

引用格式: 赵花蕊,曹哲,庞桂,等.基于服务蓝图的网络销售类平台标准体系研究[J].标准科学,2025(2):28-35.

ZHAO Hua-rui, CAO Zhe, PANG Gui, et al. Research on the Standards System of Online Sales Platforms Based on Service Blueprint[J]. Standard Science, 2025(2):28-35.

基于服务蓝图的网络销售类平台标准体系研究

赵花蕊¹ 曹哲^{2*} 庞桂¹ 吕晶晶¹ 何新娜¹ 顾兴全²

(1.河南省平台经济发展指导中心; 2.中国计量大学)

摘要:【目的】在电子商务快速扩张的背景下,网络销售类平台已成为全球经济中不可或缺的一部分。本研究旨在通过服务蓝图方法构建网络销售类平台标准体系,详细分析关键业务活动,识别顾客体验触点,并提出标准体系建设方向,以促进平台经济的健康发展和消费者权益保护。【方法】采用服务蓝图设计方法,通过对网络销售类平台各环节的深入分析,构建网络销售类平台监管标准体系框架。【结果】构建了包括总体、业务、数据、应用、服务、监管、安全、技术8个子体系的网络销售类平台标准体系。【结论】建立网络销售类平台标准体系对于保障经济健康和消费者权益至关重要。本研究提供的标准体系框架和方向,为提升平台服务质量和监管效率提供了科学依据。

关键词: 服务蓝图; 网络销售类平台; 标准体系

DOI编码: 10.3969/j.issn.1674-5698.2025.02.005

Research on the Standards System of Online Sales Platforms Based on Service Blueprint

ZHAO Hua-rui¹ CAO Zhe^{2*} PANG Gui¹ LYU Jing-jing¹ HE Xin-na¹ GU Xing-quan²

(1.Henan Platform Economy Development Guidance Center; 2. China Jiliang University)

Abstract: [Objective] In the context of the rapid expansion of e-commerce, online sales platforms have become an indispensable part of the global economy. This study aims to construct a standards system for online sales platforms using the service blueprint method, analyze key business activities in detail, identify customer experience touchpoints, and propose directions for the construction of the standards system to promote the healthy development of the platform economy and the protection of consumer rights. [Methods] The service blueprint design method is used to conduct an in-depth analysis of various aspects of online sales platforms and to construct a regulatory standards system framework for such platforms. [Results] A standards system for online sales platforms, encompassing eight sub-systems including overall, business, data, application, service, supervision, security, and technology, has been established. [Conclusion] Establishing a standards system for online sales platforms is crucial for safeguarding economic health and consumer rights. The standards system framework and direction provided in this study provide a scientific basis for improving platform service quality and regulatory efficiency.

Keywords: service blueprint, online sales platforms, standards system

基金项目: 本文受国家市场监督管理总局科技计划项目“融合多模态数据的网络交易平台信用风险智能评估模型研究与应用”(项目编号: 2024MK083)和河南省市场监督管理局科技计划项目“平台经济标准化体系研究”(项目编号: HNSCJGK202406)资助。

作者简介: 赵花蕊,高级工程师,硕士研究生,河南省平台经济标准化技术委员会委员、秘书长,从事平台经济、信息化等领域标准化科研及重要技术标准研制工作。

曹哲,通信作者,中国计量大学国际商务硕士研究生,研究方向为数字贸易标准化。

0 引言

随着电子商务的迅猛发展,网络销售类平台在全球经济发展中发挥着重要的作用。然而,伴随着电子商务的繁荣,网络销售类平台也面临着诸多监管挑战,包括产品质量、消费者权益保护、数据隐私、安全交易等问题。

