

Study on the Consumption Structure of College Students in the Internet Era

Mengmeng Hu, Xueqing Qu, Zhuowei Ren, Shengnan Wang

Central China Normal University, Wuhan Hubei
Email: 3229427847@qq.com

Received: Jul. 28th, 2017; accepted: Aug. 14th, 2017; published: Aug. 18th, 2017

Abstract

By questionnaire survey on college students in Central China Normal University, making use of descriptive statistics and Chi-square analysis, a survey and brief analysis on the consumption of college students in the internet era and factors that affect consumption covers such aspects as basic living expense, consumption on shopping online and learning materials and so on.

Keywords

Consumption on College Students, Data Statistics, Chi-Square Analysis

互联网时代下大学生消费结构的研究

胡蒙蒙, 屈雪晴, 任卓维, 王胜男

华中师范大学, 湖北 武汉
Email: 3229427847@qq.com

收稿日期: 2017年7月28日; 录用日期: 2017年8月14日; 发布日期: 2017年8月18日

摘要

本文通过对华中师范大学在校大学生的问卷调查,利用描述性统计和卡方分析,从学生的月基本生活费,网络购物消费,学习资料消费等方面,对互联网时代下大学生基本消费情况和影响消费的因素进行了调查和简要分析。

关键词

大学生消费, 数据统计, 卡方分析

Copyright © 2017 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

根据国家统计局和教育部发布的最新数据显示,截止2017年,全国高等教育阶段在校大学生达2682.3万之多。大学生是一个特殊的群体,同时也是社会消费群体中的重要组成部分。据麦可思研究院¹公布的“2016大学生消费理财观”调查结果显示,2016年,在校大学生每月平均开销为1212元,同时,三成以上学生生活费不够花,39%的学生身边有人使用校园贷,半数以上学生参与理财活动。另外,随着互联网时代的到来,电子商务迅速发展,已成席卷之势,网络购物也成为一种潮流。据人民网淘宝头条联合阿里研究院发布中国重点大学网络购物排行榜显示,2015年全国大学生人均网络购物消费额为1100元,人均收到包裹16.2个。这反应了新一代消费方式发生了转变,网络成为越来越重要的趋势[1]。这种时尚的消费方式在为大学生带来便利的同时,也给大学生群体带来了很大困惑,这使得它成为消费调查中一个不容忽视的消费项。

生活方式的多变和多种消费文化的影响给缺乏社会生活经验的大学生带来了很大的影响。目前大学校园中的消费结构复杂,趋于多样化[2]。包含基本日常消费、人情消费,娱乐消费、通讯消费、以及各种学习消费等。超前消费,月光族,享乐主义等词频繁出现。当下大学生的基本消费情况是怎样的?网络消费在消费结构中占据何种地位?大学生在学习方面的消费如何?哪些因素影响大学生的消费?本文通过对在校大学生进行问卷调查,运用描述性统计和卡方分析方法[3],对互联网时代下大学生的消费结构,进行了简要分析和研究。

2. 调查对象基本情况

2.1. 性别构成

在本次问卷调查的328名调查对象中,男生有88人,所占比例为26.83%,女生有240人,所占比例为73.17%。本次调查结果的数据符合华中师范大学男女生比例的实际情况,验证了本次调查的真实性与数据的科学性。其分布(见图1)。

2.2. 年级分布

本次调查对象的年级分布为本科阶段的四个年级及研究生阶段,调查结果显示,调查对象中大一年级所占比例为29.57%,大二年级所占比例为32.01%,大三年级所占比例为14.94%,大四年级所占比例为7.62%,研究生所占比例为15.84%。调查期间,部分大四学生正在外出实习或寻找工作,在校大四学生较少。因此调查中大四年级的学生所占比例较小。其分布(见图2)。

2.3. 家庭月收入分布

家庭月收入是指一个家庭中各个家庭成员每月收入的总和。

不同学生的家庭月收入可能有很大的差距,而这个因素对学生的消费影响是不容忽视的,因此,我们认为关于大学生家庭月收入的调查是必要的。在本次328份有效调查问卷中,学生的家庭月收入多在

