

大学生消费观调研报告

消费是个人行为，但从更深层的意义上说，消费心理、消费意向、消费意识、消费嗜好是一种精神文化现象。从这一意义上说，校园里出现的不良消费所造成的消极影响是不容忽视的。下面就让小编带你去看看消费观调研报告范文5篇，希望能帮助到大家！

消费观调研报告 1

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。特别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。为了调查清楚大学生的消费情况，我决定在身边的同学中进行一次消费的调研，对大家的消费进行归宗和分析。

从调查结果发现，月费用1000元以上的人占10%，月费用700--1000元的人，占30%左右，500--700元的人占40%，月费用500元以下的人，占20%左右。在这些学生之中，超过50%的学生拥有电脑、约90%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消费支出中占据了相当大的份额。当代大学生主要有以下几支出：伙食费，买服饰，恋爱，上网费，手机费等。

一：伙食费。

除了在校内就餐外，校外就餐已经成为大学生饮食消费中必不可少的一部分，每月到个体餐馆就餐的比例达到了被调查总人数的95.7%。各种形式的聚会成为在校大学生饮食消费的一个重点。对于同学之间花钱请客，大部分同学认为偶尔可以但不要太频繁。调查觉察，几乎所有学生每学期都要参加6-15次各类同学聚会。这部分消费基本上每学期需要150-600元之间。调查中了解到，大学生和同学朋

友聚会一般选择在普通餐厅，但也有 2% 的选择在高档餐馆。聚会的理由多种多样：老乡相识、放假归来、过生日、考试得高分、当了班干部、得了奖学金等都要请客吃上一顿，否则被视为不够交情。

二：购买服饰。

我院女生较多，大多生活费都用到淘宝购物上。大学生对服装消费的档次越来越高，男生买衣服的宗旨是不买则已，要买就买质量好的、价格高的；女生买衣服则总是买个不停，只要自己喜欢的都会买回来，不喜欢了，马上就不穿了。大学生购买品牌的商品，一方面为了满足自己的实用需求，一方面也希望能够增加自己的被关注度。购买名牌产品更是能够满足人们这样的心理。在对“当您拥有一件名牌产品时，您最希望谁能够留意到您拥有这样的品牌”调查后觉察，70% 的大学生希望自己的朋友同学能够留意到自己拥有的某个品牌，17% 的人希望生疏人能够留意到自己，12% 的人希望自己的恋人能够关注自己拥有某个品牌。4% 的人表示希望自己父母和家人能够了解。3% 的人表示纯粹是为了满足自己的需求。可见选择名牌产品对帮助大学生自己的交往，能够起到帮助作用。而大学生由于在读书期间，主要生活费来自父母，而购买著名品牌的消费品需要花费大量的金钱，所以大学生只有 4% 的人愿意父母知道自己使用名牌的产品。

三：恋爱消费

对问卷中“你谈恋爱了吗？每年为恋爱花费多少钱？”的问题，77% 的大学生承认有恋爱经历，每年用于恋爱消费的钱从 200-700 元不等。从调查看，大学生恋爱支出主要在吃饭、零食、逛街、泡吧娱乐等方面，礼品消费是恋爱消费中绝对的“大头”，逢年过节（情人节、圣诞节等）或是俩人过生日及特殊的纪念日，恋人之间必要互送礼物，此项花费少则几十元，多则数百元，甚至有几千元

者（在调查中，记者了解到一个大二的学生在女朋友生日那天送了一条价值 7800 元的铂金钻石项链）；在恋爱消费中，支出较大的还有在校外租房居住，每月要支付 200-400 元。

四：上网费用

调查结果显示：在每周上网时间方面，12.7% 的学生在 3 小时以

下，20.9%的学生为3-7小时，30.1%的学生为8-10小时，19.5%的学生为10-20小时，16.8%的学生在20小时以上；在网上时段方面，23.2%的学生在白天上网，33.9%的学生在晚间上网，35.2%的学生在周末上网，7.7%的学生还经常上通宵。如果按2元/小时计算，对于学生而言，也是一笔不小的开支。

五：手机等通讯费用

根据调查结果，85%的学生都拥有手机，他们的手机价位一般都在

500--1600元之间，月消费在20--150之间。消费者的月手机话费也与其月生活费相挂钩，生活费用少的话费也相应较少，控制在50元以下，但也有部分高收入用户的话费也在此列，共占了样本的25%，学生月话费主要集中在50-100之间，约占了调查总数的62%，属于中档水平。其次月话费在100-150的有18%，而150以上的高消费者主要是月生活费在1000以上的5位，与其的经济实力基本相应。

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本钱进展衡量。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。

根据这次调查，我们总结出来大学生消费的以下特点：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本钱进展衡量。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，感性生疏上的气味清香，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。消遣、运动、手机、电脑以及型的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，大局部学生会去旅游，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。

