

摘要

当前互联网信息快速发展的环境下，手机、电脑得到迅速的普及，网络购物已经成为一种潮流，同时网络购物也成为广大消费者最喜欢的购物方式之一。网络购物适合上班群体、学生群体，网络购物的便利性、价格透明性吸引大量的消费群体。同时网络商品自身的廉价性、便捷性、种类多等特征受到广大消费者的喜爱。针对当前形势下的大学生的网络购物行为，分析了个性化推荐下大学生网上购物消费、需求和决策的特殊性。本文结合江西师范大学大学生网络购物消费行为影响因素进行分析，论述大学生网络购物消费的现状，并且提出大学生合理消费、理性教学方面的建议。

关键词：大学生；网络购物；消费行为；影响因素

Abstract

In the current environment of rapid development of internet information, mobile phones and computers have been rapidly popularized, and online shopping has become a trend. At the same time, online shopping has also become one of the most popular shopping methods for consumers. Online shopping is suitable for working and student groups, and the convenience and price transparency of online shopping attract a large number of consumer groups. At the same time, the cheapness, convenience, and variety of online products themselves are popular among consumers. In response to the current situation of college students' online shopping behavior, this paper analyzes the particularity of college students' online shopping consumption, needs, and decision-making under personalized recommendations. This article analyzes the influencing factors of online shopping consumption behavior among college students at Jiangxi Normal University, discusses the current situation of online shopping consumption among college students, and proposes suggestions for rational consumption and teaching among college students.

Key words: college students; Online shopping; Consumer behavior; influence factor

目录

摘要	I
Abstract	II
1.绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究意义	1
1.3 国内研究现状	2
2 调查概况	3
2.1 调查对象、调查单位及调查内容	3
2.2 调查方法	3
2.3 问卷的设计	3
3 大学生网络购物消费现状	3
3.1 大学生网络购物的特殊性	3
3.1.1 消费需求的跨层次性和多层次性	4
3.1.2 消费决策的独立性和从众性	4
3.1.3 消费的理智性和冲动性	4
3.2 大学生网络购物的主要特点	5
3.3 江西师范大学学生网购频次	6
4 影响江西师范大学学生网购因素	9
4.1 追求品牌, 崇尚个性	9
4.2 冲动消费	10
4.3 攀比心理	11
4.4 追求物美价廉的消费心理	11
5 大学生网络购物消费建议	12
5.1 正确培养学生的消费观和价值观, 倡导理性消费	12
5.2 商家要加强自身建设, 提升服务水平	12
5.3 政府要不断完善网络管理制度, 改善网络消费环	13
结论	14
参考文献	14
致谢	16

1.绪论

1.1 研究背景

在当前信息化、科技化不断发展的环境和背景下，数据信息呈现出持续性的增长，同时积累出大量的客户以及挖掘出大量潜在客户，根据大数据的发展状况和统计来进行分析，数据逐渐成为每个行业不可或缺的重要资源，而从互联网发展至今，网络已经在我们生活中产生非常重要的影响。互联网经济已经成为我国经济主要增长点，根据国家互联网信息中心调查显示，中国互联网快速发展，中国网民不断增加，同时，中国网民每周都会花费大量的时间进行上网，从职业结构来进行分析，学生占比较高达到 24%，可以说，学生群体逐渐成为互联网的主力军，从互联网应用角度来看，很多人利用互联网学习、看新闻、玩游戏、购物。其中在淘宝、京东、唯品会等购物网站的影响下，中国网络购物的规模人次逐年增加。在经济不断发展环境下，网络购物的人群不断增加，网络购物对经济增长的拉动作用非常明显。

中国大学生是中国网民主要构成之一，大学生自身处于特殊的生活环境中，相比于其他人群，大学生的购物频次较多，在网络群体中的消费特点非常明显，并且在网络快速发展的环境下，大学生自身的消费观和消费结构也产生一定的变化但是，大学生在购物意愿中也受到负面因素影响，因此，针对大学生网络购物消费行为影响因素进行研究，提出大学生合理消费的建议。

