当代青年的冲动消费现象研究调查

结题报告

**学校**：中国矿业大学附属中学

**研究时间：**2019年9月至2019年12月

**指导老师：**韩宇 于雪

**课题组主持人：** 董睿

**课题组成员：** 董睿 任心悦 王子文 徐昕尧

1. **课题研究背景**

中国在新时代中激流勇进，当代青年一边在拓展文娱领域消费的广度和深度，另一方面也构建起了态度鲜明的消费理念。随着物流、电商平台等的快速崛起，网购逐渐成为人们日常购物所采用的方式。当我们打开网购APP的时候，铺天盖地商品、打折出售等画面充斥着我们的眼球，吸引着我们的注意力。

冲动性消费行为在一般的日常生活中非常普遍。随着居民收入的不断提高，企业市场竞争越来越激烈，介于消费者冲动性购买对提高企业产品市场竞争力具有重要的意义，如何利用消费者的冲动特质来提高销售量和利润已经成为商家的重要研究问题。  
 在大时代背景下，也有越来越多人因为发现自己无法控制住购物欲而寻求心理咨询。在[心理咨询师](http://www.525xl.com/allnews" \t "_blank)面前，他们发出“为什么会不由自主的购买”此类的疑惑。当代青年的冲动消费观念和消费行为，引起了社会的广泛关注，或被同龄人理解认可，或被贴上“畸形”的标签。这种消费现象引起了社会的关注与思考。

**二．课题研究的意义**

在调研的基础上，探究当代青年冲动消费原因和影响，通过联系社会背景和政治学经济学知识剖析该现象产生的主客观因素，分析其利弊以助于青年学生形成正确的消费观念。同时培养我们养成善于观察、勤于思考的习惯，联系生活现场，运用所学知识，分析和探究问题的能力。

**三．课题研究的主要内容及达成目标**

本研究在调查基础上主要研究了影响冲动性消费行为的因素与心理以及影响等，采用了统计学的原理，将商品包装、营销刺激、社会环境、群体及个性特质、认知因素作为研究变量。对各个影响因素进行评估，验证其与冲动性购买的关系。

研究结果发现，消费者容易受到商品包装、营销刺激、购物环境、社会群体的影响而引发冲动购买行为。当消费者自我控制力与自我一致性较弱时都更容易产生冲动消费。

青年学生对财务管理以及自我认知不够成熟，冲动消费的人数比例较大，常出现“账单式小康”“及“精致穷”的状况。商家利用这一行为现象，采取特殊的营销手段针对特定学生群体，从而把握消费者心理达到盈利的效果。

我们调查小组成员通过联系社会背景和政治学经济学知识，客观分析了冲动消费的利弊。从经济，生态，文化等角度分析其影响，从社会到个人探究冲动消费背后的行为动机与商家手段，探讨了冲动消费这一行为在当代青年中折射出的现实问题。

**四．课题研究的方法**

通过问卷调查法，收集数据在经过统计分析处理收集到的收据。查阅相关文献资料，加之经验总结，数理统计法得出调查结果及研究分析成果。

**五．课题研究的步骤**

|  |  |
| --- | --- |
| 阶段 | 主要任务 |
| 准备阶段 | 调查课题背景，确定调查方向，设计调查问卷 |
| 实施阶段 | 实施问卷调查，收集文献资料，咨询老师 |
| 总结阶段 | 整理数据统计结果，分析相关影响因素，撰写研究报告 |

**六．课题研究的主要过程**

（一）准备阶段:

1.调查课题背景，确定调查方向。收集现有的网络调查数据，以及各类新闻报道等对于此现象的描述及总结，结合自身经历与生活经验，对于青年学生冲动消费这一现象的泛化提出疑问与思考。小组讨论确定此次调查侧重点为分析其产生的原因及影响。

