

青年消费主义心理演变视角下的“精致穷”生活方式分析

张骞¹ 谢莹璇² 苏绍建¹ 刘汉勇¹ 曾磊¹

1. 赣州职业技术学院; 2. 赣南卫生健康职业学院

摘要: 在后现代社会语境中,青年群体的消费心理与行为呈现出日益复杂化和多元化的趋势。“精致穷”作为一种兼具理想化与现实困境的生活方式,折射出青年在物质匮乏与精神富足之间的张力。本研究以消费主义心理演变为视角,探讨“精致穷”现象的形成机制、心理动因与社会文化逻辑。通过对青年消费认同、社会符号价值与自我建构等因素的分析,揭示其背后的心理结构与社会根源,并提出相应的价值引导与社会治理路径。研究认为,“精致穷”既是青年群体追求个体尊严与社会认同的情感外化,也是消费社会结构性焦虑的表现,其健康化引导应依托教育、媒体与政策多维协同,促进理性消费与心理平衡的重塑。

关键词: 青年消费主义; 精致穷; 心理演变; 社会认同; 生活方式

当代青年生活于物质极大丰富、精神需求高度多样化的社会环境中。消费早已超越单纯的经济行为,成为个体身份建构、情感表达与社会归属的重要媒介。特别是“精致穷”这一生活方式的流行,成为当代青年文化语境下的典型符号现象。所谓“精致穷”,指的是收入有限却依然保持高品质生活体验与审美追求的群体特征,它体现出青年在理想与现实之间的微妙平衡与心理博弈。

在互联网与社交媒体的推动下,青年消费心理经历了从“生存型消费”到“符号性消费”的转变,消费不再仅仅是满足基本需要的手段,而是成为一种自我表达与社会互动的方式。“精致穷”在这一心理演变过程中应运而生,它反映出青年在经济压力、社会竞争与文化认同交织中的矛盾心理。

本研究以消费主义心理演变为分析框架,从社会心理、文化逻辑与价值观念三个维度剖析“精致穷”现象的内在机制。研究旨在揭示这一生活方式背后的心理结构与社会根源,分析其对青年个体成长与社会价值导向的影响,并提出促进理性消费与心理健康的对策建议。

一、青年消费主义心理的演变轨迹

(一) 从“必需消费”到“自我表达”: 消费心理的时代迁移

在计划经济时期,青年消费行为以“功能性”与“节约性”为主,消费被视为满足基本生活需要的工具。而进入市场经济与信息化时代后,消费逐渐承担起身份识别与情感满足的社会功能。20世纪90年代

以来,随着广告传播与全球品牌文化的渗透,青年群体的消费心理经历了由“实用理性”向“符号理性”的转变。进入移动互联网时代后,社交媒体的“可视化”机制进一步放大了消费的表演性。青年通过晒图、打卡、穿搭分享等方式展示生活状态,形成以“消费审美化”“形象符号化”为特征的新型心理需求。消费成为一种“社会资本”的积累方式,个体在社交网络中通过消费符号获取认同与归属,这也为“精致穷”提供了心理基础。

(二) 经济焦虑与心理补偿: 消费心理的内在张力

青年一代普遍面临高房价、就业竞争激烈、收入增长缓慢等现实压力,这些因素在心理层面催生出一种“焦虑性消费”。当代青年虽然物质资源有限,却在精神层面渴望通过消费获得暂时的控制感与幸福感。这种心理补偿机制使得“精致穷”成为一种自我安慰与心理防御的方式。同时,消费主义文化强化了“消费即幸福”的社会叙事,青年群体在这一叙事的影响下,往往将“消费选择”视为“个体自由”的象征。然而,这种自由往往是“伪自由”,其背后隐藏着资本逻辑对心理的操控。青年在自我实现与社会期待之间摇摆,陷入“理性认知”与“情感欲望”的双重困境。

