴或啞鈴。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將力量水平正規化至 0-255, 基於年齡和性別標準。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低力量, 255 表示最高力量。
  - 混合編碼: 前兩字節表示力量類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
  - $\text{Strength Score} = (\text{最大舉重重量} \div \text{預期重量}) \times 255$ , 預期重量基於年齡和性別。
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0012 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低力量。
    - 類別變數: 0 表示最低力量。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 0013 - Coordination (協調能力)

定義: 衡量用戶的身體協調能力, 與運動表現相關。

資料收集方式:

- 來源: 運動遊戲、協調性測試、自我評估。
- 方法: 記錄用戶在協調性測試中的得分, 如球類運動中的命中率。  
商業價值: 運動品牌可針對高協調性用戶推廣技巧性運動裝備, 如網球拍或籃球鞋。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將協調性水平正規化至 0-255, 基於標準測試。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差協調性, 255 表示最佳協調性。
  - 混合編碼: 前兩字節表示協調性類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
  - $\text{Coordination Score} = (\text{測試得分} \div \text{標準得分}) \times 255$ , 標準得分基於年齡和性別。
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0013 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差協調性。
    - 類別變數: 0 表示最差協調性。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 0014 - Balance (平衡能力)

定義: 衡量用戶維持身體平衡的能力, 與穩定性相關。

資料收集方式:

- 來源: 平衡測試、瑜伽應用、自我評估。

- 方法: 記錄用戶在平衡測試中的表現, 如單腳站立時間。  
商業價值: 瑜伽和健身品牌可針對平衡能力較差用戶推廣平衡訓練課程或設備。  
編碼方式:
- 連續數據: 將平衡能力正規化至 0-255, 基於標準測試。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差平衡, 255 表示最佳平衡。
- 混合編碼: 前兩字節表示平衡類別, 後兩字節表示強度。  
計算公式:
- $\text{Balance Score} = (\text{測試時間} \div \text{標準時間}) \times 255$ , 標準時間基於年齡和性別。  
數據範例:
- 圖1數據: 地址 0014 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差平衡。
  - 類別變數: 0 表示最差平衡。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 0015 - Agility (敏捷性)

定義: 衡量用戶的快速反應和移動能力, 與身體靈活性相關。

資料收集方式:

- 來源: 運動遊戲、敏捷性測試、自我評估。
- 方法: 記錄用戶在敏捷性測試中的表現, 如 shuttle run 時間。  
商業價值: 運動品牌可針對高敏捷性用戶推廣速度型運動裝備, 如跑鞋或敏捷訓練器材。  
編碼方式:
- 連續數據: 將敏捷性水平正規化至 0-255, 基於標準測試。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低敏捷性, 255 表示最高敏捷性。
- 混合編碼: 前兩字節表示敏捷性類別, 後兩字節表示強度。  
計算公式:
- $\text{Agility Score} = (\text{標準時間} \div \text{測試時間}) \times 255$ , 標準時間基於年齡和性別。  
數據範例:
- 圖1數據: 地址 0015 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低敏捷性。
  - 類別變數: 0 表示最低敏捷性。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 0016 - Stamina (耐力)

定義: 衡量用戶在長時間活動中的體能持續性, 反映長期運動能力。

資料收集方式:

- 來源: 健身追蹤器、運動應用、自我評估。
- 方法: 記錄用戶在長時間運動中的表現, 如馬拉松完賽時間。  
商業價值: 運動品牌可針對高耐力用戶推廣耐力型運動裝備, 如能量補給品或長距離服裝。  
編碼方式:
- 連續數據: 將耐力水平正規化至 0-255, 基於年齡和性別標準。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低耐力, 255 表示最高耐力。
- 混合編碼: 前兩字節表示耐力類別, 後兩字節表示強度。  
計算公式:

- Stamina Score = (完賽時間 ÷ 預期時間) × 255, 預期時間基於年齡和性別。  
數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0016 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低耐力。
    - 類別變數: 0 表示最低耐力。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 0017 - Oxygen Saturation (氧飽和度)

定義: 記錄血液中的氧氣水平, 與呼吸健康相關。

資料收集方式:

- 來源: 脈搏血氧儀、智能手錶、醫療報告。
  - 方法: 記錄用戶的血氧飽和度百分比。  
商業價值: 醫療設備品牌可針對低氧飽和度用戶推廣呼吸輔助設備或健康監測產品。
  - 編碼方式:
    - 連續數據: 將氧飽和度正規化至 0-255, 範圍 0% 至 100%。
    - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低氧飽和度, 255 表示最高。
    - 混合編碼: 前兩字節表示氧飽和度類別, 後兩字節表示強度。
  - 計算公式:  
$$\text{Oxygen Saturation Score} = (\text{氧飽和度} - 0\%) / (100\% - 0\%) \times 255。$$
  - 數據範例:
    - 圖1數據: 地址 0017 的值為 00 00 00 ...
    - 解釋:
      - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低氧飽和度。
      - 類別變數: 0 表示最低氧飽和度。
      - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 0018 - Body Temperature (體溫)

定義: 記錄用戶的體溫, 反映身體健康狀態。

資料收集方式:

- 來源: 智能體溫計、醫療報告、自我評估。
  - 方法: 記錄用戶的體溫讀數。  
商業價值: 醫療品牌可針對異常體溫用戶推廣退燒藥或健康監測設備。
  - 編碼方式:
    - 連續數據: 將體溫正規化至 0-255, 範圍 35°C 至 42°C。
    - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低體溫, 255 表示最高體溫。
    - 混合編碼: 前兩字節表示體溫類別, 後兩字節表示強度。
  - 計算公式:  
$$\text{Temperature Score} = (\text{體溫} - 35^{\circ}\text{C}) / (42^{\circ}\text{C} - 35^{\circ}\text{C}) \times 255。$$
  - 數據範例:
    - 圖1數據: 地址 0018 的值為 00 00 00 ...
    - 解釋:
      - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低體溫 (35°C)。
      - 類別變數: 0 表示最低體溫。
      - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 0019 - Pain Tolerance (疼痛耐受力)

定義: 衡量用戶對疼痛的耐受程度, 與身體耐受力相關。

#### 資料收集方式:

- 來源: 醫療測試、自我評估、疼痛管理應用。
  - 方法: 記錄用戶在疼痛測試中的耐受時間或強度。  
商業價值: 藥物品牌可針對低疼痛耐受力用戶推廣止痛藥或疼痛管理課程。
  - 編碼方式:
    - 連續數據: 將疼痛耐受力正規化至 0-255, 基於標準測試。
    - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低耐受力, 255 表示最高耐受力。
    - 混合編碼: 前兩字節表示耐受力類別, 後兩字節表示強度。
  - 計算公式:  
$$\text{Pain Tolerance Score} = (\text{耐受時間} \div \text{標準時間}) \times 255$$
  
標準時間基於年齡和性別。
  - 數據範例:
    - 圖1數據: 地址 0019 的值為 00 00 00 ...
    - 解釋:
      - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低耐受力。
      - 類別變數: 0 表示最低耐受力。
      - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 001A - Injury History (傷病史)

定義: 記錄用戶的過去傷病記錄, 反映身體健康狀況。

#### 資料收集方式:

- 來源: 醫療記錄、自我報告、健身應用。
  - 方法: 記錄用戶過去的傷病次數和嚴重程度。  
商業價值: 保險公司可根據傷病史調整保費, 或醫療品牌推廣康復產品。
  - 編碼方式:
    - 連續數據: 將傷病次數和嚴重程度正規化至 0-255。
    - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示無傷病, 255 表示多次嚴重傷病。
    - 混合編碼: 前兩字節表示傷病類別, 後兩字節表示強度。
  - 計算公式:  
$$\text{Injury Score} = (\text{傷病次數} \times \text{嚴重程度}) \div \text{最大值} \times 255$$
  - 數據範例:
    - 圖1數據: 地址 001A 的值為 00 00 00 ...
    - 解釋:
      - 連續數據: 00 = 0, 表示無傷病記錄。
      - 類別變數: 0 表示無傷病。
      - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 001B - Recovery Rate (恢復速度)

定義: 衡量用戶從身體勞累或傷病中恢復的速度, 與身體恢復能力相關。

#### 資料收集方式:

- 來源: 健身追蹤器、醫療記錄、自我評估。
- 方法: 記錄用戶恢復所需的時間, 如心率恢復至正常所需的時間。  
商業價值: 營養品品牌可針對恢復速度慢的用戶推廣恢復補充劑。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將恢復速度正規化至 0-255, 基於標準恢復時間。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最慢恢復, 255 表示最快恢復。
  - 混合編碼: 前兩字節表示恢復速度類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:

- Recovery Score = (標準恢復時間 ÷ 實際恢復時間) × 255。  
數據範例:
  - 圖1數據: 地址 001B 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最慢恢復。
    - 類別變數: 0 表示最慢恢復。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 001C - Metabolic Rate (代謝率)

定義: 衡量用戶的基礎代謝率, 與能量消耗和健康相關。

資料收集方式:

- 來源: 醫療測試、健身應用、自我評估。
  - 方法: 記錄用戶的基礎代謝率 (BMR), 通常通過體重、身高和年齡計算。  
商業價值: 飲食品牌可針對高代謝率用戶推廣高能量食品或減重產品。
  - 編碼方式:
    - 連續數據: 將代謝率正規化至 0-255, 基於年齡和性別標準。
    - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低代謝率, 255 表示最高代謝率。
    - 混合編碼: 前兩字節表示代謝率類別, 後兩字節表示強度。
  - 計算公式:
    - Metabolic Score = (BMR ÷ 標準 BMR) × 255, 標準 BMR 基於年齡和性別。
  - 數據範例:
    - 圖1數據: 地址 001C 的值為 00 00 00 ...
    - 解釋:
      - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低代謝率。
      - 類別變數: 0 表示最低代謝率。
      - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 001D - Hydration Level (水分水平)

定義: 記錄用戶的身體水分含量, 與健康和體能相關。

資料收集方式:

- 來源: 智能水瓶、醫療測試、自我評估。
  - 方法: 記錄用戶的每日水分攝入和排泄量。  
商業價值: 飲料品牌可針對水分不足用戶推廣功能性飲品。
  - 編碼方式:
    - 連續數據: 將水分水平正規化至 0-255, 基於標準水分需求。
    - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示嚴重缺水, 255 表示最佳水分水平。
    - 混合編碼: 前兩字節表示水分水平類別, 後兩字節表示強度。
  - 計算公式:
    - Hydration Score = (水分攝入 ÷ 標準攝入) × 255, 標準攝入基於體重和活動水平。
  - 數據範例:
    - 圖1數據: 地址 001D 的值為 00 00 00 ...
    - 解釋:
      - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或嚴重缺水。
      - 類別變數: 0 表示嚴重缺水。
      - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 001E - Bone Density (骨密度)

定義: 衡量用戶的骨骼強度, 與身體結構健康相關。

#### 資料收集方式:

- 來源: 醫療測試、骨密度掃描、自我評估。
  - 方法: 記錄用戶的骨密度指數, 通常通過 DEXA 掃描。  
商業價值: 營養補充劑品牌可針對骨密度低用戶推廣鈣片或維生素 D。
  - 編碼方式:
    - 連續數據: 將骨密度正規化至 0-255, 基於年齡和性別標準。
    - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低骨密度, 255 表示最高骨密度。
    - 混合編碼: 前兩字節表示骨密度類別, 後兩字節表示強度。
  - 計算公式:
    - $\text{Bone Density Score} = (\text{骨密度} \div \text{標準骨密度}) \times 255$ , 標準骨密度基於年齡和性別。
  - 數據範例:
    - 圖1數據: 地址 001E 的值為 00 00 00 ...
    - 解釋:
      - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低骨密度。
      - 類別變數: 0 表示最低骨密度。
      - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 001F - Muscle Mass (肌肉質量)

定義: 記錄用戶的肌肉質量, 反映身體組成和力量。

#### 資料收集方式:

- 來源: 體組成分析儀、醫療測試、自我評估。
  - 方法: 記錄用戶的肌肉質量指數, 通常通過生物阻抗分析。  
商業價值: 健身品牌可針對肌肉質量低用戶推廣增肌課程或蛋白質補充劑。
  - 編碼方式:
    - 連續數據: 將肌肉質量正規化至 0-255, 基於年齡和性別標準。
    - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低肌肉質量, 255 表示最高肌肉質量。
    - 混合編碼: 前兩字節表示肌肉質量類別, 後兩字節表示強度。
  - 計算公式:
    - $\text{Muscle Mass Score} = (\text{肌肉質量} \div \text{標準肌肉質量}) \times 255$ , 標準肌肉質量基於年齡和性別。
  - 數據範例:
    - 圖1數據: 地址 001F 的值為 00 00 00 ...
    - 解釋:
      - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低肌肉質量。
      - 類別變數: 0 表示最低肌肉質量。
      - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 0020 - Fat Percentage (脂肪百分比)

定義: 衡量用戶的體脂百分比, 與身體組成和健康相關。

#### 資料收集方式:

- 來源: 體組成分析儀、智能體重計、自我評估。
- 方法: 記錄用戶的體脂百分比, 通常通過生物阻抗或皮褶測量。  
商業價值: 減肥品牌可針對高體脂用戶推廣減脂產品或健身計劃。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將體脂百分比正規化至 0-255, 範圍 0% 至 50%。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低體脂, 255 表示最高體脂。
  - 混合編碼: 前兩字節表示體脂類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:



- Fat Percentage Score = (體脂百分比 - 0%) / (50% - 0%) × 255。  
數據範例:
- 圖1數據: 地址 0020 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低體脂。
  - 類別變數: 0 表示最低體脂。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 0021 - Cardiovascular Health (心血管健康)

定義: 衡量心血管系統的整體健康水平, 基於心率和血壓數據。

資料收集方式:

- 來源: 智能手錶、血壓計、醫療報告。
- 方法: 記錄用戶的靜息心率、血壓、心率變異性等數據。  
商業價值: 醫療品牌可針對心血管健康差用戶推廣心臟監測設備或健康課程。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將心血管健康指數正規化至 0-255, 基於多項指標。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差心血管健康, 255 表示最佳。
  - 混合編碼: 前兩字節表示心血管健康類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
  - Cardio Score = (心率指數 + 血壓指數) / 2 × 255, 基於標準值。
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0021 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差心血管健康。
    - 類別變數: 0 表示最差心血管健康。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 0022 - Respiratory Health (呼吸健康)

定義: 衡量呼吸系統的健康狀況, 基於肺功能和氧氣攝取數據。

資料收集方式:

- 來源: 肺功能測試、血氧儀、自我評估。
- 方法: 記錄用戶的肺活量、血氧飽和度等數據。  
商業價值: 醫療品牌可針對呼吸健康差用戶推廣呼吸訓練器或氧氣設備。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將呼吸健康指數正規化至 0-255, 基於多項指標。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差呼吸健康, 255 表示最佳。
  - 混合編碼: 前兩字節表示呼吸健康類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
  - Respiratory Score = (肺活量 ÷ 標準肺活量) × 255, 標準肺活量基於年齡和性別。
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0022 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差呼吸健康。
    - 類別變數: 0 表示最差呼吸健康。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 0023 - Neurological Health (神經健康)

定義: 衡量神經系統的健康水平, 基於反應速度和協調數據。

#### 資料收集方式:

- 來源: 反應速度測試、神經學檢查、自我評估。
  - 方法: 記錄用戶的反應時間或協調性測試得分。  
商業價值: 醫療品牌可針對神經健康差用戶推廣神經訓練應用或藥物。
  - 編碼方式:
    - 連續數據: 將神經健康指數正規化至 0-255, 基於標準測試。
    - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差神經健康, 255 表示最佳。
    - 混合編碼: 前兩字節表示神經健康類別, 後兩字節表示強度。
  - 計算公式:
    - $\text{Neuro Score} = (\text{測試得分} \div \text{標準得分}) \times 255$ , 標準得分基於年齡和性別。
  - 數據範例:
    - 圖1數據: 地址 0023 的值為 00 00 00 ...
    - 解釋:
      - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差神經健康。
      - 類別變數: 0 表示最差神經健康。
      - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 0024 - Digestive Health (消化健康)

定義: 衡量消化系統的健康狀況, 基於飲食和排泄數據。

#### 資料收集方式:

- 來源: 飲食日誌、醫療報告、自我評估。
  - 方法: 記錄用戶的飲食規律性或排便頻率。  
商業價值: 保健品品牌可針對消化不良用戶推廣益生菌或纖維補充劑。
  - 編碼方式:
    - 連續數據: 將消化健康指數正規化至 0-255, 基於標準指標。
    - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差消化健康, 255 表示最佳。
    - 混合編碼: 前兩字節表示消化健康類別, 後兩字節表示強度。
  - 計算公式:
    - $\text{Digestive Score} = (\text{飲食規律性得分} \div \text{標準得分}) \times 255$ , 標準得分基於年齡和性別。
  - 數據範例:
    - 圖1數據: 地址 0024 的值為 00 00 00 ...
    - 解釋:
      - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差消化健康。
      - 類別變數: 0 表示最差消化健康。
      - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 0025 - Liver Function (肝功能)

定義: 記錄肝臟功能的健康指標, 與代謝和毒素處理相關。

#### 資料收集方式:

- 來源: 血液檢查、醫療報告、自我評估。
- 方法: 記錄用戶的肝酶水平 (如 ALT、AST)。  
商業價值: 保健品品牌可針對肝功能異常用戶推廣護肝產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將肝功能指數正規化至 0-255, 基於標準範圍。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差肝功能, 255 表示最佳。
  - 混合編碼: 前兩字節表示肝功能類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:

- Liver Score = (肝酶水平 ÷ 標準上限) × 255 (反向映射, 越低越好)。  
數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0025 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差肝功能。
    - 類別變數: 0 表示最差肝功能。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 0026 - Kidney Function (腎功能)

定義: 記錄腎臟功能的健康指標, 與排泄和水分平衡相關。

資料收集方式:

- 來源: 血液檢查、尿液分析、醫療報告。
  - 方法: 記錄用戶的肌酐水平或腎小球過濾率 (GFR)。  
商業價值: 醫療品牌可針對腎功能異常用戶推廣腎臟保健產品。
  - 編碼方式:
    - 連續數據: 將腎功能指數正規化至 0-255, 基於標準範圍。
    - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差腎功能, 255 表示最佳。
    - 混合編碼: 前兩字節表示腎功能類別, 後兩字節表示強度。
  - 計算公式:
    - Kidney Score = (GFR ÷ 標準 GFR) × 255, 標準 GFR 基於年齡和性別。
  - 數據範例:
    - 圖1數據: 地址 0026 的值為 00 00 00 ...
    - 解釋:
      - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差腎功能。
      - 類別變數: 0 表示最差腎功能。
      - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 0027 - Hormonal Balance (激素平衡)

定義: 衡量激素水平的平衡狀況, 與身體調節相關。

資料收集方式:

- 來源: 血液檢查、醫療報告、自我評估。
  - 方法: 記錄用戶的激素水平 (如皮質醇、睾酮)。  
商業價值: 保健品品牌可針對激素失調用戶推廣內分泌調節產品。
  - 編碼方式:
    - 連續數據: 將激素平衡指數正規化至 0-255, 基於標準範圍。
    - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差平衡, 255 表示最佳平衡。
    - 混合編碼: 前兩字節表示激素平衡類別, 後兩字節表示強度。
  - 計算公式:
    - Hormone Score = (激素水平偏差 ÷ 標準偏差) × 255 (反向映射, 越低越好)。
  - 數據範例:
    - 圖1數據: 地址 0027 的值為 00 00 00 ...
    - 解釋:
      - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差激素平衡。
      - 類別變數: 0 表示最差平衡。
      - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 0028 - Vision Health (視覺健康)

定義: 衡量視覺系統的整體健康, 基於視力和相關數據。

#### 資料收集方式:

- 來源: 眼科檢測報告、視力測試應用、自我評估。
- 方法: 記錄用戶的視力指數、眼壓等數據。  
商業價值: 眼鏡或醫療品牌可針對視覺健康差用戶推廣護眼產品。

#### 編碼方式:

- 連續數據: 將視覺健康指數正規化至 0-255, 基於標準測試。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差視覺健康, 255 表示最佳。
- 混合編碼: 前兩字節表示視覺健康類別, 後兩字節表示強度。

#### 計算公式:

- $\text{Vision Score} = (\text{視力指數} \div \text{標準視力}) \times 255$ , 標準視力為 1.0。

#### 數據範例:

- 圖1數據: 地址 0028 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差視覺健康。
  - 類別變數: 0 表示最差視覺健康。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0029 - Hearing Health (聽力健康)

定義: 衡量聽力系統的整體健康, 基於聽力測試數據。

#### 資料收集方式:

- 來源: 聽力測試報告、聽力檢測應用、自我評估。
- 方法: 記錄用戶的聽力指數或聽力損失分貝。  
商業價值: 助聽器品牌可針對聽力健康差用戶推廣助聽設備。

#### 編碼方式:

- 連續數據: 將聽力健康指數正規化至 0-255, 基於標準測試。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差聽力健康, 255 表示最佳。
- 混合編碼: 前兩字節表示聽力健康類別, 後兩字節表示強度。

#### 計算公式:

- $\text{Hearing Score} = (\text{聽力指數} \div \text{標準聽力}) \times 255$ , 標準聽力為 100%。

#### 數據範例:

- 圖1數據: 地址 0029 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差聽力健康。
  - 類別變數: 0 表示最差聽力健康。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 002A - Sensory Sensitivity (感官敏感度)

定義: 衡量感官對刺激的敏感程度, 與感知能力相關。

#### 資料收集方式:

- 來源: 感官測試、自我評估、神經學檢查。
- 方法: 記錄用戶對光、聲音、觸覺等的反應強度。  
商業價值: 醫療或生活品牌可針對高敏感度用戶推廣感官舒緩產品。

#### 編碼方式:

- 連續數據: 將感官敏感度正規化至 0-255, 基於標準測試。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低敏感度, 255 表示最高敏感度。
- 混合編碼: 前兩字節表示敏感度類別, 後兩字節表示強度。

#### 計算公式:

- Sensory Score = (反應強度 ÷ 標準強度) × 255, 標準強度基於年齡和性別。  
數據範例:
- 圖1數據: 地址 002A 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低敏感度。
  - 類別變數: 0 表示最低敏感度。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 002B - Physical Sensitivity (身體敏感度)

定義: 衡量身體對環境或傷害的敏感程度, 與健康相關。

資料收集方式:

- 來源: 醫療測試、自我評估、環境反應記錄。
- 方法: 記錄用戶對溫度、壓力等環境因素的反應。  
商業價值: 醫療品牌可針對高敏感度用戶推廣保護性產品, 如皮膚護理品。

編碼方式:

- 連續數據: 將身體敏感度正規化至 0-255, 基於標準測試。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低敏感度, 255 表示最高敏感度。
- 混合編碼: 前兩字節表示敏感度類別, 後兩字節表示強度。

