# 大学生消费调查报告总结(优秀15篇)

来源：网络 作者：天地有情 更新时间：2024-04-27

*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。那么报告应该怎么制定才合适呢？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。大学生消费调查报告总结篇一随着经济社会的纵深发展，在大众传媒影响力日趋扩大...*

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。那么报告应该怎么制定才合适呢？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**大学生消费调查报告总结篇一**

随着经济社会的纵深发展，在大众传媒影响力日趋扩大的背景下， 当代大学生作为社会中一个比较特殊的消费群体，具有比较特殊的消费心理。他们既是当前消费主体之一，有着独立的消费意识和消费特点，也是未来中国消费的主力和消费潮流的引导者, 他们的消费观念更为直接的遭到名人/影视作品等的影响。大学生针对奢侈品的消费特点通常被以为具有双重性：一方面，他们在占用社会资源方面居于劣势，经济能力还没有独立，消费遭到很大的制约;另外一方面，又有着旺盛的消费需求和相对超前的消费观念。这两方面的矛盾使得他们的消费行为存在很多题目。大学生的奢侈品消费状态、消费观念与消费模式，对未来我国经济的发展，奢侈品消费文化的构建都会产生极为重要的影响。为真实了解当代大学生奢侈品的消费水平、状态，掌控大学生奢侈品消费的心理特点和行为导向，培养大学生构成科学、理性、文明、责任的新消费理念，促使他们成为新消费运动的践行者、推动者，具有积极的现实意义。

大学生消费题目正逐年为高校及国人所重视，作为收进很少的学生群体其购买力却在逐年增加，奢糜攀比之风日趋增长，其消费结构和消费能力是不是公道发人深醒，我既是以此为动身点，以问卷调查及采访等情势确定高校大学生奢侈品消费情况调查与分析为课题的社会实践，其意义和目的在于通过对部份高校的实地调研及调查、研究、分析。

为了对大学生奢侈品消费情况有比较全面正确地了解，我们展开了研究。并对商丘工学院在校大学生进行了奢侈品消费情况的问卷调查。本次调查共发放问卷45份，收回有效问卷45 份，有效力为100%。其中男性大学生占53%，女性大学生占47%。

调查题目主要包括客观选择题，设计费的经济来源、月消费状态、消费支出情况及其消费观等多个方面。旨在让同学们了解当代大学生的消费、理财。本次调查固然抽样比例较小，但我们可以窥一斑而知全貌。

在购买类型方面，冲动型的占38%，理智型的占44%，盲目型的占18%，这说明大学生并没有完全清楚自己的消费结构和状态，没有这个习惯的制约，使大学生的盈亏状态不同，见到热衷的东西，半数以上的人却表现出较弱的自我控制性。固然究竟是同龄人，消费中自然也表现出了很多相同点。

据调查，37.40%的同学在拿到一个时期的生活费时，不会做甚么安排，随便取用。占调查调查人数的大多数大学生无预期的计划和目标。从未思考过钱应当怎样花、花多少，而且消费的随便性很强，面对有奖销售、打折等促销手段轻易冲动，不知不觉就把钱都花了。在调查中，只有24.39%的大学生选择先存一定数额的钱，剩下确当作此时期生活费，所以说大学生储蓄观念其实不强。

由调查不丢脸出，城镇比乡村的大学生消费要高些，但这主要决定于城乡传统的家庭收进落差，由此可以看出制约其消费的是家庭经济状态。另外，城市大学生碰到自己想买的东西但没钱会向家里要或找朋友借，而农村大学生则干脆不买或存钱自己来买。这是个值得沉思的题目，对不同物品的选择反映了其不同的心理。在对消费的态度和顾虑方面，农村大学生的行为也体现了中国的老话穷人的孩子早当家，他们消费原则多是能省则省，10人一个月要进行一次奢侈品的消费; 13人三个月会进行一次;9人一年进行一次;也有13人要经太长久的计划后才会做出是不是要进行消费的决定。

我组也同时采取了访谈法的方式进行调查，对大一同学进行随机采访。我们其采访内容包括月均匀消费水平、经济来源、消用度途、消费习惯、奢侈品消费理念和对本身奢侈品消费的看法等。通过调查得知，他们均匀一月消费大约在550元左右，这其中包括了平常生活用品、伙食费、零食费、电话费、交通和上网的用度，其中三分之一人并没有用于奢侈品的花消。这是一种良好的消费心态，他们对消费奢侈品的看法是要坚持节约勤俭，该买的就买能省的就省，不买奢侈品，科学消费绿色消费。

从调查结果来看，讲求实际、理性消费还是当前大学生主要的奢侈品消费观念。当前大学生在奢侈品消费的错误观念等题目，既与社会大环境的负面影响有关，也与家庭、学校教育缺少正确引导有关。今天的大学生生活在没有围墙的校园里，全方位的与社会接触，当某些大学生遭到享乐主义、拜金主义、奢侈浪费等不良社会风气的侵袭时，假如没有及时得到家长老师及学校领导的正确引导，轻易构成心理趋同的偏向。当学生家庭可以在经济上满足较高的消费条件时，这些思想就会在潭门的消费行为上充分体现。更糟的是，有些家庭状态不答应高消费的学生，为了满足自己的消费欲看及心理，做出一些有悖社会道德设置是违法的事。另外也有一些缘由决定了当代大学生奢侈品消费的观念与行为：

其一，价格、质量、潮流是吸引大学生消费的主要因素

其二，社会建设范畴中缺少大学生节约勤俭生活消费观的内容。

其三，大学生深受社会影响其深、大部份学生消费属理性

(一)在校大学生奢侈品消费结构的特性：

1)奢侈品消费结构的地区不平衡性

2)年级不同而致使奢侈品消费观和消费结构的不同

3)性别不同致使奢侈品消费结构的差异

(二)大学生奢侈品消费结构中存在的题目：

1)消费差巨拉大，出现两极分化

2)奢侈品消费结构分歧理，存在攀比心理

3)人际交往奢侈品消费增多

4)奢侈品消费趋势的分歧理性 (例如：攀比心理作怪)

针对大学生奢侈品消费结构中存在的题目，我们应从以下四个方面进行改善和解决：社会方面、学校方面、家庭方面、个人方面。

(一)社会方面

相对发达国家而言，我国大学生的理财还是一个非常薄弱的环节。大学生作为独立的个体，持币的额度愈来愈大，支配金钱的空间越来越宽泛。然而，对大学生而言，一方面他们尽大部份人还不能具有更多的金钱，另外一方面他们的消费欲看则愈来愈大。可这两者之间的矛盾和理财观念的淡薄，通常使他们对待金钱没有一个正确的熟悉，对科学理财更是知之甚少。

(二)学校方面

学校重视培养大学生正确的消费意识和理财观念社会：

(1)学校可设立专门的理财教育课堂，对大学生的消费观念和消费习惯进行辅导和培训，让他们早日建立正确科学的理财观念。

(2)对寻求时兴和赶潮流的学生，应给予高度重视。

(3)对贫困的学生，学校要多关心，多提供勤工助学岗位，多关注生活状态，学习状态。给予帮助，不轻视，塑造\*\*\*校园生活。

(三)家庭方面

家庭应变忘我奉献为适度供给，父母扩忘我奉献助长了有些大学生奢侈浪费之风。过分溺爱，致使自理能力低下，过分依靠他人。做到节约持家。

(四)个人方面

强化大学生本身的管理和监控

(1)钱要花在刀刃上。

(2)学会记帐和编制预算。

(3)遵守一定的生活消费和理财原则。

(4)严禁杜尽攀比、追星、过分寻求时尚与个性。

通过这次调查，我们基本把握了当代大学生奢侈品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、公道的。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酿成的。在以寄生性消费为主的大学生中，培养独立的理财能力、科学的价值观和信用概念应是当务之急。总之，我们希看所有大学生都能静下来想一想自己的消费公道吗，有多少用于购买奢侈品，这些奢侈品对我们有甚么积极意义吗?更希看社会各界都能从实处关心大学生，用社会的气力引导大学生健康公道的奢侈品消费，为我们未来栋梁的茁壮成长保驾护航。

**大学生消费调查报告总结篇二**

调查大学生日常生活中的服装消费情况

1.口头提问和问卷

2.日常观察总结

3.调查完成后，分析调查的统计数据

4.写调查报告

1.在这项调查中，男生占27%，女生占73%

4.是否有喜欢的服装品牌:33.3%，没有66.6%(品牌有李宁、真维斯、361、耐克等。)

6.服装价格会不会影响你的购买意愿:会是63.3%，而不是36.6%

8.你会选择网购服装吗:会是35.7%，而不是64.3%

2.理性消费占主导:价格、质量、趋势是吸引大学生消费的主要因素。根据调查结果，务实理性消费仍然是大学生的主要消费观念。据了解，大学生买衣服首先考虑的因素是价格和质量。由于消费能力有限，大学生在花钱时往往非常谨慎，力求“物有所值”。因此，他们会尽最大努力寻找物美价廉的城市生活和氛围。当代大学生会更加注重自己的形象，追求自己的品味和品位。虽然他们不一定买名牌，但质量显然是一个非常重要的内容。

4.大学生可以正确控制自己的消费欲望:物价上涨后，大学生的消费支出增加，其中餐饮消费支出最多。有一个特殊的现象:大学生服装支出减少。据调查人员分析，“物价上涨后，服装、日用品、化妆品、娱乐消费的价格不降反升，而大学生的消费支出较少，说明他们故意降低大学生的‘享受消费’，把钱花在了吃饭、学习等必要的地方。

1.从买衣服的频率来看，

(1)服装购买消费合理:调查结果显示，服装购买频率集中在每月一次，两到三个月一次。这一结果表明，大学生购买服装的主要原因是生理需求，但不排除虚荣心的存在，但消费分配的主要方向仍然是正确的。

(2)服装消费仍然不合理:调查结果显示，少数人频繁购买服装，过于关注名牌的现象依然存在。服装消费不合理，可以反映每月生活费分配不合理，或者每月生活费过多。

2.从吸引购买这方面的服装来看，

(1)当代大学生可以把握购买服装的主要目的和功能:服装的主要功能是保护人体免受季节性气候变化的影响，其次是美观，满足人们的生理和心理需求。调查显示，学生重视衣服的质量，喜欢经济耐用的衣服，不会因为喜欢一件衣服就盲目买衣服而不考虑价格。

