

汪银霞 著

武汉大学出版社

数字信息资源移动消费 行为研究

汪银霞 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

数字信息资源移动消费行为研究/汪银霞著.—武汉:武汉大学出版社,2018.11

ISBN 978-7-307-20658-8

I.数… II.汪… III.数字技术—信息管理—研究 IV.G203

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 274956 号

责任编辑:黄金涛

责任校对:李孟潇

版式设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山) (电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:北京虎彩文化传播有限公司

开本:720×1000 1/16 印张:13 字数:185千字

版次:2018 年 11 月第 1 版 2018 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-20658-8 定价:85.00 元



版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

前 言

据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第41次中国互联网络发展状况统计报告》数据显示,网民中即时通信用户的规模达到7.53亿,手机上网使用率为97.5%,手机网民规模保持持续增长,网民上网设备逐渐向手机终端集中。移动互联网技术的发展和智能手机的普及,促使网民的消费行为逐渐向移动终端迁移和渗透,甚至有人开始预言“移动取代PC的时代离我们不远了”,正如十多年前,有人提出“电子书取代纸本书的时代离我们不远了”一样。但是,这么多年过去了,纸本书一样受到很多人的热爱。所以,我们有理由相信,不管移动市场如何快速地发展,移动终端和PC都将共同存在、共同为广大消费者服务。

2013年国务院发布了《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》,2017年印发《关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》,把信息消费提到了一个前所未有的高度。全国地方政府随之也都颁发了“促进信息消费的实施意见”,明确发展目标,落实责任单位,为构建安全可信的信息消费环境打下了坚实的发展基础,旨在全面推动信息消费快速健康增长。

信息移动消费行为是在技术和政策的双重支持下快速发展起来的一种新型消费行为。与传统网络信息消费行为相比,两者有共同之处,也存在一定差别。这些差别不仅体现在网络类型、终端设备、网络应用、可信度、安全度等方面,还体现在用户信息需求、信息动机、行为模式、行为影响因素等方面。随着科技的进步,APP应用的完善,手表、电视机、车载设备正在成为信息消费终端,冰箱、微波炉、照相机、眼镜在不久的将来都有可能成为泛终端,信息移动消费行为的实践大大超前于理论。现阶段学者们在理

论上对移动消费的研究还处于初期阶段，而基于数字信息资源的移动消费研究正逐步受到学术界的重视，有必要进行理论研究来丰富其理论体系。

如同五百多年前印刷机的发明对社会与信息相互作用产生了重大影响，今天互联网和数字技术由于更聪明、简单的计算能力，信息成为比以往更强大的商品，移动设备及其附带的应用程序使消费者获取信息的渠道更容易。信息消费最终将主要是基于移动信息。国内外学者在信息的移动消费需求和行为方面已经开展了一些研究工作，不过还没能形成系统的理论知识体系，可以参考和借鉴的文献数量还不是很多。因此，随着智能手机等移动终端越来越普及，移动消费逐渐成为信息消费关注重点，运用消费行为理论对数字信息移动消费进行理论探讨，甚为必要。

本书拟以数字信息作为研究对象，以移动消费作为切入点，将情报学理论和心理学、社会学、经济学、组织行为学和市场营销学等诸多学科相结合，从新的视角对数字信息资源的移动消费、用户行为展开相关研究。全书共7章，研究的主要内容包括：

第1章，绪论部分。阐述了本书研究的背景及理论与实践意义，综合评述了国内外有关信息消费、信息行为、移动消费等方面的研究现状，介绍了本书的研究目标与内容、研究方法与思路。

第2章，消费行为相关理论部分。对本书研究中将会涉及的基础理论知识，如消费行为、信息消费行为等内容进行简要的阐述，对信息移动消费的内涵进行界定，结合数字信息资源移动消费现状，揭示数字信息资源移动消费的主体特征和行为特征，对数字信息资源移动消费和台式电脑数字信息资源消费行为进行对比分析。

