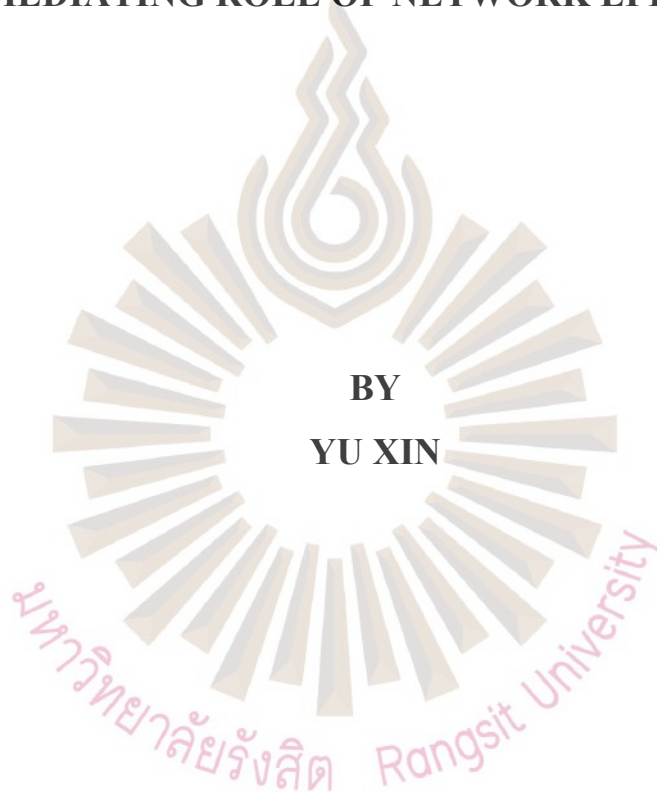




**RESEARCH ON THE IMPACT MECHANISM OF DIGITAL
GOVERNANCE ON PLATFORM PERFORMANCE: THE
MEDIATING ROLE OF NETWORK EFFECTS**



**BY
YU XIN**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
INTERNATIONAL CHINESE COLLEGE**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2024**



数字治理对平台绩效的影响机制研究：基于网络效应的中介作用



此论文为申请中国国际学院
工商管理专业研究生学历
之学术毕业论文

兰实大学研究生院
公历 2024 学年

Thesis entitled

**RESEARCH ON THE IMPACT MECHANISM OF DIGITAL GOVERNANCE
ON PLATFORM PERFORMANCE: THE MEDIATING
ROLE OF NETWORK EFFECTS**

by
YU XIN

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Business Administration

Rangsit University
Academic Year 2024

Asst. Prof. Chen Ao, Ph.D.
Examination Committee Chairperson

Jiang Haiyue, Ph.D.
Member

Prof. Jin Maozhu, Ph.D.
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Prof. Suejit Pechprasarn, Ph.D.)

Dean of Graduate School

April 30, 2025

致谢

时光荏苒，在兰实大学的求学生涯即将画上句点。回首这段学术探索之旅，既有思维碰撞的欣喜，亦有深夜伏案的孤寂，幸得良师益友相伴，终能拨云见日。在此，谨向所有给予我支持与帮助的师长、同窗及亲友致以最诚挚的谢意。

首先，衷心感谢我的导师金茂竹教授。从数字治理理论框架的构建到网络效应中介模型的修正，您始终以渊博的学识与严谨的治学态度为我指引方向。您常言“治学如治水，疏胜于堵”，这份对学术本质的深刻洞察，将使我终身受益。

其次，我衷心感恩双亲的无私托举，家人倾力支持我赴泰国兰实大学进行学术深造，使我得以在知识的殿堂中持续提升专业素养。父母始终作为我求学路上最温暖的港湾，给予我直面挑战的勇气。同时，特别致谢各位挚友在调研攻坚阶段的鼎力相助，你们如春风化雨般的关怀与专业研讨中的思想碰撞，始终滋养着我的学术信念，成为推动我在科研道路上行稳致远的重要力量。

感谢所有在我求学路上鼎力相助的导师们！每当我在论文写作中陷入困境时，您们总愿意从忙碌中抽身，像拨开云雾般为我指点方向。那些查阅资料到凌晨的深夜、卡在瓶颈期的焦虑时刻，是您们一遍遍用温暖的鼓励和专业建议为我护航。

最后，我将铭记师长的教诲，在未来的道路上，怀揣着一份期望与关爱，不断前行，迈向更高的阶段！

辛宇
研究生

6610022 : Yu Xin
 Thesis Title : Research on the Impact Mechanism of Digital Governance on
 Platform Performance: The Mediating Role of Network Effects
 Program : Master of Business Administration
 Thesis Advisor : Prof. Jin Maozhu, Ph.D.

Abstract

As a key mechanism in digital platform operations, digital governance plays a vital role in optimizing platform management, enhancing user experience, and strengthening market competitiveness. In the context of the digital economy, it is important to understand how digital governance influences platform performance through network effects, as well as to clarify the underlying mechanisms of this relationship. Based on these objectives, this study investigates the impact of digital governance on platform performance and examines the mediating role of network effects.

To address these issues, this study explores the impact of digital governance on platform performance and examines the mediating role of network effects. It reviews and synthesizes relevant literature on digital governance, network effects, and platform performance, and organizes the logical relationships among these variables. A theoretical model is proposed, positioning network effects as a mediating variable. Data were collected through a questionnaire survey and analyzed using SPSS and AMOS.

Based on the research findings, this study offers practical recommendations for optimizing digital governance strategies to enhance platform performance. Platform enterprises should strengthen their data governance systems, improve information transparency, and refine user interaction mechanisms to amplify network effects and boost overall platform effectiveness.

(Total 58 pages)

Keywords: Digital Governance, Platform Performance, Network Effects, Mediating Role

Student's Signature.....Thesis Advisor's Signature.....

6610022 : 辛宇

论文题目 : 数字治理对平台绩效的影响机制研究: 基于网络效应的中介作用

专业 : 工商管理硕士

论文导师 : 金茂竹教授

摘要

数字治理作为数字平台运营的重要机制, 如何通过数字治理优化平台运作、提升用户体验并增强市场竞争力, 是平台管理者亟需关注的问题。在当前数字经济环境下, 数字治理如何通过网络效应影响平台绩效? 其影响机制如何? 基于这些问题, 本文探讨了数字治理对平台绩效的影响, 并分析网络效应在其中的中介作用。

本文对数字治理、网络效应、平台绩效等方面的相关文献进行了归纳和总结, 梳理了变量之间的逻辑关系, 并提出了网络效应作为中介变量的理论模型。通过问卷调查法收集数据, 并采用SPSS和AMOS进行实证分析。

根据本文的研究结果, 提出了优化数字治理策略以提升平台绩效的建议。平台企业应通过完善数据治理体系、增强信息透明度以及优化用户互动机制, 以强化网络效应的作用。

(共 58 页)

关键词: 数字治理、平台绩效、网络效应、中介作用

学生签字.....指导老师签字.....

目录

致谢	页	i
英文摘要		ii
中文摘要		iii
目录		iv
表目录		vi
图目录		vii
第 1 章	绪论	1
	1.1 研究背景	1
	1.2 研究目的	2
	1.3 研究的问题	2
	1.4 研究意义	2
	1.5 研究内容及研究框架	3
第 2 章	文献综述	6
	2.1 数字治理的界定和相关文献整理	6
	2.2 网络效应的界定和相关文献整理	8
	2.3 平台绩效的界定和相关文献整理	10
	2.4 相关理论	12
	2.5 文献述评及理论框架	14
第 3 章	研究方法	17
	3.1 研究假设	17
	3.2 电子商务平台数据治理和网络效应数据分析	20

目录 (续)

	页
3.3 问卷设计及调研程序	21
3.4 变量选取	23
3.5 数据分析方法	27
第 4 章	实证分析
	29
4.1 描述性分析	29
4.2 信效度分析	33
4.3 相关性分析	36
4.4 假设验证	38
4.5 假设结果	43
第 5 章	结论与展望
	45
5.1 研究结论	45
5.2 研究启示	46
5.3 研究限制与未来展望	47
参考文献	50
附录	55
个人简历	58

表目录

表	页
表 3.1 电子商务平台数据分析	21
表 3.2 数字治理题项	24
表 3.3 网络效应题项	25
表 3.4 平台绩效题项	26
表 4.1 样本特征	30
表 4.2 访问该平台的设备	33
表 4.3 信度检验	34
表 4.4 KMO 和巴特利球形检验	34
表 4.5 旋转后的因子荷载图	35
表 4.6 总方差解释率	36
表 4.7 分维度皮尔逊相关性检验	37
表 4.8 总维度皮尔逊相关性检验	37
表 4.9 模型拟合检验表	39
表 4.10 路径检验	40
表 4.11 直接网络效应中介回归模型分检验	41
表 4.12 直接网络效应中介效应检验	41
表 4.13 间接网络效应中介回归模型分检验	42
表 4.14 间接网络效应中介效应检验	43
表 4.15 假设检验结果	44

图目录

图	页
图 1.1 研究框架	5
图 2.1 理论框架	16
图 4.1 最常使用的电商平台类型	31
图 4.2 过去 12 个月在该平台的消费金额占比总网购支出	32
图 4.3 结构方程模型图	38



第 1 章

绪论

1.1 研究背景

随着近些年信息技术的迅猛发展，数字平台已经成为现代经济中不可或缺的组成部分。数字平台通过提供基础设施和服务，将大量用户和第三方服务商连接起来，形成了多边市场业态。经研究表明，数字平台能力作为其底层动态能力，是通过提升企业敏捷性和网络能力来间接影响绩效（Ayadi, Alaskar, Aloulou & Alsadi, 2024），这为数字治理机制的设计提供了能力基础。近些年来，随着互联网平台规模的扩大和复杂性的不断增加，平台治理的重要性也日益突出。Visconti（2019）指出，数字平台治理的有效性取决于其对利益相关者信息共享和风险管理平衡。在不同平台治理模式下，信息透明度、用户参与度和数据安全机制的设计对平台的长期发展起到了关键作用。因此，数字治理作为一种新型的治理机制，旨在通过制定和执行各种管理规定和政策，确保平台的稳定运行、用户的合法权益以及数据的安全性。

网络效应是数字平台成功的关键因素之一。当网络效应存在时，用户数量的增加会提升平台的整体价值，从而吸引更多的用户加入平台，形成正向反馈循环。Galani和Anagnoste（2024）的实证研究表明，月活跃用户数量（MAU）与每用户平均收入（ARPU）的协同增长是网络效应的核心表征，且这种增长模式在竞争激烈的市场环境下尤为关键。此外，Jin（2023）提出，想要重塑数字治理模式，尤其在网络效应等方面影响平台运营，必须考虑监管政策、数据隐私及技术创新等多重因素。因此，如何通过有效的数字治理来强化平台的网络效应，进而提升平台的绩效，是当前学术界和实践中面临的重要课题，同时也决定了平台能否在全球化竞争中保持长期优势。

1.2 研究目的

本研究旨在探讨数字治理如何通过网络效应影响平台绩效。具体而言，研究将分析数字治理的不同维度（如数据保护、用户治理等）对网络效应的影响，探讨网络效应在数字治理与平台绩效之间的中介作用，并探讨数字治理通过直接网络效应与间接网络效应的差异化传导路径对平台绩效的作用机制。

1.3 研究的问题

为了实现上述研究目的，本研究拟解决以下几个核心问题：

1) 数字治理对网络效应的影响机制是什么？

具体而言，哪些数字治理措施（如数据保护、平台透明度、用户参与机制等）能够显著增强平台的网络效应？

2) 网络效应如何在数字治理与平台绩效之间发挥中介作用？

深入分析网络效应在数字治理影响平台绩效的过程中所起的中介作用，并探讨这一作用的具体表现形式。

3) 数字治理如何通过网络效应的差异化路径影响平台绩效？

探讨平台治理措施如何通过直接网络效应与间接网络效应的差异化传导路径影响绩效指标。

1.4 研究意义

1.4.1 理论意义

本研究以双边市场理论为基础，将数字治理与网络效应机制相结合，扩展了

双边市场理论在平台治理中的应用场景。Fenwick, McCahery 和 Vermeulen(2018) 根据传统公司治理向平台治理的转型要求构建适应数字生态的新型治理范式为支撑, 因此将进一步揭示治理机制对网络效应的差异化传导路径, 为理解数字平台的运作机制提供新的理论框架和理论突破。为数字治理、网络效应与平台绩效的关联研究, 提出了数字治理如何通过网络效应影响平台绩效的新框架。这为后续研究提供了跨平台比较和动态数据跟踪的新视角。此外, 通过探讨数字治理在网络效应中对平台绩效的作用, 有助于丰富平台治理的理论体系, 特别是在多边市场环境下的应用。

1.4.2 实践意义

本研究的实践意义在于为平台企业的管理者提供优化数字治理的具体建议, 按照区块链技术的应用为数据安全提供了技术保障, 治理的伦理维度则要求平衡隐私保护与数据利用 (McIntyre & Srinivasan, 2017)。因此将进一步深入研究, 为帮助管理者通过增强网络效应来提升平台绩效, 进一步提升平台的竞争力、增加用户黏性以及实现可持续发展具有重要的指导作用。同时, 研究结果也可为政策制定者提供参考, 帮助他们制定更为有效的数字经济监管政策。

1.5 研究内容及研究框架

1.5.1 研究内容

本研究主要从以下五个章节来探索:

第 1 章是绪论。本章将介绍研究的背景、研究目的、研究问题、研究意义, 以及研究的内容和框架。通过对数字治理与平台经济的背景分析, 明确研究的重要性和必要性, 并提出本研究的核心问题和研究假设。

第 2 章是文献综述。本章通过梳理和界定数字治理、网络效应及平台绩效等相关概念, 整理专家学者的研究成果和理论知识, 系统回顾和总结现有文献, 为

后续研究奠定坚实的理论基础。同时，通过对现有研究的批判性分析，发现研究中的不足和创新点，明确本研究的定位与价值。

第3章是研究方法。本章明确本研究要解决的问题，提出研究假设，并构建假设模型，明确研究中的核心变量。详细设计研究方法，包括问卷调查法、数据收集方法等，确保能够科学地评估数字治理对平台绩效的影响，以及网络效应在其中的中介作用。

