# 大学生消费调查报告(汇总10篇)

来源：网络 作者：雨雪飘飘 更新时间：2024-04-27

*报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看...*

报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**大学生消费调查报告篇一**

随着社会的发展，时代的进步，信息化进程的加快，手机作为高新科技产品之一，是人们受到越来越多的关注，而大学生作为一个巨大的消费群体，对手机市场起到一个不容忽视的作用.因此，对大学生手机消费情况进行了深刻调查，通过这次问卷调查.得到了比较准确的数据，并根据数据进行了科学分析，得出了大学生使用手机的一些情况和较为批边的现象，其调查结果如下：

一 大学生使用手机的基本情况

根据调查显示，在大学校园内有98%的人群使用手机，只有仅少数1%的人没有手机，其中在使用手机的人群中有13%的人有两部手机，出现这种现象的有9%的人是临近毕业的大学生，这些群体主要是为了不漏过任何招聘信息，能和用人单位时刻保持联系.同时不同的人群对手机电话费用的支出也不尽相同，据调查，每月手机费用支出在100以下的占73%，每月消费在100以上的占27%.在这些手机费用的支出中对短信功能的使用远远超过了通话功能，大多数人群的每月短信费用占总费用支出的2/3，同时也有26%的人群利用手机上网，可见，大学生对手机前沿科技知识越来越了解了，对手机的消费和如何利用手机功能为自身创造价值方面显的越来越成熟.从以上的分析中，可以清楚的看到学生消费者的确是一个不容忽视的消费群体，并且随着时间的推移，这一特殊的消费群体越来越表现出其巨大的消费潜力.

二 学生手机族的消费动力

根据调查显示的数据，可知学生手机族的消费动力处于一个较高水平，造成这一较高的消费动力的原因，据调查，有以下几点：

第一 社会经济发展水平的提高，家庭收入的增加，学生消费者的消费心理欲望增强.

第二 新经济，新文化，新观念，学生的总体规范发生了极大的变化，这就引起了手机消费的购买决定.

第三 信息的极大丰富化，便利化，厂商在手机广告的宣传力度上，对学生消费者的消费动力也有影响.

总的来说，学生手机族的消费动力是在一个高水平上，在这总前提下，就回发展出一系列满足消费动机的目标，从而最终做出购买决定.

三 学生手机族的消费动机

经过学习过程对消费的需求，根据学生手机族对手机购买的动机进行了调查，起动机分为以下四种：

第一，实用功能的购买动机.据调查显示，学生消费者在购买手机时，最注重的还是质量与实用功能，有79%的被调查者以为好用和耐用是重要的.而在现阶段在满足人们质量的要求上，对手机功能的要求也很重要.70%的人群希望手机带有摄像，mp3，mp4，红外线和蓝牙等功能，同时也对手机品牌的趋向也很所不同，90%消费群体以为诺基亚，摩托罗拉，三星，索爱等品牌较为认可，而对cect，nec等国产品牌持否定态度，由此可以看出，学生手机族的消费观念越来越趋向于时尚，潮流的发展方向.

第二，外观设计的购买动机.学生消费者在购买手机时，大部分被调查者认为有质量保证的前提下，有60%的人考虑手机的外观设计，有60%的人认为手机的外观设计是影响购买的程度，据调查优0%的人群喜欢大屏幕的手机，先在手机市场中主要有翻盖，直板，滑盖，旋盖几种机型，厂商根据不同的市场需求不断更新换代，推出心肠品使消费者有更多的选择范围，所以在手机的款式，造型，颜色等方面都能够吸引学生，同时，有68%的学生希望拥为\"大学生量身订做的手机\"，由此可见，手机厂商如果抓住学生这个强大的消费群体，迎合学生的需求，就会给厂商带来更大的效用.

第三，方便的购买动机.根据前面学生手机族的分析，得知大多数学生消费者购买手机的真正目的在于方便与家人、朋友、用人单位联系。对于购买手机与家人联系这一目的，据调查显示，有95%学生手机族的父母均持肯定态度，而这种态度对学生手机族购买动机的产生具有直接的推动作用。除此之外也为了方便朋友之间的相互联系据调查，用于联系这方面的购机因素，较为重要，另外，还有部分临近毕业的大学生怕漏过任何招聘信息的压力，也推动了此种购买动机的产生。

第四，廉价的购买动机.据调查显示，有69%的大学生人群所能承受的手机价格在1000～20xx元之间，手机间隔在20xx元以上的购买人群也占有相当多的比例.也就是手，对与大学生他们需要的是不同档次的手机，水者经济的发展，生活水平的提高，学生手机族会根据自身的经济情况购买手机，现在手机厂商也为学生提供了一种欲付话费赠手机的活动，类似着种分期付款并能用到价格贵，功能全的手机，有53%的人群持赞同意见，如此的消费能缓解购机当时的经济压力.因此手机厂家需要生产高，中，低档不同档次的手机，以满足大学生手机族的需求，以达到手机厂商和消费者实现双赢的政策.

四 手机市场

在被调查者中98%的学生消费群体认为手机作为现代通讯工具是必不可少的，75%的人群认为手机应该哦每2到3年一换，也有少数一部分世上一族追随世上潮流，追随最新，最炫的手机款式.因此，这部分人群的手机更换频率就很快.所以对手机的不同款式的需求量也就大大增加，要提高对此消费群体的关注，家大开发这片新市场，推行各项让利策略及鼓励措施，进一步加深对厂商产品的推广，见回对手机市场起到积极的促进作用.

总的来说，本调查是成功的，达到了预期的目的，较为全面地考察了影响大学生手机消费的因素.不过，还需要更加深入更加细致的调查，手机已经渗透到大学生的日常生活学习中，并与电脑网络一样是大学生生活中不可缺少的一部分。在手机的相关使用和消费中，大学生充分体现了年轻人的敢于尝试新鲜事物，勇于创新，张扬个性的优点不过也有不足之处，在某些方面，大学生因为缺乏经验，还是不能理智的思考，在手机的使用及消费中没有过于详细的计划，在学习与娱乐中并没有找到切合自己的平衡点，结果浪费了自己的精力与财力。在学习方面，大学生的自主学习的能力还很弱，因该有意识的进行自我训练，以达到自身能力的提高。

**大学生消费调查报告篇二**

进入21世纪的今天，进入信息时代的今天手机已经不是奢侈品二十必需品，科学技术发达的今天手机换代的时间越来越短，手机的功能也层出不穷，让人眼花缭乱，心花怒放，手机无疑是科学技术进步的一面镜子反映出当科学技术给人们带来的便利，手机更是一种年轻人争相攀比的一种载体，也是自己品味的一种表现形式。手机的功能也是由最初的只能带电话发展到发短信彩信,飞信,摄像,录音,字典,上网等等,手机通过各种功能完全的俘虏了我们,让我们不敢想象没有手机的日子会变成什么样子。当我们站在手机广场面对数不胜数的手机种类品牌的时候手机款式的时候我们不能不承认在这个世界上总有那么一款手机在适合我们。在等待着我们。

