# 大学生消费情况调查报告字(通用13篇)

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2024-06-22

*随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。那么什么样的报告才是有效的呢？下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟!大学生消费情况调查报告字篇一河南工业大学的在校大学生xxxxx——负责调查问卷的起草...*

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。那么什么样的报告才是有效的呢？下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟!

**大学生消费情况调查报告字篇一**

河南工业大学的在校大学生

xxx

xx——负责调查问卷的起草和调查，还有调查报告的起草

xxx——负责调查问卷的起草，整理，小组讨论的进行工作

xxx——负责调查问卷的起草和调查

xxxx——负责调查问卷的起草和调查

前言：

据身边大多数同学透露，各自的家庭收入情况有很大的差距，，不同的家庭有不同的收入状况.，家同收入高低阶层也是具有很大的分化，而现今大学生面对的多方面的消费需要.社会的多元化让现在的大学生所面对个各种各样的需求消费，形形色色，五彩缤纷.而根据相关调查大学生的消费情况所面临的也是多方面的.因此，我们认为关于大学生家庭收入的问题是不容忽视的，我们想要通过此次的调查，了解更多当今社会存在的问题，并阐述自己针对此问题的看法.

我们小组经过几次的讨论决定关于此次的调查形式为问卷调查，时间为20xx年11月，调查对象是本校（河南工业大学）的在校大学生，我们基本上是对大一大二以及大三的学生进行的调查，本小组的人员组成为申琪，惠亦飞，陈奕仰，通过对大学生家庭收入的调查，我们觉得在大学生当中，贫富差距还是存在的，并且和农村，家庭观念，时代背景等都有很大的相关性，针对这些问题我们也提出了自己的建议.

主体：

1、关于调查表的综述

这次调查的人群中，比较多的是来自大三的同学，也有一部分是其他年级的.调查中发现，绝大多数的大学生的月生活费是500—1000，极少数的大学生生活费会低于500或者高于1000.由此我们可以猜想到，大多数大学生家里经济状况大致稳定在温饱和小康中，少数略贫穷或者富裕.

而大多数家里的月收入不超过5000，这个和大学生的生活费相比较，我们可以发现，每个大学生家里是多么支持自己的孩子上大学.也许对于我们上一辈的人来看，只有上了大学，有了丰富的知识，才能有出入，以后工作能赚大钱.我们对比家庭成员中最高收入与最低收入的差距时发现，一般都会超过1000—5000人民币，说明家里总是有个赚钱比较多的，而他往往就是大学生未来毕业要超过的那个目标吧.另外，我们发现，在大学里做过兼职的人很少，往往只有那么家里的确比较清贫的学生回去赚额外的生活费.另外一个原因就是，家里希望孩子能把时间多花在学习上，而不是什么打工.

值得一提的是，大家对政府扶助贫困户的做法几乎都是大力支持，也许是因为这个对减小贫富差距还是有一定的作用的.

很多人都表示家里的收入是在上涨的，我们觉得这个是不言而喻的，因为现在的物价在上涨，假如收入没有同时上涨，怎么可能是继续以前生活或是有提高呢.此外，当我们问到是否能保持收入支出平衡，合理分配收入时，大家都很茫然，都说不确定，要视情况而定.

2、如何保持家庭收支平衡与理财

调查中能看到，很多家庭不会保持家庭的收支平衡.对于一个家庭来说，做好家庭理财显得尤为的重要.在确定家庭理财计划之前，首先要对家庭的消费做系统性的分析；其次在家庭开支方面要分清轻重缓急.同时，储蓄对于一个家庭来说非常重要，至于家庭理财采用什么方法，还要视家庭情况而定.以下接受几种好的理财方法.

计划开支法：先对家庭消费做系统分析，在月初把每月必需的生活费（包括水电费、饮食费、电话费等）的硬性支出拿出来放在一边，这样就基本上控制了盲目消费.

重点花钱法：现在的家庭消费大体有三个方面：第一方面是生活必需品消费，如吃穿.第二方面是维持家庭生存的消费，如房租、水电费等.第三方面是家庭发展、成员成长和时尚性消费，教育投资、文化娱乐消费等.这些消费对每个家庭也都是必不可少的，但具体开支就要分出轻重缓急.

活期储蓄法：对于一个家庭来说，存款储蓄很重要.尤其是针对新婚不久的夫妇来说，显得尤为重要.这样的家庭需争取每月有一点可以应急的活期储蓄.民主协商法：夫妻双方通过民主协商，根据各自的收入多少，制定一个双方都能接受的方案，提取家庭公积金、公益金和固定日用消费基金.原则上，提够家用后剩余的归各自支配.

家庭集权法：这在夫妻有小宝宝的家中实行较好.一般的做法是夫妻一方集中管理全家的所有收入，并在民主原则下使用.较普通的情况是经济大权由妻子掌握.分权法：这在两地分居的小家庭中实行较合适.其基本做法是双方商定，各自拿出共同接受的数目存入银行，剩余部分各自留用，待有孩子或一起生活时再调整办法.

3、关于助学金的看法

关于助学金分配的问题我们在调查后，结合自己的了解，产生了一些看法.助学金是奖给那些家庭贫困的学生的，用于资助贫困学生顺利完成学业的专项资金.每年一到发放助学金的时候都会或多或少遇到些问题，有的学生说为什么有他的没有我的，我比他家庭情况还不好；有的说为什么我是二等，他就是一等呢.首先，我们不排除个别老师在分发上存在一定的问题，但这一定是个别情况，绝大多数老师还是很公平的来处理这些问题.我认为没有绝对的公平，只有相对的公平.辅导员在选择发放助学金的时候，会遇到很多问题，但是贫困学生的生活费一般很低，尤其是平时花钱上很是节俭，所以助学金评选采用班级先投票，辅导员微调的方法来决定资助学生比较好.因为有些学生家庭确实困难，但是又不想让同学知道，这些班干部就应该把好关，完全的按投票也是不行的.另外，可以适当扩大资助面，班级的资助份额是一定的但资助学生是由自己自行安排的，这样的话各班级根据班级特殊情况可以自行安排资助学生，这样也是一个好的办法，降低个人金额度，加大资助面都是好的方法.

我们希望那些没有获得助学金的同学，假如你感觉你比他贫困，也许不一定是事实.学生都爱在同学面前尽量显示自己的优点，好的一面，包括家庭环境，都不希望同学因为家庭环境看低自己，但这不能作为你认为他条件比你好的原因.值得一说的是，我们贫困生没有必要怕别人知道自己贫困而装作自己很有钱，那样反而吃亏的是你.辅导员在例行自己的职责发放助学金时，一般都会资助那些更需要资助的人，希望学生们能够更好的理解辅导员.

4、城乡差距依然存在

在我们调查来看，生活费比较少，而且参加兼职的同学大多是来自农村的，而对钱的使用比较随便的往往是那些城镇长大的同学.这里映射出一个我国经济生活中普遍存在的问题，城乡差距.从网上调查下来的数据来看，以受教育为例，20xx年，我国农村15岁以上人口平均受教育年限为6.85年，比城市平均水平少3年；三大产业从业人员的人均受教育年限，农业从业人员最低；20xx年，全国3/4以上的文盲、半文盲集中在西部农村、少数民族地区和国家级贫困县.截至目前，农村还有近1亿人口没有获得医疗服务，3000多万贫困人口得不到及时的医疗服务，近20%的县未达到20xx年人人享有初级卫生保健规划目标的基本标准，4亿多农村人口尚未饮用上自来水，近8%的农村婴幼儿没有享受免疫接种.此外，目前农村的电话普及率只相当于上世纪90年代初期城市的水平.这种城乡之间公共通讯资源的差异，一定程度上也扩大着城乡间获得知识、信息、技术、观念的差异.可以看出，可量化和不可量化的点点滴滴，构成了今日城乡间的鸿沟.

这道鸿沟，实则是发展程度的差异.因此，改善城乡差距也成了我们首要讨论的问题.我认为解决贫富差距的方法有以下一些：首先，加强农村基础建设，为农民建立起市场中心和交流中心，加快信息流通.因为信息技术和信息资源的城乡分割，无疑也将进一步拉大城乡居民在科技文化素质和综合能力上的差距，形成信息时代的两种公民，在两种完全不同的教育环境和条件下成长起来的新一代，支撑起来的将是一个是衡的社会.其次，在政策上应积极保护农业，扩大农业投资.我国现阶段，农民几乎不能享受到国家政策上的什么优点，农业没有特殊性可言.因此也很难会有特殊的发展，这些都需要政府在政策上有一些大量的投资.再次，增加农民收入，减轻农民负担，调节城市居民的高收入，农民收入增加，才能真正把农民、农业、农村中蕴藏的巨大潜力焕发出来，推动中国经济的发展；农民收入增加，才能真正使中国稳定，政通人和；只有农民增加收入，减轻负担，才能保持我国经济、社会、文化的多样化，发挥民族特色，走可持续发展之路.然后，应该提高农民素质，加强农民教育，在农村中建立各种各样的培训班和学习班，进一步扩大义务教育.最后，政府也应该加快农村社会保障的覆盖，只有在确保温饱的情况下，才能完成以上预期，不然只是纸上谈兵.农村的生活质量起来了，富裕了，城乡差距自然会逐渐缩减.

总之，通过这次调查，我们从对我校大学生这个团体的调查中可以认识到很多.大家家庭的收支及分配不平衡，助学金方面学生间有较多的矛盾，农村和城镇的经济差距依然不容乐观.希望在未来几年内能有所好转.

**大学生消费情况调查报告字篇二**

摘要：改革开放以来，我国在经济、政治、教育等方面取得了举世瞩目的成就，人民生活水平显著提高，人们的消费观念和消费方式也有很大变化!对于大学生而言，大学期间是需求不断扩张的发展时期，因而异常想以新异的消费形象，向社会展示自身成长成熟。他们期望经过消费上的新潮、时尚、前卫来展示青春的活力，显现自我的本事与价值，以便在注重经济价值的现代化社会中引起公众的刮目相看，获得更多脱颖而出的发展机会。

在调查中，有的大学生认为，“社会在发展，消费是动力，追求前卫和引领社会消费潮流也是大学生对社会提高的贡献。”提高大学生生活质量，促进大学生健康成长，不仅仅是学校和家长的愿望，同时也是国家和社会关注的问题。

在某种意义上说，发展大学生消费文化不仅仅能够丰富大学生生活，还能够以消费促生产，带动经济的持续增长。但在充分肯定大学生消费进取因素的同时，也不能不看到大学生在消费中的一些偏差。

本调研报告针对我校大学生的消费情景及其看法进行了一次较为深入的实地调研，经过对学校各年级各层次同学进行抽样问卷调查，同时结合其他高校的调查报告，我们发现当前大学生消费情景在总体健康发展的大背景下，还存在诸多问题，如：不善于理财的赤字消费，靠借贷维持而不计偿还本事的超前消费，高于家庭或负收入水平和支付本事的早熟消费，偏信广告的盲目消费，追求虚荣的炫耀消费，不研究自身实际情景、只求和别人一样的攀比消费，暴殄天物的奢侈消费等。

所以，如何理性看待当前大学生的消费情景，如何正确引导大学生的消费观念，家庭和学校乃至社会在这过程中又应当充当什么样的主角，已是关系到当代大学生消费观念等多方面健康发展的关键。

1、消费状况调查数据

(1)家庭平均月收入。

经调查，家庭平均月收入在1000元以下的学生占23%，1000元~5000元占67%，5000元~10000元占7%，10000元以上3%。其中家庭月收入在1000元以下的学生来自城市的占4%，来自农村的占96%。可见，大部分贫困学生来自于农村，我国的城乡差别仍然巨大。而生活奢侈的学生绝大部分来自于城市。该数据与中国人目前的收入水平基本吻合：绝大部分中国人家庭夫妇月收入为2千元~5千元，贫困家庭与异常富裕家庭都是少数。一般来讲，贫困家庭大学生的每月消费支出较少，而异常富裕家庭大学生的生活可能较奢侈，比如有的学生在校期间购买了20多万元的轿车。这在我们学校是实实在在存在的。

(2)月平均消费金额。

月平均消费金额500元以下的占9.5%，500元~1000元占72.5%，1000元~20xx元占14%，20xx元以上占4%。由此可见，大部分学生的月平均消费金额为500元~1000元，每月消费金额超过20xx元的只占4%，社会上一些舆论认为大学生代表着高消费，代表着奢侈浪费的看法是片面的。

(3)每月的生活费。

大学生的生活费主要来自于家庭，也有一部分学生经过打工赚取生活费甚至学费。感觉生活费月月有余的学生占6%，感觉刚好够花的占51.5%，感觉不够花的占42.5%。可见接近一半的当代大学生用钱缺乏计划性，缺乏理财本事。感觉月月有余的学生中，大一学生占69%，由此可见大一新生刚进校门时消费项目较少。而感觉钱不够花的学生中，大一至大四学生分别占16%，6%，44%，34%，可见随着年级的升高，学生的消费项目逐渐增多，大三时恋爱的学生多，感觉钱不够用的学生比例最高。

(4)消费方式。

大学生在消费时选择能省则省的占10%，有计划消费的占32%，想花就花的占54%，选择其他的占4%。可见许多大学生的消费方式比较随意，缺乏计划性，所以导致钱不够花。

(5)每月的饮食开支。

每月饮食开支在300元以下的学生占10%，200元~400元占48%，400元~600元占32%，600元以上占10%。每月饮食开支在200元以下意味着每一天的饮食开支仅有6元多一点，在目前学校食堂一个炒肉3元钱左右的条件下，意味着这样的学生每顿饭只能打一个菜，每一天只能吃一顿肉。而每月饮食开支在600元以上的学生，除了正常的就餐外，几乎天天买饮料喝。而这些数据与其他地区(如北京、上海)相比又是很低的，这主要是因为绵阳地区物价水平相对较低。无论是否贫困生，饮食开支在消费总额中占了绝大部分，这是贴合健康的消费构成的。调查发现，大学生中一向存在一股外出聚餐和请同学吃饭的热潮，这方面的开支虽然不算大，但也是造成大学生消费高的一个原因，这说明大学生已经逐渐有了社会交际方面的消费。

