

大学生行为及其引致消费 市场的经济学分析

刘红梅 王克强 陈立俊 等编著



上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

大学生行为及其引致消费市场的经济学分析/刘红梅,王克强,陈立俊等编著. —上海:上海财经大学出版社,2008. 3

ISBN 978-7-5642-0170-8/F · 0170

I. 大… II. 刘… III. 大学生-消费-经济分析 IV. F014. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 012252 号

☐ 责任编辑 张 怡

☐ 封面设计 周卫民

DAXUESHENG XINGWEI JIQI YINZHI XIAOFEISHICHANG DE JINGJIXUE FENXI

大学生行为及其引致消费市场的经济学分析

刘红梅 王克强 陈立俊 等编著

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

上海第二教育学院印刷厂印刷

上海远大印务发展有限公司装订

2008 年 3 月第 1 版 2008 年 3 月第 1 次印刷

890mm×1240mm 1/32 9.25 印张 266 千字

印数: 0 001—1 500 定价: 20.00 元

本研究得到国家教育科学基金课题《基于人力资本产权的中国经济管理类大学生满意度指数体系的理论与实证研究》(批准号:EIA030444)和上海市教育科学课题《上海市经济管理类大学生满意度指数体系与实证研究》(批准号:B0461)的资助!

前 言

大学生群体一直是社会关注的对象,作为消费群体有其特殊的地位以及消费行为特点。本书以大学生在社会发展过程中所表现出来的几种行为为依据,分析其相关消费引致的市场状况,从经济学的角度予以论述,并结合问题提出相应的对策。

全书共分八章,系统分析了大学生在学习生活中具有代表性的一些行为特点与消费活动。本书的结构如下:

第一章主要是针对青少年从高中步入大学殿堂,面对生活与学习中所发生的变化,身心所做出的一些反应。大学新生在入学之后,所处的环境发生了巨大的改变,大学生在其中所扮演的角色也与以往不尽相同。而且伴随环境的转变,大学生难免会在身心上发生一些变化。文章沿着这一思路,对学习方式、生活方式等外部环境以及大学生在生理与心理上的变化等诸多方面进行多视角的分析。

第二章承接了大学新生入学发生的转变,对大学新生的行为特点和消费引致的市场状况进行了详尽分析。由于大学新生尚处于中学与大学的过渡时期,其行为具有特殊性。本章首先就大学新生的行为特点展开论述,继而对大学新生消费行为分类,并进一步对相应消费市场加以研究。通过对现有消费市场经济特征的描述,以及对于消费品市场厂商相应经营策略的分析,来展示整个消费市场环境的概貌。最后对大学新生所处的消费市场环境及其自身消费特点进行了相应启示与对策的分析,提出从社会环境、大学生个人修养以及市场规范等方面对大学新生消费的特点与发展趋势进行规范引导。

从第三章开始,本书着重针对大学生日常学习生活的一些行为与

消费特点进行论述。学习是每个大学生在学校生活中的首要任务。随着社会的发展,科技的进步,信息化、无纸化的科技手段开始在校园普及开来,最有代表性的就是大学课堂的多媒体教学以及学生的课堂笔记复印行为。从某种意义上讲,多媒体教学工作的展开,在很大程度上促进了大学生笔记复印行为的形成。在复印笔记的同时,大学生的一些相关行为与消费特点的确值得研究。第三章就多媒体教学铺开的经济动因、大学生是否进行复印、复印行业的经营现状、大学生如何理性地进行复印场所的选择等一系列问题逐一进行了经济学分析,并针对某些问题提出了简单的经济数学模型,进行了一些定性的分析与定量分析,最后提出了相应对策与建议。

第四章是针对考研现象进行的研究,主要侧重对考研问题进行经济学分析与解释。通过人力资本投资模型、收益成本分析,对大学生考研行为进行了经济学分析,并以此为基础展开对大学生考研消费市场的研究。在进行考研消费市场的分析中,对于不同的消费市场做出了大致区分与分析,并且对于考研过程中地域性差异等导致的消费市场进行了考察。本章还着重对影响大学生考研相关消费包括企业与高校在内的第三方市场作了考察,以揭示相关市场对大学生考研消费行为的影响。在相应的劳动力市场分析中,采用了博弈的观点对大学生考研问题加以解释;而对研究生教育市场的分析中,则较多地利用了比较静态分析的方法进行教育市场均衡状况的考量。通过对考研消费市场的分析,提出了针对性的意见与对策。

