

大学生品牌消费观念调查报告(实用6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。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

大学生品牌消费观念调查报告篇一

随着网络媒介的不断发展完善、网络营销手段的不断充足和成熟，网络购物已成为当今社会购物的一种时尚，并逐渐被大多数人所接受，走入寻常百姓家。而大学生作为社会中极为活跃的一个群体，更是带来和促进了网购的热潮。文章采用调查问卷的方式，成功收集了198位同学网购的状况和态度，分析当下大学生网购的现状和网购存在的问题，进而引导当代大学生理性合理消费。

大学生思维活跃、心态开放、易于接受新事物，有充足的课余时间和可自由支配的生活费用，加上这是一个庞大的群体，在网络普及、电子商务急速发展的时代，网购已逐渐成为高校学生购物的主流形式，在其中，必然也会存在和产生一些问题。

据中国互联网络中心(cnnic)发布的《20××年第34次中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截止20××年6月，我国网络购物用户规模达到3.32亿，较20xx年底增加2962万人，半年度增长率为9.8%。与20xx年12月相比，我国网民使用网络购物的比例从48.9%提升至52.5%。与此同时，手机购物在移动商务市场发展迅速，用户规模达到2.05亿，半年度增长率为42%，是网络购物市场整体用户规模增长速度的4.3倍，手机购物的使用比例由28.9%提升至38.9%。网购用户中大学本科学历者占比较高，为35.9%。其次是大专学历和高中/中专/技校学历，所占比例分别为25.7%和23.7%。大学生已经成

为网上购物的主要力量。在接受调查的名学生中76.5%的同学表示经常或偶尔进行网购，极少和没有参与过网购的学生比例分别为17.3%和6.2%。

(一)内在因素：求廉、求便心理。在接受调查的位学生中，绝大多数表示廉价、打折、方便促使他们更倾向于网络购物。据数据显示，由于网店成本相对较低，同时在巨大竞争下，网络的商品价格比在实体店购物消费的金额要低20%—30%，在生活费用并不高的学生群体中，这无疑给他们带来了巨大的吸引力。同时，学生拥有手机和电脑的比例巨大，在信息如此通畅的背景下，学生们随时随地、足不出户就可以一览当下低价且不失时尚的物品。同时，如网上购票、网上订餐等更是给学生群体带来了诸多便捷和闲适。洒脱而无约束、简单而便捷正是学生群体所追求的。

(二)外在因素：商品多样、商家营销策略的驱动。在回收的有效调查问卷中，网络购物平台拥有全国各地商家的店铺，商品种类多样、形式多变，更有平时市场上所不常见的新奇物品，在商家的相机下，这些商品显得格外诱人，激发了人们的购买兴趣。同时商家店铺别具一格的装扮、温和亲切的沟通、以及承诺的七天无条件退货退款、包邮、注册会员送优惠券、好评返现等营销策略让学生倍感可信，从而产生购买行为。

大学生虽然都到了独立的年龄，但容易人云亦云，辨别和独立能力还相对较差。在选择商品时，容易被商家的巧语所打动、被买家所谓的“好评”所蒙骗，购物渠道选择缺乏多样性、购物结构不尽合理。在购物遇到欺骗和不合意时不善于用法律武器捍卫自身的权利，容易造成利益受损。

在接受调查的198位学生中，网购月消费在300元及以上的达到了13.2%，据了解，大学生每月生活费用大多在1000元左右，300元以上的月网购消费很明显较大的限制了大学生在其他方面的花费支出。这可能影响到学生们的正常生活和交往。

同时，66.5%的学生经常网购的物品为服装、鞋子、化妆品上，花在购买书籍上的只有13.5%，出于某些诸如担心食物变质和质量的原因，只有1.1%的学生选择经常在网上购买食品；有18.9%的学生选择了其他。可见衣着服饰在学生群体当中的吸引力和关注度，据20xx年2月27日淘宝数据盛典显示“每分钟卖2358件衣服，全年出售衣服连起来的长度可以往返月球两次”。

