

考后狂欢 与理性账单

7月4日,家有中考生的长沙家长曾女士向三湘都市报记者介绍,尽管才初中毕业,周围已有一部分家长准备带孩子体验美甲。中高考结束后,不少考生和家长在社交平台上晒出账单,累计花费均在几万元甚至更高,引发关注讨论。近日各地警方、消费者权益保护委员会也不断发出提醒“考后消费避坑”“避免陷入消费陷阱”。

■三湘都市报全媒体记者 叶竹 全若楠 通讯员 刘雅杰

成年生活“预演”,消费注意避坑 专家:考后消费狂欢可看作“成人仪式”,需多方合力及时引导

04 观察

多地考生考后消费中遭遇陷阱

三湘都市报记者注意到,去年高考结束后,四川阿坝学生王某曾报警称在网络上刷单被骗19000元。据了解,王某在应用商城里下载了找兼职的软件,并在“指导老师”的带领下,通过在购物网站上刷单挣钱。刚开始,王某还挣了几百块钱(但本金一直没拿回)。尝到甜头后,王某便陆续投入19000元用于刷单,随后发现本金和挣的钱都无法提取,遂发觉上当受骗。

几天前,江苏盱眙高中生杨同学在家中等待成绩公布,因轻信平台上低价出售演唱会门票的信息,被骗了2000余元。情急之下,他选择报警求助。当地派出所民警迅速行动,加之他开启了“24小时延时到账”功能,民警几经周折帮其全额追回被骗资金。

此外,南京六合警方近日也成功破获系列网络诈骗案。其中一起以“超低价转让二手手机”为诱饵实施诈骗的案件,被骗者中就有一名大学生。警方也提醒中高考生,不迷信“白菜价”、不脱离“平台”私下交易、拒绝“提前付款”、同城交易“当面验”、多方核实“不轻信”。

回顾过往,考生在考后消费中遭遇陷阱的案例并不鲜见:不良培训机构打着“职业技能速成”等幌子,收取高额费用却提供劣质服务;部分旅行社推出低价团吸引考生,行程中却暗藏“套路”;一些数码产品商家以次充好、虚假宣传,让缺乏消费经验的考生上当受骗。

警方、消保委连发警示提醒

近日各地警方、消费者权益保护委员会也不断发出提醒“考后消费避坑”“避免陷入消费陷阱”。

湖南省消费者权益保护委员会副主任兼秘书长吴卫建议,不管是报名驾校、培训班,还是选择健身或者美容机构,一定要查验机构的相关资质,并签订规范合同明确权责。特别是医疗美容,在选择医美机构时,必须要严把机构的资质关,要看看这些医疗机构及操作的医生是否具备国家要求的相关证照,比如说医疗机构的执业许可证,还有执业医师的相关资质。“当然,我们不太主张学生去做医疗美容。但是如果要去的话,就要把好这些关,避免自己遭遇消费陷阱”。

同时,吴卫提醒,预付消费要谨慎,要理性消费,谨慎选择消费贷款。根据自身的需求和自己的消费能力来选择产品,没有必要一次性投入特别大,只要能够满足工作生活学习的需要即可,年轻的消费者可能会轻易地陷入“高息分期”或者使用陌生网贷这种情况,需警惕这些风险。



江苏一位姐姐带着顶流Labubu花束在高考考点外接妹妹。
网络截图

“考后消费”的升温与狂欢 与学生的特殊社交需求有关

在中国人民大学马克思主义学院副教授、经济学教研室主任沈尤佳看来,考生旅游、教育培训、数码产品采购等消费行为,是完成从“应试者”到“准社会人”的身份过渡。

“可以看作是特殊‘成人仪式’的消费狂欢。”湖南师范大学社会学系副教授谷玉良分析,考后消费狂欢实际上也是学生从青春期依赖型消费迈向成年独立型消费的一种重要象征仪式。在高考之前的学生阶段,学生的主要消费场所和消费内容多与学习相关,且受到家长和学校的高度约束。而高考后的学生普遍也有摆脱青春期年龄段的消费特点,向着成人化消费心态、消费行为、消费内容转变的特殊需要。“这一点可以从高考后学生消费内容的变化看出,比如想要自主决定消费内容、想要自主决定大额资金消费的支配权等”。

此外,谷玉良认为,高考后消费狂欢也与学生特殊的社交需求有关,从某种程度上讲,是学生初入成年后寻求新的社交圈和认识社交意义的重要形式,是成年生活的一种“预演”,而在社交需求上的满足,也成了考后消费狂欢的重要动力。“很多高考后的学生消费表现出复杂、多元的互动。他们通过相互交流消费内容、消费体会等,实现基于消费狂欢的日常交流与社交。并基于相同或相似的消费品位形成圈层化的社交,彼此结成除了过去高中同学以外的消费‘搭子’‘密友’,其社交圈和个人关系网络得到拓展,也从同质性关系网络开始向异质性关系网络发展。”谷玉良表示,这种消费是学生摆脱青春期、融入成人社会的一种尝试,在社交的层面上具有重要意义。

建议

政府、社会、企业、家庭多方发力
不应盲目批评需及时引导

谷玉良特别提到,从特殊“成人仪式”、社交需求来看,高考后的消费狂欢对这些高考后的学生而言,具有重要意义。“不应盲目批评,应给予积极地理解、支持和引导”。

他建议,一方面,家长应该与学生有坦诚的沟通,让学生在家庭经济能力和父母负担能力的背景下,理性进行考后消费;另一方面,政府、社会可结合高考考生“成人仪式”的消费需求特点、地域性资源和经济特色、国潮消费推动内循环等特点,针对考后消费狂欢,打造健康的消费市场、营造健康消费氛围,引导健康理性消费。“比如多部门联合指导,策划后高考消费节、后高考文旅消费项目等,都有助于为高考学子提供健康的消费狂欢环境和消费品”。

中国社会科学院经济研究所研究员张小溪也提到,“考后消费”需要家庭、企业、社会以及政府多方协同发力。对家庭而言,需重塑奖励的内涵。消费是家庭教育的一面镜子,家长需要从观念上转变,将一次性的物质馈赠,升级为引导孩子进行财务规划、培养理性消费观的契机。对企业而言,应彰显责任担当,将商业价值与社会价值相统一,打造有温度、负责任的商业模式,赢得消费群体的认同。对社会与政府而言,应筑牢引导与监管的防线。从源头构建理性消费的防护网,营造健康有序的市场环境。归根结底,“考后经济”“考后消费”折射出青年一代的消费趋势、价值倾向,以及如何走向未来的诸多选择。

