

# 中国留学生消费心理现状研究

## Study on the Status of Consumption Psychology of Chinese Overseas Students

Wenting He\*, Jingyan Zhao

Faculty of Business Administration, Huachiew Chalermprakiet University

\*Email : wendyhe924@hotmail.com

### 摘要

随着社会与经济的快速发展,人们的生活水平不断提高,父母开始将更多精力转移到孩子的未来教育方面,近年在中国,大学毕业生的人数逐年增加,在“一带一路”政策的引领下,中泰两国关系的友好,推动了赴泰国留学的中国大学生逐年增加。现如今,生活富裕程度的提高,消费慢慢成为人们广泛关注的话题,大学生是社会中特殊的消费群体,他们有着独特的消费心理。近年来大学生的消费成为了社会以及相关学者关注的热点,与此同时大学生的消费心理也呈现出越来越多的问题,因此本文以泰国华侨崇圣大学在读的中国留学生作为调查样本,通过发放纸质问卷的方式对留学生的基本资料、消费心理现状、影响因素进行问卷调查。通过使用统计软件分析问卷的结果,发现现阶段中国留学生在消费结构上还存在不平衡的现象,用于学习资料上的消费相对较少;通过消费心理现状调查的数据显示出大部分中国留学生在消费上有着相对理性的消费心理,只有少部分学生存在超前消费、从众消费、盲目消费以及攀比消费等非理性消费心理,其中最为显著的非理性消费心理是盲目心理。针对现状所发现的问题,从社会、高校、家庭和个人四个层面上出发,提出了相关建议与对策用以帮助中国留学生形成健康合理的消费心理,从而有益于帮助他们在未来树立正确的人生观、价值观。

**关键词 :** 消费观念, 消费心理, 中国留学生

### Abstract

With the fast development of the society and economy, the living standard of people is continuously improving. Correspondingly, parents pay more attention to children's education and the number of university students is constantly on the rise. Coupled with enhanced diplomatic relations between China and Thailand which guided by the "Belt and Road" policy, the number of Chinese students pursuing university education in Thailand has gradually increased. University students are a special consumption group in the society with a unique consumption psychology. In recent years, the consumption of university students has become the focus of social attention and an increasing number of problems on consumption psychology have been presented. Therefore, this paper takes Chinese overseas students in Thailand as the survey sample and investigates the status of consumption psychology, influence factors, and countermeasures for cultivating a healthy and rational consumption psychology through the distribution of questionnaires. The statistic software is used to analyze the results of the collected questionnaires. Through data analysis, it can be found that imbalance exists in the consumption structure of Chinese overseas students. Chinese overseas students spend little on learning materials; the data from the survey on the status of consumption psychology show that most Chinese overseas students possess a rational

consumption psychology while only a few students have an irrational consumption psychology such as premature consumption, conformity consumption, blind consumption, and consumption for unrealistic comparison. Among them, the most conspicuous irrational consumption psychology is the blind psychology. The paper proceeds from the four levels of society, universities, families, and individuals, and formulates relevant cultivation countermeasures to help Chinese overseas students build a healthy and rational consumption psychology and thereby establish a correct outlook on life and values.

**Keywords :** Consumption Concept, Consumption Psychology, Chinese Overseas Students

## 引言

关于消费心理虽然在很久以前就得到了学者的关注,但直到 19 世纪末 20 世纪初才开始有关于消费心理的相关专业研究。随着社会经济和全球化的发展,人们的消费水平不断提高,西方的消费主义文化等社会文化开始影响人们的消费观,其消费心理和消费行为也随之变化,人们不再满足于日常生活的基本消费,更加趋向于精神上的消费,消费领域与范围逐渐增加,娱乐消费、文化消费等也在不断的扩展。

高等教育体制不断改革,越来越多的青年有机会进入高校继续深造,而当代大学生作为社会特殊的消费群体,他们的阅历少,经济来源单一,基本都是依靠父母供给,独立意识较弱,网购平台的出现和大众传媒的诱导容易造成大学生不理性的消费行为,部分大学生对物质有着强烈的占有欲,普遍存在攀比、从众心理,在消费时完全不考虑自己的经济情况,给自身和家庭造成一定的压力。随着中泰两国关系的增进和“一带一路”的引领,去泰国留学的中国留学生人数越来越多,留学生在消费上也会受到当地大学生的消费行为和当地的消费情况的影响。大学生消费心理和消费行为不仅影响自身发展和家庭经济压力,而且大学生作为社会消费中的重要角色之一,对社会经济的健康发展也起着重要的作用。因此,对大学生消费心理及行为进行深入研究就显得十分的必要。

通过调查发现,如今越来越多的学者针对大学生的消费心理展开了研究,但是国内外学者对大学生的消费心理的研究仅限于本国学生,并聚焦于本国大学生的消费现状与消费心理,而研究中国留学生消费心理方面的资料并不多,尤其是针对在泰中国留学生消费心理及行为”方面的理论研究几乎是空白的。因此,本文希望通过对泰国华侨崇圣大学中国留学生消费心理和消费行为现状以及影响因素的研究,为引导在泰中国留学生树立正确的消费理念提出针对性的对策和建议,期望能够为今后针对中国留学生群体消费心理的研究提供相关理论依据。

