

# 大学生信用消费现状调查报告前言(精选5篇)

报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，通过报告，人们可以获取最新的信息，深入分析问题，并采取相应的行动。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。

## 大学生信用消费现状调查报告前言篇一

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。

## 大学生信用消费现状调查报告前言篇二

调查报告是对某项工作、某个事件、某个问题，经过深入细致的调查后，将调查中收集到的材料加以系统整理，分析研究，以书面形式向组织和领导汇报调查情况的一种文书，大学生消费日渐递增，成为社会一支不可无视的消费队伍，下面是由小编为大家整理的雾霾天气调查报告，欢迎大家参考。

随着社会经济的纵深发展，大学生作为社会中的一个特殊的消费群体，其消费观念的塑造和培养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。

## 1、消费方式已经进入网络电子时代

随着社会经济的飞跃发展，社会消费方式已经从原来单一的现金交易向现金、信用卡、支票等多样化的交易方式转变，使人们的生活方式更趋方便快捷。当代大学生是青年人中的佼佼者，有着开放的思想意识，从不落后于时代的发展。那么在消费方式上是怎样的状况呢？在调查中发现，作为特殊的消费群体，当代大学生的消费方式已经进入了网络电子时代。许多大学生都有校园ic卡、交通ic卡、银行取款卡、上网卡甚至运动健身卡等，“刷卡”时代使大学生的消费行为潇潇洒洒，用某些同学的话来说，就是“卡一刷，钱就花”。

## 2、消费多元化倾向

21世纪是物质生活与精神生活丰富多彩的时代，步入这一时代的大学生们不再满足于宿舍、教室两点一线的单调生活，尽管书籍仍是主要的消费对象，但已不是首选的，更不是唯一的消费项目。大学生的消费已呈现明显的多元化趋势，手机、旅游、电脑、影音娱乐是大学生的消费热点。调查中，当问及“在经济条件许可情况下，最想做的事情是什么”时，大部分学生选择了“旅游”，其次是“买电脑”，反映出大学生具有想走出校园、融入社会与自然、拥有高质量生活的渴望。

## 3、理性消费是主流

价格、质量、潮流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价格和质量。这是因为中国的大学生与国外的不同，其经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，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1000元，而这笔钱主要是用来支付饮食和日常生活开销的。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”，因此会尽量搜索那些价廉物美的商品。无论是在校内还是校外，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，谈恋爱等诸多因素的影响，不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，他们更会注重自己的形象，追求品位和档次，虽然不一定买名牌，但质量显然是非常重要的内容。

#### 4、追求时尚和名牌是不老的话题

大学生站在时代前沿，追新求异，敏锐地把握时尚，惟恐落后于潮流，这是共同特点。最突出的消费就是使用手机。当代大学生们的消费中普遍增加了手机的消费项目。有调查表明学生手机拥有率不低于40%。此外，电脑及相关消费也是他们的追求，小至一张几十元的上网卡，大至电脑都是当代大学生的宠物，用计算机系同学的话来形容，他们简直就把电脑当成自己的“情人知己”。再次是发型、服装、饰物等大学校园中都不乏追“新”族。调查资料也印证了这一点，就所占比例来看，“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。

#### 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的能力。”在讨论会上，当问及“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，只有极少数同学有储

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

## 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，以学生在校每天消费8元左右用于基本饮食需要来估计，学生每月净饮食费需250元左右。

大部分女生饮食费用在300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；问题是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

在讨论会中，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

在调查和讨论会上我们发现，一部分谈恋爱的大学生每月大约多支出100-200元左右，最少的也有50元左右，最高的达到500元。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。

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。

1、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，那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：其一，正确认识金钱及金钱规律的能力；其二，正确运用金钱及金钱规律的能力。

2、克服攀比情绪攀比心理的形成不可避免。我们应该如何面对呢？首先，我们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，没有必要抬不起头来。通过这次调研，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、科学的价值观应是当务之急。

3、形成大学生良好消费风气良好校风是师德师风和学生生活、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。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，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。绿地面积。

