

电商消费中数字囤积行为的影响机制研究

夏步鹏, 刘 洁*

浙江理工大学艺术与设计学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年11月17日; 录用日期: 2025年11月30日; 发布日期: 2026年2月11日

摘 要

本文聚焦电商环境中, 用户以收藏代替消费为特征的数字囤积行为。通过构建双路径调节的影响机制模型来揭示该行为的形成机制。通过研究表明, 数字囤积行为同时受到内部心理驱动和外部技术助推的双重影响。其中, 内部驱动主要表现为情感依赖与认知捷径, 外部助推则来源于平台设计与算法的推荐等多重技术因素。该行为遵循从认知负担到情感依恋的链式发展路径, 而平台的设计特征在这一路径的各个环节中都发挥着关键调节作用。本研究创新地整合心理动机与平台技术的双重视角, 构建适用在电子商务背景下数字囤积的理论模型, 不仅为理解数字消费中的非理性行为提供新的分析框架, 也为优化电子商务平台服务设计和引导用户进行理性消费提供重要的理论基础和实践指导。

关键词

数字囤积行为, 电商消费, 影响机制, 电商平台

The Influencing Mechanism of Digital Hoarding Behavior in E-Commerce Consumption

Bupeng Xia, Jie Liu*

School of Art and Design, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: November 17, 2025; accepted: November 30, 2025; published: February 11, 2026

Abstract

This study focuses on digital hoarding behavior in e-commerce environments, characterized by users substituting actual consumption with collecting. By constructing a dual-path regulatory model of the influencing mechanisms, the research reveals how such behavior is formed. The findings indicate

*通讯作者。

文章引用: 夏步鹏, 刘洁. 电商消费中数字囤积行为的影响机制研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(2): 385-391.
DOI: 10.12677/ecl.2026.152170

that digital hoarding is simultaneously influenced by internal psychological drivers and external technological nudges. Internal drivers primarily manifest as emotional dependence and cognitive shortcuts, while external nudges stem from multiple technological factors such as platform design and algorithmic recommendations. This behavior follows a chain development path from cognitive burden to emotional attachment, with platform design features playing a critical regulatory role at each stage of this path. Innovatively integrating dual perspectives of psychological motivation and platform technology, this study constructs a theoretical model of digital hoarding in the context of e-commerce. It not only provides a new analytical framework for understanding irrational behaviors in digital consumption but also offers important theoretical foundations and practical guidance for optimizing e-commerce platform service design and guiding users toward rational consumption.

Keywords

Digital Hoarding Behavior, E-Commerce Consumption, Influencing Mechanisms, E-Commerce Platforms

Copyright © 2026 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

随着电子商务的深入发展和数字技术的广泛应用,消费者在电子商务平台上的行为模式呈现出新的特征,其中数字囤积行为作为一种典型的非理性消费现象日益显著。我国学者从人文社科的视角出发,将数字囤积行为界定为:“随着社交媒体中数据数量激增和保存数据的成本降低,用户出现的无差别保存数据且不愿意删除数据的行为。”[1]这种行为表现为用户不断将商品添加至收藏夹或购物车,形成大量的数字存储,但这些存储资源很少被有效利用或转化为实际消费,表明行为动机的非理性与行为结果的低效用之间存在显著的矛盾。目前,学界对数字囤积行为的研究尚处于起步阶段,尤其缺乏针对电子商务特定情境下该行为机制的探讨。因此,本研究以电商消费环境为基础,通过剖析数字囤积行为的现象特征、驱动路径及多因素交互机制,旨在构建一个整合性的理论模型,为深入理解数字囤积行为的形成逻辑提供系统的分析框架,并为进一步实证研究奠定理论基础。

2. 电商消费中数字囤积的现象与特征

2.1. 数字囤积者的典型行为表征:以“收藏”代替“消费”