标准作为确保市场秩序和公平竞争的基石,其作用不容忽视。张鑫等人强调了标准化与科技创新的深度融合对于释放数字经济潜力的重要性^[1]。标准不仅优化了平台经济的营商环境,还持续推动了电子商务的创新发展。王凌峰指出,跨境电子商务在发展过程中遇到了许多数字标准化问题,这些问题的解决对于进一步发展至关重要^[2]。标准在这里起到了保护消费者权益和确保交易安全的作用,尤其是在数据隐私和支付安全方面。陈可等人分析网络销售类平台滥用市场力量的监管模式,强调了行业管制和反垄断在执法模式、执法效果、执法目标等方面的不同,并提出应设置合理、统一的行业标准^[3]。在提升企业合规管理意识和水平、保障电商平台用户权益、推动平台经济规范健康持续发展方面,张鑫等人提出通过标准化工作,探索合规管理标准化路径,为平台经济发展提供技术支撑^[4]。刘祺在其研究中强调了平台经济监管中标准的重要性。研究指出,随着平台经济的迅速发展,传统的市场监管方式面临挑战,需要治理创新来适应新经济、新业态、新模式的变化。在这一背景下,引入跨界治理的结构模型,从组织结构、制度安排、治理过程三个维度构建平台经济监管分析框架,可以发掘我国平台经济监管面临的矛盾与困局^[5]。王湘军和张玉坤在其研究中探讨了平台经济中政府监管与平台自治的关系。他们提出,构建“政府→平台→商户”的平台经济治理链式结构,明确平台自治居前、政府监管居后的位序安排,并在此基础上合理配置二者职责,实现政府监管与平台自治的结构清晰化^[6]。这一观点进一步强调了标准在界定政府与平台职责、促进政企协同治理中的作用。乔煜新和李宪宝的研究则从农产品流通和农村电子商务发展的角度探讨了标准的作

用。他们发现,农产品标准化有利于促进农村电子商务发展,该影响具备长期稳健性。研究结果支持“标准—稳健”观点,即通过提高农产品生产、制作、销售各环节的标准化水平,能够带动农村电子商务有力发展^[7]。

服务蓝图作为一种可视化工具,用于描述服务过程中的各个环节及其相互关系,能够帮助明确服务流程、识别潜在问题、优化客户体验。因此,将服务蓝图应用于网络销售类平台的监管标准体系构建,具有重要的理论与实践意义。通过服务蓝图可以系统地分析网络销售类平台的各个环节,明确不同环节的监管要点,从而制定出更加精准、有效的监管标准。

2021年2月,国务院反垄断委员会发布了《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》,随后各种政策接连出台,显示了国家优化平台经济发展环境的决心。网络销售类平台的监管问题随之而来,涉及国家安全和国际竞争。因此,建设网络销售类平台标准体系成为必然要求。通过标准化促进各行业的快速、安全和可持续增长,有助于平台市场监管和消费者权益保护。尽管已有一些先进的管理实践展现示范效果,但其未能及时转化为有效标准并广泛推广,因而利用标准化手段进行规范和指导,对于我国平台经济的管理经验和成果转化推广至关重要。

1 服务蓝图概念解析

服务蓝图和服务设计理念都以使用者为中心^[8]。服务蓝图最初由Lynn Shostack于1984年在《哈佛商业评论》文章“设计服务提供”中提出,通过服务蓝图将服务可视化,并从客户角度划分出一条可视线。1993年,Kingman进一步发展了服务蓝图,提出了“服务地图”(service map)概念,主张服务蓝图由服务活动的时间流程和服务的行动区域两个维度组成。2004年,Fließ将服务蓝图进一步拓展,将服务的时间流程扩展为接受者和服务者之间的操作流程,服务的行动区域变为不同的行动区域。同一时间,Pires和Stanton在研究中又增加

了交互线和内部交互线^[9-10]。从此,服务蓝图不断发展演变,结构演化为三条分界线和四个主要行为部分。三条分界线:互动分界线、可视分界线和内部互动线;四个主要行为部分:消费者行为、前台服务人员行为、后台服务人员行为和服务支持行为。这些演变使得服务蓝图能够更全面地描述和分析服务提供过程中的各个环节和参与者^[11]。

