# 大学生消费调查报告总结 大学生消费调查报告(优秀12篇)

作者：心灵之翼 更新时间：2024-03-22

*报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。掌握报告的写作技巧和方法对于个人和组织来说都是至关重要的。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。大学生消费调查报告总结篇一方法:一是采用问卷调查法。*

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。掌握报告的写作技巧和方法对于个人和组织来说都是至关重要的。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。

**大学生消费调查报告总结篇一**

方法:一是采用问卷调查法。问卷内容是根据大学生消费的相关情况自行设计，经预试、反复修改后形成，问卷题型主要采用选择题的形式。本次调查共收回问卷发145份，有效问卷138份;二是网络问卷调查，通过qq、email、留言板等方式让各大高校的部分学生网上答卷。填写网上调查问卷的人数110人，问卷做到了随机发放;三是一对一谈话或座谈会等形式获取信息，进一步了解被调查者的消费心理和价值取向。访谈的方式随机选择了愿意接受访问的65人.三种形式形成互补，相互促进，使我们的研究更具客观性。

大学生没有经济来源，经济独立性差，消费没有基础。他们没有形成完整的，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。调查发现，有98.3%的学生主要经济来源是父母，而且大部分人月消费在600元左右。像满足以前意义上的“温饱”消费只占总消费的三成，恋爱、人际交往、个人时尚用品等费用反而占了日常消费的大头。现在mp手机、笔记本电脑也已成为当代大学生三件不可或缺的高科技产品。目前，手机在同学中的占有率超过90%，其中七成的同学使用高档手机。56.7%的同学拥有电脑。但在拥有电脑的同学中，68%的同学将电脑用于玩游戏、上网聊天等娱乐活动，只有少数同学是用电脑学习。

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xx年，短短7年，中国大学生仅总数就从108万激增到xx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，具有表率和示范的作用。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，太原师范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。

对象：笔者对华南理工大学、暨南大学、华南师范大学、广东外语外贸大学、华南农业大学、汕头大学、广东技术师范学院、广东商学院、广东工业大学、北京师范大学珠海校区等面向全国招生的普通高等院校的大学生进行随机性匿名问卷调查和访谈。接受调查共320人，平均年龄20.8岁，平均年级为2.1年级。

实践引言：经济腾飞的中国，人们无时无刻都在体验消费，随着当今社会经济的高速发展，大学生作为社会特殊的消费群体，我们的消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响我们世界观、价值观的形成与发展，进而对我们的职业以及今后人生走向产生重大的影响。因此，关注大学生消费状况，把握大学生消费心理，引导大学生消费趋向成为当代大学生共同关注的课题。

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、贪图享乐的坏习惯。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。

张志祥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。

合理规划自身消费构成，增强理财意识。要在社会的激烈竞争中站稳脚跟，学生们对自身的消费现状需要有更理性的思考，在大学生活中就要注重养成健康的消费心理和良好的消费习惯。要强调“合理和适度”消费，提倡“量入为出”有计划的消费。注意发扬勤俭节约的传统美德，自觉抵制不良消费风气影响。

**大学生消费调查报告总结篇二**

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。因此父母亲们对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内容的分析：

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，也会影响者方方面面。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。

**大学生消费调查报告总结篇三**

一、前言：作为一个特殊的消费群体，在引领消费时尚、改善消费结构等方面起着重要作用。我要旨在通过对当前\*\*学院大学生的消费状况的调查，得出21世纪初的大学生的消费构成、消费差异和影响其消费构成的主要因素，以解读当前全国高校大学生们的消费理念和消费心理等。

三、调查现象分析：通过调查我们发现，大学生的消化费主要有四个方面组成：

一是学习消费(包括学费、考证费、电脑等);

二是基本生活费(包括吃、穿、住、行);

三是娱乐休闲消费(包括休闲、健身、娱乐等);

四是人际交往消费(包括朋友往来、恋爱)等。(大学生消费构成统计表，略)

