

# “先用后付”模式下大学生信用消费行为的电子商务审视与协同治理研究

徐克<sup>1</sup>, 柳任飞<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

<sup>2</sup>南京林业大学土木工程学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年12月29日; 录用日期: 2026年1月8日; 发布日期: 2026年1月26日

## 摘要

“先用后付”是数字金融时代推出的一种新的支付方式, 以“先消费再付款, 无任何手续费”的特点快速风靡电商领域。大学生作为年轻群体, 消费观念与消费行为表现出极大的多元化特征, 越来越多地采用信用消费的方式进行日常生活开销, 但这类消费存在一定盲目性, 在很大程度上会影响他们的学习生活, 且不利于形成立体完整的消费观念与价值观念。本文基于电子商务环境与消费伦理视角, 针对当前在电商平台广泛推行的“先用后付”模式下的大学生信用消费行为展开系统分析, 阐释该模式下大学生信用消费行为的特征、风险及生成机理, 解析“先用后付”通过零元下单、即时满足等方式重塑大学生消费场景认知与财富观念的过程, 进而剖析其带来的过度消费、个人信用受损、法律纠纷及价值观异化等风险。要破解该问题需打破单一规制或法律层面的规制短板, 构建起集思想引领、行为规范、制度保障于一体的多元共治体系, 这对于有效防控相应金融风险具有一定借鉴意义, 并积极回应了当代大学生消费价值观念塑造这一思想政治教育的核心命题。

## 关键词

先用后付, 消费行为, 信用风险, 思想政治教育, 协同治理

# E-Commerce Examination and Collaborative Governance of Credit Consumption Behavior among College Students under the “Buy Now Pay Later” Model

Ke Xu<sup>1</sup>, Renfei Liu<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

\*通讯作者。

文章引用: 徐克, 柳任飞. “先用后付”模式下大学生信用消费行为的电子商务审视与协同治理研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(1): 240-247. DOI: 10.12677/ec.2026.151031

<sup>2</sup>College of Civil Engineering, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: December 29, 2025; accepted: January 8, 2026; published: January 26, 2026

## Abstract

“Buy now pay later” is a new payment method introduced in the era of digital finance, rapidly gaining popularity in the e-commerce sector with its features of “consume first, pay later, and no fees.” As a young demographic, college students exhibit highly diversified consumption attitudes and behaviors, increasingly adopting credit-based spending for daily expenses. However, such consumption carries certain blind spots, significantly impacting their academic lives and hindering the formation of a well-rounded and holistic consumption and value concept. This paper, based on the perspectives of the e-commerce environment and consumer ethics, systematically analyzes the credit consumption behavior of college students under the “buy now pay later” model widely implemented on e-commerce platforms. It elucidates the characteristics, risks, and underlying mechanisms of college students’ credit consumption behavior under this model, and analyzes how “buy now pay later” reshapes college students’ perceptions of consumption scenarios and wealth through zero-down payments and instant gratification. Furthermore, it examines the risks associated with this model, including overconsumption, damage to personal credit, legal disputes, and the distortion of values. To address this issue, it is necessary to break through the limitations of single regulatory or legal frameworks and establish a multi-stakeholder governance system integrating ideological guidance, behavioral norms, and institutional safeguards. This approach holds significant reference value for effectively preventing corresponding financial risks and actively responds to the core proposition of ideological and political education: shaping the consumption values of contemporary college students.

