

疫情后时代大学生餐饮消费状况调查分析

林佳良¹, 李思烁², 刘杰恒¹, 孟凡强¹

¹广东财经大学经济学院, 广东 广州

²广东财经大学统计与数学学院, 广东 广州

收稿日期: 2023年7月25日; 录用日期: 2023年8月15日; 发布日期: 2023年8月29日

摘要

本调查以在校大学生为研究对象, 以“问卷星”为研究载体, 借助结构方程模型的研究方法开展了了解影响后疫情时代大学生餐饮消费意愿的因素的实证研究。研究发现, “个人需求”、“社会规范”和“安全意识”是三类强影响因素, 据此从影响大学生餐饮消费需求偏好的具体因素中提出关于建立广纳大学生消费的餐饮业, 打通又一消费热点的建议。

关键词

大学生, 餐饮消费, 后疫情时代

Investigation and Analysis on the Consumption of Catering among College Students in the Post Epidemic Era

Jialiing Lin¹, Sishuo Li², Jieheng Liu¹, Fanqiang Meng¹

¹The Faculty of Economics, Guangdong University of Finance & Economics, Guangzhou Guangdong

²School of Statistics and Mathematics, Guangdong University of Finance & Economics, Guangzhou Guangdong

Received: Jul. 25th, 2023; accepted: Aug. 15th, 2023; published: Aug. 29th, 2023

Abstract

This survey takes college students as the research object, uses “Sojump” as the research carrier, and uses the structural equation model to carry out an empirical study on the factors affecting the willingness of college students to consume catering in the post-epidemic era. The study found that “personal needs”, “social norms” and “safety awareness” are three strong influencing factors. Based on this, suggestions are proposed from the specific factors that affect the preferences of college

students' catering consumption demand, to establish a catering industry that caters to college students and tap into another consumption hotspot.

Keywords

College Students, Catering Consumption, Post-Epidemic Era

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

2022年12月7日,国务院联防联控机制发布《关于进一步优化落实新冠肺炎疫情防控措施的通知》。随着疫情防控的进一步成熟,疫苗的有效性得到确认,我国已经进入疫情防控常态化期。疫情的发生加速了产业变革,也倒逼消费创新[1]。受疫情影响最突出的是文化、体育、旅游、餐饮、住宿、会展、交通运输等行业,这些行业恰恰是中小微企业较为集中的领域。在不同规模企业的统计中,疫情对中小微企业的冲击更大[2]。新十条的发布,为餐饮业打开了尘封许久的市场,如何拉动餐饮消费,助力服务业回暖,成为我国开展经济复苏工作的重点。餐饮业的发展现状是表面热闹,但在表层下则仍有阻碍餐饮业繁荣发展的因素,找出这些因素才更能推动餐饮业的发展。郎雪霜(2022)指出大多数当代大学生生活费主要来源于父母,部分学生会选择通过兼职或勤工俭学增加自己的生活费,因此当代大学生可支配消费金额不断增多,有相应的消费基础[3]。高庆指出高校餐饮服务企业通过大学生餐饮消费市场细分掌握目标市场动态,调整营销资源的合理配置,提升营销的效率,提高企业的市场竞争力,扩大市场占有率,最终实现企业利益最大化[4]。饮食仍是大学生日常消费的主要组成部分,在大学生的社交活动中,餐饮店也是大学生首要考虑地点,随着我国经济发展水平的不断提高,当代大学生总体消费水平不断提高,餐饮消费金额不断增多,大学生俨然已经成为餐饮消费的又一主力军。

疫情之后,大学生的餐饮消费习惯发生改变,黄依焚(2022)等发现对于刚进入大学的大学生来说,如果同伴互动能够突破先赋性因素的限制而对个体行为产生显著影响,则在一定程度上说明后致性因素在影响学生行为发展方面的重要性,大一学生在餐饮消费方面存在同伴效应[5]。李晶(2020)从消费者需求改变和消费者产生的新需要促进新消费习惯形成两方面揭示了新冠疫情对餐饮消费习惯的影响[6]。张寒松(2023)则指出疫情对部分消费习惯和结构的变化不是暂时的[7]。毫无疑问,新冠疫情让大学生们更加关注餐饮安全。钟湘菲、白千文(2020)通过对81名学生进行有效调查,发现将近三分之二的大学生周末不外出游玩也即意味着不会外出就餐,但是由于节约时间、食堂拥挤、食堂菜品种类样式欠丰富等原因更倾向于订外卖。生活费越高的学生在外卖上的消费会高于生活费低的学生,且更加频繁[8]。刘奕等(2022)从微观视角发现作为一种网络到家服务,外卖开通从销售额和订单量来看,并未对线下的堂食产生显著的挤出效应;相反,外卖服务为餐厅提供了一种新的经营渠道,通过扩展消费者餐饮消费的能力、降低餐厅递送服务的成本,可以起到有利于餐厅的整体运营、做大餐饮业蛋糕的作用[9]。石维芳(2018)则运用SPSS软件对所得数据进行分析指出了点外卖与性别,学生所处年级、楼层距食堂的距离等之间的相关性[10]。郑均雷(2019)基于2018年6月调查所得数据得出大学生总体消费支出水平明显上升,人均月消费为2000元左右[11],这与《中国首份“00后”大学生消费大数据报告》中的数据相符。

