

最新大学生消费情况调查报告调查的主要内容(通用9篇)

报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，那么什么样的报告才是有效的呢？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，我们一起来看看吧。

大学生消费情况调查报告调查的主要内容篇一

为了更好的让在校学生了解消费者的购买行为，知道消费者购买商品时所使用的信息来源和对废旧品的处理方式，进一步规范学生们的消费习惯，所以展开此次调查。

我们受相关单位委托，对在校大学生进行了关于消费者购买商品的信息来源和对废旧商品的处理的调查，其必要性主要表现在以下几点：

大学生多数是自进入大学开始，才更多的拥有选择消费的自主权，有了更多消费自由的

同时也面临着一系列问题，能否处理好这些问题将影响整个大学生生活。消费的安排直接影响生活的质量，毕竟学生的主要经济来源是家长，基本都是限定的。不合理的消费会打乱个人的生活秩序，影响学习生活。同时大学生的消费行为，直接体现了其人生观，价值观。这对他们的学习生活，乃至今后的工作、成才都有着重要的影响。因此展开此项调查尤为重要。

了解在校大学生基本消费情况，通过调查他们购物的主要信息来源来大致了解影响他们购物的因素，通过对废旧品的处理情况的调查来了解他们对日常废旧用品是否能合理的利用，减少浪费。通过这项调查为在校大学生提供一个合理的消费

建议，帮助他们更好的规划日常的消费习惯。

该项调查主要设有如下问题：性别，购买洗发水的来源，到餐厅吃饭的信息来源，理发的信息来源，购买运动鞋的信息来源，对于旧书籍是怎么处理的，对于不穿的衣服是怎么处理的，对于喝完的易拉罐是怎么处理的，对于用过的手机怎么样处理，一共9题此次调查将采用发放问卷调查的方式对在校大学生进行调查，此次一共发放100份问卷，回收率为100%。通过调查的结果来全面分析消费者的消费心理，针对他们的一些消费习惯来为大学生提供更好的日常消费建议。

此次调查的主要内容有：

1、性别：男性占59%；女性占41%

2、购买日用品的基本信息来源，主要的来源分为报刊杂志、广告广播、随意购买、推销员介绍、亲朋好友介绍，看环境购买，其他等。

3、对废旧品的处理方式，主要的处理途径有：当垃圾丢掉、赠送他人，留起备用、当废品利用、不管不顾、其他等。

（1）调查类型：展开此次项目的调查类型是属于描述性调查，在调查中了解学生的一些基本消费习惯。

（2）资料采集的方法：此次调查是采用发放调查问卷的方式来收集一手资料的收集与整理，调查问卷已被编入附录。

（3）抽样方法：属于随即抽样，在网上发布问卷，让被调查者随机填写。

（4）实地工作。在网上发布调查问卷的按时回收，进行准确的分析整理。

1、基本情况

此次调查在网上一共发放了100份问卷，回收率为百分之百。此次调查的主要问题有：性别，姓名，购买洗发水的来源，到餐厅吃饭的信息来源，理发的信息来源，购买运动鞋的信息来源，旧书籍、不穿的衣服喝完的易拉罐、用过的手机怎么样处理。具体的调查结果如下：

