# 人力资本供给影响因素分析[优秀范文五篇]

来源：网络 作者：独影花开 更新时间：2025-02-01

*第一篇：人力资本供给影响因素分析进入到知识经济为主21世纪的时代，人力资本对经济发展的贡献程度越来越多。人力资本的多少不仅决定了一个企业的发展和一个地区发展实力和后劲，更决定了一个国家的发展。因此，研究与探讨一个地区人力资本的供给影响因素...*

**第一篇：人力资本供给影响因素分析**

进入到知识经济为主21世纪的时代，人力资本对经济发展的贡献程度越来越多。人力资本的多少不仅决定了一个企业的发展和一个地区发展实力和后劲，更决定了一个国家的发展。因此，研究与探讨一个地区人力资本的供给影响因素，对于提高一个地区经济的持续成长能力，实现地区乃至国家国际竞争力的稳步攀升，具有十分重要的现实意义。

张华等

人（）在总结了诸多学者的观点后，认为人力资本为在既定的宏观和微观环境中，拥有较高层次的科技型人力资本、管理型人力资本与生态位人力资本。而劳动力的定义为在既定的宏观和微观环境中，劳动者因为受到所拥有的较底层次的人力资限制，可能只具有相对层次较低的积极能动、智力的与体力的劳动能力总和。人力资本与劳动者之间是两个不同的概念。两者在所起作用的方式和其获取的方式等方面存在明显不同。人力资本的运用类似于物质资本的运行，即管理人员的所做工作如机器在创造产品和赚取利润时的作用。在获取方式上，人力资本的获取不仅需要一定的天赋和物质资本，还需要较长时间的学习劳动与实践的积累，即获取条件较高；而劳动力的获取相对比较简单，大多数人都能满足较低的条件，容易被替代，替代成本较高。本文人力资本的概念采用上述张华等人的观点。

一、文献综述和分析框架的构建

迄今为上，对于劳动力供给影响因素这一课题，学者们从不同角度提供了大量的解答和说明。因为篇幅有限，在这里就不再作逐一说明。但若将一系列的相关研究成果进行概括，可以归纳为如下三个核心因素：一是劳动者工资的变化，即工资的变化对人力资本供需的调解；二是劳动者的生产技术，即如同物质生产技术一样，不断提高人力资本生产技术，不仅可以有效提高人力资本的产出效率，而且可以有效地降低人力资本的投资成本，从而有效地提高人力资本的供给水平；三是非市场条件。

然而以上所述的理论框架是否适用于人力资本供给的说明和解释？是否需要根据人力资本所固有的特点，对该框架进行必要的调整与修改。

目前，对人力资本供需影响因素的研究进行了理论思考和实践探索。这些研究指出，目前我国人力资本供给的影响因素主是激烈竞争的市场对人力资本要求较高和市场制度不规范面，导致无法人力资源的成长创造有利的外部市场环境、人力资本的投资支出（如正规教育、医疗保健等）和所得收益间的比较、政府掌握的社会资源过多使企业与政府的建立良好关系和经常的沟通使人力资本中加入了运营政府的能力。概括地说，大量的相关研究分别从价格、市场、非市场因素这三个角度阐述了影响人力资本供给因素，这与劳动力供给影响因素所持的观点基本相同。

因此我们在探讨人力资本影响因素的分析框架时，仍须沿用传统劳动力分析框架，但有必要对原有的影响因素进行重新分类，同时在原有的分析框架中加入人力资本投资机会的影响，其原因在于原有的分析因素中忽略了企业提供员工培训的机会和民办高等教育的发展对人力资本数量所产生的重要影响。

根据以上的分析，可以构建如下的分析框架，即影响人力资本供给因素可以基本划分为：人力资本成本的变化；人力资本生产技术的变化；人力资本投资机会的大小；非市场化条件对人力资本的影响。本文主要从理论的角度来阐述对人力资本供给影响的方式、程度和范围。分析框架，如图1所示。

二、人力资本供给各影响因素的分析

中国的实际经济生活中至今还未发生过社会范围的人力资本投资出现负效率的情况，在中国现阶段，只要人力资本投资到位，总会带来较高的投资收益和社会经济效益。影响人力资本供给包括以下几方面内容：

