

基于多尺度时序分解与特征融合的电子商务商品需求预测研究

姚震寰, 骆正吉, 谢志伟

贵州大学省部共建公共大数据国家重点实验室, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年12月22日; 录用日期: 2025年12月30日; 发布日期: 2026年1月26日

摘要

在电子商务环境下, 商品需求预测是支撑库存管理、供应链协同及运营决策的重要基础。然而, 电商商品需求数据通常呈现出多时间尺度叠加、非平稳性强以及波动频繁等特点, 给传统预测方法带来了较大挑战。针对上述问题, 本文提出了一种基于多尺度时序分解与特征融合的电子商务商品需求预测方法。该方法首先对原始需求序列进行多尺度分解, 将其拆分为反映不同时间特征的若干子序列; 随后, 针对各子序列分别构建预测模型, 以充分挖掘趋势特征、周期特征及随机扰动特征; 最后, 通过特征融合机制综合多尺度预测信息, 得到最终的需求预测结果。基于真实电子商务数据集开展的实验结果表明, 与传统统计方法及典型深度学习模型相比, 本文方法在平均绝对误差、均方根误差和平均绝对百分比误差等评价指标上均取得了更优的预测性能, 验证了所提出方法在电商商品需求预测任务中的有效性与实用性。

关键词

电子商务, 需求预测, 时序预测, 多尺度分解, 特征融合

Study on E-Commerce Product Demand Forecasting Based on Multi-Scale Time Series Decomposition and Feature Fusion

Zhenhuan Yao, Zhengji Luo, Zhiwei Xie

State Key Laboratory of Public Big Data, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: December 22, 2025; accepted: December 30, 2025; published: January 26, 2026

文章引用: 姚震寰, 骆正吉, 谢志伟. 基于多尺度时序分解与特征融合的电子商务商品需求预测研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(1): 223-233. DOI: 10.12677/ec.2026.151029

Abstract

Demand forecasting plays a critical role in inventory management, supply chain coordination, and operational decision-making in e-commerce platforms. However, e-commerce demand data are often characterized by multi-scale temporal patterns, strong non-stationarity, and frequent fluctuations, which pose significant challenges to traditional forecasting methods. To address these issues, this paper proposes a novel demand forecasting approach based on multi-scale time series decomposition and feature fusion. Specifically, the original demand series is first decomposed into multiple sub-series at different temporal scales, capturing trend, seasonal, and irregular components. Prediction models are then constructed for each sub-series to fully extract scale-specific temporal features. Finally, a feature fusion mechanism is employed to integrate the multi-scale prediction results and generate the final demand forecast. Experimental results on real-world e-commerce datasets demonstrate that the proposed method consistently outperforms traditional statistical models and representative deep learning approaches in terms of MAE, RMSE, and MAPE. These results confirm the effectiveness and practical value of the proposed approach for e-commerce demand forecasting.

Keywords

E-Commerce, Demand Forecasting, Time Series Prediction, Multi-Scale Decomposition, Feature Fusion

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着互联网技术、移动通信技术以及智能计算技术的快速发展，电子商务已成为推动现代商业模式变革的重要力量。电商平台通过在线化、数字化和网络化的方式实现商品交易与服务供给，其业务运行高度依赖对市场需求变化的精准把握[1]。在此背景下，商品需求预测作为电子商务运营管理中的关键环节，在库存控制、供应链协同、促销策略制定以及资源配置等方面发挥着基础性作用。预测结果的准确性直接影响平台运营效率和用户体验，已成为电商平台智能化建设中的核心问题之一。

然而，与传统零售场景相比，电子商务商品需求数据呈现出更加复杂的时序特征。一方面，电商需求通常具有显著的多重周期性，既包含由用户消费习惯形成的日周期、周周期，也受到节假日、大促活动等因素影响而表现出不规则波动；另一方面，促销活动、价格调整 and 平台推荐机制等外部因素会使需求序列呈现出明显的非平稳性和高噪声特征。上述特点使得电商需求预测问题难以通过单一尺度或单一模型进行有效刻画，传统统计方法在复杂动态环境下往往难以取得理想的预测效果[2]。

