吕 鸣, 黄 平, 徐畅青, 等. 医院微信公众号用户持续使用意愿影响因素研究[J]. 中华医学图书情报杂志, 2022, 31(11): 68-75.

DOI：10.3969/j.issn.1671-3982.2022.11.011

·信息组织与信息服务·

医院微信公众号用户持续使用意愿影响因素研究

吕 鸣，黄 平，徐畅青，曹 瑾，潘 旋，刘 星，张秋华

[摘要]目的：以 ECM 和 D&M 模型为基础构建研究模型，从用户内部视角和社交媒体平台外部视角探讨医院微信公众号用户持续使用意愿的影响因素。方法：运用问卷调查法收集数据，通过结构方程模型验证并分析各因素对医院微信公众号用户持续使用意愿的影响。结果：信息质量正向影响期望确认，服务质量对期望确认的影响不显著；信息质量、服务质量、期望确认均正向影响感知有用性；期望确认、感知有用性均正向影响满意度；满意度、感知有用性、过渡成本均正向影响持续使用意愿，而沉没成本对持续使用意愿的影响不显著。结论：在医院微信公众号实际运营工作中，可通过加强信息审核、完善平台功能、深化主体关系等方法提高医院微信公众号的信息质量、优化医院微信公众号的服务水平、强化医院微信公众号用户的维持现状偏好进而促进用户持续使用意愿。

[关键词]医院微信公众号；持续使用意愿；ECM 模型；D&M 模型

[中图分类号]R197.3；G203 [文献标志码]A [文章编号]1671-3982(2022)11-0068-08

Research on the factors influencing users′ willingness to continue using hospital WeChat public accounts

LV Ming, HUANG Ping, XU Chang-qing, CAO Jin, PAN Xuan, LIU Xing, ZHANG Qiu-hua

（Sir Run Run Shaw Hospital, Zhejiang University School of Medicine, Hangzhou 310016, Zhejiang Province, China）

Corresponding author: ZHANG Qiu-hua

[Abstract]**Objective** To explore the factors influencing users' willingness to continue using hospital WeChat public accounts from the internal perspective of users and the external perspective of social media platform by establishing the research model based on the ECM and D&M models. **Methods** The data were collected by questionnaire survey, and the influence of each factor on the willingness of hospital WeChat users to use the public accounts consistently was verified and analyzed by structural equation model. **Results** The structural equation model showed that information quality had a positive impact on expectation confirmation, while service quality had no significant impact on expectation confirmation; information quality, service quality and expectation confirmation all positively affected perceived usefulness; expectation confirmation and perceived usefulness all positively affected satisfaction; satisfaction, perceived usefulness and transition cost all positively affected the willingness to use continuously, while sunk cost had no significant impact on the continuous use willingness. **Conclusion** In the actual operation of hospital WeChat public accounts, the information quality can be improved, the service level can be optimized, and the current user preferences can be strengthened and thus the users' willingness to use them continuously can be promoted through strengthening information audit, improving platform functions, and deepening subject relationships.

[Key words]WeChat public account; Willingness to continue using; Expectation confirmation model; DeLone and McLean information system success model

[作者单位]浙江大学医学院附属邵逸夫医院，浙江 杭州 310016

[作者简介]吕 鸣（1995-），男，硕士，助理馆员，研究方向为卫生信息管理。

[通讯作者]张秋华（1977-），女，本科，馆员，研究方向为卫生信息管理。E-mail：zqh77@zju.edu.cn

近年来医院微信公众号发展迅速，将其与院内信息系统进行有机对接可以实现线上办理部分业务流程，医疗和科普信息通过公众号的推送或功能菜单进行传播，能有效优化线下就医流程并创新医患沟通渠道，起到优化患者服务体验、提升患者健康素养水平等重要作用。目前关于医院微信公众号的研究大都聚焦于其发展状况、存在难点、运营策略等方面[1-3]。关于医院微信公众号用户使用情况方面的实证研究较少，且大多以整合技术接受模型（unified theory of acceptance and use of technology model，UTAUT）、期望确认模型（expectation confirmation model，ECM）、信息系统成功模型（delone and mclean information system success model，D&M）等为基础探究影响用户互动、使用意愿、满意度等行为的因素[4-6]。而将医院微信公众号作为单一类别来研究其用户持续使用意愿的相关文献较少。医院微信公众号的价值及其自身的持续发展很大程度上依赖于用户是否持续使用，分析和明确用户持续使用意愿的影响因素有助于揭示医院微信公众号用户行为的内在动因，促进医院微信公众号的完善与发展。因此，本文在回顾相关研究的基础上，基于期望确认模型并引入使用满足理论与现状偏差理论，从用户内部视角和社交媒体平台外部视角探究医院微信公众号用户持续使用意愿的影响因素，为医院微信公众号的运营发展提供参考。

