

大数据背景下的消费统计研究

田 丽

(运城市盐湖区统计数据中心,山西 运城 044000)

摘要:现如今,伴随着互联网信息技术的快速发展,各式各样的数据处理技术以及数据分析技术已经悄然诞生,在此过程中,也诞生出了全新的互联网大数据分析技术。针对于互联网大数据分析技术的实际发展过程而言,相关工作人员需要合理利用互联网信息技术以及其他各类数据分析技术,认真研究中国市场的各类消费情况,统计各类消费数据,开展相关的消费统计与研究工作。因此,笔者将在文章以下内容中,结合互联网信息技术的发展趋势,着重研究数据统计方面的细节问题。

关键词:大数据;互联网信息技术;消费统计

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2022.06.136

1 引言

在互联网信息技术不断发展的大背景之下,互联网信息技术的实际应用价值也得到较好展现,互联网大数据分析技术以及相关数据处理技术经过多年技术研究以及技术改进之后,又呈现出了多样化的技术发展特征,在此过程中,需要相关工作人员合理利用互联网大数据分析技术,完成各类消费数据收集工作以及消费数据统计工作,针对于我国不断扩大的消费市场,以及不断延长的消费链条,工作人员必须要考虑到互联网大数据分析技术的实际应用意义以及应用价值,进一步优化互联网大数据分析技术的实际应用过程,逐步完善大数据的整体运行系统。

2 大数据的概念与意义

大数据主要指的是互联网大数据分析技术,以及与之配套的数据存储空间。大数据也可以简单理解为是互联网大数据分析技术的缩略词。互联网大数据分析技术诞生过程以及发展过程比较复杂,大约历经了十几年。互联网大数据分析技术是建立在较为基础的数据处理技术以及分析技术之上,随后伴随着计算机设备的快速发展,衍生出了较为全面化的大数据系统库以及数据集成系统。在大数据系统库内部存在着各式各样的子系统,不同子系统所运用到的数据处理方式以及数据处理模式均有所不同,在不同子系统之间也形成着相互关联的“桥梁”。多种多样的子系统相互影响、相互作用,最终形成了较为全面化、智能化、信息化的互联网大数据分析系统。

在开展消费统计以及消费调查工作过程中,均需要运用到互联网大数据分析技术以及其他数据处理技术,将收集而来的各式各样的信息进行集中处理与归纳,随后帮助工作人员更加直观清晰地看待我国消费市场的变

化情况以及变化趋势。运用互联网大数据分析技术,不仅可以进一步减轻工作人员的工作压力以及工作负担,也可以逐步提升数据处理工作以及数据收集工作的实际效率,以便为后续的消费统计工作提供良好数据支撑与保障。近十几年来,尤其是近两年,我国互联网信息技术快速发展,越来越多的现代化数据处理设备以及相关数据分析设备已经得到良好运用,各式各样的全新数据处理技术已经得到了更加全面化的技术改进以及技术优化,由此而诞生出的互联网大数据分析技术,更是显示出了互联网信息技术发展的优越性。

互联网大数据分析技术属于一种较为典型的互联网信息技术,也属于互联网信息技术应用系统的重要组成部分之一。这就意味着,应用互联网大数据分析技术以及其他各类数据处理技术,必须要依托计算机设备以及其他数据处理设备,针对于工作人员收集而来的重要数据进行集中处理与优化。在数据收集过程中,相关工作人员可以运用互联网大数据分析技术,针对于当前中国消费市场内部存在的各种问题进行集中分析。利用互联网大数据分析技术的过程比较复杂,在实际上,大部分互联网信息技术应用流程均是由数据收集开始,一直经过数据处理,最后到数据集成或者是数据整合。在此过程中,为了进一步凸显互联网大数据分析技术以及相关互联网信息技术实际应用价值,工作人员必须严格规范具体的技术操作流程。大数据的具体数据来源比较复杂,大多数属于结构性的程序数据,此类数据的主要特点在于数据的处理方式比较繁琐,数据的内部结构比较复杂。在工作人员处理相关结构性程序数据的过程中,有可能会比较出现比较复杂的技术操作问题以及设备故障问题,进而演变为各式各样的数据处理问题,许多重要数据在实际处理过

程中,也有可能存在着数据泄露问题及数据篡改问题。

3 大数据背景下消费统计方法与策略分析

在互联网大数据分析技术进一步深入研究的背景下,大数据已经对消费统计工作的具体过程产生深入影响。相关工作人员可以利用大数据以及各式各样的工作数据进行深入研究与分析,随后研究互联网大数据分析技术对多个消费主体、消费链条、消费情况、消费过程的具体影响。

