

Laizi Daxue Xiaoyuan de
Diaocha yu Sikao

来自大学校园的 调查与思考

刘晓彬 主 编
谢 红 宋 耀 副主编



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

G641
51

G641
51

来自大学校园的 调查与思考

主 编 刘晓彬
副 主 编 谢 红 宋 耀
编写人员 杨熋霞 赵若希
高茜茜 冯 珂



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

来自大学校园的调查与思考/刘晓彬主编;谢红,宋耀副
主编. —成都:西南财经大学出版社,2007.4
ISBN 978-7-81088-677-2

I. 来… II. ①刘…②谢…③宋… III. 大学生—思想政治
教育—研究—中国 IV. G641

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 014888 号

来自大学校园的调查与思考

刘晓彬 主编
谢红 宋耀 副主编

责任编辑:崔静
封面设计:何东琳设计工作室
责任印制:王艳

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://www.xcpress.net
电子邮件:	xcpress@mail.sc.cninfo.net
邮政编码:	610074
电 话:	028-87353785 87352368
印 刷:	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸:	148mm×210mm
印 张:	9
字 数:	220 千字
版 次:	2007 年 4 月第 1 版
印 次:	2007 年 4 月第 1 次印刷
印 数:	1—1000 册
书 号:	ISBN 978-7-81088-677-2
定 价:	18.00 元

1. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
2. 版权所有,翻印必究。

序 言

随着全球化经济竞争的日趋激烈，以及我国社会政治和经济的不断发展，大学生作为社会特殊的知识群体，他们思想观念的塑造和知识能力的培养，更为突出地影响着青年人自身就业成才和高等教育事业的成效，进而对我国未来的发展也产生了重要的影响。调查研究当今大学校园里青年学生的思想观念、心理、学习和行为等各方面的表现形态，以充分了解大学生们所思所想所欲所求，从而引导其未来的发展方向，这是开展大学生思想政治教育首先要做的工作。同时，大学作为培养创新型高素质人才的摇篮，作为产生新思想、新知识、新理论、新技术的土壤，也作为研究和技术开发的基地，考察分析“大学校园”软环境是否具备开展有益于学生思想道德的建设、有益于文化知识传播、有益于学生创新精神培养的高品质教育实践活动的能力，是否具有不断进行改革创新的动力，也是当前高校教育管理者们要分析掌握的一项前瞻性工作。

今年，在学校团委等部门的组织下，西南财经大学部分师生专门从党团思想、组织建设，校园文化艺术的塑造培养，学生科创实践活动的开展，心理及就业问题的分析展望，以及当前社团工作的运行等方面对我校的校园文化生活进行了比较全面的调查研究。调研内容的覆盖面广，贴近当前大学校园里青年学生及学生群体的实际状况和发展趋势，探讨了诸如大学生心理健康现状、大学生兼职、校园消费观念、网络道德与网络文化、就业与自主创业得失、高校社团组织的绩效等当今大学校园内外讨论的热点问题。

本书汇编了此次调研报告中的优秀作品。它们都以精辟独

到的视角、科学的研究方法和深入的分析就高校建设发展中的各类问题进行了分析，对不断完善大学教育管理工作，创新基层团学组织工作模式及运作方式，引导学生全面发展，起到了积极的推动作用。其中，《大学生公众形象现状调研与分析》、《如何看待当代大学生自主创业》、《新时期共青团如何引导社团良性发展》和《大学生就业问题的调研报告》等都是极具代表性的调查报告，值得我们在以后的工作中借鉴学习。希望各位读者也能通过本书，对当前大学生教育发展问题有所了解。

编 者

2007 年 3 月 5 日

目 录

日出袅语青山中——思想建设篇

大学生消费观念调查报告	(3)
西南财经大学网络道德的现状调查报告	(19)
大学生公众形象现状调研与分析	(45)
大学生心理健康调查报告	(71)
如何解决大学生的心理问题	(74)

会挽弯弓如满月——组织建设篇

高校共青团组织在先进性教育中如何自我定位和规范 组织	(87)
西南财经大学团日观摩模式分析及推广	(92)