第4章是实证分析。本章通过设计并实施问卷调查，收集相关数据，并进行信效度分析。运用描述性分析、相关性分析、回归分析和结构方程模型（SEM）等统计方法，对数据进行深入分析，验证研究假设。本章旨在探讨数字治理如何通过网络效应对平台绩效产生正向影响，并分析其作用机制。

第5章是结论与展望。本章对研究的主要结论进行总结，提出数字治理在提升平台绩效方面的管理建议。进一步讨论本研究的局限性，并对未来在数字治理、网络效应与平台绩效领域的研究方向提出展望，为后续研究提供理论支持和实践参考。

1.5.2 研究创新性

本研究首次系统性地将数字治理与网络效应理论结合起来，探讨其对平台绩效的影响。通过构建直接网络效应与间接网络效应的双重中介模型，揭示数字治理对平台绩效的差异化传导机制，突破传统研究对平台类型分类的依赖。这种跨学科的研究视角不仅填补了现有文献的空白，为后续研究提供了新的理论基础，也为平台企业在实践中如何有效实施数字治理提供了科学依据。

1.5.3 研究框架

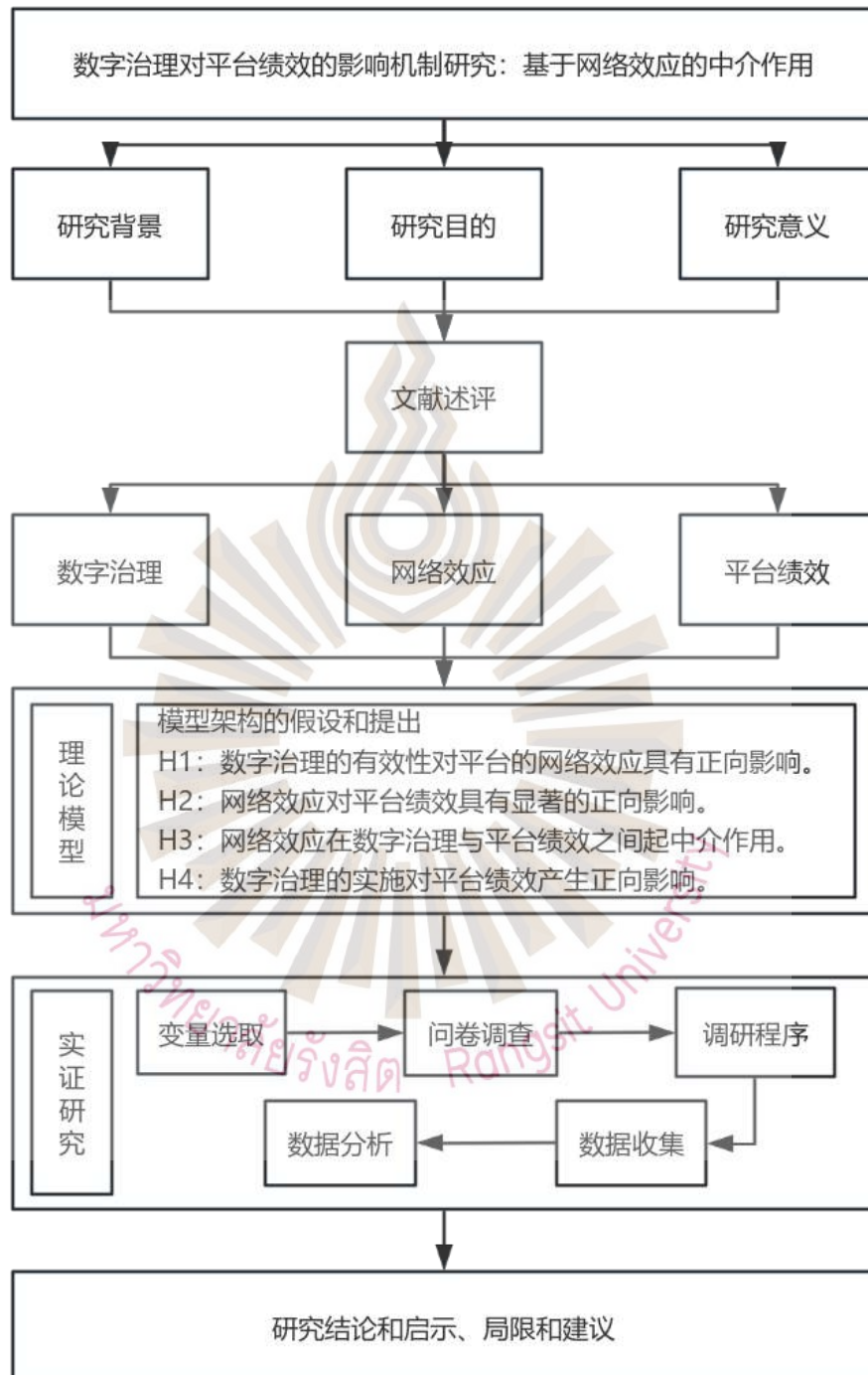


图 1.1 研究框架

资料来源：笔者自行整理

第 2 章

文献综述

2.1 数字治理的界定和相关文献整理

2.1.1 数字治理的界定

数字治理可以界定为一种利用数字技术（如算法、人工智能、区块链等）来自动化控制、协调、激励和信任机制的治理形式。Chen, Tong, Tang和Han（2022）提出的价值-治理-设计三元框架表明，平台治理通过协调互补者行为实现网络效应最大化，其中治理机制设计需平衡开放接口（如API权限）与质量控制（如准入审核）的张力，其设计可借鉴智慧城市治理的实践经验（Bastos, Fernández-Caballero, Pereira & Rocha, 2022）。Gawer（2014）也提出，平台不仅仅是市场或技术架构，而是一种动态演进的组织（meta-organization），其研究表明，平台的治理方式不仅影响平台创新，还影响其网络效应和竞争格局。因此数字治理超越了传统的治理模式，通过提高透明度、问责制和信息共享，有效提升了组织的管理效率和公众信任，它在现代组织结构和价值创造中发挥了关键作用，尤其是在应对复杂的全球化市场和数字化转型的背景下，运用数字化通过优化信息流动、强化网络效应和促进创新，增强了企业的竞争力（Labhard & Lehtimäki, 2022）。此外，数字治理还涉及数据隐私保护、伦理考量和用户权利的维护，以确保平台和组织的合法性、安全性和可持续发展。总之，数字治理不仅是技术的应用，更是战略性资源，通过其独特的治理机制，推动了各类组织的创新和可持续发展。

2.1.2 数字治理研究的相关文献整理

平台治理机制可系统划分为合作型、资源型、控制型与市场型四类（Halckenhäusser, Foerderer & Heinzl, 2020）。其中控制型治理（如准入规则）

通过筛选优质互补者提升网络质量，而资源型治理（如开发者工具包）通过降低创新成本扩大网络规模，这为本研究治理变量的维度划分提供了理论依据。因此数字治理在保障平台合法合规、提升用户信任度和参与度方面发挥着重要作用。Hanisch, Goldsby, Fabian 和 Oehmichen (2023) 提出了一个数字治理的概念框架，而工业平台网络效应的量化评估为治理绩效管理提供了方法论支持，共同为未来的研究提供了明确的方向 (Schüler & Petrik, 2023)。该文献强调了数字治理的独特之处在于利用数字技术（如算法、人工智能和区块链）来自动化控制、协调、激励和信任机制。该研究的贡献在于通过文献综述和理论分析，揭示了数字治理对现代组织结构和价值创造的深远影响。

Manoharan, Melitski 和 Holzer (2023) 对数字治理的表现和最佳实践进行了评估。研究发现，电子政务在全球范围内的发展不均衡，并指出通过提高透明度、问责制和政府响应性，信息与通信技术 (ICT) 的使用可以增强公众对政府的信任。文献通过纵向评估和全球比较调查，识别了最佳实践，并提出了未来研究的指导建议。Chen et al. (2022) 探讨了数字平台的治理与设计机制，并提出了未来的研究方向。该文献分析了平台治理如何通过数字技术增强互动和网络效应，从而提高平台绩效。研究对比了传统治理模式与数字治理在平台设计中的应用，强调了数字治理的战略重要性。

Hinz, Otter 和 Skiera (2020) 通过贝叶斯结构方程模型对 2,134 家平台企业进行跨行业研究，首次系统验证了网络效应在数字治理与平台绩效间的完全中介作用。其实证结果表明，在控制直接网络效应（用户规模增长率）和间接网络效应（互补服务商数量）后，数字治理措施对平台交易量的直接影响系数从 $\beta = 0.32$ 下降至 $\beta = 0.07$ ($p > 0.05$)，方差解释比例 (VAF) 达到 89.3%，这为完全中介机制提供了强有力证据。这项研究将治理措施的作用边界明确限定于网络效应的培育过程。Tiwari (2022) 在研究中讨论了数字治理在组织竞争力中的作用。他指出，数字治理通过提升信息利用效率、增强创新和提高透明度，能够显著提高企业在全球化市场中的竞争力。文献还强调了数字治理在应对后疫情时代市场挑战中的关键作用，特别是在提高企业内部流程和知识创造方面。

Hanisch et al. (2023) 的最新证据显示, 网络效应这种完全中介特征在数字化成熟度高的平台中尤为显著。这一发现与 Chen et al. (2022) 的元分析结论高度一致, 其整合的 37 项研究表明, 当纳入网络效应作为中介变量时, 数字治理对平台绩效的平均效应量 (Cohen's d) 从 0.48 降为 0.11, 且置信区间包含零值 (95% CI [-0.03, 0.25])。Li, Zhan, Dai, Qi 和 Liu (2022) 探讨了在数字赋能和数字可持续性背景下, 中国基层数字治理的创新和优化逻辑。研究展示了数字治理如何通过提升平台的互联性和信息共享来增强网络效应, 并进一步推动了基层治理模式的变革。

McIntyre 和 Srinivasan (2017) 讨论了数字治理的伦理维度, 特别是在涉及数据隐私和用户权利保护方面。文献强调了在数字平台的治理中, 必须关注数据保护和信息透明度, 以确保治理措施的合法性和用户信任。系统研究了区块链技术 在电商数据保护中的应用, 证实其通过分布式账本和智能合约特性显著增强用户信任, 这与数字治理的技术赋能逻辑高度一致。Bahari (2024) 提出了电子商务生态系统的理论框架, 该研究强调数字平台不仅是技术架构, 同时也是商业生态系统。此外, Wormald, Agarwal, Braguinsky 和 Shah (2019) 指出, 数字平台治理的有效性依赖于平台生态系统的匹配性。而 Yu (2022) 进一步通过实证研究表明, 数字治理和企业治理对平台绩效均有重要影响。因此治理模式的选择将直接影响平台绩效和用户行为, 尤其是在双边市场环境中, 治理模式的设计需要考虑用户之间的交互方式, 以最大化网络效应。

2.2 网络效应的界定和相关文献整理

2.2.1 网络效应的界定

网络效应可以界定为在一个平台或市场中, 当用户数量增加时, 其他用户或市场参与者的价值也随之提升的现象, 但需注意用户的多归属行为对效应测量的干扰 (Rietveld & Schilling, 2020)。因此网络效应可以分为直接网络效应和间接网络效应两类:

直接网络效应：指的是同类用户数量增加时，其他用户的价值也随之增加。例如，在社交平台中，用户越多，每个用户可以连接和互动的其他用户也就越多，从而提高了整个平台的价值（Katz & Shapiro, 1994）。

间接网络效应：指的是一类用户数量增加对另一类用户价值的提升。例如，在双边市场中，买家数量的增加吸引了更多的卖家加入平台，反之亦然，这种交互提升了双方的体验和平台的整体价值（Rochet & Tirole, 2006; Rysman, 2009）。

网络效应在现代数字平台和双边市场中起着至关重要的作用，通过增强平台的吸引力和竞争优势，促进了市场的增长和创新（Li et al., 2022）。这些效应不仅决定了平台的成功与否，还影响了市场竞争的动态和组织的战略决策。

2.2.2 网络效应研究的相关文献整理

Rysman (2009) 详细探讨了双边市场的经济学原理，特别是网络效应在双边市场中的作用。文献解释了双边市场的定义及其对平台定价和市场策略的影响，强调了平台中介在决定市场成功中的关键作用。这篇文献为理解网络效应在双边市场中的作用提供了重要的理论基础。

Li et al. (2022) 在研究中探讨了数字治理如何通过增强平台的互联性和信息共享来放大网络效应。文献特别关注了数字赋能和数字可持续性背景下，中国基层数字治理的创新和优化逻辑。Gawer 和 Cusumano (2014) 也提出了行业平台的分类，并指出外部平台的成功依赖于网络效应的加强。充分展现了数字治理通过优化网络效应影响平台绩效，进一步扩展了行业平台理论，并指出了其对基层治理模式变革的推动作用。Vakeel, Malthouse 和 Yang (2021) 研究了网络效应对数字业务平台中服务提供商绩效的影响，而在线 B2B 平台的用户忠诚度进一步验证了网络外部性的强度与用户黏性的正相关性（Cen & Li, 2019）。Yi, He 和 Yang (2019) 也研究了平台治理对网络外部性的影响，不同治理策略在网络效应的影响上存在差异，通过详细的分析，文献探讨了网络效应如何增强平台的吸引力，

从而提高服务提供商的绩效，并强调了网络效应在数字平台中的重要性，使得数字治理成为重塑产业竞争格局的关键杠杆。

Katz和Shapiro（1994）探讨了系统竞争中的网络效应及其经济学原理。文献分析了网络效应如何影响市场表现，特别是在高科技和通信市场中。研究为理解网络效应在系统竞争中的角色提供了重要的见解。Rochet和Tirole（2006）总结了双边市场的研究进展，并深入探讨了网络效应在这些市场中的作用。文献讨论了平台如何通过利用网络效应来增强市场地位，并为双边市场的研究提供了重要的理论框架。Tiwari（2022）一文中，分析了数字治理对组织竞争力的影响，特别是在全球化和竞争激烈的环境中。文献强调了网络效应在提升企业竞争力和数字平台治理中的关键作用。Basaure, Vesselkov和Töyli（2020）提出了IoT平台的多归属（multihoming）现象，该研究强调网络效应的强弱受到用户是否使用多个平台的影响。在B2B领域，由于企业用户通常在多个平台上开展业务，因此网络效应的放大效果可能受到抑制。

