

关于大学生日常消费情况的分析

孙嘉阳

(武汉理工大学 武汉 430070)

摘要:为调查大学生日常支出及对生活费的分配情况,选取60位在校大学生作为分析样本,以2022年10月5日—10月28日为研究时间起止点,采用问卷调查法和内容分析法对60份样本进行数据分析,综合进行定量研究和定性研究,得出大学生在各个方面的支出占比,从而解释当前大学生主要的消费性质及消费习惯,为大学生进一步形成正确健康的消费观提供借鉴和参考。

关键词:大学生;日常消费;生活费;消费观

中图分类号: G641 **文献标志码:** A **文章编号:** 1673-291X(2023)14-0130-03

一、研究背景及研究目的

随着我国经济的高速发展,人们的生活水平和消费水平不断提高,消费观念也随之发生了深刻的变化。但是,随之而来的还有奢侈消费、攀比消费等不合理的消费方式。作为一个有着独立思想且具有代表性的群体,大学生的消费状况、消费观念与消费习惯,对我国当前甚至未来经济的发展和消费文化的建设都有很大的影响。为此开展了“关于大学生日常消费情况”的问卷调查,以真实了解当代大学生的消费水平和消费现状,把握大学生消费心理和消费行为,从而有助于培养大学生形成科学、理性、健康的消费观念。此次调查的主要对象是在校大学生。通过对他们生活费和相关问题的一系列调查,了解当代大学生的消费心理,从而对引导当代大学生理性消费,树立正确健康的消费观念有所助益。

二、文献综述

“00后”大学生身上有许多新特点、新生机。大学生消费观念受到社会经济环境的影响,尤其是受当前生活质量提升,可以使用的资金增多,从而生活费用增多的影响。为此,在问卷中提出了“主要经济来源”这一问题,并得出了大概数据。此外,消费观念的提升和消费实力的增强都对其消费产生了重大影响。同时,在消费方面也不可避免地存在一些不合理问题。近些年,大学生的数量急剧增加,有关校园贷的新闻和陷阱也屡见不鲜。根据2021年10月的一份调查数据显示,39.7%的大学生月均超前消费金额为500—1000元,32.4%的大学生月均超前消费金额为300—500元。此外,还

有14.7%的大学生月均超前消费1000元以上,13.2%的大学生月均超前消费在300元以内。^①当代大学生作为消费的主要群体之一,应该警惕消费陷阱。根据调查问卷结果分析得出部分数据,希望能够正确引导大学生形成健康的消费观。

三、研究设计与方法

为了使课题研究结果更加准确可靠,将定量研究和定性研究相结合。具体采用了问卷调查法和内容分析法这两种方法。事先设计了8个具有代表性的问题,发布了问卷,收到了60份调查结果,将这60份问卷作为样本,并结合内容分析法,得出了关于大学生消费的一些数据和结论。

1.自填式调查。由于时间和地点的限制,采用了自填式调查中网络调查的方法,实施简单,费用低廉。为全方位地调查当代大学生的消费结构、消费方式、消费心理等问题,主要设计了8个问题,涵盖了大学生的收入、消费目的、消费结构、消费水平等各个方面,也考察了当代大学生的金钱储蓄意识和理财观念。本次调查实际收回有效问卷60份,其中,女性样本48份,男性样本12份。问卷具体如图1。

2.访问式调查。此次调查是对自填式调查结果进行补充的关键步骤。此次访问提出了一些补充问题,结合问卷的分析数据,对课题研究结果进行补充分析。

四、研究发现

关于研究发现方面,采用内容分析法来阐述研究结果。笔者根据所得问卷的数据,再运用spss分析软件,进行定量研究,结论主要以一些饼图、条形图作为依据。

作者简介:孙嘉阳(2003-),女,黑龙江哈尔滨人,学生,从事网络与新媒体专业数字出版方向研究。

^①来自新浪网艾媒咨询2021.10.21《大学生群体消费数据分析》网址 https://k.sina.cn/article_1850460740_6e4bca4402000vkfl.html?ivk_sa=1024320u



