

# 2023年大学生恋爱消费观调查报告(大全5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。优秀的报告都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 大学生恋爱消费观调查报告篇一

调查项目：消费结构及消费倾向

调查范围：宁夏医科大学在校大学生

调查时间□xx年x月x日

调查形式：调查问卷

调查过程：

- 1、 由调查小组成员共同协商确定问卷内容，以书面文件形式确定，交由组长进行制作成调查问卷。
- 2、 问卷制作完成并通过无错测试后，将其上传到网上。
- 3、 动员调查小组所有成员进行广泛宣传，宣传方式主要是让自己的朋友上网回答调查，调查人代替填写。
- 4、 调查完成后，由全体小组成员对调查统计数据并进行分析。
- 5、 撰写调研报告。

抽样方法：随机抽样

样本概况：共发放问卷300份，收回有效问卷272份，有效率为90.67%。

## 一. 报告摘要：

为了更准确地把握我校大学生的消费脉搏，解读我校大学生的消费文化、了解其呈现的特点，并且对存在的问题寻找对策，我们小组对我校大学生进行了抽样调查。因时间有限，我们随机在全校范围内进行了调查。客观、真实、实事求是，是我们此次调查的态度。调查的数据一方面使我们了解了许多信息，明确了我校大学生的消费结构；另一方也不禁引起了我们更多的思考和疑问。借此，希望能够和大学一起发现些实际点的东西。

## 二. 基本情况

### (一) 问题的提出：

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20xx年，短短10多年，中国大学生仅总数就从108万激增到700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。

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。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。

### 三. 调查现象分析:

总体状况 当前昆工大学生的消费构成主要分为：基本生活费(衣、食、住、行)，学习消费(学费、书籍杂费、考证费、电脑等)，休闲娱乐消费(休闲、健身、旅游、娱乐等)以及人际交往消费(人情往来、恋爱)等四大方面。

调查显示大部分学生来自城市，其次是城乡结合部，不同的生活区域对消费水平有着一定的影响。

调查结果显示：学生月花销在600元以下的占31.99%，600—800元水平的占31.62%，800—1000元的占23.9%，1000元以上的占12.5%。说明大部分学生的月平均花销水平在600元，来自中等收入家庭，家庭经济并不富裕，大部分学生个人月开支与家庭月收入有关。调查说明，大学生除了要支付每学年的培养费外，每月的开支也是一个不小的数字，家长供应子女上学的经济压力还是比较大的。

大学生消费支出(依次为饮食，学习，朋友聚餐，化妆品，服饰，恋爱，话费)

调查表明：大学生的消费心理还是主要是考虑其实惠性，绝大部分的大学生考虑的是消费品的实惠和高标准，可见大学生的消费观念主要是商品的实用性及品质质量。

由上图我们可以看出：当前就调查的在校大学生的消费内容主要集中在基本饮食及学习生活两大方面，由此可知：

1、在消费结构上发展资料占的比重呈扩大趋势。

当前的大学生们用于满足基本生存需要的消费比重有所下降，而用于改善学习的消费比重在提高，用于满足精神文化需要的消费开始上升。

2、消费呈现多层次化。在满足基本生活所需的前提下，通讯和购物所占的比重较大，请同学吃饭和购买书籍也占了一定的比重。

对许多大学生来说，就餐已经超越了填满肚子的范畴。尽管食物支出仍是当前在校大学生的主要支出之一，但另一方面，大学生们走出校园食堂到外聚餐的费用与日俱增，麦当劳，肯德基以及一些价格不菲的特色小吃已成为当前大学生尤其是校园情侣们经常光顾的地方。

除去衣食住行消费，目前大学生的消费主要集中于以下几个方面。

### (一) 休闲娱乐及学习消费

调查表明：在休闲及娱乐消费方面，当前我校大学生娱乐方式主要集中于上网，玩电脑游戏，看电影等。同时迪厅、ktv等新兴的娱乐方式也正日渐受到大学生们的宠爱。女生在这

方面的支出要稍低于男生，因为女生们的休闲娱乐时间主要用于外出购物。而男生们的泡吧费用要远远高于女生。这也在一定程度上说明了当前大学生的精神文化生活是相对单调的。

还值得注意的是，越来越多的大学生们希望拥有自己的私人空间，为此，他们中的一部分人不惜以外出租房为代价，这就使得他们原本就不充裕的生活费更加捉襟见肘了。

此外，尽管目前大学生们在学习上的支出比重有所上升，但是用于学习方面（购买电脑除外）的消费还是低于娱乐方面的消费。

## （二）耐用消费品消费（价值200元以上）

调查数据表明：手机在学生中几乎人手一部，除此之外电脑也占据着较大的比重，而相机，平板这些相对奢侈的物品占据的比重较少，如此可见现如今大学生对生活质量的要求也在日益提高。

## （三）爱情、友情消费

爱情和友情是大学校园不得不说的故事。爱情是神圣的，但爱情也是建立在强大的经济基础之上的。大学校园里的每一位学子都或多或少地渴望过爱情，更有人说，没有爱情的大学生活是不完整的大学生活，但爱情的巨大投入仍会令不少家境相对困难的学生望而却步。当然，这并不能成为那些校园爱情的执着追求者的障碍。“馒头就咸菜，省钱谈恋爱。”已经成为不少校园爱情男主角的忠实信条。

有了男/女朋友之后，食物支出和衣物支出相对减少，其他方面的物质和精神支出相对增加，男生在这方面尤其突出。大多数的“男主角”们每月在女友身上的投入约在100元左右。而对于有了异性朋友却又不同校的同学来说，每个月生活费

中的相当一部分都“贡献”给电讯业了。对于恋爱费用的来源，在深入访谈中我们发现，有的是由“家里特别提供”的，有的是来自“勤工俭学”的，更多的是从“生活费中支付”的。这与大学生的社会角色有关，更与家庭对大学生恋爱的态度有关。

