



近年来大学生网购情 况调查报告

目录

- 引言
- 大学生网购现状
- 大学生网购行为分析
- 大学生网购满意度评价
- 大学生网购存在的问题与挑战
- 对策与建议



01

引言





调查背景与目的

01

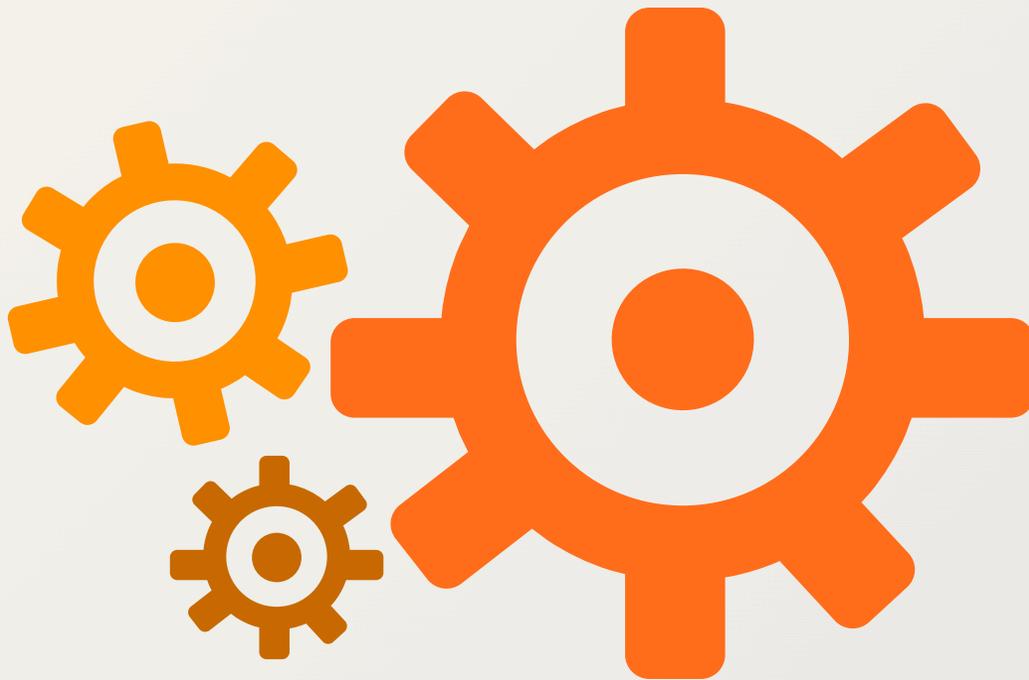
互联网技术的快速发展和普及，为网购提供了便利条件。

02

大学生作为网购的主要群体之一，其消费行为和习惯值得关注。

03

本次调查旨在了解大学生网购的现状、特点、问题和发展趋势，为相关企业和政策制定提供参考。





调查对象与范围

调查对象

全国范围内的大学生，包括本科生、研究生等。

调查范围

大学生的网购频率、消费金额、购物平台选择、商品类别偏好、支付方式、物流配送等方面的情况。



02

大学生网购现状



网购普及率



01

大学生网购普及率逐年上升，目前已达到相当高的水平。

02

绝大多数大学生拥有至少一次网购经历，其中频繁网购者占比不小。

03

网购已成为大学生日常生活中不可或缺的一部分。



网购频率与消费金额



01

大学生网购频率较高，每月至少进行一次网购的大学生占比超过一半。



02

随着网购经验的积累，大学生的网购消费金额也在逐年提高。



03

在重要节日或促销活动期间，大学生的网购消费金额会有明显增长。



网购商品种类



大学生网购商品种类繁多，包括服装、鞋帽、家居用品、数码产品、图书等。

其中，服装鞋帽类商品是大学生网购的主要类别之一。



此外，随着生活品质的提高，家居用品、数码产品等也逐渐成为大学生网购的热门选择。



03

大学生网购行为分析



购物平台选择

● 综合性电商平台

如淘宝、京东等，商品种类丰富，满足大学生多样化需求。

● 垂直电商平台

如当当网、苏宁易购等，专注于特定领域，提供专业化服务。

● 社交电商平台

如拼多多、微信小程序等，通过社交网络分享购物信息，实现裂变式传播。





购物决策因素

商品价格

大学生对价格敏感，倾向于选择性价比高的商品。

商品质量

质量是购物决策的重要因素，大学生注重商品的品质和口碑。

卖家信誉

信誉良好的卖家更容易获得大学生的信任，提高购物意愿。

促销活动

各种促销活动如满减、折扣、赠品等，对大学生购物决策产生积极影响。

01

02

03

04



支付方式偏好

第三方支付

如支付宝、微信支付等，方便快捷，保障交易安全。

信用卡支付

部分大学生使用信用卡进行网购，享受信用卡的优惠和积分兑换等服务。



货到付款

对于一些不熟悉或信任度不高的电商平台，大学生可能选择货到付款以降低风险。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/218054120073007005>