

# 数字化时代背景下大学生直播电商创新创业现状调研——以广东轻工职业技术大学为例

赖吉祺 张丹 刘天赐

广东轻工职业技术大学, 中国·广东 广州 510300

**摘要:** 本研究以大学生为研究对象, 对网络电商直播如何影响大学生的消费行为及创新创业现状进行了研究。大学生在电商直播消费中展现出强烈的参与性, 并偏好于实用性与性价比高的商品, 抖音成为其首选平台。在电商直播创新创业方面, 大学生面临多方面的挑战与机遇, 提升认知、优化模式、整合资源、强化教育是推动其成功创业的关键。论文的主要结论是: 在调查的大学生中, 他们对网络直播的消费表现出了强烈的参与感, 但是受到了商品的兴趣程度、商品的价值和性价比、品质等因素的影响。其也拥有着各种优势, 购物主要在于生活用品、零食、美妆产品、服装等基本生活所需的商品。同时, 创新创业现状受多种因素影响; 而消费者需求、项目的商业模式、宣传推广等是制胜的关键, 提供平台资源、开展创业教育课程培训是大学生较为迫切的需求。部分大学生在电商直播创新创业中也遇到了创业动力不足、模式单一、资源匮乏以及外部环境的阻碍等问题。

**关键词:** 大学生; 直播电商; 创新创业

## Research on the Current Situation of College Students' Innovative Entrepreneurship in Live Streaming E-commerce in the Digital Age — Taking Guangdong Industry Polytechnic University as an Example

Jiqi Lai Dan Zhang Tianci Liu

Guangdong Industry Polytechnic University, Guangzhou, Guangdong, 510300, China

**Abstract:** This study takes college students as the research object, and studies how online e-commerce live broadcasting affects college students' consumption behavior and the status quo of innovation and entrepreneurship. College students show strong participation in live e-commerce consumption, and prefer practical and cost-effective products, and Douyin has become their preferred platform. In terms of e-commerce live broadcasting innovation and entrepreneurship, college students face many challenges and opportunities, improving cognition, optimizing models, integrating resources, and strengthening education are the keys to promote their successful entrepreneurship. The main conclusion of this paper is as follows: Among the college students surveyed, they show a strong sense of participation in the consumption of network broadcast, but it is affected by the degree of interest in the product, the value and cost performance of the product, quality and other factors. It also has a variety of advantages, shopping mainly in daily necessities, snacks, beauty products, clothing and other basic necessities of life. At the same time, the status quo of innovation and entrepreneurship is affected by many factors. While consumer demand, business model of the project, publicity and promotion are the key to winning, providing platform resources and carrying out entrepreneurship education courses and training are more urgent needs of college students. Some college students also encounter problems such as lack of entrepreneurial motivation, single mode, lack of resources and obstacles of external environment in the innovation and entrepreneurship of e-commerce live broadcasting.

**Keywords:** college students; live streaming e-commerce; innovative entrepreneurship

### 0 前言

随着互联网技术的飞速发展, 直播电商作为一种新兴的商业模式, 在近年来迅速崛起并受到广泛关注。随着人们生活水平的提高和消费观念的转变, 消费者对商品品质和购物体验的要求越来越高。直播电商通过实时互动、场景化展示和个性化推荐等方式, 满足了消费者对品质、体验和服务的需求。直播电商不仅改变了传统的购物方式, 也为广大消

费者提供了更加直观、便捷的购物体验。作为最具活力和创新精神的群体之一, 大学生在直播电商领域中的认知、参与意愿及创业意向成为重要的研究课题。同时, 各大电商平台如淘宝、京东、抖音、快手等纷纷布局直播电商, 为大学生创业者提供了广阔的舞台。这些平台不仅拥有庞大的用户基数和丰富的商品资源, 还通过算法推荐、内容生态构建等手段, 为直播电商创业者提供流量支持和曝光机会。大学生创