(一)调查目的

1、了解大学生的消费习惯(消费档次、品牌偏好、购买关心要素、选购意向，影响购买决策的因素)。

2、了解大学生对手机产品的心理需求，获取有关消费者对手机产品的重要信息(看法、建议)。

3、手机产品市场现状与潜力分析，了解手机销售市场竞争的情况，潜在市场的客量(潜在消费者的接受程度和挖掘市场的空白份额)。

(二)调查方法及基本情况

为了真实地反映出大学生的手机消费状况，确保调查结果的真实性、客观性，从而使我们准确地推出大学生市场的潜力方面的情况，本次调查确定方法和原则如下：

1、调查方式：

(1)观察调研(获取相关的信息)

(2)问卷调查(定点访问)

(3)焦点小组访谈(收集经验，看法)

2、调查对象：

(1)在校大学生：问卷调查(60份)

(2)手机经销商：访谈提纲(3份)

3、调查日期：20xx年6月

4、调查区域：

东财梁园

5、调查实施：

(1)小组成员聚集在选定的梁园天桥人流量比较大的几个点，对大学生进行问卷形式的拦截调查。(共60份问卷)

(2)选择适当的时间，去选定的几家手机店对这几家店的经营商进行焦点小组访谈。(共3份访谈提纲)

(3)对调查所得到的资料以及数据进行统计、分析，并进行综合处理。

(一)手机普及情况及趋势分析

电视、报纸、杂志、网络、电台、店堂、车体广告铺天盖地，宣传无处不在，各大手机厂商与广告商们的努力，其中最主要的还是同学之间的互相影响显示：在被调查者中手机的拥有率高达100%。从调查中我们还可看出：大多数学生手机族所能承受的手机价格在1500-2024元之间，占55%；手机价格在1000元以下与1500-2024元的各占20%；少数的手机价格在5000元以上，占5%。

(二)各品牌手机占有情况

在众多手机品牌中诺基亚所占的比例是最高的，为40%，而且它的款式比较简单，在市场上能够购买到不同的诺基亚型号的外壳，款式新颖容易购买外在装饰品。位居第二的是索爱，这款手机有直板、翻盖等多种款式，深得大家的喜爱；而其它的品牌如联想、三星、摩托罗拉等共占46.7%。在此次调查中我们发现学生使用手机的品牌比较复杂，使用诺基亚的人数最多，其他的如摩托罗拉、索尼爱立信、联想、三星等的拥有率也较高。

(三)购买手机的目的

对手机使用目的的调查发现，大多数学生消费者购买手机的真正目的在于方便与家人、朋友、用人单位联系。对于购买手机与家人联系这一目的，据调查显示，多数学生手机族的父母均持肯定态度，而这种态度对学生手机族购买动机的产生具有直接的推动作用。另外，还有部分临近毕业的大学生怕漏过任何招聘信息的压力，也推动了此种购买动机的产生。也有少部分的人是受到周围朋友的影响。

(四)费用的使用情况

调查结果显示，学生的生活费用大部分来自家长。因此，大学生都会通过办理各种套餐来节省话费，67%的被调查者一个月的手机费用大约在50-100元之间；30元以下和100-200元的各占15%；手机费用在200元以上的所占的比率较小，为3%。

(五)手机满意度的分析

社会经济发展水平的提高，家庭收入的增加，学生消费者的消费心理欲望增强。经济发展水平的提高，使得商品的市场生命周期缩短，手机更新换代的速度加快。手机产品的市场生命周期的缩短，使得学生消费者的消费活力被激发出来，大大强化了他们对新、奇、美的追求。而家庭收入的增加，则进一步加强了他们消费的信心。在此次调查中，我们可以发现51.7%的被调查者都表示对现在拥有的手机的满意度为一般，甚至有13.3%的被调查者表示不满意。

手机已经在的大学生之间普及开来，玩手机的时间已经成为自己生活的一部分，其中用手机上网的人已经达到手机用户的70%。相对于国产手机人们更喜欢国外好品牌手机，国内的手机在性能和美观质量售后服务上还需要很大的进步。花在手机上的钱占自己总费用的10%一个很高的数字。

**大学生消费调查报告篇三**

组长：王誉洁

组员：秦瑶，东玉清，张海英，王录杰，袁艳如，刘佳雯

制作调查问卷：张海英

调查访问：王誉洁，王录杰，张海英，秦瑶，东玉清

总结调查结果：袁艳如，刘佳雯

制作调查报告：王誉洁，秦瑶，东玉清，张海英，王录杰，袁艳如，刘佳雯

调查方法：问卷，统计

在当前尚且低迷，尚未完全复苏的经济环境下，消费问题被大家广泛关注。物价的连续上涨，直接反映了社会的消费和需求问题。

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情况，我决定在身边的同学中进行一次消费的调研，对大家的消费进行归宗和分析。

从调查结果发现，月费用1000元以上的人占10%，月费用700--1000元的人，占30%左右，500--700元的人占40%，月费用500元以下的人，占20%左右。在这些学生之中，超过50％的学生拥有电脑、约90％的大学生拥有手机，因此网络与通信费用支出较以往在大学生的消费支出中占据了相当大的份额。当代大学生主要有以下几支出：伙食费，买服饰，恋爱，上网费，手机费等。

一：伙食费。

除了在校内就餐外，校外就餐已经成为大学生饮食消费中必不可少的一部分，每月到个体餐馆就餐的比例达到了被调查总人数的95.7%。各种形式的聚会成为在校大学生饮食消费的一个重点。对于同学之间花钱请客，大部分同学认为偶尔可以但不要太频繁。调查发现，几乎所有学生每学期都要参加6-15次各类同学聚会。这部分消费基本上每学期需要150-600元之间。调查中了解到，大学生和同学朋友聚会一般选择在普通餐厅，但也有2%的选择在高档餐馆。聚会的理由多种多样：老乡相识、放假归来、过生日、考试得高分、当了班干部、得了奖学金等都要请客吃上一顿，否则被视为不够交情。

二：购买服饰。

从消费调查结果可以看出，大学生对服装消费的档次越来越高，男生买衣服的宗旨是不买则已，要买就买质量好的、价格高的；女生买衣服则总是买个不停，只要自己喜欢的都会买回来，不喜欢了，马上就不穿了。大学生购买品牌的商品，一方面为了满足自己的实用需求，一方面也希望能够增加自己的被关注度。购买名牌产品更是能够满足人们这样的心理。在对“当您拥有一件名牌产品时，您最希望谁能够注意到您拥有这样的品牌“调查后发现，70％的大学生希望自己的朋友同学能够注意到自己拥有的某个品牌，17％的人希望陌生人能够注意到自己，12％的人希望自己的恋人能够关注自己拥有某个品牌。4％的人表示希望自己父母和家人能够了解。3％的人表示纯粹是为了满足自己的需求。可见选择名牌产品对帮助大学生自己的交往，能够起到帮助作用。而大学生由于在读书期间，主要生活费来自父母，而购买著名品牌的消费品需要花费大量的金钱，所以大学生只有4％的人愿意父母知道自己使用名牌的产品。

