

学校编码: 10384

密级 \_\_\_\_\_

学号: 10520081153141

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

专业新闻博客与微博影响力研究

Research on the Influence of the Professional News Blog  
and Micro-blog

王维丽

指导教师姓名: 王虹教授

专业名称: 新闻学

论文提交日期: 2010年5月

论文答辩日期: 2010年5月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评阅人: \_\_\_\_\_

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月

## 摘要

目前在中国,作为自媒体时代来临的代表,博客的发展正走向成熟,微博更是方兴未艾。博客和微博巨大的影响力已经渗透进了社会生活的方方面面,新闻博客作为诸多博客的一种应运而生。新闻博客中的专业新闻博客和微博正在影响着传统媒体的环境和议程,同时也必然成为将来网络新闻传播的主力军和推动力之一,成为代表着传统新闻媒体和新媒体互惠和双赢的象征。但是相较之下,各种对博客和微博的排名和博客价值进行测评的评价方法却显得差强人意,以往的研究和报告也大多针对新闻博客或者微博的传播特性进行分析,或者着眼于个人新闻博客的突出作用,传统新闻媒体的应对策略等等,而没有以专业新闻博客和微博为研究对象的文章,尤其是通过指标体系来分析专业新闻博客和微博的影响力的研究。因此对于专业新闻博客和微博影响力和推广营销策略的研究有着相当大的理论意义和现实意义。

因此,为弥补以往研究的不足,本研究对专业新闻博客和微博的概念进行了界定,以关系传播理论为理论基础,在借鉴国内外类似研究的方法和经验基础上,试图构建一个能够在一定程度上测度专业新闻博客和微博影响力的指标体系,并选择《三联生活周刊》、《中国新闻周刊》和《新周刊》这三个典型的知名新闻周刊在新浪上的博客和微博为研究对象进行实证研究,通过数据计算对比分析三个知名新闻周刊之间影响力的大小关系。分析结果表明,整体上来看,三个博客和微博在各个指标方面各具优势。具体来看,《新周刊》新浪博客与搜索引擎友好度最高。从博客生态圈影响力这个指标来看,《三联生活周刊》新浪博客在访问量和关注人气方面占据优势,《中国新闻周刊》新浪博客在博文平均阅读量、评论量和转载量方面表现不俗,《新周刊》新浪博客在访问量、关注人气、每篇博文的平均阅读、评论、逆向链接量上都表现不错,居于其他两者之间,而且平均转载量非常高。从对网络新闻影响来看,《中国新闻周刊》新浪博客上的新闻在百度新闻中曝光率最高。对于微博影响力来说,《新周刊》新浪微博客在信息含量和时效性方面都表现优秀,在搜索引擎中表现也更加突出。从微博生态圈影响力来看,三个微博在博文的内容上各有千秋,针对和吸引的目标人群有所差别。其中《新周刊》新浪微博所走的“亲民”路线赢得了大批的粉丝和转发、评论量。最后,本文基于评价结果就如何提高专业新闻博客和微博影响力提出一些策略和

建议以供应商，包括团队协作、制定规则、充实内容、赢得信任、加大推广、整合资源、评估效果、交流反馈和危机预案。

**关键词：** 新闻博客 新闻微博 影响力 指标分析 关系传播

厦门大学博硕士论文摘要库

## Abstract

Currently in China, as a representative of the self-media era, the development of the blog is growing to mature, and the micro-blog has just been unfolding. The great influence of blog and micro-blog has made impact on every aspect of social life; hence news blog came into being as one kind of those blogs. The professional news blog and micro-blog are influencing the environment and agenda of traditional media, and will inevitably become the main force of the network news media and reciprocity and win-win symbol of the traditional news media and new media. But all the assessment of the ranking of blogs and micro-blogs and evaluation on the value of blogs are unsatisfactory. The previous studies and reports were mostly analysis of propagation characteristics of news blog and micro-blog, or focus on the prominent role of individual news blogs, or the counter-measures of traditional media and so on instead of focusing on professional news blogs and micro-blogs, particularly using the index system to analyze the influence of the news blog and micro-blog articles can't be founded. So studying on the influence and marketing strategy of the professional news blog and micro-blog is of considerable theoretical and practical significance.

