



近年来，随着网购的快速发展，在淘宝等购物APP上我们可以看见层出不穷的打折促销活动在诱导人们消费，其实这些活动不过是一些捕捉金钱的圈套，这些圈套直接导致了许许多多大学生陷入消费主义的陷阱。

为什么大学生们会陷入这种圈套呢？根本原因是资本媒体在背后炒作，想要由此异化人们的价值观，试图造成大学生们对消费的错误认知。因此作为大学生的我们，应增进对消费主义的理解，明辨

## 消费陷阱：捕捉年轻人的圈套

消费陷阱，理性消费。关于消费陷阱，最典型的例子就是“粉红税”和“饥饿营销”，顾名思义，“粉红税”是指女性在商品或服务上受到的价格歧视，比如，两个同一功能的商品，其中一个在面对女性消费者时价格更高。面对这个现象，已有部分女性意识到并开始抵制粉红税，甚至已经有人在网络上提出“歧视使我们挣得少，偏见让我们花得多”的见解，不少人将粉红税简单粗暴地归因于女性缺乏理性、识别能力差，但是其实站在女性的角度来看，女性不过是更注重“悦己”，何错之有？而“饥饿营销”则是资本通过调节供求两端的供求关系，制造出供不应求的假象，从而提高售价的一种销售方式——作为消费者，这种销售方式通常会损害我们的利益，所以在进行购买时，我们应保持理智，避免落入资本消费的圈套。

消费主义圈套的本质是背后资本通过各种方式诱导人们消费。只要我们细心观察，即可发现，资本会创造人们不需要的需求，进而导致人们产生价值观的异化。举个最简单的例子，某品牌的钻戒广告词这样写道：“男士一生只能定制一枚，用钻戒来

衡量爱情。”但是这个规则又是谁定下来的呢？是生产商。从最开始，并没有人用钻戒来象征坚贞的爱情，但是由于资本制造的噱头，导致人们产生了本不需要的需求，在脑海中默认了“钻戒象征爱情”这一说法。其次就是制造所谓的“优惠”，让人们误以为自己赚了，从而让人上瘾，丧失自我。最典型的例子就是“618”购物活动，大家从不同的渠道拿到优惠券，在下单时暗自为自己省了很多钱而开心，其实并没有——大部分商家会提前提高价格，然后再赠送优惠券，为消费者制造便宜的假象。因此，在“618”购物活动中使用优惠券购买的产品不一定就比平日里正常购买的价格便宜。

放眼未来，消费陷阱如果一直如此肆虐，对于个人而言，很容易会导致人们的消费心理产生扭曲，大多数人会变成“月光族”，也容易走上“精致穷”的道路。资本善于抓住消费者的心理，比如，我们经常可以听到一些话语——“女人要对自己狠一点”，可怎么对自己狠呢？无非就是买些奢侈的包包和护肤品类罢了。但是实际上，价格高的东西并不一定好，这些都是商家为了赚取利润而编造出来的消

费文化。对于社会而言，则很容易导致攀比之风的盛行，因为很多商家都喜欢用“只要……你就……”这样的广告语，来刺激人们进行消费。人们在商家的洗脑下容易产生冲动消费和攀比消费的行为。为避免这些现象的产生，作为消费者，我们应该认清自己的消费能力，同时要了解自己的必要消费与非必要消费，这样才能更好地避免落入资本的消费主义圈套。

对于这些消费陷阱，我们应学会用理智的方法来应对。学会克制自己的欲望，买东西时设置好预算，做好个人的财务管理，合理消费。对于大学生而言，我们更应该关注它的实用性，消费前多去考虑我们对商品的需求性。当今时代，许多大学生盲目追逐攀比，其实我们不必太执着于追求精致生活。“落得疏帘透月影，嘈嘈虚语纳溪声。”平平淡淡也是一种幸福。作为当代大学生，我们不应被资本消费圈套所驱使，而是要提高对消费主义的认知，智慧地辨析消费主义陷阱。

(海峡财经学院22级 黄永檀 会计学院22级 杨芳芳)

## 理智节制，把握消费的主动权

正如刘擎教授在他的著作《西方现代思想讲读》中所说：“我本来并不知道我有这种需求，而是在看到了这些商品之后才产生了需求。”在消费社会之下，有时候并不是我们在主导消费，而是消费在主导我们。在消费主义的浪潮之中，为什么大学生容易陷入消费主义陷阱呢？为探究这个问题的答案，我们对本校大学生开展了线上问卷调查。