（一）人力资本市场价格对人力资本供给的影响

人力资本作为一种不同物质资本的一种特殊资本，或一种特殊的商品，其价格与供给之间的关系与其他商品并无两样。价格提高，人力资本供给量增加，反而反之。但这里要强调的是，人力资本价格并不仅仅是绝对价格，而更主要的是相对价格。即相对于其他行业和同行业内部其他企业家人力资本的价格。如果与它们相比，自己价格较低，尽管绝对数额很高，却会减少现实的供给量。价格对人力资本供给的影响，如图2所示：

y表示一般意义上价格与供给的关系，y1表示相对价格低时，企业家人力资本供给曲线，y与y1的差距表示相对价格的影响。

一个地区或一个国家经济增长速度影响人力资本的价格。因此，外在的宏观经济环境，如经济危机的爆发，会降低人力资本的需求数额，进而影响到人力资本的价格，而人力资本较劳动力而言所花费的成本较高，在这一环境下，会降低人力资本的提供。此外由于人力资本的价格与人力资本的生产率、货币发行量、社会物价水平、乃至汇率机制有关，存在着实际工资和名义工资。因这些因素影响了人力资本的价格，会间接影响到人力资本的供给数量。

（二）人力资本投资机会对人力

**第二篇：人力资本收益分配影响因素分析**

人力资本收益分配影响因素分析

[摘要]：经济学中收益分配是指对利润的分配，参与分配的主体是财物资本的所有者，收益分配的形式有现金、其他非现金财物和股权等形式，都属于单纯的物质利益和分配范畴。随着知识经济时代的到来，知识、技术在经济增长中的作用显著增强，人力资本这一命题被越来越多的人们所接受，这个重大变化将促成单一收益分配主体向人力资本与财物资本所有者二元分配主体的历史性嬗变。在此我们讨论一下人力资本收益分配的影响因素。

[关键词]：人力资本，人力资本收益分配，收益分配影响因素

人力资本参与企业收益分配，是企业中人力资本与物质资本博弈的产物，企业是人力资本与物质资本的合作契约，企业出现本身就是人力资本与物质资本博弈的结果，是一个博弈均衡。要素的稀缺度、在生产中的贡献、退出成本、承担风险能力和要素禀赋构成双方谈判力的组成部分。一般而言，资本和技术密集型行业、公司制企业、企业成熟阶段和衰落阶段、市场导向型治理结构中，比较适合实施人力资本参与企业收益分配制度。但也不能够完全排除个别企业的特殊行为。

一、人力资本收益分配的影响因素

(一)物质利益分配对人力资本收益分配的影响

人力资本与财物资本投资目的有着共同性，因而在收益分配中人力资本投资者必然要获得物质利益的报酬。企业形成之后，双方对收益权的争夺取决于各自的博弈能力，即谈判力。谈判力主要取决于各生产要素在生产中的地位、贡献、禀赋等因素。在不同的行业中、不同类型的企业、企业成长的不同阶段和不同的企业治理结构下，人力资本和物质资本谈判力不同，决定了人力资本参与企业收益分配的不同。人力资本增值的收益部分，是人力资本对企业税后利润的分配。这种分配形式可以股权、期权形式进行，这也是人力资本所有者转化为企业所有者的一种具体方式。在这方面，深圳华为集团公司作了一些有益的探讨。他们确定人力资本不断增值的目标优先于财务资本增长的目标，据此设计的分配形式是，对知识劳动既给予计人成本的工资、奖金、福利等形式的报酬，又给予股权形式的报酬，使员工能参与企业税后利润的分配。

(二)后续教育与技术培训对人力资本收益分配的影响

当今时代是一个瞬息万变、飞速发展的信息时代，新知识、新技术层出不穷，因而后续教育和技术培训成了人力资本保值增值的重要途径。从财物资本的角度而言，企业对员工的培训实际是财物资本所有者的一种投资，在会计中将培训费和学习费计人成本费用，减少了投资者的收益。这种投资的目的是为了获得更大的经济效益。但从人力资本的角度来看，员工的继续学习与培训实际上是企业对职工的一种收益分配。后续教育与培训也是对员工一种精神需求的满足，是企业给员工的一种精神利益的分配。

