

高校学生群体消费文化与消费行为研究

——以赣州职业技术学院为例

张骞 叶景川 曾海源 苏绍建 黄远香

赣州职业技术学院汽车工程学院

DOI:10.12238/er.v8i5.6038

摘要：消费文化作为社会文化的重要组成部分，反映了社会成员的消费观念、消费习惯和消费行为。高校学生作为具有较高文化素质和消费潜力的群体，其消费文化不仅影响着个人成长和发展，也对社会消费趋势产生重要影响。近年来，随着互联网的普及和电子商务的兴起，高校学生的消费方式更加便捷多样，但同时也面临着诸多消费挑战。基于此，本文以赣州职业技术学院为例首先分析高校学生群体消费文化的特点，其次阐述影响高校学生群体消费行为的因素，最后提出几条强化赣州职业技术学院学生群体消费文化与消费行为的对策，以供参考。

关键词：高校学生；消费文化；消费行为；赣州职业技术学院

Research on Consumption Culture and Consumption Behavior of College Students—Take Ganzhou Vocational and Technical College as an Example

Qian Zhang, Jingchuan Ye, Haiyuan Zeng, Shaojian Su, Yuanxiang Huang

Ganzhou Vocational and Technical College, College of Automotive Engineering

Abstract: As an important part of social culture, consumer culture reflects the consumption concepts, habits and behaviors of social members. College students, as a group with high cultural quality and consumption potential, their consumer culture not only affects their personal growth and development, but also has an important impact on social consumption trends. In recent years, with the popularization of the Internet and the rise of e-commerce, the consumption methods of college students have become more convenient and diverse. However, they also face many consumption challenges at the same time. Based on this, taking Ganzhou Vocational and Technical College as an example, this paper first analyzes the characteristics of the consumer culture of college student groups, then expounds the factors influencing the consumption behaviors of college student groups, and finally puts forward several countermeasures to strengthen the consumer culture and consumption behaviors of student groups in Ganzhou Vocational and Technical College for reference.

Keywords: college students, consumer culture, consumption behavior, Ganzhou Vocational and Technical College

引言

赣州职业技术学院作为一所具有地方特色的高校，学生群体的消费文化与消费行为与全国其他高校有所不同。基于大学生日益提升的消费能力，许多商家为了吸引新用户，也越来越关注大学生消费群体，生产针对大学生消费需求的产品。随着互联网时代的到来，消费途径更加多样化和便捷化，网络营销吸引了大量消费者。再加上如今移动支付进入了高速发展阶段，而高校学生作为易接受移动支付等新生事物的群体，对社会的消费市场反映较为敏锐，因此，对高校学生消费文化与消费行为的研究具有重要意义。

一、高校学生群体消费文化的特点

（一）高校学生消费文化的个性化需求

高校学生群体的消费文化具有明显的个性化特征。与传统消费者相比，学生群体在消费过程中更倾向于根据个人兴趣和需求具体表现在多个方面。首先，随着信息技术的飞速发展，学生在网络平台能快速获取商品信息和消费建议，从而根据个人偏好选择。网络购物的兴起让学生能够以较低的成本满足其独特的兴趣和需求，这种趋势不仅反映了学生对个性化商品的偏好，也显示出他们对品牌和服务的独特要求。此外，学生在消费时通常会更多地考虑自我表达的元素。例如，一些学生喜欢购买具有特定文化或价值观代表的产品，这种消费不仅仅是对产品本身的需求，更是一种对身份的认同。高校学生群体普遍追求自我价值的实现和社会认同感，相比于上一代人他们更注重商品与个人兴趣、生活方式的契

合度，而不仅仅是价格和品牌的选择。

（二）高校学生消费文化的即时性与快捷性

随着电子支付手段的普及和网络平台的便捷，学生在消费时不再需要面对传统商店的排队和等待问题，不仅提升了消费的效率，也让学生能够在更短时间内做出决策和完成购买。尤其是在网络购物平台的推动下，学生的消费往往是一键下单、快捷支付等，使得他们不再受到时间和地点的限制，随时可以各种购物。例如，许多学生喜欢通过移动应用购买书籍、学习用品、外卖、生活等，且这些平台通常提供快速配送服务。基于学生的时间安排和生活节奏，他们更倾向于选择能够满足即时需求的产品，而不愿意等待过长时间。因此，商家在设计商品和服务时，除了考虑价格和质量，还要注重购物流程的简便性和配送的及时性。

（三）高校学生消费文化的社交化趋势

随着社交网络和社交平台的快速发展，学生不仅仅是为了个人需求而消费，更往往将消费行为与社交活动紧密结合。当下微博、微信、抖音等平台的崛起，使得学生能够在购物、消费的过程中，分享个人的消费体验、产品评价、购买心得等信息，即消费成为他们社交互动和自我展示的一部分。例如，许多学生在购买时尚、电子产品等商品时，会在社交平台与朋友分享购买经验，甚至进行“晒”生活，向周围的人展示自己选择的商品和品牌。学生之间的消费观念和购买决策受社交圈的影响很大，一个流行的品牌或商品可能会因同伴的推荐或社交媒体的影响迅速在群体中扩散，从而促使更多学生参与到该消费中来。此外，许多品牌会与学生群体的社交活动合作营销推广。

