

# 当代高校艺术设计类大学生绘画耗材消费现状调查分析

胡高原 孙志伟

桂林理工大学艺术学院, 桂林, 广西, 541004

**摘要:** 绘画类耗材是艺术设计类专业大学生的主要学习用品之一, 随着社会的不断进步, 群众的消费需求在不断提高, 人们的购物方式的种类也逐渐增多, 与此同时, 大学生对画材购买需求、方式上也随之改变, 对购物方式的需求意识在不断地增加。在购买画材中, 购买方式深刻影响着用户体验。尽管现在的购物方式众多非一, 但是高校在画材购物的这一方面, 会有或多或少的欠缺, 导致学生在上学期间没有良好的购物体验。因此针对以上现象, 本文通过问卷调查的方式对在高校艺术设计类学生画材消费的行为进行调查, 在高校对大学生画材消费行为展开调查的基础上, 对高校的大学生画材消费行为进行不同方面的数据统计以及合理的分析。

**关键词:** 大学生, 画材消费, 状况调查, 调研分析

## 一 市场调研背景

### (一) 时代发展背景

随着社会的发展, 手机功能逐渐常态化与多元化, 借着手机功能的快速发展, 小程序如春笋一般涌现出来, 在人们的日常生活中占据举足轻重的地位, 点餐、服务预订、交通出行等生活服务中都会有小程序身影的出现, 小程序具有操作简单、运营成本低、宣传力度大等优点, 深受大众喜爱, 渗透在我们日常生活中的方方面面, 为群众提供更加智能化的生活。根据腾讯 2020 Q1 财报显示, 微信及 WeChat 的合并月活跃账户数达 12 亿, 其中有 4 亿用户每天都在使用小程序 1。足以说明小程序每时每刻影响着我们的生活。近些年来, 小程序发展迅速, 在不同的领域的发挥着巨大的作用, 然而, 小程序在高校画材销售方式方面还是有待去开发、应用。现在的大部分高校都开设艺术专业, 画材主要面对的还是艺术专业的学生, 可是大部分的学校没有提供直接的画材销售店面或者比较方便的销售手段, 学校与学生在关于画材销售方面的矛盾难以解决, 这一主要原因是跟随时代快速发展的高校学生在销售模式上需要更新颖、更便捷的销售模式产生。时代在发展, 学生对事物发展的要求也在与时俱进。

### (二) 学生对购买方式的需求增多

时代在进步, 人们生活质量需求同时在增长, 对于销售的方式不仅仅只局限于淘宝、京东等购物平台, 介于手机小程序的快速发展, 人们对小程序的需求意识逐步在增加, 小程序可以成为另一种销售平台, 作为一种消费方式的衍生, 同时也是提高人们生活水平的重要手段。高校学生对画材的需求与日俱增, 然而高校却没有一系列关于小程序销售画材的做法, 进而出现了学生在获取画材方面的各种问题, 为此我们针对这些问题, 对广西高校的学生展开了调查, 总结出了高校学生在画材销售方面对画材与小程序的要求与需求, 并且对高校学生的消费现状进行合理

的分析。

## 二 市场现状

经过分析, 我们发现目前市场上很少出现专门销售各类画材的销售平台, 学生难以在一个画材平台上买到不同品牌、不同种类的画材。这极大降低了学生在购买画材的用户体验。现在大部分的学生通过淘宝、京东等平台来购买画材, 然而, 学生从“下单”到“收货”这一过程, 消耗了大量的时间, 学生没有办法立刻获取画材, 当学生急需画材的时候, 这一销售方法就显的有些无助, 这是目前现在销售画材模式的一大短板。而且, 学生在从网上获取画材的时候, 画材的质量得不到保障, 往往销售过程中受骗等情况, 这是销售模式的另一大短板。

## 三 调研方法及优缺点分析

我们的调查通过线上线下的方式举行, 通过问卷调查法、文献调查法、访问调查法这三种方法进行。我们考虑到自己的人力、物力有限, 主要通过问卷调查法进行调查。同时问卷调查法能简单明了、方便快捷的帮助我们完成这次调查。

调查方法:

### (一) 问卷调查法

问卷调查法我们通过线上线下的方式进行。线上我们通过 QQ、微信等网络平台进行开展, 调查不仅仅展开与个别学校, 而是通过一传二, 二传百的方式对广西不同高校进行, 而不是仅集中于某一个学校, 保障问卷调查的合理性。线下我们通过问卷调查的发放, 对不同的学生进行调查, 主要调查人群为大学生, 共有 120 人参与。

问卷调查法	优点	缺点
线上	1. 线上调查不局限与自己周边的学校,而是可以通过网络用问卷调查表的形式传给更多学校,保证数据的准确性。 2. 线上调查比较方便,节省人力。 3. 线上调查效率高。	问题比较局限,可能会遗漏更加细致的信息。
线下	1. 线下调查答复率较高 2. 数据质量高	1. 人员、人力输入大 2. 成本高 3. 费时间

### (二) 文献调查法

我们通过借阅、购买文献对高校学生在画材方面的消费行为进行借鉴与分析。

	优点	缺点
文献调查法	文献所获得的关于学生画材消费行为的信息比较全面,所得到的信息的内容不受时间的限制,可接触的时间广。	有些获得关于高校学生在画材方面的消费行为的文献没有依据,可信度较低。

