

2023年大学生消费状况调查报告的题目(实用8篇)

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？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。

大学生消费状况调查报告的题目篇一

计算机[computer]全称：电子计算机，俗称电脑，是一种能够按照程序运行，自动、高速处理海量数据的现代化智能电子设备。由硬件和软件所组成，没有安装任何软件的计算机称为裸机。电脑是高科技的产品，它的内部结构、工作原理，硬件的制造技术极其复杂，是科学的象牙之塔。目前，人类已经迈进了网络时代，计算机已经成为老百姓生活以及工作中必不可少的一个要素，通过电脑，人们可以从浩如烟海的信息中查询到自己需要的部分，可以和远隔重洋的亲朋好友互通音讯，可以和未曾谋面的陌生人交流情感，可以坐在家中接受全球各地医学专家的会诊，可以实现网上购物、网上婚礼、网上营销、网上政府。凡此种种，都是人们过去所不能想象的。信息化与数字化和网络化的高度一体化的信息交流方式使人们明显感觉到这种新的方式带给我们的快捷与自由，开放与互动。随着电脑消费群体不断趋于年轻化，青年学生使用给电脑的比例不断增加，尤其是对于我们大学生来说，电脑成为我们学习和生活中必不可少的事物，在我们的学习生活中欧诺个起到很巨大的作用。

大学生消费状况调查报告的题目篇二

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 and 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们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。

大学生消费状况调查报告的题目篇三

目前，信用卡的业务仅仅局限在透支、刷卡、分期付款等方面，而当前大学生的合理花费又主要集中在学费、上补习班费及考证费用上。因此，银行应拓宽信用卡的业务渠道，使更多需要吸取知识而又一时缺乏资金的大学生能够利用信用卡进行学习，更大程度上发挥大学生信用卡的积极作用。

大学生信用卡是把双刃剑，如果处理得好，对银行既保证了一定的收入和拥有了一个潜在的优质客户而对学生可以提高自己的生活质量，达到科学理财的目的；但是如果使用得不恰当，银行不仅会有一笔呆帐，而且光死卡费用就令人担忧，而大学生的过度透支、逾期不还会对他的一生产生负面影响。根据对大学生使用信用卡情况的分析，提出如下建议：

1. 学校应相应地对大学生进行关于“消费道德”、“理性消费”及“诚信”教育，引导大学生正确使用信用卡进行消费。为了避免大学生滥用信用卡造成攀比之风与拖欠款项，高校应从加强大学生的道德理念着手，开设相关课程，将“消费道德”、“理性消费”及“诚信”教育引入课堂，教育即将真正步入社会的大学生们如何正确、理性、合法地消费。
2. 由于大学生对于因刷卡产生的债务，自己基本上无力偿还，建议将他们所办的信用卡，与其父母的银行卡捆绑，使其可以在刷完卡后，不必头疼还款问题。但为了防止，因此而产生的责任风险，可以根据父母或本人意愿规定其每月的刷卡总额，不论是否透支，中止刷卡功能。
3. 许多学生并无能力或根本没有使用信用卡，使所办的卡成为睡眠卡，因此常为交年费而烦恼，导致有一部分学生会将信用卡注销。对此，我们建议是否根据大学生的学年，免去他们在校期间的年费，以留住潜在客户。有一部分学生因为家庭状况，对于所办的信用卡只有沉睡或注销的结果，造成很大的人力物力资源浪费，吃力不讨好，建议根据状况对一部分学生发放信用卡。并且政府、银行与学校要共同监管大学生信用卡的发放过程，努力建立有关信用卡和银行卡使用的法律环境、支付基础环境、信用风险评估和征信管理体系。

大学生消费状况调查报告的题目篇四

消费，是生活方式的重要组成部分。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代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大学生之一，本着对中国经济的深切关注，通过我们小组的深入调查和收集数据，我们完成了这份《调查报告》，并力图从消费意向、消费意识和消费心理上解读目前西南政法大学的大学生们们的消费现状和消费趋势。也许我们

的数据不够权威，也许我们的分析不够准确，但我们有自己的角度，自己的眼光，自己的方法。它代表我们自己的声音。希望广大读者和所有关心大学生消费的人们，能够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：一是通过对当前西南政法大学大学生的消费状况的调查，以得出21世纪初的重庆市大学生的消费构成、消费意向以及影响其消费构成的主要因素。二是通过对西南政法大学的抽样调查，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。

此次调查的对象为西南政法大学全体在校学生。采取问卷调查的方式，问卷分为网络问卷(以邮件形式发送)和打印的问卷，共有50位学生参与了此次问卷，其中包括了大一到大四所有年级，尽量保证了其代表性。

大学生消费状况调查报告的题目篇五

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、奢侈浪费、恋爱支出过度等问题，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。

今天的大学生生活在“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。

总结：通过这次调查，不仅了解到周围同学的消费观及消费

理念，正确定位自己在大学生这个群体中的消费水平，同时也透看到我们大学生思想的不成熟性。作为即将踏入社会的我们，应该塑立良好的消费观念，养成良好的理财生活方式，才能为我们将来的生活负责。

