



分类号.....
UDC.....
密 级 公 开.....

黑龙江大学

硕士研究生学位论文

大学生消费行为现状及引导策略研究 —基于 H 市三所高校的调研

申 请 人： 明贝

学 号： 2180417

培养单位： 教育科学研究院

学科专业： 教育经济与管理

研究方向： 教育经济

指导教师： 李丽丽 副教授

完成日期： 2021 年 5 月 12 日



分类号 _____
U D C _____
密 级 公 开 _____

黑龙江大学

硕士研究生学位论文

大学生消费行为现状及引导策略研究 —基于 H 市三所高校的调研

申 请 人： 明贝

学 号： 2180417

培养单位： 教育科学研究院

学科专业： 教育经济与管理

研究方向： 教育经济

指导教师： 李丽丽 副教授

完成日期： 2021 年 5 月 12 日

中文摘要

随着改革开放的进一步加深，我国社会主义市场经济得到了快速发展，消费市场也更加繁荣，满足了人们对美好生活的需要。大学生作为特殊的消费群体，他们朝气蓬勃，思想前卫，在引领消费时尚和改善消费结构方面起着不可替代的作用。然而，近年来大学生消费行为出现了许多问题，大学生消费问题不仅关乎大学生群体的发展，还关乎着我国经济和社会的发展。因此，引导大学生科学消费具有重要的意义。

本文选取 H 市的三所高校，发放 600 份问卷对大学生消费行为进行调查，结合数据对大学生消费行为现状进行描述分析，揭示了大学生消费行为存在盲目消费行为明显、消费缺乏计划、绿色消费行为不足、学习消费投入较低等问题，从社会、学校、家庭、个人四个方面剖析了大学生消费问题的成因，并从社会方面，要营造良好的社会消费环境，加强对消费市场的监督和管理；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教育，对大学生进行消费观教育；家庭方面，家长树立科学的消费榜样，培养子女的自力更生能力，合理提供生活费；大学生个人方面，要提高自我管理能力、养成良好的消费习惯，加大学习消费投入等提出了相应的引导策略。

关键词：大学生；消费；消费行为

Abstract

With the further deepening of reform and opening up, our country's social market economy has developed rapidly, and the consumer market has become more prosperous, meeting people's needs for a better life. As a special consumer group, college students are energetic and avant-garde, playing an irreplaceable role in leading the consumption fashion and improving consumption structure. However, in recent years, there have been many problems in the consumption behavior of college students, which is not only related to the development of college students, but also to the development of my country's economy and society. Therefore, it is of great significance to guide college students' consumption in a reasonable way.

There are total 600 questionnaires distributed in the three universities in City H to investigate the consumption behavior of college students, combined with data to describe and analyze the status quo of their consumption behavior. Some problems including obvious blind consumption, lack of consumption planning, insufficient green consumption behaviors, low investment in learning consumption and other issues were revealed in this paper. Meanwhile, the causes of college students' consumption problems were analyzed from four aspects: society, school, family, and individuals. When it comes to social aspect, it is necessary to create a good social consumption environment and strengthen the supervision and management of the consumer market; in the school aspect, it is necessary to create a good campus consumption environment as well as carry on the consumption psychology education and the consumption concept education to the college students; for families, parents should establish a scientific consumption example, cultivate children's ability of self-reliance and provide reasonable living expenses; personally, college students should improve their self-management ability, develop good consumption habits and increase the investment in learning consumption

and so on.

Key Words: College Students; Consumption; Consumption Behavior

目录

中文摘要	I
Abstract	II
绪论	1
一、问题的缘起	1
二、研究目的和意义	1
三、研究综述	2
四、研究方法	11
五、相关概念的界定	12
六、理论基础	13
第一章 大学生消费行为现状的调查	16
第一节 调查设计与实施	16
一、调查目的和调查对象	16
二、问卷设计	16
三、访谈设计	17
四、调查实施	17
五、样本基本信息	17
第二节 大学生消费行为的现状分析	18
一、经济来源	18
二、消费水平	18
三、消费方式	19
四、消费结构	20
五、消费观念	24
六、消费影响因素	26
七、消费教育	27
第三节 大学生消费行为存在的问题	28

一、盲目消费行为明显	28
二、消费缺乏计划	33
三、绿色消费行为不足	34
四、学习消费投入较低	36
本章小结.....	38
第二章 大学生消费行为问题的归因分析	39
第一节 社会原因.....	39
一、西方消费主义的侵蚀	39
二、大众媒体的传播	39
三、消费网络化的影响	40
第二节 学校原因.....	41
一、校园负面消费环境的影响	41
二、高校消费教育的缺失	42
第三节 家庭原因.....	43
一、家庭不良消费环境的影响	43
二、家庭消费教育的缺失	43
三、家长过于溺爱孩子	44
第四节 大学生个人原因.....	45
一、大学生消费心理不成熟	45
二、大学生价值观存在误区	46
三、大学生自我管理能力欠缺	46
本章小结.....	47
第三章 引导大学生消费行为的策略	48
第一节 社会方面.....	48
一、营造良好的社会消费环境	48
二、加强对消费市场的监督和管理	49

第二节 学校方面.....	50
一、营造良好的校园消费环境	50
二、对大学生进行消费心理教育	51
三、对大学生进行消费观引导	52
第三节 家庭方面.....	53
一、树立科学的消费榜样	53
二、培养子女的自力更生能力	54
三、合理提供生活费	54
第四节 个人方面.....	55
一、提高自我管理能力	55
二、养成良好的消费习惯	56
三、加大学习消费投入	56
本章小结.....	57
结论	58
参考文献	59
致谢	64
附录	65
攻读学位期间发表的论文	72
独创性声明	73
学位论文版权使用授权书	73

绪论

一、问题的缘起

当今社会，市场经济的快速发展和科技的日新月异，商品市场展现出前所未有的繁荣景象。支付方式和消费方式也越来越多样化、快捷化，这不仅方便了人们的日常生活，满足了人们对美好生活的需要，而且丰富的消费市场也潜移默化的影响着我国人民的消费观念，推动着人民的消费水平，改变着人民的消费习惯。其中，大学生严重的受到了消费市场的影响。

目前，我国高等教育正由大众化向普及化方向发展，高等教育规模的不断扩大使得我国高校大学生消费比重与之俱增，大学生成为我国消费群体中重要的组成部分之一。大学生群体自身的特征，比如社会经验不够丰富，心理素质不够成熟，使得大学生容易受到外界消费环境的影响。

特别是在当今网购盛行的时代，大学生受到各种网络营销模式的诱导，经常出现盲目消费的行为，加之各种网络借贷平台趁机恶意经营，诱发了大学生盲目网贷、巨额负债等各种问题。

大学生是未来我国社会主义事业的建设者和接班人，大学生盲目消费问题不仅不利于大学生本身的健康发展和成才，而且不利于家庭、学校、社会和生态的发展。所以研究大学生消费现状，发现大学生消费问题，分析其影响因素，对大学生盲目消费行为给予科学的指导，是当下刻不容缓的任务。

二、研究目的和意义

（一）研究目的

大学生属于高学历群体，他们经济不够独立却消费水平较高。大学生思想前卫却不够成熟，大学生的消费行为相对于其它教育阶段更为复杂，这使得研究大

学生消费行为有一定的价值和意义。大学生消费行为在一定程度上体现了大学生的生活方式和行为习惯，本研究通过选取 H 市三所高校的部分大学生进行问卷调查，旨在了解真实的大学生消费行为现状，通过对数据的分析揭示大学生消费行为存在的问题以及原因，并提出有效的引导策略，促进大学生合理消费。

（二）研究意义

1. 理论意义

（1）大学生消费不仅仅是教育学领域问题，还涉及经济学、心理学、社会学等领域，研究大学生消费可以丰富消费经济学、消费心理学、消费社会学等学术研究。

（2）改革开放 40 多年，我国经济处于迅猛发展期，人们的消费水平随着经济的增长而不断变化，本文立足于当下的消费环境对大学生消费行为进行研究，在研究过程中获得的数据以及结论，为后续学者的相关研究提供了参考资料。

2. 现实意义

（1）了解 H 市大学生消费现状。对 H 市大学生消费现状的调查，有助于分析 H 市大学生消费的最新特点，探讨 H 市大学生消费问题和背后的原因，并提出相应的解决策略，为 H 市所有高校甚至全国高校提供有价值的参考依据。

（2）有利于纠正大学生不良消费行为，培养大学生正确的消费观。在消费主义思潮的引导下，大学生消费思想出现了偏差，导致大学生消费行为问题频频发生。因此，本研究旨在分析大学生消费的影响因素，对大学生不合理的消费行为进行科学地引导，培养科学的消费观念，纠正大学生的不良消费行为。

（3）有利于大学生与家庭、学校、社会以及生态和谐相处。良好的大学生消费行为可以减少大学生与家庭、学校、社会、生态之间的矛盾，有利于大学生与家庭、学校、社会以及生态之间和谐相处。

三、研究综述

（一）国内研究现状

1. 关于大学生消费概念的研究

对于消费的概念，我国学者在经济学、社会学、心理学等方面均有研究成果。经济学方面，著名经济学家尹世杰（1999）在《消费经济学》中，把消费定义为人类社会经济活动的重要行为和过程。其中，消费又包括生产消费和生活消费。生产消费，指生产过程中生产资料（工具、原料和燃料等）和活劳动的消耗，也就是生产过程本身。生活消费，是人们为满足生活需要对物质资料和精神产品的消耗。^①社会学方面，王宁（2011）在《消费社会学》中将消费定义为，消费是经济生活、文化生活与社会生活的联结点 and 汇聚地。消费既是经济领域与日常生活领域交换和沟通的途径，也是日常生活实践与资本相结合的领域。因此，消费既有经济和营销意义，又有文化和社会意义。^②心理学方面，周斌（2012）在《消费心理学》中，认为消费就是消耗、花费的意思。消费是指人类为了某种目的对资源消耗的过程。消费和生产、分配、交换一起构成社会经济活动的整体，是社会经济活动的出发点和归宿。^③

从经济学方面来看，大学生消费主要是生活消费；从社会学方面来看，大学生消费是指大学生与经济、文化、社会的汇聚地；从心理学方面来看，消费是大学生为了满足自身需要对资源的消耗。因此，大学生消费行为不仅影响着自身正常生活，也与外界有着密切的联系，研究大学生消费的意义显得尤为重要，同时，三个不同领域的消费概念也为后文大学生消费行为的研究提供了更加开阔的视角。

2. 关于大学生消费现状的研究

国内文献从多方面研究了大学生消费的现状，通过对现有文献整理和归类，笔者发现国内学者主要从在消费结构、消费观念、消费方式、家庭背景等方面研究了大学生的消费现状。郭金峰（2006）等人对大学生非理性消费行为进行分析，总结出大学生消费存在储蓄思想薄弱、消费结构不合理、追逐时尚和新潮等特征。

^① 尹世杰. 消费经济学[M]. 北京：湖南出版社，1999，15.

^② 王宁. 消费社会学[M]. 北京：社会科学文献出版社，2011，1.

^③ 周斌. 消费心理学（第二版）[M]. 成都：西南财经大学出版社，2012，3.

在消费比例上,大学生消费表现出在生活方面偏低,而在娱乐、恋爱方面偏高的特征。出于虚荣或者自卑等不良心理,大学生会超前消费。大部分学生月消费超出计划水平。^①吴琪(2009)以发放问卷的方式对上海金融学院的大学生进行调查,总结出大学生具有多样化的消费结构,但在高雅文化方面消费不足;大学生非理性消费现象虽然时有发生,但总体比较理性;大学生同时接受着过去的消费观念和现代的消费观念;消费水平整体适中。^②赵小剑(2010)通过对武汉市6所高校进行问卷调查,发现一二年级大学生在娱乐方面消费高,三四年级大学生在学习方面消费高,其原因是一二年级的大学生注重人际交往,三四年级的大学生注重考研就业;独生子女与城市学生偏向于在商场高消费,非独生子女与乡下学生偏向于节俭消费。^③高庆祝(2018)通过对新乡市95后大学生发出316份有效问卷,从大学生的消费来源、消费观念、消费水平、消费内容四方面研究了当前大学生的消费特征,结果显示男性消费额度高于女性;消费额度随着年级增长而提高;来自城市的大学生消费高于乡下的大学生;日常饮食支出在不同细分群体类型中所占比重最大,但在消费内容方面,男女消费呈现出不同的特点;恋爱学生的消费水平高于单身学生;95后大学生整体表现出依赖性消费突出、消费行为被动、物质消费所占比重高于精神消费和发展性消费等特征。^④郑均雷(2019)通过对南京审计大学600名学生进行问卷调查,总结出大学生的消费支出总体呈上升趋势,但出现两极分化现象;消费结构表现出多元化、层次化特征;总体消费支出由基础型消费、发展型消费和享受型消费构成;虽然大学生理性消费占主流,但在消费主义的冲击下,大学生同时存在着盲目消费行为。^⑤姚美菱等人(2019)调查了S学院的320名学生,总结出大学生的消费期望值高于现实;大学生的消费观念以感性消费为主,当有余钱时,容易盲目消费;部分学生通常会冲动消费、盲目购

^① 郭金峰,李庆波,胡惠英.关注大学生理性消费[J].河北科技大学学报(社会科学版),2006(01):89-91.

^② 吴琪.大学生消费状况的调查研究[J].山西财经大学学报(高等教育版),2009,12(01):13-18.

^③ 赵小剑.大学生消费行为现状及发展趋势的社会学研究[D].武汉:华中农业大学,2010.

^④ 高庆祝.95后大学生消费行为分析——基于新乡市高校调查数据[J].河南科技学院学报,2018,38(12):41-46.

^⑤ 郑均雷.当代大学生消费特征与教育引导——基于南京审计大学的个案分析[J].高校后勤研究,2019(01):84-88.

物；大学生在饮食、娱乐和社交等方面的消费占主流；部分学生消费过程中不太在意安全意识；部分学生借贷风险意识不足，会超前消费。^①王林森等人（2019）通过对重庆部分高校大学生进行调查，发现大学生存在依赖网络消费，消费无节制的特点。^②因此，整体来看，国内学者对大学生消费现状的研究比较丰富，为本研究提供了充足的参考资料。

3. 关于大学生消费影响因素的研究

郭奉元（1998）通过对武汉市 448 名本科和专科生进行问卷调查，运用 SPSS 软件主要分析了家庭因素（家长收入、母亲文化、人口数量、父母职业、对子女期望）对大学生消费的影响，结果发现家庭人口和家庭收入对大学生消费影响不显著，而父母职业、母亲文化和对子女期望对大学生消费影响显著。^③周春霞、彭光芒（2003）通过对华中农业大学本科生进行问卷调查，分析发现 99.5% 的大学生拥有电子传媒工具，大学生选择信息渠道和传媒工具的不同以及传播的内容不同，对消费的态度也不同。比如，传媒对大学生消费具有积极的作用，主要是传媒传播了传统的节俭文化，但也有负面作用，来自传媒的娱乐信息导致大学生倾向于盲目消费。^④孙莹莹（2012）通过对成都理工大学和西南民族大学的大学生进行问卷调查，发现当代大学生消费行为受到自身因素和环境因素两方面。其中，自身因素指的是流行文化推崇的强调个性、自我实现的观念导致大学生自主意识较强，流行文化推崇的娱乐性消费特征使大学生产生攀比心理。环境因素指的是社会环境中享乐主义和消费主义以及校园环境中的同辈消费群体。^⑤屈朝霞、董国静（2013）认为，西方消费主义思潮淡化了我国大学生意识中传统的俭朴、节约的意识，他们认为勤俭节约的消费行为是虚伪，反而推崇盲目慷慨、奢侈消费行为，

^① 姚美菱, 张星, 樊艳改, 李莉, 孙青华. 移动互联网时代大学生消费观的研究[J]. 湖南邮电职业技术学院学报, 2019, 18(01):78-80.

^② 李坤芮, 王林森, 喻学沭, 彭方志. 互联网时代大学生的消费现状调查分析——以重庆部分高校为例[J]. 中国集体经济, 2019(17):84-86.

^③ 郭奉元. 简析家庭因素对大学生消费的影响[J]. 消费经济, 1998(03):54-58.

^④ 周春霞, 彭光芒. 大学生消费观的大众传媒影响因素分析[J]. 统计与决策, 2003(06):62-64.

^⑤ 孙莹莹. 流行文化对当代大学生消费行为的影响研究[D]. 成都: 成都理工大学, 2012, 17-19.

