

2023年大学生恋爱消费调查报告调研目的和假设(汇总10篇)

“报告”使用范围很广，按照上级部署或工作计划，每完成一项任务，一般都要向上级写报告，反映工作中的基本情况、工作中取得的经验教训、存在的问题以及今后工作设想等，以取得上级领导部门的指导。那么报告应该怎么制定才合适呢？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。

大学生恋爱消费调查报告调研目的和假设篇一

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。

大学生恋爱消费调查报告调研目的和假设篇二

调查时间：5月。调查地点：永城职业学院。调查对象：永城职业学院全体学生。调查方法：问卷调查法。问卷情况：此次调查共发放调查问卷137份。收回135份。有效问卷135份。

调查目的：了解大学生消费观念和价值取向，以便引导他们树立正确的消费观念。确立健康文明的生活方式。

二、调查结果分析

对永城职业学院经济贸易系级公共事务管理专业13名同学进行了为期两天的调查。然后进行分析，现将结果总结如下：

(一)永城职业学院大学生的课外实践活动较少，经济独立意识较为薄弱

通过调查我们发现永城职业学院学生的生活费来源于自己打工所得的仅占5.70%，而父母给与的占58.55%。在当今市场经济的潮流中，大学生不应该仅仅依靠父母。应该出去锻炼自己，提高自己的社会适应能力，以便更好地融入社会。

(二)永城职业学院学生存在一定的攀比心理

经统计分析有5.14%的学生看到别人拥有好的物品不仅会羡慕而且也会去买。特别是对于一些校园时尚用品，如手机、mp3和mp4甚至是电脑。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，这些都可以反映出一些学生不懂得量入而出，存在因虚荣心的驱使而无休止的攀比心理。

(三)永城职业学院学生的计算机水平有待于进一步的提高

经调查显示永城职业学院学生每月的上网费用在10元以下的占41.09%，上网费用在10—20元的占35.66%，结果导致有的学生开学一学期了计算机水平还低得可怜。特别是对于那些占总人数63.2%的农村学生来说，在上大学之前有的几乎从来没有接触过电脑。即使有些学生去上网，大部分男生在玩游戏，女生在聊天、看视频，很少有学生去用心地学一些在以后的学习和工作中需要的电脑知识。

(四)永城职业学院学生的消费结构存在多元化，但消费结构不合理

大学生的消费已经不仅仅在生活支出和学习方面。他们把费用更多的花在购买服饰、人际交往、旅游、时尚消费品方面。经调查显示大部分女生在服饰方面的费用占总费用的63%，请同学吃饭、给同学买生日礼物占9%，而在学习方面的费用支出仅占不到2%，基本的生活费用占20%多一点。从中可以看出永城职业学院学生的消费结构不合理。作为大学生学习应该是主要任务，但经过调查发现大学生每学期购买学习资料的钱。10元以下的占41.5%，10—50元占49.5%，50—100元占6%，100元以上占3%。可见大学生平时买书的并不多，除了一部分考各种资格证的学生外，一般不买教科书以外的书。另外，有些学生为了购买服饰或玩游戏不得不节俭生活费用的开支。

(五)永城职业学院学生的储蓄观念淡薄，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的能力。”经调查显示永城职业学院学生从来没有理财计划的占24.44%，偶尔有的占74.81，并且大部分学生不知道自己的钱花在哪里了，甚至有些同学还需要向别人借回家的路费。可见，当前永城职业学院大学生的财商需要培养和加强。

三、当前大学生消费心理和行为偏颇的原因分析

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。

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，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得到充分体现。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，不惜做出一些损人利己甚至丧失人格、法理不容的事情。

学校教育环境对学生消费观念培养的重要影响作用。可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。

校风建设范畴中倡导大学生勤俭节约生活消费观的力度不够。大学生的消费心理和行为除了个人喜好、穿着打扮等较少方面比较注重突出个性以外，他们对于时尚品牌、基本生活用品、生活费用的额度等主要消费内容都具有群体从众心理。高校校风主要体现的正是学生的群体心理和行为特征。在校风建设上注重塑造和强化学生良好的消费意识和消费行为，培养学生良好的消费习惯。