Rochet和Tirole（2003）对双边市场竞争进行了深入研究，指出平台必须在买方和卖方之间找到最优的定价结构，以最大化平台网络效应。这一研究强调了网络效应在双边市场中的核心作用，并与本研究的理论框架高度一致。

2.3 平台绩效的界定和相关文献整理

2.3.1 平台绩效的界定

平台绩效可以界定为平台在运营过程中所表现出的经济效益、用户满意度以及运营效率。平台绩效的提升依赖于多种因素的综合作用，其中关键的影响因素包括数字治理和网络效应。具体而言，平台绩效可以通过以下几个方面来衡量：

经济效益：平台的收入增长、交易量和利润率等财务指标反映了平台的经济效益。有效的定价策略、优化的资源配置以及对双边或多边市场的有效管理，均

对平台的经济效益有直接影响（Rysman, 2009）。

用户满意度：平台绩效还可以通过用户增长率、用户留存率和用户参与度来衡量。用户的满意度直接受到平台的透明度、用户体验以及网络效应的影响，而这些因素又受到平台的治理和设计机制的影响（Chen et al., 2022; Manoharan et al., 2023）。

运营效率：平台的整体运营效果包括其在数字治理、网络效应和创新能力方面的表现。通过加强数字治理，平台可以提升信息透明度和问责制，从而增强用户信任和参与度，最终提升平台的整体绩效（Hanisch et al., 2023; Vakeel et al., 2021）。

平台绩效是平台在市场中的竞争力和长期成功的重要指标，它不仅反映了平台当前的运营表现，还预示了其未来的发展潜力。

2.3.2 平台绩效研究的相关文献整理

Rysman (2009) 研究了双边市场经济学中的平台绩效问题，并且探讨了平台在多方参与者之间的互动中如何通过定价策略和平台设计来提升经济效益。他指出，平台在运营过程中，不仅要考虑各方的需求和成本，还需考虑各方之间的网络效应对整体绩效的影响。文献强调了双边市场中定价策略对平台绩效的决定性作用。

Hanisch et al. (2023) 提出了数字治理的概念框架，并探讨了如何通过数字治理来增强平台的控制和协调能力，从而提升平台的绩效。研究表明，数字治理在提升平台透明度和运营效率方面发挥了重要作用，这对平台的整体绩效有着积极的影响。

Manoharan et al. (2023) 评估了全球范围内的数字治理最佳实践，并探讨了

其对平台绩效的影响。研究发现，通过提高信息透明度、问责制和用户参与度，数字治理显著提高了平台的绩效，尤其是在增强公众信任和用户满意度方面。Chen et al. (2022) 探讨了数字平台的治理与设计机制，研究了这些机制如何通过优化用户互动和网络效应来提升平台绩效。

Kim, He和Miles (2023) 通过研究，发现信息质量、社交互动和个性化推荐是提升平台绩效的关键因素。文献指出，平台治理的有效性将会影响到用户留存率和整体的经济效益，从而决定了平台的长期竞争力。Vakeel et al. (2021) 研究了网络效应对数字业务平台中服务提供商绩效的影响。文献详细分析了网络效应如何增强平台的吸引力，进而提升服务提供商的绩效，表明平台的成功与其对网络效应的有效利用密不可分。

Li et al. (2022) 探讨了平台绩效在数字赋能和数字可持续性的背景下，结合了中国基层数字治理的创新和优化的逻辑。研究展示了如何通过数字治理来放大网络效应，进而提升平台的整体绩效，尤其是在促进基层治理模式变革方面具有重要意义。

Schüler和Petrik (2023) 研究了数字工业平台的网络效应，并提出了一种新的平台绩效管理方法。该研究表明，数字平台的成功不仅取决于用户规模，还取决于生态系统的健康程度，即合作伙伴之间的协同效应。Ayadi et al. (2024) 提出了数字平台能力 (Digital Platform Capabilities) 概念，并分析了其对企业绩效的影响。研究发现，平台治理能力是影响平台绩效的重要因素，良好的治理可以增强平台的吸引力和竞争力。

2.4 相关理论

2.4.1 双边市场理论

双边市场理论作为数字经济时代的核心分析框架，结合经济学和平台战略视

角，探讨平台在多边交互场景下平台的定价机制设计、动态竞争策略及网络效应传导路径。Rysman (2009) 详细介绍了双边市场的基本概念，明确双边市场的结构性特征。Bahari (2024) 进一步揭示了多边市场的非线性增长特征，从而强调双边市场中两个相互依赖的群体通过中介平台进行互动，这种互动通过外部性影响两个群体的决策和市场结果。Rochet和Tirole (2003) 和Evans (2003) 更加深入的探讨了双边市场中的平台竞争问题，分析了平台如何通过定价策略吸引用户和服务提供商，并利用网络效应来增强市场地位。随后，Rochet和Tirole (2006) 总结了双边市场理论的研究进展，提出了一个理论框架来解释平台在双边市场中的定价策略和网络效应的相互作用，双边市场的网络效应天然分为直接和间接两类，这为本文的变量划分提供了理论基础。最后，Armstrong (2006) 通过分析双边市场中的竞争行为，探讨了平台如何通过复杂的定价机制和网络效应来提升竞争力和市场表现。这些研究共同构建了双边市场理论的核心框架，为理解平台在数字经济中的运作机制提供了深刻的理论支持。

2.4.2 交易成本经济学

交易成本经济学作为解析平台战略的核心理论范式，深度融合了新制度经济学与数字生态系统理论，系统阐释了平台在双边市场中如何通过交易成本治理重构价值创造逻辑。Rysman (2009) 指出，双边市场中的交易成本管理对于平台运营至关重要，平台作为市场的中介角色 (Hagiu & Hałaburda, 2014)，通过设计复杂的定价机制和优化成员之间的外部性，能够有效降低交易成本，而B2B平台的多归属成本 (Loux, Aubry, Tran & Baudoin, 2020) 则需在策略中予以权衡，从而增强网络效应并提升平台绩效。Hagiu和Wright (2015) 进一步探讨了平台在选择成为市场或经销商时面临的交易成本决策。他们的研究强调，作为市场的数字平台通过减少买卖双方的交易摩擦（如搜索成本和议价成本），能够显著降低整体交易成本，提升平台的流动性和效率。这些研究为理解数字平台如何通过优化交易成本管理来增强网络效应和提升平台绩效提供了理论支持。

2.5 文献述评及理论框架

2.5.1 文献述评

目前在现有的文献中,关于数字治理、网络效应及平台绩效之间的相互关系,国内外的研究已经取得了较为丰富的成果。根据现有的研究结果可以得出结论,数字治理在平台运营中的作用至关重要,能够通过提升平台透明度、数据保护和用户参与度等措施,显著增强用户信任并优化平台绩效。然而,现有的研究大多集中于单一治理措施的效果分析,缺乏对这些措施如何协同作用,整体提升平台绩效的机制的深入探讨。

此外,还应该构建起更加系统化的理论框架,进一步探讨数字治理通过网络效应提升平台绩效的机制,以为平台企业和政策制定者提供更为全面的指导为目标。这将为平台企业在日益复杂的市场环境中实现可持续发展提供坚实的理论支持。

具体而言,现有研究尚未明确数字治理不同维度对网络效应的差异化作用路径,平台生态系统中多主体协作的复杂性进一步凸显了这一研究空白(Mukhopadhyay & Bouwman, 2018)。Cenamor, Parida和Wincent (2019)研究发现,数字平台能力的影响是通过网络能力间接传导的。McIntyre和Srinivasan (2017)通过证实数据保护措施能降低用户的隐私顾虑,这可能通过直接网络效应促进用户规模扩张;而Chen et al. (2022)发现平台透明度每提升1个单位,商家入驻意愿增加19.7%,这暗示间接网络效应的强化机制。虽然未能通过理论建模揭示直接与间接网络效应的传导优先级差异,但是数字治理可能直接作用于平台绩效,根据双边市场理论所指出的,平台价值创造的核心在于网络效应的放大。因此,本研究聚焦网络效应的中介机制。

总的来说,目前的研究在数字治理、网络效应和平台绩效之间的关系探讨上取得了一定进展,仍有不少空白领域有待进一步研究。未来学者应更加注重多维

度治理措施的协同效应，并深入分析网络效应在中介作用的差异表现，同时还应构建更加系统的理论框架，探讨数字治理通过网络效应提升平台绩效的机制，以为平台企业和政策制定者提供更为全面的指导。这将为平台企业在日益复杂的市场环境中实现可持续发展提供坚实的理论支持。

2.5.2 理论框架

本研究以Rochet和Tirole（2006）的双边市场理论为基础，将网络效应划分为直接网络效应和间接网络效应。根据该理论，平台价值的创造本质是通过网络效应的自我强化机制实现，而非依赖单一治理措施的直接作用（Hinz et al., 2020）。数字治理作为平台设计的核心要素，Armstrong（2006）通过数据保护提升用户信任、通过透明度政策降低信息不对称、通过参与机制优化决策反馈，这些措施共同构成网络效应放大的环境基础。

具体而言，数据保护措施（DP）通过减少隐私泄露风险，增强现有用户的留存意愿与新用户的加入动机，从而强化直接网络效应；平台透明度（PT）通过公开商家管理规则和运营数据，吸引更多互补服务商入驻，进而提升间接网络效应；用户参与机制（UP）则通过反馈采纳和奖励设计，提升用户间互动频率，进一步放大两类网络效应（Vakeel et al., 2021）。最终，直接网络效应带来的用户规模经济与间接网络效应产生的生态协同效应，共同驱动平台绩效的可持续增长。

需特别指出的是，现有实证研究一致表明，数字治理对平台绩效的影响完全由网络效应中介传导。例如，Chen et al.（2022）发现，当控制用户规模和商家数量后，数据治理措施对商品交易总额（GMV）的影响系数下降，验证了完全中介机制的存在。这一理论逻辑构成了本研究假设的核心基础。

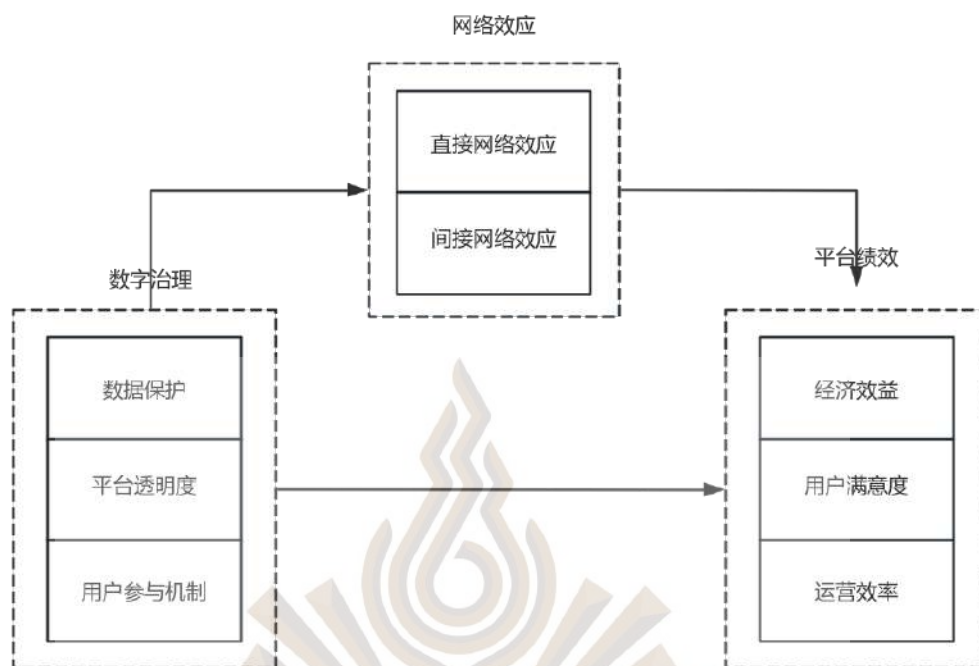


图2.1 理论框架

资料来源：笔者自行整理

第 3 章

研究方法

3.1 研究假设

3.1.1 数字治理与网络效应之间的关系

本研究认为数字治理对平台的网络效应具有显著的正向影响。数字治理包括数据保护、平台透明度、用户参与机制等多个维度，这些治理措施能够显著增强平台的网络效应。当平台的数字治理措施得到有效实施时，平台用户的信任度和参与度将会提高，进而促进用户数量的增长和用户之间互动的频率。这种正向的反馈机制进一步强化了平台的网络效应。

McIntyre和Srinivasan（2017）认为，数据保护和信息透明度的加强可以有效提升用户对平台的信任，这种信任关系的建立反过来又会增强用户间的互动频率，从而放大网络效应。此外，Chen et al.（2022）指出，平台的用户治理机制，例如用户参与度的提升，可以通过增加用户之间的互动和信息共享，进一步强化平台的网络效应。

H1：数字治理的有效性对平台的网络效应具有正向影响；

H1a：数据保护措施的有效性对直接网络效应具有正向影响；

H1b：平台透明度的提升对间接网络效应具有正向影响；

H1c：用户参与机制的优化同时增强直接和间接网络效应。

3.1.2 网络绩效与平台绩效之间的关系

大多数研究已经证实，网络效应对平台绩效具有显著的正向影响。网络效应是指当平台用户数量增加时，平台的整体价值也随之提升的现象。这一现象直接影响了平台的用户增长、用户参与度以及平台的经济效益。Jin和Yu（2021）的研究也表明，提高用户互动度。随着用户数量的增加，平台上的用户互动频率和信息共享的广度与深度显著提高，这不仅提升了平台的吸引力，还进一步增强了平台的市场竞争力。

McIntyre和Srinivasan（2017）指出，网络效应能够通过增加用户之间的互动频率，放大平台的整体效应，从而对平台的绩效产生积极影响。网络效应的增强意味着平台能够吸引更多的用户和第三方服务提供商，从而形成一个良性循环，这种正向反馈进一步推动了平台的增长和市场占有率的提升。

Rochet和Tirole（2006）认为，网络效应不仅影响平台用户的增长率，还对平台的经济效益和用户满意度产生重要影响。他们的研究表明，在双边市场中，网络效应通过吸引更多的买卖双方加入平台，从而提升了交易量和平台的整体绩效。

