

当代学生消费情况 大学生消费调查报告(通用9篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

当代学生消费情况篇一

调查大学生日常生活中的服装消费情况

1. 口头提问和问卷

2. 日常观察总结

3. 调查完成后，分析调查的统计数据

4. 写调查报告

1. 在这项调查中，男生占27%，女生占73%

4. 是否有喜欢的服装品牌:33.3%，没有66.6%(品牌有李宁、真维斯、361、耐克等。)

6. 服装价格会不会影响你的购买意愿:会是63.3%，而不是36.6%

8. 你会选择网购服装吗:会是35.7%，而不是64.3%

2. 理性消费占主导:价格、质量、趋势是吸引大学生消费的主要因素。根据调查结果，务实理性消费仍然是大学生的主要消费观念。据了解，大学生买衣服首先考虑的因素是价格和

质量。由于消费能力有限，大学生在花钱时往往非常谨慎，力求“物有所值”。因此，他们会尽最大努力寻找物美价廉的城市生活和氛围。当代大学生会更加注重自己的形象，追求自己的品味和品位。虽然他们不一定买名牌，但质量显然是一个非常重要的内容。

4. 大学生可以正确控制自己的消费欲望:物价上涨后，大学生的消费支出增加，其中餐饮消费支出最多。有一个特殊的现象:大学生服装支出减少。据调查人员分析，“物价上涨后，服装、日用品、化妆品、娱乐消费的价格不降反升，而大学生的消费支出较少，说明他们故意降低大学生的‘享受消费’，把钱花在了吃饭、学习等必要的地方。

1. 从买衣服的频率来看，

(1) 服装购买消费合理:调查结果显示，服装购买频率集中在每月一次，两到三个月一次。这一结果表明，大学生购买服装的主要原因是生理需求，但不排除虚荣心的存在，但消费分配的主要方向仍然是正确的。

(2) 服装消费仍然不合理:调查结果显示，少数人频繁购买服装，过于关注名牌的现象依然存在。服装消费不合理，可以反映每月生活费分配不合理，或者每月生活费过多。

2. 从吸引购买这方面的服装来看，

(1) 当代大学生可以把握购买服装的主要目的和功能:服装的主要功能是保护人体免受季节性气候变化的影响，其次是美观，满足人们的生理和心理需求。调查显示，学生重视衣服的质量，喜欢经济耐用的衣服，不会因为喜欢一件衣服就盲目买衣服而不考虑价格。

(2) 追求时尚是大学生永恒的话题:大学生总是名牌的现象非常严重，有时可能会为了追求名牌而选择自己不喜欢的衣服。

却忽略了服装本身的原始价值。

不及物动词政策建议

1、树立正确的消费观。消费观是消费者对消费的基本观点和态度，也是消费者对涉及整个消费活动的消费内容、消费目标、消费方式等因素的价值判断态度。高校应加强消费观念教育，引导大学生树立自力更生、独立自主的观念，树立节约消费、适度消费的观念，避免和克服虚荣、攀比心理，自觉抵制享乐主义、拜金主义等消极主义的影响，避免铺张浪费。在日常生活中，大学生应该对自己的费用进行预算和记录，并经常反思自己的费用是否合理。

2. 量身定做合理的消费计划。大部分大学生都是知识和能力都很高的成年人。定制合理的消费计划，可以正确规划自己的支出，为以后树立正确的理财观打下坚实的基础，培养良好的规划习惯。

3. 调整消费结构。在当今的信息社会和知识经济时代，消费方式正在迅速变化。大学生最容易卷入时尚潮流，部分消费者甚至失去理性。大学生应克服从众心理，在既定消费支出的约束下，合理调整消费结构，以达到最小支出带来最大效用的效果。不要盲目购买产品，以免过度浪费。

当代学生消费情况篇二

改革开放以来，中国人的物质和文化生活水平大为改善，伴随而来的是日益提高的消费水平。当今的大学生作为社会特殊的消费群体，他们的生活消费呈现出独有的特征，总的来说比较科学合理。但是也有部分大学生的高消费情况令人担忧。高消费的背后是大学生们为了自身的舒适体验而大手大脚，更是因为面子工程想要在同学面前显示出优越感作祟。大学生普遍的过度消费问题已经亟待社会的关注与思考。

大学生的过度消费主要分以下三种：

即为了提前享受或追赶潮流，不惜用举债的方式来提高生活档次。大学生们刚刚成年进入社会，银行为了尽早拉住这些潜在消费者，往往用各种优惠政策来吸引大学生办信用卡，打开皮夹有4，5张信用卡的同学绝对不在少数。新闻中也时不时会提到大学生卡奴，还不出信用卡债时只能拆东墙补西墙，外出打零工来还钱，影响了自己正常的学习生活不说，最后若不能完全还款还会影响将来进入社会以后的信用程度，除了满足一时的快感，百害而无一利。

目的是通过消费炫耀“我有钱”以满足虚荣心。现在的大学生都是从五湖四海招收而来的，每个人的家庭背景都不尽相同，有的父母可能只是辛苦劳作的农民，有的是工薪阶层，还有的却是大老板。在这样的环境下，部分有钱的同学便会经常买一些并不需要的奢侈品以显示自己的生活水平。在许多大学生都使用的社交网络人人网上，时常有同学会发一些奢侈品代购的信息，起初我看到时觉得他们并不会有生意，因为那些香奈儿lv的包包动辄上万的价格并不是普通大学生能承受的。可是看到他们接收到的大量的来访询问以及订单，我才发现自己低估了很多同学的消费水平。