2 网络销售类平台现状分析

2.1 稳健增长

中国网络零售行业进入了一个稳健增长的阶段。根据德勤与中国连锁经营协会发布的《2023年中国网络零售TOP100报告》,2023年,前100家企业的总销售额超过2万亿元人民币,同比增长了13.2%。这一显著增长反映了网络销售在中国经济中的重要性日益增长。随着数字技术的快速发展和消费者行为的转变,网络零售行业已成为推动中国经济增长的关键力量。企业通过提高技术创新、优化供应链管理以及增强客户体验等方式,不断扩大市场份额,促进了整个行业的健康发展^[12]。

2.2 线上线下融合

消费者的线上购物习惯使得线上实物消费的比重在2022年末达到了新高。《2022年中国网络零售市场发展报告》指出实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的27.2%,显示线上消费对国内消费的拉动作用在不断增强。这种线上线下融合的趋势促使零售商不断创新,以提供无缝的购物体验。零售商通过结合物理店铺的触觉体验与线上平台的便捷性,来满足消费者的多元化需求,从而推动线上线下融合的零售模式的发展。

2.3 标准和政策措施

在中国的网络销售类平台领域,政府和行业机构已经推出了相应标准和措施以支持和规范这个快速发展的行业。

直播电子商务平台管理与服务规范:商务部发布了SB/T 11240—2023《直播电子商务平台管理与服务规范》,这一标准目的在于细化平台对直播主体、产品和服务信息、营销行为的管理责任,并

在服务能力、技术支持、消费者保护等方面提出要求,以促进直播电商行业健康有序发展。

网络直播营销管理办法:国家互联网信息办公室、公安部、商务部等七部门联合发布了《网络直播营销管理办法(试行)》,对网络直播营销活动进行规范,旨在细化网络直播营销领域各类主体的权责边界,明确各方责任,营造更有利于业态的健康稳定发展的环境。

电子商务发展规划:商务部强调了国家电子商务示范基地在孵化中小微企业、促进业态模式创新和传统产业转型升级等方面的重要作用。此外,商务部还提出了进一步优化发展布局和支持示范基地间的交流合作的建议。

3 网络销售类平台主要业务活动

网络销售类平台为买家和卖家提供了一个便捷的在线市场,使他们能够轻松进行商品或服务的买卖。这些平台通过集成先进的技术和客户服务,创建了一个多功能的交易环境。以下是对这些平台的主要业务模式进行详细描述,涵盖商品展示、交易处理、物流管理、客户服务、市场营销、用户体验设计、数据分析和安全合规等方面^[13]。

3.1 商品展示和目录管理

网络销售类平台为卖家提供了一个展示他们商品或服务的窗口。卖家可以上传产品的详细描述、图片、价格等信息。这些信息不仅为买家提供了必要的产品信息,还增加了商品的吸引力。平台的分类、搜索和过滤功能使买家能够快速找到他们需要的商品。这些功能的高效性直接影响用户体验和销售效果。

3.2 交易处理

安全的支付处理是网络销售类平台的核心。平台提供多种支付方式,如信用卡、电子钱包和在线银行转账,确保买家在支付时的便利性和安全性。此外,平台还管理着整个订单处理流程,包括订单确认、支付处理、发票生成等,确保交易的顺畅进行。

3.3 物流和配送管理

物流是电子商务的关键组成部分。网络销售

类平台通常与多家物流服务提供商合作,以确保商品能够安全、准时地送达买家。此外,提供订单追踪功能,使买家能够实时了解他们订单的状态,增加了买家的信任和满意度。

3.4 客户服务和支持

优质的客户服务是提高买家满意度和忠诚度的重要因素。网络销售类平台通常提供咨询服务、退换货支持以及解决交易纠纷的服务。这些服务通过多种渠道提供,如聊天、电子邮件或电话,以满足不同用户的需求。

3.5 市场营销和推广

为了吸引新客户并保持现有客户的忠诚度,网络销售类平台使用各种在线营销工具和策略,包括搜索引擎优化(SEO)、社交媒体营销和电子邮件营销等。此外,平台还通过举办促销活动、提供折扣和优惠券等方式,以激发消费者的购买欲望。

