

# Investigation and Analysis of Online Shopping of College and University Students in Guilin

Feixia Chen Yuemeng Deng Jiajia Liu

Lijiang College, Guangxi Normal University, Guilin, Guangxi, 541006, China

## Abstract

Based on the online shopping situation of students in Guilin college and universities, the paper made a six-dimensional survey questionnaire containing college and university students' economic situation, online shopping reasons, online shopping frequency, online shopping platform, online shopping products, and online shopping risk perception. Based on the survey data of the online shopping status of college and university students in Guilin, respectively Using Excel, the statistical software SPSS's descriptive statistics method and the independence analysis method of the contingency table to carry out the data representation and statistical analysis, Obtained the main characteristics of online shopping for college and university students in Guilin: mainly female, the economy mainly comes from their parents, the frequency of online shopping is 3 to 5 times a month and the price range is mostly below 100 yuan, most online shopping platforms choose Taobao to buy daily necessities and school supplies, the main criteria for online shopping are evaluation of netizens and monthly sales, although there is a strong awareness of rights protection, the power of action for rights protection is weak. The paper also finds that college and university students in Guilin have the problems of excessive consumption, blind purchase and poor action ability to safeguard their rights. The survey puts forward reasonable suggestions for college and university students' online shopping behavior and online shopping platform, which is conducive to promoting the healthy and rapid development of the market, so as to guide college students' healthy, reasonable and scientific online shopping.

## Keywords

online shopping status of college and university students in Guilin; descriptive statistics; analysis of contingency table independence

# 桂林高校大学生网购状况的调查与分析

陈飞霞 邓月梦 刘佳佳

广西师范大学漓江学院, 中国·广西 桂林 541006

## 摘要

论文针对桂林高校大学生网购状况制作了含有大学生经济情况、网购原因、网购频率、网购平台、网购商品、网购风险认知六维度的调查问卷。基于所调查的桂林高校大学生网购状况的问卷数据, 分别利用 Excel、统计软件 SPSS 中的描述性统计法以及列联表的独立性分析法进行了数据的表示和统计分析, 得到了桂林高校大学生网购的主要特征: 主要以女生居多, 经济主要来源于父母, 网购频率一个月 3~5 次且价格范围在 100 元以下居多, 网购平台大部分选择淘宝, 购买生活用品、学习用品居多, 网购时主要考量标准有网友评价和月销量, 虽然有较强的维权意识, 但维权行动力较弱。论文还发现桂林高校大学生存在过度消费、盲目购买、维权行动力差的问题。该调查针对大学生网购行为和网购平台提出了合理化建议, 有利于推动市场更加良性快速的发展, 从而引导大学生健康、合理、科学地网购。

## 关键词

桂林高校大学生网购状况; 描述性统计; 列联表独立性分析

## 1 引言

中国互联网络信息中心在 2020 年 4 月发布了最新的《第 45 次中国互联网络发展状况统计报告》, 截至 2020 年 3 月, 中国的网络消费用户规模达到 7.10 亿, 与 2018 年年底相比较, 其增长了 1.00 亿, 占据了整体网民人数的 78.6%。一方

面, 根据网民年龄结构数据可知, 20 至 29 岁网民所占比例为 21.5%, 占据了最高的比例<sup>[1]</sup>; 另一方面, 根据网民职业结构中显示, 其中学生所占比例为 26.9%, 位居中国第一, 个体户 / 自由职业者所占比例 22.4%, 位居中国第二, 其次是无业 / 下岗 / 失业人员位居中国第三, 所占比例 8.8%。以上一系列的数据说明了如今的网络正在迅速发展, 网络消费群体正在逐渐扩大, 网络使用率也越来越高, 处在 20 至 29 岁

【作者简介】陈飞霞 (1999-), 女, 本科在读, 从事数学与应用数学研究。

这一年龄阶段的网民占了绝大多数,而大学生正好在这一年龄阶段里面。大学生拥有一定的生活费,又相对于社会整体来说能极大程度上接受时代替换的新事物,对网购方式的接受能力较强,则可推断出大学生这个群体是网络发展和网上购物的主力军<sup>[2]</sup>。

