

最新毛概大学生消费状况调查报告 大学生消费状况调查报告(大全9篇)

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。写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

毛概大学生消费状况调查报告篇一

大学生消费心理及状况调查

通过调查，了解现在大学生的消费现状，并分析相关的消费心理及暴露的问题，进而提出相应的建议及对策，引导大学生树立理性的消费观。

问卷调查

大学生

大学生是一个特殊的消费群体，由于生活环境、成长环境、家庭经济状况、所受教育、校园环境以及年龄的特殊心理特征等原因，使这个群体有自己特有的消费心理和消费行为。我们通过对部分大学生的经济收入来源、消费状况调查以及对他们的消费状况和消费的特点进行分析，为进一步改进我校大学生心理健康教育提供线索。

(一)、大学生的消费现象

大学生月消费额在350-500元的占7%，500-800元的占27%，800-1200元的占50%，1200元以上的占12%。消费的主要项目中，伙食费用占每月消费总额的93%，交通、通讯占每月消费总额的68%，购物占每月消费总额的65%，娱乐占每月

消费总额的52%，学习费用占每月消费总额的47%，交际占每月消费总额的28%，其他类别占每月消费总额的6%。就每月花在娱乐方面的费用而言，13%的大学生的花费在50元以下，30%的大学生的花费在50-100元，24%的大学生的花费在100-150元，15%的大学生的花费在150-200元，18%的大学生的花费在200元以上。每个月的情感投资费，或者说谈恋爱浪漫气氛“制造费”中，花费在100元以下占10%，花费在100-200元的占9%，花费在200-400元的占4%，花费在400元以上的占3%，另外本次调查中单身的大学生占74%。大学生每学期学习方面的花费(包括考试、考证、文具、书籍、复印、培训班)中，花费在200元以下占47%，花费在200-300元的占20%，花费在300-400元的占13%，花费在400-600元的占11%，花费在600元以上的占9%。

大学生的消费主要分为基本生活消费(衣、食、住、行)、学习消费(学费、书杂费、考证、电脑等)、休闲及娱乐消费(休闲、旅游、娱乐)、人际交往消费(人情、恋爱)等几个方面。

通过调查，我们发现，大学生绝大部分的消费还是用于基本生活的消费(伙食、交通、通讯)，购物(服装、饰品)消费所占的比例也很大，其次是娱乐、学习的消费，最后才是人际交往方面的消费。由此可以看出，对于购买的商品的选择，大部分大学生还是比较理智的，他们有一定的知识和思维判断能力，对自己的需要定会做出满足相应需要的行为。但仍有小部分的大学生在处理这个问题时有些盲目。

而就购买商品时注重的的问题而言，大学生重视质量与功能的占调查人数的46%，重视实用性的占总调查人数的21%，重视美观别致的占总调查人数的15%，重视价格的占总调查人数的9%，重视新鲜感的占总调查人数的5%，重视品牌的占总调查人数的4%。据此调查结果发现：大学生消费结构总体上是合理的，他们能够从自身条件出发进行合理的消费行为，大部分的大学生购物时都会考虑商品的质量、实用性，选择物美价廉的商品。虽仍会有一部分大学生会更看重品牌新鲜

感,外观,但质量还是最关键因素。

就在物品选择的标准上,对名牌(比如:鞋子、衣服、手机等)持的态度中,选择物美价廉的商品的大学生占总调查人数的占48%,持无所谓态度的大学生占总调查人数的占29%,认为只是要几件名牌撑场面就行了,当代大学生热衷,只爱名牌的只占总调查人数的6%,可以看出对于名牌,很少有大学生会刻意追求,很多人对此持无所谓的态度。

(二)、大学生的消费心理

认识过程:即消费者对自己的感觉知觉记忆想象思维和注意等活动对商品属性以及各方面联系的综合反映过程。

情感过程:在消费者对商品或劳务的认识过程中,产生的满意或不满意,高兴或不高兴的心理体验,构成有特色的对商品或劳务的感情色彩。大学生充满激情,热情奔放,道德感也比较完善,拥有较高的审美观。感情力大大增强,但自制力仍薄弱。多数大学生能理性地思考和行动,调节自己的冲动,理性地消费。

