

# 2023年部队消费演讲稿(精选7篇)

演讲比朗诵更自然，更自由，可以随着讲稿的内容而变化站位。一般说来，不要在演讲人前边安放讲桌，顶多安一个话筒，以增加音量和效果。我们想要好好写一篇演讲稿，可是却无从下手吗？下面是小编帮大家整理的优秀演讲稿模板范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 部队消费演讲稿篇一

亲爱的同学们，节约是一种美德，节约是一种智慧，更是一种责任，一种品质。一粥一饭当思来之不易，半丝半缕恒念物力维艰。

古有传奇皇帝朱元璋，这位布衣天子在打江山和坐江山时，规定自家的餐桌上每日上的是三菜一汤再加一碗白米饭，就是在他生日的晚宴上，其岳母自作主张多加了几道菜，也得到了他的批评，席间小孩洒了几粒米，他瞪着眼睛，自己以身作则夹起掉的米粒，并吃掉，他说：“一粥一饭当思来之不易。”今有受我们爱戴的周总理，周总理向来饮食清淡，每餐一荤一素，吃剩的饭菜要留到下顿再吃，从不浪费一米一片菜叶。总会夹起一片菜叶把碗底一抹，把饭汤吃干净，最后才把菜叶吃掉。吃饭时，偶尔在桌子上掉一粒饭粒马上就捡起来吃掉。

勤俭节约是我们中华民族的传统美德，而这种美德就在我们浪费的一粒粒粮食中丢失了。在我们的生活中，每次吃饭都会不喜欢吃的扔掉，与别人攀比要过多的菜，盲目的跟从别人力求奢侈，，，，很多人觉得自己浪费的那点粮食不算什么，当每一个人都有这种思想的时候，人人都浪费一点点，这个浪费的量是多么的巨大啊！我们是幸福的孩子每天都有吃不完的好吃的，但是，同学们，知道吗，现在世界各地，都是成千上万的人吃不饱，甚至连一口饭也吃不到。一张张饥饿的

面庞，一双双骨瘦如柴的双手的时候，看着你浪费的那些粮食，难道不会有一种深深的罪恶感吗？据资料显示，世界上每年都有近几千万个孩子因吃不上饭而去世了。和我们一样可爱天真，聪明活泼的孩子，就因为这样离开了人间.....先不说世界，据统计，我国每六秒就有一位儿童因饥饿死亡，这可真是所谓你的挥霍伴随着别人的饥饿。

谁知盘中餐，粒粒皆辛苦！倒掉的是剩饭，流走的是血汗啊。这些粮食都是从农民伯伯长满老茧的手中辛苦的种出来的，一碗小小的米饭，要经过播种、浇水、施肥、收割等等很多道程序才能端上饭桌呢。也不知道每天有多少只浪费的手，将他们无情倒入垃圾箱。

一滴水可以折射太阳的光辉，一粒米也可以折射出一个人、一个国家、一个民族对待节俭的态度。我们青少年，正应该为广大群众起模范带头作用。在此，想对同学们发出几点倡议：

- 1、珍惜粮食, 适量定餐, 避免剩餐, 减少浪费.
- 2、不攀比, 以节约为荣, 浪费为耻.
- 3、吃饭时吃多少盛多少, 不扔剩饭剩菜..
- 4、不偏食, 不挑食。
- 5、到饭店吃饭时, 点饭点菜不浪费, 若有剩余的要尽量带回家。
- 6、积极监督身边的亲人和朋友, 及时制止浪费粮食的现象。

文明用餐，节约粮食从自己做起，从小事做起！

## 部队消费演讲稿篇二

大家好！

今天很高兴与大家一起来共同探讨和学习消费维权的知识。

今年中国消费者协会公布了20xx年消费维权年主题为“新消费我做主”。

据了解，各级消协计划在20xx年从六个方面开展活动：大力开展年主题宣传活动，在全社会营造主动聆听消费者意见、满足消费者需求、让消费者满意的社会氛围；针对新消费领域的商品和服务开展比较试验，提升消费信心；强化消费领域监督，推动重点领域消费者权益保护机制的进一步完善；开展绿色消费、品质生活为重点的消费教育引导；探索建立跨境、跨地区消费纠纷解决机制，为消费者反映诉求主张权益提供便利；针对新消费研究建立多元化消费维权和监督模式，搭建消费者可直接参与的监督平台，完善经营者和消费者纠纷解决协商机制。

