

大学生外卖需求调查报告 大学生需求调查报告(精选5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。优秀的报告都具备一些什么特点呢?又该怎么写呢?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。

大学生外卖需求调查报告篇一

1、“先就业后择业”还是“先择业后就业”不仅仅是大学生需要思考的一个问题

从调查数据看,无论是xx毕业生还是在校大学生,“先就业后择业”的观念已经成为主流,然而即使这样,这样的观念就一定适合吗?我们从企业hr者给大学生的建议中还是能听到另外一种声音的:“不要报着先就业再择业的短期行为想法,高流动率使得用人单位望而却步;同时加强专业知识和技能学习提高。”

2、解决就业难问题,大学生和人力资源管理者观点差异巨大

整体的来看,在解决大学生就难上,大学生和企业的看法存在很大差异。大学生更关注于从知识层面提高自己,从而拥有更大竞争力,在就业竞争中胜出,而企业则把关注的重点放到了“学生调整就业心态”上,认为更多地应该从从认知上解决。

从调查结果来看,大学生和企业 在困扰毕业生求职因素选择上,有很大的一致性,“对企业专业岗位知识缺乏了解”成为毕业生、在校大学生、企业一致性都选择的困扰毕业生求职的首要因素。可见学生和企业都认识到了彼此缺乏有效的

相互接触、了解的途径。

4、毕业生应具备哪些素质及能力：“品德”成为大学生和企业选择的最大差异

5、“德才兼备”是企业用人的恒久标准

对比一下大学生和企业的选择可以发现，除了“综合能力”上，企业和大学生看法一致外，其他方面没有一致的。二者之间差异的选择上，如果大学生没有一个清楚的认识，可能对大学生在校学习时培养自己的方向上产生一定的歪曲，最后使自己不符合用人单位的要求。值得一提的有两个方面：其一是企业在选择毕业生时，选择看重毕业生学历学校名气的比很小，可现实中的情况似乎是企业对毕业生这方面的条件非常看重。这是个很有意思的矛盾。其二，企业对毕业生“品德”的重视程度远远比毕业生对自身“品德”的重视程度高的多。从中看出，企业选人的标准其实很简单：德才兼备；而毕业生更倾向于表现“才”的方面，而对“德”的方面重视不足。

四 详细数据统计如下图

五 结论与建议

本次调查的目的主要是为了真实了解大学生的就业现状及用人单位招聘大学生的现状，进而对比二者之间的异同，寻找影响大学生就业难的及解决大学生就业难主要因素，从而在一定程度上，帮助大学生更真实的了解自己，更明确就业时需要努力的方向，促进大学生就业。

1、结论

1.1 xx届毕业生对就业信心不足，对就业形势表示不乐观，在校大学生就业信心相对更不足，表示就业形势堪忧的比例相

对增加很多。

1.2 大学生就业在就业区域、就业单位性质选择上结构性矛盾突出，在期望薪酬上仍高于企业对其预期。

1.3 “先就业后择业”已经成为大学生的主流观念，由此可能引发用人单位招聘大学生成为“为别人做嫁衣”，用人单位招聘大学生时可能更趋于保守。

1.4 大学生与用人单位之间缺乏长期、有效的沟通。大学生对招聘单位的选人标准、用人单位招聘岗位的岗位知识等方面与企业本身有巨大差异。

1.5 大学生更注重知识和能力的提高，“道德”沦为大学生遗忘的角落，而对用人单位来说，“德才兼备”始终其招聘人才的重要标准。这些方面，大学生和用人单位之间存在严重分歧。

2、建议

经过调查发现，大学生就业难问题不是简单的由一个方面或两个方面造成，从调查中至少可以看出社会、用人单位、高校、政府及大学生本身等对大学生就业难问题都造成了不同程度的一个影响。

2.1 大学扩招：合理利用这柄双刃剑

高校大学生的急剧扩招直接造成了毕业生数量的急剧扩大，而原来容纳大学生就业的主体单位并不能如高校一样急剧扩大工作岗位，二者的增长不成比例。如何协调好二者间的关系仍是一个有待解决的问题。而从调查的结果看，这似乎是一个表面现象，深层的原因在于社会对大学生就业的引导还没有到位。

