# 最新预制菜消费调查报告 消费调查报告(精选11篇)

来源：网络 作者：柔情似水 更新时间：2024-06-14

*在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧预制菜消费调查报告篇一随着我国经济的不断发展，国民收入与国民支出的不断增...*

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

**预制菜消费调查报告篇一**

随着我国经济的不断发展，国民收入与国民支出的不断增加，当代大学生作为一群特殊的消费群体，有着特殊的消费心理。体现出消费观超前和消费实力滞后的问题，这是因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，消费受到了很大的制约。特殊群体自然有特殊的特点，同时也难免存在一些非理性消费的问题。

一、基本调查情况

(一)调查时间：20xx年xx月xx日至xx月xx日;

(二)调查地点：xx民族师范学院;

(三)调查对象：对政法系10级本科班、汉语系09级(2)班本科、音乐舞蹈系10专科(1)班学生共计128人的每月生活费进行实践调查。

(四)调查目的：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

二、调查中发现的问题 基本月均消费状况

通过实践调查发现大部分大学生的消费水平都处于一个较高的平台，对其消费途径 进行调查，主要包括一下几点：

(1)购买衣服：大学生消费在一定程度上会相信自己的真实体验，如果对名牌衣服等逐渐形成一种固定的偏好,于是保持良好的忠诚度。而且对衣服的购买有着感性的认识，于是促使他们继续购买(名牌)。

(2)恋爱消费：在调查中发现，谈恋爱的大学生每月大约多支出100—300元左右，最少的也在50元，多则达到1000元以上(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。

(3)上网消费：作为一种新媒体，网络以其交互性、虚拟性、全球性为人类创造崭新的文化形态，那就是网络文化。网络文化消费是随着信息社会的发展和数化传媒体的普及而出现的一种新型消费类型。从本次调查的结果分析来看，对于上网方式，有19.5%的学生配有私人电脑，在网吧或 公共机房上网者占79.5%。

(4)手机等通讯消费：据调查72.7%的学生月均发短信超过300条，每人通话时间可达230小时。13%的学生月均发短信在200条左右，通话时间约150小时。只有14.3%的学生月均发短信在100条以内，通话时间在100小时以下。

三、对大学生消费影响的因素

(1)社会的影响

把大学生放到校园里，他的角色就是一名学生。同样把他放到社会中去，他又是社会的一份子。其消费观不可避免的受整个社会的影响。学校为了扩大办学规模，不断降低入学门槛，许多家长也抱着混文凭的态度将孩子送入学校，不论孩子是否能够顺利完成其学业。结果一部分学生虽然挂上了大学生的头衔，而实际中由于自身不具备完成学业的能力，思想和学校的负担过重，由于缺乏坚强意志，随着时间的流逝变得越来越堕落，变得成天无所事是，既而大量的空闲时间用在了各方面的消费上。在改革开放市场经济发展的大潮下，人们的生活水平不断提高，伴随着西方消费主义和其他一些文化的入侵，一些人开始追求享乐，不少的大学生也开始随大流、赶潮流。因而产生一种不良的消费心理和消费观。

(2)家庭的影响

家庭是每一个大学生的主要经济来源，所以家庭经济状况与理财观念直接影响着学 生的消费观。有些家庭比较富裕的子弟他们平时花钱很阔绰，消费非常的超前。根本不 会去节约和合理理财，只是盲目消费。而那些家庭条件比较贫穷的学生由于受家庭经济经的限制和家庭教育的影响能比较合理分配自己的生活费用，因而家庭对每一个大学生合理的消费观的形成有着直接的影响。

(3)学校的影响

当今的大学校园是开放的，消费主义的思潮冲击着校园，学校周边的环境对大学生的消费也带来了很大的影响，校园内许多商家的广告传单、周围的网吧、歌厅、舞厅、咖啡厅、游戏厅、溜冰场、饭店等到处可见。这些都成了学生非正常消费的催化剂。高校教育对学生消费观的导向教育还没有形成足够的重视, 具体有以下几点：

其一，对大学生消费心理和行为研究不足。高校思想政治教育要真正达到有效性目的，就一刻不能缺少对学生实际行为的了解与掌握。

其二，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，同时由于工科院校课程设置等因素，与人生观、劳动观、金钱观、国情观等重要思想观念紧密相关的消费观的专题教育在思想品德修养课中没有充分开展，从而也难以达到真正的指导目的。

其三，校风建设范畴中普遍缺少倡导大学生勤俭节约生活消费观的内容。高校校风主要体现的正是学生的群体心理和行为特征。在校风建设上注重塑造和强化学生良好的消费意识和消费行为，培养学生良好的消费习惯，这是高校思想政治教育一个非常重要的内容。

四、消费观导向性建议

我认为要正确引导大学生养成健康的消费心理和良好的行为，可以从以下几个方面着手：

(一)、加强对大学生消费心理和行为研究

我认为今后对于消费观的社科研究应当重视和加强对大学生消费状况的关注，注重 研究我们的消费心理与行为，从中发现问题、分析问题和解决问题，帮助我们养成健康的消费心理，并形成正确的消费观。

(二)、培养和加强大学生的财商

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，财商则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。培养和加强理财能力是现今的大学生在激烈竞争的社会中生存的必备因素。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，是我们共同的课题。

(三)、高校校风建设任重道远

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组成部分。应该把握“育人为先”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。学校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。大学的存在是为将来培养可以为天地立新、可以为民众立命、可以为万事承重的后备人才，可见校风建设意义深远。

(四)、加强家庭环境教育 家庭环境对大学生的消费观会产生潜移默化的影响，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，父母应该积极帮助子女培养理财和计划消费的习惯。

(五)、增强独立意识，倡导理性消费

大学生要对消费有独立的行动和理性的思考，不要人云亦云、盲目追风，但也不能一成不变、冥顽不化。就是说，在自己实际的消费能力和社会的现实状况中找到一个平衡点，合理消费、理性消费。

五、对本次调查的总结

通过本次的调查，我对大学生的消费有了更深的认识。大学生的这种不良消费观不仅加重了家里的经济负担、影响了家长和学生的感情，还在某种程度上扭曲了校园人际关系，增大了学习教育管理的难度。对每一个人来说，这一时期形成的消费观可能会影响他一生的消费行为，并且与其人生观、价值观，健全人格的形成和完善密切相关。因 此,作为当代社会的一名合格大学生，我们不仅应该控制自身消费，向正确道路发展，也应互相提醒，共同走向理性消费、合理消费。要对自己的消费有正确的认识，合理做出理财计划。

当代小学生消费状况问卷调查报告范文

调查报告怎么写?调动报告的格式是怎么样的?下面是本网这里的一篇关于小学生消费状况问卷调查报告范文，希望对你有帮助。

一、调查背景

当前市场经济蓬勃发展，物质生活水平大幅度提高，随着家庭收入的增加，家长给子女的零花钱越来越多，人们的生活标准、消费方式发生了很大变化。有些家长认为，自己小的时候没有条件达到所需的物质，现在有条件了，就应该满足子女们的要求;有些家长整日忙于事业，无暇顾及子女的学习与生活，只能在经济上无限制地满足孩子的要求;铺天盖地的消费广告难免对缺乏判断力和自制力的小学生们产生刺激和误导作用，我们的身边出现了一批批“出手大方”、满身名牌、追求享受攀比的小款爷、小公主。在热闹非凡的大超市里，孩子们大肆购物，家长在旁边忙不迭地付钱;在香气扑鼻的肯德基、麦当劳里，孩子们大啃鸡腿汉堡，家长们坐在一旁喝着矿泉水;在新潮的名牌运动休闲鞋帽商场里，孩子驻足不前，家长紧皱双眉;在富丽堂皇的饭店酒楼里，孩子过生日喝五吆六，家长跑前跑后……这一幕幕情景发人深省，又令人担忧……近期我们在扬州市区范围内，以部分小学生及家长为对象，进行了一次问卷调查，希望通过本次调查活动了解当代小学生的消费状况、影响他们消费行为的因素以及存在的问题，并提出我们的建议。

