# 2023年大学生消费调查报告优秀8篇

更新时间：2023-12-19

*调查报告需要在报告的开始部分明确说明研究的目的、背景和范围，调查报告应当具备足够的论证能力，能够说服读者接受研究的结论，下面是职场范文网小编为您分享的2023年大学生消费调查报告优秀8篇，感谢您的参阅*

调查报告需要在报告的开始部分明确说明研究的目的、背景和范围，调查报告应当具备足够的论证能力，能够说服读者接受研究的结论，下面是职场范文网小编为您分享的2023年大学生消费调查报告优秀8篇，感谢您的参阅。

2023年大学生消费调查报告篇1

大学生是社会中的消费主体之一，他们有着这个群体特有的消费意识和特点。大学生作为走在社会前沿的一代人，他们新型的消费观也必将备受瞩目，新型消费观可能从中衍生，并引导未来社会的消费主流。与此同时，他们一些超前的理财观念也渐渐引起人们的审视。理财作为一种技能也越来越被人们所了解，在以后的社会中，理财将作为一种作用不容小觑的能力，体现在经济生活的方方面面，与我们的日常生活息息相关。

一、大学生消费的总体情况

在物质文化生活日益丰富的今天，社会全体的消费水平也在日益提高。目前，大学生已经成为消费群体中的一支主力军，其发挥的作用不容小觑。从一定角度看，大学生的消费观念和消费行为将在一定程度上主导着未来经济的发展。

(一)大学生月生活费情况的结果反映

随着经济的日益发展，大学生群体的消费水平也日益提高。与以往相比，大学生每月的生活费逐年增加。这就意味着，大学生的消费基数在不断增大，消费能力也在不断增强。正在大学生消费领域中，我们发现或多或少存在着一些问题，如攀比消费、奢侈消费、炫富消费等。消费观念正确与否对于大学生的消费行为起着重要的引导作用。从月生活费的相关情况能从一个方面体现大学生在消费中存在的一些问题。

大学生月生活费总额调查结果

调查结果显示：大学生生活费水平集中在800～1500元这个区间内，生活费水平在800元以下的占样本总体的8%，1500～2500元的占14%，2500元以上的仅占2%。由此可见，当代大学生的消费水平大致位于800～1500元这个水平上。大学生生活费水平分布相对较为集中。

当今大学生越来越倾向于独立自主，也更加有意识地培养自身实践能力，正因如此，大学生生活费来源的渠道也越来越广。比如一些大学生在课余时间会去做兼职，一方面可以赚取学费，另一方面也锻炼了自身的实践能力。还有一些学生通过自身努力获得了一定金额的奖学金或助学金，或者采取勤工俭学的方式来赚取生活费用并且锻炼自己。

大学生生活费来源调查结果

调查结果显示：当代大学生生活费来源还是以父母供给为主，但相比历年情形，大学生通过做兼职方式来赚取生活费也成为了一种趋势，其中22%的大学生表示曾有过兼职经历。4%的大学生通过奖学金助学金或得了一定资助，2%的人以勤工俭学的方式作为获取生活费的主要来源。

(二)大学生消费支出结构的调查

社会在不断向前发展，大学生的消费结构也在发生着改变。总体来说，大学生消费的去向主要分布在食宿、购物、交际等方面。但相比较以往，大学生消费更加多元化，这与社会经济的发展、人们消费观念的转变分不开。

调查结果显示：大学生的主要消费还是用于餐饮食宿方面，这一比例占到总消费额的59%，总消费额的18%用于交际娱乐，在近年来，这一比重正有所增长。通讯网络费用占到大学生总消费额的13%，这一比例也正在逐年增长。此外，总消费额的10%用于教育学习。

(三)大学生的预付消费

当今大学生的消费观念正发生着改变，大学生的消费行为也不再囿于时间的框架，超前消费的形式也开始为大学生所接受，一些大学生也已经开始尝试预付消费。预付消费和超前消费是两个不同的概念，超前消费具有很强的享乐色彩，是一种不值得推崇的消费方式。而预付方式是一种健康的新型消费方式，其有利于经济的发展。

大学生对预付消费的看法

调查结果显示：仅有6%的大学生坚决反对预付消费，有33%的人对预付消费持无所谓的态度，26%的大学生认为预付消费要视家庭经济情况而论。所占比例最多的大学生认为，预付消费可以接受，但要引导其理性消费。

二、大学生理财的总体情况

大学是了解理财的起步时期，也是学习理财的黄金阶段。大学阶段的财商培养和演练尤为重要，它将在日常生活中成为一种理财习惯。理财对人的一生有着十分重要的影响。大学生完成财富累积、实现自身价值和投资目的是可以通过学习理财而实现的。没有科学、适当的理财，我们的生活必然会受到很大的影响。理财投资，对于精神财富相对富有，而物质财富相对匮乏的大学生来说是一项很重要的生活技能，也是一种锻炼自身适应社会的实践能力的途径。

(一)大学生对理财的认识情况

如何更好的理财是当今社会的热点问题。在大学生中也不例外。走在社会前沿的大学生已经开始对理财有一定的认知。甚至有些大学生己经开始尝试自己理财，接触一些简单的理财产品，通过自身实践来进行理财训练。

大学生理财目的的调查结果

根据调查显示，大学生最主要的理财目的是养成良好的习惯，为将来做准备。有23%的同学理财目的是盈利。17%的大学生理财是为了今后消费更合理。由此可见，大学生理财的最主要目的是提高有效管理金钱的能力，为以后的理财道路打下基础。另外，由于大学生可利用资金较少因此也有部分大学生希望通过理财获得盈利，改善生活。

大学生对理财产品的认识情况

图6反映了大学生对理财产品的认识情况，由图可知，有71%的大学生只知道有哪几类理财产品，具体不了解。15%的大学生一点也不了解，9%的大学生比较了解，而只有5%的大学生很了解，并且掌握一些投资理财方面的技术。以上表明，大学生对理财产品缺乏了解，理财知识欠缺，理财能力薄弱。若要提高大学生理财能力，应该提高大学生对理财产品的认知程度。

