

2023年课外活动中的小组活动一般以多少人为宜 课外兴趣小组活动方案(实用5篇)

在当下这个社会中，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。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。

大学生消费调查报告篇一

中学生的消费情况调查

20--年03月15日至20--年06月30号

1. 了解中学生的消费情况

2. 提高实践能力

1、上网查阅

2、问卷调查

随着国民经济的迅速发展，人民生活水平不断提高，学生的消费水平也不断提高，高中生尤为突出。现在的中学生生活在信息通讯，科学技术发达的新世纪，加上宁波市人民生活水平的不断提高，中学生的消费市场成为商家的必争之地。有的中学生能正确利用好手上的钱，但是有的人却出现乱消费的现象。为了更深入的了解中学生消费状况，揭露这一现象，警示有这种行为的人，并建议正确的消费途径，我展开了对本校及兄弟学校高中生消费情况的调查活动，在对本次调查所获数据深入分析的基础上，形成了以下研究结果和建议：

一、消费状况

(一)高中生消费水平太高

据统计，海口市中学生20xx年的平均压岁钱为1549元，其中少于500元的占20.6%，500-1000元的占33.2%□1000-20xx元的占29.5%□20xx元200以下的学生占8.8%，200-300元的占20.0%，300-400元的占50.1%，500元以上的占21.1%。根据调查结果显示：宁波市目前拥有手机的高中生较多，占62.6%，而且他们的手机费用都不低，平均话费为每月67元。且根据所调查对象反馈的信息：认为很有必要或有必要配备手机的高中生占调查总人数的36.4%，认为没有必要和很没必要的学生只占23.4%。在拥有手机的学生中，手机由父母亲戚给的占83.8%，自己买的占13.9%，朋友送的占2.3%。

在目前掌握的信息来看，宁波市高中生的消费持快速增长趋势，即使是有的学生因家庭条件所限，消费档次稍低一些，但其消费总额在家庭支出中的比例也普遍偏高。有调查显示，在家庭消费支出中，未成年消费者的消费量几乎占家庭收入的二分之一。

(二)消费日趋多元化，但消费结构不合理

在学生的消费结构中，物质消费占绝对优势，精神投资少得可怜。据调查，宁波市高中生零用钱用途中排在首位的是“买零食”，其次是迫于学习压力而购买学习资料，购买课外书报的比重较低。此外，5.3%的男生和2.9%的女生选择了“请客送礼”。

在社会各种不良风气的影响下，部分高中生也染上了不少不良习惯，这也在很大程度上影响到了他们的消费取向。根据调查，宁波市目前有10.8%的男生和2.3%的`女生吸烟，29.5%的男生和17.8%的女生饮酒，甚至6.5%的男生和1.1%的女生参与赌博。

二、形成因素

(一) 主观因素

1. 中学生消费意识差，容易出现攀比心理。主要表现在主要表现在：过于注重外表，过于在意别人对自己的看法。吃、穿、用都讲究名牌，原因就是名牌的更漂亮、更显高档，这样就可以在同学面前炫耀，目的是想别人都尊重自己，这样很容易在同学之间形成攀比之风，这样，乱消费的现象更加严重。
2. 从众心理在作怪。在中学生中普遍存在一种心理，就是“别人有，我也要有”。在这种心理作用下，别人有手机，我也要有；别人有mp3我也要有；别人有电脑我也要有；别人有……，形成了一种畸形消费状态。

(二) 客观因素

1. 社会大环境的影响。随着社会的发展和经济发展水平的不断提高，人们的消费水平逐渐提高，随之出现一些出手阔绰的贵族，于是为了所谓的“面子”，人们便不惜付出更高的代价。而且，社会中流行产品更新换代频繁，在从众心理的驱使下，中学生也马不停蹄的追赶潮流。
2. 父母对子女的溺爱。现在的中学生大多数是独生子女，家长把他们当成家里的太阳，很容易使他们养成“要风得风，要雨得雨”这种以自我为中心的性格。钱用完了，又向父母要，父母不给，便发脾气……如此下去，助长了他们乱消费的风气，使他们变得自以为是，一意孤行，不考虑别人感受的性格。
3. 学校教育还存在弊端。一些学校过于注重对学生知识能力的培养，而忽视了对学生良好习惯养成的教育。

4. 还有一些其它因素，在此不一一列举。

建议：

1. 加强对学生学会理财、勤俭节约的教育，教育学生树立正确的消费观，学会合理消费、适度消费。不要把钱用在一些既昂贵，又不实用的东西上。如购买衣服鞋袜时，不必追求名牌，应学会购买物美价廉的商品；更加要多从父母的角度出发，懂得钱是来之不易的。

2. 作为父母对孩子的爱还也要科学合理，对孩子的不合理要求不能听之任之，要给予孩子适当的批评和教育，帮助孩子从小养成良好的习惯。

大学生消费调查报告篇二

当前大学生出现消费节奏快、交方式快捷、追求时尚、前卫，存在较大差异或超前消费等特点，既与社会大环境的影响有关，也与家庭、学校、教育缺乏正确引导有关。下面有小编整理的当代大学生消费情况调查报告范文，欢迎阅读！

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，我们可以苏醒的看出大学生消费存在着以下特点。

1、 消费观念复杂，感性消费占上风

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本钱进行衡量。大学生没有构成完全的，稳定的消费观念，自控能力不强，多数消费都是受媒体宣传引诱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%具有手机但对手机的消费存在着很大的盲目性。具有手机的大