可见在对网购前景的预测中，有52.3%的同学认为网购的发展空间很大，会被人们所接受；35.5%的人认为网购发展前景不好说，毕竟存在很多问题；4.7%的同学认为网购在短期内不会有较大发展；还有7.5%的同学表示并不关心。如此显示，在多数学生看来，网购拥有很好的未来，从心理层面讲，他们对网购表示出极大的兴趣和认可，甚至走向依赖。

综上所述，大学生在网购时考虑的多是购物的便捷性和求廉、享受的心理，其在购物结构和花费上需要做些调整。同时，从大学生自身而言，在网购时要摆好心态，不能一味的求廉，要增强辨别能力，在权利受侵害时要有维权的行动，才能更好的进行网购活动。从社会来说，要加强网络监管，保证网购的交易安全和及时处理网购中的纠纷，保障物流的安全和速度，服务好网购人群，推动网购健康发展。同时，从学校和家长而言，要加强对学生消费的指导和理财教育，让学生知道钱来之不易，理性合理消费才能更好地享受生活。也只有养成了良好的生活和消费习惯，我们才能更好地走向社会，才能更好地发展自己、服务社会。

大学生品牌消费观念调查报告篇二

改革开放以来，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大变化！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。

(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~20xx元占14%□20xx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20xx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时消费项目较少。而感觉钱不够花的学生中，大一至大四学生分别占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) 每月与恋爱相关的开支。

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。

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。

(1) 家长应从自身做起，改变不好的消费观念。

家庭教育在注重孩子德、智、体多方面培养的同时，也要重视对孩子消费观的培养。另外，许多家长要摒弃那种和别人比气派、要面子的思想。家长们应该交给孩子一种朴素、简约、优惠、实用的消费理念，让其逐渐养成自力更生、不铺张浪费的好品质。

(2) 形成大学生良好消费风气。

良好校风是师德师风和学生学习、生活作风的有机组合。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。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，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。

(3) 社会不良消费风气的影响是大学生不良消费习惯形成的根本。

因此，社会应该逐渐调整整体消费结构。高消费这种导向错误的助长了学生之间的攀比风。另外，现今社会上流行着透支的消费方式也应该逐步改变，从而引导大学生的消费习惯和方式趋于合理！

(1) 合理规划自身消费构成，增强理财意识。

要在社会的激烈竞争中站稳脚跟，学生们对自身的消费现状需要有更理性的思考，在大学生活中就要注重养成健康的消费心理和良好的消费习惯。要强调“合理和适度”消费，提倡“量入为出”有计划的消费。注意发扬勤俭节约的传统美德，自觉抵制不良消费风气影响。

(2) 注意克服攀比心理，不要盲目追求高消费。

大学生没有独立的经济来源，所以在消费的过程中要做到“一切从实际出发”。要选择适合大学生群体的消费标准，而不能因为攀比而一味追求名牌和高标准、高消费。要克服这种心理，大学生们就应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。

(3) 贫困生应正视自身消费现状，养成良好的消费心态。

贫困生们作为大学生中一个特殊的群体，消费能力是相对落后的，但是他们的消费欲望并没有衰减。所以，贫困生更要注重正视自身的实际情况。调查中一位贫困生说过这样一句话：“在清扫校道时，我会对走过的每个人微笑，因为我知道，靠自己双手挣的钱是最光荣的”。这是一种很好的心态，贫困生应积极地面对自身情况，按切身实际分配消费。

(4) 注重精神消费，养成健康习惯。

通过对西南科技大学大学生消费状况的调查，可以看出，当前大学生的基本生活消费总的来说是现实的、合理的，但也存在不少问题，这主要是由于家庭情况的不同和消费习惯的差异造成的。在大学生中培养独立的理财能力、科学的价值观和消费观应是当务之急。

当代大学生该如何去学习？换句话说，即如何正确的去对待课本的理论知识及对能力的培养与应用能力，了解学生的学习状况是我们学校开展学风建设的基本依据。我部通过对本

校部分学生的调查，发现在校学生在学习上存在着动机多样而不务实与勤奋不够、学习内容僵化与学习价值取向实用等诸多问题。因此，我认为要从主观和客观两方面促进同学们的学习状况，促进他们在学业上取得更大的进步。

