

浅析90后大学生的消费行为

胡 颖，杜 丹

(海南师范大学,海南 海口 571158)

摘要：90后已经成为当前高校大学生的主流，他们的消费观念日趋多元化，他们具有独特的思想、开放的心态、张扬的个性等特点给高校校园带来了新气象，注入了新活力。这也给高校带来了新的研究课题。

关键词：90后；大学；消费现象；消费行为

90后出生在改革开放迅速发展时期，无论是生活环境、还是物质条件、精神文化等方面都比前几代人优越。他们大多生活在“4+2+1”家庭环境中，从小不缺乏长辈们的关爱。他们想要什么，长辈们就给什么，几乎是有求必应。在这样的社会环境与家庭环境下长大的90后，他们有着独特鲜明的特点，个性张扬，思想独立开放，追求非主流的时尚，追捧“火星文”，推崇民主平等。他们带着独自的特点进入大学学习生活，他们的个性特点影响着他们的言行举止。他们热衷于消费，除了基本的学习生活消费，他们越来越注重娱乐消费、时尚消费，以此满足他们的精神生活需求。但也因此形成了很多不良的消费习惯。

一、90后大学生的主要消费现象

(一)电子产品消费

比起70后、80后，90后生活在科技迅猛发展的环境下，科技产品的更新日新月异，他们进入高校时后，几乎人手一台电脑，人人都有手机、数码相机、mp3(mp4)，家庭富裕者在中学时代就已拥有这些工具。他们已经不再只是考虑能否买得起，他们更加注重对时尚品牌的追求，更加注重产品的个性化。据调查，高校中90%的学生拥有手机，有的学生还不只一部，他们追求手机的档次和功能的多样化，款式新奇、档次高、功能齐全的手机最受他们的青睐。90后大学生拥有手机等电子产品已不足为奇，他们是这个时代的宠儿，是时尚科技的受益者。

(二)网上购物

随着科技的发展，网络的普及，网上购物是近几年逐渐时兴的购物方式。大学生网络消费也越来越盛行。网络商品的多样化，运送方式的便捷化，网上购物时间的节省化，网络购物空间的

多元化都吸引着90后大学生，他们认为网上消费在保证质量的前提下，能够节省时间，而且网络购物打破了地域的局限性。传统的购物消费是在某一个特定的空间内，某一城市、某一地区、某一商场。网络消费把全球的商品都集中到互联网上，打破了传统的空间范围限制，网络的种种优势深受90后大学生的青睐。他们在网不仅查阅资料，订购书籍，更重要的是网络的休闲娱乐活动琳琅满目，各种游戏、影视、聊天工具数不胜数。他们熟知支付宝，网上银行等网络支付方式。网上购物，网络消费已经融入到90后大学生的日常生活。

(三)学习投资

90后大学生大多数还是认为现阶段的主要目的是学习，因此，用于学习的投资还是较大。尤其是高年级的学生，他们面临着毕业就业的巨大压力，为了在毕业后更好地适应社会竞争，他们愿意进行一笔学习投资。于是出现了“考研热”、“考证热”现象，上各种培训班给自己“充电”。学生爱学习，愿意在学习上投资，这当然是种可喜的现象，但是也存在一些弊病，有些大学生没有学习计划，甚至没有自己的人生规划，只是看到身边的同学都忙着考证，他也盲目跟从。90后一代虽然讲究个性，喜欢独立自主，但是由于不够成熟，缺乏社会经验，因此判断是非能力还不强，因而做事的盲目性、从众性也就容易显现出来。

(四)恋爱消费

90后大学生谈恋爱已不再躲躲闪闪，恋爱对他们来说已经不是什么新鲜事，他们比起80后更是早熟的一代，有些在中学时代就有恋爱经历，有的还不止一次。在科技发达，网络普及的今天，他们的恋爱消费也远远超过前几代的大学生。90后大学生谈恋爱不再局限于校园内的花前

作者简介：胡 颖(1987-)，女，海南师范大学政法学院研究生。研究方向：思想政治教育理论与实践。

杜 丹(1982-)，女，海南师范大学政法学院研究生。研究方向：思想政治教育理论与实践。

月下、单车漫步、清茶淡水。他们更加注重于恋爱场所的档次,他们去西餐厅,去茶庄饮吧。他们更加注重恋爱过程的浪漫形式,正如赠送999朵玫瑰花、1001支烛光祝福等,不惜花费大量的财力、物力。他们的恋爱消费成本明显加大。社会经济的快速发展,物质文明程度的逐步加强,当前大学生这种恋爱消费形式已经具有奢侈和超前的倾向。