最后通过整理国内外现有研究成果可以发现，目前较少学者在研究此课题。大学生作为我国的主要消费群体之一，对餐饮消费市场的看法和需求偏好很大程度上会影响未来的餐饮业的发展态势。因此本文通过对广东省某高校大学生的问卷调查搜集数据，运用描述性分析方法分析了疫情对大学生消费者的餐饮消费方式，餐饮消费偏好，餐饮消费支出变化的影响以及疫情下消费者对消费的关注因素，最后，从个人需求，社会规范，安全意识三个维度构建疫情对大学生餐饮消费意愿影响的结构方程模型，对疫情对大学生餐饮消费意愿影响因素的进行分析并提出相应建议。

2. 疫情后大学生餐饮消费现状描述

2.1. 数据来源及介绍

本次调查对象为全国在校大学生，通过发放网络问卷以及在线访谈的方式进行问卷的收集，共发放 274 份问卷，最终获得有效问卷 222 份，从调研人群的性别可以看出，男性占比为 32%，女性占比为 68%，根据本次所调查的高校公布的学生性别为男比女 3:7，所以本文调查的性别比例大体上与其一致。

从调研人群的年龄上可以看出，在本次调查的样本中，大一的占比同大四相接近，均在 18% 左右，除大二 34.2% 回答比例较高之外，本次调查的其他学历比例都比较均匀。体现了问卷发放的随机性。

在进行模型拟合前，需对调查问卷结果的信度进行分析。本研究采用 SPSS 分析各变量的 Cronbach' α 系数。其中个人需求、社会规范、安全意识、餐饮消费意愿的 Cronbach' α 系数都大于 0.6，表明本问卷具有较高的信度。

2.2. 疫情后大学生餐饮消费中的关注因素分析



Figure 1. College students' consumption word cloud map of catering after the epidemic
图 1. 大学生对于疫情后餐饮消费词云图

基于收集的问卷数据,我们使用了爬虫技术通过数据清洗与数据分析绘制了一张词云图(见图1),用于反映消费者在疫情后更为关注的因素。

该词云图显示,消费者最为关注的因素包括“卫生”、“环境”、“安全”、“口味”、“价格”、“健康”、“质量”等。这些因素几乎涵盖了餐饮消费中各个关键的方面。从词云图的内容显示可知,后疫情时代中大学生餐饮消费者越来越注重卫生和安全,是否安全与卫生的环境可能会影响他们进行餐饮消费的选择,因此后疫情时代下,餐厅需要思考如何加强卫生环境管理等方面,提供更高品质的服务来满足消费者的需求。同时我们也可以看到,“性价比”与“价格”等字眼,由于大多数的大学生生活费一般来自父母,所以高性价比也是大学生餐饮消费的一大因素,这提醒餐厅在面向大学生时不仅要保持环境的质量,同时还要保证食物本身价格与质量的平衡。

2.3. 疫情后大学生餐饮消费中的关注因素分析

(1) 疫情放开之后,大学生对于餐饮消费的需求提高;(2) 疫情放开之后,大学生的消费方式发生变化;(3) 疫情开放之后,健康安全的餐饮消费环境更能吸引大学生。

3. 疫情后大学生餐饮消费意愿的影响因素分析

3.1. 指标体系构建

3.1.1. 个人需求维度

对于个人需求维度,强烈的个人就餐需求对新冠疫情结束后大学生的就餐意愿的增加具有非常明显的推动作用。增强大学生就餐意愿的重要因素是提高提高大学生就餐的需求,生活方便的特点和餐饮消费的渴望将大幅度提高大学生就餐的需求。因此个人需求维度至关重要,它将作为内生动力,在新冠疫情结束后,提高大学生就餐意愿。

