

大学生消费调查报告格式 大学生消费调查报告(精选10篇)

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟！

大学生消费调查报告格式篇一

随着高等教育的普及，高等教育市场化运作日趋明显。近年来高校大规模的扩招，使越来越多的学生走进了高等教育的殿堂。到20xx年初高校的在校人数达1800多人，再加上电大及网络教育等其他形式教育的学生的人数，总共有2100万之多。从而形成了一个拥有人数众多的高等教育市场。大学生消费市场作为其中重要的组成部分也越来越多地成为人们关注的焦点，“再穷也不能穷孩子”，父母用这样一种观念对教育进行投资，也让大学生的消费能力高出了一般水平。如何正确面对这一消费市场，如何了解大学生的消费情况及对社会经济的影响呢？为此，我分别对驻烟的三所高校——烟台大学，鲁东大学，山东工商学院的部分大学生的消费状况进行了调查，从而对当今大学生的消费情况有了一个全面细致的了解。以下是这次调查的具体内容及我对此情况的分析：

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，我们可以清醒的看出大学生消费存在着以下特点。

1、消费观念复杂，感性消费占优势

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。

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。

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。

大学生消费调查报告格式篇二

贵州大学南区在校本科生

我们的调查问卷内容主要有王威力提出，有其他三位成员审查修改。在分发调查问卷时我们分工合作，分发近二百张调查问卷。并由分发人员收回。小组讨论研究调查问卷的数据总结和分析。经过近一周的时间将调查问卷整理完毕。由小组讨论调查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。

一、问题的提出

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。为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。

二、问卷情况

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。

三、问卷分析

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。

四、问题的总结与解决办法

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。

（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，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，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；有些同学为了一双运动鞋，为了一套化妆品或者一件衣服，不惜向别人借钱甚至偷钱以满足自己的xxx□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，自己的得是的。

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70年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运动鞋，有些女同学为了一套化妆品或者一件衣服，不惜向别人借钱以满足自己的xxx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。

大学生消费调查报告格式篇三

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。对“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，对大学生消费调查报告。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，从而拉开了层次，并且区分度相对稳定。这种经济上的差异和分层不仅取决于我们不同的价值取向、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。

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，只有个别家境较好的同学花费超过1200元，而这笔钱主要是用来支付饮食和日常生活用品开销的。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，我们不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，我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mp3□mp4□手机支出，人际交往支出就可以看出）。

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，现在一些大学生为考英语四六级、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，乐此不倦。

4、经济独立意识较差，储蓄观念淡薄

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。”当问及每月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，只有极个别同学有记账、储蓄的意识。

大学生消费调查报告格式篇四

调查时间：5月。调查地点：永城职业学院。调查对象：永城职业学院全体学生。调查方法：问卷调查法。问卷情况：此次调查共发放调查问卷137份。收回135份。有效问卷135份。

调查目的：了解大学生消费观念和价值取向，以便引导他们树立正确的消费观念。确立健康文明的生活方式。

二、调查结果分析

对永城职业学院经济贸易系级公共事务管理专业13名同学进行了为期两天的调查。然后进行分析，现将结果总结如下：

（一）永城职业学院大学生的课外实践活动较少，经济独立意

识较为薄弱

通过调查我们发现永城职业学院学生的生活费来源于自己打工所得的仅占5.70%，而父母给与的占58.55%。在当今市场经济的潮流中，大学生不应该仅仅依靠父母。应该出去锻炼自己，提高自己的社会适应能力，以便更好地融入社会。

(二)永城职业学院学生存在一定的攀比心理

经统计分析有5.14%的学生看到别人拥有好的物品不仅会羡慕而且也会去买。特别是对于一些校园时尚用品，如手机、mp3和mp4甚至是电脑。为了拥有一款手机或者换上一款最流行的手机，有的同学情愿节衣缩食，甚至牺牲自己的其他必要开支：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，不惜向别人借钱甚至偷钱以满足自己的欲望，这些都可以反映出一些学生不懂得量入而出，存在因虚荣心的驱使而无休止的攀比心理。