計算公式:

- Physical Sensitivity Score = (反應強度 ÷ 標準強度) × 255, 標準強度基於年齡和性別。

數據範例:

- 圖1數據: 地址 002B 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低敏感度。
  - 類別變數: 0 表示最低敏感度。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 002C - Pain Sensitivity (疼痛敏感度)

定義: 衡量用戶對疼痛的敏感程度, 與神經健康相關。

資料收集方式:

- 來源: 醫療測試、自我評估、疼痛記錄應用。
- 方法: 記錄用戶對標準疼痛刺激的反應強度。  
商業價值: 藥物品牌可針對高疼痛敏感度用戶推廣止痛藥或舒緩療法。

編碼方式:

- 連續數據: 將疼痛敏感度正規化至 0-255, 基於標準測試。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低敏感度, 255 表示最高敏感度。
- 混合編碼: 前兩字節表示敏感度類別, 後兩字節表示強度。

計算公式:

- Pain Sensitivity Score = (反應強度 ÷ 標準強度) × 255, 標準強度基於年齡和性別。

數據範例:

- 圖1數據: 地址 002C 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低敏感度。
  - 類別變數: 0 表示最低敏感度。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 002D - Temperature Sensitivity (溫度敏感度)

定義: 衡量用戶對溫度的敏感程度, 與身體調節相關。

資料收集方式:

- 來源: 醫療測試、自我評估、環境反應記錄。
  - 方法: 記錄用戶對冷熱刺激的反應時間或強度。  
商業價值: 服裝品牌可針對高敏感度用戶推廣溫控服裝。
  - 編碼方式:
    - 連續數據: 將溫度敏感度正規化至 0-255, 基於標準測試。
    - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低敏感度, 255 表示最高敏感度。
    - 混合編碼: 前兩字節表示敏感度類別, 後兩字節表示強度。
  - 計算公式:
    - $\text{Temp Sensitivity Score} = (\text{反應強度} \div \text{標準強度}) \times 255$ , 標準強度基於年齡和性別。
  - 數據範例:
    - 圖1數據: 地址 002D 的值為 00 00 00 ...
    - 解釋:
      - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低敏感度。
      - 類別變數: 0 表示最低敏感度。
      - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 002E - Light Sensitivity (光敏度)

定義: 衡量用戶對光的敏感程度, 與視覺健康相關。

資料收集方式:

- 來源: 眼科測試、自我評估、光反應記錄。
  - 方法: 記錄用戶對不同光強的反應時間或不適感。  
商業價值: 眼鏡品牌可針對高光敏度用戶推廣防眩光鏡片。
  - 編碼方式:
    - 連續數據: 將光敏度正規化至 0-255, 基於標準測試。
    - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低敏感度, 255 表示最高敏感度。
    - 混合編碼: 前兩字節表示敏感度類別, 後兩字節表示強度。
  - 計算公式:
    - $\text{Light Sensitivity Score} = (\text{反應強度} \div \text{標準強度}) \times 255$ , 標準強度基於年齡和性別。
  - 數據範例:
    - 圖1數據: 地址 002E 的值為 00 00 00 ...
    - 解釋:
      - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低敏感度。
      - 類別變數: 0 表示最低敏感度。
      - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 002F - Sound Sensitivity (聲音敏感度)

定義: 衡量用戶對聲音的敏感程度, 與聽力健康相關。

資料收集方式:

- 來源: 聽力測試、自我評估、聲音反應記錄。
- 方法: 記錄用戶對不同分貝聲音的反應強度。  
商業價值: 耳機品牌可針對高聲音敏感度用戶推廣降噪耳機。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將聲音敏感度正規化至 0-255, 基於標準測試。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低敏感度, 255 表示最高敏感度。

- 混合編碼: 前兩字節表示敏感度類別, 後兩字節表示強度。  
計算公式:
- Sound Sensitivity Score = (反應強度 ÷ 標準強度) × 255, 標準強度基於年齡和性別。  
數據範例:
- 圖1數據: 地址 002F 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低敏感度。
  - 類別變數: 0 表示最低敏感度。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0030 - Touch Sensitivity (觸覺敏感度)

定義: 衡量用戶對觸覺的敏感程度, 與神經健康相關。

資料收集方式:

- 來源: 醫療測試、自我評估、觸覺反應記錄。
- 方法: 記錄用戶對觸碰或壓力的反應強度。  
商業價值: 醫療品牌可針對高觸覺敏感度用戶推廣舒緩產品, 如低刺激性織物。
- 編碼方式:
- 連續數據: 將觸覺敏感度正規化至 0-255, 基於標準測試。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低敏感度, 255 表示最高敏感度。
- 混合編碼: 前兩字節表示敏感度類別, 後兩字節表示強度。  
計算公式:
- Touch Sensitivity Score = (反應強度 ÷ 標準強度) × 255, 標準強度基於年齡和性別。  
數據範例:
- 圖1數據: 地址 0030 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低敏感度。
  - 類別變數: 0 表示最低敏感度。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0031 - Smell Sensitivity (嗅覺敏感度)

定義: 衡量用戶對氣味的敏感程度, 與嗅覺健康相關。

資料收集方式:

- 來源: 嗅覺測試、自我評估、氣味反應記錄。
  - 方法: 記錄用戶對不同氣味濃度的反應強度。  
商業價值: 香水或空氣淨化品牌可針對高嗅覺敏感度用戶推廣低刺激產品。
  - 編碼方式:
  - 連續數據: 將嗅覺敏感度正規化至 0-255, 基於標準測試。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低敏感度, 255 表示最高敏感度。
  - 混合編碼: 前兩字節表示敏感度類別, 後兩字節表示強度。  
計算公式:
  - Smell Sensitivity Score = (反應強度 ÷ 標準強度) × 255, 標準強度基於年齡和性別。  
數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0031 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低敏感度。
    - 類別變數: 0 表示最低敏感度。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。
-



### 屬性 0032 - Taste Sensitivity (味覺敏感度)

定義: 衡量用戶對味道的敏感程度, 與味覺健康相關。

資料收集方式:

- 來源: 味覺測試、自我評估、飲食反應記錄。
- 方法: 記錄用戶對不同味道濃度的反應強度。  
商業價值: 食品品牌可針對高味覺敏感度用戶推廣低刺激性食品。

編碼方式:

- 連續數據: 將味覺敏感度正規化至 0-255, 基於標準測試。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低敏感度, 255 表示最高敏感度。
- 混合編碼: 前兩字節表示敏感度類別, 後兩字節表示強度。

計算公式:

- $\text{Taste Sensitivity Score} = (\text{反應強度} \div \text{標準強度}) \times 255$ , 標準強度基於年齡和性別。

數據範例:

- 圖1數據: 地址 0032 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低敏感度。
  - 類別變數: 0 表示最低敏感度。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

---

### 屬性 0033 - Physical Activity Level (身體活動水平)

定義: 衡量用戶的日常身體活動頻率, 與健康和體能相關。

資料收集方式:

- 來源: 健身追蹤器、智能手錶、自我評估。
- 方法: 記錄用戶的每日步數、活動時間或能量消耗。  
商業價值: 健身品牌可針對低活動水平用戶推廣運動計劃或設備。

編碼方式:

- 連續數據: 將活動水平正規化至 0-255, 基於標準活動量。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低活動水平, 255 表示最高。
- 混合編碼: 前兩字節表示活動水平類別, 後兩字節表示強度。

計算公式:

- $\text{Activity Score} = (\text{每日步數} \div \text{標準步數}) \times 255$ , 標準步數基於年齡和性別。

數據範例:

- 圖1數據: 地址 0033 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低活動水平。
  - 類別變數: 0 表示最低活動水平。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

---

### 屬性 0034 - Exercise Frequency (運動頻率)

定義: 記錄用戶參與運動的頻率, 與身體健康相關。

資料收集方式:

- 來源: 健身應用、自我報告、運動日誌。
- 方法: 記錄用戶每周運動次數或總運動時間。  
商業價值: 健身品牌可針對低運動頻率用戶推廣簡單入門課程。

編碼方式:

- 連續數據: 將運動頻率正規化至 0-255, 基於標準頻率。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低頻率, 255 表示最高頻率。

- 混合編碼: 前兩字節表示頻率類別, 後兩字節表示強度。  
計算公式:
- Exercise Frequency Score = (每周運動次數 ÷ 標準次數) × 255, 標準次數為 5 次。  
數據範例:
- 圖1數據: 地址 0034 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低運動頻率。
  - 類別變數: 0 表示最低頻率。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 0035 - Sport Participation (運動參與)

定義: 衡量用戶參與特定運動的程度, 反映運動興趣和技能。

資料收集方式:

- 來源: 運動應用、自我報告、比賽記錄。
- 方法: 記錄用戶參與特定運動的頻率或成績。  
商業價值: 運動品牌可針對高參與度用戶推廣專業運動裝備。
- 編碼方式:
- 連續數據: 將參與程度正規化至 0-255, 基於標準參與度。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低參與度, 255 表示最高參與度。
- 混合編碼: 前兩字節表示參與度類別, 後兩字節表示強度。  
計算公式:
- Sport Participation Score = (參與頻率 ÷ 標準頻率) × 255, 標準頻率基於運動類型。  
數據範例:
- 圖1數據: 地址 0035 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低參與度。
  - 類別變數: 0 表示最低參與度。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 0036 - Fitness Goals (健身目標)

定義: 記錄用戶設定的健身目標清晰度和實現進展, 與健康相關。

資料收集方式:

- 來源: 健身應用、自我報告、健康計劃。
- 方法: 記錄用戶設定的目標數量及其完成百分比。  
商業價值: 健身品牌可針對目標進展慢用戶推廣指導課程或工具。
- 編碼方式:
- 連續數據: 將目標實現程度正規化至 0-255, 基於完成百分比。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示無目標或未完成, 255 表示完全實現。
- 混合編碼: 前兩字節表示目標類別, 後兩字節表示強度。  
計算公式:
- Fitness Goals Score = (目標完成百分比 ÷ 100%) × 255。  
數據範例:
- 圖1數據: 地址 0036 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或無目標完成。
  - 類別變數: 0 表示未完成。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 0037 - Health Awareness (健康意識)

定義: 衡量用戶對自身健康的關注程度, 反映健康管理能力。

資料收集方式:

- 來源: 健康問卷、自我評估、健康應用使用頻率。
- 方法: 記錄用戶參與健康相關活動的頻率或知識水平。  
商業價值: 健康品牌可針對低健康意識用戶推廣教育內容或簡單健康工具。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將健康意識正規化至 0-255, 基於標準評估。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低意識, 255 表示最高意識。
  - 混合編碼: 前兩字節表示意識類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
  - $\text{Health Awareness Score} = (\text{活動頻率} \div \text{標準頻率}) \times 255$ , 標準頻率基於年齡和性別。
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0037 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低健康意識。
    - 類別變數: 0 表示最低意識。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0038 - Nutrition Awareness (營養意識)

定義: 衡量用戶對營養知識的了解程度, 與飲食健康相關。

資料收集方式:

- 來源: 營養問卷、自我評估、飲食記錄應用。
- 方法: 記錄用戶對營養知識的掌握程度或飲食選擇健康性。  
商業價值: 飲食品牌可針對低營養意識用戶推廣教育內容或健康食品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將營養意識正規化至 0-255, 基於標準評估。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低意識, 255 表示最高意識。
  - 混合編碼: 前兩字節表示意識類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
  - $\text{Nutrition Awareness Score} = (\text{知識得分} \div \text{標準得分}) \times 255$ , 標準得分為滿分。
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0038 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低營養意識。
    - 類別變數: 0 表示最低意識。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0039 - Wellness Practices (健康實踐)

定義: 記錄用戶參與健康實踐 (如瑜伽) 的頻率, 與整體健康相關。

資料收集方式:

- 來源: 健身應用、自我報告、健康日誌。
- 方法: 記錄用戶參與瑜伽、冥想等活動的每周頻率。  
商業價值: 健康品牌可針對低參與度用戶推廣簡單健康實踐課程。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將實踐頻率正規化至 0-255, 基於標準頻率。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低參與度, 255 表示最高參與度。

- 混合編碼: 前兩字節表示實踐類別, 後兩字節表示強度。  
計算公式:
- Wellness Score = (每周參與次數 ÷ 標準次數) × 255, 標準次數為 3 次。  
數據範例:
- 圖1數據: 地址 0039 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低參與度。
  - 類別變數: 0 表示最低參與度。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 003A - Physical Limitations (身體限制)

定義: 記錄用戶的身體限制或殘疾情況, 反映健康狀況。

資料收集方式:

- 來源: 醫療報告、自我評估、健康問卷。
- 方法: 記錄用戶的身體限制數量或嚴重程度。  
商業價值: 醫療品牌可針對有身體限制用戶推廣輔助設備或康復計劃。
- 編碼方式:
- 連續數據: 將限制程度正規化至 0-255, 基於嚴重程度。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示無限制, 255 表示最高限制。
- 混合編碼: 前兩字節表示限制類別, 後兩字節表示強度。  
計算公式:
- Limitation Score = (限制數量 × 嚴重程度) ÷ 最大值 × 255。  
數據範例:
- 圖1數據: 地址 003A 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或無限制。
  - 類別變數: 0 表示無限制。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

#### 屬性 003B - Mobility (移動能力)

定義: 衡量用戶的移動能力, 與身體功能相關。

資料收集方式:

- 來源: 健身追蹤器、醫療測試、自我評估。
- 方法: 記錄用戶的行走速度或移動距離。  
商業價值: 醫療品牌可針對移動能力差用戶推廣助行器或物理治療。
- 編碼方式:
- 連續數據: 將移動能力正規化至 0-255, 基於標準測試。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低移動能力, 255 表示最高移動能力。
- 混合編碼: 前兩字節表示移動能力類別, 後兩字節表示強度。  
計算公式:
- Mobility Score = (行走速度 ÷ 標準速度) × 255, 標準速度基於年齡和性別。  
數據範例:
- 圖1數據: 地址 003B 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低移動能力。
  - 類別變數: 0 表示最低移動能力。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

### 屬性 003C - Posture (姿態)

定義: 記錄用戶的站姿或坐姿健康狀況, 與身體結構相關。

資料收集方式:

- 來源: 姿態分析應用、醫療檢查、自我評估。
- 方法: 記錄用戶的脊柱曲度或姿勢偏差程度。  
商業價值: 傢俱品牌可針對不良姿勢用戶推廣人體工學椅或矯正器。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將姿勢健康正規化至 0-255, 基於標準評估。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差姿勢, 255 表示最佳姿勢。
  - 混合編碼: 前兩字節表示姿勢類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
  - $\text{Posture Score} = (\text{偏差程度} \div \text{標準偏差}) \times 255$  (反向映射, 越低越好)。
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 003C 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差姿勢。
    - 類別變數: 0 表示最差姿勢。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

---

### 屬性 003D - Joint Health (關節健康)

定義: 衡量關節的健康狀況, 與身體靈活性和耐久性相關。

資料收集方式:

- 來源: 醫療檢查、自我評估、關節測試。
- 方法: 記錄用戶的關節活動範圍或疼痛程度。  
商業價值: 保健品品牌可針對關節健康差用戶推廣葡萄糖胺或物理治療。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將關節健康正規化至 0-255, 基於標準測試。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差關節健康, 255 表示最佳。
  - 混合編碼: 前兩字節表示關節健康類別, 後兩字節表示強度。
- 計算公式:
  - $\text{Joint Health Score} = (\text{活動範圍} \div \text{標準範圍}) \times 255$ , 標準範圍基於年齡和性別。
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 003D 的值為 00 00 00 ...
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差關節健康。
    - 類別變數: 0 表示最差關節健康。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

---

### 屬性 003E - Tendon Health (肌腱健康)

定義: 衡量肌腱的健康狀況, 與身體運動能力相關。

資料收集方式:

- 來源: 醫療檢查、自我評估、運動測試。
- 方法: 記錄用戶的肌腱彈性或損傷程度。  
商業價值: 醫療品牌可針對肌腱健康差用戶推廣康復產品或護具。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將肌腱健康正規化至 0-255, 基於標準測試。
  - 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最差肌腱健康, 255 表示最佳。

- 混合編碼: 前兩字節表示肌腱健康類別, 後兩字節表示強度。  
計算公式:
- Tendon Health Score = (彈性得分 ÷ 標準得分) × 255, 標準得分基於年齡和性別。  
數據範例:
- 圖1數據: 地址 003E 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最差肌腱健康。
  - 類別變數: 0 表示最差肌腱健康。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 003F - DIY Skills (DIY 技能)

定義: 衡量用戶的手工製作或 DIY 技能, 反映實用能力。

資料收集方式:

- 來源: DIY 應用、自我評估、項目記錄。
- 方法: 記錄用戶完成 DIY 項目的數量或質量得分。  
商業價值: 工具品牌可針對高 DIY 技能用戶推廣專業工具或材料。
- 編碼方式:
- 連續數據: 將 DIY 技能正規化至 0-255, 基於標準評估。
- 類別變數: 分為 256 級, 0 表示最低技能, 255 表示最高技能。
- 混合編碼: 前兩字節表示技能類別, 後兩字節表示強度。  
計算公式:
- DIY Skills Score = (項目質量得分 ÷ 標準得分) × 255, 標準得分為滿分。  
數據範例:
- 圖1數據: 地址 003F 的值為 00 00 00 ...
- 解釋:
  - 連續數據: 00 = 0, 表示無數據或最低 DIY 技能。
  - 類別變數: 0 表示最低技能。
  - 混合編碼: 0000 表示類別 00 (無數據), 強度 00。

### 3-2. Social(社交)維度:0040 - 007F(64 個屬性)

#### 屬性 0040 - Social Frequency(社交頻率)

- 定義: 衡量用戶在社交平台上的互動頻率, 反映社交活動的活躍程度。
- 資料收集方式:
  - 來源: 社交媒體平台(如 Facebook、Instagram)、通訊應用(如 WhatsApp)、智能設備的社交記錄。
  - 方法: 記錄每日點讚、留言、發送訊息等互動次數, 並自動統計總頻率。
- 商業價值: 社交平台可針對高頻率用戶推廣互動活動, 品牌可設計社交任務提升參與度。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將每日互動次數與平台平均值比值正規化至 0-255, 0 表示無互動, 255 表示極高頻率。
  - 類別變數: 將社交頻率分為 256 級, 0 表示無社交, 255 表示極高社交。
  - 混合編碼: 前兩字節表示頻率類別(例如 01 表示低頻率), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。

- 計算公式：  

$$\text{Social Frequency} = (\text{每日互動次數} \div \text{平台平均互動次數}) \times 255, \text{ 結果四捨五入至整數。}$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0040 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無社交互動數據。
    - 類別變數：0 表示無社交活動。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0041 - Social Media Influencer(社交媒體影響力)

- 定義：衡量用戶在社交媒體中的影響力大小，基於粉絲數、互動率和內容傳播力。
- 資料收集方式：
  - 來源：社交媒體平台(如 Instagram、Twitter)、第三方影響力分析工具。
  - 方法：記錄粉絲數、點讚與留言的比例(互動率)、內容轉發次數(傳播力)。
- 商業價值：品牌可與高影響力用戶合作，進行產品推廣或行銷活動。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將粉絲數、互動率、傳播力加權平均後正規化至 0-255, 0 表示無影響力, 255 表示極高影響力。
  - 類別變數：將影響力分為 256 級, 0 表示無影響, 255 表示極高影響。
  - 混合編碼：前兩字節表示影響力類別(例如 0F 表示高影響力), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  

$$\text{Social Media Influencer} = (\text{粉絲數占比} \times 0.4 + \text{互動率} \times 0.3 + \text{傳播力} \times 0.3) \times 255,$$
 各項占比為實際值除以基準值。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0041 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無影響力數據。
    - 類別變數：0 表示無影響力。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0042 - Relationship Network(關係網絡)

- 定義：衡量社交關係的廣度和深度，反映用戶人際網絡的規模和質量。
- 資料收集方式：
  - 來源：社交媒體好友列表、聯絡人數據、通訊記錄。
  - 方法：記錄好友數量、互動頻率、聯絡人質量(如親密程度)。
- 商業價值：品牌可針對廣泛網絡用戶推廣分享任務，提升病毒式傳播效果。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將好友數與互動頻率的加權平均正規化至 0-255, 0 表示無網絡, 255 表示極大網絡。
  - 類別變數：將網絡規模分為 256 級, 0 表示無網絡, 255 表示極大網絡。
  - 混合編碼：前兩字節表示網絡類別(例如 02 表示中等網絡), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  

$$\text{Relationship Network} = (\text{好友數} \div \text{平台平均好友數} \times 0.5 + \text{互動頻率} \div \text{平均頻率} \times 0.5) \times 255。$$

- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 0042 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無關係網絡數據。
    - 類別變數:0 表示無網絡。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0043 - Family Bonding(家庭關係)

- 定義:衡量與家庭成員的親密度, 反映家庭互動的強度。
- 資料收集方式：
  - 來源:家庭通訊記錄、社交媒體家庭標籤、活動數據。
  - 方法:記錄與家庭成員的通訊頻率、互動次數和社交媒體標籤。
- 商業價值:家庭產品品牌可針對高親密度用戶推廣相關產品(如家電、玩具)。
- 編碼方式：
  - 連續數據:將家庭互動頻率正規化至 0-255, 0 表示無互動, 255 表示極高親密度。
  - 類別變數:將家庭關係分為 256 級, 0 表示無關係, 255 表示極高親密。
  - 混合編碼:前兩字節表示關係類別(例如 01 表示低親密), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：
 
$$\text{Family Bonding} = (\text{家庭互動頻率} \div \text{平均互動頻率}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 0043 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無家庭關係數據。
    - 類別變數:0 表示無關係。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0044 - Friendship Level(友誼關係)

- 定義:衡量與朋友的親密度, 反映社交圈中的友誼質量。
- 資料收集方式：
  - 來源:社交媒體朋友互動、通訊記錄、活動參與數據。
  - 方法:記錄與朋友的互動頻率、聊天時長和活動參與度。
- 商業價值:社交活動品牌可針對高友誼水平用戶推廣社交活動或產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據:將朋友互動頻率正規化至 0-255, 0 表示無互動, 255 表示極高親密。
  - 類別變數:將友誼分為 256 級, 0 表示無友誼, 255 表示極高友誼。
  - 混合編碼:前兩字節表示友誼類別(例如 02 表示中等友誼), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：
 
$$\text{Friendship Level} = (\text{朋友互動頻率} \div \text{平均互動頻率}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 0044 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無友誼數據。
    - 類別變數:0 表示無友誼。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。



