

家庭背景与大学生消费

——基于武汉地区大学生消费调查的实证研究

JIATING BEIJING YU DAXUESHENG XIAOFEI

梁前德◎著

湖北长江出版集团
湖北人民出版社

家庭背景与大学生消费

——基于武汉地区大学生消费调查的实证研究

JIATING BEIJING YU DAXUESHENG XIAOFEI

梁前德◎著

鄂新登字 01 号
图书在版编目(CIP)数据

家庭背景与大学生消费:基于武汉地区大学生消费调查的实证研究/梁前德
著.
武汉:湖北人民出版社,2011.5

ISBN 978 - 7 - 216 - 06739 - 3

- I. 家…
- II. 梁…
- III. 大学生—消费—调查—武汉市
- IV. F126.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 021389 号

家庭背景与大学生消费

——基于武汉地区大学生消费调查的实证研究

梁前德 著

出版发行: 湖北长江出版集团
湖北人民出版社

地址:武汉市雄楚大街 268 号
邮编:430070

印刷:武汉贝思印务设计有限公司

经销:湖北省新华书店

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16

印张:14.5

字数:209 千字

插页:3

版次:2011 年 5 月第 1 版

印次:2011 年 5 月第 1 次印刷

书号:ISBN 978 - 7 - 216 - 06739 - 3

定价:36.00 元

本社网址:<http://www.hbpp.com.cn>

摘 要

消费与人终生为伴，消费常说常新，社会的发展有一个很重要的目的就是为了满足人们的消费需求，提高人们的生活质量。但作为一个消费者，如何做到理性消费、健康消费、文明消费却是一件十分困难的事情，特别是正处于人生社会化过程中的青年大学生更是如此。色彩斑斓的消费现象，无时无刻不在影响他们。时尚消费、炫耀消费、符号消费、超前消费以各种不同形式呈现在大学生的面前，他们是观望、是议论、是实践还是别有选择，这都需要我们的大学生作出回应。那么，大学生究竟会采取何种消费行动？他们的消费心态和消费行为受什么影响？这是值得研究的一个重要课题。现在的一些大众媒体，对大学生消费中的负面报道不少，好像问题很多，非常引人注目。

对大学生的某些消费现象进行思辨性的逻辑研究，可能会以偏概全、难以对号入座，因而影响有针对性的教育与引导。运用统计分析指标和数学分析模型，采用实证的方法研究大学生消费，不失为一种适宜的手段。虽然国家未将大学生消费纳入全面统计范围，但在抽样调查的基础上，以社会分层理论、需求层次理论、消费函数理论等相关理论为支撑，从数量上观察大学生的消费行为与心态，可以帮助我们客观认识大学生消费中带有规律性的现象，有利于提高大学生消费教育以及引导的针对性和有效性。

家庭背景是影响大学生消费的一个重要因素。这是因为大学生在进入大学以前，长期生活在家庭之中，与父母在一起，家里的生活方式与父母消费的行为习惯或多或少会对他们产生影响。当他们离开家庭和父母进入大学校园以后，与同辈群体一起生活，消费处于相对独立的状况，有较大的自主抉择空间，他们的消费行为是否还带有家庭

