

最新大学生电子产品消费调查报告前言(大全5篇)

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。报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

大学生电子产品消费调查报告前言篇一

消费观念作为人们高度关注的话题不仅仅是因为它影响着人们的生活方式，更重要的是它同时也反映了某一特定时期人们对物质的追求理念，对商品价值观念的大体取向。身为在校大学生的我们，本身就是一个特殊的消费群体，包括经济来源，消费方式与整个社会相比都会有很大的差距，着眼于大学生的消费观念是我们小组成员的一致初衷，因为它不仅会使同学们学会如何理财，还会反映当代大学生的生活状况以及生活追求，作为正在接受高等教育的我们，不仅仅是局限于书本知识，课外活动，更应该关注消费，优化消费，从而戒奢从俭。只有具有良好的理财方式，才能使我们的消费事半功倍，只有养成正确的价值取向，才能使我们从真正意义上品味到物廉价美，只有树立正确的消费观，才能使我们在有限的条件下物质生活与精神生活齐头并进。关注当代大学生消费观念，从我们身边做起，从身边的点点滴滴做起。

一. 调查目地

了解并分析当代大学生的消费水平和消费观念，进而把握大学生的生活水平，了解并发现问题，再视具体情况来解决问题，抑制恶性消费，提倡良好的消费习惯。大学生是社会的一个特殊群体，他们的消费水平能体现社会在一段时间的发展，因而如何树立大学生正确的消费观念，如何正确指引大学生的消费方向使我们尤为重要的必不可少的环节。

二. 研究方法

访谈调查法。

三. 调查对象

福建农业职业技术学院全日制在校专科生。

问卷调查法——抽取我校大一、大二、大三共30人进行调查，其中女生12人，男生18人。访谈法——通过对我校大二两位学生的访谈，一男，一女。

四. 调查时间

xx年x月x日——xx年x月x日

五. 消费观念

一、消费概念

1. 理性消费

大学生购买物品时，对于物品的性价比，潮流始终是吸引大学生消费的主要因素。调查结果显示，讲求实际、理性消费仍是当今大学生主要的消费观念。据调查显示，在购买商品时，大学生首先考虑的因素是价格与质量。中国的大学生与国外的不同，经济来源主要是父母的，自己兼职挣钱的不多，或者说几乎就是不能挣钱，所以中国的大学生每月可支配的钱是固定的，大约在1000元左右，条件较好的一般也不超过20xx元，其中主要是用来支付生活费用和日常生活用品开销。由于每个大学生的消费的钱有限的，大学生们在花钱时十分谨慎，大学生会尽量搜索那些价廉物美的商品，包括衣服，鞋子，书包等等。无论是在校内还是校外，当今大学生的各种社会活动增多，城市生活氛围、恋爱等多因素的影响，

大学生不会去购买那些尽管价廉但不美的商品，当今大学生比较注重自己的形象，追求档次，即使不一定买名牌。

2品牌与时尚

当今的大学生，20岁到23岁的青年是大学校园的主体，在时代前沿，追新求异，敏锐地把握时尚，恐落后潮流，这是当今中国大学生的共同特点。其中表现最突出的消费就是电脑在大学校园的普及。这使得大学生们的消费中增加了电脑的消费。这次调查中发现学生电脑拥有率已高达90%。此外，数码相机，上网卡，电脑都是当代大学生的追求，还有就是发型、服装、饰物等，大学校园中追新之风十分严重。这次我们的调查证实了这一点，就比例来看，“是否流行”也成为大学生考虑的一大因素。在我们调查面谈调查中，我们问了这样一个问题：你会追求名牌吗？100%的人的回答是肯定的，前提是在经济允许的条件下，我们都会追求名牌的，这也正反映了大学生的一个很突出的消费心理。

六. 大学生消费水平的具体分析

1. 月生活费

2. 生活资金来源

调查发现，绝大数大学生经济来源是依靠家庭，少数大学生靠勤工俭学、获取奖学金等方式为家庭分担自己的生活开支，极少数大学生经济来源完全自理。

3. 消费去向

被调查者中，吃喝、娱乐和消费品(服装、化妆品、饰品)三项，是大学生的主要消费项目。其中，吃喝占比例为47.65%。除了吃喝方面的花费外，有29.25%的大学生把钱花在了娱乐上，而这一现象在大二以上的大学生中尤为明显。另

外，27.9%的大学生(女大学生占多数，尤其是高年级的女大学生)把钱用在服装、化妆品、饰品等消费品上。

三 当代大学生消费状况存在的问题

1. 储蓄观念淡薄，财商需培养和加强

“财商”一词的提出者罗伯特·清崎曾经说过：“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能力。”在调查中，当问及对“财商”概念的认识时，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。可见，当前大学生的财商需要培养和加强。