三：恋爱消费

对问卷中“你谈恋爱了吗？每年为恋爱花费多少钱？“的问题，77%的大学生承认有恋爱经历，每年用于恋爱消费的钱从200-700元不等。从调查看，大学生恋爱支出主要在吃饭、零食、逛街、泡吧娱乐等方面，礼品消费是恋爱消费中绝对的“大头“，逢年过节（情人节、圣诞节等）或是俩人过生日及特殊的纪念日，恋人之间必要互送礼物，此项花费少则几十元，多则数百元，甚至有几千元者（在调查中，我们了解到一个大二的学生在女朋友生日那天送了一条价值7800元的铂金钻石项链）；在恋爱消费中，支出较大的还有在校外租房居住，每月要支付200-400元。

四：上网费用

调查结果显示：在每周上网时间方面，12.7%的学生在3小时以下，20.9%的学生为3-7小时，30.1%的学生为8-10小时，19.5%的学生为10-20小时，16.8%的学生在20小时以上；在上网时段方面，23.2%的学生在白天上网，33.9%的学生在晚间上网，35.2%的学生在周末上网，7.7%的学生还经常上通宵。如果按2元/小时计算，对于学生而言，也是一笔不小的开支。

五：手机等通讯费用

根据调查结果，85%的学生都拥有手机，他们的手机价位一般都在500--1600元之间，月消费在20--150之间。消费者的月手机话费也与其月生活费相挂钩，生活费用少的话费也相应较少，控制在50元以下，但也有部分高收入用户的话费也在此列，共占了样本的25%，学生月话费主要集中在50-100之间，约占了调查总数的62%，属于中档水平。其次月话费在100-150的有18%，而150以上的高消费者主要是月生活费在1000以上的5位，与其的经济实力基本相应。

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。大学生没有形成完整的，稳定的消费观念，自控能力不强，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。

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，大学生消费才会一路走好。

**大学生消费调查报告篇四**

当代大学生是未来消费的主体，吃穿住用行永远是人类离不开的话题。据网上查证，全国各地在校大学生已达1700万以上。这是一个不容忽视的群体，服装永远大学生茶余饭后永不过时的话题，大学生对服装的追求已超出服装本身是原有的意义了，通过对大学生购买服装的调查也能反映出现代大学生的生活风貌。

调查服装在大学生日常生活中的消费情况

1、口头提问及问卷调查

2、日常的观察总结

3、调查完成后，对调查统计数据进行分析

4、撰写调查报告

3) 这次调查的男生占27%，女生占73%

5) 服装价格是否会影响你的购买意愿:会63、3%，不会36、6%

7) 是否会选择网上购买服装:会35、7%，不会64、3%

8) 是否有钟情的服装品牌:有33、3%，没有66、6%(品牌有:李宁，真维斯，361，nike等)

2、理性消费占主体: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，在购买服装时，大学生们首先考虑的因素是价格和质量。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加上城市生活氛围，当代大学生更会注重自己的形象，追求品位和档次，虽然不一定买名牌，但质量显然是非常重要的内容。

4、大学生能正确控制自己消费欲望:物价上涨后，大学生们的消费支出增加，其中餐饮消费支出最多。就普遍产生了一个特别的现象:大学生在服饰方面的支出降低了。调查者分析认为:物价上涨后，服饰日用品、化妆品及娱乐消费的价格并未下降，而是小幅上涨，大学生们的消费支出却少了，这说明他们是有意地减少了在这些对大学生来说的享受型消费，把钱用在餐饮、学习等必要的地方。

1、从购买服装的频率看

(1)购买服装的消费还是合理的:调查结果显示购买服装的频率都集中在一个月一次和二至三个月一次这个结果表明大学生够买服装的主要原因还是生理需求，但也不排除存在满足虚荣心，但消费分配的主方向还是对的。

(2)还存在服装的的消费还是不合理的现象:调查结果显示还存在小部分人购买服装的频率较高，过分重视名牌的现象仍然存在。通过对服装消费的不合理能从侧面反映出对每月生活费分配的不合理，或者存在每月生活费过多的问题。

2、从那方面吸引购买服装的角度看

(1)当代大学生能够把握购买服装的主要目的和作用:服装的主要作用是对因季节气候变化而对人体产生一定的保护，其次是为了美观，满足人的生理和心理需求。通过调查反映出学生重视服装的质量，喜欢经济实惠耐穿的衣服，不会盲目因为对一件衣服的喜欢而不考虑价格的购买。

(2)追求时髦是大学生永恒不变的话题:大学生总是名牌的程度的现象十分严重，有时可能为了追求名牌而选择自己不喜欢的服装。却忽视了服装本身原有存在的价值。

1、量身定制一个合理的消费计划。绝大部分的大学生已是成年人，具有较高的知识和能力。定制一个合理的消费计划，可以正确规划自己的支出，为以后建立一个良好的理财观打下坚实的基础，培养良好的规划习惯。

2、调整消费结构。在当今信息社会和知识经济时代，消费时尚瞬息万变。而大学生是最容易被卷入时尚潮流的群体，有些消费甚至失去了理性。大学生应克服从众心理，在既定的消费支出约束下，合理调整自己的消费结构，以达到最少的支出带来最大效用的效果。不要盲目购买产品，以免过度浪费。

3、树立一个良好的消费观。消费观是消费者对消费的基本观点和基本态度，是消费者对消费内容、消费目标、消费方式和消费模式等涉及整个消费活动诸因素的一种价值判断的态度。高校应加强消费观教育，引导大学生树立自力更生、独立自主的理念，树立节约消费和适度消费的观念，避免和克服虚荣心、攀比心理，自觉抵制享乐主义、拜金主义等消极主义的影响，不奢侈浪费。在日常生活中，大学生应对自己的每项开支做出预算和记录，经常反思自己的开支是否合理。

**大学生消费调查报告篇五**

本问卷共发放42份，收回有效问卷31份。发放以我们周围的同学为主，基本上做到了随机发放。

我们在下面对有代表性的几项进行了具体分析

1 .总消费额

统计结果表明，消费额主要集中在350 —— 500和500 —— 800之间，对于一个基本上的纯消费群体，我们觉得这个结果略低。我们认为，合适的人数分布峰值应该出现在500 —— 800区间，其他区间应该符合正态分布，两种极限情况a ( 350以下)和e ( 1200以上)的选择较少，倒是符合正态分布规律。