## 一、 研究问题

- 1、了解中国留学生的消费心理现状。
- 2、分析影响中国留学生消费心理的因素。
- 3、针对中国留学生的消费心理提出相应的对策。

## 二、 文献综述

### 4. 消费心理现状及问题

江林(2011)在研究中对消费心理的概念进行了界定,指出消费心理学是在心理学、社会心理学、社会学、人类学、经济学、市场营销学的基础上构成的,是由想法、情感、兴趣爱好、价值观念和思维模式等特性构成了消费者的心理。郭金丽(2007)指出消费主体在整个消费环境的作用下,在消费过程中自我调整、改变自身消费行为的一种心理活动。尹璐(2012)认为消费心理还可以描述为消费者购买商品或服务时的一个决策过程,这个过程包含了认识、情感、意志,在这个过程中所出现的心理活动,只有消费者本人知道,其他人无法得知。郭金丽(2007)提到,消费行为是消费心理的一种体现,消费心理很大程度上影响着消费行为,两者有着紧密的联系。消费心理也可以被理解为在做最终消费决策时对所购买的商品采用的态度,且会受到消费者的知识、文化背景、成长环境和年龄等因素的影响。赵琳、许静波(2013)对大学生消费形态和消费心理进行分析,得出大学生消费形态现状是:①随着互联网和物流业的发展,各种网购平台的出现,大学生的消费方式更加丰富;②消费结构层次分明,日常生活消费占的比重最大,学习消费、休闲娱乐消费、人际交往消费和恋爱消费所占的比重也在逐渐提升;③随着社会经济的发展,家庭收入不断增加,大学生的生活消费来源和消费额逐渐增多,他们可以通过申请助学贷款、获取奖学金、以及兼职等来获得更多的生活费。陈夏瑾(2017)研究得出大学生生活费用的主要来源还是来自父母供给。

大学生这个年龄阶段,非常容易出现各种消费心理问题,魏景(2009)对大学生消费心理和特点进行了调查,分析出以下一些问题:①大学生在平时在消费上存在盲目消费心理,没有提前做消费计划的习惯,经常毫无目的地消费;②少部分同学有着攀比消费心理,在消费上喜欢和他人作比较,别人有的自己都要有,甚至要比别人的更好;③许多大学生缺乏理财能力,不会管理自己的生活费用,在消费上比较随意。黄朝宾、杨祖兰(2009)也提出大学生会出现求奇心理,选择比较有个性化、风格特异的商品。Kelsey Pavao(2011)提出大学生在购买商品时会比较关注商品的品牌以及包装。在消费上时常受身边人的影响,会存在跟风、享乐主义消费心理。卢秋霞、刘新桂(2013)对现代女大学生的消费情况进行了调查,也发现了同样的情况,她们在餐饮消费、服装首饰消费、化妆品消费以及空闲消费中表现出从众、攀比、盲目消费心理。而导致大学生出现这些非理性消费心理问题的原因主要来自以下几个方面:①社会中不良的消费风气导致大学生消费心理扭曲;②时代流行文化上的原因,电影、新闻、小说中出现的一些浪漫爱情情节,为大学生提供了多种多样的方式,导致他们出现模仿消费心理;③高校和家庭的教育不足造成大学生在消费上出现浪费的现象。姚淑华(2016)提出大学生会由于外界不良消费风气的渲染,造成自己心理的想法和动机发生变化,出现认知失调的现象,从而导致在消费时出现一些不良的消费心理。吴东方、王志斌(2015)发现不稳重、幼稚的性格特征导致大学生容易产生不良的消费心理,大学生还在成长中,自我判断能力不足,对任何东西都抱有一颗好奇心,容易产生冲动型消费心理。除此之外,大学生自身的理财能力不足也会引起超前消费心理(吴岩、陈改桃,2014)。