2. 消费差距拉大，出现两极分化

在关于月平均消费一栏的调查中，有22.7%的同学在500-800元“有点痛苦”的生活线上坚持学业；有42.75%的同学在800-1000元之间“勉强过得去”，有34.4%的同学在1000-1500元之间“稍为有点爽”，有14%的同学在1500元以上“比较自由”；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一定的必然性，但我们相信，随着社会的发展和人民生活水平的进一步提高，这些问题必将在一定程度上得到改善。

3. 消费结构存在不合理因素，女生更为突出

大学生的生活消费从20世纪70年代至今，至少有一个方面是共同的，即消费的主要组成部分以生活费用和购买学习资料、用品为主。在生活费用中，饮食费用又是重中之重，按照杭州地区的物价水平，以学生在校每天消费二十元左右用于基本饮食需要来估计，学生每月净饮食费需600元左右。

我们惊奇地发现，在被调查的12名女生中，83.7%饮食费用在600元以下，有的为了保持苗条身材控制自己的食欲，有的为了节约支出不顾营养需要净选择廉价的饭菜；而18名男生中也只有66.4%达到标准。当问及他们是否研究过自己的营养结构问题时，比如对“一杯奶养起一个民族”说法的认同时，90%的同学表示认可，但不怎么在意。当我们把饮食结构不合理的问题在调查中指出的时候，他们当中，尤其是女同学很多都承认自己对健康饮食知识了解不够。

4. 过分追求时尚和名牌，存在攀比心理

在调查中，一些同学指出，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攀比心理。

5. 恋爱支出过度

在调查中我们发现，一部分谈恋爱的大学生每月大约多支出100-300元左右，最少的也有50元左右，最高的达到1000元(比如送名贵礼物给对方)。他们大多承认为了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。这是让人感到忧虑的方面。有趣的是，传统意义上谈恋爱的费用支出一般由男方承担的局面已经完全被打破，而出现三种情况，即男方全部承担、男女方共同承担和女方主动全部承担，女生的恋爱支出甚至有超过男方的情况。传统与现代生活方式在当代大学生中被充分演绎。

七、对大学生消费行为问题的原因探讨

上述消费行为问题形成产生的原因是非常复杂的、多方面的，有主观的、客观的，有社会的、家庭的等等，主要有以下几

个方面。

1. 社会不良消费观念、消费现象对大学生消费行为的影响。校园不良消费现象的出现受社会上不良消费风气的熏染。消费不仅是一种经济行为，更折射出消费者一定的文化素质和道德水准。市场经济带来的负面效应诱使许多人“一切向钱看”，贪图物质享受，鄙弃高格调的精神追求，消费观念多元化，消费层次高档化，追求超额消费和超前消费，却不顾自己的经济承受能力，所有这些不能不对大学生的消费行为起了负面作用。

2. 社会化过程对大学生消费行为的影响。大学生社会化包括社会教化和主体内化两个基本方面。内化是指大学生经过一定阶段的社会学习和接受社会教化，将社会目标、社会价值、社会行为规范和行为方式等转化为自己稳定的价值和行为反应能力。由于大学生缺乏较高的学习能力和很强的适应能力，并且合作能力较差，主观与客观需要的不协调性等，造成内化能力较低。由于大学生未能深刻认识到自身在消费社会化过程中的实质，在追求文化和精神消费上养成了不良的消费习惯。

八、引导大学生养成科学的消费行为的对策与建议

面对在大学生消费行为中存在的主要问题，我们提出以下几个方面来引导大学生健康的消费行为：

1. 引导大学生树立科学的消费观。科学的消费不但表现为敢花钱，而且表现为会花钱。大学生们不缺少消费的冲动，但往往缺少消费的理性，因而常常发生不自量力、盲目追潮、大手大脚、铺张浪费的不良现象，显示出理财方面知识和能力的不足。基于这样的现实，对大学生进行理财教育势在必行。

2. 形成健康的社会消费大环境。大学生的消费观念、心理和

行为是受到多种因素综合作用的结果，除了受到个人思想、道德、心理、爱好及消费常识的支配和制约，还会受到社会因素的影响。社会因素的影响往往使他们的行为带有不稳定性和盲目性，因此，对大学生的消费给予正确的引导，除了对大学生进行消费道德教育，还要形成一种健康的社会消费大环境。

3. 充分发挥家庭的积极作用。只有家庭教育和学校管理双管齐下，矫治大学生不良消费行为才可取得最佳效果。为此，必须充分发挥家庭的积极作用。对于没有独立生活经验的学生，家长就要采取适当的方法来约束一下，否则对孩子的成长和未来极其不利。此外，学校应加强同学生家庭之间的联系，学校每学期应将各种正常收费通知家长。

