

消费情况调查报告(精选5篇)

报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。那么报告应该怎么制定才合适呢?下面我给大家整理了一些优秀的报告范文,希望能够帮助到大家,我们一起来看看吧。

消费情况调查报告篇一

本文目录

1. 消费情况调查报告
2. 大学生消费情况调查报告总结
3. 大学生的消费情况调查报告
4. 关于在校大学生奢侈品消费情况的调查报告

随着经济的发展和生活水平的提高,人们的消费观念发生了很大的变化。大学生,作为即将步入社会的特殊群体,其消费情况已经不容忽视,消费心理和消费行为也受到越来越多的社会关注。为了了解大学生的消费情况,找出影响其消费行为的因素,从而引导非理性消费,帮助大学生树立正确的人生观和价值观,我们通过发放调查问卷和采访的方式,对天津商业大学大一、大二、大三、大四的学生进行调查。

本次调查共发放调查问卷400份,其中有效问卷360份,有效率为90%。通过调查结果显示,大一、大二学生消费情况比较相似,大三、大四消费情况有一定的趋同性。

调查结果显示,每月生活费用在900元以上的占30%,每月生活费在600-900元的占50%,每月生活费在300-600元的占18%,月生活费在300元以下的占2%。这些学生中生活费主要用于:饮食、购买衣服、手机费、恋爱、购买学习资料。其中这些

大学生生活费的主要来源94%靠父母提供，4%靠做兼职，2%靠奖学金，0%靠其他途径取得生活费。

1. 饮食消费

饮食消费是大学生每月生活费用的主要支出，其中有定期聚餐的学生占80%。大一、大二学生由于功课比较少，没有考研和就业的压力，因此与同学聚餐，交流感情，成为大学生活中比较重要的一部分。被调查的学生中，每次聚餐费用超过90%的学生每次聚餐费用在150元以上。

2. 购买衣服消费

“爱美之心，人皆有之”，大学生对自己着装的要求也越来越高。30%的学生每月用于购买衣服的费用在200元以上，46%的学生用于购买衣服的费用在150-200元，20%在100-150元，4%在50-100元，0%在50元以下。越来越多的大学生追求名牌和档次，希望自己受到更多的关注。女生买衣服的宗旨一般是款式时尚，有个性，有档次，而且买衣服的次数很频繁，大多数衣服只要不喜欢就不会再穿了。男生则不同，大多数学生每月买衣服的次数不多，但费用却很高。在调查中“当您进行某项消费时，考虑最多的因素是”，60%的学生选择该商品的档次. 希望自己在群体里受到更多的关注，和自己的同学攀比，是越来越多大学生的消费心理。

3. 手机费

调查结果显示，40%的学生每月手机费在50-100元，26%在100元以上，20%在30-50元，13%在30元以下，1%没有手机。其中这些学生的手机费用大部分用于发短信和上网费用。“老师讲课的质量直接决定这个月的流量”，很多学生本末倒置，在上课时间，用手机上网，浏览网页。但这些学生并非查阅与学习有关的资料，而是和好友聊天和看qq空间。大一、大二的学生专业课较少，像形式与政策、马克思课等便成了这

些大学生“休闲和娱乐之地”。

4. 恋爱消费

大学生中恋爱消费的比例不断上升，无论社会还是学校，都对大学生恋爱采取认同的态度，部分学生家长甚至鼓励孩子去谈恋爱。在问卷中，“您每月与恋爱相关的支出是多少”，70%的学生每月恋爱支出在200-300元。但这些学生中生活费都是来源于父母。

5. 购买学习资料的费用

调查结果显示，“您每月用于购买学习资料及用品的费用是多少”这一问题中，70%的学生在50元以下，20%的学生在50-100元，6%的学生在100-150元，3%的学生在150-200元，1%的学生在200元以上。大一、大二的学生还没有明确自己的人生目标，对于学习的投资还比较少。

与大一、大二有所不同的是，大三、大四学生在学习资料方面的投资要远远高于大一和大二学生。大三、大四的学生多数为自己设定了确定的人生目标(考研、攻读各种资格认证、英语过级考试等等)。调查结果显示，70%的学生用于购买学习资料及用品的费用在150-200元，20%的学生在200元以上，10%的学生在150元以下。在饮食消费方面，大三、大四学生比大一、大二学生少，大部分学生都选择在校内食堂就餐，聚餐情况较少。此外，大三、大四学生的手机费用也比大一、大二学生少很多，原因在于大部分大三、大四学生有电脑，很少用手机上网，而且上网大多数是查阅与学习相关的资料。