(2)追求时尚是大学生永恒的话题:大学生总是名牌的现象非常严重，有时可能会为了追求名牌而选择自己不喜欢的衣服。却忽略了服装本身的原始价值。

不及物动词政策建议

1、树立良好的消费观。消费观是消费者对消费的基本观点和态度，也是消费者对涉及整个消费活动的消费内容、消费目标、消费方式等因素的价值判断态度。高校应加强消费观念教育，引导大学生树立自力更生、独立自主的观念，树立节约消费、适度消费的观念，避免和克服虚荣、攀比心理，自觉抵制享乐主义、拜金主义等消极主义的影响，避免铺张浪费。在日常生活中，大学生应该对自己的费用进行预算和记录，并经常反思自己的费用是否合理。

2.量身定做合理的消费计划。大部分大学生都是知识和能力都很高的成年人。定制合理的消费计划，可以正确规划自己的支出，为以后树立良好的理财观打下坚实的基础，培养良好的规划习惯。

3.调整消费结构。在当今的信息社会和知识经济时代，消费方式正在迅速变化。大学生最容易卷入时尚潮流，部分消费者甚至失去理性。大学生应克服从众心理，在既定消费支出的约束下，合理调整消费结构，以达到最小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。

**大学生消费调查报告总结篇三**

改革开放以来，中国人的物质和文化生活水平大为改善，伴随而来的是日益提高的消费水平。当今的大学生作为社会特殊的消费群体，他们的生活消费呈现出独有的特征，总的来说比较科学合理。但是也有部分大学生的高消费情况令人担忧。高消费的背后是大学生们为了自身的舒适体验而大手大脚，更是因为面子工程想要在同学面前显示出优越感作祟。大学生普遍的过度消费问题已经亟待社会的关注与思考。

大学生的过度消费主要分以下三种:

即为了提前享受或追赶潮流，不惜用举债的方式来提高生活档次。大学生们刚刚成年进入社会,银行为了尽早拉住这些潜在消费者,往往用各种优惠政策来吸引大学生办信用卡，打开皮夹有4，5张信用卡的同学绝对不在少数。新闻中也时不时会提到大学生卡奴，还不出信用卡债时只能拆东墙补西墙，外出打零工来还钱，影响了自己正常的学习生活不说，最后若不能完全还款还会影响将来进入社会以后的信用程度，除了满足一时的快感，百害而无一利。

目的是通过消费炫耀“我有钱”以满足虚荣心。现在的大学生们都是从五湖四海招收而来的，每个人的家庭背景都不尽相同，有的父母可能只是辛苦劳作的农民，有的是工薪阶层，还有的却是大老板。在这样的环境下,部分有钱的同学便会经常买一些并不需要的奢侈品以显示自己的生活水平。在许多大学生都使用的社交网络人人网上，时常有同学会发一些奢侈品代购的信息，起初我看到时觉得他们并不会有生意，因为那些香奈儿，lv的包包动辄上万的价格并不是普通大学生能承受的。可是看到他们接收到的大量的来访询问以及订单，我才发现自己低估了很多同学的消费水平。

通过消费活动来满足自己内心一些不成熟的心态。尽管大学时代是曾经家长口口声声说的悠闲轻松的一段时光,但是在重点院校中是绝对不可能这么悠闲的，学霸多以至于在学习方面一刻都不能掉以轻心。由此，有的同学便会想方设法寻求放松的压力，其中暴饮暴食、买各种新衣服就是其中的一种，，以此满足自己内心的压抑，空虚以及不满，渐渐的就养成了这样一个过度消费的坏习惯。还有一种“病态性消费”源于身边的同学买了新产品，为了不落于人后，无论多少钱都舍得去花，就像上文中那个要买“苹果三件套”的女生，其实可能她并不知道乔布斯的发展史，也可能并不知道苹果到底好在哪里，可是大家都有所以她也就要，否则会有被同学看不起的可能。这样的一种觉得别人的东西总是比自己的好的病态畸形的内心活动，对于即将踏足社会的大学生是绝对不可取的。

综上所述，大学生消费行为及心理构成是很复杂的，鉴于他们的自我意识以及消费观的不成熟，辅导员们应该多加引导同学，加强大学生消费文化引导，帮助大学生树立正确的消费观，培养理智的消费行为，形成合理的消费结构，使消费为大学生的素质提高和发展服务，这是高校不可推卸的责任。

**大学生消费调查报告总结篇四**

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，是物欲在人心作祟，我作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。

(2)攀比

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，去强，生活上次于别人，并不可耻，没有必要抬不起头来，不是有句“谁笑到最后你笑得最好”的俗语吗?其次，一些社会媒体宣传让我们中的某些人头晕目眩起来，过度的宣传让高消费在我们心中种下了种子，我们在摒弃这些夸张的广告的同时，也要督促媒体尽量做适度的宣传。

(3)信用

提前消费对我们已不再陌生，我们需要良好的信用记录，然而对于一个高消费者而言，信用问题显然首当其冲。在不断的“贷”与“还”的过程中，偶尔的资金周转“失误”会给自己今后的信用消费带来巨大的不便。最佳的解决方案也许只有平时适度地紧缩财政支出，为自己建立一个富有弹性的消费习惯;严格控制自己每月的消费上限，也会是个不错的方法。

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、科学的价值观和信用概念应是当务之急。

理性的社会需要理性的大学生!

**大学生消费调查报告总结篇五**

经过将近两周的实训，我们共参观了六个工地和听了一个讲座，看了一个录象。从各个方面学习了好多书上没有的学问。通过参观学习使我们对建筑施工和构造有了初步的熟悉，这对我们将来的学习和实践起了提示了向导的作用。现在我就对参观施工现场这局部内容作一个总结，和我对工程造价专业的一点熟悉。

第一天实训上午我们参观了一座十七层居民住宅楼。当我们到达集合地点时，我看到同学们头上都戴着工程帽，同时工地的生活区与施工区的门上也写着：不戴安全帽者不得进入施工现场。固然在楼构造主体外面的防护网上也写着标语：安全责任，重于泰山。由此可见在建筑施工当中首先要留意的问题就是安全问题。过去由于生产企业不重视民工安全造成了许多工伤和死亡事故，这些事故给工人和企业带来了很大的损害！同时，为了确保施工能顺当进展和施工的安全，工地是要用砖墙围护起来的，只有建筑施工的各种车辆和内部人员才可以出入，我们实训也要经过他们的同意。

进到施工区，我们一眼就看到了楼的构造主体，主体前面有个很大的场地，这个场地是堆放建筑材料用的，可以看到所堆放的建材主要是钢筋，没有水泥、砂、石之类的建材，这是由于现在已经都采纳了成品混凝土来浇筑构造了。这样可以保证混凝土的质量，削减施工铺张和降低生产本钱。在钢筋堆放区我们可以看到不同型号的钢筋是分开放的，而且还在其前面标明钢筋的型号和进场时间等信息。

我们跟着教师上了楼，我们踏上用钢管和铁网搭接成的梯子，开头觉得很危急，四周都有伸出来的.钢管或铁条。二三楼的模板和支架已经拆了，我们可以清晰地看到支撑上部重量的柱子很大，大到使我们都觉得层高变小了。在承重柱的四周有许多构造柱，它们是用来加大墙的强度的，以避开因墙身过长导致简单坍塌。一路上去，我们看到上面几层楼板的支架还没有拆，这些支架是用钢管和模板组成的，钢管很密，可见要承受完全没有强度的混凝土板和梁需要很大的支撑力。除此之外，教师介绍了桩的类型、墙外的保温层、以及混凝土内各种管道的作用和每层的大体构造等。

以后的实训地点，分别是xx，xx工程，xx，xx综合楼，及x车间。教师就是想通过不同工程不同作用下所采纳的桩的详细运用而讲，比拟全面。（桩的类型包括有碎石桩、粉喷桩、悬喷桩等）不光如此，通过这几天的实训，开阔了我们的眼界，内容包括楼的整体设计，内部硬件设施的安装，和不同材料的详细运用。学习了很多材料感性的熟悉，我想会对我们以后的学习有很大的帮忙。

不过给我印象最深的还是xx车间的参观。虽然我是学工程造价的，但对轻工业的生产特殊感兴趣，所以借这次时机，从他的分部我也看到了作为世界知名企业名不虚传的缘由。这个从xx年注册到现在已有x年历史的企业长胜不衰，一流的生产流水线，一流的治理，大大节省了生产本钱，提高了效益。他们的宣传也很到位，通过对xx的年复一年的赞助，使xx被98%的世界人民所记住。

对于工程造价，主要培育具备治理学、经济学和土木工程技术的根本学问，把握现代工程造价治理科学的理论、方法和手段，具有工程建立工程投资决策和全过程各阶段工程造价治理力量的应用型高级工程技术治理人才。本专业是适应社会进展和市场需求的新设专业。主要从培育既具经济治理专业学问，又具工程技术专业学问，学生理论根底和动手操作力量。毕业后就业门路很广，能够在政府部门企事业单位，从事工程造价招标代理、建立工程投融资和投资掌握、工程造价确定与掌握、投标报价决策、工程预决算、工程询问、工程监理等工作。

**大学生消费调查报告总结篇六**

大学生消费问题正逐年为高校及国人所重视，作为收入很少的学生群体其购置力却在逐年增加，奢靡攀比之风日益增长，其消费构造和消费能力是否合理发人深省，我既是以此为出发点，以问卷调查及采访等形式决定高校大学生奢侈品消费状况调查与分析为课题的社会实践，其意义和目的在于通过对局部高校的实地调研及调查、讨论、分析。

为了对大学生奢侈品消费状况有比拟全面精确地了解，我们开展了讨论。并对商丘工学院在校大学生进行了奢侈品消费状况的问卷调查。本次调查共发放问卷45份，收回有效问卷45份，有效率为100%。其中男性大学生占53%，女性大学生占47%。

调查问题主要包括客观挑选题，设计费的经济来源、月消费情况、消费支出状况及其消费观等多个方面。旨在让同学们了解当代大学生的消费、理财。本次调查虽然抽样比例较小，但我们可以窥一斑而知全貌。现将我们对商丘工学院的大学生消费的根本情况调查总结如下。

通过上表可以看出，在关于在校大学生月平均花销情况一栏的调查中，600元下列的有12人;600-1000元的有13人;1000-1500元的有12人;1500元以上的有4人。可见，大学生的消费差距增大，两极分化也比拟分明，这在我国当前强烈转型的社会大背景下有肯定的必定性，但我们信任，随着社会的进展和人民生活水平的进一步提高，这些问题必将在肯定程度上得到改善。