(1) 性别的调查结果中，男生占59%，女生占41%，被调查的男生人数稍多于女生，

(2) 你购买洗发水的信息来源哪里？

由调查统计结果可以看出通过广告广播来购买洗发水的学生人数最多，占到了54%，在校大学生受广告广播的影响较大。通过其他人员介绍、受报刊杂志等的影响也较大。

(3) 你到餐厅吃饭的信息来源哪里？

从调查结果统计可以看出在校大学生受广告广播影响的比例占到了61%，而视环境选择，亲朋好友介绍等的影响影视相对来说较少。

(4) 你理发的信息来源哪里？

理发的信息来源受广告广播的影响人数也是最多的，占到了51%，受报刊杂志影响的人数较少，只占了18%。

(5) 你在购买运动鞋的信息来源哪里？

从统计结果来看，受广告广播影响买运动鞋的人数仍然是最多的，占到了55%，然后通过亲朋好友介绍的占到了41%，随意购买和经推销员介绍的都占到了30%以上。

(6) 对于你的旧书籍你是怎么处理的？

(7) 对于你不穿的衣服你是怎么处理的？

将不穿的衣服捐赠他人的人数较多，放起备用的人数也比较多，其他选项的人数所占比例则相对较少。

(8) 对于你喝完了的易拉罐你是怎么处理的？

(9) 对于你用过的手机你是怎么处理的？

从统计结果可以看出将废旧手机留起备用的人数较多，占到了总人数的44%

2、分析总结

通过对所购物的信息来源的调查可以看出：在校大学生的很多消费习惯受广告广播的影响是最大的。在废旧物品的处理方式是属于节约型的人数所占比例还是比较多的。

此次调查采取的是网上发布调查问卷的形式展开调查，这种调查的方式所获取的结果本身就有很多局限性。而且这次问卷调查的人数比较少，问卷调查的问题设置的也比较少，可能导致调查问卷的结果不够全面，调查问卷所获取的信息也不全面。另外就是此次调查的对象都是本校的学生，代表性可能不是很强。还有一点就是此次问卷统计分析的方式没有用到交互分析的方法，在结果分析上以及建议上也存在局限性。

1、结论

通过对所购物的信息来源的调查可以看出：在校大学生的购物信息来源受广告广播的影响是最大的，受身边人的影响也相对较大。由于现在的电视媒体越来越强大，各种信息传播得越来越迅速，大学生们对广告广播越来越关注，因而很多的消费来源都是受广告广播的影响。

对于废旧物品的处理方式，大部分的学生都做得比较好，知道要尽量减少浪费，很多学生都知道要变废为宝，将废旧物品变卖或留起备用，再或是赠送他人，这种做法既节约自己的财务也节约资源。

2、战略性建议

针对于在校大学生比较喜欢关注广告广播这一媒体获取新闻信息，我们可以加强对广告广播媒体的管理，投入一些公益性广告，引导在校大学生理性消费，也可以在学校开设理性消费、合理理财的讲座，正确引导和规范学生的消费习惯。借助校广播台来播放一些引导性合理消费的短文。

大学生消费情况调查报告调查的主要内容篇二

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，都对他们的消费有很大影响。

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。

在这次社会调查中，我们每个组员都受益匪浅，大家齐心协力、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)的进入，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~2000元占13%，2000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2000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。

大学生消费情况调查报告调查的主要内容篇三

随着人们对于健康的日渐重视，饮食是人们首先关注的。而零食作为一种被人们曾经当做不健康饮食的消费品，现在因为人们对健康概念更深入的理解，已经成为新的消费热点。现在的大学生大部分都处于良好的经济环境中，大学生的经济来源主要还是家庭供给，大多大学生有吃零食的习惯。

对于大学生而言，除了一日三餐主食外，零食也是其生活的重要部分，本次调研就在校大学生的零食消费情况展开一次市场调研。零食消费情况，大致包括零食消费的类型、数量、费用、偏好等有关内容。本次调查采用在线调查的方法获取

信息，然后加以分析研究。调查过程中，数据分析因问卷回收率以及被调查者配合程度不同，有少量误差，剔除了少部分没用的问卷，但对整体呈现的结果影响很小。

通过这次调查，分析研究大学生在零食消费方面的习惯和费用，以及大学生对进口食品的态度。有助于了解零食消费品市场。

20xx年12月

在线调查。

调查对象：在校大学生

参与调查的的样本性别比例。

1、大学生月生活费：

由于调查样本偏向于二三线城市的大学生，所以样本中大学生的生活费水平属于中等偏下的。25.53%的大学生生活费在所在的城市可以满足大学生的基本生活，这类大学生的零食消费比较少，他们跟注重满足生活所需。60%以上的大学生的生活费水平属于中等，这类大学生的数量所占的比例很大。他们满足基本生活后，还有部分钱余下，他们是普通零食消费市场的主力军，偶尔也会光顾进口食品市场和高档食品市场。只有6%的大学生的生活费水平比较高，这也能满足他们对零食消费的更高要求。