## Keywords

Buy Now Pay Later, Consumption Behavior, Credit Risk, Ideological and Political Education, Collaborative Governance

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

在电子商务迅猛发展的今天,“先用后付”作为一种电商平台推出的新型支付方式,凭借平台数字信用评估体系,通过“零元下单、确认收货后再行付款”的方式,极大降低了电商购物的即时支付门槛,在很大程度上提高了消费过程的便捷性与体验感。过去几年间,其应用场景已从线上电商迅速延伸至线下培训、设备租赁、出行旅游等多个领域,实现了线上线下的全方位覆盖。尤其值得关注的是,“轻支付门槛,重即时体验”的特点契合了现阶段大学生群体“便捷”“个性化”“即时化”的消费心理,满足了大学生消费者正处在具有较强的接纳能力而又因生活费不足导致购买力受限的年纪阶段的特点,逐渐成为这项业务的主要客群之一。这一现象不仅反映了数字金融科技对日常生活的深刻嵌入,也折射出消费文化变迁中大学生行为选择的新动向。

然而,科技带来便利的同时也暗藏隐患。“先用后付”看似方便自由,实则隐藏着诸多风险。高校大

学生一直是网络消费大军的重要组成部分,这种新型消费方式必然会影响他们的消费行为与心理。大学生常出现消费观念超前于经济实力的现状,容易陷入先买后付的不健康消费模式。由于“先用后付”易得性强且“支付滞后”,部分大学生易产生非理性冲动消费,无形中背负起远超自身还贷能力的债务负担,严重者还会影响个人信用评分或引发与平台方的合同纠纷。事实上,其危害远不止简单的金融契约或法律问题,更关乎如何引导大学生树立正确理性消费观、提升基本财商、培养健康生活方式,本质上是涉及青年人价值观塑造、行为习惯养成、风险防范意识构建的现实思想政治教育问题。单一依靠金融监管或市场自我约束,难以全面覆盖和应对这些风险,因此需要从思想政治教育视角出发,对大学生群体展开引领,分析并解决相关问题。

基于此,本文立足于思想政治教育学视角,以“先用后付”模式下大学生的信用消费行为为考察对象,梳理其行为特征,探析风险成因,探索有效引导路径,以期为该领域问题的有效治理提供新思路。

## 2. 概念界定与理论基础

### 2.1. 核心概念

#### 2.1.1. 电商场景下的“先用后付”模式

“先用后付”(Buy Now Pay Later; BNPL),又称“先买后付”“先享后付”“收货后再付”是电商场景中常见的一种信用支付方式,消费者通过电商平台的信用认证后,可在约定期限内先完成线上或线下联动消费而无需即时付款。现阶段,淘宝、拼多多、京东、抖音等主流电商平台均已推出相关服务,主要面向信用资质良好的用户开放,服务场景已广泛覆盖线上购物与线下多元消费领域[1]。

#### 2.1.2. 大学生在电商平台中的信用消费行为

受生活费压力影响,信用消费观念逐渐被大学生接受;依托手机使用的第三方支付平台,凭借便捷性及优惠活动吸引了大量大学生用户;加之互联网等新技术的支撑,蚂蚁花呗、京东白条等第三方信用消费衍生工具得到快速发展[2]。大学生信用消费行为,特指在校大学生凭借个人信用资质(包括平台信用评分、个人征信记录等),在无需即时全额支付的前提下,通过金融机构、电商平台或第三方支付机构提供的信用产品与服务,获取商品、服务或资金支持以满足消费需求,并按约定履约还款的行为。

### 2.2. 理论基础

从电子商务与思想政治教育融合视角审视“先用后付”模式下大学生信用消费问题,需立足马克思主义消费观在电商环境中的体现、社会主义核心价值观对电商消费行为的引领、“三全育人”协同教育理论,结合当下盛行的消费主义、享乐主义思潮影响展开分析。

马克思主义消费理论是核心学理基础。作为马克思唯物史观的重要组成部分,马克思从人类社会发展史角度,在批判古典政治经济学和资本主义社会、创立唯物史观的过程中,阐述了其消费思想[3]。消费是社会生产关系的重要环节,消费观是价值观的形象具化,健康的消费必须与实际支付能力和生产力水平相匹配。“先用后付”的低门槛消费场景,极易成为消费主义、享乐主义传播的载体,二者会冲击大学生的价值观,诱发非理性消费行为。思政教育应引导大学生认清消费本质,摒弃错误认知,树立“量入为出、适度消费”的观念,这既是本文的研究价值所在,也是核心逻辑起点。

