# 大学生消费情况调查报告3000字(十五篇)

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-10-09

*在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。大学生消费情况调查报告3000字篇一这次调查不分年级，在各系随机抽...*

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

**大学生消费情况调查报告3000字篇一**

这次调查不分年级，在各系随机抽取宿舍进行调查，共发放问卷200份，回收有效问卷180份，在数据统计和数据对比分析中得出以下调查结果报告：

调查结果中有66。33%的同学是靠家庭提供生活费的，剩下的一般是靠助学贷款、奖助学金和勤工俭学等方式获得生活费。在被调查的180名同学中，71。12%的同学来自农村，22。88%的同学来自城市，这些家庭中55.68%是可以维持一般家庭开支需要的，比较困难的占19.89%，其余的是可以满足一定享受层次的消费或是更高生活水平。

34.27%的同学平均月生活费在200400元之间， 39。89%的同学平均月生活费在400600元之间，19。10%的同学平均月生活费在600800元之间，6.74%的同学平均月生活费在800元以上。而平均月生活费在600元以上的几乎全是男生，且大部分是艺、体类的学生。在调查中，只有少数的几个没有手机，除了拥有手机外，26.15%的同学还拥有电脑，近10%的同学拥有数码相机，12.62%的同学拥有mp3、mp4、mp5中之一，因此，每月同学们用在电话费、网费上的支出大多数是在30100元之间，也有28.42%的同学低于30元。分析中发现，在伙食费上（包括各种零食、饮料）的支出，有43.46%的同学处在200350元之间，36.65%的同学处在350500元之间，低于200元和超过500元的都在10%左右。在每月的生活费中，除了通讯、伙食费的支出较大外，同学们每月用在学习、旅游、购物、应酬方面的支出所占比例相对来说是较小的。

55.08%的同学认为在衣食住行方面应以经济实惠为主，27.81%的同学认为在衣食住行方面既要兼顾实惠又要追求高标准，只有少部分的同学主张尽量追求高标准或是不清楚自己的标准。对待名牌、高档商品，过半的同学认为，其质量比较好，可以在打折的时候购买，也有的同学说是赶时髦，可以秀出自己的个性，也有同学认为其太贵了，浪费金钱。当问及每月生活费是否够用时，57.22%的同学偶尔会透支，17.11%的同学经常透支，主要原因是很少合理规划自己的开支。

三分之二的同学认为宜州当地的生活和物质水平是一般的，也有少部分同学认为偏高或是偏低。在看待周围同学的消费状况方面，近60%的同学认为是比较符合实际的，20.43%的同学认为比较高，也有百分之十几的同学认为比较节俭。

综合上述可以看出我院大学生在消费状况方面大多数是合理的，符合当地的消费水平 ，但也存在着消费不合理的.缺陷。大学相对中学来说不管在学习还是生活上都是比较自由的。一些同学太过放任，对于每月的生活费几乎从来不进行适当规划，常使自己的收入不均衡。大学是一个大场合，来自五湖四海的同学聚集在这里，在经济生活方面每个人的家庭经济条件和消费能力不一样，一些同学为了虚荣心、爱面子而去攀比，结果财政经常是赤字状态，甚至是负债累累。

我们作为大学生，不久也将进入社会，自食其力。大学阶段能否使自己的生活消费处在合理的状况也是一种生存能力，而且一个人的消费状况及消费心态在一定程度上反映了自身的思想品质。作为当代大学生，我们除了要学习好各类知识外，还要学会如何让自己生活得更好，这样才能从综合上达到合格大学生的标准。此外家庭、学校也应加强对大学生消费的引导，纠正大学生的一些消费误区，帮助大学生建立现代科学健康的消费观，让他们朝着更好的方向发展。

**大学生消费情况调查报告3000字篇二**

一、 摘要：在国民经济快速发展的新时期，社会消费水平快速增长。大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越大的关注。 由于大学生年纪较轻，群体较特别，有着不同于社会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，消费受到很大的制约。 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。 因此，关注大学生消费状况，把握大学生消费的心理特征、行为和结构，培养和提高他们的消费观念和理财能很重要。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。

二 、问卷方案概况

关键字：大学生、消费情况、消费倾向多样化、

调查目的：了解大学生消费现状及分析差异及其产生的原因

调查对象：城院在校大学生

调查项目：

1.明确城院大学生用于消费方式状况

2.明确城院大学生用于消费地点的选择状况

3.明确城院大学生主要消费方向状况

调查范围：四川城市职业学院

调查时间：20xx/11/12

三、问卷调查概况

1 问卷的发放

本次问卷共发放10份，有效问卷 10份，占所有问卷的100%。 发放时，我们以城院经济管理系、建工系、公共服务系、国际商务系、物流管理系，随机发放。

2 问卷的内容

问卷内容包括消费结构和消费趋向两大部分，问题大致包括：

四、研究方法

问卷调查法、抽样调查法

五、现状分析

1 图像分析与描述

从图表上看，一个月购物次数1-3次占比例最大，其次是3-5次。 结果表明：大学生在购物方面还是趋向于频繁的.

结果表明：大学生的主要消费还是用于娱乐和购买衣服方面.

结果表明：专卖店占比例最大.大学生的消费观趋向于专卖店.越来越多的大学生放弃物美价廉，更愿意追求高质量。

结果表明：现在越来越多的大学生开始追求名牌，注重高质量。

结果表明：当今大学生的各种社会活动较以前增多，加上城市生活氛围等因素，在追求品味和档次，虽然不一定买名牌，但质量也是在关注的内容范围里，所以网购也成了最佳的选择。

2存在的问题

① 大学生消费的不理想的一面：

大学生没有经济来源，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，很容易受媒体宣传的诱导或是受身边同学影响而产生的随即消费，冲动消费。

② 消费结构存在不合理因素

③ 追求名牌，存在攀比现象

为了拥有一部流行的手机或电脑，有的同学情愿节衣缩食，甚至牺牲自己的其他必要开支;为了自己喜欢的某些名牌东西，不惜向别人借钱来满足自己的欲望等，都反映出一些学生不懂得根据自己的时间经济情况去衡量，而虚荣心的驱使又极易形成无休止的攀比心理。

六 、大学生消费状况原因分析

1家庭熏陶

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，又何以正确指导自己的孩子呢? 所以家庭是培养自己孩子的第一环境，要重视家庭的`熏陶。

2 社会影响

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，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，不惜作出一些损人利己甚至丧失人格、法理不容的犯罪行为。

3 学校风气

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，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。

七、结论及建议

1 家庭成员树立正确消费观，引导大学生合理消费

俗话说父母是孩子的第一老师，父母的行为潜移默化地影响着当代大学生的消费行为，所以我们应重视家庭的熏陶作用。因此家庭成员应树立正确的消费观，并身体力行合理消费、理性消费。父母每月应给予大学生适当的生活费，让大学生学会花钱、学会理财，使消费既不超前也不滞后，合理消费。

2社会要积极开拓大学生消费市场 , 确立公正的市场环境

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合理消费。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。

3学校加强学生对消费观念的培养，形成大学生良好消费风气

大学生的消费心理和行为是体现学生生活作风的重要部分。 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，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。

4 引导大学生树立科学的消费观 ，不盲目攀比

当今的大学生在消费时往往比较冲动，缺少消费的理性，缺少消费中的算计，因而常易发生不自量力、盲目追潮、大手大脚无端浪费等不会花钱的现象，大学生敢花钱但不会花钱，缺乏理财方面的知识。 因此要引导大学生树立科学的消费观，在消费实践中学会花钱，大手大脚无端浪费等毛病。 另外我们认为大学可以在合适的课程中加入一些理财的内容，以指导大学生合理消费，使在校大学生懂得遵守一定的生活消费原则，吃要营养均衡，穿要耐穿耐看，住要简单实用，行要省钱方便。 引导学生花钱要花在刀刃上，不要一味追求档次讲究攀比，更多地应考虑所购物品的性价比和自己的承受能力，教会学生学会记账和编制预算等。 大学时代是理财的起步阶段，也是学习理财的黄金时期。 在大学时期养成良好的理财习惯，往往可以受益终生。

5 培养和加强大学生的财商

财商反映人作为经济人在经济社会里的生存能力，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。我们建议老师围绕这两方面的内容，在教学活动中设计生动活泼的教学形式以达到教育目的。

八、总结

通过这次调查，我们基本掌握了部分城院在校大学生基本生活费状况、衣食住行、学习及娱乐方面的消费状况。这部分大学生的基本消费大体上是合理的，多样化的。但差异化明显，当前大学生每月花费的零花钱的金额进一步拉大，两极化现象加大，存在攀比心理，既与社会大环境的影响有关，也与自身思想认识、缺乏学校正确引导有关。

当前，我国社会正处于激烈的社会转型过程中，受到很多新的文明和观念的冲击。当代大学生是社会建设的主力军，大学生们还要继续保持艰苦朴素、勤俭节约的消费观念，反对盲目攀比、超前消费等不良消费风气，大学生们要从自身努力做起下大决心加强大学生健康的消费观念的培养与塑造等。学校也要加强引导学生积极消费观念的培养作为思想政治教育一个非常重要的内容。再次，社会应提供更多机会，让部分高校在校大学生能参加社会锻炼，为培养自立的经济意识提供环境，为更多贫困的大学生提供更优惠，更符合实际的贷款政策，各方面因素都需要不断加强、磨合，尚需要较长的一个过程，但我们相信现代大学生们都会朝着培养健康、合理、科学的消费观念和行为发展，随着学生与社会的共同发展与努力，最终取得良好的效果。

**大学生消费情况调查报告3000字篇三**

一、调查背景、目的

1、背景

随着社会经济的发展，我们的生活水平不断提高，我国旅游业正迅速发展， 旅游消费也在日益增加，出外旅游已成为我们生活中必不可少的一部分。当代大学生具有一定的经济独立能力和自我生活能力，有相对宽松的时间，具有更多的冒险精神和追梦遐想。而且大学生作为思想最活跃、接受新事物能力最强、旅游审美水平较高、 闲暇时间较多和潜力巨大的一个群体，在旅游群体当中充当着旅游生力军的角色。

那么大学生选择旅游的目的是什么？旅游消费方式又是怎样的？影响他们作出选择的主要因素有哪些？

所以针对以上几点问题，我做了相关调查。

2、目的

此次调查的目的在于了解当代大学生产生旅游消费心理的动机以及旅游消费行为方式，为了解大学生旅游市场现状提供直接有效的数据参考。

同时通过对调查结果的分析，更加深入了解当代大学生旅游消费心理现状，并据此提出一些有益的建议，使大学生旅游消费更加合理健康。

二、调查方法

1、时间：x年x月x日至x月x日

2、地点：xx市

三、调查对象

调研对象为易于接受新事物，兴趣爱好广泛，作息时间规律，对于网络有着高使用率，喜爱聊天交友的xx市xx名在校大学生。

四、调查过程

1、实施过程

主要运用问卷调查法。通过互联网网站制作一份大学生旅游消费行为调查问卷，利用qq、朋友圈等社交软件发布问卷网站链接，邀请在校大学生进行网上填写问卷。经过为期四天的问卷调查，登录问卷网站系统进行自动整合生成数据，然后对结果进行了一个数据收集。