信息对于大学生而言,正起着不可估量的作用。第五章从大学生的信息消费行为入手,着重解决以下三方面的问题:大学生信息消费的需求、大学生信息消费的供给、大学生信息消费的市场分析。在大学生信息消费的需求分析中,以系统分析影响大学生消费行为的特点为突破口,并以此来描述大学生信息消费需求产生的潜在规律与特点;在进行信息产品消费供给分析的时候,侧重于对信息产品特性以及生产成本的分析;在考虑大学生信息消费市场时,主要阐述信息消费市场的产业特性以及与大学生相关信息市场的开发状况。这

三个方面相互联系、相互作用。最后提出了优化与规范大学生信息消费的对策建议。

第六章就大学生的偶像崇拜与引致的相关消费问题进行了研究。结合大量的调查数据,从社会上流行的偶像崇拜现象出发进行了研究和分析。本章更侧重于对大学生偶像崇拜行为以及相关消费心理的现象描述与原因分析。在对大学生偶像崇拜的心理与环境分析基础之上,对偶像崇拜刺激大学生相关消费而引致的消费市场进行了相应的调查分析,并指出大学生在形成对偶像崇拜的同时,也在进行着大量的时间与金钱花费。就如何引导大学生正确对待偶像崇拜问题,与前面的分析相呼应,从影响大学生的内、外两类因素入手,对大学生偶像崇拜及其相关消费提出了建议。

第七章是对大学生服饰与化妆品消费现象的研究。大学生作为青年群体的代表,容易成为服饰与化妆消费产品的受众。由于大学生群体的特殊性,又使其与其他消费群体差异明显。大学生的化妆与服饰消费有其自身的特点,也正因为消费上出现的年轻特质,一方面使得大学生对于从宏观到微观一系列的因素影响都十分敏感。另一方面,大学生化妆品与服饰消费品厂商也在把握机会,不断拓展市场,吸引大学生消费者。大学生消费群体在这样的市场环境下,很难做到理性消费,因此就需要社会各界对其加以引导。

第八章对目前大多数院校都存在的大学生校外租房问题进行了研究。首先,通过对校外租房现象的描述,阐述家长、学校以及学生三方对于校外租房问题的看法,分析了校外租房这样一个带有普遍性的问题。其次,对校外租房的原因进行了深入剖析。大学生群体对于租房问题,通常不会是纯粹出于一时冲动,往往也要有经济利益的考虑。而房屋租赁者也正是看中了大学生的这种需求,适时地提供房屋。着重对大学生房屋出租市场需求与供给进行了分析,并从经济学的角度予以解释。最后提出了相应的对策与建议。

本书调查研究与写作过程中,参与的成员还有纪玉培、吴希熙、徐刚、杨理云、杜玉琴、干锴、孙晶菁、潘豫、顾洁谨、包卓群、杨柳等。在写

作过程中,参考了很多研究成果,在此表示诚挚的感谢!

由于时间、调研条件和水平的限制,本书中存在问题在所难免,恳请读者批评指正!

作 者

2007 年 12 月

目 录

第一章 大学生新生入学后的突变	1
第一节 身处环境变化	1
一、学习环境的变化	1
二、考试方式的改变	2
三、社会角色的改变	4
四、生活方式的转变	4
第二节 大学生本身的变化	6
一、身体状况的不适应	6
二、学习目标的不确定	7
三、思维方式的转变	8
四、心理矛盾	9
第二章 大学新生行为及消费市场的经济分析	12
第一节 大学新生行为的主要表现	13
一、大学新生的界定.....	13
二、大学新生行为.....	13
三、大学新生行为的主要特点.....	14
第二节 大学新生行为的因素分析	16
一、大学新生行为形成的外在因素——环境.....	17
二、大学新生行为形成的内在因素——心理.....	19

