# 大学生消费调查报告(精选8篇)

来源：网络 作者：雾花翩跹 更新时间：2024-06-10

*随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。那么我们该如何写一篇较为完美的报告呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。大学生消费调查报告篇一大学生作为饮料消费的...*

随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。那么我们该如何写一篇较为完美的报告呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**大学生消费调查报告篇一**

大学生作为饮料消费的主要群体，他们的消费习惯和消费行为一直受到关注。目前的饮料消费市场竞争日趋激烈，品牌不断涌现，饮料消费市场成为典型的买方市场，人们的选择范围越来越大。大学生要做如何的选择呢？在消费日益冷静的今天，厂家又将如何面对呢？带着这些问题，我们日前对大学生的饮料市场进行了调查研究。

某某某

某某某

：在校学生

：通过调查了解大学生最喜欢喝的饮料类型、了解大学生在饮料上的消费情况以及了解大学生的饮料购买习惯。

：1、方案调研；2、网络搜寻查阅有关资料；3、问卷调查；4系统分析法。

碳酸饮料、茶饮料和水饮料构成了饮料消费的主要部分。其中碳酸饮料的消费人群达到60%的比例。这类饮料的特点是以解渴为主，在功能上比较基础，在价位上也相对较低。这也说明消费者对饮料消费的主流，仍然仅仅要求它最基本的功能，并对价位较敏感。

果汁饮料的消费人群占25%。这其中既包括纯果汁也包括一般的果汁饮料。从消费比例上看，与去年的数据相对平稳并稍有上升。从功能上，果汁饮料与水饮料及碳酸饮料是有差异的，这种差异也注定了果汁饮料无法全面代替这些传统饮料。但从消费比例的发展来看，果汁饮料依然有一定的上升空间，但上升的幅度被认为并不乐观。另外茶饮料以及矿泉水等并不是大学生最受欢迎的饮料。

在消费量方面，可口可乐依然是龙头老大，以23%的消费面匹马领先。紧随其后的，是康师傅、百事可乐，皆为16%，统一为15%，三者不相上下鼎足而立。 处在第三集团的，是国产品牌农夫山泉、汇源、娃哈哈和酷儿，在3%至6%之间。国产品牌在饮料市场已经立稳了脚跟，虽然目前与那些国际巨头依然相差较远，但稳定的市场份额和良好的市场口碑，已经使国产饮料拥有了一个良好的局面。大学生在品牌上的选择远远超过了其他的消费群体。

1、饮料的口味是影响因素中最大众的因素，影响着最多的消费者。有53%的人认为对饮料的口味会很在意，口味对自己适合与否，会影响对饮料的选择与购买。

2、饮料的品牌对消费的影响是仅次于口味的又一大因素，35%的被调查者认为，饮料的品牌会影响他们的选择。 调查中，17%的被调查者表示，知名度会影响他们的选择。大学生消费者，更注重品牌，也更关心饮料的知名度。因为他们走在潮流的前端，对于新产品的推出抱有新鲜度，对于新广告的播放格外关注。

3、位列影响选择的因素第三集团的有营养成份、价格和保质期等因素，分别有23%、20%和19%的消费者给了选择。

大学生购买饮料的场所主要在超市，88%的消费者选择在超市购买。这种倾向与性别有一定关联，女生比男生更倾向于大超市消费，这也许与购买批量有关。一般在学校超市购买时都是临时性的消费，则以男生居多，临时性消费对场所的选择性不强，一般以方便为主，就近原则。

调查显示，消费者选择的包装以瓶装为主，听装、利乐包只占很小一部分。 其中，小瓶装的饮料是消费者最多购买的，占41%。小瓶装以其携带方便、容积适量而使其最受欢迎。而听装饮料在价格上处于劣势，选择的只有9%。曾经比较受欢迎的利乐包饮料则选择者最少，只占2%。大瓶装饮料是消费者第二多的选择，有29%的消费者购买。大瓶装饮料虽然携带不便，但因其相对价格要便宜些，很受上网男生和大部分女生的青睐，成为除小瓶之外最受欢迎的包装类型。而中瓶包装的消费占19%，这种包装是对大瓶包装的一种补充。

调查表明，大学生最常消费的饮料的价格在2至3元，消费人群比例占47%，这也是最普遍的一个价位区间。5元以上的消费占23%，这类消费一般是大瓶装饮料，比例也较高。

对消费饮料的价格分布与其他信息的研究显示，消费的价格与其消费的场所、消费的包装类型都有直接的关系。一般消费价格越高，则多在便利店所进行消费。而价格越低的饮料，包装的容量越小型。而从消费饮料的类型上看，价位较低的消费，多为水饮料、茶饮料及碳酸饮料。