二、90后大学生的不良消费行为

(一)攀比消费

事实上高校大学生攀比消费在早些年就存在,不仅仅是90后大学生的普遍现象,但随着社会的发展,人们的生活水平提高,人们消费观念,消费行为也随着变化。本就有着攀比心理的人们在消费上也不甘示弱地表现出来,90后多是独生子女,又是在特殊的环境下成长的一代,因此,他们的攀比消费行为也伴随着他们成长。尤其是城市里长大的孩子,从小在优越的物质环境下,要什么就有什么,看到别人有什么他也要有什么,甚至要比别人的好。到大学里,他们的攀比心理仍然存在,甚至更严重。从吃穿用行各方面都存在着攀比现象,虽然表面上看不出来,事实上内心都在相互暗自较量。就如手机消费,一个同学买了iPhone4,其他同学也会跟风消费。总之,别人有的也要有,甚至要更好。就是这样的攀比心理在现高校学生当中愈演愈烈,攀比消费之风也越发盛行。

(二)盲目消费

当今大学生都存在着盲目消费的现象,这种现象由两种原因造成。一是对自己的生活消费无计划,二是从众心理导致的盲目消费。一个即使有工作有家庭的人,如果对自己的生活毫无计划,那么他在消费上肯定是无计划性,这样就造成了消费的盲目性。当前90后大学生,他们的经济尚未独立,并且还没形成健康的消费观念,很容易受社会不良的消费习惯影响,生活消费没有计划性,喜欢什么就买什么。据调查,近几年大学生平均消费在800元至1000元一个月。但由于物价上涨等客观因素,大部分90后大学生的月消费在1000元左右。有一部分学生消费已远在这个范围之上,这里不乏家庭条件优越者,他们资金充裕,在消费上更显得无计划性,更容易盲目消费。再者,有一部分学生存在从众心理,在自己经济条件不允许的情况下,也要与高消费的同学攀比,这样也造成了盲目消费,甚至演变成负债消费。

(三)过渡消费

大学生过渡消费很大程度源于高消费、盲目攀比的“示范效应”。当一部分学生都做同一件事情或处于某种状态时,就会产生一种群体压力,

其他学生就会受到这种压力迫使,模仿他们,否则,就会感觉到自己被排斥于群体之外,产生不协调感。当今的大学生过渡消费越来越多,“负翁”一词就是在这样的背景下应运而生。大学生“负翁”越来越多。他们负债投资感情,负债消费时尚,负债购买电子产品,他们热衷花明天的钱做今天的事。90后大学生多是独生子女,他们独自的个性很容易滋生盲目攀比,追逐时尚的坏习惯,而导致超前消费,过渡消费。

三、加强90后大学生健康消费观念的培养与塑造

(一)家庭应树立科学和谐的消费观

每一个人一出生,父母是他的第一位老师,家庭是他的第一所学校。一个人能否健康成长与良好的家庭环境密切相关。因此,家庭里父母长辈们的消费观念、消费行为对其孩子有着深刻影响。父母长辈们应树立科学和谐的消费观念,科学和谐的消费观念应当是适度消费,文明消费,有科学地、可持续地消费,而不是无计划的盲目消费,不计后果的高消费,负债消费。父母长辈们应当为孩子树立健康消费的榜样,应该让孩子知道:钱是用在刀刃上的,那些可有可无的奢侈品能不买则尽量不买。应当对孩子进行正确的消费教育,使他们形成科学和谐的消费观,自觉抵制消费主义、金钱主义。

(二)高校应加强大学生的消费教育

大学生是社会的一个特殊群体,大学阶段是他们的世界观、人生观、价值观逐渐形成稳定的关键时期。因此,加强教育,正确引导大学生的消费行为,对加强90后大学生健康消费观念的培养与塑造具有重要的作用。首先,高校应加强90后大学生的三观教育,即世界观、人生观、价值观教育。有正确的世界观、人生观、价值观就会有正确的金钱观、消费观。其次,加强大学生理财教育,感恩教育。通过对大学生的理财教育,使其逐步形成良好的理财习惯,消费习惯。通过对大学生的感恩教育,使其更加体谅父母,理解父母的艰辛。再次,高校应加强校园文化建设。校园文化建设是高校教育建设的重要内容之一,良好的校风对大学生素质发展有着不可磨灭的作用。加强校园文化建设,建设良好的校风,促进大学生正确消费观念的形成,养成良好的消费行为习惯。

(三)社会应营造良好的消费氛围

一个国家的消费主流意识,一个社会的消费风气时时刻刻都在潜移默化着社会中的每个人,大学生是国家未来建设发展的主力军,他们素质的好坏直接影响着国家的繁荣发展。(下转第93页)