## 大学生信用消费现状调查报告前言篇三

纵观我国高职院校的发展历程，从时间纬度看历史并不久远，高等职业教育起自19世纪80年代初，可视为发展的初期阶段，进入20世纪90年代，随着《中华人民共和国职业教育法》的颁布和社会对高职人才需求的巨大空间，高职教育不可逆转的持续蓬勃发展，无论是高职院校的数量还是在校学生的人数，皆与普通高校旗鼓相当，由此便诞生了又一个庞大的带有明显高职特色的大学生体育消费群体。在此形势下，调查研究高职院校大学生体育消费现状，探讨上海市高职大学生体育消费的各种外显及内隐的体育消费特质，势必将对高职院校的学校体育改革，以及未来上海市体育消费市场发展趋势提供一定的参考价值。

### 1、研究对象

本文研究对象为上海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上海市高职院校

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。

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。

通俗来说，消费观念是人们对待其可支配收入的指导思想和态度以及对商品价值追求的取向，是消费者主体在进行或准备进行消费活动时对消费对象、消费行为方式、消费过程、消费趋势的总体认识评价与价值判断。消费观念一经形成，会显著影响人们的消费行为。而消费动机则是消费者为了实现消费的目的而进行行动的原因，消费者的行为是受动机支配的，动机是消费者的内在过程，行为是这种内在过程的表现。因此，在对目标群体体育消费行为调研时，消费观念和消费动机是应用最广的两项指数，几乎无一例外，调研者推测某群体的体育消费行为时总是要了解其消费观念和动机。根据数据统计结果，被调查的4所高职院校大学生对体育消费呈积极肯定的态度，所占比例高达79.3%，仅有9.2%的学生不赞同体育消费，另有11.5%的学生表示中立态度。同时，在调查高职院校大学生体育消费动机时发现，大学生对此项问题的回答虽然较为分散具有多元化的特点，但主要消费动机依次为强身健体、丰富业余生活和增加人际交往，三者分别占样本总数的41.5%、15.3%和11.2%。这充分说明高职院校大多

数学生在进行体育消费时首先考虑的因素是强身健体，在这一点上他们达成了共识。究其原因可能与高职院校特殊教育培养目标有关，1998年2月16日，国家教委印发的《面向21世纪深化职业教育改革的原则意见》指出：“职业教育要培养具备综合职业能力和全面素质的直接在生产服务技术第一线的应用型人才。”此种教育培养模式表明高职院校大学生需更注重体能素质的培养，从而导致大学生在选择体育消费项目过程中会较多的考虑其是否具备强身健体的功能。

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，上海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，发现上海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上海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。

体育消费水平是指在一定时期内为满足生活需要而消费各种体育物质产品和劳务产品的数量，它从量的方面反映个人体育消费在某一时间的水平。从调查结果看，上海市高职院校大学生的年均体育消费金额在600元——1000元之间的占总人数的19.5%，1001元——xx元之间的占消费总人数的32.3%□xx元——3000元之间的占消费总人数的11.2%，而600元以下、4001元——5000元之间，以及5000元以上的仅占消费总人数的3.7%，从数据中得知，高职大学生的年均体育消费主要集中在600元——xx元之间，其中居于1001元——xx元之间的最多。这说明上海市高职院校大学生年均体育消费水平较高，对大学生体育消费市场的商家而言，充满了巨大的商机。

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，根据数据统计结果，被调查的4所高职院校大学生对体育消费呈积极肯定的态度，所占比例高达79.3%，仅有9.2%的学生不赞同体育消费，另有11.5%的学生表示中立态度。同时，在调查高职院校大学生体育消费动机时发现，大学生对此项问题的回答虽然较为分散具有多元化的特点，但主要消费动机依次为强身健体、丰富业余生活和增加人际交往，三者分别占样本总数的41.5%、15.3%和11.2%。

第三，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，上海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”。

第四，高职大学生的年均体育消费主要集中在600元——xx元之间，其中居于1001元——xx元之间的最多。根据访问调查，

上海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。

## 大学生信用消费现状调查报告前言篇四

调查地点□xx

调查对象□xxx本科生

我们问卷的内容主要由王伟力提出，其他三位成员审核修改。我们发问卷的时候，一起合作，发了近200份问卷。被经销商收回。对小组讨论研究问卷中的数据进行总结和分析。将近一个星期后，问卷整理完毕。小组讨论的重点是调查报告中总结了哪些方面的消费问题。最后，李源写了调查报告。分工明确，配合默契，大大提高了工作效率。