目前果汁饮料的促销方式主要集中于现场促销小姐推荐，举办抽奖活动或降低价格，促销频率也正在加大，一般一年促销次数达4-5次，每次基本为期一个月，促销地点一般选择在一些繁华地点或大型商场、超市。大学生对于在促销的饮料选择性较大，主要在于促销的产品新颖、价格便宜。

调查结论和建议：针对大学生市场的调查结果分析，总结了对于饮料消费存在的主要问题，对销售厂家提出以下的建议：

1、消费者喝饮料除了解渴外，还希望饮料产品提供一些附加价值。所以不管是哪个饮料类别，都应根据产品自身的特点提出一些符合消费需求的卖点来，如萝卜汁饮料可以补充维生素；红枣饮料可以补血；梨汁饮料可以去火；银耳饮料可以养身等等。这样你的产品的市场接受度就会大大提高。

2、要有好的产品策略。

3、价格策略要恰当。

4、销售渠道：尽可能增加铺货率。超市、批发两条腿走路，尽可能增加产品的铺货率，以超市带动其他各类渠道的销售。

5、广告促销：要制作一个好的广告片能让消费者过目不忘。

**大学生消费调查报告篇二**

消费观念作为人们高度关注的话题不仅仅是因为它影响着人们的生活方式，更重要的是它同时也反映了某一特定时期人们对物质的追求理念，对商品价值观念的大体取向。身为在校大学生的我们，本身就是一个特殊的消费群体，包括经济来源，消费方式与整个社会相比都会有很大的差距，着眼于大学生的消费观念是我们小组成员的一致初衷，因为它不仅会使同学们学会如何理财，还会反映当代大学生的生活状况以及生活追求，作为正在接受高等教育的我们，不仅仅是局限于书本知识，课外活动，更应该关注消费，优化消费，从而戒奢从俭。只有具有良好的理财方式，才能使我们的消费事半功倍，只有养成正确的价值取向，才能使我们从真正意义上品味到物廉价美，只有树立正确的消费观，才能使我们在有限的条件下物质生活与精神生活齐头并进。关注当代大学生消费观念，从我们身边做起，从身边的点点滴滴做起。

一. 调查目地

了解并分析当代大学生的消费水平和消念费观，进而把握大学生的生活水平，了解并发现问题，再视具体情况来解决问题，抑制恶性消费，提倡良好的消费习惯。大学生是社会的一个特殊群体，他们的消费水平能体现社会在一段时间的发展，因而如何树立大学生正确的消费观念，如何正确指引大学生的消费方向使我们尤为重要的必不可少的环节。

二.研究方法

访谈调查法。

三.调查对象

福建农业职业技术学院全日制在校专科生。

问卷调查法——抽取我校大一、大二、大三共30人进行调查，其中女生12人，男生18人。访谈法——通过对我校大二两位学生的访谈，一男，一女。

四.调查时间

xx年x月x日——xx年x月x日

五.消费观念

一、消费概念

1.理性消费

大学生购买物品时，对于物品的性价比，潮流始终是吸引大学生消费 的主要因素。调查结果显示，讲求实际、理性消费 仍是当今大学生主要的消费观念。据调查显示，在购买商品时，大学生首先考虑的因素是价格与质量。中国的大学生与国外的不同，经济来源主要是父母的，自己兼职挣钱的不多，或者说几乎就是不能挣钱，所以中国的大学生每月可支配的钱是固定的，大约在1000元左右，条件较好的一般也不超过20xx元，其中主要是用来支付生活费用和日常生活用品开销。由于每个大学生的消费的钱有限的，大学生们在花钱时十分谨慎，大学生会尽量搜索那些价廉物美的商品，包括衣服，鞋子，书包等等。无论是在校内还是校外，当今大学生的各种社会活动增多，城市生活氛围、恋爱等多因素的影响，大学生不会去购买那些尽管价廉但不美的商品，当今大学生比较注重自己的形象，追求档次，即使不一定买名牌。

2品牌与时尚

当今的大学生，20岁到23岁的青年是大学校园的主体，在时代前沿，追新求异，敏锐地把握时尚，恐落后潮流，这是当今中国大学生的共同特点。其中表现最突出的消费就是电脑在大学校园的普及。这使得大学生们的消费中增加了电脑的消费。这次调查中发现学生电脑拥有率已高达90%。此外，数码相机，上网卡，电脑都是当代大学生的追求，还有就是发型、服装、饰物等，大学校园中追新之风十分严重。这次我们的调查证实了这一点，就比例来看，“是否流行”也成为大学生考虑的一大因素。在我们调查面谈调查中，我们问了这样的一个问题：你会追求名牌吗?100%的人的回答是肯定的，前提是在经济允许的条件下，我们都会追求名牌的，这也正反映了大学生的一个很突出的消费心理。