2 .恩格尔系数

由数据可看出，饮食方面支出居于350 —— 450的人数最多，“吃饭消费”占总消费的比例较高，因此，大学生这一群体的恩格尔系数较高，这可能是这一群体的特点。虽然考虑到，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，但还是可以反映福州地区大学生消费支出的大概情况。

3 、通讯开支

以我们的感觉，似乎大一的时候电话方面支出较多，而大二除了极个别人外似乎这方面的支出锐减，而我们的数据也基本反映了这个特点，月支出在20 —— 50元和20元以下的分别达到78%，接近八成的同学每月都很少打电话，或每个电话时间较短。即使考虑到目前的手机普及率，大家这方面的消费还是比较的合理，这可能与在校生平时时间紧张有关。

4 .打工目的方面

最高的选项是增长社会经验，可以看出，大部分人做家教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，我们也应该考虑一下这些资金的，于是我们设计了下一个问题。

5 .生活资金及家庭收入

其实出这个问题之前，答案就在我们意料之中了，不过九成以上的被调查者资金主要是由父母或家庭提供这个数据还是说明了一切，这种情况是当代中国大学生的普遍情况。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，即使做家教，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。

结果显示，71%的被调查者认为花销较大，与自己的预期不符。可是，大家又一直保持着这种花费势头，这也算是大学生消费心理脆弱的一定表现。

综合以上的数据我们可以看出，“两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书”的时代已经过去，中国的大学学子目前正受到市场经济的强力冲击。在同一屋檐下的大学生群体，包容着具有多种经济状况和消费能力的个体，他们像鸡尾酒一般拉开层次，并且区分程度相对稳定。这种经济上的差异和分层不仅取决于他们不同的价值取向、思维方式和性格特征，而且也是地域经济差异性的反映。但是大学生作为一个群体在消费方面是有一些共性的特点的。

1.理性消费是主流

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400-800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。

2 .消费层次一定程度两极分化。

3.丰富大脑不惜钱

调查中我们发现：由于就业单位对高学历的要求，现在一些大学生读完专科升本科、读完本科读硕士，成批量地买回参考书。还有一些学生则在读本专业的同时，辅修其他学科，为自己就业积累知识资本。在旁听课程、购买资料等消费项目上，他们出手大方，而且家长对此项消费的投入也是乐此不倦。

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，按照广州地区的物价水平，以学生在校每天消费十元左右用于基本饮食需要来估计，学生每月净饮食费需300元左右。

我们惊奇地发现，在被调查的12名女生中，66 、 7%饮食费用在350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19名男生中也只有84 、 2%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。

5 .过分追求时尚和名牌，存在攀比心理

6 .恋爱支出过度

7 .经济独立意识较差，储蓄观念淡薄

例如，取样调查中有7人根本没有作过家教，而且那些作过家教的同学里面，多数是为增长社会经验，以“补充家用”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。

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。

1,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。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。

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。

那么对于大学生在消费中产生的问题，我们能提出什么建议呢

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。

**大学生消费调查报告篇六**

1、我校大学生饮食消费较高，恩格尔系数居高位。因此,大学生这一群体的恩格尔系数较高，这也许是这一群体的特点。这与我们学校的物价水平以及个人饭量有关，从侧面或许反映了我校食堂饭菜定价略高及学校周边餐馆饭店的定价偏高的问题。

2、通讯开支比较合理随机问卷得到的结果，大学生几乎人人一部手机，可见大学校园手机的普及率之高。他们通信月支出在50元以下和50—100元的分别达到20%和60%，八成的同学每月都很少打电话，或者每个电话都很短。既是考虑到目前的手机普及率，大家这方面的消费还是比较合理的，这可能与在校生平时时间紧张有关。

3、消费资金基本来源于父母，少部分来源于勤工俭学

大学生的消费资金主要从哪里来呢?

通过调查发现，在生活费来源方面，基本上所有的同学要依靠父母，只有少数的同学的资金来源于各方面的困难补助，奖学金，助学金等，还有一部分来源于勤工俭学或兼职补贴日常开销。由此可见同学们主要的经济来源是父母，但来源趋向于多元化。但是生活费里不包括学费，住宿费等，要是加上这些“巨款”，我相信来自父母的资金比例将更高。因此，可以说，大学生基本还是一个纯消费者。

4、我校学生娱乐和学习消费比较均衡

通过调查，我校大学生大多数都会在娱乐方面进行适当消费，相比于饮食消费略低，但也占了不少的比重。相应地，在学习方面的消费也比较均衡。不过有少部分学生在学习面的消费远远小于娱乐消费，他们迷恋着网络游戏，有时整天泡在网吧，有时逃课去上网，荒废了学业。希望这种重娱乐轻学习的现象不要得以蔓延。

5、储蓄观念差，基本无消费计划

综合分析调查问卷，很容易得出这样一个结论：我校学生储蓄观念薄弱，基本没有费计划。对于资金的支出具有很大的随机性，没有宏观的安排，更无详细的打算。大多数同学都坦承自己是“月光族”，很容易出现“经济危机”。只有少部分同学对自己的资金有简短的计划,并且有记账的习惯。部分同学还存在超前消费的情况，一般这些消费都是用在促销品及服饰上。也有少部分同学倾心于新型的电子产品，采用超前消费的方式进行购买，缺少理财的意识。

(二)调查结果分析

1、理性消费是主流：

大学生由于很少有自我收入来源，大多数的消费金额来自与家庭，于是，大

安徽科技学院大学生思想政治理论课暑期社会实践调研报告

学生们的消费质量就与家庭收入不可分割，诚然，现代社会的人均收入水平不断上升，然而，中等收入家庭还是占到了大多数，所以，学生们的消费也有一定的固定性，大多数学生的消费在500—1000元。由于消费能力有限，大多数学生在花钱时往往十分谨慎，力求“花得值”，尽量找到物美价廉的商品，把钱花在该花的地方，消费观念相对是比较理性的。

2、消费差距较大，消费结构存在不合理因素：

社会是不断进步的，我们当代大学生的消费水品也是在不断提高的，消费结构也在悄然发生着变化。调查结果明显可以看出，大学生的消费存在一定的差距，有的同学每月生活费不超过400元，而有一部分同学消费超过了20xx元，虽然这两部分人的比例只占少数，但大学生的消费差距增大，两极分化也会越来越明显。但我们相信，随着社会的发展和人民生活水平的进一步提高，这些问题必将在一定程度上得到改善。

通过网上的资料显示，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，那就是以饮食和生活用品为主。而在女生中，有很大一部分人为了减肥或者其他的目的，在饮食上的花费会有所减少，在衣服、化妆品以及娱乐等方面的消费大大提高，男生则将消费逐渐偏向了通讯以及网络方面。

