

AI时代背景下以社群为中心的商业模式构建方法研究

刘晓哲，何方，张曼如

北京工业职业技术学院，北京 100042

DOI:10.61369/ER.2025030033

摘要：随着人工智能技术从概念走向规模化应用，社会经济活动的底层逻辑正经历结构性重塑。传统以产品或平台为核心的商业模式，在追求规模效应的过程中，往往难以有效捕捉用户作为价值共创主体的个性化需求与情感连接。AI技术在带来效率革命的同时，也加剧了市场的动态复杂性，促使商业竞争范式从流量争夺转向关系深度与用户忠诚度的构建。在此背景下，具备高度凝聚力、信任机制与互动活力的社群，正崛起为价值创造的核心载体。本文系统探讨AI时代下以社群为中心的商业模式构建路径。通过评述国内外商业模式创新与社群运营研究现状，深入剖析了AI技术（包括大数据分析、自然语言处理、机器学习及推荐算法等）对社群洞察、互动、服务与价值转化的赋能机制。在此基础上，构建了一个包含“价值主张共创、价值网络重构、盈利模式创新、数据驱动迭代”四个维度的整合性框架，并详细阐述了各维度的实施路径与方法。最后，本文评估了该模式的经济与社会效益，特别分析了其对高校电子商务专业教学改革的启示，以期为理论创新与实践应用提供参考。

关键词：人工智能；社群经济；商业模式构建；价值共创；数据驱动

Research on the Construction Method of Community-Centered Business Models in the Context of the AI Era

Liu Xiaozhe, He Fang, Zhang Manru

Beijing Polytechnic College, Beijing 100042

Abstract : With the widespread application of artificial intelligence (AI) technologies, the underlying logic of socio-economic activities is undergoing a fundamental transformation. Traditional product-centric or platform-centric business models, while focusing on economies of scale, often fail to adequately address the personalized needs and emotional connections of users as co-creators of value. While bringing an efficiency revolution, AI technologies also intensify market volatility and complexity, shifting the competitive paradigm from traffic acquisition to building deep relationships and user loyalty. In this context, communities, characterized by strong cohesion, trust mechanisms, and interactive vitality, are emerging as central arenas for value creation. This paper systematically explores the construction pathways for community-centric business models in the AI era. By reviewing current research on business model innovation and community operations, it analyzes the enabling mechanisms of AI technologies (including big data analytics, natural language processing, machine learning, and recommendation algorithms) in empowering community insights, interactions, services, and value conversion. The core contribution is an integrated framework comprising four dimensions: value proposition co-creation, value network reconfiguration, profit model innovation, and data-driven iteration, with detailed implementation methods for each dimension. Finally, the paper evaluates the model's economic and social benefits, particularly its implications for teaching reform in e-commerce education, aiming to provide insights for both theoretical advancement and practical application.

Keywords : artificial intelligence; community economy; business model construction; value co-creation; data-driven

引言

我们正处于一个由通用人工智能技术驱动的新商业文明萌芽期。技术变革不再局限于效率提升，而是深刻解构并重构着价值创造的基本单元与组织形态。传统的线性价值链思维难以适应高度不确定的市场环境，商业活动的核心逐渐从“交易”转向“关系”，从“规模”转向“专属”。社群作为一种基于共同价值观、兴趣或目标的社会聚合体，凭借其内在的信任资本、网络效应和共创潜力，成为应