2.2 解决结构性就业难问题是关键

企业人士更多的认为解决大学生就业难的问题首先在于调整大学生的就业心态，而从针对大学生的调查结果看，大学生在就业区域选择、就业单位性质选择上都有趋同现象，“经济发达地区、高薪酬、外企或政府机关”仍然是多数毕业生的首先，但是现实的情况是能够实现这种愿望的大学生的比例其实是很小的，那么多的大学生都在争夺很少的职位而忽略的其他的职位，这可能是大学生就业难的很重要的一方面原因，而受教育成本的急剧增长，可能是造成这一现象背后的真正原因之一。

正如同企业对大学生建议一样，既然不能改变既定现实，只能首先调整自己就业心态，在选择就业区域、就业单位性质、薪酬期望等方面不要过度集中于一点，最好适当的扩大自己的就业选择。

2.3 就业观念的转变应该慎重品德不应该受冷落

对比大学生和企业对大学生就业观念的认识，可以看出，大学生如果一味的为“先就业后择业”而“先就业后择业”的话，并不一定是非常合适的就业观念，这方面在用人单位那里已经有所反应。而该确立怎样的就业观念，仍然是一个值得探讨的问题。

而大学生就业时对品德的冷落，更是章显出在当今社会的大背景下，大学生价值取向的重大转变，而这种转变值得人们深思，应该引起相当关注。

2.4 建立大学生和用人单位之间更流畅、有效的沟通交流渠道

调查中一个突出的现象是大学生对用人单位不了解，用人单位的人才要求不能畅通、有效的让大学生了解，这其中缺乏

沟通。似乎看到这样的现象：高校在培养大学生上自有一套体系，而这套体系与招聘大学生的单位联系很少。高校按照自己的想法和要求去培养大学生，而事实上对该怎么培养大学生以有利于他们更好的就业缺乏了解。而建立一种基于需求的人才培养体系才是解决大学生就业难的根本之所在。

大学生外卖需求调查报告篇二

在当前就业形势严峻的情况下，自主创业越来越受到当代大学生的青睐。对于即将毕业的我们来说，自主创业是一条实现自我理想和自我价值的道路。

随着经济的发展，对生活饮食的要求也随之提高，他们平时的生活节奏非常紧凑，谁也不愿为了填饱肚子，而浪费更多的学习和工作时间。越来越多的大学生喜欢宅在宿舍，一台电脑，一个电话，解决一天的生活问题，外卖成为众多大学生群体的饮食选择。

可以看到外卖市场存在着很大的市场需求，目标顾客主要是大学生，市场进入的门槛也比较低。当前重庆的外卖市场存在着不少问题，这也将是进入这个市场的有利条件，目前重庆的外卖快餐店有几百家，但良莠不齐，尤其是一些小型快餐店不尽如人意。叫外卖的顾客，他们在对外卖带来的便利感到满意的同时，也对一些外卖快餐店品种单一、价高质次，送货不及时等问题颇为不满。

如果做到专业的，大型的，成规模的，讲究营养搭配，卫生一次性回收，一个电话即及时送餐上门，可单订可团订，形成有品牌的具有良好口碑的大型外卖快餐店，必将有极大的市场回报。

特此对重庆的外卖市场的'潜在规模，外卖市场现状以及顾客需求进行市场调查。本次市场调查将围绕市场环境、消费者、竞争者为中心来进行。

要求详细了解重庆外卖市场各方面情况，为进入重庆外卖市场的营销方案提供依据，特撰写此市场调研计划书。

- 1、全面了解重庆的大学生对外卖的接受程度，估计市场规模和潜力。
- 2、全面了解当前重庆外卖市场已存在的外卖快餐店的销售情况。
- 3、全面了解当前重庆外卖市场状况，存在的主要竞争对手在消费者中的口碑及不足。
- 4、全面了解重庆消费者在外卖消费中的习惯，观点和需求。

此次调查采取实地问卷调查和现场访问的形式，问卷调查采取实地问卷调查调查形式。

(一) 行业市场环境调查

主要的调研内容有：

- 1、重庆外卖市场的容量及发展潜力；
- 2、重庆该行业的营销特点及行业竞争状况；
- 3、学校对该行业发展的影响；
- 4、当前重庆存在的外卖种类、品牌及销售状况；