---

#### 屬性 0045 - Colleagues Relationship(同事關係)

- 定義: 衡量與同事的關係質量, 反映工作社交的親密度。
- 資料收集方式:
  - 來源: 企業通訊記錄、社交媒體工作圈、活動參與數據。
  - 方法: 記錄與同事的通訊頻率、會議參與度和社交媒體互動。
- 商業價值: 職場品牌可針對良好同事關係用戶推廣職業發展產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將同事互動頻率正規化至 0-255, 0 表示無互動, 255 表示極高親密。
  - 類別變數: 將同事關係分為 256 級, 0 表示無關係, 255 表示極高親密。
  - 混合編碼: 前兩字節表示關係類別(例如 01 表示低親密), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Colleagues Relationship} = (\text{同事互動頻率} \div \text{平均互動頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0045 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無同事關係數據。
    - 類別變數: 0 表示無關係。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0046 - Romantic Relationship(浪漫關係)

- 定義: 衡量浪漫關係的穩定性和親密度, 反映情感聯繫的強度。
- 資料收集方式:
  - 來源: 通訊記錄、社交媒體關係標籤、活動參與數據。
  - 方法: 記錄與伴侶的通訊頻率、社交媒體互動和約會活動。
- 商業價值: 約會品牌可針對穩定關係用戶推廣相關產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將浪漫互動頻率正規化至 0-255, 0 表示無關係, 255 表示極高親密。
  - 類別變數: 將浪漫關係分為 256 級, 0 表示無關係, 255 表示極高穩定。
  - 混合編碼: 前兩字節表示關係類別(例如 02 表示中等穩定), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Romantic Relationship} = (\text{浪漫互動頻率} \div \text{平均互動頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0046 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無浪漫關係數據。
    - 類別變數: 0 表示無關係。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0047 - Social Skills(社交技能)

- 定義: 衡量用戶的社交溝通和互動能力, 反映社交能力的強度。
- 資料收集方式:
  - 來源: 社交互動測試、活動參與數據、問卷調查。
  - 方法: 記錄用戶在社交場景中的表現得分, 如溝通流暢度和聽力反饋。

- 商業價值：培訓品牌可針對低社交技能用戶推廣社交課程。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將社交技能得分正規化至 0-255, 0 表示無技能, 255 表示極高技能。
  - 類別變數：將社交技能分為 256 級, 0 表示無技能, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示技能類別(例如 01 表示低技能), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  

$$\text{Social Skills} = (\text{社交技能得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0047 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無社交技能數據。
    - 類別變數：0 表示無技能。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0048 - Leadership Ability(領導力)

- 定義：衡量用戶領導他人的能力, 反映社交領導潛力。
- 資料收集方式：
  - 來源：團隊活動數據、問卷調查、社交媒體領導行為。
  - 方法：記錄用戶在團隊中的領導表現, 如決策次數和團隊滿意度。
- 商業價值：企業品牌可針對高領導力用戶推廣職業發展產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將領導力得分正規化至 0-255, 0 表示無領導力, 255 表示極高領導力。
  - 類別變數：將領導力分為 256 級, 0 表示無領導, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示領導類別(例如 0F 表示高領導), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  

$$\text{Leadership Ability} = (\text{領導力得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0048 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無領導力數據。
    - 類別變數：0 表示無領導。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0049 - Team Collaboration(團隊合作)

- 定義：衡量用戶在團隊中的合作能力, 反映團隊協作的效率。
- 資料收集方式：
  - 來源：團隊活動數據、問卷調查、企業記錄。
  - 方法：記錄用戶在團隊中的合作表現, 如任務完成率和團隊評價。
- 商業價值：團隊工具品牌可針對高合作用戶推廣協作軟體。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將合作力得分正規化至 0-255, 0 表示無合作, 255 表示極高合作。
  - 類別變數：將合作能力分為 256 級, 0 表示無合作, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示合作類別(例如 02 表示中等合作), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。

- 計算公式：  
Team Collaboration = (合作力得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0049 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無合作數據。
    - 類別變數：0 表示無合作。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 004A - Conflict Resolution(衝突解決)

- 定義：衡量用戶解決衝突的能力，反映社交應變能力。
- 資料收集方式：
  - 來源：情境測試數據、問卷調查、團隊記錄。
  - 方法：記錄用戶在衝突情境中的解決表現，如成功率和滿意度。
- 商業價值：諮詢品牌可針對低能力用戶推廣衝突管理課程。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將解決能力得分正規化至 0-255, 0 表示無能力, 255 表示極高能力。
  - 類別變數：將衝突解決能力分為 256 級, 0 表示無能力, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示能力類別(例如 01 表示低能力), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  
Conflict Resolution = (解決能力得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 004A 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無衝突解決數據。
    - 類別變數：0 表示無能力。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 004B - Empathy Level(同理心)

- 定義：衡量用戶理解他人情感的能力，反映社交情感的深度。
- 資料收集方式：
  - 來源：社交互動測試、問卷調查、行為數據。
  - 方法：記錄用戶在社交場景中的同理心表現，如反饋他人情緒的能力。
- 商業價值：心理健康品牌可針對高同理心用戶推廣社會服務。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將同理心得分正規化至 0-255, 0 表示無同理心, 255 表示極高同理心。
  - 類別變數：將同理心分為 256 級, 0 表示無同理, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示同理心類別(例如 0F 表示高同理心), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  
Empathy Level = (同理心得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 004B 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無同理心數據。

- 類別變數:0 表示無同理心。
- 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 004C - Humor Sense(幽默感)

- 定義:衡量用戶的幽默感程度, 反映社交個性的輕鬆特質。
- 資料收集方式:
  - 來源:社交內容分析、問卷調查、行為測試。
  - 方法:記錄用戶在社交場景中的幽默表現, 如笑話反應和幽默內容創建。
- 商業價值:娛樂品牌可針對高幽默感用戶推廣幽默相關產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將幽默感得分正規化至 0-255, 0 表示無幽默, 255 表示極高幽默感。
  - 類別變數:將幽默感分為 256 級, 0 表示無幽默, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示幽默類別(例如 02 表示中等幽默), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
$$\text{Humor Sense} = (\text{幽默感得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 004C 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無幽默感數據。
    - 類別變數:0 表示無幽默感。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 004D - Extroversion(外向性)

- 定義:衡量用戶的外向性格特質, 反映社交偏好的活躍程度。
- 資料收集方式:
  - 來源:人格測試問卷、社交媒體行為、活動參與數據。
  - 方法:記錄用戶的社交行為頻率和偏好。
- 商業價值:活動品牌可針對外向用戶推廣大型社交活動。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將外向性得分正規化至 0-255, 0 表示極內向, 255 表示極外向。
  - 類別變數:將外向性分為 256 級, 0 表示極內向, 255 表示極外向。
  - 混合編碼:前兩字節表示性格類別(例如 0F 表示極外向), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:
$$\text{Extroversion} = (\text{外向性得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 004D 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無外向性數據。
    - 類別變數:0 表示極內向。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 004E - Openness(開放性)

- 定義:衡量用戶對新事物的開放程度, 反映社交個性的包容性。
- 資料收集方式:
  - 來源:人格測試問卷、社交媒體新內容互動、行為數據。

- 方法:記錄用戶對新活動、想法或文化的接受度。
- 商業價值:創新品牌可針對高開放性用戶推廣新產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將開放性得分正規化至 0-255, 0 表示極保守, 255 表示極開放。
  - 類別變數:將開放性分為 256 級, 0 表示極保守, 255 表示極開放。
  - 混合編碼:前兩字節表示開放類別(例如 02 表示中等開放), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Openness} = (\text{開放性得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 004E 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無開放性數據。
    - 類別變數:0 表示極保守。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 004F - Agreeableness(宜人性)

- 定義:衡量用戶的友善和合作程度, 反映社交個性的和諧性。
- 資料收集方式:
  - 來源:人格測試問卷、社交互動數據、團隊評價。
  - 方法:記錄用戶在社交場景中的友善行為和合作表現。
- 商業價值:合作品牌可針對高宜性用戶推廣團隊活動或產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將宜性得分正規化至 0-255, 0 表示極不友善, 255 表示極友善。
  - 類別變數:將宜性分為 256 級, 0 表示極不友善, 255 表示極友善。
  - 混合編碼:前兩字節表示宜性類別(例如 0F 表示高宜性), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{Agreeableness} = (\text{宜性得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 004F 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無宜性數據。
    - 類別變數:0 表示極不友善。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0050 - Neuroticism(神經質)

- 定義:衡量用戶的情緒穩定性, 反映社交個性的情緒波動程度。
- 資料收集方式:
  - 來源:人格測試問卷、情緒日誌、社交媒體行為數據。
  - 方法:記錄用戶的情緒穩定性得分, 如焦慮或壓力反應頻率。
- 商業價值:心理健康品牌可針對高神經質用戶推廣情緒管理服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將神經質得分正規化至 0-255, 0 表示極穩定, 255 表示極不穩定。
  - 類別變數:將神經質分為 256 級, 0 表示極穩定, 255 表示極不穩定。
  - 混合編碼:前兩字節表示穩定性類別(例如 01 表示低穩定), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。

- 計算公式：  
Neuroticism = (神經質得分 ÷ 最高得分) × 255, 越高表示越不穩定。
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 0050 的值為 01 00 00 ...(假設數據為 01)。
  - 解釋：
    - 連續數據:01 = 1,  $1 \div 255 \approx 0.4\%$ , 表示極低神經質(即極穩定)。
    - 類別變數:1 表示低神經質等級。
    - 混合編碼:0100 表示類別 01(低神經質), 強度 00(最低)。

---

#### 屬性 0051 - Conscientiousness(盡責性)

- 定義:衡量用戶的責任感和組織性, 反映社交個性的責任程度。
- 資料收集方式：
  - 來源:人格測試問卷、工作績效記錄、社交媒體行為。
  - 方法:記錄用戶的任務完成率、時間管理能力和組織表現。
- 商業價值:生產力品牌可針對高盡責性用戶推廣管理工具或產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據:將盡責性得分正規化至 0-255, 0 表示無責任感, 255 表示極高責任感。
  - 類別變數:將盡責性分為 256 級, 0 表示無責任, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示責任類別(例如 0F 表示高責任), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  
Conscientiousness = (盡責性得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 0051 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無盡責性數據。
    - 類別變數:0 表示無責任感。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0052 - Social Anxiety(社交焦慮)

- 定義:衡量用戶在社交場合的焦慮感, 反映社交心理的壓力程度。
- 資料收集方式：
  - 來源:焦慮測試問卷、社交媒體行為、活動參與數據。
  - 方法:記錄用戶在社交場景中的焦慮得分, 如緊張頻率和回避行為。
- 商業價值:心理健康品牌可針對高社交焦慮用戶推廣減壓服務。
- 編碼方式：
  - 連續數據:將焦慮得分正規化至 0-255, 0 表示無焦慮, 255 表示極高焦慮。
  - 類別變數:將社交焦慮分為 256 級, 0 表示無焦慮, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示焦慮類別(例如 01 表示低焦慮), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  
Social Anxiety = (焦慮得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 0052 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交焦慮數據。
    - 類別變數:0 表示無焦慮。

- 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0053 - Public Expression(公開表達)

- 定義:衡量用戶公開表達意見的傾向, 反映社交行為的自信程度。
- 資料收集方式:
  - 來源:社交媒體發文數據、公開活動記錄、問卷調查。
  - 方法:記錄用戶在公開場合的發言頻率和自信度。
- 商業價值:媒體品牌可針對高表達力用戶推廣內容創作平台。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將表達得分正規化至 0-255, 0 表示無表達, 255 表示極高表達力。
  - 類別變數:將表達傾向分為 256 級, 0 表示無表達, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示表達類別(例如 0F 表示高表達), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
$$\text{Public Expression} = (\text{表達得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0053 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無公開表達數據。
    - 類別變數:0 表示無表達。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0054 - Social Participation(社交參與)

- 定義:衡量用戶參與社交活動的頻率, 反映社交行為的活躍度。
- 資料收集方式:
  - 來源:社交活動記錄、問卷調查、社交媒體參與數據。
  - 方法:記錄用戶參與社交活動的次數和時間。
- 商業價值:活動品牌可針對高參與用戶推廣社交產品或活動。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將參與頻率正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數:將參與度分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示參與類別(例如 02 表示中等參與), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Social Participation} = (\text{參與頻率} \div \text{平均參與頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0054 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交參與數據。
    - 類別變數:0 表示無參與。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0055 - Volunteer Activity(志願服務)

- 定義:衡量用戶參與志願服務的頻率, 反映社交責任感。
- 資料收集方式:
  - 來源:志願服務記錄、問卷調查、公益平台數據。
  - 方法:記錄用戶參與志願活動的次數和時間。
- 商業價值:公益品牌可針對高服務頻率用戶推廣志願項目。

- 編碼方式：
  - 連續數據：將服務頻率正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數：將志願服務分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示服務類別(例如 01 表示低參與), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  

$$\text{Volunteer Activity} = (\text{服務頻率} \div \text{平均服務頻率}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0055 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無志願服務數據。
    - 類別變數：0 表示無參與。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0056 - Community Involvement(社區參與)

- 定義：衡量用戶參與社區活動的頻率, 反映社交責任和融入度。
- 資料收集方式：
  - 來源：社區活動記錄、問卷調查、社交媒體社區標籤。
  - 方法：記錄用戶參與社區活動的次數和影響力。
- 商業價值：社區品牌可針對高參與用戶推廣本地產品或服務。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將參與頻率正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數：將社區參與分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示參與類別(例如 02 表示中等參與), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  

$$\text{Community Involvement} = (\text{參與頻率} \div \text{平均參與頻率}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0056 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無社區參與數據。
    - 類別變數：0 表示無參與。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0057 - Cultural Participation(文化參與)

- 定義：衡量用戶參與文化活動的頻率, 反映文化興趣和參與度。
- 資料收集方式：
  - 來源：文化活動記錄、問卷調查、社交媒體文化標籤。
  - 方法：記錄用戶參與文化活動(如音樂會、展覽)的次數和時間。
- 商業價值：文化品牌可針對高參與用戶推廣文化產品或活動。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將參與頻率正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數：將文化參與分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示參與類別(例如 01 表示低參與), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  

$$\text{Cultural Participation} = (\text{參與頻率} \div \text{平均參與頻率}) \times 255。$$
- 數據範例：



- 圖1數據:地址 0057 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
- 解釋:
  - 連續數據:00 = 0, 表示無文化參與數據。
  - 類別變數:0 表示無參與。
  - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0058 - Political Involvement(政治參與)

- 定義:衡量用戶參與政治活動的頻率, 反映政治興趣和參與度。
- 資料收集方式:
  - 來源:政治活動記錄、問卷調查、社交媒體政治標籤。
  - 方法:記錄用戶參與政治活動(如選舉、遊行)的次數和時間。
- 商業價值:政治品牌或組織可針對高參與用戶推廣相關產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將參與頻率正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數:將政治參與分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示參與類別(例如 02 表示中等參與), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
 
$$\text{Political Involvement} = (\text{參與頻率} \div \text{平均參與頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0058 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無政治參與數據。
    - 類別變數:0 表示無參與。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0059 - Religious Involvement(宗教參與)

- 定義:衡量用戶參與宗教活動的頻率, 反映宗教信仰的實踐程度。
- 資料收集方式:
  - 來源:宗教活動記錄、問卷調查、社交媒體宗教標籤。
  - 方法:記錄用戶參與宗教活動(如禮拜、聚會)的次數和時間。
- 商業價值:宗教品牌或組織可針對高參與用戶推廣相關產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將參與頻率正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數:將宗教參與分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示參與類別(例如 01 表示低參與), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
 
$$\text{Religious Involvement} = (\text{參與頻率} \div \text{平均參與頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0059 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無宗教參與數據。
    - 類別變數:0 表示無參與。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 005A - Interest Group Participation(興趣小組參與)

- 定義:衡量用戶參與興趣小組的頻率, 反映興趣參與度。

- 資料收集方式：
  - 來源：興趣小組活動記錄、問卷調查、社交媒體興趣標籤。
  - 方法：記錄用戶參與興趣小組活動(如俱樂部、論壇)的次數和時間。
- 商業價值：興趣品牌可針對高參與用戶推廣相關產品或活動。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將參與頻率正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數：將興趣參與分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示參與類別(例如 02 表示中等參與), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：
 
$$\text{Interest Group Participation} = (\text{參與頻率} \div \text{平均參與頻率}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 005A 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無興趣小組參與數據。
    - 類別變數：0 表示無參與。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 005B - Trust Level(社交信任)

- 定義：衡量用戶對他人的信任程度, 反映社交心理的信任感。
- 資料收集方式：
  - 來源：信任測試問卷、社交互動數據、行為記錄。
  - 方法：記錄用戶在社交場景中的信任行為, 如信任他人建議的頻率。
- 商業價值：社交平台可針對高信任用戶推廣合作項目。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將信任得分正規化至 0-255, 0 表示無信任, 255 表示極高信任。
  - 類別變數：將信任分為 256 級, 0 表示無信任, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示信任類別(例如 0F 表示高信任), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：
 
$$\text{Trust Level} = (\text{信任得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 005B 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無信任數據。
    - 類別變數：0 表示無信任。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 005C - Social Support(社交支持)

- 定義：衡量用戶從社交網絡獲得的支持強度, 反映社交資源的豐富度。
- 資料收集方式：
  - 來源：支持測試問卷、社交互動數據、行為記錄。
  - 方法：記錄用戶從朋友、家人或同事獲得的支持頻率和質量。
- 商業價值：心理健康品牌可針對低支持用戶推廣社交支持服務。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將支持得分正規化至 0-255, 0 表示無支持, 255 表示極高支持。
  - 類別變數：將社交支持分為 256 級, 0 表示無支持, 255 表示極高。

- 混合編碼:前兩字節表示支持類別(例如 01 表示低支持), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Social Support} = (\text{支持得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 005C 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交支持數據。
    - 類別變數:0 表示無支持。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 005D - Social Isolation(社交孤立)

- 定義:衡量用戶的社交孤立感, 反映社交心理的孤獨程度。
- 資料收集方式:
  - 來源:孤立測試問卷、社交媒體行為、活動參與數據。
  - 方法:記錄用戶的社交孤立得分, 如社交互動頻率的缺失。
- 商業價值:心理健康品牌可針對高孤立感用戶推廣社交支持服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將孤立得分正規化至 0-255, 0 表示無孤立, 255 表示極高孤立。
  - 類別變數:將社交孤立分為 256 級, 0 表示無孤立, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示孤立類別(例如 01 表示低孤立), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Social Isolation} = (\text{孤立得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 005D 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交孤立數據。
    - 類別變數:0 表示無孤立。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 005E - Social Focus(社交焦點)

- 定義:衡量用戶社交互動的焦點, 反映社交行為的優先方向。
- 資料收集方式:
  - 來源:社交媒體行為、問卷調查、活動記錄。
  - 方法:記錄用戶關注的社交對象或活動類型, 如個人或群體。
- 商業價值:品牌可針對個人或群體焦點用戶設計定制活動。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將焦點得分正規化至 0-255, 0 表示無焦點, 255 表示極高焦點。
  - 類別變數:將社交焦點分為 256 級, 0 表示無焦點, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示焦點類別(例如 02 表示中等焦點), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Social Focus} = (\text{焦點得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 005E 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交焦點數據。

- 類別變數:0 表示無焦點。
- 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 005F - Social Motivation(社交動機)

- 定義:衡量用戶參與社交的動機強度, 反映社交心理的驅動力。
- 資料收集方式:
  - 來源:動機測試問卷、社交媒體行為、活動參與數據。
  - 方法:記錄用戶參與社交的內在動機(如興趣、義務)。
- 商業價值:活動品牌可針對高動機用戶推廣社交產品或活動。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將動機得分正規化至 0-255, 0 表示無動機, 255 表示極高動機。
  - 類別變數:將社交動機分為 256 級, 0 表示無動機, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示動機類別(例如 0F 表示高動機), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
$$\text{Social Motivation} = (\text{動機得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 005F 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交動機數據。
    - 類別變數:0 表示無動機。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0060 - Social Style(社交風格)

- 定義:衡量用戶的社交行為風格, 反映主動或被動的社交傾向。
- 資料收集方式:
  - 來源:社交媒體行為、問卷調查、活動參與數據。
  - 方法:記錄用戶在社交場景中的行為模式, 如主動發起對話或被動回應。
- 商業價值:品牌可針對主動或被動風格用戶設計定制活動或產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將社交風格得分正規化至 0-255, 0 表示極被動, 255 表示極主動。
  - 類別變數:將社交風格分為 256 級, 0 表示極被動, 255 表示極主動。
  - 混合編碼:前兩字節表示風格類別(例如 01 表示被動風格), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Social Style} = (\text{風格得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0060 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交風格數據。
    - 類別變數:0 表示極被動或無數據。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0061 - Social Role(社交角色)

- 定義:衡量用戶在社交中的角色, 反映領導者、追隨者或協調者的地位。
- 資料收集方式:
  - 來源:社交媒體行為、團隊活動數據、問卷調查。
  - 方法:記錄用戶在社交群體中的角色表現, 如領導次數或協作頻率。

- 商業價值: 領導品牌可針對領導者角色用戶推廣職業發展產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將角色得分正規化至 0-255, 0 表示無角色, 255 表示極高角色影響力。
  - 類別變數: 將社交角色分為 256 級, 0 表示無角色, 255 表示極高地位。
  - 混合編碼: 前兩字節表示角色類別(例如 0F 表示領導者), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{Social Role} = (\text{角色得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0061 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無社交角色數據。
    - 類別變數: 0 表示無角色。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0062 - Social Preference(社交偏好)

- 定義: 衡量用戶的社交活動偏好, 反映群聚或獨處的傾向。
- 資料收集方式:
  - 來源: 社交媒體行為、問卷調查、活動記錄。
  - 方法: 記錄用戶偏好的社交場景, 如群體活動或個人活動。
- 商業價值: 活動品牌可針對群聚或獨處偏好用戶推廣定制產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將偏好得分正規化至 0-255, 0 表示極獨處, 255 表示極群聚。
  - 類別變數: 將社交偏好分為 256 級, 0 表示極獨處, 255 表示極群聚。
  - 混合編碼: 前兩字節表示偏好類別(例如 01 表示獨處偏好), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Social Preference} = (\text{偏好得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0062 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無社交偏好數據。
    - 類別變數: 0 表示無偏好。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0063 - Social Adaptability(社交適應性)

- 定義: 衡量用戶適應新社交環境的能力, 反映社交靈活性。
- 資料收集方式:
  - 來源: 社交測試數據、問卷調查、活動記錄。
  - 方法: 記錄用戶在新社交場景中的適應表現, 如融入速度和舒適度。
- 商業價值: 培訓品牌可針對低適應性用戶推廣社交課程。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將適應性得分正規化至 0-255, 0 表示無適應性, 255 表示極高適應性。
  - 類別變數: 將適應性分為 256 級, 0 表示無適應, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示適應類別(例如 01 表示低適應), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。