六.大学生消费水平的具体分析

1.月生活费

2..生活资金来源

调查发现，绝大数大学生经济来源是依靠家庭，少数大学生靠勤工俭学、获取奖学金等方式为家庭分担自己的生活开支，极少数大学生经济来源完全自理。

3.消费去向

被调查者中，吃喝、娱乐和消费品(服装、化妆品、饰品)三项，是大学生的主要消费项目。其中，吃喝占比例为47.65% 。除了吃喝方面的花费外，有29.25%的大学生把钱花在了娱乐上，而这一现象在大二以上的大学生中尤为明显。另外，27.9%的大学生(女大学生占多数，尤其是高年级的女大学生)把钱用在服装、化妆品、饰品等消费品上。

三 当代大学生消费状况存在的问题

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22.7%的同学在500-800元“有点痛苦”的生活线上坚持学业;有42.75%的同学在800-1000元之间“勉强过得去”，有34.4%的同学在1000-1500元之间“稍为有点爽”，有14%.的同学在1500元以上“比较自由”;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，按照杭州地区的物价水平，以学生在校每天消费二十元左右用于基本饮食需要来估计，学生每月净饮食费需600元左右。

我们惊奇地发现，在被调查的12名女生中，83.7%饮食费用在600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18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。

4.过分追求时尚和名牌，存在攀比心理

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。

5.恋爱支出过度

在调查中我们发现，一部分谈恋爱的大学生每月大约多支出100-300元左右，最少的也有50元左右，最高的达到1000元(比如送名贵礼物给对方)。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。这是让人感到忧虑的方面。有趣的是，传统意义上谈恋爱的费用支出一般由男方承担的局面已经完全被打破，而出现三种情况，即男方全部承担、男女方共同承担和女方主动全部承担，女生的恋爱支出甚至有超过男方的情况。传统与现代生活方式在当代大学生中被充分演绎。

七、对大学生消费行为问题的原因探讨

上述消费行为问题形成产生的原因是非常复杂的、多方面的，有主观的、客观的，有社会的、家庭的等等，主要有以下几个方面。

1.社会不良消费观念、消费现象对大学生消费行为的影响。校园不良消费现象的出现受社会上不良消费风气的熏染。消费不仅是一种经济行为，更折射出消费者一定的文化素质和道德水准。市场经济带来的负面效应诱使许多人“一切向钱看”，贪图物质享受，鄙弃高格调的精神追求，消费观念多元化，消费层次高档化，追求超额消费和超前消费，却不顾自己的经济承受能力，所有这些不能不对大学生的消费行为起了负面作用。

2.社会化过程对大学生消费行为的影响。大学生社会化包括社会教化和主体内化两个基本方面。内化是指大学生经过一定阶段的社会学习和接受社会教化，将社会目标、社会价值、社会行为规范和行为方式等转化为自己稳定的价值和行为反应能力。由于大学生缺乏较高的学习能力和很强的适应能力，并且合作能力较差，主观与客观需要的不协调性等，造成内化能力较低。由于大学生未能深刻认识到自身在消费社会化过程中的实质，在追求文化和精神消费上养成了不良的消费习惯。

八、引导大学生养成科学的消费行为的对策与建议

面对在大学生消费行为中存在的主要问题，我们提出以下几个方面来引导大学生健康的消费行为：

1.引导大学生树立科学的消费观。科学的消费不但表现为敢花钱，而且表现为会花钱。大学生们不缺少消费的冲动，但往往缺少消费的理性，因而常常发生不自量力、盲目追潮、大手大脚、铺张浪费的不良现象，显示出理财方面知识和能力的不足。基于这样的现实，对大学生进行理财教育势在必行。

2.形成健康的社会消费大环境。大学生的消费观念、心理和行为是受到多种因素综合作用的结果，除了受到个人思想、道德、心理、爱好及消费常识的支配和制约，还会受到社会因素的影响。社会因素的影响往往使他们的行为带有不稳定性和盲目性，因此，对大学生的消费给予正确的引导，除了对大学生进行消费道德教育，还要形成一种健康的社会消费大环境。

3.充分发挥家庭的积极作用。只有家庭教育和学校管理双管齐下，矫治大学生不良消费行为才可取得最佳效果。为此，必须充分发挥家庭的积极作用。对于没有独立生活经验的学生，家长就要采取适当的方法来约束一下，否则对孩子的成长和未来极其不利。此外，学校应加强同学生家庭之间的联系，学校每学期应将各种正常收费通知家长。

九、结语

大学生的消费问题，不是一个孤立的问题，它会影响到大学生的正确价值观、人生观的形成，关系到大学生的健康成长与发展。如果不及时大学生消费过程中出现的问题，势必影响学生的整体素质。因此，只有在学生，家庭，学校和社会的共同关注和共同努力下，大学生的消费行为才会趋于合理和理性。 总体上看，大部分大学生的消费还是合理的。今后，大学生在消费上仍需培养理性、文明、责任的消 费观念，催生健康、品质的消费模式，在整个校园，乃至全社会营造一种积极向上、顺应时代发展潮流的消费文化，促进人和人、人与自然、人与社会的和谐发展。

