

# “互联网+”环境下 大学生消费观念探析

文/于文溶 上海立信会计金融学院

**摘要：**互联网技术的迅猛发展和普及，不仅改变了信息的传递方式、人们的生活习惯，也深刻地影响着当代大学生的消费观念。曾经，大学生消费受限于校园内的实体商店和服务，或少数的小区商场。而如今，他们面对的是一个数字化、边界模糊、内容丰富的全球消费市场。从海淘潮流、直播购物，到共享经济的兴起，传统的消费模式被逐渐颠覆，同时也产生了一系列新的消费观念。本文将深入探讨“互联网+”环境下大学生的消费观念，揭示新时代大学生的消费心理和行为模式。

**关键词：**“互联网+”；大学生；消费观念

## 引言

大学是人生中的关键时期，大学生正在经历从家庭到社会的转变、从学生到职业人的跃迁，是形成独立人格、价值观和生活方式的关键阶段。在这一阶段，他们面对的不仅是传统的社会文化和教育背景，还有互联网带来的信息洪流冲击。他们的消费观念不仅受到家庭背景的影响，还受到各种在线平台、社交媒体和数字化营销策略的深刻影响。互联网为大学生提供了前所未有的便利性。但另一方面，这种即时便捷的消费方式也可能带来冲动消费、过度消费的问题。加之社交媒体上的种种展示和比较，可能导致大学生在消费上过于追求外部认同，缺乏真正的内在需求。因此，如何平衡外部刺激与内在需求，如

何在“互联网+”的环境下培养大学生健康理性的消费观念，成为一个值得探讨的重要议题。

## 1. “互联网+”时代大学生消费观念转变的根本动因

### 1.1 消费媒介滋生

互联网背景下，信息的传播速度极快，时尚潮流的意识传播不断刷新，大学生很容易受到这些信息的影响，产生追求新鲜、与众不同的消费欲望<sup>[1]</sup>。信息传播形式与速度的改变，不仅影响了人们沟通的方式和效率，也深刻影响了消费行为和消费观念。网络支付手段的完善、第三方支付平台的兴起，使“花钱”这一行为变得非常便捷，但同时也减弱了大学生对金钱的实感。许多大学生在消费时，看到的只是手机APP里数字的加减，而不再通过实际的现金交易感受到金钱的流失。这种支付方式为大学生提供极大的便利，但也导致他们更容易陷入超前消费的病态消费模式中。加之商家的降价宣传、秒杀活动等商业策略，使缺乏生活经验的大学生难以分辨“真优惠”和“假宣传”，很容易受到瞬时诱惑，掉进“消费主义陷阱”，做出冲动的消费决策。

### 1.2 教育引导短缺

对于大学生来说，大学阶段是其独立生活、开始接触和了解消费社会的关键时期。在这一阶段，如果价值观教育不能为学生提供恰当的引导，那么大学

生很可能会形成有偏差的消费观念。大学生进入大学学习后，家庭教育不能时刻关注学生发展，而高校教育过于注重学术理论，容易忽视对学生日常生活能力的培养。高校的课程设置中也很少涉及与现实生活密切相关的内容，导致学生在面对真实的消费场景时，缺乏基本的知识和技能支撑，容易被市场上的各种陷阱所诱惑。再者，大学生在高校生活中所识所见还比较浅薄，一些名牌文化、豪华生活方式被部分学生当作是地位和身份的象征。这种文化氛围影响下的学生，容易产生盲目追求名牌和奢侈品的心态，从而导致过度消费。另外，虽然许多高校都设有学生事务中心或心理咨询中心，但对于学生的消费观念和行为引导不足，很少有专门的项目或活动针对学生的消费观念进行培训，学生在消费过程中缺乏必要的引导。

### 1.3 主体意识迷失

随着社会的进步和开放，大学生在日常生活中开始过度追求自我、标榜自由。他们追求个性化、时尚化消费，希望通过这种方式表达自己的态度。然而，这种追求在某种程度上却成为他们的负担。他们在消费时容易受到外部环境的影响，尤其是同龄人之间的攀比和虚荣心，导致消费行为变得更加盲目冲动。这种欲望进一步放大他们之间的攀比心理，使其在消费时更加追求短期的满足，忽视长远的规划和理性的判断<sup>[2]</sup>。这些会导致许多按月领取生活费用的大学生，在月初获得短暂的“消费自由”之后，又

在月末变得捉襟见肘。大学生在进入校园生活后，对于生活费用有一定的支配权，看似拥有消费的自主权，实则被消费主义牵着鼻子走，不能掌握自己消费的方向与节奏。他们常常陷入一种“不知道钱花哪儿去”的迷惑，嘴上表达着要在下一个月节约用钱，却在每个月周而复始地上演重复的戏码，在消费中无法掌控自己的行为，迷失主体意识。

