

电子商务视角下的期刊服务平台优化路径重构

张宇¹, 赵文青²

¹江苏大学科技信息研究所, 江苏 镇江

²江苏大学杂志社, 江苏 镇江

收稿日期: 2026年2月28日; 录用日期: 2026年3月10日; 发布日期: 2026年4月10日

摘要

随着数字经济与智能化浪潮的袭来, 知识传播生态发生深刻变革。学术期刊正处于从传统线性出版模型向双边市场的数字知识服务平台转型的关键期。本文基于电子商务与平台经济视角, 重新界定数智时代期刊作为知识电商平台的服务内涵、多边主体及商业功能定位; 深入剖析当下我国期刊平台在运营中面临的痛点, 如平台评价指标异化导致的学科差异化价值流失、数字供应链技术迭代滞后, 以及信息不对称引发的平台信任危机。通过系统梳理国内外基于服务体验的平台评价理论演变, 本文提出了一套以用户体验为核心的全要素评价与优化体系。未来应依托算法创新服务评价模式, 推进数据要素共享与供应链透明化, 以期为我国学术期刊平台的数字化商业模式升级与合规治理提供理论与实践参考。

关键词

电子商务, 平台经济, 用户体验, 双边市场

Reconstruction of the Optimization Path of Journal Service Platform from the Perspective of E-Commerce

Yu Zhang¹, Wenqing Zhao²

¹Institute of Science and Technology Information, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

²Periodical Press of Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: February 28, 2026; accepted: March 10, 2026; published: April 10, 2026

Abstract

With the advent of the digital economy and the wave of intelligence, the knowledge dissemination ecosystem has undergone profound changes. Academic journals are currently in a critical period of

transformation from the traditional linear publishing model to a digital knowledge service platform with a bilateral market. Based on the perspectives of e-commerce and platform economy, this paper redefines the service connotation, multi-party subjects, and commercial function positioning of academic journals as knowledge e-commerce platforms in the era of digital intelligence. It also deeply analyzes the pain points faced by current Chinese journal platforms in operation, such as the loss of long-tail value caused by the distortion of platform KPIs (Key Performance Indicators), the lag in digital supply chain technology iteration, and the platform trust crisis triggered by information asymmetry. By systematically reviewing the evolution of platform evaluation theories based on service experience at home and abroad, this paper proposes a comprehensive evaluation and optimization system centered on user experience. In the future, it is necessary to rely on algorithm innovation to serve the evaluation model, promote the sharing of digital assets (data elements) and the transparency of the supply chain, in order to provide theoretical and practical references for the digital business model upgrade and compliance governance of Chinese academic journal platforms.

Keywords

E-Commerce, Platform Economy, User Experience, Two-Sided Market

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

在电子商务语境下,服务质量是指平台满足用户需求的及时性、准确性、全面性与便捷性之总和[1]。随着数智经济的不断延伸,当下的学术传播生态正经历一场本质变革,不仅是载体的电子化,更是整个数字内容流转范式与商业模式的重新构建。出版机构与数字化平台早已不是单纯的信息搬运工或物流通道,而是深度参与科研全生命周期价值共创的知识平台与服务提供商。

尽管大数据挖掘与人工智能技术已为精准勾勒用户画像、实现个性化商品推荐创造了条件,但业界对高水准数智化知识服务平台的评价认知仍落后于技术实践。当下的评价逻辑仍受困于以引文量为核心的传统评价框架,难以准确衡量平台环境下的用户交互深度、数据供应链的透明度以及智能推荐算法的伦理边界。当前评价体系的平台化失灵,不仅削弱了期刊对知识创新的引导力,也制约了学术产品向现实生产力转化的效能。针对这一问题,本文着手跳出传统评价范式的路径依赖,引入电子商务视角,审视期刊平台化转型中的现实困境,并搭建出一套适配未来数字内容生态的平台服务优化路径。