(三)永城职业学院学生的计算机水平有待于进一步的提高

经调查显示永城职业学院学生每月的上网费用在10元以下的占41.09%，上网费用在10—20元的占35.66%，结果导致有的学生开学一学期了计算机水平还低得可怜。特别是对于那些占总人数63.2%的农村学生来说，在上大学之前有的几乎从来没有接触过电脑。即使有些学生去上网，大部分男生在玩游戏，女生在聊天、看视频，很少有学生去用心地学一些在以后的学习和工作中需要的电脑知识。

(四)永城职业学院学生的消费结构存在多元化，但消费结构不合理

大学生的消费已经不仅仅在生活支出和学习方面。他们把费用更多的花在购买服饰、人际交往、旅游、时尚消费品方面。经调查显示大部分女生在服饰方面的费用占总费用的63%，

请同学吃饭、给同学买生日礼物占9%，而在学习方面的费用支出仅占不到2%，基本的生活费用占20%多一点。从中可以看出永城职业学院学生的消费结构不合理。作为大学生学习应该是主要任务，但经过调查发现大学生每学期购买学习资料的钱。10元以下的占41.5%，10—50元占49.5%，50—100元占6%，100元以上占3%。可见大学生平时买书的并不多，除了一部分考各种资格证的学生外，一般不买教科书以外的书。另外，有些学生为了购买服饰或玩游戏不得不节俭生活费用的开支。

(五) 永城职业学院学生的储蓄观念淡薄，财商需培养和加强

“财商一词的提出者罗伯特曾经说过：“财商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。”经调查显示永城职业学院学生从来没有理财计划的占24.44%，偶尔有的占74.81，并且大部分学生不知道自己的钱花在哪里了，甚至有些同学还需要向别人借回家的路费。可见，当前永城职业学院大学生的财商需要培养和加强。

三、当前大学生消费心理和行为偏颇的原因分析

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。

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，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得到充分体现。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，不惜做出一些损人利己甚至丧失人格、法理不容的事情。

学校教育环境对学生消费观念培养的重要影响作用。可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。

校风建设范畴中倡导大学生勤俭节约生活消费观的力度不够。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。

四、结论与建议

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，他们站在追求流行与时尚这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不良的影响。对于大学生在消费中产生的问题，我们特提出以下建议：

(一)鼓励大学生多参加课外实践活动，增强经济独立意识

学校应该多为学生提供勤工助学岗位，或者鼓励他们到校外打工挣钱，让他们依靠自己的双手来养活自己，不向或者少向家里要钱，增强经济独立意识。

(二)克服盲目攀比心理

作为高校教育工作者我们应该教育学生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。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。

(三) 学校营造相关环境

学校多为学生提供上机时间，不定期的对学生进行免费的培训，另外多鼓励学生考取一些相关方面的证书。学生自己也应该树立自主学习的观念。

(四) 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，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：正确认识金钱及金钱规律的能力；正确运用金钱及金钱规律的能力。

(五) 形成大学生良好消费风气

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。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。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，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。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。

大学生消费调查报告格式篇五

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。

在消费结构中发展资料占的比重呈扩大趋势。他们更多的注重改善自身的学习条件，满足对于精神文化的需要。根据本次调查显示被调查的大一的男女同学中有1/2多数每学期在教育学习方面的投资在200元以内，而被调查的大三的男女同学中则约有半数的同学在这方面的投资在400元以上。这说明刚入学的大一的学生已经有了要完善自己的追求，但是在为自己设定目的和计划的同时，投资比较谨慎；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：

过分追求时尚和名牌，存在攀比心理。通过个别调查和访谈，我们得知：为了拥有一款手机或换一款流行的手机，有的同学情愿节衣缩食，不惜牺牲其他必要开支；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。

从众心理和求异心理是大学生消费攀比心理的心理学动因。大学生们在推崇世俗化的物质享受时，在群体消费行为中往往会滋生独领风骚的畸形心理。这样，相互攀比现象就有了产生的土壤。攀比心理表现在看似相互矛盾，实则本质相同的两个方面：一是从众心理，即被大多数人所接受的事物，个人也基本上乐意接受，大学生也不例外；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教学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。