**大学生消费调查报告篇三**

小组成员分工：

主持：郑乐苗

问卷调查：林君朱雅芳薛熠熠

幻灯片制作：郑乐苗

查阅文献：朱雅芳王斐

访谈：王斐

统计：林君朱雅芳薛熠熠

资料整理：林君王斐

论文：郑乐苗

消费，是生活方式研究的重要组成部分。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前大学生的生活状态和价值取向。

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：一是通过对当前农商院大学生的消费状况的调查，以得出21世纪初的大学生的消费构成、消费差异以其影响其消费构成的主要因素。二是通过对农商院的抽样调查，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。从而调整他们的消费观，正确指导他们理性消费。

当代大学生，他们既有基本生活资料的需要，同时还有学习消费(包括考证买书、上辅导班等等)，以及社交消费、通讯消费、娱乐消费、恋爱消费、旅游消费、名牌消费等等。

(1)缺乏消费理性，自控能力不强

(2)大学生过分追逐时尚和名牌，存在攀比心理

(3)盲目消费，过分展示自我

(1)加强对大学生的消费观念，调查研究在先

(2)加强对大学生消费观念，倡导责任意识

(3)加强对大学生消费观念，树立财商观念

(4)加强对大学生消费意识，提高健康水平

郑xx：

作为组长，我觉得在这次调查中我的收获是最丰盛的。做问卷前的准备我要筹划好一切工作，并且必须积极应对这个过程中出现的各种突发问题，比如说什么时候进行调查以及我们以什么方式去调查。我必须把工作提前分发给大家，同时和组员进行交流沟通。而且这次调查也让我了解到了我们消费中的一些错误观点，知道了以后该如何消费，有了正确消费的意识。

王x：

通过这次调查，让我感悟颇多。首先，设计问卷环节，我们组成员通过许多资料。

调查，汇总成问卷，着让我们增长了许多专业课以外的知识，也了解了设计调查问卷的步骤和环节，怎样使问卷的结构更加完美，使我们都有了一个大概的了解。其次，发调查问卷着能培养我们与人交流沟通的能力，总之通过这次调查，培养了我们小组成员团结合作的意识和与人交往的能力，也让我们对大学生的消费有一定的了解。

朱xx：

我和小组成员通过此次调查，掌握了许多资料。对我们学校大学新生的消费状况也有一定的了解，这是一次有意义的实践活动，从中我不仅收获了这次劳动取得的成果，而且也把自己所学的知识真正得到了应用。当然在这次调查中，我们也遇到了许多问题，在我们小组成员的共同努力下，最终圆满完成了报告。最让我感悟的是我们小组成员的团结互助，与人沟通的精神与能力。总而言之，通过此次调查我收获颇多。

林君：

这次调查时我步入大学的第一份调查，在本次调查任务中我感受到了团队力量，我们各成员在完成任务过程中协作互助，同时也了解到制作调查问卷报告的过程。在其中担任有关问卷的职务，在设计问卷时我学会了全面考虑设计了一系列系统的问题，从而详细的了解大学生的消费观。在分发问卷进行调查时，锻炼了交际与沟通能力。综上所述，我觉得本次调查不仅让我们了解大学生的消费观，而且培养了一定的工作能力和交际能力。

薛xx：

通过这次问卷调查，我了解到了大学生的消费观。我学到了怎样与同学沟通相处，怎样让同学更好地配合写问卷。在统计过程中，我了解到了大学生的消费比例。

**大学生消费调查报告篇四**

一、前言：作为一个特殊的消费群体，在引领消费时尚、改善消费结构等方面起着重要作用。我要旨在通过对当前\*\*学院大学生的消费状况的调查，得出21世纪初的大学生的消费构成、消费差异和影响其消费构成的主要因素，以解读当前全国高校大学生们的消费理念和消费心理等。

三、调查现象分析：通过调查我们发现，大学生的消化费主要有四个方面组成：

一是学习消费(包括学费、考证费、电脑等);

二是基本生活费(包括吃、穿、住、行);

三是娱乐休闲消费(包括休闲、健身、娱乐等);

四是人际交往消费(包括朋友往来、恋爱)等。(大学生消费构成统计表，略)

数据显示，大学生食物方面的支出占41.0%，衣物方面支出占35.5%。休闲娱乐方面的支出占4.3%，与学习相关的支出占6.1%。从中我们可以看出，大学生基本生存需要的消费有所下降，改善学习的消费有所提高，精神文化需要的消费处于上升阶段，并呈现出个性，即追求自己的生活目标方面的消费开始上升。通过调查我们还可以看出消费多层次化的现象，其中，40.0%的学生月消费在350—500之间，21.3%的学生在500—650元之间，高消费群体(800元以上)为10.2 %，低消费群体(200元以下)为9.1 %，低消费群体的比重与高消费群。

