

消费调查报告总结(优秀5篇)

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。那么，报告到底怎么写才合适呢？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。

消费调查报告总结篇一

一、问题的提出：

方便面又称快熟面、速食面，南方一般称为碗面，香港则称之为公仔面，是一种可在短时间之内用热水泡熟食用的面制食品。方便面作为快餐食品因其方便深受人们的喜爱，尤其是学生的青睐。对于高中生来说，由于学习时间紧张，许多同学会选择方便面作为自己的饭食，究竟方便面在高中生中间的消费状况如何呢？面对这一问题，我们展开了调查，希望能够进一步了解情况。

二、调查对象：

辉县二中在校高中生

三、调查目的：

1. 了解高中生方便面的消费状况
2. 分析高中生对方便面的消费概念，高中生对营养健康方面问题的具体看法。
3. 进一步分析方便面在高中中的发展情况及趋势

四、调查方式：

问卷调查

五、调查过程：

我在11月1号设计调查方案，4、5号设计调查问卷，6号形成调查的电子档案，8、9号在校园发放问卷，10号对问卷答案进行统计并编写调查报告。

调查问卷：

1. 你一周吃几次方便面?()

a.0次b.1次c.2次d.3次及以上

2. 你喜欢吃方便面的理由是()

a.省钱b.时间紧张c个人喜欢d.偶尔想吃

3. 你常常吃什么价位的?()

a.0.5元b.1元c.1.5元d.2元

4. 食用方便面时，你最注重()

a.味道b.价格c.营养

5. 你经常吃什么牌子的方便面?

经过我们的努力，从各方面的调查数据显示，高中生方便面消费现状如下：8%的学生每周吃4次或多于4次，10%的学生每周吃3次，22%的学生每周吃2次，20%的学生每周吃1次，40%的学生1次也不吃。

在吃方便面的同学中，有的是因为省钱，有的是因为时间紧

张，有的’是因为个人喜欢，还有的是因为偶尔想吃。其中53%的学生是偶尔想吃，12%的学生是为了省钱，18%的学生是因为时间紧张，17%的学生是因为个人喜欢。

在泡吃时绝大多数学生会选择1元一包的，而干吃是通常会选择5角一包的。

在实用方便面时，47%的人会关注味道，25%的人会关注价格，28%的人注重营养。

在方便面的品牌问题上，使用康师傅的最多。另外，55%的学生表示经常食用一个牌子，40%的学生会经常换牌子，5%的学生无所谓。

(二) 高中生对方便面的消费观念及消费行为的分析

1. 45%的同学因为觉得方便面不营养而不食用。他们认为方便面是垃圾食品，虽然方便但是不利于健康。

2. 59%的人在食用时候会考虑健康问题，但由于种种原因不得不食用。他们希望方便面中可以增加更多的营养成分。

3. 方便面对高中生来说只是辅助餐。他们往往是为了调剂一下口味或者是为了方便快捷的生活。

4. 高中生所食用的品牌中康师傅比重最大。

5. 高中生最关注的是味道，价格次之，其次是营养和包装。可见他们对方便面的需求主要是为了满足自己的口味需求，作为主餐的调剂。

6. 经常食用方便面的学生中，由于自己习惯食用某个牌子而购买的占65%，由于广告了解购买的占30%，由朋友介绍购买的占5%。数据显示经常食用方便面的大都是根据自己的习惯。

7. 高中生对方便面的购买并不是经常的，对其不营养的观点也是非常认可的。

(三) 高中生对营养健康的认识

高中生往往认为自己年轻，吃什么都无所谓，对自己的饮食不放在心上，更不用提健康营养饮食了，而方便面作为垃圾食品，我们从以下方面进行总结。

1. 健康

据我们不完全统计，不吃方便面的人原因有45%认为营养不良，10%不喜欢吃，12%的人食用后身体不适，而其他人无所谓，由此可见，高中生对健康的认识度不够，而出于吃方便面，大部分是由于时间紧迫或经济原因，但对于健康大部分人认识不到位、不够重视。