## 2. “互联网+”时代大学生消费的社会表征

### 2.1 信息不对称与算法优化导致的选择偏差

互联网平台的发展确实为大学生带来便捷的购物体验，但随之而来的是信息不对称的问题。尽管网络提供丰富的产品信息，但消费者很难对所有信息进行深入了解和比较。为了优化用户体验，许多电商平台都采用推荐算法，旨在为用户提供个性化的推荐。这种算法基于用户的浏览历史、购买记录和其他在线行为。然而，这种个性化推荐可能导致选择偏差。因为算法会持续推荐与用户历史行为相似的内容，消费者就会陷入“信息茧房”的困境，难以看到更广泛多样的产品或服务。此外，由于算法优化的核心是增加用户的点击率和购买转化率，会过度强调某些流行或高利润的商品，而忽略其他更适合用户的选择，所以这样的选择偏差容易导致大学生购买不实用、不经济或不符合其真实需求的产品。

### 2.2 社交媒体与同伴效应强化的消费冲动

社交媒体在现代大学生生活中占据极为重要的地位。在平台上，他们可以看到朋友、同学的消费动态。这种持续的社交暴露导致强烈的同伴效应，即大学生会受到身边人消费行为的影响，从而调整自己的消费观念和行为。大学生

进入陌生的校园环境，在孤单的生活处境下，急需寻求一种快速的认同方式。当这种同伴效应与移动支付的便捷性相结合时，消费冲动问题变得更加严重。社交媒体平台上的即时展示和推广，加上一键购买的简单流程，导致大学生在没有充分思考和比较的情况下迅速做出购买决策，而这种冲动购买缺乏计划和预算，容易导致经济压力和资源浪费<sup>[3]</sup>。

### 2.3 消费观念转变与价值观的碎片化

随着社会的发展和互联网的渗透，传统的消费观念正在发生变革。现代大学生所面临的消费环境与前几代人有着显著的不同。由父代的商品短缺发展到子代的物质丰裕，社会巨大变迁导致消费观念的不适用，代际间的消费观念无法传承。这种环境中，互联网背景下形成的新消费观念不仅是满足基本生活需求，更多的是表达个性、追求快乐和社交认同的手段。这种消费观念的转变导致价值观的碎片化。在一个强调个体主义和即时满足的社会中，大学生更容易受到短期利益的诱惑，而忽视长远的目标和计划，更容易为了短暂的快乐和社交认同而进行不经济、不合理的消费。

## 3. “互联网+”时代实现大学生健康消费的现实路径

### 3.1 强化消费教育，提高大学生的消费素养

当代大学生生活在一个信息爆炸的时代，每天都会接触到大量的商业广告。这些信息不仅会影响他们的消费决策，还可能导致他们形成不科学、不理性的消费观念。为了应对这一挑战，需要确保学生具备足够的消费知识，了解消费的基本原则，能够识别和抵制不合理的商业宣传，并做出明智的消费决策。为了实现这一目标，可以在大学课程中增加消费教育的内容。例如，家庭财务管理课程可以教授学生如何规划和管理自己的财务；广告鉴别技巧课程可

以帮助学生识别广告中的误导性信息，避免受到商业宣传的影响；电商平台使用技巧课程则可以教授学生如何在互联网上安全、有效地购物，识别和避免网络诈骗等。

此外，高校还应该提供实践机会，让学生将所学的消费知识和技能应用于实际生活中。比如，高校可以组织模拟购物活动，让学生在有限的预算内购物，锻炼财务管理和决策能力。或者，高校可以邀请专家举办讲座，分享他们的消费经验，帮助学生避免常见的消费陷阱。最后，高校还应该加强与社会各界的合作，形成一个多元化的消费教育网络，可以与商家合作，让学生参观商家的生产线，了解商品的生产过程和成本，帮助他们形成科学、理性的消费观念，也可以与消费者协会合作，开展消费教育活动，提供真实有效的消费建议<sup>[4]</sup>。

### 3.2 强化网络素养教育，培养健康的在线消费习惯

随着互联网技术和电子商务的快速发展，网络已经成为当代大学生的主要消费场所。在这样的背景下，网络素养教育成为一个不可或缺的重要环节，旨在确保学生安全、有效地使用网络资源，同时养成健康的在线消费习惯。

首先，网络素养不仅是技术层面的知识和技能，更重要的是培养学生的网络伦理观念和批判性思维能力。应当教授学生如何辨别网络上的虚假信息，培养信息筛选和鉴别能力。

其次，学生需要了解到不仅是虚假信息，连续的在线广告和商业宣传也会影响消费决策。在互联网时代，各种广告和推荐算法经常会根据用户的喜好和浏览记录为其推送相关内容，导致学生在不自觉中被商业宣传所影响，做出不理智的消费决策。因此，应当加强对学生的网络广告鉴别教育，教授他们如何看待这些广告，以及批判性地看待网络上的各种商业宣传和社交媒体趋势<sup>[5]</sup>。