九、结语

大学生的消费问题，不是一个孤立的问题，它会影响到大学生的正确价值观、人生观的形成，关系到大学生的健康成长与发展。如果不及时大学生消费过程中出现的问题，势必影响学生的整体素质。因此，只有在学生，家庭，学校和社会的共同关注和共同努力下，大学生的消费行为才会趋于合理和理性。总体上看，大部分大学生的消费还是合理的。今后，大学生在消费上仍需培养理性、文明、责任的消费观念，催生健康、品质的消费模式，在整个校园，乃至全社会营造一种积极向上、顺应时代发展潮流的消费文化，促进人、人、人与自然、人与社会的和谐发展。

大学生电子产品消费调查报告前言篇二

二、大学生服装消费调查概况

三、调查问卷分析

四、调查结论总述

五、对服装消费与生产的建议

领跑小组

随着经济社会的纵深发展，我们大学生作为社会特殊的消费群体正受到越来越大的关注，由于大学生年龄较轻，群体较特别，他们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。特殊群体自然有自己特殊的特点，同时难免存在一些非理性的消费甚至一些消费的问题。他们的消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响他们世界观的形成与发展，大学生消费具有多样化，复杂性等特点。作为大学生消费的重要组成部分的服装消费，几乎是大学生日常消费中的除食品消费外最重要的消费开支。因此通过对大学生的服装消费的调查和研究，我们可以及时把握大学生消费的最新动向，对我们引导大学生树立正确的消费观念，以及对整个针对学生服装生产销售产业提供参考。处于以上的目的我们进行了以下针对大学生服装消费的调查报告。

(一) 调研目的

通过对大学生服装消费的调查，了解大学生日常服装消费和日常消费情况，进而引导大学生树立正确的消费观，以及对整个针对学生服装生产销售产业提供参考。

领跑小组

(二) 目标群体

河南城建学院东校区在校大学生，包括大一到大四四个年级。

(三) 调研方法

本次调研采取问卷调查，通过调研人员的问卷发放，对在校的四个年级的同学进行抽样调查。抽样调查采取分层抽样法，根据四个年级的人数进行分层抽样，以此来收集数据。其中年级人数比例为8：8：3：1(大一：大二：大三：大四)。

(四) 调研过程

12月1日到2日，设计调研方案；3日到5日，设计调研问卷；6日到9日，进行问卷调查；10日到12日，书写调查报告。其中，在问卷调查过程中，不对被访者进行过多的谈论，尽量收集到被访者真实的数据，不对被访者进行诱导或是随便自己进行填写，而且尽量减少被访者受到过多的环境因素的影响。调研结束后留下被访者的电话，以便对调研数据进行验证。调研结束后注明调查员姓名以及调查地点和时间。本小组共发出205份问卷，实际收回204份有效问卷。

(五) 问卷整理

在问卷调查结束之后，由组长组织组员对问卷的内容进行分析，得出具体的能够反映调研主题的数据，然后对数据再进行分析，预测大学生服装销售行业的前景，以及对大学生的服装消费以及服装生产厂家提出一些合理化、科学化的建议。

领跑小组

(六) 调查效果

在收回的204份问卷中存在4份不认真填写的问卷，其他的效果还可以，大部分问卷还都是认真填写的，这对于问卷的分析和数据的整理都起到了很大的帮助。

1. 性别构成根据调查的样本统计，在调查中男生占51%，女生占49%。(其中系别以管理系为主，另有土木系与数理系的部分同学)

2. 月生活费：每月生活费在400元以下的占34%，401-500元的占38.5%，501-600元的占17.5%，601-800元的占7.5%，800元以上的占2.5%。由此可以知道现在大学生的生活水平以及他们的购买力，并且大部分同学的月生活费在500元以下。

3. 购衣周期：一星期购衣一次的占2%，一个月购衣一次的占12%，两个月购衣一次的占27%，一季度购衣一次的占59%。通过此项调查可以得出受访者的购衣频率。大多数的同学是一季度买一次衣服，这说明大部分大学生的购衣频率并不是太高。

4. 每次购衣的花费：

表1. 夏冬装购衣花费比例表

夏装

50元以下

150元以上

29.5%

42.5%

19.5%

13.5%

冬装

100元以下

300元以上

24%

51.5%

17%

7.5%

领跑小组

从表1中可以很明显的看出夏装的价格大部分处于51-100元这个区间，冬装大部分处于101-200元这个区间。由此可见，服装花费在月生活费中所占的比重相对来说也不算是太高，但还有部分人的服装消费过高。

