# 大学生消费调查报告总结 大学生消费调查报告(汇总9篇)

来源：网络 作者：浅语风铃 更新时间：2024-06-10

*随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。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...*

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。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总结篇一**

方法:一是采用问卷调查法。问卷内容是根据大学生消费的相关情况自行设计，经预试、反复修改后形成，问卷题型主要采用选择题的形式。本次调查共收回问卷发145份，有效问卷138份;二是网络问卷调查，通过qq、email、留言板等方式让各大高校的部分学生网上答卷。填写网上调查问卷的人数110人，问卷做到了随机发放;三是一对一谈话或座谈会等形式获取信息，进一步了解被调查者的消费心理和价值取向。访谈的方式随机选择了愿意接受访问的65人.三种形式形成互补，相互促进，使我们的研究更具客观性。

大学生没有经济来源，经济独立性差，消费没有基础。他们没有形成完整的，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。调查发现，有98.3%的学生主要经济来源是父母，而且大部分人月消费在600元左右。像满足以前意义上的“温饱”消费只占总消费的三成，恋爱、人际交往、个人时尚用品等费用反而占了日常消费的大头。现在mp手机、笔记本电脑也已成为当代大学生三件不可或缺的高科技产品。目前，手机在同学中的占有率超过90%，其中七成的同学使用高档手机。56.7%的同学拥有电脑。但在拥有电脑的同学中，68%的同学将电脑用于玩游戏、上网聊天等娱乐活动，只有少数同学是用电脑学习。

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1998到xx年，短短7年，中国大学生仅总数就从108万激增到xx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，太原师范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。

对象：笔者对华南理工大学、暨南大学、华南师范大学、广东外语外贸大学、华南农业大学、汕头大学、广东技术师范学院、广东商学院、广东工业大学、北京师范大学珠海校区等面向全国招生的普通高等院校的大学生进行随机性匿名问卷调查和访谈。接受调查共320人，平均年龄20.8岁，平均年级为2.1年级。

实践引言：经济腾飞的中国，人们无时无刻都在体验消费，随着当今社会经济的高速发展，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、价值观的形成与发展，进而对我们的职业以及今后人生走向产生重大的影响。因此，关注大学生消费状况，把握大学生消费心理，引导大学生消费趋向成为当代大学生共同关注的课题。

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欲望——追名牌、追流行。许多大学生就是这样以拥有各类名牌(而不是用优异的学业或特殊的才华)作为炫耀的资本。

张志祥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。

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。注意发扬勤俭节约的传统美德，自觉抵制不良消费风气影响。

**大学生消费调查报告总结篇二**

调查人：袁悠悠、郑慧梅、张园园、张苗苗 调查方法：抽样问卷调查

调查分工：问卷有小组四人设计，经讨论后确定(见附件1)。有小组四人在不同地点发放问卷，数据统计有小组四人完成，小组私人并对统计结果进行讨论总结得到以下感想，并有袁悠悠执笔完成初稿，经小组讨论后修改成文。

本次问卷调查共发放问卷100份，回收95份，回收率95%，其中大一53份，大二42份，男生占52.6%，女生占47.4%;理工类学生占75.8%,文科占24.2%.调查遵循全面性、随机性、真实性、合理性和科学性的原则。并对调查结果做了正确的处理和详细的分析，并对得出的结果提出了可行的建议。

消费是社会在生产过程中的一个重要环节，也是最终环节。它是指利用社会产品来满足人们各种需求的过程。消费又分为生产消费和个人消费，前者是指物质资料生产和生活劳动的使用和消耗;后者是指人们把生产出来的物质资料和精神产品用于满足个人生活需求的行为和过程，是生产过程以外执行生活的只能，它是恢复人们劳动力和劳动力再生产不可缺少得条件。通常讲的消费是指个人消费。生产决定消费，消费反过来影响生产。因为只有在消费中产品才成为现实的产品，冰川造出了新的生产需求。但生产的目的并不是为了消费，例如资产阶级就是以剥削雇佣工人所创造的剩余价值作为目的，这就决定了我们的消费被限制子一个很小的范围内。同时社会主义生产的目的就是为了满足人民日益增长的物质文化生活的需求，这就消除了生产和消费的对抗矛盾关系，并且消费也成为推动整个社会发展的强大动力。

消费市场中，大学生最为一个特殊的群体，消费状况受到家庭和社会条件的影响。这次我们对虎溪校区的在校大一大二学生的消费状况作了调查，并在具体的消费方面做了详细的统计。整体上消费出现多样化的特点。消费观念和消费结构也各有不同。通过这次调查可以对他们的心理特征、行为习惯和行为特点有一些基本的认识，同时也可以暴露出一些非理性的消费现象。希望能通过此次问卷调查能够培养和提高他们的消费观念和理财观念，引导并一同事我们走行健康消费的道路。

问题一：大学生的基本月消费额大体上不高，但也有少数消费额令人担忧。

(1) 消费额的比例:本次调查400元以下的消费者占

11.56%,400—600元占42.2%,600—800元的占25%，800以上的占21.15%，其中男女比例基本上为1:1。(由问题一可知)

结论分析：通过以上数据我们可以得知大学生的消费节约意识不是都很强，因为我们的消费资金主要是来自于家庭收入，少数是来自于自己的兼职，大家都知道可怜天下父母心：他们不可能让自己的孩子在学校因为资金问题而影响自己的学习，所以一般他们都会给较为充足的钱，可是有些同学正是因为有了这样的想法之后而不加节制的花钱。同时另一方面还能反映出大学生的自我调控能力还不是很强。无论是在校内还是在校外，他们看见自己喜欢的东西一般大约有一般的人都会选择购买，这个结论也可以从问卷中的问题反映。(第九题中，选是的占53.35%，否的占46.65%)所以正是因为有了这样的随意性，导致了一部分人的消费额的增多;同时又因为现代交流技术的发达，各种社会活动的增加，城市生活的氛围的蔓延和大学生心理、生理的成长的开始。所以不可避免的谈恋爱等诸多情况的出现均造成了部分人的消费额增多。整体上还是令人满意的，因为在400—600之间的还是有很大一部分的同学。反映出了大部分的同学消费观念还是可以的。毕竟我们大部分人都已经在逐渐成熟，认识到挣钱不容易，因此他们在消费的时候还是比较谨慎的。

他们尽量会选择那些物美价廉的商品，而不是一味的追求高品牌。因此消费整体上还是令人满意的，个别情况有待改进。

(2) 消费额的分配问题，由问题2、3、10、11、13、15

可以得出。消费得主要方面仍然是以吃饭和衣物为主。吃饭的比例占87.2%,衣物占10.4%，其他生活消费占10.15%其中生活消费又包括精神消费和生活消费，手机消费和心理消费。

