# 网络剧调查报告6篇

来源：piedai.com 作者：撇呆范文网 更新时间：2022-09-21

*我们在参与了一场别开生面的调查之后，内心也有不小的波动，这时候写好相关的调查报告就很关键，想要对调查情况做出分析，就必须好好写一篇调查报告，以下是职场范文网小编精心为您推荐的网络剧调查报告6篇，供大家参考。网络剧调查报告篇1随着网络的发展，*

我们在参与了一场别开生面的调查之后，内心也有不小的波动，这时候写好相关的调查报告就很关键，想要对调查情况做出分析，就必须好好写一篇调查报告，以下是职场范文网小编精心为您推荐的网络剧调查报告6篇，供大家参考。

网络剧调查报告篇1

随着网络的发展，网络购物已经逐步走进一部分人的生活中。大学生是一个特殊的消费群体，对大学生对网上购物所持态度进行分析，有助于企业发展、开拓大学生网络市场，取得未来的竞争优势;同时可以促进购物平台服务的提高与完善，在一定程度上可以促进网络立法的进程，加快网络购物的发展步伐。本调查报告针对我校大学生进行调查、分析其消费状况和特征。

随着网络的普及，电脑成本的不断降低，物流公司服务的不断提升，网上购物已经慢慢地从一个新鲜的事物逐渐变成人们日常生活的一部分。网络正在冲击着人们的传统消费习惯和思维、生活方式，以其特殊的优势而逐渐深入人心。我们团队对我校大学生采取了随即访谈和问卷调查，以了解我校学生对网上购物的接受情况，网上购物的原因、消费额度，网上购物的品种等情况。调查问卷主要涉及网络购物的基本情况、网购中遇到的问题等。共发放问卷22份，回收有效问卷20份、问卷有效率达到90.91%。

一、 大学生网络购物基本情况

网上购物，就是通过互联网检索商品信息，并通过电子订购单发出购物请求，然后填上私人支票帐号或信用卡的号码，厂商通过邮购的方式发货，或是通过快递公司送货上门。国内的网上购物，一般付款方式是款到发货(直接银行转帐，在线汇款)。担保交易(淘宝支付宝，百度百付宝，腾讯财付通等的担保交易)，货到付款等。

(一)大学生对网络购物的了解情况

消费者对网络购物的了解程度直接关系到他们对网络购物的态度及其进行网络购物的行为，为此问卷设计 您知道网络购物吗? 一题。

由于网络和电脑在大学生中间的普及较高，并且大学生易于接受新的事物，勇于尝试新的购物方式。我调查了9名男生和11名女生，调查数据显示：30%的同学对网络购物非常了解，55%的同学了解网络购物，有15%的同学知道网络，总体而言网络购物已经进入了大学校园，已经拥有了一部分大学生这个消费群体。

(二)大学生选择网络购物的原因

了解大学生进行网络购物的原因，可以有针对性的开发大学生网络购物的市场、挖掘大学生网络消费的潜力。在调查数据显示60%的学生选择网路购网是网购方便快捷、节省时间，在网上购物可以不用去商场，既节省了时间又节省了车费等;15%的学生认为网络商店品种齐全，能买到商场中很难买到的东西;也有15%的同学认为网店在网络中经营可以省去商家门面店的租金和一部分营业税，因此网络商店的物品较便宜，仅有10%的学生处于新奇、时尚好玩而进行网络购物。

(三)大学生已在网络购物的状况

随着物流行业和交通运输行业的发展，为远距离的快速运输提供了可能性。

在我们调查问卷统计中，被调查的20位同学，已有18名同学愿意并且体验过网络购物，有2名同学愿意网络购物但没有实际体验过!但其中只有一人认为网络上购物拥有比较好的评价及信用管理系统、商家全靠信用经营，因此，认为在网上购物比较安全。17人认为网络购物的安全性是不确定的，只能视情况而定;仅有1人认为网络购物不安全。

(四) 大学生网络购物消费状况

在大学生网络购物商品类别统计中，服装服饰类占网络购物的50%，其余依次为在线充值(30%)、图书音像类(10%)、电子产品和其他类均占5%(表2)。大学生的基本花费大都是源于家庭的供给，因此，

大学生的消费水平也必须与其家庭情况相符合。生活费大都是500-1000元之间，过高或过低的人只占较少的一部分，因此，大家在必备的一些花费外，才会去考虑进行一些额外的消费。统计显示大学生平均每月网络购物花费65%的人都在100元亿以内，仅有35%的人花费在100元到300元之间(图四)。由此看以看出大学生网络购物主要以服装服饰类、在线充值为主，但由于自身经济条件的限制，在网络消费以小额消费为主。

(五)影响大学生网络购物选择的因素

1.网络购物中担心最担心的因素

由于网络购物在未接受到实物之前，很难准确判断其真假和质量等其他因素。在调查分析中，有50%的学生在网络购物中最担心的是：产品质量问题;35%的担心图片和实物的差距过大，以致产生落差;由于网络进行交易大都是通过网络支付，网络上存在很大的安全隐患，10%的学生因此担心支付的安全性;还有5%学生担心货物在运输过程中受损。

2.选择网络交易平台和商家的依据

在互联网上有许多网站提供网络交易平台，在这交易平台中又有众多的商家提供网购购物服务，在眼花缭乱的交易平台和商家中，每个进行网络购物的消费者有其各自的选择标准。在调查分析中由于淘宝网站宣传力度大加之其提供了良好的网络交易平台有75%的学生东欧选择了淘宝网站这个平台;在选择商家时有70%的同学依靠卖家的信用度而选择，依靠商品的品牌和价格而选择商家的均占15%;其他的交易平台依次为卓越网(10%)、拍拍(10%)、新浪、网易商城(5%)。

3.网络购物的不足

网络购物是新兴事物，在国内发展还处于初级阶段存在这众多的问题，加之网络购物自身的局限性，使得部分消费者 望网兴叹 。有55%的学生认为网络购物的不足在于物品使用不方便，30%的认为实际买到商品与网络上看到的不同;15%的学生认为容易在网上存在欺骗行为。种种网络购物的不足使得网络购物不能再短时间深入消费者。

(六)网络购物的前景

网络购物在今后的发展中会逐渐走向完善，网络立法方面也会有几大的提高与完善。在调查中有90%的学生认为网络购物发展空间很大，会被人们普遍接受，10%的学生认为网络购物毕竟存在其自身不可克服的局限性，在未来的发展中很难说有很大的前景。

通过对问卷的分析，现阶段大学生网络交易存在的主要问题有：网络交易平台建设不完善; 网络交易相关支持系统落后; 缺乏完善的监管和法律支持; 商家对大学生市场重视不足，营销方式单一落后。

综上所述，网络交易在大学生中已经比较流行，成为了大学生网上生活的一部分，市场巨大。大学生对价格和质量都很敏感，消费欲望强烈，但是，以上的种种问题，造成大学生消费时比较谨慎，消费金额较低，限制了大学生网络交易的进一步发展。

二、对网络交易产业和大学生网络购物的对策建议

(一)从整个网络交易产业来看

1.完善网络交易平台的建设。

现阶段网络交易的监管者主要是淘宝、当当等购物网站，但其为了自身的发展也不可能实现非常严格的监管;加之其平台自身还存在着诸多的漏洞，以上的种种问题导致欺诈行为时有发生，于此同时这些购物网站既是 运动员又是裁判员 ，具有很大的倾向性，很难做到客观公正。所以，只有建设好自身的网络交易平台，才有可能解决网络交易鱼龙混杂、恶性竞争的现象，以提高购物的安全性。

2、加快配套设施的建设

旧有的配套系统，例如物流、仓储系统，已很难适应网络购物的发展，成为了限制性的因素，因此，在加强网站自身建设的同时， 还必须加快与之配套的相关支持系统的建设，进一步促进其发展。