图1 调查问卷

1.关于每月平均生活费消费。从在校期间的月生活费来看,被调查者中每月生活费在 600—1 000 元的仅占 8.33%,每月生活费在 2 000 元以上的占 20%,大多数被调查者的月平均生活费集中在 1 000—1 500 元及 1 500—2 000 元(如表 1)。

表1 大学生月平均生活费数据统计

	频率	百分比	有效百分比	累积百分比
1 000—1 500	16	26.7	26.7	26.7
1 500—2 000	27	45.0	45.0	71.7
有效 2 000以上	12	20.0	20.0	91.7
600—1 000	5	8.3	8.3	100.0
总计	60	100.0	100.0	

2.被调查者每月主要消费项目(消费结构)。将此题目设置成多选题,从图 2 可以看出,大学生的主要消费项目集中在饮食、购置衣物、生活用品和学习用品四大类,这一点也可以从访谈中得到证实。其中娱乐旅游消费占比最低。由此可以得出,大学生经济支出主要集中于生存资料消费。然而,不可忽视的是,随着我国经济的发展,大学生的消费也显示出明显的多样化趋势,并且根据访问调查结果显示,部分学生也会在经济条件允许的情况下在娱乐和社交上扩大支出。

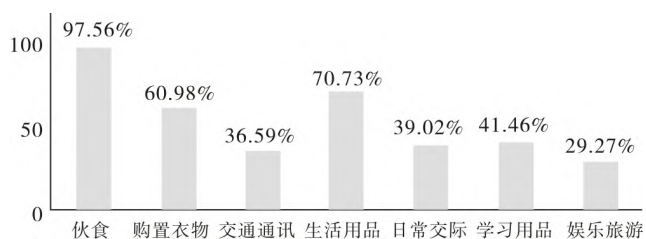


图2 大学生消费结构的数据分析

(1)关于被调查者的消费方式和观念。据调查(见表 2),11.7%的被调查者在拿到一个时期的生活费时不会做什么安排,只是随意取用;70%的被调查者选择一边支出一边计划;只有 8.3%的被调查者会全部计划好之后再花,也有 8.3%的同学选择能省则省,节约消费。

表2 大学生消费方式的数据分析

	频率	百分比	有效百分比	累积百分比
能省则省	5	8.3	8.3	8.3
其他	1	1.7	1.7	10.0
有效 全部计划好再花	5	8.3	8.3	18.3
想花就花	7	11.7	11.7	30.0
一边花一边打算	42	70.0	70.0	100.0
总计	60	100.0	100.0	

根据调查发现,当前大学生借贷行为并不常见。研究数据显示,86.67%的大学生从未使用过借贷软件及服务,仅有 13.33%的大学生会使用借贷软件,对购买的价格较高的商品进行分期付款(见表 3)。关于奢侈品消费情况,73.33%的大学生是从不购买奢侈品的,仅有 26.67%的大学生在衡量自己的财力后偶尔购买奢侈品。且被调查者不存在经常购买奢侈品的情况。这说明当代大学生规避风险的意识较高,且能够保持理性消费。

表3 大学生借贷情况统计

	频率	百分比	有效百分比	累积百分比
从不	52	86.7	86.7	86.7
信用卡	1	1.7	1.7	88.3
有效 花呗	3	5.0	5.0	93.3
花呗 信用卡	1	1.7	1.7	95.0
花呗 借卡	1	1.7	1.7	96.7
花呗 其他	2	3.3	3.3	100.0
总计	60	100.0	100.0	

的观念,会从实际的消费能力出发,量入为出,适度消费(见表4)。

表4 大学生购买奢侈品情况统计
是否购买奢侈品?

个案数	有效	60
	缺失	0

是否会购买奢侈品?