调查数字表明：同学之间、师生之间、老乡之间、室友之间、个人与班级、社团以及和学校之间等错综复杂的社会交往不仅占据了当前大学生的很大一部分时间，也在大学生的消费中占据着举足轻重的地位。而人情消费因为其形式多样和不确定性而相对难以统计。朋友、同学间的你来我往，请吃请喝是在所难免的；生日聚会等各种形式的庆祝聚餐是不可或缺的；与不在一起的亲人、朋友的感情联络也是绝对重要的。同学过生日，考试得高分，当了学生干部、入了党、评上奖学金、比赛获奖等等都要请客，否则便被视为不够交情、不上路。

#### (四) 其它消费

零食对于女生来说是必不可少的，此外化妆品的消费对女生来说也是不可或缺的，而对于男生来说，网络和游戏方面也有一定的消费。

### 四. 调查结果分析

(一) 当前大学生们总的消费理念呈现的特点有：

#### 1. 个性与模仿同在：

多元化发展源于个性化的彰显。现在的青年已开始追求时尚化和风格化，而大学生恰好正处于追求个性发展，自我意识增强，乐于接受新鲜事物的年龄阶段。面对五彩缤纷的消费市场，大学生的消费心理趋于理性化转变，在消费行为中开始表现出较为成熟的价值取向。大学生在购买像电脑这样昂

贵的商品时，往往表现出购前的冷静，大部分大学生是在购买前查阅有关资料，比如价格、性能、品牌后再决定是否购买，其中有不少大学生会找同学或相关人员咨询有关问题，还有一些大学生是在与家人商量后再购买的。

## 2. 多样与实用并存：

大众文化消费市场，是影响大学生消费文化多样性的重要因素。大学生多样化消费的特点根源于大学生多元化价值目标的存在。这种多元化的价值目标，一方面使大学生的思想活跃，有益于大学生充分发挥个人的聪明才智和创造能力，多重比较，理性消费，另一方面，也可能导致大学生受不良倾向的影响，出现一些消极的消费类型来。

在消费状况分析中，不论是大学生基本生活消费中的衣食费用，还是其学习消费中的学费、书杂费、电脑等；不论是大学生的休闲及娱乐消费，还是大学生的人际交往消费，都越来越趋向于带有浓厚的实用色彩。这从调查统计的休闲娱乐方式和花费上可以明确的表现出来。

## 3. 消费差异日趋明显：

一是来自农村的学生的消费构成相对简单、总体消费水平也较低。二是来自城市的学生的总体消费水平要相对高于农村的学生，同时，消费构成也相对多样化。这在很大程度上说明了经济发达与否，不仅影响着当前大学生的消费水平，也影响着当前大学生们的消费构成和消费理念。

## 五. 有关大学生消费的几点建议

针对目前高校中普遍存在的盲目消费、攀比消费、赶潮消费、“面子”消费等高消费甚至浪费的不良现象，我们提出几点建议：

- 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。

## 大学生恋爱消费观调查报告篇二

### 在校大学生消费观调查报告

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。下面就让豆花问答网小编带你去看看在校大学生消费观调查报告，希望能帮助到大家！

### 在校大学生消费观调查报告1

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情况，我决定在身边的同学中进行一次消费的调研，对大家的消费进行归宗和分析。

从调查结果发现，月费用1000元以上的人占10%，月费用700--1000元的人，占30%左右，500--700元的人占40%，月费用500元以下的人，占20%左右。在这些学生之中，超过50%的学生拥有电脑、约90%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相当大的份额。当代大学生主要有以下几支出：伙食费，买服饰，恋爱，上网费，手机费等。

### 一：伙食费。

除了在校内就餐外，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的比例达到了被调查总人数的95.7%。各种形式的聚会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6-15次各类同学聚会。这部分消费基本上每学期需要150-600元之间。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2%的选择在高档餐馆。聚会的理由多种多样：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，否则被视为不够交情。

### 二：购买服饰。

女生买衣服则总是买个不停，只要自己喜欢的都会买回来，不喜欢了，马上就不穿了。大学生购买品牌的商品，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这样的心理。在对”

当您拥有一件名牌产品时，您最希望谁能够注意到您拥有这样的品牌”调查发现，70%的大学生希望自己的朋友同学能够注意到自己拥有的某个品牌，17%的人希望陌生人能够注意到自己，12%的人希望自己的恋人能够关注自己拥有某个品牌。4%的人表示希望自己父母和家人能够了解。3%的人表示纯粹是为了满足自己的需求。可见选择名牌产品对帮助大学生自己的交往，能够起到帮助作用。而大学生由于在读书期间，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，所以大学生只有4%的人愿意父母知道自己使用名牌的产品。

### 三：恋爱消费

### 四：上网费用

在上网时段方面，23.2%的学生在白天上网，33.9%的学生在晚间上网，35.2%的学生在周末上网，7.7%的学生还经常上通宵。如果按2元/小时计算，对于学生而言，也是一笔不小的开支。

### 五：手机等通讯费用

根据调查结果，85%的学生都拥有手机，他们的手机价位一般都在500—1600元之间，月消费在20—150之间。消费者的月手机话费也与其月生活费相挂钩，生活费用少的话费也相应较少，控制在50元以下，但也有部分高收入用户的话费也在此列，共占了样本的25%，学生月话费主要集中在50—100之间，约占了调查总数的62%，属于中档水平。其次月话费在100—150的有18%，而150以上的高消费者主要是月生活费在1000以上的5位，与其的经济实力基本相应。

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。

根据这次调查，我们总结出来大学生消费的以下特点：

### 1、消费观念复杂，感性消费占优势

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最高的人群之一。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元之间的手机最受青睐。

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。

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。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上。

## 在校大学生消费观调查报告2

### 研究背景：

随着经济社会的纵深发展，我们大学生作为社会特殊的消费群体，我们的消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响我们世界观的形成与发展，进而对我们一生的品德行为产生重要的影响。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，培养和提高我们的“财商”，在当前就成为我们当代大学生共同关注的课题。