桐花万里丹山路——文化艺术篇

校园网络文化建设调查	(115)
关于项目组管理在学校中应用的调查报告	(128)

满船清梦压星河——学生科创篇

关于设立西南财经大学本科生科研创新学分的可行性 初步探析	(135)
---------------------------------------	-------

如何看待当代大学生自主创业 (142)

凤凰初下紫泥沼——社会实践篇

新时期下高校青年志愿者的工作探析 (157)
大学生兼职的利弊分析 (169)
践行志愿精神 构建和谐校园
——志愿精神在和谐校园建设中的意义分析 (176)

星河欲转千帆舞——社团工作篇

新时期共青团如何引导社团良性发展 (181)
高校社团组织绩效分析及对策研究 (191)

放船千里凌波去——工作展望篇

大学生就业问题的调研报告 (211)
西南财经大学有关大学生素质拓展计划开展状况的
调研报告 (238)
教学改革背景下共青团工作面临的挑战和思考 (255)
关于就业过程中诚信问题的调研 (260)

日出褒语青山中

——
思想建设篇

大学生消费观念调查报告

西南财经大学经济学院团总支

21 世纪,全世界联系越来越紧密。人类在全世界中进行着政治、经济、文化等多方面的交流。我国入关以来,国人受西方消费观念的影响,消费呈现了多元化的发展趋势。中国正进入一个全新的以消费为“主轴”的转型时代,即由生存型消费阶段向发展型、享乐型消费阶段转变。消费观是对不同历史时期经济状况的反映,是对当时社会主导意识形态的反映,是人们对某种消费活动进行评价和选择的观点,可以对各类消费活动产生导向作用。

新消费时代必然会要求与之相应的人生观、价值观。学校消费是社会消费的延伸,是对今后消费方式的一种预演。因此,在大学里养成良好、合理的消费观,对健全的人格和正确的人生观、价值观的构建将产生积极的影响。作为一个特殊的消费群体,大学生消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响其世界观的形成与发展,进而对其一生的品德行为产生重要的影响。因此,关注大学生消费状况,把握大学生生活消费的心理特征和行为导向,培养和提高他们的“财商”,对大学生的发展和社会进步具有深远的意义。

调查概述

(1) 调查方式:以标准的问卷作为主要调查方法,在西南财经大学学生寝室采取随机发放的原则。

(2) 问卷回收情况：本次问卷调查于2006年4月22日（星期六）进行，共发300份，回收245份，回收率81.7%。其中有效问卷245份，有效回收率100%。

(3) 调查对象：西南财经大学柳林校区大学本科生。

一、大学生的消费结构及消费现状

对当代大学生的消费结构的认识，目前学界还没有达成一致共识。张志祥认为大学生的消费行为呈多样化的特征，主要表现为以下几种：第一是早熟消费：消费水平和质量超过了经济发展的实际水平；第二是畸形消费，消费内容过多过快，向高档型消费倾斜；第三是豪华型消费，追求不切实际的奢侈、气派；第四是炫耀消费，把高消费作为体现现实社会优越感和虚荣心理的手段；第五是悬空消费，追求一种脱离经济社会发展以及个人消费承受能力的消费；第六是情绪化消费，把对消费品的占有、享乐作为弥补精神空虚的手段。^① 我们的消费调查主要从两方面进行研究：其一，对西南财经大学柳林校区大一和大二年级共300名学生进行了消费状况的问卷调查。回收有效问卷245份，施测率为81.7%。调查问题包括客观选择题和主观表达题，涉及消费的经济来源、家庭经济状况、月消费状况、消费支出分布情况及其对消费方面的最深刻感受等。其二，通过访谈、查阅资料等形式对调查后发现的消费问题进行分析讨论，从而达到验证调查情况的准确性及对学生进行自我教育的目的。基于以上两方面情况，我们对当代大学生的消费状况有了新的认识与把握。大学生也有一些特殊的固定消费，像旅游消费、电脑和手机消费等。随着生活水平不断提高，旅游消费已成为人们生活中必不可少的部分，对于社会的特殊群

