# 浅议大学生消费行为的特点

来源：网络 作者：浅唱梦痕 更新时间：2024-01-28

*[论文关键词] 大学生 消费 特点 [论文摘要] 大学生是当代青年中的特殊消费群体，把握大学生消费行为的特点，研究其消费趋势，对 指导 大学生进行理性消费，提高企业 营销 的针对性都有着重要的意义。 大学生是当代青年中的特殊消费群体，有着不...*

[论文关键词] 大学生 消费 特点

[论文摘要] 大学生是当代青年中的特殊消费群体，把握大学生消费行为的特点，研究其消费趋势，对 指导 大学生进行理性消费，提高企业 营销 的针对性都有着重要的意义。

大学生是当代青年中的特殊消费群体，有着不同其他 社会 消费群体的消费行为，多数大学生是从进入大学开始，才有了真正意义上的消费自主权，其消费行为对家庭、学校、企业、社会都有一定的影响。把握大学生消费行为的内容、特点，研究其趋势，对指导大学生进行理性消费，提高企业营销的针对性都有着重要的意义。

一、大学生消费内容的特点

大学生的消费，主要分为基本生活消费、学习消费、休闲及娱乐消费、人际交往消费等几个方面。

1.基本生活消费

由于学校所在的各城市 经济 发展水平不一，大学生的家庭经济状况不一，衣、食、住、行等生活消费需要也不一样，大学生消费在静态上可以划分为高、中、低三个档次，而在动态上呈逐年递增趋势。

2.学习消费

学习消费主要包括学费、书杂费、考证消费和电脑消费等。大学生学费因学校所处的地域、类别、专业等的不同也有所区别。

（1)大学生除了购买基本的专业教材外，其学习消费主要集中在购买教学参考书、 英语 和 计算机 等级考试等书目上。

（2)考证消费。近年“考证热”在高校悄然兴起，大学生参加各种英语等级考试、计算机等级考试、出国考试和国家公务员考试等等，名目繁多，相应的报名费、资料费、培训费等自然不菲。不少大学生甘心对考证进行高额 投资 ，以增加职场竞争中的筹码。

（3）电脑消费。好多大学生以宿舍为单位，采取集体所有，分担 成本 的方式购买电脑；有些经济条件比较宽裕的大学生自己拥有电脑。随着网络的普及，信息的沟通方式也多了起来。QQ、MSN、BOLOGE因其互动性，成为了当代大学生交流经验、增长知识的新途径。同时， 计算机网络 已覆盖了许多大学生的宿舍，在宿舍上网业已成为时尚，大学生的网络消费也成为日常消费开支的一部分。

3.休闲及娱乐消费

（1）休闲消费。大学生闲暇生活中，最经常做的事情是上网、自习自修、读消遣杂志、读 文学 作品、书法、 音乐 、绘画等，这些活动都具有较强的独立性；而诸如参加课题研究，文体活动、义务劳动、听名师讲座等需要集体参与的交往性活动，却较少参加。

（2）娱乐消费。大学生的娱乐消费数额也相当可观。进迪厅，打台球，遛旱冰，去练歌房，开PARTY等。另外，大学生不同程度的追星热潮影响着他们的娱乐消费。

（3）时尚信息消费。大学生中手机的普及率较高。为了找工作方便和交友，很多大学生都购买了手机用于与外界联系，还有的大学生用手机进行娱乐活动，如点歌、照相、彩铃订购、发短信等。手机已经成为他们一个重要的通讯工具，价廉实用的手机是大部分大学生的首选，但手机费在逐步提高。

（4） 旅游 消费。随着家庭生活水平的提高和 公共 假期的增多，大学生热衷于出外旅游者也不在少数。

4.人际交往消费

（1)人情消费。同学过生日、当选大学生干部、入党，得奖学金、比赛获奖等都要请客。否则，便被视为不够交情，不上路。请客者档次越高，赴宴者的随礼也就越高。人情风的蔓延，给一些并不富裕的家庭增添了经济负担，也给大学生带来了精神压力。

（2)恋爱消费。而恋爱费用的来源，有的是由家里“特别提供”的；有的是从生活费中“抠”出来的；有的是来自“勤工俭学”的；有的是来自“奖学金”的，这与大学生的社会角色有关，更与家庭对大学生恋爱的看法有关。

根据我院两年来对学生消费情况的 调查 ，05级06级学生一年的消费总额有明显增加趋势，05级学生在校一年的消费总额在6000元～9000元之间，06级学生升为7000元～13000元。

二、大学生消费方式的特点

大学生消费内容表明，他们正朝着追求现实、重视自我，要求个人和社会并重，并呈现出如下特点：

1.讲究实用性：从相关 统计 数据中看出，大学生认同率最高的三个选项是知识、事业和健康，其次是友谊、爱情、家庭和金钱，而后才是理想、权力、地位和名誉。大学生的基本生活消费、学习消费、休闲及娱乐消费、人际交往消费，都带有浓厚的实用色彩。大学生对实用技术类书籍、文学类书籍、娱乐、消遣类报刊杂志的选择率较高，而对科普读物、人文社科类理论书籍的选择率较低。