调查小组人员如下：

组长：xx

成员：xx

二、调查结果与分析

调查组的10名成员均来自育才小学五(5)班，我们分成若干小分队，利用双休日和放学后的时间，在市区文昌广场、肯德基文昌店、部分小学校园门口开展了调查活动。本次调查我们共发放了家长问卷和学生问卷各50份，收回有效家长问卷47份和学生问卷48份，其中98%的调查对象为扬州市区小学独生子女及其家长。问卷形式为单项或多项选择，问卷内容涉及家庭收入状况、学生零花钱的来源、数量和支配方式，家长为孩子的日常支出、平时的消费习惯等多方面内容。经过问卷数据的统计与分析，我们得出了以下调查结果：

(一)大部分家庭对子女的消费有一定约束

调查对象中，月收入4000以上的家庭占46.8%，3000—4000元的占36.17%，500—1500元的占4.25%、1500—3000元占19.15%，家庭月收入在500元以下的只占6.38%，被调查对象中，低收入家庭只占少数。

在这些家庭中，除了3名同学平时没有零花钱外，大部分小学生都有一定的零用钱可支配，其中62.5%的同学每月零花钱在50元以内，16.7%的同学每月零花钱在50—100元之间，有8.3%的同学每月零花钱在100—150元之间，150元以上的只占8.3%。每月为孩子的零食饮料支出，60%以上的家长控制在100元以下，超过100的占40%左右。

可见小学生每月零花钱的数量并不和家庭收入成正比，不管家庭收入如何，大部分家长对孩子的月消费能尽量控制在50元以内，说明家长们对子女的消费并不是没有约束的。当他们给孩子零花钱作为奖励时，65.96%的家长会控制在50元以内，只有12.76%的家长会给孩子100元以上的奖励，这一点还是令人欣慰的。

(二)与子女教育有关的家庭消费占较大比重

被调查家庭中有近60%的家长都在双休日为孩子安排了兴趣班课程，有关子女的各项支出中，占据前两位的是：上兴趣班(占80%以上)和买书(近60%)。

此外，花费在为孩子买衣服、外出吃饭和娱乐的支出分别占34%、8.5%和12.7%。调查中，72%以上的家长偶尔带孩子到西餐厅就餐，每周去一次的有3位，半月一次的有4位，每月一次的有7位。除了带孩子吃西餐以外，还有不少家长在双休日会带孩子去图书馆、看电影或外出游玩。

(三)大部分小学生可支配的零花钱十分可观

除了每月能从父母手中领到固定金额的零花钱，大部分孩子还会有一些其他“收入”，如爷爷奶奶额外给的零花钱、过年时数量可观的压岁钱。在被调查的48名小学生中，有4人过年能收到4000元以上的压岁钱，3000—4000元的有8人，19名同学的压岁钱在1500—3000元之间，15人在500—1500 元之间，500元以下的只有3人。

此外，每当他们学习取得了进步、考试得了第一名、帮着家里做家务也都会得到不同的奖励。所有被调查的家长都表示在上述情况下，会对自己的子女采取一定的奖励措施，而且一般都是物质奖励。不过，大部分家长会选择一些有意义或有纪念价值的奖励，如书籍、文具、衣服，也有的家长会随便买一些零食，或者直接给钱。总之，大部分小学生手中可支配的零花钱还是十分可观的。

(四)小学生独立消费现象占相当比重

在被调查的小学生中，如果要买东西，有58.3%的同学会和家人商量后决定，有33.3%的同学通常自己做主，只有8.4%的同学完全由家长决定。这说明小学生们相对独立完成消费行为的超过半数，完全独立完成消费行为的也占不小的比重。

我们分析认为，现在的学生具有较强的消费可支配能力，是与经济社会的发展密不可分的。一方面家庭消费水平普遍上扬，家长有能力满足孩子的消费意愿，另一方面，独生子女的地位也决定了他们的消费愿望往往能够得到充分的满足。有些家境并不宽裕的家长宁愿自己吃少点、穿差点，也愿不让孩子受到委屈，有的家长贪图轻松享受，只要子女不去打扰他们，要多少钱就给多少钱，而另一些公务繁忙的家长，由于觉得愧对孩子，便常常以金钱补偿。

(五)小学生的消费偏好特征明显

当被问到“有了零用钱时最爱做的事是什么”，有60%以上的同学表示会进行储蓄，三分之一的同学会为自己添置图书或玩具，只有少数人会想买零食或者花钱出去玩。可见不少小学生已经有了初步的理财观念，也有自己的消费偏好。

在购买文具的问题上，也出现了一些不正常的现象。在对家长“开学初为孩子购买文具费用” 的调查中，花费50—150元的家长占64%，26%的家长会花费150元以上，只有17%的家长花费在50以内。在调查时我们发现，一些小学生追求文具新、奇、特的外观，把父母给的零用钱花在了文具收集上，在一定程度上助长了相互攀比和高消费的现象。

在同学过生日时，有62.5%以上的的同学会送一件自己或好朋友喜欢的物品作为礼物，有三分之一的同学会选择送书籍，有10%左右的同学会选择一顿美餐或零食。在过生日的形式上，60%以上的小学生都会邀请同学去肯德基等餐厅聚餐，有35%以上的同学会在生日这一天带蛋糕到班级庆祝，并向本班同学赠送学习用品或小礼物以作纪念，以送生日卡、唱生日歌等简单形式庆祝的同学只有不到5%。

(六)父母对子女的消费指导不容乐观

在被调查48位对象中，对于压岁钱或零用钱有计划花费的有34人，其他16人从没有制订过计划，消费完全随意。在有关父母是否过问孩子零用钱的花费问题上，回答“经常过问”的家长占29.8%，偶尔过问的占44.7%，有25.5%的家长对孩子的零花钱如何花费从不过问。从家长那里我们了解到，一半以上的小学生之间有攀比现象，同学有的东西，他们也很想得到，而且一定要比同学的更好，父母亲对此无能为力，多半会满足他们的要求。我们认为，父母大多不愿子女受委屈，同时由于现代家庭观念的转变，家长们更尊重子女的意愿，鼓励子女发展自立能力，这也是大多数家长对子女消费问题很少过问的原因。

初中学生消费情况调查报告

一、问题的提出

随着物质生活水平的提高，中学生的零花钱越来越多，学生之间的攀比现象，以及社会上的少年犯罪现象也由于这些因素随之越来越多。现在学生多为独生子女，父母都宠着。因此初中生如何消费是我们所关注的焦点，了解初中生如何消费，便知他们如何理财。

二、调查报告

研究目标：

1.通过活动，调查初中生学怎样消费，树立正确的消费观念。

2.通过活动，正确认识金钱在现实生活中的地位和作用，理性地思考我们当今的青少年应树立什么样的金钱观。

研究内容：调查初中生的零花钱的数目、来源、用途，以及零花钱使用时的消费理念。

研究方法：通过网络调查，qq群众询问。

研究对象：某中学一(3)班48名学生进行了在qq群众询问。

三、调查结果

某中学初一(3)班48名学生

调查内容 调查结果

1、你每月的零花钱是：

a50元以下 b 50—100元 c 100—150元 d150元以上

a：18，42.9% b：16，38.1% c：3，7.1% d：5，11.9%

2、你每月零花钱的来源 (可多项选择)

a勤工俭学 b父母 c祖父母和外祖父母 d其他亲戚 e其他来源

3、你的零用钱主要用途是(可多项选择)

f：12，28.6% g：7，16.7% h：12，28.6%

4、购买一种商品，你首先考虑的因素是

a商品的用途b价格c款式及包d是否符合时尚潮流

a：11，26.2% b：2252.4% c2：4.8% d：10，23.8%

5、你对中学生吃零食、穿名牌的看法是

a 不会因价格贵而放弃 b 在经济条件允许下,可以考虑 c没什么看法 d不应该

a：1，2.4% b：28，66.7% c：5，11.9% d：8，19.0%

6、你的消费理念或消费风格来自

a父母，因为他们是过来人 b兄弟姐妹，因为他们比父母更了解我需要什么

c同学或同龄的朋友们，因为他们知道什么不让我落伍 d没有人，我相信自己的眼光

7、你对勤俭节约，艰苦奋斗的看法是

a是中华民族的传统美德,应该大力提倡 b无所谓

c现在人们生活水平提高了,没必要 d反对

a：34，81.0% b：3，7.1% c：3，7.1% d：2，4.8%

8、如果当月零花钱不够，如何解决?

