

最新家庭餐饮消费调查报告(优质5篇)

在当下这个社会，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

家庭餐饮消费调查报告篇一

报告是有针对性。调查报告一般比较明确的意向，相关的调查取证都是针对和围绕某一综合性或是专题性问题展开的。所以，调查报告反映的问题集中而有深度。以下城市家庭住房消费调查报告文章是由文书帮精心整理欢迎阅读。

五年规划，是中国国民经济计划的'重要部分，属长期计划。主要是对国家重大建设项目、生产力分布和国民经济重要比例关系等作出规划，为国民经济发展远景规定目标和方向。

实现十三五时期发展目标，破解发展难题，厚植发展优势，必须牢固树立并切实贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念。

报告基于对我国城市家庭住房消费全面系统的入户调查数据研究而成，样本覆盖全国32个城市，共收集2056个家庭户样本、5201个家庭成员样本，并建立了相应的数据库。

报告同时发布的住房价格风险指数对全国70个城市近五年的住房价格风险进行了评估，根据指数显示：2015年，住房价格风险排名前10的城市依次为深圳、北京、上海、牡丹江、广州、南宁、昆明、襄阳、锦州、合肥。

在未来家庭住房消费选择中，报告指出，一线城市的城镇居民中有超过80%还是认为所在城市房价非常高或者较高，在对

于当前住房市场的评价中，几乎4/5的城市家庭认为当前购房时机并不合适。

中国特色社会主义经济建设协同创新中心、南开大学经济学院周京奎教授为该项研究主要牵头人，其博士生、硕士生为核心成员；同时，项目邀请包括南开大学数量经济研究所、天津工业大学、山东大学、湘潭大学、徐州师范大学、太原师范学院、哈尔滨商业大学、秦皇岛职业技术学院等高校的教师加入。

周京奎表示，希望该项研究在政府制定住房发展政策，企业制定发展规划，解决住房民生问题方面提供数据支持和政策咨询。同时，随着中国城镇化的建设的发展和中国经济进入新常态，在中国住房问题研究由市场层面转向消费层面的条件下，希望调查结果能够填补我国城市家庭住房消费领域的空白。

家庭餐饮消费调查报告篇二

调查显示：江苏1/4家庭生活透支教育是第一因素

日前江苏省城调局对全省5000户城镇居民家庭收入和消费调查后发现，今年前10个月，江苏省城镇居民中约有27%的家庭生活超支。教育负担沉重是导致家庭透支的最重要因素，医疗、馈赠等因素的影响则分列二、三位。

调查显示，这5000户城镇居民家庭中在校生有1316人，其中本年度内有16%的中学生缴纳了择校费；在校大学生尤其是民办大学生其家庭花钱较多。1300多户超支家庭中因教育开销大而造成透支的最多，占32%，其中花费万元以上家庭达169户，最高一户支出高达9万元。

其次，因大病医疗而造成家庭超支的也占21%，其中花费万元

以上家庭达53户，最高户支出高达7.5万元。

“人情消费”也成为导致家庭超支的第三大因素，调查发现，因红、白喜事和亲朋馈赠等而出现超支的家庭竟然占到了16.9%，其中最高一户支出高达9.1万元。

上海家庭总收入四分之一用于子女教育消费

上海市妇联、上海社会科学院联合发布的《上海市家庭教育发展状况的最新调查数据》显示，在拥有18岁以下子女的家庭中，孩子教育消费占全家总收入四分之一左右。

上海市未成年子女家庭平均把全家总收入的23.6%投入到子女教育中，该比例远远高于美、加等国10%左右的居民教育支出比率；如果加上大学教育和海外留学费用，这一比例还会大幅上升。

课题组调查了上海市986户家庭，是近年来该地相关调研中规模最大、抽样覆盖面最广、涵盖内容最全面的一次调查。课题组总结认为家庭教育成功的三大标准出现了变化，大多数家长认为下一代的道德（65.9%）、心理（60.5%）和身体健康（48.0%）是衡量家庭教育质量的三大标准。其中，道德发展首当其冲，心理健康取代了学习成绩（35.3%）跻身最为重要的培养目标之一。课题组认为，这种全新的家庭教育评估视角对于传统的“德智体”标准来说具有革新意义。

调查数据显示，在公众家庭教育观中，道德意识和习惯培养的重要性有所提升。52.8%的家长都认为下一代的道德发展最为重要，18.3%的家长认为习惯培养非常重要，只有15.1%的家长坚持学习成绩是家教第一要素。

