



广州微调查

疫情后被改变的消费习惯 投射出这些心理

新冠肺炎疫情，从大方面说影响各行业各领域的经济指标，从小的方面说对个人的消费习惯也产生了“迫不得已”的影响和改变，“雪崩时没有一片雪花是无辜的”，时代的灰尘颗粒，落在每个人身上，就是一座山……

这段时间，很多人的消费习惯已不知不觉发生了变化，这些变化于个体，有人喜欢，有人抗拒，但又不得不接受。

所谓消费习惯，从概念上看，通常是指消费主体在长期消费实践中形成的、对一定消费事物具有稳定性偏好的心理表现，属于相对较定型化的消费行为模式，当这种模式被改变时，便投射出更多的心理反应，比如关于缺乏安全感的问题，比如面对压力惯常的防御机制是什么？再比如随网络及智能手机的普及而衍生出的新型心理障碍又是什么？

今次的“微调查”系列，让我们来看看消费习惯的改变给每个人带来什么样的影响？又反映出什么心理投射？

■新快报记者 陈斌/文 CFP/图

1 日常：缺乏安全感？吃带给你安慰！

心理咨询师告诉我们，新冠肺炎疫情给人带来的变化之一，最明显的是安全感的缺乏，这也造成很多人的消费习惯从线下变成网购，除了生活必需品之外，购买食物食材成为主流消费形态。

弥补安全感的缺失，一方面是通过身体上的占有，即：吃；另一方面是通过心理上的占有，即：学习，这两者也确实是有效的，不管你喜不喜欢。

“我的消费几乎全部是在家做吃的上面，平均一周花费1000元，我其实并不喜欢这个变化，我宁愿把钱用在玩耍和学习层面上……”身为教师的月月在接受新快报记者采访时这样说。

被动宅家，让她将身体健康与提升免疫力放到了第一位，所以从以往的菜市场消费改成了山姆店，以保证食物来源更放心，为了追求吃的质量，更将餐厅出品的水准搬到了自家餐桌，为此一些副食、甜品及酒水的开销也就跟着“水涨船高”，“以前常去餐厅吃饭或与朋友聚餐，很多时候都不在家吃，工作忙起来一个便当搞掂，这段时间的确改变挺多。”

网购食材几率的提高，是林女士近

段时间以来消费习惯的最大改变，因为不能外出就餐，宅家期间朋友们会相互推荐一些卖食材的社群，比较小众一点的，“比如我进了一个直供海产水产食材的小群，平均每两周会买一批鱼或海产，属于‘熟人推荐’型网购消费，品质的确比菜市场好，价格当然也略贵，但是觉得比较方便，每天群里会发今天有什么，看上的就直接预订，一般第二天能收到，心理上也由于不用去菜市场和人密切接触而觉得相对安全吧。”林女士表示。

与此相匹配的，就是翻阅各种网上的食谱、菜谱研究做菜，也成为让她自己也觉得不可思议的转变，“我以前其实是比较抗拒下厨房的，日常应酬多，大多时都在外吃，即便在家，对吃也不算特别讲究，但最近也没那么抗拒下厨了，也喜欢主动去尝试了，这种转变原本在我自己看来都觉得是不太可能的，可能也是氛围使然。”她告诉记者，一些关系较好的朋友群里，大家会分(shai)享(chu)自己做了什么食物，也是这段时间的网购，让她认识了很多鱼类品种，觉得也还挺好，只不过除了买食材，她感觉自己好像对

它方面的消费突然间失去了兴趣，“我原本逛街购物的兴趣就不大，偶尔逛下超市或菜市场买菜，现在感觉似乎都没兴致了，就连旅游，也似乎没了想‘动’的意思。”

在记者的采访当中，类似情况占大多数，实体市场去得少了，团购网购加得多了，冰箱存货多了，想不囤货都感觉不踏实，其实还是缺乏安全感作祟，换个地方消费，钱也并没有少花，甚至可能花得更多，因为看到很多平台下单似乎都很优惠，以前可能是缺什么买什么，如今是看到价格就动心，事实上可能是可买可不买的……在心理咨询师看来，这也是一个有趣的现象，赚便宜心态+网络购物=? 出乎很多人意料，这公式的结果并不等于“便宜”，而是在看似“便宜”的驱动力下，买更多可能“无用”的东西，成本更高，付出更多，就好比超市里货品的摆位都是有讲究的，通常你最需要买的物品往往摆在最靠里的位置，让你必须要穿过一堆本来你并不需要的货品时受环境影响产生购买行为，此模式延伸到网购时更变本加厉。