2. 电子商务视角下学术期刊服务平台的内涵

当下,数字经济稳步推进,学术期刊的服务生态已从过去的单一生产和销售形态,转变为由多方主体协同参与的双边与多边市场复合平台。其中,期刊出版机构在数字内容策划、专家质检及品牌信用背书等关键环节,牢牢占据核心地位。而各类数字化服务平台则扮演着底层技术赋能者与资源聚合器的角色,通过整合知识仓储、语义检索,实现了数字商品的高效配置。

在用户层面,期刊平台搭建了覆盖多层次需求的价值供应链条。核心用户群既包括作为知识供应商的学者,平台为其提供从入驻投稿到评议的全流程 SaaS 服务[2];也包括作为大客户的科研机构,为其提供基于大数据的绩效评估看板。随着开放获取的普及,平台的服务边界正向社会大众、产业界等长尾用户拓展,推动着数字产品商业价值与社会效益的共同提升。

与普通电商平台不同, 学术期刊服务平台具有鲜明的公共产品属性和学术伦理约束, 这决定了其运营逻辑与商业模式的特殊性, 其自身所特有的公共属性、专业属性以及价值属性决定了在开展相关研究时必须基于学术出版的内在规律进行理论重构, 构建学术导向和平台经济高度融合的框架。基于这一视角, 本文重新界定数智时代期刊作为知识电商平台的服务内涵、多边主体及商业功能定位, 深入剖析当下我国期刊平台在运营中面临的痛点, 并提出了一套以用户体验为核心的全要素评价与优化体系, 以期为我国学术期刊平台的数字化商业模式升级与合规治理提供理论与实践参考。

2.1. 期刊平台的核心电商功能定位

(1) 数字内容分发与交易中枢。在知识电商生态中, 期刊依托成型的发表机制, 成为内容加工厂与产品定价的核心枢纽。其服务价值体现在对非结构化的原始知识进行标准化处理。当下, 期刊正从单一的纸质实体出版, 向全媒体矩阵的数字内容电商转型。以《Science》等为代表的国际顶尖平台, 已搭建起高效的数字供应链, 借助预印本系统让论文首发即见, 并依托 DOI 系统为数字资产赋予唯一防伪条码, 打破了物理库存束缚, 极大提升了知识交付的便利性与边际扩散效应。

(2) 信用评价与价值锚定功能。在充满信息不对称的市场中, 期刊扮演着权威的信誉中介。平台引入影响因子等量化指标, 将复杂的知识产品转化为可对比的销量与热度数据, 为价值锚定提供参照。同时, 严密的同行评议制度类似于高级的专家品控, 有效过滤了不良论文, 确保了期刊论文开放研究的权威性, 这套机制构成了平台权威地位的基础。

(3) 聚焦学科领域与生态引领。高水平平台不仅是提供研究数据的渠道, 更具备类目运营的能力。它们通过大数据洞察前沿动向, 策划专题栏目, 引导知识产能向高价值领域聚集。同时, 平台通过举办高端论坛, 实现了从静态图文分发向动态社群运营的跨越, 极大提升了平台的品牌号召力。

2.2. 数字化转型带来的商业模式拓展

数字化转型使期刊跳出了单纯的信息载体定位, 成为兼具智能决策与交互传播的综合性服务平台, 其核心在于挖掘数据要素价值, 优化运营漏斗, 提升用户留存。在数据驱动的智能化运营方面, 平台正利用 AI 技术实现从转化预测到自动化运营的全面升级。欧阳日辉[3]提到, 服务平台基于算法模型和大数据分析技术能够精准洞悉用户需求, 利用用户画像实施精准营销, 这种基于算法的个性化推送显著改善了用户转化率。程富[4]等学者也指出, AI 技术如智能客服咨询、自动化排版等极大提升了平台的用户服务响应效率。