调查结果显示：有50%的大学生表示自己完全不了解消费主义陷阱，并且有30%的大学生表示自己了解消费主义陷阱一知半解，而仅有20%的大学生认为自己完全了解消费主义陷阱——这表现出大部分大学生对消费主义陷阱缺少一个具体的认知。在此情况下，大学生对于生活中各种各样的消费主义陷阱没有提防意识，致使自己在外部环境的影响下难以辨别消费主义陷阱，沉溺于消费带来的精神愉悦和心理满足之中，极易产生冲动消费、超前消费等不良的消费行为。

消费主义陷阱其实无处不在，每逢购物狂欢节，蹲守在直播间、各大购物平台上的大学生们似乎早已做好“剁手”的准备。据调查，有将近四成的大学生表示自己在类似于“六一八”“双十一”这样的购物节会疯狂消费，并且有将近一半的大学生认为自己在为了凑单而购买了大量不需要的商品后，即使被“割韭菜”

也觉得是心甘情愿的。在类似于“满300元减50元”这样的促销优惠活动下，加上微信支付、用花呗、打白条、信用卡等便捷的支付手段，极大减少了大学生在付款时的心疼感，让大学生在购物狂欢的迷雾中，难以抵御外界的诱惑而“激情下单”，从而不知不觉地在消费浪潮中迷失了自我。

大学生容易掉进消费主义陷阱的原因还与当前商家的营销手段有关。不少商家将商品与大学生的自我形象绑定在一起，比如“毕业后入职的第一块手表”“面试时最得体的西装”……商家将这些“伪概念”通过网络媒体植入大学生的潜意识之中。在这样极具诱惑力的广告之下，大学生不仅在为商品本身付费，还在为某种自我形象付费。此外，据调查，我们还发现，有37.5%的大学生会追求所谓的仪式感而消费。从商家推出的“秋天的第一杯奶茶”到“初雪的第一顿火锅”，不禁引起我们深思——这是否也是一种消费主义陷阱呢？商家根据商品的卖点与特性宣传商品，利用部分大学生在消费时追求仪式感的心理特点，让这些大学生为产品品质的溢价买单，从而忽略了己是否真正需要此类商品，陷入消费主义的陷阱之中。

那么，大学生该如何避免掉入消费主义陷阱呢？

首先，大学生应主动了解消费主义陷阱是什么——要对消费主义陷阱这个概念有具体的认知，提高对消费主义陷阱的提防意识，避免自己在遇到消费主义陷阱时，毫无防备地陷入其中。其次，要树立正确的消费观——不盲目跟风购买不适合自己的商品，也不为了追求实惠而去购买大量对于自己来说不实用的商品，应坚持从个人实际需要出发，学会取舍，购买自己真正所需的商品，从而做到理性消费。最后，大学生不应过度追求在物质层面的消费享受——虽然购物本身能给我们带来即时的快乐，但这种即时的快乐在我们习惯了新物品之后就会消失得无影无踪，真正的幸福不在于物质的多寡而在于内心的富足，因此大学生应学会摆脱物欲的束缚，追求精神食粮，追求更广阔的视野与见识，丰富自己的内心世界。

罗翔有言：“低级的快乐来自放纵，高级的快乐来自克制。”面对形形色色的消费主义陷阱，大学生应保持清醒的头脑，冷静思考自己真正想要的是什么，学会克制消费欲望，拒绝落入消费主义陷阱之中。与此同时，大学生也应将目光放远，努力充盈自己的精神世界，注重自我提升，追求更好的未来。

(海峡财经学院22级 黄玮佳 会计学院22级 曾佳欣)

## 对“粉红税”SAY NO

为了提高销售利润和销售量，市场上的各种销售套路层出不穷。在商家对利益不断追求的过程中出现了一种新的现象——“粉红税”，又称“性别税”。2019年智利全国消费者服务局发布了一项关于功能相同而外观不同的产品价格调查。结果显示：21.9%的产品价格存在性别差异，其中大部分针对女性消费者的产品价格较高。许多商家打着“女性专属”的旗号将商品价格提高。那么，大学生是否了解“粉红税”？又是否掉入过“粉红税”的陷阱？“粉红税”是如何产生的？我们又该如何避免无形之中出现的“粉红税”？针对这些问题，我们对本校大学生展开了相关的问卷调查。