基金项目：2025北京工业职业技术学院科研课题，编号：BGY2025KY-34

作者简介：刘晓哲（1957.07—），男，汉族，内蒙古呼伦贝尔人，硕士，副教授，研究企业管理。

对这一变革的关键组织范式。然而，将社群置于商业模式的中心，面临着规模化与个性化、效率与温度、控制与自治等诸多固有矛盾。人工智能技术的成熟，为解决这些矛盾提供了全新的可能性。AI不仅是通过算法优化单一环节的工具，更是重塑整个商业系统运行规则的赋能者。它使得企业能够以较低成本实现与海量社群成员的深度、高频、个性化互动，将社群从一种辅助性的营销手段提升为商业模式的基石。近年来，学界与业界均已认识到这一趋势。孟韬等（2022）指出，社群已成为数字经济时代企业获取竞争优势的关键战略资源^[1]。肖红军等（2021）则强调了人机协同如何在企业社会责任实践中重构利益相关者关系，这为理解AI在复杂社会网络（如社群）中的作用提供了启示^[2]。然而，现有研究大多侧重于策略层面或技术应用层面，缺乏一个系统性的框架来指导企业如何从头构建或转型至以AI和社群为核心驱动力的新型商业模式。因此，本研究旨在弥补这一缺口。本文重点回答的核心问题是：在AI时代，企业应遵循怎样的系统化路径与方法，构建一个以社群为中心的、可持续且具有竞争力的商业模式？本研究将整合前沿理论与企业最佳实践，构建一个具有可操作性的框架，为企业在AI时代战略转型提供理论依据与实践指南。

一、文献综述与研究现状述评

（一）国内研究现状

国内研究近年来紧密跟随产业实践，呈现出鲜明的时代特色。随着平台经济、共享经济等模式的深化，学者们开始从更深层次解构商业逻辑。江积海与李芳（2022）对商业模式创新的前因后果进行了系统综述，指出价值共创和数字化是推动创新的核心动力，这为本研究将“共创”与“AI数字化”结合提供了理论支撑^[3]。在社群研究方面，刘洋等（2021）深入探讨了在线品牌社群中用户参与价值共创的内在动机与影响机制，揭示了情感连接和社会认同在社群运营中的重要性^[4]。魏江与刘洋（2020）则从知识创造视角分析了创新社群的运行机制，强调了社群作为知识溢出和创新源泉的价值^[5]。在AI与商业模式的交叉领域，陈剑等（2020）系统地探讨了数字经济时代的商业模式创新，分析了大数据、AI等如何催生新的商业逻辑^[6]。而孙新波等（2023）则关注数据赋能，研究了数据驱动如何重塑制造企业的商业模式，其方法论对于理解AI在社群商业模式中的数据驱动迭代维度具有重要参考价值^[7]。

（二）国外研究现状

国外研究在理论基础和研究范式上快速向AI前沿延伸。商业模式画布（Osterwalder & Pigneur, 2010）作为经典工具，其静态性在动态环境下面临挑战。动态能力理论（Teece, 2007）在AI时代被赋予了新的内涵，强调企业利用AI感知、捕捉和重构资源的能力。在社群研究方面，Beyond the《Crossing the Chasm》中提到的早期使用者社群，学者们开始关注如何利用AI进行精细化的社群健康度诊断、成员生命周期预测以及个性化互动。一个显著的趋势是技术驱动的研究范式日益成熟。例如，利用自然语言处理技术分析社群讨论内容以洞察用户情感和需求趋势，利用复杂网络分析识别社群中的关键意见领袖和社群结构，利用强化学习算法优化社群激励策略等。这些研究为本框架中“数据驱动迭代”维度提供了坚实的技术方法论基础。

（三）研究述评与本文切入点

综上所述，国内外研究已充分认识到社群的价值和AI的赋能

潜力，但仍存在以下不足：一是整合性不足：多数研究或聚焦于商业模式理论，或聚焦于社群运营，或聚焦于AI技术应用，缺乏将三者深度融合的系统性构建框架。二是动态性欠缺：现有框架大多呈现静态结构，未能充分体现AI驱动下商业模式的“自我演化”和“持续迭代”的动态特征。三是路径模糊：对于企业如何具体实施转型，缺乏清晰的阶段划分、关键任务和可操作的方法指引。因此，本研究的切入点在于：构建一个整合性的、动态演化的、具备可操作路径的“AI赋能型社群商业模式”框架，以弥补现有研究的不足。

二、AI技术对社群商业模式的赋能机制

AI技术对社群商业模式的赋能，体现在其对传统运营痛点的系统性解决上，具体机制如下：

1. 超细分洞察与精准价值锚定传统用户画像依赖静态的人口属性和有限的消费数据，颗粒度粗、滞后性强。AI技术，特别是机器学习算法，能够融合分析用户在社群内外的多源异构数据（如浏览路径、互动频次、内容偏好、社交关系网络等），实现实时、动态、多维度的用户超细分。这使得企业能够从理解“一类人”跃迁到理解“一个人”，为精准的价值主张设计和个性化服务提供可能。例如，通过聚类分析发现社群中尚未被满足的隐性需求小群体。

