2023年大学生消费情况的调查报告前言总结(通用8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，怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？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。

大学生消费情况的调查报告前言总结篇一

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。

一、当代大学生消费新概念

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□zui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

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，但质量显然是非常重要的内容。

4、追求时尚和是不老的话题

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□zui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。至于产品，当问到“如果经济许可，会否购买产品”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。

大学生消费情况的调查报告前言总结篇二

通过我们对身边生活情况的观察，经过我们小组讨论后，我们发现：当前的消费市场中，大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越大的关注。由于大学生年龄较轻，群体较特别，他们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，都对他们的消费有很大影响。特殊群体自然有自己特殊的特点，同时难免存在一些非理性的消费甚至一些消费的问题。为了调查清楚大学生的消费问题，我们决定在身边的同学中进行一次消费的调研，弄清楚大学生要花多少钱，花在了什么地方，花的是否合理，如果不合理怎样改进 为此，我们做了此调查研究。

二、问卷情况

见附录(含调查问卷和结果分析表格各一份)

本问卷共发放96份，收回有效问卷92份。发放以我们各地的同学为主，有广东省的，有北京，武汉等一些大城市的同学，大部分是在成都本地的同学当中所做的调查，且问卷基本做到了随机发放。

我们在下面对有代表性的几项进行了具体分析

三、数据统计和分析

1 .总消费额

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，但还是可以反映成都地区大学生消费支出的大概情况。

4 .生活资金来源及家庭收入

调查中表明，九成以上的被调查者资金主要是由父母或家庭提供，这种情况是当代中国大学生的普遍情况。与国外的大学生相比，我们的独立程度远不如国外大学生，这值得我们去反思。很多社会因素我们无法改变，但是我们需要关注的是，很多人居然认为这是天经地义的事，即使做出去打工了，也不是为了减轻父母的负担，或是尽早经济独立，大家经济独立意识之差可见一斑。

5.课外兼职打工方面

调查结果表明，大部分大学生都有打工挣钱的意向，但其中只有大约六成的学生有真正去打工的经历。其打工的目的也不尽相同，最高的选项是增长社会经验，以挣钱为目的的大部分是来自农村的低收入家庭，可以看出，大部分人打工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，由上边的问题中又发现，大部分学生的经济来源都基本靠父母供给甚至是完全由父母承担。

6.恋爱支出方面

现在大学生恋爱是个普遍的现象，不过由于我们在理工科学校，男女比例差距较大， 所以恋爱的比例不是很大，但在其他综合性大学等男女比例较均衡的同学中的调查结果显示，恋爱的双方家庭条件都比较好，特别是男方在这一方面更加突出。同时，无论男女双方都表示恋爱后的消费明显增加，而且男方的消费增加额一般比女方多。

7.消费心理方面

我们觉得值得欣慰的是大学生的消费总体还是比较理性的，63%的人消费都首先看质量，其次是价格，只看重品牌和潮流的人数只有不到10%，且10%人当中大部分都是家庭富有。这说明当代大学生的消费观念并没有太大的偏颇，在消费中还是很理性的。

8.理财意识和能力方面

结果显示， 71% 的被调查者认为自己的消费情况不合理，但是大家又一直让这种不合理存在下去，可见现在大学生对理财能力尚有相当的欠缺。

四. 更进一步的思考

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，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，他们会尽量搜索那些价廉物美的商品。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，他们不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，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，但质量显然是他们非常关注的内容。

总体来说上大学生的消费仍然处于温饱阶段，即吃饭穿衣仍然是支出的主要方面;但是这种温饱已经有向小康过度的趋势了(这点由我们日益增多的娱乐支出，潜在恋爱支出就可以看

出)。

4 .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，按照成都地区的物价水平，以学生在校每天消费十五元左右用于基本饮食需要来估计，学生每月净饮食费需 450 元左右。