所谓财商，指的是一个人在财务方面的智力，即对钱财的理性认识与运用。财商是与智商、情商并列的现代社会三大不可缺少的素质。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。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。

大学生消费调查报告格式篇六

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。

大学这几年，大学生需求不断扩张的发展时期，因而特别想以新异的消费形象，向社会展示自身成长成熟。他们希望通过消费上的新潮、时尚、前卫来展示青春的活力，显现自我的能力与价值，以脱颖而出的发展机会。有的大学生认为，“社会在发展，消费是动力便在注重经济价值的现代化社会中引起公众的刮目相看，获得更多，追求前卫和引领社会消费潮流也是大学生对社会进步的贡献。”

提高大学生生活质量，促进大学生健康成长，不仅是学校和家长的愿望，同时也是国家和社会关注的问题。在某种意义上说，发展大学生消费文化不仅可以丰富大学生生活，还可以以消费促生产，带动经济的持续增长。但在充分肯定大学生消费积极因素的同时，也不能不看到大学生在消费中的一些偏差，如：不善于理财的赤字消费，高于家庭或负收入水平和支付能力的早熟消费，偏信广告的盲目消费，追求虚荣的炫耀消费，不考虑自身实际情况、只求和别人一样的攀比消费，暴殄天物的奢侈消费等。

大学生的消费是社会消费的重要组成部分，他们在现代社会的消费观念、生活方式、流行时尚的影响下，消费心理和消费行为往往产生彼此间的相互影响，并形成特有的群体消费心理特征。本文试图通过对当代大学生的消费行为和消费心理的分析，提出与之相适应的消费教育，以使大学生形成科学的消费观念。

关键词：大学生；消费行为；消费心理

1. 调查对象：在校大学生
2. 数据收集方法：随机抽样调查
3. 调查方法：采用问卷调查方式，并于网上发放，收回数据进行分析解读。

(附调查问卷及原始数据)

形象及休闲娱乐类消费比重较大，而学习投资类消费比例甚小，这在一定程度上也反映了大学生更加倾向于享受型等消费，而忽视了自身精神层面的提高。

由表2分析可得出，对于他们每个月所能得到的总生活费，14.1%的学生集中在300-500之间，500—1000之间的约为60.9%，20.3%的学生集中在1000-15000之间，高消费人群(1500以上)约占4.7%的比例。这在一定程度上说明了目前大学生的消费情况较为合理，但高、低不同消费水平也有存在。

大学生消费调查报告格式篇七

本小组这次调查的主题是当代大学生的消费实况，主要采取的是问卷调查方式，调查的主要人群包括xx大学艺术与艺术学院，数信学院和外国语学院各抽取的两个班级，以及随机的过路人总共400人次。由于不同学院，不同人群之前的消费情况可能有较大的差距，所以，本小组采取固定调查与随机调查相结合的方式，增加了本次调查的准确性。本小组成员共六名，在本文最后将附上本次的问卷调查表及各人员分工情况。

根据本组成员的调查，得出了几个结论：

第二，在我们调查的所有人当中，有65%以上的有过网购的经

历，有大约30%的人喜爱网购。由此，在大学生中网购的比例正在大幅度增加，而外出逛街购物的情况保持平衡。

第三，在调查中只有10%左右的学生每月固定消费在学习方面。而除了主要的饮食消费外，大学生最主要的消费活动是外出与朋友吃饭或者玩乐等娱乐活动。由此可以看出学生的`学习意识并不强。在调查的最后，我们加上了一个问题，加入每月减少三分之一的生活费，你能够正常生活么？有70%左右的学生回答了不能。这不得不引发我们的深思。

此次调查，我们得出的结论是，随时时代的进步，科技的发展，居民的生活水平越来越好，由此产生的消费心理也越来越高。对于当代大学生来说，他们中的大多数还是处于被动享受的过程中，他们认为自己在大学学习阶段的消费是应该的，而自己的父母供自己消费是合情合理的。这种心态的存在造就了越来越多类似于衣来伸手，饭来张口的情况产生，大学生沉迷于享受和话费的越来越多，而能够理性消费和学习性消费的却只有一小部分。所以，我们希望学校可以加强大学生在消费方面的教育，多举办类似于如何理性消费。合理消费的教育讲座等，让更多的大学生学会真正的自制，自控。