在大学生消费中，理性消费和非理性消费并存。

1. 大部分大一、大二学生存在非理性消费的现象。聚餐、恋爱、追求名牌和时尚是永不过时的话题。作为大学生这个阶

段，大学生的交友动机十分强烈，人际关系网更宽，外出、聚会、出游等活动也越来越多。而这些都需要有一个相对足量的物质基础作为保障，并能够为自己所支配，才能得以实现。大学生应搞好人际关系没有错，但把大部分费用用于请客吃饭的做法实在不可取。大学生在恋爱方面的投入也很多，大学生恋爱呈现两方面的特征：一方面他们拥有独立的思想 and 行为能力，希望自己安排自己的事情，但同时大部分大学生又都没有独立的经济能力，不得不在一定程度上依靠家长；另一方面，在大学里，许多人认为“大学恋爱是一门必修课”，甚至有家长鼓励自己的孩子去恋爱。但是，大学生们在恋爱过程中的消费通常多是缺乏理智的、冲动的。同时，随着时代的发展，大学生在恋爱中的消费数额也在逐年增加。每个月少则几百元，多则上千元。这笔消费在大学生每月消费中占据着很大的比重。虽然大多数的大学生承认，为了追求情感需要一定的物质投入。但在现实中，却经常的难以理性把握适度消费的原则。大学生站在时代的前沿，追求新异，唯恐落后于时代的潮流，从而引起一大部分非理性的互相攀比消费。大学期间，有着强烈的被尊重的需要，害怕自己的着装和生活质量被同学嘲笑，所以靠穿名牌、请客吃饭来显示自己的生活档次和追求。这是自己的“虚荣心”在作祟。而攀比心理则是由好胜心引起的，同学穿什么牌子的衣服，自己就一定要买，不管这件衣服有多贵，这是一种缺乏自信的表现。这些学生很自卑，常常觉得自己不如别人，靠攀比来填补心理的空缺。

2. 大三、大四学生中理性消费是主流。他们更多的注重改善自身的学习条件，满足对于精神文化的需要。根据调查显示，70%的学生用于购买学习资料及用品的费用在150-200元，20%的学生在200元以上，10%的学生在150元以下。经过2-3年的大学生活，这些学生已经明确了自己的人生方向，把大部分的经历用于加强自身能力锻炼和提高自身的文化修养上面。其中，大三、大四学生中考做兼职来满足自己生活的学生要远远多于大一、大二学生。他们把兼职当做锻炼能力和将自己所学的理论知识应用于实践的良好机会。

1. 增强独立意识，克服攀比情绪、攀比心理的形成。首先，应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。可通过心理咨询、课外沟通的方式与学生进行交流，以遏制部分学生的攀比心理和近乎失控的消费。

2. 加强“新消费理念”的引导和教育、在大学校园形成良好“新消费”氛围。

面对大学生的消费现状及消费教育的误区，作为学校，应该主动地加入到倡导、宣传、教育“新消费运动”的队伍中来，重视对学生进行“新消费理念”的培养及教育，加强对大学生“新消费理念”的指导力度。将“新消费教育”作为一项科普知识纳入学校基础教育、素质教育中，列入学校的教学计划中，向大学生倡导“健康、节约、环保、责任”的新型消费理念，倡导合理、适度的消费行为和消费模式。以扭转大学生消费中错误的价值观和消费方式，使他们作为消费者，在消费行为中能够具有目的性、计划性和责任感，学会科学消费、理性消费。

3. 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。

总之，大学生是国家未来消费方向的引导者，帮助大学生树立正确的消费观念，从而形成正确的世界观和价值观应是当今学校教育的重要内容。如何引导当代大学生树立正确的、健康的消费观念是摆在大家面前的一难题。同样大学生消费市场随着经济的发展，高校的大规模扩招而越来越显示出它的重要性，大学生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 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共同努力，大学生消费才会朝健康方向发展。

消费情况调查报告（2） | 返回目录

随着我国经济的不断发展，我国的国民收入与国民支出的不断增加。大学生作为一特殊的消费群体，在消费上呈现出许多自身所独有的特点，这一状况的出现受多种因素的影响，当然也与大学生自身存在的消费观念密不可分。为了了解当代大学生消费的真实现状，我们从生活费用的来源、分配及利用状况，购物心态，消费水平和急停收入状况等方面，进行了一次“大学生消费情况调查”。

使大学生认知自己的行为的对错，提高意识且提出适应的政策。

另外我们也对大学生消费的状况以及心理因素作了相应的调查，并从社会原因分析了大学生消费的外在因素。最后，由于大学生属于心理，生理，社会经验的转型期，正确引导他们的消费观念也是非常重要的。通过本文的调查分析，我们希望能给广大的大学生消费者提供有意义的帮助和指导。

调查时间：

调查地点：

调查对象：贵州大学南区在校本科生

我们的调查问卷内容主要有王威力提出，有其他三位成员审查修改。在分发调查问卷时我们分工合作，分发近二百张调查问卷。并由分发人员收回。小组讨论研究调查问卷的数据总结和分析。经过近一周的时间将调查问卷整理完毕。由小组讨论调查报告侧重总结的消费问题的哪些方面。最后由袁

莉执笔完成调查报告。小组分工明确，配合默契，大大提高了工作效率。

正文：

当前不断变化的市场中，大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越多的关注。由于大学生年纪轻，缺乏经验，充满青春的活力并同时具备了一定的购买能力，因而他们有着不同于社会其他消费阶层的群体的消费心理以及行为。首先大学生有着比较旺盛的消费需求，而反观另一方面，他们尚未获得经济上的自主与独立，消费受到家庭准许的很大的制约。消费观念的超前以及消费实力的相对滞后，是这一群体不同于其他群体的问题所在。为了更加清晰的了解这个问题，我进行了对大学生消费状况的一次调查。