2、调查内容

（一）调研结果及分析

（1）大学生旅游目的地与时间

调查显示，58%的大学生偏爱自然风景区，26%选择繁华城市区和海滨城市区，15%的大学生旅游目的地选择民族风俗区;反而红色旅游革命区和高校校园不大受大学生的欢迎。这表明大学生更愿意与大自然亲近。

在对于时间的安排上，49%选择寒暑假期出游，27%选择国家法定节假日出游， 16%选择平常的周末出游，其他时间占8%。选择寒暑假期出游的人多的原因可能是寒暑假的假期长，大学生有更多的时间可以自由分配，有利于旅游后调整时间休息。其次则是国家法定节假日出游的人也较多，原因是节假日相对于平常的周末时间长，空闲时间较平时多。平常周末和其他时间选择出游较少的原因可能是一方面时间较短，没有充分时间做好旅游前的准备工作和旅行后的休息调整，不利于出游，大多数学生都喜欢留在家看电视看书而不外出旅游;另一方面，由于大学生的课业比较重，一般会利用周末进行复习或预习新知识，还有相当部分大学生利用课余时间做兼职或参加各种活动。

（2）大学生旅游消费费用的来源及构成

调查显示，高达74%的大学生外出旅游消费的费用来源于父母的支持，除此之外，38%的费用来源于平时生活费的积攒、兼职所得（26%）、其他来源（12%）等。由此可见大部分大学生的经济尚不能独立，旅游费用的来源大多依靠于父母出资。少部分大学生会利用课余时间做兼职来赚取旅游费用。

他们的消费水平整体不是太高，旅游消费费用的构成经调查显示为：交通（42%）、住宿（46%）、餐饮（74%）、景点门票（58%）、 购物（30%）、娱乐（24%）。由此可以看出大学生旅游消费费用主要花费在吃、住和门票上，而购物和娱乐花费较低。出游的主要目的还是为了开阔眼界、体验不同的风土人情、亲近大自然。

（3）大学生出游的交通工具的`选择

调查显示，大学生出游选择汽车（30%）和火车（56%）的较多。其余交通工具如自行车（4%）、飞机（10%）则较少一些。按照大学生消费能力分析，原因可能是飞机价格较贵，汽车适合短途旅行，价格适中。火车可以长途运输且价格经济实惠。

（二）大学生旅游消费心理及行为分析

1、大学生自身个性因素 一般来说，具有外倾向个性的人性格开朗、活泼，容易流露自己的感情，对立性较强，旅游需求比较广泛，而且在旅游中喜欢结识新的朋友与旅伴；而内倾向个性的人性格比较沉静，做事谨慎，不爱交流，旅游需求相对保守。

当代大学生作为即将走入社会的一个新群体，大部分受开放性文化知识的影响，性格属于外向型或中间型的。

大多数大学生旅游群体就其消费者主体而言，都是知识水平较高、思维活跃的群体，追求自由崇尚知识的特点突出，重视旅游中的个性化与参与性，传统的走马观花式的旅游方式不能满足他们的旅游要求。具有强烈的旅游需求，充满好奇心和求知欲，在旅游中注重的是一种经历及旅游所带来的幸福感和自我满足感，并且有寻求刺激，获得知识，体验新的环境特点。他们当中大多具有较强的独立自主意识、向往自由，喜欢无拘无束，求知欲旺盛。这也就导致越来越多的大学生愿意走出校园去进行旅游活动。

2、、资金因素

由于大学生还没工作,经济上不独立，学费、生活费等主要来源于父母。大学生各自的家庭经济情况的好坏，就直接决定了他们旅游消费能力的高低。因此，大学生出游的花费主要根据自身的经济承受力。在大学生决定出游时总会首先考虑价格,其消费主要以吃、住、行等基本消费为主。其他的消费需求相对较低。旅游消费水平普遍较低。

3、社会安全因素

安全问题比其他层次游客压力更大虽然大学生基本上都已经是成年人,但由于我国大部分大学生在入校前都是在父母的细心呵护之下成长起来的,社会阅历少,再加上大学生生性好奇,喜欢冒险,在旅游过程中会脱离团队自己活动,危险性就大大的增加了。虽然是成年人,但是由于大学生特殊的身份,一旦出现安全问题,必将涉及学校、家庭以及社会层面，因而大学生旅游时的安全问题比其他层次的游客压力更大。

4、旅游需求方面

当代大学生的旅游需要层次较低，谈到对此次出游的意义评价的时候，有的大学生认为出游“有意义有价值”；有的同学认为此次出游是“浪费时间、耗费精力”。相对于较高的满意度，这似乎自相矛盾。但是，“对旅游地满意度高”不等同于“此次出游有意义有价值”。大学生出游动机主要集中在“休闲放松、摆脱乏味生活”，对出游“满意”是因为达到了“摆脱乏味生活”的目的，而并没有从根本上满足他们“求知、求所得”的深层次心理需求。因此，普遍感觉“出去乐一乐”并不是他们所认为的“有意义”。根据马斯洛的需要层次理论分析大学生旅游需要的层次关系时发现，当今大学生的旅游需要仍徘徊在“社交的需要”层次，即摆脱孤独、繁重、枯燥的学业生活。但在某种程度上，多年教育的结果又让他们背上高层次需要的包袱，努力追求“尊重”“自我实现”，于是出现了调查结果中的“对旅游地满意度高”，“此次出游意义不大”的矛盾现象。

5、朋友因素

大学生们都喜欢结伴和朋友一起出去旅游，一来可以相互交流，增加感

情，二来可以共同分享快乐，欣赏旅游景观的魅力所在；百分之一十五的人喜欢独自旅行，希望通过这种方式真正放松自己，感受自由；百分之五的人选择旅行社组织的旅游，这多为学校或班级组织的活动。

6、时间因素 大学生出游时间相对集中，闲暇时间多，大多集中于寒暑假、五一、十一长假及双休日，旅游目的地大部分还仅仅是省内的旅游景点，或是大家口中所经常说道的几个出名的景点，

7、景点方面

大学生更偏重于自然景观，他们倾向于与大自然的一种近距离的接触；而对各地的民俗风情的喜爱也占相当大的比重，他们希望了解一下当地的风俗习惯和自己的家乡的差别，以此来开阔视野；对文物古迹的喜爱者占到百分之四十这些人大多是历史爱好者，对以前的文物、古迹比较感兴趣；而只有少部分的大学生有去看人造景观的想法。

8、旅游花费 主要集中在旅游交通费、餐饮费、门票费、住宿费以及买纪念品上。而出游的花费也依据不同的旅游点所花费的钱不经相同。同学们所接受的价格也有高有低，这些都要根据他们对是否值得来评价。但大学生在旅游过程中的购物及娱乐花费都普遍不高。

五、调查结论

在旅游业发展迅速的今天，具有旅游意识的大学生群体，正因其对旅游产品心理需求的同一性而慢慢形成一个 具有较大发展潜力的旅游市场。然而，由于大学生特殊的心理、生理、经济等特点，使其旅游消费行为呈现出和其它群体截然不同的特点。

作为当代大学生，作为消费者、旅游者的我们要对旅游消费行为有所认识与了解，它不仅是消费，不仅仅是享乐，也是无形之中的学习与长见识的新途径。面对旅游消费行为的影响因素以及应对策略，也要根据实际情况进行总结和调整，不断改进，使其更有利于大学生旅游者的消费行为，服务于旅游业的健康发展及壮大，对大学生的旅游给予正确引导，帮助他们树立正确的旅游观。

**大学生消费情况调查报告3000字篇四**

随着社会经济的纵深发展，大学生作为社会中的一个特殊的消费群体，其消费观念的塑造和培养直接地影响其世界观的形成与发展，进而影响其一生的品德行为。因此，关注大学生消费状况，把握大学生生活消费的心理特征和行为导向，培养和提高\"财商\"，就成为高校的重要课题。

1、消费方式已经进入网络电子时代

随着社会经济的飞跃发展，社会消费方式已经从原来单一的现金交易向现金、信用卡、支票等多样化的交易方式转变，使人们的生活方式更趋方便快捷。当代大学生是青年人中的佼佼者，有着开放的思想意识，从不落后于时代的发展。那么在消费方式上是怎样的状况呢？在调查中发现，作为特殊的消费群体，当代大学生的消费方式已经进入了网络电子时代。许多大学生都有校园ic卡、交通ic卡、银行取款卡、上网卡甚至运动健身卡等，\"刷卡\"时代使大学生的消费行为潇潇洒洒，用某些同学的`话来说，就是\"卡一刷，钱就花\"。

2、消费多元化倾向

21世纪是物质生活与精神生活丰富多彩的时代，步入这一时代的大学生们不再满足于宿舍、教室两点一线的单调生活，尽管书籍仍是主要的消费对象，但已不是首选的，更不是的消费项目。大学生的消费已呈现明显的多元化趋势，手机、旅游、电脑、影音娱乐是大学生的消费热点。调查中，当问及\"在经济条件许可情况下，zui想做的事情是什么\"时，大部分学生选择了\"旅游\"，其次是\"买电脑\"，反映出大学生具有想走出校园、融入社会与自然、拥有高质量生活的渴望。

3、理性消费是主流

价格、质量、潮流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价格和质量。这是因为中国的大学生与国外的不同，其经济来源主要是

父母的资助，自己兼职挣钱的不多，每月可支配的钱是固定的，大约在300—800元之间，家境较好的一般也不超过1000元，而这笔钱主要是用来支付饮食和日常生活开销的。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\"，因此会尽量搜索那些价廉物美的商品。

无论是在校内还是校外，当今大学生的各种社会活动都较以前增多，加上城市生活氛围，谈恋爱等诸多因素的影响，不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，他们更会注重自己的形象，追求品位和档次，虽然不一定买，但质量显然是非常重要的内容。

4、追求时尚和是不老的话题

大学生站在时代前沿，追新求异，敏锐地把握时尚，惟恐落后于潮流，这是共同特点。zui突出的消费就是使用手机。当代大学生们的消费中普遍增加了手机的消费项目。有调查表明学生手机拥有率不低于40%。此外，电脑及相关消费也是他们的追求，小至一张几十元的上网卡，大至电脑都是当代大学生的宠物，用计算机系同学的话来形容，他们简直就把电脑当成自己的\"情人知己\"。

再次是发型、服装、饰物等大学校园中都不乏追\"新\"族。调查资料也印证了这一点，就所占比例来看，\"是否流行\"紧随价格、质量之后，成为大学生考虑是否购买的第三大因素。至于产品，当问到\"如果经济许可，会否购买产品\"时，80%的学生表示肯定。以上充分体现了大学生对追求高品质、高品牌、高品位生活的需要。

**大学生消费情况调查报告3000字篇五**

大学生是一个特殊的社会群体，大学生所受的教育、校园的环境以及该年龄的特殊心理特征，使他们有自己特有的消费心理和消费行为。为了解河南工业大学莲花街校区在校大学生的群体特征、消费结构及消费行为，我们小组于20xx年5月20日进行了100份（有效问卷85份）的抽样调查，在此基础上通过数据形式详细分析目前大学生消费情况并阐述造成此种消费观的原因，对大学生的消费行为给予一定的建议，从而帮助大学生树立正确的消费观，引导大学生进行合理、适度、科学的消费。