Therefore, to make up for the insufficiencies of previous studies, the article, based on Relations Communication Theory as the theoretical basis and using the methods and experiences of similar studies from home and abroad for reference, defines the concept of professional news blog and micro-blog and tries to build up an index system which can measure the influence of professional news blog and micro-blog to some extent. Then the article carries on an empirical research study of the blogs and micro-blogs of the three famous weekly publication--- "Life Week", "China News Weekly" and "News Weekly" posted on Sina as study samples. The author then analyzes and compares the influence power of the three leading weekly publication after the calculation of the data. The result shows that overall, the three blogs and micro-blogs have their own competitive advantage in terms of all indicators.

Specifically, the "New Weekly" Sina blog with its search engine has the highest degree of friendliness. As far as the blog's influence in ecosystem is concerned, "Life Week" Sina blog dominates in visits and popularity. "China News Weekly," Sina blog shows its advantages in the average amount of readers, notes and comments. Ranking between the other two blogs, "New Weekly" Sina blog has its advantages in visits, popularity, the average amount of reading, comments and reverse links. In addition, its average amount of reprint is also very great. In terms of the impact on network news, the news on the "China News Weekly" Sina blog has the highest exposure in Baidu news. In terms of the influence of micro-blogs, the "New Weekly" Sina micro-blog has shown its advantages in information content and timeliness, and it has become prominent in the search engines. As far as the influence in the micro-blog ecosystem is concerned, all the three micro-blogs have their own characteristics, showing differences in different target groups. The "New Weekly" Sina micro-blog wins a large number of fans and a great amount of reprint and reviews by taking the "people-centered" way.

Finally, this article offers some strategies and suggestions about how to improve the influence of professional news blog and micro-blog for consideration, which including teamwork, rules formulation, content-filling, trust winning and the increase of promotion, integration of resources, assessment, communication and crisis plans.

**Keywords:** News Blog; News Micro-blog; Index Analysis; Relationship Communication

# 目 录

摘 要.....	I
Abstract.....	III
<b>第一章 绪论 .....</b>	<b>1</b>
1.1 研究背景、目的与意义 .....	1
1.2 文献综述 .....	3
1.2.1 国外相关研究.....	3
1.2.2 国内相关研究.....	7
1.2.3 小结.....	11
<b>第二章 研究方法、理论基础以及相关概念的阐释.....</b>	<b>13</b>
2.1 研究方法 .....	13
2.1.1 测评指标的选择.....	13
2.1.2 研究框架.....	15
2.2 理论基础 .....	16
2.3 相关概念阐释 .....	18
2.3.1 博客与微博的界定、特点和现状.....	18
2.3.2 专业新闻博客与微博.....	26
2.3.3 专业新闻博客与微博影响力的表现和重要性.....	26
<b>第三章 专业新闻博客与微博影响力实证分析.....</b>	<b>28</b>
3.1 日志质量 .....	28
3.2 搜索引擎友好度 .....	31
3.3 在博客生态圈内的影响 .....	35
3.4 对网络新闻的影响 .....	39
<b>第四章 专业新闻博客和微博影响力最大化策略探究.....</b>	<b>41</b>
4.1 团队协作 .....	41
4.2 制定规则 .....	41



4.3 充实内容 .....	42
4.4 赢得信任 .....	43
4.5 加大推广 .....	44
4.6 整合资源 .....	46
4.7 评估效果 .....	47
4.8 交流反馈 .....	47
4.9 危机预案 .....	48
<b>第五章 结论 .....</b>	<b>49</b>
5.1 专业新闻博客和微博影响力研究结果 .....	49
5.2 研究的局限性 .....	52
<b>参 考 文 献 .....</b>	<b>53</b>
<b>致 谢.....</b>	<b>55</b>

