

水平衡报告资质要求(通用9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。报告对于我们的帮助很大,所以我们要好好写一篇报告。下面是我给大家整理的报告范文,欢迎大家阅读分享借鉴,希望对大家能够有所帮助。

水平衡报告资质要求篇一

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。以下是为大家整理的大学生消费水平的调查报告,希望对大家有所帮助!

大学生消费水平的调查报告

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。

当代大学生消费新概念

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。

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。

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。

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。

水平衡报告资质要求篇二

随着高等教育的普及，高等教育市场化运作日益明显。最近几年来高校大范围的扩招，使愈来愈多的学生走进了高等教育的殿堂。到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情势教育的学生的人数，总共有2100万之多。从而构成了一个具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份也愈来愈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，鲁东南大学学，山东工商学院的部份大学生的消费状态进行了调查，从而对现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：

一、大学生消费的特点

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，我们可以苏醒的看出大学生消费存在着以下特点。

1、消费观念复杂，感性消费占上风

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本钱进行衡量。大学生没有构成完全的，稳定的消费观念，自控能力不强，多数消费都是受媒体宣传引诱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%具有手机但对手机的消费存在着很大的盲目性。具有手机的大学生中，一部份有通讯的需要，且家庭经济条件答应;另外一部份有通讯需要，但是家庭经济条件负担不起的情况下“超前”消费;还有一部份是既无通讯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，攀比心理致使的。

2、学生对品牌的虔诚度很高

大学生消费在一定程度上会相信自己的真实体验，假如使用某种品牌产品产生好的体验，就会坚持使用，从而逐渐构成固定偏好，终究构成使用习惯，保持对此产品良好的虔诚度。比如洗发水，感性熟悉上的气味清香，质量好，效果明显，都会促使他们继续使用下往。

3、消费偏向多样化

21世纪是物资生活与精神生活日趋丰富的时代，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。文娱、运动、手机、电脑和新型的it产品都成了大学生消费的热门。大学生的消费已显现明显的多元化趋势。假如经济条件答应，大部份学生会往旅游，往歌厅、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、融进社会、具有高质量生活的渴看。

二、大学生消费的结构和层次分析

大学生的钱“从哪里来，到哪里往？”通过调查发现，在生活费来源方面，有75%的同学依托父母，13%的同学依托贷款，8%的同学取得了奖学金，9%的同学通过打工补贴平常开消，另有1%的同学还需减免学费。因而可知，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等，要是这个“大头”加上往，来自父母的比例将更高，可以这么说，大学生基本上还是以纯消费者的身份出现在社会的舞台上。

对大学生的消费趋向题目，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、各类培训其

实不含在其中。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。

手机已成为现代人必不可少的交换工具，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%的大学生具有手机，年级越高，手机的普及率也越高，如大一刚进校唯一6%的学生具有手机，而大四学生中具有手机者已高达82%，远远高于社会群体手机均匀具有率。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。固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，他们以为价格在1000元至1800元之间的手机最受青睐。

因此，大学生消费结构显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，他们具有电脑、名牌手机等珍贵物品；家庭清贫的同学则处于锥形的下端，他们常常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，从以上的分析可以苏醒的看出，从锥形的上端到锥形的下端顺次下降，这也鲜明的体现了大学生消费的层次性。

三、大学生消费对家庭和社会的影响

大学生消费直接影响着家庭。作为一个纯消费者，均匀每年约一万元的用度对一个家庭来讲，可谓是重中之重了。就拿普通家庭三口人来讲，满足一个大学生一年的消费将花往家庭收进的大部份，特别对农村的家庭而言，愈甚。固然由于经济的发展，农村和城市居民的收进都得到了相应的进步，生活水平得到改善，家庭用于大学生消费的比重普遍降落，但降落缓慢且比重之大已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进的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用度了。由于山东省经济算中等发达，其居民收进水平比大学生家庭的收进水平还要低一些。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，大学生消费市场已构成，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。它已成为我国社会主义市场经济的一个有机组成部份，随着社会的发展，高等教育的普及，它将会发挥更大的作用。

四、有关大学生消费的几点建议

大学生消费不单单关系到自己、学校，而且还是关系到整个社会的题目。现从个人、学校、社会三方面对大学生消费提出几点建议。

(一)对大学生而言，要建立自己公道的消费观念，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，所以自己的消费要斟酌到家庭的经济状态，父母的承受能力，还要有自制能力，不能盲目地堕入感性消费的误区。如今有的学生消费上大手大脚，还有沉迷于盲目消费中，比如最近很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，以致影响到自己的学业。另外，大学生也要具有消费者的维权意识，进进大学，已开始渐渐地融进社会，社会中欺骗消费者的各种不法行为屡禁不止，面对纷纷复杂的社会，大学生要学会维护自己的正当权利。

(二)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构成足够的重视。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和课程设置等因素，与人生观、劳动观、金钱观、国情观等重要思想观念紧密相干的消费观的专题教育在思想品德修养课中没有充分展开，从而也难以到达真实的指导目的。

(三)对社会而言，要积极开辟大学生消费市场，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。不管从哪方面讲，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四周地区经济的发展。

(四)对大学生来讲还应加强公道储蓄的观念。诺贝尔经济学奖得主罗伯特·清崎曾说过：“理财与你挣了多少钱没关系，它是测算你能留住多少钱和能让这些钱为你工作多久的能力。”在调查时，当问及对理财的熟悉时，很多同学表示陌生。当问及一学期结束后经济情况如什么时候，大部份同学都安然承认自己的消费已超越计划范围，乃至有些同学还需要向他人借回家的路费，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。

结束语

大学生是一个特殊的社会群体，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，另外一方面，他们还没有取得经济上的独立，消费遭到很大的制约。消费观念的超前和消费实力的滞后，使得大学生消费显现出不同一般的发展，大学生消费遭到各个方面的影响，也会影响着各个方面。对成长中的大学生，其世界观、人生观、价值观正处于定型阶段，极易受家长、教师、同学及社会其它成员的影响，具有较强的可塑性。因此，如何引导当代大学生建立正确的、健康的消费观念是摆在大家眼前的一个困难。一样大学生消费市场随着经济的发展，高校的大范围扩招而愈来愈显示出它的重要性，大学生市场是一个范围和潜力都很巨大