在用户关系重塑上, 数字化带来了从 B2C 单向输出到 C2B 再到 C2C 交互式共创的改变。沈丹等[5]指出, 用户的参与和 UGC 是带动平台创新的核心。当前用户通过社交网络分享使用评测, 形成学术社群互动传播, 显著拓展了平台的学术影响力与品牌影响力。

3. 我国期刊服务平台面临的运营痛点与挑战

当下的平台经济对信息获取的即时性与服务体验要求日渐严苛, 学术期刊在平台化运营中仍面临诸多供应链与合规层面的挑战。

3.1. 平台评价体系固化与价值衡量失灵

(1) 过度依赖传统评价体系。受路径依赖影响, 当前平台评价体系存在明显的唯引文特征。过度偏向影响因子等宏观引文指标数据, 导致学术界陷入刷量误区。这种模式掩盖了不同学科领域的天然差异, 如人文学科等长周期、长尾属性的产品, 仅靠短期流量难以反映其真实用户价值, 导致平台资源配置失衡。

(2) 学科分类颗粒度粗糙。当前平台的评价体系常常生硬照搬传统的学科大类目录, 未能适配跨界融合的新趋势。工学与计算机科学的研发周期与转化速率截然不同, 套用统一标尺无法做到精准画像。这种滞后的分类使得交叉学科产品在上架和评估时陷入归类尴尬, 系统性低估了创新品类的价值, 阻碍了平台生态的多元化。

3.2. 数字供应链与技术基建短板

(1) 数字化供应链转型滞后。底层基础设施的不完善是制约我国平台升级的数字鸿沟, 国内 XML 结构化排版普及率不足 50%, 大量平台仍处于 PDF 电子化的初级阶段[6]。这种非结构化数据无法被机器深度学习 and 多终端适配, 形成了信息孤岛, 严重阻碍了供应链的智能化。同时, 平台在运营过程中过度依赖国外 SaaS 系统, 增加了国内平台的运营成本与数据安全隐患。

(2) AI 审稿的局限。虽引入了 AI 辅助审稿及查重, 但在深层逻辑研判上存在短板, 面对复杂公式或特定领域语境, 算法常出现高误判率。这不仅未降低运营成本, 反而增添了人工复核的负担。此外, 作为高阶产品的语义出版, 因研发投入高、缺乏统一行业标准且推广迟缓, 限制了平台提供高附加值数据服务的能力。

(3) 底层数字标识符接入成本高。DOI、ORCID 等国际标准是数字商品实现全网追踪互认的数字条码。但高昂的接入会费与技术接口成本, 构成了中小平台的资金壁垒。同时, 区块链等有助于防伪防篡改、智能合约确权的 Web3.0 前沿技术, 因算力成本与标准缺失, 尚未实现规模化落地。

3.3. 信息不对称与平台信任危机

(1) 供应链透明度不足。在平台经济中, 信息真实性是核心资产。据《自然》调查, 全球超 60% 的期刊未强制要求公开原始数据[7]。这种黑箱操作导致用户难以对商品服务进行验真, 引发严重的再现性危机。缺乏对底层参数的强制披露, 极大削弱了平台作为信任背书方的担保作用。

(2) 平台合规治理机制薄弱。期刊是守护学术诚信的最后防线, 其风控能力直接决定品牌生死, 当前国内第三方查重与图像防伪工具覆盖率不足 30%, 留下巨大的监测盲区[8]。面对 AI 生成的伪造数据与修饰图像, 传统的文本比对算法已然失效。风控工具的滞后, 使得平台在应对新型造假手段时显得力不从心。

(3) 数字资产售后环境欠缺。开放科学要求平台提供从售前到售后的全周期支持。但国内能提供原生数据仓储与虚拟环境的平台不足 15% [9]。代码与运行环境的缺失, 严重影响了数字资产的二次利用效率, 限制了平台向数据解决方案提供商的深度进阶。