中消协同时发布了20xx年年主题宣传海报。这幅海报主体元素是在湛蓝色天际和“315”标志映衬下一个“ok”的手势，表达消费者对新消费的支持和肯定，也体现出消费者对消费环境日益向好的呼唤以及消费环境应当以消费者满意为标准。

国际消费者权益保护日，简称315，是一个以宣传维护消费者合法权益为目的’纪念性节日。

每一年的315，我们通过开展多种多样的纪念活动，目的是：向全社会宣传消费维权知识，提高消费者维权意识、倡导健康文明的消费方式，营造安全、和谐的消费环境，帮助消费者挽回损失，促进经济发展、社会稳定。

某商场打出“清仓大处理”的广告，西服一套原价1888元，

现价188元。消费者张三立即购买了一套。第二天，张三在另一家商场，他看到同样品牌，同样质量，同样型号的西服原价才88元，张三就感到上当了，就进行了投诉。本案中，经营者利用虚假广告蒙骗消费者，侵害了消费者的知情权。这是一起典型的对消费者进行虚假告知的案例，是一起典型的侵害消费者知情权的案例。不止是价格，商品的产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务，或者服务的内容、规格、费用等等，消费者都有权得到真实情况、真实信息。

希望同学们在以后的消费中擦亮慧眼，明明白白消费，维护自己的合法权益。

## 部队消费演讲稿篇三

老师们、同学们：

大家好！

明天是2012年6月5日，6月5日是世界环境日，这是为了纪念1972年在斯德哥尔摩举行的联合国人类环境会议的开幕日，这次会议也是人类第一次真正意义上开始关注全球环境状况，呼吁人类保护环境的历史盛会。因此联合国将6月5日确立为世界环境日，而且每年的世界环境日还确立一个主题。

联合国环境规划署确定的2012年“六·五”世界环境日主题为“绿色经济，你参与了吗？”旨在推动人们思考如何让绿色经济深入到日常生活的各个方面，由此带来社会、经济和环境的良好转变，从而满足世界人口不断增长的需求。2012年“六·五”世界环境日中国主题为“绿色消费你行动了吗？”这一主题旨在强调绿色消费理念，唤起社会公众转变消费观念和消费行为，节约资源，保护生态环境。中国主题在呼应世界主题的同时，更加强调在生态环境恶化和能源危机

日益突出的形势下，充分认识推广绿色消费的重要性和紧迫性，呼吁人人行动起来，在全社会大力推广绿色消费，推动绿色发展。与传统消费模式不同，绿色消费以满足人的基本需求为中心，崇尚节俭、适度，是一种节约资源、减少污染、可持续的消费模式。

众所周知，地球上的大气、森林、海洋、野生动植物等，组成了错综复杂而关系密切的自然生态系统，这就是人类赖以生存的基本环境。长期以来，人类把文明的进程一直滞留在对自然的征服和掠夺上，似乎从未想到对哺育人类的地球在人类生存发展史上，曾遇到过许多的敌人：战争、灾荒、瘟疫，这每一种敌人都曾使人类付出过惨重的代价。然而，今天人类面临的`最大敌人是无处不在的`环境问题。

大气污染的超标，温室效应的增强，臭氧层被破坏，土地沙漠化，海洋生态危机，绿色屏障锐减，物种消失加剧，人口增长过快，这些世界性的环境问题，究其原因，都是人类在发展经济过程中，对自然资源和生态资源的不合理利用和破坏所致。

说到人类与环境的关系，我们总是觉得是件离自己很遥远的事情，其实不然，环境问题可以说就在我们的身边。最近几天，不知大家是否关注过一则报道，由于无锡太湖水域大面积暴发蓝藻，一夜之间，数百万市民的自来水无法正常使用，打开水龙头，就闻到一阵臭烘烘的异味，水无法饮用，给人们的生活带来了诸多不便。而造成这次蓝藻暴发的原因是我们人类自己：工业污水源源不断地排放入太湖，太湖人工养殖业的过度开发，促使太湖水质的富营养化病症日益加重；加上无锡4月份平均气温比常年高出1.8摄氏度，给蓝藻的生长提供了有利条件，蓝藻大量繁殖，水中的溶解氧浓度降低，造成鱼虾、螺蛳等水生物死亡，太湖水面被一层厚厚的绿色物体全面覆盖，腐烂的蓝藻引起水质急剧恶化。原本清澈的太湖水今日景象触目惊心，太湖也在“警告”所有人：如果人类肆意破坏环境，大自然就会无情地报复人类。