1　研究假设与模型

1.1　期望确认与持续使用意愿的关系假设

期望确认模型由消费者满意模型发展而来，主要包含期望确认、感知有用性、满意度和持续使用意愿 4 个要素。有学者将该模型应用到信息系统的用户持续使用意愿研究中，发现满意度与感知有用性能够促进用户对系统的持续使用意愿，当系统为用户提供有用的信息和满意的体验时，用户对系统的感知有用性和满意度会明显提高[7]。本文中的期望确认是指基于医院微信公众号具体实践，用户在使用公众号前对其预期与使用后的感知效用的一致程度。在用户使用医院微信公众号的初期会产生预期值，如预期能在使用过程中准确获取保健信息、实现在线预约挂号等功能需求，当用户使用一段时间后其最初的期望得到满足，那么用户继续使用的可能性会增大。感知有用性则是用户在使用医院微信公众号过程中感受到的有用性水平或程度，持续使用意愿指的是用户基于满意度和感知有用性的大小产生的是否继续使用当前平台的倾向。通过研读前人文献可知，用户的期望确认度影响其满意度，用户的感知有用性影响其满意度[8]，而感知有用性又直接影响了持续使用意愿[9]。期望确认度代表了用户在使用系统后的期望确认程度，即实际体验的感受与预期值的差值。用户期望确认度会对其评估当前使用平台的满意度产生重要影响。基于以上分析，结合医院微信公众号的具体实践情境与期望确认模型的关键变量提出以下 5 项假设。

H1：医院微信公众号的用户期望确认对感知有用性有显著的正向影响。

H2：医院微信公众号的用户期望确认对满意度有显著的正向影响。

H3：医院微信公众号的用户感知有用性对满意度有显著的正向影响。

H4：医院微信公众号的用户感知有用性对持续使用意愿有显著的正向影响。

H5：医院微信公众号的用户满意度对持续使用意愿有显著的正向影响。

1.2　信息系统质量与期望确认的关系假设

有学者研究发现信息系统成功是需要一定过程的，信息和系统质量共同影响了使用行为与用户满意度[10]，而使用行为与用户满意度相互影响，并且影响结果又会对用户个人产生影响。2003 年信息系统成功模型进行了更新，增加了服务质量要素，将使用意图和使用行为分开。站在用户角度的使用与满足理论指出，用户基于特定动机使用某些媒介，从中得到心理和行为上的满足。用户在使用微信公众号过程中能否在信息搜索等方面得到满足，会影响其是否产生持续使用的意愿。同时，单纯的期望确认模型缺少外部视角，

而外部因素对感知有用性和期望确认的影响是显著的[11]。因此，参考更新后的信息系统成功模型，引入信息质量与服务质量这 2 个要素作为感知有用性和期望确认的解释变量，从而探讨信息系统成功与期望确认的关系。用户的使用追求不断提升，高质量的信息平台可以让用户获得真实收益[12]。如果在使用过程中可以体验良好的互动效果及个性化服务等，就有可能满足用户的预先期望。同时，高质量的科普、院内医疗等信息内容更能满足用户的实际需求，基于此本文提出以下 4 项假设。

