

消费动机和点单方式对消费金额的影响研究

王美纳

浙江理工大学理学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年2月9日; 录用日期: 2025年2月20日; 发布日期: 2025年3月19日

摘要

随着移动互联网的发展, 众多餐厅中电子菜单逐渐取代了纸质菜单, 但少有学者关注不同的点单方式是否会对消费金额产生差异性的影响。追求快乐与避免痛苦是消费者常见的两种消费动机, 二者可能会对消费金额产生不同影响。本研究通过设计消费情境模拟实验, 来探究消费动机和点单方式是否会对消费者的消费金额产生影响。结果发现, 消费动机和点单方式的主效应均显著, 即使用纸质菜单点单、追求快乐情境下的消费金额显著高于使用电子菜单点单、避免痛苦情境下的消费金额。本研究的发现对餐饮企业具有重要的启示意义。有助于餐饮企业更全面地理解电子菜单和纸质菜单的优势与不足, 不再让电子菜单成为唯一的选择。

关键词

点单方式, 消费动机, 消费金额, 纸质菜单, 电子菜单

The Influence of Consumption Motivation and Ordering Mode on Consumption Amount

Meina Wang

School of Science, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Feb. 9th, 2025; accepted: Feb. 20th, 2025; published: Mar. 19th, 2025

Abstract

With the increasing development of mobile internet technology, electronic menus are gradually replacing paper menus in many restaurants. However, few scholars have paid attention to whether different ordering mode will have a differential impact on consumption amount. The pursuit of

pleasure and the avoidance of pain are two common consumer motivations, which may have different impacts on the consumption amount. This study designed a consumer situation simulation experiment to explore whether consumer motivation and ordering mode will affect the consumer's spending amount. The results showed that the main effects of both consumer motivation and ordering mode were significant, with consumption amounts significantly higher when using paper menus and in the pursuit of happiness scenario compared to using electronic menus and in the avoidance of pain scenario. The findings of this study have important enlightening significance for the catering industry. They help the catering industry to gain a deeper understanding of the advantages and disadvantages of electronic and paper menus, and prevent electronic menus from becoming the only choice.

Keywords

Ordering Mode, Consumption Motivation, Consumption Amount, Paper Menus, Electronic Menus

Copyright © 2025 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

近年来,中国经济发展迅速,政府推行“深化供给侧结构性改革”政策,用消费带动国内需求、用消费升级带动产业升级、塑造新动能,掀起中国消费升级的热潮。公共消费是经济发展的引擎,而餐饮消费则是公共消费的一个重要组成部分,特别是在目前国家大力发展内需以推动经济发展的背景下,餐饮消费研究的重要性就更为突出了。随着我国经济的持续健康发展,餐饮业的发展也在加速,餐饮业的规模也在逐步扩大。整个餐饮业由一个基础薄弱的行业,逐渐发展成为拉动内需、促进消费的关键产业[1]。随着网络技术的飞速发展,很多餐厅中电子菜单正在逐渐取代传统的纸质菜单,已有学者关注二者在交互性、便捷性、环保性、成本节约等方面的差异,却少有学者关注不同的点单方式是否会对消费金额产生影响。这种菜单形式的改变会对消费者的消费金额构成何种影响有待进一步的实证研究。消费者在进行消费时总是受到特定动机的驱动,追求快乐与避免痛苦便是常见的两种消费动机,二者可能会对消费金额产生不同的影响。因此,本文正是在这一背景下,深入探讨消费动机和点单方式对消费金额的影响,以为餐饮企业提供新的视角,优化他们为顾客提供菜单的方式。

2. 理论基础与研究假设

2.1. 消费动机研究

消费动机是指消费者的消费活动背后的心理驱力[2]。在消费动机的分类研究中,Holbrook 提出了一个广泛接受的二分法,将消费动机划分为功利意向动机和享乐意向动机两大类别[3]。Mathwick 将客户消费动机分为四个维度:效率投资回报动机、服务体验动机、感觉体验动机和情感体验动机。其中情感体验动机是指消费者基于对自己的认识,寻找快乐或避免痛苦的内在需求[4]。Gardner 提出的心境维持理论认为,人们的消费行为总是受心境状态影响,当个体处在愉悦心境时,总希望能保持愉悦,因此,情绪维持的动机就会出现,而消费就可以起到维持甚至延长这种心境的作用[5];反之,当个体处在痛苦心境时,总希望能弱化痛苦,而消费即为扭转心境的方式之一[6]。综上,追求快乐与避免痛苦必然是消费动机中的重要组成部分,即存在追求快乐的消费动机和避免痛苦的消费动机。