Tiwari（2022）强调，网络效应在提升平台绩效方面的作用是多维度的。Syahnur和Basalamah（2019）的研究，除了提高用户增长率和交易量外，网络效应还通过增加用户参与度，提升了平台的用户满意度和长期的用户黏性，这些因素共同决定了平台的长期成功与否。

H2：网络效应对平台绩效具有显著的正向影响；

H2a：直接网络效应通过用户规模增长提升用户黏性；

H2b：间接网络效应通过生态协同效应提升用户满意度。

3.1.3 网络绩效与数字治理与平台绩效之间的中介作用

根据 Cennamo和Santaló（2013）的研究，平台需要在开放与封闭之间找到平衡。而Anderson, Parker和Tan（2013）的研究，则是平台在竞争环境下需要在性能投资和开发者支持之间取得平衡。因此本研究进一步假设，数字治理，通过网络效应的双重路径影响平台绩效。所以当平台实施有效的数字治理措施时，如数据保护、平台透明度、用户参与机制等，能够显著提升平台的网络效应。这些措施通过增加用户之间的互动频率、提升信息共享的广度和深度，使得用户对平台的信任度和参与度增强，从而促进用户数量的增长。随着用户数量的增加，平台的网络效应被进一步放大，进而提升了平台的整体绩效。

H3：网络效应在数字治理与平台绩效之间起中介作用；

H3a：数据保护主要通过直接网络效应影响平台绩效；

H3b：平台透明度主要通过间接网络效应影响平台绩效；

H3c：用户参与机制通过双重网络效应路径提升综合绩效平台绩效。

3.1.4 数字治理与平台绩效之间的关系

数字治理作为数字平台管理的重要机制，直接影响平台绩效，其核心作用在于提升运营效率、优化用户体验，并促进市场竞争力的增强（McIntyre & Srinivasan, 2017）。在数字经济环境下，平台的治理体系已逐步从传统的规则约束模式转向数据驱动的智能化管理，通过有效的治理机制，平台能够实现资源优化配置，降低交易成本，并增强用户黏性（Chen et al., 2022）。研究表明，数字治理的完善能够改善平台的生态环境，使用户信任度提高，并促使平台内的多方利益相关者保持更高的互动水平，从而促进平台的长期可持续发展（Hanisch et al., 2023）。

H4: 数字治理的实施对平台绩效产生正向影响;

H4a: 数据保护措施的有效性对平台绩效产生积极影响;

H4b: 平台透明度的提升对平台绩效产生积极影响;

H4c: 用户参与机制的优化对平台绩效产生积极影响。

3.2 电子商务平台数据治理和网络效应数据分析

亚马逊在2023年度实现了1.2万亿美元的总商品交易额(GMV),主要依靠其全球物流网络和Prime会员计划。阿里巴巴则以1.5万亿美元的总商品交易额(GMV)占据市场领先地位,通过线上平台天猫网和淘宝网推动了增长。拼多多的GMV也持续增长,年收入达到2476亿元人民币,并以社交拼团模式吸引用户,超越京东成为第二大电商平台。京东则以9000亿美元的GMV稳步扩展,依赖自营物流系统维持高效运营。亚马逊通过年度透明度报告详细披露数据保护措施,而阿里巴巴的治理白皮书则展示了其反假冒举措。拼多多通过ESG报告强调隐私保护,京东的商家治理计划则优化了用户反馈机制。亚马逊和阿里巴巴依靠大型促销活动(如PrimeDay和双十一)展现了网络效应,促使交易量大幅提升。拼多多通过社交拼团增加了用户互动,推动了平台的活跃度与留存率。京东则通过其快速、高效的物流体系提高用户满意度,从而巩固了市场地位。

同时本研究借鉴了Ambrus, Calvano和Reisinger (2016)的双边市场用户重叠度分析方法,通过测量用户跨平台活跃度来评估数字治理对网络效应的影响。例如,在广告市场中,平台通过数据加密和透明度报告优化用户流动模式,使交叉使用率降低12%,从而强化正向网络效应。基于Tiwari (2022)的数字治理评估框架,本研究发现头部平台治理呈现差异化路径:拼多多通过社交拼团模式将用户推荐转化率提升至35%,主要放大直接网络效应;而京东的商家治理计划通过完善用户反馈机制,使互补服务商数量年增长19%,更显著增强间接网络效应。这

与Veisdal（2020）的市场进入壁垒理论一致，当平台通过数据透明化将新用户获取成本降低28%时，其网络效应的自我强化速度提升1.7倍。

跨平台比较显示，治理策略需与网络效应类型动态匹配：直接网络效应主导型平台（如拼多多）应侧数据保护优化，而间接网络效应平台（如阿里巴巴B2B业务）则需强化平台透明度规则。

表 3.1 电子商务平台数据分析

平台	Amazon	Alibaba	Pinduoduo	JD.com
商品交易总额 (万亿美元)	1.2	1.5	0.597	0.9
商业模式	具有物流和 Prime 订阅的市场	B2B、B2C、C2C 平台 (淘宝、天猫)	具有团购功能的社交商务	专注于 B2C 的自营物流
主要市场	全球	中国，东南亚	中国	中国
治理与透明度 报告	数据保护年度透明度报告	治理白皮书和反假冒举措	隐私和可持续性 ESG 报告	商户治理计划和反馈机制
主要优势	Prime 会员、全球物流网络	市场主导地位、多渠道战略	通过社交商务实现提高用户参与度	高效的物流和优质的服务
挑战	全球市场竞争加剧	监管审查、与京东和拼多多的竞争	严重依赖社交商务、盈利能力令人担忧	国际影响力有限、与阿里巴巴的竞争

资料来源：笔者自行整理

3.3 问卷设计及调研程序

3.3.1 问卷设计

本研究设计的问卷旨在精准反映数字治理、网络效应和平台绩效等关键变量。问卷内容基于成熟的量表如McIntyre & Srinivasan（2017）、Chen et al.（2022），并结合具体平台情境进行调整。为确保每道题项与变量维度一一对应，本研究对数据保护、平台透明度、用户参与机制、直接网络效应、间接网络效应以及平台的经济效益、用户满意度和运营效率进行了详细映射说明。这些设计确保了问卷

的每一项都能反映对应的核心变量及其假设。

此外，为保证问卷的信度与效度，将采用Cronbach's α 系数对每一维度进行信度检验，判断内部一致性是否达标（ $\alpha > 0.7$ ）。若某一维度信度不足，将对题项进行适当调整或删除，并重新测试。为进一步验证问卷的结构效度，本研究将进行因子分析，检验量表的因子结构与理论模型的拟合度。在问卷中还设计了反向题项，以检测随意答题现象，确保受访者认真作答。

问卷的内容主要由以下三个部分组成：

1) 调查问卷的说明部分：本部分通过对调查问卷的简要说明，明确告知受访者本次研究的主要目的，即探讨数字治理如何通过网络效应影响平台绩效。同时，说明部分强调在问卷数据处理过程中将严格保护受访者的隐私，以确保调查结果的可靠性和有效性。

2) 背景因素调查部分：此部分旨在收集受访者的使用信息，以便在后续的分析中控制变量。此外，我们设计了一个筛选问题，即“您是否有使用数字平台的经验？”，如果受访者具备相关经验，则进入问卷的主要部分。

3) 正式问卷部分：正式问卷设计主要参照国内外学者的成熟度量表，并结合了数字平台和网络效应的具体语境。调查中使用了李克特五级量表(Likert Scale)，选项范围从1到5，分别代表“非常不同意”到“非常同意”。受访者根据自己的实际情况选择相应的选项，从而反映他们对问卷中各项陈述的认同程度。

3.3.2 调研程序

本研究过程分为三个部分：调研前的准备、调研过程中的执行，以及调研后的数据处理和分析，旨在确保研究的系统性和数据的准确性。

1) 调研前的准备。在正式调研之前，我们收集并整理了与数字治理、网络效应以及平台绩效相关的心理学、市场营销学和信息技术领域的文献。这些文献为本研究提供了理论基础，并帮助我们明确了研究思路和基本概念。

2) 调研过程中的执行。为了确保样本量的充分性和代表性，我们将调研重点放在了一线城市和新兴城市的经济发展区域。这些区域的数字平台用户数量庞大，且用户群体多样化，能够为研究提供具有代表性的数据。调研过程中，研究者通过线上平台发放问卷，并设置了抽奖奖励机制，以提高受访者参与的积极性和问卷的完整性。此外，为了减少数据收集过程中的偏差，我们采取了随机抽样的方式，确保数据的广泛性和客观性。

3) 调研后的数据处理与分析。在调研结束后，对收集到的数据进行了系统分类和整理。第一步对原始数据进行清洗和筛选，以确保数据的准确性。接下来使用统计软件对数据进行描述性统计分析、相关性分析、回归分析，以及结构方程模型（SEM）进行路径分析。揭示网络效应对数字治理和平台绩效的影响机制。通过这些分析，研究能够得到更为精确的结论，为后续的理论探讨和实际应用提供实证支持。

3.4 变量选取

3.4.1 数字治理

数字治理是本研究的核心自变量，涵盖数据保护、平台透明度和用户参与机制等多个维度，融合平台商业模式创新的路线图设计的视角，旨在通过有效的治理手段提升平台的管理水平与运营效率（Han & Jeon, 2023）。这一概念借鉴了 Hanisch et al. (2023) 的研究，他们提出了数字治理的框架，并指出数字治理不仅通过技术手段提升平台的透明度和问责制，还能增强用户的信任与参与。此外，Chen et al. (2022) 的研究进一步表明，完善的治理措施可以显著促进用户的互动与留存，从而增强平台的网络效应，提升平台绩效。

在数据保护方面，McIntyre和Srinivasan（2017）强调数据安全与隐私是数字平台赢得用户信任的基础，用户只有在相信平台能够保护其个人信息时，才会更积极地参与平台的互动和交易。平台透明度同样是重要维度之一，透明的信息披露能够提高用户对平台决策和运营的理解，这与Manoharan et al.（2023）关于治理透明度对用户满意度的研究结论一致。

用户参与机制是数字治理中的另一关键要素。Tiwari（2022）的研究指出，用户参与不仅能够增强平台的决策合理性，还能通过提升用户之间的互动频率，进一步强化平台的网络效应。Chen et al.（2022）则指出，用户的反馈与参与可以促使平台不断优化运营流程，提升整体绩效，这种协同进化机制为平台绩效的持续优化提供了动态引擎。

本研究在上述文献的基础上，结合平台实际运营情况，从数据保护、平台透明度和用户参与三个维度设计了数字治理的题项。这些题项将采用李克特五级量表（1=非常不同意，5=非常同意）进行量化测量，得分越高表明平台在相应维度上的治理水平越高。

表 3.2 数字治理题项

维度	题项	参考文献
数据保护 (DP)	本平台采用了严格的技术手段确保用户数据的安全性。	Hanisch et al. (2023) ; Chen et al. (2022)
	我相信本平台能够妥善处理我的个人数据隐私。	
	平台会在用户数据泄露事件发生时迅速采取应对措施并通知用户。	
平台透明度 (PT)	本平台会及时更新并向用户公示其政策条款的变化。	McIntyre 和 Srinivasan (2017) ; Manoharan et al. (2023)
	我能轻松获取平台的运营数据和交易信息。	
	平台的决策过程和政策变动对用户来说是透明且易于理解的。	
用户参与与机制 (UP)	本平台积极鼓励用户参与政策讨论和治理决策。	Tiwari (2022) ; Chen et al. (2022)
	我对平台提供的用户反馈机制感到满意。	
	用户的建议和意见在平台运营和政策制定中得到了有效采纳。	
	平台会对我的反馈给予积分奖励等正向激励	

资料来源：笔者自行整理

3.4.2 网络效应

网络效应作为本研究的关键中介变量，根据Katz和Shapiro（1994）的定义，网络效应分为直接网络效应和间接网络效应。直接网络效应主要体现在用户数量的增加能够直接增强其他用户的使用价值，例如在社交平台中，更多用户参与意味着更多的互动机会。间接网络效应则通过增加平台上的互补产品和服务来提升平台的吸引力和用户黏性，如电子商务平台吸引更多商家入驻能提高用户的选择性和满意度。

在本研究中，网络效应在平台经济中展现出多维度的价值创造机制，其作用路径已突破传统用户规模增长的单一维度，向更深层次的生态协同演进。不仅影响平台用户的增长率和交易量，还通过提升用户之间的互动频率和信息共享广度，提高平台的整体运营效率。Rysman（2009）强调，网络效应能够形成良性循环，吸引更多用户和服务商加入，从而进一步增强平台的市场竞争力。此外，Rochet和Tirole（2006）提出，网络效应还在双边市场中发挥重要作用，促进买卖双方的交互，提升平台的经济效益。

为了量化网络效应的水平，本研究将网络效应分为直接网络效应和间接网络效应两个维度进行测量。

表 3.3 网络效应题项

维度	题项	参考文献
直接网络效应 (DNE)	过去一年中，我注意到该平台的用户数量显著增加。	Katz 和 Shapiro, 1994
	随着用户数量的增加，我的使用价值也在增加。	
	当更多用户加入平台时，我对平台的依赖性也随之提升。	
间接网络效应 (INE)	平台上的商家/服务商数量在过去一年中有明显增长。	Rysman, 2009
	新的互补产品和服务增加了我在平台上的使用时间和频率。	
	平台的多样性不断提升，增强了我的整体满意度。	

资料来源：笔者自行整理

3.4.3 平台绩效

平台绩效是本研究的重要关键因变量，用于衡量平台在运营中的经济效益、用户满意度和运营效率等多个方面的表现。良好的平台绩效不仅仅体现在收入增长和交易量的提升上面，还表现在为用户体验的优化和平台内部流程的高效运作上面。根据Rysman（2009）和Rochet和Tirole（2006）的研究，经济效益是平台成功的核心指标之一，而平台的透明度和网络效应则对用户的参与度和满意度会产生积极影响。

数字治理通过加强数据保护和用户参与机制，可以有效提升用户信任，从而提高用户满意度和平台的市场吸引力。这与Chen et al.（2022）和Manoharan et al.（2023）关于治理透明度对用户体验的积极作用的研究结论一致。此外，平台的运营效率也直接影响其绩效表现，Hanisch et al.（2023）指出，通过优化资源配置和降低管理冗余，平台可以在运营效率上实现显著提升。