的市场，如何规范并公道的发展这样一个市场也是摆在我们大家眼前一个迫在眉睫的题目。只有在学生、家庭、学校和社会的共同关注和共同努力下，大学生消费才会一路走上。

水平衡报告资质要求篇三

二、目的：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。

三、方法：问卷调查

四、对象：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。五、结果分析：

(一)、大学生的消费现象

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。

通过调查，我们发现，大学生绝大部分的消费还是用于基本生活的消费(伙食、交通、通讯)，购物(服装、饰品)消费所占的比例也很大，其次是娱乐、学习的消费，最后才是人际交往方面的消费。由此可以看出，对于购买的产品的选择，大部分大学生还是比较理智的，他们有一定的知识和思维判断能力，对自己的需要定会做出满足相应需要的行为。但仍有小部分的大学生在处理这个问题时有些盲目。

而就购买商品时注重的的问题而言，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。

(二)、大学生的消费心理

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。

(三)、大学生消费存在的问题

(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。

(四)、建议及对策

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) 加强精神文明建设 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，加强精神文明建设。

(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。

水平衡报告资质要求篇四

随着高校大学生人数增加，大学生社会问题逐渐增多，其中大学生非理性消费现象是较为突出的问题。你知道大学生的消费水平如何吗?以下有两篇大学生消费水平调查报告可供参考:

1

一、大学生消费的特点

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，我们可以苏醒的看出大学生消费存在着以下特点。

1、 消费观念复杂，感性消费占上风

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本钱进行衡量。大学生没有构成完全的，稳定的消费观念，自控能力不强，多数消费都是受媒体宣传引诱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%具有手机但对手机的消费存在着很大的盲目性。具有手机的大学生中，一部份有通讯的需要，且家庭经济条件答应;另外一部份有通讯需要，但是家庭经济条件负担不起的情况下“趋

前”消费;还有一部份是既无通讯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，攀比心理致使的。

2、学生对品牌的虔诚度很高

大学生消费在一定程度上会相信自己的真实体验，假如使用某种品牌产品产生好的体验，就会坚持使用，从而逐渐构成固定偏好，终究构成使用习惯，保持对此产品良好的虔诚度。比如洗发水，感性熟悉上的气味清香，质量好，效果明显，都会促使他们继续使用下往。

3、消费偏向多样化

二、大学生消费的结构和层次分析

大学生的钱“从哪里来，到哪里往？”通过调查发现，在生活费来源方面，有75%的同学依托父母，13%的同学依托贷款，8%的同学取得了奖学金，9%的同学通过打工补贴平常开消，另有1%的同学还需减免学费。因而可知，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等，要是这个“大头”加上往，来自父母的比例将更高，可以这么说，大学生基本上还是以纯消费者的身份出现在社会的舞台上。

对大学生的消费趋向题目，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、各类培训其实不含在其中。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。

手机已成为现代人必不可少的交换工具，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%的大学生具有手机，年级越高，手机的普及率也越高，如大一刚进校唯一6%的学生具有手机，而大四学生中具有手机者已高

达82%，远远高于社会群体手机均匀具有率。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。固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，他们以为价格在1000元至1800元之间的手机最受青睐。

因此，大学生消费结构显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，他们具有电脑、名牌手机等珍贵物品；家庭清贫的同学则处于锥形的下端，他们常常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，从以上的分析可以苏醒的看出，从锥形的上端到锥形的下端顺次下降，这也鲜明的体现了大学生消费的层次性。

三、大学生消费对家庭和社会的影响

大学生消费直接影响着家庭。作为一个纯消费者，均匀每一年约一万元的用度对一个家庭来讲，可谓是重中之重了。就拿普通家庭三口人来讲，满足一个大学生一年的消费将花往家庭收进的大部份，特别对农村的家庭而言，愈甚。固然由于经济的发展，农村和城市居民的收进都得到了相应的进步，生活水平得到改善，家庭用于大学生消费的比重普遍降落，但降落缓慢且比重之大已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进的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用度了。由于山东省经济算中等发达，其居民收进水平比大学生家庭的收进水平还要低一些。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干，大学

生消费已直接影响着整个消费市场和国民经济。目前，大学生消费市场已构成，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。它已成为我国社会主义市场经济的一个有机组成部份，随着社会的发展，高等教育的普及，它将会发挥更大的作用。

四、有关大学生消费的几点建议

大学生消费不单单关系到自己、学校，而且还是关系到整个社会的题目。现从个人、学校、社会三方面对大学生消费提出几点建议。

(一)对大学生而言，要建立自己公道的消费观念，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，所以自己的消费要斟酌到家庭的经济状态，父母的承受能力，还要有自制能力，不能盲目地堕入感性消费的误区。如今有的学生消费上大手大脚，还有沉迷于盲目消费中，比如最近很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，以致影响到自己的学业。另外，大学生也要具有消费者的维权意识，进进大学，已开始渐渐地融进社会，社会中欺骗消费者的各种不法行为屡禁不止，面对纷纷复杂的社会，大学生要学会维护自己的正当权利。

(二)学校应加强对学生消费观念培养。事实求是，高校思想政治教育对学生消费观教育还没有构成足够的重视。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和课程设置等因素，与人生观、劳动观、金钱观、国情观等重要思想观念紧密相干的消费观的专题教育在思想品德修养课中没有充分展开，从而也难以到达真实的指导目的。

(三)对社会而言，要积极开辟大学生消费市场，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。不管从哪方面讲，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四周地区经济的发展。

(四)对大学生来讲还应加强公道储蓄的观念。诺贝尔经济学奖得主罗伯特清崎曾说过：“理财与你挣了多少钱没关系，它是测算你能留住多少钱和能让这些钱为你工作多久能力。”在调查时，当问及对理财的熟悉时，很多同学表示陌生。当问及一学期结束后经济情况如什么时候，大部份同学都安然承认自己的消费已超越计划范围，乃至有些同学还需要向他人借回家的路费，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。

2

伴随着改革开放和市场经济的深入，国民经济持续快速发展，人民生活走向全面小康，传统的家庭生活模式已发生着转型。生活在这样一个信息通讯发达、科技先进、经济繁荣时代的——高中生的消费已成为商家争夺的生产经营新动力。琳琅满目的饰品、漂亮的服装、款式新颖的文具，所有的一切无时无刻不在吸引着我们，刺激着我们的消费欲望。面对现代市场的诱惑，我们学生的消费出现超常，触发我们学习小组的极大关注与思考，为更深入的调查、分析同学们的消费现状，帮助同学们树立正确的消费观，形成良好的消费习惯，我们做了“高中生消费状况调查与分析”这样一个调查报告。