（四）高校学生消费文化的价值观导向

与以往单纯追求价格和质量的消费观念不同，现代大学生在消费时往往会将个人价值观、社会责任感等因素纳入决策过程。学生群体不仅关注商品的功能性和价格，更加注重产品的文化内涵、品牌的社会责任以及其是否符合自己的价值观和生活方式。因此，越来越多的品牌和商家开始注重通过文化和价值的传递，吸引学生的关注和购买。例如，环保产品、绿色消费和公益商品逐渐受到学生群体的青睐。许多学生在选择商品时，会优先考虑那些符合自身环保理念和社会责任感的品牌或商品，这种消费文化的转变反映了学生群体对社会和环境问题的关注，也表现出他们希望通过自己的消费行为来实现更高层次的价值认同。另外，一些品牌通过传递人文关怀、公益精神等价值观念，吸引学生群体的参与。

二、影响高校学生群体消费行为的因素

（一）消费观念与生活方式的影响

学生群体的消费观念逐渐从单纯的物质需求转向更为多元化的精神享受、社交需求以及自我认同的表达。在这些

观念中，消费不仅是物质交换，更是个人身份、价值观念的体现。在信息化和社交媒体的影响下，学生群体尤其注重品牌、社交平台的影响力，形成了较为独特的消费偏好和行为模式。例如，学生更倾向于购买具有流行属性的商品，并在社交平台分享自己的消费体验，从而获得认同感和归属感。在生活方式方面，学院内的学习压力、社交活动以及课外兴趣的多样性都对消费行为产生深远影响。大量的线上活动、社交聚会和娱乐方式带动了与休闲娱乐相关的消费增长。同时，学生的生活方式也趋向多样化，许多学生通过外卖、短视频平台等进行日常娱乐与社交消费，直接影响了他们的消费模式和消费金额。

（二）文化背景与社会认同的影响

赣州作为一个具有丰富历史文化底蕴的城市，其独特的文化环境为学生提供了多样的消费选择。不同的文化传统、价值观和社会环境，使得学生的消费行为在很大程度上受传统文化的影响。当地较为浓厚的家族和集体主义文化，使学生的消费行为不仅仅是个人选择，还常常与家庭成员、朋友以及同学之间的关系密切相关。学生在消费决策上往往会受到身边人群行为的影响，形成相似的消费倾向。例如，在一些社交场合，学生会模仿或参与流行的消费模式增强自我认同感与归属感，尤其是在购买手机、衣物、食品等商品时尤为明显。此外，在校园中，学生之间对流行文化的追逐、社交活动的参与以及网络平台的互动，常常会形成某种消费趋势，并在校园内迅速传播，影响到更多学生的消费选择。例如，一些流行的品牌或产品，往往会在学生之间形成“追捧”效应，从而推动消费增长。而社会认同感的需求，促使学生在做出消费决策时，会更多地关注是否符合自己所在群体的价值观和文化背景。

（三）经济状况与消费能力的关系

大多数学生的经济来源主要依赖于家庭支持和奖学金、助学金等资助，而部分学生通过兼职等方式补充。因此，经济条件较好家庭的学生消费支出相对较高，尤其是在品牌消费、奢侈品以及娱乐消费方面，这类学生更倾向于选择高品质、高品牌价值的商品。而经济条件一般的学生则更多关注价格敏感度，倾向于选择性价比高的商品，同时也较少参与到奢侈品和高端消费的活动中。此外，经济条件较好的学生可能更多倾向于外出就餐、购买品牌服饰和电子产品，而经济条件较差的学生则可能更多依赖于校园内的经济实惠食品、二手商品和线上购物等，这种经济状况与消费能力的关系，在校园内形成了不同的消费群体，学生能够通过适合自己经济水平的方式满足消费需求。因此，经济状况不仅决定了学生的消费总量，还影响了他们选择消费品类的广度与深度。

（四）校园环境与学生压力的影响

学院内的学业负担、考试压力以及课外活动的安排，都会在一定程度上影响学生的消费选择。在一些学业压力较大的学生中，为了缓解学习带来的紧张情绪可能选择通过购买娱乐产品、参与社交活动等方式来进行情绪调节。例如，一些学生可能选择购买短视频平台的会员，观看自己喜爱的影视作品，或者通过参加集体活动、旅游等方式来舒缓自己的学业压力。此外，随着学业压力的增加，部分学生会选择通过购买速食、外卖等便捷食品来节省时间，减少食堂就餐的频率。这类消费行为反映了学业压力对学生消费模式的直接影响。在学业压力较小的学期，学生的消费行为更多集中于个人兴趣爱好、社会活动以及时尚消费。