¹ 麦可思是专业的,唯一得到政府、学术界、商业机构和社会公众共同认可的,有良好公信力的第三方教育数据咨询和评估机构,专精于就业能力测量与评估。

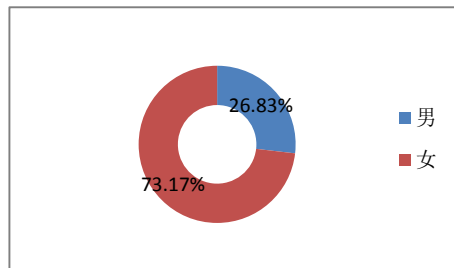


Figure 1. Gender distribution
图 1. 调查对象性别构成

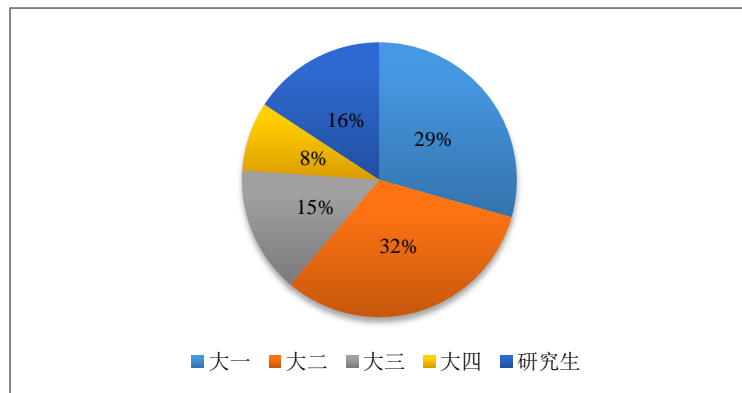


Figure 2. Grade distribution
图 2. 调查对象年级分布

2000~10,000 元之间, 占比为 72.87%, 其中 2000~5000 元的占比 38.11%, 5000~10,000 元的占比为 34.76%, 而家庭月收入为 2000 元以下的占比为 11.89%, 10,000 元以上的为 15.24%。其分布(见图 3)。

3. 调查对象基本消费情况

通过问卷调查, 我们获得了调查对象的基本消费数据, 并利用这些数据做出了统计表, 得到了调查对象的基本消费情况。主要包括月生活费分布情况, 网络购物消费情况以及学习型消费、生活型消费的消费情况。

3.1. 月生活费构成

大学生月生活费总额在很大程度上能反映出大学生的消费水平, 因此对月生活费的调查有助于我们把握大学生的总体消费水平。

在本次 328 份有效调查问卷中, 绝大多数学生的月生活费在 2000 元以下, 占比 92.99%, 其中 46.04% 的人月生活费为 1000~1500 元, 30.49% 的学生月生活费为 500~1000 元, 16.46% 的人月生活费为 1500~2000 元, 月生活费在 2000 元以上的仅有 7.01%。其分布(见表 1)。

3.2. 主要消费项目分布

研究大学生主要消费项目, 能够帮助我们研究大学生的消费特点与消费结构。从此次调查的 328 份问卷中可见, 饮食消费是绝大多数同学的主要消费项目, 占比例为 96.04%, 网上购物消费仅次于饮食消费, 位居第二位, 占比 67.38%。学习消费, 衣物饰物消费比例也较高, 分别占比 55.79%, 50.91%。而课外报班费占比最少, 为 5.79%。具体分布(见表 2)。

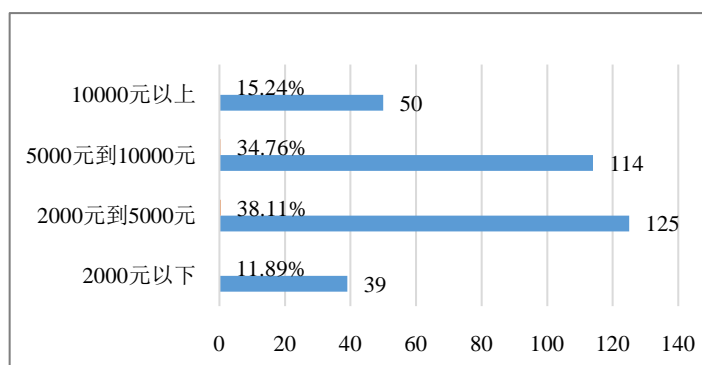


Figure 3. Monthly household income distribution

图 3. 调查对象家庭月收入分布

Table 1. Monthly living cost distribution

表 1. 月生活费分布

月生活费/元	人数	比例	累计比例
500~1000	100	30.49%	30.49%
1000~1500	151	46.04%	76.53%
1500~2000	54	16.46%	92.99%
2000 以上	23	7.01%	100.00%