一、研究目的：

(1)从中学生的消费额、消费准则、消费对象等方面，了解目前高中生的普遍的消费状况，进而透视高中生的消费现状。

(2)在研究性学习过程中培养和提高实践、自主学习、团队合作的能力。

(3) 帮助同学们树立正确的消费观，形成良好的消费习惯。

二、研究过程：

1、立题、制定计划方案。

2、搜寻资料和理论学习并设计一份调查问卷。

3、问卷调查、访问学生。

4、结题。汇总资料、分析数据、讨论、撰写并修改结题报告。

在开放题中，如其中问及如果你有一大笔钱会如何使用。多数同学认为要享受人生，完成目前不能完成的事，并把剩余的存入银行，极少数同学会去帮助他人。这表明对金钱的支配已形成自己个性化的观念，知道该这样去花，但同时也说明帮助别人的意识较单淡薄，以自我为中心，这也是独生子女的通病。

问及对于捐款的想法：极大多数同学赞同，表示愿意尽力而为献一份心意，极少数同在表示赞同的同时也提出对政府的质疑，希望不会让政府贪污或录用。这说明目前社会上的贪污受贿的风气已给学生造成了负面影响，使他们对社会，对政府产生了不信任感。

三、通过调查与分析认为，高中生目前的消费状况具有以下特点：

1、经济上依赖父母长辈，很少考虑价格因素，想买就买。

2、对时尚、对生活有着独特的见解和追求。一方面，关注时尚，追求流行。另一方面，又崇尚个性化的独特风格，喜欢标新立异，较少受别人左右，只要自己喜欢的就好，反感于千篇一律，装扮出富有“个性”的自我，这就容易造成盲目

消费，浪费金钱。

3、消费的目的不再仅仅为了吃饱穿暖，而是为了吃好穿好，享受生活，而这种享受是以金钱为代价的。

4、在金钱的支配和消费两方面自主性较大。

同时，也有些误区：

1、追求名牌。较注重外表，希望穿名牌，吃名牌，用名牌，否则认为自己在同学面前抬不起头，不论家庭条件如何，也要打肿脸充胖子，逼迫父母满足自己的要求，希望在服饰着装得以自身价格的升华，反映出虚荣与肤浅，这是很浮躁和浅显的举动，容易造成盲目消费和攀比。

2、追求时尚。这实际上是一种盲目的从众心理。从众心理发生在中学生身上，并不奇怪，中学生整天生活在集体之中，自然会受集体中其他人的影响，但是在这种从众心理的支配下，消费常常会出现浪费。

3、过早受到社会风气影响，人情消费向成年人看齐，同学之间送礼成风。“礼上往来”，用贵重礼物为自己支撑面子。

4、不顾家庭经济状况，花钱大手大脚，盲目消费，同学之间攀比成风；消费不够合理等。

四、对高中生正确消费的合理建议

为了培养正常合理的消费能力，自觉地规范和调控消费行为，我们课题小组认为：

1、学校要加大力度对学生理财引导和勤俭节约的教育。教育学生树立正确的消费观，适度、科学、文明消费。

2、父母对孩子的爱要适度。对不合理要求，给予适当的批评

和教育，在金钱上加强“宏观调控”，促成良好的消费习惯。

3、我们高中生要树立适度的消费观。既要考虑家庭的经济承受力，又要适中学生正常需求之度。

4、防止盲目消费，反对一味追时髦，赶潮流。要提高自己的审美水平，接受科学的消费咨询，多思考消费的实效，避免盲目。

5、要建立健康、文明、科学的生活方式，抑制不良消费。消费应多投向发展性层次，订购有益书刊，学电脑，经常参加锻炼，进行健康的娱乐活动。当然这在很大程度上取决于我们是否有正确的审美标准与良好的生活方式。

总结：过去人们说“清贫之志不敢忘”，今天我们要牢记“以艰苦奋斗为荣，以骄奢淫逸为耻”的荣辱观，在修身、立志、促学、健体上下功夫，做一个正派而有风采的当代高中新青年。

水平衡报告资质要求篇五

一、春节主要消费

2月份，据国家统计局泸州调查队物价调查资料显示，受春节节日等因素影响，泸州市居民消费价格幅度扩大□cpi同比上涨2.1%，较一月份扩大0.4个百分点，同比涨幅比全国平均水平低0.6个百分点，比全省平均水平高0.4个百分点，从调查来看，这期间居民消费主要分为以下几个部分：

1、购置年货

春节是我国一个及其重要的传统节日，因此，对于大多数居民而言，春节期间在年货上的支出占了所有支出的大部分。春节前夕，摩尔、重百、汇通等泸州的大型超市相继进入销

售高峰期。消费者每次消费均在200元以上，在购买的商品中，以肉类和蔬果类居多，其次是糖果，酒水等。

2、休闲娱乐

随着人们消费与生活观念的改变，近几年，春节期间人们比起在家过年更愿意选择出门旅游，使得春节成为了旅游高峰期，其中较温暖的南方与冰雪覆盖的北方成为人们的首选。除了旅游以外，人们花在ktv□电影上的费用也在增加，这些都是春节与亲朋好友一起消遣的不错选择。

3、饮食消费

不同于过去的过年，人们从方便、实惠、美味的角度考虑，现在更加愿意在饭馆请客，这也省去了在家做饭带来的各种麻烦，所以也就增加了春节期间在饮食方面的消费比例。由于吃团年饭大多是以家庭为单位，因此消费均在500元以上，在某些高档酒店甚至可以达到元，同时，各饭店在春节期间都会在平常消费的基础上增加价格幅度，使得春节期间饮食消费在居民消费中占了相当大的比重。

4、送礼拜年

春节期间人们不仅会和家人度过，还会选择在这个时期走亲访友以增加亲友间的感情，这其中包括了买礼物的费用以及送红包的费用。随着人们生活水平的提高，人们送的礼物也越来越昂贵，各种营养品，保健品成为人们的首选。同时，给亲朋好友的小孩儿包红包也成为较大的一个支出，大家在潜移默化中逐渐习惯也此种形式来表达新春的祝贺之情。

二、春节消费现状分析

1、人们消费观念的改变

人们已经从以前只解决温饱问题转变到开始享受物质生活以及精神生活上，大家不再像以往一样，机械地把挣来的钱存起来，而是开始步入消费领域，开始学会提高自己的生活质量，改变对待生活的方式态度。