5. 对自己服装消费状况的感觉：觉得高的不知所措的占4%，觉得较高的占28%，觉得刚好的占53%，觉得低的一塌糊涂的占2%。由此可以得出有一半以上的同学对自己的服装消费较满意，并且他们对自己的服装消费也比较理性。但还有30%多的同学觉得自己的服装消费较高。

6. 购衣方式：

由图1可知，大部分大学生都是和同学、朋友一块去购衣的。其中网上购衣的比重占的很低，但这也从一个侧面反映出网上购衣有着很大的潜力，随着经济和科学技术的发展，网上购衣甚至是网上购物都将是一个很大的市场。

领跑小组

7. 购衣时间：根据调查样本显示，新货上市时购衣的占9%，促销打折时购衣的占34%，换季时购衣的占33%，其他时间购衣的占24%。数据显示，促销打折和换季是大学生购衣的主要时间段。

8. 购衣场所:

从图2中我们我们又可以很清晰的看出，大部分大学生还是在专卖店中购衣，这说明大学生购衣还是注重服装的品牌与质量。但是在大型百货商场和中低档批发市场的消费也不低，究其原因是在这些地方衣服的款式和价格起到的主要影响。

9. 购衣原因: 根据调查样本显示，适应季节变化的占66.5%，衣服出现问题的占15.5%，追求潮流的占3.5%，社交需要的占4.5%，其他的占10%。由此可见，适应季节变化是大学生购衣的主要原因。

10. 服装搭配: 此项调查是关于大学生是否注重服装的搭配问题，结果显示，很注重的占15%，一般的占62%，不太注重的占17%，不注重的占6%。由此可以得出对于服装搭配，大学生还是一般注重的。

领跑小组

11. 购衣着重考虑因素:

从图3中我们可以得出，大学生购衣着重考虑的首先是舒适度，其次是价格，再次是款式。至于品牌，还不是太注重考虑。这点就可以证明了大学生购衣场所在大型百货商场和中低档批发市场也比较多的原因。还有，商家也可以从做工与面料方面入手，毕竟这两方面所占的比重也不是太小。

12. 服装类型: 根据调查显示，喜欢休闲型的占65%，喜欢运动型的占19.5%，喜欢时尚型的占9.5%，喜欢职业装的占1.5%，喜欢其他类型的占4.5%。由此可见，休闲型的服装在大学生服装消费中所占的比重是最大的。分析其原因，从购衣考虑因素中我们得知衣服的舒适度是主要的原因，而休闲型的服装恰好满足了大学生在这一方面的需求。并且一般大学生在大四之前很少出席一些比较正式场合，所以职业装的比重

就比较低了。

领跑小组

13. 理想服装的特点：经久耐穿的占12.5%，方便洗涤的占7.5%，舒适得体的占71%，实用性强的占10%。通过此项调查可以得出，大部分大学生都希望穿到舒适得体的服装，这就与上面所分析的相照应了。大学生总归还是注重服装的舒适度，所以服装生产厂家可以就此方面入手，进行生产销售。

14. 服装对个人形象的重要性：认为很重要的占30%，认为比较重要的占54%，认为一般的占15%，认为不重要的占1%。这项调查说明大部分大学生认为服装对个人形象还是比较重要的，这也可以进一步的说明大学生注重服装的质量、舒适度的原因了。

15. 服装品牌的喜爱度：

由图4可见，一般的比重近于一半。这充分证明了品牌在大多数的同学购衣中确实占据不了太大的影响，大部分大学生对服装品牌的喜爱度并不是相当高。

领跑小组

根据各个调查员的调查以及上述的问卷分析，由于受访的大学生家庭情况不同，大学生的生活费也高低不等，从而在服装消费上的表现也就参差不齐。有少数家庭条件优越的同学服装消费较为奢侈，追逐名牌，且购买服装的周期很短，花费很高。大多数的同学购买服装的态度较为理性，能够自己实际的经济状况来确定购买，并且购买服装更趋于舒适、实用，对品牌的追捧也并不那么热切，购衣时机也往往在换季之时，购买服装的周期较长，多为一个季度，且花费中等。还有一小部分同学，因为家庭条件比较贫困，经济实力有限，服装消费的水平很低。但其中有部分同学的消费观念不是十

分的理性，因为爱面子、爱慕虚荣而喜欢攀比，即使经济实力有限，在服装上的消费也颇高。除此之外，同学们多因为季节变化而带动对服装的消费需求，同时也比较看重价格、款式，对那些打折的品牌服装比较青睐。