结论分析：由以上数据分析可知消费层次趋于稳定，大学生消费种吃饭是一个比较重要的问题。当然比例就会较大，但是除了吃饭以外的消费，我们还可以得到以下的结论，衣物消费还是稳居高峰。究其原因，我们可以从以下几个方面说，因为衣物是一个人的外表，我们进入了大学如同进入了一个小型社会，在这里我们会注意自己自己的外表，外在形象，因为形象对于人际交往是一个很重要的条件，好的形象会给人留下好的印象。所以购买衣物就在情理之中了。其次，我们还要学会交流，不仅仅是会面，还有一些通讯工具的使用，如手机、上网等，因此在消费的比例中有占很大的比例。(11题中可知，30元以下的占25.9%,30—50的占54.15%，50—100的占14.55%，100以上的占5.45%)。这也是一种很普遍的现象。但是手机消费又不单单与日常消费有关，跟个人的性格也有很大的联系。如性格开朗喜好交友的人一般会多交流，其消费额就会相对较高。当然不能片面的说性格内向的同学就消费低，他们可以通过网上不是正面的交流来满足自己的心理需求。

(3) 消费人数的范围：有所有的关于消费额的问题都可

以看出每个消费额的人数基本持平。

结论分析：由于在校的大学生来自不同的地区，而调查范围有较为广泛，由于地域差异和性格的差异，家乡的风俗以及生活习惯的不同，会从不同方面影响我们的消费额。所以各个消费段的人数不是有很大的差别。同时也符合多样化的原则。毕竟不会出现极端化的现象。总体消费还是趋于理性的。

问题二：大学生的消费规划的学习和实践(即对消费的合理规划和合理消费的具体表现。

(1) 消费技巧(此问题可以有9、17、18看出)关于消费技

巧我们从问卷分析和总结可以得到这样的结论:我们的消费技巧还不是很成熟。因为在“看到促销产品是否会购买”时，有46.5%人会选择购买，而53.5的人不会选择购买;在与同伴一起上街买东西的时侯，大部分人都不会选择砍价，只有42.25%的人会选择是。由此可见消费技巧并不适合得心应手。

纸上还是电视上都是屡见不鲜的。我们大学生作为生活主题中的重要消费者有必要学会讲价技巧。因为我们大学生已经是成人，马上要独立承担起各种那个家庭和社会上的责任。我们有必要有足够的生活技巧，才能面对着难以捉摸的社会。当然从另一方面来说，人的本质是社会属性，所以我们不能脱离这个社会。我们要有自己的主观意识和对自己消费权益的保护，是我们不至于受到侵害。

(2) 消费限额(此问题可以由8、9题反应)对于每月的消

费额58.8%的同学会有限制而41.2%的人不会限制。第9题“对于看到喜欢的东西，但本月消费额已满是否会购买”，46.65%的人选择是，53.35%的人选择否。由此得出消费限额是个人的生活习惯，具有多样性、不确定性。

活方式的不同，这一认识也会有片面性。除了精神方面的无限制，我们在物质方面也会没有限制。如17题“与同伴一起逛街时，看到同伴购买东西时，是否会跟随购买“，仍有47.55%选择购买，因为没有限制，这也是造成问题(一)的重要原因。

问题三：消费态度基本令人满意，大多数人还是能够拥有正确的消费态度，但少数人的思维仍有些偏激。

(1) 消费倾向(由问题六 ，在购买商品是会偏重于什么。

有调查结果显示：价格倾向占29.9%，质量占18.9%，款式占13.9%，三者兼顾的占37.35%)由此可以看出消费倾向还是比较合理的，大部分人会选择三者兼顾。

结论分析：当今社会价格、消费的质量、潮流已经成为吸引大学生的主要因素。从结果来看，讲求实际的理性消费还是当前大学生消费的主要观念 。因为在当今大学生的消费中价格、质量还是占据举了重要的部分。究其原因，因为大学生本身是一个消费者，很少是一个生产者，大学生的前基本上是来自于家庭，自己本身即使挣钱的话，自己挣得也不多，更能体会到钱的来之不易。因此从一定程度上影响消费观念的形成。大部分人在购买东西的时候，花费就比较谨慎，并且大部分都是为了满足自己的基本生活需求。不会去购买那些没有特大实用价值的东西。

(2) 消费节约意识(此问题可以有20题得出结论，有91.8%的认为应该节约消费，还有12题也可以看出，有70.55%不会进行一次奢侈消费)。可见同学们的节约消费意识还是很强的。

结论分析：我们当今是处于一个资源较为贫乏的社会，我们的国情决定了我们要选择节约消费。这不仅是我们的行为准则，更是当今社会所要求的。可是随着“拜金主义”和“享乐主义”的出现会影响这种良好的氛围，因此我们要严格自己的行为，做真正的有利于社会发展的新型大学生。我们正处于受教育的阶段，我们要树立这种意识。作为21世纪的接班人和建设者，我们有必要进行节约意识的提高。才能够好的实现国家以后的可持续发展以及资源节约型社会的构建。

建议与构想：当前我国正处于激烈的竞争社会，我们国家正处于经济转型的阶段。虽然经济同往昔相比已有很大的提高。但是仍需继续的努力。而我们作为未来社会建设的栋梁，引导大学生继续保持艰苦朴素的作风还是很有必要的。我们要反对奢侈浪费，盲目攀比，过高消费等不良的消费习惯和风气。加强大学生的健康消费理念的培养由于塑造，在当前的国情下还是与巨大意义的。以下从问卷中反映问题并得以反思可以总结出以下的建议:

(1)加大对大学生消费心理和消费行为的调查研究，使用教学相结合的方法，从老师层面上来讲应当更注重从此能力方面和行为方面加以指正，从我们的日常行为中发现问题并加以改正，有助于我们形成正确的消费观念。

(2)培养大学生的理财能力。即正确的认识金钱和运用金钱的能力，是反对拜金主义深入人心，从而有利于我们走向消费合理化的道路。

(3)大学生应该形成良好的消费风气，良好学风是很重要的。作为高校的我们更应当注重我们自己心理和行为，以便我们学业的成功追求。同时良好消费风气还可以促进良好学风的形成。因此学校可以设计文化建设方面的关于“健康消费理念”的活动主题并且坚持这种良好的行为习惯。