1.2 研究意义

本文结合江西师范大学进行研究。对大学生网络购物消费的频率因素进行掌握，同时提出大学生树立健康的消费理念和消费心理，培养和引导江西师范大学大学生绿色健康消费的习惯。

本研究的意义主要体现在理论意义和实践意义两个方面。

在理论方面，促进了消费升级。网络购物平台为大学生提供了更多的消费选择和渠道，同时也提高了消费者的消费观念和品位，促进了消费升级。推动了数字经济发展。大学生网络购物的崛起，也推动了数字经济的发展，为电商行业注入了更多的活力和创新。增强了信息素养。通过网络购物，大学生能够更好地掌握信息搜索、分析、筛选和利用的能力，增强自己的信息素养。

实践意义：

提高了购物的便利性。网络购物可以随时随地进行，无需花费额外的时间和精力，大学生们更加轻松愉悦地进行购物。节省了金钱和精力。相比于传统的购物方式，网络购物可以省去许多中间环节和费用，让大学生在购物中得到更多的实惠。增加了社交机会。网络购物平台也提供了许多社交功能，大学生们可以通过购物结识新朋友，分享商品评价和使用心得，增加社交机会。

1.3 国内外研究现状

冯亮（2017）《大学生网购特征与网购满意度影响因素研究》提出。大学生是互联网时代的主要群体，他们更加擅长于利用互联网进行消费，更加敏锐地把握市场动态。大学生消费已经不仅仅满足于基本需求，更注重产品的品质、体验和个性化，他们愿意为高品质的产品和服务付出更多。^[1]

李盼盼（2010）《大学生网购决策风格的调查研究》提出大学生在网购中通常会考虑产品的质量、价格、性价比等因素，做出理性的决策。大学生在网购中也会考虑其他用户的评价和意见，通过社交媒体等渠道了解产品的口碑，以此来影响自己的购买决策。^[2]

万海堂（2008）《大学生网购问题及对策研究》提出消费欲望强烈，容易冲动消费。省钱心态过重，容易被低价诱惑。缺少经验和知识，容易上当受骗。物品质量与描述不符合。^[3]

杨晓华（2018）《在校大学生网购现状及行为研究》提出大学生网络购物的消费品类非常广泛，包括服装、数码电器、化妆品、食品、家居用品等多个领域。^[4]

王浩，谢菁（2018）《大学生网购行为的调查与分析研究》提出大学生网络购物既可以通过电脑端，也可以通过手机 APP 进行购物，消费方式非常多样化。^[5]

从国内研究现状来进行分析，国内学者针对大学生网络购物行为的影响因素，从主观和课外方面进行研究，本文针对大学生网络购物消费行为的影响因素作为研究的方向。

Sandrs M Forsythe, Bo Shi（2022）提出虽然大学生网络购物消费频率和金额都很高，但是他们的消费行为趋向理性，更注重优惠、实惠和品质。^[6]

Stephen（2021）论述大学生网络购物消费态度积极，他们会在购买前积极搜索、比较商品价格和品质，保护自己的消费权益。大学生各自的需求和偏好也会是决策过程中的重要因素。例如，有些人可能喜欢时尚潮流的商品，而另一些人则更喜欢实用性强的商品。^[7]

Yen-Ting（2021）通过对大学生的经济状况通常相对较为有限，经济能力会

直接影响他们的购买行为。如果经济条件不够理想，会倾向于选择价格更低、性价比更高的商品。^[8]

2 调查概况

2.1 调查对象、调查单位及调查内容

本文调查对象江西师范大学大一至大四学生，合理分配学院的男女比例，做到调查的科学性和调查的客观性。

本文主要针对大学生网络购物消费行为的实际状况和影响因素进行分析，研究大学生网络消费心理，针对大学生网络购物消费行为提出建议。

2.2 调查方法

本次问卷调研从问卷设计到问卷收集以及数据的录入历时一个月，问卷一共发放 220 份，回收 212 份，回收的有效率为百分之 96.4。其中根据学院男女比例 3:7 的情况，随机抽取 66 名男生和 154 名女生填写问卷。

