

影响消费者网上购买的因素 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E5_BD_B1_E5_93_8D_E6_B6_88_E8_c40_62720.htm

影响消费者网上购买的因素影响消费者上网购买的因素有社会阶层、家庭环境、风俗时尚、个人心理等多方面，除此之外，在网络环境中主要还受到以下几点外在因素的影响：1.商品的价格按销售学的观点，影响消费者消费心理及消费行为的主要因素是价格，即使在今天完备的营销体系和发达的营销技术面前，价格的作用仍是不可忽视的。只要价格降幅超过消费者的心理界限，消费者因此心动而改变既定的消费原则是在所难免的。对一般商品来说，价格与需求量常常表现为反比关系，同样的商品，价格越低，销售量越大。目前在网上营销的商品多是计算机软硬件、书籍杂志、娱乐产品等，这些商品的价格一般都不太高，加上网上直接销售减少了许多中间环节，使得网上销售的商品价格低于传统流通渠道的商品价格，因此对消费者产生了越来越大的吸引力。2.购物的时间这里所说的购物时间包含有两方面的内容，即购物时间的限制和购物时间的节约。传统的商店，每天只能营业十几个小时，网上商店的全天候营业，使消费者在网上购物，没有任何时间的限制。现代社会中人们生活节奏的加快，使时间对于每个人来说都变得十分宝贵，人们用于外出购物的时间越来越少。拥挤的交通、日益扩大的购物场所，延长了购物所消耗的时间和精力；商品的多样化使得消费者眼花缭乱，而层出不穷的假冒伪劣商品又使消费者应接不暇，人们迫切需求新的快速方便的购物方式和服务。网上购物适应了人们的这种愿望。

人们可以坐在家申与厂商沟通，及时得到邮寄的商品或获得上门服务，节省了购物时间。网上购物顺应了现代社会生活的快节奏，理所当然地成为人们上网购买的动机之一。3.购买的商品从购买方式上看，目前在网销售的一些商品尤其能体现方便快捷的特色，这里来分析一下如今网销售的部分商品的特点：(1)软件。销售者可以借助网站来发布试用版本的软件，让消费者试用，然后在一定期限内提供服务，如果消费者满意就会购买。(2)书籍杂志。在网上可以提供试阅读版本，使消费者先了解该书籍或杂志的基本内容，然后再订购，这种把自主权交给消费者的作法是受欢迎的，而不是传统的那种“强迫”式的购物方法。(3)鲜花或礼品。由于网络是跨时间、跨地域性的媒体，在网上可以订购任何地方的鲜花或礼品，并由对方送货上门。纵观这些商品都具有某些网络化的特点，借用网络使得它们更易转播和出售。虽然市场还未成熟到可以随时到网上去购买面包或香蕉的地步，但消费者在经过比较后觉得，网上购物的方便程度超过他亲自去商店时，他当然愿意到网上购买。

4.商品的选择范围

在Internet这个全球化的市场中，商品挑选的余地大大扩展，而且消费者可以从两个方面进行商品的挑选，这是传统的购物方式难以做到的。一方面，网络为消费者提供了多种检索途径，消费者可以通过网络，方便快速地搜寻全国乃至全世界相关的商品信息，挑选满意的厂商和满意的产品，获得最佳的商品性能和价格。另一方面，消费者也可通过新闻组、电子公告牌等，告诉千万个厂商自己所需求的产品，吸引更多的厂商与自己联系，从中筛选符合自己要求的商品或服务。有这样大的选择余地，精明的消费者自然倾向于网上购物。

了。5.商品的新颖性追求商品的时尚与新颖是许多消费者，尤其是青年消费者重要的购买动机。这类消费者一般经济条件较好，特别重视商品的款式、格调和流行趋势，而不太在意商品使用价值和价格的高低。他们是时髦服装、新潮家具和新式高档消费品的主要消费者。网上商店由于载体的特点，总是跟踪最新的消费潮流，适时地为提供消费者最直接的购买渠道，加上最新产品的全方位网上广告，对这类消费者所产生的吸引力越来越大。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com