所以，对于校园内的零食市场更多的消费者还是中等生活水平的大学生。因此，大学校园内的零食应更注重一般的零食，而想发展高端零食和进口零食，则比较难，消费者数量会比较少。

2、大学生吃零食的程度

21.28%的大学生是经常性的吃零食，这些大学生对零食的需求量大，而且会形成特定的零食消费习惯。零食对于这些人对于这些人来说可以说是一种生活品了。51.06%的大学生消费零食的程度不高，只能说是正常水准，这和大众消费程度差不多。25.53%的大学生是偶尔性的消费零食，他们对零食的需求性不高，但也有一定的消费量。只有2.13%的大学生不吃零食，这些人大多数只占了极少的比例，但也有一些原因。综述，大部分大学生都会消费零食，可以说大学生零食市场是一块很大的“蛋糕”。

3、买零食的地方

调查显示，有8.33%的大学生经常去大型的连锁超市买零食，比如，沃尔玛，家乐福等。这些人可能是生活习惯的原因，他们买大部分生活用品都愿意去大型超市，或者超市的商品种类更多，选择性更大的原因。以至于他们买零食也愿意去超市。有87.5%的大学生在就近的超市购买零食，大部分超市的种类可以满足他们的需求。这就给一般的商店有了很大的商机，他们应该加强零食方面的管理，吸引跟多的学生选择自己的商店。只有4.17%的大学生去专门的零食店买零食，随着社会的发展，我们可以看到一些专门卖零食的店铺，这些店的零食种类丰富，但人流量不多，大学校园内部也有专门卖零食的店。这就需要这些店去加强宣传、普及，促使更多的人选择去专门的零食店铺。

4、零食的价位

有79%以上的大学生选择零食的价位在10元以下，这和大学生的消费水平和能力有关系。并且由于大学生还是花钱的人，很少是挣钱的，他们在零食方面不会去追求高档的享受。16%以上的大学生的零食价位在15元左右，这部分人的生活水平稍高，很大的可能是城市来的学生。有2.08%的大学生零食价位是21-25元，这部分人和前面那部分人有很大的相似。只有2.08%的大学生零食价位在30元以上，这些学生平常会去追

求一些高档的零食和一些新出的、新奇的零食。比如，哈根达斯等。这部分人可能跟多的去校外买零食，因为校内的零食可能满足不了他们追求高档的需求。

5、每个星期的零食花费

有39.58%的大学生零食消费在20元以下，这部分人多零食的消费不算高，也不会刻意去追求，只是随着自己的爱好。41.67%的大学生的零食消费在21-50元之间，这部分人买零食的频率稍高，处于中等水平。他们会偶尔去追求一些自己比较心仪的好一点的零食。10.42%的大学生的零食消费是50-100元，这对于一般生活水平的大学生来说，是比较高的。有8.33%的大学生的零食消费水平，在100元以上。

6、学校的零食是否能满足需求？

有22.92%的大学生认为一般大学校园内的零食课一满足正常的生活需求。有64.58%认为大学校园的零食还可以适当的增加一些。有12.5%的大学生认为校园内的零食不能满足平常的生活需求。

根据现在大学生的总体生活水平，绝大多数的大学生处于中等偏下的水平，一部分稍微高一点的水准，少数一部分属于高等生活水平。而现在一所大学内的学生生活水平分布也基本上符合上述数据。再根据上面4、5、6三个题目的调查数据，可知大学生的零食消费主要是在中低档的零食消费，也就是我们说的市场上的普通零食。只有少数大学生会去追求高档点的零食消费，比如，一些生活水平高的、有钱的大学生，还有一些恋爱中的大学生也或多或少会去追求一些“小资”消费。所以，大学校园的零食还是应以一般的零食市场为主，加强这方面的管理，就足以应付学生这个市场的需求。而稍微高档点的零食进驻校园内，会面临消费者比较少的局面，这对管理者是个几乎无解的情况，因为这不是自身产品和营销的问题，而是没有相应的消费群体。