第3章，数字信息移动消费需求挖掘部分。从动机理论出发，挖掘了移动互联网用户信息消费行为的关键需求，探讨了数字信息移动行为的动机类型、动机发现的过程，在此基础上分析数字信息移动消费需求的类型与层次。

第4章，数字信息移动消费决策部分。系统分析了数字信息移动消费的决策依据，即生态与情境价值、情感与审美价值、知识与社交价值。从数字信息移动消费的决策依据、决策过程、决策类型

等三方面内容来探讨数字信息移动消费决策模式。

第5章,数字信息移动消费行为影响因素分析部分。采用问卷调查及统计分析的研究方法进行实证研究,探索各种心理和行为因素与数字信息移动消费行为之间的影响关系,系统研究影响数字信息资源移动消费行为的个人因素、情境因素和效能因素,并对所构建的概念模型进行了验证。

第6章,案例分析部分。在理论归纳性分析基础上进行实践定量分析,以超星移动图书馆建设情况为例,从用户需求、使用情况、影响因素等方面进行分析,进一步打造移动图书馆服务特色。

第7章,研究总结与展望部分。对本书进行了总结,归纳了全书的主要研究内容和主要创新点,并指出了现有研究中存在的不足,对未来的研究方向进行了展望。

本书的主要创新点体现在:第一,研究角度结合时代特点,理论上与时俱进。在理论上界定了信息移动消费的内涵,并对其主体特征和行为特征进行了分析,而目前关于这方面的研究以及可供参考的资料还不多见,丰富了信息用户行为理论。第二,以信息移动用户作为研究对象,系统研究了数字信息资源移动消费的需求层次、动机发现的过程、动机冲突、决策依据、决策过程、决策类型等。第三,本书关键是分析数字信息资源移动消费行为影响因素,从个体因素、情境因素和效能因素三方面进行了实证分析。

本书是在博士学位论文的基础上修订而成,谨此向我的导师李玉海教授致以衷心的感谢和崇高的敬意,本研究及学位论文是在李老师的亲切关怀和悉心指导下完成的。从论文的选题到结构安排,从具体内容到文字润饰,都凝聚了他大量的心血。同时,也要感谢华中师范大学信息管理学院的段尧清老师、夏立新老师、娄策群老师、王学东老师、夏南强老师、王伟军老师、王占平老师、熊回香老师、易明老师和武汉大学马费城老师、邱均平老师、李刚老师的悉心点拨和耐心引导。

本书在分析、综述相关研究问题时借鉴、引用了大量的国内外研究成果,在此向相关的专家、学者表示衷心感谢。对于本研究成果的出版,在此还要感谢武汉三新文化传媒有限公司的孙丽

兰主任，正因为她们认真负责的工作精神和对本研究成果的关注，才使该成果能够顺利出版。本书的完成远非终点，书中的不足和浅显之处则是我新的征程上一个个新的起点。

汪银霞

2018年6月

于信阳师范学院

目 录

第 1 章 绪论.....	1
1.1 研究背景与意义	1
1.2 国内外研究现状	6
1.3 研究目标与内容.....	47
1.4 研究方法与思路.....	49
第 2 章 消费行为相关理论	52
2.1 消费行为理论.....	52
2.2 信息消费行为概述.....	62
2.3 数字信息移动消费行为.....	71
第 3 章 数字信息移动消费需求挖掘	87
3.1 问题的提出.....	87
3.2 数字信息移动消费的关键需求.....	89
3.3 数字信息移动消费动机分析	107
第 4 章 数字信息移动消费决策.....	115
4.1 问题的提出	115
4.2 数字信息移动消费的决策依据	116
4.3 数字信息移动消费的决策过程	120
4.4 数字信息移动消费的决策类型	127
第 5 章 数字信息移动消费行为影响因素分析.....	130
5.1 模型构建和假设提出	130