（一）基本信息

1、农村城市户口比例

如右图所示调查对象大部分为城市户口的学生，分别有12%的城市户口学生，其余88%位农村户口的学生。

2、家庭收入方面：

通过调查，有8人的家庭平均月收入在20xx元以下，20xx～400的有23人，4000～6000元有27人，6000元以上有27人，大多数同学的家庭收入状况属于中等收入水平，月收入高于4000元占了总体的64%，

20xx~4000元之间的占27%，还有9%低于20xx元，收入比例与农村城市户口学生的比例相符，由此可看出，随着我国经济的发展，人们生活水平整体得到提高，但是城乡差距依然较大。

（二）消费结构状况分析

通过调查研究，各有10%的的学生花费在电子产品，交际应酬，通讯以及恋爱方面，其次有16%的学生会用在购买学习用品和资料等方面，18%的同学或选择在娱乐方面，21%的学生主要花费于服装饰品方面，从比例来看，购买服装饰品的比例最大，可以看出随着社会的发展，学生们对于自己的仪表外形重视程度明显提高，服装饰品成为了主要的对象，说明了大学生攀比从众心理严重，存在不理性消费，另外在学习方面投入较少，有相当一部分的同学不是十分注重学习和自我培养的，反映出现在校大学生整体素质有待提高，在电子产品，交际应酬，通讯以及恋爱等方面，同学们的支出并不是很高，也从侧面表现出目前的学生不仅仅满足于物质需求的消费，也在积极提高自己的精神需求的消费。

（三）具体消费情况

从同学们对于消费结构的分析多得的结果，让我们了解同学们对这几项消费对象的具体消费情况

1、服饰饰品：通过对消费结构的分析，同学们大部分消费都集中在服装饰品方面，经过调查，学生每月平均花费在服装饰品的费用大多处于600以下，其中有35名费用低于200元，占了41%，另外还有35名花费在200～400元，也占有41%，从学生们的平均家庭月收入来看，学校每月生活费都集中在600以上，服装饰品的花费也集中于600一下，因此服装饰品的消费还是在生活开销中占了相当大的一部分比重的，一方面说明我校大学生重视自身形象的塑造，另一方面也说明校园内存在不理性消费，攀比从众心理严重。

2、娱乐方面：网络游戏和外出游玩是大学生在室内和户外的主要娱乐消费途径，因此我们就此两者问题对同学们进行调查。

（1）网络游戏：调查结果表明，有67人的花费低于100元，100～200的有13人，200～300的有4人，300以上有1人，由此看出，我校部分大学生，缺乏理想，没有发挥良好的世界观、价值观、人生观的导向作用。

（2）外出游玩：通过调查，有44名消费金额低于200元，占51%，200～400元的有27人，占32%，400～600元的有11人，占13%，还有3人消费在600元以上的，占4%，表明了我校大学生外出游玩的`消费额并不高，几乎集中在200元以下，其次都是在200～400元间的。表明了大学生对精神生活的追求，重视社会实践和体验，有利于构建社会主义精神文明。

3、学习方面：在学校生活中，学习是学生的主要活动，在消费结构分析中也体现了学习方面的支出也是同学们消费的一个主要对象，由此，我们从购买学习资料和参加课外培训的方面来研究。

学习资料：调查结果表明，有45%的同学消费在100元以下，还有40%的同学在100～300元之间，还有11%的同学在300～500元之间，仅有4%的同学消费高于500元。

课外培训：除了在学校学习之外，还有许多同学会选择参加校外的课外培训来增加自己的知识，还有些是为了考证书或辅修专业的，通过调查，有60%的学生课培训费用在500元以下，500～800元的有11%，800～1000元的有12%，还有15%的都在1000元以上。

结果表明，我校大学生不仅仅局限于获得课堂知识，充分利用各种有利的社会资源，增强自身的综合素质，顺应了知识经济时代的潮流。

4、电子产品：在电子产品消费中，有65%的同学的消费金额在每学期500元以下，这主要是由于绝大多数的同学的的生活费用主要来家庭供给，每个月的生活费用比较固定，没有太多的现金用于电子产品的消费；消费金额集中在500—1000元的人员约占到18%这主要由于在当前的学生消费结构中对电子产品比较青睐，有9%的同学队电子产品的消费在1000—1500元，这些同学通常生活条件比较好，平时生活中对电子产品的依赖度比较高；在1500元以上的人数占到8%，说明随着科学技术的发展，电子产品对我校大学生的生活、学习发挥着重要作用。进一步说明，大学生对电子产品的更新换代的适应性强。

5、通讯方面：每月平均用于通讯方面支出在50元以下的占到48%，消费支出比较正常，一方面由于生活圈子比较小，需要经常联系的人不是很多，另一方面像qq、msn等网络通讯方式的流行，也降低了同学们使用手机的频率；约有34%同学支出在50—100元，这些同学对手机的依赖度是比较高的，手机可能是他们通常用来和家人、朋友沟通的主要方式，尤其是对于家住外地的同学。每月通讯支出在100元以上占总人数18%的同学对手机的依赖度更加高。在信息时代的背景下，大学生重视人际关系的构建。

6、交际应酬：聚会交际费用在每学期200元以下的同学占63%，这说明大学生的交际圈子比较小，在交际聚会方面花费比较小，有26%的人聚会交际费用在200—400元，这些同学的交往的人群稍多，也可能是学生会、班干部等在在这方面的消费需求比较多；另外还有11%的同学聚会交际的费用在400—600元。表明我校大学生业余生活的丰富性、多样性、人际关系的社会化、交际化，但部分大学生缺乏理性消费，这方面支出，不利于良好消费习惯的培养。

7、恋爱方面：在调查的过程中，有44%的同学是单身，有24%的同学表示每月的花费在200元以下的，还有24%的同学花费在200～500之间，另外还有8%的同学费用高于500元的。恋爱支出占据我校大学生日常生活支出的较大比例。说明大学生缺乏合理的消费计划。

8、对目前生活费的看法：从上一部分的分析来看，同学们的月平均生活开销相对生活费来说还是比较高的，因此同学们对目前生活费的看法，有33%的同学认为很充足，有49的同学觉得勉强够用，还有18%的同学认为不够用。

9、对超前消费的看法：由于大部分同学认为目前的生活费差不多够用，而且同学的生活费大多都来源于家庭支出，所以控制权依然在父母手中，超前消费也比较困难，通过调查，只有18%的同学会经常超前消费，还有36%的会偶尔超前消费，46%的同学从来不会超前消费。

10、如果费用充足会如何使用：我们对理想条件下，同学们如何支配剩余的钱进行的调查，其中有18%的同学会用于提高饮食方面的开支，另外也有18%表示会用于各种娱乐方面，有21%的同学选择改善物质生活，还有26%的同学选择外出旅游，8%选择投资，另外有4%表示会存起来，剩余5%会用于其他方面，由此可以分析出，同学们的消费观念集中于旅游，改善物质生活，还有饮食娱乐几方面，同时也看出同学们在理财方面还是比较缺乏意识的，大多数都会选择提高自己当前的生活质量，选择投资和存银行的比例只占12%，过于依赖家庭也是造成这一现象行的原因，是同学们往往只想着钱怎么花，而不是怎么有计划的合理规划自己的钱。

经过小组讨论，我们得出以下结论与建议：

1、内因是事物发展的根本原因，大学生要树立正确的消费观关键还在于大学生自身。

大学生要加强自我教育，树立合理理财的自我意识，平时主要从以下几个方面做起：积累消费经验。在平时的社会生活中，在消费过程中，自己要注重积累消费经验；学习消费知识，提高理财能力。在校学生要积极参加社会和学校举办的各种关于消费方面的活动，从中学习消费知识。

2、加强大学生思想政治教育

大学生正处在思想价值观念形成的关键时期，正确的思想教育引导有极为重要的作用。首先要加强人生观、价值观教育。消费观和人生观、价值观密切相关，高校要把人生观和价值观的教育放在首位，让大学生分清什么是正常消费，自觉抵制享乐主义、拜金主义、个人主义的不良倾向，引导他们懂得，对幸福的追求应立足于现状，通过自己的努力奋斗去获得。其次要进行艰苦奋斗精神的教育。帮助学生养成良好的消费道德习惯，自觉遵守消费道德规范，树立合理、适度、健康、量入为出的消费观。

3、开展理财教育

大学生多是在上了大学以后才开始独立生活，因此没有理财经验。针对这一特点，高校要加强大学生理财教育，帮助大学生养成良好的理财习惯。大学生的理财教育应包括三方面的内容：一是理财价值观的教育，包括对金钱、人生意义的正确理解和价值认同；二是理财基本知识的传授，如开设经济金融常识及个人家庭理财方式等有关的课程；三是培养理财基本技能，既要有理财情境教育、又要有实际操作训练。在实际生活中，要教育他们制定每月的消费计划、进行消费记账等，促进他们合理开支，理智消费，把钱花在刀刃上。

4、把大学生良好消费风气的培养与良好校风建设相结合

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，以促进大学生学业成功的追求。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。

**大学生消费情况调查报告3000字篇六**

1.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。

2.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。

3.资料处理：全部原始数据采用exel进行分析和统计。

1.月消费总额贫富差距大。大学生总体的月消费额主要集中在350元～500元和500元～800元这一幅度，少于350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350元。贫困生的生活标准与消费能力与普通学生差距相当大。

2.饮食方面开销大。无论是否贫困生，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.通讯网络费用过高。被调查人群中，对手机的拥有率为92%，其中70%的贫困生也拥有手机。调查发现，大部分同学每月的手机费用集中在50元～100元，贫困生的手机费用一般能控制在50元以下。也有14%的同学每月的手机费用高达150元以上。

4.“游玩费”、“恋爱费”逐渐增长。随着旅游的概念进入现代消费，大学生也逐渐有了这方面的花费。据了解，大学生平均一年内会出游两次，跟集体出游或是与三两好友同游。另外，调查中占30%的大学生在谈恋爱，他们每月用于恋爱的费用都是200元～350元之高。这是当代大学生中出现的一种不甚合理的消费。学生思想活跃，对新事物有强烈的求知欲，喜欢追求新潮，消费的趋附性强，娱乐消费占全部消费额的比重很大。

5.先进的消费方式悄然成风。大部分学生购物都喜欢现金消费，三分之一左右的同学喜欢银行卡信用卡消费方式。可见，一些比较先进的消费方式已经进入了大学生的生活中。大大小小的校园卡、银行借记卡会成为大学生钱包里的必备品。学生使用信用卡也逐渐悄然成风。

6.男女生间的消费差异。调查结果显示：现代的大学生中，男女方恋爱支出基本成持平趋势，部分女生恋爱支出还甚至超过了男生。在建立和培养自己人际关系方面，男生的开销远比女生大，而在形象包装方面，女生又会略胜一酬。在对于是否会计划月生活费的这一项调查中，选择有计划的女同学仅为28.4%，男同学则为37.1%。

在以寄生性消费为主的大学生中，培养独立的理财能力、科学的价值观和信用概念应是当务之急。总之，我们希望所有大学生都能静下来想想自己的消费合理吗，有多少用于购买奢侈品，这些奢侈品对我们有什么积极意义吗？更希望社会各界都能从实处关心大学生，用社会的力量引导大学生健康合理的奢侈品消费，为我们未来栋梁的茁壮成长保驾护航。