(二)大学生理财能力的现状

大学生理财已经不是新生事物，大学生理财的现状也将关系到大学生理财观的形成。作为社会精英的大学生，理财能力的培养也是尤为重要。培养大学生正确的理财观，不仅有利于大学生个人适应社会的能力，更有利于推进整个社会的理财进程顺利运行，社会经济蓬勃发展。

大学生理财能力自评结果

调查结果显示：在大学生对自身理财能力的评价中，仅有8%的人认为自己已经具备很好的理财能力，73%的人认为自身理财能力一般，19%的人认为自己的理财能力仅仅是一般。认为自身理财能力一般的还是大多数，说明从大学生自身角度看，大学生群体的理财能力一般。

(三)大学生的理财需求

理财在近些年来形成了一股热潮，不知不觉间，理财已经成为了一个话题、一种趋势甚至成为了一项事业。大学生已经接触到了理财这个概念，然而要培养大学生的理财能力，就要清楚地掌握大学生的理财需求。

大学生对理财能力的重视程度

调查结果显示：大学生普遍对理财能力的需求较大。有15%的人认为理财是一种生活必需的技能，73%的人认为理财的作用很大，仅有6%的人认为作用不大，6%的人认为无所谓。

另外，通过走访调查我们了解到，一些大学生已经有了相对明确的未来理财规划，他们的理财需求较为明朗。他们表示，建立家庭账户体系，实现家庭现金管理是理财能力的一种体验。而对外投资理财要考虑到理财产品的风险度和自身的承受程度，合理规划资产配置，选择合适的理财产品和投资方法。

三、对大学生消费和理财中出现的问题的综合分析

经调查分析，从整体上看，大学生消费比较理性，但也易受到一些因素的影响，比如攀比心理、冲动消费、他人引导等。

(一)大学生的消费观念的问题反映

1.消费差异性的体现。在此次社会调研中，我们发现大学生群体中不同学生的消费观念也不尽相同。在大学生月总消费量的统计中我们发现，76%的学生消费水平在800～1500元，仅有2%的学生每月消费在2500元以上，由此可见，大学生普遍能够理性消费，消费观念也比较正常，盲目攀比，追求奢华的现象只是个别存在。另外，消费水平相对较低的现象主要体现在农村和城镇群体中。这一现象也在一定层面上反映了城乡收入和消费水平的不平衡。

2.消费行为受消费心理的影响也比较大。大学生普遍能理智消费，其在消费中各项支出分配为59%用于食品开支，13%用于通讯网络，18%用于休闲文娱，10%教育学习。由此可见，大学生消费分配比较合理，大部分的消费用于食品支出。同时，相对于近几年来的消费结构，大学生在休闲文娱方面的支出正逐年增加，这也体现出大学生更加注重精神层面的消费。由此体现出大学生消费心理较为积极，不合理的消费行为存在较少。

(二)大学生的理财观念的问题反映

由于大学生年龄较轻，群体特殊，他们有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。大学生尚未获得经济上的独立，消费和理财也会受到很大的制约。因此我们首先对大学生可支配费用进行调查并整理如下数据：91%的大学生表示对可支配费用的结余不满意，一般大学生的可支配收入只占全部生活费的6%左右。

其中，我们也对大学生如何理财进行了问卷调查，有93%的同学基本局限于将生活费活期存入银行，只有6%同学进行了理财投资。由此我们发现大学生理财存在如下问题：

1.理财观念薄弱。家庭或者是奖学金、助学金的资助是绝大多数在校大学生生活费得来源，生活费的用途也普遍局限于把将钱存入银行，支付生活费的开销。不但花钱没有计划，甚至有的大学生奢侈浪费，缺乏创造财富和运用财富的观念，不能够深刻了解理财产品。因此，他们的理财意识相当匮乏，甚至可以说并不具备应有的理财观念。还有同学认为理财就是炒股，基金，需要投入较高的成本，风险过大，这些都是对理财的误区。

2.资金结构安排不合理。大部分学生在新学期开始时，或者把生活费全部以活期存款的形式存入银行，不考虑其他的投资渠道;或者把钱大量投资于风险较高的金融产品，不能很好地规避风险，行情不好时往往会带来较大损失，导致以后的生活费也没有着落。由此可见，大学生理财还存在着较强的主观随意性、极端性。

针对大学生理财问题我们认为大学生应该合理制定投资计划，加强理财知识的学习，了解更多适合的理财产品。虽然大学生面临的经济局限较多，而投资理财产品收效又较低。但是大学生仍旧可以通过深入学习理财投资，合理规划个人可支配收入，掌握理财技巧，不盲目追求过高的收益，最终获得投资理财的益处。

2023年大学生消费调查报告篇2

一、前言

近几年，我国软饮料年产量以超过20%的年均增长率递增，达到1300多万吨。软饮料市场已成为中国食品行业中发展最快的市场之一，进入20xx年软饮料依然保持产销两旺的态势，产成品销售收入和利润都比同期有了较大幅度的增长。人民收入水平提高，使饮料生产量和消费量的持续增长成为可能;消费者对天然、低糖、健康型饮料的需求，促进了新品种的崛起。但增长点将会转移，碳酸饮料的传统主流地位虽然会受到挑战，而且瓶装饮用水、茶饮料、果汁饮料、功能型饮料等将受到更多消费者的青睐。

大学生作为饮料消费的主要群体，他们的消费习惯和消费行为一直受到关注。目前的饮料消费市场竞争日趋激烈，品牌不断涌现，饮料消费市场成为典型的买方市场，人们的选择范围越来越大。大学生要做如何的选择呢?在消费日益冷静的今天，厂家又将如何面对呢?带着这些问题，我们日前对大学生的饮料市场进行了调查研究。

二、调研概述

(一)调研目的

1、了解大学生最喜欢喝的饮料类型

(1)大学生对饮料的关注因素(口味、价格、包装等)

(2)品牌对大学生选择饮料的影响程度

(3)饮料在大学生中的流行趋势

2、了解大学生在饮料上的消费情况

(1)大学生在饮料上的消费观念

(2)新上市的饮料在大学生中的消费市场

3、了解大学生的饮料购买习惯

(1)选择何地购买以及原因

(2)购买量，购买方式

(二)调研方法

1、方案 调研(查询相关资料，了解我国的饮料划分标准以及我国饮料市场的发展趋势)