3.1.2. 社会规范维度

除了内生动力外,社会规范也会带来很大的影响,社会规范作为大学生就餐意愿的外部条件,其好坏从某种意义上讲,会对大学生就餐意愿起到良好的推动作用或者抑制作用。政府发放消费券和地方干部打卡当地特色美食将有效提高大学生就餐意愿。因此,除了考虑内生动力,我们还要考虑外部条件。而在考虑新冠疫情后大学生就餐意愿时,则需考虑社会因素对大学生就餐意愿的影响。

3.1.3. 安全意识维度

食品安全问题是影响大学生就餐意愿的核心问题,只有良好的就餐环境和安全的食材才能提高大学生就餐意愿。对于大学生来说,除了要考虑食材来源问题,还要考虑餐厅的就餐环境和安全措施。因此通过餐饮消毒措施,食材来源,餐厅就餐环境,服务人员的卫生情况的指标来衡量安全意识程度更为合理。

3.1.4. 餐饮消费意愿

新冠疫情结束后,主观上的餐饮意愿也在一定程度上提高了大学生就餐意愿。疫情结束后,报复消费心理和对当今餐饮消费的安全程度都将影响大学生们外出就餐的选择。因此,也需考虑大学生餐饮消费意愿的相关指标。

3.2. 模型设定

本文主要通过建立结构方程模型从个人需求,社会规范与安全意识三个方面研究新冠疫情结束后大学生餐饮消费意愿的影响,在上文的基础上,从个人需求,社会规范,安全意识等三个维度建立了以下指标体系,如表1。

Table 1. Index system**表 1.** 指标体系

一级指标	二级指标
个人需求	生活方便(grxq1)
	调节日常生活(grxq2)
	餐饮消费的渴望(grxq3)
	朋友、家庭、工作等聚餐(grxq4)
社会规范	政府发放消费券(shgf1)
	地方领导干部“打卡”当地特色美食(shgf2)
安全意识	餐厅优惠会促使我更加注重用餐安全(aqys1)
	更加注重餐厅环境舒适卫生(aqys2)
	更加重视服务人员佩戴口罩等安全措施(aqys3)
	更加重视食材来源(aqys4)
	更加重视餐饮消毒措施(如餐具消毒, 无接触温度计)(aqys5)
餐饮消费意愿	您的餐饮消费意愿(cyxfyy1)
	现在餐饮消费的安全程度(cyxfyy2)

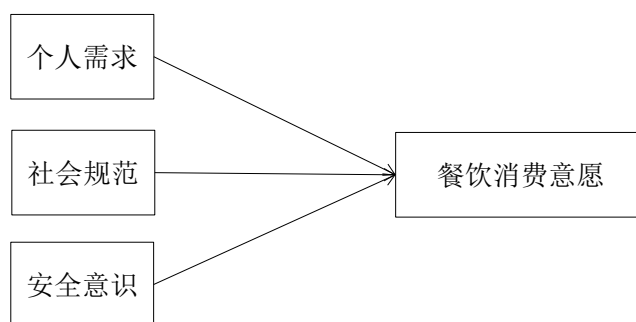
本文结合过往学者的研究与实际情况做了如下理论假设:

H1: 个人需求对疫情放开后大学生餐饮消费意愿有显著性影响。

H2: 社会规范对疫情放开后大学生餐饮消费意愿有显著性影响。

H3: 安全意识对疫情放开后大学生餐饮消费意愿有显著性影响。

根据以上假设, 本文构建了以下的模型结构图(图 2):

**Figure 2.** Model structure diagram**图 2.** 模型结构图

3.3. 描述统计与正态性检验

表 2 表示为本次研究所使用因素现状描述统计分析和正态性检验结果, 可以看出本次研究对象群体在餐饮消费意愿上的认知和行为水平都是在中等水平之上。本次研究中各个测量题项的偏度和峰度系数绝对值都在标准范围内。

Table 2. Each dimension describes the results of the normality test of statistical and measurement items
表 2. 各个维度描述统计及测量题项正态性检验结果