1、对象按院系及专业抽取学生100人，其中大一60人，大二40人。

2、方法和基本情况：我采用自行设计的调查问题，利用课余时间让同学们在寝室或教室接受调查，实行不记名调查。调查内容包括学习目的、学习意义、学习策略与方法、课余生活安排、未来就业等方面。

本次调查通过对本校的男女比例为42%：58%

内容：

1、您的学习目的是（）

2、您认为学习有意义吗（）

a深远意义b无所谓c没意思d没想过

3、有人说活着就是为了学习，学习为了更好的活着。您同意吗（）

a同意b不同意c说不准d没想过

4、如果在学习中遇到问题，您会（）

a求助同学b求助老师c求助网络d去图书馆查阅

5、在学校里您上自习情况（）

a有时上b经常上c偶尔上d一般不上

6、您经常去图书馆吗（）

a有时去b经常去c偶尔去d一般不去

7、您的上课情况（）

a经常不去上课b偶尔不去上课c喜欢的课去d去上课，但经常迟到

8、您觉得自己在课上的表现（）

a经常很积极b喜欢的课很积极c不怎么表现自己d不会积极表现

9、上课时您会采取哪种记笔记的方式（）

10、您的个人主动性如何（）

a主动完成学习任务b主动寻找学习任务c能够完成学习任务d不得不完成学习任务

11、您对现在的专业（）

a充满信心b没有信心c还不了解d比较失望

12、您对现在的任课老师（）

a都非常满意b大多数满意c非常失望d不知道

13、您是否制订了学习计划（）

a制定了，并在认真的执行b制订了，但不经常的坚持c依据课

程学习d没有学习计划

14、您觉得大学的学习重要吗（）

a非常重要b重要c一般d不是特别的重要

15、有人说学习不是为了考试，考试为了更好的学习，您同意吗（）

a完全赞同b无所谓c不同意d不知道

16、您现在的学习成绩（）

a优秀b中等偏上c中等偏下d较差

17、对所要求的学科学习情况（）

a努力学好b正在努力c还没有进入状态d混一天算一天

18、在学习上您会坚持自己的观点吗（）

a经常会b偶尔会c很少会d偶尔会

19、您会在自己的一个阶段的学习后进行总结吗（）

a经常会b偶尔会c很少会d从不

20、您会不控制时间的在网吧等娱乐场所玩很久吗（）

a经常会b偶尔会c很少会d从不

21、您的家长会给您一个良好的学习氛围吗（）

a经常会b偶尔会c很少会d从不

22、通过自己在大学学习的经历，谈谈对大学的感受，您觉得应不应该上大学，为什么？

通过问卷调查表明两方面对大学生学习态度的影响：

（一）内因：

1、学习有积极正确态度的同学占少部分，多数同学的学习态度及目标上存在问题。偏科及目标不明确的同学占大多数，要提高学生的成绩还得从偏科方面和树立正确的学习目标入手。如何改变学生的学习态度、提高学生学习的兴趣、树立正确的学习目标是老师应该重点考虑的问题。要具体了解到哪个同学哪科不好，哪科老师就应重点关注、帮教使其改变态度树立正确的发展方向，建立信心，成绩的提高是必然的结果。

2、为学习没意思、无法专心致志、没有学习目标的占比例较高。这些同学的心理健康方面可能存在一定的问题。可能有空虚，学习目标不明确、自我评价过低和认知等方面的心理问题。

3、当前大学生的就业压力是逐年加大的，所学专业知在后岗位上如何应用不了解，专业不对口就业以及自主择业使得“读大学无用论”思想盛行，很多对未来渺茫的学生就放弃了认真学习的想法，更希望多的去获得一些似乎更实际的东西。

（二）外因：

1、社会因素：（1）受社会“黄色文化”的影响及市场经济浪潮的冲击；（2）受校外玩乐场所如网吧等的影响；（3）受一些知识群体如教师等的生活仍较清贫，待遇较低的影响。使中学生学习分心，热衷于玩乐场所。或认为学习也没有什么多大的作用。据调查，大约有12%的学生的厌学现象是由社

会因素造成的。

2、家庭因素：父母不管教或不善于管教，强制或逼迫子女学习，而造成子女的逆反心理；过分地宠爱子女，使其滋长了依赖性和懒惰性；家庭关系不和或家庭破裂，也都会给子女带来影响，从而影响学习。