- 計算公式：  
Social Adaptability = (適應性得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0063 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無社交適應性數據。
    - 類別變數：0 表示無適應性。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0064 - Social Innovation(社交創新)

- 定義：衡量用戶在社交中的創新能力，反映社交創造力。
- 資料收集方式：
  - 來源：社交內容分析、問卷調查、活動記錄。
  - 方法：記錄用戶在社交場景中的創新行為，如新活動提案或創意互動。
- 商業價值：創新品牌可針對高創新用戶推廣社交產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將創新得分正規化至 0-255, 0 表示無創新, 255 表示極高創新。
  - 類別變數：將社交創新分為 256 級, 0 表示無創新, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示創新類別(例如 0F 表示高創新), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  
Social Innovation = (創新得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0064 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無社交創新數據。
    - 類別變數：0 表示無創新。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0065 - Social Learning(社交學習)

- 定義：衡量用戶從社交中學習的能力，反映社交智慧。
- 資料收集方式：
  - 來源：學習測試數據、問卷調查、社交互動記錄。
  - 方法：記錄用戶從社交互動中獲取知識的表現，如學習效率和記憶能力。
- 商業價值：教育品牌可針對高學習能力用戶推廣學習產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將學習得分正規化至 0-255, 0 表示無學習, 255 表示極高學習能力。
  - 類別變數：將社交學習分為 256 級, 0 表示無學習, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示學習類別(例如 02 表示中等學習), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  
Social Learning = (學習得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0065 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無社交學習數據。
    - 類別變數：0 表示無學習。

- 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0066 - Social Memory(社交記憶)

- 定義:衡量用戶記住社交細節的能力, 反映社交記憶力。
- 資料收集方式:
  - 來源:記憶測試數據、問卷調查、社交互動記錄。
  - 方法:記錄用戶記憶社交對象或細節的表現, 如人名和事件。
- 商業價值:記憶訓練品牌可針對低記憶力用戶推廣記憶課程。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將記憶得分正規化至 0-255, 0 表示無記憶, 255 表示極高記憶力。
  - 類別變數:將社交記憶分為 256 級, 0 表示無記憶, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示記憶類別(例如 01 表示低記憶), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Social Memory} = (\text{記憶得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0066 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交記憶數據。
    - 類別變數:0 表示無記憶。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0067 - Social Perception(社交感知)

- 定義:衡量用戶感知社交線索的能力, 反映社交敏感性。
- 資料收集方式:
  - 來源:感知測試數據、問卷調查、社交互動記錄。
  - 方法:記錄用戶在社交場景中感知他人情緒或意圖的表現。
- 商業價值:心理品牌可針對低感知力用戶推廣社交訓練服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將感知得分正規化至 0-255, 0 表示無感知, 255 表示極高感知力。
  - 類別變數:將社交感知分為 256 級, 0 表示無感知, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示感知類別(例如 0F 表示高感知), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
$$\text{Social Perception} = (\text{感知得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0067 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交感知數據。
    - 類別變數:0 表示無感知。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0068 - Social Response(社交反應)

- 定義:衡量用戶對社交刺激的反應速度, 反映社交敏捷性。
- 資料收集方式:
  - 來源:社交互動測試、問卷調查、行為數據。
  - 方法:記錄用戶在社交場景中對問題或互動的反應時間。
- 商業價值:互動品牌可針對快反應用戶推廣即時互動產品。

- 編碼方式：
  - 連續數據：將反應時間與平均值的比值正規化至 0-255, 0 表示最慢, 255 表示最快。
  - 類別變數：將社交反應分為 256 級, 0 表示最慢, 255 表示最快。
  - 混合編碼：前兩字節表示反應類別(例如 0F 表示快反應), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：
 
$$\text{Social Response} = (\text{最快反應時間} \div \text{平均反應時間}) \times 255, \text{ 結果反向映射(越快越高)}。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0068 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無社交反應數據或最慢反應。
    - 類別變數：0 表示最慢反應。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0069 - Social Expression(社交表達)

- 定義：衡量用戶表達社交情感的能力, 反映社交自信和表達力。
- 資料收集方式：
  - 來源：社交媒體發文數據、問卷調查、活動記錄。
  - 方法：記錄用戶在社交場景中的情感表達頻率和質量。
- 商業價值：媒體品牌可針對高表達力用戶推廣內容創作平台。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將表達得分正規化至 0-255, 0 表示無表達, 255 表示極高表達力。
  - 類別變數：將社交表達分為 256 級, 0 表示無表達, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示表達類別(例如 0F 表示高表達), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：
 
$$\text{Social Expression} = (\text{表達得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0069 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無社交表達數據。
    - 類別變數：0 表示無表達。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 006A - Social Control(社交控制)

- 定義：衡量用戶控制社交情境的能力, 反映社交領導力和影響力。
- 資料收集方式：
  - 來源：社交測試數據、問卷調查、團隊活動記錄。
  - 方法：記錄用戶在社交場景中控制情況的能力, 如調解衝突或引導討論。
- 商業價值：領導品牌可針對高控制力用戶推廣領導力產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將控制得分正規化至 0-255, 0 表示無控制, 255 表示極高控制力。
  - 類別變數：將社交控制分為 256 級, 0 表示無控制, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示控制類別(例如 0F 表示高控制), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：
 
$$\text{Social Control} = (\text{控制得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$



- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 006A 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無社交控制數據。
    - 類別變數：0 表示無控制。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 006B - Social Creativity(社交創造力)

- 定義：衡量用戶在社交中的創造力，反映提出新想法或創意互動的能力。
- 資料收集方式：
  - 來源：社交內容分析、問卷調查、活動記錄。
  - 方法：記錄用戶在社交場景中創建新活動、分享創意內容的頻率和質量。
- 商業價值：創新品牌可針對高創造力用戶推廣社交產品或活動。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將創造力得分正規化至 0-255, 0 表示無創造力, 255 表示極高創造力。
  - 類別變數：將社交創造力分為 256 級, 0 表示無創造力, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示創造力類別(例如 0F 表示高創造力), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：
 
$$\text{Social Creativity} = (\text{創造力得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 006B 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無社交創造力數據。
    - 類別變數：0 表示無創造力。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 006C - Social Intelligence(社交智慧)

- 定義：衡量用戶的社交智慧水平，反映理解和應對社交情境的能力。
- 資料收集方式：
  - 來源：智慧測試數據、問卷調查、社交互動記錄。
  - 方法：記錄用戶在社交場景中理解他人行為和情緒的表現，如情緒識別和策略應對。
- 商業價值：教育品牌可針對高智慧用戶推廣社交技能課程。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將智慧得分正規化至 0-255, 0 表示無智慧, 255 表示極高智慧。
  - 類別變數：將社交智慧分為 256 級, 0 表示無智慧, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示智慧類別(例如 0F 表示高智慧), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：
 
$$\text{Social Intelligence} = (\text{智慧得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 006C 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無社交智慧數據。
    - 類別變數：0 表示無智慧。

- 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 006D - Social Emotion(社交情緒)

- 定義:衡量用戶在社交中的情緒強度, 反映社交情感的豐富程度。
- 資料收集方式:
  - 來源:情緒測試問卷、社交媒體行為、活動記錄。
  - 方法:記錄用戶在社交場景中展現的情緒反應頻率和強度。
- 商業價值:心理品牌可針對高情緒強度用戶推廣情緒管理服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將情緒得分正規化至 0-255, 0 表示無情緒, 255 表示極高情緒。
  - 類別變數:將社交情緒分為 256 級, 0 表示無情緒, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示情緒類別(例如 01 表示低情緒), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Social Emotion} = (\text{情緒得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 006D 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交情緒數據。
    - 類別變數:0 表示無情緒。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 006E - Social Health(社交健康)

- 定義:衡量用戶的社交健康整體指數, 反映社交生活的健康程度。
- 資料收集方式:
  - 來源:健康測試問卷、社交互動數據、行為記錄。
  - 方法:記錄用戶社交生活的滿意度、支持度和孤立感加權平均。
- 商業價值:心理健康品牌可針對低健康用戶推廣社交支持服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將健康得分正規化至 0-255, 0 表示極不健康, 255 表示極健康。
  - 類別變數:將社交健康分為 256 級, 0 表示極不健康, 255 表示極健康。
  - 混合編碼:前兩字節表示健康類別(例如 01 表示低健康), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Social Health} = (\text{滿意度} \times 0.4 + \text{支持度} \times 0.3 + \text{孤立感負值} \times 0.3) \times 255, \text{負值表示孤立感的倒數。}$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 006E 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交健康數據。
    - 類別變數:0 表示極不健康。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 006F - Social Satisfaction(社交滿意度)

- 定義:衡量用戶對社交生活的滿意程度, 反映社交心理的幸福感。
- 資料收集方式:
  - 來源:滿意度測試問卷、社交互動數據、行為記錄。
  - 方法:記錄用戶對社交活動的滿意度得分, 如社交關係和活動體驗。

- 商業價值: 社交平台可針對低滿意度用戶推廣改善服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將滿意度得分正規化至 0-255, 0 表示極不滿意, 255 表示極滿意。
  - 類別變數: 將社交滿意度分為 256 級, 0 表示極不滿意, 255 表示極滿意。
  - 混合編碼: 前兩字節表示滿意度類別(例如 0F 表示高滿意), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{Social Satisfaction} = (\text{滿意度得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 006F 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無社交滿意度數據。
    - 類別變數: 0 表示極不滿意。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0070 - Social Goals(社交目標)

- 定義: 衡量用戶社交目標的明確度, 反映社交心理的目標導向性。
- 資料收集方式:
  - 來源: 目標測試問卷、社交媒體行為、活動記錄。
  - 方法: 記錄用戶設定的社交目標清晰度和實現進度。
- 商業價值: 目標設定品牌可針對明確目標用戶推廣目標管理產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將目標得分正規化至 0-255, 0 表示無目標, 255 表示極明確目標。
  - 類別變數: 將社交目標分為 256 級, 0 表示無目標, 255 表示極明確。
  - 混合編碼: 前兩字節表示目標類別(例如 02 表示中等目標), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Social Goals} = (\text{目標明確度得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0070 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無社交目標數據。
    - 類別變數: 0 表示無目標。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0071 - Social Achievements(社交成就)

- 定義: 衡量用戶的社交成就感, 反映社交心理的成就滿意度。
- 資料收集方式:
  - 來源: 成就測試問卷、社交媒體行為、活動記錄。
  - 方法: 記錄用戶在社交場景中的成就得分, 如獎項獲得和認可頻率。
- 商業價值: 成就品牌可針對高成就感用戶推廣認可產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將成就得分正規化至 0-255, 0 表示無成就, 255 表示極高成就。
  - 類別變數: 將社交成就分為 256 級, 0 表示無成就, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示成就類別(例如 0F 表示高成就), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{Social Achievements} = (\text{成就得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$

- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 0071 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交成就數據。
    - 類別變數:0 表示無成就。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0072 - Social Challenges(社交挑戰)

- 定義:衡量用戶面臨的社交挑戰, 反映社交心理的壓力程度。
- 資料收集方式:
  - 來源:挑戰測試問卷、社交媒體行為、活動記錄。
  - 方法:記錄用戶在社交場景中遇到的困難, 如衝突和壓力頻率。
- 商業價值:心理品牌可針對高挑戰用戶推廣社交支持服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將挑戰得分正規化至 0-255, 0 表示無挑戰, 255 表示極高挑戰。
  - 類別變數:將社交挑戰分為 256 級, 0 表示無挑戰, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示挑戰類別(例如 01 表示低挑戰), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Social Challenges} = (\text{挑戰得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0072 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交挑戰數據。
    - 類別變數:0 表示無挑戰。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0073 - Social Resources(社交資源)

- 定義:衡量用戶可用的社交資源, 反映社交網絡的豐富度。
- 資料收集方式:
  - 來源:資源測試問卷、社交媒體行為、活動記錄。
  - 方法:記錄用戶可利用的社交支持、聯繫人和資源數量。
- 商業價值:資源品牌可針對低資源用戶推廣社交擴展服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將資源得分正規化至 0-255, 0 表示無資源, 255 表示極高資源。
  - 類別變數:將社交資源分為 256 級, 0 表示無資源, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示資源類別(例如 02 表示中等資源), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Social Resources} = (\text{資源得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0073 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交資源數據。
    - 類別變數:0 表示無資源。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0074 - Social Support Received(獲得的社交支持)

- 定義: 衡量用戶從社交網絡獲得的支持程度, 反映社交支援的質量。
- 資料收集方式:
  - 來源: 支持測試問卷、社交互動數據、行為記錄。
  - 方法: 記錄用戶從朋友、家人或同事獲得的支持頻率和質量。
- 商業價值: 心理品牌可針對低支持用戶推廣社交支持服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將支持得分正規化至 0-255, 0 表示無支持, 255 表示極高支持。
  - 類別變數: 將獲得支持分為 256 級, 0 表示無支持, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示支持類別(例如 01 表示低支持), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Social Support Received} = (\text{支持得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0074 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無獲得支持數據。
    - 類別變數: 0 表示無支持。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0075 - Social Pressure(社交壓力)

- 定義: 衡量用戶面臨的社交壓力程度, 反映社交心理的壓力負擔。
- 資料收集方式:
  - 來源: 壓力測試問卷、社交媒體行為、活動記錄。
  - 方法: 記錄用戶在社交場景中感受到的壓力頻率和強度。
- 商業價值: 減壓品牌可針對高壓力用戶推廣減壓服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將壓力得分正規化至 0-255, 0 表示無壓力, 255 表示極高壓力。
  - 類別變數: 將社交壓力分為 256 級, 0 表示無壓力, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示壓力類別(例如 01 表示低壓力), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Social Pressure} = (\text{壓力得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 0075 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無社交壓力數據。
    - 類別變數: 0 表示無壓力。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0076 - Social Balance(社交平衡)

- 定義: 衡量用戶社交與個人生活的平衡程度, 反映社交心理的和諧性。
- 資料收集方式:
  - 來源: 平衡測試問卷、社交媒體行為、活動記錄。
  - 方法: 記錄用戶在社交與個人時間分配的平衡程度。
- 商業價值: 生活管理品牌可針對失衡用戶推廣平衡服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將平衡得分正規化至 0-255, 0 表示極失衡, 255 表示極平衡。

- 類別變數:將社交平衡分為 256 級, 0 表示極失衡, 255 表示極平衡。
- 混合編碼:前兩字節表示平衡類別(例如 02 表示中等平衡), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Social Balance} = (\text{平衡得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0076 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交平衡數據。
    - 類別變數:0 表示極失衡。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0077 - Language Proficiency(語言能力)

- 定義:衡量用戶掌握語言的數量和流利程度, 反映社交能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:語言測試數據、問卷調查、社交媒體語言使用。
  - 方法:記錄用戶掌握的語言數量和每種語言的流利度。
- 商業價值:教育品牌可針對多語言用戶推廣語言課程。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將語言能力得分正規化至 0-255, 0 表示無能力, 255 表示極高能力。
  - 類別變數:將語言能力分為 256 級, 0 表示無能力, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示能力類別(例如 0F 表示高能力), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{Language Proficiency} = (\text{語言能力得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0077 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無語言能力數據。
    - 類別變數:0 表示無能力。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0078 - Cross-Cultural Communication(跨文化交流)

- 定義:衡量用戶的跨文化交流能力, 反映社交多元性。
- 資料收集方式:
  - 來源:文化交流測試數據、問卷調查、社交媒體行為。
  - 方法:記錄用戶與不同文化背景者的交流表現, 如理解力和適應性。
- 商業價值:國際品牌可針對高能力用戶推廣多元產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將交流能力得分正規化至 0-255, 0 表示無能力, 255 表示極高能力。
  - 類別變數:將跨文化交流分為 256 級, 0 表示無能力, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示能力類別(例如 02 表示中等能力), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Cross-Cultural Communication} = (\text{交流能力得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:

- 圖1數據:地址 0078 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
- 解釋:
  - 連續數據:00 = 0, 表示無跨文化交流數據。
  - 類別變數:0 表示無能力。
  - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0079 - Social Etiquette(社交禮儀)

- 定義:衡量用戶掌握社交禮儀的程度, 反映社交規範的遵循度。
- 資料收集方式:
  - 來源:禮儀測試數據、問卷調查、社交行為記錄。
  - 方法:記錄用戶在社交場景中遵守禮儀的表現, 如行為規範和尊重程度。
- 商業價值:培訓品牌可針對低禮儀用戶推廣社交課程。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將禮儀得分正規化至 0-255, 0 表示無禮儀, 255 表示極高禮儀。
  - 類別變數:將社交禮儀分為 256 級, 0 表示無禮儀, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示禮儀類別(例如 01 表示低禮儀), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Social Etiquette} = (\text{禮儀得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0079 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交禮儀數據。
    - 類別變數:0 表示無禮儀。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 007A - Online Etiquette(網絡禮儀)

- 定義:衡量用戶掌握網絡社交禮儀的程度, 反映數位社交規範的遵循度。
- 資料收集方式:
  - 來源:網絡行為數據、問卷調查、社交媒體互動記錄。
  - 方法:記錄用戶在線社交中的禮儀表現, 如尊重他人和遵守規則。
- 商業價值:數位平台可針對低禮儀用戶推廣網絡行為教育。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將網絡禮儀得分正規化至 0-255, 0 表示無禮儀, 255 表示極高禮儀。
  - 類別變數:將網絡禮儀分為 256 級, 0 表示無禮儀, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示禮儀類別(例如 01 表示低禮儀), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Online Etiquette} = (\text{網絡禮儀得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 007A 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無網絡禮儀數據。
    - 類別變數:0 表示無禮儀。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 007B - Referral Persuasion(推薦說服)

- 定義:衡量用戶推薦說服他人的能力, 反映社交影響力。
  - 資料收集方式:
    - 來源:推薦數據、問卷調查、社交媒體行為。
    - 方法:記錄用戶成功說服他人參與活動或購買產品的頻率。
  - 商業價值:營銷品牌可針對高說服力用戶推廣推薦計劃。
  - 編碼方式:
    - 連續數據:將說服得分正規化至 0-255, 0 表示無說服力, 255 表示極高說服力。
    - 類別變數:將推薦說服分為 256 級, 0 表示無說服, 255 表示極高。
    - 混合編碼:前兩字節表示說服類別(例如 0F 表示高說服), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
  - 計算公式:  
$$\text{Referral Persuasion} = (\text{說服得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
  - 數據範例:
    - 圖1數據:地址 007B 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
    - 解釋:
      - 連續數據:00 = 0, 表示無推薦說服數據。
      - 類別變數:0 表示無說服力。
      - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 007C - Community Leader(社區領導)

- 定義:衡量用戶在社區中的領導角色, 反映社交地位。
  - 資料收集方式:
    - 來源:社區活動數據、問卷調查、社交媒體領導行為。
    - 方法:記錄用戶在社區中的領導表現, 如活動組織和影響力。
  - 商業價值:社區品牌可針對領導者推廣相關產品或服務。
  - 編碼方式:
    - 連續數據:將領導得分正規化至 0-255, 0 表示無領導, 255 表示極高領導力。
    - 類別變數:將社區領導分為 256 級, 0 表示無領導, 255 表示極高。
    - 混合編碼:前兩字節表示領導類別(例如 0F 表示高領導), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
  - 計算公式:  
$$\text{Community Leader} = (\text{領導得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
  - 數據範例:
    - 圖1數據:地址 007C 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
    - 解釋:
      - 連續數據:00 = 0, 表示無社區領導數據。
      - 類別變數:0 表示無領導。
      - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。
- 

#### 屬性 007D - Social Media Engagement(社交媒體參與)

- 定義:衡量用戶在社交媒體上的參與度, 反映數位社交活躍程度。
- 資料收集方式:
  - 來源:社交媒體平台數據、問卷調查、行為記錄。
  - 方法:記錄用戶在社交媒體上的點讚、分享、留言頻率。
- 商業價值:社交平台可針對高參與用戶推廣廣告或活動。
- 編碼方式:



- 連續數據:將參與得分正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
- 類別變數:將社交媒體參與分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
- 混合編碼:前兩字節表示參與類別(例如 02 表示中等參與), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Social Media Engagement} = (\text{參與頻率} \div \text{平均參與頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 007D 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交媒體參與數據。
    - 類別變數:0 表示無參與。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 007E - Field Leader(領域領導)

- 定義:衡量用戶在特定領域的領導地位, 反映專業社交影響力。
- 資料收集方式:
  - 來源:專業領域數據、問卷調查、社交媒體行為。
  - 方法:記錄用戶在專業領域中的領導表現, 如項目帶領和影響力。
- 商業價值:專業品牌可針對領導者推廣相關產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將領導得分正規化至 0-255, 0 表示無領導, 255 表示極高領導力。
  - 類別變數:將領域領導分為 256 級, 0 表示無領導, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示領導類別(例如 0F 表示高領導), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{Field Leader} = (\text{領導得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 007E 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無領域領導數據。
    - 類別變數:0 表示無領導。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 007F - Empathy Evangelist(同理心推廣者)

- 定義:衡量用戶推廣同理心的能力, 反映社交情感的影響力。
- 資料收集方式:
  - 來源:推廣測試數據、問卷調查、社交媒體行為。
  - 方法:記錄用戶推廣同理心行為的頻率和影響力, 如分享同理心內容。
- 商業價值:心理品牌可針對高同理心能力用戶推廣社交服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將推廣得分正規化至 0-255, 0 表示無推廣, 255 表示極高推廣力。
  - 類別變數:將同理心推廣分為 256 級, 0 表示無推廣, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示推廣類別(例如 0F 表示高推廣), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{Empathy Evangelist} = (\text{推廣得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 007F 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。

- 解釋:
  - 連續數據:00 = 0, 表示無同理心推廣數據。
  - 類別變數:0 表示無推廣。
  - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

### 3-3. Digital(數位)維度:0080 - 00BF(64 個屬性)

#### 屬性 0080 - Internet OG Sharing(互聯網原生分享)

- 定義:衡量用戶在互聯網上的分享行為,反映數位足跡的活躍度。
- 資料收集方式:
  - 來源:社交媒體平台數據、內容分享記錄、數位行為分析。
  - 方法:記錄用戶在線分享內容(如文章、圖片、視頻)的頻率和質量。
- 商業價值:數位平台可針對高分享用戶推廣廣告或內容創建工具。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將分享頻率正規化至 0-255, 0 表示無分享, 255 表示極高分享。
  - 類別變數:將分享行為分為 256 級, 0 表示無分享, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示分享類別(例如 02 表示中等分享), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Internet OG Sharing} = (\text{分享頻率} \div \text{平均分享頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0080 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無互聯網分享數據。
    - 類別變數:0 表示無分享。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0081 - Digital Literacy(數位素養)