---

## Contents

<b>Abstract in Chinese</b> .....	<b>I</b>
<b>Abstract in English</b> .....	<b>III</b>
<b>Chapter 1 Perface</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Research Background, Objective and Significance</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Literature Review</b> .....	<b>3</b>
1.2.2 Research Abroad .....	3
1.2.2 Domestic Research .....	7
1.2.3 Conclusion.....	11
<b>Chapter 2 Research Methods and Theory Basis</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1 Research Methods</b> .....	<b>13</b>
2.1.1 The Selection of Assessment Index .....	13
2.1.2 Research Frame .....	15
<b>2.2 Theory Basis</b> .....	<b>16</b>
<b>2.3 Explanation of Relevant Concepts</b> .....	<b>18</b>
2.3.1 Definition, Characteristics and Current Status of Blogs and Micro-blogs·	18
2.3.2 The Professional News Blogs and Micro-blogs .....	26
2.3.3 The Influence and Importance of Professional News Blogs and Micro-blogs.....	26
<b>Chapter 3 Case Studies of the Influence of Professional News Blogs and Micro-blogs</b> .....	<b>28</b>
<b>3.1 The Quality of Blog Articles</b> .....	<b>28</b>

3.2 User-friendliness of Search Engines.....	31
3.3 Influence in the Micro-blog Ecosystem.....	35
3.4 Impact on Network News.....	39
<b>Chapter 4 Explorition on Strategies of Maximizing the Influence of Professional News Blogs and Micro-blogs .....</b>	<b>41</b>
4.1 Teamwork.....	41
4.2 Rules Making.....	41
4.3 Content Enriching.....	42
4.4 Trust Winning.....	43
4.5 Promotion Enhancement.....	44
4.6 Resources Integration.....	46
4.7 Assessment.....	47
4.8 Communication and Feedback.....	47
4.9 Crisis Response Planning.....	48
<b>Chapter 5 Conclusion .....</b>	<b>49</b>
5.1 Conclusion on the Influence of Professional News Blogs and Micro-blogs	49
5.2 Limitations of the Present Research .....	52
<b>References .....</b>	<b>53</b>
<b>Acknowledgements .....</b>	<b>55</b>

---

# 第一章 绪论

## 1.1 研究背景、目的与意义

1998 年的德拉吉报道让世界第一次真正感受到了博客的力量；2001 年的“9·11”事件使得博客为越来越多的人所熟知，博客队伍迅速壮大；据 Blogpulse.com 统计，2010 年底，全球博客总数达到了惊人的 146628599 个。从 2005 年博客在中国迅速兴起，截至 2009 年 6 月底，我国拥有个人博客或个人空间的规模已经达到 1.81 亿人，博客空间的规模已经超过三亿，年增长率高达 87%。如果 2005 年被称为中国的博客元年，那么 2010 年就是当之无愧的微博发展元年。作为一种新兴的传播载体，微博以其势如破竹的气势席卷了整个中国。它成了最时髦的互联网身份证。人人都能发言，人人的发言都有人在听。在微博上，一呼百应，一帖百评，一帖千转，信息呈裂变式传播<sup>①</sup>。一种传播媒体普及到 5000 万人，收音机用了 38 年，电视用了 13 年，互联网用了 4 年，而微博只用了 14 个月。截至 2010 年 10 月，中国微博服务的访问用户规模已达 12521.7 万人，活跃注册账户数突破 6500 万个<sup>②</sup>。博客和微博的影响力已经渗透进了生活的各个角落，并且衍生出了很多种类，比如新闻博客、财经博客、政治博客、艺人博客、体育博客、教育博客等等，它们在不同的领域发挥着其独有的巨大的影响力。