或父母的痕迹？笔者从家庭经济收入、父母受教育程度、父母从业状况以及家庭居住环境四个侧面，联系大学生消费支出水平，对其相互关系进行实证分析以后，得出了六条结论：

第一，家庭经济收入与大学生的消费支出水平具有显著的正相关；

第二，父母受教育程度与大学生消费支出水平具有显著的正相关；

第三，父母从业状况与大学生的消费支出水平具有显著的相关性；

第四，家庭居住环境与大学生的消费支出水平具有显著的相关性；

第五，大学生个人享用性的旅游观光消费与其家庭背景显著相关；

第六，大学生的两种代表性消费心态与其家庭背景存在显著相关。

实证分析发现，大学生消费中确实存在一部分问题，主要是不顾能力所及的消费、社会角色错位的消费、影响身体健康的消费和缺乏计划约束的消费，但就消费支出水平而言，理性消费是大学生的主流。家庭消费支出对大学生消费有潜在影响。针对家庭背景与大学生消费支出的关系，在教育、引导大学生消费方面，可以把消费经济学、消费者行为学、消费社会学、消费心理学、消费伦理学、个人理财六个方面的基本内容相结合，采取教学引导（把消费知识的学习纳入教学计划管理，教学内容尽可能贴近学生消费实际，采用灵活多样的教学方法，强化消费教学效果的实践检验）、分类指导（抓住高、中、低三个重点消费群体，分类排除消费心理障碍，深化消费角色认识，强化生活过程指导）、环境营造（从批评性的舆论引导，向激励性的舆论引导转变；从放任性的商业行为，向约束性的商业行为转变；从顺其自然的校园消费环境，向注重引导的校园消费环境转变）的举措进行实施。

不让一个贫困生辍学是党和国家的政策，因而贫困大学生是社会

关注的一个焦点。家庭背景无疑是他们贫困的一个重要因素，将家庭背景与贫困大学生消费支出水平相联系进行专门分析，发现贫困生家庭背景与其消费支出水平也显著相关，贫困生群体内的消费也是多姿多彩；他们消费中的卑微心理倾向、放任心理倾向和随意心理倾向值得注意，如果任其发展，必定会影响贫困大学生的健康成长。

关键词：家庭背景 大学生消费 消费水平 消费教育

Abstract

Consumption goes through everyone's life. It is an old topic which can always arouse much interest. One of the important purposes of social development is to meet consumers' demand and improve their quality of life. However, it is difficult for people to consume in a rational or scientific way, especially for college students who are maturing in the society. Various kinds of consumption, such as fashion consumption, conspicuous consumption, symbol consumption, and excessive consumption, is constantly exerting great effect on college students. They are required to make response no matter it is contemplation, argumentation, or practice. Nowadays, some mass media present many negative reports about college students' consumption. What consumption will college students take? What is affecting their consuming psychology and behavior? This is of great concern

Some logical and speculative research on college students' consumption may be incomplete and inaccurate, and thereby fails to bring about targeted education and guidance. It turns to be a suitable way to do research on college students' consumption by statistical analysis and mathematical model. On the basis of quantitative analysis and sampling college students' consumption mentality, with the support of Social Stratification, Hierarchy of Needs, Consumption Function and other theories, the regularity in college students' consumption will be achieved, and the relevance and effectiveness in their consumption education and guidance will be improved.

Family background seems to be one of the important factors determining college students' consumption, because their family life and parents' consumption behavior may have great influence on them before their entry into

college. It remains uncertain that students are still influenced by their parents when they stay with classmates of the same age and have more freedom and independence in college. Based on the empirical analysis of college students expenditure level, six conclusions are drawn from the four aspects: namely, students' family economic income, living environment, their parents' education and occupation.

First, there is apparent positive correlation between college students' family economic income and their expenditure level.

Secondly, there is apparent positive correlation between the education of college students' parents and the expenditure level of college students.

Thirdly, there is apparent correlation between the employment of college students' parents and the expenditure level of college students.

Fourthly, there is apparent correlation between the living environment of college students and their expenditure level.

Fifthly, there is apparent correlation between the expenditure of college students' sightseeing and their family background.

Sixthly, there is apparent correlation between the two typical ideas about consumption among college students and their family background.

Empirical analysis shows that the majority of college students are rational consumers as far as their expenditure level is concerned, although there exist such problems as unaffordable spending, socially role-dislocated consuming, unhealthy and unplanned expending. Household consumption has potential impact on college students. According to the relationship between family background and college student's consumption, this dissertation suggests a combination of the basic contents of Consumer Economics, Consumer Behavior, Sociology of Consumption, Consumer Psychology, Consumer Ethics, and Personal Finance. And it also puts forward certain measures to educate and guide college students: teachers' guidance (add the knowledge of consumption into teaching program, familiarize students' actual consumption, choose proper teaching contents, strengthen practical effectiveness of

students' consumption), categorized guidance (get rid of psychological blocks for students according to their consumption of high, medium and low level, help them better understand the role as consumer and strengthen the guidance of living process) and creating sound environment (transfer the guidance from criticism to stimulation; from laissez-faire to restrictive business practice; from go-with-the-flow to directed campus consumption).

