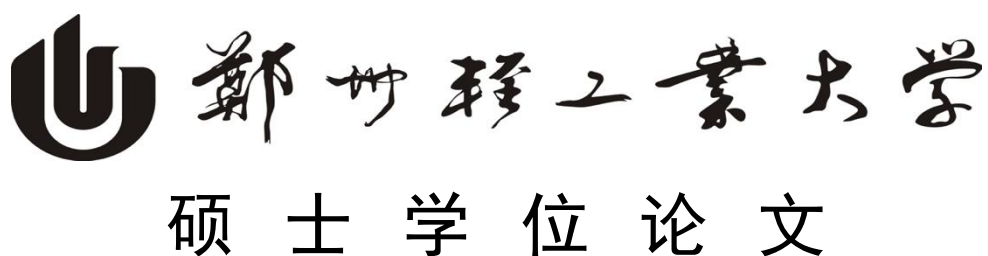


分类号 G41

学校代号 10462

密 级 公开

学 号 331716010384



新时代大学生消费观问题研究

学 位 申 请 人 : 张 怡

导师姓名及职称 : 俞海洛教授

专 业 名 称 : 马克思主义理论

学 科 门 类 : 法 学

论 文 提 交 日 期 : 2020 年 6 月

**A Dissertation Submitted to
Zhengzhou University of Light Industry
for the Academic Degree of Master
of Law**

**Research on the consumption view of college
students in the new era**

Candidate: Zhang Yi

Supervisor: Prof. Hailuo Yu

Major: Marxism Theory

School of Marxism

Zhengzhou University of Light Industry

Zhengzhou 450002, P.R.China

June 2020

摘要

人们通过消费来表达自己的对于现实生活的直接诉求，消费也是社会生产和发展的最终目的和动力。大学生是时代的先行者，其消费观不仅能够折射出当前我国社会的整体消费状况，也能够帮助我们对于未来消费社会的发展趋势做出一定预判，及时调整社会的经济政策与发展战略，改革生产方式，以更好满足人民对于美好生活的期望。新时代大学生是中国特色社会主义现代化强国的主要建设者和后备军，消费观作为价值观的重要构成范畴，能够通过直接支配大学生的消费行为，改变大学生的生活方式，影响其正确的价值观形成。因此，调查当代大学生的消费观领域，并对新时代大学生的消费观教育进行优化探究，不仅是我国走可持续性发展道路，建设美丽中国与绿色大学的必然要求，也是在多元文化交织的全球化过程中抵御西方文化入侵，维护我国意识形态安全的最佳选择，更是立德树人理念在高校思想政治教育中的全新实践与突破。

针对新时代大学生消费群体中存在的现实问题，本论文通过问卷调研的方式以郑州市四所高校的 1075 名在校大学生作为调查对象，对当前大学生的消费和消费观现状进行了考察和探究。在对当前大学生的主要消费来源与消费水平、消费结构与主要消费方式、影响其消费的主要因素等基本情况的调研基础上，可以发现，纵然时代在变迁，社会的生产力和人们的生活水平、消费水平也在不断发展提升，但勤俭节约的务实性消费仍然是我国大学生消费生活中的主旋律，与此同时，追求高端品牌的奢侈性消费也在大学生消费中初露端倪，个性化消费与感性化消费则是体现出新时代大学生追求精神消费的代表性新趋势。而新时代大学生在消费观上存在的主要问题有从众性消费动机广泛、享受性消费趋势突出、符号化消费现象严重、超前消费现象普遍。究其原因是复杂而多样的，既与西方腐朽文化的传播有关，又与经济转型过程中，不良媒体对于消费经济的过度解读与推波助澜密不可分，既是高校在消费观教育方面存在滞后与不足的结果，又与我国社会家庭结构的变迁以及家长对于消费观教育方面的忽视有关，还包括大学生自身心智成长发育的不成熟等多种内在原因。以我国传统文化中的消费思想为根源和底色，以马克思恩格斯的消费思想为科学原则，以中国化的马克思主义消费思想为指引方向，结合国内外有关消费的理论文献，本文认为新时代大学生的科学消费观应当至少具备绿色、勤俭节约、合理正义、全面发展四种内涵，形成以政府为主导，高校为重点，家庭为依托，个人为保障的全方位教育场域，引导当代大学生形成正确的消费观。

关键词：新时代；大学生；消费观

ABSTRACT

People express their direct demands for real life through consumption, which is also the ultimate goal and power of social production and development. College students are the forerunners of the times. Their consumption view can not only reflect the overall consumption situation of our society at present, but also help us to make a certain prediction for the development trend of the future consumption society, adjust the economic policy and development strategy of the society in time, and reform the mode of production, so as to better meet the people's expectations for a better life. College students in the new era are the main builders and reserves of the socialist modernization power with Chinese characteristics. As an important component of the values, the concept of consumption can directly control the consumption behavior of college students, thus changing their life style and influencing the formation of their correct values. Therefore, to investigate the field of consumption view of contemporary college students and to optimize the education of consumption view of college students in the new era is not only a new practice and breakthrough of the idea of Building Morality and cultivating people in the ideological and political education of colleges and universities, but also an inevitable requirement for China to take the road of sustainable development, build a beautiful China and a green university, and resist the West in the process of multicultural globalization Cultural invasion is the best choice to maintain the ideological security of our country.

In view of the practical problems existing in the consumption group of college students in the new era, this paper takes 1075 college students from four colleges and universities in Zhengzhou as the objects of investigation by means of questionnaire survey to investigate and explore the current situation of consumption and consumption view of college students. Based on the investigation of the main consumption source and level, consumption structure and main consumption mode, and the main factors influencing the consumption of college students, it can be found that even though the times are changing, the productivity of society, people's living standard and consumption level are also constantly improving, but the practical consumption of diligence and frugality is still the consumption of college students in China The main theme of life, at the same time, the luxury consumption of high-end brands is also emerging in the consumption of college students. Personalized consumption and

perceptual consumption are representative new trends of College Students' pursuit of spiritual consumption in the new era. In the new era, the main problems of College Students' consumption view are the wide range of conformity consumption motivation, the prominent trend of enjoyment consumption, the serious phenomenon of symbolic consumption and the general phenomenon of ahead consumption. The reason is complex and diverse. It is not only related to the spread of Western decadent culture, but also to the over interpretation and impetus of bad media to the consumption economy in the process of economic transformation. It is not only the result of the lag and insufficiency in the education of consumption concept in Colleges and universities, but also related to the change of social family structure and the neglect of parents to the education of consumption concept, It also includes the immaturity of College Students' mental growth and development. Based on the consumption thought in the traditional culture of our country as the source and background, the consumption thought of Marx and Engels as the scientific principle, the consumption thought of Marxism in China as the direction, combined with the theoretical literature of consumption at home and abroad, this paper holds that the scientific consumption view of College Students in the new era should have at least four connotations: green, thrifty, reasonable justice, and all-round development To form a comprehensive education field with the government as the leading role, universities as the focus, families as the support and individuals as the guarantee, and guide contemporary college students to form a correct consumption view.

Keywords: new era; college students; consumption view

目 录

| | |
|----------------------------|----|
| 一、绪论..... | 1 |
| (一) 研究背景与研究意义..... | 1 |
| 1. 研究背景..... | 1 |
| 2. 研究意义..... | 2 |
| (二) 国内外研究现状..... | 4 |
| 1. 国内研究现状..... | 4 |
| 2. 国外研究现状..... | 8 |
| (三) 研究方法与创新点..... | 12 |
| 1. 研究方法..... | 12 |
| 2. 研究创新点..... | 12 |
| 二、概念解析与研究的理论依据..... | 13 |
| (一) 相关概念解析..... | 14 |
| 1. 消费..... | 14 |
| 2. 消费观..... | 17 |
| 3. 新时代大学生消费观..... | 19 |
| (二) 研究的理论依据..... | 20 |
| 1. 中国传统消费思想..... | 20 |
| 2. 马克思恩格斯的消费思想..... | 24 |
| 3. 中国化的马克思主义消费思想..... | 29 |
| 三、新时代大学生消费观的调查研究与现状分析..... | 34 |
| (一) 调查方案的总体设计与结果分析..... | 34 |
| 1. 调查的对象与实施目的..... | 34 |
| 2. 调查问卷的题目设计..... | 35 |
| 3. 调查问卷的发放与回收..... | 35 |
| 4. 调查结果的对比与分析..... | 36 |

| | |
|------------------------------------|-----------|
| (二) 新时代大学生消费观的现状..... | 42 |
| 1. 勤俭节约的理性消费是主旋律..... | 42 |
| 2. 感性化消费是新趋势..... | 44 |
| 3. 奢侈性消费初露端倪..... | 45 |
| 4. 个性化消费异军突起..... | 46 |
| (三) 新时代大学生消费观存在的问题..... | 47 |
| 1. 盲目性消费广泛..... | 47 |
| 2. 享受性消费突出..... | 50 |
| 3. 符号化消费严重..... | 51 |
| 4. 超前消费普遍..... | 52 |
| (四) 新时代大学生消费观出现问题的原因..... | 53 |
| 1. 西方腐朽文化的影响以及不良传媒的推波助澜..... | 53 |
| 2. 高校对于消费观教育培养的滞后与不足..... | 55 |
| 3. 家庭结构的改变以及家长对于消费观教育的忽视..... | 56 |
| 4. 大学生自身心智发育的不成熟..... | 58 |
| 四、引导新时代大学生形成科学消费观的路径探究..... | 60 |
| (一) 新时代大学生科学消费观的内涵..... | 60 |
| 1. 绿色的消费观..... | 60 |
| 2. 勤俭节约的消费观..... | 61 |
| 3. 正义的消费观..... | 62 |
| 4. 全面发展的消费观..... | 62 |
| (二) 引导新时代大学生形成科学消费观的现实路径..... | 63 |
| 1. 政府主动营造健康和谐的社会消费环境..... | 63 |
| 2. 提高高校的思想政治教育育人水平..... | 67 |
| 3. 充分发挥家庭教育的潜移默化作用..... | 72 |
| 4. 加强大学生主体的自我教育能力..... | 75 |
| 结 语..... | 80 |

| | |
|----------------------------|----|
| 参考文献..... | 82 |
| 附录 1 攻读硕士学位期间发表论文目录..... | 89 |
| 附录 2 攻读硕士学位期间获得科研鉴定成果..... | 90 |
| 附录 3 新时代大学生消费观状况问卷调研..... | 91 |
| 致 谢..... | 96 |

一、绪论

市场经济的负面效应以及伴随着全球化而来的外来文化对我国的传统文化和价值观念造成了一定冲击,这种影响最直接的体现就是与人们日常生活所密切相关的消费问题上。近几年来,大学生群体中的不和谐消费事件层出不穷,这说明在我国部分大学生的消费观中确实存在着一些亟待解决的问题。因此,本文以郑州市地区四所高校的在校大学生为调查对象,采用问卷调研等形式,力图从当代大学生群体的真实消费现状中找出大学生消费观中存在的现实问题及其原因,提出解决路径,引导大学生形成科学合理的消费观。绪论部分主要交待了新时代大学生消费观的研究背景、研究目的、研究意义,并对迄今为止国内外各个领域关于消费以及大学生消费的研究成果做了筛选性的整理和分析,列出了本研究所涉及的主要研究方法与创新点。

(一) 研究背景与研究意义

1. 研究背景

消费是社会生产的最终目的和动力,也是人类社会中最基础和主要的一种经济行为,作为拉动国民经济增长的三驾马车之一,消费还是衡量一个国家总体经济实力的重要参考标准。十八大以来,我国在继续坚持对外开放步伐的基础上,保持国民经济快速稳定发展,金钱与物质的极大丰富使人民生活水平不断提升,消费需求和消费观念也变得越来越多样化,对生产和供给方面提出了更多的要求。针对这一系列变化,十九大上,以习近平同志为核心的党中央宣布,中国特色社会主义进入了新时代,我国社会的主要矛盾已经转化为人民对美好生活的追求和不平衡不充分的发展之间的矛盾。^①人们通常都是透过消费来展现其对于现实生活的直接要求,从最基本的生活需要到对于美好生活的追求,消费不是唯一的决定性因素,但却在其中扮演着举足轻重的角色。

新时代的到来,预示着当前我国经济已经进入了一个新的发展阶段,据国家统计局发布的《中华人民共和国 2018 年国民经济和社会发展统计公报》显示,2018 年我国的 GDP 突破了 90 万亿元,全年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为 76.2%。^②在消费几乎已经成为了促进我国经济增长的主动力情况下,2018 年 9 月 24 日,国务院办公厅又印发了《完善促进消费体制机制的实施方案(2018—2020)》,并在后来陆续发

^① 《党的十九大报告》编写组. 党的十九大报告辅导读本[M]. 北京: 人民出版社, 2017: 11.

^② 林学军: 以消费为动力, 推动中国经济可持续性发展[EB/OL]. 央广网[2019-04-13]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1631147666739798961&wfr=spider&for=pc>.

布的多次政府工作报告中都作出强调，必须进一步打破有碍于生产和消费的体制机制障碍，充分释放我国的经济活力与消费潜力。新时代，也是一个大众消费时代。随着 2050 年建成社会主义现代化强国目标的逐步推进，我国的社会主义市场经济也将得到更深入的发展，人民的消费能力和消费水平还将进一步提升。但是，市场追逐资本与利润的本质很容易使人们在经济活动中迷失，陷入到拜金主义和极端利己主义的陷阱中，造成价值观扭曲，危害社会的稳定发展。正确的消费观既是市场道德的重要组成部分，也是促进社会和谐的重要因素，面对正在悄然形成的消费社会，人们究竟应该持有怎样的消费态度和消费观，这是一个需要我们正视和思考的问题。

几十年改革开放和全球化的深入发展给我国带来了经济上的腾飞，与此同时，各种多元文化和外来思潮的涌入也冲击着人们固有的生活方式和价值观念，影响和改变着人们的日常消费习惯和消费观。大学生寄托着祖国未来的希望，大学更是一个青年人成长发展的重要时期，此时的他们身心尚未发育成熟，可塑性强，但思想观念也极易因受到外界影响而摇摆不定。近几年来，在西方消费主义、流行文化和自由主义的交织影响下，有关大学生消费方面的负面报道层出不穷，比如为买 iphone 大学生不惜卖卵割肾、贷款导致的校园内暴力催收和电话恐吓、不堪巨额债务大学生跳楼以及被频繁爆出的女大学生裸贷自杀事件等，这些社会现象产生的影响极其恶劣，严重侵害了大学生的合法权益和人身安全，造成社会人心浮动，也为各大高校敲响了警钟。消费观是构成价值观的重要范畴，帮助和引导大学生形成正确的消费观，保证大学生的身心健康发展既是高校思想政治教育工作中的应有之义，也是高校思想政治教育工作者们的份内之责。新时期，面对大学生现实日常生活中不断暴露和涌现出的新情况和新问题，我们必须加快脚步，紧跟时代步伐，不断提高高校思想政治教育的先进性和适应性，确保新时代大学生的健康成长和全面发展。

2. 研究意义

随着社会的发展，消费日益成为了一种与经济、文化、生态等社会因素密切相关的活动，受到越来越多研究者的重视和关注。从根本上来说，消费其实是一种必要的生活实践，因此就注定了对于消费问题的研究必然既具有重要的理论意义，又具有重要的实践内涵。

（1）理论意义

一有利于丰富和拓展中国特色社会主义消费理论，为社会主义消费经济学的研究和发展提供更多可供参考的素材。市场经济是以市场为导向，由市场起决定性作用的经济，从根本上来说，就是消费导向、消费需求导向型经济，随着社会主义市场经济的不断完

善和发展,消费经济必将会变得越来越重要。^①作为社会中最活跃和先进的群体,大学生总是能够最先察觉到社会中变化的气息并迅速作出回应。因此,我们通过调查和收集大学生在新时期的最新消费信息,了解大学生的消费观现状,对于把握社会的最新消费趋势,为研究和丰富中国特色社会主义消费理论提供更多现实素材具有重要意义。

二有利于丰富高校思想政治教育内容,提高思想政治教育工作的时代性。消费问题是一个具有历史性的社会问题,与政治、经济、文化、科技等要素结合紧密,成长在不同时代背景和社会发展条件下的教育主体,在消费中也呈现出不同的特点。因此,高校思想政治工作要想保证自己的先进性和效率性,就必须做到推陈出新,与时俱进。近几年来,新闻中频繁爆出的大学生消费丑闻也说明了,在当前部分大学生群体的消费观中确实存在着很多问题,为各大高校敲响了警钟,我们必须重视当前思想政治教育工作中存在的不足,加强对于大学生的消费观教育。

(2) 现实意义

一对大学生进行正确的消费观引导,使大学生形成勤俭节约、绿色环保的消费观,是习近平生态文明思想在高校建设中的贯彻,也是建立绿色大学,形成绿色健康校园文化氛围的必然要求。大学承载着传承文明与创新,培养祖国未来建设者和接班人的责任,大学生是建设美丽中国,实现中华民族伟大复兴的重要力量。因此,对大学生进行正确的消费观教育和引导,使其形成科学的消费观,有利于提高大学生的生态文明素养和能力,为构建两型社会增加动力。

二消费观是财富观的重要组成部分,属于价值观的范畴。探究当前大学生消费观中存在的问题,加强高校对于大学生的消费观教育,帮助大学生塑造正确的价值观念,是校园德育建设的客观要求,符合习近平总书记对于高校思想政治工作立德树人、铸魂育人教育目标的指示,有利于促进大学生的健康成长和全面发展,为培养新时代中国特色社会主义建设人才提供思想道德安全上的保障。

三作为社会中最活跃和先进的群体,大学生是未来消费市场的主要引导者和主力军,他们的消费行为和消费观念将会在社会中起着重要的引领和示范作用,大学生群体中出现的消费行为偏差和消费观扭曲不仅是当代社会消费现状的缩影,还会向其他社会群体辐射,影响整个社会的消费风气。因此,探究大学生的现实消费状况,引导其形成科学的消费观,有利于维护市场经济的良性循环,促进社会和谐。

^① 黄淳. 消费经济[EB/OL]. 国家图书馆[2016-01-07]. <http://find.nlc.cn/search/showDocDetails?docId=3954050685413817381&dataSource=ucs01&query=%E6%B6%88%E8%B4%B9%E7%BB%8F%E6%B5%8E>.

（二）国内外研究现状

本文以“消费”、“大学生消费”、“大学生消费观教育”为关键词，对国内外的现有研究成果做了详细的整理和总结。国内研究现状中，首先对国内消费相关的经典研究成果进行了简单介绍，其次对近年来关于大学生消费观的研究成果进行了重要梳理，主要从大学生消费观现状的研究、影响大学生消费观形成因素的研究以及引导大学生树立正确消费观的措施三个方面展开。对于国外的研究现状同样也分为了两部分展开，一是以时间为纵向逻辑对西方消费理论的发展进行了梳理，二是主要列举了一些消费观教育体系已经发展的相当完善的发达国家，介绍了其教育经验以作学习参考。

1. 国内研究现状

（1）国内关于消费的研究

著名经济学家尹世杰是我国消费经济学的创始人，他在1983年出版的《社会主义消费经济学》开拓了我国经济理论研究的新领域，荣获了首届孙冶方科学奖励基金著作奖，是我国消费经济学的开山之作。尹世杰教授特别注重于关注现实问题，与时俱进，后来经由他撰写的《中国消费结构研究》、《消费力经济学》等著作继续深化了我国在消费经济学方面的研究，为我国建立起科学的消费经济学做出了重大贡献。2002年，他又出版发行了《消费文化学》一书，致力于保护消费者权益，认为市场经济是消费者主权的经济，把研究领域由经济消费扩展到文化消费，提出了精神文化消费、消费文化等新概念，倡导建立起中国的消费文化学，标志着我国在消费文化理论上取得了一定成就。其次，由经济学家卢嘉瑞与专家吕志敏在2005年共同出版发行的《消费教育》，是国内第一本关于详细论述有关消费教育方面的专著。书中对中外消费教育的内容进行了对比研究，界定了消费教育的具体内涵、目标和途径，并结合我国当时的市场经济发展状况为如何加强引导人们的消费观教育提出了可靠建议，并指出，消费教育已经成为了一项全球性的活动，呼吁人们重视消费教育，将消费教育纳入到正规的学校教育体系中。最后，围绕着消费，国内极具代表性的著作还有王宁教授的《消费社会学》，他的主要观点认为，消费是聚集了经济生活、文化生活和社会生活的重要联结点，它不仅是经济领域与日常生活领域进行交换和沟通的主要渠道，还具有重要的文化和社会意义。以上是我国关于消费方面的一些研究情况，关于大学生消费方面的研究如下：

（2）国内关于大学生消费的研究

大学生是社会主义建设的重要后备力量，从大学生的现实消费情况中，不仅可以了解到大学生从物质文化生活到精神文化生活的基本活动状况，把握大学生的思想发展动

态,还可以从中获取到部分学生对于大学基础生活设施和服务的反馈信息,帮助各大高校改进工作水平,提高服务质量。因此,关于大学生消费方面的研究一直以来在我国都层出不穷,学者们分别站在各自的专业背景下对此问题进行了广泛的探索和研究,主要集中在高等教育学、心理学、贸易经济学、金融学、体育学、社会学等领域。还有的学者则是从现实出发,根据某段时期中大学生在特定社会背景下出现的消费新趋势展开的研究,譬如:根据知网上的分析记录,从建国至今为止,有关大学生消费问题研究的中文相关文献增长比在1988年达到了史上最高的500%,也是在这一年学者王洪斌针对大学生由于超前消费而出现的“消费早熟”现象进行了研究并提出了转变方法^①;在2003年,有学者首次提出要在全球化的背景下对大学生的消费价值观进行研究^②,大学生的大众媒体消费情况和文化消费成为相关学者研究的关注重点^③;2004年开始出现关于大学生网络消费状况的研究;2006年首次出现了对于大学生信用卡消费现象的研究;2015年大学生信贷消费以及与网络相结合的互联网贷款分期消费开始成为学者们重点研究和关注的对象,“校园贷”成为在大学生消费研究频繁出现的热点词汇。

① 对于大学生消费观现状的研究

张询(2018)采用问卷调研的方式对京津冀地区大学生在消费来源、消费水平、消费结构、支付方式以及消费习惯方面的调查结果进行了统计分析,认为京津冀三地大学生的消费现状如下:消费来源呈现多样化;消费结构总体合理,各方面支出均衡;支付方式以移动支付为主;有超前消费和盲目消费的现象;普遍没有良好的理财习惯。^④明朗(2018)通过问卷的方式对陕西省高校大学生的消费观状况进行了实证调研,通过对数据结果的回归分析得出陕西省大学生的消费观在总体上比较理性,但由于各种因素的影响仍然存在奢侈、无计划、过度消费以及炫耀等问题,且关中、陕南、陕北地区的高校大学生存在着明显的区域性差距。^⑤罗琪(2017)以杭州大学生为例,通过随机抽样的方法,在杭州市8所高校进行问卷调查,分析认为当代大学生的消费现状主要呈现为:消费能力显著增强,消费结构更加多元化,消费经济来源多样化,消费方式呈阶段性差异化,有部分学生崇尚物质享受型消费,盲目跟风和攀比心理依然存在,精神性消费过低,绿色消费意识淡薄。^⑥林江、蒋楠(2017)通过对中美青年消费状况的比较研

^① 王洪斌,谭咏.大学生“消费早熟”现象及转变方法[J].学校党建与思想教育,1988,(01):56-58.

^② 张文潮.全球化背景下大学生消费价值观研究[J].思想理论教育,2003(Z1):109-112.

^③ 江剑伟.当代大学生媒介消费行为统计分析[J].华东船舶工业学院学报(社会科学版),2003(03):92-94.

^④ 张询.京津冀高校大学生群体消费现状的调查研究[D].首都经济贸易大学,2018:14-24.

^⑤ 明朗.陕西高校大学生消费观研究[D].西安建筑科技大学,2018:18-20.

^⑥ 罗琪.当代大学生消费观问题研究——以杭州大学生为例[D].浙江理工大学,2017:21-23.

究发现,相比于美国青年的理性消费,中国青年消费存在着攀比消费、盲目从众消费、有理财意识但缺乏技能、信用消费观念淡薄等问题。^①宋雨露(2018)通过对武汉四所高校在校大学生的实证研究,认为当代大学生消费价值观的主流特征表现为科学性、多元化、注重发展性、崇尚个性化和爱好网络化消费,主要存在的问题有理财观念不强,环保意识淡薄,功利心理突出,攀比欲望强烈和轻视精神文化消费。^②曹博(2017)则认为当代大学生的消费观从总体上来说还是比较理性的,但也存在着一些不良问题,如超前消费日益凸显,求“美”消费异军突起,网络消费愈演愈烈等。^③陈威(2018)以网购为调查背景,认为大学生的消费观现状表现为:考虑实际和追求务实,物质消费与精神消费合理结合,追求时尚个性化消费,但是仍然存在着攀比炫富、重物质轻精神、资源浪费严重、网购成瘾等问题。^④

② 关于影响大学生消费观形成因素的研究

赵一萍(2017)认为在当代大学生中存在着明显的消费异化现象,导致其出现的主要原因有:西方消费主义思潮的影响,国内消费教育的滞后,我国社会封建等级观念思想作祟,大众媒体对扩大内需政策的过度解读等。刘阳(2017)总结了当前大学生消费观中存在的问题,认为不良的社会风气、消费观教育的缺失、家长对于引导子女理性消费的忽视以及大学生自身消费心理的不成熟是导致其消费观出现问题的主要因素。张占东(2016)基于对河南省8所高校的调查,认为在中西部高校大学生中存在着过度消费行为,其产生既包括攀比、追求个性、消费计划不合理、情感消费负担过重等自身因素,也是由网络消费的刺激、借贷消费的故意诱导、家庭的溺爱和放纵、学校引导缺失等外部因素造成的。朱春萍(2017)深入分析了近几年来在大学生群体中频繁发生的“裸贷”等消费异化事件,认为其原因主要包括三方面:一是家庭和学校消费教育的缺失;二是社会大环境的影响,即西方消费主义文化的冲击、大众传媒的庸俗化、网络交易平台的监管缺位;三是大学生自身发展的不足,如消费心理不成熟、理财能力欠缺、人生观和价值观出现了偏差。高健(2016)通过对南京某高校“90后”大学生文化消费观的研究,认为影响“90后”大学生实用发展型文化消费的主要因素有:同伴的因素,社会环境因素,家庭因素(父母的消费思想和行为、父母与子女的沟通频率),媒体因素。王勇(2018)认为,消费社会中大学生的消费异化现象是由于社会转型时期人群中普遍出现的身份认

^① 林江,蒋楠.中美青年消费状况的比较研究[J].中国青年研究,2017(03):110-118.

^② 宋雨露.当代大学生消费价值观及其引导研究[D].华中师范大学,2018:13-22.

^③ 曹博.当代大学生消费观研究[D].东北石油大学,2017:9-12.

^④ 陈威.网购背景下大学生正确消费观培育研究[D].吉林大学,2018:33-42.

同危机所造成的，主要表现为自我价值感、自我归属感、自我角色感的缺失，拥有这种危机感的大学生通常会利用符号消费能够界定地位、关系、品味、个性的特性，把符号消费当成一种分析、区别和建构身份的工具，上升为其认识世界的理论视野和思维方式。杨特（2018）在消费主义思潮在我国蔓延作为其研究背景，认为受消费主义文化的影响，大学生的价值取向会变得越来越功利化，逐渐背离中华民族“崇俭”的传统美德，阻碍大学生健全人格的形成，甚至致使其误入歧途。^①

③ 引导大学生树立正确消费观的措施研究

顾玉荣（2017）认为引导大学生学会如何分配和管理财产，增强投资理财意识，培养“财商”，可以帮助大学生有计划的消费，不随意的攀比跟风，树立正确的消费观。秦淑萍（2015）结合当代大学生的消费观教育现状和问题，基于其构建的“大学生消费价值观教育之轮”模型，认为当前大学生的消费观教育易疏不易堵，在社会主义核心价值观的引领下，她提出了节俭适度消费观、科学理性消费观和可持续性消费观，主张用良性的消费理念理念逐渐替代不良理念。^②乔琰婷（2016）以思想政治教育为切入点，对大学生消费观教育与高校思想政治教育之间的统一性与差异性进行了辩证讨论，她认为要帮助大学生树立正确的消费观高校思想政治教育就必须确立科学的教育理念、优化教育环境、丰富大学生消费观教育的内容、改进教育方法，以学校作为教育的主渠道，发挥社会的引导作用，家庭的补充作用，以及大学生个人的自我调控作用。^③赵季秋（2018）认为合理的消费观必须要符合经济标准和社会标准，要培育大学生形成合理的消费观，必须做到以高校为主阵地，以家庭为辅助，以社会为依托，以大学生为主体，全方位的学生引导树立正确的消费观念。^④陆林召（2017）主张运用社会主义核心价值观来引领大学生形成科学的消费观念；涵养大学生节俭的消费品格；锻造大学生人文的消费精神。^⑤杨特（2018）在消费主义思潮在我国蔓延的背景下对大学生的消费观现状进行了调查分析，分别从消费对象、消费方式、消费过程三个角度提出了引导大学生树立正确消费观的对策。魏星（2016）认为新媒体由于其去中心化、去权威化、去私人化、去客观化等特点会对大学生的消费观产生重要影响，因此他认为高校必须充分利用新媒体的自身特性来开展大学生的消费观教育工作，通过提升服务，打造校园新媒体的吸引力；加强互动，增强校园新媒体平台的引导力；广泛参与，发挥大学生群体的能动性。

^① 杨特. 消费主义思潮下大学生消费观研究[D]. 山西师范大学, 2018: 21-24.

^② 秦淑萍. 当代大学生消费价值观现状及教育引导探究[D]. 华东师范大学, 2015: 27-29.

^③ 乔琰婷. 大学生消费观教育问题研究与对策[D]. 中北大学, 2016: 27-28.

^④ 赵季秋. 大学生消费观研究[D]. 辽宁师范大学, 2018: 14-24.

^⑤ 陆林召. 以社会主义核心价值观引领大学生消费行为探析[J]. 教育理论与实践, 2017, 37(24): 33-35.

^①黄文彬、曾晓玲（2017）认为应当从建构当代大学生的消费伦理来抵制西方消费文化的入侵，消除大学生群体中存在的消费失范现象，用理性消费原则、适度消费原则、和谐消费原则、科学消费原则等消费伦理价值标准，规范当代大学生的消费行为。^②

综上所述：经济的快速发展以及近几年来消费社会问题的频发使得国内对于大学生消费观问题的研究日益增多，并取得了一定的研究成果，但是通过整理可以发现，在关于大学生消费观教育的采取措施上大同小异，基本上都是以理论灌输和自我教育相结合的方式进行，并且都认识到应该从学校，家庭，社会和学生本人四方面入手，缺乏新意的问题普遍存在。其次，从大学生的消费观角度发现问题，进而对当前的消费教育提出建议或进行剖析的研究成果还比较少，大多都停留于表面的大学生消费行为与消费现状研究上，缺乏从深层次上揭露大学生出现消费问题的成因。再次，有很多研究在进行时，没有与我国当前发展的时代背景和研究所涉及的具体背景结合，缺乏“新时代”背景的宏观思维和“经济新常态”的研究视域，因而解决方法也更欠缺针对性和实效性。另外，纵观国内外消费观研究的理论成果，针对于“95后”以及“00后”大学生群体所做的消费观调查研究仍基本处于空白状态。

2. 国外研究现状

由于西方自由发达的市场经济，当以“consumption”为关键词在中国知网外文搜索文献进行查询时，可以看到有大量的研究成果，主要都是围绕消费者的具体消费行为习惯、健康状况、群体之间的规范以及使用体验方面，而针对某个消费群体的消费观进行直接研究的相关文献资料则几乎没有。通过搜集整理可以发现，国外关于“college students consumption”的研究总是与烟酒、信用卡、饰品以及甜食等具体消费内容结合在一起，譬如：美国学者 Jeffrey Z., Barbara P 二人在《大学生消费习惯：酒精》中指出，今天的大学生比以往的任何时候都具有更强的消费力，除了生活必需品外，美国大学生们还会在酒精上花费大量的钱财，占到了他们日常总支出的四分之一。^③ Min D, Ting-Ting S 等人在《女大学生牛仔裤消费需求的因子分析》当中通过广泛的问卷调查，采用因子分析方法，提取了审美需求、舒适需求、质量需求和价格品牌需求四个共性要素，最后得出在女大学生对牛仔裤的消费中审美需求因素的权重最高，其次是舒

^①魏星.校园新媒体在大学生消费观教育中的作用探究[J].思想教育研究,2016(04):90-93.