大学生消费情况调查报告范文9

随着经济的不断发展，人们的\'消费水平、生活质量不断地提高，消费观念也随之发生变化。与此同时，消费领域也出现了崇洋媚外、奢侈消费、攀比消费等不理性的消费方式。当代大学生作为社会中的重要群体，既是当前消费者主体之一，有着独立的消费意识和消费特点，也是未来中国的消费主力和消费潮流的引导者。大学生的消费状况、消费观念和消费模式，是自身消费理念的反映，同时又对未来经济的发展都有极其重要的影响。

（一）目的：

为了培养大学生良好的消费习惯及消费氛围，帮助每位学生树立正确的消费观，养成勤俭节约的优良品质，确保每位大学生都能理性消费，健康生活。

（二）意义：

当前的消费市场中，大学生作为特殊的消费群体正受到越来越大的关注，其消费观念的改变能够折射出一些当今社会问题。同时由于大学生年纪轻，群体较特别，有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。而大学生消费观念的塑造和培养直接地影响其社会观的形成与发展。因此，关注大学生消费情况，把握大学生生活消费的心理特征和行为方向，培养提高我们的“财商”，是我们大学生所需共同探讨的话题。通过大学生的消费状况、消费观念和消费模式的调查，能够看出当代大学生的消费现状、观念和模式，对大学生树立正确的消费行为和消费观有积极的指导作用。同时对未来我国经济的发展，消费文化的构建都会产生及其重要的影响。

1、调查对象：西安在校大学生

2、调查方法：问卷调查法

此次调研采取问卷调研的形式，20xx年5月10日至20xx年6月10日。由我院各专业同学填问卷，并从中采取样本。这次调查对象是我院所有年级的学生。这次有效资料为300份。调查样本的选择是采取随机抽样的方法从有效资料中选取有代表性的问卷进行分析。

（一）现状

此次调查的对象涉及大一到大四，但是主要以大二、大三学生为主，调查的内容涉及到大学生生活的各个方面，无非是衣食行用方面。

作为大学生，他们的生活费主要来源是父母给予，有小部分通过自己做兼职获得。通过调查，生活费在1000以上的占10%，800至一千的占10%，600至800的占10%，500至600的占60%，500以下的占10%，调查结果表明大部分学生的平均月生活费在500到600之间，总体来看大学生的消费情况还算正常，每月的主要消费项目有伙食，购物，交通通讯，娱乐，学习用品等。从问卷来看，伙食

所占的比重为生活费的一半左右，其次是购物，然后是交通通讯和生活交际，最后是学习用品。

1伙食方面

伙食费用占据所有调查对象的大部分生活费，大部分人月均在300到400之间，占月消费的40%到50%左右，仍有一小部分人支出高一点，因为他们生活费就高一些，所以比重差不多。随着近些年经济的发展，人们物质生活水平的提高，cpi即消费者物价指数随着经济的发展也越来越高，虽然人们对食物的支出所占比重不是太大，但是每个月所花费在吃饭上的钱相对于几年前还是有所增加。

2、购物方面

购物对于每个人来说都是生活不可或缺的一部分，大学生作为社会上有一定物质基础的主体，也免不了购物，大学生购物无非是衣服物，洗漱用品（衣粉飞，洗头液，卫生纸）等生活用品，还有零食等，对于零食而言女生花费的想多一点。对于衣物等耐用品，大部分学生不怎么经常买，两三个买一次，大概都100到200左右，洗漱用品也就跟衣物一样，两三个月买一次，大概就50到80之间，零食方面，女生而言每星期也许会购一次物，就30到50之间，所以这样计算下来每月在购物的平均费用在100到150之间

3、交通通讯方面

交通费用和通讯费用所占的比重不是很高，大部分同学出门基本上都是公交车，并且多数都办有公交卡，这就比较实惠了。通讯方面同学们都用的移动卡号，有v网和亲情号码，所以通讯费用大部分同学在30到50元之间。

4、娱乐方面

同学们偶尔会去网吧上上网和去ktv唱唱歌娱乐一下，据调查显示当代大学生基本上每个同学都有一部及其以上手机，上网可以用手机上，并且还有那么一部分同学有电脑，去ktv唱歌也只是偶尔去唱一次，基本上都是多个同学一起去，实行aa制付款，所以大多数同学在娱乐方面的月均花费在50到100之间。

5、学习方面

平时同学们看书之类的就会在图书馆去借阅报刊杂志，很少买书籍，如果老师特别要求的话也会打印一些学习资料，大部分同学在期末考试的时候会去打印一些资料作为学习资料，所以同学们在学习方面的花费不是很大，每学期在30左右。

6、交际方面

给同学送礼物也是大学生生活消费的一个方面，大部分同学只是偶尔送送，像这样的场合也只是偶尔送送，并且送的大部分是小礼物，所以花费不了多少。对于聚餐，不同的人有不同的想法，基本上是aa制，花费在30到五50之间，对于旅游方面，同学们会选择节假日出去旅游，像这样的话，次数不会太多，也不会太频繁，平时周末大多数都会选择在本城市旅游，这样花费不少很多。

（二）原因分析

对于大学生消费行为的调查，我们可以看出大学生作为社会一个不可或缺的主体，没有独立的经济来源，并且每月的生活开销大都来自父母，现进行一些原因分析：

1、大学生消费结构不合理。无计划的消费主要还是由大学生所处的位置所引起的。与社会有着广泛的接触，社会生活中的一切都是诱人的，使得许多同学都想去一一尝试，这就很容易在学生中形成享乐主义、拜金主义以及出现攀比的现象。这有着学生自己的原因，也有着社会的原因。

2、父母对子女错误引导。父母的行为对孩子的影响是最大的，是孩子最先效仿的对象，父母如果在消费上面盲目，那孩子又怎么会有好的榜样呢？也就跟着乱花了，还有就是父母在对待孩子消费上不加以重视，不进行引导。

3、学校教育不完善。对于大学生消费问题，学校是应该最先做出反映的，从中可以看出学校对这方面的教育还不足。学校对学生消费的心理行为的指导还不够、没有把学生引向一个正确的方向。

对于本次调查中所发现的问题，我们提出以下建议：

1、树立正确的消费观，培养理财能力。

当今这个竞争激烈的社会中，大学生要想有自己的立足之地，首先必须要在经济上独立，培养独立的理财能力。理财需要理性的思维能力，大学生不能简单的把每月能收支平衡作为理财的目标。理财是需要长期努力的。大学时代，我们有时间去学习理财技巧，养成好的理财习惯，会使大家受益终身。

2、克服攀比心理，讲求实用型消费。

首先，大学生的消费来源多数来自父母，日常消费应以实用为主，不应该一味地追求名牌。应树立理性的消费观念。有攀比心理不是一件可耻的事，我们应把它用对地方，在学习上相互争先是应该极力提倡的。通过本次调查，我们了解到多数大学生的消费是讲求实用型的。但部分同学的消费还是存在问题的，笔者认为这是受学生家庭背景的影响的，学生生活环境不同，消费观念必然存在一定的差异。但是，树立理性的、科学的消费理念是每个大学生都从现在就应该培养的。

3、学校、家庭应做好正确的引导。

大学生大多数时间都在学校，学校的引导是很重要的，学校应重视学生消费观念的教育，通过举办一些活动来提倡大家树立正确的消费观念。同时，家长的引导也有举足轻重的作用，平时在生活中应加强正确的教育。大学生自身更应加强学习，使自己的消费具有目的性、计划性，学会科学的、理性的消费。

4．形成大学生良好消费风气

良好校风是师德师风和学生学习、生活作风的有机组合。其中学生的消费行为是体现学生生活作风的重要部分。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，应该把大学生良好消费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，进而促进良好学风、校风的巩固与发展。

作为当代大学生，我们是新世纪社会的接班人，我们应该树立良好的消费观，养成合理的消费习惯，提倡勤俭节约，反对骄奢淫逸，并在实际生活中不断开拓进取。

**大学生消费情况调查报告3000字篇七**

随着网上购物的普及，几乎每个大学生都有过不止一次的网购体验。随着网购业的发展，网购观念逐渐深入人心，网购次数也在不断增加。大学生网购次数的增加必然导致开销的增长。这种增长是否影响了大学生在饮食、生活以及学习上的正常支出?大学生在网购物品种类如何，是偏向休闲娱乐还是日常生活亦或是工作学习?对上述情况的清晰把握有助于对学生网购行为开展针对性的教育或辅导工作，培养学生理性的网购行为。

本次调查对象为在校大学生，调查内容为填写《大学生网购调查问卷》，包括大学生基本情况、网购情况等20项内容。从井冈山大学获取样本290例，其中女生152例，男生138例，共获取有效数据8700个。

(一)大学生与网购相关项目基本特征

1、大学生上网时间女生多于男生

调查结果发现，在男女大学生上网时间上呈现出明显的特征。在每天2小时以下时，男女生，分别为42.0%和30.9%;但在2个小时以上时，分别为58.0%和69.1%，女生多男生11.1个百分点。

由此可见，更多的男生每天都会上网浏览一下网络，但时间不会太长;更多的女生则青睐于长时间的网上徜徉。这与男女生上网习惯有关，男生上网的目的性较强，在查阅了想要的内容后更多的是退出网络;而女生则更倾向于网上漫步或逛街，大多方向性不强，随便看看，从一个领域到另一个领域，从而使用了大量的时间。

2、上网时间城市学生多于农村学生

调查结果显示，上网时长2小时以下农村学生占41.6%，城市学生占23.9%;2小时以上的农村学生占58.4%，城市学生占76.1%。

可以看出，城市学生更喜欢长时间上网，而农村学生相对而言较少长时间上网。农村学生由于家庭条件的限制，多数学生在入学前很好具备个人电脑，没有形成长时间浏览网络的习惯;而城市的学生则较早的接触并应用网络，因此，大学生活中上网则占据了较多时间。

3、生活费农村学生相对较少

调查结果显示，农村学生生活费在900元/月以下的人数占77.5%，城市学生占44.6%;900―1200元，分别为20.4%和40.2%;1200元/月以上分别为2.0%和15.2%。由此可见，农村学生在生活费上相对于城市学生偏少。

(二)大学生网购外围因素特征

1、大学生网购原因特征

调查结果显示，他们选择网络购物的原因主要是有时效性、便利性、价格低以及商品的多样性。大学生选择网络购物多是看好了其便利的特性，网络购物更方便，更能够节约成本，同时也可以获得更加丰富的商品信息。

2、大学生选择购物网站及原因特征

1)从调查结果来看，大学生获知购物网站信息的渠道主要是通过朋友介绍、网站介绍、网上广告、网络连接、电视报纸杂志广告等。大学校园中，人口比较密集，全国各地的人都有，年龄比较相近，所以消费趋向也比较相像，使得大学生消费时，在室友、同学、老乡、朋友的影响下，很容易出现从众的行为。

2)选择原因网站的选择通常看的是该网站的知名度、信誉、信用等。大学生有着较清晰的品牌意识，对知名度高，信誉好的产品信任度和青睐度比较高。所选择的网站也大多集中在几个比较大型的网站，比如淘宝网、易趣网。