数据显示，大学生食物方面的支出占41.0%，衣物方面支出占35.5%。休闲娱乐方面的支出占4.3%，与学习相关的支出占6.1%。从中我们可以看出，大学生基本生存需要的消费有所下降，改善学习的消费有所提高，精神文化需要的消费处于上升阶段，并呈现出个性，即追求自己的生活目标方面的消费开始上升。通过调查我们还可以看出消费多层次化的现象，其中，40.0%的学生月消费在350—500之间，21.3%的学生在500—650元之间，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。

四、几点建议：加强引导，使之树立合理的消费观念，培养其节约意识，避免过度消费，同时还要重点加强大学生的心理健康教育，形成良好的心理状态。

**大学生消费调查报告总结篇四**

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，具有表率和示范的作用。

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、贪图享乐的坏习惯。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。

**大学生消费调查报告总结篇五**

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。这也是大所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)。

**大学生消费调查报告总结篇六**

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。

**大学生消费调查报告总结篇七**

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学习、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。

**大学生消费调查报告总结篇八**

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；使更多的农民参入医疗保险，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。

**大学生消费调查报告总结篇九**

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，对于研究消费经济和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，故而我们对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。

**大学生消费调查报告总结篇十**

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，都对他们的消费又很大影响。

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。

在这次的社会调查中，我们每个组员都受益匪浅，大家集心协力、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的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)的进人，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。

-->[\_TAG\_h3]大学生消费调查报告总结篇十一

1、75%以上每月日常消费在千元左右

2、电子产品消费不亚于白领

3、爱买书的大学生越来越少

4、品牌成为女生消费第一考虑因素

5、恋爱中男生消费占七成现在大学生的生活消费究竟到了一个怎样的层次？据浙江工商大学对全校学生做的一次调查显示：75%以上的学生每月日常消费在1000元左右，部分爬上了xx元，超过普通白领消费水平。

大学生是如何支配这笔费用的？此次的调查告诉我们，恋爱、人际交往、考证以及出国筹备已经成为现代大学生最主要的消费项目。恋爱、人际交往费用是日常消费的大头。考证以及筹备出国的费用，成为让大学生消费水涨船高的新增长点。

“温饱”消费只占三成，吃饭穿衣每月花费不大

本次调查以大二、大三学生为主，共发放了550份问卷，收回有效问卷530份。

调查发现，有98.1%的学生主要经济来源是父母，大部分月消费在1000元左右，消费额度属适中。像满足以前意义上的“温饱”消费只占学生日常消费的.30%而已。书籍消费在5%以下爱买书的大学生不多现在大学生越来越不爱买书了。64.2%的同学用于购买书籍的费用仅占总消费5%以下。即便这5%，还有很大一部分购买的是服饰、化妆、漫画等方面书籍。“学校发的书还看不过来，谁还买专业书，再说什么文学书、工具书学校图书馆都有。”其中一名被访者回答说。

手机、电脑、mp3电子产品消费，大学生不亚于白领

调查发现：手机、电脑等电子产品，在同学中的拥有率都超过半数。77.36%的同学已拥有手机，其中超过七成的同学使用中高档手机。

56.6%的同学拥有电脑。特别是对新生来说，电脑已经成为入学的必备“家当”之一。但在这些拥有电脑的同学中，58.5%的同学是将电脑用于玩游戏、上网聊天等娱乐活动，只有26.4%的同学用电脑来学习。

服饰、化妆品成女生消费大头，品牌成为第一考虑因素

对于绝大多女生来说，各种服饰、化妆品消费是日常消费的一个大头。有将近一半的女同学在购物时，将品牌作为第一考虑因素，像“耐克”、“艾格”、“only”、“兰蔻”、“倩碧”等中高档服装、化妆品品牌就非常受同学欢迎。

为了爱情可以不要“面包”，恋爱消费成男生消费的“主战场”

