# 大学学生调查报告推荐5篇

来源：piedai.com 作者：撇呆范文网 更新时间：2024-03-31

*调查报告应当注明研究的局限性和可能存在的偏差，调查报告可能会对可能存在的局限性和假设进行透明的说明，职场范文网小编今天就为您带来了大学学生调查报告推荐5篇，相信一定会对你有所帮助。大学学生调查报告篇1一、前??消费，是生活方式研究的重要组成*

调查报告应当注明研究的局限性和可能存在的偏差，调查报告可能会对可能存在的局限性和假设进行透明的说明，职场范文网小编今天就为您带来了大学学生调查报告推荐5篇，相信一定会对你有所帮助。

大学学生调查报告篇1

一、前??

消费，是生活方式研究的重要组成部分。大学生，作为一个特殊的消费群体，在当前的经济生活，尤其是在引领消费时尚、改善消费构成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群朝气蓬勃的大学生，本着对中国经济的深切关注，通过深入调查和收集数据，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目前明德学院大学生们的消费现状和消费趋势。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。希望广大读者和所有关心大学生消费的人们，能够通过这份调查报告去把握当前大学生的消费趋向，解读大学生消费的新理念。 之所以开展此项调查，主要基于以下两个目的：一是通过对当前明德学院大学生的消费状况的调查，以得出21世纪初的大学生的消费构成、消费差异以其影响其消费构成的主要因素。二是通过对明德学院的抽样调查，力图解读当前全国高校大学生们的消费理念、消费意识以及消费心理等。

二、基本情况

此次调查的界定总体为明德学院全体在校学生。为了更好地细分目标群体，将访问对象分为大一、大二、大三和校门口商贩的形式。

本次调查共发放调查问卷200份，其中收回有效问卷185份，有效回收率为92.5%。问卷发放时间为20xx年10月14日至20日，在收回的有效问卷中大??

学生为70人，大二学生65人，大三学生50人。其中男女比例11：4。

三、调查现象分析

总体状况，当前明德学院大学生的`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。

表格1

由上图我们可以看出：当前明德学院在校大学生的消费内容主要集中在食物支出和衣物支出两大方面，其中食物支出占41.0%，衣物支出占13.1 %。休闲娱乐占4.3%，与学习相关的各方面支出占6.1%。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。由图表知大一、大二、大三的学生在学习方面的费用逐渐提高，以追求自己的理想和目标。

2．当前的大学生们日益重视健康消费，用于进行体育锻炼和保健的支出正

在上升。健康消费和精神文化消费正逐渐成为主要的消费内容，而传统的物质消费（吃穿住行）或生存型消费也日益朝着更加营养，更加注重品位的方向发展。

3．消费呈现多层次化。对于他们每个月所能得到的总生活费（不包括自己的课外收入），40.0%的学生集中在350—500之间，500—650元之间的约为21.3%，高消费群体（800元以上）为10.2 %，低消费群体（200元以下）为9.1 %，低消费群体的比重与高消费群体的比重相当。这在一定程度上说明了目前的社会分配逐渐趋于两极化。

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，约47.7%的被访者的食物支出约占总生活费的四成。约24.1 %的被访者的食物支出约占总生活费的五成。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。

数据显示：47.3%的被访者平均每月的衣物支出在50—100元之间，占总生活费的比例仅次于食物支出，综合个人自身、社会因素考虑，尤其是面临择业的毕业生们，他们的衣物支出比其它的大学生群体要高出许多。上述数据说明了作为大学生，作为即将步入社会的成年人，他们更加注重自己的外在形象。在这方面，女生的消费水平要高于男生。

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：

1.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。

2.耐用消费品消费（价值200元以上）

调查数据表明：文曲星、电子词典、随身听在当前大学生中的拥有比例是较高的。在深入访问中发现，拥有mp3、mp4、mp5的学生也为数不少，价格在千元左右的手机在大学生校园中是较少。在电脑消费上，经过深入研究发现，拥有个人电脑的多数为学习计算机及其相关专业的学生。当然，我校大学生们使用的电脑多为价格在2700元左右的组装机，拥有品牌机以及手提电脑的也不少。在上述的耐用消费品调查中，男女生的差异是比较大的，尽管女生在手机拥有量上与男生相当，但在电脑的拥有量上要远远低于男生。但这些学习工具大多是被用来玩游戏、听歌和看电影，而并不是学习的。

