

EI 收录期刊微信公众平台的运营现状及提升策略*

刘玉成 王丹 张丹

吉林大学《仿生工程学报》编辑部,130022,长春

摘要 以2016年EI收录的中国大陆216种科技期刊为研究对象,调查分析EI收录期刊微信公众平台的运营现状,指出微信公众平台在运营过程中存在的问题,并提出相应的提升策略,旨在为EI收录期刊构建优质微信公众平台、提升期刊综合影响力提供参考。

关键词 EI收录期刊;微信公众平台;中文期刊;英文期刊;现状;策略

Operating situation and strategies of promoting the WeChat public platforms of journals indexed by EI Compendex // LIU Yucheng, WANG Dan, ZHANG Dan

Abstract Based on a survey of WeChat public platforms of 216 journals indexed by EI Compendex of China's mainland, we investigated and analyzed the operating situation of the WeChat public platforms, pointed out existing problems during running these WeChat public platforms, and then put forward the corresponding strategies. These strategies are aimed to provide some reference for establishing high-quality WeChat public platforms and improving the comprehensive influence of scientific journals.

Keywords journals indexed by EI Compendex; WeChat public platform; Chinese journal; English journal; operating situation; strategy

Authors' address Editorial Department of Journal of Bionic Engineering, 130022, Changchun, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2017.06.021

随着移动互联网的迅速发展以及移动终端的普及,手机已成为我国最大的上网终端。据《中国手机行业市场前瞻与投资预测分析报告》,截至2016年12月,我国手机网民规模已达6.95亿,占网民总规模的95.1%,我国已全面进入移动互联网时代。微信作为目前移动互联网中最重要的App应用软件之一,其用户数量逐年递增。据腾讯《2016年第2季度财报及中期业绩报告》,微信和WeChat合并月活跃用户数达8.06亿,同比增长34%。同时,据艾媒咨询《2016年App与微信公众号市场研究报告》,中国微信公众号数量超过1200万,与2015年同期相比增长46.2%,预计在2017年将达到1415万。若学术期刊与微信公众平台能够实现融合发展,将很好地解决纸媒期刊传播速度慢、出版形式单一以及与读者、作者互动性差等问题^[1]。

自腾讯推出微信公众平台以来,学术界对中国科技核心期刊、社会科学类学术期刊、医学期刊、科普期刊等微信公众平台的研究越来越多。比如,钱筠等^[2]分析了中国科技核心期刊微信公众平台的现状和发展中存在的问题,并提出了相应的发展对策。冀芳等^[3]研究了CSSCI期刊微信公众平台的发展现状,并进行了调研分析,将为学术期刊等传统媒体与新媒体的融合发展提供参考。此外,还有以特定期刊微信公众号为研究对象的,比如,张广荫等^[4]以《航空学报》微信公众号为例提出微信推广所要采取的措施,旨在增强学术期刊的显示度,提升期刊的综合影响力,使“枯燥”的期刊“动”起来。

以上这些学者对中文科技期刊的研究将为EI收录期刊微信公众号的发展提供一定的借鉴。EI是国际上著名的文献检索工具之一,在工程技术领域最具权威性和影响力^[5];但是目前针对EI收录学术期刊微信公众号的研究还相对较少,这就需要对其运营现状以及存在的问题进行调查,并提出相应的提升策略。一方面丰富科技期刊微信公众平台的研究,另一方面为EI收录期刊构建优质微信公众平台、提升期刊国际影响力提供参考。

1 数据来源与研究方法

以2016年2月EI官网发布的216种中国大陆EI收录期刊为研究对象,其中包括64种英文期刊和152种中文期刊。采用普查法进行调查,通过微信“添加朋友”中的“公众号”选单,对期刊中文名称或者英文名称缩写逐一搜索并添加关注,或通过官方网站或者主办方网站等查找期刊相应信息,然后将数据进行统计整理。数据统计截至2017年1月20日。

2 数据分析

2.1 开通情况 在216种EI收录期刊中,有109种开通了微信公众平台,占比约为50.46%。其中,《自动化学报》既开通了服务号又开通了订阅号,其订阅号推送的信息较为翔实,基本包含服务号推送的内容,故以其订阅号为主,视为一个公众平台。《Transactions of Nonferrous Metals Society of China》和《中国有色金属学报》共用一个订阅号,《Science China (Technological