我们惊奇地发现，在被调查的 36 名女生中， 66 % 饮食费用在 400 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 60 名男生中也只有 84 % 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讨论会上指出的时候，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。

6 .恋爱支出过度

7 .经济独立意识较差，储蓄观念淡薄

例如，调查中发现，有 近四成的人根本没有作过兼职，而且那些作过兼职的同学里面，多数是为增长社会经验，或是为了挣零花钱，真正为了减轻家庭负担或想在经济方面独立为目的的比例极低。显然，大家这方面的意识极为淡薄，比起欧美发达国家的同龄人 16 岁就要经济独立来说，差距较为明显。可是，换个角度思考，这也是我们提高大家经济意识的一个突破口，需培养和加强。

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。在讨论会上，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。

五、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、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。

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。

3，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在个人喜好、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。

六、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。他们在质量、价格、品牌、情绪等诸多影响购买的因素里面，他们首先考虑质量的因素，但更注重品牌与情绪的影响。因此可以说大学生充满的是感性而略掺有理性的消费观。而对于流行与时尚的追求似乎更是一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危险的影响。

七对于大学生在消费中产生的问题，我们有如下建议：

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学习、生活作风的有机组合。其中学生的消费心理和行为

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。

由于我们本身也属于大学生群体，正所谓当局者迷，旁观者清，本次调查研究难免有疏漏之处和一定的局限性，望老师给予批评指正!

大学生消费情况的调查报告前言总结篇三

近年来，随着人们物质生活的日益丰富，生活节奏的逐渐加快，消费者的饮食结构，饮食习惯也悄然发生变化，饮食方式愈加简便快捷，已成为一种新的消费趋势。在这一大背景下，为了解我校大学生牛奶消费的市场信息，以及大学生获得产品信息来源的方式与渠道，我对我校学生这一消费群体进行了调查，并对收集的信息进行了系统的分析与总结，得出了一些结论。

2、为各乳制品企业在开发我校市场提供市场依据;

三、调查内容

1.我校学生群体牛奶体消费的习惯、动机;

2.学生饮奶人数及其牛奶消费数量情况（推断总体）；

3.产品质量、价格、包装等各要素对引发我校学生群体购买行为的影响程度；

4.我校学生群体消费牛奶的主要类别和规格情况；

5.品牌因素对我校学生群体购买行为的影响程度；

6.我校学生对牛奶品牌的认知度与忠诚度；

7.我校学生群体对各种促销手段的敏感程度；

四、调查方法及时间

主要采用问卷调查法

五、调查结果分析

以下就是我校学生消费者牛奶的消费习惯、购买行为、价值关注点的具体情况。

（一）消费习惯方面

从我校学生群体每周饮用牛奶次数中分析得出，大部分的大学生一周内饮用牛奶的次数在五次以下，这就意味着他们并不是天天都饮用牛奶奶，他们的消费具有随意性，所以这是一块巨大的潜在市场，有待乳制品企业去培养、开发。首先，要宣传长期固定饮用牛奶对身体的益处；其次，要给消费者塑造一种有品质的生活理念；再次，要培养这一群体长期固定饮用牛奶的习惯；最后，根据我校学生牛奶的饮用习惯显示，不确定选项的比重最大，因为购买的随机性会造成销售量的不确定性。

从大学生牛奶购买地点分布看出，55%以上的同学是在校内超

市和学校附近的便利店购买牛奶，而且根据我校学生购买的牛奶产品的规格情况表分析他们购买的牛奶主要是250ml的小包装，因此乳制品企业奶制品企业在校园市场的渠道方面应主要向校园超市、便利店供货，并且产品的规格以小包装为主。

（二）产品调查

关于产品方面的调查，我是从大学生消费的牛奶结构、产品各要素对大学生的影响程度这两方面着手，以下是我们对产品方面的调研分析：

在品类的选择方面，饮用酸奶和纯奶的比重大，乳酸菌饮料次之，调味奶的比重最小，而女生更是酸奶类的主要消费群体，所以企业在今后向我校各零售终端网点配货的时候，品类配货的比例可以有针对性地调整。