3、学校因素：学校的教育方式不当，如学校只重视升学率，使学生身心负担过重等。另一方面是教师教学观念陈旧，教学方式不当，如搞题海战术。课堂枯燥无味等。当然，师生关系的好坏也会影响学生的学习。

客观的说，我校“大学生学习态度调查问卷”进行的相关抽样调查仅仅局限在文传系的部分同学，不是全面的，但是却可以给我们很深的启迪。因为高校大学生都处在生理、心理发展和成熟的关键阶段，面对的专业、兴趣和方向、个人能力等方面虽然不同，但大家仍然在学习方法、学习态度和学习目标上具有一致性，是具有“同质性”的社会群体。对当前大学生的培养和教育，对“以人为本、德育为先”的高校德育工作起到积极的作用。

1、发挥高校引导学生学习正确态度的作用

要改变学生的学习态度，就必须改变教师对待学生的态度。教师需以非常敬重的态度对待每一个学生，需要彻底改变过去“我是教育者，你是被教育者；我是知识的传授者，你是接受者”那种高高在上，盛气凌人的传统观念，真正成为学生学习和探究的合作伙伴，引导学生一起去探究它们那些未知的领域。教师应运用生动活泼的课堂教学方式。实行民主教学，变我讲你听，我说你服的单一的灌输式教学为表演、演讲、讨论、竞赛等和多媒体的现代教学来激活课堂；要多检查、指导厌学学生的作业；布置作业应适度、新颖，体现能力培养，杜绝“题海战术”；上课的语言要生动形象、幽默风趣、富有情感，教态要得体等。所以，要鼓励高校教师成

为学生学习、工作和生活上的导师，推动学生成长为新世界的学习型人才。

2、了解大学生生活学习特点掌握正确的学习方法

大学生生活的重要特点表现在：生活上要自理，管理上要自治，思想上要自我教育，学习上要求高度自觉。尤其是在学习的内容、方法和要求上比起中学的学习已经发生了很大的变化。要想真正学到知识和本领，除了继续发扬勤奋刻苦的学习精神外，还要适应大学的教学规律，掌握大学的学习特点，选择适合自己的学习方法。大学的学习既要求掌握比较深厚的基础理论和专业知识，还要求重视各种能力的培养。大学教育还具有极明显的职业定向性，要求大学生在书本知识之外，还要培养研究和解决问题的能力。因此，要特别注意自学能力的培养，学会独立地支配学习时间，自觉地学习。还要注意思维、创造、组织、管理等能力的培养，为将来适应社会生活和工作打下良好的基础。这里我们还要强调一点，良好学习态度的形成应当从进大学校园的第一天开始培养。

3、提高大学生学习的主动性

大学教育的内容是既传授基础知识，又传授专业知识，教育的专业性很强，还要介绍本专业、本行业最新的前沿知识和技术发展状况。知识的深度和广度比中学要大为扩展。课堂教学往往是提纲挈领式的，教师在课堂上只讲难点、疑点、重点或者是教师最有心得的一部分，其余部分就要由学生自己去攻读、理解、掌握。大学学习的特点是依赖性减少，代之以主动自觉地学习，大部分时间留给学生。因此，良好的学习态度必须从培养和提高自学能力做起。提高大学生学习的主动性，是使大学生转变观念、走向自主的关键一步。

4、尽快适应专业性与综合性的结合

大学教育具有明显的专业性特点。从报考大学的那一刻起，

专业方向的选择就提到了考生面前，被录取上大学，专业方向就已经确定了。三年大学学习的内容都是围绕着这一大方向来安排的。一般来讲，专业对口是相对的，不可能达到专业完全对口，这样，在大学期间除了要学好专业知识外，还应根据自己的能力、兴趣和爱好，选修或自学其他课程，扩大自己的知识面，为毕业后更好地适应工作打下良好的基础。只有这样，才能减少就业压力对大学生学习态度的消极影响。