2、网络搜寻，上网查阅有关资料，了解商家、经营者对饮料消市场的看法)

3、访谈法，对有经营者进行访谈

4、问卷调查

对访问人员的要求：

(1)熟悉问卷内容

(2)具有良好、整齐的外在仪表

(3)具有清晰的口齿，流利的语言以及简明扼要的口头表达能力

(4)认真负责，积极向上的工作态度

(三)调研对象的选择，样本分配以及调研方法

1、调研对象：岳麓校区的各所高校的大学生

2、调研方法：

(1)定点访问

(2)当面访谈法(访问店主)

(3)调查原则：样本数量一共是60份。对调查所得到的资料，数据进行分析、统计，得出被调查者对饮料消费的习惯以及其他的相关数据。

三、调查结果分析

通过为期一周调查，共设计样本数60份，回收有效问卷60份。总结大学生对饮料消费的主要呈现以下的特点：(可供果汁饮料企业提供参考之用，为营销决策提供一定的市场依据)

(一)碳酸饮料饮料依然是大多人的选择

碳酸饮料、茶饮料和水饮料构成了饮料消费的主要部分。其中碳酸饮料的消费人群达到60%的比例。这类饮料的特点是以解渴为主，在功能上比较基础，在价位上也相对较低。这也说明消费者对饮料消费的主流，仍然仅仅要求它最基本的功能，并对价位较敏感。

果汁饮料的消费人群占25%。这其中既包括纯果汁也包括一般的果汁饮料。从消费比例上看，与去年的数据相对平稳并稍有上升。从功能上，果汁饮料与水饮料及碳酸饮料是有差异的，这种差异也注定了果汁饮料无法全面代替这些传统饮料。但从消费比例的发展来看，果汁饮料依然有一定的上升空间，但上升的幅度被认为并不乐观。另外茶饮料以及矿泉水等并不是大学生最受欢迎的饮料。

调查发现，大学生的生活费用依然对饮料的选择起着一定的作用。费用越高的人，他们是果汁饮料、功能饮料的大量购买者，而收入越低的人，则对水饮料以及茶饮料具有更高热情。这也说明，大学生对饮料消费，生活费用是一个很大的影响因素。

(二)在各品牌中，可口可乐的消费量匹马领先

在消费量方面，可口可乐依然是龙头老大，以23%的消费面匹马领先。紧随其后的，是康师傅、百事可乐，皆为16%，统一为15%，三者不相上下鼎足而立。

处在第三集团的，是国产品牌农夫山泉、汇源、娃哈哈和酷儿，在3%至6%之间。国产品牌在饮料市场已经立稳了脚跟，虽然目前与那些国际巨头依然相差较远，但稳定的市场份额和良好的市场口碑，已经使国产饮料拥有了一个良好的局面。大学生在品牌上的选择远远超过了其他的消费群体。

(三)口味与品牌是影响消费者购买的最大的二个因素

1、饮料的口味是影响因素中最大众的因素，影响着最多的消费者。有53%的人认为对饮料的口味会很在意，口味对自己适合与否，会影响对饮料的选择与购买。

2、饮料的品牌对消费的影响是仅次于口味的又一大因素，35%的被调查者认为，饮料的品牌会影响他们的选择。调查中，17%的被调查者表示，知名度会影响他们的选择。大学生消费者，更注重品牌，也更关心饮料的知名度。因为他们走在潮流的前端，对于新产品的推出抱有新鲜度，对于新广告的播放格外关注。

3、位列影响选择的因素第三集团的有营养成份、价格和保质期等因素，分别有23%、20%和19%的消费者给了选择。

保质期影响消费者的选择是有一定的局限。一般来说，对于即将过期的产品，消费者是不愿意选择的，但这通常并不能对某一产品的购买造成直接的影响，在此情况下人们往往会在既定品牌中重新选择那些看起来更新鲜的产品。对此影响更大的，应该是购买场所。人们之所以更乐于选择超市，超市的货物流通快速而能保证产品新鲜是重要的原因之一。

价格对产品的购买产生较大的影响。这种影响不仅在于对购买场所的选择，也冲击着对产品品牌的选择和对产品类别的选择。

消费者对于营养成份的选择，不应该仅仅理解为饮料中应该包含哪些成份的要求，或者对某种特殊成份在饮料中是否存在的一种追求，同时也应该包含着另一层含义，即饮料中不应该含有某种成份的一种要求。

2023年大学生消费调查报告篇3

权威发布大学生消费情况的毛概社会实践调查报告，更多大学生消费情况的毛概社会实践调查报告相关信息请访问。

调查过程里，首先发现的就是是存在的问题。问题有许多，包括课余时间充裕，但没有效利用，不会安排课余时间，没正确认识课余时间，课余时间带来的负面影响较多，课余生活脱离社会，没有经验上的提高。其次是成因。之所以大学生的业余生活的安排会成为一个值得关注的问题，那是有他不可忽视的因素的。包括了各种主观、客观的条件，在我们调查的同时，我们也在自我的反省，反省自身是否也存在着结果里的不良习惯，当然，我们也是存在着许多陋习的。所以我们在调研的同时，也在虚心学习，改正。

所以通过这次时间报告给我们感受很深，其一就是了解到实践中每一件事都不可小看，它不比我们学习中所遇到的问题，学习中所遇见的问题通过几个公式，几个概念，总能得到一个确切的答案，而实际中则不然，总会出现这样那样意想不到的问题，也许只是个小问题，但也足够阻挡我们完成这件事的脚步，还有要办成这件事，会有多种途径多种办法，我们还要从这些方法中选出最便捷最合理的。

