

互联网金融背景下的高中生消费与理财习惯初探

林楚睿

广州天省实验学校

DOI:10.32629/ej.v9i8.3632

[摘要] 随着互联网金融的快速发展,第三方支付、移动消费平台等新型金融工具已深度渗透到高中生的日常生活之中。本文以高中生群体为研究对象,系统分析了互联网金融背景下高中生消费与理财习惯的现状、问题及其成因,并从个人、家庭、学校和社会四个维度提出针对性对策。研究发现,高中生消费呈现数字化、社交化、即时化特征,理财意识整体薄弱,储蓄及投资占比不足5%。提升高中生的金融素养,培养理性消费与科学理财能力,已成为亟待关注的教育议题与社会课题。

[关键词] 互联网金融; 高中生; 消费习惯; 理财意识; 金融素养

中图分类号: F830.59 **文献标识码:** A

Research on high school students' consumption and financial habits under the background of Internet Finance

Churui Lin

Guangzhou TianXing Experimental School

[Abstract] with the rapid development of Internet finance, new financial instruments such as third-party payment and mobile consumption platform have penetrated deeply into the daily life of high school students. Taking high school students as the research object, this paper systematically analyzes the current situation, problems and causes of high school students' consumption and financial habits under the background of Internet finance, and puts forward targeted countermeasures from the four dimensions of individual, family, school and society. The study found that high school students' consumption is characterized by digitalization, socialization and instantaneity, and their financial awareness is weak as a whole, with savings and investment accounting for less than 5%. Improving the financial literacy of high school students and cultivating the ability of rational consumption and scientific financial management have become urgent educational and social issues.

[Key words] Internet finance; senior high school student; Consumption habits; Financial awareness; Financial literacy

引言

近几年来,支付宝、微信等第三方支付平台以及各类网购、理财软件的兴起,已经极大地改变了我们的消费习惯甚至生活方式。对于我们这一代人,特别是青少年来说,更是如此。我们不仅享受着这些网络金融工具带来的便利,也是受影响最大者。在高中这一关键时期,学生的世界观、人生观以及价值观正处于形成的过程中,并且在此阶段也形成了其消费观及生活方式;但由于心智尚未成熟,缺乏理财意识,极易被互联网金融带来的便捷及时所诱惑,引发不必要的消费、盲目的攀比甚至是透支消费等现象。调查发现,高中生的主要消费集中在伙食费、娱乐消遣(如参加聚会)以及衣着打扮等项目中,仅有一小部分会用在学习方面;而其余大部分则是花在吃穿玩乐上面了,只有一小部分资金会选择去储蓄或者理财,仅占不到5%的比例。反映出高中学

生在消费上缺乏平衡感,在财务规划管理方面存在不足。与此同时,全国86.83%的中小学从未开设过系统的金融理财课程。学校财商教育的缺失,叠加家庭理财引导的不足,使得高中生在面对日益复杂的互联网金融环境时缺乏必要的判断力与自我保护能力。有接近一成的受访学生表示曾遭遇诈骗并蒙受金钱损失。因此,深入研究互联网金融背景下高中生的消费与理财习惯,提出切实可行的改善对策,具有重要的现实意义。

1 互联网金融对高中生消费与理财的价值影响

1.1 消费便利化

互联网金融最显著的好处就是大大便利了消费者。以前中学生的消费主要是以现金支付为主,受限于携带金额以及找零的麻烦,其消费频率和场景都是有限的。但现在有了父母的银行卡或是数字钱包,中学生可以随时随地消费——无论是购买

校内小卖部的商品还是下载学习资料,从吃饭到打车都可以靠一部手机解决所有的问题。不仅提高了生活效率,在一定程度上还培养了学生自主决策的能力——他们可以独立地进行消费决策、比价以及支付行为,并在潜移默化中管理自己的零花钱。针对年轻人的相关研究表明,现阶段年轻群体消费整体呈现“理性克制、节奏稳定、线上线下的双向并进”趋势^[1]。

1.2 信息透明化

网购消除了传统消费环境中信息不对称的障碍,在手机上就能轻松查看各类商家产品及其评价的价格和口碑,为他们提供了海量的购物参考意见。电商网站的点评、比价、优惠信息等功能能够让他们在决策过程中逐渐养成“货比三家”的习惯。这样公开的信息其实是促使他们更加关注产品的性价比而非跟风商家定价。有的同学甚至已经开始利用节日期间的促销活动以及各种代金券及满减折扣来控制自己的消费,这是一种最基础的家庭理财手段。所以互联网金融为高中生提供了一个真实的市场演练平台,让其能够在具体的消费场景中形成合理的消费决策能力^[2]。