* 中国科技期刊国际影响力提升计划2016年度B类项目(3D516V610505)

Sciences)》和《中国科学(技术科学)》共用一个订阅号,《Acta Mechanica Sinica》和《力学学报》共用一个服务号,《Chinese Journal of Aeronautics》和《航空学报》共用一个服务号,《Journal of Systems Engineering and Electronics》和《系统工程与电子技术》共用一个订阅号,《Journal of Zhejiang University-SCIENCE A Applied Physics & Engineering》和《Frontiers of Information Technology & Electronic Engineering》共用一个订阅号,以上期刊均视为开通微信公众平台。从中英文期刊开通情况来看,英文刊共计24种,占比约为37.5%(24/64),中文刊共计85种,占比约为55.92%(85/152)。

2.2 基本资料 微信公众平台的基本资料主要包括公众号类型、公众号名称、头像、认证情况、账号主体、功能介绍以及关注后的欢迎语等7个方面。

EI收录期刊的微信平台类型一般为服务号或者订阅号,其中,服务号48个,订阅号61个。109个EI收录期刊微信公众平台中,93个公众平台的名称使用期刊中文名称,一些期刊在中文名称后加上“编辑部”“杂志”或“微站”,还有一些期刊微信名称和期刊名称差别较大,比如,《Science China (Physics, Mechanics & Astronomy)》的公众号名称为“SCPMA”,《遥感学报》的公众号名称为“遥感图像图形”,《Journal of Materials Science & Technology》的公众号名称为“JMST”,这就给关注者搜索公众号带来一定的困难。

在头像设置方面,53个微信公众平台使用期刊封面,占比48.62%,31个使用设计的Logo,占比28.44%,1个无自设头像,占比0.92%。

在官方认证方面,84个微信公众平台进行了官方认证,占比77.06%,25个未进行官方认证,占比22.94%。

在账号主体方面,105个微信公众平台的账号主体为组织机构,4个为个人。

在功能介绍方面,69个微信公众平台的功能介绍比较详细,主要介绍平台所实现的功能,以方便用户了解其定位和功能。40个微信公众号的功能介绍比较简单,仅介绍了期刊信息或者说明本平台用来网络推广和互动交流。

在欢迎语方面,44个微信公众平台采用系统默认欢迎语,44个设置并修改了欢迎语,21个未设置欢迎语。其中,一些英文刊如《Journal of Systems Engineering and Electronics》,其欢迎语为英文形式。

2.3 消息推送情况 通过分析EI收录期刊微信公众平台首次推送日期、推送次数、推送频率、推送内容、推送类型等指标,可以全面了解其消息推送情况。

关注期刊微信公众平台之后,用户可以查看全部

历史推送信息。从表1中可以看出,在已开通的109个期刊微信公众平台中,尚有7个未向用户推送信息。2013年仅有7个微信公众平台向用户推送信息,其中《分析化学》最早,为2013年6月。从2014年底开始推送信息的微信公众平台数量明显增加。

表1 公众平台首次推送信息的情况

首次推送日期	公众号数量	比例/%	首次推送日期	公众号数量	比例/%
2013-06	1	0.92	2015-08	2	1.83
2013-08	1	0.92	2015-09	4	3.67
2013-09	2	1.83	2015-10	3	2.75
2013-10	1	0.92	2015-11	4	3.67
2013-12	2	1.83	2015-12	6	5.50
2014-02	2	1.83	2016-01	4	3.67
2014-03	2	1.83	2016-02	4	3.67
2014-04	1	0.92	2016-03	5	4.59
2014-05	1	0.92	2016-04	1	0.92
2014-11	2	1.83	2016-05	2	1.83
2014-12	4	3.67	2016-07	3	2.75
2015-01	4	3.67	2016-08	1	0.92
2015-02	4	3.67	2016-09	1	0.92
2015-03	8	7.34	2016-10	3	2.75
2015-04	1	0.92	2016-11	2	1.83
2015-05	4	3.67	2016-12	5	4.59
2015-06	5	4.59	2017-01	1	0.92
2015-07	6	5.50	无推送	7	6.42