7、吃零食的原因

45.83%的大学生吃零食，是应为零食的特殊的和不同的口味，大家觉得好吃，所以选择吃零食。12.5%的大学生吃零食是因为身边的人吃的原因，对自己有诱惑而吃零食。41.67%的大学生吃零食是因为一些其他方面的原因，比如，无聊，看电影，朋友聊天等。

只有少部分人是因为诱惑而吃零食，绝大部分是别的原因。所以，零食生产者对零食的种类、样式、口味等各方面加以研究，这样可以促进零食的销售。

8、班级(宿舍)敕令现象

10.42%的大学生认为自己班级(宿舍)吃零食的现象普遍。37.5%的大学生认为自己班级(宿舍)吃零食的显现比较普遍。43.75%大学生班级(宿舍)吃零食现象一般。只有8.33%的大学生班级(宿舍)几乎不吃零食。

由数据可知，大学生对零售的消费是个很大的量，这个零食生产商来说是个很好的现象。只要占有了大学生零食消费市场中的一定份额，就可以保证良好的经营。

9、零食代替早餐

6.25%的大学生经常用零食代替早餐。27.08%的大学生会偶尔性的用零食代替早餐。45.83%的大学生很少会用零食代替早餐。20.83%的大学生不会用零食代替早餐。

只有少数大学生会用零食代替早餐，这可能有多方面的原因，一是大学生的学习时间不是很紧迫，有足够的时间去吃早餐；二是大学生对身体方面的健康更加重视。所以，碎玉零食生产者来说，适合代替早餐类的零食可以适当的生产就可以满足大学生的需求。

10、喜欢的零食(多选项)

33.33%的大学生比较喜欢膨化类的食品，31.25%的大学生喜欢巧克力类的食品，54.17%的大学生喜欢果仁类的食品，35.42%的大学生喜欢糖果类的食品，45.83%的大学生喜欢饼干，45.83%的大学生喜欢卤制品类的食品，47.92%的大学生喜欢流质品类的食品，还有一些其他的食品也受大学生的喜爱。

各种种类的食品受喜爱的程度相差无几，每种零食都占有差不多的市场。这就给商家有了经营的选择性，可以选择某一种或多种销售。

11、购买新的零食的原因(多选项)

31.25%的大学生购买没见过的零食是因为特殊的包装，62.5%的大学生购买没见过的零食是价格合理，37.5%的大学生购买没见过的零食是因为商家的宣传广告，45.83%的大学生购买没见过的零食是朋友介绍，52.08%的大学生购买没见过的零食是由于好奇心。

促使大学生尝试新的零食，有各种原因。这样生产者在每生产一种新的零食时，为了能够更好的进入市场，并占有一定的份额，需要结合多方面的考虑零食的口味、包装、营销方式等。

12、吃零食时的情绪和时间

25%的大学生情绪比较好的时候吃零食，16.67%的大学生在情绪失落的时候吃零食，来缓解情绪的低落，58.33%的大学生认为吃零食和情绪无关。

25%的大学生有空就会吃零食，这属于“吃货”类，33.33%的大学生平时饿了会选择零食来填肚子，41.67%的大学生零食

根据自己当时的意愿。这可以给零食生产者一些提示。

13、购买时注重质量、口感、价格的大学生占了90%以上的比例，只有少数人会注重品牌之类的。这也是大多数人在选择零食类时看重的方面。

14、零食口味

33.33%的大学生偏向于甜的零食，47.92%的大学生喜欢辣味的零食，只有12.5%和6.25%的大学生喜欢咸的和酸的零食。这是大多数人的口味选择。

15、进口零食的看法

54.17%的大学生会去购买进口零食，45.83%的大学生不会去消费进口零食。会去消费进口零食的大学生中，66.67%的是因为觉得进口的东西比较新奇；29.17%是喜欢进口零食，觉得口味好；4.17%的人是因为朋友、同学的介绍。