知行不一仍然是当前家庭教育最主要的问题，虽然大部分家长宣称子女的道德和心理发展是自己最重视的，但对学历的高期望却反映出家长实际上还是难以摆脱应试教育的影响。

数据表明，上海市41.8%的家长都希望子女至少拥有大学文凭，23.6%的家长希望子女拥有硕士文凭，16.3%的家长希望子女拥有博士学位。

调查表明，拥有0~6岁子女的家庭和12~18岁子女的家庭都认为他们目前最重要的家庭教育任务依次为道德、学习和心理发展；而拥有7~11岁子女的家庭认为最重要的任务是学习，其次才是道德和身体健康；对于拥有18~25岁成年子女的家庭来说，当前最重要的任务是道德和心理，其次才是学习。

此外，家庭教育内容也出现了新动向，理财教育、网络教育、生理卫生教育和艾滋病知识教育等与当代社会环境相呼应的新兴领域，开始成为上海市家长关注的内容。其中46.1%的家长表示自己经常对孩子进行理财教育，30.0%的家长表示自己常对孩子进行知识教育，17.8%的家长表示自己给孩子常讲起艾滋病知识，9%的家长表示自己常对孩子进行生理卫生教育。

家庭餐饮消费调查报告篇三

《中国住房消费发展报告(一)》、《中国城市家庭住房消费调查报告(2019)》24日在南开大学发布。报告指出，“一线城市的城镇居民中有超过80%认为所在城市房价非常高或者较高”，“几乎4/5的城市家庭认为当前购房时机并不合适”。

报告基于对我国城市家庭住房消费全面系统的入户调查数据研究而成，样本覆盖全国32个城市，共收集2056个家庭户样本、5201个家庭成员样本，并建立了相应的数据库。

对于取消限购，“55.08%的城市居民认为其购房行为不会受到影响”“54.14%的城市居民认为限贷政策不会影响其购房行为”。报告认为，“在住房价格居高不下的情况下，取消住房限购、限贷政策对城镇居民住房需求弹性影响有限，但会对居民住房行为结构产生影响。”报告显示，在城镇居民

最希望房贷松绑类型分析中，“降低贷款利率是城镇居民最希望松绑的类型，有39.17%的城镇居民认为利率偏高，希望能够降低贷款率；22.32%的城镇居民希望能够下调二套首付比例。”报告反馈也与今年我国出台相应房地产政策及央行屡次降息相呼应。

报告同时发布的“住房价格风险指数”对全国70个城市近五年的住房价格风险进行了评估，根据指数显示：，住房价格风险排名前10的城市依次为深圳、北京、上海、牡丹江、广州、南宁、昆明、襄阳、锦州、合肥。

在未来家庭住房消费选择中，报告指出，“一线城市的城镇居民中有超过80%还是认为所在城市房价非常高或者较高”，在对于当前住房市场的评价中，“几乎4/5的城市家庭认为当前购房时机并不合适”。

中国特色社会主义经济建设协同创新中心、南开大学经济学院周京奎教授为该项研究主要牵头人，其博士生、硕士生为核心成员；同时，项目邀请包括南开大学数量经济研究所、天津工业大学、山东大学、湘潭大学、徐州师范大学、太原师范学院、哈尔滨商业大学、秦皇岛职业技术学院等高校的教师加入。

周京奎表示，希望该项研究在政府制定住房发展政策，企业制定发展规划，解决住房民生问题方面提供数据支持和政策咨询。同时，随着中国城镇化的建设的发展和中国经济进入新常态，在中国住房问题研究由市场层面转向消费层面的条件下，希望调查结果能够填补我国城市家庭住房消费领域的空白。

家庭餐饮消费调查报告篇四

伴随着经济危机带来的全球经济疲软，奢侈品市场一度一蹶不振，然而中国奢侈品市场的蒸蒸日上却给奢侈品市场注入

了一剂强心剂。20xx年1月，世界奢侈品协会公布的报告显示，截至20xx年12月底，中国奢侈品市场年消费总额已达126亿美元（不包括私人飞机、游艇与豪华车），占据全球份额的28%，中国已成为全球占有率最大的奢侈品消费国家。奢侈品是许多品类商品的总称，包括包、香水、化妆品、服饰、车等等，虽然它们统称为奢侈品，具有一定的共性，但事实上各种品类之间好似又有着各自的不同。随着中国整体经济实力的增强，居民的奢侈品消费能力日益凸显，在金融危机背景下消费势头依然不减，中国在全世界奢侈品消费舞台上的地位越来越重要。

二、奢侈品消费项目和认知情况

调查表明，中国居民购买奢侈品较多的项目包括：名牌服装、高档化妆品、名牌皮具、名表、珠宝首饰，较多的人认为名表、名车、飞机、游艇、珠宝首饰、名牌皮具应属于奢侈品的范围。对比来看，消费者购买奢侈品最多的是名牌服装和高档化妆品，而中国居民把它们看作是奢侈品的并不在多数，原因可能在于这两类产品的价格相对较低，功用更为普遍，用户很容易实现购买。名牌皮具、名表、珠宝首饰的认知和购买率均靠前，但二者的差值明显，表明消费者对三类产品的认知水平较高，但购买力还略显不足。国人普遍认为名车、飞机和游艇为奢侈品，可能因为其高昂的价格得到了众人的一致认可，也正是这个原因使得真正购买的消费者寥寥无几。