当然作为大学生我们应该从以下几个方面来规范自己的行为：

(1) 增强自己的独立意识，增强自己的理财能力。现今

的我们更应该懂得如何在激烈的社会生存下去。独立的理财能力似乎成了重中之重。现在的理财能已经不是简单的四则运算，不是简单的收支平衡，它是需要对上述问题即消费额、消费规划、消费态度的一个整体认识。我们不是一天就能把自己的消费习惯建立起来的，这是一个比较长的过程，甚至我们一生都要面对这样一个问题。因此我们要摒弃自己的盲目冲动，而是提倡自己的理性思考。

(2) 我们应当克服攀比，树立正确的消费态度，树立适

应潮流发展的价值观。给自己理性定位，毕竟我们每个人的家庭背景和社会关系各有差异。因此攀比就跟不应该提倡。虽然我们提倡竞争，但在生活层次我们应当根据自己的客观条件，这里的竞争在一定程度上是没有必要的。我们应该明确自己的心理趋势和现状，合理消费和合理的取向才是我们应该做的。

(3) 我们应当从实际做起。每个人知道我们应当节约消

费，但是还是有一部分人会进行奢侈消费，偶尔的奢侈消费是为了满足自己某方面的需求，但是过度的奢侈消费势必会影响正常的生活和学习。因此我们不应当只在口头上说，更应该体现在我们的实际行动之中。从每一次消费做起，让我们更加理性和成熟。

**大学生消费调查报告总结篇三**

二、大学生服装消费调查概况

三、调查问卷分析

四、调查结论总述

五、对服装消费与生产的建议

领跑小组

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。他们的消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响他们世界观的形成与发展，大学生消费具有多样化，复杂性等特点。作为大学生消费的重要组成部分的服装消费，几乎是大学生日常消费中的除食品消费外最重要的消费开支。因此通过对大学生的服装消费的调查和研究，我们可以及时把握大学生消费的最新动向，对我们引导大学生树立正确的消费观念，以及对整个针对学生服装生产销售产业提供参考。处于以上的目的我们进行了以下针对大学生服装消费的调查报告。

(一)调研目的

通过对大学生服装消费的调查，了解大学生日常服装消费和日常消费情况，进而引导大学生树立正确的消费观，以及对整个针对学生服装生产销售产业提供参考。

领跑小组

(二)目标群体

河南城建学院东校区在校大学生，包括大一到大四四个年级。

(三)调研方法

本次调研采取问卷调查，通过调研人员的问卷发放，对在校的四个年级的同学进行抽样调查。抽样调查采取分层抽样法，根据四个年级的人数进行分层抽样，以此来收集数据。其中年级人数比例为8：8：3：1(大一：大二：大三：大四)。

(四)调研过程

12月1日到2日，设计调研方案;3日到5日，设计调研问卷;6日到9日，进行问卷调查;10日到12日，书写调查报告。其中，在问卷调查过程中，不对被访者进行过多的谈论，尽量收集到被访者真实的数据，不对被访者进行诱导或是随便自己进行填写，而且尽量减少被访者受到过多的环境因素的影响。调研结问束后留下被访者的电话，以便对调研数据进行验证。调研结束后注明调查员姓名以及调查地点和时间。本小组共发出205份问卷，实际收回204份有效问卷。

(五)问卷整理

在问卷调查结束之后，由组长组织组员对问卷的内容进行分析，得出具体的能够反映调研主题的数据，然后对数据再进行分析，预测大学生服装销售行业的前景，以及对大学生的服装消费以及服装生产厂家提出一些合理化、科学化的建议。

领跑小组

(六)调查效果

在收回的204份问卷中存在4份不认真填写的问卷，其他的效果还可以，大部分问卷还都是认真填写的，这对于问卷的分析和数据的整理都起到了很大的帮助。

1.性别构成根据调查的样本统计，在调查中男生占51%，女生占49%。(其中系别以管理系为主，另有土木系与数理系的部分同学)

2.月生活费：每月生活费在400元以下的占34%，401-500元的占38.5%,501-600元的占17.5%，601-800元的占7.5%，800元以上的占2.5%。由此可以知道现在大学生的生活水平以及他们的购买力，并且大部分同学的月生活费在500元以下。

3.购衣周期：一星期购衣一次的占2%，一个月购衣一次的占12%，两个月购衣一次的占27%，一季度购衣一次的占59%。通过此项调查可以得出受访者的购衣频率。大多数的同学是一季度买一次衣服，这说明大部分大学生的购衣频率并不是太高。

4.每次购衣的花费：

表1.夏冬装购衣花费比例表

夏装

50元以下

150元以上

29.5%

42.5%

19.5%

13.5%

冬装

100元以下

300元以上

24%

51.5%

17%

7.5%

领跑小组

从表1中可以很明显的看出夏装的价格大部分处于51-100元这个区间，冬装大部分处于101-200元这个区间。由此可见，服装花费在月生活费中所占的比重相对来说也不算是太高，但还有部分人的服装消费过高。

5.对自己服装消费状况的感觉：觉得高的不知所措的占4%，觉得较高的占28%，觉得刚好的占53%，觉得低的一塌糊涂的占2%。由此可以得出有一半以上的同学对自己的服装消费较满意，并且他们对自己的服装消费也比较理性。但还有30%多的同学觉得自己的服装消费较高。

6.购衣方式：

由图1可知，大部分大学生都是和同学、朋友一块去购衣的。其中网上购衣的比重占的很低，但这也从一个侧面反映出网上购衣有着很大的潜力，随着经济和科学技术的发展，网上购衣甚至是网上购物都将是一个很大的市场。

领跑小组

7.购衣时间：根据调查样本显示，新货上市时购衣的占9%，促销打折时购衣的占34%，换季时购衣的占33%，其他时间购衣的占24%。数据显示，促销打折和换季是大学生购衣的主要时间段。

8.购衣场所：

从图2中我们我们又可以很清晰的看出，大部分大学生还是在专卖店中购衣，这说明大学生购衣还是注重服装的品牌与质量。但是在大型百货商场和中低档批发市场的消费也不低，究其原因是在这些地方衣服的款式和价格起到的主要影响。

9.购衣原因：根据调查样本显示，适应季节变化的占66.5%，衣服出现问题的占15.5%，追求潮流的占3.5%，社交需要的占4.5%，其他的占10%。由此可见，适应季节变化是大学生购衣的主要原因。

10.服装搭配:此项调查是关于大学生是否注重服装的搭配问题，结果显示，很注重的占15%，一般的占62%，不太注重的占17%，不注重的占6%。由此可以得出对于服装搭配，大学生还是一般注重的。

