大学生服装消费心理及行为分析

严欣玥 吴继清 玉丽琳 黄蕾 夏洁
南宁理工学院 广西 南宁 530100

摘要: 随着当代中国社会巨大变迁和经济高速发展环境,当代大学生群体作为一个不仅基数大、消费能力强,且对时尚潮流信息的关注也极高的特殊消费群体,其消费行为受多种因素影响,包括社会文化、个人价值观、经济状况等。综上所述,研究大学生消费心理与行为影响,不仅有助于理解市场动态,还能为品牌和社会提供实用的指导。

关键词: 大学生;消费心理;消费行为

1 大学生服装消费心理及行为的主要特点

1.1 追求个性与差异的心理表达

流行文化和时尚趋势的传播速度迅猛,这往往导致服装风格的趋同化。然而,追求个性化和差异化的大学生们,倾向于选择那些能够反映他们个性和审美偏好的服装,以此更深入地了解自我,并巩固自我认同感。对他们而言,服装不仅是表达自我、塑造个人形象的关键途径,也是传递个人价值观、生活态度和独特风格的媒介。通过这种方式,他们期望获得他人的认可与尊重,进而构建起自己的身份。在这种心理的驱使下,他们更偏好那些设计独特、风格鲜明的服装品牌或独立设计师的作品

1.2 性价比与实用性的考量

尽管大学生追求个性和时尚潮流,他们在服装消费上也极为关注性价比。鉴于大多数学生尚未实现经济独立,他们在预算内寻求最佳选择。服装作为生活必需品,其舒适度和材质对大学生的购买决策有着显著影响。调查显示,许多学生在选择服装时,优先考虑性价比高且耐用实用的款式。同时,随着可持续消费观念的普及,越来越多的大学生开始重视服装的环保特性以及品牌的社会责任感,倾向于购买使用可回收材料的衣物或参与二手服装市场,这反映了年轻一代对环境保护的深切关注。

1.3 经营社交需求与追求群体认同

服装不仅是个人穿着的需要,也是社交互动的媒介。在大学生活中,社交活动是非常重要的部分。服装作为个人形象的重要组成部分,对于大学生在社交场合中的表现和自信度有着重要影响。通过选择合适的服装,大学生可以更好地展现自己的个性和风格,从而在社交活动中获得更多的关注和认可。通过服装的搭配和选择,可以传达出个人的审美和品味,帮助大学生找到与自己有共同兴趣和价值观的人群,进而促进与他人之

间的交流和沟通。所以大学生在选择服装时,往往会考虑其在特定社交场合中的适用性,以及能否融入或引领所在群体的风格。例如,参加社团活动、面试、聚会等不同场合,他们会根据预期的形象要求调整着装风格,以此作为构建社交关系、获得群体认同的一种方式,表达自己的归属感和认同感,从而增强与群体的联系和凝聚力。

1.4 线上购物实惠便捷

随着互联网技术的不断进步,线上购物平台已经演变成大学生选购服装的主要途径。这些平台以其琳琅满目的商品选择、便捷的购物体验、透明的价格体系以及频繁的促销活动,成功吸引了众多学生消费者。部分电商平台甚至依据大学生的购物历史和浏览习惯,提供定制化的推荐服务,助力他们探索更多潜在偏好的服饰。与此同时,直播带货和社交媒体营销等新兴的购物形式,也在深刻地塑造着大学生的消费行为。他们往往更容易受到网红博主或同龄人推荐的诱惑,从而做出冲动性的购买决策。

1.5 攀比与从众消费心理

攀比心理在大学生中普遍存在,它表现为一种追求超越他人、展示自我优越感的心理倾向。在服装消费方面,追求名牌与高端:部分大学生为了彰显自己的身份和地位,倾向于购买名牌或高端服装。他们认为,穿着名牌服装能够提升自己的社交形象,获得他人的尊重和羡慕。而在现实生活与社交平台中,身边人对于拥有高端奢侈的服装羡慕嫉妒等心理活动的反馈,会令其得到满足和兴奋的情绪价值。

从众心理是指个体在群体压力下,倾向于放弃自己的意见和行为,而与群体中多数人保持一致的心理现象。这种从众行为不仅满足了他们的审美需求,还使他们能够与一些领袖人物保持一致的社交形象,例如时尚博主、网红明星等具有一定社会影响力的人物,促使他