四、几点建议：加强引导，使之树立合理的消费观念，培养其节约意识，避免过度消费，同时还要重点加强大学生的心理健康教育，形成良好的心理状态。

**大学生消费调查报告篇五**

本小组这次调查的主题是当代大学生的消费实况，主要采取的是问卷调查方式，调查的主要人群包括南昌航空大学艺术与设计学院，数信学院和外国语学院各抽取的两个班级，以及随机的过路人总共400人次。由于不同学院，不同人群之前的消费情况可能有较大的差距，所以，本小组采取固定调查与随机调查相结合的方式，增加了本次调查的准确性。本小组成员共六名，在本文最后将附上本次的问卷调查表及各人员分工情况。

根据本组成员的调查，得出了几个结论。第一，大多数大学生的每月生活费在800-1500元之前，1500-2500的人数则要少一些，而生活费在其他区间的人数则占少数。第二，在我们调查的所有人当中，有65%以上的有过网购的经历，有大约30%的人喜爱网购。由此，在大学生中网购的比例正在大幅度增加，而外出逛街购物的情况保持平衡。第三，在调查中只有10%左右的学生每月固定消费在学习方面。而除了主要的饮食消费外，大学生最主要的消费活动是外出与朋友吃饭或者玩乐等娱乐活动。由此可以看出学生的学习意识并不强。在调查的最后，我们加上了一个问题，加入每月减少三分之一的生活费，你能够正常生活么？有70%左右的学生回答了不能。这不得不引发我们的深思。

此次调查，我们得出的结论是，随时时代的进步，科技的发展，居民的生活水平越来越好，由此产生的消费心理也越来越高。对于当代大学生来说，他们中的大多数还是处于被动享受的过程中，他们认为自己在大学学习阶段的消费是应该的，而自己的父母供自己消费是合情合理的。这种心态的存在造就了越来越多类似于衣来伸手，饭来张口的情况产生，大学生沉迷于享受和话费的越来越多，而能够理性消费和学习性消费的却只有一小部分。所以，我们希望学校可以加强大学生在消费方面的教育，多举办类似于如何理性消费。合理消费的教育讲座等，让更多的大学生学会真正的自制，自控。

1，时间：12月3日至12月16日，历时两周

2，对象：艺术与设计学院班级，数信学院班级，外国语学院班级，随机路人。

3，地点：南昌航空大学校园

4，内容：问卷调查

**大学生消费调查报告篇六**

为了更好的让在校学生了解消费者的购买行为，知道消费者购买商品时所使用的信息来源和对废旧品的处理方式，进一步规范学生们的消费习惯，所以展开此次调查。

我们受相关单位委托，对在校大学生进行了关于消费者购买商品的信息来源和对废旧商品的处理的调查，其必要性主要表现在一下几点：

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

同时也面临着一系列问题，能否处理好这些问题将影响整个大学生活。消费的安排直接影响生活的质量，毕竟学生的主要经济来源是家长，基本都是限定的。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，直接体现了其人生观，价值观。这对他们的学习生活，乃至今后的工作、成才都有着重要的影响。因此展开此项调查尤为重要。

了解在校大学生基本消费情况，通过调查他们购物的主要信息来源来大致了解影响他们购物的因素，通过对废旧品的处理情况的调查来了解他们对日常废旧用品是否能合理的利用，减少浪费。通过这项调查为在校大学生提供一个合理的消费建议，帮助他们更好的规划日常的消费习惯。

该项调查主要设有如下问题：性别，购买洗发水的来源，到餐厅吃饭的信息来源，理发的信息来源，购买运动鞋的信息来源，对于旧书籍是怎么处理的，对于不穿的衣服是怎么处理的，对于喝完的易拉罐是怎么处理的，对于用过的手机怎么样处理，一共9题此次调查将采用发放问卷调查的方式对在校大学生进行调查，此次一共发放100份问卷，回收率为100%。通过调查的结果来全面分析消费者的消费心理，针对他们的一些消费习惯来为大学生提供更好的日常消费建议。

此次调查的主要内容有：

1、性别：男性占59%；女性占41%

2、购买日用品的基本信息来源，主要的来源分为报刊杂志、广告广播、随意购买、推销员介绍、亲朋好友介绍，看环境购买，其他等。

3、对废旧品的处理方式，主要的处理途径有：当垃圾丢掉、赠送他人，留起备用、当废品利用、不管不顾、其他等。

（1）调查类型：展开此次项目的调查类型是属于描述性调查，在调查中了解学生的一些基本消费习惯。

（2）资料采集的方法：此次调查是采用发放调查问卷的方式来进行一手资料的收集与整理，调查问卷已被编入附录。

（3）抽样方法：属于随即抽样，在网上发布问卷，让被调查者随机填写。

（4）实地工作。在网上发布调查问卷的按时回收，进行准确的分析整理。

1、基本情况

此次调查在网上一共发放了100份问卷，回收率为百分百之百。此次调查的主要问题有：性别，姓名，购买洗发水的来源，到餐厅吃饭的信息来源，理发的信息来源，购买运动鞋的信息来源，旧书籍、不穿的衣服喝完的易拉罐、用过的手机怎么样处理。具体的调查结果如下：