H6：医院微信公众号的信息质量对感知有用性有显著的正向影响。

H7：医院微信公众号的信息质量对期望确认有显著的正向影响。

H8：医院微信公众号的服务质量对感知有用性有显著的正向影响。

H9：医院微信公众号的服务质量对期望确认有显著的正向影响。

1.3 现状偏差与持续使用意愿的关系假设

用户心理因素在考察用户的使用意愿与使用行为时具有一定的预测和解释作用，而现状偏差理论在用户心理因素的解读中扮演着重要角色。现状偏差理论是指个人在面对决策时，更倾向于维持当前状况不变的选择。有学者指出现状偏差理论会对用户的持续使用意愿产生显著影响[13]。有学者结合医疗具体场景进行研究，发现现状偏差理论会使医疗领域用户倾向于维持现状[14]。另外，还有学者指出理性决策与心理承诺会共同对现状偏差产生影响[15]。其中，理性决策主要受用户对过渡成本的评估结果影响，当用户对新平台的认知不明确、不全面而产生规避风险心理时，用户会倾向于认为过渡成本较高，而过渡成本高的情况下用户更易维持现状；心理承诺主要受用户对沉没成本的评估结果影响，如果转而使用新的模式或平台，那么已经付出的时间精力或经济成本作为总成本可能会对个人或组织的决策产生影响。基于此，本文提出以下 2 种假设。

H10：过渡成本对持续使用意愿有显著的正向影响。

H11：沉没成本对持续使用意愿有显著的正向影响。

通过以上假设构建医院微信公众号用户持续使用意愿影响因素的模型（图 1）。

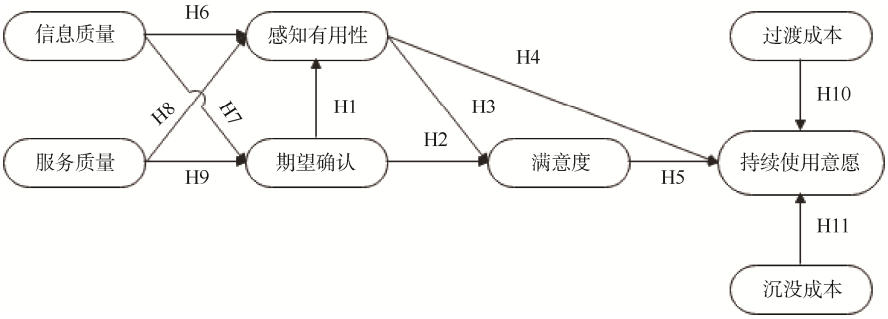


图 1 医院微信公众号用户持续使用意愿影响因素模型

2 实证研究

2.1 问卷设计与调查

本文设计的问卷主要分为两部分。第一部分为被调查者的人口统计学资料，包括性别、年龄段、职业、受教育程度、月收入、户口类型、身体状况、接受程度、使用微信公众号的场景等。第二部份为问卷的主体部分，主要测量信息系统成功模型、期望确认理论和现状偏差理论的相关变量，具体测量题项见表 1。

基于本文的医院微信公众号研究背景，参考目前的成熟量表作为问卷量表原型，并结合研究内容对具体题项进行修订和完善。各题项均采用李克特 5 级量表，完全不同意、不太同意、一般、比较同意、非常同意依次计 1~5 分。部分信息由线下获取后录入。最终共收回 430 份问卷，其中有效问卷 407 份，有效率为 94.65%。从性别来看，总体较为均衡，女

性占比略大，为 52.3%，这说明关注医院微信公众号的女性比男性多。从年龄来看，18 岁以下的人群占比最低，为 1%；18~25 岁的人群占比最高，为 37.6%，其次是 26~35 岁的人群，这说明医院微信公众号的用户趋向于年轻化。从职业来看，其他群体占比最高，为 29.5%，其次是学生群体，占比 27.8%。从学历来看，大专和本科学历的群体共占 80.4%。从收入水平来看，6 000 元以下收入的群体占比达到 63.4%。从户口类型来看，城市户口占比较高，农村户口占比较低，这可能与医疗水平的城乡差异等因素有关。