5、全面发展和注重能力培养

德、智、体全面发展是我国教育方针对学生提出的基本要求。全面发展的要求是以马克思对未来社会关于人才全面发展的学说为依据，结合我国社会主义建设对人才的需要所提出的。我国教育历来都强调德才兼备。二者互相促进、相互制约，缺一不可。能力的培养是现代社会对大学教育提出的一个重大任务。知识再多，不会运用，也只能是一个知识库，“书呆子”。由于一些大学生存在高分低能的现象，使得大学生的能力的培养成为高等教育中十分重要的问题。我们谈及的学习，不再是狭义的课堂学习，更多的应该是作为即将步入社会的知识储备的综合能力的学习，只有将全面发展的观念深入贯彻到每个学生的头脑里，才能够激发学生积极的学习态度。

6、严格要求自己，增强自控能力。

端正自己的学习目的和动机。正确的学习目的和良好的学习动机，能激发爱国热情，在学习上表现出积极的态度、强烈的责任感，有发奋进取的欲望。

7、家庭树立榜样

为孩子创造一个良好的氛围至关重要，家长可以与孩子分析社会压力及就业前景，帮助孩子树立正确的发展方向。

有关部门要加大整治电子游戏室、网吧、书刊、音像制品等

的力度。为青少年创造一个良好的社会环境。

8、加大对不良因素的整治

学校应联合有关部门，与有关部门一起加大整治电子游戏室、网吧、书刊、音像制品等的力度。为当代创造一个良好的社会环境，营造良好的学习气氛。

综上所述，当前中学生厌学现象的成因是错综复杂的，解决厌学现象问题的途径也是多种多样、相互渗透的，需要我们在实践中积极探索，合理选择或综合运用，需要学生自身的努力，学校、家庭、社会相互配合，多管齐下，才能达到最佳效果。好的学习态度及学习目标，是指能够被老师和大多数人认可，找到适合自己学习的，能学习有成效的学习行为是大家的一致目标。大学生应该陶冶情操，形成完美独立的人格，应该不断改进学习方法、端正态度，树立目标，刻苦学习知识，厚积薄发，努力成长为适应社会发展的全面人才！

大学生品牌消费观念调查报告篇三

在学校，经过我的详细调查，对于大学生的月消费情况调查有了一下结果：大学生的生活费主要还是来自父母，占消费的87%，兼职也占一部分，占消费的10%，还有的其他一部分学生的生活费可能是奖学金等等。这个现象一方面是因为在大学里，大多数学生还是主要以学习为主，很少出校兼职，来赚取生活费，所以生活费的主要来源还是父母，另一方面是因为父母的观念，大多数的家长认为，学生的主要任务就是学习，就应该在学校里安分的学习，工作是毕业以后的事情，现在不应该考虑太多。还有一个原因就是有一些学生做过兼职，但受到了欺骗，导致一些学生不敢外出做兼职。以上几点都反应了学生兼职比较少的原因，所以兼职的费用占学生生活费的比例不大。

现在的大学生，仍是纯粹的消费者，目前大学生的消费水平

居高不下，节约意识越来越淡薄。女生每月生活费主要在1000-1500这个范围，男生主要在1000—20xx这个范围。每月用于聚餐和买衣服的钱大约在300左右，根据我们这一组的调查，70%以上的学生每月父母给的钱是花完，20%的学生钱是不够花，而只有10%的学生还有部分剩余的钱。

恋爱、人际交往、购物、娱乐等已经成为现代大学生最主要的消费项目。恋爱、人际交往费用是日常消费的大头。考证以及筹备出国的费用，成为让大学生消费水涨船高的新增长点。

(1) 电子产品消费不亚于白领大学生消费群的普遍特点：追逐时尚、崇尚个性化的独特风格和注重个性张扬；具有求新、求奇的消费心理，对一切感兴趣的新奇事物产生强烈的消费欲望，对新产品新技术反应极其敏感，易于接受新事物；品牌意识强烈，喜爱名牌产品；物品的使用大多“喜新厌旧”。大学生对于电子产品的渴望以及潜在的攀比意识，使得大学生电子消费丝毫不亚于白领。

(2) 爱买书的大学生越来越少现如今，大学生每月在书籍上投入的时间、精力、金钱偏少。这很有意思，大学与高中相比，自主学习的时间更多，可自由支配的时间也更多，大学生理应阅读大量的课外读书。然而事实恰恰相反，我们读的越来越少，我们的阅读能力在退化！