根据调查结果及相关图表可知，产品各个要素中产品的质量、口味两个要素为消费者购买行为中影响最大的两个要素，消费者的购买行为对价格要素的敏感程度已经让位于对产品质量、口味的关注；价格因素对消费者的购买行为仍然会产生较大的影响；而包装等产品的非核心价值方面影响程度较小。

（三）品牌调查

选择更换牛奶品牌的原因分析，选择不更换牛奶品牌的原因分析

由从品牌的忠诚度方面进行初步的分析，89.7%的人群会更换购买不同品牌的牛奶，在这近90%的人群当中，54.6%的大学生是因为尝试其他品牌的产品而更换品牌，因为其他品牌产品进行促销活动和其他品牌进行降价活动而更换品牌的大学生各占33.4%，其他品牌推出新品这个原因占12%，在10.3%不更换购买品牌的大学生中有50%的人是因为习惯了这个品牌的

口味，27%的人是因为换着太麻烦，23%的人是因为只喜欢那个品牌。

综上所述，在我校学生这个群体当中，有一定的品牌忠诚度，但会出现偶尔更换品牌的现象，是因为尝试其他品牌和其他品牌做活动，而不更换牛奶品牌的大学生是因为习惯了品牌的味道、品牌喜爱以及转换成本等因素。

（四）广告宣传与销售

从影响购买的促销因素分析，价格下降对大学生消费者的影响程度最大，买赠活动位居第二，广告宣传、公益赞助分别位居第三和第四。根据这项指标的分析，说明大学生群体属于价格敏感型顾客，以价格为导向，因为他们一个月的生活费有限，经济能力有限，所以他们对价格相对敏感。此外，买赠活动、广告宣传等活动同样发挥着不可小觑的作用。

大学生消费人群获得产品信息的手段较为多样，但电视广告依旧占主导，起着最广泛、最显著的影响，卖点宣传广告对大学生的影响占其次。同时，作为高知识群体，通过互联网的影响比重有所上升。在广告诉诸内容方面，由于“三鹿事件”的发生，现阶段大学生消费者更注重质量安全这一因素，对其关注度远远超过品牌个性、情感传递等其他因素，有悖于品牌传播规律，是特殊时期的特殊表现。

六、广西财经学院学生牛奶消费市场现状

1.大学生消费的牛奶产品多为液态奶和奶粉，且以液态奶为主；

2.在高校里，豆浆是牛奶的最大竞争产品；

3.大学生对牛奶价格的敏感度最高，其次是牛奶的品牌，再次是口味；

4. 大学生牛奶市场渠道主要是高校里的超市和附近便利店；

七、调查结论与建议

从以上调查结果分析来看，尽管现阶段大学生的购买力有限，对产品价格十分敏感，个人消费量不大，但是，从长远来看，大学生牛奶市场存在极大的利润空间和较好的发展前景。虽然大学生现在的受经济等客观因素的制约，但是在他们毕业且有可观收入之后，购买力水平会有极大的提高，如果企业能在这一时期就开始关注该潜在目标客户群体，使他们成长为企业的长期顾客，培养他们的品牌忠诚度，将会给企业带来长期的、巨大的经济效益。

消费者对于某一品牌的购买行为，由于受到各种内外因素的影响，常常表现粗“朝秦暮楚”、变化无常的特征。企业只有深入调查和了解消费者购买行为、习惯的变化规律，才能因势利导，以维护消费者对品牌自身的高度忠诚。

因此，针对现阶段我校学生消费时间不固定，饮用数量少，相应的在牛奶产品上花费金额的比重也很小等消费特点，一方面，企业可以通过开展知识讲座，普及饮用牛奶的常识等营销手段来改变大学生消费心理及习惯，刺激大学生的购买需求，增加大学生消费数量。另一方面，企业可以在校内零售点、校内的超市和便利店等地点通过试喝、优惠、现场展示、降价促销等方式，以及组织消费者参加生产过程的参观或体验等活动进行品牌宣传，产品宣传，与消费者建立积极的感情。