四、结论与建议

综合以上分析，我们可以看出大学生的消费心理总体上处于成长健全期，他们站在追求流行与时尚这个令人彷徨的十字路口，适度的追求是合理的，但过分的攀比会产生不良的影响。对于大学生在消费中产生的问题，我们特提出以下建议：

(一)鼓励大学生多参加课外实践活动，增强经济独立意识

学校应该多为学生提供勤工助学岗位，或者鼓励他们到校外

打工挣钱，让他们依靠自己的双手来养活自己，不向或者少向家里要钱，增强经济独立意识。

(二) 克服盲目攀比心理

作为高校教育工作者我们应该教育学生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，给自己理性的定位。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，培养独立的理财能力、科学的价值观应是当务之急。

(三) 学校营造相关环境

学校多为学生提供上机时间，不定期的对学生进行免费的培训，另外多鼓励学生考取一些相关方面的证书。学生自己也应该树立自主学习的观念。

(四) 增强独立意识。培养和加强理财能力

现今的大学生需要懂得如何在激烈竞争的社会中生存，独立理财能力就成了重中之重。理财不是简单的四则运算，不是简单的收支平衡，它需要长期的理性基奠，个人盲目的冲动不是独立，是任性的表现，我们需要的不仅仅是脑中有独立的概念，更迫切的是独立的行动和理性的思考。主要有两方面的内容：正确认识金钱及金钱规律的能力：正确运用金钱及金钱规律的能力。

(五) 形成大学生良好消费风气

大学生良好消费风气应该成为良好校风的重要组成部分。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，以促进大学生学业的成功追求。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。因此，学校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。

大学生恋爱消费调查报告调研目的和假设篇三

调查目的：

1. 对在读大学生消费情况调查统计，观察大学生的消费爱好。
2. 通过调查和对比，让我们进一步认识自己消费是否合理，为同学们寻找一种比较理性的消费方案。
3. 通过一些数据，让大家对自己的用钱方式进行反思。争取让同学们有理财意识。

调查地点：图书馆，学生寝室，

调查对象：山西财专，山西理工大学

调查方法：问卷调查、访问。

调查时间□20xx年2月26日

本次调查的对象包括山西财政税务专科学校，山西理工大学学生，我们的调查主要以问卷和采访形式进行。

填写调查问卷的学生年级分布均匀，大一、大二、大三。家乡地域分布广泛，几乎遍布全国的各个地区，其中大多数来

自山西，而且来自大城市、城镇、乡村的都有。

本次调查共在山西财政税务专科图书馆自习室、教一楼自习室以及学生寝室等地方发放100份调查问卷，理工大学门口100份。

在校大学生消费水平调查问卷

性别: 年级:

1, 你在学校每月的平均生活费:

2, 平均每月在伙食方面的`消费(仅指吃饭):

3, 平均每月花在娱乐方面的金额(包括聚餐,ktv,烟酒):

4, 平均每月花在形象建设方面的金额(服饰,化妆品):

5, 平均每月为异性朋友的消费:

6, 平均每月的话费和网费总额:

7, 平均每月花在学习方面的金额(包括文具,书籍,杂志):

a几乎没有 b50左右 c100左右 d200左右

8, 假期旅游花费:

a几乎没有 b1000以内 c1000-xxdxx-以上

9, 你对名牌服饰的观点:

a完全不喜欢,也不买 b无所谓,实用就行

c在经济允许的条件下,尽可能买名牌 d只用名牌

10, 你拥有数码产品的状况(多选):

a高档手机bmp3或者mp4或者mp5c电脑

d数码相机e掌上游戏机f暂无

11, 你每个月生活费的来源有哪些(多选):

a父母b奖学金或者助学金

c兼职或者勤工助学d其他

12, 当你发现一个月生活费不够时怎么办?