(三)晋级升职对收益分配的影响

员工的晋级升职实际上是员工从企业获得的一种“好处”，是从企业获得的精神利益，把它作为收益分配形式是可以的。晋级升职后职员能接触更高层次的社会圈，由此获得更为广阔的拓展机会。这样就极大地满足了晋职者的“社交需求”和“自我价值”的实现。可以说，它是人力资本投资的终极收益，是人力资本投资所获得的最高境界的收益。当然，当晋级升职作为一种收益分配形式，企业要有一个完善的机制作为保证。不分良莠，随便封官进爵，将会使级别职位贬值，被提升者得不到那种精神满足，会适得其反，对企业发展有百害而无一利。

二、人力资本参与企业收益分配的理论依据

(一)从企业产权关系看人力资本收益分配的影响

企业的所有权构成决定了人力资本必须参与企业收益分配。企业收益分配是与企业的所有权联系在一起的，拥有企业的所有权是获得企业剩余索取权的基础。知识经济的兴起，使生产中人的因素越来越重要，生产的动力越来越依赖于人的创造性劳动。现代企业的资本构成中，物质资本已不再是唯一的资本形式，把创造性劳动、管理劳动折算成股权构成企业总资本已逐渐成为现代企业产权的发展趋势。从博弈论的角度来看，现代企业是物质资本所有者与人力资本所有者重复博弈的结果。物质资本所有者和人力资本所有者分别向企业进行投资，共同组建企业，共同承担企业风险，它们共同拥有企业所有权由此分享企业收益。因此，人力资本参与企业收益分配是现代企业所有权构成方式的必然结果。

(二)从企业生产要素看人力资本收益分配的影响

人力资本的稀缺性要求它必然参与企业收益分配。企业生产的稀缺性决定了企业内部各生产要素所有者谁拥有企业剩余收益以及相应的份额。在马克思生活的时代，物质资本的稀缺性决定了物质资本所有者占有企业全部的剩余价值，劳动只获得维持其再生产的基本工资。而现代世界各国正逐步迈入知识经济时代，拥有知识、技术的人力资本日渐成为最稀缺的生产要素，各类人才成为了世界各国家和企业争夺的焦点。因此，人力资本所有者往往被赋予一定的企业剩余收益索取权。企业的发展显示了人力资本在与物质资本的较量中成为了核心的生产要素，物质资本和其他要素作用的发挥均依赖于人力资本的水平，具有知识和技能的人力资本要素是企业价值增值并使企业获得超额剩余价值的真正源泉。因此人力资本必然要参与企业收益分配以取得相应的收益。

(三)从企业管理角度看人力资本收益分配的影响

人力资本参与企业收益分配是企业管理的有效方式。现代企业的竞争是人才的竞争，如何吸引、留住人才是企业管理中最关键的一环，激励人力资本全身心地投入企业是现代企业管理所要解决的主要问题。由于人力资本与其所有者天然不可分割的产权特征要求有相应的激励机制，人力资本的激励实质上是在对人力资本产权明确界定的基础上企业剩余收益进行的合理划分。赋予人力资本一定的剩余索取权，是一种精神和物质相结合的激励制度，它有利于把人力资本与企业的长期利益联系在一起，在一定程度上消除委托代理关系中的信息不对称问题，同时达到留住企业优秀人才的目的。因此人力资本参与企业收益分配是现代企业人力资本管理中不可或缺的手段。

