

## 摘要

近年来，互联网的发展带动了电商行业的繁荣发展，疫情期间的特殊情况更是为电商的发展提供了机遇。大学生消费群体在电商网购中有着十分重要的地位，因此，大学生群体的网购就成为了一个值得深入探讨的课题。

本文从大学生消费群体的角度出发，以大学生购物网站为平台，通过总结前人对大学生网购的认知、特征与结构、影响因素提出假设：大学生网购网站的产品价值越高、网站安全性越高、物流服务越好，越能够提高大学生消费群体的网购满意度。本研究将结合假设和该领域学者们的结果设计问卷，并通过 QQ、微信、微博三个网络平台发布和收集，对收集到的数据将进行基本的描述性统计，之后将对量表数据进行分析以验证假设。

研究结果显示，单独来看，产品价值、网站安全性和物流配送对学生的网购满意度会有显著的积极影响。当三个因素同时存在时，物流配送对大学生网购满意度产生的影响最为显著，其次是产品价值，最后是网站安全性。基于此次的实证研究，本文向购物网站提出了以下建议：一是要注重产品价值的提高，二是提高网站安全性，三是谨慎选择物流配送服务商。希望购物网站及其商家能够在时代的新浪潮中把握机遇，实现可持续发展。

**关键词：**大学生购物；满意度；电子商务

## Abstract

In recent years, the development of the Internet has led to the prosperous development of the e-commerce industry, and the special situation during the epidemic has provided opportunities for the development of e-commerce. College students have a very important position in the e-commerce online shopping, so the online shopping of college students has become a topic worthy of in-depth discussion.

In this paper, from the perspective of college students' consumer group, taking college students' shopping websites as the platform, we put forward the hypothesis by summarizing the previous knowledge, characteristics and structure, and influencing factors of college students' online shopping: the higher the product value, the higher the website security and the better the logistics service of college students' online shopping websites, the more it can improve the online shopping satisfaction of college students' consumer group. This study will combine the hypothesis and the results of scholars in this field to design a questionnaire, which will be released and collected through three online platforms, QQ, WeChat and Weibo. Basic descriptive statistics will be conducted on the collected data, after which the scale data will be analyzed to verify the hypothesis.

The results of the study show that individually, product value, website security and logistics and delivery will have a significant positive impact on students' online shopping satisfaction. When the three factors existed together, logistics and delivery had the most significant effect on college students' online shopping satisfaction, followed by product value and finally website security. Based on this empirical study, this paper makes the following suggestions to shopping websites: firstly, to focus on improving product value, secondly, to improve website security, and thirdly, to choose logistics and delivery service providers carefully. It is hoped that shopping websites and their merchants can grasp the opportunities in the new wave of the times and achieve sustainable development.

**Keywords:** college students' shopping; satisfaction; e-commerce

# 目录

摘要.....	I
Abstract.....	II
一、绪论.....	1
(一) 研究背景.....	1
(二) 研究意义.....	2
(三) 研究方法.....	2
(四) 研究思路.....	3
二、文献综述.....	5
(一) 大学生网购的现状 & 行为分析.....	5
(二) 大学生网购的影响因素.....	5
(三) 大学生网购心理分析.....	6
(四) 文献述评.....	6
三、研究设计.....	6
(一) 研究假设.....	6
(二) 问卷设计.....	7
(三) 问卷发放结果.....	9
四、数据分析与假设检验.....	9
(一) 预调研.....	9
(二) 描述性统计分析.....	9

---

（三）量表的信度与效度分析.....	10
（四）变量的信度分析和探索性因子分析.....	11



---

（五）相关分析.....	13
（六）回归分析.....	14
（七）各因素对满意度的多元线性回归系数.....	15
（七）假设检验结果.....	17
五、研究结论与建议.....	18
（一）研究结论.....	18
（二）启发建议.....	18
参考文献.....	20
附录 调查问卷.....	22
致谢.....	24

# 一、绪论

## （一）研究背景

随着互联网技术的不断发展与相关基础设施的不断完善，网络购物已逐渐成为一种生活方式和新时尚，在我国经济发展中的地位日益重要。

CNNIC 第五十一次报告,显示,截至 2022 年 12 月,中国有 8.45 亿网上购物者, 占有所有互联网用户的 79.2%。2022 年,网络消费在消费中占比持续提升。