Table 2. Distribution of major consumer items

表 2. 主要消费项目分布

生活费主要用途	人数	比例
饮食	315	96.04%
网上购物	221	67.38%
学习消费	183	55.79%
课外报班	19	5.79%
衣物饰物	167	50.91%
化妆护肤美发	105	32.01%
朋友交际	98	29.88%
个人兴趣爱好	83	25.30%
电话及上网	123	37.50%
旅游交通	53	16.16%
其他	22	6.71%

3.3. 网络购物消费情况

随着网络的迅速普及和电子商务的快速发展，“网购”已经成为一个时尚的代名词。据相关文章研究可知，消费者选择网络购物的因素，有三大主要原因：省时，低廉，可获得稀缺品[4]。对于大学生来说，在网上购物不仅可以买到物美价廉的商品，还节约了大量的外出购物时间。因而网络购物在大学生群体中大受欢迎，网络消费也在大学生的消费中占据着重要地位。

在此次问卷调查中，接近半数的同学每月用在网购的费用为 50~200 元，占比 44.82%，其次，

超过四分之一的同学网上购物费用为 200~400 元, 占比 26.52%, 小部分同学在网络购物方面花费较少, 占比 15.55%, 也有部分同学网络购物消费较多, 每月费用在 400 元以上, 占比 13.11%。具体分布(见表 3)。

3.4. 学习资料、学习工具消费情况

大学生应该坚守学生本位, 在学习方面有一些花销是必须的。对大学生购买学习资料等费用的了解, 可以从侧面反映出学生对学习的重视程度, 也可以看出大学生对生活费的分配是否合理。在调查对象中, 仅有不到 20% 的学生在学习方面的消费超过了 100 元, 其余超过 80% 的学生在学习方面的消费不足 100 元。具体分布(见表 4)。

3.5. 购买衣物消费情况

购买衣物消费是一类基本的生活消费。而大学生作为将要步入社会的一个特殊群体, 对自己的外表越来越重视。一部分学生希望通过提高外在吸引力来获得更多的社会认可。尤其对于女生来说, 她们会更加注重打扮, 在化妆品、服饰上的消费比例较高[5]。因此部分同学在这方面花费较高。在 328 份调查问卷中, 仅有 22.87% 的同学在购买衣物方面的消费为 0~50 元, 有 53.66% 的同学费用为 50~300 元, 有 23.47% 的同学在这方面的花费超过了每月 300 元。具体分布(见表 5)。

3.6. 网络购物对消费的影响

为了分析在互联网时代下, 大学生的消费观或者消费行为是否出现了明显的变化, 我们调查了网络购物对大学生消费产生的影响。从调查结果可以看出, 仅有 32.62% 的同学认为网络购物的出现对自己的消费产生了积极的影响, 有 50% 的同学认为给自己带来了消极影响, 时常带来一些不必要的消费, 是导致自己非理性消费的主要影响因素。其余一部分同学认为网络购物的出现对自己没有产生任何影响。具体分析(见表 6)。

4. 主要消费项目的影响因素分析

为了分析哪些因素对学生的消费情况产生影响, 我们利用卡方分析的方法检验某个消费项目和学生的性别、年级、家庭月收入、月生活费的相关性[6], 显著性水平取 0.05。从而分析不同学生的消费特征, 并基于此发现消费问题, 提出解决这些问题的消费建议。

4.1. 月生活费影响因素分析

经卡方分析发现, 大学生月生活费主要与性别, 家庭月收入相关, 表现为女生生活费略高于男生, 家庭月收入越高, 学生的月生活费也相应越高。这说明家庭收入的差距在学生的月生活费上有很直接的体现。而月生活费与学生所在的年级无明显的相关性($P = 0.052$), 即不同年级的学生月生活费基本相同, 这说明低年级的学生与高年级的学生消费项与消费额无明显差异。卡方分析具体结果(见表 7)。