在当前不断变化的市场中，大学生作为一个特殊的消费群体，越来越受到重视。因为大学生年轻，没有经验，充满青春活力，有一定的购买力，所以他们的消费心理和行为与社会上其他消费群体不同。首先，大学生的消费需求相对较强，而另一方面，他们还没有获得经济上的自主和独立，消费受到家庭许可的极大限制。消费观念的超前和消费实力的相对滞后是这个群体区别于其他群体的问题。在要求对这个问题有更清晰的认识后，我对大学生的消费现状进行了调查。

共发放问卷183份，回收有效问卷166份。我周围的学生和朋友是调查的主要对象。

1、经过问卷调查，7%的学生月生活水平在1000元以上，而500—1000元和300—500元的学生人数占了相当大的比例。这个结果和我之前的想象差不多，说明我们学校的学生总体消费能力在周边学校的学生中也占有平均地位。

2、关于支出的具体内容，我们可以看到，用于饮食和娱乐的

结果分别占前两位，而选择用于沟通的人数与用于沟通的人数基本相同。我们可以看到，越来越多的学生在娱乐和与人的交流上花了相当多的钱，这表明饮食消费的比例在日益减少。相比之下，现在的大学生花在学习上的钱很少，这样不好。

3、从发给第三个问题的调查结果可以看出，当代大学生约85%的经济来源仍然是由父母提供的。当然，许多学生选择走出校园，选择一些他们可以做兼职的工作。除了补贴自己的开销，多参加社会实践也是重要原因之一。有些人用助学金和奖学金来支付生活费用。

4、第四个问题，不难发现当代大学生对消费的认识还是很肤浅的，很多都是冲动型的，喜欢买什么就买什么。当然，也有相当一部分人是经过精心计算后才购买自己的学习和生活必需品的。我们应该向这些学生学习。

5、在第五个问题中，网购的问题让我们对当前大学生的消费有了更全面的了解。我们发现几乎大多数学生都做过网购活动。虽然具体金额差距还很大，但却清晰的预示了未来网购不可阻挡的发展趋势。

6、在第六至第九题的大学生消费习惯调查中，我们发现以存钱和记账为代表的消费习惯良好的学生比例没有达到三分之一，有下一阶段消费计划的人不到一半，而大多数学生表示对自己的消费没有感觉，只有少部分人将其概括为节俭。不难总结，学生的科学消费意识依然淡漠，对自身消费的管理依然存在很大疏漏。

基于以上结果，我们可以看出，大学生虽然是一个特殊的消费群体，但他们有自己规律的消费结构、消费习惯和发展方向。只要能冷静分析，就能更理性的控制自己的消费。

问题总结：

## （一）理性消费仍然是主流

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，务实理性消费仍然是大学生的主要消费观念。据了解，大学生在购买商品时，首先考虑的因素是商品的质量。这是因为中国大学生的经济来源主要是父母的经济支持，兼职挣的钱也不多，使得他们每个月的可支配的钱是固定的，大概600—800元，家庭较好的可以达到1000元以上，这些钱主要用来支付食物、日用品和日常社交活动。由于消费能力有限，大学生在花钱时往往非常谨慎，力求“花费的价值”，追求性价比高的商品。无论在校内还是校外，由于同龄人、都市时尚和爱情等诸多因素的影响，他们更注重自己的形象，追求品位和品位。虽然不一定买名牌，但是商品的价格一定要对得起它的质量。

## （二）消费水平在一定程度上两极分化

据调查，在大学校园内，月消费比较高的学生月消费可以比月消费比较低的学生高3—原因是家庭收入越高，对学生的经济供给越多，这就构成了大学生消费的特殊奢侈模式，主要表现在旅游、电脑、手机、社交娱乐等方面的消费。可以看出，大学生的消费差距正在扩大，两极分化相当明显，这是当前中国社会急剧转型背景下不可避免的，我们应该在大学生教育中逐步改善这个问题。