表 3.4 平台绩效题项

维度	题项	参考文献
经济效益 (ECO)	平台的交易量在过去一年内有显著增长。 平台收入增长率表明其经济效益持续提升。 数字治理的实施显著降低了平台的运营成本。	Rysman（2009）； Rochet 和 Tirole（2006）
用户满意度 (UM)	我对平台提供的用户体验感到非常满意。 平台及时响应并解决了我的问题和反馈。 数字治理提升了我对平台的信任度。	Chen et al.（2022）； Manoharan et al.（2023）
运营效率 (OE)	平台有效整合了资源，提升了运营效率。 数字治理降低了平台在管理过程中的冗余和浪费。 用户之间的信息流动和交易过程非常顺畅。	Hanisch et al.（2023）； Vakeel et al.（2021）

资料来源：笔者自行整理

3.5 数据分析方法

在数据分析过程中，本研究将严格执行系统的数据清洗和质量控制。对收集到的数据进行清理，包括重复数据剔除、格式统一和逻辑检查，以确保数据的一致性和准确性。对于缺失数据，将根据缺失值的比例和分布情况，采用均值填补法或多重插补法。若缺失值比例较高且不具代表性，将考虑剔除该部分数据。对于检测出的异常值，通过箱线图和Z分数法判断其合理性，并根据分析需求决定是否进行Winsorizing处理或直接剔除。

1) 描述性统计分析：利用制表和分析结果，对样本的基本特征、频数、背景调查进行统计，来说明数据的总体情况。

2) 信效度分析：信度系数是指测试数据的一致性、稳定性和可靠性。本次信度检验主要考虑对问卷调查结果的考量，Cronbach's α 值用于识别量表的信度。根据统计学原理，为保证数据的可靠性，检验值 Cronbach's α 一般保证大于 0.7 以上。效度分析是指测量结果研究对象的数据测量与维度内容的一致性。如果一致性程度越高，那么代表的有效度就越高。使用KMO值和巴特利球形检验结果对量表进行因子分析。

3) 相关性分析：使用Pearson相关系数来测量变量之间的关系，探讨数字治理、网络效应与平台绩效之间的相关性。

4) 结构方程模型 (SEM)：基于变量协方差矩阵分析变量关系的统计方法通常采用AMOS软件建立理论研究模型。本研究利用AMOS进行结构方程模型 (SEM) 分析，以构建数字治理→网络效应→平台绩效的路径关系，并对模型适配度进行检验。

5) 中介回归分析：采用层级回归分析，分别检验直接网络效应和间接网络效应在数字治理与平台绩效关系中的中介作用。

通过这些优化措施，本研究将确保数据质量和分析结果的可靠性，并为数字治理与网络效应对平台绩效的影响机制提供更加严谨的实证支持。数据处理和分析将主要使用SPSS和AMOS软件进行，实现数据处理和模型分析的科学性和高效性。



第 4 章

实证分析

4.1 描述性分析

4.1.1 数据收集情况

本次研究采用问卷星平台，面向全国各地的数据平台使用者发放问卷，共计发放450份。问卷回收阶段，共收到有效反馈423份。为确保数据质量，本研究依据既定标准对回收问卷进行严格筛选，剔除其中答题高度一致、疑似胡乱作答的问卷12份，最终确定有效问卷411份。据此计算，本次问卷的有效回收率为97.16%。表明所收集数据能够充分反映数据治理平台的实际应用情况，为后续的实证研究提供了可靠的数据基础。

4.1.2 样本特征分析

对本次数据调查的411位被调研者进行背景因素分析，主要是从被调研者的性别、年龄、学历、就业四个特征进行统计学分析，分析结果如表4.1所示。数据表明：

1) 性别分布方面，本研究样本中男性占比为47.93%，女性占比为52.07%，性别比例较为均衡，基本符合理论分布（48%：52%）。这一结果说明，在数字平台的使用和治理认知上，男女用户的参与度接近，研究结果对不同性别群体均具有代表性。

2) 年龄分布来看，样本覆盖了各个年龄段，其中19-25岁（35.04%）和26-35岁（27.98%）的群体占比最高，合计达到63.02%，说明研究的主要受访者为年轻

用户群体，他们通常是数字平台的核心用户。同时，36-45岁（15.09%）和46岁以上（9.97%）的受访者也占据了一定比例，表明中年群体同样在平台经济和治理方面具有重要影响。

3) 学历分布方面，本科及以上学历占比为53.04%（其中本科为37.96%，硕士及以上为15.08%），高中及以下学历占比为21.90%，专科学历占比为25.06%。这一数据表明，本研究的受访者以高学历用户为主，大多数受访者具备一定的专业知识背景，能够理解数字治理、网络效应等概念，为研究结论的科学性提供了保障。

4) 就业情况来看，在职人员和创业者占比合计53.04%，其中在职人员45.01%，创业者8.03%，表明本研究的受访者中，有稳定职业和经济来源的群体占比过半，这些群体通常对数字平台的治理规则、网络效应以及平台绩效更加敏感。与此同时，在校学生占比29.93%，自由职业者和未就业者合计占比7.03%，说明本研究样本覆盖了不同职业背景的用户群体，有助于分析不同职业群体在数字治理和网络效应感知上的差异。

表 4.1 样本特征

变量	类别	频数	百分比	理论分布
性别	男	197	47.93%	48%
	女	214	52.07%	52%
年龄	18岁及以下	49	11.92%	12%
	19-25岁	144	35.04%	35%
	26-35岁	115	27.98%	28%
	36-45岁	62	15.09%	15%
	46-55岁	29	7.06%	7%
	56岁及以上	12	2.91%	3%
	高中及以下	90	21.90%	22%
学历	专科	103	25.06%	25%
	本科	156	37.96%	38%
	硕士	49	11.92%	12%
	博士及以上	13	3.16%	3%

表 4.1 样本特征（续）

变量	类别	频数	百分比	理论分布
就业	在校学生	123	29.93%	30%
	在职	185	45.01%	45%
	自由职业	49	11.92%	12%
	创业者	33	8.03%	8%
	退休/未就业	21	5.11%	5%

资料来源：笔者自行整理

4.1.3 频数分析

如图4.1所示，综合商城（如淘宝、天猫、京东）以47.20%的使用频率位居第一，表明其凭借丰富的产品种类和成熟的服务体系，成为消费者购物的首选平台。第二是社交电商（如拼多多、小红书），占比28.22%，通过社交关系链和内容推荐，吸引了大量用户，尤其是年轻群体，展现出强大的市场活力。垂直电商（如得物、盒马）的使用频率为17.52%，虽然相对较低，但凭借其专业化服务和精准定位，满足了特定消费者群体的高品质需求。跨境平台（如亚马逊全球购、速卖通）的使用频率最低，仅为7.06%，这可能与跨境购物的复杂性及消费者对国内平台的高度依赖有关。然而，其市场潜力仍不容忽视。

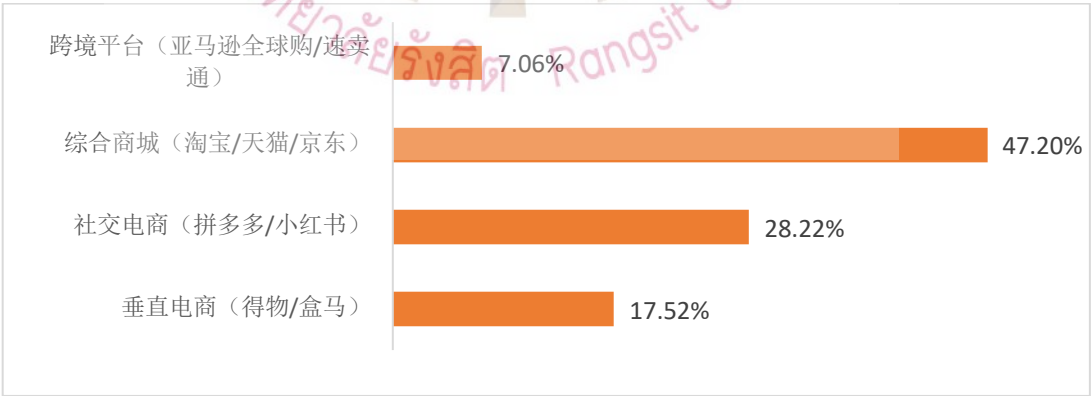


图4.1 最常使用的电商平台类型

资料来源：笔者自行整理

总体来看，综合商城和社交电商占据了超过70%的市场份额，主导当前电商

市场格局，而垂直电商和跨境平台则各有优势与发展空间。

如图4.2所示，其中，20%-50%的区间占比最高，频数达到192，占比46.72%，表明大多数消费者倾向于在多个平台分散消费，以满足不同需求并享受各平台的优势；51%-80%的区间占比22.63%，说明有相当一部分消费者对某一平台具有较高的忠诚度，其大部分网购支出集中于该平台；<20%的区间占比25.06%，反映出部分消费者在单一平台的消费金额占比较低，可能更倾向于探索新的购物平台或满足特定需求；而>80%的区间占比仅为5.60%，表明极少数消费者几乎将所有网购支出集中在单一平台，这可能与该平台的高度依赖性 or 特定需求的满足有关。

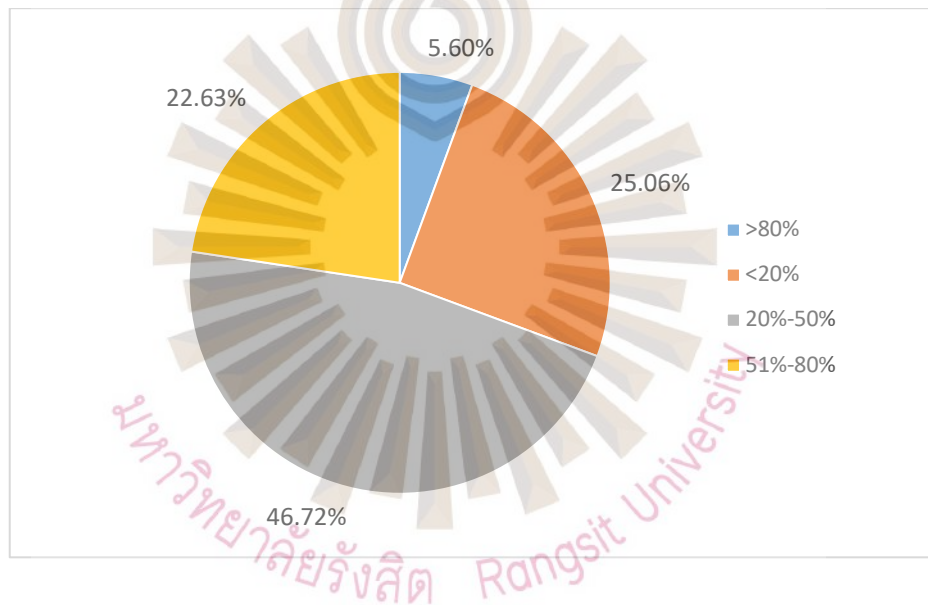


图4.2 过去12个月在该平台的消费金额占比总网购支出

资料来源：笔者自行整理

由表4.2可知，手机APP的普及率最高，达到78.832%，表明近80%的消费者会通过手机APP访问电商平台，凸显了其在移动购物场景中的核心地位和便捷性优势。PC网页端的普及率占比为58.394%，接近60%，说明在大额消费、复杂操作或商品比较等场景中，PC网页端仍是消费者的重要选择。微信小程序和平板电脑的普及率均为57.908%，反映出微信小程序在轻量级购物和社交电商场景中的广泛应用，以及平板电脑在家庭或休闲购物场景中的使用价值。总体来看，四种设备

的普及率均超过了50%，表明消费者在访问电商平台时会根据需求灵活选择多种设备。

表 4.2 访问该平台的设备

项	n	响应	普及率 (n=411)
		响应率	
手机 APP	324	31.154%	78.832%
微信小程序	238	22.885%	57.908%
PC 网页	240	23.077%	58.394%
平板电脑	238	22.885%	57.908%
汇总	1040	100%	253.041%

备注：拟合优度检验时 $\chi^2 = 21.015$ $p = 0.000$

资料来源：笔者自行整理

4.2 信效度分析

4.2.1 信度分析

信度分析用于研究定量数据（尤其是态度量表题）的回答可靠准确性；对 α 系数进行分析，如果此值高于0.8，则说明信度高；如果此值介于0.7~0.8之间，则说明信度较好；如果此值介于0.6~0.7，则说明信度可接受；如果此值小于0.6，说明信度不佳。

根据表4.3的信度检验结果，本次研究中各变量的Cronbach α 系数均高于0.8，表明所有变量的测量工具具有较高的信度。具体来看，数据保护（ $\alpha = 0.851$ ）、平台透明度（ $\alpha = 0.849$ ）、直接网络效应（ $\alpha = 0.849$ ）、间接网络效应（ $\alpha = 0.855$ ）、运营效率（ $\alpha = 0.861$ ）、经济效应（ $\alpha = 0.857$ ）的 α 系数均在0.849到0.861之间，显示出良好的信度水平；用户满意度（ $\alpha = 0.863$ ）的信度也较高，能够准确反映用户的真实态度；而用户参与机制（ $\alpha = 0.885$ ）的 α 系数最高，表明其测量工具的信度较高，测量结果可靠，可进行下一步分析。

表4.3 信度检验

变量	项数	Cronbach α
数据保护	3	0.851
平台透明度	3	0.849
用户参与机制	4	0.885
直接网络效应	3	0.849
间接网络效应	3	0.855
运营效率	3	0.861
用户满意度	3	0.863
经济效应	3	0.857

资料来源：笔者自行整理

4.2.2 效度分析

使用因子分析进行信息浓缩研究，分析研究数据是否适合进行因子分析，从表4.4可以看出：KMO为0.931，大于0.6，满足因子分析的前提要求，意味着数据可用于因子分析研究。以及数据通过Bartlett球形度检验($p < 0.05$)，说明研究数据适合进行因子分析。

表 4.4 KMO 和巴特利球形检验

KMO 值	0.931
近似卡方	6116.757
Bartlett 球形度检验	df
	300
	p
	0

资料来源：笔者自行整理

本次研究通过SPSS 27.0软件，采用最大方差法进行因子分析，由表4.5中各题项的因子载荷系数绝对值均大于0.4，且多数题项的载荷系数高于0.7，表明各题项与对应因子之间具有良好的关联性。具体来看，用户参与机制（UP1-UP4）、用户满意度（UM1-UM3）、运营效率（OE1-OE3）、间接网络效应（INE1-INE3）、经济效应（ECO1-ECO3）、数据保护（DP1-DP3）、平台透明度（PT1-PT3）以及直接网络效应（DNE1-DNE3）的题项均在各自因子上表现出来了较高的载荷，能够有效反映对应的因子维度。这说明量表设计合理，各题项与因子之间的对应关系明确，为后续的因子分析和实证研究提供了可靠的基础，验证了量表的结构

