

# “光盘行动”在大学校园推广的影响 机制与实现路径

张志彬<sup>a</sup>, 马羽欣<sup>b</sup>, 张智威<sup>b</sup>, 谭铮鏖<sup>b</sup>, 尹千里<sup>b</sup>, 李搏<sup>b</sup>

(湖南科技大学 a. 商学院; b. 潇湘学院, 湖南 湘潭 411201)

**摘要:**“光盘行动”是节约型餐饮消费的重要表现,在大学校园推广有利于在大学生之间倡导节约文化,宣传节约理念,形成低碳消费的节约之风。从消费者行为学的视角出发,通过问卷调查的方式,借鉴行为学派和认知学派的理论分析了“光盘行动”在大学校园的推广现状和影响因素,运用“AIEAS”模型提出促进“光盘行动”在大学校园推广的实现路径。

**关键词:**光盘行动;消费者行为;AIEAS 模型

**中图分类号:**G640

**文献标志码:**A

**文章编号:**1674-5884(2014)10-0088-03

“光盘行动”是指就餐时倡导人们不浪费粮食,吃光盘子里的东西,吃不完的饭菜打包带走。2013年1月16日,徐侠客(国土资源报副社长)率先在腾讯微博上发起“光盘行动”,倡导网友珍惜粮食,加入行动。徐侠客发起这一活动之后,迅速得到了社会各界的支持。1月20日,中共中央总书记习近平就作出批示,“要求严格落实各项节约措施,坚决杜绝各种浪费现象,使厉行节约、反对浪费在全社会蔚然成风。”1月22日,《新闻联播》深入报道了“光盘行动”,号召大家节约粮食、从我做起,以形成“不想浪费、不愿浪费、不能浪费和不敢浪费”的社会氛围。

当前,90后已经成为了在校大学生的主力军,是大学生消费的主要群体。全国政协委员、湖北省政协副主席郑楚光以武汉某高校大学生食堂浪费为例,该校数个大学生食堂倒掉的饭菜总量为学生买饭菜总量的28.3%。如果以此推算,全国大专以上在校生总数近2860万人,每年大学生们倒掉了可养活约1000万人一年的食物<sup>[1]</sup>。加强对大学生餐饮消费习惯的科学引导,是发展“可持续发展教育”和构建“两型社会”过程中一个亟待解决的重要现实问题。

从影响节约消费行为的因素来看,人们对于生态环境的态度可能直接影响到生活中的行为模式。价值观被认为是资源节约行为的决定性因素,并通过影响感知行

为效力、态度等来发挥作用<sup>[2]</sup>。消费者对资源环境问题的态度越强烈,消费者的资源环境知识越丰富,消费者社会责任意识越强,越倾向于注重资源节约行为,势必会转化成保护资源环境的实际行动。居民越倾向于物质主义消费观念(如注重物质消费、时尚消费、新奇消费、高档消费等),对于节约型消费行为越不注重<sup>[3]</sup>。在实践的影响因素分析中,发现经济收入水平也是影响大学生资源节约型消费行为的重要因素<sup>[4]</sup>。实证研究还发现,消费者的购买行为、购买后的使用行为和处理行为对节约消费的影响也变得越来越重要,也就是说外部条件的改变对节约型消费行为的影响变得越来越大<sup>[5]</sup>。因此,增强大学生对于生态环境的关心,并适当地对大学生教育引导,有助于改善大学生的餐饮消费行为。特别是对于90后大学生而言,一方面,大学生自身应树立合理的消费观念;另一方面,家庭和学校应创造条件引导和倡导节约型消费行为<sup>[4]</sup>。

“光盘行动”在大学校园的推广就是鼓励广大学生从点滴做起,从餐饮开始,将口号变为行动,将行动化为习惯,形成绿色餐桌文化和树立正确消费观念,这对于提倡节约文化,宣传节约理念,形成低碳消费的节约之风,推动“可持续发展教育”理念在大学校园的推广显得尤为重要。

## 1 从消费者行为分析“光盘行动”在校园的推广

消费者行为(consumer behavior)是消费者在寻求、购买、使用、评价和处理他们期望能够满足其需要的产品和服务过程中所表现的行为,包括:购买什么,为什么购买,什么时候购买,到哪里购买,购买的频率,使用的频率,购买后如何评价和该评价如何影响以后的购买,以及如何处理这些产品<sup>[6]</sup>。“光盘行动”在大学校园的推广,也就是节约型消费行为在校园的接受程度,这实际上也折射出大学生这一特殊的消费群体在餐饮消费上所表现出来的行为特征。