们紧跟时尚步伐，不断追求新鲜感。

1.6 非理性是冲动消费

所谓冲动消费是指大学生在强烈的感情驱使下作出的非计划性的消费行为，是一种没有经过深思熟虑的冲动性消费决策。由于年龄和受教育程度的原因，大学生在面对网络消费具有的不受空间和时间限制、种类繁多、选择性强等非常符合大学生的需求的特点，充满诱惑性的广告宣传时，容易受到互联网影响。冲动性消费可以使大学生可以短暂获得强烈的满足感和快感，但是在新鲜感退去以后，在经济条件和学习生活的压力下，大学生又会出现强烈的后悔情绪，这对大学生心理健康是非常有害的。

从消费行为理论上讲，大学生的这种服装消费行为是过于理想化的行为，因为他们还处在人生观、世界观、价值观培养的不稳定时期，他们很容易受到外来思想文化以及身边主要消费趋势的影响和改变。特别是在同学评价或者店员游说的情况下，他们极有可能会出现在购买价格与自身实际消费实力不相符或者过分追求品牌效应而不满足实际需要等冲动消费的情况。

2 影响大学生服饰消费心理及行为的因素

2.1 自身因素

大学生正处于探索个性和自我表达的阶段，他们的服装消费习惯通常受到个人兴趣、审美偏好以及价值观的深刻影响。例如，那些热衷于时尚潮流的大学生，会密切关注流行趋势，并挑选与之相符的服饰；与此同时，那些倾向于突出个性的大学生，则倾向于选择独特且与众不同的服装，以此来展现自己的独特性。

此外，消费观念和经济状况同样在很大程度上塑造了大学生的服装消费模式。一些大学生偏好品质和品牌，他们愿意为高品质的服装支付更高的价格；而另一些大学生则更看重性价比，他们倾向于选择价格合理且质量上乘的服装。

2.2 家庭因素

在家庭层面，大学生的服装消费观念往往受到父母消费观念和经济状况的影响。不论社会经济如何发展，家庭是否富裕，大多数父母都会尽力以“金钱保护”的方式来表达对孩子的关爱。他们认为，孩子在外求学，身处陌生环境，与来自不同地区、拥有不同背景的人交往，在无法随时提供帮助的情况下，许多父母会选择通过提供金钱来表达对子女的关怀。与此同时，许多大学生第一次拥有自行支配的一定金额，这可能导致他们形成一种随意挥霍、追求高端奢侈品的极端服装消费观念。

2.3 社会因素

社会文化的发展与时尚潮流的演变对大学生的服饰消费产生了显著影响。随着社会的不断进步和开放，大学生的服饰选择趋向于更加多样化和个性化。时尚潮流的转变同样在引导着大学生的服饰消费趋势。然而，由于大学生普遍缺乏足够的社会经验，他们的辨别能力往往有限，这使得他们特别容易受到外界不良思想和诱惑的影响。此外，大学生之间在消费水平上的差异，以及消费观念在校园内的相互影响，导致了追求时尚和相互攀比的现象日益普遍。随着互联网的迅猛发展和线上购物的广泛普及，明星和网红的影响力日益显著。无论是出于炫耀心理还是从众心理，这些因素都在深刻地影响着大学生的消费行为和心理健康。

2.4 市场因素

市场上的服装种类繁多、价格各异，为大学生提供了丰富的选择空间。线上购物平台的便捷性和丰富性也影响了大学生的服饰消费心理。他们可以通过线上平台轻松浏览和比较不同品牌、款式和价格的服饰，享受更加便捷的购物体验。同时，价格竞争也促使商家推出各种促销活动，吸引大学生进行消费。商家的营销策略和品牌形象也会影响大学生的服装消费决策。比如，一些知名品牌通过广告、明星代言等方式塑造自己的品牌形象，吸引大学生的关注和喜爱；而一些商家则通过打折、赠品等促销手段来吸引大学生进行消费。此外，线上购物还提供了更多的支付方式和售后服务保障，使大学生在购物时更加安心和放心。

3 引导大学生健康服装消费心理及行为的建议

在当今社会，随着经济的快速发展和全球化的深入，大学生的消费观念尤其是服装消费心理与行为正经历着显著的变化。作为年轻、充满活力且追求个性的群体，大学生在服装选择上往往更加注重时尚、品牌与个性化表达。然而，这一过程中也不乏盲目跟风、过度消费等不健康现象，不仅加重了经济负担，还可能影响学业与心理健康。因此，引导大学生树立健康的服装消费心理及行为显得尤为重要。

3.1 自身方面

大学生应当提升自我认知能力，在进行购物活动之前，首先明确自己的消费动机和实际需求。这涉及到对服装的实用性、场合适宜性以及个人风格等多方面因素的考量。通过提高自我意识，大学生能够更加理智地评估哪些服饰是真正必需的，哪些仅是冲动购物的产物。他们可以通过拟定购物清单、比较不同品牌的价格与品质等方法，作出更为明智的购买选择。