1， 时间： 12月3日至12月16日， 历时两周。

2， 对象： 艺术与设计学院班级， 数信学院班级， 外国语学院班级， 随机路人。

3， 地点□xx大学校园。

4， 内容： 问卷调查。

大学生消费调查报告格式篇八

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。

本校学生

通过随机发放调查问卷的方式

一、当代大学生消费新概念

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，经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，这使我们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20xx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”，我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，我们不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，我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，但质量显然是我们非常关注的内容。

2、追求时尚和名牌是不老的话题

即使在取消高考年龄限制之后，20岁左右的青年仍是大学校园的绝对多数，我们站在时代前沿，追新求异，敏锐地把握时尚，惟恐落后于潮流，这是我们的共同特点。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。本次调查中发现学生手机拥有率已达到每班不低于60%。此外，电脑及相关消费也是我们的追求，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，我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、生活用品，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。至于名牌产品，当问到“如果经济许可，会否购买名牌产品”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。

二、当代大学生消费状况存在的问题

1、储蓄观念淡薄，财商需培养和加强

“财商”一词的提出者罗伯特·清崎曾经说过：“财商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。”在调查中，当问及对“财商”概念的认识时，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。可见，当前大学生的财商需要培养和加强。

2、消费差距拉大，出现两极分化

在关于月平均消费一栏的调查中，有15.2%的同学在400元以下“有点痛苦”的生活线上坚持学业；有28.3%的同学在400—550元之间“勉强过得去”，有34.4%的同学在550—900元之间“稍为有点爽”，有14.6%的同学在900—1400元之间“比较自由”；有7.5%的同学月消费1400元以上可以说是“跟着感觉走”——无忧无虑。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`社会大背景下有一定的必然性，但我们相信，随着社会的发展和人民生活水平的进一步提高，这些问题必将在一定程度上得到改善。

3、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，按照青岛地区的物价水平，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197名女生中，83.7%饮食费用在300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192名男生中也只有66.4%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调查中指出的时候，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。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

大学生消费调查报告格式篇九

大学生作为饮料消费的主要群体，他们的消费习惯和消费行为一直受到关注。目前的饮料消费市场竞争日趋激烈，品牌不断涌现，饮料消费市场成为典型的买方市场，人们的选择范围越来越大。大学生要做如何的选择呢？在消费日益冷静的今天，厂家又将如何面对呢？带着这些问题，我们日前对大学生的饮料市场进行了调查研究。

某某某

某某某

：在校学生

：通过调查了解大学生最喜欢喝的饮料类型、了解大学生在饮料上的消费情况以及了解大学生的饮料购买习惯。

：1、方案调研；2、网络搜寻查阅有关资料；3、问卷调查；4系统分析法。

碳酸饮料、茶饮料和水饮料构成了饮料消费的主要部分。其中碳酸饮料的消费人群达到60%的比例。这类饮料的特点是以解渴为主，在功能上比较基础，在价位上也相对较低。这也说明消费者对饮料消费的主流，仍然仅仅要求它最基本的功能，并对价位较敏感。

果汁饮料的消费人群占25%。这其中既包括纯果汁也包括一般的果汁饮料。从消费比例上看，与去年的数据相对平稳并稍有上升。从功能上，果汁饮料与水饮料及碳酸饮料是有差异的，这种差异也注定了果汁饮料无法全面代替这些传统饮料。但从消费比例的发展来看，果汁饮料依然有一定的上升空间，但上升的幅度被认为并不乐观。另外茶饮料以及矿泉水等并不是大学生最受欢迎的饮料。

在消费量方面，可口可乐依然是龙头老大，以23%的消费面匹马领先。紧随其后的，是康师傅、百事可乐，皆为16%，统一为15%，三者不相上下鼎足而立。处在第三集团的，是国产品牌农夫山泉、汇源、娃哈哈和酷儿，在3%至6%之间。国产品牌在饮料市场已经立稳了脚跟，虽然目前与那些国际巨头依然相差较远，但稳定的市场份额和良好的市场口碑，已经使国产饮料拥有了一个良好的局面。大学生在品牌上的选择远远超过了其他的消费群体。