3.加速政府的引导与规范。

目前，虽然政府一直在推进网络交易的发展，也推出了一些相关的法律，例如电子签名法等一系列初步规范性法律，但是还没有一部具有总领性的网络交易法规，政府的引导与规范作用并不明显，网站仍然充当着执行者和监督者的双重角色。政府应加强网络立法的进程，完善网络立法，规范网络交易行为，营造良好、公平的交易环境。 4.商家树立自身形象

众所周知网络购物依靠的是商家和买家的信用经营，商家应以优良的服务质量、品质良好的商品和满意的售后服务来提升自己的信用度和交易量，而不能用虚假的刷人气的方法提升人气和交易量。通过树立良好的自身形象来吸引消费者，实现消费者、商家、网络交易平台的互惠互赢，共同促进网络购物的发展。

(二)从大学生网络购物来看

1.商家进一步的细分市场，准确定位大学生需求特点。

市场细分将成为网店和网站经营者面对激烈竞争的重要竞争手段，而大学生市场因价格敏感性而被很多人忽视，大学生目前没有经济来源，对价格比较敏感，并且各自家庭富裕程度不同;为了更好的开拓大学生这片市场，应制定差异化销售模式，最大程度调动大家的消费积极性。从长远上看，大学生是未来社会的中坚力量，现在培养大学生对商家自己的品牌忠诚度，利于今后的长远发展。

2.商家营销模式创新。

针对大学校园和网络的特殊性，以大学校园代理为纽带，构建 大学生—校园代理—网站 的新型三方网络营销模式。 通过商家在校园设立代理，大学生在网上订货、付定金，然后货物按学校批量发送给学校代理，学生通过代理完成最后付款和验货。该模式针对大学生网络交易的特点，既可以提高安全性，刺激更多和更大额度的消费，又可以降低运输成本、省去门面店等费用，具有很大可行性与操作性。

3.大学生提高自身网络购物能力

大学生在进行网络购物时要综合商家的信息和其他消费者的评价以及物品价格等信息判断物品的质量和商家的服务质量，尽量避免因低价而上当的购买行为;还要提升自身的法律意识，在遇到网络购物纠纷时积极运用法律的工具维护自身合法权益。

网络剧调查报告篇2

随着信息化时代的迈进、网络普及、电脑成本的不断下降，网上购物已经慢慢地从一个新鲜的事物逐渐变成人们日常生活的一部分。网络正在冲击着人们的传统消费习惯和思维、生活方式，以其特殊的优势而逐渐深入人心。截止2012年12月31日，淘宝网注册会员接近5亿，覆盖了中国绝大部分网购人群;2012年淘宝交易额为11000亿元，突破万亿大关。近年来，根据消协统计，网购成为增长行最快的投诉热点之一。然而，网络诈欺层出不穷，商品也不总是物美价廉，诚信与信誉问题已提到最高程度。网络消费是否具有被大学生青睐的趋势，我针对网民最多的成员之一，在校大学生开展一次问卷调查，旨在通过数据来显示分析大学生网购的特点与趋势，必且以此分析我国电子商务的发展现状及前景。

(一)调查的背景和目的

随着网络的普及，电脑成本的不断下降，网上购物已经从过去雾里看花遥不可及的状态，变成了当今最火爆，最适合上班族、年轻族购物口味的一种购物方式。网上购物已经慢慢地从一个新鲜的事物逐渐变成人们日常生活的一部分，冲击着人们的传统消费习惯和思维、生活方式，以其特殊的优势而逐渐深入人心。大学生作为对网络最敏感的人群，他们对网上购物行为接受很快，是未来购物市场上的对象或潜在用户。

这次大学生网上购物调查的研究目的就是为了研究大学生网上购物行为并对其进行分析，了解当代大学生对网络购物的消费态度以及我国当前网上购物的现状及未来对网购发展潜力的期望和认识。

(二)调查方法和对象

这次的调查，我主要是对在校大学生的调查，因为在校大学生受教育程度较高，对网络的使用驾轻就熟，对适合在网上销售的满足精神需要的产品具有更多的需求，其预期收入也相对较高，因此由大学生主宰未来网络消费的可能性较大。

本次我主要采取问卷调查法。首先，制作出调查问卷;然后，用随机抽样的方法向本校大学生以及一部分外校大学生发放纸质版问卷，进行问卷调查，然后对问卷进行了统计和分析，最后得出了结论和认识。

(三)调查结果及分析

1.调查对象性别

通过本次的调查，我一共调查了100人，在本次的调查对象

中男生有46人，女生有54人。从图中可以看出调查对象中女生人数比男生人数多。

2.调查对象年级

通过上图，可以看出本次调查的问卷发放的范围大二的学生较多(调查时间为2012年6月底)，这也收我年级的局限性，由于大四的学生基本没在学校了，所以我就取消了对大四学生的调查。

3.调查对象月生活费水平

通过调查显示，每月生活费有15%的人在500元以下，生活费有60%的人在500-900元之间，生活费有25%的人在900元以上。由此可见，大学生是一个相对比较富裕的群体，只要企业有足够的心思来满足大学生的需要的话会有很大的市场。

4、是否有网购经历

是 否 由图可见，可以清晰的看出，将近70%的学生有有过网购经历，这个数据说明网上购物游很大的市场，大学生的思想比较先进，容易接近新事物，所以网购在大学生中比较盛行。网购也可能成为一种趋势，相信会有越来越多的大学生进行网购。

5. 网购原因分析

(1)据调查显示，没有尝试网购或对网购有所顾忌的原因主要是：对网上购物支付安全、对商品质量不信任;以及可能是所购买商品价值较大，不愿意或不敢在网上购买;还有就是对网上商品的服务不太满意所致。

(2)在调查中显示，大学生选择网购的原因主要为：网上商品种类多样、商品价格实惠以及网上购物节约时间、方便快捷。而且，也有

一部分人认为网上购物方式时尚、新颖，对网购比较青睐。

6. 大学生对购物网站的选择特征

本次问卷调查中主要涉及的网站有：淘宝网、京东商城、当当网、卓越网、拍拍网等。从调查结果来看，大学生在日常生活中浏览的网上购物网站中比例较大的是：淘宝网、当当网、卓越网(如图表五所示)。这大学生有着较清晰地品牌意识，对知名度高，信誉良好的网站更加青睐。也说明未来大学生网上购物时如淘宝网、当当网、卓越网成为学生们的首选。

7. 大学生网购行为的特征

购买的商品或服务类型：

从调查结果来看，大学生在网上购买的商品和服务的排名依次是：服装类(78.3%)、图书音像(53.3%)、小饰品(38.3%)、生活用品(26.7%)、数码产品(20.0%)和其他类(5.0%)。可以看出服装类、书籍音像类所占比例较大;其次小饰品、生活用品、数码产品也占一定比例。这体现了大学生在网购类型中以生活必需品为主，而且在学习用途(如图书)中所占比例也较大。

与网上购物其他类型相比有所不同的是：对网上购买数码产品的接受程度显然还有待提高，其主要原因是：数码产品价值较高，消费者不太信任;由于数码产品的性质和别的商品不太相同，一般购买它时需要见到样品。这可能就是制约网上购买数码产品发展的重要原因。

8. 大学生选择网购平台的标准

本次实验调查有关网购平台标准方面共涉及以下几方面的内容：产品品牌、产品质量、产品价格、产品服务、产品口碑及其他因素。通过调查显示，大学生在选择网购平台时主要对产品质量(81.7%)、产品价格(70.0%)、产品口碑(53.3%)的因素考虑较大。这反映出大学生在选择网上购物时还是相对比较理性的，更关注的是产品质量和产品价格;对产品品牌的需求不是很大(31.7%)以及较大的依赖产品口碑可能是因为对网上购物还不是太信任，更多的是靠消费者在网上的评价来进行分析和选择的;而对产品服务较看重的只有(43.3%)可能是因为商家的服务整体上不是太好，更多的是需要改善，所以消费者也只能选择一种默许的态度了。