- 定義:衡量用戶理解和使用數位技術的能力,反映數位能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:數位素養測試、問卷調查、數位行為記錄。
  - 方法:記錄用戶在數位工具使用中的表現得分,如操作效率和理解程度。
- 商業價值:教育品牌可針對低素養用戶推廣數位課程。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將素養得分正規化至 0-255, 0 表示無素養, 255 表示極高素養。
  - 類別變數:將數位素養分為 256 級, 0 表示無素養, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示素養類別(例如 01 表示低素養), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Digital Literacy} = (\text{素養得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0081 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無數位素養數據。
    - 類別變數:0 表示無素養。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0082 - Stock Investment Winner(股票投資成功者)

- 定義:衡量用戶在股票投資中的成功率,反映數位金融能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:金融應用數據、交易記錄。
  - 方法:記錄用戶股票交易的成功率和利潤。
- 商業價值:金融品牌可針對成功用戶推廣投資產品。

- 編碼方式：
  - 連續數據：將成功率正規化至 0-255, 0 表示無成功, 255 表示極高成功。
  - 類別變數：將投資成功分為 256 級, 0 表示無成功, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示成功類別(例如 0F 表示高成功), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  

$$\text{Stock Investment Winner} = (\text{成功交易次數} \div \text{總交易次數}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0082 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無股票投資成功數據。
    - 類別變數：0 表示無成功。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0083 - Game Achiever(遊戲成就者)

- 定義：衡量用戶在遊戲中的成就水平, 反映數位娛樂能力。
- 資料收集方式：
  - 來源：遊戲平台數據、成就記錄。
  - 方法：記錄用戶在遊戲中的成就數量和等級。
- 商業價值：遊戲品牌可針對高成就用戶推廣遊戲內購或新遊戲。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將成就得分正規化至 0-255, 0 表示無成就, 255 表示極高成就。
  - 類別變數：將遊戲成就分為 256 級, 0 表示無成就, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示成就類別(例如 02 表示中等成就), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  

$$\text{Game Achiever} = (\text{成就數量} \div \text{總成就數}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0083 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無遊戲成就數據。
    - 類別變數：0 表示無成就。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0084 - Texas Hold'em Hero(德州撲克英雄)

- 定義：衡量用戶在德州撲克遊戲中的技能, 反映數位娛樂能力。
- 資料收集方式：
  - 來源：遊戲平台數據、撲克對戰記錄。
  - 方法：記錄用戶在德州撲克中的勝率和排名。
- 商業價值：博彩品牌可針對高技能用戶推廣撲克相關產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將技能得分正規化至 0-255, 0 表示無技能, 255 表示極高技能。
  - 類別變數：將撲克技能分為 256 級, 0 表示無技能, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示技能類別(例如 0F 表示高技能), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  

$$\text{Texas Hold'em Hero} = (\text{勝率} \div \text{最高勝率}) \times 255。$$
- 數據範例：

- 圖1數據:地址 0084 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
- 解釋:
  - 連續數據:00 = 0, 表示無德州撲克技能數據。
  - 類別變數:0 表示無技能。
  - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0085 - Mahjong Hero(麻將英雄)

- 定義:衡量用戶在麻將遊戲中的技能, 反映數位娛樂能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:遊戲平台數據、麻將對戰記錄。
  - 方法:記錄用戶在麻將中的勝率和排名。
- 商業價值:博彩品牌可針對高技能用戶推廣麻將相關產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將技能得分正規化至 0-255, 0 表示無技能, 255 表示極高技能。
  - 類別變數:將麻將技能分為 256 級, 0 表示無技能, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示技能類別(例如 02 表示中等技能), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
 
$$\text{Mahjong Hero} = (\text{勝率} \div \text{最高勝率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0085 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無麻將技能數據。
    - 類別變數:0 表示無技能。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0086 - Game Skill Hero(遊戲技能英雄)

- 定義:衡量用戶在一般遊戲中的整體技能, 反映數位娛樂能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:遊戲平台數據、遊戲成就記錄。
  - 方法:記錄用戶在多款遊戲中的平均技能水平和勝率。
- 商業價值:遊戲品牌可針對高技能用戶推廣遊戲產品或內購。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將技能得分正規化至 0-255, 0 表示無技能, 255 表示極高技能。
  - 類別變數:將遊戲技能分為 256 級, 0 表示無技能, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示技能類別(例如 0F 表示高技能), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:
 
$$\text{Game Skill Hero} = (\text{平均勝率} \div \text{最高勝率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0086 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無遊戲技能數據。
    - 類別變數:0 表示無技能。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0087 - Cybersecurity Awareness(網絡安全意識)

- 定義:衡量用戶對網絡安全的意識程度, 反映數位安全知識。

- 資料收集方式：
  - 來源：安全測試數據、問卷調查、數位行為記錄。
  - 方法：記錄用戶在網絡安全測試中的表現，如識別詐騙和保護隱私的知識。
- 商業價值：安全品牌可針對低意識用戶推廣網絡安全產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將意識得分正規化至 0-255, 0 表示無意識, 255 表示極高意識。
  - 類別變數：將網絡安全意識分為 256 級, 0 表示無意識, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示意識類別(例如 01 表示低意識), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：
 
$$\text{Cybersecurity Awareness} = (\text{意識得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0087 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無網絡安全意識數據。
    - 類別變數：0 表示無意識。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0088 - Programming Level(編程水平)

- 定義：衡量用戶的編程技能水平，反映數位技術能力。
- 資料收集方式：
  - 來源：編程測試數據、程式碼提交記錄。
  - 方法：記錄用戶在編程任務中的表現，如代碼質量和完成效率。
- 商業價值：科技品牌可針對高水平用戶推廣編程工具或產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將編程水平得分正規化至 0-255, 0 表示無技能, 255 表示極高技能。
  - 類別變數：將編程水平分為 256 級, 0 表示無技能, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示技能類別(例如 0F 表示高技能), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：
 
$$\text{Programming Level} = (\text{編程得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0088 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無編程水平數據。
    - 類別變數：0 表示無技能。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0089 - Chain Adaptability(區塊鏈適應能力)

- 定義：衡量用戶對區塊鏈技術的適應能力，反映數位技術能力。
- 資料收集方式：
  - 來源：區塊鏈活動數據、問卷調查、數位行為記錄。
  - 方法：記錄用戶在區塊鏈應用中的適應表現，如使用頻率和理解程度。
- 商業價值：區塊鏈品牌可針對高適應力用戶推廣區塊鏈產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將適應力得分正規化至 0-255, 0 表示無適應, 255 表示極高適應。
  - 類別變數：將區塊鏈適應分為 256 級, 0 表示無適應, 255 表示極高。

- 混合編碼:前兩字節表示適應類別(例如 02 表示中等適應), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
Chain Adaptability = (適應力得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0089 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無區塊鏈適應能力數據。
    - 類別變數:0 表示無適應。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 008A - Virtual Reality Experience(虛擬現實體驗)

- 定義:衡量用戶使用虛擬現實(VR)的頻率和水平, 反映數位娛樂能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:VR 設備數據、遊戲平台記錄。
  - 方法:記錄用戶在 VR 環境中的使用時間和技能表現。
- 商業價值:VR 品牌可針對高頻率用戶推廣 VR 產品或內容。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將體驗得分正規化至 0-255, 0 表示無體驗, 255 表示極高體驗。
  - 類別變數:將 VR 體驗分為 256 級, 0 表示無體驗, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示體驗類別(例如 0F 表示高體驗), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
Virtual Reality Experience = (使用頻率 ÷ 最高頻率) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 008A 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無 VR 體驗數據。
    - 類別變數:0 表示無體驗。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 0090 - Digital Content Creation(數位內容創作)

- 定義:衡量用戶創作數位內容的頻率和質量, 反映數位創作能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:內容平台數據(如 YouTube、博客)、數位行為記錄。
  - 方法:記錄用戶創作數位內容(如文章、視頻)的頻率、觀看量和互動率。
- 商業價值:內容品牌可針對高頻率用戶推廣創作工具或平台。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將創作得分正規化至 0-255, 0 表示無創作, 255 表示極高創作。
  - 類別變數:將數位內容創作分為 256 級, 0 表示無創作, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示創作類別(例如 02 表示中等創作), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
Digital Content Creation = (創作頻率 ÷ 平均創作頻率) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0090 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。

- 解釋：
  - 連續數據:00 = 0, 表示無數位內容創作數據。
  - 類別變數:0 表示無創作。
  - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0091 - E-Commerce Expertise(電商專長)

- 定義:衡量用戶在電子商務操作中的專長, 反映數位消費能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:電商平台數據、交易記錄。
  - 方法:記錄用戶在電商平台的交易成功率、評價和銷售技巧。
- 商業價值:電商品牌可針對高專長用戶推廣銷售工具或產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將專長得分正規化至 0-255, 0 表示無專長, 255 表示極高專長。
  - 類別變數:將電商專長分為 256 級, 0 表示無專長, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示專長類別(例如 0F 表示高專長), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:
 
$$\text{E-Commerce Expertise} = (\text{專長得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0091 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無電商專長數據。
    - 類別變數:0 表示無專長。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0092 - User Experience Empathy(用戶體驗同理心)

- 定義:衡量用戶對數位用戶體驗的同理心, 反映數位設計能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:UX 測試數據、問卷調查、數位行為記錄。
  - 方法:記錄用戶理解和改進數位產品用戶體驗的能力, 如反饋質量。
- 商業價值:UX 品牌可針對高同理心用戶推廣設計工具或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將同理心得分正規化至 0-255, 0 表示無同理心, 255 表示極高同理心。
  - 類別變數:將用戶體驗同理心分為 256 級, 0 表示無同理心, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示同理心類別(例如 01 表示低同理心), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
 
$$\text{User Experience Empathy} = (\text{同理心得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0092 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無用戶體驗同理心數據。
    - 類別變數:0 表示無同理心。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0093 - Engineering Developer(工程開發者)

- 定義:衡量用戶的工程開發技能, 反映數位技術能力。



- 資料收集方式：
  - 來源：工程項目數據、程式碼提交記錄。
  - 方法：記錄用戶在工程開發中的表現，如代碼質量和專案完成率。
- 商業價值：科技品牌可針對高技能用戶推廣工程工具或產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將開發技能得分正規化至 0-255, 0 表示無技能, 255 表示極高技能。
  - 類別變數：將工程開發分為 256 級, 0 表示無技能, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示技能類別(例如 0F 表示高技能), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：
 
$$\text{Engineering Developer} = (\text{開發得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0093 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無工程開發技能數據。
    - 類別變數：0 表示無技能。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0094 - Digital Devices Developer(數位設備開發者)

- 定義：衡量用戶的數位設備開發能力，反映數位技術能力。
- 資料收集方式：
  - 來源：設備開發數據、項目提交記錄。
  - 方法：記錄用戶在數位設備開發中的表現，如設計質量和功能實現。
- 商業價值：設備品牌可針對高能力用戶推廣開發工具或產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將開發能力得分正規化至 0-255, 0 表示無能力, 255 表示極高能力。
  - 類別變數：將數位設備開發分為 256 級, 0 表示無能力, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示能力類別(例如 02 表示中等能力), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：
 
$$\text{Digital Devices Developer} = (\text{開發能力得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 0094 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無數位設備開發能力數據。
    - 類別變數：0 表示無能力。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0095 - Metaverse Navigator(元宇宙導航者)

- 定義：衡量用戶在元宇宙中的導航能力，反映數位娛樂能力。
- 資料收集方式：
  - 來源：元宇宙平台數據、行為記錄。
  - 方法：記錄用戶在元宇宙中的導航效率和探索水平。
- 商業價值：元宇宙品牌可針對高能力用戶推廣元宇宙產品或內容。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將導航得分正規化至 0-255, 0 表示無能力, 255 表示極高能力。

- 類別變數:將元宇宙導航分為 256 級, 0 表示無能力, 255 表示極高。
- 混合編碼:前兩字節表示能力類別(例如 0F 表示高能力), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
Metaverse Navigator = (導航得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0095 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無元宇宙導航能力數據。
    - 類別變數:0 表示無能力。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0096 - AI Trainer(AI 訓練者)

- 定義:衡量用戶培訓 AI 模型的技能, 反映數位技術能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:AI 訓練數據、項目提交記錄。
  - 方法:記錄用戶在 AI 訓練中的表現, 如模型性能和效率。
- 商業價值:AI 品牌可針對高技能用戶推廣 AI 工具或產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將訓練技能得分正規化至 0-255, 0 表示無技能, 255 表示極高技能。
  - 類別變數:將 AI 訓練分為 256 級, 0 表示無技能, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示技能類別(例如 02 表示中等技能), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
AI Trainer = (訓練得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0096 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無 AI 訓練技能數據。
    - 類別變數:0 表示無技能。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0097 - Ozer Data Complete Level(數據完整性等級)

- 定義:衡量用戶數據填寫的完整性, 反映數位參與程度。
- 資料收集方式:
  - 來源:ZOO 平台數據、用戶授權數據。
  - 方法:記錄用戶在平台上提交數據的完整性和準確性。
- 商業價值:數據品牌可針對高完整性用戶推廣數據分析服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將完整性得分正規化至 0-255, 0 表示無數據, 255 表示極高完整性。
  - 類別變數:將數據完整性分為 256 級, 0 表示無數據, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示完整性類別(例如 0F 表示高完整性), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
Ozer Data Complete Level = (完整性得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例:

- 圖1數據:地址 0097 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
- 解釋:
  - 連續數據:00 = 0, 表示無數據完整性數據。
  - 類別變數:0 表示無數據。
  - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0098 - Oxer Referral Score(推薦分數)

- 定義:衡量用戶推薦他人成功的分數, 反映數位參與影響力。
- 資料收集方式:
  - 來源:ZOO 平台推薦數據、用戶授權數據。
  - 方法:記錄用戶成功說服他人加入平台的次數和影響力。
- 商業價值:營銷品牌可針對高分數用戶推廣推薦計劃。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將推薦得分正規化至 0-255, 0 表示無推薦, 255 表示極高推薦。
  - 類別變數:將推薦分數分為 256 級, 0 表示無推薦, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示推薦類別(例如 02 表示中等推薦), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
 
$$\text{Oxer Referral Score} = (\text{推薦成功次數} \div \text{總推薦次數}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0098 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無推薦分數數據。
    - 類別變數:0 表示無推薦。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 0099 - Web3 Knowledge Level(Web3 知識水平)

- 定義:衡量用戶對 Web3 技術的理解能力, 反映數位能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:Web3 測試數據、問卷調查、數位行為記錄。
  - 方法:記錄用戶在 Web3 應用中的知識得分, 如區塊鏈和去中心化概念。
- 商業價值:區塊鏈品牌可針對高水平用戶推廣 Web3 產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將知識得分正規化至 0-255, 0 表示無知識, 255 表示極高知識。
  - 類別變數:將 Web3 知識分為 256 級, 0 表示無知識, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示知識類別(例如 0F 表示高知識), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:
 
$$\text{Web3 Knowledge Level} = (\text{知識得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 0099 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無 Web3 知識數據。
    - 類別變數:0 表示無知識。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 009A - Blockchain Understanding(區塊鏈理解)

- 定義:衡量用戶對區塊鏈技術的理解程度, 反映數位能力。

- 資料收集方式：
  - 來源：區塊鏈測試數據、問卷調查、數位行為記錄。
  - 方法：記錄用戶在區塊鏈應用中的理解得分，如技術原理和應用場景。
- 商業價值：區塊鏈品牌可針對高理解用戶推廣區塊鏈產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將理解得分正規化至 0-255, 0 表示無理解, 255 表示極高理解。
  - 類別變數：將區塊鏈理解分為 256 級, 0 表示無理解, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示理解類別(例如 02 表示中等理解), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：
 
$$\text{Blockchain Understanding} = (\text{理解得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 009A 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無區塊鏈理解數據。
    - 類別變數：0 表示無理解。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 009B - Cryptocurrency Trader(加密貨幣交易者)

- 定義：衡量用戶在加密貨幣交易中的頻率，反映數位金融參與度。
- 資料收集方式：
  - 來源：金融應用數據、交易記錄。
  - 方法：記錄用戶加密貨幣交易的頻率和交易量。
- 商業價值：金融品牌可針對高頻率用戶推廣加密貨幣產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將交易頻率正規化至 0-255, 0 表示無交易, 255 表示極高交易頻率。
  - 類別變數：將加密貨幣交易分為 256 級, 0 表示無交易, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示交易類別(例如 02 表示中等交易), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：
 
$$\text{Cryptocurrency Trader} = (\text{交易頻率} \div \text{平均交易頻率}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 009B 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無加密貨幣交易數據。
    - 類別變數：0 表示無交易。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 009C - DAO Participation(DAO 參與)

- 定義：衡量用戶參與去中心化自治組織(DAO)的頻率，反映數位參與度。
- 資料收集方式：
  - 來源：DAO 平台數據、活動記錄。
  - 方法：記錄用戶參與 DAO 治理、投票和活動的頻率。
- 商業價值：治理品牌可針對高參與用戶推廣 DAO 相關工具或服務。
- 編碼方式：

- 連續數據:將參與頻率正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
- 類別變數:將 DAO 參與分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
- 混合編碼:前兩字節表示參與類別(例如 01 表示低參與), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{DAO Participation} = (\text{參與頻率} \div \text{平均參與頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 009C 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無 DAO 參與數據。
    - 類別變數:0 表示無參與。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 009D - NFT Curator(NFT 策展人)

- 定義:衡量用戶參與 NFT 策展或收藏的頻率, 反映數位資產參與度。
- 資料收集方式:
  - 來源:NFT 交易平台數據、收藏記錄。
  - 方法:記錄用戶參與 NFT 交易、策展和收藏的頻率和數量。
- 商業價值:NFT 品牌可針對高頻率用戶推廣新藏品或工具。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將參與頻率正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數:將 NFT 參與分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示參與類別(例如 0F 表示高參與), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{NFT Curator} = (\text{參與頻率} \div \text{平均參與頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 009D 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無 NFT 策展數據。
    - 類別變數:0 表示無參與。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 009E - Crypto Wealth(加密財富)

- 定義:衡量用戶持有的加密資產總量, 反映數位金融財富。
- 資料收集方式:
  - 來源:加密錢包數據、交易記錄。
  - 方法:記錄用戶持有的加密貨幣價值。
- 商業價值:金融品牌可針對高財富用戶推廣投資產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將財富值正規化至 0-255, 0 表示無財富, 255 表示極高財富。
  - 類別變數:將加密財富分為 256 級, 0 表示無財富, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示財富類別(例如 02 表示中等財富), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Crypto Wealth} = (\text{持有價值} \div \text{最高價值}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 009E 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。

- 解釋：
  - 連續數據:00 = 0, 表示無加密財富數據。
  - 類別變數:0 表示無財富。
  - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 009F - Gas Contributor(氣體貢獻者)

- 定義:衡量用戶在區塊鏈交易中的氣體費貢獻, 反映數位參與程度。
- 資料收集方式:
  - 來源:區塊鏈交易數據、錢包記錄。
  - 方法:記錄用戶支付的區塊鏈交易氣體費總量。
- 商業價值:區塊鏈品牌可針對高貢獻用戶推廣優惠或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將氣體費貢獻正規化至 0-255, 0 表示無貢獻, 255 表示極高貢獻。
  - 類別變數:將氣體貢獻分為 256 級, 0 表示無貢獻, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示貢獻類別(例如 01 表示低貢獻), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
$$\text{Gas Contributor} = (\text{氣體費總量} \div \text{最高氣體費}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 009F 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無氣體貢獻數據。
    - 類別變數:0 表示無貢獻。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00A0 - Airdrop Diamond Hand(空投堅定持有者)

- 定義:衡量用戶持有空投代幣的穩定性, 反映數位金融心理。
- 資料收集方式:
  - 來源:加密錢包數據、交易記錄。
  - 方法:記錄用戶在空投代幣中的持有時間和未出售比例。
- 商業價值:金融品牌可針對堅定持有用戶推廣長期投資產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將穩定性得分正規化至 0-255, 0 表示無持有, 255 表示極高穩定性。
  - 類別變數:將空投穩定性分為 256 級, 0 表示無穩定, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示穩定類別(例如 0F 表示高穩定), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:
$$\text{Airdrop Diamond Hand} = (\text{持有時間} \div \text{最大持有時間}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00A0 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無空投穩定性數據。
    - 類別變數:0 表示無穩定。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00A1 - Web3 Social Networking(Web3 社交網絡)

- 定義:衡量用戶在 Web3 社交網絡中的參與度, 反映數位社交能力。

- 資料收集方式：
  - 來源: Web3 社交平台數據、活動記錄。
  - 方法: 記錄用戶在 Web3 社交網絡中的互動頻率和影響力。
- 商業價值: 社交平台可針對高參與用戶推廣 Web3 產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據: 將參與得分正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數: 將 Web3 社交分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示參與類別(例如 02 表示中等參與), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：
 
$$\text{Web3 Social Networking} = (\text{參與頻率} \div \text{平均參與頻率}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據: 地址 00A1 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無 Web3 社交網絡數據。
    - 類別變數: 0 表示無參與。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00A2 - Blockchain Profit Exploring(區塊鏈利潤探索)

- 定義: 衡量用戶探索區塊鏈利潤的頻率, 反映數位金融能力。
- 資料收集方式：
  - 來源: 區塊鏈交易數據、投資記錄。
  - 方法: 記錄用戶在區塊鏈項目中的利潤探索行為頻率。
- 商業價值: 金融品牌可針對高探索用戶推廣區塊鏈投資產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據: 將探索頻率正規化至 0-255, 0 表示無探索, 255 表示極高探索。
  - 類別變數: 將區塊鏈探索分為 256 級, 0 表示無探索, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示探索類別(例如 0F 表示高探索), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：
 
$$\text{Blockchain Profit Exploring} = (\text{探索頻率} \div \text{平均探索頻率}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據: 地址 00A2 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無區塊鏈利潤探索數據。
    - 類別變數: 0 表示無探索。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00A3 - Meme Coin Digger(迷因幣挖掘者)

- 定義: 衡量用戶參與迷因幣交易或活動的頻率, 反映數位金融參與度。
- 資料收集方式：
  - 來源: 金融平台數據、交易記錄。
  - 方法: 記錄用戶參與迷因幣交易和活動的頻率和數量。
- 商業價值: 金融品牌可針對高參與用戶推廣新迷因幣種。
- 編碼方式：
  - 連續數據: 將參與頻率正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數: 將迷因幣參與分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。

- 混合編碼:前兩字節表示參與類別(例如 01 表示低參與), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
Meme Coin Digger = (參與頻率 ÷ 平均參與頻率) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00A3 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無迷因幣參與數據。
    - 類別變數:0 表示無參與。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00A4 - Crypto Winners(加密贏家)