并认为盲目花钱是绅士行为，是一种身份和地位的表现。在消费行为方面，由于受到消费思潮的影响，大学生开始出现超前消费、盲目消费、攀比消费、群体消费、炫耀消费等行为。^①高健（2017）采用随机抽样的方式调查了南京某高校的 90 后大学生，发现 90 后大学生在资金充足条件下，在娱乐休闲方面的消费高于自身发展方面的消费，而性别、专业类型、班级和入学类型等因素对大学生的消费行为基本无影响。同伴因素、接触媒体的时间和社会环境中的文化消费产业及设施对大学生消费影响显著。^② 根据对上面文献归纳整理，国内学者研究发现对大学生消费的影响有家庭、学校、个人、社会环境等因素。不同因素对大学生消费行为的有着不同的影响，这对本文大学生消费行为问题原因的研究来说具有一定的参考价值。

4. 关于大学生消费引导策略的研究

卢嘉瑞（2005）在《消费教育》中，提出了实施全民消费教育工程的对策。即，建立消费体系，提高国民消费素质；利用媒体拓宽消费教育渠道；发挥消费者协会的作用；加快法律修订步伐，降低维权成本；引导企业参与消费教育等。^③ 韩春、李雅馨（2009）认为大学生要培养良好的消费习惯和理财能力。家长要及时纠正大学生的不良消费观。高校要把消费教育融入课堂。社会要加大对虚假广告的监管力度。^④曾昭皓（2010）通过对大学生的不良消费行为进行分析，提出了高校辅导员要从消费观、消费行为、消费心理、权益保护几个方面对大学生进行教育，从而保证大学生健康消费。^⑤陈俊良（2013）通过对西南政法大学的学生消费情况进行研究，并对大学生消费提出了建议，即，大学生要提高自我管理能力；家长要加强对家庭消费教育和引导；高校要加强对大学生消费教育；政府要改善

^① 屈朝霞，董国静. 消费主义思潮影响下大学生科学消费观的培育[J]. 山东科技大学学报(社会科学版), 2013, 15(06):86-91.

^② 高健. 影响“90 后”大学生文化消费的因素与对策研究[J]. 学校党建与思想教育, 2017(10):77-79.

^③ 卢家瑞，吕志敏. 消费教育[M]. 北京：人民出版社，2005：393-398.

^④ 韩春，李雅馨. 当代大学生消费观的现实困境及对策[J]. 黑河学刊, 2019(01):142-144+146.

^⑤ 曾昭皓. 高校辅导员在大学生消费教育中的作用[C]. 中国商品学会. 中国商品学会第十三届学术研讨会论文集. 中国商品学会:中国商品学会, 2010:61-65.

社会消费环境。^①张玉华（2013）提出了大学生消费教育的途径。学校要发挥消费教育的主渠道作用，政府要强化管理职能，社区要提高消费文化的引导作用，家庭要注重消费观的培养，媒体要营造科学的消费舆论环境。^②姚崇、陈丽芬（2014）认为，大学生要正确看待消费主义存在的客观性与危害；学校要以马克思主义指导大学生的消费观；家庭、学校、社会三者应该共同创造有益的消费环境、对大学生开展消费观教育；家长要警惕商家消费话语的诱惑；高校要把社会主义核心价值观作为主要指导思想。^③张红霞、李子嘉（2014）认为消费主义思潮是阻碍大学生发展的重要原因，另外还有市场经济、传媒、大学生自身、学校等原因。对此，他们提出了高校要对大学生进行社会价值观的引导并增强对大学生的政治教育，媒体通过正向传播等抵制大学生不良消费。^④滕雨汐、杨亮（2015）通过分析国内外理财研究成果，认为我国大学生消费出现问题是因为我国大学生缺乏理财意识，并提出高校对大学生消费的引导主要从理财方面着手。首先，高校要注重大学生理财观念的培养。其次，学校可以提供专门的课程。最后，高校要指导大学生制定计划。^⑤对上面文献归纳整理发现，我国学者对引导大学生消费行为的途径比较丰富，并提出了比较具体的引导途径。

（二）国外研究现状

1. 关于消费概念的研究

关于消费的研究在西方国家由来已久。美国的经济学家、哲学家和社会学家托斯丹·邦德·凡勃伦（Thorstein B. Veblen）（1899）在其著作《有闲阶级论：关于制度的经济研究》中，首次提出炫耀性消费概念，并指出，人们之所以会进行过度消费，是因为人们拥有向别人炫耀和展示自己的虚荣心。例如人们首饰、服装、住房等一些物品的过度消费，就来源于向他人炫耀自己的社会地位和金钱财

^① 陈俊良. 当前大学生消费行为现状及对策研究[D]. 重庆: 西南政法大学, 2013, 27-34.

^② 张玉华. 当代大学生消费观教育研究[D]. 北京: 北京交通大学, 2013, 105-119.

^③ 姚崇, 陈丽芬. 消费主义境遇下大学生消费观教育探析[J]. 高教探索, 2014(03): 173-176.

^④ 张红霞, 李子嘉. 论消费主义思潮对大学生的影响及对策[J]. 思想教育研究, 2014(03): 68-71.

^⑤ 滕雨汐, 杨亮. 我国大学生消费与理财现状及建议[J]. 对外经贸, 2015(03): 151-152.

力,以及这些所带来的虚荣心。^①法国作家波德里亚 (Jean Baudrillard) (2000)在《消费社会》中批判了消费主义,提出了符号消费,并以符号学的角度深刻的批判了资本主义社会,指出资本主义社会已进入了以消费为主导的阶段即消费社会阶段。波德里亚不仅指出了社会平衡是通过消费和揭示消费建立起来的,而且指出了消费与和谐社会的关系,唯有合理消费才能建立和谐社会,从而取得社会平衡。^②

如今,一些大学生的消费的目的不仅是满足最基本的生活需要,他们偏向于购买带有符号的产品,而符号知名度高,在一定程度上可以满足自己的虚荣心,也有一些大学生专门为了面子而消费。因此,国外消费概念研究为当今大学生消费行为问题及原因的研究奠定了坚实的理论基础。

2. 关于大学生消费现状的研究

Musselman J R B , Rutledge P C(2010)通过对 296 名一到四年级的大学生(包括男生和女生)进行问卷调查,研究大学生体育活动与饮酒消费之间的关系。Logit 模型分析表明,随着酒精摄入量的增加,参加更多体育活动的几率也会增加。当考虑到潜在的第三个变量(性别、种族、年龄、大学平均成绩点、希腊会员和参与运动的人数)时,饮酒协会没有受到影响,这表明饮酒协会并不是由于任何潜在的第三个变量造成的。这些结果有力地支持了在大学生中饮酒消费和体育活动之间存在着不协调的积极联系,这种联系对正在上大学的年轻人的幸福有着明显的影响。并讨论了可能的因果机制,以及对预防的影响。^③Chu J J , Heiko J. Jahn (2016)等人通过问卷调查的方式对中国和德国的大学生饮酒消费进行研究,统计分析了性别、年龄、父亲教育程度、收入、是否有伴侣和生活方式相关特征(健康、生活质量、营养重要性、大学成绩重要性、体育活动、体重指数和感知压力)对大学生饮酒消费的影响,就两国对饮酒消费进行对比分析并得出不同的观念,并

^① [美]凡勃伦,有闲阶级论:关于制度的经济研究[M],李华夏,译.北京:中央编译出版社,2012,62-65.

^② [法]波德里亚,消费社会[M],刘富成,全志刚,译.南京:南京大学出版社,2000,4-207.

^③ Musselman J R B , Rutledge P C . The incongruous alcohol-activity association: Physical activity and alcohol consumption in college students[J]. Psychology of Sport & Exercise, 2010, 11(6):0-618.

对中国高校和德国高校提出不同的教育方案。^①Hayhoe, Celia Ray (2000) 等学者在对大学生的一项研究中, 情感信用态度(使用信用卡的感觉)和性别影响大学生的信用消费。情感信用态度被用来预测服装、电子产品、娱乐、旅行、汽油和出门在外的食物等方面的消费。女性会购买服装; 男性购买电子产品、娱乐产品和出门在外的食物。性别比情感信用态度在预测财务管理实务方面更具影响力, 因为大量的财务实践工作是雇佣女大学生。路径分析模型显示了性别差异在财务实践、财务压力、情感信用态度以及信用卡数量之间的关系中维持着一种平衡。^②通过以上文献发现, 相关国外大学生消费的研究更侧重于从酒精消费和信用卡消费, 并使用多种调研方式对大学生消费进行了深入的研究, 其研究结果具有一定的借鉴意义。

3. 关于大学生消费影响因素的研究

Shim S, Maggs J L. A (2009) 对大学生饮酒消费进行心理学分析, 根据研究结果得出结论: 社会关系很可能会促使大学酗酒者大量饮酒, 并提出大学管理者要多层面设计预防措施。同时加强对酗酒者的功利主义束缚, 并将其纳入有助于大学务实的生活目标的价值观。^③Choi J, Park D J, Noh G Y (2016) 对韩国 569 名学生进行问卷调查, 探讨了两类社会规范(禁制性规范和描述性规范)和两类饮酒动机(社会动机和从众动机)在韩国大学生饮酒消费的作用。他们认为饮酒动机与饮酒频率呈正相关, 与饮酒量呈负相关。此外, 研究结果显示, 描述性规范和社会动机之间的交互作用对酒精消费的频率和数量都有显著影响。^④Blankson C, Paswan A, Boakye K G (2012) 为考察大学生

^① Chu J J, Heiko J. Jahn.... Alcohol consumption among university students: a Sino-German comparison demonstrates a much lower consumption of alcohol in Chinese students[J]. Journal of Health Population & Nutrition, 2016, 35(1).

^② Hayhoe, Celia Ray, Leach, Lauren J, Turner, Pamela R,等. Differences in Spending Habits and Credit Use of College Students[J]. Journal of Consumer Affairs, 2000, 34(1):113-133.

^③ Shim S, Maggs J L. A Psychographic Analysis of College Students' Alcohol Consumption: Implications for Prevention and Consumer Education[J]. family & consumer sciences research journal, 2009, 33(3):255-273.

^④ Choi J, Park D J, Noh G Y. Exploration of the Independent and Joint Influences of Social Norms and Drinking Motives on Korean College Students' Alcohol Consumption[J]. Journal of Health Communication, 2016, 21(6):678-687.

信用卡消费动机,采用探索性因素分析和验证性因素分析相结合的方法,研究了大学生信用卡消费行为。结果发现,66%的受访者声称,使用信用卡的动机是信用卡为他们提供了一种安全感。^①Hayhoe C R 等学者(2005)采用有序 logistic 回归对四张或四张以上信用卡的学生进行建模。研究发现有 9 个变量是显著的:情感和行为信用态度、存钱态度、想象互动的频率、年龄、种族、有过个人金融方面的指导、在大学的年份以及他们是否有学生贷款等对大学生信用卡消费有影响。^②Hancock A M , Jorgensen B L , Swanson M S (2013)考察了父母互动、多年工作经验、理财知识、个人特征和信用卡态度对大学生信用卡消费的影响。根据在 7 所大学收集的数据,研究发现,父母会为大三或者大四孩子的费用争吵,原因是这些学生至少有两张或更多的信用卡,这些信用卡很可能有 500 美元或更多的债务。此外,大学生持有信用卡的数量受性别和对信用卡恐惧的影响。这些结果突出了早期干预在大学生生活中的重要性,包括让父母作为积极的榜样。^③Lim S M , Lee I H (2017)通过结合 506 份调查数据,对 20 名女大学生在首尔和大都市地区 6 个月内使用化妆品情况进行调查,结果表明,节约资源、有计划的购买、对他人的意识和冲动购买等倾向对产品转换、以他人为导向、经济和追求美丽的化妆品购买动机具有显著影响。^④通过上述文献,国外大学生消费的影响因素的众多,既有个个人因素,也有他人的影响,还有社会环境的影响。因此,无论是国内研究还是国外研究,大学生的消费行为都受到多方面的影响,这为后文的研究提供了比较广阔的思路。

^① Blankson C , Paswan A , Boakye K G . College students' consumption of credit cards[J]. The International Journal of Bank Marketing, 2012, 30(7):p.567-585.

^② Hayhoe C R , Leach L , Allen M W , et al. Credit Cards Held by College Students[J]. Journal of Financial Counseling & Planning, 2005, 16(1).

^③ Hancock A M , Jorgensen B L , Swanson M S . College Students and Credit Card Use: The Role of Parents, Work Experience, Financial Knowledge, and Credit Card Attitudes[J]. Journal of Family & Economic Issues, 2013, 34(4):369-381.

^④ Lim S M , Lee I H . Effect of consumption propensity on purchase motive of cosmetics of female college students[J]. 한국산학기술학회 논문지, 2017, 267.

（三）对现有文献的评析

整体来看，国内学者关于大学生消费的研究已经有丰硕的成果。随着时代的发展，对大学消费的研究也越来越多元化。相比国外对大学生消费概念性的研究，国内学者关于概念性的研究更加丰富和具体。国内学者对于大学生消费现状、大学生消费影响因素以及对大学生消费引导等方面的研究也有大量的成果，但是相关文献多为期刊文献，硕博论文相对较少，而且多为理论研究，实证研究较少，研究深度不够，还不足以应对当前大学生消费过程中问题，因此，国内学者对大学生消费的研究有待加深。

国外相对于国内关于大学生消费的研究不够丰富，但国外关于大学生酒精消费和信用卡消费的研究成果比较丰富，说明国外大学生对酒精和信用卡消费偏好明显，为国内关于大学生酒精消费和信用卡消费的研究提供了有价值的参考依据。

通过对国内外文献的梳理和归纳，可以观察到学界对于大学生消费的研究都有丰富的成果，但是国外国内研究的侧重点不同，整体来看，国内研究资料比较丰富，国外研究更有深度。国内外研究现状对本研究都有一定的借鉴意义。本研究将基于前人研究成果，进一步通过实证研究挖掘大学生消费存在的问题，分析背后的影响因素并提出切实可行的对策，以帮助大学生树立正确的消费观，引导大学生群体的理性消费，并丰富大学生消费行为的研究成果。

四、研究方法

（一）文献研究法

本文借助 CNKI 中国期刊全文数据库和其他网络文献数据库、黑龙江大学图书馆等广泛搜集了与大学生消费研究的相关资料，在文献资料的基础上对大学生消费研究的现状进行深入的了解、梳理与分析，以此探究新的研究空间。

（二）问卷调查法

为了全面考察 H 市在校大学生的消费情况，笔者在 H 市选取了三所高校，采取随机抽样的方式，对 H 市大学生消费行为现状进行问卷调查，以获取本研究的

数据支撑。

（三）访谈法

笔者随机抽取了 H 市三所高校 15 名学生，通过面对面或者微信聊天的方式与访谈对象就消费情况进行了访谈，对访谈结果进行整理，补充了问卷调查数据的不足，为本研究顺利进行打下基础。

五、相关概念的界定

（一）消费

据国外学者研究，消费（consumption）一词最早是 14 世纪出现在英文中，在早期的含义是“用尽、耗费”的意思，是一个贬义词。18 世纪中期以后，它成为一个中性词。消费是指人们在生产与生活中对物质产品、精神产品、劳动力和劳务进行消耗的过程。^①消费在生产过程中，同生产、分配、交换构成一个整体。消费主要包括生产消费和生活消费两方面，生产消费是为了满足人们生活需要的各种产品和劳务。生活消费是指人们消费自己生产出的消费资料满足自己物质文化生活需要的消费行为。

（二）消费行为

消费行为是指消费者为获取、使用和处置消费物品或服务所采取的各种行动，包括先于且决定这些行动的决策过程。^②消费行为是消费者有意识地消耗物质资料和精神资料的行为。消费具有以下特征：其一，消费是满足人们需要的手段。消费者进行购买是基于某种动机，最终为了实现某种目的。其二，消费是人们心理活动的结果，人在消费过程中，由于各种因素的影响，心理会出现一定的波动。其三，消费是人们购买的过程。消费需要经过内心动机、了解信息、选择商品、购买商品、使用和评价等过程。

（三）大学生消费行为

^① 吴茜. 大学生消费行为发展趋势及对策研究[D]. 长沙: 湖南农业大学, 2007, 5.

^② Engel JF, Blackwell RD, Minard P W. Consumer Behavior [M]. New York: The Dryden Press .1995.4.

大学生消费是指普通高等院校本科、专科学生对物质产品和精神产品的消耗活动。^①本研究主要选取 H 市三所高校全日制大学本科生作为研究对象。大学生消费行为是指大学生为满足自身物质产品和精神产品需要的消费行为。大学生是正在接受专业高等教育的群体，他们为了自身未来的前途，在学校以学习专业知识和技能为主。大学生也属于社会的一份子，他们离不开衣、食、住、行等满足自身需要的消费。

六、理论基础

（一）马克思主义适度消费理论

马克思认为，人类既不能过度消费也不能过度节俭甚至禁欲。^②马克思认为人们不应该过度节俭，过度的节俭不利于经济的发展，只有通过节约劳动时间和提高劳动效率才能促进经济发展。马克思同时也告诫人类，人虽然能够使自然界来服务于自己，“但是我们不要过分陶醉于我们人类对自然界的胜利。对于每一次这样的胜利，自然界都对我们进行报复”。^③即使人可以达到让自然界来服务于人类自身的目的，为了保护自然，人也应该努力实现需求和供给之间和谐，而不是使二者对立。马克思从社会经济的发展以及自然环境两个方面告诫人类消费要适度，因此，从社会经济发展和自然环境的角度出发，大学生要适度消费，从大学生自身出发，过度的节俭不能保持正常的生活，过度消费会使得大学生入不敷出，大学生也要适度消费。本研究可以运用马克思适度消费理论为大学生消费问题提供有效的引导策略。

（二）马斯洛需要层次理论

1943 年，马斯洛发表的《人类动机理论》一论文中提出了需要层次理论，并解释，人类的任何需求的出现都是以较低层次的需求的满足为前提的。^④马斯洛的

^① 吴茜. 大学生消费行为发展趋势及对策研究[D]. 长沙: 湖南农业大学, 2007, 6.

