

长沙市大学生消费行为研究

陈艳庆

(湖南邮电职业技术学院经济管理系 湖南长沙 410015)

【摘要】大学生的消费行为受个人、家庭、学校及社会环境等众多因素的影响,存在消费水平差距明显、消费结构多样化、消费观念差异化等特征。大学生消费行为不仅影响着他们的身心健康发展,而且影响着他们正确的人生观、价值观及世界观的形成。文章主要以湖南省长沙市部分高校大学生为研究对象,采用问卷调查和图表分析法来了解大学生消费现状,以调查数据为依据来预测大学生消费行为的发展趋势,并提出引导大学生合理消费行为的建议。

【关键词】消费行为;大学生;消费现状;发展趋势

【doi:10.3969/j.issn.2095-7661.2016.01.022】

【中图分类号】G645

【文献标识码】A

【文章编号】2095-7661(2016)01-0071-04

Research on Changsha college students' consumption behavior

CHEN Yan-qing

(Economic Management Department of Hunan Post and Telecommunication College, Changsha,
Hunan, China 410015)

Abstract College students' consumption behavior is influenced by many factors such as individual, family, school and social environment which has the characteristics of obvious gap between consumption levels, consumption structure diversification, consumption concept differentiation. College students' consumption behavior influences not only their mental and physical health, but also the correct view of life, values and world view. Taking some college students in Changsha as the research object, questionnaire survey and chart analysis method are used to know the current situation of the college students' consumption behavior. It predicts the development trend of the consumption behavior of college students based on the survey data, and puts forward suggestions to guide the reasonable consumer behavior of the college students.

Keywords : consumer behavior; college students; consumption status; development trend

大学生的消费行为在某种程度上拥有代表性和潮流性。笔者作为一名刚毕业的大学生能切身体会到当前大学生在消费方面存在的问题,并根据大学生实际需要设计问卷调查,再充分利用前人的理论和调研结果得出具有代表性的结论,以此对大学生消费行为的研究进行补充、完善。并依据大学生成长的环境,提出针对性的建议,将有利于高校加强重视消费行为方面的教育,有利于家庭有意识地培养大学生良好的消费行为,有利于大学生本人形成正确的消费观。

由于我国地域差别性大,大学生消费行为受不同地区收入水平影响较大,同时受研究中财力、物力等客观条件限制。本次抽样规模较小,仅限于湖南省长沙市的湖南大学、中南大学、湖南师范大学、湖南商学

院和湖南财政经济学院的 300 位在校大学生,一定程度会影响结论的广泛性,所以本次写作充分利用 CN-KI 期刊发表的相关权威数据。同时影响大学生消费行为的因素较多,很多主观因素难以断定,更难面面俱到,因此本文主要分析影响大学生消费行为的客观因素并针对性地提出建议。

1 大学生消费行为的现状

大学生通过一定的消费观念和消费环境影响而进行的一切消费活动都是大学生消费行为的体现。本文采用设计大学生消费现状调查问卷来客观了解大学生的消费现状,本次问卷调查共发放 300 份,回收 281 份问卷,其中有效问卷 270 份,问卷回收有效率达 93.67%。被调查学生中,男生为 123 人,女生 147

[收稿日期] 2015-10-14

[作者简介] 陈艳庆(1991-),女,湖南常德人,湖南邮电职业技术学院经济管理系辅导员,在读硕士,研究方向:市场调研、公共管理。

人,大学一年级人数为 59 人,二年级人数为 59 人,三年级人数 80 人,四年级人数 72 人。其中有 40% 的学生来源于城市,60% 的学生来源于农村。如表 1 所示。

表 1 被调查学生基本情况

	男	女	大一	大二	大三	大四	农村	城市
人数(人)	123	147	59	59	80	72	162	108
比例(%)	45.7	54.3	22	22	29	27	60	40

通过问卷调查,笔者统计出大学生消费行为相关的第一手数据,并借鉴学术期刊中有关资料,对当前大学生消费行为做如下分析。

1.1 大学生月消费水平

通过对长沙市高校大学生月消费水平的调查,可以得出绝大部分的消费是普通家庭可以提供的。如表 2 所示,71% 的大学生月消费额在 1000 元以下,24% 的大学生月消费额在 1000 到 2000 元之间,3% 的大学生月消费额在 2000 到 3000 元之间,2% 的大学生月消费额达 3000 元以上。本次调查的 270 位大学生的月平均消费额约小于 1000 元。消费总额普遍与家庭经济情况相匹配。

表 2 大学生月消费总额表(元/月)

月消费额(元)	≤1000	1001~2000	2001~3000	≥3001
人数(人)	191	64	9	6
百分比(%)	71	24	3	2

大学生消费水平的差异性表现:

