

大学生消费状况调查报告 6 篇

大学生消费状况调查报告篇 1

随着社会经济的纵深发展，当代大学生作为社会中的一个特殊的消费群体，其消费观念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。就此我对新疆大学 11 号楼的一部分男生进行了调查，得出以下结论。

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

随着社会经济的飞跃发展，社会消费方式已经从原来单一的现金交易向现金、信用卡等多样化的交易方式转变，使人们的生活方式更趋方便快捷。大学生作为社会的前卫者，有着开放的思想意识，从不落后于时代的发展。那么在消费方式上是怎样的状况呢？在调查中发现，作为特殊的消费群体，当代大学生的消费方式已经进入了网络电子时代。许多大学生都有校园 ic 卡、银行取款卡、上网卡商场 vip 卡等，“刷卡”时代使大学生的消费行为潇潇洒洒，买什么东西付帐时一刷卡就 ok。

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，更不是唯一的消费项目。大学生的消费已呈现明显的多元化趋势，手机、旅游、电脑、影音娱乐是大学生们的消费热点，手机已经达到人手一部，mp3 已经过时，改用 mp4 了。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“买电脑”，其次是“旅游”，反映出大学生有想走出校园、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

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，自己兼职挣钱的并不多，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，虽然不一定买名牌，但质量显然是非常重要的内容。

4. 追求时尚和名牌是不老的话题

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。调查表明学生手机拥有率不低于95%，有的人甚至拥有多部。此外，电脑及相关消费也是他们的追求，网吧上网的vip卡不少于学校的所有证件，电脑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，“是否名牌、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。对于名牌产品，当问到“如果经济许可，会否购买名牌产品”时，90%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

对“财商”概念的认识，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，只有极少数同学有储蓄的意识。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7%的同学在200元以下“有点痛苦”的生活线上坚持学业；有28.3%的同学在250-350元之间“勉强过得去”，有34.6%的同学在350-450元之间“稍为有点爽”，有21.4%的同学在500元左右“可以潇洒走一回”；有6.9%的同学在600元左右“比较自由”；有3%的同学月消费800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，两极分化比较分明，

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，以学生在校每天消费 8 元左右用于基本饮食需要来估计，学生每月净饮食费需 250 元左右。

大部分女生饮食费用在 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专选择廉价的饭菜；问题是对健康饮食知识了解不够。

4. 过分追求时尚和名牌，存在攀比心理

在讨论会中，一些同学指出，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向家里骗钱以满足自己的欲望等，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攀比心理。

5. 恋爱支出过度

在调查中我们发现，一部分谈恋爱的大学生每月大约多支出 100-200 元左右，最少的也有 50 元左右，最高的达到 500 元。大多承认为了追求情感需要物质投入，而且物质投入是维持情感的保证。

———没有钱你就不要恋爱

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、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。

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。

总结：通过这次调查，不仅了解到周围同学的消费观及消费理念，正确定位自己在大学生这个群体中的消费水平，同时也透看到我们大学生思想的不成熟性。作为即将踏入社会的我们，应该塑立良好的消费观念，养成良好的理财生活方式，才能为我们将来的生活负责。

大学生消费状况调查报告篇 2

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。

xx则认为大学生的消费行为呈多样化的现象，主要表现为以下几种：第一是早熟消费：消费水平和质量超过了经济发展的实际水平；第二是畸型消费，消费内容过多过快，向高档型消费倾斜；第三是豪华型消费，追求不切实际的奢侈、气派；第四是炫耀消费，把高消费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。

大学生消费状况调查报告篇 3

当代大学生是未来消费的主体，吃穿住用行永远是人类离不开的话题。据网上查证，全国各地在校大学生已达 1700 万以上。这是一个不容忽视的群体，“服装”永远大学生茶余饭后永不过时的话题，大学生对服装的追求已超出服装本身是原有的意义了，通过对大学生购买服装的调查也能反映出现代大学生的生活风貌。