同时，设定一个合理的预算至关重要，以防止盲目

跟风或冲动消费导致超出个人经济承受范围。根据自身的经济条件和需求,制定并坚持执行一个合理的消费计划。建立一个消费账本,记录每一笔支出。通过这些策略的实施,大学生不仅能够树立正确的消费观念,还能促进身心健康的发展,并为未来生活打下坚实的基础。

3.2 家庭方面

家长自身的消费行为会对孩子产生深远影响。因此,家庭应从小培养大学生正确的消费观念,让他们认识到消费不仅仅是满足物质需求,更是一种责任和义务。家长可以通过日常生活中的实例,教育大学生理解金钱的价值,学会合理规划和分配自己的消费预算。

在此基础上,家庭应加强与大学生的沟通与理解,了解他们的消费需求和消费心理。家长可以定期与大学生进行深入交流,了解他们的消费观念和消费习惯,及时纠正不正确的消费行为。同时,鼓励大学生表达自己的观点想法和实际需求,避免冲动消费和跟风消费,增强他们的自信心和独立能力。

3.3 学校方面

将消费心理与行为教育融入课程体系,通过专题讲座、案例分析等多样化方式,向学生传授消费心理学、财务管理等领域的知识,助力他们树立正确的消费观念和理财意识。可以设置相关的选修课程。通过系统的学习,学生能够深入理解消费心理的内涵,提高财商。

同时,通过举办形式多样的校园文化活动,如二手市场、环保服装设计大赛等,鼓励循环利用,减少资源浪费。这些活动不仅培养了学生的环保意识和社会责任感,而且有助于营造积极的消费氛围。

针对大学生中普遍存在的攀比、虚荣等不健康心理现象,学校应加强心理健康教育,提供心理咨询服务,并鼓励学生参与社团活动、志愿服务等。通过这些实际行动,减少对物质消费的过度依赖,促进自我价值的提升,从而摆脱不良心理的困扰,树立自信。

3.4 社会方面

针对当前大学生对新鲜事物的浓厚兴趣和偏好,我们可以通过短视频平台和社交媒体等新媒体渠道,发布有关健康服装消费的信息。内容可以包括揭示消费陷阱的危害和推广健康消费观念,以此来强化大学生的健康消费意识,并提倡他们进行理性与绿色消费。

政府及相关部门需要加大对服装市场和各类借贷平

台的监管力度,建立一个规范的市场环境,以防止商家通过虚假宣传和价格欺诈等不正当手段诱导大学生过度消费,确保消费者权益不受侵害。同时,通过政策激励,鼓励企业开发更多符合大学生实际需求、性价比高的产品。

4 结语

大学生的服装消费构成了他们在校园生活中的一项主要开支。作为年轻、充满活力的消费群体,大学生的服装消费展现出多元化和个性化的特点。他们不仅关注服饰的品质、价格和设计,还更加注重品牌、潮流和社交因素。在消费心理方面,大学生既追求时尚与新颖,又注重性价比和实用性,同时还会受到社交需求和群体认同的影响。然而,在消费过程中,部分大学生也表现出一些不健康的行为和心理,如过度消费、攀比心理等。这些不良行为和心理不仅会影响他们的财务状况,还可能对他们的身心健康产生负面影响。因此,我们需要引导大学生树立正确的消费观念,培养他们的理财能力和消费自律性。学校、家庭和社会各界都应该共同努力,为大学生营造一个健康、理性的消费环境。同时,大学生自身也应该提高认知,明确自己的消费需求和消费能力,制定合理消费计划,并坚持执行。总之,大学生服装消费是一个复杂课题,需要我们全面、深入地进行分析和引导。只有这样,我们才能帮助大学生形成健康的消费习惯,为他们的成长和发展奠定坚实的基础。

参考文献

- [1]林江,赵靖平.《当代大学生消费问题——基于相关研究文献的视角》青少年研究,2012年第5期
- [2]王恩娟.《经济发展对当代大学生消费文化的影响趋势探究》人文天下,2018年6月刊
- [3]孙方姣,杨琴.《高校大学生服饰品消费行为分析与心理教育探究》服饰与产业:市场研究,二零二零年十二月/第九卷第六期
- [4]庞龙.《大学生服装消费心理分析》西部皮革.2024.16.038
- [5]杨维.《大学生服装消费心理及行为研究》西部皮革(2023)09-0021-03
- [6]周凡琳.《大学生服装消费行为问卷调查数据分析——以广州大学生为例》黑龙江科学第2021年8月12卷第16期