3、大学生购物类型特征

从调查结果来看，大学生在网上最常购买的商品和服务包括服装鞋帽、书刊、在线充值、票务/教育服务等。通过中国互联网络信息中心的调查，网上购买的商品和服务主要是书刊、服装鞋帽、数码音像制品、化妆品及个人护理用品等。这些商品和服务体现了大学生在生活、学习和文化娱乐等各个方面的消费。书刊的质量风险不大，运输方便，因此，大学生网上购买服装的比例增多，说明大学生对网络的信任度高于普通市民。

4、大学生购物影响因素特征

通过对商品的质量品质、付款安全性、售后服务、配送的及时性等问题的评价相比较，经常进行网络购物的大学生对于商品质量品质的问题的担忧率是最高的，而对于售后服务和配送的及时性问题的评价相对比较低。而没有网络购物经验的人则对于网络的安全性顾虑得较多，而在有过网上购物经验的大学生中已建立了基本的信任，因此，初次的网络购物体验非常重要。

(三)不同层面大学生网购特征

1、女大学生月网购次数多于男性

调查结果显示，男女大学生月网购次数在不同的层次比例均有不同。分别为女性：40.7%、21.3%、20.7%、6.0%、11.3%;男性：58.%、16.7%、15.9%、2.2%、7.2%。由此可见，在月购物2次以上的人群中，女性大学生均多于男性。在月购物1次的人群中，男性则多于女性大学生。总体来说，女性更倾向于网络购物，在次数上也更加频繁。调查可以看出，月购物4次是一个分水岭，区分了购物的两种人群。

2、不同年级学生月购物次数无明显区别

调查可以看出，大一到大四的学生更倾向于每月2次及以下的购物频率，分别为：66.2%、78.3%、82.8%、65.7%;而月网购次数较多(3次及以上)则更多集中于大一、大二和大四，分别为：33.8%、31.7%和34.3%。同样，月网购4次仍是一个较为明显的分水岭。

3、高频月网购人数比例城市学生高于农村学生

调查结果显示，农村学生在低频率网购人数比例高于城市学生，分别为：74.1%和56.0%;而在高频购物(3次及以上)人数上，城市明显多于农村学生，分别为：45.1%和25.9%。

4、生活费用与网购次数呈正比

调查结果显示，随着生活费的增加，大学生低频网购(2次及以下)人数在不断减少，由93.3%减少到33.3%;而高频网购人数在持续增加，由6.6%增加到66.6%，尤其是5次以上的购物人数增加明显，由3.3%增加到44.4%。由此可知，生活费直接决定网购次数的多少。

调查可知，城市来源大学生由于生活费较为充足，有较多的余钱用于购物，而农村来源大学生则正好相反。同时，我们也看到，在生活费较低的群体中同样存在月购物5次及以上的同学(3.3%)，这值得我们注意他们不恰当的消费方式。

5、网购次数和网购消费随着上网时间延长而增加

调查结果显示随着上网时长的增加，高频购物人数也随着增加，比例分别为：17.2%、 30%、48%和72.0%;而随着上网时长增加，300元以上的网购消费额度也随着增加，比例分别为4.8%、15.6%、24.5%和40%。

由此可见，学生的上网时长与网购频率和网购消费有着正相关关系。上网时间长的`学生可能对网络购物相关知识掌握更多一些，同时对于网上商品了解程度也更高，使得这部分学生更相信也更愿意网络购物和购买价格较高的商品。

6、更倾向于购买价格更低的商品

统计结果显示对200元以下商品购买倾向男女大学生人数比例分别为：82.6%和88.8%;对于200元以上商品购买倾向分别为：17.4%和11.2%;不同地域来源学生对低价格商品购买倾向分别为：88.4%和80.3%;不同年级大学生对低价格商品购买倾向分别为：82.1%、90.5%、91.5%和91.4%。

大学生网上购物主要由于便利和价格低，同时也受限于自身经济承受能力。因此，他们更倾向于购买价格较低的商品。

7、大学生更倾向于低额网购消费

调查统计结果显示，网购消费额度在300元以下的人群比例占多数。男女大学生比例分别为：88.3%和81.3%;不同年级学生比例分别为：86%、87.3%、94.3%和84.3%;不同地域来源学生比例分别为：89.7%和73.7%。

随着上网时长延长和生活费用增加，高额度的网络消费逐步增加。当上网时间达到6小时以上是，300元以上消费比例高达52%;而当生活费用1200元以上是，高额网购消费比例为55.6%。

上述结果显示，学生网购消费金额绝大多数集中在300元以内，更倾向于低额消费。大学生的基本生活花费大都是来源于家庭的供给，因此，大学生的消费水平也必须与其家庭情况相符合。大家的生活费基本上都是集中于400~800之间，过高或过低的人只占较少的一部分，因此，大家在必备的一些花费外，才会去考虑进行一些额外的消费。

网络购物在大学生中越来越普遍，几乎每个人都有网购的经历，网购的频率主要集中在1次/月。女生的网购次数多于男生，城市来源学生多于农村来源学生;网购次数随着生活费用、上网时长的增多而增加，但与学生的年级没有关系。高频次的网购主要受生活费用和上网时长的影响。

网络购物期望(承受)价格大多集中在200元以下，比例高达80%以上。这种期望价格并不受年级、性别、地域来源以及上网时长的影响。但生活费用对其有一定的影响，生活费用多的学生能承受更高的网络商品价格。

每月网络消费金额也大多集中在300元以下的低额消费。性别、年级和地域来源对其影响不大。但上网时长和生活费用则较大程度影响着学生每月网络消费金额数量，随着两者的增加，学生高额网购人数比例迅速增加。

**大学生消费情况调查报告3000字篇八**

随着社会经济的发展，人们的消费水平也在不断的提高，大学生的消费结构和消费习惯也发生了巨大的变化。大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越多的关注，他们的消费结构和习惯，对未来主要社会消费群体的消费情况有着直接的影响和反射作用，因此关注当前大学生的消费情况是很必要的。对次我们协会做了以下调查。

根据调查，大学生的月生活费消费，城镇学生消费水平明显高于农村学生。每月的平均生活费在500元以下的仅占4.5%，1301元以上的占5.5%，大部分学生每月的平均生活费在500元到1300元，其中501元—800元的有53.7%，801元—1300元的有36.3%.可见大学生平均月消费还是比较合理的。

对于生活费的主要来源， 有88%的大学生选择了父母，5%的学生靠获得的奖学金来填补生活开支;，15%的同学通过兼职打工补贴日常开销，另有2%的同学还有其他的经济来源。由此可看出，同学们主要的经济来源是父母，然而随着年级的上升这一比例略有下降，且来源趋向于多元化。

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。从调查问卷可知，在每月的消费项目中，95%的学生伙食占每月消费额的50%;学生服装消费在10%--20%左右;书籍、各类培训费用大二、大三的在每月消费额中占有一定的比例，大概5%-20%，大一的占用每月消费额相对较少;娱乐、交际在每月消费额中占有相对较高的比例，15%的同学有30%的花费在这方面，75%的学生这方面的比例为10%，10%的学生在10%;对于购物花费在普遍在10%-30%，通讯费用占用5%左右。由此可见，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，娱乐、交际消费将成为学生每月消费的很大一部分，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。

随着网络技术的飞速发展，对于消费的主要形式，15%的学生热衷于网络消费，64.5%的学生还是愿意选择大型超市或其他的百货商场,14.5%的`学生会选择专卖店或品牌店，其他的6%则大多数选择小商铺。世界经济的不断发展，学生的消费形式也日渐增多。

在被调查者中，85%的学生表明从来没有记账的习惯，13%的学生则有隔三差五的记账习惯，只有2%的学生会坚持每天记账。对于每月的生活费，大部分学生还比较理智。70.3%的学生是一边花一边打算，12.3%的学生是想花就花，12.4%的学生能省就省，5%的学生则会全部计划好再花。从调查的情况来看，面对相对宽裕的经济条件，学生花钱也相对随意。

消费时总会存在一些顾虑，在被调查者中，85%的学生看中的是商品的性价比，15%的学生会考虑资金的问题，10%的学生也会考虑商品的时髦度，在本次调查中，没有学生会考虑其他同学是否也拥有。可见，随着年龄的增长，大学生的心理更加成熟了，攀比现象也少了。

一般情况下，76.7%的学生表明在确实有需要的情况下会去消费，12.3%的学生会看心情去消费，9%的学生会在资金充足的情况下去消费，2%的学生则会选择打折促销是去消费。面对诸如“光棍节”商品疯狂打折季，85.2%的学生选择了看当是有没有需要的态度，7.3%的学生会选择冷静观战的态度，还有5.5%的学生存在一定的购物欲望，2%的学生则选择疯狂购物，在所不惜。可见，大学生的消费心理相对来说还比较成熟。

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。现在就有关大学生消费从个人、学校、社会三方面提以下的几点建议 ：

(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，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。

**大学生消费情况调查报告3000字篇九**

随着社会经济的纵深发展，大学生消费行为的外部环境发生了深刻变化，他们的消费心理与消费行为与以前相比也发生了根本性的改变。他们已成为引导消费潮流的一股重要力量，因此，关注大学生消费状况，把握大学生消费的心理特征和行为导向，实行与之相适应的消费教育，就显得尤为重要。

当代大学生的消费行为

抑制不住的情感消费

大学生是一个特殊的消费阶层，其消费行为体现出追求新潮、时尚、情趣的特点，相对其他群体而言则带有更多的情感因素。因为他们不仅希望商品能够在实用性方面满足人的需要，还希望商品能让人在使用和观赏中获得精神的愉悦与心理的满足。一般来说，大学生更愿意购买能使自己的情感需求得到限度满足的商品，他们的消费行为更注重感官的满足。其次，大学生的自主独立性逐渐增强，依附和从众心理不断减低。

在这种心理的影响下，大学生在购买商品的过程中，情感和直觉因素起着相当重要的作用。当情感和理智相撞击时，一般偏重于情感，容易感情用事。某种商品只要符合个人需要和兴趣，引起肯定的情感，便会形成对商品的偏爱和追求之心;反之，就会产生一种否定和抵触的情感，对商品厌恶、拒绝。

行不由衷的形象消费

今天的莘莘学子们已不再是两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书的儒生，他们追求新颖，需求多样，引领消费时尚;他们活泼感性，率性而为，消费却不免冲动。在物质生活与精神生活丰富多彩的时代里，在表现自我，彰显个性的今天，他们比任何一个群体，比过去的任何一个时候更重视、在意自己的外表形象，并为此不惜代价。

此外，我们还应该看到，人力资源的过剩和就业压力的加大，也是大学生们重视形象消费的原因之一。在相关法律法规不健全的情况下，一些用人企业和单位采取年龄歧视和相貌歧视的用人政策。

例如，在许多公司和单位的招聘广告中，公开宣布不招35岁以上的应聘者，有的连身高和长相也有苛刻的、超出工作角色所需要的限制。于是，为了延缓衰老、掩盖形象缺点、增加形象魅力，身在象牙塔和即将走出象牙塔的大学生们不得不重视形象消费。

躁动的需求消费行为的心理成因

现在的大学生年龄大都在20岁左右，不少都是独生子女，他们从小生活在较舒适的环境、条件下，心理应变及承受能力都较差，外界的变化会对其心理产生较大的影响。大学生消费也是在一定的心理因素作用下进行的。