(3) 品牌成为消费第一考虑因素80%受访大学生选择在经济条件允许的情况下，购买名牌产品。追求名牌，成为大多数大学生的共同观点，充分体现了当代大学生对追求高品质，重品牌，有品味的生活的需求与消费观念。存在过分追求时尚和名牌，如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。

的视野，储备应有的知识，不要贪图享乐，沉溺于安逸的生活。时刻有忧患意识，主动，积极地读书学习。

1. 质量、价格以及外形美观是目前影响消费者的主要因素，从问卷调查结果来看，讲求实际，追求流行仍然是大学生消费的主要观念。据我们这一组的统计，50%的学生会考虑商品的质量，40%的学生会考虑商品的价格，10%的学生会受到周围环境的影响，受流行趋势的影响。这样不同的比例是因为现在的学生金钱主要来源父母，每个月的钱是固定，所以要受到父母给的钱但是的影响，在购买商品时，他们会衡量是否在自己的承受范围之内，为了能够实惠，大多数的学生还是购买物美价廉的占多数，但同时，一些学生也会受到自己周围学生的影响，喜欢当前流行的东西，比如衣服的款式以及颜色等等。

2. 从我们的调查问卷来看，现在的大学生用于学习方面的花费占非常少的一部分。据统计来看，用于学习方面的花费只有50元以下。这方面来看，学生的学习意识越来越淡薄了，他们每天可以把钱花在买衣服，聚餐或者去其他娱乐方面，也不愿把钱用在学习上。造成这种现象的原因主要是因为是在大学里，学习气氛不浓，买学习工具就少了，还有就是是在大学里，对学生的分数要求不高，只要及格就行，导致学习心理下降，还有一个方面就是在大学里各方面的诱惑太多，很多学生都经不住诱惑，不再专注于学习。

3. 当代大学生除了物质消费外，不合理的精神消费也占了很大的比例。据我们的调查，大学生的费用除了用于伙食方面之外，很多学生的费用还用于交通，服装，娱乐等等，在大学里，学生们的攀比状况现象越来越严重，很多人追求名牌，时尚，导致很多学生透支消费，这种虚荣心理在大学里很常见。比如买手机，在以前只要是以诺基亚为主，但在苹果出来以后，为了展示自己的不同，一些学生就要求家长为自己买几千的苹果手机，来突显自己的与众不同，体现自己的地位。还有服饰方面，也很明显。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。

从社会来说，文化消费需要引导，需要一个良好的社会环境。社会各界要进一步重视青少年学生精神文化消费问题。整个社会应该通过积极扩大文化消费需求以推动文化产业加快发展，通过科学培育和合理引导文化消费大学生这一最大的文化消费群体形成健康的娱乐追求，从而不断形成文化消费热点，实现物质消费与精神文化消费的同步发展。

从学校来说，要加强思想教育，学校应该开设一些课程，主要宣传学生应该树立正确的消费观，合理消费，理智消费，反对超前消费，过度消费，高消费，要根据自己的实际情况消费。要在校园内形成良好的风气。学校还可以组织校园活动，提倡中国的传统美德，勤俭节约，同时可以在班上组织一起观看勤俭节约的电影，这样可以起到更大的效果。老师也起了一定的作用，通过这次的调查研究，我们希望老师在思想理论教学中，使用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。我们认为今后老师应当重视和加强对大学生消费状况的关注，注重研究大学生的消费心理与行为，从中发现问题和解决问题，帮助大学生养成健康消费心理，形成正确的消费观。

从家庭来说，父母应该对自己的孩子的生活费的消费情况有一个明确的了解，应该根据他们的实际情况，给相应的生活费，如果给得太多，很容易造成学生的浪费，不能够形成节约意识，如果太少，会影响他们平时的生活。所以必须正确估量。同时父母正确的教育也是必不可少的，父母是孩子的第一任教师，说明了父母教育的重要性，在家里，父母需要经常提醒孩子节约的主要性，不要攀比，要根据自己的实际情况做事。盲目的效仿是不对的，这样可以对学生起到一定的效果。