5.2 问卷设计与调研	137
5.3 数据分析	142
5.4 实证结果分析	146
第6章 案例分析	148
6.1 超星移动图书馆用户需求分析	149
6.2 超星移动图书馆使用情况分析	156
6.3 超星移动图书馆用户行为影响因素分析	157
6.4 超星移动图书馆服务平台改进策略	159
第7章 研究总结与展望	163
7.1 本书主要研究内容	163
7.2 本书主要创新点	164
7.3 本书研究的局限性	166
7.4 研究展望	166
参考文献	168
附录1 数字信息移动消费行为影响因素调查问卷	193
附录2 移动图书馆用户需求调查问卷	197

第1章 绪 论

1.1 研究背景与意义

1.1.1 研究背景

根据中国互联网络信息中心(China Internet Network Information Center, CNNIC)2017年年底发布的统计报告显示,我国的网民规模从2000年的1690万人增长到2017年的7.72亿人,网络信息消费在人们的消费生活中所处的地位越来越重要;其中手机网民人数达到7.53亿,互联网普及率达到55.8%。手机网民的增速明显上升,而PC网民略有下降,手机上网使用率达到97.5%,再一次获得了移动上网终端设备的首席^①。随着科技的进步,APP应用的完善,手表、电视机、车载设备正在成为信息消费终端,冰箱、微波炉、照相机、眼镜在不久的将来都有可能成为泛终端。移动互联网技术的发展和智能手机的普及,促使网民的消费行为逐渐向移动终端迁移和渗透,甚至有人开始预言“移动取代PC的时代离我们不远了”。无线通信技术的发展为人们的社会生活带来了巨大变化,真正实现了“把互联网装入口袋”的梦想,因为它不再依靠电脑、网线等设备就可以实现收发邮件、图铃下载、信息查询、网络聊天、在线视频等信息消费活动。现代的移动终端实质上就是经过外

^① 中国互联网络信息中心. 第41次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. [2018-05-09]. http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxbzg/hlwtjbg/201803/t20180305_70249.htm.

观“变形”的新型超小型计算机系统，它不仅是携带方便，还能够执行纷难复杂的网络信息操作。根据发展趋势显示，在不久的将来，移动网民有可能很快超过PC网民规模，进入移动信息时代。

移动终端可以通过很多渠道接入网络，不但能够采用WCDMA、TD-SCDMA、CDMA、WLAN、WiMAX、GPRS、EDGE、GSM、ISM、Wi-Fi、2G、3G、4G等无线通信网络，还能够采用Bluetooth、RFID、UWB、Infrared、Zigbee等近距离微波接入技术。移动终端的功能越来越集成化，可谓是手机、相机、MP3、MP4、游戏机、电脑等电子设备的综合体，能够打电话、拍照、摄像、听音乐、看视频、玩游戏，还能够进行收发信息、查收电邮、新闻浏览、即时短信、天气预报、获取地图或信息、观看视频等，实现包括定位、信息处理、指纹扫描、身份证扫描、条码扫描、RFID扫描、IC卡扫描以及酒精含量检测等丰富的功能，使人们的各种网络活动得到加强。与过去相比，越来越多的人开始在移动设备上进行信息消费。随身的无线网络链接使得智能手机、平板电脑等移动终端彻底改变了消费者访问媒体内容的方式，人们在不断移动消费数字信息的同时又在不断地生产、创造信息。

2013年8月份，国务院发布了《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》(国发[2013]32号)，意见提出：“到2015年，信息消费规模超过3.2万亿元，年均增长20%以上，带动相关行业新增产出超过1.2万亿元，其中基于互联网的新型信息消费规模达到2.4万亿元，年均增长30%以上。基于电子商务、云计算等信息平台的消费快速增长，电子商务交易额超过18万亿元，网络零售交易额突破3万亿元。”^①由此可见，我们的国家领导人不仅充分认识到了信息消费的重要性，而且部署了促进信息消费的具体发展目标。随后，各地政府也纷纷出台了促进信息消费的地方性实施方案文件。2013年11月8日，南京市颁发了《市政府关于促进信息消费加快信息产业发展的实施意见》(宁政发[2013]300号文件)；2013

^① 国务院. 关于促进信息消费扩大内需的若干意见[EB/OL]. [2013-08-14]. http://www.gov.cn/jzwgk/2013-08/14/content_2466856.htm.