社会主义核心价值观引领理论提供价值导向支撑。大学生处在人生发展的关键阶段,也是走向社会的重要时期,这一阶段需积极推动社会主义核心价值观融入其日常生活[4]。公民层面的“诚信”准则与理性消费观内在契合,“先用后付”的信用属性,本质上是对大学生诚信品质的检验。部分大学生受享乐主义影响出现的消费失范行为,实质是对核心价值观认同不足的表现,易引发失信甚至违法后果。

“三全育人”协同教育理论为治理路径提供方法论指导。学生的消费问题既是经济问题,更是思想

问题,大学生消费观的养成是一项系统工程,“先用后付”的风险治理不能仅局限于高校单一领域[5]。在塑造大学生正确消费观的过程中,需协调校内外多方力量形成合力:高校要将消费观教育融入思政课程,以劳动教育为载体强化财富认知;家庭需发挥示范引领作用;社会则要着力净化消费环境、规范平台行为。

### 3. “先用后付”模式下大学生消费行为特征与风险图谱

本部分将结合案例与调研数据,深入描绘大学生使用“先用后付”的行为画像,并系统剖析其面临的多维风险。

#### 3.1. 行为特征

##### 3.1.1. 电商场景泛化与冲动决策机制

相较于最初仅适用于网购日常小额消费品的场景,如今“先用后付”已广泛渗透至线下教育培训、数码产品租赁、医美服务、旅游出行、奢侈品消费等多个领域。经过大规模应用,它不再单纯是支付工具,更成为接入大学生生活、学习、娱乐乃至自我投资的开放接口。其操作流程极为简便,宣称“30秒即可完成信用判定与交易”,极大缩短了传统金融信贷的长周期审批时间和决策冷却期,同时通过技术设计强烈刺激了大学生的即时满足心理。大学阶段是价值取向与消费习惯形成的关键期,在多样消费选择与“先用后付”的双重诱惑下,大学生易将本可推迟的消费转化为即时、非计划性购买,长期以来易引发过度消费,背离勤俭节约的优良传统与量入为出的生活原则。

##### 3.1.2. 电商支付延迟与债务感知弱化

电商平台推出的“0元下单、到期付款”核心体验,巧妙地运用了“支付平滑”心理效应,将一次性的、显性的较大额支付,拆解为数次隐性的、未来的小额支付。这种设计导致大学生在消费决策瞬间的实际负债感知度被显著弱化。金钱付出的痛苦感被延迟,消费行为与偿付责任在时间和心理上产生了人为的分离。这使得青年消费者更容易沉浸在即时拥有的满足感中,而低估了未来累积的还款压力。在这种机制下,消费决策的判断标准悄然扭曲:大学生由于有较强的好奇心和个人意识,消费观念更加自我,往往更愿意以个人喜好为出发点,也就是喜欢什么就买什么,而非能用什么才买什么[6],基于实际支付能力和长期规划的“需要”与受情绪、广告或同辈影响而产生的“想要”之间的界限变得模糊不清。许多非必要、甚至超越经济承受能力的消费,在“反正现在不用付钱”的心理暗示下被合理化。这一特征直接关涉大学生财务素养的缺失问题,反映出部分青年对信用本质、资金时间价值及个人财务长期健康缺乏基本认知,为债务的隐形累积埋下了伏笔。

##### 3.1.3. 电商电子合同忽视与法律风险累积

第三方信用消费平台提供的冗长、复杂且充满专业术语的电子格式合同与便捷的消费流程形成鲜明的对比。宁夏日报发布的调查结果显示,超过80%的大学生用户未曾仔细阅读便直接勾选同意,快速完成签约[7]。这种对法律文本的集体性忽视主要有两个方面的成因:一方面源于合同文本本身的晦涩难懂与“同意”流程设计的轻率化(如微小字体、默认勾选);另一方面,也深刻暴露出大学生群体法律意识与契约精神素养的不足。他们往往将“一键同意”视为获取服务的必要步骤,而非关乎自身权利义务的法律行为。合同中关于费率、逾期罚则、分期安排、信用数据报送、争议解决方式等关键条款,也由此成为“沉睡的风险”。一旦发生还款困难、服务纠纷或对费用产生异议,大学生用户常常陷入极为被动的局面,合法权益难以得到有效保障。这不光是一个法律风险问题,更从侧面揭示了在数字化生存中,大学生消费群体应具备的审慎、责任与权利意识迫切需要通过教育加以强化。