2.设计调查问卷。借助网络平台，根据组员的针对冲动消费提出的疑问以及初期的目标设计问题，反复修改斟酌精简最终设计完成。

（二）实施阶段：

 1.实施问卷调查。将此次设计的问卷调查发布于各大网络平台，借助社交媒体的力量进行传播，极可能地大范围收集数据，设置较长的调查时间，收集更多的个体资料。

2.收集文献资料。查阅关于冲动消费的论文，研究报告和调查，相关时评等，提取关键信息，结合他人的想法与思考，更全面地看待问题。

3.咨询老师。将初步调查结果以及收集到的资料与指导老师进行探讨，解答专业性问题，梳理思路，在与老师地交流与讨论中进一步深刻地分析研究课题。

（三）总结阶段：

1. 整理数据统计结果。收集调查问卷所得数据，通过树状图，饼图等形式更直观的分析调查结果，将调查结果统计后绘制成表，打印义工进一步分析。

2.分析相关影响因素。小组成员讨论冲动消费背后影响的因素，各抒己见从不同的方面思考同一问题，结合查阅的文献资料，从不同的个体角度展开剖析与解读。

3. 撰写研究报告。结合之前所做的研究分析以及初期研究目标，撰写实验报告。

**七．课题研究的成果**

本研究从影响冲动性消费行为的因素，其产生过程，原因及影响，客观分析了冲动消费的利弊。从社会到个人探究冲动消费背后的行为动机与商家手段，探讨了冲动消费这一行为在当代青年中折射出的现实问题。

**从内外部因素分析冲动消费产生的原因**

1.影响当代青年冲动消费背后内部因素

⑴从众，攀比心理

对于活动范围较小，还在学校读书的学生而言，消费选择的作出最大程度上来自于周围的同学。校园中普遍的攀比和盲从跟风现象，使得青少年无法主动的去思考自己真正需要的是什么，去挑选真正的必需品，反而被动的不断被灌输“时尚”“奢侈”“高端”等词。久而久之，青少年的消费观念就会转变，造成冲动消费的行为，而这在封闭式且传播效率极高的校园内又会带动周围环境形成冲动消费的风气，风气再去刺激观念，使观念根深蒂固，观念再稳定风气，形成了一个恶性循环。

⑵带来强烈情感反应

青年的冲动消费都不一定是来自由眼前看到所迸发出的欲望贪念。他们或许只是寻找一个发泄口，寻求一种强烈的情感宣泄与表达。冲动性购买者在购买过程中可能经历的情感反应，会是非常强烈的且是一连串的，包括购物前强烈的紧张感和幸福感，购物时强烈的愉悦感、亢奋的情绪，以及购物后可能的满足感或沮丧感等。我们暂且把他称为输出型消费。

⑶不深思熟虑带来不理智的消费

消费者会感受到产品不可抗拒的吸引力，会被想要拥有的情感特质所影响，因此会:有强烈的感觉想要当场立即购买该产品。此时的行为具有很大的自主性，情绪的激动程度很高。在购买决策的理智程度便会显得很低。会由于急于购买而缺乏深思熟虑，不会多做评估或是仔细的考虑后果。消费者一开始会经历冲突与挣扎，最后会以行动来解决这种矛盾，所以这是一种是空的心理状态，是以情绪性的考虑为主，因而忽视行为的后果。  
(4)非计划性消费换来心理满足感

冲动性购买行为包含了突发且炫耀心理引发产生行动的欲求，这种欲求指得是一种心理状态上的快速改变。冲动性购买行为的发生，是消费者在突然的、而且具有相当强度的、持续的欲望的刺激下，想要立即的购买。因此，冲动性购买行为是非计划性的。一瞬间刷爆银行卡的快感与冲击会给青年人大脑带来机制的麻木，他们用金额换来了精致，他们仿佛一瞬间拥有了可以享有富裕生活的权利，这种心理上的暗示给予了他们将冲动消费行为自我合理化的方式。

2.影响冲动消费的外部因素  
⑴商家营销刺激  
 营销刺激因素包括产品、价格、渠道、促销手段等。一直以来，营销刺激都是学者和厂商们关注的热点。企业的营销手段，如广告、推销等，都会对消费者在购买产品前产生刺激作用，进而影响消费者的购买行为。商家在不了解顾客的情况下，运用各种刺激性手段引发顾客产生购买行为的策略，诱发购买动机。如，明星代言，促销打折，积分买赠等。商家的促销方法对于消费者是否产生冲动性购买的作用较为明显，销售人员的专业知识能使消费者对购买决策更有信心。  
有效的营销策略更能诱发消费者购买。  
⑵购物环境影响  
 Applebaum (1951)和Clover(1950)调查研究了在不同产品类别、不同零售店的货架展示机产品布局下，消费者冲动性购买行为发生的频率，说明了购物环境和产品布局对冲动性购买的影响。  
 购物环境，是指有固定的商品销售所需要的场所和空间，以及与其相配套的营销服务设施设备和附属场所。购物场所是消费者实现购买行为的基础条件，购物环境如店内装潢、背景音乐、商品陈列设计，购物气氛、同种类型商品的数量以及购物的便利程度都直接影响消费者的购买行为，直接激发或者抑制消费者的购买欲望，从而随之发生即兴购买行为，即冲动消费。

