

# 大学生绿色消费观引导路径研究

牛娜

商丘学院商学院 河南 商丘 476000

**【摘要】**大学生是我国未来社会经济消费的主力军,其绿色消费观的引导和养成,并真正做到知行合一,对践行我国“绿色”发展理念来说具有重要意义。本文在阐述当代大学生绿色消费现状的基础上,发掘问题并深入剖析其成因,进而提出了针对大学生绿色消费观的政府、高校、家庭及学生“四位一体”引导模式。

**【关键词】**大学生;绿色消费;引导;路径

**【基金项目】**本文系河南省民办教育协会2019年度立项课题:大学生绿色消费观引导路径研究(编号:HMXL-20190476)。

对于绿色消费来说,其是新消费方式之一,就是结合自身具体消费需求,对奢侈消费给予反对,对环境保护以及资源利用等给予重视,这一理念对于可持续消费是适宜的。对于大学生而言,其是社会中特殊消费群体之一,其消费理念和行为在社会中有一定的影响。所以,针对大学生绿色消费进行研究具有一定的理论价值和现实意义。

## 1 大学生绿色消费现状

### 1.1 绿色消费观尚未成为主流消费观

现阶段,我国大学生的消费观处于多样化的情况,不单单有正确的消费观,例如绿色、理性消费等,同时也有错误的消费观,例如攀比、奢侈消费等等。总而言之,大学生中,有着绿色消费意识和观念的占比并不高,即便有绿色消费意识,也只是萌芽阶段,绿色消费信念也并不坚定。因此,绿色消费观并不是大学生群体的主流消费观。

### 1.2 对绿色产品的认知度不高

对于绿色消费来说,其是以绿色产品为主的,但是使用绿色产品的情况,可以将绿色消费观的理念认识程度体现出来。尽管现阶段大学生对这一消费理念有所认识,但并不全面和深入,有的甚至无法正确区分绿色产品与普通产品,整体认知水平相对较低。

### 1.3 对绿色消费内涵的理解存在偏差

在绿色消费中,其将很多内容包括在内,例如经济、安全、清洁消费等,在消费时对消费行为的低耗、安全以及无污染等十分关注,方可使绿色消费的真正效果体现出来,这些方面相互作用,必不可少<sup>[1]</sup>。自绿色消费过程视角出发,其不单单是购买行为,同时还将回收利用污染物包括在内,将绿色消费理念包括在内。而现阶段大学生对绿色消费内涵的理解存在狭隘化的普遍现象,认为绿色消费仅包含消费绿色产品,甚至将绿色消费与消费“绿色”相等同。

### 1.4 大学生绿色消费意识与行为相脱节

消费观念和意识影响着消费行为。大学生作为高等教育的接受群体,对新事物和信息有着较强的适应能力,对绿色消费的接受程度以及绿色消费的意愿与其他社会群体相比要高<sup>[2]</sup>。然而,大学生绿色消费由观念到实践的行为转化不足,致使绿色消费观与其绿色消费行为脱节,未能真正做到知行合一,没有将绿色消费作为常态消费,绿色消费行为滞后,甚至出现相悖于绿色消费观的消费行为(如超前消费、过度消费等)。

## 2 影响大学生绿色消费的原因分析

### 2.1 社会绿色消费氛围不浓厚

2.1.1 政府宣传力度不够。大学生对绿色产品信息的辨识能力不高,想要对绿色产品有效选购难度很大。同时,一些

商家任意将绿色产品标识应用,制作合格产品,使得消费者对绿色产品的关注度不断下降,使得绿色消费理念的发展受到严重影响。所以,政府要将宣传绿色产品的力度加大,对造假商家进行严厉惩治,从而使大学生绿色消费观的发展打下坚实基础。

2.1.2 企业研发绿色产品动力缺失。对于企业经营来说,其是以赢利为主,但是绿色产品尽管比普通产品的价格高一些,然而其生产成本也要高一些,由于利润空间不高,使得企业研发绿色产品动力不足。此外,生产绿色产品必须重新设计流程,采购设备,倘若销售量不佳,那么企业就会出现亏损的情况。