Preventing poverty-stricken students dropping out of school is the policy of the Party and State, thus poor students become a focus of social concern. Family background is undoubtedly an important factor in their poverty. The author probes into the relationship between family background and poor college students' consumption. He finds the above evidently related. And the expenses are diversified within their own group indeed. Great attention should be paid to those students' psychological tendency of spending money in a humble, free, aimless way. If these phenomena are ignored, it will surely affect these students healthy growth.

Keywords: Family Background College Students' Consumption
Consumption Level Consumption Education

目 录

摘要	1
Abstract	4
1 绪论	1
1.1 问题的提出	1
1.2 研究的意义	10
1.3 文献综述	13
1.4 研究思路与方法	30
2 研究假设与研究样本的形成	33
2.1 大学生消费的概念与研究对象	33
2.2 大学生消费研究的理论支持	35
2.3 大学生消费研究假设与样本	49
3 家庭经济收入与大学生消费	56
3.1 大学生消费支出水平	56
3.2 大学生家庭经济收入及社会分层	66
3.3 家庭经济收入与大学生消费水平	69
3.4 家庭经济收入与大学生精神消费	72
3.5 家庭经济收入与大学生消费心态	75
3.6 本章小结	79
4 父母受教育程度与大学生消费	81
4.1 父亲受教育程度与大学生消费	81
4.2 母亲受教育程度与大学生消费	91
4.3 本章小结	99

5	父母从业状况与大学生消费	101
5.1	父亲从业状况与大学生消费	101
5.2	母亲从业状况与大学生消费	110
5.3	本章小结	119
6	家庭居住环境与大学生消费	121
6.1	家庭住地类型与大学生消费	121
6.2	家庭居住社区与大学生消费	130
6.3	本章小结	139
7	特殊群体分析:家庭背景与贫困大学生消费	141
7.1	贫困大学生的概念与消费概况	142
7.2	父母受教育程度与贫困大学生消费	145
7.3	父母从业状况与贫困大学生消费	148
7.4	家庭居住环境与贫困大学生消费	150
7.5	家庭人口规模与贫困大学生消费	153
7.6	贫困大学生消费过程的心理倾向	154
7.7	本章小结	159
8	结论与余论	161
8.1	家庭背景与大学生消费关系的研究结论	161
8.2	家庭消费支出对大学生消费的潜在影响	166
8.3	大学生理性消费支出的教育与引导	174
9	结束语:研究创新与局限	195
9.1	研究创新	195
9.2	研究局限	196
	致谢	197
	参考文献	200
	附录	216

1 绪论

1.1 问题的提出

随着我国经济建设的不断发展、市场经济的加速推进和改革开放向纵深发展,消费市场的选择性越来越大,伴随而来的是大学生自主消费的弹性越来越大,其消费领域出现了多样化的态势,人们从不同的角度把视线逐步转移到大学生的消费领域。在校大学生(以下简称“大学生”)是一个特殊的消费群体,正处于人生的社会化过程之中,颇多的人对他们的消费行为持有异议,认为他们的理性消费意识较差,容易受社会各种因素的影响。因此,许多社会工作者和专家学者在专门研究这个群体的消费问题,期望找到他们非理性消费的症结,开出一剂整治的良方,矫正他们的消费行为,帮助他们在社会化的过程中健康成长。显然,这种关心和担心都是正常的,对他们的消费行为进行科学研究也是必要的。