学生中，一部份有通讯的需要，且家庭经济条件答应；另外一部份有通讯需要，但是家庭经济条件负担不起的情况下“超前”消费；还有一部份是既无通讯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，攀比心理致使的。

2、学生对品牌的虔诚度很高

大学生消费在一定程度上会相信自己的真实体验，假如使用某种品牌产品产生好的体验，就会坚持使用，从而逐渐构成固定偏好，终究构成使用习惯，保持对此产品良好的虔诚度。比如洗发水，感性熟悉上的气味清香，质量好，效果明显，都会促使他们继续使用下往。

3、消费偏向多样化

大学生的钱“从哪里来，到哪里往？”通过调查发现，在生活费来源方面，有75%的同学依托父母，13%的同学依托贷款，8%的同学取得了奖学金，9%的同学通过打工补贴平常开销，另有1%的同学还需减免学费。因而可知，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”加上往，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。

对大学生的消费趋向题目，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、各类培训其实不含在其中。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。

手机已成为现代人必不可少的交换工具，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%的大学生具有手机，年级越高，手机的普及率也越高，如大一刚进校唯一6%的学生具有手机，而大四学生中具有手机者已高

达82%，远远高于社会群体手机均匀具有率。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。固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，他们以为价格在1000元至1800元之间的手机最受青睐。

因此，大学生消费结构显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，他们具有电脑、名牌手机等珍贵物品；家庭清贫的同学则处于锥形的下端，他们常常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，从以上的分析可以苏醒的看出，从锥形的上端到锥形的下端顺次下降，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，均匀每一年约一万元的用度对一个家庭来讲，可谓是重中之重了。就拿普通家庭三口人来讲，满足一个大学生一年的消费将花往家庭收进的大部份，特别对农村的家庭而言，愈甚。固然由于经济的发展，农村和城市居民的收进都得到了相应的进步，生活水平得到改善，家庭用于大学生消费的比重普遍降落，但降落缓慢且比重之大已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进的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用度了。由于山东省经济算中等发达，其居民收进水平比大学生家庭的收进水平还要低一些。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，大学生消费市场已构成，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。它已成为我国社会主义市场经济的一个有机组成部份，随着社会的发展，高等教育的普及，它将会发挥更大的作用。

大学生消费不单单关系到自己、学校，而且还是关系到整个社会的题目。现从个人、学校、社会三方面对大学生消费提出几点建议。

(一)对大学生而言，要建立自己公道的消费观念，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，所以自己的消费要斟酌到家庭的经济状态，父母的承受能力，还要有自制能力，不能盲目地堕入感性消费的误区。如今有的学生消费上大手大脚，还有沉迷于盲目消费中，比如最近很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，以致影响到自己的学业。另外，大学生也要具有消费者的维权意识，进进大学，已开始渐渐地融进社会，社会中欺骗消费者的各种不法行为屡禁不止，面对纷纷复杂的社会，大学生要学会维护自己的正当权利。

(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构成足够的重视。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和课程设置等因素，与人生观、劳动观、金钱观、国情观等重要思想观念紧密相干的消费观的专题教育在思想品德修养课中没有充分展开，从而也难以到达真实的指导目的。

(三)对社会而言，要积极开辟大学生消费市场，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。不管从哪方面讲，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四周地区经济的发展。

(四)对大学生来讲还应加强公道储蓄的观念。诺贝尔经济学奖得主罗伯特·清崎曾说过：“理财与你挣了多少钱没关系，它是测算你能留住多少钱和能让这些钱为你工作多久的能力。”在调查时，当问及对理财的熟悉时，很多同学表示陌生。当问及一学期结束后经济情况如何时，大部份同学都安然承认自己的消费已超越计划范围，乃至有些同学还需要向他人借回家的路费，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。

大学生消费调查报告篇三

在当前物价攀升，贫富差距不断扩大的情况下，大学生消费问题无疑也从一个侧面反映了我国经济社会的发展现状。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。下面是小编精心整理的大学生消费情况的市场调查报告范文，希望能给大家带来帮助！

(一)理性消费仍是主流

质量、价格、外观是吸引大学生消费的主要因素。从调查结果来看，讲求实际、理性的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商品的质量。这是因为中国的大学生经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，这使他们每月可支配的钱是固定的，大约在 600-800 元之间，家境较好的能达到1000元以上，而这笔钱主要是用来支付饮食、日用品及日常社交活动开销的。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”，追求性价比高的商品。无论是在校内还是在校外，由于同龄人、城市时尚气息以及恋爱等诸多因素的影响，他们比较注重自己的形象，追求品位和档次，虽然不一定买名牌，但商品的价格一定得配得上它的质量。

(二)消费层次一定程度两极分化

据调查，在大学校园中，月消费相对高的同学的月消费可比月消费相对低的的同学的月消费高出3—5倍，其原因是，家庭收入越高，对学生的经济供给越多，构成大学生消费的一种特殊的奢侈格局，主要表现在旅游、电脑、手机、社交娱乐等方面的消费上。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其一定的必然性，我们也应该在大学生的教育中逐步改善这一问题。

(三)过分追求时尚和名牌，存在攀比心理

在调查过程中显示，一些同学为了拥有一款最流行的手机，情愿节衣缩食，甚至牺牲自己的其他必要开支来满足这一不切实际的愿望；有些同学为了一双名牌运动鞋，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虚荣心，同时为了所谓的面子，大学校园里的攀比心理也是异常的严重，别人没有的，自己得有；别人有的，自己的得是最好的。