维度	测量题项	M	SD	偏度	峰度	总体 S	总体 SD
个人需求	grxq1	3.63	1.025	-0.396	-0.472	3.7072	0.72086
	grxq2	3.73	0.933	-0.54	0.223		
	grxq3	3.68	0.988	-0.24	-0.611		
	grxq4	3.79	0.894	-0.348	-0.423		
社会规范	shgf1	3.65	1.069	-0.494	-0.522	3.5653	0.93282
	shgf2	3.48	1.112	-0.502	-0.358		
安全意识	aqys1	3.77	1.002	-0.551	-0.167	3.8288	0.68776
	aqys2	3.84	0.891	-0.42	-0.168		
	aqys3	3.84	0.936	-0.683	0.142		
	aqys4	3.79	0.925	-0.466	-0.098		
	aqys5	3.91	0.854	-0.39	-0.499		
餐饮消费意愿	cyxfyy1	3.8	0.849	-0.773	1.041	3.6937	0.70284
	cyxfyy2	3.59	0.887	-0.066	-0.535		

3.4. 相关分析

通过在本次分析中通过 pearson 相关分析对各个变量的相关关系进行探索性的分析, 根据表 3 分析结果可以看出, 在本次分析中各个变量之间都存在显著的正相关关系, 且都是在 99% 的显著性水平上显著。

Table 3. Pearson correlation analysis results for each dimension
表 3. 各个维度的 pearson 相关分析结果

一级指标	个人需求	社会规范	安全意识	餐饮消费意愿
个人需求	1			
社会规范	0.505**	1		
安全意识	0.631**	0.492**	1	
餐饮消费意愿	0.553**	0.410**	0.572**	1

注: **在 0.01 级别(双尾), 相关性显著。

3.5. 结构方程模型

根据对应指标, 我们进行结构方程模型建模, 如图 3。

由图 3 可以看出, 本文模型中的标准化的因素负荷量均大于 0.5, 且小于 0.95, 因此可以认为本文中的数据符合要求, 估计系数没有超过可接受范围。

针对本文所研究的内容, 我们适当地选取了一些指标用于鉴别模型的拟合度是否良好, 各项指标如上表, 由表 4 可知, 指标卡方自由度比 CMIN/DF, CFI, NNFI, RMSEA 均达到标准, 拟合度较好, 即说明模型可以较好地解释各个因素对疫情放开后大学生餐饮消费意愿的影响程度。

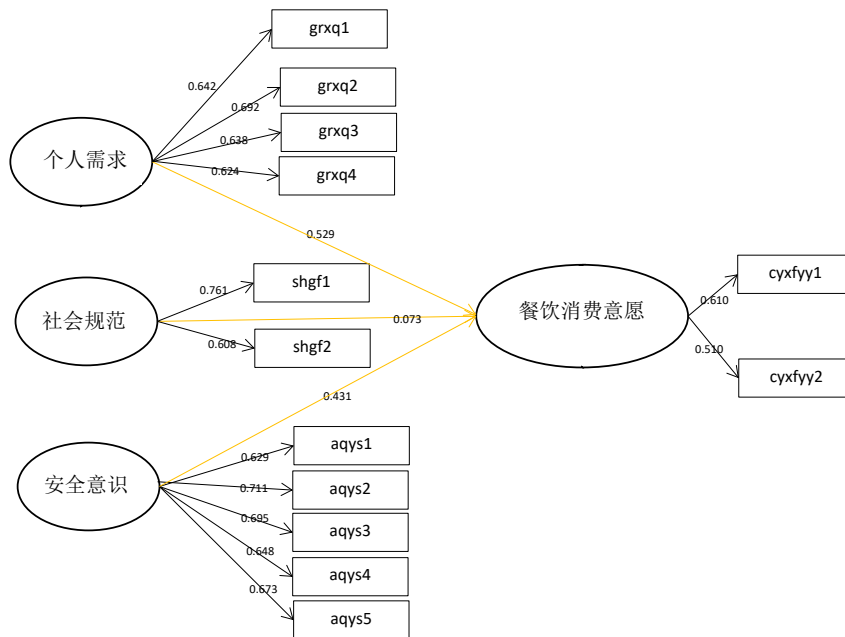


Figure 3. Structural equation model
图 3. 结构方程模型

Table 4. Model fitting index and measured value
表 4. 模型拟合指标及测量值

χ^2	df	P	卡方自由度比	GFI	RMSEA	RMR	CFI	NFI	NNFI
-	-	>0.05	<3	>0.9	<0.10	<0.05	>0.9	>0.9	>0.9
110.839	59	0.000***	1.879	0.887	0.063	0.176	0.943	0.887	0.924