2. 营养

据我们随机抽样调查，数据表明高中生对方便面的食用还处于一种充饥的方式之一，而方便面对于人体微量元素的补充，矿物质的补充几乎没有任何作用。显而易见，方便面对于身体生长达不到均衡作用，如长期食用，会使身体出现营养不良。现在高中生对于营养虽有一定认识，但是观念不强。有近三分之一的人吃方便面吃的没有想法，自然对于营养就更陌生了，而也有近三分之一的人考虑过营养问题，说明他们对于健康营养有个人的理性认识，而方便面作为一种消费品总会有人在消费，尤其是学生。

(四) 预测和建议

随着经济发展和人民生活水平的提高，人们日益注重饮食的健康和营养问题。曾经风靡一时的方便面行业面临着很大的挑战，方便面以其方便价廉的特点赢得了人们的青睐。如今

人们日渐注重个人饮食健康和营养问题，而且健康和营养问题一度被提上议程。但是因为现代节奏的加快和方便面的优势，方便面仍在市场很畅销。可以说方便面的机会和挑战是并存的。

方便面虽然给人们带来了方便，但是由于没什么营养，不能很好的满足中学生身体成长所需的营养物质，所以希望生产厂家能够在方便面的制作上能够加入更多的营养成分。当然，从学生自身来考虑，为了自己的健康，应尽量少吃方便面，养成按时吃饭、不挑食不偏食的习惯。

消费调查报告总结篇二

摘要：

在社会生活中，大学生是个很特殊的群体，我们有着相对独立的生活状态，但多数情况下却缺乏独立的个人社会收入来源，大多数未脱离家庭，某种意义上说是作为一个消费载体而存在着的。大学生的审美导向在一定程度上影响着整个服装产业的发展方向。在对时尚流行的感知与追求上，大学生与新富群体有明显的传递性与较强的一致性，他们普遍对流行时尚的元素有着较高的敏感度。关注大学生的消费行为、引导其正确消费，使之养成良好的消费习惯，已经是整个社会所关注的问题。

关键词：

消费调查报告总结篇三

除有特别提示外，以下问题均为单选题，请在横线处填写所选答案序号。

您所在院系_____ 年级_____ 性别_____

q1.您平均每个月的生活费是_____

q2.您一般每隔多久购买一次衣服_____

1. 一星期2. 一个月3. 两个月4. 一季度

q3.您每次购衣的花费为夏装_____

冬装_____

q4.您觉得您现在的服装消费情况怎么样?_____

1. 高的不知所措2. 较高3. 刚好4. 较低5. 低的一塌糊涂

q5.您日常穿着的服装一般是由_____

1. 自己购买2. 和朋友一块购买3. 和家人一起购买4. 网上购衣5. 其他

q6.您购衣的时间一般为_____

1. 新货上市2. 促销打折3. 换季4. 其他

q7.您喜欢去的购衣场所为_____

1. 大型百货商场2. 专卖店3. 中低档批发市场4. 其他

q8.您购买衣服的原因是_____

1. 适应季节变化2. 衣服出现问题3. 追求潮流4. 社交需要5. 其他

q9.您是否注重服装的搭配_____

1. 很注重2. 一般3. 不太注重4. 不注重

q10.您购买服装着重考虑的是____(可多选)

1. 款式2. 价格3. 舒适度4. 品牌5. 做工6. 面料

q11.您喜欢的服装类型是____

1. 休闲型2. 运动型3. 时尚型4. 职业装5. 其他

q12.您心中理想的服装应该是____

1. 经久耐穿2. 方便洗涤3. 舒适得体4. 实用性强

q13.您觉得服装对个人形象的重要性____

1. 很重要2. 比较重要3. 一般4. 不重要

q14.您对服装品牌的喜爱度____

1. 很喜欢2. 喜欢3. 一般4. 无所谓

q15.您觉得大学生服装消费现状如何?