这次问卷共发放183份，收回有效问卷166份。以身边同学及朋友为主要调查对象。

1. 经过问卷调查，有7%的同学一个月的生活费标准在1000元以上，而500-1000元及300—500元的人数占了相当的比例，这一结果和我预先的想象相差不多，说明我们学校的学生普遍消费能力在周围学校大学生也占平均水平地位。

2. 关于支出的具体内容上我们看到，用于饮食及娱乐两项的结果分别占了前两位，而选择用于通讯的支出与用于交际的花费的人数基本持平，并有具体数我们可以看出，越来越多的同学把相当多的钱花在了娱乐享受以及与人的联络沟通之上，这说明饮食上的消费比重正在日益的降低当中，相比之下，现在的大学生用于学习方面的钱实在是非常的少，这跟不良的学习风气以及社会的影响都有密不可分的联系。

3. 送第三题的调查结果中我们可以看出，当代大学生的经济来源85%左右仍然是来自家庭父母的供给，当然也有很多的学生选择了走出校园，挑选了一些自己力所能及的工作作为兼

职，这除了贴补自己的花费外参加更多的社会实践也是促成这点的重要原因之一。还有部分人是利用学校的助学金和奖学金供自己的生活费用。

4. 在第四题中我们不难发现当代大学生对于消费的认识还是很浅薄的，有很多是消费冲动型，见什么好自己喜欢什么就买什么。当然也有相当一部分人是经过精打细算只买自己的学习和生活中的必需品。我们应该向这些同学学习。

5. 在第五题中，关于网络购物的问题则让我们对大学生现今的消费有了更加全面的了解。我们发现，几乎大部分的学生都进行过网络购物的活动，虽然在具体数额上差距还非常大，但这确实清晰的预示了网络购物在未来无法阻挡的发展趋势。

6. 在第六至九题关于大学生消费习惯的调查中，我们发现具有以存钱、记账为代表的良好的消费习惯的学生数量占的比例未达到三分之一的比例，而有下一阶段消费计划的人数也不足二分之一，而对于自己的消费大多数同学则表示没什么感觉，只有小部分人总结为比较节俭。我们不难总结出目前学生们的科学消费意识还很淡泊，对于自己消费的管理还是存在很大的疏漏。

综合以上的结果我们可以看出，大学生虽然作为一个特殊的消费群体，但有着自己已具备规律的消费结构、习惯以及发展方向，只要我们能够冷静分析，必然能够更加理性的控制自己的消费。

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。

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。

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：

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。

消费情况调查报告（3） | 返回目录

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xx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.

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.

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.

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、图书馆三点一线的单调生活. 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,要是这个“大头”加上,来自父母的比例将更高,可以说,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.

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.

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.

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.

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.

消费情况调查报告(4) | 返回目录

随着经济社会的纵深发展,在大众传媒影响力日益扩展的背景下,当代大学生作为社会中一个比较特殊的消费群体,具有比较特殊的消费心理.他们既是当前消费主体之一,有着

独立的消费意识和消费特点，也是未来中国消费的主力 and 消费潮流的引导者，他们的消费观念更为直接的受到名人/影视作品等的影响。大学生针对奢侈品的消费特征通常被认为具有双重性：一方面，他们在占用社会资源方面居于劣势，经济能力尚未独立，消费受到很大的制约；另一方面，又有着旺盛的消费需求和相对超前的消费观念。这两方面的矛盾使得他们的消费行为存在不少问题。大学生的奢侈品消费状况、消费观念与消费模式，对未来我国经济的发展，奢侈品消费文化的构建都会产生极其重要的影响。为真实了解当代大学生奢侈品的消费水平、状况，把握大学生奢侈品消费的心理特征和行为导向，培养大学生形成科学、理性、文明、责任的新消费理念，促使他们成为“新消费运动”的践行者、推动者，具有积极的现实意义。

大学生消费问题正逐年为高校及国人所重视，作为收入很少的学生群体其购买力却在逐年增加，奢靡攀比之风日益增长，其消费结构和消费能力是否合理发人深省，我既是以此为出发点，以问卷调查及采访等形式确定“高校大学生奢侈品消费情况调查与分析”为课题的社会实践，其意义和目的在于通过对部分高校的实地调研及调查、研究、分析。

为了对大学生奢侈品消费情况有比较全面准确地了解，我们开展了研究。并对商丘工学院在校大学生进行了奢侈品消费情况的问卷调查。本次调查共发放问卷45份，收回有效问卷45份，有效率为100%。其中男性大学生占53%，女性大学生占47%。

调查问题主要包括客观选择题，设计费的经济来源、月消费状况、消费支出情况及其消费观等多个方面。旨在让同学们了解当代大学生的消费、理财。本次调查虽然抽样比例较小，但我们可以窥一斑而知全貌。