根据调查结果分析，价格下降对大学生消费者的影响程度最大，买赠活动位居第二，广告宣传、公益赞助分别位居第三和第四，乳制品企业进入高校市场可以通过销售促进、广告等丰富的营销手段，增加大学生消费者对品牌的接触，通过不同场合、不同形式、重复或多次的传达企业和产品信息，提高大学生消费者对企业及产品的喜爱程度。企业可以通过

体验性试喝、赠送礼品、优惠、现场展示、降价促销等方式，在积极活动中改变大学生消费者的态度，或通过公益事件、负责任的善后处理方式等增强消费者对企业或产品的良好情感，赢得消费者的认可与尊重，从而进一步树立品牌知名度、美誉度。

消费者在选择时不会购买自己毫不了解的商品，而是倾向在自己熟悉的范围内选择，所以品牌知名度越高，或者说品牌越被消费者熟知，越容易进入消费者的选择，越有可能成为被选购的对象。因此知名度和购买之间存在着明显的关联，尤其对于这样消费者介入程度低、单位产品价最低的乳制品来说。所以对于开发大学生市场，让大学生消费者购买自己公司的产品，这就需要前期的市场投入，让大学生消费者充分接触产品，进行品牌口味的培养使其形成消费偏好，这里要着重说明的是在大学生消费牛奶产品结构中，以纯奶和酸奶为主，在包装上是以250ml乐利包为主。