4.2. 网络购物消费影响因素分析

经卡方分析发现, 网络购物消费与性别, 年级存在显著相关性, P 值分别为 0.02 和 0.04。说明男女生之间在网络购物上的花费有差异。而不同年级的学生在网络购物上面的花销也不尽相同。学生的家庭月收入, 月基本生活费是对这一消费项目产生影响的主要因素。它们与网络购物消费的相关性均是 0 (精确到小数点后第六位)。表现为家庭月收入高的学生在网络购物方面花费较高; 月生活费多的学生, 也会在网络购物上投入更多的金钱。具体的卡方分析结果(见表 8)。

Table 3. Online shopping expense distribution
表 3. 网络购物费用分布

网络购物费用/元	人数	比例	累积比例
0~50	51	15.55%	15.55%
50~200	147	44.82%	60.37%
200~400	87	26.52%	86.89%
400 以上	43	13.11%	100.00%

Table 4. Learning consumption distribution
表 4. 学习消费分布

学习资料、学习资料费用/元	人数	比例	累积比例
0~50	109	33.23%	33.23%
50~100	157	47.87%	81.10%
100~150	37	11.28%	92.38%
150 以上	25	7.62%	100.00%

Table 5. Clothing cost distribution
表 5. 购买衣物费用分布

购买衣物费用/元	人数	比例	累积比例
0~50	75	22.87%	22.87%
50~300	176	53.66%	76.53%
300~500	50	15.24%	91.77%
500~700	27	8.23%	100.00%

Table 6. The influence of shopping online on consumption
表 6. 网络购物对消费的影响

网络购物对消费的影响情况	人数	比例	累积比例
对自己的消费几乎没有影响	57	17.38%	17.38%
对自己的消费观念产生了积极影响	107	32.62%	50%
时常带来一些不必要的消费	118	35.98%	85.98%
是导致自己非理性消费的主要影响因素	46	14.02%	100%

Table 7. Analysis of influencing factors of monthly living expenses
表 7. 月生活费影响因素分析

月生活费/元	性别		家庭月收入/元			
	男生	女生	2000 以下	2000~5000	5000~10,000	10,000 以上
500~1000	41	59	31	50	18	1
1000~1500	28	123	7	62	67	15
1500~2000	12	42	0	10	22	22
2000 以上	7	16	1	3	7	12
	P = 0.00100 df = 3		P = 0.00000 df = 9			

Table 8. Analysis of influencing factors of online shopping expenses
表 8. 网络购物费用影响因素分析

网购消费/元	家庭月收入/元				月生活费/元			
	2000 以下	2000~5000	5000~10,000	10,000 以上	500~1000	1000~1500	1500~2000	2000 以上
0~50	13	28	6	4	31	15	4	1
50~200	17	63	49	18	52	75	16	4
200~400	8	26	39	14	16	45	21	5
400 以上	1	8	20	14	1	16	13	13
	P = 0.000000 df = 9				P = 0.000000 df = 9			

4.3. 学习资料、学习工具消费影响因素分析

根据卡方分析结果发现, 男女生在学习资料购买方面无明显差异, P 值约为 0.323。而不同年级的学生在学习资料购买方面存在明显差异, P 值约为 0.0004。即随着年级的增高, 学生在学习资料购买方面花费费用越高, 尤其是在研究生阶段, 这也符合高年级学生学习难度加大, 需要购买更多学习资料的事实。而影响学生购买学习资料、学习工具的主要因素是学生的家庭月收入 and 月生活费, P 值均约为 0。这说明家庭月收入已经对大学生的学习产生了影响。一些家庭月收入高的学生可能有更多的金钱去购买学习资料, 而另一些学生可能因为家庭的原因缺少部分学习资料。具体卡方分析结果(见表 9)。

4.4. 购买衣物消费影响因素分析

根据卡方分析结果发现, 大学生购买衣物的费用与性别, 年级, 家庭月收入, 月生活费均有不同程度的相关性, 但是相比较而言, 购买衣物费用与家庭月收入, 月生活费的相关性最大。 P 值均为 0 (精确到小数点后第六位)。说明家庭月收入高的同学会在购买衣物方面投入更多的金钱, 月生活费多的同学, 也会购买更多更贵的衣物。如月生活费在 1500~2000 元的学生, 有 9 人的衣物消费占到月生活费的三成以上。具体分析(见表 10)。