注：***、**、*分别代表 1%、5%、10% 的显著性水平。

3.6. 结构方程模型路径系数及结果分析

Table 5. Path coefficient
表 5. 路径系数

	非标准载荷系数	标准化载荷系数	p
餐饮消费意愿<-个人需求	0.417	0.529	0.022**
餐饮消费意愿<-社会规范	0.046	0.073	0.674
餐饮消费意愿<-安全意识	0.354	0.431	0.039**
grxq1<-个人需求	1	0.642	-
grxq2<-个人需求	0.982	0.692	0.000***
grxq3<-个人需求	0.96	0.638	0.000***
grxq4<-个人需求	0.848	0.624	0.000***
shgf1<-社会规范	1	0.761	-
shgf2<-社会规范	0.831	0.608	0.000***
aqys1<-安全意识	1	0.629	-
aqys2<-安全意识	1.006	0.711	0.000***

Continued

aqys3<-安全意识	1.033	0.695	0.000***
aqys4<-安全意识	0.951	0.648	0.000***
aqys5<-安全意识	0.913	0.673	0.000***
cyxfyy1<-餐饮消费意愿	1	0.61	-
cyxfyy2<-餐饮消费意愿	0.874	0.51	0.000***

注：***、**、*分别代表 1%、5%、10% 的显著性水平。

由表 5 可以看出,除了社会规范对餐饮消费意愿的路径以外,其他的路径系数的 p 值均呈现显著性,这说明除开此路径以外的其他潜变量均与其所对应的观测变量之间具有显著的影响。

个人需求,安全意识与疫情放开之后大学生餐饮消费意愿的标准化系数的 p 值均小于 0.05,表明了所研究维度中的个人需求与安全意识两方面对于疫情放开之后大学生餐饮消费意愿具有显著的影响,根据标准化系数可知,其所对应的影响系数分别为 0.529 与 0.431。可知,这两个维度对于后疫情时代的大学生餐饮消费意愿具有显著的正向促进作用。其中个人需求对于大学生餐饮消费意愿的影响更大。

个人需求包括生活方便,调节日常生活,餐饮消费渴望,朋友、家庭、工作等聚餐,这说明在后疫情时代下,大学生的个人需求发生的变化将显著的促进,从生活方便上,大学生可能会由于自身的生活习惯与时间安排上,对于大学生餐饮消费意愿有所提升。而从调节日常生活来看,结合数据分析表中疫情期间大多数大学生餐饮消费方式多以外卖为主,在后疫情时代下,开放的餐饮消费形势促进了大学生的餐饮消费意愿。而餐饮消费渴望则代表的是本身对于餐饮消费的需求倾向,由于疫情期间部分封闭式的管理政策,大学生外出餐饮消费的需求得到一定的抑制,随着后疫情时代的来临,大学生外出餐饮消费的需求得以释放,因此将一定程度地促进大学生餐饮消费意愿的增长。而朋友、家庭、工作等聚餐属于社会环境的消费需求,同样受制于疫情时期防疫政策的限制,大学生餐饮消费在该方面的消费需求也收到相应的限制,因此在后疫情时代下,餐饮消费意愿得到了一定的促进,个人需求反映的是后疫情时代下,大学生餐饮消费意愿的总体需求反弹,进而促进餐饮消费的意愿提升。

而从安全意识维度,安全意识包括餐厅环境,安全措施,食物来源,消毒措施等,食物来源关乎餐厅菜品的卫生程度,在经历疫情时期,冷链食品等食物与新性冠状感染相联系的情况,大学生的餐饮消费安全意识中对于食物来源的重视程度也得到相应的提升。同时餐厅环境的卫生程度以及消毒措施同时也与餐饮的安全程度相挂钩。较差的餐饮消费环境将使得大学生感到不安全,从而限制其产生对于的餐饮消费需求。而良好的餐饮消费环境也将使得大学生能够安心,对于餐饮消费的需求也将得到促进。安全意识表现了大学生群体在后疫情时代下对于餐饮消费意愿产生的对于餐饮环境,消毒措施,卫生程度等与自身健康安全因素相关的餐饮因素得到相应的提升。这提醒餐饮行业在后疫情时代下应当注重自身餐饮环境的卫生情况,良好的餐饮环境将会为其带来更多的大学生消费。

