# 大学生网购动机调研报告（共5则范文）

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2024-06-11

*第一篇：大学生网购动机调研报告（共）大学生网购动机调研报告随着电子商务在全球商业活动中的广泛应用，一种新型的购物方式———网上购物在网络盛行的时代应运而生。这是一种全新的购物方式和购物理念。现代大学生作为特殊消费群体，热衷于尝试新奇事物所...*

**第一篇：大学生网购动机调研报告（共）**

大学生网购动机调研报告

随着电子商务在全球商业活动中的广泛应用，一种新型的购物方式———网上购物在网络盛行的时代应运而生。这是一种全新的购物方式和购物理念。现代大学生作为特殊消费群体，热衷于尝试新奇事物所带来的快乐，乐此不疲地通过轻点鼠标以购买物美价廉的商品，充分享受着网络购物所带来的乐趣。

根据国家统计网的数据显示，我们发现大学生的月均消费额度随着家庭所在地的“层次”（农村———县城———一般地级市———省会/副省会城市）而逐步增长（572 元→721 元→804元→851 元），但是网购百分比（网购月均额度/总消费均月额度）却非直线上升。网购百分比最高的为“县城”，其次是“省会/副省会城市”，再次乃“一般地级市”，最后属“农村”（17.54%→16.25%→15.37%→13.07%）。而在不同的家庭收入的大学生群体中，网购百分比最大的恰恰不是家庭收入最高的群体，反而家庭月收入在4000～6000 元的“中间阶层”的网购欲最强。

近年来，大学生消费越来越受到人们的关注。有关调查显示早在2024 年，大学生年均消费额度已超过全国居民年均可支配额度。也就是说，对中国许多家庭而言，作为孩子的大学生是主要的消费力量。而在网购这一新型消费模式上，我们不难看出，“中间”阶层的大学生网购欲最为强烈，网购支出比例最大！

针对大学生网购这一热门话题，我们小组进行了调查问卷，得出了大学生网购动机，大学生选择网购的原因包括如下几点：省时方便、快捷，网购可以足不出户，就能在很短的时间通过直观形象的方式了解、搜集自己想购买物品的信息，这是其他购物形式达不到的效果；价格相对实惠，同样质量的商品在实体卖场和网购上的价格不一样，有时相差较大。通常购的价格比实体卖场便宜，这可能跟实体卖场需要增加租金、管理费用以及服务人员费用等因素有关，所以实体卖场的物品价格较高，是很多消费者难以承受的；送货上门，顾客是上帝，消费者在消费时不仅渴望能够购买到称心如意的商品，同时也希望能享受到优质的服务。网购都是通过物流的方式送货上门，消费者坐在家里就能接收到自己购买的物品，省时省力；商品种类多，选择的空间大，网购的物品种类丰富，很多物品的款式、质量独特而新颖，这也是吸引消费者眼球的重要原因，因为消费者在追求价格比的同时也追求性能比。具体总结分析如下：

1、网购能够促进低碳生活

2024年底的哥本哈根会议将“低碳”推向公众视野，一时，低碳生活成为焦点，成为潮流，企业、低碳达人纷纷出招，支持低碳生活。有人节水、节电、节气，有人自备环保筷、环保袋„„而近日，如火如荼发展的电子商务行业也发出声音：网购也是一种低碳生活！

最让电子商务行业津津乐道的低碳话题，无疑是在线手机充值。据淘宝数据魔方的数据显示，2024年仅通过淘宝充值就直接减少了1065吨碳排放,几乎相当于乘飞机旅行800万公里的碳排放。而斐贝国际旗下B2C2C电子商务平台——菲玛特商城的数据也表明，菲玛特商城至少每月可以减少6万张充值卡的使用。

除了手机充值，电子商务业内人士认为，其实网购也是一种低碳，网购相应地减少了外出乘车工具，减少商场的购物袋，商品结算纸条等等各方面的材料。但对此也有人提出了不同的观点：网购不用外出乘车，但是在物流上的消耗却不是一种低碳行为，一对一的快递增加了物流成本和人力成本。

那么，如果电子商务平台拥有社区实体店，鼓励团购，会不会给低碳消费带来更大助力？答案是肯定的。

为了给消费者提供更好的体验和增值服务，同时也为支持低碳生活贡献自己的一份力量，斐贝国际在加大力度建设线上平台――菲玛特商城的同时，也着力扩张自己线下的善美精致生活体验馆，体验馆为菲玛特商城的优质商户提供产品展示、体验功能，消费者可以在体验馆内试穿、试用，满意了再在线上购买。同时，体验馆还不定期开展团购活动，集中购买优质的商品。

专家分析说，社区体验馆的开设降低了因为“不能试用试穿”带来的高退换货率，减少了物流上带来的浪费，同时也节省了人力资源和沟通成本；而团购活动让供应商可以统一发货到社区体验馆，购买者步行即可到社区体验馆拿货，在减少一对一带来的物流浪费的同时，也减少了外出购物带来的汽车尾气排放和交通压力，是低碳消费、低碳生活的良好表现。

记者还了解到，斐贝国际不仅用自己的行动支持低碳环保，还热心各类公益活动，为社会贡献自己的力量。旗下的善美精致生活体验馆除了承载展示、体验、分享功能外，还通过与粉红丝带、善美天使工程等公益组织合作，开展环保、助学等公益活动，为低碳、绿色生活贡献自己的力量。

2、网上商品款色种类多

网络商店中的商品种类多，没有商店营业面积限制。它可以包含国内外的各种产品，充分体现了网络无地域的优势。在传统商店中，无论其店铺空间有多大，它所能容纳的商品都是有限的，而对于网络来说，它是商品的展示平台，是一种虚拟的空间，只要有商品，就可以通过网络平台进行展示，可以把世界的各类知名品牌全部放在上面，展示在上面。而且可选择范围大，样式新颖、齐全，更容易找到满意的服装。有89.6%的用户在可选择性强这一选项上打钩。显示出服装网购用户更倾向选择的多样化。

3、商品容易查找，一搜就能找到自己要的东西

网络商店中基本都具有店内商品的分类、搜索功能，通过搜索，购买者可以很方便的找到需要的商品。而在传统商店中，购买者寻找商品就需要用更多的时间和精力。而由于网络的无地域、无国界的特点，使网络商店的服务范围不仅仅限定在某个固定的区域内。购买者可以通过网络商店买到世界各地的商品。第一时间购买，服务范围更广网络的速度之快，商品只要在他们的网店刊登代售货品，几千里外的人打开网络马上就可以看到，效率快，地域差距少，可以买到很远距离的物品，网友不论身在何处，都可以购买到来自各地的商品。

4、网购环境自由舒适

京东商城、当当、淘宝、拍拍等这些网购平台现在为众人所熟知，不过它们都是平面地展示商品。现在一种新的网上商城出现，即3D购物商城，让用户享受模拟真实世界购物的感觉。购物环境很“安静” 一边听着音乐哼着小曲，完全不用理会别人的感受，而且没有别人打扰，想怎么看怎么挑怎么买都可以。

