

2023年大学生消费状况调查问卷报告(模板6篇)

随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。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。

大学生消费状况调查问卷报告篇一

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7年，中国大学生仅总数就从108万激增到xx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。

xx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。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*——追、追流行。许多大学生就是这样以拥有各类(而不是用优异的学业或特殊的才华)作为炫耀的资本。

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。

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

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，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

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。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。

大学生消费状况调查问卷报告篇二

三、调查总体情况调查总体情况调查总体情况调查总体情况

（一）被调查者基本情况：此次调查，男性大学生占36.96%，女性大学生占63.04%，被调查者中，75.00%来自农村、17.39%来自乡镇、7.61%来自城市。

（二）大学生总体消费情况从调查结果来看，大学生月平均生活费集中在600元以下为主体占63.04%，600-1000元占31.52%，1000元以上的占5.43%。有64.6%的同学生活费全部来自父母，有6.23%的同学靠勤工俭学来赚取生活费，还有3.2%的同学的生活费来源于每年的奖学金。三者兼有占25.94%，此外，少数(大约占4%)困难的大学生靠助学金来

维持生活。也就是说，有绝大多数的大学生经济来源是依靠家庭。当问及到“花父母钱，心中有何想法”时，有25.6%的大学生选择了“理所当然”，有52.5%的选择了“无可奈何”，只有22.4%的大学生选择了“希望今后有所回报”。被调查者中，吃喝、娱乐和消费品（服装、化妆品、饰品）三项，是大学学生的主要消费项目。其中，吃喝占比例为47.65%。除了吃喝方面的花费外，有29.25%的大学生把钱花在了娱乐上，而这一现象在大二以上的大学生中尤为明显。另外，27.9%的大学生（女大学生占多数，尤其是高年级的女大学生）把钱用在服装、化妆品、饰品等消费品上。（详细情况见附表）

四四四四. . . . 调查结果分析调查结果分析调查结果分析调查结果分析影响。调查发现，无论是从经济来源、消费结构，还是理念和水平来看，大学生消费都呈现出超前、实用、多样化等特点，值得高校教育工作者注意。大学校园内也正在形成不同层次性的消费群体，各自拥有不同的消费观念，不同的价值取向、思维结构、客观环境等对学生们的消费观念产生了重要的影响。

（一）价格、质量、品牌是影响大学生消费的三大主要因素。调查过程中我们发现，尽管讲牌子摆阔气等社会风气已不可避免地浸染了校园，致使部分大学生受到影响，但大多数同学的消费还是较为实际、理性的。当问及“购买商品最注重的因素”时，有57.61%的大学生选择了“质量”，有20.65%的选择了“价格”，有10.87%的选择了“品牌”。由此可见，价格、质量、品牌是影响大学生消费的三大主要因素。大学生的消费来源基本上都是父母，很多还处于“温饱”状态，没有太多额外的费用开销。所以其在买东西时必定先考虑到商品的性价比，然后才会做出合理的选择。但消费趋势是在慢慢变化的，许多同学的消费已经在向“小康”过度，越来越多学生加入高消费行列。

（二）大学生经济独立意识较为薄弱当代大学生已经习惯了依赖父母，调查显示，只有38.4%的大学生做过兼职，当问及“做兼职的目的”时，有44.6%的大学生选择是增长社会经

验，18.97%的大学生选择渴望独立，只有28.2%的大学生是为了补贴生活费，可见现在大学生的打工目的不单纯是为补贴生活费，减轻家里负担，而更多的是为增长见识，增加社会阅历，提高自己的生活质量等。绝大多数同学的生活费来自于父母，生活费收入相对固定，使得大学生形成了一种依赖心理，消费没有太大的顾忌，经济上处于被动。正因为这样，大学生往往会不约而同地发出同样的感慨：不知道自己的钱为何用得这么快，又是用在哪些方面了。当问及“一学期结束后经济情况如何时”，79.6%大学生都坦然承认自己的消费金额已经超出计划范围，甚至有些大学生还需要向别人借回家的路费。可见，大学生经济独立意识应当加强。