一、调查目的

调查服装在大学生日常生活中的消费情况

二、调查方法

- 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

三、调查数据统计

- 1、这次调查的男生占 27%，女生占 73%
- 2、热衷的服装类型：运动装 23.3% 休闲装 53.3% 正装 3.3% 时装 9.9% 其它 9.9%
- 3、购买衣服频率：一个月以内 10% 二至三个月以内 33.3% 半年 13.3% 一年 0% 不固定 43.3%
- 4、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）
- 5、常去那里买衣服：泉城路 35.5%，山师 20.0%，老东门 15.5%，洛口 5%，其他 14%
- 6、服装价格是否会影响你的购买意愿：会 63.3%，不会 36.6%
- 7、购买服装的诱因：天气变化 16.1%，节假日促销 16.1%，看到同学购买新衣服 15.3%，逛街时随意看中 13.6%，零用钱增加 13.7%，看心情 12.6%，受广告杂志影响 12.4%
- 8、是否会选择网上购买服装：会 35.7%，不会 64.3%
- 9、每个月服装商的消费：50 以下 2 占 0%，50-100 占 36.6%，100-200 占 33.3%，200 以上占 3.3%
- 10、品牌服装的效益：品牌就是好耐穿有面子 16.6%，主要是因

为心情愉快生活质量提高了 33.3%，没考虑跟随社会潮流 33.3%，其他 30%

四、数据统计具体分析

1、大学生对服装的需求度较高：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，更不是唯一的消费项目。大学生的消费已呈现明显的多元化趋势，对于美的追求已成上升趋势

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。

3、女生对服装的需求意识比男生高：通过调查显示：女生购买服装的频率远远大于男生，但男生追求名牌的百分比却大于女生。说明在对于美的追求方面男女之间还是有较大差异的。但无论是购买次数较多还是名牌重视度较强都能在一定程度上反映出当代大学生存在一定的虚荣心和攀比心理

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

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。

五、问题现象

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的现象: 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。

六、政策建议

1、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。

2、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。

3、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。

大学生消费状况调查报告篇 4

改变开放以来，我国在经济、政治、教育等方面取得了举世瞩目的成就，人民生活水平显著提高，人们的消费观念和消费方式也有很

!对于大学生而言，大学期间是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，获得更多脱颖而出的发展机会。在调查中，有的大学生认为，“社会在发展，消费是动力，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。

本调研报告针对我校大学生的消费情况及其看法进行了一次较为深入的实地调研，通过对学校各年级各层次同学进行抽样问卷调查，同时结合其他高校的调查报告，我们发现当前大学生消费情况在总体健康发展的大背景下，还存在诸多问题，如：不善于理财的赤字消费，靠借贷维持而不计偿还能力的超前消费，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。因此，如何理性看待当前大学生的消费情况，如何正确引导大学生的消费观念，家庭和学校乃至社会在这过程中又应该充当什么样的角色，已是关系到当代大学生消费观念等多方面健康发展的关键。

当前大学生消费状况调查数据及结果分析

1、消费状况调查数据

(1)家庭平均月收入。经调查，家庭平均月收入在 1000 元以下的学生占 23%，1000 元~5000 元占 67%，5000 元~10000 元占 7%，10000 元以上 3%。其中家庭月收入在 1000 元以下的学生来自城市的占 4%，来自农村的占 96%。可见，大部分贫困学生来自于农村，我国的城乡差别仍然巨大。而生活奢侈的学生绝大部分来自于城市。该数据与中国人目前的收入水平基本吻合：绝大部分中国人家庭夫妇月收入为 2 千元~5 千元，贫困家庭与特别富裕家庭都是少数。一般来讲，贫困家庭大学生的每月消费支出较少，而特别富裕家庭大学生的生活可能较奢侈，比如有的学生在校期间购买了 20 多万元的轿车。这在我们学校是实实在在存在的。

(2)月平均消费金额。月平均消费金额 500 元以下的占 9.5%，500 元~1000 元占 72.5%，1000 元~2000 元占 14%，2000 元以上占 4%。由此可见，大部分学生的月平均消费金额为 500 元~1000 元，每月消费金额超过 2000 元的只占 4%，社会上一些舆论认为大学生代表着高消费，代表着奢侈浪费的看法是片面的。

(3)每月的生活费。大学生的生活费主要来自于家庭，也有一部分学生通过打工赚取生活费甚至学费。感觉生活费月月有余的学生占 6%，感觉刚好够花的占 51.5%，感觉不够花的占 42.5%。可见接近一半的当代大学生用钱缺乏计划性，缺乏理财能力。感觉月月有余的学生中，大一学生占 69%，由此可见大一新生刚进校门时消费项目较少。

16%，6%，44%，

34%，可见随着年级的升高，学生的消费项目逐渐增多，大三时恋爱的学生多，感觉钱不够用的学生比例最高。

(4)消费方式。大学生在消费时选择能省则省的占10%，有计划消费的占32%，想花就花的占54%，选择其他的占4%。可见许多大学生的消费方式比较随意，缺乏计划性，所以导致钱不够花。