表 1　医院微信公众号用户持续使用意愿影响因素的测量题项

测量变量	潜在变量定义	测量题项	参考来源
满意度	用户对医院微信公众号平台的服务或功能是否满足其需求的评估	我对目前常用的医院微信公众号感到满意	参考文献［7］
		我认为选择目前常用的医院微信公众号是明智的	参考文献［16］
期望确认	用户对医院微信公众号平台的服务或体验是否达到或超过原本的预期	在使用医院微信公众号中获得的满足比我预期的好	
		在使用医院微信公众号中获得的好处比预期的多	
		医院微信公众号总体来说达到了我的预期	
感知有用性	用户对医院微信公众号平台的功能是否感知有用性	为我提供了快捷的信息查询	
		为我提供了良好的服务体验	
		提升了我的就医效率	
持续使用意愿	用户愿意保持或增加原先的使用频次，继续使用当前医院微信公众号的意愿	我未来会继续将我目前常用的微信公众号作为主要平台，而非使用其他医院平台	
		今后我会向别人推荐我目前常用的医院微信公众号	
		今后我会保持或增加使用医院微信公众号的频次，而不是减少或停止使用	参考文献［10］
信息质量	医院微信公众号平台的信息是否具有新颖性、全面性、丰富性、可信赖性等	我使用的医院微信公众号提供的信息是真实可靠的	参考文献［17］
		我使用的医院微信公众号提供的信息是新颖的	参考文献［18］
		我使用的医院微信公众号提供的信息是丰富且全面的	
服务质量	医院微信公众号平台的服务是否具有隐私性、互动性、个性化等	我认为使用医院微信公众号提供的服务时，不会对个人隐私造成威胁	
		我使用的医院微信公众号提供的服务是满足我互动需求的	
		我使用的医院微信公众号提供的服务功能是个性化的	
过渡成本	用户向其他医院平台转移所需的时间成本与转移过程中可能存在的麻烦	使用其他医院平台，我需要重新进行个性化设置等，这会花费我很多时间和精力	参考文献［19］［20］
		转向使用其他医院平台，可能会带来意想不到的结果，比如本来是为了查询医院服务地图但并没有找到	
沉没成本	用户在现有的医院微信公众号平台中投入的时间成本和物质成本等	我在目前常用的医院微信公众号平台上花费了较多时间和精力	
		我使用现有的医院微信公众号较为熟练	

2.2　数据结果与分析

2.2.1　信效度分析

采用 SPSS 25.0 软件对获取数据进行信效度分析。本文测量问卷信度采用 Cronbach ’a 系数评价量表的信度，信息质量、服务质量、满意度、期望确认、感知有用性、过渡成本、沉没成本、持续使用意愿 8 个变量的每一个测量题项的校正项总计相关性（corrected item-total correlation，CITC）超过建议接受值 0.5，并且每个变量的 Cronbach’ α 系数也都超过了建议标准值 0.7，说明本文问卷的信度完全符合要求。另外本文的 Kaiser-Meyer-Olkin（KMO）检验值为 0.797，大于建议值 0.7。同时，Bartlett 球形检验 2 项效度检验指标经 SPSS 检验因子显著性概率小于 0.001，因子分析方差共提取 8 个特征值大于 1 的因子，分别对应了本文的 8 个变量，8 个变量题项的因子载荷量均大于 0.6，组合

信度均大于 0.7，并且平均提取方差值（average variance extracted，AVE）均大于 0.5，而且 AVE 平方根值也大于相关系数，说明本文调查问卷具有较高的效度。

2.2.2 结构方程验证

采用 AMOS 24.0 构建本文的结构方程模型，具体模型拟合度如表 2 所示。本文选用了卡方自由度（chi squared over degrees of freedom，CMIN/DF）、拟合优度指数（goodness of fit index，GFI）、调整拟合优度指数（adjusted goodness of fit index，AGFI）、近似均方根误差（root mean square error of approximation，RMSEA）等常用拟合指标，各模型适配度的标准均参考相关学者建议标准，由表 2 看出指标均达到了建议的参考标准，说明本文构建的模型是可接受的。

表 2 医院微信公众号用户持续使用意愿影响因素模型适配度

模型适配度指标	适配度数值	适配度良好	适配度接受	结果
卡方自由度	2.021	< 3	< 5	良好
拟合优度指数	0.925	> 0.90	> 0.80	良好
调整拟合优度指数	0.899	> 0.90	> 0.80	接受
标准拟合指数	0.907	> 0.90	> 0.80	良好
递增拟合指数	0.951	> 0.90	> 0.80	良好
塔克-刘易斯指数	0.939	> 0.90	> 0.80	良好
比较拟合指数	0.950	> 0.90	> 0.80	良好
近似均方根误差	0.050	< 0.08	< 0.10	良好