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，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，可以从以下几个方面着手：

(一)加强对大学生消费心理和行为的调查研究

(二)教育学生要树立艰苦奋斗、勤俭节约、科学的消费意识

引导大学生在考虑个人消费时不忘传统观念，科学规划安排，使自己的消费水平与家庭的收入水平相适应。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，需要鼓励大学生进行积极、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，不依赖父母而进行奢侈消费而应该自强、自立的作一个清醒的消费者。

通过这次调查，我们基本掌握了当代大学生消费心理趋势及现状。大学生的基本生活消费大体上是现实的、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。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。我们有理由相信，在社会各方面的共同努力下，中国当代大学生一定会形成一种更合理，更现实的消费观。

享受与潮流已变成吸引大学生消费的主要因素。从调查的结果来看，大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。题目虽然说起来很大，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大自己的消费，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。

目前有的家庭收入很高，对学生的经济供给也较多，构成这部分大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，大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大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。

中国大学生的生活消费从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，即大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，不仅反映了学习风气的恶化，也反映了人心的浮躁与社会对于大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。

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，都可以反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，从而导致恶性循环的生成，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，我们大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大学生好的消费习惯的养成。

大学生作为接受先进知识，随时走上社会的专业人才，很有必要在大学期间就尝试经济上的独立，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篇四

调查的背景：

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。据不完全统计，大学生有94%以上都有吃零食的习惯，全国百万大学生已经成为一个庞大的消费市场，而且大学生零食消费占大学生生活消费很大一部分，零食消费对其它生活消费是否产生影响，零食又对大学生的身体健康有没有影响？为此我们针对大学生零食消费情况做了一次广泛的问卷调查。

此次调查我们共发放问卷200份，收回有效问卷169份，有效率达84.5%。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。在此基础上我们做了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，希望对零食消费水平没有统计的同学和销售零食的销售商有所帮助。

调查样本特征：

参与调查的的样本性别比例（ a 男生 b 女生）。

此次的问卷调查，在年级上的分布比例，可以说是比较具有代表性的，首先，年级比例分别是40.24%，57.40%和2.37%。在年级的分布上，主要是以大一大二为主体，这基本上是由于对现实情况的考虑：大三的学生，由于忙着各自前程，并且毕业在即，较难实施调查。

调查数据分析：

1. 每个月的零食花费。

有31.36%的大学生零食消费在100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。50.30%的大学生的零食消费在100-3000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。16.57%的大学生的零食消费是300-500元，这对于一般生活水平的大学生来说，是比较高的。有1.78%的大学生的零食消费水平，在500元以上，这种在学生中占少量比例，说明零食虽是生活的一部分，但不能代表主食，且这类同学平时的生活消费水平也随之增高。

2. 零食对身体的影响

31.36%的大学生说不清楚零食对身体是好或者是坏，认为零食对身体健康没有什么影响，48.52%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20.12%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。

3. 每周购买零食的次数。

8.28%的大学生是经常性的吃零食，每周购买零食的次数高达10次左右，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。60.36%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。25.44%的大学生是经常性的消费零食，他们对零食的需求性较高，具有一定的消费量。只有5.92%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”。

4买零食的地方

调查显示，有34.59%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44.65%的大学生在学校超市购买零食，大部分超市的种类可以满足他们的需求。这就给学校的超市有了很大的商机，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。还有14.47%的同学喜欢网购，由于现代信息技术的发展，网购成为人们生活的一部分重要购物方式，且现代大多数青年人喜欢宅居在家，网购刚好满足他们不出家门的需求，同时，现代运输的发展，是的物流速度不断提升，未来网购将会成为人们的首要选择，零食的网购正慢慢的将壮大。剩下6.29%的同学，购买零食的途径则是其他。

5. 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。

6. 喜欢的零食（多选项）

20.49%的大学生比较喜欢膨化类的食品，11.36%的大学生喜欢冷冻食品，16.02%的大学生喜欢果仁类的食品，16.02%的大学生喜欢糖果类的食品，8.72%的大学生喜欢速食类，10.75%的大学生喜欢糕点，13.39%的大学生喜欢流质品类的食品饮料，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。

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。这也是大多数人在选择零食类时看重的方面。

7. 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，43.52%的是因为觉得进口的东西比较新奇送礼够档次；51.29%是喜欢进口零食，觉得口味好；5.19%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。

调查结果：

1. 大学生普遍有吃零食的习惯。其中有15.38%的学生非常喜欢吃，有47.34%的大学生经常吃零食，31.95%的大学生吃零食的程度一般，有5.33%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。

我们的建议

对于商家：

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）。

对于学生：

适度的零食消费有利于调节生活，过度的零食消费不仅有害身体健康，而且也使生活消费相对付出较多，不利于在校的学生养成节约的良好习惯。

大学生消费调查报告篇五

本文目录

1. 大学生消费情况调查报告范文
2. 大学生消费情况调查报告
3. 关于大学生消费情况调查报告总结
4. 大学生消费情况调查报告

大学生的消费是社会消费的重要组成部分，随着社会经济的发展，他们在现代社会的消费观念、生活方式、流行时尚的影响下，消费心理与消费行为与以前相比也发生了根本性的改变。因此，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，培养和提高我们的财商，在当前就成为我们当代大学生共同关注的课题。

一、当代学生的消费新概念及其存在的问题

1、 实惠是大学生考虑的重要因素

在流行和实用之间，更多数学生选择的是实用。在各类产品的选择中，价格适中总是大学生首要考虑因素之一。类似的特征在促销方式的选择上也有体现，最受大学生欢迎的三种促销方式是：打折、派送和赠送小礼物。

