

基于消费心理学的电商直播中理性消费思政教育研究

谢细妹 吴燕媚

广东创新科技职业学院 广东 东莞 523000

【摘要】：在数字经济快速发展的背景下，电商直播已成为主流消费场景，其依托实时互动、场景沉浸等特性，深刻影响着消费者的消费心理与行为模式。消费心理学视角下，电商直播通过多重心理刺激极易诱发非理性消费，而当代青年群体作为直播消费的核心群体，其消费观念直接关联价值观塑造与人生发展。思政教育作为引导青年树立正确价值观的核心路径，在规范直播消费行为、培育理性消费观念中具有不可替代的作用。本文基于消费心理学相关理论，结合电商直播的消费场景特征，分析直播消费中消费者的心理机制与非理性消费的表现及成因，探讨理性消费思政教育的必要性与现存困境，最终提出针对性的教育路径，为电商直播场景下开展理性消费思政教育、引导青年树立科学消费观、培育健康消费生态提供理论支撑与实践参考。

【关键词】：消费心理学；电商直播；理性消费；思政教育；青年群体

DOI:10.12417/2982-3811.25.09.020

1 引言

1.1 研究背景

电商直播已实现从“流量变现”到“常态化消费”的转型，成为连接生产与消费的重要桥梁。据相关数据显示，2024年我国电商直播市场规模突破5万亿元，用户规模超8亿人，其中18-35岁青年群体占比超60%，成为直播消费的主力军。电商直播凭借“主播讲解+实时互动+限时优惠”的模式，打破了传统消费的时空限制，为消费者提供了便捷、直观的消费体验，但同时也催生了一系列消费乱象：冲动消费、攀比消费、炫耀消费、超前消费等非理性行为频发，部分青年在直播消费中陷入“买买买”的误区，不仅造成经济负担，更出现价值观偏差，如将消费与身份认同绑定、忽视劳动价值、滋生享乐主义等。在电商直播场景中开展理性消费思政教育，破解非理性消费困境，引导青年群体理性消费、健康消费，已成为高校思政教育与社会治理的重要课题。

2 电商直播中理性消费现状及非理性消费的心理成因分析

2.1 认知偏差：直播场景诱导下的认知错位

在电商直播场景中，消费者的认知过程容易受到场景氛围、主播引导等因素的影响，产生认知偏差，进而诱发非理性消费。一方面，锚定效应明显，主播在直播中往往会先报出商品的“原价”，再给出“直播专属价”，通过价格对比，让消费者产生“捡便宜”的认知，忽视商品的实际价值与自身需求；另一方面，从众心理突出，直播中实时滚动的“已售数量”“好评弹幕”，以及主播“大家都在买”“错过就亏了”的话术，会让消费者产生“他人都在买，我也应该买”的认知，盲目跟随

他人消费，失去自主判断能力。

2.2 情感驱动：直播氛围激发的情感冲动

情感因素是诱发直播非理性消费的重要心理动因，电商直播通过营造特定的氛围，激发消费者的情感冲动，促使其做出非理性消费决策。一是紧迫感与焦虑感，主播通过“限时秒杀”“倒计时”“限量发售”等方式，营造“错过不再有”的紧张氛围，激发消费者的焦虑情绪，让消费者在情绪驱动下，仓促下单，忽视理性判断；二是愉悦感与归属感，直播中的互动抽奖、红包雨、主播的亲切互动等，能够给消费者带来愉悦的情感体验，同时，消费者通过参与直播互动，加入“粉丝群”，能够获得归属感，进而为了维持这种情感体验，盲目购买主播推荐的商品；三是攀比感与虚荣心，部分主播在直播中刻意强调商品的“高端”“稀缺”，引导消费者将商品与身份、地位绑定，激发消费者的攀比心理与虚荣心，促使其为了彰显个性、提升身份，购买超出自身经济实力的商品。

3 电商直播中理性消费思政教育的必要性与现存困境

3.1 破解青年非理性消费困境，促进其身心健康发展的需要

青年群体是电商直播消费的核心群体，也是思政教育的重点对象。当前，部分青年在直播消费中陷入冲动消费、攀比消费、超前消费等误区，不仅造成经济负担，更出现价值观偏差，如滋生享乐主义、奢靡之风，忽视劳动价值，缺乏责任意识。理性消费思政教育能够引导青年树立正确的消费观、金钱观、劳动观，帮助其认清非理性消费的危害，提升自我管控能力，规避消费陷阱，减轻经济负担，促进其身心健康发展，引导其成长为理性、务实、有责任、有担当的新时代青年。

