

# 网络环境下“00后”大学生消费心理分析

谭伟 谢柠蔚

南通大学, 中国·江苏 南通 226601

**【摘要】**随着人们对于生活质量要求的进一步提高以及网络发展的进一步加快, 消费水平和消费方式要求进一步提高, “00后”大学生的生活和消费在新的环境条件、新的需求之下也受到较大的影响。大学生的消费心理也发生着变化, 一般会受到生活环境、人际交往、情绪管理、互联网金融等诸多因素的影响, 会形成自身特有的消费心理和消费行为特征。本文通过对于“00后”大学生在网络环境下消费心理进行分析, 给大学生以正确的消费指导。

**【关键词】**网络环境; “00后”大学生; 消费心理

## Under the Network Environment "Post -00" College Students' Consumption Psychological Analysis

Tan Wei, Xie Ningwei

Nantong University, China Jiangsu Nantong 226601

**[Abstract]** With the further improvement of people's requirements for the quality of life and the further acceleration of the development of the network, the requirements of consumption level and consumption methods have been further improved. Affected by greatly. The consumption psychology of college students also changes, and it is generally affected by many factors such as living environment, interpersonal communication, emotional management, and Internet finance, and will form their own unique consumer psychology and consumer behavior characteristics. This article analyzes the consumer psychology of the "post -00" college students in the network environment, and gives college students the correct consumption guidance.

**[Keywords]** network environment; "post -00" college students; consumer psychology

**【项目课题】**课题名称: 江苏高校哲学社会科学研究专题项目“网络环境下当代大学生心理健康问题及其对策研究”(2019SJB588)。

“00后”大学生思想活跃、充满活力, 对于新事物的接受度非常高。随着网络技术的高速发展及社会消费质量快速提高, 这批即将步入社会的大学生处在互联网生活消费模式之中, 其消费心理也受到深刻的影响。正是因为网络环境下消费的社交化、透明化、快捷化、多样化的特点, 我们的“00后”大学生的消费心理和消费行为发生了改变。目前这批大学生正处于社会主义新时代和两个一百年交汇时, 社会发展处在关键转型时期, 而且他们也即将步入社会将成为社会的建设者。关注他们的消费心理和行为特点, 有利于他们树立正确的消费观念, 形成良好的世界观<sup>[1]</sup>。

### 1 网络环境下“00后”消费心理特点

大学生形成正确的消费观念需要一个过程, 这个过程是无法回避的, 是他们成长的一个阶段。社会的发展和科技的进步对大学生消费的心理和模式产生影响。作为追随潮流的“00后”大学, 在网络大数据环境下目前消费心理特征表现在以下几个方面:

#### 1.1 消费信息来源广, 从众心理增强

“00后”大学生本身虽然接受新鲜事物快速, 但是其对待事物的判别, 对自我的约束力也存在明显的不足; 特别是在脱离家庭的监管之后自我意识有很强烈, 这个时候从众会给他们作为一种自我选择的方式。另外, 随着网路技术的发展, 网络大数据, 给大学生做了一定的判断, 使得他们相信这种消费分析, 这种消费带有一定社交化使得他们从众消费。在目前众多的购物、娱乐

的APP中, 我们不难发现基本都能给予消费意见, 消费后还可以有一定的反馈, 例如小红书、蘑菇街等。这种网络大数据的影响下, 导致大学生从众心理加剧, 出现诸多网红款、爆款、打卡圣地等<sup>[2]</sup>。

#### 1.2 消费追求自由, 享受心理加剧

“00后”大学生接触信息较多, 接受家庭的关怀较多, 在中学阶段自由基本被剥夺, 没有自我决断的权力, 目前本身崇尚自我, 对于个性的追求较为突出, 面对网络环境下各种消费的冲击, 使得他们更加希望有一个自由的独立的消费空间。另外在进入大学之后在获得自由消费能力的同时, 他们更加追求精神和物质上享受。在网络环境, 各种各样的网页和社交平台都会有各种各样的消费宣传, 这样的大数据提供能够满足大学生享乐的需求来源, 因为脱离了实体消费的环境, 对于享受心理也有一定的推动。另外, 我们“00后”的大学生本身在中学阶段就是受到全方位各种关爱, 习惯了这种享受心态; 大学生本身社会的责任相对较小, 来自社会和家庭压力较小, 经济来源持续, 使得学生更容易处在追求自由的享受消费之中, 获得自身的满足感。

#### 1.3 消费追求时尚, 虚荣心理突出

“00后”本身在就处在文化、经济高度发达的社会, 对于先进文化, 流行事物的追求较为突出; 大学生作为时尚的先锋, 处在这个特殊的人生发展阶段, 对新鲜事物兴趣较高。在网络大数据这个环境之下, 流行文化传播速度极快, 面对时尚的推广速度

加快,更新加快,”00后”大学生面对快速的时尚交替,对于时尚的消费追求不断强化;对于时尚的追求,我们的学生伴随着虚荣心的追求出现了消费的追求。大学生本身消费就会有一定的虚荣心理,而网络环境下,消费带有社交化,同时消费更加便捷,这样更容易加剧学生的虚荣犀利消费;另外我们”00后”大学生本身消费的心理就不是很成熟,在面对网络大数据环境来自自媒体各种宣传,来增强学生的地位感,给学生灌输一定价值认同,这种消费的带有诱导性攀比性,会进一步加剧这种消费虚荣心理<sup>[3]</sup>。