领跑小组

11.购衣着重考虑因素：

从图3中我们可以得出，大学生购衣着重考虑的首先是舒适度，其次是价格，再次是款式。至于品牌，还不是太注重考虑。这点就可以证明了大学生购衣场所在大型百货商场和中低档批发市场也比较多的原因。还有，商家也可以从做工与面料方面入手，毕竟这两方面所占的比重也不是太小。

12.服装类型:根据调查显示，喜欢休闲型的占65%，喜欢运动型的占19.5%，喜欢时尚型的占9.5%，喜欢职业装的占1.5%，喜欢其他类型的占4.5%。由此可见，休闲型的服装在大学生服装消费中所占的比重是最大的。分析其原因，从购衣考虑因素中我们得知衣服的舒适度是主要的原因，而休闲型的服装恰好满足了大学生在这一方面的需求。并且一般大学生在大四之前很少出席一些比较正式的场合，所以职业装的比重就比较低了。

领跑小组

13.理想服装的特点：经久耐穿的占12.5%，方便洗涤的占7.5%，舒适得体的占71%，实用性强的占10%。通过此项调查可以得出，大部分大学生都希望穿到舒适得体的服装，这就与上面所分析的相照应了。大学生总归还是注重服装的舒适度，所以服装生产厂家可以就此方面入手，进行生产销售。

14.服装对个人形象的重要性：认为很重要的占30%，认为比较重要的占54%，认为一般的占15%，认为不重要的占1%。这项调查说明大部分大学生认为服装对个人形象还是比较重要的，这也就可以进一步的说明大学生注重服装的质量、舒适度的原因了。

15.服装品牌的喜爱度：

由图4可见，一般的比重近于一半。这充分证明了品牌在大多数的同学购衣中确实占据不了太大的影响，大部分大学生对服装品牌的喜爱度并不是相当高。

领跑小组

根据各个调查员的调查以及上述的问卷分析，由于受访的大学生家庭情况不同，大学生的生活费也高低不等，从而在服装消费上的表现也就参差不齐。有少数家庭条件优越的同学服装消费较为奢侈，追逐名牌，且购买服装的周期很短，花费很高。大多数的同学购买服装的态度较为理性，能够自己实际的经济状况来确定购买，并且购买服装更趋于舒适、实用，对品牌的追捧也并不那么热切，购衣时机也往往在换季之时，购买服装的周期较长，多为一个季度，且花费中等。还有一小部分同学，因为家庭条件比较贫困，经济实力有限，服装消费的水平很低。但其中有部分同学的消费观念不是十分的理性，因为爱面子、爱慕虚荣而喜欢攀比，即使经济实力有限，在服装上的消费也颇高。除此之外，同学们多因为季节变化而带动对服装的消费需求，同时也比较看重价格、款式，对那些打折的品牌服装比较青睐。

大学生的服装消费层次差别较大，两极化现象也较为突出，但从整体上来说，大学生的服装消费还是比较理性的。

(一)对大学生服装消费的建议

首先，因为两极化的存在，所以大学生一定得树立良好的消费观念，不要只顾着攀比、超前消费，迷失了自己人生的方向与目标。

领跑小组

修养，穿着再平常的服装我们也是高尚的人;而那些卑鄙无耻之徒，即使穿着多么前卫、多么时髦的服装，也裹不住他那颗肮脏的心。

第三，衣服够穿就行，何必买那么多呢?我们不能否认那些家庭条件优越的同学三天两头的去逛街买衣服，但是又何必呢?有再多的衣服比得上有更多的学问吗?有再多的衣服比得上有更健康的身体吗?所以在此建议这些同学一定要控制自己购衣的频率，注意适度。

最后，对于服装品牌的问题，大部分同学并不是太注重服装的品牌，更注重的服装的舒适度与质量。而在这两方面做的比较好的也往往是那些知名的品牌，一些批发市场上也确实买不到什么好质量的服装。但是，在同学们购买品牌服装时一定要从自身的实际出发，从自己的经济水平出发。名牌没有错，有错的是我们心中对名牌的追捧与崇拜。

(二)对服装生产厂家的建议

基于以上分析的结论，建议服装生产厂家应根据大学生的实际情况来制定生产规模和营销策略：

第一，大学生无经济来源，多数是靠父母提供，基于此，厂家生产的服装定价不宜过高，要让大学生得以接受。诚然不同地区的生活水平是不同的，厂家也可以对所要进入市场所在的地区进行调研，了解一下当地的消费水平，进而进行定价销售。

第二，大学生正值双十年华，内心本来就喜欢休闲时尚类型的服装，所以厂家可以在服装的款式、面料以及做工等方面入手，进行一下更深层次的市场调研来了解大学生更喜欢的服装类型的特点。

领跑小组

第三，大学生购衣多是由女友、朋友、同学等陪同，建议厂家生产一些特别服装，如情侣装、兄弟装等可供两人或多人穿的组合装。并且还要在宣传方面做好工作，如此可增加销售的连锁性。

第四，在换季之时，也正是大学生购衣高峰期，应加大营销力度，采取种种优惠活动，抓住大学生的购衣需求时机，进行打折、赠送等促销活动。

领跑小组

附录：

(一)营销调研立题

调研要解决的问题：市场调研是市场营销的第一步，在这次调研中主要是锻炼同学们的工作能力，让同学们学习到一些调研技巧和加深对市场营销的认识;另外就是对大学生目前的服装消费状况进行一下了解，从中得出结论，并总结出原因。

调研课题：大学生服装消费调查

调研提纲：一、大学生服装消费调查背景

二、大学生服装消费调查概况

三、调查问卷分析

四、调查结论总述

五、对服装消费与生产的建议

(二)调研信息索引

一、参考文献

1、主编：祖立厂范应仁《市场营销学》，科学出版社20xx.9§3

2、主编：高金章《市场调查与分析》，立信会计出版社20xx.8

二、资料网址

2、formid=12599

问卷资料参考

领跑小组

(三)大学生服装消费调查问卷设计

大学生服装消费调查

除有特别提示外，以下问题均为单选题，请在横线处填写所选答案序号。

您所在院系\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年级\_\_\_\_\_性别\_\_\_\_\_

q1.您平均每个月的生活费是\_\_\_\_

q2.您一般每隔多久购买一次衣服\_\_\_\_

1.一星期2.一个月3.两个月4.一季度

q3.您每次购衣的花费为夏装\_\_\_\_

冬装\_\_\_\_

q4.您觉得您现在的服装消费情况怎么样?\_\_\_\_

1.高的不知所措2.较高3.刚好4.较低5.低的一塌糊涂

q5.您日常穿着的服装一般是由\_\_\_\_

1.自己购买2.和朋友一块购买3.和家人一起购买4.网上购衣5.其他

q6.您购衣的时间一般为\_\_\_\_

1.新货上市2.促销打折3.换季4.其他

q7.您喜欢去的购衣场所为\_\_\_\_

1.大型百货商场2.专卖店3.中低档批发市场4.其他

q8.您购买衣服的原因是\_\_\_\_

1.适应季节变化2.衣服出现问题3.追求潮流4.社交需要5.其他

q9.您是否注重服装的搭配\_\_\_\_

1.很注重2.一般3.不太注重4.不注重

q10.您购买服装着重考虑的是\_\_\_\_(可多选)