2.3 问卷的设计

本次调查的主体是“江西师范大学学生网络消费情况”，问卷分为五部分：

(1) 调查对象的个人基本信息，共七题。(2) 以网购频率、网购的商品、网购的原因、网购的平台以及支付方式等方面来衡量江西师范大学学生网购的现状，共五题。(3) 影响江西师范大学学生网购频率的因素，共两题(4) 江西师范大学学生网购消费心理，共五题。(5) 开放式的调查江西师范大学学生对网购的看法。

具体步骤是：

第一步，写封面语，主要是写给被调查者的。告诉被调查者本次进行调查的目的。

第二步，写指导语。主要告诉被调查者如何书写答案。

第三步，编制调查问卷的题目和答案。问卷包括单选、多选以及开放性问题。

3 大学生网络购物消费现状

3.1 大学生网络购物的特殊性

大学生是一个特殊的群体，他们的年龄、背景和生活经历相似，从成熟阶段逐渐过渡到成熟的阶段，在选择网络购物消费时，有一定的特殊性，这一特殊类型主要是反映在消费者需求层次和多层，消费者决策的独立性和从众心理，

消费等三个方面的理智性和冲动性。

3.1.1 消费需求的跨层次性和多层次性

大学生的年龄一般在 17 岁到 25 岁之间，他们正处于心理和身体的成熟阶段。在大学的四年里，他们不仅要努力学习，在课堂上掌握科学文化知识，还要为将来的工作和进入社会做好充分的准备。因此，他们在消费时应该考虑到现实和未来。一般来说，大学生对未来工作的消费比重较大，但大学生在购物消费上的多样性远远不止于此。

从需求层次里面进行分析，研究较低的需求理念和方式以及需求对消费的影响。对于一些没有固定收入的家庭来说，他们经常需要精打细算来维持收支平衡。但是对于大学生来说，他们不仅有较低水平的安全需求和生理需求，而且有较高水平的尊重需求、社会需求和自我实现需求。这是大学生在购物消费方面，有跨层次和多层次的。这很好地解释了为什么大学生可能会在一些二手网站上买一套更便宜的西装，但也会以更高的价格买一套求职西装。

3.1.2 消费决策的独立性和从众性

大学生接受学校教育十多年，他们的感知、情感和思维方式都得到了不同程度的发展。对所需要的商品往往缺乏一定的购买力，但是在经济好转以及经济独立之后，需求会发生转变，大学生自身作为独立的社会群体，自身也会受到周围环境的影响。因为大学生长时间处于校园环境中，自身不想落后于校园的发展趋势，同时和同学之间有攀比的心理。大学生在进行过往的选择过程中，会提前征求别人的意见，一方面，想要和校园里的人亲近，拒绝落后，一方面，也不想和他人完全一样，展现出自己的个性。

3.1.3 消费的理智性和冲动性

经过十几年的学校教育，大学生的思想趋于理性。当他们想要购买一个产品的时候，他们往往会通过各种渠道获得关于该产品的各种相关信息，并与其他类似的产品进行比较，从而以更低的成本获得更好的消费体验。

在购买电脑、平板电脑和智能手机等数码产品时尤其如此。如果大学生有一定的需要在这些方面，首先他们会检查消费评价各种网络论坛的网友，然后他们会去实体店，为了有一个更详细的了解产品的优点和缺点，以及在线商店之间的差距和物理存储的价格也是关键问题。但作为年轻人，他们精力充沛，在选购商品时，情感因素可能占较大比例。由于与时俱进、盲目跟风等心理因素的影响，他们可能会对某些冲动心理没有需求的物品同样选择消费。

大学生是一个特殊的消费群体。当他们选择消费时，他们往往追求时尚和时尚。与其他群体相比，他们的消费会有更多的冲动心理和情绪因素。他们在消费购物时，不仅对满足人们需求的实用性提出了要求，而且希望人们在使用或观看商品时获得心理上的愉悦和精神上的满足。

