

经上文计算和分析,提取骨架矩阵后,得出大学生网络购物消费行为影响因素递阶结构模型,如上图所示。

四、大学生网络购物消费行为影响因素模型分析

大学生网络购物消费行为影响因素体系是一个四级递接结构模型,有影响关系的因素之间会形成反馈联系,并逐级向上层影响。本文从表层影响因素、潜在影响因素和根本影响因素对此进行系统分析:

表层因素是与大学生网络购物消费行为直接相关的影响因素。大学生网络购物消费行为主要来源于其他买家的评价以及消费者自身获得幸福感。部分大学生总是冲动性进行网购,从而满足自己的消费欲望,获得内心的满足感。多数大学生进行网络购物时,都会参考买家的评价,通过评价可以获知此商品是否满足自身需求,从而决定是否进行购买。因此,消费者自身获得幸福感和买家评价构成了大学生网络购物消费行为的直接原因。

潜在原因包括性别、年龄、商品促销、成交额、退换货便捷、产品多样化、卖家信誉、价格、网络支付、商品描述 10 个要素。网络购物是一种新鲜的购物方式,购买群体主要是年龄在 20 左右的年轻人。一般来说女大学生更喜欢进行网购。商品的促销手段,降低价格更会刺激大学生进行消费,从而得到内心的满足感。产品的多样化能够为大学生带来多重选择。另外卖家的信誉以及成交额、商品描述都会影响着消费者对于商品的评价,并作为购买商品的参考对象,从而间接的影响大学生网络购物消费行为。便捷安全的支付方式,退换货便捷都是网络购物相比传统购物突出的优势。

自身的消费构成根本因素,月生活费是反映大学生经济状况的根本指标。绝大多数大学生消费时考虑的是商品质量或服务,追求物美价廉。经济能力决定着消费水平,消费水平决定着网购所能接受的价格水平。目前大学生无法做到经济独立,所以说消费还属于中低范畴。

参考文献:

- [1]中国网信网.CNNIC发布第35次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].<http://www.aliresearch.com/blog/article/detail/id/20160.html>, 2015-02-04.
- [2]王彤,宋敏雅,王薇.大学生网络购物影响因素分析[J].科技资讯, 2015,13(27):235-236.
- [3]简国明,黄文莉,王尚九,黄冰娜,周碧江.大数据下消费者网购影响因素的因子分析模型[J].佛山科学技术学院学报(自然科学版), 2017,35(02):1-4.
- [4]赵天舒.长春市大学生网络购物的影响因素分析[J].商场现代化, 2014(05):49.
- [5]陈治,王曦璟.大学生网购冲动行为影响因素研究[J].数理统计与管理, 2013,32(04):676-684.
- [6]李素花,李男,陈利.大学生消费状况调查与分析[J].沈阳农业大学学报(社会科学版), 2009,11(03):325-327.

作者简介:谭舒婷(1996.09-),女,汉族,辽宁省阜新市人,辽宁工程技术大学,本科生,工商管理;张艳菊(1983-),女,博士,讲师,研究方向:模糊决策理论与应用

宁波家电区域品牌建设战略研究

——基于 SWOT 分析法

■沈艺斓 浙江工商大学财务与会计学院

摘要:近年来,区域品牌因其对区域经济发展的显著促进作用而受到我国政府重视。宁波家电是我国家电产业三大区域品牌之一,本文通过 SWOT 分析法对宁波家电区域品牌建设的内部优势和劣势、外部机会和威胁进行概述综合,并借助 SWOT 矩阵选择了 SO、ST、WO 三个发展战略,期望通过本文研究对宁波家电区域品牌建设提出战略建议。

关键词:宁波家电;区域品牌;SWOT 分析;产业集群

一、宁波家电产业及宁波家电区域品牌发展现状

家电产业是宁波的优势和特色产业,也是支柱产业之一。2011 年以来,在国内外宏观经济环境因素综合影响下,宁波家电产业集群发展进入转型期,在消费升级、产品升级和效率提升这三个发展导向上实施重大转变。然而,在 2016 中国区域品牌价值评价百强榜中,“宁波家电”并未上榜,表明目前宁波家电在全国同行业区域品牌中并不具有显著竞争优势,宁波家电区域品牌建设亟待加强。因此,本文基于 SWOT 分析法,对宁波家电产业区域品牌的内部优势与劣势、外部机遇与威胁进行系统性分析,以期为加强宁波家电区域品牌建设提出战略建议。

二、宁波家电区域品牌建设的 SWOT 分析

1. 宁波家电区域品牌建设的内部优势分析(S)

产业链完整,产业集群优势显著。截至 2015 年,宁波拥有 4500 余家家电整机制造企业,超过 1.5 万家家电零部件配套企业。以发达的注塑模具制造和塑料五金件加工业为基础,宁波家电生产企业所需的各种家电配件和零部件可以就地取材,生产成本低,产业规模优势明显,从而完善了宁波家电的产业链供应,为其发展提供了加工保障。

产品种类丰富,小家电生产全国领先。宁波家电拥有 20 多个细分行业,上万个品种,涵盖制冷、清洁、厨房、通风和取暖电器等 10 多个领域,尤其是饮水机、电熨斗、电暖器、欧式插座、吸尘器 10 多个细分行业小家电产量长期位居我国前列。

科技发展迅速,科研取得重大成就。近年来奥克斯、方太、公牛等宁波家电领航企业投入大量资金和人才资源用于产品技术研发,全面加快战略转型步伐。截至 2014 年,宁波拥有国家高新技术企业 29 家,国家企业技术中心 2 家,省市企业技术中心 40 多家。

2. 宁波家电区域品牌建设的内部劣势分析(W)

区域品牌知名度低,缺乏大企业集团引领。宁波家电以小家电生产企业为主,具有“低小散弱”的特点。目前宁波仍有众多家庭作坊式的小家电企业,通过贴牌、租用品牌等方式实行低价销售,造成宁波家电区域品牌的知名度不高、整体形象不鲜明、核心竞争要素不显著;甚至在同行间进行恶性竞争,对区域品牌的