随着快递等物流业日益完善、服务更周到。在“您对当前为您服务过的物流运输服务是否满意”的选项中，高达91%的调查对象选择了较满意、满意和相当满意。显示出当前快递物流业发展已经步入成熟阶段。特约记者曾向位于广东虎门的网上店铺经营单位订购过一套服装，午饭时间下的订单，当天下午5时30分左右，位于广州的特约记者便收到了寄来的服装。这不能不说是一次令人满意的物流体验。周到、快捷的物流服务同样成为市民选择服装网购的又一要素。网购的普及和快递业务的高速发展可谓是相辅相成。据国家邮政局副局长王渝次表示，全国快递服务近1/2的业务量是由电子商务牵动完成的。网购的日益发展使得快递行业业务量激增，从而大大加速其发展步伐的同时，也使网上购物更能尽如人意，形成有利于大经济环境的良性循环。这同样也为服装网购这一新兴事物提供了得天独厚的发展良机。

5、可以找到最低的价格

价格低廉仍是网购最主要因素。《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示：61.3% 的网民选择网上购物的原因就是价格便宜。这部分网民主要是对价格比较敏感的家庭主妇和追求时尚但支付能力较弱的学生。由于网上商品省去租店面、招雇员及储存保管等一系列费用，总的来说其价格较一般商场的同类商品更便宜。大学生是一个没有收入的群体，大学生消费者精打细算的心理决定了其喜欢购买价廉物美的商品。

6、足不出户就能买到东西

网购可以满足大学生的“淘宝”心理。它可以省去了大学生逛街的时间，也可以减少了大学生精力的消耗，是他们可以有更多的时间去学习。

大学生偏爱网购主要满足了他们爱“淘”的天性，不停地看，不停地选，直到淘到自己最中意的商品。正因如此，网购成为他们“淘”宝贝的必然之选。一方面，网购方便快捷，既可以“货比三家”，翻来覆去地看心仪商品的照片，大量浏览网友评论、对比同类商品的各类参数，又可以不影响学习，在课余的同时或者间隙就可以完成一次购物；另一方面，网络的应用普及使得大学生对网络的依赖度日益增强，大学生购物喜欢与其他网友们不断评论。

7、节约时间，快速方便购买商品

对于大学生来说，网络购物能实现“365+24”。作为网络商店，它可以365天外加24 小时地开放，只要你有购买需求，可以在任意时间段登录网站，随时随地挑选自己需要的商品，真正实现“我的购物我做主”，不受任何时间地点的限制。这有利于大学生生活质量的提高还有加快我们的生活节奏。

8、团购优惠多

现在大学生都很热衷于团购，大概意思就是“花更少的钱办更多的事”。

原因一：购物成本低。对于网络商品购买者而言“物美价廉”才是硬道理。网络购物可以任意货比三家，亦可货到付款，免去了传统购物中舟车劳顿的辛苦，时间和费用成本大幅降低。

原因二：团购网的产业链是多方的，不同产业的商家共同参与到同一团购行为中来，实现的是多方共赢。首先，消费者通过团购买到了合意的商品——省钱；其次，商家以及第三方支付平台通过团购网得到了比普通销售更快捷、便利的流通行为——赚钱；再次，团购网通过发起团购也赚到了自己的那一桶金。总之，作为一种新的消费模式，团购网带来的不仅是让消费者耳目一新的消费行为，更是一场富有创新意义的消费革命。

9、大学生潮流趋向、宿舍文化影响 网络购物是时尚与潮流的象征。上网已经成为了当今社会的一种潮流，而网虫也不再是指“收着信、看着BBS、聊着天、打着电话、浏览着网站、玩着游戏、看着新闻，眼睛盯得像企鹅”的人。微博、网上商城等多元化的服务已经融入了大学生的网络生活。从最初的“你会上网吗？”到近两年的“今天你团购了吗？”的变化，我们不难发现，大学生网络购物的一个关键而不可忽视的动因便是潮流和时尚的引导。

10、可买现实生活中买不到或者异地商品

网购打破了地域的限制，不管你在什么地区，都一样能享有网络提供的商品资源，有机会买到在本地市场难觅的商品，也防止了地域性的垄断。比如，你喜欢宜家的产品，但自己所在城市并没有宜家专卖店，换在以前，这或许是个烦恼，但有了网购之后，只要选择一个网上代购，一切轻松搞定。尤其是对于相对不发达地区的消费者而言，也可获得与其它发达城市居民一样的商品选购范围。现在打开任何一个知名的购物网站，你会发现，只有你想不到，没有买不到的东西。所以现在你只要手捧电脑，就可买到全世界任何地方的商品，不是只仅限于你所在的地方了。

但是，从调查问卷中，我们可以看出有些大学生认为网购存在一定的风险和不足之处，这使他们不愿意或者不经常进行网购，这些原因有：

第一，实物和照片上的差距太大：

网购只能是看到照片，到货物真的到达你手里，你会感觉和实物有不一样。这就不如在商场里买到的放心。

第二，不能试穿：

网购只是看到照片及对物品的简单的介绍，像衣服或鞋子之类的，你就不能直接的看出适不适合你，而如果在商场购买，你可以试穿，合自己的身，就马上买下，不用考虑那么多，但是，网购就比较麻烦了。

第三，网络支付不安全：

可能被偷窥，密码被盗。网上购物最为担心的一点就是他需要用到银行账户，有些朋友的电脑中存在着盗号木马等，会造成账号丢失等一些严重的情况发生，所以大家在购物的时候尽量不要选择网吧等公共场所，自己的电脑也要保证杀毒软件的正常安装才能进行网络交易。

第四，诚信问题：

就是店主的信用程度，如果碰到过服务质量差的店主，问几个问题就显得不耐烦。还有在网上购物出现上当受骗时常发生。

第五，配送的速度问题：

在网上所购来的物品，还要经过配送的环节，快则一两天，慢则要一个星期或更久，有时候，配送的过程还会出现一些问题，还有，如果对物品不满意，又要经过配送的环节，换一下物品，这样比较麻烦；而在商场上，看到自己想要，就直接到手，如果不满意，直接拿去换。

第六，退货不方便的问题：

虽然现实中购物退货也需要很复杂的程序，甚至对产品要有保护的要求，可是网上退货就相对更加困难。甚至提出百般无理要求拒绝退货和推卸责任。

调查显示，曾经有过网购经历的人大多数对网上购物的优点具有更强的认同感，她们比起没有过网络购物经验的更相信网络商家，更习惯网上购物的消费方式。这一结果也说明，上网购物会逐渐成为大学生的生活方式，一旦开始，便很可能会持续下去。我国网络购物的经营者在多年的经营之后，已经比较理性，知道在网络购物的发展中应该去做什么和如何做。根据我们这次的调查也可以看出，大学生——这一未来的主要消费群体对网上购物的前景还是很看好的，说明网上购物这个市场还是具有很大开发潜力的，相关网站，企业和商家应提高宣传力度，同时对于网络管理与支付程序等不足加以改进。力求做到尽善尽美，以此吸引更多的潜在客户群体并且增加老客户的忠诚度。不仅让大学生这一群体了解，也要让广大民众参与进来，促进网上购物的发展。相信随着我国网络环境的不断改善和网民的不断增加，会有越来越多的企业和个人开展网络购物活动，也会有越来越多的网民加入到网络购物的潮流中来，我国的网络购物市场必定会越来越繁荣。