2. 智能化互动与沉浸式体验营造AI极大提升了社群互动的规模、效率和温度。智能客服与聊天机器人可处理大部分常规咨询，释放人力处理复杂情感沟通。AIGC技术能辅助甚至自动生成高质量的个性化内容（如专属活动通知、知识总结），保持社群活跃度。推荐系统则能实现“千人千面”的信息与商品推送，减少信息过载，提升成员参与感和满意度。虚拟数字人甚至可以作为社群助理，提供24/7的陪伴和引导。

3. 自动化运营与效率革命AI将社群运营者从大量重复性、规则性工作中解放出来。自动化内容审核能有效识别和管理违规信息，维护社群氛围。预测性运营模型可以基于成员行为数据预测其流失风险，并自动触发干预措施（如推送专属优惠或关怀内

容)。AI还能自动化完成活动报名、积分统计、权益发放等流程，显著降低运营成本，使团队能聚焦于战略性和创造性工作。

4. 数据驱动决策与模式动态演化这是AI带来的最深刻变革。通过构建数据闭环，AI能够持续监控商业模式的关键绩效指标(如成员留存率、价值共创贡献度、客户生命周期价值等)，并利用A/B测试、因果推断等数据分析方法，快速验证关于产品、运营或激励策略的新假设。这使得商业模式不再是静态的蓝图，而是一个能够根据市场反馈和社群状态不断自我学习、自我优化、自我演化的“活”的系统。

三、AI时代以社群为中心的商业模式构建框架与方法

基于上述赋能机制，本文构建如下“AI赋能型社群商业模式”框架，包含四个相互关联、动态循环的维度：

1. 价值主张共创：从“企业定义”到“社群涌现”。核心是让价值主张从社群的互动与数据中“生长”出来。构建方法：一是AI驱动的需求挖掘：利用自然语言处理、文本挖掘等技术，分析社群讨论、反馈和建议，自动识别共性痛点和创新机会点。二是共创工作坊与众包设计：基于AI挖掘的洞察，组织线上线下协同设计工作坊，利用数字化工具让成员参与产品、服务甚至商业模式的设计。三是模块化与动态价值包：提供可组合的、模块化的价值要素(如基础功能、高级服务、专属活动)，允许成员根据自身需求进行个性化定制和订阅。

2. 价值网络重构：从“链式传递”到“生态协同”。商业模式的价值网络演变为以社群为核心、多方主体共生的生态系统。构建方法：一是关键节点识别与赋能：运用社交网络分析技术，精准定位社群中的意见领袖、超级连接者和高价值贡献者，并通过AI算法设计差异化的激励和赋能工具，激发其网络效应。二是API经济与平台化开放：构建开放的平台接口，吸引第三方开发者、内容创作者、服务提供商入驻，丰富社群的价值供给，形成生态合力。三是智能合约与透明治理：探索利用区块链和智能合约技术，建立透明、可信、自动执行的贡献记录与价值分配规则，保障生态公平。

3. 盈利模式创新：从“交易收入”到“价值共享”。盈利模式深度绑定社群成员共同创造的价值。构建方法：一是深化会员制与订阅制：利用AI进行精准的用户分层和需求预测，设计多层次、高粘性的会员权益体系，实现持续收入。二是C2B反向定制与价值溢价：聚合社群成员的个性化需求，通过AI匹配供应链资源，实现规模化定制，并获取定制化溢价。三是社群数字资产货币化：将社群产生的数据、内容、品牌影响力等数字化资产，通过数据产品、知识付费、品牌授权等方式进行价值变现。

4. 数据驱动迭代：从“经验决策”到“算法优化”。将数据驱动作为商业模式的核心运行机制。构建方法：一是构建社群数据中台：整合内外部数据源，形成统一的、可复用的社群数据资

产，为AI分析提供基础。二是定义核心指标与预警体系：确立衡量商业模式健康度的指标，并设置自动化预警机制。建立“感知-决策-反馈”闭环；三是利用AI实时感知社群状态和市场变化，自动或辅助生成决策建议，并通过A/B测试等方式快速验证效果，形成持续优化的闭环。