## （三）过分追求时尚和名牌，有一种心理对比

在调查过程中，有的同学为了拥有最受欢迎的手机，愿意削减温饱，甚至牺牲其他必要的开支来满足这个不切实际的愿望；有的同学为了一双名牌运动鞋，一套名牌化妆品，或者一件名牌衣服，不惜借钱甚至偷钱来满足自己的欲望，可以反映出有的同学不懂得量入为出，虚荣心很容易在虚荣心的驱使下形成无尽的虚荣心。同时，为了所谓的面子，大学校园里的攀比心理极其严重。别人没有，就得有；别人有的才

是最好的。

解决方法：

建设节约型社会是我国xx规划的重要任务之一。构建节约型消费模式是解读节约型社会的一个重要方面。用节约型消费观念引导消费方式的转变，在全社会树立经济、文明、适度、合理的消费观念，大力倡导节约型时尚。当代大学生是未来社会建设的栋梁。在当前建设节约型社会的大环境下，加强大学生健康消费观的培养和塑造具有重要意义。要正确引导大学生养成健康的消费心理和行为，可以从以下几个方面入手：

（一）强化大学生的消费心理和行为

（二）教育学生树立艰苦奋斗、勤俭节约和科学消费的意识

引导大学生在考虑个人消费时不要忘记传统观念，进行科学的规划和安排，使自己的消费水平与家庭收入水平相适应。当然，在社会主义市场经济条件下，从不断促进社会经济发展和繁荣市场的角度来看，鼓励大学生积极合理消费是必要的。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非常有害的。思想政治教育工作者要及时客观地分析社会消费主义，引导学生形成积极向上的态度，独立于父母消费奢侈品，但作为清醒的消费者要自强自立。

结束：

通过这次调查，我们基本掌握了当代大学生消费心理的趋势和现状。大学生基本生活消费总体上是现实合理的。但同时也存在比较心理、非理性消费、非理性消费等诸多问题，主要是来自全国各地的学生，由于家庭情况和消费习惯的不同造成的。在大学生中，培养独立的财务管理能力和科学价值观势在必行。我们有理由相信，在社会各界的共同努力下，

当代中国大学生将形成更加合理和现实的消费观。

## 1、消费的理性需求

享受和潮流已经成为吸引大学生消费的主要因素。从调查结果来看，大学生的消费观念和习惯需要调整和改善。于是我提出了消费的理性需求。虽然题目很大，但是需要从细节入手。比如，记录你每天的消费，这样你就能找出超支的原因。同时，要对未来的消费做好规划和计划，这样就不能无节制地扩大自己的消费，导致自己的消费脱离自己的生活水平。这两点在一定程度上也能保证你在个人生活水平下尽可能的享受。

## 2、拒绝奢侈品消费

目前，一些家庭收入较高，为学生提供了更多的经济供给，构成了这些大学生相对奢侈的消费模式，主要是旅游、娱乐和电子产品。这一点在我们的调查中得到了充分的体现。由此可见，大学生的消费结构需要调整。当然，这种情况的发生也与中国当前激烈的社会背景的必然性有关。作为一名学生，我们应该对自己和家人负责，减少只为虚荣心而存在的不良消费。

## 3、调整消费结构

从20世纪70年代到经济快速发展的前几年，中国大学生生活消费的一个方面得到了继承，即大学生消费的主要组成部分是食品费用和学习资料及用品的购买。近年来，消费结构失衡不仅反映了学习氛围的恶化，也反映了人们内心的浮躁和社会对大学生消费心理的影响。我们必须根据我们的消费水平进行调整。

## 4、杜绝攀比心理，但不要过分追求时尚

现实中，为了拥有一部手机或者换成最受欢迎的相机，有些学生愿意减少食物，甚至减少其他必要的开支。比如有的男同学为了满足自己对一双名牌运动鞋的欲望而向别人借钱，有的女同学为了一套名牌化妆品或者一件名牌衣服而借钱，这些都可以反映出学生不懂得量入为出，虚荣心驱使他们形成无止境的攀比心理，从而导致恶性循环。所以一定要杜绝自己的攀比心理。为了不过度追求时尚，我们大学生应该专注于学习，这些小事不应该是我们每天最担心的事情。但这方面的提高，势必有助于大学生养成良好的消费习惯。