(二) 消费者调查

主要的调研内容有：

- 1、消费者对外卖的购买形态(购买过什么样的外卖、购买价格、购买动机等)与消费心理(时效性、偏好、味道、形式等)。

2、消费者对已存在的外卖有何不满，希望如何改进；

3、消费者理想的外卖描述；

(三) 竞争者调查

主要的调研内容有：

1、主要竞争者的产品与优、劣势与销售量；

2、主要竞争者的营销方式与营销策略；

3、主要竞争者市场概况；

4、本产品主要竞争者的经销网络状态；

因为叫外卖的人群主要集中在在校大学生，所以调查时主要集中在大学校园中，还有网上一些大学生，对竞争对手的调查将覆盖重庆部分校园周边中小型的外卖快餐店。具体情况如下：

(一) 消费者：主要是重庆部分大学在校大学生，网络上部分大学生

(二) 竞争对手：部分高校周边的中小型外卖店

(一)、对消费者以问卷调查为主，具体实施方法如下：

在经过小组讨论之后，我们设计并制作出了针对消费者的调查问卷，主要途径是经过网络收集在校大学生。把设计好的问卷发到网上，然后宣传，号召铜须门都来填写，当问卷达到一定数量的时候，就开始进行数据分析，然后写分析报告，最后形成调查报告。

(二)、对竞争对手的调查以访问为主，具体实施方法如下：

在经过小组讨论会之后，我们决定分派2人进行对竞争对手的调查，以访谈的形式，主要了解对手的优点、大致销售量、采用的营销手法等方面。

罗欧:完成任务分配，调查计划、小组工作日志、工作进度安排、小组总结以及小组讨论会的会议记录的编写，全程参与、监督调查报告的制作。

组员:陈波、罗强、许亚峰、黄建虎:陈波主要负责消费者方向调查问卷的回收与分析，形成初步的调查分析报告，以及原始资料收集阶段的执行情况介绍，其余人监督并协助。

胡红英:负责抽样设计的编写与安排

崔建辉、朱剑萍:负责竞争对手的基本情况收集、记录与分析

郑占标:负责二手资料的收集以及编写分析报告。

大学生外卖需求调查报告篇三

民以食为天，饮食是人们日常生活中举足轻重的部分，对于大学生而言，除了一日三餐主食外，零食也是其生活的重要部分，我们就在校大学生的零食消费情况展开一次市场调研。

1. 调查了解大学生的零食消费习惯2. 针对大学生对于零食消费行为，得出结果，以此对卖零食的店家提出改进性建议。

□20xx年6月

网络问卷调查法

调查对象：在校大学生。

有效问卷：64份（其中男性23份，女性41份）

1. 受访者所在年级分布图

由图可看出受访者大多数为大一大二，占访问总人数的70.32%。大三大四的占29.78%。

2. 受访者对零食的喜爱程度

由图可看出占接近受访者90%的人都喜欢吃零食，可见零食产品在大学生范围内深受喜爱。

3. 受访者吃零食的频率

由图中可看出受访者吃零食的频率很高，而从来不吃零食的人数只占受访者总人数

的4.69%，可见大学生对零食的需求量较高。

4. 受访者一般购买食品单价

由图看出受访者一般购买价格在1元以下占总人数的71.88%，11—20元占20.31%，20元以上则占7.82%，所以零食产品在大学生范围以低价格的食物更为受欢迎。

5. 受访者每星期在零食上的花费

由图可看出受访者中每星期花费16—25元的占40.63%，而15元以下占34.38%，31—100占20.32%，100元以上仅占4.69%，零食食品对于大多数大学生来说属于中低档消费。

6. 受访者喜欢食品的类型

7. 受访者购买食品更倾向的包装类型

由图可以看出，小袋装较为受欢迎，占35.94%，盒装占23.44%，大袋与散装分别同样占20.31%，可见小份包装的

零食产品更为容易携带，也容易被大家选择。

8. 受访者购买食品最在意方面

由图可看出，受访者中67.19%的人选择了味道，21.88%的人选择了品质，剩下的人则分别选择了价格，外观与功能。可见对于零食产品来说，味道与品质依然是重中之重。