近年来,由于固定宽带和移动宽带的网络速度不断加快,社会信息化水平不断提高等因素的影响,中国互联网发展取得了显著成果,中国光纤宽带用户在规模逐年增加,网络的普及与发展使得网购这种购物方式也逐渐成为人们生活的一部分。高校大学生在网购中占有一定的人数比例,因此针对高校大学生网购状况进行调查与研究,在此以桂林地区高校大学生网购状况为样本进行调查,了解大学生的网购特征,分析大学生网购行为误区等相关问题,通过调查问卷的形式在桂林地区对高校大学生的网购状况进行了调查,采用 Excel、统计软件 SPSS 对调查数据进行了表示和统计,并做进一步的分析。

## 2 调查的基本情况

本次问卷调查,针对的是桂林高校大学生,调查问卷采用线下与问卷星线上发送两种方式,线下共发出问卷 600 份,回收有效问卷 588 份,有效回收率达 98%;线上问卷星总共有 894 人填写,有效填写问卷 885 份,有效回收率为 98.99%,总体数据真实有效,可作为本次调查分析的数据依据<sup>[3]</sup>。

首先,从性别来看,男生占 32.99%,女生占 67.01%;从年级来看,大一学生占 12.59%,大二学生占 25.34%,大三学生占 48.13%,大四学生占 13.95%。

根据调查问卷中桂林高校大学生是否有过网购的经历,通过数据统计 SPSS 软件进行卡方检验和列联表的独立性分析,得出“性别与是否有网购经历”的卡方检验和“性别与是否有网购经历”的独立性分析交叉制表。

为了验证性别与是否有过网购经历之间的相关性,使用 SPSS 对性别与是否有网购经历进行卡方检验,如表 1 所示。

由表 1 “2×2”列联表所得的检验性别与是否有网购经历的卡方检验结果可知,在 95% 的置信水平下,  $p$  值均为 0,显然小于 0.05,可以验证“性别”和“是否有过网购经历”两者之间是有显著性差异,即两者是相互关联的,性别上网购女生比男生多。

表 1 检验性别与是否有网购经历的卡方检验

	值	df	渐进 Sig. (双侧)	精确 Sig. (双侧)	精确 Sig. (单侧)
Pearson 卡方	59.751 <sup>a</sup>	1	.000		
连续校正 <sup>b</sup>	58.146	1	.000		
似然比	94.248	1	.000		
Fisher 的精确检验				.000	.000
线性和线性组合	59.711	1	.000		
有效案例中的 N	1472				

a. 0 单元格(0%)的期望计数少于 5。最小期望计数为 36.98。

b. 仅对 2x2 表计算

为了进一步验证性别与是否有过网购经历之间的相关性,使用 SPSS 检验性别与是否有网购经历的独立性分析交叉制表,如表 2 所示。

表 2 检验性别与是否有网购经历的独立性分析交叉制表

计数

		您是否有过网购的经历?		合计
		否	是	
您的性别是?	女	112	874	986
	男	0	486	486
合计		112	1360	1472

由表 2 结果显示,有过网购经历的女生占总体 66.98%,证明了在网购方面,女生的人数相比男生更多。在有参与调查的大学生中有过网购经历的占总体的 92.39%,这说明在桂林高校大学生群体中,网购的使用率达到了 92.39% 之高。可以看出,由于大学生对互联网的使用有了解与需求,所以大学生都普遍接触网络购物这个方式,并且大学生这个消费群体对网络购物的使用率很高。

