分类号 密级

U D C 编号

本科毕业论文(设计)

**题目：网络消费行为对大学生生活方式影响及对策研究**

**——以湖北第二师范学院为例**

系 别 马克思主义学院

专 业 名 称 思想政治教育

年 级 2016级

学 生 姓 名 田进林

学 号 1652010035

指 导 教 师 贺海波

二〇二〇年四月

**湖北第二师范学院毕业论文（设计）原创性声明**

本人郑重声明：所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已经注明引用的内容外，本论文不含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的作品成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人完全意识到本声明的法律结果由本人承担。

论文作者签名： 年 月 日

**文献综述**

**一、概述**

网络消费成为生活中重要部分，与传统消费相比在许多方面都呈现出不一样的特点。因此近些年网络消费行为一直是人们研究的热点问题，而良好的生活方式也是人们一直的追求，需要被重视。

经过笔者对200多篇切题的重要期刊文献包含综述的阅读，整理和归纳。笔者认为学界对网络消费行为的研究大体分为两个阶段，第一阶段为研究基本框架形成阶段，围绕着是什么的思路，主要对其定义，过程，特征，影响因素进行研究。第二阶段是多元化发展阶段。研究的主体面更广，诸如学生，农民，职业女性等等；研究的主题比较细化。

纵观学者生活方式的研究，可分为生理健康，心理健康，以及研究还不够的消费角度下的生活方式研究。

一方面，网络消费作为生活的重要部分，与人们生活各方面息息相关；另一方面，生活方式是人们生存以及生活的活动方式,体现了一个人的生存价值观和生活态度，而学术界却鲜有人以大学生为典型对象，并将网络消费行为和生活方式二者结合起来进行系统研究。

1. **主题**

本论文的题目是网络消费行为对大学生生活方式的影响，我将研究分为两个层面，分别是基本面和拓展面，基本面主要包括网络消费行为定义，影响因素，过程，特征等,而拓展面则是在此基础上与其他事物结合起来研究。

1. **网络消费行为定义及过程的研究**

国内外对于网络消费行为的解释有所区别。西方由于信息技术发展比较早，主要采取建立模型，提出假设，最后实证验证模型的方式来解释，而我国学者则主要通过具体现象展开本土化研究。目前西方较早提出的较典型模型主要有刺激-机体-反应模型，技术接受模型等，笔者不一一列举。中国对于网络消费行为内涵界定，比较典型的有何明升[1]认为网络消费行为是以网络为工具满足自身需求的动态过程，同时也提出了自己的模型。另外结合吴满意[2]，黄飞[3],阴丽佳,韩圣,刘莹莹[4]等人观点，我认为网络消费行为是消费者凭借虚拟网络为获取商品，信息，服务而搜寻，购买，使用，评价,处理而表现出来耗费时间或是金钱的行为。

1. **网络消费行为影响因素研究**

网络消费行为影响因素是学者研究的热门，从研究的类型来看，分为实证研究和对现象的总结，从影响因素的范围来看，学者们对于影响因素虽然呈现出分散多元的特点，但是也无非是从个体因素，产品因素，环境因素下去进行研究。史淑珍[9]用实证方式试图从个体因素，网络感知风险，网络商家特征等方面实证对网络消费行为的影响程度。董晓红[10]等把京东为对象, 分析搜索成本对电商平台的影响, 得出当搜索成本较低，服务质量越好将越具有竞争优势。

1. **关于应对网络消费行为的措施研究**

为了应对网络消费这个新事物，不同学者从不同主体不同角度提出了针对性措施，闫学元[5]等人从国家角度认为应该提高国民收入，加强市场监督，加强人民网络消费安全意识等。朱逸,常健聪[6]则认为要从物流，信息，网络等角度，来促进网络消费。姚一斌[7]认为大学生网络消费有一系列问题，因此从学生自身，学校等各个主体加强教育，引导正确网络消费观。

1. **关于大学生生活方式的研究角度**

关于生活方式的研究，目前学者主要们主要从三个角度进行。第一个是以医学生体育生等的视角，提出比较具体的生活方式，来应对抽烟喝酒，缺乏锻炼等问题，如徐划萍,邱慧[8]就从各个指标分析并提出用家校社区等共创健康生活方式大环境。第二个角度则是思想政治教育者生活方式的总体研究，主要探讨学习，休闲，交友，消费，婚恋等。如比较典型的有杨晓慧[11]团队发放12000份问卷，认为大学生生活方式总体健康，但也总结了7大问题，分别是学习功利化，兴趣下降，不良习惯导致的身体亚健康，攀比消费等7大问题，并提出对策。第三个是从消费角度，罗琴在硕士论文中结合大学生消费特点，将大学生生活方式分为，经济型，时尚型等多类型，并站在商家角度提出针对性措施。

**三、总结**

综合来看，可以看到，国内外学者对于网络消费行为的研究比较系统，成果丰富，为本论文提供了比较丰富的材料，但同时也应当看到以下问题第一，国外对于网络消费行为的研究偏向理论化。第二对网络消费行为的衍生研究还没完全展开，仍然有较大研究空间。第三研究内容重复，如关于网络消费影响因素，学界存在大量重复研究现象。第四，可以看到有关研究更多趋向于经济，网络等要素，而对于与网络消费行为与人的联系相对较少。正是这些成果和不足，让笔者藉以将网络消费行为与生活方式结合起来，并以大学生为研究对象，探究其影响，并针对大学生提出相应措施。