(5)每月的饮食开支。每月饮食开支在300元以下的学生占10%，200元~400元占48%，400元~600元占32%，600元以上占10%。每月饮食开支在200元以下意味着每天的饮食开支只有6元多一点，在目前学校食堂一个炒肉3元钱左右的条件下，意味着这样的学生每顿饭只能打一个菜，每天只能吃一顿肉。而每月饮食开支在600元以上的学生，除了正常的就餐外，几乎天天买饮料喝。而这些数据与其他地区(如北京、上海)相比又是很低的，这主要是因为绵阳地区物价水平相对较低。无论是否贫困生，饮食开支在消费总额中占了绝大部分，这是符合健康的消费构成的。调查发现，大学生中一直存在一股外出聚餐和请同学吃饭的热潮，这方面的开支虽然不算大，但也是造成大学生消费高的一个原因，这说明大学生已经逐渐有了社会交际方面的消费。

(6)平常购买学习资料的钱。大学生每学期购买学习资料的钱，10元以下的占41.5%，10元~50元占49.5%，50元~100元占6%，100元以上占3%。可见大学生平时买书的并不多，除了一部分考研、考各种资格证的学生外，一般不买教科书以外的书。

(7) 本次调查遗漏了恋爱开支,但据我们调查过程中口头了解到:在每月与恋爱相关的开支中,选择50元以下的占12%,50元~100元占4.5%,100元~200元占15.5%,200元以上占22%,另外46%的学生回答没有恋爱。由此可见谈恋爱的学生,每月在恋爱方面要比其他学生平均多支出100元以上。

(8)平均每月电话费。平均每月电话费支出在20~30元以下的大学生占20%,30元~50元占38%,50元~80元占36%,80元以上占6%。大多数大学生的电话费支出在50元~100元之间。少数学生远程恋爱,煲电话粥,导致每月话费在150元以上。

(9)每月用于上网的平均消费金额。大学生每月用于上网的平均消费金额在10元以下的占8%,10元~30元的占21%,30元~50元的占39%,50元以上的占32%。由此可见大部分学生都只是适当的上网,沉迷于网络游戏的学生并不是想象中的那么多。

(10)当手中有余钱时最愿意选择的消费项目。29.5%的大学生选择吃喝,24%选择旅游,17.5%选择穿着打扮,16%选择上网吧,7%选择储蓄,5%选择买书,1%选择其他。可见民以食为天,吃喝还是主流。爱美之心人皆有之,大学生们也重视自己的穿着打扮,追求时尚成为部分学生的副业。还有很多人选择外出观光旅行,可见大学生已经成为青年旅游者中的主体。迪厅,ktv等娱乐方式也正日渐受到大学生们的宠爱。

(11)采用哪种方式进行消费。大部分学生购物都喜欢现金消费,三分之一左右的同学喜欢银行卡信用卡消费方式。可见,一些比较先

进的消费方式已经进入了大学生的生活中。大大小小的校园卡、银行借记卡会成为大学生钱包里的必备品。学生使用信用卡也逐渐悄然成风。但与此同时也有许多同学是选择在学校周边的商业区购物。

(12)男女生间的消费差异。调查结果显示：现代的大学生中，男女方恋爱支出基本成持平趋势，部分女生恋爱支出还甚至超过了男生。在建立和培养自己人际关系方面，男生的开销远比女生大，而在形象包装方面，女生又会略胜一酬。在对于每月支出是否有预算有计划的这一项调查中，选择有计划的女同学为 42%，男同学则为 37.1%。

(13)日常资金来源和家庭收入。调查发现，大学生主要的经济来源是家里提供。其中贫困生勤工俭学的人数比普通学生多出十个百分点。而贫困生对于外出兼职比普通学生有更热切的期望，也会付出更多的努力。可见，家庭较贫困的学生有着更迫切地锻炼自己、早日投入社会的意识。

(14)大学生对自身消费现状的看法。无论贫困生还是非贫困生，对于自身的消费现状，三分之一的人表示是觉得刚刚好的，一成的贫困生觉得自身消费现状偏低。而剩下的大部分，都是认为自身的消费现状是偏高的，同学们普遍都有在不知不觉中花了钱的体验，但大多数的同学都没有切实地想过要如何去正视自身消费过高的问题以及想出应对措施，可见，大学生还未养成良好的消费习惯和成熟的消费观。