^②曾晓玲,杨倩,杨雅伟.当代大学生消费结构的变迁及动力研究——基于“70后”与“90后”大学生的比较[J].思想理论教育,2015(04):95-99.

^③ Jeffrey Z,Barbara P,"Spending Practices of College Students: Alcohol", Proceedings for the Northeast Region Decision Sciences Institute, Vol. 8, No. 267 (August 2016).

适需求和质量需求,价格品牌需求相对较低。^①捷克学者 Horakova 在《捷克大学生的消费行为》中认为“捷克青年大学生的消费行为受家庭教育、宗教信仰、文化背景、人脉关系等因素的影响。”^②因为国情的不同,我国和国外关于大学生主体消费的研究方向似乎略有差别,但国外进入现代化的时间早,市场经济发展程度高,因此西方学者关于消费的研究更丰富也更成熟,在一定程度上能够为我国大学生的消费观研究提供有益的借鉴。

在此,本研究的国外研究综述部分将主要从国外消费理论和国外消费观教育两个方面展开梳理:

(1) 国外关于消费理论方面的研究

①消费主义乍现,社会阶层消费学说诞生。西方最早对资本主义的消费进行批判的是 19 世纪末 20 世纪初的美国经济学家凡勃伦和德国社会学家齐美尔。“炫耀性消费”的概念最早就出现于《有闲阶级论》一书中,它出版于 1899 年的美国。在书中,凡勃伦极尽尖酸刻薄的用语揭露了当时的富裕上层阶级通过奢侈的铺张浪费来炫耀和展示自己的经济实力和社会地位的心理,并由此衍生了“凡勃伦效应”,简单来说就是为了满足人们内心存在着的挥霍心理和占有某件物品后的虚荣心,一件商品的定价越高反而销售越好。同一时期持有相同思想的还有德国社会学家奥尔格·齐美尔,他在《时尚的哲学》一书中用消费来解剖大众时尚,揭示了时尚标准的虚妄以及时尚和个人消费之间的强迫性关系,认为时尚的本质就是通过金钱和消费来实现的社会阶层分野。

②大众消费兴起,西方马克思主义消费异化理论出现。20 世纪四、五十年代,随着大众消费时代的到来,消费所具有的社会政治和文化功能日益显现,以法兰克福学派为代表的西方马克思主义者以马克思劳动异化以及商品拜物教理论为基础,创建了“消费异化”理论,展开了对资本主义的批判。马尔库塞在其著作《单向度的人》中提出了“虚假需求”的概念,认为在消费社会中,资本主义社会通过制造各种虚假需求实现了需求与商品的一体化,导致人们追逐物质的虚假需求,从而失去了人真实需要的动机和反抗的欲望,现代人因此成为了一种缺乏批判意识和批判能力的单向度的人;弗洛姆在《健全的社会》中将精神分析学和马克思主义相结合,认为幸福源自健全社会及个人的

^① Min D , Ting-Ting S , Xiang-Peng L I , et al. Factor Analysis of Female College Students on Jean Consumption Demand[J]. Journal of Beijing Institute of Clothing Technology, 2016.

^② Horáková, Monika., "Consumer Behavior of College Students in the Czech Republic", Journal of Competitiveness, Vol. 24, No. 75 (December 2016).

充分发展，资本主义社会虽然物质及消费高度发达却是一个使人性极端异化的病态社会，他认为应该通过人道的充满爱的消费观来克服消费异化的现象。美国社会学家里斯曼甚至把消费社会的崛起看作是资本主义进入后现代社会阶段的又一次革命（继文艺复兴和宗教改革），即随着由生产时代转向消费时代而产生的全面的社会演变。

③消费社会来临，符号性消费理论盛行。20 世纪六、七十年代是消费主义问题研究的高峰，法国社会学家鲍德里亚在其著作《消费社会》中认为，消费已经成为一种全新的社会样态，通过构成当下资本主义社会的内在逻辑，成为推动资本主义社会运行的主要动力，他深刻的提出了符号消费理论，认为现代人普遍陷入了对符号象征的盲目追逐中，这种消费符号系统深刻地影响了人们的思维方式和行动逻辑，成为了一种极为隐蔽和有效的控制方式。他还在《符号的政治经济学批判》一书中提出了符号价值的概念，指出商品除了具有使用价值和交换价值以外，还具有凌驾于这两种基本属性之上的符号价值。美国批判社会学家丹尼尔·贝尔对此也有过颇为精到的分析，他区别了在理性主义和非理性主义影响下消费的差异，指出在后工业社会，“欲求”已经代替了“需求”。《景观社会》是法国思想家居伊·德波所写的经典著作，他认为“世界已经被拍摄”，发达资本主义社会已进入影像物品生产与物品影像消费为主的景观社会，景观已成为一种物化了的 worldview，是“以影像为中介的人们之间的社会关系”，“商品完全成功的殖民化了社会生活的时刻”。

④西方后现代多元化消费理论的形成。20 世纪八十年代，消费主义的研究取得了突破性进展，学界分别从各个学科、多个角度对现代消费问题进行了探索。英国学者费瑟斯通着重从文化视角研究消费异化问题，他在《消费文化与后现代主义》一书中指出，“日常生活审美化”概念被滥用以致消费文化成为后现代社会的动力。英国著名后现代理论家齐格蒙特·鲍曼在其著作《工作、消费、新穷人》中指出了后现代社会中广告语言对于消费者的机械化统治，由于不能抵制诱惑而去贪婪的消费，不但没能带来安全和满足，反而会使人陷入到巨大的困惑与焦虑中，使一些传统的价值观和美德逐渐丧失。生态学马克思主义的代表，高兹及本·阿格等人，则针对当时西方社会生态环境遭到严重破坏的状况，论述了消费异化与生态危机之间的关系。

（2）国外关于消费观教育的研究

西方的消费观教育普遍起步较早，体系也相对完善。二战以后，各个西方国家为了稳定社会经济秩序，实现经济迅速恢复发展，缓解资本主义生产过剩危机，普遍重视对于公民的消费教育，在国内开展了内容丰富且形式多样的消费教育活动。1966 年，为了培养出“聪明的消费者”，日本首度将消费教育纳入到学校的教学体系中，使消费教

育成为学校日常教学中的一门重要课程。日本还制定了适应不同层次学生需要的消费教育内容和模式,比如通过社会课和家庭课使学生在小学阶段掌握日常基本生活消费的相关知识,以自己居住的城市为中心,通过调查当地商店的产品价格、质量以及生产来源和所耗资源,从小培养学生对环境保护和资源节约的意识;^①以参观的形式在生产线上对学生进行授课,使学生能够直观地感受到生产劳动的过程和金钱的来之不易;引导大学生正确的衡量物质享受对人生的意义,关注社会发展和环境改变,将个人的消费行为与自然和社会联系在一起,帮助大学生了解和掌握基本的理财知识。^②美国的消费教育是以家庭教育为先锋的,美国的父母非常重视对于孩子的理财教育,从小就将实现幸福人生的计划和理性的理财观念贯穿于子女一生的家庭教育中,除了家庭和学校,美国还利用各种消费者组织、团体及企业对消费者进行教育,如1936年成立的美国消费者联盟,不仅充当了政府、企业和消费者之间的桥梁,对市场上的商品进行监督和曝光,还先后出版了面向各类人群的刊物,如《消费者报道》、《消费者联盟新闻摘要》和《微小权力》(专为儿童服务的期刊)等,^③利用大众传媒等方便快捷的传播方式,广泛的对消费者进行教育。

新加坡对大学生的消费教育是其公民教育中的重要一环,在消费教育的目标上,新加坡在吸收学习先进的消费文化,尤其是中国传统儒家消费文化的基础上,综合本国的传统消费习惯和基本国情,形成了积极健康的消费理念;在消费教育形式上,消费教育是学校课程的一部分,许多大学都会为学生专门开设个人投资理财的相关课程,无论是在显性教育还是隐性教育的宣传中都渗透着健康的消费理念,形成了以学校、家庭和社会为合力的消费教育形式;在保障机制上,新加坡将许多消费教育的内容被纳入了法律体系和行政奖惩的范围,在警示和鼓励公民自觉规范消费行为的同时,也使新加坡公民形成了一种消费责任,大大提高了新加坡消费教育的实效性。^④

综上所述:一方面,由于西方自由资本主义经济起步早,为了保障其顺利发展,配套建立的经济制度体系和文化体系也都相对比较完善,消费教育就是其中的重要组成部分,对于我国的消费教育具有重要的启示和借鉴意义。另一方面,由于历史文化等方面的原因,不同于我国直接的思想政治教育活动,西方国家通常以宗教、德育等隐性教育的方式对学生进行价值引导工作,甚至有些价值教育已经超越了道德的内涵,比如民主、

^① 杨晓英,李茜.新时期大学生消费观研究文献综述[J].改革与开放,2019(05):62-66.

^② 赵琳.大学生消费价值观教育问题研究[D].东北农业大学,2013:2-3.

^③ 陆浩东.从西方国家的消费教育看我国对大学生信息消费教育的引导[J].图书馆建设,2014(08):86-90.

^④ 白洁.新加坡消费教育对我国大学生消费教育的启示[J].北京教育,2013(04):78-80.

自由等,已经不属于“道德”范畴。因此,国外学者在消费研究中几乎没有涉及到有关特定人群的消费动机及思想观念方面,而是从较为宏观的角度或者社会中比较突出的消费现象或具体消费行为来进行研究。但是,西方先进的消费社会批判理论还是能够为当前以及今后,我国在经济发展中将会面临的一些社会问题提供合理的预判和适当的解释,尽可能的减少我国在发展市场经济时所受到其带来的负面社会影响。

(三) 研究方法与创新点

1. 研究方法

(1) 文献研究法。以研究课题为中心,广泛搜集目前国内外与此相关的学术著作、研究论文以及调查报告等,学习前人的研究方法,了解目前学界对该问题的研究深度及广度,通过对所搜集资料的分析、整合、摘录、吸收,从而达到“去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里”^①的效果,为课题的研究提供充足的前期理论准备工作。

(2) 问卷调查法。围绕着本次研究的目的和主要内容,对关于新时代大学生消费观及其现状进行具体而全面的问卷设计,以全面把握当前大学生的消费观现状,从而探求出当代大学生群体所呈现的消费共性与个性,及其从中所暴露出来的消费观问题,为解决新时代大学生消费观问题提供客观现实依据。

(3) 比较分析法。搜集积累与大学生消费观研究的相关文献资料,通过对国内外不同专业相关研究成果的横向对比以及对不同时期研究成果的纵向对比,对其进行归纳总结,为本文的深入研究提供指导和借鉴;通过比较分析的方法将同一群体中大学生消费行为的相同和不同之处进行对比分析,更深入地找出大学生消费行为和消费观中出现问题的原因,其中,对于样本数据主要采取的是定量分析的方法,对于相关研究资料则主要采取的是定性分析。

2. 研究创新点

(1) 扩大了大学生消费观的研究人群。本次关于大学生消费观的研究中首次覆盖了包括“95后”和“00后”的大学生,在调研对象为1075人的问卷调查中,“95后”的大学生占到了总人数的58%,共计625人,“00后”大学生则占据了41.8%,共计450人;

(2) 拓展了大学生消费观的研究视角,纳入了新的研究背景。党的十八大以来,我国的社会发展进入到了新时代、新常态,时代背景与社会主要矛盾发生了新变化,大

^①毛泽东.毛泽东选集第1卷[M].北京:人民出版社,1991:283.

学生们的消费生活与消费观均呈现出丰富性的变化，对其问题形成因素与新的对策探究提供了比较充分而又新颖的现实基础和理论素材。

（3）发散了新的消费研究观点。消费作为一种人们的日常活动方式，本身并没有褒贬之分，但是随着社会经济的发展和消费主义的出现，人们开始对社会中出现的种种消费伦理问题进行理性反思，将消费置于正义的价值维度中，建立起一种有利于人生存发展的消费模式。本文首次将关于消费正义和非正义的讨论引入到大学生消费观的研究中，从而试图建立起一种适用于大学生群体的消费伦理。

二、概念解析与研究的理论依据

明确研究对象的概念涵义和范畴, 是任何学术研究中都不可缺少的必要环节, 而在人文社会科学的研究中, 不仅需要厘清研究对象的基本概念和信息, 而且往往需要回到历史中去寻求经典理论的帮助, 获取相关问题的处理经验、方法与佐证。基于本文以大学生消费观为研究对象, 在详细辨析了消费、消费观、新时代大学生消费观的基本概念后, 特深入到中国传统文化先哲的消费思想、马克思恩格斯的消费思想以及中国化的马克思主义消费思想中, 从经典中汲取智慧力量, 以获得研究的理论支撑。

(一) 相关概念解析

随着社会生产力的发展, 消费逐渐与社会中的经济、文化、生态等多种社会因素产生了关联, 形成了愈加丰富的内涵。因此要想做好有关消费的研究, 就必须考虑到消费的社会历史性和关联性, 全面把握消费及其相关概念在当今时代背景下的发展内涵和延伸意义, 这有助于我们在实证调研中更加迅速准确的发现掩藏在数据结果背后的问题, 也有助于我们通过多角度的思考, 提出更加具有针对性的建议。在此之前, 我们有必要对消费、消费观、新时代大学生消费观的概念进行详细辨析, 为接下来的研究打下基础。

1. 消费

(1) 消费的概念

无论在国内还是国外, “消费” 最早都是一个带有贬义色彩的词汇。在我国, “消费” 一词最早载于东汉王符的《潜夫论·浮侈》中, 意为“消磨、浪费”; 在国外, 作为英文“consume” 的消费最早出现在 14 世纪, 意为“资源的耗尽、毁坏、用光和浪费”^①。16 世纪晚期以后是西方消费观念的解放时期, 此时消费才开始摒弃其负面含义, 作为与生产相对的中性概念出现在有关中产阶级政治、经济的描述里, 直到 20 世纪中叶, 才转为较为广义的一般用法, 包含了一定的文化和社会意蕴。消费含义在漫长历史中的转变与社会生产的发展密不可分, 到了如今, 消费一词已经承载了愈来愈丰富的内涵。

从经济学角度看, 消费是与生产、分配、交换共同维持社会经济正常运转的一个必要环节, 是社会经济生活的重要组成部分。分别从广义和狭义的角度, 经济学中一般可以将消费分为生产消费和生活消费两大类。其中, 生产消费指物质资料生产过程中的生产资料和劳动的使用和消耗, 生活消费则指的是人们在日常生活中用于维持其基本身体需要或精神需要所进行的, 执行生产过程以外生活职能的消费。

从社会学角度看, 随着现代经济社会的发展, 消费与社会和文化问题的联系越来越紧密。比如在消费社会中, 消费已经超越了其满足人基本需要和维护经济正常运转的意义, 更多的承担了满足个人欲望、彰显主体价值、确立社会地位的功能, 使消费变成了“异化消费”。

从生态学角度看, 消费指的是消费主体与大自然进行物质和能量交换以保证个体生

^① 郑红娥. 社会转型与消费革命中国城市消费观念的变迁[M]. 北京: 北京大学出版社, 2006: 45.

存和发展的过程，它认为作为消费主体的人类与作为消费客体的自然是一个统一的整体，人类必须节制自己的发展实践和生活消费以维护生态平衡。

（2）消费的类型

按照消费的目的和内容，消费主要可以分为生存性消费、发展性消费和享受性消费，这三种消费类型之间既是相互并列，又是层层递进的关系。其中，生存性消费是最基本的消费，通常指为了维护劳动力生产和再生产，补偿劳动者必要劳动消耗所必需的消费；发展性消费是为了追求更高的生活质量和获得发展机会而发生的消费，也是扩大再生产所必需的消费；享受性消费是提高劳动者生活品质、满足人们享乐需要的消费。根据马克思关于人的需要理论，人们的需求受社会生产发展水平的制约，在不同社会历史发展时期，其需要所占的比例各不相同，有着明显的层次发展规律，遵循着从生存需要、享受需要向发展需要递进的顺序。^①消费是人对于现实生活的直接要求，因此也呈现出层次递进的特点，生存性消费是消费中基础层次最低，消费需求弹性最小的消费，人们只有获得了这一最基本的消费后，才会向较高的消费层次发展，在越是发达的社会中，这三种消费越是会被每个人普遍拥有。

（3）消费的正义与非正义

消费，原本是为了维持人们的生存和正常生活而进行的一种日常行为，没有褒贬，也没有什么对错之分，但随着消费主义的蔓延以及消费社会的形成，出现了许多有关消费的伦理问题，这些问题需要人们来重新正视消费，从人类整体出发，对人们的消费行为作出价值性的判断，以应对消费主义对社会造成的不良影响。一般来讲，正义是对人的存在价值进行深层次追问与意义观照的价值规范，是以人的价值、人的尊严和人的发展为根本衡量标准的价值追求。^②消费正义实质上是正义尺度在消费领域的延伸，它把正义的价值规定赋予到人们的日常消费活动中，通过对人们的消费行为、消费目的、消费方式、消费观念等的价值审视，约束和指导人们的消费活动，使之趋于正义的规定范围内。从根本上说，它来源于现代化过程中人们对于种种“非正义”消费问题的伦理思考。

消费活动的正当性和合理性是消费正义的基本内涵，它包括了三个方面的涵义：

一从经济学的角度看，消费活动必须与一定的经济水平相适应，保证消费的经济合

^① 刘洁. 马克思人的需要理论及其当代价值意义[D]. 东华理工大学, 2017: 18.

^② 鲍金. 消费正义: 构建和谐社会的伦理基础[J]. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2011, 19(01): 20-26.

理性，这里的经济水平既指一定时期内社会经济的总体发展水平，也指消费者的收入水平。消费是社会经济运行的重要环节，它既是经济运转的动力，也是经济运转的目的和结果，它即不能超前，造成经济繁荣、过热的假象，引起通货膨胀，也不能滞后，削弱经济运行的动力，导致市场疲软。收入是消费者进行消费的前提和基础，过度的超前消费或者过于节俭的吝啬消费都会对消费者的个人生活和长期发展造成不良影响。因此，我们应该理性衡量自己的消费能力，使消费水平与一定的收入水平相适应。

二从环境学的角度看，消费活动必须与自然环境的发展相协调。自然资源是人类消费活动的物质保障，人类活动的一切物质资源都是从自然环境中攫取的，超出人类需要的过度消费会造成大量资源浪费，侵占其他生物的生存资源，不利于物种多样性的发展，大量的工业生产还会产生众多有害物质垃圾，污染环境，破坏自然景观。同时，欲求的永无止境及其对于消费的渴望也增加了人与环境的压力，使人不计后果的对环境进行持续的掠夺和破坏，严重影响了自然环境的恢复和资源的可持续性利用发展。

三从伦理学的角度看，消费是一种权利与义务对等的活动。生存和发展是地球上每个人都应该持有的基本权利，通常人们会通过消费来行使这项权利，因而在消费时不能只想着满足自己，更应兼顾他人，使自己的消费活动不损害于他人利益。欲壑难平，人类永远都不能指望通过消费来满足自己的欲望，因此幸福并不是与消费多少成正比的，物质和享受也不能代表生活质量本身，人们应该减少对于物质的依赖和追求，更加关注自己的内心，使自己消费活动真正与自身的实际需要相符合。首先，我们应做到消费行为对家人负责，每个人都是其家庭构成中的重要组成部分，大多数的奢侈消费和过度消费都不仅会影响到个人生活，还会成为整个家庭的负担，使家人担心，因此，对自己的消费行为负责也就是对自己家人的负责。其次，个人的消费活动还必须向他人与社会负责。在消费社会中，任何人只要付得起相应价码都能买到他想要的东西，在利益的驱使下，有些人也会不择手段的突破道德底线，进行一些非法交易，比如贩卖违禁药品，妇女儿童，器官和野生动物等等，这些损害了他人利益的消费行为都属于严重的“非正义”消费，我们必须予以坚决抵制。再次，人们的消费活动必须对自然环境负责，人们的消费来源于自然环境所提共的资源，消费产生的废物和垃圾要靠自然环境吸收接纳，不管是为了人类自身的生存绵延，还是自然环境的继续存在发展，我们都不应该让自然环境来承担由于人类欲望引起的“非正义”消费所造成的代价。

总之，作为一种全新的价值理念和消费伦理，消费正义从人类的整体出发，不再把消费行为视为单纯个人的私事和经济效用最大化的实现过程，而是主张将社会效益和生态效益共同纳入到消费的关切当中，以绿色发展、和谐发展和可持续性发展为价值目标

的消费,反之,任何不利于自身和他人的生存和发展,危害环境的消费行为都属于非正义消费。

2. 消费观

(1) 消费观的概念

本研究主要从微观角度和宏观角度来对消费观进行定义:从微观角度看,消费观指消费主体在进行或准备进行消费活动时对于消费对象、消费方式、消费环境以及自身消费能力的综合评价与判断,突出的是消费者的消费心理和理财能力。从宏观角度看,消费观指的是影响和主导消费者主体进行消费行为的价值观念和情感因素,更加注重社会结构及其文化对人们消费观的影响。根据历史唯物主义的基本观点,社会存在决定社会意识,因此消费观的形成与变革是与社会物质文化发展水平和生产力发展水平相适应的,具有社会历史性。观念是人对事物的主观与客观认识的系统化之集合体,存在于人的头脑和思想世界中,一方面,消费观具有主观性,根据人们的生活环境、教育背景、性格、家庭环境和收入等因素的不同,会造成人们的消费观不同;另一方面,随着外部客观环境的变化或者个人内在的发展都可能导致消费观的改变,因此消费观又具有发展性和实践性。总体来说,消费观作为一种价值观念,属于金钱观的范畴,与世界观、人生观和价值观的形成息息相关,因而它不仅影响着人们的日常消费生活,而且还关乎人们的价值选择。

(2) 消费观的类型

随着社会经济的发展,我国居民的人均消费水平不断攀升,消费结构也呈现出了多元化的态势,信息技术和现代物流的发展极大的扩展了人们的消费范围,使人们的消费触角得以延伸到世界上任何一个有互联网的角落,丰富多彩的现代消费生活也使社会中出现了各种各样的消费观,主要有以下几种类型构成:

节俭消费观:节俭消费观主张人们在消费时,以符合社会的平均消费水平和个人的收入水平为前提,适度的节约物质财富,减少甚至杜绝浪费。^①在当代,毕业于荷兰鹿特丹大学“哲学与经济学”专业的学者袁野提出了一种“新节俭主义”的消费观,^②它代指那些收入不菲,非常富有,拥有相当高的购买能力却朴素低调,不与大众消费随波逐流,以实际需要为出发点,支出精打细算的人们。他们的这种“吝啬”与葛朗台不同,

^① 朱岩. 节俭视域下大学生消费观教育研究[D]. 南京师范大学, 2014: 7.

^② 宋海燕. 当代大学生消费观的评析与构建[D]. 山西财经大学, 2011: 11.

并不是为了私利而守财，而是主张物尽其用，物有所值，摒弃外在的虚荣而把钱花在“刀刃上”，这种新型的节俭消费观其实也是一种理性消费观的表现。

奢侈消费观：奢侈消费观与节俭消费观截然相反，指超出人生存与发展需要范围的非生活必需消费，它鼓励消费欲望的放纵与不加节制，以对社会资源的极大消耗和对消费需求的无限满足为快感，信奉物质至上主义和享乐主义。奢侈消费是以巨大的资源消耗为前提的，它的盛行必然会造成资源的过度利用和浪费，破坏地球的生态平衡，还会误导人们的存在价值观，引发炫耀和攀比消费行为。消费是为了人的生存和发展，而人生存和发展的目的并不是为了消费，我们应该警惕和避免这种过度消费和浪费资源的消费观念，端正自己的心态，自省自律，使自己的消费行为符合当前社会的发展要求。

理性消费观：理性消费观指的是在面临消费选择时能够表现的审慎而有节制，根据自己的经济 and 消费需求状况，在效用最大化原则的指导下进行的合理消费，理性消费观要求人们在进行消费时要量力而行，适时适度消费。与理性消费观相对的就是非理性消费观，它主要表现为盲目的冲动消费、不计后果不切合实际的超前性消费以及情绪情感化的感性消费等。

适度消费观（可持续性消费观）：20 世纪 80 年代中期，受国外消费主义的影响，我国沿海一些经济发达地区出现了过度消费的现象，适度消费观是在这种情况下被提出来的，其中最具代表性的有三种：一是超越消费主义的适度消费观；二是介于吝啬消费与奢侈消费之间的适度消费观；三是同可持续发展相对应的适度消费观。超越消费主义的适度消费观要求人们摒弃以消费和拥有更多物质财富等同于幸福的价值观标准，并将满足人类基本生存需要的物质作为消费的基本标准。介于吝啬和奢侈之间的适度消费观认为，社会责任是消费首先需要考虑的因素，在生产生活中，人们不能只考虑到个人的需要和利益，还要考虑到他人利益、集体利益和社会利益。同可持续发展相对应的适度消费观则隐含着一一种对人类活动的“限制”思想，即限制人类对地球资源的过度开采和利用，强调发展的持续性、共同性和公平性。

绿色消费观：绿色消费观指的是在消费价值上崇尚人与自然和谐共生，追求资源的循环利用和可持续性发展，在购买商品过程中践行符合生态发展要求、低能耗、低污染的消费。绿色消费观反映了可持续性的新型发展理念，呼吁人们重新关注自然界存在的意义，将道德关注的对象从人扩展到自然界，将人、地球上的其他生物和整个自然界看作一个新的道德共同体，^①是天人合一的生态自然观在消费理念中的全新阐释和转变。

^① 余谋昌. 创造美好的生态环境[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1997: 226.

炫耀性消费观：炫耀性消费又被称为“显眼的消费”、“装门面、摆阔气的消费”，是一种典型的社会经济现象，最早由美国制度学派经济学家凡勃伦在其著作《有闲阶级论》中提出，指的是富裕的上层阶级通过对物品超出实用性和生存必需性的奢侈性消费和铺张浪费，来向他人炫耀和展示自己的财富与社会地位，以及这种地位所带来的荣耀、声望和名誉等的消费。

3. 新时代大学生消费观

新时代是从党的十八大开启的^①，因此，新时代大学生指的是从2012年以后进入高等院校进行学习的学生，他们一般出生于1995年以后，年龄主要集中于18到22岁，是非常典型的“95后”和“00后”。“95后”通常指的是在1995至1999年间出生的群体，这部分群体的大学生成长于我国深化改革、知识创新、互联网生态变革时期，崇尚追求时尚消费与个性消费，青睐于网络社交购物，注重消费体验，在享受型消费和网贷型消费方面也呈现上升趋势。^②出生于改革开放，我国经济快速发展的年代，又逢计划生育政策的实施，使得当时的生育率普遍降低。繁荣的时代背景和独特的家庭结构使得95后大学生普遍缺乏预防性的存储意识，其消费倾向和消费能力比之前世代的大学生都要偏高。另外，由于家庭财富积累丰厚，收入的边际效用下降而闲暇的边际效用提升，因此在他们的消费中呈现出了娱乐化、重休闲的特征。超前消费的倾向带动了一大批中小企业的分期付款业务，享乐化的趋势带动了餐饮O2O、社区服务O2O等“懒人经济”的兴起，个性化的追求则催生了一众个性十足的小众品牌发展，对于娱乐化的巨大需求使得“粉丝经济”、“网红经济”变得炙手可热起来。具体来说，95后的生活方式可以具体概括为生活享乐化、消费娱乐化、品牌个性化和渠道互联网化。成长于互联网高速发展的时代，注定了95后消费选择的多元化与消费方式的信息化，并且随着O2O、社交电商、共享经济等新兴商业模式的发展，注定了这种消费现象将会长期存在，并且被身为“互联网原住民”的00后继续发扬光大。

“00后”泛指出生于2000至2009年间的群体。00后新生代消费者的最大特点就是由于他们的父母成长于改革开放年代，一切都很顺利，没有经历过物质的匮乏和来自金钱的困扰，再加上商品的极大丰富，使得“00后”的孩子们在消费上更加追求流行

^① 冷溶解读“新时代”：十八大开启 十九大描绘宏伟蓝图[EB/OL]. 中国网(2017-10-26)[2019-11-26]. http://www.china.com.cn/19da/2017-10/26/content_41796725.htm.

^② 蒋娟,程志波.“新常态”背景下高校学生管理工作创新研究[J]. 中国成人教育,2017(2):39-41.

与品质，为了孩子的成长，家长们不惜成本，不计代价，从奶粉、玩具到学习用品、服装，还有各种电子产品不是进口的，就是名牌，因此，“00后”可能是我们国家最早具有品牌消费理念的一代人了。另外，由于“00后”们大多都是家庭中的独生子女，家长们从小就在其身上倾注的心血极大，从幼儿园时就开始的高额教育投入，各种各样的兴趣特长班、辅导班、寒暑假游学，使“00后”更早的具有了竞争意识，如此压力之下致使在许多00后中产生了两种极端，一类自诩“佛系”，通常秉着事不关己，高高挂起的态度，缺乏集体荣誉感，一类则功利性强而责任意识较弱。但是，从小接受的良好教育和成长在网络信息化的开放时代，使得00后比较早熟，知识丰富且和视野宽广，主体意识强，思想也更加个性化，因此对于消费通常会表现的个性鲜明，更加有自己的想法和主见。

新时代大学生消费观就是指在2012年以后进入高等院校学习的学生群体，他们在进行消费时对于消费关系进行价值判断时所产生的总体看法和根本观点，对其消费目的、消费行为、消费方式、消费心理等具有重要的影响，它既是社会经济在大学生头脑中的反映，也是大学生价值观和人生态度的折射。

（二）研究的理论依据

源远流长的中国传统消费思想长期存在于我国历史之中，符合我国的历史国情和人民的普遍心理；马克思恩格斯的消费思想则是智慧的结晶，能够为理论研究提供科学指引；中国化的马克思主义消费思想是时代与真理的结合，突显了当下的现实诉求以及未来的发展方向。因此，本文主要以中国传统文化中的消费思想、马克思恩格斯的消费思想以及中国化马克思主义消费思想作为本次研究和进行科学探索的理论源泉。

1. 中国传统消费思想

先秦时期是我国思想文化史的灿烂辉煌时期，“百家争鸣”的出现也为我们展现了当时的诸子学派对于消费的不同看法，关于中国传统消费思想的主要内容“奢侈争论”在当时就已经形成，因此，先秦时期虽然是我国消费思想的萌发阶段，但在整个中国古代消费思想史中都占有相当重要的地位，本文将在此主要论述有关先秦时期比较具有代表性的消费思想。

（1）俭不违礼的儒家消费思想

面对春秋时代，战乱频繁、礼崩乐坏、民不聊生的社会现实，“孔子认为纷乱的根源就在于人们对于财富的无限度追求”^①，而能够让人们这样肆无忌惮追求财富的原因

^① 胡寄窗，《中国经济思想史简编》[M]. 上海：立信会计出版社，1997：45.

