

贪便宜 凑满减 冲动消费

——近八成大学生有网购不实用物品的经历

中国青年报11月18日报道 去年“双11”，福建农林大学的余玲珑在一次性购买五六件衣服后，沮丧地发现适合自己的只有一两件，其他的被妈妈转手送给了姐姐。

“感性购物”一直是余玲珑的软肋，除了众所周知的购物节，考试结束、放假当晚、某些开心的时刻……都能成为专属于她的购物季。购买衣服等“大件”时，她会稍微浏览评论，只要大部分评价不错，她便会立刻下单：“花钱似乎真的可以让人从紧绷的神经中解放出来。”

近日，中青校媒面向全国792名大学生发起问卷调查，调查结果显示，86.99%受访大学生有购物后不怎么使用的情况，而后悔自己买过没用东西的受访大学生占77.53%。

书桌成了“不实用物品展示柜”

在网购的道路上，余玲珑跌跌撞撞的跟头不少，网购像个“泥潭”，她已深陷其中。

前段日子，为了实现“雨中自由”，她在网上购买了一组鞋套，用来保护自己容易进水的鞋子。但由于鞋套不易携带、穿上打滑，很快被她“封存”在抽屉最深处：“买了这种东西，真是太后悔！”

中青校媒调查显示，对买回来用不到的东西，有50.13%的受访者选择放在角落“吃灰”。来自福建的孙惠清理寝室书桌，为自己喜欢的手办腾出一个摆放的空位，窄小的一层柜子内。除了手办，旁边还立着五个CD碟厚度的动漫人物立牌。去年的“双11”，她在网上多次为自己喜欢的角色手办付下定金，并在之后补齐了2000多元的尾款。即使买回来的手办、立牌事实上并没有任何作用，甚至需要一笔不菲的费用，孙惠仍愿意为自己喜欢的角色埋单，她将其称作“为理想充值”。与此同时，她也面临着一个严峻的问题：她并没有足够的空间将自己的手办、立牌摆出来，很多手办藏在寝室柜子中，就连家中也堆积了不少。



资料图片

在“便宜”和“凑单”面前增加的购物清单

“去年买了很多不实用的东西，今年争取理智购物！”来自广西的大二学生刘雅婷为今年准备过“双11”的自己立下了“flag”。

回看她去年的购物清单，500毫升的“深层清洁洗面奶”“水光面膜”的组合套装和复古风的外套……在她详细的“双11”小账本里，“趁机囤一瓶”的超大量洗面奶价低划算，低折扣的优惠券则大大降低了面膜组合和衣服的价格……但实际上，“本着不浪费的精神”，不太适合她肤质的洗面奶只被使用了一个月左右，平时不爱敷面膜的她也只敷了五六片，至于一件有设计感的外套，她连穿都没穿过。

又一年“双11”到了，还没用到一半的洗面奶和面膜，被刘雅婷闲置在柜子里。中青校媒调查显示，回顾自己买不实用的东西时的心态，68.77%的受访者认为这是“心血来潮”，19.22%的受访者为了优惠而凑单，8.72%的受访者因为商品打折，3.29%的受访者则是因为购物节到了。

作为一个“书虫”，马若涵经常在线上购书平台流连忘返：“这些网站时不时会搞一些满150减50、甚至满200减100的活动，优惠力度很大。”但想买的书却又凑不到满减的门槛，

身边又没人和她拼单。这时候，她就会选择一些自己认为“看起来很有用的书”凑满减。之前购书网站周年满减活动时，她购买了一本哲学书，觉得提升自己哲学品味也很不错。但到货之后，那本哲学书一直沉睡在她书架的最内侧：“虽然看起来很有用，但却一页都没翻过。”

为了凑到满减而后后期随便挑选商品、在购物网站上看到便宜的东西便下单，结果购物之后发现很少使用。三明学院大学生心理健康教师雷晓宁解释，这是“糖果效应”在人身上的表现。对此，他也给出自己的建议：要学会让自己知足常乐，购物的时候仔细观看商品介绍，判断好商品对自己的价值才是“王道”。

可有可无的购物节

一双蓝色的杜兰特5代球鞋，是陈豪“双11”购物节唯一的消费品。他是一个名副其实的球迷，同时对球鞋也很热衷。这双鞋他盯了一个月，“双11”降价后便宜了200元。“之前常穿的几双球鞋比较旧了，平时又一直都在看鞋”，陈豪掐着“双11”降价的机会买下了它。

作为一个生活简单的男生，陈豪对于消费并没有太高的欲望：“没有消费需求的时候，我可能半个月都不会点开网购App。”调查显示，42.30%的受访

者会在经济允许的情况下买自己喜欢的东西，而56.44%受访者则认为在购物过程中应该保持理性消费态度。

去年“双11”收到鞋子那天的中午，陈豪很兴奋：“到了以后我马上穿着它去打球了。”今年的“6·18”购物节，他又买了一双心仪的球鞋。有明确目标的购物，让他避免了买了东西却用不着的困扰。今年“双11”，陈豪没有什么新的计划，这个购物节对他来说可有可无。

福建师范大学广告学系教师莫莉介绍，在购物节已经变成消费文化的当下，消费者更容易不自觉地购买更多商品，却没有意识到它们并不是真正需要的，而没有加入的消费者就会显得格格不入，跟不上潮流。

商家利用消费者的心理，推出集娱乐性和社交性为一体的促进消费的活动，比如近期流行的“盖楼”、点赞领优惠券的电商活动，反过来也推动了消费者消费行为的发生。她指出：“很多消费者对于机会成本没有正确认识。”从“双11”预热到真正购买这段时间里，为了领券、满减等优惠，消费者在其上真正消耗的时间会达到二三十个小时。但消费者没有意识到，若用这些时间去劳动、创造，他们最后创造的价值可以远远超过从优惠里获得的金钱数额。

相比于鱼龙混杂的线上购物，来自天津的小姜如今更偏向于线下购物。对她而言，要买日用品和食物，在实体店购买比网店更加便捷。在衣裤和鞋子的购买上，能够试穿的实体店也更便捷，网店里卖的东西如果不合身，还需要邮寄退回。

小姜的身边有很多对淘宝直播着迷的人，也有看一个小时直播能在购物车里塞十四五件产品的朋友。对此她并不理解：“他们买的东西没有多少适合自己的，多半是冲动消费罢了。我身边有很多人看了直播觉得衣服挺好看，买来试穿后就立刻后悔。”在她看来，买很多便宜的东西都不如一件适合自己的东西来得实在。

（应被采访对象要求，文中陈豪、孙惠、小姜为化名）

加强法治宣传教育 提高全民法律素质

