

父母金钱观对子女消费结构的影响

——以肇庆学院大学生为例

许馨文, 李蔼瑜, 梁绮珊

肇庆学院教育科学学院, 广东 肇庆

收稿日期: 2023年12月11日; 录用日期: 2024年1月22日; 发布日期: 2024年1月29日

摘要

目的: 探讨父母金钱观与子女的消费结构之间的关系, 为父母该如何对大学生的消费进行引导提出相关建议和措施。方法: 采用改编金钱态度量表及消费情况调查量表, 对346名广东省高校学生展开问卷调查, 采用SPSS 23.0进行可靠性分析、描述统计、相关分析以及回归分析。结果: ① 父母金钱态度中的权力-名望、维持-保留、不信任三个维度与大学生子女的形象消费、休闲娱乐消费、学习消费、网费及社交消费占比存在显著相关。② 父亲金钱态度中的“维持-保留”维度分数可显著负向预测女大学生社交消费占比、“焦虑”维度分数可显著正向预测女大学生学习消费占比; 母亲金钱态度中的“维持-保留”、“不信任”维度分数可显著正向预测大学生形象消费占比。结论: 父母金钱观影响大学生子女的消费结构。

关键词

大学生消费结构, 父母金钱观, 金钱观教育

The Influence of Parents' Money Outlook on Children's Consumption Structure

—A Case Study of Zhaoqing University Students

Xinwen Xu, Aiyu Li, Qishan Liang

School of Education Science, Zhaoqing University, Zhaoqing Guangdong

Received: Dec. 11th, 2023; accepted: Jan. 22nd, 2024; published: Jan. 29th, 2024

Abstract

Objective: This study aims to explore the relation between parents' money outlook and their

children's consumption structure, then based on the results, provide relevant suggestions and measures for parents to guide college students' consumption. **Methods:** A questionnaire survey was conducted among 346 college students in Guangdong Province using the Modified Money Attitude Scale and Consumption Survey Scale, and SPSS 23.0 was used for reliability analysis, descriptive statistics, correlation analysis and regression analysis. **Results:** ① There is a significant correlation between the three dimensions of power-fame, maintenance-retention, and distrust in parents' money attitudes with the proportion of image consumption, leisure and entertainment consumption, study consumption, Internet fee and social consumption of college students' children. ② The score of the "maintenance - retention" dimension of father's money attitude can significantly negatively predict the proportion of female college students' social consumption, and the score of "anxiety" dimension can significantly positively predict the proportion of female college students' study consumption. The scores of "maintaining - retaining" and "distrusting" dimensions in mothers' money attitudes can significantly and positively predict the proportion of college students' image consumption. **Conclusion:** Parent's money outlook influences children's consumption structure.

Keywords

College Students' Consumption Structure, Parents' Money Outlook, Money Education

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 引言

“金钱本身是静态不动的。但是，不管在哪里，它都获得特定的含义，被赋予特定的能力。”(弗恩海姆, 阿盖尔, 2001)随着人类经济活动方式的日趋复杂和经济心理学的发展, 关于金钱的相关研究得到国内外学者的关注。Gurney (1988)研究了金钱与自我的关系, 他指出金钱态度的形成始于童年时期, 儿童通过观察父母行为逐渐形成金钱态度, 这一过程将持续并影响到成年时期(Gurney, 1988)。处于三观未成熟时期的大学生, 父母对其的影响不言而喻, 因此, 将大学生群体作为调查对象具有参考意义。

顾名思义, 金钱观是人们对金钱的根本看法和态度, 它和人生观、价值观密切相连, 是物质世界的一种具体表达, 对人们的金钱消费有指导作用。而金钱态度是影响人心理和行为的重要变量。国外对于金钱态度没有明确的定义, 研究者多从金钱的象征意义来研究。Lindgren (1980)发现金钱在人们的生活中以微妙的方式促使人与他人在包括社会权力、生活品质、控制与自由等方面进行金钱比较(Lindgren, 1980)。Tang (1992)认为金钱态度可以作为一个“考察人们日常生活状态的参照框架”。Burgess (2007)认为金钱态度是指一种人际的、态度(认知、情感、行为)的信念, 用来描述有关金钱的价值及重要性, 影响着人们在金钱相关的背景和情境中的行为(Burgess, 2007)。国内学者赵敏(2019)认为金钱态度是指个人对金钱及相关事物所持的一种相当持久且一致的行为倾向, 包含对事物的评价、感觉及反应。