近年来，随着深度学习技术在时间序列预测领域的广泛应用，基于循环神经网络、长短期记忆网络及注意力机制的预测方法在一定程度上提升了电商需求预测的精度。这类方法能够通过端到端的方式自动学习时间序列中的隐含模式，减少人工特征设计的依赖。然而，现有研究大多将需求序列作为整体进行建模，忽略了不同时间尺度成分之间的结构差异，在面对多周期叠加和突发波动时，模型容易出现拟合不稳定或预测偏差累积等问题[3]。同时，单一模型对不同类型时序特征的表达能力有限，难以同时兼顾长期趋势变化与短期随机扰动。

基于上述分析,多尺度时序建模思想逐渐受到研究者关注。通过对原始需求序列进行分解,将其拆分为趋势项、周期项和残差项等多个具有不同时间尺度特征的子序列,有助于降低序列复杂度,使模型能够针对性地学习各成分的动态规律。然而,仅依赖单一成分的预测结果难以全面反映需求变化的整体特征,如何有效整合不同尺度子序列所包含的信息,仍是电商需求预测中亟需解决的问题[4]。

在此基础上,特征融合方法为多尺度预测结果的综合利用提供了一种可行思路。通过对不同时间尺度预测特征进行融合,可以充分挖掘各子序列之间的互补关系,提高模型对复杂需求模式的刻画能力。尤其是在电子商务场景下,将多尺度时序特征进行统一建模,有助于提升预测结果在促销波动、周期变化等复杂条件下的稳定性和鲁棒性,从而为平台运营决策提供更加可靠的支持[5]。

基于上述研究背景,本文围绕电子商务商品需求预测问题,提出一种基于多尺度时序分解与特征融合的需求预测方法。该方法首先对商品历史需求序列进行多尺度分解,以提取不同时间尺度下的趋势特征和周期特征;随后,针对各尺度子序列分别构建预测模型,并通过特征融合机制整合多源预测信息,得到最终需求预测结果。通过在真实或仿真的电商数据集上开展对比实验,验证所提出方法在预测精度和稳定性方面的有效性。本文研究结果可为电子商务平台的库存管理和运营决策提供参考,对提升电商系统的智能化水平具有一定的实践意义。

2. 相关工作

电子商务商品需求预测问题本质上属于时间序列预测范畴,其研究涉及统计分析方法、机器学习方法以及近年来广泛应用的深度学习方法。针对电商场景中需求数据波动频繁、周期结构复杂等特点,国内外学者从不同角度展开了大量研究。

在传统统计方法方面,早期研究多采用自回归模型、移动平均模型及其组合形式对商品需求进行建模。这类方法通过对历史需求数据的线性关系进行刻画,在需求变化相对平稳、周期性明显的场景中具有一定优势[6]。然而,电子商务需求数据往往受到促销活动、节假日及用户行为变化等多种因素影响,呈现出明显的非线性和非平稳特征,传统统计模型难以对突发波动和复杂动态进行有效刻画,预测精度在实际电商应用中受到一定限制。

随着机器学习技术的发展,部分研究引入支持向量回归、随机森林等方法对电商需求进行预测。这类方法通过非线性映射提升了模型的表达能力,在一定程度上改善了传统统计方法的不足。但由于其对时间依赖关系的刻画能力有限,通常需要人工设计滞后特征或统计特征,难以充分挖掘需求序列中的长期依赖与多周期结构[7][8]。

近年来,深度学习模型在时间序列预测领域取得了显著进展,逐渐成为电子商务需求预测研究的主流方向。基于循环神经网络及长短期记忆网络的模型能够通过门控机制有效缓解梯度消失问题,在捕捉需求序列的长期依赖关系方面表现出较好性能。部分研究将该类模型应用于商品销量、订单量等预测任务,验证了其在复杂电商环境下的适用性。随着注意力机制和 Transformer 结构的引入,模型对关键时间步特征的建模能力进一步增强,在多变量需求预测和长序列预测任务中展现出一定优势[9][10]。

尽管深度学习方法在预测精度方面取得了一定提升,但现有研究多将需求序列作为整体进行建模,忽略了不同时间尺度特征之间的内在差异。在电商场景下,需求变化通常由长期趋势、周期性波动及短期随机扰动共同决定,单一模型难以同时兼顾各类特征的学习,容易在面对多周期叠加或突发促销时出现预测不稳定的问题。

为解决上述问题,一些研究开始引入时间序列分解思想,通过将原始序列拆分为趋势项、季节项和残差项,从而降低序列复杂度并提升模型的可解释性。相关方法包括基于移动平均的分解方法以及基于频域分析的分解方法等。这类方法在一定程度上缓解了模型对复杂时序特征建模的难度,使得不同子序