意志过程:消费者在购买活动中有目的,自觉地支配和调节自己的行动,努力克服各种困难,从而实现既定购买目的过程。

(1)消费的不平衡性根据调查分析,大学生由于性别、年级、学校所在城市的经济发展状况、家庭收入状况等各方面的差异都对其大学生的消费状况和消费行为有影响。其中,影响最大的是学校所在城市经济发展状况和家庭收入。据调查研究显示,来自城市和农村的大学生会有不同的消费水平。其调查中,来自城市的大学生占总调查人数的44%,来自农村的大学生占总调查人数的44%,来自城乡结合的大学生占总人数的12%,其经济状况处于中等地位的占总调查人数的15%,较为发达的占总调查人数的23%,较为落后的占总调查人数

的23%，落后的占总调查人数的3%。大学生月消费额在350-500元的占7%，500-800元的占27%，800-1200元的占50%，1200元以上的占12%。

(2)消费的主导性针对是否有记账这个习惯，35%的大学生很少有记账的习惯，32%的大学生向来没有记账的习惯，22%的大学生对一些比较大的支出有记帐的习惯，11%的大学生基本上对所有支出都有记帐的习惯。

大学生在消费问题上，除了必要的生活支出外，还有学习、娱乐方面的支出。学习支出是为了自我发展的需要，娱乐的支出是为了放松自己、建立良好的人际关系。大学生的需要通常包括要求别人承认自己，得到他人的好评、尊重，渴望得到相应名声和地位的成就感等。而要获得这种尊重就有许多条件，其中漂亮、美貌、健康和年轻是重要条件之一。这点对女性更为重要，因为这是女性获得他人和社会承认的一些必要条件。因此女大学生也开始注重美容包装，这也就增加了美容方面的消费。

(3)消费的合理性对于选择购买商品的直接因素，大多数人会先考虑价格，其次是朋友或家人的推荐，再次是商品的品种，最后是商场的火爆、促销活动、明星代言。

(三)、大学生消费存在的问题

(1)消费的冲动性就购物时是否会有快感这个问题中，57%的大学生认为会产生快感，43%的大学生认为不会产生快感。对于心情不好时是否会以购物、大消费来发泄这个问题，79%的大学生表示不会发生这种情况，21%的大学生表示会有这种情况发生。据此显示，大学生在购物时会存在一些冲动，会有部分同学通过购物来调节心情，享受消费带来的快感。而大学生的消费观念也存在一些问题，比如会有些超前消费的意识。也有些同学会通过找兼职来缓解消费带来的压力。

(2)消费的盲目性就大学生消费时是否有记账的习惯，35%的大学生很少有记账的习惯，32%的大学生没有记账的习惯，22%的大学生对一些比较大的支出有记帐的习惯，11%的大学生基本上对所有支出都有记帐的习惯。而大学生对于生活水平满意度，60%的大学生认为一般，正好够用，27%的大学生很满意，还有少许盈余，12%的大学生认为勉强可以，咬咬牙能熬过，1%的大学生. 不满意，总是在预支下月生活费，拆东墙补西墙。并就认为周围的同学的消费观而言，81%的大学生认为周围同学的消费观是有时理性，有时盲目，10%是理性的，7%是相对淡薄的，2%的大学生是虚荣攀比的。同时据调查，53%的大学生认为自己的消费观念是有时理性、有时盲目，29%的大学生认为自己是理性的，17%的大学生认为自己消费观念是相对淡薄的，1%的大学生认为自己的消费观念是虚荣攀比的。对于自己的消费情况的认识，大多数大学生对自己消费很少甚至不会有记账的习惯，大多数大学生认为自己和周围的同学的消费都是有时理性，有时盲目。他们对自己的消费也认识的并不清晰，有时还是无法控制自己的消费行为。

(3)消费的不均衡性伙食费用占每月消费总额的93%，交通、通讯占每月消费总额的68%，购物占每月消费总额的65%，娱乐占每月消费总额的52%，学习费用占每月消费总额的47%，交际占每月消费总额的28%，其他类别占每月消费总额的6%。据此来看，大学生还是以生活所需为主，但用于精神文明建设方面的投入远远不够。当然也有一些大学生缩减饮食支出却用于娱乐购物方面，其结构更为不合理。