消费结构是指是指各类消费支出在总费用支出中所占的比重。消费结构是目标市场宏观经济的一个重要特征, 能够反映一国的文化、经济发展水平和社会习俗等(黄洪民, 2002)。反映不同消费群体或同一消费者群在不同时期消费意向的变动。在现代社会中, 金钱已经成为人们生活中不可或缺的一部分。财经社会化的研究表明年轻人对金钱价值的理解受到他们社会环境中的社会代理人的影响, 而父

母是影响孩子的主要社会代理人(Conger, Rueter, & Conger, 2000; Furnham & Stacey, 1991)。根据 Garrison 和 Gutter (2010)的文献综述,观察父母的财经行为对于理解个人的财经行为至关重要,而且个体在儿童时期通过观察父母(和其他人)的行为来学习社会行为是很常见的,这些社会行为会一直持续到成年(郭莘莘,辛自强,2020)。所以对于子女来说,他们的金钱观的形成往往又会受到父母的影响。父母的金钱观对子女的消费结构具有深远的影响,这不仅影响子女的经济支出状况,还涉及他们的价值观和人生态度的形成。

随着我国进入新时代,社会主义市场经济不断发展,社会物质资料愈加丰富,社会上出现了消费主义、享乐主义、拜金主义等不良现象,严重影响人们对金钱的正确认知,对大学生群体的影响尤为凸显。由于自身的认知缺陷,大学生对这些不良现象的认知不足会导致他们对金钱的认识、支配等方面出现偏差。大学生是社会中的特殊群体,他们既是当前消费主体之一,有着独立的消费意识和消费特点,也是未来的消费主力,因此,对大学生的金钱观教育必不可少。父母作为孩子的第一任老师,家庭的金钱观教育对大学生的人生价值观的塑造尤为重要。

上述的消费主义、享乐主义以及拜金主义等在现代人的认知范围内属于不良的金钱观,而什么是良好的金钱观呢?马克思主义科学地揭示了金钱的本质和历史作用,认为金钱作为物质财富,是人类创造的,并为人类服务,人类应当是金钱的主人,而不是金钱的奴隶。人们依靠自己的劳动创造财富,获取财产,金钱是光荣的,而那种用剥削、掠夺欺诈的手段不劳而获,则是可耻的。王瑛(1998)在《加强对中小学生的金钱观教育》一文中给出金钱观教育的定义,文中指出“金钱观教育是教育者有目的地使受教育者形成对金钱的正确认识和态度,从而帮助他们正确处理物质需要与精神需要的关系,学会合理消费,做金钱的主人的教育。”本研究认为良好的金钱观是指会做金钱的主人,对金钱“取之有道、用之有益、用之有度”。即懂得通过诚实、合法的劳动获得金钱;践行低碳消费原则,绿色消费;合理分配金钱,量入为出,适度消费;避免盲从,理性消费,避免对金钱过于崇拜、神圣化。

本文通过在读大学生对父母金钱观念以及自身生活消费状况的问卷反馈,研究父母金钱观对大学生子女消费结构的影响,揭示二者之间存在的关系,将研究结果作为父母教育子女的一个指向标,并提供一些建议来帮助父母培养大学生子女的良好金钱观。

2. 对象与方法

2.1. 研究对象

本研究选择的对象是广东省肇庆市肇庆学院在读大学生,在2023年4月至5月随机选取肇庆学院346名学生发放问卷进行问卷调查,在调查开始前向被调查者说明本次的调查目的和内容,承诺调查遵循保密原则,并取得被试口头知情同意。回收筛选出有效问卷346份,其中男性为176例,占比50.87%,女性为170例,占比49.13%;低年级(大一、大二)249例(71.90%),高年级(大三、大四)97例(28.10%)。被试年龄范围18~24岁。本研究采用匿名方式随机进行问卷调查。