通过上表看出，在安排生活费方面，有7人认为自己很节俭;16人认为自己刚好;15人认为自己有些浪费;而4人认为自己严重超支。在购置奢侈品资金来源方面，有16人是自己挣钱购置;9人家长购置;8人有活动嘉奖经受;12人属于其他来源。据了解，在购置商品时，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，经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，这使我们每月可安排的钱是固定的，大约在300-800元之间，家境较好的普通也不超过1500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慎重，力求花得值，我们会尽量搜寻那些价廉物美的商品，但也有一局部同学追求时尚会购置一些奢侈品。无论是在校园还是在校外，当今大学生的各种社会活动都较以前增多，加上城市生活气氛、开场谈恋爱等诸多因素的影响，我们不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，我们比拟注重自己的形象，追求品位和档次，虽然不肯定买名牌，但质量明显是我们格外关注的内容。

在购置类型方面，冲动型的占38%，理智型的占44%，盲目型的占18%，这表明大学生并没有完全清晰自己的消费构造和情况，没有这个习惯的制约，使大学生的盈亏情况不同，见到热衷的东西，半数以上的人却表现出较弱的自我掌握性。固然毕竟是同龄人，消费中自然也表现出了不少一样点。

据调查，37.40%的同学在拿到一个时期的生活费时，不会做什么支配，随便取用。占调查调查人数的大多数大学生无预期的打算和目标。从未思量过钱应当怎么花、花多少，而且消费的随便性很强，面对有奖销售、打折等促销伎俩简单冲动，不知不觉就把钱都花了。在调查中，惟独24.39%的大学生挑选先存肯定数额的钱，剩下的当作此时期生活费，所以说大学生储蓄观念并不强。

由调查不难看出，城镇比乡村的大学生消费要高些，但这主要确定于城乡传统的家庭收入落差，由此可以看出制约其消费的是家庭经济情况。另外，城市大学生遇到自己想买的东西但没钱会向家里要或找伴侣借，而农村大学生那么索性不买或存钱自己来买。这是个值得沉思的\'问题，对不同物品的挑选反映了其不同的心理。在对消费的看法和顾虑方面，农村大学生的行为也体现了中国的老话穷人的孩子早当家，他们消费原那么多是能省那么省，10人一个月要进行一次奢侈品的消费;13人三个月会进行一次;9人一年进行一次;也有13人要经过长期的打算后才会做出是否要进行消费的确定。

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奢侈品消费观念。当前大学生在奢侈品消费的错误观念等问题，既与社会大环境的负面影响有关，也与家庭、学校教导不足正确引导有关。今日的大学生生活在没有围墙的校内里，全方位的与社会接触，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尚的侵袭时，假如没有准时得到家长教师及学校领导的正确引导，简单形成心理趋同的倾向。当学生家庭可以在经济上满足较高的消费条件时，这些思想就会在潭门的消费行为上充分体现。更糟糕的是，有些家庭情况不允许高消费的学生，为了满足自己的消费欲望及心理，做出一些有悖社会道德设置是违法的事。另外也有一些缘由确定了当代大学生奢侈品消费的观念与行为：

其一，价格、质量、潮流是吸引大学生消费的主要因素

其二，社会建立范畴中短少大学生勤俭节省生活消费观的内容。

其三，大学生深受社会影响其深、大局部学生消费属理性

(一)在校大学生奢侈品消费构造的特性：1)奢侈品消费构造的地区不平衡性

4)奢侈品消费趋势的不合理性(示例：攀比心理作怪)六、问题分析及解决

针对大学生奢侈品消费构造中存在的问题，我们应从下列四个方面进行改善和解决：社会方面、学校方面、家庭方面、个人方面。

(一)社会方面

相对于发达国家而言，我国大学生的理财仍是一个格外单薄的环节。大学生作为自立的个体，持币的额度越来越大，安排金钱的空间愈来愈广泛。然而，对于大学生而言，一方面他们绝大局部人还不能拥有更多的金钱，另一方面他们的消费欲望那么越来越大。可这二者之间的矛盾以及理财观念的稀薄，通常使他们看待金钱没有一个正确的认识，对于科学理财更是知之甚少。

(二)学校方面

学校重视培养大学生正确的消费意识和理财观念社会：(1)学校可设立特地的理财教导课堂，对大学生的消费观念和消费习惯进行辅导和培训，让他们早日树立正确科学的理财观念。

(2)对追求时髦和赶潮流的学生，应赋予高度重视。(3)对于贫穷的学生，学校要多关怀，多提供勤工助学岗位，多关注生活情况，学习情况。赋予帮忙，不卑视，塑造和睦校内生活。

(三)家庭方面

家庭应变无私贡献为适度供养，父母扩无私贡献助长了有些大学生奢侈浪费之风。过分溺爱，导致自理能力低下，过分依靠他人。做到勤俭持家。

(四)个人方面

强化大学生自身的管理和监控(1)钱要花在刀刃上。

(2)学会记帐和编制预算。

(3)恪守肯定的生活消费和理财原那么。

(4)严禁杜绝攀比、追星、过分追求时尚与独特。

通过这次调查，我们根本控制了当代大学生奢侈品消费神理趋势及现状。大学生的根本生活消费大体上是现实的、合理的。但离散趋势显然，个体差别大，这主要是生源来自全国各地，由于家庭状况的不同和消费习惯的差别造成的。在以寄生性消费为主的大学生中，培养自立的理财能力、科学的价值观和信誉概念应是当务之急。总之，我们盼望全部大学生都能静下来想想自己的消费合理吗，有多少用于购置奢侈品，这些奢侈品对我们有什么主动意义吗?更盼望社会各界都能从实处关怀大学生，用社会的力量引导大学生安康合理的奢侈品消费，为我们将来栋梁的茁壮成长保驾护航。

**大学生消费调查报告总结篇七**

当代大学生作为特殊的消费群体，正逐步成为引领消费市场的最新潮流，当代大学生作为国家未来的建设者，他们价值观和世界观的培养显得尤为重要，所以为了我们学校和社会能够正确的引领大学生理性消费，我们决定从我校大学生中随机进行一次调查问卷，并通过上网等其他途径查找资料得出数据。通过分析研究得出结论来正确引导大学生消费观的形成和消费行为的发展趋势。

当代大学生出现消费观念的超前和消费实力的滞后现象，这主要是由于当代大学生有着旺盛的消费需求，但又尚未获得经济的独立，消费受到很大的制约，为了调查清楚大学生的具体消费状况，我决定从我小随机调查一下身边同学的消费状况，本次调查主要通过网上查找资料，去图书馆查找有关书籍之类的来收集数据，我们还设计了100张调查问卷（见附录），并发放下去。

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，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，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。

我通过上网查找资料，去图书馆阅读相关书籍来了解这方面的一些事件和数据，最重要的一点是向我校学生发放调查问卷来整理收集数据。然后通过调查问卷得出的结论和自己查找到的数据相比较得出结论。

统计结果表明消费额在500—600的占63%左右，其中主要消费是在饮食方面，其次是因恋爱而支出和通讯费。这个结果其实还是挺让人满意的，因为当代大学生的主要消费还主要是在饮食方面，虽然这跟学校的餐厅饭菜的定价有关，但还是能反映当代大学生的消费状况的，但是我们从中也不难看出因恋爱“制造气氛”的消费额和通讯开支的消费额也不少，并且随机调查问卷中拥有手机的人占100%，月话费过50的超过一半，拥有电脑的人占35%，其中网费也占很大一部分消费。此外某日报报道某大学生因表白竟花费过千，可以看出因恋爱支出的消费额也很令人吃惊。

几乎所有的被调查者的资金来源都是父母，并且这些被调查者也几乎都是来自农村或城镇，并且月收入基本在1500—3000，个结果在我的意料之中，因为我们中国跟国外毕竟不一样，我们中国的孩子年满十八周岁之后还是依靠父母，无法获得经济的独立，这就使得大多数大学生认为依靠父母是天经地义的事，而国外的孩子在年满十八周岁之后基本已经获得经济独立，成为一个真正的成年人，所以我们要培养我国学生树立经济独立的意识，然而这需要社会给予更多的机会和支持。

调查中有78%的大学生认为做兼职是为了增长社会经验，也有14%的大学生是为了挣取生活费，其实我觉得大学生也算是半个社会人了，我们应该为我们的以后积累经验了，所以在大学里，我们应该试着去踏入社会了汲取经验了，但是我同时又认为，只要我们当一天的学生就应该好好学习，我们的主要任务就是学习，增长社会经验可以放到假期去做，然而对于那些做兼职是为了赚取生活费的大学生，虽然他们中有一些人是为了为家里减轻负担，获得经济独立，但我觉得大多数还是因为家长给的生活费不足以支付他们高额的消费。

调查报告中指出：89%的大学生买东西时讲求实惠，即物美价廉。可以看出理性消费是当前大学生主要的消费观念。但是调查者里面也不乏有追求时尚和名牌的现象，还存在攀比心理，然而这些都会导致大学生消费的恶性发展，还有可能影响周围的人，在我看来，这都是由于我们大学生基本上都是九零后，所以追求潮流是难免的，但是我们应该积极引导这种消费趋势，防止它进一步恶化。

在调查中我了解到，有53%的大学生还是会计划自己的消费的，但是他们每个月都会花超了，也就是超出了自己的计划，并且他们认为自己的月消费偏高，但是又一直保持着这种消费势头，无法自制。这是大部分大学生所反映的。并且他们从来没有记账和攒钱的习惯，基本就是家长给多少就花多少，有时甚至还不够花的，由此可见当代大学生的财商需要培养和加强，然而从总体上来看大部分大学生的消费还是合理的，随着当前大学生的月花费的零花钱进一步拉大，两极分化的现象也加大，但是我相信随着社会的发展和人民生活水平的进一步提高，这种状况会得到进一步改善的。

随着我国的发展，我们的科技也在不断的发展，许多高科技的不断推广和应用促进了网上消费的发展，网上消费逐渐取代了传统的消费，成为社会的主流，当代大学生基本都是九零后，所以对计算机和网络这方面还是比较熟悉的，所以面对网络上的方便和实惠，他们会首选网上消费。然而还是有34%的大学生不赞成网上消费，主要原因是觉得不安全，其实我觉得随着电子商务的发展，我相信，在不久的将来，网上消费将成为我们生活的主流。