大学生正处于人生的青年时期，这一阶段的消费心理又有其自身的.心理发展特征和发展规律。在青年期，随着身体的发育，他们的抽象思维能力、记忆能力、感知能力、对环境的认识和适应能力均获得了较大发展，个性基本形成。

与这些心理发展状况相适应，青年大学生的消费心理也独具特点：由于自身广博的知识面，因而在消费时追求知识性;由于对新鲜事物的热衷，在消费时会追求时尚性、潮流化，强调美观大方;由于个性强烈，在消费时会情绪行动，即兴即买，冲动性购买往往多于计划性购买;由于富有创造性，也会在消费时注重个性，追求与众不同。

虽然大学生经济尚未独立，但他们已具有独立的购买能力，在购物时自身意志力较差，只要兜里有钱就会迫不及待地购买自己喜欢的东西。这些特点反映在消费心理和购买行为上，就是：

1、追求新奇。大学生没有成年人较重的工作、社会、家庭压力，真正可以放开束缚随心所欲的进行一些消费，追求自己喜欢的东西，而新奇的产品最能引起他们的注意，有些学生达到了不奇不要，无奇不买的地步，甚至到了追求怪异商品的阶段。

2、强调美感。即要求商品的美学价值能与自己的审美观点相一致。

3、追逐时尚。生理与心理的渐趋成熟使得大学生开始追逐成年人的社会游戏，而时尚活动莫过于是最接近的生活方式，时尚本身也更能引起他人的广泛关注，又正好契合大学生想引起他人注意的心理特征。因而追逐时尚，不仅是各种不同类型社会成员的消费特征，也同样符合大学生的心理需求。

在大学生消费问题上，我们已不能再像从前一样，用简单的对或错来作为评价标准，更无法用老一套的教育方式以期达到抑制大学生的个性消费。我们应关注大学生消费状况，把握大学生消费的心理特征和行为导向，实行与之相适应的消费教育，这样才能使大学生自觉自愿地做到科学适度消费。

正如世界上没有完全相同的两片树叶一样，世界上也没有个性完全相同的两个人。因为个性的不同，所以不同的消费者在现实生活中表现出来的消费行为也迥然不同。更何况是处于彰显个性时期的大学生们。在购买力允许的前提下，我们应该发展其个性消费。

消费所追求的内心满足是永无止境的。在消费过程中，大学生们往往从感情、心情出发，喜怒哀乐都能成为他们消费的理由。他们往往有消费的冲动却缺乏消费的理性，他们有着消费的随意却缺乏消费的算计。因此，应该在大学生中倡导一种文明行为，加强自身修养，抵制畸形消费，消除不良消费。

适度消费是指在保证大学生的自然生理需要的基础上，在不超出家庭的经济承受能力的前提下所进行的消费。现在的大学生大部分是独生子女，家长从小把孩子视为家庭生活重要的照顾对象，对自己子女的消费基本上实行满足供应的政策，再苦也不能苦孩子。而对于远离家长过独立生活的他们，基本上都没有理财的经验。

这就造成有些学生追求高消费，盲目追求档次、品牌，存在攀比心理，形成了一种不健康的消费方式，甚至个别学生不能体谅家庭的困难，以各样的借口欺骗家人寄钱用于自己不必要的消费。这些不健康的现象，与学生家长对子女的娇惯与纵容，使学生养成了乱花钱的毛病关系重大。因而，倡导适度消费，必须对大学生进行国情、校情、家情教育。学校与家长都要对学生的消费加以科学的指导，以使大学生的消费步入健康的轨道。

消费文明即强调健康向上的精神文化，反对不健康或有害的精神文化消费;强调绿色消费，反对不利于保护生态环境的消费行为。通过倡导消费文明，陶冶大学生的情操，增加知识与技能。因而，通过倡导消费文明，使大学生建立科学的消费价值观，弄清什么是正常的、适度的、健康的消费;什么是有害身心健康的不良消费，从而正确地评价和选择自己的消费行为。

从表面上看，消费是个人行为，但从更深的意义上说，消费心理、消费意向、消费意识、消费嗜好、消费行为是社会精神文明的体现。所以，应该在大学校园里形成良好的消费\_，帮助大学生树立适应时代潮流的、科学正确的消费观。

**大学生消费情况调查报告3000字篇十**

为了了解长沙大学生的消费状况、结构及消费观念，呈现大学生的消费文化现状，我们特作此调查，旨在引导大学生树立节俭、文明、适度、合理的消费观念，以便于大学生更好的消费理财，做一个理性的消费者。

长沙各高校的在校大学生，主要以湖南商学院、湖南师范大学、湖南大学、涉外经济学院、湖南财专为主。

此次调查内容主要有长沙大学生消费经济来源、消费支出情况、消费方式选择、平均消费水平、消费目的等。

调查项目采用问卷形式(见附一)，100份。

以问卷调查为主，辅之以访谈法。问卷调查采取抽样调查和典型调查相结合。

(1)简单随机抽样。

网上问卷调查(主要在问道和问卷星两个网络调查平台发放)数据主要用于做修正值。

(2)分层抽样。

首先在长沙高校中选择具有代表性的.重点高校、普通高校及民办高校若干所，对选中的高校再按学院或年级进行分层抽样。

本次调查的数据处理工作，在组长统一领导下进行，由本小组成员分类统计，最后统一汇总。

本次调查从\_年x月x日开始，历时四周，分三阶段进行：

第一、准备阶段。4月28日—5月2日，进行小组讨论，落实调查经费，设计调查方案，问卷设计及打印等。

第二、调查、数据处理阶段。5月3日—5月10日，主要任务是调查问卷发放，调查问卷收回，数据处理，数据质量评估，得出调查结果。

第三、资料整理和总结阶段。5月10日—5月23日，主要是整理调查资料，进行分析研究，编印调查资料，制作ppt，全面总结调查工作，完成调查报告。

调查小组共5人，根据个人专长分工，制定分工明细表(见附二)。

本着节约、合理、充分利用资源的原则，经费预算情况如下：

问卷样本制作、修订、打印：5元;2、复印调查问卷100份：10元;3、其它费用(交通、通讯)：10元。总计25元。

经过以上工作安排及全体调查人员的集体智慧和努力，应能达到预订的调查目的。

备注：由于调查条件及水平有限，调查比例相对较小，且在项目设计、人数分配、总数量等方面存在许多问题，敬请见谅。

附一：长沙大学生消费情况调查问卷

亲爱的同学：

您好!为了进一步了解在校大学生的消费心理，熟悉大学生的消费结构，最终引导健康消费，我们特组织了这项调查。此调查不记姓名，你在填表时不要有任何顾虑。答题前请仔细阅读题目和要求，按照题号顺序回答，并且在答卷过程中尽量不要参考他人的意见!请按照表中的说明在□内酌情打“√”(除特别注明外均为单选)或在\_\_\_\_\_\_\_内椐实填写。最后，衷心感谢您能在紧张的学习之余提供宝贵的信息，谢谢!

01.你的性别：a.男□b.女□

02.你所在的年级：a.大一□b.大二□c.大三□d.大四□

03.你来自：a.农村□b.城市□c.城镇□

04.你的家庭人均月收入(元)：

a.500以下□b500~800□c.800~1500□d.1500以上

05.你平均一个月的花费大约为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元

a.300以下□b.300~500□c.500~800□d.800以上

06.您在校消费与在家相比：

a.差不多□b.较多□c.较低□

07.你期望一个月的月消费为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元

a.400以下□b.400~600□c.600~1000□d.1000以上

08.您平均每月的伙食费大概是

a.200以下□b.200~300□c.300~600□d.600以上

09.您平均每月购买衣物的花费大约

a.50以下□b.50~100□c.100~300□d.300以上

10.您平均每月购买日常用品的花费大约

a.50以下□b.50~100□c.100~200□d.200以上

11.您平均每月娱乐的花费大约

a.100以下□b.100~200□c.200~300□d.300以上

12.您每月学习方面的花费大约

a.50以下□b.50~100□c.100~300□d.300以上

13.你的生活费来源(可多选)：

a.家庭供应□b.勤工俭学□c.奖学金□d.其它\_\_\_\_\_\_\_(如他人赞助)

14.你现在每月有没有盈余：a.有□b.没有□

若有你如何处理：a.存在银行□b.改善物质生活□

c.购书□d.丰富精神生活□

15.你是否有记帐的习惯

a.经常记账□b.偶尔记账□c.从不记账□

16.当你想要买某样东西时,却发现钱不够，那么你会a向父母要钱□b向同学、朋友借□c.放弃购买□

17.当你在某项消费时,考虑最多的因素是

a.商品价格□b.商品质量□c.商品档次□d.其他□

18.对现在的消费状况是否满意：

a.很满意□b.没考虑过,无所谓□c.不满意□

19.对于下列社会一般的消费倾向,你比较赞同哪种

a.经济实惠型□b兼顾实惠和高标准□

c.高标准、高档次型□d.其他

20.你认为大学生应该树立怎样的消费观?我们应该怎么做?(简答)

**大学生消费情况调查报告3000字篇十一**

在国民经济快速发展的新时期，社会消费水平快速增长。学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越的关注。由于学生年纪较轻，群体较特别，有着不同于社会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立，消费受到很的制约。消费观念的超前和消费实力的滞后，都对他们的消费有很影响。因此，关注学生消费状况，把握学生消费的心理特征、行为和结构，培养和提高他们的消费观念和理财能很重要。调查发现目前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；二是学生群体内部的消费情况存在明显差异。

关键字：学生、消费情况、消费倾向多样化。

调查目的：了解学生消费现状及分析差异及其产生的原因。

调查对象：城院在校学生。

调查项目：

1、明确城院学生用于消费方式状况。

2、明确城院学生用于消费地点的选择状况。

3、明确城院学生主要消费方向状况。

调查范围：四川城市职业学院。

调查时间：11/12

1、问卷的发放

本次问卷共发放10份，有效问卷10份，占所有问卷的100%。发放时，我们以城院经济管理系、建工系、公共服务系、国际商务系、物流管理系，随机发放。

2、问卷的内容

问卷内容包括消费结构和消费趋向两部分。

问卷调查法、抽样调查法。

1、图像分析与描述

从图表上看，一个月购物次数13次占比例最，其次是35次。结果表明：学生在购物方面还是趋向于频繁的。

结果表明：学生的主要消费还是用于娱乐和购买衣服方面。

结果表明：专卖店占比例最、学生的消费观趋向于专卖店、越来越多的学生放弃物美价廉，更愿意追求高质量。

结果表明：现在越来越多的学生开始追求名牌，注重高质量。

结果表明：当今学生的各种社会活动较以前增多，加上城市生活氛围等因素，在追求品味和档次，虽然不一定买名牌，但质量也是在关注的内容范围里，所以网购也成了最佳的选择。

2、存在的问题

①学生消费的不理想的一面。

学生没有经济来源，经济立性差，消费没有基础，经济的非立性决定了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。学生没有形成完整的，稳定的消费观念，自控能力不强，很容易受媒体宣传的诱导或是受身边同学影响而产生的随即消费，冲动消费。

