

**摘要:**大学生群体的消费行为具有一定的特殊性。问卷调查发现,大学生消费主要有以下特点,即消费来源比较单一;消费水平受家庭收入水平的影响;大部分学生属于理性消费;消费方式以网络消费为主。大学生消费中存在的主要问题是:消费来源于依赖父母;部分大学生存在炫耀性消费;少数大学生网购成瘾。了解大学生的消费现状和消费特点以及消费中存在的问题,从而引导他们树立正确的消费观念、养成合理的消费习惯,进而在大学里形成良好的消费风气是家庭、高校和社会不可推卸的责任。

**关键词:**大学生 消费行为 理性消费 特点 问题及建议

**中图分类号:**F126.1;G645 **文献标识码:**A  
**文章编号:**1004-4914(2017)09-223-02

大学生群体的消费行为具有一定的特殊性,了解他们的消费现状、消费特点以及存在问题对良好的消费习惯和消费风气的形成具有一定的社会意义。

### 一、大学生消费现状

为尽可能准确、全面地了解大学生的消费状况,本文作者通过问卷星网站面向全日制本科生,随机发放问卷537份,全部收回。其中,有效问卷531份,有效回收率为97.97%。

1.大学生收支概况。大学生收支概况的调查内容涉及三个方面,分别是收支平衡情况、每月消费支出以及结余处理方式。

(1)月消费支出大多集中于1,000~1,500元。调查显示,月均消费在1,000元以下的大学生占24.7%,1,000~1,500元的大学生占46.7%,1,500~2,000元的大学生占16.9%,2,000~2,500元的占7%,2,500元以上的占4.7%。前两个消费区间的大学生合计占全部有效问卷数的71.4%。男、女生的月均消费支出分布情况无明显差异,都集中在1,000~1,500元(男生占43.81%、女生占48.37%)。月均消费在1,500元以上的大四学生占比反而低于其它年级中同类大学生的占比,说明随着年级提高,大学生渐渐形成了自己的消费理念和消费习惯,心理趋于成熟,攀比心理渐渐消失,不再轻易受外界的诱惑而冲动地购物。恋爱状态下月均消费在1,500元以上的大学生占比明显大于单身状态下同类大学生的占比,且这些处于恋爱状态的大学生多数清楚地意识到自己相比单身时会多花一些生活费。

(2)多数大学生收支平衡。调查显示,41.24%的同学每月收支平衡,甚至43.5%的同学每月生活费都有结余。但有9.23%的同学常有超支情况,每月都出现财政赤字的同学高达6.03%之多。导致“入不敷出”的原因主要是消费习惯的不稳定以及感性的消费观念。除此之外,大学生薄弱的理财能力和预算意识也使他们容易做出随机、盲目的消费。

每个月生活费有结余或刚好够花的男生比例为89.69%,高于女生(81.9%)。造成这一现象的原因之一是男生在热衷的方面更能控制住自己不肆意消费,即男生消费时更为理性和克制,超额消费的可能性更小。调查结果显示,44.07%的被调查者表示应当事先做好消费计划再花,25.61%的被调查者表示能省则省,而30.32%的被调查者则认为想花就花,及时行乐。而“想花就花”的大学生每月生活费在1,500元以上的比例为45.96%,显著高于“事先做好消费计划再花”(19.23%)以及“能省则省”(24.27%)的大学生。而这部分“想花就花”的大学生中有77人(占有效样本的47.83%)的生活费完全由家人提供,说明这部分随心所欲消费的大学生尚未经济独立。

# 大学生消费行为分析

●王艳萍<sup>1</sup> 胡煜莹<sup>2</sup>

(3)对消费结余缺乏理财意识。被调查的大学生中,129名大学生(占总有效样本的55.84%)在生活费有结余时会选择把钱继续存在银行卡里,92名大学生(占总有效样本的39.83%)会考虑投资余额宝或类似低风险理财产品,仅有1.3%的大学生选择投资股票等高风险产品,也有少数同学会选择将结余的钱拿去挥霍。

2.大学生消费结构。大学生消费结构的调查内容涉及支出大项及比重的识别。调查显示,大学生的前三大支出项为“日常饮食”、“通讯、上网费用”和“休闲娱乐”,分别占全部有效问卷数的95.67%、60.64%和53.11%。进一步将消费结构中的各项按性别、年级以及感情状况分类,可以发现不同类别被调查者在支出上的结构特点也不尽相同。

(1)食物支出占比较大。调查显示,不论是全部被调查者还是不同的细分类型,最大的支出项都是饮食类支出。由此可以看出大学生非常重视“吃”这件事。而且微博上不断出现的“别人学校的食堂”促使各个高校的食堂都不断推陈出新,以此来吸引口味日益挑剔的大学生。加上外卖行业的兴起和学校周边愈发热闹的含餐饮的商业区,这些都促进了大学生的饮食消费。