59%的学生认为上大学后请同学吃饭，送礼物的花费越来越高，还有就是话费也很令人吃惊，大学生基本上都开始谈恋爱了，所以因恋爱的消费支出也占很大一部分，但是用于学习方面的支出与以前相比却是少之又少，并且走在大街上，卖衣服的，卖化妆品的等等摊子前面都会有好多人围观，然而在书摊前面却寥寥数人。我不禁感叹道，难道这就是当代大学生吗？我都觉得脸上好没面子。

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有关。具体体现为：第一，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。第二，“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。第三，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。

（一）总体来说大学上要做到：

1、适度追求潮流和名牌，避免恶性循环

2、加强自制力，杜绝攀比心理和超前消费

3、树立正确的、和学的价值观、人生观和世界观

4、养成勤俭节约的好习惯

5、要知道金钱来之不易，君子用钱，取之有道

6、树立远大理想，并为之艰苦奋斗

（二）具体来说：

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。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：

2、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。

3、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。

**大学生消费调查报告总结篇八**

随着社会经济的纵深发展，消费已成了人民群众中的一个突出话题，而我们大学生作为特殊的消费群体，“消费什么”“如何消费”直接关系到未来消费的形式与发展。况且大学生是介于孩童与中年人的群体，其消费更是多样化与精彩化。因此，关注大学生的消费情况，把握当代大学生消费的心理特征和行为导向，成为当今社会热切关注的话题。为此，我特地做了一份有关于此的小规模调查，用于解析当代大学生的消费情况。

据统计结果显示，百分之五十的大学生生活费在500~800元之间，低于500或高于800元的各占了四分之一左右。这个结果表明，当代大学生的家庭还不是很富裕，只是一般的小康家庭，这也不难推断出这或多或少的阻碍了大学生的消费。

从调查数据看，大学生的恩格尔系数还是比较高的，伙食费占生活费的50%以上的将近有七分之五的人数，只有约七分之一的人其伙食费占生活费得四分之一以下。这更加突出说明大学生还是一个温饱问题基本解决的群体，其在其他方面的消费受到了诸多的限制。这启示着我们国家必须引导社会经济的更加快速发展，促进当代大学生的消费发展。

除了调查大学生伙食费的消费情况外，我还调查了其他几个方面的消费，如生活用品消费，学习消费，恋爱消费，聚众娱乐消费以及通信消费等。不出我们所料，生活用品消费及学习消费是大学生消费的主要部分，但恋爱消费和聚众娱乐消费同样不可忽视。

如今被我所调查的大学生主要集中在土木工程学院，男生所占比例较多。聚众娱乐消费表现得尤为突出。通常在同学过生日，比赛获奖，拿到奖学金或是当上学生干部时都要请客，而且出手阔气，通常一次就200~500元。所言聚众娱乐消费是一个不容忽视的消费，他是大学生消费中的一个突出性问题。

恋爱消费同样不容忽视。在调查中我们发现，20%的人每月的恋爱消费在200元以上，他们认为这是为了追求感情需要而投入的消费，而且经常难以理性把握适度消费的原则。出乎意料的是女大学生的恋爱消费并不比男大学生的恋爱消费要少很多，那种谈恋爱一般由男方承担的传统局面正慢慢被打破，更多的是由男女双方共同承担，即所谓的aa制，这符合当今潮流的发展。因此，传统与现代生活方式在当代大学生中被充分演绎。

如今大学生的手机普及率可以说是百分之百，手机作为一种重要的通信工具在人们的日常生活中起着越来越重要的作用。据了解，月通信费在20~80元之间的占了访问者的五分之三，剩下的五分之二多在80~100元，这就意味着手机消费方面，不理性，高开销的情况还是颇为严重的，这也是当代大学生的消费问题之一。

在此次的调查问卷中，我还做了一个大学生经济来源渠道的调查。数据显示，目前，%的大学生还是把家庭作为最主要的经济来源，只有%是靠自己打工来支付自己的学费和生活费。

确实，如今大学生的生活独立能力越来越差，许多大学生都是从“衣来伸手，饭来张口”的家庭中转到独立生活的学习中，他们自理能力不高，缺乏自主判断力和做事的自我处理能力，更不用说靠自己打工来养活自己。虽然将近有80%的人认为有必要考自己打工来挣钱，用于昵补家庭供应上的不足，但是自身能力的不足，只会让他们在这个想法上处处碰壁。

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的主要消费观念。据了解，在购买商品时，大学生首先考虑的因素就是价格和质量。如今，现在大学生的各种活动较多，加上城市氛围，恋爱等诸多因素的影响，越来越多的人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，于是享乐主义，拜金主义，奢侈浪费等不良社会风气在他们身上蔓延开来。更糟糕的是，有些家庭经济情况不容许高效果的学生，为了满足自己的需要，不惜做出一些损人利己的违法犯罪行为。这值得我们深思。

调查数据还显示，有约七分之二的人认为他们的生活费不够，由此我想，除了极少部分是因为家庭经济困难而无法支付外，更多的是因为大学生的盲目消费。据统计，他们最容易陷入冲动化和情绪化，情感与交际性消费的误区，少数也会陷入攀比以及从众的消费误区。

理性消费需要我们对自己的消费做一个大概的消费计划。在每月领到生活费后，哪些消费是必须的，应该控制在什么范围内，哪些是根据自己的主观意愿，想买就买的····这些都应当在我们的规划之中，达到合理适当的消费。

“勤俭节约”是多数人倡导的一种消费观念，尤其对于那些月光族来说，更应该作为他们的消费准则。它作为中国的传统美德，是我们应当提倡的，同时也是理性消费的一种。

消费，是生活方式的重要组成部分。大学生，作为一个特殊的消费群体，在当前的经济生活，尤其是在引领消费时尚、改善消费构成方面起着不可替代的作用。同时，他们的消费现状、消费特点在一定程度上折射出当代学生的生活状态和价值取向。作为当代莘莘学子中的一员，作为深切关注中国经济发展的大学生之一，本着对中国经济的深切关注，通过我们小组的深入调查和收集数据，我们完成了这份《调查报告》，并力图从消费意向、消费意识和消费心理上解读目前西南政法大学的大学生们的消费现状和消费趋势。也许我们的数据不够权威，也许我们的分析不够准确，但我们有自己的角度，自己的眼光，自己的方法。它代表我们自己的声音。希望广大读者和所有关心大学生消费的人们，能够通过这份调查报告去把握当前大学生的消费趋向，解读大学生消费的新理念。

之所以开展此项调查，主要基于以下两个目的：一是通过对当前西南政法大学大学生的消费状况的调查，以得出21世纪初的重庆市大学生的消费构成、消费意向以其影响其消费构成的主要因素。二是通过对西南政法大学的抽样调查，力图解读当前全国高校大学生们的消费理念、消费意识以及消费心理等。

此次调查的对象为西南政法大学全体在校学生。采取问卷调查的方式，问卷分为网络问卷(以邮件形式发送)和打印的问卷，共有50位学生参与了此次问卷，其中包括了大一到大四所有年级，尽量保证了其代表性。

当前西政学生每月的生活费65%在800—1500之间，34%在800元以下，在我们的调查中，每月生活费在1500以上的几乎没有。而这些生活费98%以上都是来源于家长的补给，无论是在大一到大四的哪个年级，在我们的调查中，都未出现生活费主要靠奖学金和勤工俭学而来的学生，但大一有位学生表示自己的生活费来自于其他。可见身为大学生成年人的我们，主要还是依靠父母在念书。进而我们又将生活支出划分为了饮食、通讯费(话费、网费等)、购物(服装、饰品)、书籍、学习用品、生活用品、交际、娱乐(电影、游戏等)和其他7个方面进行调查，在受调查人中，有42%表示其主要生活支出是在饮食方面，22%表示在通讯费即电话费和网费方面，表示在购物和交际方面的各占16%，另外4%的同学表示主要在生活用品方面。结合以往的情况，由此可以得出，大学生生活消费在消费结构上，发展资料占的比重呈扩大趋势。当前的大学生们用于满足基本生存需要的消费的比重有所下降，而用于改善生活质量的消费比重在不断提高，但满足基本生产需要的消费仍然占主要方面。另外，大学生的消费也呈现多层次化，有的学生将大多数生活费用于满足自己饮食时，另一些则大量用于通讯，娱乐等。接着，我们提问了他们的生活费是否有结余，其中，只有6%的学生表示结余很多或钱不够花，54%的学生表示略有结余，其余34%的学生则表示刚好够用，这说明大学生的生活费给予数量大多是刚好合适的。家长在给予孩子生活费时也充分考虑了自己孩子的实际情况。但在下一个问题中，我们发现，46%的学生在消费时完全没有计划，想花就花型，30%是能省就省，也没有合理的消费计划，只有24%的学生是在有计划地消费，有良好的消费习惯，这说明当代大学生急需培养良好的消费习惯，养成计划消费的习惯。而问及在自己热衷的方面是否会抑制不住花钱时，共72%表示会或有时会，也体现了大学生的不理智消费。值得庆幸的是接下来的问题，您消费注重什么的，有56%的学生都表示注重质量，表明了理性消费的心理，但仍然有20%的学生注重价格低廉，12%的注重品牌或时尚。而在书籍购买方面，绝大多数也表示购买过但并不多，只有18%是经常购买，还有2%表示从未购买，这类学生应当多多读书了。关于娱乐场所的消费，则有32%的表示经常去，64%表示有时去，4%表示从未去过，没有人表示经常去。接下来我们又对同学的消费计划记录做了提问，没有人表示对自己的.消费做很详细的记录，但62%的学生都是有记录的，也有38%的同学完全没有记录过自己的消费。而在消费计划方面，48%的学生表示有过计划，但伸缩较大，表明大家还是有想做计划的想法，只是执行上有难度，也有34%的同学表示自己完全没有计划，12%的表示有时会有计划，还有6%表示有计划并能按计划执行。最后，我们问了各学生对自己的消费情况是否满意绝大多数表示满意或基本满意，14%表示不满意或非常不满意。表明绝大多数学生并没有强烈想要改变自己消费习惯的想法。

当前大学生消费主要存在以下问题：

1、消费不够理智，盲目消费较严重

2、没有合理的计划，想花就花，也没有记录，对自己消费了解程度不够

4、在学习方面的花费较少，对自己的能力培养不足。

1、我们应加强合理储蓄观念。

2、对于大学生，我们要树立自己的合理消费观念。

3、反对过度消费、高消费、超前消费，提倡“量入为出”有计划地消费;强调节约、勤劳俭朴等节俭消费观。

4、强调理性消费、理性行为，反对非理性的盲目消费，包括盲目攀比、盲目从众的病态消费等浪费现象。

5、充分利用校内大众传媒，引导高校消费舆论，培养合情合理的消费习惯、消费理念和科学的消费观，促进大学生的合理、适度消费，提高大学生的消费能力和消费水平。

6、在校园内形成良好的消费舆论，把大学生消费行为引向正确的方向.