在关于在校大学生月平均花销状况一栏的调查中，600元以下的有12人；600-1000元的有13人；1000-1500元的有12人；1500

元以上的有4人。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。

在支配生活费方面，有7人认为自己很节俭；16人认为自己刚好；15人认为自己有些浪费；而4人认为自己严重超支。在购买奢侈品资金来源方面，有16人是自己挣钱购买；9人家长购买；8人有活动奖励经历；12人属于其他来源。据了解，在购买商品时，大学生们首先考虑的因素是价格和质量。这是因为中国的大学生与国外的不同，经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，这使我们每月可支配的钱是固定的，大约在300-800元之间，家境较好的一般也不超过1500元，而这笔钱主要是用来支付饮食和日常生活用品开销的。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”，我们会尽量搜索那些价廉物美的商品，但也有一部分同学追求时尚会购买一些奢侈品。无论是在校内还是在校外，当今大学生的各种社会活动都较以前增多，加上城市生活氛围、开始谈恋爱等诸多因素的影响，我们不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，我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，但质量显然是我们非常关注的内容。

在购买类型方面，冲动型的占38%，理智型的占44%，盲目型的占18%，这说明大学生并没有完全清楚自己的消费结构和状况，没有这个习惯的制约，使大学生的盈亏状况不同，见到热衷的东西，半数以上的人却表现出较弱的自我控制性。当然毕竟是同龄人，消费中自然也表现出了不少相同点。

据调查，37.40%的同学在拿到一个时期的生活费时，不会做什么安排，随意取用。占调查调查人数的大多数大学生无预期的计划和目标。从未思考过钱应该怎么花、花多少，而且消费的随意性很强，面对有奖销售、打折等促销手段容易冲动，不知不觉就把钱都花了。在调查中，只有24.39%的大学

生选择先存一定数额的钱，剩下的当作此时期生活费，所以说大学生储蓄观念并不强。

由调查不难看出，城镇比乡村的大学生消费要高些，但这主要决定于城乡传统的家庭收入落差，由此可以看出制约其消费的是家庭经济状况。另外，城市大学生遇到自己想买东西但没钱会向家里要或找朋友借，而农村大学生则干脆不买或存钱自己来买。这是个值得深思的问题，对不同物品的选择反映了其不同的心理。在对消费的态度和顾虑方面，“农村”大学生的行为也体现了中国的老话“穷人的孩子早当家”，他们消费原则多是能省则省，10人一个月要进行一次奢侈品的消费；13人三个月会进行一次；9人一年进行一次；也有13人要经过长久的计划后才会做出是否要进行消费的决定。

我组也同时采取了访谈法的方式进行调查，对大一同学进行随机采访。我们其采访内容包括月平均消费水平、经济来源、消费用途、消费习惯、奢侈品消费理念以及对自身奢侈品消费的看法等。通过调查得知，他们平均一月消费大约在550元左右，这其中包括了日常生活用品、伙食费、零食费、电话费、交通以及上网的费用，其中三分之一人并没有用于奢侈品的花销。这是一种良好的消费心态，他们对消费奢侈品的看法是要坚持勤俭节约，该买的就买能省的就省，不买奢侈品，“科学消费”“绿色消费”。

其一，价格、质量、潮流是吸引大学生消费的主要因素

其二，社会建设范畴中缺少大学生勤俭节约生活消费观的内容。

其三，大学生深受社会影响其深、大部分学生消费属理性

(一)在校大学生奢侈品消费结构的特性：

1)奢侈品消费结构的地区不平衡性

2) 年级不同而导致奢侈品消费观和消费结构的不同

3) 性别不同导致奢侈品消费结构的差异

(二) 大学生奢侈品消费结构中存在的问题:

1) 消费差距拉大, 出现两极分化

2) 奢侈品消费结构不合理, 存在攀比心理

3) 人际交往奢侈品消费增多

4) 奢侈品消费趋势的不合理性 (例如: “攀比心理作怪”)

针对大学生奢侈品消费结构中存在的问题, 我们应从以下四个方面进行改善和解决: 社会方面、学校方面、家庭方面、个人方面。

(一) 社会方面

相对于发达国家而言, 我国大学生的理财仍是一个非常薄弱的环节。大学生作为独立的个体, 持币的额度越来越大, 支配金钱的空间愈来愈宽泛。然而, 对于大学生而言, 一方面他们绝大部分人还不能拥有更多的金钱, 另一方面他们的消费欲望则越来越大。可这二者之间的矛盾以及理财观念的淡薄, 通常使他们对待金钱没有一个正确的认识, 对于科学理财更是知之甚少。

(二) 学校方面

学校重视培养大学生正确的消费意识和理财观念社会:

(1) 学校可设立专门的理财教育课堂, 对大学生的消费观念和消费习惯进行辅导和培训, 让他们早日树立正确科学的理财观念。

(2)对追求时髦和赶潮流的学生，应给予高度重视。

(3)对于贫困的学生，学校要多关心，多提供勤工助学岗位，多关注生活状况，学习状况。给予帮助，不歧视，塑造和谐校园生活。

(三)家庭方面

家庭应变“无私奉献”为“适度供给”，父母扩无私奉献’助长了有些大学生奢侈浪费之风。过分溺爱，导致自理能力低下，过分依赖他人。做到勤俭持家。

(四)个人方面

强化大学生自身的管理和监控

(1)钱要花在刀刃上。

(2)学会记帐和编制预算。

(3)遵守一定的生活消费和理财原则。

(4)严禁杜绝攀比、追星、过分追求时尚与个性。

通过这次调查，我们基本掌握了当代大学生奢侈品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。但离散趋势明显，个体差异大，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。在以寄生性消费为主的大学生中，培养独立的理财能力、科学的价值观和信用概念应是当务之急。总之，我们希望所有大学生都能静下来想想自己的消费合理吗，有多少用于购买奢侈品，这些奢侈品对我们有什么积极意义吗?更希望社会各界都能从实处关心大学生，用社会的力量引导大学生健康合理的奢侈品消费，为我们未来栋梁的茁壮成长保驾护航。