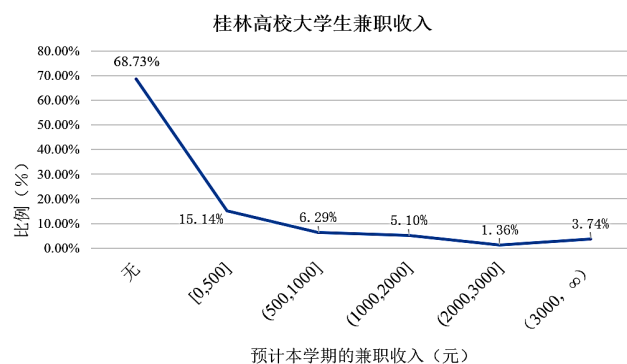


图 1 桂林高校大学生兼职收入情况

其次,从经济状况来看,通过调查桂林高校大学生的经济情况,利用 Excel 数据表格统计数据制作出表示桂林高校大学生兼职收入情况的折线图,如图 1 所示,大学生没有兼职的人占 68.73%,兼职收入在 500 元以内的占 15.14%,由此说明了大多数大学生的经济来源于家庭的支持,而一部分大学生在校期间有进行兼职,但兼职收入大多在 500 元以内,所以总体上来说,大学生经济还不够独立,在花销上受到了

一定的限制<sup>[4]</sup>。

### 3 桂林高校大学生网购现状

#### 3.1 大学生网购频率

网购已经深入绝大多数大学生的日常生活中,成为大多数大学生生活中的一部分。由问卷数据显示在校大学生几乎每月都有网购行为,由表3可知,每月30天中网购频率在3~5次的比例最多,在16~20次、21~25次和26~30次的比例最少,都仅占了2.72%,说明了大多数大学生对于网上购物有需求,但是需求量不算很大,有一定的自控能力<sup>[5]</sup>。

#### 3.2 大学生网购原因

随着时代的不断进步与发展,新型的网络购物方式逐渐发展起来,深受大部分人喜爱。相对于传统的购物形式,新型的网络购物方式更加符合现在的网络发展形式,具有快速、便捷、种类齐全等特点<sup>[6]</sup>。通过调查桂林高校大学生网购的原因(如表4)可知,商品种类齐全、价格比实体店便宜和快速便捷是大学生选择网络购物的三大重要原因,分别占据了整体调查人数的82.48%、71.60%和64.80%。

其主要原因分析如下:

第一,商品种类齐全。传统的实体店购物由于受到地理位置、店铺大小和租金等问题的限制,有些店面分布不均,如同一家品牌店只卖一种类型的商品,导致店面的商品种类比较单一。而网络购物平台相当于一个大型的虚拟商店,有着无限的空间,不受地理位置影响,不需要每月定期收租金,商品种类齐全,范围广,样式多,在找寻所需商品时还能按照心意对所选购的商品进行筛选,人们可以在这个广阔的虚拟商店轻易找到自己所需要的商品<sup>[7]</sup>。

第二,价格便宜。传统的实体店铺存在着门面费用、人员工资、水电费、物业管理费等一系列费用,实体店要想有盈利就必须把这些成本加在商品价格上,所以就会导致实体店的商品价格会远远高于它的生产成本。而网络商场销售库存压力小、经营成本低,省去店租和员工薪水,实现薄利多销,所以其价格相对会比一般实体店的同类商品更物美价廉<sup>[8]</sup>。

第三,省时省力、快速便捷、送货上门。网络购物在任何地方、任何时间都可以实现购物的需求,不需像实体店一样需要花时间,花精力去到店铺里购买。中国近几年各种服务和物流制度都逐渐发展完善,现在购物体验在于省时、省力、省钱,不需要专门去到店里购买,满足了人们对于时间的要求,并且可以针对不同客人的要求,提供更加尽职的服务,如送货上门、先体验后付款以及极速退款等,在交易方面也是更加便捷简易与安全<sup>[9]</sup>。

#### 3.3 大学生网购价格范围

根据调查问卷中的桂林高校大学生网站购买商品的价格范围,利用Excel中的柱形图表示所得的图2可清楚看出,在网上购买商品时,会选择100元以下商品的大学生人数占总人数的48.64%,会选择100元至500元的大学生人数占总人数的24.32%。而大部分大学生生活费较固定,受经济的影响,大学生消费金额不会太多,一般会选择价格比较实惠的商品购买,网购能实现对不同店铺的同一商品的价格进行对比,这也是网购在大学生群体中比实体店受欢迎的原因之一。