(6)平常购买学习资料的钱。

大学生每学期购买学习资料的钱，10元以下的占41.5%，10元~50元占49.5%，50元~100元占6%，100元以上占3%。可见大学生平时买书的并不多，除了一部分考研、考各种资格证的学生外，一般不买教科书以外的书。

(7)每月与恋爱相关的开支。

本次调查遗漏了恋爱开支，但据我们调查过程中口头了解到：在每月与恋爱相关的开支中，选择50元以下的占12%，50元~100元占4.5%，100元~200元占15.5%，200元以上占22%，另外46%的学生回答没有恋爱。由此可见谈恋爱的学生，每月在恋爱方面要比其他学生平均多支出100元以上。

(8)平均每月电话费。

平均每月电话费支出在20~30元以下的大学生占20%，30元~50元占38%，50元~80元占36%，80元以上占6%。大多数大学生的电话费支出在50元~100元之间。少数学生远程恋爱，煲电话粥，导致每月话费在150元以上。

(9)每月用于上网的平均消费金额。

大学生每月用于上网的平均消费金额在10元以下的占8%，10元~30元的占21%，30元~50元的占39%，50元以上的占32%。由此可见大部分学生都只是适当的上网，沉迷于网络游戏的学生并不是想象中的那么多。

(10)当手中有余钱时最愿意选择的消费项目。29.5%的大学生选择吃喝，24%选择旅游，17.5%选择穿着打扮，16%选择上网吧，7%选择储蓄，5%选择买书，1%选择其他。可见民以食为天，吃喝还是主流。爱美之心人皆有之，大学生们也重视自我的穿着打扮，追求时尚成为部分学生的副业。还有很多人选择外出观光旅行，可见大学生已经成为青年旅游者中的主体。迪厅，ktv等娱乐方式也正日渐受到大学生们的宠爱。

(11)采用哪种方式进行消费。

大部分学生购物都喜欢现金消费，三分之一左右的同学喜欢银行卡信-用-卡(creditcard)消费方式。可见，一些比较先进的消费方式已经进入了大学生的生活中。大大小小的学校卡、银行借记卡会成为大学生钱包里的必备品。学生使用信-用-卡(creditcard)也逐渐悄然成风。但与此同时也有许多同学是选择在学校周边的商业区购物。

(12)男女生间的消费差异。

调查结果显示：现代的大学生中，男女方恋爱支出基本成持平趋势，部分女生恋爱支出还甚至超过了男生。在建立和培养自我人际关系方面，男生的开销远比女生大，而在形象包装方面，女生又会略胜一酬。在对于每月支出是否有预算有计划的这一项调查中，选择有计划的女同学为42%，男同学则为37.1%。

(13)日常资金来源和家庭收入。

调查发现，大学生主要的经济来源是家里供给。其中贫困生勤工俭学的人数比普通学生多出十个百分点。而贫困生对于外出兼职比普通学生有更热切的期望，也会付出更多的努力。可见，家庭较贫困的学生有着更迫切地锻炼自我、早日投入社会的意识。

(14)大学生对自身消费现状的看法。

无论贫困生还是非贫困生，对于自身的消费现状，三分之一的人表示是觉得刚刚好的，一成的贫困生觉得自身消费现状偏低。而剩下的大部分，都是认为自身的消费现状是偏高的，同学们普遍都有在不知不觉中花了钱的体验，但大多数的同学都没有切实地想过要如何去正视自身消费过高的问题以及想出应对措施，可见，大学生还未养成良好的消费习惯和成熟的消费观。

2、调查结果分析

经过以上调研结果能够看出，大学生的基本生活消费和心理整体上是现实的、合理的，但离散趋势明显，个体差异大。主要归纳为以下几个方面：

(1)理性消费仍为消费主流。

大学生的绝大部分支出是用于饮食方面，而玩乐方面的支出不算多。由此可见，大学生还是清楚明白自身的使命还是以学习知识为主，而不会沉迷于玩乐。由于消费本事有限，大学生消费时都会较为谨慎，尽量精挑细选，不会一味求贵，或者只注重便宜的价格而不注重质量。所以较为理性的消费是大学生消费的主流。

(2)大学生消费有其不理性的一面。

大学生没有经济来源，经济独立性差，消费没有基础，经济的非独立性决定了大学生自主消费经验少，不能理性地对消费价值与成本进行衡量。大学生没有构成完整的，稳定的消费观念，自控本事不强，多数消费都是受媒体宣传诱导或是受身边同学影响而产生的随机消费，冲动消费。这也正是大学生消费示范效应的结果。拿手机产品来说，目前，有手机的大学生中，一部分有通信的需要，且家庭经济条件允许;另一部分有通信需要，可是家庭经济条件负担不起的情景下“趋前”消费;还有一部分是既无通信需要又无家庭经济条件负担的“奢侈”消费。而“奢侈”消费则是由大学生消费的示范效应，攀比心理导致的。

(3)大学生更侧重时尚性消费。

学生思想活跃，对新事物有强烈的求知欲，喜欢追求新潮，并敢于创新，消费的趋附性强，娱乐消费占全部消费额的比重很大。对企业而言，中国移动做的较好，他们借助流行时尚代言人周杰伦为“m-zone”加油助威，同时利用学生追求物美价廉的心理，推出学生卡，从而赢得不菲的业绩。

(4)大学生的消费构成跟上社会发展的潮流，与社会接轨。

从调查中能够看出，大学生外出聚餐、请朋友吃饭、外出旅游、通讯网络方面的费用较多，俨然大学生圈子也成了一个小社会，大学生更多地意识到了要提早接触社会上的一些新的生活消费方式，进而提早融入社会。而银行卡、信-用-卡(creditcard)等消费方式也受到大学生们欢迎，可见，大学生作为社会上一个活跃的群体，虽然在经济实力上未能跟上社会，但消费意识上却早已和社会发展同步。

(5)消费呈现向多元化发展。

大学生在实现温饱的同时，也在服饰装扮这一方面明显消费。而作为饱读圣贤书的天之骄子们，学习之余也会不忘逛逛学习用品店和书店，为取得各类证书的补课充电也成了大学生的一个消费热点。部分手头宽余的学生还手头上还会拥有一些如照相机、mp3等数码产品。可见，大学生的消费取向逐渐向多元化发展。

1、家庭、学校、社会多方引导

(1)家长应从自身做起，改变不好的消费观念。

家庭教育在注重孩子德，智，体多方面培养的同时，也要重视对孩子消费观的培养。另外，许多家长要摒弃那种和别人比气派要面子的思想。家长们应当交给孩子一种朴素简约优惠实用的消费理念，让其逐渐养成自力更生、不铺张浪费的好品质。

(2)构成大学生良好消费风气。

良好校风是师德师风和学生学习、生活作风的有机组合。其中学生的消费心理和行为是体现学生生活作风的重要部分。一旦良好的消费习惯得到培养和加强，就会对良好校风的塑造起促进作用，并构成校风助学风的良性循环。所以，应当把大学生良好消费心理和行为的培养作为学校文化建设的重要组成部分。在学校文化建设中设计有关大学生健康消费理念的活动专题，并且持之以恒，以大学生良好的消费心理和行为促进良好生活作风的构成，进而促进良好学风、校风的巩固与发展。

(3)社会不良消费风气的影响是大学生不良消费习惯构成的根本。

所以，社会应当逐渐调整整体消费结构。高消费这种导向错误的助长了学生之间的攀比风。另外，现今社会上流行着透的支的消费方式也应当逐步改变，从而引导大学生的消费习惯和方式趋于合理!

2、在校大学生应提高自身意识

(1)合理规划自身消费构成，增强理财意识。

要在社会的激烈竞争中站稳脚跟，学生们对自身的消费现状需要有更理性的思考，在大学生活中就要注重养成健康的消费心理和良好的消费习惯。要强调“合理和适度”消费，提倡“量入为出”有计划的消费。注意发扬勤俭节俭的传统美德，自觉抵制不良消费风气影响。

(2)注意克服攀比心理，不要盲目追求高消费。

大学生没有独立的经济来源，所以在消费的过程中要做到“一切从实际出发”。要选择适合大学生群体的消费标准，而不能因为攀比而一味追求名牌和高标准、高消费。要克服这种心理，大学生们就应树立适应时代潮流的、正确的、科学的价值观，逐渐确立正确的人生准则，给自我理性的定位。

(3)贫困生应正视自身消费现状，养成良好的消费心态。

贫困生们作为大学生中一个特殊的群体，消费本事是相对落后的，可是他们的消费欲望并没有衰减。所以，贫困生更要注重正视自身的实际情景。调查中一位贫困生说过这样一句话：“在清扫校道时，我会对走过的每个人微笑，因为我明白，靠自我双手挣的钱是最光荣的”。这是一种很好的心态，贫困生应进取地应对自身情景，按切身实际分配消费。

(4)注重精神消费，养成健康习惯。

对于尚未有固定经济来源的大学生而言，精神消费不但能弥补物质生活上的不足，还能让大学生有更深的精神内涵和更丰富的精神生活。所以，大学生应经过各种教育和文化活动，把娱乐和知识摄取结合进行，以陶冶性情，获取知识。另外，要注意强调绿色消费，反对不利于保护生态环境的消费行为。

经过对西南科技大学大学生消费状况的调查，能够看出，当前大学生的基本生活消费总的来说是现实的、合理的，但也存在不少问题，这主要是由于家庭情景的不一样和消费习惯的差异造成的。在大学生中培养独立的理财本事、科学的价值观和消费观应是当务之急。

大学四年，如金岁月，学习是主题。然而消费问题也十分重要。从表面上看消费是个人行为，但从更深层的意义上说，消费心理、消费意识，是一种精神文化现象。所以，在大学学校，应当进取倡导量力而行的理性化消费。所以，在大学学校，应当坚持自强不息、艰苦奋斗、克勤克俭的优良传统，不应盲目攀比，恣意享乐，应当进取倡导量力而行的理性化消费。

**大学生消费情况调查报告字篇三**

随着网上购物的普及，几乎每个大学生都有过不止一次的网购体验。随着网购业的发展，网购观念逐渐深入人心，网购次数也在不断增加。大学生网购次数的增加必然导致开销的增长。这种增长是否影响了大学生在饮食、生活以及学习上的正常支出?大学生在网购物品种类如何，是偏向休闲娱乐还是日常生活亦或是工作学习?对上述情况的.清晰把握有助于对学生网购行为开展针对性的教育或辅导工作，培养学生理性的网购行为。

本次调查对象为在校大学生，调查内容为填写《大学生网购调查问卷》，包括大学生基本情况、网购情况等20项内容。从井冈山大学获取样本290例，其中女生152例，男生138例，共获取有效数据8700个。

(一)大学生与网购相关项目基本特征

1、大学生上网时间女生多于男生

调查结果发现，在男女大学生上网时间上呈现出明显的特征。在每天2小时以下时，男女生，分别为42.0%和30.9%;但在2个小时以上时，分别为58.0%和69.1%，女生多男生11.1个百分点。

由此可见，更多的男生每天都会上网浏览一下网络，但时间不会太长;更多的女生则青睐于长时间的网上徜徉。这与男女生上网习惯有关，男生上网的目的性较强，在查阅了想要的内容后更多的是退出网络;而女生则更倾向于网上漫步或逛街，大多方向性不强，随便看看，从一个领域到另一个领域，从而使用了大量的时间。

2、上网时间城市学生多于农村学生

调查结果显示，上网时长2小时以下农村学生占41.6%，城市学生占23.9%;2小时以上的农村学生占58.4%，城市学生占76.1%。

可以看出，城市学生更喜欢长时间上网，而农村学生相对而言较少长时间上网。农村学生由于家庭条件的限制，多数学生在入学前很好具备个人电脑，没有形成长时间浏览网络的习惯;而城市的学生则较早的接触并应用网络，因此，大学生活中上网则占据了较多时间。

3、生活费农村学生相对较少

调查结果显示，农村学生生活费在900元/月以下的人数占77.5%，城市学生占44.6%;900―1200元，分别为20.4%和40.2%;1200元/月以上分别为2.0%和15.2%。由此可见，农村学生在生活费上相对于城市学生偏少。

(二)大学生网购外围因素特征

1、大学生网购原因特征

调查结果显示，他们选择网络购物的原因主要是有时效性、便利性、价格低以及商品的多样性。大学生选择网络购物多是看好了其便利的特性，网络购物更方便，更能够节约成本，同时也可以获得更加丰富的商品信息。

2、大学生选择购物网站及原因特征

1)从调查结果来看，大学生获知购物网站信息的渠道主要是通过朋友介绍、网站介绍、网上广告、网络连接、电视报纸杂志广告等。大学校园中，人口比较密集，全国各地的人都有，年龄比较相近，所以消费趋向也比较相像，使得大学生消费时，在室友、同学、老乡、朋友的影响下，很容易出现从众的行为。

2)选择原因网站的选择通常看的是该网站的知名度、信誉、信用等。大学生有着较清晰的品牌意识，对知名度高，信誉好的产品信任度和青睐度比较高。所选择的网站也大多集中在几个比较大型的网站，比如淘宝网、易趣网。

3、大学生购物类型特征

从调查结果来看，大学生在网上最常购买的商品和服务包括服装鞋帽、书刊、在线充值、票务/教育服务等。通过中国互联网络信息中心的调查，网上购买的商品和服务主要是书刊、服装鞋帽、数码音像制品、化妆品及个人护理用品等。这些商品和服务体现了大学生在生活、学习和文化娱乐等各个方面的消费。书刊的质量风险不大，运输方便，因此，大学生网上购买服装的比例增多，说明大学生对网络的信任度高于普通市民。