a向家里要b向朋友或同学借

c找业余工作赚取d省吃俭用熬过去

13, 你觉得自己有一个合理的理财计划吗?

a没有, 我月光族b还行, 基本够花

c有, 实施效果不好d有, 并且执行得很好

14, 你对你现在的消费状况的看法:

a没想过b满意

c不满意, 父母给的钱不够d其它

15, 你来自哪个地方?

a农村b乡镇c县城d大城市

16, 你觉得你的家庭能否承受你的消费?

a无法承受b还可以c比较困难d对家庭来说很轻松

王丽梅

大学生恋爱消费调查报告调研目的和假设篇四

大学生作为饮料消费的主要群体,他们的消费习惯和消费行为一直受到关注。目前的饮料消费市场竞争日趋激烈,品牌不断涌现,饮料消费市场成为典型的买方市场,人们的选择范围越来越大。大学生要做如何的选择呢?在消费日益冷静的今天,厂家又将如何面对呢?带着这些问题,我们日前对大学生的饮料市场进行了调查研究。

某某某

某某某

: 在校学生

: 通过调查了解大学生最喜欢喝的饮料类型、了解大学生在饮料上的消费情况以及了解大学生的饮料购买习惯。

: 1、方案调研; 2、网络搜寻查阅有关资料; 3、问卷调查; 4系统分析法。

碳酸饮料、茶饮料和水饮料构成了饮料消费的主要部分。其中碳酸饮料的消费人群达到60%的比例。这类饮料的特点是以解渴为主,在功能上比较基础,在价位上也相对较低。这也说明消费者对饮料消费的主流,仍然仅仅要求它最基本的功能,并对价位较敏感。

果汁饮料的消费人群占25%。这其中既包括纯果汁也包括一般

的果汁饮料。从消费比例上看，与去年的数据相对平稳并稍有上升。从功能上，果汁饮料与水饮料及碳酸饮料是有差异的，这种差异也注定了果汁饮料无法全面代替这些传统饮料。但从消费比例的发展来看，果汁饮料依然有一定的上升空间，但上升的幅度被认为并不乐观。另外茶饮料以及矿泉水等并不是大学生最受欢迎的饮料。

在消费量方面，可口可乐依然是龙头老大，以23%的消费面匹马领先。紧随其后的，是康师傅、百事可乐，皆为16%，统一为15%，三者不相上下鼎足而立。处在第三集团的，是国产品牌农夫山泉、汇源、娃哈哈和酷儿，在3%至6%之间。国产品牌在饮料市场已经立稳了脚跟，虽然目前与那些国际巨头依然相差较远，但稳定的市场份额和良好的市场口碑，已经使国产饮料拥有了一个良好的局面。大学生在品牌上的选择远远超过了其他的消费群体。

1、饮料的口味是影响因素中最大众的因素，影响着最多的消费者。有53%的人认为对饮料的口味会很在意，口味对自己适合与否，会影响对饮料的选择与购买。

2、饮料的品牌对消费的影响是仅次于口味的又一大因素，35%的被调查者认为，饮料的品牌会影响他们的选择。调查中，17%的被调查者表示，知名度会影响他们的选择。大学生消费者，更注重品牌，也更关心饮料的知名度。因为他们走在潮流的前端，对于新产品的推出抱有新鲜度，对于新广告的播放格外关注。

3、位列影响选择的因素第三集团的有营养成份、价格和保质期等因素，分别有23%、20%和19%的消费者给了选择。

大学生购买饮料的场所主要在超市，88%的消费者选择在超市购买。这种倾向与性别有一定关联，女生比男生更倾向于大超市消费，这也许与购买批量有关。一般在学校超市购买时都是临时性的消费，则以男生居多，临时性消费对场所的选