	频率	百分比	有效百分比	累积百分比
从不	44	73.3	73.3	73.3
有效 偶尔	16	26.7	26.7	100.0
总计	60	100.0	100.0	

(2)关于大学生的理财和储蓄观念。调查显示(见表5、表6),33.33%的被调查者认为生活费能够做到有富余。这些被调查者中,38.33%的人选择将剩余的钱存入银行备用,53.33%的人选择用于下月花费,仅有5%的人选择花光。结合访谈的记录发现,当代大学生的储蓄观念较强,会有计划地存钱留作备用,且有少部分的大学生有较强的理财观念,会购买风险较低的理财产品。

表5 大学生对零花钱数额的分配及认识统计

	频率	百分比	有效百分比	累积百分比
不够	11	18.3	18.3	18.3
刚好够用	29	48.3	48.3	66.7
有效 有富余	20	33.3	33.3	100.0
总计	60	100.0	100.0	

表6 大学生储蓄观念的数据统计

	频率	百分比	有效百分比	累积百分比
其他	2	3.3	3.3	3.3
存入银行备用	23	38.3	38.3	41.7
有效 用于下月花费	32	53.3	53.3	95.0
花光	3	5.0	5.0	100.0
总计	60	100.0	100.0	

五、研究结果讨论

(一)深入讨论

结合 spss 的分析数据结果以及上述访谈记录发现,网络上关于大学生消费的负面新闻反映的只是少数人的情况,理性消费仍是主流。中国大学生的主要经济来源于父母,多数学生没有兼职收入,因此每月可

支配的金额仅限于生活费。由于消费金额有限,大学生们在花钱时一般比较谨慎,讲求性价比,会尽量购买那些物美价廉的商品。因此,讲求实际、理性消费仍是当前大学生主要的消费观念。

(二)结论对比

通过网络上查阅的已有数据来看,与本调查结果基本相同。从2021年的一组调查结果来看,超过70%的受访大学生的主要经济来源是父母给予的生活费,少部分会通过兼职等渠道增加收入,因而大学生群体在进行购物、文娱、知识付费等项目消费时,对性价比的关注度普遍较高,这是大学生在预算约束下进行理性消费的一种表现。因而,商家在进行产品营销时推出的群体性消费、拼单、二手置换等高性价比的新兴消费方式更容易吸引大学生。

(三)局限性分析

此次调查过程共收到有效问卷60份,其中女性样本48份,男性样本12份,男女样本比例相差较大,在进行独立样本T检验时男性样本不够具有普遍性。

六、建议

(一)个人方面

大学生要牢固树立科学合理的消费观念。大学生是一个庞大的且具有代表性的消费者群体,经济来源大多靠父母,因此在消费时应尽量考虑到家庭经济状况,不能盲目跟风,警惕消费陷阱,切忌攀比性消费,以免陷入消费误区。为此,大学生应该进一步提高独立意识,培养理财能力,培养良好的消费心理,抵制奢侈攀比消费;还要制订一份合理的消费计划,不能做“月光族”。

(二)家庭方面

父母要坚持原则,在提供消费自由的同时也要适当控制,要在潜移默化中促使孩子形成正确的消费观念。

(三)社会方面

营造良好的市场环境,杜绝社会上的不良风气,加强对市场的监督和管理,积极扶持和营造新风气,促进健康、绿色消费文化的发展。

(四)学校方面

要营造良好的校园消费环境,对大学生进行消费心理和消费观教育,积极引导大学生树立正确的、绿色的消费观。

参考文献:

[1] 范佳瑜,雷齐圣,唐佳慧,等.“00后”大学生消费心理现状调查及引导策略研究:以上海某高校为例[J].营销界,2021(20):91-92.
[2] 黄奕为.大学生消费现状及勤俭节约观养成探究[J].财富时代,2021(12).
[3] 明贝.大学生消费行为现状及引导策略研究:基于H市三所高校的研究[D].哈尔滨:黑龙江大学,2021.

[责任编辑 若云]