年12月28日,江苏省颁发了《省政府关于促进信息消费的实施意见》(苏政发〔2013〕168号文件);2013年12月31日,四川省颁发了《四川省人民政府关于促进信息消费扩大内需的实施方案》(川府发〔2013〕61号文件),江西省颁发了《江西省人民政府关于促进信息消费扩大内需的实施意见》(赣府发〔2013〕36号文件);2014年1月26日,河北省颁发了《河北省人民政府关于促进信息消费的实施意见》(冀政发〔2014〕3号文件);2014年2月17日,北京市颁发了《北京市人民政府关于促进信息消费扩大内需的实施意见》(京政发〔2014〕5号文件);2014年2月24日,湖北省颁发了《湖北省人民政府关于促进信息消费扩大内需的意见》(鄂政发〔2014〕8号文件);2014年4月29日,湖南省人民政府出台《湖南省人民政府关于推进“宽带中国”战略促进信息消费的实施意见》(湘政发〔2014〕8号文件);2014年5月15日,成都市颁发了《成都市人民政府办公厅关于促进信息消费的实施意见》(成办发〔2014〕21号文件);2014年10月23日,青岛市颁发了《青岛市经济和信息化委员会关于促进信息消费的实施意见》(青经信发〔2014〕11号文件)……这些都旨在进一步明确信息消费发展的主要目标,培育扩大信息消费需求,推动信息消费持续增长。

2015年3月5日,国务院总理李克强在全国两会上作《政府工作报告》,报告中八次出现“互联网”一词,将互联网作为一项战略性新兴产业,首次提出“制定‘互联网+’行动计划,推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展,引导互联网企业拓展国际市场”。^①2017年8月24日,国务院发布了《国务院关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》(国发〔2017〕40号),意见提出:“提高信息消费供给水平,扩大信息消费覆盖面,优化信息消费发展环境。到2020年,信息消费规模预计达到6万亿元,年均增长11%以上;信息技术在消费领域的带动作用显著

^① 李克强.政府工作报告——2015年3月5日在第十二届全国人民代表大会第三次会议上.人民日报,2015-03-17(01)。

增强,信息产品边界深度拓展,信息服务能力明显提升,拉动相关领域产出达到15万亿元,信息消费惠及广大人民群众。”^①意见最后还对未来(截至2020年)的重点工作任务进行了职责分工,落实责任,确保各项任务措施落实到位。与此同时,各大数据服务商纷纷加大投入,加快研发第五代移动通信技术(5G),计划到2020年推出成熟的5G移动技术标准。

根据工业和信息化部公布的统计数据显示,2014年春节放假期间,我国移动互联网接入流量达到3674.6万G,同比增长86%;^②2017年,在移动通信业务中,移动数据及互联网业务比上年增长26.7%,移动电话普及率超过100部/百人。^③随身的网络连接,让人们变成了信息资源的移动消费者和生产者。在国家政策和信息技术的双重支持下,基于移动互联网的信息产品和信息服务正蓬勃发展。目前,国内外关于信息资源移动消费行为的理论研究还不多见。本书以信息移动消费者作为研究对象,以信息需求作为切入点,界定信息移动消费的内涵,揭示数字信息资源移动消费的主体特征和行为特征,探讨数字信息资源移动消费行为的需求层次、消费动因和影响因素,构建信息移动消费模式,为互联网信息内容提供商提升信息产品和信息服务的有效供给水平提供理论依据和实践指导,进而推动信息消费持续、快速增长。

1.1.2 研究意义

从移动消费的角度来研究信息消费,既是社会发展和政策扶持的实际需要,同时也是广大专家学者进行理论探讨和研究的需要,

① 国务院.关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见[EB/OL].[2017-08-24].http://www.gov.cn/zhengce/content/2017-08/24/content_5220091.htm.