3、消费中的不合理现象：

网上的资料显示，大学生消费存在很多的不合理性，在了解了一部分学生以及他们身边的朋友的消费心理之后，我们小组总结出几点大学生不健康的消费行为：早熟消费，消费水平和质量超过了个人实际经济水平;畸型消费，消费项目过多过快，向高档型消费倾斜;豪华消费，追求不切实际的奢侈、气派，满足自身的社会优越感和虚荣心理;情绪化消费，把对消费品的占有、享乐作为弥补精神空虚的手段。在我们的调查报告中可以看出，大学生的消费有趋同心理，追求消费趋同化，这一行为表现为看到别人购买某种物品时，哪怕这一物品自己本身并不那么需要，也会随大流购买，以保证自己与群体的一致性;还有就是大学生中很明显的存在的攀比心理，表现在他们对高档商品的需求性，以此作为炫耀的资本，事实上这只是一种超越自我价值的自我虚构。这些不健康的心理都可能导致消费得入不敷出。

4、消费来源：

11 大学生消费支出的基本前提就是消费来源，来源渠道和来源数量的不同在很大程度上决定了大学生的实际消费水平。从调查中，我们可以了解到，学生每月的消费大多数集中在500-1000元之间，500元以下和1500以上的只占到16.7%。

安徽科技学院大学生思想政治理论课暑期社会实践调研报告

5我们小组的调查结果显示：我校大学生的消费支出来源于父母供应的占83.5%;学校为帮助贫困生更好的完成学业，提供了绿色通道，于是一部分学生选择了贷款上学，同时学校还提供了勤工助学岗位，调查中消费来源是贷款和勤工助学的人数占8%，勤工助学可以算是大学生自己获得消费开支的重要途径，但比例并不在多数;其次是学校每学年对学习成绩优异的学生发放的奖学金或助学金等，这部分人数占到总人数5%;其他项目来源包括校外兼职打工等等。

5、消费项目：

对于大学生而言，经济来源主要是父母的资助，这就导致同学们每月可支配的钱是相对固定的，普遍的生活费用大约在500-1000元，家境较好的一般也不超过20xx元。大学生们也有自己相对固定的消费项目。

不论我们以何种方式付款，钱都很自然地从我们的腰包跑到了商家，学校周围到处是消费的场所，餐厅、休闲娱乐、超市都不在少数。让我们看看大学生们都把钱花到了哪里：60%以上的学生表示每月的生活费主要是用来支付饮食和日常生活用品;生活基本需求以外，休闲娱乐、学习也是不可缺少的消费项目，大学生是接受知识的时代，书籍等学习消费也占了一定的比例，而休闲娱乐是学习之余放松的方式，也是不能少的，这两项占到消费的20%也不足为奇;当代大学生不仅消费能力在提高，而且在消费结构方面呈现多元化的趋势，除了基本的生活消费、学习消费外，通讯和网络也成为消费的主要项目之一;另外大多数女生在大学更注重自己的形象，在服装以及化妆品上的花费占到了10%以上;调查中我们还看到了恋爱消费对于谈恋爱的人而言也是一笔不少的开销;大学生为了扩大人际关系网，于是，消费项目中就多了购买礼物、请客吃饭等等，还有同学表示，如果有某个月生病了，医药费就是另外一笔不少的消费了。

6、消费理念：

大学生被称作“天之骄子”，在中国，很多家庭里有这样的观念，只要孩子考上大学，消费就变成了理所当然，那么我们的大学生是怎样看待消费的?事实上，他们有其自己的消费理念，在学习很成长的过程中形成了各自不同的消费观，在学生们调查表中，我们总结了以下几种消费观念。

有相当比例的一部分人存在这样的情况，每个月开始的日子过得很舒服，后面就会变得相对拮据，这部分人往往被称做“月光族”。

(一)问题

1、消费来源主要来自务农父母。数据显示，72%的大学生选择父母供给(主要是大一、大二的)，23%选择打工兼职。这数据说明我校学生对父母的经济依赖程度仍是非常高。

2、生存资料消费占绝大部分。

3、存在虚荣与攀比的消费心理。

4、工作的胆量与能力相对不足。

我们从网上得知，很多其他高校的大学生都有参加一定的兼职来当生活费。而调查显示，目前为止，我校62%的大学生还没做过兼职。就算是做过或正在做兼职的学生主要还是有相当一部分在做销售员等与专业知识没太多关系的工作。

综上所述，我们可以看出我校大学生的消费状况尚待逐步改善。他们在生存资料消费、发展资料消费、与享受资料消费等诸多消费结构里面，首先考虑生存资料消费，但也注重资料消费、与享受资料消费。总的来说，我校大学生还处在相对较低的消费阶段，这与大学生的全面发展不协调。而对于流行与时尚的追求似乎对大部分学生来说还是一个令人闻之色变的话题，他们也喜欢这些，可目前的消费能力不支持他们对流行与时尚的过度向往。这一定程度上造成我校大学生的自卑心理。他们勤工俭学，更多时候付出的知识体力与时间，日常消费压力仍很大。这与我们位于相对发达的城市的的高校的情况很不一样。

(二)对策

1、我们要主动承担自己的一部分生活费。

安徽科技学院大学生思想政治理论课暑期社会实践调研报告

7的农民工。他们为我们这些儿女发出了半辈子的心血。我们呢，可不能总是活在他们的庇佑之下，在不影响学习的基础上适当的做点兼职。我们大学生本人要争气，要不断地追求上进，力求日后能改善自己和家庭的生活消费。当然，这也是支持推进我们全民小康的重要举措。

2、政府相关部门应增加对我校贫困生的支持。

尤其是要改善学生的饮食条件。我校学生大多来自偏远农村，严重的经济压力让学生们更容易自卑，且用于学习上的经济支出少之又少，这不利于学生们的学习进步。政府还要引导整个社会正确对待贫困生。不要过分强调他们的特殊身份。少搞一点主义，多做一点实事。采取积极的就业政策，真正为大学生提供更好的就业环境。减轻学生的心理压力。

3、学校家长要关注大学生的消费心理的健康成长。

时刻提醒学生们“一饭一粥，当思来之不易”，警惕自己有虚荣攀比的不正确的消费心理。如有这些心理要及时与学生本人进行沟通，循循善诱，切忌一味指责，伤害学生的感情。

4、社会与学校、家庭要引导大学生探索更美好的生活的的途径。

学校应加大对学生就业能力的培养，教育鼓励学生在不影响学习的前提下做一些有利于提高综合能力的兼职。学校应多提供一些勤工俭学的工作岗位。所谓“授人以鱼，不如授人以渔。”我们的路始终要自己走才能走好。学生们都知道，短暂的经济帮助不如一个谋生手段。学生们经验尚浅，要探索出更美好的生活的的途径离不开社会与学校、家庭的及时正确的引导。

总而言之，虽然，社会上很多人都认为，大学生健康的消费风气应成为建设“节约型”校园的一项重要内容。可我认为，我校校风建设应该不要轻视大学生投资理财方面的内容。适当培养我校大学生的赚钱方式和塑造大学生健康的消费心理和行为，以促进大学生学业的成功追求的同时自身的社会能力也得到提高。我们该在校园文化建设中设计有关大学生提高自身素质与健康消费理念的活动专题，并且持之以恒。