4、大学生购物影响因素特征

通过对商品的质量品质、付款安全性、售后服务、配送的及时性等问题的评价相比较，经常进行网络购物的大学生对于商品质量品质的问题的担忧率是最高的，而对于售后服务和配送的及时性问题的评价相对比较低。而没有网络购物经验的人则对于网络的安全性顾虑得较多，而在有过网上购物经验的大学生中已建立了基本的信任，因此，初次的网络购物体验非常重要。

(三)不同层面大学生网购特征

1、女大学生月网购次数多于男性

调查结果显示，男女大学生月网购次数在不同的层次比例均有不同。分别为女性：40.7%、21.3%、20.7%、6.0%、11.3%;男性：58.%、16.7%、15.9%、2.2%、7.2%。由此可见，在月购物2次以上的人群中，女性大学生均多于男性。在月购物1次的人群中，男性则多于女性大学生。总体来说，女性更倾向于网络购物，在次数上也更加频繁。调查可以看出，月购物4次是一个分水岭，区分了购物的两种人群。

2、不同年级学生月购物次数无明显区别

调查可以看出，大一到大四的学生更倾向于每月2次及以下的购物频率，分别为：66.2%、78.3%、82.8%、65.7%;而月网购次数较多(3次及以上)则更多集中于大一、大二和大四，分别为：33.8%、31.7%和34.3%。同样，月网购4次仍是一个较为明显的分水岭。

3、高频月网购人数比例城市学生高于农村学生

调查结果显示，农村学生在低频率网购人数比例高于城市学生，分别为：74.1%和56.0%;而在高频购物(3次及以上)人数上，城市明显多于农村学生，分别为：45.1%和25.9%。

4、生活费用与网购次数呈正比

调查结果显示，随着生活费的增加，大学生低频网购(2次及以下)人数在不断减少，由93.3%减少到33.3%;而高频网购人数在持续增加，由6.6%增加到66.6%，尤其是5次以上的购物人数增加明显，由3.3%增加到44.4%。由此可知，生活费直接决定网购次数的多少。

调查可知，城市来源大学生由于生活费较为充足，有较多的余钱用于购物，而农村来源大学生则正好相反。同时，我们也看到，在生活费较低的群体中同样存在月购物5次及以上的同学(3.3%)，这值得我们注意他们不恰当的消费方式。

5、网购次数和网购消费随着上网时间延长而增加

调查结果显示随着上网时长的增加，高频购物人数也随着增加，比例分别为：17.2%、 30%、48%和72.0%;而随着上网时长增加，300元以上的网购消费额度也随着增加，比例分别为4.8%、15.6%、24.5%和40%。

由此可见，学生的上网时长与网购频率和网购消费有着正相关关系。上网时间长的学生可能对网络购物相关知识掌握更多一些，同时对于网上商品了解程度也更高，使得这部分学生更相信也更愿意网络购物和购买价格较高的商品。

6、更倾向于购买价格更低的商品

统计结果显示对200元以下商品购买倾向男女大学生人数比例分别为：82.6%和88.8%;对于200元以上商品购买倾向分别为：17.4%和11.2%;不同地域来源学生对低价格商品购买倾向分别为：88.4%和80.3%;不同年级大学生对低价格商品购买倾向分别为：82.1%、90.5%、91.5%和91.4%。

大学生网上购物主要由于便利和价格低，同时也受限于自身经济承受能力。因此，他们更倾向于购买价格较低的商品。

7、大学生更倾向于低额网购消费

调查统计结果显示，网购消费额度在300元以下的人群比例占多数。男女大学生比例分别为：88.3%和81.3%;不同年级学生比例分别为：86%、87.3%、94.3%和84.3%;不同地域来源学生比例分别为：89.7%和73.7%。

随着上网时长延长和生活费用增加，高额度的网络消费逐步增加。当上网时间达到6小时以上是，300元以上消费比例高达52%;而当生活费用1200元以上是，高额网购消费比例为55.6%。

上述结果显示，学生网购消费金额绝大多数集中在300元以内，更倾向于低额消费。大学生的基本生活花费大都是来源于家庭的供给，因此，大学生的消费水平也必须与其家庭情况相符合。大家的生活费基本上都是集中于400~800之间，过高或过低的人只占较少的一部分，因此，大家在必备的一些花费外，才会去考虑进行一些额外的消费。

网络购物在大学生中越来越普遍，几乎每个人都有网购的经历，网购的频率主要集中在1次/月。女生的网购次数多于男生，城市来源学生多于农村来源学生;网购次数随着生活费用、上网时长的增多而增加，但与学生的年级没有关系。高频次的网购主要受生活费用和上网时长的影响。

网络购物期望(承受)价格大多集中在200元以下，比例高达80%以上。这种期望价格并不受年级、性别、地域来源以及上网时长的影响。但生活费用对其有一定的影响，生活费用多的学生能承受更高的网络商品价格。

每月网络消费金额也大多集中在300元以下的低额消费。性别、年级和地域来源对其影响不大。但上网时长和生活费用则较大程度影响着学生每月网络消费金额数量，随着两者的增加，学生高额网购人数比例迅速增加。

**大学生消费情况调查报告字篇四**

河南工业大学的在校大学生

申琪惠、亦飞、陈奕仰、查干扎那

申琪——负责调查问卷的起草和调查，还有调查报告的起草

惠亦飞——负责调查问卷的起草，整理，小组讨论的进行工作

陈奕仰——负责调查问卷的起草和调查

查干扎那——负责调查问卷的起草和调查

前言：

据身边大多数同学透露，各自的家庭收入情况有很大的差距，，不同的家庭有不同的收入状况。，家同收入高低阶层也是具有很大的分化，而现今大学生面对的多方面的消费需要。社会的多元化让现在的大学生所面对个各种各样的需求消费，形形色色，五彩缤纷。而根据相关调查大学生的消费情况所面临的也是多方面的。因此，我们认为关于大学生家庭收入的问题是不容忽视的，我们想要通过此次的调查，了解更多当今社会存在的问题，并阐述自己针对此问题的看法。

我们小组经过几次的讨论决定关于此次的调查形式为问卷调查，时间为20xx年11月，调查对象是本校（河南工业大学）的在校大学生，我们基本上是对大一大二以及大三的学生进行的调查，本小组的人员组成为申琪，惠亦飞，陈奕仰，通过对大学生家庭收入的调查，我们觉得在大学生当中，贫富差距还是存在的，并且和农村，家庭观念，时代背景等都有很大的相关性，针对这些问题我们也提出了自己的建议。

主体：

1、关于调查表的综述

这次调查的人群中，比较多的是来自大三的同学，也有一部分是其他年级的。调查中发现，绝大多数的大学生的月生活费是500—1000，极少数的大学生生活费会低于500或者高于1000.由此我们可以猜想到，大多数大学生家里经济状况大致稳定在温饱和小康中，少数略贫穷或者富裕。

而大多数家里的月收入不超过5000，这个和大学生的生活费相比较，我们可以发现，每个大学生家里是多么支持自己的孩子上大学。也许对于我们上一辈的人来看，只有上了大学，有了丰富的知识，才能有出入，以后工作能赚大钱。我们对比家庭成员中最高收入与最低收入的差距时发现，一般都会超过1000—5000人民币，说明家里总是有个赚钱比较多的，而他往往就是大学生未来毕业要超过的那个目标吧。另外，我们发现，在大学里做过兼职的人很少，往往只有那么家里的确比较清贫的学生回去赚额外的生活费。另外一个原因就是，家里希望孩子能把时间多花在学习上，而不是什么打工。

值得一提的是，大家对政府扶助贫困户的做法几乎都是大力支持，也许是因为这个对减小贫富差距还是有一定的作用的。

很多人都表示家里的收入是在上涨的，我们觉得这个是不言而喻的，因为现在的物价在上涨，假如收入没有同时上涨，怎么可能是继续以前生活或是有提高呢。此外，当我们问到是否能保持收入支出平衡，合理分配收入时，大家都很茫然，都说不确定，要视情况而定。

2、如何保持家庭收支平衡与理财

调查中能看到，很多家庭不会保持家庭的收支平衡。对于一个家庭来说，做好家庭理财显得尤为的重要。在确定家庭理财计划之前，首先要对家庭的消费做系统性的分析；其次在家庭开支方面要分清轻重缓急。同时，储蓄对于一个家庭来说非常重要，至于家庭理财采用什么方法，还要视家庭情况而定。以下接受几种好的理财方法。

计划开支法：先对家庭消费做系统分析，在月初把每月必需的生活费（包括水电费、饮食费、电话费等）的硬性支出拿出来放在一边，这样就基本上控制了盲目消费。

重点花钱法：现在的家庭消费大体有三个方面：第一方面是生活必需品消费，如吃穿。第二方面是维持家庭生存的消费，如房租、水电费等。第三方面是家庭发展、成员成长和时尚性消费，教育投资、文化娱乐消费等。这些消费对每个家庭也都是必不可少的，但具体开支就要分出轻重缓急。

活期储蓄法：对于一个家庭来说，存款储蓄很重要。尤其是针对新婚不久的夫妇来说，显得尤为重要。这样的家庭需争取每月有一点可以应急的活期储蓄。民主协商法：夫妻双方通过民主协商，根据各自的收入多少，制定一个双方都能接受的方案，提取家庭公积金、公益金和固定日用消费基金。原则上，提够家用后剩余的归各自支配。

家庭集权法：这在夫妻有小宝宝的家中实行较好。一般的做法是夫妻一方集中管理全家的所有收入，并在民主原则下使用。较普通的情况是经济大权由妻子掌握。分权法：这在两地分居的小家庭中实行较合适。其基本做法是双方商定，各自拿出共同接受的数目存入银行，剩余部分各自留用，待有孩子或一起生活时再调整办法。

3、关于助学金的看法

关于助学金分配的问题我们在调查后，结合自己的了解，产生了一些看法。助学金是奖给那些家庭贫困的学生的，用于资助贫困学生顺利完成学业的专项资金。每年一到发放助学金的时候都会或多或少遇到些问题，有的学生说为什么有他的没有我的，我比他家庭情况还不好；有的说为什么我是二等，他就是一等呢。首先，我们不排除个别老师在分发上存在一定的问题，但这一定是个别情况，绝大多数老师还是很公平的来处理这些问题。我认为没有绝对的公平，只有相对的公平。辅导员在选择发放助学金的时候，会遇到很多问题，但是贫困学生的生活费一般很低，尤其是平时花钱上很是节俭，所以助学金评选采用班级先投票，辅导员微调的方法来决定资助学生比较好。因为有些学生家庭确实困难，但是又不想让同学知道，这些班干部就应该把好关，完全的按投票也是不行的。另外，可以适当扩大资助面，班级的资助份额是一定的但资助学生是由自己自行安排的，这样的话各班级根据班级特殊情况可以自行安排资助学生，这样也是一个好的办法，降低个人金额度，加大资助面都是好的方法。

我们希望那些没有获得助学金的同学，假如你感觉你比他贫困，也许不一定是事实。学生都爱在同学面前尽量显示自己的优点，好的一面，包括家庭环境，都不希望同学因为家庭环境看低自己，但这不能作为你认为他条件比你好的原因。值得一说的是，我们贫困生没有必要怕别人知道自己贫困而装作自己很有钱，那样反而吃亏的是你。辅导员在例行自己的职责发放助学金时，一般都会资助那些更需要资助的人，希望学生们能够更好的理解辅导员。

4、城乡差距依然存在

在我们调查来看，生活费比较少，而且参加兼职的同学大多是来自农村的，而对钱的使用比较随便的往往是那些城镇长大的同学。这里映射出一个我国经济生活中普遍存在的问题，城乡差距。从网上调查下来的数据来看，以受教育为例，20xx年，我国农村15岁以上人口平均受教育年限为6.85年，比城市平均水平少3年；三大产业从业人员的人均受教育年限，农业从业人员最低；20xx年，全国3/4以上的文盲、半文盲集中在西部农村、少数民族地区和国家级贫困县。截至目前，农村还有近1亿人口没有获得医疗服务，3000多万贫困人口得不到及时的医疗服务，近20%的县未达到20xx年人人享有初级卫生保健规划目标的基本标准，4亿多农村人口尚未饮用上自来水，近8%的农村婴幼儿没有享受免疫接种。此外，目前农村的电话普及率只相当于上世纪90年代初期城市的水平。这种城乡之间公共通讯资源的差异，一定程度上也扩大着城乡间获得知识、信息、技术、观念的差异。可以看出，可量化和不可量化的点点滴滴，构成了今日城乡间的鸿沟。

这道鸿沟，实则是发展程度的差异。因此，改善城乡差距也成了我们首要讨论的问题。我认为解决贫富差距的方法有以下一些：首先，加强农村基础建设，为农民建立起市场中心和交流中心，加快信息流通。因为信息技术和信息资源的城乡分割，无疑也将进一步拉大城乡居民在科技文化素质和综合能力上的差距，形成信息时代的两种公民，在两种完全不同的教育环境和条件下成长起来的新一代，支撑起来的将是一个是衡的社会。其次，在政策上应积极保护农业，扩大农业投资。我国现阶段，农民几乎不能享受到国家政策上的什么优点，农业没有特殊性可言。因此也很难会有特殊的发展，这些都需要政府在政策上有一些大量的投资。再次，增加农民收入，减轻农民负担，调节城市居民的高收入，农民收入增加，才能真正把农民、农业、农村中蕴藏的巨大潜力焕发出来，推动中国经济的发展；农民收入增加，才能真正使中国稳定，政通人和；只有农民增加收入，减轻负担，才能保持我国经济、社会、文化的多样化，发挥民族特色，走可持续发展之路。然后，应该提高农民素质，加强农民教育，在农村中建立各种各样的培训班和学习班，进一步扩大义务教育。最后，政府也应该加快农村社会保障的覆盖，只有在确保温饱的情况下，才能完成以上预期，不然只是纸上谈兵。农村的生活质量起来了，富裕了，城乡差距自然会逐渐缩减。