- 定義:衡量用戶在加密交易中的成功率, 反映數位金融能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:金融應用數據、交易記錄。
  - 方法:記錄用戶加密貨幣交易的成功率和利潤。
- 商業價值:金融品牌可針對成功用戶推廣加密投資產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將成功率正規化至 0-255, 0 表示無成功, 255 表示極高成功。
  - 類別變數:將加密成功分為 256 級, 0 表示無成功, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示成功類別(例如 0F 表示高成功), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
Crypto Winners = (成功交易次數 ÷ 總交易次數) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00A4 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無加密交易成功數據。
    - 類別變數:0 表示無成功。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00A5 - Smart Contract Explorer(智能合約探索者)

- 定義:衡量用戶探索智能合約的頻率, 反映數位技術能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:區塊鏈交易數據、探索記錄。
  - 方法:記錄用戶在智能合約中的探索行為頻率和深度。
- 商業價值:區塊鏈品牌可針對高探索用戶推廣智能合約工具。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將探索頻率正規化至 0-255, 0 表示無探索, 255 表示極高探索。
  - 類別變數:將智能合約探索分為 256 級, 0 表示無探索, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示探索類別(例如 02 表示中等探索), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
Smart Contract Explorer = (探索頻率 ÷ 平均探索頻率) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00A5 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無智能合約探索數據。



- 類別變數:0 表示無探索。
- 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00A6 - DeSoc Participation(去中心化社交參與)

- 定義:衡量用戶在去中心化社交(DeSoc)中的參與度, 反映數位社交能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:DeSoc 平台數據、活動記錄。
  - 方法:記錄用戶在去中心化社交網絡中的互動頻率和影響力。
- 商業價值:社交平台可針對高參與用戶推廣 DeSoc 產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將參與得分正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數:將 DeSoc 參與分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示參與類別(例如 01 表示低參與), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{DeSoc Participation} = (\text{參與頻率} \div \text{平均參與頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00A6 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無去中心化社交參與數據。
    - 類別變數:0 表示無參與。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00A7 - Web3 Development Skills(Web3 開發技能)

- 定義:衡量用戶的 Web3 開發能力, 反映數位技術能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:Web3 開發項目數據、程式碼提交記錄。
  - 方法:記錄用戶在 Web3 開發中的表現, 如代碼質量和專案完成率。
- 商業價值:科技品牌可針對高技能用戶推廣 Web3 開發工具。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將開發技能得分正規化至 0-255, 0 表示無技能, 255 表示極高技能。
  - 類別變數:將 Web3 開發分為 256 級, 0 表示無技能, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示技能類別(例如 0F 表示高技能), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
$$\text{Web3 Development Skills} = (\text{開發得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00A7 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無 Web3 開發技能數據。
    - 類別變數:0 表示無技能。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00A8 - Web3 Testimonials(Web3 見證)

- 定義:衡量用戶在 Web3 參與中的見證頻率, 反映數位參與度。
- 資料收集方式:
  - 來源:Web3 活動數據、用戶反饋記錄。

- 方法:記錄用戶在 Web3 項目中的見證行為頻率,如分享成功案例。
- 商業價值:區塊鏈品牌可針對高見證用戶推廣 Web3 產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將見證頻率正規化至 0-255, 0 表示無見證, 255 表示極高見證。
  - 類別變數:將 Web3 見證分為 256 級, 0 表示無見證, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示見證類別(例如 02 表示中等見證), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Web3 Testimonials} = (\text{見證頻率} \div \text{平均見證頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00A8 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無 Web3 見證數據。
    - 類別變數:0 表示無見證。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00A9 - Ozer Outer Score(外部評分)

- 定義:衡量外部對用戶的評分,反映數位參與的聲譽。
- 資料收集方式:
  - 來源:ZOO 平台評分數據、用戶授權數據。
  - 方法:記錄其他用戶或系統對該用戶的評分(如評價星級)。
- 商業價值:數據品牌可針對高評分用戶推廣數據分析服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將評分正規化至 0-255, 0 表示最低評分, 255 表示最高評分。
  - 類別變數:將外部評分分為 256 級, 0 表示最低, 255 表示最高。
  - 混合編碼:前兩字節表示評分類別(例如 0F 表示高評分), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{Ozer Outer Score} = (\text{評分} \div \text{最高評分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00A9 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無外部評分數據。
    - 類別變數:0 表示最低評分。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00AA - DAO Leader(DAO 領袖)

- 定義:衡量用戶在 DAO 中的領導角色,反映數位參與的影響力。
- 資料收集方式:
  - 來源:DAO 平台數據、活動記錄。
  - 方法:記錄用戶在 DAO 治理中的領導表現,如投票影響力和項目帶領。
- 商業價值:治理品牌可針對領導者推廣 DAO 相關工具或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將領導得分正規化至 0-255, 0 表示無領導, 255 表示極高領導力。
  - 類別變數:將 DAO 領導分為 256 級, 0 表示無領導, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示領導類別(例如 0F 表示高領導), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。

- 計算公式：  

$$\text{DAO Leader} = (\text{領導得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00AA 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無 DAO 領導數據。
    - 類別變數：0 表示無領導。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00AB - Referral Persuasion Skills(推薦說服技能)

- 定義：衡量用戶的推薦說服能力，反映數位參與的影響力。
- 資料收集方式：
  - 來源：ZOO 平台數據、推薦記錄。
  - 方法：記錄用戶成功說服他人參與數位活動的頻率和效果。
- 商業價值：營銷品牌可針對高技能用戶推廣推薦計劃。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將說服技能得分正規化至 0-255, 0 表示無技能, 255 表示極高技能。
  - 類別變數：將推薦說服分為 256 級, 0 表示無技能, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示技能類別(例如 0F 表示高技能), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  

$$\text{Referral Persuasion Skills} = (\text{說服得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00AB 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無推薦說服技能數據。
    - 類別變數：0 表示無技能。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00AC - Communication Skills(溝通技能)

- 定義：衡量用戶的線上溝通能力，反映數位社交能力。
- 資料收集方式：
  - 來源：數位溝通數據、問卷調查、平台互動記錄。
  - 方法：記錄用戶在線上溝通中的表現，如清晰度和反應速度。
- 商業價值：教育品牌可針對低技能用戶推廣溝通課程。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將溝通技能得分正規化至 0-255, 0 表示無技能, 255 表示極高技能。
  - 類別變數：將線上溝通分為 256 級, 0 表示無技能, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示技能類別(例如 01 表示低技能), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  

$$\text{Communication Skills} = (\text{溝通得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00AC 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無線上溝通技能數據。

- 類別變數:0 表示無技能。
- 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00AD - Social Media Influencer(社交媒體影響者)

- 定義:衡量用戶在社交媒體中的影響力, 反映數位社交影響力。
- 資料收集方式:
  - 來源:社交媒體平台數據、影響力分析工具。
  - 方法:記錄用戶的粉絲數、互動率和內容傳播力。
- 商業價值:品牌可與高影響力用戶合作, 進行產品推廣。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將影響力得分正規化至 0-255, 0 表示無影響力, 255 表示極高影響力。
  - 類別變數:將社交媒體影響分為 256 級, 0 表示無影響, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示影響力類別(例如 0F 表示高影響力), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
$$\text{Social Media Influencer} = (\text{粉絲數占比} \times 0.4 + \text{互動率} \times 0.3 + \text{傳播力} \times 0.3) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00AD 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無社交媒體影響力數據。
    - 類別變數:0 表示無影響力。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00AE - Field Leader(領域領導)

- 定義:衡量用戶在特定領域的領導地位, 反映數位參與的專業影響力。
- 資料收集方式:
  - 來源:專業領域數據、問卷調查、社交媒體行為。
  - 方法:記錄用戶在專業領域中的領導表現, 如項目帶領和影響力。
- 商業價值:專業品牌可針對領導者推廣相關產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將領導得分正規化至 0-255, 0 表示無領導, 255 表示極高領導力。
  - 類別變數:將領域領導分為 256 級, 0 表示無領導, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示領導類別(例如 0F 表示高領導), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
$$\text{Field Leader} = (\text{領導得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00AE 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無領域領導數據。
    - 類別變數:0 表示無領導。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00AF - Research Impactor(研究影響者)

- 定義:衡量用戶在研究領域的影響力, 反映數位參與的學術影響。
- 資料收集方式:
  - 來源:研究數據、學術平台記錄。

- 方法:記錄用戶在研究領域中的論文引用、影響力和參與度。
- 商業價值:學術品牌可針對高影響力用戶推廣研究工具或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將影響力得分正規化至 0-255, 0 表示無影響, 255 表示極高影響。
  - 類別變數:將研究影響分為 256 級, 0 表示無影響, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示影響力類別(例如 02 表示中等影響), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
 
$$\text{Research Impactor} = (\text{影響力得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00AF 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無研究影響數據。
    - 類別變數:0 表示無影響。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00B0 - Empathy Evangelist(同理心推廣者)

- 定義:衡量用戶推廣數位同理心的能力, 反映數位社交情感影響力。
- 資料收集方式:
  - 來源:數位行為數據、問卷調查、社交媒體內容。
  - 方法:記錄用戶在數位平台推廣同理心行為的頻率和影響力。
- 商業價值:心理品牌可針對高能力用戶推廣數位社交服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將推廣得分正規化至 0-255, 0 表示無推廣, 255 表示極高推廣力。
  - 類別變數:將同理心推廣分為 256 級, 0 表示無推廣, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示推廣類別(例如 0F 表示高推廣), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:
 
$$\text{Empathy Evangelist} = (\text{推廣得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00B0 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無同理心推廣數據。
    - 類別變數:0 表示無推廣。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00B1 - Trend Setter(趨勢設定者)

- 定義:衡量用戶在數位領域引領趨勢的能力, 反映數位參與的創新性。
- 資料收集方式:
  - 來源:數位內容數據、社交媒體行為。
  - 方法:記錄用戶在數位平台引領新趨勢的頻率和影響力。
- 商業價值:時尚品牌可針對高趨勢設定者推廣新品, 提升品牌曝光。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將趨勢得分正規化至 0-255, 0 表示無趨勢, 255 表示極高趨勢設定。
  - 類別變數:將趨勢設定分為 256 級, 0 表示無趨勢, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示趨勢類別(例如 0F 表示高趨勢), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。

- 計算公式：  
Trend Setter = (趨勢得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00B1 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無趨勢設定數據。
    - 類別變數：0 表示無趨勢。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00B2 - Web3 Community Leader(Web3 社群領袖)

- 定義：衡量用戶在 Web3 社群中的領導角色，反映數位參與的影響力。
- 資料收集方式：
  - 來源：Web3 社群數據、活動記錄。
  - 方法：記錄用戶在 Web3 社群中的領導表現，如組織活動和影響力。
- 商業價值：區塊鏈品牌可針對社群領袖推廣治理項目。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將領導得分正規化至 0-255, 0 表示無領導, 255 表示極高領導力。
  - 類別變數：將 Web3 領導分為 256 級, 0 表示無領導, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示領導類別(例如 0F 表示高領導), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  
Web3 Community Leader = (領導得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00B2 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無 Web3 社群領導數據。
    - 類別變數：0 表示無領導。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00B3 - Blockchain Profit Index(區塊鏈利潤指數)

- 定義：衡量用戶在區塊鏈相關活動中的利潤總體表現，反映數位金融能力。
- 資料收集方式：
  - 來源：區塊鏈交易數據、投資記錄。
  - 方法：記錄用戶在區塊鏈項目中的利潤總額和成功率。
- 商業價值：金融品牌可針對高利潤用戶推廣投資產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將利潤指數正規化至 0-255, 0 表示無利潤, 255 表示極高利潤。
  - 類別變數：將區塊鏈利潤分為 256 級, 0 表示無利潤, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示利潤類別(例如 0F 表示高利潤), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  
Blockchain Profit Index = (利潤總額 ÷ 最高利潤) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00B3 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無區塊鏈利潤數據。
    - 類別變數：0 表示無利潤。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00B4 - Meme Coin Participation(迷因幣參與)

- 定義: 衡量用戶參與迷因幣活動的頻率, 反映數位金融參與度。
- 資料收集方式:
  - 來源: 金融平台數據、交易記錄。
  - 方法: 記錄用戶參與迷因幣交易和活動的頻率和數量。
- 商業價值: 金融品牌可針對高參與用戶推廣新迷因幣種。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將參與頻率正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數: 將迷因幣參與分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示參與類別(例如 01 表示低參與), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Meme Coin Participation} = (\text{參與頻率} \div \text{平均參與頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 00B4 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無迷因幣參與數據。
    - 類別變數: 0 表示無參與。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00B5 - Crypto OG Level(加密原生者水平)

- 定義: 衡量用戶在加密貨幣領域的原生經驗水平, 反映數位金融專業度。
- 資料收集方式:
  - 來源: 交易數據、經驗問卷。
  - 方法: 記錄用戶在加密貨幣領域的參與時間和深度。
- 商業價值: 加密平台可針對高水平用戶推廣高級功能或產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將經驗水平正規化至 0-255, 0 表示無經驗, 255 表示極高經驗。
  - 類別變數: 將加密原生分為 256 級, 0 表示無經驗, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示經驗類別(例如 0F 表示高經驗), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
$$\text{Crypto OG Level} = (\text{經驗得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 00B5 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無加密原生經驗數據。
    - 類別變數: 0 表示無經驗。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00B6 - Web3 Activation Level(Web3 活躍水平)

- 定義: 衡量用戶在 Web3 生態中的活躍程度, 反映數位參與度。
- 資料收集方式:
  - 來源: Web3 活動數據、參與記錄。
  - 方法: 記錄用戶在 Web3 項目中的活躍頻率和影響力。
- 商業價值: Web3 品牌可針對高活躍用戶推廣新項目。
- 編碼方式:

- 連續數據:將活躍得分正規化至 0-255, 0 表示無活躍, 255 表示極高活躍。
- 類別變數:將 Web3 活躍分為 256 級, 0 表示無活躍, 255 表示極高。
- 混合編碼:前兩字節表示活躍類別(例如 02 表示中等活躍), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
Web3 Activation Level = (活躍頻率 ÷ 平均活躍頻率) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00B6 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無 Web3 活躍數據。
    - 類別變數:0 表示無活躍。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00B7 - Blockchain Engineering(區塊鏈工程)

- 定義:衡量用戶的區塊鏈工程技能, 反映數位技術能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:區塊鏈項目數據、程式碼提交記錄。
  - 方法:記錄用戶在區塊鏈工程中的表現, 如代碼質量和專案完成率。
- 商業價值:科技品牌可針對高技能用戶推廣區塊鏈工程工具。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將工程技能得分正規化至 0-255, 0 表示無技能, 255 表示極高技能。
  - 類別變數:將區塊鏈工程分為 256 級, 0 表示無技能, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示技能類別(例如 0F 表示高技能), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
Blockchain Engineering = (工程得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00B7 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無區塊鏈工程技能數據。
    - 類別變數:0 表示無技能。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00B8 - DAPP Proficiency(DApp 熟練度)

- 定義:衡量用戶使用去中心化應用(DApp)的熟練程度, 反映數位能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:DApp 使用數據、活動記錄。
  - 方法:記錄用戶在 DApp 中的使用頻率和操作效率。
- 商業價值:DApp 品牌可針對熟練用戶推廣新功能或產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將熟練度得分正規化至 0-255, 0 表示無熟練, 255 表示極高熟練。
  - 類別變數:將 DApp 熟練分為 256 級, 0 表示無熟練, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示熟練類別(例如 02 表示中等熟練), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
DAPP Proficiency = (熟練度得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例:



- 圖1數據:地址 00B8 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
- 解釋:
  - 連續數據:00 = 0, 表示無 DApp 熟練度數據。
  - 類別變數:0 表示無熟練。
  - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00B9 - DAO Participation Index(DAO 參與指數)

- 定義:衡量用戶在 DAO 中的整體參與指數, 反映數位參與影響力。
- 資料收集方式:
  - 來源:DAO 平台數據、活動記錄。
  - 方法:記錄用戶在 DAO 治理、投票和活動中的總體參與得分。
- 商業價值:治理品牌可針對高參與用戶推廣治理工具或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將參與指數正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數:將 DAO 參與分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示參與類別(例如 0F 表示高參與), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:
 
$$\text{DAO Participation Index} = (\text{參與指數} \div \text{最高指數}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00B9 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無 DAO 參與指數數據。
    - 類別變數:0 表示無參與。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00BA - NFT Participation(NFT 參與)

- 定義:衡量用戶參與 NFT 活動的頻率, 反映數位資產參與度。
- 資料收集方式:
  - 來源:NFT 交易平台數據、活動記錄。
  - 方法:記錄用戶參與 NFT 交易、策展和收藏的頻率和數量。
- 商業價值:NFT 品牌可針對高參與用戶推廣新藏品或工具。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將參與頻率正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數:將 NFT 參與分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示參與類別(例如 01 表示低參與), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
 
$$\text{NFT Participation} = (\text{參與頻率} \div \text{平均參與頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00BA 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無 NFT 參與數據。
    - 類別變數:0 表示無參與。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00BB - DeFi Participation(DeFi 參與)

- 定義:衡量用戶參與去中心化金融(DeFi)的頻率, 反映數位金融參與度。

- 資料收集方式：
  - 來源:DeFi 平台數據、交易記錄。
  - 方法:記錄用戶在 DeFi 項目中的交易、質押和參與頻率。
- 商業價值:金融品牌可針對高參與用戶推廣 DeFi 產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據:將參與頻率正規化至 0-255, 0 表示無參與, 255 表示極高參與。
  - 類別變數:將 DeFi 參與分為 256 級, 0 表示無參與, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示參與類別(例如 0F 表示高參與), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：
 
$$\text{DeFi Participation} = (\text{參與頻率} \div \text{平均參與頻率}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 00BB 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無 DeFi 參與數據。
    - 類別變數:0 表示無參與。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00BC - Digital Privacy Awareness(數位隱私意識)

- 定義:衡量用戶對數位隱私的關注程度, 反映數位安全意識。
- 資料收集方式：
  - 來源:隱私測試數據、問卷調查、數位行為記錄。
  - 方法:記錄用戶在數位安全測試中的表現, 如隱私保護知識。
- 商業價值:安全品牌可針對高意識用戶推廣隱私工具。
- 編碼方式：
  - 連續數據:將意識得分正規化至 0-255, 0 表示無意識, 255 表示極高意識。
  - 類別變數:將數位隱私意識分為 256 級, 0 表示無意識, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示意識類別(例如 0F 表示高意識), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：
 
$$\text{Digital Privacy Awareness} = (\text{意識得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 00BC 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無數位隱私意識數據。
    - 類別變數:0 表示無意識。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00BD - Data Security Practices(數據安全實踐)

- 定義:衡量用戶採取數據安全措施的頻率, 反映數位安全行為。
- 資料收集方式：
  - 來源:安全工具數據、問卷調查、數位行為記錄。
  - 方法:記錄用戶使用安全措施(如密碼管理)的頻率。
- 商業價值:安全品牌可針對低實踐用戶推廣安全產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據:將實踐頻率正規化至 0-255, 0 表示無實踐, 255 表示極高實踐。
  - 類別變數:將數據安全實踐分為 256 級, 0 表示無實踐, 255 表示極高。

- 混合編碼:前兩字節表示實踐類別(例如 01 表示低實踐), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
Data Security Practices = (實踐頻率 ÷ 平均實踐頻率) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00BD 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無數據安全實踐數據。
    - 類別變數:0 表示無實踐。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00BE - Password Strength(密碼強度)

- 定義:衡量用戶使用的密碼安全程度, 反映數位安全水平。
- 資料收集方式:
  - 來源:安全工具數據、密碼分析記錄。
  - 方法:記錄用戶密碼的複雜度和安全性得分。
- 商業價值:安全品牌可針對弱密碼用戶推廣安全工具。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將密碼強度正規化至 0-255, 0 表示最弱, 255 表示最強。
  - 類別變數:將密碼強度分為 256 級, 0 表示最弱, 255 表示最強。
  - 混合編碼:前兩字節表示強度類別(例如 01 表示弱密碼), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
Password Strength = (密碼安全得分 ÷ 最高安全得分) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00BE 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無密碼強度數據或最弱密碼。
    - 類別變數:0 表示最弱密碼。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00BF - Two-Factor Authentication(雙重驗證)

- 定義:衡量用戶使用雙重驗證的頻率, 反映數位安全行為。
- 資料收集方式:
  - 來源:安全數據、平台使用記錄。
  - 方法:記錄用戶啟用雙重驗證的頻率和應用場景。
- 商業價值:安全品牌可針對無使用用戶推廣雙重驗證服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將使用頻率正規化至 0-255, 0 表示無使用, 255 表示極高使用。
  - 類別變數:將雙重驗證使用分為 256 級, 0 表示無使用, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示使用類別(例如 01 表示低使用), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
Two-Factor Authentication = (使用頻率 ÷ 平均使用頻率) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00BF 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無雙重驗證使用數據。

- 類別變數:0 表示無使用。
- 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

### 3-4. Spiritual(精神)維度:00C0 - 00FF(64 個屬性)

#### 屬性 00C0 - Religion(宗教信仰)

- 定義:衡量用戶的宗教信仰程度,反映精神信仰的深度。
- 資料收集方式:
  - 來源:宗教活動記錄、問卷調查、社交媒體信仰標籤。
  - 方法:記錄用戶參與宗教活動(如禮拜、祈禱)的頻率和信仰強度。
- 商業價值:宗教品牌或組織可針對高信仰用戶推廣相關產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將信仰程度正規化至 0-255, 0 表示無信仰, 255 表示極高信仰。
  - 類別變數:將宗教信仰分為 256 級, 0 表示無信仰, 255 表示極高信仰。
  - 混合編碼:前兩字節表示信仰類別(例如 01 表示低信仰), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
$$\text{Religion} = (\text{信仰頻率} \div \text{平均信仰頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00C0 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無宗教信仰數據。
    - 類別變數:0 表示無信仰。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00C1 - MBTI(邁爾斯-布里格斯類型指標)

- 定義:衡量用戶的性格類型,反映精神個性的分類。
- 資料收集方式:
  - 來源:MBTI 測試問卷、性格分析數據。
  - 方法:記錄用戶完成的 MBTI 測試結果(如 INTJ、ENFP)。
- 商業價值:心理品牌可針對特定類型用戶推廣個性化產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將類型傾向得分正規化至 0-255, 0 表示無明確類型, 255 表示極強類型傾向。
  - 類別變數:將 MBTI 類型分為 256 級, 例如 01 表示 INTJ, 02 表示 ENFP, 依此類推至 FF。
  - 混合編碼:前兩字節表示類型類別(例如 01 表示 INTJ), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示極強傾向)。
- 計算公式:
$$\text{MBTI} = (\text{類型傾向得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00C1 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無 MBTI 數據或無明確類型。
    - 類別變數:0 表示無類型。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00C2 - Lifestyle Attitudes(生活態度)