1.款式2.价格3.舒适度4.品牌5.做工6.面料

q11.您喜欢的服装类型是\_\_\_\_

1.休闲型2.运动型3.时尚型4.职业装5.其他

q12.您心中理想的服装应该是\_\_\_\_

1.经久耐穿2.方便洗涤3.舒适得体4.实用性强

q13.您觉得服装对个人形象的重要性\_\_\_\_

1.很重要2.比较重要3.一般4.不重要

q14.您对服装品牌的喜爱度\_\_\_\_

1.很喜欢2.喜欢3.一般4.无所谓

q15.您觉得大学生服装消费现状如何?

**大学生消费调查报告总结篇四**

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

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zui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zui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。

个性与文明树立科学的消费观念

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。

第一，发展个性消费

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。

第二，消除不良消费

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。

第三，提倡适度消费

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。

第四，倡导消费文明

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。

**大学生消费调查报告总结篇五**

消费，是每个人每天都必须做的一件事，是生活的基础。而大学生作为一个特殊的消费群体，是时尚的风向标，也是时尚的追随者。在某些时尚领域，起的领导作用甚至超过一些大红明星所起的作用。在当前的经济生活中，改善消费构成方面同样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。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一名朝气蓬勃的大学生，本着对中国经济的深切关注的态度，通过深入调查和手机数据，我完成了这份《调查报告》，并力图从消费意向、消费意识和消费心理上解读学生们的消费现状和消费趋势。

随着高等教育的普及，高等教育市场化运作日趋明显。进来高校大规模的扩招，使越来越多的学生走进了大学的殿堂。大学生消费市场作为越来越多地成为人们关注的焦点，“再穷也不能穷孩子”，父母用这样一种观念诠释着大学生消费观念。因此父母亲们对教育进行的高额投资，也让大学生的消费能力高出了一般水平。那么如何正确面对这一消费市场呢？为此，我分别对苏州市职业大学部分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内容的分析：

1、过于盲目消费，感性多于理性

对于大学生来说，大家的主要经济来源还是父母的生活费。没有自食其力的经历，不知道赚钱的难处。此外，由于大学生还没有形成完整的，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的同学影响而产生的随机消费，冲动消费，比如，很多大学生都用苹果手机之类的高端机，这就是一种互相攀比引发的消费，觉得别人都有自己没有会很没面子，这种消费心理是很不健康的，是很危险的。

2、追求时尚和是不老的话题

很多大学生都会买一些品牌的衣服或生活用品。这种消费在一定程度上会导致攀比消费，比如上述有同学用苹果手机，这也就是一种崇尚品牌的消费观念。消费应该建立在自己的亲身实践上的，比如自己用过某种肥皂觉得不错，那么就可以一直用下去，这里并不是说不提倡尝试多元消费，只是不提倡过分的品牌消费。

3、消费倾向多样化

在这个物质生活与精神生活日益丰富的时代，当代的大学生已不再满足于宿舍、教师、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，大部分学生会去旅行，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。

1、储蓄观念淡薄，理财观念需培养和加强

绝大多数的学生的经济来源是父母给的生活费，自己并没有亲身经历过赚钱的不易，因此没有节约的观念，更没有存钱的理念。有很多同学是月初是‘高富帅’，月底‘穷屌丝’的状况。没有养成对自己生活费做一个合理规划的习惯，总是有一分钱就花一分钱。

2、消费水平两极分化

不得不承认有一部分同学还是很懂事的，不会乱花钱，甚至会自己想办法赚钱。这就与那些过度消费，乱消费的同学形成了鲜明对比。有的甚至一顿饭钱够其他学生吃一天。据观察这种两极分化现象在一些男生比较严重，而女生多少会比男生更懂事，节约一点。

3、消费结构存在不合理

针对这一点，我发现女生更为突出，有些女生的生活费一半是用来买衣服、玩偶及化妆品的，而自己的饮食消费所占比例则很小不吃饭是不行的，我相信父母给的生活费主要还是应该用来吃饭的。

4、恋爱支出过度

进入了大学，自由了，也有时间和精力了。因此很多学生会找个对象，谈个恋爱，在调查中方我发现，一部分谈恋爱的大学生每月大约支出200-300甚至更多，最少的也有150元左右。他们大多是为了追求情感需要而物质投入的，因而经常难以理性把握适度消费的原则。这是很不理智的消费。这种不理智的现象尤其是出现在男方身上，然而，有趣的是，少数女生也会有这种现象。爱情的盲目力量是不可取的，要在恋爱的甜蜜中保持一种理性的消费。

以上就是我的调查所得的结论，也许我的数据不够权威，也许我的分析不够准确，但我有自己的角度，自己的眼光，自己的方法，它代表我自己的声音。

1、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，要有一定的自制能力，不能盲目地陷入感性消费的误区。

2、大学生也要具有消费者的维权意识，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。

3、对大学来说还应该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。

每一个大学生都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的矛盾使得大学生消费呈现出不同一般的状况，大学生消费受到方方面面的影响，也会影响者方方面面。因此大学生消费市场随着经济的发展，高校的大规模的扩招越来越显示出它的重要性。大学生消费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努力下，大学生消费水平越来越好，越来越合理。

**大学生消费调查报告总结篇六**

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1998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七**

大学生对消费的看法和观念、心理。

（一）理性消费：在消费结构中发展资料占的比重呈扩大趋势。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。根据本次调查显示被调查的大一的男女同学中有1/2多数每学期在教育学习方面的投资在200元以内，而被调查的大三的男女同学中则约有半数的同学在这方面的投资在400元以上。这说明刚入学的大一的学生已经有了要完善自己的追求，但是在为自己设定目的和计划的同时，投资比较谨慎；而大三的学生经过了两年多的大学生活，多数为自己设计了确定的目标（考研、攻读各种资格认证、英语过级考试等等），这些教育投资对他们就业及实现自我价值是必须的。