通过消费活动来满足自己内心一些不成熟的心态。尽管大学时代是曾经家长口口声声说的悠闲轻松的一段时光，但是在重点院校中是绝对不可能这么悠闲的，学霸多以至于在学习方面一刻都不能掉以轻心。由此，有的同学便会想方设法寻求放松的压力，其中暴饮暴食、买各种新衣服就是其中的一种，以此满足自己内心的压抑，空虚以及不满，渐渐的就养成了这样一个过度消费的坏习惯。还有一种“病态性消费”源于身边的同学买了新产品，为了不落于人后，无论多少钱都舍得去花，就像上文中那个要买“苹果三件套”的女生，其实可能她并不知道乔布斯的发展史，也可能并不知道苹果到底好在哪里，可是大家都有所以她也就要，否则会有被同学看不起的可能。这样的一种觉得别人的东西总是比自己的好

的病态畸形的内心活动，对于即将踏足社会的大学生是绝对不可取的。

综上所述，大学生消费行为及心理构成是很复杂的，鉴于他们的自我意识以及消费观的不成熟，辅导员们应该多加引导同学，加强大学生消费文化引导，帮助大学生树立正确的消费观，培养理智的消费行为，形成合理的消费结构，使消费为大学生的素质提高和发展服务，这是高校不可推卸的责任。

当代学生消费情况篇三

进入21世纪的今天，进入信息时代的今天手机已经不是奢侈品二十必需品，科学技术发达的今天手机换代的时间越来越短，手机的功能也层出不穷，让人眼花缭乱，心花怒放，手机无疑是科学技术进步的一面镜子反映出当科学技术给人们带来的便利，手机更是一种年轻人争相攀比的一种载体，也是自己品味的一种表现形式。手机的功能也是由最初的只能带电话发展到发短信彩信，飞信，摄像，录音，字典，上网等等，手机通过各种功能完全的俘虏了我们，让我们不敢想象没有手机的日子会变成什么样子。当我们站在手机广场面对数不胜数的手机种类品牌的时候手机款式的时候我们不能不承认在这个世界上总有那么一款手机在适合我们。在等待着我们。

(一)调查目的

- 1、了解大学生的消费习惯(消费档次、品牌偏好、购买关心要素、选购意向，影响购买决策的因素)。
- 2、了解大学生对手机产品的心理需求，获取有关消费者对手机产品的重要信息(看法、建议)。
- 3、手机产品市场现状与潜力分析，了解手机销售市场竞争的情况，潜在市场的客量(潜在消费者的接受程度和挖掘市场的空白份额)。

(二) 调查方法及基本情况

为了真实地反映出大学生的手机消费状况，确保调查结果的真实性、客观性，从而使我们准确地推出大学生市场的潜力方面的情况，本次调查确定方法和原则如下：

1、调查方式：

- (1) 观察调研(获取相关的信息)
- (2) 问卷调查(定点访问)
- (3) 焦点小组访谈(收集经验，看法)

2、调查对象：

- (1) 在校大学生：问卷调查(60份)
- (2) 手机经销商：访谈提纲(3份)

3、调查日期□20xx年6月

4、调查区域：

东财梁园

5、调查实施：

- (1) 小组成员聚集在选定的梁园天桥人流量比较大的几个点，对大学生进行问卷形式的拦截调查。(共60份问卷)
- (2) 选择适当的时间，去选定的几家手机店对这几家店的经营商进行焦点小组访谈。(共3份访谈提纲)
- (3) 对调查所得到的资料以及数据进行统计、分析，并进行综

合处理。

(一)手机普及情况及趋势分析

电视、报纸、杂志、网络、电台、店堂、车体广告铺天盖地，宣传无处不在，各大手机厂商与广告商们的努力，其中最主要的还是同学之间的互相影响显示：在被调查者中手机的拥有率高达100%。从调查中我们还可看出：大多数学生手机族所能承受的手机价格在1500-2000元之间，占55%；手机价格在1000元以下与1500-2000元的各占20%；少数的手机价格在5000元以上，占5%。

(二)各品牌手机占有情况

在众多手机品牌中诺基亚所占的比例是最高的，为40%，而且它的款式比较简单，在市场上能够购买到不同的诺基亚型号的外壳，款式新颖容易购买外在装饰品。位居第二的是索爱，这款手机有直板、翻盖等多种款式，深得大家的喜爱；而其它的品牌如联想、三星、摩托罗拉等共占46.7%。在此次调查中我们发现学生使用手机的品牌比较复杂，使用诺基亚的人数最多，其他的如摩托罗拉、索尼爱立信、联想、三星等的拥有率也较高。

(三)购买手机的目的

对手机使用目的的调查发现，大多数学生消费者购买手机的真正目的在于方便与家人、朋友、用人单位联系。对于购买手机与家人联系这一目的，据调查显示，多数学生手机族的父母均持肯定态度，而这种态度对学生手机族购买动机的产生具有直接的推动作用。另外，还有部分临近毕业的大学生怕漏过任何招聘信息的压力，也推动了此种购买动机的产生。也有少部分的人是受到周围朋友的影响。

(四)费用的使用情况

调查结果显示，学生的生活费用大部分来自家长。因此，大学生都会通过办理各种套餐来节省话费，67%的被调查者一个月的手机费用大约在50-100元之间；30元以下和100-200元的各占15%；手机费用在200元以上的所占的比率较小，为3%。

(五)手机满意度的分析

社会经济发展水平的提高，家庭收入的增加，学生消费者的消费心理欲望增强。经济发展水平的提高，使得商品的市场生命周期缩短，手机更新换代的速度加快。手机产品的市场生命周期的缩短，使得学生消费者的消费活力被激发出来，大大强化了他们对新、奇、美的追求。而家庭收入的增加，则进一步加强了他们消费的信心。在此次调查中，我们可以发现51.7%的被调查者都表示对现在拥有的手机的满意度为一般，甚至有13.3%的被调查者表示不满意。