从学生自己来说，学生进行文化消费之前，应该根据自身的实际需要，从个人职业发展及素质的提高出发，制定好消费

计划。克服从众的思想，不应存在攀比的心理。要注意利用好闲暇时间，相对于中学阶段来说，大学生拥有较多的闲暇时间。如何利用这些闲暇时间，直接关系到大学生的精神文化消费，在文化消费中，有的学生碍于面子，怕他人说自己“不合群”，于是随波逐流，把精力消耗在无休止的消遣娱乐之中。克服盲从心理，应重点强化自律能力。通过学生自我教育、自我管理和自我服务等方面的活动，如演讲辩论、座谈讨论、读书汇报、思想自省等等，自觉培养思想观点能自辨、行为情绪能自控、工作学习能自主、生活服务能自理的“四自”能力，真正提高自身独立分析问题和解决问题的能力，自觉走出文化消费的误区。

作为一名当代大学生，应该树立正确的消费观，消费要有计划，要培养勤俭节约的意识，不要盲目攀比，要根据自己的实际情况合理的消费。树立正确的人生观，价值观和世界观。

大学生品牌消费观念调查报告篇四

消费，是生活方式研究的重要组成部分。大学生，作为一个特殊的消费群体，在当前的经济生活，尤其是在引领消费时尚、改善消费构成方面起着不可替代的作用。同时，他们的消费现状、消费特点在一定程度上折射出当前大学生的生活状态和价值取向。作为当代莘莘学子中的一员，作为深切关注中国经济发展的一群朝气蓬勃的大学生，本着对中国经济的深切关注，通过深入调查和收集数据，我完成了这份《调查报告》，并力图从消费意向、消费意识和消费心理上解读目前明德学院大学生们的消费现状和消费趋势。也许我的数据不够权威，也许我的分析不够准确，但我有自己的角度，自己的眼光，自己的方法。它代表我自己的声音。希望广大读者和所有关心大学生消费的人们，能够通过这份调查报告去把握当前大学生的消费趋向，解读大学生消费的新理念。之所以开展此项调查，主要基于以下两个目的：一是通过对当前明德学院大学生的消费状况的调查，以得出21世纪初的大学生的消费构成、消费差异以其影响其消费构成的主要因

素。二是通过对明德学院的抽样调查，力图解读当前全国高校大学生们的消费理念、消费意识以及消费心理等。

二、基本情况

此次调查的界定总体为明德学院全体在校学生。为了更好地细分目标群体，将访问对象分为大一、大二、大三和校门口商贩的形式。

学生为70人，大二学生65人，大三学生50人。其中男女比例11：4。

三、调查现象分析

籍杂费、考证费、电脑等），休闲娱乐消费（休闲、健身、旅游、娱乐等）以及人际交往消费（人情往来、恋爱）等四大方面。

表格1

由上图我们可以看出：当前明德学院在校大学生的消费内容主要集中在食物支出和衣物支出两大方面，其中食物支出占41.0%，衣物支出占13.1%。休闲娱乐占4.3%，与学习相关的各方面支出占6.1%。由此可知：

1. 在消费结构上发展资料占的比重呈扩大趋势。当前的大学生们用于满足基本生存需要的消费比重有所下降，而用于改善学习的消费比重在提高，用于满足精神文化需要的消费开始上升。由图表知大一、大二、大三的学生在学习方面的费用逐渐提高，以追求自己的理想和目标。
2. 当前的大学生们日益重视健康消费，用于进行体育锻炼和保健的支出正

在上升。健康消费和精神文化消费正逐渐成为主要的消费内容，而传统的物质消费（吃穿住行）或生存型消费也日益朝着更加营养，更加注重品位的方向发展。

3. 消费呈现多层次化。对于他们每个月所能得到的总生活费（不包括自己的课外收入），40.0%的学生集中在350—500之间，500—650元之间的约为21.3%，高消费群体（800元以上）为10.2%，低消费群体（200元以下）为9.1%，低消费群体的比重与高消费群体的比重相当。这在一定程度上说明了目前的社会分配逐渐趋于两极化。

对许多大学生来说，就餐已经超越了填满肚子的范畴。尽管食物支出仍是当前在校大学生的主要支出之一，约47.7%的被访者的食物支出约占总生活费的四成。约24.1%的被访者的食物支出约占总生活费的五成。但另一方面，大学生们走出校园食堂到外聚餐的费用与日俱增，麦当劳，肯德基以及一些价格不菲的特色小吃已成为当前大学生尤其是校园情侣们经常光顾的地方。