二、“精致穷”生活方式的社会文化逻辑

(一) 符号消费的社会认同机制

“精致穷”的核心不在于贫穷本身,而在于通过有限资源实现生活品质与社会认同。法国社会学家布迪厄的“品味区分理论”指出,消费行为具有显著的

社会象征意义，个体通过消费展现阶层位置与文化品味。对于青年而言，在尚未积累充足经济资本的阶段，审美选择与生活方式成为他们获得“象征资本”的重要途径。“精致穷”正是这种“象征资本”逻辑的体现。青年通过购买高性价比的奢侈替代品、追求仪式感生活、营造视觉精致的社交形象，来实现对“体面生活”的心理建构。消费行为在此已脱离纯粹的经济功能，而成为社会身份的表演与文化自述。社交媒体的传播效应进一步强化了这种“可视化身份”，使“精致穷”成为一种可被分享、模仿与再生产的文化现象。

（二）个体主义与情感资本：青年自我价值的外化路径

“精致穷”的流行还与青年价值观中日益强化的个体主义倾向密切相关。后物质主义文化强调自我体验、精神愉悦与情感满足，青年更注重“当下感”和“自我实现”。在这一心理语境下，消费成为情感投资的重要渠道。即便经济拮据，他们也愿意为一次高品质咖啡、一次短途旅行或一次精致聚会付费，因为这些消费带来的是情感意义与存在确认。此外，情感资本的积累在青年社交中占据重要地位。“精致穷”式消费往往通过“情感共鸣”形成群体归属，如共同追求美好生活、分享精致体验等。这种情感共识为青年提供了心理慰藉，也掩盖了经济焦虑的现实压力。

三、“精致穷”现象的心理动因与社会影响

（一）心理动因：认同焦虑、情绪补偿与自我建构

“精致穷”生活方式的流行，并非单纯的选择，而是青年群体在心理层面的一种复杂回应。首先，其根源在于认同焦虑的普遍化。当代青年生活在社会阶层流动减缓、竞争愈发激烈的现实环境中，社会主流话语依旧以“成功”“财富”“体面”为核心标准。为了在同龄人中保持可见性与尊严感，青年倾向于通过精致消费来建构身份认同，借助外在形象抵御被边缘化的心理压力。这种焦虑型消费既是社会比较机制的产物，也是一种象征性自我防御。其次，“精致穷”体现出情绪性消费的强化趋势。面对现实生活中的经济不确定性与职业焦虑，青年常通过即时消费寻求心理慰藉。一杯精品咖啡、一件限量联名服饰或一次短途旅行，都被赋予了情绪调节的功能。消费在此成为“自我治疗”的手段，使个体在暂时的愉悦中获得控制感与自我肯定。心理学视角下，这是一种典型的“情绪性补偿机制”，既缓解焦虑，也在无形中强化了对消费的依赖。再次，“精致穷”还反映了青年自我建构的文化路径。在后现代语境中，身份认同不再依赖

于固定社会角色，而更多通过个体选择与审美表达来实现。青年借助消费行为塑造“理想化自我”，通过“看似体面”的生活仪式感维持心理平衡。消费成为自我叙事的重要媒介，是青年“做自己”的象征行为。即便经济有限，他们仍坚持“高质感”的生活方式，以此表达审美独立与价值自信。然而，这种自我建构常陷入“理想—现实—焦虑”的循环：消费带来短暂的自我满足，却难以持续支撑内在价值感，反而加深了虚假繁荣与心理疲惫的悖论。

（二）社会影响：文化共谋与价值偏移

“精致穷”现象在社会层面的影响具有双重性。一方面，它反映出青年群体审美意识的提升与生活品质观的更新。青年在有限资源条件下依然追求美学化、情感化的生活体验，展现出对精神价值与生活仪式感的重视。这种态度推动了新消费业态的兴起，如小众品牌、文化创意产品、体验式消费等领域的繁荣。它折射出青年一代对“幸福定义”的重塑，从物质积累转向心理愉悦与自我表达。然而，另一方面，“精致穷”也带来一系列值得警惕的社会心理效应。首先是价值观的偏移。当消费被过度符号化、情感化，理性与节制逐渐被“即时满足”取代。青年过分强调外在精致与视觉呈现，容易陷入“被消费的自由”幻象中，被资本逻辑与媒体算法所操控。消费主义文化通过制造焦虑与欲望循环，强化了“消费=幸福”“价格=品味”的社会叙事，使青年在追求个性化的表象下，反而被同质化的商业话语所裹挟。其次是经济风险与心理失衡的叠加。精致化消费往往超出收入承受范围，导致信用透支与经济焦虑，形成“消费—负债—补偿消费”的恶性循环。与此同时，社交平台的比较机制加剧了“表演性焦虑”，青年在持续展示“精致生活”的过程中，内心真实需求被忽视，焦虑、空虚与自我怀疑不断累积。这种“数字化表演”掩盖了真实生活的平凡与不安，强化了“面子经济”的社会氛围。