2 、大学生侧重时尚性消费

20岁左右的青年是大学校园的绝对多数，我们站在时代前沿，

追新求异，敏锐地把握时尚，惟恐落后于潮流，这是我们的共同特点。大学生对新事物有强烈的求知欲，喜欢追求独特、新奇、时髦的产品，与此同时，独特、新奇带来的往往是流行、普及。服饰、化妆品仍是女生消费的大头，68.3%的大学生表示喜欢购买独特风格的衣着服饰。只有31.7%的人认为无所谓，穿得舒服就行。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。至于名牌产品，当问到如果经济许可，会否购买名牌产品时，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。

3、大学生在品牌的选择上忠诚度高

国外有知名度、美誉度的品牌更受学生欢迎。在手机、数码产品等中高端消费品上，国外品牌占据优势；国内品牌在电脑等个别领域逐步增强。在快速消费品上，国内外品牌在大学生心目中各有优劣。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。有将近一半的同学在购物时，将品牌作为第一考虑因素，像耐克、阿迪达斯等中高档服装、化妆品品牌就非常受同学欢迎。

4、大学生消费也有其不理性的一面

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mp3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。

5、 考证、出国成为大学生消费新增长点

我粗略数了下：除了以往的英语四六级，计算机等级证，还有许多职业资格证，像会计证、秘书证、公关员证等，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，像公关员资格证对找工作来说起不到什么作用。同学如实说。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。一位正在等待签证的朋友算了一笔账：出国必须考雅思，大三我去了北京念新东方的雅思，学费1800元，材料费200元，报名费1000多元，连带生活费，光半个月就花了4、5千元。考完之后要申请学校，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，更别提出国了。

二、影响大学生消费的因素也有几点

1、 家庭因素的影响

家庭的消费情况对大学生的消费观有重要影响。我在对一些同学的访问中发现，一般来说，农村的大学生每月的消费大部分是花在伙食上，另外一部分开支主要是学习用品和生活用品。他们的家庭都不富裕，在学校的消费也和在家里一样，不会太讲究。而城里的学生在消费上就相对大手大脚些。

2 、 集体影响

读书的大部分时间都在集体宿舍，这样，个人的消费方式不得不受到集体的影响，比如我以前不太喜欢喝牛奶，但同宿舍其他人都有喝奶的习惯，我也就慢慢跟着喝了。

3、 社会文化的影响

以女大学生为例，虽然他们和社会有一段距离，但社会上的潮流也能影响到她们，追求时尚，高档服装，化妆品，减肥品等，都要花很多钱。

三、 引导大学生养成良好的消费心理和行为的建议

首先，家庭要建立健康的消费文化环境。家长的消费观和行为会在孩子身上有形或无形的反映出来。给予他们一定消费自主的同时也要注意教育。同时，学校对大学生正确的消费观和消费行为应有好的主导作用。要加强勤俭节约的教育，狠抓校风学风。最后建立健康的社会消费大环境。当前大学生在很大程度上是受社会影响。我们希望依赖社会的力量，屏弃不良的消费行为，积极建立校园新风气、新消费文化的生长点。

大学生消费情况调查报告

大学生消费情况调查报告范文（2） | 返回目录

在当前的消费市场中，大学生作为特殊的消费群体受到越来越大的关注，由于大学生年纪轻，群体特别，于是有不同于社会其他群体的消费观和消费行为，可以反映社会消费方面的很多问题。为了调查清楚大学生的消费情况，我们对身边的同学进行调研活动，对大家的消费进行分析和总结。

调查时间□xx年7月1日

调查地点：烟台职业学院

调查方式：调查问卷

调查群体：烟台职业学院会计系大一400名学生

调查结果与分析：

(1)

在400名学生中，月平均生活费在500以下占比例10%，500到1000占比例69%，1000到1500占比例19%，1500到xx占比例2%。大部分同学的消费水平并不高，由此可见，社会上一些輿代表着高消费，代表着奢侈浪费的看法是片面。

编辑区添加图片模板，点击图片区域可以更换图片。

(2)生活费的来源

有2%的同学生活费来源于勤工俭学与兼职打工，选择自食其力自力更生。有59%的选择了家中补给，39%的选择为家中给予和打工兼得。由此可见大学生的生活费主要来源于家庭，少数同学通过打工有独立意识，然而，大学生在家庭中始终都是孩子的身份。

(3)消费的用途

消费是生活的主流，当70%的人选择了将生活的主要用途用于学习，饮食与生活用品，就说明了当代的大学生，消费的结构是健康的，淳朴的。有22%的人将服装作为主要的消费方式，说明了衣食住行，在消费中绝对的重要性。

(4)手机通讯费

手机是日常消费的另一重大要素。有71%人每月通讯费在50元以下，25%在50到100元之间，消费水平偏低，表达了一种好

的消费方式。

(5) 对花销的记录

生活中的花销常常没有什么痕迹，月底时蓦然回首，才发现钱在不知不觉中消失殆尽。在调查中24%的人能够做到计划消费，经常记账，59%的人在生活中偶尔记账，另外17%的人从不记账。说明了我们对自己花钱的方面还没有特别的关注，没有注意到做好消费记录的重要性，当代大学生，还拥有年轻的心，对生活并没有多少经验，所以也没有对钱有很强的概念，没有能够对钱认真控制和记录。

