

在校大学生消费行为习惯现状及对策

——以四川建筑职业技术学院为例

黄皎

四川建筑职业技术学院

[摘要]近年国家经济复苏缓慢,各消费群体行为习惯均受到影响,在校大学生的消费行为习惯也是如此。本文通过903份网络调查问卷,对在校大学生的消费行为习惯进行了调查,得出在校大学生消费行为习惯存在问题:1、冲动型消费;2、盲目从众消费;3、不合理的消费产生的经济浪费;4、通过网络借贷超前消费。本文针对在校大学生消费行为习惯的问题提出以下对策:1、学校引导大学生树立正确的消费观;2、培养大学生理性合理的消费形式;3、教育回归家庭,引导养成良好的消费习惯和理财意识;激发大学生内在责任意识,共建借贷监管体系。

[关键词]00后在校大学生;消费行为习惯;对策

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.11.847

一、引言

如今00后大学生已经成为消费主力军,大学生们的消费活动轨迹不仅影响着该地区线下实体店的经济收入和运营规模,也引领着线上消费潮流和资本走向。本文通过问卷调查的方式,对四川建院的学生进行消费观念和消费行为进行问卷调查,在问卷分析的基础上,探索00后大学生消费行为,并对大学生消费行为存在的潜在危害提出相关建议。

二、大学生消费现状及问题

随着国家经济不断进行升级转型,在互联网时代的大背景下,00后大学生们的消费观念已发生转变,大学生们追求质优价美的精神需求和个性化、分众化的消费需求均在网络购物中得到满足。^[1]本文希望以网络调查问卷为载体,对00后大学生进行相应调查,以分析他们的消费行为习惯。本次调查对象为四川建院的学生,从不同年级和专业的学生中抽取样本发放903份网络调查问卷,903份调查问卷均有效。

调查数据显示,大学生们偏好网购的比例占65%,偏好线下出门购物的比例占35%,大部分大学生都热衷于网上购物,每月在网络购物消费500元以下的77.3%,500-800元15.5%,1000元以上7.2%。大学生们的消费方式选择支付宝、微信等线上支付方式占96.5%。00后学生消费方式的转变对于国家全面深化改革扩大内需以及激发消费新活力有促进作用。

调查结果显示,在所有被调查的对象中,每月生活费在1000元以内大学生占比8.19%,生活费在1000—1500元之间大学生占比54.157%,生活费在1600—2000元之间学生占比23.26%,月生活费超过2000元的大学生占比14.4%,有94.91%的大学生生活费主要来源于父母,有14.41%的大学生生活费为自己勤工俭学所得,有13.51%的大学生生活费为国家奖助学金,还有15.17%大学生生活费为其他亲戚补贴或者自己理财、创业所得。调查还反映出部分大学生如果当月生活费出现入不敷出情况时,会选择互联网借贷平台维持自身消费水平,超过75%的大学生有提前消费的习惯存在。调查显示针对提前消费后面临的还款问题是否感到后悔时,又有45.07%的大学生表示感到后悔,同时也反映出00后大学生的储蓄观念不强,对每月生活费分配没有合理的计划,会出现有钱就大手大脚花,生活费不够又再次找父母支付或借贷等,本身欠缺勤俭节约的道德观,00后大学生由于独生子女

多,独享父母宠爱,虽然已初步具备独立意识,但行动力欠缺,自我管控能力不足。

(一)在校大学生消费行为习惯现状

00后大学生每月生活费来源主要是父母给予,除此之外,周边亲戚,比如爷爷奶奶、外公外婆、表哥表姐等不定期也会给予零星生活费,加上学生们逢年过节的红包收入,一部分学生有自己的小金库,数额从几百到上万元,目前大部分00后学生的主观意识认为每月父母给予的固定生活费仅用于当月的伙食费用支出,其他网络购物,特别是网上购买自己喜爱的潮流品牌物品支出费用,并非出自于每月固定生活费。

00后大学生对于日常生活开支没有合理规划,会出现月初疯狂消费,月末当月光族的情形,部分学生还表现出不计后果的消费行为,比如月初先用生活费购买自己喜欢的物品,甚至在宿舍购买宠物猫饲养,对于饲养动物后续产生的各类费用未进行考虑,消费完成后月底会由于缺乏日常生活费用苦恼或者后悔,再转手廉价卖掉自己花高价买来的物品用来缓解生活困境,这样的消费行为严重影响大学生正常消费观的形成。^[2]

潮流文化对学生的影响深远,^[3]在00后学生中流行的奶茶文化属于潮流文化中的一类,大学生们对于奶茶的喜爱程度可从校外奶茶店的数量中看出,目前奶茶文化已经成了大学生们放松生活、人际交往的一种手段,这也改变着00后大学生的饮食生活方式,校园内外随处可见手提奶茶学生,据统计大学生们用于购买奶茶的费用,50元以上人数占65.74%,这种奶茶文化已经悄悄占据了大学生们每月消费清单中必不可少的费用开支项。

00后大学生普遍愿意为自己的爱好买单,根据问卷调查数据,大学生中21.71%的学生每月购买自己心仪物品费用在500元以上。“短视频”文化在00后大学生中深受喜爱,短视频依靠内容丰富、短小精悍的特点,符合习惯碎片化阅读习惯的大学生,00后大学生属于网络原住民,追求个性化,对新奇事物充满好奇,但在某些“短视频”中宣扬金钱至上主义,提前消费主义等都对大学生的消费行为和消费习惯产生负面效应。