择性不强，一般以方便为主，就近原则。

调查显示，消费者选择的包装以瓶装为主，听装、利乐包只占很小一部分。其中，小瓶装的饮料是消费者最多购买的，占41%。小瓶装以其携带方便、容积适量而使其最受欢迎。而听装饮料在价格上处于劣势，选择的只有9%。曾经比较受欢迎的利乐包饮料则选择者最少，只占2%。大瓶装饮料是消费者第二多的选择，有29%的消费者购买。大瓶装饮料虽然携带不便，但因其相对价格要便宜些，很受上网男生和大部分女生的青睐，成为除小瓶之外最受欢迎的包装类型。而中瓶包装的消费占19%，这种包装是对大瓶包装的一种补充。

调查表明，大学生最常消费的饮料的价格在2至3元，消费人群比例占47%，这也是最普遍的一个价位区间。5元以上的消费占23%，这类消费一般是大瓶装饮料，比例也较高。

对消费饮料的价格分布与其他信息的研究显示，消费的价格与其消费的场所、消费的包装类型都有直接的关系。一般消费价格越高，则多在便利店所进行消费。而价格越低的饮料，包装的容量越小型。而从消费饮料的类型上看，价位较低的消费，多为水饮料、茶饮料及碳酸饮料。

目前果汁饮料的促销方式主要集中于现场促销小姐推荐，举办抽奖活动或降低价格，促销频率也正在加大，一般一年促销次数达4-5次，每次基本为期一个月，促销地点一般选择在一些繁华地点或大型商场、超市。大学生对于在促销的饮料选择性较大，主要在于促销的产品新颖、价格便宜。

调查结论和建议：针对大学生市场的调查结果分析，总结了对于饮料消费存在的主要问题，对销售厂家提出以下的建议：

- 1、消费者喝饮料除了解渴外，还希望饮料产品提供一些附加价值。所以不管是哪个饮料类别，都应根据产品自身的特点提出一些符合消费需求的卖点来，如萝卜汁饮料可以补充维

生素；红枣饮料可以补血；梨汁饮料可以去火；银耳饮料可以养身等等。这样你的产品的市场接受度就会大大提高。

2、要有好的产品策略。

3、价格策略要恰当。

4、销售渠道：尽可能增加铺货率。超市、批发两条腿走路，尽可能增加产品的铺货率，以超市带动其他各类渠道的销售。

5、广告促销：要制作一个好的广告片能让消费者过目不忘。

大学生恋爱消费调查报告调研目的和假设篇五

消费，是每个人每天都必须做的一件事，是生活的基础。而大学生作为一个特殊的消费群体，是时尚的风向标，也是时尚的追随者。在某些时尚领域，起的领导作用甚至超过一些大红明星所起的作用。在当前的经济生活中，改善消费构成方面同样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。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一名朝气蓬勃的大学生，本着对中国经济的深切关注的态度，通过深入调查和手机数据，我完成了这份《调查报告》，并力图从消费意向、消费意识和消费心理上解读学生们的消费现状和消费趋势。

随着高等教育的普及，高等教育市场化运作日趋明显。进来高校大规模的扩招，使越来越多的学生走进了大学的殿堂。大学生消费市场作为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诠释着大学生消费观念。因此父母亲们教育进行的高额投资，也让大学生的消费能力高出了一般水平。那么如何正确面对这一消费市场呢？为此，我分别对苏州市职业大学部分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内容的分析：

1、过于盲目消费，感性多于理性

对于大学生来说，大家的主要经济来源还是父母的生活费。没有自食其力的经历，不知道赚钱的难处。此外，由于大学生还没有形成完整的，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的同学影响而产生的随机消费，冲动消费，比如，很多大学生都用苹果手机之类的高端机，这就是一种互相攀比引发的消费，觉得别人都有自己没有会很没面子，这种消费心理是很不健康的，是很危险的。