1、饮料的口味是影响因素中最大众的因素，影响着最多的消费者。有53%的人认为对饮料的口味会很在意，口味对自己适合与否，会影响对饮料的选择与购买。

2、饮料的品牌对消费的影响是仅次于口味的又一大因素，35%的被调查者认为，饮料的品牌会影响他们的选择。调查中，17%的被调查者表示，知名度会影响他们的选择。大学生消费者，更注重品牌，也更关心饮料的知名度。因为他们走在潮流的前端，对于新产品的推出抱有新鲜度，对于新广告的播放格外关注。

3、位列影响选择的因素第三集团的有营养成份、价格和保质期等因素，分别有23%、20%和19%的消费者给了选择。

大学生购买饮料的场所主要在超市，88%的消费者选择在超市购买。这种倾向与性别有一定关联，女生比男生更倾向于大超市消费，这也许与购买批量有关。一般在学校超市购买时都是临时性的消费，则以男生居多，临时性消费对场所的选择性不强，一般以方便为主，就近原则。

调查显示，消费者选择的包装以瓶装为主，听装、利乐包只占很小一部分。其中，小瓶装的饮料是消费者最多购买的，占41%。小瓶装以其携带方便、容积适量而使其最受欢迎。而听装饮料在价格上处于劣势，选择的只有9%。曾经比较受欢迎的利乐包饮料则选择者最少，只占2%。大瓶装饮料是消费

者第二多的选择，有29%的消费者购买。大瓶装饮料虽然携带不便，但因其相对价格要便宜些，很受上网男生和大部分女生的青睐，成为除小瓶之外最受欢迎的包装类型。而中瓶包装的消费占19%，这种包装是对大瓶包装的一种补充。

调查表明，大学生最常消费的饮料的价格在2至3元，消费人群比例占47%，这也是最普遍的一个价位区间。5元以上的消费占23%，这类消费一般是大瓶装饮料，比例也较高。

对消费饮料的价格分布与其他信息的研究显示，消费的价格与其消费的场所、消费的包装类型都有直接的关系。一般消费价格越高，则多在便利店所进行消费。而价格越低的饮料，包装的容量越小型。而从消费饮料的类型上看，价位较低的消费，多为水饮料、茶饮料及碳酸饮料。

目前果汁饮料的促销方式主要集中于现场促销小姐推荐，举办抽奖活动或降低价格，促销频率也正在加大，一般一年促销次数达4-5次，每次基本为期一个月，促销地点一般选择在一些繁华地点或大型商场、超市。大学生对于在促销的饮料选择性较大，主要在于促销的产品新颖、价格便宜。

调查结论和建议：针对大学生市场的调查结果分析，总结了对于饮料消费存在的主要问题，对销售厂家提出以下的建议：

- 1、消费者喝饮料除了解渴外，还希望饮料产品提供一些附加价值。所以不管是哪个饮料类别，都应根据产品自身的特点提出一些符合消费需求的卖点来，如萝卜汁饮料可以补充维生素；红枣饮料可以补血；梨汁饮料可以去火；银耳饮料可以养身等等。这样你的产品的市场接受度就会大大提高。
- 2、要有好的产品策略。
- 3、价格策略要恰当。

4、销售渠道：尽可能增加铺货率。超市、批发两条腿走路，尽可能增加产品的铺货率，以超市带动其他各类渠道的销售。

5、广告促销：要制作一个好的广告片能让消费者过目不忘。

大学生消费调查报告格式篇十

当今社会正面向多元化发展，新知识的爆炸式增长、新技术的迅速推广对日常生活的深入影响，使时尚的构成和流行更快捷，同时具有更鲜明的主题和更人性化的表现形式，并因而成为大学生日常生活和社会活动中具有象征性和大众化的色彩和基调。“今朝有酒今朝醉”，似乎日渐成为一种时尚。“负翁”、“月光族”随之大批涌来。在我们的校园中，昔日的“风声、雨声、读书声”中，又夹杂进了“手机声声”。为了解我校在校大学生目前的消费状况，为我校明确确定贫困生标准带给可靠参考资料，同时为我校学工处开展学生的教育引导工作带给第一手资料，学生工作信息中心特开展此次调查。

