



新冠肺炎疫情期间大学生消费心理及行为变化分析

汇报人：

2024-01-21



CATALOGUE

目录

- 引言
- 新冠肺炎疫情对大学生的影响
- 大学生消费心理的变化
- 大学生消费行为的变化
- 影响大学生消费心理及行为变化的因素
- 对策与建议





PART 01

引言



REPORTING



CATALOGUE



新冠肺炎疫情全球爆发

自2020年初以来，新冠肺炎疫情在全球范围内持续爆发，对人们的日常生活、经济和社会秩序产生了深远影响。

大学生消费心理及行为的重要性

大学生作为社会消费的重要群体，其消费心理和行为对社会经济发展具有重要影响。了解大学生在疫情期间的消费心理和行为变化，有助于更好地应对疫情带来的挑战。



研究目的



分析大学生在新冠疫情期间的消费心理变化

通过调查和研究，深入了解大学生在疫情期间消费心理的变化情况，如消费观念、消费意愿、消费预期等方面的转变。

探究大学生在新冠疫情期间的消费行为变化

通过数据和案例分析，揭示大学生在疫情期间消费行为的具体变化，如消费结构、消费方式、消费场景等方面的调整。



为相关政策制定和企业营销策略提供参考

基于研究结果，为政府和相关部门制定有针对性的政策措施，以及为企业调整营销策略提供科学依据和参考。

研究方法



文献综述

梳理国内外关于新冠疫情对大学生消费心理和行为影响的研究文献，总结现有研究成果和不足。

案例研究

选取具有代表性的大学生消费案例进行深入分析，以点带面地展示大学生在疫情期间的消费变化特点。

问卷调查

设计针对大学生的消费心理和行为变化的问卷，通过线上或线下方式进行大规模调查，收集相关数据。

数据分析

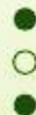
运用统计学和数据分析方法，对收集到的数据进行处理和分析，揭示大学生在疫情期间的消费心理和行为的变化规律。





PART 02

新冠肺炎疫情对大学生的影响



REPORTING



CATALOGUE



生活学习方式的改变



01

线上学习成为主流

由于疫情的限制，大学生们无法像往常一样在校园内上课。因此，线上学习平台如雨后春笋般涌现，学生们通过网课、在线讲座等方式获取知识。

02

生活消费习惯改变

随着校园封闭管理，学生们更多地依赖网络购物和外卖服务，实体店的消费明显减少。

03

健身娱乐方式的转变

健身房、游泳馆等校园体育设施关闭，学生们开始寻找线上健身课程和娱乐活动，如在线瑜伽、舞蹈课程等。



社交方式的改变



社交距离的增加

为避疫传播，大学生们减少了面对面的社交活动，更多地通过社交媒体、视频通话等方式与朋友和家人保持联系。

线上社交活动的兴

起

学生们开始尝试线上社交活动，如网络派对、线上游戏等，以弥补线下社交的不足。

社交焦虑的增加

长时间的线上社交可能导致部分大学生出现社交焦虑症状，如害怕面对面交流、担心自己的言行举止等。



心理压力的增加



学业压力

线上学习可能带来学习效率的下降和自律性的挑战，部分学生可能面临学业压力增大的问题。

经济压力

部分学生家庭可能受到疫情的影响，经济状况不佳，导致学生在消费上面临更大的经济压力。

就业压力

疫情对就业市场造成了一定冲击，部分大学生在寻找实习和就业机会时可能面临更大的竞争压力。





PART 03

大学生消费心理的变化



REPORTING



CATALOGUE



消费观念的转变



更加注重理性消费

在疫情期间，大学生的消费观念发生了明显变化，他们更加注重理性消费，不再盲目追求品牌或时尚，而是更加注重产品的实用性和性价比。

健康消费意识增强

疫情使得大学生更加关注健康和 safety，因此在消费时更加注重选择健康、环保、安全的产品和服务。

线上消费成为主流

由于疫情期间线下消费受限，大学生逐渐适应了线上消费方式，并逐渐成为他们主要的消费方式。



消费意愿的降低



收入来源减少

由于疫情的影响，很多大学生的兼职或实习机会减少，导致他们的收入来源减少，因此消费意愿也相应降低。

01

对未来经济的担忧

疫情对全球经济造成了严重冲击，大学生对未来的经济发展持谨慎态度，因此减少了非必需品的消费。

02

03

消费信心不足

由于疫情带来的不确定性，大学生对未来的就业前景和收入状况感到担忧，导致他们的消费信心不足。

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/916230113035010153>