a.向父母要 b.借 c.不正当方式 d.自己赚

a：22，52.4% b：5，11.9% c：4，9.5% d：11，26.2%

9、如果每月零花钱多了100元，你会如何处置?

a.用于学习b.用于娱乐 c.人际交往 d.储蓄 e.其他

a：6，14.3% b：6，14.3% c：20，47.6% d：9，21.4%

四、调查结果分析

1.每月的零花钱

学生每个月的零花钱在50以下的占42.9%，在50元-100元的占38.1%，也有少部分学生的零花钱很多。顺德区的生活水平、消费水平都比较高，家长给子女的零花钱也比较多。

2、每月零花钱的来源

学生的零花钱主要来源是父母，占81.0%。初中生学业重，课程紧，基本上没什么时间参加勤工俭学。学生的祖父母和外祖父母年事已高，家庭的主要经济支柱是父母，因此零花钱的主要来源是父母。

3、零用钱主要用途是

选择储存起来的的占54.8%，买书的占50.0%，买零食的41.6%，还有少部分同学选择买衣服。初二(1)班是外宿班，一些生活用品之类的东西不用自己打理，因此平时的零花钱都是自己处理。平时学业忙，没时间逛街，于是很多选择储存起来。学生要养成良好的阅读习惯，要每天看一篇文章的意识很强，因此选择买书。初中生正长身体，容易饿，加上嘴馋，因此总在课余时间去买零食。在学校都是穿校服，因此花在买衣服的钱比较少。

4、购买一种商品首先考虑的因素

考虑价格的占52.4%，考虑商品的用途的占26.2%，考虑是否符合时尚潮流的是23.8%。买商品时，首先考虑它的价格，只要喜欢、买得起，不管实不实用，都会买下。有些学生考虑的是它的用途，注重物尽其用，认为没必要买没用的东西回来摆，浪费金钱。中学阶段的这个年龄正是对时尚有敏锐观察力的时候，对时尚感兴趣，追求时尚正逐渐影响学生的消费理念。

5、对中学生吃零食、穿名牌的看法

认为可以考虑的占66.7%，认为不应该的占19.0%。随着生活水平的提高，人民不再满足于吃得饱，穿得暖，而是追求更舒适的生活，因此经济条件允许下,可以考虑吃零食穿名牌。而有些学生认为不应该，他们认为没必要把钱浪费在吃零食，穿名牌上，只要吃饱饭，穿着舒适就行了，没必要追求名牌。

6、消费理念或消费风格来源

学生的消费理念和消费风格来源很广，既有父母占23.8%，也又兄弟姐妹占23.8%，更多是自己占38.1%。在家里，平时跟父母，兄弟姐妹出去消费，或多或少收到他们的影响，久而久之也形成了自己的消费理念，不再收他们想想，而是相信自己的眼光。

7、你对勤俭节约，艰苦奋斗的看法是 学生认为中华民族的传统美德,应该大力提倡的占81.0%，虽然生活水平提高了，但学生勤俭节约的意识还是很强。

8、如果当月零花钱不够，如何解决? 当零花钱不够时，很多学生选择向父母要，占52.4%，也又少部分选择自己赚，占26.2%。初中生还是消费者，没有赚钱能力，所以零花钱不够时，首先想到的还是向父母要。

9、如果每月零花钱多了100元，会如何处置? 很多学生选择储存起来占41.6%。这个月零花钱多了，或许下个月就不够，为了以防万一，很多学生就选择存储一起来。

五、分析后的思考

一个人的很多习惯都养成于青少年时期，从一个学生对待零用钱的态度，就能折射出将来当家理财的点点滴滴。通过这一次的研究性学习，我们深刻地理解了学生理财教育的必要性和重要性，自己也得到了这方面的许多知识。观念不是一成不变的，它会在人们的行为中慢慢改变，而行为又会反过来影响人们的观念。消费正是这样的，它既受内在因素的影响，也受外来事物的影响，我们应该用一种发展的眼光来看待。孩子的勤俭节约和储蓄行为是个良好现象，家长应对此加以鼓励和正确引导，使孩子从小养成善理财的好习惯。

中小学生消费调查报告

随着经济社会的发展，中小学生作为社会特殊的消费群体，其消费观念的塑造和培养更为突出，直接地影响他们世界观的形成与发展，进而对其一生的品德行为产生重要的影响。因此，关注中小学生消费状况，把握中小学生生活消费的心理特征和行为导向，培养和树立正确的消费观，在当前就成为我们共同关注的课题。为此，我们对高新区内的主要中小学校进行了一次问卷调查，了解这些学生当前的消费现状及对正确消费观的理解程度。调查结果如下：

一、当前中小学生消费倾向：

1、理性消费是主流，勤俭节约的中华美德得到继承和发扬。从调查结果来看，讲求实际、理性消费仍是当前中小学生主要的消费观念。据了解，在购买商品时，学生们首先考虑的因素是价格和质量。由于消费能力有限，学生们在花钱时往往十分谨慎，力求“花得值”、“性价比”，会尽量搜索那些价廉物美的商品。同时，调查中发现有53%的中小学生会把未花完的零用钱进行储蓄，而且相当多的学生储蓄是有明确消费目的的。这个结果表明，勤俭节约的中华美德在孩子身上也得到了继承和发扬。

2、书籍消费成为学生消费一大亮点，消费比重增加。随着现在文化市场的繁荣，课外的，课内的;娱乐性的，电脑知识类的;趣味爱好类的，文学小说类的等等书籍在图书市场上都能买到，家长对于孩子购书也持赞成态度，总希望孩子多长知识，所以书籍消费成了学生消费的一大消费方向。

3、名牌、奢侈品消费在中小学生消费群体中悄然抬头，压岁钱是中小学生消费的主要来源。不少学生春节期间都会收到一笔数目可观的压岁钱，这些“小富翁”成为无节制消费的主力军。调查显示：有55%以上的学生压岁钱达千元。其中，超过半数表示把这些频频而来的压岁钱花在购买电子奢侈品、购买名牌服装和同学聚会上。

二、当前学生消费状况存在的问题：

1.食品安全意识需培养和加强。在调查中，当问及对校园外小吃摊上“油炸食品”、“三无食品”的危害认识时，很多同学表示陌生。当问及食品保质期、非食品添加剂等情况如何时，大部分同学都承认自己的食品安全知识还有待于学习提高。当问及是否注意商店有相关证照时，只有极个别同学有到证照齐全的商店消费的意识。可见，当前学生的食品安全意识需要培养和加强。

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12%的同学在300元以下;有48%的同学在300-500元之间，有37%的同学在500-1000元之间;有3%的同学月消费1000元以上。可见，学生的消费差距增大，两极分化也比较分明，这在我国当前经济发展的社会大背景下有一定的必然性，有理由相信，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、有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，有些男同学买鞋一定要国际名牌运动鞋，有些女同学一定要父母买名牌衣服，甚至有非名牌不穿的嗜好，以满足自己过分追求时尚和名牌的欲望等。这都可以反映出一些学生虚荣心的驱使又极易形成无休止的攀比心理。特别在对家庭条件好的学生调查中，这一现象较为突出。

三、当前学生消费心理和行为偏颇的原因分析：

当前学生在消费上出现食品安全意识不强、攀比、奢侈浪费等问题，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。今天的学生生活在“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。其次，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，直接影响了孩子的消费观念和消费行为。

四、引导学生养成健康消费心理和理性消费行为的建议：

学生是未来社会建设的栋梁，引导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。要正确引导学生养成健康消费心理和理性消费行为，可以从以下三个方面着手：

1.加强对学生消费心理和行为的调查研究。我们认为今后老师应当重视和加强对学生消费状况的关注，注重研究学生的消费心理与行为，从中发现问题和解决问题，帮助学生养成健康消费心理，形成正确的消费观。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。

2、作为家长应区分孩子的要求是否合理。凡是那些合理的要求，例如买书、买练习本，家长就应满足孩子并让他自己去购买这些东西。这样一方面可以激发孩子的学习兴趣，一方面可以培养孩子的独立性。对那些不合理要求，家长要严辞拒绝，并向孩子讲明道理。总之，家长要牢记的一点就是千万不可对孩子有求必应，纵容孩子花钱。也不要与人攀比。如果这样，会使家庭富有的孩子感到优越，会使家境贫穷的孩子感到自卑，两者都有坏处。