收藏功能在某种程度上已成为实际消费的替代性行为。在社交媒体平台中,用户可以在收藏夹中自由地建立自己的内容专题,既不用考虑储存的空间问题也不用担心需要成本的问题,可在浏览信息时随意囤积自己感兴趣的或自己需要的内容。数字囤积行为中,对于囤积者而言,无论何种形式的信息,都有较强的情感依恋。这些囤积的数字化物品都是人生中某段时间的体验与经历,有着特殊的记忆,是自我的延伸[2]。因此,在清理这些数字化囤积物的时候,就会表现出强烈的不舍的感觉。如果决定清除这些数字化物品,也是在经过心理犹豫后作出的艰难决定。对于囤积的数字化物品,囤积者更愿意长久保留。因此,收藏功能在某种程度上已成为实际消费的替代性行为。用户通过将商品添加至收藏或是购物车,获得一种即时的心理满足感,这种满足感在很大程度上弥补未实际购买产生的心理空缺。这种对数字化物品的情感依赖与意义体验使得用户的收藏列表呈现持续扩张的趋势,而实际购买转化率却维持在相对较低的水平,大量商品在被收藏后便进入长期闲置状态,造成数字资源的静态堆积。认知因素是个

人数字囤积驱动要素中的核心问题要素[3], 如信息过载下的决策困难, 这从动机层面解释“收藏”替代“消费”的普遍性。

数字囤积行为反映用户应对复杂信息环境的特定策略。在错失焦虑、认知反刍和难以忍受不确定性的影响下, 个体在工作情境下会产生数据收集和保留的倾向[4]。面对电商平台中海量的商品选择和繁杂的产品信息, 用户往往采用“先收藏, 后决策”的延迟决策策略来缓解即时决策压力。收藏功能在此过程中充当减缓压力的工具, 通过外部存储来减轻工作记忆的负担。然而, 从长期效果来看, 大量的商品被加入购物车后, 过多备选集就会导致消费者的选择超载效应, 进而使消费者产生废弃购物车内商品的想法, 极端情况下甚至会直接放弃购买[5]。这种从认知卸载到认知超载的悖论, 揭示数字囤积行为的内在矛盾性。

2.2. 电商情境下的行为特殊性：与促销、推荐算法紧密绑定

电商环境中的数字囤积行为具有其独特的发生机制, 这些特性与平台的设计架构和运营策略密切相关, 主要体现在以下两个维度:

从平台运营维度来说, 精心设计的营销策略助推用户囤积行为。如限时促销活动、库存清零活动等促销手段就是通过激发用户的稀缺性感知, 来引导用户的预防性收藏倾向。在行为经济学中可被解释为损失厌恶效应的具体表现, 即用户对潜在损失的敏感度远远大于对等量获得的敏感度。此外, 电商平台推出的积分奖励、收藏加购任务等游戏化机制通过反馈和成就系统加深用户的收藏行为, 使电商情景下的数字囤积行为, 在操作性条件反射的作用下得以持续和巩固。

在技术架构维度, 平台的核心技术特性为用户囤积行为提供持续的外部支持。以协同过滤、深度学习等算法逻辑为基础的动态个性化推荐平台, 通过分析用户的收藏记录和行为偏好, 实现对用户有高度关联性的商品信息的推荐, 并能不断积累, 从而形成“收藏-推荐-再收藏”的闭环反馈机制。这种算法驱动的个性化推荐虽然在表面上提升用户的使用体验, 实则可能会加剧用户的认知窄化和信息重复积累。另外, 电商平台的虚拟存储空间具有近乎无限扩展的特性, 这种零边际成本的存储环境基本消除传统囤积行为的物理约束, 使得用户能够在缺乏外部限制的条件下, 持续进行积累数字内容。

综上所述, 电商环境中的数字囤积行为是一个由用户心理因素与平台特性共同塑造的复杂现象。这种行为既包含用户应对复杂决策环境时的适应性策略, 也体现出平台架构对用户行为的系统性引导。通过深入理解这一现象的基本特征和行为机制, 不仅为识别数字囤积行为的本质, 提供理论依据, 也为后续探究其形成机制和影响路径奠定必要的基础。对此现象准确地界定和系统性地分析, 将有助于开发出更有效的干预策略, 从而促进数字消费环境的健康发展。

3. 数字囤积行为的双路径驱动

3.1. 内部驱动路径：缓解焦虑与认知捷径

在情感层面, 囤积行为往往作为缓解心理不适的一种应对机制。用户在面对电商平台中的大量商品信息时, 容易产生错失焦虑, 即担忧未能把握住优惠或稀缺商品所带来的潜在损失。为缓解此类焦虑, 用户倾向通过收藏行为来获取心理掌控感与安全感, 尽管这种安全感大多为暂时性的。赵杨等人的研究证实, 恐慌心理在时间压力与强迫性行为之间扮演着关键的中介角色[6]。除此之外, 用户也可能对特定商品形成情感上的依恋, 将收藏视为保留记忆或情感价值的一种手段, 从而增加后续清理行为的心理难度[1]。