### 一. 研究目的：

了解大学生对消费的看法，通过比较从而树立正确的消费观、消费心理。

### 二. 研究过程：

## （一）大学生理性消费是主流

通过问卷调查和个别访谈可以概括地说当代的大学生的消费观念有些理性因素，突破传统的只求满足基本生存需要的观念。

而大三的学生经过了两年多的大学生活，多数为自己设计了确定的目标（考研、攻读各种资格认证、英语过级考试等等），这些教育投资对他们就业及实现自我价值是必须的。

大学生也重视健康消费。调查的数据显示35.5%的男同学在每月的消费上注重营养消费，女生的比例更大一些占到42.2%。学校内设置的健身中心很受学生欢迎，通过调查和访谈部分学生，30%的同学选择定期的体育锻炼，他们中有利用校内的体育资源的，也有参加校外休闲健身俱乐部的。大学生的健康消费也涵盖了运动器械用品、衣物等内容。

消费呈现多层次化。月消费达到800元以上的占7.8%，低于350元的占15.9%，44.3%的学生月消费在350-500元之间，31.9%的学生月消费额控制在500元到800元之间。可见，大学生的消费层次分化比较分明，中间层次的比重占绝对多数，既反映了我国当前剧烈转型的社会大背景，也说明了大学生的消费主体是趋向理性的。

从总体上看，大学生的消费观念正逐步向开放化、前卫化发展，但传统的理性消费观念仍是主流。绝大多数学生在消费时考虑最多的因素是商品或服务的质量、价钱，追求物美价廉。因为87.5%的大多数学生的经济来源主要是父母供给，虽然8.9%的学生自己兼职，但挣的钱不多。

## （二）当代大学生消费状况存在着若干问题：

有些同学为了一件名牌衣服、名牌鞋帽，甚至向别人借钱以满足欲望。反映出一些学生不懂得量入而出，受虚荣心的驱



使极易形成无休止的攀比心理。

人际交往消费过度，主要体现为通讯支出和恋爱支出。通讯开支大，拥有手机的同学占被调查总人数的三分之二强，月消费高于80元的占40.3%，将近被调查人数的一半。说明学生手机消费不理性、高开销的情况存在而且颇为严重。16.2%谈恋爱的大学生每月大约多支出100-200元左右，他们大多承认追求情感需要物质投入，经常难以理性把握适度消费的原则。

经济独立意识较弱，理财观念淡薄。在被调查的345人中有39人根本没有作过家教或兼职，而那些作过家教或兼职的同学也是抱有不同目的，1/2的学生是为增长社会经验，14.2%的学生以渴望独立为目的，以“补贴日用”为目的的比例占到23.2%，如果把“渴望独立”看作是主动的独立意识的话，那么“补贴日用”则可以看作是被动的独立意识。把前两者合计到一起来看拥有独立意识的学生比例也只占到被调查者总数的1/3强。当然也有12.5%的学生是抱着闲着没事的态度。显然，大家这方面的意识比起欧美发达国家的同龄人16岁就要求经济独立来说，差距较为明显。

#### 四、调查后总结：

##### （一）从心理学角度分析部分学生的消费误区和偏颇的消费心理

个性自觉引起的消费自主心理导致学生消费的盲目性，部分学生消费没有计划，随意性强。大学时期是人生中的一个独立性与依赖性并存的阶段。伴随着自我意识觉醒而来的是人们在物质生活和精神生活中强烈的自我支配要求。现在的大学生大都是改革开放后出生的，环境的塑造，使他们在思想、生活、学习等方面都有自己特有的看法。虽然他们的消费来源依赖于家庭，但他们却有强烈的消费自主要求。大学生的思想没完全成熟，如果缺乏适当的消费指导，就会出现消费的盲目性。

尊重需要而引起的消费炫耀心理在学生消费中表现为重物质消费，轻教育投资。在马斯洛的需要层次论中，尊重需要居于生理、安全、友谊和爱的需要之上而处于较高级的第四层次。大学生有着强烈的尊重需要，他们多方面的努力在相当程度上都是为了建立自尊和他尊体系，以实现其自我价值。炫耀心理实际上是一种超越自我客观价值的自我虚构，表现在生活消费领域，就是对物质生活的高追求。大学生中有许多以拥有各类名牌而不是用才华作为炫耀的资本，这实际上反映出他们心理上的一个症结：用富裕的物质生活来充实美化自己的形象，以求得自尊的满足和心理的平衡。这种现象的扩散，会在一定范围内形成重物质消费的风气。

二是求异心理，这种心理状态的存在，使某种时尚满足了大学生一时审美的心理需要之后，又必然会产生新的需要，渴望消费再有新变化和创新。

## （二）高校思想政治教育的内容中缺少对学生健康消费观的引导

当前的大学生能够全方位地与社会接触，当他们受到享乐主义、拜金主义、奢侈浪费等不良社会风气的侵袭时，如果没有及时得到学校老师和父母的正确引导，容易形成心理趋同的倾向。父母在日常生活消费的原则立场是子女最初始的效仿对象。有些父母本身消费观念存在误区，不能正确引导自己的子女。因此，我们应该关注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。具体体现为：

在高校缺乏对大学生消费心理和行为研究。高校思想政治教育要真正达到有效性目的，就不能缺少对学生实际行为的了解与把握。近年来高校思想政治教育工作虽然在不断的改进，也取得了较大的进展，但是由于科研条件、人员配置等客观原因和思政教育工作者的主观认识等原因，对学生的教育首先从实践调查开始的学科科研风气仍然未能形成。

校园文化建设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、基本生活用品等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。把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，作为校园文化建设的一项主要内容，这也是高校思想政治教育一个非常重要的内容。