### 5. 消费心理的影响因素

当代大学生的消费心理受到各种因素的影响,王健、胡云芳(2012)认为主要有以下几方面的影响:首先社会因素对大学生消费心理有一定的影响。在多种文化融合的社会环境中,大众文化观念影响着当代大学生的消费心理、人际交往以及他们的价值观。Sezgin Acikalin、Ekrem Gul、Kazim Develioglu (2009)也提出了社会地位和声誉声望会影响着大学生在消费时的心理状态。其次,李晔南、程刚(2008)总结出当今社会上出现不理性的消费观念,也对大学生的消费心理产生了负面影响。其次,在家庭教育中,如果父母存在不理性的消费观念,没有为孩子做好榜样,将会导致孩子在消费上也存在不理性的消费观。赵明珠,邬慧,李晓刚(2011)通过调查得出家庭对孩子消费方面的影响很大,家庭收入水平高的学生会更容易出现不良的消费心理,而家庭收入水平低的学生在消费上会更加地理性。至于个人方面,Alessandra Daiana Schinaider (2016)认为自身的经济状况对其消费心理和行为表现出直接的影响,收入水平高的人群在消费上一般不会太注重价格,反而更加注重商品的质量和品牌;而收入偏低的人,在购买商品时更多关注价格。虽然收入对消费心理有一定的影响,但影响最深的还是个人的性格和控制能力等个人特质因素。韦妙霖(2018)认为大学生独特的个性特征,符号消费符合大学生彰显个性,突出自我的心理,诱导着大学生形成从众消费心理和个性消费心理。最后,罗陈娟(2008)主要从学校方面分析了大学生消费心理的因素,校园中出现各种广告信息,打折优惠的信息致使大学生产生消费的欲望,部分大学生会受到这些信息的影响进行消费。冯娜娜,吕恒宇(2017)认为学校教育和校园环境的影响很重要:高校对大学生消费方面的教育比较少,没有设置专门的消费教育课程;校园网络文化的影响,引导着大学生出现攀比、求异的消费心理。

## 6. 健康合理消费心理

梁立中(2010)发现大学生在消费上出现的问题越来越多,这些问题对她们的生活和学习造成了一定的影响,不仅会影响到个人,还会导致拜金主义和消费享乐主义思想在校园里迅速发展,影响校园的消费风气。刘红亚(2017)认为大学生的不良消费心理不利于社会营造良好的消费氛围。在 Bergman A. (2010)的研究中提出适当的消费心理则会带来积极影响所以需要大学生的消费心理和消费观念进行正确的引导。

李晓桃(2007)指出面对大学生越来越严峻的消费情况,应该从社会、家庭、高校及个人方面全面考虑,一起帮助大学生培养健康合理的消费心理。研究中提出了四种帮助当代大学生克服不良消费心理的重要途径:

### 1) 社会的培养

李晓桃(2007)提出社会应该对不良消费现象加以批判,让大学生形成良好的消费意识;政府对传播媒体和商家加以监管,避免向大学生群体传输不良的消费行为;媒介应该向大学生传播一些积极的消费理念;促进多边协同合作,加强对高校周边商店的管理,联合社会力量来为大学生提供一个良好的消费环境。陈建华、赵志平(2012)提出加强大学生对勤俭节约消费的认识,促使大学生形成节省型的社会理念,强化大学生的社会责任感,提倡他们积极参与社会活动,让他们在社会实践中了解社会责任,了解确定理性消费观对社会的意义。

### 2) 高校的培养

宋晓荣、甘露(2007)指出对大学生进行全方位的教育,提倡适度消费,科学

引导大学生的消费行为。钟义红、肖惠海（2007）提出学校要加强对大学生传统美德的思想教育，让勤俭节约的消费理念深入人心，改变他们随意浪费的行为，还可以通过讲座、活动来引导大学生提高财商意识，增加他们的理财能力，增加一些有关树立正确消费观的选修课程，对他们的消费心理和消费行为进行适当的培训。李晓桃（2007）提出大学生除了可以参加学校里开设的消费教育方面的课程，也可充分利用网络技术、文化来对大学生进行思想政治教育并优化学校的消费环境，形成良好的消费氛围。

### 3) 家庭的培养

陈瑜玲、黄学茭、黄海霞（2005）认为从家庭的角度：（1）父母应该教育孩子要秉承勤俭节约的消费理念，主动了解大学生的消费情况，及时纠正大学生不健康的消费心理和不理性的消费行为。李晓桃（2007）认为适当调整生活费，避免大学生出现浪费现象。（2）南江辉（2013）也提出父母应该从自身做起，改掉非理性的消费行为，为孩子做好榜样，带领孩子形成理性的消费的心理，并鼓励孩子做兼职，体会赚钱的困难，让他们学会节约。

### 4) 大学生在个人层面养成良好的消费观念

钟义红、肖惠海（2007）通过调查，了解到当代大学生在消费上的问题很大程度上是由于自身控制力不足，因此她提出提升自己的控制能力，制定短期的消费计划来控制自己。李晓桃（2007）建议大学生可以为自己建立一个合理的消费结构，明确自己的资金去向；提高自我判断和自我控制能力，避免在消费中受他人影响。渠东玲（2018）提出大学生应该学习如何提高自己的独立能力，例如在空闲时间做兼职来增加自己的生活费来源，减轻父母的经济负担，通过辛苦劳作来体会金钱的来之不易，从而养成良好的消费观念。

综上所述，根据影响大学生消费心理的四类因素，可以从社会、家庭、学校和个人层面上提出了应对不良消费心理的对策：社会需为大学生营造良好的消费氛围，高校应该重视对大学生正确消费观念的教育，提供勤工助学的机会，培养他们经济独立的能力，父母为孩子树立好的榜样，大学生个人则需通过学习掌握更多的消费知识。要把社会、高校、家庭和大学生自身结合起来共同培养其健康合理的消费心理。

