



石家莊鐵道大學  
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

网络市场与网络消费者

网络消费者

主讲：王学辉

# 目录



在线开放课程

- 2.1 网络消费者需求特征
- 2.2 网络消费者购买动机
- 2.3 网络消费者的购买过程

## 2.1 网络消费者需求特征



在线开放课程

### 1. 网络消费者需求的演变

- (1) 前大众传媒、大众营销时代的个性化服务
- (2) 大规模营销时代的服务
- (3) 回归个性化

## 2. 网络消费者的需求层次

- (1) 需要了解公司产品、服务的信息；
- (2) 需要公司帮助解决问题；
- (3) 接触公司人员；
- (4) 了解整个过程。

### 3. 网络消费需求的特征

- (1) 个性消费的回归
- (2) 消费需求的差异性
- (3) 消费主动性增强
- (4) 对购买方便性的需求与购物乐趣的追求并存
- (5) 价格仍然是影响消费心理的重要因素
- (6) 网络消费仍然具有层次性
- (7) 网络消费需求的超前性和可诱导性

## 2.2 网络消费者购买动机

网络消费者的购买动机基本上可以分为两大类：需求动机和心理动机。

## 1. 网络消费者的需求动机

1) 传统需求（马斯洛）把人的需求划分为五个层次：

生理的需求、安全的需求、社交的需求、尊重的需求、自我实现的需求。

2) 现代虚拟社会中消费者的新需求：  
兴趣、聚集、交流。

## 2. 网络消费者的心理动机

理智动机、感情动机和惠顾动机

## 2.3 网络消费者的购买过程

1. 购买动机产生
2. 收集信息
3. 比较选择
4. 购买决策
5. 事后评价

# 小结

- 网络消费者需求的层次及特征
- 网络消费者的购买动机
- 网络消费者的购买过程