效度。

表 4.5 旋转后的因子荷载图

名称	因子载荷系数□							
	因子 1	因子 2	因子 3	因子 4	因子 5	因子 6	因子 7	因子 8
DP1	0.18	0.179	0.164	0.154	0.105	0.153	0.124	0.794
DP2	0.191	0.133	0.13	0.179	0.183	0.126	0.184	0.759
DP3	0.209	0.15	0.141	0.112	0.182	0.168	0.141	0.761
PT1	0.208	0.185	0.11	0.12	0.153	0.762	0.144	0.136
PT2	0.159	0.136	0.167	0.164	0.15	0.792	0.109	0.176
PT3	0.111	0.121	0.156	0.173	0.149	0.789	0.192	0.123
UP1	0.79	0.146	0.113	0.191	0.108	0.1	0.199	0.127
UP2	0.746	0.143	0.151	0.135	0.181	0.161	0.144	0.226
UP3	0.747	0.138	0.162	0.126	0.167	0.192	0.118	0.125
UP4	0.786	0.191	0.16	0.127	0.117	0.095	0.134	0.166
DNE1	0.136	0.128	0.115	0.142	0.155	0.192	0.805	0.119
DNE2	0.211	0.111	0.166	0.111	0.162	0.11	0.772	0.131
DNE3	0.182	0.186	0.146	0.171	0.131	0.143	0.768	0.188
INE1	0.22	0.138	0.136	0.799	0.134	0.133	0.156	0.103
INE2	0.121	0.091	0.144	0.802	0.099	0.168	0.15	0.201
INE3	0.167	0.173	0.149	0.775	0.176	0.148	0.108	0.12
OE1	0.201	0.157	0.788	0.165	0.155	0.15	0.126	0.08
OE2	0.142	0.116	0.77	0.176	0.185	0.159	0.164	0.172
OE3	0.174	0.148	0.815	0.102	0.117	0.126	0.138	0.175
UM1	0.187	0.816	0.128	0.141	0.14	0.134	0.143	0.109
UM2	0.196	0.756	0.148	0.124	0.173	0.181	0.135	0.143
UM3	0.164	0.805	0.145	0.137	0.12	0.128	0.138	0.199
ECO1	0.172	0.191	0.113	0.162	0.774	0.164	0.163	0.15
ECO2	0.203	0.091	0.145	0.151	0.778	0.179	0.164	0.12
ECO3	0.137	0.166	0.207	0.112	0.79	0.121	0.135	0.195

资料来源：笔者自行整理

表4.6因子分析提取的8个因子能够解释77.445%的总方差,这表明这些因子能够较好地反映数据的内在结构。旋转前,第一因子的特征根为10.529,方差解释率为42.116%,占据主导地位;其余因子的特征根均小于2,方差解释率在4.627%到5.747%之间,累积方差解释率达到77.445%。旋转后,因子的排列顺序发生变化,第一因子的特征根为3.019,方差解释率为12.076%,后续因子的方差解释率在9.219%到9.500%之间,累积方差解释率仍为77.445%。这表明因子旋转有效简化了因子结构,使各因子的解释更加清晰。根据Kaiser准则(特征根大于1),旋转后有7个因子符合标准,进一步验证了因子提取的合理性。总体而言,因子分析

结果表明所提取的因子具有良好的代表性和解释能力，为后续的研究提供了有力支持。

表 4.6 总方差解释率

因子 编号	特征根			旋转前方差解释率			旋转后方差解释率		
	特征根	方差解 释率%	累积%	特征根	方差解 释率%	累积%	特征根	方差解 释率%	累积%
1	10.529	42.116	42.116	10.529	42.116	42.116	3.019	12.076	12.076
2	1.437	5.747	47.864	1.437	5.747	47.864	2.375	9.5	21.576
3	1.315	5.26	53.123	1.315	5.26	53.123	2.353	9.413	30.989
4	1.281	5.123	58.247	1.281	5.123	58.247	2.353	9.413	40.402
5	1.262	5.049	63.296	1.262	5.049	63.296	2.322	9.289	49.691
6	1.198	4.791	68.087	1.198	4.791	68.087	2.321	9.283	58.974
7	1.183	4.731	72.818	1.183	4.731	72.818	2.313	9.252	68.226
8	1.157	4.627	77.445	1.157	4.627	77.445	2.305	9.219	77.445

资料来源：笔者自行整理

4.3 相关性分析

表4.7可知，研究中的所有变量——包括运营效率、用户满意度、经济效应、数据保护、平台透明度、用户参与机制、直接网络效应和间接网络效应——之间均存在显著的正相关关系（ $p < 0.01$ ）。

各变量之间的相关系数大多在0.45到0.53之间，表明它们之间存在着较强的相关性。例如，运营效率与用户满意度（ $r=0.456$ ）、经济效应（ $r=0.486$ ）以及数据保护（ $r=0.474$ ）等变量的相关性显著，说明这些因素对平台的运营效率有着重要影响。同时，数据保护、平台透明度和用户参与等变量与网络效应（直接和间接）的相关性较高，表明它们是网络效应形成的重要驱动因素，而网络效应又进一步影响了运营效率、用户满意度和经济效应。此外，直接网络效应与间接网络效应之间也存在显著的相关性（ $r=0.459$ ），说明两者相互关联且共同作用于平台绩效。

表 4.7 分维度皮尔逊相关性检验

	运营效率	用户满意度	经济效应	数据保护	平台透明度	用户参与机制	直接网络效应	间接网络效应
运营效率	1							
用户满意度	0.456**	1						
经济效应	0.486**	0.474**	1					
数据保护	0.474**	0.487**	0.499**	1				
平台透明度	0.468**	0.470**	0.488**	0.481**	1			
用户参与机制	0.494**	0.508**	0.498**	0.533**	0.479**	1		
直接网络效应	0.486**	0.473**	0.477**	0.499**	0.488**	0.498**	1	
间接网络效应	0.462**	0.443**	0.459**	0.472**	0.475**	0.487**	0.459**	1

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

资料来源：笔者自行整理

表4.8可知，平台绩效、数据治理和网络效应之间均存在显著的正相关关系（ $p < 0.01$ ）。

数据治理与平台绩效的相关系数为0.742，表明数据治理水平的提升对平台绩效有显著的正向影响；同时，数据治理与网络效应的相关系数为0.693，说明数据治理是增强网络效应的关键因素。此外，网络效应与平台绩效的相关系数为0.672，进一步表明网络效应的提升能够显著促进平台绩效的改善。

表 4.8 总维度皮尔逊相关性检验

	平台绩效	数据治理	网络效应
平台绩效	1		
数据治理	0.742**	1	
网络效应	0.672**	0.693**	1

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

资料来源：笔者自行整理

数据治理、网络效应和平台绩效之间有相互作用关系，强调数据治理在提升平台绩效和增强网络效应中的核心作用，同时也为后续的路径分析和中介效应检验提供了有力支持。

4.4 假设验证

4.4.1 结构方程模型路径分析

本文运用 AMOS24.0 进行结构方程模型检验，具体如下图 4.3 所示：

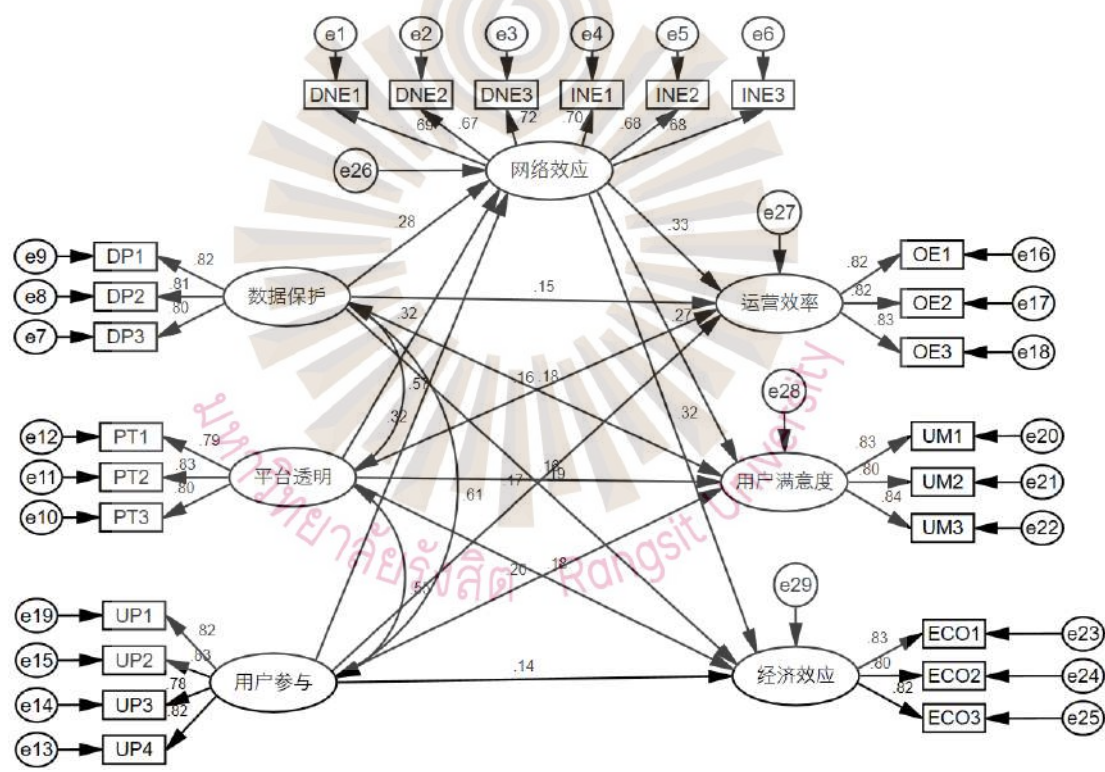


图 4.3 结构方程模型图

资料来源：笔者自行整理

常用的模型拟合度指标主要包括以下四个方面：（1）卡方统计量 (χ^2) 与自由度 (df) 之比：如果 χ^2/df 小于 3 则模型较好，则样本数据和模型的拟合效果越好。

（2）拟合优度指数 (GFI)：该指标的最低要求通常是 GFI 大于 0.85，最好 GFI 大于

0.90，且越接近1越好。（3）近似误差的平方根（RMSEA）：该指数小于0.10则越好。（4）模型拟合度指数：本文使用CFI，NFI，IFI三个模型拟合度指标，要求这三个指标的取值能均能大于0.85，且数值越接近1，模型拟合效果越好。由表4.9可知，结构方程模型拟合指标均在参考范围之内，因此该因子模型的拟合效果良好。

表 4.9 模型拟合检验表

检验指标	拟合标准	模型拟合指数	拟合效果
χ^2/df	<3	2.422	理想
RMSEA	<0.10	0.059	理想
CFI	>0.85	0.939	理想
NFI	>0.85	0.901	理想
GFI	>0.85	0.873	理想
TLI	>0.90	0.928	理想
IFI	>0.90	0.939	理想

资料来源：笔者自行整理

表4.10可知，数据保护对网络效应有显著正向影响（路径系数为0.239， $p < 0.001$ ），表明数据保护措施的加强能够显著促进网络效应的形成。平台透明度对网络效应的正向影响更为显著（路径系数为0.260， $p < 0.001$ ），说明透明度的提升是增强网络效应的重要因素。此外，用户参与机制对网络效应也有显著正向作用（路径系数为0.263， $p < 0.001$ ），表明用户参与机制的提高能够有效推动网络效应的增强。

在网络效应的下游影响中，网络效应对运营效率有显著正向影响（路径系数为0.404， $p < 0.001$ ），说明网络效应的增强能够显著提升平台的运营效率。同时，网络效应对用户满意度（路径系数为0.338， $p < 0.002$ ）和经济效应（路径系数为0.407， $p < 0.001$ ）也有显著正向作用，表明网络效应的增强不仅提升了用户满意度，还显著促进了平台的经济表现。

数据保护对用户满意度（路径系数为0.195， $p < 0.011$ ）、运营效率（路径系数为0.157， $p < 0.037$ ）和经济效应（路径系数为0.203， $p < 0.008$ ）均有显著正向

影响,说明数据保护措施对平台的整体表现具有多方面的积极作用。平台透明度对运营效率(路径系数为0.161, $p < 0.019$)、用户满意度(路径系数为0.162, $p < 0.021$)和经济效应(路径系数为0.184, $p < 0.008$)也有显著正向影响,进一步凸显了平台透明度的重要性。用户参与机制对运营效率(路径系数为0.168, $p < 0.016$)、用户满意度(路径系数为0.209, $p < 0.003$)和经济效应(路径系数为0.148, $p < 0.036$)也有显著正向作用,表明用户参与机制的提升对平台的多维度表现有重要推动作用。

综上,路径检验结果表明数据保护、平台透明度和用户参与机制通过直接和间接作用共同推动了平台的运营效率、用户满意度和经济效应的提升,为平台治理提供了重要的实证依据。

表 4.10 路径检验

			Estimate	S.E.	C.R.	P
数据保护	→	网络效应	0.239	0.055	4.343	***
平台透明度	→	网络效应	0.26	0.05	5.241	***
用户参与机制	→	网络效应	0.263	0.051	5.16	***
数据保护	→	用户满意度	0.195	0.077	2.535	0.011
数据保护	→	运营效率	0.157	0.075	2.089	0.037
数据保护	→	经济效应	0.203	0.076	2.656	0.008
平台透明度	→	运营效率	0.161	0.069	2.342	0.019
平台透明度	→	用户满意度	0.162	0.07	2.314	0.021
平台透明度	→	经济效应	0.184	0.07	2.649	0.008
用户参与机制	→	运营效率	0.168	0.07	2.41	0.016
用户参与机制	→	用户满意度	0.209	0.072	2.927	0.003
用户参与机制	→	经济效应	0.148	0.071	2.098	0.036
网络效应	→	用户满意度	0.338	0.108	3.131	0.002
网络效应	→	经济效应	0.407	0.108	3.767	***
网络效应	→	运营效率	0.404	0.107	3.779	***