不同人群的购买力、人生经历和生活态度不尽相同，从而其消费情况项目也存在差异。经统计，被调查者平均每人购买过的奢侈品数量约为3.3种，其中女性多于男性，25—34岁和35—50岁年龄段消费者高于15—24岁消费者，同时随着学历和家庭收入水平的提高，消费者购买的奢侈品数量也在增加。

从具体消费项目来看，女性消费者购买高档化妆品、珠宝首饰、名牌服装和出国旅游的比例明显高于男性，而男性在名

酒方面表现出非常强的偏好；25—34岁、35—50岁年龄段消费者更倾向于购买名牌皮具、珠宝首饰、名表和名酒，年轻消费者购买高档端化妆品的明显偏多；收入和学历水平越高，购买各类奢侈品的比例也越高；从不同职业来看，企业/公司中、高层管理人员购买名牌手表的比例更高，而党政机关事业单位领导干部则是名酒和专业户外用品的最重要消费群体。

在问及奢侈品进入中国后的做法时，被调查者的观点较为一致，普遍的看法是既要保持与国际接轨，也要考虑体现中国特色。

三、奢侈品、信用卡消费额度

被调查人群中约87%的比例至少拥有一块手表，拥有的最新手表的平均价位为1.42万元，同时表示过去半年购买过黄金首饰和皮具的比例也均约为87%，他们在两个项目上的平均支出分别为1.42万元和0.7万元。

绝大多数中国消费者在各类产品上的开支均低于平均水平，结合不同用户对各类奢侈品的消费情况，可以发现奢侈品的消费者主要集中在少数的高端人群。

不同用户在各项目上的消费情况

注：手表为渗透率和最新手表的价格，其它三类产品为过去半年的购买比例和支出。信用卡的使用日益普遍，此次调查也显示所有被调查者均使用过信用卡，他们平均每月消费金额约为6000元，但大部分用户消费额度并不高，月消费5千元以下的被访者约占2/3。总体来看，35—50岁年龄段的信用卡消费额度最高，消费额度与学历水平和家庭收入水平基本成正相关。各职位中，企业/公司高层管理人员的消费额度最高。

信用卡消费金额分布

不同用户信用卡平均消费金额

四、奢侈品消费习惯

绝大多数被调查者表示花自己的钱购买奢侈品，而15—24岁人群获得奢侈品的主要渠道还包括花父母钱购买，该年龄段人群刚刚或尚未参加工作，他们的经济来源有限，从而购买奢侈品更多地依靠家庭其他成员。

家庭餐饮消费调查报告篇五

随着高等教育的普及，高等教育市场化运作日趋明显。近年来高校大规模的扩招，使越来越多的学生走进了高等教育的殿堂。到20xx年初高校的在校人数达1800多人，再加上电大及网络教育等其他形式教育的学生的人数，总共有2100万之多。从而形成了一个拥有人数众多的高等教育市场。大学生消费市场作为其中重要的组成部分也越来越多地成为人们关注的焦点，“再穷也不能穷孩子”，父母用这样一种观念对教育进行投资，也让大学生的消费能力高出了一般水平。如何正确面对这一消费市场，如何了解大学生的消费情况及对社会经济的影响呢？为此，我分别对驻烟的三所高校——烟台大学，鲁东大学，山东工商学院的部分大学生的消费状况进行了调查，从而对当今大学生的消费情况有了一个全面细致的了解。以下是这次调查的具体内容及我对此情况的分析：

大学生作为社会消费的一个特殊群体，有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。据调查，我们可以清醒的看出大学生消费存在着以下特点。

1、消费观念复杂，感性消费占优势

大学生没有经济来源，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，多数消费都是受媒体宣传诱导或是受身边同学影响而产生的随机消费，冲动消费。这也正是大学生消费示范效应的结果。据调查目前在校大学生中有30%拥有手机但对手机的消费存在着很大的盲目性。拥有手机的大学生中，一部分有通信的需要，且家庭经济条件允许；另一部分有通信需要，但是家庭经济条件负担不起的情况下“超前”消费；还有一部分是既无通信需要又无家庭经济条件负担的“奢侈”消费。而“奢侈”消费则是由大学生消费的示范效应，攀比心理导致的。