总之，通过这次调查，我们从对我校大学生这个团体的调查中可以认识到很多。大家家庭的收支及分配不平衡，助学金方面学生间有较多的矛盾，农村和城镇的经济差距依然不容乐观。希望在未来几年内能有所好转。

**大学生消费情况调查报告字篇五**

x、调查目的(x)了解\*\*大学学生消费的总体水平。

(x)了解\*\*大学学生消费行为的特征。

(x)了解\*\*大学学生消费理性观念。

x、调查对象和时间

(x)调查对象：\*\*大学在校学生，主要是大一大二的学生

(x)调查时间：xxxx年x月xx日(周一)

(x)调查形式以调查问卷为主，另外还与有些同学交流面谈。

(x)成员：

x、调查方法

我们选定一节选修课(考虑到这样调查范围更广泛)，将xxx份问卷发下去，让同学们完成，然后用简单抽样方法随机抽取xx份进行统计，最后根据统计数据进行分析研究，写出调查报告。

x、调查主要项目

调查大学生购物习惯;每月消费的金额和来源;每月消费主要用途;每月购买日常用品、娱乐的花费;是否有兼职经历和理财方面的认识。

x、调查步骤

(x)制定调查计划

(x)搜集资料编写问卷

(x)发放问卷

(x)整理问卷统计数据

(x)分析研究

(x)写出书面调查报告

二、调查背景

当代的大学生生活在复杂而精彩无比的社会，随着我国人民生活水平的提高，学生参加的社会活动的范围日益扩大，消费自然是其中不可忽视的重要一项。琳琅满目的商品，层出不穷的各种品牌，千变万化的流行信息，给差不多大学生提供了一个通过消费活动认识社会、了解社会的机会,也使大学生的消费受到越来越多的关注。

我们大学生作为社会特殊的消费群体，大学正是我们的消费观念塑造和培养的一个非常重要的时期，可能对大学生以后的生活消费观念产生重要的影响。但是由于大学生年龄较轻，群体较特别，大学生有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。一方面，他们有着极大的消费需求，另一方面，他们尚未获得经济上的独立，消费受到很大的制约。消费观念的超前和消费实力的滞后，都对他们的消费有很大影响。因此，关注大学生消费状况，把握大学生生活消费的心理特征和行为导向，培养和提高大学生的理财能力，成为我们当代大学生共同关注的课题。

特殊群体自然有自己特殊的特点，同时难免存在一些非理性的消费甚至一

些消费的问题。为了调查清楚大学生的消费问题，我们在校学生中进行此次消费状况的调查。

三、统计分析

x、大学生消费总体情况

通过问卷调查及统计数据可以知道，当代的大学生的消费观念有些理性因素，突破传统的只求满足基本生存需要的观念。从调查结果来看，讲求实际、理性消费仍是当前大学生主要的消费观念。根据大学生在购买商品时，考虑的因素主要是价格和质量。从本次调查看，有xx%的同学来自中小城市城镇和农村，另外大学生经济来源主要是父母的资助(右图是学生经济来源统计)，自己兼职挣钱的不多，有少数来自勤工俭学和学校奖学金，这使我们每月可支配的钱是固定的，大约在xxx-xxx元之间，家境较好的一般xxxx-xxxx元左右。

下图是\*\*大学学生每月消费水平

而大多数学生的消费主要是用来支付饮食和日常生活用品开销的。据统计有xx%的同学用于生活基本保证超过每月生活费的xx%(其中男生每月生活基本保证费用比重大于女生)，甚至有的学生每月消费的xx%以上用于基本生活保障，而经过具体的分析，绝大多数来自农村，这一点我们很容易理解，我们也可以用恩格尔系数来反映，经济条件稍微差一点的同学系数大。

得值”，会尽量搜索那些价廉物美的商品，这可以解释部分同学为什么回选择感觉好就行，笔者认为他们可能是将商品的质量、价格综合考虑了。同时我们也注意到，无论是在校内还是在校外，由于大学生的各种社会活动都较以前增多，加上城市生活氛围、开始谈恋爱等诸多因素的影响，大学生在消费时可能不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，他们可能会比较注重自己的形象，追求品位和档次，虽然不一定买名牌，但质量显然是我们非常关注的内容。这样市场营销人员就可以从这方面来来对大学生同学的消费调研分析，实现促销的目的。这样我们不难看出，价格、质量、品牌是吸引大学生消费的重要因素。

x、消费结构多元化

由于大学生同学缺乏经济来源，很大程度上靠父母提供(也有部分学生靠自己在外兼职挣钱，但很少)，每月消费比较固定，有一定的规律性，这样我们就能较准确的调查出学生消费的主要去向。

下表是学生消费主要情况及其统计人数

主要开销 人数

吃喝用等日常消费 xx

交通、通讯(电话、上网)xx

购物(服装、饰品)xx

娱乐(旅游电影ktv等)xx

学习费用(书籍)xx

从调查中，我们可以知道学生的主要消费有：吃喝用等日常消费;交通、通讯(电话、上网)、购物(服装、饰品)、娱乐(旅游电影ktv等)、学习费用(书籍)等，消费结构表现出多元化。以前大学生一般用于吃放学习等，现在已经不同了。尽管大学生在吃饭学习上花费仍占有很大的比例，但相对于以前，大学生在交通、通讯(电话、上网);购物(服装、饰品);娱乐(旅游电影ktv等)的比例也占有很大比重，学生在满足生活基本需要同时，还会去满足精神需求。据统计有近xx%的同学在这几方面的花费都超过了xxx元。是的，随着社会的发展，人们生活水平的提高，在满足物质追求的同时，精神消费的也越来越明显。

x、男女生消费特征不同

第一、表现在每月消费水平上，从统计的数据来看。在月消费水平大于xxxx元的x人中，有x名为女生，在xxx到xxxx之间的(约有xx%)被调查者有xx人是女生，xx名是男生，而月消费小于xxx元有x人是男生，可以粗略估计，消费总体上女生比男生月消费多出xxx多元。

第二、在每月生活基本保证占月消费的比例中，选d(=xx%)的男生占xx%，(xx人)，选c(xx%-xx%)的男生x人，女生x人，而选a b 的大多是女生。从调查结果上看，女生在生活基本保证上消费少，购物上平均花费则比男生多，这与男女生的消费结构消费心理有很大关系。经过与部分同学交谈及自己在大学两年的经历，笔者对此的认识是;女生在某些方面确实是比男生要有更大的消费虚荣心。

第三、男生消费更为理性。在对第十八道题和二十题的统计分析中，尽管男女生消费很理性，但还是细微差别，我们发现男生消费比女生更为理性。在谈到同学消费对自己的影响时，女生更易受同学影响，男生基本不会受同学消费的影响。如上图(其中abc分别表示a 有很大程度的影响 b 有较小影响，最终还是取决于自己 c 没有影响)

在第二十题的回答上男生和女生也有差别。您看到自己心仪的商品时，而手头缺钱时，会有少数女生会向家里要钱或向同学借钱购买，但男生很少这样，他们可能会想到自己去挣钱购买或索性不买。而女生各种回答都有，她们可能会存在一种攀比的消费心理，这严重影响了她们正确消费观念的养成，如果不考虑个人经济状况和支付能力，盲目追求奢侈的消费模式是十分有害的。

x、大学生消费理财观念缺乏

在对学生的调查问卷中，我们发现很多学生缺乏一种合理的消费理财观念，包括我自己在内，没有很好的消费习惯，至于理财知识就更为缺乏，基本上没有想过将自己剩下的钱储蓄起来，大多数情况下是每月只能勉强维持，每月的钱基本上是父母打过来的，很少有剩余。

在当今激烈的竞争情况下，理财观念已经越来越被人们接受并用于自己的生活中，作为大学生我们应该更加主的积极地学会理财。

上表是我校学生的消费计划调查情况

我们可以看出有较好的消费计划的只占不到x%，有xx%的同学有计划但却没有好的执行，同样多的学生没有自己的消费计划，有超过x/x的同学有模糊的消费计划。

对大学生关于对自己的消费情况是否满意时，竟有超过x/x的同学对自己的消费状况表示一般的满意，这说明我们大学生的消费观念意识很淡泊，这说明我们对于自己的消费没有引起足够的重视。

在另一个问题的调查中，我们还发现同学们又是很渴望自己有详细周密的消费计划的，我们可以看出大学生还是有一定的紧迫感的，这样我们可以说加强大学生的消费理财的教育是非常有必要的。

选项 人数

够花就行 xx

有较细的消费计划 xx

每月都有盈余可供自己支配 xx

没考虑过，无所谓 x

我们也统计了部分同学对于大学生消费的宝贵建议和意见，我们很惊奇的发现，有大多数同学都认为我们大学生应当合理消费，根据自己的经济情况，合理规划自己的每月开销，不要攀比。显然，大学生消费中存在较严重的消费攀比现象，我们应该认识问题的严重性，这是一个亟需解决好的问题。

四、问卷调查的可行性分析

调查问卷设计基本合理但是不足之处在所难免，例如我们没有考虑到，随着社会经济的飞跃发展，消费方式已经进入网络电子时代，学生很有都已经习惯信用卡消费，这种快捷方便的消费方式对大学时肯定有很大的影响。其中题目还有很多问题，希望老师给予指出并修改。

此次调查贴近大学生生活，调查问卷题目设置相对简单，题目数量相对稍少，但选项的设置相对较合理，题目内容设置能够切实反映大多数学生的消费结构和消费状况，选项数目合适。就调查对象而言，本次调查对象主要为本校大一、大二学生，可能会范围稍窄，但调查方法为问卷调查，技术操作性强。总体而言，其可行性还是比较强的。

五、对于大学生消费的几点建议

我国正处于激烈的社会转型过程中，虽然社会经济与以往比较已经取得卓越的成就，但是放眼世界，我们离世界发达国家的距离还很遥远。引导大学生继续保持艰苦朴素、勤俭节约的消费观念，反对奢侈浪费、盲目攀比、过高消费等不良消费风气，加强大学生健康的消费观念和理财观念的培养与塑造，在当前国情下具有非常重要的意义，也是这次问卷调查的一个重要目的。

今后我们应当重视和加强对大学生消费状况的关注，注重研究他们的消费心理与行为，从中发现问题和解决问题，促进大学生养成健康消费心理，形成正确的消费观，从一个大的环境来影响大学生的消费行为观念。当然，我们大学生同学也应该积极主动的培养塑造我们的`消费理财观念。

x.增强独立意识，培养和加强理财能力

现今的大学生需要懂得如何在激烈竞争的社会中生存，那独立理财能力就成了重中之重。理财不是简单的四则运算，不是简单的收支平衡，它需要长期的理性基奠，个人盲目的冲动不是独立，是任性的表现，我们需要的不仅仅是脑中有独立的概念，更迫切的是独立的行动和理性的思考。培养和加强大学生财商，所谓财商，指的是一个人在财务方面的智力，即对钱财的理性认识与运用。专家指出，财商的概念是与智商、情商并列的现代社会三大不可缺少的素质，也是现代教育不可忽略不宜回避的话题。可以这样理解，智商反映人作为一般生物的生存能力，情商反映人作为社会生物的生存能力，财商反映人作为经济人在经济社会里的生存能力。财商主要包括两方面的内容：其一，正确认识金钱及金钱规律的能力;其二，正确运用金钱及金钱规律的能力。

x.大学生良好消费风气应该成为良好校风的重要组成部分

大学时期是人生中一个独立性与依赖性并存的阶段。伴随着自我意识觉醒而来的是人们在物质生活和精神生活中强烈的自我支配要求。现在的大学生大都是改革开放后出生的，环境的塑造，使他们在思想、生活、学习等方面都有自己特有的看法。虽然他们的消费来源依赖于家庭，但他们却有强烈的消费自主要求。大学生的思想没完全成熟，如果缺乏适当的消费指导，就会出现消费的盲目性。这样我们就必须加以指导，而良好校风是师德师风和学生学习、生活作风的有机组合(其中学生的消费心理和行为是体现学生生活作风的重要方面)，所以我们要发挥校园对大学生的消费观的影响和指导作用。

**大学生消费情况调查报告字篇六**

摘要：大学生作为特殊的消费群体，对小商品的消费各不相同。经济基础决定上层建筑，因此大部分消费倾向是依据家庭收入而定。不同的社会经济条件下，同一种商品也会出现不同的使用价值。不同的大学生对必需品及奢侈品的消费观念不同，对商品的使用价值要求也不相同。由于消费对象不同，月生活费不同，在饮食、学习、娱乐方面的消费比例也不一样，对商品使用价值的要求也不一样。商品有自然属性和社会属性，不同的自然属性，其使用价值也不相同，即使是同种商品同一消费对象也会有多种实用价值。

关键字：大学生使用价值消费观小商品调查

了解大学生的消费现状与消费观，大学生对不同使用价值的小商品的消费观，从而得知同一商品同一消费者有不同的使用价值，比较分析消费水平不同大学生对不同商品的的消费观及及对不同商品的使用价值的不同要求。

南昌大学前湖校区在校大学生

本次调查采取调查问卷方式（调查问卷附在后面），调查问卷的结果为总21份，有效21份。以问卷调查为主，以访谈为辅助，通过网上查询或资料查询调查统计资料，发放问卷主要以电子稿发送邮件方式及个人填写问卷方式进行。

本次调查主要针对大学生对商品消费情况的观念及商品使用价值的看法。具体包括家庭收入，月生活费，在饮食、生活、学习、娱乐方面支出情况及看法。

此次调查对象中，男女比例相当，调查中以大三学生居多，所做的调查结果具有普遍性和代表性，能代表男生和女生对不同商品不同使用价值的普遍看法。在调查对象中，涉及到来自城市、乡镇、农村等不同地区的不同消费对象，涉及范围广，具有说服力和可比较性，他们的家庭月品均收入水平也不相同，因而月生活费也因此而有差异，导致他们对同一商品的使用价值看法也有差异。不同的社会经济条件下，同一种商品也会出现不同的使用价值。具体小商品消费情况调查数据分析附在后面。