表3 桂林高校大学生网购频率

网购频率	30天 1~2次	30天 3~5次	30天 6~10次	30天 10~15次	30天 16~20次	30天 21~25次	30天 26~30天
比例(%)	29.76	39.12	16.16	6.80	2.72	2.72	2.72

表4 桂林高校大学生网购原因

网购原因	商品种类齐全	价格比实体店便宜	时尚新颖、潮流	受网购平台推荐影响	省时省力、快速便捷、送货上门	有更多的活动促销	受身边亲戚朋友或网络推销博主的影响	其他
比例(%)	82.48	71.60	44.56	28.40	64.80	41.84	25.86	20.24

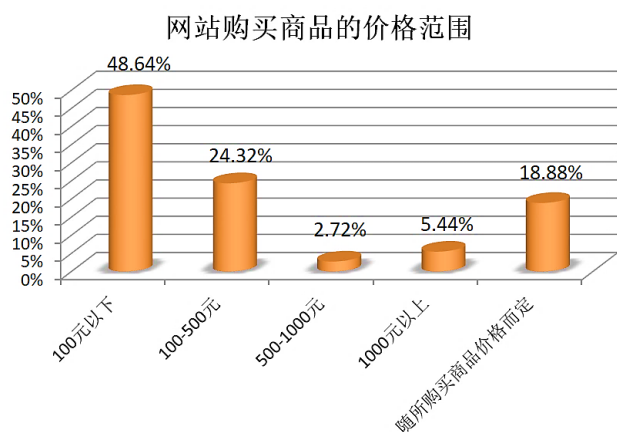


图2 桂林高校大学生网站购买商品的价格范围

### 3.4 大学生网购平台

由图3折线图可清楚地看到,大学生最常使用的三大购物平台分别是淘宝网、京东商城和拼多多,分别占总体调查数据的91.84%、72.96%和62.24%,说明这三大购物平台在桂林高校大学生群体中普及率高,受欢迎程度深。而当当网、网易考拉和亚马逊使用的人则相对较少。淘宝是中国第一个出现的电商平台,用户数量非常多,商品种类涵盖各个方面,还有双十一等众多优惠活动;京东主打的是电子用品,其电子产品会不定期推出折扣活动,还提供送货上门服务,十分便捷和实惠;起初群众接触拼多多是在微信生态上出现,但在这种情况下电商仅在四年期间通过低价包邮,信息推送、团购减价、多种形式化体验等各种优势赢得大众喜欢,在众多电商平台中脱颖而出,快速成长,成为了第三大的综合电商平台<sup>[10]</sup>。



图3 桂林高校大学生选择购买商品平台

### 3.5 大学生网购商品类型

根据统计的数据,由表5可知,大学生网购的商品类型较高的比例次序依次是生活用品、服饰鞋包和学习用品,这与大学生这个群体有一定的关系。大学生群体里面特别是大一的学生,来学校前往往要购买大量的生活用品和服饰鞋包,所以生活用品和服饰鞋包在大学生网购商品类型里占比较高,分别占到所有商品的83.84%和75.68%<sup>[11]</sup>。而在日常生活中,由于学习的需要和学校里面的店铺价格稍微贵一点,所以很多大学生更愿意在网络上购买学习用品,占到所有商品的74.32%。

## 4 桂林高校大学生网购风险认知

### 4.1 网购考量标准

根据图4所示,大学生网购时选择卖家的主要考虑标准有网友评价、月销量、商品价格和是否包邮。对于卖家店铺的选择,影响大学生选择的最大因素是网友评价,占70.92%,这说明很多大学生会根据网友的评价进行商品的选择,网上购物只有参考图片,因此网友的评价是检验商品至关重要的一点。月销量、是否包邮和商品价格是大学生网购考虑的其次标准,所占比例相差不是很大,月销量能显示出一个网店是否多人购买,侧面反映出商品的好坏;是否包邮表现出大学生对快递的需求;商品价格反映出大学生对价格的考虑。