手机已经在的大学生之间普及开来，玩手机的时间已经成为自己生活的一部分，其中用手机上网的人已经达到手机用户的70%。相对于国产手机人们更喜欢国外好品牌手机，国内的手机在性能和美观质量售后服务上还需要很大的进步。花在手机上的钱占自己总费用的10%一个很高的数字。

当代学生消费情况篇四

1. 总消费额统计结果表明，消费额主要集中在350—500和500—800之间，对于一个基本上纯消费群体，我们觉得这个结果略低。我们认为，合适的人数分布峰值应该出现在500—800区间，其他区间应该符合正态分布，两种极限情况a[350以下)和e[1200以上)的选择较少，倒是符合正态分布规律。

2. 恩格尔系数由表中数据可看出，饮食方面支出居于350—450的人数最多，“吃饭消费”占总消费的比例较高，因此，大学生这一群体的恩格尔系数较高，这可能是这

一群体的特点。虽然考虑到，这一数据受限于我们学校的物价水平，并且与个人饭量的关系较大，但还是可以反映福州地区大学生消费支出的大概情况。

3、通讯开支随机问卷得到的结果，拥有手机的同学居然占到被调查总人数的三分之二强（这个数据尚有余地），可见大学校园手机的普及率之高。然后，在拥有手机的群体中，月花费高于100元的占到43%，已经接近一半。对于这部分人，按照每条短信0、1元，话费每分钟0、3元计算，月平均支出在250元以上，就意味着每天要打十几分钟电话或是发几十条短信，显然，这些不是都有必要的。也就是说，在手机消费方面，不理性、高开销的情况还是存在而且颇严重的。相比之下电话卡的开支就比较小了以我们的感觉，似乎大一的时候电话方面支出较多，而大二除了极个别人外似乎这方面的支出锐减，而我们的数据也基本反映了这个特点，月支出在20—50元和20元以下的分别达到78%，接近八成的同学每月都很少打电话，或每个电话时间较短。即使考虑到目前的手机普及率，大家这方面的消费还是比较的合理，这可能与在校生平时时间紧张有关。

4. 打工目的方面最高的选项是增长社会经验，可以看出，大部分人做家教的目的不在于经济方面，而只是为增加社会阅历，由这点也可以看出大家普遍的经济状况较好，有足够的资金应付日常支出。但是，我们也应该考虑一下这些资金的来源，于是我们设计了下一个问题。

6. 自我评价结果显示，71%的被调查者认为花销较大，与自己的预期不符。可是，大家又一直保持着这种花费势头，这也算是大学生消费心理脆弱的一定表现。

综合以上的数据我们可以看出，“两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书”的'时代已经过去，中国的大学学子目前正受到市场经济的强力冲击。在同一屋檐下的大学生群体，包容着具有多种经济状况和消费能力的个体，他们像鸡尾酒一般拉开

层次，并且区分程度相对稳定。这种经济上的差异和分层不仅取决于他们不同的价值取向、思维方式和性格特征，而且也是地域经济差异性的反映。但是大学生作为一个群体在消费方面是有一些共性的特点的。

1, 理性消费是主流

价格、质量、潮流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价格和质量。这是因为中国的大学生与国外的不同，其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400-800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用品开销的。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”，他们会尽量搜索那些价廉物美的商品。无论是在校内还是在校外，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、开始谈恋爱等诸多因素的影响，他们不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，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，但质量显然是他们非常关注的内容。总体来说上大学生的消费仍然处于“温饱”阶段，即吃饭穿衣仍然是支出的主要方面；但是这种“温饱”已经有向“小康”过度的趋势了（这点由我们日益增多的手机支出，潜在恋爱支出就可以看出）。

2. 消费层次一定程度两极分化。

3, 丰富大脑不惜钱

调查中我们发现：由于就业单位对高学历的要求，现在一些大学生读完专科升本科、读完本科读硕士，成批量地买回参考书。还有一些学生则在读本专业的同时，辅修其他学科，为自己就业积累知识资本。在旁听课程、购买资料等消费项

目上，他们出手大方，而且家长对此项消费的投入也是乐此不倦。

4. 消费结构存在不合理因素，女生更为突出

大学生的生活消费从20世纪70年代至今，至少有一个方面是共同的，即消费的主要组成部分以生活费用和购买学习资料、用品为主。在生活费用中，饮食费用又是重中之重，按照广州地区的物价水平，以学生在校每天消费十元左右用于基本饮食需要来估计，学生每月净饮食费需300元左右。我们惊奇地发现，在被调查的12名女生中，66、7%饮食费用在350元以下，有的为了保持苗条身材控制自己的食欲，有的为了节约支出不顾营养需要净选择廉价的饭菜；而19名男生中也只有84、2%达到标准。当问及他们是否研究过自己的营养结构问题时，比如对“一杯奶养起一个民族”说法的认同时，90%的同学表示认可，但不怎么在意。当我们把饮食结构不合理的问题在讨论会上指出的时候，他们当中，尤其是女同学很多都承认自己对健康饮食知识了解不够。

5. 过分追求时尚和名牌，存在攀比心理

6. 恋爱支出过度

7. 经济独立意识较差，储蓄观念淡薄

例如，取样调查中有7人根本没有作过家教，而且那些作过家教的同学里面，多数是为增长社会经验，以“补充家用”为目的的比例极低。显然，大家这方面的意识极为淡薄，比起欧美发达国家的同龄人16岁就要经济独立来说，差距较为明显。可是，换个角度思考，这也是我们提高大家经济意识的一个突破口，需培养和加强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。”在讨论会上，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。

当前大学生在消费上出现无计划消费、消费结构不合理、攀比、奢侈浪费、恋爱支出过度等问题，既与社会大环境的负面影响有关，也与家庭、学校教育缺乏正确引导不无关系。

1,今天的大学生生活在“没有围墙”的校园里，全方位地与社会接触，当某些大学生受到享乐主义、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，当学生所在家庭可以在经济上满足较高的消费条件时，这些思想就会在他们的消费行为上充分体现。更糟糕的情况是，有些家庭经济状况不允许高消费的学生，为了满足自己的消费欲望，不惜作出一些损人利己甚至丧失人格、法理不容的犯罪行为。