(四)存在的问题与对策

根据以上分析，我针对调查中发现的在校大学生网上购物存在的一些问题，提出一些初浅的看法和建议：

1. 网络购物的薄弱环节

调查显示，无论是否有购物经历的大学生都对网购存在一定的担心因素，他们普遍认为网购在很多方面还有待提高，如商品的质量(66.7%)、商家的售后服务(60.0%)、网上支付安全(46.7%)以及送货速度(31.7%)等。

以上调查结果说明，大学生在选择网上购物时还不能完全接受，尤其是对网上商品的质量还很不满意，在这方面还希望商家能够提供质量合格并且和网上差别不熟太大的商品;再者，商家不能认为一旦网上商品卖出后就与自身无关，还应提供较好的售后服务，以满足消费者的需求。

2. 网络购物存在的制约因素

有些大学生认为，目前，不少网站的网上购物流程较繁琐，这影响了一部分大学生的购物积极性。如果此点得到改善，网上购物的比例会更高，金额会更大，对电子商务交易也会有促进作用。

3. 网络购物的安全性问题

网络安全成为网上购物的重要障碍，因此，在网络构建平台方面，建议支付平台能够提供安全可靠的支付方式，尤其是在网购方面，消费者对网上支付安全不太信赖时，就更加值得注意。故而，相关网站应尽力改善，加强网站宣传设施的建设和宣传力度，让消费者了解商家在网上采用的主要安全机制和作用，努力打消人们对安全问题的担忧。同时也建议大学生进入了网站选购自己所需的物品之前，先要查看售货公司和网站的信用度。此外，还要加强信用机制建设，规范身

份认证和身份识别技术的应用，通过宣传教育让人们了解网上信用机制，学会信用评估和鉴别方法，对于促进网上购物的发展也具有现实的意义。

4. 有关网络购物的法律方面

据调查，大学生在对网购方面的法律了解程度上严重欠缺：比较了解的仅有3.3%，了解一点的也不过一半(46.7%)，不了解的(43.3%)和有困难求助他人的(6.7%)占到了所调查人的一半。这说明网上购物的相关法律知识还需要大力宣传和普及。一方面，商家应着手向消费者宣传网购的流程和法律;另一方面，大学生自己在购物之前也应对网购的法律做一主动的了解，以便于遇到问题时维护自身的合法权益。这样才能促进网上购物的健康持续发展。

(五)调查总结与展望

1. 网上购物发展前景广阔

大学生虽然对网上购物有较大的不满或意见，但对网购的未来发展前景还是比较乐观的。此次问卷调查也支持这一结果，51.7%的被调查学生认为网上购物是个不错的行业，有很大的发展前景;即使只有38.3%的大学生也认为网上购物发展的还不错，可以试试;然而，仅有10%的大学生认为网上购物发展前景不太乐观或对其不太关注。

2. 大学生网上购物市场已经形成

由调研我们可以看出，大学生上网已经普及，并且大学生对网络有一定的依赖性，同时，在曾经有过网上购物经验的人群里有相当一部分大学生对其进行的网上购物是基本满意的，至少说明他们对网上购物是能够接受。以上调查结果告诉我们,网上购物市场的扩大，正等待商家去进一步开发。

3. 网购和传统购物的对比

虽然说网上购物有很多的优势，而传统的购物形式还是不可替代的。比如去买衣服、鞋子，以及自己没有用过的化妆品或者是家电数码等价值较大之类的东西，需要自己本人亲自去试了才确定要买，这样的商品，人们一般情况下还是会选择传统购物。

电子商务的快速发展给网购带来新的革命，新的生机，也极大的带动了物流业的发展。可以见得，网上购物预期很好，未来的发展前几不可估量。

网上购物市场的基础环境越来越稳定，各种知名网站(如淘宝网、当当网、卓越网)的网上购物平台已成为当代大学生网上购物的场所。随着我国经济持续快速的增长，人民生活水平的提高，中国电信网络规模的壮大，电脑的普及率的提高、计算机技术的发展以及政府多层次多角度推动，网上购物市场越来越火爆，会逐渐发展并形成人们购物的主要形式;网上购物也势必在上述因素的推动下朝着更加健康、稳定、广阔的道路发展。

对大学生网络消费行为的调查问卷

亲爱的同学: 您好!为了了解目前大学生网上消费的基本情况，我设计了这次大学生网上消费情况的调查问卷调查，共13道问题，非常感谢你在百忙之中填写这份问卷。请你您认真阅读每一项问题并选择你认可的选项，本次调查采用不记名的形式。对于您的合作，我们再次表示感谢!

1.您的性别是?( )

a.男 b.女

2.您所在的年级?( )

a.大一 b.大二 c.大三

3.您的月生活费是多少?( )

a.500元以下 b.500-900元 c.900元以上

4.你是否有通过网络进行购物的经历? ( )

5.a.是 b.否

5.如果没有，那么您没有网络购物原因是?( )

a.担心产品质量 b.商品服务 c.担心支付安全 d.商品价值大小 e.个人兴趣爱好

6. 如果你有网购过，那么你选择网购的原因是什么： ( )[多选]

a.方便、快捷 b.价格实惠 c.商品种类多样 d.配送快捷 ，方式时尚新颖e.其他

7.你所选择的购物网站有哪些?( ) [多选]

a.淘宝及阿里巴巴网站 b.京东商城网

c.当当网等购书网站 d. 卓越网 e.拍拍网 f.其他

8.你网络购物时,最看重的是什么( )

a. 支付安全 b.商品质量 c.送货速度 d.售后服务 e .其他

9.你对网络法律的认知程度?

a.比较了解 b.了解一点 c.不了解 d.有困难求助他人

10.您认为网络购物那些方面有待提高?( )[多选]

a.支付安全 b.商品质量 c.送货速度 d.售后服务 e.其他

11.您对网络购物发展的前景怎么看?

a.很好，是个不错的行业 b.还可以，可以试试

c.前景不乐观，做这个的公司太多了 d.不怎么关注

13.如果有机会，你是否考虑网上消费?( )

a.是 b.否

结束语：此次，我们针对大学生网络消费行为情况作了全面的消费调查剖析，感谢大家认真完成问卷!

网络剧调查报告篇3

调查报告一般由标题和正文两部分组成。

(一)标题。标题可以有两种写法。一种是规范化的标题格式，即“发文主题”加“文种”，基本格式为“××关于××××的调查报告”、“关于××××的调查报告”、“××××调查”等。另一种是自由式标题，包括陈述式、提问式和正副题结合使用三种。

(二)正文。正文一般分前言、主体、结尾三部分。

1、前言。有几种写法：第一种是写明调查的起因或目的、时间和地点、对象或范围、经过与方法，以及人员组成等调查本身的情况，从中引出中心问题或基本结论来;第二种是写明调查对象的历史背景、大致发展经过、现实状况、主要成绩、突出问题等基本情况，进而提出中心问题或主要观点来;第三种是开门见山，直接概括出调查的结果，如肯定做法、指出问题、提示影响、说明中心内容等。前言起到画龙点睛的作用，要精练概括，直切主题。

2、主体。这是调查报告最主要的部分，这部分详述调查研究的基本情况、做法、经验，以及分析调查研究所得材料中得出的各种具体认识、观点和基本结论。

3、结尾。结尾的写法也比较多，可以提出解决问题的方法、对策或下一步改进工作的建议;或总结全文的主要观点，进一步深化主题;或提出问题，引发人们的进一步思考;或展望前景，发出鼓舞和号召。