三、人力资本参与收益分配的方式及其影响分析

由投入企业的人力资源所形成的人力资本参与企业收益分配的方式主要有职工股、效益工资、劳力股和生产者权益股（或称人力资源权益股）。

(一)职工股

职工股是职工所拥有的企业的股份，职工按其持股比例参与收益的分配。企业一次性划出一定量的股票并按职工工资进行分配，每个职工获得的参与收益分配的权益是按所划出的股票的总额及职工工资总额、自身工资在工资总额中所占比例等因素确定的，是一个固定的数额。它没有对劳动者投入企业的人力资源所形成的人力资本进行确定。职工持股计划为工人谋福利的性质，是通过职工的努力用他们创造的未来收益而不是用过去的绩效和企业的目前收益获得资产。在我国，一些效益差、资金周转困难的企业以这种形式向职工集资，职工不但不能从中获益，反而可能导致经济上的损失。如1997年10月，正大青春宝董事会决定，从公司的净资产中拿出15%作为个人股卖给职工和经营者。其中总经理冯根生至少应认购2%即300万元左右的股份。但冯根生在合资前的月工资只有480元，他根本不可能支付这笔购股款。职工持股计划不是“按”人力资本参与收益分配，而是“因”拥有人力资本而参与收益分配，因此在这一模式中不存在对人力资本进行计量的过程。它是从企业股票中一次性地划出一定比例，并按职工工资进行分配。

(二)效益工资

效益工资是一种企业职工工资随企业效益浮动的工资制度。效益工资有两种基本形式：一是基本工资和效益工资相结合，二是全额浮动工资。职工工资与企业效益挂勾，而企业的效益与职工的劳动效率直接有关，这种工资制度本质上是按劳取酬一种表现形式，也不能作为人力资本参与收益分配的方式。

(三)劳力股

劳力股是根据劳动者投入企业的人力资源折合而成的股本。实行劳力股，劳动者不需要出资，只需将人力资源投入企业，就可以成为企业的股东并按其投入的人力资源参与企业收益的分配。实行劳力股的比较典型的企业是山西大同秦嘉实业集团股份有限公司。该公司制定的劳力股折股依据为劳动者对企业贡献，折合的劳力股股数的确定以劳动者的基本工资、效益工资、劳动时间为依据，企业无利润时当年不折股。按劳力股在总股份里面所占的比例确定税后利润中应分配给劳动者的部分。劳动者每年除获取工资报酬外，还按其当年工资总额在应折股人员工资总额中所占比率参与利益的分配（当年折股的股金金额不参与分红）。劳力股上不封顶，不能转移，不能继承。职工股是劳动者以其所拥有的人力资源投入企业后在企业中已经实现的价值部分来参与收益的分配的，它对劳动者没有得到体现的价值则不予以承认。这种方式具有很强的可操作性，这已为实践所证明。

(四)人力资源权益股

人力资源权益股是劳动者按其投入企业的人力资源所形成的人力资本在企业中所拥有的股份。这种分配方式产生的基础是对劳动者的剩余索取权的确认。它是将劳动者投入企业的人力资源视为对企业的投资，也形成企业的一种资金来源，与此相对应则形成了类似物质资本的人力资本，而劳动者因作为人力资源的所有者则享有由人力资本产生的剩余索取权。人力资本是一个变化幅度很大的变量。人力资源权益股在劳动者进入企业时就确认其因将所拥有的人力资源投入企

业而享有的利益分配权，并采取适当方法进行计量以确定此利益分配权的数额。在这里，人力资本也是呈动态变化的，不论是群体还是个体它都既可能增加也可能减少。人力资源权益股是通过劳动者将所拥有的人力资源投入企业而获得资产。在人力资源权益确立之前，企业在生产经营中发生的亏损和和破产清算的责任，都是由企业的投资者所承担。确立人力资源权益以后，劳动者也成为企业的人力资本的所有者，也应对此承担应负的责任。因此，在向劳动者进行收益分配时，应该在企业中留存一定的数量，形成未分配的人力资产剩余利润，以便在必要时以此来承担相应的责任。但是现行会计制度并没有考虑到人力资源权益的问题，而人力资源权益会计则是建立在确立人力资源权益的基础之上的，因此两者在处理一些问题时自然会存在一些差异。

企业实质上是由核心人力资本和非核心人力资本的缔结共同把企业推向市场。在工业经济时代，一般认为股东是剩余权益索取者、债权人是固定权益索取者，物力资本雇佣人力资本，劳动者只能凭借其劳动力所有权取得工资薪水，人力资本价值明显地隐性于实物资本之中。在知识经济时代，位于企业金字塔顶拥有核心技术和核心管理的中上层管理者不仅影响着一个企业的竞争力和发展前景，人力资本及其所有权在企业契约中具有越来越大的竞争优势，并在与物力资本进行竞争与合作的过程中不断演化、反复博弈，当劳动力资源的开发和利用决定一个企业的生存、发展时，人力资本的作用就表现出来，人力资本所有者会逐步要求成为继股东、债权人之后的第三人，要求单独享有企业权益的剩余索取权。