生中，他们追求档次，崇尚名牌，展现个性。专卖店，大型超市通常是这些学生的购物首选。之所以出现上述的差别，与他们各自的家庭经济背景和消费心理是密切相关的。

大学生消费状况调查问卷报告篇三

消费，是生活方式的重要组成部分。大学生，作为一个特殊的消费群体，在当前的经济生活，尤其是在引领消费时尚、改善消费构成方面起着不可替代的作用。同时，他们的消费现状、消费特点在一定程度上折射出当代学生的生活状态和价值取向。作为当代莘莘学子中的一员，作为深切关注中国经济发展的大学生之一，本着对中国经济的深切关注，通过我们小组的深入调查和收集数据，我们完成了这份《调查报告》，并力图从消费意向、消费意识和消费心理上解读目前西南政法大学的大学生们的消费现状和消费趋势。也许我们的数据不够权威，也许我们的分析不够准确，但我们有自己的角度，自己的眼光，自己的方法。它代表我们自己的声音。希望广大读者和所有关心大学生消费的人们，能够通过这份调查报告去把握当前大学生的消费趋向，解读大学生消费的新理念。

之所以开展此项调查，主要基于以下两个目的：一是通过对

当前西南政法大学大学生的消费状况的调查，以得出21世纪初的重庆市大学生的消费构成、消费意向以其影响其消费构成的主要因素。二是通过对西南政法大学的抽样调查，力图解读当前全国高校大学生们的消费理念、消费意识以及消费心理等。

此次调查的对象为西南政法大学全体在校学生。采取问卷调查的方式，问卷分为网络问卷(以邮件形式发送)和打印的问卷，共有50位学生参与了此次问卷，其中包括了大一到大四所有年级，尽量保证了其代表性。

的生活费给予数量大多是刚好合适的。家长在给予孩子生活费时也充分考虑了自己孩子的实际情况。但在下一个问题中，我们发现，46%的学生在消费时完全没有计划，想花就花型，30%是能省就省，也没有合理的消费计划，只有24%的学生是在有计划地消费，有良好的消费习惯，这说明当代大学生急需培养良好的消费习惯，养成计划消费的习惯。而问及在自己热衷的方面是否会抑制不住花钱时，共72%表示会或有时会，也体现了大学生的不理智消费。值得庆幸的是接下来的问题，您消费注重什么的，有56%的学生都表示注重质量，表明了理性消费的心理，但仍然有20%的学生注重价格低廉，12%的注重品牌或时尚。而在书籍购买方面，绝大多数也表示购买过但并不多，只有18%是经常购买，还有2%表示从未购买，这类学生应当多多读书了。关于娱乐场所的消费，则有32%的表示经常去，64%表示有时去，4%表示从未去过，没有人表示经常去。接下来我们又对同学的消费计划记录做了提问，没有人表示对自己的消费做很详细的记录，但62%的学生都是有记录的，也有38%的同学完全没有记录过自己的消费。而在消费计划方面，48%的学生表示有过计划，但伸缩较大，表明大家还是有想做计划的想法，只是执行上有难度，也有34%的同学表示自己完全没有计划，12%的表示有时会有计划，还有6%表示有计划并能按计划执行。最后，我们问了各学生对自己的消费情况是否满意绝大多数表示满意或基本满意，14%表示不满意或非常不满意。表明绝大多数学生并没有