3,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。另外，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。大学生的消费心理和行为除了个人喜好、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、生活费用的额度等主要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。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。

1. 增强独立意识，培养和加强理财能力现今的大学生需要懂得如何在激烈竞争的社会中生存，那独立理财能力就成了重中之重。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，个人盲目的冲动不是独立，是任性的表现，我们需要的不仅仅是脑中有独立的概念，更迫切的是独立的行动和理性的思考。主要有两方面的内容：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。

2. 克服攀比情绪攀比心理的形成不可避免。我们应该如何面对呢？首先，我们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。大学生的确需要竞争意识，但并不是所有的事物我们都需要争，生活上次于别人，并不可耻，没有必要抬不起头来。通过这次调研，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。但离散趋势明显，个体差异大，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。在以寄生性消费为主的大学生中，培养独立的理财能力、科学的价值观应是当务之急。

3. 形成大学生良好消费风气良好校风是师德师风和学生生活、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部分。一旦良好的消费习惯得到培养和加强，就会对良好校风的塑造起促进作用，并形成校风助学风的良性循环。因此，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。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，以大学生良好的消费心理和行为促进良好生活作风的形成，进而促进良好学风、校风的巩固与发展。

当代学生消费情况篇五

随着经济社会的纵深发展，在大众传媒影响力日趋扩大的背

景下，当代大学生作为社会中一个比较特殊的消费群体，具有比较特殊的消费心理。他们既是当前消费主体之一，有着独立的消费意识和消费特点，也是未来中国消费的主力 and 消费潮流的引导者，他们的消费观念更为直接的遭到名人/影视作品等的影响。大学生针对奢侈品的消费特点通常被以为具有双重性：一方面，他们在占用社会资源方面居于劣势，经济能力还没有独立，消费遭到很大的制约；另外一方面，又有着旺盛的消费需求和相对超前的消费观念。这两方面的矛盾使得他们的消费行为存在很多题目。大学生的奢侈品消费状态、消费观念与消费模式，对未来我国经济的发展，奢侈品消费文化的构建都会产生极为重要的影响。为真实了解当代大学生奢侈品的消费水平、状态，掌控大学生奢侈品消费的心理特点和行为导向，培养大学生构成科学、理性、文明、责任的新消费理念，促使他们成为新消费运动的践行者、推动者，具有积极的现实意义。

大学生消费题目正逐年为高校及国人所重视，作为收进很少的学生群体其购买力却在逐年增加，奢糜攀比之风日趋增长，其消费结构和消费能力是不是公道发人深醒，我既是以此为动身点，以问卷调查及采访等情势确定高校大学生奢侈品消费情况调查与分析为课题的社会实践，其意义和目的在于通过对部份高校的实地调研及调查、研究、分析。

为了对大学生奢侈品消费情况有比较全面正确地了解，我们展开了研究。并对商丘工学院在校大学生进行了奢侈品消费情况的问卷调查。本次调查共发放问卷45份，收回有效问卷45份，有效率为100%。其中男性大学生占53%，女性大学生占47%。

调查题目主要包括客观选择题，设计费的经济来源、月消费状态、消费支出情况及其消费观等多个方面。旨在让同学们了解当代大学生的消费、理财。本次调查固然抽样比例较小，但我们可以窥一斑而知全貌。

在购买类型方面，冲动型的占38%，理智型的占44%，盲目型的占18%，这说明大学生并没有完全清楚自己的消费结构和状态，没有这个习惯的制约，使大学生的盈亏状态不同，见到热衷的东西，半数以上的人却表现出较弱的自我控制性。固然究竟是同龄人，消费中自然也表现出了很多相同点。

据调查，37.40%的同学在拿到一个时期的生活费时，不会做甚么安排，随便取用。占调查调查人数的大多数大学生无预期的计划和目标。从未思考过钱应当怎样花、花多少，而且消费的随便性很强，面对有奖销售、打折等促销手段轻易冲动，不知不觉就把钱都花了。在调查中，只有24.39%的大学生选择先存一定数额的钱，剩下确当作此时期生活费，所以说大学生储蓄观念其实不强。

由调查不丢脸出，城镇比乡村的大学生消费要高些，但这主要决定于城乡传统的家庭收进落差，由此可以看出制约其消费的是家庭经济状态。另外，城市大学生碰到自己想买东西但没钱会向家里要或找朋友借，而农村大学生则干脆不买或存钱自己来买。这是个值得沉思的题目，对不同物品的选择反映了其不同的心理。在对消费的态度和顾虑方面，农村大学生的行为也体现了中国的老话穷人的孩子早当家，他们消费原则多是能省则省，10人一个月要进行一次奢侈品的消费；13人三个月会进行一次；9人一年进行一次；也有13人要经太长久的计划后才会做出是不是要进行消费的决定。

我组也同时采取了访谈法的方式进行调查，对大一同学进行随机采访。我们其采访内容包括月均匀消费水平、经济来源、消用度途、消费习惯、奢侈品消费理念和对本身奢侈品消费的看法等。通过调查得知，他们均匀一月消费大约在550元左右，这其中包括了平常生活用品、伙食费、零食费、电话费、交通和上网的用度，其中三分之一人并没有用于奢侈品的花消。这是一种良好的消费心态，他们对消费奢侈品的看法是要坚持节约勤俭，该买的就买能省的就省，不买奢侈品，科学消费绿色消费。