3、充分发挥消保委已建立的校园内各消费维权联络站(点)的作用。通过形式多样的消费知识宣传培训活动，加强对学生健康的消费观念的培养与塑造，大力开展“新消费”理念的宣传，倡导理性责任消费。加强对学生家长的健康消费心理和理性消费行为的教育，营造良好的社会氛围。

**预制菜消费调查报告篇二**

机服务、办理个人信用卡消费业务、办理个人理财业务以及电话银行业务等五个方面进行了细致的调查。

经过综合分析，办理个人存取款业务时窗口等候时间长、自动atm机数量少布局不合理、理财产品风险提示不充分、信用卡单方面变更服务条款、电话服务菜单不合理等，成为最具代表性的五方面问题。

五大期望促发展

针对本次调查活动，沈阳市消协秘书长王金文对各银行给予了五方面期望：“期望金融企业进一步提高认识，把满意服务真正落实到第一线上;期望在具体服务中科学组织，以市场和用户需求为组织工作人员的向导;期望加强管理，提高理财能力，扩大服务技能;期望与消费者广泛沟通，倾听消费者意见并传递服务信息;期望加强与媒体沟通，通过媒体的宣传，让消费者理解金融行业的服务与运营，实现消费者与行业的双丰收。”

在会议中，各家银行代表纷纷表示认同，并着手对反映的问题进行整改。

本组稿件由本报记者 龚文武 王跃霖 见习记者 张章 采写

金融服务离“非常满意”有多远?

沈阳市消费者协会全面点评“消费与服务”金融行业服务满意度调查问卷。

图一：调查者对atm机服务情况的评价

方面一：atm机服务

消协点评：该方面调查共设置5个小问题(图一)，在所调查的11家银行中，atm机服务中，“atm机分布少”、“安全防护差”、“经常出现故障”是影响该项服务满意度评价的三大理由，也是影响被调查者对该方面调查未给满分的主要问题。

29.75%

29.75%

27.24%

12.54%

0.72%

atm机分布少

安全防护差

经常出现故障

程序设计人性化不够

其他

消协点评：该方面调查共设置四个小问题(图二)，在所调查的11家银行中，办理个人理财业务中“推销时夸大产品收益”是让被访者产生较大反感的因素，而且比例最高，达到了50%以上。另外，各银行在向消费者推荐理财产品时，对于风险的提示也需要加大力度。

方面二：办理个人理财业务

图二：调查者对办理理财业务情况的评价

其他

理财产品盈利能力低

理财产品风险提示不充分

推销时夸大产品收益

50.39%

35.16%

11.72%

2.73%

图三:调查者对窗口办理个人存取款和其他业务的评价

消协点评：该方面调查共设置7个小问题(图三)，在所调查的11家银行中，办理个人存取款及其他业务时，“等候时间15分钟以上”是影响该项服务满意度评分的主要因素，41.38%的被调查者对此表示了不满意。

1.92%

方面三：窗口办理个人存取款和其他业务

0.77%

2.68%

13.03%

18.77%

21.46%

41.38%

其他

服务指南不清

收费不透明

等候设施差

服务态度差

网点少

等候时间15分钟以上

方面四：办理个人信用卡消费业务

消协点评：该方面调查共设置6个小问题(图四)，对于影响您给该方面满分的主要问题是什么的询问中，所调查的11家银行，办理个人信用卡消费业务中“安全防护差”是困扰被访者的主要原因之一。

图四：调查者对办理个人信用卡消费业务情况的评价

安全防护差

卡未开通收取年费

单方变更服务条款

滞纳金收取不公平

卡身质地差

其他

2.02%

6.48%

14.98%

20.24%

21.46%

34.82%

方面五：电话银行服务

图五：调查者对电话银行服务情况的评价

消协点评：该方面调查共设置五个小问题(图五)，在所调查的11家银行中，消费者在使用电话银行服务时，主要应用为开通业务和银行卡挂失等，“接通等候时间长”和“插播广告”成为影响满意度的两大首要因素。

41.28%

30.96%

22.06%

4.27%

1.42%

其他

服务态度差

电话菜单设计不科学

插播广告

接通等候时间长

**预制菜消费调查报告篇三**

高收入阶层是购置奢靡品的主力，但要全面的调查到这部分人的购置需求和购置心态是一个很难实现的进程。通过成都商报伸向成都各行各业的触角，负责此次调查的成都市舆情调查中心收集了几百份高收入人士的样本，经过一个月时间的调查，得出了名贵的成都高收入阶层对于最具代表性和消费潜力的奢靡品—钟表的消费问卷。为了保证此次调查的公证性和全面性，我们也婉拒了数个品牌及本地钟表卖场的支援恳求。这也是成都市首份高收入人群关于奢靡品消费的调查报告，手表大全在公布之前就受到业内外人士的广泛关注。

此次参与被调查的人群中有成都几大钟表卖场的忠实顾客和会员，均为年薪10万元以上，学历较高的高收入阶层。遍及金融、餐饮、房地产、家电、教导、it等行业，男性和女性所占比例分别为66。7％和23。3％，受调查者都是有一定购置能力及时尚品位的人士。

报告解释

近半高收入者拥有手表3只以上

品牌知晓度：劳力士第一

调查报告显示，45。9％的被访者拥有手表数量都在3只及以上，其中手表数量在5只及以上的比例为17。4％，这说明成都的钟表市场已经受到高收入阶层的极大关注，很多人都表示一支好的手表既为了美观也是身份的象征。

在关于品牌知晓度的调查中，高级表类中劳力士作为业内外人士都非常认可的品牌凭着其悠久的历史和良好的运作在手表品牌知晓度排行中高居榜首，紧随其后的是欧米茄和浪琴。而知晓度相对较低的手表品牌重要有真力实、沛纳海等在成都刚刚开业或者还未开业的品牌。刚刚进入成都一个月的宝格丽在经过开业盛况给成都市民上了一堂时尚讲堂以后也已经有了可观的知晓度。在调查中我们还发现，部分暂时没有能力购置太多支名贵手表的消费者对于名表都有较高的知晓度，对于一些暂时还没有在成都开店、相对冷僻的品牌也有人熟知。

受访人员手表拥有情形

在调查人群中，高级表的普及率最高，特级表因为价钱的因素，还只是小众消费品，在拥有率排名前20的手表品牌中，有江诗丹顿和百达翡丽，分别占6。7％和2。7％。而时装表则已经有一定的发展劲头，以swatch为代表的时装表占有16％的市场份额。高级表类浪琴表在大众中占有率最高达到20。7％，其次是欧米茄和天梭。总的来说成都的钟表市场已经比较成熟，成都的消费者们已经对钟表有了自己的主观意见，所以拥有的品牌没有特殊集中的现象，更个性化和功能性是他们未来会追求的方向。

图表解释：而在高收入人群的男性中拥有欧米茄的占到了26。2％，居于首位，紧随其后的则是浪琴、西铁城和雷达。而高收入女性则明显偏爱以“优雅”为标志的浪琴，欧米茄、天梭则分列二、三位，格式幽美但价钱稍高的卡地亚也得到了成都女性们的认可，有较高的拥有率。

拥有者品牌分散

一分价钱一分货，这个道理在钟表这个既讲究美观更讲究适用性的价值世界里更是成为了真谛。特级表类因为做工精巧且功能性强，所以得到了较高的满意度。其中世界特级钟表品牌百达翡丽以满分5分的优势占领首位，也就是说用过的人都给予其满分的尺度，实在难能名贵。而同样属于一个级别的江诗丹顿则以4。4分落后。高级表类中价钱适中的摩凡陀则意外领先于其他品牌，卡地亚和万宝龙的手表也没有因为看重格式而疏忽其内涵，满意度比较高。

图表解释：88。7％的被访者是所在公司的中高层管理人员；96。8％的学历都在大专及以上，其中硕士及以上学历者占21。2％；年收入50万元及以上人群占本次调查对象的14。5％，这些数据说明本次调查针对的人群相当高端。