1.1.1 高等教育大众化把大学生消费推向社会关注的热点

经济的发展、社会的进步、人们的需要对高等教育提出了扩大规模的要求,自1999年我国在高等教育领域实行扩招以来,高等学校的在校生成倍增长。1998年普通高等学校招生108.4万人,2008年普通高等教育招生607.7万人,经过10年发展,招生规模扩大近500万人;1998年普通高等学校在校生340.9万人,到2008年已超过2000万人、达到2021.0万人;2008年全国各类高等教育总规模达到2907

万人，高等教育毛入学率^①已达到 23.3%，比 1998 年的 9.8% 提高了 13.5 个百分点。按照美国教育社会学家马丁·特罗的理论，中国已进入高等教育大众化教育阶段。根据中国教育部网站公布的消息称，中国高等教育规模先后超过俄罗斯、印度和美国，已成为世界第一。

然而，我国政府对教育的投入一直不到位。国务院早在 1993 年《中国教育改革和发展纲要》中明确提出，要逐步提高国家财政性教育经费支出占 GDP 的比例，在上个世纪就要达到 4%。据教育部、国家统计局、财政部联合发布的 2007 年全国教育经费执行情况统计公告显示，2007 年全国国内生产总值为 249529.9 亿元，国家财政性教育经费占国内生产总值比例为 3.32%，比上年的 3% 增加了 0.32 个百分点，至今仍未实现 4% 的投入目标。据统计，这一比例的世界水平在 1994 年就达到 4.9%，1995 年进一步提高到 5.2%。由于我国经济对高等教育的支撑能力有限，投入高等教育的资金长期不足，而又要加速推进高等教育大众化，在这样的情况下，我国的高等教育逐步从无偿服务转变为部分有偿服务，实行教育成本分担制度，学生学费逐年提高，从每年 200 ~ 300 元开始，提高到现在的 4000 ~ 5000 元，独立学院的年收费标准已达万元，有的专业还在万元以上。

由于我国初步实行市场经济，社会资源在劳动成员中间分配不均，加之各劳动成员素质上的差异、家庭收入状况有较大的距离，先富起来的一部分人进入了高消费阶层，原地踏步的一部分人基本维持现有消费，收入下降的那一部分人消费也在下降。政协第十一届常委会第六次会议期间，赖明常委就我国近年来的国民收入分配格局失衡，收入分配差距不断扩大的状况作了大会发言。他指出，现在贫富悬殊的距离由改革开放初期的 4.5:1 扩大到 12.66:1，城乡居民收入从 1998 年的 2.52:1 扩大到 2008 年的 3.31:1，中西部收入差距也不断扩大，电力、石油、金融等行业收入远远高于全国平均水平、差距

① 在国际上，“高等教育毛入学率”是指高等学校在校生人数与规定年龄组人口数的比率，通常被作为衡量一个国家高等教育发展水平的重要指标之一。其中，15% 以下为精英教育阶段，15% ~ 50% 为大众教育阶段，50% 以上为普及教育阶段。

高达 10 倍。根据世界银行公布的数据显示,我国居民收入的基尼系数^①已由改革开放前的 0.16 上升到目前的 0.47,不仅超过了国际上 0.4 的警戒线,也超过了世界所有发达国家的水平。由于部分群体和单位的隐性福利存在,有专家认为我国实际收入差距更高。世界银行《世界发展报告 2006》提供的 127 个国家近年来收入分配不平等状况的指标表明,基尼系数低于中国的国家有 94 个,高于中国的国家只有 29 个,其中 27 个是拉丁美洲和非洲国家,亚洲只有马来西亚和菲律宾两个国家高于中国。这种状况说明,中国的基尼系数高于所有发达国家和大多数发展中国家,也高于中国历史上的最高点。由于家庭收入差距较大,在高等教育收费制度的改革上,社会各界众说纷纭、莫衷一是,一些新闻媒体对此也大加渲染,进而引起社会的高度关注。