则在于缺乏礼制的约束。因此，以孔子为代表的儒家学派提出了“礼治”“仁治”的观点，这一观点渗透进孔子的消费思想，就变成了俭不违礼、富而好礼。孔子提倡的“礼”，包含了当时的社会习俗、人伦道德、内政外交、祭祀行军等多方面内容，既代表着社会典章制度，又是当时的道德行为规范。^①在国家消费层面即财政支出上，孔子主张“节用而爱人，使民以时”^②，意思是要节约财政开支，爱护官吏臣僚，役使百姓时不要耽误农时。在个人消费层面，孔子在节俭的价值标准上加入了“礼”的成分，主张俭不违礼，宁俭勿奢。在《论语·述而》中，孔子言：“奢则不孙，俭则固。与其不孙也，宁固。”^③意思是奢侈的消费容易使人变得不谦逊，过于节俭则会让人显得寒酸，与其让人觉得不谦逊，倒不如显得寒酸，可以明显看出孔子崇尚节俭，宁俭勿奢的消费态度。除此之外，他还认为节俭是一种美德，提倡安贫乐道的生活方式，其本人也是这种观念的积极践行者。

也有人将孔子的“俭不违礼”消费观称作是“差等结构的消费观”或者“等级消费观”，因为他不仅将人明确的划分为“君君、臣臣、父父、子子”^④，更是指出王公、大夫、士、庶人和工商不同阶层的人必须在消费上具有严格的等级差别，并极力的维护这种尊卑有序的差等存在关系。现在看来，孔子的这种消费思想形成于等级森严，思想制度落后的奴隶社会时期，具有很大的历史局限性，但是对于当今社会仍然具有重要的借鉴意义。虽然在我国当代已经没有了等级森严的阶级划分，但是贫富差距依然存在，甚至比之两千多年前有过之而无不及，所以尽管人们已经不用在使用物品和消费时受到阶层的限制，但是也应当按照自己的实际经济状况和收入水平来进行消费，而不是互相攀比或者是盲目跟风。

孟子也提倡节俭消费，不过由于当时的生产力普遍低下，社会整体消费水平都不高，能进行奢侈消费的只有统治者阶层，因此孟子主张的节俭主要是针对统治者而言的。他在《孟子·滕文公上》中说道“是故贤君，必恭俭礼下，取于民有制”^⑤，认为统治者的消费主要依靠于人民，统治者如果不注意节俭消费就会加重对人民的搜刮，老百姓就无法维持基本的生存需要，从而影响社会财富的再生产，使国家陷入生存危机。因此，孟子还非常强调生产对于消费的作用，他在《孟子·梁惠王上》中写到“五亩之宅，树

^① 王俊华. 孔子“礼”的内涵研究[J]. 法制与社会, 2019(03):187-188+194.

^② 《论语·学而》

^③ 《论语·述而》

^④ 《论语·颜渊》

^⑤ 《孟子·滕文公上》

之以桑，五十者可以衣帛矣；鸡豚狗彘之畜，无失其时，七十者可以食肉矣；百亩之田，勿夺其时，数口之家可以无饥矣”^①，认为人们的消费水平必须与其生产水平相适应。不仅如此，孟子还注意到了收入对于消费的影响，他在《孟子·尽心上》中谈到，贵族家庭子弟的言行之所以与一般家庭的子弟不同，乃是“其居使之然也”，这表明孟子意识到了物质生活条件的不同对于人们的影响^②。另外，孟子“见利思义，重义轻利”的义利观对于今天维护市场经济秩序，建设企业文化也具有重要的启示借鉴意义，有助于引导当前大学生群体中存在的重物质轻精神消费现象，构建和谐的社会消费氛围。

同样源于制止社会纷乱，维护社会稳定的目的，荀子也认为消费水平应该遵从一定的社会等级制度，但由于分析思路的不同，造成了荀子和孔子在消费观上的差异。孔子从消费行为入手，认为严格的礼制可以起到规范人们消费行为的作用，是以“以礼制人”，荀子则深入到人们消费背后的动机以及人本身对于欲望的追求中，提出了著名的“欲望论”和“性恶论”。荀子将欲望看作两部分，一部分是欲望本身，另一部分是满足欲望，能够使欲望平息的条件。他认为，欲望本身是人天生就有的，不可磨灭也不能禁绝，但是满足欲望的条件是受乎于心后的自我要求，是经过思考以后做出的主体选择，因此是可以控制和改变的，而控制和改变的条件就是引导人们做出符合社会要求的主体选择，也即消费选择。既然欲望能够通过后天的引导和教化得到调节，自然也就能够避免人们因为欲望纷争而造成社会混乱。因此，荀子的社会等级制度不同于孔子所规定的那样严格，而是更加看重于后天的教化作用，认为富贵与贫贱、君子与小人可以通过一定的途径相互转换。思路的不同与所处历史时期的差异，使荀子虽然在节俭观上仍然与儒家保持了一致是方向，但却拥有了完全不同的思想底色。儒家传统中提倡节俭观、富贵在天的说法，完全是为了维护封建社会的统治和稳定，只确保人民生产与再生产的基本生活需要，对于物质财富显得非常消极、被动。而荀子却是个物质生产的乐观派，提出“强本节用，则天不能贫……本荒而用侈，则天不能使之富”^③，认为当时的社会生产完全可以满足人们的正常需求，并且可以通过“节用”的方式来达到理财和致富的目的。

（2）墨家节用的消费思想

“勤俭则昌，淫佚则亡”^④这句话从总体上概括了墨子的主要消费思想。虽然同属于崇俭范畴，但与儒家不同的是墨子的节俭并不提倡等级划分，他以“兼爱天下”为伦

^① 《孟子·梁惠王上》

^② 胡寄窗，《中国经济思想史简编》[M].上海:立信会计出版社,1997:57.

^③ 《荀子·富国》

^④ 《墨子·辞过》

理旨趣，关注百姓的福祉和利益，这是其消费思想的基本道德支点。^①其次，在兴天下之利的义利观指导下，墨子还提出了“强本节用”的消费思想。按照墨子在《墨子·节用》中对于人民在节用标准下的消费设想，人们的生活标准基本可以达到今天的小康社会水平，并且他还言道“饮食必常饱然后求美，衣必常暖然后求丽，居必常安然后求乐”^②，指出了消费需求的上升规律，看来在墨子的节用消费观里并不反对提高人民的消费水平，当然这是以加快生产为前提的。因此，在国家消费层面，墨子非常注重利用消费与生产之间的关系，这也是墨子消费思想中的一个突出特点。除此之外，墨子还非常具有忧患意识，为了在面对凶年饥岁时也能保持消费的稳定性，他提出国家除了平时要注重“节用”外，还应该准备“国备”，即储备至少三年的粮食，在真的遇到困难时，通过减少官员的俸禄来减少政府开支。并且，除了反对奢侈浪费外，墨子还主张“节葬”“非乐”，反对当时劳民伤财的厚葬久丧风俗和以音乐消费为代表的享受型消费和娱乐消费，因为他认为这并不能够使天下兴利。墨子的思想虽然具有一定的时代局限性，但是墨子为国家和人民谋利而出发的节用观，对于构建现代经济条件下的新型消费伦理，维护市场秩序，有着重要的借鉴意义，也警示着当代大学生应注意适度消费，勿要玩物丧志。

（3）道家无为的消费思想

“道”是老子消费伦理思想中的基本准则，老子认为“道法自然”，天地万物自有其道，而人的欲望则会促使人追名逐利，强行对原本的事物加以改变，有欲则有为，违背了道的法则，因此他主张人们顺应自然，知足寡欲，去奢从简，抱朴守真。老子有着非常彻底的奢侈思想，他完全否定了工艺技术的作用，反对奇技淫巧的工艺品和奢侈品，他认为追逐享乐、刺激的不良生活方式不仅不能使人的欲望得到满足，反而会助长人的欲望，使人身心迷乱，耽于享受。因此，在无欲和俭朴的基础上，老子又提出了在消费中应该遵循的知足准则。他认为“罪莫大于可欲，祸莫大于不知足，咎莫大于欲得。故知足之足，恒足矣。”^③欲壑难平，真正能够使人的内心获得满足的并不在于物质的多少，而在于是否知足。“大盈若冲，其用不穷”^④道不追求充盈而能用之不竭，人的贪念和欲望使人不能正确的对待物我关系，陷入到无止境的物质追逐中，知足则使人不依靠物欲也能获得内心的平

^① 陈雪良. 墨子答客问[M]. 上海: 上海人民出版社, 1997.

^② 《墨子·节用》

^③ 《老子》第四十六章.

^④ 《道德经》第四十五章.

静和喜悦，因此，惟有知足方能恒足，惟有不争方能长久。而老子的这种知足是以“实其腹”为标准的，主张只满足人民的基本生存需要，否定其他消费需要。在生产落后奴隶社会的奴隶社会，这不失为一种维持生存，维护社会稳定的办法，但是它使人安于现状、不思进取，不利于人民的进步和社会的发展。

（4）法家重农的消费思想

李悝是法家的主要代表人物，也是我国最早的重农思想家，出于保护生产，重视农业的考量，他也同老子一样反对奇技淫巧。李悝是法家的主要代表人物，也是我国最早的重农思想家。在李悝的消费思想中，非常重视生产以及国家政策对于消费的作用，他把生存消费看作是老百姓最重要的消费，提出了“尽地力”和“平籴法”的农业政策。一方面，他主张统一分配农民耕地，鼓励人们同时播种多种粮食作物，勤于耕作，增加生产。另一方面，他看到了受自然因素影响农业生产的不稳定性及其造成的粮价波动，这是农民生活贫困和不能安心田亩的根本原因，而且谷贱伤农，粮贵也对市民工商不利，影响消费的持续性，因此便提出了用政府购买来调节粮价的“平籴法”，在安定民心，维持消费水平的同时，也为农业的发展创造稳定环境。李悝在这里意识到了消费政策的主动性，有意识的让政策为其重农目的服务，是将“生产”与“法治”结合的一种进步，对之后我国其他消费思想的诞生产生了深远影响。

2. 马克思恩格斯的消费思想

马克思所处的时代正是资本主义原始积累和初步发展时期，生产力水平不高，物质资源相对匮乏。在这种条件下，当时的社会中形成了极其鲜明的对比，一边是资本家的奢侈消费与挥霍，另一边是工人的艰难生存和拼命劳作，危机潜伏在表面的繁华之下，一触即发。正是在这种极其悬殊的社会现实状况下，马克思开始了对于经济与消费问题的思考。

（1）消费与生产、分配、交换的辩证关系

消费与生产的关系。消费和生产相互影响、相互创造，是既对立又统一的关系。首先，在生产过程中，不仅需要消耗生产资料，还要对劳动力的体力和脑力进行一定消耗，所以生产的过程中也包括了消费的过程，而消费的主要目的是为了生产，因此消费和生产相互交织，相互影响，是既对立又统一的关系。其次，消费是生产的最终目的和动力。人的生物属性和客观属性决定了人必须通过消费才能够存在，生产是为了消费的目的，生产出来的产品只有被消费，才能够真正实现它的现实价值，因此如果没有了消费的需要也就没有了生产的必要，生产和消费互相为彼此的存在创造了条件。生产决定消费，生产规定了消费产品的质量、数量和种类，因而决定了消费的性质和存在方式，限制着

消费的水平 and 规模，没有生产就没有能够提供消费的物质条件，生产还能够通过创造出新的消费群体和消费需要，从而引起消费方式的变更，这就是生产创造消费。而消费创造生产则内在的包含了两种含义：一是消费使产品完成了自己的最终使命，实现了自己的现实意义，从而促进了再生产的继续和进行。二就是消费可以反作用于生产，促进生产力的发展，创造出新的生产需要。也就是说，人们在现实中对于新的消费需要的追求，会促使生产的发展甚至升级。

消费与分配的关系。消费的完成离不开分配，分配和消费相互作用，相互影响。马克思在《黑格尔法哲学批判导言》中指出：“分配借社会规律决定生产者在产品世界的份额，因而出现在生产和消费之间。”^①也就是说，生产关系决定着分配关系，消费总是在一定的社会分配关系下进行的，生产出来的产品只有经过分配才能在交换进行的过程中体现出自己的商品价值，分配和交换共同作为联结生产和消费的中间环节，是决定着消费和社会再生产过程的重要条件。马克思从生产关系的角度论述了消费与分配的辩证关系，认为“分配并不仅仅是生产和交换的消极产物；它反过来又同样地影响生产和交换”^②。分配关系隶属于生产关系，它通过作为生产和消费的中间环节，决定了每个人得到的消费品的数量，又通过分配方式反作用于生产与消费的整个过程中。在《哥达纲领批判》中，马克思再一次的指出了分配对于消费的反作用。他认为，作为社会总产品的一部分，消费品是在经过了必要扣除后，再根据社会的生产方式和生产条件来进行分配的。例如，在以公有制生产为基础的社会主义社会里，实行的就是以按劳分配为主的分配方式，多劳多得，少劳少得，而在以私有制生产为基础的资本主义社会则是按资分配，充分体现了其剥削本质。在谈到分配对于消费的影响时，马克思表示，分配通过决定人们收入水平的方式间接决定了每个人的消费，因此，当以对抗性的分配关系作为消费基础时，通常会造成社会消费的两极分化而使社会上的大多数人都限制再一个很低的消费水平内，只有当一个社会具有高效合理的分配关系和分配制度时，人们的整体消费水平和生活水平才能得到真正的提高与改善。

消费与交换的关系。马克思认为，生产作为循环中的初始角色，决定了交换、分配和消费，而交换和分配则在社会生产与再生产的过程中共同发挥着中间作用，消费是交换的最终目的，交换是消费实现的前提条件，没有交换这一桥梁，消费就无从谈起。在考察物品的使用价值和交换价值时，马克思说到：“劳动产品只是在它们的交换中，才

^① 马克思，恩格斯. 马克思恩格斯全集第 12 卷[M]. 北京：人民出版社，1962：744.

^② 马克思，恩格斯. 马克思恩格斯全集第 20 卷[M]. 北京：人民出版社，1971：162.

取得一种社会等的价值对象性”，^①即物品是在生产与交换的运动过程中才被当成商品的，商品价值只有在市场的交换过程中才能够体现出来，它并不是个别生产者在独自生产过程中的私事，而是一种社会性的生产关系。因此，在这里物品只有先通过交换转化成了商品才能够被消费，交换决定了消费对象是否存在，使用价值向交换价值的转变实际上揭示了物品向商品转化的过程。在社会生产过程中，生产、分配、交换、消费四个要素相互影响、相互制约，共同构成了社会生产的完整框架，维持人类社会的循环运转。

（2）消费与人的发展的辩证关系

人的生存和发展离不开消费，就消费的本质而言，它是因为人的需要和欲望而存在的。现实的人“以其需要的无限性和广泛性区别于其他一切动物”^②，因此，需要是人类一切活动的内生驱动力，人类通过消费来满足自己的需要。而另一方面，“消费活动作为一种循环性的活动，在其能够对一定范围和程度的需要予以满足之后，新的需要则又将又会被创造出来，这种新的需要则会对生产活动的动力和方向产生引导作用，最终对社会的发展起到推动的作用，并且对于人的发展发挥着促进作用。”^③也就是说，人满足自己需要的过程也就是人发展的过程，人对需要的渴望能够促进人的发展，人的发展反过来又能够满足人的需要，两者是相互促进的关系。

首先，按照人类的生物属性和社会属性，我们可以把人的需要分为物质需要和精神需要两部分，物质需要是人最基本的需要。马克思认为，满足自身的基本生存需要，是人们开始创造历史的第一个条件，“因此第一个历史活动就是生产满足这些需要的资料，即生产物质生活本身。”^④也就是说，只有当人们的物质生活需要被满足时，才会产生为满足精神需要而进行的社会交往和精神文化活动，物质消费是人类存在和促进人发展的最基本前提。其次，人通过精神消费来获得教育和知识，这是人获得发展，扩大社会关系的基本途径。人所具有的社会属性和思维特性决定了人不仅需要通过物质资料消费来维持肉体的不灭，还需要通过社会交往和精神消费来维持心灵的不竭。一方面，人们通过教育消费和文化消费掌握在人类社会中共生存的技巧和知识，这是人得以与他人进行社会交往的前提。另一方面，进行学习和教育的精神消费还完善和发展了人的个性，全面提高了人的素质，防止人性的异化，它使人的属人属性不断提高，确立了人之为人的最终存在方式，让人们生命变得更有意义。可以说，精神文化消费是促进人全面发展

^① 马克思，恩格斯. 马克思恩格斯全集第 23 卷[M]. 北京：人民出版社，1997：90.

^② 马克思，恩格斯. 马克思恩格斯全集第 42 卷[M]. 北京：人民出版社，1979：97.

^③ 马克思，恩格斯. 马克思恩格斯全集第 42 卷[M]. 北京：人民出版社，1979：95.

^④ 马克思，恩格斯. 马克思恩格斯选集第 1 卷[M]. 北京：人民出版社，1995：6.

的重要途径。再次，对于消费本身的追求也是促进人进行自我发展的动力之一。在社会生活中，人们的消费能力是由人们的收入水平决定的，为了提高自己的消费能力，满足自己的消费欲望，人们就必须想方设法的发展自己，从而获得与自己的消费欲望相匹配的经济实力。除此之外，新型消费条件的出现也会激发人们的学习动力，获得使用新型消费产品的能力，以享受科技创新成果。因此，消费能够刺激人主动提高自己，促进人的全面发展。最后，消费可以激发创新活力，促进社会生产力的发展。一方面，人们能够通过消费来提高自身的素质，发展才能，而个人综合素质的提升本身就是一种生产力的发展；另一方面，巨大的消费需求能够迫使生产经营者努力的革新技术，改进生产方式，为人们的发展和消费提供裕足的物质经济条件。

（3）消费与环境的辩证关系

马克思认为人与环境之间是相互联系，相互渗透，相互作用的，消费与环境的关系是在人与环境之间的实践互动中建立起来的，因而消费与环境之间也是相互影响，相互作用的关系。他将消费环境分为了自然环境和社会环境两大类，认为自然环境对于人类消费的影响直接体现在它既是人类物质生产资料和生活资料的唯一来源，也是劳动资料的唯一来源，没有自然环境，人类根本无从消费。“所谓人的肉体生活和精神生活同自然界相联系，也就等于说自然界同自身相联系，因为人是自然界的一部分”^①“我们连同我们的肉、血和头脑都属于自然界”。^②不管是人类目前的肉体形态，还是智慧文明的发展程度，都是作为自然界中的一部分，随着自然界的长期进化的结果。没有自然界为人们提供阳光、水、空气、食物等一些人类生存的必需物质产品，人类就丧失了其生存的最基本条件，没有自然界为人类的科学和艺术研究提供对象和素材，人类的思想和精神世界也将变得无聊和匮乏，无论是物质生活还是精神生活，人类都离不开自然界。

反之，人类消费的物质生产活动和生活活动也对自然环境造成了巨大影响，比如过度的开垦田地造成的土地荒漠化，大肆砍伐树木造成的水土流失，以及生产生活活动制造的大量污染性垃圾等，造成了其他物种生存环境的恶化，这些都是消费对自然环境的消极影响。当然，消费对自然环境也具有积极影响，这种影响主要通过促进科技进步和生产发展，以改造自然的方式间接表现出来的。自然状态下的动植物通常需要经过几万、甚至几十万年的时间才能够完成机体的进化和变异，而通过现代生物技术的人工干

^① 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集第 42 卷[M]. 北京: 人民出版社, 1979:95.

^② 恩格斯. 自然辩证法[M]. 北京: 人民出版社, 1971:159.

预,几年就可以生产出一个更加优质的新品种。除了自然环境外,人的消费活动还离不开一定的社会环境。消费的社会环境指的是被人为干预或影响过的自然环境以及如政治、经济、科学、文化等的社会因素,具有极大的变动性。在社会生活中,人与自然的关系实际上受制于人与人之间的关系,社会环境影响和决定了人们的消费质量和消费水平,生态危机从本质上来说是人们生存危机的表现。因此,要想协调人类的消费活动与自然环境之间的关系,就必须关照社会环境对于人们消费的影响,构建一种能够兼顾所有人以及其后代的和谐社会制度,创造一个良好的社会消费环境。

(4) 马克思对资本主义消费的批判

马克思对于资本主义消费的批判主要是通过其消费异化思想体现出来的。他认为,人们的消费是由其内在产生的需要结构决定的,不同的诉求和需要产生了不同的消费结构,而消费结构的不同必然导致了消费功能的差异,当消费功能不能充分实现时,消费异化就出现了,换言之,人的需要异化是消费异化产生的根本原因。资本的逐利本质带来了无限制的生产与无节制的消费,这种无节制和无限制的根源就在于资本主义国民经济学的真正需要在于积累资本与追求财富,为了达到这一目的,它就必须千方百计的激起人们的消费欲望,“每个人都千方百计在别人身上唤起某种新的需要,便迫使他作出新的牺牲,使他处于一种新的依赖地位,诱使他追求新的享受方式,从而陷入经济上的破产。每个人都力图创造出一种支配他人的、异己的本质力量,以便从这里面找到他自己的利己需要的满足。”^①人们的需要就是在这种激化和诱导之下逐渐发生异化的,用马克思的话来说就是:“一方面所发生的需要和满足需要的资料的精致化,另一方面产生着需要的牲畜般的野蛮化和最彻底的、粗糙的、抽象的简单化。”^②消费品是精致的,与满足消费需要、追求消费欲望过程本身的粗野化形成了鲜明对比,光鲜亮丽的产品堆砌出了一种伪精致化的假象,消费原本是为了满足人们的需要,使人们得以更加全面而自由的发展,但有些人却连呼吸新鲜的空气、温饱、居住、与同类交往等动物的需要都无法满足。

这种需要的异化表现在生产领域就是劳动异化,表现在生活领域中就是消费异化。1848年,马克思在亲自参与指导工人阶级运动的过程中发现“财富的消费过程对作为个人而存在的工人造成了再建构,”^③拜物教思想弱化了工人阶级的阶级意识和斗争精神,使得他们并未在革命中发挥出应有的力量。学者刘召峰认为,马克思的“拜物教性质”

^① 马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集第42卷[M].北京:人民出版社,1979:132.

^② 马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集第42卷[M].北京:人民出版社,1979:133.

^③ 马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集第23卷[M].北京:人民出版社,1972:48.

指的是商品、货币和资本由于一种异化的表现形式所导致的神秘性质，其形成机理在于社会关系、社会生产规定的物化，以及生产关系对生产当事人的独立化，它把物在一定社会关系中所获得的“形式规定性”错误理解为物的自然属性。^①劳动的社会性只有通过商品的交换才能够体现出来，在商品经济社会中，人的劳动与产品之间、生产者与社会总劳动之间发生了物化的扭曲，物与物的关系覆盖了人与物、人与人的关系，所有的劳动产品都带上了拜物教的性质，变成了冷冰冰的商品。在生产领域中对于劳动的厌恶与在消费领域中对物的渴望和占有形成了鲜明的对比，人们看不到商品生产的背后资本家对于劳动人民的剥削，也体会不到人的劳动本质在生产过程中实现的乐趣。

3. 中国化的马克思主义消费思想

(1) 毛泽东的消费思想

毛泽东的消费思想形成于新民主主义革命时期、社会主义革命时期和社会主义建设初期，受时代影响较大。由于他出生于物质条件落后、战乱频繁的近代中国社会，且出于本人对中国传统文化的热爱，勤俭节约，艰苦奋斗的中国传统消费思想对他影响很深，节俭几乎贯穿了他的一生。

1934年还在土地革命战争时期，毛泽东就在江西瑞金召开的第二次全国工农兵代表大会上作出报告指出，我们党的财政支出必须以节省为根本方针，贪污和浪费是极大的犯罪。^②后来，他又提出：“节约是社会主义经济建设的基本原则之一”^③，与小家要勤俭持家，于大家我们则要勤俭建国，无论是谁都要时刻谨记我们不仅是一个社会主义的大国，而且还是一个经济发展水平不高的穷国，在通往富强的道路上，每个人都必须以厉行节约，艰苦奋斗作为处事的原则和方针。1957年，毛泽东又在《关于正确处理人民内部矛盾的问题》中还专门强调了“厉行节约”对于解决我国经济落后问题的重要意义。在有关消费的问题上，他秉持着人无远虑，必有近忧的精神，教育人们在生活中应当树立远大目标，作长远打算，勤俭持家，把钱花在该花的地方，对于有些地区红白喜事大操大办的行为，他认为应当一切从简，杜绝浪费。单单从他的日常生活中也能够看出其勤俭节约、艰苦朴素的生活作风，韶山毛泽东遗物馆至今还保留着他的一件穿了20多年，打了73个补丁的睡衣，每次出差时，他也都会随身携带自己的日常生活用品，

^① 刘召峰. 马克思拜物教批判的三重指向与历史性自觉[J]. 马克思主义研究, 2019(04):85-96+168.

^② 毛泽东. 贪污和浪费是极大的犯罪[J]. 党建, 2013(02):35.

^③ 吴婧. 毛泽东、邓小平消费思想初探[J]. 科技信息, 2009(30):473+476.

不愿滋生浪费，加重当地政府的消费负担。^①特别是在建国后，非常注重经济建设的毛泽东研究了马克思主义经济学的理论，又吸取苏联模式的经验教训，提出“生产转化为消费，消费转化为生产。生产就是为了消费，生产不仅是为其他劳动者，生产者自己也是消费者”，^②点明了生产与消费之间的关系。马克思主义认为，生产、分配、交换、消费是构成社会生产正常运转的四要素，相互联系、互相制约，缺一不可，因此在实践中毛泽东也特别注重这四者之间的有机平衡，提出在处理国民收入分配问题上，必须正确处理国家、机体与个人的关系，做到三者兼顾。

（2）邓小平的消费思想

1978年十一届三中全会确立了我党将工作重心转移到经济建设上，实行改革开放的决定，我国由此逐渐建立起了社会主义市场经济制度，邓小平消费思想就是在这样的历史背景下形成的。与毛泽东的消费思想相比，邓小平的消费思想增加了三点变化：一是所有制结构更加多元化，主张按劳分配，以市场配置消费资源；二是消费的差别化，以先富带动后富；三是在保障人们基本物质消费的前提下也开始更加注重人们的精神消费。

面对我国生产力水平不高，经济落后的现实状况，邓小平以我国的现实国情为最大的实际，指出了社会主义初级阶段的基本矛盾，总结了由于我国长期实行的“高积累、低消费”所导致的经济发展缓慢以及“先生产，后生活”的经验教训，把是否促进生产力发展，有利于提高人民的生活水平作为衡量我们党政治领导是否正确的标准。他认为，生产的目的是为了改善人们的生活，只埋头发展生产而不顾人们的生活质量如何是不对，只顾着改善生活而懈怠发展生产也是不对，而且是不可能的，^③肯定了人们进行物质消费，追求幸福生活的权利。他还非常注重人民的素质拓展和文化消费，强调我们不仅要努力发展生产，达到高度的物质文明，还要双管齐下，大力发展社会主义精神文明建设，达到高度的精神文明，^④鼓励人们进行丰富多彩的文化消费。邓小平反对贫穷的社会主义，也反对贫富差距过大，两极分化，他认为共同富裕才是社会主义所要实现的最终目标。综上所述，邓小平的核心消费思想可以总体概括为：实行以市场配置消费资源的按劳分配；提倡先富带动后富的差别化消费；保障人们物质消费的同时鼓励大家进行精神消费。^⑤

^① 陈新征. 从几件遗物看毛泽东的生活消费观[J]. 党建研究, 2011(05):62.

^② 毛泽东. 毛泽东文集第7卷[M]. 北京:人民出版社, 1999:373.

^③ 邓小平. 邓小平文选第2卷[M]. 北京:人民出版社, 1994: 258.

^④ 邓小平. 邓小平文选第2卷[M]. 北京:人民出版社, 1994: 367.

^⑤ 李彦和. 以邓小平为代表的马克思主义消费经济思想研究[J]. 宁夏党校学报, 2006.9.

（3）新时代中国特色社会主义的消费思想

党的十八大以来，我国经济发展在极其复杂的国内外形势下取得了巨大的成就，在实践中形成了以新发展理念为主要内容，供给侧结构性改革为主线，经济的可持续性健康发展为最终目标的习近平新时代中国特色社会主义经济思想，新时代中国特色社会主义的消费思想就散落在这些经济思想中，对促进中国共产党形成合理消费的党风、政风，形成健康、和谐的社会风尚起到了重要的引领作用。

一提高消费质量，实行供给侧改革来促进消费产业结构的优化升级。改革开放以来的巨大成就使我国生产力水平得到了极大的提高，我国居民也从低收入阶段进入了中等收入阶段，生活水平和消费水平发生了明显的提高和改善。因此，习近平总书记在十九大报告中提出，新时代我国社会的主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。有学者从经济学的角度分析了美好生活的核心内涵与主要目标，即通过高质量的发展提升居民的福利水平，满足其对于品质消费的需要，增强百姓的获得感和幸福感。^①面对发展中的不平衡和不均衡问题，以及我国居民进入中高端消费阶段后对消费提出的新要求，习近平总书记提出了供给侧结构性改革的发展思路，以优化消费结构，促进资源整合来实现来实现产业结构和消费结构的升级，用更加优良的产品来满足人民对于美好生活的需要。

二注重保护环境，提倡可持续性发展的绿色消费观。按照传统，一些国家在进入了中等收入阶段后，都会出现由于没有及时转变经济发展方式而导致的发展动力不足，收入差距过大，或者是生态环境破坏严重等问题。进入新时代后的我国也面临着相同的问题与挑战，为了避免发展过程中有可能会出现的这些弊端，习近平主席创新性的提出了创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念，以及“绿水青山就是金山银山”^②的新财富观。在科学发展观的指引下，人们应该随着社会的文明发展养成科学的消费观念与生活方式，因此十九大报告中，习近平主席提出“要加快建立绿色生产和消费的法律制度和政策导向，建立健全绿色低碳循环发展的经济体系”，“倡导简约适度、绿色低碳的生活方式，反对奢侈浪费和不合理消费”^③，为人们的消费模式和生活方式提出了符合时代发展要求的具体条件。

^① 周丽群.习近平强流通促消费惠民生思想初探[J].商业经济研究,2018(20):29.

^② 《党的十九大报告》编写组.党的十九大报告辅导读本[M].北京:人民出版社,2017:372.

^③ 习近平.决胜全面建成小康社会,夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[M].北京:人民出版社,2017:10.

三注重消费公平，大力发展生产，缩小贫富差距，致力于实现共同富裕。党的十九大报告中提出，发展的不平衡和不充分性已经成为阻碍满足我国人民美好生活需要的主要矛盾，不平衡不仅体现在产业结构、城乡发展、以及区域发展上，还表现为消费领域的不平衡，尤其是在现代化快速发展过程中，人民的消费水平、消费需要以及消费能力上的不平衡。我国是一个社会主义国家，社会主义的本质就是不断发展生产力，消灭剥削，消除两极分化，最终实现共同富裕，使人人都能得到自由而全面的发展。消费是个体实现和获得其发展权益的基本途径，我们不仅要大力发展物质文明和精神文明，保证每个人的消费基础，更要保障每个人都能公平的获得消费权力。

四反对享乐主义和奢靡之风，提倡廉洁节约的适度消费观。从对物质文化生活的需要到对美好生活的追求，共产党始终厉行坚持以人民为中心的发展思想，把关乎人民幸福和利益的矛盾作为我国的主要矛盾和最大问题。我们大力发展生产力，进行经济建设的最终目的，也都是为了满足人民的需要，促进其更好的发展。因此，习近平总书记并不反对消费，而且还致力于为人民创造更加优质的消费物质条件和提供更为安全方便的消费环境，维护和保障人民的基本消费权益，以确保人们都能够享受到科技创新和生产力发展带来的物质成果。他反对的是铺张浪费与不合理的消费行为，也反对享乐主义和奢靡之风，尤其是对于党务工作者。他认为，“享乐主义的实质是革命意志的衰退和奋斗精神的消减，根源是世界观、人生观、价值观出现了错误，拈轻怕重，贪图安逸，追求感官享受。奢靡之风的实质是剥削阶级思想和腐朽生活方式的反映，根源是思想堕落、物欲膨胀，灯红酒绿，纸醉金迷。”^①勤俭节约、艰苦奋斗是中华民族的传统美德，也是党的光荣传统和优良作风，无论什么时候我们都不能忘本。

小结:本文在关于新时代大学生消费观的研究中采取了“先破后立”的思路，“破”就是分析、评判和驳斥，指出事物中的问题或者错误之处，“立”就是在指出其问题或者不足后，以一定的事实或者理论为依据，点明自己的观点。首先通过实证调研的方法对当前大学生的总体消费状况进行了充分把握，然后通过对数据结果的整理，了解了新时代大学生在当前的现实消费观状况，分析和批驳了在其消费观中存在的问题以及出现问题的原因，最后再以中国传统的消费思想、马克思恩格斯的消费思想、中国化的马克思主义消费思想为理论养分“立论”，即提出新时代大学生消费观的应有之义以及解决大学生消费观中存在问题的对策与现实路径。中国传统文化是每个中国人的根脉和归属，它蕴涵的优秀文化精华滋养了一代又一代中华儿女的精神领土，孔子“俭不违礼”

^① 习近平.在河北调研指导党的群众路线教育实践活动时的讲话[EB/OL]. (2013-7-11)[2019-11-20]. <http://cpc.people.com.cn/xuexi/n1/2017/0120/c385474-29037249.html>.