可以看出，还是有很多的大学生喜欢进口零食，他们觉得进口零食比我们国产的好，这和好多人比较喜欢进口的东西一样。而不去买进口的人一部分是因为比较贵。

16、不吃零食的担心

25%的大学生是因为怕身体长胖而不吃零食，20.83%的大学生是觉得零食消费高，20.83%担心零食存在质量问题，33.33%的是因为一些其他的原因不吃零食。

这可以使我们想到一些家长在谈论孩子吃零食时，考虑的也基本上是这些东西。零食的质量、高卡路里等。这就对我们的零食生产者提出了考验。该怎么去解决这些问题。

17、上课吃零食

有2.08%的大学生经常在上课时吃零食，70%以上的大学生或多或少在上课时吃过零食，22.92%的大学生从不在上课时吃零食。

零食给我们带来了一些生活的便利，也带来了一些负面的影响。这需要我们正确的看待。

18、零食对身体

50%的大学生说不清楚零食对身体是好或者是坏，35.42%的大学生认为零食对身体没有好处，甚至会有一些不好的影响，只有14.58%的大学生认为零食对身体有好处。

这个问题不同的人有不同的看法，见仁见智。大部分人认为正常的生活里还是需要一定的零食。

1、大学生普遍有吃零食的习惯。其中有21.28%的大学生经常吃零食，51.06%的大学生吃零食的程度一般，25.53%的学生偶尔会吃，有2.13%的学生几乎不吃零。

2、大部分大学生平均每周都会去购买零食，且用于购买零食的金额在10—50元之间居多(其中有41.67%的学生一周用于购买零食的金额在21-50之间)。

3、大学生的口味偏好不一，有很多学生比较偏爱甜味和辣味的零食，还有些口味比较好的膨化食品等。

4、大学生购买零食主要是出于个人习惯。而且他们比较关注的是零食的质量和食品安全和零食的口感诱人。

5、大多大学生主要是采取就近原则，主要是在校内的超市和商店购买零食。

6、大多数大学生不会用零食代替正餐。

- 1、大部分大学生在饮食观念上还是比较关心安全和健康问题，所以零食商家应特别注重食品的安全和健康问题。
- 2、现在的大学生在零食方面比较注重口味，且比较多样化，所以商家应该丰富零食的品种，提供足够多的选择空间。
- 3、应合理制定零食价格。对于经济能力相对较弱的学生来说，“薄利多销”不失为一个盈利的好方法。
- 4、合适地调整不同类别零食销售的结构，在保证零食安全的基础上，进一些口感较好的零食并适当增加新鲜水果。
- 5、对各种零食分不同规格包装销售，不同学生、不同时候对某种零食的数量需求都有区别，因此零食分大中小规格包装销售将会受欢迎。
- 6、对于零食的包装设计应该新颖独特，适合现在大学生的个性特点。
- 7、现在有很多学生上网比较多，喜欢宅宿舍，建议商家可以根据情况提供电话及网络订购的销售方式。
- 8、店家要不定期搞一些促销活动，来激起学生的购物欲望，以促进消费。
- 9、店家要想吸引学生购物就必须选方便的地点——寝室周围、校内。
- 10、要恰当运用口碑营销(大学生比较容易受到同学、朋友的影响)。

大学生消费情况调查报告调查的主要内容篇四

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。

大学生消费情况调查报告调查的主要内容篇五

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。

大学生消费情况调查报告调查的主要内容篇六

调查者：

学号：

班级：

报告日期:

为了更好的让在校学生了解消费者的购买行为，知道消费者购买商品时所使用的信息来源和对废旧品的处理方式，进一步规范学生们的消费习惯，所以展开此次调查。

我们受相关单位委托，对在校大学生进行了关于消费者购买商品的信息来源和对废旧商品的处理的调查，其必要性主要表现在以下几点：

大学生多数是自进入大学开始，才更多的拥有选择消费的自主权，有了更多消费自由的

同时也面临着一系列问题，能否处理好这些问题将影响整个大学生生活。消费的安排直接影响生活的质量，毕竟学生的主要经济来源是家长，基本都是限定的。不合理的消费会打乱个人的生活秩序，影响学习生活。同时大学生的消费行为，直接体现了其人生观，价值观。这对他们的学习生活，乃至今后的工作、成才都有着重要的影响。因此展开此项调查尤为重要。

了解在校大学生基本消费情况，通过调查他们购物的主要信息来源来大致了解影响他们购物的因素，通过对废旧品的处理情况的调查来了解他们对日常废旧用品是否能合理的利用，减少浪费。通过这项调查为在校大学生提供一个合理的消费建议，帮助他们更好的规划日常的消费习惯。

该项调查主要设有如下问题：性别，购买洗发水的来源，到餐厅吃饭的信息来源，理发的信息来源，购买运动鞋的信息来源，对于旧书籍是怎么处理的，对于不穿的衣服是怎么处理的，对于喝完的易拉罐是怎么处理的，对于用过的手机怎么样处理，一共9题此次调查将采用发放问卷调查的方式对在校大学生进行调查，此次一共发放100份问卷，回收率为100%。通过调查的结果来全面分析消费者的消费心理，针对他们的

一些消费习惯来为大学生提供更好的日常消费建议。

此次调查的主要内容有：

1、性别：男性占59%；女性占41%

2、购买日用品的基本信息来源，主要的来源分为报刊杂志、广告广播、随意购买、推销员介绍、亲朋好友介绍，看环境购买，其他等。

3、对废旧品的处理方式，主要的处理途径有：当垃圾丢掉、赠送他人，留起备用、当废品利用、不管不顾、其他等。

（1）调查类型：展开此次项目的调查类型是属于描述性调查，在调查中了解学生的一些基本消费习惯。

（2）资料采集的方法：此次调查是采用发放调查问卷的方式来进行一手资料的收集与整理，调查问卷已被编入附录。

（3）抽样方法：属于随即抽样，在网上发布问卷，让被调查者随机填写。

（4）实地工作。在网上发布调查问卷的按时回收，进行准确的分析整理。

1、基本情况

此次调查在网上一共发放了100份问卷，回收率为百分之百。此次调查的主要问题有：性别，姓名，购买洗发水的来源，到餐厅吃饭的信息来源，理发的信息来源，购买运动鞋的信息来源，旧书籍、不穿的衣服喝完的易拉罐、用过的手机怎么样处理。具体的调查结果如下：