一、标题要求

标题可以有两种写法。

一种是规范化的标题格式，基本格式为“××关于××××的调查报告”、“关于××××的调查报告”、“××××调查”等。

另一种是自由式标题，包括陈述式、提问式和正副题结合使用三种。陈述式如《东北师范大学毕业生就业情况调查》，提问式如《为什么大学毕业生择业倾向沿海和京津地区》，正副标题结合式，正题陈述调查报告的主要结论或提出中心问题，副题标明调查的对象、范围、问题，如《高校发展重在学科建设――××××大学学科建设实践调查》等。

二、列出调查的主要内容，格式如下：

调查时间：

调查地点：

调查对象：

调查方法：

调 查 人：

调查分工：(以小组形式调查的要求，小组人数不得超过3人)

三、报告正文。

正文一般分前言、主体、结尾三部分。

1.前言。有几种写法：第一种是写明调查的起因或目的、时间和地点、对象或范围、经过与方法，以及人员组成等调查本身的情况，从中引出中心问题或基本结论来;第二种是写明调查对象的历史背景、大致发展经过、现实状况、主要成绩、突出问题等基本情况，进而提出中心问题或主要观点来;第三种是开门见山，直接概括出调查的结果，如肯定做法、指出问题、提示影响、说明中心内容等。前言起到画龙点睛的作用，要精练概括，直切主题。

2.主体。这是调查报告最主要的部分，这部分详述调查研究的基本情况、做法、经验，以及分析调查研究所得材料中得出的各种具体认识、观点和基本结论。

3.结尾。结尾的写法也比较多，可以提出解决问题的方法、对策或下一步改进工作的建议;或总结全文的主要观点，进一步深化主题;或提出问题，引发人们的进一步思考;或展望前景，发出鼓舞和号召。

一般来说，调查报告的内容大体有：标题、导语、概况介绍、资料统计、理性分析、总结和结论或对策、建议，以及所附的材料等。由此形成的调查报告结构，就包括标题、导语、正文、结尾和落款。 1.标题

调查报告的标题有单标题和双标题两类。所谓单标题，就是一个标题。其中又有公文式标题和文章式标题两种。公文标题为“事由 文种”构成，如《浙江省农村中学语文教学情况的调查报告》。文章式标题，如《××市的校办企业》;其二是标明作者通过调查所得到的观点的标题，如《调整教育政策，增加教育投入》。所谓双标题，就是两个标题，即一个正题、一个副题。如《为了造福子孙后代--××县封山育林调查报告》。

2.导语

导语又称引言。它是调查报告的前言，简洁明了地介绍有关调查的情况，或提出全文的引子，为正文写作做好铺垫。常见的导语有： ①简介式导语。对调查的课题、对象、时间、地点、方式、经过等作简明的介绍; ②概括式导语。对调查报告的内容(包括课题、对象、调查内容、调查结果和分析的结论等)作概括的说明; ③交代式导语。即对课题产生的由来作简明的介绍和说明。

3.正文

正文是调查报告的主体。它对调查得来的事实和有关材料进行叙述，对所做出的分析、综合进行议论，对调查研究的结果和结论进行说明。正文的结构有不同的框架。 ①根据逻辑关系安排材料的框架有：纵式结构、横式结构、纵横式结构。这三种结构，以纵横式结构常为人们采用。 ②按照内容表达的层次组成的框架有：“情况--成果--

问题--建议”式结构，多用于反映基本情况的调查报告;“成果--具体做法--经验”式结构,多用于介绍经验的调查报告;“问题--原因--意见或建议”式结构，多用于揭露问题的调查报告;“事件过程--事件性质结论--处理意见”式结构，多用于揭示案件是非的调查报告。

4.结尾

结尾的内容大多是调查者对问题的看法和建议，这是分析问题和解决问题的必然结果。调查报告的结尾方式主要有补充式、深化式、建议式、激发式等。5.落款 调查报告的落款要写明调查者单位名称和个人姓名，以及完稿时间。如果标题下面已注明调查者，则落款时可省略。

网络剧调查报告篇4

调查对象: 在读的大学生

调查方法: 本次通过采用网上向qq好友发放问卷调查形式，发放问卷份数为100份 调查背景: 随着高科技的迅速发展，网络迅速普及，在互联网带动电子商务的同时, 新的购物方式也是层出不穷,上网人数不断的上升，人们对上网购物的热情大大加强，而大学生是这些网上购物人中不可或缺的一个群体，所以，我对在校大学生进行网络购物调查研究。

调查目的：通过此次调查有助于了解大学生的网上购物情况，从中可以分析当代大学生的消费结构，并了解当前大学生对网上购物的看法，态度等状况。

调查内容：

1.大学生网上购物的所占比例多少;

2.大学生网上购物的产品有哪些;

3.大学生网上购物消费水平;4.大学生对网上购物的弊端有怎样的看法和态度。

调查结果与分析

根据问卷调查结果显示:在被调查的人中,有网上购物的经历占比例为75%。男生在网上购物中所占比例为75%，女生在网上购物群体所占比例为25%。互联网在男生中普及程度高于女生，男性更加敢于冒险和追求新的事物。

在校大学生网上购物的普及程度所占比例有网络购物的经历 75%,无网络购物的经历 25%。

从上面我们可以看出在校大学生网上购物的普及率达到75%，从而说明我们在校大学生对新兴事物有很好的接受能力。大部分学生已经开始接触网上购物的形式，这将给我们电子商务带来很大的发展。为了了解大学生网上购物的基本情况，对他们网上购物的商品种类进行统计分析。

在校大学生网上购物产品的种类服饰 37%，电子产品 5%，化妆品 9%，书籍 26%，游戏卡点 13%送礼物 6%其它 4%。

上述表明：网上购买服饰占比例最高，说明大学生在大学中越来越注重外表方面的打扮，也许外观在某种程度上会影响大学生的以后前途。其次到购买书籍，表明以学习为主。依次递减为游戏卡点，化妆品，送礼物，电子产品。

同时调查了解了大学生的网上购物消费水平，结果如下：每次平均消费金额所占比例50元以下 18%，50元到100元 49%100元到200元 23%，200元以上 10%。

有上述可知有49%的大学生平均消费金额在50元到100元，其次是100元到200元的占到23%，大学生网上购物消费金额在50元以下的占到18%，再者消费金额在200元以上的也能达到10%，这说明在校大学生的消费水平比较高，同时也表明他们会购买一些档次比较高的产品。而消费金额在200元以上的比例比较低，说明在校大学生在追求新鲜事物时比较理性。

然而为了更加了解在校大学生对网上购物的看法和态度,从问卷调查中可以看出对网上购物存在缺陷的看法有:管理混乱占到比例为15%，学们怕网上购物存在很多欺骗情况和虚假宣传占到56%,说明很多大学生对网上购物存在的很大欺诈行为表示担忧。有的大学生对消费者的保护力度不够占13%,也是在较大程度下影响大学生网上购物的热情。认为对中间

环节的管理有待加强占10%,有待于加强其力度。其它的看法和态度占6%。因此我们作为消费者要注意有意识的通过各种渠道维护我们自身的权益。

调查总结：通过此次调查，我们了解了一些大学生网上购物的相关情况，比如他们主要购买的产品有哪些，网上购物消费水平，对网上购物存在的缺陷有着怎样的态度和看法等等。整体而言，在校大学生的消费水平要高，他们不仅注重商品的价格和质量，而且也很看重品牌。我们大学生在这种这种网络迅速发展，交通便利，资源充沛的环境下得到熏陶，在网上搜索品牌，了解各信息，对好的品牌有更深的认可。但是网上购物也存在着很多弊端，如存在很多欺诈情况以及宣传虚假，管理混乱，对消费者的保护力度不够等等。这就不仅要求我们国家的相关部门制定相关的法律法规来维护我们消费者的合法权益，同时也需要我们大学生要保护好自身的利益。