大学生的服装消费层次差别较大，两极化现象也较为突出，但从整体上来说，大学生的服装消费还是比较理性的。

(一)对大学生服装消费的建议

首先，因为两极化的存在，所以大学生一定得树立良好的消费观念，不要只顾着攀比、超前消费，迷失了自己人生的方向与目标。

领跑小组

修养，穿着再平常的服装我们也是高尚的人；而那些卑鄙无耻之徒，即使穿着多么前卫、多么时髦的服装，也裹不住他那颗肮脏的心。

第三，衣服够穿就行，何必买那么多呢？我们不能否认那些家庭条件优越的同学三天两头的去逛街买衣服，但是又何必呢？有再多的衣服比得上有更多的学问吗？有再多的衣服比得上有更健康的身体吗？所以在此建议这些同学一定要控制自己购衣的频率，注意适度。

最后，对于服装品牌的问题，大部分同学并不是太注重服装的品牌，更注重的服装的舒适度与质量。而在这两方面做的比较好的也往往是那些知名的品牌，一些批发市场上也确实买不到什么好质量的服装。但是，在同学们购买品牌服装时一定要从自身的实际出发，从自己的经济水平出发。名牌没有错，有错的是我们心中对名牌的追捧与崇拜。

(二)对服装生产厂家的建议

基于以上分析的结论，建议服装生产厂家应根据大学生的实际情况来制定生产规模和营销策略：

第一，大学生无经济来源，多数是靠父母提供，基于此，厂家生产的服装定价不宜过高，要让大学生得以接受。诚然不同地区的生活水平是不同的，厂家也可以对所要进入市场所在的地区进行调研，了解一下当地的消费水平，进而进行定价销售。

第二，大学生正值双十年华，内心本来就喜欢休闲时尚类型的服装，所以厂家可以在服装的款式、面料以及做工等方面入手，进行一下更深层次的市场调研来了解大学生更喜欢的服装类型的特点。

领跑小组

第三，大学生购衣多是由女友、朋友、同学等陪同，建议厂家生产一些特别服装，如情侣装、兄弟装等可供两人或多人穿的组合装。并且还要在宣传方面做好工作，如此可增加销售的连锁性。

第四，在换季之时，也正是大学生购衣高峰期，应加大营销力度，采取种种优惠活动，抓住大学生的购衣需求时机，进行打折、赠送等促销活动。

领跑小组

附录：

(一) 营销调研立题

调研要解决的问题：市场调研是市场营销的第一步，在这次调研中主要是锻炼同学们的工作能力，让同学们学习到一些调研技巧和加深对市场营销的认识；另外就是对大学生目前的

服装消费状况进行一下了解，从中得出结论，并总结出原因。

调研课题：大学生服装消费调查

调研提纲：一、大学生服装消费调查背景

二、大学生服装消费调查概况

三、调查问卷分析

四、调查结论总述

五、对服装消费与生产的建议

(二) 调研信息索引

一、参考文献

1、主编：祖立厂范应仁《市场营销学》，科学出版社20xx.9§3

2、主编：高金章《市场调查与分析》，立信会计出版社20xx.8

二、资料网址

2□formid=12599

问卷资料参考

领跑小组

(三) 大学生服装消费调查问卷设计

大学生服装消费调查

除有特别提示外，以下问题均为单选题，请在横线处填写所选答案序号。

您所在院系_____ 年级_____ 性别_____

q1.您平均每个月的生活费是_____

q2.您一般每隔多久购买一次衣服_____

1. 一星期2. 一个月3. 两个月4. 一季度

q3.您每次购衣的花费为夏装_____

冬装_____

q4.您觉得您现在的服装消费情况怎么样?_____

1. 高的不知所措2. 较高3. 刚好4. 较低5. 低的一塌糊涂

q5.您日常穿着的服装一般是由_____

1. 自己购买2. 和朋友一块购买3. 和家人一起购买4. 网上购衣5. 其他

q6.您购衣的时间一般为_____

1. 新货上市2. 促销打折3. 换季4. 其他

q7.您喜欢去的购衣场所为_____

1. 大型百货商场2. 专卖店3. 中低档批发市场4. 其他

q8.您购买衣服的原因是_____

1. 适应季节变化2. 衣服出现问题3. 追求潮流4. 社交需要5. 其他

q9.您是否注重服装的搭配_____

1. 很注重2. 一般3. 不太注重4. 不注重

q10.您购买服装着重考虑的是_____ (可多选)

1. 款式2. 价格3. 舒适度4. 品牌5. 做工6. 面料

q11.您喜欢的服装类型是_____

1. 休闲型2. 运动型3. 时尚型4. 职业装5. 其他

q12.您心中理想的服装应该是_____

1. 经久耐穿2. 方便洗涤3. 舒适得体4. 实用性强

q13.您觉得服装对个人形象的重要性_____

1. 很重要2. 比较重要3. 一般4. 不重要

q14.您对服装品牌的喜爱度_____

1. 很喜欢2. 喜欢3. 一般4. 无所谓

q15.您觉得大学生服装消费现状如何?