3.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。

调查显示，仅有不到两成（19.0%）的学生承认有男/女朋友（这与我们在私下统计的数字相差较大）。从这不到两成的问卷上显示：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。30.0%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。

据统计，近六成大学生的各种形式的聚会聚餐花费每年要在500元左右，近三成的大学生这类花费在800元左右每年。更有极少的一部分同学每年要花费上千元甚至数千元。此外，对于那些没有异性朋友而又有手机的同学来说，每月手机费中的大部分也用在此上了。据统计59.1%的手机族每月的花费在50—100元之间。没有手机的同学，电话卡则是不可或缺的。校园内固定电话的开通，给我们打电话提供了方便的同时，电话费的开支也水涨船高，67.1%的大学生的每月

大学学生调查报告篇2

对于一个大学生而言，敢于接受挑战是一种基本的素质。虽天气严寒，寒风呼啸，我毅然踏上了社会实践的道路。想通过，亲身体验社会实践让自己更进一步了解社会，在实践中增长见识，锻炼自己的才干，培养自己的韧性，想通过社会实践，找出自己的不足和差距所在。我在“杭州十秒到云南过桥米线”米线民族特色餐厅实践了一个月时间，获得了经验，更增长了见识，使我对民族的特色小吃有了更深的了解。

在餐厅里，别人一眼就能认出我是一名正在读书的学生，我问他们为什么，他们总说从我的脸上就能看出来，呵呵，也许没有经历过社会的人都有我这种不知名遭遇吧！我并没有因为我在他们面前没有经验而退后，我相信我也能做的像他们一样好。我们每天的工作内容和工作时间都是餐厅经理在前一天安排的，在这三十几天中我做过的工作有收餐、点餐、传菜、接待、找零、洗碗等等，每天9点钟到下午2点再从下午的4点到晚上9：30分上班，虽然时间长了点，但热情而年轻的我并没有丝毫的感到过累，我觉得这是一种激励，明白了人生，感悟了生活，接簇了社会，了解了未来。在学校里也许有老师分配说今天做些什么，明天做些什么，但在这里，经理没有时间告诉你这些，你必须要知道什么时候做什么，要自觉地去做，要不时做一些不在自己工作范围中的事情，有时要做一些清洁的工作，而且要尽自已的努力做到最好，一件工作的效率就会得到别人不同的评价。

在学校，只有学习的氛围，毕竟学校是学习的场所，每一个学生都在为取得更高的成绩而努力。而这里是工作的场所，每个人都会为了获得更多的报酬而努力，无论是学习还是工作，都存在着竞争，在竞争中就要不断学习别人先进的地方，也要不断学习别人怎样做人，以提高自已的能力！记得老师曾经说过大学是一个小社会，但我总觉得校园里总少不了那份纯真，那份真诚，尽管是大学高校，学生还终归保持着学生的身份。而走进企业，接触各种各样的客户、同事、上司等等，关系复杂，但我得去面对我从未面对过的一切而且要尽自已的努力做到最好。

其实实践的日子不是很长，当初的我不知道餐车是怎么使用？不知到那种米线是不辣的，以及自己在餐厅推着餐车横冲直撞，不怎么熟练的给客人介绍菜单的种种场景就像昨天才发生一样，是那么的叫人印象深刻。服务是餐厅的形象之本，是餐厅的竞争之道，那么杭州十秒到云南过桥米线的服务魅力有表现在哪呢？那就是一张诚挚动心的笑脸，一声声悦耳动听的话语，一次次全身心投入的服务而凝结出一个个回味无穷的优质服务。在那里实践的一个多月期间学到的东西可不少，感触也颇多，若要为客人提供优质的服务，就是要充分读懂客人的心，充分理解客人的需求，甚至是超越客人的期望，在日常工作岗位上为客人提供富有人性化的和艺术化的服务，高层次的满足客人的需求，让客人愉悦地有频频光顾的欲望。