正文

关于大学生网络购物现状调查报告 摘要：随着网络的发展，网络购物已经逐步走进一部分人的生活中。大学生是一个特殊的消费群体，对大学生对网上购物所持态度进行分析，有助于企业发展、开拓大学生网络市场，取得未来的竞争优势;同时可以促进购物平台服务的提高与完善，在一定程度上可以促进网络立法的进程，加快网络购物的发展步伐。本调查报告针对我校大学生进行调查、分析其消费状况和特征。

随着网络的普及，电脑成本的不断降低，物流公司服务的不断提升，网上购物已经慢慢地从一个新鲜的事物逐渐变成人们日常生活的一部分。网络正在冲击着人们的传统消费习惯和思维、生活方式，以其特殊的优势而逐渐深入人心。我们团队对我校大学生采取了随即访谈和问卷调查，以了解我校学生对网上购物的接受情况，网上购物的原因、消费额度，网上购物的品种等情况。调查问卷主要涉及网络购物的基本情况、网购中遇到的问题等。共发放问卷32份，回收有效问卷30份、问卷有效率达到93.75%。

一、大学生网络购物基本情况

网上购物，就是通过互联网检索商品信息，并通过电子订购单发出购物请求，然后填上私人支票帐号或信用卡的号码，厂商通过邮购的方式发货，或是通过快递公司送货上门。国内的网上购物，一般付款方式是款到发货(直接银行转帐，在线汇款)。担保交易(淘宝支付宝，百度百付宝，腾讯财付通等的担保交易)，货到付款等。

(一)大学生对网络购物的了解情况

消费者对网络购物的了解程度直接关系到他们对网络购物的态度及其进行网络购物的行为，为此问卷设计“您知道网络购物吗?”一题。由于网络和电脑在大学生中间的普及较高，并且大学生易于接受新的事物，勇于尝试新的购物方式。我调查了11名男生和19名女生，调查数据显示：30%的同学对网络购物非常了解，55%的同学了解网络购物，有15%的同学知道网络 购物。总体而言网络购物已经进入了大学校园，已经拥有了一部分大学生这个消费群体。

(二)大学生选择网络购物的原因

了解大学生进行网络购物的原因，可以有针对性的开发大学生网络购物的市场、挖掘大学生网络消费的潜力。进行网络购物的原因调查结果显示70%有过网络购物经历的人表示，他们选择网络购物的原因主是时效性、便利性、价格低以及商品的多样性，在网上可以买到本地没有的时尚的商品，有15%的学生处于新奇时尚好玩而进行网络购物，只有5%的学生是由于网上购物的安全有保障才去购物的。由此可见，网购的安全性有待加强。

(三)大学生已在网络购物的状况

随着物流行业和交通运输行业的发展，为远距离的快速运输提供了可能性。在我们调查问卷统计中，被调查的30位同学，已有26名同学愿意并且体验过网络购物，有4名同学愿意网络购物但没有实际体验过!但其中只有一人认为网络上购物拥有比较好的评价及信用管理系统、商家全靠信用经营，因此，认为在网上购物比较安全。21人认为网络购物的安全性是不确定的，只能视情况而定;仅有3人认为网络购物不安全。

(四)大学生网络购物消费状况

在大学生网络购物商品类别统计中，服装服饰类占网络购物的50%，其余依次为在线充值(30%)、图书音像类(10%)、电子产品和其他类均占5%。大学生的基本花费大是源于家庭的供给，因此，大学生的消费水平也必须与其家庭情况相符合。生活费大都是500-1000元之间，过高或过低的人只占较少的一部分，因此，大家在必备的一些花费外才会去考虑进行一些额外的消费。统计显示大学生平均每月网络购物花费65%的人都在100元亿以内，仅有35%的人花费在100元到300元之间。由此看以看出大学生网络购物主要以服装服饰类、在线充值为主，但由于自身经济条件的限制，在网络消费以小额消费为主。

(六)网络购物的前景

网络购物在今后的发展中会逐渐走向完善，网络立法方面也会有几大的提高与完善。在调查中有90%的学生认为网络购物发展空间很大，会被人们普遍接受，10%的学生认为网络购物毕竟存在其自身不可克服的局限性，在未来的发展中很难说有很大的前景。通过对问卷的分析，现阶段大学生网络交易存在的主要问题有：网络交易平台建设不完善;网络交易相关支持系统落后;缺乏完善的监管和法律支持;商家对大学生市场重视不足，营销方式单一落后。综上所述，网络交易在大学生中已经比较流行，成为了大学生网上生活的一部分，市场巨大。大学生对价格和质量都很敏感，消费欲望强烈，但是，以上的种.种问题，造成大学生消费时比较谨慎，消费金额较低，限制了大学生网络交易的进一步发展。

二、对网络交易产业和大学生网络购物的对策建议

(一)从整个网络交易产业来看

1.完善网络交易平台的建设。

现阶段网络交易的监管者主要是淘宝、当当等购物网站，但其为了自身的发展也不可能实现非常严格的监管，加之其平台自身还存在着诸多的漏洞。所以，只有建设好自身的网络交易平台，才有可能解决网络交易鱼龙混杂、恶性竞争的现象，以提高购物的安全性。

2.加速政府的引导与规范。

目前，虽然政府一直在推进网络交易的发展，也推出了一些相关的法律，例如电子签名法等一系列初步规范性法律，但是还没有一部具有总领性的网络交易法规，政府的引导与规范作用并不明显，网站仍然充当着执行者和监督者的双重角色。政府应加强网络立法的进程，完善网络立法，规范网络交易行为，营造良好、公平的交易环境。

3.商家树立自身形象

众所周知网络购物依靠的是商家和买家的信用经营，商家应以优良的服务质量、品质良好的商品和满意的售后服务来提升自己的信用度和交易量，而不能用虚假的刷人气的方法提升人气和交易量。通过树立良好的自身形象来吸引消费者，实现消费者、商家、网络交易平台的互惠互赢，共同促进网络购物的发展。

(二)从大学生网络购物来看

1.商家进一步的细分市场，准确定位大学生需求特点。

市场细分将成为网店和网站经营者面对激烈竞争的重要竞争手段，而大学生市场因价格敏感性而被很多人忽视，大学生目前没有经济来源，对价格比较敏感，没有足够的能力来承担尝试网上购物的风险。对此，网上销售商可以为学生提供特殊的优惠措施，如灵活的货款支付方式，低廉的送货费用，无条件退货等，以此来降低他们的风险。从长远上看，大学生是未来社会的中坚力量，现在培养大学生对商家自己的品牌忠诚度，利于今后的长远发展

2.商家营销模式创新。

针对大学校园和网络的特殊性，以大学校园代理为纽带，构建“大学生—校园代理—网站的新型三方网络营销模式。 通过商家在校园设立代理，大学生在网上订货、付定金，然后货物按学校批量发送给学校代理，学生通过代理完成最后付款和验货。该模式针对大学生网交易的特点，既可以提高安全性，刺激更多和更大额度的消费，又可以降低运输成本、省去门面店等费用，具有很大可行性与操作性。

3.大学生提高自身网络购物能力

大学生在进行网络购物时要综合商家的信息和其他消 费者的评价以及物品价格等信息判断物品的质量和商家的服务质量，尽量避免因低价而上当的购买行为;还要提升自身的法律意识，在遇到网络购物纠纷时积极运用法律的工具维护自身合法权益。

网络剧调查报告篇5

互联网和通信技术的高速发展，使电子商务迅速普及。凭借互联网无地域限制的优势，消除了产品、服务供应商和需求者之间地点与距离相关的障碍，我国经济正逐渐成为以互联网、通信技术为基础的新经济。

现在越来越多的人为了方便节约时间，网上购物越来越贴近人们的生活b2c、c2c模式在降低运营成本、方便快捷等方面的优势，大大降低了企业和个人的行业进入门槛，一时间网商如雨后春笋般纷纷涌现。网络购物的兴起，正悄然改变着社会的商业结构和生活方式。，由于大学生接触网络比较多，所以我们对大学生网上购物进行调查。