广西财经学院学生牛奶消费情况调查问卷

1 您的性别（）

a男 b女

2 您所在年级（）

a一年级 b二年级 c三年级 d四年级

3 您对自己的饮食结构关注度如何？（）

a非常关注 b较关注 c一般关注 d没有考虑过

4平时是否喜欢喝牛奶？（）

a是，我非常喜欢 b是，比较喜欢 c一般 d不怎么喜欢

5 您是否订购过鲜牛奶？（）

a是 b否

6 您认为大学生是否有必要喝鲜牛奶？（）

a绝对有必要 b有一些必要 c无所谓 d不需要

7 您一般每月牛奶消费约为多少？（）

8 您知道的牛奶产品功效有（可多选）（）

9 影响您选购牛奶的主要因素是（）

a.价格 b.产品质量 c.口感 d.品牌 e服务质量

10 您选购牛奶时是否在意其品牌？（）

a是，较在意 b一般，口感最重要 c不是很在意

11 您认为真正的鲜牛奶应该是（）

a口感纯厚，香贻浓郁 b润滑爽口，酸甜宜人 c清新细腻，略带腥膳味

12 如果现在身边提供鲜牛奶订购，您是否愿意考虑一下？（）

a我会订购 b看看情况，我会主要考虑价格 c看看情况，我会看送奶服务

13 如果您不会订购，影响您订购的主要原因会是（）

a没有多余的零花钱 b不喜欢喝 c不需要牛奶补充 d其它

14 您月生活费约为（可不选）（）

15 雀巢、光明、维他奶、三鹿发生食品安全事件之后，还会饮用该品牌吗？（）

a会b不会c不一定

16、如若调整，你会选择什么品牌？（）

a伊利 b蒙牛 c光明 d其他_____

17、你觉得比较可靠安全的品牌有哪些？（）

a伊利 b蒙牛 c光明 d其他_____

18、多次事件后，你对中国乳品市场还有信心吗？（）

a有b没有c对一部分品牌有对一部分品牌没有

19、您购买牛奶时最受那种媒体的影响？（）

a.电视 b.广播 c.报刊杂志 d.宣传海报 e.其他_____

20、你是喜欢气势庞大的大品牌生产的牛奶，还是喜欢专业化的老字号生产的牛奶呢？（）

a□大品牌生产的 b□专业化老字号生产的21、你比较偏好那种口味的奶呢？（）

a□有点滑润感 b□稍微有点甜的 c□香浓味的22、假如你到超市购物，本来没有打算买牛奶，什么原因能促使你去买呢？（）

a□商场促销搞活动，价格便宜b□摆放的比较显眼，包装新颖，

能打动我c□看着别人都买，随便也捎点。

28.您最喜欢哪个品牌的牛奶产品的哪个广告？为什么？

大学生消费情况的调查报告前言总结篇四

构建节约型社会是我国十一五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，是开创21世纪大业和进一步振兴中华的主力军，引导大学生保持艰苦朴素、勤俭节约的消费观念，反对奢侈浪费、盲目攀比、过高消费等不良消费风气，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社会意义。随着经济社会的纵深发展，大学生作为一个特殊性质的消费群体，消费方式极易受到外来因素的影响，很容易形成不良的消费习惯。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，提高大学生生活质量，促进大学生健康成长，在当前社会具有重要的实践意义。

为了了解长沙大学生的消费状况、结构及消费观念，呈现大学生的消费文化现状，我们特作此调查，旨在引导大学生树立节俭、文明、适度、合理的消费观念，以便于大学生更好的消费理财，做一个理性的消费者。

长沙各高校的在校大学生，主要以湖南商学院、湖南师范大学、湖南大学、涉外经济学院、湖南财专为主。

此次调查内容主要有长沙大学生消费经济来源、消费支出情况、消费方式选择、平均消费水平、消费目的等。

调查项目采用问卷形式（见附一），100份。

以问卷调查为主，辅之以访谈法。问卷调查采取抽样调查和典型调查相结合。

（1）简单随机抽样。

网上问卷调查（主要在问道和问卷星两个网络调查平台发放）数据主要用于做修正值。

（2）分层抽样。

首先在长沙高校中选择具有代表性的重点高校、普通高校及民办高校若干所，对选中的高校再按学院或年级进行分层抽样。

本次调查的数据处理工作，在组长统一领导下进行，由本小组成员分类统计，最后统一汇总。

大学生消费情况的调查报告前言总结篇五

随着网络普及，电脑成本的不断下降，网上购物已经从当时雾里看花遥不可及的状态，变成了当今最火爆，最适合上班族、年轻族群购物口味的一种购物方式。网上购物已经慢慢地从一个新鲜的事物逐渐变成人们日常生活的一部分，冲击着人们的传统消费习惯和思维、生活方式，以其特殊的优势而逐渐深入人心。大学生作为对网络最敏感的人群，他们对网上购物行为接受很快，是未来购物市场上的潜在用户。然而，近年来，根据消协统计，网购成为增长行最快的投诉热点之一。网络诈欺层出不穷，商品也不总是物美价廉，卖家中也出现了因一句差评而线下“追杀”买家的现象，服务质量差强人意，现准备在大学生中展开调查。

大学生消费情况的调查报告前言总结篇六

2.恩格尔系数

由表中数据可看出，饮食方面支出居于250-350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，数据受限于学校的物价水平，但还是可以反映大学生消费支出的大概情况。

3、通讯开支

4.打工目的方面个电话时间较短。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。

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。

5.生活资金来源及家庭收入

九成以上的被调查者资金主要是由父母或家庭提供这个数据还是说明了一些问题，这种情况是大学生的普遍情况。很多社会因素我们无法改变，但是我们需要关注的是，很多人居然认为这是天经地义的事，即使做家教，也不是为了减轻父母的负担，或是尽早经济独立，大家经济独立意识之差可见一斑。

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。

大学生消费情况的调查报告前言总结篇七

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。

大学生消费情况的调查报告前言总结篇八

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□zui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

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，但质量显然是非常重要的内容。

4、追求时尚和是不老的话题

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□zui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。至于产品，当问到"如果经济许可，会否购买产品"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。