## 三、 概念框架

调研者通过上述关于大学生消费心理的文献资料中所描述的消费结构、消费心理类型、影响因素和培养对策，对研究中国留学生消费心理现状分析方面进行整理修改，研究大学生的消费结构，将大学生消费项目分类，分析大学生消费心理的类型和特点，从主观和客观的角度上分析大学生出现非理性消费心理的原因，根据调查问卷数据分析出社会、高校、家庭和个人四个因素中影响中国留学生消费心理的关键因素，通过因素提出相应的培养对策。

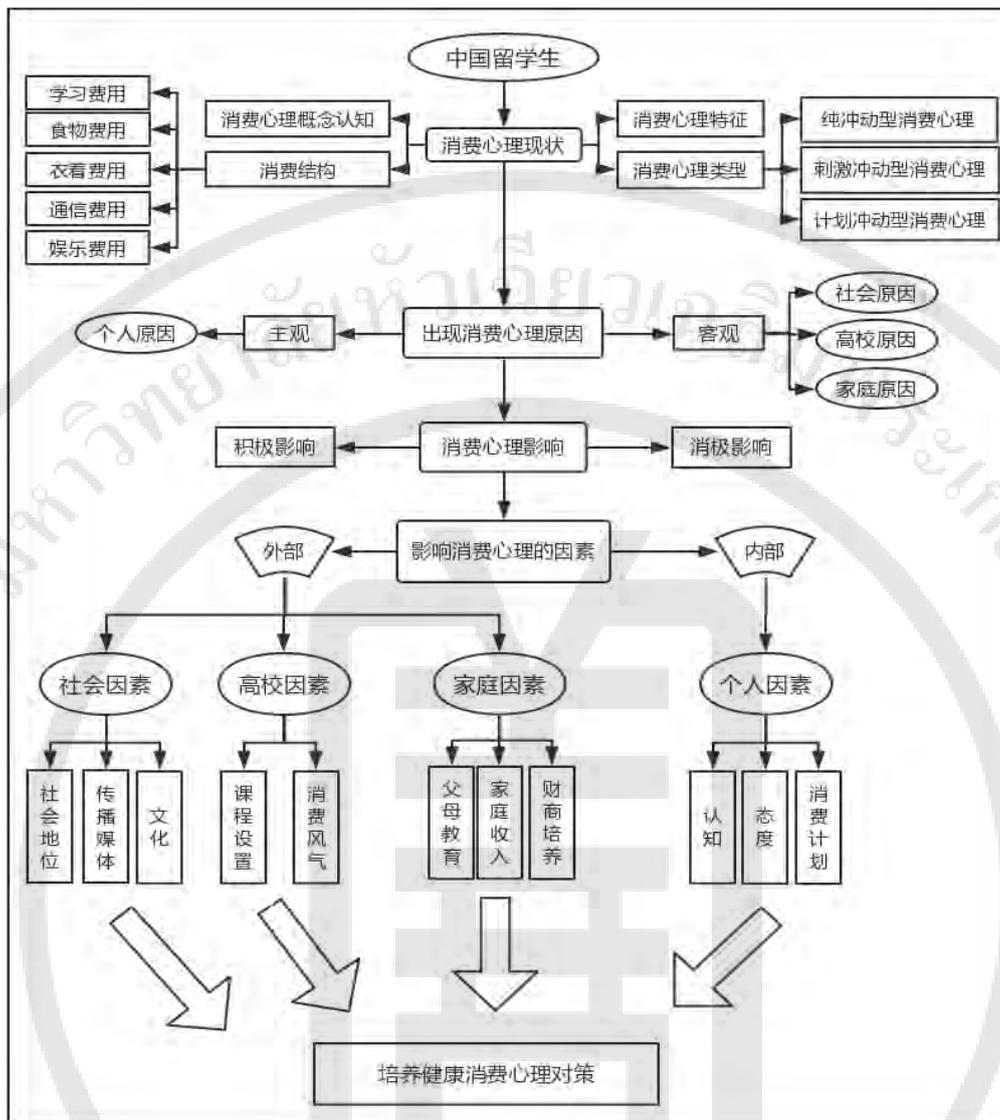


图 1 中国留学生消费心理现状及培养框架图

#### 四、 研究方法

本研究采用定量分析的方法。在样本的抽选中，采用非概率抽样中的判断抽样的抽样，对在泰中国留学生进行抽样来进行本研究的调查，针对不同专业的在泰国华侨崇圣大学的中国留学生总计共发放 178 份问卷，回收 174 份问卷，剔除 8 份废卷后，其中有效问卷为 166 份，问卷的有效率达到 95.4%。本研究者是利用问卷调查法在特定的时间内对泰国大学在读中国留学生进行调查研究，问卷中的所有选项均是以前人的相关文献的研究结果、文献分析及问卷统计结果等信息作为研究理论基础。

## 五、 研究结果

### 3. 信度分析

#### 1) 全部变量的可靠性分析

|                     |    |
|---------------------|----|
| 克隆巴赫 Cronbach Alpha | 项数 |
| .728                | 39 |