^② 马克思. 政治经济学批判大纲[M]. 北京: 人民出版社: 1963, 364.

^③ 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集: 第三卷[M]. 北京: 人民出版社, 2012, 998.

^④ [美] 马斯洛, 马斯洛人本哲学[M]. 成明, 译. 北京: 九州出版社, 2003, 1.

需要层次理论包括五个层次需要：生理需要、安全需要、归属和爱的需要、尊重需要和自我实现需要。

每当一种需要得以满足，另一种需要就产生了。生理上的需要，比如：盐、糖、蛋白质等这些生理需要。一旦生理需要得到满足，安全需要就出现了。安全需要，人们需要有规律的生活，以感到世界是恒常有序的，需要远离痛苦和恐惧。归属和爱的需要，比如具有安全的居所和稳定的收入来源，能够在朋友、家人，以及群体中占据合适的位置。尊重的需要，即对自我的高度评价，包括自尊以及受到他人的尊重。自我实现的需要，即成为你想能成为的那个人。

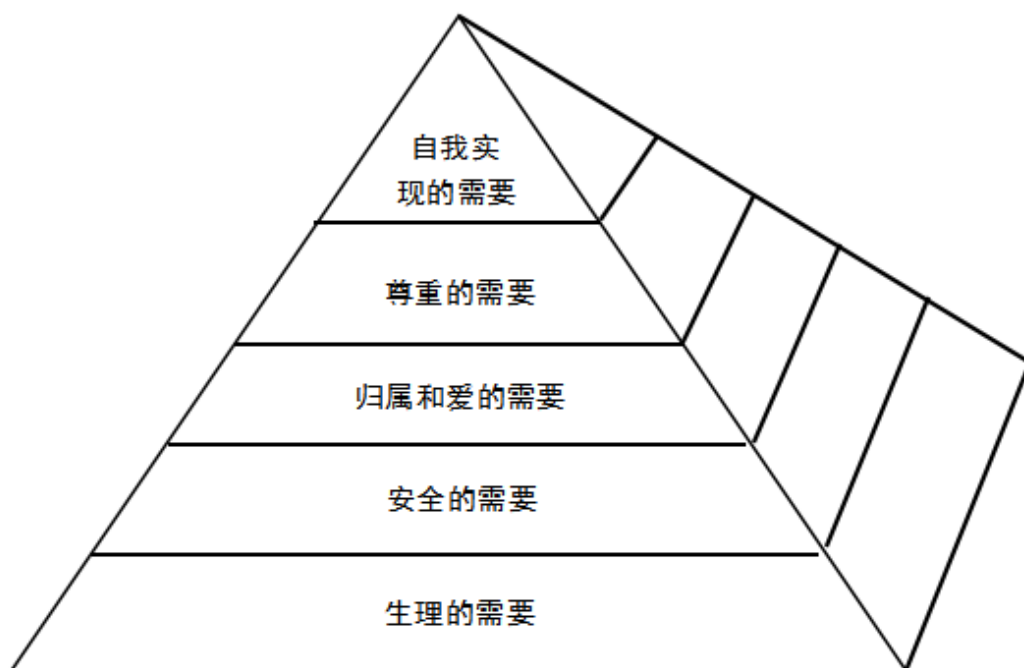


图 1-1 马斯洛需要层次理论图

根据马斯洛的需要层次理论，可以对大学生的消费结构进行层次划分。食物和服装等方面的消费可以作为生理需要方面的消费；安全需要方面的消费，大学生居住的学校宿舍的费用包含在大学学费里面，可以忽略不计；归属和爱的需要方面的消费可以理解为大学生花费在宿舍费用、班费、恋爱方面的费用；尊重需

要方面的消费可以理解为大学生购买高档的电子产品，奢侈品、化妆品等价格贵的商品；自我实现需要方面的消费，例如，为了提升自己参加考研考证培训班和购买学习资料等方面的费用。参考马斯洛五个需要层次理论，可以对大学生的消费结构进行层次划分，更利于大学生消费行为的研究和统计，也为后文大学生消费行为引导策略提供理论支撑。

（三）可持续消费理论

可持续消费理论建立在可持续发展理论上。1980 年，世界自然保护联盟发表的《世界自然保护战略》，首次提出了可持续发展的概念。1987 年，世界环境与发展委员会（WCED）在《我们共同的未来》中明确对可持续发展的内涵做了界定和详尽的理论阐述，并强调环境问题主要是不可持续的消费模式造成的。世界经济的发展，不能只注重数量的增长，而应该考虑资源的永续利用和生态保护及社会的均衡发展。1994 年，联合国环境规划署在发表的报告《可持续消费的政策因素》中提出：“可持续消费意味着提供满足需要的服务和产品，同时最大限度减少自然资源和有毒物品的使用以及在这些服务或产品的寿命周期内废物和污染物的排放，从而不危及未来各代人的需要。”^①因此，可持续性消费理论指的是在满足人类心理和物质需求的情况下，使用无污染以及保证人民健康的绿色产品，从而使消费客体对社会的危害最小，又不影响后代对于自然资源的合理利用。^②可持续消费理论可以为培养大学生科学的消费行为提供理论指导。

^① 周梅华. 可持续消费理论研究[M]. 徐州：中国矿业大学出版社，2003，42-43.

^② 范宗勋. 大学生绿色消费观培育研究[D]. 哈尔滨：东北林业大学，2018，16.

第一章 大学生消费行为现状的调查

第一节 调查设计与实施

一、调查目的和调查对象

（一）调查目的

采用问卷调查方法可以获得 H 市大学生消费的真实数据，为本研究提供数据支撑。通过问卷调查可以深入大学生群体，了解大学生消费行为的真实现状，发现大学生消费行为存在的问题。通过对调查数据进行分析，可以有针对性的从大学生个人、家庭、学校和社会等方面对大学生进行消费教育。

（二）调查对象

本研究的问卷调查对象选取了 H 市三所高校的 600 名本科生。访谈对象分别从每所高校中随机抽取了 5 名大学生，三所高校共计 15 名大学生。在发放问卷的过程中，本研究调查对象选取了理工、综合、师范等三所不同类型的高校，其中，不同年级的问卷数量尽量保持均衡。被调查对象的选取保证了研究对象的全面性和广泛性。

二、问卷设计

为了保证问卷结果的有效性，问卷题目的设置必须具有现实性、科学性和可操作性。首先，本研究在参考大量的大学生消费相关文献的基础上，借鉴了杨雪莹^①、张海杰^②、李茜^③等人设计的关于大学生消费研究的问卷，完成了问卷的初步设计，该问卷包括性别、年级、家庭住址等 7 个基本信息选项和大学生个人消费结构、消费观念、理财观念、消费教育等 22 个与消费行为相关的细分选项。其次，

^① 杨雪莹. 河北省大学生消费现状及理性引导研究[D]. 石家庄: 河北科技大学, 2016, 71-73.

^② 张海杰. 当代大学生消费行为现状分析及引导研究[D]. 呼和浩特: 内蒙古农业大学, 2014, 45-47.

^③ 李茜. 当前大学生消费观研究[D]. 大连: 大连理工大学, 2019, 55-59.

发放 20 份问卷进行小样本测验，之后进行修改。最后，通过与老师多次沟通，完成了问卷的最终设计。

三、访谈设计

在参考已有相关大学生消费访谈提纲的基础上，设计了本研究访谈题目。本研究的访谈内容主要围绕大学生盲目消费行为、大学生消费计划、大学生绿色消费、大学生在学习消费方面的投入等问题，访谈的目的是进一步挖掘大学生消费行为问题的深度，补充问卷调查数据的不足。

四、调查实施

问卷设计完毕后，问卷的发放在正常教学周内进行，发放周期从 2020 年 10 月初到 2020 年 11 月末。笔者采取线上对 H 市三所高校班级群发问卷的方式，发放了 600 份问卷，通过筛选，回收问卷 578 份，有效问卷 554 份，有效回收率 95.6%，本研究问卷调查数据采用 SPSS25.0 软件进行统计分析。

五、样本基本信息

根据回收的有效问卷的样本基本信息，我们可以从大学生的性别、年级、家乡所在地、是否为独生子女、是否恋爱、家庭平均月收入等多方面来观察大学生的基本情况，这为后续的大学生消费行为现状的研究奠定了了的基础。

表 1-1 问卷调查样本的基本信息

	类别	频数	百分比 (%)
性别	男	173	31.23
	女	381	68.77
年级	大一	117	21.12
	大二	114	20.58
	大三	110	19.86
	大四	213	38.45
	城市	262	47.29
家乡所在地	乡镇	114	20.58
	农村	252	32.13
是否独生子女	是	252	45.49
	否	302	54.51

是否恋爱	是	177	31.95
	否	377	68.05
家庭平均月收入	2999 元及以下	109	19.68
	3000-5999 元	220	39.71
	6000-8999 元	132	23.83
	9000 元及以上	93	16.79

第二节 大学生消费行为的现状分析

一、经济来源

针对 H 市三所高校大学生的经济来源,本研究主要从家庭(亲戚)、奖学金、助学金、校内外兼职、国家助学贷款等五个方面进行了调查。

表 1-2 大学生主要经济来源调查表

	频数	百分比 (%)
家庭(父母亲戚)	507	91.88
奖学金	138	24.91
助学金	125	22.56
校内外兼职	124	22.38
国家助学贷款	77	13.9

表 1-2 显示,91.88%的被调查大学生消费的主要经济来源于家庭(父母亲戚),24.91%的被调查大学生消费的主要经济来源于奖学金,22.56%的被调查大学生消费的主要经济主要来源于助学金,22.38%被调查大学生消费的主要经济来源于校内外兼职,13.9%被调查大学生消费的主要经济来源于国家助学贷款。因此,大学生整体属于一个经济不够独立且主要依靠家庭供给的特殊群体。

二、消费水平

大学生的消费水平指的是除去学费、住宿费和书本费以外的开支。本研究选取了大学生平均月消费额作为大学生的消费水平。

表 1-3 大学生平均月消费额调查表

平均月消费额	899 元及以下	900-1299 元	1300-1699 元	1700 元及以上
频数	70	195	169	120
百分比 (%)	12.64	35.2	30.51	21.66

表 1-3 显示, H 市被调查的大学生中, 月平均消费额在 899 元及以下、900-1299 元、1300-1699、1700 元及以上的人数分别占比 12.64%、35.2%、30.51%、21.66%; 各消费水平所占比例相对均衡, 这说明 H 市大学生的月平均消费额总体比较合理, 只有一少部分大学生的月平均消费额偏低或者偏高。此外, 大学生之间的消费水平差距较大, 这说明大学生消费水平具有两极化的特征。

三、消费方式

基于当下网络消费和支付电子化盛行的背景, 本研究从支付方式和消费场域对大学生的消费方式进行了调查。

(一) 支付方式

表 1-4 大学生支付方式调查表

消费方式	频数	百分比 (%)
校园卡	56	10.11
移动支付	474	85.56
现金	9	1.52
其他形式	15	2.71

大学生的支付方式具有多样化, 除了传统的现金支付之外, 还可以通过手机进行移动支付、使用校园卡支付以及其他形式支付。表 1-4 显示, 当被问到“您最主要的支付方式”时, 被调查的 H 市大学生中, 选择校园卡支付、移动支付、现金支付、其他形式支付的人数占比分别为 10.11%、85.56%、1.52%、2.71%。人们在使用现金支付时, 由于现金支付的找零比较麻烦, 而且, 现金具有容易磨损、不方便携带等因素, 大学生更愿意使用移动支付。如今, 移动支付成为大学生最主要的支付方式。

(二) 消费场域

表 1-5 大学生消费场域调查表

	频数	百分比 (%)
实体店多一些	53	9.57
网购多一些	344	62.09
实体店和网购差不多	154	27.8
从不网购	3	0.54

随着网购的兴起, 网购成为人们喜爱的购物方式之一, 网购不仅可以省去逛

实体店的时间成本,而且网购平台种类繁多、规模宏大,可以满足人们的不同消费需求。近年来,网购刺激了我国消费市场发展,根据第46次《中国互联网络发展状况统计报告》显示:截至2020年6月,我国网络购物用户规模达7.94亿。^①大学生是网购用户中重要的组成部分之一。从表1-5可以看出,有62.09%的大学生认为自己平时网购多于实体店消费,有27.8%的大学生认为实体店消费和网购差不多,有9.57%认为去实体店消费多一些,只有0.54%表示从不网购。这说明大学生消费场域中的网购现象较为普遍,网购成为H市大学生主要的购物方式。

四、消费结构

消费结构可以直观的显示出大学生各方面的消费情况。本研究主要从日常饮食、学习、外观形象、休闲娱乐、社交、电脑手机上网、恋爱等七个方面对大学生的消费结构进行调查。

(一) 大学生日常饮食月平均消费额

表 1-6 大学生日常饮食月平均消费额调查表

月饮食平均消费额	599 元及以下	600-899 元	900-1199 元	1200 元及以上
频数	126	235	134	59
百分比 (%)	22.74	42.42	24.19	10.65

日常饮食反映的是人们对生存的基本需要。本研究对H市三所高校大学生日常饮食消费的调查包括伙食、零食和水果等方面的消费。表1-6显示,在日常饮食方面,月平均消费额在599元及以下的大学生占比22.74%,月平均消费额在600-899的大学生占比42.42%,月平均消费额在900-1199的大学生占比24.19%,月平均消费额在1200元及以上的大学生占比10.65%。其中,日常饮食月平均消费额在599元及以下和600-899元两个较低区间大学生占比之和为65.16%。尽管大学生通过外卖平台订餐、外出聚会、请客吃饭等行为比较常态化,但是大多数大学生的日常饮食消费额在合理的范围之内。

^① 中国互联网络信息中心. 第46次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL].http://www.gov.cn/xinwen/2020-09/29/content_5548176.htm,2020-09-29.

（二）大学生学习方面月平均消费额

学习是大学生最主要任务，因此，大学生在学习方面需要一定的费用支持。学习消费包括考研、考证、购买学习用品、购买书籍资料等所产生的费用。

表 1-7 大学生学习方面月平均消费额

学习方面月均消费额	99 元及以下	100-199 元	200-299 元	300 元及以上
频数	165	236	97	56
百分比 (%)	29.78	42.6	17.51	10.11

表 1-7 显示，H 市被调查大学生中，在学习方面，月平均消费额在 99 元及以下的人数占比 29.78%，月平均消费额在 100-199 元的人数占比 42.6%，月平均消费额在 200-299 元的人数占比 17.51%，月平均消费额在 300 元及以上的人数占比 10.11%。其中学习方面月平均消费额在两个较低区间 99 元及以下和 100-199 元的大学生人数合计占比 72.38%，这说明大学生在学习方面的消费投入并不高。但有 10.11% 的大学生在学习方面月平均消费额偏高，达到 300 元及以上。这与近年来大学生“考研考证热”密切相关，为提高未来升学、求职的竞争力，大学生积极参加外语等级考试、专业资格证书考试、公务员考试，而参加考试相关的辅导班需要一笔很高的费用。^①据调查，大多数同学认为，只要考取了某个证书，即使花再多的钱也是值得的。因此，各种考研考证机构收费水涨船高，甚至出现巨额预付款的 VIP 培训班，考不过全退的套路，尽管这样也阻挡不了考生们的报班热情。

（三）大学生外观形象月平均消费额

表 1-8 大学生外观形象月平均消费额

外观形象月均消费额	199 元及以下	200-399 元	400-599 元	600 元及以上
次数	218	203	81	52
百分比 (%)	39.35	36.64	14.62	9.39

大学生的外观形象方面的消费，主要指大学生在服饰、鞋帽、化妆品、饰品等方面产生的费用。良好的个人形象可以给人以较好的第一印象，同时良好的个人形象也是向别人展示自己的重要方式。表 1-8 显示，H 市被调查大学生中，在外观形象方面，月平均消费额在 199 元及以下的人数占比 39.35%，月平均消费额在 200-399 元的人数占比 36.64%，月平均消费额在 400-599 元的人数占比 14.62%，

^① 刘鑫. 大学生不良消费行为分析及对策研究[D]. 哈尔滨: 哈尔滨工程大学, 2007, 13.