（1）性别的调查结果中，男生占59%，女生占41%，被调查的男生人数稍多于女生，

（2）你购买洗发水的信息来源哪里？

由调查统计结果可以看出通过广告广播来购买洗发水的学生人数最多，占到了54%，在校大学生受广告广播的影响较大。通过其他人员介绍、受报刊杂志等的影响也较大。

（3）你到餐厅吃饭的信息来源哪里？

从调查结果统计可以看出在校大学生受广告广播影响的比例占到了61%，而视环境选择，亲朋好友介绍等的影响影视相对来说较少。

（4）你理发的信息来源哪里？

理发的信息来源受广告广播的影响人数也是最多的，占到了51%，受报刊杂志影响的人数较少，只占了18%。

（5）你在购买运动鞋的信息来源哪里？

从统计结果来看，受广告广播影响买运动鞋的人数仍然是最多的，占到了55%，然后是通过亲朋好友介绍的占到了41%，随意购买和经推销员介绍的都占到了30%以上。

（6）对于你的旧书籍你是怎么处理的？

（7）对于你不穿的衣服你是怎么处理的？

将不穿的衣服捐赠他人的人数较多，放起备用的人数也比较多，其他选项的人数所占比例则相对较少。

（8）对于你喝完了的易拉罐你是怎么处理的？

（9）对于你用过的手机你是怎么处理的？

从统计结果可以看出将废旧手机留起备用的人数较多，占到了总人数的44%

2、分析总结

通过对所购物的信息来源的调查可以看出：在校大学生的很多消费习惯受广告广播的影响是最大的。在废旧物品的处理方式是属于节约型的人数所占比例还是比较多的。

此次调查采取的是网上发布调查问卷的形式展开调查，这种调查的方式所获取的结果本身就有很多局限性。而且这次问卷调查的人数比较少，问卷调查的问题设置的也比较少，可能导致调查问卷的结果不够全面，调查问卷所获取的信息也不全面。另外就是此次调查的对象都是本校的学生，代表性可能不是很强。还有一点就是此次问卷统计分析的方式没有用到交互分析的方法，在结果分析上以及建议上也存在局限性。

1、结论

通过对所购物的信息来源的调查可以看出：在校大学生的购物信息来源受广告广播的影响是最大的，受身边人的影响也相对较大。由于现在的电视媒体越来越强大，各种信息传播得越来越迅速，大学生们对广告广播越来越关注，因而很多的消费来源都是受广告广播的影响。

对于废旧物品的处理方式，大部分的学生都做得比较好，知道要尽量减少浪费，很多学生都知道要变废为宝，将废旧物品变卖或留起备用，再或是赠送他人，这种做法既节约自己的财务也节约资源。

2、战略性建议

针对于在校大学生比较喜欢关注广告广播这一媒体获取新闻信息，我们可以加强对广告广播媒体的管理，投入一些公益性广告，引导在校大学生理性消费，也可以在学校开设理性消费、合理理财的讲座，正确引导和规范学生的消费习惯。借助校广播台来播放一些引导性合理消费的短文。

**大学生消费调查报告篇七**

消费是一个社会最关注的话题,在改革开放这30年来我国农村经济发展发生了翻天覆地的变化，农村居民的消费也发生了巨变。农村居民的收入水平迅速提高，消费日趋多元化，借此时机，以进一步扩大农村居民的消费水平。

在这个暑假中，本人通过对我县经济发展网上资料的查阅和调查问卷的形式总结了十六以来我县农村居民消费的基本情况及变化趋势，并由此提出了存在的主要问题和制约因素，并针对存在的问题提出了进一步推动农村居民消费的措施和建议，据此做出报告。

（一）农村居民消费水平的演变。我县农村居民消费水平的演变大体分为两个阶段：

一是20xx年为消费水平缓慢增长阶段。由于这一时期前两年，农村经济发展缓慢，农产品价格低，农民负担高。因此，进入新世纪的前三年，农村居民消费水平总体呈现稳步增长的态势。

二是xx年为消费水平快速增长阶段。我市在农业结构调整、农业产业化、标准化等方面都有了较大发展，使我市的农业经济迅速增长，农民人均纯收入大幅增长。

（二）消费方式的演变。从某种意义上说，收入水平决定消费水平，而消费结构的变化是消费方式转变的结果，消费方式的转变反过来又促进消费结构的变化，并转化为拉动消费市场的动力。近年来农民消费方式主要有以下变化：