1.3 理财工具化

互联网金融不仅影响着人们的消费方式,也给中学生提供了投资理财的学习契机。以前他们只有两种资金管理方式:一个是存钱罐,另一个就是存到银行卡里定期存款。而现在出现了如支付宝“余额宝”和微信“零钱通”的货币基金,由于低准入门槛及高流动性,让中学生能够轻松理解和实现“钱赚钱”。很多被家长教育的中学生已经开始使用压岁钱和零花钱购买这类产品,并体验到财富增长的乐趣;还有一些记账软件(如“鲨鱼记账”)的大范围普及,让中学生能更为直观地看到自己的经济状态。这些软件虽然看上去简单,但足以给中学生的金融知识教育奠定基础,并学会建立“收入-支出-储蓄”的基本财务模型^[3]。

1.4 社交化消费

互联网金融与社交媒体的深度融合,催生了新型消费方式,青少年获取消费信息来源于社交网站,分享购物体验及参与团购消费,“云购”、“社交推荐”等新消费方式正在取代传统购物习惯,在生日聚会或者节日庆典中的消费行为既可实现情感诉求,同时是青少年进行交往活动以及表达个人特色的重要渠道。近40%的中学生通过消费来进行自我形象的塑造。这种交往型的消费虽然会带来一定的经济负担,但是能够让他们在一定程度上体验现实生活的消费理念以及交往规则,在未来融入现实社会的过程中积累了经验^[4]。

2 互联网金融背景下高中生消费与理财的现状

2.1 消费结构

当前高中阶段消费者的消费水平呈现明显的不均衡性。调查显示,高中生的支出主要用于饮食和娱乐方面,其中吃喝占到35%,娱乐交际占到25%,服饰饰品占到15%,也就是说非必要支出占到了60%以上;还有一项调查指出,35%左右的高三学生有打游戏并且付费的情况。同时有近半数同学每月均存在社

交支出。这种消费方式的发展离不开互联网金融的高度发达,通过电子支付手段,购物变成屏幕上数字跳跃的过程,大大降低了消费者在花钱过程中产生的痛感。60%以上的中学生不知道父母的具体工作情况以及每月的家庭收入水平。所以,当消费决策对钱的来源缺乏正确认识的话,就会更加容易去购买非必需品了^[5]。

2.2 消费心理

高中生的消费行为主要是基于内在动机驱动,在从众心理以及即时满足的心理上表现得尤为明显。在调查问卷中,有近四成的高三学生承认自己会被班里其他同学带节奏从而跟风购买。一双耐克牌的球鞋或许会在班级流行之后销量直线上升至五成以上^[6]。对于服饰以及电子产品来说,在高级中学当中更容易发生品牌对比的现象,并且在网络社交媒体以及视频网站上的各类购物信息不断刺激着他们的消费欲望,“网红零食”或者“限量版”的产品也刚好满足了他们想要新鲜感的心理。对“马上拥有”的渴望。他们将“想要买的东西就立刻去购买”的欲望与“想买的就不买”的欲望分开。因为自控力较弱,在短暂的欲望面前容易屈服,例如新的游戏皮肤、直播间中的打折商品或者社交平台上同学发的新鞋等等都会促使我们产生即时购买的冲动。

2.3 理财认知

就整体而言,高中生在财务管理和技能方面还处于初级水平。60%左右有存钱的习惯,比如红包和奖金,但是45%会将这些储蓄用于大额支出如旅行、电子产品等,并没有用于未来规划,说明他们偏向于延缓消费,而非实际积累财富。虽然有更多学生记录自己的支出情况,但比例仍然偏低。更重要的是,我们发现高中阶段学生的金融知识水平很低。全国80%以上的中小学没有开设过系统的财务管理课程,所以这些年轻人在这种环境下成长起来,在不懂得利率、通货膨胀、风险与收益这些基本概念的情况下,是不可能进行正确的财务规划的。他们平时的消费和春节红包很容易因为没有预算规划就用光了。

2.4 风险暴露

虽然互联网金融给青少年带来便利的同时也给他们带来了巨大风险。调查中了解到有10%的人表示受过骗并造成经济损失。常见的方式主要有:“宣传无风险高收益的投资或商品销售”、“网络交易虚拟物品”、“网上购物”、“盗用账户”等。北京互联网法院数据显示,在2021-2025年6个月内,涉及未成年人游戏充值及直播打赏引发的网络服务合同纠纷占比近七成。我们要警惕超前消费的危害性。部分网贷平台以“申请方便快捷、审批迅速、额度高”为口号诱导学生透支消费、过度借贷。虽然多数高中生不具备个人借贷能力,但随着“先消费后还款”的模式被广泛接受,“即时消费”正在消解着“信用消费”。当高中生习惯了预支并欠款的模式,又缺乏相应的偿付方式,其财务风险就产生了。