5. 结论

5.1. 大学生消费对家庭月收入有明显的依赖性

纵观上面的所有表格, 家庭月收入对各消费项都有影响。家庭月收入越高, 大学生的各项消费额就越高。如在网络购物方面, 家庭月收入在 10000 元以上的调查对象中, 有 11.2% 的人每月的网络购物费用达到了 400 元以上, 而家庭收入在 2000 元以下的 39 名调查对象中, 仅有 1 人的费用达到了 400 元以上(见表 8)。另外, 在学习消费上, 家庭月收入越高, 其花费在购买书籍资料上的费用也越高(见表 9)。这些消费现象明显地体现了大学生消费对家庭的依赖性。这也符合目前大学生缺乏经济能力的特点。

5.2. 大学生的学习型消费偏低

对比分析学习型消费和生活型消费的表格, 我们发现, 在校大学生的学习型消费明显偏低。如在月生活费为 1000~1500 的消费水平下, 有约 35.1% 的学生在购买书籍资料费方面花费仅为每月 0~50 元(见表 11)。而在购买衣物费用方面, 花费在 0~50 元的学生仅有 19.87%。约 80% 的学生花费超过 50 元(见表 12)。

5.3. 网络购物对大学生消费产生的消极影响要大于积极影响

通过分析以上表格, 可以发现, 三成以上的学生认为网络购物消费给自己带来了积极的影响。这大

Table 9. Analysis of learning materials and tools factors
表 9. 学习资料、学习工具影响因素分析

学习资料、学习工具费用/元	家庭月收入/元				月生活费/元			
	2000 以下	2000~5000	5000~10,000	10,000 以上	500~1000	1000~1500	1500~2000	2000 以上
0~50	19	50	30	10	40	53	11	5
50~100	16	62	57	22	49	77	23	8
100~150	2	11	15	9	7	15	9	6
150 以上	2	2	12	9	4	6	11	4
	P = 0.000002 df = 9				P = 0.000000 df = 9			

Table 10. Analysis of buying clothes factors
表 10. 购买衣物影响因素分析

购买衣物费/元	家庭月收入/元				月生活费/元			
	2000 以下	2000~5000	5000~10,000	10,000 以上	500~1000	1000~1500	1500~2000	2000 以上
0~50	18	34	14	9	38	30	7	0
50~300	19	75	68	14	60	87	23	6
300~500	0	14	24	12	2	28	15	5
500~700	2	2	8	15	0	6	9	12
总计	39	125	114	50	100	151	54	23
	P = 0.000000 df = 9				P = 0.000000 df = 9			

Table 11. Learning expense distribution (whose living expense monthly are between 1000 and 1500)
表 11. 学习资料、学习工具费用分布(月生活费在 1000~1500 元)

学习资料、学习工具费用	人数	比例	累积比例
0~50 元	53	35.1%	35.1%
50~100 元	77	50.99%	86.09%
100~150 元	15	9.93%	96.02%
150 元以上	6	3.97%	100%

Table 12. Clothes expense distribution (whose living expense monthly are between 1000 and 1500)
表 12. 购买衣物费用分布(月生活费在 1000~1500 元)

购买衣物费用	人数	比例	累积比例
0~50 元	30	19.87%	19.87%
50~300 元	87	57.62%	77.49%
300~500 元	28	18.54%	96.03%
500~700 元	6	3.97%	100%

概和网络购物节约时间，且可以淘到物美价廉的商品这一因素有关；而约一半的学生则认为网络购物的出现给自己带来了消极影响。这说明网络购物的出现对大学生消费的影响具有两面性，但是消极的影响

要多一些。网络购物方便快捷，但同时一些商品的广告也无处不在，大学生面临的诱惑也更多。一些自制力较差的学生，在家庭条件允许的条件下，会在网络上购买更多的商品。

6. 消费建议

通过对问卷数据的统计与分析，针对发现的消费问题，我们提出下列消费建议。

6.1. 对大学生的建议

要适当减少网络购物支出，预警超消费情况。在调查网络购物对大学生消费产生的影响时，我们发现 35.98% 的学生认为网购“时常给自己带来一些不必要的消费”。说明网络购物很可能导致超消费情况的出现，大学生要做好预防准备。在对影响网络购物的因素分析中，我们发现性别，家庭月收入 and 月生活费都对网络购物消费产生了很大的影响。因此，建议当代大学生应当减少网络购物支出，尤其是对于女生，家庭月收入较高和月生活费较高的学生来说，这是促使他们在互联网时代下依然保持理性消费的关键点。