(四)、建议及对策

针对这些现象和问题，我们提出以下建议：

(1)加强大学生的财商教育大学通过各种渠道，比如讲座、课程来进行财商教育。教育大学生学会理财，加强理财意识，树立正确的消费观。

(2) 优化消费环境，社会各界要努力树立健康的消费风尚，企业要进行正确的宣传，为大学生营造良好的社会消费大环境。

(3) 加强大学生的精神文明建设，引导大学生注重精神建设方面的消费，在物质消费基本满足的情况下，提高自身的精神文明建设。

(4) 大学生加强自身消费教育大学生应该变被动消费为主动消费，合理地、有计划地进行消费。学生应当把精力更多地集中在学业上。自觉增强和完善自我意识水平。提高文化底蕴，知识水平的提高，认知能力审美能力，抵御不良消费观念的影响。确定合理的消费期望，作有头脑的消费者。自觉学习一定的商品知识和消费技巧，积累消费经验，提高自己的财商。

毛概大学生消费状况调查报告篇二

a□2人负责联系合肥学院院学生会，便于协助工作。

小组成员：王荃孙克凤

b□2人负责工作中所需要的后勤服务。

小组成员：马琦刘郝

c□8人负责发放问卷，调查问卷，回收问卷。

组长：陶婷

副组长：吴庆娇，章璐

成员：张中耀程刚陈雅雯涂碧丹张帆

2、调查的工作步骤

- (1)制作问卷，审核问卷，印制问卷等其他备用物品。
- (2)联系各系学生会负责人，确认发放调查问卷的时间。
- (3)确认回收问卷的时间，并安排负责人认真回收。
- (4)对问卷调查结果进行分析

3、参与调查工作的人员培训

- (1)让参与工作的人员熟悉问卷内容，方便对学生的询问进行解答
- (2)提醒工作人员应有认真负责的态度

4、调查经费开支的预算：

a□调查问卷的印制及相关备用物品的费用。约为20xx元人民币

b□调查期间所需的通讯费用。约1500元人民币

c□调查期间所需的餐饮费用。约3500元人民币

d□调查前期及期间所需的搜集资料费用。约100元

e□调查期间附送的礼品费用。约5000元人民币

f□其他的意外备用经费预算。

备注：总计约12500元人民币

毛概大学生消费状况调查报告篇三

1、在校大一大二学生的基本生活费：

基本生活费顾名思义是我们大学生日常生活的基本经济支出，大致上包括餐饮支出和日常生活用品支出等。此项费用是在校大学生必不可少的支出，用以维持和保证我们可以正常生活。了解大一新生及大二学生近两年的基本生活费在每月总的费用支出中所占的比例，进而了解在校大一大二学生可能存在的生活消费的心理特征以及探讨其消费结构是否合理。

2、在校大一大二学生的上网、交通等休闲娱乐费

休闲娱乐费是指大学生在日常生活中用于休闲、娱乐等方面的费用支出，包括上网、去ktv及其他娱乐场所、旅游等费用的支出。此项费用主要用于在校大学生丰富业余生活，属于额外支出。了解大一新生及大二学生近两年的休闲娱乐费在每月总的费用支出中所占的比例，用以了解在校大一大二学生可能存在的消费行为导向与消费观念。

3、在校大一大二学生的学习费

学习费是指大学生在日常生活中用于学习方面的费用支出，比如购买书籍、音像物品等费用的支出。此项费用的支出主要用于在校大学生课余之外知识的补充，同时丰富大学生的精神生活，是大学生日常生活中十分重要的支出。了解此项费用的支出可以了解大一新生及大二学生近两年的消费理念，进而反映在校大学生的世界观的发展状况。

4、在校大一大二学生的人情交际费

人情交际费意旨在校大学生在其日常生活中用于人与人之间的交往所需要支出的费用，大致包括班级聚餐、购买生日礼物、同学聚会等方面的支出。此项费用的支出主要是在校大

学生课余生活中的额外支出，用于大学生生活中的人际交往，不可避免，在在校大学生的生活开支中占了一定的比重。了解人情交际费用支出用于了解大一新生及大二学生近两年用于人情交际方面的费用预算及支出，反映大学生的消费行为以及消费观念。

5、在校大一大二学生的购物费用

购物费用是指在校大学生在其日常生活中用于购买非生活必需品的支出，主要包括购买衣物、零食、饰品等方面的支出。此项费用的支出普遍存在于大部分在校大学生的生活中，但也属于额外支出。了解大一新生及大二学生用于购物方面的费用可以帮助分析在校大学生的消费行为导向更甚是他们的世界观的构成是否健康合理。