月平均消费额在 600 元及以上的人数占比 9.39%。H 市大部分大学生在外观形象的消费整体比较合理, 14.62% 的大学生在外观形象方面消费偏高, 9.39% 的大学生在外观形象方面消费极高。大学生处于人生中美好的年纪, 注重自我形象, 并且热衷于追求美。特别是大三大四的学生, 更注重形象, 热衷于追求时尚与品位。另外, 有些大学生认为只有最新潮、最奢侈的化妆品和服饰才能够修饰她们的外在形象。近几年来, 微整形成为大众接受的变美方式, 纹眉、割双眼皮、甚至隆鼻等微整形的现象在大学生群体中屡见不鲜, 而微整形的地点基本在医院、美容院等地方, 这些地方不仅收费高, 而且整形机构的执业资质和设备等方面也存在危险。但是为了变美, 一些大学生甚至不惜通过网络贷款的方式筹钱, 最终负债累累。

(四) 大学生休闲娱乐月平均消费额

大学生的生活不只有读书和学习, 各种休闲娱乐活动也是大学生生活的重要组成部分, 本研究从游戏、唱歌、电影、旅游、健身等方面对大学生在休闲娱乐方面的消费情况做了调查。

表 1-9 大学生休闲娱乐月平均消费额

休闲娱乐月均消费额	99 元及以下	100-199 元	200-299 元	300 元及以上
次数	235	178	91	50
百分比 (%)	42.42	32.13	16.43	9.03

表 1-9 显示, H 市被调查大学生中, 在休闲娱乐方面, 月平均消费额在 99 元及以下的人数占比 42.42%, 月平均消费额在 100-199 元的人数占比 32.13%, 月平均消费额在 200-299 元的人数占比 16.43%, 月平均消费额在 300 元及以上的人数占比 9.03%。其中, 月平均消费额在 99 元及以下和 100-199 元的两个较低消费区间的人数合计占比 74.55%, 而在 200-299 元和 300 元及以上的两个较高区间的人数合计占比 25.44%。这说明大学生休闲娱乐总体消费比较合理。近年来, 尽管大学生热衷于休闲娱乐消费。手机游戏、周末唱歌, 和看电影成为了大学生的家常便饭, 美食和旅游成为大学生微信朋友圈打卡的重要方式之一, 健身和培养业余爱好是大学生追求时尚的娱乐方式。整体而言, 但大学生的休闲娱乐消费是适度的。

(五) 大学生社交方面月平均消费额

表 1-10 大学生社交方面月平均消费额

社交月均消费额	99 元及以下	100-199 元	200-299 元	300 元及以上
频数	188	206	99	61
百分比 (%)	33.94	37.18	17.87	11.01

社会性是人的本质属性。人际交往作为人类社会性的重要方面,不可避免地在大群体中得到实现。大学生之间通常存在同学聚会、请客吃饭、送礼品等行为,这些行为所需要支出的费用就是大学生的人际交往费用。如表 1-10 所示,H 市被调查大学生中,在社交方面,月均消费额在 99 元及以下的人数占比 33.94%,月均消费额在 100-199 元之间的人数占比 37.18%,月均消费额在 200-299 元之间的人数占比 17.87%,月均消费额在 300 元及以上的人数占比 11.01%。这说明大部分 H 市被调查大学生在社交方面的消费比较合理,只有少数即 11.01%的大学生在社交方面的消费额极高。

(六) 大学生手机电脑月平均消费额

表 1-11 大学生手机电脑上网月平均消费额

手机电脑上网月均消费额	49 元及以下	50-99 元	100-149 元	150 元及以上
频数	187	262	60	45
百分比 (%)	33.75	47.29	10.83	8.12

在今天网络信息发达的社会,手机电脑等电子信息设备成为人们必备的通讯、学习和办公的工具,而其中产生的网络信息费用成为网民每个月的必要开支。截止到 2020 年 6 月,中国网民规模达到了 9.40 亿,互联网普及率达 67.0%,手机网民规模达到了 9.32 亿。在我国网民群体中,职业是学生的网民最多,占比 23.7%。从年龄段来看,网民中 20 岁-29 岁占比 19.9%、30 岁-39 岁占比 20.4%,高于其他年龄群体。^①而大学生群体同时符合职业是学生、年龄在 20-29 岁两个特征的网民群体。因此,大学生是使用互联网最普遍的群体,表 1-11 显示,H 市被调查大学生中,在手机电脑上网方面,大学生手机电脑月平均消费额在 49 元及以下、50-99 元、100-149 元、150 元及以上的人数分别占比 33.75%、47.29%、10.83%、8.12%。

^① 中国互联网络信息中心. 第 46 次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL].http://www.gov.cn/xinwen/2020-09/29/content_5548176.htm,2020-09-29.

其中,手机电脑月平均消费额在 50-99 元之间的人数最多,高达 47.29%,只有 8.12% 的大学生手机电脑月平均消费额达到了 150 元及以上的较高费用。

(七) 大学生恋爱月平均消费额

表 1-12 大学生恋爱月平均消费额

恋爱月均消费额	无	100-199 元	200-299 元	300 元及以上
频数	366	101	56	31
百分比 (%)	66.06	18.23	10.11	5.6

恩格斯曾说过:“爱情是人们彼此之间以互相倾慕为基础的关系”。大学生处于特殊的年龄阶段,一方面,他们内心有着强烈的与异性交往的欲望,另一方面,大学生的自由时间和活动较多,有机会认识更多的异性。因此,部分大学生会产生一些恋爱费用。表 1-12 显示,66.06%的被调查大学生没有恋爱消费,33.94% 的被调查大学生有恋爱消费。对于恋爱的大学生,月平均恋爱消费额在 100-199 元的人数占比 18.23%,月平均恋爱消费额在 200-299 的人数占比 10.11%,月平均恋爱消费额在 300 元及以上的人数占比 5.6%。这说明 H 市大多数大学生的恋爱消费比较合理,仅有 5.6%的大学生恋爱费用偏高。

五、消费观念

消费观念是大学生对消费行为的指导思想,也是对消费产品的评价和判断。本研究从大学生面对衣食住行的消费态度、盲目消费行为的态度、计划消费行为和理财的态度三个方面对 H 市大学生消费观念进行了调查。

(一) 大学生面对衣食住行的态度

1-13 大学生对衣食住行的消费态度调查表

	频数	百分比 (%)
以价格便宜为主	40	76.35
以经济实用为主	423	56.14
追求轻奢和个性化	74	13.36
追求高标准和品牌化	17	3.07

表 1-13 显示,H 市被调查大学生中,在面对衣食住行的态度方面,选择了以价格便宜为主的人数占比 76.35%,选择了以经济实用为主的人数占比 56.14%,选择了追求轻奢和个性化的人数占比 13.36%,选择了追求高标准和品牌化的人数占

比 3.07%。这说明 76.35% 的 H 市被调查大学生在衣食住行等方面的消费态度比较节俭, 仅有 13.36% 的大学生消费态度有追求轻微的奢侈和个性化特征, 3.07% 的大学生消费态度具有追求高标准和品牌化特征。

(二) 大学生面对盲目消费行为的态度

笔者通过对大学生在从众消费、超前消费、冲动消费、攀比消费和炫耀消费等五方面的盲目消费行为进行调查。根据调查结果, 进一步判断大学生面对盲目消费的态度。

表 1-14 大学生盲目消费行为调查表

题目	非常符合		比较符合		不太符合		不符合	
	频数	百分比%	频数	百分比%	频数	百分比%	频数	百分比%
20. 您经常有从众消费的行为吗?	23	4.15	167	30.14	287	51.81	77	13.9
21. 您经常有超前消费的行为吗?	29	5.23	146	26.35	227	40.97	152	27.44
22. 您经常有冲动消费的行为吗?	38	6.86	178	32.13	241	43.5	97	17.51
23. 您经常有和攀比消费的行为吗?	12	2.17	40	7.22	233	42.06	269	48.56
24. 您经常有炫耀性消费的行为吗?	8	1.44	41	7.4	222	40.07	283	51.08

表 1-14 显示, H 市被调查大学生存在不同程度的盲目消费行为。被调查大学生中, 当被问到“您经常有从众消费行为吗”中, 表示非常符合的人数占比 4.15%, 表示比较符合的人数占比 30.14%。这说明 H 市有 34.29% 的被调查大学生有明显的从众消费行为。当被问到“您经常有超前消费的行为吗”中, 表示非常符合的被调查大学生占比 5.23%, 表示比较符合的占比 26.35%, 这说明 H 市有 31.58% 的被调查大学生有明显的超前消费行为。在题目“您经常有冲动消费的行为吗”中,

6.86%的被调查大学生表示非常符合, 32.13%的被调查大学生表示比较符合, 这说明有 38.99%的被调查大学生有明显的冲动消费行为。在题目“您经常有攀比消费的行为吗”中, 2.17%的被调查大学生表示非常符合, 7.22%的被调查大学生表示比较符合, 这说明 9.39%的被调查大学生有明显的冲动消费行为。在题目“您经常有炫耀性消费的行为吗”中, 1.44%的被调查大学生表示非常符合, 7.4%的被调查大学生表示比较符合, 这说明有 8.84%的被调查大学生存在炫耀性消费行为。综合分析可得, H 市大学生有明显的盲目消费行为, 总体而言, 但对于不同的盲目消费行为, 大学生的盲目程度不同。

(三) 大学生面对计划消费行为和理财的态度

表 1-15 大学生计划消费行为调查表

题目	非常符合		比较符合		不太符合		不符合	
	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比	频数	百分比
25. 您总是有计划的消费吗?	57	10.29	310	55.96	154	27.8	33	5.96
26. 您总是习惯性的存钱吗?	84	15.16	232	41.88	178	32.13	60	10.83

表 1-15 显示, 当被问到“您总是有计划的消费吗”, H 市被调查大学生中, 表示非常符合、比较符合、不太符合、不符合的人数分别占比 10.29%、55.96%、27.8%、5.96%。这说明多数大学生消费有计划意识, 少数大学生随意性比较大。当被问到“您总是习惯性存钱吗”, H 市被调查大学生中, 表示非常符合、比较符合、不太符合、不符合的人数分别占比 15.16%、41.88%、32.13%、10.83%, 这说明 H 市大学生有存钱习惯的大学生和没有存钱习惯的大学生人数相近。

六、消费影响因素

对于大学生消费影响因素, 本研究从广告、促销的影响, 同学、朋友的影响, 家庭、亲戚的影响, 心情的影响, 兴趣、爱好的影响, 产品的质量、价格的影响

等六个方面进行了调查。

表 1-16 大学生消费影响因素调查表

	频数	百分比 (%)
广告、促销的影响	218	39.35
同学、朋友的影响	311	56.14
家庭、亲戚的影响	123	22.2
心情的影响	213	38.45
兴趣、爱好的影响	358	64.62
产品的质量、价格的影响	375	67.69

表 1-16 显示, 39.35%的 H 市被调查大学生易受广告、促销的影响, 56.14%的 H 市被调查大学生易受同学、朋友的影响, 22.2%的 H 市被调查大学生易受家庭、亲戚的影响, 38.45%的 H 市被调查大学生易受心情的影响, 64.62%的 H 市被调查大学生易受兴趣、爱好的影响, 67.69%的 H 市被调查大学生易受产品的质量、价格的影响。其中, 选择受产品的质量、价格影响的被调查大学生人数最多, 累计 375 次。选择受到家庭、亲戚的影响的大学生人数最少, 累计 123 次。

七、消费教育

表 1-17 大学生消费教育调查表

题目	非常符合		比较符合		不太符合		不符合	
	频数	百分比%	频数	百分比%	频数	百分比%	频数	百分比%
28. 您的家长经常对您消费教育和理财教育吗?	69	12.45	227	40.97	187	33.75	71	12.82
29. 您的学校经常对学生消费教育和理财教育吗?	53	9.57	171	30.87	233	42.06	97	17.51

本研究从家长和学校两方面调查了大学生的接受消费教育情况。通过对 H 市三所高校调查, 如表 1-17, 当被问到“您的家长经常对您消费教育和理财教育吗”, 被调查大学生中, 表示不太符合、不符合的人数分别占比 33.57%、12.82%, 合计

占比 46.39%。因此，部分家长对大学生的消费教育和理财教育不到位。当被问到“您的学校经常对学生消费教育和理财教育吗”，被调查大学生中，被调查大学生表示不太符合、不符合的人数分别占比 42.06%、17.51%，合计占比 59.57%。这说明高校缺乏对大学生消费教育和理财教育。

第三节 大学生消费行为存在的问题

一、盲目消费行为明显

盲目消费是在现实生活中普遍存在的一种不理性的消费行为。盲目消费在上大学阶段主要与请客吃饭、疯狂购物、谈恋爱、追求名牌、跟风参与辅导班等行为有关。本研究从从众消费、超前消费、冲动消费、攀比消费、炫耀消费五个方面调查了大学生的盲目消费行为。表 1-14 所示，大学生存在不同程度的盲目消费行为。

（一）从众消费

从众消费指消费者为了寻求归属感或者在群体压力之下，把他人的标准作为自己的消费准则，进而在对产品评价、消费方式以及品牌选择等方面表现出迎合别人期望的消费现象。部分大学生没有主见，在购物过程中往往根据多数人的选择决定自己的消费行为，一些大学生即使有需要购买的产品，但为了与同学或者朋友选择保持一致，会放弃计划产品，最终购买了不喜欢的产品。有时大学生为了融入同学之间的小团体，在大学生长期服从多数人消费选择的过程中失去自我个性，变得人云亦云。

根据调查结果，在题目“您经常有从众消费行为吗”中，被调查大学生选择“非常符合”和“比较符合”的共计 190 份问卷，共占比 34.29%。这个说明部分大学生有不同程度的从众消费行为。

A 校大学生 3：这要具体情况具体分析，如果是我需要的产品，选择从众消费也无妨。如果是不需要的产品，我会慎重考虑，很可能不会从众消费。

B 校大学生 2：我自认为是一个有主见的人，但是在平常的生活小事上，就比

较随和，比如出去吃饭，看别人吃什么我吃什么，有时候会超出自己预算，还是会选择跟大家一样。

C 校大学生 1：有时候宿舍会出现团体购物现象，本来不买也行，不是必需品，但是为和大家融到一起，还是会选择购买。

综上所述，H 市部分大学生在群体的压力之下，会产生从众消费的行为。从众消费行为不仅让大学生不能够合理的消费，还会失去独立的个性。

（二）超前消费

超前消费是指超出自身的经济情况，以追求享乐为目的，以高消费为特点，不考虑后果的消费行为。^①

超前消费可以在人们资金暂时不足的情况下满足其消费需求，但是对于没有经济实力的大学生来说，超前消费尤其是网贷消费，会造成严重的后果。如今大学校园越来越社会化，在这个网络时代，大学生毫无抵抗力的遭受到各种网络平台的商家广告信息的侵蚀，“不想当校花的女生不是好学霸”等类似广告信息使得大学校园成为一所美容院。由于商家的诱惑，出于爱美之心，很多女大学生会选择割双眼皮、纹眉等微整形行为。但是由于大学生没有经济能力，“校园贷”等一系列借贷平台进入大学生消费市场。借贷消费这种超前消费方式给大学生带来了暂时的方便，也带来了潜在的风险。如果不能及时还清贷款，大学生会承受巨大的心理压力，严重者会出现心理疾病甚至自杀。近几年来，“大学生裸贷”、“大学生因贷款巨额利息跳楼自杀”、“大学生因贷款跳楼”等新闻频繁出现，例如，2017 年，厦门一名大学生因卷入“裸贷条”，欠下 57 万巨款，最终因被疯狂催债，她不堪压力，选择自杀。^②因此，超前消费行为不但严重损害着大学生本身，对家庭也有很大的伤害，对学校、社会的影响也具有恶劣的影响。

本次调查结果显示，在题目“您经常有超前消费的行为吗”中，被调查大学生中选择“非常符合”和“比较符合”的选项合计 175 人，占比 31.67%。这说明

^① 马磊. 青年亚文化对当代大学生消费观影响研究[D]. 武汉: 武汉工程大学, 2016, 28.

^② 中青在线. 厦门一大二女生深陷校园贷烧炭自杀[EB/OL]. http://news.cyol.com/content/2017-04/14/content_15940073.htm. 2017-04-14.