总的来说,“先用后付”模式在大学生中的流行,呈现出场景泛化诱发冲动决策、支付延迟弱化债务感知、便捷流程催生合同忽视三大典型行为特征。这三大特征并非孤立存在,而是构成一个逐级深化的风险链条。短暂的消费冲动在弱化的负债感知下被激发和放大,又由于法律意识的缺乏使得大学生对可能造成的后果缺少必要的认知和防范。从思想政治教育视角看,这不仅仅是个人消费习惯问题,更是涉及理性消费观、财务素养健全与公民法律意识三方面培育的思想政治教育新课题。

### 3.2. 风险图谱

#### 3.2.1. 电商信用消费中的个人债务风险

个人金融与债务风险最为直接,表现为大学生在“0元下单”的即时满足感中,忽视自身实际偿付能力,进行多笔、跨场景的叠加消费,导致隐性负债不断累积。但第三方信用消费平台还款周期可能与生活费到账时间不同步,这就容易造成短期资金流断裂。在这种情况下,如果与家长沟通不畅,则可能引发更严重的后果,部分学生会为偿还到期账单,转向其他借贷平台“拆东墙补西墙”,陷入“以贷养贷”的恶性循环。此外,由于“先用后付”订单琐碎、提醒机制不完善,极易因疏忽导致逾期,进而触发高额违约金、滞纳金乃至催收费。

#### 3.2.2. 电商生态内的个人信用风险传导

“先用后付”违规成本远不是单一订单的问题,直接关联着大学生在数字时代的“信用画像”。在各平台内部,逾期会导致信用评分迅速下调,影响用户在本平台乃至关联生态内的权益与优惠。此外,还有部分平台将用户的还款行为信息共享至合作的金融机构或征信系统,也就是说,一笔看似微小的逾期记录,可能引起多米诺效应,通过信用链条的传递,使学生在未来申请房贷、车贷等重要金融服务时造成负面评价,带来难以挽回的长期信用损失。

#### 3.2.3. 电商格式合同与知情权风险

“先用后付”消费模式的法律法规框架尚未健全。虽然《民法典》与《消费者权益保护法》提供了基本的法律保护,但对于“先用后付”这一特定消费模式的规定仍然原则性强、细节性不足[8]。一方面,平台通过采用“一步式快捷开通、多步式复杂关闭”的设计,限制了消费者的自由选择权。另一方面,冗长复杂的电子格式合同中可能暗藏不利于消费者的条款,在未理解自身法律责任的情况下便轻易授权,学生容易在纠纷中处于极端被动地位。

#### 3.2.4. 价值观异化风险:消费主义侵蚀与理性发展观的偏移

价值观异化的风险是最深层次、最具隐蔽性的风险,关乎大学生世界观、人生观、价值观的塑造。“先用后付”通过技术手段将“即时满足”极致化,持续刺激并迎合物质欲望,无形中助长了超前消费、攀比消费的风气,与勤俭节约的传统美德背道而驰。部分学生可能会把消费能力作为自我价值的表现,在“拥有”的同时完全忽略了所购买的商品的“需求”属性。中国消费者协会发布的警示中呼吁青年自觉抵制拜金主义、享乐主义侵蚀[9]。价值观异化风险不仅影响大学生个人财务状况,更可能扭曲奋斗精神、淡化责任意识,对学生的全面健康成长发展构成潜在威胁。