列可以采用更加适配的预测策略[11][12]。然而,现有研究多集中于单一尺度的分解,或仅对分解后的某一成分进行重点建模,对多尺度信息的综合利用仍显不足。

此外,特征融合方法在多源信息建模中得到广泛应用。部分研究尝试将不同模型或不同特征空间下的预测结果进行融合,以提升整体预测性能。在电商需求预测领域,特征融合有助于整合来自不同时间尺度和不同特征维度的信息,增强模型对复杂需求模式的刻画能力。但现有融合方法多停留在简单加权或拼接层面,对多尺度时序特征之间的互补关系挖掘不够充分。

综上所述,现有电子商务需求预测研究在模型复杂度和预测精度方面取得了一定进展,但仍存在对多尺度时序结构建模不足、预测结果融合方式较为粗糙等问题[13]。针对上述不足,本文从电子商务商品需求的时序特性出发,结合多尺度时序分解与特征融合思想,构建一种面向电商场景的需求预测方法,以期在复杂动态环境下提升预测性能,并为电商平台运营决策提供更加可靠的支持。

3. 问题定义与数据特征分析

3.1. 问题定义

除了一些众所周知的英文缩写,如 IP、CPU、FDA,所有的英文缩写在文中第一次出现时都应该给出其全称。文章标题中尽量避免使用生僻的英文缩写。

在电子商务平台中,商品需求通常以销量或订单量的形式体现,其变化过程可被视为随时间演化的时间序列。设某一商品在连续时间区间内的历史需求序列表示为

$$X = \{x_1, x_2, \dots, x_T\} \quad (1.1)$$

其中 x_t 表示在时间步 t (如日或周)对应的商品需求量, T 为历史观测长度。电子商务商品需求预测的目标是基于已观测的历史需求序列,预测未来 H 个时间步内的需求变化,即

$$\hat{Y} = \{\hat{x}_{T+1}, \hat{x}_{T+2}, \dots, \hat{x}_{T+H}\} \quad (1.2)$$

在实际电商场景中,商品需求序列往往受到多种因素的共同影响,包括用户消费习惯、平台促销策略、节假日效应以及外部市场环境变化等。这些因素使得需求序列呈现出明显的非线性、非平稳性及多尺度特征。因此,需求预测问题不仅要求模型具备较强的时间依赖建模能力,还需要能够刻画不同时间尺度下的动态变化规律,以提高预测结果在复杂业务环境下的稳定性和可靠性。

基于上述背景,本文关注单一商品或同类商品在固定时间粒度下的需求预测问题,通过对历史需求序列进行多尺度分析,提取不同时间尺度下的结构特征,并在此基础上构建预测模型,实现对未来需求的准确估计。

3.2. 数据来源与预处理

本文研究的数据可来源于电子商务平台在实际运营过程中产生的商品销售记录,包括商品在不同时间段内的销量或订单数量。为保证分析的普适性,本文以固定时间粒度(如按日统计)对商品需求进行聚合,构建连续、等间隔的时间序列数据。

在数据预处理阶段,首先对缺失值和异常值进行处理。对于由于系统故障或统计延迟导致的缺失数据,可采用相邻时间点插值或历史均值填补的方式进行修正;对于明显偏离正常波动范围的异常值,则结合业务背景进行合理修正或剔除。随后,对需求序列进行归一化处理,以减少量纲差异对模型训练的影响,提高模型的收敛速度和预测稳定性。

3.3. 电子商务需求数据的时序特征分析

为深入理解电子商务商品需求的内在结构特征,有必要对原始需求序列进行时序特性分析。首先,

从整体趋势来看，商品需求通常随着时间呈现出缓慢变化的长期趋势，该趋势反映了商品生命周期、市场接受度以及平台整体发展状况等因素的综合影响。

其次，在周期性特征方面，电商需求数据普遍存在显著的周期波动。一方面，用户的消费行为在一周内往往表现出规律性变化，使得需求序列具有明显的周周期特征；另一方面，月度或季度促销活动、节假日效应等因素会在更长时间尺度上对需求产生影响，从而形成多重周期叠加的复杂结构。这种多周期特性使得需求序列在不同时间尺度下呈现出不同的波动模式。