表 2 全部变量可靠性

本次调查问卷采用 Cronbach  $\alpha$  来评估问卷的可信度，如表 2 所示。结果显示，整体问卷的  $\alpha$  信度系数为 0.728，说明总量表具有较好的内部一致性，所以数据真实有效，可靠性强，具有参考性。

#### 2) 测度变量：消费心理影响因素信度分析

|                     |    |
|---------------------|----|
| 克隆巴赫 Cronbach Alpha | 项数 |
| .845                | 15 |

表 3 测度影响因素变量的可靠性

| 信度          | 全部影响因<br>素 | F1    | F2   | F3    | F4    |
|-------------|------------|-------|------|-------|-------|
| $\alpha$ 系数 | 0.845      | 0.623 | 0.82 | 0.763 | 0.654 |

表 4 影响因素的可靠性

如表 4 所示，全部影响因素的信度系数为 0.845，信度较好。全部影响因素包括社会因素（F1）、高校因素（F2）、家庭因素（F3）、个人因素（F4）四个因素，信度分别为 0.623、0.82、0.763、0.654。

### 4. 均值分析

#### 2) 消费心理影响因素

|        | 个案数 | 最小值  | 最大值  | 平均值  | 标准差  | 方差   |
|--------|-----|------|------|------|------|------|
| 社会因素均值 | 166 | 2.20 | 5.00 | 3.79 | .555 | .308 |
| 高校因素均值 | 166 | 1.00 | 5.00 | 3.68 | .853 | .728 |
| 家庭因素均值 | 166 | 1.60 | 5.00 | 4.04 | .627 | .393 |

|           |     |      |      |      |      |      |
|-----------|-----|------|------|------|------|------|
| 个人因素均值    | 166 | 1.33 | 5.00 | 4.08 | .714 | .510 |
| 有效个案数（成列） | 166 |      |      |      |      |      |

表5 影响因素的四个因素均值

根据表 5 的数据，可以发现社会因素、高校因素、家庭因素和个人因素的均值都大于中值 3，这就说明了这四个因素对于中国留学生消费心理有一定的影响。被调查的中国留学生大多数认为个人因素对他们的消费心理的影响最重要；只有部分中国留学生认为高校因素对他们自身消费心理的影响程度不大。这四个因素中，被调查的中国留学生在选择对高校因素的影响程度有着较大的差异；而对于社会因素对消费心理的影响程度总体意见较为相似。

### 3) 全部影响因素

本次问卷使用测度调查主要是了解中国留学生对消费心理影响因素的认同程度，采用的是“非常不重要”、“不重要”、“一般”、“重要”、“非常重要”五种回答，（如表 6 所示）：

|                           | 个案数 | 最小值  | 最大值  | 平均值  | 标准差   | 方差    |
|---------------------------|-----|------|------|------|-------|-------|
| 媒体和网贷机构关于消费信息的宣传对于消费观念的形成 | 166 | 1.00 | 5.00 | 3.73 | .943  | .890  |
| 社会消费文化对于消费价值观的树立          | 166 | 2.00 | 5.00 | 3.94 | .728  | .530  |
| 中泰文化差异对于消费方式的采用           | 166 | 1.00 | 5.00 | 3.48 | 1.001 | 1.002 |
| 社会上勤俭节约价值观对于消费理念的宣传       | 166 | 1.00 | 5.00 | 3.92 | .841  | .708  |
| 政府对商家、媒体等的监管对于消费环境的创造     | 166 | 1.00 | 5.00 | 3.90 | .857  | .735  |
| 学校消费教育课程的设置对于丰富消费知识       | 166 | 1.00 | 5.00 | 3.65 | .900  | .811  |
| 学校的实践活动与讲座对于增强理性消费观       | 166 | 1.00 | 5.00 | 3.72 | .952  | .907  |
| 父母对子女的消费教育对于消             | 166 | 1.00 | 5.00 | 4.03 | .863  | .745  |

|                      |     |      |      |      |       |       |
|----------------------|-----|------|------|------|-------|-------|
| 费认知的扩展               |     |      |      |      |       |       |
| 父母对子女的理财教育对于理财观念的培养  | 166 | 1.00 | 5.00 | 4.15 | .814  | .662  |
| 父母对子女金额的管控对于消费形式的选择  | 166 | 1.00 | 5.00 | 3.86 | .901  | .811  |
| 父母节约消费的榜样作用对于消费习惯的养成 | 166 | 1.00 | 5.00 | 4.01 | .853  | .727  |
| 家庭的收入水平对于消费的水平       | 166 | 1.00 | 5.00 | 4.19 | .940  | .884  |
| 自我消费控制能力对于消费的行为      | 166 | 1.00 | 5.00 | 4.25 | .872  | .760  |
| 个人的情绪对于消费的态度         | 166 | 1.00 | 5.00 | 3.93 | 1.036 | 1.074 |
| 个人的财商意识与理财观念对于消费的计划  | 166 | 1.00 | 5.00 | 4.07 | .868  | .753  |
| 有效个案数（成列）            | 166 |      |      |      |       |       |