大学生电子产品消费调查报告前言篇三

随着我国社会经济的快速发展，大学生作为社会中一个特殊的消费群体正在受到越来越多的关注。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，他们的消费需求旺盛；另一方面，他们在经济上尚未独立，消费受到较大地制约。超前的消费观念和滞后的消费实力极大的影响了大学生的消费。因此，关注大学生的消费状况，研究大学生的消费行为和消费心理，培养他们正确的消费观并引导其最终走向健康消费成为了各大高校一个重要的课题。本次调查以xx大学为例，通过校园网及校园随机发放问卷的形式对在校大学生月消费状况进行调查。

2、调查方法：本次调查采用以问卷调查为主，个人访谈为辅的形式。问卷调查采用分层抽样的方式，按照人数随机发放调查问卷100份，共收回问卷93份，其中有效问卷90份。回收率93%，有效率90%。对6名在校大学生进行了访谈。

1、月消费支出数额基本合理，但月消费总额差距较大

9.45%，1000元以上的占26.22%。由此可见，大部分学生月消费支出总额为700元~1000元之间，处于较合理的范围内。

但是，消费支出水平存在较大的差距。据调查，最高月消费总额约为最低月消费总额的4倍。由此可见差距之大。同时地区之间的差异对月消费支出有一定的影响。来自北京、上海等一线城市的学生的月消费支出要比来自河南、内蒙古等二线城市的学生的月消费支出高。

2、消费结构基本合理，但存在不合理因素

4.2%，外出就餐和请同学吃饭支出占5.3%，网络支出占4%，读书支出占2%，其他支出占1.8%。由此看来，饮食支出占主要部分，而其他支出如服饰、聚会、娱乐、通讯、外出就餐等支出占次要部分，这种消费结构基本上处于合理水平。

但是，其中存在者不合理因素。除了饮食支出，娱乐支出和外出就餐支出较大，网络支出和通讯支出次之，而读书支出较少。这表明我们大学生的娱乐网络等活动较多，而对于读

书的支出则大部分集中在课外辅导班上，自己主动去买书、读书的支出少之又少。这一方面说明我们大学生已经逐渐有了社交方面的需要，更加注重社交活动；另一方面也说明我们大学生越来越不重视学习和读书，而把过多的时间放在上网和娱乐上。同时过多通过课外补习班来促使自己学习知识，使得大学生自学能力逐渐下降。

3、游玩、恋爱支出呈增长趋势

近年来，随着我国奥运会的成功举办和世博会的召开，以及大连经济的快速发展和旅游景点的增多，使得大学生在旅游这方面的消费有了需求。据调查，大学生一般每半年会出游一次，大部分为集体出游或者与两三个好朋友通行。大学生对新事物有强烈的好奇心，喜欢追求新潮和刺激。另外，在被调查的大学生中，48%正在谈恋爱，他们每月用于谈恋爱的费用为300元~500元，占他们月消费总额的一半多。对于学生来说，这是一种非常不合理的消费。

4、性别间呈现消费差距

调查结果显示，女生支出普遍多于男生支出。在建立和发展自己的人际关系，进行娱乐和网络活动上，男生的开支要比女生多；而在外表装饰和形象包装上，女生要略胜一筹。而且女生的盲目消费要多于男生。对于处于恋爱中的情侣来说，男生用于恋爱消费的支出要大于女生。

5、经济来源以家庭供给为主

据调查，大部分大学生的主要经济来源为家庭提供。只有3%的学生通过助学贷款来获得资金，且这些大学生都为贫困生。而贫困生对于兼职的渴望程度要高于一般的学生，也会付出更多的努力。由此可见，贫困生比普通学生更有从社会中锻炼自己并早日融入社会的意识。这也说明大部分大学生对于锻炼自己的工作能力意识还很薄弱。

6、超前的消费形式悄然成风

调查显示，将近35%的大学生喜欢用信用卡进行消费。由此可见，一些超前的消费形式已经进入了大学生的生活，正逐渐成为大学生消费的主要形式，而一些校园卡、银行卡和信用卡等将会成为大学生钱包里的必需品。使用信用卡的超前消费形式正逐渐悄然成风。

7、其它

旅游在大学生消费娱乐项目占有一定比例，但因费用较高，平均每人一年一次左右，其实如果有充足的时间以及合适的价位同学们还是很愿意去旅游的。同时去快餐店的次数也是平均每人一月1~2次。

1、大学生的消费构成符合社会的发展潮流

大学生外出聚餐、请朋友吃饭、外出旅游、通讯、网络等方面的消费支出较多，显然大学生圈子已经成了一个社会中“小社会”，更多的大学生更加注重社交和建立人际关系。信用卡等消费方式也较早地进入了大学生的生活，也深受大学生的喜欢。可见，大学生在经济上大部分虽然没有跟上社会，但是其消费意识已经和社会发展同步。

