



近七成受访大学生认为自身消费比较理性，偶尔冲动但能控制——

刚需“打底”，体验至上：大学生消费新图景

中青报·中青网记者 张仟煜 程思
实习生 孙子骥 李永熙

“双11”快到了，就读于黑龙江大学的研究生张玉洁向记者展示了自己刚买人的一款提包。虽然她自认为这是一次“冲动消费”，但她也解释道，这件商品早已在她的关注列表中，是社交平台上的频繁推送，和身边朋友的使用体验加深了她的好感，恰逢折扣优惠，她最终在深夜一咬牙，完成了购买。

复旦大学信息与传播研究中心研究员、新闻学院教授郑雯，在2025年发表的《青年网民消费行为及心理的深层逻辑》一文中指出，青年群体正逐渐成为我国消费的“主力军”，“Z世代”（以95后、00后为代表）占中国总人口比重不到20%，但其消费规模已占到40%。

近日，中国青年报·中青校媒面向全国高校大学生发起“大学生消费行为调查问卷”，共收到3375份有效问卷。数据显示，69.57%的受访大学生认为自己当前的消费习惯“比较理性，偶尔冲动但能控制”，15.97%的受访者认为“非常理性，从不冲动消费”。

此外，饮食、生活用品、社交、形象、娱乐和学业构成了受访者的支出。值得注意的是，57.30%的受访者认为“情绪状态”是消费决策的主要影响因素之一。

刚需“打底”，兴趣与成长并行

张玉洁向记者表示，饮食占据了她日常消费的极大份额。除这类必要开支外，张玉洁的消费多流向化妆品、护肤品和服饰等领域。来自井冈山大学的本科生陶煜涵也表示，护肤品、彩妆与香水等非必需的兴趣类商品占据了她花销中的较大比例。

“它们于我而言，已超越了单纯的物品范畴，更像是一种对个人状态的投资与日常情绪的调节。”陶煜涵说，“我很享受使用的过程，这也是保持精神明亮与生活质感的一种方式。”

中青校媒调查显示，一些受访大学生将社交（聚餐、礼物、人情等）（57.63%）、形象（服饰、美妆、饰品等）（51.14%）、娱乐（影视会员、游戏、出游等）（44.53%）、学业（书籍、资料、培训等）（41.60%）列为生活开销的主要构成部分。

“每月1000元基础生活费打底，主要通过学术比赛获奖或者奖学金拓宽自己的可支配收入，偶尔也会兼职赚点零花钱。”对于南昌大学食品科学与工程专业的研究生邱毓而言，生活经常被实验室里的科研与校外日常事务填满。

面对学业发展上的消费，邱毓从不吝啬。他不仅会选择雅思、电脑剪辑这类长期课程，也会根据个人需求购买短期课程。比如，他曾因在实验间隙思考人生、寻找科研理想，购买过相应的法律类和哲学与社会科学类课程。

调查数据显示，97.04%的受访大学生生活费的主要来源是“父母/家人”，



图片由AI生成

11.44%的受访者有校内外兼职收入，9.01%的受访者有奖学金或助学金作为生活费。42.73%的受访大学生生活费在1500元及以下，51.38%的受访者为1501至2500元。

对于大学生而言，独立生活和可自由支配的生活费让他们学会了合理规划。来自中国传媒大学的研究生田辉会将奖学金、实习劳务费等额外收入转为储蓄，日常开销则控制在父母所给生活的范围内。

这种“分类管理”的方式让他具备了一定的抗风险能力和消费能力。“这样可以让我在想购买运动相机这样贵重的产品时，更加‘游刃有余’。”田辉说。

对在校外居住的邱毓而言，每月的收支规划早已成为一种习惯。他每月会预留出800元左右的房费和水电费，“这是保障基本生活的‘刚需求’”。在饮食方面，他每月大概准备1000元，有时会自己动手准备健康餐，既契合所学专业对饮食健康的关注，也比在外就餐更经济实惠。

面对不同的消费场景，邱毓的选择既有共性，也有个性。“双11”购物节期间，他除了购置过年衣服和生活必需品，还会重点回购咖啡相关用品。“我非常喜欢咖啡，会趁优惠买咖啡器具、囤咖啡豆，有时候自己动手做爱吃的美食，也是受所学专业影响的小习惯。”