②消费结构存在不合理因素。

③追求名牌，存在攀比现象。

为了拥有一部流行的手机或电脑，有的同学情愿节衣缩食，甚至牺牲自己的其他必要开支；为了自己喜欢的某些名牌东西，不惜向别人借钱来满足自己的欲望等，都映出一些学生不懂得根据自己的时间经济情况去衡量，而虚荣心的驱使又极易形成无休止的攀比心理。

1、家庭熏陶

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，又何以正确指导自己的孩子呢？所以家庭是培养自己孩子的第一环境，要重视家庭的熏陶。

2、社会影响

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，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，不惜作出一些损人利己甚至丧失人格、法理不容的犯罪行为。

3、学校风气

高校思想教育对学生消费观教育还没有形成足够的重视，对学生消费心理和行为研究不足，对学生消费观的教育指导不够。由于对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。

1、家庭成员树立正确消费观，引导学生合理消费。

俗话说父母是孩子的第一老师，父母的行为潜移默化地影响着当代学生的消费行为，所以我们应重视家庭的熏陶作用。因此家庭成员应树立正确的消费观，并身体力行合理消费、理性消费。父母每月应给予学生适当的生活费，让学生学会花钱、学会理财，使消费既不超前也不滞后，合理消费。

2、社会要积极开拓学生消费市场，确立公正的市场环境。

对于社会而言，要积极开拓学生消费市场，从产品的种类、价格、服务多方面满足不同经济条件学生的需求，同时要规范市场秩序。为学生确立一个公正的市场环境让其合理消费。无论从哪方面讲，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。

3、学校加强学生对消费观念的培养，形成学生良好消费风气。

学生的消费心理和行为是体现学生生活作风的重要部分。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，应该把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学生健康消费理念的活动专题，并且持之以恒，以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。

4、引导学生树立科学的消费观，不盲目攀比。

当今的学生在消费时往往比较冲动，缺少消费的理性，缺少消费中的算计，因而常易发生不自量力、盲目追潮、手脚无端浪费等不会花钱的现象，学生敢花钱但不会花钱，缺乏理财方面的知识。因此要引导学生树立科学的消费观，在消费实践中学会花钱，手脚无端浪费等毛病。另外我们认为学可以在合适的课程中加入一些理财的内容，以指导学生合理消费，使在校学生懂得遵守一定的生活消费原则，吃要营养均衡，穿要耐穿耐看，住要简单实用，行要省钱方便。引导学生花钱要花在刀刃上，不要一味追求档次讲究攀比，更多地应考虑所购物品的性价比和自己的承受能力，教会学生学会记账和编制预算等。学时代是理财的起步阶段，也是学习理财的`黄金时期。在学时期养成良好的理财习惯，往往可以受益终生。

5、培养和加强学生的财商。

财商映人作为经济人在经济社会里的生存能力，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。我们建议老师围绕这两方面的内容，在教学活动中设计生动活泼的教学形式以达到教育目的。

通过这次调查，我们基本掌握了部分城院在校学生基本生活费状况、衣食住行、学习及娱乐方面的消费状况。这部分学生的基本消费体上是合理的，多样化的。但差异化明显，当前学生每月花费的零花钱的金额进一步拉，两极化现象加，存在攀比心理，既与社会环境的影响有关，也与自身思想认识、缺乏学校正确引导有关。

当前，我国社会正处于激烈的社会转型过程中，受到很多新的文明和观念的冲击。当代学生是社会建设的主力，学生们还要继续保持艰苦朴素、勤俭节约的消费观念，对盲目攀比、超前消费等不良消费风气，学生们要从自身努力做起下决心加强学生健康的消费观念的培养与塑造等。学校也要加强引导学生积极消费观念的培养作为思想教育一个非常重要的内容。再次，社会应提供更多机会，让部分高校在校学生能参加社会锻炼，为培养自立的经济意识提供环境，为更多僻的学生提供更优惠，更符合实际的贷款政策，各方面因素都需要不断加强、磨合，尚需要较长的一个过程，但我们相信现代学生们都会朝着培养健康、合理、科学的消费观念和行为发展，随着学生与社会的共同发展与努力，最终取得良好的效果。

**大学生消费情况调查报告3000字篇十二**

随着经济的发展和生活水平的提高，人们的消费观念发生了很大的变化。大学生，作为即将步入社会的特殊群体，其消费状况已经不容忽视，消费心理和消费行为也受到越来越多的社会关注。为了了解大学生的消费状况，找出影响其消费行为的因素，从而引导非理性消费，帮忙大学生树立正确的人生观和价值观，我们透过发放调查问卷和采访的方式，对天津商业大学大一、大二、大三、大四的学生进行调查。

本次调查共发放调查问卷400份，其中有效问卷360份，有效率为90%。透过调查结果显示，大一、大二学生消费状况比较相似，大三、大四消费状况有必须的趋同性。

（一）大一、大二消费状况统计结果及分析

调查结果显示，每月生活费用在900元以上的占30%，每月生活费在600―900元的占50%，每月生活费在300―600元的占18%，月生活费在300元以下的占2%。这些学生中生活费主要用于：饮食、购买衣服、手机费、恋爱、购买学习资料。其中这些大学生生活费的主要来源94%靠父母带给，4%靠做兼职，2%靠奖学金，0%靠其他途径取得生活费。

1、饮食消费

饮食消费是大学生每月生活费用的主要支出，其中有定期聚餐的学生占80%。大一、大二学生由于功课比较少，没有考研和就业的压力，因此与同学聚餐，交流感情，成为大学生活中比较重要的一部分。被调查的学生中，每次聚餐费用超过90%的学生每次聚餐费用在150元以上。

2、购买衣服消费

“爱美之心，人皆有之”，大学生对自我着装的要求也越来越高。30%的学生每月用于购买衣服的费用在200元以上，46%的学生用于购买衣服的费用在150―200元，20%在100―150元，4%在50―100元，0%在50元以下。越来越多的大学生追求名牌和档次，期望自我受到更多的关注。女生买衣服的宗旨一般是款式时尚，有个性，有档次，而且买衣服的次数很频繁，大多数衣服只要不喜欢就不会再穿了。男生则不一样，大多数学生每月买衣服的次数不多，但费用却很高。在调查中“当您进行某项消费时，思考最多的因素是”，60%的学生选取该商品的档次。期望自我在群体里受到更多的关注，和自我的同学攀比，是越来越多大学生的消费心理。

3、手机费

调查结果显示，40%的学生每月手机费在50―100元，26%在100元以上，20%在30―50元，13%在30元以下，1%没有手机。其中这些学生的手机费用大部分用于发信息和上网费用。“老师讲课的质量直接决定这个月的流量”，很多学生本末倒置，在上课时光，用手机上网，浏览网页。但这些学生并非查阅与学习有关的资料，而是和好友聊天和看qq空间。大一、大二的学生专业课较少，像形式与政策、马克思课等便成了这些大学生“休闲和娱乐之地”。

4、恋爱消费

大学生中恋爱消费的比例不断上升，无论社会还是学校，都对大学生恋爱采取认同的态度，部分学生家长甚至鼓励孩子去谈恋爱。在问卷中，“您每月与恋爱相关的支出是多少”，70%的学生每月恋爱支出在200―300元。但这些学生中生活费都是来源于父母。

5、购买学习资料的费用

调查结果显示，“您每月用于购买学习资料及用品的费用是多少”这一问题中，70%的学生在50元以下，20%的学生在50―100元，6%的学生在100―150元，3%的学生在150―200元，1%的学生在200元以上。大一、大二的学生还没有明确自我的人生目标，对于学习的投资还比较少。

（二）大三、大四消费状况统计结果及分析

与大一、大二有所不一样的是，大三、大四学生在学习资料方面的投资要远远高于大一和大二学生。大三、大四的学生多数为自我设定了确定的人生目标（考研、攻读各种资格认证、英语过级考试等等）。调查结果显示，70%的学生用于购买学习资料及用品的费用在150―200元，20%的学生在200元以上，10%的学生在150元以下。在饮食消费方面，大三、大四学生比大一、大二学生少，大部分学生都选取在校内食堂就餐，聚餐状况较少。此外，大三、大四学生的手机费用也比大一、大二学生少很多，原因在于大部分大三、大四学生有电脑，很少用手机上网，而且上网大多数是查阅与学习相关的资料。

（三）大学生消费观念和消费心理分析

在大学生消费中，理性消费和非理性消费并存。

1、大部分大一、大二学生存在非理性消费的现象。聚餐、恋爱、追求名牌和时尚是永但是时的话题。作为大学生这个阶段，大学生的交友动机十分强烈，人际关系网更宽，外出、聚会、出游等活动也越来越多。而这些都需要有一个相对足量的物质基础作为保障，并能够为自我所支配，才能得以实现。大学生应搞好人际关系没有错，但把大部分费用用于请客吃饭的做法实在不可取。大学生在恋爱方面的投入也很多，大学生恋爱呈现两方面的特征：一方面他们拥有独立的思想和行为潜力，期望自我安排自我的事情，但同时大部分大学生又都没有独立的经济潜力，不得不在必须程度上依靠家长；另一方面，在大学里，许多人认为“大学恋爱是一门必修课”，甚至有家长鼓励自我的孩子去恋爱。但是，大学生们在恋爱过程中的消费通常多是缺乏理智的、冲动的。同时，随着时代的发展，大学生在恋爱中的消费数额也在逐年增加。每个月少则几百元，多则上千元。这笔消费在大学生每月消费中占据着很大的比重。虽然大多数的大学生承认，为了追求情感需要必须的物质投入。但在现实中，却经常的难以理性把握适度消费的原则。大学生站在时代的前沿，追求新异，唯恐落后于时代的潮流，从而引起一大部分非理性的互相攀比消费。大学期间，有着强烈的被尊重的需要，害怕自我的着装和生活质量被同学嘲笑，所以靠穿名牌、请客吃饭来显示自我的生活档次和追求。这是自我的“虚荣心“在作祟。而攀比心理则是由好胜心引起的，同学穿什么牌子的衣服，自我就必须要买，不管这件衣服有都贵，这是一种缺乏自信的表现。这些学生很自卑，常常觉得自我不如别人，靠攀比来填补心理的空缺。

2、大三、大四学生中理性消费是主流。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。根据调查显示，70%的学生用于购买学习资料及用品的费用在150―200元，20%的学生在200元以上，10%的学生在150元以下。经过2―3年的大学生活，这些学生已经明确了自我的人生方向，把大部分的经历用于加强自身潜力锻炼和提高自身的文化修养上方。其中，大三、大四学生中考做兼职来满足自我生活的学生要远远多于大一、大二学生。他们把兼职当做锻炼潜力和将自我所学的理论知识应用于实践的良好机会。

（四）对大学生消费的意见和推荐

1、增强独立意识，克服攀比情绪、攀比心理的构成。首先，应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，给自我理性的定位。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，培养独立的理财潜力、科学的价值观应是当务之急。可透过心理咨询、课外沟通的方式与学生进行交流，以遏制部分学生的攀比心理和近乎失控的消费。

2、加强“新消费理念”的引导和教育、在大学校园构成良好“新消费”氛围。

应对大学生的消费现状及消费教育的误区，作为学校，就应主动地加入到倡导、宣传、教育“新消费运动”的队伍中来，重视对学生进行“新消费理念”的培养及教育，加强对大学生“新消费理念”的指导力度。将“新消费教育”作为一项科普知识纳入学校基础教育、素质教育中，列入学校的教学计划中，向大学生倡导“健康、节约、环保、职责”的新型消费理念，倡导合理、适度的消费行为和消费模式。以扭转大学生消费中错误的价值观和消费方式，使他们作为消费者，在消费行为中能够具有目的性、计划性和职责感，学会科学消费、理性消费。

3、对于社会而言，要用心开拓大学生消费市场，从产品的种类、价格、服务多方面满足不一样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。

总之，大学生是国家未来消费方向的引导者，帮忙大学生树立正确的消费观念，从而构成正确的世界观和价值观应是当今学校教育的重要资料。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，大学生消费才会朝健康方向发展。

**大学生消费情况调查报告3000字篇十三**

调查时间：

调查地点：

调查对象：xxx大学在校本科生

在分发调查问卷时我们分工合作，分发近xx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。小组分工明确，配合默契，大大提高了工作效率。

正文：

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。

这次问卷共发放xx份，收回有效问卷xx份。以身边同学及朋友为主要调查对象。

1、经过问卷调查，有x%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......