千里之行始于足下，实施绿色消费，保护生态环境，建设美好家园，要从我做起，从小事做起：不乱扔垃圾、不浪费粮食，最大限度地节约能源，节约用纸，拒绝使用一次性的“白色污染物”，多栽树种草，保护野生动植物资源……那么，我们头顶上的天空会更蔚蓝，身边的河水会更清澈，周围的大山会更翠绿……拯救一片绿色，唤醒一片天空，保存一泓清水，自觉做到绿色生活，绿色工作，绿色生产，共同创造我们的绿色未来。

## 部队消费演讲稿篇四

第一幕：

a:同学们大家好，十分感谢大家能来到这里，让我们一起共同探讨大学生的消费问题。不知道大家每个月的钱够不够花的呢，有没有感觉到自己月初日日肉，月末天天汤，相信会有不少同学会是这种现象。但有无考虑我们的玛尼到底去干嘛了呢，它到底牺牲在何处？——今天的主题□money money 去哪了？（如何理性消费）。下面请欣赏一个短剧。。。

第一环节□money 你去哪了？

现在我们做个游戏：给你200让你过一个星期，看看你们如何支配这些钱！（道具：马克笔□a4纸）让每个人都写，再随机挑选两三名同学看看其想法，魏鸿雁、汪冰洋：全花完，李新柱：随性。

朱万虹：计划着花钱。。

对上面同学进行总结，可以看出同学们的经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，每月可支配的钱是固定的，大约在500-800元之间，家境较好的一般也不超过1000元，而这笔钱的消费，基本可以分为三大部分：

一、生活消费，如吃饭、购置一些日常生活必需品；

二、休闲消费，如娱乐、购物及其他；

三、学习消费，如购买与专业相关的工具或书籍等。在这三个部分中，第一和第三部分的水平都比较平均，比如吃饭，大多数同学每月都用4百至6百左右。消费落差较大的，是第二部分，即休闲消费部分。

而且情况不乐观，大部分同学花钱无节制，月光族。

第二幕：（道具：调查问卷，做比例展示，可移动的小黑板）

主持人：这是我在上周在化工系做的一份调查问卷，经过分析研究总结出大学生的几个问题：

1.. 盲目消费，缺乏科学理性消费观念（成果展示在黑板上）

买名牌的动机”时，34%的大学生选择“其他同学有，我也要”，57%的大学生选择“显现自己品位，体现出和别人的差距”，只有9%的大学生选择是“名牌质量好”。调查中还有少数同学表明，为了拥有一款手机或者换上一款最流行的手机，有的同学情愿节衣缩食，甚至牺牲自己的其他必要开支；有些女同学为了一套名牌化妆品或者一件时尚衣服，不惜向同学借钱以满足自己的愿望，这反映出一些学生的消费行为因为虚荣心不能量入为出，而虚荣心的驱使又容易引起消费攀比心理的升级。

当代大学生已经习惯了依赖父母，目前大学生生活费用主要来源于父母，其他来源是做社会兼职获得的报酬以及奖学金等等。当问及“做兼职的目的”时，有49%的大学生选择“增长社会经验”，24%的大学生是“为了弥补个人生活费的不足”，只有17%的大学生选择“减轻家庭负担、渴望独立”，可见现在大学生兼职的目的更多是为了增长见识，增加社会

阅历，并不是出于对经济的考虑。由于绝大多数同学的生活费来自父母，生活费收入相对固定，使得他们形成了一种依赖心理，往往消费时没有太大的顾忌，而“透支”后经济上又处于被动。

### 3. 理财意识淡薄，缺乏理财技能

选择“存起来另作打算”，另外还有5%的同学选择“给自己加餐”直接花掉。可见，部分学生的理财意识较为淡薄，理财技能较为薄弱，日常消费计划性不强，消费表现出一定的不理性。