2.2. 研究工具

2.2.1. 人口学资料调查

本研究采用自编式问卷对346名高校学生进行人口资料调查,包括年龄、年级、专业等。

2.2.2. 金钱态度量表(Money Attitude Scale, MAS)

综合本研究实际需要选取由Yamauchi和Templer编制,由中国科学院心理研究所主导验证信效度的《金钱态度量表(MAS)》(洪雷,曹慧,方格,2009)。对中文《金钱态度量表(MAS)》进行细微改动,将

其中的“你”改成“你的父亲”和“你的母亲”。本量表包括父亲和母亲两个分量表,该量表有4个维度,共计40(2*20)题,包括权力—名望、维持—保留、不信任(价格敏感性)、焦虑,每个维度10(2*5)道题目。使用SPSS将测量父亲金钱观和母亲金钱观题目中的四个维度分别进行可靠性分析,得到以下各维度的克伦巴赫系数,依次为(父亲)0.81, 0.73, 0.80, 0.60; (母亲)0.65, 0.68, 0.74, 0.62,此分析结果表明金钱观量表信度良好,能反映出父母金钱观各个维度具有一致性,信度较低可能是由于调查人数较少以及题目较少。采用5点计分,每题选项从“完全不符合”到“完全符合”,分值依次增加,每个维度得分越高,表示在此维度上的水平越高。

2.2.3. 消费情况调查量表

采用消费结构量表摘自《西藏高职学生消费状况调查研究》(普布卓玛, 2018),对该量表进行了部分修改,仅选取其中部分题目构成本问卷。本问卷共12题,包括消费支出情况调查(包括社交消费、学习消费等的月支出)、大学生对自己的消费是否有所计划、对生活费满意情况、购买商品考虑因素、父母对自己消费是否有严格控制等题目。其中大学生消费支出情况占7题,测谎占1题,其他占4题。本研究将大学生各项支出所占总体支出比例(消费结构)作为重要变量,拟探究此变量与父母金钱观的关系。

2.3. 统计学方法

采用SPSS 23.0对数据进行共同方法偏差检验、描述统计、相关性分析、回归分析,在 $p < 0.05$ 情况下表示有统计学意义。

3. 结果

3.1. 问卷调查结果

收集到的346份有效问卷中,涉及14个学院、7个年龄层(均值为20、标准差为1.374)、4个年级,男女比例大致均衡,男性为176例,女性为170例。调查大学生子女生活费情况时,发现觉得生活费“刚刚好”的人数最多,占35.80%,觉得生活费“绰绰有余”占10.10%,觉得生活费“略有结余”占29.80%,觉得生活费有点不够占22.80%,觉得生活费“很不够”仅占1.40%。调查购买商品时的考虑因素,我们设置了7个选项,分别是:实用、价格、质量、品牌、时尚、售后服务以及购买方便,结果发现,选择实用、价格因素的人数占较大比例(如表1)。调查父母对子女的花费控制的结果发现,对孩子的花费控制较少的父母占多数(如表2)。

Table 1. Main considerations when purchasing goods

表 1. 购买商品时的主要考虑因素

购买商品时的主要考虑因素	个案数	百分比(%)
实用	152	43.9
价格	116	33.5
质量	65	18.8
品牌	3	0.9
时尚	2	0.6
售后服务	2	0.6
购买方便	6	1.7

Table 2. The degree of parental control over their children's expenses
表 2. 父母对子女花费的控制程度