网购的时间长了,经验多了,消费行为就会逐渐归于理性。大学生不仅是中国网购市场实实在在的生力军，作为未来中国中产阶层的主要构成，这一群体进入社会后也将继续成为支撑网购市场的重要力量。

**第二篇：大学生网购调研**

太原工业学院

社会信息现象调查 实习报告

实习地点 太原工业学院

系 部 经济管理系 班 级 1120931 小组成员 成 绩 指导老师

2024 年月

日 1

太原市大学生网络购物状况调研

一、调查背景：

随着互联网和通信技术的高速发展，使电子商务迅速普及。网购正在以一个前所未有的速度在发展。有关报道:在十年前每年在网上的消费额仅仅几百万,而如今每天在网上消费额就高达几千万。在未来的十年,那它还会有什么样的发展呢,我们无法想像。但有一个事实,我们必须承认网络的力量正在改变我们的生活。现在越来越多的人为了方便节约时间，网上购物越来越贴近人们的生活，网上购物的模式在降低运营成本、方便快捷等方面的优势，大大降低了企业和个人的行业进入门槛，一时间网商如雨后春笋般纷纷涌现。网络购物的兴起，正悄然改变着社会的商业结构和生活方式。中国互联网络信息中心（CNNIC）的报告显示，我国网上购物人群中大学生占有很大的比重，已经成为网上购物的主要力量。作为“高触网”的大学生，他们往往扮演着引领社会消费趋势的角色，所以我们对大学生网上购物进行调查。

二、调查目的

1.本次调查是为了了解大学生网上购物的现状，研究大学生网上购物各特征并对其进行分析，进一步了解当代大学生网购中所体现的消费态度及消费心理，从而正确指导大学生网上购物消费行为。

2.分析出网上购物中存在的问题，并对网上购物环境的进一步发展和优化提出一些合理建议。

三、调查时间：2024年6月24日----2024年6月27日

四、调查对象：太原工业学院及其他院校在校大学生

五、调查方法：本次采用的是调查分析法，对调查者发放问卷，当场填写然后收回，对问卷进行分析得出调查结果。（共发放问卷100张，收回100张，有效问卷100张。回收率100%）。同时在网上进行一些问卷调查填写（共填写51张，收回51张，有效问卷48张）

网上调查所用软件：问卷星

（http://www.feisuxs/wjx/activitystat/viewstatbyq.aspx?activity=2552239&reportid=&）

六、调查结果：

1.本次调查共发出151份问卷，回收有效问卷148份。其中女生60人，男生88人。相关数据显示：其中大一学生中有18人进行网购，比例为12%；大二的有97人，占66%；大三的有27人，占18%；大四的有6人，占4%。

2.被调查的大学生对网购都基本了解，但对网购的可靠度视情况而定，相比网购而言，他们更喜欢商场购物。

3.本次调查中，同学们的网购消费水平数据显示，每月一次的有38个，占总数的25.7%，有76个的同学每季网购一次，占54.3%，每年一次的同学有7个，占14.3%。还有4个，5.7%的网购达人平均每周一次。每次购物的平均交易金额在100以下和100～500之间的人数都占总数的约45%，其他金额范围分布较少。

4.在网购人群中，因为购物方便快捷而选择网购的占网购人数的36%，还有一部分同学认为网购产品种类多样，可以对比从而挑出性价比高的商品。而在众多大学生选择的购物网站中，有40%的大学生会把网站商品是否齐全作为他们选择购物网站的主要标准。其中，淘

宝网名列前茅，有80%的同学选择在淘宝购物。

5.本次调查中，同学们的网购消费数据显示，大学生网购中服饰、化妆品及日用品占70%

6.在网购过程中，难免会遇到一些困难，其中主要困难是商品描述不清楚，达到45%，其次是商品数目繁多和网站太多，网上市场太杂乱，有些商品质量较差，占30%。

7.同学们网购为了安全性考虑，付款方式一般都采用支付宝，占

比例的60%，货到付款占22.9%，网上支付占17.1%。

四、调查分析

大学生选择网购的原因：

1、大学生的追求时尚性，他们跟随时代趋势。而且社会生活节奏的加快，网上购物使大学生寻求更便捷的生活方式。

2、大学生一般没有过多的闲置资金，所以总想在网上淘到物美价廉的商品，而且网购的价格一般比市场上亲自买要便宜；

3、网上卖家更多，选择余地更大，能够货比三家选择性价比高的商品；

4、大学生大多熟练使用计算机，对网购容易接受，而且引导潮流，如今网购就是时尚的潮流；

5、网购方便，不去自己花太多时间逛商场，很容易找到自己想要的东西，方便快捷，省时省力。网上购物存在的问题

1、网络是个虚拟的世界，网上购物平台存在一定的风险性，这就使得同学们在网上购物时容易被欺骗，有时候会买到假货，得不偿失。

2、大学生的金钱大部分都来自于父母，由于网上购物的便捷性和时尚性，使有的同学花更多的钱更频繁去网上购物，甚至形成“网购瘾”，造成生活费的高度开销。

3、网络上的商品有可能描述不清楚，当事人不能够亲身了解商品的质量，当买到的商品与自己期望的不一致时，较容易形成心理落

差。

五、对策分析

1、大学生要学会理性购物，网络是个虚拟的世界，里面的信息不一定是真实的，当在网上购物平台购物时要细心谨慎，注意对商品的真假鉴定，防止被骗。

2、在网上购物时，要货比三家，了解每一个细节，购买性价比最高的网络商品；当购买比较贵重的数码产品时，应当去实体店购买。

3、网上购物平台管理方也应该加强对网络购物环境的整理，营造一个安全可靠的购物环境，让广大买家更能安心淘宝。

六、调查结果总结

通过上述的调查报告，说明大学生在网上购物已经形成一种流行趋势。只有一小部分的大学生不选择网上购物。阻碍他们开始网购的主要是安全因素，只要他们认为网购值得信任了，网购的方便、省时、商品齐群等优点一定会吸引大多数的人开始网购。青年大学生具有追求时尚和容易从众的心理特点，而网上购物的快捷性、时尚性，又与大学生的心理特点相适应，这就使得大部分的在校大学生选择在网上购物。但是由于网络本身存在的弊端，网上购物存在安全隐患是不可忽视的，若操作不当或遇到非法分子，就会受到欺骗，造成经济上的损失。

七、调查意义与心得

通过本次调查，我们了解了大学生网上购物的现状，通过研究大学生网上购物各特征并对其进行分析，进一步了解当代大学生网购中所体现的消费态度及消费心理，并指出合理对策分析。这次问卷第一次采用网上调查，方便快捷。

八、附调查问卷

太原市大学生网络购物状况调研

您好：

由于课程的需要，需要你能帮助完成一份调查问卷，这次调查不记名，对于您的回答我们将严格保密，调查数据仅用于总体统计分析，不单独使用。因此，不会给您带来任何麻烦，希望您能如实填写问卷，谢谢合作！