2.1.3 传媒宣传责任缺失。大众传媒有着盈利的特点,为了自身利益,发挥大众传媒的传播作用,宣传与社会价值不相符的消极消费理念,这对绿色消费观的建立是有负面影响的,例如为了获取更多人的注意力,大力宣传奢侈品,对其优势过分夸大。另外近些年兴起的一些像蚂蚁花呗这样的借贷产品更是刺激了大学生的消费欲望,促使其进行超能力范围的消费。

### 2.2 高校消费观教育的缺位

2.2.1 学校对绿色消费教育重视度不够。学校作为专业权威的教育机构,是环保知识和绿色消费理念传授的主阵地。而有关数据显示,仅有23.36%的大学生表示是从课堂教育中学得绿色消费知识,大部分对绿色消费知识的理解和认识都是通过报纸、电视等传统媒体了解到的<sup>[3]</sup>。大学阶段设置的绿色消费相关课程较少,已成为普遍问题。

2.2.2 消费观教育质量不佳。重理论,轻实践是当今高校教育存在的最大的问题。现阶段我国高校将勤俭节约这一美德当成是目标,从而有效的塑造大学生的消费观,这一教育理念仅以说教为主,具有一定的局限性。这一教育方式中消费实践教学不到位,导致教育和大学生的具体消费实际不相符,使得教育成效无法显现出来。

### 2.3 家庭引导的失位

2.3.1 以往家庭教育模式的作用。在子女生活习惯、人际关系培养的过程中,家庭养育模式的作用是十分关键的。因为计划生育政策的影响,现阶段我国独生子女家庭占比很高,而且在家庭经济物质条件也不断优化。同时,出于大学生在外学习、生活的担心,导致大多数家长会通过经济补偿的形式进行弥补,使得正确消费观的形成受到影响。

2.3.2 家庭日常生活教育的缺失。消费观教育作为日常生活教育的重要组成部分,往往被中国传统教育体制所忽视,家庭消费教育的缺失,导致当代大学生的消费行为突显随意性,缺乏计划性,出现消费误区在所难免。另外,在家庭日

常生活教育缺失的情况下,父母的消费观会对子女的消费行为产生潜移默化的影响。一旦继承父母不良的消费观,即使后续接受大学绿色消费相关知识的教育,也很难真正践行。

#### 2.4 大学生价值观的错位

2.4.1 大学生的消费心理不成熟。大学生在消费心理上存在明显的从众性,这就使得大学生的消费出现“人云亦云”的特征,而不充分考虑消费品的实用价值。部分大学生的求异心理也在一定程度上影响大学生的消费决策,这种强调个性、标新立异的消费心理与社会主流消费观念存在差异,成为其绿色消费观形成道路上的绊脚石。

2.4.2 经济基础的制约。家庭是大学生的主要经济来源,而中国家庭的平均经济收入水平较低,除了为大学生支付学费和住宿费,还需要为子女提供饮食以及服装支付,所以,大学生的经济消费能力不强。我们都知道,绿色产品的制作不容易,由于制作工艺零污染,使得其成本非常高,所以,其价格自然与普通商品相比要贵一些。由于经济条件的影响,大学生会对性价比高一些商品更加的喜爱。

### 3 大学生绿色消费观的引导路径

#### 3.1 恪守政府绿色政策,加强社会的引导作用

3.1.1 积极营造良好的绿色消费氛围。在社会公共事务管理过程中,最关键的管理者就是政府,其在绿色消费理念建立过程中的角色是十分关键的。在制法律政策时,政府要将其引导、协调作用充分发挥,对企业生产研发绿色产品给予大力支持,将绿色健康生活理念大力的宣传,在社会中将绿色消费气氛得以创设。

3.1.2 深化企业的改革及引导作用。由于大学生群体消费行为的经济来源不具备独立性,其能支配的资金十分有限,因此,企业除了应提供货真价实的绿色产品之外,应该尽可能的降低专门针对大学生群体的绿色产品的价格,使其与学生的消费能力相匹配。政府可加大对绿色产品的扶持力度,可采取降低税费、提供帮扶资金、销售奖励等方法鼓励商家生产绿色产品,提高绿色产品的市场占有率。