从调查结果来看，讲求实际、理性消费还是当前大学生主要的奢侈品消费观念。当前大学生在奢侈品消费的错误观念等题目，既与社会大环境的负面影响有关，也与家庭、学校教育缺少正确引导有关。今天的大学生生活在没有围墙的校园里，全方位的与社会接触，当某些大学生遭到享乐主义、拜金主义、奢侈浪费等不良社会风气的侵袭时，假如没有及时得到家长老师及学校领导的正确引导，轻易构成心理趋同的偏向。当学生家庭可以在经济上满足较高的消费条件时，这些思想就会在潭门的消费行为上充分体现。更糟的是，有些家庭状态不答应高消费的学生，为了满足自己的消费欲看及心理，做出一些有悖社会道德设置是违法的事。另外也有一些缘由决定了当代大学生奢侈品消费的观念与行为：

其一，价格、质量、潮流是吸引大学生消费的主要因素

其二，社会建设范畴中缺少大学生节约勤俭生活消费观的内容。

其三，大学生深受社会影响其深、大部份学生消费属理性

(一)在校大学生奢侈品消费结构的特性：

- 1)奢侈品消费结构的地区不平衡性
- 2)年级不同而致使奢侈品消费观和消费结构的不同
- 3)性别不同致使奢侈品消费结构的差异

(二)大学生奢侈品消费结构中存在的题目：

- 1)消费差巨拉大，出现两极分化
- 2)奢侈品消费结构分歧理，存在攀比心理
- 3)人际交往奢侈品消费增多

4) 奢侈品消费趋势的分歧理性（例如：攀比心理作怪）

针对大学生奢侈品消费结构中存在的题目，我们应从以下四个方面进行改善和解决：社会方面、学校方面、家庭方面、个人方面。

（一）社会方面

相对发达国家而言，我国大学生的理财还是一个非常薄弱的环节。大学生作为独立的个体，持币的额度愈来愈大，支配金钱的空间越来越宽泛。然而，对大学生而言，一方面他们尽大部份人还不能具有更多的金钱，另外一方面他们的消费欲看则愈来愈大。可这两者之间的矛盾和理财观念的淡薄，通常使他们对金钱没有一个正确的熟悉，对科学理财更是知之甚少。

（二）学校方面

学校重视培养大学生正确的消费意识和理财观念社会：

(1) 学校可设立专门的理财教育课堂，对大学生的消费观念和消费习惯进行辅导和培训，让他们早日建立正确科学的理财观念。

(2) 对寻求时兴和赶潮流的学生，应给予高度重视。

(3) 对贫困的学生，学校要多关心，多提供勤工助学岗位，多关注生活状态，学习状态。给予帮助，不轻视，塑造***校园生活。

（三）家庭方面

家庭应变忘我奉献为适度供给，父母扩忘我奉献助长了有些大学生奢侈浪费之风。过分溺爱，致使自理能力低下，过分

依靠他人。做到节约持家。

(四) 个人方面

强化大学生本身的管理和监控

(1) 钱要花在刀刃上。

(2) 学会记帐和编制预算。

(3) 遵守一定的生活消费和理财原则。

(4) 严禁杜尽攀比、追星、过分寻求时尚与个性。

通过这次调查，我们基本把握了当代大学生奢侈品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、公道的。但离散趋势明显，个体差异大，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酿成的。在以寄生性消费为主的大学生中，培养独立的理财能力、科学的价值观和信用概念应是当务之急。总之，我们希看所有大学生都能静下来想一想自己的消费公道吗，有多少用于购买奢侈品，这些奢侈品对我们有甚么积极意义吗？更希看社会各界都能从实处关心大学生，用社会的气力引导大学生健康公道的奢侈品消费，为我们未来栋梁的茁壮成长保驾护航。

当代学生消费情况篇六

当今世界，随着生活消费水平的提高和家庭子女的减少我们学生的消费水平也悄悄发生了变化。

对此，我们对6班学生做了一次全面的调查。

调查问题：

- 1、你父母的月收入是多少？
- 2、你家有几个孩子，几个人上学？
- 3、你每月的生活费，零花钱是多少？
- 4、你能算一下你所花费的钱占家庭收入的多少？
- 5、你每周的钱花在哪里？

调查地点□xx中学 9（6）班

调查人：奋斗组全体成员

零花钱是青少年可以在很大程度上都是自主支配的开销，尤其能够体现出他们的消费意愿和倾向。调查结果显示，他们的零花钱开销结构有三个最为显著的方面：一是购买书型这是开销最主要的部分（累计占72.4，排第一位）其中用于购买课外书报的支出大于用于购买学习辅助书籍的支出；二是购买体育娱乐方面的高科技产品，如cd/音乐磁带，电脑软件/电子游戏软件，以及vcd/dvd/影带（累计占52%排第二位）；三是购买零食/饮料（占48%，排第三位）。学习；求知和迷恋新奇事物是青少年时期人们的主要特点。因此，用于精神追求或生理需要的支出占据了说要方面，而购买零食/饮料也是青少年的身心特点的表现。

当今青少年在人际交往方面，表现出了更多的独立化，成人化的特征等等，喜欢名牌服装是越来越多的青少年的心理需求。而这种心理又是对服装的作用的认识为基础的。“对于人靠衣装”这句话有多大的程度的合理性？调查表明：11.9%的被调查者认为“非常合理”，49.6%的人认为“较为合理”，表示中性的“一般”态度的人数比例为29.1%而有5.1%人认为较不合理，1.9%认为“极不合理”，另有2.4%认为“不清楚”。总体上看，当今的青少年对于人的外在层面的东西

给予了极大的重视；应该说这与对人的内在层面的东西的重视并非对立的，而且在后面我们还将看到，这种对外在方面的强调是自我取向性质的，即主要是为了使自己有良好的心理感受。