您的性别是:\_\_\_\_\_ 您的年级是\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 1.您知道网络购物吗（）

A.没听说过 B.知道一点 C.了解 D.非常熟悉 2.您认为网络购物可靠吗（）

A.可靠 B.不可靠 C.视情况而定 D.不知道 3.相比较而言，您更喜欢哪种购物方式（）A.网上购物 B.商场购物

4.如果选择网络购物，您在网上消费的一次性价位一般在（）

A.100元以内 B.100——300元 C.300——500元 D.500元以上 5.您平均每月花在网络购物上的费用是：（）

A.100元以内 B.100——300元 C.300——500元 D.500元以上 6.您选择网络购物的主要原因是：（）

A.方便快捷，节省时间 B.品种齐全，能买到在商场中很难买到的东西 C.价格便宜

D.新奇时尚好玩 E.支付安全，不会出现假钞 F.其他 7.在网上购物的过程中，您最担心什么因素（）

A.支付的安全性 B.商家的诚信 C.图片和实物的差距 D.产品质量不合格假货泛滥

E.运货过程中货物受损 F.其他

8.（多选题）如果选择网络购物，您一般在网上会购买哪类的商品（）

A.图书音像类 B.电子产品 C.食品保健品类 D.在线充值（话费，点卡等）E.服装服饰类 F.化妆品类 G.其他 9.网上购物您最注重商家什么（）

A.卖家的信用度 B.商品的品牌 C.价格高低 10.您最喜欢的促销方式是：（）

A.免邮费 B.打折 C.积分送礼物 D.赠送优惠券 E.其他 11.您可以接受网上购得的商品多长时间送到：（）

Ａ.一天以内 Ｂ.三天以内 Ｃ.一星期以内 Ｄ.两星期以内 Ｅ.无所谓 12.您进行网购时经常使用哪种支付方式：（）

A.货到付款 B.网上银行 C.第三方支付（如支付宝等）D.信用卡付款 Ｅ.邮局电汇 Ｆ.其他

13.如果有纠纷一般是怎么解决的（）

Ａ.自认倒霉，做个严厉的差评 Ｂ.积极与商家协商，有时会做出一定让步 Ｃ.向网购平台投诉

14.（多选题）您认为网上购物还有哪些不足之处：（）

Ａ.商品描述不清楚 Ｂ.实际商品与网上看到的不同 Ｃ.物品试用不方便 Ｄ.容易存在网上欺骗行为 Ｅ.程序复杂，不易操作 Ｆ.其他

**第三篇：大学生网购动机分析**

大学生网购动机分析

前言：随着互联网经济、移动支付、物流快递业的发展，网购成为了人们生活中不可或缺的一部分。对于大学生而言，网购更是一种常态，据《天下网商·经理人》、天下网商数据中心联合支付宝数据罗盘知，从网购消费者年龄分布可知，30岁以下网购消费者占比超过六成，40岁以上网购消费者占比10%左右，可以看出目前网购消费者总体较为年轻。且18-24岁的网购消费者所占比例最大。大学生年龄阶层大多居于18-24岁。大学生作为网购消费者中的一大群体，分析其网购动机可以让我们更好了解网购的情况。

心理学中把动机定义为引起个体活动，维持已引起的活动，并促使活动朝向某一目标进行的内在作用。个体会通过行为有意识或者下意识地减轻他们所感受的压力，是否能够真正满意则依赖于所采取的行为。当消费者感受到的压力大到需满足他们的需要的时候，动机就产生了。这种需要可能是功利性的、可能是享乐性的，最终达到的状态就是消费者的目标。因而，营销者们试图创造出能够提供消费者想要的利益并且减轻其紧张程度的产品和服务。

在此，我先从消费者的购买动机去分析大学生的网购动机。我将会从求廉动机、求美动机、求新动机以及消费者的显性动机和隐性动机四个角度分析大学生的网购动机。

一、从求廉动机角度分析大学生网购动机

就求廉动机而言，大学生正处于求学阶段，个人收入并不高。据《中国大学生消费行为研究报告》分析知，93%的学生生活费主要依靠家庭支持,46%的学生接受过各类政府资助，如助学金、奖学金、勤工助学和助学贷款，43%的学生会采用各种形式的打工兼职，来补充生活费。从数据可知，大学生的日常消费来源主要是家庭供给，一旦自己的经济条件不能满足消费需求，大学生普遍采用兼职的方式获取收入补贴日常开支。因而，学生的经济收入比较单一而且消费水平较于以从事工作的人会稍低。电子商铺相比于实体店有一个明显的特征就是便宜。由于网上商铺集中性较强，竞争力较大，不如线下同类型商铺分散较散，电子商铺的竞争力之大以至于会打价格战去抢夺市场份额。再言，购物app也在疯狂地抢占市场份额，除去巨头淘宝，京东等购物软件，其他规模较小的购物app也在砸钱搞活动，各种无门槛优惠券、返现红包等营销活动在刺激着消费者的购买需求。大学生作为网购消费者的一大群体，鉴于个人收入水平，加上线上消费所带来的优惠，刺激了网购的需要，产生了求廉动机，从而促进网购的行为。

二、从求美动机角度分析大学生网购动机

就求美动机而言，求美动机是指以追求商品的美观为主要目的的购买动机。据数据分析得知，大学生网上购买服装配饰月均201.6元，日常用品月均79.4元，化妆护肤月均119.1元，市内交通月均74.1元，通讯上网月均78.3元。不难发现，大学生网络购物更偏好于日常用品，化妆护肤。随着商品经济的发展，人们生活水平的提高，知识的不断丰富，个人修养的不断提高，消费者在购买商品时的求美动机也会越来越强。大学生作为受过高等教育，知识水平以及个人修养较高，且经济收入基础较稳定的群体，求美动机也会更强。大学生会注重外在的修饰，容貌的姣好。大多大学都不会强制学生穿校服，因而大学生日常大多以穿私服居多，且大学生的活动丰富多彩，会有不同场合的活动参加，也自然有不同场合的衣服需要穿搭。在大学以前，学校会有明文规定学生不得化妆烫头发，但大学是一个从校园过渡到社会的时期，在这一个时期中我们需要学习如何更好适应适合社会的技能，例如如何使自己看起来整洁干净有魄力。这些因素林林总总也会刺激大学生的求美动机。在网店中，不仅款式选择多，可以适应不同喜好的消费人群，而且网店模特卖家秀也会刺激消费者的求美动机，从而产生购买行为。