有人说服务是个即时的工作，过去了就不会再来，所以要在当下满足客人的多方面要求，把服务的质量提高。在工作岗位上勤勤恳恳付出的不光有汗水，还有智慧和技巧，更多的是自我超越。因此，自己变的成熟了，少了一份脆弱，多了份坚强，忘了如何去依靠，想的是如何去学习让自己独立自强。没有了父亲和母亲的关怀，没有了老师和同学的指点，自己的一切事物都得要自己亲自去解决，增强了自己的自信心，从这次实习中我深深的体会到没有自己办不成的事，只有自己不去做，认认真真的学习，勤勤恳恳的做事，这就是生活，是真正的生活。

在餐厅里边，有管理人员，他们就如我们学校里边的领导和班级里面的班干部。要想成为一名好的管理，就必须要有好的管理方法，就要以艺术性的管理方法去管理好你的员工，你的下属，你班级里的同学们！要想让他们服从你的管理。那么你对每个员工或每个同学，要用到不同的管理方法，意思就是说：在管理时，要因人而异！

在这次实践中，让我很有感触的一点就人际交往方面，大家都知道社会上人际交往非常复杂，但是具体多么复杂，我想也很难说清楚，只有经历了才能了解。才能有深刻的感受，大家为了工作走到一起，每一个人都有自己的思想和个性，要跟他（她）们处理好关系得需要许多技巧，就看你怎么把握了。

我想说的一点就是，在交际中，既然我们不能改变一些东西，那我们就学着适应它。如果还不行，那就改变一下适应它的方法。让我在这次社会实践中掌握了很多东西，最重要的就是使我在待人接物、如何处理好人际关系这方面有了很大的进步。同时在这次实践中使我深深体会到我们必须在工作中勤于动手慢慢琢磨，不断学习不断积累。遇到不懂的地方，自己先想方设法解决，实在不行可以虚心请教他人，而没有自学能力的人迟早要被企业和社会所淘汰。

通过实践，我对突发事件的应变能力有了很大的进步，尤其是服务意识、语言交流与表达能力、外语能力、处理宾客关系能力、团队协作能力等方面具有明显的提高，特别是自己的表达能力有了一个很大的提高，以前在学校里面没有条件锻炼自己的口语，在这里，来就餐的顾客会不太懂我们的最新优惠，几天的接触之后，我能够用最简单话让他们清楚的知道我们的优惠方案，为自己以后走上社会做个铺垫。在社会上要善于与别人沟通是需要长期的练习。以前没有工作的机会，使我与别人对话时不会应变，会使谈话时有冷场，这是很尴尬的。

人在社会中都会融入社会这个团体中，人与人之间合力去做事，使其做事的过程中更加融洽，事半功倍。别人给你的意见，你要听取、耐心、虚心地接受。社会上由课本上学不到的东西，那就是社会经验，为人处世的经验，想想自己明年就要真正的走向社会，参加工作，也许自己的这次实习就是自己新的开始，也就意味着自己的成熟，我会在以后的工作和学习中，不怕困难，勇于克服，在实践中锻炼自己的能力，努力提高自己，实现自己的理想。

实践可为以后找工作打基础。通过这段时间的实习，学到一些在学校里学不到的东西。因为环境的不同，接触的人与事不同，从中所学的东西自然就不一样了。要学会从实践中学习，从学习中实践。我们不只要学好学校里所学到的知识，还要不断从生活中，实践中学其他知识，不断地从各方面武装自已，才能在竞争中突出自已，表现自已。

社会实践加深了我与社会各阶层人的感情，拉近了我与社会的距离，也让自己在社会实践中开拓了视野，增长了才干，进一步明确了我们青年学生的成材之路与肩负的历史使命。社会才是学习和受教育的大课堂，在那片广阔的天地里，我们的人生价值得到了体现，为将来更加激烈的竞争打下了更为坚实的基础。