3.1 对消费者进行研究

当前情况下,伴随着我国经济社会不断发展,消费者的消费行为以及消费现象也呈现出了多样化的发展特征,许多消费者的消费倾向更加趋向多元化与个性化,一部分消费者在参与消费环节的过程中,经常会消耗一定资金投入于自身的能力发展过程。消费者的消费观念以及消费行为会伴随着经济社会的发展而不断进步,也会随着经济社会的发展而受到较大的阻碍。这就需要相关工作人员在研究消费统计工作的前提之下,针对于当前的市场发展行情以及消费者的具体消费行为进行深入研究与剖析,必须要立足于消费者当前的消费心理及具体的消费倾向,研究消费者的主要消费行为。这就意味着,工作人员需要针对于消费者的消费心理合理研究消费行为的具体目的以及主要的消费过程。不同消费者在参与消费活动之中所呈现出来的消费心理及消费倾向有所不同,这有可能与消费者自身的生长环境以及生活环境有关,实际上又有可能与经济社会的发展趋势有关,如果在经济危机或者是经济动荡年代,消费者的消费倾向会趋于保守,消费者的消费心理也会趋于稳定,在此阶段,消费者一般会将其具体的资金耗费于生活用品以及食品支出之上,并不会消耗在自身的能力发展过程之中。如果经济社会发展较为良好,市场经济发展趋势较为稳定,那么消费者的消费心理及消费行为也会随时发生较大变化。一部分消费者会将其具体的资金支出用于自我发展以及自我提升等方面,也有可能是在食品消费及日常生活消费至少进行适当升级。充分利用互联网信息技术以及相关大数据处理技术,认真研究消费者的具体消费行为及消费心理,有利于探索中国消费市场的发展情况,也有利于深入研究中国市场的未来发展走向。除此之外,消费者的消费观念以及消费心理,有可能会随着消费者的年龄而逐渐变化,一部分消费者在具备工作能力以及消费能力的基础之上,可能会在短时间之内耗费大量资金,也有可能是在二三十年之内在不同消费领域正在投入大量资金,但是如果消费者并不具备工作能力以及消费能力,那么消费者的资金使用能力便会大大萎缩,一部分消费者

可能会随着年龄增加而逐渐改变了自身的消费观念及消费心理,也有可能由于消费者缺乏应有的消费意识,从而出现盲目消费、跟风消费、过度消费、超前消费等等问题。这一部分问题被统称为消费者的负面消费心理以及消费观念,在利用互联网大数据分析技术,开展消费统计工作过程中,也需要排除消费者的一些负面心理以及负面消费观念,以避免影响到消费统计工作的数据准确性与科学性。由于消费者的消费心理、消费情绪可能会受到多方因素的影响。因此,在研究消费者主要消费倾向的过程中,需要相关工作人员立足于社会主义市场经济发展的具体情境,认真开展相应的消费统计工作以及消费数据研究工作,及时排除比较复杂的消费心理及消费倾向,或者是及时剔除消费者的极端差异化消费心理、消费观念。

3.2 对消费途径进行研究

消费途径与消费者的消费心理及消费行为之间存在密切关系,消费途径主要指的是消费者将具体的资金花费于何种场所,或者是何种范围。一般情况下,消费者的主要消费途径仅仅是金钱支出以及金钱消费,也有一部分消费者需要在虚拟环境之中耗费相关金钱获得物质支撑以及精神支撑。消费者在进入消费市场之前,需要针对于自身的消费能力以及金钱支出情况进行细致分析与把控,这样做的主要原因是为了帮助消费者更加直观、清晰地看待自身的具体消费情况,进一步研究主要的消费趋势以及消费途径。在工作人员运用互联网大数据分析技术以及其他各类数据处理基础的过程中,便可以针对于消费者的消费行为及消费心理进行深入研究,从而探索出消费者的具体消费途径以及消费趋势。不同消费者在参与到市场消费环境的过程中,均可以表现出不同的消费趋势以及消费倾向,一部分消费者可能会受到消费心理以及消费观念的影响,从而导致一部分消费者选择的消费途径有所不同。利用互联网大数据分析技术,可以收集消费者的各类消费数据以及消费信息,在这之中主要包括消费者的主要消费渠道、消费途径、消费方向、消费趋势以及相关的消费金额。根据各式各样的重要数据以及重要信息,便可以研究出消费者当前的消费心理及消费观念,从而进一步推导出消费者的主要消费途径。一部分消费者的消费途径可能会随着时代的变化而出现比较复杂的变化趋势,呈现出比较复杂的变化过程,在此前提之下,工作人员则更加需要利用互联网信息技术以及相关数据处理技术,进一步调整主要的研究方向以及研究过程,针对于消费者随时可能会出现消费趋势变化情况,进行事前预判。针对于极少数消费者所存在的负面