部分大学生的消费行为中存在超前消费的现象。

B 校大学生 2: 其实超前消费可以让我们经济不足情况下, 提前享受产品的服务。我的手机就是分期付款买的, 同样的价格让我提前享受手机带来的便利, 又减轻了经济压力。

B 校大学生 5: 自从开通了蚂蚁花呗, 尽管我每个月都正常消费, 没有过度消费, 但是每到下个月的还款期, 还款额度总是超出预算额度, 我甚至怀疑蚂蚁花呗多扣我钱了。

C 校大学生 4: 我在个别时候购买电子产品会通过使用像蚂蚁花呗、京东白条这种大家所熟知的借贷平台, 先消费后分期还款。这种公众所熟知的平台还是比较安全的, 况且我消费的额度并不大, 能够保证按期还钱。

大学生总体比较认可超前消费行为, 并且会通过借贷的方式进行购物, 但是还款时看到自己的高额的负债账单会影响心情。这说明超前消费还是会给大学生带来负面的影响, 由于大学生群体年龄尚小, 消费经验较少, 内心承受力弱, 经济实力不强, 一旦负债, 大学生心理容易崩溃。

(三) 冲动消费

大学生并不总是以理智的态度进行购物的。由于缺乏消费经验, 尚未形成理智的消费观, 经不起广告的诱惑、同辈不良消费行为的影响, 大学生很容易做出冲动消费的行为。每到周末和节假日, 一些商场、超市等各种广告铺天盖地, 琳琅满目的商品吸引着大学生的眼球, 各种的促销打折活动诱导着大学生做出本不必要的消费。此外, 随着互联网的迅速发展, 各种网络购物平台迅速发展起来, 京东、淘宝、唯品会、拼多多等 APP 成为大学生购物的常用平台, 各种新生的购物节比如女王节、双十一、双十二等促销活动层出不穷, 而且伴随着限时抢购、低价抢购、整点抢购、团购等促销模式。大学生通常迫于“时间、价格、存量”等压力进行冲动性消费。在网购时代, 网购不仅仅是为了满足生活需要, 而成为了人们的一种消遣方式, 80%大学生表示在网购过程中获得了快乐、高兴、轻松、

满足的感受。^①因此，大学生也把购物作为心情治疗的一种方式。但大学生的冲动消费行为也导致大学生花费了大量的不必要的金钱，购买了大量不必要的东西，通常到月末时，大学生的生活就变得很拮据。

调查结果显示，在题目“您经常有冲动消费的行为吗”中，被调查大学生中选择“非常符合”和“比较符合”的选项共计 216 人，共计占比 38.99%。说明 H 市部分大学生存在冲动消费行为。

A 校大学生 1：平时有冲动消费的行为，主要是受到推送广告的影响，增加了我们购物的欲望。导致冲动的购买了这种产品，有些因冲动购买的产品，被搁置在一边，时间久了，就把它遗忘在了角落里，其实并没有发挥出它的价值。

B 校大学生 3：只要不购物就没有冲动消费行为，但是去超市购物或者网购会受到促销的影响买一些不必要买但是喜欢的产品、物美价廉的生活用品或者零食。这些冲动消费品价格都不太贵，而且大多数都能够用到，发挥出它的价值。其实，这笔钱也完全可以省下来。

C 校大学生 4：平时消费比较有计划，基本不会出现盲目消费的行为，但是去商场购物时候遇到促销力度大而且自己喜欢的商品还是会冲动消费，毕竟促销产品价格比平时优惠的多，买了也不吃亏。

可见，部分大学存在冲动消费的行为，冲动消费的产品主要是一些促销产品，比如：比较廉价的日常生活用品上。影响大学生冲动消费的主要因素是商家广告，也有同辈因素的影响。

（四）攀比消费

大学生来自不同的家庭背景，因此，大学生之间存在消费差距是正常的，大学生应根据家庭的经济情况适度消费，但是有些大学生缺乏的这样消费观念，他们在消费时候经常表现出“人无我有，人有我优”的攀比心理。在校园里我们常常看到这样的现象，当有一个学生穿上新款的品牌服装，使用了最新出的品牌手机，或者是购买了品牌化妆品以及包包，存在攀比心理的大学生内心会有这样一

^① 王顺，何艺萌，罗文豪. 大学生网络冲动购物行为的成因及结果研究[J]. 中国集体经济，2018(09):77-80.

个声音：我的东西一定要比身边同学的好。有学者研究发现，大学生在服装、化妆品、首饰等方面容易容易产生攀比消费心理，有些大学生就算不吃不喝，也要满足自己的虚荣心与消费欲望。^①通常，在学习方面，适当的竞争是对大学生学习有益的，然而，在消费方面，互相攀比对大学生成长是不利的。

改革开放四十余年，我国的经济水平得到了飞速的发展，我们有能力为了高质量生活而消费，适当消费也能刺激经济的发展。从这个角度看，应该鼓励大学生积极合理的消费。但是这并不代表着大学生可以随意的攀比消费，攀比消费是一种扭曲的消费观，大学生攀比消费会加重家庭的经济压力，很多大学生的家庭并不富裕，大学生光鲜的着装是父母辛劳动换来的。大学生的攀比消费行为不仅会对大学生自身造成困扰，也会对未来经济的入不敷出埋下隐患。

调查结果显示，在题目“您经常有攀比消费的行为吗”中，被调查大学生中选择“非常符合”和“比较符合”的选项合计 52 人，占比 9.39%。说明 H 市少数大学生存在攀比消费行为。

A 校大学生 2：我认为人要体面的活着，与同学朋友在一起时候决不能掉链子，尽量和大家的生活质量，穿着打扮差不多，也可以说有轻微的攀比心理。

B 校大学生 4：表面上不说，但是内心会攀比，当自己购买的物品比别人的好时，希望得到别人羡慕的眼光。

C 校大学生 5：小时候看到别人有什么有趣的东西，也会让家里要，但现在长了，不会跟别人攀比消费了，因为每个人家庭经济背景不同，没有攀比的意义。

因此，根据问卷调查数据，将近一半的大学生具有攀比消费行为。根据访谈结果，部分大学生具有轻微的攀比消费行为，有些大学生小时候存在攀比消费的行为，长大后消费更看重自己的需求。

（五）炫耀性消费

凡勃仑在其著作《有闲阶级论》中提出，炫耀性消费体现了在个人渴望展现社会地位，炫耀拥有贵重物品而滋生的满足感和自豪感。炫耀性消费在大学生群

^① 苟鹏飞，张雨婷，周文浩，王逸纯. 消费主义思潮下大学生消费心理及消费状况分析[J]. 中国商论，2019(05):82.

体中表现出对品牌的痴迷。

物质方面，大学生喜欢在穿着打扮方面追求名牌，他们认为穿品牌服装很有面子，会非常自信的向同学炫耀自己服装品牌。有些同学为了满足自己的虚荣心，平时省吃俭用，而生日聚会请同学在高档场所消费，这种打肿脸充胖子的行为给大学生带来了很大的经济压力。精神方面，由于所谓的“诗和远方”等消费主义的影响，大学生偏爱旅游。很多学生表示，大学期间已经踏遍了祖国的大好河山，甚至是国外的美好风光，这些也成为大学生通过拍照或者短视频发朋友圈满足其炫耀心理的方式。炫耀性消费把日益升级的物质需要当做人生的目的和意义，这使得人们的价值观发生扭曲。很多大学生通过炫耀性消费满足了虚荣心，却难以把握消费的“度”，很多大学生为了摆阔去大肆挥霍浪费，造成资源浪费。

调查结果显示，在题目“您经常有炫耀性消费的行为吗”中，被调查大学生中选择“非常符合”和“比较符合”选项的合计 48 人，占比 8.84%。说明 H 市少数大学生存在炫耀性消费行为。

B 校大学生 4：平时倾向于购买价格稍微高、质量好的产品，这样的产品做工更精细，也比较耐用。但是质量差产品比如衣服，穿着真的很掉价。有时价格昂贵的物品不仅仅是炫耀，也是个人身份的体现。

C 校大学生 1：有轻微的炫耀性消费行为，就像穿上了好看的衣服，换了新的发型，但是希望得到别人的赞美。我觉得使用苹果手机还是比使用国产手机有优越感的。

综上所述，H 市部分大学生具有炫耀性消费行为，虽然，他们并没有刻意为了炫耀而消费，但是仍存在着炫耀性心理，这种炫耀性消费心理促使大学生产生了一些炫耀性消费行为。

二、消费缺乏计划

计划消费是指当前并未进行消费行为，但是在将来的某个已经确定的时间会产生消费的行为。本文所指的计划消费是大学生消费之前有计划，消费后能够有选择的做记录，尽量做到收支平衡，适度消费。表 1-15 显示，当被问到“您平时

总是有计划消费吗”，表示不太符合和不符合的H市被调查大学生合计占比33.76%，这表明有33.76%的H市被调查大学生消费行为缺乏计划。关于大学生计划消费的访谈情况如下。

A校大学生1：偶尔会制定一下消费计划，但是比较难执行，比如跟朋友出去逛街的时候，本来没想购物，但是结果却不自觉的购买了一些物品。有时候虽然计划好去购买特定的物品，但是在逛商场的时候却购买了一些计划之外的物品。每个月的收支比较均衡，偶尔会有月底余额，有时也会透支，但是有余额时还是会储蓄起来。

B校大学生3：消费没有计划，月消费额是固定的，会稍微上下浮动，但是消费比较随意，在线上逛淘宝或者线下逛街的时候，遇到比较喜欢的物品或者衣服而且价格比较合理，就会买买买，有时候买过之后觉得有些后悔，因为有些实用性不强，买回来也是放着。月底基本不会有余额。

C校大学生2：我平时消费没有计划，因为在校园内不出去的话，每月的生活费还会有结余，但是只要跟朋友出去逛街或者吃饭就容易出现比较大的支出，但是跟朋友在一起的消费也是一种必要的开支，毕竟朋友也很重要，没钱了父母也会支援。月底如果有余额，我会储蓄起来，留着下个月用。目前还没有长期储蓄的打算。

因此，多数大学生缺乏计划消费的意识，消费之前没有制定计划，即便有计划也难以执行。很多大学生没有储蓄计划，月底一般没有余额。

三、绿色消费行为不足

绿色消费也称可持续消费，是指对对环境无破坏、低破坏的前提下，可以满足人们的基本生活需要、提高生活品质的消费行为，是适应生态承载力和经济发展水平的消费方式。^①近年来，随着我国居民生活质量的提高，消费需求对经济发展的作用显著增强。同时，消费带来的环境问题不断凸显。比如，人们过度消费

^① 人民网. 积极倡导推广绿色消费[EB/OL].<http://theory.people.com.cn/n1/2020/1009/c40531-31884669.html>,2020-10-09.

的现象仍在继续。大学生经济主要依赖家庭，体会不到挣钱的不易，因此，大学生表现出花钱大手大脚的现象，高校附近的商家经常的一句话：“学生的钱是最好赚的”，诠释了大学生花钱的随意性。很多大学生喜欢点外卖，他们认为外卖比学校的饭更美味，但外面的饭价格普遍比学校高，而且外卖造成的垃圾给环境造成了巨大的压力。大学生绿色消行为缺乏不仅使大学生承受的经济成本更大，也会导致资源浪费、加剧环境污染等问题。随着经济发展需要，我国会不断增加消费总量和消费强度。因而，面对资源紧张和环境破坏的问题，需要加强大众绿色消费意识，引导大众绿色消费。这不仅是环境问题、社会问题，也是当代大学生的任务。

然而，即使消费者具有绿色消费观念，也不一定能够执行。据统计，30%的消费者这样认为，在消费某种产品或者享受服务时，他们会优先选择那些对环境无损和具有社会责任的产品与服务，实际上，仅有 3%的消费者按照这种观点去实践，因此，在绿色消费行为中存在这样一个缺口，即消费者的观点和行为不一致。而剩下的 27%的消费者，可能在消费时考虑产品的质量、价格等因素而忽视了环境因素。^①

表 1-18 显示，当大学生被问到“您总是以绿色消费标准要求自己吗（比如，尽量不订外卖，不使用一次性筷子）”，表示非常符合的大学生占 9.21%，表示比较符合的大学生占 36.46%，表示不太符合的大学生占 43.32%，表示不符合的大学生占 11.01%。其中，选择不太符合的大学生人数最多，为 240 人，占比 43.32%。选择不符合的大学生占比 11.01%，二者之和为 54.33%。这说明有近一半的大学生绿色消费观念淡薄。

表 1-18 大学生绿色消费行为调查表

题目	非常符合		比较符合		不太符合		不符合	
	频数	百分比%	频数	百分比%	频数	百分比%	频数	百分比%
27. 您总是以								

^① Cowe R , Williams S . Who Are the Ethical Consumers?[J]. Ecra Ethical Consumer Ethical Consumer Research , 2000, 5(June):80-87.

绿色消费标准要求自己吗?	51	9.21%	202	36.46%	240	43.32%	61	11.01%
--------------	----	-------	-----	--------	-----	--------	----	--------

A 校大学生 2: 当前国家更加提倡绿色消费, 大众也都比较了解绿色消费, 个人比较认可绿色消费, 但是目前并不会因坚持绿色消费方式而不点外卖, 点外卖的时候也意识不到绿色消费的重要性。去外面吃饭的话还是选择一次性筷子的, 感觉非一次性筷子也不卫生。但是去超市的时候会自带一个袋子。

B 校大学生 1: 我个人比较赞同绿色消费的。但是我觉得一个正常人的消费行为并不会对环境造成污染, 能够对环境产生污染的是一些工厂和重工业, 我不会因为绿色消费而不点外卖、不用一次性筷子的。因为有时候点外卖更加方便, 有时候也是迫不得已。此外, 外卖行业和快递行业带来的经济效益是高于污染的, 国家也会对这些垃圾进行专门的处理。

因此, 部分大学生并没有绿色消费意识, 有些大学生有绿色消费意识但实际上没有从日常生活中去践行绿色消费, 对绿色消费并不在乎。

四、学习消费投入较低

高校是培养高素质人才之地, 大学生毕业后将被输送到我国社会发展的各个领域。大学生代表了祖国的未来和希望, 大学时期处于人生中的关键时期, 大学生在这个时期的表现对大学生未来的发展至关重要。因此, 大学生学好专业知识, 拥有一技之长是大学阶段的最重要任务。然而, 在现实生活中, 一些大学生并没有好好利用大学生时光充实自己, 为未来工作做准备。对于每个大学新生来说, 相对于高中来说, 大学生课程量是比较轻松的, 长此以往, 轻松的大学生活给不懂得规划学习的大学生带来了迷茫, 这种迷茫是对人生目标和未来发展的迷茫, 比如, 高考之前, 家长和老师为了鼓励学生考个好大学, 编造善意的谎言“考上大学就轻松了”, 似乎考上大学就拥有了一劳永逸的保障, 考上大学就能够获得高薪又稳定的工作。因此, 不少大学生错误的认为“大学生身份”就是一份保障, 在学习方面放松了对自我的严格要求, 在生活方面放纵自我。不难发现, 大学生聚会去高档餐厅, 化妆品使用名牌, 衣着光鲜亮丽, 他们在吃喝玩乐方面大把挥

霍着家庭给予的生活费，却很少见大学生闲暇时间忙着去图书馆、去辅导班。每当临近毕业时候，这些不懂的学习消费投入的学生开始愁工作。刘金勇、金天星等人 2007 年研究发现，大学生在学习资料方面的消费占总消费的 23.6%，低于 25.6% 的上网消费。^①本研究调查发现，如表 1-7，在设定的四个学习消费区间中，29.78% 被调查大学生学习消费额度 99 元及以下，42.6% 被调查大学生学习消费额度在 100-199 元之间，17.51% 被调查大学生学习消费额度在 200-299 元之间，10.11% 被调查大学生学习消费额度在 300 元及以上。学习月消费支出在额度较低的两个区间的大学生占 72.47%。这表明大学生在学习消费方面投入较低。下面是相关访谈情况。

A 校大学生 1：每个月的生活费主要是生活必须品费用支出，学习资料消费不多，图书馆的书完全够看了，平时考证不是特别多，像四六级这种考试靠自己努力学习就可以通过，只买一些辅导资料，花不了多少钱，所以总体来说在学习方面消费不太多。

A 校大学生 2：目前来说，消费主要用到了吃饭和其他的一些生活费用上，学习方面会购买一些专业相关的书籍，消费不高，由于喜爱看书，会偶尔购买一些自己喜欢的书籍，这个消费不太多，考的证书不多，会花费一些报名费，这个费用也不多，至于以后考研，会购买网课或者跟同学一起报辅导班。

B 校大学生 2：在学习方面消费不高。对于普通的考试像会计、教师资格证等证书，我不愿意购买网课或者报辅导班，网课考证需要几百块钱，线下辅导班需要几千块钱，我觉得不值得，报了班不一定能考过，不报班也不一定考不过，所以我觉得没必要，有这些钱我宁愿买化妆品、买衣服。但如果是一个含金量高的证书，我还是愿意花钱学习的。

综上所述，大学生在学习消费方面投入较低，而且大学生学习的意识也不够强烈。大学生阶段是进入社会之间的过渡阶段，也是人生中的关键时期，然而很多大学生却误认为大学是高中的胜利果实，在大学期间虚度光阴，这种错误的观

^① 刘金勇，边策，金天星. 部分高校大学生消费现状调查及其引导[J]. 河北大学学报(哲学社会科学版)，2007(06):120-123.