三、从求新动机分析大学生网购动机

就求新动机而言，求新动机是指消费者以追求商品、服务的时尚、新颖、奇特为主导倾向的购买动机。求新动机的核心是追求商品的时尚性和潮流性。具有求新购买动机的顾客一般来说观念更新较快，容易接受新思想、新观念，具有这种动机的多为经济条件较好的青年顾客。大学生显然符合了这几点要求——观念更新快、容易接受新观念和新思想、经济条件较稳定、属于青年阶段。且互联网时代中，网店作为互联网的产物，也具有互联网的特点——客户需求不确定，数据也随着不确定，流量高流动，更新换代速度快。大学生作为互联网原住民，是借助互联网进行消费的主力群体，受广告宣传、社会环境和潮流导向影响很大。互联网上各种营销文案层出不穷，产品更新换代速度较快，同行竞争力之大以至于不断有新品推出以抢占市场份额，大学生作为互联网原住民，加上这群体本身的特点，易于受互联网流动性快的影响，易于被刺激求新动机，从而产生网购行为。

四、从消费者显性动机和隐性动机分析大学生网购动机

就消费者的显性动机和隐性动机而言，在消费者产生消费需要的时候会引发两种消费动机，一种是消费者主观认识到的并且承认的消费动机，即显性动机，消费者没有意识到或不愿意承认的动机即为隐性动机。

大学生想网购这也算是一种显性动机。在此，我想主要分析隐性动机。大学生年龄阶段正处于性格逐渐成熟完善的阶段，会希望的到别人的认同以及关注，而且希望在日常生活中展露自己的个性。据数据调查分析知，2024年，中国大学生消费市场总规模为6805亿元，形成了基础生活消费为主，数码产品其次，教育培训与文化娱乐并存的局面，总规模5357亿元，月均生活费1423元，月均三餐支出为705元，恩格尔系数为32.02%，达到小康水平。根据马斯洛需求层次理论，大学生已满足生理需求和安全需求，这两种需求满足之后会激发社会需要及尊重需要。在消费主义的影响下，消费不仅仅是满足生存与发展需要的活动，而是个体进行自我表达。身份确立的重要模式。

这是一个娱乐至死的时代，也是个信奉感觉至上的时代，而对于品牌不够“性感”的传统企业来说，却是一个最坏的时代。何谓“性感”？在我看来，就是品牌的一种人性化表达，是一种不期而遇和眼前一亮。消费者不满足于千篇一律的产品，更加青睐于个性的表达。让一个品牌“性感”起来的办法，在我看来无非三点：有颜值、有调性、还要会撩。在互联网+的时代，网店会更加着重一种定制的营销方式，抑或是表达个性的营销方式。

在此，我想举一个江小白的例子。据网上数据得知，江小白2024年销售达5个亿，可谓是在巨头垄断的白酒市场中拼杀出一段血路。白酒市场向来面对的大多是已步入社会工作多年的人群，大多位于中年。但江小白却定位于20-35岁的年轻人，将白酒定位在快消品，其情怀视频、表达瓶、创新文案在线上成为流量风口，品牌在互联网上快速引爆，精准打击用户。江小白的消费群体中不乏有大学生这一群体，大学生不仅在消费，更多是表达一种个性，通过购买江小白白酒，表达与江小白Slogan相一致的理念——我是江小白，生活很简单。大学生网购也是同一样的道理，网购不仅代表一种购物行为，更多是在表达个人追逐潮流，与潮流接轨的思想。这种隐性动机会促使大学生这一消费群体产生网购行为。

结语：以上四点皆为我分析大学生网购动机行为的角度，大学生既是积极的消费者，又是流行消费文化的践行者，从某种意义上来说，大学生的网购行为已经成为了解大学生精神风貌的一面镜子。从这四点分析中，我们不难了解到，当代大学生追求个人本身不断完善、跟随新潮流新变化的步伐、勇于表达个人个性的精神风貌。从另一个角度出发，分析大学生的网购动机分析也可以了解当今电商的发展情况。1980年代，零售是农贸市场；1990年代，零售是百货超市；2024年代，零售是购物中心；2024年之后，零售是电子商务。电子商务已成为当前热门话题，并且也引领了新的消费主义。大学生作为互联网原住民，是借助互联网进行消费的主力群体，其消费习惯呈现出依赖网络的趋势，并且习惯使用电商平台进行购物。研究分析大学生网购动机也是研究分析电子商务当前情况。

数据来源：

《市场与营销》杂志

《天下网商·经理人》

**第四篇：XX年关于大学生网购情况调研报告**

XX年关于大学生网购情况调研报告

XX年关于大学生网购情况调研报告

一.调查背景：

网络购物作为一种新的购物方式，正以其便捷、时尚的特点吸引着越来越多的消费者。网络购物因其物美价廉、方便快捷而风靡时下，受到消费者的青睐,网络购物消费异军突起。易观EnfodeskTM发布的数据显示，XX年中国网上零售市场整体销售规模已达到亿元，相比XX年增长%，增长率有明显回升。XX年，淘宝网与软银集团控股雅虎日本在日本共同启动中日网购互联平台，打造亚洲最大网络零售商圈。这无疑推动了“足不出户”淘尽天下成为可能。截止XX年12月31日，淘宝网注册会员超1亿人，覆盖了中国绝大部分网购人群，交易额也已超过5000亿元。然而近年来，根据消协统计，网购成为增长行最快的投诉热点之一。网络欺诈层出不穷，商品也不总是物美价廉，服务质量差强人意。

二.调查方法与范围：

随着网上购物的快速发展，网购热潮也深入影响当今的大学生们。为了了解大学生网购的具体情况，我们以安徽工业大学为试点展开了调查。调查中，我们采取整群随机抽样的方法，男女比例各50%，共投放了100份调查问卷，收集同学的看法和意见。在调查的过程中，我们随机选择教南和教D共六个教室晚自习期间发放问卷，总共发放了100份，回收100份，有效问卷85份，其中男生48份女生37份，有效率85%。

三.调查问题分析：

通过对调查问卷结果的统计和分析我们发现，大学生尝试过网上购物的人占大多数，网购现象比较普遍;大学生网购的商品较多样化;网购还存在很多问题。具体情况如下：

(一)大学生网购现象比较普遍，具体情况是：

对于大学生是否尝试过网购的问题，我们进行了调查统计，由图1的统计数据结果显示，有六成左右的大学生有过网上购物经历，可见，尝试过网上购物的大学生占了大多数，大学生网购现象比较普遍。从问卷的结果来看，调查对象对网购都很熟悉。这与目前大学生电脑普及率很高的客观现实也是基本相吻合的。调查结果的数据未达到预期中的七八成，追究其原因有两点：一是自习室同学多在认真学习，对待问卷会有些敷衍的选择题目少的回答;二是自习室低年级同学居多，未完全适应大学生活。从大家热衷于网购情况来看网购中有很多不同种类的网站，较大部分的同学们更多的是选择货物繁多，种类齐全的淘宝网。我们通过对同学的问卷统计来看，网购极大改变了传统的购物方式，其便捷迅速的优点是传统商业购物渠道所不及的。