3.2 大学生网络购物的主要特点

随着中国市场消费的年轻化，大学生在互联网上的消费迅速增长，互联网已经逐渐开始取代原有的实体店成为大学生消费的主要选择。网络购物行为在这群大学生中非常普遍，目前大学生在选择网络进行购物行为时具有以下特点：

（1）产品选择相对集中

据调查数据显示，百分之八十的大学生在网络购物的主要产品是服装，其次是 70% 大学生会选择网络购买鞋子，箱包等配件产品，近 40% 的大学生将再次购买书籍、音像制品和其他产品在互联网上，这表明大学生在网络购物等方面比较注重打扮，但对于消费却缺乏心理健康。

现有的调查数据也显示，绝大多数的大学生在每个网络购物消费的 51 - 100 元，消费很低，其原因可能是大多数大学生并没有自己的固定收入，他们的网络消费资金大多来自家庭的父母每月给生活费。但超过 90% 的大学生平均每月购物四次。这表明消费的购物形式也被越来越多的大学生，这也意味着，当他们成为社会的支柱消费，消费的总量在整个社交网络也会显著增加，这意味着网上贸易的巨大商业机会。商家在发展和开展业务时，应注重发展和更好地服务大学生消费群体，树立产品品牌意识，培养和挖掘顾客忠诚度。

（2）仔细比较和选择商家

当消费者清楚自己的消费需求时，购买商品的商家也需要仔细选择。消费者在选择网络购物时存在一定的不确定性风险。在对商品选择过程中，需要通过相关渠道和商家进行沟通。

根据现有的统计数据，质量是大多数大学生在选择网络购物时考虑的主要因素之一。因此，商家在宣传自己的商品时，重点针对产品的品质进行描述，以及产品和实物是否一致，而不是过分的包装、装饰、美化，甚至对商品的功能进行夸大，并且在购买者收到商品中如果满足客户的期望值。就会明显增加购买者对商家的信任程度，培养消费者对特定商家的忠诚度。

在众多的购物网站中，淘宝网是大学生购物的首选网站之一。这不仅仅是因为淘宝的产品选择比较丰富，知名度也比较高。此外，淘宝经常提供大量的促销活动。其中，宝友最受大学生消费群体的青睐。

大学生在网上购物过程中选择不同的商家对商品进行比较,主要选择一些物美价廉的商品,以及商家是否有折扣活动,是否有礼品赠送,这样的店铺会更加吸引大学生消费。造成这种差异的原因是,与其他优惠方式相比,大学生认为免费送货更划算,更实惠。

(3) 支付方式选择方便,对包装和物流要求高

选择好商品和商家后,下一步就是选择付款方式。在支付方式的选择上,超过 50%的大学生选择支付宝作为支付方式,超过一半的大学生认为网上银行是最值得信赖的。与大学生熟悉越来越高的网络,快速和方便的支付方式是他们更喜欢选择网上交易时,因为当使用支付宝在线购买,需要把钱冲到支付宝,然后等待贸易,和网上银行可以直接交易,这样既简单又方便,可以一步到位。在当前,手机交易、手机支付已经成为消费的主流。

从付款完成到最终收货,这段时间是大学生最焦虑、最期待的时间。当物流时间太长,等待可能会变成挫折。在收到货物后的确认中,对商家和货物的评价会有一些的客观偏差,甚至给出不好的评价。据相关调查数据显示,超过 70%的大学生十分关注商品配送和商品包装的速度,因此商家在选择商品配送物流时应注重承运人的速度和信誉。凡客诚品作为一个受欢迎的 B2C 交易平台,在大学生中得到了广泛的体现:一是物流配送速度快。其次,商品外观包装精美,性价比也比较合适。