念阻碍了大学生对的美好前途的追求。

本章小结

本章主要基于对 H 市三所高校的调查数据进行分析。首先阐明了问卷调查的设计与实施；其次根据调查数据从经济来源、消费水平、消费结构、消费方式、消费观念、消费的影响因素、消费教育七个方面对大学生消费行为现状进行解析；最后，总结出 H 市大学生消费行为存在盲目消费行为明显、消费缺乏计划、绿色消费行为不足、学习消费投入较低等四个问题。为下文剖析大学生消费行为问题的原因打下了坚实的基础。

第二章 大学生消费行为问题的归因分析

第一节 社会原因

一、西方消费主义的侵蚀

随着经济全球化的进一步加深，世界各国之间的联系更加密切。一方面，西方的科学技术加速了我国各领域的发展，另一方面，西方的消费主义思想也流入中国。消费主义把无节制的物质追求和精神享乐当做人生的价值和生活方式。在我国消费市场，西方消费主义思潮主导的现象随处可见。曾经有这样一个故事，美国老太太辛苦了三十年，还清了房贷，而中国老太太辛苦了三十年，攒够了买房的钱，最终，美国老太太住了 30 年，而中国老太太却无福享受。^①这个故事一度成为房产广告和信用卡销售的有利工具，指引着人们超前消费。如今，“会花钱的人更会赚钱”、“省钱都是穷人思维，有钱人都想着如何赚钱”等消费主义思想侵蚀人们传统的消费思维。而大学生的价值观处于形成期，容易受到外来思想的影响而发生变化。在消费主义的影响下，很多大学生开始追求符号消费，他们之间的话题并不是学习，而是今天哪个学生抢购了最新款手机、哪个品牌的口红好看、哪家网红餐厅好吃等话题。此时，大学生忙于追求炫耀消费、符号消费，把高消费当作高生活品质的象征，使消费失去了原有的意义。

二、大众媒体的传播

大众媒体主要是网络、广播、电视、通信、报刊为中介的传播媒体，具有传播速度快、范围广、影响大等特点。随着网络新媒体的发展日渐成熟，网络新媒体成为群众广泛使用的传播媒介，大学生仅仅通过电脑、手机连接网络就能快速接收到最新的信息。广告是企业推销产品的有力手段，企业要想增加产品销量，

^① 腾讯网. 用半辈子的时间来“还房贷”，值吗？[EB/OL]. <https://xw.qq.com/amphhtml/20190824A0662S00>.

设计一项能够打动客户的广告是必不可少的。企业通过对目标客户进行心理分析，启用名人或者明星作为产品的形象代言人，通过夸大产品的优势，传达产品的个性特征，在产品与消费者之间建立联系，在消费者心中树立良好的品牌形象，在此基础上，通过大众媒体的宣传，使该产品在大众心目中获得一定的地位，从而改变目标消费群体的态度，激起消费者的购买意愿。部分大学生热衷对名人的追求，对于名人代言的产品，他们往往会出于对明星的崇拜而不是因为对产品的需求而消费。一些媒体缺乏社会责任感，为了提高节目收视率、扩大媒体影响力、进而提高经济收益忽视了节目内容的合理性，播放一些毫无营养甚至对大学生有害的内容，比如一些娱乐节目、网络直播、游戏等产品具有娱乐消费性质的信息。而大学生很容易被这些娱乐性质的信息所吸引，部分学生喜欢宅在宿舍看娱乐节目，部分学生沉溺于网络直播，频繁的进行一些不必要的消费，甚至盲目的进行直播打赏……大众媒体虽然丰富了大学生的生活，但是一味的播放娱乐消费的节目和广告，会误导大学生的消费观，浪费大学生的时间，加剧大学生盲目消费的行为。

三、消费网络化的影响

随着智能手机和移动宽带的广泛使用，消费者越来越喜欢网络消费。网络消费的优势在于，对于消费者来说，网购更加省时、省力、省钱，只要足不出户就可以在规模宏大的网络消费市场以更加优惠的价格选购需要的商品。

网络消费的优点受到了大学生的喜爱。大学生群体由于自身特征，在购买产品时偏爱标新立异、与众不同产品。因此，网购更容易满足大学生追求个性、时尚的风格。根据调查结果，当被调查大学生问到平时的消费场域时，选择了“网购”的大学生占被调查大学生的 62.09%，选择了“实体店和网购差不多”的被调查大学生占 27.8%，选择了“实体店多一些”的被调查大学生占 9.57%，选择了“从不网购”的被调查大学生占 0.54%。网络消费成为多数大学生喜欢的消费方式。

网络消费也存在一些弊端。网购平台充斥着大量广告，很多大学生本无消费

意愿,但是在浏览网页信息时,受到网页感官刺激,容易产生冲动消费。^①网络消费的支付方式通常是以支付宝、微信等平台进行电子支付,而不是传统的纸币支付,这在一定程度上减弱了大学生对金钱的敏感度,使大学生对金钱数量产生了模糊的概念,容易使大学生过度消费。^②此外,网络娱乐平台,比如,电子竞技直播平台引起了大学生的兴趣。大学生为了巩固人际关系,与同伴约定竞技直播平台,通过打赏主播来显示自己的“大方”,进行攀比、炫耀消费。网络消费平台具有借贷消费和分期付款功能,促使大学生为了满足自身的物欲产生了超前消费。^③因此,网络消费虽然给大学生消费带来了方便,但更多的是加剧了大学生的盲目消费行为。

第二节 学校原因

一、校园负面消费环境的影响

校园消费环境对大学生的消费行为有着潜移默化的影响,良好的校园消费环境可以培养大学生正确的消费观,但在现实中,一方面,一些大学生之间充满了人情消费、攀比消费等风气,这些不良的消费风气在大学生之间蔓延,影响着每个大学生的消费行为。另一方面,一些高校内充满了商业化的环境,促进了大学生的消费行为。

刚进入大学校园的大学生,还保持着高中生身上的朴素与懵懂,但是在大学校园里面吃喝讲排场、穿戴要讲究等消费主义和享乐主义的熏陶下,如果个人的毅力不够坚强,就会逐渐淡忘了开学时的初心与理想,整天忙于人情消费、攀比消费、炫耀消费。在大学校园里,为了维系宿舍关系、社团关系,我们经常会看到几个学生到了周末或者节假日聚餐的现象,尽管有一些学生的家庭并不富裕,但是为了和同学们融为一体,不得不选择跟随同学们的生活节奏,从而产生维系

^① 裴慧君.当代大学生消费行为现状与引导策略研究[J].湖南工业职业技术学院学报,2013,13(04):24-25.

^② 卢宁,高世杰.移动新媒体场域下高校青年消费观的异化与重塑[J].教育评论,2019(02):27.

^③ 张媛.互联网金融背景下大学生消费观教育研究[D].西安:西安建筑科技大学,2018,17.

人情的消费。2017年，中国青年报社以1570名大学生作为调查对象进行了研究，其中，受访对象中赞同“为人情消费苦恼”的占55.4%，赞同人情消费可以促成学生之间关系圈和形成小团体的大学生占58.9%。^①本研究调查结果显示，当被问到“您消费时易受哪些因素的影响”时，有56.14%的被调查大学生选择了同学、朋友的影响。因此，同学、朋友等同辈之间的人情消费也是影响大学生消费的重要因素。有时候一个同学购买了品牌手表、化妆品或者电子产品时，其他同学看到了难免会心生羡慕，出于攀比心理往往会够买一个价格更高品牌更大的产品，从而产生了攀比消费，同时满足了自己的虚荣心，而他们只要觉得自己拥有物品比同学的贵，内心就会获得优越感。

此外，一些高校内的商家为了盈利，出售价格较高且不利于大学生学习的游戏产品或者经常举办一些促销活动，诱导着大学生进行消费。一些高校为了蝇头小利与一些外来商家合作，在校园内举办面向学生的营销活动。出于好奇心和对学校信任，大学生认为与学校合作的商家是可靠的，他们就愿意参与这种消费活动。事实上，这只不过是商家盈利的一种渠道而已。校园本来是学习的场所，而过多的商业活动加剧了大学生的不良消费行为。

二、高校消费教育的缺失

高校消费教育是高校向大学生传授消费知识和技能的教育活动。我国大学生的消费问题日益严峻，迫切需要高校对大学生进行消费教育。然而，表1-17显示，当被问到“您的学校经常对学生进行消费教育和理财教育吗”，表示不太符合与非常不符合的大学生合计占比48.38%，这说明近一半大学生认为高校并没有给予大学生消费问题足够的重视。

目前，我国高校更注重专业知识的学习，对大学生的综合素质的培养不够重视，缺乏对大学生消费观念的引导和理财教育。思政课程是对大学生消费观引导的主要途径，一些高校的思政课程更侧重于国家和社会宏观层面的教育，缺乏微

^① 中国青年报. 超半数受访大学生为人情苦恼[EB/OL]. http://zqb.cyol.com/html/2017-12/14/nw.D110000zgqnb_20171214_3-07.htm, 2017-12-14.

观层面对大学生群体消费问题的教育，当出现大学生不良消费问题时，高校没有及时将此类事件作为消费案例对大学生进行消费教育，没有及时帮助大学生提高消费警惕和树立自我防范意识。高校更注重对大学生专业知识和技能的培养，重视学生的升学率和就业率，缺乏对大学生实践能力的培养，导致大学生缺乏处理消费问题的能力。

第三节 家庭原因

一、家庭不良消费环境的影响

家庭是最基本的社会单位，一个人从出生就受到家庭环境的熏陶，长大之后的生活方式无疑与家庭的消费环境密切相关，在一个家庭中，家长的消费观念、消费行为直接影响着大学生的消费行为，例如，有学者研究认为如今一部分大学生畸形的消费观是受到了父母的影响。^①现在的大学生父母基本都是70后和80后，他们出生在物质相对匮乏和教育相对落后的年代，他们并没有接收到良好的消费教育，因而，一些家长并没有良好的消费习惯。一些家长挣钱能力不强，但在消费方面消费却与有钱人相比，经常超前消费，导致家里经济入不敷出，生活困难。一些家长花钱没有节制，不考虑未来的发展和需要，只关注当下的生活，经常成为“月光族”。这些不良消费会传染到孩子身上，导致一些大学生养成了不良的消费习惯。

二、家庭消费教育的缺失

大学生表现出来的不良消费习惯，追根溯源离不开父母的消费教育。首先是家庭对孩子的消费状况并不重视，自古以来，“望子成龙”的思想根深蒂固，父母一向重视孩子的学习，孩子优异的学习成绩是父母的骄傲，如果孩子的学习成绩不够理想，即使其他方面表现出色，父母也会感到遗憾，因此，父母一向把教

^① 朱璐咪. 大学生消费现状及消费心理研究[J]. 知识经济, 2018(01):166-167.

育孩子的重心放在孩子的学习方面，而对孩子的生活方面以及孩子每个月的消费情况并不重视，就算大学生消费不合理，一些父母也全然不知。有些父母给孩子提供的生活费用是固定的，他们认为只要孩子的消费额度在一定范围内就是合理的。然而，即使不会出现过于高消费的情况，一些大学生也会出现娱乐消费过度、学习消费不足等消费结构失衡的现象。其次是父母的消费教育方法不恰当。对于比较贫困的家庭，父母对孩子消费方面的教育观念并不科学，他们一味的教育孩子节俭消费，忽略了当今大学生的消费现状，大学生除了衣食住行方面的消费之外，还需要社交、学习、娱乐、通讯等方面的消费。父母过度的要求孩子节俭，使得孩子的生活质量与同辈群体脱节，结果会使孩子产生自卑的心理。对于经济富裕的家庭，父母有实力满足孩子的物质需求，一旦拥有过于充足的生活费，一些大学生很容易出现不理性的消费行为，产生过度消费。一些大学生通过将自己包装成华丽的形象，滋生了优越于别人的心理，使得他们不能和同学融洽的相处。这都是父母缺乏消费教育或者消费教育方法不当导致的结果。而表 1-17 显示，当学生被问到“您的家长经常对您进行消费教育和理财教育吗”，表示不太符合与不符合的大学生合计占比 54.33%，由此可见，近一半大学生的家庭消费教育是比较欠缺的。

三、家长过于溺爱孩子

孩子是家庭的希望，很多家长非常重视孩子的培养，他们对孩子的关注甚至超过自身。但是一些家长并没有掌握科学的教育孩子的方式，他们认为给孩子提供优越的物质条件是对孩子最好的教育，于是家长尽量的对孩子的要求全部满足，就算一些家庭的经济条件不够富裕，家长也会通过省吃俭用的生活方式，节省更多的钱去满足孩子更好的物质生活要求。家长们认为这是对孩子好的表现，实际上，一味的依从孩子的要求是一种错误的教育孩子的方式。由于家长的溺爱，孩子在成长的过程中缺乏应有的锻炼，导致长大后他们缺乏责任心和自我管理能力，如今，一些大学生明知道家里的经济条件并不好，但是他们控制不住自己，依然

花钱如流水。一些大学生虽然家庭经济条件较好，但是他们花钱没有节制，把钱更多用在了吃喝玩乐等个人享受方面，导致他们养成了浮夸不务实的作风，这种不务实的作风甚至带坏了身边的同学，影响了学校风气甚至社会风气。

第四节 大学生个人原因

一、大学生消费心理不成熟

消费心理影响着人们的消费行为。很多大学生到了大学阶段才摆脱了衣食住行由父母全权负责的状态，终于可以掌握充足且可以自由支配的生活费，但是大学生的消费心理不够成熟，尚未掌握科学分配生活费的能力。

处于青春期的大学生个性张扬，他们会把自身个性投射到某个品牌上，突出自己的独特性。他们往往具有自己的购物准则，在消费时倾向于选择符合自身个性的产品或者那些能够弥补他们个性弱点的产品。有些大学生个性张扬，热衷于选择某个品牌的服装或者化妆品来标榜自己时尚、潮流等独特的风格。有些大学生性格内敛，为了得到同学们的关注，反而选择具有夸张、奇特的风格的品牌产品用来包装自己。而品牌与普通产品的不同之处在于知名度高、价格昂贵，这些大学生为了得到“个性”的产品，经常高消费。

一些大学生独立性较差，具有从众心理，他们担心自己被孤立，为了融入校园内的圈子中，无论是老乡聚会、社团聚会还是室友聚会，不考虑自身时间和经济条件的情况下盲目参加，大学生过度的聚会容易导致生活费用出现红色赤字，而盲目从众的聚会也不利于大学生自主能力的培养。

一些大学生存在炫耀、攀比等不健康的心理，他们的消费行为并非源于真实的生活需要，而是通过在同学面前炫耀自己所拥有的高档或者昂贵的产品，来获取同学羡慕的眼光，满足自己的虚荣心。

由于大学生消费存在各种不成熟的消费心理，他们把更多的生活费用来满足自己不成熟的消费心理，缺乏对自身未来发展的投资，他们很可能使这些生活费

成为沉没成本。一些大学生养成了不良的消费习惯，这些不良消费习惯甚至还会伤害到自身。

二、大学生价值观存在误区

当代大学生生活在我国经济快速发展和产业的快速升级时期，这个群体身上具有很明显的时代烙印。当代大多数大学生是独生子女，他们从小在全家人的庇护下成长，物质生活优渥，容易养成以自我为中心的特点，即个人主义。崇尚个人主义的大学生在童年时代习惯了在家里优先获得最大利益的特权，而大学生活是以宿舍、班级等为单位的群体生活，群体生活的准则是集体利益大于个人利益。大学生的个人主义与群体生活的集体主义准则是相矛盾的。在集体生活过程中，一些大学生暴露了个人主义的特点，做事以自我为中心，缺乏集体意识，在共享公共资源时候，他们只考虑个人利益，不顾其他人的感受，经常做出不遵守公共秩序、浪费水电等公共资源的行为。一些大学生追求享乐主义，他们把吃喝玩乐、宿舍追剧、上网打游戏、物质消费等个人享受行为当做生活的主要内容，把“考试及格万岁，多一分浪费”当做学习的目标，这时的大学生忘记了初心、父母的期盼，以追求个人生活的满足为人生意义，沉溺于物质追求带来的的低级快乐。一些大学生盲目追求拜金主义。拜金主义是把钱看得高于一切的观念，认为金钱是衡量一切的标准，金钱无所不能。在市场经济环境下，拜金主义盛行，大学生的思想观念不成熟，加上媒体的传播，其思想无形中受到了拜金主义的影响。于是，大学生通过各种途径兼职挣钱，去追求高档消费的生活，去结识有钱的朋友，以此来炫富。

三、大学生自我管理能力欠缺

大学生自我管理就是通过发挥自身主观能动性，主动为自己设立目标，充分释放自己的潜能去实现目标。一个具有自我管理能力的学生往往学习成绩更加优异、心理素质更高、同学关系更加融洽、消费行为更加科学合理。然而，我国

大学生普遍缺乏自我管理能力。

到了大学阶段，大学生学习更加自由，课余时间更多，学习任务相对轻松。一些学生不能适应自由的学习模式，大量的闲暇时间给予了他们上网、购物、娱乐等更多选择，因此，很多缺乏自律的大学生把大量的时间花费在了娱乐和享受生活方面，而花费在学习方面的时间较少，结果，一些大学生出现期末成绩挂科的现象。此外，很多大学生都是独生子女，比较依赖父母，父母对孩子的投入更多，一些大学生从小到大的所有事情都是由父母代劳，导致大学生养成依赖父母的习惯，而我国大学实施寄宿式管理，缺乏自我管理的大学生不能适应独立的生活方式，刚进入大学的他们容易出现盲目消费的行为。一些大学生在消费过程中购买了过于贵重或者不适用的商品之后，并没有及时反思商品的长期适用性、价格的合理性、自我满足感等因素，对于不合适的商品没有及时与商家退换。大学生缺乏自我反思，没有意识到不合理消费给自身带来的损失，导致不合理消费的行为反复出现。