调查对象中6人来自城市，他们的家庭月平均收入大都在5000元以上，月生活费大都在1500以上；调查中大部分人来自城镇，他们的家庭月平均收入大都在3000-5000元，月生活费在1000元左右；还有6人是来自农村的，他们的月平均收入在1000-3000元甚至1000元以下，月生活费自然也不多400-700元，甚至400元以下，他们中有些人部分甚至大部分生活费的来源是自己课余时间勤工俭学所得。消费水平自然就不一样。

不同的商品有不同的使用价值，数码相机和手机是不同的商品，一个用于拍照，一个用于打电话。因此商品的自然属性不同，其使用价值不同。

对于数码相机这种产品，不同的消费水平的消费对象有不同观念看法，近年来，随着计算机技术的迅速发展，出现了许多数码化产品。就像给计算机插上了翅膀，使其越来越强大，也越来越方便，价格也越来越便宜。以前觉得手机拍照很好的一部分人，被数码相机漂亮的外形，很高的像素，及强大的功能所吸引，数码相机逐渐替代了手机的照相功能。因此，由于技术的成熟，加上欧美市场的打开，厂商开始大规模生产数码相机，所以随着技术的发展，技术进步，使用价值的作用会有替代和变化。

用数码相机代替手机，消费水平一般的人就会认为， 数码相机的价格太高，因为数码相机不是必须品，他们会觉得没必要支付过多的金钱在这上面，数码相机可有可无，因此这类人中很少有人会去花大价钱购买。如果需要照相就直接用手机拍照或借别人的相机就行，他们对相机的渴望不是很高。

消费水平低的人，这部分人大多来自农村，虽然有购买的欲望，觉得数码相机是个新的东西，很想去尝试和接触，但是由于经济能力的限制，生活费不够，没有能力支付，所以对于他们来说数码相机就是一个奢侈品。

因此，同一个数码相机，不同的人会有不同的看法。同一商品对不同的人会有不同的使用价值，随着科技的进步，人们对数码相机的要求越来越高，不仅要求高性能，而且要求漂亮的外形。以前数码相机用于拍照，现在不仅用于拍照，还可用于摄影留念等，技术进步同种商品的使用价值就被以前的使用价值替代或更新。

对于手机这种商品，既可以打电话，又可以发短信，现在的智能手机上网、微博、飞信等，看电子书，听歌等也非常方便，即使是不同消费水平的人，不管价格方面的差异，大学生也会至少没人一部手机，手机已经成为大学生生活中的必需品。但是手机也有不足之处，价格普遍较高，易用性较差，新手需要慢慢适应。 那些对电脑以及手机不是很熟悉的朋友来说，如果你想玩转一个智能手机，不花点时间好好钻研钻研是不行的 ，毕竟如今的智能手机就好比是一台缩小版的pc。

手机有不同的功能，就能满足消费者不同的需求，因此可以说，商品有多少种自然属性，就有多少种使用价值。同种商品对同一消费者有多种实用价值。

在不同的社会经济条件下，手机也展现出不同的功能。从贝尔德实验发现开始，到有线电话；电磁波的发现，成为“有线电通信”向“无线电通信”的转折点，也成为整个移动通信的发源点也从其重量仍有大约750克，与今天仅重60克的手机相比，象一块大砖头，此后又进一步小型化，轻型化；从只能用于通话到现在的“掌上电脑”，移动互联时代的到来，智能手机的流行已成为手机市场的一大趋势。这类移动智能终端的出现改变了很多人的生活方式及对传统通讯工具的需求，人们不再满足于手机的外观和基本功能的使用，而开始追求手机强大的操作系统给人们带来更多、更强、更具个性的社交化服务。智能手机也几乎成了这个时代不可或缺的代表配置。如今，越来越多的消费者已经将购机目标定位在智能手机身上。与传统功能手机相比，智能手机以其便携、智能等的特点，使其在娱乐、商务、时讯及服务等应用功能上能更好的满足消费者对移动互联的体验。

从手机的发展历程看，不同的社会经济条件，手机也会呈现出不同的性能。不同的社会经济条件下，同一种商品也会出现不同的使用价值。

以上商品都是娱乐方面的，对于饮食和学习方面的商品，其使用价值也会有所不同，商品的使用价值是一个动态的综合的概念。

学习方面，对于一些学习必需品，笔、本子、书、复印打印资料等方面的支出是必须的，但是对于电子词典，掌上电脑等方面的辅导用书则不是必需品了，因消费水平而异。

饮食方面，比如香蕉，这种味香、富于营养，终年可收获的水果，在温带地区也很受重视。香蕉属高热量水果，据分析每100克果肉的发热量达91大卡。在一些热带地区香蕉还作为主要粮食。香蕉果肉营养价值颇高，每100克果肉含碳水化合物20克、蛋白质1．2克、脂肪0．6克。

此外，还含多种微量元素和维生素。其中维生素a能促进生长，增强对疾病的抵抗力，是维持正常的生殖力和视力所必需；硫胺素能抗脚气病，促进食欲、助消化，保护神经系统；核黄素能促进人体正常生长和发育。

从营养角度看，香蕉是淀粉质丰富的有益水果。香蕉营养丰富，鲜果肉质软滑、香甜可口，是广受欢迎的热带水果。鲜果可作粮食、蔬菜外，还可加工淀粉、罐头、果酱、果泥、蕉干、炸蕉片等；蕉秆可制纸、绳，茎、叶、果皮作牲畜饲料及肥料，乳汁可作染色剂。

中医认为香蕉性寒味甘，远古书籍中早有记载其营养价值，功效包括清热解毒、润肠通便、润肺止咳、降低血压和滋补作用等，属于优质水果，真正价廉物美。若你拥有干性皮肤，每到冬春时一定会非常烦恼。你只需按以下招数每星期作两次香蕉面膜，就能给它适当的滋润，改善干燥的皮肤。

民间验方更有用香蕉炖冰糖，医治久咳；用香蕉煮酒，作为食疗。近代医学建议，用香蕉可治高血压，因它含钾量丰富，可平衡钠的不良作用，并促进细胞及组织生长。用香蕉可治疗便秘，因它能促进肠胃蠕动。德国研究人员表示，用香蕉可治抑郁和情绪不安，因它能促进大脑分泌内啡化学物质。总之，身体燥热者大可一日一香蕉，但如害怕香蕉性寒，可以将香蕉果肉煮熟后食用。凡事总有合理解释，香蕉性寒，根据“热者寒”的原理，最适合燥热人士享用。痔疮出血者、因燥热而致胎动不安者，都可生吃蕉肉。

香蕉有这么多的功效，能满足人各种不同的需求，营养丰富，还能治病。同种商品有不同的使用价值。当然香蕉因其自然属性不同，也会有一些不足之处。

正因为香蕉性寒，体质偏于虚寒者，最好避之则吉。例如胃寒、虚寒、肾炎、

怀孕期脚肿者，最好不要生吃香蕉。除非蕉肉经过蒸煮，寒性减退后才可进食。至于寒咳本不应吃香蕉，但将香蕉蒸熟可吃。而从中医学角度去分析，香蕉味甘性寒，可清热润肠，促进肠胃蠕动，但脾虚泄泻者却不宜。香蕉性质偏寒，胃痛腹凉、脾胃虚寒的人应少吃。最典型的是老人、孩子吃过生香蕉之后，非但不能帮助通便，反而可发生明显的便秘。

香蕉除了本身的作用外，还可创造附加值。香蕉果实除作鲜果食用外，也可制成各种香蕉制品，如果脯、香蕉干、果汁、香精、香蕉炸片、香蕉粉、香蕉面、香蕉汁、香蕉酱及糖水、香蕉罐头等；香蕉叶片可包裹食物；还可用于加工，如熟香蕉可制成香蕉粉，用于制糕饼及面包；果实经发酵后可酿造香蕉酒或提取酒精；香蕉的假茎、吸芽、花蕾都含有大量的营养物质，是很好的青饲料，可用于喂猪；假茎与叶富含纤维素，可制作绳、编织物和造纸；假茎的汁液可提制出一种食品防腐剂和染料的固定剂，假茎的灰分含碱量很高，可用于制碱水；假茎、叶的钾含量较高，切碎后回田有增加土壤有机质和疏松土壤的作用，同时还增加了土壤的钾。

从以上各种商品的分析中可以得出，商品不仅可以从自身的价值方面满足人们的不同需求，而且还可以创造很多附加值，充分利用，加工之后还有很多的新的附加值商品，能满足人的不同需求，所以同一种商品，同一消费者同一经济条件下，也会有不同的使用价值。商品有多少种自然属性就有多少种使用价值；商品的自然属性不同，其实用价值也不同；不同的社会经济条件下，同一种商品也会出现不同的使用价值；同种商品同一消费者也会有多种实用价值；随着科技的发展，技术进步，使用价值也会发生更新和替代。充分说明商品的使用价值是一个动态的综合的概念。

**大学生消费情况调查报告字篇七**

随着现代社会的发展，当代大学生已是社会的一个重要群体，大学生的日常消费状况及消费心理也越来越受到社会的关注，因为这些在一定程度上能反映出大学生的思想品质和社会生活能力。和许多地方相比，宜州这座城市的发展是比较落后的，为了了解大学生的一些日常消费状况，我们小组特意在我院范围内做了此项调查。

这次调查不分年级，在各系随机抽取宿舍进行调查，共发放问卷200份，回收有效问卷180份，在数据统计和数据对比分析中得出以下调查结果报告：

调查结果中有66.33%的同学是靠家庭提供生活费的，剩下的一般是靠助学贷款、奖助学金和勤工俭学等方式获得生活费。在被调查的180名同学中，71.12%的同学来自农村，22.88%的同学来自城市，这些家庭中55.68%是可以维持一般家庭开支需要的，比较困难的占19.89%，其余的是可以满足一定享受层次的消费或是更高生活水平。

34.27%的同学平均月生活费在200400元之间，39.89%的同学平均月生活费在400600元之间，19.10%的同学平均月生活费在600800元之间，6.74%的同学平均月生活费在800元以上。而平均月生活费在600元以上的几乎全是男生，且大部分是艺、体类的学生。在调查中，只有少数的几个没有手机，除了拥有手机外，26.15%的同学还拥有电脑，近10%的同学拥有数码相机，12.62%的同学拥有mp3、mp4、mp5中之一，因此，每月同学们用在电话费、网费上的支出大多数是在30100元之间，也有28.42%的同学低于30元。分析中发现，在伙食费上（包括各种零食、饮料）的支出，有43.46%的同学处在200350元之间，36.65%的同学处在350500元之间，低于200元和超过500元的都在10%左右。在每月的生活费中，除了通讯、伙食费的支出较大外，同学们每月用在学习、旅游、购物、应酬方面的支出所占比例相对来说是较小的。

55.08%的同学认为在衣食住行方面应以经济实惠为主，27.81%的同学认为在衣食住行方面既要兼顾实惠又要追求高标准，只有少部分的同学主张尽量追求高标准或是不清楚自己的标准。对待名牌、高档商品，过半的同学认为，其质量比较好，可以在打折的时候购买，也有的同学说是赶时髦，可以秀出自己的个性，也有同学认为其太贵了，浪费金钱。当问及每月生活费是否够用时，57.22%的同学偶尔会透支，17.11%的同学经常透支，主要原因是很少合理规划自己的开支。

三分之二的同学认为宜州当地的生活和物质水平是一般的，也有少部分同学认为偏高或是偏低。在看待周围同学的消费状况方面，近60%的同学认为是比较符合实际的，20.43%的同学认为比较高，也有百分之十几的同学认为比较节俭。

综合上述可以看出我院大学生在消费状况方面大多数是合理的，符合当地的消费水平，但也存在着消费不合理的缺陷。大学相对中学来说不管在学习还是生活上都是比较自由的。一些同学太过放任，对于每月的生活费几乎从来不进行适当规划，常使自己的收入不均衡。大学是一个大场合，来自五湖四海的同学聚集在这里，在经济生活方面每个人的家庭经济条件和消费能力不一样，一些同学为了虚荣心、爱面子而去攀比，结果财政经常是赤字状态，甚至是负债累累。

我们作为大学生，不久也将进入社会，自食其力。大学阶段能否使自己的生活消费处在合理的状况也是一种生存能力，而且一个人的消费状况及消费心态在一定程度上反映了自身的思想品质。作为当代大学生，我们除了要学习好各类知识外，还要学会如何让自己生活得更好，这样才能从综合上达到合格大学生的标准。此外家庭、学校也应加强对大学生消费的引导，纠正大学生的一些消费误区，帮助大学生建立现代科学健康的消费观，让他们朝着更好的方向发展。

**大学生消费情况调查报告字篇八**

随着社会生活环境的改善和生活水平的日益提高，人们的消费观念和消费结构发生了明显变化。当前学生尤其是大学生的消费方向、消费心理、消费形式等也都发生了深刻的变化，大学生作为社会特殊的消费群体，消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响其世界观的形成与发展，进而对大学生一生的品德行为产生重要的影响。因此，关注大学生的消费行为，引导其正确消费，帮助他们树立合理、科学的消费观念，养成良好的消费习惯，使之能成为国家和社会的有用之才，具有深远的意义，这也是教育工作者不可推卸的责任。

一、当代大学生的消费方向和消费心理的变化

全国学生联合会、新生代市场监测机构和中国青年校园先锋文化有限公司联合公布了《xxxx中国大学生消费与生活形态研究报告》。诺基亚、联想、索尼、tom、汇源、阿迪达斯等成为中国大学生心目中的首批先锋品牌。该报告是国内首个瞄准大学生群体消费的报告。