一是由满足生活需要向追求生活质量提高转变。在食品结构上，主食消费比重下降，各种副食消费不断增加，膳食结构向营养、科学型发展。在衣着消费上，农民穿衣在成衣化的基础上，更注重时尚化。20xx年人均衣着支出140.1元，同比增长35%。

二是由重食物消费向物质和服务消费并重转变。食物消费更多表现为生存型消费，而服务型消费更多表现为提高型和享受型消费。服务消费比重逐年上升，反映出农民消费观念的积极转变，也反映出农民消费方式的多元化。

三是由自主性与市场化结合消费向更高的市场化消费转变。随着农村经济的快速发展，农民生活消费的市场化进程明显加快，现金消费支出的比重不断上升。

（一）农民收入问题。通过前面的分析，我们发现农村居民消费水平的提高是以收入的提高为前提的。近两年，农民收入有了较大幅度的增长，农民的购买力提高了，对收入的预期也提高了，消费水平就明显提高，消费对经济的拉动作用明显增强。但与城镇居民相比，农民的收入水平，特别是现金收入水平还比较低。因此，要进一步扩大农村消费，还要进一步增加农民收入，并保持收入的稳定增长。

（二）社会保障制度不完善，收支预期的不稳定，是农民消费的后顾之忧。近几年，我市农村社会保障制度虽然有了一定程度的发展，在养老、医疗等方面已形成了一套比较完整的保障体系，但这些保障体系还不完善，普及率也不高，医疗费用居高不下，看不起病，吃不起药，因病致贫、因病返贫的现象时有发生。因此，存钱养老、存钱防病的思想在农民中还普遍存在。另外，收支预期的不稳定，越来越高的教育投资，婚丧嫁娶的盲目攀比，也使得农民不敢贸然消费。

（三）农村市场体系不健全和消费环境欠佳是影响消费的重要环节。主要表现在：一是家庭设备、日用品等有赖于新型业态如连锁超市在农村的延伸，而目前农村商业流通组织方式落后，商品流通不畅，成本过高，商品价高质次、假冒伪劣严重等问题，不能满足农民日益提高的消费需求和适应农民消费方式的转变。二是农村基础设施建设相对滞后。交通、通讯、自来水等近几年虽有了较大的发展，但还远远落后于城镇，运行成本、运行费用高也使得农民对一些耐用消费品买得起用不起，限制了农民的消费。

（一）增加农民收入。从长远看，增加农民收入是推动农民消费的根本措施。要增加农民收入，既要全面贯彻党的农村经济政策，又要不断提高农民的生产经营水平。随着近几年农民增收各项政策的全面、强力出台，今后对农民增收的政策支持将进入常规阶段，对农民增收的作用也是间接的、有限的。今后影响农民增收的主要因素不再是由政策决定的生产积极性，而是农民生产经营水平。因此，今后农民增收的核心应转向提高农民的生产经营水平上来。

（二）健全农村社会保障体系。进一步健全和完善农村在养老、医疗等方面的保障体系，使更多的农民从传统的储蓄养老、家庭养老的方式中解脱出来；使更多的农民参入医疗保险，看得起病，吃得起药，降低因病致贫的风险。进一步理顺农村信贷关系，落实农村信贷政策，简化信贷手续。进一步降低学生学杂费，特别是高中、大学阶段的学杂费，使农民不致为了让孩子上学而贫困或债台高筑。

（三）降低收费门槛和价格，使大多数农民能消费的起。近几年所兴起的耐用消费品以及与人们生活极其相关的医疗、教育、住宅、汽车等高消费领域，其价格与收费门槛仍然过高，有的收费标准超出了居民的承受能力。特别是在教育、医疗、住宅等方面，人们对现行的消费标准又不得已而从之。因此，下一步，首先在教育、住宅等方面，对超出居民承受能力的部分要合理降低，能规定收费上限的要予以明确，同时进一步加强对乱收费的监管力度，严控超范围、超标准收费。其次在医疗、汽车等特殊服务、特殊商品方面，要合理地降低商品、服务价格，使老百姓能够在这些方面都能消费的起。

总之，在研究促进消费需求和调整消费结构的对策措施时，要根据我市目前农民已形成的高、中、低不同阶层的消费群体这一实际，并把握不同群体消费需求走势，着力启动中等收入群体消费力度，主要应以稳定收入和改变其心理预期为主。对中等偏上收入者，可用消费信贷等方式，引导一部分人向城镇转移，鼓励他们首先购房、买车；对中等收入者，可增加其文化娱乐消费；而对中等偏下收入者，则可增加其耐用消费品的消费与换代。