探究大学生网购普遍的原因有以下几点，一是网络中的商品比较丰富。相比现实社区活动的局限性，网络作为虚拟的社区，有“无限”的空间和领域，在这个空间中人们可以通过网络商店来寻找自己想要购买的商品和服务。网络虚拟空间的无地域、无国界的特点，导致网络购物也突破了地域、国界的界限，使消费者可以通过网络购买到自己生活的社区难以买到的商品。二是网络中商品价格相对低廉。网上中的商品低价的原因就在于网络可以省去传统商场无法省去的一些费用，例如场地租金、员工的工资等。因此网络商品的附加费用比较低，商品的价格也就低了。低廉的价格正是吸引大学生这个“纯消费”群体乐意参与网络购物的重要原因。三是网络购物的快捷便利。随着快递公司的迅速发展，促使了网络购物的繁荣。现在的快递公司不仅仅局限于传统的邮局，新出现了很多快递机构，例如宅急送、申通快递、圆通快递、中通快递、天天快递等等。这些快递公司的出现加速了网络购物的发展，使网络消费变的更加便利和快捷。一个方面减轻了商店的促销和分销的压力，另一方面也方便了消费者购物。消费者只需要在网上挑选商品，剩下的事情就由商家和快递公司来完成，无需消费者亲自到商店中购买。而且网络商店24小时的开放，更大程度上方便了顾客，不会受到营业时间的限制，大学生更适应这种新式的购物方式。四是网络购物的群体认同感。网络购物作为一种新式的购物方式，从它的兴起到慢慢成熟，网络购物人数在不断的增加。但由于网购的限定性，网络购物的消费者相对而言还是少数，人们对网络消费还是感觉很新奇，网络购物者也会把自己同其他群体分离开来，形成一个特殊的群体。特别是大学生，个性使他们更喜欢“标榜”自己,从而更加注重网络购物所带来的特殊群体的认同感。

(二)大学生网购的产品多样化，主要有：服装及鞋类、书籍、电子产品

调查显示，大学生所网购的产品多种多样，其中六成以上大学生回答购买过书籍，四成左右购买过电子产品，三成购买过服装及鞋类。

调查结果与大学生群体有很大的关系。首先，大学生是思想开放的学生，虽然学习占了生活的很大一部分，但是大学生学习的范围相比中学生更加广泛更加多元化，单纯的课本、习题已经不能满足大学生学习的需求，因此会购买更多的书籍以扩充自己的知识面和满足自己的兴趣。网购能满足他们对各种兴趣爱好书籍的需求。其次，大学生接受的是高等教育，站在时代的前沿，电子产品是信息时代的重要产物，如MP3、MP5、手机、数码相机等电子产品已是大学生生活中息息相关的物品，网购以其特有的优势在大学生电子产品市场分了一块蛋糕。最后，大学生个性张扬，是个追求时尚的群体，服装、饰品自然是大学生所关心的话题。大学生作为一个纯消费群体，有着旺盛的消费需求，但是经济上未独立，消费受到很大制约。受网络购物中商品的低价格的吸引，促使他们更愿意在网上购买折扣比较大的商品。在网络中出售的商品通常要比传统的商品价格低一些，调查数据显示，学生比较关注的商品，服饰是折扣最大的，能达到50%以上;其次是电子产品，平均折扣在40%;书籍，一般便宜20%-30%。这就促成了大学生网购的行为。另外，点卡充值类、音像制品、车票电影票、体育用品、食品也是大学生经常网购的产品。

(三)网购还存在较多问题，主要有：描述不符、服务不周到、存在欺诈、退货困难

在大学生网购问题的回答中，图3统计数据结果表明，网购还存在很多问题，其中有七成左右大学生回答网购的产品描述和实物不相符，四成回答退货困难，三成回答存在欺诈和服务不周到。

造成上述网购问题的有网购其本身缺点，但更多的是网购管理体制的不健全。其本身缺点是实物不可触摸，交钱与交货分开。管理体制不健全主要体现在以下几点，一是商家信誉问题。在网络交易中，由于网络的虚拟性使得买卖双方之间存在着信息的不对称性，大学生很难接触到商品、不清楚商品的质量;反过来，商家也很难见到消费者，不了解消费者的身份。这样使有些商家和消费者利用网络的虚拟性扰乱市场秩序，从而影响大学生网上购物。二是交易欺诈问题。传统的消费环境，支付是面对面发生的，一手交钱，一手交货，不会存在延后性和虚拟性，所以基本上不存在交易的安全性问题。但是网络购物过程中，由于交易是在虚拟空间中进行的，很容易存在着诈骗，尤其是对个人信息和账户的安全，这也会影响到大学生网上购物。三是物流配送问题。在快递刚刚成立之初，由于存在各种不完善的环节，导致物品在配送的过程中出现很多问题，比如商品的损毁、丢失、传递不及时等等。售后服务问题网络购物时，消费者并没有实际接触到商品，比如在网上购买服装，消费者没法进行试穿，仅凭在网络上的信息有时很难确定是否合适，若买回来之后发现不合适，有的商家同意退货，但要自己承担邮费;有的商家根本不同意退货，给消费者带来损失。总之，网购还存在较多问题。所以，在网购时，大学生应该擦亮自己眼镜，深入了解商家、商品和物流情况，选择理性的消费。

四、大学生网购存在问题的解决对策

由上所述，网购这种购物方式快速发展的同时，也存在较多的问题。对于网购的诸多问题，我们从管理者和消费者的角度提了以下几点建议：

(一)加强对网络的管理

1、加强网络商品的管理。调查发现，很多大学生喜欢购买一些品牌商品，之所以在网上购买，就是看中了网络商品的价格低，但是虚假商品的掺入使大学生受到欺骗，从而失去了对网络购物的兴趣。因此必须加强对网络商品的质量的管理与鉴定，确保商品的真是性。

2、加强商家信誉度的管理。根据调查，很多购物网站都设立了信誉度的测评。比如淘宝会员在淘宝网每使用支付宝成功交易一次，就可以对交易对象做一次信用评价。在交易中作为卖家的信用度分为20个级别，级别越高，信誉度越高，大学生在网上购物的过程中就可以通过信誉来确定购买哪个商家的产品。

3、加强法律法规的建设。伴随着网络购物的迅速发展，有关这方面的法律法规建设的步伐却显稍慢，中国涉及到网络购物方面的纠纷主要依靠《合同法》、《消费者权益保护法》、产品质量保护法等法律调整，而没有一部全国性的专门规范电子商务的法律法规。因此，建立和完善网络购物方面的相关法律法规，就赔偿责任承担主体、合同模式、权利与义务、纠纷处理机制、赔付途径。

(二)倡导大学生网络理性消费

大学生也应从自身网购习惯方面考虑。应做到以下三个“选择”：选择良好的网站。大学生在网络购物的时候尽量选择一些自己熟知的，信用度较高的网站，尽可能的不要选择新网站。选择良好的商家。大学生在购物的时候首先查看商家的信用等级，开店的时间长短，以及差评情况。选择优质的商品。网络中商品的价格很不统一，同一种商品价格有很多种，因此，大学生在网络购物的过程中一定要学会货比三家，寻找质量最好的、价格最低的商品。当然大学生也应加强自身保护意识，在网购是一定要学会鉴别商品的真实性商家的信誉度，多与商家沟通，在充分了解商家和商品的基础上才进行购买。遇到欺诈、损失时，要学会勇敢的拿起法律武器保护自己。