（二）存在着若干问题：过分追求时尚和名牌，存在攀比心理。通过个别调查和访谈，我们得知：为了拥有一款手机或换一款流行的手机，有的同学情愿节衣缩食，不惜牺牲其他必要开支；有些同学为了一件名牌衣服、名牌鞋帽，甚至向别人借钱以满足欲望。反映出一些学生不懂得量入而出，受虚荣心的驱使极易形成无休止的攀比心理。

人际交往消费过度，主要体现为通讯支出和恋爱支出。通讯开支大，拥有手机的同学占被调查总人数的三分之二强，月消费高于80元的占40.3%，将近被调查人数的一半。说明学生手机消费不理性、高开销的情况存在而且颇为严重。16.2%谈恋爱的大学生每月大约多支出100—200元左右，他们大多承认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。经济独立意识较弱，理财观念淡薄。在被调查的345人中有39人根本没有作过家教或兼职，而那些作过家教或兼职的同学也是抱有不同目的，1/2的学生是为增长社会经验，14.2%的学生以渴望独立为目的，以“补贴日用”为目的的比例占到23.2%，如果把“渴望独立”看作是主动的独立意识的话，那么“补贴日用”则可以看作是被动的独立意识。把前两者合计到一起来看拥有独立意识的学生比例也只占到被调查者总数的1/3强。当然也有12.5%的学生是抱着闲着没事的态度。显然，大家这方面的意识比起欧美发达国家的同龄人16岁就要求经济独立来说，差距较为明显。

（1）从心理学角度分析部分学生的消费误区和偏颇的消费心理

个性自觉引起的消费自主心理导致学生消费的盲目性，部分学生消费没有计划，随意性强。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。

尊重需要而引起的消费炫耀心理在学生消费中表现为重物质消费，轻教育投资。在马斯洛的需要层次论中，尊重需要居于生理、安全、友谊和爱的需要之上而处于较高级的第四层次。大学生有着强烈的尊重需要，他们多方面的努力在相当程度上都是为了建立自尊和他尊体系，以实现其自我价值。炫耀心理实际上是一种超越自我客观价值的自我虚构，表现在生活消费领域，就是对物质生活的高追求。大学生中有许多以拥有各类名牌而不是用才华作为炫耀的资本，这实际上反映出他们心理上的一个症结：用富裕的物质生活来充实美化自己的形象，以求得自尊的满足和心理的平衡。这种现象的扩散，会在一定范围内形成重物质消费的风气。

从众心理和求异心理是大学生消费攀比心理的心理学动因。大学生们在推崇世俗化的物质享受时，在群体消费行为中往往会滋生独领风骚的畸形心理。这样，相互攀比现象就有了产生的土壤。攀比心理表现在看似相互矛盾，实则本质相同的两个方面：一是从众心理，即被大多数人所接受的事物，个人也基本上乐意接受，大学生也不例外；二是求异心理，这种心理状态的存在，使某种时尚满足了大学生一时审美的心理需要之后，又必然会产生新的需要，渴望消费再有新变化和创新。

（2）高校思想政治教育的内容中缺少对学生健康消费观的引导

当前的大学生能够全方位地与社会接触，当他们受到享乐主义、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。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，不能正确引导自己的子女。因此，我们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：

在高校缺乏对大学生消费心理和行为研究。高校思想政治教育要真正达到有效性目的，就不能缺少对学生实际行为的了解与把握。近年来高校思想政治教育工作虽然在不断的改进，也取得了较大的进展，但是由于科研条件、人员配置等客观原因和思政教育工作者的主观认识等原因，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。

校园文化建设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、基本生活用品等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。把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，作为校园文化建设的一项主要内容，这也是高校思想政治教育一个非常重要的内容。

（3）社会上的不良风气是大学生健康消费观的形成的影响因素

社会上非主流的享乐主义消费观，给大学生带来了很深的影响，是造成大学生消费观念偏颇的主要因素之一。改革开放以来近30年，我国一直以经济建设为中心，经济持续快速增长，人民生活水平也不断的提高。部分先富起来的家庭消费方式有了很大的变化，传统的消费观念不断受到冲击。大学生的消费心理处在不成熟的阶段，互相攀比的消费心理较为普遍，直接影响到了大学生的消费观。

近年来消费主义的价值观在我们的社会中逐渐上升，当然也对在校的大学生产生了影响。按照这种价值观，一个人是不是值得尊重，是不是有品位，主要取决于他的消费水平。一个人的消费水平越高，消费能力越强，就越是能够证明他的成功。在中国，应该说是先富起来的那部分人首先接受了这种价值观，然后又逐渐辐射、传染到其他社会阶层，最后演变为一种国民的集体无意识。

构建节约型社会是我国规划的重要任务之一。构建节约型的消费模式是解读节约型社会的一个重要方面。用节约型的消费理念引导消费方式的变革，在全社会树立节俭、文明、适度、合理的消费理念，大力倡导节约风尚。当代大学生是未来社会建设的栋梁，引导他们继续保持艰苦朴素、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，在当前构建节约型社会的大环境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，可以从以下四个方面着手：

（1）加强对大学生消费心理和行为的调查研究。

在思想理论教学中，我们应该大力提倡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。今后我们应当重视和加强对大学生消费状况的关注，注重在研究他们的消费心理与行为中发现问题和解决问题。当然，调查研究是一个艰辛的过程，但是作为教育工作者应该首先培养自己刻苦钻研的科学精神、实事求是的科学态度、理论联系实际的科学思维。

（2）教育学生要树立艰苦奋斗、勤俭节约、科学的消费意识。

引导他们在考虑个人消费时不忘光荣传统，科学规划安排，是个人消费标准与家庭相适应。当然，在社会主义市场经济条件下，从不断推动社会经济发展和繁荣市场这个角度看，需要鼓励人们积极、合理消费。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。思政教育工作者要及时客观的分析社会上的消费主义现象，引导学生形成积极的心态，作一个清醒的消费者。

（3）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。财商是与智商、情商并列的现代社会三大不可缺少的素质。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。我们应该围绕这两方面的内容，在思想政治课和德育课的教学活动中设计生动活泼的教学形式以达到教育目的。

（4）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。

高校校风建设应该把握育人第一位的原则，重视大学生为人处世每个环节的教育，重视培养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。建议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。塑造节约型的校园理念，利用校园环境影响大学生理性健康的消费习惯的养成，形成良好的生活作风，向社会输出具有健康理性消费习惯的社会成员。

大学生要控制欲望，不要盲目炫耀，更不能攀比；多把心思放在学习上；购物时不要急于出手，多参考别人的意见。另外要学会理财，制定每月的开销计划，进行消费记帐也是大有帮助的。理财其实也是一种管理能力，如何去管理自己的财富，进而提高财富效能，如何去规划、管理自己的生活能力。