父母对子女花费的控制程度	个案数	百分比(%)
有严格控制	8	2.3
有比较严格的控制	41	11.8
控制较少	193	55.8
没有控制	104	30.1

3.2. 共同方法偏差检验

为了避免本次问卷调查的数据出现共同方法偏差,使研究结果的严谨性受到影响,本研究首先采用程序控制法,即通过被试匿名评测等减少误差来源;其次,采用 Harman 单因子检验法进行检验,检验结果显示 16 个因子特征值大于 1,首个因子解释率为 17.86%,低于临界值 40.00%,表明本研究各个变量间并不存在严重的共同方法偏差。

3.3. 描述统计分析

运用 SPSS 23.0 对大学生消费情况进行统计发现:父母对子女花费没有控制的占 30.10%,而父母对子女花费有控制的占 69.90%,其中有严格控制的占 2.30%;大学生中有消费计划的占 56.30%,其中有严格计划的占 4.00%;大学生在购买商品时有 43.90%考虑商品的“实用性”,有 33.50%考虑“价格”,另外有 18.80%考虑“质量”。

3.4. 相关分析

本研究采用斯皮尔曼相关法,分析了父母金钱观和子女消费结构的相关性,如表 3 所示父亲对于金钱的维持保留态度与大学生的社交消费占比、女大学生社交消费占比呈显著的负相关,与男大学生的休闲娱乐占比呈显著正相关。这表明当父亲对金钱越具维持保留的态度,其子女的社交消费占总消费的比率会越低,而他儿子的休闲娱乐占总消费的比率会越高。

Table 3. Analysis of the correlation between parents' money outlook and children's consumption structure
表 3. 父母金钱观和子女消费结构的相关性分析

	父亲				母亲			
	权力名望	维持保留	不信任	焦虑	权力名望	维持保留	不信任	焦虑
大学生社交消费占比	-0.029	-0.109*	-0.095	-0.031	-0.051	0.024	-0.084	-0.053
大学生形象消费占比	-0.104	-0.084	-0.094	-0.032	-0.109*	-0.136*	-0.126*	-0.024
大学生学习消费占比	-0.059	0.043	-0.003	-0.025	-0.061	-0.018	-0.049	-0.066
大学生休闲娱乐占比	0.070	0.059	0.005	-0.009	0.031	-0.005	-0.010	-0.050
大学生网费消费占比	0.079	-0.094	0.105	0.057	0.059	-0.053	0.076	0.061
大学生饮食消费占比	0.062	0.047	0.067	0.044	0.059	0.061	0.101	0.019
大学生恋爱消费占比	0.019	0.032	0.028	0.010	0.065	0.048	0.041	0.014
女大学生社交消费占比	-0.077	-0.247**	-0.205**	-0.074	-0.115	0.019	-0.148	-0.122
女大学生形象消费占比	-0.055	0.110	-0.016	-0.055	-0.038	-0.106	-0.165*	-0.071
女大学生学习消费占比	-0.089	0.042	-0.113	-0.169*	-0.112	-0.043	-0.088	-0.144

续表

女大学生休闲娱乐占比	-0.009	-0.038	-0.042	-0.067	-0.023	-0.118	-0.063	-0.105
女大学生网费消费占比	0.138	-0.060	0.16*	0.071	0.057	-0.036	0.129	0.008
女大学生饮食消费占比	0.018	0.011	0.025	0.109	0.013	0.103	0.100	0.085
女大学生恋爱消费占比	-0.005	0.041	-0.056	-0.031	0.047	-0.015	-0.039	0.010
男大学生社交消费占比	0.037	0.082	0.033	0.008	0.029	0.075	-0.010	-0.004
男大学生形象消费占比	-0.053	-0.031	0.003	-0.010	-0.085	-0.063	-0.028	-0.023
男大学生学习消费占比	-0.006	0.101	0.131	0.099	0.009	0.041	0.016	-0.016
男大学生休闲娱乐占比	0.130	0.159*	0.038	0.053	0.069	0.093	0.028	0.003
男大学生网费消费占比	0.029	-0.115	0.061	0.043	0.068	-0.065	0.032	0.111
男大学生饮食消费占比	0.043	-0.072	0.027	-0.007	0.049	-0.036	0.073	-0.014
男大学生恋爱消费占比	0.042	0.040	0.128	0.055	0.080	0.120	0.133	0.021