微信公众平台推送信息的多少是衡量其活跃程度的重要指标。统计结果显示,2016年第4季度首次推送信息的微信公众平台有10个,2017年只有《Journal of Bionic Engineering》首次向用户推送信息。从表2可以看出,公众平台推送数量主要集中在1~50条,占比63.30%,51~100条也相对比较集中。推送数量排在前3位的分别为《电网技术》《中国激光》《天然气工业》,均为订阅号。推送数量出现差异的主要原因是微信公众平台开通时间、公众号类型以及期刊对公众号的重视程度。

表2 公众平台推送信息数量的情况

推送信息条数	公众号数量	比例/%	推送信息条数	公众号数量	比例/%
0	7	6.42	351~400	1	0.92
1~50	69	63.30	401~450	1	0.92
51~100	12	11.01	451~500	1	0.92
101~150	9	8.26	501~550	0	0.00
151~200	0	0.00	551~600	0	0.00
201~250	0	0.00	601~650	0	0.00
251~300	3	2.75	651~700	0	0.00
301~350	5	4.59	701~750	1	0.92

为了更好地反映公众号的运营情况,排除公众号开通时间及其类型差异的影响,本研究以公众号推送1次信息所需的周期,即推送频率(月/次)来评估推送

情况。统计结果显示,尚有7个期刊微信公众平台的信息推送频率为0,80个推送频率为0.01~1.00月/次,占比73.39%,18个推送频率为1.01~5.00月/次,占比16.51%,2个推送频率为5.01~10.00月/次,占比1.84%,2个推送频率为10.01~20.00月/次,占比1.84%。《机械工程学报》和《西北工业大学学报》基本能保持1~2d推送一次。

微信公众平台推送内容主要包括会议通知、期刊目次、期刊资讯、论文推荐、本领域科研动态、新闻资讯、征文启事和科技论文写作指导。期刊推送内容最多的是期刊资讯(64个),主要包括期刊信息、期刊最新动态和期刊编委会最新信息等方面,其次是期刊目次(54个)和论文推荐(49个),第三是新闻资讯(39个)、科研动态(26个)和会议通知(25个),推送内容较少的为征文启事(8个)和论文写作指导(17个)。公众号在调查问卷、有奖竞猜、有奖征集活动等与用户互动内容的推送非常少。仅3个英文期刊微信公众平台向用户推送论文写作指导内容,少量英文期刊推送一些与英文论文撰写有关的内容。

在102个已向用户推送信息的微信公众号中,84个推送图文形式的内容,5个推送文字形式的内容,11个推送以上2种形式的信息。《Science Bulletin》和《机械工程学报》既推送图文信息,又推送视频信息。

2.4 辅助功能 在109个EI收录期刊微信公众平台中:80个未设置关键词回复,占比73.39%;4个微信公众平台是通过关注后的欢迎语设置关键词回复,关键词主要是中文词组或者数字;23个是通过自定义选单设置关键词回复;2个通过以上2种方式设置欢迎语。

对于期刊微信公众平台会话框底部的自定义选单,24个微信公众平台尚未开通自定义选单,85个设置了自定义选单,其中,1个微信公众平台只设置了2个一级选单,84个设置了3个一级选单。

在二级选单设置方面,1个微信公众平台未设置二级选单,9个公众平台的某1个或2个一级选单未设置二级选单,其他75个均设置了2~5个二级选单。只有部分微信公众平台实现了自定义选单与微官网、论坛、社区以及采编系统等媒体的融合。例如:《Journal of Bionic Engineering》实现了自定义选单与微官网和采编系统的链接;《材料导报》实现了自定义选单与社区的链接。微信公众平台自定义选单名称字数一般为4个,有些英文刊微信公众平台的选单用英文短语或英文缩写命名。

3 EI收录期刊微信公众平台运营中存在的问题

3.1 重视程度不足,新媒体意识不强 移动互联网的

蓬勃发展,带动了微博、微信等新媒体的快速发展^[6],也使微信公众平台被越来越多地应用到各行各业之中;但是,与其他媒体行业微信公众平台相比,EI收录期刊微信公众平台开通时间较晚、开通率较低以及存在较多“僵尸号”^[7],说明EI收录期刊的新媒体意识不强,对微信公众平台重视不足,尤其是英文刊。2012年8月微信公众平台正式上线,但是2013年6月才有EI收录期刊开始推送消息。其次,在EI收录的216种期刊中,只有109种开通了微信公众平台,开通率仅为50.46%,其中英文刊的开通率为37.5%,低于中文刊的55.92%,7个公众号未向用户推送任何信息。