**摘要：**在网络消费与生活的联系日益紧密，网络消费日益普及的背景下，探究网络消费对人们的生活方式产生怎样的影响十分必要。大学生作为网络消费行为的典型代表，本文以大学生为研究对象，首先根据马斯洛需求层次理论，将大学生网络消费行为分层，并调查研究其现状。然后结合AIO和生活方式细分理论，调查网络消费行为对大学生生活方式各个方面的影响，将网络消费行为影响下的大学生生活方式根据其在活动兴趣观点等方面的差异，将生活方式进行归类，不同类型下其影响也不同，最后对影响做出分析，发现问题，总结经验，为消除网络消费行为对大学生生活方式的不良影响，提出针对性举措，并为了给生活方式形成更加良好的影响，提出针对性措施。

**关键词：**  网络消费行为 大学生 生活方式 影响 AIO

**Abstract:** Under the background of the increasingly close connection between network consumption and life and the increasing popularity of network consumption, it is necessary to explore how ne**t**work consumption affects people's way of life. As a typical representative of network consumption behavior, this paper takes college students as the research object, uses AIO scale to investigate the influence of network consumption behavior on all aspects of college students' lifestyle, and analyzes the influence, finds the problem, sums up the experience, promotes the positive influence of network consumption on college students' lifestyle, and tries to overcome the negative impact.

**Key words:** Online Consumer Behavior College Student Lifestyle Impact AIO

**目 录**

[一、 绪论 1](#_Toc37833122)

[（一）研究背景、对象、目的及意义 1](#_Toc37833123)

[（二）研究的理论基础 3](#_Toc37833124)

[（三）相关概念界定 4](#_Toc37833125)

[（四）研究问题及研究方法 4](#_Toc37833126)

[二、 调查样本的基本情况及大学生网络消费行为现状 5](#_Toc37833127)

[（一） 调查样本的基本情况 5](#_Toc37833128)

[（二） 大学生网络消费行为现状 6](#_Toc37833129)

[三、 网络消费行为对大学生生活方式影响 10](#_Toc37833130)

[（一） 网络消费对大学生消费方式影响及分型 11](#_Toc37833131)

[（二） 网络消费行为对休闲娱乐方式的影响及分型 12](#_Toc37833132)

[（三） 网络消费行为对大学生人际交往方式的影响及分型 13](#_Toc37833133)

[（四） 网络消费行为对大学生信息搜寻方式的影响及分型 13](#_Toc37833134)

[（五） 网络消费行为对大学生工作学习方式的影响及分型 13](#_Toc37833135)

[四、 对生活方式的消极影响的原因分析 13](#_Toc37833136)

[（一） 个人层面 13](#_Toc37833137)

[（二） 网络层面 13](#_Toc37833138)

[（三） 学校层面 13](#_Toc37833139)

[（四） 社会层面 13](#_Toc37833140)

[五、 对策与建议 14](#_Toc37833141)

[（一） 个人层面 14](#_Toc37833142)

[（二） 网络层面 14](#_Toc37833143)

[（三） 学校层面 14](#_Toc37833144)

[（四） 社会层面 14](#_Toc37833145)

[参考文献 15](#_Toc37833146)

[附录一：问卷设计（添加内容） 16](#_Toc37833147)

[附录二：访谈提纲 16](#_Toc37833148)

[致 谢 17](#_Toc37833149)

**网络消费行为对大学生生活方式的影响**

**——以湖北第二师范学院为例**

# 绪论

## （一）研究背景、对象、目的及意义

1. **研究背景**

1.1消费大时代对生活的影响变大

回顾历史，封建时代，自给自足的小农经济下，消费行为不足，消费对人们生活的影响相对较小；近代，商品经济不断地发展，商品迅速丰富，消费和生活关系相对密切，然而中国受到经济的影响，消费能力不足，消费影响相对较小；在当代中国，科学技术迅速发展，生产力大幅提高，网络普及，商品异常丰富，中国特色社会主义进入了新时代，上到富豪精英，下到工人农民，都要根据自身需要进行消费，改善生活。

因此从另外一个角度来看，历史也是一部消费的历史。衣食住行，无论是物质产品还是精神产品，人们几乎都要通过消费行为才能获得，消费影响着人们的方方面面，影响着人们的生活方式，影响着学习，娱乐休闲，工作，等等。当代中国，消费与人们的生活的联系与以往相比更加密切。

1.2网络消费成为了一种重要的消费方式

《中国互联网络发展状况调查统计报告》显示，截止2019年6月，我国网民规模已经达到8.54亿，网络普及率61.2%，在网民群体中，学生占比最多，占比为26.0%，此报告将互联网应用分为了第一，基础应用类应用，主要包括即时通信，搜索引擎，网络新闻三种；第二，商务交易类应用，主要包括网络购物，网络外卖，旅行预定三种；第三，网络金融类应用，主要包括互联网理财，网络支付；第四，网络娱乐类应用，主要包括网络音乐，网络文学，网络游戏，网络视频，网络直播；第五，公共服务类应用，主要包括网约车和在线教育。这五类网络应用使用人数众多，据报告统计仅仅商务交易中的网络购物的用户规模就达到了约6.2亿，可见网络消费已经成为一种重要的消费方式。

1.3网络时代的消费呈现出不一样的特点

当今时代是一个网络时代，网络商品异常丰富，网上消费十分便捷，而与传统实体店的消费相比，网络消费借助于网络平台，消费者不在直接去实体店铺去购买产品或者服务，而是通过电子平台了解商品或是服务的信息，然后判断是否进行消费行为。同时网络平台的出现还滋生了从前没有出现的商品，如虚拟游戏币，信息服务，等等，