2、追求时尚和是不老的话题

很多大学生都会买一些品牌的衣服或生活用品。这种消费在一定程度上会导致攀比消费，比如上述有同学用苹果手机，这也就是一种崇尚品牌的消费观念。消费应该建立在自己的亲身实践上的，比如自己用过某种肥皂觉得不错，那么就可以一直用下去，这里并不是说不提倡尝试多元消费，只是不提倡过分的品牌消费。

3、消费倾向多样化

在这个物质生活与精神生活日益丰富的时代，当代的大学生已不再满足于宿舍、教师、图书馆三点一线的单调生活。娱乐、运动、手机、电脑以及新型的it产品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，大部分学生会去旅行，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。

1、储蓄观念淡薄，理财观念需培养和加强

绝大多数的学生的经济来源是父母给的生活费，自己并没有亲身经历过赚钱的不易，因此没有节约的观念，更没有存钱的理念。有很多同学是月初是‘高富帅’，月底‘穷屌丝’的状况。没有养成对自己生活费做一个合理规划的习惯，总是有一分钱就花一分钱。

2、消费水平两极分化

不得不承认有一部分同学还是很懂事的，不会乱花钱，甚至会自己想办法赚钱。这就与那些过度消费，乱消费的同学形成了鲜明对比。有的甚至一顿饭钱够其他学生吃一天。据观察这种两极分化现象在一些男生比较严重，而女生多少会比男生更懂事，节约一点。

3、消费结构存在不合理

针对这一点，我发现女生更为突出，有些女生的生活费一半是用来买衣服、玩偶及化妆品的，而自己的饮食消费所占比例则很小不吃饭是不行的，我相信父母给的生活费主要还是应该用来吃饭的。

4、恋爱支出过度

进入了大学，自由了，也有时间和精力了。因此很多学生会找个对象，谈个恋爱，在调查中我发现，一部分谈恋爱的大学生每月大约支出200-300甚至更多，最少的也有150元左右。他们大多是为了追求情感需要而物质投入的，因而经常难以理性把握适度消费的原则。这是很不理智的消费。这种不理智的现象尤其是出现在男方身上，然而，有趣的是，少数女生也会有这种现象。爱情的盲目力量是不可取的，要在恋爱的甜蜜中保持一种理性的消费。

以上就是我的调查所得的结论，也许我的数据不够权威，也许我的分析不够准确，但我有自己的角度，自己的眼光，自

己的方法，它代表我自己的声音。

1、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，要有一定的自制能力，不能盲目地陷入感性消费的误区。

2、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。

3、对大学来说还应该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。

每一个大学生都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的矛盾使得大学生消费呈现出不同一般的状况，大学生消费受到方方面面的影响，也会影响着方方面面。因此大学生消费市场随着经济的发展，高校的大规模的扩招越来越显示出它的重要性。大学生消费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。只有在学生、家庭、学校和社会的共同关注和努力下，大学生消费水平越来越好，越来越合理。

大学生恋爱消费调查报告调研目的和假设篇六

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，我们各成员在完成任务过程中协作互助，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。

大学生恋爱消费调查报告调研目的和假设篇七

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念费观，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，绝大多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，促进人和人、人与自然、人与社会的和谐发展。

大学生恋爱消费调查报告调研目的和假设篇八

为了更好的让在校学生了解消费者的购买行为，知道消费者购买商品时所使用的信息来源和对废旧品的处理方式，进一步规范学生们的消费习惯，所以展开此次调查。

我们受相关单位委托，对在校大学生进行了关于消费者购买商品的信息来源和对废旧商品的处理的调查，其必要性主要表现在以下几点：

大学生多数是自进入大学开始，才更多的拥有选择消费的自主权，有了更多消费自由的

同时也面临着一系列问题，能否处理好这些问题将影响整个

大学生活。消费的安排直接影响生活的质量，毕竟学生的主要经济来源是家长，基本都是限定的。不合理的消费会打乱个人的生活秩序，影响学习生活。同时大学生的消费行为，直接体现了其人生观，价值观。这对他们的学习生活，乃至今后的工作、成才都有着重要的影响。因此展开此项调查尤为重要。

