

最新学生消费调查报告前言(大全6篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

学生消费调查报告前言篇一

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。

学生消费调查报告前言篇二

□

在现在物质经济高度发达的社会，大学生们追求物质消费，也注重精神消费。虽然说没有高素质的消费者，就没有完善的市场经济。但是，当代的大学生毕竟是一个特殊性质的消费群体，他们那种没有经济基础的消费再加上他们全方位的与社会接触，如果没有正确消费观的引导，后果将不堪设想。

根据某一地区大学生社会调查报告显示：

1. 来自贫困地区的学生家庭人均收入在300~500元左右，来自农村的学生家庭人均收入在500~800元左右，来自城市的学生家庭人均收入1000元左右。

2. 大学生的生活费90%源自家庭供应，仅10%是勤工俭学或是奖学金。众多家庭条件比较优秀的学生对打工争取生活费表示出无所谓的态度，他们中甚至认为大学生打工是件很丢脸的事情。

3. 7%的大学生每月的生活费是100~200元，而生活费在200~400元的人约占24%，400~600元的超过40%，600~800元占20%，800以上占9%。

4. 大学生每月生活费主要用于基本生活、通讯、上网、买衣服和交友，只有极小部分是用于购买书籍。

5. 75~85%的学生追求时尚和名牌。

6. 大约75%的学生每月有盈余，其余者或多或少都会有透支状况，甚至是负债累累。

7. 众多大学生心目中合理的消费状态认为只要够花就行，很

少有人会订出比较详细的消费计划使自己每个月有结余。

8. 超过70%的学生对现在的消费状况表示不满意，希望“月收入”能大于800元。

由此可以看出，当代大学生的理财能力普遍较差，花钱没有计划，经常借钱。他们大把大把的花钱，高度追求物质享受，尤其偏爱名牌商品。一部分人认为名牌产品质量好，可信度高，是财富的象征，又可以展示自我形象，因此将名牌作为财富和社会地位的象征，以个人消费和生活方式来评价他人和自己的价值。显然这部分人是进入了消费观念的误区：作为学生，我们还没有经济基础，所拥有的财富仅是父母的劳动所得，对一个依靠父母生活的人来说，我们对自己最好的证明是学业和素质修养，而不是外在的物质高消费。一切外在的东西都是他人提供的，而不是自己的。如果感觉到只有名牌才能证明自己，那么我想，这个时候大学生需要的应该不是名牌，而是对自己深刻的反省：父母亲挣钱多不容易，那点微薄的收入既要维持家庭正常开销，还要供我们上学。父母亲对待自己是吝啬的，不舍得吃、不舍得穿，而对待我们却是那么的慷慨，毫不犹豫地将一大笔钱塞到我们手中，希望我们在外吃好穿好，却不曾考虑是否要给自己买一件名牌衣服。

学生消费调查报告前言篇三

1. 总消费额统计结果表明，消费额主要集中在350??500和500??800之间，对于一个基本上的纯消费群体，我们觉得这个结果略低。我们认为，合适的人数分布峰值应该出现在500??800区间，其他区间应该符合正态分布，两种极限情况a[350以下)和e[1200以上)的选择较少，倒是符合正态分布规律。

2. 恩格尔系数由表中数据可看出，饮食方面支出居于350??450的人数最多，“吃饭消费”占总消费的比例较高，

因此，大学生这一群体的恩格尔系数较高，这可能是这一群体的特点。虽然考虑到，这一数据受限于我们学校的物价水平，并且与个人饭量的关系较大，但还是可以反映福州地区大学生消费支出的大概情况。