遇到满减、预售等优惠活动，邱毓不会为了划算而冲动消费，即便偶尔激情下单，后续也会及时退货，坚持“需要什么买什么”。在挑选商品时，他最看重的是商品口碑和外观设计，坚信一分价钱一分货。

邱毓坦言，饮食和娱乐的消费占比并不低，毕竟对他来说，能带来情绪价值的消费很重要。

受访者每月生活费主要花费在哪些方面：

饮食（食堂、外卖、零食等）	96.12%
社交（聚餐、礼物、人情等）	57.63%
生活用品类	54.52%
形象（服饰、美妆、饰品等）	51.14%
娱乐（影视会员、游戏、出游等）	44.53%
学业（书籍、资料、培训等）	41.60%
恋爱相关花费（约会、礼物等）	12.65%
实习/求职（交通、简历制作等）	7.02%
其他类	10.25%

体验至上：“允许自己偶尔为一两次心动破例”

为情绪价值和体验消费或成大学生消费新趋势。

两年来，邱毓保持着两个月去一次演唱会的频率。“演唱会是人为打造的‘乌托邦’，那种被喜欢的歌手和旋律包围的幸福感难以替代。”邱毓陆续打卡了汪苏泷、王心凌、毛不易、林俊杰的演唱会，每一次体验都让他愈发坚定这份消费的意义。

对邱毓而言，演唱会的核心从不是“打卡”，而是情绪价值的“精准满足”。他回忆，舞台上歌手的倾情演唱与暖心鼓励、现场观众的共鸣与欢呼，交织成一个

纯粹又治愈的世界。“为热爱买单值得，但前提是不影响基本生活。”

“看演唱会的开销并非浪费，更像是场带着情绪补给的短途旅行。”邱毓说。他通常消费的票价在500至800元之间，这不会让他陷入“节衣缩食”的困境，反而会激发他努力赚钱的动力。邱毓认为，这一切早已超越金钱本身的价值。

郑雯指出，除了物质消费，“后物质精神类消费”行为在这一代青年群体中有突出的表现。所谓“后物质”，是指消费重心从生存型物质需求转向自我实现、情感联结、文化体验等精神需求。其中，情绪疗愈是当代年轻人消费的重点领域——“好心情”被放在消费决策的第一位，“性价比”浪潮迭起。

中青校媒调查显示，57.30%的受访大学生会将情绪状态（开心/焦虑时想消费）视为影响消费决策的最主要因素之一。28.53%的受访者奉行“体验优先，愿意为兴趣和感受花钱”的消费理念。

田辉的消费观念从本科时期的“吃进肚子不亏”，转变为了研究生期间的“注重体验”。田辉回忆起考研期间“放纵”狂吃，遭遇了急性肠胃炎。这段经历让他深刻地意识到：“消费应该带来更好的体验，而不是负担。”

对体验和情绪的追求，同样体现在陶煜涵对形象与情感体验的投入上。陶煜涵每个季度都会购置应季衣物、每月定期与朋友聚餐、每逢小长假外出旅行……在她看来，这些消费虽不是生活的核心，却是她保持良好状态的重要组成部分。

有时，陶煜涵也会“激情下单”，为新鲜体验付费。今年暑假，她在社交平台上刷到许多网友使用大疆Pocket 3拍摄的视频，被其细腻的拍摄质感吸引。尽管一开始就能预见到自己的使用频率不会太高，但她仍选择下单。

“与其说是使用买单，不如说是

一种情绪消费。为一种可能性买单，为新鲜体验付费。”陶煜涵表示，这次消费让她有了新的思考——偶尔的冲动消费本身未必是洪水猛兽，它更像是一种现代人情感需求的外在体现。“在保障正常生活的前提下，允许自己偶尔为一两次心动破例。”

在有限资源里，平衡好生活、成长与热爱

“健康的消费观不是杜绝冲动，而是不让冲动成为常态。”在邱毓看来，消费的快感可以有，但绝不能以牺牲基本生活为代价。对此，他表示自己也曾有过“踩坑”的经历：在大三那年，他因沉迷于游戏而无法自拔，甚至不惜投入了两千元用于抽卡。