三、大学新生行为因果关系·····	22
第三节 大学新生行为对消费需求的影响·····	22
一、大学新生的消费形式·····	23
二、大学新生消费需求的总结·····	30
第四节 大学新生行为对消费品供给市场的影响·····	31
一、显著性大学新生消费品供给·····	31
二、非显著性大学新生消费品供给·····	32
第五节 大学新生消费行为的启示与对策·····	34
一、家庭与学校的引导·····	35
二、大学新生消费素质的提高·····	36
三、社会环境的改善·····	37
四、消费品市场的规范·····	38
参考文献·····	39
第三章 大学生教育信息化——无纸化消费及其市场的经济分析 ·····	40
第一节 教育信息化——无纸化的基本情况·····	40
一、教育信息化——无纸化的定义·····	40
二、教育信息化——无纸化的表现·····	41
三、教育信息化——无纸化的教学优势·····	43
第二节 教育信息化——无纸化的教学经济学分析·····	47
一、收益分析·····	47
二、成本分析·····	51
第三节 教育信息化——无纸化满足了大学生的需要·····	58
一、大学生群体的时间偏好分析·····	59
二、无纸化教学对于提高教育质量的经济学分析·····	59
三、大学生复印笔记的经济学分析·····	62
第四节 大学校园内外不同市场的复印经济·····	71
一、复印店状况概述·····	71
二、复印市场分析·····	71

三、大学校园内外复印店并存原因分析·····	72
第五节 教育信息——无纸化的启示与措施 ·····	78
一、加快高校教育信息化普及和利用的步伐·····	78
二、通过资源共享实现教育公平化·····	80
三、妥善合理利用无纸化资源·····	82
四、加强对校内外复印业的管理·····	83
参考文献 ·····	84
 第四章 大学生考研与消费市场的经济分析 ·····	85
第一节 大学生“考研热”逐年升温 ·····	85
一、考研人数逐年增加·····	85
二、录取调剂压力加大·····	86
三、报考地域性偏好明显·····	90
四、热门专业竞争激烈·····	92
五、知名高校备受青睐·····	93
第二节 大学生考研原因 ·····	95
一、大学生对学术理想的追求·····	95
二、大学生基于自身发展的考虑·····	96
三、社会发展的需要·····	96
四、就业市场压力的加大·····	97
五、学生家长和高校对考研的推波助澜·····	97
六、企业对高学历的盲目崇拜·····	98
七、大学生对社会竞争的逃避·····	99
第三节 大学生考研拉动的相关经济 ·····	99
一、考研辅导机构蓬勃兴起 ·····	100
二、考研书籍热销 ·····	101
三、考研信息资源投机经营 ·····	102
四、考研地域性消费发展迅速 ·····	104
第四节 大学生考研市场的经济学分析·····	105

一、大学生考研市场的需求分析	106
二、考研消费市场的供给分析	117
三、考研消费市场上需求与供给的均衡分析	119
四、第三市场的分析	121
第五节 大学生考研热的启示与对策	126
一、学生要明确思想,端正考研态度	127
二、父母及亲属正确引导	128
三、高校要改进研究生相关工作	129
四、用人单位转变用人观念	130
五、国家宏观调控与市场调节相结合	130
参考文献	133
第五章 大学生信息消费行为及其市场的经济学分析	135
第一节 大学生信息消费需求分析	136
一、大学生信息需求的分类	136
二、大学生信息消费现状	144
三、影响大学生信息消费行为的因素及其分析	147
第二节 大学生信息消费的供给分析	156
一、大学生信息消费供给市场的分类及结构特点	156
二、信息产品的供给曲线分析	159
第三节 大学生信息消费市场的分析	161
一、大学生信息消费市场的特点	161
二、大学生信息消费市场的开发	165
第四节 大学生信息消费的启示与对策	169
一、加强信息化产品对大学生群体的针对性	169
二、引导大学生理性对待信息产品消费	170
三、规范信息市场的经济行为	170
四、提高社会环境的信息化程度	171
参考文献	171

第六章 大学生偶像崇拜与消费市场的经济分析	173
第一节 大学生偶像崇拜热	173
一、大学生偶像的变迁	173
二、大学生偶像崇拜现状调查分析	177
第二节 大学生偶像崇拜的原因分析	179
一、大学生对偶像崇拜的心理因素	179
二、大学生对偶像崇拜的社会因素	183
第三节 大学生偶像崇拜引发消费市场分析	186
一、大学生偶像崇拜方式	186
二、大学生偶像崇拜行为的经济学分析	192
第四节 大学生偶像崇拜的启示和对策	199
一、家庭和学校应该完善构建“偶像崇拜”的导向机制	201
二、社会应该树立正确的引导方向	203
三、大学生应珍惜宝贵大学时光,不盲目崇拜偶像	205
参考文献	206
 第七章 大学生服饰化妆品消费行为及市场分析	208
第一节 大学生服饰化妆品消费行为	209
一、大学生服饰化妆品消费行为的基本状况	209
二、大学生服饰化妆品消费的基本特征	210
三、大学生服饰化妆品在整体消费中的比重	213
第二节 大学生服饰化妆品需求分析	216
一、影响大学生服饰化妆品消费需求的行为学分析	216
二、大学生服饰化妆品消费需求的因素分析	219
第三节 大学生服饰化妆品供给市场分析	231
一、化妆品供给市场分析	233
二、大学生服饰市场的分析	236
三、服饰化妆品市场发展趋势的预测	238
第四节 大学生服饰化妆品消费对学校的启示和对策	238