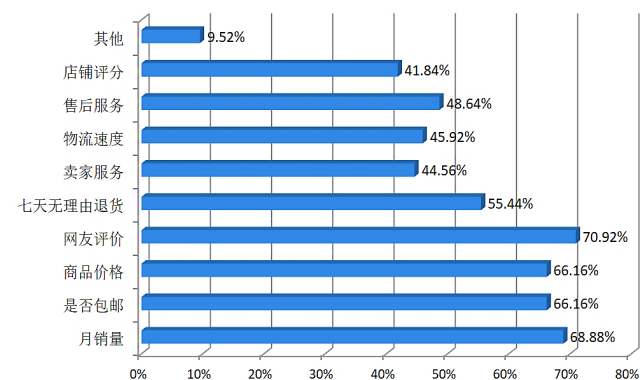


图4 桂林高校大学生网购考量标准

表5 桂林高校大学生网购商品类型

网购商品类型	美妆护肤	服饰鞋包	电子数码	游戏话费	零食饮品	体育用品	文化玩乐	生活用品	学习用品	其他
比例(%)	63.44	75.68	40.48	37.76	72.96	36.56	35.20	83.84	74.32	24.32



## 4.2 售后处理

由图5可知,大部分的大学生在面对网购的商品出现问题时,往往会主动联系客服处理,协商退货,维护自己的权利,这说明了这部分大学生有较强的维权意识。还有相对一部分大学生嫌麻烦而懒得处理,占21.60%,说明一部分大学生维权的行动力还是较弱。总的来说,大学生网购不仅要提高维权意识,还要勇于付出行动。

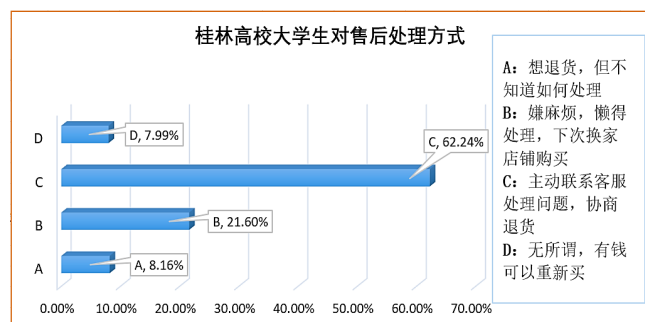


图5 桂林高校大学生对售后处理方式

## 4.3 对网购的担忧

网购是个新型购物方式,其还存在着许多不足,需要不断改进。由图6可知,大学生对网购最大的担忧则是图片与实物不符,所占比例为总体调查人数的80.28%,由于实物在拍摄过程中会存在色差、角度等问题,美颜过且找好角度拍摄的照片往往会影响人们对商品的判断,导致很多人拿到商品实物时会觉得与图片差距过大。商品质量和发货期间商品破损是大学生最担忧的第二、三个问题,分别占总体调查人数的76.06%和67.61%,由于网购不能亲眼看到实品质量,往往会对商品质量产生一定的担忧,并且担心快递途中对商品造成破损。可以看出网店在实物拍摄和实物描述上还要努力改进,图片尽量与实物相符,文字描述及保障证明要坦诚公布,对商品和快递服务质量上还要严格加强把关<sup>[12]</sup>。