^① 张志祥：《当代青年消费行为扭曲的原因透视》，载《青海民族学院学报》（社会科学版），2000，72页。

体——大学生来说，更是如此。大学生具有一定的经济独立能力和自我生活能力，有相对宽松的时间，具有更多的冒险精神和追梦遐想，这些促成了大学生旅游热。在电脑消费方面，当进入学生宿舍时，你就会发现中国的水平绝不止小康，你会看到许多台电脑和许多部手机，甚至一个寝室有四台笔记本电脑。

通过一组调查，包括目前的月生活费是否满足需要、大学生的月消费以及消费的主要应用，我们发现大学生的消费有着不理性的一面。大学生没有经济来源，经济独立性差，消费没有基础，经济的非独立性决定了他们的自主消费经验少，不能理性地对消费价值与成本进行衡量。大学生没有形成完整的、稳定的消费观念，自控能力不强，多数消费都是受媒体宣传诱导或是受身边同学影响而产生的随机消费、冲动消费。这也正是大学生消费示范效应的结果。拿产品来说，目前，有的大学生中，一部分有通信的需要，且家庭经济条件允许；另一部分有通信需要，但是在家庭经济条件负担不起的情况下“超前”消费；还有一部分是既无通信需要又无家庭经济条件负担的“奢侈”消费。而“奢侈”消费则是由大学生消费的示范效应、攀比心理导致的。大学生对品牌的忠诚度也很高，消费在一定程度上会相信自己的真实体验，如果使用某种品牌产品产生好的体验，就会坚持使用，从而逐步形成固定偏好，最终形成使用习惯，保持对此产品良好的忠诚度。比如洗发水，感性认识上的气味清香，质量好，效果明显，都会促使他们继续使用下去。当然，作为这个时代的弄潮儿，大学生也侧重时尚消费。大学生思想活跃，对新事物有强烈的求知欲，喜欢追求新潮，并敢于创新，消费的趋附性强，娱乐消费占全部消费额的比重很大。

二、大学生的消费观

消费观是消费者对消费的基本观点和基本态度，是消费者

对消费内容、消费目标、消费方式和消费模式等涉及整个消费活动诸因素的一种价值判断的态度。消费观是价值观的具体体现。全球化的背景下,大学生面临着传统与现代的价值冲突。表现在消费观上,也存在着传统与现代,本土与西方的价值冲突,而因此产生的困惑也是显而易见的。

1. 理性消费仍是主流

通过调研结果可以看出,大学生的基本生活消费和心理整体上是现实的、合理的,理性消费仍是主流。价格、质量、潮流是吸引大学生消费的主要因素。从调查结果来看,讲求实际、理性消费仍是当前大学生主要的消费观念。据了解,在购买商品时,大学生们首先考虑的因素是价格和质量。这是因为中国的大学生与国外的不同,其经济来源主要是父母的资助,自己兼职挣钱的不多,这使他们每月可支配的钱是固定的,大约在300~800元,家境较好的一般也不超过1500元,而这笔钱主要是用来支付饮食和日常生活用品开销的。由于消费能力有限,大学生们在花钱时往往十分谨慎,力求“花得值”,他们会尽量搜索那些价廉物美的商品。无论是在校内还是校外,当今大学生的各种社会活动都较以前增多,加上城市生活氛围、开始谈恋爱等诸多因素的影响,他们不会考虑那些尽管价廉但不美的商品,相反,他们比较注重自己的形象,追求品位和档次,虽然不一定买名牌,但质量显然是他们非常关注的内容。当然消费结构存在不合理的地方,调查发现,有98.1%的学生主要经济来源是父母,大部分月消费在500~800元,消费额度属适中。满足以前意义上的“温饱”消费只占学生日常消费的30%而已。