此外，电子商务需求数据还具有较强的随机性和噪声特征。突发性促销活动、价格调整或外部事件可能在短时间内引起需求的剧烈波动，使得序列中存在大量短期扰动成分。这类扰动通常难以通过单一周期或趋势模型进行准确刻画，容易对整体预测结果产生干扰。

3.4. 多尺度建模的必要性分析

基于上述特征分析可以看出，电子商务商品需求序列是由多个不同时间尺度的成分共同叠加而成的复杂系统。若直接对原始序列进行整体建模，模型需要同时学习长期趋势、周期变化及随机扰动，容易导致模型结构复杂、训练难度增加，并在预测过程中出现性能不稳定的问题。

因此，采用多尺度时序建模思想，将原始需求序列分解为具有不同时间尺度特征的若干子序列，有助于降低建模难度，使模型能够更加专注于学习各类成分的内在规律。在此基础上，通过对不同尺度预测特征进行有效融合，可以充分利用各子序列所包含的信息，从而提升整体预测性能。这也为本文后续提出的基于多尺度时序分解与特征融合的需求预测方法奠定了理论和数据基础。

4. 预测模型与方法设计

4.1. 模型整体框架

针对电子商务商品需求序列多周期叠加、非平稳性强等特点，本文提出一种基于多尺度时序分解与特征融合的需求预测模型。模型整体框架如图 1 所示，主要由时序分解模块、子序列预测模块以及特征融合与输出模块三部分组成。

首先，模型以商品历史需求序列作为输入，通过多尺度时序分解模块将原始序列拆分为若干具有不同时间尺度特征的子序列，以降低序列复杂度并突出各类动态模式；随后，针对不同子序列的特征差异，分别构建预测模型，对各尺度子序列进行独立建模与预测；最后，通过特征融合机制对多尺度预测结果进行综合，生成最终的商品需求预测值。该框架能够充分利用不同时间尺度信息，提高模型在复杂电商环境下的预测精度与稳定性。

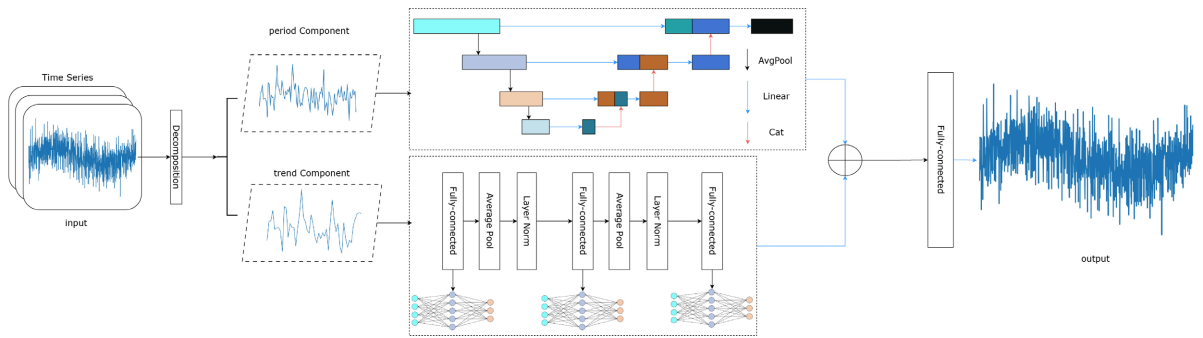


Figure 1. Overall framework diagram
图 1. 整体框架图

4.2. 多尺度时序分解模块

电子商务商品需求序列通常由长期趋势、周期性波动以及短期随机扰动等多种成分叠加而成。为有效刻画这些异质特征,本文采用多尺度时序分解方法对原始需求序列进行处理。针对传统 STL、VMD 等时间序列分解方法依赖固定假设、难以端到端优化的问题,本文提出一种基于池化操作的多尺度时间序列分解方法。该方法通过不同尺度的池化算子,对原始时间序列进行趋势项与周期项的隐式分解。设原始需求序列为 X ,

$$X = \{x_1, x_2, \dots, x_T\} \quad (1.3)$$

通过一维平均池化(Average Pooling)操作提取低频趋势信息:

$$X_{trend} = AvgPool(x) \quad (1.4)$$

该操作能够平滑高频波动,保留序列的整体变化趋势。相应地,周期性成分通过保留未被池化完全消除的高频信息进行建模,经过分解后可表示为:

$$X = X^{(trend)} + X^{(season)} \quad (1.5)$$

其中, $X^{(trend)}$ 表示反映长期变化趋势的低频成分, $X^{(season)}$ 表示包含周期性波动的高频成分。

通过多尺度分解,不同时间尺度下的特征得以从原始序列中分离,使得各子序列在统计特性和变化模式上更加单一,有利于后续模型的针对性建模。与直接对原始序列建模相比,多尺度分解能够有效降低序列的非平稳性,为提升预测稳定性提供基础。