消费情况调查报告篇二

调查报告是对某一情况、某一事件“去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里”的分析研究，揭示出本质，寻找出规律，总结出经验，最后以书面形式陈述出来。下面是小编为你带来的春节消费情况调查报告，欢迎阅读。

xx年春节将至，在这个传统而又重大的节日里，喜欢热闹、喜庆的家乡人民会选择怎样的方式“过大年”呢?他们的年夜饭会在哪里吃?哪些消费领域最能吸引人们的眼球?今年的“黄金周”是否依然金光灿烂?孩子们的消费方式又有哪些不同呢?有人说：“这一年的辛劳赚来的钱，正是为了欢渡春节。”所以也就是说，这是一年中花钱最多的一次节庆。于是，趁势我就春节消费情况进行了一次调查。

在调查中，大人们的消费投向可谓五花八门，各种方式都在选择之列。不过，购置衣服以微弱票数胜出。其次是餐饮，再次是送礼，接下来还有文化娱乐、压岁钱、购置日用品、旅游等。

1、新年就要穿新衣

春节期间购物往往是一些女士在节日期间的首选。在一家公司上班表姐告诉我，她们这些职业女性因为工作关系平常难得凑在一块，刚好利用休假时光快快乐乐地逛街购物。据了解，有表姐这样想法的大有人在。一些职业女性和家庭妇女平常都是没有充足的时间逛街购物，春节的休假正好可以弥补。一位平常只在家围着老公、孩子干家务的阿姨说，“往常在家里就是围着灶台、洗衣机转，根本没有自己的时间。现在他们都放假了，我也要放松放松，买几件称心的衣服好好地打扮打扮自己。”另外，给爱人、孩子添置新衣，也是春节女士们不可缺少的“工作”之一。

2、民以食为天对很多人来说，春节活动基本上围绕吃进行。

家乡人春节期间在食品方面到底要花多少钱呢?世纪联华的一位收银员告诉我,大概在节前20多天,超市就进入销售高峰,顾客一次购物花费大多在200元至600元之间,有不少还上了千元,卖出去的东西绝大部分是食品。“有一次,一个五口之家买了1000多元的食品,装了好几辆手推车,他们的孩子还吵着说不够呢。”收银员笑着说。在购买食品方面,我了解到,有以下几种食品几乎成为了家家必备的。有各类小食品、糖果、瓜子、饮料、葡萄酒。但是除了葡萄酒所占花销较大,约达到六七十元外,其余各项基本在三四十元左右。

餐饮消费也是家乡人民春节的一大消费支出之一。对多数人来说,春节期间走亲串友是常情,既然是走亲访友那就免不了吃吃喝喝,我从家附近的一些酒楼了解到,今年春节从三十到正月初五的酒席早20天前甚至更早就被预定一空。一家酒店的大堂经理告诉我,在他们这预定酒席的平均消费大多为六七百元,有些还超过千元。“民以食为天嘛,何况还是过节呢。”

在酒店消费的市民大多是图个方便,不愿亲自下厨,但也有不少人为追求家庭气氛,在家里设宴招待亲友的。家住红星小区的王先生说,“大过年的,亲朋好友聚在一起不就是图个开心嘛,犯不着上酒店花那冤枉钱。”

3、送礼开销过大亲戚朋友互相拜年,自然少不了送礼。如今,送礼已经成了过年支出的很大一部分,有的家庭甚至超过了吃的支出。我对运河小区的一些居民进行了随机调查,过年的人情消费最多超过5000元,最少的也有近千元,这其中包括给亲朋好友的礼品、礼金,给孩子的压岁钱等。

一位吴先生说,一年只过一次年,亲戚朋友间总要是走动一下的,又不能空着手去,现在的人品位高了,送低档的东西显得寒酸,给每个孩子的压岁钱就不能少于200元。粗粗算一下,春节期间送礼的钱就达到xx多元。其实,春节人情消费的增加只是一个缩影,不仅是春节,就是平时,人情类的

消费也占了人们消费中的很大一部分，成为一项很主要的消费。

随着家乡城镇居民收入和消费水平的不断提高，人情消费也在不断上档升级，礼金数额水涨船高。人情类消费的增加也成很多人的沉重负担。一位去年春节期间人情类消费达到3000多元的李先生无奈地对我说：“人情费超过了小孩学费，面对众多的人情费，我真的有点捉襟见肘。”

从调查中可以看到，人们习惯将白酒作为馈赠亲朋好友的礼品，选择白酒送礼的家庭比率达69%，平均送礼金额中也是白酒最高达到143.94元。

4、快快乐乐春节游近年来，春节游一直很火爆。我在市里的一些旅行社了解到，一些旅游线路基本排满。在春秋旅行社报表上，大年初一和初二的海南游已“满座”，而前来咨询的市民仍是络绎不绝。