表 6 全部影响因素的均值

表 6 描述的是被调查的中国留学生对于社会因素、高校因素、家庭因素和个人因素中每一项因素的均值情况。

(1) 在社会因素中所有因素都大于中值 3，说明各项因素对于中国留学生消费心理都有一定的影响，可以发现中国留学生认为“社会消费文化对于消费价值观的树立”这个因素对于他们消费心理有较大的影响，其影响程度的认同度较为稳定。“中泰文化差异对于消费方式的采用”的均值最低，发现中国留学生在这个因素的影响程度存在较大的差异。

(2) 在高校因素中，明显地看出“学校消费教育课程的设置对于丰富消费知识”的均值相对较低，说明中国留学生认为学校开展实践活动比设置消费教育课程的影响程度更大。

(3) 在家庭因素中，可以看出家庭的五个因素均高于中值 3，说明各项家庭因素对于中国留学生消费理念的培养都有影响。父母对孩子的理财教育对于孩子树立正确消费理念有着重要的影响，中国留学生认为父母对金钱的管控对于他们所出现的消费心理影响不是非常重要。

(4) 在个人因素中，大部分中国留学生都认为自我控制能力对于消费心理有着很重要的影响；而“个人的情绪对于消费的态度”因素的均值在个人因素中最小，

可见中国留学生在这个因素的影响程度上有着较大的差异，并不是每个大学生都会有冲动性消费心理。

## 六、 结论和建议

本研究通过采用问卷调查的形式对泰国大学在读的中国留学生的消费心理现状进行了调研，根据上述数据统计分析，得出了以下结论：

### 1. 消费心理现状

(1) 对于消费心理的概念理解，认为消费心理是在消费环境下进行自我调整、改变消费行为的一种心理活动的占比最大，有 72 人；而认为消费心理是在做最终消费决策时对所购买的商品采用的态度的占比最小；由此可见现阶段大多数中国留学生对消费心理的理解是“在消费环境下进行自我调整、改变消费行为的一种心理活动”。

(2) 关于现阶段生活与学习的费用原来方面，根据调查实际情况，166 个中国留学生中有 154 个的生活费用都是来源于家庭供给，而通过贷款、奖学金或者兼职的只有 12 人。由此可发现中国留学生现阶段生活费用基本都是来自父母，比较少学生会通过贷款或者去做兼职来获得生活与学习的费用。

(3) 每个月生活费用的情况，2001-3000 元区间的人数最多，只用 11 个人生活费是低于 1000 元的，根据所调查的数据显示出大部分中国留学生每个月的生活费用在 1000 元以上，较少会少于 1000 元以下。

(4) 对于每月的消费情况，在所调查的中国留学生中，大部分都选择了有剩余或者刚好够用，有 49 个学生选择了不够用，在输入问卷数据时发现选择了不够用的学生的生活费用大多数都是 2001 元以上，而生活费用低于 1000 元的基本读选择了有剩余。根据这些结果可以得出生活费用低于 1000 元的学生基本都是勤俭节约的，反而生活费用越多的学生会不满足于现在的消费情况。

(5) 在消费结构方面，有 108 个中国留学生选择了饮食和生活用品，而选择学习资料和复印资料以及人际交往的学生较少，可见大多数学生平时的生活费都是用于食物和用品上，也表明了现阶段中国留学生在消费结构上存在不平衡的情况。通过问卷调查的数据发现选择了休闲娱乐消费项目的大多数都是男生，可见男生在游戏、健身方面消费得更多。

(6) 对于选择何种形式来满足自己的喜好这一方面，大部分中国留学生选择了靠自己存钱来购买；而较少学生选择通过自己兼职赚钱来购买，33 个学生选择向父母要钱购买，说明中国留学生现阶段经济独立能力较弱，在经济上比较依赖父母。有 20 个学生选择了向他人或者花呗等借钱去购买，表明了部分中国留学生存有超前消费心理。

(7) 在消费理念类型这一方面，有 78 个学生选择了提前做好消费计划这个选项，35 个学生选择了能省就省，说明大部分中国留学生在消费时能够提前做好消费计划，有计划性地购买商品；在消费时能够秉承节约的消费理念。也有 43 个学生选择了在消费时没有主见和计划，表明部分中国留学生在消费时会存有盲目消费心理。只有

10人选择了毫不在乎肆意消费,说明中国留学生只有一小部分的学生存在随意消费心理。

(8) 根据调查结果显示,大部分中国留学生在购买商品时会更加关注商品的质量与功能,说明大部分学生都能够理性地去选择商品。在选择关注商品的包装美观的人数中女生要比男生多,而选择了关注商品品牌的人数中男生比女生多。