调查时光□20xx年11月27日——20xx年12月15日

调查对象：校本部外语学院、水土学院、经管学院等九个学院

调查方式：问卷调查

调查状况：此次调查共发放问卷380份，回收376份，回收率高达98.95%，数据真实，可信度高。此次调查，主要针对学生的消费心理、消费意向、消费意识、消费嗜好等方面展开调查。

调查结果及分析：

一、消费去向：

从上图中能够看出，在学习方面，我校学生的花费主要在购书上。由于学校发放的教材只是基本教材，并不能满足学生的需求。所以在学生的消费去向中，购买教学参考书、英语等级考试等书目占了必须比重。

在消费去向中的通讯费中，大一和大四的学生占的比重最大。对于大一新生，由于刚来到大学，对于生活环境、学习环境、人际交往环境都很陌生，存在着种种不适应，同时对于大学中开放式的学习方式不习惯，总喜欢和自我以前的好朋友、老同学交换信息、交流意见。而大四的学生的通讯费主要是联系工作。

在恋爱消费方面，有些同学有着固定的“感情投资”。“感情需要浪漫，而浪漫需要消费”，但是没有资金是浪漫不起来的。无论对于男生还是女生，都是需要消费的。对于男生，需要给女生买单，送礼物。同时，“士为知己者死，女为悦己者容”，女生的恋爱消费主要是用在化妆品、首饰上。

另外，在恋爱中，双方都共同支出的一个方面是在衣着打扮上，名牌成为一种标志。“只买贵的，不买对的”，有相当一部分人持有这种观点。在此刻这个社会，恋爱是合理的，但对于恋爱中的种种不合理消费值得我们深思。

对于恋爱中的消费来源，有的是由“家里个性带给”的；有的是“从生活费中支付”的；有的是来自“勤工俭学”的；有的是来自“奖学金”的。总之，无论是从哪方面支出，都占了不小的比重。只是比重的不一样于大学生的看待社会的角度有关，更与家庭对大学生恋爱的看法有关。

上网消费：无论对哪个年级的学生，上网消费都占了较为稳定的必须的比例。大学生的上网费亦成为大学生日常消费开支的一部分。

左图是我校学生在娱乐休闲方面的消费状况：

大学生的娱乐消费数额也是较为可观的。进歌厅，打台球，溜旱冰，生日聚餐…另外，大学生不一样程度的追星热潮影响着他们的娱乐消费。

在零食、水果方面，女生的消费型对较高。在大学中，女生更多地学会如何保养自我，水果既经济又实惠，所以是最佳选取。至于零食，既是某些女生的喜好，同时也是部分女生打发时光的较为常用的一种选取。

从以上分析可知，我校学生的消费去向多样化，正是多样化的消费无形中就增加了总的消费金额。下方是我校学生的月支出状况和学期总的支出状况：

二、月支出状况及学期支出状况：

月支出：

学期支出：

三、经济来源及对家庭的影响：

经济来源经济来源

学院父母助学贷款奖学金或助学金勤工助学

资环100%

水土97.5%， 2.5%

外语83.33%， 16.67%

机电63.64%， 18.18%， 9.09%， 9.09%

生科72.22%， 11.11%， 11.11%， 5.56%

经管95.24%， 4.76%， 18.18%， 4.55%

以上表格中数据证明，我校在校大学生的主要经济来源来自父母，说明我校学生对家庭有很强的依靠性。甚至有些学院学生占到了100%；此外，助学贷款也占了必须比例，这说明我校在国家助学贷款的发放方面卓有成效，使学生深切体会国家在教育方面的政策，对学生提高对国家政策的认识起到促进作用。另外也有一部分同学的经济来源是勤工俭学，说明我校学生有必须的自立潜力。