恋爱消费，一直是大学生消费的“主战场”，尤其是男生，有时候为了谈恋爱，不得不饿肚子。

“如果说一个月父母给1000元的话，每个月的‘恋爱经费’怎么样也要保证700元吧。”正在念大三的田锦生说，“大学生恋爱还是以男生出钱居多，每个月从父母那里拿的基本都花在这上面了，剩下的就只能保证日常饮食了。如果不够，就只能不吃早饭了！”

据了解，在大学中像田锦生这样的还是属于“普遍现象”，更有甚者，花费数千元买花，只为博得女生一笑。

交际、应酬、请客大学生消费大大升级

“寝室同学聚餐100元；请社团干部吃饭200元……”还在上大二的李旭正在算他上个月的开销，用他的话说，这种交际应酬的费用是不能少的。

记者对下沙高教园区做了粗略调查，发现学校边饮食店明显比其他店多，大多是中档消费，一般一顿下来也要100多元，同学请客多数选在这些地方。据说，现在大学校园的交际应酬与外面社会没什么两样，许多学生抱着“不得不应酬”的想法，反而给自己造成了负担。“其实我也不太愿意请客，这的确很费钱，但人情欠不得啊。”浙江工商大学的周丹抱怨道。

考证、出国大学生消费新增长点

随着大学生对今后出路问题的进一步关注，考证、出国就成为两大重要砝码，大学生花在这两方面的钱也一年比一年多，这成为大学生消费新增长点。

大三的王闽粗粗数了一下：除了以往的英语四、六级，计算机国家二级、省二级证书，还有许多职业资格认证，像注册会计师证、律师资格证、秘书资格证等等，甚至还包括驾驶证。“为了考试，还要参加许多考证补习班，这种班少则数百元，多则上千元。但事实上，很多人是随大流去考的，很多证对我们来说并没有多大用处，像秘书资格证对理科学生找工作来说就根本起不到作用。”

除了考证成风以外，还有越来越多的在校大学生将毕业出国留学提到了议事日程上，许多家庭就将一大笔钱投在了各种出国培训班里。正在等待签证的王惠算了一笔账：“出国必须考gre，大三我去了北京念新东方考g班，学费900元，材料费200元，报名费1000多元，连带生活费，光半个月就花了3000元；我还考了托福；之后要申请学校，每所学校的申请费都不同，例如美国一般是60美元左右，如果多申请几所，怎么都将近一万元，加上后面的签证、护照、存档的钱，仅前期准备就要好几万。”大学生第一次做主自己手里的钱，哪些该花哪些不该花都有些盲目针对目前大学生消费的情况，经济学家认为，目前一些大学生的消费意识陷入了误区，许多消费行为都体现了他们不成熟的消费心理。“很多学生是进了大学后才开始自主消费的，对于支配手中的钱还存在一定盲目性。”商学院经济系老师解释道，“学生们花钱大多没有计划性，很可能出现家长给多少就花多少、看到别人买什么自己也买的情况。而且，由于大学生在校期间就要努力适应社会，消费的模仿趋势也越来越明显。学着社会人一样去酒吧、茶馆参加社交活动，学习白领穿着等等，随之而来的就是攀比心理，家境好的可能越来越追逐名牌，而家境相对较差的就可能产生自卑心理。”

此次调查也发现，大学生当中只有很少一部分同学认为自己是“理财高手”，大部分人只能勉强做到“收支平衡”，有7.5%的人是典型的“月光一族”，还有18.7%的人支出会超标。

**大学生消费调查报告总结篇十二**

在当前的消费市场中，大学生作为一个特殊的消费群体正越来越受到社会各界的关注。在学校里，学生来自五湖四海，家庭、背景各有不一样，处在同一个“屋檐”下的这个群体，自然会呈现出多种经济状况，有人花钱如流水，有人却节衣缩食。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必须的变化。这种变化有进取的一面，也有消极的一面。在新时期对大学生加强世界观、人生观、价值观和梦想信念教育。引导大学生树立正确的消费观念，确立健康礼貌的生活方式，是思想政治教育必不可少的重要资料。