3.6 用户体验和平台界面设计

提供一个易于使用、直观的用户界面对于保持用户的活跃度至关重要。这不仅包括视觉设计的吸引力,还包括确保网站在移动端和桌面端的性能优化,提供快速加载和流畅的浏览体验。

3.7 数据分析和报告

通过收集和分析用户行为数据,网络销售类平台能够不断改善服务和优化产品推荐。这些数据分析为卖家和买家提供了深入的市场趋势和消费者偏好的洞见,帮助他们作出更明智的决策。

3.8 安全和合规

确保交易的安全性和用户数据的隐私是网络销售类平台的首要任务。此外,平台还需要遵守各种相关的法律法规,如消费者权益保护法、数据保护条例等,以保持其运营的合法性和道德性。

4 平台相关方识别

顾客一次完整的消费活动涉及机构、商户、物流等相关方的协同参与。而在绘制服务蓝图的过程中,对于这些相关方的确定就尤为重要。

消费者:他们是在线平台提供的产品和服务的最终用户。他们关注的是产品种类、价格、质量和

整体购物体验。

卖家/商户:包括通过平台向客户销售产品的个人卖家和企业。他们关注市场准入、销售量和可持续的商业运营。

平台运营商:经营这些在线销售平台的公司。他们的利益在于最大化平台流量、交易量和通过佣金及广告获得的收入。

物流和配送服务:对于实物商品的配送至关重要。他们关注的是运营效率、扩展配送网络和维护可靠性。

支付处理者和金融机构:处理平台上的财务交易,包括信用卡处理和电子钱包。他们关注的是支付操作系统的安全、高效以及营利能力。

技术提供商:提供必要的技术基础设施,如云服务和网络安全解决方案。他们关注的是技术的稳定性和可扩展性^[14]。

5 服务蓝图设计方法

5.1 识别需要制定蓝图的服务过程

网络销售类平台作为平台经济中举足轻重的部分,服务过程包括多个阶段,从顾客浏览产品到最终购买和售后服务。这些过程可以细分为以下步骤:产品搜索和浏览、购物车添加、结账和支付、订单确认、配送和交付、售后服务和支持等。识别这些关键步骤,有助于制定详细的服务蓝图,确保每个环节都能有效满足顾客需求。

5.2 识别顾客对服务的经历

顾客在网络销售类平台上的经历可以分为以下几个关键触点:访问网站或应用、查找和选择产品、添加产品到购物车、进行支付和选择配送方式、接收订单确认、跟踪订单状态、收到商品并进行验收、售后服务(如退换货)和客户支持。这些触点有助于了解顾客在使用服务过程中的情感和需求。

5.3 从顾客角度描绘服务过程

从顾客角度描绘服务过程,需考虑顾客在每个触点上的行为和期望。例如:在搜索和浏览阶段,顾客期望快速找到所需产品,体验顺畅的导

航。在结账和支付阶段,顾客期望安全、便捷的支付方式,以及多种配送选项。在订单跟踪和商品接收阶段,顾客期望及时的状态更新和准时的交付。通过顾客描绘服务过程的角度可以更清晰地了解顾客在每个阶段的期望与需求。

5.4 描绘前台和后台服务员工行为

前台服务员工行为包括:在线客服与顾客实时互动,解答问题和提供帮助,订单处理和支付确认。

后台服务员工行为包括:仓库员工负责商品的拣选、包装和发货;IT团队维护平台的正常运行,确保系统稳定和数据安全;客服团队处理退换货和售后问题。

5.5 连接顾客、服务人员行为、支持活动

在服务蓝图中,需要将顾客行为、前台和后台服务员工行为以及支持活动进行连接。例如:顾客在下单后,前台客服会发送订单确认,后台仓库员工开始拣选和发货。配送过程中,IT系统提供实时的订单跟踪信息,顾客可以通过平台查看状态更新。若顾客发起退换货申请,前台客服处理申请,后台物流团队安排商品回收。这种连接确保服务流程的连贯性和协调性。