本章小结

本章在相关理论的指导下，结合第一章对调查研究的结果，从四个方面对大学生消费行为问题存在的原因进行分析，大学生个人方面的原因有大学生消费心理不成熟、大学生消费观存在误区、大学生自我管理能力欠缺；家庭方面的原因有家庭消费环境的影响、家庭消费教育的缺失、家长过于溺爱孩子；高校的原因有校园负面消费环境的影响、学校消费教育的缺失；社会方面的原因有西方消费主义的侵蚀、大众媒体的传播、消费网络化的影响。从社会、学校、家庭、个人四个方面对大学生消费行为问题进行分析，有利于对大学生消费行为的指导。

第三章 引导大学生消费行为的策略

第一节 社会方面

一、营造良好的社会消费环境

当今，人们生活在一个媒体主导的信息世界里，网上良莠不齐的消费信息时刻影响着人们的日常生活，大学生无疑也会受到网络不良信息的影响。为大学生提供良好的社会消费环境，需要媒体对不良信息进行净化，加强对科学消费理念的宣传。

（一）净化不良的消费环境

外在的消费环境成为大学生消费行为和消费观念形成的基本条件。近年来，西方消费主义的侵入使大学生的消费价值观发生了变化，部分大学生开始盲目追求以吃喝玩乐、个人享受为特点的安逸生活。对于这种现象，大众媒体需要承担其社会责任，改变纯粹的以盈利为目的、诱导大众无节制消费的传播形式。这需要媒体在发布信息之前，加强对信息的质量的审核，过滤掉具有消费主义倾向的信息。

（二）大力宣传科学消费

媒体要大力宣传科学消费，纠正大学生的不良消费观念，改善大学生的不良消费行为。科学消费是符合个人身心健康、经济和社会发展、人与自然和谐共处的消费方式。在过去的几十年，人类对自然的过度消费，导致了全球气候变暖、水污染、生物多样性减少、土地荒漠化等环境问题，环境的恶化反而阻碍了经济和社会的发展，甚至给人类生存带来了威胁。对此，媒体要通过向大学生宣传过度消费带来的环境问题以及给经济、社会、个人带来的问题，使大学生认识到消费问题的严重性，并进一步向大学生宣传科学消费理念，把科学的消费理念与实际生活相结合，从日常生活中一点一滴的引导大学生科学消费。

二、加强对消费市场的监督和管理

（一）政府要完善法律法规

相关部门要对商家的准入、运营、退出等环节建立一套严格的法律法规，要求所有商家在每一个环节必须遵守相关规定，杜绝商家做出损害人民利益的违法行为，为人民群众创造一个健康透明的消费市场环境。

建立专门保护大学生消费权益的法律法规。大学生虽然是成年人，但经济依赖家庭为主，心理不够成熟，在社会上属于弱势群体。而现实中的一些不法分子利用大学生缺乏生活阅历的特点，于是专门“挣”大学生的钱。有关部门要建立相应保护大学生消费权益的法律制度，对不良商家进行严厉的处罚。

制定针对大学生消费的优惠政策。大学生经济不够独立，制定针对大学生的优惠政策有利于大学生的消费权益更好的得到保护。关于大学生消费的优惠政策，比如，现在实行的大学生凭借学生证可以享受火车票打折、一些旅游景点对大学生实行半价优惠等关于大学生消费的优惠政策，这些政策让大学生得到了切实的消费保护。

（二）政府要设立监管部门

监管部门要建立宣传、信用评价、消费者权益保护等多功能的监管平台，对消费市场进行全面的监管。监管部门要大力宣传消费市场的法律法规，提高商家的思想觉悟，对商家的规范运营起到指引作用，也可以让大学生更多的了解法律知识，避免进入商家的不法圈套。对于网络消费平台，监管部门要建立商家的信用评价体系。信用评价体系可以呈现出商家的信用，消费者通过参考商家的信用及评价，再决定是否消费，防止消费者被广告欺骗。信用评价体系使消费更加安全、透明。监管部门建立消费者权益保护平台，对于权益受损的消费者，只要完善个人信息、提供相应证据就可以直接举报商家，对于一些商家虚假信息、隐匿或者更改不公平条款的行为进行处罚，并对消费者的损失进行赔偿，从而维护消费者的合法权益。

（三）政府要加强对网络贷款平台的规整

网络交易的迅速发展，各种贷款平台激增猛涨，很多贷款平台的经营模式并不规范。近年来，由于网贷平台的不规范经营，大学生网贷问题频繁出现，严重损害了大学生的权益，对社会造成了严重的影响。因此，政府要严格整顿网络贷款平台，对贷款方式和流程制定统一的规范，对损害大学生权益的贷款平台，要进行严厉的处罚，创造安全的网络贷款环境。

第二节 学校方面

一、营造良好的校园消费环境

大学是为国家培养人才的场所，良好的校园环境有助于人才的培养。因此，高校营造良好的校园消费环境，需要从校园物质环境、制度环境和校园文化三个方面关注大学生的消费问题，优化大学生的消费行为。

（一）营造良好的物质环境

校园的物质环境包括校园自然环境、校园设施、以及传播媒体。营造良好的校园物质环境可以从三个方面着手。首先，高校要对校园的自然环境进行绿化。在植树节期间组织大学生在校园内种植一些花草树木等绿色植物，大学生参与植树活动可以锻炼吃苦耐劳的品质，减少大学生的消费欲望。同时，一个安静整洁、景色宜人的校园环境给大学生提供了一个良好的学习生活环境。其次，高校要精心改造校园的建筑设施。校园的建筑设施反映了高校的风气和文化，过于商业化的建筑设施会诱导大学生进行不合理消费。再次，高校要以简约的理念打造校园内的建筑物、生活设施、教学科研设施、文体活动设施，使校园内的各种设施风格符合大学生严谨、求实的学习态度，避免商业化的气息。最后，高校应严格管理校园内的传播媒介，避免不合理的消费理念传入校园。高校可以通过校园广播站宣传理性消费的相关知识，在校园的宣传栏张贴节约粮食、节约用水等标语，充分对大学生进行消费教育。

（二）营造良好的制度环境

营造良好的校园消费环境，需要高校制定面向学生和商家的管理制度，包括对大学生的消费行为的管理制度，以及对校园内商业环境的管理制度。关于大学生的消费制度，高校可以根据当地消费水平限制大学生的消费额度，例如，一些高校对大学生的校园卡设置每次消费的最高额度以及每天消费的最高额度，防止大学生高消费。对于校园内的商家，高校要对其出售的商品和商品的价格进行严格管理，防止商家对大学生出售奢侈品或者容易让大学生上瘾的游戏产品，禁止商家开展诱导大学生冲动消费的营销活动，对于有损害大学生利益的商家要采取严厉的惩罚措施。

（三）营造良好的校园文化

校园文化不仅影响着大学生的身心发展，也影响着价值观的形成。一方面，高校需要建立良好的校风、班风，在校风、班风中融入正确的消费理念，使大学生潜移默化的受到正确的消费理念的熏陶，形成正确的消费观念。另一方面，高校需要开展丰富多彩的课外活动。学校可以开展一些关于大学生消费的知识竞赛、辩论赛等活动，既能丰富大学生的校园文化生活，也能使大学生树立正确的消费观念。

二、对大学生进行消费心理教育

在西方消费主义影响下，许多大学生产生了不良消费心理，导致大学生出现不良的消费行为。因此，高校应该重视大学生的消费心理教育。

（一）开设消费心理教育课程

高校可以通过开设一些消费心理教育课程。一方面，高校可以在新生开学季以“大学第一节心理课”的形式对大学新生进行消费心理教育，引导全体新生理性消费。大学生的消费水平参差不齐，由于开学初不适应同学之间的贫富差异，有些学生会产生自卑或者高傲的心理，不平衡的心理会造成大学生在消费方面的虚荣心理，从而产生不良消费行为。因此，新生开学时的消费心理课程可以帮助大学生减轻或消除不平衡的消费心理，避免大学生出现不良消费行为，使大学生

快速适应大学生活。另一方面，高校要在正常教学期间开设消费心理课程。在消费心理学课程的系统教育下，大学生可以深入的学习消费心理知识，加强健康消费意识，从而培养健康的消费心理。高校还要可以结合时事消费新闻加强对大学生的消费心理教育，增强大学生的消费防范意识。

（二）建立完善的消费心理咨询机构

高校要重视大学生消费心理咨询机构的工作，建立完善的大学生消费心理咨询机构，保证当大学生能够及时获得帮助。高校要拓宽大学生消费心理咨询渠道，建立线上和线下心理咨询平台，方便大学生消费心理咨询。心理咨询机构的老师要具备专业的消费心理学知识和疏导能力，能够与大学生有效交流，帮助大学生解决消费心理问题。

（三）举办大学生消费心理讲座

高校可以经常邀请知名的心理学专家给大学生讲解消费心理学知识。在名人效应的影响下，高校更能够引起大学生对消费心理的兴趣，大学生更乐于接受关于消费心理的知识，调整自身的不良消费心理，改正不良的消费习惯。

三、对大学生进行消费观引导

（一）适度消费观

马克思主张适度消费，适度消费指的是既不能超出自身的经济实力进行消费，也不能够过度的节俭降低基本的生活标准。在消费水平方面，高校要引导大学生的消费水平基于家庭的经济情况，大学生的经济来源主要是家庭，每个大学生的家庭背景不同，大学生不能一味的参考别人的消费标准。大学生不能高消费，高消费可能会加重家庭的负担，大学生也不能过于节俭消费，过度的节俭消费会影响大学生的身体健康和正常的生活。在消费结构方面，高校要为大学生在基本饮食、学习、娱乐等方面的消费支出所占总消费的比重制定出科学的分配标准，引导大学生在基本饮食、学习、娱乐等方面适度消费。

（二）可持续消费观

可持续消费是指可持续的劳务消费、商品消费以及自然资源消费。商品消费主要指衣食住行等生活资料的消费，劳务消费指的是如文化、保健、旅游等服务性消费，这里的可持续消费是狭义的概念。^①可持续消费反对人们不考虑自身情况过度消费，过度的开采自然资源，反对人类的贪欲行为。

高校要从以下几个方面引导大学生践行可持续消费观。其一，引导大学生尽量选购对环境有利的绿色产品。例如，要求大学生在购物时候尽量不使用一次性塑料袋，选择可降解的纸质购物袋。其二，要求大学生根据自身的经济情况，量入为出。其三，要求大学生在购买产品时坚持舒适、环保、简约的原则，购买既可以节省成本又对环境损害小的产品。

第三节 家庭方面

一、树立科学的消费榜样

父母是孩子的第一任老师，什么样的父母就会教育出什么样的孩子。父母的言传身教是影响大学生消费行为的关键因素。因此，家长要树立科学消费的榜样，为大学生培养良好的消费行为。

（一）树立科学的消费观

家长要广泛的阅览新闻、书籍，提高自身的消费知识广度和深度，在繁杂的消费信息中能够识别正确的消费观念，纠正自身不良的消费行为。家长要通过不断的学习和实践，树立科学的消费观。

（二）家长要以身作则，合理消费

家长在生活中要以身作则，合理消费。当家庭经济水平较低时，家长要开源节流，维持家庭生活的正常运转。当家庭的经济水平提高以后，家长的消费层次需要适当的提高。例如，根据马斯洛的需要层次理论，每当一种需要得以满足，另一种更高层次的需要就产生了。家长还要培养记账的习惯，掌握家庭的消费情

^① 周梅华. 可持续消费理论研究[M]. 徐州：中国矿业大学出版社，2003，46.

况。记账本能反映家庭在一段时间内的经济收入、支出和结余状况。家长通过记账可以掌握家庭或者个人的收支情况。家长可以先收后支、量入为出，并通过参考账本及时调整自身消费行为，从而合理的引导家庭的消费行为。

二、培养子女的自力更生能力

当代大学生中独生子女较多，由于父母的溺爱，一些大学生自我意识很强、自我期望很高，但是在实际生活中严重依赖父母，贪图享乐，缺乏责任心和奋斗意识。大学生是否具备自力更生能力，不仅关系着大学生本身的发展前途，也关系着祖国的未来。对此，父母可以从家庭、学校、社会等不同方面对大学生进行指导。在家庭中，父母要把大学生看成一个独立的个体，父母不能一味的娇惯他们。家长要让大学生在家里做一些力所能及的家务，培养大学生的责任心，减少大学生奢侈浪费的消费行为。在学校层面，家长要鼓励大学生努力学习、争取学业奖学金。奖学金不仅代表个人的荣誉和学习能力，还可以为大学生的就业增加筹码。学业奖学金只有少数学习成绩优异的大学生才可以获得，因此，大学生在争取奖学金努力学习的过程中，不仅学到了专业知识，培养了主动学习的能力，也能把奖学金作为自己的生活补贴，减少对家庭经济的依赖。在社会层面，家长要鼓励大学生参加社会实践。大学生具有较长的寒暑假，他们可以充分利用这些时间从事一些力所能及的兼职。通过参加这些兼职，大学生不仅可以拓宽自己的经济来源，减轻父母的经济压力，还能够提高自身的社会实践能力。大学生可以从实践过程中体会到挣钱的艰辛，逐渐养成良好的消费观，纠正自身的不良消费行为。

三、合理提供生活费

当代多数大学生从小在父母溺爱的环境里成长，到了大学，很多父母认为自己再也不能无微不至地照顾他们，于是在经济方面进行过度的补偿。然而，大学生心理不够成熟，大学环境比较自由，过多的生活费可能使大学生沉迷于物质消

费带来的享乐生活。因此，父母要提供合理的生活费。父母可以根据学校所在地的物价水平、校园物价水平以及大学生的月消费额全面了解大学生的消费水平，与此同时，要结合自身家庭的实际经济状况和孩子的客观需要，因人制宜地制定孩子的消费预算，为孩子提供合理的生活费。提供过少或者过多的生活费，都不利于孩子养成良好的消费习惯。

第四节 个人方面

引导大学生进行合理消费，不仅要依靠社会、学校和家庭，还要充分发挥大学生自身的主观能动性来提高自我消费管理能力。

一、提高自我管理能力

大学生进行合理的消费，不仅要依靠来自社会、学校、家庭的教育力量，还要大学生本身发挥主观能动性，在消费方面提升自我认知能力和自制力，进一步提高自我管理能力。

（一）提升认知能力

对待事物的认知能力是影响大学生的内在因素，大学生对事物的认识越全面越客观，越能控制自己的行为。大学生要广泛的阅读各类书籍，多与朋友交流，扩大自己知识范围，提升自己的认知能力。大学生要多阅读消费领域的书籍，加强对消费理论、消费技能、消费者权益保护、消费相关法律法规的学习。同时，大学生要对自身的消费行为进行评价，反思并改正自己的不良消费心理和不良消费行为。大学生通过外在的学习和内在的评价，提升自己的消费认知能力。

（二）提升自制力

自制力是大学生能够控制并且调整自己的思想以及行为的能力。自制力强的大学生，既擅长鼓励自己积极勇敢地去完成自己所做的决定，又能够及时抑制自身不合理的情绪、动机和行为。自制力在很大程度上表现在意念控制上，大学生可以通过自我暗示、自我激励的办法来提升自己的自制力。以自我激励为例，大

学生可以给自己制定一个月储蓄计划，每个月通过克制自己的消费欲望来完成储蓄任务，坚持一个季度下来，给自己一定的奖励，如果某一个月没有完成储蓄任务，那么就惩罚自己要坚持两个季度，才能获得奖励。

二、养成良好的消费习惯

习惯是人们从日常生活中逐渐形成的一种一如既往的、稳定的行为方式，是通过外在的表现而显示出来的内在的相对稳定的思想。大学生消费习惯对大学生的未来发展具有重要作用。因此，大学生养成良好的消费习惯意义重大。良好习惯的养成非一朝一夕之功。大学生要把理性消费、计划消费等列入自己的成长规划当中，长期的坚持下去。反思是促使良好习惯养成、自我快速成长的重要途径，大学生通过自我反思及时发现自己的不合理消费行为，善于总结导致自身不合理消费行为出现的各种因素，为改正不合理的消费行为寻找解决办法，在实践中不断地优化自身的消费习惯。

三、加大学习消费投入

当代大学生受到消费主义、享乐主义的影响，其价值观在一定程度上受到了冲击，淡化了对人生理想的追求，沉溺于享乐和消遣的生活之中。他们将父母给的生活费用在了吃喝玩乐方面，而在学习消费方面投入较低，这是一种不合理的消费行为。大学生应该把重心放到学习方面，加大对学习消费的投入。例如，通过购买学习资料、参加辅导班等学习电脑知识、提高外语水平、考取专业资格证书等，为未来顺利就业增加筹码。大学生更要树立远大的理想，把个人前途与祖国命运联系在一起，要胸怀为中华民族伟大复兴而学习的志向，努力学习，勇于创新，把更多的精力与时间花费在学习方面，减少享乐主义消费，提高学习消费的比例，为中华民族的伟大复兴而努力学习。