3.2 思政教育与直播消费场景脱节，针对性不足

当前，理性消费思政教育多以传统课堂教学、主题宣讲、海报宣传等形式开展，内容多以理论说教为主，缺乏对电商直播消费场景的关注，未能结合直播消费的特点与消费者的心理规律，开展针对性的教育引导。例如，部分高校开展的理性消费思政教育，仅简单强调“理性消费、拒绝浪费”，没有结合电商直播中诱导消费的具体心理机制、消费陷阱等内容，难以让青年群体真正理解非理性消费的危害，也无法为其提供切实可行的理性消费方法，导致教育效果不佳。部分高校虽然在课程中加入了相关教育内容，但也只是稍微提及，内容与时代脱钩，难以跟上网络消费的发展速度，教育效果不佳。

3.3 教育主体单一，多方协同育人机制未形成

高校虽然在思政教育方面具有优势，但缺乏对直播消费场景的掌控力，难以全面覆盖直播消费的各个环节；直播平台过于注重流量变现，忽视了对消费者的理性消费引导，甚至为了提升销量，纵容主播开展虚假宣传、诱导消费等行为；家庭对青年群体的消费教育重视不足，部分家长缺乏正确的消费观念，对孩子的消费行为缺乏引导与约束；社会层面缺乏对理性消费的宣传引导，不良消费风气的影响依然存在，这些都制约了理性消费思政教育的实效性。很多家庭都将教育的重心放在了孩子的学习成绩上，忽视了孩子消费观念的培养，甚至存在“我就一个孩子，挣的钱就是要给孩子花”的错误思想，不利于孩子形成正确的消费观。

3.4 教育方式单一，难以适应青年群体的认知特点

青年群体是直播消费的核心群体，其认知特点具有年轻化、个性化、互动性强的特点，喜欢新颖、生动、有趣的教育形式。但当前，理性消费思政教育的方式较为单一，多以理论灌输、说教为主，缺乏互动性、趣味性与实践性，难以吸引青年群体的注意力，也无法激发其参与的积极性。例如，部分高校开展的理性消费主题教育，仅通过讲座、班会等形式开展，内容枯燥、形式单一，青年群体参与度不高，难以真正将理性消费的理念内化于心、外化于行。部分高校在引导学生树立正确消费观，强化维权意识、防骗意识的教育中保持着在公告栏张贴海报，在qq、微信群里群发信息的教育形式，形式单一，缺乏针对性和吸引力。

4 基于消费心理学的电商直播中理性消费思政教育路径

4.1 立足消费心理，优化思政教育内容，提升教育针对性

纠正动机偏差，引导正确消费动机，树立科学消费观结合动机心理学理论，纠正消费者的消费动机偏差，引导其树立正确的消费动机，培育科学的消费观。一方面，引导消费者明确消费的本质意义，消费是为了满足实际需求，而非彰显身份、填补空虚，帮助其摒弃攀比消费、炫耀消费、冲动消费等非理

性消费动机，树立“实用、经济、理性”的消费动机；另一方面，加强金钱观、劳动观教育，引导消费者认识到金钱的来之不易，尊重劳动、珍惜劳动成果，合理规划消费预算，拒绝超前消费，养成勤俭节约的消费习惯。对于青年群体，重点引导其树立正确的价值观，将消费与自身的成长发展相结合，注重精神消费与能力提升，避免过度追求物质消费。结合马克思主义异化劳动理论与法兰克福学派的消费异化理论，引导消费者摆脱消费异化的困境，回归消费的本质，实现理性消费。

4.2 创新教育方式，贴合直播场景，提升教育吸引力

采用互动式、体验式教育方式，增强教育实效性结合青年群体的认知特点，采用互动式、体验式的教育方式，激发青年群体的参与积极性，提升思政教育的实效性。例如，开展“理性消费模拟直播”活动，让青年群体分别扮演主播与消费者，模拟直播消费场景，在实践中感受主播的诱导话术与消费陷阱，学会理性判断与拒绝；举办“理性消费主题辩论赛”，围绕“直播消费中理性与冲动”“攀比消费的利与弊”等话题展开辩论，引导青年群体深入思考理性消费的重要性；开展“理性消费打卡”活动，引导青年群体记录自己的直播消费行为，反思自身的消费决策，培养理性消费的习惯。同时，利用线上答题、趣味测试等形式，让青年群体在互动中学习消费心理学知识与理性消费技巧，提升自我管控能力。