- 定義:衡量用戶的生活態度,反映精神價值觀的導向。
- 資料收集方式:
  - 來源:生活態度測試問卷、社交媒體行為、活動記錄。

- 方法:記錄用戶的生活態度得分,如積極或消極傾向。
- 商業價值:健康品牌可針對積極態度用戶推廣生活方式產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將態度得分正規化至 0-255, 0 表示極消極, 255 表示極積極。
  - 類別變數:將生活態度分為 256 級, 0 表示極消極, 255 表示極積極。
  - 混合編碼:前兩字節表示態度類別(例如 01 表示消極態度), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Lifestyle Attitudes} = (\text{態度得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00C2 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無生活態度數據。
    - 類別變數:0 表示極消極。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00C3 - Astrology(占星學)

- 定義:衡量用戶對占星學的興趣和信仰程度,反映精神探索傾向。
- 資料收集方式:
  - 來源:占星測試問卷、社交媒體占星標籤、活動記錄。
  - 方法:記錄用戶對占星學的參與頻率和信仰強度。
- 商業價值:占星品牌可針對高興趣用戶推廣占星產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將興趣程度正規化至 0-255, 0 表示無興趣, 255 表示極高興趣。
  - 類別變數:將占星學興趣分為 256 級, 0 表示無興趣, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示興趣類別(例如 02 表示中等興趣), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Astrology} = (\text{興趣頻率} \div \text{平均興趣頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00C3 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無占星學興趣數據。
    - 類別變數:0 表示無興趣。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00C4 - Intelligence Quotient(智商)

- 定義:衡量用戶的智力水平,反映精神認知能力。
- 資料收集方式:
  - 來源:智商測試數據、問卷調查。
  - 方法:記錄用戶完成的智商測試得分。
- 商業價值:教育品牌可針對高智用戶推廣智力挑戰產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將智商得分正規化至 0-255, 0 表示最低智商, 255 表示最高智商。
  - 類別變數:將智商分為 256 級, 0 表示最低, 255 表示最高。
  - 混合編碼:前兩字節表示智商類別(例如 0F 表示高智商), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。

- 計算公式：  
Intelligence Quotient = (智商得分 ÷ 最高智商) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 00C4 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無智商數據或最低智商。
    - 類別變數:0 表示最低智商。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00C5 - Personality Traits(性格特質)

- 定義:衡量用戶的核心性格特質, 反映精神個性的特徵。
- 資料收集方式：
  - 來源:人格測試問卷、行為數據、社交媒體分析。
  - 方法:記錄用戶的性格特質得分(如大五人格模型)。
- 商業價值:心理品牌可針對特定特質用戶推廣個性化服務。
- 編碼方式：
  - 連續數據:將特質得分正規化至 0-255, 0 表示無特質, 255 表示極強特質。
  - 類別變數:將性格特質分為 256 級, 例如 01 表示內向, 02 表示外向, 依此類推至 FF。
  - 混合編碼:前兩字節表示特質類別(例如 01 表示內向), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示極強)。
- 計算公式：  
Personality Traits = (特質得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 00C5 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無性格特質數據。
    - 類別變數:0 表示無特質。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00C6 - Emotional Intelligence(情商)

- 定義:衡量用戶的情感理解和管理能力, 反映精神情感智慧。
- 資料收集方式：
  - 來源:情商測試數據、問卷調查、行為記錄。
  - 方法:記錄用戶在情感識別、管理和表達中的表現得分。
- 商業價值:心理品牌可針對高情商用戶推廣領導力或社交產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據:將情商得分正規化至 0-255, 0 表示最低情商, 255 表示最高情商。
  - 類別變數:將情商分為 256 級, 0 表示最低, 255 表示最高。
  - 混合編碼:前兩字節表示情商類別(例如 0F 表示高情商), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  
Emotional Intelligence = (情商得分 ÷ 最高情商) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 00C6 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無情商數據或最低情商。
    - 類別變數:0 表示最低情商。

- 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00C7 - Technical Aptitude(技術能力)

- 定義:衡量用戶的技術學習和應用能力, 反映精神認知靈活性。
- 資料收集方式:
  - 來源:技術測試數據、問卷調查、數位行為記錄。
  - 方法:記錄用戶在技術學習和應用的表現得分。
- 商業價值:科技品牌可針對高能力用戶推廣技術培訓產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將技術能力得分正規化至 0-255, 0 表示無能力, 255 表示極高能力。
  - 類別變數:將技術能力分為 256 級, 0 表示無能力, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示能力類別(例如 02 表示中等能力), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Technical Aptitude} = (\text{技術得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00C7 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無技術能力數據。
    - 類別變數:0 表示無能力。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00C8 - Mindfulness(正念)

- 定義:衡量用戶的正念練習程度, 反映精神專注和平靜。
- 資料收集方式:
  - 來源:冥想應用數據(如 Headspace)、問卷調查。
  - 方法:記錄用戶每日冥想時長和正念練習質量。
- 商業價值:冥想品牌可針對高正念用戶推廣相關產品或課程。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將正念得分正規化至 0-255, 0 表示無正念, 255 表示極高正念。
  - 類別變數:將正念分為 256 級, 0 表示無正念, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示正念類別(例如 0F 表示高正念), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
$$\text{Mindfulness} = (\text{冥想時長} \div \text{推薦時長}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00C8 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無正念數據。
    - 類別變數:0 表示無正念。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00C9 - Gratitude Level(感恩程度)

- 定義:衡量用戶的感恩情感程度, 反映精神積極心理。
- 資料收集方式:
  - 來源:感恩日誌、問卷調查、行為記錄。
  - 方法:記錄用戶感恩行為的頻率和強度。



- 商業價值：心理品牌可針對高感恩用戶推廣積極心理產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將感恩得分正規化至 0-255, 0 表示無感恩, 255 表示極高感恩。
  - 類別變數：將感恩程度分為 256 級, 0 表示無感恩, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示感恩類別(例如 02 表示中等感恩), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  

$$\text{Gratitude Level} = (\text{感恩頻率} \div \text{平均感恩頻率}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00C9 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無感恩程度數據。
    - 類別變數：0 表示無感恩。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00CA - Purpose in Life(人生目標感)

- 定義：衡量用戶對人生目標的清晰感和承諾, 反映精神價值導向。
- 資料收集方式：
  - 來源：目標測試問卷、行為記錄、社交媒體內容。
  - 方法：記錄用戶對人生目標的明確度和追求程度。
- 商業價值：勵志品牌可針對高目標感用戶推廣目標實現產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將目標感得分正規化至 0-255, 0 表示無目標感, 255 表示極高目標感。
  - 類別變數：將人生目標分為 256 級, 0 表示無目標, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示目標類別(例如 0F 表示高目標感), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  

$$\text{Purpose in Life} = (\text{目標感得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00CA 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無人生目標感數據。
    - 類別變數：0 表示無目標。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00CB - Self Awareness(自我意識)

- 定義：衡量用戶對自我認知的能力, 反映精神內在覺察。
- 資料收集方式：
  - 來源：自我意識測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法：記錄用戶對自身行為、情緒和動機的覺察程度。
- 商業價值：心理品牌可針對低意識用戶推廣自我探索產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將意識得分正規化至 0-255, 0 表示無意識, 255 表示極高意識。
  - 類別變數：將自我意識分為 256 級, 0 表示無意識, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示意識類別(例如 01 表示低意識), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。

- 計算公式：  
Self Awareness = (意識得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00CB 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無自我意識數據。
    - 類別變數：0 表示無意識。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00CC - Spiritual Practices(精神實踐)

- 定義：衡量用戶參與精神實踐的頻率，反映精神修行的深度。
- 資料收集方式：
  - 來源：精神實踐記錄(如冥想、瑜伽)、問卷調查。
  - 方法：記錄用戶參與精神實踐(如冥想、祈禱)的頻率和質量。
- 商業價值：精神品牌可針對高實踐用戶推廣相關產品或課程。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將實踐頻率正規化至 0-255, 0 表示無實踐, 255 表示極高實踐。
  - 類別變數：將精神實踐分為 256 級, 0 表示無實踐, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示實踐類別(例如 02 表示中等實踐), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  
Spiritual Practices = (實踐頻率 ÷ 平均實踐頻率) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00CC 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無精神實踐數據。
    - 類別變數：0 表示無實踐。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00CD - Meditation Depth(冥想深度)

- 定義：衡量用戶冥想練習的深度，反映精神專注能力。
- 資料收集方式：
  - 來源：冥想應用數據(如 Headspace)、心理評估。
  - 方法：記錄用戶冥想時的專注深度和持續時間。
- 商業價值：冥想品牌可針對高深度用戶推廣進階課程。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將深度得分正規化至 0-255, 0 表示無深度, 255 表示極高深度。
  - 類別變數：將冥想深度分為 256 級, 0 表示無深度, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示深度類別(例如 0F 表示高深度), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  
Meditation Depth = (深度得分 ÷ 最高深度) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00CD 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無冥想深度數據。
    - 類別變數：0 表示無深度。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00CE - Spiritual Connection(精神連結)

- 定義: 衡量用戶與更高力量或宇宙的靈性連結程度, 反映精神信仰。
- 資料收集方式:
  - 來源: 靈性測試問卷、行為記錄、社交媒體內容。
  - 方法: 記錄用戶對靈性連結的感受和實踐頻率。
- 商業價值: 靈性品牌可針對高連結用戶推廣靈性產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將連結得分正規化至 0-255, 0 表示無連結, 255 表示極高連結。
  - 類別變數: 將精神連結分為 256 級, 0 表示無連結, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示連結類別(例如 02 表示中等連結), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Spiritual Connection} = (\text{連結得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 00CE 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無精神連結數據。
    - 類別變數: 0 表示無連結。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00CF - Inner Peace(內在平靜)

- 定義: 衡量用戶的內在平靜程度, 反映精神安寧狀態。
- 資料收集方式:
  - 來源: 平靜測試問卷、冥想數據、行為記錄。
  - 方法: 記錄用戶的平靜感得分, 如壓力低和心靈寧靜。
- 商業價值: 減壓品牌可針對低平靜用戶推廣平靜產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將平靜得分正規化至 0-255, 0 表示極不安寧, 255 表示極高平靜。
  - 類別變數: 將內在平靜分為 256 級, 0 表示極不安寧, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示平靜類別(例如 01 表示低平靜), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Inner Peace} = (\text{平靜得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 00CF 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無內在平靜數據或極不安寧。
    - 類別變數: 0 表示極不安寧。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00D0 - Resilience(韌性)

- 定義: 衡量用戶面對困難時的心理韌性, 反映精神抗壓能力。
- 資料收集方式:
  - 來源: 韌性測試問卷、心理評估、行為記錄。

- 方法:記錄用戶在壓力或挑戰下的恢復能力和適應性。
- 商業價值:心理品牌可針對低韌性用戶推廣抗壓訓練產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將韌性得分正規化至 0-255, 0 表示無韌性, 255 表示極高韌性。
  - 類別變數:將心理韌性分為 256 級, 0 表示無韌性, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示韌性類別(例如 01 表示低韌性), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Resilience} = (\text{韌性得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00D0 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無心理韌性數據。
    - 類別變數:0 表示無韌性。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00D1 - Hope(希望感)

- 定義:衡量用戶對未來的希望程度, 反映精神積極心理。
- 資料收集方式:
  - 來源:希望測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對未來目標和情境的樂觀程度。
- 商業價值:勵志品牌可針對高希望感用戶推廣積極心理產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將希望得分正規化至 0-255, 0 表示無希望, 255 表示極高希望。
  - 類別變數:將希望感分為 256 級, 0 表示無希望, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示希望類別(例如 0F 表示高希望), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{Hope} = (\text{希望得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00D1 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無希望感數據。
    - 類別變數:0 表示無希望。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00D2 - Optimism(樂觀主義)

- 定義:衡量用戶的樂觀程度, 反映精神積極心態。
- 資料收集方式:
  - 來源:樂觀測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對未來事件的正面期望程度。
- 商業價值:心理品牌可針對高樂觀用戶推廣積極心理服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將樂觀得分正規化至 0-255, 0 表示極悲觀, 255 表示極樂觀。
  - 類別變數:將樂觀主義分為 256 級, 0 表示極悲觀, 255 表示極樂觀。
  - 混合編碼:前兩字節表示樂觀類別(例如 02 表示中等樂觀), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。

- 計算公式：  
Optimism = (樂觀得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 00D2 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無樂觀主義數據。
    - 類別變數:0 表示極悲觀。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00D3 - Self-Esteem(自尊)

- 定義:衡量用戶的自我價值感, 反映精神自信心。
- 資料收集方式：
  - 來源:自尊測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對自身價值的認同程度。
- 商業價值:心理品牌可針對低自尊用戶推廣自信心提升服務。
- 編碼方式：
  - 連續數據:將自尊得分正規化至 0-255, 0 表示無自尊, 255 表示極高自尊。
  - 類別變數:將自尊分為 256 級, 0 表示無自尊, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示自尊類別(例如 01 表示低自尊), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  
Self-Esteem = (自尊得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 00D3 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無自尊數據。
    - 類別變數:0 表示無自尊。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00D4 - Life Satisfaction(生活滿意度)

- 定義:衡量用戶對整體生活的滿意程度, 反映精神幸福感。
- 資料收集方式：
  - 來源:生活滿意度測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對生活各方面的滿意度得分。
- 商業價值:健康品牌可針對低滿意度用戶推廣幸福感提升產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據:將滿意度得分正規化至 0-255, 0 表示極不滿意, 255 表示極滿意。
  - 類別變數:將生活滿意度分為 256 級, 0 表示極不滿意, 255 表示極滿意。
  - 混合編碼:前兩字節表示滿意度類別(例如 0F 表示高滿意), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  
Life Satisfaction = (滿意度得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 00D4 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無生活滿意度數據。
    - 類別變數:0 表示極不滿意。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00D5 - Personal Growth(個人成長)

- 定義: 衡量用戶的個人成長程度, 反映精神進步水平。
- 資料收集方式:
  - 來源: 成長測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法: 記錄用戶在個人技能、知識和心理上的成長進展。
- 商業價值: 教育品牌可針對高成長用戶推廣進階學習產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將成長得分正規化至 0-255, 0 表示無成長, 255 表示極高成長。
  - 類別變數: 將個人成長分為 256 級, 0 表示無成長, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示成長類別(例如 02 表示中等成長), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Personal Growth} = (\text{成長得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 00D5 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無個人成長數據。
    - 類別變數: 0 表示無成長。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00D6 - Altruism(利他主義)

- 定義: 衡量用戶的利他行為頻率, 反映精神仁慈心態。
- 資料收集方式:
  - 來源: 利他行為記錄、問卷調查、行為數據。
  - 方法: 記錄用戶幫助他人或參與慈善活動的頻率和影響力。
- 商業價值: 公益品牌可針對高利他用戶推廣慈善項目。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將利他得分正規化至 0-255, 0 表示無利他, 255 表示極高利他。
  - 類別變數: 將利他主義分為 256 級, 0 表示無利他, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示利他類別(例如 0F 表示高利他), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
$$\text{Altruism} = (\text{利他頻率} \div \text{平均利他頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 00D6 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無利他主義數據。
    - 類別變數: 0 表示無利他。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00D7 - Forgiveness(寬恕能力)

- 定義: 衡量用戶寬恕他人或自己的能力, 反映精神寬容心態。
- 資料收集方式:
  - 來源: 寬恕測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法: 記錄用戶在衝突或錯誤後的寬恕行為和態度。
- 商業價值: 心理品牌可針對低寬恕能力用戶推廣寬恕療愈產品。
- 編碼方式:

- 連續數據:將寬恕得分正規化至 0-255, 0 表示無寬恕, 255 表示極高寬恕。
- 類別變數:將寬恕能力分為 256 級, 0 表示無寬恕, 255 表示極高。
- 混合編碼:前兩字節表示寬恕類別(例如 01 表示低寬恕), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Forgiveness} = (\text{寬恕得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00D7 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無寬恕能力數據。
    - 類別變數:0 表示無寬恕。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00D8 - Compassion(同情心)

- 定義:衡量用戶對他人的同情程度, 反映精神仁慈心態。
- 資料收集方式:
  - 來源:同情測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對他人困境的同情行為和反應。
- 商業價值:公益品牌可針對高同情心用戶推廣慈善活動。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將同情得分正規化至 0-255, 0 表示無同情, 255 表示極高同情。
  - 類別變數:將同情心分為 256 級, 0 表示無同情, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示同情類別(例如 0F 表示高同情), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{Compassion} = (\text{同情得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00D8 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無同情心數據。
    - 類別變數:0 表示無同情。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00D9 - Faith in Humanity(對人類的信仰)

- 定義:衡量用戶對人類本質的信任和信仰, 反映精神價值觀。
- 資料收集方式:
  - 來源:信仰測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對人類善良和潛力的信任程度。
- 商業價值:社會品牌可針對高信仰用戶推廣公益項目。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將信仰得分正規化至 0-255, 0 表示無信仰, 255 表示極高信仰。
  - 類別變數:將對人類信仰分為 256 級, 0 表示無信仰, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示信仰類別(例如 02 表示中等信仰), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Faith in Humanity} = (\text{信仰得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00D9 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。

- 解釋：
  - 連續數據:00 = 0, 表示無對人類信仰數據。
  - 類別變數:0 表示無信仰。
  - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00DA - Spiritual Exploration(精神探索)

- 定義:衡量用戶探索精神領域的頻率, 反映精神好奇心。
- 資料收集方式:
  - 來源:探索活動記錄、問卷調查、行為數據。
  - 方法:記錄用戶參與精神探索(如閱讀、冥想)的頻率和深度。
- 商業價值:靈性品牌可針對高探索用戶推廣探索產品或課程。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將探索頻率正規化至 0-255, 0 表示無探索, 255 表示極高探索。
  - 類別變數:將精神探索分為 256 級, 0 表示無探索, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示探索類別(例如 0F 表示高探索), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:
 
$$\text{Spiritual Exploration} = (\text{探索頻率} \div \text{平均探索頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00DA 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無精神探索數據。
    - 類別變數:0 表示無探索。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00DB - Ethical Values(倫理價值觀)

- 定義:衡量用戶的倫理價值觀強度, 反映精神道德標準。
- 資料收集方式:
  - 來源:倫理測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對倫理問題的態度得分, 如正直和公平感。
- 商業價值:道德品牌可針對高倫理用戶推廣相關產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將價值觀得分正規化至 0-255, 0 表示無價值觀, 255 表示極高倫理。
  - 類別變數:將倫理價值分為 256 級, 0 表示無倫理, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示價值類別(例如 0F 表示高倫理), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:
 
$$\text{Ethical Values} = (\text{價值觀得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00DB 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無倫理價值觀數據。
    - 類別變數:0 表示無倫理。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00DC - Moral Integrity(道德完整性)

- 定義:衡量用戶的道德行為一致性, 反映精神道德品質。



- 資料收集方式：
  - 來源：道德測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法：記錄用戶在道德抉擇中的一致性和誠信程度。
- 商業價值：道德品牌可針對高完整性用戶推廣正直產品或服務。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將完整性得分正規化至 0-255, 0 表示無完整性, 255 表示極高完整性。
  - 類別變數：將道德完整性分為 256 級, 0 表示無完整性, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示完整性類別(例如 02 表示中等完整性), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：
 
$$\text{Moral Integrity} = (\text{完整性得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00DC 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無道德完整性數據。
    - 類別變數：0 表示無完整性。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00DD - Spiritual Awakening(精神覺醒)

- 定義：衡量用戶的精神覺醒程度, 反映精神成長的階段。
- 資料收集方式：
  - 來源：覺醒測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法：記錄用戶對精神覺醒的體驗和進展程度。
- 商業價值：靈性品牌可針對高覺醒用戶推廣進階精神產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將覺醒得分正規化至 0-255, 0 表示無覺醒, 255 表示極高覺醒。
  - 類別變數：將精神覺醒分為 256 級, 0 表示無覺醒, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示覺醒類別(例如 0F 表示高覺醒), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：
 
$$\text{Spiritual Awakening} = (\text{覺醒得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00DD 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無精神覺醒數據。
    - 類別變數：0 表示無覺醒。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00DE - Transcendence(超越感)

- 定義：衡量用戶體驗超越日常限制的感覺, 反映精神境界。
- 資料收集方式：
  - 來源：超越測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法：記錄用戶對超越感(如與宇宙連結)的體驗頻率和強度。
- 商業價值：靈性品牌可針對高超越感用戶推廣超越產品或服務。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將超越得分正規化至 0-255, 0 表示無超越, 255 表示極高超越。
  - 類別變數：將超越感分為 256 級, 0 表示無超越, 255 表示極高。

- 混合編碼:前兩字節表示超越類別(例如 02 表示中等超越), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
Transcendence = (超越得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00DE 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無超越感數據。
    - 類別變數:0 表示無超越。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00DF - Enlightenment(啟蒙)

- 定義:衡量用戶的精神啟蒙程度, 反映精神最高境界。
- 資料收集方式:
  - 來源:啟蒙測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對精神啟蒙的體驗和理解深度。
- 商業價值:靈性品牌可針對高啟蒙用戶推廣進階精神指引。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將啟蒙得分正規化至 0-255, 0 表示無啟蒙, 255 表示極高啟蒙。
  - 類別變數:將精神啟蒙分為 256 級, 0 表示無啟蒙, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示啟蒙類別(例如 0F 表示高啟蒙), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
Enlightenment = (啟蒙得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00DF 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無精神啟蒙數據。
    - 類別變數:0 表示無啟蒙。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00E0 - Karma Balance(業力平衡)

- 定義:衡量用戶的業力平衡程度, 反映精神因果觀念的實現。
- 資料收集方式:
  - 來源:業力測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶在善惡行為中的平衡和因果影響。
- 商業價值:靈性品牌可針對高平衡用戶推廣因果相關產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將平衡得分正規化至 0-255, 0 表示極不平衡(負業力), 255 表示極高平衡(正業力)。
  - 類別變數:將業力平衡分為 256 級, 0 表示極不平衡, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示平衡類別(例如 01 表示低平衡), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
Karma Balance = (平衡得分 ÷ 最高得分) × 255。

- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 00E0 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無業力平衡數據或極不平衡。
    - 類別變數:0 表示極不平衡。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00E1 - Dharma Alignment(法則對齊)

- 定義:衡量用戶與精神法則的對齊程度, 反映精神遵循的深度。
- 資料收集方式：
  - 來源:法則測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對精神法則(如正直、慈悲)的遵循程度。
- 商業價值:靈性品牌可針對高對齊用戶推廣法則相關產品或服務。
- 編碼方式：
  - 連續數據:將對齊得分正規化至 0-255, 0 表示無對齊, 255 表示極高對齊。
  - 類別變數:將法則對齊分為 256 級, 0 表示無對齊, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示對齊類別(例如 0F 表示高對齊), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：
 
$$\text{Dharma Alignment} = (\text{對齊得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 00E1 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無法則對齊數據。
    - 類別變數:0 表示無對齊。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00E2 - Soul Purpose(靈魂目標)