2、人们生活水平的提高

随着经济增长和系列民生工程、惠民政策的推进，泸州城乡居民生活水平也得到了同步提高。前三季度泸州市城镇居民人均可支配收入13959元，增长16.0%。其中，工资性收入仍成为可支配收入的主体，占可支配收入的68.0%，经营性收入和财产性收入保持快速增长。农民人均现金收入5141元，增长20.5%。正是由于收入水平的不断提高，刺激了消费水平的不断提高。

3、政府的各种政策

受全球金融危机的影响，各地政府开始实施刺激消费扩大内需的政策，如：加快建设安居型工程、加快医疗卫生和文化事业的发展等。这些政策直接使得人们改变消费观念，增加消费。

4、商家的促销手段

到了过年期间，各大商场的促销手段主要分为区别营销、定制营销，无缝营销等方面。主要体现为折扣优惠、送券返现金等活动。因此，消费者们在各种优惠手段的吸引下进行多种消费。

三、春节理性消费建议

1、在春节前夕拟出一个大致的消费计划，以避免冲动的消费行为，这可以减少消费者在购物时在非必须商品上的支出，节约开支。

2、由于在春节期间，受整个社会氛围的影响，人们会不自觉的增加消费，同时，各大商场的折扣活动使得商品价格的确低于平时价格，因此消费者应当回避，克制贪便宜的消费行为。

3、对信用卡的使用会在无意识的情况下增加消费，由于刷卡并不能实际即刻得反映支出状况，因此会在不自觉中加大了消费支出，因此人们可以适当减少对信用卡的使用，而改用现金支付。

4、按自身收入水平安排消费，这不仅能够减少自己在非必须商品上的消费，同时也能够通过计划的手段提高自己的生活水平。

结论：此次调查仅是针对泸州地区的居民消费现状，但这种现状也是各地区在春节期间的一个共同特点，这不仅反映了当今社会人们生活质量的提高，这同时也是对国家日益富强的一大肯定。人们响应着国家的号召，也深深受到国家各种福利政策的惠及。人们自身的生活水平得到了改善，这也将社会的发展推向了一个新的台阶。

水平衡报告资质要求篇六

随着居民收入的提高，居民文娱消费也日益增长，为了解我市居民文娱消费情况，近期泰州调查队开展了专题调查。

一、文娱消费情况

(一)看电视、电影是文娱消费主要方式

数据显示，看数字电视节目和去电影院看电影是居民业余主要的文娱消费方式，分别占59.2%和52.4%；其次是旅游和读书看报，分别占45.6%和41.8%；再次是参加体育活动或健身以及玩电子游戏，分别占25.2%和12.6%；排位较后的依次是参加讲

座展览，参观博物馆或文化古迹，观看话剧、舞台剧或音乐会，其他，参加文艺社团及摄影绘画等创作活动，买cd或影碟，分别占8.7%、6.8%、4.9%、2.9%、1.9%和1.0%。

(二)收入和兴趣爱好是影响文娱消费的主要因素

(三)过半受访者每年文娱消费费用占年收入10%以下

从每年文娱消费费用占年收入比例来看，54.4%的受访者占10%以下，26.2%的受访者占10%-20%，10.7%的受访者占20%-30%，8.7%的受访者占30%以上；从文娱消费金额来看，16.5%的受访者每年在1000元以下，28.2%的受访者每年在1000-3000元，29.1%的受访者每年在3000-5000元，15.5%的受访者每年在5000-10000元，10.7%的受访者每年在10000元以上。

(四)放松休闲是大多数人的文娱消费目的

调查显示，从文娱消费的目来看(多选)，65.1%的受访者选择放松休闲；58.3%的受访者选择锻炼身体，促进身心健康；43.7%的受访者选择增加知识和个人素养；21.4%的受访者选择消磨时间；7.8%的受访者选择其他原因。

(五)近八成受访者最希望增加旅游参观消费

调查显示，在条件允许的情况下，78.6%的受访者最希望多安排旅游参观；其次是增加看电影和文娱休闲活动，均占36.9%；再次是增加话剧、舞台剧或音乐会支出，占33.0%；最后是增加讲座展览、报刊杂志和其他方面的支出，分别占21.4%、12.6%、2.9%。

(六)时间和氛围是抑制文娱消费的主要因素

调查显示，没有时间是抑制文娱消费最主要的因素，

占65.1%;其次是缺乏整体文娱气氛,占57.3%;再次是文娱市场管理混乱,无法放心消费,占28.2%;另外是文娱活动不是生活必需品,没有强烈的意愿,占26.2%;最后一个抑制文娱消费的因素是基础设施如图书馆、影院太落后,占24.3%。

二、当前文娱市场评价情况

(一)近半受访者认为目前泰州文娱消费气氛一般

对目前泰州文娱消费气氛评价,48.6%的受访者认为一般,不太符合大众的要求;32.0%的受访者认为较好,对大众的消费有积极的影响;8.7%的受访者认为较差,缺乏政府的有序领导;6.8%的受访者认为很好,完全符合大众的要求;3.9%的受访者认为极差,文娱消费市场较混乱。

(二)受访者对当前泰州文娱消费市场满意度不高

4.9%的受访者对当前泰州文娱消费市场表示非常满意,23.3%的受访者表示满意,58.3%的受访者感觉一般,9.7%的受访者表示不满意,3.8%的受访者表示非常不满意。

三、当前文娱消费存在的问题

(一)消费水平低

,泰州居民人均用于教育文化娱乐消费支出为1849元,比全省平均少389元;占人均消费支出的比重为11.0%,比全省低0.7个百分点。泰州半数以上家庭文娱消费费用仅占收入的10%不到,根据联合国《国民经济核算统计》,美国文教娱乐用品及服务支出比重已达11.49%,相比之下,泰州现代文娱服务消费水平明显偏低。

(二)消费结构不合理

除去家庭教育费用支出,泰州市居民的文娱休闲方式主要是看电视、看电影、读书看报等传统形式,对于参观展览、欣赏音乐会、观看演出等更高层次的精神文化消费参与人数较少。基于这种现象,泰州居民的文化消费结构存在失衡现象,主要倾向于享受型的文化消费,对于基本型文化消费和发展型文化消费涉及较少。