编辑区添加图片模板，点击图片区域可以更换图片。

(6) 对余额的做法

在此次调查中，81%的人选择存入银行或者转入下月生活费，5%的人选择了马上花掉，14%的人表示月底没有余额。大部分同学能够物尽其用，是一种好的体现。

(7) 购物的态度

在逛街时看到喜欢的物品，有5%的人选择不假思索就买下了，80%的同学能够做到理性思考，看性价比与实用性，15%的人选择了便宜就会买，体现了同学们较为成熟的购物意识，不至于乱花钱乱购物。

(8) 买单方式

当与朋友聚会时，72%的人选择了aa制，15%人选择了主动买单，10%的人选择的是无所谓，不在意这些事情，可以看出我们对于人情世故的好的见解，也可以看出我们还是能够分辨钱与感情的区别。

(9) 网购频率

61%的同学选择了0-2次，25%的同学选择3-5次，5%的同学选择6次以上，6%的同学选择不网购。购物是女生的天性，但只有很少的女生选择了每月有多次的购物经历，也体现了我们大学生的理性消费。

(10) 在你所热衷的方面，你会控制不住的大肆花钱吗？

32%的同学选择会，68%的同学选择不会。这表明了我们花钱的态度，理智永远高于不理智。

(11) 当购物时钱不够用，你会向家里要钱吗？

6%的同学选择向父母要钱，41%的同学选择自己存钱，7%的同学选择向别人借钱，47%的同学选择理性思考不买了，大部分同学都选择的自己存钱和不买了，只有很少很少的同学选择跟父母要钱，突然觉得有小小的感动，因为我们无论是来自于斑驳的大城市还是风光无限好的农村，无论贫穷还是富有，都知道我们的家人给的钱都是来之不易的，谁都不想让爱自己的家人们为自己担心。

调查总结：

(1) 理性消费仍为消费主流。大学生的绝大部分支出是用于饮食，学习与生活方面，而玩乐方面的支出不算多。由此可见，大学生还是清楚知道自身的使命还是以学习知识为主，而不沉迷于玩乐。由于消费能力有限，大学生消费时都会较为谨慎，尽量精挑细选，或者只注重便宜的价格而不注重质量。所以较为理性的消费是大学生消费的主流。

(2) 大学生消费有其不理性的一面，理财观念淡薄。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，随机消费，冲动消费也有很多。

(3) 消费呈现向多元化发展。大学生在实现温饱的同时，也在服饰装扮这一方面明显消费。而作为当代大学生学习之余也会不忘逛逛学习用品店和书店，为取得各类证书的补课充电也成了大学生的一个消费热点，大学生的消费取向逐渐向多元化发展。

大学生消费不仅仅关系到自己，学校，还关系到整个社会的问题。对此，提出几点建议：

(1) 对于大学生而言，要树立正确的消费观念，理智的对待自己的消费。要树立艰苦奋斗、勤俭节约、科学的消费意识，作一个清醒的消费者。大学生经济主要来源于家庭，所以消费要考虑到家庭的经济状况，父母的承受能力和自制能力，不要盲目的感性消费，克服攀比心理。

(2) 树立维权意识。大学生也开始慢慢地融入社会，社会中的欺骗等不法行为屡禁不止，作为消费者，面对复杂的世界，要学会维护自己的合法权益。

(3) 社会，学校和家庭应加强对学生消费观念的培养。积极有效的指导，有利于大学生更好的应对问题。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。

(4) 合理规划自身的消费，对消费建立计划性，明白消费的目的，增强理财意识，储蓄意识。

结语：

大学生是一个特殊的社会群体，有着特殊的消费观念和消费行为。大学生的消费受到方方面面的影响，也在影响着方方

面面。对于成长中的大学生，其人生观，价值观还在定型中，具有可塑性，需要社会，老师，家长的教导和培养。因此，引导大学生树立正确的消费观，是社会的一个重要的课题。只有在大家的共同努力下，大学生消费才能走上正轨。

关于大学生消费情况调查报告总结

大学生消费情况调查报告范文（3） | 返回目录

一、主题：大学生消费心理及状况调查

大学生是一个特殊的消费群体，由于生活环境、成长环境、家庭经济状况、所受教育、校园环境以及年龄的特殊心理特征等原因，使这个群体有自己特有的消费心理和消费行为。我们通过对部分大学生的经济收入来源、消费状况调查以及对他们的消费状况和消费的特点进行分析，为进一步改进我校大学生心理健康教育提供线索。 五、结果分析：

（一）、大学生的消费现象

大学生月消费额在350-500元的占7%，500-800元的占27%，800-1200元的占50%，1200元以上的占12%。消费的主要项目中，伙食费用占每月消费总额的93%，交通、通讯占每月消费总额的68%，购物占每月消费总额的65%，娱乐占每月消费总额的52%，学习费用占每月消费总额的47%，交际占每月消费总额的28%，其他类别占每月消费总额的6%。就每月花在娱乐方面的费用而言，13%的大学生的花费在50元以下，30%的大学生的花费在50-100元，24%的大学生的花费在100-150元，15%的大学生的花费在150-200元，18%的大学生的花费在200元以上。每个月的情感投资费，或者说谈恋爱浪漫气氛“制造费”中，花费在100元以下占10%，花费在100-200元的占9%，花费在200-400元的占4%，花费在400元以上的占3%，另外本次调查中单身的大学生占74%。大学生每学期学习方面的花费(包括考试、考证、文具、书籍、复印、培训班)中，花费在200元以下占47%，花费在200-300元的