我们关注消费和理财，希望可以探讨到我们大学生自身的一些消费特点，以使我们今后可以更理性的消费，更明白的消费。

**大学生消费调查报告总结篇八**

消费，是生活方式研究的重要组成部分，学生作为一个特殊的消费群体，在当前的经济社会，尤其是在引领消费时尚、改善消费结构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学生的生活状况和价值取向。本报告是我秘于学生消费状况，这份报告通过全组人员在自己的社交网络发放调查问卷，应用相关的统计工具进行分析，探讨了当代学生的消费状况，并且分析了影响其的众多因素。希望此份报告能对关心学生消费状况的人们有所助。

随着社会经济的飞跃发展，当代学生作为社会消费中的特殊群体，有自身消费群体不同的消费意识和消费方式，并在参与消费文化的过程中产生一定的社会影响，学生的消费现状映了学生的\'现实消费倾向和未来的消费走向，对于研究消费经济和市场需求有重要意义。学生消费观念映出了学生的生活现状以及价值取向，研究学生的消费观可以把握当代学生的思想和行为特点，对于高校的思想道德建设和教学治理都将产生直接影响。关注学生的消费行为，引导其正确消费，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。

(一)调查目的：

1.调查当代学生的实际消费与自身条件之间的联系及；

2.调查当代学生消费的合理规划性、理性和成熟性；

3.调查当代学生消费结构和主要消费项目及消费心态及个人心中理想的消费状况；

5.通过调查并对结果的发布，希望结果能令当代学生深省，意识到合理消费的重要性。

(二)调查时间：20xx.12.18——20xx.12.23

(三)调查范围：当代学生

(四)调查对象：全组成员的社交网络中的学生

(一)样本：本研究的调查对象是全组人员在社交网络上的在校学生朋友，调查采用在社交网络上发放调查问卷的方式进行。在发放了调查问卷后，经过六天的调查问卷提交量，我们收到了155份调查问卷，为了鼓励学生有兴趣填写此份问卷，我们在提交调查问卷之后设置了一个自动抽奖的环节。

(二)分析方法：此份调查我们以学生月平均消费为因变量，以性别、专业、消费理念、社交娱乐及恋爱状况等为自变量运用交叉分析法并且部分数据采用分类统计法。

在收集调查报告后，根据专业的数据分析工具，我们可以看出98.06%的问卷从手机提交，剩余的1.94%来自于电脑提交。

(1)下图是我们对学生生活费来源的调查结果：

(2)下表是学生月平均消费状况表：

(3)下图是我们对学生消费理念的调查结果：

(4)接下来，我们又分析了不同专业的月平均消费状况：

(5)恋爱是影响学生消费状况不可或缺的因素之一，故而我们对这一因素也进行了分析：

通过这次调查，我们基本掌握了当代学生消费心理趋势及现状。学生的基本生活消费体上是现实的、合理的。但同时也存在着许多的问题，如攀比心理、不合理消费、不理性消费，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。学生中，培养立的理财能力、科学的价值观应是当务之急。我们有理由相信，在社会各方面的共同努力下，中国当代学生一定会形成一种更合理，更现实的消费观。

1.消费的理性化需求

享受与潮流已变成吸引学生消费的主要因素。从调查的结果来看，学生的消费观念与消费习惯，需要调整以及改善。所以我提出了消费的理性化需求。题目虽然说起来很，但做起来却需要我们从细处着手。比如对自己每天的消费情况进行记录，以方便自己查找超支消费的原因。也要同时做好对未来消费的计划与打算，做到心中有数，不能由着兴趣不加节制的扩自己的消费，从而导致自己的消费脱离了自己的生活档次。这两点在一定程度上也能保证自己在个人的生活水平下有个尽量好的享受水平。

2.拒绝奢侈品的消费

目前有的家庭收入很高，对学生的经济供给也较多，构成这部分学生消费的一种比较奢侈的格局，主要表现在旅游、娱乐以及电子产品等方面的消费上。这点在我们的调查中也得到了充分的体现。可见，学生的消费结构需要调整，当然这种情况的发生也是与我国当前剧烈转型的社会背景的必然性有一定联系。作为一个学生我们应该为自己、为家庭负责，减少那些只为虚荣心而存在的不良消费。

3.调整消费结构

中国学生的生活消费从20世纪的70年代至经济高速发展的前几年，有一个方面是一直在传承的，即学生消费的主要组成部分以饮食费用和购买学习资料、用品为主体。而在最近几年消费结构的失衡，不仅映了学习风气的恶化，也映了人心的浮躁与社会对于学生消费心理的影响。我们必须加以调整来使之适应我们的消费水平。

4.杜绝攀比心理，不过分追求时尚

现实中为了拥有一款手机或者换上一款最流行的相机，有的同学情愿节衣缩食，甚至减少自己的其他必要开支，又例如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，不惜向别人借钱以满足自己的欲望，都可以映出学生们不懂得量入而出，而虚荣心的驱使又极易形成无休止的攀比心理，从而导致循环的生成，所以我们必须杜绝自己的攀比心理。而对于不过分追求时尚，我们学生本来就应该以学习为主，这些次要的东西本就不应该成为每天最让我们操心的事。而在这方面的改进必然有助于学生好的消费习惯的养成。

5.经济的立意识与储蓄观念

学生作为接受先进知识，随时走上社会的专业人才，很有必要在学期间就尝试经济上的立，培养一定的投资理念，并发展属于自己的科学的储蓄观念。这对于将来管理自己的生活都是十分有意义的做法。不仅能够降低家庭的负担，让父母减少对于自己的担心，更能锻炼自己的投资意识与自我控制的能力。

**大学生消费调查报告总结篇九**

一、调查背景

随着经济社会的发展，大学生作为一个特殊的消费群体，有着不同于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，消费又受到限制。

消费观念的超前和消费实力的滞后，都对他们的消费又很大影响。

二、调查目的

了解市场调查的整个流程，实际执行一次电子问卷调查;

更好地经营本博客，满足大多访问者的需求，特组织此次问卷调查

三、调查对象及形式

向在校大学生发放电子问卷，问卷总共12题，11题单选必答题，1道选答题

四、调查结果及分析

通过此次对大学生消费观念的社会调查，对当代大学生消费行为特点产生的原因有了深刻理解。

影响大学生消费的因素是多方面的，主要有来自个人因素、家庭因素和社会因素、大众传媒以及市场中影响着消费决策的营销、文化等手段。

从调查结果来看，理性的消费观、讲求实际仍是当代大学生主要的消费观念，但也有不理性的一面，也有侧重时尚、名牌，存在攀比心理。

其实很多大学生，都知道自己的生活费用来之不易，但是，在现实生活中，难免会有一些许的攀比心理，毕竟，我们每一个人都不是圣人，每个人都有一颗虚荣心，看到别人身穿名牌，或穿漂亮的衣服，都会手痒痒想去买。

