**调研报告**

**题目：零零后大学生的消费行为调研**

**班级：计算机科学与技术2022-1班**

**成员：陈政、仇会铠 、邴英茹、谷京京、王梦、陈春艳、公蕊、吴庆菲、李欣怡、王岩松、李家豪、韩亚霖**

**摘 要**

**本次调研以山东科技大学为主的00后在校大学生为对象，探讨他们的消费行为及消费观念。通过发放问卷和深入访谈，分析大学生的消费情况，发现其消费水平普遍较高，存在网络消费比例大、超前消费等问题。基于此，提出了一系列对策和建议，包括校园绿色消费培训、家校合作、结合思政理论课开展教育以及构建互联网绿色消费环境等，希望能帮助大学生树立健康理性的消费观。**

**关键词：消费行为；大学生； 零零后； 消费观念； 健康消费**

**目 录**

**1** 选题背景和意义 **………………………………………………………**………4

2 调查方法 ……………………………………………………………4

2.1定量分析 ………………………………………………………………4

2.2定性分析 ………………………………………………………………4

3调查过程 ………………………………………………………………………5

3.1文献综述和问卷制作 …………………………………………………5

3.2 问卷发放 ………………………………………………………………5

3.3 深入访谈 ………………………………………………………………5

3.4 数据分析 ………………………………………………………………5

4内容 ………………………………………………………………………………4

4.1调查结果…………………………………………………………………4

4.1.1 大学生消费观念现状描述 ………………………………………4

4.1.2大学生消费观念出现的问题 ……………………………………4

4.2对策和建议………………………………………………………………5

4.2.1 校园开展绿色消费培训 …………………………………………7

4.2.2 家庭教育传授消费方法 …………………………………………7

4.2.3 商家积极构建绿色消费环境 ……………………………………8

参考文献

致谢

**1.选题背景和意义**

近年来，国家越来越关注大学生的消费行为及其背后的消费观念。教育部在多次会议中强调要加强大学生正确消费观的培养，并切实畅通正规校园信贷渠道，以保护学生的权益和校园的稳定[1]。党的二十大报告更是强调要实施全面节约战略，倡导绿色消费，推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式。

同时，一些大学生不健康的消费观导致了问题。社会经验缺乏、风险防范意识薄弱的大学生，往往会因为对物质的需求和对新鲜事物的好奇心而陷入消费陷阱[2]。例如，很多大学生借助网贷和信用卡进行超前消费，甚至以卡养卡，导致背负沉重的债务。部分新毕业的大学生，每天都在为如何还款、信用卡逾期等问题烦恼，缺乏正确的消费观念和理财知识，容易深陷不良消费的泥潭。

而大学生作为社会未来发展的中坚力量，他们的消费观是否健康、理性，关乎未来社会发展的稳定性。因此，大学生消费观的教育是高校人才培养的核心议题。本次调查以山东科技大学为主的00后在校大学生为对象，深入研究了他们的消费习惯和观念。希望以此帮助新时代大学生建立更为健康的消费观，提高其消费意识和理财能力，从而促进其全面发展。

**2.调查方法**

**2.1定量分析**

在调研过程中，通过系统的文献研究，我们了解了当前领域的理论框架和研究动态，确定了需要关注的核心指标与概念。这为我们设计包含消费行为、消费心理等方面的问卷提供了理论支持。问卷通过网络平台分发，以确保样本的广泛性和代表性。数据收集后，我们利用统计软件进行分析，包含描述性统计和复杂的相关性或回归分析，从而得出综合结论，并为提出相关建议提供依据。

**2.2定性分析**

为深入理解研究对象的消费观念和行为动机，我们对部分参与者进行了深入访谈，获得了详细且深层次的信息。同时，通过对个别典型样本的详细分析，我们探讨了个案消费行为的特殊性和共性。最终，我们对访谈和案例研究中的定性数据进行编码和主题分析，并将其与定量数据的分析结果结合，确保研究结论的全面性和可靠性。

**3 调查过程**

**3.1文献综述和问卷制作**

首先，我们查阅了大量有关大学生消费行为的文献，了解已有的研究成果。然后，小组内进行了讨论，初步收集了一些消费观念的信息，并根据这些信息，利用问卷星平台制作了调查问卷。