业者可以利用这些平台资源,快速积累粉丝和口碑,实现创业梦想。另外,高校创业教育的普及:随着创新创业教育的普及和深化,越来越多的高校将创新创业教育纳入教学计划,开设了相关的课程和实践活动。这些课程和活动不仅增强了大学生的创新创业意识和能力,还为他们提供了实践锻炼的机会和平台。在创业教育的引导下,越来越多的大学生开始关注直播电商领域,并积极探索创新创业的路径。我们以直播电商创新创业现状为基础,通过问卷、线下访谈和深入大学生内部调研等手段收集信息,了解情况,分析问题,探究直播电商创新创业教育行业的极限,探究大学生直播电商创新创业意愿、挖掘创业资源、推动大学生直播电商创新创业发展等。

## 1 调研对象及样本选择

本次调研的主要对象为广东轻工职业技术大学在校大学生,涵盖了不同学院、不同专业的学生群体。本研究以问卷的形式收集资料。问卷内容涵盖了大学生对电商直播的了解程度、创业意愿、创业动力、直播形式偏好、产品选择标准、消费习惯、对电商直播行业的看法等多个方面。通过线上发放问卷并邀请大学生参与填写的方式,我们获得了大量宝贵的一手数据资料。

运用统计描述性的方法对样本的基本状况进行了分析。本次调研共收集了 5211 份数据,第一,从收集的学院。数据中可以看出,汽车技术学院的学生占比较高,可能与该校汽车相关专业的热门程度及学生兴趣相关。同时,财贸学院和艺术设计学院的学生也有所涉及,表明调研对象具有一定的多样性和全面性。第二,从班级数据中可以看出,汽车相关班级,如汽车 222、汽车 221 等的学生占比较大,这可能与学院专业设置及学生兴趣导向有关。同时,营销、广告等相关专业的班级也有所涉及,进一步体现了调研对象的广泛性。第三,从样本代表性可以看出,虽然本次调研的样本主要集中在汽车技术学院等部分学院和班级,但考虑到直播电商行业的普遍性和大学生群体的多样性,这些样本数据在一定程度上能够反映当前大学生对直播电商创新创业的认知和态度。同时,我们也在数据分析过程中尽量保持客观和全面,以减少样本偏差对结果的影响。

## 2 大学生参与电商直播消费行为的调查分析

参与式研究发现。通过问卷调查,调查发现,5211 名大学生中,有 3488 名大学生认为,在网络上进行的购物活动要超过了线下,这一比例高达 66.94%;而认为网络直播比线下消费少的大学生只有 677 人,占 12.99%;其中,有 1046 个人的消费水平相当,占到了 20.07%。从这一点可以看出,大多数的电商直播消费者都是被调查的大学生,可以看出,随着互联网对消费的深入,电商直播的消费受到了更多的关注,在样本中,有 60% 以上的大学生已经或多或少地进行了电商直播的消费。电商直播是一种新型的在线消费

模式,在今后仍有很大的成长空间,而通过网络直播消费将更有可能在今后的大学生中形成一种主流消费模式。

电商直播消费的各类影响因素的调查结果。如表 1 所示,从直播的吸引力来看,主播的颜值和产品的兴趣度是影响大学生留在直播间的重要因素。其中,18.40% 的学生因主播颜值而留在直播间,而 81.60% 的学生则是因为对产品的兴趣。停留在直播间会进一步促进消费,然而直播消费的价值衡量也是一个更重要的因素,大多数大学生会根据产品的价值和性价比进行购买决策,该人数多达 4663 人,占比为 89.48%,而不仅仅关注价格。网红效应在一定程度上也影响了大学生的购买决策。调查结果显示:在面对因网红效应而购买的产品质量不佳时,会选择退货的样本数为 4523,占比 86.80%。这表明,在电商直播中,主播的魅力和产品的吸引力是决定消费者停留和购买行为的关键因素。而直播产品的性价比是进一步刺激消费的一个更重要的因素。除此之外,在直播平台,网红效应也不容忽视。虽然网红效应能带来一定的销量,但消费者对产品的质量和性价比有着更高的期望和要求。