消费情绪以及消费心理,也需要进行及时排除,在工作人员开展消费统计以及消费研究工作过程中,必须要合理考虑到消费者正常的消费情绪以及消费途径,如果消费者在消费资金的过程中存在违法犯罪倾向或者是其他不利于社会和谐发展的负面倾向,则需要及时剔除,或者是将此类数据集中录入到另一个计算机系统内部,随后运用相同的数据处理形式以及数据分析形式进行细致处理与研究,避免影响到数据处理工作的真实性与可靠性。

3.3 对消费种类进行研究

运用互联网大数据分析技术,不仅仅可以将重要数据进行集中处理与改进,也可以将相关的数据直接录入到计算机系统内部,随后运用计算机系统内部的数据分析技术以及数据集成技术,针对于复杂数据进行集中的优化与分解,以便帮助工作人员更加直观、清晰地看待中国市场内部的相关消费数据以及消费信息。在研究消费者消费种类以及消费途径的过程中,工作人员以及管理人员均可以用互联网信息技术以及互联网大数据分析技术。消费者的消费种类与消费者的具体消费途径有关,消费者的消费种类存在多样化的发展趋势。消费者的消费种类可以大致分为两种,第一种是有形的商品消费,第二种是无形的商品消费。有形的商品消费主要指的是消费者投入一定资金,通过购买或者是参与市场消费等形式获得有形的物资以及相关商品。此类有形商品消费主要指的是消费者在日常生活之中,通过购买各式各样的日常生活用品以及其他各类实际物品从而耗费的相关资金。无形商品消费,主要指的是消费者在消费的过程中也耗费了相关资金,但是却没有获得实际的物质,也没有获得实际的商品,只是获得的精神以及心理方面的满足。无形商品消费以及有形商品消费均属于消费者的主要消费种类。其次,从另一角度分析,消费者消费种类也可以划分为生存资料消费以及发展资料消费两种。生存资料消费主要指的是消费者通过消费一定数量的资金与金钱购买生活用品以及其他各类生活必需品,在此过程中,消费者所购买的各类有形商品以及无形商品均属于生存资料消费类型。消费者的发展资料消费主要指的是消费者通过投入资金促进自身发展以及自身成长,或者是进一步完善自身的身心发展过程,此类消费类型也可以属于有形的商品消费,或者是无形的商品消费。在互联网大数据背景之下,消费者的消费种类以及消费图就发生了深刻变化,不同消费者所面临的消费问题以及资金支出问题也有所不同。因此,相关工作人员在研究消费统计数据的过程中,也需要考虑到消费者当前的具体消费需要以及

主要的消费情况,同时也需要考虑到消费者的资金来源以及资金流出情况。消费者的消费途径以及消费种类各不相同,不同消费者所需要接触到的商品以及物资有所不同。不同消费者处于不同的年龄阶段以及不同的发展阶段,所需要的资金以及商品也有所不同,在此前提之下,则更加需要利用互联网大数据分析技术,针对于全体消费者的具体消费情况以及资金使用情况,进行更加深入地研究与整理。工作人员通过对各类重要数据进行集中优化与转化,便可以进一步明晰消费者的当前消费类型。

4 结束语

如果相关工作人员想要进一步完善市场统计工作以及消费数据分析工作的具体流程,则必须要立足于互联网大数据分析技术以及相关计算机设备,认真研究互联网大数据的全新应用范围以及技术应用领域,充分利用互联网信息技术以及相关大数据分析技术,集中解决复杂的统计数据以及研究数据。同时,工作人员也需要针对于消费者的消费心理、消费观念、消费情绪、消费途径以及消费种类进行细致研究与分析。笔者经过研究与调查之后,探索出了互联网大数据与消费统计工作之间的密切联系,希望通过本文的研究,可以进一步提升消费统计工作的实际效率。

参考文献

- [1]黄添羽.基于体育消费统计的体育产业发展策略[J].财富时代,2020(03):239-240.
- [2]杨涛,李法伟,蔡军.文化产业与体育产业中体育消费统计现状研究[J].首都体育学院学报,2019(04):316-320.
- [3]王月红.城镇居民人均可支配收入与消费统计分析[J].中国乡镇企业会计,2019(06):186-187.
- [4]王微,刘涛.服务消费统计的国际经验与启示[J].发展研究,2019(05):4-9.

作者简介:田丽(1980,11-),性别:女,民族:汉,山西运城人,学历:本科,职称:中级统计师,研究方向:贸易统计。