1) 大学生消费水平的性别差异

现实生活中,性别差异对大学生的消费水平影响从整体而言,男生在饮食、人际交往、休闲等方面的支出要普遍高于女生,而女生在服装、通讯等方面的消费要微高于男生。就学习费用而言,男女生比例相当,知识经济时代下,男女生都较重视学习,调查数据如表 3 所示。

表 3 大学生月消费总额

性别消费额	≤1000	1001~2000	2001~3000	≥3001
男	90	36	5	4
女	101	28	4	1
总计(人)	191	64	9	6

2) 大学生消费水平的年级差异

大一级的学生刚刚脱离对父母的依赖,开始自我独立,大部分学生会对自己的生活开支进行计划。大二、大三年级的学生开始热衷于考各类证书,参加各种培训,其消费水平会略有提高或消费结构会有所调整。大四年级的学生开始步入社会,消费行为趋于成熟,消费开支也会随之增加,调查数据如表 4 所示。

表 4 各年级的消费水平

年级金额	≤1000	1001~2000	2001~3000	≥3001	合计(人)
大一	51	7	1	0	59
大二	40	15	3	1	59
大三	51	24	3	2	80
大四	49	18	2	3	72
合计	191	64	9	6	270

3) 大学生消费水平的地域差异

我国人均消费水平受区域经济发展影响显著,大学生一般来自全国各地,受家庭收入水平影响,其消费水平也会有较大差距,如表 5 所示。

表 5 大学生消费水平受来源地的影响

生源金额	≤1000	1001~2000	2001~3000	≥3001	合计(人)
大城市	2	13	6	3	24
地级市	16	23	1	2	42
县级市	25	15	1	1	42
农村	148	13	1	0	162
合计(人)	191	64	9	6	270

1.2 消费来源

自 2007 年以来,国家不断加大对优秀大学生的奖励力度,进一步扩大对贫困大学生资助的范围,完善大学生奖励资助体系,逐步形成了包括国家奖学金、国家励志奖学金、国家助学金等在内的覆盖范围较大的国家奖励资助体系,而且各大型企业、高等学校、地方政府部门等单位 and 知名校友、教授个人设立的各种不同金额、不同层次的助学金、奖学金,目前能够获得的奖学金、助学金的大学生人数迅速增长,而且资助金额也相当可观。大学生今后获得奖励助学金的比例会扩大,再加上部分大学生通过从事家教、促销活动等形式的兼职来增加一部分可观的收入,当前大学生有多方面的经济来源,他们的消费水平也会逐渐提高,如图 6 所示。

表 6 大学生消费来源统计

年级来源	家庭%	贷款%	勤工俭学%	奖学金%
大一	90	8	2	0
大二	87	8	3	2
大三	86	5	6	3
大四	85	2	11	2

1.3 消费结构

本文将大学生的消费结构划分为以下几个方面:饮食消费、交通和通讯消费、服装消费、学习费用、人

际交往费用以及娱乐、旅游、运动等休闲费用。

通过问卷调查可得出,饮食消费是大学生消费结构的主要构成占比 49%,交通、通讯费用占总消费额的 14%,大学生目前普遍每人拥有一部手机,一台电脑,因此网费、话费都已成为大学生的生活必需品。学习费用占 11%,除去驾驶证、GRE、TOEFL、IELTS 等出国等级考试培训报名的昂贵费用,其他等级考试如计算机二级、CET4、CET6、会计证等考试只会占用学生生活费的一小部分。大学生大部分是成年人,都比较重视自我形象,注重服饰、穿着打扮,大学生同时是时代潮流的追随者,服饰款式更新快,大学生对这一方面的投入也在不断增加,本次调查中,服饰消费在大学生月消费额中占 8%。与之比例相等的是休闲费用,大学校园是轻松自由的氛围,学生们课余时间较多,大一大二期间学习压力小,学生们会有意识地进行娱乐活动、运动锻炼和旅游。目前各大景区、游乐场所对大学生有价格优惠,凭学生证可以 5 折消费等这些优惠条件激发大学生对休闲活动的高度热情。最后是人际交往费用占 9%,校园是一个小型的社会,每位同学都要有自己的人脉关系,人情世故是每位同学的必修课,生日宴请、节日送礼以及多种形式的同学聚会已在大学生中普遍存在,随着年龄的增长,大学生的人际交往费用会明显增加,具体数据如表 7 所示。