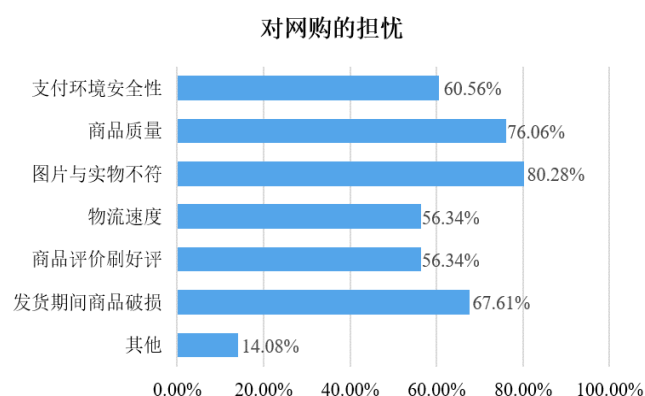


图6 桂林高校大学生对网购的担忧

## 4.4 网购风险了解

网络购物存在着一定的风险,以消费者来说,主要有欺诈风险、合同风险、售后服务风险、隐私泄露风险、收货风险和支付风险。根据调查问卷中所调查的桂林高校大学生对网购风险的了解统计数据(如表6)显示,大学生对支付风险、售后服务风险和隐私泄露风险了解得比较多,分别占到总体调查人数的67.01%、65.82%和60.71%,说明大学生对网络支付存在的问题、售后服务存在的问题和个人信息隐私的问题关注度相对较高。对于风险的认知,大学生应积极关注了解更多的风险认知,丰富自己这方面的知识,提高对网购风险认识及意识<sup>[13]</sup>。

表6 桂林高校大学生对网购风险的了解

网购风险	欺诈风险	合同风险	售后服务风险	隐私泄露风险	收货风险	支付风险	都不了解
比例(%)	56.97	27.89	65.82	60.71	49.32	67.01	12.59

## 4.5 网购信息来源及网购安全性

根据桂林高校大学生网购信息来源(如图7)柱形图数据显示可知,大学生网购获取信息的来源一般是自己搜索和朋友推荐,分别占81.12%和62.24%,表明了如今大学生不轻易相信网站广告和其他渠道的推广,对网购具有一定的自我判断能力。

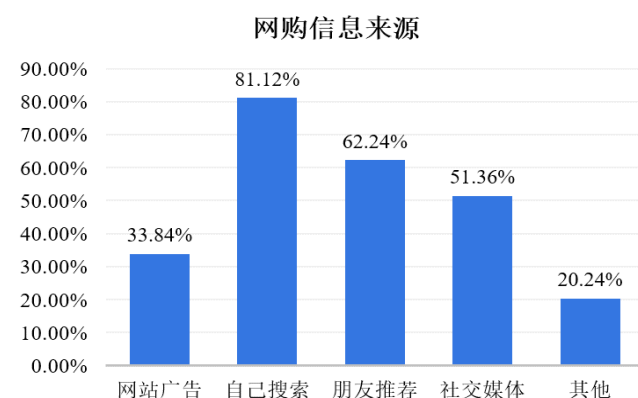


图7 桂林高校大学生网购信息来源

根据调查桂林高校大学生网购安全性数据统计(如图8)可知,大学生认为网购环境比较安全,占60.71%,但是选择安全和不安全的比例分别占16.50%,16.67%,说明现代数据虚拟的网购在一定程度上还是未能带给网购者完全的信任,购物安全问题还有待改善。