2.2.3 假设检验

对所构建的模型进行参数估计，对潜在变量的路径进行分析，运用路径系数、路径系数的显著性等进行假设检验。具体检验结果如表 3 所示。其中，9 个假设得到验证，2 个假设未得到验证。

表 3 医院微信公众号用户持续使用意愿影响因素模型路径系数检验结果

路径关系	非标准化系数	标准化系数	标准差	*t* 值	*P* 值	结果
信息质量→期望确认	0.317	0.321	0.058	5.472	***	支持
服务质量→期望确认	0.058	0.058	0.056	1.037	0.3	拒绝
信息质量→感知有用性	0.211	0.256	0.046	4.618	***	支持
服务质量→感知有用性	0.109	0.129	0.042	2.598	**	支持
期望确认→感知有用性	0.429	0.514	0.05	8.598	***	支持
期望确认→满意度	0.287	0.324	0.075	3.804	***	支持
感知有用性→满意度	0.266	0.251	0.088	3.018	**	支持
满意度→持续使用意愿	0.334	0.33	0.072	4.622	***	支持
感知有用→持续使用意愿	0.383	0.358	0.075	5.137	***	支持
过渡成本→持续使用意愿	0.149	0.194	0.049	3.064	**	支持
沉没成本→持续使用意愿	0.036	0.043	0.043	0.842	0.4	拒绝

注：***表示 $P<0.001$；**表示 $P<0.01$

3 研究结果

3.1 信息系统各维度与感知有用性、期望确认的关系

研究结果显示，医院微信公众号的信息质量对感知有用性有显著的正向影响，这说明医院微信公众号的信息质量越高，用户感知有用性就越高；而医院微信公众号的服务质量对感知有用性同样有显著的正向影响，这也说明了医院微信公众号的服务质量越高，用户对其感知有用性就越高。服务质量对用户的期望水平并没有显著影响，这或许意味着用户对医院微信公众号的信息质量的需求是更高的，而服务质量对期望确认不具有显著影响，服务质量符合较高层次的用户体验，相较于信息质量而言，服务质量并不是目前用户的主要需求。值得注意的是，本文中有关服务质量的结论与有些学者的研究结果[21]有一定出入。有些学者认为服务质量并没有对感知有用性产生显著影响，但服务质量会通过影响期望确认影响感知有用性。这一研究结果的不同可能是由于研究情境不同，有关学者的结论是基于学术微信公众号的背景，而本文有关服务质量的结论是基于医院微信公众号的背景。

3.2　现状偏差理论各维度与持续使用意愿的关系

研究结果显示，在有关现状偏差理论的相关假设中，假设 10（即过渡成本）得到验证，而假设 11（即沉没成本）不成立。这说明在用户使用医院微信公众号的过程中，维持现状偏好直接对用户是否继续使用产生影响，换言之，用户对切换平台这一选项，是存在风险规避心理的，从维持现状偏好角度来说，用户更倾向于维持现状，以免出现意外的风险或不必要的损失。而沉没成本之所以影响不显著，一方面可能是因为用户群体在权衡时间精力与信息服务时，认为个人更需要得到的是信息或服务，另一方面可能是由于用户群体偏年轻化，相对来说信息素养较高，不认为此前平台的使用消耗了较多的时间或精力。这一结论与有些学者的结论[22]略有不同，有些学者认为过渡成本、沉没成本正向影响惯性，进而影响用户的持续使用意愿。这可能是因为有关学者引入了惯性作为中介变量，而本文是将过渡成本、沉没成本作为直接变量进行分析。

3.3　感知有用性、期望确认、满意度与持续使用意愿的关系

在有关期望确认模型的相关假设中，所有假设均成立，充分证明了期望确认模型在研究医院这一具体情境下的新媒体平台用户使用意愿的适用性。在医院微信公众号的研究情境下可以发现，用户是否认为平台有用的直接影响了用户继续使用公众号的意愿；而用户会通过比较使用平台前的期望与使用平台后的感知判断是否满足了个人的期望，此期望确认则会通过用户的满意度直接影响用户的继续使用意愿。