2.2. 点单方式研究

点单方式是指在餐厅用餐时顾客选择菜品的方法, 餐厅类型众多, 点单方式也多种多样, 例如手写单、点菜宝、吧台下单、自助点单、上上签等, 总体而言, 这些点单方式可以归类为电子菜单和纸质菜单两大类, 它们各自拥有独特的优势和劣势。

电子菜单的优势包括: 操作简单便捷; 能够实时更新菜品信息和价格; 节省人工服务成本以及纸质菜单的更换费用; 通过图片、动画、视频等多媒体形式提供丰富的视觉体验; 顾客可以直观地看到点餐搭配以及消费金额; 支持线上预订、下单和智能结算, 显著提升交易效率[7][8]; 能大幅度地减少顾客与餐厅工作人员的直接接触, 在一定程度上保证了顾客和工作人员的安全健康。电子菜单的劣势包括: 需要关注餐厅的公众号或进入餐厅的小程序, 容易泄露个人信息; 容易受到网络信号等不稳定因素的干扰。

纸质菜单的优势包括: 具有强烈的仪式感和直观的配图; 点餐过程不受网络信号等外部因素的影响, 方便快捷。纸质菜单的劣势包括: 点餐效率较低, 尤其在用餐高峰时段可能影响服务体验; 菜单更新不及时, 顾客可能会在点完餐后被告知菜品已售罄[9]; 不能直接显示消费总额, 影响顾客对消费的即时感知; 增加了人与人之间直接接触的风险, 可能对健康安全造成威胁。

2.3. 提出假设

餐饮消费作为公共消费的一个重要组成部分, 特别是在目前国家大力发展内需以推动经济发展的背景下, 其研究的重要性日益凸显, 对餐饮消费行为的研究具有重要的现实意义。在餐饮消费过程中, 消费动机及点单方式都会对消费金额产生重大影响。研究表明, 避免痛苦和追求快乐作为一对重要的消费动机, 对消费金额的影响显著[10]。随着网络技术的飞速发展, 很多餐厅中电子菜单正在逐渐取代传统的纸质菜单, 已有学者关注二者在交互性、便捷性、环保性、成本节约等方面的差异, 但关于不同点单方式对消费金额影响的研究却相对较少。因此, 菜单形式的转变如何影响消费者的消费金额, 仍需进一步的实证研究来阐明。综上, 本研究将探讨消费动机和点单方式对消费者消费金额的影响。基本假设为:

H1: 点单方式对消费金额的影响主效应显著;

H2: 消费动机对消费金额的影响主效应显著。

3. 研究方法

3.1. 研究对象和实验设计

本研究随机选取 67 名在校大学生作为被试, 排除 8 名聚餐费用异常及 3 名消费金额极端的被试后, 最终确定 56 名有效样本(27 名男性、29 名女性)。所有被试视力正常、精神状态良好, 且能熟练操作点餐系统。实验采用 2 (消费动机: 追求快乐、避免痛苦) $\times$ 2 (点单方式: 电子点单、纸质点单) 的双因素被试间设计, 因变量为模拟点餐的总消费金额。

3.2. 实验材料

本研究首先就宿舍聚餐常去餐厅为主题访谈 5 名大学生, 发现海底捞餐厅在大学生中较受欢迎, 因此初步选定其为实验情境。进一步通过李克特 7 级量表调查 71 名大学生, 结果显示其平均意愿程度为 5.04 分, 表明大学生群体对海底捞餐厅有较强消费意愿, 验证了实验情境的合理性。

实验中, 使用海底捞餐厅的纸质菜单和电子菜单模拟不同点单方式。并设计两种激发消费动机的情境代入描述[10]:

追求快乐情境: 你们宿舍的成员在共同备考六级英语考试的过程中相互支持和鼓励, 共同约定要一起通过考试, 今天你们都以优异的成绩实现了这个目标! 为了在这个高兴的日子里, 创造一份独特的回

忆，你们打算好好去吃海底捞火锅庆祝一番！你正好在目的地附近，你打算提前点好菜以免 TA 们到了之后等待过久，现在你来到了目的地，开始点餐。

避免痛苦情境：你们宿舍成员之间的关系特别好，你的一个室友刚经历了一段痛苦的分手，TA 特别伤心，你们看到 TA 这么痛苦非常心疼。现在，你们打算一起去吃海底捞火锅安慰痛苦的 TA，你打算提前点好菜以免让 TA 等待过久，现在你来到了目的地，开始点餐。