强烈想要改变自己消费习惯的想法。

当前大学生消费主要存在以下问题：

- 1、消费不够理智，盲目消费较严重
- 2、没有合理的计划，想花就花，也没有记录，对自己消费了解程度不够
- 4、在学习方面的花费较少，对自己的能力培养不足。

1、我们应加强合理储蓄观念。

2、对于大学生，我们要树立自己的合理消费观念。

3、反对过度消费、高消费、超前消费，提倡“量入为出”有计划地消费；强调节约、勤劳俭朴等节俭消费观。

4、强调理性消费、理性行为，反对非理性的盲目消费，包括盲目攀比、盲目从众的病态消费等浪费现象。

5、充分利用校内大众传媒，引导高校消费舆论，培养合情合理的消费习惯、消费理念和科学的消费观，促进大学生的合理、适度消费，提高大学生的消费能力和消费水平。

6、在校园内形成良好的消费舆论，把大学生消费行为引向正确的方向。

大学生消费状况调查问卷报告篇四

一直以来，大学生都是一个备受关注的特殊群体。在如今的消费观不断改变的情况下，大学生的消费状况也成为了一大热点。大学生年轻，有激情，刚刚摆脱束缚，他们有着不同以往的消费观念。强烈的消费欲望与有限的经济实力造就了

大学生矛盾的消费观。借这次机会就大学生的消费情况做了一次调查，希望对大家有所帮助。

从调查的结果看，月消费在1000元以上的只有少数，一成左右，800—1000元的大概占两成，500—800元的是主流，大概是四成，而少于500的也有两成。在这些学生当中，一半的都有电脑，几乎都有手机，不过价格不等，因此通讯与网络费用也成了不小的开支。大学生的主要消费项目有：伙食费，服装费，恋爱费用，网络费用等。

一. 伙食费

虽然大部分的学生平时都在学校用餐，但校外就餐已经成为大学生饮食消费中必不可少的一部分，每月到个体餐馆就餐或小吃店消费的比例达到了被调查总人数的100%。而且各种形式的聚会已成为在校大学生饮食消费的一个重点。对于同学之间花钱请客，大部分同学认为偶尔可以但不要太频繁。调查发现，几乎所有学生每学期都要参加各类同学聚会。这部分消费基本上每学期需要几百块。调查中了解到，大学生和同学朋友聚会一般选择在普通餐厅，但也有人选择在高档餐馆。聚会的理由有很多：老乡相识、放假归来、过生日、考试得高分、当了班干部、得了奖学金等都要请客吃上一顿。不请都会被看作不够交情。这实际上都是社会潜移默化的影响。

二. 服装费

如今的大学生越来越注重自己的形象，因而对服装的档次要求越来越高，男生买衣服都喜欢买最贵最好的，以彰显自己的品味。女生的衣服总是买不完，只要自己喜欢的都会买回来，不喜欢了，马上就不穿了。大学生越来越倾向名牌，一方面为了满足自己的实用需求，一方面也希望能够增加自己的被关注度。购买名牌产品更是能够满足人们的虚荣心。多数人都会希望人们注意到他们拥有的名牌产品。可见选择名

牌产品对帮助大学生自己的交往，能够起到一些作用。由于在读书期间，主要生活费来自父母，而购买著名品牌的消费品需要花费大量的金钱，所以大学生大都不希望父母知道自己拥有名牌。

三. 恋爱消费

调查者中表示超过一半大学生承认有恋爱经历，每月用于恋爱消费的钱从几十到几百不等。大学生恋爱支出主要在吃饭、零食、逛街等方面，礼品消费是恋爱消费中绝对的“大头”，逢年过节（情人节、圣诞节等）或是俩人过生日及特殊的纪念日，恋人之间必要互送礼物，此项花费少则几十元，多则数百元。还有就是恋爱的通讯费用，情侣间基本上每天多会有联系，自然大多数都在手机等上面，因此产生的费用不容小视，特别是异地之间，每月花费基本过百，这些都得自己买单。