再次,随着网络交易的普及,学生的财产安全和隐私保护也面临着前所未有的挑战。钓鱼网站、虚假商家、不明链接等网络诈骗手段层出不穷,大学生作为互联网的主要用户群体,很容易成为诈骗的目标。因此,应当加强对学生的网络安全教育,教授他们如何识别和防范各种网络威胁,保护自己的隐私和财产安全。

最后,为确保学生能够健康地使用互联网,高校还需要提供相关的支持服务,如开设网络素养热线,为学生提供网络使用方面的咨询和帮助,或者定期举办相关的讲座和培训,帮助学生提高网络使用能力。

### 3.3 树立合理的消费观念,掌控消费自主权

从电商平台的各类优惠促销到社交媒体上的消费推荐,大学生随时随地被置于“花钱”的氛围中。这就要求大学生不仅要有清晰的消费观念,更需要拥有对金钱的强烈管控能力。提升金钱的管控能力意味着要建立起对金钱的尊重和正确的价值观。同时,学生应该培养财务规划的习惯,更好地进行消费决策。而且,大学生要杜绝盲目攀比消费。在社交媒体高度发达的今天,人们很容易受到他人的影响,产生非理性消费。大学生要学会独立思考,不被外界的声音所左右,做到心中有数。消费不是为了满足他人的眼光,而是为了满足自己的需求。与此同时,提倡合理消费,强调消费的质量。购买物品或服务时,要学会权衡其价值和实际需要,根据自己的实际情况和需求合理选择,避免冲动消费。此外,积极参与金融教育和训练活动也是提高金钱管控能力的有效方式。面对日益增长的消费诱惑,大学生必须加强自身的金钱管理和消费观念,确保自己在享受现代化生活的便利时,不失去对金钱的控制,走向理性、健康的消费之路。

### 3.4 推广绿色可持续消费理念

在当今全球化的时代,随着科技进步和经济发展,人类对自然资源的开采和消费速度远超过自然的恢复速度,可持续发展和绿色消费理念显得尤为重要。特别是对于大学生这一年轻群体来说,他们不仅是未来社会的主体,更是绿色消费理念的传承者和实践者。因此,如何在大学生中推广绿色可持续消费理念,成为当务之急。需要在课程设置中融入绿色消费和可持续发展的相关内容,通过系统性教育,让学生了解资源的有限性,认识到每一次消费都与环境息息相关,从而树立绿色消费的观念。也可以设立绿色消费研究中心或相关机构,负责绿色消费的研究、宣传和实践。通过组织研讨会、讲座和培训活动,推广绿色消费理念,为大学生提供绿色消费的知识。此外,还可以利用现代信息技术如互联网、移动应用等,开展线上绿色消费教育和宣传活动,通过各种校园活动增强学生的绿色消费意识。

## 结语

随着互联网技术的飞速发展并深入人们日常生活的各个方面,大学生



作为数字时代的代表人群,其消费观念也发生深刻的转变。从线上购物到移动支付,从社交媒体推广到直播购物,这一代年轻人的消费模式有着显著的不同。然而,这背后不仅是技术的影响,还涉及社会、文化、教育等多方面因素。“互联网+”时代为大学生带来前所未有的便捷,但同时也带来一系列消费观念上的挑战。攀比、冲动消费、对品质和服务的追求,以及对虚拟世界和现实世界之间界限的模糊感,都是这一代大学生必须面对的问题。为此,不仅需要学生自身加强消费教育、提高消费素养,更需要学校和社会的共同引导。高校应该积极寻找对策,培养大学生的理性消费观念,帮助他们在数字时代做出更为明智的消费选择。📌

## 参考文献:

- [1]林晓珊.新型消费与数字化生活:消费革命的视角[J].社会科学辑刊,2022(1):36-45,209.
- [2]张敦福.从消费异化到消费者主体性消费研究理论的变迁及其社会学反思[J].社会科学文摘,2021(3):55-57.
- [3]陈振中.“情感体制”视角下大学生消费行为探析[J].南京师大学报(社会科学版),2021(5):46-55.
- [4]赵蓓.浅议“网生代”大学生互联网消费的引导[J].教育理论与实践,2020,40(9):35-37.
- [5]宁阳,刘玉洁,侯耀华.大数据时代消费异化的特征、根源及其破解[J].福建论坛(人文社会科学版),2023(3):140-148.

作者简介:于文溶,硕士,讲师,研究方向:社会学。

基金项目:上海高校青年教师培养资助计划——课程思政视野下推进高校少数民族学风建设路径研究(编号:ZZLX21085)。