这些都是现在大学生在消费上遇到的不理性问题。

### 第二环节：保护你的小荷包

#### 如何做到理性消费（讨论环节）

主持人：我们既然遇到这么多的问题，那如何增在这个消费大熔炉中找到属于自己的那份天空呢？如何做到理性消费？

（分组讨论，马克笔□a4纸）

第一组：江文、徐旺：注意克服攀比心理，不要盲目追求高消费。（围绕展开）比如，手机。

第二组：黄永灿：我们小组家庭条件都不是很好，但我一点不自卑。老师给我提供勤工助学岗位，我觉得光荣。我们不比家里有钱，我们比谁能拿到奖学金，我们比谁靠自己的双手挣得钱。。（展开）

大学校园应形成更好的消费氛围。学校氛围的影响对大学生形成良好的消费习惯至关重要。但是，针对大学生年龄和消费行为的特点，在校内开展消费道德教育不应是单纯的说教，而应该通过灵活多样的形式，加以引导。所以，我们在此呼

吁学校方面应注重对大学生消费方面的引导和教育，同时可以把勤俭节约这项中国的传统美德加以发扬，能够在校规、校训上加以体现。这样的措施不仅能使大学生们重新树立正确的消费观，还能从大学生良好的消费心理和消费行为抓起，从而使广大学生有良好的生活习惯，进而形成良好的学风。

第五幕：提倡理性消费，创造美好生活

## 部队消费演讲稿篇五

张小秀

随着我国改革开放，市场经济不断繁荣，人们的消费观念已经发生了难以置信的变化，整个社会经济在经济自由、刺激经济内需、打造上帝等建立消费型社会时代观的熏陶下，各种各样的新型消费方式顺势而出，预付费式消费更是一呼百应，迅速铺展而来。如今，在美容美发，洗车、健身、网络、医疗、各种球会、商会、电信等服务领域，预付费消费已成为一种非常普遍的消费模式，在经营者与消费者之间创造着双赢。它以其可以快速增加稳定客户及融资特点吸引着各消费领域的商家，同时，又以其便利和优惠等特点深受广大消费者喜爱。但在消费过程中，消费者与经营者之间产生了许多纠纷，大多情况是消费者掉入经营者的消费陷阱，因而也引起人们对预付费式消费深思。

### 一、预付费式消费的概述

预付费式消费也称提前消费，指消费者为了特定的商品或服务向经营者预先交付一定的费用，从经营者处获取会员卡（内部会员卡），并依会员（内部成员）资格按次或按期享受商品或服务的一种新型消费方式。

预付费式消费中消费者既可享受便利，省去每次交付现金的麻烦，又能得到价格上的优惠，而经营者可以一次性收取大

额资金，能较快回笼经营成本并可长期拥有固定客户，这种共赢的特征正是其得到迅速发展原因。通过现有的司法实务经验以及市场的具体情况来看，常见的预付费式消费可分为三类：一为定点式消费，如美容美发店、洗车场所、网络会所、球会等；二为定时式消费，如上述案例中王先生的健身活动，健身休闲中心通常是在固定的时间段安排健身活动，以保障有效的成果；三为定额式消费，如各种商场或超市发放的购物卡，购物卡的面额价值即为消费者的消费限度。

预付费式消费是众多的新型消费方式中的一种，具有不同于其他消费方式的特征：其一，从会员（或成员，以下统一为会员）资格的取得上看，消费者欲取得预付费消费中的权利须以会员资格的取得为标准，而会员资格是在消费者与经营者之间直接产生的，不需要媒介机构如银行、证券机构等，会员资格的形成通常也需考虑消费者的民事行为能力，对于一些特殊的行业，为了保障消费者的切身利益和发展需求，可基于消费者的民事行为能力考虑是否给予消费者会员资格，如网络会所对未成年儿童的合理限制；其二，从消费者权利实现的限度来看，预付费式消费的消费权利并不是一次全部获得，而具有部分期待权的性质；其三，预付费式消费是一种双方法律行为，消费者与经营者只有在双方意思表示一致时方可进入预付费消费的实质性阶段；其四，预付费式消费具有单方风险性，经营者集中获取了权利而分散地承担义务，处于极为优势的地位，而消费者是以分散的方式获得权利，存在着很多不稳定的因素。