注: **在 0.01 水平(双侧)上显著相关。*在 0.05 水平(双侧)上显著相关。

父亲对于金钱的不信任态度与女大学生的社交消费占比呈显著负相关,与女大学生网费的消费占比呈显著正相关。这表明当父亲对金钱越不信任的态度,他女儿的社交消费占总消费的比率会越低,网费占总消费的比率会越高。

父亲对于金钱的焦虑态度与女大学生的学习消费占比呈显著负相关,这表明当父亲对金钱越持有焦虑的态度,他女儿的学习消费占总消费的比率会越低。

母亲对于金钱象征权力名望的态度与大学生的形象消费占比呈显著负相关。这表明当母亲越认为金钱能象征权力名望,她子女的形象占总消费的比率会越低。

母亲对于金钱的维持保留态度与大学生的形象消费占比呈显著的负相关。这表明当母亲对金钱越具有维持保留的态度,她子女的形象消费占总消费的比率会越低。

母亲对于金钱的不信任态度与大学生的形象消费占比呈显著负相关,与女大学生形象消费占比相关性更大。这表明当母亲对金钱越持有不信任的态度,她子女的形象消费占总消费的比率较低,且这种态度对女儿的影响更大。

3.5. 回归分析

分析得出父亲对于金钱的维持保留态度可解释女大学生社交消费占比 5.40%的变异量,父亲对于金钱的焦虑态度可解释女大学生学习消费占比 2.40%的变异量。回归分析具体数据见表 4。

Table 4. Regression analysis using the proportion of social consumption among female college students as the dependent variable
表 4. 以女大学生社交消费占比为因变量做回归分析

预测变量	R	R ²	F	未标准化的 B	标准化回归系数 Beta	t
父亲维持保留	0.233	0.054	9.615**	-0.003	-0.233	-3.101**

注: ** $p < 0.01$ 。

Table 5. Regression analysis using the proportion of female college students' learning consumption as the dependent variable
表 5. 以女大学生学习消费占比为因变量做回归分析

预测变量	R	R ²	F	未标准化的 B	标准化回归系数 Beta	t
父亲焦虑	0.155	0.024	4.129*	-0.003	-0.155	-2.032*

注: * $p < 0.05$ 。

为进一步探讨母亲维持保留、母亲不信任与大学生形象消费占比的相互作用关系，以大学生形象消费占比为因变量，母亲维持保留、母亲不信任为预测变量进行逐步回归分析(结果见表6)。进入回归模型的因素依次为母亲维持保留、母亲不信任，母亲维持保留对大学生形象消费占比具有正向的预测作用，预测力为2.20%；两个因素对大学生形象消费占比的预测作用为3.60%。

Table 6. Stepwise regression analysis of factors related to the proportion of image consumption among college students
表 6. 大学生形象消费占比相关因素的逐步回归分析

预测变量	R	R ²	F	未标准化的 B	标准化回归系数 Beta	t
母亲维持保留	0.147	0.022	7.649*	-0.003	-0.124	-2.300*
母亲不信任				-0.002	-0.120	-2.218*

注：* $p < 0.05$ 。

4. 讨论和建议

4.1. 父母金钱观、子女消费结构之间的关系

维持保留维度的分数代表未来财务资源的规划和谨慎使用金钱。如果在此维度的得分高，代表会更谨慎地进行财务规划；不信任是指对使用金钱时保持多疑的态度。如果人们对此维度的评价高，意味着当一提到花钱，他们越会犹豫、怀疑及困扰；焦虑是指将金钱视为忧虑的来源，也是免于忧虑的来源；权力名望是指把金钱作为影响他人及衡量成功的工具，如果人们对此变量评价高，代表他们视金钱为一种可能影响他人及令人印象深刻的工具，且视金钱为一种成功的标志(Yamauchi & Templer, 1982)。