二、现状调查与分析

（一）调查的性别、年级、家庭情景介绍。

在理解调查并回到问卷的228名同学中，男生所占比率为50.88%，女生为49.12%，男女比例比较均衡。其中，大一学生的比例为75.44%，大二、大三学生的比例分别为18.86%、5.26%，大四学生占0.44%。大多数同学来自城镇乡村，家庭经济情景稍差，部分同学来自大中小城市，经济情景较好。总体来说，参与调查者的性别、年龄比例均衡，确保了调查的普遍性与真实性。

（二）分析。

1.大学生消费水平

在月平均消费的调查中，生活费低于300元的占2.63%；300-500元之间的占7.89%；500-1000元之间的占33.77%，1000-1500元之间的占37.72%；而1500元以上的为17.98%。从数据中我们能够清楚地看到近83%的同学月消费不超过1500元，而有33%的同学月消费在500-1000之间。我们能够得出，我校的生活花费，500-1500元还是被大家所认可的一般水平。所以大部分的同学消费水平还是比较适中的。

2.大学生消费来源

大学生的消费资金主要从哪里来呢？经过调查发现，在生活费来源方面，基本上所有的同学要依靠父母，仅有少数的同学的资金来源于各方面的困难补助，奖学金，助学金等，还有一部分来源于勤工俭学或兼职补贴日常开销。由此可见同学们主要的经济来源是父母，但来源趋向于多元化。可是生活费里不包括学费，住宿费等，要是加上这些“巨款”，我相信来自父母的资金比例将更高。所以，能够说，大学生基本还是一个纯消费者。

3.大学生饮食消费

从问卷调查中能够看出，我校学生在饮食方面支出居400元以上的人数最多，“吃饭消费”占总消费的比例较高。所以。大学生这一群体的恩格尔系数较高，这也许是这一群体的特点。这与我们学校的物价水平以及个人饭量有关，从侧面或许反映了我校食堂饭菜定价略高及学校餐馆饭店的定价偏高的问题。

4.大学生通讯消费

随机问卷得到的结果，大学生几乎人人一部手机，可见大学学校手机的普及率之高。他们通信月支出在50元以下和50―100元的分别到达27.63%和56.14%，八成的同学每月都很少打电话，或者每个电话都很短。既是研究到目前的手机普及率，大家这方面的消费还是比较合理的，这可能与在校生平时时间紧张有关。

5.大学生娱乐和学习消费

经过调查，大学生大多数都会在娱乐方面进行适当消费，相比于饮食消费略低，但也占了不少的比重。相应地，在学习方面的消费也比较均衡。可是有少部分学生在学习方面的消费远远小于娱乐消费，期望这种重娱乐轻学习的现象不要得以蔓延。

6.大学生消费计划

综合分析调查问卷，很容易得出这样一个结论：学生储蓄观念薄弱，基本没有消费计划。对于资金的支出具有很大的随机性，没有宏观的安排，更无详细的打算。大多数同学都坦承自我是“月光族”，很容易出现“经济危机”。仅有少部分同学对自我的资金有简短的计划，并且有记账的习惯。部分同学还存在超前消费的情景，一般这些消费都是用在促销品及服饰上。也有少部分同学倾心于新型的电子产品，采用超前消费的方式进行购买。

（三）调查小结。

经过这次调研，我们基本了解我校大学生消费状况以及消费趋势。大学生基本生活消费大体上是现实的，合理的。但离散趋势明显，个体差异较大，这主要是因为大学生来自全国各地。俗话说“由俭入奢易，由奢入俭难”，我校多数学生只是纯消费者，基本上没有收入来源，如果在大学期间没有学会科学合理的理财方式。开学的时候拼命花钱，到了学期末就四处举债，这样的大学生在踏入社会后又如何能应对更多的风险与挑战？大学时代弹指即逝，学生应当把精力更多地集中在学业上，不必过分追求物质享受。而我们的学校、我们的教育，在很大程度上也轻视了这一点，认为学生消费是学生自我的事情，更没有对学生进行引导和提示。综合以上分析，我们可看出我校大学生的消费心理总体上处于成长健全期，他们在质量，价格，品牌，情绪等诸多影响消费的因素中，他们首先研究质量的因素，其次注重于品牌，所以能够说大学生充满的是感性而略掺有理性的消费观。所以大学生消费观念还有待提高，而引导大学生走向正确的消费的职责还任重道远。