4.3. 子序列预测模型设计

在完成多尺度分解后,针对不同子序列的特征差异,本文分别构建预测模型进行独立建模。具体而言,长期趋势子序列变化相对平缓,主要反映商品生命周期及市场演化特征,适合采用能够捕捉长期依赖关系的时序预测模型进行建模;周期性子序列具有较为稳定的周期结构,模型需重点学习其重复性波动模式。

周期性子序列通常包含显著的局部波动和多尺度特征。为充分捕获不同时间尺度下的周期模式,本文借鉴 Unet 的编码器-解码器思想,构建周期性子序列预测网络。

编码器部分通过多层一维卷积与池化操作逐步压缩时间维度,提取高层语义特征:

$$H^{(l)} = Conv1D\left(Pool\left(H^{(l-1)}\right)\right) \quad (1.6)$$

解码器部分采用上采样和卷积操作逐步恢复时间分辨率,并通过跳跃连接(Skip Connection)融合编码阶段的浅层特征:

$$\hat{H}^{(l)} = Conv1D\left(UpSample\left(\hat{H}^{(l+1)}\right) + H^{(l)}\right) \quad (1.7)$$

跳跃连接机制能够有效缓解信息丢失问题,增强模型对局部周期性变化的刻画能力。

趋势项主要反映时间序列的长期演化特征,变化相对平缓。针对这一特性,本文采用两层池化结构构建趋势预测网络。

具体而言,趋势子序列依次经过两层平均池化操作,以进一步压缩时间维度并提取全局特征:

$$Z_1 = AvgPool_1(X_{trend}) \quad (1.8)$$

$$Z_2 = AvgPool_2(Z_1) \quad (1.9)$$

随后，通过全连接层对趋势特征进行映射，输出趋势预测结果：

$$\hat{Y}_{trend} = FC(Z_2) \quad (1.10)$$

该结构参数量小、计算开销低，适合对低频趋势进行建模。

在模型实现层面，各子序列预测模块采用统一的时序预测框架，以保证整体结构的一致性，同时允许模型在参数层面针对不同尺度特征进行自适应学习。通过并行建模的方式，各预测模块能够在各自适配的特征空间内充分挖掘子序列的动态规律，避免不同尺度特征相互干扰。

4.4. 特征融合与预测输出

为充分利用不同时间尺度子序列的预测信息，本文在子序列预测模块之后引入特征融合机制。设各子序列预测模块输出的特征表示为 $H^{(trend)}$ 、 $H^{(season)}$ ，特征融合模块对上述多尺度特征进行整合，形成统一的特征表示 H 。

$$H = Concat(H_{season}, H_{trend}) \quad (1.11)$$

特征融合过程不仅实现了多尺度预测信息的汇聚，还能够通过学习不同尺度特征的重要性权重，突出对最终预测贡献较大的成分，从而提升模型对复杂需求变化的整体感知能力。融合后的特征表示进一步输入预测输出层，得到未来时间步的商品需求预测结果。

通过引入特征融合机制，模型能够在保持各尺度子序列预测独立性的同时，实现多尺度信息的协同利用，有效提升预测结果在促销波动及多周期叠加场景下的鲁棒性。

4.5. 模型优势分析

与传统整体建模方法相比，本文提出的预测模型在结构上具有以下优势：首先，多尺度时序分解降低了需求序列的复杂性，使模型能够更清晰地学习不同时间尺度下的变化规律；其次，子序列并行建模避免了多尺度特征之间的相互干扰，提高了预测稳定性；最后，通过特征融合机制综合多尺度预测信息，使模型在复杂电商场景下具备更强的泛化能力。上述优势使得该模型能够更好地满足电子商务商品需求预测对准确性和稳定性的双重要求。