在认知层面, 数字囤积可视为用户应对信息过载的一种适应性策略。电商平台中商品数量庞大、信息结构复杂, 用户需投入大量认知资源进行筛选与决策。收藏功能在此过程中充当认知捷径, 使用户得

以将即时决策压力推迟至未来。尽管该策略在短期内缓解决策负担,但从长期来看,未处理的收藏内容不断累积,反而构成后续的认知负担。

从个体特质角度看,用户的预期心理与价值判断模式也对囤积倾向产生影响。部分用户对未来消费需求存在过度乐观的预期,认为当前收藏的商品在未来可能具备使用价值;另一些用户则因难以准确评估商品的实际效用,倾向于通过收藏保留更多选项,以规避决策错误的风险。

3.2. 外部驱动路径:技术便利性与平台有意识引导

电商平台所提供的技术环境与运营机制构成数字囤积行为的外部驱动路径,具体可从技术便利性、平台引导策略与算法系统三个维度进行分析。

技术便利性是促成数字囤积的基础条件。各大电商平台普遍将收藏的功能设计为一键操作,极大地降低用户的使用门槛。此外,云端存储空间在理论上几乎具备无限扩展性,用户无需面对传统实体囤积中所面临的物理空间限制。而这种零边际成本的使用体验,使得用户收藏行为变得轻松且无后顾之忧,从而助长囤积内容的持续积累。

平台的有意识引导机制也进一步强化用户的囤积倾向。在界面设计层面上,收藏按钮通常被置于醒目的位置,操作路径高度简化,以鼓励用户频繁使用收藏功能。而在运营策略方面,平台常采用限时折扣、库存紧张提示等方式营造稀缺氛围,激发用户的应急收藏行为。除此之外,积分奖励、收藏任务等相关游戏化设计,将囤积行为与即时反馈和成就系统相绑定,使得用户在心理上获得正向的激励,从而形成行为强化的循环。

推荐算法在数字囤积行为的持续与深化中成为关键因素。推荐算法根据用户的既往行为进行类属商品推荐,形成“收藏-推荐-再收藏”的闭环反馈。虽然表面看似能够满足个性化信息的精准需求,实质是让用户认知窄化以及囤积物品重复性的日益上升。同时,平台通过信息推送、邮件通知的形式,不断引导用户收藏商品的信息,使囤积行为在时间维度上也不断被固化延续。

数字囤积行为是由用户内部心理机制与平台外部技术环境共同塑造的结果。内部路径提供用户行为的心理动因与认知基础,外部路径则通过降低数字囤积行为门槛、增强行为诱因与构建持续互动机制,为数字囤积行为的形成与维持提供结构性条件。理解这两条路径的交互作用,有助于系统把握数字囤积行为的形成逻辑,并为后续干预策略的制定提供理论依据。

4. 多因素交互的影响机制

4.1. 核心路径:从认知负担到情感依恋的链式反应

在电商消费环境中,数字囤积行为的形成,遵循一条明确的心理发展路径:以认知负担为起点,并通过行为适应的中间环节,最终形成情感的依恋。这一链式反应构成数字囤积行为维持的关键中介机制。

认知负担作为路径的起始点,主要来源于电子商务环境特有的信息特性。平台提供海量的商品选择、复杂的促销规则体系以及频繁的信息更新节奏,往往超出用户的认知处理能力。根据认知负荷理论,个体的工作记忆容量有限,当用户面临信息超载时,认知系统负担会显著加剧,导致信息加工的效率下降、决策的压力升高。在这种情况下,电商平台的收藏功能恰好提供适配这一认知特征的有效解决方案。用户通过将目标内容加入收藏夹中,将即时需要处理的复杂决策暂存,减少当前信息处理的密度和决策复杂度,本质是通过降低外在认知负荷来缓解认知压力,为后续决策预留充足的认知资源^[7]。然而,这种适应性策略仅仅只是延迟而非真正解决决策困难。随着用户收藏内容的持续积累,将面临新的管理决策负担,形成决策压力的恶性循环。