影响选购三大因素：品牌、格式、价钱

手表在成都高收入人群中普及率较高，87。2％的被访高收入人群拥有1支或1支以上的手表。被访高收入人群当中，男性均比女性更偏向于高级品牌手表。高级表被认可的品牌也比较集中，劳力士、欧米茄、雷达、浪琴等瑞士品牌表示良好。另外相对年轻的品牌如豪雅、摩凡陀也开始被成都消费者所接收，其中摩凡陀在满意度方面得到了较高分数。

特级表品牌满意度和美誉度相对来说高于其他类型手表品牌。但一些特级表品牌如爱彼、宝玑、宝珀等知晓度偏低。特级表类里百达翡丽受到断定，知晓率和满意度都非常高。百达翡丽的数款经典限量表款都可以在成都人的手段上看到，这着实很让人意外。因为江诗丹顿在二手表市场的表示差强人意，有部分接收调查的成都高收入阶层对江诗丹顿的保值性能提出了质疑。一位资深钟表玩家告知记者，手表市场上百达翡丽的鹦鹉骡和江诗丹顿的纵横四海属于同类型的手表，而在二手表市场上百达翡丽的鹦鹉骡超过定价，江诗丹顿的纵横四海则被指“出门跌一半”。看来，特级表的保值和增值潜力在购置因素中还是占领相当大的比重。

图表解释：在购置价值数千上万甚至过百万的手表时，成都消费者的豪放性情和消费潜力就表示出来。对成都高收入群体来说，品牌是他们选购手表时很重要的参考因素，83。2％的人以为品牌重要，仅有0。5％的人以为品牌一点也不重要。而在谈到选购手表时需要斟酌的因素，77。8％的被访人群表示购置手表时最看重品牌；同时，有76。2％的被访者看重格式。价钱因素则只在成都高收入人群选购手表时的因素中位列第三。

**预制菜消费调查报告篇四**

湘南学院是郴州最大最新的园林式本科院校，学生消费人口多、消费集中，有一个较广阔的消费市场。我就所见所闻对大学生的消费观、消费市场、消费不当等问题做了一个《关于校园消费的调查报告》。

一、消费观念的变化

李某，大三学生，月消费1000元以上。他吃饭不进食堂，买衣要去步行街，每星期还要去舞厅逛逛，光是抽烟每天不下10元，来了个什么“节日”还得到餐馆请客吃饭。

当代部分大学生消费观念发生了变化，把“粗茶淡饭”“节衣缩食”的传统美德认为是一种落伍，更多的大学生开始注重“吃要讲场面，穿要讲名牌，玩要讲潮流，用要讲高档”。在此，我觉得产生这一现象的原因是有一部分家庭已经完全进入小康水平，但我们国家人口多、农民多的现实不能忽视。小部分大学生的高消费刺激了一些学生的消费观念的转变，他们开始超前消费，开始攀比成风，开始讲究排场。

二、消费市场的景象

1、饮食消费：大学生对饮食越来越讲究，营养快餐也应运而生，随之而来的校园饮食消费也与日俱增。自助餐、特色菜、珍珠奶茶、超市熟食都成为大学生钟情的食品。

2、娱乐消费：校园里外网吧、歌厅生意兴隆，尤其是放假期间真是门庭若市。出部分大学生有自己的电脑外，多数学生会去网吧，有的是查资料，有的是打文章，有的是看新闻，但更多的是看电影玩网络游戏。歌厅生意也是红红火火，同学聚会、联营等活动都选择歌厅，很多人说到：“反正钱是大家出，又有情调，钱发得值，我们玩的也开心。”

3、市场估测：校园市场是发展前景乐观的消费市场。校园消费有人口集中、消费商品结构较简单、大学生讲信誉、不斤斤计较、容易接受商品价格等优势，只要商家控制价格的波动，控制品牌，一定会取得丰厚利润。

三、消费不当

通过观察与调查，大学生赤字消费比较严重。一是由于校园消费方便适当，消费者容易接受，久而久之出现赤字；二是由于校园消费攀比现象严重，学生都讲究档次，容易超前消费。我觉得校园消费使大学生支不缚出，是大学生对物质消费和精神消费的盲目性、轻视读书学习、注重娱乐消遣的不当观念造成的。

四、倡议

在大学生群体中买书买报的少、买衣服化妆品的多，这种现象令人担忧。消费不当，直接影响大学生的学习和健康成长。因此，结合对大学生爱国主义教育，弘扬中华传统美德，鼓励和引导大学生多读书、读好书、了解消费市场、正当消费，是大学生教育的重要部分，应当受到社会与学校领导的关注。

**预制菜消费调查报告篇五**

xx年春节将至，在这个传统而又重大的节日里，喜欢热闹、喜庆的家乡人民会选择怎样的方式“过大年”呢?他们的年夜饭会在哪里吃?哪些消费领域最能吸引人们的眼球?今年的“黄金周”是否依然金光灿烂?孩子们的消费方式又有哪些不同呢?有人说：“这一年的辛劳赚来的钱，正是为了欢渡春节。”所以也就是说，这是一年中花钱最多的一次节庆。于是，趁势我就春节消费情况进行了一次调查。

在调查中，大人们的消费投向可谓五花八门，各种方式都在选择之列。不过，购置衣服以微弱票数胜出。其次是餐饮，再次是送礼，接下来还有文化娱乐、压岁钱、购置日用品、旅游等。

1、新年就要穿新衣

春节期间购物往往是一些女士在节日期间的首选。在一家公司上班表姐告诉我，她们这些职业女性因为工作关系平常难得凑在一块，刚好利用休假时光快快乐乐地逛街购物。据了解，有表姐这样想法的大有人在。一些职业女性和家庭妇女平常都是没有充足的时间逛街购物，春节的休假正好可以弥补。一位平常只在家围着老公、孩子干家务的阿姨说，“往常在家里就是围着灶台、洗衣机转，根本没有自己的时间。现在他们都休假了，我也要放松放松，买几件称心的衣服好好地打扮打扮自己。” 另外，给爱人、孩子添置新衣，也是春节女士们不可缺少的“工作”之一。

2、 民以食为天 对很多人来说，春节活动基本上围绕吃进行。

家乡人春节期间在食品方面到底要花多少钱呢?世纪联华的一位收银员告诉我，大概在节前20多天，超市就进入销售高峰，顾客一次购物花费大多在200元至600元之间，有不少还上了千元，卖出去的东西绝大部分是食品。“有一次，一个五口之家买了1000多元的食品，装了好几辆手推车，他们的孩子还吵着说不够呢。”收银员笑着说。 在购买食品方面，我了解到，有以下几种食品几乎成为了家家必备的。有各类小食品、糖果、瓜子、饮料、葡萄酒。但是除了葡萄酒所占花销较大，约达到六七十元外，其余各项基本在三四十元左右。

餐饮消费也是家乡人民春节的一大消费支出之一。对多数人来说，春节期间走亲串友是常情，既然是走亲访友那就免不了吃吃喝喝，我从家附近的一些酒楼了解到，今年春节从三十到正月初五的酒席早20天前甚至更早就被预定一空。一家酒店的大堂经理告诉我，在他们这预定酒席的平均消费大多为六七百元，有些还超过千元。“民以食为天嘛，何况还是过节呢。”

在酒店消费的市民大多是图个方便，不愿亲自下厨，但也有不少人为追求家庭气氛，在家里设宴招待亲友的。家住红星小区的王先生说，“大过年的，亲朋好友聚在一起不就是图个开心嘛，犯不着上酒店花那冤枉钱。”

3、 送礼开销过大 亲戚朋友互相拜年，自然少不了送礼。如今，送礼已经成了过年支出的很大一部分，有的家庭甚至超过了吃的支出。我对运河小区的一些居民进行了随机调查，过年的人情消费最多超过5000元，最少的也有近千元，这其中包括给亲朋好友的礼品、礼金，给孩子的压岁钱等。

一位吴先生说，一年只过一次年，亲戚朋友间总要是要走动一下的，又不能空着手去，现在的人品位高了，送低档的东西显得寒酸，给每个孩子的压岁钱就不能少于200元。粗粗算一下，春节期间送礼的钱就达到xx多元。 其实，春节人情消费的增加只是一个缩影，不仅是春节，就是平时，人情类的消费也占了人们消费中的很大一部分，成为一项很主要的消费。