5.6 在每个顾客行为步骤上添加有形展示

有形展示是指那些可以增强顾客体验的具体元素,如网站或应用的界面设计和导航体验,购物车和结账页面的清晰指引,支付确认页面的安全标识和订单详情,订单确认邮件和短信通知,实物商品的包装质量和配送体验。这些有形展示在每个顾客行为步骤上添加,可以提升顾客的满意度和信任感。

如图1所示,网络销售类平台服务蓝图详细展示了从客户开始使用平台到售后服务的整个过程。首先,客户通过下载并安装应用程序开始他们的购物旅程。安装后,客户需要注册和登录账号,成功登录后,便可开始浏览平台上的各种商品。客户在浏览商品的过程中,可以将选中的商品加入购物车,随后进行结算操作。结算时,客户需要选择是否参加促销活动,如果选择参加,系统会检查活动条件是否满足,若满足则继续结算流程,否则提示客户条件不符。接着,客户选择支付方式完成支付,支付成功后,订单得到确认。

确认订单后,后台服务人员会对订单进行处理,包括生成订单详情和发货安排。平台会根据订单信

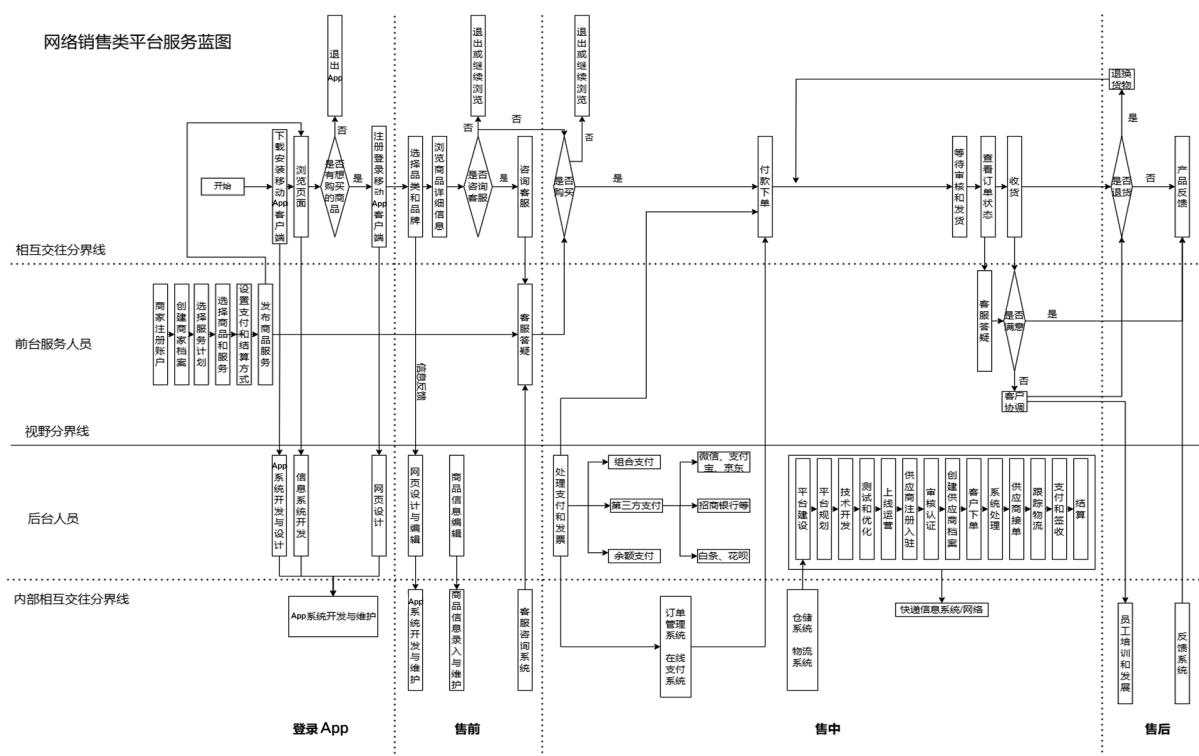


图1 网络销售类平台服务蓝图

息从库存中调取商品,并由物流部门安排配送。配送过程中,客户可以通过应用程序追踪订单状态。订单送达后,客户会收到商品并进行验收。客户如果对商品满意,可以在平台上进行评价和反馈。