占20%，花费在300-400元的占13%，花费在400-600元的占11%，花费在600元以上的占9%。

大学生的消费主要分为基本生活消费(衣、食、住、行)、学习消费(学费、书杂费、考证、电脑等)、休闲及娱乐消费(休闲、旅游、娱乐)、人际交往消费(人情、恋爱)等几个方面。

通过调查，我们发现，大学生绝大部分的消费还是用于基本生活的消费(伙食、交通、通讯)，购物(服装、饰品)消费所占的比例也很大，其次是娱乐、学习的消费，最后才是人际交往方面的消费。由此可以看出，对于购买的商品的选择，大部分大学生还是比较理智的，他们有一定的知识和思维判断能力，对自己的需要定会做出满足相应需要的行为。但仍有小部分的大学生在处理这个问题时有些盲目。

而就购买商品时注重的问题而言，大学生重视质量与功能的占调查人数的46%，重视实用性的占总调查人数的21%，重视美观别致的占总调查人数的15%，重视价格的占总调查人数的9%，重视新鲜感的占总调查人数的5%，重视品牌的占总调查人数的4%。据此调查结果发现：大学生消费结构总体上是合理的，他们能够从自身条件出发进行合理的消费行为，大部分的大学生购物时都会考虑商品的质量、实用性，选择物美价廉的商品。虽仍会有一部分大学生会更看重品牌新鲜感、外观，但质量还是最关键因素。

就在物品选择的标准上，对名牌(比如：鞋子、衣服、手机等)持的态度中，选择物美价廉的商品的大学生占总调查人数的占48%，持无所谓态度的大学生占总调查人数的占29%，认为只是要几件名牌撑场面就行了，当代大学生热衷，只爱名牌的只占总调查人数的6%，可以看出对于名牌，很少有大学生会刻意追求，很多人对此持无所谓的态度。

(二)、大学生的消费心理

认识过程：即消费者对自己的感觉知觉记忆想象思维和注意等活动对商品属性以及各方面联系的综合反映过程。

情感过程：在消费者对商品或劳务的认识过程中，产生的满意或不满意，高兴或不高兴的心理体验，构成有特色的对商品或劳务的感情色彩。大学生充满激情，热情奔放，道德感也比较完善，拥有较高的审美观。感情力大大增强，但自制力仍薄弱。多数大学生能理性地思考和行动，调节自己的冲动，理性地消费。

意志过程：消费者在购买活动中有目的，自觉地支配和调节自己的行动，努力克服各种困难，从而实现既定购买目的过程。

(1)消费的不平衡性 根据调查分析，大学生由于性别、年级、学校所在城市的经济发展状况、家庭收入状况等各方面的差异都对其大学生的消费状况和消费行为有影响。其中，影响最大的是学校所在城市经济发展状况和家庭收入。据调查研究显示，来自城市和农村的大学生会有不同的消费水平。其调查中，来自城市的大学生占总调查人数的44%，来自农村的大学生占总调查人数的44%，来自城乡结合的大学生占总人数的12%，其经济状况处于中等地位的占总调查人数的15%，较为发达的占总调查人数的23%，较为落后的占总调查人数的23%，落后的占总调查人数的3%。大学生月消费额在350-500元的占7%，500-800元的占27%，800-1200元的占50%，1200元以上的占12%。

(2)消费的主导性 针对是否有记账这个习惯，35%的大学生很少有记账的习惯，32%的大学生向来没有记账的习惯，22%的大学生对一些比较大的支出有记帐的习惯，11%的大学生基本上对所有支出都有记帐的习惯。

大学生在消费问题上，除了必要的生活支出外，还有学习、娱乐方面的支出。学习支出是为了自我发展的需要，娱乐的

支出是为了放松自己、建立良好的人际关系。大学生的需要通常包括要求别人承认自己，得到他人的好评、尊重，渴望得到相应名声和地位的成就感等。而要获得这种尊重就有许多条件，其中漂亮、美貌、健康和年轻是重要条件之一。这点对女性更为重要，因为这是女性获得他人和社会承认的一些必要条件。因此女大学生也开始注重美容包装，这也就增加了美容方面的消费。

(3)消费的合理性 对于选择购买商品的直接因素，大多数人会先考虑价格，其次是朋友或家人的推荐，再次是商品的品牌，最后是商场的火爆、促销活动、明星代言。

(三)、大学生消费存在的问题

(1)消费的冲动性 就购物时是否会有快感这个问题中，57%的大学生认为会产生快感，43%的大学生认为不会产生快感。对于心情不好时是否会以购物、大消费来发泄这个问题，79%的大学生表示不会发生这种情况，21%的大学生表示会有这种情况发生。据此显示，大学生在购物时会存在一些冲动，会有部分同学通过购物来调节心情，享受消费带来的快感。而大学生的消费观念也存在一些问题，比如会有些超前消费的意识。也有些同学会通过找兼职来缓解消费带来的压力。

(2)消费的盲目性 就大学生消费时是否有记账的习惯，35%的大学生很少有记账的习惯，32%的大学生没有记账的习惯，22%的大学生对一些比较大的支出有记帐的习惯，11%的大学生基本上对所有支出都有记帐的习惯。而大学生对于生活水平满意度，60%的大学生认为一般，正好够用，27%的大学生很满意，还有少许盈余，12%的大学生认为勉强可以，咬咬牙能熬过，1%的大学生. 不满意，总是在预支下月生活费，拆东墙补西墙。并就认为周围的同学的消费观而言，81%的大学生认为周围同学的消费观是有时理性，有时盲目，10%是理性的，7%是相对淡薄的，2%的大学生是虚荣攀比的。同时据调查，53%的大学生认为自己的消费观念是有时理性、有时盲