本章小结

H 市大学生消费行为的科学引导是一项系统的工程。本章在马克思主义消费理论、马斯洛需要层次理论、可持续消费理论的指导下，基于前文问卷调查的数据分析得出 H 市大学生消费的一些问题，并根据 H 市大学生消费行为问题产生的原因，从社会、学校、家庭、个人四个方面进行引导。在社会层面，要营造良好的社会消费环境、加强对市场的监督和管理；在学校层面，要营造良好的校园消费环境、对大学生进行消费心理教育、对大学生进行消费观教育；在家庭层面，家长树立科学的消费榜样、培养子女的自力更生能力、合理提供生活费；在大学生自身层面，要提高自我管理能力、养成良好的消费习惯和加大学习消费投入。

结论

大学生合理消费行为的养成一直是我们所追求的目标。本研究通过多种研究方法,阐明了 H 市大学生消费行为的现状,通过对问卷数据的分析以及对访谈资料的整理,进一步挖掘了大学生消费行为存在的问题。经研究发现,大学生消费行为出现问题,不仅来源于大学生本身,社会、学校、家庭对其也有一定的影响。对此,笔者从社会、学校、家庭、个人四个方面提出了引导策略。

本研究的创新点,在研究方法方面,过去我国学者对大学生消费问题已经进行了一定程度的调查,但是普遍样本量较少,研究程度不深,研究结果也停留在简单的描述分析。本研究采用实证研究的方法,基于当下的时代背景,有一定的时效性,运用问卷与访谈进行了广泛的调研,搜集了相对充分的数据,对大学生消费行为的研究提供了更加充分的论据。在研究路径方面,本文从社会、学校、家庭、个人四方面,全方位、分层次的对大学生消费行为进行引导,更好的帮助大学生科学合理的消费。

本研究的不足之处,在调研样本的选取方面,笔者选取了 H 市的三所高校,由于国内各地域的经济水平存在差异,本研究的的部分结论的推广性和适用性存在一定的局限;在研究内容方面,笔者对大学生消费行为存在的问题研究不够全面,对大学生消费行为问题的解决策略不够透彻,还有待进一步完善。在后续的研究中,笔者将扩大样本的调研范围,进一步对大学生消费存在的问题提出解决策略。

参考文献

一、著作类

- [1] 尹世杰. 消费经济学[M]. 北京: 湖南出版社, 1999.
- [2] 王宁. 消费社会学[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2011.
- [3] 周斌. 消费心理学(第二版)[M]. 成都: 西南财经大学出版社, 2012.
- [4] 卢家瑞, 吕志敏. 消费教育[M]. 北京: 人民出版社, 2005.
- [5] [美]凡勃伦, 有闲阶级论: 关于制度的经济研究[M], 李华夏, 译. 北京: 中央编译出版社, 2012.
- [6] [法]波德里亚, 消费社会[M]. 刘富成, 全志刚, 译. 南京: 南京大学出版社, 2000.
- [7] 马克思. 政治经济学批判大纲[M]. 北京: 人民出版社, 1963.
- [8] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集: 第三卷[M]. 北京: 人民出版社, 2012.
- [9] [美]马斯洛, 马斯洛人本哲学[M]. 成明, 译. 北京: 九州出版社, 2003.
- [10] 周梅华. 可持续消费理论研究[M]. 徐州: 中国矿业大学出版社, 2003.

二、期刊类

- [1] 郭金峰, 李庆波, 胡惠英. 关注大学生理性消费[J]. 河北科技大学学报(社会科学版), 2006(01).
- [2] 吴琪. 大学生消费状况的调查研究[J]. 山西财经大学学报(高等教育版), 2009, 12(01).
- [3] 高庆祝. 95后大学生消费行为分析——基于新乡市高校调查数据[J]. 河南科技学院学报, 2018, 38(12).
- [4] 郑均雷. 当代大学生消费特征与教育引导——基于南京审计大学的个案分析[J]. 高校后勤研究, 2019(01).
- [5] 姚美菱, 张星, 樊艳改, 李莉, 孙青华. 移动互联网时代大学生消费观的研究[J].

湖南邮电职业技术学院学报, 2019, 18(01).

[6] 李坤芮, 王林森, 喻学沐, 彭方志. 互联网时代大学生的消费现状调查分析——以重庆部分高校为例[J]. 中国集体经济, 2019(17).

[7] 郭奉元. 简析家庭因素对大学生消费的影响[J]. 消费经济, 1998(03).

[8] 春霞, 彭光芒. 大学生消费观的大众传媒影响因素分析[J]. 统计与决策, 2003(06).

[9] 屈朝霞, 董国静. 消费主义思潮影响下大学生科学消费观的培育[J]. 山东科技大学学报(社会科学版), 2013, 15(06).

[10] 高健. 影响“90后”大学生文化消费的因素与对策研究[J]. 学校党建与思想教育, 2017(10).

[11] 韩春, 李雅馨. 当代大学生消费观的现实困境及对策[J]. 黑河学刊, 2019(01).

[12] 姚崇, 陈丽芬. 消费主义境遇下大学生消费观教育探析[J]. 高教探索, 2014(03).

[13] 张红霞, 李子嘉. 论消费主义思潮对大学生的影响及对策[J]. 思想教育研究, 2014(03).

[14] 滕雨汐, 杨亮. 我国大学生消费与理财现状及建议[J]. 对外经贸, 2015(03).

[15] 王顺, 何艺萌, 罗文豪. 大学生网络冲动购物行为的成因及结果研究[J]. 中国集体经济, 2018(09).

[16] 苟鹏飞, 张雨婷, 周文浩, 王逸纯. 消费主义思潮下大学生消费心理及消费状况分析[J]. 中国商论, 2019(05).

[17] 刘金勇, 边策, 金天星. 部分高校大学生消费现状调查及其引导[J]. 河北大学学报(哲学社会科学版), 2007(06).

[18] 裴慧君. 当代大学生消费行为现状与引导策略研究[J]. 湖南工业职业技术学院学报, 2013, 13(04).

[19] 卢宁, 高世杰. 移动新媒体场域下高校青年消费观的异化与重塑[J]. 教育评论, 2019(02).

[20] 朱璐咪. 大学生消费现状及消费心理研究[J]. 知识经济, 2018(01).

三、学位论文类

- [1] 赵小剑. 大学生消费行为现状及发展趋势的社会学研究[D]. 华中农业大学, 2010.
- [2] 孙莹莹. 流行文化对当代大学生消费行为的影响研究[D]. 成都理工大学, 2012.
- [3] 陈俊良. 当前大学生消费行为现状及对策研究[D]. 西南政法大学, 2013.
- [4] 张玉华. 当代大学生消费观教育研究[D]. 北京交通大学, 2013.
- [5] 吴茜. 大学生消费行为发展趋势及对策研究[D]. 湖南农业大学, 2007.
- [6] 范宗勋. 大学生绿色消费观培育研究[D]. 东北林业大学, 2018.
- [7] 杨雪莹. 河北省大学生消费现状及理性引导研究[D]. 河北科技大学, 2016.
- [8] 张海杰. 当代大学生消费行为现状分析及引导研究[D]. 内蒙古农业大学, 2014.
- [9] 李茜. 当前大学生消费观研究[D]. 大连理工大学, 2019.
- [10] 刘鑫. 大学生不良消费行为分析及对策研究[D]. 哈尔滨工程大学, 2007.
- [11] 张媛. 互联网金融背景下大学生消费观教育研究[D]. 西安建筑科技大学, 2018.
- [12] 马磊. 青年亚文化对当代大学生消费观影响研究[D]. 武汉工程大学, 2016.

四、会议类

- [1] 曾昭皓. 高校辅导员在大学生消费教育中的作用[C]. 中国商品学会. 中国商品学会第十三届学术研讨会论文集. 中国商品学会: 中国商品学会, 2010.

五、外文文献类

- [1] Musselman J R B , Rutledge P C . The incongruous alcohol-activity association: Physical activity and alcohol consumption in college students[J]. Psychology of Sport & Exercise, 2010.
- [2] Chu J J , Heiko J. Jahn.... Alcohol consumption among university students: a Sino-German comparison demonstrates a much lower consumption of alcohol in Chinese students[J]. Journal of Health Population & Nutrition, 2016.

- [3] Hayhoe, Celia Ray, Leach, Lauren J, Turner, Pamela R,等. Differences in Spending Habits and Credit Use of College Students[J]. Journal of Consumer Affairs, 2000.
- [4] Shim S , Maggs J L . A Psychographic Analysis of College Students' Alcohol Consumption: Implications for Prevention and Consumer Education[J]. family & consumer sciences research journal, 2009.
- [5] Choi J , Park D J , Noh G Y . Exploration of the Independent and Joint Influences of Social Norms and Drinking Motives on Korean College Students' Alcohol Consumption[J]. Journal of Health Communication, 2016.
- [6] Blankson C , Paswan A , Boakye K G . College students' consumption of credit cards[J]. The International Journal of Bank Marketing, 2012.
- [7] Hayhoe C R , Leach L , Allen M W , et al. Credit Cards Held by College Students[J]. Journal of Financial Counseling & Planning, 2005.
- [8] Hancock A M , Jorgensen B L , Swanson M S . College Students and Credit Card Use: The Role of Parents, Work Experience, Financial Knowledge, and Credit Card Attitudes[J]. Journal of Family & Economic Issues, 2013.
- [9] Lim S M , Lee I H . Effect of consumption propensity on purchase motive of cosmetics of female college students[J]. 한국산학기술학회 논문지, 2017.

六、电子文献类

- [1] 中国互联网络信息中心.第 46 次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL],http://www.gov.cn/xinwen/2020-09/29/content_5548176.htm.
- [2] 中青在线.厦门一大二女生深陷校园贷烧炭自杀[EB/OL],http://news.cyol.com/content/2017-04/14/content_15940073.htm.
- [3] 人民网.积极倡导推广绿色消费[EB/OL],<http://theory.people.com.cn/n1/2020/1009/c40531-31884669.html>.
- [4] 中国青年报.超半数受访大学生为人情苦恼[EB/OL],http://zqb.cyol.com/html/2017-12/14/nw.D110000zgqnb_20171214_3-07.htm.

参考文献

- [5] 腾讯网.用半辈子的时间来“还房贷”，值吗？[EB/OL],<https://xw.qq.com/amphtml>.

致谢

时光荏苒，研究生三年的学习生活即将结束，内心充满了无限的感激。在黑龙江大学学习的三年时光，是我人生中宝贵的一笔财富，黑龙江大学的开放、包容、自由的气息，严谨、务实的学术氛围，使我收获良多，感谢黑龙江大学给予我这段学习经历。

特别感谢我的导师李丽丽老师。在这三年，无论是学习还是生活上，李丽丽老师都给予了我莫大的帮助，论文从开题、中检到最终定稿，都离不开李丽丽老师的悉心指导。十分荣幸能够在研究生期间遇到一位学识渊博、富有爱心的老师。还要感谢我的任课老师徐建华老师、王世红老师、张红老师、常国良老师、佟玉英老师，在研究生三年中，各位老师传授给我的知识让我受益终身。此外，从论文的开题到中期检查以及后期的答辩，各位老师对我的论文提出宝贵的意见和建议，使我的论文得以完善，衷心的感谢各位老师在学习上给予我的帮助。

感谢陪伴我的同学和朋友，三年以来，在学习方面，我们互相鼓励，在生活方面，我们相互帮助。正是你们的陪伴，使我三年的学习生活更加丰富多彩。

感谢我的父母在我学业选择方面给予我无条件的支持与理解。在过去的求学生涯中，父母总是我最坚实的后盾。感谢你们对我无私的奉献和扶持，唯有不断努力，早日报答父母。

最后，感谢各位老师百忙之中抽出宝贵时间审阅我的论文，感谢老师们对我的论文提出宝贵意见和建议，我将根据这些意见和建议不断修改和完善我的论文。

附录

附录1 H市大学生消费行为现状调查

亲爱的同学们：

大家好！感谢您填写这份问卷，本问卷旨在了解大学生真实的消费情况，促进大学生科学消费。您的帮助对本研究的顺利进行非常重要，请您选出您的真实消费情况，非常感谢您的参与！

一、个人基本情况

1、您的性别？

A 男

B 女

2、您的年级？

A 大一

B 大二

C 大三

D 大四

3、您家庭所在地？

A 城市

B 乡镇

C 农村

4、您是否是独生子女？

A 是

B 否

5、您是否谈恋爱？

A 是

B 否

6、您的家庭平均月收入？

A 2999 元以下

B 3000-5999 元

C 6000-8999 元

D 9000 元以上

7、您的经济主要来源？（多选）

A 家庭（父母亲戚）

B 奖学金

C 助学金

D 校内外兼职

E 国家贷款

二、个人消费调查情况

8、您平均月消费额？

A 899 元及以下

B 900-1299 元

C 1300-1699 元

D 1700 元及以上

9、您每月的日常饮食平均消费多少？（包括：伙食费，水果，零食）

A 599 元及下

B 600-899 元

C 900-1199 元

D 1200 元及以上

10、您每月学习发展资料方面平均消费多少？（包括：书籍，学习用品，考研考证）

A 99 元及以下

B 100-199 元

C 200-299 元

D 300 元及以上

11、您每月形象方面平均消费多少？（包括：服饰，鞋帽，化妆品，饰品）

A 199 元及以下

B 200-399 元

C 400-599 元

D 600 元及以上

12、您每月休闲娱乐方面平均消费多少？（包括：游戏，唱歌，电影，旅游，健身等）

A 99 元及以下

B 100-199 元

C 200-299 元

D 300 元及以上

13、您每月社交方面平均消费多少？（包括：同学聚会，请客吃饭，送礼品）

A 99 元及以下

B 100-199 元

C 200-299 元

D 300 元及以上

14、您每月电脑、手机上网平均消费多少？

A 49 元及以下

B 50-99 元

C 100-149 元

D 150 元及以上

15、您每月恋爱方面平均消费多少？

A 尚未恋爱

B 299 元及以下

C 300-599

D 600 元及以上

16、您平时的消费场域是？

A 实体店多于网购

B 网购多于实体店

C 实体店和网购差不多

D 从不网购

17、您最主要的支付方式？

A 校园卡

B 移动支付

C 现金

D 其他形式

18、您在衣食住行方面的标准是？

A 以价格便宜为主

B 以经济适用为主

C 追求轻奢个性化

D 追求高标准和品牌化

19、您消费时候易受哪些因素的影响？（多选题）

A 广告、促销的影响

B 同学、朋友的影响

C 家庭亲戚的影响

D 受心情的影响

E 兴趣爱好的影响

F 产品质量、价格的影响

三、个人消费态度情况相关调查

20、您经常有跟风消费的行为吗？

- A 非常符合
- B 比较符合
- C 不太符合
- D 不符合

21、您经常有超前消费行为吗？

- A 非常符合
- B 比较符合
- C 不太符合
- D 不符合

22、您经常有冲动消费的行为？

- A 非常符合
- B 比较符合
- C 不太符合
- D 不符合

23、您经常会和同学进行攀比消费吗？

- A 非常符合
- B 比较符合
- C 不太符合
- D 不符合

24、您经常有炫耀性消费行为吗？

- A 非常符合
- B 比较符合
- C 不太符合
- D 不符合

25、您平时总是有计划消费吗？

A 非常符合

B 比较符合

C 不太符合

D 不符合

26、您总是有存钱的习惯吗？

A 非常符合

B 比较符合

C 不太符合

D 不符合

27、您以绿色消费严格要求自己吗？（比如：为了绿色消费不订外卖、不适用一次性筷子）

A 非常符合

B 比较符合

C 不太符合

D 不符合

28、您的家长会经常消费教育和理财教育吗？

A 非常符合

B 比较符合

C 不太符合

D 不符合

29、您的学校经常会对学生消费教育和理财教育吗？

A 非常符合

B 比较符合

C 不太符合

D 不符合

附录 2 访谈提纲

亲爱的同学：

您好！感谢您参与本次谈话！本次访谈的目的是通过了解大学生消费相关情况来分析当前大学生消费存在的问题及影响因素，为提出大学生消费的解决对策作铺垫。

参与意愿：您参加本研究是自愿的，您有权拒绝回答特定问题，您可以随时选择退出本研究，您的相关信息将被销毁，且不会对您产生负面影响。

保密性：本次访谈采取匿名形式，访谈以语音、微信聊天的形式进行，对在录入访谈内容时，不会使用您的真实个人信息。对您的访谈录音与笔记将在研究期间及研究之后密封保存，并将在访谈之日起的一年内销毁。

访谈问题：

1. 您平时有盲目消费行为吗？比如从众消费、超前消费、冲动消费和攀比消费、炫耀性消费等消费，可以从这几方面谈一下吗？
2. 您平时消费有计划吗？会受到其他因素的影响而随意消费吗？会把月底余额储蓄起来吗？
3. 您了解绿色消费吗？会以绿色消费标准要求自己吗？从衣食住行方面谈一谈。
4. 您在学习方面消费投入怎样？您有专门为了看书、学习（购买书籍、考研考证）而购买学习资料、网课或者报线下辅导班吗？

攻读学位期间发表的论文

- [1] 明贝, 李丽丽. 家庭对大学生子女教育投入的现状分析 [J]. 现代交际, 2020(05).
- [2] 明贝. 大数据时代高校贫困生精准资助模式优化研究 [J]. 现代经济信息, 2020(08).