4.3 构建多方协同育人机制，形成教育合力

加强社会宣传引导，营造理性消费氛围社会层面应加强理性消费的宣传引导，营造健康、理性的消费氛围，为理性消费思政教育提供良好的社会环境。例如，媒体应发挥舆论引导作用，宣传理性消费的重要性，曝光直播消费中的非理性行为与消费陷阱，传递正能量；公益组织开展理性消费公益宣传活动，走进社区、高校，开展专题讲座、宣传咨询等，帮助消费者提升理性消费能力；监管部门应加强对电商直播行业的监管，规范行业秩序，打击虚假宣传、诱导消费等违法违规行为，维护消费者的合法权益。同时，弘扬勤俭节约、艰苦奋斗的优良传统美德，引导全社会树立理性、务实、健康的消费观念，形成“理性消费、拒绝浪费”的社会风尚。网监、宣传等部门应完善相关法律法规，强化对网络平台的有效监督，大力清除非法贷款平台，加大对不良商家违规促销、商业欺诈等行为的惩处力度，为理性消费营造良好的网络环境。

4.4 强化自我教育，提升消费者的理性消费能力

理性消费思政教育的最终目标是引导消费者实现自我教育、自我约束，提升理性消费能力。一方面，引导消费者树立自我教育意识，主动学习消费心理学知识与理性消费技巧，了解直播消费中的陷阱与非理性消费的危害，不断提升自身的认知水平与自我管控能力；另一方面，引导消费者养成良好的消费习惯，如制定消费预算、理性对比商品、拒绝盲目跟风、不

超前消费等,对于青年群体,重点引导其树立正确的价值观与消费观,增强责任意识与自律意识,学会合理规划消费,避免陷入消费困境,实现个人的健康发展。引导青年群体清楚地认识到自己的首要任务是努力学习从而实现德智体美劳综合素质的全面提升,而不是比吃比穿,在面对物欲横流的社会大环境的影响时,要有明辨是非的能力,保持理性的消费观念,不过分追求骄奢淫逸,不贪图物质享受,在自身经济承受范围内合理消费,把消费重心向文化消费、技能消费等提升自身文化知识和能力素质等消费方向倾斜。

5 结论

电商直播作为新兴的消费场景,其依托实时互动、场景沉浸等特性,结合消费心理学原理,极易诱发消费者的非理性消费行为,尤其是青年群体,由于认知偏差、情感冲动、动机错

位、自我管控能力不足等心理因素,非理性消费行为频发,不仅造成经济负担,更影响其价值观塑造与身心健康发展。在电商直播场景中具有重要的必要性,但其当前仍面临着教育内容与直播场景脱节、教育主体单一、教育方式单一、消费心理学运用不足等困境。

本文提出了针对性的理性消费思政教育路径:立足消费心理,优化思政教育内容,破解认知偏差、缓解情感冲动、纠正动机偏差;创新教育方式,打造场景化、互动式、体验式教育内容,借助新媒体平台拓宽教育渠道;构建高校、直播平台、家庭、社会多方协同育人机制,形成教育合力;强化自我教育,提升消费者的理性消费能力。这些路径能够有效提升理性消费思政教育的针对性与实效性,引导消费者树立理性消费观念,规范电商直播行业发展,营造健康、理性的消费生态。

参考文献:

- [1] 彭聃龄.普通心理学[M].北京:北京师范大学出版社,2023.
- [2] 王宁.消费社会学[M].北京:社会科学文献出版社,2023.
- [3] 李磊.电商直播中消费者冲动消费的心理机制及引导策略[J].商业经济研究,2023(12):56-58.
- [4] 张敏.思政教育视角下青年直播理性消费引导研究[J].青年研究,2022(5):78-85.
- [5] 刘芳.消费心理学在电商直播中的应用及理性消费引导[J].商业经济,2023(3):123-125.
- [6] 曹文沛.SOR 视角下直播电商驱动消费者冲动购买的形成机理及治理路径研究[J].电子商务评论,2025,14
- [7] 万玉良.思政教育视域下大学生理性消费观培育路径探索[J].全国高校思想政治工作网,2025(5):1-6.
- [8] 张凤琴.消费异化下大学生思想政治教育路径研究[J].教育进展,2025,15(2):1139-1148.