目，29%的大学生认为自己是理性的，17%的大学生认为自己消费观念是相对淡薄的，1%的大学生认为自己的消费观念是虚荣攀比的。对于自己的消费情况的认识，大多数大学生对自己消费很少甚至不会有记账的习惯，大多数大学生认为自己和周围的同学的消费都是有时理性，有时盲目。他们对自己的消费也认识的并不清晰，有时还是无法控制自己的消费行为。

(3)消费的不均衡性 伙食费用占每月消费总额的93%，交通、通讯占每月消费总额的68%，购物占每月消费总额的65%，娱乐占每月消费总额的52%，学习费用占每月消费总额的47%，交际占每月消费总额的28%，其他类别占每月消费总额的6%。据此来看，大学生还是以生活所需为主，但用于精神文明建设方面的投入远远不够。当然也有一些大学生缩减饮食支出却用于娱乐购物方面，其结构更为不合理。

(四)、建议及对策

针对这些现象和问题，我们提出以下建议：

(1)加强大学生的财商教育 大学通过各种渠道，比如讲座、课程来进行财商教育。教育大学生学会理财，加强理财意识，树立正确的消费观。

(2)优化消费环境 社会各界要努力树立健康的消费风尚，企业要进行正确的宣传，为大学生营造良好的社会消费大环境。

(3)加强精神文明建设 引导大学生注重精神建设方面的消费，在物质消费基本满足的情况下，加强精神文明建设。

(4)大学生加强自身消费教育 大学生应该变被动消费为主动消费，合理地、有计划地进行消费。学生应当把精力更多地集中在学业上。自觉增强和完善自我意识水平。提高文化底蕴，知识水平的提高，认知能力审美能力，抵御不良消费观

念的影响。确定合理的消费期望，作有头脑的消费者。自觉学习一定的商品知识和消费技巧，积累消费经验，提高自己的财商。

大学生消费情况调查报告

大学生消费情况调查报告

大学生消费情况调查报告范文（4） | 返回目录

当今社会正面向多元化发展，新知识的爆炸式增长、新技术的迅速推广对日常生活的深入影响，使时尚的形成和流行更快捷，同时具有更鲜明的主题和更人性化的表现形式，并因而成为大学生日常生活和社会活动中具有象征性和大众化的色彩和基调。“今朝有酒今朝醉”，似乎日渐成为一种时尚。“负翁”、“月光族”随之大批涌来。在我们的校园中，昔日的“风声、雨声、读书声”中，又夹杂进了“手机声声”。为了解我校在校大学生目前的消费状况，为我校明确确定贫困生标准提供可靠参考资料，同时为我校学工处开展学生的教育引导工作提供第一手资料，学生工作信息中心特开展此次调查。

调查时间□xx年11月27日---xx年12月15日

调查对象：校本部外语学院、水土学院、经管学院等九个学院

调查方式：问卷调查

调查情况：此次调查共发放问卷380份，回收376份，回收率高达98.95%，数据真实，可信度高。此次调查，主要针对学生的消费心理、消费意向、消费意识、消费嗜好等方面展开调查。

调查结果及分析：

一、 消费去向：

从上图中可以看出，在学习方面，我校学生的花费主要在购书上。由于学校发放的教材只是基本教材，并不能满足学生的需求。所以在学生的消费去向中，购买教学参考书、英语等级考试等书目占了一定比重。

在消费去向中的通讯费中，大一和大四的学生占的比重最大。对于大一新生，由于刚来到大学，对于生活环境、学习环境、人际交往环境都很陌生，存在着种种不适应，同时对于大学中开放式的学习方式不习惯，总喜欢和自己以前的好朋友、老同学交换信息、交流意见。而大四的学生的通讯费主要是联系工作。

在恋爱消费方面，有些同学有着固定的“爱情投资”。“爱情需要浪漫，而浪漫需要消费”，但是没有资金是浪漫不起来的。无论对于男生还是女生，都是需要消费的。对于男生，需要给女生买单，送礼物。同时，“士为知己者死，女为悦己者容”，女生的恋爱消费主要是用在化妆品、首饰上。

另外，在恋爱中，双方都共同支出的一个方面是在衣着打扮上，名牌成为一种标志。“只买贵的，不买对的”，有相当一部分人持有这种观点。在现在这个社会，恋爱是合理的，但对于恋爱中的种种不合理消费值得我们深思。

对于恋爱中的消费来源，有的是由“家里特别提供”的；有的是“从生活费中支付”的；有的是来自“勤工俭学”的；有的是来自“奖学金”的。总之，无论是从哪方面支出，都占了不小的比重。只是比重的不同于大学生的看待社会的角度有关，更与家庭对大学生恋爱的看法有关。

上网消费：无论对哪个年级的学生，上网消费都占了较为稳定的一定的比例。大学生的上网费亦成为大学生日常消费开支的一部分。

左图是我校学生在娱乐休闲方面的消费状况：

大学生的娱乐消费数额也是较为可观的。进歌厅，打台球，溜旱冰，生日聚餐…另外，大学生不同程度的追星热潮影响着他们的娱乐消费。

在零食、水果方面，女生的消费型对较高。在大学中，女生更多地学会如何保养自己，水果既经济又实惠，所以是最佳选择。至于零食，既是某些女生的喜好，同时也是部分女生打发时间的较为常用的一种选择。