**大学生消费调查报告篇七**

大学生消费是社会消费的重要组成部分。随着社会经济的发展，在现代社会消费观念、生活方式和时尚的影响下，他们的消费心理和行为也发生了根本性的变化。因此，大学生的消费状况应把握大学生生活消费的心理特征和行为取向，培养和提高我们的金融业务目前，它已经成为当代大学生普遍关注的问题。

1.可负担性是大学生需要考虑的一个重要因素

在普及性和实用性之间，更多的学生选择实用性。在选择各种产品时，价格适中一直是大学生首要考虑的问题之一。相似的特点体现在推广方式的选择上。大学生最受欢迎的三种促销方式是打折、送货和赠送小礼物。

2.大学生关注时尚消费

20岁左右的年轻人是大学校园的绝对多数。站在时代的最前沿，追求新的.理念，求异，敏锐地把握时尚，生怕落后于潮流，这是我们的共同特征。大学生对新事物有强烈的求知欲，喜欢追求独特、新颖、时尚的产品。同时，独特性和新颖性往往带来流行和普及。服装和化妆品仍然是女生的主要消费，68.3%的大学生说喜欢买风格独特的衣服。只有31.7%的人认为没关系，穿舒服的衣服就行。流行吗除了价格和质量，它已经成为大学生考虑是否购买的第三大因素。至于名牌产品，问如果经济允许，你会买名牌产品吗？80%的学生说可以。以上充分体现了大学生追求高品质、高品牌、高品位生活的需求。

3.大学生对品牌选择的忠诚度很高

国外知名品牌更受学生欢迎。在手机、数码产品等高端消费品上，国外品牌有优势；国产品牌在电脑等个别领域逐渐加强。在快速移动的消费品中，国内外品牌在大学生心目中各有利弊。大学生的消费一定程度上会相信自己的真实经历。如果他们使用某个品牌的产品来产生良好的体验，他们就会坚持下去，从而逐渐形成固定的偏好，最终形成使用的习惯，并对这个产品保持良好的忠诚度。比如洗发水，气味香，质量好，效果明显，会鼓励他们继续使用。近一半的学生在购物时以品牌为第一考虑，如nikeadi仅限高端服装和化妆品品牌很受学生欢迎。

4.大学生的消费也有其不合理的一面

大学生没有收入来源，经济独立能力差，没有消费基础。他们没有形成完整稳定的消费观念，自控能力不强。消费多为媒体宣传诱导或周围同学影响的随机消费和冲动消费。调查显示，98.3%的学生的主要收入来源是父母，大部分人每月花费在600元左右。比如满足之前的食物和衣服消费只占总消费的30%，而恋爱、人际交往、个人时尚用品等支出占日常消费的大头。现在mp3、手机、笔记本电脑已经成为当代大学生不可或缺的三大高科技产品。目前90%以上的学生使用手机，其中70%使用高端手机。56.7%的学生有电脑。然而，在有电脑的学生中，68%的人使用电脑进行玩游戏、上网聊天等娱乐活动，而只有少数学生使用电脑学习。

5.考证和出国已经成为大学生消费的新增长点

我粗略统计了一下:除了之前的四六级，还有很多职业资格证书，比如会计证、文秘证、海关关员证，甚至驾照。为了考试，我们要上很多补习班考证，从几百元到几千元不等。但其实很多人随波逐流，很多证书对我们用处不大。比如说公关员证，找工作影响不大。学生说实话。除了考证，越来越多的大学生已经把毕业出国留学提上日程，很多家庭投入大量资金在各种海外培训班上。一个在等签证的朋友算了个账:出国要考雅思。大三的时候去北京新东方学雅思。学费1800元，材料费200元，注册费1000多元，含生活费。仅半个月就花了4500元。考完试，你要申请学校。每个学校的申请费都不一样。比如在美国，一般是60美元左右。再申请几个学校，就将近一万块了。有了签证、护照、档案钱，前期准备就要几万，出国就更不用说了。

1、家庭因素的影响

家庭消费对大学生的消费观有重要影响。我在采访一些同学的时候发现，一般来说，农村大学生每个月的消费大部分都花在了食品上，另外一部分支出主要是学习用品和日用品。他们家并不富裕，在学校的花销和在家里一样。城里的学生消费相对奢侈。

2.集体影响

我大部分的学习时间都是在集体宿舍度过的，所以我个人的消费方式不得不受集体的影响。比如我以前不太喜欢喝牛奶，但是同宿舍其他人都有喝牛奶的习惯，我就慢慢喝。

3.社会文化的影响

以女大学生为例。虽然他们远离社会，但社会潮流也能影响他们。追求时尚，高端服装，化妆品，减肥产品，需要很多钱。

3.引导大学生养成良好消费心理和行为的建议

首先，家庭要建立健康的消费文化环境。父母的消费观和消费行为会在孩子身上体现出来。他们应该在给予一定消费自主权的同时，注重教育。同时，学校应该在大学生正确的消费行为中发挥良好的主导作用。加强勤俭节约教育，狠抓校风学风。最后，建立健康的社会消费环境。目前，大学生很大程度上受到社会的影响。我们希望依靠社会的力量，拒绝不良的消费行为，积极建立新的校园氛围和新的消费文化的增长点。

**大学生消费调查报告篇八**

调查服装在大学生日常生活中的消费情况

1、口头提问及问卷调查

2、日常的观察总结

3、调查完成后，对调查统计数据进行分析

4、撰写调查报告

3) 这次调查的男生占27%，女生占73%

5) 服装价格是否会影响你的购买意愿:会63.3%，不会36.6%

7) 是否会选择网上购买服装:会35.7%，不会64.3%

8) 是否有钟情的服装品牌:有33.3%，没有66.6%(品牌有:李宁，真维斯，361，nike等)

2、理性消费占主体: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，在购买服装时，大学生们首先考虑的因素是价格和质量。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加上城市生活氛围，当代大学生更会注重自己的形象，追求品位和档次，虽然不一定买名牌，但质量显然是非常重要的内容。

4、大学生能正确控制自己消费欲望:物价上涨后，大学生们的消费支出增加，其中餐饮消费支出最多。就普遍产生了一个特别的现象:大学生在服饰方面的支出降低了。调查者分析认为:物价上涨后，服饰日用品、化妆品及娱乐消费的价格并未下降，而是小幅上涨，大学生们的消费支出却少了，这说明他们是有意地减少了在这些对大学生来说的享受型消费，把钱用在餐饮、学习等必要的地方。

1、从购买服装的频率看

(1)购买服装的消费还是合理的:调查结果显示购买服装的频率都集中在一个月一次和二至三个月一次这个结果表明大学生够买服装的主要原因还是生理需求，但也不排除存在满足虚荣心，但消费分配的主方向还是对的。