本研究的相关分析结果显示，父亲对于金钱的维持保留态度与大学生的社交消费占比，尤其是与女大学生社交消费占比呈显著的负相关，父亲对于金钱的不信任态度与女大学生的社交消费占比呈显著负相关。因此当父亲对财务规划越谨慎、在使用金钱时保持多疑的态度，大学生社交消费占总消费的比重会越低。在大学生身边存在着诸多具有社交性质的消费活动，比如好物分享、宴请、礼物赠送、聚会派对等。虽然在这些消费中有时并不会消耗多少物质性商品，或者说主要目的并不在于物质性商品的消耗本身(吴金海, 2021)，而是积累自己人脉，即维系人际关系的一种重要形式(Roy & Banerje, 2014)，这种形式容易造成慷慨、奢华、过量、放纵等耗费特征。换句话说，要让大学生在社交消费上有所节制，父亲应该对财务进行谨慎规划以及在使用金钱时考虑得更加周到。

值得注意的是，父亲对于金钱的维持保留态度与男大学生休闲娱乐占比呈显著负相关，这表明而父亲越谨慎地进行财务规划，男大学生休闲娱乐消费占比会增多，这可能是因为过度节俭与过度远视的金钱观教育会给予子女带来愧疚感与压力，从而使得子女尝试在休闲娱乐过程中获得释放。父亲对于金钱的维持保留态度与男大学生休闲娱乐占比呈显著负相关而与女大学生休闲娱乐占比不呈显著相关，这表明这可能是由于互联网+为文娱产业提供了新的发展空间，催生了各种线上休闲娱乐活动形式(王佳琳, 曾艳英, 王春丽, 曾瑜, 李冰冰, 2023)，而有研究表明男生的网络游戏动机水平显著高于女生(罗凯, 金阳, 2023)，因此他们在网络游戏上比女生消费更多。

父亲对于金钱的焦虑态度与女大学生的学习消费占比呈显著负相关。这表明当父亲对金钱越持有焦虑的态度，他女儿的学习消费占总消费的比率会越低。工匠精神是所有个体通过不断沉淀和积累、学习和创新而形成的一种求真务实、脚踏实地、精益求精的态度(李砚祖, 2016)，有研究表明大学生外显工匠技能于金钱焦虑存在显著负相关，即大学生对待自己工作要求越严苛，对金钱越不持有焦虑态度；外显工匠革新与金钱焦虑存在极为显著的负相关，即意味着革新水平越高，对金钱越不持有焦虑态度；外显工匠担当与金钱焦虑存在显著负相关，这表明个体责任心、使命感越强烈，对于金钱的担忧水平较低(陈

尚楠, 2019), 同时, 有研究发现了金钱焦虑的代际传递现象, 说明父母的金钱焦虑均可以预测年轻子女
的金钱焦虑(Lim & Sng, 2006)。以上, 父亲对金钱的焦虑态度可能传递至子女的金钱态度中, 从而影响子
女对专业或职业能力沉淀与积累, 学习与创新的态度, 从而影响学习消费占比。

母亲对于金钱象征权力名望的态度、维持保留态度、不信任态度与大学生的形象消费占比呈显著负相
关。形象消费包括个人形象打造方面的消费, 如在外貌装扮、身材管理等方面的消费, 也包括为打造“人
设”、展现形象魅力而进行的消费。个体或群体购买产品或服务的目的, 并不仅仅是满足某些实际需求,
也通过所选择的品牌、款式、价格等形式, 展示自己或他人所期望的形象(张淑华, 李海莹, 刘芳, 2012)。
邱泽媛在对女大学生的形象消费进行研究后发现, 女大学生的自我呈现出多元、独立、资助的特点, 对他
们来说, 自我形象不仅具有实质意义, 而且具有象征意义, 通过形象消费来实现个体个性化的认同。有研
究表明, 男大学生和女大学生在形象消费方面存在着相似性, 但女大学生相较于男大学生表现出更高的消
费水平(吴乐田, 2019)。母亲与大学生形象消费相关性较大的原因可能是, 从传统意义上来讲, 女性往往
比男性更加注重自己的形象并且在形象上的消费占比会比较高。当母亲越认为金钱可以作为影响他人及衡
量成功的工具、越谨慎地规划财务、在消费时考虑得越周到, 大学生子女形象上的消费占比就会越少。