(二)在校大学生消费行为习惯中的问题分析

1、冲动型消费

00后大学生随时手机不离身,喜爱网络购物,商家也看准学生的特点,有针对性的推出了多种混合型的营销策略,多渠道的宣传推销产品,有16.61%学生表示喜欢直播购物,41.64%喜欢促销和低价团购,50.52%的学生表示会按需购买。虽然大部分学生们表示每月会有计划购物,但面对商家为营销时推出的大型购物节,在各类广告、周边人的分享欲以及网上的各种种草文化的影响,00后大学生出现改变当月消费计划,冲动消费。研究显示,00后学生的冲动消费还体现在恋爱和人际交往中,当月若遇到恋爱对象、朋友生日或特殊节日等,大学生们容易产生攀比心理来寻求归属感和认同感,会通过冲动消费来体现自我价值,导致个人人际交往成本高。

2、盲目从众消费

00后大学生特别容易受同龄人的观念影响,他们在乎同龄人的看法和评价,大一新生刚入学,第一次掌握金钱的控制权,但对金钱的认识和管理不足。面对同校师兄师姐和同学、室友,会产生强烈的快速融入群体的想法,对于大学内新潮的事物也会产生好奇,会误认为物质上的满足是个人价值的体现,会不自觉的跟随模仿他人的消费方式,不计后果的追随潮流文化,出现不理智的消费行为。

3、不合理的消费产生的经济浪费

00后大学生购物,大部分学生选择购买质优价美的物品,但是学生们青睐的网络购物属于消费后才能看到实物,因此种草文化开始流行,部分学生反映看到各种达人的推销进行购买,拿到手后发现与达人推荐相差甚远,小物件的退换涉及物流成本运输费,学生们也嫌弃退换麻烦,就出现了闲置或者直接丢掉现象,大学生们的鉴别能力尚未完善,这类消费行为导致很大程度上的经济浪费。

4、通过网络借贷超前消费

79%的00后大学生对超前消费持支持态度,超前消费现象突出,对自身的消费实力认识不足,轻信分期付款无压力等谎言,透支自己未来的个人征信,满足当下的消费需求,还款时产生的压力严重影响大学生们的正常学习生活状态,对于价值观树立也产生不良影响。

三、改善大学生消费行为习惯的对策

(一) 高校应引导大学生树立正确的消费观

高校等教育组织机构在培养大学生正确消费观过程中,可以深入分析00后大学生的消费习惯、行为和特点,充分利用课程思政影响力,调动完备的教育设施和优秀的教学老师,课堂教学过程,采取理论结合实践式的讲授法,设置专题讨论、情景再现和头脑风暴等,激发学生学习兴趣,让学生参与到课堂讨论中,形成正确合理的消费观念。按照学生兴趣,增设与理财相关的线上线下教学课程,在互联网大背景下,让学生理解掌握更多的金融理财知识,能帮助学生未来面对金融风险做出合理的规避。^[4]

(二) 培养大学生理性合理的消费形式

当前我国的市场经济开放包容,催生出多元化的消费形式,00后大学生们面对消费品选择时的经济压力减小,消费更新速度加快。针对大学生这样的独立个体,00后表现出了

思想活跃,接受新鲜事物能力强,但缺乏辨别力,有独立的消费观念和特点,对流行的消费形式和观念反应更迅速,高校应重视行正确消费方式的相关引导和教育,增强学生对于勤俭节约的中华文化认同感,杜绝盲目消费、攀比消费和奢侈消费等,培养健康、科学、合理的消费消费行为。

(三) 教育回归家庭,引导养成良好的消费习惯和理财意识

家庭教育对子女消费观的养成有深远的影响,00后大学生多属于独生子女家庭,父母长辈对其十分疼爱,大部分家庭在子女成长过程中,都尽全力为子女创造良好的物质条件,因此00后大学生成长过程几乎没有体会过缺衣少食的生活,进入大学校园,开始独立掌握生活费使用权后,在消费领域出现各类问题。^[5]为了协助00后大学生管理好自己的钱财,提高消费质量,避免消费陷阱。建议父母学习掌握一些理财相关知识和技能,使家庭教育起到示范和引导作用,让大学生们主动模仿和学习。也可以协助子女制定每月、每季度或每年的消费计划。督促子女养成记账习惯,通过记账了解自己的消费结构,养成良好的存储习惯,以应对突发的财政危机。指导子女进行一些低风险投资,初步具备风险控制意识。

(四) 激发大学生内在责任意识,共建借贷监管体系

部分00后大学生会出现消费计划性不强,消费不合理导致浪费的现象出现,一旦入不敷出就开始借钱满足自己的消费欲,并且当还款能力跟不上时,会出现欠账不还或者索性就将还款义务推脱给亲人,自我责任意识较弱,不重视个人的征信,父母帮助还款后,并未深刻反思自己的问题,还会再次出现超前消费现象。这类现象,需要加快完善互联网信贷平台内部监管违约制度,严格管控大学生的借贷额度,并将央行的征信系统、各大互联网信贷平台的个人违约记录进行信息共享,建立出一套合理高效的借贷监管体系,并对大学生的网络安全、线上支付等进行相关教育,强化大学生内在责任意识,约束不合理的超前消费行为,探索可持续性消费路径。

参考文献

- [1]甘新蕊,李淑媛,周凌竹,邢佳慧,李吉庆.新冠肺炎疫情下在校大学生消费行为调查[J].合作经济与科技,2021(06):78-80
- [2]辛颖,楼桐.大学生消费现状研究[J].营销界,2021(02):110-111
- [3]张凤莹,杨轶雯.品牌文化对大学生消费行为的影响[J].合作经济与科技,2021(03):100-102
- [4]王继峰,丁凡凡.大学生消费习惯提升:原因、特征与建议[J].黑河学院学报,2021(12):73-75
- [5]卢嘉瑞,吕志敏.消费教育[M].北京:人民出版社,2005.

作者简介:

黄皎,1988年1月5日,汉,四川省简阳市人,硕士学历,讲师,研究方向:教育学。