大学生消费除了学费以外,还有衣食住行等方面的消费问题。这些消费的选择性较大,与人的消费观念密切相关。伴随着我国改革开放的逐步深入,人们的消费观念较过去有一些质的变化,社会上举债消费、超前消费、冲动消费、炫耀消费、品牌消费、情感消费等各种思想观念不断渗透到大学生的生活之中。现在的大学生,基本上是新一代的独生子女,他们自出生以来就在甜水里长大,备受呵护与关爱,从小就过着“皇帝”般的生活,可谓是“衣来伸手、饭来张口”,在生活消费上一般都是家庭确保的重点对象。中国人的传统是“望子成龙、盼女成凤”,为了子女成才,家里可以节衣缩食,也不能让子女受约束,想方设法也要为子女的消费提供条件,更何况是大学生消费。近一些年来,中国农村流行着这样一种口头禅,“再穷不能穷教育,再苦不能苦孩子”。事实上,不仅农村是这样,城市也是如此。不论子女学习优劣,家庭经济条件怎样,都要送子女上大学。笔者曾经做过这方面的调查,几乎所有的家庭都期望子女上大学;而且在家

① 基尼系数是用来综合考察居民内部收入分配差异状况的一个重要分析指标,其值在 0 至 1 之间。按照联合国有关组织规定:若低于 0.2 表示收入高度平均,0.2~0.3 表示比较平均,0.3~0.4 表示相对合理,0.4~0.5 表示收入差距较大,0.5 以上表示收入差距悬殊,国际上通常把 0.4 作为收入分配贫富差距的“警戒线”。

庭储蓄目的中,为子女上大学而储蓄的占到首位。^①受社会大环境的影响,大学生消费出现了千姿百态的现象,个性化行为越来越突出,一些消费行为还引起了社会的各种议论。

近几年来,不论是党政机关还是人大、政协会议,其议题或提案有相当一部分涉及到大学生的消费问题。2008年召开的十一届全国人大会议和十一届全国政协会议也显现了这一点,教育收费问题是会议的热点提案。即使是民众生活的茶余饭后,大学生的消费问题也是人们的热点话题。

1.1.2 理性看待大学生消费关系到我国青年人的健康成长

人们通常认为,大学生是社会的精英、祖国的栋梁,未来的希望。然而,大学生不是生活在真空中,他们的消费观念和消费行为必然受到社会环境和各种因素的影响。

据调查,某高校学生李某,在网络上结识了无业游民王某,在王某的“带领”下,没几天就花去了4000余元。另一所高校的学生张某,二年级交上了女朋友,由于家境不富裕,便向老师、同学和亲戚借钱,负债高达1万多元。某些大学生追求档次,崇尚名牌;经常光顾高消费文体娱乐场所;配备高档通讯设备;外出上街,常坐出租车;聚会交友,大讲排场等等。盲目消费、攀比消费、赶潮消费、媚俗性消费、“面子”消费、超前消费等高消费甚至浪费现象非常普遍。

一些大学生消费并不低于普通的上班族,不少学生超前消费、高消费渐成习惯。某高校的大二学生,经常过着四处借钱的日子。他向记者算了一笔账:“每月手机话费60元,上网费50元,租房房租400元,朋友同学聚会200元,除此之外,日常饭费、香烟钱、为女朋友买礼物,这些费用每月足有1200元”。^②

与以往崇尚单一、节俭的大学生相比,如今大学生的消费追求显然丰富了许多。2007年,山西大学哲学系社会学专业学生对山西大

① 梁前德:《湖北城镇居民期望子女受教育程度调查报告》,《湖北商业高等专科学校学报》2002年第1期。

② 刘毅,宋娇:《不少高校学子成“负翁”》,《石家庄日报》,2005年11月10日。

学、太原理工大学等6所高等院校98个专业1000多名学生进行了抽样调查,整理后的数据显示,当代大学生消费呈多元化趋势,除学习、生活外,娱乐、形象、人际等成为他们不可或缺的消费内容。现在好多大学校园中流行“人际投资”,无论是同学过生日、考试得高分、当选学生干部、比赛获奖等都得请客。朋友请客你不能空手,同学生日你得表示,这样一来,“人际投资”在大学校园蔚然成风^①。