对大学生网上购物的调查，以便了解大学生在网上购物的情况与需要，此次调查网络购物作为一种新兴的信息载体，近几年在大学里日趋流行，受到愈来愈多的大学生的青睐。

1、调查对象：本次调查以一个班级为总体，为了能全面反映在校大学生的上网购物状况，使其更加接近大学生群体上网购物现象的真实情况。

2、资料收集方法：采用问卷调查方法调查。向一个班级发放《大学生网上购物问卷调查》主要了学生关于上网购物基本情形和情况本次调查实际发放问卷43份，回收问卷36份，有效率84%。

通过上述的调查报告，说明大多数大学生在网上购物还不是很普及，但潜在很大的发展空间，现在大多数主要还是依靠传统的购买方式，有在网上购物的大都是追求新奇与有特性的产品，他们的需求具有差异性，追求购买过程的方便与享受，具有交叉性，一般是比较理性的消费，但阻碍他们的只要是网上售后服务的问题与货物的质量，与货物配送问题。

针对以上的总结我们也对厂商门提出一些的建议，要加强网络安全的服务，要监督好网上商品质量，保证消费者买到的是货真价实的商品，这样他们在购买后心里才不会与预期的落差相差很大。

作为新时期的大学生，网络在我们生活中具有不可或缺的重要地位。网上购物已经从以前遥不可及的状态，变成了当今最火爆，最适合年轻族购物口味的一种购物方式。

网上购物已经慢慢地从一个新鲜的事物逐渐变成人们日常生活的一部分，冲击着人们的传统消费习惯、思维和生活方式，以其特殊的优势而逐渐深入人心。大学生作为对网络最敏感的人群，他们对网上购物行为接受很快。通过对大学生网络购物的调查，了解并寻求大学生购物的趋向以及大学生的购物标准等问题。研究大学生网上购物行为并对其进行分析，了解当代大学生对网络购物的消费态度，正确指导大学生网上购物消费行为。

淘宝、支付宝、商家信誉、旺旺——这些词语如今是大学生的常用语，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，在学校里摆开一长串各式各样的邮件。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。

但是还有许多同学不懈于或不愿尝试网上购物，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。

男生更多怀疑的是网站信息的可靠性，而女生则更多怀疑的是网上购买产品的质量。

因此，网上购物对于大学生而言的利弊是同时存在的.，我们将就此类问题进行简述与分析。

1、目的：随着互联网的飞速发展，网上购物正以越来越强的力度冲击着各国的消费群体。作为大学生的我们更是不可忽视的进行网购的庞大群体。通过本次调查了解大学生网上购物消费的基本情况，为大学生网上购物的提供一定的参考。

2、调查地点：重庆理工大学、重庆工商大学、重庆交通大学3、调查对象：各高校的在校学生4、调查方法：发放问卷调查（发放问卷1000份，有效问卷858份）、到部分学校寝室做实地考察（实地考察寝室数有50个）5、调查时间：2014年6月10号——2014年6月16号6、调查分工：本组人员共七人，两人一组去同一高校发放问卷并回收，还有一人可随机到学生寝室进行调查调查结果部分数据分析1、大学生网购网购人数和网购频率分析大学生网购人数比例分析经常网购20%从不网购7%从不网购偶尔网购经常网购偶尔网购73%如图所示：

大部分大学生处于偶尔网购阶段，小部分大学生经常网购，我觉得这是一种比较好的现象，因为我觉得大学生不应该将精力会费在网购上面，而是应该放在自己的学业上面，用知识来武装自己，从而获取更大的发展空间2、大学生网购产品类型分析60%50%40%30%10%0%7%食品电子产品服装其他13%26.67%网购产品类型53.33%如图所示：从我们的《大学生网上购物调查问卷》的分析结果，我们不难发现大学生经常购买的产品类型。

首先绝大多数大学生选择的是服装类产品，其次是选择在网上充值话费，当然还有部分学生选择了数码、图书类和食品类产品。

3、大学生网购过程中是否有受骗的经历网上购物，看不见，摸不着，即便商家需讲求信用，但一些无良商家还是借此欺骗顾客，从而达到自己盈利的目的。通过问卷调查我们发现还是有部分人有受骗的经历。

4、大学生网购消费金额情况分析消费的金额主要是由生活水平所决定，而大学生并没有实际的收入，所以一般的消费金额主要集中在30-60段和60-100段，其中女生偏多。

金额数30以下30-6060-100100-200200以上0.50.40.30.20.1030以下30-6060-100100-200200以上男生所占比例女生所占比例男生所占比例0.180.240.240.180.16女生所占比例0.070.480.350.070.03如图所示：大学生网购消费金额普遍比较低，主要集中在30—60元和60—100元，男女生相比，在100—200元之间和200元以上，这两档男生的消费金额高于女生。

5、大学生对于网购商品的满意程度情况分析网上商品无论图像多么的吸引人，颜色艳丽，但都可能经过修改，跟实际收到的有所色差及型差，所以有时购物人对收到的商品会不满意，觉得被商家欺骗。

满意程度很满意满意一般不满意很不满意所占比例0.020.200.500.180.10注：

大学生对于网购的商品满意程度主要集中在“一般”和“满意”这两项，也有少部分同学表示“很满意”和“不满意”。

网购优点具体分析1、方便性，不受时间不受地点限制。

网络购物，是一种极其方便的购物方式。随着生活水平的提高，网上购物已逐渐成为人们的一种消费方式。

1、“网络购物”之所以可以深受时代青年的亲睐，第一大特点应该就要数它的便捷性，不论你在何时何地，都可以随时上网“逛商店”，选商品买商品，可以不受时间地点的约束。

2、网上购物要比传统购物还便宜对于网店比实体店价格还要便宜，主要是由于网店不像实体店，需要花钱租店面以及其他一系列的花费，并且开网店不要任何税收，这样就可以省下很多与实体店拼价格。另一点，很多开网店的人都是一手商，拿货价就要比很多实体店经营者还要低，所以在网上开店价位更低也就合理了，不过并不是所有价格低廉的网店都是这样的理由，里面不排除有黑心老板将次货混在里面将价位打低。所以选择的时候一定要注意商家的信誉度。

3、可以获得最大的信息量，货比n家现在的网上商场越来越多，习惯网购的朋友们在选择产品的时候一般都不会只选一家，看上就购买，而是随意的挑选，只要你输入你想了解的商品，同样的商品不同的商家就会出现，你可以任意挑选，现实中的货比三家，在网上就可以变成货比n家，而且不会浪费你很多的时间，而更好的一点是，如果你想选择一件现实中很难找到的商品，就好像几十年前的一本很老的小说，现实中你可能很难找到，但在网上要找到你需要的并不是一件难事。

4、不必怀揣巨款购物在购物缴费的时候，网上购物不必像传统购物那样，怀揣巨款或拿着信用卡刷卡时候担心身边有人会窥伺你，而担心自己的安全问题，网上支付就不必担心这些问题，你可以安心的支付而不用过多的考虑周围是否有坏人在等着抢劫你，因为别人根本不知道你在做什么。

1、配送时间不定虽然方便性让很多大学生爱上了网购，不过不能说网购就是完美的，在货物的配送速度问题上，网购就不如传统购物方便，当你在网上选购好商品，再下单，到收到真正的产品中间短则一到两天，多则一个星期也有可能，这一点就不像传统选购，你当时就可以拿到你满意的产品，而且当你拿到网购的商品后，有可能出现这些或那些小问题，解决起来也比较麻烦，需要再通过邮寄或配送环节更换产品，这样中间就浪费很长的时间，而在传统的商场购物的话，当时不满意的话就可以随意的更换。