三、解决措施

（一）大学生自身方面。

大学生正处于世界观、人生观、价值观构成的关键时期，很多事物要靠大学生自我去确定，自我去选择。外界信息很容易左右大学生的确定本事，为了让自我有更独立的确定事物的本事和适合自身状况的消费观念、理财技巧、大学学习节奏，都需要一个很强的自我认知。大学生应当进取地参与到学校和社会开展的一些相关课程学习中，经过多种途径增长自我的理财、消费、投资等的知识。大学生仅有在坚实的知识基础上，才能更好地指导自我做出合理的行为；同时，大学生应对自我的大学生涯有个合理的规划，要进取完成学校布置的学业，对自我认知上应做到“完整性、特征性、目的性、辩证性。”（二）家庭方面。

国际教育基金会在《培养心境与人格―人生基本目标教育》一书中提到：“家庭是人格的熔炉，潜移默化地‘传授着’诚实、忠诚、信任、自我牺牲、个人职责和尊重他人等美德，更为根本的是，它是爱心和人际关系的学校，是学习爱的奉献以及相关的人际交往技巧等基本本事的最佳场所。家庭中蕴含着使道德和人际本事自然成长的活跃机制，那就是由家庭里子女、手足、夫妻和父母等主角组成的机制。”模仿是人最初的能动反映，父母长辈等大人一向是小孩学习效仿的榜样。所以，家长为了让自我的孩子有更好的环境，应以身作则，合理消费，在家庭创立一个健康的消费观念。

（三）学校方面。

各大高校，应当注重对学生在投资理财方面的知识的培养，针对该方面教育的缺乏，学校应当制定一套完善的教育方案，开设相应课程，并加强实践教学，做到理论与实践相结合；同时开展更多的关于这方面的比赛活动，提高学生学习投资理财的进取性；教师也应加大这方面的研究，在引导学生的时候提出的意见才能更切实可行。

（四）社会方面。

从社会大环境来说，国家要大力加强社会主义精神礼貌建设，反对享乐主义和拜金主义，大力倡导艰苦奋斗、勤俭节俭的优良品质。大学，作为大学生日常活动的主要地方，学校领导应树立并弘扬正确的消费观，对改善社会风气、树立社会正气、净化社会消费环境有进取的推动作用，进而优良的社会风气也为优化大学生的消费环境创造了条件，这样大学生的消费观念就会趋于理性化。

参考文献：

[1]黎明.90后大学生消费行为分析[j].现代物业？现代经济，2012，11.

[2]闫缨，任意.大学生的消费心理分析和引导[j].昆明大学学报，2004，1.

[3]施应玲.大学生消费心理和消费行为调查及分析[j].华北电力大学学报社会科学版，1998，4.

[4]秦云，祝志杰.大学生消费心理及消费原则浅论[j].华北电力大学学报社会科学版，2001，2.

[5]彭锦霞.大学生消费状况分析[j].湖南商学院学报，2004，3.

[6]李巍.当代大学生消费结构与消费行为探析[j].重庆社会科学，2006，1.

[7]张迪.当代大学生消费现象透视及消费心理研究[j].信阳农业高等专科学院学报，2007，1.

[8]刘浏.当代大学生消费现状及消费心理研究[j].理论与改革，2009，6.

[9]赵富才.论大学生的消费行为及其社会心理特点[j].聊城大学学报（社会科学版），2003，6.

[10]高博.透视当代大学生的消费行为和消费心理[j].科技情报开发与经济，2005，15.

-->

-->

-->

-->

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