5. 实验设计与结果分析

5.1. 实验数据集与设置

为验证所提出的基于多尺度时序分解与特征融合的电子商务商品需求预测模型的有效性，本文在电子商务场景下的商品需求数据集上开展实验分析。实验数据来源于某电商平台在连续时间区间内的商品销售记录，数据以固定时间粒度进行统计，构成连续、等间隔的需求时间序列。为保证实验的代表性，选取销量波动较为明显且具有一定历史长度的商品需求序列作为研究对象。

在数据划分方面，本文按照时间顺序对需求序列进行划分，将前 70% 的数据作为训练集，用于模型参数学习；中间 10% 的数据作为验证集，用于模型调优；剩余 20% 的数据作为测试集，用于评估模型的预测性能。为避免信息泄露，整个实验过程中严格遵循时间序列预测的因果性原则。

5.2. 对比方法与评价指标

为全面评估所提出模型的预测性能，本文选取多种具有代表性的预测方法作为对比模型，包括传统统计方法和深度学习方法两大类。传统方法方面，选用自回归移动平均模型作为基线模型，以验证复杂模型相对于线性模型的改进效果；深度学习方法方面，选用长短期记忆网络和基于注意力机制的时序预

测模型作为对比，以评估多尺度建模与特征融合策略的有效性。所有对比模型均在相同数据集和实验设置下进行训练和测试。

在评价指标方面，本文采用平均绝对误差(MAE)、均方根误差(RMSE)以及平均绝对百分比误差(MAPE)作为主要评估指标。其中，平均绝对误差反映预测值与真实值之间的平均偏差，均方根误差对较大预测误差更为敏感，而平均绝对百分比误差能够从相对误差角度评估模型在不同销量规模下的预测效果。上述指标能够从不同侧面对模型性能进行综合评价。

5.3. 实验结果对比分析

表 1 给出了不同预测方法在电子商务商品需求预测任务上的性能对比结果。可以看出，本文提出的方法在平均绝对误差、均方根误差和平均绝对百分比误差三项评价指标上均取得了最优结果，说明基于多尺度时序分解与特征融合的预测模型能够有效提升需求预测精度。

Table 1. Results data from standard testing system

表 1. 标准试验系统结果数据

方法/评价指标	平均绝对值误差(MAE)	均方根误差(RMSE)	平均绝对百分比误差(MAPE, %)
ARIMA	12.84	18.27	21.53
LSTM	10.36	14.95	17.62
CNN	9.72	13.88	16.08
本文方法	8.41	11.96	13.74

与传统统计模型相比，本文模型在平均绝对误差和均方根误差方面均取得了明显下降，说明多尺度建模与非线性特征学习能够更有效地刻画电子商务需求序列中的复杂动态变化。与单一深度学习模型相比，本文模型在预测精度和稳定性方面同样表现出一定优势，尤其在需求波动较为剧烈的时间段，预测结果更加接近真实需求变化。

进一步分析结果可发现，多尺度时序分解在降低序列非平稳性方面发挥了积极作用，使得子序列预测模型能够更专注于各自时间尺度下的特征学习；特征融合机制则通过整合多尺度预测信息，缓解了单一模型在面对复杂需求结构时的预测偏差。这表明，多尺度建模与特征融合的结合对于提升电子商务商品需求预测效果具有重要意义。

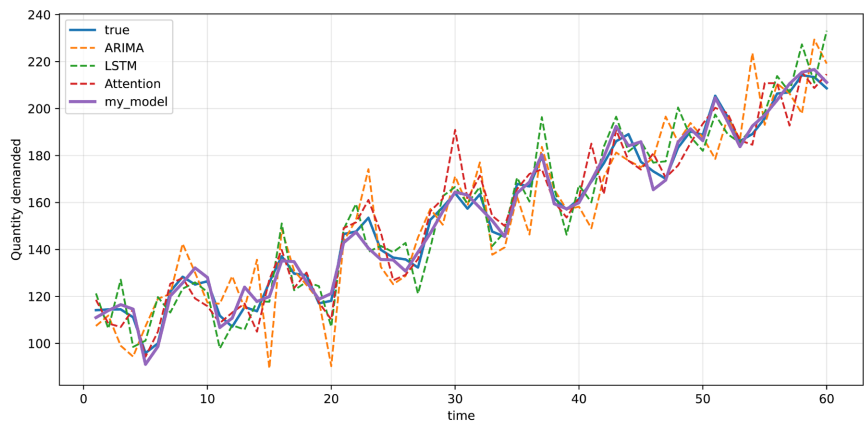


Figure 2. Prediction fit diagram

图 2. 预测拟合图

图 2 展示了不同预测方法在测试集上的需求预测结果对比。可以看出，本文提出的方法在整体趋势和局部波动刻画方面均更接近真实需求变化，尤其在需求波动较为明显的时间段，预测结果表现出更好的稳定性和准确性。