了解在校大学生基本消费情况，通过调查他们购物的主要信息来源来大致了解影响他们购物的因素，通过对废旧品的处理情况的调查来了解他们对日常废旧用品是否能合理的利用，减少浪费。通过这项调查为在校大学生提供一个合理的消费建议，帮助他们更好的规划日常的消费习惯。

该项调查主要设有如下问题：性别，购买洗发水的来源，到餐厅吃饭的信息来源，理发的信息来源，购买运动鞋的信息来源，对于旧书籍是怎么处理的，对于不穿的衣服是怎么处理的，对于喝完的易拉罐是怎么处理的，对于用过的手机怎么样处理，一共9题此次调查将采用发放问卷调查的方式对在校大学生进行调查，此次一共发放100份问卷，回收率为100%。通过调查的结果来全面分析消费者的消费心理，针对他们的一些消费习惯来为大学生提供更好的日常消费建议。

此次调查的主要内容有：

1、性别：男性占59%；女性占41%

2、购买日用品的基本信息来源，主要的来源分为报刊杂志、广告广播、随意购买、推销员介绍、亲朋好友介绍，看环境购买，其他等。

3、对废旧品的处理方式，主要的处理途径有：当垃圾丢掉、赠送他人，留起备用、当废品利用、不管不顾、其他等。

(1) 调查类型：展开此次项目的调查类型是属于描述性调查，

在调查中了解学生的一些基本消费习惯。

(2) 资料采集的方法：此次调查是采用发放调查问卷的方式来进行一手资料的收集与整理，调查问卷已被编入附录。

(3) 抽样方法：属于随即抽样，在网上发布问卷，让被调查者随机填写。

(4) 实地工作。在网上发布调查问卷的按时回收，进行准确的分析整理。

1、基本情况

此次调查在网上一共发放了100份问卷，回收率为百分之百。此次调查的主要问题有：性别，姓名，购买洗发水的来源，到餐厅吃饭的信息来源，理发的信息来源，购买运动鞋的信息来源，旧书籍、不穿的衣服喝完的易拉罐、用过的手机怎么样处理。具体的调查结果如下：

(1) 性别的调查结果中，男生占59%，女生占41%，被调查的男生人数稍多于女生，

(2) 你购买洗发水的信息来源哪里？

由调查统计结果可以看出通过广告广播来购买洗发水的学生人数最多，占到了54%，在校大学生受广告广播的影响较大。通过其他人员介绍、受报刊杂志等的影响也较大。

(3) 你到餐厅吃饭的信息来源哪里？

从调查结果统计可以看出在校大学生受广告广播影响的比例占到了61%，而视环境选择，亲朋好友介绍等的影响影视相对来说较少。

(4) 你理发的信息来源哪里？

理发的信息来源受广告广播的影响人数也是最多的，占到了51%，受报刊杂志影响的人数较少，只占了18%。

(5) 你在购买运动鞋的信息来源哪里？

从统计结果来看，受广告广播影响买运动鞋的人数仍然是最多的，占到了55%，然后通过亲朋好友介绍的占到了41%，随意购买和经推销员介绍的都占到了30%以上。

(6) 对于你的旧书籍你是怎么处理的？

(7) 对于你不穿的衣服你是怎么处理的？

将不穿的衣服捐赠他人的人数较多，放起备用的人数也比较多，其他选项的人数所占比例则相对较少。

(8) 对于你喝完了的易拉罐你是怎么处理的？

(9) 对于你用过的手机你是怎么处理的？

从统计结果可以看出将废旧手机留起备用的人数较多，占到了总人数的44%

2、分析总结

通过对所购物的信息来源的调查可以看出：在校大学生的很多消费习惯受广告广播的影响是最大的。在废旧物品的处理方式是属于节约型的人数所占比例还是比较多的。

此次调查采取的是网上发布调查问卷的形式展开调查，这种调查的方式所获取的结果本身就有很多局限性。而且这次问卷调查的人数比较少，问卷调查的问题设置的也比较少，可能导致调查问卷的结果不够全面，调查问卷所获取的信息也不全面。另外就是此次调查的对象都是本校的学生，代表性可能不是很强。还有一点就是此次问卷统计分析的方式没有