数据显示：47.3%的被访者平均每月的衣物支出在50—100元之间，约占总生活费的比例仅次于食物支出，综合个人自身、社会因素考虑，尤其是面临择业的毕业生们，他们的衣物支出比其它的大学生群体要高出许多。上述数据说明了作为大学生，作为即将步入社会的成年人，他们更加注重自己的外在形象。在这方面，女生的消费水平要高于男生。

除去衣食住行消费，目前大学生的消费主要集中于以下几个方面：

1. 休闲娱乐及学习消费

主要用于外出购物。而男生们的泡吧费用要远远高于女生。这也在一定程度上说明了当前大学生的精神文化生活是相对单调的。

还值得注意的是，越来越多的大学生们希望拥有自己的私人空间，为此，他们中的一部分人不惜以外出租房为代价，这就使得他们原本就不充裕的生活费更加捉襟见肘了。

此外，尽管目前大学生们在学习上的支出比重有所上升，但是用于学习方面（购买电脑除外）的消费还是低于娱乐方面的消费。

2. 耐用消费品消费（价值200元以上）

调查数据表明：文曲星、电子词典、随身听在当前大学生中的拥有比例是较高的。在深入访问中发现，拥有mp3□mp4□mp5的学生也为数不少，价格在千元左右的手机在大学生校园中是较少。在电脑消费上，经过深入研究发现，拥有个人电脑的多数为学习计算机及其相关专业的学生。当然，我校大学生们使用的电脑多为价格在2700元左右的组装机，拥有品牌机以及手提电脑的也不少。在上述的耐用消费品调查中，男女生的差异是比较大的，尽管女生在手机拥有量上与男生相当，但在电脑的拥有量上要远远低于男生。但这些学习工具大多是被用来玩游戏、听歌和看电影，而不是学习的。

3. 爱情、友情消费

信条。

调查显示，仅有不到两成（19.0%）的学生承认有男/女朋友（这与我们在私下统计的数字相差较大）。从这不到两成的问卷上显示：有了男/女朋友之后，食物支出和衣物支出相对减少，其他方面的物质和精神支出相对增加，男生在这方面尤其突出。30.0%的“男主角”们每月在女友身上的投入约在100元左右。而对于有了异性朋友却又不同校的同学来说，每个月生活费中的相当一部分都“贡献”给电讯业了。对于恋爱费用的来源，在深入访谈中我们发现，有的是由“家里

特别提供”的，有的是来自“勤工俭学”的，更多的是从“生活费中支付”的，这与大学生的社会角色有关，更与家庭对大学生恋爱的态度有关。

调查数字表明：同学之间、师生之间、老乡之间、室友之间、个人与班级、社团以及和学校之间等错综复杂的社会交往不仅占据了当前大学生的很大一部分时间，也在大学生的消费中占据着举足轻重的地位。而人情消费因为其形式多样和不确定性而相对难以统计。朋友、同学间的你来我往，请吃请喝是在所难免的；生日聚会等各种形式的庆祝聚餐是不可或缺的；与不在一起的亲人、朋友的感情联络也是绝对重要的。同学过生日，考试得高分，当了学生干部、入了党、评上奖学金、比赛获奖等等都要请客，否则便被视为不够交情、不上路。

大学生品牌消费观念调查报告篇五

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。

大学生品牌消费观念调查报告篇六

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,从xx年初高校的在校人数达114万左右到xx年700万左右。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,我们对石河子大学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。

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保有手机拥有率已经达到95%以上，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。

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。

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。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，石河子大学有95.6%的大学生拥有手机，年级越高，手机的普及率也越高。约有93%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、微信等功能。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，这也鲜明的体现了大学生消费的层次性。

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。就拿普通家庭三口人来说，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。

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。

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，已经开始慢慢地融入社会，社会中欺骗消费者的各种不法行为屡禁不止，面对纷繁复杂的社会，大学生要学会维护自己的合法权利。

(二)学校应加强对大学生消费观念培养。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。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。

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。