1.4新时代历史使命对大学生良好生活方式有客观要求

中国特色社会主义进入了新时代，我国要成为现代化强国，首先必须成为人才强国，高等教育在人才强国中发挥重要作用。大学生作为充满活力、知识丰富、眼界开阔的特殊群体,他们追求个性,对新事物、新观念有敏锐的洞察力与领悟力，应当是我国未来建设的中坚力量,是社会主义核心价值观的践行者,肩负着推进社会进步和国家富强的重任。因此毫无疑问大学生需要一个好的生活方式。网络消费作为一个新事物有利有弊，研究它对于当今大学生的生活方式到底有何影响？我们又应该如何去应对消极影响，同时更好地发挥网络消费行为对大学生的积极作用？是我们站在新时代-一个大消费时代里应该思考的一个重要课题。

1.5相关研究还有待充实

目前学界鲜有专门以网络消费行为对大学生生活方式影响为专题进行研究，将研究目光过多集中在网络消费影响因素上，同时对于对于生活方式的研究，主要从宏观的构建健康生活方式，以及微观的生理健康角度研究生活方式，以消费为视角的研究还不够，特别是从大学生网络消费行为角度去研究大学生生活方式，还需充实。

1. **研究对象**

网络消费行为作为网络时代的一个重要特征，改变了人们的生活方式，大学生作为网络消费的典型代表，也是我国人才重要储备力量，网络消费行为对大学生的生活方式的影响如何，产生了哪些方面的影响，最后如何应对，是本论文研究的核心与重点。

因此笔者主要采取问卷调查与访谈等相结合的方法研究网络消费行为对大学生生活方式的影响。

1. **研究目的以及意义**

本文以消费大时代为研究背景，以高校大学生为研究对象，以大学生的网络消费行为，和大学生生活方式为研究内容，探索网络消费行为对于大学生生活方式的影响，通过问卷调查访谈等分析大学生的网络消费行为，以及由此引起的生活方式的改变，如消费方式，学习方式，交往方式，闲暇生活方式等，再针对对大学生的影响提出对应措施。

理论上，丰富有关大学生生活方式在消费视角的研究，尤其是以网络消费的视角研究生活方式。

实践上，通过问卷调查及访谈了解网络消费行为影响下当前大学生生活方式的现状，并且结合其现状发现问题，总结经验，并结合当前大学生网络消费行为提出针对性措施。

## （二）研究的理论基础

马斯洛需求层次理论由美国心理学家亚拉伯罕 马斯洛在他的著作《人类激励理论当中提出》，将人类的需求由低到高分为了五个层次分别是：生理需求，安全需求，社交需求，尊重需求，自我实现需求[百度百科]。黄飞在其硕士论文中将网络消费行为定义为一种通过网络支付时间或者金钱等满足自身物质需求和精神需求的一种行为表现形式。结合马斯洛需求层次理论，网络消费行为实际上是通过网络满足自身各种层次的需求的行为表现。因此本文试图以马斯洛需求层次理论为理论基础，对大学生在网络消费中满足其各中不同层次的需求的行为进行分析，然后在进一步分析大学生满足不同层次需求的现状，在通过对大学生网络消费行为满足自身需求的分析，进而得出对网络消费行为对大学生生活方式的影响。

生活方式细分理论，又被称作社会文化细分理论和消费形态细分理论，是在传统的AIO量表调查的基础上，增加了意见，知觉和偏好，即主要从活动，兴趣，态度，意见，知觉，偏好6大方面进行调查或者访谈等，从而获得有关消费者更为完整的轮廓[参考百度百科]。因此本文将结合生活方式细分理论对大学生生活方式，有一个更为细致的分析。

## （三）相关概念界定

**1.网络消费行为**

根据何明升，黄飞，阴丽佳等人有关网络消费行为的解释，笔者认为，网络消费行为就是人们使为满足自身需求凭借网络所表现出的耗费时间和金钱的信息搜寻，购买，使用，评价，处理等的行为。

**2.生活方式**

生活方式是人们生存以及生活的活动方式,体现了一个人的生存价值观和生活态度，生活方式细分理论对人们在活动，兴趣，态度，意见，知觉，偏好几反面具体情况进行分析，将人们的生活方式进行不同程度的细致分类。

**3.网络消费行为对大学生生活方式的影响**

大学生凭借网络满足自身各种层次需求所表现出来的行为对于大学生在活动，兴趣，意见，知觉，偏好几方面的影响。

## （四）研究问题及研究方法

1. **研究问题**

研究对象是大学生。

研究的场景是大学生日常生活中的网络消费行为，大学生日常生活涉及大学生生活的各个方面，主要包括学习，休闲娱乐，交友，消费几方面。

研究的范围主要是湖北的一所高校以湖北第二师范学院大学生为例

研究的具体内容（现象）是在网络消费影响下的大学生生活方式，运用马斯洛需求层次理论和生活方式细分理论，分析当前网络消费行为对大学生生活方式的影响，并且结合当前网络消费行为对大学生生活方式的影响现状，针对问题和经验提出针对性措施。

正如笔者在文献综述所论，当前学者对于网络消费行为和生活方式均有了一定的研究，成果丰富，然而在学者对于网络消费行为的研究较少和生活方式联系起来，缺乏了一定的关怀人的视角，而对于生活方式的研究上，从网络消费角度探究大学生生活方式的研究还不太充足，因此站在网络消费行为视角对大学生生活方式进行研究，并提出针对性措施，是本文的重点。