用到交互分析的方法，在结果分析上以及建议上也存在局限性。

1、结论

通过对所购物的信息来源的调查可以看出：在校大学生的购物信息来源受广告广播的影响是最大的，受身边人的影响也相对较大。由于现在的电视媒体越来越强大，各种信息传播得越来越迅速，大学生们对广告广播越来越关注，因而很多的消费来源都是受广告广播的影响。

对于废旧物品的处理方式，大部分的学生都做得比较好，知道要尽量减少浪费，很多学生都知道要变废为宝，将废旧物品变卖或留起备用，再或是赠送他人，这种做法既节约自己的财务也节约资源。

2、战略性建议

针对于在校大学生比较喜欢关注广告广播这一媒体获取新闻信息，我们可以加强对广告广播媒体的管理，投入一些公益性广告，引导在校大学生理性消费，也可以在学校开设理性消费、合理理财的讲座，正确引导和规范学生的消费习惯。借助校广播台来播放一些引导性合理消费的短文。

大学生恋爱消费调查报告调研目的和假设篇九

1. 研究对象

本文研究对象为xx市高职院校在校大学生，在实际调研过程中，采用随机非概率抽样抽取了上海第二工业大学、上海金融学院、上海立信会计学院以及上海思博职业技术学院4所高职院校作为样本进行调查研究。

2. 研究方法

(1)文献资料法。发表的有关高职院校大学生体育消费论文和出版的著作，归纳总结相关经验。

(2)问卷调查法。本文依据研究目的设计了xx市高职院校大学生体育消费调查问卷，根据不同场所，进行了抽样调查，抽样范围包括上海第二工业大学、上海金融学院、上海立信会计学院，以及上海思博职业技术学院4所高职院校，共随机现场发放调查文卷610份，回收有效问卷590份，回收有效率96.7%，发得到随机样本。

(3)数理统计法。运用计算机软件spss对数据进行录入。

1. 高校院校学生体育消费性别特征

性别不仅是人的基本生理特征,同时也是人的基本社会特征之一。不同性别的个体,在社会化过程中的行为也迥然各异,具体到体育消费领域,性别对男性与女性消费者的消费行为显然亦存在诸多差异。根据调查结果显示,高职院校大学生在付诸体育消费行为时,男生有402人,占样本总数的68.1%;女生有188人,占样本总数的31.9%。这些统计数据表明,高职院校大学生体育消费人数男生明显高于女生,男生对比女生的体育消费行为更加积极活跃。

2. 高职院校学生体育消费观念及体育消费动机

3. 高职院校学生体育消费结构

体育消费结构一般分为实物型体育消费和娱乐型体育消费。据统计资料显示□xx市高职院校大学生实物型的体育消费主要包括体育服装、运动鞋袜、体育音像产品,以及体育报刊等产品,实物型体育支出占据了高职大学生体育消费的绝大部分,构成了目前大学生体育消费结构的主流。同时在被调查的4所高职院校中,通过对男女大学生体育消费结构进行比较发现,性别差异对男女大学生体育消费结构未呈现显著性差

异($p=0.369$)□表明在进行实物型体育消费时，男女生体育消费结构的差异程度不大。从访谈情况看，大多数高职大学生表示假如他们选择某项自己喜欢的收费体育项目进行体育消费时，为保证更好地掌握所授体育技能，将会相应的购买所需体育设备。比如上海第二工业大学在校大学生在报名参加跆拳道社之前，会以个别购买或团购的形式预购跆拳道服和相关的训练器具。显而易见，为保障参与体育活动，一些实物型的体育消费品已经自然而然的成为高职大学生体育生活的必需品，所以，实物型体育支出占据其体育消费主体也就不足为奇了。