随着家乡城镇居民收入和消费水平的不断提高，人情消费也在不断上档升级，礼金数额水涨船高。人情类消费的增加也成很多人的沉重负担。一位去年春节期间人情类消费达到3000多元的李先生无奈地对我说：“人情费超过了小孩学费，面对众多的人情费，我真的有点捉襟见肘。”

从调查中可以看到，人们习惯将白酒作为馈赠亲朋好友的礼品，选择白酒送礼的家庭比率达69%，平均送礼金额中也是白酒最高达到143.94元。

4、快快乐乐春节游 近年来，春节游一直很火爆。我在市里的一些旅行社了解到，一些旅游线路基本排满。在春秋旅行社报表上，大年初一和初二的海南游已“满座”，而前来咨询的市民仍是络绎不绝。

“如果天气晴好的话，外出旅游的人还会多些呢。”一旅行社工作人员告诉我。对于很多人来说，春节是个团圆的的日子，也是游玩的日子，一位熊先说：“我挺喜欢旅游的，但不知道春节期间天气怎样，如果天气不是很坏，带着亲戚朋友一起自驾游也是件快乐的事。”

调查显示，在旅游形式上，57%的人选择随团出游，43%的人选择自助旅游。在地点上，广东、厦门、深圳、云南等气候宜人的南方和气候相对寒冷的北方城市(如哈尔滨、长春等)最受欢迎。在境外游方面，香港仍是许多人的首选。

1、春节打算在哪过?

相对于“五一”、“十一”、元旦等节假日，调查显示春节是最深人关注的节日。在被采访者中，83%的人认为，在所有节日中，春节是最重要的，也是必须要过的一个节日。53%的被采访者表示要在家度过春节，16%的被采访者表示要以旅游的方式度过春节，27%的被采访者表示要以走亲访友的方式度过春节，有4%的被采访者称，他们会以知识充电或健身的方式度过春节。

2、年夜饭在哪里吃?

饭，48%的消费者预计消费在1000元以下，21%的消费者预计消费在1000~xx元，13%的消费者预计消费xx~3000元，有8%的消费者称，他们的预计消费在3000~5000元，有10%的消费者打算在年夜饭这一项上花费5000元以上。 我在我市一些三星级大酒店了解到，酒店推出的1666元、2888元的年夜饭在除夕之前约十天就被订购一空，且比去年预定量要多出10%。而“豪华级”的6666元、8888元年夜饭的预定量较比前几年有所下降。这说明了人们在生活水平提高，消费观念改变的同时，已经初步养成了节约的习惯，不再刻意追求“天价”带来的那份虚荣，而是选择过一个富裕而不浪费的春节。

3、春节应当怎样过?

春节是中国人的传统节日，而如今那浓浓的年味似乎越来越淡。在对待春节的态度上，有63%的人认为现在春节年味太淡，缺少传统文化，希望能过一个传统型的春节，16%的人认为现在的春节简单轻松，比传统春节要好，据我了解，这么认为的大多数位年轻人，另有21%被采访者认为现在的春节和“五一”“十一”长假没有什么两样。 我市今年举行的“运河之都”文化庙会，集民俗风貌、文化演出、传统小吃、特色饰物于一体，成为百姓过年消费的一大去处，也是今年市民欢度春节的方式之一。在庙会上我了解到，百姓对这种过年的方式十分满意，认为这种在城市里少见的庙会不仅让人了解到本地的传统文化，还使这个春节变得年味浓浓，对于小孩子来说这也是一个让他们真正了解春节传统的渠道。在城市里举行庙会，不仅拉进了城乡间的距离，更为市民提供了消费好去处，也给更多的商家带来商机。

4、过年送礼送什么?

69%的被访者表示春节送礼会选择白酒，27%的被访者表示会选择一些保健品送亲友，极少数被访者表示会选择其他有意义或对方真正需要的礼品。由此可以看出，春节送礼还是停留在送传统礼品上，并没有深入实际的考虑。

5、 压岁钱该怎样花?

随着百姓生活水平的提高，孩子们的压岁钱也是越来越多。那么，这些交到孩子手里的钱，是怎样花的呢?我在家附近的第八中学对初中学生作了调查。调查发现，近八成中学生的压岁钱在800元左右，超过1000元的和低于500元的在少数，极少数的学生压岁钱在1500元左右。他们的压岁钱主要用于以下几个方面：用压岁钱上网，买游戏卡，为自己添置新衣服及饰物，买平时就喜欢的图书，购买高档文具，请同学一起去吃肯德基、德克士等洋快餐。 调查中，很少有学生提出会把压岁钱捐给希望工程或贫困家庭，但经我提醒，有不少学生表示会考虑这么做。由此可以看出，家长对学生平时的教育在这方面还是有所欠缺。

**预制菜消费调查报告篇六**

根据全球管理咨询公司麦肯锡最新发布的20xx年中国数字消费者调查报告，报告指出了五大趋势，其中指出，线下实体零售店向“展示厅”的转型，因为现在消费者一般都是在线下实体店进行比较，但最终选择在线上购买。

麦肯锡公司今年的调查覆盖了农村地区，调查显示，尽管互联网在三四线城市和农村普及率较低，但这些地区的大部分消费者和城市消费者一样都是活跃的网购用户，而且他们更享受网购。

麦肯锡本次调研访谈了超过6000名中国互联网用户，覆盖了中国一至四线城市以及广大农村地区共计约6。3亿的用户，对其数字和意愿进行了深入的调查和挖掘。

本次调研主要针对6种数字行为进行分析，一是通讯和移动；二是社交网络，像微信，像微博都有覆盖；三是游戏；四是在线视频；五是电子商务，六是o2o。

这份名为《中国数字消费者调查报告：对选择和变化日益强烈的渴望》强调了以下五个趋势：

要充分挖掘学生的兴趣和特长，丰富业余生活和社团活动，锻炼强健体格，活跃人际交往，逐步摆脱对虚拟世界的过度依赖，养成积极健康的学习生活习惯。要引导大学生勇敢面对现实，积极参与社会实践，提高环境适应能力和动手操作能力，培养实干、创新、合作精神。

中国是全球最热爱社交的国家之一。我们看到我们每天花在社交媒体上的时间，花在社交媒体的时间是78分钟，美国是67分钟。我们依赖亲友推荐的人数占比差不多有50%，美国差不多40%，而且这两个趋势现在来看，是在更迅猛的发展当中。到明年可能要把“之一”去掉，中国是全球最热爱社交的一个国家。

我们看到社交媒体从单纯的沟通功能逐渐演变出crm和购物的功能。社交网络在中国市场在慢慢不断的快速演变的过程当中。调查显示，社交网络大大促进了消费者使用网络购物，网络购物的时间在大幅增加，观看网络视频，浏览新闻也都是出现大幅度的增加。

另外，20xx年，数千商户将中国流行的直销模式移植到移动平台上，通过建立半私密的50—100人组成的微信群，向朋友和朋友的朋友销售从有机蔬菜到最新时装等各类商品。20xx年，这一趋势仍将继续，更多商家可以借助中国庞大的社交用户人口打造数码版的直销网络，依赖口碑和推荐，销售更多的商品（如化妆品、医疗保健和保险产品）。

连续打过几轮光伏贸易战的机电商会副秘书长孙广彬告诉记者，如今一听见“双反”，他不是焦虑，而是沉痛。一个“非市场经济地位”的帽子，让我们的贸易战总是输在起点。

麦肯锡的调查显示，目前有16%的消费电子产品是通过线上售出的，而5年前这个比例只有1%。实体店的展示效应（即购物者在店里浏览商品但通过其他渠道包括线上渠道购买）对30%的消费者而言尤为明显，他们会在店内浏览并同时用手机进行研究，而他们中只有16%最终选择在门店购买此产品。

麦肯锡全球资深董事刘家明指出，门店将来不单纯是交易的一个渠道，更多是展示的功能。

71%的中国数字消费者已经在使用o2o服务，其中97%的消费者表示他们在未来6个月内仍会继续使用o2o服务甚至增加使用频次。而在还没使用过o2o服务的消费者中，近三分之一的消费者表示他们愿意在未来6个月内进行尝试。

20xx年，中国消费者对o2o的预期也变得更清晰：针对货物和商品，72%的消费者希望o2o可以提供网购商品线下退货，56%的人希望可以线上下单、线下取货。

尽管互联网在三四线城市和农村普及率较低，但这些地区的大部分消费者都在使用电子商务，网购的比例分别达到了68%和60%。农村用户中的“网络达人”更是比一线及二线城市多出25%，渴望第一个尝试新的产品和服务。