的消费思想、孟子“见利思义，重义轻利”的义利观、荀子的开源节流以及墨子的节用、道家无为的消费思想等，在经过时代的沉淀与创新后，仍然闪烁着智慧光芒。马克思恩格斯的消费思想深入到维持社会经济正常运转的齿轮当中，点明了生产、分配、交换与消费之间的相互联系，揭开了资本主义拜物教的神秘面纱，其论证的消费与环境、消费与人之间的辩证关系是后来发展成为绿色消费，人与自然和谐发展思想的科学源头。而中国化的马克思主义消费思想经历了实践，认识，再实践，再认识的反复探索过程，结合中国共产党在发展中的历史经验以及以人民为中心的发展特点，反对享乐主义和奢靡之风，维护社会的公平正义，维护人民合理合法的消费权益，为新时代大学生科学消费观的提出扎下了坚实的理论根基。

三、新时代大学生消费观的调查研究与现状分析

观念对一个人的影响是持久而深远的，大学是大学生思想观念从幼稚走向成熟的重要时期，一旦这个阶段没有把握好，价值观上出了什么问题，就很可能在大学生今后的人生道路中埋下隐患，成为社会主义建设队伍中的不稳定因素。因此，通过探究大学生的消费观现状，透视在当前大学生消费群体中消费观上存在的问题，教育其形成科学的消费观念，对于帮助大学生系好人生的第一粒扣子，塑造正确的价值观具有重要意义。因此，本文采用了实证调研的方法，新时代大学生消费观的调查研究与现状分析系本文的核心，本章详细介绍了此次研究中所运用的基本调查方法及实施过程，包括调查问卷的内容设计、发放与回收、结果的统计与分析等。通过对当前大学生在大学生主要消费来源与消费水平、消费结构与主要消费方式、影响其消费主要因素的整合分析，得出了当前大学生的消费观现状与存在的问题，找出了其存在问题的主要原因，为培育新时代大学生形成科学消费观提供了明确的方向和现实依据。

（一）调查方案的总体设计与结果分析

本研究以新时代为背景，以我国大学生当前的现实消费状况为中心，采用问卷调研的方式，力图通过对当代大学生在现实消费生活中出现的一系列新情况、新变化和新问题的分析，找出诱使大学生消费观出现异变和问题的原因，提出具有针对性的解决措施和引导新时代大学生形成科学消费观的现实路径。

1. 调查的对象与实施目的

作为人口第一大省的中心省会城市，郑州在 2018 年全国主要城市大学生数量排名中已经占到了第 2 名，是我国重要的教育大省。因此，综合时间、经费以及个人能力的考量，本次调研最后选取了郑州大学、郑州轻工业大学、河南中医药大学、中原工学院四所高校的在校大学生作为对象，利用手机网络的高效便捷性，以网络问卷平台“问卷星”为载体，对这四所院校的一至三年级、不同专业在校大学生进行了定向的分类投放。

调查问卷是一种通过制定详细具体的问卷供被调查者进行回答，从而达到资料收集和情况了解的方法，具有很强的现实针对性和可操作性。思想是行动的先导，大学生的消费行为正是其消费观的外化和表现，只有掌握了大学生在现实中的具体消费行为，才能够把握在其背后主导的消费观动向，找出其中的问题所在以及产生问题的根源，予以解决改正。因此，本次问卷调查旨在通过对大学生的消费动机、基本消费状况、理财素质等相关方面的考察，探究大学生在新时代背景下的消费观现状。

2. 调查问卷的题目设计

在确定以“新时代大学生消费观现状”作为调查主题进行问卷设计前，首先需要大量的阅读相关文献，以掌握足够的研究素材和现有的研究成果，再根据已经了解到的信息确定本次问卷题目设计的结构框架与问题方向，以及调查实施的使用工具、投放对象、范围以及步骤等，做好前期的规划和准备工作，因此，本次问卷是在已有学者对于消费观研究的基础上进行的原创设计。为了保证问卷的科学性和全面性，在设计期间与导师进行多次沟通后，对问卷题目进行了反复修改，后共筛选出了 32 道题目（详细见附录）作为本次研究的问卷样本。

从整体来看，本次问卷可分为四部分，共有单项选择和多项选择两种题型组成，部分多项选择题型的选项还可根据个人的实际情况自由补充。第一部分是导语部分，主要通过阐明本次调研的基本情况和动机，以获得调查对象对于接下来问卷回答过程的同意和积极配合。第二部分是“新时代大学生的个人基本情况”，包括了被调查大学生的性别、年龄、学校类别、专业类别、城乡差异、是否独生等个人信息。第三部分是“新时代大学生的基本消费情况”，包含了对大学生消费来源、消费水平、消费结构、消费场所、消费心理以及消费方式等的基本消费情况调查。第四部分是对于“新时代大学生消费观现状”的题目，主要用来探究当前大学生所普遍持有和认同的消费观念、影响其消费的因素、对待奢侈品及超前消费的态度、是否有日常理财习惯等。总体来说，这四个部分的内容互相补充，前后呼应，逻辑清晰，目的性明确，全面覆盖了研究主题所要考察的内容，保证此次问卷的合理及有效性。

3. 调查问卷的发放与回收

本次调查问卷采取匿名答卷的方式，通过网络问卷平台“问卷星”对郑州大学、郑州轻工业大学、河南中医药大学、中原工学院四所高校的一至三年级、不同专业在校大学生进行了定向投放，共发放问卷 1075 份，有效问卷为 1075 份，有效回收率达到了 100%，全程历时三个月（2019 年 5 月至 2019 年 8 月）。在收集到的全部问卷中，男生占 51%，女生占 49%；“00 后”占 42%， “95 后”占 58%；理工专业的占 29%，文史专业的占 26%，医学专业的占 28.4%，艺术专业的占 16.7%；独生子女占 35.7%，非独生子女占 64.3%；来自农村的大学生占 59.8%，中小城镇及市区的大学生占 40.2%。

数据回收后，通过 excel、SPSS 等数据分析软件，对所采集的信息进行分类统计和交叉对比分析，及多元回归分析，形成表格。总体上，本次问卷的设计较为合理，调查方法较为科学，受访者的态度十分认真，问卷分析较为严谨。

4. 调查结果的对比与分析

(1) 新时代大学生的主要消费来源与消费水平

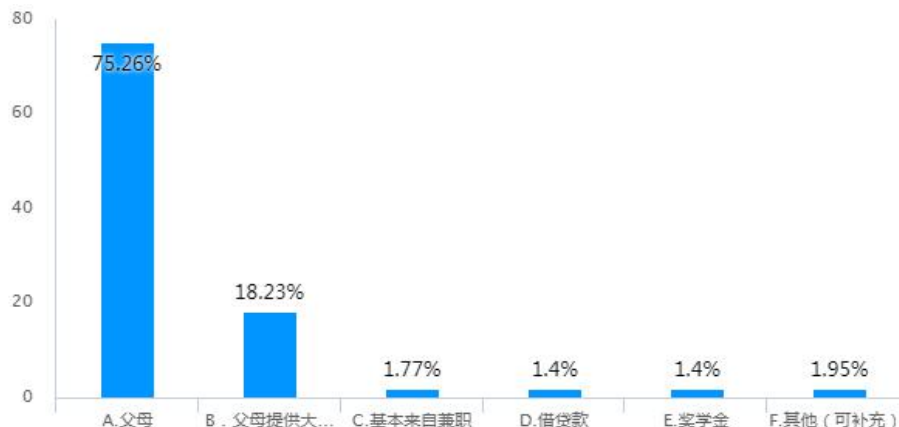


图 3-1 生活费主要来源

根据统计的数据结果可以看出，有 75.25% 同学的生活费完全来源于父母；18.23% 同学的生活费部分来源于父母，部分由自己兼职获取；只有 1.77% 同学的生活费完全来自于兼职；1.4% 的同学依靠借贷款获取生活费；1.4% 的同学依靠奖学金作为生活费来源；还有 1.95% 同学的生活费来源于前几选项的混合构成或者是亲戚资助。

经过交叉分析后发现，2000-2001 年出生的大学生中有 83.78% 的学生生活费来源于父母，13.13% 的部分依靠父母，部分来自兼职，而在 1997-1998 的大学生中 71.11% 的学生生活费来源于父母，18.89% 部分依靠父母，部分来自兼职，生活费来源于父母的比率随着大学生的年龄增长呈现出递减趋势，这说明随着大学生年龄的增长，有部分大学生会自觉的减少对于父母的依赖，越来越倾向于靠自己的能力赚取生活费，但大多数学生的生活费来源依然单一，以父母供养为主。另外，在以大学生的城乡来源作为因变量，生活费来源作为自变量的交叉分析中还发现，来自城区的大学生中有 83% 的生活费完全来源于父母，14% 部分依靠父母，部分来自兼职；来自农村的大学生中 70% 的生活费完全来源于父母，21% 部分来源于父母，部分兼职，从这里也可以看出，来自农村的大学生比来自城区的大学生更早的懂得自力更生，赚钱养活自己。

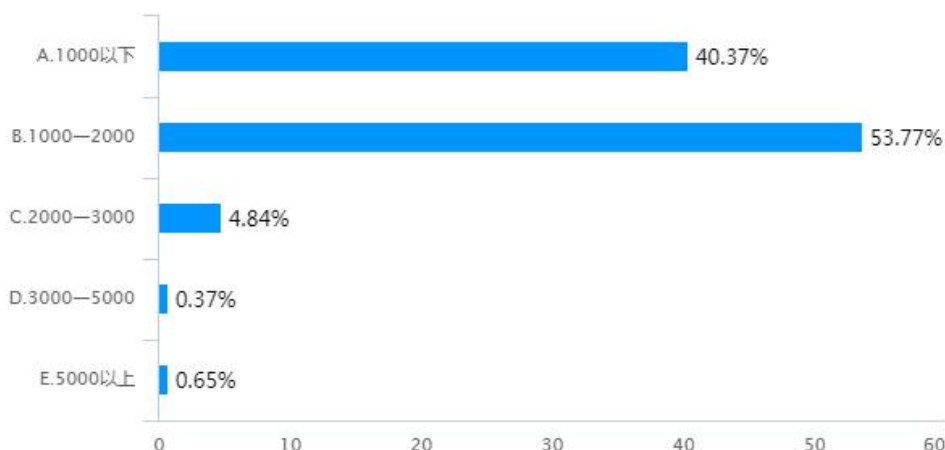


图 3-2 你每月的平均花费大概在（元）

根据研究者对已知当前大学生消费现实情况的掌握以及郑州市目前的消费水平，问卷在“你每月的平均花费”一题上设计了“1000 元以下”、“1000-2000”、“2000-3000”、“3000-5000”、“5000 以上”五个选项。如图 3-2 所示，在被调查的大学生中，有将近 41% 的大学生每月平均花费在 1000 以下，近 54% 的大学生每月的平均花费在 1000-2000 元之间，这说明了大多数大学生的消费水平都能够维持在合理消费范围内，但也有近 5% 的大学生每月平均消费在 2000-3000 元，有的在 3000-5000 元，更有甚者达到了每月消费 5000 元，这说明在部分大学生中仍然存在着过度消费的现象。

另外，在此次问卷调研中还增加了“除了每月必需的生活费，是否有额外零花钱”的调查，结果显示有 50% 以上的大学生父母除了支付其必要的生活费外，还会额外给其零花钱。在这些有额外零花钱的大学生中，零花钱在 100 元以内的大学生人数占到了 9.77%；零花钱在 100-500 元的大学生人数占 33.11%；零花钱在 500-1000 元的大学生人数占 5.86%；零花钱在 1000-3000 元的大学生人数占到了 8.09%；还有 4 位同学的额外零花钱在 3000-5000 元，已经赶上了 2019 年郑州市的平均薪资水平；另外有 14.14% 的大学生选择表示，自己零花钱金额不定，要多少给多少。数据表明，在拥有额外零花钱的大学生中，来自农村大学生的数量约占 59%，高于来自城区的大学生 41%，但是在金额上，零花钱金额越高的选项，城区大学生数量越多，农村大学生则随着零花钱金额的增加，数量逐渐减少。

(2) 新时代大学生的消费结构与主要消费方式

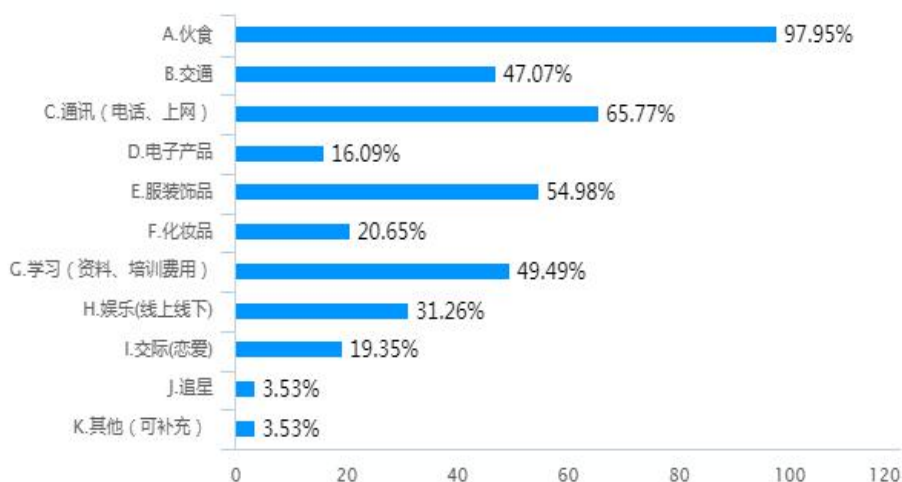


图 3-3 你每月消费的主要项目

如图 3-3 所示，新时代大学生的消费结构明显呈现出多元化的特征，当被问到“每月的消费项目”时，有高达 97.95% 的学生选择了伙食；其次有 65.77% 的大学生选择了包括电话和上网在内的通讯费用；选择人数排在第三位的是服装饰品选项，占到了被调查总大学生人数的 54.98%；紧接着是有 49.49% 的同学选择的学习（资料、培训费用）和 47.07% 同学选择的交通。除此之外，大学生每个月的消费项目还包括娱乐、化妆品、交际、电子产品、追星等等。从统计结果来看，新时代大学生的消费结构虽然呈现出更为丰富多元的特点，但仍基本属于生活消费、文娱消费、学习消费的范围，比较正常。但突兀的是，选择生活消费大类中服装饰品的大学生人数竟然超过了选择学习消费的数量，这说明了在部分大学生有重物质消费轻精神消费的现象。

另外，在以大学生的性别作为自变量，每月消费项目作为因变量的交叉分析中发现，除了伙食这项必须消费选择外，在男生消费项目中排在第二的是包括上网和电话费用在内的通讯费用，排在女生消费项目第二位的则是服装饰品；排在男生消费项目第三位的是学习消费，排在女生消费项目第三位的是通讯（电话、上网）费用。这说明在新时代大学生群体中，女大学生比男大学生更注重打扮和穿着，而男大学生比女大学生对通讯上网更有需求，且更注重学习。

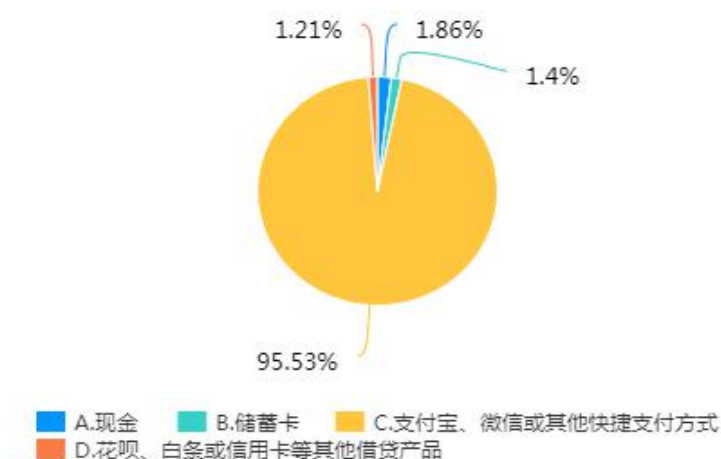


图 3-4 你进行消费的主要方式

成长于互联网乃至移动互联网蓬勃发展时期的新时代大学生在消费方式上明显呈现出了网络化的特点，各种便利的网购渠道和消费金融产品为大学生的网络消费提供了便利条件。根据调查结果显示，有 52.84% 的大学生表示平时主要通过网络购物，36.84% 的大学生则选择了在学校附近的商铺，只有 6.88% 和 6.44% 的大学生会选择主要在商场和购物街进行购物消费。而在大学生消费方式的调查中，有高达 95.53% 的学生表明自己通常会使用支付宝、微信或其他移动快捷支付方式进行支付消费，仅有 1.86% 的大学生使用现金支付，1.4% 的大学生会使用储蓄卡支付，还有 1.21% 的大学生选择使用花呗、京东白条或信用卡等其他借贷产品。

(3) 影响新时代大学生消费的主要因素

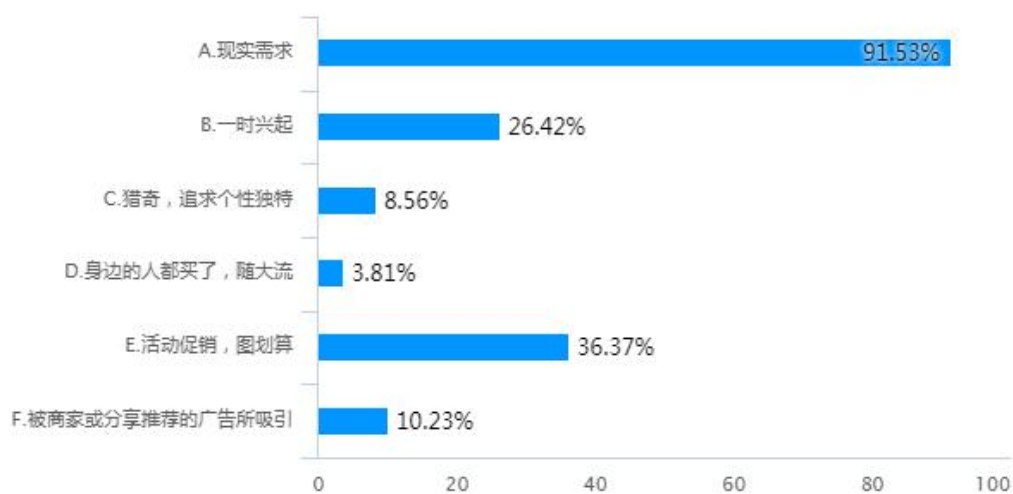


图 3-5 通常促使你消费的因素

人们在进行消费时，通常会进行一系列复杂的心理活动，在综合考虑多种因素后做出最终的决定和选择，因此在本次探究新时代大学生消费动机的调查中专门设置了多项选择的题目，每道题目同学们最多可以选择三个选项。如图 3-5 所示，当被问到“通常促使你消费的因素”时，有 91.53% 的大学生优先选择了“现实需求”，这说明大部分学生们在消费时都还是比较理性和务实的；有 36.37% 的大学生表示会因为活动促销，觉得图划算而进行消费，出于省钱的目的所以专门选择有活动时购买商品，这说明同学们还是有一定的消费技巧；还有 26.42% 的大学生选择了一时兴起作为其消费动机，这说明有部分大学生存在着冲动消费的现象；有 10.23% 的大学生选择表示了自己会因为被商家或分享推荐的广告吸引而进行消费，3.81% 的大学生认为自己会因为身边人的购买行为而随之进行消费，这也从侧面可以看出部分大学生的心志不够坚定，容易受到外界的影响和诱惑，存在着从众消费的现象；还有 8.56% 的大学生选择表示自己会因为猎奇和追求个性独特而进行消费，这也显示出了生活在足够开放和包容的时代背景下，新时代大学生们想要从多元的价值文化交织中彰显出自己独特存在的渴望和需要。

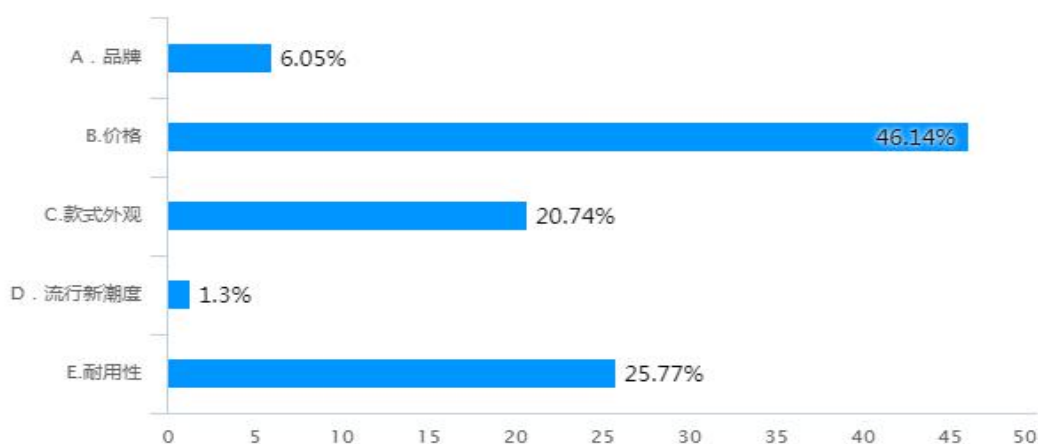


图 3-6 选择商品时，你的优先考虑因素

如图 3-6 所示，有 46.14% 的大学生在购买商品时会优先考虑价格因素，25.77% 的大学生则会优先考虑商品的耐用性，这说明大部分大学生在消费时还是比较理性和务实的；接着有 20.74% 的大学生表示在购物时会优先考虑商品的款式外观，不低的比率显示出了新时代大学生在购物时所表现出来的感性趋势；其中，还有 6.05% 的大学生选择了将品牌作为自己在购买商品时的优先考虑因素，1.3% 的大学生则更重视商品的流行新潮度，这透露出了部分大学生在消费时存在着符号化消费的问题。

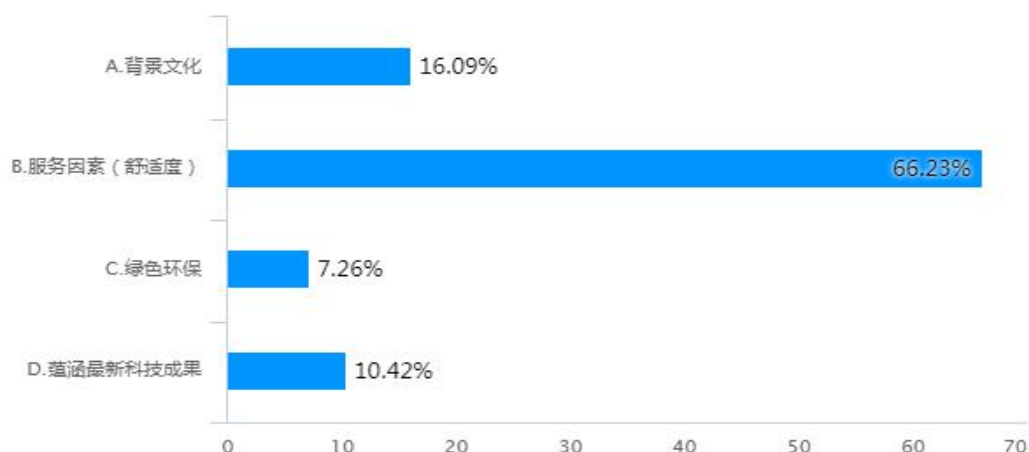


图 3-7 哪种消费品的附加因素会更加吸引你购买

结合当下对已有的新时代大学生最新消费情况的掌握,在对“哪种消费产品的附加因素会对你更有吸引力”一题中,分别从大学生们普遍感兴趣的文化、服务、环保、科技四方面因素进行了问题设置,考察其对于大学生消费的影响力。根据统计结果显示,有 66.23% 的大学生认为商品的服务因素和舒适度是最能够吸引自己购买的因素,这再次印证了在新时代大学生中所普遍存在的感性消费现象。即在购物时,以自己的情感体验和个人喜好作为最终决策标准,更加重视商品的“情绪价值”而不是“机能价值”;16.09% 的大学生选择了商品的文化背景,从侧面反映出了在大学生现实消费生活中存在的两种情况:一是虽然大学生没有稳定的收入来源,但却拥有可以用来消费文化产品的经济实力;二是文化背景成为了大学生在购买商品时的关注因素,这体现了大学生对于消费品在人文方面的要求;10.42% 的大学生表示蕴涵最新科技成果的商品会对自己更有吸引力,这符合大学生富有强烈的好奇心和求知欲的身份特点,反映出大学生对于科技创新的重视和关注;而只有 7.26% 的大学生选择了在购买商品时会将绿色环保纳入优先考虑因素,说明了大多数大学生的环保意识淡薄,仍有待提高。

在数据的整合分析中,以大学生的性别、年龄、学科背景、城乡来源、独生子女状况、生活费的来源以及多少分别作为自变量因素,以大学生的每月消费金额作为因变量进行交叉对比,可以发现:一大学生的性别不是影响大学生消费多少的主要因素,每月消费在 1000 以下的男生占到 38.97%,女生 41.81%;消费在 1000—2000 元的男生 54.23%,女生 53.30%;消费在 2000—3000 元的男生 5.15%,女生 4.52%,均呈基本持平的状态;二大学生的年龄与月消费金额之间呈现出一定规律,作为本次研究对象的大学生均出生

于 1997-2001 年间,大学生的年龄越小,每月在高消费金额中所占的人数比例就越多,比如在月消费 1000 元以下的大学生中,1997-1998 年出生的占 47.22%,2000-2001 年出生的占 35.14%;在月消费 1000-2000 元的大学生中,出生于 1997-1998 年占到 48.89%,2000-2001 年出生的占了 59.07%;三大学专业的专业背景不是影响其消费的主要因素,无论是文史、理工、医学还是艺术专业大学生的每月消费基本上都是以 1000-2000 元居多,1000 元以下次之、再次 2000-3000 元这种金额越高,人数占比越少的顺序排列;四城乡来源是影响大学生消费多少的主要因素,来自农村的大学生每月消费在 1000 元以下的占多数,而来自城区的大学生每月消费则大多在 1000-2000 元;五是否为独生子女是影响大学生消费的主要因素,是独生子女的大学生每月的消费金额要普遍高于非独生子女的大学生,而且占据了每月高消费额的多数;六生活费的来源及数量是影响大学生消费的主要原因,根据交叉数据明显可以看出,生活费来源越多元,金额越高(有零花钱)的大学生月消费也越高,生活费来源单一且金额越低的大学生,每月的消费金额也普遍偏低。因此,大学生的年龄、城乡来源、独生子女状况、生活费的来源以及多少是影响其消费的主要因素。

(二) 新时代大学生消费观的现状

人的思想观念极其抽象复杂,且呈现出动态发展的变化特点,但通过观察和分析人们日常的具体行为习惯,仍然可以对其进行捕捉。通过对新时代大学生主要消费来源与消费水平、消费结构与主要消费方式、影响其消费主要因素的整理和分析,可以发现,我国的大学生们在消费中还是比较理性的,勤俭节约的传统消费观仍然牢牢占据着主要位置,而在物质充足,甚至是丰裕的情况下,感性化消费是新的趋势,有部分同学表现出了对奢侈性消费的向往,个性化消费异军突起。

1. 勤俭节约的理性消费是主旋律

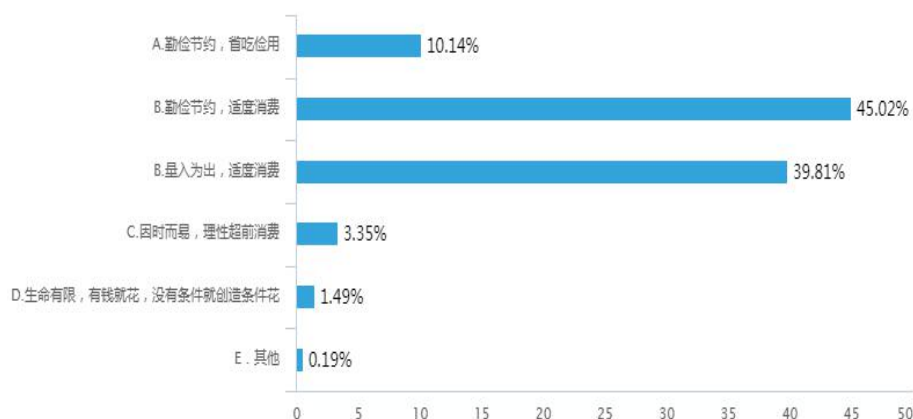


图 3-8 你更认同哪种消费方式

节俭消费指的是人们在消费时以个体的合理需要为标准,以符合社会的平均消费水平 and 个人的收入水平为前提,适度的节约物质财富,减少甚至杜绝浪费。节俭消费观是我国在各个历史时期普遍推行和倡导的一种消费观念,符合人类的价值观和道德选择,是目前人类社会影响程度最深、流传范围最广的一种消费观念。在第 25 题“你更认同哪种消费方式”(如图 3-8)一题中,通过了解同学们所认同的消费方式来推断出当前大学生们所普遍持有的消费观念。根据调查显示,有 10.14% 的同学选择了“勤俭节约,省吃俭用”,45.02% 的同学选择了“勤俭节约,适度消费”,总共有 55.16% 的同学同时选择了带有勤俭节约的选项,这说明勤俭节约的消费观念在当今大学生群体中依然得到了广泛的支持和认同,这对于出生在改革开放以后,没有经历过生存与生活压力的新时代大学生而言是非常难能可贵的。另外,在关于主要生活费来源的调查中,有至少 20% 的同学都表示自己有兼职经历,而且在其他专门关于大学生兼职情况的调查中也显示出了当代大学生的兼职热情较高,其主要目的是为了赚取金钱以缓解经济压力,改善生活,减轻父母的经济负担,^①这充分体现出了大部分同学都有着一颗感恩的心,知道主动孝顺与报答父母,更怀有勤劳的品格与奋斗精神,用劳动来创造美好生活。

理性消费指的是消费主体在消费时,根据自己的消费能力和现实需要进行理性判断后,按照效用最大化原则所进行的消费行为。在本次实证调研中,有多处结果均显示出了大学生们在消费时都能够保持清醒冷静的头脑,来进行理性消费。比如在“21 题 通常促使你消费的原因”(如图 3-6)选项中,有 91.53% 的同学都认为“现实需求”是促使自己最经常性进行消费的原因,接着是 36.37% 的同学选择的“活动促销,图划算”,可以看出大多数同学在购买商品时不仅非常务实,几乎都是以现实需求作为自己的消费动机,而且还非常冷静,具有节俭意识,能够通过理性的思考和计算,利用销售活动,实现消费效用的最大化。另外在问到“选择商品时,你的优先考虑因素”一题(如图 3-7)中,有 46.14% 的同学优先选择了价格,25.77% 的同学选择了耐用性,从这些选项结果中也可以看出大部分同学在消费中都是比较务实和理性的,不仅在消费时能够切实的考虑到自己的实际经济状况和收入水平,将价格作为购买商品时的优先参考因素,还能够运用自己的生活经验和知识,选择耐用度高,物美价廉的商品,这说明大部分同学是具有节俭意识的。随后在将这两道题目进行交叉分析的结果数据中可以发现,主导大学生消费的主要因素首先是“现实需求”和“耐用性”,占比达到了 95.31%,其次是“现实需

^① 陈小静. 大学生兼职现状调查研究[J]. 山东农业工程学院学报, 2019, 36(12): 64-65+67.