4. 电子商务视角下的期刊平台服务优化实践

4.1. 从传统评价到综合体验评估的探索

传统的平台评价多将焦点放在引文频次上。1995 年董明[10]引入 ISO 8402 标准, 提炼出及时性、准确性等四项服务特征, 开启了多维评价先河。陈则谦[11]提到数据化服务在提升用户体验方面所具有的独特优势; 温雅婷等[12]强调基于用户反馈从而提升平台服务质量。传统宏观引文评价容易被少数核心论文掩盖了大量常态引文期刊论文的真实情况。如今, 评价体系正向全周期、多层级的知识服务生态系统演进。

4.2. 基于学术服务流程与行为大数据的需求洞察

在平台经济下, 用户的行为数据是核心资产。用户不再是被动接受者, 而是影响平台口碑的关键触点。建立长期的用户之声反馈机制, 能够精准定位服务卡点。何成竹[13]通过构建细分用户画像, 强调精

准匹配对提升客户生命周期价值的作用。大数据环境下的行为轨迹追踪, 则有效提升了推荐算法的靶向精度与实际转化率。

4.3. 经典平台服务体验理论的引入

(1) SERVQUAL 模型应用。作为测量服务体验的经典量表, 其包含有形性、可靠性、响应性、保证性和移情性 5 个维度[14]。该模型通过衡量用户期望与实际感知的差距, 帮助平台精准发力, 持续优化交互体验。

(2) LibQUAL +TM 评价框架。这套源自图书馆评估的框架[15], 针对不同细分市场用户市场设计了定制化量表, 为差异化的社群运营与分层服务提供了重要实证工具。

(3) 数智平台新型框架。当下的评价正从以刊评文转向以内容质量、交互深度为核心的多元逻辑, 更加看重数字环境下的全链路触达能力。

4.4. 数据驱动的评价与治理方法

(1) 混合算法评估。采用层次分析、因子分析等定量工具确定指标权重, 结合重要性 - 绩效分析锁定资源投入的优先级。同时, 引入专家评审机制, 将专业算法与人工智力研判相融合, 确保评价的科学性。

(2) 差距补救模型。围绕期望与实际交付的落差建立挽回机制。梳理平台供给端与需求端的错位, 形成标准化的体验改进 SOP 流程。

(3) 自动化评估与实时看板。利用 NLP 进行知识图谱提取, 通过相似度算法自动打标与分类, 海量行为数据经由云平台实时计算, 生成可视化数据看板, 大幅提高了平台治理的敏捷度。

4.5. 智能技术赋能下的场景拓展

以顾艳等学者[16]对微信等新媒体学术社群运营的研究为代表, 平台服务已延伸出自助式、交互式等创新矩阵。张群等学者[17]梳理了数据标准化对提升用户体验和服务质量的价值。目前, AI 客服、千人千面推荐系统等电商常规配置已在期刊平台规模化落地, 极大降低了搜寻成本并提升了用户留存。

5. 未来期刊平台优化与商业模式重构建议

5.1. 构建基于学术价值的精细化匹配体系

针对不同学科的学术特点, 建立差异化的评价与推荐机制, 打破粗放式归类。针对异质性学科属性设定动态调整的评价算法权重, 基于学术价值与学科需求设计多元化的评价算法。同时, 全面推广 XML 语义化出版, 提升数字资产的机器可读性, 结合 AI 供需匹配系统与区块链全链路存证, 彻底优化审稿效率与透明度。

5.2. 强化数字供应链的透明与开源共享

期刊平台应将学术诚信作为核心治理目标, 建立从投稿到发表的全流程可追溯机制。要求作者提供完整的研究数据和方法描述, 建立与学术诚信相关的评价指标。同时, 平台应提供数据仓储和代码共享服务, 支持研究的可重复性验证。这不仅是学术规范的要求, 也是提升平台公信力的关键。