电商直播的消费优势分析(见表 2)。显而易见,电商直播消费有着多项优势。其中,更好的看到实物图的样本数达到 1324 个,占比 25.41%;更容易了解该产品的价值的样本为 1450 个,占比 27.83%;更好的货比三家的样本为 1516 个,占比 29.09%;其他的样本数为 921 个,占比 17.67%。可以发现,更好的货比三家的占比最高,更好地看到实物图及更容易了解该产品的价值的占比也相差不多,这体现出了电商直播消费的各种优势。这也从侧面反映了大学生进行电商直播消费时能够满足各自的心理需求。

对直播节目所感兴趣的类型进行了调查。从表 3 可以看出,生活用品、零食、美容用品、服装等是大学生最常去的。在大学生群体中,以日用品为主的消费群体有 3301 人,占 19.32%;其中,以零食为主的学生占 19.03%,共计 3251 份;其中,美容用品占 16.05%,服饰类占 16.05%,服饰类占 16.98%。从这一点可以看出,大学生们在电商直播中购买商品的目的,主要是满足基本的生活需求,如衣着、日用、洗护、饮食等。这也是因为进入大学后,大学生更重视自己的外表,所以衣着打扮、美容保养等问题,也成了他们的热门话题。通过电商直播进行农产品和生鲜食品购物的样本占比分别为 5.97% 和 5.49%。最主要的原因是大学生很少花时间自己烹饪;另一方面也缺少市场价的预估以及担心食材的不新鲜。

观看电商直播平台的调查结果(见表 4)。与其他购物模式相比,网络直播购物的一个显著特征就是用户收看直播。其中,抖音为当今直播的主流平台,其样本数也位居第一,占比 28.28%;另外,样本数为 2379 的淘宝占比 17.53%;小红书的样本数为 1457 个,占比 10.73%。快手、拼多多、唯品会、微博、得物、京东、天猫占比均在 10% 以下。

和抖音相比,还有一定的差距。

表 1 影响大学生网络直播消费的各种因素状况

序号	直播的吸引力	样本数(个)	占比
1	主播的颜值	959	18.40%
2	感兴趣的产品	4252	81.60%
序号	直播消费的价值衡量	样本数(个)	占比
1	价值/性价比	4663	89.48%
2	价格	548	10.52%
序号	直播消费的网红效应影响	样本数(个)	占比
1	会	4523	86.80%
2	不会	688	13.20%

表 2 电商直播消费的各大优势

序号	电商直播优势	样本数(个)	占比
1	更好的看到实物图	1324	25.41%
2	更容易了解该产品的价值	1450	27.83%
3	更好的货比三家	1516	29.09%
4	其他	921	17.67%

表 3 观看直播关注的类型的统计情况

序号	观看直播关注的类型	样本数(个)	占比
1	生活用品类	3301	19.32%
2	零食类	3251	19.03%
3	美妆产品	2743	16.05%
4	农产品	1020	5.97%
5	服装	2902	16.98%
6	生鲜食品	938	5.49%
7	鞋类	1694	9.91%
8	其他	1239	7.25%

表 4 观看电商直播的平台的统计结果

序号	观看电商直播的平台	样本数(个)	占比
1	淘宝	2379	17.53%
2	唯品会	692	5.10%
3	抖音	3838	28.28%
4	快手	1101	8.11%
5	拼多多	1186	8.74%
6	小红书	1457	10.73%
7	微博	657	4.84%
8	得物	544	4.01%
9	京东	652	4.80%
10	天猫	445	3.28%
11	其他	622	4.58%

### 3 大学生参与直播电商创新创业的现状分析

第一,电商直播创新创业的现状分析。网络直播是一种新兴的、较为独特的消费方式,对其进行深入的研究是非常必要的。多数大学生有想法但不知从何入手,对直播电商创新创业既有兴趣又存在迷茫。

创业动力与模式的调研结果显示,一方面在创业动力方面,收入状况占比 49.32%,成为大学生参与直播电商创业的最大动力;另一方面是创业潜力,占比 26.83% 和兴趣爱好,占比 23.85%。在创业模式上,团队直播因其能够集合多方资源和力量,受到更多大学生的青睐,团队直播样本数为 3554 个,占比 68.20%;而个人直播样本数为 1657 个,则占比较低为 31.80%。显而易见,收入状况为大学生参与直播电商创新创业的最大动力源泉,团队直播也更能避免个人直播的尴尬等其他情况,更好结合多方力量完成直播。