求”和“价格”，占比 93.35%，再次充分印证了大部分新时代大学生在消费中是理性而务实的。

2. 感性化消费是新趋势

经济学中认为，消费行为是感性消费和理性消费的统一。理性消费指注重所购买产品或服务的使用价值，即商品的功能和质量，以资源的最优配置为购买准则的消费行为；感性消费则更加注重于产品引起的感官愉悦，其产品形式是否符合消费者的品味、理念或偏好，在物质需求被满足的基础上更加强调心理或精神需求的满足，就其本质而言，感性消费是一种“重过程，轻结果”的体验式消费，购买决策更多的取决于消费者的即时感受，因此也常常会伴随着冲动消费的发生。如图 3-6，大部分同学们在购买物品时优先考虑的是商品价格、现实需要、耐用度这些因素，能够根据自己的现实需要和实际情况来选择购买商品，说明这些同学们在消费时大都还是比较理性和务实的。但是，也有部分同学以“猎奇，追求个性独特”作为吸引其购物的原因，且在“24 题 哪种产品的附加因素会更加吸引你”（如图 3-7）中，有大量同学都选择表示对于产品的服务因素以及文化背景有着浓厚的兴趣，说明了在能够满足其实际需要的情况下，同学们往往会更加倾向于能同时满足其心理和精神需要的感性消费产品。

菲利普·科特勒被誉为“现代营销学之父”，他通过对消费者行为的研究将其划分为三个基本阶段：一是量的消费阶段，这是最基础也是最低层次的消费阶段，即在物资匮乏时，人们只会追逐买得到和买得起的商品；二是质的消费阶段，当物质变得丰裕的时候，人们便开始寻求货真价实、有特色、质量好的商品；三则是感性消费阶段，感性消费阶段一般出现在经济发达，物质极大丰富的时候，此时同类商品出现了各种不同的选择，消费者开始选取最能够贴合自己喜好的商品，重视购物时的情感体验和人际沟通。^①根据消费诱因的不同，感性消费通常可以分为基于直观感性认识的感性消费和基于情绪情感体验的感性消费两种，从字面上看，不管是这两种中的哪一种感性消费类型，未免都显得非常主观化，甚至是冲动化。改革开放四十多年来，我国经济的快速发展和人民生活水平的不断提高为我国消费从量进入质，并逐渐向感性化过渡奠定了坚实的物质基础。新时代大学生从小生活在商品丰富，物质优渥的社会环境中，在现实物质需要得到了充分满足的情况下，转而寻求精神上的满足，这既符合马克思关于人的需要理论的进化规律，也反映出了新时代以来我国经济实力的进一步增强和人民消费结构的优化。

^① 李文明, 吕福玉. 基于感性消费的网络文化产业营销策略探析[J]. 内蒙古社会科学, 2013, 34(1): 114-120.

3. 奢侈性消费初露端倪

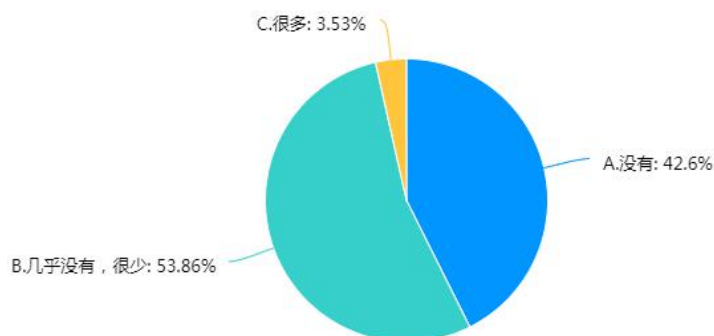


图 3-9 你拥有奢侈品的数量

虽然之前在大学生消费结构与消费水平的调查分析中可以看出, 总体而言大学生们的消费还是正常合理、理性务实的, 在消费观上大部分同学也是倾向于勤俭节约。但是, 根据第 27 题“你拥有奢侈品的数量”(如图 3-9)一题的统计结果显示, 有超过 50% 的同学都拥有过高档名牌的奢侈品, 这说明有很多同学的观念与实际行动产生了冲突, 虽然心里认同着勤俭节约的生活方式但行动上却依然存在着购买奢侈品的行为。我们往往把不符合自己经济能力与消费水平的消费称为奢侈性消费, 不管是通过数据, 还是现实情况表明, 大学生消费群体中确实存在着比较严重的奢侈性消费行为。根据知名记账理财 App 随手记发布的《中国首份 00 后大学生消费大数据报告》中显示, 2018 年大学生的平均生活费是 2008 年大学生生活费的 4 倍左右, 飞机成为了大学生日常出行选择的主流交通工具。通过对微博、小红书这些时下比较流行的, 同时具有社交与生活方式分享功能的平台调查可以发现, 那些平时比较活跃于平台, 安利与分享各类大牌化妆品或者服饰的大多都还是在校大学生, 大学生开名车、背名包似乎已经成了见怪不怪的事情。

一方面, 新时代的大学生们成长于我们国家富起来、强起来的年代, 优渥的物质条件和开阔的视野给了他们足够的底气和能力, 变成了更加挑剔的消费者, 对商品的质量和价值都有了更高的要求。属于奢侈消费的高档品牌虽然价格昂贵, 但其质量、设计和做工比之一般产品而言确实更胜一筹, 再加上已经做出品牌的奢侈品生产商拥有强大的财力, 能够通过广告宣传进行大量洗脑式的营销, 赋予其产品特殊的文化背景和价值理念来吸引消费者。因此, 大学生追求奢侈性消费的行为也正显示出其对于消费品品质的追求。另一方面, 也有可能存在少部分大学生的奢侈性消费纯粹是为了攀比、炫耀。为

了适应现实社会的发展，曾经有学者将博弈论引入到了对炫耀性消费产生机制的探讨中，把炫耀性消费行为分成了两个阶段的博弈：第一阶段，人们借用炫耀性消费来展示其原本不易察觉的禀赋，通过这一信息的传播和划分来形成社团；第二阶段，是在其社团形成后，成为了社团中的成员继续通过对阶层性公共物品的投资来获取在社团以外所无法获取的资源。这种理论的根本观点认为，炫耀性消费推动了社会分离，将社会划分为各个团体，即使人们本身并不喜欢炫耀性消费，但为了加入到某个团体并从与该团体的交往中获益（比如友谊、求职信息、商业机会等在该团体外不能获得的资源），他们仍会选择炫耀性消费来将其作为一种信号发布。而人们进行炫耀性消费的最直接手段就是进行奢侈性消费，愈是昂贵、稀少的消费品就愈能够达到炫耀性的目的。

勤俭节约是中华民族的传统美德，也是我国社会一直所倡导遵行的消费观念，随着我国经济的快速腾飞和人们生活水平的不断提高，很多人逐渐将这个优良传统抛诸脑后，甚至认为其已经过时，背道而驰，以挥霍浪费为荣。古人云俭以养德，勤俭节约不仅能够帮助我们养成良好的生活习惯和促进资源的可持续性发展，保护环境，更能唤起我们的同理心，理解劳动者的艰辛和劳动成果的来之不易，节制自己的欲望，更加珍惜生活。因此，不管是从哪个角度，我们必须坚决抵制大学生的奢侈性消费和浪费，提倡勤俭节约的消费观。

4. 个性化消费异军突起

在大众化的基础上增加一些独特、另类，或者拥有自己特质的因素被称为个性化，通常用来形容那些非一般大众化的事物或者行为。个性化消费往往代表着一种消费者的心理诉求，它用与众不同的消费选择或者具有鲜明个性特征的消费品显示出自己与一般大众之间的差异性，以达到强调自我的最终目的。大学生群体的个性化消费主要是通过其追逐时尚的特立独行所表现出来的。在有些高校校园中放眼望去，不时就能在黑压压的人群中望见几抹亮色，除去留学生外也极有可能是我国的大学生，近几年来将头发染成亚麻黄、奶奶灰、樱花粉、雾霾蓝，甚至是渐变色等已经逐渐成为了一种时尚；穿上发源于日本卡哇伊文化的 lolita 裙或者动漫游戏中的暴露服装大玩 cosplay 成为了一种时尚；追某部最近大火的电视剧或者疯狂追捧正炙手可热的某个小鲜肉成为了一种时尚；购买甚至是收藏某个潮牌的衣物也成为了一种时尚。究其根本原因，主要是因为市场经济的激烈竞争下，为了确保自己始终能够在消费市场上占有一席之地，各路资本家各显神通，不仅在生产中想方设法的迎合消费者需求，而且通过使用各种营销手段和偶像效应诱发人们的欲望，创造出消费者的需求，这种创造就是制造时尚。早就经历过西方消费社会洗礼的齐美儿在《论时尚》中写道，现代社会里生活的一切物质内容变得

越来越客观，越来越没有个性，无法被物化的所剩无几的东西则变得更为个性化。在被消费淹没的社会生活中，人们面临的最深层次问题就在于如何在众多的社会压力、传统习惯、外来文化和生活方式面前保持个人独立与个性，而时尚则正好在此发挥了表达人们失落个性的作用。

事实上，大学生这种个性化的消费习惯与整个社会的生产方式以及消费观念的转变是相呼应的，在满足了温饱的基本需求后，将消费更多的放在满足自身的精神需求方面，这符合人类需要层次的发展规律，是一种社会进步的表现。但是，问题就在于“个性化”背后的本身存在着一种分歧。一方面，它可以代表着大学生敢于突破自我、敢于表达的积极进取，能够使大学生们保持心灵上的活力，激发大学生的创新精神；另一方面，它也可以代表着一种玩世不恭的特立独行与对现实的反叛。因为在此次新冠疫情中发表了不当言论而被网友们群起而攻之的某位女留学生，从网上公布的照片来看，她的大多数造型奇特，大胆暴露，个性化十足，其以往在社交网站中的发布观点也透露出明显的反社会人格，完全不像一位受过良好教育的留学研究生。当然，这位留学生只是极少数的代表，我国大学生总体上都是热爱祖国，心怀感恩的青年人，但是我们仍然要重视和警惕那些隐藏在群体之中的极少数分子，及时的发现那些在“个性化”背后隐藏着的歪风邪气，予以纠正，以免以后进入社会后酿成更大的灾祸。同时，我们也要引导大学生在合适的范围内，正确的对待个性化消费，不能因为其与众不同就带着有色眼镜看人或者一味排斥，积极的为大学生们的个性化消费提供更多优质的物质和文化产品，毕竟世界是因为多彩才更加美丽，我们必须尊重每位大学生的个人选择。

（三）新时代大学生消费观存在的问题

从整体上来看，新时代取得的巨大成就并没有使大学生们忘记了中华民族勤俭节约的传统与本份，但是透过大学生们在消费中的行为选择，可以发现仍有部分大学生在消费中存在着一些问题，主要表现在盲目性消费动机广泛、享受性消费趋势突出、符号化消费现象严重、超前消费现象普遍。

1. 盲目性消费广泛

新时代大学生群体的盲目消费动机广泛主要是通过其冲动性消费和从众性消费的行为表现出来的。调研中，当被问到“你的消费选择是否会经常受到他人影响”时，有78.69%的同学都表示自己的消费选择曾经受到过他人影响，并且在“通常促使你购物的原因中”也有少部分同学选择了“随大流”的选项，这说明了在大学生群体中广泛存在有从众性消费现象。从众性消费是指消费者在现实生活中因受到他人或某种情景因素的

影响而改变了自己对产品的评价和购买意图的消费行为。从众性购买行为一般分为两种情况，一是消费者并没有购买某件商品的需要和计划，只是因为受到了他人或者群体购买行为的影响导致的消费；二是消费者本身存在着对于某种产品使用价值的现实需要和购买意图，但是商品选择时，他们不是经过自己的理性判断和分析，而是跟随他人或者某个团体的消费选择而选择的购买行为。不同于许多欧美国家的人民高消费、低储蓄的消费模式，我国人民还是比较偏向于低消费、高储蓄的稳健消费模式，因为即使我国已经进入了小康社会，但是由于人口众多，资源压力还是较大，这也是我国“黄牛产业”发达的一个重要原因。长久的这种心理压力与消费模式深深的影响了国人的消费行为，特别是在遇到一些紧急事件，如灾情、疫情时，便很容易受到有心人的利用和外界信息的干扰，进行大规模的跟风、从众消费。从众是对多数人的盲从，如果不能随从就会觉得是一种压力，有一种孤独感，特别是对于学生来说，集体是一个非常重要的概念，不被集体接受就意味着被排斥、被孤立。这是大多数正处于心理发育不成熟时期，敏感脆弱的青年人所能接受的，因此便通过做出趋同的消费行为来显示出自己的合群，得到他人或者群体的承认。

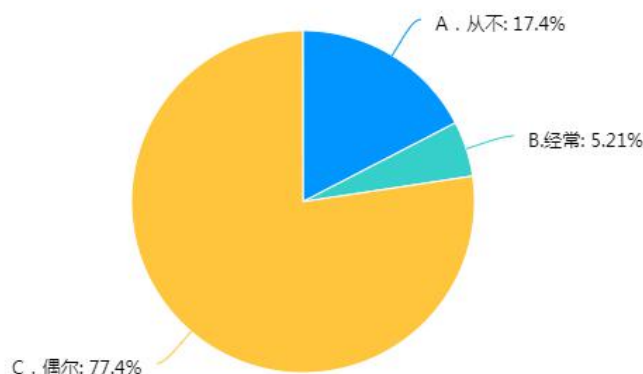


图 3-10 你是否经常会购买了某件商品又后悔

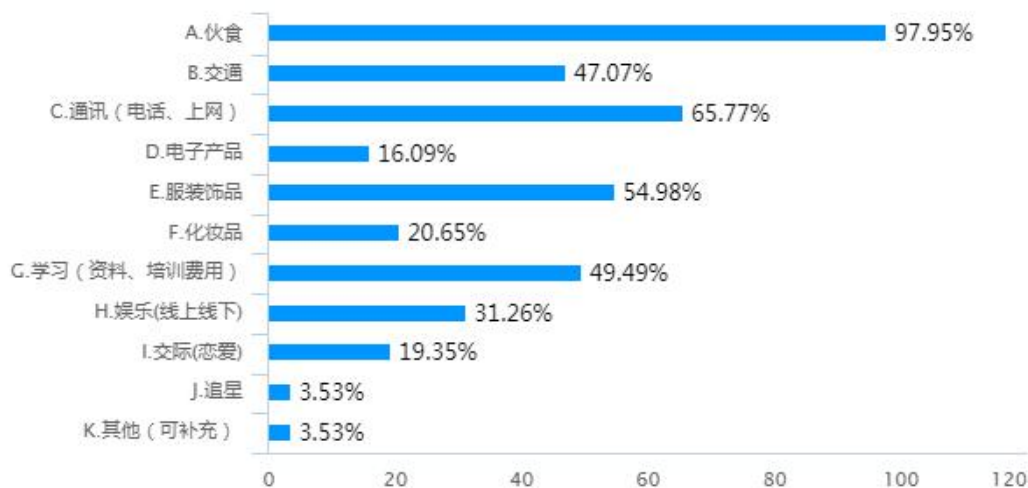
除此之外，在“21 题 通常促使你消费的原因”（如图 3-6）一题中，除去选择排在前两名的“现实需求”和“图划算”两个选项外，还有 26.42% 的同学选择了“一时冲动”。并且，在“22 题 你是否经常会购买了某件商品又后悔”（如图 3-10）一题中，有高达 82.61% 的同学都表示自己曾有过购买完商品又后悔的经历，这说明仍有很多同学在消费中存在着冲动性消费的现象。冲动消费指的是消费者在外界因素的促发下进行的事先无意识、无计划的购物行为，促使其发生的原因主要集中在商品因素、顾客特征、经济因素、环

境因素、促销因素几个方面。对于大学生而言，作为没有稳定收入来源，经济尚未独立的“无产阶级者”，经济因素促使大学生产生冲动性消费的可能性较低，大学生们涉世未深，对各种事物充满着新鲜感和好奇心，丰富多彩，琳琅满目的商品，各种装饰精美的购物环境和五花八门的促销活动对于心智尚未成熟，自制力不足的大学生而言无异于“糖衣炮弹”，很容易引起其购买冲动，而在摆脱了诱惑源头后，冷静下来的大学生就会因为产品的华而不实或者自己根本没有使用其的实际需求而后悔购买，是对金钱和资源的极大浪费。

一方面，我国的人口众多，社会竞争激烈，为了让孩子能够成功在高考的“独木桥”中脱颖而出，以考试成绩为最高目的的“中式教育”闻名海内外。可以说在上大学之前，我国大部分大学生的常态就是奋战在书山题海中，生活上的事务则大都由父母全权负责，几乎没有时间和机会去获得有关消费、理财的知识经验。除此之外，在追溯我国对于消费观教育实践的历史中可以看到，我国最早有关消费教育的实践是在 90 年代初，当时还只是将其作为素质教育的一部分出现在中小学的社会课和劳动课中。而对于高等院校，更是只有在一些专门的财经类院校或是沿海高校才时有开放有关消费教育的课程，其教育内容也是五花八门，根本没有可以作为消费教育的专用教材。因此，我国居民对于消费的知识和技巧的掌握主要还是来源于家庭和实践经验的积累，而大学生明显没有丰富的消费经验。心智发育尚不成熟但又渴望独立的大学生更不会在消费中征求和咨询父母的意见，于是，作为菜鸟新手的大学生们只能踟蹰的独自走在修炼成为一名优秀消费者的道路上，在碰壁中积累经验，很容易就陷入到冲动性消费与从众性消费的陷阱当中。

另一方面，消费的盲目性从众行为也可以看作是消费动机的去主体化，即消费者进行购买行为或消费选择时并非从自身，而是从他人的角度进行考虑的消费，比如为了跟随、顺从群体的选择，以显示自己的合适宜，为了与他人进行攀比，满足自己的虚荣心等，这也是造成大学生符号化消费盛行的重要原因之一。大学生群体刚刚成年，还没有形成稳定的世界观、人生观和价值观，也没有独立立足于社会的能力，因此在很多时候都会根据自己的需要来寻求某个参照群体，增强自己的被认同感和安全感，这种通过消费来勾勒自我，实现个体或群体身份认证的手段不利于大学生的身心健康成长，也不利于大学生对于价值认同和理想信念的塑造，必须予以纠正。

2. 享受性消费突出



如图 3-11 你每月消费的主要项目

根据问卷的统计结果，可以明显看出新时代大学生的消费结构呈现出丰富的多元化趋势，在关于大学生每月消费的主要项目一题中（如图 3-11），除了包括伙食和通讯等的日常基本生活消费外，有 54.98% 的同学选择了服装饰品，比选择学习（资料、培训费用）的占比人数多了 5.5%，在单独问到“学习费用在每月消费支出中所占的比例”时，有 72.93% 的同学都选择 20% 以下，可见大多数大学生在进行消费分配时，给予学习方面的投入很少，而在其他方面的消费则投入较大，课外生活的丰富多彩让大学生忽略了对自身专业实力的提高。值得瞩目的是，在关于更吸引你购买产品的附加因素中，更是有 66.23% 的同学都选择了服务因素（享受度）。根据淘宝发布的《懒人消费数据》显示，2018 年中国人在为“偷懒”而设计的各种生活用品中花费了 160 亿，较 2017 年增长了 70%，其中 95 后的懒需求增长最快，增幅为 82%。

暂时的放松是为了更好的努力和发展，大学生历经多年的寒窗苦读，进入大学后适当的放松也并不是坏事，但是过犹不及那就有害而不利了。根据调查显示，超过 50% 的大学生父母除了必需的生活费外，都会给予其零花钱，父母的溺爱为大学生的享受性消费提供了资本，商家为了获得利益，想方设法的迎合消费者的喜好和需要，为大学生的享受性消费创造了条件，受西方享乐主义和自由主义文化的影响，为大学生的享受性消费提供了借口，于是，休闲变成了享乐，放松变成了怠惰，娱乐也变成了堕落。科技的创新便利了人们的生活，生产力的发展是为了让人们从繁重的劳动中获得解放，自由

而充分的发展自己，而不是为了耽于享受。生于忧患，死于安乐，^①长期沉迷于安逸与享受会削弱大学生的意志，使大学生丧失斗志，意志力薄弱，更不要说担当重任，而“懒人消费”所倡导的懒人生活则会愈发增加大学生的惰性，与现代所倡导的“终身学习”理念背道而驰，不符合时代和社会对于大学生的应有素质提出的要求。

3. 符号化消费严重

符号化消费最早是由法国社会学家鲍德里亚在其著作《消费社会》中提出的，指消费者在消费时不是对于物品的具体功用或个别的使用价值有所需求，而是对商品所赋予的意义（及意义的差异）有所需求。按鲍德里亚自己的话来表述，就是人们不仅是把商品“当作工具来使用”而且被“当作舒适和优越等要素来耍弄”并愿意为后者掏钱。^②在本次的问卷调研中，大部分的大学生明显显示出了自己对于奢侈品以及时尚潮流的追求，并且自己已经拥有了一些高档名牌。在大学生现实消费生活中，往往男大学生都比较热衷于某些高档品牌的电子产品和运动鞋，手机和电脑必须是苹果的才显得有格调，鞋子必须是 NIKE、阿迪、AJ 等潮牌才叫酷，女大学生则对各种化妆品情有独钟，阿玛尼、香奈儿、兰蔻、雅诗兰黛，甚至是被称为“贵妇级品牌”的海蓝之谜和黛珂，拥有的女大学生也不在少数。这些品牌除了打着高品质、高科技、精制造的旗号，还运用广告和明星效应等营销手段赋予了这些品牌以人文内涵，使人产生一种只要购买了这个品牌，就能拥有或证明自己拥有了这种特质的错觉。除此之外，隐藏在这些众多品牌背后的还有许多特殊的共同含义，那就是时尚流行、高级有钱和与众不同。以前只听说过炒房炒股票的，但现在在 95 后和 00 后年轻消费者的强大消费力推动下，靠炒潮牌鞋、热门化妆品、lolita 裙发家致富的人不胜数，一双名牌鞋子的价格本身就已不便宜，翻了十倍还有人趋之若鹜，此时人们看重的已不是这双鞋子的本身价值了，而是它象征的是潮流时尚，是价值不菲，是一种金钱地位和品味。

欲望促使消费，但是欲壑难平，消费不仅不能满足人的欲望，反而会放纵人们的欲望。在经济学中，欲望的含义等于利益最大化，长期把消费当作制造快乐、彰显自我的手段，把自己的时间和精力都消耗在追逐名牌上，不仅会影响大学生的心智发展，也会使大学生为了填满自己的消费欲望而堕落成金钱和物质的奴隶。另外，有一种广泛存在于大学生群体中的“晕轮效应”，也被称作光环效应。这种效应认为，在人际认知中，人们常常把对方所具有的某一个特性泛化到其他一系列尚不知道的特征上，从局部的信

^① 孟子.《孟子·告子下》

^② (法) 让·波德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 全志钢译. 南京: 南京大学出版社, 2000.

息形成对于对方的完整形象。这种“晕轮效应”所产生的影响与大学生符号化消费的效果有着相似的作用，都是利用人以偏概全的心理，运用某种具体事物或局部特质通过人的想象力，形成一种整体如此的印象。根据学者余展洪的实证研究，受这种“晕轮效应”影响，大学生消费间的高低会造成大学生的性格差距、影响大学生干部职务的高低以及对于社会成就的自信心。^①大学生的符号化消费则会加剧这种“晕轮效应”的影响，拉开大学生消费群体间的差距，增加部分大学生的心理压力，形成互相炫耀、攀比的不良校园风气，不利于大学生的身心健康发展，也不利于建立良好的校园文化环境。

4. 超前消费普遍

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促成了部分大学生超前消费观的形成。超前消费指的是在当前的收入水平不足以支撑其购买力的情况下，以贷款、分期付款或者预支等形式进行提前消费的行为，可以通俗概括为“花今天的钱，圆明天的梦”。超前消费观则是指那些违背了自己的真实消费能力和消费水平，喜欢用未来的购买力来弥补当前购买力不足的消费观念，这种消费观脱离了实际，是一种不成熟的、非理性的消费观。大学生的好奇心重且容易冲动，通常遇到自己想买的物品时便会想办法买下来，信用卡的门槛降低以及花呗、京东白条、蚂蚁借呗等各种网络信贷产品为大学生的超前消费提供了可行条件。在调研中发现只有少部分的同学有平时进行记账和消费预算的行为，当问到假如想买一件商品但钱不够时的选择，只有 27.07% 的同学选择了放弃，其中 60.47% 的同学都选择了有钱再买，12.46% 的同学选择了用借款借贷的方式来进行购买，这说明了当下的大学们个性强，比较执着，遇到喜欢的东西不容易放弃，但大部分同学还较为理性，但仍有部分同学会采取超前消费的方式来满足自己。而且根据本次调查问卷的结果显示，有 53.77% 的同学每个月的平均花费在 1000—2000 元之间，有 5.86% 的同学每个月的平均花费在 2000 元以上，甚至还有同学每个月的平均花费在 5000 以上，大部分同学都有过购买过高档奢侈品的行为，这种奢侈和过度消费行为与大学生没有稳定收入的实际情况严重不符。

罗建平认为：“超前消费是指超越了消费者现阶段支付能力的不合理的消费。”^②对于大学生而言，超前消费有利有弊。超前消费能够帮助大学生度过经济困难，比如家庭困难的大学生在遇到突发状况时，超前消费可以帮助大学生解决燃眉之急，超前消费能大学生提前享受到商品的价值和服务，当大学生使用超前消费来购买学习用品或支付学

^① 余展洪. 大学生消费两极分化趋势的晕轮效应[J]. 当代青年研究, 2006(06):14-16.

^② 罗建平. 破解消费奴役[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2015:221.

费时,节省了其时间和精力,有利于大学生的长远发展。但是,超前消费必须与自己的预期收入水平高度匹配,否则便会很容易陷入到负债累累中,而大学生显然并没有固定的收入来源,因此超前消费总体对于大学生来说是弊大于利的。根据融 360 的调查数据显示,在现实生活中,有超过 50%的大学生是出于购物需要才选择的贷款,除了购买化妆品、服装、电子产品等,各种聚餐和旅游也是大学生的生活常态,但却是他们每月千余元的生活费所负担不起的,因此便选择了借钱消费。^①而随着当代这种年轻一代超前消费生活方式的兴起,“隐型贫困人口”“负翁”“月光族”等成了网络上的热门词汇,指的是那些表面上看起来光鲜亮丽,生活精致,但其实存款为零,负债累累的人群。大学生没有稳定的收入和成熟的消费观念,这月借,下月还,可下个月还有新的消费需要,使大学生陷入到不断负债消费的恶性循环中。因此,我们一定要加强对于大学生的消费观教育,以防止超前消费将大学生带入到提前、盲目的非理性消费中去。

(四) 新时代大学生消费观出现问题的原因

消费观的形成是一个长期而复杂的过程,其差异既与个体自身的独特性有关,又受到个体周围环境的影响。大学时期正是每个大学生从单纯迈向成熟的过渡时期,心性未定,本身就很容易动摇和产生迷茫,在全球化多元文化的交织中产生的混乱、有心媒体的故意诱导、高校对于消费观教育的滞后与不足以及我国家庭结构的变动和家长对于消费观教育的忽视等,都是导致新时代大学生消费观出现问题的主要原因。

1. 西方腐朽文化的影响以及不良传媒的推波助澜

科技的快速发展和网络化的普及加快了信息的传播速度,也拉近了世界各国之间的距离,使不同国家各具特色的文化得以相互交流和传播。但是,经济优势往往造就文化强势,从客观上来说,在文化交流过程中,提前完成了资本积累并超前进入现代化的西方国家往往会凭借其雄厚的财力和成熟的传播技术在文化交往过程中占据压倒性的优势。比如美国,凭借其超前的技术和理念,通过各种好莱坞大片和流行音乐拥有着大批不分民族不分种族的粉丝,这也意味着美国文化的影响已经覆盖到了全球,特别是对于经济文化实力本身就落后的国家而言,其影响更加巨大、深远。遥远的非洲中部,有一个国家叫作刚果金,这里和大多数其他非洲国家一样,贫穷而落后,但在这个国家的贫民窟中,你会看到一种非常奇怪的景象,白天有很多“富豪”,他们穿着名牌,戴着名表,派头十足,走在街头异常显眼,晚上却又会回到贫民窟中。原来他们并非真的富豪,

^① “超前消费”大行其道你也成“负翁”了吗?[EB/OL]. 石狮日报(2017-10-26)[2019-11-26]. http://epaper.ssrb.com.cn/html/2019-03/07/content_163223_971223.htm.

奢侈华丽的外表只是一种伪装,他们住在贫民窟中,也没有稳定的收入,却宁愿挨饿捡垃圾也要去购买奢侈品,将自己打扮的光鲜亮丽。^①当地居民的这种行为和生活方式明显是受到了西方消费主义以及享乐主义文化的影响,长期超出自身实际承受能力去追求物质享受的消费行为无异于饮鸩止渴,只会使当地居民陷入到更加贫困的恶性循环中。英国学者汤林森指出“资本主义的文化重点就是消费的行为过程与经验的商品化……资本主义文化的扩散,实质就是消费主义文化的张扬,而这样的一种文化,会使所有文化体验都卷入到商品化的旋涡之中。”^②在社会整体生产力和发展水平都没有达到的情况下,一味效仿欧美资本主义国家的生活方式和消费模式不仅会扰乱本国的市场经济运行秩序,还会影响社会发展的稳定与和谐。近几年来,在我国大学生和青年群体中出现的“精致的利己主义者”^③,很明显就是同样受到了这种西方腐朽文化的影响,从而在消费观和价值观上出现了问题。

另外,除了美国外,韩国和日本等一些亚洲的资本主义国家同样通过文化输入的方式对我国的消费生活产生了巨大影响。例如以韩剧为载体的韩国,成功的将其化妆品、潮流服饰、音乐、整容技术以及韩氏炸鸡、拉面、年糕等销入中国,韩剧里的俊男美女更是对中国大学生的日常穿着和婚恋观造成了极大影响,使很大一部分年轻人成为了“外貌协会者”或者“颜控”,将颜值而不是品行作为评价人的首要因素,甚至在网络人群中还流传着“不怕反派坏,就怕反派长得帅”^④这样使人三观尽毁,混淆是非的流行语。人们把大量的时间、金钱和精力投入到化妆品、服饰和整容上,甚至有人不惜为此而倾家荡产,丧失性命。如果说韩国是通过韩剧和韩流文化占领全世界,那么日本就是通过动漫游戏。日本是世界上数字媒体技术最发达的国家之一,动漫是支撑日本经济发展的第二大支柱产业,不仅全世界60%以上的动漫作品都产自于日本,还延伸出了众多与日本动漫作品相关的文化产业。这对我国社会文化产生的直接影响是,由于在我国的80、90乃至00后群体中存在着众多包括大学生在内的动漫粉丝,从而延伸产生了诸如二次元文化、“御宅族”、ACG文化、cosplay(角色扮演)等独特的文化现象。^⑤但

^① 刚果年轻人白天身穿名牌打扮时尚,晚上住贫民窟食不果腹[EB/OL]. 看新奇(2019-05-29)[2019-11-29]. <http://dy.163.com/v2/article/detail/EGBC50LC0514882Q.html>.