从以上分析可知，我校学生的消费去向多样化，正是多样化的消费无形中就增加了总的消费金额。下面是我校学生的月支出情况和学期总的支出情况：

二、月支出情况及学期支出情况：

月支出

学期支出

三、经济来源及对家庭的影响：

经济来源 经济来源

学院父母助学贷款奖学金或助学金 勤工助学

资环100%

水土97.5%2.5%

外语83.33%16.67%

机电63.64%18.18%9.09%9.09%

生科72.22%11.11%11.11%5.56%

经管95.24%4.76%18.18%4.55%

以上表格中数据表明，我校在校大学生的主要经济来源来自父母，说明我校学生对家庭有很强的依赖性。甚至有些学院学生占到了100%；此外，助学贷款也占了一定比例，这说明我校在国家助学贷款的发放方面卓有成效，使学生深切体会国家在教育方面的政策，对学生提高对国家政策的认识起到促进作用。另外也有一部分同学的经济来源是勤工俭学，说明我校学生有一定的自立能力。

学生对家庭的依赖过重，对他(她)们的家庭自然又有着影响。

以上图表显示我校学生的消费度对家庭的影响情况。从图表可以看出，绝大部分同学的家里因为供应大学生而使生活拮据，生活状况下降。这说明学生的在校生活较大程度的影响了家庭的生活。“再穷不能穷孩子”，绝大多数的家长这样说，“虽然我们家的收入不多，但我们就这样一个孩子，决不能因为钱而产生自卑感，就是砸锅卖铁也要让孩子在大学生活里过的舒畅，不影响学习”。可见大学生的消费在家庭消费中占的地位。可怜天下父母心，就是再辛苦自己，也不会委屈孩子。在家长这般疼爱与呵护下，大学生是否该有自己的消费计划？四、消费计划 图表显示，我校大部分同学的消费较为合理，虽没有制定消费计划，但是支出合理。这不仅有助于学生管理自己的资金，更培养了学生自己的计划性。但是，仍有相当一部分学生出现超支现象。这种现象虽然不合理，但仍然存在，主要有以下原因：(1)大学生生活丰富多彩，可支出的方式增多，自然花费增多；(2)随着科技的进步及社会的发展，外部诱惑增多，好奇心促使大学生尝试不该有的消费方式；(3)在月初时，常常不自觉地超支(4)常常有意外消费，如和同学打赌输了，就要请客吃饭，请的不好又没面子，所以吃好的……总之，种种不健康的消费心理引起学生的不合理消费。

五、对学校的引导力度的看法 观点比例

很好，学生能从中收获很多5.71%

有一定成果，但力度不够22.86%

听说过，但没见什么成果14.29%

力度远远不够，亟待加强57.14%

从学生反映的情况来看，我校对学生消费观念、消费心理等消费知识的引导力度不够。当前我校对学生的安全保护意识等进行了引导，这说明我校在关系到学生的切身利益的方面给予了足够的重视。但对学生的生活方面的引导做得还不够完善。虽然，不良的消费习惯对学生没有直接影响，但是消费意识作为一种精神文明现象，应给予足够的重视。因此我校在以后的教育工作中应尽快加强有关方面工作的力度。

六、对“负翁”、“月光族”的看法

上表显示，我校绝大多数学生对高消费的现象持否定态度，这说明虽然我校学生中也存在高消费现象，但我校学生还有着正确的消费理念。只要学校对这部分学生加以引导教育，可以改变局面。但如果长此下去，容易引起攀比消费，大学生仍然应该继承中华民族艰苦朴素的传统美德，坚决不能踏入高消费的误区。

七、对贫困生界限划定的界限的看法

上图表显示了我校学生对确定贫困生标准的观点，为我校发放助学金提供了重要资料。

八、就我校贫困生标准划定的观点整理 学习成绩优秀

无手机、电脑□mp3;注：学习、工作等需要除外

无逃课等违规行为；

不吸烟、不喝酒；

上网较少，穿着朴素，不追求时髦；

月消费金额在180元以下；

生活费无法保证者；

每学期生活费低于xx元；

无经济来源，生活节俭；

经班级投票，学院认真核实；

提名候选人，并跟踪调查；

仔细了解各学院各年级学生的贫困生比例，然后再向各学院划分名额；

由家庭所在地出示贫困证明结合平时表现；

积极参加勤工助学；

九. 解决此次调查中存在的问题的几点建议

1. 对当前在校生，由学校制定统一指导思想，然后由各学院团委向该学院学生召开思想引导大会，在会议上引导同学们提升个人的消费意识，持有正确的消费观念。

2. 在学林路、望岳路、神农路等学校主要道路上置办可长期保持的标语，以时刻提醒同学们。

3. 由校团委引导，校学生会组织一次大型宣传活动。在学林

路展出展板，并举行一次“拒绝高消费”的大型签名活动。

4. 针对有些学生的不清不白的消费状况，以及有些同学拿着家长的钱任意挥霍的情况，由各院团委组织各院学生进行一次“自我财务支出统计表”，让学生自己整理自己的财物支出，并鼓励学生将整理的表格寄望家中，以此来让学生深刻认识到父母的钱来之不易。

5. 为了减轻我校的高消费状况，学校对每一届新入校的学生及时展开思想座谈会，及时预防高消费的发生。并由学生班主任定期给学生开展班会，及时引导、教育。