### （三）社会上的不良风气是大学生健康消费观的形成的影响因素

社会上非主流的享乐主义消费观，给大学生带来了很深的影响，是造成大学生消费观念偏颇的主要因素之一。改革开放以来近30年，我国一直以经济建设为中心，经济持续快速增长，人民生活水平也不断的提高。部分先富起来的家庭消费方式有了很大的变化，传统的消费观念不断受到冲击。大学生的消费心理处在不成熟的阶段，互相攀比的消费心理较为普遍，直接影响到了大学生的消费观。

近年来消费主义的价值观在我们的社会中逐渐上升，当然也对在校的大学生产生了影响。按照这种价值观，一个人是不是值得尊重，是不是有品位，主要取决于他的消费水平。一个人的消费水平越高，消费能力越强，就越是能够证明他的成功。在中国，应该说是先富起来的那部分人首先接受了这种价值观，然后又逐渐辐射、传染到其他社会阶层，最后演变为一种国民的集体无意识。

### 五、调查后建议：

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，引导他们继续保持艰苦朴素、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，可以从以下四个方面着手：

### （一）加强对大学生消费心理和行为的调查研究。

在思想理论教学中，我们应该大力提倡调查研究与理论教学相结合的科学方法，使理论教学真正摆脱空洞无物的说教。今后我们应当重视和加强对大学生消费状况的关注，注重在研究他们的消费心理与行为中发现问题和解决问题。当然，调查研究是一个艰辛的过程，但是作为教育工作者应该首先培养自己刻苦钻研的科学精神、实事求是的科学态度、理论联系实际的科学思维。

### （二）教育学生要树立艰苦奋斗、勤俭节约、科学的消费意识。

引导他们在考虑个人消费时不忘光荣传统，科学规划安排，是个人消费标准与家庭相适应。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，需要鼓励人们积极、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，作一个清醒的消费者。

### （三）培养和加强大学生的财商。

其二，正确运用金钱及金钱规律的能力。我们应该围绕这两方面的内容，在思想政治课和德育课的教学活动中设计生动活泼的教学形式以达到教育目的。

（四）大学生健康的消费风气应成为建设节约型校园的一项重要内容。

高校校风建设应该把握育人第一位的原则，重视大学生为人处世每个环节的教育，重视培养和塑造大学生健康的消费心理和行为，以促进大学生学业的成功追求。建议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。塑造节约型的校园理念，利用校园环境影响大学生理性健康的消费习惯的养成，形成良好的生活作风，向社会输出具有健康理性消费习惯的社会成员。

六、感想与体会：

大学生要控制欲望，不要盲目炫耀，更不能攀比；

多把心思放在学习上；

购物时不要急于出手，多参考别人的意见。另外要学会理财，制定每月的开销计划，进行消费记帐也是大有帮助的。理财其实也是一种管理能力，如何去管理自己的财富，进而提高财富效能，如何去规划、管理自己的生活能力。

我们关注消费和理财，希望可以探讨到我们大学生自身的一些消费特点，以使我们今后可以更理性的消费，更明白的消费。

错过简直是一种罪过。

在校大学生消费观调查报告

大学生消费观调查报告

大学生消费观的调查报告

# 消费观调查报告

## 在校调查报告

### 大学生恋爱消费观调查报告篇三

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，已成为高校的重要课题。

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

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销，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。

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。

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。

## 大学生恋爱消费观调查报告篇四

大学生是一个特殊的消费群体，他们的消费行为和消费心理直接影响着他们的人生价值观。为此针对大学生的消费观进行一次调查，汇报本次调查的情况。本文是大学生消费观调查报告的范文，欢迎阅读。

### 关于大学生消费情况的调查报告

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。为了把握大学生生活消费的心理特征和行为导向，并帮助培养大学生健康的消费意识，引导他们建立合理的消费结构和形成良好的消费习惯，我们小组做了一次有关大学生消费情况的调查。

制作问卷时，我们力求所选题目确切、简洁、针对性强，并遵守以下几点原则：

一、问卷主题明确，所有设问都必须与主题有关；

二、语言简明准确，以免影响理解和答问；

三、问卷项目由浅入深，并注意相互间的联系，使被调查者可以连贯作答；

四、设问切合实际，充分考虑被调查者的差异；

五、设问事先考虑到能对问题结果做适当分类和解释，使所得资料便于做交叉分析；

六、调查表的设计充分考虑可接受性。

## 大学生消费情况调查问卷分析

### 一、调查的基本情况

45% 来自乡镇，30% 来自城市。

### 二、调查结果分析

#### 1、关于每月的平均生活费

从大学生的月生活费消费情况来看，城镇学生消费水平明显高于农村学生。在被调查者中，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。从调查问卷可以看出，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。从调查问卷可以看出，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、关于消费时是否会和商家讲价的问题

关于消费时是否会和商家讲价的问题,大部分同学还是会还价的。53.7%的学生会尽量把价格压到最低,会大概还价的占30.4%,还有7.3%的学生是看情况而定的,重来不还价的占8.6%。现在商家一般会把价格标高,从调查可以看出,学

生懂得适当的去还价，这样买东西就不会吃太大的亏。

## 7、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。

## 8、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。

## 结尾

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。

随着我国经济的不断发展，国民收入与国民支出的不断增加，当代大学生作为一群特殊的消费群体，有着特殊的消费心理。体现出消费观超前和消费实力滞后的问题，这是因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，消费受到了很大的制约。特殊群体自然有特殊的特点，同时也难免存在一些非理性消费的问题。

## 一、基本调查情况

(一) 调查时间□20xx年8月3日至8月12日；

(二) 调查地点□xx民族师范学院；

(三) 调查对象：对政法系10级本科班、汉语系09级(2)班本科、音乐舞蹈系10专科(1)班学生共计128人的每月生活费进行实践调查。

(四) 调查目的：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

## 二、调查中发现的问题 基本月均消费状况

通过实践调查发现大部分大学生的消费水平都处于一个较高的平台，对其消费途径 进行调查，主要包括以下几点：

(1) 购买衣服：大学生消费在一定程度上会相信自己的真实体验，如果对名牌衣服等逐渐形成一种固定的偏好，于是保持良好的忠诚度。而且对衣服的购买有着感性的认识，于是促使