**第五篇：大学生网购**

市 场 调 查

小组成员：

报

陶 强 营销一班 09051050111 周 杨 营销一班 09051050119 李 兰 营销一班 09051050121 范林华 营销一班 09051050103 沈明翠 营销一班 09051050125 谢茂林 营销一班 09051050127 李晓波 营销一班 09051050107

告 关于大学生网上购物的调查报告

一、调查的背景和目的

随着网络普及，电脑成本的不断下降，网上购物已经从当时雾里看花遥不可及的状态，变成了当今最火爆，最适合上班族、年轻族群购物口味的一种购物方式。网上购物已经慢慢地从一个新鲜的事物逐渐变成人们日常生活的一部分，冲击着人们的传统消费习惯和思维、生活方式，以其特殊的优势而逐渐深入人心。大学生作为对网络最敏感的人群，他们对网上购物行为接受很快，是未来购物市场上的潜在用户。

这次大学生网上购物调查研究目的是为了研究大学生网上购物行为并对其进行分析，了解当代大学生对网络购物的消费态度，正确指导大学生网上购物消费行为，以及未来对网购发展潜力的期望。

二、调查方法和对象

这次的调查，我们主要是对在校大学生的调查。因为在校大学生受教育程度较高，对网络的使用驾轻就熟，对适合在网上销售的满足精神需要的产品具有更多需求，其预期收入也相对较高，因此他们主宰未来网络消费的可能性较大。

我们采取调查分析法。首先用随机抽样的方法向四川理工大学学生发放问卷，进行问卷调查，然后对问卷进行了统计和分析，最后得出了结论。

三、调查结果及其分析

1、大学生网上购物潜力巨大。

通过本次调查显示，有网上购物经历的大学生占51%。而没有网上购物经历的大学生，其中只有7.8%的人没有浏览过购物网站。不难看出大学生在网上购物的市场潜力是巨大的！说明大学生对网上购物这一行为能够接受，并且接受的比较快。

2、大学生网购群体特征：性别特征。

调查结果显示，有51%的大学生有网购经验，而其中男生网购群略高于女生。男生比女生更勇于冒险和追求新的事物，男生的网络基础知识比女生普遍，这可能是造成大学男生网购比率要高于女生的原因。

3、网购原因分析：（1）没有尝试网购的原因。调查显示，在没有购买经历的大学生中，没有尝试网购的主要原因主要有：不知道如何网上购物、习惯传统购物、商品质量难以保证、害怕网上支付不安全、网上购物程序太麻烦。

（2）选择网购的原因。而大学生选择网购的原因为：节约时间、节约费用，方便、送货上门，寻找稀有产品，出于好奇、有趣，时尚、款式新颖，受身边朋友影响，可以货比三家、没有营业员压力。而比例较大的是：节约时间、节约费用，方便、送货上门。（如下图）

你选择网上购物的理由是?(多选,至多选三项)30%25%20%15%10%5%0%10.80%8.10%10.80%8.10%5.40%柱形图 127%27.90%商品门趣颖响用上有新影约费送货有奇，款式朋友，找稀节好，边间、方便寻出于时尚受身时省节

由此可以看出：大学生选择网购的主要原因在于网购更方便，更节约成本。

4、大学生对购物网站的选择特征：

网上零c网站、拍卖网站以及门户网站。从调查结果来看，大学生选择的网购地址主要包括：售的b2在大学生心目中，可供网上购物的首选网站共分为三大类：主要进行淘宝（98%）、易趣（60%）、拍拍（65%）、当当（47.5%）、卓越（62.5%）。大学生有着较清晰地品牌意识，对知名度高，信誉良好的网站更加青睐。尤其，拍卖网站如淘宝、易趣、卓越, 网上零售如当当成为学生的首选。

可以货比三家，没有营业员施加的压力

5、大学身网购行为特征：（1）购买的商品或服务类型。

从调查结果来看，大学生在网上最常购买的商品和服务包括：书籍及影音类（23.5%）、衣服饰品（23.5%）、礼品（14.4%）、手机及数码产品（5.9%）、电脑及配件(5.9%)、生活与体育用品(26.5%)。可以看出书籍及影音类、衣服饰品、生活与体育用品，占得比例最大。书刊质量风险不大，运输较为方便，而衣服饰品、生活用品的网购价格较于传统购物的商品价格低。这体现了大学生在生活、学习和文化娱乐等各方面的消费特点。

与网上购物有所不同的是：对网上购买食品的接受程度显然还有待提高，其主要原因是：

时间不能保证。因为食品类产品对保质期要求严格，一旦时间太久或者过了保质期，不但不能食用，有时甚至会对人的健康造成威胁。而觉得麻烦、不信任、没有想过，也是制约网上购买食品发展的重要原因。（2）购物频率与购买金额。（如下图）

从调查结果来看：购物频率最多的是平均每季一次（35.3%），每月的平均购物金额最多为50—100元（35.3%），也有28%的大学生月消费金额随所购商品价格而定。这与上述的大学生主要购买的商品和服务类型是相吻合的。（3）付款方式。

从调查结果来看，61.2%的网购学生选择的是第三方支付（如：支付宝、贝宝）。我国的电子支付状况已得到较大改善，大部分学生对网上支付的安全性比较放心。

6、大学生对网购的评价特征：（1）网购的担心因素。

调查显示，网购的担心因素包括：卖家诚信、货款的支付问题、商品的递送问题、售后服务问题、网络安全问题、观念问题。没有网上购物经历的大学生对网络购物的感知风险较高。全部被调查者中，担心的因素主要有卖家诚信（例：假货，质量差）（22.9%）和货款的支付问题（25.6%），其他担心因素如售后服务问题、商品的递送问题、网络安全问题分别占20.9%、16.3%、9.3%。

而有过网上购物经验的大学生，已经对其起了基本的信任，说明大学生的初次网购体验非常重要。（2）未来的购买意愿。

在未尝试网购的大学生中，表示今后有可能尝试网购的占了57.5%。说明他们对网购的发展期待。在网购条件让他们感到满意时愿意尝试。网购与传统购物相比在方便及时效性、信息的丰富性等方面具有很多优势，会吸引越来越多的大学生参与。

7、调查研究显示，由于网上购物与传统形式的购物有着时间与空间的差异，大部分大学生认为网上购物的可信度有60%-80%。

四、思考与对策

根据以上分析，我们针对调查中发现的在校大学生网上购物存在的一些问题，提出一些初浅的看法和建议：

1．目前，不少网站的网上购物流程较繁琐，这影响了一部分网民的购物积极性。如果此点得到改善，网上购物的比例会更高，电子商务交易会有更快的发展； 2．网络安全成为网上购物的重要障碍，相关网站应尽力改善，加强网站宣传设施的建设和宣传力度，让消费者了解电子商务网站采用的主要安全机制和作用，努力打消人们对安全问题的担忧。同时建议同学进入了网站选购自己所需的物品之前，先要查看售货公司和个人的信用度；

3．信用问题是网上购物中人们担忧的另一重要问题。加强信用机制建设，规范身份认证和身份识别技术的应用，通过宣传教育让人们我解网上信用机制，学会信用评估和鉴别方法，对于促进网上购物的发展具有现实的意义。