^② (英)汤林森. 文化帝国主义[M]. 冯建三译. 上海:上海人民出版社, 1996:6.

^③ 焦迎娜, 苏春景. 精致的利己主义者:一个亟待关注的当代青年群体[J]. 中国青年研究, 2019(03):91-96+79.

^④ “不怕反派坏,就怕反派帅”,深情帅气的男二,毁了多少人三观?[EB/OL]. 百家号(2018-09-06)[2019-11-29]. http://www.sohu.com/a/252282667_100222730.

^⑤ 何威. 从御宅到二次元:关于一种青少年亚文化的学术图景和知识考古[J]. 新闻与传播研究, 2018, 25(10):40-59+127.

是，每种文化都有其生成的土壤，如果强行把外来文化嫁接在本国的土地上，不仅不能够从中汲取长处，取长补短，反而会把自已搞的不中不洋、不伦不类，更会给一些腐朽落后文化提供可乘之机。

媒体则在西方腐朽文化荼毒我国青年大学生心灵的过程中扮演了主要角色。大众传媒以其特有的、声情并茂且新颖的传播方式，成为向大学生进行消费理念灌输的有力手段，正是由它把社会消费时尚的风向标及时传达给大学生这一特殊消费群体，教会了他们如何根据商品市场来定义自己的需求和生活风格。^①但在金钱与利益的驱动下，许多大众媒体正逐渐变得消费主义倾向化。他们罔顾社会效益，成为资本家手中圈钱的有力工具，在宣传报道中过度吹捧消费对于经济的拉动作用，通过看似合理的道德假象绑架人们的消费行为，使人们陷入到盲目的快节奏消费当中。三人成虎，大学生作为社会群体的一部分，自然会受到整个社会消费节奏的影响，出现过度消费和超前消费现象。另外，以商业逻辑为支撑，广告投放是大众媒体获取利益的主要来源，而追求广告投放也就意味着高收视率和点击率。为了吸引群众的视线，赢得高收视率和点击率，许多大众媒体不顾职业道德，投机取巧，使用夸张的标题或者是扭曲事实来制造噱头，比如“买奢侈品才是最朴实的消费观”、“没有奢侈消费的社会，一定穷的一塌糊涂”等不负责任的言论，传播不良的消费思想，引导人们进行非理性消费。随着社会的进步和发展，文化产品逐渐成为了人们日常生活中所越来越重要的消费品，为了最大限度的满足观众需要，许多商业传媒无底线的挖掘和取悦观众们的非理性欲望，使现在的很多文艺作品充斥着粗制滥造的娱乐与低俗化。当知识也沦为文化工业下的消费对象，所谓的公众人物亦成为了市场和商业的工具，人们逐渐进入到了信仰物质化的反智时代，这些社会乱象都不可避免的会对大学生的心理成长发育产生不良影响，造成其价值观的扭曲与消费观异化。

2. 高校对于消费观教育培养的滞后与不足

西方从上世纪八十年代开始，就已经将消费教育作为专门课程纳入到正式教学中，教授学生们一些简单的消费技巧及理财知识，并形成了学校-家庭-社会三位一体的全方位教育体系。然而，在我国的教育体系中，目前还尚未正式把消费教育纳入到正式的教学当中，只是在部分高校经济领域内的相关专业课程中才有所提及，也没有专门的消费教育教材。1992年，在由当时的国家教委审定的中小学教育大纲中，开设了社会课和劳

^① 田蕊. 中国社会可持续发展的消费伦理研究[M]. 辽宁: 东北财经大学出版社, 2016: 35-75.

动课，这是我国有关消费观教育的最早雏形。^①同年，珠海市在三灶区金海岸中学进行了消费教育试点，江苏省的中小学也在 90 年代初开设了消费教育课程，但只是将其作为素质教育的一部分加以强调，仍然没有适合消费教育的专门教材。而在之后除了中小学教育的长期教学中，则基本没有任何与消费教育相关的内容，虽然有很多专家学者都曾经提出过把消费教育列入大学正规教育规划中的建议，但还是没有能够被大多数相关管理者所采纳。

消费观是金钱观的重要组成部分，属于价值观的范畴，并与其他价值观的构成分支之间相互影响，物质自由是精神自由的基础，在教育过程中不应单纯的只将消费观作为价值观教育的附庸品。习近平总书记曾多次强调应培育大学生自觉践行社会主义核心价值观，更是在十九大报告中表明要提倡简约适度、绿色低碳的生活方式和节约型消费，反对奢侈消费和不合理消费。但在实践中，无论是政府层面还是高校层面都未能够把消费观教育纳入到高校思想政治教育的行列中来。^②在我国的传统理解中，似乎消费与人的思想政治道德并没有什么相关性，高校思想政治教育领域中对于大学生忆苦思甜、勤俭节约教育内容的缺乏，理财教育的空白，加剧了高校大学生消费行为的非理性化趋势。总而言之，一方面高校还没有对于消费观教育给予足够重视，对于大学生聊胜于无的消费观教育正远远被消费主义与大众传媒错误的舆论导向所覆盖。另一方面，亦步亦趋的高校思想政治教育模式和教育内容已经滞后于新时代社会发展的潮流，既不能及时应对当代大学生思想观念变化的最新趋势，也不能满足在市场经济深入发展的条件下，大学生对于消费观教育的特殊需求。

3. 家庭结构的改变以及家长对于消费观教育的忽视

家庭教育、学校教育和社会教育是人类教育实践活动的三种主要形式，其中家庭教育是学校教育和社会教育的基石。家庭是每个人最初开始和伴随一生的学习环境，大学生的性格、价值观、自我意识以及生活习惯等，在很大程度上都受制于原生家庭的影响。因此，家庭为大学生消费观念的形成提供了最初的思想环境和经济土壤，家长则是大学生的第一位消费模仿对象。

根据问卷中对大学生生活费来源的调查（如图 1），可以发现大部分同学的生活费都主要源于父母，少部分同学来源于父母和兼职提供（以农村学生为主），还有一少部分则零散分布于完全兼职、借贷款、奖学金等，并且有超过 70% 的同学表示，家长在除去必要的生活费外还会额外给其零花钱，金额从 100 元到 5000 元不等，跨度非常大，

^① 卢家瑞, 吕志敏等著. 消费教育[M]. 北京: 人民出版社, 2006: 339.

^② 张娜, 当代大学生消费观分析及教育研究[D]. 郑州: 郑州大学, 2013: 30.

甚至还有 14.14% 的同学表示零花钱的金额不定，要多少给多少，可见家长对其的宠爱。在经过对调研数据的交叉分析后可以发现，额外拥有零花钱的大学生在选择商品时比没有零花钱的大学生更倾向于产品的款式外观，也在现实中拥有更多的奢侈品，这表明拥有零花钱的大学生并不是将钱投入在了学习上和发展性消费中，而是用来进行了物质性消费，购买奢侈品。新时代的大学生一般都是 95 后或者 00 后，受特殊政策的影响，这批大学生大多是家里的独生子女。作为家中的独苗，承载着整个家庭的情感和期望，集万千宠爱于一身的条件下很容易造成自私、偏执、任性等性格特点。在事事都有人包办的情况下，除了学习，独生子女也几乎不用为任何其他的生活琐事所烦心，应是“十指不沾阳春水，不知柴米油盐贵”，缺乏形成良好消费习惯和消费观的客观现实条件和生活经验。而对于经历了艰苦奋斗才有了一定经济基础的家长而言，当然也不愿意再看到自己的孩子在物质上窘迫，特别是家中只有一个孩子的情况下，他们往往会变本加厉的疼爱孩子，而不是老一辈的生活标准在金钱和物质上对孩子进行约束。但由俭入奢易，而由奢入俭难，从小习惯了优渥的物质生活，大学生在进入大学后依然保持着以前的消费习惯和生活标准，在每个月生活费有限的情况下，父母也还是愿意无条件为孩子买单，因此在大学生中经常会发生超前消费和奢侈消费的行为。

综合现实情况、问卷数据以及调查资料的分析，本文认为家长对于孩子消费观教育的忽视可能主要由三点原因造成的：一缺乏对大学生进行消费观教育的必要沟通。虽然从整体来看，现代社会的物质和经济得到了极大的发展，可人们的生活压力不仅没有随之减轻反而越来越大。为了给孩子创造更加优质的物质生活和教育条件，家长们不得不努力的工作，辛勤打拼，忙碌的工作生活已经消耗了他们太多的时间和精力，以至于缺少与孩子之间的沟通和交流，不能很好的履行身为父母的教育责任。也正因为如此，使得大部分的父母选择了用金钱和物质来弥补对于不能陪伴教育孩子的亏欠，这样不仅不能够使孩子形成正确的消费观，反而会助长孩子不良消费行为和消费习惯的养成；二过度依赖学校教育。由于缺少对于家庭教育重要性的认识，有的家长完全把教育职责寄托于学校和老师身上，直接导致了大学生在成长过程中消费观家庭教育的缺失；三是家长心有余而力不足，自身素质不高，欠缺对大学生进行消费观教育的知识和意识。95 后和 00 后的父母大多是 60 后、70 后，那时候我国的经济文化落后，人均受教育程度普遍不高，既没有能够让父辈们通过消费实践而养成消费技巧和积累消费经验的物质条件，也没有能够接触有关消费教育的学习条件，因此即便是很多大学生的父母，对于如何进行消费教育也是一无所知，甚至自身的消费观也还存在着很多问题，又何谈教育孩子。

4. 大学生自身心智发育的不成熟

大学生通常在 18 岁-22 岁左右,正处于成长发育的特殊阶段,虽然在年龄上已经步入成年,但由于一直处在环境单纯的“象牙塔”里,其在心理和社会经验上似乎仍然更倾向于青少年阶段。因此,虽然大学生在大学阶段已经具有了初步的判断能力,但是心性未定,自制力不强,很容易受到外界信息的影响和诱导。当处于被精心布置过的消费环境中时,时尚美观的装潢造型、天花乱坠的广告都会成为促使其消费的诱因,有时候仅仅只需要一个心仪的明星代言人、一个听起来比较划算的促销活动都会引发大学生的情绪化消费行为,使他们冲动决策,即兴购买,打破自己原有的消费计划。有这样心理活动的大学生通常也很容易受到他人的影响,当自己身边的人或所在同龄人群体都在争先购买某件商品时,出于合群的考虑或者仅仅是好奇心使然,原本并不需要这件商品的他们也会为自己找到一个适当的理由而产生从众消费行为。特别是在当今互联网全民化,信息爆炸的时代,各种交互式网络平台及自媒体运营者层出不穷,通过小视频或者文字记录的方式分享自己的生活经验,宣传推销各种商品,虽然这在一定程度上为人们的生活提供了指导帮助,但归根结底是为了营利而存在的,这种无形的宣传方式和利用媒体运营造成的流行假象很容易获得大学生们的好感,诱使其进行消费。

其次,学生时期应该是每个人人生中最美好的时光,尤其是在大学期间,年龄上的成熟使得每个大学生在心理开始怀有对心仪的异性和一份美好感情的期待。通常,处于这种时期的大学生心理会更加敏感,有着强烈而盲目的自尊心,会更加在意自己的外貌以及他人对自己的看法。恋爱中的大学生更是不想让自己的恋人觉得自己比别人差,尤其是在物质方面,他们觉得别人有的东西,自己也应该拥有,滋生了大学生群体中的攀比和炫耀消费。根据调查研究和资料显示,在大学生群体中,原本就呈现出了两极化消费的趋势,由于没有物质方面的顾虑,一些家庭富裕的大学生可能会并不在意,在恋爱中依然保持着自己的高水平消费,但在这样的对比下,家庭不富裕的大学生很可能在强烈的自尊心驱使下,想办法改善自己的经济状况,甚至做出一些有失道德与理性的行为。

再次,大学生的社会生存经验和生活经验有限,消费观尚不成熟,理财能力缺乏。我国的人口多,升学竞争压力大,大学之前的父母和老师重点关注的是大学生的知识教育而缺乏对于大学生综合素质的培养,致使很多大学生都是“四体不勤,五谷不分”,缺乏基本的生活技能和常识,更不用说形成成熟的消费观念。经济是一个社会发展的命脉,也是一个人立足于社会的基础,因此形成成熟的消费观,学会理财将会对现代人的生活变得越来越重要。随着我国社会的现代化发展,政府、银行、企业、学校等都单独

或联合推出了各种各样的贷款或保险业务用以更好的保障和服务于人们的生活。但是由于这方面知识的缺乏，有很多经济上需要帮助的大学生不仅不能够得到帮助，反而还会因为借贷受到一些不安好心的个人或者企业敲诈欺骗。因此，各个高校十分有必要在大学生进入大学后，担负起教导其形成正确的消费观念，提高自己理财能力的责任，帮助大学生能够早日实现经济独立，立足于社会。

四、引导新时代大学生形成科学消费观的路径探究

以当前大学生所处的时情、世情为参考，本文认为，新时代大学生的科学消费观应至少符合绿色环保、勤俭节约、合理正义、全面发展这四个要素。根据第二部分中对于当代大学生的消费观现状及其问题、原因分析，本文从四个方面提出了新时代大学生科学消费观的引导对策，分别为：以政府为依托，通过注重科学消费文化的建设和宣传，强化对于大众媒体的引导监督，完善网络消费平台的法制和安全体系来营造健康和谐的社会消费环境；以高校为重点，完善高校思政中有关消费观教育的内容和方式，形成学校-家庭-社会的共同教育联动机制，提高高校的思想政治教育育人水平；以家庭为保障，家长需爱之有道，形成榜样效应，通过建设勤俭节约的优良家风，充分发挥家庭教育的潜移默化作用；以大学生的个人为主导，充分利用大学生的自我教育和学习能力，形成全方位的大学生消费观教育引导场域。

（一）新时代大学生科学消费观的内涵

大学生作为一个纯粹的消费者，基本上不具备独立的经济生产能力，又因为其特殊的身份特征以及在新时代中国特色社会主义中所肩负的传承和建设使命，所以大学生的科学消费观应该以大学生的实际经济能力为基础，以促进大学生的全面发展为目的，以促进社会的可持续性发展为原则，以符合社会主义核心价值观为依托。因此总结下来，新时代大学生的科学消费观应该至少具备绿色、勤俭节约、合理正义、全面发展这四方面的内涵。

1. 绿色的消费观

绿色消费观的实质是生态保护以及可持续发展理念在消费观领域的体现，因此绿色消费观也可以叫作可持续性消费观，持有绿色消费观不仅意味着在消费时选择绿色、无污染、无公害的消费产品和消费方式，它更代表着一种更为健康和文明的生活方式。生态环境是人类生存和发展的最基本条件，在社会发展初期，生产力低下的情况下，自然环境条件的优劣对人们的生活生产有着极大的限制作用，源于对美好生活的追求和从被自然的束缚下挣脱的渴望，人们不惜以牺牲自然环境为代价，大量的消耗资源，污染浪费，用无数的绿水青山换来了金山银山。但是，在这一切发生后人们才发现，人造物质的发达并不能带给人们所理想的美好生活，环境的破坏甚至威胁了人类自身的存在。在社会生产水平有限，物质条件不发达的情况下，为了发展而对自然环境造成了毁坏是不可避免的，但当社会的物质文明和精神文明发展到一定程度时，人们就会深刻的认识到，人类与大自然之间应该是天然的和谐共生关系，而不是不加节制的滥用与索取，违背自

然规律的发展终究会使人们自食苦果。经过改革开放几十年以来的经济发展和财富积累,我国已经进入了一个新时代,面对新的社会发展局势和问题,为了满足人民日益增长的对优美生态环境的需要和对美好生活的追求,习近平主席创造性的提出了绿色发展理念和建设美丽中国的目标要求,指出“人与自然是生命共同体,人类必须尊重自然,顺应自然,保护自然”^①,美丽的生态文明是构成美好生活的必要条件,科学合理,绿色健康的生活方式以及人与自然的和谐共生也是象征一个社会发展更加文明的标志。作为美丽中国未来的建设者和接班人,大学生更应该顺应时代发展,争做绿色生活方式的践行者,自觉形成绿色的消费观念。

2. 勤俭节约的消费观

新时代大学生科学消费观应该是勤俭节约的消费观。首先,勤俭节约是中华民族的传统美德,也是华夏祖先流传下来的宝贵智慧财富和生活总结,不管社会发展到了哪个时代我们都不能够忘记,因此,勤俭节约的消费观自然应该是新时代大学生科学消费观的应有之义。其次,经济基础决定上层建筑,大学生没有完全的经济独立能力,日常花销主要源于父母供给或亲人接济,还有部分农村大学生家庭比较困难的,甚至要依靠生源地贷款、勤工俭学等方式才能维持自己的学业,所以大学生应该客观认识到自己的实际经济实力,主动养成勤俭节约的消费习惯。而且常言道“不患寡而患不均”^②,家庭富裕的大学生和家庭贫困的大学生在日常消费支出上肯定会存在很大差异,家庭富裕的大学生对待金钱的态度可能就比较随意,因而在日常消费生活中出现一些奢侈和浪费行为,这不仅可能会导致高校中的攀比之风和炫富行为,而且会造成贫寒家庭的大学生心理失衡,不利于对于大学生的正向引导和集体团结。因此,无论家境如何,大学生们在身份和经济地位上都是平等的,作为没有收入的纯获利者,大学生们都应该秉持勤俭节约的消费观,这对自身对家人对集体都是有益无害的。另外,勤俭节约并不意味着大学生就要最大程度的压缩自己的日常开销,节衣缩食,没有经济收入也不代表着大学生就不配也不能享受生活和发展自己,而是“俭以养德”^③,勤俭节约的大学生能够克制自己的欲望,减少自己在不必要方面的消费,从而把金钱花费到促进自己身心发展的地方,这样既提高了金钱的使用效率,又增强了大学生的自控能力,相当于在大学期间就在大学生的心中埋下了一颗廉洁的种子,使大学生形成以俭为美的德性观和价值观,自觉在

^① 习近平. 决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[N]. 人民日报, 2017-10-28(1).

^② 诸葛亮《诫子书》

^③ 孔子《论语·季民第十六》

以后的工作和生活中远离贪污腐败等不良作风。

3. 正义的消费观

从本质上看,消费主义是在享乐主义和资本逻辑基础上相结合产生的一种价值观念和意识形态,它通常表现为以自我为中心,以满足无休止的个人欲望为价值追求,通过统摄和影响人们的价值观来达到操控人们的生活方式,促进资本增殖的目的。由消费主义所导致的符号消费、炫耀性消费、靠借贷来维持奢侈生活的畸形消费等是我国在现代化建设过程中遇到的最新阻碍,严重危害了我国社会的和谐稳定,有悖于建设两型社会和美丽中国的发展要求。消费正义是人们为了应对消费主义所产生的危害提出解决方法,它试图以一种全新消费伦理思想唤起人们对自己生活目标和生存意义的重新反思,以理性批判的眼光重新审视自己的消费目的和消费动机,是正义尺度在消费领域的扩展和延伸。根据罗尔斯和罗默等人的理论,正义包含代内正义和代际正义两个维度。^①相应的,正义消费也内在包含了这两种纬度的涵义:代内正义指的是当代人的消费行为不仅应该满足自身的发展和合理,而且要兼顾他人和整个社会的利益,保证消费在同代人之间的公平和公正。从表面上看,消费是一种具有高度主观和自由性的个体行为,但是,资源是有限的,而我国是世界上人口最多的国家,无论哪个社会成员,只要超出了自身合理需求范围的资源消耗和浪费就是对其他社会成员生存发展权的剥夺和压榨,就是损害了社会共同体的整体利益。代际正义指的是当代人的消费不能损害后代人的生存和发展,对资源进行合理的使用和分配以实现可持续性发展的目的。总体来说,正义消费观是一种适应了现代文明的发展,响应时代号召所出现的新型消费观,它以实现个体的自身利益、他人利益、社会利益和自然利益的有机统一为出发点,倡导“身心和谐、物我两契、人际平等、社会公平”^②的美好愿景。

4. 全面发展的消费观

马克思主义认为,根据作为社会主体的人的发展状况,可以将人类历史划分为人的依赖性社会、物的依赖性社会以及个人全面发展的社会三种社会形态。其中,个人全面发展的社会就是共产主义社会,解放人类,使每个人都可以自由而全面的发展,这既是共产主义实现的最终愿景,也是共产主义革命和发展的最终目标。在《1844年经济学哲学手稿》中,马克思提到“人在本质上有获得全面发展的需要,消费作为获得私有财产的实现途径,对私有制的批判是不可缺少的”。^③在这句话中,马克思既肯定了现实中

^① 刘军.超越消费主义,树立科学消费观[J].人民论坛,2019(29):115-117.

^② 郑利鹏.美丽中国视野下公民消费正义观培育研究[D].武汉:华中师范大学,2014:11.

^③ 马克思.1844年经济学哲学手稿[M].北京:人民出版社,2000:68.

的人全面发展的需求,又对于消费的作用提出了批判性的分析。马克思认为在资本主义私有制中,消费的功能往往倾向于单纯的使用或占有,消费满足的只是一种“占有欲”和“获得感”,是一种靠物质填补的心理满足,而不是与身心相融的全面感知,使自己的生命得到升华的真正拥有,这不仅导致了消费的异化,还有悖于人类的全面发展需求。因此,科学的消费观应该是全面发展的消费观,仅仅把消费视为一种帮助其全面发展的手段。2018年,习近平总书记在全国教育大会上指出“在党的坚强领导下,全面贯彻党的教育方针,坚持马克思主义指导地位,坚持中国特色社会主义教育发展道路”,“培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人”。^①党的教育方针和培养目标指出了高校人才教育的发展方向,“德”是道德,包含了一个人的思想品德和价值观念;“智”是才能,体现在一个人的知识技能上;“体”是体魄,指的是一个人的身体综合素质;“美”是审美,体现了一个人的人文素养;“劳”是劳动,强调了一个人不怕吃苦、崇尚劳动、尊重劳动的品质。新时代大学生是在今后一段时期中要立于时代发展潮头之人,社会发展的速度越来越快,对人才的要求也越来越高,适者生存,唯有自强不息,全面的发展和提升自己,才能在激烈的社会竞争中挣得一席之地。所以,必须培养新时代大学生全面发展的消费观,促进其德智体美劳全面发展。

(二) 引导新时代大学生形成科学消费观的现实路径

教育不是能够一蹴而就的事业,尤其是对于思想观念方面的引导和教育,更是一个需要潜移默化,循序渐进的长期过程。根据上文中对于新时代大学生消费观存在问题的分析以及原因探究,可以看出导致大学生消费观出现问题的原因具有复杂性、多样性以及时期性等特点,既与大学生自身的成长和心理发育特点有关,又受到了时代发展所导致的社会环境、高校教育以及家庭环境的影响。因此,本文从大学生的个体、政府、学校、家庭四个方面入手,力求为大学生的消费观教育创造一个全方位的教育场域,通过对其进行无微不至的思想和渗透,来达到引导其形成科学消费观的实践效果。

1. 政府主动营造健康和谐的社会消费环境

(1) 注重有关科学消费文化的建设和宣传

“富裕从来不是奢靡的立法者,尤其不是消费主义生活方式的直接原因,只有文化才能为一种生活方式提供价值、观念、知识以及道德上的合法性。”^②消费主义诞生于20世纪初的美国,是资本主义逻辑的意识形态化,它异化了消费是获得物品使用价值的本

^① 习近平. 坚持中国特色社会主义教育发展道路 培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人[N]. 人民日报, 2018-09-11(1).

^② 陈昕. 救赎与消费——当代中国日常生活中的消费主义[M]. 南京:江苏人民出版社, 2003.

真目的,倡导物质消费与符号消费,具有物欲性、虚假性、控制性等特点。抵御一种文化的最佳方式就是用一种更为优秀和先进的文化来替代它,因此,对于我国而言,阻止消费主义文化继续荼毒我国大学生年轻一代的最好方法就是加快马克思主义与我国现实国情的融合,建立符合时代化和大众化的新时代社会主义科学消费文化,为大学生树立科学消费观提供理论支撑。

在马克思关于消费的思想中,他揭示和批判了资本主义发展过程中的生产异化、劳动异化、崇拜商品物质的消费异化等现象,阐明了生产、分配、交换、消费四者之间的关系以及消费与人的需要和发展、环境之间的关系。这启示我们在建立社会主义科学消费文化时,要充分利用好消费在社会生产中所处的中心环节,协调好消费与生产、交换、分配之间的比例关系,提倡平衡协调的适度消费;要认清消费对于满足人民需要和发展的现实意义,关注物质消费的同时,提倡和重视精神文化消费,促进人民的全面发展;要关切消费对于环境的反作用,升级消费品的质量,减少资源消耗和浪费,提倡可持续性发展以及保护环境的绿色消费。

另外,由于我国地域辽阔,历史悠久,形成了很多独具特色的地方文化,甚至达到了“百里而异习,千里而殊俗”^①的地步。因此,政府在宣传和推广社会主义科学消费文化的过程中一定既要考虑到当地的现实经济状况和消费水平,又要顾全地区所具有的独特历史文化和生活习俗,做到实事求是、因地制宜。例如从明清时期开始,我国相继崛起的山西、徽州、陕西、山东、福建、洞庭、广东、江右、龙游、宁波等十大商帮,它们在长期的贸易实践活动和发展过程中形成了各具特色的地方商业文化传统——商帮文化。其中,晋商的实力最为雄厚,晋商文化中包含了山西商人在实践中形成的既有山西特色又具有中国传统文化特征的晋商伦理文化、晋商经营文化、晋商管理文化、晋商民俗文化和晋商大院文化。^②豫商的历史最为悠久,把儒家文化和商业结合在一起是豫商文化的主要特点,家国情怀及其与政治的紧密联系是其商业特性和价值观的一大特色,克服了传统“学而优则仕”^③的尊儒黜商观点。类似商帮文化等地方文化风俗是中华优秀传统文化遗留下来的宝贵资源,它诞生于地区人民的生活实践和奋斗经验当中,与人民有一种天然的联系与亲近,容易被广大人民理解和接受。而且,商帮文化本身中所包含的以义制利、诚实守信、创新进取等商业精神可以为现代企业建立企业文化,规范经营行为提供借鉴,吃苦耐劳、俭约自律、勤俭节约、艰苦奋斗等品质也可以直接成

^① 《晏子春秋·问上》

^② 成芳. 晋商文化内涵探析[J]. 法制与社会, 2019(15):245-246.

^③ 《论语·子张》

为培养大学生形成科学消费观的文化资源。因此,政府在进行建设和推广社会主义科学消费文化时,一定要注意与地区特色文化相结合,提高科学消费文化的受众度和宣传效力。

(2) 强化对于各界大众媒体的引导和监督

消费主义价值观念与生活方式在中国的渗透,是市场经济体制和经济发展的结果,也是文化劝诱的结果,是全球化进程中的必然。原本,作为文化信息传播的主要工具和手段,大众传播媒体应该在工作宣传中始终坚持正确的政治引导方向,自觉遵守职业道德和法律规范,积极履行社会关怀与舆论监督的责任,推动我国文化事业的繁荣发展,向社会传播正能量。但实际上,在现实生活中却有许多媒体出现了消费主义倾向和社会失责的现象,在利益面前,沦为资本的喉舌。因此,政府必须采取必要的手段和措施,来加强对大众传播媒体的监管和引导,抑制不良消费文化的传播,为大学生形成科学正确的消费观营造一个健康和谐的社会消费环境。

首先,政府要强化媒体以及公众人物的社会责任感,充分发挥大众传媒的正向引导作用和名人的榜样示范效应,净化社会上的不良风气,为大学生形成正确的消费观创造良好的社会文化氛围。加强大众传媒的社会责任感就是要让各路媒体充分发挥自己的职能,无时无刻不以社会主义核心价值观为中心,以消费者的利益为重,不做虚假的广告宣传和访问报道,以公益广告、明星示范等方式宣传科学的消费观思想,引导和教育大学生形成合理的消费观。名人指的是那些凭借其高尚的人格魅力、卓越的才能或对社会极大的贡献而被世人所认可,具有一定知名度的人,名人示范效应就是利用他们的影响力和威望在人群中形成模仿心理和行为的现象。在发挥名人的示范效应时一定要注意榜样的真实性,只有真实的榜样才能够真正触动人心,而且榜样示范必须具有针对性,符合大学生的价值追求,这样才能够获得大学生的认可,引起共鸣。其次,建立奖惩机制,维护文娱商业发展的正常秩序,用制度规范大众媒体的行为。经济的发展和水平的提高使得人们越来越重视精神文化产品的消费,因此文化娱乐成了经济潜力巨大,炙手可热的投资产业。在利益的驱使下,很多媒体为了博人眼球,拉取投资而在文化作品中穿插广告,传播不良价值观,因此,有关部门一定要对大众媒体的传播内容和行为进行严格把关,对违背职业道德和社会道德的媒体采取严厉的惩罚,以儆效尤,对待自觉履行社会责任,传播有利于社会和谐,树立人们正确三观的媒体则应该予以嘉奖,树立典型模范,使其他的大众媒体都向其看齐。最后,对各种媒体的传播内容进行严格审查和筛选,调整媒体的传播理念,把控传播内容,使其引导正确的消费观形成。大众媒体凭借以时尚、消费、欲望为标志的“形象”编码,将现实世界影像化和梦想化,实现其“符

号暴力”。^①从某种程度上说，大众传媒就是现代社会消费主义的推行者，也是消费行为的主导者，因此政府必须对媒体进行传播的信息和内容进行严格审核，使其传播符合我国经济发展和公众消费能力的消费观和消费行为模式。

（3）健全网络消费平台的法治和安全体系建设

大学生是这个时代的“弱势”消费群体，这里的弱势主要指大学生在进行消费行为过程时，合法消费权益经常容易受到侵害，特别是在监管不严，保护措施尚未完善的网络消费中。一方面，互联网信息技术的发展使成为自媒体的门槛大大降低，造成了网络上的“网红”泛滥，这些网红的素质参差不齐，也没有相关的技术和强制性的措施对其直播内容进行限制，因此有很多人常常为了博取关注而发布一些不实信息，做出违背道德甚至法律的行为，对大学生们的价值观和消费观形成产生了恶劣影响。另一方面，当代大学生消费观上出现的偏差与网络信贷的发展也存在着一定的内在联系，大学生的超前消费意识促使了大学生网络信贷消费行为的产生，网络信贷为大学生的奢侈消费、过度消费、享受性消费等不良消费行为创造了条件。

因此，政府应紧跟时代的步伐，净化网络环境，推进法治和网络安全建设，强化对于网络电商和信贷平台的监管，保护大学生网络消费的合法权益。一方面，政府要加强网络立法建设，协调各方，共同努力推进对于电子商务法律法规的制定和完善。网购在我国出现的时间较晚，仍处于发展和完善过程中，因此在制度和技术上仍存在着很多问题正待完善。电商运营的低成本和手续的简化使各个电商的素质良莠不齐，经营、管理和监管上的漏洞为很多商家提供了可乘之机，例如出现了卖假货、名不副实的虚假宣传、雇佣水军刷单刷好评等。还有一些不法分子甚至利用操作上的漏洞和网络法规的不健全，以网络信贷为幌子，光明正大的从人们身上榨取利益，比如频频在社会上出现的校园贷、裸贷事件，有很多受害人都表示自己实际到手的没有多少钱，从最初的几万到后来的几十万都是因为高额利息或者手续费，而自己之前对这些所要额外产生的费用根本一无所知。因此，政府一定要加快推进网络立法建设，包括从对电商和网络信贷运营的合法性到对其产品的生产、宣传、销售、交易环节，都要有其明确的立法规定，以保护大学生消费者的合法权益，弥补目前在技术上所存在的漏洞和不足。另一方面，网络环境的复杂性为大学生的不良消费观提供了滋生的土壤，所以政府还要加强对于电商和网络信贷平台的监管教育，完善举报制度，规范网络运营秩序，强化电商的职业道德和社会责任感，杜绝虚假和带有诱导性的宣传，营造健康向上的网络消费环境。此外，政府

^① 夏宝君.大众媒介语境下的消费文化呈现及媒体责任[J].媒体时代,2012(08):28-31.