4.2. 建议

在家庭教育中, 金钱教育是一个会贯穿孩子一生的问题。而父母是影响孩子金钱观形成的第一人,
对孩子金钱观主导下形成的消费结构具有重要大影响。良好的家庭教育有助于大学生建立健康的人生
目标和人生价值评判标准。家庭的教育常常是不被重视的, 家长很多时候都只是会一味地满足孩子在物
质上的需求, 而不会去指导孩子该如何理性管理和使用金钱, 导致很多大学生在金钱观引导下有很多非
理性金钱行为, 走向拜金主义(赵小剑, 2010)。那么, 父母应当如何做呢?

首先, 父母应当在合适的时期告诉孩子家庭的收支情况。父母对待每一分钱认真是必要的, 但是过
于节俭、一味地否定孩子的消费需求, 可能会给孩子带来心理上的压力和消费行为方面的适得其反。父
母双方要让大学生在社交消费上有所节制, 父亲可以采用对财务进行谨慎规划以及在使用金钱时考虑得
更加周到的做法, 但是谨慎程度需要把控, 否则过犹不及。相较于父亲, 母亲对金钱的不信任程度更加
影响子女的形象消费, 由此可以推断, 对于孩子的财务规划教育, 母亲可以作为教育的主力。

其次, 注意沟通的方式, 将孩子放在平等的地位。在措辞上需要避免“爸爸妈妈赚钱都是为了你”这类话
语, 避免造成孩子心理负担过重的情况。可以对孩子的消费情况进行分析和引导, 从不同方面的消费中理性分
析必需消费和不必要消费, 帮助子女厘清自己的真实需要和被外部因素影响的非真实需要。最后, 适当掌握孩
子的在校消费情况, 包括消费总额和支付手段, 针对消费现状提供合理的生活费用。不宜把控过紧或过松。

最后, 父母应当审视自身的行为, 做到以身作则, 言传身教。关注孩子的成长变化和心理健康, 适
时引导。在尊重子女的基础上, 为其传授相关知识。

5. 不足和展望

由于家长心理方面的研究文献较少, 且研究经验和水平有限, 本文的研究存在一定的局限和不足。

首先是样本量方面, 本研究调查人数较少。其中, 因一些不可抗力因素, 大三、大四大多被安排外
出实习, 收集到的高年级(大三、大四)样本量较少, 样本量的年级分布不均衡。

其次是数据获取方面。本研究采用问卷调查的方式收集数据, 调查工具单一。对象仅仅是肇庆学院
内部在读的学生, 利用子女对父母的观念、行为做反馈, 数据会有失偏颇, 研究结论可能不具有普适性。
答卷人的心理和情绪因素不可把控, 故在填写消费情况和观念反馈时, 得到的数据可能存在偏差。

最后是问卷设计方面, 本研究在设计问卷时设置题量较多, 但是在消费情况调查题目设计部分, 设

置的问题覆盖面可能有所缺漏，仍不够全面。

检索近十年的文献，发现国内各学者对大学生的消费情况研究较多，主要表现在以下方面：一是基于不良消费行为的原因分析以及对策研究；二是对消费主义倾向的具体影响因素研究，包括内部因素和外部因素；三是不同背景下的消费现状的调查和分析。其中涉及消费教育的文章大多提及家庭因素，忽略了父母金钱观(金钱态度)对子女消费结构方面的影响。本研究对父母金钱观、大学生子女的消费结构二者进行研究，以期能填补现有研究的不足。