表 7 大学生消费结构构成

消费结构	饮食	通讯	学习	服饰	休闲	人际交往
比例 (%)	49	14	11	8	8	9

1.4 消费观念

根据本次调研,当代大学生的消费结构有饮食消费、学习消费、通讯消费、人际交往消费以及休闲消费等多种消费项目。大学生有限的生活费要花费到多种消费类型上需要大学生做好合理的消费计划,由调研数据显示,大学生每月的生活费有 28%的人有结余,54%生活费刚好合适,18%每月生活费不够花,如图 1 所示。这表明 28%的学生有勤俭节约的消费观,54%的学生有正确的消费观导向,同时还有 18%的学生消费观念需要改进。同时大学生中有 76.5%的学生会对自己每月的消费进行计划,其中有 9.6%的学生对自己的消费有严格的计划,如图 2 所示。

大学生的消费观念还表现在消费行为的全过程,包括了解商品信息、决定欲购买商品的品质倾向和实施购买三个环节。根据本次调研数据,有 52%的学生会对自己将要消费的物品进行大致的了解,只有 6%的学生会在完全不了解消费品的情况下进行消费,如表 8 所示。该数据也说明高校大学生有能力运用自己所学知识进行理性判断,树立正确的消费观念。

大学生在进行购物时,有四大因素影响消费者的

消费观即价格、质量、品牌和时尚。消费品的质量和价格一般被认为同使用价值相联系,即被看作消费理性的诉求对象,品牌和时尚更多地体现了使用者的身份和形象,其魅力在于符号标识和象征意义,带有较多的感性色彩,即被看作消费非理性的诉求对象,对这两方面的不同选择体现了消费者消费过程中的理性或非理性状态。如表 9 所示,大学生对消费品四大影响因素的关注程度可以看出大学生对价格和质量的重视度远高于对时尚和品牌的关注,因此可以推断出大学生目前的消费观导向是正确的。

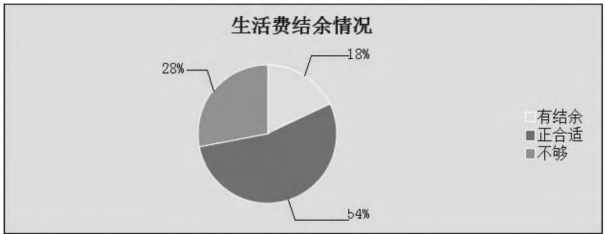


图 1 大学生每月生活费使用情况统计

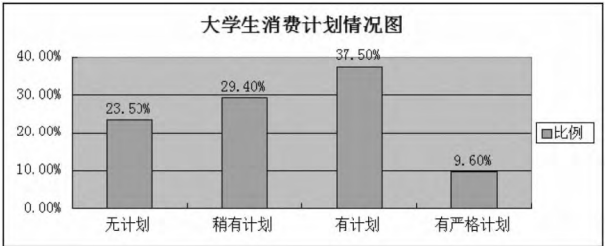


图 2 大学生对自己每月消费计划情况

表 8 大学生理性消费表现统计

	详细了解	大致了解	完全不了解
频数	110	140	20
比例%	41	52	6

表 9 大学生对消费品四大影响因素的关注程度

	非常重视	重视	比较重视	不重视	合计%
质量	39.3	38.1	19.8	2.8	100
价格	32.7	44.6	20.1	2.6	100
品牌	5.8	23.3	45.2	25.7	100
时尚	7.8	23.5	44.3	24.4	100

2 大学生消费行为存在的问题

2.1 依赖性消费居高不下,独立意识淡薄

虽然目前我国奖助学金制度不断完善,大学生获得的外来经济途径越来越多,但在高校中绝大部分的学生一致认为依靠父母生活是天经地义,兼职只是为了增加自己的额外收入而非想早日独立。家庭一般不鼓励大学生读书期间有独立的经济来源,以免耽误学业,导致我国出现“啃老族”、“拼爹时代”的现象。这进一步加强了大学生的依赖性消费,独立意识淡薄。

2.2 物质消费远高于精神文化消费

根据大学生消费结构分析,大学生在饮食、服饰以及通讯方面的消费要远远高于在学习和休闲方面的消费。在知识经济时代,大学生要保持一颗不断学习的上进心,要重视精神文化消费,重视自我价值的提高。

2.3 不重视计划性消费

本次参与调查的 270 位学生,23.5%的学生对自己的消费完全没有计划,仅有 9.6%的学生对自己的消费有严格的计划性。大学生重视计划消费不仅体现了自我约束力的强弱,也反应了大学生的消费观念。很多学生在购物时头脑发热受购物环境、广告、同学以及销售人员的影响,非理性地购买没有实用价值的商品,这种行为会导致大学生选择信用卡透支消费的发生,不仅不利于大学生的健康成长而且不利于大学生对信用卡的正确认识。

