

# “潮牌”背景下高职生消费心理健康教育研究

陈姚琼

(浙江育英职业技术学院, 浙江 杭州 310018)

**摘要:**随着时代的进步,全球时尚消费不断升级,潮牌时代已来临,如今消费市场中,大学生作为一个特殊的消费群体正越来越受到人们的关注。盲目消费、超前消费、攀比消费完全扭曲了大学生正常的消费观念,对于目前这样的一个现状,为改变高职生的追潮牌习惯,加强对高职学生的消费心理健康教育,提倡大学生理性消费,保持自己对潮流的正确态度尤为重要。

**关键词:**潮牌;高职生;心理教育

**中图分类号:** G250.7

**文献标志码:** A

**文章编号:** 0199(2020)02-0069-03

潮牌,指原创品牌,设计风格独特,张扬设计师不凡的思想品格、风格和生活态度。潮牌消费在2015年至2018年持续增长,潮流本身只是一种属性,在现在这个资本市场主导的时代,没人可以准确的定义它。当一种东西变得受欢迎热度高,得到年轻人的认可,这就是潮流。所以在这样的定义下,即使没有任何潮流文化背景而是凭借排队获得热度的喜茶也可以算是潮流品牌,正因为这样,现在任何的品牌只要通过包装,都可以成为潮牌,而在这个时代下潮牌其实只是变成了一个圈钱的工具罢了。

年轻人永远是市场消费中占据份额最大的群体,所有的商业品牌似乎都在围绕着“年轻人”这个群体做着各种的营销策略,95后00后为潮牌主要消费群体,且95后三年来占比逐渐攀升至25%,排队购买,对于一些炙手可热的单品,甚至不惜代价追逐,除了穿着外,买来收藏也明显表现了他们对于潮牌的追捧和热爱。面对这样的大环境,对于“潮牌”时代背景下,改变高职生的追潮习惯,加强对高职学生的消费心理健康教育尤为重要,提倡大学生理性消费,保持自己对潮流的正确态度。

## 一、大学生对潮牌购买行为的调查

笔者为了能够较为清晰的了解大学生对潮牌的喜爱,于2020年1月13日至1月17日期间以

问卷网调查方式对浙江育英职业技术学院创意设计分院学生对潮牌购买行为作了简单的问卷调查。此次调查,共回收了315份有效问卷,包括了浙江育英职业技术学院创意设计分院不同专业和年级,本次调查的数据有一定的可参考性。下面主要从高职学生对潮牌认知、追求、购买能力等几个方面进行分析。

### (一)对潮牌的认知与追求

学生对潮牌的认知程度,是决定学生消费心理的重要因素。调查显示,针对问题:“你对潮牌的了解程度?”,56.20%的同学回答是看到别人穿能一眼看出,25.67%的同学回答对潮牌略知一二,18.13%回答对潮牌不了解。据调查身边有20%多的学生拥有多件潮品,有40%的学生拥有少数潮品,有70%多的学生有潮牌一二,仅6.45%的学生身边没有穿潮牌的朋友,21.51%的学生身边有少数朋友穿潮牌,72.04%的学生身边有很多人穿潮牌,仅只有6.45%的学生身边没有朋友穿潮牌。

### (二)对潮牌的购买能力

根据调查显示,有26.88%的学生每次购买潮牌大概花了500-1000元,有31.18%的学生每次购买潮牌大概花了1000-2000,18.28%的学生每次购买潮牌花了2000-2500,4.4%的学生每次购买潮牌大概花了2500-3000,更有15.05%的学生每次购买潮牌花了更多钱,从以上数据表明,学生对潮牌的热衷度过高,购买能力强。

收稿日期: 2020-03-12

作者简介: 陈姚琼(1986-),女,浙江育英职业技术学院创意设计分院,讲师,主要从事思想政治教育研究。

## 二、潮牌受高职学生喜欢的原因

### (一)一种生活态度

笔者通过身边喜爱潮牌学生进行访谈,了解到大部分的年轻人喜欢潮牌原因是觉得那是一种生活态度,有时候会给他们一种力量,觉得自己是与众不同的,衣服反应一个的性格,年轻人就喜欢通过服饰来表现给身边的人。

潮牌给了有钱人一个更好去享受的机会,不得不说的有的潮牌衣服或鞋子或其他装饰品设计的非常的好看个性,这些东西在有钱人看来并不觉得贵,人家只是在享受生活,所以受年轻人的喜爱。

### (二)年轻人的虚荣心

潮牌正是因为穿的人少所以也才会潮,以超越大众审美认知的方式存在,价格高把消费者分出层次的方式,现在的年轻人由于攀比心理严重,谁都不愿意在别人面前感觉低人一等,所以很多年轻人即使生活不是太充裕,也还是会“留”下一笔钱用来消费自己钟意的潮牌衣物,年轻人就喜欢跟风,各种潮牌硬往自己身上堆,觉得穿潮就是潮,穿潮就是富。

## 三、高职学生消费潮牌心理特点

### (一)享受生活的奢靡之风

据了解,现在大学生都拥有多件潮牌服饰,鞋子表现的尤为明显,现在的学生为了追求更高档次的生活,彰显自己魅力,花钱流水,想买就买,校园中各种潮牌鞋服随处可见,学生陶醉于自己的“高档消费”生活方式,它们喜欢追求享乐,往往是以高消费为特点,完全没有顾及自身能力和家庭收入。

### (二)虚荣盲目的攀比之心

现在的学生基本已是00后,逐新奇特的时尚产品更加受到他们的喜欢,产品是否能够区别他人是他们主要考虑的问题,购买完全超出自己经济能力的新产品和潮牌鞋服,从不考虑物品对自身的实际价值,从而导致他们超前消费。当代大学生存在的炫耀性消费心理,他们跟班级同学、室友的消费心理互相影响,互相攀比,通过外在的“美”来炫富交友。