2. 实用消费

什么是实用消费?就是大学生消费越来越实际,花费金钱的目的越来越明确。大学基本就是社会的一个缩影,而社会是人与人的社会,用于人际交往方面的消费越来越多。从大学生

的消费状况分析可以看出，不论大学生的基本生活消费中衣食住行消费，还是大学生学习消费中的学费、书杂费、电脑等，不论是大学生的休闲及娱乐消费，还是大学生的人际交往消费，都带有浓厚的实用色彩。我们还可以发现大学生在闲暇生活中的阅读范围倾向于实用类、娱乐类书籍，而不是比较枯燥的理论类书籍。这明显地体现了大学生闲暇生活行为倾向的实用主义以及闲暇社会的基本特质——休闲。因此，我们也可以得出结论：实用是当代大学生的基本消费特点。

3. 消费的多样化和个性化

中国入关以来，中西文化交流日渐加深。中西文化是影响大学生消费文化多样性的重要因素。青年人总是引领消费市场的最新潮流。从中国近二十年的发展来看，青年最先步入的不是人才或劳动力市场而是消费品市场，首先是青年消费观念和消费方式的改变促进了他们生活方式的变化，然后才是其他各方面的改变。大学生多样化消费的特点根源于大学生多元化价值目标的存在。这种多元化的价值目标，一方面使大学生的思想活跃，有益于大学生充分发挥个人的聪明才智和创造能力，善于理财，理性消费；另一方面，也可能导致大学生易受不良倾向的影响，出现一些消极的消费类型。而多元化优势在于发展个性化，大学生在属于自己的私人空间和时间内不太喜欢参加集体性活动。大学生消费个性化的表现，是新型青年文化运动的显著特点。这种个性化也可以理解为时尚化和风格化，而不仅仅是传统的青年文化对个性和自我的刻意追求和表现。新知识的爆炸式增长、新技术的迅速推广和应用新的信息传播媒介对日常生活的深入影响，使时尚的形成和流行更快捷，同时具有更鲜明的主题和更人性化的表现形式，并因此成为大学生日常生活和社会活动中具有象征性和大众化的色彩和基调，即成为一种风格化的东西。其所反映的是青年大学生的这样一种观念：没有什么东西是不能改变的，没有什么系统是完全封闭

的，没有什么事物或道理是不能用形象来表达的。

4. 前卫引领潮流

大学生的前卫主要表现为：追求时尚、品牌和新颖。这也是受当今新的价值观念影响，同时品牌也具有很大的导向作用。而具有新型价值观的青年大多是大学生，所以追新求异，敏锐地把握时尚，惟恐落后于潮流，这是大学生的共同特点。谁不想拥有或妩媚动人或高雅大方或古朴娴静或自由舒适的一款款新潮服饰呢！只要钱袋里的钞票能够许可，在令人眼睛发亮的时装面前，大都会毫不犹豫地当即掏钱。当然，这也是各大学门口的时装店长盛不衰的奥秘。真名牌，假名牌，有名牌就比没名牌强——这是校园消费群体的共识。

根据我们的调查，下面是不同年级的大学生对名牌的认识：

大一学生——素面朝天不以为然；喜欢光顾时装批发市场，买些能够凸显自己个性的“物美价廉”的名牌仿造品……

大二学生——品牌觉醒势不可挡；经过一年的熏染，再麻木的人也会发生变化，何况大学生的灵性在着装上也是紧跟时尚步伐、不落俗套的，换季或打折商品是他们的首选……

大三学生——独具匠心风格各异；更愿意买应季的品牌，品牌的概念已经从时装延伸至发式、饰品、眼镜、鞋等。细节的品牌化已经悄然成为衡量一个大学生品位是否成熟的标志……

大四学生——迫不得已名牌贴身；不得不进行品牌投资，靓丽得体的职业套装，会增加他们的自信和砝码，会抬高在对方心目中的档次……

还有发型、服装、饰物、生活用品，大学校园中都不乏追“新”族。调查资料也印证了这一点，就所占比例来看，“是否流行”紧随价格、质量之后，成为大学生考虑是否购买的第三大因素。至于名牌产品，当问到“如果经济许可，是否会购买名牌产品”时，80%的学生表示肯定。以上充分体现了大学生