这时候，就需要我们自己努力去克服，尽量管住自己，买实惠的、自己确实需要的东西。

虽然，大学生尚未迈出社会，但是大学生圈子也相当于一个小小的社会，生日请客吃饭、特殊的纪念日的事经常发生，恋爱消费，都成为了他们消费的一部分。

而且，在当前，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。

大学生作为一个庞大的消费群体，急需完备的消费教育引导其树立科学、理性的消费观念，养成良好的消费习惯。

高校是人才培养的重要基地，理应在大学生消费教育领域承担更多的责任，要继续教育引导学生的消费观念和理财能力，而学生自己要积极培养自己的独立意识，建立健康的、科学消费观。

通过此次的调查，我也在反思自己，作为一个大学生，在还没有独立的经济收入的前提下，我是否也做到了能够看到自己喜欢的东西，而努力克服自己，管住自己尽量不要因为一时即兴而买了没用的东西。

回忆大学一年，我觉得我确实没有真正做到这一点。

虽然知道家里经济并不富裕，但有时候，我还是会很疯狂的购物，很不理性的买了很多不实惠的东西，有些衣服穿不了几天，就后悔当初冲动的购物。

生活费用完了，一个电话回去，钱又到了卡上。

现在想想，对父母的亏欠太多了，他们那么辛苦的赚钱，而我却还这么快乐的花他们的血汗钱。

我想这次的调查活动，我是受益匪浅的。

作为当代学生，认清自己的责任是非常必要的，我们在校园时为了提高自己的科学文化素质，是为了学到对自己、对他人有帮助的知识，而不是去享受生活的。

因此，我们要理性的对待消费，买对自己有用的东西，要考虑到自己可支付的范围之内。

在这次的社会调查中，我们每个组员都受益匪浅，大家集心协力、分工合作，按时完成了我们的任务。

论文关键词:大学生 消费 调查 论文摘要:随着社会消费水平的提高，大学生的生活质量、生活方式和消费文化观念都发生了一定的变化.这种变化有积极的一面，也有消极的一面。

在新时期对大学生加强世界观、人生观、价值观和理想信念教育。

引导大学生树立正确的消费观念，确立健康文明的生活方式，是思想政治教育必不可少的重要内容。

序言 构建节约型社会是我国十一五规划的重要任务之一。

构建节约型的消费模式是解读节约型社会的一个重要方面。

用节约型的消费理念引导消费方式的变革，在全社会树立节俭、文明、适度、合理的消费理念，大力倡导节约风尚。

当代大学生是未来社会建设的栋梁，引导他们继续保持艰苦朴素、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，在当前构建节约型社会的大环境下具有非常重要的意义。

为了了解当前我国大学生的消费文化现状，引导大学生消费文化的健康发展，本人于xxxx年5月，做了一次“高校大学生消费文化现状调查”，调查结果显示，当代大学生的消费观念正在发生着深刻的变化，这种变化可喜亦可忧。

如何更好地帮助大学生树立正确的消费观念，引导大学生确立健康文明的生活方式，已经成为当前高校思想政治教育工作的一个新热点和新问题。

中国目前正在经历着前所未有的现代化进程，经济、政治、文化和社会生活的各个方面都在发生日新月异的变化，并且伴随着国际交往的增多、跨国公司的登陆和国外媒体(如电影、电视)的进人，西方的实用主义观念和享乐主义生活方式对大学生产生了或大或小的冲击和影响，处于这样的背景下，大学生的消费文化生活也发生了急剧变化与转型。

大学这几年，大学生需求不断扩张的发展时期，因而特别想以新异的消费形象，向社会展示自身成长成熟。

他们希望通过消费上的新潮、时尚、前卫来展示青春的活力，显现自我的能力与价值，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进步的贡献。

” 提高大学生生活质量，促进大学生健康成长，不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可以丰富大学生生活，还可以以消费促生产，带动经济的持续增长。

但在充分肯定大学生消费积极因素的同时，也不能不看到大学生在消费中的一些偏差，如:不善于理财的赤字消费，靠借贷维持而不计偿还能力的超前消费，高于家庭或负收入水平和支付能力的早熟消费，偏信广告的盲目消费，追求虚荣的炫耀消费，不考虑自身实际情况、只求和别人一样的攀比消费，暴殄天物的奢侈消费等。

因此，对大学生的消费文化需求，既要适当满足，又要积极引导。

不满足大学生的消费文化需求，可能会使市场经济由于少了这支旺盛的消费力量而失去活力，甚至会影响大学生的学习和健康。

而不作引导，又容易使一些涉世不深的青年学生滑入消费误区，同样影响他们学习和健康成长，影响他们科学、文明的社会主义生活方式的形成，甚至会使他们的人生观和人格发生扭曲。

因此，高校思想政治工作者必须要做好大学生的消费文化引导工作。

调查问卷:共发问卷250份，收回216份，回收率达86.4% 根据调查结果，生成以下报告:

下面是通过本次调查得出的一些详细数据。

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18%，1000元~5000元占66%，5000元~10000元占12%，10000元以上4%。

其中家庭月收入在1000元以下的学生来自城市的占2%，来自农村的占98%。

家庭月收入在10000元以上的学生来自城市的占96%来自农村的占4%。

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，贫困家庭与特别富裕家庭都是少数。

一般来讲，贫困家庭大学生的每月消费支出较少，而特别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。

2.月平均消费金额。

月平均消费金额500元以下的占8.5%，500元~1000元占73.5%，1000元~2024元占13%，2024元以上占5%。

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2024元的只占5%，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，也有一部分学生通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，缺乏理财能力。

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11.5%，有计划消费的占6.5%，想花就花的占36%，选择其他的占46%。

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200元以下的学生占8%，200元~400元占37.5%，400元~600元占41.5%，600元以上占13%。

每月饮食开支在200元以下意味着每天的饮食开支只有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。

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。

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30元以下的大学生占1%，30元~50元占7.5%，50元~80元占43.5%，80元~100元占32%，100元~150元占10%，150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。

转贴于 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38%，10元~30元的占21.5%，30元~50元的占29%，50元以上的占11.5%。

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多。

10.当手中有余钱时最愿意选择的消费项目。

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