参考文献：

[1]杨宗昌.知识经济对会计的挑战[J].财会通讯，1998(11).[2]张叠昌.对21世纪企业管理的展望[J].中国工业经济，1996(10)．

[3]赵曙明．试论国有企业发展与人力资本投资的关系[J]．中国工业经济，1998(1)．

[4]刘仲文．试论人力资本理论与应用的几个问题[J].会计研究，1999(6).[5]张文贤：《管理入股人力资本定价》，立信会计出版社2025年版。

[6](美国)舒尔茨：《教育的经济价值》，吉林人民出版社l980年版。

**第三篇：食品安全主要影响因素分析**

食品安全主要影响因素分析

[摘要]各类食品安全事件频发，探究食品安全影响因素，并具体探究事物本质，是保障食品安全的重要方面。总体来说，制约食品安全的因素主要有种植养殖遗留食物安全隐患、食品经营者败德行为、消费者消费心理以及政府监管失效等。

[关键词]食品安全;消费;监管

中图分类号：D035 文献标识码：A 文章编号：1009-914X（2025）24-0321-01

一、种植养殖遗留食物安全隐患

在产品种植和养殖过程中，易遗留食品安全隐患。不难理解，在种植养殖过程中，人为或者非人为的使食物携带对人体，易给人造成健康或者亚健康的伤害，引发的食品安全事故造成的食品安全问题不可忽视。在种植过程中，农户为经济利益，使用廉价催熟剂和有毒有害的肥料，将农产品快速催熟。一些打着有机食品、绿色食品招牌的农户或者不法商贩，公然滥用催熟剂，这对消费者的健康造成潜在威胁和影响。比如廉价的“座果灵”就可以催熟大量的果实，而催熟剂是国家允许生产的一种植物生长调节剂，如若使用不当，则很可能对人体造成健康威胁。比如过量使用催熟剂，就会使有毒物质残留在果实中，食用后对人体造成健康隐患。

在养殖环节，抗生素滥用导致的食品安全问题并不少见。然而畜牧行业抗生素的使用增加的趋势比较明显，猪、鸡鸭、奶牛等大型养殖场抗生素的使用都比较普遍。因为现代养殖业在市场经济发展过程中，为了快速培育出体积大的猪禽等，需要供给大量的蛋白质，这就需要给猪禽等动物注射抗生素，以防动物生病。简而言之，养殖场为了快速牟利，减少成本，就在动物饲养过程中使用抗生素，引致细菌产生耐药性，这种耐药性随即通过环境、食用养殖的动物肉制品等方式传播至人体，从而给人体健康和生命安全带来危害。

二、食品经营者败德行为加大食品安全风险

截至2025年12月末，全国规模以上食品企业仅仅有3.9万余家，中小型食品企业特别多，有些企业虽然取得了生产和经营许可，但质量差，有的企业违法经营成本较低，存在较大的安全风险。而在食品生产环节的食品安全风险是不可低估的，但是，由于目前对于中小企业的监管仍存在粗放性特点，对于违法企业的惩罚力度不够，在这种情况下，企业的自律性对于确保食品安全供给就显得尤为关键。而现实情况是，很多食品企业，特别是小型食品企业缺乏社会责任感，遵守《食品安全法》意识薄弱，未切实将食品安全摆在生产经营的第一位，公然生产经营不符合国家标准的假劣食品。这种食品经营者的败德行为加大了食品安全风险。在乡村，食品经营者就更倾向于经营品质低劣的食品，以低价销售，这也在农村形成了良好的市场供求状态。塑料米、老鼠羊肉串、化学豆腐、甲醛鸭血、掺假蜂蜜、被污染的瓶装水、烂米粉、瘦肉精等假劣食品，曾经长期被消费者食用，食品经营者为了个人私利，在明知假劣食品对人体会存在潜在安全风险的情况下，仍然制售这样的食品，在社会上产生了极其恶劣的影响。有些黑心厂商地址比较隐蔽，也存在一定的流动性，对其监管存在较大难度。