实习的收获是不能用语言一一所能描述的，总的来说有酸有甜、有苦有乐。苦的是要端两个盛这滚烫的热汤还时不时沸腾以下的大砂锅和米线，这对于女孩自来说是对力量和胆量极大的考验、还有那些别有居心的顾客的刻意为难；甜的是和同事领导的和睦相处以及老板的风趣幽默；甜的是顾客对自己付出服务的肯定与赞赏；快乐的是自己既充实又有滋有味的实习生活过程。这次亲身体验让我有了深刻感触，这不仅是一次实践，还是一次人生经历，是一生宝贵的财富。在今后我要参加更多的社会实践，磨练自己的同时让自己认识的更多，使自己未踏入社会就已体会社会更多方面。

现在学生的实际操作能力与在校理论学习有一定的差距。在这次实践中，这一点我感受很深。在学校，理论的学习很多，而且是多方面的，几乎是面面俱到；而在实际工作中，可能会遇到书本上没学到的，又可能是书本上的知识一点都用不上的情况。或许工作中运用到的只是很简单的问题，只要套公式似的

就能完成一项任务。

有时候我会埋怨，实际操作这么简单，但为什么书本上的知识让人学得这么吃力呢？这是社会与学校脱轨了吗？也许老师是正确的，虽然大学生生活不像踏入社会，但是总算是社会的一个部分，这是不可否认的事实。我们也要感谢老师孜孜不倦地教导，有些问题有了课堂上地认真消化，有平时作业作补充，才能比一部人具有更高的起点，才有更多的知识层面去应付各种工作上的问题，作为一名新世纪的大学生，应该懂得与社会上各方面的人交往，处理社会上所发生的各方面的事情，这就意味着大学生要注意到社会实践，社会实践必不可少。

毕竟，几年后，我已经不再是一名大学生，是社会中的一分子，要与社会交流，为社会做贡献。只懂得纸上谈兵是远远不及的，以后的人生旅途是漫长的，为了锻炼自己成为一名合格的、对社会有用的人才，很多在学校读书的人都说宁愿出去工作，不愿在校读书；而已在社会的人都宁愿回校读书。我们上学，学习先进的科学知识，为的都是将来走进社会，献出自己的一份力量，我们应该在今天努力掌握专业知识，明天才能更好地为社会服务。

大学学生调查报告篇3

一、调查目的：

此次的调研主要是对福州大学阳光学院会计⑥班的洗发水市场有关问题进行调查研究，使自己能够系统的，客观的，广泛的从市场上收集资料，加以记录，分析，研究与评估，了解有关消费者状况，消费的观念，消费态度和消费行为方面的情况，全面的了解各产品市场需求情况以及市场竞争情况等相关的信息，并对此进行分析。

二、调查内容：

洗发水行业是中国日化界的一个典型代表，随便一个超市的洗发水货架上摆着不下十余个洗发水品牌，洗发水行业竞争在每一个角落涌动。而如今越来越多的日化企业加入到这个行列，不仅品牌在不断的增加，洗发水品种划分也越来越细致，各种功能性的洗发水开始占据更多的市场份额。如“海飞丝”的口号在“去头屑”，“潘婷”的个性在于对头发的营养保健，而“飘柔”则宣称使头发光滑柔顺，以及霸王防脱洗发水等等。

三、调查范围：

对福州大学阳光学院的在校大学生进行调查，调查的方式通过发放调查问卷（附录：调查问卷），调查对象大约20~30人。收集资料的主要途径是通过网络，以及相关书籍。

四、大学生洗发水消费情况的具体分析：

统计调查表中有这样几个主要内容，有关于大学生使用洗发水的品牌，选择该品牌的原因，需要洗发水的功能；了解和分析大学生的购买行为；影响大学生购买的因素；大学生对洗发水品牌的偏好，是否会改换品牌以及改换品牌的原因等。人的发质都是不一样的，对于洗发水的选择情况也是不敬相同，不同的人倾向也不同。下面我们结果做一个具体分析：

1、大学生对于洗发水的使用情况

（1）现在使用什么品牌的洗发水：此调查显示，大概有20人中的60%的大学生使用的是飘柔洗发水，还有舒蕾也占了一定的比例。

（2）大学生对于洗发水品牌的要求：大多数人都是偶尔才更换洗发水的。这个男女生基本没什么大的区别。只有极少部分人经常更换洗发水或从不更换洗发水的。可见大学生对洗发水的使用还是比较忠一的。