### (三)追求个性的时尚消费

当前相当一部分学生,一味追求享用高档名牌衣服、高档名牌鞋,过分关注时尚信息,过分看

重对美的追求,对社会上一些流行时尚往往抵不住诱惑,甚至有部分学生被动的赶时髦,其表现是没有自己的品位和爱好,别人怎么做自己怎么做,只要能体现自身所谓的品味,不惜一切代价。

### (四)维护所谓的“人情消费”

学生过分看重情感,往往会通过聚餐的形式去拉拢身边的同学来显得自己身份的重要性,从而产生一些不切实际、额外的消费。很多大学生的从众消费心理,大到车子、电脑、手机,小到穿着,以此为契机,去拉拢所谓的人情关系,找到自己的存在感。

## 四、潮牌背景下加强大学生消费心理健康教育的几点思考

### (一)外部教育是营造健康消费心理的环境基础

1.从思想政治出发:加大宣传部分学生为了购买潮牌鞋鞋服从而走上校园贷的案例;其次,要加强学生的财商教育,如可以开设一些理财、消费的课程,加强学生的财商,即对钱财的理性认识与运用,从而能够更好的树立正确的消费观、理财观。

2.从思想上出发,树立正确的价值观。当然大学生的消费观、价值观可能受到多方面的因素,学校可以通过把这块课程纳入思想政治理论课程或者开展第二课堂,开展学生比较关注的或者是感兴趣的价值观教育类活动,提倡节约,反对攀比,理性消费。

3.大力开展社团活动,学校可以利用学生自娱时间安排丰富多彩社团活动并设置各种不同的奖项提高学生参与活动的积极性,让学生渐渐从注重外表到内在的转移。

### (二)建立健康的心理平衡模式,树立正确的消费心理观

1.建立健康的心理平衡模式。自新生开学以来,学生可能会接触到各地区的人,由于环境、地域的关系,学生之间的差异大,尤其消费水平方面尤为突出,如果学生的攀比心较重,对于经济条件差的学生往往容易选择金钱消费来寻求自己的存在感,从而得到他人的认可,这是一种非常畸形的心理特征。辅导员应该进行排查,联合学院的心理辅导中心对其学生进行思想教育,帮助学生建立起新的合理认知,通过案例告知光靠物质是得不到别人的尊重与认可的。

2.马斯洛的心理层次理论中的最高层次理论自我实现,具体是指个体实现自己的理想抱负,实现自己的追求,成为伟大的或具有影响力的人物。作为我们大学生应当从个人素养、兴趣爱好、专业学习等方面取得自信,获得他人的尊重和认可,建立起健康的心理平衡模式。

3.树立“合适性”消费观。大学生要理性消费、合理消费,消费应跟自己实际的经济相匹配,不应该有“他有我也要有”,“贵的就是对的”这样的观点,要有“适合自己就是好的”的观点。学生可以利用业余时间开展勤工俭学或者找社会兼职,使自己获得一些工作经验的同时,也提高了自己的各方面的能力,通过自身的努力获得物质,培养自立自强、自尊自爱的意识。

### (三)家校协同合作,形成健康大环境

学校辅导员是与家长打交道最多的人,是实现在家校合作的前沿阵地,可以通过开展辅导员论

坛活动,回顾反思过去家庭教育的工作的经验教训,融汇智慧,研究谋划下一步家校合作方面的目标和措施,争取家长对学校工作的支持,取得成效。作为家长,我们应该以身作则,不要一味满足与宠爱,生活开支上要有一定的约束,家长平时多灌输他们勤俭节约、吃苦耐劳的品质,帮助他们树立正确的消费观和幸福观,有时精神关怀比物质关怀来的更加重要。

## 五、结语

树立好大学生消费观念、引导好大学生的消费发展方向,满足好大学生的消费需求,提高大学生的学习生活质量,需要家长、学校和社会共同努力,也是我们共同的责任和愿望,最终的目的是为能够更好的促进大学生身心健康。因此,对大学生进行不良消费健康心理教育尤为重要。

## 参考文献:

- [1] 成静敏.网贷背景下大学生心理健康教育探析[J].亚太教育,2016(24):264-265.
- [2] 顾海亮.杜绝“校园贷”陷阱构建高校和谐校园[J].产业与科技论坛,2016(19):266-267.
- [3] 梦琪.校园贷:畸形的消费杀手[J].齐鲁周刊,2016(13):46-48.
- [4] 胡娟.大学生消费心理和消费行为的研究[J].心理科学,2013,26(2):297.
- [5] 范琛.对当前大学生消费行为中存在问题的分析[J].知识经济,2015(5):53-54.
- [6] 叶蓓.大学生消费现状与思考[J].海南广播电视大学学报(高教版),2016(7):124-126.

## Research of the Consumption Concept Education of Higher Vocational Students under the Background of “Popular Logo”

CHEN Yaoqiong

(Zhejiang Yuyin College of Vocational Technology, Hangzhou Zhejiang 310018)

**Abstract:** With the progress of the times, global fashion consumption continues to upgrade, popular logo era has come, now in the consumer market, college students, a special consumer group, is getting more and more attention. Blind consumption, excessive consumption, and competitive consumption completely distort the normal consumption concept of college students. In current situation, in order to change the popular logo habit of vocational students, we should strengthen the consumption concept education of vocational students, promoting rational consumption, helping them to maintain correct attitude towards trend is particularly important.

**Key words:** popular logo; higher vocational students; psychological education

(责任编辑:元小佩)