3.3 江西师范大学学生网购频次

从图 3-1,我们可以了解江西师范大学的学生网购频次每月在 2 至 3 次为主,占到 49.05%只有 12.38%学生每月购物超过五次,只有五次以上,这也说明了江西师范大学学生在网购物品质方面处于正常状态,没有通过互联网进行过多的消费,同时,也说明江西师范大学学生自身的消费理念趋于平稳。

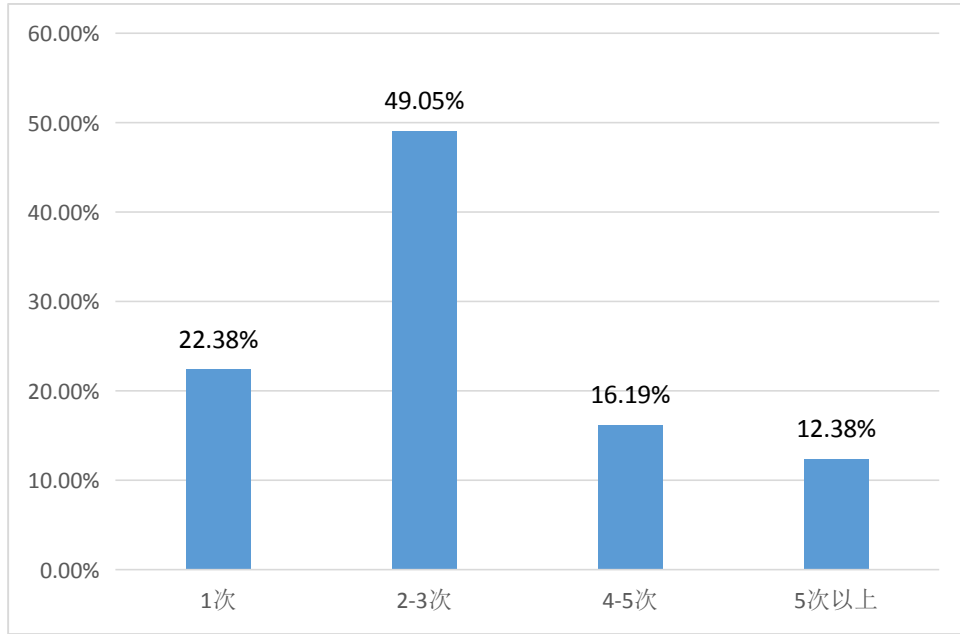


图 3-1: 江西师范大学学生网购频次

表 3-1：大学生网购购买商品种类频数和百分比(多选题)

商品种类	频数	百分比
服装饰品	179	85.24%
生活用品	152	72.38%
零食	79	37.62%
美容护肤	88	41.90%
数码产品	36	17.14%
教辅书籍	86	40.95%
皮具箱包	60	28.57%
鞋子	116	55.24%

资料来源：调查问卷

从表 3-1 可以看出互联网购物平台商品种类繁多，从调查的网购类型可以看出，目前大学生主要以服装、化妆品为主。其中，大学生网购服装和化妆品所占的比例达到 80.24%，其次，生活物品占据 72.38%。主要是因为大学生自身处于住校生活，很多的生活用品都需要自行购买，而网上购买价格低廉。同时有 40.95% 的大学生在网上购买学习书籍和学习资料，也可以看出，学习方面大学生是比较重视的，极少部分学生在通过网络购买手机、电脑、背包等相对来说昂贵物品。大学生自身受到每月生活费的限制，自身可独立支付的费用较少，因此，在购买高昂用品中人数较少。

从表 3-2 可以了解到江西师范大学有 92.86% 的学认为网络购物是非常方便快捷的，同时有 75.24% 学生认为网络产品种类较多，在网上购买可以送货上门，同时可以买到自己所需要的物品，比较方便。另外有 73.81% 的学生认为网络购物价格优惠，价格透明度较高，不像实体店那么贵。同样的商品价格高昂，而且网上经常会有促销，打折等活动，而网上购买的产品种类和低廉价格以成为吸引大学生网络购物因素的原因之一。

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/608024103025006053>