2、大学生洗发水使用情况

（1）大学生使用洗发水的原因：大部分女生都比较倾向于具有柔顺功能的洗发水，对于具有去屑功能的洗发水，男生比女生更加注重。而其他的，保湿功能，修复功能等方面就比较少人了。

（2）大学生喜欢的洗发水的规格：超过一半的学生都是使用一般装的洗发水的，差不多400ml的。学校学生的洗发水都是供个人使用，所以都比较倾向于一般包装的。

（3）大学生对于购买洗发水考虑的因素：从大部分学生考虑的问题上，学生是比较看重洗发水的功能和味道的。

五、讨论与对策

通过本次调查了解到大学生对自己现在使用的洗发水超过八成是满意的。了解到大学生对洗发水满意与否看用得舒服与否，其次考虑能否解决头发问题。超过八成大学生在超市购买洗发水认为安全放心。了解到大学生购买洗发水最先虑功能和味道的占有的人数比较多。消费最多的是一般装的洗发水（200-400ml），接受价格在20 -30元之间。而最多的学生喜欢飘柔，舒蕾、潘婷、海飞丝。而对于洗发水的功能上，最多的人喜欢的是柔顺系列的，男生也有一部分用去屑止痒的。所以，厂商在今后可以针对以上的调查结果更好的做出一些更好的对策。今后多向一些消费者喜欢的洗发水发展，像大多数学生都是喜欢飘柔的，我们可以在货架上多推销有关飘柔的一些产品。而在包装上主要以中等的一帮包装为主，多在功能上和味道上做出改进。以求吸引更多的消费者。

大学生洗发水市场调查问卷

1、您的性别？

a．男b.女2.您的月消费额大概是：

a：500元以下b：500-700元c：800-1000元

3、您最喜爱的洗发水品牌？

a：海飞丝b：潘婷c：飘柔d：舒蕾f：夏士莲g：沙宣

4、您购买洗发水时最优先考虑哪个因素：

a：价格b：品牌c：功能d：包装e：其他

5、您选择洗发水的主要目的是：

a：去头屑b：柔顺头发c：止痒d：焗油e：其他

6、您能接受的洗发水的购买价格（注：规格为200ml的包装）：a：10元以下b：11-30元c：31-50元d：50元以上

7、您购买洗发水的场所：

a：专卖店b：超市/商场c：杂货店d：网购e：其他

8、您对目前使用的洗发水满意度是：

a：很满意b：满意c：一般d：不满意

9、您一般会选择多少毫升的洗发水？

a：100ml~200mlb：200ml~400mlc：400ml~600ml

3：其他h

大学学生调查报告篇4

一、调查时间：

xx年3月3号

二、调查对象：

在校大学生

三、调查方式：

主要采用问卷调查方式，并走访图书馆、教室

以及宿舍

四、调查目的：

了解目前在校大学生对网上购物的采用现状、

以及对其所持态度;网上购物给同学们的生活带来的利弊

随着近年来互联网和通信技术的高速发展，致使电子商务得到迅速普及。而我国经济水平也在不断的提高，人民生活水平也得到了不断的完善，电脑作为当代社会的重要交流手段也逐步进入了人们的日常生活。由于互联网无地域限制的优势，消除了产品、服务供应商和需求者之间地点与距离相关的障碍，使得网上购物变得越来越受人们的欢迎。网络购物的兴起，正悄然改变着社会的商业结构和生活方式。而大学生作为社会的主流，一直走在社会风尚潮流的前端，对网上购物也有比较多的接触，所以这次选择身边的大学生作为此次社会调查的对象。

调查问题：

(1) 请问你平时上网主要是做什么呢?

a、查资料、看新闻等学习性活动

b、聊天、看电影等娱乐性活动

c、网上购物

(2) 请问你经常在网上购物吗?

a、经常

b、偶尔

c、没有网上购物的经历

(3) 请问你在网上购物时主要购买什么呢?