在制作调查问卷的过程中，为了获取广泛而详尽的数据，并尽可能方便填写，我们制作了两种问卷：基本情况调查问卷和深入调查问卷。基本情况调查问卷主要针对学生日常的基本支出，例如每月消费、各类支出等；深入调查问卷则在基本情况调查问卷的基础上，针对消费观念进行深入分析，并邀请有意愿的受访者留下联系方式，参与接下来的访谈。

**3.2问卷发放**

我们通过线上和线下相结合的方式发放问卷。线上主要通过互助群、贴吧、表白墙等平台发放问卷，线下则在学校食堂、图书馆门口等地进行问卷调查。为了覆盖更多内向学生，我们还进行了宿舍抽样调查。

**3.3 深入访谈**

根据问卷调查的结果，我们选择了几名具有代表性的用户进行了深入访谈。这些同学在消费水平、兴趣爱好和社交等方面具有代表性。根据深入问卷的情况，我们制定了访谈大纲，并进行了详细的访谈。访谈内容从个人基本信息和消费习惯切入，深入探讨消费偏好和消费时的心理，最终归结于消费观念（如保守消费还是超前消费）。

**3.4 数据分析**

小组内对收集到的定量和定性调查结果进行了分析，撰写报告。通过定量分析，我们对大学生的消费基本情况进行了统计分析；通过定性分析，我们结合AI大模型，提取出了合适的主题。

**4 内容**

**4.1调查结果**

**4.1.1大学生消费观念现状描述**

**4.1.1.1基本情况**

本次调查共收到了调查问卷762份，去除重复填写和无效填写后，最终收到有效调查问卷642份。其中线下填写101份，线上填写541份。问卷中，有155人填写了深入调查问卷。共57人愿意进行下一步访谈，从中选取了7名具有代表性的案例进行访谈，最终成功访谈了6人。

在定量分析部分，我们通过消费总额和消费支出两方面给出整体结果；在定性分析方面，我们通过消费水平，消费渠道和消费心理三方面给出结论。

综合问卷分析和访谈的结果，我们得出当代大学生消费观念的基本情况：当代大学生消费状态呈现出高消费水平、网络消费普遍、部分存在超前消费和冲动消费的特点。

**4.1.1.2定量分析调查结果**

通过数据分析发现，大学生的月收入在1500-1999元的占比较高，为41.03%。在收入来源上，大学生的收入主要来源于父母，占比最高，为59.43%；有32.55%的大学生在父母给予的基础上，会自己赚取一定的生活费。

大学生的消费支出主要集中在食品、生活用品及服务、服饰鞋帽这三个方面。食品占比最高，为42.70%；生活用品及服务排名第二，占比24.06%；服饰鞋帽排名第三，占比22.55%。此外，大学生在医疗保健、教育文化娱乐和交通通信等方面也有一定的支出。医疗保健占比9.86%，教育文化娱乐占比9.47%。调研还发现，大学生在追求自我提升方面，主要集中在专业技能、兴趣爱好和语言能力等方面。

**4.1.1.3大学生消费观念整体面貌**

**4.1.1.3.1消费水平普遍较高，消费主动性强**

大多数大学生凭借家里提供的生活费，可以维持较高的消费水平，即每月消费基本都在一千元以上。一些学生为了购买自己喜欢的商品，或进一步提升消费水平，会选择以勤工俭学的形式增加额外收入，这使得大学生的消费等级长期维持在较好程度。此外，一些学生即便不缺少对商品或服务的需求，也会在接触到商品或服务的宣传广告时，被其内容所吸引而开始消费。

**4.1.1.3.2网络消费占比高**

当代大学生是网络购物的主要客户群体。由于大学生可自由支配的课下时间较多，使得他们的课余生活比较丰富，促进了他们的娱乐需求，从而使大学生的消费方向开始由单一朝多元方向发展。除了简单的校内外聚餐和日常学习用具的采购外，许多大学生开始接触健身、美容等项目，并培养了各种兴趣爱好，这些非必需用品也逐渐成为他们所认为的“必要消费”。