9. 受访者购买以前没购买过的零食或品种因素

此题为多选题，受访者中有59.38%的选择了口味风格。48.44%的选择了他人介绍。42.19%的选择了外观包装。37.5%的选择了没见过，好奇心理。34.38%的选择了广告宣传。23.444%选择了价格。可见口味，广告宣传，外观包装对一件新的零食产品的推出均占有重要因素。

10. 受访者购买食品途径

此题为多选题，受访者中84.38%的选择了就近超市，46.88%的选择了大型连锁超市，小卖店占45.31%，而网上购物与专卖店分别占25%与21.88%。受访者购买零食产品基本上采取就近原则，在大学附近的超市与小卖店较受欢迎。

总体来说，零食产品在大学生范围内广受欢迎，有较高的需求量，这些对于商家与零食售卖商具有重大的商业意义。

1. 店家要不定期搞一些促销活动，来激起学生的购物欲望，以促进消费。
2. 店家销售的零食应该以0-10元左右的小零食为主，辅助一些10元以上的进行搭配销售。
3. 店家要想吸引学生购物就必须选方便的地点进行售卖如：寝室周围、校内小卖部或就近的超市。

4. 店家要注意所卖零食的口感，但同时也要重视食品质量安全。

5. 对于各类零食，店家在店内的铺货量应该差不多。坚果类，饼干类果脯类零食略微多些。

6. 对于食品包装，进行小包装类较好

7. 为更好推出新产品，首推味道然后做好宣传与外观包装

但是无论如何, 对于大家来说, 零食还是少吃一点为好。

大学生外卖需求调查报告篇四

如今校园订外卖现象日益严重，各种外卖软件也应运而生；美团，饿了么，飞饭，比比皆是。每到午饭时间，各公寓楼下人员混杂，外卖小车来往不息，场面甚是壮观。更多的大学生喜欢宅在宿舍，订购外卖；于此同时外卖饭菜的质量卫生情况问题，校园送外卖车辆的安全问题也随之而来。为了更好的维护学生权益，服务校园和谐建设，为此我们将对校园外卖进行一次调研。

调研目的`

1、旨在研究后街外卖的营销，卫生情况，了解外卖现象对于大学生饮食习惯，饮食健康的影响。

2、调研外卖现象的热度，广度，从中思考，发掘出外卖现象中反映出大学生生活，精神状态。

3、综合调研思考外卖出现并风靡的原因，以及大学生如何看待外卖现象，选择外卖，提出建设性意见。

三、调研内容

(一) 外卖市场环境调查

- 1、外卖市场的容量及发展潜力；
- 2、学院不同年级对外卖的消费状况；
- 3、学校教学、生活环境对该行业发展的影响。

(二) 消费者调查

- 1、消费者的消费心理(偏爱、经济、便利等)
- 2、对外卖产品的了解程度(品种、口味、价格等)

四、调研时间

20xx年3月27号----20xx年4月2号

五、调研对象

陕西科技大学在校大学生，学校周边外买商家，学校餐饮行业从事人员

六、调研具体安排

调研总的分为两组，一组主要进行问卷调查，涉及对象为在校大学生；一组为走访调查，对象为周边的外卖商家，学校餐饮行业人员。具体分工如下：

问卷调查组

3月25号，准备好网络调查问卷和纸质调查问卷

3月27号--3月30号，及时在网上发布调查问卷并积极回收。借助学生会宣传平台，在微信□qq□微博上发布调查问卷。

3月27号3月30号，调查组委员走进宿舍进行问卷走访调查。进入宿舍时要说明来意，以确保被调查者积极参与、得到正确有效的调查结果。调查过程中，调查员应耐心等待，切不可督促。调查员应及时收回问卷。

3月31号，整理汇总问卷调查信息，并及时上交。

走访调查组

3月27号，准备相关的调查资料，问题。

3月28号3月30号。对周边外卖商家进行走访调查，在宿舍楼下对送外卖人员进行随机询问调查，对学校餐饮行业的人员进行采访。

3月31号，对走访的调查情况汇总，并成文上交。

其他工作安排

4月1号-4月2号，对所有的资料进行汇总分析，生成相关的调研报告。

联系宣传部，走访调查中进行拍照，留下影像资料。

七、经费预算

纸质调查问卷500份，共计50元。

附录。

具体人员安排

调查组□XXXXXXXXXX

走访组□XXXXXXX

大学生外卖需求调查报告篇五

前言：

随着我国经济的不断发展，我国的国民收入与国民支出的不断增加。大学生作为一特殊的消费群体，在消费上呈现出许多自身所独有的特点，这一状况的出现受多种因素的影响，当然也与大学生自身存在的消费观念密不可分。为了了解当代大学生消费的真实现状，我们从生活费用的来源、分配及利用状况，购物心态，消费水平和急停收入状况等方面，进行了一次“大学生消费情况调查”。