还应推进网络制度文化建设,以倡导绿色、理性、适度消费的宣传取代那些鲜艳的、诱惑力十足的、发布在各个网购平台首页的消费广告,引导人们进行和谐、理性的消费。

最后,政府还应加快科技创新,优化网络安全技术,加强对个人信息保护的同时,对大学生设置网络支付限制。发达的网络信息技术使我国的大部分地区基本上已经实现了通过第三方网络支付的无现金消费,但是这种消费方式是有利有弊的,尤其是表现在大学生身上则更为明显。一方面这种支付方式快捷方便,省时省力,另一方面由于大学生没有良好的控制和预判能力,这种消费方式很容易助长大学生的冲动和过度消费。因此,政府应该规定各个第三方支付平台对大学生采取一些个性化调整,比如根据大学生所提供的信息对大学生的经济能力进行认证,根据个人的不同情况设置一个最高消费额度,建立支付平台、大学生和其父母三方的联系,当大学生的最高消费超过了规定额度时,第三方就会经过其父母允许或者通知父母,以尽可能避免大学生非理性消费行为的发生。

2. 提高高校的思想政治教育育人水平

(1) 完善高校思政中关于消费观教育的内容

在高校的教育体系中,大学生消费观教育原本应该隶属于思想政治工作范畴,但在目前的高校思想政治教育体系中,普遍缺乏对于消费观教育的重视,其教育的内容和方式十分有限,根本无法满足社会对于大学生的发展要求。为了实现使大学生全面发展,立德树人的教育要求,必须对现有的高校思想政治教育内容进行完善和扩展,增加消费观教育的内容。

①高校大学生消费观教育应该遵循的原则

根据大学生的身份角色定位、目前在现实中消费观存在的问题以及当前社会对于大学生的客观发展要求,大学生消费观教育的原则应该以大学生的消费生活及其所遇到的问题为基础;以建设资源节约型和环境友好型社会为导向;以实现人的幸福和全面发展为目标。马克思主义认为,生产和消费是人类存在和发展的主题,其他的一切活动包括教育都是为了满足生产和消费的需要,为生产和消费服务而存在的。生活是教育产生的目的,没有生活就没有教育。因此,消费观教育的内容必须以大学生的现实生活及其所遇到的难题为基础,以实现人的幸福和全面发展为目标,这是由马克思关于人的本质和教育的本质所决定的。保护环境和绿色发展既是我国的基本国策,也是我国现代化的发展要求,体现在消费观教育上,就是大学生的消费观教育必须以建设资源节约型和环境友好型社会为导向,培养符合现代文明和发展方向的大学生公民。

②高校大学生消费观教育的应有目标

思想观念对人的影响是持久而深远的，所以我们在思考建构大学生消费观教育的内容时，不只要着眼于当前，还要关注到以后他们的未来生活。这就要求在大学生消费观教育目标中至少要包括两点内涵：一是切实对照大学生的消费生活实际，解决大学生在当前消费生活中出现的困境和迷茫，满足大学生身心健康发展和生活正常运行的要求；二是大学生消费观教育的内容必须能够指导他们的未来生活，使其符合社会发展的长远目标和伦理道德。如此来看，当前大学生的消费观教育既要能够帮助大学生解决在现实消费生活中遇到的思想观念问题，获得一定的消费知识和技巧，又要以社会主义核心价值观为中心，培养大学生树立绿色和谐、勤俭节约、合理正义以及能够促进其全面发展的科学消费观。面对消费主义使大学生追求物质享乐，艰苦奋斗精神淡化等问题，我们必须用社会主义核心价值观主导和引领多元的社会思潮，使大学生树立正确的人生观和价值观，形成对消费主义的积极拒斥。勤俭节约的消费观指大学生在消费生活中应该以自身的实际收入为前提，适当节制的进行消费。绿色和谐的消费观指的是大学生在生活中应该形成有利于保护自然资源与环境，促进人与自然可持续性发展的和谐消费观。合理正义的消费观就是要使大学生在消费中自觉履行公民义务与道德，采取合理合法的、符合其学生身份的消费方式和消费行为。促进其全面发展的消费观就是我们要注意引导大学生平衡其物质消费和精神消费，大学生还是要以提高自己的学习能力与综合素质为主，不应耽于物质和享乐。

③高校大学生消费观教育应该蕴涵的内容

谢红燕（2013）认为，丰富大学生消费观的教育内容应该注重三观教育，引导大学生树立正确的消费价值观；加强大学生的社会主义荣辱观教育，规范大学生消费行为；加强对于大学生的思想道德教育，培养健康的消费情操；加强传统美德和国情教育，使大学生传承勤俭节约、艰苦奋斗的革命消费精神；重视对于大学生的法制和生态教育，引导大学生进行诚信、绿色消费。^①张林认为（2016）拓展思想政治教育中关于消费观的内容，需要通过价值观教育强化大学生的消费理性，通过幸福感教育平衡大学生的物欲追求，通过审美教育弱化符号消费对于大学生的影响。^②综合各位学者前人的研究和当前大学生的实际消费生活，高校思想政治教育中关于消费观的教育内容应该包括消费知识教育、消费道德教育、消费方式教育三个部分。

掌握一定的消费理财知识是当代大学生能够合理安排自己的消费结构，形成健康生活方式的必备技能，消费知识的缺乏是大学生形成不良消费习惯和消费观的重要原因之

^① 谢红燕.当代大学生消费观教育研究[D].重庆:重庆工商大学.2013.

^② 张林.消费主义思潮下大学生消费观培育研究[D].锦州:辽宁工业大学.2016.

一。因此,高校对于大学生的消费观教育中一定要首先注重对于大学生消费知识的教育,这些消费知识包括理财知识、财商教育、与生活紧密联系的消费经验和技巧、与消费相关的日常法律法规以及生态知识等,使大学生能够掌握一些关于银行、证券、投资等金融知识,提高大学生对于金钱的管理、决策和规划能力,消费技巧和相关法律法规的传授也能够使大学生在交易活动不致被动的处于弱势地位,维护自己的合法消费权益,生态知识则能够使大学生意识到保护环境的重要性,自觉使自己的消费行为向形成绿色消费观靠拢。其次,要对大学生进行消费道德教育,这是针对大学生在消费中出现的攀比消费、奢侈消费、炫耀性消费以及重物质轻精神等不良消费现象提出的。大学生的消费道德中应该至少包括三个层面,一是从个人层面来说,大学生的消费应该符合大学生的身份定位和自身发展,身为没有独立经济来源的大学生,最主要的任务就是学习,因此大学生应该勤俭节约,自律自强,减少自己对于物质欲望的追求,将自己的精力和金钱放在发展自己上;二是从社会层面,大学生的消费应该自觉遵守社会主义核心价值观的发展要求,远离低俗的价值追求,不做投机取巧和违反社会道德的消费行为;三是从自然层面,大学生应该使自己的消费行为与自然相和谐,支持绿色消费,尽量减少对于一次性物品和对环境有害物品的使用。再次,要对大学生进行消费方式的教育,“消费方式是指人们消耗和享受消费对象(物质的、精神的和服务的)的方法和形式,个人消费和社会公共消费是消费方式的两种基本形式。”^①在错误消费观的驱使下,当前有很多大学生在消费时存在着不合理、不健康、不文明的消费方式,针对这种状况我们要及时的教育大学生形成节约、环保、文明、健康、绿色、合理的消费方式。

(2) 强化思政教育载体建设,丰富教育引导方式

① 加快高校创新,强化思想政治教育载体建设。

思想政治教育的载体是承载和传导思想政治教育信息、联结思想政治教育者与受教育者的中介。它既可以是语言文字、实践活动,也可以是一定的文化、管理等。^②科技的进步提升了高校思想政治教育的现代性,但仍有一些高校的思政教育者理念落后,跟不上学生的发展节奏,缺乏亲和力和与学生的有效沟通,或者是在教学过程中采用的教育载体单一,方式呆板,缺乏对于学生的吸引力和针对性。时代的发展增强了思想政治教育载体的多样性,媒体的传播突破了思想政治教育方法的局限性,因此,高校思想政治教育必须根据时代的发展要求因时而进、因势而新,充分利用互联网技术,推动创设

^① 卢嘉瑞.消费教育[M].北京:人民出版社,2005:80.

^② 陈万柏,张耀灿.思想政治教育学原理[M].北京:高等教育出版社,2016:18-21.

鲜活有力的高校思想政治教育新载体。

一利用各种校园媒介和团体，营造良好的校园消费文化氛围。高校要做好校园媒体建设，可以建立专门的消费教育专题网站，做好对国内外重大新闻时事的报道更新，增强同学们对于国情世情的了解，意识到自身肩负的建设社会主义现代化国家的重任，从而自觉将自身的发展与国家和社会的发展联系起来，将自己的时间、金钱和精力花在有用的地方，做一名文明的消费者。还要遵循以人为本的原则，适应当代高校大学生的特点，用大学生感兴趣的语言和方式，利用好微信、微博等各种网络设区在大学生中形成一种“微文化”，形成大学生对于消费观、价值观、爱国主义等的关注和话题讨论，营造良好的校园文化。

二适应时代发展，高校教师要转变教学思维和教学模式，运用“互联网+”的教学模式，将信息技术与思政课堂进行有机融和。通过互联网的丰富资源，教师可以采用纪录片、图片等更为灵活、直观的方式为同学们展示消费主义对于人类社会所造成的负面影响，从而自觉的认识到自己在消费行为中存在的错误并进行及时改正。而且互联网时代，每个大学生都至少拥有一种网络社交移动工具，“互联网+”的教学模式不仅打破了传统教学中时间地点的限制，通过网络平台进行平等发言的交流方式还实现了教师从单向知识灌输到师生双向互动的教学方式转变，为教师随时随地倾听大学生心声，为大学生释疑解惑，引导其形成正确合理的消费观提供了便利条件。

三高校要创新载体建设、积极开发网络载体，利用好各种自媒体工具加强思想政治教育的网络舆论引导力。随着网络和移动终端的快速发展，自媒体凭借其便捷交互，平等平民化等特点成为当代大学生获取信息，进行人际交往的主要平台，为开展大学生思想政治教育开辟了新途径。但是，网络的开放性也使大学生的思想政治教育遇到了很多挑战，网络信息的冗余和良莠不齐，很容易构成大学生形成正确消费观和价值观的阻碍。因此，高校教师应该加强对于现代网络的掌握和自媒体载体的研发力度，利用自媒体的特点、功能及运行规律，寻找到承载和传导思想政治教育内容的最有效途径，增强思想政治教育的网络引导力。

②创造有效性条件，丰富消费观教育引导方式

消费和消费观都是具有社会历史性特点的概念，决定了大学生的消费观教育也不是一成不变的，必须随着社会的发展以及生活实践对大学生提出的要求来做出相应调整，并通过大学生在现实中的消费实践表现来对消费观教育的成果进行检验。因此，对于这样一个具有强烈现实针对性与实践性的问题，纯粹的理论性教育根本无法达到理想的教育效果，必须尽可能的为大学生的消费观教育创造有效实践条件，通过多种引导方

式使大学生形成正确的消费观。

一以体验性的教育活动为平台,使大学生通过切身实践自发的形成正确的消费观念。比如可以利用大学生“三下乡”和“四进社区”等社会实践活动,对大学生进行劳动教育,让大学生知道工作劳动的艰辛,美好生活的来之不易,在体悟自身生活和农村生活的差距中改变自身的奢侈浪费行为,这种实地调查的实践活动还能够增强大学生对于国情社情的了解,增强大学生的社会责任感,自觉使自己的消费向符合我国的实际经济发展和消费情况靠拢。还可以带领同学们参观某些工厂,了解商品的制作成本以及生产加工过程,增加消费知识,也能亲身体会到商品加工过程中对于环境的破坏和污染性,自觉形成绿色环保的消费意识。

二思想政治教育教师要提高自我素质,丰富教学方式,引导同学们加强对于消费观教育的学习和重视。例如思政课教师可以以课下作业的方式使同学们通过调查附近的商店情况,了解商品的价格和质量、商品生产来源以及生产商品耗费的资源,帮助同学们学会如何有计划、有选择地购买商品,避免浪费,也提高同学们对于环境保护和节约资源的重要性认识。思政课教师也可以设置一些增强大学生主体体验性和参与性的活动课程,通过一些生活中的常见场景或者新闻中报道的、与大学生切身利益相关的典型案例设置情境再现,使大学生进行角色体验、换位体验或者移情体验。

三鼓励大学生将消费观教育的理论运用到实践中,在实践中积累消费经验,检验和继续发展自己的消费观教育成果。只有将大学生的消费理论知识和社会实践结合起来,才能让大学生实实在在的感受到理财知识和科学的消费观为其在现实生活中所带来的益处。因此,高校应该加强大学生个人理财和消费观教育的社会实践性,在不影响学业的情况下,鼓励大学生通过各种形式参与社会实践活动,比如开展相关理财知识竞赛,鼓励大学生自主创业等,有了创造的成就感和更深的社会实践体验,大学生才会更加体会到理财的意义。

(3) 建立学校-家庭-社会的共同教育联动机制

学校是对大学生进行思想政治教育的主阵地,社会是保证大学生思想政治教育正常进行的总依托,家庭则在思想政治教育过程中起着重要的辅助和补充作用,学校、家庭和社会分别在引导大学生形成科学消费观的过程中发挥着独一无二的作用。根据马克思主义整体大于部分之和的系统论观点,为了提高教育成果的实效性,应该由高校主动牵头,各方踊跃配合,建立起学校-家庭-社会的消费观教育联动机制,共同促进对于大学生的消费观教育。

首先,要加强学校和家庭之间的联系。通常在大学生进入大学以前,学校和学生家

庭之间的联系较为紧密,学校老师会以家长会的形式定期向家长汇报学生在学校里的整体表现情况,但在大学生进入大学以后,由于家长和老师都认为进入成年的大学生,有能力也有责任为自己的行为负责而放松了对于大学生的关注,也缺乏了相互之间的交流和沟通。然而,大学生虽然已经在法律和生理上达到了成年人的标准,但心智尚未发育成熟,对社会的认识程度有限,仍然需要老师和家长的教育和经验性的指导,尤其是对于大学生消费观教育这项工作,由于大学生自身经济地位的特殊性,他们的消费行为与自身家庭之间有着格外密切的联系,思想政治教育者只有加强与大学生父母的交流沟通,才能准确把握大学生的真实经济情况,及时的从大学生的日常消费行为中发现问题,找出大学生在思想观念上出现不和谐旋律的原因。在有关大学生校园贷的众多恶性事件中,如果学校和家长之间能够趁早加强沟通和联系,那么有很多问题也许就能够被及时的发现解决,很多无力还债或者隐私被泄漏的大学生也就不会因为过于绝望而自杀了。

其次,要加强学校和社会之间的联系。高校对于大学生消费观的教育态度是由高校的社会定位和教育地位决定的,当前社会对于高校的定位主要集中在科研上,对高校的教育定位则是培养高级人才。^①这直接导致了高校在对大学生的消费观进行培养和引导时习惯从科研角度出发,通过建立大学生消费观的模型,对大学生消费观的结构、影响因素和发展规律进行研究总结,再利用这些理论对大学生进行教学指导。但这样的教学方式既枯燥呆板,缺乏对于大学生的吸引力,又片面空泛,难以取得良好的学习效果。因此,高校大学生的消费观教育必须采用实践与理论相结合的方式,增强学校和社会的联系,充分利用各种社会资源,引导大学生树立正确的消费观。比如学校可以采用“走出去”的方法,联合学校与一些校外机构合作,开展社会实践活动或者参观一些红色教育基地,让学生在实践中感悟美好生活的来之不易;学校还可以采用“引进来”的方法,邀请社会上一些优秀的企业家或当地消费者协会的会员等,请他们以报告或演讲的方式为同学们现身说法,使同学们更加深切的体会到树立正确消费观的内在价值。

3. 充分发挥家庭教育的潜移默化作用

(1) 家庭应注重家风建设,形成勤俭节约的优良家风

“家风”在我国的历史由来已久,经历了时代的发展和变革后,现代社会将家风定义为“一个家庭在世世代代的繁衍过程中,逐步形成的较为稳定的生活方式、生活作风、传统习惯,以及待人接物、为人处世之道等,其核心内容是一个家庭在思想意识方面的传统。”^②十八大以来,习近平总书记曾多次发表有关家风问题的重要讲话,他说:“优

^① 张林. 消费主义思潮下大学生消费观培育研究[D]. 锦州:辽宁工业大学,2016:23.

^② 闫旭蕾,杨萍.家庭教育新论[M].北京:北京大学出版社,2012.

秀家风的传承与建设同国家和民族的前途命运紧密相连。家庭作为构成社会整体的基本单位，家庭和睦则社会安定，家庭幸福则社会祥和，家庭文明则社会文明”。^①可见，家风是决定一个家庭是否具有良好家庭教育的关键，好的家风可以培养出人格健全、品行优良的人才来为国家和社会服务，不良的家风也可以培养出品行不端的人贻害社会。家风具有的思想引领作用，能够帮助大学生形成正确的价值观，成为大学生消费观教育的合力；家风具有的行为养成实践功能，能够使大学生的消费观教育变得更加形象、生动，更加贴近生活、贴近具体；优良的家风能够为大学生的消费观教育营造一个有益的家庭氛围，使大学生在潜移默化中主动形成良好的道德行为规范。它以其时代性、实践性、传承性、渗透性的特征，以及其价值引导与教育功能成为了家庭中展开思想政治教育的微观场域，是连接个人与社会，家庭与社会之间的重要桥梁。因此，家风建设对于大学生的消费观教育至关重要，每个家庭都应该注重形成勤俭节约的优良家风，促进大学生形成科学合理的消费观。

利用家风建设促进大学生形成正确的消费观教育，首先要充分挖掘传统文化中的优秀家风资源，取其精华，弃其糟粕，然后对其进行创造性的转化，使其符合现代化的发展要求。无论社会发展到何种程度，“仁义礼智信”和“勤俭节约、艰苦奋斗”这类美好品质永远都是我们应该教于后人、传于后世的精义。其次，家风是一种无形的思想文化，通常以家规、家训、家书的形式呈现出来，因此要想通过家风引导大学生形成科学的消费观，就必须做好家风的载体建设。比如明确在家规和家训中提出对家庭成员的劝诫，规定不可浪费、不可骄奢，或者利用微信或短信的方式来代替古时候的家书，以一种亲情的方式对大学生进行循循善诱，使大学生在无形中接受父母的思想引导。最后，家长作为家风的上任传承者，应该在日常生活中对大学生表现出来“知行合一”严格按照家风的标准和要求规范自己的行为，增强家庭教育的说服力，也为大学生学习如何将家风与现实生活相结合起到榜样示范的作用。

（2）家长应以身作则，切实起到榜样示范的作用

家长作为孩子在世界上最亲近和最信任的人，他们的一举一动都对孩子产生着巨大的影响。在日常生活中，子女常常会不由自主的模仿家长的言行，向父母具有的世界观、人生观和价值观靠拢，如果家长在消费生活中常常挥霍无度、不加节制，那么他的子女在消费上也一定是奢侈浪费的，如果家长勤俭节约，善于理财，那么他的子女也一定能合理的安排好自己的消费支出。因此，家长一定要先规范自己的消费行为，树立正确的

^① 习近平.在会见第一届全国文明家庭代表时的讲话[N].人民日报,2016.12.16.

消费观,这样才能以身作则,对大学生切实起到榜样示范的作用。

首先,家长应该以身作则,树立正确的消费观。观念是行动的先导,家长只有内心形成正确的消费观,才能够保证自己避免在现实生活中受到来自外界环境的诱惑,做出正确的消费行为和消费选择,为大学生树立良好的学习榜样。其次,家长应该加强自律,始终在消费活动中保持良好的消费习惯,确保消费行为的正当性、合法性和合理性,根据自己的实际消费能力和消费需求,实事求是的进行消费,避免出现炫耀性消费或者奢侈性消费的非理性消费行为,做到只买对的不买贵的。其实在现实生活中,有很多家长都是一边教育自己的孩子什么是正确的消费观和消费行为,一边在实际消费生活中明知故犯,放纵自己的欲望,进行非理性的消费行为,因此并不能起到对孩子有效的教育效果。行动比语言更有说服力,家长的以身作则就是孩子最好的教学示范,家长们应该加强自己的自控能力,始终在生活中保持良好的消费行为和消费习惯,用自身的实际行动树立大学生学习的榜样,早日帮助大学生树立起正确的消费观念。最后,家长应与时俱进,不断提高自己的消费素质,为孩子做出榜样。时代在进步,现代社会对人们提出了更高的发展要求,为了适应社会的发展节奏和社会需要,人们需要接受更多的教育,掌握更多的社会生存技能。在消费方面也是如此,家长自身必须也要适应现代的社会发展,与时俱进,提高自己的消费素质,比如有些家长需要转变一下自己的消费观念,不能只在物质消费上大方而在精神消费上吝啬,不能只对孩子大方而对自己吝啬,应该也要关切自身的全面发展。家长的理财能力就是孩子的财商基础,家长还应及时掌握最新的理财知识和理财信息,不断提高自己的理财能力,熟知与日常生活联系紧密的,与消费相关的法律法规,这样才有能力和底气为大学生传授消费相关方面的经验和知识,做大学生消费观学习的榜样。

(3) 家长需爱之有道,为大学生提供合理财物

在现实中有许多家长常常喜欢用金钱和物质的方式来表达自己对于孩子的爱,但是这样的方式实在是害多于益。孩子的玩心重而专注力弱,过于丰富的物质和快乐性刺激会消耗孩子的精力和注意力,使孩子不愿意专心学习;可能会给孩子留下爱是用金钱和物质来衡量的印象,使孩子亲情淡漠,趋向拜金主义;还可能会使孩子从小就习惯和依赖于父母的财物,没有具体的消费观念和没有任何的理财意识,长大以后也离不开父母的养育,成为“啃老族”。“父母之爱子,则为之计深远。”^①世事多变,孩子迟早要长大,独立生活,而父母也会年老体衰,不可能永远将孩子圈在自己的羽翼之下,再多

^① 刘向《战国策·赵策》

的金钱和财物，缺乏正确的消费观和科学的理财知识，迟早都会坐吃山空。因此，家长应该爱之有道，注重于培养大学生自强自立自理的能力，这才是能够使大学生实现财富自由，立足于社会的根本之道。

再者，虽然大学生在法律上已经是一个独立的成年人，且大部分时间都待在学校，但是家长依然应该对大学生的消费生活进行监督和管理，纠正大学生消费生活上的不良陋习，合理支配金钱。首先，在大学生刚入学时，家长应该尽量抽出时间至少去一次大学生的所在大学，了解大学生将要生活的环境，根据当地的经济发展情况和生活成本预估大学生每个月需要的基本生活费用，给大学生金额合理的生活费；其次，除了学习，大学生也有着丰富的课外生活，因此家长应酌情为大学生提供适量的金钱来供大学生自由支配，锻炼大学生的理财能力，但必须要求大学生要做好消费计划，记录自己的开支，定期总结自己的消费心得与家长进行交流；最后，从法律上来说，大学生已经是成年人，父母虽然继续为大学生提供生活费和学费，帮助大学生完成学业，但必须让大学生意识到与自己的年龄相匹配的，自己应该承担的责任与义务，不能永远理所应当的接受来自父母的物质和金钱支持，而应该好好学习，提高自己的能力，早日实现财物自由来减轻父母的负担。因此，家长可以多鼓励孩子在不耽误学业的情况下进行勤工俭学和参加社会实践，使大学生在体悟工作的辛劳时，感受到钱财的来之不易。

4. 加强大学生主体的自我教育能力

（1）提高大学生的认知判断能力和价值追求

价值观是一种评价性的认识，它与知识性的认识一样，存在着正确与错误之分，正确的价值观是反映了人与人、人与自然、人与社会之间，具有普遍性和必然性的价值联系，并且被实践证明了的，可以对人们的社会实践产生长远、深刻、积极影响的价值观，被称为科学的价值观。^①有什么样的价值观就有什么样的消费观，消费观作为价值观的一部分，只有具有正确的价值观，才能够保证消费观的科学合理。在当前社会转型过程中，大学生群体在一定程度上存在着价值观危机，除了社会环境等客观因素外，认知判断能力的缺失也是导致大学生价值观出现危机的重要原因。对相关真理的认识和把握是价值观形成的基础和前提，只有当人的认知能力和思维水平上升到一定高度时，才能深刻的意识到个体存在的社会性、现实性和历史性，才能认识到个人处于自然和社会中的责任和义务，做出正确而有效的价值判断和选择。在认知能力发展成熟之前，人的价值判断只能依据外在的规则和权威，难以形成稳定的价值原则和主体自觉性，采取合乎理

^① 黄颖娜. 论价值观教育与青年健康心理人格的塑造[D].北京:清华大学,2015:88.

性和社会发展要求的行为和选择，这也是大学生群体极易在消费中受到外界的诱导，做出冲动和不理性行为的最根本原因。大学生虽然已经在年龄上步入成年人的行列，但事实上他们只是在生理上接近成熟，而心理上还显得十分稚嫩。囿于其学生身份，他们的生活方式和环境其实非常片面和单纯，远远不能接触到社会的全貌，也就大大限制了其认知的发展，因而此时他们的价值观是及其不稳定的，会逐渐在他们从大学走向社会的过程中，随着视野的扩展和认知能力的提升而不断发生改变。

另一方面，除了认知能力，情感因素被认为人们在进行道德选择确立价值观时同样发挥了重要的作用和功能。心理学家霍夫曼曾提出，“移情”和“判断”均属道德的核心要素，其中移情先于判断而发生，并在复杂的道德选择中发挥建设性作用。^①道德选择并非完全基于理性认知，相反是以情感传递为基础的，而情感又是通过有关对错、是非、正义与不正义的直觉表现出来的，所以绝大多数道德选择都是情感直觉的产物。^②人在特定价值观支配下所做出的情感抉择就是价值追求，是价值观的外在表现。一个持有功利主义或者拜金主义价值观的人，必然会表现的自私冷漠，将金钱和权利作为自己的价值追求；一个具有正直和奉献精神价值观的人，必然会表现的真诚热心，将修身和利他作为自己的价值追求。对事物的正确认识和深刻理解构成了价值观形成的理性基础，情感则是使人作出符合道德选择，确立正确价值观的内在驱动力。因此，我们必须采取有效措施，帮助大学生提高自己的认知判断能力和价值追求，为其形成正确的价值观创造条件。

帮助大学生提高自己的认知判断能力，树立正确的理想和价值追求，首先，要帮助大学生正确的认识自我与社会的辩证关系，将价值观主体和人民主体的利益相结合。马克思的历史唯物主义认为，“哲学家们想像为‘实体’和‘人的本质’的东西的现实基础是每个个人和每一代人当作现成的东西承受下来的生产力、资金和社会交往形式的总和”。^③个人的实践活动不是孤立的，每个人都是社会存在的一部分，通过实践在与社会 and 他人发生联系的过程中获得发展。因此个体的存在和需求是建立在社会的存在和发展基础上的，而社会的存在和发展又源于每个个体的实践活动，人们只有厘清自我与社会之间的辩证关系，才能够形成正确的集体观和价值观。其次，以认知为基础充分发挥大学生的主体性，增强大学生对于国情和世情的了解。作为一名在校大学生，我们一定

^① Hoffman, M. L. Empathy and moral development: Implications for caring and justice[M]. New York: Cambridge University Press, 2000.

^② Haidt, J. The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment[J]. Psychological Review, 2001, 108(4).

^③ 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集第3卷[M]. 北京: 人民出版社, 1960: 43.

要时常具有使命感,牢记自己的责任和义务,主动全面了解祖国的历史文化和现实发展状况,以优秀文化引导树立自己的价值追求,用德性指引自己的感性,保持清醒的头脑,使正确的理性认识与自己的情感意志相协调,避免在价值观层面出现错误。最后,大学生应该将正确的价值目标与社会实践相结合,尤其是消费实践。实践作为人存在方式的同时,也使人在实践过程中得到升华和发展,引导大学生将正确的价值目标与实践相结合,既有利于锻炼大学生个体行为的自主性,也有利于使大学生在实践中培养和提高自己的审美情趣,远离低俗化、物质化的消费。

(2) 引导大学生形成自觉矫正消费观偏差的自我调控机制

思想政治教育工作必须坚持教育与自我教育相结合的原则,既要发挥思想政治教育的引导作用,又要充分调动起大学生的积极性,使大学生在实践中主动进行自我批评、自我教育的反馈。大学生是否能够树立科学的消费观,最终还是取决于大学生自身能否将科学的消费观念内化于心,外化于行,并且在消费实践过程中对自我的消费行为进行客观评价,从而克服自身的不良消费习惯。因此,在帮助大学生形成正确消费观的过程中,我们一定要坚持教育与自我教育相结合的原则,帮助大学生形成自觉矫正消费观偏差的自我调控机制,促成大学生科学消费观的自我养成。

首先,我们要引导大学生建立个体道德自觉机制,增强大学生的自律性以及责任意识。随着科技的发展和网络的普及,使大学生的日常可活动空间得到了前所未有的拓展,丰富了新时代大学生物质生活和精神生活的同时,也为其正确消费观的形成增添了更多的不稳定因素。来自世界各地琳琅满目的商品,无孔不入的商业媒体,五花八门的广告宣传,以及来自不同国家良莠不齐的多元文化等等,这些外界因素充斥了大学生日常生活的各个角落,诱惑着他们本就不够坚定的心灵。因此,为了使大学生能够自觉的抵御诱惑,避免不良消费行为,必须对大学生进行循循善诱,以八荣八耻的内容唤起大学生的是非观和荣辱感,增强大学生的责任意识,使大学生在在内心建立起自我约束的个体道德自觉机制,用心中的“法度”克制自己的欲望,理性的从他律转化为自律。

其次,引导大学生对自己的消费实力进行理性评估,将自我有效认知与发展实践相结合。大学生要正确认识自己的消费实力和消费需要,作为一名在校的学生,还不具备独立的经济收入能力,仍然需要依靠父母提供生活来源,因此在消费时更应该审慎适度和有计划性,而不应因自己的虚荣心或者好奇心而挥霍浪费。并且,当前大学生的主要任务还是学习科学文化,提高自己的专业技能,适度的课外文化消费确实能够扩展大学生的眼界,不过太过丰富,就会喧宾夺主,影响大学生的正常学习。

最后,充分发挥大学生的主体性,加深大学生对于科学消费观的理解和认同。要使

大学生自觉形成矫正消费观偏差的自我调控机制，必须先让大学生明白什么才是科学的消费观，提高对于科学消费观的认同。科学的消费观首先一定是符合大学生身份的消费观，根据大学生的经济水平和在社会中扮演的身份角色，大学生的消费重点应该主要放在发展和提高自身素质方面，勤俭节约，适度消费。另外，作为社会中的重要组成部分，大学生还应该在消费中履行社会公民的责任和义务，坚持符合社会 and 他人利益的绿色和可持续性消费观。

（3）增强大学生的理财能力及财商水平

经济基础决定上层建筑，财富自由是一个人在社会中立足和发展的根本，随着市场经济的深入发展和社会竞争的日益激烈，一个人的理财能力变得越来越重要。尤其是对于处在人生发展重要时期大学生而言，能否具备良好的财务管理能力，可以深刻的影响到他们未来的社会生存和竞争能力，而且理财教育的重要性还体现在财富行为不仅关系到经济行为，还关系到一个人的道德行为。因此，我们要重视对于大学生理财能力的培养，提高大学生的财商水平。

首先，大学生应该养成制定财务计划的习惯，合理分配自己的消费结构，这不仅能够减少大学生消费的盲目性，减少不必要的浪费，而且能够抑制大学生的过度消费和超前化消费行为，促进大学生养成健康消费习惯的同时，也能够保障大学生平衡好生活和学习，顺利的完成学业。对于大学生而言，在制定消费计划时要主要需注意对两个方面的保障，一是生活方面的保障，二是学习发展的保障。对于生活方面，大学生要学会对满足自己日常基本生活需要的消费进行评估，预留足够的资金来维持其生活、学习的正常进行。学习发展则是为了保证大学生未来的生存需要，是大学生通过对自身能力、兴趣、社会要求、家庭等综合条件的考量而对未来职业的预期判断在大学期间所作的准备，这可能就需要相应的学费、考试费、材料费、人际交流费等资金支持。与制定生活消费计划所不同的是，学习发展的消费还涉及到投入与产出的性价比问题，因此同学们在制定计划时一定要认真思考，慎重决定，必要时可以向相关的专业人员请教，以确保制定出符合自身实际情况的发展计划。

其次，大学生还应该养成良好的记账习惯，记录自己的日常开支。移动支付方式让人们的消费生活变得更加方便快捷，但同时人们也发现，这种无现金的支付方式普及后，钱似乎花的越来越快了，数字化的支付方式让花钱失去了实感，消费好像只是一串数字的变化，直到余额变得让人触目惊心。因此，养成良好的记账习惯，记录自己的日常开支对于个人的财务管理来说变得非常重要。它不仅可以帮助大学生了解自己的真实消费情况，及时的发现自己在消费中存在的问题并进行纠正，这些资金流动记录还可以成为

大学生进行财务管理和理财分析的信息资料，帮助大学生做好个人的收支管理，进行资金的优化配置，制定合理的消费计划。

最后，大学生应该主动掌握一定的金融知识，做一名学习型的消费者，提高自己的财商水平。财商是指一个人认识和驾驭金钱运动规律的能力，核心内容就是要熟练地掌握各方面的理财知识，具备高水平的理财能力，并在理财知识和技能的基础上形成良好的、合理的消费观。^①财商不是天生的，必须通过后天的教育才能获得，大学生财商教育主要包括两方面的内容，一是通过理论学习使大学生掌握一定的经济和金融知识来培养其理财意识，提高大学生的理财技能；二是通过各种渠道和方式使大学生形成正确合理的消费观。国外从小就很注重对于孩子理财能力和财商素质的培养，它被视为衡量成功的重要因素，是一个人在经济社会中的重要生存能力。因此，提高大学生的财商水平，增强他们的理财投资能力并形成正确的消费观，有助于大学生充分利用自己的物质资源，在激烈的社会竞争中获得优势。

^① 高翠田, 财商教育视角下 90 后大学生消费观教育研究[D], 山东: 山东大学, 2013:14.