2、学生对品牌的忠诚度很高

大学生消费在一定程度上会相信自己的真实体验，如果使用某种品牌产品产生好的体验，就会坚持使用，从而逐步形成固定偏好，最终形成使用习惯，保持对此产品良好的忠诚度。比如洗发水，感性认识上的气味清香，质量好，效果明显，都会促使他们继续使用下去。

3、消费倾向多样化

21世纪是物质生活与精神生活日益丰富的时代，当代的大学生们已不再满足于宿舍、教室、图书馆三点一线单调生活。娱乐、运动、手机、电脑以及新型的it产品都成了大学生消费的热点。大学生的消费已呈现明显的多元化趋势。如果经济条件允许，大部分学生会去旅游，去歌厅、酒吧消费，或是购买电脑，手机、mp3反映出大学生具有走出校园、融入社会、拥有高质量生活的渴望。

大学生的钱“从哪里来，到哪里去？”通过调查发现，在生活费来源方面，有75%的同学依靠父母，13%的同学依靠贷款，8%的同学获得了奖学金，9%的同学通过打工补贴日常开销，另有1%的同学还需减免学费。由此可见，同学们主要的经济来源是父母，但来源趋向于多元化。但生活费不包括学杂费和住宿费等，要是这个“大头”加上去，来自父母的比例将

更高，可以这么说，大学生基本上还是以以一个纯消费者的身份出现在社会的舞台上。

对于大学生的消费去向问题，调查表明大学生的生活费主要用于衣食住行，消费金额较大的比如手机、电脑、各类培训并不含在其中。而手机已成为大学生主要消费品，这从下面分析中可以看出。

手机已经成为现代人必不可少的交流工具，高校学生是手机使用普及率最高的人群之一。调查表明，烟台大学有47.2%的大学生拥有手机，年级越高，手机的普及率也越高，如大一刚入校仅有6%的学生拥有手机，而大四学生中拥有手机者已经高达82%，远远高于社会群体手机平均拥有率。约有83%的大四学生明确表示，购买手机主要是为了方便找工作。虽然手机的主要功能是通话，但大学生们使用最多的是短消息功能。在选择手机时，他们认为价格在1000元至1800元之间的手机最受青睐。

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

大学生消费直接影响着家庭。作为一个纯消费者，平均每年约一万元的费用对于一个家庭来说，可谓是重中之重了。就拿普通家庭三口人来说，满足一个大学生一年的消费将花去家庭收入的大部分，特别对于农村的家庭而言，更甚。虽然由于经济的发展，农村和城市居民的收入都得到了相应的提高，生活水平得到改善，家庭用于大学生消费的比重普遍下降，但下降缓慢且比重之大已经是某些家庭所难以承受的。一个大学生的消费占到城市家庭收入的45%左右，特别是农村，

可占到80%~90%。无疑，目前大学生的消费已经给学生及其家庭造成了很大的经济压力，特别一些贫困家庭，在调查中我发现，三高校各有20%的同学需要通过申请助学贷款来完成大学四年的学业，他们连自己的生活都难以保证，更不用说这近万元的费用了。由于山东省经济算中等发达，其居民收入水平比大学生家庭的收入水平还要低一些。所以实际比重可能比这个数目还要偏高一些，影响可谓深远。

大学生的消费特点和消费行为决定了大学生消费的影响不只局限于家庭，市场上的很多消费都与大学生息息相关，大学生消费已直接影响着整个消费市场和国民经济。目前，大学生消费市场已经形成，这是高等教育发展的结果，也是社会主义市场经济发展的必要。它已经成为我国社会主义市场经济的一个有机组成部分，随着社会的发展，高等教育的普及，它将会发挥更大的作用。

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

（一）对于大学生而言，要树立自己合理的消费观念，要理智地对待自己的消费。作为一个纯消费者，大学生经济来源大多靠家庭，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）学校应加强对大学生消费观念培养。事实求是，高校思想政治教育对学生消费观教育还没有形成足够的重视。对大

学生消费心理和行为研究不足“两课”教学中对大学生消费观的教育指导不够。由于对大学生的消费心理和行为了解不够全面和客观以及课程设置等因素，与人生观、劳动观、金钱观、国情观等重要思想观念紧密相关的消费观的专题教育在思想品德修养课中没有充分开展，从而也难以达到真正的指导目的。

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

（四）对大学生来说还应加强合理储蓄的观念。诺贝尔经济学奖得主罗伯特·清崎曾经说过：“理财与你挣了多少钱没关系，它是测算你能留住多少钱以及能让这些钱为你工作多久的能力。”在调查时，当问及对理财的认识时，很多同学表示陌生。当问及一学期结束后经济情况如何时，大部分同学都坦然承认自己的消费已经超出计划范围，甚至有些同学还需要向别人借回家的路费，略有剩余的同学也想着如何把剩余的钱花完，只有极个别同学有储蓄的意识。

结束语