3.2 基本资料展示不全 微信公众平台的关注者在搜索和关注相关账号时,最先接触到的是微信公众平台的基本资料,基本资料犹如学术期刊的一张名片,方便用户更好地了解其功能与作用;但是,EI收录期刊微信公众平台的基本资料展示并不完整:首先,一些微信公众号的名称与期刊名称关联性不高,其直接使用刊名缩写;其次,一些公众平台未设置头像,一些使用设计的Logo;第三,仍有25个微信公众平台未进行官方认证,4个公众平台的账号主体是个人;第四,40个微信公众号的功能介绍比较简单;最后,44个微信公众平台采用系统默认的欢迎语,21个未设置欢迎语。

3.3 信息推送不完善 调查结果显示:尚有7个微信公众平台未向用户推送信息,成为“僵尸号”;2016年第4季度以来才开始推送信息的公众平台有11个;公众平台推送消息的数量较少,主要集中在1~50条;29个微信公众平台推送频率大于1月/次。这些“无人管”“少人管”“管不精”的微信公众平台必定关注者人数少、已关注者大量流失。

另一方面,EI收录期刊微信公众平台主要推送期刊信息、期刊最新动态和期刊编委会最新信息等内容,而对于论文撰写的内容推送较少。同时,47个公众号主要推送的内容类型只有1~2种,且互动内容较少,84个微信公众平台推送图文形式的内容,只有少数期刊推送音频和视频消息,推送形式单一。

3.4 辅助功能未充分利用 微信公众平台为运营者提供了多种多样的辅助功能,但是这些功能并未被充分利用。调查结果显示,仅有29个微信公众平台设置了关键词回复,24个未设置自定义选单,一些期刊的自定义选单设置不合理,只有部分微信公众平台实现了自定义选单与微官网、论坛、社区以及采编系统等媒体的融合。

4 EI收录期刊微信公众平台的提升策略

4.1 培养新媒体意识,注重发展微信公众平台 与传

统媒体相比,微信等新媒体具有时效性强、传播快捷、资讯内容丰富以及传播范围广等优点^[2],能够很好地解决纸质版期刊存在的诸多不足,推进学术期刊与新媒体的深度融合,提升期刊的综合影响力;因此,办刊人要培养自身的新媒体意识,注重并打造优质微信公众平台。

首先,查阅资料或参加相关培训,了解微信等新媒体知识以及新媒体给期刊发展带来的影响,培养自身新媒体意识。其次,选择并注册适合期刊发展的微信公众号类型(服务号或订阅号)。最后,完善功能模块设置,注重优质内容推送,打造优质微信公众平台。

4.2 基本资料展示要全面 详细、全面的微信公众平台基本资料会给关注者留下良好的第一印象,否则,会导致用户的大量流失。

对于中文刊微信公众平台的名称,推荐使用刊名或者刊名加后缀“杂志”“编辑部”;而对于英文刊公众号名称,由于名称设置时系统不支持空格,所以无法使用英文刊名称,推荐使用中文刊名加英文刊名缩写,或者在容易识别的情况下,使用除去空格的英文刊名,尽量少用单独的英文刊名缩写。

对于微信公众平台头像,推荐使用期刊封面截图,这样能够强化期刊品牌知名度^[8]。

EI收录期刊微信公众平台应尽快完成官方认证,以提高权威性和可靠性,同时能够获得丰富的运营权限,为用户提供多样的个性化服务,提升用户使用体验;微信公众平台的功能介绍应该概括出其功能定位、为用户提供的服务,切忌只使用期刊简介;英文刊微信公众平台的欢迎语宜用英文撰写,可以参考《Journal of Systems Engineering and Electronics》的做法。

4.3 完善期刊微信公众平台推广体系

4.3.1 微信公众号要实现专人管理 微信公众平台“无人管”“少人管”“管不精”的原因在于办刊人缺乏新媒体意识以及缺少专职管理人员。若期刊公众平台的类型为订阅号,则建议设置1~2名专职运营人员来管理,若是服务号,则可以选出1~2名行政人员或编辑来兼任,以使其运营管理规范化。同时,采取一定的激励措施,提高运营人员的积极性,其他编辑人员也可以推荐一定的素材和内容,维持推送的持续性与连贯性。