在这期间，我们也都意识到了一个东西的重要性，那就是团队意识，大家都知道，一个人很难能够做到完全靠自己去完成一件事，就算做到了，那也不知道得付出多少汗水，而且得到的未必是最佳的方案。但虽说都知道团队意识的概念，但做起来就并非那么简单了，人都有自己的想法，每个人的想法也不可能会一致的相同，而大家都会有捍卫自己的想法的心理，于是便会出现争执，在这种情况下，其实最需要的是平心静气的大家和和气气的讨论，这次实践的组员还都是同学朋友，大家关系都还好，和和气气的讨论还好办到，但日后工作中总会遇到和陌生人合作的时候，所以随时都应该抱有一颗虚心求教的心，客观冷静的去看待自己和别人的方法，即便是自己的方法要好一些，也要平和的组织好语言更好的表达出自己的想法，切不可急躁，也不能瞧不起别人的想法。对于我们这样一个即将步入社会的大学生来说，需要学习的东西很多，团队意识尤为重要，团队中每一个人都可以是我的老师，正所谓 三人行，必有我师 ，我可以从他们身上学习到很多知识、道理。向他人虚心求教，与人文明交往等一些做人处世的基本原则都要在实际生活中认真的贯彻，好的习惯也要在实际生活中不断培养。

当然，说到团队合作，既然是团队，自然也就离不开交流，交流人人都会，但要做好却不那么容易了，要适时的适当的表达出自己的想法，那并非是件容易的事，那需要时间与经验的积累，我们所要做的就是学习，还有在实践调查的过程中，不只是我们发问卷，我们也收到了别人的问卷，说实话，虽说帮忙填一下问卷只是举手之劳，但有时候做着自己的事却被别人打断心中也会有些不愿意，所以将心比心，在找人帮忙填问卷，在跟他们交流的时候多用一些礼貌用语就显得十分必要，所以我们也还在问卷末尾加上一个笑脸，说一声谢谢，那样别人帮了忙心里也会觉得舒服一些。

我们的收获很多，虽不能玩玩全全用文字留在我们的报告里，但我们会把它作为一份宝贵了的财富收藏起来，并以此激励自身往后继续学习，在工作中去具体实践，在实践中继续锻炼自己!

2023年大学生消费调查报告篇4

调查目的：

在我国，随着经济的发展和科技的进步，大学生的消费支出逐年增加，且增幅越来越大，大学生已成为不容忽视的特殊消费群体。本次调查主要是了解目前我校大学生消费状况及消费心理，分析学生的消费构成，引导树立正确的消费观念，养成良好的消费习惯。

调查对象：

在校大学生

调查内容：

学生收支情况，学习支出情况，一是消费情况，电子通讯情况，电子通讯消费情况，消费观念。

调查方法：

采用问卷调查形式，针对在校大学生可能出现的消费现象设计问卷调查内容，并对调查的结果进行分析。

调查结果与分析：

1、 月消费总额有一定的差距。目前在校大学生大多来自农村，城市占比重较小，大学生总体的月消费额主要集中在400元～500元和500元～800元这一幅度，少于400元或多于1200元的两极分化现象比较少。而备案贫困生的消费额基本是少于400元。贫困生的生活标准与消费能力与普通学生差距较大。

2、 饮食方面开销大。饮食开支在消费总额中占了绝大部分，这是符合健康的消费构成的。调查发现，大学生中还兴起一股外出聚餐和请同学吃饭的热潮，这方面的开支虽然不算大，但也是造成大学生消费高的一个原因，这说明大学生已经逐渐有了社会交际方面的消费。

3、 平常购买学习资料的钱。在校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。

4、 通讯网络费用过高。被调查人群中，对手机的拥有率为100%，mp3使用率70%以上，调查发现，大部分同学每月的手机费用集中在30元～80元，也有 14%的同学每月的手机费用高达100元以上。电脑的普及率在学校中也是较高大概在30%左右，按照学校网费预算，每月收取网费20元，没有电脑的同学每月的上网费用也差不多20元以上。

5、 当手中有余钱时最愿意选择的消费项目。吃喝，旅游，穿着打扮占比重最大， 30%选择储蓄，5%选择买书，1%选择其他。可见民以食为天，吃喝还是主流。爱美之心人皆有之，大学生们也重视自己的穿着打扮，追求时尚成为部分学生的副业。女生中购买化妆品衣服的比重较大，男生用在交际娱乐方面占比重偏高些。

6、 在校大学生在购买衣物，生活用品方面，品牌意识有所增强，更多的学生愿意购买品牌较好的用品，特别是女生对衣饰化妆品方面。这也表明大学生的消费水平整体上有所提高。品牌虽然很重要，但是不能盲目的只相信品牌，我们要结合自身的情况，以自身的需求为主，以质量为主。

7、 日常资金来源和家庭收入。调查发现，大学生主要的经济来源是家里提供。其中勤工俭学的人数比普通学生多出十个百分点。而有些学生对于外出兼职比普通学生有更热切的期望，也会付出更多的努力。家庭月收入方面，大学生家庭月收入整体上以1000元～4000元居多，而有些同学的家庭月收入以800元～20xx 元居多，有8%还是月收入在1000元以下。

分析结果：调查发现目前大学生消费情况呈现出这样两个主要特征：一是人民生活水平的提高带动了大学生消费水平的提高，表现为数量和结构两方面的变化;二是大学生群体内部的消费情况存在明显差异。

大学生的消费构成跟与社会发展逐渐接轨。从调查中可至，大学生外出聚餐、请朋友吃饭、外出旅游、通讯网络方面的费用较多，俨然大学生圈子也成了一个小社会，大学生更多地意识到了要提早接触社会上的一些新的生活消费方式，进而提早融入社会。而银行卡、信用卡等消费方式逐步得到认可和接受，可见，大学生作为社会上一个活跃的群体，虽然在经济实力上未能跟上社会，但消费意识上却早已和社会发展同步。

理性消费仍为消费主流。大学生的绝大部分支出是用于饮食方面，而娱乐方面的支出不算多。由此可见，大学生还是清楚知道自身的使命还是以学习知识为主，而不会沉迷于玩乐。由于消费能力有限，大学生消费时都会较为谨慎，尽量精挑细选，不会一味求贵，或者只注重便宜的价格而不注重质量。所以较为理性的消费是大学生消费的主流。

消费呈现向多元化发展。大学生在实现温饱的同时，也在服饰装扮这一方面明显消费。而作为饱读圣贤书的天之骄子们，学习之余也会不忘逛逛学习用品店和书店，为取得各类证书的补课充电也成了大学生的一个消费热点。可见，大学生的消费取向逐渐向多元化发展。