**大学生消费调查报告篇八**

1.研究对象

本文研究对象为xx市高职院校在校大学生，在实际调研过程中，采用随机非概率抽样抽取了上海第二工业大学、上海金融学院、上海立信会计学院以及上海思博职业技术学院4所高职院校作为样本进行调查研究。

2.研究方法

(1)文献资料法。发表的有关高职院校大学生体育消费论文和出版的著作，归纳总结相关经验。

(2)问卷调查法。本文依据研究目的设计了xx市高职院校大学生体育消费调查问卷，根据不同场所，进行了抽样调查，抽样范围包括上海第二工业大学、上海金融学院、上海立信会计学院，以及上海思博职业技术学院4所高职院校，共随机现场发放调查文卷610份，回收有效问卷590份，回收有效率96.7%，发得到随机样本。

(3)数理统计法。运用计算机软件spss对数据进行录入。

1.高校院校学生体育消费性别特征

性别不仅是人的基本生理特征,同时也是人的基本社会特征之一。不同性别的个体,在社会化过程中的行为也迥然各异，具体到体育消费领域，性别对男性与女性消费者的消费行为显然亦存在诸多差异。根据调查结果显示，高职院校大学生在付诸体育消费行为时,男生有402人,占样本总数的68.1%;女生有188人,占样本总数的31.9%。这些统计数据表明，高职院校大学生体育消费人数男生明显高于女生，男生对比女生的体育消费行为更加积极活跃。

2.高职院校学生体育消费观念及体育消费动机

3.高职院校学生体育消费结构

体育消费结构一般分为实物型体育消费和娱乐型体育消费。据统计资料显示，xx市高职院校大学生实物型的体育消费主要包括体育服装、运动鞋袜、体育音像产品，以及体育报刊等产品，实物型体育支出占据了高职大学生体育消费的绝大部分，构成了目前大学生体育消费结构的主流。同时在被调查的4所高职院校中，通过对男女大学生体育消费结构进行比较发现，性别差异对男女大学生体育消费结构未呈现显著性差异(p=0.369)，表明在进行实物型体育消费时，男女生体育消费结构的差异程度不大。从访谈情况看，大多数高职大学生表示假如他们选择某项自己喜欢的收费体育项目进行体育消费时，为保证更好地掌握所授体育技能，将会相应的购买所需体育设备。比如上海第二工业大学在校大学生在报名参加跆拳道社之前，会以个别购买或团购的形式预购跆拳道服和相关的训练器具。显而易见，为保障参与体育活动，一些实物型的体育消费品已经自然而然的成为高职大学生体育生活的必需品，所以，实物型体育支出占据其体育消费主体也就不足为奇了。

经过进一步的追踪调查与统计分析，发现xx市高职大学生的娱乐型体育消费能力偏低，对娱乐型体育消费的支出大多局限于现场观赏各类体育比赛的门票和业余时间参加各种体育项目培训费用等，并且男女生的娱乐型体育消费能力存在显著性差异(p=0.001)，男生在娱乐型体育消费能力上大大优于女生。这些数据说明娱乐型体育消费在xx市高职院校大学生中所占比例较低，需进一步拓展他们的娱乐型体育消费水平。

4.高职院校学生体育消费水平

5.高职院校学生体育消费项目

根据访问调查，xx市高职院校大学生选择体育活动的项目中，多数青睐球类和健美类项目的体育健身活动。其中男生参与的体育项目按选择人数的多寡依次为：足球、篮球、羽毛球、网球、跆拳道等，女生分别是：瑜珈、体育舞蹈、羽毛球、游泳、网球等。在选择这些项目进行体育活动时，由于身在学校的学生可以免费使用学校的体育场地和器材，加之学生在上体育课的过程中也能学到较多体育技术技能，因此高职院校大学生在发生体育消费行为时，主要体现利用业余或假期时间在校外的诸多社会经营场所的体育消费行为，例如，在收费场所打羽毛球、篮球，以及跆拳道训练等等，而在学校进行体育项目消费亦仅限于不满足体育课获得的体育信息量，或者本校不开设此项体育课程，学生转而借助学校体育设施并聘请体育人才以实施收费的形式进行体育健身。此种体育消费方式构成了校内高职大学生体育消费的主要部分。这有力佐证了高职院校大学生虽然体育消费项目种类繁多，但校内体育消费意识薄弱的事实。

第一，高职院校大学生体育消费人数男生明显高于女生，男生对比女生的体育消费行为更加积极活跃，这一结果与现场访问调查相吻合。

第二，体育消费结构一般分为实物型体育消费和娱乐型体育消费。据统计资料显示，xx市高职院校大学生实物型的体育消费主要包括体育服装、运动鞋袜、体育音像产品，以及体育报刊等产品，实物型体育支出占据了高职大学生体育消费的绝大部分，构成了目前大学生体育消费结构的主流。

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