(三) 文娱产业水平低

随着文娱产业的优势地位越来越显著,各地纷纷统筹规划,转变思想,争先恐后发展文娱产业。经过几年的发展,泰州市的文娱产业也逐步形成了一定的发展格局,但放眼江苏,乃至全国,泰州市的文娱产业还处在起步阶段,不太能满足目前消费者的需求,文娱产业自身的竞争力还处于劣势地位。

四、扩大文娱消费的对策和建议

(一) 提高居民文娱购买力水平

一是提高城乡居民收入水平;二是通过完善覆盖社会保障制度、实现公共服务均等化从而降低物质生活消费对文娱消费的挤占效应;三是对文娱生产和服务类企业进行税收优惠、补贴等,促使企业降低文娱产品和服务的价格。

(二) 正确引导居民文娱消费

一是通过加强宣传和引导,引导居民增加文娱消费,丰富业余生活;二是积极开展文化专业知识教育培训,普及科学文化知识,提升文化鉴赏水平;三是引导居民由消遣文娱消费转移到发展型、智力型文娱消费;四是鼓励推行2.5天弹性休假制度,让居民有时间进行文娱消费。

(三) 增加文娱消费供给

一是构建现代公共文化服务体系。大力推进公共文化设施建设，为人民群众开展丰富多彩的文化体育活动提供基本条件；二是大力推进文化综合体、大型主题乐园建设，大力发展文娱“特色小镇”，丰富演艺市场，满足高品质消费和个性化消费的需要，让居民有兴趣玩，有地方玩。

水平衡报告资质要求篇七

在这个暑假中，本人通过对我县经济发展网上资料的查阅和调查问卷的形式总结了十六年以来我县农村居民消费的基本情况及其变化趋势，并由此提出了存在的主要问题和制约因素，并针对存在的问题提出了进一步推动农村居民消费的措施和建议，据此做出报告。

第一、农村居民消费的基本情况和变化趋势

(一)农村居民消费水平的演变。我县农村居民消费水平的演变大体分为两个阶段，

一是xx—xx年为消费水平缓慢增长阶段。由于这一时期前两年，农村经济发展缓慢，农产品价格低，农民负担高。因此，进入新世纪的前三年，农村居民消费水平总体呈现稳步增长的态势。

二是xx年为消费水平快速增长阶段。我市在农业结构调整、农业产业化、标准化等方面都有了较大发展，使我市的农业经济迅速增长，农民人均纯收入大幅增长。

(二)消费结构的演变。调查显示，受收入水平和收入预期低、支出预期高的制约，农村居民消费还是以一般性消费为主，衣食、居住消费等占的比重较大。随着收入的大幅增长，消费支出也大幅增加，消费结构也有了明显的改变。

一是伴随着连续几年婚嫁高峰的过去，农村旧房改造已基本

结束，建房热已开始降温，在消费支出大幅增长的情况下，居住消费却大幅度减少。

二是食品和衣着消费的比例有了突发性增长。由xx年的人均700元上升到1038元，增幅达48%，比重由37.2%上升到43.6%。

三是交通通讯支出平稳增长。随着农村经济的发展，市场化进程的加快，交通和通讯工具不断进入寻常百姓家，农民外出频繁，对外交往不断扩大，使得农民的交通通讯支出在xx年就大幅增长。

(三)消费方式的演变。从某种意义上说，收入水平决定消费水平，而消费结构的变化是消费方式转变的结果，消费方式的转变反过来又促进消费结构的变化，并转化为拉动消费市场的动力。近年来农民消费方式主要有以下变化：

一是由满足生活需要向追求生活质量提高转变。在食品结构上，主食消费比重下降，各种副食消费不断增加，膳食结构向营养、科学型发展。在衣着消费上，农民穿衣在成衣化的基础上，更注重时尚化□xx年人均衣着支出140.1元，同比增长35%。

二是由重食物消费向物质和服务消费并重转变。食物消费更多表现为生存型消费，而服务型消费更多表现为提高型和享受型消费。服务消费比重逐年上升，反映出农民消费观念的积极转变，也反映出农民消费方式的多元化。

三是由自主性与市场化结合消费向更高的市场化消费转变。随着农村经济的快速发展，农民生活消费的`市场化进程明显加快，现金消费支出的比重不断上升。

第二、扩大农民消费存在的主要问题和制约因素

(一)农民收入问题。通过前面的分析，我们发现农村居民消费水平的提高是以收入的提高为前提的。近两年，农民收入有了较大幅度的增长，农民的购买力提高了，对收入的预期也提高了，消费水平就明显提高，消费对经济的拉动作用明显增强。但与城镇居民相比，农民的收入水平，特别是现金收入水平还比较低。因此，要进一步扩大农村消费，还要进一步增加农民收入，并保持收入的稳定增长。

(二)社会保障制度不完善，收支预期的不稳定，是农民消费的后顾之忧。近几年，我市农村社会保障制度虽然有了一定程度的发展，在养老、医疗等方面已形成了一套比较完整的保障体系，但这些保障体系还不完善，普及率也不高，医疗费用居高不下，看不起病，吃不起药，因病致贫、因病返贫的现象时有发生。因此，存钱养老、存钱防病的思想在农民中还普遍存在。另外，收支预期的不稳定，越来越高的教育投资，婚丧嫁娶的盲目攀比，也使得农民不敢贸然消费。

(三)农村市场体系不健全和消费环境欠佳是影响消费的重要环节。主要表现在：

一是家庭设备、日用品等有赖于新型业态如连锁超市在农村的延伸，而目前农村商业流通组织方式落后，商品流通不畅，成本过高，商品价高质次、假冒伪劣严重等问题，不能满足农民日益提高的消费需求和适应农民消费方式的转变。

二是农村基础设施建设相对滞后。交通、通讯、自来水等近几年虽有了较大的发展，但还远远落后于城镇，运行成本、运行费用高也使得农民对一些耐用消费品买得起用不起，限制了农民的消费。

第三、进一步推动农村消费的措施和建议

主要因素不再是由政策决定的生产积极性，而是农民生产经营水平。因此，今后农民增收的核心应转向提高农民的生产

经营水平上来。

(二)健全农村社会保障体系。进一步健全和完善农村在养老、医疗等方面的保障体系，使更多的农民从传统的储蓄养老、家庭养老的方式中解脱出来；使更多的农民参与医疗保险，看得起病，吃得起药，降低因病致贫的风险。进一步理顺农村信贷关系，落实农村信贷政策，简化信贷手续。进一步降低学生“学杂费”，特别是高中、大学阶段的学杂费，使农民不致为了让孩子上学而贫困或债台高筑。

