

# 最新高中生消费情况调查研究 汽车消费者购买心理分析的调查报告(精选5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 高中生消费情况调查研究篇一

### 1. 初恋

消费者进入商场，与商品的接触，犹如初恋的人们。如果他（她）舍得驻足，就意味对商品有好感，就有着进一步交往的可能。当消费者站在商品面前的时候，说明商品已经打动触摸到他（她）的心门。因为在注视过程中所获得的视觉享受是使消费者购买这种商品的最初动力。消费者会因商品吸引而进入店内，或者在店中浏览时被某件商品所吸引，在哪里驻足观看。就象男人的用眼睛扫人一样，一有心仪的一刹那，就会让其驻足留步。好的商品也一样。

### 2. 吸引

消费者关注商品后，其视觉享受会刺激他（她）对这一商品的兴趣，这时他（她）会注意商品的其它方面，如使用方法、价格甚至功效、性能等。如果有了这一层感觉，就说明商品已经打动了消费者，同时吸引他（她）对商品引发兴趣。

### 3. 联想

消费者被商品吸引，进而产生兴趣，这样，就不但想看一看它，同时会产生用手去触摸商品的欲望，享受通过对商品的

触摸而产生的满足、亲切感，继而产生联想，联想自己在使用商品的情景，甚至乐趣。

#### 4. 奢望

当然，他（她）又会产生疑问：有没有比这个更好的？还有比这更吸引自己的商品吗？所以，引发了消费者对商品的欲望后，就会使他（她）

#### 5. 权衡

产生购买欲望后，消费者就一定会在心理去比较权衡（如价格、质量等），这是消费者表现出犹豫不决。这时他（她）会受到营业员或同性或异性消费者的行为影响，有时营业员的精练介绍和推介，将是最会有用的。

#### 6. 自信

经过一番权衡比较以后，消费者就会觉得“这东西不错，蛮适合自己的。”，此时消费者已经对自己的眼力产生自信，同时也对自己选定的商品产生了信心。这个信心来源于营业员的诚心推介、品牌的诚信、使用的习惯、购买的心态等。有了信心，就有产生购买的心理动机和决心。

#### 7. 实施

一旦下定决心，消费者往往会实施购买行为，此时如果营业员稍加赞美“先生（小姐），您的眼光不错！”会更巩固消费者的购买行为，要知道任何人都希望他人的赞美。同时，营业员要迅速出击“我帮你包好。”不要延误时机。这样，购买行为就应运而生啦。

#### 8. 满足

购买后会有一种喜悦和自豪的感觉。这种感觉来源于两个方面。一是购物后的满足感，包括满足于拥有商品的喜悦和享受到店员优质服务的喜悦；二是商品使用过程中的喜悦，这种喜悦直接关系到会不会产生重复购买的欲望和行为。如果消费者同时获得两方面的满足，他（她）将成为商品的忠实消费者。

## 高中生消费情况调查研究篇二

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\_\_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：

### 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，我们可以清醒的看出大学生消费存在着以下特点。

#### 1、消费观念复杂，感性消费占优势

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。

## 2、学生对品牌的忠诚度很高

大学生消费在一定程度上会相信自己的真实体验，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。

## 3、消费倾向多样化

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。

## 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等，要是这个“大头”加上去，来自父母的比例将更高，可以这么说，大学生基本上还是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、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。

### 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，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。

#### 四、有关大学生消费的几点建议

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。

(一)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。

(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。

(三)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。

(四)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。

## 高中生消费情况调查研究篇三

### 1、求实的心理动机

这是一种以注重商品的实际使用价值为主要目标或是追求保值的心理动机，这类动机产生的主要原因是消费者的收入不

高、消费观念比较保守或是比较注重传统习惯。这类心理动机的消费者在选择珠宝首饰时，比较注重宝石的品质、镶嵌的牢固程度、镶嵌用的金属成色与重量，或者购买比较能直观反映其价值的饰品而不太注重款式是否时髦。

## 2、求廉的心理动机

这是一种以追求物美价廉为主要目的的心理动机，产生求廉的心理动机的原因是消费者的收入较低或者是收入较高而比较节约。持这种心理的顾客可能受生活圈内环境的影响重在追求拥有。这类消费者在购买珠宝首饰时，总是喜欢到市场上考察多家珠宝企业，作横向比较后再决定到哪家企业购买，他们一般不注重品牌的选择。

## 3、求名的心理动机

这是一种以追求名牌或吉利的商品名称为主要目的'的购买心理动机。产生这种心理动机的原因主要是收入较高或社会地位较高的消费者可以通过对名牌产品或名牌服务的消费来表现自己优越的身份和地位。这类消费者会对名牌产品盲目地追求，而不太在意产品的质量 and 价格的对应关系，在他们的心目中，名牌的就是质量好的。

## 4、祈福的心理动机

这是一种以满足自身安全需求而诱发的购买心理动机。产生这种心理动机的原因是基本生活需求得到满足的消费者，对珠宝消费的传统文 化有一定的了解，认为珠宝中蕴含着神奇的力量，可以保佑佩戴者一生平安，身体健康，持这种心理动机的消费者在购买珠宝首饰时，除了考虑首饰佩戴美学因素外，还要对珠宝品种有特别的选择。如对中国玉文化有一定了解的消费者可能会选择一件自己喜欢的翡翠饰品，因为他们认为翡翠能驱凶避邪、治病和保佑平安；而对西方文化有一定了解的消费者可能会选择与他的生日相对应的生辰石