合理理财和储蓄观念仍十分淡薄。调查中，极少数的大学生会有规划自己的消费组成的意识。他们大多会在不知不觉中地追随了流行于校园中的消费大潮，而缺乏了一定的规划。调查中发现，大多数大学生都感觉钱不够花，有许多的东西需要购买，只有少数的学生能够有一定的积蓄。

对策与建议

针对大学生中存在的不合理消费，提出如下建议：。合理规划自身消费构成，增强理财意识。做好开支计划，控制自己的消费，养成节俭的好习惯。注意克服攀比心理，不要盲目追求高消费。正视自身消费现状，养成良好的消费心态，注重精神消费，养成健康习惯。把握消费时机，学会利用很多大商场换季时衣服的低折扣销售。生活费由父母按月给，不至于开学第一月就成为“月光族”。

如果自己是控制不住花钱欲的人，出门前最好根据当天需购品的大致价格带定量的钱。理性消费意识需加强，学会合理利用银行卡，相对限制住自己的盲目消费。不要盲目追求所谓的“高品位”，这会引起高消费，不适合学生的实际。

2023年大学生消费调查报告篇5

一、前言

进入21世纪的今天，进入信息时代的今天手机已经不是奢侈品二十必需品，科学技术发达的今天手机换代的时间越来越短，手机的功能也层出不穷，让人眼花缭乱，心花怒放，手机无疑是科学技术进步的一面镜子反映出当科学技术给人们带来的便利，手机更是一种年轻人争相攀比的一种载体，也是自己品味的一种表现形式。手机的功能也是由最初的只能带电话发展到发短信彩信,飞信,摄像,录音,字典,上网等等,手机通过各种功能完全的俘虏了我们,让我们不敢想象没有手机的日子会变成什么样子。当我们站在手机广场面对数不胜数的手机种类品牌的时候手机款式的时候我们不能不承认在这个世界上总有那么一款手机在适合我们。在等待着我们。

二、市场调查活动总结

(一)调查目的

1、了解大学生的消费习惯(消费档次、品牌偏好、购买关心要素、选购意向，影响购买决策的因素)。

2、了解大学生对手机产品的心理需求，获取有关消费者对手机产品的重要信息(看法、建议)。

3、手机产品市场现状与潜力分析，了解手机销售市场竞争的情况，潜在市场的客量(潜在消费者的接受程度和挖掘市场的空白份额)

(二)调查方法及基本情况

为了真实地反映出大学生的手机消费状况，确保调查结果的真实性、客观性，从而使我们准确地推出大学生市场的潜力方面的情况，本次调查确定方法和原则如下：

1、调查方式：

(1)观察调研(获取相关的信息)

(2)问卷调查(定点访问)

(3)焦点小组访谈(收集经验，看法)

2、调查对象：

(1)在校大学生：问卷调查(60份)

(2)手机经销商：访谈提纲(3份)

3、调查日期：20xx年6月

4、调查区域：

东财梁园

5、调查实施：

(1)小组成员聚集在选定的梁园天桥人流量比较大的几个点，对大学生进行问卷形式的拦截调查。(共60份问卷)

(2)选择适当的时间，去选定的几家手机店对这几家店的经营商进行焦点小组访谈。(共3份访谈提纲)

(3)对调查所得到的资料以及数据进行统计、分析，并进行综合处理。

三、市场调查结果分析

(一)手机普及情况及趋势分析

电视、报纸、杂志、网络、电台、店堂、车体广告铺天盖地，宣传无处不在，各大手机厂商与广告商们的努力，其中最主要的还是同学之间的互相影响显示：在被调查者中手机的拥有率高达100%。从调查中我们还可看出：大多数学生手机族所能承受的手机价格在1500-20xx元之间，占55%;手机价格在1000元以下与1500-20xx元的各占20%;少数的手机价格在5000元以上，占5%。

(二)各品牌手机占有情况

在众多手机品牌中诺基亚所占的比例是最高的，为40%，而且它的款式比较简单，在市场上能够购买到不同的诺基亚型号的外壳，款式新颖容易购买外在装饰品。位居第二的是索爱，这款手机有直板、翻盖等多种款式，深得大家的喜爱;而其它的品牌如联想、三星、摩托罗拉等共占46、7%。在此次调查中我们发现学生使用手机的品牌比较复杂，使用诺基亚的人数最多，其他的如摩托罗拉、索尼爱立信、联想、三星等的拥有率也较高。

(三)购买手机的目的

对手机使用目的的调查发现，大多数学生消费者购买手机的真正目的在于方便与家人、朋友、用人单位联系。对于购买手机与家人联系这一目的，据调查显示，多数学生手机族的父母均持肯定态度，而这种态度对学生手机族购买动机的产生具有直接的推动作用。另外，还有部分临近毕业的大学生怕漏过任何招聘信息的压力，也推动了此种购买动机的产生。也有少部分的人是受到周围朋友的影响。

(四)费用的使用情况

调查结果显示，学生的生活费用大部分来自家长。因此，大学生都会通过办理各种套餐来节省话费，67%的被调查者一个月的手机费用大约在50-100元之间;30元以下和100-200元的各占15%;手机费用在200元以上的所占的比率较小，为3%。

(六)手机满意度的分析

社会经济发展水平的提高，家庭收入的增加，学生消费者的消费心理欲望增强。经济发展水平的提高，使得商品的市场生命周期缩短，手机更新换代的速度加快。手机产品的市场生命周期的缩短，使得学生消费者的消费活力被激发出来，大大强化了他们对新、奇、美的追求。而家庭收入的增加，则进一步加强了他们消费的信心。在此次调查中，我们可以发现51、7%的被调查者都表示对现在拥有的手机的满意度为一般，甚至有13、3%的被调查者表示不满意。

四、结论与建议

手机已经在的大学生之间普及开来，玩手机的时间已经成为自己生活的一部分，其中用手机上网的人已经达到手机用户的70%。相对于国产手机人们更喜欢国外好品牌手机，国内的手机在性能和美观质量售后服务上还需要很大的进步。花在手机上的钱占自己总费用的10%一个很高的数字。

五、附件

大学生手机消费市场调查问卷

亲爱的同学：

您好!我是商外日语专业的学生，为了完成调查报告的作业特，请为我填写这份报告。如今，手机已经成了大学生手中不可或缺的联系工具。为了更好的了解大学生手机消费状况与市场配置，希望您配合我们根据实际情况回答这份问卷。感谢你的合作!