(三)降低收费门槛和价格，使大多数农民能消费的起。近几年所兴起的耐用消费品以及与人们生活极其相关的医疗、教育、住宅、汽车等高消费领域，其价格与收费门槛仍然过高，有的收费标准超出了居民的承受能力。特别是在教育、医疗、住宅等方面，人们对现行的消费标准又不得已而从之。因此，下一步，首先在教育、住宅等方面，对超出居民承受能力的部分要合理降低，能规定收费上限的要予以明确，同时进一步加强对乱收费的监管力度，严控超范围、超标准收费。其次在医疗、汽车等特殊服务、特殊商品方面，要合理地降低商品、服务价格，使老百姓能够在这些方面都能消费的起。

总之，在研究促进消费需求和调整消费结构的对策措施时，要根据我市目前农民已形成的高、中、低不同阶层的消费群体这一实际，并把握不同群体消费需求走势，着力启动中等收入群体消费力度，主要应以稳定收入和改变其心理预期为主。对中等偏上收入者，可用消费信贷等方式，引导一部分人向城镇转移，鼓励他们首先购房、买车；对中等收入者，可增加其文化娱乐消费；而对中等偏下收入者，则可增加其耐用消费品的消费与换代。

水平衡报告资质要求篇八

随着社会经济的发展和人民生活水平的提高，目前人们的消

费观念、消费结构和消费水平都有了很大变化。大学生作为社会中的特殊消费群体，他们的消费在社会大背景的影响下日益多样化、超前化、现代化。下面有小编整理的大学生消费水平调查报告，欢迎阅读！

随着改革开放的进一步深化，我国的经济实力、综合国力不断增强，人民生活水平不断提高，消费问题显得尤为重要。伴随着高校的不断扩招，从1998到xx年，短短几年，中国大学生仅总数就从108万激增到多万。大学生人数大幅度增加，愈加作为一个特殊的消费群体出现。同时大学生在同龄人中是文化知识水平较高、思想道德素质相对较好的群体，具有表率 and 示范的作用。他们既具有青年前期的年轻人消费观的新变化，又具有不同于同龄人的消费观。重视大学生消费的新变化，引导大学生树立正确消费观，不仅有益于大学生的健康成长，也将会对社会消费的正确引导起到良好的示范作用。因此全面细致地了解大学生的消费状况已成为高校思想道德教育工作中不可缺少的一部分，而正确引导大学生的消费观则成为用社会主义荣辱观教育大学生的重点。

当代大学生不仅消费能力在提高，而且在消费结构方面呈现多元化的趋势，除了基本的生活消费、学习消费外，当代大学生会选择将越来越多的支出用于网络通信、交际、恋爱等诸多方面。针对在校大学生消费较高的现象，太原师范学院教育系副教授相力对他所教的niit052班的43个学生做了一项“在校大学生月生活费多少”的调查，调查发现，月费用1000元以上的人占20%，月费用500-1000元的人，占50左右%，月费用500元以下的人，占30%左右。在他们班的学生当中，超过35%的学生拥有电脑、约60%的大学生拥有手机，因此网络与通信费用支出较以往在大学生的消费支出中占据了更大的份额。

调查表示，在中国，一向都是“再穷也不能穷孩子”，孩子考上大学了，就要钱给钱，要物买物，这不仅导致部分家庭财政透支，还容易使孩子养成大手大脚花钱、贪图享乐的习惯。

习惯。他的研究发现:大学生消费中的趋同心理、攀比心理。大学生的消费心理由于所处的环境以及他们由于自身的群体化特征,往往采取与大多数人相一致的消费行为,多数同学在消费过程中“从众”性较强,这也就是大学生消费时的“趋同心理”。趋同心理表现为消费者看到别人购买某种物品时,哪怕这一物品自己本身并不那么需要,也会随大流购买,以保证自己与群体的一致性。而趋同心理如果不加以正确的引导就会发展成为攀比、炫耀心理,攀比、炫耀心理实际上是一种超越自我价值的自我虚构,表现在对物质生活的高欲望——追名牌、追流行。许多大学生就是这样以拥有各类名牌(而不是用优异的学业或特殊的才华)作为炫耀的资本。

张志祥则认为大学生的消费行为呈多样化的现象,主要表现为以下几种:第一是早熟消费:消费水平和质量超过了经济发展的实际水平;第二是畸型消费,消费内容过多过快,向高档型消费倾斜;第三是豪华型消费,追求不切实际的奢侈、气派;第四是炫耀消费,把高消费当做现实社会优越感和虚荣心理的手段;第五是悬空消费,追求一种脱离经济社会发展以及个人消费承受能力的消费;第六是情绪化消费,把对消费品的占有、享乐作为弥补精神空虚的手段。

从表面上看,消费是个人行为,但从更深层的意义上说,消费心理、消费意向、消费意识、消费嗜好是一种精神文化现象。从这一意义上说,校园里出现的不良消费所造成的消极影响是不容忽视的。它不仅加重了学生家长的经济负担,影响了家长和学生的感情;还在某种程度上扭曲了校园人际关系,影响了正常的教学秩序;对学生个人来说,这一时期形成的道德观念可能会影响他一生的消费行为,并且与其人生观、价值观、健全人格的形成和完善密切相关。所以,中国当代大学生消费问题值得重视,而且刻不容缓!

本调查旨在分析大学生特别是贫困生大学生的消费行为,了解他们目前的消费情况,以期挖掘潜在的问题,并提出相应

有效的改善措施，促进大学生养成良好的消费习惯，树立科学合理的消费观。

一、对象与方法

1、对象:笔者对华南理工大学、暨南大学、华南师范大学、广东外语外贸大学、华南农业大学、汕头大学、广东技术师范学院、广东商学院、广东工业大学、北京师范大学珠海校区等面向全国招生的普通高等院校的大学生进行随机性匿名问卷调查和访谈。接受调查共320人，平均年龄20、8岁，平均年级为2、1年级。

2、方法:一是采用问卷调查法。问卷内容是根据大学生消费的相关情况自行设计，经预试、反复修改后形成，问卷题型主要采用选择题的形式。本次调查共收回问卷发 145份，有效问卷138份;二是网络问卷调查，通过qq□email□留言板等方式让各大高校的部分学生网上答卷。填写网上调查问卷的人数110人，问卷做到了随机发放;三是一对一谈话或座谈会等形式获取信息，进一步了解被调查者的消费心理和价值取向。访谈的方式随机选择了愿意接受访问的65人。大学生消费调查报告。三种形式形成互补，相互促进，使我们的研究更具客观性。