2.4 攀比性、炫富性等非理性消费存在

本次问卷调查中攀比性、炫富性消费行为的表现有 57%的学生同意“想花就花、便宜没好货、愿意多花钱买品牌、恋爱消费花费高、追求流行与时尚以及运动健身美发消费很有必要”的消费观。部分大学生自尊心强,爱面子,在消费中攀比、炫富不仅增加了自己和家庭的经济压力,而且会腐蚀自己的心灵,不利于身心的发展。

2.5 高校缺乏对大学生理性消费教育的意识

在问卷调查中,学生一致反映大学缺乏大学生进行理性消费教育。校园是大学生主要的成长环境,学校对理性消费教育不重视,学生也不会有意识的培养自己的消费行为。很少有高校专门开设关于理性消费的课,讲座也比较少,大学生关于理性消费的知识,认识比较缺乏与高校的重视有密切关系。

3 大学生消费行为的建议

3.1 大学生自身要加强理财能力的培养

大学生需要加强对自己生活费的规划,要严格按照自己的规划进行消费,学会开源节流。一方面有计划的消费,能让大学生更好的发展自己,学习培训、人际交往、休闲娱乐都是大学生提升自我的主要方式;另一方面,有计划地消费,可以让大学生有条件更早接触社会如尝试对股票、基金的投资,这样能深刻地认识到理财的重要性。

3.2 家庭要重视对大学生消费习惯的教育

家庭是大学生经济的主要来源,也是大学生消费习惯养成的根源。每位大学生的消费观念,一定程度上都会受家庭的影响,因此父母从小就应该培养孩子理财的能力,给予孩子理财的条件与机会。首先,父母要让孩子知道自己的消费行为,耳濡目染会让孩子对父母的消费行为产生认可,并以此为榜样。其次,家庭要让孩子知道自己家里的经济条件,父母能提供给孩子

意识地培养自己良好的消费行为。最后,家庭要提供给大学生适当的生活费,不要让大学生学会挥霍也不要让他们失去锻炼自己的机会。

3.3 学校要开展对大学生消费观的引导活动

高校可以通过多种形式开展对大学生消费观的引导。首先,高校加强校园文化建设,以讲座、辩论赛、校园文化活动等形式向大学生灌输合理消费、勤俭节约的意识。其次,高校要开设大学生理财的必修课,老师在课堂上给学生教导合理消费的重要性与影响,让学生自己搜集相关资料、进行问卷调查等一起分享大学生消费行为方面的信息,以此来培养大学生的消费观。最后高校可以通过奖助学金制度来加强对大学生消费观的引导。

3.4 社会要营造良好的消费氛围

我国目前倡导建立资源节约型环境友好型社会,良好的社会消费风尚有利于大学生形成正确的消费观念,同时在这一环境的影响下大学生将成为绿色消费的践行者,有利于提高我国的消费效益。

4 结语

大学生在当前的社会发展过程中已不仅仅是社会消费主体之一,在一定程度上是未来消费潮流的引导者。大学生形成正确的消费观念,培养良好的消费行为,是一个长期系统的过程,需要得到家庭、学校社会各界的共同努力。只有共同重视大学生消费行为的重要性,才能更好地推动我国人才战略的顺利实现。

【参考文献】

- [1] 马克思.资本论[M].北京:人民出版社,1995.
- [2] 陈海涛.当代大学生消费调查分析[J].科技信息,2013(14).
- [3] 马克思.资本论(第三卷)[M].北京:人民出版社,1975.
- [4] 程远.大学生消费问题研究[D].硕士学位论文,2003.
- [5] 王泽应.消费道德的本质和类型[J].消费经济,1996(3).
- [6] [美]劳伦斯·纽曼.社会研究方法[M].北京:中国人民大学出版社,2007.
- [7] Engel JF, Blackwell RD, Minard P. Consumer Behavior [M]. New York: The Dryden Press. 1995.4.
- [8] 彭慧蓉.大学生消费行为研究[D].硕士学位论文,2004.
- [9] 谢心.当前大学生消费问题的思考与对策[J].经济研究导刊,2013(15).
- [10] 刘宗劲.来自“象牙塔”的消费报告[J].青年研究,1992(8).
- [11] 伊志宏.消费经济学[M].中国人民大学出版社,2000.
- [12] 桑雪琪.白歌[N].中国消费者报,2014-02-19.
- [13] 余展洪.当代大学生消费状况调查状况[J].思想.理论.教育,2002(11).
- [14] 赵小剑.大学生消费行为研究[D].硕士学位论文,2010.
- [15] 吴茜.大学生消费行为研究[D].硕士学位论文,2007.