**4.1.1.3.3存在超前消费，但有计划的消费仍然存在**

一些大学生在购买商品时，存在虚荣心理，往往会把物品的价格和自身的实际财务状况割裂开来，并在花呗等软件的助长下，出现了超前消费的行为。但也有很多学生会选择计划消费，即提前计划好日常固定支出，并根据自身的经济情况，在保障不降低生活水平的基础上，适当增加消费金额。此外，一些学生的消费意愿并不强烈，除了日常开销外，并不会产生较多的娱乐消费。

**4.1.1.3.4网红消费流行，网络带货不可忽视**

部分大学生常常观看抖音、小红书等平台的带货博主，被网红推荐的时尚产品吸引，希望通过购买这些商品来增强自己的时尚感，以在社交群体中获得更多的认同。他们会花费较多的时间和精力关注网红的穿搭风格、美妆技巧等，并试图将其复制到自己的生活中。同时，在遇到需求时首先购买网红博主推荐的产品。值得注意的是，一些大学生观看网红直播是出于“代入感”的原因，他们将观看网红带货直播当作一种“慰藉”。

此外，对于一些家庭比较困难的学生，国家和学校提供了许多支持，生活水平可以达到温饱。在衣食住行上，学校食堂提供价格优惠的饭菜，其中面条、米饭和土豆丝等价格在1.5元、1元和2元。

**4.1.2大学生消费观念出现的问题**

**4.1.2.1过于重视物质及娱乐消费**

结合调查结果来看，物质性娱乐性消费是大学生普遍认可的消费方向。从客观角度来看，娱乐消费和物质消费都是必要的消费方向，适度娱乐可以陶冶情操，更能够舒缓学生的学习压力、社交压力。而物质消费可以提高大学生的物质生活满足感，也是满足大学生情绪情感需求的合理手段。

但深入调查发现，在大学生普遍接触物质娱乐消费的表象下，已经出现了过度依赖娱乐和物质消费的现象（不必要的娱乐消费超过月生活费的30%，则被视为过度）。这是指一些大学生会省下吃喝和购买学习用品的钱，转而在游戏或虚拟平台中充值，以此来提升自身在虚拟世界中的地位和形象。还有一些学生沉迷于用金钱包装自己，认为接触越多的社会娱乐项目，自身的社会视野越能得到锻炼。但实际上，这种错误的消费习惯，只会降低大学生的思想水平，使之只习惯泛娱乐化的生活环境，对其未来发展造成不可逆的消极影响。

**4.1.2.2没有支出计划**

大部分大学生尚未完全实现经济独立，其生活费主要依赖于父母给予，平均每月生活费在1500~2000元。然而，很多大学生都没有自己的消费支出计划，或是有自己的消费计划但并不能很好地执行，不会真正意义上去对每个月的生活费进行合理规划，往往根据自己的主观意识去决定，且他们的消费支出大多是临时的，会受到外部因素的影响从而产生偏差。这就导致了部分大学生每月的收支不平衡，钱总会在不知不觉中流失，到月底时往往捉襟见肘，甚至部分大学生到月中时就会面临生活费不够的问题。

**4.1.2.3冲动、超前消费**

随着社会的快节奏发展以及信息技术的普及，人们逐渐学会使用更为便捷的电子货币、信用卡和快捷支付等方式来代替纸币交易。但是这种快捷的支付方式在一定程度上促成了部分大学生冲动、超前消费观的形成。由于没有合理的支出计划，加之受外界因素的影响，往往比较容易产生冲动消费、超前消费、报复性消费等问题。部分大学生在消费时会受到广告、促销等的影响，当遇到优惠力度大的机制时会激发大学生的购物欲从而产生冲动消费，购买了大量的产品。部分大学生也会受身边同学朋友的影响冲动消费，购买一些不是自己急需的产品。