博客和微博巨大的影响力也赢得了众多传统媒体和专业人士的青睐。几乎所有的美国主流媒体都给予 Blog 特别的关注和极高的期望与赞誉。美国最著名的独立网上杂志《沙龙》在其评论《用好 Blog》中指出：Blog 的未来并不在于是否把《纽约时报》拉下马来，它的未来在于使自己成为一种发掘网络无限链接能量的力量。忽略这样一种力量，也许会是一个错误<sup>③</sup>。据统计，在中国，新

---

<sup>①</sup> 新周刊新浪博客.《围观改变中国》[OL].[http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_490075660100n2n0.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_490075660100n2n0.html)

<sup>②</sup> 《2010 中国微博年度报告》[R].上海交通大学舆情研究实验室.

<sup>③</sup> 方兴东、孙坚华. Blog: 个人日记挑战传媒巨头[OL].  
<http://tech.sina.com.cn/i/w/2002-09-05/1910136945.shtml>

浪媒体群博客成员有 560 个之多；截至 2010 年 12 月 24 日，仅在新浪微博上开设微博并被列为重要级别的传统媒体相关人士就有 5886 人<sup>①</sup>。

在众多传统媒体的博客和微博之中，新闻博客已经显示出了对传统新闻网站强大的冲击力量。其中，以及时准确的新闻报道和深入挖掘新闻内容为目标的专业新闻媒体开设的专业新闻博客和微博无疑非常值得关注。著名博客金·罗曼斯科（Jim Romensesko）认为，Blog 使得新闻工作者脱掉外套，更轻便地展现新闻机构轻松的一面。他认为，在 Blog 网站中，Blogger 的个性，扮演着最重要的角色，因为这决定着读者与他互动的紧密程度<sup>②</sup>。传统新闻媒体除了在自己的网站主页上设置了官方博客的链接之外，还专门在知名门户网站博客群开设了博客空间和微博。众多传统新闻媒体利用博客和微博，尤其是微博这种快速的新闻传播渠道，通过发布新闻作品的内容摘要、关键词、产品推广信息以及重要新闻链接和概要，及时对自己的新闻内容进行推广发布，吸引博客和微博用户点击有关资讯内容，实现深度阅读，提升新闻的舆论影响力<sup>③</sup>。这样一来，自身新闻品牌的知名度和门户网站博客微博平台的强势推动力相互叠加，再加上博客和微博自身的传播优势，使得新闻报道的传播范围传播效果无限放大，专业新闻博客的影响力也就远远超过其他个人新闻博客和微博的影响力。

目前在中国，作为自媒体时代来临的代表，博客的发展正走向成熟，微博也是方兴未艾，专业新闻博客和微博在将来必然成为网络新闻传播的主力军和推动力之一。但是，关于知名门户网站上的专业新闻博客和微博的影响力究竟体现在哪些方面，如何进行较为有效和系统的评价，在正确地评估了专业新闻博客和微博的影响力之后，应该在哪些方面进行改进，以使得专业新闻博客和微博影响力最大化等等，这些都是专业新闻媒体和各方所关心的问题，但还没有得到明确和有效的解释。虽然对博客的排名和博客价值进行测评的各种网站已经产生，但由于选取指标不同，评价方法缺乏系统性等原因，评价结果显得差强人意。同时，很多博客排行榜仅仅以点击量或者粉丝数作为博客价值测评的主要甚至唯一指标，这显然是片面的和缺乏科学性的。新浪在这方面有所进

---

<sup>①</sup> 《2010 中国微博年度报告》[R].上海交通大学舆情研究实验室.

<sup>②</sup> 方兴东、孙坚华.Blog: 个人日记挑战传媒巨头[OL].

<http://tech.sina.com.cn/i/w/2002-09-05/1910136945.shtml>

<sup>③</sup> 吕幸福. 微博客的新闻传播特征分析——以新浪微博为例[J]. 今传媒. 2010 年 8 月.71 页.