随着大学生自我意识不断成熟，他们在冲动与理性间找到属于自己的平衡点。为游戏“氪金”却了无回报的经历让邱毓逐渐领悟到，消费应当建立在自己所能承受的范围之内，既是满足生活需求的基础保障，也是提升生活品质的适度点缀。

调查数据显示，69.57%的受访大学生认为自己当前的消费习惯“比较理性，偶尔冲动但能控制”，15.97%的受访者认为自己“非常理性，从不冲动消费”。

在陶煜涵看来，健康的消费观应当是“量人为出，理性为先，注重体验，投资未来”。她认为，大学生平衡个人需求与理性消费，关键在于建立“清醒的自我认知”——既觉察内在需求，也要清晰把握自身的经济能力边界。

陶煜涵从大三开始使用记账App，这让她对自己的财务状况有了更清晰的掌控：饮食约占40%，学业与资料投入约15%，社交与娱乐约占35%，其余为弹性储备。

田辉也形成了自己的消费管理方式：通过微信支付的每月账单进行定期监控。他虽然不会设定严格的预算，但会关注月度消费波动。如果某月支出明显超标，就会进行复盘调整。当然，这种管理方式略显“粗放”，往往当她意识到消费超标的这种情况，只能选择下一个月来进行“补救”。

调查数据显示，82.73%的受访大学生有记账的习惯，41.36%的受访者“偶尔记，仅大额消费时记录”。在消费理念上，37.75%的受访者倾向于“实用至上”，46.76%的受访者生活费偶尔有结余，31.53%的受访者经常有结余，并会存入储蓄。

郑雯认为，中国青年网民的消费正从以物质需求为中心，转向理性主导，更注重共享、舒适和满足个人内心需求的阶段。在这样的过渡期，年轻人既追求物质消费带来的地位符号，又注重内心情感需求和性价比，追求在消费中寻找精神支撑和意义归属。

对陶煜涵而言，消费不是盲目“花钱”，而是如何在有限资源里，平衡好生活、成长与热爱的过程——既不盲目跟风迷失自我，也不因过度克制而错失生活的精彩。



令人心动的社团



武汉大学研究生创新实践协会

武汉大学研究生创新实践协会成立于2017年，是负责开展研究生学科实践的校级社团。协会协助组织举办研究生学术科技节，扎实做好研创赛事的全流程跟踪服务，创新打造“123+X”实践育人模式。2020年以来，协会推动培育600余个学术科技项目，助力5000余名研究生在中国研究生创新实践系列大赛中斩获400余项奖项，协助选拔700余名研究生分赴各地开展实践锻炼。



海南大学模拟联合国协会

海南大学模拟联合国协会成立于2012年，作为海南省首个大学生模拟联合国学术社团，协会持续与国内外高校模联组织合作，创新活动形式，为社团成员提供一个实践、学习和交流的平台。



沈阳药科大学山客汉文化社

沈阳药科大学山客汉文化社习汉服、礼仪、茶道、雅乐等，在方寸之间重现古韵风华。社团以药科学子之严谨，考据传统技艺；以青春视角之灵动，演绎节日民俗、诗词射奔等。让宽袖拢香，使曲裾舞杏林，将传统文化的温润与铿锵，化作可触可感的四季风雅。



南通大学江海思源青年研习社

南通大学江海思源青年研习社成立于2023年，社团积极响应乡村振兴战略，通过调研报告、电商助农、影像传播等路径，促进青年参与乡村建设，在江苏省各地开展各类活动400余场。



浙江工商大学学生发展中心

浙江工商大学学生发展中心成立于2008年，秉持“发展学业，开发潜能，互助进步，筑梦未来”宗旨。社团专注提升学生文化知识与技能，通过“沃+”学生素质能力提升项目、“青葵传统文化节”等特色活动，为同学们提供学术研究、学术交流平台。此外，社团鼓励成员走出校园，参与社会考察、实践等。



西南大学青马剧社

西南大学青马剧社成立于2022年，始终秉持“以青年为先锋、以理论为根基、以艺术为驱动、以思政为载体，以育人为目的”的理念。由此出发，剧社坚持理论研究为引领，以技能提升为核心，以红色话剧为载体，以思政电影为媒介，实现思政教育与艺术创作深度融合。