尤其是互联网给大学生带来了获取知识的便利手段，更加促使了这种情况的发生。首先，随着互联网技术的发展，虚拟支付成为了大学生进行消费的主要方式之一。虚拟支付具有方便快捷、无须携带现金等优点，然而，这也给大学生的消费行为带来了一定的风险。虚拟支付的便利性可能会让大学生忽略了自己的经济能力和消费需求，从而导致超前消费的行为[3]。其次，直播带货也是导致大学生进行超前消费的原因之一。在互联网时代，直播带货已经成为了一种新型的消费方式，大学生可以通过直播购物平台了解和购买最新的商品。然而，一些大学生可能是被营销手段所吸引，从而导致超前消费的行为。最后，在互联网时代，信贷金融成为了一种普遍的借贷方式。一些大学生可能会通过信贷金融手段获取额外的资金来满足自己的消费需求，从而导致超前消费的行为，甚至导致债务危机。

**4.2对策和建议**

**4.2.1校园开展绿色消费培训**

校园作为培育大学生的重要场所，也应当重视自身的教育责任，用多元丰富的方式面向大学生开展绿色消费培训，并注重消费观培育的实践属性，让学生在实践过程中将绿色理性消费观点内化于心、外化于行。

建议校方直接在校内开展健康消费的实践培训，可以让辅导员结合现实素材示范如何进行合理消费，帮助学生客观看待消费。还可以聘请经济学相关的专业讲师，为学生讲解消费的本质及其社会意义，结合生活化的现实素材帮助学生理解。此外，辅导员可以对大学生日常的消费行为进行调查，整理出普遍存在的错误消费和不合理消费案例，在绿色消费培训过程中将相关案例以反例的形式讲解，帮助学生建构正确消费的概念，明确什么是错误消费，从而在实际消费过程中，建立前瞻思考的习惯，有效避免不合理消费行为[4]。

**4.2.2 家庭教育传授消费方法**

当代大学生的消费观念受到家庭成员潜移默化的影响，在步入大学校园前，学生家长的消费习惯与消费引导在一定程度上决定着大学生的未来消费习惯。学生家长在家中，衣食住行的消费方面应做到适度消费，切忌盲目追求名牌，出行时尽可能地乘坐绿色交通工具，尽可能购物时自备纸袋，减少塑料袋等白色污染品的使用频率，以身作则地倡导勤俭节约的良好消费习惯。为引导大学生尽量减少或避免超前消费，学生家长应通过故事案例等告诫学生超前消费的害处，并定期与学生沟通、了解其财务状况，督促学生养成绿色消费的习惯。家长通过行为教化与思想引导助推学生养成绿色消费的习惯，同时在情感与行为方面同学生保持高度共鸣

**4.2.3 商家积极构建绿色消费环境**

商家应承担其作为产品售卖方应尽的社会责任，在产品宣传过程中避免过度宣传，引导年轻消费群体理性、适度消费。在电商直播中，部分带货主播为提升产品销量只对产品的优点进行宣传，一味诱导购买其产品，而大学生往往消费能力较差，但却保持着极强的消费冲动。因此，主播应首先讲明产品的适用群体及预期消费金额，避免过度诱导和虚假宣传。

对于互联网借贷公司，多数借贷公司的贷款门槛极低，往往缺乏对贷款者基础信誉与资金能力的考量。尤其是花呗、借呗等被广泛使用的借款软件，应不断优化借款机制，全方位提升对借款人信用的评估维度。当借款人身份为大学生时，应首先向其以视频形式普及借贷知识，并相应降低可贷款额度，限制贷款的花费范围，如禁止消费手表、高档手机等高消费产品，并在贷款额度超过一定范围时对其消费记录进行监控和提醒。

**参考文献**

[1]中国快讯. 教育部：加强大学生正确消费观培养，切实畅通正规校园信贷渠道[J/OL]. <https://www.jiemian.com/article/5856710.html.2021-3-24>

[2]蔡明玉.互联网时代大学生超前消费的成因与对策[J].北方经贸,2023(11):50-52.

[3]于文溶.“互联网+”环境下大学生消费观念探析[J].互联网周刊,2023(24):32-34.

[4]陈天仪,陈小月,林丹.苏州市大学生消费行为问题研究[J].商场现代化,2023(16):16-18.DOI:10.14013/j.cnki.scxdh.2023.16.023.