3、资料处理:全部原始数据采用exel2019进行分析和统计。

二、调查结果与分析

1、月消费总额贫富差距大。大学生总体的月消费额主要集中在350元-500元和500元-800元这一幅度，少于350元或多于1200元的两极分化现象比较少。而备案贫困生的消费额基本是少于350元。贫困生的生活标准与消费能力与普通学生差距相当大。

2、饮食方面开销大。无论是否贫困生，饮食开支在消费总额

中占了绝大部分，这是符合健康的消费构成的。调查发现，大学生中还兴起一股外出聚餐和请同学吃饭的热潮，这方面的开支虽然不算大，但也是造成大学生消费高的一个原因，这说明大学生已经逐渐有了社会交际方面的消费。

3、通讯网络费用过高。被调查人群中，对手机的拥有率为92%，其中70%的贫困生也拥有手机。调查发现，大部分同学每月的手机费用集中在50元-100元，贫困生的手机费用一般能控制在50元以下。也有14%的同学每月的手机费用高达150元以上。

5、先进的消费方式悄然成风。大部分学生购物都喜欢现金消费，三分之一左右的同学喜欢银行卡信用卡消费方式。可见，一些比较先进的消费方式已经进入了大学生的生活中。大大小小的校园卡、银行借记卡会成为大学生钱包里的必备品。学生使用信用卡也逐渐悄然成风。

6、男女生间的消费差异。调查结果显示：现代的大学生中，男女方恋爱支出基本成持平趋势，部分女生恋爱支出还甚至超过了男生。在建立和培养自己人际关系方面，男生的开销远比女生大，而在形象包装方面，女生又会略胜一酬。在对于是否会计划月生活费的这一项调查中，选择有计划的女同学仅为28、4%，男同学则为 37、1%。

7、日常资金来源和家庭收入。调查发现，大学生主要的经济来源是家里提供。其中贫困生勤工俭学的人数比普通学生多出十个百分点。而贫困生对于外出兼职比普通学生有更热切的期望，也会付出更多的努力。可见，贫困生有着更迫切地锻炼自己、早日投入社会的意识。家庭月收入方面，大学生家庭月收入整体上以1000元-2019元居多，而贫困生的家庭月收入以500元-1500元居多，有25%还是月收入在500元以下的特困户。

8、大学生对自身消费现状的看法。无论贫困生还是非贫困生，

对于自身的消费现状，三分之一的人表示是觉得刚刚好的，一成的贫困生觉得自身消费现状偏低。而剩下的大部分，都是认为自身的消费现状是偏高的，同学们普遍都有在不知不觉中花了钱的体验，但大多数的同学都没有切实地想过要如何去正视自身消费过高的问题以及想出应对措施，可见，大学生还未养成良好的消费习惯和成熟的消费观。

三、结论与讨论

1、结论

(1) 大学生的消费构成跟上社会发展的潮流，与社会接轨。从调查中可以看出，大学生外出聚餐、请朋友吃饭、外出旅游、通讯网络方面的费用较多，俨然大学生圈子也成了一个小社会，大学生更多地意识到了要提早接触社会上的一些新的生活消费方式，进而提早融入社会。而银行卡、信用卡等消费方式也受到大学生们欢迎，可见，大学生作为社会上一个活跃的群体，虽然在经济实力上未能跟上社会，但消费意识上却早已和社会发展同步。

(2) 理性消费仍为消费主流。大学生的绝大部分支出是用于饮食方面，而玩乐方面的支出不算多。由此可见，大学生还是清楚知道自身的使命还是以学习知识为主，而不会沉迷于玩乐。由于消费能力有限，大学生消费时都会较为谨慎，尽量精挑细选，不会一味求贵，或者只注重便宜的价格而不注重质量。所以较为理性的消费是大学生消费的主流。

(3) 消费呈现向多元化发展。大学生在实现温饱的同时，也在服饰装扮这一方面明显消费。而作为饱读圣贤书的天之骄子们，学习之余也会不忘逛逛学习用品店和书店，为取得各类证书的补课充电也成了大学生的一个消费热点。部分手头宽余的学生还手头上还会拥有一些如照相机、mp3等数码产品。可见，大学生的消费取向逐渐向多元化发展。

(4) 恋爱费用支出过高。大学生刚开始恋爱为稳固恋情和讨恋人欢心所付出的“恋爱费”比较高，这是大学生消费中很不合理的一部分支出，因谈恋爱而每月的生活费入不敷出的大学生大有人在。这种不合理的消费也会导致一种错误价值观的形成，容易让大学生们认为爱情是建立在金钱之上的。所以，恋爱支出过高的现象应制止。

(5) 贫困生的消费水平虽然偏低，但消费构成比较合理。贫困生因为消费能力有限，他们日用的资金来源除了家里提供之外，还有国家、社会资助和勤工俭学等途径。正因为他们的钱得来不易，故他们会对生活的各种开支精打细算。他们主要的花费在于饮食、生活用品和学习充电方面。另外，由于对接触社会的要求更为强烈，他们能够把握到社会一定的消费动向，而能否择优地去跟随。

(6) 合理理财和储蓄观念仍十分淡薄。调查中，大部分的大学生都清楚地认识到自己的消费组成不很合理，但极少数的大学生会有规划自己的消费组成的意识。他们大多会在不知不觉中盲目地追随了流行于校园中的消费大潮，而缺乏了自我判断和自主意识。调查中发现，大多数大学生每月的生活费用都超出了预计，只有极少数的学生能够在银行帐号上拥有自己的一笔积蓄。

2、大学生消费构成不合理的因素分析。大学生本身的心理素质还不成熟，人生观、价值观还没成熟。容易被一些错误的价值观如拜金主义，享乐主义等迷惑。但笔者认为，当前大学生中出现的这种种消费不合理现象，不仅仅与大学生本身这个特殊的消费群体的特性有关，还与家庭、学校、社会等多方面的因素影响密不可分。

(1) 社会不良消费风气影响。首先，学生的高消费很大部分原因是因为社会整体消费结构不合理。目前，社会上重视高消费，这种导向错误的助长了学生之间的攀比风。另外，现今社会上流行着透支的消费方式，大学生是对社会潮流有敏锐