步，它认为微博的影响力不仅仅是“粉丝数”就能决定的，它还涉及到很多的维度和角度，比如粉丝的价值，粉丝之间的联系，发言的被转发、被评论的情况等，都会影响到价值。因此新浪推出了自己的“微博价值查询”系统，试图通过“价格”的方式来体现价值。在这个系统里，一个用户身边“有影响力的粉丝”数和微博被“有影响力”的人转载，是非常重要的指标，其次是活跃度，粉丝数量等等，为测评微博影响力提供了一定的参考<sup>①</sup>。以往的研究和报告也大多针对新闻博客或者微博的传播特性进行分析，或者着眼于个人新闻博客的突出作用，传统新闻媒体的应对策略等等，而没有以专业新闻博客和微博为研究对象的文章，尤其是通过指标体系来分析专业新闻博客和微博的影响力的研究。

据中国新闻研究中心中国内地报刊杂志影响力公信力调查报告显示，中国最具影响力的新闻类杂志是《三联生活周刊》；最具公信力的新闻类杂志是《中国新闻周刊》；最具成长力的新闻类杂志是《新周刊》。因此，本文决定选择这三个典型的知名新闻周刊在新浪上的博客和微博为研究对象进行实证研究，希望能够在一定程度上构建专业新闻博客和微博影响力评价指标体系，并通过数据计算对比分析三个知名新闻周刊之间影响力的大小关系，同时基于评价结果就如何提高专业新闻博客和微博影响力提出一些策略和建议，以供商榷。

## 1.2 文献综述

### 1.2.1 国外相关研究

关于博客影响力的测度方法，很多学者都做过相关研究。多伦多大学的 Alvin Chin 和 Mark Chignell（2006）用结构分析方法研究了博客中存在的群体效应，衡量了一系列群体的种类和连接强度，从心理学和社会学的角度阐述了群体如何产生和发挥功能，并说明了如何用这些分析来做个案研究。文章还介绍了 SNA（Social Network Analysis）即社会网络分析法的相关内容。来自华盛顿大学传播学系的 Kathy E.Gill（2006）首先分析了测度博客空间对公共舆论和大众媒体的影响力的方法。作者认为，博客是通过激发专业记者写作博客，以及改变故事叙事方式和新闻议程设置的方式对传统媒体产生影响的，但是通过

<sup>①</sup> 新浪微博价值测试[OL].<http://tworth.n87.net/about/>.

数学方法来对全球范围内的博客的影响力进行测量是极其困难的。因此，文章通过列举几大事件借助博客这个平台而引起传统媒体的关注的案例，针对博客点击量和博客与政治新闻网站的整合发表了评论。其次，作者对以往的测评某一博客对博客圈内部的影响力的方法提出了质疑。之后，作者对比了 Blogosphere, BlogRunner, BlogStreet 和 Technorati 这四家博客网站对自身博客空间影响力的测评方法，然后对明显具有强大影响力的博客进行了共同点分析，认为它们基本都是由掌握高超写作技巧的专业人士（法律业和新闻界）所写。总体而言，在对外影响方面，博客的影响力可通过读者接触度、媒体接受度和政治必要性来定量地测度，但是具有一定局限性<sup>①</sup>。Stan Schroeder 在《衡量博客成功的 6 个方法》一文中根据当前一些博客影响力网站，提供了如何提高博客影响力的方法，即：日志被阅读的次数；日志在某个博客搜索引擎上出现的次数；博客的订阅数；Alexa 排名；关注度；Technorati 权威度。