使大学生认知自己的行为的对错，提高意识且提出适应的政策。

另外我们也对大学生消费的状况以及心理因素作了相应的调查，并从社会原因分析了大学生消费的外在因素。最后，由于大学生属于心理，生理，社会经验的转型期，正确引导他们的消费观念也是非常重要的。通过本文的调查分析，我们希望能给广大的大学生消费者提供有意义的帮助和指导。

调查对象：贵xx大学南区在校本科生

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。

正文：

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。问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。

这次问卷共发放183份，收回有效问卷166份。以身边同学及朋友为主要调查对象。

1、经过问卷调查，有7%的同学一个月的生活费标准在1000元以上，而500—1000元及300—500元的人数占了相当的比例，这一结果和我预先的想象相差不多，说明我们学校的学生普遍消费能力在周围学校大学生也占平均水平地位。

2、关于支出的具体内容上我们看到，用于饮食及娱乐两项的结果分别占了前两位，而选择用于通讯的支出与用于交际的花费的人数基本持平，并有具体数字我们可以看出，越来越多的同学把相当多的钱花在了娱乐享受以及与人的联络沟通之上，这说明饮食上的消费比重正在日益的降低当中，相比之下，现在的大学生用于学习方面的钱实在是非常的少，这跟不良的学习风气以及社会的影响都有密不可分的联系。

3、送第三题的调查结果中我们可以看出，当代大学生的经济来源85%左右仍然是来自家庭父母的供给，当然也有很多的学生选择了走出校园，挑选了一些自己力所能及的工作作为兼职，这除了贴补自己的花费外参加更多的社会实践也是促成这点的重要原因之一。还有部分人是利用学校的助学金和奖学金供自己的生活费用。

4、在第四题中我们不难发现当代大学生对于消费的认识还是很浅薄的，有很多是消费冲动型，见什么好自己喜欢什么就买什么。当然也有相当一部分人是经过精打细算只买自己的学习和生活中的必需品。我们应该向这些同学学习。

5、在第五题中，关于网络购物的问题则让我们对大学生现今的消费有了更加全面的了解。我们发现，几乎大部分的学生

都进行过网络购物的活动，虽然在具体数额上差距还非常大，但这确实清晰的预示了网络购物在未来无法阻挡的发展趋势。

6、在第六至九题关于大学生消费习惯的调查中，我们发现具有以存钱、记账为代表的良好的消费习惯的学生数量占的比例未达到三分之一的比例，而有下一阶段消费计划的人数也不足二分之一，而对于自己的消费大多数同学则表示没什么感觉，只有小部分人总结为比较节俭。我们不难总结出目前学生们的科学消费意识还很淡泊，对于自己消费的管理还是存在很大的疏漏。

综合以上的结果我们可以看出，大学生虽然作为一个特殊的消费群体，但有着自己已具备规律的消费结构、习惯以及发展方向，只要我们能够冷静分析，必然能够更加理性的控制自己的消费。

问题总结：

（一）理性消费仍是主流

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，讲求实际、理性的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商品的质量。这是因为中国的大学生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，家境较好的能达到1000元以上，而这笔钱主要是用来支付饮食、日用品及日常社交活动开销的。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”，追求性价比高的商品。无论是在校内还是在校外，由于同龄人、城市时尚气息以及恋爱等诸多因素的影响，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，但商品的价格一定得配得上它的质量。

（二）消费层次一定程度两极分化

据调查，在大学校园中，月消费相对高的同学的月消费可比月消费相对低的的同学的月消费高出3—5倍，其原因是，家庭收入越高，对学生的经济供给越多，构成大学生消费的一种特殊的奢侈格局，主要表现在旅游、电脑、手机、社交娱乐等方面的消费上。可见，大学生的消费差距增大，两极分化也比较分明，这在我国当前剧烈转型的社会大背景下有其一定的必然性，我们也应该在大学生的教育中逐步改善这一问题。