虽然除了家庭供给外，多数大学生都没有直接的收入来源，但昨天新生代市场监测机构副总经理马旗戟说，不同于一般公众的认知，当代大学生具有较强的消费能力。他们每学期的平均收入为xxxx元，支出为xxxx元，而经常性负债消费的大学生比例超过xx%。同时，国家统计局公布的数据显示，中国平均每人的年度可支配收入在xxxx至xxxx元之间。而将大学生在两个假期的支出计算在内，我国大学生每年的平均消费支出已经在一万元以上。

为此，不少高端消费品进入了大学生的消费图谱。其中，xx%的人拥有手机;xx%的人拥有电脑;xx%的人拥有pda;xx%的人拥有mpx。

大学生已经具有明显的品牌偏好。调查显示，首位是“喜欢购买具有独特风格的产品(xx.x%)”，其次就是“单纯追求流行、时髦与新奇的东西(xx.x%)”。此次调查也清晰地反映出，在xx类先锋品牌中，非内地品牌占了近一半。在电脑、手机、数码相机等消费上，基本都是外国品牌的天下。在休闲运动消费方面，阿迪达斯与耐克的魅力不减，而李宁与安踏也在大学生中赢得了一席之地。

此次调查覆盖中国xx个重点城市，xxx所高校、近x万名大学生，研究结论可推及xx个城市的约一千万大学生。更让人震撼的是，近几年，这些数据有增无减。

二、刺激大学生消费的原因

随着社会经济的纵深发展，国民生活水平的不断提高，全民消费水平也日益增长，其中，大学生的消费水平增长尤其迅速。由于家长对孩子的过分关心或者是疏于关心，大多数家长都是尽量满足孩子的所有要求，这就为大学生每月的高消费提供了可靠的经济来源，同时也助长了大学生的奢侈浪费风气。

(x)当代大学生对时尚的追求

在调查中，一些同学指出，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;有些男同学为了一双名牌运动鞋，有些女同学为了一套名牌化妆品或者一件名牌衣服，不惜向别人借钱甚至偷钱以满足自己的欲望等，都可以反映出一些学生不懂得量入而出，而虚荣心的驱使又极易形成无休止的攀比心理。

即使在取消高考年龄限制之后，xx岁左右的青年仍是大学校园的绝对多数，我们站在时代前沿，追新求异，敏锐地把握时尚，惟恐落后于潮流，这是我们的共同特点。最突出的消费就是使用手机。当代大学生们的消费中普遍增加了手机的消费项目。本次调查中发现学生手机拥有率已达到每班不低于xx%。此外，电脑及相关消费也是我们的追求，小至一张几十元的上网卡，大至电脑都是当代大学生的宠物，用计算机系同学的话来形容，我们简直就把电脑当成自己的“情人知己”。再次是发型、服装、饰物、生活用品，大学校园中都不乏追“新”族。调查资料也印证了这一点，就所占比例来看，“是否流行”紧随价格、质量之后，成为大学生考虑是否购买的第三大因素。至于名牌产品，当问到“如果经济许可，会否购买名牌产品”时，xx%的学生表示肯定。以上充分体现了大学生对追求高品质、高品牌、高品位生活的需要。

(x)大学生欲望虚荣心的膨胀和刺激

如今，社会越来越文明进步，价值观越来越多元化，向往过上自尊富足生活的愿望也愈发强烈，大学生尤其如此。大学生刚开始接触社会，极易受到社会各种不良现象的影响和浸透，更多的相信一夜暴富，滋生羡慕富贵，贪图享乐，追求虚荣的强烈欲望。有的人盲目攀比，竞相“试水”，碰得鼻青脸肿;有的人超前消费，吃穿高档，掏空父母;有的人沉溺于梦想，醉心于“人生游戏”，养成好逸恶劳的恶习;有的人将好心人捐助的钱用于购买奢侈消费品，为此伤了捐助者的心;有的人无法抑制这样的贪欲，在疯狂追求虚伪的路上越走越远，最终跌入罪恶的深渊。法国哲学家柏格森曾说：“虚荣心很难说是一种恶行，然而一切恶行都围绕虚荣心而生，都不过是满足虚荣心的手段。” 强烈的虚荣心就像，往往会灼伤贪图虚荣心者。

三、大学生高消费给社会、家庭、个人带来的负面影响

当前大学生在消费上出现无计划消费、消费结构不合理、攀比、奢侈浪费、恋爱支出过度等问题，既会对社会大环境造成负面影响，也会给家庭和个人带来许多不必要的消极影响。今天的大学生生活在“没有围墙”的校园里，全方位地与社会接触，当某些大学生受到享乐主义、拜金主义、奢侈浪费等不良社会风气的侵袭时，如果没有及时得到学校老师和父母的正确引导，容易形成心理趋同的倾向，当学生所在家庭可以在经济上满足较高的消费条件时，这些思想就会在他们的消费行为上充分体现。

首先，高消费使学生间产生了相互攀比的心理，你有的我也要有，造成了物质和资源的浪费，也违背了勤俭节约的传统美德，不利于良好社会风气的形成。其次，高消费也加重了某些家庭尤其是低收入家庭的负担，高消费对于那些高收入家庭来说，只是支出多一点，中等收入家庭“挺一挺”也就过去了，真正深受其害的是那些低收入家庭。这些家庭的父母常年勒紧自己的裤带，从不敢在自己身上多花一分钱，却尽其所能地满足着儿女的要求。老实巴交的父母们哪里知道他们的血汗钱换来的只是一顿肯德基，一次离子烫呢?如果说高消费不应该，那么贫困大学生的高消费就更不应该了，它给贫穷的父母们带来的无疑是一种可怕灾难，这意味着，他们的父母要更辛勤的劳作才能满足儿女们那一双双贪婪的手。再次，高消费也不利于学生自身的发展，盲目的高消费会使人丧失自我，也不利于形成健康的消费观和价值观。不能正视自己，正视贫穷的人，不能体恤父母的人，又能指望他能成什么大事呢?更糟糕的情况是，有些家庭经济状况不允许高消费的学生，为了满足自己的消费欲望，不惜做出一些损人利己甚至丧失人格、法理不容的犯罪行为。

四、如何正确引导大学生消费

父母在日常生活消费的原则立场是子女最初始的效仿对象。有些父母本身消费观念存在误区，又何以正确指导自己的孩子呢?因此，我们更应该关注学校教育环境对学生消费观念培养的重要影响作用。可事实是，高校思想政治教育对学生消费观教育还没有形成足够的重视。

具体体现为：其一，对大学生消费心理和行为研究不足。高校思想政治教育要真正达到有效性目的，就一刻不能缺少对学生实际行为的了解与把握。应该承认，近年来高校思想政治教育工作已经取得较大的进展，但是由于学校领导的重视程度、科研条件、人员配置等原因，对学生的教育首先从实践调查开始的教学科研风气仍然未能形成。据我们了解，近年来有关大学生消费心理和行为方面题材的论文被收入中国学术期刊上的少而又少，可见，在高校思想政治教育研究上还没有对这个问题形成足够的认识。

其二，“两课”教学中对大学生消费观的教育指导不够。由于对大学生的消费心理和行为了解不够全面和客观以及课程设置等因素，与人生观、劳动观、金钱观、国情观等重要思想观念紧密相关的消费观的专题教育在思想品德修养课中没有充分开展，从而也难以达到真正的指导目的。

其三，校风建设范畴中普遍缺少倡导大学生勤俭节约生活消费观的内容。大学生的消费心理和行为除了在个人喜好、穿着打扮等较少方面比较注重突出个性以外，对于时尚品牌、基本生活用品、生活费用的额度等主要消费内容都具有群体从众心理。高校校风主要体现的正是学生的群体心理和行为特征。在校风建设上注重塑造和强化学生良好的消费意识和消费行为，培养学生良好的消费习惯，这是高校思想政治教育一个非常重要的内容。

当前，我国社会正处于激烈的社会转型过程中，虽然社会经济与以往比较已经取得卓越的成就，但是放眼世界，我们离工业化发达国家的距离还很遥远。当代大学生是未来社会建设的栋梁，引导大学生继续保持艰苦朴素、勤俭节约的消费观念，反对奢侈浪费、盲目攀比、过高消费等不良消费风气，加强大学生健康的消费观念的培养与塑造，在当前国情下具有非常重要的意义。针对以上提出的问题，要正确引导大学生养成健康消费心理和行为，可以从以下三个方面着手：

培养和加强大学生的财商。所谓财商，指的是一个人在财务方面的智力，即对钱财的理性认识与运用。专家指出，财商的概念是与智商、情商并列的现代社会三大不可缺少的素质，也是现代教育不可忽略不宜回避的话题。可以这样理解，智商反映人作为一般生物的生存能力，情商反映人作为社会生物的生存能力，财商反映人作为经济人在经济社会里的生存能力。财商主要包括两方面的内容：其一，正确认识金钱及金钱规律的能力;其二，正确运用金钱及金钱规律的能力。我们建议老师围绕这两方面的内容，在“两课”教学活动中设计生动活泼的教学形式以达到教育目的。

大学生良好消费风气应该成为良好校风的重要组成部分良好校风是师德师风和学生学习、生活作风的有机组合。其中学生的消费心理和行为是体现学生生活作风的重要表现。

**大学生消费情况调查报告字篇九**

当代大学生的消费行为

抑制不住的情感消费

大学生是一个特殊的消费阶层，其消费行为体现出追求新潮、时尚、情趣的特点，相对其他群体而言则带有更多的情感因素。因为他们不仅希望商品能够在实用性方面满足人的需要，还希望商品能让人在使用和观赏中获得精神的愉悦与心理的满足。一般来说，大学生更愿意购买能使自己的情感需求得到限度满足的商品，他们的消费行为更注重感官的满足。其次，大学生的自主独立性逐渐增强，依附和从众心理不断减低。

在这种心理的影响下，大学生在购买商品的过程中，情感和直觉因素起着相当重要的作用。当情感和理智相撞击时，一般偏重于情感，容易感情用事。某种商品只要符合个人需要和兴趣，引起肯定的情感，便会形成对商品的偏爱和追求之心;反之，就会产生一种否定和抵触的情感，对商品厌恶、拒绝。

行不由衷的形象消费

今天的莘莘学子们已不再是两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书的儒生，他们追求新颖，需求多样，引领消费时尚;他们活泼感性，率性而为，消费却不免冲动。在物质生活与精神生活丰富多彩的时代里，在表现自我，彰显个性的今天，他们比任何一个群体，比过去的任何一个时候更重视、在意自己的外表形象，并为此不惜代价。

此外，我们还应该看到，人力资源的过剩和就业压力的加大，也是大学生们重视形象消费的原因之一。在相关法律法规不健全的情况下，一些用人企业和单位采取年龄歧视和相貌歧视的用人政策。

例如，在许多公司和单位的招聘广告中，公开宣布不招35岁以上的应聘者，有的连身高和长相也有苛刻的、超出工作角色所需要的限制。于是，为了延缓衰老、掩盖形象缺点、增加形象魅力，身在象牙塔和即将走出象牙塔的大学生们不得不重视形象消费。

躁动的需求消费行为的心理成因

现在的大学生年龄大都在20岁左右，不少都是独生子女，他们从小生活在较舒适的环境、条件下，心理应变及承受能力都较差，外界的变化会对其心理产生较大的影响。大学生消费也是在一定的心理因素作用下进行的。

大学生正处于人生的青年时期，这一阶段的消费心理又有其自身的.心理发展特征和发展规律。在青年期，随着身体的发育，他们的抽象思维能力、记忆能力、感知能力、对环境的认识和适应能力均获得了较大发展，个性基本形成。

与这些心理发展状况相适应，青年大学生的消费心理也独具特点：由于自身广博的知识面，因而在消费时追求知识性;由于对新鲜事物的热衷，在消费时会追求时尚性、潮流化，强调美观大方;由于个性强烈，在消费时会情绪行动，即兴即买，冲动性购买往往多于计划性购买;由于富有创造性，也会在消费时注重个性，追求与众不同。

虽然大学生经济尚未独立，但他们已具有独立的购买能力，在购物时自身意志力较差，只要兜里有钱就会迫不及待地购买自己喜欢的东西。这些特点反映在消费心理和购买行为上，就是：

1、追求新奇。大学生没有成年人较重的工作、社会、家庭压力，真正可以放开束缚随心所欲的进行一些消费，追求自己喜欢的东西，而新奇的产品最能引起他们的注意，有些学生达到了不奇不要，无奇不买的地步，甚至到了追求怪异商品的阶段。

2、强调美感。即要求商品的美学价值能与自己的审美观点相一致。

3、追逐时尚。生理与心理的渐趋成熟使得大学生开始追逐成年人的社会游戏，而时尚活动莫过于是最接近的生活方式，时尚本身也更能引起他人的广泛关注，又正好契合大学生想引起他人注意的心理特征。因而追逐时尚，不仅是各种不同类型社会成员的消费特征，也同样符合大学生的心理需求。

在大学生消费问题上，我们已不能再像从前一样，用简单的对或错来作为评价标准，更无法用老一套的教育方式以期达到抑制大学生的个性消费。我们应关注大学生消费状况，把握大学生消费的心理特征和行为导向，实行与之相适应的消费教育，这样才能使大学生自觉自愿地做到科学适度消费。

正如世界上没有完全相同的两片树叶一样，世界上也没有个性完全相同的两个人。因为个性的不同，所以不同的消费者在现实生活中表现出来的消费行为也迥然不同。更何况是处于彰显个性时期的大学生们。在购买力允许的前提下，我们应该发展其个性消费。

消费所追求的内心满足是永无止境的。在消费过程中，大学生们往往从感情、心情出发，喜怒哀乐都能成为他们消费的理由。他们往往有消费的冲动却缺乏消费的理性，他们有着消费的随意却缺乏消费的算计。因此，应该在大学生中倡导一种文明行为，加强自身修养，抵制畸形消费，消除不良消费。