## 二、预付费式消费模式兴起原因

一直以来，人们习惯了“一手交钱一手交货”的消费形式，为什么近年来预付费式消费成为商家和消费者的新宠？笔者认为有以下原因。

（一）从经营者来看：首先预付费式消费可以为经营者确定一批稳定的客户群，在这个竞争激烈的社会，拥有稳定的客户

无疑是经营者成功的保证；其次预付式消费可以让经营者拥有一定的流动资金，能够支付各项费用，解决资金周转困难。据了解，预付式消费主要集中于垄断性的服务业、商场超市、美容美发业、健身业等，其中的垄断性服务业如电信业、有限电视业等凭借其垄断地位，迫使消费者必须先缴费再使用，还有一些商家需要租赁人气较旺的商铺或高档写字楼，支付较高的租赁房、物业费，聘请高素质的导师、教练等，让消费者提前付款可以保证店面的正常运转。

（二）从消费者来看：经营者向消费者推荐预付式消费的同时往往会告知消费者可以获得更优质的服务或更优惠的价格，如一次性预付几百元可以免费获得某种商品或服务，使用预付卡消费每次可以打折等等。其次是预付式消费的方便快捷性，消费之后直接划账，简化了付费手续，省去了每次交纳现金的繁琐，缩短了交易时间。

（三）社会发展的需求：八九十年代我国就出现了消费者预付款项做法，一些居民预定牛奶、报纸等就是预付式消费的雏形。在银行卡、购物卡、会员卡等各种名目繁杂的卡出现之后，持卡消费不仅成为时尚的消费方式，甚至成为某种身份象征。最近10多年间，预付式消费正在发生巨大变化，已成为重要的新型消费形式，不仅拉动了经济也改变了国人的消费理念。

### 三、预付式消费存在的问题

预付式消费是把双刃剑，其可以实现商家和消费者的双赢，一定程度上有也助于刺激消费，拉动经济发展，但是从消费者的投诉、新闻报道等方面可以看出，它存在着较大的弊端。

（一）在办理预付费式消费卡时，商家往往制定一些“霸王”条款，如消费卡不挂失、不补办、不退钱，而消费者一旦遇到这些情况就会造成经济上的损失。而且现在的很多商场、超市的购物卡还规定了使用期限，如果超过了期限要想

继续使用，又得交“开通费”才行，对消费者而言又是一笔额外的支付。

（二）商家服务打折，承诺不兑现。经营者往往以消费打折为诱饵诱使消费者购买预付卡，一旦购卡成功，消费者可能会面对很多的问题，如经营者擅自改变服务的内容，提高商品的价格。一些经营户用各种优惠吸引大量消费者购买预付卡，消费者增多，人手却不足，设备投入少，服务质量下降。

（三）经营者肆意泄露消费者的隐私。在预付费消费的领域中，有些行业会要求登记消费者的个人信息，这些企业为了经营与审查身份的需要可以登记消费者的个人信息，但个人信息作为消费者最基本的隐私，经营者有义务保障个人信息的安全，但近些年来，消费者个人信息外泄问题日趋严重，甚有愈演愈烈之趋势，经营者为了获取大量利益也肆无忌惮地利用或擅自使用消费者的个人信息的现象广为存在。

（四）买卡容易退卡难。消费者往往只需要交纳一定金额就可以获得预付卡，可是办卡以后，由于工作变动、遗失、过期等原因想退卡、补卡就颇费周折，经营者会以各种理由拒绝。

（五）预付卡变成废纸。消费者经常会遇到这种情况，预付卡有限期，商家要求必须在规定时间内用完，未用完就变成了废纸一张；预付卡里还剩一大笔款项，但店铺突然被转让，再也找不到以前的经营者，新的经营者又不认可，预付卡无法再使用。

（六）消费者维权难。无救济则无权利，在我国许多法律中都规定了救济的途径、方式与程序。但在预付费消费中，消费者如何维权于法无据。如经营者在骗取钱财后就蒸发了，侵权者跑了，未有明确的被告何以立案？即使能够诉讼，还有一个很客观的问题在于，面对如此庞大的消费者群，而我国司法资源却有限的情况下，消费者权益纠纷案例全交由法

院处理不仅消耗了司法的有限资源，而且增加了消费者解决权益纠纷案件的成本，而这又成为消费者是否选择诉讼救济的困扰。

#### 四、规范预付费式消费的对策

（一）健全法律法规，明确监管责任。《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称《消法》）的实施见证了中国市场经济的兴起与发展的全过程，经过十几年的探索，我国的市场经济取得了长足的进步，《消法》也以其坚定的历史使命始终履行着保护消费者合法权益、维护市场经济正常秩序的职责。面对市场经济中复杂多变的环境以及人们对消费的无限需求，踌躇满志的《消法》如今也只能步履蹒跚，凸显了其在当前适用上的窘困，消费者权益保护的“真空”对修订《消法》的重要性来说已不言而喻。另外，日本、美国、我国台湾地区等对预付费式消费都有明确的法律法规进行约束。我们可以借鉴这些国家或地区的经验，制定完善法律法规，为预付费式消费提供法律保障。