综合以上调查，中学生首先应该树立适度消费观，其次，中学生要防止盲目消费；第三，中学生要抵制不利于健康的消费内容。

过去人们说“清贫之志不敢忘”，今天，仍要提倡勤劳俭朴的生活观，中学生应当从消费行为上发扬中华民族的传统美德！

所以，我们要养成节约勤俭的好习惯，减少父母的负担。

当代学生消费情况篇七

随着社会的发展，时代的进步，信息化进程的加快，手机作为高新科技产品之一，是人们受到越来越多的关注，而大学生作为一个巨大的消费群体，对手机市场起到一个不容忽视的作用。因此，对大学生手机消费情况进行了深刻调查，通过这次问卷调查，得到了比较准确的数据，并根据数据进行了科学分析，得出了大学生使用手机的一些情况和较为批边的现象，其调查结果如下：

一 大学生使用手机的基本情况

根据调查显示，在大学校园内有98%的人群使用手机，只有极少数1%的人没有手机，其中在使用手机的人群中有13%的人有两部手机，出现这种现象的有9%的人是临近毕业的大学生，这些群体主要是为了不漏过任何招聘信息，能和用人单位时刻保持联系。同时不同的人群对手机电话费用的支出也不尽相同，据调查，每月手机费用支出在100以下的占73%，每月消费在100以上的占27%。在这些手机费用的支出中对短信功能的

使用远远超过了通话功能，大多数人群的每月短信费用占总费用支出的2/3，同时也有26%的人群利用手机上网，可见，大学生对手机前沿科技知识越来越了解了，对手机的消费和如何利用手机功能为自身创造价值方面显的越来越成熟.从以上的分析中，可以清楚的看到学生消费者的确是一个不容忽视的消费群体，并且随着时间的推移，这一特殊的消费群体越来越表现出其巨大的消费潜力.

二 学生手机族的消费动力

根据调查显示的数据，可知学生手机族的消费动力处于一个较高水平，造成这一较高的消费动力的原因，据调查，有以下几点：

第一 社会经济发展水平的提高，家庭收入的增加，学生消费者的消费心理欲望增强.

第二 新经济，新文化，新观念，学生的总体规范发生了极大的变化，这就引起了手机消费的购买决定.

第三 信息的极大丰富化，便利化，厂商在手机广告的宣传力度上，对学生消费者的消费动力也有影响.

总的来说，学生手机族的消费动力是在一个高水平上，在这总前提下，就回发展出一系列满足消费动机的目标，从而最终做出购买决定.

三 学生手机族的消费动机

经过学习过程对消费的需求，根据学生手机族对手机购买的动机进行了调查，起动机分为以下四种：

第一，实用功能的购买动机.据调查显示，学生消费者在购买手机时，最注重的还是质量与实用功能，有79%的被调查者以

为好用和耐用是重要的.而在现阶段在满足人们质量的要求上,对手机功能的要求也很重要.70%的人群希望手机带有摄像□mp3□mp4□红外线和蓝牙等功能,同时也对手机品牌的趋向也很所不同,90%消费群体以为诺基亚,摩托罗拉,三星,索爱等品牌较为认可,而对cect□nec等国产品牌持否定态度,由此可以看出,学生手机族的消费观念越来越趋向于时尚,潮流的发展方向.

第二,外观设计的购买动机.学生消费者在购买手机时,大部分被调查者认为有质量保证的前提下,有60%的人考虑手机的外观设计,有60%的人认为手机的外观设计是影响购买的程度,据调查优0%的人群喜欢大屏幕的手机,先在手机市场中主要有翻盖,直板,滑盖,旋盖几种机型,厂商根据不同的市场需求不断更新换代,推出心肠品使消费者有更多的选择范围,所以在手机的款式,造型,颜色等方面都能够吸引学生,同时,有68%的学生希望拥为"大学生量身订做的手机",由此可见,手机厂商如果抓住学生这个强大的消费群体,迎合学生的需求,就会给厂商带来更大的效用.

第三,方便的购买动机.根据前面学生手机族的分析,得知大多数学生消费者购买手机的真正目的在于方便与家人、朋友、用人单位联系.对于购买手机与家人联系这一目的,据调查显示,有95%学生手机族的父母均持肯定态度,而这种态度对学生手机族购买动机的产生具有直接的推动作用.除此之外也为了方便朋友之间的相互联系据调查,用于联系这方面的购机因素,较为重要,另外,还有部分临近毕业的大学生怕漏过任何招聘信息的压力,也推动了此种购买动机的产生.

第四,廉价的购买动机.据调查显示,有69%的大学生人群所能承受的手机价格在1000□20xx元之间,手机间隔在20xx元以上的购买人群也占有相当多的比例.也就是手,对与大学生他们需要的是不同档次的手机,水者经济的发展,生活水平的提高,学生手机族会根据自身的经济情况购买手机,现在手机厂商也为学生提供了一种欲付话费赠手机的活动,类似

着种分期付款并能用到价格贵，功能全的手机，有53%的人群持赞同意见，如此的消费能缓解购机当时的经济压力. 因此手机厂家需要生产高，中，低档不同档次的手机，以满足大学生手机族的需求，以达到手机厂商和消费者实现双赢的政策.

四 手机市场

在被调查者中98%的学生消费群体认为手机作为现代通讯工具是必不可少的，75%的人群认为手机应该每2到3年一换，也有少数一部分世上一族追随世上潮流，追随最新，最炫的手机款式. 因此，这部分人群的手机更换频率就很快. 所以对手机的不同款式的需求量也就大大增加，要提高对此消费群体的关注，家大开发这片新市场，推行各项让利策略及鼓励措施，进一步加深对厂商产品的推广，见回对手机市场起到积极的促进作用.