二、大学生消费的结构和层次分析

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。

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。调查表明，烟台大学有47.2%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82%，远远高于社会群体手机平均拥有率。约有83%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 元之间的手机最受青睐。

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、名牌手机等贵重物品；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。同时，从以上的分析可以清醒的看出，从锥形的上端到锥形的下端依次降低，这也鲜明的表达了大学生消费的层次性。

三、大学生消费对家庭和社会的影响

大学生消费直接影响着家庭。作为一个纯消费者，平均每年约一万元的费用对于一个家庭来说，可谓是重中之重了。就拿一般家庭三口人来说，满足一个大学生一年的消费将花去家庭收入的大部分，特别对于农村的家庭而言，更甚。虽然由于经济的发展，农村和城市居民的收入都得到了相应的提高，生活水平得到改善，家庭用于大学生消费的比重普遍下降，但下降缓慢且比重之大已经是某些家庭所难以承受的。一个大学生的消费占到城市家庭收入的 45% 左右，特别是农村，可占到 80%~90%。无疑，目前大学生的消费已经给学生及其家庭造成了很大的经济压力，特别一些贫困家庭，在调查中我发现，三所高校各有 20% 的同学需要通过申请助学贷款来完成大学四年的学业，他们连自己的生活都难以保证，更不用说这近万元的费用了。由于山东省经济算中等发达，其居民收入水平比大学生家庭的收入水平还要低一些。所以实际比重可能比这个数目还要偏高一些，影响可谓深远。

大学生的消费特点和消费行为决定了大学生消费的影响不只局限于家庭，市场上的很多消费都与大学生息息相关，大学生消费已直接影响着整个消费市场和国民经济。目前，大学生消费市场已经形成，这是高等教育发展的结果，也是社会主义市场经济发展的必要。它已经成为我国社会主义市场经济的一个有机组成部分，随着社会的发展，高等教育的普及，它将会发挥更大的作用。

四、有关大学生消费的几点建议：

大学生消费不仅仅关系到自己、学校，而且还是关系到整个社会的问题。现从个人、学校、社会三方面对大学生消费提出几点建议。

(一)对于大学生而言，要树立自己合理的消费观念，要理智地对待自己的消费。作为一个纯消费者，大学生经济来源大多靠家庭，所以自己的消费要考虑到家庭的经济状况，父母的承受能力，还要有自制能力，不能盲目地陷入感性消费的误区。如今有的学生消费上大手大脚，还有沉迷于盲目消费中，比如最近许多大学生沉迷于网络游戏，这将大大增加自己的消费负担，更重要的是大学生也会在盲目的消费中迷失自己，以至影响到自己的学业。另外，大学生也要具有消费者的维权意识，进入大学，已经开始渐渐地融入社会，社会中哄骗消费者的各种不法行为屡禁不止，面对纷繁简单的社会，大学生要学会维护自己的合法权利。(二)学校应加强对学生消费观念培育。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。

(三)对于社会而言，要积极开拓大学生消费市场，从产品的种类、价格、服务多方面满足不同经济条件大学生的需求，同时要规范市场秩序，为大学生确立一个公正的市场环境让其消费。无论从哪方面讲，大学生的消费市场已不再是可有可无的了，它已严重影响着高校周围地区经济的发展。

(四)对大学生来说还应加强合理储蓄的观念。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。”在调查时，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状况如何时，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。

结束语 ;大学生是一个特殊的社会群体，有着自己特殊的消费观念和消费行为，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，使得大学生消费呈现出不同一般的发展，大学生消费受到方方面面的影响，也会影响着方方面面。对于成长中的大学生，其世界观、人生观、价值观正处于定型阶段，极易受家长、教师、同学及社会其它成员的影响，具有较强的可塑性。因而，如何引导当代大学生树立正确的、健康的消费观念是摆在大家面前的一个难题。同样大学生消费市场随着经济的发展，高校的大规模扩招而越来越显示出它的重要性，大学生市场是一个规模和潜力都很巨大的市场，如何规范并合理的发展这样一个市场也是摆在我们大家面前一个刻不容缓的问题。只有在学生、家庭、学校和社会的共同关注和共同努力下，大学生消费才会一路走上。

消费观调研报告 2

争论背景：

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.争论目的：

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.争论过程：

(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。他们更多的留意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，通过调查和访谈局部学生，30%的同学选择定期的体育熬炼，他们中有利用校内的体育资源的，也有参与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清楚，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假设干问题：

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，主要表达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%，假设把“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。固然也有12.5%的学生是抱着闲着没事的态度。明显，大家这方面的意识比起欧美兴旺国家的同龄人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，部分学生消费没有打算，随意性强。大学时期是人生中的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，假设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。大学生有着强烈的敬重需要，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，个人也根本上情愿接受，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，又必定会产生需要，渴望消费再有变化和创。

(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生疏等原因，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、根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