a、书籍、杂志等学习性用品

b、衣服、饰品等生活性用品

c、数码、家电等科技用品

(4) 如果你没有网上购物的经历，你准备在未来多长时间内尝

试一下呢?

a、未来一周

b、未来一个月

c、不确定

(5) 请问你怎么看待网上购物呢?

a、利大于弊

b、弊大于利

c、利弊均衡

在此次调查过程中，共发放问卷200份，收回150份，并走访50人。调查的结果如下所示：

(1)69%的同学平时上网主要从事看新闻、查资料等学习性活动，21%的同学主要从事聊天、看电影等娱乐性活动，只有10%的同学主要从事网上购物;

(2)36%的同学经常在网上购物，62%的同学偶尔在网上购物，2%的同学没有网上购物的经历：

(3)79%的同学主要是购买饰品、衣服等生活性用品，20%的同学主要是购买书籍、杂志等学习性用品，只有1%的同学购买数码家电等科技产品;

(4)在没有网上购物经历的同学中，68%的同学表示在近一周内准备网上购物，13%的同学持不确定的态度，19%的同学在未来一个月内准备网上购物;

(5)35%的同学认为网上购物利大于弊，51%的同学认为网上购物弊大于利，14%的同学认为网上购物利弊均衡;

由此可以看来，虽然网上购物在同学们的日常生活中并不占很大的比例，但是在大学校园里有很大的发展潜力。

对于网上购物的利弊，同学们各执一词。51%的同学认为，网上购物存在很大的风险，弊大于利，特别是商品质量难以保证。很多同学都有过上当受骗的经历。所谓“一朝被蛇咬，十年怕井绳”。虽然这种说法有点过于严重，但多多少少影响了同学们对网上购物的热情。比如，外语学院09级英语本科的郭同学就曾经有过类似的经历，她是在寒假期间在网上订购了一双手套，在当时订购的时候电脑上显示的图片很漂亮，很让她满意，但是当实物寄到她手中的时候，她说当时都有一种欲哭无泪的感觉。因为那双手套小的只能让小朋友来带，而那时又不知怎么向商家索赔或是要求退款，就只好“哑巴吃黄连了”。

但是在网上购物中收益的同学却对网上购物乐此不疲，认为利大于弊。对她们而言，网上购物不仅可选商品的范围多了，价格也很优惠，更重要的是不必再舟车劳顿，辛苦奔波，而且还能淘到本地所没有的稀奇商品。这种消费方式对于追求新奇、时尚的学生族说，这不失为一种时尚的消费方式。总而言之，大部分学生对网上购物的前景是很看好的。

毋庸置疑，网上购物为当代处在快节奏生活中的人们提供了一种方便快捷时尚的消费方式。网上购物最大的特点是方便快捷，因为网络商店中基本都具有店内商品的分类、搜索功能，通过搜索，我们就可以很方便地找到需要的商品。而且网上商品的价格比较便宜。因为网上的商店不用承担传统商场无法省去的相关费用，像房租、电费、店员工资，所以商品的附加费用很低，商品的价格也就低了。网上商店商品种类多，没有时间限制，所以只要我们登录网站，想什么时候购物就什么时候购物，给我们的日常生活增添了几分恣意。

另外，调查结果显示了同学们在网上购物时常出现和关心的问题。首先，是网上商家的信誉问题。由于商品交换是经由网络这种无形的媒介来流通，不可避免的就会出现一些不法商家利用网络的弱点及人们对网上购物的不充分了解做一些违法的勾当，对消费者的利益造成危害。所以，受到传统的消费观念影响的人们宁愿到传统商场去购物。

其次，就是网上购物的支付方式问题。目前银行卡支付仍在一定程度上制约着网络购物的发展，通过网络进行购物的同学，很多人愿

意选择银行卡支付的方式。但由于提供银行卡支付的商家要向银行支付一定的费用，所以对于利润很低的商品，商家就有可能无利可图，因此，商家就不愿意或者禁止客户在网上通过银行卡支付方式来购买这些商品。再者是网络安全问题。在网络购物中，大学生对网络安全也有很大担忧，诸如个人信息、交易过程中银行账户密码、转账过程中资金的安全等问题。所以建议大家选用货到付款的方式来支付。