## 4. “先用后付”模式下大学生信用消费风险生成的多维动因分析

“先用后付”模式下大学生信用消费风险的形成,并非单一因素作用的结果,而是大学生主体特质、商业模式客体设计与外部环境条件三者交织互动的产物。从思想政治教育视角看,这一风险本质上是处于特定发展阶段的学生主体,在监管与教育尚未完全覆盖的新兴商业环境中,与消费主义导向的商业客体相遇后产生的必然张力与冲突。

#### 4.1. 主体层面：大学生的心理与认知发展阶段局限

大学生在电商消费中表现出的心理与认知特点,是构成其信用消费风险的重要内生因素。首先,在进入大学前,青年学生消费自主性差且娱乐性消费受压制,而进入大学后的宽松环境、消费自主性和消费自信的提升,在浸入网络消费、体验新鲜事物时更迅速或者更投入,可能出现过度消费以弥补前期欠缺,但其经济上的非完全独立决定了其偿付能力的脆弱性[10]。大学生主要依赖家庭供给的生活费或少量的兼职收入,这就决定了大学生具有很低的财务弹性,抗风险能力弱,一旦消费失控就容易引发债务危机。其次,财商素养的结构性缺失是关键短板。大多数学生缺乏系统的财务规划训练,对信用本质、利率计算、违约责任等金融知识缺乏了解,难以精准评估分期债务的真实成本和长期影响。再次,风险辨识与自我保护意识薄弱。在“零利息”“无压力”等营销话术包裹下,他们往往低估了潜在的法律与信用风险,对复杂的电子合同条款又没有审慎阅读的习惯与能力。最后,青年大学生价值观正处于关键塑形期,他们的消费观念与行为模式易受外部环境影响。追求个性、即时满足的心理需求与消费主义刻意营造的“拥有即幸福”的符号价值相契合,这些因素使他们更容易成为精准营销的目标,模糊了合理需求与过度欲望的边界。

#### 4.2. 客体层面：电商平台“先用后付”的“成瘾性”设计逻辑

“先用后付”商业模式本身就是一种精心打造的“消费客体”,其产品设计与营销策略直接诱导并放大了风险。第一,其核心在于构建“便捷性陷阱”。通过一键开通、免密支付这种极简的支付流程,技术性地消除了支付时的心理痛感和物理阻碍,将复杂的信贷决策简化为一次轻松的点击,极大刺激了冲动消费。第二,普遍存在“信息不对称”与“选择性透明”问题。平台往往突出“0首付”、“低月付”的吸引力,而将服务费、可能的高额逾期违约金、信用影响等关键风险信息淡化处理或深藏于冗长的用户协议中,侵害了消费者的知情权与公平交易权。第三,实施“精准的适应性营销”。利用电商平台大数据分析,针对大学生消费意愿强、对新事物好奇但支付能力有限的特点,在电商场景中定向向大学生推送高频使用场景下的“先用后付”类产品,以“先用后付”的生活方式概念进行包装,潜移默化地将这种信用消费模式塑造为一种潮流、时尚的消费选择。

#### 4.3. 环境层面：协同治理体系的滞后与缺位

电商监管与法律环境的滞后,为“先用后付”风险的滋生提供了空间。该模式因其新颖性,在电商法规中性质尚未明确,存在监管模糊地带,存在一定的监管模糊地带。现行法律法规对这类新型格式合同的规范、费率披露标准、数据共享边界等尚无特别细致的规定,导致出现纠纷时,消费者常面临维权依据不足、举证困难、成本高昂的困境。在教育与引导层面,家校社协同的金融素养教育机制尚未健全。传统学校教育中,系统化、可操作的理性消费观教育和实用金融知识普及仍较为欠缺;家庭层面,许多家长自身对数字金融产品了解不深,难以对孩子进行有效指导和风险预警。这种全方位的教育供给不足,使得学生在面对精巧的商业诱惑时,缺乏必要的“思想免疫”和“技能铠甲”。