四. 学习消费

相比而言，除去学费，如今的大学生花费在学习方面的费用要远远低于从前。借用流行点的说法就是90后、80后的学习消费要大大小于70后、60后。或许是如今的消费水平要好于从前，而书籍、电子产品泛滥，除此之外，如今的网络如此发达，学生可以直接从网络上下载资源，从而省去了一大笔开销。如此，大学生的学习消费将越来越少，比例将愈加降低。在可自由支配零花钱中学习消费仅占7%，排在各项花费的最后。用于购买书报、学习用品，资料打印的费用远远不及其他消费。而在购物娱乐中的消费却占可自由支配零花钱的41%，近大半的花费在这娱乐消遣方面，至少是在消费数量的比重上，出现了精神方面的消费重购物娱乐，轻视专业学习的现象，不由得引人重视。

五. 娱乐消费

对于此项消费，通过对比以往的消费情况，可以明显的知道，大学生用于娱乐的钱是越来越多，且娱乐项目也是纷繁复杂，逛街□k歌，旅游… …对于这种现象不得不让我们思考，虽然现在倡导的是多元的学习生活，倡导大学生做出校园多实践，而且随着家庭收入的提高我们越来越不担心金钱的来源，但是却忽略了许多我们原本应有的良好品质，也忽略了学习的重要，这样或许是得不偿失。

我们是大学生，社会的焦点，在消费的观念上虽然是理性消费占据主流，但是越来越多的迹象表明大学生的消费观念正在悄悄的改变，也预示着未来人们的消费观念一定是不同的。大学生已成为如今社会消费人群中不可缺少的一部分，我们大学生的消费观念也将影响着未来生活的消费变化，正确消费观念，合理的消费方式才是我们现如今越要关注的问题。

大学生消费状况调查问卷报告篇五

本站后面为你推荐更多大学生消费状况调查报告！

随着社会经济的发展，人们的消费水平也在不断的提高，大学生的消费结构和消费习惯也发生了巨大的变化。大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越多的关注，他们的消费结构和习惯，对未来主要社会消费群体的消费情况有着直接的影响和反射作用，因此关注当前大学生的消费情况是很必要的。对次我们协会做了以下调查。

1关于每月的平均生活费

根据调查，大学生的月生活费消费，城镇学生消费水平明显高于农村学生。每月的平均生活费在500元以下的仅占4.5%，1301元以上的占5.5%，大部分学生每月的平均生活费在500元到1300元，其中501元—800元的有53.7%，801元—1300元的有36.3%.可见大学生平均月消费还是比较合理的。

2生活费的主要来源

对于生活费的主要来源，有88%的大学生选择了父母，5%的学生靠获得的奖学金来填补生活开支；，15%的同学通过兼职打工补贴日常开销，另有2%的同学还有其他经济来源。由此可看出，同学们主要的经济来源是父母，然而随着年级的上升这一比例略有下降，且来源趋向于多元化。

3每月的主要消费项目

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。从调查问卷可知，在每月的消费项目中，95%的学生伙食占每月消费额的50%；学生服装消费在10%—20%左右；书籍、各类培训费用大二、大三的在每月消费额中占有一定的比例，大概5%—20%，大一的占用每月消费额相对较少；娱乐、交际在每月消费额中占有相对较高的比例，15%的同学有30%的花费在这方面，75%的学生这方面的比例为10%，10%的学生在10%；对于购物花费在普遍在10%—30%，通讯费用占用5%左右。由此可见，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，娱乐、交际消费将成为学生每月消费的很大一部分，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。

4采取消费的形式

随着网络技术的飞速发展，对于消费的主要形式，15%的学生热衷于网络消费，64.5%的学生还是愿意选择大型超市或其他的百货商场，14.5%的学生会选择专卖店或品牌店，其他的6%则大多数选择小商铺。世界经济的不断发展，学生的消费形式也日渐增多。