更为深层的影响来自文化共谋机制。资本、媒体与社交网络共同参与“精致穷”的再生产。品牌营销通过“轻奢”“小确幸”等概念重塑消费话语，将平价商品包装成具有“格调”的象征符号；社交媒体通过算法推荐强化这种审美秩序，使青年陷入持续的心理暗示与模仿冲动。由此形成的“文化共谋”不仅消解了青年对现实的批判意识，也模糊了理性消费与符号消费的界限。

综上所述，“精致穷”既是青年个体心理的折射，也是社会文化结构作用的结果。它在满足青年情感需求与自我表达的同时，也潜藏着价值异化与心理失衡

的风险。唯有从社会支持系统、心理健康教育与媒体责任等多维度入手，才能化解其负面效应，引导青年在理性与美学之间实现新的平衡。

四、结论与引导策略

“精致穷”作为青年消费主义心理演变的产物，揭示了个体在现代社会中的身份焦虑与价值迷失。它既是对现实压力的情感抵抗，也是对理想生活的象征追求。青年通过消费行为实现情感补偿与自我表达，体现出在社会变迁中的心理适应机制。然而，当这种心理演化被资本逻辑裹挟，便可能导致理性消费的异化与价值观的偏移。

要引导“精致穷”现象向健康方向发展，应从三个层面着力：

一是教育层面，高校与社会应加强青年金融素养与消费心理教育，引导其树立理性、节制、责任的消费观，提升自我管理与延迟满足能力；

二是媒体层面，主流媒体与网络平台应承担社会责任，减少对“消费即幸福”的单向宣传，倡导真实、朴素、多元的生活美学；

三是政策与社会层面，应完善青年就业支持、住房保障与心理健康服务体系，为其构建稳固的生活基础与心理安全感，从源头缓解“精致穷”背后的结构性焦虑。

“精致穷”不应被简单视为奢靡或盲目，而应被

理解为青年在消费社会中的文化适应与情感诉求。未来的社会治理与文化引导，应在理解这一心理演变逻辑的基础上，促进青年在理性消费与精神追求之间的动态平衡，实现心理健康与社会价值的双向优化。

参考文献：

- [1] 朱旭敏.想过得精致却背了债年轻人怎样理性消费? [N].乌兰察布日报,2025-04-30(006).
- [2] 刘贝贝.消费主义影响下青年“伪精致”现象透析及引导[J].新生代,2024(4):35-40.
- [3] 温暖.“精致穷”大学生消费性贫困及金融能力提升研究[D].吉林大学,2023.
- [4] 田小文,戴言,伯乐.“快乐购”且“精致穷”:消费主义对Z世代主观幸福感的影响[J].消费经济,2023,39(4):81-93.
- [5] 胡峰静.身份想象与消费实践:城市青年“精致穷”现象研究[D].华东理工大学,2023.
- [6] 从“精致穷”到“新节俭”[J].作文与考试,2024(12):63.
- [7] 郑艺阳.消费新未来:告别“精致穷”,学会“清醒花”[J].消费者报道,2023(6):5-8+4.
- [8] 曹丛丛,王效仿.符号消费视域下“00后”大学生“精致穷”现象研究[J].山西青年职业学院学报,2022,35(2):48-52.
- [9] 明珠,王小霖.“精致穷”?搞不好就是“穷讲究”[J].婚姻与家庭(家庭教育版),2021(8):20-22.