- 定義:衡量用戶對靈魂目標的認識和追求, 反映精神終極目標。
- 資料收集方式：
  - 來源:靈魂目標測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對靈魂目標的清晰度和實現進展。
- 商業價值:靈性品牌可針對高認識用戶推廣靈魂探索產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據:將目標得分正規化至 0-255, 0 表示無目標, 255 表示極高認識和追求。
  - 類別變數:將靈魂目標分為 256 級, 0 表示無目標, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示目標類別(例如 02 表示中等目標), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：
 
$$\text{Soul Purpose} = (\text{目標得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據:地址 00E2 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據:00 = 0, 表示無靈魂目標數據。
    - 類別變數:0 表示無目標。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00E3 - Cosmic Awareness(宇宙意識)

- 定義: 衡量用戶對宇宙的意識和聯繫程度, 反映精神廣度。
- 資料收集方式:
  - 來源: 宇宙意識測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法: 記錄用戶對宇宙法則和聯繫的理解和體驗深度。
- 商業價值: 靈性品牌可針對高意識用戶推廣宇宙探索產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將意識得分正規化至 0-255, 0 表示無意識, 255 表示極高意識。
  - 類別變數: 將宇宙意識分為 256 級, 0 表示無意識, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示意識類別(例如 0F 表示高意識), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
$$\text{Cosmic Awareness} = (\text{意識得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 00E3 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無宇宙意識數據。
    - 類別變數: 0 表示無意識。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00E4 - Mystical Experiences(神秘體驗)

- 定義: 衡量用戶的超自然或神秘體驗頻率, 反映精神探索深度。
- 資料收集方式:
  - 來源: 神秘體驗測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法: 記錄用戶報告的超自然或神秘事件頻率和強度。
- 商業價值: 靈性品牌可針對高體驗用戶推廣神秘探索產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將體驗得分正規化至 0-255, 0 表示無體驗, 255 表示極高體驗。
  - 類別變數: 將神秘體驗分為 256 級, 0 表示無體驗, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示體驗類別(例如 02 表示中等體驗), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Mystical Experiences} = (\text{體驗頻率} \div \text{平均體驗頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 00E4 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無神秘體驗數據。
    - 類別變數: 0 表示無體驗。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00E5 - Divine Connection(神聖連結)

- 定義: 衡量用戶與神聖力量的連結程度, 反映精神信仰深度。
- 資料收集方式:
  - 來源: 信仰測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法: 記錄用戶對神聖力量的信仰和連結體驗強度。
- 商業價值: 宗教品牌可針對高連結用戶推廣神聖產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將連結得分正規化至 0-255, 0 表示無連結, 255 表示極高連結。

- 類別變數: 將神聖連結分為 256 級, 0 表示無連結, 255 表示極高。
- 混合編碼: 前兩字節表示連結類別(例如 0F 表示高連結), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
Divine Connection = (連結得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 00E5 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無神聖連結數據。
    - 類別變數: 0 表示無連結。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00E6 - Spiritual Health(精神健康)

- 定義: 衡量用戶的精神健康整體指數, 反映精神幸福感。
- 資料收集方式:
  - 來源: 精神健康測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法: 記錄用戶的精神幸福感、平靜感和滿足度加權平均。
- 商業價值: 心理品牌可針對低健康用戶推廣精神健康服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將健康得分正規化至 0-255, 0 表示極不健康, 255 表示極健康。
  - 類別變數: 將精神健康分為 256 級, 0 表示極不健康, 255 表示極健康。
  - 混合編碼: 前兩字節表示健康類別(例如 01 表示低健康), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
Spiritual Health = (幸福感 × 0.4 + 平靜感 × 0.3 + 滿足感 × 0.3) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 00E6 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無精神健康數據。
    - 類別變數: 0 表示極不健康。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00E7 - Faith Strength(信仰強度)

- 定義: 衡量用戶的信仰強度, 反映精神信仰的堅定程度。
- 資料收集方式:
  - 來源: 信仰測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法: 記錄用戶對信仰的承諾和實踐頻率。
- 商業價值: 宗教品牌可針對高強度用戶推廣信仰相關產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將強度得分正規化至 0-255, 0 表示無信仰, 255 表示極高信仰強度。
  - 類別變數: 將信仰強度分為 256 級, 0 表示無信仰, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示強度類別(例如 0F 表示高強度), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
Faith Strength = (強度得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 00E7 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。

- 解釋：
  - 連續數據:00 = 0, 表示無信仰強度數據。
  - 類別變數:0 表示無信仰。
  - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00E8 - Spiritual Joy(精神喜悅)

- 定義:衡量用戶的精神喜悅程度, 反映精神幸福感。
- 資料收集方式:
  - 來源:喜悅測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶在精神實踐中的喜悅感和滿足感。
- 商業價值:心理品牌可針對低喜悅用戶推廣喜悅提升產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將喜悅得分正規化至 0-255, 0 表示無喜悅, 255 表示極高喜悅。
  - 類別變數:將精神喜悅分為 256 級, 0 表示無喜悅, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示喜悅類別(例如 02 表示中等喜悅), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
 
$$\text{Spiritual Joy} = (\text{喜悅得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00E8 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無精神喜悅數據。
    - 類別變數:0 表示無喜悅。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00E9 - Serenity(寧靜感)

- 定義:衡量用戶的內在寧靜感, 反映精神安寧狀態。
- 資料收集方式:
  - 來源:寧靜測試問卷、冥想數據、行為記錄。
  - 方法:記錄用戶的寧靜感得分, 如壓力低和心靈平靜。
- 商業價值:減壓品牌可針對低寧靜感用戶推廣寧靜產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將寧靜得分正規化至 0-255, 0 表示極不安寧, 255 表示極高寧靜。
  - 類別變數:將寧靜感分為 256 級, 0 表示極不安寧, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示寧靜類別(例如 01 表示低寧靜), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
 
$$\text{Serenity} = (\text{寧靜得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00E9 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無寧靜感數據或極不安寧。
    - 類別變數:0 表示極不安寧。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00EA - Spiritual Purpose(精神目標)

- 定義:衡量用戶的精神目標明確程度, 反映精神方向感。
- 資料收集方式:

- 來源:目標測試問卷、行為記錄、心理評估。
- 方法:記錄用戶對精神目標的清晰度和追求進展。
- 商業價值:靈性品牌可針對高目標感用戶推廣精神指引產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將目標得分正規化至 0-255, 0 表示無目標, 255 表示極明確目標。
  - 類別變數:將精神目標分為 256 級, 0 表示無目標, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示目標類別(例如 0F 表示高目標感), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:
 
$$\text{Spiritual Purpose} = (\text{目標得分} \div \text{最高得分}) \times 255.$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00EA 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無精神目標數據。
    - 類別變數:0 表示無目標。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00EB - Universal Love(宇宙之愛)

- 定義:衡量用戶對宇宙萬物的愛和慈悲程度, 反映精神寬廣心態。
- 資料收集方式:
  - 來源:愛測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對他人、自然和宇宙的愛和慈悲行為。
- 商業價值:靈性品牌可針對高愛心用戶推廣慈悲產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將愛心得分正規化至 0-255, 0 表示無愛心, 255 表示極高愛心。
  - 類別變數:將宇宙之愛分為 256 級, 0 表示無愛心, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示愛心類別(例如 0F 表示高愛心), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:
 
$$\text{Universal Love} = (\text{愛心得分} \div \text{最高得分}) \times 255.$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00EB 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無宇宙之愛數據。
    - 類別變數:0 表示無愛心。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00EC - Higher Consciousness(更高意識)

- 定義:衡量用戶的更高意識水平, 反映精神覺知深度。
- 資料收集方式:
  - 來源:意識測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對更高意識狀態的體驗和理解程度。
- 商業價值:靈性品牌可針對高意識用戶推廣進階覺知產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將意識得分正規化至 0-255, 0 表示無意識, 255 表示極高意識。
  - 類別變數:將更高意識分為 256 級, 0 表示無意識, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示意識類別(例如 02 表示中等意識), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。

- 計算公式：  
Higher Consciousness = (意識得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00EC 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無更高意識數據。
    - 類別變數：0 表示無意識。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00ED - Spiritual Fulfillment(精神滿足)

- 定義：衡量用戶的精神滿足感，反映精神幸福的實現。
- 資料收集方式：
  - 來源：滿足測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法：記錄用戶對精神實踐和信仰的滿足感程度。
- 商業價值：靈性品牌可針對低滿足感用戶推廣滿足提升產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將滿足得分正規化至 0-255, 0 表示極不滿足, 255 表示極高滿足。
  - 類別變數：將精神滿足分為 256 級, 0 表示極不滿足, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示滿足類別(例如 01 表示低滿足), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  
Spiritual Fulfillment = (滿足得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00ED 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無精神滿足數據。
    - 類別變數：0 表示極不滿足。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00EE - Inner Harmony(內在和諧)

- 定義：衡量用戶的內在和諧感，反映精神平衡狀態。
- 資料收集方式：
  - 來源：和諧測試問卷、冥想數據、行為記錄。
  - 方法：記錄用戶的內在平衡感和情感穩定性。
- 商業價值：減壓品牌可針對低和諧感用戶推廣平衡產品或服務。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將和諧得分正規化至 0-255, 0 表示極不和諧, 255 表示極高和諧。
  - 類別變數：將內在和諧分為 256 級, 0 表示極不和諧, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示和諧類別(例如 02 表示中等和諧), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  
Inner Harmony = (和諧得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00EE 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無內在和諧數據。
    - 類別變數：0 表示極不和諧。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。



---

#### 屬性 00EF - Universal Understanding(宇宙理解)

- 定義: 衡量用戶對宇宙法則的理解程度, 反映精神智慧。
- 資料收集方式:
  - 來源: 宇宙理解測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法: 記錄用戶對宇宙法則和存在意義的理解深度。
- 商業價值: 靈性品牌可針對高理解用戶推廣宇宙探索產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將理解得分正規化至 0-255, 0 表示無理解, 255 表示極高理解。
  - 類別變數: 將宇宙理解分為 256 級, 0 表示無理解, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示理解類別(例如 0F 表示高理解), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  
$$\text{Universal Understanding} = (\text{理解得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 00EF 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無宇宙理解數據。
    - 類別變數: 0 表示無理解。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00F0 - Spiritual Resilience(精神韌性)

- 定義: 衡量用戶在精神挑戰中的韌性程度, 反映精神抗壓能力。
- 資料收集方式:
  - 來源: 精神韌性測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法: 記錄用戶在精神壓力或危機下的恢復能力和適應性。
- 商業價值: 心理品牌可針對低韌性用戶推廣精神抗壓產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據: 將韌性得分正規化至 0-255, 0 表示無韌性, 255 表示極高韌性。
  - 類別變數: 將精神韌性分為 256 級, 0 表示無韌性, 255 表示極高。
  - 混合編碼: 前兩字節表示韌性類別(例如 01 表示低韌性), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  
$$\text{Spiritual Resilience} = (\text{韌性得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據: 地址 00F0 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據: 00 = 0, 表示無精神韌性數據。
    - 類別變數: 0 表示無韌性。
    - 混合編碼: 0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00F1 - Spiritual Hope(精神希望)

- 定義: 衡量用戶對精神未來的希望感, 反映精神積極心理。
- 資料收集方式:
  - 來源: 希望測試問卷、行為記錄、心理評估。

- 方法:記錄用戶對精神目標和未來的樂觀程度。
- 商業價值:勵志品牌可針對高希望感用戶推廣精神積極產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將希望得分正規化至 0-255, 0 表示無希望, 255 表示極高希望。
  - 類別變數:將精神希望分為 256 級, 0 表示無希望, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示希望類別(例如 0F 表示高希望), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:
 
$$\text{Spiritual Hope} = (\text{希望得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00F1 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無精神希望數據。
    - 類別變數:0 表示無希望。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00F2 - Spiritual Optimism(精神樂觀)

- 定義:衡量用戶的靈性樂觀程度, 反映精神積極心態。
- 資料收集方式:
  - 來源:樂觀測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對精神未來的正面期望程度。
- 商業價值:心理品牌可針對高樂觀用戶推廣精神積極服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將樂觀得分正規化至 0-255, 0 表示極悲觀, 255 表示極樂觀。
  - 類別變數:將精神樂觀分為 256 級, 0 表示極悲觀, 255 表示極樂觀。
  - 混合編碼:前兩字節表示樂觀類別(例如 02 表示中等樂觀), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
 
$$\text{Spiritual Optimism} = (\text{樂觀得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00F2 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無精神樂觀數據。
    - 類別變數:0 表示極悲觀。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00F3 - Spiritual Self-Esteem(精神自尊)

- 定義:衡量用戶的靈性自我價值感, 反映精神自信心。
- 資料收集方式:
  - 來源:自尊測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對自身靈性價值的認同程度。
- 商業價值:心理品牌可針對低自尊用戶推廣精神自信提升服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將自尊得分正規化至 0-255, 0 表示無自尊, 255 表示極高自尊。
  - 類別變數:將精神自尊分為 256 級, 0 表示無自尊, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示自尊類別(例如 01 表示低自尊), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。

- 計算公式：  
Spiritual Self-Esteem = (自尊得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00F3 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無精神自尊數據。
    - 類別變數：0 表示無自尊。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00F4 - Spiritual Satisfaction(精神滿足感)

- 定義：衡量用戶對精神生活的滿意程度，反映精神幸福感。
- 資料收集方式：
  - 來源：滿足測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法：記錄用戶對精神實踐和信仰的滿足感程度。
- 商業價值：靈性品牌可針對低滿足感用戶推廣精神滿足產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將滿足得分正規化至 0-255, 0 表示極不滿足, 255 表示極滿意。
  - 類別變數：將精神滿足感分為 256 級, 0 表示極不滿足, 255 表示極滿意。
  - 混合編碼：前兩字節表示滿足類別(例如 0F 表示高滿足), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：  
Spiritual Satisfaction = (滿足得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00F4 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無精神滿足感數據。
    - 類別變數：0 表示極不滿足。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00F5 - Spiritual Growth(精神成長)

- 定義：衡量用戶的精神成長程度，反映精神進步水平。
- 資料收集方式：
  - 來源：成長測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法：記錄用戶在精神技能、知識和覺知上的成長進展。
- 商業價值：教育品牌可針對高成長用戶推廣進階靈性學習產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將成長得分正規化至 0-255, 0 表示無成長, 255 表示極高成長。
  - 類別變數：將精神成長分為 256 級, 0 表示無成長, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示成長類別(例如 02 表示中等成長), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：  
Spiritual Growth = (成長得分 ÷ 最高得分) × 255。
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00F5 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無精神成長數據。
    - 類別變數：0 表示無成長。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00F6 - Spiritual Altruism(精神利他)

- 定義:衡量用戶的靈性利他行為頻率, 反映精神仁慈心態。
- 資料收集方式:
  - 來源:利他行為記錄、問卷調查、行為數據。
  - 方法:記錄用戶在靈性層面幫助他人或參與慈善活動的頻率和影響力。
- 商業價值:公益品牌可針對高利他用戶推廣靈性慈善項目。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將利他得分正規化至 0-255, 0 表示無利他, 255 表示極高利他。
  - 類別變數:將精神利他分為 256 級, 0 表示無利他, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示利他類別(例如 0F 表示高利他), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:
$$\text{Spiritual Altruism} = (\text{利他頻率} \div \text{平均利他頻率}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00F6 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無精神利他數據。
    - 類別變數:0 表示無利他。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00F7 - Spiritual Forgiveness(精神寬恕)

- 定義:衡量用戶的靈性寬恕能力, 反映精神寬容心態。
- 資料收集方式:
  - 來源:寬恕測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶在靈性層面寬恕他人或自己的行為和態度。
- 商業價值:心理品牌可針對低寬恕能力用戶推廣靈性療愈產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將寬恕得分正規化至 0-255, 0 表示無寬恕, 255 表示極高寬恕。
  - 類別變數:將精神寬恕分為 256 級, 0 表示無寬恕, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示寬恕類別(例如 01 表示低寬恕), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
$$\text{Spiritual Forgiveness} = (\text{寬恕得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00F7 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無精神寬恕數據。
    - 類別變數:0 表示無寬恕。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00F8 - Spiritual Compassion(精神同情)

- 定義:衡量用戶的靈性同情心程度, 反映精神仁慈心態。
- 資料收集方式:
  - 來源:同情測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶在靈性層面對他人的同情行為和反應。
- 商業價值:公益品牌可針對高同情心用戶推廣靈性慈善活動。
- 編碼方式:

- 連續數據:將同情得分正規化至 0-255, 0 表示無同情, 255 表示極高同情。
- 類別變數:將精神同情分為 256 級, 0 表示無同情, 255 表示極高。
- 混合編碼:前兩字節表示同情類別(例如 0F 表示高同情), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{Spiritual Compassion} = (\text{同情得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00F8 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無精神同情數據。
    - 類別變數:0 表示無同情。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00F9 - Faith in Universe(對宇宙的信仰)

- 定義:衡量用戶對宇宙本質的信任和信仰, 反映精神價值觀。
- 資料收集方式:
  - 來源:信仰測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對宇宙善良和秩序的信任程度。
- 商業價值:靈性品牌可針對高信仰用戶推廣宇宙探索產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將信仰得分正規化至 0-255, 0 表示無信仰, 255 表示極高信仰。
  - 類別變數:將對宇宙信仰分為 256 級, 0 表示無信仰, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示信仰類別(例如 02 表示中等信仰), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:  

$$\text{Faith in Universe} = (\text{信仰得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00F9 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無對宇宙信仰數據。
    - 類別變數:0 表示無信仰。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

#### 屬性 00FA - Spiritual Curiosity(精神好奇心)

- 定義:衡量用戶對精神領域的好奇心程度, 反映精神探索欲望。
- 資料收集方式:
  - 來源:好奇心測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶對精神問題和實踐的探索頻率和深度。
- 商業價值:靈性品牌可針對高好奇心用戶推廣探索產品或課程。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將好奇心得分正規化至 0-255, 0 表示無好奇心, 255 表示極高好奇心。
  - 類別變數:將精神好奇心分為 256 級, 0 表示無好奇心, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示好奇心類別(例如 0F 表示高好奇心), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{Spiritual Curiosity} = (\text{好奇心得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:

- 圖1數據:地址 00FA 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
- 解釋:
  - 連續數據:00 = 0, 表示無精神好奇心數據。
  - 類別變數:0 表示無好奇心。
  - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00FB - Ethical Leadership(倫理領導)

- 定義:衡量用戶在精神層面的倫理領導能力, 反映精神影響力。
- 資料收集方式:
  - 來源:領導測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶在倫理決策和領導中的表現, 如正直和公平。
- 商業價值:領導品牌可針對高能力用戶推廣倫理領導產品。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將領導得分正規化至 0-255, 0 表示無領導, 255 表示極高領導力。
  - 類別變數:將倫理領導分為 256 級, 0 表示無領導, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示領導類別(例如 0F 表示高領導), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:
$$\text{Ethical Leadership} = (\text{領導得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00FB 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無倫理領導數據。
    - 類別變數:0 表示無領導。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00FC - Moral Courage(道德勇氣)

- 定義:衡量用戶在道德困境中的勇氣程度, 反映精神品質。
- 資料收集方式:
  - 來源:勇氣測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法:記錄用戶在道德抉擇中堅持正義的行為和決心。
- 商業價值:道德品牌可針對高勇氣用戶推廣正直產品或服務。
- 編碼方式:
  - 連續數據:將勇氣得分正規化至 0-255, 0 表示無勇氣, 255 表示極高勇氣。
  - 類別變數:將道德勇氣分為 256 級, 0 表示無勇氣, 255 表示極高。
  - 混合編碼:前兩字節表示勇氣類別(例如 02 表示中等勇氣), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式:
$$\text{Moral Courage} = (\text{勇氣得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00FC 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無道德勇氣數據。
    - 類別變數:0 表示無勇氣。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00FD - Spiritual Integrity(精神完整性)

- 定義:衡量用戶的靈性行為一致性, 反映精神道德品質。

- 資料收集方式：
  - 來源：完整性測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法：記錄用戶在靈性實踐中的一致性和誠信程度。
- 商業價值：靈性品牌可針對高完整性用戶推廣正直產品或服務。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將完整性得分正規化至 0-255, 0 表示無完整性, 255 表示極高完整性。
  - 類別變數：將精神完整性分為 256 級, 0 表示無完整性, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示完整性類別(例如 0F 表示高完整性), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式：
 
$$\text{Spiritual Integrity} = (\text{完整性得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00FD 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無精神完整性數據。
    - 類別變數：0 表示無完整性。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00FE - Universal Harmony(宇宙和諧)

- 定義：衡量用戶對宇宙和諧的感知和實踐, 反映精神平衡感。
- 資料收集方式：
  - 來源：和諧測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法：記錄用戶對宇宙法則和諧的理解和行為一致性。
- 商業價值：靈性品牌可針對高和諧感用戶推廣宇宙平衡產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將和諧得分正規化至 0-255, 0 表示極不和諧, 255 表示極高和諧。
  - 類別變數：將宇宙和諧分為 256 級, 0 表示極不和諧, 255 表示極高。
  - 混合編碼：前兩字節表示和諧類別(例如 02 表示中等和諧), 後兩字節表示強度(例如 0F 表示高程度)。
- 計算公式：
 
$$\text{Universal Harmony} = (\text{和諧得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例：
  - 圖1數據：地址 00FE 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋：
    - 連續數據：00 = 0, 表示無宇宙和諧數據。
    - 類別變數：0 表示極不和諧。
    - 混合編碼：0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。

---

#### 屬性 00FF - Earth Life Satisfaction(地球生活滿意度)

- 定義：衡量用戶對整體生活的滿意程度, 反映精神幸福感。
- 資料收集方式：
  - 來源：地球生活滿意度測試問卷、行為記錄、心理評估。
  - 方法：記錄用戶對生活各方面的滿意度得分。
- 商業價值：健康品牌可針對低滿意度用戶推廣幸福感提升產品。
- 編碼方式：
  - 連續數據：將滿意度得分正規化至 0-255, 0 表示極不滿意, 255 表示極滿意。
  - 類別變數：將生活滿意度分為 256 級, 0 表示極不滿意, 255 表示極滿意。

- 混合編碼:前兩字節表示滿意度類別(例如 0F 表示高滿意), 後兩字節表示強度(例如 0A 表示中上)。
- 計算公式:  

$$\text{Life Satisfaction} = (\text{滿意度得分} \div \text{最高得分}) \times 255。$$
- 數據範例:
  - 圖1數據:地址 00FF 的值為 00 00 00 ...(假設無數據)。
  - 解釋:
    - 連續數據:00 = 0, 表示無生活滿意度數據。
    - 類別變數:0 表示極不滿意。
    - 混合編碼:0000 表示類別 00(無數據), 強度 00。