三、消费者消费心理与消费过程影响食品安全

消费者消费心理使食品安全问题的存在成为常态。普通消费者在无法辨别食品安全性的情况下，存在购买廉价食品的倾向。特别是在农村，农民食品安全意识薄弱，缺乏食品安全知识，对“三无”食品不但不抗拒，而是图便宜，更无暇了解食品法律法规和食品卫生知识。尽管如今网络、电视等媒体宣传食品安全知识，相关部门也对农村食品安全乱象进行了整治，关闭了一批农村违法食品小型企业和小作坊然而，农村食品安全问题依然很严重。

消费者消费过程中维权越来越难。史上最严食品安全法的出台，表面上是对消费者的维权越来越有利，但实际情况是，消费者因为取证和食品检测难以攻克技术难题，无法有效维权。比如对于食品中非法添加的情况，消费者维权需要找到相关专业机构进行鉴定，一旦鉴定结果是食品不存在安全问题，那么消费者就会增加了维权成本。加上在消费者维权过程中，经营者没有举证责任，在消费者维权证据不足的情况下，维权就很难实现。

四、监管失效与监管盲区并存影响食品安全效果

长期以来，我国食品安全监管实行多头管理模式，多头交叉的管理格局必然导致全责错位、资源配置低，而新的监管体制并不能在短期内很好地调整各职能部门之间的关系，受旧体制的制约，人员、权限、机构等各要素的调整和优化也难以一步到位。这就不可避免的造成在实际的监管过程中的监管失效。目前，我国食品安全监管体制决定了食品安全监管中存在着分段监管，各个部门各负其责实际上就暴露出食品安全监管过程的漏洞和监管盲区。各监管部门各管一段也容易造成其职能错位，进而造成监管盲区。这种分段监管的模式最终导致整个监管失效。特别是在广大农村，随着网络的普及，农村在享受发达的现代网络带来的便利的同时，也同时承担着由此带来的不安全风险。网络食品安全监管这一块原本就属于较薄弱环节，山寨食品更是在农村泛滥成灾。囿于监管资源有限，农村食品安全取证难，对其监管更是难上加难。总的来说，监管体制的不完善，监管力量薄弱以及监管能力差导致监管失效的现象经常存在。这是影响食品安全的比较关键的因素之一。

针对以上影响食品安全的因素，拟通过加强政府监管、培养企业社会责任、消费者个人消费维权以及加强社会监督等角度，保障食品安全。具体来说，监管要从农田到餐桌全过程无缝监管，在种植过程的监管应该强化;针对性消费者维权难的问题，有关部门应为消费者提供取证和食品安全监测等服务;企业要自觉尚德守法，主动承担主体责任，树立良好相信，打造精良品牌，供给优质产品;消费者维护自身健康权益，消费过程中应有主动保留维权证据的意识;社会各界广泛参与监督，特别是要针对农村监管盲区，加强社会监管力度，以逐步实现食品安全社会共治格局。

本文作为辽宁社科规划基金一般项目：“辽宁省食品安全管理现状及对策研究”（编号：L14BGL022）阶段性成果之一。

作者简介：

王淑娟（1979―），女，辽宁社会科学院经济研究所助理研究员，研究方向为：公共经济、公共管理。

**第四篇：影响消费者行为的因素分析**

影响消费者购买王老吉的因素分析

消费着收入；消费者知识；消费者对王老吉质量的知觉；者态度的转变消费；文化及广告包装的影响；

消费着收入

 收入作为购买力的主要因素无疑是决定消费者购买因素的关键因素，也是营销者十

分关切和希望了解的消费者知识

 A：产品知名度，对一些熟悉的产品，消费着即使认为他没有什么优势，但仍不会

放弃购买。而王老吉有一百多年的历史是凉茶始祖优势很明显，然后通过提高产品知名度打开了销路！2025多加宝公司王老吉品牌的销售利润是一个亿，汶川地震多加宝公司王老吉品牌捐款一亿各大媒体网络竞相报道，王老吉瞬间走红，知名度大大提升当年销售额也突破100亿