（三）过分追求时尚和名牌，存在攀比心理

在调查过程中显示，一些同学为了拥有一款最流行的手机，情愿节衣缩食，甚至牺牲自己的其他必要开支来满足这一不切实际的愿望；有些同学为了一双名牌运动鞋，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虚荣心，同时为了所谓的面子，大学校园里的攀比心理也是异常的严重，别人没有的，自己得有；别人有的，自己的得是最好的。

解决办法：

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，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意义。要正确引导大学生养成健康消费心理和行为，可以从以下几个方面着手：

（一）加强对大学生消费心理和行为的调查研究

（二）教育学生要树立艰苦奋斗、勤俭节约、科学的消费意

识

引导大学生在考虑个人消费时不忘传统观念，科学规划安排，使自己的消费水平与家庭的收入水平相适应。当然，在社会主义市场经济条件下，从不断推动社会经济发展和繁荣市场这个角度看，需要鼓励大学生进行积极、合理消费。如果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十分有害的。思政教育工作者要及时客观的分析社会上的消费主义现象，引导学生形成积极的心态，不依赖父母而进行奢侈消费而应该自强、自立的作一个清醒的消费者。

结尾：

通过这次调查，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。但同时也存在着许多的问题，如攀比心理、不合理消费、不理性消费，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。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。我们有理由相信，在社会各方面的共同努力下，中国当代大学生一定会形成一种更合理，更现实的消费观。

1、消费的理性化需求

享受与潮流已变成吸引大学生消费的主要因素。从调查的结果来看，大学生的消费观念与消费习惯，需要调整以及改善。所以我提出了消费的理性化需求。题目虽然说起来很大，但做起来却需要我们从细处着手。比如对自己每天的消费情况进行记录，以方便自己查找超支消费的原因。也要同时做好对未来消费的计划与打算，做到心中有数，不能由着兴趣不加节制的扩大自己的消费，从而导致自己的消费脱离了自己的生活档次。这两点在一定程度上也能保证自己在个人的生活水平下有个尽量好的享受水平。

2、拒绝奢侈品的消费

目前有的家庭收入很高，对学生的经济供给也较多，构成这部分大学生消费的一种比较奢侈的格局，主要表现在旅游、娱乐以及电子产品等方面的消费上。这点在我们的调查中也得到了充分的体现。可见，大学生的消费结构需要调整，当然这种情况的发生也是与我国当前剧烈转型的社会大背景的必然性有一定联系。作为一个学生我们应该为自己、为家庭负责，减少那些只为虚荣心而存在的不良消费。

3、调整消费结构

中国大学生的生活消费从20世纪的代至经济高速发展的前几年，有一个方面是一直在传承的，即大学生消费的主要组成部分以饮食费用和购买学习资料、用品为主体。而在最近几年消费结构的失衡，不仅反映了学习风气的恶化，也反映了人心的浮躁与社会对于大学生消费心理的影响。我们必须加以调整来使之适应我们的消费水平。

4、杜绝攀比心理，不过分追求时尚

现实中为了拥有一款手机或者换上一款最流行的相机，有的同学情愿节衣缩食，甚至减少自己的其他必要开支，又例如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，不惜向别人借钱以满足自己的欲望，都可以反映出学生们不懂得量入而出，而虚荣心的驱使又极易形成无休止的攀比心理，从而导致恶性循环的生成，所以我们必须杜绝自己的攀比心理。而对于不过分追求时尚，我们大学生本来就应该以学习为主，这些次要的东西本就不应该成为每天最让我们操心的事。而在这方面的改进必然有助于大学生好的消费习惯的养成。

5、经济的独立意识与储蓄观念

大学生作为接受先进知识，随时走上社会的专业人才，很有必要在大学期间就尝试经济上的独立，培养一定的投资理念，并发展属于自己的科学的储蓄观念。这对于将来管理自己的生活都是十分有意义的做法。不仅能够降低家庭的负担，让父母减少对于自己的担心，更能锻炼自己的投资意识与自我控制的能力。