2、大学生消费种类及方式呈现多样化

大学生除了饮食支出外，还有诸如服饰、通讯、娱乐、网络等支出，而且一些大学生通过淘宝网等方式来买各种东西，如mp3、数码相机等，可见，大学生的消费种类以及消费方式正在向多样化方向发展。

3、大学生消费以及消费结构具有一定的非理性

虽然大学生月消费总额和消费结构基本合理，但是差距还很

大，结构仍存在不合理因素。由于大学生没有形成正确的消费观，而且其自主消费经验较少，自控能力不强，容易造成不理性消费。

4、恋爱费、游玩费支出过高

这是大学生消费中很不合理的一部分。许多大学生为了稳固爱情而付出大量的“恋爱费”，并导致每月的生活费入不敷出的情况时常存在。另外，许多大学生喜欢旅游，并花费大量“游玩费”，认为这是在不断增长知识，大量投入是值得的。这些不合理的消费会导致一种不正确的价值观，容易让大学生认为爱情和知识是用钱堆起来的，并且导致大学生不重视学习自己的专业知识，本末倒置。因此过高的“恋爱费”和“游玩费”应该受到制止。

5、读书支出较少

这反映了当今大学生不爱读书的状况。大学是大学生融入社会的最后一站，因此更多的大学生把社交和人际关系放在最重要的位置上，而忽视了学习的重要性。调查中，一些大学生经常因为社团、娱乐、网络等活动而逃课、不学习，从而导致大量挂科。经常忙于活动而忘记作业和上课，导致大学生思维上没有得到锻炼，不会思考。这种情形令人担忧。

6、健康合理的消费观念仍十分薄弱，计划、理财和储蓄意识应增强

7、大学生的消费心理总体上处于成长健全期。

(1) 价格与质量：注入现代内涵

在质量、价格、品牌、情绪等诸多影响购买的因素里面，质量的影响作用是明显的。大学生对所购商品的质量与价格的重视，使他们的消费方式注入了现代消费的内涵，即注重理

性与科学。

(2) 品牌与广告：突破现代框架

品牌与广告体现的主要不再是客体的物质性，而是通过一个商品符号来体现象征性和理想性。此外，商品的包装也是不容忽视的重要因素，多数同学肯定了其重要性。但大学生消费经验不足、消费心理不成熟，盲从轻信极易上当受骗。

1、学校应引导大学生合理规划自身的消费，培养其建立健康合理的消费观

学校可以增设大学生理财与消费规划课程，向大学生讲授一些理财知识，树立正确的理财观和消费观。也可以采用召开以“树立健康合理的消费观”为主题的班会或讲座的形式，向大学生们传授如何规划自己的消费，并增强大学生独立消费、合理规划消费和理财的能力，为将来步入社会打下坚实的基础。

2、合理消费，克服攀比心理，不盲目追求高消费

大学生的经济来源大部分为家庭提供，因此在消费中要依据自己的消费限额来消费。要选择适合自己的消费标准，不能因为攀比而一味追求高标准、高消费。大学生们应树立正确的人生目标和价值观，给自己理性的定位。

3、加强对大学生的指导，培养大学生良好的学习习惯

随着全球化的进行，未来的竞争环境会更加激烈，对于当代大学生来说，我们应不断学习知识来充实自己，提高自己的竞争力。学校也应积极营造一种利于学习的氛围，树立良好的学习风气，提高学生的学习能力。

4、培养正确的恋爱观和就业观

大学生应正确看待恋爱和金钱的关系，正确处理好消费和恋爱的关系。同时也应加强对就业严峻形势的认识，培养大学生锻炼自己的意识，认识到挣钱的不容易，从而树立正确的消费观。学校也可开设关于恋爱和就业相关的课程，帮助大学生树立正确的恋爱观和就业观，从而引导大学生正确地消费。

大学生电子产品消费调查报告前言篇四

小组成员分工：

主持：郑乐苗

问卷调查：林君朱雅芳薛熠熠

幻灯片制作：郑乐苗

查阅文献：朱雅芳王斐

访谈：王斐

统计：林君朱雅芳薛熠熠

资料整理：林君王斐

论文：郑乐苗

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。

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：一是通过对当前农商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。二是通过对农商院的抽样调查，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。从而调整他们的消费观，正确指导他们理性消费。