4. 结论与建议

4.1. 结论

本文创新性地构建结构方程模型,将大学生“个人需求”、“社会规范”以及“安全意识”的三大维度打通,为研究大学生餐饮消费提供意见。

通过统计结果可知,大学生群体在疫情开放后对于餐饮消费的意愿是增加的。在经历了长达三年的隔离政策之后,大学生的心理处于一种较为压抑的状态之中且由于学校对自由出入的限制,在疫情期间,大学生对餐饮消费的意愿将日益激增。随着疫情的开放,大学生的报复消费心理以及在餐饮消费中获得

的休闲放松的心理因素也将促进大学生的餐饮消费意愿。

大学生在餐饮消费方面的偏好也呈现多样化的趋势, 连锁餐厅, 小吃店和私家菜馆成为大学生校外餐饮消费的主要形式, 对于街边小吃摊和流动餐饮消费形式, 大学生的接受程度也很高, 这表明大学生对于餐饮消费的环境并不是很看重, 比起消费的环境, 大学生更加注重餐饮消费的食品质量和菜品种类的多样性。

大学生在餐饮消费中最为注重用餐安全, 在大学生们的餐饮消费中, 主要依靠性价比来判别这个餐厅是否值得可去, 环境质量好, 卫生健康的消费环境将会提升餐厅在大学生心中的性价比, 从而能够吸引一部分的大学生消费者就餐。

4.2. 建议

4.2.1. 要精准定位消费者

目前在大学生餐饮消费中, 主要消费者为大一学生, 新顾客对服务提供者的服务并不熟悉, 对新鲜事物有更强的好奇心和敏感度, 更容易被服务的“趣味性”和“美感”等外围服务提供的价值所吸引[12]。因此, 对于流动餐饮经营者, 要运用线上地图资源, 前往低年级大学生密集的区域贩卖, 同时要增强自己的影响力, 如热心招待等。

4.2.2. 强化卫生意识, 改善就餐环境

经过此次疫情, 大学生群体对餐饮卫生的要求迅速提高, 更加注重餐饮消费的安全性。对此, 餐饮经营者应实行相应的措施, 如提供公筷公匙, 保持大学生顾客间的用餐距离, 注重场所消毒。

4.2.3. 采购新鲜、安全菜品, 做好食品安全工作

疫情过后, 大学生消费群体对于食品质量的要求也迅速提高, 要想做好食品安全工作, 必须采购新鲜安全菜品, 不采购, 不使用来历不明的冷冻菜品和半成品, 特别是对于流动餐饮经营者来说, 不出售受到污染的菜品, 每确保每种原材料的来源安全。

参考文献

- [1] 李凤亮, 刘晓菲. 新发展格局中的文化消费走向[J]. 山东社会科学, 2022(6): 171-180.
- [2] 陈洁. 后疫情时代产业和消费“双升级”的动力机制[J]. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2020, 28(5): 100-111.
- [3] 郎雪霜. 互联网时代大学生消费行为探析[J]. 北方经贸, 2022(12): 98-101.
- [4] 高庆. 基于饮食生活型态的大学生餐饮消费市场细分研究[J]. 统计与信息论坛, 2012, 27(2): 104-112.
- [5] 黄依梵, 马莉萍. 大学生餐饮消费的室友同伴效应——基于校园卡餐饮消费的实证研究[J]. 青年研究, 2022(3): 74-84+96.
- [6] 李晶. 新冠疫情下消费习惯变迁与餐饮业营销策略[J]. 合作经济与科技, 2020(14): 62-63.
- [7] 张寒松. SARS 对中国经济的影响不容低估——兼评 SARS 影响有限论[J]. 贵州大学学报(社会科学版), 2003(4): 48-50.
- [8] 钟湘菲, 白千文. 大学生外卖消费现状及影响因素分析——以山东工商学院为例[J]. 江苏商论, 2020(3): 23-25.
- [9] 刘奕, 逢金栋, 杨昊雯. 外卖服务开通对餐饮企业销售的影响研究——基于微观数据的实证分析[J]. 价格理论与实践, 2022(11): 172-175.
- [10] 石维芳. 大学生外卖消费现状及影响因素分析——以安徽财经大学为例[J]. 农家参谋, 2018(15): 180+124.
- [11] 郑均雷. 当代大学生消费特征与教育引导——基于南京审计大学的个案分析[J]. 高校后勤研究, 2019(1): 84-88.
- [12] 杨艳, 朱丽, 石华瑀, 等. 基于体验价值视角的服务属性对顾客满意度影响研究[J]. 商业经济研究, 2016(19): 61-64.