

---

# 大学生对微商创业的认知调查及分析

## ——以泸州地区高校为例

杨蕾 杨蝉荣 陈莉萍 张娟娟 马俊

(西南医科大学公共卫生学院, 四川泸州 646000)

**【摘要】** [目的] 调查大学生对微商创业的认知情况及进行相关分析, 为国家和高校开展促进大学生创新创业工作提供有益的借鉴与参考。[方法] 采用多阶段抽样(分层—随机—整群)对泸州市四所在校大学生进行问卷调查。[结果] 在 1364 名被调查者中, 赞成大学生开展微商创业有 397 人(29.2%), 不赞成有 963 人(70.8%)。专业、生活费、生活费来源、兼职经历、身边的微商亲友数、创业经历、网购经历、知道大学生微商创业等影响大学生对微商创业态度, 其中有兼职经历、创业经历、网购经历及认为自己了解大学生微商等因素具有显著影响( $P < 0.05$ )。[结论] 总体上, 大学生对微商创业的认知、赞成度和信任度较低。进行微商创业的大学生需提高自身素质、诚信经营, 保证货源优质性; 国家和高校需进一步研究和制定新的策略促进大学生创新创业接受度, 以此促进大学生微商行业的长足发展。

**【关键词】** 大学生; 微商创业; 认知; 调查

**【中图分类号】** F27 **【文献标识码】** A **【doi】** 10.19311/j.cnki.1672-3198.2018.14.037

高校毕业生人数逐年上升, 2017 年全国高校毕业生约有 795 万, 较去年增加 39 万, 高校生就业压力日趋严重。为化解就业压力, 国家大力鼓励运用“互联网+”优势, 开展网络创业, 微商创业便是其中之一, 它具有方便、灵活、投资小、门槛低等优点, 适合大学生以及社会大众进行创业。广义微商指所有在社会化媒体上展开的商务, 而狭义的微商指早期通过朋友圈开店、卖货的这类人, 即微小个体户代理。这里所指微商为广义微商。当前社会大众多倾向于在主流网购平台如(淘宝、京东等)购物, 对微商等平台接受度有待研究。课题组特地就泸州四所高校在校大学生进行了问卷调查, 通过了解在校大学生对微商创业的认知及态度, 探讨其影响因素, 以期寻找到更好的策略及措施, 促进大学生的创新创业社会接受度和微商行业发展, 缓解当代大学生就业压力。

## 1 对象与方法

### 1.1 研究对象

通过多阶段抽样方法(分层—随机—整群)对泸州市四所高校在校学生进行问卷调查。

---

**基金项目:** 本文系 2015 年国家级大学生创新创业计划训练项目“大学生微商创业现状调查与微商创业实践研究”(项目编号:201510632028)。

**通讯作者:** 马俊。

## 1.2 研究方法

对泸州四所高校不同年级在校学生进行问卷调查(西南医科大学、四川警察学院、泸州职业技术学院、四川化工职业技术学院)。查阅文献并结合专家建议,自制调查问卷《大学生微商创业现状与认知》。问卷内容包括:基本信息(专业、年级、年龄、居住地、性别、月生活费及来源等)、对大学生微商创业的认知与态度、大学生微商创业的现状。

## 1.3 统计学分析

采用 SPSS20.0 统计学软件对数据进行分析,包括描述性统计分析、卡方检验、Logistic 回归分析等。

# 2 结果

## 2.1 人口学基本信息

本次调查发放并收回问卷 1400 份,其中有效问卷 1364 份,有效率为 97.5%。调查对象平均年龄(20.2±1.3)岁,男性 620(45.6%)人,女性 741(54.4%)人。医学专业 574(43.0%)人,非医学专业 761(57.0%)人。详见表 1。

表 1 泸州市四所高校大学生基本信息

项目		m	%
专业	医学	574	43.0
	非医学	761	57.0
月生活费	500 元以下	66	4.8
	500~1000 元	685	50.2
	1001~1500 元	538	39.5
	1501 及元以上	75	5.5
生活费来源	父母或长辈	1294	94.9
	其他	69	5.1
兼职经历	有	920	67.5
	无	443	32.5
身边微商亲友数	没有	228	16.7
	1~5 个	838	61.5
	6~10 个	194	14.2
	10 个及以上	104	7.6
创业经历	有	257	18.9
	无	1100	81.1
网购经历	有	954	70.0
	无	409	30.0

## 2.2 高校大学生对大学生微商认知态度

在本次调查中，赞成大学生微商创业有 397 (29.2%) 人，不赞成大学生微商创业的有 963 (70.8%) 人。知道大学生微商创业的有 1029 (75.6%) 人，不知道的有 333 (25.4%) 人。其中了解大学生微商的主要途径是电视、网络广告，有 453 (33.3%) 人。见表 2。