行为的持续执行会引发用户显著的心理变化过程。随着用户在电商平台的收藏行为不断重复,用户

与收藏商品之间逐渐建立起深层的心理联系。这种联系最初表现为功能性需求, 用户将收藏视为未来消费的准备工作的。但随着时间推移, 收藏行为本身逐渐获得独立于实际消费的价值。用户开始将电商平台收藏夹、购物车视为个人数字资产的重要组成部分, 其中的商品不仅代表用户潜在的消费选择, 更承载着用户的时间投入、情感记忆乃至身份表达需求。这种心理层面的转变, 显著增加清理收藏内容的难度, 因为在用户潜意识中, 删除商品等同于放弃部分个人历史。

情感依恋的形成成为数字囤积行为提供持续的心理动力。当用户对电商平台收藏内容产生情感依赖后, 囤积行为就从最初理性的工具性行为转变为表达性的情感性行为。此时, 即使用户在认知层面明确知晓部分商品不会得到购买的情况下, 仍然会因为情感因素而拒绝清理。这种情感依恋具体表现为三个维度: 收藏内容成为用户自我认同的构成要素, 清理行为会引发明显的损失厌恶情绪, 收藏过程本身还具有情绪调节功能。这些情感因素共同使得数字囤积行为得以持续存在并不断强化。

4.2. 调节关键: 平台设计如何放大或削弱驱动效应

平台设计特征在核心路径的各个环节都发挥着重要的调节作用, 这种调节效应既可能强化也可能弱化数字囤积的行为倾向, 是理解数字囤积行为个体差异的关键所在。

在认知负担环节, 电商平台的信息呈现方式对用户的认知压力具有显著调节作用。个性化推荐算法的精确程度是一个关键调节变量: 商品推荐与用户的契合度越高, 商品对用户的吸引力越强, 用户的决策负担加重。反之, 如果电商平台能够提供有效的筛选工具和系统的比较功能, 就能显著地降低信息复杂度, 有效减轻用户的认知负担。除此之外, 平台的信息更新频率也会直接影响认知负担水平: 过快的更新节奏会持续引发更多的决策任务, 而适度的更新间隔则使用户有充分时间处理既有信息。

在行为适应环节, 平台功能的设计极大影响收藏行为的方便化水平。一键收藏的操作方便性决定采用该策略的频次。而如果有平台同时提供对收藏的内容有效的管理功能, 如多维分类、智能标签和精准搜索功能等, 就能有助于保证用户能够维持对收藏内容的整理, 从而避免由于收藏内容管理乏力产生的负面回避。相反, 如果平台过度强调收藏功能的便捷性而缺乏相应的管理支持, 就会助长用户随意性的收藏行为, 从而加速收藏内容的无序积累。

在情感依恋环节, 电商平台的情感化设计深度调节着用户的心理投入程度。例如将收藏夹命名为“心愿单”、“我的喜欢”等情感化标签, 能够显著强化用户对收藏内容的情感联结。平台通过精心的视觉设计、即时的互动反馈等方式, 也能有效增强用户对收藏行为的情感体验。另一方面, 如果平台采用更加功能化的设计取向, 刻意弱化收藏行为的情感色彩, 就可能降低用户的情感投入程度。值得注意的是, 平台提供的社交功能, 如收藏内容的分享和比较, 也会显著调节情感依恋的强度, 社交互动可能进一步加强用户对电商平台收藏内容的心理重视程度。

4.3. 理论模型构建: 提出“双路径-有调节”的综合影响机制模型

基于前述分析, 本研究构建一个综合性的“双路径-有调节的影响机制模型”。该模型创新性地整合内部心理驱动与外部技术助推两条路径, 并通过引入系统的调节变量, 揭示各因素之间的动态交互关系, 为理解数字囤积行为提供完整的理论框架。

模型的核心机制是通过认知负担、行为适应和情感依恋三个关键变量构成的链式中介路径。这一路径清晰地描述电商平台数字囤积行为从产生到维持的完整心理过程: 用户首先因认知超载而采用收藏策略, 随着用户行为的不断重复逐渐形成行为习惯, 最终发展为对电商平台收藏内容的情感依赖。这一中介路径从理论上阐释了为什么最初作为理性决策辅助工具的收藏功能会逐渐演变为非理性的数字囤积行为, 揭示量变到质变的心理转变过程。