一、服饰化妆品消费存在的问题	239
二、学校应该正确地加以引导	240
参考文献	241
第八章 大学生校外租房与消费市场的经济学分析	243
第一节 大学生校外租房现象	243
一、大学生校外租房调查	243
二、大学生校外租房案例	245
三、教育部禁令对大学生校外租房的影响	247
四、关于大学生校外租房利弊的争论	250
第二节 大学生校外租房原因分析	253
一、高校后勤服务相对于大学生教育的滞后	253
二、市场对大学生校外租房的吸引	257
三、大学生受自身恋爱需求的驱动	257
四、部分学生的性格特点不适应宿舍生活	258
五、家庭经济状况影响大学生租房需求	259
六、大学生在外兼职的需要	260
七、继续深造需要一个更合适的环境	261
第三节 大学生校外租房市场	261
一、大学生校外租房的需求市场	261
二、大学生校外租房的供给市场	265
三、租房市场的供求平衡——政府禁令对租房市场的影响 ..	267
第四节 大学生校外租房的启示与对策	269
一、完善学校基础设施建设和学生住宿管理制度	269
二、重视家庭教育对大学生性格的培养	274
三、政府采取措施减缓大学生校外租房现象愈演愈烈的趋势 ..	275
四、社会关注大学生群体的心理和行为	276
参考文献	278

第一章 大学生新生入学后的突变

每年的八、九、十月份是高校新生开学的集中时期,新生们在经历了“十年寒窗”的苦读,经历了“黑色六月”(或“黑色七月”)的炼狱之后,带着金榜题名的喜悦,踌躇满志、满怀期望地步入大学校园。但是,当大学生生活初步安定下来,开始了正常的学习生活之后,最初的激情与惊奇逐渐褪去,开始面临着周围环境一系列的改变。从中学到大学,生活的时空发生了很大的变化,由一个见识、交往、活动范围较为狭窄的天地,进入一个见识较为广博、交往活动范围较为广阔的天地,这种环境的骤变,导致新生入学后出现了许多问题。下面我们来分析新生入学后的变化。

第一节 身处环境的变化

一、学习环境的变化

在高中阶段进行的主要是基础教育,是为大学做准备,以知识储备为主,但大学的学习环境更多的是强调个体学习的主体性,学习的内容、范围、性质、教学方式与高中相比发生了很大变化,比如老师的讲课方式和高中的教学大不相同,许多问题没有确定的结论,老师只是引导

学生用学术研究的方式去思考、研究问题,在这种学习、学术环境之下,对所学专业的了解,对未来研究方向的确定,都需要学生自己决定,具体表现在:

第一,老师职能方式的变化。所谓师者,传道、授业、解惑也,这是千百年来对于老师职责的最简明概括,高中时是这样,大学也是这样,不过在方式上发生了变化。高中时期老师事无巨细,对学生从生活、学习、身体各个方面都要关心照顾,对于学习更是一种灌输式的。而升入大学后,学生只有在上课的时候才能见到老师,老师的授课仅是提出一些问题,引起学生的思考,更多的内容要靠学生自己去查资料、看书、实践来解决;老师学生的关系也不再像高中时的家长或监护人与孩子的关系,而呈现出一种朋友间在交往过程中的一种思想上、学习上、认识上的启蒙关系。

第二,教学方法的变化。从具体的教学仪器、工具来说,高校教育是最先进的,大多数高校多采用多媒体教学;而在高中,更多需要老师在黑板上仔仔细细地书写。从教学的范围上来说,高校教育本着“基础、广博”的原则,教育范围较广,而高中的教育仅局限于高考的考试大纲。从教学的互动性方面来讲,高校的教育更趋于自由化。

第三,所学课程方面的变化。与高中相比,大学的学习弹性很大,学生在学业完成、课程选修方面都有很大的自由选择空间,这些需要大学生根据自己的情况作出独立的判断和选择。大学课程与中学最大的不同在于大学开课基本分为专业课、基础课、选修课。英语、计算机和高等数学就属于典型的基础课。有一些课程的学习是直接和学位证、毕业证联系在一起的,这些都需要大学生改变高中那种几门功课齐头并进的局面,根据自己的时间和精力安排好自己的学习重点。