“如果天气晴好的话，外出旅游的人还会多些呢。”一旅行社工作人员告诉我。对于很多人来说，春节是个团圆的日子，也是游玩的日子，一位熊先生说：“我挺喜欢旅游的，但不知道春节期间天气怎样，如果天气不是很坏，带着亲戚朋友一起自驾游也是件快乐的事。”

调查显示，在旅游形式上，57%的人选择随团出游，43%的人选择自助旅游。在地点上，广东、厦门、深圳、云南等气候宜人的南方和气候相对寒冷的北方城市(如哈尔滨、长春等)最受欢迎。在境外游方面，香港仍是许多人的首选。

1、春节打算在哪过？

相对于“五一”、“十一”、元旦等节假日，调查显示春节是最深人关注的节日。在被采访者中，83%的人认为，在所有节日中，春节是最重要的，也是必须要过的一个节日。53%的

被采访者表示要在家度过春节，16%的被采访者表示要以旅游的方式度过春节，27%的被采访者表示要以走亲访友的方式度过春节，有4%的被采访者称，他们会以知识充电或健身的方式度过春节。

2、年夜饭在哪里吃？

饭，48%的消费者预计消费在1000元以下，21%的消费者预计消费在1000~xx元，13%的消费者预计消费xx~3000元，有8%的消费者称，他们的预计消费在3000~5000元，有10%的消费者打算在年夜饭这一项上花费5000元以上。我在我市一些三星级酒店了解到，酒店推出的1666元、2888元的年夜饭在除夕之前约十天就被订购一空，且比去年预定量要多出10%。而“豪华级”的6666元、8888元年夜饭的预定量较比前几年有所下降。这说明了人们在生活水平提高，消费观念改变的同时，已经初步养成了节约的习惯，不再刻意追求“天价”带来的那份虚荣，而是选择过一个富裕而不浪费的春节。

3、春节应当怎样过？

春节是中国人的传统节日，而如今那浓浓的年味似乎越来越淡。在对待春节的态度上，有63%的人认为现在春节年味太淡，缺少传统文化，希望能过一个传统型的春节，16%的人认为现在的春节简单轻松，比传统春节要好，据我了解，这么认为的大多数是年轻人，另有21%被采访者认为现在的春节和“五一”“十一”长假没有什么两样。我市今年举行的“运河之都”文化庙会，集民俗风貌、文化演出、传统小吃、特色饰物于一体，成为百姓过年消费的一大去处，也是今年市民欢度春节的方式之一。在庙会上我了解到，百姓对这种过年的方式十分满意，认为这种在城市里少见的庙会不仅让人了解到本地的传统文化，还使这个春节变得年味浓浓，对于小孩子来说这也是一个让他们真正了解春节传统的渠道。在城市里举行庙会，不仅拉近了城乡间的距离，更为市民提供了消费好去处，也给更多的商家带来商机。

4、过年送礼送什么？

69%的被访者表示春节送礼会选择白酒，27%的被访者表示会选择一些保健品送亲友，极少数被访者表示会选择其他有意义或对方真正需要的礼品。由此可以看出，春节送礼还是停留在送传统礼品上，并没有深入实际的考虑。

5、压岁钱该怎样花？

随着百姓生活水平的提高，孩子们的压岁钱也是越来越多。那么，这些交到孩子手里的钱，是怎样花的呢？我在家附近的第八中学对初中学生作了调查。调查发现，近八成中学生的压岁钱在800元左右，超过1000元的和低于500元的在少数，极少数的学生压岁钱在1500元左右。他们的压岁钱主要用于以下几个方面：用压岁钱上网，买游戏卡，为自己添置新衣服及饰物，买平时就喜欢的图书，购买高档文具，请同学一起去吃肯德基、德克士等洋快餐。调查中，很少有学生提出会把压岁钱捐给希望工程或贫困家庭，但经我提醒，有不少学生表示会考虑这么做。由此可以看出，家长对学生平时的教育在这方面还是有所欠缺。

消费情况调查报告篇三

酒店市场竞争日趋激烈，各个消费群体都成为酒店争夺的客源，以下是小编为大家整理的酒店消费情况调查报告相关资料，欢迎阅读！

近些年随着学生群体消费能力的提高，入住度假型酒店的学生群体也呈上升趋势，针对这一情况，我们随机调查了学生群体的消费行为，以期了解学生群体对度假型酒店的消费需求。

图1

我们随机调查的学生群体中女性占85.71%，男性有14.29%，其年龄基本在18岁--24岁之间，其中本科学历占总比例的92.86%，专科学历的占总比例的7.14%。在调查报告中如图1所示，在调查的消费者中超过八成的学生因旅游外出入住度假型酒店。

图2

学生群体消费者在考虑入住度假型酒店时更关注哪些因素呢？问卷调查中如图2所示，超过四成消费者把安全卫生放在考虑的.第一位，其次是地理位置、价格和知名程度。

图3

对于度假酒店的预定方式调查中如图3所示，半数学生群体消费者通过网络预订酒店，其次是口头预定和电话预订，而只有7.14%的学生群体选择通过旅行社预订酒店。互联网的普及改变了消费者的消费习惯，而学生群体作为互联网的主力军，大部分选择通过网络预订的方式也合乎情理中。