3、送第三题的调查结果中我们可以看出.........

4、在第四题中我们不难发现当代大学生.........

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。

扩展资料：

调查工作的基本要求：

1、立场、观点要正确

搞调查研究首先必须要有正确的立场、观点，才能实事求是地进行调查研究，认识事物的本来面貌，得出合乎客观实际的结论。

2、调查态度要端正

要想获得丰富的材料，就要有饱满的热情、艰苦深入的作风和实事求是的态度。

3、调查目的要明确

我们进行调查研究，从根本上来说，就是为了掌握实际情况，有助于制定和执行正确的方针政策，树立先进典型，批判错误的倾向，使我们各项工作沿着正确的方向前进。

4、调查方法要讲究

为了获得丰富的材料，还要讲究调查的方法。

参考资料来源：百度百科-调查报告

市场调查的方法一般工作调查的方法有普查、抽样调查、典型调查和重点调查等，同样适用于市场调查。除此之外，还常采用：询问调查法、直接调查法、实验调查法和统计分析法。写法市场调查包括标题、正文、署名三部分。

标题常见的形式有公文式、文章式和新闻式。

(1)公文式。

一般由作者、事由和文种三部分组成。其中作者可以省略，如《关于当代青年消费问题的调查报告》。对市场预测报告来说，其事由还应当标明预测时限、预测区域、预测对象，如《十五期间我国电视机市场需求趋势预测报告》、《20xx年—20xx年北京市家用轿车需求量预测报告》等。有的以正副标题的形式出现，如《苦练内功——关于企业扭亏问题的调查报告》。

(2)文章式。即不要求作者、事由和文种齐全，而根据内容的需要取舍，标题只要能够突出主题即可，例如：《××火柴市场透视》、《20xx年应届毕业生需求情况预测》、《电信资费调整预测》。

(3)新闻式。这种标题类似新闻报道的标题，例如：《加入wto——企业最关心什么？》。

2.正文正文分为开头、主体、结尾三部分。

(1)开头。又称前言部分。

这一部分是对调查或预测情况的简要说明。包括调查的原因、时间、对象(地区、范围)、经过、方法(是普查，还是随机抽查)等。其具体形式可以是：说明式。也称为报道式。即用说明的方式，对调查或预测的时间、地点、对象、经过、方式进行简单介绍，使人对报告有一个总体印象。议论式。即将要调查或预测的中心问题提出来，并对该类问题的.重要性以及问题的性质加以议论，以加深读者对该类问题的理解和重视。有关调查的时间、地点、对象、经过、方式暂不说明，而是随着后文的叙述予以说明。结论式。即将报告所取得的基本结论先在前言中提出来，使读者先获得对调查或预测的本质性认识。

(2)主体。

是正文的核心部分，一般有以下三方面内容：①基本情况。这部分可按时间顺序进行表述，有历史的情况，有现实的情况；也可按问题的性质归纳成几个类别加以表述。无论如何表述，都要求如实反映调查对象。其经济运行的具体情况，要有调查数字，其表述可用叙述与图表相结合的方式。②分析或预测。即通过分析研究所收集的资料，预测市场发展的趋势。市场调查报告虽然不以预测为重点，但很多报告的资料分析，都暗含对市场前景的判断。预测报告通常在资料分析之后，即说明要采用什么方法预测，并给出公式和结论。③建议或措施。这是这类报告的落脚点。根据分析或预测得出的结论，思考相应对策，要既要有针对性，又要有可行性。

(3)结尾。

这是全文的结束部分。如写有前言，一般要有结尾，以照应开头，或重申观点、或加深认识。这部分也可省略。写作要求撰写市场调查要做到：有明确的调查或预测的目的；调查和搜集材料，要真实、准确和典型；讲究方法，体现科学性；防止以偏盖全，片面得出结论；要讲究时效，及时发挥作用。

**大学生消费情况调查报告3000字篇十四**

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20xx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。

一、大学生消费结构调查数据

调查目的：通过分析大学生消费结构，对商家的细分市场定位提供参考

调查采样地点：华北电力大学（保定）周边地区

调查时间：20xx年5月1日——20xx年5月3日

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～20xx元占13%，20xx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20xx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。29.5%的大学生选择吃喝，24%选择旅游，17.5%选择穿着打扮，16%选择上网吧，7%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。外出观光旅行，上世纪90年代在我国大学生中才开始流行，但发展的势头强劲，大学生已经成为青年旅游者中的主体。迪厅，ktv等新兴的娱乐方式也正日渐受到大学生们的宠爱。

11、想买东西钱不够时怎么办。40.5%的大学生选择先向别人借了再说，38.5%选择向父母要钱，13%选择用自己平时存的钱，8%选择其他（放弃购买等）。可见大学生平时存钱的较少，花钱时向父母要，向同学借的较多。

**大学生消费情况调查报告3000字篇十五**

大学生是社会中比较特殊的一个群体——大部分人步入社会前最后的学生时代，大学又像个社会缩影映射着不少的社会元素。最近，云南丰讯广告公司联合春城晚报展开了一项有关在昆明大学生消费的调查报告，结果将在丰讯高校高峰论坛上展现。用时近200天，覆盖30多所高校，数据样本近2.1万份。此次调查主要以微信填答问卷的形式，加上摄像及录音保证数据来源的真实性。

整容是近几年来的热词，不少爱美人士会选择整容为自己的形象加分。特别是近两年微整形概念火爆之后，不少人对“不用开刀、不留伤口”的整容方法跃跃欲试。此次的调查问卷分析报告指出，37%在昆大学生想过整容，其中还包括先天条件不错的“俊男靓女”。

“其实我对自己的外貌还是挺满意的，就是眼皮脂肪较多看起来肿肿的，显得眼睛有些小。所以想去割双眼皮，但因为怕动刀子所以一直犹豫。”云南大学一位面容姣好的女生说。除了割双眼皮，祛斑祛痘、皮肤美白、视力矫正都是大学生最希望进行的。特别是祛斑祛痘，有27.5%受访者表示需要，且多为男性。云南民族大学学生李源刚刚接受了祛痘治疗，“之前脸上痘痘很多，自己看着都不舒服，所以专门做了祛痘。现在脸上好看多了，也觉得更阳光自信。”

据教育部统计，近年来高校扩招大学生数量连年攀升，20xx年应届毕业人数将达到749万左右，再创新高。为求一职，大学生绞尽脑汁。部分学生希望通过整容把自己塑造得更完美，顺利找到工作。此外，不只是大学生，越来越多的高中生也加入了整容队伍。“大学生正处于世界观和人生观的形成发展时期，提高自身各项素质尤为重要。学生应正确看待整容和个人、工作、家庭、社会之间的联系，更该正确意识到不应只通过整容来改变外在条件，提升内在条件和人格魅力，树立正确的人生观、价值观、自尊心和自信心才是理性的做法。”云南财经大学心理中心老师李佳峰表示。

前些年，考驾照的群体大都准备购车。而今，驾照成为大学生口中的“第二文凭”，也是很多学生心目中的就业竞争加分项。在昆明的多数大学生希望在校期间取得驾照，没有取得驾照的大学生中有16.1%已经报名但还在“排队”，20.3%是因为没有时间，14.8%是因为还没买车认为没必要，觉得学车地点太远和费用过高的学生比例都超过12%。还有一个现象，有81.6%的受访大学生希望学车可分期付款。云南财经大学大四学生刘宇已拿到驾照,“驾照肯定得在大学期间学掉，很多学长毕业工作后，需要出差时，公司会派一辆车让你自己去外地，没有驾照不就做不了工作了？”

云南某驾驶培训学校的李教练认为大学生还是在校期间学驾照最好，“首先大学生时间比较充裕，工作以后挤出完整的时间考驾照比较困难。其次，汽车越来越普及，也许过些年就和手机一样每个家庭都买得起。所以条件允许的话，学车还是要趁早。”

“刚刚拿着驾照粗略一算：报名费、长途费和餐费已经过万，要是驾校报名费能分期付款就好了。”大多数学生和昆明理工大学学生曹星想法一样，希望能够分期付款学车。如今，分期付款已是大学生购物消费的一个重要附加条件。大学生分期付款范围越来越广，买数码产品、电动车，甚至上培训班都能分期付款，电商、实体店纷纷挂出分期购物大旗。但云南财经大学心理中心老师龙茜提醒，分期购物虽然方便，但还是要结合自己的支付能力和实际需求。

手机的使用频率已超越电脑，成大学生上网最主要的工具。其中，苹果手机毫无悬念是大学生最追捧的手机，使用人数占比22.8%；小米与三星紧随其后，分别占比17.6%和17.2%。前三甲使用比例值总和已近六成。前五名除小米之外，金立和oppo这两个国产品牌也是大学生的\'主要选择。

大学生为何选择这些品牌？云南民族大学大三学生李浩是个技术宅，对手机系统颇有研究，“我用的小米一直宣传自己‘为发烧而生’，正好适合我。它的硬件确实不错，系统和软件我都可以自己捣鼓。”与李浩不同，女生大多不爱折腾，云南大学大四女生高云是忠实的“果粉”，“苹果手机系统相对于安卓更稳定，用起来不折腾。我这种‘数码盲’也能用得很顺手。”此外，受访学生选择手机并非盲目追求品牌。44.25%的受访学生表示，如果能满足使用需求的情况下首选国货。他们都会有自己的“癖好”：音质好、硬件强、外观漂亮……能满足某方面需求的品牌都可能受到青睐。

调查结果显示，与购买其他商品相比手机品牌专卖店与手机卖场仍是大学生最信赖的渠道，线下实体店并未受到互联网过大的冲击。同时，3大运营商春秋开学季在学校的销量也不容小觑，占到大学生购买量的10.7%。云师大女生刘诗奇一直都在实体店买手机，“我本身就不怎么懂行，听说网上的手机很多都是翻新机，我不知道如何分辨，图省事就只在实体店买。价格比网上贵了些，就当是买个心安吧！”大多学生表示，网络销售的手机质量良莠不齐一直是他们网购的最大顾虑。

对于当今大学生的消费方式，还是有属于他们自己的方式。他们的消费方式不同于过去，而将来的大学生消费方式又会有所改变。在此，我们还是希望大学生们在消费时，能够更加理性，根据经济情况和需求程度进行选购产品。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找