(9) 对于在选择商品时会出现的心理情况,选择“结合自己实际需要”的学生最多,有125个,说明被调查的中国留学生中在消费上大多数都有着求实心理。有17个学生选择了会进行货比三家,选择最便宜的商品,体现了有一些中国留生存有求廉消费心理。选择“追随潮流,选择最新款的”和“看别人用得好就买”的分别有14个和10个,表明这些中国留学生中只有少部分存在时尚和从众消费心理。

(10) 对于消费心态方面,中国留学生倾向于“选择必要、实用的、性价比较高的”的最多,占了调查对象的7成以上,可以很明显地看出现阶段中国留学生在消费上是比较理性的。有23个学生选择了“不希望和别人一样,需要与众不同的商品来突出独特”,说明他们在消费上存有个性化消费心理,喜欢通过一些独特的商品来展现自己的个性。还有19个学生认为品牌越大、价格越高的质量就会越好,他们在消费时喜欢追求品牌。只有6个选择了更倾向于“别人有的我都要有,甚至要比别人的更好”,表明还是有一些学生存在攀比消费心理。

(11) 根据实际现状,选择了在经济条件不允许的情况下,就算是自己向往的品牌也不会购买的有118个,说明了大部分中国留学生在消费时表现出合理性。

选择在消费时会听取父母、朋友、店主等人意见有32个,表明他们在消费中有着外控性。有20个学生选择了在消费时不考虑金钱,随心所欲地购买想要的商品,说明有部分学生存在冲动性。有6个学生选择了会因为生活费限制无法买到与同学一样的商品而感到不开心,表明有一小部分中国留学生在消费时心理出现不平衡性。

(12) 对于非理性消费心理所带来的影响,有94个学生认为会增加经济负担,只有7人认为会导致道德素养降低,说明大多数中国留学生觉得不理性的消费心理会给自己和家庭增加负担,对个人道德素养的影响不大。

## 2. 影响因素

根据数据显示,社会因素、高校因素、家庭因素和个人因素的均值都大于中值3,说明所有因素对泰国大学中国留学生消费心理都有一定的影响,但个人因素是四个因素中影响程度最大的,其中“自我消费控制能力”对消费心理的影响最大,表明中国留学生认为自我消费控制能力对自身的消费心理和行为有着最重要的影响,“个人的财商意识与理财观念对于消费的计划”的均值较高,说明中国留学生认为个人的财商意识与理财观念对消费心理也有着较为重要的影响。其次是家庭因素,“父母对子女的消费教育”、“父母对子女的理财教育”、“父母节约消费的榜样作用”、“家庭的收入水平”这四个因素的均值都超过4,表明中国留学生认为这四个因素对消费心理的影响都重要,其中他们认为父母对其理财教育,能够潜移默化地影响着自身的理财意识,对自身制定消费计划有着很重要的影响。而在社会因素中,“社会消费文化”、“社会上勤俭节约价值观”两个因素的均值较高,表明中国留学生认为社会上的消费文化和勤俭节约价值观对他们的消费心理有着较大的影响。中国留学生认为高

校因素中“学校的实践活动与讲座对于增强理性消费观”对其自身消费心理的影响程度比“学校消费教育课程的设置”的影响程度大。

### 3. 对策和建议

(1) 在社会帮助中国留学生树立正确消费价值观方面,大部分中国留学生认同社会鼓励传播媒体向大学生宣传正确的消费理念以及积极弘扬中华民族传统美德,倡导勤俭节约的消费理念。表明在社会层面,应该引导传播媒体、网络等技术向大学生宣传理性的消费观念,并向大学生宣传和弘扬中华民族勤俭节约的传统美德,使得节约的消费理念深入人心,从而帮助中国留学生树立正确的消费价值观,形成健康合理的消费心理。

(2) 在学校引导中国留学生消费心理认知的建议中,更多的学生认同学校加强对大学生思想政治教育,提倡大学生养成文明消费行为和学校为大学生提供勤工俭学的机会,培养他们经济独立能力。说明学校应该设置大学生思想政治教育的课程,加强中国留学生思想政治教育,让大学生了解到消费心理的重要性;并且为中国留学生提供更多勤工俭学的机会,进而帮助他们形成正确的消费理念。

(3) 大部分中国留学生认为家长应该从自身做起,改掉不良的消费行为,为子女树立良好的榜样以及多与子女进行沟通,及时纠正子女不健康的消费心理能够更好地帮助其形成良好的消费习惯。说明家长的消费行为、消费理念会潜移默化地影响子女,家长应该秉承正确的消费理念,不断地引导子女树立正确的消费观念,并且与子女保持联系,了解子女的心理情况,鼓励孩子做好消费计划。

中国留学生认为个人积极学习财商方面的知识,提升自己的理财意识以及提升自我判断能力和自我控制能力对于培养健康消费心理更加有效。说明大学生在培养健康合适消费心理时,应该努力去学习一些关于消费和理财方面的知识,学会做好消费计划,并且在消费时学会控制自己以及学会理性地选择商品,判断哪些商品是自己需要的。