1、你目前拥有手机吗?

a、有b、没有，不过很快会买c、没有，短期内也不准备买

(若选择a，请继续回答;若选择b，请直接跳到第8题)

2、你的手机是什么品牌的?

a、诺基亚b、摩托罗拉c、索尼爱立信(索爱) d、联想

e、波导f、三星g、或是其他品牌

3、你目前的手机的价位是多少?

a、1000元以下b、1000-1500元c、1500-20xx元d、20xx元以上

4、你对目前的手机满意吗?

a、不满意，很想更换b、一般，凑合着用

c、较满意，适用d、很满意，我的最爱

5、你多长时间更换一次手机?

a、半年以内b、半年至一年c、一年以上d、从未换过

6、你一个月的手机费用大约是多少?

a、50元以下b、50-100元c、100-200元d、200元以上

7、你购买手机的费用来自

a、家长b 、自己通过打工所得c 、其他

8、你购买手机的目的是

a 、方便与家人、朋友联系b 、工作需要c 、受周围人影响d 、交异性朋友e 、炫耀自己

9、在以下列出的各项功能中，根据您的个人看法按重要性依次进行排序:

a、文本短信b、emsc c、彩信d、通话e、无线上网 f、gprs

g、拍照h、数码摄像i、和弦音乐j、彩屏动画

10、在手机质量方面你最注重什么?

a、持久耐用b、信号灵敏c、实用省电d、功能齐全e、其他

11、请将以下几项，根据您在选购手机时在意的程度，按重要性有高到低排序：

a、性能b、价位c、品牌d、服务e 、流行趋势

f、外观g、质量h、操作便利性

12、你是否希望手机具有以下哪些功能?

a、蓝牙功能b 、即时翻译功能c、 mp3播放功能或收音机功能

d、拍照功能e、能玩游戏

13、你喜欢下列哪种款式的手机?

a、翻盖b 、直板c、滑盖d、旋盖e、其它

14、请按顺序选择你所喜欢的手机品牌(选三者即可)

a 、摩托罗拉b、诺基亚c 、西门子d 、索尼爱立信

e、tcl f、三星g、飞利浦h、首信i、厦新

j、科健k、松下l、波导

15、你一般从哪里获得手机资讯?

a、网上b、电视广告c、海报传单d、朋友及同学的谈论

e、街上的一些消费者f、其它

16、你每月的生活费是多少?

a、600元以下b、600-1000元、 c、1000-1500元d、1500以上

17、你所了解的话费节约方式

a、不知道b 、话费套餐c 、给对方发短信d、拨打ip电话

基本资料：

姓名：性别：

专业：学校：

再次感谢你的合作!

2023年大学生消费调查报告篇6

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：

一、大学生消费的特点

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，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“趋前”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。

二、大学生消费的结构和层次分析

大学生的钱“从哪里来，到哪里去? ” 通过调查发现，在生活费方面, 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, 同学们主要的经济是父母，但趋向于多元化。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一个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。 手机已经成为现代人必不可少的交流工具，高校学生是手机使用普及率最高的人群之一。

调查表明，烟台大学有47.2%的大学生拥有手机，年级越高，手机的普及率也越高，如大一刚入校仅有6%的学生拥有手机，而大四学生中拥有手机者已经高达82%，远远高于社会群体手机平均拥有率。约有83%的大四学生明确表示，购买手机主要是为了方便找工作。虽然手机的主要功能是通话，但大学生们使用最多的是短消息功能。在选择手机时，他们认为价格在1000元至1800元之间的手机最受青睐。

因此，大学生消费结构呈现出类似于正立锥形的结构。家庭比较富裕的同学位于锥形的上端，他们拥有电脑、名牌手机等贵重物品;家庭贫寒的同学则处于锥形的下端，他们往往要靠勤工助学或贷款来维持大学正常生活;其他同学则位于锥形的中间，他们衣食考试吧，生活水平居中。同时，从以上的分析可以清醒的看出，从锥形的上端到锥形的下端依次降低，这也鲜明的体现了大学生消费的层次性。

三、大学生消费对家庭和社会的影响

大学生消费直接影响着家庭。作为一个纯消费者，平均每年约一万元的费用对于一个家庭来说，可谓是重中之重了。就拿普通家庭三口人来说，满足一个大学生一年的消费将花去家庭收入的大部分，特别对于农村的家庭而言，更甚。虽然由于经济的发展，农村和城市居民的收入都得到了相应的提高，生活水平得到改善，家庭用于大学生消费的比重普遍下降，但下降缓慢且比重之大已经是某些家庭所难以承受的。

一个大学生的消费占到城市家庭收入的45%左右，特别是农村，可占到80%~90%。无疑，目前大学生的消费已经给学生及其家庭造成了很大的经济压力，特别一些贫困家庭，在调查中我发现，三高校各有20%的同学需要通过申请助学贷款来完成大学四年的学业，他们连自己的生活都难以保证，更不用说这近万元的费用了。

由于山东省经济算中等发达，其居民收入水平比大学生家庭的收入水平还要低一些。所以实际比重可能比这个数目还要偏高一些，影响可谓深远。 大学生的消费特点和消费行为决定了大学生消费的影响不只局限于家庭，市场上的很多消费都与大学生息息相关，大学生消费已直接影响着整个消费市场和国民经济。

目前，大学生消费市场已经形成，这是高等教育发展的结果，也是社会主义市场经济发展的必要。它已经成为我国社会主义市场经济的一个有机组成部分，随着社会的发展，高等教育的普及，它将会发挥更大的作用。

四、有关大学生消费的几点建议

大学生消费不仅仅关系到自己、学校，而且还是关系到整个社会的问题。现从个人、学校、社会三方面对大学生消费提出几点建议。

(一)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，还要有自制能力，不能盲目地陷入感性消费的误区。如今有的学生消费上大手大脚，还有沉迷于盲目消费中，比如最近许多大学生沉迷于网络游戏，这将大大增加自己的消费负担，更重要的是大学生也会在盲目的消费中迷失自己，以至影响到自己的学业。另外，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。