他们继续购买(名牌)。

(2) 恋爱消费：在调查中发现，谈恋爱的大学生每月大约多支出100—300元左右，最少的也在50元，多则达到1000元以上(比如送名贵礼物给对方)。他们大多承认为了追求情感需要物质投入，经常难以理性把握适度消费的原则。

(3) 上网消费：作为一种新媒体，网络以其交互性、虚拟性、全球性为人类创造崭新的文化形态，那就是网络文化。网络文化消费是随着信息社会的发展和数字化传媒体的普及而出现的一种新型消费类型。从本次调查的结果分析来看，对于上网方式，有19.5%的学生配有私人电脑，在网吧或公共机房上网者占79.5%。

(4) 手机等通讯消费：据调查72.7%的学生月均发短信超过300条，每人通话时间可达230小时。13%的学生月均发短信在200条左右，通话时间约150小时。只有14.3%的学生月均发短信在100条以内，通话时间在100小时以下。

### 三、对大学生消费影响的因素 (1) 社会的影响

把大学生放到校园里，他的角色就是一名学生。同样把他放到社会中去，他又是社会的一份子。其消费观不可避免的受整个社会的影响。学校为了扩大办学规模，不断降低入学门槛，许多家长也抱着混文凭的态度将孩子送入学校，不论孩子是否能够顺利完成其学业。结果一部分学生虽然挂上了大学生的头衔，而实际中由于自身不具备完成学业的能力，思想和学校的负担过重，由于缺乏坚强意志，随着时间的流逝变得越来越堕落，变得成天无所事事，既而大量的空闲时间用在了各方面的消费上。在改革开放市场经济发展的大潮下，人们的生活水平不断提高，伴随着西方消费主义和其他一些文化的入侵，一些人开始追求享乐，不少的大学生也开始随大流、赶潮流。因而产生一种不良的消费心理和消费观。



## (2) 家庭的影响

家庭是每一个大学生的主要经济来源，所以家庭经济状况与理财观念直接影响着学生的消费观。有些家庭比较富裕的子弟他们平时花钱很阔绰，消费非常的超前。根本不会去节约和合理理财，只是盲目消费。而那些家庭条件比较贫穷的学生由于受家庭经济经的限制和家庭教育的影响能比较合理分配自己的生活费用，因而家庭对每一个大学生合理的消费观的形成有着直接的影响。

## (3) 学校的影响

当今的大学校园是开放的，消费主义的思潮冲击着校园，学校周边的环境对大学生的消费也带来了很大的影响，校园内许多商家的广告传单、周围的网吧、歌厅、舞厅、咖啡厅、游戏厅、溜冰场、饭店等到处可见。这些都成了学生非正常消费的催化剂。高校教育对学生消费观的导向教育还没有形成足够的重视，具体有以下几点：

其一，对大学生消费心理和行为研究不足。高校思想政治教育要真正达到有效性目的，就一刻不能缺少对学生实际行为的了解与掌握。

其二，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，同时由于工科院校课程设置等因素，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。

其三，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。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，这是高校思想政治教育一个非常重要的内容。

## 四、消费观导向性建议

我认为要正确引导大学生养成健康的消费心理和良好的行为，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研究

智商反映人作为一般生物的生存能力，情商反映人作为社会生物的生存能力，财商则反映人作为经济人在经济社会里的生存能力。财商主要包括两方面的内容：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。培养和加强理财能力是现今的大学生在激烈竞争的社会中生存的必备因素。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，是我们共同的课题。

### (三)、高校校风建设任重道远

大学生良好消费风气应该成为良好校风的重要组成部分，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是体现学生生活作风的重要组成部分。应该把握“育人为先”的原则，重视大学生为人处世每个环节的教育，重视培养和塑造大学生健康的消费心理。学校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。大学的存在是为将来培养可以为天地立新、可以为民众立命、可以为万事承重的后备人才，可见校风建设意义深远。

### (四)、加强家庭环境教育

家庭环境对大学生的消费观会产生潜移默化的影响，父母在日常生活消费的原则立场是子女最初始的效仿对象，父母应该积极帮助子女培养理财和计划消费的习惯。

### (五)、增强独立意识，倡导理性消费

大学生要对消费有独立的行动和理性的思考，不要人云亦云、盲目追风，但也不能一成不变、冥顽不化。就是说，在自己实际的消费能力和社会的现实状况中找到一个平衡点，合理消费、理性消费。

## 五、对本次调查的总结

通过本次的调查，我对大学生的消费有了更深的认识。大学生的这种不良消费观不仅加重了家里的经济负担、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，增大了学习教育管理的难度。对每一个人来说，这一时期形成的消费观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。因此，作为当代社会的一名合格大学生，我们不仅应该控制自身消费，向正确道路发展，也应互相提醒，共同走向理性消费、合理消费。要对自己的消费有正确的认识，合理做出理财计划。

大学生是一个特殊的消费群体，他们的消费行为和消费心理直接影响着他们的人生价值观。大学是一个学校向社会转型的过度阶段，处在这一阶段的大学生，也经历着从学生走向社会的转型过程。因此，我们必须关注大学生的消费观，帮助他们树立正确的人生价值观。由于各方面因素的影响，制约着当代大学生正确消费观的形成。文章首先主要探讨当前我国大学生存在的消费误区和问题；其次针对这些问题，探究其成因；最后就大学生如何树立正确理性的消费观，提出笔者的几点建议，以期促进当代大学生健康的成长。

随着市场经济和精神文化的不断发展，对当代大学生的消费观也提出了新的挑战。党的xx大报告中，明确提出要把建设资源节约型社会的任务落实到每个家庭、每个公民。因此，这就要求当代大学生必须理性、合理的消费，不能铺张浪费。但是，由于大学生所处的年龄及其心理发展的特殊性，在很大程度上影响着他们的消费观，在日常生活中，还存在着很多消费误区和问题。如何深入的剖析问题的内在成因，并通