3、通讯开支随机问卷得到的结果，拥有手机的同学居然占到被调查总人数的三分之二强（这个数据尚有余地），可见大学校园手机的普及率之高。然后，在拥有手机的群体中，月花费高于100元的占到43%，已经接近一半。对于这部分人，按照每条短信0、1元，话费每分钟0、3元计算，月平均支出在250元以上，就意味着每天要打十几分钟电话或是发几十条短信，显然，这些不是都有必要的。也就是说，在手机消费方面，不理性、高开销的情况还是存在而且颇严重的。相比之下电话卡的开支就比较小了以我们的感觉，似乎大一的时候电话方面支出较多，而大二除了极个别人外似乎这方面的支出锐减，而我们的数据也基本反映了这个特点，月支出在20??50元和20元以下的分别达到78%，接近八成的同学每月都很少打电话，或每个电话时间较短。即使考虑到目前的手机普及率，大家这方面的消费还是比较的合理，这可能与在校生活平时时间紧张有关。

4. 打工目的方面最高的选项是增长社会经验，可以看出，大部分人做家教的目的不在于经济方面，而只是为增加社会阅历，由这点也可以看出大家普遍的经济状况较好，有足够的资金应付日常支出。但是，我们也应该考虑一下这些资金的来源，于是我们设计了下一个问题。

6. 自我评价结果显示，71%的被调查者认为花销较大，与自己的预期不符。可是，大家又一直保持着这种花费势头，这也算是大学生消费心理脆弱的一定表现。

学生消费调查报告前言篇四

现在的大学与社会已经没有了围墙，市场经济到处充满了诱惑，

学生们的消费观念受到极其重大的影响。调查发现，无论是从经济来源、消费结构，还是理念和水平来看，大学生消费都呈现出超前、实用、多样化等特点，值得高校教育工作者注意。大学校园内也正在形成不同层次性的消费群体，各自拥有不同的消费观念，不同的价值取向、思维结构、客观环境等对学生们的消费观念产生了重要的影响。

（一）价格、质量、品牌是影响大学生消费的三大主要因素。

调查过程中我们发现，尽管讲牌子摆阔气等社会风气已不可避免地浸染了校园，致使部分大学生受到影响，但大多数同学的消费还是较为实际、理性的。当问及“购买商品最注重因素”时，有57.61%的大学生选择了“质量”，有20.65%的选择了“价格”，有10.87%的选择了“品牌”。由此可见，价格、质量、品牌是影响大学生消费的三大主要因素。大学生的消费来源基本上都是父母，很多还处于“温饱”状态，没有太多额外的费用开销。所以其在买东西时必定先考虑到商品的性价比，然后才会做出合理的选择。但消费趋势是在慢慢变化的，许多同学的消费已经在向“小康”过度，越来越多学生加入高消费行列。

（二）大学生经济独立意识较为薄弱

当代大学生已经习惯了依赖父母，调查显示，只有38.4%的大学生做过兼职，当问及“做兼职的目的”时，有44.6%的大学生选择是增长社会经验，18.97%的大学生选择渴望独立，只有28.2%的大学生是为了补贴生活费，可见现在大学生的打工目的不单纯是为补贴生活费，减轻家里负担，而更多的是为增长见识，增加社会阅历，提高自己的生活质量等。绝大多数同学的生活费来自于父母，生活费收入相对固定，使得大学生形成了一种依赖心理，消费没有太大的顾忌，经济上处于被动。正因为这样，大学生往往会不约而同地发出同样的感慨：不知道自己的钱为何用得这么快，又是用在哪些方面了。当问及“一学期结束后经济情况如何时”，79.6%大学生

都坦然承认自己的消费金额已经超出计划范围，甚至有些大学生还需要向别人借回家的路费。可见，大学生经济独立意识应当加强。

（三）部分学生存在攀比、奢侈和求异心理。

在个人消费品购买选择上：48.91%的学生更注意性能价格比。此类大学生对购物地点多不太在意。主要考虑是否经济实惠的占到42.39%，也有6.52%的学生是非名牌不买。在上述两类学生中，他们追求档次，崇尚名牌，展现个性。专卖店，大型超市通常是这些学生的购物首选。之所以出现上述的差别，与他们各自的家庭经济背景和消费心理是密切相关的。