适度消费是指在保证大学生的自然生理需要的基础上，在不超出家庭的经济承受能力的前提下所进行的消费。现在的大学生大部分是独生子女，家长从小把孩子视为家庭生活重要的照顾对象，对自己子女的消费基本上实行满足供应的政策，再苦也不能苦孩子。而对于远离家长过独立生活的他们，基本上都没有理财的经验。

这就造成有些学生追求高消费，盲目追求档次、品牌，存在攀比心理，形成了一种不健康的消费方式，甚至个别学生不能体谅家庭的困难，以各样的借口欺骗家人寄钱用于自己不必要的消费。这些不健康的现象，与学生家长对子女的娇惯与纵容，使学生养成了乱花钱的毛病关系重大。因而，倡导适度消费，必须对大学生进行国情、校情、家情教育。学校与家长都要对学生的消费加以科学的指导，以使大学生的消费步入健康的轨道。

消费文明即强调健康向上的精神文化，反对不健康或有害的精神文化消费;强调绿色消费，反对不利于保护生态环境的消费行为。通过倡导消费文明，陶冶大学生的情操，增加知识与技能。因而，通过倡导消费文明，使大学生建立科学的消费价值观，弄清什么是正常的、适度的、健康的消费;什么是有害身心健康的不良消费，从而正确地评价和选择自己的消费行为。

从表面上看，消费是个人行为，但从更深的意义上说，消费心理、消费意向、消费意识、消费嗜好、消费行为是社会精神文明的体现。所以，应该在大学校园里形成良好的消费\_，帮助大学生树立适应时代潮流的、科学正确的消费观。

**大学生消费情况调查报告字篇十**

随着社会经济的纵深发展，大学生作为社会中的一个特殊的消费群体，其消费观念的塑造和培养直接地影响其世界观的形成与发展，进而影响其一生的品德行为。因此，关注大学生消费状况，把握大学生生活消费的心理特征和行为导向，培养和提高“财商”，就成为高校的重要课题。

一、当代大学生消费新概念

1、消费方式已经进入网络电子时代

随着社会经济的飞跃发展，社会消费方式已经从原来单一的现金交易向现金、信用卡、支票等多样化的交易方式转变，使人们的生活方式更趋方便快捷。当代大学生是青年人中的佼佼者，有着开放的思想意识，从不落后于时代的发展。那么在消费方式上是怎样的状况呢？在调查中发现，作为特殊的消费群体，当代大学生的消费方式已经进入了网络电子时代。许多大学生都有校园ic卡、交通ic卡、银行取款卡、上网卡甚至运动健身卡等，“刷卡”时代使大学生的消费行为潇潇洒洒，用某些同学的话来说，就是“卡一刷，钱就花”。

2、消费多元化倾向

21世纪是物质生活与精神生活丰富多彩的时代，步入这一时代的大学生们不再满足于宿舍、教室两点一线的单调生活，尽管书籍仍是主要的消费对象，但已不是首选的，更不是的消费项目。大学生的消费已呈现明显的多元化趋势，手机、旅游、电脑、影音娱乐是大学生的消费热点。调查中，当问及“在经济条件许可情况下，zui想做的事情是什么”时，大部分学生选择了“旅游”，其次是“买电脑”，反映出大学生具有想走出校园、融入社会与自然、拥有高质量生活的渴望。

3、理性消费是主流

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300—800元之间，家境较好的一般也不超过1000元，而这笔钱主要是用来支付饮食和日常生活开销的。由于消费能力有限，大学生们在花钱时往往十分谨慎，力求“花得值”，因此会尽量搜索那些价廉物美的商品。

无论是在校内还是校外，当今大学生的各种社会活动都较以前增多，加上城市生活氛围，谈恋爱等诸多因素的影响，不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，他们更会注重自己的形象，追求品位和档次，虽然不一定买，但质量显然是非常重要的内容。

4、追求时尚和是不老的话题

大学生站在时代前沿，追新求异，敏锐地把握时尚，惟恐落后于潮流，这是共同特点。zui突出的消费就是使用手机。当代大学生们的消费中普遍增加了手机的消费项目。有调查表明学生手机拥有率不低于40%。此外，电脑及相关消费也是他们的追求，小至一张几十元的上网卡，大至电脑都是当代大学生的宠物，用计算机系同学的话来形容，他们简直就把电脑当成自己的“情人知己”。

再次是发型、服装、饰物等大学校园中都不乏追“新”族。调查资料也印证了这一点，就所占比例来看，“是否流行”紧随价格、质量之后，成为大学生考虑是否购买的第三大因素。至于产品，当问到“如果经济许可，会否购买产品”时，80%的学生表示肯定。以上充分体现了大学生对追求高品质、高品牌、高品位生活的需要。

**大学生消费情况调查报告字篇十一**

当今的大学生是新新人类，对新鲜事物比较好奇，加上大学生青春阳光、追求时尚的.心理特点，而网络购物的时尚性和快捷性正符合大学生的心理。为了了解当今青年大学生的网上消费的情况，更好的发展大学生良好健康的消费观念，以及了解大学生网购行为以及他们对网购的看法，对在校大一到大三的大学生进行了网购情况调查。

1、本次调查共发出40份问卷，回收有效问卷40份。其中女生26人，男生14人。相关数据显示：其中大一学生中有9人进行网购，比例为22.5%;大二的有15人，占37.5%;大三的有11人，占27.5%。只有5人从没有过网购经历，占12.5%。

2、本次调查中，同学们的网购消费水平数据显示，每月一次的有9个，占总数的25.7%，有19个的同学每季网购一次，占54.3%，每年一次的同学有5个，占14.3%。还有2个，5.7%的网购达人平均每周一次。每次购物的平均交易金额在100以下和100～500之间的人数都占总数的45%，其他金额范围分布较少。

3、经调查，大学生网购商品中，服装产品位居榜首，占到总消费的37.5%，其次是数码产品27。5%，在网上买书也是个不错的选择，占到总数的19.5%。相比之下，由于食品的特殊性（保鲜等问题），却几乎无人在网上购买食品。

4、在没有在网上购物的同学中，有近60%的同学认为网购不安全，而在有过网购行为的同学中，所有同学都觉得网购值得信任。另外，在前者中有80%的人以后会尝试网购。

5、在网购人群中，因为购物方便快捷而选择网购的占网购人数的60%，还有一部分同学认为网购产品种类多样，可以对比从而挑出性价比高的商品。而在众多大学生选择的购物网站中，有57.1%的大学生会把网站商品是否齐全作为他们选择购物网站的主要标准。其中，淘宝网名列前茅，有80%的同学选择在淘宝购物。

6、在网购过程中，难免会遇到一些困难，其中主要困难是商品描述不清楚，达到45%，其次是商品数目繁多和网站太多，网上市场太杂乱，有些商品质量较差，占30%。

7、同学们网购为了安全性考虑，付款方式一般都采用支付宝，占比例的60%，货到付款占22.9%，网上支付占17.1%。

1、大学生的追求时尚性，他们跟随时代趋势。而且社会生活节奏的加快，网上购物使大学生寻求更便捷的生活方式。

3、网上卖家更多，选择余地更大，能够货比三家选择性价比高的商品;

5、网购方便，不去自己花太多时间逛商场，很容易找到自己想要的东西，方便快捷，省时省力。

1、网络是个虚拟的世界，网上购物平台存在一定的风险性，这就使得同学们在网上购物时容易被欺骗，有时候会买到假货，得不偿失。

2、大学生的金钱大部分都来自于父母，由于网上购物的便捷性和时尚性，使有的同学花更多的钱更频繁去网上购物，甚至形成“网购瘾”，造成生活费的高度开销。

3、网络上的商品有可能描述不清楚，当事人不能够亲身了解商品的质量，当买到的商品与自己期望的不一致时，较容易形成心理落差。

1、大学生要学会理性购物，网络是个虚拟的世界，里面的信息不一定是真实的，当在网上购物平台购物时要细心谨慎，注意对商品的真假鉴定，防止被骗。

2、在网上购物时，要货比三家，了解每一个细节，购买性价比最高的网络商品;当购买比较贵重的数码产品时，应当去实体店购买。

3、网上购物平台管理方也应该加强对网络购物环境的整理，营造一个安全可靠的购物环境，让广大买家更能安心淘宝。

通过上述的调查报告，说明大学生在网上购物已经形成一种流行趋势。只有一小部分的大学生不选择网上购物。阻碍他们开始网购的主要是安全因素，只要他们认为网购值得信任了，网购的方便、省时、商品齐群等优点一定会吸引大多数的人开始网购。青年大学生具有追求时尚和容易从众的心理特点，而网上购物的快捷性、时尚性，又与大学生的心理特点相适应，这就使得大部分的在校大学生选择在网上购物。但是由于网络本身存在的弊端，网上购物存在安全隐患是不可忽视的，若操作不当或遇到非法分子，就会受到欺骗，造成经济上的损失。

**大学生消费情况调查报告字篇十二**

随着经济的发展和生活水平的提高，人们的消费观念发生了很大的变化。大学生，作为即将步入社会的特殊群体，其消费状况已经不容忽视，消费心理和消费行为也受到越来越多的社会关注。为了了解大学生的消费状况，找出影响其消费行为的因素，从而引导非理性消费，帮忙大学生树立正确的人生观和价值观，我们透过发放调查问卷和采访的方式，对天津商业大学大一、大二、大三、大四的学生进行调查。

本次调查共发放调查问卷400份，其中有效问卷360份，有效率为90%。透过调查结果显示，大一、大二学生消费状况比较相似，大三、大四消费状况有必须的趋同性。

（一）大一、大二消费状况统计结果及分析

调查结果显示，每月生活费用在900元以上的占30%，每月生活费在600―900元的占50%，每月生活费在300―600元的占18%，月生活费在300元以下的占2%。这些学生中生活费主要用于：饮食、购买衣服、手机费、恋爱、购买学习资料。其中这些大学生生活费的主要来源94%靠父母带给，4%靠做兼职，2%靠奖学金，0%靠其他途径取得生活费。

1、饮食消费

饮食消费是大学生每月生活费用的主要支出，其中有定期聚餐的学生占80%。大一、大二学生由于功课比较少，没有考研和就业的压力，因此与同学聚餐，交流感情，成为大学生活中比较重要的一部分。被调查的学生中，每次聚餐费用超过90%的学生每次聚餐费用在150元以上。

2、购买衣服消费

“爱美之心，人皆有之”，大学生对自我着装的要求也越来越高。30%的学生每月用于购买衣服的费用在200元以上，46%的学生用于购买衣服的费用在150―200元，20%在100―150元，4%在50―100元，0%在50元以下。越来越多的大学生追求名牌和档次，期望自我受到更多的关注。女生买衣服的宗旨一般是款式时尚，有个性，有档次，而且买衣服的次数很频繁，大多数衣服只要不喜欢就不会再穿了。男生则不一样，大多数学生每月买衣服的次数不多，但费用却很高。在调查中“当您进行某项消费时，思考最多的因素是”，60%的学生选取该商品的档次。期望自我在群体里受到更多的关注，和自我的同学攀比，是越来越多大学生的消费心理。

3、手机费

调查结果显示，40%的学生每月手机费在50―100元，26%在100元以上，20%在30―50元，13%在30元以下，1%没有手机。其中这些学生的手机费用大部分用于发信息和上网费用。“老师讲课的质量直接决定这个月的流量”，很多学生本末倒置，在上课时光，用手机上网，浏览网页。但这些学生并非查阅与学习有关的资料，而是和好友聊天和看qq空间。大一、大二的学生专业课较少，像形式与政策、马克思课等便成了这些大学生“休闲和娱乐之地”。

4、恋爱消费

大学生中恋爱消费的比例不断上升，无论社会还是学校，都对大学生恋爱采取认同的态度，部分学生家长甚至鼓励孩子去谈恋爱。在问卷中，“您每月与恋爱相关的支出是多少”，70%的学生每月恋爱支出在200―300元。但这些学生中生活费都是来源于父母。

5、购买学习资料的费用

调查结果显示，“您每月用于购买学习资料及用品的费用是多少”这一问题中，70%的学生在50元以下，20%的学生在50―100元，6%的学生在100―150元，3%的学生在150―200元，1%的学生在200元以上。大一、大二的学生还没有明确自我的人生目标，对于学习的投资还比较少。

（二）大三、大四消费状况统计结果及分析

与大一、大二有所不一样的是，大三、大四学生在学习资料方面的投资要远远高于大一和大二学生。大三、大四的学生多数为自我设定了确定的人生目标（考研、攻读各种资格认证、英语过级考试等等）。调查结果显示，70%的学生用于购买学习资料及用品的费用在150―200元，20%的学生在200元以上，10%的学生在150元以下。在饮食消费方面，大三、大四学生比大一、大二学生少，大部分学生都选取在校内食堂就餐，聚餐状况较少。此外，大三、大四学生的手机费用也比大一、大二学生少很多，原因在于大部分大三、大四学生有电脑，很少用手机上网，而且上网大多数是查阅与学习相关的资料。