5.3. 深化多边协同的政策协同治理

期刊平台不应是孤立的运营主体, 而应成为学术生态的协调者。建议建立由期刊出版机构、高校、科研管理机构和学术共同体共同参与的治理联盟, 制定统一的学术评价标准和数据规范。通过政策协同, 推动从唯论文向重质量、重贡献的评价体系转变, 为平台优化提供制度保障, 共同营造透明、良性的数字内容生态。

6. 结论与展望

数智时代的红利要求学术期刊彻底完成从传统印刷厂向数字知识服务平台的范式跃迁。面对这一挑战, 对平台运营模式的重构已不是可选项, 而是生死攸关的必答题。未来, 期刊平台必须回归知识创造与传播的本源, 深度融合大数据与 AI 技术, 构建动态、多维的平台体验监测体系。唯有以用户价值为核心, 重塑数字供应链, 中国期刊服务平台方能在全全球数字知识贸易的版图中, 实现从规模驱动到体验与效能双驱动的历史性跨越。

基金项目

- 1) 全国高等学校文科学报研究会编辑学研究课题(PY2025169);
- 2) 2025 年度江苏期刊出版研究立项课题(2025JSQKB08)。

参考文献

- [1] 何胜月. “互联网+”时代的电子商务营销策略探究[J]. 市场瞭望, 2025(15): 61-63.
- [2] 王玥, 田燕军, 王莉. 云计算技术应用与发展[J]. 山西电子技术, 2022(6): 69-71.
- [3] 欧阳日辉, 龚伟. 基于价值和市场评价贡献的数据要素定价机制[J]. 改革, 2022(3): 39-54.
- [4] 程富, 吴亦繁, 刘志霞. AI 赋能学术期刊出版的读者服务场景应用[J]. 河北开放大学学报, 2024, 29(1): 92-96.
- [5] 沈丹, 张福颖. 新媒体时代学术期刊的社会评价——学术期刊评价指标与服务创新[J]. 中国编辑, 2018(12): 53-59.
- [6] 刘园. 基于传统出版和 XML 数字出版融合模式提高稿件编辑和生产效率[J]. 学报编辑论丛, 2025: 229-234.
- [7] 向秦. 论公开可控制数据权益配置与保护——兼回应数据确权争议[J]. 华中科技大学学报(社会科学版), 2025, 39(4): 93-103.
- [8] 周元, 魏颖, 陈瑾钰. 我国智库数字化转型的行动框架和实践路径[J]. 智库理论与实践, 2025, 10(4): 78-87.
- [9] 邢文明, 王经纬. 科学数据共享平台用户需求识别与服务功能优化研究[J]. 图书馆学研究, 2025(7): 115-128.
- [10] 董明. 期刊服务质量环探讨[J]. 图书馆学刊, 1995(2): 45-47.
- [11] 陈则谦, 李亚灿. 文旅融合场景中的数字化服务: 主要类型及用户体验研究[J]. 图书与情报, 2022(5): 71-83.
- [12] 温雅婷, 余江, 洪志生, 等. 数字化转型背景下公共服务创新路径研究——基于多中心-协同治理视角[J]. 科学与科学技术管理, 2021, 42(3): 101-122.
- [13] 何成竹. 不同读者群体对图书馆期刊服务质量评价比较研究——以陆军军医大学在校师生为例[J]. 情报探索, 2018(3): 105-110.
- [14] 裴雷, 廖小琴, 孙建军. 基于 SERVQUAL 的搜索引擎服务质量评价体系研究[J]. 情报科学, 2016, 34(1): 104-109+114.
- [15] 谢炜. 智慧出版: 数字时代的学术出版转型之路[J]. 文献与数据学报, 2019, 1(4): 97-103.
- [16] 顾艳, 赵俊杰. 基于微信公众平台的科技期刊增值服务模式探析[J]. 中国科技期刊研究, 2016, 27(12): 1285-1291.
- [17] 张群, 尹卓, 王为中, 等. 我国大数据标准化发展历程与展望[J]. 信息技术与标准化, 2023(7): 52-60.