表 2 泸州市四所高校大学生对大学生微商认知态度情况

项目		m	%
知道大学生微商创业	是	1029	5.6
	否	333	25.4
对大学生微商创业态度	赞成	397	29.2
	不赞成	963	70.8
了解大学生微商主要途径	家人、朋友推荐	267	19.6
	电视、网络广告	453	33.3
	自己或亲友就是微商创业者	285	21.0
	不了解	287	21.1
	其他	68	5.0
大学生微商重要因素	质量保证	537	39.4
	诚实守信	717	52.6
	价格便宜	61	4.5
	发货要快	8	0.6
	售后服务好	17	1.3
	其他	22	1.6
微商法律监管情况	到位	75	5.5
	不到位	804	59.0
	不清楚	483	35.5
微商创业发展前景	好	527	38.7
	一般	586	43.1
	不好	248	18.2
愿意接受微商这种购物方式	愿意	51	3.8
	视价格、质量、信誉度而定	861	63.3
	无所谓	166	12.2
	不愿意	282	20.7

### 2.3 高校大学生对大学生微商态度单因素分析

就高校大学生对大学生微商态度进行分析，专业、月生活费、生活费来源、兼职经历、身边微商亲友数、创业经历、网购经历、知道大学生微商创业等因素影响大学生关于微商创业的态度，差异有统计学意义 ( $P < 0.05$ )。见表 3。

表 3 泸州市四所高校大学生对大学生微商态度单因素分析

项目	赞成		不赞成		X <sup>2</sup>	P	%
	m	%	m	%			
专业	医学	150	26.2	423	73.8	4.806	0.028
	非医学	240	31.7	517	68.3		
月生活费	500元以下	30	45.5	36	54.5	10.798	0.013
	500~1000元	198	29.0	484	71.0		
	1001~1500元	153	28.5	383	71.5		
	1501元及以上	16	21.3	59	78.7		
生活费来源	父母给予	367	28.5	922	71.5	5.927	0.016
	其他*	29	42.0	40	58.0		
兼职经历	有	299	32.7	616	67.3	16.796	<0.001
	无	97	21.9	346	78.1		
身边微商亲友数	没有	70	31.0	156	69.0	10.431	0.015
	1~5个	236	28.2	600	71.8		
	6~10个	48	24.7	146	75.3		
	10个及以上	43	41.7	60	58.3		
创业经历	有	89	34.8	167	65.2	4.836	0.028
	没有	305	27.8	791	72.2		
网购经历	有	295	31.1	655	68.9	5.054	0.025
	无	102	25.0	306	75.0		
知道大学生微商创业	是	330	32.1	698	67.9	17.252	<0.001
	否	67	20.2	265	79.8		

\*其他：勤工助学、亲戚或社会支助等。

## 2.4 高校大学生对微商创业态度多因素分析

将专业、每月生活费、生活费来源、兼职经历、身边微商亲友数、创业经历、网购经历、知道大学生微商创业纳入 Logistic 回归模型，因变量为对大学生微商创业态度（0=不赞成，1=赞成）。做过兼职的大学生赞成大学生微商创业的 OR 值是没做过的 1.555 倍，有网购经历的大学生赞成大学生微商创业是无网购经历的 1.374 倍，知道大学生微商创业的大学生赞成大学生微商创业是不知道的 1.802 倍。见表 4。

表 4 泸州市四所高校大学生对大学生微商创业态度多因素分析

	β 值	S. E.	Wald	P	OR	95% C. I.
兼职经历	0.442	0.142	9.641	0.002	1.555	(1.177, 2.056)
网购经历	0.318	0.142	4.991	0.025	1.374	(1.040, 1.816)
知道大学生微商创业	0.589	0.160	13.466	<0.001	1.802	(1.316, 2.467)

## 3 讨论

### 3.1 大学生对微商创业不看好

近年来，微商行业发展迅速，与较成熟的电商（淘宝、京东等）相比，产品质量、价格、付款保障、售后及维权等均有待加强与完善。本次调查中，70.8%“不赞成大学生微商创业”，仅有29.2%的大学生“赞成大学生微商创业”，与杨静研究仅有8.33%支持并愿意帮助微商基本相符。在其是否接受微商这种购物方式方面，仅有3.8%的大学生“愿意接受这种购物方式”，其余大部分人是持“视价格、质量、信誉度而定”和“无所谓”的观望态度。有关调查显示仅有27.92%大学生购买过微商产品，且多是基于熟人关系购买。这提示微商行业目前处于较为不被看好和接受的立场，社会大众普遍倾向于在保障体系较完善的平台购物，而对微商等平台接受度不高。本调查中，“对微商前景看好”大学生占38.7%，虽然高于李丽丽研究（12.73%），但看好微商前景的大学生仍然占少数。可见提高大学生微商行业乃至整个微商行业在社会群体中的接受度是当下微商创业亟待解决的问题。