“先用后付”风险的生成,是“不成熟的主体”、“诱导性的客体”与“不完善的环境”三者共同作用的结果。大学生自身的能力短板使其易受冲击,商业模式的逐利设计主动创造了风险场景,而监管与教育的滞后则未能及时筑起有效的防火墙。因此,有效的风险治理必须建立在对以上多维动因的深刻了解之上,构建起针对主体能力提升、客体行为规范、环境支持强化三位一体的协同应对体系。

### 5. 构建“思想引领-行为规范-制度保障”协同治理体系

基于思想政治教育视角,构建针对“先用后付”模式下大学生信用消费风险的协同治理体系,需超

越单一的金融监管或风险提示,从思想引领、行为规范、制度保障三个维度进行系统性整合。这三个维度相互嵌套、彼此支撑,共同构成一个旨在引导大学生形成健全财务人格与理性消费行为的育人系统。其核心在于,将经济行为的引导作为思想政治教育的延伸与实践场域。

### 5.1. 思想引领:以价值观教育筑牢认知根基与批判意识

思想引领是协同治理的先导与灵魂,其目标是唤醒主体自觉,使大学生在面对消费诱惑时具备理性思考的能力与辩证批判的思维,核心目标是在价值层面筑牢认知根基,培育批判意识,使大学生在面对消费诱惑时能够以辩证批判的思维理性的看待。改革开放以来,以美国为首的西方国家向我国输出消费主义,西方国家通过兜售消费主义生活方式,诱使青年沉湎于物质的诱惑和感官的享乐之中,丧失进取的斗志[11]。加强对青年大学生信用消费行为的思想引领主要由高校主导,并辅以家庭的积极配合。高校应结合电商消费现实场景,推动消费观教育从风险告知深化为电商环境下的价值观塑造,开展电商合同审查、信用成本计算等实务训练。可以通过将消费伦理深度融入思政课程体系,运用政治经济学与伦理学框架,剖析新型信贷模式对个人行为与价值观的潜在异化,引导学生树立“俭以养德、理性为要”的健康财富观;开展实务性的金融素养工作坊,通过模拟合同审查、信贷成本计算等训练,重点提升学生的风险辨识与长远规划能力;同时,学校要建立“监测-预警-帮扶”一体化机制,通过关注异常消费数据早期识别风险,并为已陷入困境的学生提供兼具心理疏导与法律支持的综合性帮扶,体现教育的人文关怀与实效性。家庭的辅助作用则体现在通过日常沟通与榜样示范,传递勤俭节约的家庭财富文化,与学校教育形成有效互补。

### 5.2. 行为规范:以多元主体责任约束构建健康行为生态

行为规范是协同治理的关键环节,聚焦于对大学生消费行为产生直接影响的多方主体,通过设定明确的行为准则来营造健康的消费环境。这需要家庭、互联网消费平台与商家以及社会共同发力。父母需通过平等的财务沟通与监督,引导孩子形成量入为出的消费习惯。电商平台应承担主体责任,纠正“默认开通、关闭困难”的信用支付功能设计,建立与大学生还款能力相匹配的电商授信模型,平台或商家应该有弹出窗口,有关键文字加粗加红等明显提示[12],以显著、易懂的方式保障用户的知情权与选择权;建立与大学生还款能力相匹配的审慎授信模型,杜绝诱导过度负债;严格规范营销宣传,清晰、无误导地呈现所有费用与合同关键条款。此外,媒体、行业协会等社会力量需承担共治责任,通过客观理性的案例报道、制定行业自律公约、以及提供公益法律援助等方式,营造抵制诱导、崇尚理性消费的社会环境,以切实保障大学生消费者的合法权益。