（2）你购买洗发水的信息来源哪里？

由调查统计结果可以看出通过广告广播来购买洗发水的学生人数最多，占到了54%，在校大学生受广告广播的影响较大。通过其他人员介绍、受报刊杂志等的影响也较大。

(3) 你到餐厅吃饭的信息来源哪里？

从调查结果统计可以看出在校大学生受广告广播影响的比例占到了61%，而视环境选择，亲朋好友介绍等的影响影视相对来说较少。

(4) 你理发的信息来源哪里？

理发的信息来源受广告广播的影响人数也是最多的，占到了51%，受报刊杂志影响的人数较少，只占了18%。

(5) 你在购买运动鞋的信息来源哪里？

从统计结果来看，受广告广播影响买运动鞋的人数仍然是最多的，占到了55%，然后通过亲朋好友介绍的占到了41%，随意购买和经推销员介绍的都占到了30%以上。

(6) 对于你的旧书籍你是怎么处理的？

(7) 对于你不穿的衣服你是怎么处理的？

将不穿的衣服捐赠他人的人数较多，放起备用的人数也比较多，其他选项的人数所占比例则相对较少。

(8) 对于你喝完了的易拉罐你是怎么处理的？

(9) 对于你用过的手机你是怎么处理的？

从统计结果可以看出将废旧手机留起备用的人数较多，占到了总人数的44%

2、分析总结

通过对所购物的信息来源的调查可以看出：在校大学生的很多消费习惯受广告广播的影响是最大的。在废旧物品的处理方式是属于节约型的人数所占比例还是比较多的。

此次调查采取的是网上发布调查问卷的形式展开调查，这种调查的方式所获取的结果本身就有很多局限性。而且这次问卷调查的人数比较少，问卷调查的问题设置的也比较少，可能导致调查问卷的结果不够全面，调查问卷所获取的信息也不全面。另外就是此次调查的对象都是本校的学生，代表性可能不是很强。还有一点就是此次问卷统计分析的方式没有用到交互分析的方法，在结果分析上以及建议上也存在局限性。

1、结论

通过对所购物的信息来源的调查可以看出：在校大学生的购物信息来源受广告广播的影响是最大的，受身边人的影响也相对较大。由于现在的电视媒体越来越强大，各种信息传播得越来越迅速，大学生们对广告广播越来越关注，因而很多的消费来源都是受广告广播的影响。

对于废旧物品的处理方式，大部分的学生都做得比较好，知道要尽量减少浪费，很多学生都知道要变废为宝，将废旧物品变卖或留起备用，再或是赠送他人，这种做法既节约自己的财务也节约资源。

2、战略性建议

针对于在校大学生比较喜欢关注广告广播这一媒体获取新闻信息，我们可以加强对广告广播媒体的管理，投入一些公益性广告，引导在校大学生理性消费，也可以在学校开设理性消费、合理理财的讲座，正确引导和规范学生的消费习惯。

借助校广播台来播放一些引导性合理消费的短文。

亲爱的同学：

你好！

为了更好的让在校学生了解消费者的购买行为，知道消费者购买商品是时所使用的信息来源和对废旧物品的处理，所以开展本次调查。衷心的希望你真诚的配合，你的信息将会为你保密。谢谢！

关于消费者购买商品的信息和对废旧商品的处理

1. 您的性别：[单选题][必答题]

a男b女

a报刊杂志d推销员介绍b广告广播e亲朋好友c随意购买f其他

3. 你到餐厅吃饭的信息来源于哪里？[多选题][必答题]

a报刊杂志b广告广播

d哪里方便选哪里e看环境选择

c亲朋好友介绍f其他

4. 你理发的信息来源于哪里？[多选题][必答题]

a报刊杂志b广告广播c亲朋好友介绍

d随意e看环境选择f其他

5. 你在购买运动鞋的信息来源于哪里？ [多选题] [必答题]

a□报刊杂志 b□广告广播 c□随意购买

d□亲朋好友介绍 e□推销员介绍 f□其他

6. 对于你的旧书籍你是怎么处理的？ [单选题] [必答题]

a□当垃圾丢掉 b□当废品卖掉 c□赠送他人

d□自己保留 e□不管不顾 f□其它

7. 对于你不穿的衣服你是怎么处理的？ [单选题] [必答题]

a□当废品丢掉 b□捐赠他人 c□放起备用

d□当废品利用 e□烧掉 f□其他

8. 对于你喝完了的易拉罐你是怎么处理的？ [单选题] [必答题]

a□随手丢掉 b□卖掉 c□循环利用

d□创意制作 e□其他

9. 对于你用过的手机你是怎么处理的？ [单选题] [必答题]

a□丢掉 d□留起备用 b□卖掉 e□不管不顾 c□赠送他人 f□其它

大学生消费情况调查报告调查的主要内容篇七

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 and 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。