4.3.2 优化推送内容,形成独特风格 微信公众平台所推送的内容必须是对用户有价值的,那些一味转载或者照搬纸质内容的方式都是不可取的^[9]。由于用户阅读朋友圈的时间非常短暂,在“内容为王”的资讯时代,必须从用户的角度考虑问题^[10],筛选出对用户有用或有吸引力的内容,避免推送过多与期刊无关的内容。另一方面,学术期刊不同于其他传统媒体,其具

有自身的专业领域,大多数用户为本领域的研究人员,这就需要期刊推送具有本专业特色的内容,避免内容同质化,应形成自己独特的风格。

首先,推送热点新闻和科研动态。如今,人们获取热点新闻的方式已从电视、广播、报纸转向网络新媒体^[11],对于科研人员来说也是如此。公众号运营者要紧跟新闻热点和科研动态,第一时间向用户推送具有一定价值的内容,以提高用户黏度。比如《机械工程学报》推送的一些内容就紧跟新闻热点和科研动态:2016年1月9日国家科学技术奖揭晓当天,该公众号就推送了相关内容;该公众号对长春光机所在大型高精密度衍射光栅刻划机研究上取得的重大科技突破也进行了及时报道;除这些热点新闻,《机械工程学报》每周都会推送上一周科技新闻集锦,命名为“一周科学技术新闻速览”。

其次,推送论文写作指导方面的内容。EI收录期刊上所刊载的都是具有创新性和前瞻性的论文^[12],同时,硕士、博士毕业以及科研人员晋升、申请课题都需要发表EI论文,这就需要他们掌握科技论文选题、撰写、润色、投稿、修改等方面的方法和技巧;因此,EI期刊要注重推送这些方面的内容,尤其是英文刊微信公众平台,以满足用户的需求,增加用户的认同感。比如,《Journal of Zhejiang University-SCIENCE A Applied Physics & Engineering》微信公众平台所推送的内容基本包括论文发表流程中的各个环节,同时在相关推送内容底部都有一个“扩展阅读”,汇总已推送的相关内容,这在很大程度上方便用户学习,减少其内容搜索上的时间浪费。

再次,推送本专业领域内的内容。EI收录期刊推送信息时,要多推送本领域内的专业信息,以增加用户的认同感。比如,《食品科学》所推送的大部分内容都是本专业领域内的信息,这可为其他EI收录期刊微信公众平台所借鉴。

最后,英文刊微信公众平台要多关注国外科研资讯,适时推送英文消息。英文刊要及时关注并推送国外科研动态,使国内用户能够了解国际科研资讯。另一方面,英文刊要体现国际化的特征,适时推送一些有关英文论文撰写的内容,方便国外用户关注与交流。例如:《Journal of Zhejiang University-SCIENCE A Applied Physics & Engineering》推送了一些国外研究动态、诺贝尔奖等国外资讯以及英文撰写的“英语笑话”数则;《Journal of Systems Engineering and Electronics》推送的某些内容是用英文撰写的。

最后,推送与用户互动的内容。在移动互联网时代,“互动”功能需求相比于“阅读”功能需求表现得更

加强烈和明显^[13];因此,EI收录期刊微信公众平台要调动用户的参与度,寻求更多与用户之间交流和互动的方式,比如开展投票、调查问卷、有奖竞猜、有奖征集等活动以及注册个人微信号作为客服号。《地球科学》推送了中英文版 Logo 有奖征集活动、《科学通报》推送了最佳封面评选活动,都值得借鉴。

4.3.3 丰富推送类型,注重内容排版 与传统媒体不同,新媒体的内容除了文字之外,还需要充分利用新媒体的特点,与音频、视频和图像融合为一体,然后再推送给用户^[14]。研究表明,用户对于图文搭配和逻辑清晰的信息的阅读体验最好^[15]。这就需要运营人员在原有文字内容的基础上进行二次加工,选择合适的配图,增强信息的可读性,给用户带来视觉冲击。另一方面,有些专业性较强或者较抽象的内容还可以适当加入音频或视频,使内容生活化、科普化,以增强用户体验。例如《机械工程学报》推送《航空发动机及其叶片制造全过程》一文,没有全篇使用文字来介绍制造过程,而是既有文字,又添加了叶片特写,最后插入关于叶片和发动机制造的视频,使这一复杂过程让用户更容易理解。