4　运营建议

在“健康中国”战略持续深化的时代背景下，为提高医院微信公众号的用户黏性、提高医院微信公众号的媒体影响力，本文在研究结果的基础上提出以下几点建议。

4.1　加强信息审核，提高医院微信公众号信息质量

从用户需求的基本层次来说，用户关注微信公众号是为了获得对个人日常保健或就医流程有帮助的信息需求。实证分析结果显示，医院微信公众号信息质量会直接影响用户的期望确认度和感知有用性，继而影响用户的满意度和持续使用意愿。因此，医院微信公众号拟发表或发布的相关信息，应预先经过公众号管理团队的严密筛选与核查，确保信息质量，避免发生信任危机。

医院公众号管理团队可通过标准化的筛选流程对信息审核机制进行完善，如至少 2 位编辑作为推文的第三方审查编辑，他们对医院推文的信息质量进行人工筛选、核查，若 2 位编辑均认为推文信息质量达标，无明显信息纰漏，则为通过人工筛选核查，可以进行推文发布；若有任何一位编辑认为推文信息质量存在隐患，则为未通过人工筛选核查，需按相关修改意见修改后，再次递交人工信息审核，直至审核通过。

医院公众号管理团队应从信息的准确性、新颖性和全面性上优化具体的推文内容。

对医疗机构而言，信息的准确性必须是医院微信公众号推文不可或缺的部分。医院发布含有错误信息的推文，会影响用户对医院的专业水平或运营水平的认识，从而引发用户的信任危机。为了确保信息的准确性，医院公众号管理团队可以在标准化筛选流程中加大对内容审核的力度，主要围绕信息的科学性、文字的准确性等进行筛选与核查。

信息的新颖性要求相关推文的内容编辑具备对医疗护理和日常保健相关信息的敏锐感知，能够第一时间将与医疗护理和日常保健相关的时事热点信息发布到本院的医院微信公众号上，从而为关注该院微信公众号的用户提供最具新颖性的信息。因此，负责医院推文的内容编辑应时刻保持对医疗时事热点的关注度，从而更好地为用户提供具有新颖性的医疗相关信息。

信息的全面性要求医院公众号管理团队主动扩大推文内容的覆盖面。如医院微信公众号的信息除了本院的就医信息、服务信息、健康保健知识等，还应包括医疗行业相关的时事热点，如用户关注度较高的防疫政策相关信息等。

4.2　完善平台功能，提高医院微信公众号服务水平

从用户需求的层次性来看，当基础性的信息需求得到满足时，用户会对医院微信公众号的服务提

出更高要求。实证分析结果显示，医院微信公众号服务质量会直接影响用户的感知有用性，继而对用户的持续使用意愿产生影响。因此，医院微信公众号的运营管理应重视平台功能建设，优化医院微信公众号的服务水平。

在医院微信公众号建设初期，管理团队应首先了解目标群体的使用目的，观察目标用户的操作习惯，考虑使用群体的需求功能，并将用户的使用目的、操作习惯、需求功能作为搭建医院微信公众号的标准。只有将用户的使用目的、操作习惯、需求功能作为搭建标准，使医院微信公众号的用户界面适应大部分使用群体的操作习惯，才会让用户体验到使用的舒适性、友好性、满足性。在医院微信公众号建设的中后期，管理团队应根据医疗政策、市场的变化及时对一级菜单、二级菜单等公众号的功能模块进行更新迭代，确保功能模块与时俱进。

平台功能建设不仅要重视用户的使用界面，还要重视平台功能的易操作性。繁琐重复的功能设计不但会降低用户的感知有用性，而且会在一定程度上降低用户对医院微信公众号的满意度，继而影响到用户的持续使用意愿。除了重视用户使用界面和功能的易操作性外，用户的隐私需求是否被满足也是影响服务质量的重要组成部分。因此，管理团队必须保证用户的个人信息等隐私不被泄露、盗用及受到其他程度的侵犯。