学生对家庭的依靠过重，对他（她）们的家庭自然又有着影响。

以上图表显示我校学生的消费度对家庭的影响状况。从图表能够看出，绝大部分同学的家里因为供应大学生而使生活拮据，生活状况下降。这说明学生的在校生活较大程度的影响了家庭的生活。“再穷不能穷孩子”，绝大多数的家长这样说，“虽然我们家的收入不多，但我们就这样一个孩子，决不能因为钱而产生自卑感，就是砸锅卖铁也要让孩子在大学里过的舒畅，不影响学习”。可见大学生的消费在家庭消费中占的地位。可怜天下父母心，就是再辛苦自我，也不会委屈孩子。在家长这般疼爱与呵护下，大学生是否该有自我的消费计划？四、消费计划图表显示，我校大部分同学的消费较为合理，虽没有制定消费计划，但是支出合理。这不仅仅有助于学生管理自我的资金，更培养了学生自我的计划性。但是，仍有相当一部分学生出现超支现象。这种现象虽然不合理，但仍然存在，主要有以下原因：（1）大学生活丰富多彩，可支出的方式增多，自然花费增多；（2）随着科技的进步及社会的发展，外部诱惑增多，好奇心促使大学生尝试不该有的消费方式；（3）在月初时，常常不自觉地超支（4）常常有意外消费，如和同学打赌输了，就要请客吃饭，请的不好又没面子，所以吃好的……总之，种种不健康的消费心理引起学生的不合理消费。

五、对学校的引导力度的看法观点比例

很好，学生能从中收获很多5.71%

有必须成果，但力度不够22.86%

听说过，但没见什么成果14.29%

力度远远不够，亟待加强57.14%

从学生反映的状况来看，我校对学生消费观念、消费心理等消费知识的引导力度不够。当前我校对学生的安全保护意识等进行了引导，这说明我校在关系到学生的切身利益的方面给予了足够的重视。但对学生的生活方面的引导做得还不够完善。虽然，不良的消费习惯对学生没有直接影响，但是消费意识作为一种精神礼貌现象，应给予足够的重视。因此我校在以后的教育工作中应尽快加强有关方面工作的力度。

六、对“负翁”、“月光族”的看法

上表显示，我校绝大多数学生对高消费的现象持否定态度，这说明虽然我校学生中也存在高消费现象，但我校学生还有着正确的消费理念。只要学校对这部分学生加以引导教育，能够改变局面。但如果长此下去，容易引起攀比消费，大学生仍然就应继承中华民族艰苦朴素的传统美德，坚决不能踏入高消费的误区。

七、对贫困生界限划定的界限的看法

上图表显示了我校学生对确定贫困生标准的观点，为我校发放助学金带来了重要资料。

八、就我校贫困生标准划定的观点整理学习成绩优秀

无手机、电脑□mp3□注：学习、工作需要除外

无逃课等违规行为；

不吸烟、不喝酒；

上网较少，穿着朴素，不追求时髦；

月消费金额在180元以下；

生活费无法保证者；

每学期生活费低于元；

无经济来源，生活节俭；

经班级投票，学院认真核实；

提名候选人，并跟踪调查；

仔细了解各学院各年级学生的贫困生比例，然后再向各学院划分名额；

由家庭所在地出示贫困证明结合平时表现；

用心参加勤工助学；

九、解决此次调查中存在的问题的几点推荐

1、对当前在校生，由学校制定统一指导思想，然后由各学院团委向该学院学生召开思想引导大会，在会议上引导同学们提升个人的消费意识，持有正确的消费观念。

2、在学林路、望岳路、神农路等学校主要道路上置办可长期持续的标语，以时刻提醒同学们。

3、由校团委引导，校学生会组织一次大型宣传活动。在学林

路展出展板，并举行一次“拒绝高消费”的大型签名活动。

4、针对有些学生的不清不白的消费状况，以及有些同学拿着家长的钱任意挥霍的状况，由各院团委组织各院学生进行一次“自我财务支出统计表”，让学生自我整理自我的财物支出，并鼓励学生将整理的表格寄望家中，以此来让学生深刻认识到父母的钱来之不易。

5、为了减轻我校的高消费状况，学校对每一届新入校的学生及时展开思想座谈会，及时预防高消费的发生。并由学生班主任定期给学生开展班会，及时引导、教育。