② 龚雯,高少华.春节短信缩水四成:移动互联网接入流量同比增长逾八成[N].人民日报,2014-02-12(01).

③ 工业和信息化部.2017年通信业统计公报[EB/OL].[2018-02-02].<http://www.miit.gov.cn/n1146285/n1146352/n3054355/n3057511/n3057518/c6047251/content.html>.

对该学科领域的理论、经验和实践会产生较大的促进作用。该研究在理论与实践上都具有非常重要的研究意义，具体表现在：

在实践层面上，移动互联技术的不断更新，让全世界网络用户的生活、工作、学习方式发生了翻天覆地的变化，用户的网络信息消费行为也发生了较大变化。用户对网络数字信息资源的需求绝对不会只是形式上的改变，网络信息资源的服务商必须认识到这种改变，并千方百计提高信息内容的服务方式，推动内容服务的建设。网络信息资源的服务商应该想方设法抓住用户移动消费的核心需求，随时随地为用户提供优质的信息内容。从各种数据来看，我国的整体信息消费水平还处于一个相对落后的水平，而且普遍重视信息技术的发展，忽视信息内容的建设，不能全面满足用户的深层次需求。本书拟通过调查问卷、数据统计分析和实证研究，探索各种心理和行为因素与数字信息移动消费行为之间的影响关系，系统研究影响数字信息资源移动消费行为的个人因素（如消费习惯、信息素养、时间成本、价值观、重要性等）、情境因素（如界面友好性、风险感知、信息量、设备性能等）和效能因素（如感知信息效能、自我效能、反应效能、集体效能等）。在此基础上，对数字信息资源移动消费行为现状进行定量分析，提出优化数字信息资源移动消费行为的具体策略，为优化移动消费行为、提升信息产品多媒体、多终端制作传播能力提供科学的方法；为丰富信息消费内容产品供给、增强企业供给能力、推动移动互联网健康发展和信息消费可持续增长提供科学的指导。

从社会层面来看，近几年，我国信息消费在国家政策的扶持下发展迅猛，但区域发展严重失衡，而且重技术轻内容，不能全面满足用户的深层次需求。所以，新一届中央政府先后发布了《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》和《关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》，把信息消费提到了一个前所未有的高度。本书的研究为挖掘信息消费市场潜力、提高信息消费水平、改善信息消费环境、推动移动互联网健康发展和信息消费可持续增长提供科学的指导。此外，信息内容产业的创新与发展不仅能够带动信息行业本身的发展，而且由于该行业具有超强的行业培

育和渗透能力,也必将会优化、带动和引导其他各行业和产业的快速与健康发展。

在理论上,现阶段学者们对移动消费的研究还处于初期阶段,目前关于这方面的研究以及可供参考的资料还为数不多,而基于数字信息资源的移动消费研究更不多见,急需进行理论研究来丰富其理论体系。本书拟以数字信息作为研究对象,以移动消费作为切入点,将情报学理论和心理学、社会学、经济学、组织行为学和市场营销学等诸多学科相结合,从新的视角对数字信息资源的移动消费、用户行为进行系统分析,系统研究影响数字信息资源移动消费行为的个人因素、情境因素和效能因素,并建立影响因素评价体系,既拓展信息消费理论研究的广度和深度,为形成科学、完善的数字信息资源移动消费行为理论提供研究和参考的思想源泉,也为学术界进一步研究信息移动消费可持续行为提供非常重要的理论参考,更为互联网信息内容提供商提升信息产品、服务、内容的有效供给水平提供理论依据,进而丰富和完善消费行为研究的理论体系。