如何提高推送内容的阅读率和转化率?一方面要注重推送内容的质量,另一方面要注重推送内容的排版。EI期刊微信公众平台推送内容的排版应简洁、大方,颜色种类宜为2~3种,编排时可以选择第三方排版工具,如96微信编辑器、135微信编辑器以及易点微信编辑器等,使推送内容具有层次感,以提高用户阅读兴趣,增加平台与用户之间的黏性。

4.4 充分使用微信公众平台的辅助功能 期刊微信公众平台运营人员可以利用关键词回复功能设置一些关键词,回复作者在使用过程中经常咨询的问题。也可以在欢迎语或者自定义选单中设置一些运营者所推荐内容的关键词。

微信公众平台在进行官方认证后就可以设置自定义选单,但是各期刊在自定义选单设置情况上存在较大差异。自定义选单推荐使用3个一级选单,每个一级选单下设置2~5个二级选单;微信公众平台选单命名要考虑期刊自身特色和用户需求,且通俗易懂;选单字数要统一,推荐使用4字名称;一级选单和二级选单、二级选单与具体内容要具有高度匹配性;实现自定义选单与微官网、论坛、社区、QQ、微信、微博以及采编系统等媒体的融合,这是自定义选单优化的重点方向之一。

5 结束语

新媒体时代的到来给EI收录期刊的发展带来了

新的机遇;但国内尚有许多期刊的新媒体意识不强,尚未认识到新媒体给期刊发展带来的积极影响,经过近5年的发展,微信公众平台尚未发挥其优势。本文对EI收录期刊微信公众平台的发展现状进行了研究,对其提升策略进行了探讨,以为微信公众平台的发展提供新的思路。随着更多期刊开始关注和利用微信公众平台,将传统期刊与新媒体充分融合,可以为用户提供更多优质的服务,提升办刊质量,扩大期刊的综合影响力。

6 参考文献

- [1] 恽海艳. 学术期刊微信公众平台的应用与推广[J]. 编辑学报, 2016, 28(6): 577
- [2] 钱筠, 郑志民. 中国科技核心期刊微信公众平台的应用现状及对策分析[J]. 编辑学报, 2015, 27(4): 379
- [3] 冀芳, 王召露, 张夏恒. 社会科学类学术期刊微信公众平台自定义菜单应用现状及优化方向[J]. 中国科技期刊研究, 2016, 27(11): 1169
- [4] 张广萌, 李世秋, 葛建平. 微信推广: 让“枯燥”的学术期刊生动起来: 以《航空学报》微信公众号为例[J]. 编辑学报, 2016, 28(5): 482
- [5] 张黄群. Ei数据库收录中文期刊趋势预测及影响分析[J]. 中国科技期刊研究, 2013, 24(6): 1118
- [6] 石婧, 段春波, 周白瑜, 等. 科技期刊应用微博微信平台影响力评价初探[J]. 中国科技期刊研究, 2014, 25(5): 655
- [7] 张艳萍. 科技期刊的微信公众号运营模式研究: 基于4种核心科技期刊的量化分析[J]. 中国科技期刊研究, 2015, 26(5): 524
- [8] 顾艳, 崔金贵, 盛杰. 医学期刊中高影响力官方微博内容发布现状的调研与思考[J]. 编辑学报, 2014, 26(2): 162
- [9] 喻菁. 微信在学术期刊影响力提升中的应用[J]. 编辑学报, 2014, 26(增刊1): 33
- [10] 刘颖娇. 从微信的新媒体平台功能探寻受众需求[J]. 新闻知识, 2013(11): 99
- [11] 高婷雅. 浅析在网络新媒体冲击下传统电视媒体新闻类节目发展现状[J]. 文教资料, 2014(7): 71
- [12] 黄卫珍. 谈美国工程索引(ei)及如何提高论文被收录率[J]. 科技情报开发与经济, 2004, 14(3): 35
- [13] 谢征. 官方微信及其在报刊媒体中的运用[J]. 出版发行研究, 2013(9): 73
- [14] 罗晓琪, 王杨. 互联网时代网络媒体的发展[J]. 探索思考, 2013(2): 6
- [15] 契约. 2014年微信号用户行为习惯研究报告[EB/OL]. [2017-02-09]. <http://www.ithome.com/html/it/137265.htm> (2017-02-15 收稿; 2017-05-03 修回)