6、在校大一大二学生的电子产品费

电子产品费是指在校大学生为所购买的电子产品所支出的费用，其中电子产品包括手机、电脑、音乐播放器等。此项费用的支出主要用于在校大学生的业余生活或者用于辅助学习。

7、在校大一大二学生的通讯费

通讯费是指在校大学生在日常生活期间用于互相交流的费用，主要指手机话费。此项费用的支出是现代大学生必不可少的一项支出，用于同学、家人间的沟通交流，同时方便学习与工作。

8、其他方面的费用支出

毛概大学生消费状况调查报告篇四

总的来讲，追求实用、理性消费是大学生消费的主流，但其中不乏非理性消费的存在。但是大学生消费的问题仍旧没有

得到较好的解决，如果对这些非理性消费行为不能及时引导扭转，不仅会影响大学生的学业、影响大学生的健康成长，还影响家庭的经济支配，增加父母的心理压力和经济负担，甚至影响社会的未来及持续发展。大学生的消费结构和消费观念要得到改善需要时间，不仅要学生自身，社会、学校、家庭的相互配合，才能慢慢的看到成效。

毛概大学生消费状况调查报告篇五

大学生月消费额在350—500元的占7%，500—800元的占27%，800—1200元的占50%，1200元以上的占12%。消费的主要项目中，伙食费用占每月消费总额的93%，交通、通讯占每月消费总额的68%，购物占每月消费总额的65%，娱乐占每月消费总额的52%，学习费用占每月消费总额的47%，交际占每月消费总额的28%，其他类别占每月消费总额的6%。就每月花在娱乐方面的费用而言，13%的大学生的花费在50元以下，30%的大学生的花费在50—100元，24%的大学生的花费在100—150元，15%的大学生的花费在150—200元，18%的大学生的花费在200元以上。每个月的情感投资费，或者说谈恋爱浪漫气氛“制造费”中，花费在100元以下占10%，花费在100—200元的占9%，花费在200—400元的占4%，花费在400元以上的占3%，另外本次调查中单身的大学生占74%。大学生每学期学习方面的花费（包括考试、考证、文具、书籍、复印、培训班）中，花费在200元以下占47%，花费在200—300元的占20%，花费在300—400元的占13%，花费在400—600元的占11%，花费在600元以上的占9%。

大学生的消费主要分为基本生活消费（衣、食、住、行）、学习消费（学费、书杂费、考证、电脑等）、休闲及娱乐消费（休闲、旅游、娱乐）、人际交往消费（人情、恋爱）等几个方面。

而就购买商品时注重的的问题而言，大学生重视质量与功能的占调查人数的46%，重视实用性的占总调查人数的21%，重视

美观别致的占总调查人数的15%，重视价格的占总调查人数的9%，重视新鲜感的占总调查人数的5%，重视品牌的占总调查人数的4%。据此调查结果发现：大学生消费结构总体上是合理的，他们能够从自身条件出发进行合理的消费行为，大部分的大学生购物时都会考虑商品的质量、实用性，选择物美价廉的商品。虽仍会有一部分大学生会更看重品牌新鲜感，外观，但质量还是最关键因素。

就在物品选择的标准上，对名牌（比如：鞋子、衣服、手机等）持的态度中，选择物美价廉的商品的大学生占总调查人数的占48%，持无所谓态度的大学生占总调查人数的占29%，认为只是要几件名牌撑场面就行了，当代大学生热衷，只爱名牌的只占总调查人数的6%，可以看出对于名牌，很少有大学生会刻意追求，很多人对此持无所谓的态度。

毛概大学生消费状况调查报告篇六

2、月生活费来源

调查数据显示，33人选择父母给予。这表明，大学生月生活费来源于父母给予，由此可以看出部分大学生有较强的经济自立的思想意识，但在具体消费来源上却出现了极大的倾向性——父母，要实现大学生经济上的独立，除了进一步加强大学生树立经济自立的意识，关键在于还要社会上的给予更多的机会与支持。而且，学校也应该提供更多的帮助，使大学生在思想和经历上共同成长。