1. **研究方法**

通过问卷调查展开定量分析。全国高校众多，然而结合笔者实际情况和现有条件，为了能够取得比较好的调查和访谈效果，本人选取了湖北省武汉市一所高校——湖北第二师范学院为例，作为主要的问卷投放的地区。对教育十分重视，问卷设计从学生的角度出发，充分尊重他们的意愿，尊重他们的主体地位，以问卷形式了解网络消费行为对与大学生生活方式的影响。

本次问卷共计200份有效答卷，覆盖了不同专业不同年级和不同性别。站在学生角度，总的来说网络消费行为对于其生活方式的影响是多方面的，且有利有弊，其影响也受到了多因素的限制。根据---题开放性的设问，学生们对网络消费行为的态度还比较包容，虽然生活方式有时候常常受到网络消费行为的不利影响，存在各种各样的问题，但是不少学生认为这种不利影响可以被改变。问卷具体答案见附录一。

通过调研访谈展开定性分析。调研访谈主要是为了克服问卷所带来的距离感，采取比较灵活的访谈形式，与被采访者进行深入访谈，能够比较直观的了解学生的心理感受，从而对网络消费行为对大学生生活方式的影响进行定性。

因此，在访谈环节，笔者选取了校园中比较熟悉的选取了8位同学进行了较深入访谈，并对他们的访谈整理归纳，提取了部分具有代表性的观点，总结放于附录二。

# 调查样本的基本情况及大学生网络消费行为现状

## 调查样本的基本情况

本次调查的单位为个体。采取随机抽样方式进行调查。有效问卷200份，此外对8位大学生个案进行了深入的访谈。样本具体构成如下表

**表一**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 类别 | 频次 | 百分比 | 备注 |
| 性别 | 男 | 86 | 43% |  |
| 女 | 114 | 57% |  |
| 年级 | 大一 | 43 | 21.5% |  |
| 大二 | 42 | 21% |  |
| 大三 | 53 | 26.5% |  |
| 大四 | 62 | 31% |  |
| 月收入 | 500-1000 | 34 | 17% |  |
| 1000-1500 | 86 | 43% |  |
| 1500-2000 | 42 | 21% |  |
| 2000-2500 | 28 | 14% |  |
| 2500以上 | 10 | 5% |  |

说明：第一，从性别组来看男女比例大致。第二从年级组来看，各个年级分布比较均匀。第三，月收入（即大学生每月可支配生活费）1000元至1500元占比最多。这是本次样本调查的基本情况。

## 大学生网络消费行为现状

为了更加深入地研究网络消费行为对大学生生活方式的影响，首先我们应该去了解当前大学生网络消费现状。结合马斯洛人的需求层次理论，人首先会满足低层次的需求，并在此基础上进而满足更高层次的需求，为了让大学生网络消费行为更具有层次感，根据马斯洛需求层次理论并结合大学生实际，将大学生网络消费行为分为以下几个特色大类，1.为了基本生存的收入性网络消费行为，2.为满足基本生活必需品的求实性网络消费行为，3.追求享乐的网络消费消费行为，4.为满足社交需求的网络消费行为，5.追求学习与发展的网络消费行为。这里首先调查了大学生每月在网络消费上的花费，以及每周在网络消费所占用的时间。

1.为了基本生存的收入性网络消费行为

前面已经给网络消费行为下了定义，其本质是利用网络耗费时间或是金钱等满足自身需求的行为。我国经济发展迅速，改革成果惠及广大人民，虽然国家能够给予贫困大学生一定补助，然而客观上我国的经济水平还无法支持每个大学生都能仅靠国家补助而生活无忧。因此目前还有部分大学生以网络兼职形式赚取满足自身的基本生活。就笔者了解这部分案例不是十分普遍因此没有列为问卷问题，主要就笔者比较熟悉的一位朋友进行个案访谈，反映这部分群体此种层次的网络消费行为现状。

何某某，笔者一位朋友，湖北黄冈人，父母在小学就去世，后面按月份依次寄宿在各位叔伯家，每个月的生活费500左右，每年能够评上国家甲等助学金4000元，然而还是难以维持基本生活，就笔者此次访谈了解到，他除了平时周末会出校做一些兼职外，网络兼职也是一种主要的途径，具体到网络消费行为而言则主要表现在，花费一定时间和精力利用网络推广驾校、APP应用等，以及做在线家教（主要辅导帮助中小学生完成家庭作业）等多种形式网络兼职为自己赚取一定的生活费，当询问他对网络消费行为的看法时，他认为网络兼职时间比较自由，通常只会占用课外时间，同时虽然网络兼职行为具有一定的便利性，但是同样也容易上当受骗。而这种层次类型的网络消费行为对生活方式的影响将在描述完网络消费行为现状以后进行分析。