(二)学校应加强对学生消费观念培养。

事实求是，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。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。

(三)对于社会而言，要积极开拓大学生消费市场，从产品的种类、价格、服务多方面满足不同经济条件大学生的需求，同时要规范市场秩序，为大学生确立一个公正的市场环境让其消费。无论从哪方面讲,大学生的消费市场已不再是可有可无的了，它已严重影响着高校周围地区经济的发展。

(四)对大学生来说还应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，当问及对理财的认识时，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。

结束语

大学生是一个特殊的社会群体，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，使得大学生消费呈现出不同一般的发展，大学生消费受到方方面面的影响，也会影响着方方面面。

对于成长中的大学生,其世界观、人生观、价值观正处于定型阶段，极易受家长、教师、同学及社会其它成员的影响,具有较强的可塑性。因而,如何引导当代大学生树立正确的、健康的消费观念是摆在大家面前的一个难题。同样大学生消费市场随着经济的发展，高校的大规模扩招而越来越显示出它的重要性，大学生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共同努力下，大学生消费才会一路走上。

2023年大学生消费调查报告篇7

改革开放以来，中国人的物质和文化生活水平大为改善，伴随而来的是日益提高的消费水平。当今的大学生作为社会特殊的消费群体，他们的生活消费呈现出独有的特征，总的来说比较科学合理。但是也有部分大学生的高消费情况令人担忧。高消费的背后是大学生们为了自身的舒适体验而大手大脚，更是因为面子工程想要在同学面前显示出优越感作祟。大学生普遍的过度消费问题已经亟待社会的关注与思考。

大学生的过度消费主要分以下三种:

第一种是“超前性消费”

即为了提前享受或追赶潮流，不惜用举债的方式来提高生活档次。大学生们刚刚成年进入社会,银行为了尽早拉住这些潜在消费者,往往用各种优惠政策来吸引大学生办信用卡，打开皮夹有4，5张信用卡的同学绝对不在少数。新闻中也时不时会提到大学生卡奴，还不出信用卡债时只能拆东墙补西墙，外出打零工来还钱，影响了自己正常的学习生活不说，最后若不能完全还款还会影响将来进入社会以后的信用程度，除了满足一时的快感，百害而无一利。

第二种是“炫耀性消费”

目的是通过消费炫耀“我有钱”以满足虚荣心。现在的大学生们都是从五湖四海招收而来的，每个人的家庭背景都不尽相同，有的父母可能只是辛苦劳作的农民，有的是工薪阶层，还有的却是大老板。在这样的环境下,部分有钱的同学便会经常买一些并不需要的奢侈品以显示自己的生活水平。在许多大学生都使用的社交网络人人网上，时常有同学会发一些奢侈品代购的信息，起初我看到时觉得他们并不会有生意，因为那些香奈儿，lv的包包动辄上万的价格并不是普通大学生能承受的。可是看到他们接收到的大量的来访询问以及订单，我才发现自己低估了很多同学的消费水平。

第三种是“病态性消费”

通过消费活动来满足自己内心一些不成熟的心态。尽管大学时代是曾经家长口口声声说的悠闲轻松的一段时光,但是在重点院校中是绝对不可能这么悠闲的，学霸多以至于在学习方面一刻都不能掉以轻心。由此，有的同学便会想方设法寻求放松的压力，其中暴饮暴食、买各种新衣服就是其中的一种，，以此满足自己内心的压抑，空虚以及不满，渐渐的就养成了这样一个过度消费的坏习惯。还有一种“病态性消费”源于身边的同学买了新产品，为了不落于人后，无论多少钱都舍得去花，就像上文中那个要买“苹果三件套”的女生，其实可能她并不知道乔布斯的发展史，也可能并不知道苹果到底好在哪里，可是大家都有所以她也就要，否则会有被同学看不起的可能。这样的一种觉得别人的东西总是比自己的好的病态畸形的内心活动，对于即将踏足社会的大学生是绝对不可取的。

综上所述，大学生消费行为及心理构成是很复杂的，鉴于他们的自我意识以及消费观的不成熟，辅导员们应该多加引导同学，加强大学生消费文化引导，帮助大学生树立正确的消费观，培养理智的消费行为，形成合理的消费结构，使消费为大学生的素质提高和发展服务，这是高校不可推卸的责任。

2023年大学生消费调查报告篇8

随着我国经济的不断发展，我国的国民收入与国民支出的不断增加。大学生作为一特殊的消费群体，在消费上呈现出许多自身所独有的特点，这一状况的出现受多种因素的影响，当然也与大学生自身存在的消费观念密不可分。为了了解当代大学生消费的真实现状，我们从生活费用的来源、分配及利用状况，购物心态，消费水平和急停收入状况等方面，进行了一次“大学生消费情况调查”。

使大学生认知自己的行为的对错，提高意识且提出适应的政策。

另外我们也对大学生消费的状况以及心理因素作了相应的调查，并从社会原因分析了大学生消费的外在因素。最后，由于大学生属于心理，生理，社会经验的转型期，正确引导他们的消费观念也是非常重要的。通过本文的调查分析，我们希望能给广大的大学生消费者提供有意义的帮助和指导。

调查时间：\*\*\*

调查地点：\*\*\*

调查对象：\*\*\*\*本科生

我们的调查问卷内容主要有王威力提出，有其他三位成员审查修改。在分发调查问卷时我们分工合作，分发近二百张调查问卷。并由分发人员收回。小组讨论研究调查问卷的数据总结和分析。经过近一周的时间将调查问卷整理完毕。由小组讨论调查报告侧重总结的消费问题的哪些方面。最后由袁莉执笔完成调查报告。小组分工明确，配合默契，大大提高了工作效率。