触角的群体，加之相对缺乏自主判断力，若没有得到适当的引导，很容易就会从此走进了消费的误区。

(2) 校园错误消费氛围的催化。学校也是一个消费习惯与方式迅速传播的一个介质。大学里面一般都是同龄群体，对大学生有较强的吸引力。它的群体规模和价值往往被大学生作为个人行为的重要参考系。一旦攀比之风，追求名牌之风，请客之风在同学之中有了苗头，大学生们就会竞相效仿。加之高校教育中普遍缺乏对树立大学生正确消费观的教育。就算有类似的教育，但一般都是深度不够或教育意义不强。

(3) 家长不当消费观念的延伸。家庭在培养孩子成长的过程中普遍对正确消费观念的教育不足。传统的家庭教育首先注重的是孩子德育的培养，现代的家庭教育注重的是德，智，体多方面的培养，但一直以来，家庭教育中一个比较薄弱的环节是对孩子消费的培养。另外，许多家长自身没有一个健康的消费观念。家长们怕比别人差，宁可自己省吃俭用，也要让孩子与其他孩子一样穿好，吃好，玩好，从而助长了孩子大手大脚的消费习惯。

四、对策与建议

1、合理规划自身消费构成，增强理财意识。要在社会的激烈竞争中站稳脚跟，学生们对自身的消费现状需要有更理性的思考，在大学生活中就要注重养成健康的消费心理和良好的消费习惯。要强调“合理和适度”消费，提倡“量入为出”有计划的消费。注意发扬勤俭节约的传统美德，自觉抵制不良消费风气影响。

2、注意克服攀比心理，不要盲目追求高消费。大学生没有独立的经济来源，所以在消费的过程中要做到“一切从实际出发”。要选择适合大学生群体的消费标准，而不能因为攀比而一味追求名牌和高标准、高消费。要克服这种心理，大学生们就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。

3、贫困生应正视自身消费现状，养成良好的消费心态。贫困生们作为大学生中一个特殊的群体，消费能力是相对落后的，但是他们的消费欲望并没有衰减。所以，贫困生更要注重正视自身的实际情况。调查中一位贫困生说过这样一句话：“在清扫校道时，我会对走过的每个人微笑，因为我知道，靠自己双手挣的钱是最光荣的”。这是一种很好的心态，贫困生应积极地面对自身情况，按切身实际分配消费。

4、注重精神消费，养成健康习惯。对于尚未有固定经济来源的大学生而言，精神消费不但能弥补物质生活上的不足，还能让大学生有更深的精神内涵和更丰富的精神生活。所以，大学生应通过各种教育和文化活动，把娱乐和知识摄取结合进行，以陶冶性情，获取知识。另外，要注意强调绿色消费，反对不利于保护生态环境的消费行为。

5、大学校园应形成更好的消费氛围。学校氛围的影响对大学生形成良好的消费习惯至关重要。但是，针对大学生年龄和消费行为的特点，在校内开展消费道德教育不应是单纯的说教，而应该通过灵活多样的形式，加以引导。所以，我们在此呼吁学校方面应注重对大学生消费方面的引导和教育，同时可以把勤俭节约这项中国的传统美德加以发扬，能够在校规、校训上加以体现。这样的措施不仅能使大学生们重新树立正确的消费观，还能从大学生良好的消费心理和消费行为抓起，从而使广大学生有良好的生活习惯，进而形成良好的学风、校风。

水平衡报告资质要求篇九

从表面上看，消费是个人行为，但从更深层的意义上说，消费心理、消费意向、消费意识、消费嗜好是一种精神文化现象。从这一意义上说，校园里出现的不良消费所造成的消极

影响是不容忽视的。它不仅加重了学生家长的经济负担，影响了家长和学生的感情；还在某种程度上扭曲了校园人际关系，影响了正常的教学秩序；对学生个人来说，这一时期形成的道德观念可能会影响他一生的消费行为，并且与其人生观、价值观、健全人格的形成和完善密切相关。所以，中国当代大学生消费问题值得重视，而且刻不容缓！

本调查旨在分析大学生特别是贫困生大学生的消费行为，了解他们目前的消费情况，以期挖掘潜在的问题，并提出相应有效的改善措施，促进大学生养成良好的消费习惯，树立科学合理的消费观。

一、对象与方法

1、对象：笔者对华南理工大学、暨南大学、华南师范大学、广东外语外贸大学、华南农业大学、汕头大学、广东技术师范学院、广东商学院、广东工业大学、北京师范大学珠海校区等面向全国招生的普通高等院校的大学生进行随机性匿名问卷调查和访谈。接受调查共320人，平均年龄20、8岁，平均年级为2、1年级。

2、方法：一是采用问卷调查法。问卷内容是根据大学生消费的相关情况自行设计，经预试、反复修改后形成，问卷题型主要采用选择题的形式。本次调查共收回问卷发 145份，有效问卷138份；二是网络问卷调查，通过qq□email□留言板等方式让各大高校的部分学生网上答卷。填写网上调查问卷的人数110人，问卷做到了随机发放；三是一对一谈话或座谈会等形式获取信息，进一步了解被调查者的消费心理和价值取向。访谈的方式随机选择了愿意接受访问的65人。大学生消费调查报告。三种形式形成互补，相互促进，使我们的研究更具客观性。

3、资料处理：全部原始数据采用excel进行分析和统计。

二、调查结果与分析

1、月消费总额贫富差距大。大学生总体的月消费额主要集中在350元-500元和500元-800元这一幅度，少于350元或多于1200元的两极分化现象比较少。而备案贫困生的消费额基本是少于350元。贫困生的生活标准与消费能力与普通学生差距相当大。

2、饮食方面开销大。无论是否贫困生，饮食开支在消费总额中占了绝大部分，这是符合健康的消费构成的。调查发现，大学生中还兴起一股外出聚餐和请同学吃饭的热潮，这方面的开支虽然不算大，但也是造成大学生消费高的一个原因，这说明大学生已经逐渐有了社会交际方面的消费。

3、通讯网络费用过高。被调查人群中，对手机的拥有率为92%，其中70%的贫困生也拥有手机。调查发现，大部分同学每月的手机费用集中在50元-100元，贫困生的手机费用一般能控制在50元以下。也有14%的同学每月的手机费用高达150元以上。

更多调查报告范文：