3.3. 实验流程

被试随机分配到 4 种条件(纸质菜单追求快乐组、纸质菜单避免痛苦组、电子菜单追求快乐组、电子菜单避免痛苦组)。首先要求被试认真想象并代入海底捞餐厅的消费场景，随后呈现追求快乐或避免痛苦的情境描述，引导被试深入情境氛围。接着，被试请使用纸质菜单或电子菜单进行点单。点单结束后，主试记录其消费金额。最后，被试提供基本人口统计信息(如性别、年龄、宿舍每月聚餐费用)。

3.4. 数据统计与分析

使用 Microsoft Excel 和 SPSS 26 软件处理数据。排除异常数据后，对 56 份有效数据进行两因素被试间设计的方差分析。

4. 结果分析

4.1. 描述性统计

不同消费动机下，两种点单方式的消费金额的描述性统计，结果见表 1。

Table 1. Descriptive statistics of consumption amounts under two ordering mode with different consumption motivations (M ± SD)

表 1. 不同消费动机下，两种点单方式的消费金额描述性统计(M ± SD)

点单方式	消费动机		总和
	追求快乐	避免痛苦	
电子菜单	520.56 ± 112.87	451.00 ± 101.62	485.78 ± 111.18
纸质菜单	650.60 ± 109.66	513.58 ± 138.05	587.00 ± 139.81
总和	587.82 ± 127.67	481.13 ± 122.37	536.38 ± 135.17

由表 1 可知，追求快乐时的消费金额均值为 587.82 元，避免痛苦时的消费金额均值为 481.13 元，使用电子菜单的消费金额均值为 485.78 元，使用纸质菜单的消费金额均值为 587.00 元，追求快乐时使用电子菜单的消费金额均值为 520.56 元，追求快乐时使用纸质菜单的消费金额均值为 650.60 元，避免痛苦时使用电子菜单的消费金额均值为 451.00 元，避免痛苦时使用纸质菜单的消费金额均值为 513.58 元，所有被试的消费金额总均值为 563.38 元。

4.2. 方差分析

消费动机、点单方式对消费金额的影响的方差分析，结果见图 1。

由图 1 可知，相对于使用电子菜单点单，使用纸质菜单点单的消费金额更高；相对于避免痛苦的消费动机，追求快乐消费动机的消费金额更高。

对消费金额进行 2 (消费动机：追求快乐、避免痛苦) × 2 (点单方式：电子点单、纸质点单)两因素被试间方差分析结果表明，消费动机(F (1, 52) = 11.12, p < 0.01, 偏 η^2 = 0.18)和点单方式(F (1, 52) = 9.67,

$p < 0.01$, 偏 $\eta^2 = 0.16$)的主效应均显著。具体来说, 追求快乐时的消费金额显著高于避免痛苦时的消费金额; 使用纸质菜单点单时的消费金额显著高于使用电子菜单点单时的消费金额。二者的交互作用不显著 ($F(1, 52) = 1.19$, $p = 0.28$, 偏 $\eta^2 = 0.02$)。证明了假设 H1、H2。

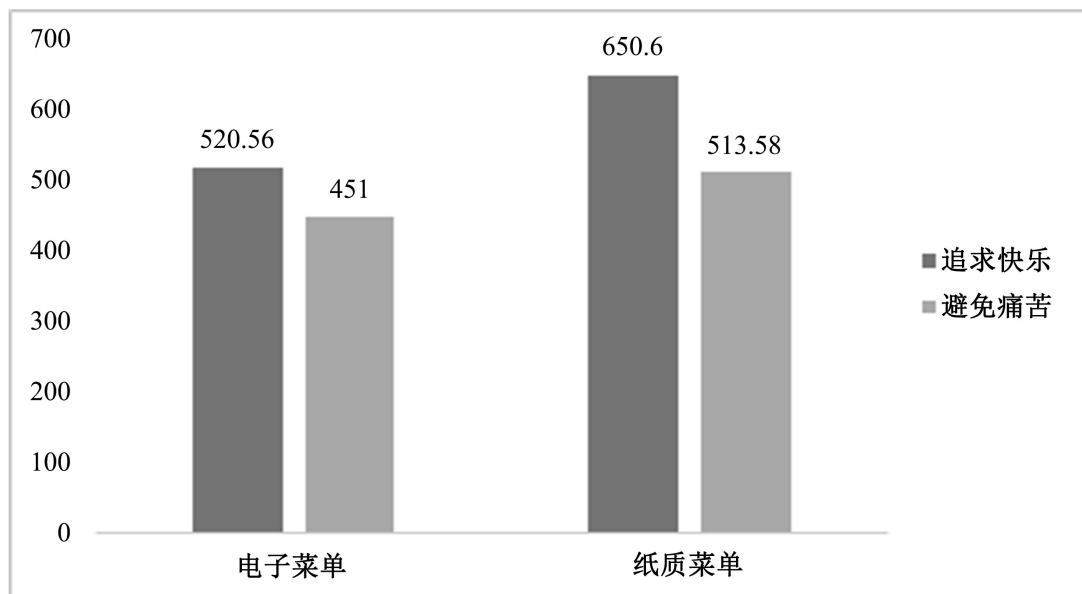


Figure 1. The influence of consumption motivation and ordering mode on consumption amount