资料来源:笔者自行整理

4.4.2 中介回归分析

表4.11可知,在模型1中,数字治理对平台绩效有显著正向影响(路径系数为0.746, $p < 0.01$),能够解释平台绩效55.1%的变异。模型2表明数据治理对直接

网络效应也有显著正向影响（路径系数为0.752, $p < 0.01$ ），解释了直接网络效应36.7%的变异。模型3进一步验证了直接网络效应在数字治理与平台绩效之间的中介作用，其中数字治理对平台绩效的影响在考虑中介效应后仍显著（路径系数为0.399, $p < 0.01$ ），而直接网络效应对平台绩效的中介路径系数为0.461($p < 0.01$)，整体模型解释力达到75.6%。这表明直接网络效应是数据治理影响平台绩效的重要中介机制，数字治理通过增强直接网络效应进一步提升了平台绩效。

表 4.11 直接网络效应中介回归模型分检验

	平台绩效	直接网络效应	平台绩效
常数	0.848** (7.200)	0.854** (4.943)	0.454** (5.080)
数字治理	0.746** (22.381)	0.752** (15.384)	0.399** (12.926)
直接网络效应			0.461** (18.526)
样本量	411	411	411
R^2	0.551	0.367	0.756
调整 R^2	0.549	0.365	0.755
F	F (1,409)=500.930, $p=0.000$	F (1,409)=236.653, $p=0.000$	F (2,408)=631.647, $p=0.000$

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$ 括号里面为 t 值

资料来源：笔者自行整理

表 4.12 直接网络效应中介效应检验

项	意义	Effect	95% CI		SE	t	p	结论
			下限	上限				
数字治理=>直接网络效应=>平台绩效	间接效应	0.347	0.284	0.41	0.032	10.931	0	部分中介
数字治理=>平台绩效	直接效应	0.399	0.339	0.46	0.031	12.926	0	
数字治理=>平台绩效	总效应	0.746	0.681	0.811	0.033	22.381	0	

资料来源：笔者自行整理

表4.12可知，数字治理通过直接网络效应产生的间接效应显著（效应值为0.347，95%置信区间为[0.284, 0.410]， $p=0$ ），且置信区间不包含0，说明这一中介路径是可靠的。同时，数字治理对平台绩效的直接影响也显著（效应值为0.399，

95%置信区间为[0.339, 0.460], $p=0$), 表明数字治理对平台绩效既有直接贡献, 也通过增强直接网络效应产生间接影响。总效应为0.746 (95%置信区间为[0.681, 0.811], $p=0$)。

表4.13可知, 模型1先验证了数字治理对平台绩效的间接影响显著(路径系数为0.746, $p<0.01$), 能够解释平台绩效55.1%的变异, 表明数字治理是平台绩效的重要驱动因素。模型2进一步分析了数据治理对间接网络效应的直接影响, 结果显示数据治理对间接网络效应的提升作用显著(路径系数为0.740, $p<0.01$), 解释了间接网络效应34.2%的变异, 说明数据治理能够有效增强间接网络效应。模型3则整合了间接网络效应的中介作用, 发现数据治理对平台绩效的总影响中, 有一部分是通过间接网络效应实现的(中介路径系数为0.158, $p<0.01$), 且数据治理对平台绩效的直接影响在考虑中介效应后仍显著(路径系数为0.629, $p<0.01$), 整体模型解释力提升至57.6%。可知间接网络效应在数字治理与平台绩效关系中的重要中介角色, 同时也凸显了数字治理对平台绩效的直接和间接贡献。

表 4.13 间接网络效应中介回归模型分检验

	平台绩效	间接网络效应	平台绩效
常数	0.848** (7.200)	0.898** (5.011)	0.706** (5.989)
数字治理	0.746** (22.381)	0.740** (14.592)	0.629** (15.753)
间接网络效应			0.158** (4.991)
样本量	411	411	411
R ²	0.551	0.342	0.576
调整 R ²	0.549	0.341	0.574
F	F (1,409)=500.930, $p=0.000$	F (1,409)=212.916, $p=0.000$	F (2,408)=277.562, $p=0.000$

* $p<0.05$ ** $p<0.01$ 括号里面为 t 值

资料来源: 笔者自行整理

表4.14可知, 间接网络效应在数字治理与平台绩效关系中起到了部分中介的作用。具体来看, 数字治理通过间接网络效应对平台绩效的间接效应显著(效应值为0.117, 95%置信区间为[0.063, 0.183], $p=0$), 且置信区间不包含0, 表明这

一中介路径是可靠的。同时，数字治理对平台绩效的直接影响也显著（效应值为0.629，95%置信区间为[0.551, 0.707]， $p = 0$ ），说明数字治理对平台绩效既有直接贡献，也通过增强间接网络效应产生间接影响。总效应为0.746（95%置信区间为[0.681, 0.811]， $p = 0$ ）。

表 4.14 间接网络效应中介效应检验

项	意义	Effect	95% CI		SE	t	p	结论
			下限	上限				
数字治理=>间接网络效应=>平台绩效	间接效应	0.117	0.063	0.183	0.031	3.813	0	部分中介
数字治理=>平台绩效	直接效应	0.629	0.551	0.707	0.04	15.753	0	
数字治理=>平台绩效	总效应	0.746	0.681	0.811	0.033	22.381	0	

资料来源：笔者自行整理

4.5 假设结果

数据治理在提升平台绩效中发挥核心作用，其通过数据保护措施的有效性、平台透明度的提升和用户参与机制的优化三个关键维度，不仅直接促进平台绩效增长，还通过强化直接与间接网络效应的中介路径间接推动绩效提升。实证结果表明：数字治理的三个子维度（H1a-H1c）均对网络效应产生显著正向影响（H1成立），而网络效应通过用户规模增长提升用户黏性（H2a）、生态协同效应提升用户满意度（H2b）产生显著促进作用（H2成立），证实网络效应在"数字治理-平台绩效"链式中具有完全中介作用（H3成立）。

具体而言，数据保护措施（H3a）通过直接网络效应、平台透明度（H3b）通过间接网络效应、用户参与机制（H3c）通过双重网络效应分别影响平台绩效。其中直接网络效应的传导路径更为显著，表明用户规模增长与交互频次提升对绩效驱动具有更强解释力。与此同时，数字治理整体框架(H4)及其三个子维度(H4a-H4c) 均对平台绩效产生直接正向影响，形成"双路径驱动"模式。

表4.15 假设检验结果

假设编号	假设内容	结果
H1	数字治理的有效性对平台的网络效应具有正向影响	成立
H1a	数据保护措施的有效性对直接网络效应具有正向影响	成立
H1b	平台透明度的提升对间接网络效应具有正向影响	成立
H1c	用户参与机制的优化同时增强直接和间接网络效应	成立
H2	网络效应对平台绩效具有显著的正向影响	成立
H2a	直接网络效应通过用户规模增长提升用户黏性	成立
H2b	间接网络效应通过生态协同效应提升用户满意度	成立
H3	网络效应在数字治理与平台绩效之间起中介作用	成立
H3a	数据保护主要通过直接网络效应影响平台绩效	成立
H3b	平台透明度主要通过间接网络效应影响平台绩效	成立
H3c	用户参与机制通过双重网络效应路径提升综合绩效平台绩效	成立
H4	数字治理的实施对平台绩效产生正向影响	成立
H4a	数据保护措施的有效性对平台绩效产生积极影响	成立
H4b	平台透明度的提升对平台绩效产生积极影响	成立
H4c	用户参与机制的优化对平台绩效产生积极影响	成立

资料来源：笔者自行整理



第 5 章

结论与展望

5.1 研究结论

本研究旨在探讨数字治理如何通过网络效应影响平台绩效，分析数字治理的不同维度对网络效应的作用，并进一步验证网络效应在数字治理与平台绩效之间的中介作用。通过问卷调查和实证分析，本研究构建并验证了数字治理、网络效应与平台绩效之间的关系模型，最终得出以下主要结论。

5.1.1 数字治理对网络效应的促进作用

本研究发现，数字治理能够显著增强平台的网络效应，其中数据保护、平台透明度和用户参与机制均对网络效应的形成和扩展产生积极影响。数据保护措施降低了用户的隐私顾虑，增强了用户对平台的信任，从而提高了用户留存率和活跃度，放大直接网络效应；平台透明度的提升有助于商家和用户获取更多有效信息，提高平台的公平性和可信度，进一步促进商家入驻，增强间接网络效应；用户参与机制则通过互动反馈提升用户之间的信息共享和连接程度，使用户更具黏性，并强化网络外部性效应。因此，完善的数字治理不仅能够提高用户对平台的信任度，还能优化平台生态，增强用户和商家之间的联结，从而促进网络效应的持续增长。

5.1.2 网络效应对平台绩效的促进作用

研究结果表明，网络效应对平台绩效的提升具有显著的促进作用，直接网络效应和间接网络效应分别通过不同路径影响平台的发展。直接网络效应的增强意味着用户规模扩大，用户之间的互动频率和信息共享程度提高，从而提高用户黏

性和平台的市场吸引力，最终促进平台的交易增长和经济效益提升；间接网络效应的增强则使更多商家和服务提供方进入平台，优化供需匹配，提高平台商品和服务的多样性，使用户能够获得更优质的消费体验，从而提升用户满意度和平台竞争力。因此，网络效应的形成不仅能够推动用户增长和商家入驻，还能够优化平台生态，提高用户体验和市场竞争优势，使平台能够在激烈的市场竞争中占据更有利的位置。

5.1.3 网络效应在数字治理与平台绩效之间的中介作用

进一步分析发现，网络效应在数字治理与平台绩效之间起到了重要的中介作用，即数字治理不仅能够直接促进平台绩效，还会通过增强网络效应提升平台的竞争力。具体来看，数据保护主要通过直接网络效应影响平台绩效，即通过增强用户信任、提升用户留存率，从而提高平台的经济效益和用户满意度；平台透明度则主要通过间接网络效应影响平台绩效，优化商家运营环境，提高商家和用户的匹配效率，增强平台的整体市场竞争力；而用户参与机制则同时作用于直接和间接网络效应，通过增强用户互动、优化信息流动，使平台用户和商家间的联系更加紧密，从而提升整体绩效。因此，平台治理策略的优化不仅需要关注治理措施本身的有效性，还需充分考虑网络效应的传导机制，以实现更大的绩效提升。

5.2 研究启示

本文的研究结果表明，合理的数字治理能够有效增强网络效应，进而提升平台绩效。基于研究结论，本研究总结出以下几方面的重要启示。

1) 平台企业应加强数字治理，提升用户信任和平台黏性。根据研究结论可知，数据保护、平台透明度和用户参与机制对网络效应和平台绩效具有显著影响。因此，平台企业应优先优化数据保护措施，确保用户隐私安全，以降低用户流失风险。与此同时，提高平台透明度，使用户和商家能够充分了解平台政策和运营规则，从而增强对平台的信任度。此外，构建用户参与机制，如优化用户反馈系

统、增强互动体验，能够进一步提升用户对平台的依赖度，提高用户粘性，最终推动平台长期发展。

2) 充分发挥网络效应，促进平台可持续增长，研究结果验证了网络效应在数字治理与平台绩效之间的中介作用，这表明平台企业在制定治理策略时，应充分考虑网络效应的影响机制。具体而言，平台应采取措施增强直接网络效应，如提升社交互动、优化内容推荐等，提高用户之间的连接度和互动频率。同时，也要加强间接网络效应，吸引优质商家入驻，优化供需匹配，提高平台服务质量，从而形成稳定的生态系统，提高用户的长期留存率和交易转化率。

3) 平台治理策略应因地制宜，避免“一刀切”，不同类型的平台在治理模式上应有所侧重。例如，以社交互动为核心的平台（如短视频、社交电商）应重点加强用户互动与内容生态建设，以提升直接网络效应；而交易撮合类平台（如B2B、在线零售）则应更关注商家管理机制和平台透明度，以优化交易环境，增强间接网络效应。因此，平台企业在实施数字治理时，应结合自身业务模式、市场需求和用户特征，采取灵活、多样化的治理策略，以提高治理效率和市场竞争力。

5.3 研究限制与未来展望

5.3.1 研究不足

尽管本研究围绕数字治理对平台绩效的影响机制进行了深入探讨，并验证了网络效应在其中的中介作用，但仍然存在一些局限性，未来研究可在以下方面进一步拓展。

1) 研究样本的局限性。本研究的数据收集主要采用在线问卷调查的方式，数据的传递渠道主要依托社交平台（如微信群、朋友圈等），尽管共收集到411份有效问卷，满足模型验证要求，但仍然存在一定的样本局限性。目前来看样本的地域分布较为集中，大部分数据来源于特定地区，可能导致研究结论的区域适用性

较强，而难以全面代表全国甚至全球范围内的平台用户行为。其中数据采集方式可能存在自选择偏差，即对数字平台较为熟悉的用户更容易接受问卷调查，而那些不太活跃或对平台治理不敏感的用户可能未能充分反映在样本中，从而影响研究的代表性。

2) 研究方法的局限性。本研究采用了问卷调查法和结构方程模型 (SEM) 进行数据分析，尽管能够验证变量之间的因果关系，但由于数据是横截面数据，无法捕捉数字治理、网络效应和平台绩效三者之间的动态变化。换句话说，本研究仅在某一时间点上考察了数字治理对网络效应的影响，但未能揭示其随时间推移所带来的长期影响。此外，尽管现有文献普遍认为网络效应是平台绩效的重要预测因素，但用户对治理措施的长期适应性及其行为转变尚未充分验证，这可能会对研究结论的稳健性产生一定影响。

3) 研究内容的局限性。本研究主要关注数字治理如何通过网络效应影响平台绩效，并选取了数据保护、平台透明度和用户参与机制作为数字治理的关键变量，虽然这些变量较为核心，但仍可能遗漏其他重要的治理因素。例如，近年来，算法治理、智能推荐、平台责任等对用户体验的影响愈发明显，这些因素可能与平台的网络效应存在密切关联。此外，本研究没有细分不同类型的平台，例如社交平台、电商平台、内容平台等，它们在治理模式上的差异可能导致网络效应的不同表现形式。因此，本研究的结论可能更适用于特定类型的平台，而非所有的数字平台。