经过进一步的追踪调查与统计分析，发现xx市高职大学生的娱乐型体育消费能力偏低，对娱乐型体育消费的支出大多局限于现场观赏各类体育比赛的门票和业余时间参加各种体育项目培训费用等，并且男女生的娱乐型体育消费能力存在显著性差异($p=0.001$)□男生在娱乐型体育消费能力上大大优于女生。这些数据说明娱乐型体育消费在xx市高职院校大学生中所占比例较低，需进一步拓展他们的娱乐型体育消费水平。

4. 高职院校学生体育消费水平

5. 高职院校学生体育消费项目

根据访问调查□xx市高职院校大学生选择体育活动的项目中，多数青睐球类和健美类项目的体育健身活动。其中男生参与的体育项目按选择人数的多寡依次为：足球、篮球、羽毛球、网球、跆拳道等，女生分别是：瑜珈、体育舞蹈、羽毛球、游泳、网球等。在选择这些项目进行体育活动时，由于身在学校的学生可以免费使用学校的体育场地和器材，加之学生在上体育课的过程中也能学到较多体育技术技能，因此高职院校大学生在发生体育消费行为时，主要体现利用业余或假期时间在校外的诸多社会经营场所的体育消费行为，例如，在收费场所打羽毛球、篮球，以及跆拳道训练等等，而在学

校进行体育项目消费亦仅限于不满足体育课获得的体育信息量，或者本校不开设此项体育课程，学生转而借助学校体育设施并聘请体育人才以实施收费的形式进行体育健身。此种体育消费方式构成了校内高职大学生体育消费的主要部分。这有力佐证了高职院校大学生虽然体育消费项目种类繁多，但校内体育消费意识薄弱的事实。

第一，高职院校大学生体育消费人数男生明显高于女生，男生对比女生的体育消费行为更加积极活跃，这一结果与现场访问调查相吻合。

第二，体育消费结构一般分为实物型体育消费和娱乐型体育消费。据统计资料显示□xx市高职院校大学生实物型的体育消费主要包括体育服装、运动鞋袜、体育音像产品，以及体育报刊等产品，实物型体育支出占据了高职大学生体育消费的绝大部分，构成了目前大学生体育消费结构的主流。

大学生恋爱消费调查报告调研目的和假设篇十

一、前言：作为一个特殊的消费群体，在引领消费时尚、改善消费结构等方面起着重要作用。我要旨在通过对当前**学院大学生的消费状况的调查，得出21世纪初的大学生的消费构成、消费差异和影响其消费构成的主要因素，以解读当前全国高校大学生们的消费理念和消费心理等。

三、调查现象分析：通过调查我们发现，大学生的消化费主要有四个方面组成：

一是学习消费(包括学费、考证费、电脑等)；

二是基本生活费(包括吃、穿、住、行)；

三是娱乐休闲消费(包括休闲、健身、娱乐等)；

四是人际交往消费(包括朋友往来、恋爱)等。(大学生消费构成统计表, 略)

数据显示, 大学生食物方面的支出占41.0%, 衣物方面支出占35.5%。休闲娱乐方面的支出占4.3%, 与学习相关的支出占6.1%。从中我们可以看出, 大学生基本生存需要的消费有所下降, 改善学习的消费有所提高, 精神文化需要的消费处于上升阶段, 并呈现出个性, 即追求自己的生活目标方面的消费开始上升。通过调查我们还可以看出消费多层次化的现象, 其中, 40.0%的学生月消费在350—500之间, 21.3%的学生在500—650元之间, 高消费群体(800元以上)为10.2%, 低消费群体(200元以下)为9.1%, 低消费群体的比重与高消费群。

四、几点建议: 加强引导, 使之树立合理的消费观念, 培养其节约意识, 避免过度消费, 同时还要重点加强大学生的心理健康教育, 形成良好的心理状态。