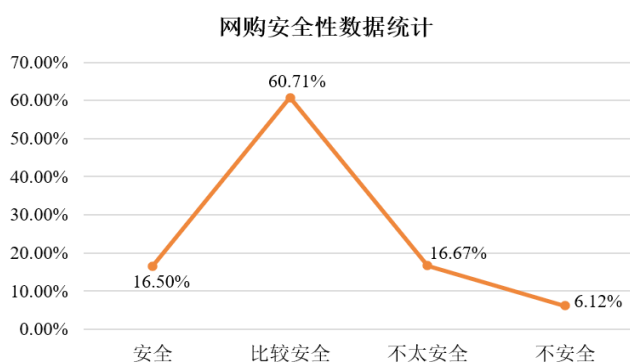


图8 桂林高校大学生网购安全性数据统计

## 5 大学生存在的问题及建议

### 5.1 大学生网购中存在的问题

网络购物不仅给大学生带来了物质上的满足,而且还有精神上的享受。网络购物所带来的追求时尚、追求事物丰富、享受购物满足感的同时也容易使大学生迷失正确的消费方向。通过研究本次调查问卷的数据,发现一部分大学生在网购中存在过度消费、盲目购买、维权行动力差的现象。如今网购平台上物品种类丰富、新颖奇特,网购的世界里充满了诱惑,一些大学生陷入网购诱惑与陷阱里不可自拔,购买许多不实用的商品,看中各种优惠而随意下单最终无法得到产品质量保证和售后……这些都是大学生没有正确合理的网购心理。

### 5.2 大学生正确网购建议

第一,合理消费。大学生经济普遍来源于家庭的支持,在经济上还不能独立,所以除去一些特定所必须购买的商品以外,日常中应选择适合自己经济范围内的商品价格。而有部分学生追求自己的爱好,如:手办、汉服、化妆品等相对贵重的商品,则需要在自己能承担的经济范围内购买,合理分配生活费的使用比例。

第二,理性购买。无论是任何网购平台,都会有推荐商品的消息,直播带货、明星效应、应时优惠推送等等,各种商品都有一定的吸引力。大学生就需要根据自己所需来理性判断再进行购买,考虑商品自身的性价比,价值度,实用性进行合理购买,不能凭一时的兴趣与热情网购消费。

第三,提高维权行动力。商品有好有坏,价格不一,不少大学生当面对不等价格的商品或难以沟通处理的售后等问题时,因嫌麻烦而选择忍气吞声、置之不理或报以无所谓的态度,这不仅对自己所拥有的权利不负责任,也是对商家的纵容。因此,大学生不仅需要提高自己的维权意识,更要提

高维权的行动力,维护自己的消费权利。

## 6 对网购平台的建议

当前网络信息时代时刻在更新与发展,各种网购平台不断涌现。通过网购平台,大学生使用网络购物方式不仅会更加便捷,还会使大学生消费者拥有更多的选择性,所以,网购平台现在是大学生在日常生活中消费的一大主要通道。对于网购平台的忠诚度、信任度、便捷度以及满意度等会影响着大学生对不同网购平台的选择。不同网购平台必定存在着差异性,给不同的消费者带来别样的看法,并对消费者带来诸多的影响。对于各种各样的网购平台,如何使大学生消费者的网络消费价值提高,尽可能降低网络消费风险度,愈加吸引大学生正当网络消费,则对网购平台的建议如下:

第一,网络商家应树立诚信意识。让消费者拥有一个诚实守信的消费平台是现代市场经济正常运转的必要条件,诚实守信,树立良好的信誉,其可以使商品拥有更好的名声,并有利于调整优化产品出售结构,加速发展经济收入,满足大学生更多的消费需求。与此同时,网络商家还应该树立长期的发展目标,在调查的数据中发现,92%以上的大学生都有过网购行为,所以大学生会是一个非常有后劲的市场。对网络商家来说如果打开大学生这个的消费市场,将会收获更加可观的利润。

第二,对于在校大学生来说,他们可支配的金钱大部分以父母提供的有限生活费为主,而且大学生们网上购物所能够承受且意识的风险能力较差。网络商家应针对大学生的经济状况这一方面,可以为大学生提供一些额外的优惠政策,如对于大学生购置学习用品提供更加优惠措施,设置不满意就可退货等条件,并且设置多种安全保障的支付方式或商品售后,这样就会更好地减少或消除大学生购物的顾虑。特别是对于第一次网上购物的大学生来说,设置更加一些优惠的条件,既可以吸引大学生的网购兴趣也同时使网购平台与大学生之间更加相互信任,从而使越来越多的大学生进行放心网上购物,同时给网络商家提供的份额也越来越大。

第三,搭建严格的监视与信息回馈平台维持网购平台的秩序,并建立一群热情、良好的售后服务队伍等措施,还可以在网购平台中开拓专门的商品打分栏目,可以采用匿名账号的形式让消费者对所购置的商品进行实在打分并且真诚大众公布,在一系列措施下大学生能够实现与网购平台无利害