图 1 我国历年网购增长规模

纵观 CNNIC 的报告,可以发现,作为新数字经济的代表,中国的网络购物发展迅速,已经成为推动消费增长的重要力量。其中,大学生群体的网购消费引起了社会的关注。以往的学术研究表明,大学生是网购的主要消费者,具有很高的消费潜力。一项关于大学生网购的调查发现,95%以上的大学生都曾在网上购物。由于经济来源少、课业繁忙和追求独特个性等群体特征,网上购物已经成为大学生的首选。因此,调查与大学生网上购物满意度有关的因素是有意义的、可行的。

---

与此同时，互联网作为一种长盛不衰的业态，经历“+互联网”、“互联网+”，搭乘5G、元宇宙等快车，已经成为政府大力支持的对象。互联网商务在法律法规、基础设施、人才培养、企业管理等方面都已有政策支持，为电商、网络购物的发展提供沃土。

鉴于此，本文从大学生的角度，通过理论分析建构假设模型，采用文献分析法、问卷调查法，根据已有设想做出对大学生网购满意度因素的实证研究，采用SPSS对回收问卷与样本进行分析研究，进而验证假设，对电子商务与网络商家提出相应的建议与对策，针对大学生群体做出服务方面的改善，提高大学生网购的满意度，促进电商行业与互联网商务的可持续发展。

## （二）研究意义

### 1. 理论意义

Shaifali Chauhan、Richa Banerjee、Mohit Mittal、Hardeep Singh<sup>①</sup>（2021）等学者指出，电子商务的普及影响了消费者购买商品和服务的行为，电子商务的出现不仅极大程度上改变了消费市场和格局，也在很大程度上影响到了消费者行为，本文旨在研究电子商务下大学生消费者的消费行为。现有的文献和研究大多集中在大学生网购的特点、结构、决定因素和类型上，缺少大学生网购满意度方面的实证研究。本文正是从大学生网购满意度出发，进一步补充该领域的研究内容。

### 2. 现实意义

Hongshou Chen（2022）<sup>②</sup>指出，互联网技术的革新和移动网络的普及使得网络购物逐渐发展成为一种新的销售模式，在日益激烈的市场竞争中，为了感知消费者网购的需求，应当及时分析影响消费者网购满意度的关键因素。



根据已有报告，我们可以看出，网购已经成为了大学生的生活方式之一，大学生日益成为电子商务与网购的重要力量，但在网络购物的过程中仍然存在各种各样的问题，质量问题、物流问题、支付问题、个性化服务问题都影响着大学生对于网络购物的满意度。大学生在步入社会后几年将成为网络消费主力军，若商家在经营过程中不注重大学生的购物体验感与满意度，不仅会造成现有客户的流失，更会失去极具潜力的客户，造成经营失利。因此，本论文有助于商家针对消费者的需求改善提升自身的服务质量。

### **（三）研究方法**

#### **1. 文献研究法**

文献研究方法是指通过收集、鉴别和比较文献作品，通过对文献作品的研究来科学地了解事实。本论文通过阅读大学生网络购物的基本状况、消费结构、影响因素、消费偏好，以及学者们对于大学生网络购物满意度的效果研究，了解该领域的研究现状与研究成果，并在前人的基础上进行补充。

#### **2. 问卷调查法**

问卷调查方法是国内和国际上最广泛使用的社会研究方法之一。问卷是一种用于统计和调查的形式，以问题的形式呈现。问卷调查法是通过使用这种受控的措施来获得可靠的信息，用于团队调查问题。本论文参考已发表论文的成熟量表，设计调查问卷，将问卷数据导入 SPSS 软件，进行数据分析，验证研究假设。

### **（四）研究思路**

本论文共分为五章内容，首先提出探究的原因与方法，其次对学者们已发表的成果进行借鉴参考，进而在此基础上设计具体问题，对回收的问卷样本数据进行验证假设，将结果进行分析、总结。本论文具体研究思路如下：