图4

在了解度假型酒店信息渠道的调查中如图4所示，超过三成学生群体通过媒体广告了解到酒店信息，其次是旅行社介绍。可见铺天盖地的媒体广告宣传还是有一定效果的。

图5

在对度假型酒店入住满意度调查中如图5所示，超过四成学生群体表示温馨如家，三成学生群体表示只是个住的地方，14.29%的学生则认为度假型酒店满足了宾客的个性需求。

图6

在入住酒店时间上如图6所示，71.43%的学生只入住一个晚上，只有近2成的学生入住两到三个晚上，四晚及以上的学生基本没有。

图7

在酒店用餐方面如图7所示，三成学生不会再酒店用餐，超过两成学生用餐一到两次，在支付方式上71.43%的消费者使用现金支付，只有28.57%的学生使用信用卡支付，这和学生群体信用卡普及度不高有关。

学生群体入住度假型酒店的比例有所提高，这对于酒店来说也是一项利好消息，但学生群体毕竟消费能力有限，如何通过提高个性化服务，提高学生群体的消费满意度，还有挺长的路要走。

消费情况调查报告篇四

1、熟悉调查的过程，掌握学习的方法，了解独有的中国传统文化（最具文化内涵、传统魅力和凝聚力的春节），有利于提高自身文化素养和爱国主义精神。

2、将成果广而告之，以此强调中华民族传统文化的悠久，并做好宣传，动员全民弘扬民族文化。

主要采用上网调查、个别采访。

中国传统的春节给了人们一份浓得难以化开的情，一种经年酿造的浓厚的味。这就是生养我们的“文化之根”。传统的春节，融入一种文化的意境、文化的象征，并担负起一种文化的功能：

一、辞旧迎新，打上一个人生的结，分开过去和未来；

二、祭祀，缅怀祖宗之德，承继先人之志，融通天地万物，祈盼人生幸福；

三、宗亲礼仪往来，安排人生秩序，联络世代亲情，找到个人定位，担负社会责任；

四、民间娱乐，扩大社会交往，播撒传统文化，渲泄感情之波，体味生活之乐。

春节成为中国传统文化的载体，代代相传，蕴藏厚重的含金矿藏。宋代王安石曾作《元日》诗云：“爆竹声中一岁除，春风送暖入屠苏。千门万户曈曈日，总把新桃换旧符。”

传统文化的积淀是历千年而不变的，春节固定的风俗习惯，有许多还相传至今。

腊月开始办年货：据中国传统，踏入腊月，已适宜办年货，除了买腊味、糖果外，生果亦少不了，其中苹果大吉代表平安大吉，橘子代表团圆。

年廿四谢灶：在灶头放齐供品后，便焚香敬拜，心中祈求来年衣食丰足及身体健康，之后烧衣及撒酒，最好将一些汤丸放在灶上，或将麦芽糖涂放在灶君碑的金漆字上，效果会更佳。年廿八洗邋遢：年廿八是清理家居的好时机，中国传统来说，这天一家人都要大扫除，祈求将往年的霉气及不如意通通扫走，而自身亦要洁净，据说这样做便可以消灾去病。

年三十晚要送年：年三十晚是一年的最后一日，这天具有感恩和团圆的意义。晚上，一家人聚首一堂吃团圆饭，都有鸡、有鱼、有菜，吃得丰富是年夜饭的特色。吃菜时，要由头吃到尾，代表长长久久，吃鱼则要故意吃剩一些，代表年年有余。吃过年夜饭之后，长辈发压岁钱，根据古时的民间习俗，用红线穿好的一百个铜钱，具有长命百岁的意思，而现在就用货币代替（钱一定是偶数，以求大吉大利）。除夕夜人们

大多守岁到天亮，为的是祈求双亲长寿。到子夜十二点正，开始放爆竹，庆祝新一年来临。

正月初一宜祭祖：年初一祭祖是很重要的习俗。在祖先神位上放一些糖冬瓜、花生糖及生果等，跟着一家人烧香诚心祭拜及烧衣。祭祖完后，晚辈向长辈互相拜年，拱手互相恭贺。此外，年初一不可扫地或倒垃圾，相传这样会送走财气，一些不吉利的话亦不能说，否则这年会不好运，亦尽量不要打碎碗碟或盆具，如真的不小心打碎了，就说例如「碎碎（岁岁）平安」或「落地开花，富贵荣华」等好兆头的话。

年初二妇女返娘家拜年：年初二是出嫁女而回娘家的时候，相传年初一回娘家，会令娘家变穷，所以要年初二才返回。此外，返娘家拜年亦不能空手，必须准备一些贺礼，如糖果或生果等。

年初三赤口：各人留在家中，不出外团拜，恐防招口舌是非。

年初四接财神：话说年廿四送神返天庭，年初四则是诸神由天界重返人间之时。送神要一大清早就开始，而接神则在初四下午才接。供品方面，三牲、水果、酒菜要齐备，并要焚香点烛烧金衣，以欢迎诸神重临人间。