一些关于新闻和博客之间的关系以及新闻博客自身的研究很具有探索性和借鉴意义。Namrata Godbole, Manjunath Srinivasaiah 和 Steven Skiena (2007) 认为新闻报纸和博客在报道新近发生的事件的时候都描述了新闻实体的相关内容（人物、地点、事件），因此他们提出了大规模意见分析系统，该系统通过将各种各样的意见进行识别、分类、打分，最后评估打分技术显著性。最后作者们提出：通过意见分析系统，可以分析出意见的人口分布特征，以及新闻资源和地理位置的分布特征，还可以根据对意见的分析在一定程度上预测将来的人口和市场行为变化。Brian Ulicny, Ken Baclawski (2007) 认为博客空间是一个可以洞察针对重大世界性和地域性事件的态度无价资源。然而，由于博客的短篇幅、高引用度、隐蔽性，以及生命周期较短等原因，当话题相关性、及时性、具体性和可靠性等等传统的方法被应用到博客上的时候都变得不够精确。信息源、信息内容和信息接受者三个方面都与新闻博客的可靠性有关，因此仅仅通过博客页面逆向链接量来评估可靠性显然过于片面，而且博客的可靠性和影响力并不是成正比的。作者们围绕着某一话题进行了问卷调查和数据整理分析，并从一些文本特征（语句数量、关键字数量、阅读水平）的角度将可靠博客和

---

<sup>①</sup> Kathy E. Gill. 2006. Blogging, RSS and the Information Landscape: A Look At Online News[J]. Department of Communication University of Washington.

普通博客进行区分。其中如全名使用情况、群聚性、博文评论、超链接引用等特征在区分可靠性方面尤其起着重要的作用<sup>①</sup>。Robert MacDougall (2005) 分析了新闻博客的几个结构特征，并讨论了博客所具有的个人、社会和政治层面上的意义。作者认为，作为一种新的新闻媒体，新闻博客会继续担任人们日常生活的重要部分的角色并创造出强烈的社区意识，因为它通过选择政治和社会群组的方式为人们提供了和其他类似的人相接触的渠道。Lun-Wei Ku, Yu-Ting Liang 和 Hsin-Hsi Chen (2006) 事先设定了观点提取、摘要和追踪的运算法则，并以不同语言的资料为试验样本进行了分析和对比。作者认为新闻和博文的性质是不同的。相对于博文来说，新闻文章词汇量更加丰富，这使得新闻文章相关语句检索困难，但与此同时也有利于决定观点之间的分歧<sup>②</sup>。

与微博的作用和微博网站的新闻价值相关的课题也引起了学者的关注。Martin Ebner, Mandy Schiefner (2008) 建立了一个网上社区，并通过在线问卷调查来探讨博客和微博在知识分享和信息学习方面的潜在作用和影响力。通过研究他们发现，人们认为博客可以作为知识存储工具，可以连贯地陈述观点；而微博撰写起来更加简便快捷，可以随时表达自己的想法并迅速引起反馈。相较之下，博客上的评论和留言更加深思熟虑和谨慎。对于微博来说，快速的思想交换和微型消息的传播是潜在的影响力根源，人们可以通过微博来求助、快速讨论或者短暂直播，也就是说，微博适合于创造出事实上的合作型社区<sup>③</sup>。Matteo Magnani, Danilo Montesi, Luca Rossi (2009) 认为微博网站使得人们可以发布在线短消息，并提供了一个可靠的交流渠道来迅速有效地传播信息。而且，微博网站还能够创造复杂的会话活动。作者分析了一定期间内在微博网站 (<http://friendfeed.com>) 上爆炸性新闻的产生以及传播和消亡情况，并观察了微博网站使用者对该公共事件的反应。通过分析作者认为，爆炸性新闻主要通过两种信息得到传播：产生新闻的信息和相关话题讨论的信息，且两种信息的生命

---

<sup>①</sup> Brian Ulicny, Ken Baclawski. 2007. New Metrics for Newsblog Credibility. *ICWSM. Boulder, Colorado, USA.*

<sup>②</sup> Lun-Wei Ku, Yu-Ting Liang and Hsin-Hsi Chen. 2006. Opinion Extraction, Summarization and Tracking in News and Blog Corpora. American Association for Artificial Intelligence ([www.aaai.org](http://www.aaai.org)).

<sup>③</sup> Martin Ebner, Mandy Schiefner. 2008. Microblogging - more than fun?. *Proceeding of IADIS Mobile Learning Conference 2008*, p. 155-159



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库