梅从政/整理

2025江西服装学院国际时尚艺术节落幕——

从课堂到秀场，他们“以赛促学”



模特身着徐佳丽设计的作品。

受访者供图

徐佳丽表示，学校开设的服装画技法、立体裁剪与制版工艺、电脑辅助设计等专业课程，能使她们更全面地掌握服装设计与制作的各环节知识；同时，学校定期举办学术讲座与行业交流活动，帮助她接触到行业内最前沿的思潮和技术。这些课程和活动也为她的成长提供了坚实支撑。

江西服装学院产业教授、CHEN.1988品牌主人陈龙指出，艺术节的意义在于打破了课堂的边界，为学生们提供了更广阔的成长空间，让他们对设计师的身份有了更深刻的理解。“我们通过艺术节这一

媒介，让学生跳出理论框架，切身感受到服装在舞台上的独特魅力，进而激发他们设计灵感，体悟服装的动态之美。”平时在课堂上，学生们大多接触的是静态的设计图纸与理论知识，而艺术节则引领学生们亲历从设计构思到面料选择、裁剪制作，再到最终舞台呈现的全过程。

在陈龙看来，相较于其他国家的活动，本届国际时尚艺术节有着别具一格的育人价值。一来激励低年级学生，让他们看到作品登台的可能，增强学习动力。二来学生们能在交流中了解市场变化，在实操中提升专业能力，为未来职业规划打下坚实基础。“‘以赛促学、以赛促教’的教学模式，能帮助学生紧跟市场脉搏，提升其市场适应能力。通过入围比赛，学生可以获得宝贵的实践机会，例如对接工厂资源、保障面料供应以及进入企业实地学习等。同时，比赛还提供了与全国乃至全球高校学子交流互动的平台，通过设计理念的碰撞，能实现比校园内更快的成长。”

李宝君说，学校鼓励学生参与国内外各类专业赛事，将其作为检验学习成果、激发创作潜能的重要途径。“学校在人才培养上注重‘个性化’与‘持续性’，不仅提供平台和资源，更强调对学生内在潜能的发掘和长期陪伴式的引导，希望能培养出具有独立思考能力、创新精神和坚韧意志的未来设计师。”

这场盛会远不止赋能中国学子成长，它更以开放的姿态打破文化壁垒，为中外文化搭建起一座双向交流、互学互鉴的桥梁。来自意大利卡罗世纪服装学院的西里亚·恰法廖尼（SIRIA CIAFFAGLIO-

NE）首次参与艺术节，她在“润华奖”比赛中带来了毕业设计的延伸作品《没有逻辑》，凭借此作品，她获得了“国际最佳选手奖”。作品围绕着“非逻辑”的理念展开，试图在“无意义”中寻找创新源头。“如果要真正创造出新的事物，必须学会用不同的眼光看待事物。”她说。巴黎国际裁剪学院安妮·巴拉特（ANNE BARATT）的作品《可见与不可见》获得铜奖，她也获得了“国际最佳选手奖”。在参观江西服装学院的授课间时，她对于学校配备的硬件设施感到惊讶，“房间里竟然摆满了缝纫机和熨斗。”而在比赛中，她也认识了一群对服装设计有热情的人，“他们对于服装制作技术的训练很扎实。”

与国内外学子交流的过程中，徐佳丽感受到了不同院校选手在服装制作方法上的差异：“有的注重效率，有的追求细节，看他们不同的制作手法和步骤，比书本上学到的更加直观。”她由此更加明确了自己未来的方向：“过去我只是单纯喜欢设计，如今更坚定了在哲学性与艺术性成衣领域深耕的决心，我希望能够参与到更多国际性交流中，把中国青年的设计语言、东方文化的审美哲思，带到更广阔的舞台上去。”

展望未来，陈龙透露，产业学院将进一步对接地方产业与集群，推出更多学生参与的活动，并开拓海外求学路径。“我们将坚持因材施教，让适合深耕产业的学生提升学历，让适合市场的学生成为设计师，通过多元途径帮助学生找到自身定位。”