过各种途径解决这些问题，帮助大学生树立正确的消费观，是值得每一个人深思的。

## 1 简述当代大学生的消费现状

消费时一个社会人必须经历的一种社会过程。消费的含义是指所有能促进和带动消费者身心健康和全面发展的各种消费行为和心理的综合。通过调查研究数据，可以看出当代大学生的消费观总体上时科学、合理和理性的，但是由于受各方面因素的影响，当代大学生消费中还面临着一些问题和误区，制约着大学生健康消费观的形成。笔者简要从下述几方面论述这些问题。

### 1.1 攀比心理重，消费中两级分化严重

当代大学生在消费过程中，攀比心很重，消费中两级分化严重。特别是来自农村和城市上的学生，在消费上存在很明显的两极分化，消费极不均衡。通过样卷调查发现，当代大学生中手机、电脑等电子产品的占有量超过65%。学校中63.5%的学生拥有电脑，在对大学生月平均消费调查中发现，月平均300—500的学生只占4.1%，而月平均消费800—1500的学生人数占总人数的48%。通过实地采访部分大学生，得知很多学生其实并不需要电脑，也不需要名牌衣服等，但是当问他们为什么要花这么多钱去买电脑买品牌衣服时，很多的学生就只有一个回答：“我的同学都有电脑，都穿名牌，我不能比他们差。”这种攀比心理在大学生消费中占据很重要的地位。在比较家庭贫困生与家境较富裕的学生消费情况时，其消费明显的不均衡，这种不均衡的现象极易影响大学生群体的健康、和谐的发展。前不久的“马加爵事件”正是这种消费不均衡的一个真实素材。

### 1.2 大学生消费易盲目冲动，缺乏理性

由于大学生所处的独特年龄和社会角色，以及他们特殊的心

理发展特征，这些因素综合影响着大学生的消费观。当代大学生都是二十岁出头的年轻人，没有经历过生活磨练，不知道生活的艰辛，绝大部分的学生都是靠父母养活。通过调查报告，我们可以看出，在大学生中，对自己的消费制定明确的计划的学生少之又少，只有3.6%的学生知道自己每天、每月花了或需要花费多少钱，而63%以上的学生都不知道自己一个月花了多少钱。很多学生没有对自己的消费制定合理、科学的计划，他们很多时候一时兴起，会为了买一样自己喜欢的东西而花掉半个月的生活费。因此，在当代大学生中，盲目消费的现象很多，这样的消费方式自然是不够理性，不够科学的，会影响大学生科学、理性的消费观的形成。

### 1.3 消费中从众现象突出，铺张浪费严重

大学生是经历从学校到社会过渡的一个转型群体，他们不仅会受到学校学生的影响，同时也会受到社会上消费行为的影响。他们缺乏自己的合理的消费观念，被动消费现象很突出。这表现在实际消费中就是从众消费现象突出。调查报告研究显示，当前大学生在努力适应从学校到社会人转变的过程中，也在仿效着社会上人的消费行为，大多数学生都选择公众化消费形式。很多学生在服饰、发型及饮食上都在跟随潮流，花了大量的钱，实际上对自己的作用却很少，这样就造成了很严重的浪费现象。除此以外，大学生中花在恋爱上的钱占了生活费的大半，这样就易形成“媚俗消费”现象，影响了大学生的人生价值观。

## 2 探讨大学生消费误区的内外因素

通过上述笔者对当代大学生的消费现状的论述，我们可以看到，当代大学生在消费中还存在着很多误区和问题。这些误区和问题的形成，是受到多方面因素的综合影响的，下文笔者从内外因来具体探讨其形成的各方面原因，能让社会更加关注大学生这个特殊的群体。

## 2.1 大学生内在消费心理的驱使

大学生受过比较高的教育，与一般社会人不同，他们不仅想受到社会的认可，更需要的是满足自身被尊重的需要。在马斯洛需求层次中，受尊重的需要处在比较高的层级，这种需求与受教育程度几乎成正比。因此，大学生有着强烈的尊重需求，这种心理表现在消费中，则体现为对高物质生活的追求。很多大学生都认为只有自己很有钱，吃、穿都高档，才能被同学看得起。大部分的学生都是通过寻求富裕的物质生活来美化自己的形象，从而满足自身的需求和心理上的平衡。在这种心理的推动下，在大学生中就产生了重物质享受的风气，这种风气的形成，会影响学生心理的健康发展，易产生很多畸形心理。这样，同学之间的攀比现象就会应运而生，最终走向消费误区。这是消费误区产生的内部原因。

## 2.2 学校思想政治教育工作不到位

形成当代大学生消费误区的一个重要的外在因素是高校缺乏思想政治教育。当前高校的思想政治教育中，对大学生消费观的重视程度不够，很多学校并没有开设这方面的思想政治课程，教育内容缺失。首先，高校缺乏对大学生进行消费心理和行为的研究。当前除了经济类的大学开设消费者行为心理学这门课程，很多学校由于受到专业的限制，并没有涉及到这类课程。其次，高校教师教学中，对大学生正确消费观的引导不够，很多大学只是做表面的文章，采取问卷调查的形式让学生填答，并未进行实质的思想教育引导。再次，高校校园文化建设中，缺乏对大学生勤俭节约精神的倡导。整个校园缺乏勤俭节约的氛围，久而久之就会导致消费行为走向误区。造成消费盲目冲动，浪费严重。

## 2.3 社会不健康消费行为的影响

大学生是一个特殊的群体，他们正经历着从学校到社会的过度阶段。因此，大学生的消费观念会受到学校和社会的双重

影响，特别是当前社会上不良的消费风气，对当代大学生的消费行为产生了重要的外部影响因素。大学生的消费思想还不够成熟，他们极易受到社会上不良的享乐主义和重物质享受思想的影响。特别是近些年来社会主义价值观的蔓延，对大学生的消费行为产生了直接的影响。通过样卷调查发现，很多大学生都很向往社会名人的消费方式和行为，他们所倾向的消费方式更加看重消费的物质化和金钱化。正是由于这些内外因素的共同影响，当前我国大学生的消费中出现了很多问题和误区。