关系的畅通交流,同时商家不但能宣传自己的商品,而且又能及时解决所呈现的相关问题等。与此同时,网络商家还可以设置专门的服务热线,可在线上随时接受顾客购置商品后的反馈及回答各项相关问题,保修、包换、包退的三包承诺真实性等。相信网络商家在这些方面会有所提高和发展,售后服务效果逐渐优化和完善,从而使顾客真诚信赖商家,之后顾客满意度也会逐渐增加。

## 7 结语

随着现代化、信息化科技水平的不断提高,网上购物这种形式迅速在大学生这个群体中普及并且范围越来越广,通过利用含有桂林高校大学生经济情况、网购原因、网购频率、网购平台、网购商品、网购风险认知六方面维度的调查问卷调查了桂林高校大学生网购状况。论文首先运用 Excel 表格统计各个问题的数据及其所占的百分比,得到桂林高校大学生对网购各个维度情况的了解;其次利用统计软件 SPSS 中的描述性统计法以及列联表的独立性分析法,研究年龄和是否有过网购经历两者之间的联系,可知在桂林高校大学生中,女生有过网购经历的人数较男生高;最后结合所调查数据结果,分别利用表格、柱形图和折线图等以及统计软件 SPSS 做了数据的统计和分析,了解到当代大学生是网购消费的一大主体。一方面,对于大学生面临网购带来的诈骗风险、网购质量以及物流等一些问题,反映了当代大学生在新时代更容易接触新事物的同时,更加要提高自己的维权意识与心理理性判断能力;另一方面,可以针对网购平台提供相对应大学生网购相关措施的意见或建议,改善网购平台的网购环境以及处理并维护大学生消费群体与网购平台、商家之间的信任关系。综合调查与分析得到如何推动市场更加良性快速发展,从而引导大学生更加健康、合理、科学地网购。

## 参考文献

- [1] 刘茜,吴茂桂,何义,等.十堰市大学生网络购物的调查报告[J].才智,2014(12):170.
- [2] 覃凯.“互联网+”时代下第三方支付风险认知与控制研究——基于大学生网购消费群体为样本[J].电子商务,2015(09):49-50.
- [3] 龚伟.“互联网+”时代对大学生网购行为的分析及建议——以吉首大学师范学院为例[J].和田师范专科学校学报,2018,37(01):59-61.
- [4] 雷思捷,欧阳秋珍.B2C模式下女大学生网购化妆品的现状及影响因素研究——基于湖南文理学院的调查[J].现代商贸工业,2019,40(17):38-40.
- [5] 黄李钰,杨裕洋,江传业.大学生网购风险管理研究[J].科技经济市场,2019(01):158-160.
- [6] 王涛.探究大学生网购的内在动因及社会因素[J].商场现代化,2019(08):14-15.
- [7] 陈华敏.大学生网购消费行为调查[J].科教导刊(上旬刊),2014(03):251-252.
- [8] 陈菡泽,刘婧娴,杨淑雯,等.网购对大学生生活的影响[J].经济研究导刊,2014(19):304-305.
- [9] 许红红,苗慧.从网购行为分析大学生网络消费的特征与问题——以某大学为例[J].山西师大学报(社会科学版),2013,40(S2):128-130.
- [10] 刘士全,张琛,崔圣琰.大学生网购调查分析[J].大学教育,2013(05):141-142.
- [11] 许婕.大学生网购行为的差异性研究——基于对广东15所高校的调查[J].扬州大学学报(高教研究版),2014,18(03):85-88.
- [12] 李宝玲,王路遥,董楠.北京地区大学生网购行为与风险认知调查与分析[J].商场现代化,2012(08):39-41.
- [13] 于朝晖.CNNIC发布《第45次中国互联网络发展状况统计报告》[J].网信军民融合,2020(05):26-27.