

最新大学生月消费调查报告结论(大全8篇)

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

大学生月消费调查报告结论篇一

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其变化趋势,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；使更多的农民参与医疗保险，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。

大学生月消费调查报告结论篇二

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于一个很小的范围内。同时社会主义生产的目的是为了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位。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 and 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候，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。

大学生月消费调查报告结论篇三

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生校园的普及。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，绝大多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、人与自然、人与社会的和谐发展。

大学生月消费调查报告结论篇四

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 and 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。

大学生月消费调查报告结论篇五

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

大学生月消费调查报告结论篇六

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所，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?

大学生月消费调查报告结论篇七

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。

大学生月消费调查报告结论篇八

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，也会影响着方方面面。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。