1、姓名：性别：年龄：学历/年级：专业：

2、请选择您每月的生活费范围

a800以下b800——1500c1500——20xxd20xx以上

3、您生活费的主要来源()

a家长补给b奖学金c勤工俭学d校外打工e其他

4、您生活费支出的主要方面()

5、您的生活费是否有结余

a结余很多b有但不多c刚好够用d没有钱不够用

6、您的消费习惯是()

a有计划的消费b能省就省c没有计划，想花就花d其他

7、您购买物品的标准是()

a价格低廉b注重品牌c时尚流行d注重质量

你是否购买学习方面的书籍或是其他资料()

a经常购买b购买过，但是不多c从未买过

在您所热衷的东西方面，你会不会控制不住自己大肆花钱()经常会有时会不会

你是否经常去ktv等娱乐场所消费a经常b一般c有时候d从未

你对你的额消费是否有记录

a对大数额的消费有记录b一般都有记录c记录的很详细d没有记录

您消费情况满意吗()非常满意满意基本满意不满意非常不满意

随着改革开放的进一步深化，我国的经济实力、综合国力不断增强，人民生活水平不断提高，消费问题显得尤为重要。伴随着高校的不断扩招，从到x年，短短7年，中国大学生仅总数就从108万激增到x多万。大学生人数大幅度增加，愈加作为一个特殊的消费群体出现。同时大学生在同龄人中是文化知识水平较高、思想道德素质相对较好的群体，具有表率和示范的作用。

他们既具有青年前期的年轻人消费观的新变化，又具有不同于同龄人的消费观。重视大学生消费的新变化，引导大学生树立正确消费观，不仅有益于大学生的健康成长，也将会对社会消费的正确引导起到良好的示范作用。因此全面细致地了解大学生的消费状况已成为高校思想道德教育工作中不可缺少的一部分，而正确引导大学生的消费观则成为用社会主义荣辱观教育大学生的重点。

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，当代大学生会选择将越来越多的支出用于网络通信、交际、恋爱等诸多方面。针对在校大学生消费较高的现象。

x学院教育系副教授相力对他所教的niit052班的43个学生做了一项“在校大学生月生活费多少”的调查，调查发现，月费用1000元以上的人占20%，月费用500-1000元的人，占50左右%，月费用500元以下的人，占30%左右。在他们班的学生当中，超过35%的学生拥有电脑、约60%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更大的份额。

调查表示，在中国，一向都是“再穷也不能穷孩子”，孩子考上大学了，就要钱给钱，要物买物，这不仅导致部分家庭财政透支，还容易使孩子养成大手大脚花钱、贪图享乐的坏习惯。他的研究发现：大学生消费中的趋同心理、攀比心理。

大学生的消费心理由于所处的环境以及他们由于自身的群体化特征，往往采取与大多数人相一致的消费行为，多数同学在消费过程中“从众”性较强，这也就是大学生消费时的“趋同心理”。趋同心理表现为消费者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。

而趋同心理如果不加以正确的引导就会发展成为攀比、炫耀心理，攀比、炫耀心理实际上是一种超越自我价值的自我虚构，表现在对物质生活的高x——追、追流行。许多大学生就是这样以拥有各类(而不是用优异的学业或特殊的才华)作为炫耀的资本。

x则认为大学生的消费行为呈多样化的现象，主要表现为以下几种：第一是早熟消费：消费水平和质量超过了经济发展的实际水平;第二是畸型消费，消费内容过多过快，向高档型消费倾斜;第三是豪华型消费，追求不切实际的奢侈、气派;第四是炫耀消费，把高消费当做现实社会优越感和虚荣心理的手段;第五是悬空消费，追求一种脱离经济社会发展以及个人消费承受能力的消费;第六是情绪化消费，把对消费品的占有、享乐作为弥补精神空虚的手段。

**大学生消费调查报告总结篇九**

大学生是社会中的消费主体之一，他们有着这个群体特有的消费意识和特点。大学生作为走在社会前沿的一代人，他们新型的消费观也必将备受瞩目，新型消费观可能从中衍生，并引导未来社会的消费主流。与此同时，他们一些超前的理财观念也渐渐引起人们的审视。理财作为一种技能也越来越被人们所了解，在以后的社会中，理财将作为一种作用不容小觑的能力，体现在经济生活的方方面面，与我们的日常生活息息相关。

在物质文化生活日益丰富的今天，社会全体的消费水平也在日益提高。目前，大学生已经成为消费群体中的一支主力军，其发挥的作用不容小觑。从一定角度看，大学生的消费观念和消费行为将在一定程度上主导着未来经济的发展。

随着经济的日益发展，大学生群体的消费水平也日益提高。与以往相比，大学生每月的生活费逐年增加。这就意味着，大学生的消费基数在不断增大，消费能力也在不断增强。正在大学生消费领域中，我们发现或多或少存在着一些问题，如攀比消费、奢侈消费、炫富消费等。消费观念正确与否对于大学生的消费行为起着重要的引导作用。从月生活费的相关情况能从一个方面体现大学生在消费中存在的一些问题。

调查结果显示：大学生生活费水平集中在800～1500元这个区间内，生活费水平在800元以下的占样本总体的8%，1500～2500元的占14%，2500元以上的仅占2%。由此可见，当代大学生的消费水平大致位于800～1500元这个水平上。大学生生活费水平分布相对较为集中。

当今大学生越来越倾向于独立自主，也更加有意识地培养自身实践能力，正因如此，大学生生活费来源的渠道也越来越广。比如一些大学生在课余时间会去做兼职，一方面可以赚取学费，另一方面也锻炼了自身的实践能力。还有一些学生通过自身努力获得了一定金额的奖学金或助学金，或者采取勤工俭学的方式来赚取生活费用并且锻炼自己。

调查结果显示：当代大学生生活费来源还是以父母供给为主，但相比历年情形，大学生通过做兼职方式来赚取生活费也成为了一种趋势，其中22%的大学生表示曾有过兼职经历。4%的大学生通过奖学金助学金或得了一定资助，2%的人以勤工俭学的方式作为获取生活费的主要来源。

社会在不断向前发展，大学生的消费结构也在发生着改变。总体来说，大学生消费的去向主要分布在食宿、购物、交际等方面。但相比较以往，大学生消费更加多元化，这与社会经济的发展、人们消费观念的转变分不开。

调查结果显示：大学生的主要消费还是用于餐饮食宿方面，这一比例占到总消费额的59%，总消费额的18%用于交际娱乐，在近年来，这一比重正有所增长。通讯网络费用占到大学生总消费额的13%，这一比例也正在逐年增长。此外，总消费额的10%用于教育学习。

当今大学生的消费观念正发生着改变，大学生的消费行为也不再囿于时间的框架，超前消费的形式也开始为大学生所接受，一些大学生也已经开始尝试预付消费。预付消费和超前消费是两个不同的概念，超前消费具有很强的享乐色彩，是一种不值得推崇的消费方式。而预付方式是一种健康的新型消费方式，其有利于经济的发展。

调查结果显示：仅有6%的大学生坚决反对预付消费，有33%的人对预付消费持无所谓的态度，26%的大学生认为预付消费要视家庭经济情况而论。所占比例最多的大学生认为，预付消费可以接受，但要引导其理性消费。

大学是了解理财的起步时期，也是学习理财的黄金阶段。大学阶段的财商培养和演练尤为重要，它将在日常生活中成为一种理财习惯。理财对人的一生有着十分重要的影响。大学生完成财富累积、实现自身价值和投资目的是可以通过学习理财而实现的。没有科学、适当的理财，我们的生活必然会受到很大的影响。理财投资，对于精神财富相对富有，而物质财富相对匮乏的大学生来说是一项很重要的生活技能，也是一种锻炼自身适应社会的实践能力的途径。

如何更好的理财是当今社会的热点问题。在大学生中也不例外。走在社会前沿的大学生已经开始对理财有一定的认知。甚至有些大学生己经开始尝试自己理财，接触一些简单的理财产品，通过自身实践来进行理财训练。

根据调查显示，大学生最主要的理财目的是养成良好的习惯，为将来做准备。有23%的同学理财目的是盈利。17%的大学生理财是为了今后消费更合理。由此可见，大学生理财的最主要目的是提高有效管理金钱的能力，为以后的理财道路打下基础。另外，由于大学生可利用资金较少因此也有部分大学生希望通过理财获得盈利，改善生活。

图6反映了大学生对理财产品的认识情况，由图可知，有71%的大学生只知道有哪几类理财产品，具体不了解。15%的大学生一点也不了解，9%的大学生比较了解，而只有5%的大学生很了解，并且掌握一些投资理财方面的技术。以上表明，大学生对理财产品缺乏了解，理财知识欠缺，理财能力薄弱。若要提高大学生理财能力，应该提高大学生对理财产品的认知程度。

大学生理财已经不是新生事物，大学生理财的现状也将关系到大学生理财观的形成。作为社会精英的大学生，理财能力的培养也是尤为重要。培养大学生正确的理财观，不仅有利于大学生个人适应社会的能力，更有利于推进整个社会的理财进程顺利运行，社会经济蓬勃发展。

调查结果显示：在大学生对自身理财能力的评价中，仅有8%的人认为自己已经具备很好的理财能力，73%的人认为自身理财能力一般，19%的人认为自己的理财能力仅仅是一般。认为自身理财能力一般的还是大多数，说明从大学生自身角度看，大学生群体的理财能力一般。

理财在近些年来形成了一股热潮，不知不觉间，理财已经成为了一个话题、一种趋势甚至成为了一项事业。大学生已经接触到了理财这个概念，然而要培养大学生的理财能力，就要清楚地掌握大学生的理财需求。

调查结果显示：大学生普遍对理财能力的需求较大。有15%的人认为理财是一种生活必需的技能，73%的人认为理财的作用很大，仅有6%的人认为作用不大，6%的人认为无所谓。