3、月生活费状况

统计结果表明，大部分学生生活费状况是刚好用完。由此可知，学生消费基本趋向理性化，但是也有部分同学任然出现不够花的情况，说明个别同学的消费还存在不合理消费现象。

4、月生活费不够用采取的措施

统计结果表明，当学生生活费不够的情况下主要采取向同学借的方式，其次是向父母要跟自己做兼职。

5、生活费主要的用途

统计结果表明，大学生主要消费用于饮食和通讯方面，但在娱乐、服装方面也占了较大的比例，而用于学习方面的却很低，这值得我们深思。

6、月伙食费状况

7、月购衣的花费

统计结果表明，大学生每月用于服装方面的支出主要集中在一百元以下，也有部分同学在服装方面的支出过高在三百元以上，这需要适当的调整。

8、每月学习的花费

统计结果表明，大学生平均每月用于学习方面的支出过低，大多都集中在30元以下。由此可见，学生应适当增加在学习方面的支出。

9、日常生活用品消费状况

统计结果表明，大学生用于日常生活用品消费多集中在10元—60元之间，这在每月消费支出中是较为正常的。

10、每月上网的花费状况

统计结果表明，大多数大学生的上网费用在50元以下，由此可以看出这部分同学上网时间较为合理，而有少部分同学的上网费用在200元以上，这应该引起我们的警惕。

11、每月话费状况

统计结果表明，64.4%的同学每月话费支出在30—60元之间，对于依靠手机与家人、朋友等进行联系的大学生来说算合理。

12、每月交际花费状况（包括恋爱消费）

统计结果表明，大学生用于交际的花费主要集中在一百元以内，也有部分同学每月交际活动较多支出在两百元以上。

13、生活费有盈余的用途

统计结果表明，大多数大学生财商也比较高，会把节余的钱存入银行，以备不时之需。

毛概大学生消费状况调查报告篇七

为了更准确地把握我校大学生的消费脉搏，解读我校大学生的消费文化、了解其呈现的特点，并且对存在的问题寻找对策，我们小组对我校大学生进行了抽样调查。因时间有限，我们随机在全校范围内进行了调查。客观、真实、实事求是，是我们此次调查的态度。调查的数据一方面使我们了解了许多信息，明确了我校大学生的消费结构；另一方也不禁引起了我们更多的思考和疑问。借此，希望能够和大学一起发现些实际点的东西。

（一）问题的提出：

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20xx年，短短10多年，中国大学生仅总数就从108万激增到700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。

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。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。

总体状况当前昆工大学生的消费构成主要分为：基本生活费(衣、食、住、行)，学习消费(学费、书籍杂费、考证费、电脑等)，休闲娱乐消费(休闲、健身、旅游、娱乐等)以及人际交往消费(人情往来、恋爱)等四大方面。

调查显示大部分学生来自城市，其次是城乡结合部，不同的生活区域对消费水平有着一定的影响。

调查结果显示：学生月花销在600元以下的

占31.99%，600—800元水平的占31.62%，800—1000元的占23.9%，1000元以上的占12.5%。说明大部分学生的月平均花销水平在600元，来自中等收入家庭，家庭经济并不富裕，大部分学生个人月开支与家庭月收入有关。调查说明，大学

生除了要支付每学年的培养费外，每月的开支也是一个不小的数字，家长供应子女上学的经济压力还是比较大的。

大学生消费支出(依次为饮食，学习，朋友聚餐，化妆品，服饰，恋爱，话费)

调查表明：大学生的消费心理还是主要是考虑其实惠性，绝大部分的大学生考虑的是消费品的. 实惠和高标准，可见大学生的消费观念主要是商品的实用性及品质质量。

由上图我们可以看出：当前就调查的在校大学生的消费内容主要集中在基本饮食及学习生活两大方面，由此可知：

1、在消费结构上发展资料占的比重呈扩大趋势。

当前的大学生们用于满足基本生存需要的消费比重有所下降，而用于改善学习的消费比重在提高，用于满足精神文化需要的消费开始上升。

2、消费呈现多层次化。在满足基本生活所需的前提下，通讯和购物所占的比重较大，请同学吃饭和购买书籍也占了一定的比重。

对许多大学生来说，就餐已经超越了填满肚子的范畴。尽管食物支出仍是当前在校大学生的主要支出之一，但另一方面，大学生们走出校园食堂到外聚餐的费用与日俱增，麦当劳，肯德基以及一些价格不菲的特色小吃已成为当前大学生尤其是校园情侣们经常光顾的地方。