3.1.3 重视大众传媒的正面引导。大学生是大众媒体的重要受众群体,因此大众媒体的宣传对大学生的影响十分有效。基于此,要严格把控大众媒体的宣传内容和舆论走向,重视规范和引导大众传媒的宣传行为,充分发挥其对大学生绿色消费观养成的正向引导作用,具体可通过QQ、微信、微博等社交平台进行微宣传的形式来开展教育,通过对攀比消费、炫耀消费、奢侈消费等消极消费现象的披露,来减少大学生消费的随意性和盲从跟风。

#### 3.2 推动学校绿色教育,重视学校教育的主导作用

3.2.1 绿色消费教育要走进大学课堂。课堂教育是绿色消费观培育的基础。学校可以先通过邀请国内外知名的专家学者来学校开展有关绿色消费的专题讲座和学术交流活动对教师进行专业培训,然后由教师结合学科专业知识的传授,因势利导,以身作则来完善学生的消费认知体系,使学生掌握

绿色消费的基本常识,从而树立正确的消费观。

3.2.2 开展绿色消费观教育的实践活动。高校可设立包括绿色创新、专业实践、社团活动等形式多样的绿色教育形式,如采取校企合作的方式与绿色企业建立学生培养合作机制,让学生通过企业实习更为深入的了解绿色消费知识。也可采取以班级为单位的绿色消费活动,如举办绿色消费知识竞赛、绿色消费辩论等活动,增强学生的绿色消费创新意识。还可鼓励学生定期的举办跳蚤市场,进行二手货交易活动,使学生在消费过程中切身感受资源的回收、利用和合理处置。

#### 3.3 促进家庭绿色观念,做好绿色消费的表率

3.3.1 摒弃消费陋习,以身作则。大学生父母消费观念是否健康、是否正确,最终都会决定性地影响子女的消费观。家长在消费时尤其注意不要攀比消费、不要人情消费,提倡绿色生活方式,如对垃圾处理时做到分类处理、循环利用,外出选择绿色健康出行等。通过家长言传身教践行绿色消费观,有助于学生自觉养成绿色消费的行为习惯。

3.3.2 培养子女的理财意识。首先家长应加强与子女的交流,教导其合理消费,避免资金的浪费。其次让子女学会怎样科学的将多余的资金进行安排,学会理财,例如将银行理财产品进行购买,将基金进行买入等。同时,结合一些大学生出现的超前消费情况,家长要正确的指导,根据具体情况,对学生的资金使用规划进行指导,使享乐型超前消费情况得以规避。

#### 3.4 提升个人绿色意识,巩固学生的主体作用

3.4.1 丰富自身的绿色消费知识。大学生绿色消费观的培养不是一蹴而就的,是一个循序渐进的过程,需要将当前的消费理念向绿色消费理念进行转变。大学生可以利用互联网、媒体等多种途径,对绿色消费的有关知识深入的认识和学习,使自身绿色消费理论得以形成。在绿色消费理念应用时,对自己的消费行为进行反思,从而使养成绿色的消费习惯,避免盲从,量入为出,适度消费、理性消费。

3.4.2 强化自身的绿色消费实践。大学生应在了解和掌握绿色消费理念的基础上,从小事着手践行绿色消费观。如拒绝一次性用品,例如一次性塑料袋的使用等,对一次性用品进行抵制,将绿色消费理念深入推广,大力支持绿色产品行业发展;在处理废品时,重视其循环利用,例如报纸等,将其回收再利用;还可以从教室灯、空调的节能等方面想办法,将绿色用电、节约用水等不断深入推广,使电、水资源的浪费得以有效避免。

#### 参考文献:

- [1]张晓君.我国大学生绿色消费观培育问题研究[D].东北师范大学硕士学位论文,2016.
- [2]许宁宁.当代大学生绿色消费观培养途径研究[D].山西财经大学硕士学位论文,2018.
- [3]曹国娇,聂庆艳.论大学生绿色消费观的培育与消费行为的养成[J].江苏商论,2017.