总的来说，本调查是成功的，达到了预期的目的，较为全面地考察了影响大学生手机消费的因素. 不过，还需要更加深入更加细致的调查，手机已经渗透到大学生的日常生活学习中，并与电脑网络一样是大学生生活中不可缺少的一部分。在手机的相关使用和消费中，大学生充分体现了年轻人的敢于尝试新鲜事物，勇于创新，张扬个性的优点不过也有不足之处，在某些方面，大学生因为缺乏经验，还是不能理智的思考，在手机的使用及消费中没有过于详细的计划，在学习与娱乐中并没有找到切合自己的平衡点，结果浪费了自己的精力与财力。在学习方面，大学生的自主学习的能力还很弱，因该有意识的进行自我训练，以达到自身能力的提高。

当代学生消费情况篇八

本问卷共发放42份，收回有效问卷31份。发放以我们周围的同学为主，基本上做到了随机发放。

我们在下面对有代表性的几项进行了具体分析

1 .总消费额

统计结果表明，消费额主要集中在350 —— 500和500 —— 800之间，对于一个基本上的纯消费群体，我们觉得这个结果略低。我们认为，合适的人数分布峰值应该出现在500 —— 800区间，其他区间应该符合正态分布，两种极限情况a (350以下)和e (1200以上)的选择较少，倒是符合正态分布规律。

2 .恩格尔系数

由数据可看出，饮食方面支出居于350 —— 450的人数最多，“吃饭消费”占总消费的比例较高，因此，大学生这一群体的恩格尔系数较高，这可能是这一群体的特点。虽然考虑到，这一数据受限于我们学校的物价水平，并且与个人饭量的关系较大，但还是可以反映福州地区大学生消费支出的大概情况。

3 、通讯开支

以我们的感觉，似乎大一的时候电话方面支出较多，而大二除了极个别人外似乎这方面的支出锐减，而我们的数据也基本反映了这个特点，月支出在20 —— 50元和20元以下的分别达到78%，接近八成的同学每月都很少打电话，或每个电话时间较短。即使考虑到目前的手机普及率，大家这方面的消费还是比较的合理，这可能与在校生平时时间紧张有关。

4 .打工目的方面

最高的选项是增长社会经验，可以看出，大部分人做家教的目的不在于经济方面，而只是为增加社会阅历，由这点也可以看出大家普遍的经济状况较好，有足够的资金应付日常支出。但是，我们也应该考虑一下这些资金的，于是我们设计了下一个问题。

5 . 生活资金及家庭收入

其实出这个问题之前，答案就在我们意料之中了，不过九成以上的被调查者资金主要是由父母或家庭提供这个数据还是说明了一切，这种情况是当代中国大学生的普遍情况。很多社会因素我们无法改变，但是我们需要关注的是，很多人居然认为这是天经地义的事，即使做家教，也不是为了减轻父母的负担，或是尽早经济独立，大家经济独立意识之差可见一斑。

结果显示，71%的被调查者认为花销较大，与自己的预期不符。可是，大家又一直保持着这种花费势头，这也算是大学生消费心理脆弱的一定表现。

综合以上的数据我们可以看出，“两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书”的时代已经过去，中国的大学学子目前正受到市场经济的强力冲击。在同一屋檐下的大学生群体，包容着具有多种经济状况和消费能力的个体，他们像鸡尾酒一般拉开层次，并且区分程度相对稳定。这种经济上的差异和分层不仅取决于他们不同的价值取向、思维方式和性格特征，而且也是地域经济差异性的反映。但是大学生作为一个群体在消费方面是有一些共性的特点的。

1. 理性消费是主流

价格、质量、潮流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价格和质量。这是因为中国的大学生与国外的不同，其经济主要是父母的资助，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400-800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用品开销的。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”，他们会尽量搜索那些价廉物美的商

品。无论是在校内还是在校外，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、开始谈恋爱等诸多因素的影响，他们不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，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，但质量显然是他们非常关注的内容。

总体来说上大学生的消费仍然处于“温饱”阶段，即吃饭穿衣仍然是支出的主要方面；但是这种“温饱”已经有向“小康”过度的趋势了。

2 . 消费层次一定程度两极分化。

3. 丰富大脑不惜钱

调查中我们发现：由于就业单位对高学历的要求，现在一些大学生读完专科升本科、读完本科读硕士，成批量地买回参考书。还有一些学生则在读本专业的同时，辅修其他学科，为自己就业积累知识资本。在旁听课程、购买资料等消费项目上，他们出手大方，而且家长对此项消费的投入也是乐此不倦。

4 . 消费结构存在不合理因素，女生更为突出

大学生的生活消费从20世纪70年代至今，至少有一个方面是共同的，即消费的主要组成部分以生活费用和购买学习资料、用品为主。在生活费用中，饮食费用又是重中之重，按照广州地区的物价水平，以学生在校每天消费十元左右用于基本饮食需要来估计，学生每月净饮食费需300元左右。

我们惊奇地发现，在被调查的12名女生中，66 、 7%饮食费用在350元以下，有的为了保持苗条身材控制自己的食欲，有的为了节约支出不顾营养需要净选择廉价的饭菜；而19名男生中也只有84 、 2%达到标准。当问及他们是否研究过自己的营养结构问题时，比如对“一杯奶养起一个民族”说法的认

同时，90%的同学表示认可，但不怎么在意。当我们把饮食结构不合理的问题在讨论会上指出的时候，他们当中，尤其是女同学很多都承认自己对健康饮食知识了解不够。

5 . 过分追求时尚和名牌，存在攀比心理

6 . 恋爱支出过度

7 . 经济独立意识较差，储蓄观念淡薄

例如，取样调查中有7人根本没有作过家教，而且那些作过家教的同学里面，多数是为增长社会经验，以“补充家用”为目的的比例极低。显然，大家这方面的意识极为淡薄，比起欧美发达国家的同龄人16岁就要经济独立来说，差距较为明显。可是，换个角度思考，这也是我们提高大家经济意识的一个突破口，需培养和加强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。”在讨论会上，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。