（二）严把市场准入关，对于一些要发售预付费消费卡的企业在登记中可适当提高准入门槛，明确其应具备的相关资质要求，通过实行备案制度，交纳保证金，建立信用档案等方式，将相关情况进行公布，给予消费者在选择时可作参考的依据。同时按照《合同法》的相关规定，要求所有发售预付费式消费卡的企业必须与消费者签订合同，并由工商部门对合同条款进行审查备案，确保消费者利益。

（三）加强巡查监督，积极引导发卡企业规范经营。日常巡查中，将发放预付费消费卡的经营者的经营者作为重点监督对象，对其具体经营行为和操作方式进行检查指导，一旦发现消费过程中存在的不平等因素损害消费者合法权益时，立即进行整改，情节严重者依照相关法规进行处罚。（）同时，由于发售预付费消费卡的企业涉及到多个行业、多个领域，仅靠一个部门是无法实现全面监管的，所以只有多部门各司其职、理

清职责、联合执法才能使监管见成效。

（四）可借鉴现代网上购物的支付方式，引入第三方支付功能。如今网购成为一种新兴购买方式，网购的风险较大，但很多人还是愿意采用这种方式，其中一个原因就是它建立了较完善的机制，如第三方支付平台、七天无条件退货、商品评价等，这一点预付式消费可以参考。发卡商在发卡时不直接收取现金，消费者购买消费卡并充值时的现金是通过银行付到第三方支付平台，消费完后，由消费者确认并同意支付，款项才可以转入发卡商的帐中，从而有效避免消费纠纷产生。

（五）消费者要树立维权意识，提高维权能力。消费者在办理预付式消费时，要选择规模较大、口碑较好、经营状况不错的商家；要和商家签订正式的书面合同，并仔细阅读合同，特别要注意其中是否存在限制性规定和格式条款；尽量避免一次性投入金钱过多，预付式消费时间过长；注意保留合同、发票等证据，出现纠纷时要及时向当地消费者协会投诉，发现商家突然停业、转让时要及时向消协或工商部门投诉，采取措施挽回损失；要提高警惕性，关注商家近期的经营状况，发现商家的经营状况出现问题要及时退卡。

（六）加强舆论宣传和社会监督。媒体与各部门要通力合作，及时报道预付式消费的情况，披露欺骗消费者的不良商家，正面宣传诚信经营维护消费者权益的商家，经常发布消费警示和消费知识，避免消费者上当受骗。

## 部队消费演讲稿篇六

尊敬的各位领导们、同志们：

大家好！

非常荣幸能站在这里演讲，今天是个特殊的日子，在这个特殊的日子，我们迎来了全球第41个世界环境日，今年的主

题是“绿色消费，你行动了吗”。是的，社会在呼唤绿色，时代在祈盼绿色，保护环境、提倡绿色消费是我们每个人义不容辞的责任，今天我演讲的题目便是“绿色消费，我在行动”。

众所周知，绿色，代表生命、健康和活力，是充满希望的颜色。国际上对“绿色”的理解通常包括生命、节能、环保三个方面。很多人在听到绿色消费这个名词的时候，很容易把它与“天然消费”联系起来，这样就形成了一个误区，绿色消费变成了消费绿色，很多人非绿色食品不吃，但稀有保护动物却照吃不误；很多人非绿色产品不用，但垃圾袋却随手乱丢；很多人装修新房的时候非绿色材料不买，但装修起来却热衷于盲目攀比，这样只从自己的利益和健康出发，不去考虑环境的保护，违背了绿色消费的初衷。