另外，通过走访调查我们了解到，一些大学生已经有了相对明确的未来理财规划，他们的理财需求较为明朗。他们表示，建立家庭账户体系，实现家庭现金管理是理财能力的一种体验。而对外投资理财要考虑到理财产品的风险度和自身的承受程度，合理规划资产配置，选择合适的理财产品和投资方法。

经调查分析，从整体上看，大学生消费比较理性，但也易受到一些因素的影响，比如攀比心理、冲动消费、他人引导等。

1.消费差异性的体现。在此次社会调研中，我们发现大学生群体中不同学生的消费观念也不尽相同。在大学生月总消费量的统计中我们发现，76%的学生消费水平在800～1500元，仅有2%的学生每月消费在2500元以上，由此可见，大学生普遍能够理性消费，消费观念也比较正常，盲目攀比，追求奢华的现象只是个别存在。另外，消费水平相对较低的现象主要体现在农村和城镇群体中。这一现象也在一定层面上反映了城乡收入和消费水平的不平衡。

2.消费行为受消费心理的影响也比较大。大学生普遍能理智消费，其在消费中各项支出分配为59%用于食品开支，13%用于通讯网络，18%用于休闲文娱，10%教育学习。由此可见，大学生消费分配比较合理，大部分的消费用于食品支出。同时，相对于近几年来的消费结构，大学生在休闲文娱方面的支出正逐年增加，这也体现出大学生更加注重精神层面的消费。由此体现出大学生消费心理较为积极，不合理的消费行为存在较少。

由于大学生年龄较轻，群体特殊，他们有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。大学生尚未获得经济上的独立，消费和理财也会受到很大的制约。因此我们首先对大学生可支配费用进行调查并整理如下数据：91%的大学生表示对可支配费用的结余不满意，一般大学生的可支配收入只占全部生活费的6%左右。

其中，我们也对大学生如何理财进行了问卷调查，有93%的同学基本局限于将生活费活期存入银行，只有6%同学进行了理财投资。由此我们发现大学生理财存在如下问题：

1.理财观念薄弱。家庭或者是奖学金、助学金的资助是绝大多数在校大学生生活费得来源，生活费的用途也普遍局限于把将钱存入银行，支付生活费的开销。不但花钱没有计划，甚至有的大学生奢侈浪费，缺乏创造财富和运用财富的观念，不能够深刻了解理财产品。因此，他们的理财意识相当匮乏，甚至可以说并不具备应有的理财观念。还有同学认为理财就是炒股，基金，需要投入较高的成本，风险过大，这些都是对理财的误区。

2.资金结构安排不合理。大部分学生在新学期开始时，或者把生活费全部以活期存款的形式存入银行，不考虑其他的投资渠道;或者把钱大量投资于风险较高的金融产品，不能很好地规避风险，行情不好时往往会带来较大损失，导致以后的生活费也没有着落。由此可见，大学生理财还存在着较强的主观随意性、极端性。

针对大学生理财问题我们认为大学生应该合理制定投资计划，加强理财知识的学习，了解更多适合的理财产品。虽然大学生面临的经济局限较多，而投资理财产品收效又较低。但是大学生仍旧可以通过深入学习理财投资，合理规划个人可支配收入，掌握理财技巧，不盲目追求过高的收益，最终获得投资理财的益处。

**大学生消费调查报告总结篇十**

大学生消费容易出现潮汐现象，即一个新事物、新品牌在大学生市场会在某一个节点呈现突然的高峰。其根源在于大学生高度一致的群体认同感，加上集体生活与通讯尤其是网络的普及，使大学生中信息的传递有着高度集中性。如在培训方面，出现过mba潮、“寄托”潮、考证潮等；在消费品方面，有mp3潮、手机潮、电脑潮等。

由追求独特性消费带来普遍消费。大学生普遍追求独特、新奇、时髦的产品，但与此同时，独特、新奇带来的往往是流行、普及。57.7％的大学生表示“喜欢购买独特风格的产品”，但是只有22.9％的人认为“我的穿着更加时髦”。实惠仍是大学生考虑的最重要因素。在流行与实用之间，更多大学生选择的是实用。

在各类产品的选择标准中，“价格适中”总是大学生首要考虑的因素之一。类似的特征在促销方式的选择上也有体现，最受大学生欢迎的三种促销方式是：打折、派送和赠送小礼物。

情感消费成为重要组成部分。当代大学生普遍认为，同学、朋友、师生的交往，谈恋爱，都离不开必要的经济支持。目前，大学生每学期用于娱乐、交际、影视的平均费用约为144元，给同学朋友送礼的支出为98元。调查还表明，大学生即便有可能面临收支不平衡的状况，也愿意借款以应对他们认为必要的情感消费。

在品牌的选择上趋于理性，但是国际品牌相对更大的知名度、美誉度和形象会对大学生的决策产生说服作用。在手机、数码产品等中高端消费品上，国外品牌占据强势；国内品牌在电脑等个别领域逐步增强。

在快速消费品上，国内品牌与国外品牌在大学生心目中各有优劣。调查还表明，需要经常性借款的大学生占到了总数的10.55％，大学生“负翁”消费意识正在增强。

从目前我市高校的整体情况来看，大学生每月消费一般在400—600元的还是占了大部分，但仍有相当一部分学生月消费数千元的，甚至个别消费特别离谱的学生曾一个月花掉1万多。对于这些高消费群体来说，饮食、日常用品在支出上已不再是大头。根据调查的情况来看，各高校伙食费均不算太高，每位学生平均每日应在10元左右，如此算来，每月基本伙食费也就是300元左右。再加上每月一两百元的日常用品和其他零用，四年的总共花费应该五六万占全体女生的25.6%，而男生回答6万元左右的占总数的41.1%。

**大学生消费调查报告总结篇十一**

随着信息化时代的到来，手机正以破竹之势占据着我们的生活，对其使用频率也越来越高。而大学生作为其中一个巨大的潜在消费群体，在引领消费时尚、改善消费构成等方面都发挥着不可替代的作用。因此，了解当代大学生手机消费情况对手机行业的发展具有重要意义。本次调查采取网上设计、发布问卷的方式，对大学生的手机消费情况进行调查，再而分析和研究大学生手机消费特点，最后提出营销建议。

通过调查在校大学生所使用的手机品牌及价位、更换手机所注重的因素，了解大学生手机消费市场的行情，进而分析大学生手机消费的特点和倾向，为手机生产企业提供可靠的营销建议。

本次调查主要针对在校大学生群体，从手机使用品牌及价位、更换手机频率及原因、更换或购置手机所注重的因素等方面，了解大学生手机消费情况。

调查方式：网上问卷调查

调查对象：所有在校大学生

调查时间：20xx年11月08日—11月16日

调查问卷：大学生手机消费情况调查

本次关于大学生手机消费情况的调查问卷共回收71份有效问卷。其中男生24人，女生47人，具体调查情况如下：

（1）在校大学生所读年级的数据分析

在本次调查结果中，大二大三学生所占比重较大，分别是39.4%、52.1%；大一、大四学生所占比重相对较少，均为4.2%。

（2）在校大学生每月生活费的数据分析

选项

小计

百分比

500元以下（含500元）

7

9.9%

500—1000元（含1000元）

35

49.3%

1000—xx元（含xx元）

24

33.8%

xx元以上

5

7%

从表格数据中可以看出，大部分的在校大学生的消费能力并不高，主要集中在中等水平。

（3）在校大学生目前拥有手机数量的数据分析

据调查数据显示，74.6%的在校大学生拥有一部手机，21.1%的在校大学生拥有两部或两部以上的手机，也有4.2%的在校大学生没有手机。总体而言，大部分的在校大学生拥有一部手机，也从一定程度上可以看出大学生所能承受的消费能力有限。

（4）在校大学生对手机品牌注重程度的数据分析

在本次调查中，74.6%的在校大学生对于手机品牌的注重程度为一般，19.7%的在校大学生非常注重手机品牌。由此可以看出，绝大多数的在校大学生不太注重于手机品牌，属于理性消费的范畴；有小部分的在校大学生非常看重手机品牌，可能是由于“面子工程”所导致。

（5）在校大学生目前手机使用品牌的数据分析

据调查数据显示，大部分的在校大学生目前所使用的手机品牌为国产机，其中vivo占25.4%，oppo占23.9%，小米占12.7%，也有21.1%的在校大学生目前手机使用品牌为苹果。从总体上看，国产机占据了大学生手机消费的主导地位，对高档手机的需求并不高。

（6）在校大学生手机更换频率及最近一次更换手机原因的数据分析

据调查数据显示，40.8%的大学生是在手机用坏的情况下更换，手机使用达到一定年限进行更换的在校大学生分别有：一年期限为25.4%、两年期限为28.2%，由此可以折射出大部分在校大学生手机消费偏节俭，不会在手机消费上做过多的浪费。也有小部分大学生更换手机是在周围同学都更换了某一款手机的情况下，不难看出，大学生手机消费具有从众消费的特点。

（7）在校大学生购买手机所能接受价格的数据分析

选项

小计

百分比

1500元以下（含1500元）

23

32.4%

1500—3000元（含3000元）

41

57.7%

3000元以上

7

9.9%

从表格数据中可以看出，绝大多数的大学生对手机消费并不高，更趋向于“平民化”，这与在校大学生的生活费和消费能力是有很大关联的。

（8）在校大学生在选购手机时考虑因素的数据分析

本题采用多选题形式对在校大学生在选购手机时所考虑的因素进行调查。从调查结果中可以明显看出，在校大学生在选购手机时对手机的价格、功能、外观款式、硬件配置更为注重，从中可以看出大学生选购手机更注重于实用性，对手机外观款式的需求反映出大学生追求时尚的消费特点。

（9）在校大学生购买手机更偏向于哪种促销方式的数据分析

据调查数据显示，在校大学生更偏向于现场打折、送相关配件的促销方式，这也从一定程度上折射出在校大学生因为消费能力的有限，所选择的消费方式也更节约。

（10）在校大学生了解手机信息常用渠道分析

根据调查数据显示，52.1%的在校大学生会通过上网查询去了解手机信息。由此可以看出，在校大学生在互联网技术的影响下，会通过上网查询去了解所要购买手机的相关信息，从侧面反映出在校大学生追求快捷性消费的特点。