图 1. 消费动机、点单方式对消费额度的影响

5. 讨论

5.1. 消费动机和消费金额的关系

在消费动机对消费金额的影响方面, 研究结果发现, 追求快乐情境下个体的消费金额显著高于避免痛苦情境下的消费金额, 这与以往的研究结果一致[10]。这一现象可以通过多种理论进行解释, 包括心境维持理论、享乐主义假说以及信息加工策略理论。

据心境维持理论和享乐主义假说, 消费者在消费过程中会通过改变或保持自己的心态来避免疼痛或寻求快乐, 这种心态的调整会直接对消费行为和消费金额产生影响。具体来说, 当消费者处于追求快乐的情境中时, 他们往往会通过冲动性消费来维持甚至延长快乐的心境。这种行为不仅是为了满足当下的愉悦感, 更是为了在心理上获得一种积极的反馈。因此, 消费者会更倾向于购买那些能够带来即时快乐的产品或服务, 从而导致消费金额显著升高。

从信息加工策略理论的角度来看, 在追求快乐的动机下, 消费者更多地采用自上而下的加工策略。这意味着消费者在决策过程中更多地依赖于自己头脑中已有的情绪信息性, 对加工对象形成一种整体性的认识, 而对外界刺激的细节信息关注甚少[11]。换句话说, 消费者在追求快乐时, 购买的不仅仅是商品本身, 更是通过商品所获得的快乐体验。这种动机越强烈, 消费者头脑中的情绪性信息就越占主导地位, 对消费对象的评价也越正面, 从而进一步增强了消费意愿, 最终导致消费金额的增加。相比之下, 当消费者处于避免痛苦的情境中时, 其冲动性消费的情绪不如追求快乐时那么强烈。这是因为痛苦本身通常具有一定的终点, 而快乐则可以不断延续。因此, 在避免痛苦的动机下, 消费者在消费决策时会更加谨慎, 更倾向于选择那些能够有效缓解痛苦的必要产品或服务, 而不是像追求快乐时那样进行冲动性消费。这种差异使得个体在避免痛苦情境下的消费金额显著低于追求快乐情境下的消费金额。

综上所述,消费动机对消费金额的影响是显著的,并且可以通过多种理论进行合理解释。追求快乐的动机往往会导致更高的消费金额,而避免痛苦的动机则相对较为保守。这一发现为理解消费者行为提供了重要的理论支持,也为相关企业和政策制定者提供了有价值的参考。

5.2. 点单方式和消费金额的关系

在点单方式对消费金额的影响方面,本实验结果表明,使用纸质菜单的消费者比使用电子菜单的消费者的消费金额更多。这一结果可能与两种菜单在操作方式和心理反馈机制上的差异有关。

这可能是因为越是简单的操作方法,就越是容易被当作一种游戏,消费者就越会在消费金额上不在意。与纸质菜单相比,电子菜单的滑动和快速翻页等操作简化了点餐过程,缩短了顾客的决策时间,从而可能降低了消费者的自我控制能力,导致他们在消费金额上的支出增加。此外,电子菜单在点单页面实时显示消费总额,这有助于消费者将自己的消费水平与显示的总额进行比较,并据此调整他们的选择。相反,纸质菜单不提供直接的消费总额反馈,这在追求快乐或避免痛苦的强烈消费动机下,减少了消费者自行计算总额的可能性,进而增加了无约束的冲动消费。

首先,从操作方式的角度来看,电子菜单的滑动和快速翻页等操作极大地简化了点餐过程。这种便捷性可能会使消费者在点餐时更加轻松,甚至可能会将点餐过程当作一种游戏。相比之下,纸质菜单需要消费者一页一页地翻阅,这种相对繁琐的过程可能会让消费者更加专注于菜单内容,从而在点餐时更加谨慎。因此,电子菜单的简化操作可能缩短了顾客的决策时间,进而降低了消费者的自我控制能力,导致他们在消费金额上的支出增加。