调查结果显示：超过一半的同学对“粉红税”并不了解，而在了解过“粉红税”的同学中仅有近10%对“粉红税”有较为全面的认识，大部分同学则停留在“听说过”的层面。同学们主要是通过新闻媒体的宣传认识到“粉红税”的，并且绝大部分同学曾购买过“粉红税”商品。在“粉红税”是否影响了同学们的生活”这一问题的探讨上，将近80%的同学表示“粉红税”的存在给他们带来较为强烈的不适感，其中的原因包括有更多的经济支出、遭受不平等的待遇等。由此我们可以得知，许多同学在不了解“粉红税”的情况下为“粉红税”买了单，尽管近56%的同学在购买商品时有意避免购买“粉红税”商品，但仍无法完全逃脱“粉红税”的陷阱。

而“粉红税”到底是什么呢？让我们一起来了解一下吧。“粉红税”是指：生活中具有同样的材质、做工，甚至是一模一样的商品，只要换成女性大概率会喜欢的颜色（粉红色），再打上“女性专属”等标签，价格就立马提升，成为一种消费陷阱。“粉红税”潜伏在我们生活的方方面面，当我们进入商城或打开手机淘宝购物时，就能明显感受到女性商品的价格往往高于男性，甚至干洗、理发等服务也普遍存在女性收费高于男性的现象。

为什么会会出现“粉红税”呢？在对“粉红税”出现的原因这一问题中，我们发现社会对性别刻板印象是其中不容忽视的一点。“女生的钱最好赚”这句话常出现在人们的闲谈话语中，商家基于对性别的刻板印象，利用女性在挑选商品时更注重其外观而非性能的消费心理，以此作为盈

利的契机，对同种功能但外观不同的商品进行调价，从而实现对外女性商品的更高收费。除此之外，市场衡量价格标准的体系的缺少、供需关系的失衡、推广研发费用的不同等方面也成为“粉红税”弥漫的原因。

“粉红税”逐步进入大众视野的同时不可避免地引发了一些社会问题，大家纷纷发表对自由、权力、性别歧视、针对女性的消费陷阱等问题的看法，甚至发生了争执。根据Bankrate网站的统计，美国女性一生中至少要交68万的“粉红税”。这也从侧面印证了“粉红税”商品之多，涉及面之广。那么，女性应如何避免被收割“粉红税”呢？首先，在观看一些女性商品的宣传广告时，要擦亮双眼，避免被广告中的一些诱导性宣传所迷惑而消费。其次，购买商品前应比较其性能、实用性等，选择性价比更高的商品。最后，在购买商品时尽量避免购买带有“女性专属”“女性专属”等关键词的商品。在网上搜索商品时可以尝试改变商品的关键词，例如选用“男”“学生”等关键词。

对于“粉红税”肆虐增长的现象，新时代的女性们发出了反抗的声音。越来越多的女性开始意识到“粉红税”的存在，开始抵制“粉红税”。豆瓣上有一个神秘的小组——“粉红税抵制者联盟”，小组成员集思广益，时常更新一些藏在生活中不易被发现的“粉红税”商品，让更多女性了解粉红税，避免被“割韭菜”。作为大学生的我们也应为戳破这个不合理的“粉红泡泡”而发出我们的声音，让我们一起对“粉红税”say no!

(公共事务学院22级 陈玮宇 会计学院22级 杨渺渺)

## 追求更高层次的精神富足

随着社会经济水平的发展、消费市场供给的丰富，大学生的物质需求与精神需求也愈加多样化——消费市场的主体力量正偏向于大学生等青年人群。

各类电子产品和各种电子技术的出现，便于当代大学生进行消费，但由于互联网上的信息良莠不齐，摆在大学生面前的消费诱惑也愈加扩大，从而刺激大学生过度消费，导致他们的消费情况超出自己原有的消费水平，甚至产生一些异化的消费行为，如享乐消费、攀比消费等。

关于正确的消费观，我的看法是根据自己的经济实力和消费能力，对购买消费品进行适当的规划，不冲动消费，不要因为产品广告上所宣称的实惠而盲目购入生活的非必需品。大学生的消费观不仅会影响到个人的生活质量，更会影响到社会消费的未来发展方向，以及中华传统美德，即勤俭节约精神的继承与发扬。