我个人认为绿色消费不仅仅包括使用和购买绿色产品，还包括对生活垃圾的分类回收利用、促进能源的有效使用、对环境和稀有物种的保护等方面。举个例子来说，离我国很近的尼泊尔便是发展生态旅游经济的成功国家。当我们去尼泊尔旅游的时候，游客在进入景区前，随身携带的各种食品包装必须进行严格的重量核定，如果游客参观返回时包装袋等垃圾没有这么多，就会遭到罚款，而且在景区，瓶装水是不允许出售的，每位游客只能带一个可再次装水的瓶子。在我们的日常生活中，我们也可以通过自己的行动来保护环境，除了大力宣传和倡导身边的人进行绿色消费，还可以通过比如少购买一次性产品、多使用可循环利用的家庭生活工具、对垃圾进行简单分类再处理、使用充电电池等简单的小方法来实现环境保护和绿色消费。

绿色消费这个主题不仅与我国转变经济发展方式、坚持科学发展的现实需要相吻合，更是生态文明建设的重要组成部分，不仅可以更好地解决危害人民群众健康的环境问题。而且可以带动绿色产业链的促进和发展，确保产业结构的升级优化，形成生产与消费的良性循环。我们每个公民都应该充分认识

我们国家环境问题的严峻性以及绿色消费对环境保护和可持续发展的推动作用，我们要从身边小事做起，把绿色消费贯穿日常生活的方方面面，有效促进我国经济社会可持续发展。

同志们，让我们行动起来，一起努力，让“绿色消费”不是一句空口号，争做环境的`保护者，还地球一片蓝天，为家园增添一抹绿意，绿色消费，我在行动！

我的演讲完毕，谢谢大家。

## 部队消费演讲稿篇七

尊敬的各位老师，亲爱的各位同学们：

大家好！

面对纷杂的社会信息，面对多样的生活选择，面对多渠道的消费途径，面对多方面的消费知识，我们很容易误入歧途，也很容易一味放纵自我，利用消费来满足自己的虚荣心，来填充自己的不开心。所以为了不让自己陷入购物的漩涡里，我们需要多一些理性，多一些思考，多一些斟酌，多一些反思，多一些收敛。

有些人把购物当做是排解郁闷、排遣不快的手段，于是为了安慰自己，也为了劝慰别人，他们就开始不停的在商场里转悠，在淘宝上下单，从而让自己分散一下注意力，全身心的从烦恼中脱离出来。有时候用逛街或者逛淘宝的方式来娱乐自己，放松自己，这本身是没有错的，可是怕就怕人们会沾染上名叫购物的毒品，从而忘掉什么是拮据，什么是节制，什么是节约，什么是浪费。而当人们一旦脱离自己的现实需要时，他们就会不停的去搜罗一些乱七八糟的东西，而这些东西一般是他们根本用不着的，或是只会宠幸一次的，所以这些在冲动之下买来的东西，除了占地方之外，似乎发挥不了任何实用价值。

还有的人把购物当做是一种与别人媲美，与他人炫富，与自己较劲的活动，而这些人除了让自己的身家变得越来越贫穷时，也让自己的精神变得越来越贫瘠了。尤其是随着经济和科技的发展，现在有很多高端的化妆品、生活用品和电子产品充斥在人们的周围，这让人们很难控制住自己的好奇心，攀比心和爱美之心，自然而然，他们就会沦落为所谓的剁手党，开启疯狂的购物模式。

对于学生党们来说，这种购物引发的攀比风气更加盛行，也更加严重，我们都知道，因为学习环境动物缘故，大部分学生还没有足够的经济独立能力去养活自己，所以光是上学的费用就已经让他们不堪重负了，那么相对的，要是他们管不住自己物欲横流的心，管不好自己躁动妒忌的灵魂，他们就会为了自己的尊严，为了自己的体面，为了自己的舒适，从而陷入购买高端产品的虚伪圈子里去，让自己变得越来越俗气，越来越伪善，越来越可憎，越来越不堪，越来越疯狂。

在我看来，购物是一个很容易让人失去本心，失去理智的东西，尤其是对于学生来说，在电子平台上面购物，浪费的不仅仅是金钱，相反，他们丢失的是宝贵的时间，是质朴的心灵，是纯善的灵魂。所以，不管什么时候，无论是开心还是悲伤，无论是贫穷还是富有，我们都应该做一个理性购物，理性消费的人，只有这样我们才不会花很多冤枉钱，也不会造成铺张浪费的可怕现象。

所以，当我们面对这样繁华的世界时，面对这么多眼花缭乱的.产品时，我们一定要保持理性，一切决定更要三思而后行，切不可鲁莽行动，冲动行事，否则留给自己的除了高昂的购物单之物外，也就只有满心的后悔可言了。