调查员： 调查地点： 调查时间：

消费调查报告总结篇四

调查的数据显示，有70.2%的同学喜欢买休闲服饰，15.9%的同学喜欢买运动服饰，3.1%的同学喜欢买个性夸张的衣服，10.6%的同学喜欢买其他类的服饰。这可以表明，以休闲服饰为主的美特斯·邦威可以在学校内找到一定的市场。

(四)、对大学生所买衣服品牌服装有多少的研究

调查数据显示，有26.5%的同学经常买品牌服饰，有73.5%的同学不经常买品牌服饰。这个说明，品牌服饰在同学们心目中的影响力并不是太广泛，若要在这里开品牌专卖店，必须要做好宣传，并且想出吸引同学们的一些方法。

(五)、对大学生对美特斯·邦威认知度的研究

调查的数据显示，有3.1%的同学对美特斯·邦威品牌非常了解，51.1%的同学对美特斯·邦威品牌一般了解，28.7%的同学对美特斯·邦威品牌了解很少，17.1%的同学对美特斯·邦威品牌不了解。这说明，美特斯·邦威品牌在同学们中的知名度还算可以，不过，若要在这里开店，还应该更近一步宣传，进一度提高该品牌在同学们心中的知名度。

五、预测

通过问卷的结果数据分析，我们可以推出一些结论，目前同学们有一定的服装消费市场，而品牌服饰100元—300元的价位，大部分同学可以接受，可以通过宣传之后，在校内服装市场上占得一席之地。同学们很多喜欢休闲服饰，而美特斯·邦威品牌多以休闲为主，正好适应校园潮流，在同学们之间的知名度也比较高，客观上认为，在校园内开店的计划应该可行。

六、总结及建议

根据这次调查的结果以及目的，认为校园开店是可行的，而美特斯·邦威若要在这里开店，需要着重做好以下几个方面：

1. 一定要做好大力的宣传工作，引导同学们更多的了解该品牌，提高在同学们心中的知名度。
2. 所卖服装的价位最好在100—200之间的要多一些，使同学们易于接受，从而适合同学们的消费能力。

3. 调节好服装的销售比例，休闲服饰也要多一些，同时适当地调节其他款式的销售量。

4. 每逢节假日的时候，一定要抓好时机，适当的做一些优惠活动，吸引更多的同学们前来购买，从而扩大消费群体。目前校园内还没有专业的品牌服饰，一定要抓好这个机会，做好服务、价格等方面的工作，保持品牌的良好形象。

消费调查报告总结篇五

二、大学生服装消费调查概况

三、调查问卷分析

四、调查结论总述

五、对服装消费与生产的建议

领跑小组

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。他们的消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响他们世界观的形成与发展，大学生消费具有多样化，复杂性等特点。作为大学生消费的重要组成部分的服装消费，几乎是大学生日常消费中的除食品消费外最重要的消费开支。因此通过对大学生的服装消费的调查和研究，我们可以及时把握大学生消费的最新动向，对我们引导大学生树立正确的消费观念，以及对整个针对学生服装生产销售产业

提供参考。处于以上的目的我们进行了以下针对大学生服装消费的调查报告。

二、大学生服装消费调查概况

(一) 调研目的

通过对大学生服装消费的调查，了解大学生日常服装消费和日常消费情况，进而引导大学生树立正确的消费观，以及对整个针对学生服装生产销售产业提供参考。

领跑小组

(二) 目标群体

河南城建学院东校区在校大学生，包括大一到大四四个年级。

(三) 调研方法

本次调研采取问卷调查，通过调研人员的问卷发放，对在校的四个年级的同学进行抽样调查。抽样调查采取分层抽样法，根据四个年级的人数进行分层抽样，以此来收集数据。其中年级人数比例为8：8：3：1(大一：大二：大三：大四)。

(四) 调研过程

12月1日到2日，设计调研方案；3日到5日，设计调研问卷；6日到9日，进行问卷调查；10日到12日，书写调查报告。其中，在问卷调查过程中，不对被访者进行过多的谈论，尽量收集到被访者真实的数据，不对被访者进行诱导或是随便自己进行填写，而且尽量减少被访者受到过多的环境因素的影响。调研结束后留下被访者的电话，以便对调研数据进行验证。调研结束后注明调查员姓名以及调查地点和时间。本小组共发出205份问卷，实际收回204份有效问卷。

(五) 问卷整理

在问卷调查结束之后，由组长组织组员对问卷的内容进行分析，得出具体的能够反映调研主题的数据，然后对数据再进行分析，预测大学生服装销售行业的前景，以及对大学生的服装消费以及服装生产厂家提出一些合理化、科学化的建议。

