

考后狂欢 与理性账单

03 故事

理性与期待并存 众多学子晒“心愿单”

“我高考后第一笔支出就是买车票去了趟重庆。不过我最想要的还是换部新手机,于我而言,能让我开心的就是必需品。”7月3日,来自湖北宜昌的高中毕业生詹同学与记者分享了自己的考后心愿单,上面依次写有具体的开支事项、大致花费以及完成情况。她表示,这份心愿单是综合家庭的预算、各项开支大小,并结合现阶段的实际需求而规划和排列的。

在社交媒体平台,也有不少考生列举了自己高考后的开支,或是总结了自己的考后“必买清单”。“刚结束考试逛街爸妈给我买了大概2000元的衣服鞋子,报名考驾照花费约4000元。成绩出来后手机和笔记本电脑共支出12000元,后续还打算做近视眼飞秒手术要准备2万元。”一位自称普通家庭的考生小娟(化名)列出了自己的考后消费清单一览表,“每一项都挺必须,没有特别超纲的,就是集中在同一个节点上,加起来就多了”。

詹同学坦言,“犒劳心理”是驱动她消费的主要因素。在她看来,适度奖励自己本就是合情合理的事,只要将消费控制在家庭预算许可的范围内,“添置一些心仪物品,也是对过往拼搏的肯定”。

与此同时,家庭成员也参与了她的考后消费决策过程。“高考完之后,爸妈主动询问我想要什么东西,我直接表达,比如说想给自己换一部新手机,他们直接答应了。”她认为,父母的“补偿心态”源于对自己多年求学路上高压学习状态的心疼,“比起心疼,我觉得父母给予我更多的是肯定与鼓励,我也善于和他们沟通需求,不会盲目追求不太现实的消费”。

詹同学还向记者透露,“毕业旅行的下一站,我打算前往苏州,同时还打算利用暑假的时间打份工,既能攒些零花钱,也能帮父母减轻负担”。

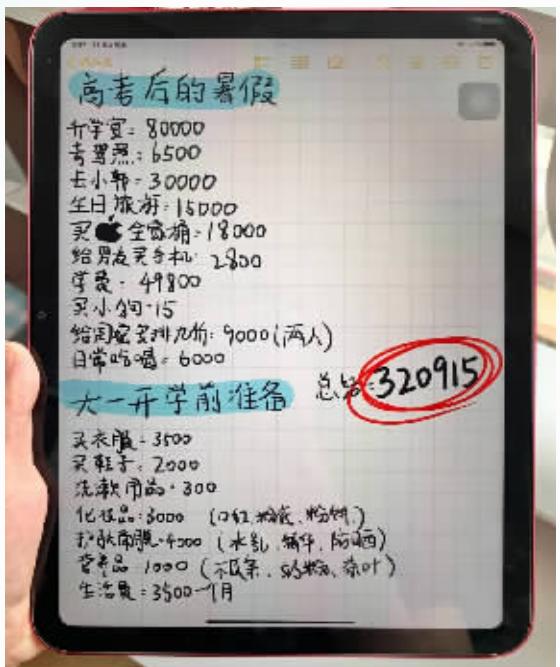
她笑着表示,手机是父母送的毕业礼物,所以旅行的费用准备用打工攒的钱解决,“希望后续整个行程的开支控制在2000元以内”。

你还记得高考后的第一笔支出吗?是奖励自己一部新手机、添置一台新电脑,亦或者来一场说走就走的旅行?

高考落幕,消费市场也随之迎来“后高考经济”热潮。近日,记者走入湖南各大消费卖场,并在社交媒体搜集来自全国各地的“考后清单”,与省内外学子“对话”,记录了他们在高考后的消费决策与思考过程,发现这其中,社会环境、文化观念、家庭因素等多种因素相互交织,深刻影响着毕业生的消费选择。