大学生消费情况调查报告调查的主要内容篇八

调查时间：

xx年5月。调查地点：职业学院。调查对象：职业学院全体学生。调查方法：问卷调查法。问卷情况：此次调查共发放调查问卷137份。收回135份。有效问卷135份。

调查目的：

了解大学生消费观念和价值取向，以便引导他们树立正确的消费观念。确立健康文明的生活方式。

二、

对职业学院经济贸易系20xx级公共事务管理专业13名同学进行了为期两天的调查。然后进行分析，现将结果总结如下：

通过调查我们发现职业学院学生的生活费来源于自己打工所得的仅占5.70%，而父母给与的占58.55%。在当今市场经济的潮流中，大学生不应该仅仅依靠父母。应该出去锻炼自己，提高自己的社会适应能力，以便更好地融入社会。

经统计分析有5.14%的学生看到别人拥有好的物品不仅会羡慕而且也会去买。特别是对于一些校园时尚用品，如手机、mp3和mp4甚至是电脑。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，这些都可以反映出一些学生不懂得量入而出，存在因虚荣心的驱使而无休止的攀比心理。

经调查显示职业学院学生每月的上网费用在10元以下的占41.09%，上网费用在10—20元的占35.66%，结果导致有的学生开学一学期了计算机水平还低得可怜。特别是对于那些占总人数63.2%的农村学生来说，在上大学之前有的几乎从来没有接触过电脑。即使有些学生去上网，大部分男生在玩游戏，女生在聊天、看视频，很少有学生去用心地学一些在以后的学习和工作中需要的电脑知识。

大学生的消费已经不仅仅在生活支出和学习方面。他们把费用更多的花在购买服饰、人际交往、旅游、时尚消费品方面。经调查显示大部分女生在服饰方面的费用占总费用的63%，请同学吃饭、给同学买生日礼物占9%，而在学习方面的费用支出仅占不到2%，基本的生活费用占20%多一点。从中可以看出职业学院学生的消费结构不合理。作为大学生学习应该是主要任务，但经过调查发现大学生每学期购买学习资料的钱。10元以下的占41.5%，10—50元占49.5%，50—100元占6%，100元以上占3%。可见大学生平时买书的并不多，除

了一部分考各种资格证的学生外，一般不买教科书以外的书。另外，有些学生为了购买服饰或玩游戏不得不节俭生活费用的开支。

“财商一词的提出者罗伯特曾经说过：“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的能力。”经调查显示职业学院学生从来没有理财计划的占24.44%，偶尔有的占74.81，并且大部分学生不知道自己的钱花在哪里了，甚至有些同学还需要向别人借回家的路费。可见，当前职业学院大学生的财商需要培养和加强。

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。

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，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得到充分体现。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，不惜做出一些损人利己甚至丧失人格、法理不容的事情。

学校教育环境对学生消费观念培养的重要影响作用。可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。对大学生消费心理和行为研究不足。“两课”教学中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以及课程设置等因素，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。

校风建设范畴中倡导大学生勤俭节约生活消费观的力度不够。

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、生活费用的额度等主要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。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。

综合以上分析，我们可以看出大学生的消费心理总体上处于成长健全期，他们站在追求流行与时尚这个令人彷徨的十字路口，适度的追求是合理的，但过分的攀比会产生不良的影响。对于大学生在消费中产生的问题，我们特提出以下建议：

学校应该多为学生提供勤工助学岗位，或者鼓励他们到校外打工挣钱，让他们依靠自己的双手来养活自己，不向或者少向家里要钱，增强经济独立意识。

作为高校教育工作者我们应该教育学生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，给自己理性的定位。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。在以寄生性消费为主的大学生中，培养独立的理财能力、科学的价值观应是当务之急。

学校多为学生提供上机时间，不定期的对学生进行免费的培训，另外多鼓励学生考取一些相关方面的证书。学生自己也应该树立自主学习的观念。

现今的大学生需要懂得如何在激烈竞争的社会中生存，独立理财能力就成了重中之重。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。主要有两方面的内容：正确认识金钱及金钱规律的能力：正确运用金钱及金钱规律的能力。

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。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。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，并形成校风助学风的良性循环。因此，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。

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形成，进而促进良好学风、校风的巩固与发展。

大学生消费情况调查报告调查的主要内容篇九

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。大学时期是人生中的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。