如果客户在收货后发现问题,需要进行售后服务,平台提供了完善的售后服务系统。客户可以提交退换货申请,售后人员会审核申请并根据情况处理。处理完毕后,客户将商品寄回,平台收到商品并确认无误后,会进行退款或换货处理。

在整个过程中,前台服务人员随时准备回答客户的问题和协助完成各种操作。而后台服务人员则负责系统维护、商品管理、订单处理和物流安排,确保整个流程顺畅进行。应用程序的开发和维护也由后台人员负责,以保证系统的稳定和用户体验的优化。通过这个详细的服务蓝图,可以清晰地看到网络销售类平台各环节的紧密配合和高效运作^[15-16]。

6 标准体系构建原则

6.1 搭建框架

在标准化委员会基础上,结合GB/T 13016—2018《标准体系构建原则和要求》制定网络销售类平台标准体系基本框架,并根据《互联网平台落实主体责任指南(征求意见稿)》对平台分类分析,建立网络销售类平台标准化建设体系图,为标准体系的建设提供指导。

6.2 归纳总结

对于网络销售类平台已经存在的标准内容进行整理,并按照国家标准、行业标准、地方标准等级依次递减进行标准查询和筛选。此外,对服务蓝图中的各个环节进行细致分析,归纳网络销售类

平台存在的标准化需求,并根据当前工作需要对应相应内容进行补充和完善。

6.3 构建体系

将所总结归纳的内容填充进网络销售类平台基础框架,并继续补充网络销售类平台体系框架中缺漏的标准化需求以及查找最新出台的政策文件,以此作为方向和依据,对体系不断地进行完善。

6.4 体系编写

结合相关部门职能范围,对网络销售类平台体系所涉及到的板块内容进行更为翔实的细分,并对内容进行相应的补充说明。完善标准体系内容的构建。

6.5 完善和提高

在标准的制定中不断对标准的实用性进行推敲,征求相关人员意见,完善标准内容,对标准进一步细化。按照制定、是否可行、调整、再完善这一过程逐步提高标准的有效性。

7 标准体系基本框架

7.1 总体框架

网络销售类平台标准体系基本框架如图2所示。

在标准体系的上层是有关的政策文件以及所涉及的法律法规条文,网络销售类平台标准体系的建立需要遵守相应的法律法规和政策文件所给出的方针政策。服务体系范围内的所有标准都是在这一层标准的指导下形成的。

7.2 子体系框架

在体系范围内,包含八个子体系,分别是总体、业务、数据、应用、服务、监管、安全、技术。其中总体又在另外七个子体系之上,它所包含的内容在其他的七个子体系中都会有所体现。而其余

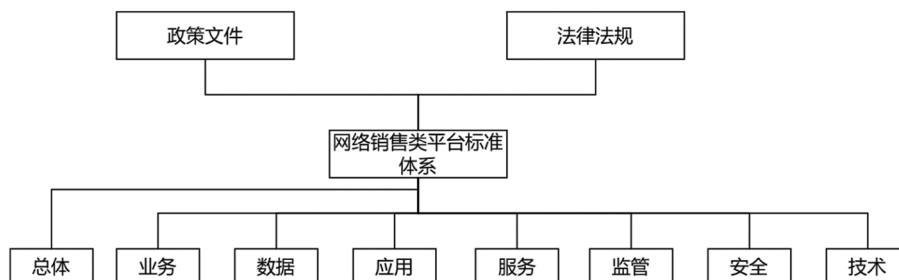


图2 网络销售类平台标准体系基本框架

七个子体系则分别代表不同领域里面所涉及的标准内容。

7.2.1 总体标准

总体标准包括术语与定义和统计指标体系,其目的是为网络销售类平台不同环节提供一种共同遵守的通用技术依据。

7.2.2 业务标准

业务标准涉及网络销售类平台上的交易流程与运营管理,包括产品信息、物流配送、在线支付、费用透明度和订单处理等方面。以此规范平台上的运营活动,确保交易的透明度和公平性,提高用户的购物体验 and 满意度。这些标准还涉及与卖家合作的协议和规范,确保平台内所有卖家遵循统一的运营规则,维护市场秩序。