4) 未充分考虑平台生态内部的交互影响。本研究主要分析了数字治理对网络效应的影响，并未深入探讨平台内部各治理维度之间的相互作用。例如，数据保护与平台透明度可能相互影响，较高的透明度可能增强用户对平台数据治理的信任，而严格的数据治理策略也可能反过来影响平台的透明度策略。此外，用户参与机制不仅影响用户对平台的信任度，还可能增强用户之间的互动，进一步强化直接网络效应。因此，未来研究可进一步考察不同治理策略之间的交互关系，以构建更全面的数字治理模型。

5.3.2 未来研究展望

1) 拓展新的研究变量。本研究主要关注了数字治理如何通过网络效应影响平台绩效，但治理机制的影响可能远不止这些变量。例如，未来研究可以引入平台生态健康度、用户信任水平、竞争强度等因素，以进一步探索平台治理的影响机制。此外，不同类型的平台（如B2B、B2C、社交电商、短视频平台）在治理策略上的差异可能影响网络效应的表现，因此未来研究可以进一步细分平台类型，分析不同治理模式对网络效应的作用，以提升研究的适用性。

2) 开展动态研究，分析治理策略的长期影响。本研究采用问卷调查法进行数据收集，虽然能够反映当前用户对数字治理的态度和行为，但无法测量治理措施对用户行为的长期影响。因此，未来研究可以采用纵向研究（Panel Data），追踪一段时间内平台治理方式的变化，并分析其对用户行为和平台绩效的长期影响。此外，还可以通过实验方法（如A/B测试）研究不同治理策略对用户参与机制、信任度和购买行为的影响，以提供更具实践指导意义的结论。

3) 扩大研究范围，探索跨国平台的治理模式。当前数字平台的治理问题已经不再局限于某个国家或地区，不同国家的监管政策、文化环境和用户行为习惯可能会影响数字治理的实施效果。例如，欧美市场的用户可能更关注数据隐私保护，而亚洲市场的用户可能更关注平台服务质量。因此，未来研究可以在更广泛的国际背景下进行跨文化对比，分析不同国家或地区的数字治理模式，以探讨最佳实践，并提供全球化背景下的平台治理策略建议。

4) 结合新兴技术，探索智能治理对网络效应的影响。随着人工智能、区块链等技术的快速发展，智能治理（Smart Governance）已成为提升平台透明度、优化用户体验的重要手段。例如，人工智能可以通过智能推荐优化用户参与机制，而区块链技术则可以提升平台数据的可信度和透明度。因此，未来研究可以探索AI驱动的治理模式、区块链技术在平台治理中的应用，以及这些新技术如何通过网络效应影响平台绩效，以提供更前沿的研究视角。

参考文献

- Ambrus, A., Calvano, E., & Reisinger, M. (2016). Either or both competition: A "two-sided" theory of advertising with overlapping viewerships. *American Economic Journal: Microeconomics*, 8(3), 189-222.
- Anderson, E. G., Parker, G. G., & Tan, B. (2014). Platform performance investment in the presence of network externalities. *Information Systems Research*, 25(1), 152-172.
- Armstrong, M. (2006). Competition in two-sided markets. *The RAND Journal of Economics*, 37(3), 668-691.
- Ayadi, F. M., Alaskar, T. H., Aloulou, W. J., & Alsadi, A. K. (2024). From digital platform capabilities to firm performance: A mediation approach based on firm agility and network capabilities. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management*, 15(1), 1-24.
- Bahari, A. F. (2024). E-business ecosystems: Understanding the dynamics of digital platforms and marketplaces. *Advances in Business & Industrial Marketing Research*, 2(1), 157-168.
- Basaure, A., Vesselkov, A., & Töyli, J. (2020). Internet of things (IoT) platform competition: Consumer switching versus provider multihoming. *Technovation*, 102(101), 90-91.
- Bastos, D., Fernández-Caballero, A., Pereira, A., & Rocha, N. P. (2022). Smart city applications to promote citizen participation in city management and governance: A systematic review. *Informatics*, 9(4), 89-90.
- Cen, Y., & Li, L. (2019). Effects of network externalities on user loyalty to online B2B platforms: An empirical study. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(2), 309-334.
- Cenamora, J., Parida, V., & Wincent, J. (2019). How entrepreneurial SMEs compete through digital platforms: The roles of digital platform capability, network capability and ambidexterity. *Journal of Business Research*, 100(2019), 196-206.
- Cennamo, C., & Santalo, J. (2013). Platform competition: Strategic trade-offs in platform markets. *Strategic Management Journal*, 34(11), 1331-1350.

参考文献（续）

- Chen, L., Tong, T. W., Tang, S., & Han, N. (2022). Governance and design of digital platforms: A review and future research directions on a meta-organization. *Journal of Management*, 48(1), 147-184.
- Evans, D. S. (2003). Some empirical aspects of multi-sided platform industries. *Review of Network Economics*, 2(3), 191-209.
- Fenwick, M., McCahery, J. A., & Vermeulen, E. P. M. (2018). The end of "corporate" governance: Hello "platform" governance. *SSRN Electronic Journal*, 56(89), 126-134.
- Galani, S.-V., & Anagnoste, S. (2024). Measure of network effect on social media platforms. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 18(1), 3759-3773.
- Gawer, A. (2014). Bridging differing perspectives on technological platforms: Toward an integrative framework. *Research Policy*, 43(7), 1239-1249.
- Gawer, A., & Cusumano, M. A. (2014). Industry platforms and ecosystem innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 31(3), 417-433.
- Hagiu, A., & Hałaburda, H. (2014). Information and two-sided platform profits. *International Journal of Industrial Organization*, 34(86), 25-35.
- Hagiu, A., & Wright, J. (2015). Marketplace or reseller? *Management Science*, 61(1), 184-203.
- Halckenhäusser, A., Foerderer, J., & Heinzl, A. (2020). Platform governance mechanisms: An integrated literature review and research directions. *European Conference on Information Systems*, 58(9), 67-72.
- Han, M., & Jeon, J. (2023). Roadmap incorporating data management perspective for platform business model innovation. *Sustainability*, 15(4), 3151-3162.
- Hanisch, M., Goldsby, C. M., Fabian, N. E., & Oehmichen, J. (2023). Digital governance: A conceptual framework and research agenda. *Journal of Business Research*, 162(87), 162-172.
- Hinz, O., Otter, T., & Skiera, B. (2020). Estimating network effects in two-sided markets. *Journal of Management Information Systems*, 37(1), 12-38.

参考文献（续）

- Jin, Y., & Yu, H. (2021). Content governance mechanism of social e-commerce platform from the perspective of information ecology: A case study of Xiaohongshu. *In 2021 2nd International Conference on E-Commerce and Internet Technology*, 32(8), 159-162.
- Jin, Z. (2023). Algorithm negative effects and the governance in digital platforms. *In 2023 IEEE 6th Information Technology, Networking, Electronic and Automation Control Conference*, 6(2023), 1784-1788.
- Katz, M. L., & Shapiro, C. (1994). Systems competition and network effects. *Journal of Economic Perspectives*, 8(2), 93-115.
- Kim, J., He, N., & Miles, I. (2023). Live commerce platforms: A new paradigm for e-commerce platform economy. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(2), 959-975.
- Labhard, V., & Lehtimäki, J. (2022). Digitalisation, institutions and governance, and growth: Mechanisms and evidence. *SSRN Electronic Journal*, 4(32), 36-45.
- Li, J., Zhan, G., Dai, X., Qi, M., & Liu, B. (2022). Innovation and optimization logic of grassroots digital governance in China under digital empowerment and digital sustainability. *Sustainability*, 14(24), 16470-16485.
- Loux, P., Aubry, M., Tran, S., & Baudoin, E. (2020). Multi-sided platforms in B2B contexts: The role of affiliation costs and interdependencies in adoption decisions. *Industrial Marketing Management*, 84(56), 212-223.
- Manoharan, A. P., Melitski, J., & Holzer, M. (2023). Digital governance: An assessment of performance and best practices. *Public Organization Review*, 23(1), 265-283.
- McIntyre, D. P., & Srinivasan, A. (2017). Networks, platforms, and strategy: Emerging views and next steps. *Strategic Management Journal*, 38(1), 141-160.
- Visconti, R. M. (2019). Corporate governance, digital platforms and network theory: Information and risk-return sharing of connected stakeholders. *SSRN Electronic Journal*, 7(2020), 15-30.

参考文献（续）

- Mukhopadhyay, S., & Bouwman, H. (2018). Multi-actor collaboration in platform-based ecosystem: Opportunities and challenges. *Journal of Information Technology Case and Application Research*, 20(2), 47-54.
- Rietveld, J., & Schilling, M. A. (2021). Platform competition: A systematic and interdisciplinary review of the literature. *Journal of Management*, 47(6), 1528-1563.
- Rochet, J. C., & Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990-1029.
- Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2006). Two-sided markets: A progress report. *The RAND Journal of Economics*, 37(3), 645-667.
- Rysman, M. (2009). The economics of two-sided markets. *Journal of Economic Perspectives*, 23(3), 125-143.
- Schüler, F., & Petrik, D. (2023). Measuring network effects of digital industrial platforms: Towards a balanced platform performance management. *Information Systems and E-Business Management*, 21(4), 863-911.
- Syahnur, H., & Basalamah, J. (2019). Analysis of the importance degree and performance of internet service providers in Makassar City. *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 10(2), 168-177.
- Tiwari, S. P. (2022). Organizational competitiveness and digital governance challenges. *Archives of Business Research*, 10(3), 165-170.
- Vakeel, K. A., Malthouse, E. C., & Yang, A. (2021). Impact of network effects on service provider performance in digital business platforms. *Journal of Service Management*, 32(4), 461-482.
- Veisdal, J. (2020). The dynamics of entry for digital platforms in two-sided markets: A multi-case study. *Electronic Markets*, 30(3), 539-556.
- Wormald, A., Agarwal, R., Braguinsky, S., & Shah, S. (2019). Pioneering multi-sided digital platforms: The effect of firm characteristics and platform strategies on pioneer outcomes. *SSRN Electronic Journal*, 19(2019), 54-63

参考文献（续）

Yi, J., He, J., & Yang, L. (2019). Platform heterogeneity, platform governance and complementors' product performance: An empirical study of the mobile application industry. *Frontiers of Business Research in China*, 13(1), 13-15.

Yu, Y. (2022). Digital transformation, corporate governance and enterprise performance: Empirical evidence from China. In *2022 6th Annual International Conference on Data Science and Business Analytics*, 56(39), 362-369.



The image features a large, faint watermark of the Rangsit University logo in the background. The logo is a circular emblem with a stylized flame or sunburst at the top, radiating lines forming a circle, and the university's name in Thai and English at the bottom.

附录

数字治理对平台绩效的影响研究调查问卷

尊敬的先生/女士：

您好！本研究旨在探讨数字治理措施如何通过网络效应提升平台绩效，为优化平台管理提供科学依据。您将被邀请匿名填写一份在线问卷，预计耗时约12分钟，内容不涉及任何敏感信息。

您有权在研究过程中随时退出，且您的数据将即刻删除。感谢您的参与和支持！

筛选问题：您是否有使用数字平台的经验？

☐是 ☐否

第一部分：请您填写您的个人信息

1、您的性别：☐男 ☐女

2、您的年龄：☐18岁及以下 ☐19-25岁 ☐26-35岁 ☐36-45岁 ☐46-55岁
☐56岁及以上

3、您的学历：☐高中及以下 ☐专科 ☐本科 ☐硕士 ☐博士及以上

4、您的就业：☐在校学生 ☐在职（企业/机构员工） ☐自由职业 ☐创业者
☐退休/暂未就业

第二部分：用户画像与平台使用特征

1、您最常使用的电商平台类型：

☐综合商城（淘宝/天猫/京东） ☐社交电商（拼多多/小红书）

☐垂直电商（得物/盒马） ☐跨境平台（亚马逊全球购/速卖通）

2、过去12个月，您在该平台的消费金额占比总网购支出：

☐ <20% ☐ 20%-50% ☐ 51%-80% ☐ >80%

3、您通常通过何种设备访问该平台（多选）：

☐手机APP ☐微信小程序 ☐PC网页 ☐平板电脑

第三部分：请根据您的实际情况判断您与题项的符合程度,并在对应题目选择您认为最合适的答案。（1表示非常不同意,2表示有些不同意,3代表一般,4代表

有些同意,5代表非常同意)。

题目	1	2	3	4	5
本平台采用了严格的技术手段确保用户数据的安全性。					
我相信本平台能够妥善处理我的个人数据隐私。					
平台会在用户数据泄露事件发生时迅速采取应对措施并通知用户。					
本平台会及时更新并向用户公示其政策条款的变化。					
我能轻松获取平台的运营数据和交易信息。					
平台的决策过程和政策变动对用户来说是透明且易于理解的。					
本平台积极鼓励用户参与政策讨论和治理决策。					
我对平台提供的用户反馈机制感到满意。					
用户的建议和意见在平台运营和政策制定中得到了有效采纳。					
平台会对我的反馈给予积分奖励等正向激励					
过去一年中,我注意到该平台用户数量显著增加。					
随着用户数量的增加,我的使用价值也在增加。					
当更多用户加入平台时,我对平台的依赖性也随之提升。					
平台上的商家/服务商数量在过去一年中有明显增长。					
新的互补产品和服务增加了我在平台上的使用时间和频率。					
平台的多样性不断提升,增强了我的整体满意度。					
平台的交易量在过去一年内有显著增长。					
平台收入增长率表明其经济效益持续提升。					
数字治理的实施显著降低了平台的运营成本。					
我对平台提供的用户体验感到非常满意。					
平台及时响应并解决了我的问题和反馈。					
数字治理提升了我对平台的信任度。					
平台有效整合了资源,提升了运营效率。					
数字治理降低了平台在管理过程中的冗余和浪费。					
用户之间的信息流动和交易过程非常顺畅。					

问卷填写完毕,非常感谢您的配合,谢谢!

个人简历

姓 名	辛宇
出生日期	1995 年 5 月 9 日
出 生 地	黑龙江省大庆市
教育背景	本科：哈尔滨剑桥学院 专业：环境设计，2017 学年 硕士：泰国兰实大学 专业：工商管理，2024 学年
联系地址	黑龙江省大庆市龙凤区
联系邮箱	yu.x66@rsu.ac.th