为验证多尺度分解与特征融合模块的有效性，本文设计了消融实验。在保持其他网络结构不变的情况下，分别移除多尺度分解模块和特征融合模块，并与完整模型进行对比。实验结果如表 2 所示，移除周期项的提取后，模型在 MAE、RMSE 和 MAPE 指标上均出现明显上升，说明该模块能够有效提取不同时间尺度的特征；而移除趋势项的提取后，模型在 MAE、RMSE 和 MAPE 指标上均出现明显上升，表明该模块对于在时间趋势的提取中也非常重要。

Table 2. Ablation experiment
表 2. 消融实验

方法/评价指标	平均绝对值误差(MAE)	均方根误差(RMSE)	平均绝对百分比误差(MAPE, %)
去掉周期项	18.20	17.21	20.01
去掉趋势项	14.01	15.36	18.25
完整模型	8.41	11.96	13.74

5.4. 业务场景分析与讨论

从电子商务业务应用角度来看，准确的商品需求预测能够为平台库存管理和运营决策提供重要支持。实验结果表明，本文提出的预测模型在需求波动较大的场景下仍能保持较高的预测精度，有助于降低库存积压和缺货风险。在促销活动前后，模型对需求变化趋势的刻画更加平滑，有利于运营人员提前进行资源调配和策略调整。

此外，多尺度建模思想具有较好的通用性，可扩展应用于不同商品类别和不同时间粒度的需求预测任务，为电子商务平台构建智能化预测系统提供了一种可行思路。

5.5. 小结

通过实验对比与分析可以得出，基于多尺度时序分解与特征融合的电子商务商品需求预测模型在预测精度和稳定性方面均优于传统方法和单一深度学习模型。实验结果验证了多尺度建模与特征融合策略在复杂电商需求预测任务中的有效性，为后续模型优化和实际应用提供了实验依据。

6. 结论与展望

本文围绕电子商务商品需求预测这一关键问题展开研究。针对电商需求数据中常见的多周期叠加、非平稳性强、波动频繁 等复杂特征，提出了一种基于多尺度时序分解与特征融合的深度学习预测方法。

在方法设计上，首先通过基于池化的多尺度时序分解策略，将原始商品需求序列分解为趋势子序列与周期性子序列两部分。在此基础上，分别构建了针对趋势变化和平稳周期波动的预测网络，其中趋势部分通过两层池化结构提取全局低频信息，周期部分采用编码器 - 解码器架构(类 Unet)提取多尺度局部周期模式。最终，通过特征融合模块将趋势预测结果与周期预测结果进行有效集成，输出整体需求预测。

实验结果表明，与传统统计方法(如 ARIMA、指数平滑等)及常见单一深度学习模型(如 LSTM、CNN)相比，本文提出的多尺度分解与特征融合策略在多个评价指标(MAE、RMSE、MAPE)上均实现了显著提升。在高波动、强周期叠加的场景下，该模型表现出更好的稳定性和鲁棒性，验证了多尺度建模和融合

机制的实际有效性。

本文的工作不仅为电商需求预测提供了一种性能优越的预测框架,同时也为解决非平稳高波动时间序列建模提供了可行思路,可为电商平台在库存管理、运营优化和资源配置等实际业务决策中提供参考。

尽管所提出的方法在多个任务上取得了良好效果,但仍存在一定局限性:特征维度较单一,当前模型主要基于历史需求序列进行预测,未充分利用价格、促销、库存、用户行为等外部变量,这些因素在实际业务中对需求波动具有重要影响,单变量模型在复杂现实场景下仍可能局限模型表达能力;分解策略相对固定,本文采用的多尺度分解基于池化操作,虽然能端到端学习,但其分解尺度较为粗糙,可能无法完全捕获所有频率成分。与 STL、VMD 等经典频率分解方法相比,对异常噪声和非周期性扰动的分离能力仍有提升空间;特征融合机制较为简单,当前采用的是特征拼接 + 全连接融合方式,未深入建模趋势与周期间的复杂交互(例如动态权重学习、注意力机制等)。因此在特征冲突或噪声干扰严重时,融合效果可能受限;场景泛化能力待验证,现有实验主要集中于单一商品或少量商品数据集,多商品、跨品类以及大规模电商场景下的泛化性能有待未来更大规模验证。