正文：

一、问题的提出

当前不断变化的市场中，大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越多的关注。由于大学生年纪轻，缺乏经验，充满青春的活力并同时具备了一定的购买能力，因而他们有着不同于社会其他消费阶层的群体的消费心理以及行为。首先大学生有着比较旺盛的消费需求，而反观另一方面，他们尚未获得经济上的自主与独立，消费受到家庭准许的很大的制约。消费观念的超前以及消费实力的相对滞后，是这一群体不同于其他群体的问题所在。问了更加清晰的了解这个问题，我进行了对大学生消费状况的一次调查。

二、问卷情况

这次问卷共发放183份，收回有效问卷166份。以身边同学及朋友为主要调查对象。

三、问卷分析

1、经过问卷调查，有7%的同学一个月的生活费标准在1000元以上，而500—1000元及300—500元的人数占了相当的比例，这一结果和我预先的想象相差不多，说明我们学校的学生普遍消费能力在周围学校大学生也占平均水平地位。

2、关于支出的具体内容上我们看到，用于饮食及娱乐两项的结果分别占了前两位，而选择用于通讯的支出与用于交际的花费的人数基本持平，并有具体数字我们可以看出，越来越多的同学把相当多的钱花在了娱乐享受以及与人的联络沟通之上，这说明饮食上的消费比重正在日益的降低当中，相比之下，现在的大学生用于学习方面的钱实在是非常的少，这跟不良的学习风气以及社会的影响都有密不可分的联系。

3、送第三题的调查结果中我们可以看出，当代大学生的经济来源85%左右仍然是来自家庭父母的供给，当然也有很多的学生选择了走出校园，挑选了一些自己力所能及的工作作为兼职，这除了贴补自己的花费外参加更多的社会实践也是促成这点的重要原因之一。还有部分人是利用学校的助学金和奖学金供自己的生活费用。

4、在第四题中我们不难发现当代大学生对于消费的认识还是很浅薄的，有很多是消费冲动型，见什么好自己喜欢什么就买什么。当然也有相当一部分人是经过精打细算只买自己的学习和生活中的必需品。我们应该向这些同学学习。

5、在第五题中，关于网络购物的问题则让我们对大学生现今的消费有了更加全面的了解。我们发现，几乎大部分的学生都进行过网络购物的活动，虽然在具体数额上差距还非常大，但这确实清晰的预示了网络购物在未来无法阻挡的发展趋势。

6、在第六至九题关于大学生消费习惯的调查中，我们发现具有以存钱、记账为代表的良好的消费习惯的学生数量占的比例未达到三分之一的比例，而有下一阶段消费计划的人数也不足二分之一，而对于自己的消费大多数同学则表示没什么感觉，只有小部分人总结为比较节俭。我们不难总结出目前学生们的科学消费意识还很淡泊，对于自己消费的管理还是存在很大的疏漏。

四、问题的总结与解决办法

综合以上的结果我们可以看出，大学生虽然作为一个特殊的消费群体，但有着自己已具备规律的消费结构、习惯以及发展方向，只要我们能够冷静分析，必然能够更加理性的控制自己的消费。

问题总结：

（一）理性消费仍是主流

质量、价格、外观是吸引大学生消费的主要因素。从调查结果来看，讲求实际、理性的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商品的质量。这是因为中国的大学生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600—800元之间，家境较好的能达到1000元以上，而这笔钱主要是用来支付饮食、日用品及日常社交活动开销的。由于消费能力有限，大学生们在花钱时往往十分谨慎，力求“花得值”，追求性价比高的商品。无论是在校内还是在校外，由于同龄人、城市时尚气息以及恋爱等诸多因素的影响，他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，但商品的价格一定得配得上它的质量。

（二）消费层次一定程度两极分化

据调查，在大学校园中，月消费相对高的同学的月消费可比月消费相对低的的同学的月消费高出3—5倍，其原因是，家庭收入越高，对学生的经济供给越多，构成大学生消费的一种特殊的奢侈格局，主要表现在旅游、电脑、手机、社交娱乐等方面的消费上。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其一定的必然性，我们也应该在大学生的教育中逐步改善这一问题。

（三）过分追求时尚和名牌，存在攀比心理

在调查过程中显示，一些同学为了拥有一款最流行的手机，情愿节衣缩食，甚至牺牲自己的其他必要开支来满足这一不切实际的愿望；有些同学为了一双名牌运动鞋，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虚荣心，同时为了所谓的面子，大学校园里的攀比心理也是异常的严重，别人没有的，自己得有；别人有的，自己的得是最好的。

解决办法：

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，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，可以从以下几个方面着手：

（一）加强对大学生消费心理和行为的调查研究

在日常的教学中，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，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从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。针对不同问题的学生存在的不同问题，给出不同的解决办法，有针对性的解决大学生消费观念存在的偏差问题

（二）教育学生要树立艰苦奋斗、勤俭节约、科学的消费意识

引导大学生在考虑个人消费时不忘传统观念，科学规划安排，使自己的消费水平与家庭的收入水平相适应。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，需要鼓励大学生进行积极、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，不依赖父母而进行奢侈消费而应该自强、自立的作一个清醒的消费者。

结尾：

通过这次调查，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。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。我们有理由相信，在社会各方面的共同努力下，中国当代大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大学生消费的主要因素。从调查的结果来看，大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。题目虽然说起来很大，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大自己的消费，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，构成这部分大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，大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大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

中国大学生的生活消费从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，即大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，不仅反映了学习风气的恶化，也反映了人心的浮躁与社会对于大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，都可以反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，从而导致恶性循环的生成，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，我们大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大学生好的消费习惯的养成。

5、经济的独立意识与储蓄观念

大学生作为接受先进知识，随时走上社会的专业人才，很有必要在大学期间就尝试经济上的独立，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。

6、大学校园应形成更好的消费氛围。

学校氛围的影响对大学生形成良好的消费习惯至关重要。但是，针对大学生年龄和消费行为的特点，在校内开展消费道德教育不应是单纯的说教，而应该通过灵活多样的形式，加以引导。所以，我们在此呼吁学校方面应注重对大学生消费方面的引导和教育，同时可以把勤俭节约这项中国的传统美德加以发扬，能够在校规、校训上加以体现。这样的措施不仅能使大学生们重新树立正确的消费观，还能从大学生良好的消费心理和消费行为抓起，从而使广大学生有良好的生活习惯，进而形成良好的学风、校风。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com