大学生消费状况调查报告的题目篇六

调查结果显示，有38.4%的大学生在购买电脑时考虑电脑的性价比，其他因素依次为：售后服务18.57%，品牌16.88%，价格15.19%，外观设计10.97%。可见，大部分大学生购买电脑时较多的考虑到电脑的性价比，购买到价格公道性能又比较好的电脑是大部分学生首先考虑的因素，在售后服务方面，部分的学生也比较重视这一方面的内容，总体来说，大家对电脑的质量方面比较重视，对于质量好的电脑比较偏爱，而对于电脑的外观设计方面，大家的重视度并不是很高。

大学生消费状况调查报告的题目篇七

消费，是生活方式的重要组成部分。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代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大学生之一，本着对中国经济的深切关注，通过我们小组的深入调查和收集数据，我们完成了这份《调查报告》，并力图从消费意向、消费意识和消费心理上解读目前西南政法大学的大学生们的消费现状和消费趋势。也许我们的数据不够权威，也许我们的分析不够准确，但我们有自己的角度，自己的眼光，自己的方法。它代表我们自己的声音。希望广大读者和所有关心大学生消费的人们，能够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

当前西南政法大学大学生的消费状况的调查，以得出21世纪初的重庆市大学生的消费构成、消费意向以其影响其消费构成的主要因素。二是通过对西南政法大学的抽样调查，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。

此次调查的对象为西南政法大学全体在校学生。采取问卷调查的方式，问卷分为网络问卷(以邮件形式发送)和打印的问卷，共有50位学生参与了此次问卷，其中包括了大一到大四所有年级，尽量保证了其代表性。

的生活费给予数量大多是刚好合适的。家长在给予孩子生活费时也充分考虑了自己孩子的实际情况。但在下一个问题中，我们发现，46%的学生在消费时完全没有计划，想花就花型，30%是能省就省，也没有合理的消费计划，只有24%的学生是在有计划地消费，有良好的消费习惯，这说明当代大学生急需培养良好的消费习惯，养成计划消费的习惯。而问及在自己热衷的方面是否会抑制不住花钱时，共72%表示会或有时会，也体现了大学生的不理智消费。值得庆幸的是接下来的问题，您消费注重什么的，有56%的学生都表示注重质量，表明了理性消费的心理，但仍然有20%的学生注重价格低廉，12%的注重品牌或时尚。而在书籍购买方面，绝大多数也表示购买过但并不多，只有18%是经常购买，还有2%表示从未购买，这类学生应当多多读书了。关于娱乐场所的消费，则有32%的表示经常去，64%表示有时去，4%表示从未去过，没有人表示经常去。接下来我们又对同学的消费计划记录做了提问，没有人表示对自己的消费做很详细的记录，但62%的学生都是有记录的，也有38%的同学完全没有记录过自己的消费。而在消费计划方面，48%的学生表示有过计划，但伸缩较大，表明大家还是有想做计划的想法，只是执行上有难度，也有34%的同学表示自己完全没有计划，12%的表示有时会有计划，还有6%表示有计划并能按计划执行。最后，我们问了各学生对自己的消费情况是否满意绝大多数表示满意或基本满意，14%表示不满意或非常不满意。表明绝大多数学生并没有

强烈想要改变自己消费习惯的想法。

当前大学生消费主要存在以下问题：

1消费不够理智，盲目消费较严重

2、没有合理的计划，想花就花，也没有记录，对自己消费了解程度不够

4、在学习方面的花费较少，对自己的能力培养不足。

1我们应加强合理储蓄观念。

2对于大学生，我们要树立自己的合理消费观念。

3反对过度消费、高消费、超前消费，提倡“量入为出”有计划地消费；强调节约、勤劳俭朴等节俭消费观。

4强调理性消费、理性行为，反对非理性的盲目消费，包括盲目攀比、盲目从众的病态消费等浪费现象。

5充分利用校内大众传媒，引导高校消费舆论，培养合情合理的消费习惯、消费理念和科学的消费观，促进大学生的合理、适度消费，提高大学生的消费能力和消费水平。

6在校园内形成良好的消费舆论，把大学生消费行为引向正确的方向。

1、姓名： 性别： 年龄： 学历/年级： 专业：

2、请选择您每月的生活费范围()

a 800以下 b 800——1500 c 1500——20xx d 20xx以上

3、您生活费的主要来源()

a家长补给b奖学金c勤工俭学d校外打工e其他

4、您生活费支出的主要方面()

5、您的生活费是否有结余

a结余很多b有但不多c刚好够用d没有钱不够用

6、您的消费习惯是()

a有计划的消费b能省就省c没有计划，想花就花d其他

7、您购买物品的标准是()

a价格低廉b注重品牌c时尚流行d注重质量

8. 你是否购买学习方面的书籍或是其他资料()

a经常购买b购买过，但是不多c从未买过

10. 你是否经常去ktv等娱乐场所消费a经常b一般c有时候d从未

11. 你对你的消费是否有记录

a对大数额的消费有记录b一般都有记录c记录的很详细d没有记录

大学生消费状况调查报告的题目篇八

随着我国社会主义市场经济的不断发展与完善，经济社会正朝着纵深处发展。而我们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会更为突出而直接地影响我们世界观的形成与发展，进而对我们自身的发展产生重要的影

响。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，成为当前我们当代大学生共同关注的课题。关注大学生消费状况，在大学生消费理念超前或没有计划的前提下，培养和提高大学生正确的理财观念。帮助大学生做好理财规划，有利于大学生的健康成长。