7.2.3 数据标准

数据标准涵盖了平台经济环境中数据共享、个人信息保护、算力技术和算法开发等多方面的要求。这些标准涵盖数据采集、存储、处理、传输和销毁的全过程。标准旨在确保平台数据的一致性和完整性,保障用户数据的安全,防止数据泄露和滥用,为平台的运营决策提供可靠的数据支持。

7.2.4 应用标准

应用标准涉及平台软件和应用程序的开发、部署和维护。这些标准涵盖平台网站和平台移动端。应用标准的制定用来确保平台应用的稳定性、易用性和可扩展性,提供高质量的用户体验。

7.2.5 服务标准

服务标准主要关注平台提供的各类服务质量以及能够为用户提供及时、高效、满意的服务,提升用户体验和忠诚度。具体措施包括用户体验、客户服务、服务评估和服务规范等。

7.2.6 监管标准

监管标准体系另展开论述。

7.2.7 安全标准

安全标准涉及平台在交易安全、网络安全、系统安全和算法安全方面的要求。对于保障平台系统的稳定运行,防止黑客攻击、数据泄露和交易欺诈,保护用户的个人信息和交易安全起到重要作用。

7.2.8 技术标准

技术标准涉及平台所采用的各类技术规范和要求,包括技术开发和权限授予等。标准目的在于确保平台技术体系的先进性、稳定性和可扩展性,支持平台的高效运营和快速发展。

7.3 监管体系细分

针对监管体系进行更为详细的标准细分,其基本框架图如图3所示。

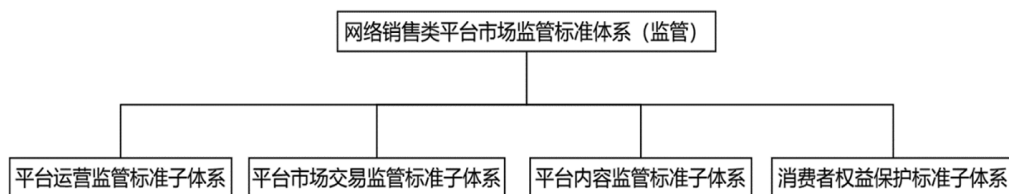
在此体系中,将监管名称替换为网络销售类平台市场监管标准体系,并对其领域内容进行分类,细分为平台运营监管标准子体系、平台市场交易监管标准子体系、平台内容监管标准子体系以及消费者权益保护标准子体系四个部分的内容。针对这四个板块再进行细分研究,建立更为详细的有关市场监督管理局职能范畴内的网络销售类平台标准体系。

7.3.1 平台运营监管标准子体系

平台运营监管标准子体系旨在规范网络销售类平台的整体运营,包括身份核验、平台用户管理、平等治理、电子取证固证、知识产权保护、信用评价和公平竞争审查等方面。其内容涵盖平台规则制定、运营合规性、数据安全、用户行为规范等,确保平台运营透明、公正、可持续发展。

7.3.2 平台市场交易监管标准子体系

平台市场交易监管标准子体系侧重于保障交易过程的公平和透明,涵盖交易流程、支付安全、售后服务等方面的监管。其内容包括信息核验记录公示、交易规范、禁限售管控、价格行为规范和质量监管等,维护交易的公正性和用户权益。



7.3.3 平台内容监管标准子体系

平台内容监管标准子体系主要针对平台上发布的内容进行监管,确保内容合法合规。其内容包括广告监测监管、风险评估、风险防控等,维护平台信息的真实性、合法性和安全性,保障平台安全。

7.3.4 消费者权益保护标准子体系

消费者权益保护标准子体系,以全面保护消费者在平台上的合法权益,包括投诉举报处理、争议解决、平台内部监督检查,给予消费者反馈,确保消费者在平台上的购物体验安全、放心。