具备条件与态度的调研结果,有创意的题材样本数达到 3897 人,占比达到 74.78%,成为大学生参与直播电商创新的一部分必要条件。有趣的主播样本数达到 1314 人,占

比达到 25.22%。同时,支持电商直播行业的态度占比最大,样本数达到 3318 人,可见电商直播行业还是受大多数大学生青睐,有着可持续的发展潜力。可以看到,在电商直播创新创业中,所需的资源是走得通的关键。资金的样本数达到 2268 个,占比 43.52%。技术的样本数达到 1226 个,占比 23.53%。合作伙伴的样本数达到 1717 个,占比 32.95%。由此可见,资金是电商直播创新创业中非常重要的资源。这也表明,在直播电商中需要有创意的题材去激发创新的思维,有充足的资金保障电商直播的正常运行,才能有更加广阔的前景。

创新创业面临阻碍的调研结果。资金不足和缺少经验是当前大学生参与直播电商创新创业面临的主要阻碍。此外,市场竞争大的样本为 1308 个,占比 25.10%;时间与精力有限的样本为 329 个,占比 6.31%;以及兴趣与热情的持续性的样本为 200 个,占比 3.84%;这些也是不容忽视的问题。

第二,直播电商创业制胜的因素分析。据调查分析得出,影响网络直播创业成功的关键因子。我们发现,在网络直播创业过程中,消费者需求是对大学生进行直播电商创业最重要的影响,有 3910 人,占 23.33%。虽然从直播电商创业成功的关键要素来看,在大学里,心理上的满足感是决定他们能否成功地进行直播的一个重要因素。但是从实际来看,项目的商业模式、宣传推广等方式依然是左右大学生直播电商创业制胜的主要原因。除此之外,选择“与消费者建立依赖”的大学生样本数达到 3062 个,占比 18.27%;选择“创业者与消费者共赢”的大学生样本数达到 3036 个,占比 18.11%。这也反映出大学生在实际直播电商创业时,需要同时考虑与消费者的联系及有效的推广方式。

第三,提高大学生直播电商创新创业意愿的做法的调查结果。尽管电商直播日益成为大学生创新创业的方向,但是这并未完全普及。为了客观剖析这一问题,对 5211 名大学生样本做进一步调研分析,显示了提高大学生直播电商创新创业意愿的做法的分布情况。结果显示,「提供平台资源」的问卷数量为 25.95%,达 3743 份;「开展创业教育课程培训」的样本数 3518 个,占比 24.39%。这一数据表明,系统的教育培训对于激发大学生的创业兴趣、提升其创业能力具有不可忽视的作用。通过专业的课程培训,大学生能够更全面地了解电商直播行业的运作模式、市场趋势及潜在风险,这样才能为其今后走上自主创新的道路打下良好的基础。“举办直播相关比赛”的样本数 2594 个,占比 17.98%。“举办直播相关比赛”作为提升创新创业意愿的另一重要途径,也获得了 17.98% 的样本支持。比赛不仅能够大学生提供一个展示自我、锻炼能力的平台,还能通过竞争机制激发他们的创新精神和团队协作能力。在比赛中,大学生可以亲身体验电商直播的各个环节,从选品、策划到执行、复盘,全方位提升自己的专业技能和实战经验。除此之外,“与外企合作”和“成功案例宣传”的样本数分别为 2442 个和 2128

个, 占比分别为 16.93% 和 14.75%。通过与外企建立合作关系, 大学生不仅能够接触到更先进的电商直播技术和市场运营模式, 还能拓宽国际视野, 了解不同文化背景下的市场需求和消费习惯。这种跨文化的交流与合作, 有助于激发大学生的创新思维, 提升他们的全球竞争力, 为未来的创新创业之路增添更多可能性。而成功案例的宣传不仅能让大学生看到直播电商行业的广阔前景和巨大潜力, 还能通过真实、生动的案例故事激发他们的创业激情和信心。