### 3.2 大学生身边环境及个人经历影响其对微商的支持态度

态度是个体对于所处环境某些方面的动机、情感、知觉和认识的持久认知体系，是对给定事物比较持久的否定、喜欢或不喜欢的反应倾向。本调查显示，身边微商亲友数较多、有过网购经历的大学生更易支持大学生开展微商创业，且有网购经历的大学生赞成大学生微商创业是无网购经历的1.374倍。其个人态度受身边环境影响，身边微商氛围浓厚、有过相关经历其对微商支持率高。调查还显示，每月生活费低、生活费来源为“其他”即“勤工助学、亲戚或社会支助等”的大学生更易支持大学生进行微商创业；有过兼职经历和创业经历的大学生更易支持大学生进行微商创业，且做过兼职的大学生赞成大学生微商创业是没做过的1.555倍，可能原因是经济状况稍差的大学生更易去开展兼职、创业活动，在这种同理心的作用下，更能接受和赞成大学生开展微商创业活动。有调查指出，有过微商经历者对微商广告容忍度和接受度高，同样有过兼职经历、创业经历的大学生社会经历相对丰富，对创业及微商创业的运营模式及营销方式了解更多，更容易理解和支持大学生进行微商创业。可见，周围环境及个人经历直接或间接的影响了大学生对微商态度。对此，一方面学校应鼓励学生多参加课外创新创业活动，丰富自身经历；另一方面国家及社会应该大力鼓励大学生开展微商创业，大力鼓励社会大众进行微商创业。除了提供政策支持以外，还要提供技术指导、创业教育等，营造良好的创业氛围，以创业之人带动身边人创业，如此有助于提高对大学生微商行业的支持，从而促进“大众创业、万众创新”局面的良好发展。

### 3.3 大学生对微商诚信、质量较为看重

建立客户的信任需要日积月累，而失去客户信任却是一瞬。有关调查指出微商门槛低、产品混杂，一次伪劣产品就能使微商失去客户的信任，并且在日后的销售过程中，重获用户信任也是极为困难。本次调查中，52.6%大学生认为大学生做微商最重要的是“诚实守信”，其次39.4%大学生认为“质量保证”重要。李进的调查也显示影响大学生购买因素中，质量占66.4%，其次是价格优惠44%。可见，大学生对于微商产品质量的重视。大部分微商是一种建立在熟人关系上的“信用经济”，有调查提出52.61%的微商消费者是基于熟人关系而选择购买微商产品，消费者对于朋友的信用度越高，选择购买率越高，结合大学生对微商态度，不难看出信用度及产品质量是微商行业发展中极为重要的一部分。大学生微商不能一味的求低价、追求片面利益而忽略产品质量，为此大学生微商除了要提高自身素质、诚信经营以外，还需要寻找可靠货源，保证货品的优质性，长此以往才能获得普遍的信任与支持。

综上，大学生对微商行业不看好，接受度和赞成度较低。大学生周围环境及个人经历直接或间接的影响了其对于大学生微商创业的态度，对此一方面学校应鼓励学生多参加课外创新创业活动，丰富自身经历；另一方面国家应大力鼓励支持“大众创业、万众创新”，鼓励“全民创业”，营造良好的社会创业氛围及环境，提高大学生及社会对于大学生微商行业的了解与支持。而大学生本身对微商诚信及质量较为看重，对此，大学生微商需要提高自身素质、诚信经营，并寻找可靠货源，保证货品的优质性以此来获得社会的信任与支持。

## 参考文献

- 
- [1] 蒋敏. 浅析大学生网络创业前景——以微商创业为例[J]. 商, 2015, (37):28.
- [2] 李英, 韦嘉, 邹我. 理工农科大学生创业态度现状调查及其相关因素研究——以西南大学为例[J]. 西南师范大学学报(自然科学版), 2013, (02):142-146.
- [3] 成佳培, 徐菲. 大学生微商创业分析[J]. 现代商业, 2017, (14):174-175.
- [4] 乔露露, 丁天娇, 马招弟. 安徽省在校大学生微商现状调查研究[J]. 商场现代化, 2016, (20):48-50.
- [5] 易灿, 赵桑艺, 谭双顺. 基于 SWOT 分析法的大学生微商创业研究[J]. 现代商业, 2015, (35):186-187.
- [6] 百度百科. 2015 年我国微商行业北生长发展趋势分析 [EB/OL]http :  
// www.chinabgao.com/freereport/64983.html, 2015-02-04/2016-03-17.
- [7] 李丽丽, 夏勤喜. 大学生对微信朋友圈微商广告的态度研究[J]. 中国市场, 2016, (22):29-30.
- [8] 刘成. 基于在校大学生微商创业问题的对策研究[J]. 南阳师范高等专科学校学报, 2016, (04):132-135.
- [9] 杨静, 郭兰, 罗林, 何青菁, 钱跃, 夏雨. 在校大学生微商现象的调查与分析——以南充三高校为例[J]. 商场现代化, 2016, (05):40-41.
- [10] 祝阳, 王欢. 大学生对微信社交所持态度的实证研究[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2014, (05):83-88.
- [11] 蒲玉, 李晓洁, 葛炬. 大学生以“微商”为平台创业实践调查——以新疆农业大学科学技术学院为例[J]. 现代商业, 2016, (12):168-169.
- [12] 李进, 王水娥. 大学生微商经营现状研究[J]. 中国市场, 2016, (18):69-70.
- [13] 樊悦, 曹美君. 中国新型移动电商之微商模式下的调查分析报告——基于消费者行为态度的研究[J]. 中小企业管理与科技(上旬刊), 2016, (02):140-142.