2、调查结果分析

通过以上调研结果可以看出，大学生的基本生活消费和心理整体

上是现实的、合理的，但离散趋势明显，个体差异大。主要归纳为以下几个方面：

(1)理性消费仍为消费主流。大学生的绝大部分支出是用于饮食方面，而玩乐方面的支出不算多。由此可见，大学生还是清楚知道自身的使命还是以学习知识为主，而不会沉迷于玩乐。由于消费能力有限，大学生消费时都会较为谨慎，尽量精挑细选，不会一味求贵，或者只注重便宜的价格而不注重质量。所以较为理性的消费是大学生消费的主流。

(2)大学生消费有其不理性的一面。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。拿手机产品来说，目前，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。

(3)大学生更侧重时尚性消费。学生思想活跃，对新事物有强烈的求知欲，喜欢追求新潮，并敢于创新，消费的趋附性强，娱乐消费占全部消费额的比重很大。对企业而言，中国移动做的较好，他们借助流行时尚代言人周杰伦为“m-zone”加油助威，同时利用学生追求物美

价廉的心理，推出学生卡，从而赢得不菲的业绩。

(4)大学生的消费构成跟上社会发展的潮流，与社会接轨。从调查中可以看出，大学生外出聚餐、请朋友吃饭、外出旅游、通讯网络方面的费用较多，俨然大学生圈子也成了一个小社会，大学生更多地意识到了要提早接触社会上的一些新的生活消费方式，进而提早融入社会。而银行卡、信用卡等消费方式也受到大学生们欢迎，可见，大学生作为社会上一个活跃的群体，虽然在经济实力上未能跟上社会，但消费意识上却早已和社会发展同步。

(5)消费呈现向多元化发展。大学生在实现温饱的同时，也在服饰装扮这一方面明显消费。而作为饱读圣贤书的天之骄子们，学习之余也会不忘逛逛学习用品店和书店，为取得各类证书的补课充电也成了大学生的一个消费热点。部分手头宽余的学生还手头上还会拥有一些如照相机、mp3 等数码产品。可见，大学生的消费取向逐渐向多元化发展。

(6)恋爱费用支出过高。大学生刚开始恋爱为稳固恋情和讨恋人欢心所付出的“恋爱费”比较高，这是大学生消费中很不合理的一部分支出，因谈恋爱而每月的生活费入不敷出的大学生大有人在。这种不合理的消费也会导致一种错误价值观的形成，容易让大学生们认为爱情是建立在金钱之上的。所以，恋爱支出过高的现象应制止。

(7)贫困生的消费水平虽然偏低，但消费构成比较合理。贫困生因为消费能力有限，他们日用的资金来源除了家里提供之外，还有国家、社会资助和勤工俭学等途径。正因为他们的钱得来不易，故他们会对

生活的各种开支精打细算。他们主要的花费在于饮食、生活用品和学习充电方面。另外，由于对接触社会的要求更为强烈，他们能够把握到社会一定的消费动向，而能否择优地去跟随。

(8)合理理财和储蓄观念仍十分淡薄。调查中，大部分的大学生都清楚地认识到自己的消费组成不很合理，但极少数的大学生会有规划自己的消费组成的意识。他们大多会在不知不觉中盲目地追随了流行于校园中的消费大潮，而缺乏了自我判断和自主意识。调查中发现，大多数大学生每月的生活费用都超出了预计，只有极少数的学生能够在银行帐号上拥有自己的一笔积蓄。

二、大学生消费构成不合理的因素探讨

大学生本身的心理素质还不成熟，人生观、价值观还没成熟。容易被一些错误的价值观如拜金主义，享乐主义等迷惑。但我认为，当前大学生中出现的这种种消费不合理现象，不仅仅与大学生本身这个特殊的消费群体的特性有关，还与家庭、学校、社会等多方面的因素影响密不可分。

(1)家长不当消费观念的延伸。首先，家庭经济状况是决定大学生消费的关键因素。在我国，家庭是资助大学生完成高等教育的最根本、最主要的经济力量。其次，家庭背景对大学生的消费行为也有一定影响。相同阶层家庭的大学生在消费观念、消费认知、消费倾向等方面均会表现出相似的心理趋势，而不同阶层家庭背景出生的大学生则会在以上方面表现出较大的差异性。家庭在培养孩子成长的过程中普遍对正确消费观念的教育不足。传统的家庭教育首先注重的是孩子德育

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/515142132102011334>