综上所述, 提高大学生直播电商创新创业意愿需要多管齐下, 既要注重资源的提供和教育培训的加强, 也要重视比赛平台的搭建和国际合作的拓展, 同时不可忽视成功案例的宣传和示范效应。通过这些综合措施的实施, 我们可以更好地激发大学生的创业潜能, 促进直播电商行业的持续健康发展。

#### 4 结论及建议

在对高校学生进行调查获取资料的基础上, 对大学生进行网络直播消费及创新创业的行为进行了研究, 并对其进行了研究。主要结果是:

在网络直播中, 大学生参与度高。从电商直播消费的各类影响因素看, 主要受对产品的兴趣程度、产品的价值和性价比、质量等进行购买决策。样本中在“更好的货比三家”的占比位居第一, 体现出了电商直播消费的突出优势。从观看直播关注的类型来看, 生活用品、零食、美妆产品、服装等是大学生主要的购物商品。从观看电商直播的平台调查结果来看, 抖音样本数位居第一, 占比 28.28%, 为当今直播的主流平台。

大学生电商直播创新创业现状分析是有多方面影响的。从电商直播创新创业的现状来看, 参与意愿与认知、创业动力与模式、具备条件与态度、创新创业面临阻碍等是主要分析的现状问题。从直播电商创业制胜的因素看, 消费者需求、项目的商业模式、宣传推广是重要的因素。从提高大学生直播电商创新创业意愿的做法的调查结果看, 提供平台资源、开展创业教育课程培训是两大最重要的因素。同时, 在电商直播创新创业方面, 大学生的参与意愿与认知水平虽有所提升, 但仍面临诸多挑战, 包括创业动力不足、模式单一、资源匮乏以及外部环境的阻碍等。

在调研的基础上, 提出了几点政策建议: 一是要促进网络直播的创新创业氛围的营造。电商平台应持续优化商品质量监管机制, 确保直播销售的商品质量可靠、价格透明, 提升消费者的购物体验。同时, 加强平台内容生态建设, 吸引更多优质商家和主播入驻, 丰富直播品类与形式, 满足大学生多样化的消费需求。二是要加强电商直播创新创业引导: 高校应加强与电商企业的合作, 为大学生提供实习实训机会, 帮助其了解电商直播行业的运作机制与市场动态。同时, 开设电商直播创新创业相关课程与讲座, 提升大学生的创业认知与技能水平。政府和社会各界也应加大支持力度, 为大学生创业者提供资金、技术、法律等方面的帮助与指导。三是要推动电商直播创新创业模式创新: 鼓励大学生结合自身专业优势与兴趣特长, 探索多元化的电商直播创新创业模式。例如, 利用社交媒体、短视频等新媒体平台进行品牌推广与产品营销; 结合线上线下融合发展的新零售模式, 拓展销售渠道与市场份额; 利用大数据、人工智能等先进技术优化供应链管理与用户体验等。四是营造一个有利于创新创业的大环境: 政府应制定更加完善的创新创业政策体系, 为大学生创业者提供税收优惠、创业补贴等政策支持。同时, 加强创新创业服务体系的建设, 为大学生创业者提供信息咨询、项目孵化、融资对接等一站式服务。要充分调动高校毕业生的积极性和创造力, 营造一个良好的创业生态。

#### 参考文献:

- [1] 徐莹, 肖玲玲. 电商直播情境下大学生消费参与行为与驱动因素分析[J]. 商业经济研究, 2021(3): 55-58.
- [2] 姚洪珊. 直播电商行业现状、问题与未来发展策略探讨[J]. 现代营销(信息版), 2020(5): 63-65.

作者简介: 赖吉祺 (2004-), 男, 中国广东普宁人, 在读本科生, 从事创新创业教育和软件工程研究。

基金项目: 论文系广东轻工职业技术大学 2023 年度大学生科研项目: “数字化时代背景下大学生直播电商创新创业现状调研——以广东轻工职业技术学院为例”(项目编号: XSKYW202308) 研究成果之一; 广东轻工职业技术大学 2024 年创新创业教育教学改革项目(项目编号: CYJG202402) 研究成果之一。