大学生消费群体是一个不容忽视的消费群体，随着时间的推移，这一特殊消费群体将会表现出巨大的消费潜力。根据调查数据分析，可以得出以下结论：

1.在校大学生对手机的消费主要取决于所能承受的消费能力，对所购买手机的接受价格在1500—3000元左右。

2.在校大学生目前所使用的手机大多为国产机，可以看出国产机占据大学生手机市场的主导地位。

3.在校大学生更换手机通常是在手机损坏或者丢失的情况下，且更换频率低，购买手机时选择有促销活动时再去购买，这是大学生消费节俭的表现。

4.在校大学生选购手机时更注重实用性，其次，外观款式也是在校大学生购买手机时不能忽视的因素。

5.绝大多数在校大学生通过上网查询了解手机信息，体现出大学生手机消费追求新颖和快捷性，另外，根据大学生具有从众消费的特点，商家可以适当地进行推广活动，抓住某一需求的同时刺激更多的消费者需求。

1.根据在校大学生的消费特征推出适合大学生使用的价格适中、功能齐备的手机机型。

2.尝试推广合适大学生消费群体的高端机型，抓住个别消费者需求。

3.在保证利润的前提下进行一定的促销活动，满足大学生节俭需求的同时获取利润。

4.完善手机自身的性能功能和售后服务，以更加完善的功能和服务吸引大学生消费。

本次市场调研活动相对来说比较成功，达到了预期目的，较为全面的了解到大学生手机消费情况。但在本次调研过程中也存在一些不足，如调查范围不够全面，调查结果具有一定的局限性，所获得数据不能有效代表所有在校大学生的手机消费情况。在今后的调研活动中我也会吸取这次的经验和教训，努力将下次做到更好。

关于大学生消费情况的调查报告3

大学生的消费是社会消费的重要组成部分，他们在现代社会的消费观念、生活方式、流行时尚的影响下，消费心理和消费行为往往产生彼此间的相互影响，并形成特有的群体消费心理特征。本文试图通过对当代大学生的消费行为和消费心理的分析，提出与之相适应的消费教育，以使大学生形成科学的消费观念。

随着社会经济的纵深发展，大学生消费行为的外部环境发生了深刻变化，他们的消费心理与消费行为与以前相比也发生了根本性的改变。他们已成为引导消费潮流的一股重要力量，因此，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，就显得尤为重要。

当代大学生的消费行为

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最大限度满足的商品，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。

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。

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舆论，帮助大学生树立适应时代潮流的、科学正确的消费观。

**大学生消费调查报告总结篇十二**

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”，在当前就成为我们当代大学生共同关注的课题。

本校学生

通过随机发放调查问卷的方式

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，经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，这使我们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2024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”，我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，我们不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，我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，但质量显然是我们非常关注的内容。

2、追求时尚和名牌是不老的话题

即使在取消高考年龄限制之后，20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60%。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，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。

1、储蓄观念淡薄，财商需培养和加强

“财商”一词的提出者罗伯特·清崎曾经说过：“财商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。”在调查中，当问及对“财商”概念的认识时，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。可见，当前大学生的财商需要培养和加强。

2、消费差距拉大，出现两极分化

在关于月平均消费一栏的调查中，有15.2%的同学在400元以下“有点痛苦”的生活线上坚持学业；有28.3%的同学在400—550元之间“勉强过得去”，有34.4%的同学在550—900元之间“稍为有点爽”，有14.6%的同学在900—1400元之间“比较自由”；有7.5%的同学月消费1400元以上可以说是“跟着感觉走”——无忧无虑。可见，大学生的消费差距增大，两极分化也比较分明，这在我国当前剧烈转型的社会大背景下有一定的必然性，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。

3、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，按照青岛地区的物价水平，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197名女生中，83.7%饮食费用在300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192名男生中也只有66.4%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调查中指出的时候，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。

**大学生消费调查报告总结篇十三**

在学校，经过我的详细调查，对于大学生的月消费情况调查有了一下结果：大学生的的生活费主要还是来自父母，占消费的87%，兼职也占一部分，占消费的10%，还有的其他一部分学生的生活费可能是奖学金等等。这个现象一方面是因为在大学里，大多数学生还是主要以学习为主，很少出校兼职，来赚取生活费，所以生活费的主要来源还是父母，另一方面是因为父母的观念，大多数的家长认为，学生的主要任务就是学习，就应该在学校里安分的学习，工作是毕业以后的事情，现在不应该考虑太多。还有一个原因就是一些学生做过兼职，但受到了欺骗，导致一些学生不敢外出做兼职。以上几点都反应了学生兼职比较少的原因，所以兼职的费用占学生生活费的比例不大。

现在的大学生，仍是纯粹的消费者，目前大学生的消费水平居高不下，节约意识越来越淡薄。女生每月生活费主要在1000-1500这个范围，男生主要在1000—20xx这个范围。每月用于聚餐和买衣服的钱大约在300左右，根据我们这一组的调查，70%以上的学生每月父母给的钱是花完，20%的学生钱是不够花，而只有10%的学生还有部分剩余的钱。

恋爱、人际交往、购物、娱乐等已经成为现代大学生最主要的消费项目。恋爱、人际交往费用是日常消费的大头。考证以及筹备出国的费用，成为让大学生消费水涨船高的新增长点。

（1）电子产品消费不亚于白领大学生消费群的普遍特点：追逐时尚、崇尚个性化的独特风格和注重个性张扬；具有求新、求奇的消费心理，对一切感兴趣的新奇事物产生强烈的消费欲望，对新产品新技术反应极其敏感，易于接受新事物；品牌意识强烈，喜爱名牌产品；物品的使用大多“喜新厌旧”。大学生对于电子产品的渴望以及潜在的攀比意识，使得大学生电子消费丝毫不亚于白领。

（2）爱买书的大学生越来越少现如今，大学生每月在书籍上投入的时间、精力、金钱偏少。这很有意思，大学与高中相比，自主学习的时间更多，可自由支配的时间也更多，大学生理应阅读大量的课外读书。然而事实恰恰相反，我们读的越来越少，我们的阅读能力在退化！

（3）品牌成为消费第一考虑因素80%受访大学生选择在经济条件允许的情况下，购买名牌产品。追求名牌，成为大多数大学生的共同观点，充分体现了当代大学生对追求高品质，重品牌，有品味的生活的需求与消费观念。存在过分追求时尚和名牌，如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。

的视野，储备应有的知识，不要贪图享乐，沉溺于安逸的生活。时刻有忧患意识，主动，积极地读书学习。

1．质量、价格以及外形美观是目前影响消费者的主要因素，从问卷调查结果来看，讲求实际，追求流行仍然是大学生消费的主要观念。据我们这一组的统计，50%的学生会考虑商品的质量，40%的学生会考虑商品的价格，10%的学生会受到周围环境的影响，受流行趋势的影响。这样不同的比例是因为现在的学生金钱主要来源父母，每个月的钱是固定，所以要受到父母给的钱但是的影响，在购买商品时，他们会衡量是否在自己的承受范围之内，为了能够实惠，大多数的学生还是购买物美价廉的占多数，但同时，一些学生也会受到自己周围学生的影响，喜欢当前流行的东西，比如衣服的款式以及颜色等等。

2.从我们的调查问卷来看，现在的大学生用于学习方面的花费占非常少的一部分。据统计来看，用于学习方面的花费只有50元以下。这方面来看，学生的学习意识越来越淡薄了，他们每天可以把钱花在买衣服，聚餐或者去其他娱乐方面，也不愿把钱用在学习上。造成这种现象的原因主要是因为在大学里，学习气氛不浓，买学习工具就少了，还有就是在大学里，对学生的分数要求不高，只要及格就行，导致学习心理下降，还有一个方面就是在大学里各方面的诱惑太多，很多学生都经不住诱惑，不再专注于学习。

3.当代大学生除了物质消费外，不合理的精神消费也占了很大的比例。据我们的调查，大学生的费用除了用于伙食方面之外，很多学生的费用还用于交通，服装，娱乐等等，在大学里，学生们的攀比状况现象越来越严重，很多人追求名牌，时尚，导致很多学生透支消费，这种虚荣心理在大学里很常见。比如买手机，在以前只要是以诺基亚为主，但在苹果出来以后，为了展示自己的不同，一些学生就要求家长为自己买几千的苹果手机，来突显自己的与众不同，体现自己的地位。还有服饰方面，也很明显。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。

从社会来说，文化消费需要引导，需要一个良好的社会环境。社会各界要进一步重视青少年学生精神文化消费问题。整个社会应该通过积极扩大文化消费需求以推动文化产业加快发展，通过科学培育和合理引导文化消费大学生这一最大的文化消费群体形成健康的娱乐追求，从而不断形成文化消费热点，实现物质消费与精神文化消费的同步发展。

从学校来说，要加强思想教育，学校应该开设一些课程，主要宣传学生应该树立正确的消费观，合理消费，理智消费，反对超前消费，过度消费，高消费，要根据自己的实际情况消费。要在校园内形成良好的风气。学校还可以组织校园活动，提倡中国的传统美德，勤俭节约，同时可以在班上组织一起观看勤俭节约的电影，这样可以起到更大的效果。老师也起了一定的作用，通过这次的调查研究，我们希望老师在思想理论教学中，使用调查研究与理论教学相结合的科学方法，使理论教学真正摆脱空洞无物的说教。我们认为今后老师应当重视和加强对大学生消费状况的关注，注重研究大学生的消费心理与行为，从中发现问题和解决问题，帮助大学生养成健康消费心理，形成正确的消费观。

从家庭来说，父母应该对自己的孩子的生活费的消费情况有一个明确的了解，应该根据他们的实际情况，给相应的生活费，如果给得太多，很容易造成学生的浪费，不能够形成节约意识，如果太少，会影响他们平时的生活。所以必须正确估量。同时父母正确的教育也是必不可少的，父母是孩子的第一任教师，说明了父母教育的重要性，在家里，父母需要经常提醒孩子节约的主要性，不要攀比，要根据自己的实际情况做事。盲目的效仿是不对的，这样可以对学生起到一定的效果。

从学生自己来说，学生进行文化消费之前，应该根据自身的实际需要，从个人职业发展及素质的提高出发，制定好消费计划。克服从众的思想，不应存在攀比的心理。要注意利用好闲暇时间，相对于中学阶段来说，大学生拥有较多的闲暇时间。如何利用这些闲暇时间，直接关系着大学生的精神文化消费，在文化消费中，有的学生碍于面子，怕他人说自己“不合群”，于是随波逐流，把精力消耗在无休止的消遣娱乐之中。克服盲从心理，应重点强化自律能力。通过学生自我教育、自我管理和自我服务等方面的活动，如演讲辩论、座谈讨论、读书汇报、思想自省等等，自觉培养思想观点能自辨、行为情绪能自控、工作学习能自主、生活服务能自理的“四自”能力，真正提高自身独立分析问题和解决问题的能力，自觉走出文化消费的误区。