电脑和MP3在大学里有一定的市场。郑州某大学的一位学生,刚刚花费数千元购置了一台电脑和MP3,他带着颇为复杂的心情谈到这笔开销时说,“其实我真不想花家里这么多钱,但这也是没办法的事。现在查资料需要上网,作业要交电子版,U盘和MP3也都是当前学习和生活中不可或缺的工具。”手机和手机通讯费也是大学生的重要支出。有一位大学生在上大二之后,看到身边的同学有了手机,自己也赶紧去买了一部。他深有感触地说,“要不然,我就相当于脱离了集体,和老师、同学们都失去了联系。有时候班级和学院的重要事情,都是通过短信通知的。”毕业班的一位学生说,“尽管对现在每月一二百元的手机费用很是头疼,但该花的省不掉。要找工作了,没有手机就是没有出路。简历上必须留下手机号码,我们不可能总在宿舍等着接固定电话啊”。^②

大学里的贫困生也是社会关注的一个焦点,各级政府十分重视,由于各种原因一直解决的不太理想。除了学费问题以外,有的学生连生活费都存在问题。据笔者对某所高校2007年3月份的学生进餐卡调查,校园进餐在20天以上的大学生中,日均就餐消费额的中位数为13.15元,其中,有10.3%的大学生在20.30元以上,有9.9%的大学生在8.10元以下。仅就他们之间的就餐消费而言,其差距1倍有余;至于其他方面的消费,有的差距则更大。我们在看到大学校园莘莘学子高消费的同时,也应该看到贫困学子的低消费问题。

大学生是一个特殊的消费群体。时代的发展,社会的变化,环境

① 刘云伶:《“人际投资”成大学生消费主要内容,多是请客吃饭》,《新华每日电讯》,2007年1月3日。

② 张弛:《大学生“高”消费高在何处》,《光明日报》,2007年1月20日。

的影响、需求的升级无时无刻不在影响着他们，其消费行为在某种程度上折射出当今大学生的生活状态和价值取向。因此，大学生消费不仅仅是学生个人问题，它涉及到对同辈群体的积极影响或负面效应；也不仅仅是一个经济问题，它涉及到社会消费行为在大学生中的反应，更重要地是涉及到大学生的健康成长问题。

在市场经济的条件下，有很多人把大学生消费看作是一种市场行为，认为大学生中存在着许多商机。例如，2004年由中华全国学生联合会、新生代市场监测机构和中国青年校园先锋文化有限公司联合组织的“21世纪中国大学生消费与生活形态研究”调查就有非常浓的商业味道。这次调查历时4个月，覆盖了中国34个重点城市的126所高校，有近1万名大学生接受了调查，其中城市生源和农村生源分别占58.2%和41.8%。此次调查专门针对大学生群体的消费趋向、品牌观念、媒介接触、价值观念和生活形态等方面。他们认为：“尽管大学生的现实消费能力并不强，但他们代表的是未来的实力阶层，而且大学生具有潜在的强烈的消费欲望，一旦他们的社会地位和经济能力提升，其中蕴涵的市场价值与商机无法估量。”

目前，社会上对大学生消费有各种各样的看法，有的认为绝大多数大学生的消费行为处于一种理性状态，也有的认为绝大多数处于一种非理性状态。如果对这些研究所用的方法进行分析，大多数都是通过一些典型案例和逻辑推理得出的结论。假若从统计学的视角进行观察，无论是得到“理性状态”还是“非理性状态”的结论，都显得依据不足。诚然，部分大学生或少数大学生的非理性消费也不能小觑。从整体上如何判断大学生的消费观念和消费行为，是值得我们认真研究的。

1.1.3 家庭背景是大学生消费中不可忽视的一个影响因素

环境虽不能决定人的思想观念和消费行为，但环境对人的影响作用是不可低估的。“近朱者赤、近墨者黑”就是这个道理。大学生在进入高等学校之前，较长的时期内生活在家庭里，与父母居住在一起，而各个家庭的情况是千差万别的。