消费者的行为直接受到消费者动机的影响。所谓消费者动机(motivation)是促使个体实施行为的驱动力。因此,要在大学校园推广“光盘行动”的关键就是需要明确大学生在餐饮消费上唤醒其形成健康的、合理的消费动机。关于人类消费动机的唤醒,存在行为学派和认知学派。根据行为学派理论,消费者的认知控制是有限的,对市场中的刺激只反应,却不行动。也就是说,大学生是否采取节约型消费行为主要是对过去的刺激,也就是家庭教育所形成的习惯,有意识的教育并不能从根本上改变其在餐饮消费上的观念。认知学派(cognitive school)则相信所有行为都指向目标的实现,需要和过去的经验被分析、分类并转化为态度和信仰,这种态度和信仰作为一种倾向帮助个体实现需求。也就是说,只是适时地进行教育,才能树立大学生健康、合理的消费观念,才能接受和推广节约型的消费行为。

无论是行为学派还是认知学派都不否认消费者学习在消费者动机的形成过程中发挥着关键性作用,包括行为学习和认知学习。行为学习主要是形成行为的条件反射,也就是大学生在餐饮方面的节约型消费行为主要取决于在就餐场所进行合理引导,从而通过就餐环境的改变形成节约型消费行为。认知学习则主要是通过知识的普及、行为的引导、社会的评价等,通过教育的方式来在大学校园推广“光盘行动”。因此,从消费者行为学的角度,要在大学校园推广“光盘行动”,首先要分析大学生的餐饮消费行为受到哪些因素的影响,然后针对重要的影响因素,借鉴行为学派和认知学派的经验,通过采取改善就餐环境、传播环保理念等方式,让广大大学生形成持续的餐饮消费态度,从而接受和推广“光盘行动”。

## 2 “光盘行动”在大学校园推广的统计调查分析

为了分析“光盘行动”在大学校园的推广情况,我们以湖南科技大学的学生为调查对象进行了问卷调查。本次调查一共发放了 1 000 份问卷,收回有效问卷 854 份,问卷有效率达到 85.4%。从年级分布来看,大一 393 人,

大二 253 人,大三 169 人,大四 39 人,以非毕业生为主。从性别分布来看,男生 422 人,占 49.41%;女生 412 人,占 50.59%,男女比例平衡。从专业分布来看,文科学生 436 人,理工科学生 324 人,体育艺术类学生 94 人。从家庭情况来看,城市家庭学生 387 人,占 45.32%;农村家庭学生 467 人,占 54.68%,基本符合现实情况。从家庭年收入来看,加权计算样本学生的家庭年平均收入为 4 万元,而大学生的月平均生活消费为 838 元,年平均生活消费占到家庭年收入的四分之一;月平均餐饮支出为 508 元,占到整个月平均生活费的 60.62%。大学生的生活消费来源主要还是通过父母的给予,占到总数的 85.95%。因此,研究大学生的餐饮消费既有利于促进大学生形成良好的生活习惯,减轻家庭生活负担,也有利于增强社会整体的节约意识。

从大学生的餐饮消费方式来看,学校食堂仍然是大学生的主要餐饮渠道,73.77% 的学生会选择在学校食堂就餐。相对于城市学生来讲,来自农村的学生在食堂就餐的比例较高,达到 79.33%,而城市学生在食堂就餐的比例仅为 69.16%。这也从一个侧面反映,家庭收入越高的学生在食堂就餐的频率越低。尽管学校食堂是大学生餐饮消费的主要场所,但大学生对学校食堂的评价却并不乐观,46.25% 的学生认为学校食堂就餐并不便利,其主要原因是教学区与生活区分隔距离较远。而 62.65% 的学生认为学校食堂的饭菜只能用勉强凑合来形容,满意度仅为 17.92%。因此,很多条件允许的学生会选择通过校外就餐来改善餐饮,超过两周一次在外就餐的学生达到 65%。从大学生的餐饮消费行为来看,浪费粮食的现象比较普遍,26.23% 的学生在就餐完毕后往往把剩下的饭菜放在盘子里不管,待服务人员来收拾。需要指出的是,男生浪费的情况比女生要更加严重,剩下饭菜置之不理的女生比例是 20.63%,而男生高达 31.45%(见图 1)。由此,44.14% 的学生认为大学食堂浪费粮食的现象严重或极其严重。需要说明的是,认为大学食堂浪费粮食的现象严重或极其严重的农村学生比重高达 49.92%,而城市学生的这个比例为 37.47%,来自农村的学生的节约意识更强。

通过调查分析发现,之所以形成食物浪费,主要原因在于:一是节约意识匮乏。44.15% 的学生认为教育不到位没有节约意识是形成食物浪费的主要原因,而教育不到位的主要原因在于家庭教育和学校教育的缺失。二是饭菜质量不高,31.62% 的学生认为之所以形成浪费是由于饭菜不好吃,只能浪费。三是节约氛围不好。大学生这一特殊群体周围的消费环境对其消费行为具有很大的影响,37.47% 的学生认为食物浪费是由于跟风,物质主