### 3 引导大学生走出消费误区的对策探讨

由于上述各方面原因，当代我国大学生的消费中还存在着很多误区，为了能推动大学生养成正确合理的消费观念，引导他们树立正确的消费观、人生观和价值观，我们必须通过各方面努力，积极采取各种措施，积极引导大学生走出消费误区。笔者主要从下述几点来论述。

#### 3.1 多途径推动大学生养成健康的消费心理

当代大学生由于其年龄和生活阅历的特殊性，大学生的消费心理不够成熟。消费中攀比心理很严重，直接影响了大学生的消费行为和观念。这是大学生消费误区出现的一个内部原因，也是最重要的原因。因此，必须通过各种途径和方式，不断培养大学生的消费心理，推动其健康的发展。首先，应培养大学生具有良好的人格品质及承受挫折的能力。良好的人格品质要求学生必须正确认识自我，培养欣赏自己的态度，扬长避短，不断完善自己。

这样可以让他们获得自身的肯定，不会被外部因素所影响，就会减少很多盲目和攀比性消费。通过培养大学生应对挫折的承受能力，可以让他们对挫折有正确的认识，在挫折面前不慌乱，及时采取理智的应付方法，化消极因素为积极因素，可以让大学生在消费中努力提高自身的思想境界，不会因为

同学的鄙视而盲目消费或是采取极端式做法，有利于促进他们树立科学的人生观，丰富人生经验。其次，应培养大学生养成科学的生活方式。生活方式对消费心理健康的影响已为科学研究所证明。健康的生活是一种有规律、劳逸结合、科学用脑、积极参加社会实践的方式。大学生的学习负担相对于初高中来说，相对较轻，他们拥有更多自由支配的时间，很多学生由于不适应大学生活，会感觉心理很空虚，他们大部分的时间全都花在网上、逛街、吃喝上，这样自然就会造成很多浪费。但是如果能推动大学生的生活方式科学化，组织多种社会实践活动和集体活动，比如“三下乡”活动，可以充实大学生活，并且让他们通过自身的社会实践，认识到挣钱的艰辛，就会减少很多不必要的浪费消费。

再次，大学生自身应积极加强自我心理调节。大学生消费心理不够健全，这需要他们及时的进行自我调节心理健康，通过调整自身对消费观念的认识、情绪状态以及对新环境的适应能力，促使自身走向健康的消费方式。社会经验的缺乏决定了大学生的心理发展的某些方面比较落后。因而，在其发展过程中会发生许多困惑、烦恼和苦闷。同时大学生因为受到社会群体消费行为的影响，面对社会情况的复杂性，生活节奏日益加快，会使他们在短时期内迷失了方向，但是通过培养大学生对环境的适应能力，可以让他们不断学会自我心理调节。最后，应不断丰富大学生生活，鼓励大学生积极参加业余活动，发展社会交往。通过参加丰富多彩的业余活动，不仅丰富和充实了大学生的生活，而且可以为大学生的健康发展提供了课堂以外的活动机会。大学生通过养成多种兴趣，发展自己的业余爱好，积极参加各种课余活动，在活动中发挥自身的潜能，可以使他们充分利用空闲时间，转移自己的注意力，这样可以避免很多盲目性的消费活动。同时通过社会交往可以实现思想交流和信息资料共享，也可以不断地丰富和激活大学生的内心世界，有利于健康消费心理的形成。

### 3.2 不断加强高校思想政治教育工作



高校思想政治教育工作的缺失，是形成当前大学生消费误区的一个重要外部因素。为了能引导大学生走上健康科学的消费方式，就必须加强高校的思想教育工作，为大学生健康消费观念的形成提供重要的外部保证。首先，应加强对大学生人生观和价值观的教育。大学生的消费观与其人生观、价值观紧密联系。因此，在大学阶段，高校应把对大学生人生观和价值观的教育放在首要位置，通过科学的教育，让大学生认清什么是正常消费，什么是盲目攀比，要帮助大学生树立健康的消费意识。通过思想教育，从思想上拨开学生心理的困惑，使他们站在理性消费的角度，从而促进深层次思想问题的解决，教育他们自觉抵制各种不良消费风气，诸如享乐主义、拜金主义以及个人主义，端正自身的思想态度，与不良倾向划分界限，引导他们懂得物质上的享受并不是真正的幸福，真正的幸福需要立足于现状，通过自己的努力奋斗去获得。其次，高校要通过开设大学生消费心理课程，对其进行消费心理研究和消费道德教育。

通过开设消费心理学，可以应对大学生的各种消费心理。当代大学生消费道德教育的内容丰富而复杂，高校应当着重强调适度的消费，反对不切实际的高消费和超前消费；将勤劳俭朴等节俭消费观牢牢灌输给大学生，反对挥霍浪费等消费主义观念；同时高校应将强调理性消费放在思想教育的重中之重，反对各种非理性的盲目消费；学校可以通过开展各种有意义的精神文化活动，培养大学生树立健康向上的精神文化消费，摒弃不健康或有害的“媚俗”等精神文化消费。将绿色消费的思想推到大学生中，反对不利于保护生态环境的消费行为；高校应努力强调大学生实行智力和发展性消费，反对只重视物质、娱乐和消遣性消费，通过这些思想教育，可以提高大学生消费结构中的文化和理性的思想含量，从而实现最科学、有效的消费方式。再次，高校应对大学生加强艰苦奋斗精神的教育。随着经济和社会的不断发展，在新的历史发展时期，针对大学生独特的年龄和社会角色特征，当前高校对大学生的艰苦奋斗教育已显得十分必要和迫切。学校可以采取各种实践方式，对大学生进行艰苦奋斗的革命传统教育。比如高