当代大学生，他们既有基本生活资料的需要，同时还有学习消费(包括考证买书、上辅导班等等)，以及社交消费、通讯消费、娱乐消费、恋爱消费、旅游消费、名牌消费等等。

(1) 缺乏消费理性，自控能力不强

(2) 大学生过分追逐时尚和名牌，存在攀比心理

(3) 盲目消费，过分展示自我

(1) 加强对大学生的消费观念，调查研究在先

(2) 加强对大学生消费观念，倡导责任意识

(3) 加强对大学生消费观念，树立财商观念

(4) 加强对大学生消费意识，提高健康水平

郑xx□

作为组长，我觉得在这次调查中我的收获是最丰盛的。做问卷前的准备我要筹划好一切工作，并且必须积极应对这个过程中出现的各种突发问题，比如说什么时候进行调查以及我们以什么方式去调查。我必须把工作提前分发给大家，同时和组员进行交流沟通。而且这次调查也让我了解到了我们消费中的一些错误观点，知道了以后该如何消费，有了正确消费的意识。

王x□

通过这次调查，让我感悟颇多。首先，设计问卷环节，我们组成员通过许多资料。

调查，汇总成问卷，着让我们增长了许多专业课以外的知识，也了解了设计调查问卷的步骤和环节，怎样使问卷的结构更加完美，使我们都有了一个大概的了解。其次，发调查问卷着能培养我们与人交流沟通的能力，总之通过这次调查，培养了我们小组成员团结合作的意识和与人交往的能力，也让我们对大学生的消费有一定的了解。

朱xx□

我和小组成员通过此次调查，掌握了许多资料。对我们学校大学新生的消费状况也有一定的了解，这是一次有意义的实践活动，从中我不仅收获了这次劳动取得的成果，而且也把自己所学的知识真正得到了应用。当然在这次调查中，我们也遇到了许多问题，在我们小组成员的共同努力下，最终圆满完成了报告。最让我感悟的是我们小组成员的团结互助，与人沟通的精神与能力。总而言之，通过此次调查我收获颇多。

林君：

这次调查时我步入大学的第一份调查，在本次调查任务中我感受到了团队力量，我们各成员在完成过程中协作互助，同时也了解到制作调查问卷报告的过程。在其中担任有关问卷的职务，在设计问卷时我学会了全面考虑设计了一系列系统的问题，从而详细的了解大学生的消费观。在分发问卷进行调查时，锻炼了交际与沟通能力。综上所述，我觉得本次调查不仅让我们了解大学生的消费观，而且培养了一定的工作能力和交际能力。

薛xx□

通过这次问卷调查，我了解到了大学生的消费观。我学到了怎样与同学沟通相处，怎样让同学更好地配合写问卷。在统计过程中，我了解到了大学生的消费比例。

大学生电子产品消费调查报告前言篇五

本小组这次调查的主题是当代大学生的消费实况，主要采取的是问卷调查方式，调查的主要人群包括南昌航空大学艺术与设计学院，数信学院和外国语学院各抽取的两个班级，以及随机的过路人总共400人次。由于不同学院，不同人群之前的消费情况可能有较大的差距，所以，本小组采取固定调查与随机调查相结合的方式，增加了本次调查的准确性。本小组成员共六名，在本文最后将附上本次的问卷调查表及各人员分工情况。

根据本组成员的调查，得出了几个结论。第一，大多数大学生的每月生活费在800-1500元之前，1500-2500的人数则要少一些，而生活费在其他区间的人数则占少数。第二，在我们调查的所有人当中，有65%以上的有过网购的经历，有大约30%的人喜爱网购。由此，在大学生中网购的比例正在大幅度增加，而外出逛街购物的情况保持平衡。第三，在调查中只有10%左右的学生每月固定消费在学习方面。而除了主要的饮食消费外，大学生最主要的消费活动是外出与朋友吃饭或者玩乐等娱乐活动。由此可以看出学生的学习意识并不强。在调查的最后，我们加上了一个问题，加入每月减少三分之一的生活费，你能够正常生活么？有70%左右的学生回答了不能。这不得不引发我们的深思。

此次调查，我们得出的结论是，随时时代的进步，科技的发展，居民的生活水平越来越好，由此产生的消费心理也越来越高。对于当代大学生来说，他们中的大多数还是处于被动享受的过程中，他们认为自己在大学学习阶段的消费是应该

的，而自己的父母供自己消费是合情合理的。这种心态的存在造就了越来越多类似于衣来伸手，饭来张口的情况产生，大学生沉迷于享受和话费的越来越多，而能够理性消费和学习性消费的却只有一小部分。所以，我们希望学校可以加强大学生在消费方面的教育，多举办类似于如何理性消费。合理消费的教育讲座等，让更多的大学生学会真正的自制，自控。

1， 时间： 12月3日至12月16日， 历时两周

2， 对象： 艺术与设计学院班级， 数信学院班级， 外国语学院班级， 随机路人。

3， 地点： 南昌航空大学校园

4， 内容： 问卷调查