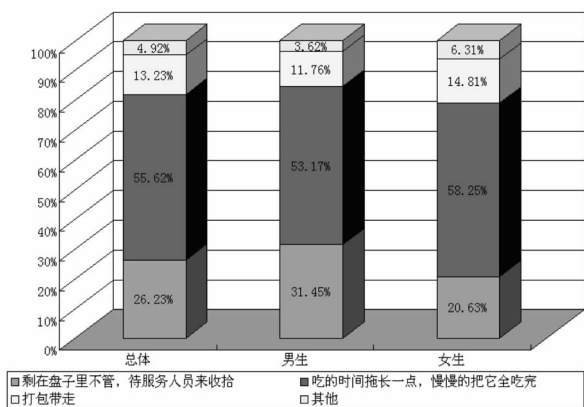


图1 被调查大学生对剩下饭菜的处理情况

义消费观念在大学生中间还比较普遍。因此,影响“光盘行动”在大学校园推广的重要原因是培养节约意识和改善饭菜质量,特别是学校食堂的饭菜质量和就餐环境。

### 3 “光盘行动”在大学校园推广的实现路径

AIEAS是由传漾科技针对互联网受众的行为轨迹和触点,为高效触及目标受众提出的一种全新消费者行为分析模型(见图2)。在“光盘行动”在大学校园推广上,本文利用了“AIEAS”模型探讨可能的实现路径:引起关注(活动策划)——形成冲动(活动参与)——体验使用(模范带头)——活跃使用(校园推广)——分享传播(持续宣传)。



图2 AIEAS模型

#### 3.1 引起关注(Attention)——活动策划

“光盘行动”尽管只是节约型餐饮消费行为的直观表现,但是通过“光盘行动”这一新的环保理解,有助于提高当代大学生对节约型消费行为的关注。在被调查的大学生中,90.79%的学生会关注节约类的公益活动,有28.96%的学生不仅会关注,而且会参与其中。因此,大学应该根据大学生对环保活动比较关注的特点,发动一些学生社团组织开展活动,如:在学校食堂派发参与“光盘行动”宣传单,参与“光盘行动”千人签名活动等等,让更多的大学生能够了解到“光盘行动”。

#### 3.2 形成冲动(Impulse)——活动参与

当大学生能够认识到“光盘行动”在大学校园推广的重要意义之后,活动的参与能进一步提高大学生节约型消费的意识。85.37%的被调查学生认为通过“光盘行动”宣传能够对大学生节约型餐饮消费有积极的影响或显著的改善。让广大大学生能从现在做起,把爱惜粮食、节

约粮食的活动扎扎实实地开展下去。

#### 3.3 体验使用(Experience)——模范带头

大学生在参与“光盘行动”中要拿出实际行动来,做好模范带头作用。外出就餐,适量定餐,避免剩菜,减少浪费;吃饭时吃多少盛多少,不扔剩饭剩菜;看到浪费现象,勇敢制止;向家人宣传浪费粮食的可怕后果;积极监督身边的亲朋好友,及时制止浪费粮食的现象等。80.45%的被调查学生对环保行动及其组织者和参与者都有比较正面的评价,相信只要做到这些人越来越多,“光盘行动”的推广度就会越来越高。

#### 3.4 活跃使用(Activity)——校园推广

当代大学生对于信息沟通手段的接受程度比较高,大学可以利用QQ、微信、人人网等网络交流工具,特别是契合世界粮食日等主题,在互联网上进一步推广,让更多的大学生了解和参与到“光盘行动”中来。94.61%的被调查学生表示会在参与“光盘行动”之后改善自己的餐饮消费行为,一是自己尽量做到“光盘”,二是影响周围的学生,让身边的人尽量做到“光盘”。

#### 3.5 分享传播(Spread)——持续宣传

在大学校园推广“光盘行动”的最终目标是要在大学校园内营造节约消费的良好氛围,建设具有低碳理念的校园环境。学校食堂作为大学生的主要就餐场所,一方面可以张贴“光盘行动”宣传画等进行长期宣传,另一方面可以在就餐环节上为学生们就餐实行“光盘”创造条件。

### 参考文献:

- [1] 马文勇,尉耀元,张建超.浅谈大学生节约意识和节约能力的培养[J].理论观察,2012(3):191-192.
- [2] Thøgersen, John and Folke Olander. Human Values and the Emergence of a Sustainable Consumption Pattern: A Panel Study[J]. Journal of Economic Psychology, 2002, 23(5):78-81.
- [3] 王建明,郑冉冉.消费者资源节约行为的影响因素——基于购买、消费过程的考察[J].北京工商大学学报(社会科学版),2010(7):121-124.
- [4] 廖佳,田茂荣.90后大学生资源节约型消费行为促进策略研究[J].中国集体经济,2012(22):27-28.
- [5] 王建明.公众资源节约与环境保护消费行为测度——外部表现、内在动因和分类维度[J].中国人口、资源与环境,2010(6):141-146.
- [6] 迈克尔·所罗门.消费者行为学(第8版)[M].北京:中国人民大学出版社,2009.

(责任校对 莫秀珍)