三、强化赣州职业技术学院学生群体消费文化与消费行为的对策

（一）加强消费教育与价值观引导

赣州职业技术学院可以加强消费教育，通过课程、讲座以及校园活动等多种方式，向学生传递理性消费的重要性，特别是在当前信息化社会中，消费行为与社交媒体、广告推广紧密相连，许多学生往往容易陷入盲目跟风和品牌追逐的消费陷阱。学校可以开设消费心理学、经济学基础等课程，帮助学生理性分析消费决策背后的动因和影响因素。同时，学院还可以定期举办关于个人财务管理、消费规划等内容的讲座，帮助学生建立良好的消费习惯和节约意识，让学生懂得如何平衡日常开支与储蓄，做到在满足需求的基础上合理控制消费。

（二）优化校园商业环境与消费选择

赣州职业技术学院应当注重校园商业环境的优化，为学生提供更多样化和优质的消费选择。学校可以与本地商家、线上平台合作，为学生提供符合其消费水平和需求的商品与服务。例如，学校可以引入性价比高、质量可靠的商品，通过校园电商平台或线下商店销售，减少学生因盲目追求品牌而导致的过度消费。同时，商家应为学生群体定制符合其需求的消费品类，特别是在价格、质量和款式方面满足学生的多样化需求，避免单一的商品结构使学生陷入选择困境。在校园商业环境的建设上，学校可以创造一个鼓励健康、理性消费的氛围。例如，在校内食堂、超市和其他零售商铺中，推广绿色、环保和健康的消费方式，减少低品质、高价格商品的销售，鼓励学生选择更具性价比和健康价值的产品。

（三）加强心理健康与压力管理的干预

心理健康对赣州职业技术学院学生的消费行为具有重

要影响，尤其是学生在面对学业压力和社会压力时，往往会通过消费来寻找短期的情绪释放和认同感。因此，学校在强化学生消费文化的同时必须关注学生的心理健康状况，为他们提供必要的心理干预和情绪管理支持。学院可以开设心理咨询服务、组织心理健康讲座、进行情绪调节训练等方式，帮助学生有效地管理学业和生活中的压力，减少因情绪波动导致的冲动消费行为。此外，学校可以组织定期的心理疏导活动，培养学生正确的压力应对机制，减少学生在面对焦虑、孤独或自卑情绪时通过消费寻求慰藉的现象。

（四）推动绿色消费与可持续发展理念

随着环保意识的提升，越来越多的学生开始关注消费的环境影响，并选择那些符合可持续发展原则的产品和服务。因此，学校可以组织绿色消费活动、宣传环保产品、提供绿色消费选择等倡导学生选择低碳、环保的消费品类，推动校园内的绿色消费文化发展。学校可以与商家合作，推广二手商品交易、共享经济模式等新的消费理念，让学生不仅在购买时注重商品的价格和质量，更考虑产品的生产方式和使用后的可回收性。

结束语：

综上所述，高校学生消费文化与消费行为呈现出多元化、个性化、网络化等特点，但也存在盲目消费、过度消费等问题。未来，随着社会的快速发展和文化的多元化，高校学生消费文化与消费行为将继续发生变化。因此，高校应持续关注和研究学生消费文化与消费行为的变化趋势，及时调整和完善消费教育和引导策略。

【参考文献】

- [1]王武.浅析电子商务环境下高校学生群体消费观念与行为的转变[J].教育现代化,2015,(16):35-38.
- [2]彭发荣.传媒消费文化视野下的高校学生教育探究[J].长沙铁道学院学报(社会科学版),2014,15(03):184-185.
- [3]王立新,余少华.浅谈高校学生的大众消费时尚[J].今日科苑,2007,(02):102.
- [4]董雨奇.移动支付对高校学生消费行为的影响[D].广西师范大学,2018.
- [5]黄欢乐,韩卫卫,刘永华.基于校园一卡通数据的高校学生消费行为研究[J].才智,2025,(03):154-157.
- [6]李一帆,蔡沛桐.高校学生消费行为调研及引导策略研究[J].黑龙江科学,2022,13(15):7-9.

作者简介：

张骞，男（1993.07—），汉族，籍贯江西赣州，硕士，

讲师, 研究方向: 企业管理, 市场营销

叶景川, 男 (1995.09—), 汉族, 籍贯 江西赣州, 本科, 助教, 研究方向: 新能源汽车, 汽车喷漆

曾海源, 男 (1994.08—), 汉族, 籍贯 赣州兴国, 本科, 讲师, 研究方向: 车辆工程

苏绍建, 男 (1996.10—), 汉族, 籍贯 江西赣州, 硕士, 助教, 研究方向: 企业管理, 管理科学与工程

黄远香, 女 (1995.05—), 汉族, 籍贯 江西赣州, 硕士, 讲师, 研究方向: 汽车营销, 环境经济

基金项目:

赣州职业技术学院 2024 年度校级课题, 《高校学生群体消费文化与消费行为研究——以赣州职业技术学院为例 (基金号: X-2024-RWSK-06)》