领跑小组

(六) 调查效果

在收回的204份问卷中存在4份不认真填写的问卷，其他的效果还可以，大部分问卷还都是认真填写的，这对于问卷的分析和数据的整理都起到了很大的帮助。

三、调查问卷分析

1. 性别构成根据调查的样本统计，在调查中男生占51%，女生占49%。（其中系别以管理系为主，另有土木系与数理系的部分同学）
2. 月生活费：每月生活费在400元以下的占34%，401-500元的占38.5%，501-600元的占17.5%，601-800元的占7.5%，800元以上的占2.5%。由此可以知道现在大学生的生活水平以及他们的购买力，并且大部分同学的月生活费在500元以下。
3. 购衣周期：一星期购衣一次的占2%，一个月购衣一次的占12%，两个月购衣一次的占27%，一季度购衣一次的占59%。通过此项调查可以得出受访者的购衣频率。大多数的同学是一季度买一次衣服，这说明大部分大学生的购衣频率并不是太高。
4. 每次购衣的花费：

表1. 夏冬装购衣花费比例表

夏装

50元以下

150元以上

29.5%

42.5%

19.5%

13.5%

冬装

100元以下

300元以上

24%

51.5%

17%

7.5%

领跑小组

从表1中可以很明显的看出夏装的价格大部分处于51-100元这个区间，冬装大部分处于101-200元这个区间。由此可见，服

装花费在月生活费中所占的比重相对来说也不算是太高，但还有部分人的服装消费过高。

5. 对自己服装消费状况的感觉：觉得高的不知所措的占4%，觉得较高的占28%，觉得刚好的占53%，觉得低的一塌糊涂的占2%。由此可以得出有一半以上的同学对自己的服装消费较满意，并且他们对自己的服装消费也比较理性。但还有30%多的同学觉得自己的服装消费较高。

6. 购衣方式：

由图1可知，大部分大学生都是和同学、朋友一块去购衣的。其中网上购衣的比重占的很低，但这也从一个侧面反映出网上购衣有着很大的潜力，随着经济和科学技术的'发展，网上购衣甚至是网上购物都将是一个很大的市场。

领跑小组

7. 购衣时间：根据调查样本显示，新货上市时购衣的占9%，促销打折时购衣的占34%，换季时购衣的占33%，其他时间购衣的占24%。数据显示，促销打折和换季是大学生购衣的主要时间段。

8. 购衣场所：

从图2中我们我们又可以很清晰的看出，大部分大学生还是在专卖店中购衣，这说明大学生购衣还是注重服装的品牌与质量。但是在大型百货商场和中低档批发市场的消费也不低，究其原因是在这些地方衣服的款式和价格起到的主要影响。

9. 购衣原因：根据调查样本显示，适应季节变化的占66.5%，衣服出现问题的占15.5%，追求潮流的占3.5%，社交需要的占4.5%，其他的占10%。由此可见，适应季节变化是大学生购衣的主要原因。

10. 服装搭配:此项调查是关于大学生是否注重服装的搭配问题,结果显示,很注重的占15%,一般的占62%,不太注重的占17%,不注重的占6%。由此可以得出对于服装搭配,大学生还是一般注重的。

领跑小组

11. 购衣着重考虑因素:

从图3中我们可以得出,大学生购衣着重考虑的首先是舒适度,其次是价格,再次是款式。至于品牌,还不是太注重考虑。这点就可以证明了大学生购衣场所在大型百货商场和中低档批发市场也比较多的原因。还有,商家也可以从做工与面料方面入手,毕竟这两方面所占的比重也不是太小。

12. 服装类型:根据调查显示,喜欢休闲型的占65%,喜欢运动型的占19.5%,喜欢时尚型的占9.5%,喜欢职业装的占1.5%,喜欢其他类型的占4.5%。由此可见,休闲型的服装在大学生服装消费中所占的比重是最大的。分析其原因,从购衣考虑因素中我们得知衣服的舒适度是主要的原因,而休闲型的服装恰好满足了大学生在这一方面的需求。并且一般大学生在大四之前很少出席一些比较正式的场所,所以职业装的比重就比较低了。

领跑小组

通过此项调查可以得出,大部分大学生都希望穿到舒适得体的服装,这就与上面所分析的相照应了。大学生总归还是注重服装的舒适度,所以服装生产厂家可以就此方面入手,进行生产销售。