对追求高品质、高品牌、高品位生活的需要。

综合调查来看，无论价格多少一定要时尚和名牌，这也是当代大学生的一种消费趋势。

5. 恋爱消费

随着时代的发展，大学生谈恋爱越来越普遍，在大学校园里随处可见手牵手的情侣。大学生在思想上已趋于独立，对待爱情他们更是有自己独到的见解。如果他们能理智地对待爱情，能较好地处理爱情与其他各个方面的关系，那么家长和老师们便可以放心地让他们在大学这片蓝天上自由飞翔。今天的大学生，社会为他们创造了一个宽松、自由、平和的环境，大学校园成为培植爱情之花最肥沃的土地。大学生恋爱一直是大学校园的热门话题，谈论的人越来越多了，也常常成为宿舍里“卧谈会”上久议不衰的主题。当代大学生面对爱情少了以往的矜持和羞涩，更多的表现出对爱情的强烈向往和追求。大学生恋爱是社会发展的一种必然趋势，情侣之间必然会进行比较大的消费。因此，大学生在情侣间的消费也逐渐抬头成为当代大学生一种主要的消费方式。

三、大学生消费误区

1. 潮汐现象和情感消费

大学生消费容易出现潮汐现象，即一个新事物、新品牌在大学生市场会在某一个节点呈现突然的高峰。如在培训方面，出现过 MBA 潮、“寄托”潮、考证潮等；在消费品方面，有复读机潮、手机潮、游戏潮等。情感消费成为当代大学生消费的重要组成部分，他们普遍认为，同学、朋友、师生的交往，谈恋爱，都离不开必要的经济支持。根据调查结果，大学生每学期用于娱乐、交际、影视的平均费用约为 100 元。

2. 消费差距增大，出现两极分化

根据调查显示，有的学生月生活费达 1000 元以上，而有的

则只有 350 元，消费造成了两极分化。在消费目的上，农村学生只是为了满足基本生存需要，而城市学生却更注重精神消费，尤其是名牌消费。经济来源上，农村大学生的经济来源渠道具有多样性，比如打工、奖学金、助学贷款等，而城市大学生的经济来源渠道比较单一，绝大多数学生读书的费用是靠家庭支持的。消费观念上，农村学生为生存型消费，而城市学生更注重享受。调查显示，农村大学生主要消费内容是物质资料的消费（吃、穿、住、行），是生存型消费；城市大学生除了基本的物质资料消费外，还有精神文化以及更高层次的“奢侈”消费。在休闲娱乐方面，农村大学生最普遍的娱乐方式是上网、打牌、看电视、进电影院等休闲方式。而城市大学生除此之外，还追求出奇新颖、有品位、上档次的活动，如蹦迪、玩网络游戏、打网球、进茶坊、泡吧、去练歌房等比较“奢侈”的消费。消费趋向具有模仿性、盲目性。调查同时反映出大学生们的消费日益时尚化、前卫性、模拟化。白领阶层是大学生们的模仿对象。他们不仅羡慕，也在实际生活中模仿、身体力行。需要强调的是，大学生消费心理还不成熟，极易受社会各种思潮的影响，应加强对大学生消费的指导。要倡导合理、有计划的消费，反对过度消费、高消费。

3. 消费的盲目性

从各项具体消费内容上看，大学生的消费普遍具有一定盲目性。绝大多数学生是从一个校门跨到另一个校门，一直是在父母的庇护下成长的，没有生活阅历，进入大学后才开始自己独立支配生活，一些学生表现出不会理财，不能根据自己的实际情况合理、有计划地安排消费。不少同学片面追求物质享受，把钱花在吃喝玩乐上。从调查中可以看出，城市大学生因为经济宽裕，花钱的随意性也很大，基本上是“跟着感觉走”的状态；农村大学生因为条件有限，刻意压制自己的消费欲望，但有节余的可能性也非常低。虽然大多数学生没有收入，花销依