首先，树立正确的消费观可以指导当代大学生进行理性的消费行为，并在一定程度上减少非理性的消费行为，进而减少“精致穷”和“月光族”的存在，从而推动大学生消费观的全面发展。常言道：“眼下胡花乱铺张，往后日空荡荡”，简单的语句便道出在错误的消费浪潮下激情消费的行为对大学生后续正常生活的影响。于当代大学生而言，树立正确的消费观可以让我们拥有更加合理的消费规划，做到物质和精神上的平衡，减少不理性的超前行为或浪费

攀比的行为，实现长远的消费，养成健康的生活消费习惯。

其次，树立正确的消费观，有助于营造良好的社会消费氛围。对社会而言，大学生是一个特殊的消费群体，一定程度上引领着社会消费的风气。当代大学生树立正确的消费观，可以有效纠正社会上的不良消费风气以及改善消费结构，乃至促进社会的健康进步、绿色发展。

最后，大学生树立健康理性的消费观可以弘扬中华优秀传统文化中勤俭节约的精神。勤俭节约自古以来是我们中华民族的优秀传统美德，习近平总书记指出：“不论我们国家发展到什么水平，不论人民生活改善到什么地步，艰苦奋斗、勤俭节约的思想永远不能丢。”大学生的消费观直接或间接地体现了个人的价值观，作为国家未来建设新生产力和消费主力军的大学生群体，消费主义的浪潮对我们的主流价值观与消费观念会产生一定的冲击力，因此我们需要将勤俭节约的理念充分融入到大学生日常的消费行为中去，对我们的消费行为进行积极正向的引导。

作为新时代的大学生，我们要树立正确理性的消费观，要理智地进行消费，将自己的消费需求理性化，杜绝攀比心理，不因为所谓的“虚荣心”作祟而做出不良的消费举动，培养自己的经济独立意识与加强合理储蓄的观念。

(设计与创意学院21级 叶婷婷)

## 不良消费需谨慎

在大学中，学习和生活上的许多难题都变得需要我们独自解决，也正因此，我们或主动或被动地渐渐具有了作为成年人应有的一个特质——一定的经济自主权。它可以帮助我们应对在学习中或社会中需要花费金钱的难题。我们在拥有一定的经济自主权后，便会因为各种原因进行独立的消费行为，不必像儿时一样需要得到父母的应允。因此，我们对大学生的消费行为做了调查，并对大学生整体的消费观念、具体的消费情况以及大学生中的不合理消费占比及其对大学生的影响等方面展开了一系列探究。

一个人想要消费，或者说，想要支出，必然拥有相应的“收入”，我们的第一步调查行动也基于此，即调查大学生的生活费来源，毕竟，无论一个人出手阔绰与否，都要有相应的物质基础。而我们的调查显示，大学生的生活费来源大致分为四种——父母提供、个人兼职获取、国家贷款、奖学金，其中父母提供是最主要的来源。另一方面我们了解到：生活费大于2000元的大学生，更在乎消费的精神价值意义；生活费在1000元至2000元这个范畴的大学生，更在乎消费的实用性；生活费在1000元以下的大学生，更在乎消费的质量。

这里的调查结果其实能够说明一个问题，大学生的消费观念的形成以及消费能力的大小主要还是基于家庭的经济情况，因为大学生的经济自主能力一般还依附于家庭条件。同时，消费观念的形成依旧离不开家庭环境的塑造，即消费观念的形成与家庭的主观因素（父母是否培养节俭意识）和客观因素（家庭的经济条件）都是分不开的。

而我们可以通过观察大学生的消费行为来进行窥探其消费观念，于是，我们调查的第二个项目即是大学生的主要消费项目。据我们的调查结果，大学生的主要消费项目有以下几类：网购、娱乐、学习、社交、交通和通讯工具、饮食、学习、社交、饮食自不必说，而娱乐在消费中占比高达36.93%，其中用于游戏、玩具的占比是55.84%。这可以说明，部分大学生的不理智消费其实有相当大一部分的占比。

同时，我们的理财状况也能反映出我们对于金钱消费是否有直观的概念，或者说，是否有相应的消费规划意识。所以，我们展开了第三项调查——大学生的理财情况。可惜的是，根据我们的调查，超过80%的大学生没有理财规划，这说明大部分大学生还没有相应的消费规划意识，如此并不利于大学生养成理性的消费观。如果没有相应的理财规划，那么铺张浪费的行径极有可能发生，这将不利于我们节俭习惯的养成。