(2)消费结构存在性别差异。调查显示,将护肤品彩妆列为主要消费项目的女生占68.55%,而男生仅有5.15%,说明女生比男生更加注重皮肤的保养。而男生交际支出(谈恋爱、请同学朋友吃饭或娱乐)比重为47.42%高于女生的35.01%,说明男生相比女生更加喜欢玩乐。除此之外,女生的学习辅导及考证支出占比为40.06%,远高于男生的22.16%,说明女生更愿意在学习方面投资。而且因为男生饭量普遍大于女生,男生在日常饮食方面的支出也高于女生(如图1所示)。

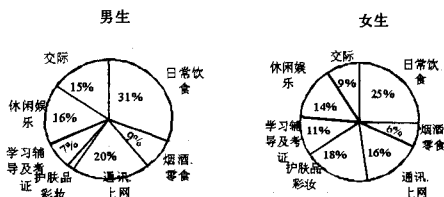


图1 不同性别消费结构对比图

(3)消费结构存在年级差异。调查显示,大四学生的形象类支出占比为48.08%,显著高于其他年级的大学生;考证或学习辅导类支出占比为29.40%,显著低于其他年级的大学生。这是因为,临近毕业大四学生开始实习或者工作,在工作环境中受周围同事影响会努力提升个人外在形象,使自己看起来更加专业和成熟。这导致了大四学生形象类支出比重比其它年级大学生都高。除此之外,工作的繁忙以及毕业论文的写作导致大四学生课余时间减少,从而他们会减少考证或者其他学习辅导。由此导致大四学生的考证或学习辅导支出相对其他年级较低。

(4)恋爱与否影响消费结构。调查显示,恋爱状态下的大学生的形象类支出和交际类支出的比重分别为49.44%和58.43%,都高于单身状态下的大学生。这是因为恋爱时的大学生更加注意自己的外表,他们更愿意在形象方面投资,使自己看起来更加地完美。此外,恋爱中的大学生娱乐活动也显著增加,比如俩人经常外出看电影或者去KTV唱歌等等。

## 二、大学生消费的特点

1. 家庭收入水平影响消费。调查发现,大学生个体消费水平差异较大,不同的家庭收入下大学生的每月消费支出也不同。随着家庭收入的增加,大学生的每月消费也随之增加。调查显示家庭年收入6万元以下的被调查者中有92.31%的月消费额集中在1,000元以下这个区间;月收入较高的家庭,如年收入18~23万元的家庭中,78.78%的学生月消费总额在1,500元以上;年收入24万元以上的家庭中,59.38%的学生月消费总额在2,000元以上。而且,年收入18万元以上的家庭中,没有被调查者的每月花费在1,000元以下。这说明家庭年收入水平在很大程度上决定了大学生的每月消费水平。

2. 消费支出来源比较单一。调查显示,家庭给予是大学生最主要的经济来源,呈现出明显的依赖性消费特征。此次调查中,499名大学生的生活费主要来源是父母给予,占全部有效问卷数的93.97%;通过申请各类奖(助)学金或自食其力来获取全部生活费的大学生仅24名,占全部有效问卷数的0.05%。没有调查对象的生活费完全依赖于助学贷款。被调查者中有261人的生活费完全来自父母给予,这261人中146人家庭所在地为城市、38人为乡镇、77人为农村。由此可以看出来自城市的孩子的生活费对父母的依赖更强。家庭所在地为农村的大学生生活费来自助学贷款的比例在其他同类大学生中占比更高。说明相较于家庭所在地为城市和乡镇的大学生,农村大学生更需要助学贷款的帮助。

3. 大部分学生属于理性消费。此次调查中的被调查大学生以理性消费为主。调查结果表明,有72.69%的学生在购买商品时最注重的是质量与功能,仅有6.4%的被调查者注重品牌档次。这说明被调查者们在购买商品能够抵挡住奢侈品牌的诱惑,通过比较质量与功能选择最合适的购买商品。被调查大学生中有352人(占有效样本的66.29%)认为在热衷的方面能控制住自己不肆意消费。调查中只有6.4%的被调查者认为自己在消费时经常受到周围人影响,16.38%的被调查者认为自己完全不受影响。而且82.49%的被调查者表示影响自己消费的最主要因素是自身需要,这表示多数学生能够根据自身情况理智消费。此外,父母的消费观念也对大学生的消费观念有一定的影响。而同学的消费状况对大学生消费影响较小。

家庭年收入总和在12万元以上的大学生购买商品时最注重因素是品牌档次的比例显著高于家庭年收入总和在11万元及以下的大学生。家庭年收入总和在6万元以下的大学生购买商品最注重因素是价格的比例相较于其他类别大学生最高。比起家庭年收入在24万元以上的大学生,家庭年收入在18万元至23万元的大学生购买商品时最注重因素是品牌档次的比例更高;而且购买商品时,比起来自高收入家庭的大学生,家庭收入中等的大学生更加注重美观别致。这说明虽然被调查者大学生中理性消费是主流。