首饰，因为在西方，生辰石被赋予与中国玉一样的意义。

## 5、求新的心理动机

这是一种比较注重商品的新颖和时髦的心理动机，产生这类心理动机的原因是家庭经济条件比较好的年轻消费者，喜欢追求新奇和时尚，这类消费者在购买珠宝首饰时，喜欢紧跟时代潮流，容易受媒体宣传的影响或者是追星族，是珠宝流行首饰的经常性购买者，但每次消费金额不一定很高。

## 6、求美的心理动机

这是一种以注重商品外在美为主要目的的购买心理动机。这类购买心理动机主要是追求商品的款式、造型、包装等方面的外在的美观，这类消费者主要是文化界人士或青年女性，他们在购买珠宝首饰时，首先考虑的不是产品质量问题，也不会十分注重价格的高低，造型美观与否是首先要考虑的问题。

## 7、好胜的心理动机

这是一种以注重消费的效果和场面为主、或是力求在消费时气势压人的心理动机。这种购买心理动机支配下的购买行为不是在购买自己急需的商品，而是力求在质量或价格上胜过别人。这类消费者在购买珠宝首饰时会不顾周围人的反应，不顾款式是否时髦，只要在质量上或价格上胜过可比对象就行，是一种争强好胜、从某种意义上说是虚荣心较强的消费者。

珠宝营销人员在接待顾客的过程中，要主动与顾客交流，搞清顾客购买珠宝的目的和心理动机，根据不同顾客的不同需求有针对性地推销，是能否留住顾客的关键。

# 高中生消费情况调查研究篇四

## 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。较注重外表，希望穿，吃，用，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，又要适中满足学生正常需求之度。
- 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。

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。进入21世纪，竞争更加激烈了，有能力的人才能站住脚，而消费也是一种能力，我们不应该浪费自己的能力，而只有正确利用这些能力，未来才会掌握在我们的手里！

#### 高中生消费情况调查研究篇五

1. 理性消费，注重实际效益

目前虽然大部分大学生没有经济来源，生活费用多靠父母供给，但大多数人已形成独立意识和社会意识，在生活费用方面能够进行理性的思考，不再全凭个人喜好乱买东西，而会从客观实际方面考虑是否实用，是否急需等问题。大多数大学生虽未真正体会到社会的艰辛，但在心智上都已基本成熟，会为辛勤劳作的父母着想，明白他们的付出，懂得珍惜父母的血汗钱。

## 2. 热衷网购多于外出购物

信息急速发展的时代，电脑成为了我们生活中必不可少的物品。近几年，网络快速发展，网上交易成了最普通也最便利的途径。随着网上银行、支付宝等网上付费工具的日臻完善，很多大学生更偏爱于网购。只要鼠标轻轻一点，交易便完成了，而且还会有人把我们要买的物品送货上门，不用出门，不用挤人群，如此轻松的购物方式，吸引了很多大学生消费者。然而我们在看到网购的便利时却忽略了它的弊端。网购使我们越来越宅，缺乏与人面对面的交流，也让我们挑选货物、讨价还价的能力日益减弱，不利于大学生进入社会后的发展。

## 二. 大学生消费存在的问题及影响

### （一）大学生消费状况存在的问题

根据调查结果显示，大学生的消费主要用于基本生活消费，学习消费和休闲娱乐消费。就这几个方面而言，调查显示，60%的大学生平均每月生活费在1000元以上，每月的学习花费主要集中在20到50元，而每月休闲娱乐消费集中在100到300元，有聚餐习惯大学生平均每月还要多用掉50到150元，至于每月伙食费，被调查者均在300元以上，主要集中在500到600元和600元以上。由此我们可以看出，大学生的消费状况存在着一些问题。

第一点，大学生消费结构不合理。休闲娱乐消费和聚餐所花费用几乎要占去每月生活费的30%，且普遍高于花在学习上的费用。

第二点，大学生自控能力较差。调查显示，有30%的大学生在所热衷的东西方面会控制不住大肆花钱，有40%的同学在平时花钱时欠考虑，没有想到这是父母的血汗钱。

## （二）大学生消费的影响

大学生不是孤立的，他们始终和家庭与社会相关联。大学生的消费无疑会给家庭和社会带来许多影响。

就家庭而言，从问卷调查可以看到，91%的大学生主要的消费来源是家里父母给。而大学的学费和基本的生活费用已经不是一笔小数目，加之大学生的其他诸如娱乐类的需求，无疑会给家庭带来更大负担。而且现今的大学生普遍爱攀比，常购买一些高档通讯工具。手机，电脑都要买，衣服还要买名牌的，而家长因为很爱孩子不想让孩子在同学之中“丢脸”，也是尽量迁就满足孩子，家长自己却节衣缩食，这是一种值得反思的现象。

就社会而言，市场看准了大学生的消费心理和需求，大学生市场应运而生。比如大学刚开学时学校统一发放的手机卡，各种各样的吸引大学生的手机套餐。市场上的名牌服装，皮包，还有各种多功能的看起来很酷的手机和电脑，都抓住了大学生的眼球和胃口。一些娱乐性的场所例如ktv等，满足了大学生的娱乐需求。