4.3 深化主体关系，强化医院微信公众号用户维持现状偏好

互联网医疗的深化改革向传统医疗媒体的信息单向流动提出了挑战，微信公众号作为医院管理的新媒体力量进行了角色补位。传统医疗媒体与其用户之间几乎不存在即时互动性，信息的单向流动也存在时滞性。实证分析结果显示，医院微信公众号过渡成本会直接影响用户的持续使用意愿。因此，医院微信公众号应将用户体验作为工作重心之一，从传统医疗媒体以医院为主体的状态逐步切换为以用户为中心，从而提高用户的过渡成本，强化医院微信公众号用户的维持现状偏好。

医院微信公众号管理团队应提高用户的过渡成本、强化用户的维持现状偏好，就必须深化主体关系建设，从以医院为主、用户为客的主客关系转变为以医院和用户同时为主体中心的双主体关系。医院微信公众号管理团队应定期对用户体验进行问卷回访，问卷回访的形式可以线上线下相结合。为了提高用户对问卷回访的参与度，医院微信公众号管理团队可以在符合相关医疗政策的前提下，提供医疗相关的产品或服务作为活动激励奖。通过问卷回访，一方面能够使医院微信公众号管理团队直接真实地了解医院微信公众号的运营现状，另一方面也能让用户直接感受到医院以用户为中心的工作思想，在用户中树立“以人为本”的医院形象。

深化主体关系建设需要重视“以人为本”的医院形象建设，以及对用户需求的即时响应。由于医院微信公众号用户群体的重要组成部分是就医患者，设置在线客服团队十分必要。当就医患者在医院微信公众号提出的实时问题能够得到迅速回复并解决时，用户的感知有用性就会提升。

5 结语

本文基于现有的研究成果，对医院微信公众号的用户持续使用意愿影响因素进行了实证分析。然而在调研中难以做到完全随机化，存在调查对象主要集中于较为年轻的用户群体而未能覆盖全年龄层等不足之处，并且本文仅对部分路径进行了检验，今后的研究将纳入更多用户群体，并从链式中介入手研究多条路径的中介作用，从而使结果更全面严谨。

【参考文献】

[1] 阿如汗，邓朝华，张 韦. 我国三级甲等医院社交媒体应用现状分析[J]. 中华医院管理杂志，2018，34(8)：686-690.

[2] 王 梁. 医院微信公众号应用问题分析及对策[J]. 医学信息学杂志，2017，38(11)：64-66.

[3] 池频频，李馨予，吴淑云. 公立医院科普微信公众号运营策略与实践探究[J]. 中国继续医学教育，2021，13(25)：121-125.

[4] 吴惠娴，邹永利. 医院微信公众号用户使用行为的影响因素研究[J]. 情报探索，2019(9)：19-27.

[5] 何美幸. 医院微信公众号与用户互动影响因素研究：以“四川大学华西医院”微信公众号为例[J]. 新闻研究导刊，2018，9(22)：67-68.

[6] 魏奕星. 医院微信公众号用户满意度影响因素研究[D]. 武汉：华中科技大学，2019.