1.2 国内外研究现状

基于系统认识信息移动消费研究内容相关领域的国内外发展趋势的目的,笔者对已经公开发表和出版的国内外学术成果展开了大量的信息查询、浏览、分析和总结。国外相关文献主要通过EBSCO(Business Source Premier)、ISI Web of Science(SCIE+SSCI)和ProQuest 博硕士论文全文数据库进行查找,国内文献通过中国知网(CNKI)的“中国学术期刊网络出版总库”、“中国博士学位论文全文数据库”、“中国优秀硕士学位论文全文数据库”、“中国重要会议论文全文数据库”四个子库和重庆维普数据库系统进行查找。而国外 ScienceDirect 全文数据库是由众多学科子库构成,本书只是选择了管理类文献子库,故而检索出的文献数量看上去比EBSCO数据库的文献数量少很多。按照相关关键字检索的结果见表1-1。

在检索国外全文数据库时，“信息行为”对应的英文关键词是“information behavior”，“信息消费”对应的英文关键词是“information consumption”，“移动消费”对应的英文关键词是“mobile consumption”，“移动 & 信息消费”对应的英文关键词是“mobile & information consumption”，“手机 & 信息消费”对应的英文关键词是“cell phone & information consumption”，“移动互联网 & 信息消费”对应的英文关键词是“mobile internet & information consumption”。

表 1-1 国内外代表性全文数据库检索一览表

数据库 \ 关键词		信息行为	信息消费	移动消费	移动 & 信息消费	手机 & 信息消费	移动互联网 & 信息消费
国内文献	CNKI	1756	1166	41	213	76	95
	维普	2133	1997	390	56	17	34
国外文献	EBOSCO	6512	5932	708	313	11	21
	ScienceDirect	1077	113	85	21	13	22
	ProQuest 学位论文	191	22	15	9	7	13

注：文献检索截止时间为 2018 年 1 月 31 日。

国内外众多学者已将情报学理论与社会学、心理学、经济学、组织行为学和市场营销学等诸多学科相结合，从全新的视角对这些交叉学科知识展开了一系列的探究。通过对前人理论成果的系统分析和总结，能够大致窥探到本学科领域的研究现状。总结归纳有如下。

1.2.1 国外研究文献综述

对表 1-1 中的国外代表性全文数据库检索到的研究文献数据进一步细化，尤其是近五年的文献研究数据(见表 1-2)，用柱状图直观表现，形成国外研究文献近五年发表情况数量分布图，如图 1-1 所示。

表 1-2 国外代表性全文数据库检索数据一览表

关键词	数据库	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
信息行为	EBOSCO	274	437	306	235	283
	ScienceDirect	48	56	52	51	57
	ProQuest	8	7	9	6	12
信息消费	EBOSCO	252	408	311	306	271
	ScienceDirect	5	10	13	9	16
	ProQuest	1	0	3	5	6
移动消费	EBOSCO	54	32	33	29	46
	ScienceDirect	7	6	11	15	13
	ProQuest	0	1	3	3	4

为了了解国外信息移动消费的研究现状，本书以国际研究热点、趋势和前沿为切入点，对国外相关领域研究文献进行了全面的查询和梳理，重点从信息行为、信息消费和移动消费三个方面进行文献综述。

(1) 国际研究热点——信息行为研究。

美国统计协会研究员艾尔斯 (Leonrad P. Ayres) 和麦肯尼 (Adele Mckinnie) 于 1915 年针对公立学校卫生工作进行的一系列统计分析被认为是现代用户信息行为研究的起点;^① 1948 年在伦敦举行了英国皇家社会科学信息会议 (The Royal Society Scientific Information Conference)，贝尔纳 (John D. Bernal) 博士在会议上公开的一篇《关于科技论文使用调查问卷初步分析》的论文，被公认为是最早关于用户信息行为研究的标志性学术成果。^② 从图 1-1 可以看出，国际上近五年在“信息行为”相关领域的研究十分热门，而且

① Leonrad P. Ayres, Adele Mckinnie. The public library and the public schools [M]. Ohio: The survey committee of the Cleveland foundation, 1916: 7.

② Wilson T. D. Human information behavior[J]. Informing Science the International Journal of an Emerging Transdiscipline, 2000, 3(2): 49-56.