总之,大学的学习环境与高中时期相比已发生了很大的改变,对于刚刚入学的大学生而言,这也是一个措手不及的突变。

二、考试方式的改变

高中时期的学习总的来说是为高考这一战,高考已成为判定一个

学生是否认真学习、努力学习的惟一标准,虽然在高考以前也有好多次的期中、期末考试,这些考试也是服务于高考这一役,是高考的一次小试验;而高校的考试,无论是从方式上、内容上,还是在学生对待考试的态度上都发生了很大变化。

从考试的形式上来讲,大学的考试形式呈现出多样化的特点,除了有高中时期采用的闭卷答题外,更多采用开卷形式、论文形式、课堂讨论发言、案例分析等形式来进行。

从考试的内容来讲,高中教育的考试倾向于对每门功课具体内容的考察,而大学的考试则倾向于对每门功课整体内容、观点的考察。

从考试的阶段性来讲,高中时期的考试仅代表就本门功课一段时期学习效果的考察,日后还将继续对本门功课的学习,而大学的考试,除了少数课程是这样以外,更多的是一门课考完以后,就告一段落,日后不再学习,只有遇到从事有关这方面的工作、提高有关的能力等具体问题,需要再次继续学习。

从学生对待考试的态度来讲,高中时期的考试直接面向高考,考试的结果直接关系着将来是否能进入理想的大学,所以对于高中所有的考试,学生们可谓三年如一日,认真备考、认真听课、复习;而高校教育多采用学分制和及格与不及格分级制,从而造就了“六十分万岁”的思想,除非对此门功课有特殊的兴趣或是因奖学金的评定或评优,“六十分万岁”概括出了广大学子的心声。由于考试的阶段性和考试的内容,使得“临阵抱佛脚”的突击亦可带来称心的分数,“门前过”是高校考试的又一大特色。

从对待考试结果的态度来讲,前面曾经提过,高考已经成为判定一个人是否努力、认真学习的惟一标准,也是当今社会判定一个人是否有能力的标准,但是在大学里并不是这样,一个人考试分数的高低并不能绝对地说明成绩。一般来说若不是学生的考试结果特别突出,也不会带来老师、同学的另眼相看。清华大学流传着这样一种说法,说有两种人在清华可以称之为“牛人”,一种是对各门功课都应付自如,且每门功课考试成绩都在 90 分以上;另一种人是拥有“3g”,即“GRE 考试的

优秀,每门功课都达到 general60 分,再最后一项是 girlfriend”这从一定程度上反映了如今大学生对待考试结果的态度。以上各个方面的相互结合,从而改变了刚刚入学的大学生的学习态度,由高中时期“孺子牛”式的勤勤恳恳到大学考试前的突击。

三、社会角色的改变

对于刚刚入学的大学生社会角色的变化,我们可以从两个方面来讨论:一是校内角色,二是校外角色及社会角色。

从校内角色上来讲,大学生入学后必须认识到自己的平凡。高中时,不少人在校内担任一定的职务,是受人尊敬的优等生,而经过高考这一关后,能进入大学校园里的人,经历或多或少相似,原来高中校园里的优等生在人才济济的大学校园里,更多的转变为不担任任何职务,无任何影响力的普通学生。

从校外角色来讲,中学生的心理和思想正在发展过程中,对于自己的未来职业和社会角色仍然很模糊,而大学生的职业方向是基本确定的,进入大学后,大学生的社会地位也有了很大提高,同时社会对大学生的期望要比中学生严格得多,标准也高得多。

四、生活方式的转变

大学新生多是第一次离家,在中学时,父母亲友都在自己的周围,学习外的一切事情都可由他们处理;进入大学后,情况发生了变化,衣食住行这一切都要由自己安排,生活方式也随之发生转变,具体表现在:

首先,独立生活的开端。诚如上面提到的,许多大学生多是第一次离家,第一次远离父母亲友。在高中时,大部分的时间和精力都放在学习上,生活中的事情绝大多数由父母包办代替,从做饭、洗衣服到理发,有些家长甚至每天给孩子收拾床被,而进入大学,生活环境发生了变化,孩子没有了父母、长辈的悉心照料,一切事情都要由自己处理,同时还要兼顾好日常的学习,可以说,真正的独立生活开始了,这对刚入学