其次,电子菜单在点单页面实时显示消费总额,这一功能为消费者提供了一个明确的消费反馈。消费者可以将自己的消费水平与显示的总额进行比较,并据此调整他们的选择。这种实时反馈机制有助于消费者在点餐过程中保持一定的自我约束,避免过度消费。相反,纸质菜单不提供直接的消费总额反馈。在没有明确的消费总额提示的情况下,消费者在追求快乐或避免痛苦的强烈消费动机下,可能会减少自行计算总额的可能性。这种缺乏即时反馈的状态可能会导致消费者在点餐时更加冲动,从而增加无约束的冲动消费行为。

综上所述,本实验结果表明,点单方式对消费金额有着显著的影响。电子菜单的便捷操作和实时消费总额反馈有助于消费者更好地控制消费金额,而纸质菜单则可能因操作的复杂性和缺乏即时反馈,导致消费者在消费金额上更加冲动。这一发现为餐饮行业的菜单设计提供了重要的参考依据,同时也为理解消费者在不同点单方式下的心理和行为特征提供了新的视角。

6. 不足与展望

(1) 本研究在样本选择方面存在一定的局限性,样本量相对较少,且所有样本均为大学生。由于样本的单一性,这一限制可能会影响研究结果的普遍适用性。大学生群体在消费行为、心理特征以及社会经验等方面具有一定的特殊性,因此,本研究的结论可能无法直接推广到其他年龄、职业和文化背景的人群中。未来的研究可以考虑扩大样本量,并纳入不同年龄、职业和文化背景的被试,以增强研究结论的广泛性和代表性。例如,可以将样本范围扩展到上班族、退休人员、不同地区的居民等,从而更全面地反映不同人群在相关问题上的表现和差异,以增强研究结论的广泛性和代表性。

(2) 本研究在研究设计中未设置消费动机的基线情境,因此无法准确判断避免痛苦的消费动机是否同样能够有效促进消费行为。由于缺乏基线情境的对比,我们难以明确避免痛苦的消费动机在实际消费决策中的作用机制以及与其他消费动机的相对重要性。未来的研究可以通过设置基线情境来更全面地探究不同消费动机对消费行为的影响。例如,可以在实验设计中引入一个无特定消费动机的基线组,同时

设置不同的消费动机情境组,如追求快乐、避免痛苦、追求社会认同等,通过对比各组的消费行为表现,更清晰地揭示不同消费动机的作用机制及其对消费行为的影响程度,从而为相关理论的完善和实践应用提供更有力的支持。

参考文献

- [1] 邹茜. 年轻消费者餐饮消费行为对餐饮品牌年轻化营销策略影响研究——以 95 后大学生为例[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京服装学院, 2019.
- [2] 商嘉琪. 促销方式与消费动机对不作为惯性效应的影响——预期作为后悔的中介作用[D]: [硕士学位论文]. 漳州: 闽南师范大学, 2021.
- [3] Holbrook, M.B. and Hirschman, E.C. (1982) The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *Journal of Consumer Research*, 9, 132-140. <https://doi.org/10.1086/208906>
- [4] Mathwick, C., Malhotra, N. and Rigdon, E. (2001) Experiential Value: Conceptualization, Measurement and Application in the Catalog and Internet Shopping Environment. This Article Is Based upon the First Author's Doctoral Dissertation Completed While at Georgia Institute of Technology. *Journal of Retailing*, 77, 39-56. [https://doi.org/10.1016/s0022-4359\(00\)00045-2](https://doi.org/10.1016/s0022-4359(00)00045-2)
- [5] Gardner, M.P. and Rook, D.W. (1988) Effects of Impulse Purchases on Consumers' Affective States. *Advances in Consumer Research*, 15, 127.
- [6] 张运来. 基于情感视角的冲动性购买影响机制整合研究[J]. 哈尔滨商业大学学报(社会科学版), 2009(4): 3-7.
- [7] 吴影, 凌俐, 张丙奎. 电子菜单市场现状分析及发展策略——以陕西省西安市为例[J]. 今传媒, 2014, 22(11): 45-46.
- [8] 杨光. 电子菜单传媒和餐饮业融合发展商业模式研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 南昌大学, 2015.
- [9] 肖飞, 贾满磊. 基于 Android 平板电脑的电子菜单设计与实现[J]. 计算机与现代化, 2013(8): 236-238.
- [10] 邵敏娇. 支付方式、消费动机对消费额度的影响[D]: [硕士学位论文]. 苏州: 苏州大学, 2014.
- [11] 范秀成, 张运来. 情感影响冲动性购买的机制研究[J]. 社会科学家, 2006, 21(2): 148-151.