 B：品牌形象分析，凉茶是广东、广西地区的一种由中草药熬制，具有清热去湿等

功效的“药茶”。在众多老字号凉茶中，又以王老吉最为著名。王老吉凉茶发明于清道光年间，至今已有175年，被公认为凉茶始祖，有“药茶王”之称。到了近代，王老吉凉茶更随着华人的足迹遍及世界各地。

刚开始王老吉定位于饮料，和可口可乐、百事可乐相比王老吉并无优势而且竞争压力颇大，由于产品定位的不准确销售情况很不好，后来成美为多家宝重新定位，定位于预防上火，避开了与饮料公司的正面竞争，2025年的捐款为多家宝公司树立了具有高度责任感的企业形象。

消费者对王老吉质量的知觉

 王老吉品牌的定位是预防上火，消费者饮用后的效果如何决定了消费者消费者对王

老吉质量的知觉

文化及广告包装的影响

 王老吉的包装是大红色，与放在货架上的同类产品相比更能吸引消费者眼球，此外

受传统文化的影响，中国人都喜欢红色，特别是春节和婚庆王老吉红色包装更受欢迎，热切有些地区特别喜欢吃辣食品王老吉又因为能够预防上火成为消费者的首选。消费者态度的转变消费

 多加宝公司旗下品牌王老吉一直致力于公益活动，人们逐渐加深了对王老吉的认识，一个富有高度责任感的企业形象树立于公众心中北方许多徘徊中的消费者开始购买，原本多年没有打开销路的地区销路也打开了

**第五篇：大学生网购影响因素分析**

大学生网上购物影响因素分析

【摘要】：随着互联网的普及、电脑成本的下降、网络支付和现代物流业的发展，越来越多的人参与到了网购的大军中，特别是大学生。他们作为对网络最敏感的人群，对网上购物行为接受很快，大学生几乎都有网购的经历。不过，和其他群体一样，他们的购买行为也会受许多因素的影响。

【关键词】：大学生

网购

影响因素

虚拟

大学生网络购物的现实情况简介

淘宝、支付宝、商家信誉、旺旺——这些词语如今成了大学生的常用语，在校园里、在宿舍里，怎样买到物美价廉的好东西，也是每天都能听到的讨论，再看看那些快递公司每天中午就像开展销会一样，在宿舍楼下摆开一长串各式各样的邮件，可见大学生很青睐于网购。但是还有许多同学不懈于或者不愿尝试网上购物。

对于网络购物，男生关心更多的是网站信息的可靠性，而女生注重更多的则是网上购买产品的质量。求乐、求廉、求方便是大学生网上购物的主要消费动机，男女消费动机存在显著差异。男生比较看重便捷，而女性更加重视价格。从网上买来一件商品自己是否满意，除了商品本身外，支付方式、商家信誉、运送满意度也是影响总体满意度的几个重要方面。

一、大学生喜欢网购的原因

（一）价格便宜

网购最能够吸引消费者之处在于便宜，它满足了多数人追求物美价廉的消费心理。网店无需交纳房租、税收、水、电等费用，可以使卖家有效地减少成本。网店一般都还有一些特殊的进货渠道，掌握着一手货源，甚至是厂家直销，剔除了批发零售过程中间商环节的利润。而且网络商店中很多商品一般是在客户下订单后再进行商品调配，不需要很多库存，从而减少资金的积压，所以所具有的成本就比较低，最终体现到价格上。同样的产品价格比零售店便宜一些非常正常。

大学生消费水平有限，于是更多的学生当然会选择把手中有限的钱用到最适当的地方，面对相同的物品不同价格，当然会很好的考虑合理的安排。网购价格实惠、透明成了当代大学生的重要选择。

（二）方便、快捷，送货上门

大学的生活可以说是丰富多彩的，但他称自己的生活为“懒惰生活”。想购物的时候就坐在电脑前，鼠标一点，便上了某个购物网站，先浏览一番物品信息，然后把想买的东西放进购物车，用银行交易卡支付，剩下的事便是待在宿舍等着送货上门签字，省去了跑来跑去买东西的时间和精力，而且还不用讨价还价，少费口舌。