4. 消费方式以网络消费为主。随着网络消费的飞速发展,网络购物愈发方便快捷。在大学生群体中,网络消费甚至超过实体店消费。调查显示,认为网络购物是其主要消费途径的大学生共369名,占全部有效问卷数的69.49%,其余大学生则以传统实体店购物为主。此次调查中,每月网购1~5次的大学生人数最多,共372人,占全部有效问卷数的70.06%。基本不网购的大学生较少,合计43名,占全部有效问卷数的8.10%。而每月网购10次以上的大学生共34人,占全部有效调查问卷数的6.40%。

## 三、大学生消费存在的问题

1. 消费来源过于依赖家庭。调查结果显示,93.97%的大学生每月生活费的主要来源是父母给予,而依靠自身努力获取全部生活费的大学生仅24名,占全部有效问卷数的0.05%,可见,大学生消费来源较为单一,以父母给予为主。针对这一情形,问卷特别设计了“如果您的生活费不够花,您倾向于以下哪种做法?”的问题,

46.89%的被调查者表示会跟父母要,而不是选择依靠自己来争取这部分超额花费。

2. 部分大学生存在炫耀性消费。调查显示,一部分大学生通过消费高档奢侈品来满足自己的虚荣心,还有一部分大学生“打肿脸充胖子”,与比自己家庭条件好的同学攀比。随着办银行信用卡的门槛越来越低,互联网信贷层出不穷,各类“校园贷”业务的渗透和推广,加上大学生的社会经验较少,部分喜欢“炫耀性消费”的大学生容易掉入陷阱。66.67%的被调查对象认为互联网信贷会使他们更加容易做出不理智消费或超前消费。从问卷数据可以看出,面对互联网信贷时男生更加理智,而女生相比之下更容易做出不理智的超前消费。

3. 少数大学生网购成瘾。虽然大部分学生面对网络消费仍能保持理性消费,但14.88%的被调查者认为其“网购成瘾,过分依赖网购”。这部分大学生每月生活费总额在2,500以上的比例为8.86%,显著高于其他大学生。而网购成瘾者除了在网购频率和网购花费显著高于其他调查者外,在面对互联网信贷时他们也更易做出不理智消费。

## 四、大学生合理消费的建议

1. 减少依赖性消费。一方面,对大学生自身而言,应当尽量减少对家庭的依赖性,不仅能减轻家庭的经济负担,同时通过自己的劳动获取报酬后才能明白钱的来之不易。这样在消费时也能够提高消费自控能力,减少冲动消费行为;另一方面,对于高校而言,应当向在校学生提供丰富的可靠的兼职信息,因为相当一部分学生不做兼职的原因是没有渠道去获知兼职消息,而且,如果在找兼职的过程中受骗会导致大学生对兼职失去信心。

2. 培养合理消费观。为了提高消费的均衡性、合理性,大学生应当努力养成记账的好习惯。此外,大学生在日常消费时应该考虑自身家庭经济状况,做到量力而行、适度消费,而不是去和他人攀比消费。对于家庭而言,父母是孩子最好的老师。父母应当注意在日常生活中帮助孩子培养正确的消费理念、形成良好的消费习惯和具备良好的理财观,使其消费水平与家庭经济能力相适应。

3. 网购保持理智。对于走在时尚前沿的大学生来说,虽然当前多数大学生面对网络消费足够理智,但网络营销的发达会不断考验大学生在网络消费环境影响下的消费自控能力。大学生在网络消费时应当保持理智,不要因为所谓的“便宜”去买很多不必要的东西,不要因为所谓的“方便”而花费很多时间在浏览网络商品上。同时学校也应加强勤俭教育、提倡适度消费,以消除校园内不良消费的风气,营造良好的校园消费风气。

## 参考文献:

- [1] 黎明.“90后”大学生消费行为分析[J].理论纵横,2012.11(7):95-97
  - [2] 毛明震,王姝,黄丹妮.高校大学生网络消费信贷行为调查研究[J].时代金融,2017.24(1):290-291
  - [3] 宋景华,杨雪莹.河北省大学生消费现状调查分析及理性消费指导[N].河北科技大学学报,2016.16(4)
  - [4] 王小龙,殷子惠.基于凯恩斯消费理论构建大学生消费观[N].山西农业大学学报,2013.12(10)
  - [5] 汪勇刚.大学生消费心理与行为探究[J].新西部,2014.21(30):136-137
  - [6] 徐妍,庄轩.在校大学生消费行为及消费观念的调查分析[J].新疆社科论坛,2017.29(1):92-96
- (作者单位:河南财经政法大学经济学院 河南郑州 450056)
- [作者简介:1.王艳萍(1966—),女,河南开封人,河南财经政法大学教授,经济学博士。研究方向:微观和宏观经济学。2.胡煜莹(1995—),女,河南洛阳人,河南财经政法大学经济学院在校生。]

(责编:玉山)