四、经济效益与社会效益分析

(一) 经济效益

提升盈利效率：通过自动化降低运营成本，通过精准化提升转化率与客单价，通过会员制获得稳定现金流。构筑竞争壁垒：高粘性的社群关系和独特的社群数据资产形成强大的网络效应和转换成本，难以被复制。驱动产业创新：为传统产业提供数字化转型新路径，通过直接连接用户社群，倒逼供应链柔性化、产品服务化创新。

(二) 社会效益

促进社会资本积累：重建数字化时代的信任与社会连接，缓解社会疏离感。激发微观主体活力：为个体和小微企业提供低成本创新创业的平台和机会。推动包容性增长：AI赋能使得服务可以更精准地触达并满足弱势群体的特殊需求。

五、对高校电子商务专业教学实践的启示

本研究对高校电子商务人才培养具有直接的参考意义。李琪和王奕森(2021)曾系统论述了数字经济背景下新商科的建设路径，强调交叉融合与实践创新^[8]。本框架正为此提供了具体落脚点。一是推动课程体系重构：亟需开设或强化如《智能社群运营》《数据驱动的商业模式设计》《AI营销与用户洞察》等课程，将AI工具应用、社群动力学、数据科学融入教学核心。二是深化产教融合模式：可与采纳该模式的企业共建实验室或实践基地，让学生在以真实项目为载体的“干中学”中，掌握从用户洞察、社群搭建到数据迭代的全流程能力。三是升级实践教学平台：建设“智能社群商业模拟实验室”，配备数据爬取、AI分析、用户行为追踪等软件工具，为学生提供低成本试错、快速迭代的实践环境。四是重塑师资能力结构：鼓励教师参与前沿企业实践，将最新案例与研究反哺教学，培养兼具理论深度与实践广度的“双师型”教师队伍。

六、结论与展望

本文构建的“AI赋能型社群商业模式”框架，系统地回答了如何在AI时代构建以社群为中心的商业系统这一问题。该框架强调价值共创、生态协同、价值共享和数据驱动四大维度的有机统一与动态循环。展望未来，该领域的研究与实践仍面临诸多挑

战与机遇。首先，数据隐私与算法伦理问题将愈发突出，需要在商业价值与用户权益之间寻求平衡。其次，社群治理的复杂性与自动化是一个重要方向，如何结合 DAO 等去中心化治理理念与 AI 技术，实现更高效、公平的社群自治值得探索。最后，该框架在特定行业（如乡村振兴、银发经济、文化创意）的应用与验证

将是未来研究的重点，以期形成更具行业特色的构建方法论。总之，以社群为中心、以 AI 为引擎的商业模式，不仅是企业应对不确定未来的战略选择，更是推动数字经济向更具包容性和可持续性方向发展的有益探索。

参考文献

- [1] 孟韬, 张倩丝. 社群经济视角下企业价值共创机理研究 [J]. 管理学报, 2022, 19(1): 12–22.
- [2] 肖红军, 阳镇. 人机协同如何影响企业社会责任? —— 基于利益相关者沟通的视角 [J]. 管理世界, 2021, 37(11): 140–158.
- [3] 江积海, 李芳. 商业模式创新前因后果的研究综述与框架构建 [J]. 外国经济与管理, 2022, 44(3): 3–21.
- [4] 刘洋, 董晓松, 李蔚. 在线品牌社群用户参与价值共创的动机与影响机制研究 [J]. 管理工程学报, 2021, 35(4): 89–101.
- [5] 魏江, 刘洋. 创新社群的知识创造机理: 基于知识溢出的视角 [J]. 科学学研究, 2020, 38(5): 870–879.
- [6] 陈剑, 黄溯, 刘运辉. 从赋能到使能——数字经济环境中的企业生存之道 [J]. 管理世界, 2020, 36(2): 117–128.
- [7] 孙新波, 张明超, 李金柱. 数据赋能驱动制造业企业商业模式创新研究 [J]. 科学学与科学技术管理, 2023, 44(1): 68–86.
- [8] 李琪, 王奕森. 数字经济时代新商科建设的内涵、路径与展望 [J]. 中国大学教学, 2021, (11): 16–22.