### (三) 访问调查法

访问调查法开展在学校中,对学校不同年级的学生进行访问,通过口头方式深入了解高校学生在画材消费行为习惯。

	优点	缺点
访问调查法	访问过程中所收集的信息可信度高,可以问学生的问题也比较灵活。	访问过程中所消耗的精力多,过程比较繁琐。

## 四 画材消费习惯内容分析

### (一) 购买画材的侧重点

我们通过多选的形式对高校大学生问卷调查后发现学生购买画材的侧重点如下:

#### 1 质量问题 (占比 86.67%)

同学们最看重的是质量问题。随着生活水平的不断提高,生活质量也随着提高,同时,学生对画材的要求也不断在提高,学生把画材质量问题放在第一位,可见在购买画材的过程中,学生得到画材时常都会出现画材的质量问题,这也是网上购物的一大问题。第一:画材质量与商家所说不符。在购买画材中,商家有意的把自己的产品夸大化,导致消费者得到的东西与实物不符。第二:画材在运输途中损坏。尽管商家提供的是完整的画材,但是在运输途中,有些画材容

易损坏,导致学生收到的画材损坏。这些问题都影响着画材的质量问题,导致学生在消费过程中更加注重质量这一问题。

#### 2 价格问题 (占比 63.81%)

同学们其次看重的是画材的价格问题。在高校的学生处于大学阶段,基本上还是需要自己的父母所供养,所以也不会买太过昂贵的画材,在购买画材过程中,学生也会根据自己的条件来购买自己所需的画材,在这阶段学生更加看重的是画材的性价比,所以价格是学生在购买画材过程中第二被关注的问题。

#### 3 时间问题 (占比 45.71%)

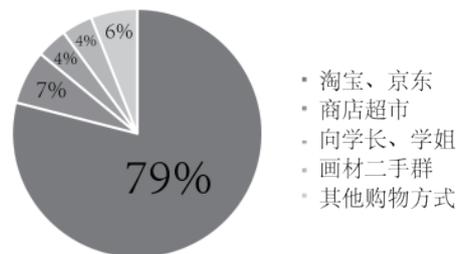
时间问题也是一半同学所关注的问题。由于现在广西大多数高校线下很少有完备的画材实体店,学生不得不通过网上购物这种渠道来购买自己所需的画材。但是在网上购物有一大问题,就是时间的问题,学生在网上下单,从“买”到“收”,一般需要2-3天的时间。但是一些同学在绘画过程中如果急需画材的话,在网上购物就不能满足自己的需求。所以时间问题也是一半同学们所关注的点。

#### 4 品牌问题 (占比 23.09%)

同学们在购买画材时看中品牌的占比中偏下,主要可能是因为他们正处读书阶段,对商品的要求程度不是很高,更加看重的是商品的性价比,普遍对品牌的要求不高。

### (二) 画材购物平台

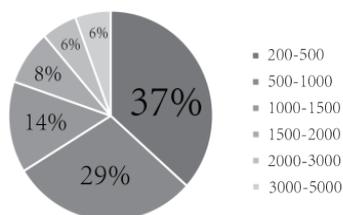
调查报告分析发现,大多数的同学都是通过网上购物这一方式来购买自己的所需的画材,很少同学会去线下实体店购买画材,原因是在网上购物比较方便,可以选购的画材种类也较多,能在短时间内完成下单,而且线下的实体店数量较少,同学们去实体店比较麻烦,而且花费的时间也长,很难满足同学们的需求。问卷调查分析显示,大部分同学是从淘宝、京东购物平台来购买画材,相比去其他购物平台,学生更倾向于市场信任度更高的购物平台上购买画材,这些信任度更高的购物平台,往往客服服务态度好,物品比较有保障。以此达到自己的需求。



图二 您使用的画材一般是通过什么方式购买的?

### (四) 学生大学期间每年购买画材的金额

调查发现,大部分的同学每年购买画材的金额在200-1000之间,超过1000的占少数,如图所示。



图三 您每年画材消费的金额大概为多少？

## 五 结语

如今社会发展的脚步还在继续，社会在不断的往好的方面发展，画材销售平台也不能落下脚步，与时俱进，跟着大社会这个大步子，更好的为大学生在购买画材这一方面更加全面、便捷，现在高校学生风格各异，每个人都有自己的风采，每个人都有自己的想法，同时对画材销售平台的诉求

也不同。我们应该尊重、认可他们的个性，在完善画材销售平台的同时多注入年轻人的元素，希望画材销售小程序能蒸蒸日上，做出自己独特的个性。

## 参考文献

- [1] 苏治, 李文欣, 战永健. “化工+”DIY手工坊市场调研报告[J]. 今日财富, 2020(24):81-82.
- [2] 孙佩瑶, 曹媛媛, 王晓东, 曾楠. 高校学生外卖消费行为调研及对策分析[J]. 市场研究, 2020(06):12-14.
- [3] 操菊华, 卫杰. 绿色生活方式理念下大学生消费行为存在的问题及其治理[J]. 湖北行政学院学报, 2020(04):22-27.
- [4] 王岩. 把握网络消费的群体行为逻辑[N]. 中国社会科学报, 2020-09-09(005).
- [5] 张黎. 高职院校大学生不良消费行为的对策浅析[J]. 财富时代, 2020(08):216-217.