网上购物过程中最突出的困难是商品描述问题，网上商家应完善商品信息，使进行网上购物的网民能买到其称心的商品；

4．归根到底，影响人们对电子商务网上购物选择的影响因素是观念问题。实际上，正规网站的购物流程和安全、信用机制都已比较健全。现实世界中欺诈现象也经常出现，在一定程度上讲，网上购物的安全性高于网下购物的安全度。因此，在校大学生中很多人是因为观念问题而未进行网上购物，如果加强网上购物宣传力度，如各高校可将电子商务作为学校的一门必修课或者选修课，指导大学生应用电子商务知识、在校开展网上购物知识讲座、加强网上购物平台的宣传,以各种形式开展网上购物安全培训，建议大学生参加并了解等，将大大提高在校大学生网上购物的比例和网上购物消费频率。

大学生在网上购物时，一定要找准卖家，谨慎交易，待所购商品核实无误后再汇款，同时注意保存卖家的相关信息以备维权。

五、总结

1、大学生网上购物前景广阔

大学生虽然受经济条件的约束，在校期间无法开展更多的网上购物活动，但其参加工作之后将会在很大程度上成为社会中中高收入的群体。所以，大学生的价值也绝不仅仅局限于他们目前的实际购买量，而在其终身价值，一旦有了固定的收入，他们参与电子商务活动的潜力是巨大的。此次问卷调查也支持这一结果，37.8%的被调查学生有过网上购物经历；83.7%的大学生网络购物者明确表示在未来的一年还会继续进行网络购物；69%没有尝试过网络购物的大学生也表示今后会进行网络购物。

2.大学生网上购物市场已经形成

由调研我们可以看出，大学生上网已经普及，大学生每天上网的平均时间普遍为1小时～5小时，这些人群对网络可谓相当依赖，同时，在曾经有过网上购物经验的人群里86％的购物者对其进行的网上购物是基本满意的，说明至少有86％的人对网上购物是能够接受。以上数字告诉我们,面对大学生的网上市场已经形成，正等待商家去开发。

3.购物首选网站比较集中

调查结果显示，大学生购物首选网站集中在几个网站。在每一类网站中，大学生的选择都集中在某几个知名度非常高的网站。这种现象在拍卖网站中表现得更为明显，84位选择拍卖网站的学生中有74位选择了淘宝，只有26位学生选择了其他网站。另外，目前中国B2C购物网站数量己超过12000个，但调查结果却显示大学生们网上购物的首选网站主要集中在卓越、当当等几个网站中。门户类网站的得票也基本上被网易、新浪二大门户网站瓜分。

4、网购和传统购物的对比

虽然说网上购物有很多的优势，再次将不一一例举了，而传统的购物形式还是不可替代的。比如去买衣服、鞋子，以及自己没有用过的化妆品之类的东西，需要自己本人亲自去试了才确定要买，这样的商品，人们一般情况下还是会选择传统购物。

电子商务的快速发展给网购带来新的革命，新的生机，也是将来购物发展的趋势。可以见得，网上购物预期很好，将有很大的发展前景。

六、附录（调查问卷）

关于大学生网上购物的问卷调查

亲爱的同学：

你好！感谢你参加本次问卷调查。这是一份有关大学生网上购物情况的调查问卷，本问卷只作课题调研之用，不涉及个人利益，请你不必有任何顾虑。请你按照你的实际情况或想法填写，若无特殊说明，每题只选择你认为最佳的一项。恳请在百忙中认真如实表达你的观点，希望得到你的支持与帮助!谢谢！

1.你的性别是：

2.你是否有网上购物的经历? A有 B 没有

（回答有的请接着回答3-8题，回答没有的请接着回答第9-14题,15—20为两者必答题)3.你选择网上购物的理由是？（多选，至多选三项）

A节省时间、节约费用 B方便,送货上门 C寻找稀有商品

D 出于好奇，有趣 E.时尚,款式新颖 F受身边朋友影响

G可以货比三家，没有营业员施加的压力 4.你选择网上购物的支付方式？

A通过第三方担保（例：支付宝，贝宝）B网上银行直接转帐

C电信支付方式（例：手机，固定电话）D货到付款 5.在网上购物你经常选择的产品类型是（多选，至多选三项）： A书籍及影音类 B 衣服饰品 C礼品

D 手机及数码产品 E 电脑及配件 F生活与体育用品 G美容化妆品 H食品类（包括蔬菜水果零食）I 其它----------------6.你在网上购物的频率？

A平均每月一次 B平均每季一次 C平均每年一次 D更多 7.网上购物，你估计自己的月消费额为多少：

A.50元以下 B.50－100元 C.100－200元 D.200元以上 E.随所购商品价格而定 8.你在网上购物遇到的主要困难是

A商品描述不清楚 B商品种类和网站数目太多 C 界面复杂,不易操作 D 网站速度太慢 E 结算方式

9.你没有尝试过网上购物的原因是？（可多选，至多选三项）

A不知道如何网上购物 B习惯传统购物 C商品质量难以保证 D害怕网上支付不安全 E网上购物程序太麻烦

10.你为何不选择网上购物？（可多选，至多选三项）

A商品问题（例：种类少）B卖家诚信（例：假货，质量差）C货款的支付问题 D商品的递送问题 E售后服务问题 F网络安全问题 G观念难以转变 H 环境不允许 I信息匮乏，无法获得网上购物相关信息 J其他-----------------11.有人告诉你网上购物非常安全，货物质量也有保障等你会选择网上购物吗？

A 会 B 不会 C 有可能

12.具备了哪些因素，你会考虑在网上购买商品（可多选，最多选三项）

A网站信誉度高 B价格比市场价便宜 C免费送货 D.开设赠优惠券 E其他--------------13.你将来会尝试在网上购物吗？

A.会 B.不会 C.不好说

14.若会尝试在网上购物，那你网上购买产品时的判断标准是：

A.产品品牌 B.产品价格 C.产品质量 D.产品口碑 E.其它----------------〔必答题〕

15.你知道下列哪几个电子商务网站（多选）：

A.淘宝网 B.易趣网 C.拍拍 D.当当

E.新蛋网 F.红孩子 G.卓越网 H.其它---------------16.你了解网上购物流程吗？

A 非常了解 B 了解不多 C 有点不了解 D 一点都不了解

17.你觉得网上购物流程是否繁琐（包括开通网上银行、网上商店、购买流程等）？

A 非常 B 有点 C 一点都不 18.你认为网上购物的可信度有多少？

A 90%~100% B 60%-80% C 40%-60% D 40%以下

19.如果在网络上购买的物品不和心意或有质量问题,你会怎么？（多选，至多选三项）

A.反正东西不多,吃点亏算了 B.非常生气,再也不在网络上购物 C.想退换货,但不知道通过什么渠道 D.向销售网点提出退货要求 E.向消费者协会投诉 F 向有关管理部门提出申诉

20.你认为网上购物在大学市场的前景怎样？

再次感谢您参与我们本次调查！谢谢合作！

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！