在具体数字上，第一互联网的普及率在一二线达到76%，到三四线是47%，到农村19%，但是在被渗透的这些人群当中，用过电子商务网购用户，19%普及互联网的人群里面有64%用过网购。

“很有意思的是，虽然在农村互联网覆盖率仅为19%，但是在电子商务的使用上他们跟城市居民一样活跃，”麦肯锡全球董事季翔说，“我们看到，中国一些领先的零售商已开始迅速行动，建立县级运营中心。这些举措不仅方便了商品的下乡，也加快了农产品向城区的输送。”

报告指出商家可以借助这些“网络达人”在物流和分销体系还欠发达的农村地区占领市场。

家庭金融的相关数据直接反映了家庭在经济金融活动中的行为决策，对于央行进行宏观调控，防范金融风险具有重要意义。在美国，消费者金融调查（scf）是美联储投入巨资与芝加哥大学合作完成的一项长期性调查。金融危机之后，美联储为直观了解美国家庭财务受金融危机影响状况，甚至将本因20xx年进行的调查提前到了20xx年。而我国，之前在此领域仍是空白。

形势危急，国家环保总局使出了权限所能允许的最大行政处罚权——流域限批，誓言要铁腕治污，在下半年实施环保“五大战役”。然而，本来就处于弱势的环保部门能否在这次战役中打一场漂亮的攻坚站，却是我们一直担心的问题。

农村消费者其实他的互联网渗透率还不是那么高，很多人不一定有智能手机。但是我们看到像浙江桐庐县淘宝村店，在村里面有一间房子，里面有电脑，有宽带，村里组织会使用淘宝的人来为村民统一购买商品，他们“双十一”完成订单1229个，平均单店销售额11000元。

尽管中国消费者更倾向于在线上购买服饰类商品（66%的人在过去3个月内购买过），但他们购买得最频繁的却是常温和生鲜食品（食品购买频次是34次/年，服饰类是22次/年）。40%的中国消费者网购食品，而美国网购食品的消费者只有10%。

麦肯锡全球董事龚方指出，在网购食品时，其中一个最大的问题是对于食品安全的担忧，大家看到在中国有65%的消费者他非常担忧食品安全问题，在美国和英国只有36%和26%。因为食品安全担忧，导致中国一些新的小的生鲜食品卖家开始涌现。他们价值定位，往往是进口食品。大家看到生鲜食品在13年已经达到了56亿的规模，比如上海自贸区，生鲜食品在自贸区的销售量有迅猛的发展，不管是天猫还是京东，随着自贸区的大力发展，他们在探索更大范围的生鲜食品的空间，所以我们觉得生鲜食品这一块是非常美好的发展前景。

个人原因造成空巢老人。一是老人自己希望过独立生活，得到更多自由。这部分老人大多是经济上能够独立，精神生活较为丰富，身体状况较好的低龄老人。二是老人对老居住地有深厚感情，即便是子女进了城或是迁了新居，要求其到新地居住生活，但他们不愿意离开久居的环境，有山有田有房子，坚持守着老根据地。

驻村以后，可能与我是师范生的缘故，我对本村的留守儿童问题十分关注。工作后积极调研，掌握分析情况，建立留守儿童档案。同时，积极参与本镇08届优秀大学生村委贾苑同志创办的留守儿童服务中心的关爱活动，现在在中心担任留守儿童的语文与数学的教辅工作。

**预制菜消费调查报告篇七**

很多消费者都有这样的体验：去超市或商场购物亦或是去服装商城买衣物，在去目的地之前，已经想好了这次该买什么，买哪个品牌，买多少，但是最终的购买决策在进入目的地后发生的一些变化，起初想购买的东西有一部分并没有购买，所买商品的数量也有所变化，或多或少，有些并没有想买的也买了不少。为什么消费者在进入商场后购买决策会发生变化呢？店内又有哪些因素影响了消费者的购买决策呢？最近我分别走访了武汉市的几家大型超级市场和几家服装店，了解了一些影响消费者品牌选择和产品购买数量的店内因素，主要是购物点陈列、削价与促销、店堂布置与气氛、商品脱销与销售人员这5个因素，之后我对相关要素做了一个问卷调查，了解其中不同因素对不同消费者群体购买决策影响。

在这次调查访问中，我主要采取观察、访问、咨询加问卷的形式获得我所需要的相关资料的。相关步骤如下：

2：初步总结。回来后我们相互交换所得资料，认真分析，并查阅了

一些资料，得出初步结论；

5：最终结论。经过一系列的讨论分析后得出最终结论。

3：问卷结果。总计发放问卷调查60份，收回有效样本50份，调查对象涉及不同性别、不同年龄段、不同消费水平。经过比较发现了如下特征：

（1）女性明显比男性的购买变动性大；

（2）消费水平高的变动性相对较大；

（3）商店的商品陈列对消费者的购买影响较大；

通过这次调查，我了解到在相关店内因素中，购物点陈列、削价与促销、店堂布置与气氛、商品脱销和销售人员是影响消费者最终购买行为的最主要的五大因素。采用不同于平时的陈列方式陈列商品对消费者的品牌选择会产生重大影响，从而提高某些商品的销量；削价与其他促销手段如优惠券、赠品、综合折扣等通常也能提高产品关注度和销售量；同样的，商店内商品如何摆放对产品和品牌的选择也具有重要影响，研究表明，最好的货架位置是与视线平行的位置，接下来依次是与腰部平行和膝盖平行的位置，后两个位置的销售量只有前者的74%和57%，店堂布置与店内环境和气氛是紧密相连的，宽敞的过道、错落有致的商品陈列总会让消费者更满意；商品的脱销会对某些消费者想购买的品牌不利，因而对于零售商和制造商都应该格外重视这一点；销售人员其实在一些消费者介入程度较低的购买中作用并不是很明显，然而在消费者介入程度较高的购买过程中，销售人员对消费者的选择影响还是蛮大的。商家应该综合各种因素并结合自身实际制定好相关策略实现利润目标。

**预制菜消费调查报告篇八**

五一小长假临近，好基友们纷纷给自己准备出行计划。据携程数据显示，今年“五一”出行泰、日、韩持续火爆，游客量增长超过100%，泰国更是以“距离近、价格低、落地签”三大优势成为国人最受关注目的地。

据不完全统计，同志群体占整个人群的5%。随着大众包容性的增强，同志群体的社会接受度日益提高，社会关注度也日益提升。此前，同志社交软件zank发布了国内首份《中国同志消费调查报告》，对同志群体在旅行消费方面做出了详细的调查。

报告显示，有34%的被调查对象在过去一年中有过出境旅游的体验，而没有出行宅在家的仅占11%，且72%的同志选择和好友组团出游。在出游目的地中，泰国以11%的占比位居出游目的地榜首，而日本、韩国的占比分别为5%、6%。

由于五一假期缩短，短途旅行成为较火热的选择。而对于同志群体来说，除了美丽的海景和神秘的佛教文化，泰国对同志的包容更是对基友们最大的诱惑。在泰国，你可以与你的伴侣牵手走在大街上，可以逛世界上最好的同志酒吧，可以看到火遍亚洲的go go boy。日前，zank出品的《一屋赞客》第二季演员海选活动，更是将免费游泰国作为最终全国七强的\'奖励。

此次的问卷调查，在男女、年级上的分布比例，可以说是比较具有代表性的，首先，男女比例分别是52.0%和48.0%;男女生在兼职的主要目的上存在着很有意思的差别：男生冲着钱去做兼职的，占被调查男生总数的43.9%，女生的这一数值是53.9%;男生兼职为锻炼自己的，占被调查男生总数的 52.4%，女生的这一数据是41.5%。

中国自实行计划生育以来，我们现在的每个中学生几乎都市独生子女。父母的溺爱是避不了的。因此，父母都顺着子女的意愿，以至于造成中学生心中的满足感和强烈的欲望。中学生避不了的挥霍如土，把钱用在不该用的地方，为了出风头，就会不惜千金买名牌，为了更了解中学生消费的内容，这儿我们列举了一个表格，即中学生消费的内容。

当下，穷游成为人们热衷的旅游形式，“用最少的钱逛最多的地方”成了一种时尚。但是在同志群体中，这一点却恰恰相反。据《中国同志消费调查报告》数据显示，65%的同志群体旅行花费在3000元以上，其中花费在10000元以上的竟占到15%。在旅行酒店价位选择中，选择100元以下的仅占6%，绝大多数同志选择入住经济舒适型酒店。

对于商家来说，所有的节日都是赚钱的好时机，节日营销成为了商家必争之地。而从《中国同志消费调查报告》来看，同志群体已成为了商家不可忽略的一块大蛋糕。在人们普遍追求穷游的时代，同志群体洽洽选择品质型的旅行，他们追求更好的服务和享受，期待在异国的旅行中释放社会对自己的压力。

空巢老人是指没有子女照顾、单居或夫妻双居的老人，分为三种情况：一是无儿无女无老伴的孤寡老人，另一种是有子女但与其分开单住的老人，还有一种就是儿女远在外地，不得已寂守空巢的老人。

此份《中国同志消费调查报告》的样本人群59%处于23~28岁之间，覆盖了北、上、广、深等30多个国内城市，是国内第一份针对同志群体在消费领域做的最专业全面的调查报告。作为性别与性取向认同领域的非主流群体，研究其消费能力、消费意识、消费价值观有利于增加大众对同志群体的了解。中国知名性学家表示，zank出品的《中国同志消费调查报告》唤起大众对同志群体消费需求的关注，是同志维权运动的重要里程碑。

从网购商品占比来看，城乡居民网购商品的侧重点有所不同，但总体差异不是很大，特别是服装鞋帽和家用纺织品类在城乡居民网购总额中都占有最大份额。城镇居民网购侧重于服装鞋帽和家用纺织品、家用电器、手机和手机配件等，比重分别为27.6%、8.3% 和8.1%;农村居民网购侧重于服装鞋帽和家用纺织品、手机和手机配件、食品饮料烟酒和保健品、通讯充值和游戏充值等，比重分别为37.5%、7.5%、 7.1%和7.1%。

关于假期打工，50%的中学生有这种想法，30%的中学生打工过，其实只要去劳动，无论是体力劳动还是脑子劳力，所获得的报酬都是会欣喜且倍受鼓舞的。劳动是光荣的，不劳动是不光彩的。作为一名新时代的中学生，一个将要面对社会种种挑战和考验的人，树立只有劳动才能创造财富的观念，对于自己的消费行为不无裨益。

**预制菜消费调查报告篇九**

湘南学院是郴州最大最新的园林式本科院校，学生消费人口多、消费集中，有一个较广阔的消费市常我就所见所闻对大学生的消费观、消费市尝消费不当等问题做了一个《关于校园消费的调查报告》。

李某，大三学生，月消费1000元以上。他吃饭不进食堂，买衣要去步行街，每星期还要去舞厅逛逛，光是抽烟每天不下10元，来了个什么“节日”还得到餐馆请客吃饭。

当代部分大学生消费观念发生了变化，把“粗茶淡饭”“节衣缩食”的传统美德认为是一种落伍，更多的大学生开始注重“吃要讲场面，穿要讲名牌，玩要讲潮流，用要讲高档”。在此，我觉得产生这一现象的原因是有一部分家庭已经完全进入小康水平，但我们国家人口多、农民多的现实不能忽视。小部分大学生的高消费刺激了一些学生的消费观念的转变，他们开始超前消费，开始攀比成风，开始讲究排场。

1、饮食消费：大学生对饮食越来越讲究，营养快餐也应运而生，随之而来的校园饮食消费也与日俱增。自助餐、特色菜、珍珠奶茶、超市熟食都成为大学生钟情的食品。

2、娱乐消费：校园里外网吧、歌厅生意兴隆，尤其是放假期间真是门庭若市。出部分大学生有自己的电脑外，多数学生会去网吧，有的是查资料，有的\'是打文章，有的是看新闻，但更多的是看电影玩网络游戏。歌厅生意也是红红火火，同学聚会、联营等活动都选择歌厅，很多人说到：“反正钱是大家出，又有情调，钱发得值，我们玩的也开心~~~~~”

3、市场估测：校园市场是发展前景乐观的消费市常校园消费有人口集中、消费商品结构较简单、大学生讲信誉、不斤斤计较、容易接受商品价格等优势，只要商家控制价格的波动，控制品牌，一定会取得丰厚利润。

通过观察与调查，大学生赤字消费比较严重。一是由于校园消费方便适当，消费者容易接受，久而久之出现赤字；二是由于校园消费攀比现象严重，学生都讲究档次，容易超前消费。我觉得校园消费使大学生支不缚出，是大学生对物质消费和精神消费的盲目性、轻视读书学习、注重娱乐消遣的不当观念造成的。

在大学生群体中买书买报的少、买衣服化妆品的多，这种现象令人担忧。消费不当，直接影响大学生的学习和健康成长。因此，结合对大学生爱国主义教育，弘扬中华传统美德，鼓励和引导大学生多读书、读好书、了解消费市尝正当消费，是大学生教育的重要部分，应当受到社会与学校领导的关注。

**预制菜消费调查报告篇十**

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。

**预制菜消费调查报告篇十一**

伴随着我国经济的持续高速增长，能源危机、环境恶化、生态失衡等一系列问题日益困扰着人类的发展。在此背景下，以环保为主旨的绿色产品应运而生。为了解广大消费者对绿色产品的接受程度、挖掘绿色消费品的市场潜力，中国社会调查事务所近日在北京、上海、天津、广州、武汉、南京、重庆、青岛、长沙、南宁等城市开展了一项有关绿色消费观念及消费行为的专题调查，共收到有效样本1863个。调查结果表明，绿色消费品以其健康、节能、无污染等特点逐渐受到了人们的青睐，日益走进百姓生活。

调查显示，86.7%的人认为治理环境污染问题事关重大且迫在眉睫;71.3%的人认为发展环保产业、开发绿色产品对改善环境状况大有裨益.人们普遍认为绿色产品应具有健康、节能、无污染的特点，对以上特点的认同比例分别超过了70%。

调查还显示，53.8%的人表示乐意消费绿色产品;37.9%的人表示已经购买过诸如绿色食品、绿色服装、绿色建材、绿色家电等等在内的绿色产品。同时，18.5%的人认为国内绿色产品的质量和技术水平还比较低，与西方发达国家之间存在着不小的差距;15.2%的人认为目前绿色产品的品种还不够丰富，尚不能满足环境保护的需要和人民生活消费的需求。由此看来，要解决环境危机、推广绿色产品首先应提高我国环境科技的整体水平，促进高新技术含量高的科技成果实用化、商品化和产业化。

调查表明，38.7%的人表示愿意消费绿色食品(见附图)，这一比例大大低于西方发达国家。根据有关资料，有67%的荷兰人、77%的美国人和80%的德国人愿意消费绿色食品，购买过绿色食品的人则几乎达到100%。值得注意的是，17.3%的人反映绿色食品的假冒伪劣问题比较严重。假冒伪劣产品横行势必会影响人们的消费热情。

绿色服装因其具有吸湿性好、透气性强、贴身穿着舒适、柔软等优点而获得了广大消费者的厚爱。调查中，四成左右的人表示愿意消费绿色服装，说明其市场前景非常广阔。

绿色建材指的是采用清洁生产技术、少用天然资源和能源，大量使用工业或城市固体废弃物生产的无毒、无污染、有利于人体健康的建筑材料。调查显示，近三成的人非常欢迎绿色建材，其无毒无害的特点吸引着相当一部分消费者。

当前，家电产品掀起了绿色革命的高潮。绿色冰箱除采用无氟制冷外，还采用杀菌保鲜、抗菌保质、健康卫生的abs材料，从而在确保食品新鲜的同时有效抑制箱内有害气体、净化空气、高效节能;绿色洗衣机则将清洁衣物与消毒灭菌结合在一起，操作简便、安全卫生。与此同时，环保型的微波炉、热水器、手机、水处理机、电脑等产品也纷纷占领市场。调查显示，虽然传统的消费观念和经济条件等因素起了一定的制约作用，但是仍有23.1%的消费者对绿色家电表示关注，并愿意在购买家电时首先考虑购买绿色产品。

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