作为一名当代大学生，应该树立正确的消费观，消费要有计划，要培养勤俭节约的意识，不要盲目攀比，要根据自己的实际情况合理的消费。树立正确的人生观，价值观和世界观。

**大学生消费调查报告总结篇十四**

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构成与发展，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。

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先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，更不是唯一的消费项目。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“在经济条件许可状况下，最想做的事情是什么”时，大部分学生选取了“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

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，大学生们首先思考的因素是价格和质量。这是因为中国的大学生与国外的不一样，其经济来源主要是父母的资助，自我兼职挣钱的不多，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。由于消费潜力有限，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，不会思考那些尽管价廉但不美的商品，相反，他们更会注重自我的形象，追求品位和档次，虽然不必须买名牌，但质量显然是十分重要的资料。

4、追求时尚和名牌是不老的话题

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。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。有调查证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我的“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，成为大学生思考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，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。

1、储蓄观念淡薄，财商需培养和加强

“财商”一词的提出者罗伯特？清崎以前说过：“财商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潜力。”在讨论会上，当问及对“财商”概念的认识时，很多同学表示陌生。当问及一学期结束后经济状况如何时，大部分同学都坦然承认自我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，只有极少数同学有储蓄的意识。可见，当前大学生的财商需要培养和加强。

2、消费差距拉大，出现两极分化

在关于月平均消费一栏的调查中，有15.2%的同学在200元以下“有点痛苦”的生活线上坚持学业；有28.3%的同学在250―350元之间“勉强过得去”，有23.7%的同学在350―450元之间“稍为有点爽”，有16.7%的同学在500元左右“能够潇洒走一回”；有6.9%的同学在600元左右“比较自由”；有7.5%的同学月消费800元以上能够说是“跟着感觉走――无忧无虑”。可见，大学生的消费差距增大，两极分化比较分明。

3、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，以学生在校每一天消费8元左右用于基本饮食需要来估计，学生每月净饮食费需250元左右。

大部分女生饮食费用在300元以下，有的为了持续苗条身材控制自我的食欲，有的为了节约支出不顾营养需要净选取廉价的饭菜；问题是对健康饮食知识了解不够。

4、过分追求时尚和名牌，存在攀比心理

在讨论会中，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，甚至牺牲自我的其他必要开支；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我的欲望等，都能够反映出一些学生不懂得量入而出，而虚荣心的驱使又极易构成无休止的攀比心理。

5、恋爱支出过度

在调查和讨论会上我们发现，一部分谈恋爱的大学生每月大约多支出100―200元左右，最少的也有50元左右，最高的到达500元。他们大多承认为了追求情感需要物质投入，经常难以理性把握适度消费的原则。

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。

这天的大学生生活在“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，容易构成心理趋同的倾向，当学生所在家庭能够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。更糟糕的状况是，有些家庭经济状况不允许高消费的学生，为了满足自我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。

那么对于大学生在消费中产生的问题，我们能提出什么推荐呢

1、增强独立意识，培养和加强理财潜力现今的大学生需要懂得如何在激烈竞争的社会中生存，那独立理财潜力就成了重中之重。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。主要有两方面的资料：其一，正确认识金钱及金钱规律的潜力；其二，正确运用金钱及金钱规律的潜力。

2、克服攀比情绪攀比心理的构成不可避免。我们就应如何应对呢？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，没有必要抬不起头来。透过这次调研，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，由于家庭状况的不一样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，培养独立的理财潜力、科学的价值观应是当务之急。

3、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。因此，就应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构成，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总结篇十五**

随着高等教育的普及，高等教育市场化运作日趋明显。近年来高校大规模的扩招，使越来越多的学生走进了高等教育的殿堂。到xx年初高校的在校人数达1800多人，再加上电大及网络教育等其他形式教育的学生的人数，总共有2100万之多。从而形成了一个拥有人数众多的高等教育市场。

为此，我分别对驻烟的三所高校——烟台大学，鲁东大学，山东工商学院的部分大学生的消费状况进行了调查，从而对当今大学生的消费情况有了一个全面细致的了解。以下是这次调查的具体内容及我对此情况的分析：

大学生作为社会消费的一个特殊群体，有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。据调查，我们可以清醒的看出大学生消费存在着以下特点。

1、消费观念复杂，感性消费占优势

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。据调查目前在校大学生中有30%拥有手机但对手机的消费存在着很大的盲目性。拥有手机的大学生中，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，但是家庭经济条件负担不起的情况下“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。

2、学生对品牌的忠诚度很高

大学生消费在一定程度上会相信自己的真实体验，如果使用某种品牌产品产生好的体验，就会坚持使用，从而逐步形成固定偏好，最终形成使用习惯，保持对此产品良好的忠诚度。比如洗发水，感性认识上的气味清香，质量好，效果明显，都会促使他们继续使用下去。

3、消费倾向多样化

21世纪是物质生活与精神生活日益丰富的时代，当代的大学生们已不再满足于宿舍、教室、图书馆三点一线的单调生活。娱乐、运动、手机、电脑以及新型的it产品都成了大学生消费的热点。大学生的消费已呈现明显的多元化趋势。如果经济条件允许，大部分学生会去旅游，去歌厅、酒吧消费，或是购买电脑，手机、mp3，反映出大学生具有走出校园、融入社会、拥有高质量生活的渴望。

大学生的钱“从哪里来，到哪里去？”通过调查发现，在生活费来源方面，有75%的同学依靠父母，13%的同学依靠贷款，8%的同学获得了奖学金，9%的同学通过打工补贴日常开销，另有1%的同学还需减免学费。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。但生活费不包括学杂费和住宿费等，要是这个“大头”加上去，来自父母的比例将更高，可以这么说，大学生基本上还是以一个纯消费者的身份出现在社会的舞台上。

对于大学生的消费去向问题，调查表明大学生的生活费主要用于衣食住行，消费金额较大的比如手机、电脑、各类培训并不含在其中。而手机已成为大学生主要消费品，这从下面分析中可以看出。

手机已经成为现代人必不可少的交流工具，高校学生是手机使用普及率的人群之一。调查表明，烟台大学有47.2%的大学生拥有手机，年级越高，手机的普及率也越高，如大一刚入校仅有6%的`学生拥有手机，而大四学生中拥有手机者已经高达82%，远远高于社会群体手机平均拥有率。

约有83%的大四学生明确表示，购买手机主要是为了方便找工作。虽然手机的主要功能是通话，但大学生们使用最多的是短消息功能。在选择手机时，他们认为价格在1000元至1800元之间的手机青睐。

因此，大学生消费结构呈现出类似于正立锥形的结构。家庭比较富裕的同学位于锥形的上端，他们拥有电脑、手机等贵重物品；家庭贫寒的同学则处于锥形的下端，他们往往要靠勤工助学或贷款来维持大学正常生活；其他同学则位于锥形的中间，他们衣食无忧，生活水平居中。同时，从以上的分析可以清醒的看出，从锥形的上端到锥形的下端依次降低，这也鲜明的体现了大学生消费的层次性。

大学生消费直接影响着家庭。作为一个纯消费者，平均每年约一万元的费用对于一个家庭来说，可谓是重中之重了。就拿普通家庭三口人来说，满足一个大学生一年的消费将花去家庭收入的大部分，特别对于农村的家庭而言，更甚。虽然由于经济的发展，农村和城市居民的收入都得到了相应的提高，生活水平得到改善，家庭用于大学生消费的比重普遍下降，但下降缓慢且比重之大已经是某些家庭所难以承受的。

一个大学生的消费占到城市家庭收入的45%左右，特别是农村，可占到80%~90%。无疑，目前大学生的消费已经给学生及其家庭造成了很大的经济压力，特别一些贫困家庭，在调查中我发现，三高校各有20%的同学需要通过申请助学贷款来完成大学四年的学业，他们连自己的生活都难以保证，更不用说这近万元的费用了。

由于山东省经济算中等发达，其居民收入水平比大学生家庭的收入水平还要低一些。所以实际比重可能比这个数目还要偏高一些，影响可谓深远。

大学生的消费特点和消费行为决定了大学生消费的影响不只局限于家庭，市场上的很多消费都与大学生息息相关，大学生消费已直接影响着整个消费市场和国民经济。

目前，大学生消费市场已经形成，这是高等教育发展的结果，也是社会主义市场经济发展的必要。它已经成为我国社会主义市场经济的一个有机组成部分，随着社会的发展，高等教育的普及，它将会发挥更大的作用。

大学生消费不仅仅关系到自己、学校，而且还是关系到整个社会的问题。现从个人、学校、社会三方面对大学生消费提出几点建议。

（一）对于大学生而言，要树立自己合理的消费观念，要理智地对待自己的消费。作为一个纯消费者，大学生经济来源大多靠家庭，所以自己的消费要考虑到家庭的经济状况，父母的承受能力，还要有自制能力，不能盲目地陷入感性消费的误区。

如今有的学生消费上大手大脚，还有沉迷于盲目消费中，比如最近许多大学生沉迷于网络游戏，这将大大增加自己的消费负担，更重要的是大学生也会在盲目的消费中迷失自己，以至影响到自己的学业。另外，大学生也要具有消费者的xx识，进入大学，已经开始慢慢地融入社会，社会中欺骗消费者的各种不法行为屡禁不止，面对纷繁复杂的社会，大学生要学会维护自己的合法权利。

（二）学校应加强对学生消费观念培养。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。

（三）对于社会而言，要积极开拓大学生消费市场，从产品的种类、价格、服务多方面满足不同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。无论从哪方面讲，大学生的消费市场已不再是可有可无的了，它已严重影响着高校周围地区经济的发展。

（四）对大学生来说还应加强合理储蓄的观念。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。”在调查时，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。

结束语

大学生是一个特殊的社会群体，有着自己特殊的消费观念和消费行为，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，使得大学生消费呈现出不同一般的发展，大学生消费受到方方面面的影响，也会影响着方方面面。对于成长中的大学生，其世界观、人生观、价值观正处于定型阶段，极易受家长、教师、同学及社会其它成员的影响，具有较强的可塑性。

因而，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个难题。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这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下，大学生消费才会一路走上......

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