校组织青年大学生到艰苦、落后地区开展社会实践调查，三下乡，到聋哑学校义务支教，以及对失学儿童和贫困大学生献一份自己的爱心等，都是艰苦奋斗教育的一些有效方法。学校通过这些教育，可以使大学生认识到社会主义建设中不同地区存在的差距，了解困难群众的疾苦，深深认识到国家和人民对他们的期望，认识到自身所背负的重任，从而可以促使他们自觉继承和发扬艰苦奋斗的民族精神。

最后，高校应针对当代大学生的消费观，开设大学生理财课程，引导大学生学会科学、有效的理财。理财不仅仅是特定个体的需要，我国教育界一些专家通过研究发现，大学生理财尤为重要，因此，应加强对大学生进行理财教育。当代很多大学生，由于都是独生子或是父母的过分宠爱，很多学生在上大学之前还没有自己独立的生活过，很多学生都是到了大学阶段才开始独立的生活，因而对大学生的理财教育更为重要。高校可以通过三方面对大学生进行理财教育：一是对大学生进行理财价值观的教育，即对他们进行金钱、人生价值意义的正确理解和认同；二是对大学生传授理财的基本知识，通过开设经济学和经融学课程，对大学生进行经济金融常识的专业知识教育以及对他们进行个人家庭理财方式的讲解，让大学生理解理财的基本方式；三是培养大学生理财的基本技能，通过对理财情境教育、理财实际操作训练和理财氛围的营造，将大学生真正带入个人理财的氛围。通过理财教育可以帮助大学生树立科学的消费观。让他们明白科学的消费观，即敢花钱会用钱，将大学生花钱与会花钱形成统一的整体，更加理性化。高校思想政治教育对大学生是关系着大学生的全面发展和健康成材的重要思想保证，对大学生消费观的引导是高校思想政治教育的重要组成部分。高校通过加强对大学生进行消费文化的引导，帮助他们树立正确合理的消费观，培养科学理性的消费行为，优化消费结构，使消费真正成为大学生的素质提高和发展的推动器，让大学生处于理性主动的消费之中。

### 3.3 营造良好的社会消费风气

当代大学生的消费行为和方式，很大一部分都是受到社会上不良消费行为的影响，因此，为了保证大学生走上健康、合理的消费方式，必须要通过各种途径营造良好的社会消费风气。首先，应加强对社会大众消费方式和思想的引导。为了遏制社会上的盲目消费、恶性攀比、看重物质和娱乐的消费行为，各地应通过发海报、张贴理性消费的标符等方式，加强对社会大众消费方式的引导；同时可以借助广播媒体、电视广告以及社会舆论的力量，时刻关注社会大众的消费方式，提醒他们走上健康、理性消费的道路。其次，要通过各种手段控制社会上官员的不良消费方式，减少高官消费对当代大学生消费观念的影响。有一份调查报告显示，大学生对社会上官员的消费方式十分羡慕，很多学生甚至仿照一些官员的消费方式，从而在消费中产生了盲目追随、恶性攀比的现象。为了减少社会官员的消费方式对大学生的影响，各地必须采取措施，控制官员的消费。比如各地可以开展评选最节俭官员、最廉洁官员、最朴实官员等活动，评选出一批廉洁的官员，并通过各种媒体进行报道，通过社会舆论的力量，监督一些铺张浪费、贪图享乐的官员，从而将勤俭节约、适度消费的理念落实到社会每个阶层，这样就可以减少外部环境对大学生消费观念的影响。再次，应将各种政策落实到位，开展勤俭节约的教育活动。

各地应及时将国家所颁布的各项政策落实到位，比如“八荣八耻”，这样可以用政策法规的力量约束社会上不良的消费倾向。与此同时，为了引导社会大众走上健康的消费方式，必须有针对性的限制国民消费，同时要通过各种途径和活动对人们进行勤俭节约的思想教育。比如通过组织部分群众去边远落后的山区进行实地考察，或是每月有组织的组织群众观看社会纪实片等等，让社会大众切身感受到社会主义现代化建设中所取得的各项成就，但与此同时，也深刻的认识到各地区发展的不平衡，了解到贫苦地区人们的生活方式，这样可以让他们认识到国家要想快速的发展，就必须带动贫苦地区的共同发展，这样整个国家才会真正的立足于世界，从而可以督促他们在生活中坚持勤俭节约的品质。通过这些途

径，可以改善社会上不良消费环境，减少外部环境对当代大学生的负面影响，带动他们全面的发展和健康的成长。

## 结论

综上所述，对当前我国大学生的消费观进行研究，具有划时代的重要意义，具体表现在如下几个方面：

(3)研究当代大学生的消费观，可以带动大学生群体健康的发展，推动节约型社会的早日实现。

## 大学生恋爱消费观调查报告篇五

调查报告作为时代的镜子，从各个不同的侧面客观地反映社会情况和问题，具有明显的社会功能调查报告所总结的典型经验，对社会各方面具有指导意义，以下现代大学生消费观调查报告文章是由文书帮精心整理欢迎阅读。

在当前尚且低迷，尚未完全复苏的经济环境下，消费问题被大家广泛关注。物价的连续上涨，直接反映了社会的消费和需求问题。

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情况，我决定在身边的同学中进行一次消费的调研，对大家的消费进行归

宗和分析。

者(在调查中，记者了解到一个大二的学生在女朋友生日那天送了一条价值7800元的铂金钻石项链);在恋爱消费中，支出较大的还有在校外租房居住，每月要支付200-400元。

## 五：手机等通讯费用

根据调查结果，85%的学生都拥有手机，他们的手机价位一般都在

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。

根据这次调查，我们总结出来大学生消费的以下特点：

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。

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。

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。

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，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最高的人群之一。

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元之间的手机最受青睐。

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、名牌手机等贵重物品；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。

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。

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。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。