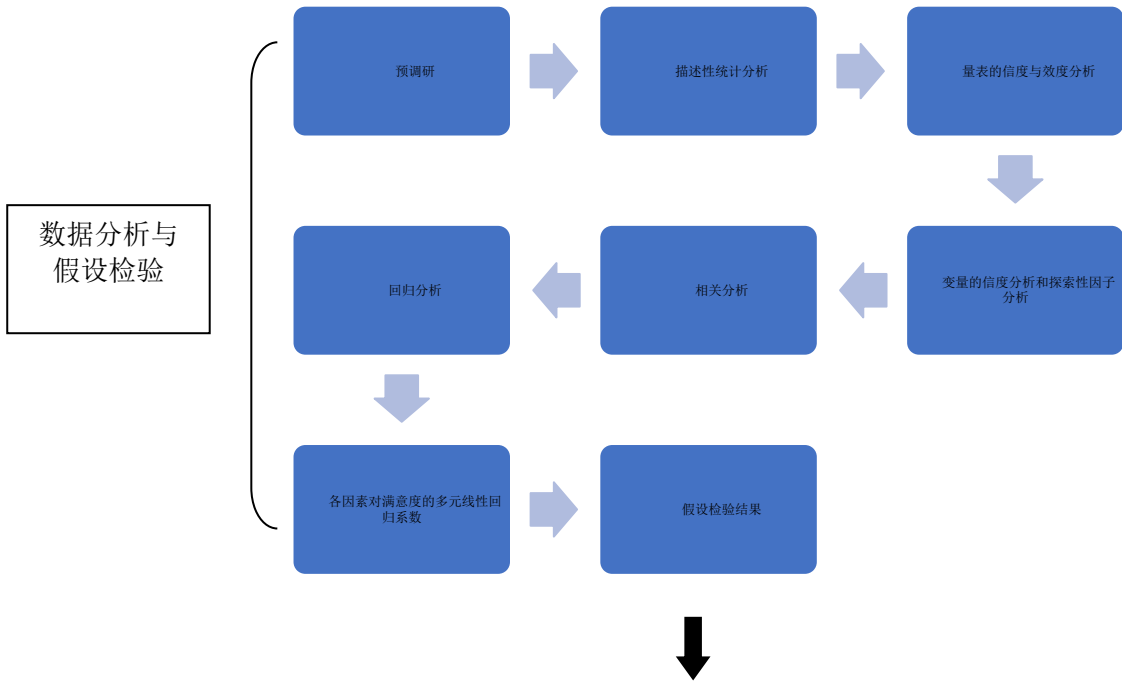


图 2 研究思路

## 二、文献综述

### (二) 大学生网购的现状 & 行为分析

王子松、厉明杰 (2022) ①

---

等人认为,随着互联网时代技术的不断发展,网络购物已经成为当今年轻人的主要消费习惯之一,而大学生群体是网络购物的主要支持者。以上几位学者经过研究,得出了大学生群体的网络购物特征,可概括为以下几点:次数频繁但金额小;商品多样化;节假日购买偏多;传播效益明显,评价相互影响。同时,几位学者总结出了网络营销中存在的不足,可概括为以下几点:缺少大学生市场针对性;产品质量问题严重;难以满足大学生消费心理;产品缺乏创新;物流速度慢以及退换货难。

曾逸群(2021)<sup>①</sup>在其文献中总结学生网络购物的现状时指出,大学生的消费频率高,消费潜力大,虽然消费模式多样,但有明显的性别趋势和性别差异;网购平台的选择比较集中;付款方式简单;网购商品的配送方式单一;大学生的维权意识有待加强。针对大学生网购的原因,该文献指出,网购的商品价格便宜、购买便利、商品激发购买欲以及心理因素的影响导致了大学生对于网购的频繁使用与依赖。

## (二) 大学生网购的影响因素

陈健、李海鹏、梅曦洋(2021)<sup>②</sup>三位研究者对大学生购物进行了实证研究,以确定影响大学生网购的因素,结果发现,性别对学生网购的影响并不显著,大学生的可支配金额、商品的性价比、时尚性、科技感与体验服务对大学生网络购物影响显著、网络安全、商家诚信、促销形式和物流服务同样也是大学生网购的显著影响因素。同时,其文献中也提到了我国大学生网络购物问题,除上文其他学者提出的不能满足大学生个性化需求、商家诚信以及配送问题等,三位学者提出了更为新颖与独特的角度,即网络购物营销未考虑大学生成长性,这一点指出,大学生的购物习惯并非一成不变,而是会随着年龄增长而发生变化。

马颖丽、黄燕、张爱国、李洪、石雪珊(2019)<sup>③</sup>五位学者通过 SPSS 和 AMOS 进行实证研究,发现网站操作、商品因素、销售服务、网购安全均对大学生网购消费满意度产生正向影响,同时也显著影响着网购满意度。

## (三) 大学生网购心理分析

刘颖<sup>④</sup>(2020)在研究文献指出,大学生是一个特殊的群体,他们的网购行

为和心理表现出与当今主流价值观不相符的特点。通过对这些特征的分析，探索其发展规律，整合分析其成因，可以为大学生的网购行为提供正确的、有价值的指导，创造一个健康的消费环境。