因此可以看到，生存性网络消费行为具有以下几个特征：1、此类消费行为通常由于家庭贫困所引起，2、此类网络消费行为有利有弊。

2.为了满足基本生活必需的生存性网络消费行为。

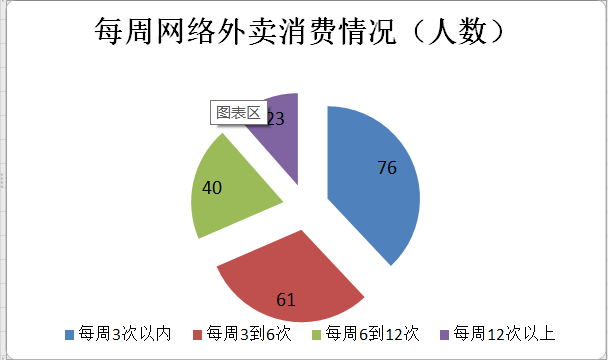
衣食是一个人最基本的生存需要，笔者了解到为了满足这种基本需要，不少大学生通过网络消费行为来满足自身的这些基本需求。

通过查阅资料和前期的一些准备，将为满足基本生活必需品的网络消费行为，结合大学生实际，同时也为了方便调查和统计，将满足基本生活必需品的网络消费行为分为求实性网络外卖消费行为以及求实性网络服装消费行为。

2.1求实性网络外卖消费

笔者对于大学生网络外卖的基本调查情况如下表

（**表二**）



**资料来源：根据调查结果自制**

由表可知每周点网络外卖的人数超过3次以上的占了大半，占了样本数量的62%，200个样本中，也有76个人，占总样本38%的人，每周点网络外卖的次数低于3次。更有11.5%的大学生平均至少每天点1.7次接近2次，可见关于网络外卖消费行为频率在大学生当中表现了比较大的差异，既有大学生较少进行网络外卖，也有大学生经常进行网络外卖，这是大学生网络消费行为现状之一。

在对大学生网络外卖满意度进行调查时，68%的大学生认为不满意或不太满意，只有百分之32%的学生认为基本满意或满意。

2.2求实性网络服装消费行为

求实性网络服装消费行为，也是大学生为了满足基本的生活需要的一个典型的网络消费行为。

问卷结果显示，63%的大学生更愿意借助网络而非实体店进行服装消费。通过对几位大学生的访谈发现，他们更倾向于网络消费服装的原因主要有以下几点，第一，网络上折扣，优惠力度较大。第二网络消费种类更多，更有选择性，第三网络购物节约了去实体店的时间比较便捷。而不赞成网络消费服装的大学生的观点主要可以总结为以下几点，第一，网络消费看不到实体，容易买错，并且买错后不便退货。第二，网络上服装商品众多，要从众多商品中，选出物美价廉的，比较耗费时间。第三，网络服装消费无法享受到实体消费所带来优质服务，这是当前网络服装消费现状。

总结起来，我们可以看到一方面大学生倾向于网络消费服装。另外一方面有认为网络服装消费有一定的限制性因素。

3.追求享乐的网络消费现状

享受性网络消费在当代大学生当中表现明显。享受型网络消费行为是一种为了满足享受需要而借助网络消耗时间或是金钱而表现出来的一系列的行为。其目的主要是满足人们的舒适和快乐。这当中既有积极健康的享受型网络消费行为，同样也有消极低俗或是庸俗的享受性消费行为。结合当前大学生网络消费行为的实际情况，主要将享受型网络消费行为分为以下典型，第一，网络游戏消费，第二，网络高档奢饰品消费，第三，网络零食消费，第四，网络视频消费，第五网络直播消费。（利用网络耗费时间和精力满足自身需求的消费也是网络消费行为，网络消费行为不单单指利用网络耗费金钱达到自身需求的行为）

笔者将享受型网络消费分为这五种类型，并将问题放入了问卷当中，结果展示如下表

**说明：**在200个样本当中有114人认为享受型网络消费当中网络游戏消费行为最具有享受性，另外网络直播消费，网络音乐消费，网络零食消费也不乏人选择，而网络高档奢饰品消费则少有人认为其更具有享受性。（资料来源：根据调查结果自制）

3.1网络游戏消费行为现状

通过问卷可以看到网络游戏消费行为所带来的的满足感要强于其他享受性网络消费行为，因此笔者在第一份问卷的基础上，发放了有关网络游戏消费行为的问卷调查（见附录二），下面就问卷总结网络游戏消费行为的现状。

第一，网络游戏消费行为相比于其他享受型网络消费行为方式，更受到大学生欢迎。

第二，在最热爱网络游戏消费行为的大学生人群中，有31%的大学生表示几乎每天都要用此种方式来让自己感到快乐达到娱乐目的。54%的大学生认为自己超过三天没有网络游戏消费行为会影响到自己的娱乐生活。10%的大学生表示每周进行一次网络游戏消费就能够满足自身对娱乐快乐的要求。只有6%的大学生认为自己可以最长半个月进行一次网络游戏可以满足自身对娱乐的需要。

第三，在单次网络游戏消费行为持续时间上，9%的大学生认为一次网络游戏时长30分钟左右就能够获得较大满足感，54%的大学生认为自己每次最短需要持续1个小时才能获得较大满足感。23%的大学生认为自己每次网络游戏消费行为至少持续2个小时才能获得较大满足感。

第四，在对于耗费金钱充值在网络消费行为上，42%的大学生明确表示不赞同，31%的选择赞同，但应该根据自身经济状况。27%的大学生选择根据游戏需要和看心情。

3.2网络直播消费行为

网络直播依靠着主播一定的表演天赋和节目效果，具有较强的娱乐性，也具有传统电视节目所不具有的互动性特点，在大学生群体比较受欢迎，由调查结果显示，把看网络直播作为最喜欢最能满足自身娱乐需求的人数排在了第二位，仅次于网络游戏消费行为。

