

專刊前言

2019 FSSR 服務科學研究論壇以「前瞻科技與智慧創新服務應用」為主軸。共有 32 篇文章投稿。每篇文章經匿名委員初審後，選出 15 篇文章，邀請作者依審查意見修改後，於論壇當天做口頭發表同時再由評論委員給予意見和評論，複審流程由作者依意見做論文修改和回覆，再由原匿名委員和評論委員做二審或三審。最後推薦 4 篇文章給電子商務學報，本次專刊收錄其中三篇文章。各文章的主要內容如下：

「社群媒體中訊息設計與社群結構對消費者行為之影響：以資料探勘方法分析 LINE@ 為例」：探討社群媒體中訊息設計對消費者行為的影響，應用資料探勘方法，分析會員消費過程所累積下來的相關訊息，檢視訊息設計與消費行為間更準確的因果關係，從眾多可能影響因素，包括會員資料、規模、流量、時間、頻率等，頗析不同設計對經營績效轉換率的影響。對企業借助 LINE 做行銷，有實務應用貢獻。

「Are You Watching Live Stream Shopping? An Investigation of Influential Factors on Audiences' Trust and Loyalty Intention from Elaboration Likelihood Model Perspective」：探討數位影音串流平台中影響顧客忠誠度及其態度形成要素，根據 ELM 模型提出可能的影響因子，包括來源可信度、系統品質等，以串流影音平台為實驗平台加以驗證，研究模型完整有趣，具學術價值。

「利用數據辨識及驅動商業生態系的可行性初探—以台北代表性商圈應用為例」：以台北商圈為主要對象，透過辨識商業生態系角色，以相關衡量指標、資源配置與各商家的行銷數據分析，經過半年的驗證，找出具潛力的關鍵業者，以及生態系成員彼此間的消長和平衡要素，解構了商圈辨識、商圈生態圈建立與環境面的扣合模式。

陳鴻基