年初五开市日：年初五可将供奉神位的供品收起。做生意的人可以拜神开铺，发红包，以求大家工作顺利，而一些过年的禁忌都可以解封，过回平时的日子。

另外还有，扫尘：“除陈布新”把一切穷运、晦气统统扫出门。寄托着人们破旧立新的愿望和辞旧迎新的祈求。

贴春联：将春联贴在门口，贴够八张，代表由头「发」到尾。

贴窗花：在窗户上贴上各种剪纸——窗花。烘托喜庆的节日气氛，也集装饰性、欣赏性和实用性于一体。

挂年画：寄托人们喜庆祈年的美好愿望。春天来临，万象更新，新一轮播种和收获季节又要开始。人们有足够的理由载歌载舞来迎接这个节日。念一遍寄托新一年美好愿望的句子，这时“福倒了”，真的“福到了”！希望在城市生活久了的人们在加快的生活节奏中还能记得这宝贵的传统文化，并将它传承下去。

消费情况调查报告篇五

了解中国春节有哪些习俗，这些习俗的由来，感受人们过春节时的喜悦心情和欢乐气氛。

XX

- 1、利用谈话的方式，询问长辈。
- 2、跟爸爸妈妈打理家务，亲自感受迎接新年的到来。

1、除尘

妈妈告诉我说：“‘腊月二十四，掸尘扫房子’，据《吕氏春秋》记载，我国在尧舜时代就有春节除尘的风俗。按民间的说法：因“尘”与“陈”谐音，新春除尘有“除陈不新”的涵义，其用意是要把一切穷运、晦气统统扫出门。除尘就是年终大扫除，家家户户都要清扫庭院，疏浚明渠暗沟，掸拂室内尘垢蛛网，清洗锅碗瓢盆各种器具，拆洗被褥窗帘等。年前打春时，各家再忙也得赶在打春前彻底整理一下室内外卫生，立春后就不可在打扫了，防止把新春的财气，新春的喜庆扫了出去。”

听妈妈这么一讲，我恍然大悟，原来这个习俗寄托着人们除旧迎新的美好愿望。

2、贴春联

腊月二十九这天，吃过早饭，我就和妈妈忙着贴春联和福字。

“妈妈，‘福’字为什么要倒着贴呢？”

“傻孩子，这是因为‘福’到来了。”

“妈妈，你给我讲讲贴春联的来历吧！”

原来春联也叫门对，春贴，对联，对子，桃符等，它用工整、对偶、简洁、精巧的文字描绘时代背景，抒发美好愿望，是我国特有的文学形式。每逢春节，无论城市还是乡村，家家户户都要精选一幅大红春联贴于门上，为节日增加喜庆的气氛。王安石“千门万户瞳瞳日，总把新桃换旧符”的诗句，说的就是这件事。每年春节，家家户户在门上贴上大红豆春联，更增添了喜庆气氛。

在民间人们还喜欢在窗户上贴上各种剪纸—窗花。窗花不仅烘托了喜庆的节日气氛，也集装饰性、欣赏性和实用性于一体。在贴春联的同时，一些人家要在屋门上、墙壁上、门楣上贴上大大小小的“福”字。春节贴“福”字，是我国民间由来已久的风俗。“福”字，指福气、福运，寄托了人们对幸福生活的向往，对美好未来的祝愿。

3、守岁

大年三十的晚上，我们一家聚在一起守岁，共同期待着新的一年到来。

爸爸说：“我国民间在除夕有守岁的习惯，我国至少在南北朝时已经有吃年夜饭的习俗。在这一夜连双岁，五更分二年。的晚上，家人团聚，欢聚一堂。全家人围坐在一起，茶点瓜果放满一桌，守岁从吃年夜饭开始，这顿年夜饭要慢慢吃，从掌灯时分入席，有的家人一直要吃到深夜。除夕之夜，一家老小，边吃边乐，谈笑畅叙。”

在这个激动的时刻，我们边看春晚，边吃东西，谈笑风生。

4、放爆竹

第二天一大早，哥哥就去点响了爆竹，“啪”“啪”……声音真响，我赶紧捂住了耳朵。

中国民间有“开门爆竹”一说。即在新的一年到来之际，家家户户开门的第一件事就是燃放爆竹，以哔哔巴巴的爆竹声除旧迎新。

相传此举是为了驱逐“山魃”。山魃据说是古时深山里的一种凶恶的独角鬼怪，但是它最怕声响，人们就用烧竹子的爆破声来吓跑它。有了火药后，人们就用火药装入竹筒，做成爆竹，后用纸质筒，也称爆仗或炮仗。到现代，人们已不相信什么“山魃”了，但还是习惯在春节放鞭炮，借以欢庆节日，振奋精神。所以，从大年三十晚上到大年初一清早，鞭炮声总是连绵不断。

5、拜年

新年的初一，人们穿着新衣，出门去走亲访友，相互拜年，恭祝兔年大吉大利。拜年的方式多种多样，有的是同族长带领若干人挨家挨户地拜年；有的是同事相邀互祝贺，称为“团拜。”

拜年时，晚辈要先给长辈拜年拱手作揖，祝长辈长寿安康，长辈可将事先准备好的压岁钱分给晚辈，据说压岁钱可以压住邪祟，因为“岁”与“祟”谐音，晚辈得到压岁钱就可以平平安安地度过一岁。

我们的春节习俗丰富多彩，当然不止这么几种，但唯有一个是不变的，它承载了人们对幸福生活的向往和追求。