基金项目

2022年广东省大学生创新创业训练计划项目(S202210580030)。

参考文献

- [英]艾德里安·弗恩海姆, 迈克尔·阿盖尔(2001). *金钱心理学*(李丙太, 高卓, 张葆华译). 新华出版社.
- 陈尚楠(2019). *大学生工匠心理与金钱态度、核心自我评价、就业胜任力的关系研究*. 硕士学位论文, 扬州: 扬州大学.
- 郭莘莘, 辛自强(2020). 经济态度和行为的代际传递现象及机制. *心理科学进展*, 28(7), 1199-1208.
- 洪雷, 曹慧, 方格(2009). 金钱态度量表(MAS)的信度和效度验证. *中国临床心理学杂志*, 17(2), 139-141.
- 黄洪民(2002). *现代市场营销学*. 青岛出版社.
- 李砚祖(2016). 工匠精神与创造精致. *装饰*, (5), 12-14.
- 罗凯, 金阳(2023). 大学生自尊水平、内外控特征与网络游戏动机的关系研究. *贵州师范学院学报*, 39(1), 42-49.
- 普布卓玛(2018). *西藏高职学生消费状况调查研究*. 硕士学位论文, 郑州: 郑州大学.
- 王佳琳, 曾艳英, 王春丽, 曾瑜, 李冰冰(2023). 大学生线上休闲娱乐活动调查与研究. *广东交通职业技术学院学报*, 22(3), 109-111+115.
- 王瑛(1998). 加强对中小学生的金钱观教育. *教育科学研究*, (1), 14-16.
- 吴金海(2021). 社交性消费: 一个消费社会学的研究框架. *山东社会科学*, (11), 121-129.
<https://doi.org/10.14112/j.cnki.37-1053/c.2021.11.018>
- 吴乐田(2019). *女大学生形象消费现象研究*. 硕士学位论文, 郑州: 郑州大学.
- 张淑华, 李海莹, 刘芳(2012). 身份认同研究综述. *心理研究*, 5(1), 21-27.
- 赵敏(2019). *大学生人格特质对冲动性购买行为的影响: 金钱态度的中介作用*. 硕士学位论文, 郑州: 河南大学.
- 赵小剑(2010). *大学生消费行为现状及发展趋势的社会学研究——以武汉市高校为例*. 硕士学位论文, 武汉: 华中农业大学.
- Burgess, S. M. (2007). Toward a Theory on the Content and Structure of Money Attitudes. *Advances in Consumer Research*, 34, 682-683.
- Conger, K. J., Rueter, M. A., & Conger, R. D. (2000). The Role of Economic Pressure in the Lives of Parents and Their Adolescents: The Family Stress Model. In L. J. Crockett & R. K. Silbereisen (Eds.), *Negotiating Adolescence in Times of Social Change* (pp.201-223). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511600906.014>
- Furnham, A., & Stacey, B. (1991). *Young People's Understanding of Society*. Routledge.
- Garrison, S., & Gutter, M. (2010). Gender Differences in Financial Socialization and Willingness to Take Financial Risks. *Journal of Financial Counselling and Planning*, 21, 6-27.
- Gurney, K. (1988). *Your Money Personality: What It Is and How You Can Profit from It*. Doubleday.
- Lim, V. K., & Sng, Q. S. (2006). Does Parental Job Insecurity Matter? Money Anxiety, Money Motives, and Work Motivation. *Journal of Applied Psychology*, 91, 1078-1087. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.5.1078>
- Lindgren, H. (1980). *Great Expectation: The Psychology of Money*. Williams Kaufmann, Inc.
- Roy, D., & Banerje, S. (2014). Identification and Measurement of Brand Identity and Image Gap: A Quantitative Approach. *Journal of Product & Brand Management*, 23, 207-219. <https://doi.org/10.1108/JBPM-01-2014-0478>
- Tang, T. L. P. (1992). The Meaning of Money Revisited. *Journal of Organisational Behaviour*, 13, 197-202. <https://doi.org/10.1002/job.4030130209>
- Yamauchi, K. T., & Templer, D. J. (1982). The Development of a Money Attitude Scale. *Journal of Personality Assessment*, 46, 522-528. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4605_14