## 5、经济独立意识与储蓄观念

大学生作为接受先进知识，随时步入社会的专业人士，要努力做到经济独立，培养一定的投资理念，养成自己科学的储蓄观念。这是一种很有意义的管理自己未来生活的方式。既能减轻家庭负担，又能减轻父母对自己的担忧，锻炼自己的投资意识和自控能力。

## 大学生信用消费现状调查报告前言篇五

湖南城市学院的在校学生是益阳高校学生餐巾纸市场的最大消费群体，是益阳餐巾纸运营商的重要客户群之一。研究湖南城市学院学生餐巾纸消费现状与动态，对于了解益阳高校学生餐巾纸市场、培养学生社会实践能力具有十分重要的意义。

经济管理系罗放华教授组织工商管理专业1116402班“明天你好”小组的学生，于20xx年11月14日至20xx年12月10日对湖南城市学院在校学生的餐巾纸消费进行了专项调查。选择湖南城市学院的在校学生为调查对象，是基于湖南城市学院在校学生规模达到15380人、占益阳高校在校大学生的绝大比重，并且学生来源于全国27个省份，因而具有较高的代表性。本次调查坚持客观、规范的原则，采用抽样调查方式，样本数量为在校学生人数的1%，实际样本容量为150人。样本单位按

照类型抽样方式确定，最终的样本单位分布于全校的16个院系、42个专业、105个班级，4个年级，样本分布接近总体分布，有较高的代表性。调查方法采用问卷调查，被抽中的样本学生在调查员的统一指导下严格按照规范的要求填写调查问卷，确保了调查问卷的客观性。调查问卷的内容包括反映消费情况的12个调查项目。调查组织工作严密，调查方案设计、资料收集、资料审核、资料汇总等严格按照规范要求操作。因此，本次调查的结果具有真实性，其可信度较高。

本次调查共发放调查问卷150份，回收有效问卷140份，问卷有效回收率93.3%。由于餐巾纸存在性别因素的影响，所以在被调查的学生中，男生75人、女生75人，均占50%。样本学生在院系、专业、班级的分布分布数量均按1%确定。因此，样本分布近似总体分布，具有较高的代表性。

### （一）餐巾纸的使用现状

学生月生活费与使用餐巾纸的数量多少呈线性关系，月生活费高的学生其使用餐巾纸的数量也会相应增加。资料显示，在湖南城市学院的学生当中，有49%的学生经常带纸巾，有35%的学生偶尔带纸巾，另有16%的学生很少带纸巾，很少有学生从来都不携带纸巾。由此可以看出餐巾纸在学生中拥有很高的刚性需求，与此同时，随着居民的生活质量与水平的提高，餐巾纸在城院的将持续拥有庞大而又稳定的销售市场。

### 2. 学生使用的餐巾纸品牌

调查资料显示，被调查的学生中有44%的学生选择心相印的纸巾，36%的学生选择清风，11%的学生选择维达，仅9%的学生选择高档次的品诺。心相印与清风相对于维达而言，是老品牌，价格适中，早经被人们接受，而品诺属于高档次的纸巾，使用量较少。所以心相印与清风在城院的市场占有率相对而言是最高的。



### 3. 挑选纸巾品牌的影响因素

条形图显示，学生在购买餐巾纸时最关心的是纸巾的质量，其人数占31%，可以看出实用性永远占据首要位置。其次大家关心的是纸巾的价格，占25%，大家都会选择质优价廉的商品。而餐巾纸的包装与气味分别占18%，虽说比重不大，不过在当下纸巾质量与价格相差无几的情况下，其地位就显得十分重要了，往往决定了消费者的最终购买。

#### （二）选择餐巾纸的偏好

##### 1. 购买纸巾的形式

单包

整条

抽样式小包装其他

小包装更加方便，灵活性强。

##### 2. 纸巾的层数

由图可知，喜欢二三层的总人数比重很大，说明大家喜好厚度适中的纸巾。

喜好二、三层的比重接近，人数相当。