要适当增加学习型消费的支出，适当减少生活型消费的支出。在调查结果中我们发现，目前大学生在学习方面的支出远远少于生活型消费的支出。这虽和物价有一定的关系，但是更主要的原因是大部分学生对学习不够重视，因此不愿意花钱去购买学习资料，课外书等。而大学生正处于知识增长的快速期，应当在学习上投入足够的时间，精力和金钱。而现实情况却是，很多大学生在购买衣物、化妆品等方面花费很高，因此，建议在保证基本生活条件的前提下，适当削减生活型消费的支出，将一部分费用用于学习资料的购买，以提高自身的知识水平和能力水平。

6.2. 对学校的建议

要加强对学生困难或生活型困难学生的帮扶力度。在对影响各消费项目的因素分析中，我们发现家庭月收入几乎影响着所有类型的消费。家庭月收入偏低的学生，月生活费普遍较低，学习型消费也较低。为了保证这部分学生的健康生活与正常学习，建议学校方面加大对他们的帮扶力度，让他们能够购买基本的生活用品和足够的学习资料，帮助他们圆满完成大学学业。

要加强对学生理性消费的引导。在互联网时代下，购物方式简便化，支付手段多样化，而大学生面临的诱惑也越来越多。易产生冲动性购买行为，研究表明，冲动性购买行为与消费者自我控制能力有很大的关系。消费者的自我控制能力越强，就越不容易产生冲动性购买行为[7]。那些自我控制能力不强的学生，需要外界的引导与帮助以减少冲动性购买行为的出现。而在最后“消费满意度”的调查中，仍有三成以上的学生对自己的消费不满意，见(表 13)。因此我们建议学校要重视学生的消费生活，要加强对学生理性消费的引导。帮助大学生在互联网时代下树立良好的消费观。

Table 13. Degree of satisfaction of monthly consumption

表 13. 月消费满意度

月消费满意度	人数	比例	累积比例
完全不满意	11	3.35%	3.35%
不满意	99	30.18%	33.53%
满意	210	64.02%	97.55%
完全满意	8	2.44%	100%

7. 结语

本文通过问卷调查的方式获得调查数据, 并利用描述性统计和卡方分析进行数据的统计与分析, 对互联网时代下大学生的消费结构进行了分析研究。华中师范大学女生偏多, 或许在一个男女生人数基本相当的学校进行研究, 得到的分析结果更能代表当代大学生的消费情况, 这是本文在之前没有考虑到的地方。但是本文得到的调查结果仍能在很大程度上反应出当代大学生的基本消费结构。同时本文通过对影响大学生消费的因素进行分析, 提出了适当减少网络购物支出, 适当增加学习型消费支出等建议, 对互联网时代下大学生的消费行为具有一定的指导意义。

参考文献 (References)

- [1] 朱军杰, 殷杰, 陈彬鑫. 95 后女大学生消费、理财现状浅析[J]. 社会科学前沿, 2017, 6(1): 54-61.
- [2] 刘宝明. 当代大学生消费行为现状分析及问题研究[D]: [硕士学位论文]. 大连理工大学, 2008.
- [3] 盛骤, 谢式千, 潘承毅. 概率论与数理统计[M]. 4 版. 北京: 高等教育出版社, 2008.
- [4] 李丽丽, 吕晓玲. 消费者购物渠道选择的影响因素研究[J]. 统计学与应用, 2012(1): 16-19.
- [5] 孙洋. 当代女大学生消费行为问题的影响因素分析[J]. 教育观察, 2013, 2(5): 88-90.
- [6] 刘晓玲. 卡方检验在语言研究中的应用[J]. 求索, 2016(8): 200-202.
- [7] 张林兰, 刘青. 电子市场中的冲动购买成因探析[J]. 统计学与应用, 2013(1), 44-4.

期刊投稿者将享受如下服务:

1. 投稿前咨询服务 (QQ、微信、邮箱皆可)
2. 为您匹配最合适的期刊
3. 24 小时以内解答您的所有疑问
4. 友好的在线投稿界面
5. 专业的同行评审
6. 知网检索
7. 全网络覆盖式推广您的研究

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: sa@hanspub.org