(2)还存在服装的的消费还是不合理的现象:调查结果显示还存在小部分人购买服装的频率较高，过分重视名牌的现象仍然存在。通过对服装消费的不合理能从侧面反映出对每月生活费分配的不合理，或者存在每月生活费过多的问题。

2、从那方面吸引购买服装的角度看

(1)当代大学生能够把握购买服装的主要目的和作用:服装的主要作用是对因季节气候变化而对人体产生一定的保护，其次是为了美观，满足人的生理和心理需求。通过调查反映出学生重视服装的质量，喜欢经济实惠耐穿的衣服，不会盲目因为对一件衣服的喜欢而不考虑价格的购买。

(2)追求时髦是大学生永恒不变的话题:大学生总是名牌的程度的现象十分严重，有时可能为了追求名牌而选择自己不喜欢的服装。却忽视了服装本身原有存在的价值。

1、量身定制一个合理的消费计划。绝大部分的大学生已是成年人，具有较高的知识和能力。定制一个合理的消费计划，可以正确规划自己的支出，为以后建立一个良好的理财观打下坚实的基础，培养良好的规划习惯。

2、调整消费结构。在当今信息社会和知识经济时代，消费时尚瞬息万变。而大学生是最容易被卷入时尚潮流的群体，有些消费甚至失去了理性。大学生应克服从众心理，在既定的消费支出约束下，合理调整自己的消费结构，以达到最少的支出带来最大效用的效果。不要盲目购买产品，以免过度浪费。

3、树立一个良好的消费观。消费观是消费者对消费的基本观点和基本态度，是消费者对消费内容、消费目标、消费方式和消费模式等涉及整个消费活动诸因素的一种价值判断的态度。高校应加强消费观教育，引导大学生树立自力更生、独立自主的理念，树立节约消费和适度消费的观念，避免和克服虚荣心、攀比心理，自觉抵制享乐主义、拜金主义等消极主义的影响，不奢侈浪费。在日常生活中，大学生应对自己的每项开支做出预算和记录，经常反思自己的开支是否合理。

**大学生消费调查报告篇九**

1．总消费额统计结果表明，消费额主要集中在350――500和500――800之间，对于一个基本上的纯消费群体，我们觉得这个结果略低。我们认为，合适的人数分布峰值应该出现在500――800区间，其他区间应该符合正态分布，两种极限情况a（350以下）和e（1200以上）的选择较少，倒是符合正态分布规律。

2．恩格尔系数由表中数据可看出，饮食方面支出居于350――450的人数最多，“吃饭消费”占总消费的比例较高，因此，大学生这一群体的恩格尔系数较高，这可能是这一群体的特点。虽然考虑到，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，但还是可以反映福州地区大学生消费支出的大概情况。

3、通讯开支随机问卷得到的结果，拥有手机的同学居然占到被调查总人数的三分之二强（这个数据尚有余地），可见大学校园手机的普及率之高。然后，在拥有手机的群体中，月花费高于100元的占到43%，已经接近一半。对于这部分人，按照每条短信0、1元，话费每分钟0、3元计算，月平均支出在250元以上，就意味着每天要打十几分钟电话或是发几十条短信，显然，这些不是都有必要的。也就是说，在手机消费方面，不理性、高开销的情况还是存在而且颇严重的。相比之下电话卡的开支就比较小了以我们的感觉，似乎大一的时候电话方面支出较多，而大二除了极个别人外似乎这方面的支出锐减，而我们的数据也基本反映了这个特点，月支出在20――50元和20元以下的分别达到78%，接近八成的同学每月都很少打电话，或每个电话时间较短。即使考虑到目前的手机普及率，大家这方面的消费还是比较的合理，这可能与在校生平时时间紧张有关。

4．打工目的方面最高的选项是增长社会经验，可以看出，大部分人做家教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，我们也应该考虑一下这些资金的来源，于是我们设计了下一个问题。

6．自我评价结果显示，71%的被调查者认为花销较大，与自己的预期不符。可是，大家又一直保持着这种花费势头，这也算是大学生消费心理脆弱的一定表现。

综合以上的数据我们可以看出，“两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书”的\'时代已经过去，中国的大学学子目前正受到市场经济的强力冲击。在同一屋檐下的大学生群体，包容着具有多种经济状况和消费能力的个体，他们像鸡尾酒一般拉开层次，并且区分程度相对稳定。这种经济上的差异和分层不仅取决于他们不同的价值取向、思维方式和性格特征，而且也是地域经济差异性的反映。但是大学生作为一个群体在消费方面是有一些共性的特点的。

1,理性消费是主流

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400-800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手机支出，潜在恋爱支出就可以看出）。

2．消费层次一定程度两极分化。

3,丰富大脑不惜钱

调查中我们发现：由于就业单位对高学历的要求，现在一些大学生读完专科升本科、读完本科读硕士，成批量地买回参考书。还有一些学生则在读本专业的同时，辅修其他学科，为自己就业积累知识资本。在旁听课程、购买资料等消费项目上，他们出手大方，而且家长对此项消费的投入也是乐此不倦。

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，按照广州地区的物价水平，以学生在校每天消费十元左右用于基本饮食需要来估计，学生每月净饮食费需300元左右。我们惊奇地发现，在被调查的12名女生中，66、7%饮食费用在350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19名男生中也只有84、2%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。

5．过分追求时尚和名牌，存在攀比心理

6．恋爱支出过度

7．经济独立意识较差，储蓄观念淡薄

例如，取样调查中有7人根本没有作过家教，而且那些作过家教的同学里面，多数是为增长社会经验，以“补充家用”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。

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。

1,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。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。

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，并形成校风助学风的良性循环。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。

**大学生消费调查报告篇十**

随着经济社会的纵深发展，我们大学生作为社会特殊的消费群体，我们的消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响我们世界观的形成与发展，进而对我们一生的品德行为产生重要的影响。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，培养和提高我们的“财商”，在当代成为我们当代大学生共同关注的课题。

大学生消费心理方法行为

20xx年12月8日至12日，本人通过对郑州轻工业学院的学生进行调查和收集数据，从消费意向、消费意识和消费心理上一定程度解读了目前大学生们的消费现状和消费趋势。此次调查共发放调查问卷50份，收回有效问卷50份，调查学生人数总50人；男生25人，女生25人，男女比例约为1∶1。