2、质量不好选择就像上面说的，的确网店价格低廉是网店吸引消费者的另一法宝，不过不是每家价格标的很低的商家都不能保证他们销售的产品质量上是没有问题的，里面会有以次充好的商品，甚至是假货，在选择的时候由于消费者无法见到实物，所以上当受骗是难免的。这种事情在实体店一般就不会出现，大家选产品都会注意挑选，有问题当时就可以解决，如果发现假货就可以立刻退换。

3、不能当场试用的确，在网上选购你可以随意的挑选，也不会有不耐烦的服务小姐对你的絮叨。不过，它也有先天的缺点，那就是网购的商品你只能在网上看到他的照片，却不可能当时就见到实物，如果是选购衣服之类的产品，你更不可能当时就试穿或试用，这对消费者来说就是一个很麻烦的事情，或许你看上的产品与实物的差距会很大，这一点在实体店就会令人放心很多。

4、售后很难保证从网上购物的缺点之一就是消费者往往得不到发票，产品得不到保修服务，消费者想要进行维权会很难。发票是消费者维权的基本凭证，没有发票也就无法受理和解决质量纠纷。

5、网上支付也有风险不要以为像上面说的，就以为网上支付是万能了，当然不是，他的安全性体现在不必担心周围人的窥伺，但却不能保证网上有没有窥伺着你，网上盗x盗密码的也大有人在，而且更不好应付，除非你自己就是个电脑高手，打好了所有的漏洞补丁，做好了所有的安全措施，否则网络盗x高手要比现实的强盗还要令你头疼。对于这一点，很多人采取的措施是在网店看好产品的价格，再去实体店选购，以免上当受骗，也不必担心自己的帐号密码被盗取。

调查显示，有大部分大学生喜欢偶尔在网上购物，主要是因为网购节省时间、节约费用和在网上比较容易找到自己需要的东西，其次是因为在网上购物操作方便和可以享受购物的乐趣。

少数大学生在网上购物是为了追求时尚。大学生网上购物的商品主要是服装类产品。

大多数大学生网上购物的金额也符合大学生的消费水平。

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。

根据我们这次的调查也可以看出，大学生—这一未来的主要消费群体对网上购物的前景还是很看好的，说明网上购物这个市场还是具有很大开发潜力的，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。同时，作为大学生的我们也应该适时的节制自己网购的次数，量力而行。另外，我们的注意力也不应集中在一些外在事物上面，要从内而外的发展自己，用知识来武装自己。五、大学生网购情况调查问卷您好，现在网络购物已经成为当代的时尚消费，大学生更是作为当中的主力军，为了解我校大学生的具体网购情况我们特设计了此问卷调查。

网络剧调查报告篇6

随着我国经济的持续快速发展，计算机技术的开发和应用，网络的普及率得到进一步提高，其在人们生活中已发生了潜移默化的影响。而作为当代大学生，他们对网络的应用则更加广阔和成熟，这其中就包括很多大学生进行的网上购物行为。近年来，网购一词在高校中日益流行，大学生凭借其得天独厚的优势和对新鲜事物的敏感度，使得网购朝着更加广阔和便捷的道路发展。而此次调查就在于了解在校大学生当前的网购现状，分析其网购的行为特征，并就我国网购的发展提出一些看法和建议。

购物作为人们社会生活的一部分，早已被人们深刻理解和认识。在传统购物中，人们选择商品总喜欢或者说总是亲临现场，以便于对所购买的商品做全面的观察和了解，进而做出选择。然而，在当代商品经济快速发展的社会里，各种生活方式都在进行着潜移默化的变化，购物也不例外。随着人们生活水平的提高，计算机技术的研发和应用，网络在人们生活中的作用和地位日益凸显，其带来的方便与快捷也为大多数人群所接受，并且逐渐或正在改变着人们的生活。在此基础上，“网购”一词出现在人们的视线中。所谓“网购”，即是网上购物的简称，就是通过互联网检索商品信息，并通过电子订购单发出购物请求，然后填上私人支票帐号或信用卡的号码，厂商通过邮购的方式发货，或是通过快递公司送货上门。这就是现代形式的购物。其与传统购物相比存在的优势主要表现为：(1)可以在家“逛商店”，订货不受时间、地点的限制;(2)获得较大量的商品信息，可以买到当地没有的商品;(3)网上支付较传统现金支付更加安全，可避免现金丢失或遭到抢劫;(4)从订货、买货到货物上门无需亲临现场，既省时又省力;

(5)由于网上商品省去租店面、召雇员及储存保管等一系列费用，总的来说其价格较一般商场的同类商品更便宜;(6)对于商家来说，由于网上销售没有库存压力、经营成本低、经营规模不受场地限制等;(7)对于整个市场经济来说，这种新型的购物模式可在更大的范围内、更广的层面上以更高的效率实现资源配置[1]。

网上购物其操作平台主要是通过网络，而作为当代大学生，他们在网络的应用方面更加广阔和熟练，网上购物势必成为他们选择的范围，并且，大学生从其整体素质和未来的发展趋势可以看出，他们将是未来网络的主宰力量，在网络购物方面，他们更具优势。因此，从分析可以看出，大学生是网上购物消费的潜在群体，他们对未来网上购物的发展趋势有重要的影响。所以，调查和分析当代大学生网购的现状，了解大学生网购的行为特征，对我国网络购物的发展提出一些有意义的见解是势在必行而且有其重要的现实意义的，这也是此次调查的目的所在。

(一)调查的背景和目的

随着网络的普及，电脑成本的不断下降，网上购物已经从过去雾里看花遥不可及的状态，变成了当今最火爆，最适合上班族、年轻族购物口味的一种购物方式。网上购物已经慢慢地从一个新鲜的事物逐渐变成人们日常生活的一部分，冲击着人们的传统消费习惯和思维、生活方式，以其特殊的优势而逐渐深入人心。大学生作为对网络最敏感的人群，他们对网上购物行为接受很快，是未来购物市场上的对象或潜在用户。

这次大学生网上购物调查的研究目的就是为了研究大学生网上购物行为并对其进行分析，了解当代大学生对网络购物的消费态度，正确指导大学生网上购物消费行为，以及我国当前网上购物的现状及未来对网购发展潜力的期望和认识。

(二)调查方法和对象

这次的调查，我们主要是对在校大学生的调查。因为在校大学生受教育程度较高，对网络的使用驾轻就熟，对适合在网上销售的满足精神需要的产品具有更多的需求，其预期收入也相对较高，因此由他们主宰未来网络消费的可能性较大。

本次我们主要采取问卷调查法[2]。首先，制作出调查问卷;然后，用随机抽样的方法向大学城主要高校在校大学生发放纸质版问卷，进行问卷调查，然后对问卷进行了统计和分析，最后得出了结论和认识。

(三)调查结果及其分析

1.大学生网上购物日益流行

通过本次调查显示，有网上购物经历的大学生达到86.7%;而没有网上购物经历的大学生，只占所调查人群的13.3%(如图表一所示)。不难看出大学生在网上购物的行为已经日益流行!说明大学生对网上购物这一行为能够接受，并且接受的比较迅速。

2.大学生网购群体的性别特征

本次调查采取男女比例相同的原则，但调查结果显示，有48.3的女生曾选择过网上购物，而男生中这一比例却只有38.3%，明显低于女生(如图表二所示)。这可能是因为女生对新鲜比较感兴趣，喜欢追求时尚;而男生在这方面的需求或认识显然比女生要低，这可能是造成大学男生网购比率比女生低的原因。

3.网购原因分析

(1)据调查显示，没有尝试网购或对网购有所顾忌的原因主要是：对网上购物支付安全、对商品质量不信任;以及可能是所购买商品价值较大，不愿意或不敢在网上购买;还有就是对网上商品的服务不太满意所致。

(2)选择网购的原因。在调查中显示，大学生选择网购的原因主要为：网上商品种类多样、商品价格实惠以及网上购物节约时间、方便快捷。而且，也有一部分人认为网上购物方式时尚、新颖，对网购比较青睐