14. 服装对个人形象的重要性:认为很重要的占30%,认为比较重要的占54%,认为一般的占15%,认为不重要的占1%。这项调查说明大部分大学生认为服装对个人形象还是比较重要

的，这也就可以进一步的说明大学生注重服装的质量、舒适度的原因了。

15. 服装品牌的喜爱度：

由图4可见，一般的比重近于一半。这充分证明了品牌在大多数的同学购衣中确实占据不了太大的影响，大部分大学生对服装品牌的喜爱度并不是相当高。

领跑小组

四、调查结论总述

根据各个调查员的调查以及上述的问卷分析，由于受访的大学生家庭情况不同，大学生的生活费也高低不等，从而在服装消费上的表现也就参差不齐。有少数家庭条件优越的同学服装消费较为奢侈，追逐名牌，且购买服装的周期很短，花费很高。大多数的同学购买服装的态度较为理性，能够自己实际的经济状况来确定购买，并且购买服装更趋于舒适、实用，对品牌的追捧也并不那么热切，购衣时机也往往在换季之时，购买服装的周期较长，多为一个季度，且花费中等。还有一小部分同学，因为家庭条件比较贫困，经济实力有限，服装消费的水平很低。但其中有部分同学的消费观念不是十分的理性，因为爱面子、爱慕虚荣而喜欢攀比，即使经济实力有限，在服装上的消费也颇高。除此之外，同学们多因为季节变化而带动对服装的消费需求，同时也比较看重价格、款式，对那些打折的品牌服装比较青睐。

大学生的服装消费层次差别较大，两极化现象也较为突出，但从整体上来说，大学生的服装消费还是比较理性的。

五、对服装消费与生产的建议

(一)对大学生服装消费的建议

首先，因为两极化的存在，所以大学生一定得树立良好的消费观念，不要只顾着攀比、超前消费，迷失了自己人生的方向与目标。

领跑小组

修养，穿着再平常的服装我们也是高尚的人；而那些卑鄙无耻之徒，即使穿着多么前卫、多么时髦的服装，也裹不住他那颗肮脏的心。

第三，衣服够穿就行，何必买那么多呢？我们不能否认那些家庭条件优越的同学三天两头的去逛街买衣服，但是又何必呢？有再多的衣服比得上有更多的学问吗？有再多的衣服比得上有更健康的身体吗？所以在此建议这些同学一定要控制自己购衣的频率，注意适度。

最后，对于服装品牌的问题，大部分同学并不是太注重服装的品牌，更注重的服装的舒适度与质量。而在这两方面做的比较好的也往往是那些知名的品牌，一些批发市场上也确实买不到什么好质量的服装。但是，在同学们购买品牌服装时一定要从自身的实际出发，从自己的经济水平出发。名牌没有错，有错的是我们心中对名牌的追捧与崇拜。

(二)对服装生产厂家的建议

基于以上分析的结论，建议服装生产厂家应根据大学生的实际情况来制定生产规模和营销策略：

第一，大学生无经济来源，多数是靠父母提供，基于此，厂家生产的服装定价不宜过高，要让大学生得以接受。诚然不同地区的生活水平是不同的，厂家也可以对所要进入市场所在的地区进行调研，了解一下当地的消费水平，进而进行定价销售。

第二，大学生正值双十年华，内心本来就喜欢休闲时尚类型的服装，所以厂家可以在服装的款式、面料以及做工等方面入手，进行一下更深层次的市场调研来了解大学生更喜欢的服装类型的特点。

领跑小组

第三，大学生购衣多是由女友、朋友、同学等陪同，建议厂家生产一些特别服装，如情侣装、兄弟装等可供两人或多人穿的组合装。并且还要在宣传方面做好工作，如此可增加销售的连锁性。

第四，在换季之时，也正是大学生购衣高峰期，应加大营销力度，采取种种优惠活动，抓住大学生的购衣需求时机，进行打折、赠送等促销活动。

领跑小组

附录：

(一) 营销调研立题

调研要解决的问题：市场调研是市场营销的第一步，在这次调研中主要是锻炼同学们的工作能力，让同学们学习到一些调研技巧和加深对市场营销的认识；另外就是对大学生目前的服装消费状况进行一下了解，从中得出结论，并总结出原因。