8 推动网络销售类平台标准化工作的建议与对策

8.1 顶层推动,次第推进

网络销售类平台的标准化建设是一项涉及多个利益相关者的系统工程,需要从政府层面出台相关的标准化政策,以引导和协调整个行业的标准化工作^[17]。通过顶层设计推动,确保标准化工作的顺利进行。产业链上下游的各个环节需要协同合作,分工明确,共同努力。标准体系的建设作为网络销售类平台标准化工作的核心指南,不可能一蹴而就。它需要分阶段、分层次地推进,通过逐步实现各阶段的目标,来不断完善和优化网络销售类平台的标准体系。

8.2 强化宣传,实行推广

采用多渠道、多形式的方法广泛宣传标准化工作,分期、分批、分层次地对网络销售类平台标准体系进行推广,确保标准的实施落实到基层。同时,选择适当的企业和平台进行网络销售类平台标准体系的试行,积累实际操作经验,持续改进和完善标准体系内容。在此基础上,逐步推广这些标准,为全国的网路销售类平台标准化提供宝贵经验和指导。

8.3 强化监查,确保效果

为了确保网络销售类平台标准体系的有效实施,需要制定详细的标准实施检查工作计划,对标准体系的有效性、运行情况和标准化管理状况进行全面监督检查,并生成评估报告,评估标准实施的符合性和实际效果。确保所有纳入标准体系框架的标准得到有效执行,保证标准体系的系统性、有效性和持续性。通过不断总结经验和改进措施,持续提升网络销售类平台的标准化水平。

参考文献

- [1] 张鑫,吴翊展,胡铭.数字经济背景下电子商务标准化发展新路径[J].中国标准化,2023(19):108-111.
- [2] 王凌峰.中国数字跨境电子商务标准化发展现状及发展策略分析[J].中国标准化,2023(S1):14-17.
- [3] 陈可,刘春彦.网络销售类平台滥用市场力量的监管路径分析[J].同济大学学报(社会科学版),2024,35(3):119-128.
- [4] 张鑫,马东伟,胡铭,等.推进合规管理标准化构建电商平台发展新格局[J].中国标准化,2024(18):40-45.
- [5] 刘祺.结构重塑与制度变革:我国平台经济跨界协作监管研究[J].新视野,2024(5):109-119.
- [6] 王湘军,张玉坤.结构归位与过程融通:平台经济政企协同治理之道[J].行政论坛,2024,31(1):83-93.
- [7] 乔煜新,李宪宝.农产品标准化、品牌效应与农村电子商务发展[J].商业经济研究,2024(18):111-114.
- [8] 傅恋群,王国胜.服务设计与产品服务系统[J].工业设计,2016(5):63-64.
- [9] 翟运开.基于服务蓝图的物流服务流程优化:以快递物流服务为例[J].工业技术经济,2009,28(12):19-22.
- [10] 楚东晓,彭玉洁.服务蓝图的历史、现状与趋势研究[J].装饰,2018(5):120-123.
- [11] 林洁.基于服务蓝图的主题餐厅消费体验研究:以成都良木缘餐饮有限公司旗下咖啡厅为例[J].商讯,2019(20):1-5.
- [12] 李町茵.“直播+”模式下电子商务现状与发展分析[J].商场现代化,2023(5):35-37.
- [13] 赵冬玲.网络直播时代的品牌曝光和销售转化探究:以购物类直播平台为例[J].商业经济研究,2018(1):62-64.
- [14] 王淑雨,韩同银,王莹莹.铁路工程项目利益相关方识别及影响力评估[J].铁道工程学报,2020,37(3):107-111.
- [15] 李万春,田胡.全渠道服务蓝图研究[J].商业经济研究,2020(7):85-88.
- [16] 张振良.基于服务蓝图理论的线上线下一体化智慧服务研究[J].中国卫生产业,2023,20(6):151-154+158.
- [17] 王海瀛.政府购买居家养老服务标准体系构建研究[J].标准科学,2024(9):103-107.