该文献指出，当代大学生的消费心理现状主要有以下三种：分别是盲目下的感性消费、个性下的忠诚跟随、求廉下的层次差异大。针对以上三个心理特点，作者提出相应的有效措施，分别是合理消费避免盲从、增强自我意识避免受骗、学会节俭避免浪费。在市场营销学中，消费者心理研究是极其重要的一部分，有效并健康地把握消费者的消费心理，能够把营销的资源与投入利用最大化。

#### （四）文献述评

通过梳理文献可以了解到，对于大学生网购这一领域的研究集中于大学生网购的行为分析、特点、结构、影响因素、特征与心理，但是不同的学者也从不同的角度打开了研究的方向。

本文尝试在其他研究者的基础上，对大学生网购满意度的影响因素做出实证研究。

### 三、研究设计

#### （一）研究假设

##### 1. 大学生网络购物中网站操作能够提高大学生网购的满意度

网站设计主要包括网页界面易操作、购物网站花费的时间和精力少以及网站购物支付方式对顾客的影响。在此基础上，商家往往会通过改善网站操作、简化购物程序等方式来吸引顾客，提高顾客的购物满意度。

H1：网站操作能够提高大学生网购的满意度

##### 2. 大学生网络购物中产品价值能够提高大学生网购的满意度

产品价值主要包括了以下内容：与实体店相比，网站上的商品具有更大的价格优势；网站上销售的产品质量与预期一致；网站上的产品种类繁多；网站上的产品信息描述情况与实际相符。基于此，商家与网站只需保证产品的高质量、高性价比即可赢得大学生顾客的满意度与好感。

H2：产品价值能够提高大学生网购的满意度

##### 3. 大学生网络购物中网站安全性能能够提高大学生网购的满意度

网站安全性是指该网站对在线支付方式采取了安全措施、该网站注重保护消费者隐私、该网站有较为安全的交易机制。与线下购物相比，网络购物中影响顾客购物满意度的一大重要因素即为网站安全性，鉴于网络购物的特性与交易中的各种不可控因素，商家无法保证为顾客提供与线下交易一样的完全安全，只能尽最大努力降低网络交易的风险。

H3：网站安全性能够提高大学生网购的满意度

#### 4. 大学生网络购物中物流配送能够提高大学生网购的满意度

此处的物流配送指的是该网站快递服务的送货时效性、商品完整性和信息反馈速度。以往的研究发现，大学生十分重视物流配送服务的质量与速度，物流服务在很大程度上影响着大学生顾客的购买意愿与购物满意度。因此，本论文将物流配送服务质量纳入研究是十分合理且有必要的。

H4：物流配送能够提高大学生网购的满意度

## （二）问卷设计

本研究在对学者们的文献进行回顾的基础上，同时结合本文主题本，使用问卷星微信小程序制作问卷，并通过该平台进行了问卷分发和收集。

问卷由四个部分组成：

在第一部分中，向被调查者解释，该问卷仅用于学术研究，调查者的数据将被保密。

第二部分内容为受访者的基本信息，包括以下内容

表 1 基本信息

编号	题目内容	问卷选项
Q1	您的性别	男、女
Q2	您的学历	专科、本科、硕士及以上
Q3	您所在的城市	一线城市、二线城市、三线城市
Q4	您是否网购	是、否
Q5	您每周网购的次数	3次以下、4-6次、7次以上





第三部分的正式量表分为大学生对于网购网站操作的认知、大学生对于网购网站产品价值的认知、大学生对于网站安全性的认知、大学生对网购网站物流配送的认知和大学生的网购满意度四个维度，以上四个维度均采用李克特五点量表法进行统计。

表 2 量表内容

变量名	编号	题目内容	来源
网站操作	Op1	网上购物时网页界面易操作	马颖莉, 黄燕, 张爱国, 李洪, 石雪珊, 2018 <sup>①</sup>
	Op2	购物网站的花费时间和精力少	
	Op3	网站购物支付方式对你的影响	
产品价值	Va1	该网站的商品和实体店相比更有价格优势	胡春, 2017 <sup>②</sup>
	Va2	该网站销售的产品质量与预期相一致	
	Va3	该网站的产品种类丰富多样	
	Va4	该网站的产品信息描述情况与实际相符	
网站安全性	Sa1	该网站的在线支付方式有安全保护措施	胡春, 2017
	Sa2	该网站注重保护消费者的个人隐私	
	Sa3	该网站能提供安全的交易机制	
	Lo1	该网站快递服务的送货时效性	

Error! Reference source not found.

---

物流配  
送

Lo2

该网站快递服务的商品完整性

夏青, 2017<sup>①</sup>

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/668024116025006053>