#### 1.4 消费认知不足,理性消费缺失

“00后”大学生有着自己的消费理念,对于消费认知有着大学生身份的显著的特点。我们学生在脱离家庭监管之前,所有的一切都来自家长的包办,在进入大学之后,好多人没有“断奶”,对于消费的理念其实没有太多的认知,在”00后”看来,消费就是满足需要,他们不考虑自己本身的购买力;在消费时,考虑实用性的方面要比社会人低,情绪化的消费要更加突出,在面对网络化数据的引导缺乏自我的判断,冲动化的消费占比较高。因为对于消费认知能力缺乏,导致部分学生出现对于理性消费的缺失。在网络环境下,对于消费支付的体验感降低,使得大学生对于购买力的缺失加剧;另外,因为大学生的消费来源靠家庭支付,本身压力小,对于消费规划确实,出现提前消费;网络的发展也使得现在支付平台多样化例如花呗、借呗、校园贷,这些平台出现也使得理性消费的缺失<sup>[4]</sup>。

## 2 网络环境下”00后”大学生消费心理指导建议

在复杂网络环境下,新生代的”00后”大学生受到多方因素的影响,在家庭、社会、技术变革等条件使得大学生消费心理和行为展现出上述的特点。面对这些不良的消费心理,需要我们家庭、学校、社会共同努力去引导学生,使学生建立良好的消费理念。

#### 2.1 学会分析独立思考,避免盲从消费

”00后”大学生,在面对纷杂的网络消费数据和消费平台,要学会在庞大的网络数据的诱惑之下,学会辨别或是学会求助指导,来识别不良的信息诱导从众消费。目前诸多商家平台都会打着网红爆款的消费手段,引导跟风消费,我们大学生要理性看待这些,根据自己需求去选择消费,而非是根据别人消费方向。因此,大学生在消费时要学会理性对待各种打折促销,网红爆款,“量体裁衣”式的消费,避免盲从。

#### 2.2 以实际需求为目的,降低享受需求

享受的消费理念,虽能满足当时消费愉悦感,但是这种方式的消费与对我们大学生发扬刻苦学习的精神,对之后的学习生活极为不利。尤其是现在社会,来自网络的诱惑层次不穷,脱离实体的消费理念,也使得大学生消费因追求享受、自由的同时,出现透支的过度消费。大学生要学会控制欲望,不要被“不负青春”、“开心最重要”这种享受舆论控制。大学生在消费时一定要以自己实际需求为出发点,满足自己客观的需求为

目标,减少享受式的追求。

#### 2.3 建立良好消费观念,避免虚荣浪费

虚荣心的消费带给我们大学生危害巨大,在网络环境这种社交化的消费,极为容易让人相互攀比,更何况我们涉世不深的大学生。虚荣心理的消费,只是追求别人的认可,其时多数情况下并非我们学生所需要的。因此,我们学校要加强对于大学生的消费观念的教育引导,让大学生能树立良好的消费观念,培养他们的正确的世界观,来面对物质攀比虚荣的诱惑。

#### 2.4 加强消费规划,拒绝超前消费

大学生消费应该在合理的规划之中,满足自己学习生活需求,大学生并没有稳定的收入来源,当自己不能合理的使用父母所提供的有限资金时,极大的可能出现超前不合理消费,轻则增加家庭负担,重则出现网贷等不良行为。在网络环境大学生极易受到外部,各种消费平台刺激,无节制的消费,给自己的学习生活带来隐患,忘记自己大学目标。因此,大学生要学会对自己的消费做出合理规划,同时我们学校、老师也要给予学生指导,使得学生合理消费,拒绝超前消费<sup>[5]</sup>。

#### 2.5 学校政府加强校园消费平台监管

“00后”的大学其消费认知水平有限,经验缺乏,面对各种消费平台或是网贷平台辨别能力不足。在各种因素的诱导下会失去理智,步入不良商家的陷阱,政府需要加强对于这些网络平台的监管,同时打击校园网贷;学校要加强对于消费的教育宣传,加强对于一些网络平台出现的各种陷阱的普及教育,提高大学生的辨别和实践能力。

## 3 结语

“00后”作为最新一代大学生,其性格和科技环境都是影响消费心理的关键。在网络这个大环境下,我们大学生需要学会自我的合理消费理念,我们的家长、学校、社会也要多方面努力,为其构建一个好的消费环境,引导帮助其在网络数据纷杂的情况下建立良好的消费观,为以后步入社会,打下良好的基础。

### 参考文献:

- [1]方浩范,郑范洙,王洪涛,金钟范.影响大学生消费的环境因素分析[J].吉林教育科学,2000(05).
- [2]徐佳丽.当代大学生的消费误区及引导[J].理工高教研究,2006(02).
- [3]王为其.“90后”大学生消费特点及教育引导初探[J].山西财经大学学报,2011(S2).
- [4]王国芳.浅析自媒体时代下移动短视频的发展[J].新闻研究导刊,2016(2):266,269.
- [5]胡其亮,苏伯文.高职院校大学生创业意向影响因素实证研究[J].宁波大学学报:教育科学版,2019(5):47-51.

### 作者简介:

谭伟(1991.10-),男,汉族,江苏邳州人,南通大学,硕士学位,专业:纺织工程,研究方向:高校思政教育。