2.崇尚个性化：大学生消费个性化的表现，是当代新青年表现出的时尚化和风格化，表明青年大学生 心理 的成熟和独立意识的增强。大学生对个性和自我的刻意追求和表现，反映出当前新知识的爆炸式增长、新技术的迅速推广和新的信息 传播 媒介对大学生的影响，例如，手机、 银行 卡、电脑、ＭＰ３等物品已成为当今大学生的必备之物，他们作为一个特殊的消费群体，有着自己独有的消费现象和观念。

3.追求前卫性：大学生消费“前卫”的特征主要表现为三个方面：一是追求品牌，崇尚权威；二是追求新颖、时尚；三是理性消费。

大学生正处于追求个性发展，自我意识增强，乐于接 受新鲜事物的年龄阶段。对于品牌商品，青年大学生不太注重的产品的功能，而是追求品牌商品的 文化 价值，更多的倾向于 心理 感受，而不是从直观上判断某种商品的优劣。品牌所代表的“质量”、“价格”以及“文化”的权威性，以显示自己的身份、地位，增强自信心和自豪感。同时，大学生的消费心理更趋理性化，如大学生在购买像电脑这样昂贵的商品时，往往表现出购买前的冷静，大部分大学生要查阅价格、性能等有关资料后再决定是否购买。

4.差异性：在 市场 经济 背景下，高等 教育 属于非义务教育，较高的学费和其他教育费用，对年收入人均才数百元的 农村 家庭、下岗职工家庭，尽管国家充分给予考虑和支持仍然不堪重负，在校园内产生了一个庞大的贫困生群体。来自贫困家庭的大学生的消费水平较低，有些人甚至连基本生活费都难以保障，心理承受着经济困难的巨大压力，不少人因此产生自卑心理。同时， 社会 上的高消费现象已波及高等院校，有些家庭条件好的大学生倡导高消费和超前消费，他们的虚荣心态和炫耀行为造成了一种示范效应，导致校园平均消费水平水涨船高，同校特别是同专业、同班、同宿舍同学间消费水平的明显反差。

三、大学生的消费趋势

1.基本生活消费向营养型、质量型发展：从90年代开始，我国的消费水平逐渐由“生存型”向“享受型”发展，大学生也不例外。他们用于满足基本生存需要的消费比重大大降低，而用于改善学习条件，满足精神文化需求的消费开始上升，而传统的吃穿住用行等物质消费或生存型消费正逐步向有营养讲质量方面发展。

2.学习消费的比值将大幅度上升：知识经济时代带来的学习观念的变化，使广大学生日益认识到学习不再是一件阶段性的事，而将伴随人的终身。特别是网络教育的开展给人们提供了学习的机会，用于继续学习的费用也将日益增大。

3.健康、健身消费增加，休闲及娱乐消费呈现多样：大学生日益重视健康消费，用于进行体育锻炼和购买 保健 品的支出也在逐步上升，健康消费将成为主要的消费内容；体育健身消费在校园中渐成时尚，“花钱出汗”不再被视为可笑的事，大学生对各种美容与健康产品的需求，已超越基本的 预防 疾病的需求，进入更高层次。

休闲及娱乐消费方面，大学生群体有着比其他年龄群体更为旺盛的需求，他们越来越不满足于看 电视 、进影剧院这样一些静止的休闲方式，而是追求新颖、出奇、刺激和有品位的活动：迪厅、游戏机，台球和保龄球将更为普及；蹦极、攀岩、速降、滑翔、漂流、潜水、探险、探幽这类刺激的活动，今后会吸引众多的青年大学生。

4.人际交往消费 成本 昂贵：在校大学生渴望理解，喜欢交友，用于请客吃饭的费用日益增多。特别是在信息发达的今天，信息消费的最大群体是青年大学生群体。网民年龄分布的高分值在20岁～30间岁，手机、电脑等产品由商务消费转向生活消费，大学生上网率的增长，个人电脑的畅销，也使大学生的消费心理由实用至上转向感受为本。

5.模仿性的消费情结日趋明显：大学生消费有着强烈的模仿性特征，有着很深的“白领情结”：名牌服装着身，手提电脑随身，信息把握在手，创造未来人生。这已成为众多大学生所羡慕、仿效的社会形象。一方面希望拥有舒适的物质生活，一方面希望拥有高雅的精神享受。他们有着自己对生活的理解、对消费的选择，他们注重讲求生活的品味和质量，他们追求的是一种既有物质享受，又讲求精神生活的现代人的生活方式。

四、几点启示

1.针对大学生中存在的过度消费、高消费、超前消费的特点和趋势，学校应加强对学生的消费观教育，提倡健康理性的消费，增强独立意识，培养和加强理财能力。

2. 营销 企业应把握大学生注重个性、时尚性、模仿性的消费行为特点，有针对性地制定策略，运用不同的销售方式，满足不同大学生的需求，获得最大的利益；同时也要肩负起引导大学生正确消费的社会责任。

参考文献：

[2]戚世钧:大学生的消费观及其引导.《河南大学学报(社会科学版)》202\_.6

[3]赵富才:论大学生的消费行为机器社会心理特点。《聊城大学学报（社会科学版）》.202\_

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！