在调查的最后，我们专门调查了大学生更赞成哪种消费观念，共有两种选项，一是理性消费，二是攀比消费。然而，竟有15.38%的同学赞同攀比消费，这种倾向与上文所提到的专注于游戏、玩具等的消费均属于不理智的消费行为。这些不理智的消费行为和上文所说的没有合理的理财规划以及贷款消费、提前消费都是不正确的消费观念的外在表现。



综上所述，我们可以得知不良的消费习惯在大学生们的具体消费情况中占有相当的比例，这是值得我们注意和警惕的，因为不良的消费习惯、不正确的消费观念对于大学生而言，是有害的。我们会因此迅速耗光钱财，成为所谓的“月光族”，也会因此无法塑造好节俭意识，养成了贪图享乐的劣习。同时，金钱流失的恐慌亦会让我们做出不理智的行为，例如裸贷这样的违法行为。

以上，就是我们大体的调查成果，以及对部分大学生不良消费观念危害的分析。通读全篇，我们就应该认识到不良消费观念的危害之深。在不良消费观念的影响下，我们极易成为消费的奴隶，而不是消费的主人。所以，我们应合理规划钱财用处，理智消费，发扬节俭精神！

(金融学院22级 黄芮棋 设计与创意学院22级 孙雨欣)

## 莫被消费主义营销套路了

随着经济的飞速发展，当代社会已经进入了鲍德里亚所谓的“消费社会”——在资本主义的运作下，人们极易被消费异化，成为可供消费的商品。同时，消费社会也给我们埋下了各种“流行”的陷阱，盲从乱象四起。人们在纷繁芜杂的广告、营销中逐渐失去自我的价值判断，成为消费的傀儡。因此，置身于消费主义的大潮之中，我们须以敏锐的眼光识破消费主义的种种谎言，用坚定的价值准绳丈量消费乱象，树立正确的价值观，莫被消费主义营销的错误价值观定义。

身处浮躁而快节奏的消费主义时代，当代大学生在消费过程中更加关注消费品所象征的身份、品牌等符号价值，并希冀于通过消费某种商品的方式来显露自己的经济水平以获取优越感。消费主义擅长利用当代人迫切缓解焦虑的渴求，迎合他们享受仪式感的内心，例如“秋天的第一杯奶茶”、“xx自由”等营销手段，“乱花渐欲迷人眼”，尚且年少的大学生们极易在

资本主义的刻意引导下对某种物品趋之若鹜，陷入消费欲望的漩涡之中。然而，跟风、攀比带来的肥皂泡式的快感一戳即破，往往不能持久，甚至会令人陷入患得患失的迷惘境地。广大大学生追求精致美并不是错误，但与其被消费主义裹挟，不如主动掌握生活的主导权，培养独立思考的能力，冷静地窥见消费主义其中的端倪，自由地享受生活，莫让自己成为“享乐主义”枷锁下的囚徒。

不可忽视“买买买”的冲动消费对当代大学生心灵的腐蚀，尚未建成健全价值观的大学生极易在“促销”、“凑单”等极具诱惑力的营销信息下沦为资本的“韭菜”，任人宰割。因而，量入为出，适度消费，培养自己“延时满足”的能力与抵抗诱惑的坚定意志是极为必要的，我们并不是要去抗拒“买买买”的必要消费支出，而是要反对消费主义下无限制的消费。适度消费，并不是说降低生活水平，而是倾听内心的声音，正确认识自身生活的需求，在节省人力、物力的同时，提

高自身抵御未来风险的能力。倘若，仅停留在吃穿用度的物质需求，那么一个人、一个国家的精神风貌并不会因为物质主义的扩张而显得积极向上，反而有陷入颓唐萎靡之中的危机。“仓廪实而知礼节，衣食足而知荣辱”。因此，在满足基本物欲的基础上追求更高层次的精神富足，失去了精神性升华的消费主义往往会诱导人们走向低俗、浅薄与狂乱。缺乏深刻内容的消费主义文化，时常会使我们盲目地陷入“娱乐至死”的狂欢之中，从而导致社会风气的颓废。因此，与其将精力过多地放在追逐物质条件之中，不如多花些时间去培养新的兴趣爱好，让自己的视野放在更加宽广的精神层面建设。

快乐不应该建立在消费之上，不应该被我们购买的物品定义。生活不应该被消费主义定义，不应该受外界过度的影响。量力而行，适度消费，才是正确的消费观。

(电子信息科学学院22级 庄怡馨)