通过对几位热衷于看网络主播直播的访谈（访谈提纲见附录三），现在将大学生网络直播消费行为现状归纳为以下几点，第一，看网络主播直播是大学生常见的一种娱乐方式。第二，不同的大学生对于网络主播的打赏呈现出不一样的态度，有的大学生认为不必打赏，自己看着开心就行，有的大学生则认为只有对主播进行一定的打赏才能够让自己更有满足感。第三，部分大学生表示看直播容易上瘾，有时候无法控制自己，导致耽误其他事情，也有部分大学生表示自己能够有节制的看网络直播

3.3网络音乐视频消费行为

通过对问卷以及访谈的整理，网络音乐视频消费主要现状如下

第一，22位将网络音乐视频消费作为自身最喜欢的享受型网络消费行为，其中有16位为女性，只要6位男性，虽然样本数量较少，但是根据访谈了解，可以大胆猜测女性相比较而言更热衷于网路音乐视频类

第二，通过访谈几位大学生，访谈对象一致认为，网络视频特别是网络电视剧，一旦沉迷进去很占用个人时间，影响其他事情的完成。因此他们认为应该对此有一定的介质。

第三，访谈对象对于网络音乐都持有一种赞成态度，认为只要能够听得进去，一般都能够起到进化身心的作用

3.4网络零食消费

网络零食消费往往是大学生在满足基本食品消费的基础上，进而追求满足自身对于味觉的需求。

通过问卷以及访谈的整理，对网络零食消费现状的描述总结为以下几点

第一，大部分访谈以及问卷调查对象都会有网络零食消费行为

第二，在认知上，一部分人比较认可网络零食消费，主要原因在于网络物美价廉，另外有一部分人则不太认可网络零食消费他们也给出了自己的理由，认为正是由于网络零食消费物美价廉，一般一次购物较多，而也间接导致了零食摄入过多，影响身体健康。

3.5大学生网络奢饰品消费行为

这里的网络奢饰品消费行为主要指在网络上花费大量金钱购买任何实用价值不符的商品或服务。比较常见的有，利用网络大量游戏充值，购买名贵包，表，服饰，对网络主播进行大额的打赏。

从问卷调查数据来看，200个样本当中只有6个样本将网络奢饰品消费作为最能获得满足感的享受型网络消费行为，但是这并不代表此种类型的消费在大学生中不常见。这里笔者随机对两位进行有关网络消费奢饰品的访谈。

概括来说，访谈A认为网路奢饰品消费让人获得较大满足感，是因为他觉得主要是虚荣心在作祟，享受的是自己可以拥有而别人无法拥有的虚荣感。同时他反对大学生进行高消费，认为不利于勤俭持家。

访谈B则认为，网络奢饰品消费无可厚非，主要自身经济预算充足，同时她也发现了不少的网络奢饰品消费攀比现象，对此她认为，各方应该寻求改变。

4、为了满足社交需求的网络消费行为

此类行为从本质上说其实是借助网络展开的人与人之间的互动交流以及其过程。大学生作为一个个生活活泼的社会人，除了现实生活中的交流外，网络交流也成为大学生生活的一部分，并对一个人产生十分重要的影响。

通过访谈（见附录访谈提纲），当前大学生为满足社交需求的网络消费行为主要具有以下几个特征。

第一，网络社交消费行为主要借助，各类APP如微信，腾讯qq，soul,钉钉，msn等

第二，从网络社交类型来看，主要可分为熟人社交和陌生人社交，而从访谈对象来看，大学生满足网络社交需要主要还是以网路为工具的熟人社交为主，访谈对象认为，网络作为一个媒介，很好地打破了时空的界限，让他们能够维系与故友亲人之前的感情。而也有访谈对象表示网络陌生人社交也能够很好地满足着自己对于社交的需要，可以把自己不方便对熟人说的话，和网络世界的陌生人讲述，同时也能够扩展自己的朋友圈，他也表示，对于网络虚拟社交需要抱着谨慎的态度，不然可能会上当受骗

5、为了满足学习与发展需求的网络消费行为

追求学习与发展体现了一种积极向上的心态，是大学生应有的一种心态，大学生为了满足自身学习与发展，如何利用网络满足自身对于学习与发展的需要并且满足了多少，是描绘大学生为满足学习与发展需求的网络消费行为现状的关键。

通过对访谈对象进行访谈，对大学生为满足学习与发展的网络消费行为总结如下

第一，大学生为了满足学习与发展需求，利用网络的具体行为主要有，利用网络看网课，利用网络搜集学习资料，利用网络向网友或朋友提问，利用网络购买实体书籍或资料等方式

第二，大学生利用网络进行学习与发展的时间，通过调查（见附录），大学生每天利用网络满足学习与发展需求，63%的大学生表示不足1小时，22%的大学生表示在1到2小时之间，只有百分之15%的大学生表示自己利用网络学习与发展的时间在2小时以上。

第三，在网络学习内容上。通过对访谈的总结，发现大学生为满足学习与发展的网络消费行为，网络学习内容主要是以下几个方面，专业课的学习，外语的学习，为考研的学习，发展自身技能的学习。某位访谈对象认为网络上资源众多，对于他在乐器方面的学习与发展具有十分重要的作用，过去网络没有普及之前，主要跟着培训老师学习，而现在则可以随时在自己的空闲时间利用网络进行学习