结 语

新时代有着新的发展机遇，也面临着更多新的问题，亟待人们去发现、研究并解决。在中国特色社会主义进入新时代后，我国的经济发展也进入到了一个新的阶段，以消费为主要动力的可持续性发展是我国未来经济发展的必然趋势，也是适应了我国当前社会主要矛盾变化和发展目标的客观要求。理念是实践的先导，习近平总书记提出的五大发展新理念和供给侧结构性改革等措施既契合了当前群众对于美好生活的需求，也促进了我国消费经济的转型升级。作为一名马克思主义思想政治教育者，面对正悄然到来的消费时代，我们理应从思想观念入手，更准确的说，是从消费观入手，探究在科技渗透生活，多元文化交织，物质极大充裕的条件下，人们消费观念上出现的新变化，存在的新问题，塑造人们对于美好生活的正确认识和价值追求。尤其是作为民族之未来，祖国之希望的大学生，他们是时代的先行者，其消费观和消费行为不仅具有一定的典型性和代表性，而且会在人群中发挥带头和示范效应，影响力极大。因此，本文以新时代大学生的消费观为研究主题，探究当代大学生的消费观现状及其存在的问题，提出优化路径，以帮助其形成与新时代我国特色社会主义发展相适应的科学消费观。

本文运用了文献研究和问卷调查等综合分析方法，对国内外有关消费以及大学生消费方面的内容进行了梳理，并以河南省省会郑州地区的 1075 名在校大学生作为调查对象，进行了实证调研。经过研究分析发现：新时代大学生依然能够秉承着中华民族勤俭节约的传统美德，理性的以自己的实际现实需要作为首要消费动机，但由于多种原因，在新时代大学生中也存在着盲目性消费、享受性消费、符号化消费以及超前消费等现象，为了纠正和改变这些既存的不良消费事实，引导新时代大学生形成绿色、勤俭节约、合理正义、全面发展的科学消费观，既需要发挥大学生自身的主动性和创造性，提高大学生的认知判断能力和价值追求，引导大学生形成自觉矫正消费观偏差的自我调控机制，增强和提高其理财能力和财商水平，也需要政府、高校、家庭的共同努力，为大学生的消费观引导创造一个良好、全方位的教育环境。政府应注重有关科学消费文化的建设和宣传，加强对于各界大众媒体的引导和监督，健全网络消费平台的法制和安全建设；高校应完善思想政治工作中消费观教育的相关内容，强化思政教育载体建设，丰富教育引导方式，建立学校-家庭-社会的共同教育联动机制；家庭则应该充分发挥其潜移默化的教育优势，形成勤俭节约的良好家风，家长要提高自我理财素质，爱之有道，为大学生提供合理财物的同时切实起到榜样示范的作用。

在研究过程中，由于跨学科研究的原因，对于部分问题的研究可能不够深入，看法也不够专业，因而仍存在较大的探索空间。比如在关于健全网络消费平台的法制和安全体系方面，可能会因为缺乏专业的网络信息技术知识而导致认知不足，难以提出技术含量更高更具体的管控措施；此外，我国地域广阔，地区经济发展水平的不均衡很可能导致不同地域的大学生对于消费的态度大相径庭，所以在引导措施上也需要根据具体情况而定，因地制宜，因人而异，做出相应调整。

发展是社会的主旋律，年轻与新生事物之间的碰撞也一定会继续下去。大学生的消费观研究是一个具有时代性的命题，5G 的大规模投入和 AI 技术的发展一定会在未来的消费市场掀起一场变革，而这种变革也将会是研究者的挑战，比如近几年刚刚流行起来的一种新型消费方式——“沉浸式体验消费”，它虽然是一种精神消费，但对于不同的人而言收获却是不同的，在商家为顾客专门打造甚至是私人订制的沉浸式体验空间里，有的人得到的只是快感，有的人则从中获得了人生的感悟和精神上的升华，因此这种消费究竟是属于有意义的精神性消费还是纯粹的娱乐消费？我们该以何种态度来对待这种特殊的消费方式？未来可期，任重而道远，希望此次的研究能够为后续研究者们提供一些启发，我亦会与上述研究者们一起，齐头并进，致力于为高校大学生的消费观教育提出更多丰赡和深刻的建议。

参考文献

一、中文著作

- [1] 习近平谈治国理政[M]. 北京:外文出版社, 2014.
- [2] 中共中央宣传部. 习近平总书记系列重要讲话读本[M]. 北京: 人民出版社, 2016.
- [3] 中共中央宣传部. 习近平新时代中国特色社会主义思想三十讲[M]. 北京: 学习出版社, 2018.
- [4] 《党的十九大报告》编写组. 党的十九大报告辅导读本[M]. 北京: 人民出版社, 2017.
- [5] 马克思恩格斯全集:第 20 卷[M]. 北京: 人民出版社, 1972.
- [6] 马克思恩格斯全集:第 42 卷[M]. 北京: 人民出版社, 1979.
- [7] 马克思恩格斯全集:第 23 卷[M]. 北京: 人民出版社, 1979.
- [8] 马克思恩格斯全集:第 12 卷[M]. 北京: 人民出版社, 1979.
- [9] 马克思恩格斯全集:第 3 卷[M]. 北京: 人民出版社, 2002.
- [10] 马克思恩格斯文集:第 2 卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009.
- [11] 毛泽东文集:第 7 卷[M]. 北京:人民出版社, 1999.
- [12] 毛泽东选集:第 1 卷[M]. 北京:人民出版社, 1991.
- [13] 邓小平文选:第 2 卷[M]. 北京:人民出版社, 1994.
- [14] 中共中央文献研究室. 毛泽东文集[M]. 北京: 人民出版社, 1999.
- [15] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译:《1844 年经济学哲学手稿》[M] 北京: 人民出版社, 2000.
- [16] 《思想政治教育原理》编写组. 思想政治教育原理[M]. 北京:高等教育出版社, 2016.
- [17] 赵长太. 马克思的需要理论及其当代意义[M]. 郑州: 河南人民出版社, 2008.
- [18] 郑红娥. 社会转型与消费革命中国城市消费观念的变迁[M]. 北京: 北京大学出版社, 2006.
- [19] 欧阳卫民, 《中国消费经济思想史》[M], 北京: 中共中央党校出版社, 1994. 3.
- [20] 陈新岗, 古代中国消费思想史[M], 北京: 兵器工业出版社, 2005.
- [21] 尹世杰. 社会主义消费经济学[M]. 上海:上海人民出版社, 1983.
- [22] 尹世杰. 消费文化学[M]. 湖北人民出版社, 2002, 6.

- [23] 卢嘉瑞, 吕志敏. 消费教育[M]. 北京: 人民出版社, 2005.
- [24] 王宁. 消费社会学(第2版)[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2011-7.
- [25] 胡寄窗, 《中国经济思想史简编》[M], 上海: 立信会计出版社, 1997.
- [26] 杨魁. 消费文化——从现代到后现代[M]. 四川: 四川社会科学出版社, 2003.
- [27] 杨淑萍. 费文化背景下青少年价值观研究[M]. 北京: 中央编译出版社, 2015.
- [28] 田芯. 中国社会可持续发展的消费伦理研究[M]. 东北财经大学出版社, 2016.
- [29] 余谋昌. 生态伦理学——从伦理走向实践[M]. 北京: 首都师范大学出版社, 1997: 30-43.
- [30] 何小青. 消费伦理研究[M]. 上海: 上海三联书店, 2007: 3-4.
- [31] 《论语·学而》
- [32] 《论语·颜渊》
- [33] 《论语·述而》
- [34] 《孟子·滕文公上》
- [35] 《孟子·梁惠王上》
- [36] 《荀子·富国》
- [37] 《墨子·辞过》
- [38] 《墨子·节用》
- [39] 《管子·侈靡》
- [40] 《韩非子·难一》

二、外文译著

- [1] [英] 汤林森. 文化帝国主义[M]. 冯建三, 译. 上海: 上海人民出版社, 1996: 6.
- [2] [英] 迈克·费瑟斯通. 刘精明译. 消费文化与后现代主义[M]. 南京: 译林出版社, 2000.
- [3] [英] 丹尼尔·米勒. 费文明. 朱晓宁译. 物质文化与大众消费[M]. 南京: 江苏美术出版社, 2010.
- [4] [英] 齐格蒙特·鲍曼. 仇子明. 李兰译. 工作、消费、新穷人[M]. 长春: 吉林出版集团有限责任公司, 2010.
- [5] [德] 奥尔格·西美尔. 费勇译. 时尚的哲学[M]. 北京: 文化艺术出版社, 2001.

- [6][法]让·鲍德里亚.刘成富译.消费社会[M].南京:南京大学出版社,2001.
- [7][法]居伊·德波.王昭凤译.消费景观[M].南京:南京大学出版社,2007-5.
- [8][法]安德烈·高兹.彭姝玮译.资本主义,社会主义,生态学[M].北京:商务印书馆,2018-7.
- [9][美]凡勃伦.有闲阶级论[M].西安:陕西人民出版社,2011.
- [10][美]马尔库赛.单向度的人[M].上海:上海译文出版社,2000.
- [11][美]弗洛姆.健全的社会[M].孙恺译.贵阳:贵州人民出版社,1994.
- [12][美]本·阿格尔.西方马克思主义概论[M].北京:中国人民大学出版社,1991-7.
- [13][美]罗尔斯.正义论[M].北京:中国社会科学出版社,1988.
- [14][美]所罗门.消费心理学[M].北京:中国人民大学出版社,2013.
- [15][美]戴维·刘易斯(David Lewis),达恩瑞·布里格(Darren Bridger)著,新消费者理念[M].北京:机械工业出版社,2002.
- [16][美]提勃尔·西托夫斯基.无快乐的经济[M].北京:中国人民大学出版社,2008-5.

三、中文文献

- [1]吴婧.毛泽东、邓小平消费思想初探[J].科技信息,2009(30):473+476.
- [2]章婵丽,许晓菁,付键.当代大学生消费观的问题与对策研究[J].湖北经济学院学报(人文社会科学版).2014(12).
- [3]张婵香.大学生消费观存在不良倾向的原因分析及对策[J].兴义民族师范学院学报.2014(2).
- [4]陆浩东.从西方国家的消费教育看我国对大学生信息消费教育的引导[J].图书馆建设,2014(08):86-90.
- [5]石庆新.以社会主义核心价值观引领大学生消费观探讨[J].教育探索.2014(06).
- [6]曲涛.“90后”大学生消费状况调查与对策路径研究[J].环球人文地理,2014,10:122.
- [7]张敏.消费时代和富裕社会德育的对策[J].经济与社会发展,2014,12(04):81-83.
- [8]文启湘.消费经济理论与实践回顾和展望的若干思考[J].消费经济,2014,30(05):83-85.
- [9]孙倩倩.当代大学生的消费观调查与分析[J].北京城市学院学报,2015(3).0
- [10]曾薇.中国化马克思主义消费思想的历史演进[J].东北大学学报(社会科学版),2015,17(01):93-98.
- [11]程毅,赵菡.大学生的消费与认同建构——基于家庭收入水平差异的比较分析[J].

- 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2015, 32(01):87-96.
- [12] 郑利鹏, 王丽丽. 美丽中国视野下公民绿色化消费观——消费正义观的培育论析[J]. 六盘水师范学院学报, 2016, 28(01):24-27.
- [13] 魏星. 校园新媒体在大学生消费观教育中的作用探究[J]. 思想政治教育研究, 2016(4).
- [14] 郭晓旭. 从“裸贷”看消费主义的影响和应对之策——重建马克思主义科学的消费观[J]. 社科纵横, 2017, 32(04):35-38.
- [15] IBM 中国. 消费是新的宗教, 但是 26 亿 Z 世代青年好像有了新的教义[J]. 界面新闻, 2017(05).
- [16] 林伯海, 师晓娟. 家风的意蕴及其当代价值[J]. 思想政治教育研究, 2017, 33(05): 111-115.
- [17] 王芳. 毛泽东消费思想的三重维度[J]. 湖南科技大学学报(社会科学版), 2017, 20(03):22-28.
- [18] 刘芸. 关于大学生消费状况的调查分析[J]. 文化创新比较研究. 2018(10).
- [19] 李磊. 习近平的美好生活观论析[J]. 社会主义研究, 2018(01):1-8.
- [20] 洪银兴, 刘伟, 高培勇, 金碚, 闫坤, 高世楫, 李佐军. “习近平新时代中国特色社会主义思想”笔谈[J]. 中国社会科学, 2018(09):4-73+204-205.
- [21] 赵玲, 徐华伟. 中国特色社会主义新时代的消费合宜性论析[J]. 毛泽东邓小平理论研究, 2018(03):47-53+107.
- [22] 马光霞, 孙力. 美好生活追求的历史演进及内在逻辑——从科学社会主义发展的角度[J]. 党政研究, 2019(01):66-76.
- [23] 左伟尘. 习近平新时代人民美好生活重要论述的理想与现实意蕴[J]. 桂海论丛, 2018, 34(05):15-20.
- [24] 郑士鹏. 共享发展在新时代中国特色社会主义公平正义中的价值论析[J]. 广西社会主义学院学报, 2018, 29(03):20-24.
- [25] 张敏, Yang Fei. 佛系标签下的“90 后”青年价值观多维透析与塑造[J]. 当代青年研究, 2018(06):12-16.
- [26] 刘军. 超越消费主义, 树立科学消费观[J]. 人民论坛, 2019(29):115-117.
- [27] 杨晓英, 李茜. 新时期大学生消费观研究文献综述[J]. 改革与开放, 2019(05):62-66.
- [28] 龚天平, 王世兰. 习近平新时代中国特色社会主义经济思想中的经济伦理意蕴[J].

南海学刊, 2019, 5 (03) :6-16.

[29]周丽群. 习近平强流通促消费惠民生思想初探[J]. 商业经济研究, 2018 (20) :29-32.

[30]贺大兴, 周琳娜. 习近平新时代中国特色社会主义经济思想研究总述[J]. 经济研究参考, 2019 (10) :6-17.

[31]沈昊驹. 罗默的代际正义思想研究[J]. 中南财经政法大学学报, 2018 (04) :33-39+60.

[32]李娟, 考斯达斯·拉帕维查斯. 西方马克思主义消费主义批判的四重维度[J]. 海派经济学, 2019, 17 (02) :212-222.

[33]刘军. 超越消费主义, 树立科学消费观[J]. 人民论坛, 2019 (29) :115-117.

[34]韩丽颖. 高校立德树人需要遵循道德发展规律[J]. 东北师大学报(哲学社会科学版), 2019 (06) :36-42.

[35]杨晓英, 李茜. 新时期大学生消费观研究文献综述[J]. 改革与开放, 2019 (05) :62-66.

[36]刘召峰. 马克思拜物教批判的三重指向与历史性自觉[J]. 马克思主义研究, 2019 (04) :85-96+168.

四、外文文献

[1] Horáková, Monika., Consumer Behavior of College Students in the Czech Republic[J]. Journal of Competitiveness, Vol. 24, No. 75 (December 2016).

[2] Jeffrey Z., Barbara P., Spending Practices of College Students: Alcohol [J]. Proceedings for the Northeast Region Decision Sciences Institute, Vol. 8, No. 267 (August 2016).

[3]Min D , Ting-Ting S , Xiang-Peng L I , et al. Factor Analysis of Female College Students on Jean Consumption Demand[J]. Journal of Beijing Institute of Clothing Technology, 2016.

[4]Sæther Solbjørg Makalani Myrtveit, Knapstad Marit, Askeland Kristin Gärtner, Skogen Jens Christoffer. Alcohol consumption, life satisfaction and mental health among Norwegian college and university students. [J]. Addictive behaviors reports, 2019, 10.

五、中文论文

[1]林金凤. 大学生消费感性化研究[D]. 福建农林大学, 2010.

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

- [3] 谢红燕. 当代大学生消费观教育研究[D]. 重庆工商大学, 2013.
- [4] 高翠田. 财商教育视角下后大学生消费观教育研究. [D]. 山东: 山东大学, 2013.
- [5] 曾薇. 马克思消费思想及中国化研究[D]. 东北大学, 2014.
- [6] 朱岩. 节俭视域下大学生消费观教育研究[D]. 南京师范大学, 2014.
- [7] 张淑杰. “90 后”大学生消费观研究[D]. 成都: 西南石油大学, 2014.
- [8] 薛君. 思想政治教育视阈下的大学生消费观教育研究[D]. 南京财经大学, 2014.
- [9] 罗莹. 当代中国消费异化问题研究[D]. 吉林大学, 2015.
- [10] 穆子. 当代大学生网络消费观消费观教育研究[D]. 中国地质大学, 2015.
- [11] 王宇浩. 中国古代消费思想研究[D]. 山西财经大学, 2016.
- [12] 张林. 消费主义思潮下大学生消费观培育研究[D]. 辽宁工业大学, 2016.
- [13] 张晓君. 我国大学生绿色消费观培育问题研究[D]. 东北师范大学, 2016.
- [14] 陈凯. 90 后大学生消费观存在的问题及对策研究[D]. 武汉工程大学, 2017.
- [15] 牟冬梅. 家风: 思想政治教育的微观场域研究[D]. 东北师范大学, 2017.
- [16] 朱春萍. 大学生“裸贷”消费异化问题研究[D]. 山西财经大学, 2017.
- [17] 罗琪. 当代大学生消费观问题研究[D]. 浙江理工大学, 2017.
- [18] 贺晓琴. 中西主流消费文化观念溯源及其比较[D]. 兰州大学, 2017.
- [19] 赵一萍. 当代大学生消费异化的哲学思考[D]. 大连海事大学, 2017.
- [20] 罗琪. 当代大学生消费观问题研究——以杭州大学生为例[D]. 浙江理工大学, 2017.
- [21] 曹博. 当代大学生消费观研究[D]. 东北石油大学, 2017.
- [22] 袁益. 当代大学生网络消费异化现象研究[D]. 太原科技学, 2017.
- [23] 郑军. 马克思主义消费理论视域下的社会主义和谐消费观构建研究[D]. 曲阜师范大学, 2017.
- [24] 赵一萍. 当代大学生消费异化的哲学思考[D]. 大连海事大学, 2017.
- [25] 刘洁. 马克思人的需要理论及其当代价值意义[D]. 东华理工大学, 2017.
- [26] 赵季秋. 大学生消费观研究[D]. 辽宁师范大学, 2018.
- [27] 杨特. 消费主义思潮下大学生消费观研究[D]. 山西师范大学, 2018.
- [28] 肖楠. 从校园贷视角研究当代大学生消费观[D]. 沈阳: 沈阳工业大学, 2018.
- [29] 肖楠. 从校园贷视角研究当代大学生消费观[D]. 沈阳工业大学, 2018.
- [30] 明朗. 陕西高校大学生消费观研究[D]. 西安建筑科技大学, 2018.
- [31] 张询. 京津冀高校大学生群体消费现状的调查研究[D]. 首都经济贸易大学, 2018.
- [32] 王冬. 新时代大学生消费价值观优化研究[D]. 南京大学, 2019.

- [33]齐小与. 大学生网络消费维权意识的培养研究[D]. 辽宁工业大学, 2019.
- [34]卢秋月. 消费主义思潮对 00 后大学生的影响及对策研究[D]. 东北师范大学, 2019.
- [35]李冰阳. 互联网消费信贷对大学生消费水平及结构的影响[D]. 华中师范大学, 2019.

五、报纸文章

- [1]孙伟平. 树立马克思主义消费观[N]. 光明日报, 2014-02-28 (007).
- [2]刘少杰. 网络社会的感性化趋势[N]. 北京日报, 2016-11-07 (014).
- [3]习近平. 在会见第一届全国文明家庭代表时的讲话[N]. 人民日报, 2016-12-16.
- [4]习近平. 习近平在北京大学师生座谈会上的讲话[J]. 人民日报, 2018 (05).
- [5]白早. “隐形贫困人口”: 被欲望裹挟的年轻人[J]. 经济观察报, 2018 (05).

附录 1 攻读硕士学位期间发表论文目录

1. 张怡. 马克思主义唯物史观的思想发展逻辑探析[J]. 时代报告, 2019: 104-106.
2. 张怡. 马克思主义实践观对新时代高校思想政治教育的现实意义[J]. 河南教育(高教), 2019(08): 56-59.
3. 张怡, 杨晓. 马克思主义实践观视阈下高校思想政治教育探究——以《关于费尔巴哈的提纲》为基础[J]. 平顶山学院学报, 2019, 34(06): 7-11.
4. 杨晓, 张怡. 诺丁斯关怀伦理视阈下亲-师关系对大学生德育的影响[C] 庆祝新中国成立70周年 第五届全国马克思主义伦理学论坛论文集. 2019: 312-320.

附录 2 攻读硕士学位期间获得科研鉴定成果

1. 校研究生科技创新项目“新时代大学生消费观问题探究”主要负责人.
2. 国际科研项目“an Asian Community”主要参与人.
3. 河南省哲学社会科学规划项目“当代中国公民意识培育的整体架构” 主要参与人.
4. 河南省社会科学规划决策咨询项目“新时代高校培养高质量人才问题研究” 主要参与人.

附录3 新时代大学生消费观状况问卷调研

亲爱的同学，你好！感谢参与此次的学术调查活动，本次调查旨在通过对大学生消费动机、消费方式、理财素质等相关方面的考察，探究大学生在新时代背景下的消费观现状。本次调查结果纯粹用于学术研究目的，请独立客观地完成本次调研的全部题目，力求真实全面，感谢你的配合！

一、个人基本情况

1. 性别：[单选题]

- A. 男 B. 女

2. 出生日期：[单选题]

- A. 2000-2001 B. 1999-2000 C. 1998-1999 D. 1997-1998

3. 专业学科：

- A. 文史 B. 理工 C. 医科 D. 艺术

4. 你来自：

- A. 中小城镇 B. 农村 C. 市区

5. 是否为独生子女：

- A. 是 B. 否

6. 你所在的院校：

- A. 郑州大学 B. 郑州轻工业大学 C. 中原工学院 D. 河南中医药大学

二、基本消费情况

7. 生活费主要来源：

- A. 父母 B. 父母提供大部分，
剩余来自兼职 C. 基本来自兼职 D. 借贷款
E. 奖学金 F. 其他（可补充）

15. 在你每月消费中,在休闲娱乐方面(游戏、聚餐K歌、旅游等)的支出所占的比例:

- A. 20%以下 B. 20%—40% C. 40%—60% D. 60%—80% E. 80%以上

16. 在你每月消费中,在学习培训方面(带有投资和回收性目的的学习)的支出所占的比例:

- A. 20%以下 B. 20%—40% C. 40%—60% D. 60%—80% E. 80%以上

17. 你的主要购物场所为:

- A. 学校附近商铺 B. 商场 C. 购物街 D. 网络

18. 你进行消费的主要支付方式:

- A. 现金 B. 储蓄卡 C. 支付宝、微信或其他快捷支付方式 D. 花呗、白条或信用卡等其他借贷产品

19. 你通过网络消费的频率:

- A. 从不 B. 偶尔 C. 经常 D. 频繁 E. 基本上全是网购

20. 一般情况下,你每月的生活费情况:

- A. 有点紧张 B. 刚好够用 C. 会有节余 D. 入不敷出或不确定

21. 通常促使你购物的原因是:

- A. 现实需求
B. 一时兴起
C. 猎奇,追求个性独特
D. 身边的人都买了,随大流
E. 活动促销,图划算
F. 被商家或分享推荐的广告所吸引

22. 你是否经常会购买了某件商品又后悔:

- A. 从不 B. 经常 C. 偶尔

23. 选择商品时，你的优先考虑因素是：

- A. 品牌 B. 价格 C. 款式外观 D. 流行新潮度 E. 耐用性

24. 哪种产品的附加因素会更加吸引你：

- A. 背景文化 B. 服务因素（舒适度） C. 绿色环保 D. 蕴涵最新科技成果

三、大学生消费观的基本情况

25. 你更认同哪种消费方式：

- A. 勤俭节约，省吃俭用
B. 勤俭节约，适度消费
B. 量入为出，适度消费
C. 因时而易，理性超前消费
D. 生命有限，有钱就花，没有条件就创造条件花
E. 其他

26. 你的消费选择是否会经常受到他人影响：

- A. 完全不会 B. 有时候会 C. 经常受到影响 D. 影响很大

27. 你拥有高档名牌（奢侈品）的数量：

- A. 没有 B. 几乎没有，很少 C. 很多

28. 你是如何看待购买高档名牌（奢侈品）这一行为的？

- A. 坚决反对，太过浪费
B. 可以偶尔攒钱买
C. 只要经济条件允许，无所谓
D. 经济条件允许的情况下会优先选择高档名牌

29. 你是如何看待大学生贷款或借钱进行消费的:

- A. 赞成贷款消费 (已有信用卡)
- B. 无所谓, 保持中立
- C. 反对这种消费方式 (没有信用卡)

30. 假如想买一件商品但钱不够时你会选择:

- A. 放弃
- B. 忍着, 有钱再买
- C. 向父母要钱买
- D. 朋友借钱
- E. 分期付款
- F. 借贷

31. 你是否有理财记账或进行消费预算的习惯:

- A. 长期有
- B. 偶尔有
- C. 没有
- D. 大笔支出会有预算和记录, 其余没有

32. 你是否认为自己已经具备了十分成熟的消费判断力和消费观:

- A. 是的, 十分确定
- B. 马马虎虎, 还可以
- C. 尚未成熟
- D. 不确定

致 谢

美好的时光总是短暂的，我非常珍惜和享受每一段校园时光，但流光易逝把人抛，不知不觉中，研究生生涯竟是已到了终点。我相信一切都是最好的安排，在这三年里，我得到了成长，收获的比想象中更多。

首先，我要感谢我的导师俞海洛老师、副导师杨晓老师，还有郑州轻工业大学马克思主义学院的全体老师们。俞老师不仅在学术上造诣深厚，还十分热爱运动，在多项体育竞技活动中都取得了不俗的成绩，还记得第一次与老师见面时，俞老师就叮嘱我，除了按时完成课业，做好本专业的学术外，还要广泛积累阅读，学好英语，并挑选一、两项自己感兴趣的体育运动，坚持锻炼身体。俞老师在公务繁忙之余也常常督促指导我的学习，他不仅在学术上给予我很多深刻的启发和帮助，积极向上的生活方式和态度也深深影响了我，使我养成了乐观、奋进、自律、严谨的生活习惯，看到了人生的不同高度。同样还有公务繁忙但也依然对我十分关爱的杨晓老师，《说文解字》中言“儒，柔也”，一字道尽了儒家传统文化中的弱德之美，杨老师虽然主攻西方哲学但言行中处处都彰显出了儒家的宽宏雅量，尤为值得性格急躁的我敬佩和学习，感谢三年来杨老师的用心栽培。此外，还要感谢朱彧老师、赵长太老师、柳森老师、聂海杰老师、王天笑老师、杨瑞勇老师以及李燕华、黄天弘、张雪琴、张珍等在内的所有马院老师们，受益于我校马院“不拘泥于谁是谁的导师或者学生，视所有的学生都为自己的亲学生”的光荣传统，使我能够受到来自更多老师的教诲和指导，师恩如山，铭记在心。还有李敏辅导员和马铮老师这三年以来的辛勤工作和照顾，感恩，感谢！

其次，我还要感谢在这三年来几乎日日与我朝夕相伴，如同家人一样的同学和室友。在学习和信仰上，我们是志同道合的战友，在生活上，我们是互相鼓励，互相关心，互相照顾，互相包容的家人和姐妹。她们让我更加深刻的认识到什么叫作“三人行，必有我师”，每个人都是不同的个体，只有在交往中才能够互相了解、相互学习，共同成长。她们是我单调学习生涯中的一扇窗口，让我看到了不同的人间烟火，感受到了生活的五彩缤纷，感谢她们在这三年里对我的关心和照顾，希望在今后的岁月中，生活也能够继续善待她们，保佑她们无灾无痛，圆满欢喜。

最后，我还要感谢我的家人们，感谢、感恩于我的父亲、母亲和奶奶，是他们的辛苦付出换来了我的衣食无忧，使我得以能够安心求学，祝愿他们能够健健康康，长命百岁。

三年的研究生学习生涯短暂而又充实，回首望去，时有风雨时有晴，但是只要能够

在自己选择的道路上坚持走下去，就是幸运的，即使艰辛我也甘之如饴。三年来，我幸而有机会邂逅了很多具有大家风范的优秀人物，他们不仅学识深厚、知识渊博，待人处事的风度和涵养也足以让人自感汗颜。成长是一个自我雕琢的过程，在今后的人生道路中，无论是从书本还是在生活、工作的实践中，希望自都能够始终保持谦逊好学的良好习惯，积极进取，在善于思考、发现问题的同时更擅于去解决问题，成为一个无愧于身边、无愧于自己的人。