[7] Bhattacherjee A. An empirical analysis of the antecedents of

electronic commerce service continuance[J]. Decision Support Systems，2001，32(2)：201-214.
[8] 李　伊，刘人境. 基于元分析的移动医疗持续使用意愿影响因素[J]. 系统管理学报，2022，31(5)：893-909.
[9] 万立良，蒲　坤. 微信视频号用户持续使用意愿的影响因素探究[J]. 情报探索，2022(3)：10-18.
[10] Mclean D. Information systems success：the quest for the dependent variable[J]. Information Systems Research，1992，3(1)：60-95.
[11] 何建荣，吴松瑶. 高校图书馆微信用户接受和使用行为影响因素实证研究[J]. 图书馆研究，2018，48(5)：115-121.
[12] 刘佳静，匡　莉，潘　婕，等. 省级公共文化云微信用户持续使用意愿研究[J]. 图书馆杂志，2022，41(7)：47-57.
[13] Ng E H，Kwahk K Y. Examining the determinants of mobile internet service continuance：a customer relationship development perspective[J]. International Journal of Mobile Communications，2010，8(2)：210-229.
[14] Jmt A，Mjc B，Hht B，*et al*. Acceptance and resistance of telehealth：the perspective of dual-factor concepts in technology adoption[J]. International Journal of Information Management，2019，49：34-44.
[15] Samuelson W，Zeckhauser R. Status quo bias in decision making[J]. Journal of Risk & Uncertainty，1988，1(1)：7-59.
[16] Tam C，Oliveira T. Understanding mobile banking individual performance：the delone & mclean model and the moderating effects of individual culture[J]. Internet Research，1991，27(3)：538-562.
[17] 黄元豪. 预订类旅游 App 用户持续使用行为影响机制研究：以携程旅行为例[D]. 福州：福建农林大学，2019.
[18] 孙绍伟，甘春梅，宋常林. 基于 D&M 的图书馆微信公众号持续使用意愿研究[J]. 图书馆论坛，2017，37(1)：101-108.
[19] Polites G L，Karahanna E. Shackled to the status quo：the inhibiting effects of incumbent system habit，switching costs，and inertia on new system acceptance[J]. Mis Quarterly，2012，36(1)：21-42.
[20] Gong X，Zhang K，Chen C，*et al*. Transition from web to mobile payment services：the triple effects of status quo inertia[J]. International Journal of Information Management，2020，50：310-324.
[21] 谭春辉，易　亚，李　莉. 学术微信公众号用户持续使用意愿影响因素研究[J]. 现代情报，2021，41(1)：50-59，77.
[22] 朱娅茹，查先进，严亚兰. 用户体验和现状偏差视角下移动阅读 App 持续使用意愿影响因素研究[J]. 国家图书馆学刊，2020，29(6)：41-53.

[收稿日期：2022-10-11]
[本文编辑：黄思敏]

（上接第 33 页）

【参考文献】

[1] Pashler H，Wagenmakers E J. Editors' introduction to the special section on replicability in psychological science：a crisis of confidence[J]. Perspectives on Psychological Science，2012，7(6)：528-530.
[2] Baggerly K A，Coombes K R. Deriving chemosensitivity from cell lines：forensic bioinformatics and reproducible research in high-throughput biology[J]. Annals of Applied Statistics，2009，3(4)：1309-1334.
[3] Gilmore R O，Diaz M T，Wyble B A，*et al*. Progress toward openness，transparency，and reproducibility in cognitive neuroscience[J]. Annals of the New York Academy of Sciences，2017，1396(1)：5-18.
[4] Gibb B C. Reproducibility[J]. Nat Chem，2014，6(8)：653-654.
[5] Herndon T，Ash M，Pollin R. Does high public debt consistently stifle economic growthJ]. Cambridge Journal of Economics，2014，38(2)：257-279.
[6] Makel M C，Plucker J A. Facts are more important than novelty[J]. Educational Researcher，2014，43(6)：304-316.
[7] Baker M. Dutch agency launches first grants programme dedicated to replication[EB/OL]. [2022-09-10]. https://doi.org/10.1038/nature.2016.20287.
[8] In praise of replication studies and null results[J]. Nature，2020，578(7796)：489-490.
[9] Bishop D. Rein in the four horsemen of irreproducibility[J]. Nature，2019(7753)：568.
[10] NYU Division of Libraries，NYU Center for Data Science. Research Data Management and Reproducibility Librarian[EB/OL]. [2022-05-20]. https://osf.io/q2bk6/.
[11] Open Science Framework[EB/OL]. [2022-05-20]. https://guides.nyu.edu/data_management/osf.
[12] Steeves V. Reproducibility Librarianship[J]. Collaborative Librarianship，2017.
[13] Using Reprozip for reproducibility and library services [EB/OL]. [2022-05-20]. https://osf.io/preprints/lissa/5tm8d/.
[14] 沈　怡. 科研数据实践的实证研究对数据管理和共享的重要意义：个案回顾、反思与前瞻[J]. 图书情报知识，2018(4)：102-108.
[15] Bollen K，Cacioppo J T，Kaplan R M，*et al*. Social，Behavioral，and Economic Sciences Perspectives on Robust and Reliable Science[EB/OL]. [2022-05-20]. https://www.nsf.gov/sbe/AC_Materials/SBE_Robust_and_Reliable_Research_Report.pdf.
[16] What is Open Science[EB/OL]. [2022-05-20]. https://acsopenscience.org/what-is-open-science/.

[收稿日期：2022-09-13]
[本文编辑：黄思敏]