3 改善高中生消费与理财习惯的对策

3.1 个人层面-树立正确观念,培养记账习惯

一是从学生自身出发树立正确的财富观和消费观。具体措施有:第一,学会记账。借助“鲨鱼记账”或者简单的笔记本记录每一笔收入支出的情况,在坚持记账一个月后就能掌握自己的资金使用情况从而调整自身的消费习惯。二,学会区分“必需品”和“奢侈品”。当你想要买某样东西的时候,先问自己三个问题:我真的需要它吗?我失去了它会不会很痛苦?我可以再过3天再来决定要不要买它吗?”24小时消费法则”,就是这么简单直接的一个自我约束的方法。三,尝试将零花钱按比例分配。可以参考“一半存进银行、三分之一花掉、剩下的备用”的比例划分。四,主动学习一些金融常识。如了解一些经济方面的通俗书籍或者浏览政府的培训平台等等来慢慢建立对货币、储蓄、投资的认知框架。

3.2 家庭层面-加强沟通引导,创设理财实践

首先,在高中生理财观形成过程中,父母起到了重要的启蒙作用。第一点就是父母应该主动地跟孩子沟通金钱相关的话题。调查显示有60%以上的高中学生不了解父母的经济状况以及家里是如何花钱的,这是造成学生理财观念错误的一大原因。家长可以以适当的形式告诉自己的孩子自己家里的收支情况,让孩子知道挣钱之艰辛;同时,家长还可以让孩子参与到一些比较简单的家庭经济决策当中来,如估算一下家里举行一个聚会需要多少钱或者判断一下某一种商品是不是值得购买等等,借此机会培养孩子节约用钱的习惯;另外,家长可以引导孩子制定一些近期的或是远期的存钱计划,比如为旅游或者买一件喜欢的东西存钱,在玩乐中学会“等待回报”。最后是言传身教,父母自身也要有理性和克制的消费方式,以身作则往往胜过千言万语。

3.3 学校层面-纳入课程体系,开展财商教育

在学校层面,应加强对高中生的财商教育。80%以上的中小学缺乏系统的理财知识教育,在此方面亟待加强。第一,将理财观念培养纳入学校必修课或选修课体系中。例如有的学校邀请高校教师进行过“金融与社会”的讲座;有的学校从价值观——知识——技能三个层面来设置财经课程;也有的金融机构走入课堂,围绕如何正确合理地支配压岁钱等内容进行对话教学……第二,学校可以通过班会课、社团活动等形式开展财经教育,比如模拟投资游戏、举办理财规划大赛等活动。第三,学校应加强网络信息安全以及防诈骗方面的宣传教育,并结合真实案例向学生们普及各类金融陷阱;第四,思修、高数等相关课程可以适当增加一些金融常识教育——比如在高等数学中介绍利息相关计算,在思想政治中涉及消费维权等内容,让金融素养教育潜移默化地融入到学生的日常学习之中^[7]。

3.4 社会层面-净化金融环境,完善保护机制

我们应从社会层面入手维护高中学生的消费与财产安全利益,政府应对学校周边的金融广告进行严格的审查以及对向未成年人提供非法借贷行为和欺诈性宣传的行为予以严厉打击,全国学生资助管理中心预计在2025年将会发布预警提醒全体同学警惕产生严重后果的“校园贷”。互联网企业同样承担社会责任,对未成年人进行适度的约束(如游戏充值次数限制或者屏蔽),从源头上减少未成年人消费;商业银行及各类金融机构开发针对年轻人的产品及服务,在娱乐中学习理财知识;消协以及相关协会可以开展形式多样的青少年金融防诈宣传教育。只有所有主体通力协作才能为高中学生营造良好的网络金融消费生态空间。

4 结束语

互联网金融就像一把双刃剑,在给中学生带来便利的网购、信息透明和第一次接触投资的同时,也带来了消费过度、没有正确的理财意识和网上诈骗等不良现象。作为中学生的我们在这把双刃剑面前该如何应对呢?在享受它便利的同时也面临着考验。正确认识货币的价值,养成良好的消费习惯以及初步的理财意识不仅是为了当下零用钱的管理方式,更是为了未来独立生活后能实现经济上的自立及个人的选择权。希望同龄人都可以对自己的资产拥有自主权,而不至于被物化。

【参考文献】

- [1]赵癸萍.智能化网络谣言图像叙事的出场逻辑、现实样态与破解之道[J].陕西行政学院学报,2026,40(3):80-86.
- [2]张彦,石正扬,张之激,等.北京市丰台区中小学生含糖饮料消费行为调查及其影响因素分析[J].中国食物与营养,2026,32(7):166-174.
- [3]刘嘉欣.互联网金融对高中生消费行为和理财观念的影响分析[J].商讯,2019,(2):56-57.
- [4]贾千莹.论高中生经济生活中学习金融知识的作用[J].商讯,2018,(14):114.
- [5]于欣仪.从高中生角度看互联网金融对其消费行为和理财观念的影响[J].中外企业家,2018,(26):28.
- [6]徐楚涵.学生利用互联网金融产品进行理财的策略探究[J].中国国际财经(中英文),2018,(6):251.
- [7]蒋崇颖.新时代背景下高中生应如何学习金融知识[J].环渤海经济瞭望,2018,(1):160.

作者简介:

林楚睿(2009—),男,广东省广州人,广州天省实验学校,高中,研究方向:商业智能。