

# 大学生消费调查报告

## 大学生消费调查报告

:

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 201X 年后，我国普通高校的在校人数达 1600 多万人，再加上接受成人教育，电大及网络教育等其他形式教育的学生的人峰，总共有 201X 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”，父母用这个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。

### 大学生消费的特点

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，大学生的消费特点主要表现在下面两个方面：

#### 消费观念复杂：

大学生消费观念的具体体现是理性消费和感性消费相互影响；大学是一个特殊的社会群体，他们来自不同阶层的家庭，绝大多数是纯消费者，理性消费仍是当前大学生主要的消费观念。在购买商品时，大学生考虑较多的是价格因素，这是因为大学生的经济来源主要是父母的资助。他们每日可支配的钱是固定的。由于消费能力有限，大学生们花钱十分谨慎，很多同学有着勤俭节约的好习惯，能够根据各自家庭的经济条件合理、适度地消费。 ？

---

但也存在一些问题，也就是所谓的感性消费。具体表现为：

1、消费的盲目性。大学生没有经历过社会的锻炼，进入大学的基本上是第一次离开父母，首次自己拥有支配各种费用的权利，开始独立生活。因此，往往表现为不会理财，不能根据自己的实际情况安排消费。

2、消费上赶潮流。如今大学生思想和观念很少再受束缚，他们会毫不掩饰其个性与想法。个性的张扬使得他们紧跟潮流，同时也现了不少同学片面追求物质享受，把钱花在吃喝玩乐上。

消费倾向多元化

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、电脑以及新型的工厂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趋势。如果经济条件允许，大部分的学生会去旅游，去歌厅、酒吧消费，或是购买电脑、手机、pda、mp

3、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。

大学生消费的结构和层次分析

大学生的钱“从哪来，到哪里去？”通过调查发现，在生活费来源方面，有72%的同学靠父母，12%的同学领助学贷款，8%的同学获得了奖学金，7%的同学通过打工补贴日常开销，只有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，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，调查发现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、各种培训并不含连其中。而手机、电脑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。调查发现某大学 5

8.87%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 92%，远远高于社会群体手机平均有率。约有八成多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 元之间的最受青睐。电脑作为现代推动社会发展的强大动力，已经渗透到社会的各个角落，作为高校学生，掌握计算机使用更是未来发展的必要条件。调查发现，超过 40%的家庭为上大学的子女购买了电脑，电脑价格一般在 3000~8000 元。

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。

第二篇：

大学生消费调查报告

大学生消费调查报告

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/736213231121010210>