5理财的情况

在被调查者中，85%的学生表明从来没有记账的习惯，13%的学生则有隔三差五的记账习惯，只有2%的学生会坚持每天记账。对于每月的生活费，大部分学生还比较理智。70.3%的学生是一边花一边打算，12.3%的学生是想花就花，12.4%的学生能省就省，5%的学生则会全部计划好再花。从调查的情况来看，面对相对宽裕的经济条件，学生花钱也相对随意。

6消费时产生的顾虑

消费时总会存在一些顾虑，在被调查者中，85%的学生看中的是商品的性价比，15%的学生会考虑资金的问题，10%的学生也会考虑商品的时髦度，在本次调查中，没有学生会考虑其他同学是否也拥有。可见，随着年龄的增长，大学生的心理更加成熟了，攀比现象也少了。

7消费的心理

一般情况下，76.7%的学生表明在确实有需要的情况下会去消费，12.3%的学生会看心情去消费，9%的学生会在资金充足的情况下去消费，2%的学生则会选择打折促销是去消费。面对诸如“光棍节”商品疯狂打折季，85.2%的学生选择了看当是有没有需要的态度，7.3%的学生会选择冷静观战的态度，还有5.5%的学生存在一定的购物欲望，2%的学生则选择疯狂购物，在所不惜。可见，大学生的消费心理相对来说还比较成熟。

结论

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，使得大学生消费呈现出不同一般的发展，大学生消费受到方方面面的影响，也会影响着方方面面。对于成长中的大学生，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。因而，如何引导当代大学生树立正确的、健康的消费观念是摆在大家面前的一个难题。同样大学生消费市场随着经济的发展，高校的大规模扩招而越来越显示出它的重要性，大学生市场是一个规模和潜力都很巨大的市场，如何规范并合理的发展这样一个市场也是摆在我们大家面前一个刻不容缓的问题。现在就有关大学生消费从个人、学校、社会三方面提以下的几点建议：

（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的能力。”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。

大学生消费状况调查问卷报告篇六

我国信用卡市场已经初见雏形，但与境外成熟信用卡市场相比，我国信用卡市场的市场规模还很小。不过中国信用卡的增长速度却非常惊人，以标准贷记卡为例，到20xx年中国信用卡已经突破一亿张。随着各大商业银行发卡量的不断提高，也带来了一系列问题：死卡比重大、各大银行无序竞争、学生透支难以还清贷款等等。为了更好了解大学生使用信用卡情况，正确引导大学生信用卡消费，我对内蒙古财经大学09级大学生信用卡的现状、存在问题等内容进行了调查，重点对大学生信用卡消费状况进行了分析，并提出了相应的对策。

本次调研活动采用了问卷调查法，并采用了随机调查的方式，共发放200份调查表，调查对象主要是目前在内蒙古财经大学09级就读的大学生。

（一）大学生消费过度

图1 大学生使用信用卡消费金额情况

从调查结果看，大多数学生每月消费额度大约为300-600，其中占了57%。但我们应该知道，在校大学生没有固定收入，大学生信用卡很容易陷入债务问题，而往往发生后，没有很好的

解决方法。大学生消费过度，普遍认为刷卡消费没有付现金的那种心疼感，消费起来大手大脚。这致使家长受累，由于大学生没有固定的经济收入，消费一般要靠父母。使用信用卡的不理性消费，不但不能培养其理财意识，反而助长了他们的过度消费行为，给家长造成经济负担。

（二）信用卡市场业务开展拓展困难

据调查显示，当前阻碍办卡的原因有12%是申请的途径不方便或手续麻烦，11%得不到父母的同意，23%的学生认为附近可用信用卡消费的场所不多，使用不方便，54%担心刷卡引起的过度消费，引起经济困难。有很大一部分大学生是不知道国家已经建立个人信用档案，在使用中往往因为未按时还款而被记录黑名单，对将来的个人金融活动造成比较大的影响，也使大学生对使用信用卡产生反感。大学生对国有银行以外的其他商业银行的信任度不高，使其他商业银行市场拓展任务艰巨。整个信用卡业务各大银行之间的竞争是十分激烈的。而我们在调查中发现，人们对农业银行的熟知度是最高的达45%，依次排名分别为工商、建设、中国、招商，其中中信的知名度相对而言极低，而拥有者更是少之又少，仅占2.5%。

