

降价还是送券？电商促销方式对大学生购买意愿的影响研究

摘要： 本文通过对调查问卷所得的数据进行考察，把各大电商平台的促销活动大致分为降价和优惠券两类，分析降价促销和优惠券促销两种类型的促销活动对大学生购买意愿的影响，通过调查研究分析发现两类促销活动对大学生消费群体购买欲望的影响的确有差异，在此基础上为各大电商平台提供销售意见。

关键词： 促销类型； 购买意愿； 降价促销； 优惠券促销

引言

互联网技术的不断升级，电商平台的蓬勃发展，网购逐步变成了人们生活中必不可少的选择。近几年来，以天猫“双十一”、“双十二”、618购物节、年货节等为代表的节日促销活动一次又一次打破人们在电商平台的交易记录，其中在众多网络消费者中，大学生占有绝大比重。为了让消费者更多地参与网络购物，各电商平台推出各种各样的促销活动刺激消费者消费，针对这些促销活动有学者从消费者感知价值的视角^{Error! Reference source not found.}、有学者利用消费者的后悔心理^{Error! Reference source not found.}研究各购物平台促销活动对消费者的影响，还有学者就电子商务的营销策略进行考察等，基于这些学者的研究本文主要是把近几年来电商平台推出的促销活动大致分为两类即降价促销和优惠券促销，通过调查问卷的形式调查大学生对这两类促销活动的偏爱程度，到底是选择降价促销营销效果好还是发放优惠券促销的营销效果更优？做出对比分析，从而给电商平台提供更好的销售建议和销售方向。

一 促销活动简述

（一）降价促销

降价促销^{Error! Reference source not found.}是商家使用较为广泛的促销活动策略，可以明显提高店铺的销量并因此获取更多的经济效益，店家运用降价促销就是与竞争对手打价格战，通过制定合理的价格，使其低于市场平均水平，吸引购买者的目光，激发消费者的购买欲望，引导消费者产生购买行为，从而实现产品促销的目的。

常见的降价促销有价格折扣、限时特价、批量降价等

1. 价格折扣

价格折扣是降价促售中最常见的方式，是店铺以简单直接地降低商品原售价为手段吸引消费者购买的一种促销方式。近几年在电商平台中也出现了商家给予消费者店铺红包的形式，使其在购买商品时付出货币成本低于原售价，也是价格折扣的一种。

2. 限时特价

许多电商平台推出在特定的时间内提供低价格商品的销售策略，以吸引顾客、增加店铺人气、活跃气氛、引起顾客购买欲望为目的。商铺会在某个时间段内推出优惠商品实行限时特价吸引顾客注意力，或者商家设定先购者先得的价格优惠条件。最常见的形式是店铺推出购买该商品前 100 名购买者可享受半价优惠。

3. 批量降价

对于一些购买次数较多或购买数量较大的顾客，店家通常会给予专门的价格优惠。最常见的就是第二件半价以及买二赠一等形式。

（二）优惠券促销

优惠券是一种常见的能够抵扣商品一定价格的优惠凭证，早在之前纸质版优惠券为商家的宣传带来了很好的效果并带来大量的客流量，盛行了很长一段时间，随着互联网的蓬勃发展电子商务逐渐成为流行，优惠券也变得更加电子化，而且形式由原来的消费者被动接受人员宣发纸质版优惠券演变到主动在网络上搜索优惠信息，获取电子优惠券。近年来比较流行的优惠券促销有优惠券满额减、优惠券满额返、跨店满减等。

1. 优惠券满额减

优惠券满额减是店铺推出的促销活动，通常是一件商品或者在同一家店铺中，消费者购买满一定的消费额度会得到相应的优惠减免，一般是以优惠券的形式发放，最常见的形式有满 100 减 20 或者满 99 减 10 等不等额优惠力度。

2. 优惠券满额返

优惠券满额返是指购买满一定金额的情况下，店铺会返赠一张新的优惠券，一般新的优惠券只能在二次购买的时候才能使用，以此吸引顾客成为回头客，提升顾客忠诚。

3. 跨店满减

跨店满减是指电商平台在“双十一”购物狂欢节、38 女生节等节日上推出的促销活动，不同的店家可根据电商平台的规则自行组织参与，消费者在某一商店或者跨商店交易时满足一定金额额度即可减免部分交易金额的营销方式，通常也是以一种购物津贴的优惠券为形式进行，例如满 200 减 20 或者满 300 减 30 等不同额度的优惠券。

二 相关理论概述

（一）购买意愿

购买意愿 Error! Reference source not found. 是有了一定经济能力的消费者，愿不愿意以市场标价来购买商品，也就是顾客能作出购买行为可能性的高低。顾客对某一商品的态度结合外在因

素 Error! Reference source not found.

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/738110056142006062>