除去衣食住行消费，目前大学生的消费主要集中于以下几个方面。

(一)休闲娱乐及学习消费

调查表明:在休闲及娱乐消费方面, ,当前我校大学生娱乐方式主要集中于上网,玩电脑游戏,看电影等。同时迪厅□ktv等新兴的娱乐方式也正日渐受到大学生们的宠爱。女生在这方面的支出要稍低于男生,因为女生们的休闲娱乐时间主要用于外出购物。而男生们的泡吧费用要远远高于女生。 .这也在一定程度上说明了当前大学生的精神文化生活是相对单调的。

还值得注意的是,越来越多的大学生们希望拥有自己的私人空间,为此,他们中的一部分人不惜以外出租房为代价,这就使得他们原本就不充裕的生活费更加捉襟见肘了。

此外,尽管目前大学生们在学习上的支出比重有所上升,但是用于学习方面(购买电脑除外)的消费还是低于娱乐方面的消费。

(二)耐用消费品消费(价值200元以上)

调查数据表明:手机在学生中几乎人手一部,除此之外电脑也占据着较大的比重,而相机,平板这些相对奢侈的物品占据的比重较少,如此可见现如今大学生对生活质量的要求也在日益提高。

(三)爱情、友情消费

爱情和友情是大学校园不得不说的故事。爱情是神圣的,但爱情也是建立在强大的经济基础之上的。大学校园里的每一位学子都或多或少地渴望过爱情,更有人说,没有爱情的大学生活是不完整的大学生活,但爱情的巨大投入仍会令不少家境相对困难的学生望而却步。当然,这并不能成为那些校园爱情的执着追求者的障碍。“馒头就咸菜,省钱谈恋爱。”已经成为不少校园爱情男主角的忠实信条。

有了男/女朋友之后,食物支出和衣物支出相对减少,其他方

面的物质和精神支出相对增加，男生在这方面尤其突出。大多数的“男主角”们每月在女友身上的投入约在100元左右。而对于有了异性朋友却又不同校的同学来说，每个月生活费中的相当一部分都“贡献”给电讯业了。对于恋爱费用的来源，在深入访谈中我们发现，有的是由“家里特别提供”的，有的是来自“勤工俭学”的，更多的是从“生活费中支付”的。这与大学生的社会角色有关，更与家庭对大学生恋爱的态度有关。

调查数字表明：同学之间、师生之间、老乡之间、室友之间、个人与班级、社团以及和学校之间等错综复杂的社会交往不仅占据了当前大学生的很大一部分时间，也在大学生的消费中占据着举足轻重的地位。而人情消费因为其形式多样和不确定性而相对难以统计。朋友、同学间的你来我往，请吃请喝是在所难免的；生日聚会等各种形式的庆祝聚餐是不可或缺的；与不在一起的亲人、朋友的感情联络也是绝对重要的。同学过生日，考试得高分，当了学生干部、入了党、评上奖学金、比赛获奖等等都要请客，否则便被视为不够交情、不上路。

毛概大学生消费状况调查报告篇八

：大学生

大学生是一个特殊的消费群体，由于生活环境、成长环境、家庭经济状况、所受教育、校园环境以及年龄的特殊心理特征等原因，使这个群体有自己特有的消费心理和消费行为。我们通过对部分大学生的经济收入来源、消费状况调查以及对他们的消费状况和消费的特点进行分析，为进一步改进我校大学生心理健康教育提供线索。

毛概大学生消费状况调查报告篇九

从101份来自我校以及附近学校的大学生的调查问卷回答结果

显示，近93%的大学生认为电脑对大学生活是必须的，其中近84%的大学生在大学期间拥有的是笔记本电脑，本次调查中，男女所占比例相差不大，其中大部分的是大四的学生，占58.42%，其中，大一的学生所占的比例最少，从调查结果显示，大学生是电脑消费市场中不可忽视的一个群体，随着生活水平的提高，电脑在大学生中的普及度越来越高，且从调查结果中显示出，电脑的价位、性能、品牌、购买场所以及优惠方式等方面因素对学生群体购买的电脑具有一定的影响。