目前，信用卡的业务仅仅局限在透支、刷卡、分期付款等方面，而当前大学生的合理花费又主要集中在学费、上补习班费用及考证费用上。因此，银行应拓宽信用卡的业务渠道，使更多需要吸取知识而又一时缺乏资金的大学生能够利用信用卡进行学习，更大程度上发挥大学生信用卡的积极作用。

大学生信用卡是把双刃剑，如果处理得好，对银行既保证了一定的收入和拥有了一个潜在的优质客户而对学生可以提高自己的生活质量，达到科学理财的目的；但是如果使用得不恰当，银行不仅会有一笔呆帐，而且光死卡费用就令人担忧，而大学生的过度透支、逾期不还会对他的一生产生负面影响。根据对大学生使用信用卡情况的分析，提出如下建议：

1. 学校应相应地对大学生进行关于“消费道德”、“理性消费”及“诚信”教育，引导大学生正确使用信用卡进行消费。为了避免大学生滥用信用卡造成攀比之风与拖欠款项，高校应从加强大学生的道德理念着手，开设相关课程，将“消费道德”、“理性消费”及“诚信”教育引入课堂，教育即将真正步入社会的大学生们如何正确、理性、合法地消费。

2. 由于大学生对于因刷卡产生的债务，自己基本上无力偿还，建议将他们所办的信用卡，与其父母的银行卡捆绑，使其可以在刷完卡后，不必头疼还款问题。但为了防止，因此而产生的责任风险，可以根据父母或本人意愿规定其每月的刷卡总额，不论是否透支，中止刷卡功能。

3. 许多学生并无能力或根本没有使用信用卡，使所办的卡成为睡眠卡，因此常为交年费而烦恼，导致有一部分学生会将信用卡注销。对此，我们建议是否根据大学生的学年，免去他们在校期间的年费，以留住潜在客户。有一部分学生因为家庭状况，对于所办的信用卡只有沉睡或注销的结果，造成很大的人力物力资源浪费，吃力不讨好，建议根据状况对一部分学生发放信用卡。并且政府、银行与学校要共同监管大学生信用卡的发放过程，努力建立有关信用卡和银行卡使用的法律环境、支付基础环境、信用风险评估和征信管理体系。

1. 高校大学生信用卡市场将是一个十分具有前景的潜力市场。通过调查我们可以得出，大约只有三分之一的高校大学生持有信用卡，并且大部分都只拥有一张信用卡，所以信用卡的发展空间是相当大的。信用卡在大学生中产生与流通是不可避免的。

尽管在校大学生没有稳定的收入来源、职业和资产，不符合银行发放信用卡的申请标准，但是大学生知识结构高，毕业之后可以迅速补充到社会的各个领域，成为社会的中坚力量，从这个意义上讲，大学生就是发展信用卡市场上的一个潜在的优质客户群，与其高风险高收益的内涵相吻合。从长远意

义上看，高校大学生是未来的中高收入者，他们对新鲜事物的接受能力比较强，应用新产品的意愿也比较强，他们将成为未来银行卡持卡人的主力军。因此，从诚信角度与长远角度上考虑，高校大学生信用卡市场的开发前景相当巨大。

2. 从一定意义上讲，信用卡在高校中的流通与使用，确实给高校大学生的消费结构与观念带来了一定的影响，刺激了大学生使用信用卡进行消费，扩大了总需求，刺激了经济的增长。实际上，发行真正的信用卡，其实就是对中国传统观念的挑战。而如何从正面健康地引导，树立起新一代人正确的理财与消费观念，是包括教育机构、发卡银行在内的所有社会成员应当思考的问题。