■三湘都市报全媒体记者 全若楠

晒考后“心愿单”,看看钱怎么花 打卡网红IP、踏访红色足迹,湖南考生“玩”出特色



社交媒体上,高考生们晒出的考后心愿单。

湖南部分考生消费果断、愿意尝试新事物

高考后电子产品的购买与置换是大部分学生完成升学过渡的仪式之一。7月2日,五一广场的苏宁易购店内,一进门就看到设置有“金榜题名红包墙”,近一半的红包已被领取。写有“学生补”字样的箱子堆叠起来,格外醒目。

学生们是如何挑选心仪的电子产品的?据OPPO店员介绍,Reno 14系列参与考生优惠后到手仅需2700多元,“这款学生党买的人相对更多,该系列人鱼姬和半夏绿两个配色都特别受女生喜爱。”此外,品牌的AI和实况功能深受学生党喜爱,“AI图像助手可以帮助照片去反光、去路人等。”现场店员正在为学生演示如何去除人物照片的玻璃反光。

正在挑选手机的湖南考生冯同学直言,自己受到湖湘文化特别是“敢为天下先”的精神影响,在消费上愿意尝试新事物,“电子产品一般买新不买旧,很多新款性价比也很高,功能也紧跟市场流行趋势”。

冯同学还准备做美甲、染发,“能提供情绪价值的消费一样是值得的”。

湖南考后消费“玩”出特色

湖南地区高考生的考后消费呈现哪些亮点?这些消费特点背后又折射出怎么样的社会文化密码?

湖南师范大学社会学系副教授谷玉良认为,湖南地区考生考后消费既有与其他地方一致的一面,也有其地域性特色。“湖南本身是网红经济大省,网红经济发达,特色网红IP丰富,因此,消费内容与消费行为与区域性网红经济紧密相关”。

同时,他注意到红色旅游消费也成为学生的一大选择,“湖南是革命老区,红色文化与文旅结合,形成了具有地域特色的红色文旅,这为本省的高考生考后旅游提供了绝佳的旅游选择”。

湖南还是全国有名的美食大省,因此与美食有关的夜生活也高度发达,“高度发达的夜经济和夜生活给学生提供了绝佳的消费支撑”。

提醒

符号消费成考后新趋势 多元消费环境下警惕攀比之风

谷玉良认为,无论是家长对学生的犒劳补偿心理、还是学生的成人礼象征仪式或社交拓展等,高考后消费狂欢都是一种正常的消费现象,在未来仍会持续,但在具体的消费行为特征方面,可能会发生一些变化。“从鲍德里亚的‘消费社会’理论来看,随着现代性的发展,个体的消费更加聚焦消费行为本身的意义,以及消费品‘物的有用性’(工具性消费)以外的符号价值,即消费品能够带来的身份象征或价值符号(符号性消费)”。

华中科技大学新闻与传播学院副教授甘世勇表示,现如今,网络新媒体开放多元,对消费群体的影响主要表现为时尚潮流展示与引导,容易被高中生群体模仿和接受,成为其表现自我与个性的载体。“随着高考结束,学生逐步离开家庭进入社会,在独立性与自主性加强的背景下,以往的消费模式发生改变,社会人际交往中的群体意见代替家庭内部意见,消费趋向多元和自主,成为个体接触社会、建立人际关系的新途径”。

“后高考经济”背景下的考生消费总体上是积极的,但也有一些值得关注的隐患。“少部分考生缺乏足够的认知和判断力,过度重视消费品的符号价值,在消费内容上存在盲目性消费、攀比性消费、超前性消费等,可能给家庭带来较大消费支出压力,也可能进一步由此引发家庭亲子关系紧张和家庭矛盾。”谷玉良认为,整个社会、家庭等应该对考生消费给予科学的引导,学生和家长要警惕社会不良消费文化对初入成年的这部分高考生的侵蚀与影响。

为此,他建议,在消费问题上,一方面,社会应该引导学生透过消费符号和虚拟价值看到消费背后个体需求满足的本质,引导学生科学、理性地认识消费的工具性意义和符号性价值。另一方面,在考后消费狂欢的问题上,家长应将家庭实际情况与学生进行充分沟通,在充分尊重孩子意愿的前提下,帮助孩子制定消费计划,让孩子在初入成年后的第一次自主性消费狂欢中真正体现“成年担当”。