4.大学生对购物网站的选择特征

本次问卷调查中主要涉及的网站有：淘宝网、京东商城、当当网、卓越网、拍拍网等。从调查结果来看，大学生在日常生活中浏览的网上购物网站中比例较大的是：淘宝网、当当网、卓越网(如图表五所示)。这大学生有着较清晰地品牌意识，对知名度高，信誉良好的网站更加青睐。也说明未来大学生网上购物时如淘宝网、当当网、卓越网成为学生们的首选。

5.大学生网购行为的特征

(1)购买的商品或服务类型

从调查结果来看，大学生在网上购买的商品和服务的排名依次是：服装类(78.3%)、图书音像(53.3%)、小饰品(38.3%)、生活用品(26.7%)、数码产品(20.0%)和其他类(5.0%)。可以看出服装类、书籍音像类所占比例较大;其次小饰品、生活用品、数码产品也占一定比例(如图表六所示)。这体现了大学生在网购类型中以生活必需品为主，而且在学习用途(如图书)中所占比例也较大。

与网上购物其他类型相比有所不同的是：对网上购买数码产品的接受程度显然还有待提高，其主要原因是：数码产品价值较高，消费者不太信任;由于数码产品的性质和别的商品不太相同，一般购买它时需要见到样品。这可能就是制约网上购买数码产品发展的重要原因。

(2)网上购买的潜在金额

大学生虽然受经济条件的约束，在校期间无法开展更多的网上购物活动，但其参加工作之后将会在很大程度上成为社会中中高收入的群体。所以，大学生的价值也绝不仅仅局限于他们目前的实际购买量，而在其终身价值，一旦有了固定的收入，他们参与网上商务活动的潜力是巨大的由大学生月消费中用于购买非食品类支出可以得知：未来选择网购的潜在客户，以及未来用于网购的消费金额(如图表七所示)

6.大学生选择网购平台的标准

本次实验调查有关网购平台标准方面共涉及以下几方面的内容：产品品牌、产品质量、产品价格、产品服务、产品口碑及其他因素。通过调查显示，大学生在选择网购平台时主要对产品质量(81.7%)、产品价格(70.0%)、产品口碑(53.3%)的因素考虑较大。这反映出大学生在选择网上购物时还是相对比较理性的，更关注的是产品质量和产品价格;对产品品牌的需求不是很大(31.7%)以及较大的依赖产品口碑可能是因为对网上购物还不是太信任，更多的是靠消费者在网上的评价来进行分析和选择的;而对产品服务较看重的只有(43.3%)可能是因为商家的服务整体上不是太好，更多的是需要改善，所以消费者也只能选择一种默许的态度了。

(四)存在的问题与对策

根据以上分析，我们针对调查中发现的在校大学生网上购物存在的一些问题，提出一些初浅的看法和建议：

1.网络购物的薄弱环节

调查显示，无论是否有购物经历的大学生都对网购存在一定的担心因素，他们普遍认为网购在很多方面还有待提高，如商品的质量(66.7%)、商家的售后服务(60.0%)、网上支付安全(46.7%)以及送货速度(31.7%)等(如图表九所示)

以上调查结果说明，大学生在选择网上购物时还不能完全接受，尤其是对网上商品的质量还很不满意，在这方面还希望商家能够提供质量合格并且和网上差别不熟太大的商品;再者，商家不能认为一旦网上商品卖出后就与自身无关，还应提供较好的售后服务，以满足消费者的需求。

2.网络购物存在的制约因素

有些大学生认为，目前，不少网站的网上购物流程较繁琐，这影响了一部分大学生的购物积极性。如果此点得到改善，网上购物的比例会更高，金额会更大，对电子商务交易也会有促进作用。

3.网络购物的安全性问题

网络安全成为网上购物的重要障碍，因此，在网络构建平台方面，建议支付平台能够提供安全可靠的支付方式，尤其是在网购方面，消费者对网上支付安全不太信赖时，就更加值得注意。故而，相关网站应尽力改善，加强网站宣传设施的建设和宣传力度，让消费者了解商家在网上采用的主要安全机制和作用，努力打消人们对安全问题的担忧。同时也建议大学生进入了网站选购自己所需的物品之前，先要查看售货公司和网站的信用度。此外，还要加强信用机制建设，规范身份认证和身份识别技术的应用，通过宣传教育让人们了解网上信用机制，学会信用评估和鉴别方法，对于促进网上购物的发展也具有现实的意义。

4.有关网络购物的法律方面

据调查，大学生在对网购方面的法律了解程度上严重欠缺：比较了解的仅有3.3%，了解一点的也不过一半(46.7%)，不了解的(43.3%)和有困难求助他人的(6.7%)占到了所调查人的一半(如图表十所示)。这说明网上购物的相关法律知识还需要大力宣传和普及。一方面，商家应着手向消费者宣传网购的流程和法律;另一方面，大学生自己在购物之前也应对网购的法律做一主动的了解，以便于遇到问题时维护自身的合法权益。这样才能促进网上购物的健康持续发展。

5.网络购物的维权机制

大学生在选择网购时，难免要遇到商家的不诚信行为或有关商品的各种不满意问题，对这方面如何处理直接关系到未来网购的发展方向的发展质量。据调查显示：大多数大学生在网购时若遇到有关商品的各种问题时还是主动选择联系商家，要求退货的(53.3%);而因为所购买商品数额较小，不追究其责任的也只有13.3%(如图表十一所示)。这表现出大学生还是主动以正当、合法的程序维护自身权益的。再者，我们也知道，网上购物过程中最突出的困难是商品描述问题，网上商家应完善商品信息，使进行网上购物的消费者能买到其称心的商品。

归根到底，影响大学生对网上购物选择的因素是观念问题。实际上，正规网站的购物流程和安全、信用机制都已比较健全，但现实生活中的欺诈现象也经常出现。因此，在校大学生中很多人是因为观念问题而未进行网上购物或对网上购物存在较大不满，如果加强网上购物宣传力度，开展网上购物知识讲座和防欺诈讲座、加强网上购物平台的宣传,则将大大提高在校大学生网上购物的比例和网上购物消费频率。

(五)调查总结与展望

1.网上购物发展前景广阔

大学生虽然对网上购物有较大的不满或意见，但对网购的未来发展前景还是比较乐观的。此次问卷调查也支持这一结果，51.7%的被调查学生认为网上购物是个不错的行业，有很大的发展前景;即使只有38.3%的大学生也认为网上购物发展的还不错，可以试试;然而，仅有10%的大学生认为网上购物发展前景不太乐观或对其不太关注。

2.大学生网上购物市场已经形成

由调研我们可以看出，大学生上网已经普及，并且大学生对网络有一定的依赖性，同时，在曾经有过网上购物经验的人群里有相当一部分大学生对其进行的网上购物是基本满意的，至少说明他们对网上购物是能够接受。以上调查结果告诉我们,网上购物市场的扩大，正等待商家去进一步开发。

3.网购和传统购物的对比

虽然说网上购物有很多的优势，而传统的购物形式还是不可替代的。比如去买衣服、鞋子，以及自己没有用过的化妆品或者是家电数码等价值较大之类的东西，需要自己本人亲自去试了才确定要买，这样的商品，人们一般情况下还是会选择传统购物。

电子商务的快速发展给网购带来新的革命，新的生机，也是将来购物发展的趋势。可以见得，网上购物预期很好，将有很大的发展前景[3]

网上购物市场的基础环境越来越稳定，各种知名网站(如淘宝网、当当网、卓越网)的网上购物平台已成为当代大学生网上购物的场所。随着我国经济持续快速的增长，人民生活水平的提高，中国电信网络规模的壮大，电脑的普及率的提高、计算机技术的发展以及政府多层次多角度推动，网上购物市场越来越火爆，会逐渐发展并形成人们购物的主要形式;网上购物也势必在上述因素的推动下朝着更加健康、稳定、广阔的道路发展。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com