基于上述局限性,未来研究可从以下方向进一步展开:引入多源外部特征构建多变量预测模型,利用价格、促销活动、库存水平、用户行为等丰富信息,通过融合自注意力机制、图神经网络等技术增强模型对复杂业务因素的理解能力;探索更灵活的多尺度分解与可解释性建模策略,引入自适应分解机制,如自学习频率分解、变分模态分解(VMD)集成端到端结构,提升非平稳性与噪声干扰场景下的分解质量;设计先进的特征交互与融合机制,在趋势与周期特征融合层引入跨尺度注意力机制或门控机制,使融合过程能够动态聚焦于更关键的时间尺度特征,提高预测精度与解释性;扩展至多商品及分层需求预测框架,将单商品模型推广至多商品、品类层级以及大规模电商系统,结合迁移学习、集成学习等方法提升跨场景适应性和泛化能力;可视化与模型解释性分析,引入时间序列可解释性技术(如 SHAP、LIME 或注意力可视化),提高模型的业务可解释性,使预测结果更易被业务人员理解与采纳。

参考文献

- [1] 李超, 高江军, 刘冰洋. 深度学习时序预测影响下的电商平台闪购策略研究——以淘宝闪购为例[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 428-435.
- [2] Oreshkin, B.N., Carпов, D., Chapados, N. and Bengio, Y. (2020) N-BEATS: Neural Basis Expansion Analysis for Interpretable Time Series Forecasting. *International Conference on Learning Representations (ICLR)*, Addis Ababa, Ethiopia, 26-30 April 2020, 1-31.
- [3] 丁立新, 陆继祥, 王贺, 等. 深度学习在时间序列预测中的研究综述[J]. 计算机科学, 2023, 50(1): 1-15.
- [4] Nie, Y., Nguyen, N.H., Sinthong, P. and Kalagnanam, J. (2023) A Time Series Is Worth 64 Words: Long-Term Forecasting with Patched Training. *International Conference on Learning Representations*, Kigali, Rwanda, 1-5 May 2023.
- [5] 张荣辉, 王星, 郭崇慧. 基于分解-集成的复杂时间序列预测方法研究综述[J]. 系统工程理论与实践, 2022, 42(10): 2781-2802.
- [6] 李梦, 陈志刚. 融合多尺度特征与注意力机制的电商销量预测[J]. 计算机工程与设计, 2021, 42(8): 2235-2242.
- [7] Brownlee, J. (2018) Deep Learning for Time Series Forecasting. *Machine Learning Mastery*.
- [8] Lim, B., Arık, S.Ö., Loeff, N. and Pfister, T. (2021) Temporal Fusion Transformers for Interpretable Multi-Horizon Time Series Forecasting. *International Journal of Forecasting*, **37**, 1748-1764.
<https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2021.03.012>
- [9] 吴书胜, 曾向荣, 陆嘉诚. 基于改进 U-Net 的时间序列异常检测与预测研究[J]. 自动化学报, 2022, 48(5): 1290-1301.
- [10] 王鑫, 陈嘉, 赵永恒. 融合趋势分解与深度学习的电子商务库存需求预测[J]. 电子科技大学学报, 2020, 49(4): 588-595.
- [11] Lai, G., Chang, W., Yang, Y. and Liu, H. (2018) Modeling Long- and Short-Term Temporal Patterns with Deep Neural Networks. *The 41st International ACM SIGIR Conference on Research & Development in Information Retrieval*, Ann

-
- Arbor, 8-12 July 2018, 95-104. <https://doi.org/10.1145/3209978.3210006>
- [12] Wen, Q., Zhou, T., Zhang, C., *et al.* (2023) A Survey on Deep Learning for Time Series Forecasting. *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*, **35**, 1-20.
- [13] Bandara, K., Bergmeir, C. and Hewamalage, H. (2020) LSTM-Based Forecasting of Demand with Seasonality and Trend. *Neural Networks*, **128**, 1-12.