# 网络消费行为对大学生生活方式影响

以上我们已经将大学生网络消费行为现状通过问卷调查与访谈的形式，进行了一个基本的描绘，下面主要论述网络消费行为及其现状对生活方式产生了哪些影响，生活方式方式细分理论主要从活动，兴趣，观点，知觉，偏好几方面对生活方式进行细分，网络消费行为对生活方式的影响同样可以以此为标尺，进行分析。

## 网络消费对大学生消费方式影响及分型

1.影响

在对网络消费行为对大学生消费方式的影响中，根据问卷调查，89%的大学生认为网路消费行为对消费方式产生了影响，而从影响性质上看既有积极影响也有消极影响。在对几个访谈对象的深入访谈中，网络消费行为对消费方式的影响主要还是积极的。

第一，对消费活动方面的影响，不少访谈对象认为网络消费行为促进了自身的消费活动的优化，改变了过去比较单一的消费活动或行为，网络消费行为使得消费有了更多的选择。某位访谈对象就说到，从前自己家位于地方小镇，镇上能够消费的商品十分有限，从前自己想要吃到买到品种丰富的各种水果在小镇上并不容易，而网络消费行为改变了一直以来的这种情况，甚至国外的一些商品都可以通过海淘来实现，使得自己的消费活动相比从前而言得到了一定程度的优化

但是网络广告宣传具有虚拟性，诱导性，容易产生较多无效的，浪费性的,冲动性的消费活动。

个案：思政专业某大三学生 男

A：你觉得网络消费行为给你的消费活动带来了什么不良影响吗？

B：我认为网络消费行为给我的消费活动带来的最大的不良影响是，它使我增加了较多的无效消费，由于网络广告宣传十分的吸引人，因此我常常看到了一些宣传，就被吸引并去消费，但是回过头来看，自己的很多消费活动都没那么必要，是一种冲动性的行为，消费的时候心情热切，消费完实际上又用不着，浪费了时间，金钱，也用不上。

第二，对消费兴趣和偏好上的影响，不同的访谈对象对这个问题具有不同的感受。总结起来积极影响主要表现在以下几个方面，1.网络消费行为激发了大学生对更多产品，商品，或者事物的兴趣，在网络消费的过程中，大学生，通过信息的搜寻，浏览获得了更多关于各种事物的信息，并在与信息接触的过程中，对更加丰富和广阔的商品或服务表现出消费兴趣，2.网络消费行为促进了消费兴趣的升级。这种兴趣的升级主要表现在需求层次的上升，即从从前主要满足基本的衣食需求的兴趣上转变到精神需求的满足上，比较典型的有网络消费行为促使了大学生利用网络学习各种知识，充实大脑，利用网络满足对于音乐，舞蹈等各种艺术的追求，等等。

但是网络消费行为具有成瘾性[]，网络世界丰富多彩，与现实世界具有一定的矛盾，沉迷在游戏，视频，直播等网络空间之中，而现实生活中的消费兴趣则大幅度减少，一定程度上造成了网络虚拟与现实生活的失衡。

个案：数经专业大四学生 男

A：你认为网络消费行为对你的消费兴趣和偏好有哪些影响？

B:我觉得最大的影响是我的消费兴趣变多了，从前由于没有网络，我的消息还比较闭塞，自从有了网络消费行为以后，我慢慢地多新出的电子产品产生了比较浓厚的消费兴趣，闲的时候，会对电子产品的性能，参数等进行一定研究，为自己后面的网络电子产品消费积累知识，我觉得这也是我的一个消费兴趣升级的表现吧，比起对吃喝的兴趣，显得高端些。不过确实由于网络消费行为，我的支出变大了，有些支出完全应该可以避免的，导致了一定的浪费现象。但是不可否认的是，我也觉得我自己是不是把消费兴趣过多的放在了网络虚拟之中，一天中有一大半时间都在网络世界中度过

第三，消费观念上的影响。通过访谈网络消费行为对大学生消费观念的积极影响主要有以下几种，1更加主要消费效益，许多大学生喜欢称为性价比，可以理解为，经过挑选消费到物美价廉的东西。2.主要满足物质需要的同时注重精神的满足3.消费观念科学化，追求更高质量的消费。

但是网络消费行为作为一个新出现的行为，对人们的消费观念也具有一定的不良冲击，超额消费，贷款消费，月光族，剁手党等词语也展现了人们在网络消费行为影响下非理智的消费行为，和不太

第五，消费知觉上（即对消费的整体认识上）的积极影响，可以说网络消费行为的产生极其整个过程，给大学生带来了消费知觉的全新改变，通过前面网络消费行为现状描述，我们可以看到，对消费的总体认识，从不科学到比较科学，消费水平从较低水平变为较高水平，消费行为活动也跟着丰富起来，所以消费知觉也有了一定进步。

2.分型

根据其不同影响，表现，以及访谈结果，可从整体上将对消费方式的影响分为以下几个类型，分别是…….(这里需要添加内容)

## 网络消费行为对休闲娱乐方式的影响及分型

活动上，网络消费行为促使大学生的娱乐休闲活动多了起来，传统的休闲娱乐活动受到时间空间等各种条件的限制，而网络消费行为则不仅打破了时间空间的限制，让大学生可以坐在电脑前领略到真实世界的多姿多彩，还能创造出一个虚幻的世界，让大学生能够遨游其中。问卷调查显示网络休闲娱乐成为现今大学生最主要的休闲方式，从影响上看既有积极影响也有消极影响。