（三）大学生消费观念和消费心理分析

在大学生消费中，理性消费和非理性消费并存。

1、大部分大一、大二学生存在非理性消费的现象。聚餐、恋爱、追求名牌和时尚是永但是时的话题。作为大学生这个阶段，大学生的交友动机十分强烈，人际关系网更宽，外出、聚会、出游等活动也越来越多。而这些都需要有一个相对足量的物质基础作为保障，并能够为自我所支配，才能得以实现。大学生应搞好人际关系没有错，但把大部分费用用于请客吃饭的做法实在不可取。大学生在恋爱方面的投入也很多，大学生恋爱呈现两方面的特征：一方面他们拥有独立的思想和行为潜力，期望自我安排自我的事情，但同时大部分大学生又都没有独立的经济潜力，不得不在必须程度上依靠家长；另一方面，在大学里，许多人认为“大学恋爱是一门必修课”，甚至有家长鼓励自我的孩子去恋爱。但是，大学生们在恋爱过程中的消费通常多是缺乏理智的、冲动的。同时，随着时代的发展，大学生在恋爱中的消费数额也在逐年增加。每个月少则几百元，多则上千元。这笔消费在大学生每月消费中占据着很大的比重。虽然大多数的大学生承认，为了追求情感需要必须的物质投入。但在现实中，却经常的难以理性把握适度消费的原则。大学生站在时代的前沿，追求新异，唯恐落后于时代的潮流，从而引起一大部分非理性的互相攀比消费。大学期间，有着强烈的被尊重的需要，害怕自我的着装和生活质量被同学嘲笑，所以靠穿名牌、请客吃饭来显示自我的生活档次和追求。这是自我的“虚荣心“在作祟。而攀比心理则是由好胜心引起的，同学穿什么牌子的衣服，自我就必须要买，不管这件衣服有都贵，这是一种缺乏自信的表现。这些学生很自卑，常常觉得自我不如别人，靠攀比来填补心理的空缺。

2、大三、大四学生中理性消费是主流。他们更多的注重改善自身的学习条件，满足对于精神文化的需要。根据调查显示，70%的学生用于购买学习资料及用品的费用在150―200元，20%的学生在200元以上，10%的学生在150元以下。经过2―3年的大学生活，这些学生已经明确了自我的人生方向，把大部分的经历用于加强自身潜力锻炼和提高自身的文化修养上方。其中，大三、大四学生中考做兼职来满足自我生活的学生要远远多于大一、大二学生。他们把兼职当做锻炼潜力和将自我所学的理论知识应用于实践的良好机会。

（四）对大学生消费的意见和推荐

1、增强独立意识，克服攀比情绪、攀比心理的构成。首先，应树立适应时代潮流的、正确的、科学的价值观，逐渐确立正确的人生准则，给自我理性的定位。大学生的确需要竞争意识，但并不是所有的事物我们都需要争，生活上次于别人，并不可耻。在以寄生性消费为主的大学生中，培养独立的理财潜力、科学的价值观应是当务之急。可透过心理咨询、课外沟通的方式与学生进行交流，以遏制部分学生的攀比心理和近乎失控的消费。

2、加强“新消费理念”的引导和教育、在大学校园构成良好“新消费”氛围。

应对大学生的消费现状及消费教育的误区，作为学校，就应主动地加入到倡导、宣传、教育“新消费运动”的队伍中来，重视对学生进行“新消费理念”的培养及教育，加强对大学生“新消费理念”的指导力度。将“新消费教育”作为一项科普知识纳入学校基础教育、素质教育中，列入学校的教学计划中，向大学生倡导“健康、节约、环保、职责”的新型消费理念，倡导合理、适度的消费行为和消费模式。以扭转大学生消费中错误的价值观和消费方式，使他们作为消费者，在消费行为中能够具有目的性、计划性和职责感，学会科学消费、理性消费。

3、对于社会而言，要用心开拓大学生消费市场，从产品的种类、价格、服务多方面满足不一样经济条件大学生的需求，同时要规范市场秩序，为大学生确立一个公正的市场环境让其消费。

总之，大学生是国家未来消费方向的引导者，帮忙大学生树立正确的消费观念，从而构成正确的世界观和价值观应是当今学校教育的重要资料。如何引导当代大学生树立正确的、健康的消费观念是摆在大家面前的一难题。同样大学生消费市场随着经济的发展，高校的大规模扩招而越来越显示出它的重要性，大学生市场是一个规模和潜力都很巨大的市场，如何规范并合理的发展样一个市场也是摆在我们大家面前一个刻不容缓的问题。只有在学生、家庭、学校和社会的共同关注和共同努力，大学生消费才会朝健康方向发展。

**大学生消费情况调查报告字篇十三**

通过我们对身边生活情况的观察，经过我们小组讨论后，我们发现：当前的消费市场中，大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越大的关注。由于大学生年龄较轻，群体较特别，他们有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。一方面，他们有着旺盛的消费需求，另一方面，他们尚未获得经济上的独立，消费受到很大的制约。消费观念的超前和消费实力的滞后，都对他们的消费有很大影响。特殊群体自然有自己特殊的特点，同时难免存在一些非理性的消费甚至一些消费的问题。为了调查清楚大学生的消费问题，我们决定在身边的同学中进行一次消费的调研，弄清楚大学生要花多少钱，花在了什么地方，花的是否合理，如果不合理怎样改进 为此，我们做了此调查研究。

二、问卷情况

见附录(含调查问卷和结果分析表格各一份)

本问卷共发放96份，收回有效问卷92份。发放以我们各地的同学为主，有广东省的，有北京，武汉等一些大城市的同学，大部分是在成都本地的同学当中所做的调查，且问卷基本做到了随机发放。

我们在下面对有代表性的几项进行了具体分析

三、数据统计和分析

1 .总消费额

到，这一数据受限于我们学校的物价水平，并且与个人饭量的关系较大，但还是可以反映成都地区大学生消费支出的大概情况。

4 .生活资金来源及家庭收入

调查中表明，九成以上的被调查者资金主要是由父母或家庭提供，这种情况是当代中国大学生的普遍情况。与国外的大学生相比，我们的独立程度远不如国外大学生，这值得我们去反思。很多社会因素我们无法改变，但是我们需要关注的是，很多人居然认为这是天经地义的事，即使做出去打工了，也不是为了减轻父母的负担，或是尽早经济独立，大家经济独立意识之差可见一斑。

5.课外兼职打工方面

调查结果表明，大部分大学生都有打工挣钱的意向，但其中只有大约六成的学生有真正去打工的经历。其打工的目的也不尽相同，最高的选项是增长社会经验，以挣钱为目的的大部分是来自农村的低收入家庭，可以看出，大部分人打工的目的不在于经济方面，而只是为增加社会阅历，由这点也可以看出大家普遍的经济状况较好，有足够的资金应付日常支出。但是，由上边的问题中又发现，大部分学生的经济来源都基本靠父母供给甚至是完全由父母承担。

6.恋爱支出方面

现在大学生恋爱是个普遍的现象，不过由于我们在理工科学校，男女比例差距较大， 所以恋爱的比例不是很大，但在其他综合性大学等男女比例较均衡的同学中的调查结果显示，恋爱的双方家庭条件都比较好，特别是男方在这一方面更加突出。同时，无论男女双方都表示恋爱后的消费明显增加，而且男方的消费增加额一般比女方多。

7.消费心理方面

我们觉得值得欣慰的是大学生的消费总体还是比较理性的，63%的人消费都首先看质量，其次是价格，只看重品牌和潮流的人数只有不到10%，且10%人当中大部分都是家庭富有。这说明当代大学生的消费观念并没有太大的偏颇，在消费中还是很理性的。

8.理财意识和能力方面

结果显示， 71% 的被调查者认为自己的消费情况不合理，但是大家又一直让这种不合理存在下去，可见现在大学生对理财能力尚有相当的欠缺。

四. 更进一步的思考

价格、质量、潮流是吸引大学生消费的主要因素。从调查结果来看，讲求实际、理性消费仍是当前大学生主要的消费观念。据了解，在购买商品时，大学生们首先考虑的因素是价格和质量。这是因为中国的大学生与国外的不同，其经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，这使他们每月可支配的钱是固定的，大约在600-800 元之间，家境较好的一般也不超过 1000 元，而这笔钱主要是用来支付饮食和日常生活用品开销的。由于消费能力有限，大学生们在花钱时往往十分谨慎，力求花得值，他们会尽量搜索那些价廉物美的商品。无论是在校内还是在校外，当今大学生的各种社会活动都较以前增多，加上城市生活氛围、开始谈恋爱等诸多因素的影响，他们不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，他们比较注重自己的形象，追求品位和档次，虽然不一定买名牌，但质量显然是他们非常关注的内容。

总体来说上大学生的消费仍然处于温饱阶段，即吃饭穿衣仍然是支出的主要方面;但是这种温饱已经有向小康过度的趋势了(这点由我们日益增多的娱乐支出，潜在恋爱支出就可以看出)。

4 .消费结构存在不合理因素，女生更为突出大学生的生活消费从 20 世纪 70 年代至今，至少有一个方面是共同的，即消费的主要组成部分以生活费用和购买学习资料、用品为主。在生活费用中，饮食费用又是重中之重，按照成都地区的物价水平，以学生在校每天消费十五元左右用于基本饮食需要来估计，学生每月净饮食费需 450 元左右。

我们惊奇地发现，在被调查的 36 名女生中， 66 % 饮食费用在 400 元以下，有的为了保持苗条身材控制自己的食欲，有的为了节约支出不顾营养需要净选择廉价的饭菜;而 60 名男生中也只有 84 % 达到标准。当问及他们是否研究过自己的营养结构问题时，比如对一杯奶养起一个民族说法的认同时， 90% 的同学表示认可，但不怎么在意。当我们把饮食结构不合理的问题在讨论会上指出的时候，他们当中，尤其是女同学很多都承认自己对健康饮食知识了解不够。

6 .恋爱支出过度

7 .经济独立意识较差，储蓄观念淡薄

例如，调查中发现，有 近四成的人根本没有作过兼职，而且那些作过兼职的同学里面，多数是为增长社会经验，或是为了挣零花钱，真正为了减轻家庭负担或想在经济方面独立为目的的比例极低。显然，大家这方面的意识极为淡薄，比起欧美发达国家的同龄人 16 岁就要经济独立来说，差距较为明显。可是，换个角度思考，这也是我们提高大家经济意识的一个突破口，需培养和加强。

诺贝尔经济学奖得主罗伯特清崎曾经说过：理财与你挣了多少钱没关系，它是测算你能留住多少钱以及能让这些钱为你工作多久的能力。在讨论会上，当问及对理财的认识时，很多同学表示陌生。当问及一学期结束后经济情况如何时，大部分同学都坦然承认自己的消费已经超出计划范围，甚至有些同学还需要向别人借回家的路费，略有剩余的同学也想着如何把剩余的钱花完，只有极个别同学有储蓄的意识。

五、当前大学生消费心理和行为偏颇的原因分析

当前大学生在消费上出现无计划消费、消费结构不合理、攀比、奢侈浪费、恋爱支出过度等问题，既与社会大环境的负面影响有关，也与家庭、学校教育缺乏正确引导不无关系。

父母的正确引导，容易形成心理趋同的倾向，当学生所在家庭可以在经济上满足较高的消费条件时，这些思想就会在他们的消费行为上充分体现。更糟糕的情况是，有些家庭经济状况不允许高消费的学生，为了满足自己的消费欲望，不惜作出一些损人利己甚至丧失人格、法理不容的犯罪行为。

3, 学校教育环境对学生消费观念培养的重要影响作用。

可事实求是，高校思想政治教育对学生消费观教育还没有形成足够的重视。对大学生消费心理和行为研究不足 两课教学中对大学生消费观的教育指导不够。由于对大学生的消费心理和行为了解不够全面和客观以及课程设置等因素，与人生观、劳动观、金钱观、国情观等重要思想观念紧密相关的消费观的专题教育在思想品德修养课中没有充分开展，从而也难以达到真正的指导目的。

另外，校风建设范畴中普遍缺少倡导大学生勤俭节约生活消费观的内容。大学生的消费心理和行为除了在个人喜好、穿着打扮等较少方面比较注重突出个性以外，他们对于时尚品牌、基本生活用品、生活费用的额度等主要消费内容都具有群体从众心理。高校校风主要体现的正是学生的群体心理和行为特征。在校风建设上注重塑造和强化学生良好的消费意识和消费行为，培养学生良好的消费习惯。

六、结论与建议

综合以上分析，我们可以看出大学生的消费心理总体上处于成长健全期。他们在质量、价格、品牌、情绪等诸多影响购买的因素里面，他们首先考虑质量的因素，但更注重品牌与情绪的影响。因此可以说大学生充满的是感性而略掺有理性的消费观。而对于流行与时尚的追求似乎更是一个令人彷徨的十字路口。适度的追求是合理的。但过分的攀比会产生危险的影响。

七对于大学生在消费中产生的问题，我们有如下建议：

1 .增强独立意识，培养和加强理财能力

现今的大学生需要懂得如何在激烈竞争的社会中生存，那独立理财能力就成了重中之重。理财不是简单的四则运算，不是简单的收支平衡，它需要长期的理性基奠，个人盲目的冲动不是独立，是任性的表现，我们需要的不仅仅是脑中有独立的概念，更迫切的是独立的行动和理性的思考。主要有两方面的内容：其一，正确认识金钱及金钱规律的能力;其二，正确运用金钱及金钱规律的能力。

2 .克服攀比情绪

攀比心理的形成不可避免。我们应该如何面对呢?首先，我们应树立适应时代潮流的、正确的、科学的价值观，逐渐确立正确的人生准则，给自己理性的定位。大学生的确需要竞争意识，但并不是所有的事物我们都需要争，生活上次于别人，并不可耻，没有必要抬不起头来。

通过这次调研，我们基本掌握了当代大学生消费心理趋势及现状。大学生的基本生活消费大体上是现实的、合理的。但离散趋势明显，个体差异大，这主要是生源来自全国各地，由于家庭情况的不同和消费习惯的差异造成的。在以寄生性消费为主的大学生中，培养独立的理财能力、科学的价值观应是当务之急。

3 .形成大学生良好消费风气

良好校风是师德师风和学生学习、生活作风的有机组合。其中学生的消费心理和行为

良性循环。因此，应该把大学生良好消费心理和行为的培养作为校园文化建设的重要组成部分。在校园文化建设中设计有关大学生健康消费理念的活动专题，并且持之以恒，以大学生良好的消费心理和行为促进良好生活作风的形成，进而促进良好学风、校风的巩固与发展。

由于我们本身也属于大学生群体，正所谓当局者迷，旁观者清，本次调查研究难免有疏漏之处和一定的局限性，望老师给予批评指正!

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn