

大学生消费调查报告问题原因 大学生消费调查报告(大全5篇)

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。那么我们该如何写一篇较为完美的报告呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

大学生消费调查报告问题原因篇一

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“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，我们需要的不仅仅只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生活、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问题原因篇二

随着网络媒介的不断发展完善、网络营销手段的不断充足和成熟，网络购物已成为当今社会购物的一种时尚，并逐渐被大多数人所接受，走入寻常百姓家。而大学生作为社会中极为活跃的一个群体，更是带来和促进了网购的热潮。文章采用调查问卷的方式，成功收集了198位同学网购的状况和态度，分析当下大学生网购的现状和网购存在的问题，进而引导当代大学生理性合理消费。

大学生思维活跃、心态开放、易于接受新事物，有充足的课余时间和可自由支配的生活费用，加上这是一个庞大的群体，在网络普及、电子商务急速发展的时代，网购已逐渐成为高校学生购物的主流形式，在其中，必然也会存在和产生一些问题。

据中国互联网络中心(cnnic)发布的《20××年第34次中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截止20××年6月，我国网络购物用户规模达到3.32亿，较20xx年底增加2962万人，半年度增长率为9.8%。与20xx年12月相比，我国网民使用网络购物的比例从48.9%提升至52.5%。与此同时，手机购物在移动商务市场发展迅速，用户规模达到2.05亿，半年度增长率为42%，是网络购物市场整体用户规模增长速度的4.3倍，手机购物的使用比例由28.9%提升至38.9%。网购用户中大学本科学历者占比较高，为35.9%。其次是大专学历和高中/中专/技校学历，所占比例分别为25.7%和23.7%。大学生已经成为网上购物的主要力量。在接受调查的名学生中76.5%的同学表示经常或偶尔进行网购，极少和没有参与过网购的学生比例分别为17.3%和6.2%。

(一)内在因素：求廉、求便心理。在接受调查的位学生中，绝大多数表示廉价、打折、方便促使他们更倾向于网络购物。据数据显示，由于网店成本相对较低，同时在巨大竞争下，

网络的商品价格比在实体店购物消费的金额要低20%—30%，在生活费用并不高的学生群体中，这无疑给他们带来了巨大的吸引力。同时，学生拥有手机和电脑的比例巨大，在信息如此通畅的背景下，学生们随时随地、足不出户就可以一览当下低价且不失时尚的物品。同时，如网上购票、网上订餐等更是给学生群体带来了诸多便捷和闲适。洒脱而无约束、简单而便捷正是学生群体所追求的。

(二)外在因素：商品多样、商家营销策略的驱动。在回收的有效调查问卷中，网络购物平台拥有全国各地商家的店铺，商品种类多样、形式多变，更有平时市场上所不常见的新奇物品，在商家的相机下，这些商品显得格外诱人，激发了人们的购买兴趣。同时商家店铺别具一格的装扮、温和亲切的沟通、以及承诺的七天无条件退货退款、包邮、注册会员送优惠券、好评返现等营销策略让学生倍感可信，从而产生购买行为。

大学生虽然都到了独立的年龄，但容易人云亦云，辨别和独立能力还相对较差。在选择商品时，容易被商家的巧语所打动、被买家所谓的“好评”所蒙骗，购物渠道选择缺乏多样性、购物结构不尽合理。在购物遇到欺骗和不合意时不善于用法律武器捍卫自身的权利，容易造成利益受损。

在接受调查的198位学生中，网购月消费在300元及以上的达到了13.2%，据了解，大学生每月生活费用大多在1000元左右，300元以上的月网购消费很明显较大的限制了大学生在其他方面的花费支出。这可能影响到学生们的正常生活和交往。

同时，66.5%的学生经常网购的物品为服装、鞋子、化妆品上，花在购买书籍上的只有13.5%，出于某些诸如担心食物变质和质量的原因，只有1.1%的学生选择经常在网上购买食品；有18.9%的学生选择了其他。可见衣着服饰在学生群体当中的吸引力和关注度，据20xx年2月27日淘宝数据盛典显示“每分钟卖2358件衣服，全年出售衣服连起来的长度可以往返月球

两次”。

可见在对网购前景的预测中，有52.3%的同学认为网购的发展空间很大，会被人们所接受；35.5%的人认为网购发展前景不好说，毕竟存在很多问题；4.7%的同学认为网购在短期内不会有较大发展；还有7.5%的同学表示并不关心。如此显示，在多数学生看来，网购拥有很好的未来，从心理层面讲，他们对网购表示出极大的兴趣和认可，甚至走向依赖。

综上所述，大学生在网购时考虑的多是购物的便捷性和求廉、享受的心理，其在购物结构和花费上需要做些调整。同时，从大学生自身而言，在网购时要摆好心态，不能一味的求廉，要增强辨别能力，在权利受侵害时要有维权的行动，才能更好的进行网购活动。从社会来说，要加强网络监管，保证网购的交易安全和及时处理网购中的纠纷，保障物流的安全和速度，服务好网购人群，推动网购健康发展。同时，从学校和家长而言，要加强对学生消费的指导和理财教育，让学生知道钱来之不易，理性合理消费才能更好地享受生活。也只有养成了良好的生活和消费习惯，我们才能更好地走向社会，才能更好地发展自己、服务社会。

大学生消费调查报告问题原因篇三

在当前尚且低迷，尚未完全复苏的经济环境下，消费问题被大家广泛关注。物价的连续上涨，直接反映了社会的消费和需求问题。当前的消费市场中，大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越大的关注。由于大学生年龄较轻，群体较特别，他们有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。一方面，他们有着旺盛的消费需求，另一方面，他们尚未获得经济上的独立，消费受到很大的制约。消费观念的超前和消费实力的滞后，都对他们的消费有很大影响。特殊群体。对两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书”的时代已经过去，中国的大学学子目前正受到市场经济的强力冲击，对大学生消费调查报告。在同一屋檐下的大学生群体，包容着具有多种

经济状况和消费能力的个体，从而拉开了层次，并且区分度相对稳定。这种经济上的差异和分层不仅取决于我们不同的价值取向、思维方式和性格特征，而且也是地域经济差异性的反映。但是大学生作为一个群体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。

1、理性消费是主流

价格、质量、潮流是吸引大学生消费的主要因素。从调查结果来看，讲求实际、理性消费仍是当前大学生主要的消费观念。据了解，在购买商品时，大学生们首先考虑的因素是价格和质量。这是因为中国的大学生与国外的不同，其经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，这使他们每月可支配的钱是固定的，大约在400-800元之间，只有个别家境较好的同学花费超过1200元，而这笔钱主要是用来支付饮食和日常生活用品开销的。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，但质量显然是他们非常关注的内容。

总体来说上大学生的消费仍然处于“温饱”阶段，即吃饭穿衣仍然是支出的主要方面；但是这种“温饱”已经有向“小康”过度的趋势了（这点由我们日益增多的mp3□mp4□手机支出，人际交往支出就可以看出）。

3、丰富大脑不惜钱调查中我们发现：由于就业单位对高学历的要求，现在一些大学生为考英语四六级、读完本科读硕士，成批量地买回参考书。还有一些学生则在读本专业的同时，辅修其他学科，为自己就业积累知识资本。在旁听课程、购买资料等消费项目上，他们出手大方，乐此不倦。

4、经济独立意识较差，储蓄观念淡薄

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。”当问及每月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，只有极个别同学有记账、储蓄的意识。

大学生消费调查报告问题原因篇四

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20xx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。大学生消费市场作为其中重要的组成部分也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对教育进行投资，也让大学生的消费能力高出了一般水平。如何正确面对这一消费市场，如何了解大学生的消费情况及对社会经济的影响呢？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“超前”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。

大学生消费调查报告问题原因篇五

当前的消费市场中，大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越大的关注。由于大学生年龄较轻，群体较特别，他们有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。一方面，他们有着旺盛的消费需求；另一方面，他们尚未获得经济上的独立，消费受到很大的制约。消费观念的超前和消费实力的滞后，都对他们的消费有很大影响。特殊群体自然有自己特殊的特点，同时难免存在一些非理性的消费甚至一些消费的问题。而广州作为中国经济前沿城市，处于其中的大学生的消费观便显得尤为重要了。为了深入了解广州大学生的消费观，特此做了问卷调查：

一、调查目的：了解广州在校大学生的消费水平，让其他人了解学生群体的消费情况以及存在的目的，及时纠正自己的消费行为和消费习惯，树立正确的消费观和消费行为习惯。

二、调查意义：有利于学生正确认识学生消费现状，形成正确的消费观和消费行为的价值判断标准；促进学生的消费心理健康发展，提升学生的道德修养，增加倡导大学生勤俭节约生活消费内容为校风建设范畴有重要和积极的意义。

三、调查地域：广州

四、调查时间：利用空闲时间，或者选择星期五下午放假时间和星期六、日假日进行，用时大概共一周。

五、调查对象：广州各大学部分（抽样）学生，并包括不同性别，不同专业，不同地区的学生。

六、调查方法：

(1) 首先阅读和了解关于社会调查内容，掌握社会调查中需要用到的技巧和方法；

(4) 收集好完成的调查问卷，整理调查问卷和整合问卷内容，制出一张表格能清晰地反应消费心理和行为习惯的特点，并总结出调查结果，写出最终调查报告。

七、调查问卷设计

本次调查采用了封闭式调查问卷,经过多次试调查和检验,最终形成的问卷共包含18个封闭式问题。问卷形式及内容如附件1所示。

附件1

大学生作为一个特殊群体渐渐成为当代社会新的消费热点，为进一步了解广州在校大学生的消费水平，邀请您与我们共同完成这份调查问卷。最后，衷心感谢您能在紧张的学习之余提供宝贵的信息，谢谢！

1. 有没有统计你一个月大概花费多少钱？

a.有 b.无 c从来没有

2. 每月父母给你多少钱？

3. 你每月的花费大概是多少呢？

4. 你有没有讲价的习惯

a.有 b.无

5. 你平时买衣服时，你会选择：

- a.毫不犹豫地走进专卖店
- b.走进普通店商铺,选择合身的衣物
- c.不一定,两者也有

6. 你有手机吗?

- a.有 b.无

7. 你平时买手机时会侧重于:

- a.款式 b.价格 c.功能齐全

8. 你换过手机吗? 换过几次?

- a.无 b.一, 两次 c.两次以上