⑶网络信息的被动影响以及二手平台的支撑

广大的网络社交媒体的兴盛，使得信息源变广，信息量变多。学生被迫接受这些信息，故而在不知不觉中造成了一种消费观念和消费选择的改变。以前不敢随便乱买的东西，如今有了咸鱼等各大二手网站的兴起，便可以随便“剁手”，因为有二手平台在为他们撑腰。买完了不想要了，看中其他的商品了，甚至是没钱吃饭，经济拮据捉襟见肘了，只需要发布二手商品信息，转手也能卖个好价钱。这就极大降低了学生的自控力和自制力。他们可以毫无顾虑和节制的乱花钱，毕竟他们并不需要付多少责任。没有心理负担的后果，就是一次次把理智抛之脑外的冲动消费。

⑷家庭教育引起消费不节制

经历过上一个世纪颠沛贫苦中国的父母辈由于心疼孩子，于是在金钱上给予最大程度的妥协。因此青年学生手中所掌握的钱财多了，就会把目光投向除生活必需品以外的地方。

**利用政治学经济学知识分析冲动消费的产生**

随着时代的发展，社会的进步，党和国家也有了新的奋斗目标，即到2020年实现国内生产总值和城乡居民人均收入比2010年翻一番，全面建成小康社会。随之而来的便是我国经济发展已由高速发展变为高质量发展，而我国的主要矛盾已从人民日益增长的物质文化需要同落后的社会生产之间的矛盾，转变为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。从以上变化中反映出我国经济水平，综合国力的迅猛提高。

马克思主义历史唯物史观中有这样的观点：社会存在决定社会意识，社会意识反作用于社会存在。我国现在全面发展的社会现实决定了当代青年消费观的转变，而当人们的目光从生活必备物资的消费转移至有关文化，精神等体验式消费时，社会经济发展状况也会随之发生变化。在两者相互作用中，冲动消费的现象应运而生。

**冲动消费带来的利与弊**

1. 积极影响

在经济方面冲动消费在短期内可以扩大内需，消费进一步拉动生产发展。而生产决定了消费的对象，方式，质量及水平，为消费提供了动力。两者相互作用，由此推动经济发展。

1. 消极影响

在经济方面，冲动消费实质上是一种超前消费，而长期超前消费必会阻碍生产的发展。从宏观来看，这种行为将在以经济和科技为基础综合国力的较量中置中国于不利地位。

从生态的角度看，冲动消费何尝不是一种变相的浪费资源的可耻行为，是一种违反新发展理念，可持续发展观的不理智行为，是违背我国节约资源保护环境的基本国策的行为。我国资源形式日益严峻，理智消费，合理分配才是适合我国国情的准则。

从文化的角度看，冲动消费更是一种对提倡节俭的中国优秀传统文化的亵渎，同样也不符合新时代中国特色社会主义二十四字核心价值观。

**八、研究中的反思及今后的设想**

消费者冲动消费从本质上来讲并没有什么太大的问题，毕竟这是一种年轻人特有的朝气与狂欢。可这种行为也需要一种度。社会的经济发展需要这种头脑一热的下单，但一旦过度就转而成为了一种负荷。

这个社会应该有个声音站出来点醒青年，让他们学会重新提高一下自己的自控力，重新摆正自己的消费观念。假若冲动消费的情绪被青年带到了生活各个方面，这个社会最后的结果，将不堪设想。纵使冲动消费这一行为会带来经济方面的不少利益，但其弊远大于利，如何有效规避冲动消费，理性思考，均衡考量正是新一代青年人面临的必须解决的难题。