（三）可以货比三家，没有营业员施加的压力

不像实体店购物那样有营业员跟着你和你说这好那好，网购的时候可以随意浏览，到处逛，想了解某个产品的时候就看评论。购物环境轻松自由成了很多人喜欢网购的一个原因

（四）商品种类多，选择多

实体店铺的经营场地是有限的，而网络上的店铺是没有空间大小限制的，因此网络商店中的商品种类比实体店铺要多得多。这样，消费者也就拥有了更多的选择权。大到家电汽车，小到牙刷图钉，只要在搜索里输入你想购买的商品，立刻会出现琳琅满目的商品信息。

网购还打破了地域的限制，不管你在什么地区，都一样能享有网络提供的商品资源，有机会买到在本地市场难觅的商品，也防止了地域性的垄断。

二、阻碍大学生网购的因素

网络购物给我们带来方便快捷，但网络毕竟是虚拟的世界，与我们现实接触的世界不同，它购物的整个过程是在网络上完成的，因此网络本身存在的以及购物过程的隐患与陷阱会一起体现出来。这些隐患与陷阱成为影响大学生网购的主要因素，同时也是网购所必需面临的。

（一）消费者自身的心理因素

阻碍大学生进行网上购物的主要心理障碍因素是：产品的品牌、价格、质量、可靠性、保质期等方面，以及网站上同类产品的信息丰富程度、可筛选性、可对比性是否能够达到购买者的预期标准。此外，网上交易的安全性、方便与否也是影响因素。

（二）媒介（网络、快递）的复杂和不确定性

计算机网络本身由于系统主体和客体的原因可能存在不同程度的脆弱性，为各种动机的攻击提供了入侵骚扰或破坏系统的可利用的途径和方法；黑客、木马病毒的攻击让网民在支付的过程中防不胜防。而黑客，则利用系统漏洞、用户的安全意识薄弱入侵用户的计算机，盗取用户的相关信息和密码，导致网民在网上支付受损。安全问题已经成为影响网上支付发展的主要因素

目前，具体到为电子商务服务的法律上基本还是一个空白。传统的支付结算规则在网上支付业务规范中有一定的作用，但局限性很大。法律法规的缺失，导致很多消费者在网上购物受骗时无法维护自己的合法权益。

网购一般都是远距离付款购物，所以物流费用普遍都很昂贵。很多商品虽然价格便宜一些，但是再加上物流费用，价格也不低。再加之，如果不合适，退换货折腾掉的物流费都是无谓的损失。

（三）卖家（交易平台）的虚拟性

由于网购的虚拟性，购物的时候不是面对面的交易，很多人担心网购时卖家的诚信问题。如购买到的实物与网上图形不一致，或是库存已久、外观残缺、尘埃满面；交货延迟，甚至在交款后没有收到所需商品；赠品缺失，在网上购买“买一赠一”的商品，送货上门时，并未拿到赠品；夸大其词、虚假宣传；不履行售后服务约定，对网上售出的商品不承担“三包”责任等问题在很大程度上影响了消费者的购买欲望。

三、总结

大学生对于网购是很敏感的，他们有足够的时间、精力和好奇心来加入这个潮流的购物活动中。调查显示，曾经有过网购经历的人大多数对网上购物的优点具有更强的认同感，她们比起没有过网络购物经验的更相信网络商家，更习惯网上购物的消费方式。这一结果也说明，上网购物会逐渐成为大学生的生活方式，一旦开始，便很可能会持续下去。我国网络购物的经营者在多年的经营之后，已经比较理性，知道在网络购物的发展中应该去做什么和如何做。相关网站，企业和商家应提高宣传力度，同时对于网络管理与支付程序等不足加以改进。力求做到尽善尽美，以此吸引更多的潜在客户群体并且增加老客户的忠诚度。不仅让大学生这一群体了解，也要让广大民众参与进来，促进网上购物的发展。相信随着我国网络环境的不断改善和网民的不断增加，会有越来越多的网民加入到网络购物的潮流中来，我国的网络购物市场必定会越来越繁荣。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！