休闲兴趣上，根据访谈发现，访谈对象普遍表示，网络消费行为对休闲兴趣起到了比较大的影响，大学生的休闲兴趣，主要又集中表现在网络游戏，音乐，视频，直播，购物，新闻等方面，有一位访谈者明确表示，网络消费行为所带来的新的休闲方式与传统的休闲方式相比，具有更好的开放性，互动性，多样性，便捷性，使得大学生休闲生活更加多姿多彩。另有一位访谈者认为网络消费行为给了人们太多的休闲选择，而这些休闲选择中就有不利于人的身心健康的一部分，却容易使人沉溺其中，他谈到了他所熟悉的两位学长，一味顾及感官享受，忽视了内在修养，沉溺网络赌博，网络游戏，他还告知笔者，大学生圈子里存在着不少沉溺网络的大学生，严重影响了其健康成长。

休闲观上，网络消费行为的出现为大学生形成比较科学正确的休闲观打下了一定的基础，但也给传统休闲馆带来了一定挑战。网络消费行为不仅给大学生的休闲活动本身，休闲兴趣带来了改变，同样的，网络消费行为在产生后，由于大学生休闲方式的改变，必将导致大学生休闲观的改变。开放多元的网络环境一方面可能会对大学生原本的休闲观带来冲击，甚至往消极方面发展，从而造成不利影响，但是只要大学生保持一个比较好的心态，从网络消费中吸收比较积极有益的成分，那么将促使大学生形成一个更加科学开放的休闲观。

个案 刘某 湖北第二师范学院大一学生

A:你认为网络消费行为对你的休闲方式产生了怎么样的积极影响？

B：网络消费行为对我的休闲生活产生了巨大的影响，从积极影响上来看，最突出的是，网络消费行为让我有的许许多多的休闲选择，我可以利用网络打游戏，看直播，逛淘宝，刷新闻等等，多样的休闲选择不仅给枯燥的学习生活加了点料，让休闲更易于获得幸福感和满足感，网络消费行为还在丰富休闲生活的同时，一并丰富着我的知识和眼界。无聊的时候经常去刷刷微博，看看最近发生的新鲜事情，总的来说，网络带给了丰富的休闲生活。

2.分型（需要添加内容）

## 网络消费行为对大学生人际交往方式的影响及分型

（添加内容，内容要有问卷和访谈作为材料支撑）

## 网络消费行为对大学生信息搜寻方式的影响及分型

添加内容，内容要有问卷和访谈作为材料支撑

## 网络消费行为对大学生工作学习方式的影响及分型

添加内容，内容要有问卷和访谈作为材料支撑

# 对生活方式的消极影响的原因分析

## 个人层面

（添加内容）

## 网络层面

（添加内容）

## 学校层面

（添加内容）

## 社会层面

（添加内容）

# 对策与建议

## 个人层面

（添加内容）

## 网络层面

（添加内容）

## 学校层面

（添加内容）

## 社会层面

（添加内容）

# 参考文献

1. **期刊类**

**1、期刊**

[1]何明升,李一军.网络消费的基本特点及其对传统经济理论的突破[J].学术交流,2001(02):105-108.

[2]吴满意,谢海蓉.论网络消费[J].电子科技大学学报(社会科学版),2000(03):21-23.

[4]阴丽佳,韩圣,刘莹莹.大学生网络消费行为影响机制的实证研究[J].金融理论与教学,2019(03):69-74

[5]闫学元,张蕊.我国网络消费行为影响因素实证研究[J].商业时代,2014(33):10-12.

[6]朱逸,常健聪.影响网络消费行为的组合要素探究[J/OL].中国流通经济,2020(01):83-89[2020-02-11].https://doi.org/10.14089/j.cnki.cn11-3664/f.2020.01.009.

[7]姚一斌.大学生网络消费存在的问题及对策研究[J].山西能源学院学报,2019,32(03):61-63.

[8]徐划萍,邱慧.大学生生活方式与体质健康的相关性研究[J].中国医药导报,2017,14(36):60-63.

[10]董晓红,刘征驰.消费者搜寻、服务质量与B2C平台竞争优势[J].管理现代化,2016,36(03):90-92+125.

[11]杨晓慧.当代大学生生活方式问题及对策研究[J].东北师大学报,2006(06):189-193.

**2、学位论文**

[3]黄飞. 大学生网络消费偏好识别及影响因素研究[D]16面中南大学,2013.1

[9] 史淑珍. 大学生网络消费行为影响因素的实证研究[D].西南财经大学,2011.

[12]罗琴. 大学生市场的生活方式细分研究及营销对策[D].广西大学,2008.

# 附录一：问卷设计（添加内容）

# 附录二：访谈提纲

# 致 谢

毕业论文即将完成，也意味着我的大学生涯即将走向尾声。在此，我要特别感谢我的论文指导老师贺海波老师的热情关怀和悉心指导。在我撰写论文的过程中，贺海波老师细致耐心，无私帮助，谆谆教诲。无论是在论文的选题、构思，还是在论文的研究方法以及成文定稿修改方面，我都得到了贺海波老师悉心细致的教诲和无私的帮助，在此表示真诚地感谢和深深的谢意。  
 在论文的写作过程中，我也得到了室友、朋友们的宝贵建议，在此一并致以诚挚的谢意。  
 在大学漫长而又短暂的四年中，感谢家人、朋友一直以来的陪伴；感谢所有关心、教导、帮助过我的马克思主义学院所有的老师，谢谢你们四年来对我的培养和教育。  
 最后，向在百忙中抽出时间对本文进行评审并提出宝贵意见的各位老师表示衷心地感谢！