在该中介路径的各个环节当中, 电商平台的设计特征发挥着至关重要的调节作用。在认知负担的阶段, 信息的呈现方式和决策的辅助工具调节着认知压力作用强度; 在行为适应阶段, 功能设计和反馈机制, 调节着收藏行为的执行效率; 在情感依恋阶段, 电商平台情感化设计和社交功能调节着心理投入的深入程度。这些调节效应共同决定着核心路径的作用强度, 从而系统性影响最终的用户电商平台数字囤积程度。特别是这些调节变量之间可能存在协同或拮抗效应, 并构成复杂的调节网络。

该模型还深入考虑电商平台内部驱动因素与外部技术环境之间的多层次交互作用。用户的个体差异特征, 如认知风格、情绪特点等人格特质, 都会与电商平台设计特征产生显著的交互影响。例如, 焦虑倾向性强的用户可能会更加受平台稀缺性信息的影响, 冲动型的用户更依赖于平台的即刻收藏功能。多重嵌入的交互作用加深了对于模型现实解释力的把握, 也更有助于理解数字囤积行为的差异性。

从方法论层面考量, 该模型提出明确的实证检验路径。研究者可以通过纵向追踪或实验设计, 来测量中介变量的时序变化从而验证核心路径的存在; 通过进行多层回归或者结构方程测试调节变量的调节交互与边界作用的条件。该模型也指出了本研究设计中可能的一些路径组合形式, 包括直接效应、间接效应以及被调节的间接效应, 给予后续研究更多的理论假定空间。该模型还指明未来研究的重要方向, 包括探讨不同文化背景下调节效应的差异性, 以及电商平台数字囤积行为从量变到质变的临界点等问题。

同时, 电商平台在助力用户管理数字囤积行为方面也具备“疏导”功能。通过智能归类、过期提醒、消费行为反馈及渐进式决策引导等设计, 平台可帮助用户结构化收藏内容、识别无效信息, 并辅助其从被动积累转向理性筛选。在清理过程中提供情感化替代选项, 能够缓解决策压力, 促进有序管理。这些策略共同推动从“行为助推”到“行为疏导”的转变, 有助于构建更健康的数字消费环境。

这一综合模型为电商环境中数字囤积行为的形成机制提供系统性的理论框架。它不仅揭示行为形成的深层心理过程, 还明确电商平台设计在其中的关键调节作用, 对平台的理性设计、用户的自我行为管理以及相关干预策略的制定都具有重要的理论指导意义。未来的研究可以基于这一模型, 进一步区别于不同群体消费者和不同电商情境的机制差异分析, 使数字囤积行为认识能够得到不断的科学拓展。

5. 结语

本研究通过构建并阐释“双路径-有调节”的理论模型, 系统揭示用户在电商情境下数字囤积行为, 从认知启动到情感固化的形成机制, 其主要理论贡献在于整合心理动机与平台技术的双重视角, 突破单一解释路径的局限, 为理解数字消费中的非理性行为提供整体性分析框架。因此实践启示在于电商平台应通过优化信息架构、审慎运用情感化设计介入用户决策路径, 而用户需培养数字整理意识以阻断“收藏-积压”的行为循环; 未来研究可进一步探索不同文化背景与用户群体下的机制差异性, 并通过纵向追踪与行为实验对该模型进行实证检验与修正, 以推动数字消费行为研究。

参考文献

- [1] 罗武成. 表征·动因·反思: 数字时代的数字囤积行为研究[J]. 科技传播, 2023, 15(21): 1-4.
- [2] 刘天元, 贾煜. 青年群体数字囤积行为的形成机理及其结果效应——基于内部动因视角的分析[J]. 中国青年研究, 2023(2): 93-100.
- [3] 张艳丰, 黄亚婷, 高靖超. 大数据环境下个人数字囤积行为驱动要素识别及引导策略研究[J]. 现代情报, 2025, 45(7): 52-63.
- [4] 赵栋祥. 大数据环境下个人的数字囤积行为研究——基于扎根理论的探索[J]. 中国图书馆学报, 2024, 50(1): 96-114.
- [5] 蒋丹, 张广玲. 升序还是降序? 商品排序对在线购物车废弃行为的影响研究[J]. 中国管理科学, 2024, 32(3): 178-

187.

- [6] 赵杨, 王志华, 王林. 品牌忠诚和时间压力对强迫性网购行为的影响机制研究[J]. 东北大学学报(社会科学版), 2020, 22(5): 40-48, 89.
- [7] 罗小铃. 认知负荷视角下智能烹饪系统优化设计[J]. 设计, 2025, 38(20): 127-131.