相关数据：大学生的消费支出中，食物支出占41%，衣物支出占13.1%调查和数据结果显示：当前大学生的消费构成主要集中在基本生活费（衣、食、住、行），学习消费（学费、书籍杂费、考证费、电脑等），休闲娱乐消费（休闲、健身、旅游、娱乐等）以及人际交往消费（人情往来、恋爱）等四大方面。其中，在昆明理工大学大学生的消费内容主要集中在食物支出和衣物支出两大方面，其中食物支出占41%，衣物支出占13.1%。其他方面，休闲娱乐占6.1%，与学习相关的各方面支出占4.3%。尽管食物支出仍是当前在校大学生的主要支出之一——约47.7%的被访者的食物支出约占总生活费的四成，约24.1%的被访者的食物支出约占总生活费的五成——但另一方面，大学生们走出校园食堂到外面聚餐的费用也在与日俱增，麦当劳、肯德基以及一些价格不菲的特色小吃已成为当前大学生尤其是校园情侣们经常光顾的地方。根据结果分析，作为大学生，作为即将步入社会的成年人，他们更加注重自己的外在形象。在这方面，女生的消费水平要高于男生，在被调查的女生中，近三成拥有价格在300元以上的品牌服装。

相关语录：馒头就咸菜，省钱谈恋爱。如今，“馒头就咸菜，省钱谈恋爱”已成为不少校园爱情男主角的忠实信条。“尽管我们俩出去玩都十分节省，每个月还是要花费100多元钱的。”某一名大二男生说，他和女朋友都是农村的，而且是初中同学，尽管经济不宽裕，但两人要是出去玩，买个糖葫芦、冰淇淋还是经常的。

“其实，有很多大学生都在谈恋爱，只不过有的人不愿意承认而已。”另一大学生说，有些学生之所以“保密”工作做得好，主要是担心万一走不到一起，会遭到同学笑话或非议。据调查结果显示，仅有不到两成（19%）的学生承认有男（女）朋友，其中有30%的“男主角”每月在女友身上的投入约有200元。据调查结果显示，对于恋爱费用的来源，有的是由“家里特别提供”的，有的是来自“勤工俭学”，更多的是从“生活费中支付”的。

相关数据：当生活费透支时，有61%的同学愿意节约开支或自己打工赚取“我来上学就已经花费了很多钱了，咋好意思再向父母伸手要钱呢。”某一大学生说，自己家是农村的，经济条件本来就很一般，再加上自己上学花钱，家里都快承受不了了，自己说啥也不愿意向父母再伸手了。她告诉我，自己经济上的“额外”收入，都是她平时做兼职挣的。“我宁愿去打工，也不愿意再向家里要钱。”另一大学生说，有时候，一不小心，生活费用都花超了，只好向同学或亲戚借点，等到了假期，自己再找份工作，挣点钱补“窟窿”。调查中，我了解到，像这样的大学生占很大比例，调查数据也表明，35.2%的学生存在生活费超支的现象，甚至一学期的生活费在两三个月花光的情况也屡见不鲜。这在一定程度上说明了在个人理财方面，当前的大学生是较为冲动和盲目的。而当生活费透支时，只有不到一成（8.1%）的同学愿意张口向父母索取，20.9%的同学愿意借同学或朋友的，大部分（61.0%）的同学更愿意节约开支或自己打工赚取。

经济来源大多学生要靠父母。相关数据：目前，93.7%的大学生还是把家庭供给作为最主要的经济来源。尽管大学生消费已经呈现出多样化的趋势，但调查结果显示，目前93.7%的大学生还是把家庭供给作为最主要的经济来源。

“尽管爸爸、妈妈都是工薪族，但还是尽最大努力供我上学。”昆明理工大学大三某一学生说，看到父母为自己上学花费很多，心里也感觉很是愧疚，但毕竟自己还没有上班，不能挣钱。假期打工挣的那点钱，贴补一下平常的生活还行，要是自己供应自己上学，确实十分困难，“没有办法，只能靠老爸、老妈了。”他说，只要自己能上班挣钱了，会全力回报父母的。调查结果显示，大学生这一群体在经济消费水平、消费构成上存在着巨大差距和差别，其中年消费最高的达到13500元，而年消费最低的只有1800元，年消费支出均值为4963.96元（不包括学杂费和住宿费），这其中有93.7%的大学生把家庭供给作为最主要的经济来源。据分析有63%倾向于冲动型消费，女生在这方面的比例远远高于平均水平，有30%多认为自己属于精打细算型消费，9.9%认为自己属于今朝有酒今朝醉型消费，而大部分（55%）的大学生则说不清自己到底属于哪种类型的消费者。

总述（分析报告）：大学生多数是自进入大学开始，才更多的拥有选择消费的.自主权。有了更多消费自由的同时也面临着一些问题。能否处理好，将关系到整个大学生活。消费的安排直接的影响生活的质量，毕竟学生的经济来源主要是来自家长，基本都是有限定的。不合理的消费会打乱个人的生活秩序，影响学习生活。同时，大学生的消费行为，直接体现了其生活观、享乐观、人行价值等价值观，这对他们的学习、生活乃至日后工作、成才都有着重要影响。加强对大学生的消费教育，帮助他们走出消费误区，引导他们树立正确的消费观念，已是高校德育工作的重要组成部分。

消费支出来源：来源父母亲友贷学金奖学金困难补助勤工俭学其它、大学生的支配额也已逐年增长。但对周围同学的消费选择也进行了调查，仍然发现大学生还是没有走出一些消费的误区。

误区：消费的盲目性。部分学生消费没有计划，随意性很强。曾有调查说：（1）3.7%的学生，竟不知道每月、每学期要花或花了多少钱，从未思考过钱是怎样花的，反正没了回家去拿，家里人给的时候也无定数，这类学生以城镇女孩居多；（2）有了钱就大手大脚地乱花一气，把本是几个月的生活费一块儿花，接下来只得过拮据日子，要么向家里求援，要么东挪西借；（3）在该买什么与不该买什么上没有主见，看到别人买啥自己也“随波逐流”，结果是钱花了于己用处却不大，造成了不小的浪费。

针对这种盲目性消费的内在分析：由个性觉醒而引起的消费自主心理。对学生来讲，大学时期是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，他们在物质生活和精神生活中强烈的自我支配要求。当代大学生大都是改革开放后才成长的，环境的塑造，使他们无论在思想上、生活上、学习上，还是在人际交往上，都有自己特有的看法、想法和情感。家长和教师会明显地感觉到，如果再像对中小学生那样，仍然用自以为正确的看法、想法和情感去代替他们的看法、想法和情感，那将是十分困难的。虽然大学生的消费来源依赖于家庭，但他们对消费又具有强烈的自主要求：（l）开始行使对家庭消费的发言权。（2）开始要求自我消费选择权。时下的大学生思想活跃，思维敏捷，接受新事物的速度快，他们喜欢紧跟新潮走，喜欢追求个性，并根据自己的生活习惯、审美情趣和价值判断做出自主的选择。（3）开始要求独立的消费支配权。当前，大学生的交友动机十分强烈，人际关系圈也比较宽，频繁的聚会或外出，必须有较强的经济实力作后盾。足够数量的“私房钱”，供自己自由支配，才能得以实现。而大学生仍是思想没完全成熟，如果缺乏适当的消费指导，就会出现消费的盲目性。

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