### 5.3. 制度保障:电商信用支付监管与制度完善

制度保障是协同治理的基石与后盾,为思想引领和行为规范提供强制性支撑与稳定预期,其核心目标是为思想引领和行为规范提供刚性的规则底线与权威性支撑,确保治理要求具有强制力与稳定性。这一维度以监管部门为核心,并需要立法与司法机构的协同。应尽快将“先用后付”纳入电子商务与金融消费协同监管框架,建立针对电商信用支付的青年学生信贷保护机制,对大学生消费者设置信用额度的上限,或引入“冷静期制度”,允许用户在短期内无息取消非必要分期消费[13],尽快界定“先用后付”业务的法律属性,将其纳入金融消费者权益保护范畴。在此基础上,监管需从事前、事中、事后全过程发力:事前制定针对学生群体的适当性管理标准和行业服务规范;事中强化对信息披露、合同公平性及数据合规性的动态监管与严格执法,严厉打击各类违规行为;事后则需完善征信信息共享与个人债务纾困机制,审慎规范学生信用信息的采集与使用边界。司法系统则需通过典型案例的裁决,对不公平格式

条款的效力进行明确认定, 为市场行为与纠纷解决提供清晰的法律预期与指引。

## 6. 结语

“先用后付”模式在电商环境中的普及如同一面镜子, 映射出大学生电商消费行为的新变化与新风险, 也暴露了当前大学生消费观教育与金融风险防控的薄弱环节。应对此类问题, 既不能仅依赖技术层面的风险提示, 也无法通过单一网络监管实现根治, 而需构建教育社会化系统工程: 在思想政治教育中培育健康消费价值观, 在法律法规与监管约束下规范相关市场行为, 通过内外合力强化金融科技创新监管、优化金融创新环境。最终形成内外并举、多主体共治的大学生消费观培育新格局, 让大学生在享受金融科技便利的同时有效规避风险, 实现金融消费的理性化、健康化发展。

## 基金项目

本文系江苏省教育厅 2024 年高校思想政治教育高校辅导员名师工作室和南京林业大学党建与思想政治教育研究课题“教育戏剧在高校学生党建工作中的应用研究”阶段性成果。

## 参考文献

- [1] 吴珊珊, 王安幸, 王丹丹, 等. “先买后付”对大学生网络消费行为的影响[J]. 老字号品牌营销, 2025(20): 34-36.
- [2] 沈思佳, 何磊. 基于蚂蚁花呗的大学生信用消费行为调查分析[J]. 时代金融, 2017(18): 260+268.
- [3] 詹明鹏. 马克思的消费理论及其当代价值[J]. 求实, 2015(10): 4-12.
- [4] 侯劭勋, 都晓琴. 社会主义核心价值观融入大学生日常生活的主要原则[J]. 社会主义核心价值观研究, 2025, 11(4): 11-19.
- [5] 陈楚晓, 郭凤, 段文琪, 等. 青年消费行为与高校“三全育人”应对措施研究[J]. 现代商贸工业, 2023, 44(3): 119-120.
- [6] 王天琦, 王杨. 新消费主义视域下当代青年的超前消费行为探究[J]. 互联网周刊, 2022(21): 89-91.
- [7] 刘惠媛, 张涛. “先享后付”, 莫成消费新套路[N]. 宁夏日报, 2025-12-18(006).
- [8] 赵妍, 蒋天虹, 胡浩南. 论数字经济视域下的消费者权益保护——以“先用后付”为切入点[J]. 产业创新研究, 2024(11): 68-70.
- [9] 中消协呼吁青年消费者: 远离网贷陷阱[N]. 中国消费者报, 2025-09-23(001).
- [10] 孙兆明, 李新阳. 消费者社会化、超前消费与大学生网络信用消费行为[J]. 数学的实践与认识, 2022, 52(12): 15-29.
- [11] 任艳. 对青年透支消费行为的理性审视与引导[J]. 青少年研究(山东省团校学报), 2008(3): 21-23.
- [12] 宋杰. 先用后付: “便利”之后[J]. 中国经济周刊, 2024(23): 78-79.
- [13] 李全泽, 王秋玲. 数字时代下新兴青年消费行为审视与引导机制[J]. 全国流通经济, 2025(19): 8-11.