然后，是商品信息问题。尽管商品信息发布很快，但商品不能及时到位。很多商品信息上网后，购买者能够看到，却无法立刻购买到，这主要是因为信息在网上发布，但是供货商仍然是传统企业。传统企业的商品配送无法和互联网信息同步，所以会产生信息快于商品的现象。

再者，是商品的配送问题。传统购物一般是在选好商品后，就可以直接付费拿走，而网络购物就需要一个订货后的等待过程。所以目前社会上出现了很多物流公司，他们在为网络购物者送货上起到了很大的作用。在目前的商品配送上，就同城配送而言，最快的一般需要一个小时，最长的则需要两天时间。如果购买者需要的东西很急，网络购物一般就不适合。

除此之外，对商品信息描述不清楚造成购物出错。由于购买者对网络上的商品的了解只能通过图片和文字描述来完成，而有些商家对商品的描述语言模棱两可，容易使人对商品的认识产生歧异。当购买者根据自己的理解完成网络购物交易，拿到商品后，就会投诉商品与自己订购的不一致。而且与传统购物相比，网络购物退换商品是一件

相对麻烦和有成本风险的事情。

所以，网上购物时，我们一般要选择选择信誉度高，好评度高的卖家，商店、商品质量有保障的，并且学会利用各种手段措施来保障自己的合法权益，避免欺诈行为的出现，一旦发现上当受骗要立即采取手段措施维护自己的权益。积极和卖家沟通，收到货后立即验货，选购时货比三家等等，都是避免上当受骗很好的做法。在网上购物也要拥有一个平和的心态。不要斤斤计较，也不要觉得网上没好货，或者把网上的商品期待的太过完美，要用一颗平常心去面对性价比。毕竟商品的买卖交易是一个互惠互利，相互协作的过程，买卖双方都要遵循自己的责任与义务。

当今社会，随着我国的诚信体系的不断完善，网上贸易也会越来越规范，相信未来大家都能充分利用网上购物享受现代文明带来的轻松、快捷的消费生活。

大学学生调查报告篇5

调查目的：

通过调查了解我校在学校同学所使用的手机数量，手机品牌和手机的价位，以便了解其对手机市场的行情。对我校同学的消费倾向及消费行为进行分析，为手机生产企业制定营销策略，提供客观依据。

调查对象：

本次调查的对象是我校所有在学校的学生。

调查方法及抽样方法

采用网上调查问卷的形式与电子邮件问卷的形式相结合调查方法。

调查结果分析

随着生活水平的改善和手机的价格下调，使不少大学生拥有了自己的手机，但在他们大部分中，究竟是什么时候开始拥有自己的手机的？在调查中发现，1998年拥有自己手机的人只占总调查人数的15%；而1999年也不见有什么起色，只有总调查人数的13%；但在xx年时，一切却改变了，有26％人开始拥有自己的手机，还记得那时候，刚好是手机竞争风暴，各手机商纷纷降价，很多人都是在那时候买的；不过更厉害的是在xx年，有30%的人拥有自己的手机，可见需求成上升趋势。到底哪个手机商拥有的顾客最多呢？最多人使用的手机牌子是诺基亚，在调查中，一共有36％的人使用这款手机，耐用是它的一个最大卖点，而不断扩张的`功能也使不少人选择它；而排名第二位的是索尼爱立信，虽然使用者人数却是诺基亚的一半，即总人数的18％，但它的市场份额有不断扩大的趋势，亮丽的外形与实用的功能是不少人选择的重点；第三位是三星，占13％，三星虽然拥有高技术，但价钱却令不少学生消费者望而却步;接着是摩托罗拉和西门子均占６％；阿尔卡特占３％；飞利浦占２％；与飞利浦占人数比相等的是索尼；接着是nec和国产牌子，均是占总人数的１％。可见诺基亚这一世界手机销售商果然不负众望，霸占了头位，而其他牌子也不甘示弱，拥有一定的支持者。

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