最后,随着现在赴泰留学的中国留学生人数不断攀升,且留学生群体长期身处异国他乡,独立掌握着金钱的使用权,所以留学生的消费心理的培养是非常必要的。通过社会帮助中国留学生树立正确消费价值观、高校引导中国留学生拓展对消费心理的认知、家庭帮助中国留学生养成良好的消费习惯、大学生个人培养健康合理的消费心理,经过多方逐步努力,让中国留学生了解到自己的消费情况,不断反思自己的消费行为,树立正确的消费观,从而培养中国留学生健康合理的消费心理。

### 参考文献

- 江林 (2011). 消费者心理与行为[M]. 中国人民大学出版社.
- 郭金丽 (2017). 大学生消费心理及消费行为的调查与分析[J]. 中国健康心理学杂志, 788-789.
- 尹璐 (2012). 大学生消费行为和消费心理的研究探析[J]. 南阳师范学院学报(社会科学版), (08), 110-112.
- 赵琳、许静波 (2013). 当代大学生消费形态现状与消费心理研究[J]. 江苏商论, (04), 28-30.
- 陈夏瑾 (2017). 浙江留学生消费状况调研[J]. 市场论坛, (03), 68-72.

- 魏景 (2009). 当代大学生消费心理误区及教育对策[J]. 读与写(教育教学刊), (03), 89-90.
- 黄朝宾、杨祖兰 (2009). 当代大学生消费状况及消费心理再探[J]. 黔南民族师范学院学报, (02), 79-84.
- Kelsey Pavao (2011). INFLUENCE OF MARKETING TOOLS ON STUDENTS' DECISION TO PURCHASE WINE. he Faculty of the Recreation, Parks, & Tourism Administration Department California Polytechnic State University, San Luis Obispo. [J].
- 卢秋霞、刘新桂 (2013). 女大学生的消费行为及消费心理[J]. 阜阳职业技术学院学报, (04), 71-74.
- 姚淑华 (2016). 大学生消费心理学研究[J]. 时代报告, (03), 87.
- 吴东方、王志斌 (2015). 新时期大学生非理性消费心理成因与对策探析[J]. 商场现代化, (05), 20-21.
- 吴岩、陈改桃 (2014). 大学生非理性消费的原因及教育对策浅析[J]. 学理论, (04), 120-121.
- 王健、胡云芳 (2012). 大众文化观念对大学生消费心理的影响浅论[J]. 中国商贸, (29), 243-244.
- Sezgin Acikalin, Ekrem Gul, Kazim Develioglu (2009). Conspicuous consumption patterns of Turkish youth: case of cellular phones [J]. Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers. Vol.10 (No.3), 199-209.
- 李晔南、程刚 (2008). 大学生消费心理及其影响因素[J]. 沈阳师范大学学报(社会科学版), (01), 68-70.
- 赵明珠、郭慧、李晓刚 (2011). 影响“90后”大学生非理性消费行为的因素分析——以陕西理工学院为例[J]. 长春工业大学学报(高教研究版), (02), 89-92.
- Alessandra Daiana Schinaider, Paloma de Mattos Fagundes, Anelise Daniela Schinaider (2016). Consumer Educational Behavior: Their Profile and the Purchase Decision Process[J]. Future Studies Research Journal, Vol.8(No.2), 21.
- 韦妙霖 (2018). “符号消费”影响大学生心理和行为刍议[J]. 市场观察, (6), 80.
- 罗陈娟 (2008). 大学生消费行为与消费心理浅析——以华侨大学为例 [J]. 湖南医科大学学报(社会科学版), (02), 87-89.
- 冯娜娜、吕恒宇 (2017). 当代大学生消费心理探析[J]. 湖北函授大学学报, (17), 72-73+76.

- 梁立中 (2010). 浅析当代大学生过度消费的心理[J]. 中国校外教育, (19), 10
- 刘红亚 (2017). 浅析大学生健康消费心理构建[J]. 科教导刊 (电子版), (18), 28.
- Bergman A (2010). Conspicuous Consumption- A study of prestige-related consumer behavior [J].
- 李晓桃 (2007). 当前大学生消费行为与消费心理的研究[J]. 金融经济(上半月), (5X), 30-31.
- 陈建华、赵志平 (2012). 引导大学生确立理性消费观刍议[J]. 学校党建与思想教育, (07), 74-75.
- 宋晓荣、甘露 (2007). 对当代大学生消费行为及心理的理性分析[J]. 中国成人教育, (19), 60-61.
- 钟义红、肖惠海 (2007). 大学生健康消费心理的塑造[J]. 商场现代化, (34), 24-25.
- 陈瑜玲、黄学菱、黄海霞 (2005). 当代大学生消费观存在的问题及其引导[J]. 广东工业大学学报 (社会科学版), (S1), 377-378.
- 南江辉 (2013). “90 后”大学生消费从众心理研究[J]. 山西农业大学学报 (社会科学版), (02), 183-186.
- 渠东玲 (2018). 大学生恋爱消费心理与行为的调查与对策研究——以菏泽学院为例 [J]. 菏泽学院学报, (3), 112-117.