当前大学生在消费上出现无计划消费、消费结构不合理、攀比、奢侈浪费、恋爱支出过度等问题，既与社会大环境的负面影响有关，也与家庭、学校教育缺乏正确引导不无关系。

1,今天的大学生生活在“没有围墙”的校园里，全方位地与社会接触，当某些大学生受到享乐主义、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，当学生所在家庭可以在经济上满足较高的消费条件时，这些思想就会在他们的消费行为上充分体现。更糟糕的情况是，有些家庭经济

状况不允许高消费的学生，为了满足自己的消费欲望，不惜作出一些损人利己甚至丧失人格、法理不容的犯罪行为。

3, 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。

另外，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。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、生活费用的额度等主要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。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。

综合以上分析，我们可以看出大学生的消费心理总体上处于成长健全期。他们在质量、价格、品牌、情绪等诸多影响购买的因素里面，他们首先考虑质量的因素，但更注重品牌与情绪的影响。因此可以说大学生充满的是感性而略掺有理性的消费观。而对于流行与时尚的追求似乎更是一个令人彷徨的十字路口。适度的追求是合理的。但过分的攀比会产生危险的影响。

那么对于大学生在消费中产生的问题，我们能提出什么建议呢

1 . 增强独立意识，培养和加强理财能力

现今的大学生需要懂得如何在激烈竞争的社会中生存，那独

立理财能力就成了重中之重。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，个人盲目的冲动不是独立，是任性的表现，我们需要的不仅仅是脑中有独立的概念，更迫切的是独立的行动和理性的思考。主要有两方面的内容：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。

2 . 克服攀比情绪

攀比心理的形成不可避免。我们应该如何面对呢？首先，我们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。大学生的确需要竞争意识，但并不是所有的事物我们都需要争，生活上次于别人，并不可耻，没有必要抬不起头来。

通过这次调研，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。但离散趋势明显，个体差异大，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。在以寄生性消费为主的大学生中，培养独立的理财能力、科学的价值观应是当务之急。

3 . 形成大学生良好消费风气

良性循环。因此，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。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，以大学生良好的消费心理和行为促进良好生活作风的形成，进而促进良好学风、校风的巩固与发展。

当代学生消费情况篇九

调查服装在大学生日常生活中的消费情况

1、口头提问及问卷调查

2、日常的观察总结

3、调查完成后，对调查统计数据进行分析

4、撰写调查报告

3) 这次调查的男生占27%，女生占73%

5) 服装价格是否会影响你的购买意愿：会63.3%，不会36.6%

7) 是否会选择网上购买服装：会35.7%，不会64.3%

8) 是否有钟情的服装品牌：有33.3%，没有66.6% (品牌有：李宁，真维斯□361□nike等)

2、理性消费占主体：价格、质量、潮流是吸引大学生消费的主要因素。从调查结果来看，讲求实际、理性消费仍是当前大学生主要的消费观念。据了解，在购买服装时，大学生们首先考虑的因素是价格和质量。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加上城市生活氛围，当代大学生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。

4、大学生能正确控制自己消费欲望：物价上涨后，大学生们的消费支出增加，其中餐饮消费支出最多。就普遍产生了一个特别的现象：大学生在服饰方面的支出降低了。调查者分析认为：物价上涨后，服饰日用品、化妆品及娱乐消费的价格并未下降，而是小幅上涨，大学生们的消费支出却少了，这说明他们是有意地减少了在这些对大学生来说的享受型消费，把钱用在餐饮、学习等必要的地方。

1、从购买服装的频率看

(1)购买服装的消费还是合理的:调查结果显示购买服装的频率都集中在一个月一次和二至三个月一次这个结果表明大学生够买服装的主要原因还是生理需求,但也不排除存在满足虚荣心,但消费分配的主方向还是对的。

(2)还存在服装的消费还是不合理现象:调查结果显示还存在小部分人购买服装的频率较高,过分重视名牌的现象仍然存在。通过对服装消费的不合理能从侧面反映出对每月生活费分配的不合理,或者存在每月生活费过多的问题。

2、从那方面吸引购买服装的角度看

(1)当代大学生能够把握购买服装的主要目的和作用:服装的主要作用是对因季节气候变化而对人体产生一定的保护,其次是为了美观,满足人的生理和心理需求。通过调查反映出学生重视服装的质量,喜欢经济实惠耐穿的衣服,不会盲目因为对一件衣服喜欢而不考虑价格的购买。

(2)追求时髦是大学生永恒不变的话题:大学生总是名牌的程度的现象十分严重,有时可能为了追求名牌而选择自己不喜欢的服装。却忽视了服装本身原有存在的价值。

1、量身定制一个合理的消费计划。绝大部分的大学生已是成年人,具有较高的知识和能力。定制一个合理的消费计划,可以正确规划自己的支出,为以后建立一个良好的理财观打下坚实的基础,培养良好的规划习惯。

2、调整消费结构。在当今信息社会和知识经济时代,消费时尚瞬息万变。而大学生是最容易被卷入时尚潮流的群体,有些消费甚至失去了理性。大学生应克服从众心理,在既定的消费支出约束下,合理调整自己的消费结构,以达到最少的支出带来最大效用的效果。不要盲目购买产品,以免过度浪

费。

3、树立一个良好的消费观。消费观是消费者对消费的基本观点和基本态度，是消费者对消费内容、消费目标、消费方式和消费模式等涉及整个消费活动诸因素的一种价值判断的态度。高校应加强消费观教育，引导大学生树立自力更生、独立自主的理念，树立节约消费和适度消费的观念，避免和克服虚荣心、攀比心理，自觉抵制享乐主义、拜金主义等消极主义的影响，不奢侈浪费。在日常生活中，大学生应对自己的每项开支做出预算和记录，经常反思自己的开支是否合理。