（四）存在冲动型消费现象

通过数据我们可以看出：63.0%的大学生倾向于冲动型消费，女生在这方面的比例远远高于平均水平。此外，1/3的学生愿意借钱购买自己非常喜欢的东西，同时亦有近1/4的学生有或经常有为买来的东西没有用或很少用到而后悔。调查显示：只有1/3多一点的大学生们认为自己属于精打细算型消费，9.9%认为自己属于今朝有酒今朝醉的人，大部分（55.0%）的大学生说不清自己到底属于哪种类型的消费者。因此，我们可以认为：当前大学生在个人消费方面更多的是冲动和盲目的，这在很大程度上与商有意无意的引导有着相当的关系。个性自觉引起的消费自主心理导致学生消费的盲目性，部分学生消费没有计划，随意性强。

调查数据表明，35.2%的学生存在生活费超支的现象，甚至一学期的生活费被两三个月花光的情况也屡见不鲜。这在一定程度上说明了在个人理财方面，当前的大学生是较为冲动和盲目的。而当生活费透支时，只有不到一成（8.1%）的同学愿意张口向父母索取。20.9%的同学愿意借同学或朋友的。大部分（61.0%）的同学更愿意节约开支及自己打工赚取。在对待属于自己的收入上，由于出发点不同，用途的分歧也较大，

由于家庭经济原因而不得不兼职的学生中，近九成的被调查者选择把钱存起来以备它用，而对于那些纯粹是为了锻炼提高自己的专业知识和实践水平的学生则把这部分收入主要用于娱乐、购物、请客吃饭以及贴补透支的生活费。

（五）大学生节约意识淡薄、浪费情况严重。

调查结果显示，大学生的节约意识淡薄，突出的表现在两个方面：社会交际、食物浪费。社会交际（包括谈恋爱）已被大学生称为是大学里必修的一门课程。据调查，谈恋爱、交朋友的大学生每逢重要节日或是对方过生日，都会送对方礼物。每逢自己生日或是好友生日，同学会请同寝室的人或朋友吃饭，同学选择送礼物。现在大学校园中流行“人际投资”，无论是过生日、考试得高分、入选学生干部、比赛获奖都得请客，否则便被视为“不上路”不够交情，无论是朋友来了或是同学聚会都免不了请客吃饭，赠送礼物之风在大学校园蔚然成风。每餐食物浪费情况表明，大学生的浪费情况还是非常严重的，尤其是在食物浪费方面，在全社会都在倡导节约、环保的时候，大学生更应该增强节约意识。

（六）学校教育环境对学生消费观念培养的重要影响作用

可事实求是，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。

另外，校风建设范畴中普遍缺少倡导大学生勤俭节约生活消费观的内容。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。

学生消费调查报告前言篇五

：通过调查，了解现在大学生的消费现状，并分析相关的消费心理及暴露的问题，进而提出相应的建议及对策，引导大学生树立理性的消费观。

：问卷调查

：大学生

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。

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。

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。

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。

(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。

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）提高精神文明建设

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，提高精神文明建设。

（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。

模板大学生消费调查报告怎么写?以下是小编为您带来的当代大学生消费调查报告模板，仅供参考!当代大学生消费调查报告1：随着改革开放的进一步深化，我国的.....

【导语】的会员“哭出个未来”为你整理了“”范文，希望对你的学习、工作有参考借鉴作用。大学生消费状况的调研报告.....

宁夏大学2011级物理电气信息学院社会实践报告年龄年级专业为了解我校大学生的消费问题，我们决定在身边的同学中进行一次消费的调研，请尽量如实填写，谢谢.....

关于背景：大学生作为特殊的消费群，本调查旨在分析大学生的消费行为，了解大学生目前的消费情况，挖掘出潜在的问题，并提出相应有效的改善措施。使之成更好.....

学生消费调查报告前言篇六

随着社会经济的纵深发展，当代大学生作为社会中的一个特殊的消费群体，其消费观念直接地影响其世界观的形成与发展，进而影响其一生的品德行为。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，培养和提高“财商”，就成为高校的重要课题。就此我对新疆大学11号楼的一部分男生进行了调查，得出以下结论。