

消费心理学调研报告范文（精选12篇）

我们眼下的社会，越来越多的事务都会使用到报告，写报告的时候要注意内容的完整。我们应当如何写报告呢？以下是小编帮大家整理的消费心理学调研报告范文，希望能够帮助到大家。

消费心理学调研报告 篇1

随着社会经济的发展，人们生活水平的提高，通信技术不断进步以及社会信息化进程的加快，高科技产品成为消费热点，手机作为其代表之一，已成为人们生活中不可或缺的一部分。如今的手机市场竞争非常激烈，在时代和潮流的影响下，大学生在手机市场上起着举足轻重的作用。为此，我特意对大学生手机使用情况做了此次调查。下面是我们通过调查得出的一些结论：

一、智能手机更受大学生喜爱

在此次调查中发现，智能手机更加受大学生的喜爱。在我们所调查的人数当中，有75%的同学是Andriod的手机智能系统，6.5%的同学是IOS的智能系统，13.5%的同学是Symbian的智能系统，仅有5%是使用的其他系统。

二、手机费用普遍较低

在学生手机族中，每月手机费用普遍较低。每月消费在30-50元以内的占大多数，大约59.6%。但也存在一些高消费学生，他们的费用在70元以上，大约15.0%，但这只占了一小部分，主要是因为目前学生生活

不太宽裕的原因，而且现在移动通讯公司有各种各样的套餐可供选择，减少了学生的手机费用。

三、手机费用主要用于发短信：

在被访者中，绝大多数的学生手机费用主要用于短信方面，大约70%。每天都有成千上万条的短信飞遍校园内外，这也是大学生手机资费的重要组成部分。大部分的学生每天都有用手机上网的习惯，流

量费也是手机费用的主要费用之一。当然，也有一些学生大部分手机费用用于打电话，但这一类群体占少数。

四、手机普及情况及趋势

信息的极大丰富化、便利化，对学生消费者的消费动力也有影响。电视、报纸、杂志、网络、电台……广告铺天盖地，宣传无处不在，在这种外部刺激的作用下，学生手机族的消费动力也得到了提高。据此次调查资料显示：在被调查者中手机的拥有率高达100%。从调查中我们还可看出：大多数学生手机族所能承受的手机价格在1000-1500元之间，占46.8%；手机价格在1000元以下占10.7%，1500-2000元的占31.9%；2000元以上的占8.6%。也就是说，他们需要的是中低档的手机。

五、购买手机的目的

对手机使用目的的调查发现，大多数学生消费者购买手机的目的是在于方便与家人、朋友、用人单位联系。对于购买手机与家人联系这一目的，据调查显示，多数学生手机族的父母均持肯定态度，而这种态度对学生手机族购买动机的产生具有直接的推动作用。

六、学生手机选择的原则

据调查显示，学生消费者在购买手机时，最注重的还是质量与实用功能：60%的被调查者表示，好用与耐用是最重要的；此外，还有23%的人认为手机的功能齐全是关键。大部分被调查者认为在质量保证的前提下，首先考虑手机的外力观设计，如形状、大小、厚薄、材料、颜色等，且多数被调查者均表示，选购时会优先考虑质量可靠、

设计轻巧、款式新颖、色彩时尚、功能齐全的手机。也有少部分的被调查者表示受到了各种商业广告对他们的影响比较大。

七、手机更新换代快

社会经济发展水平的提高，家庭收入的增加，学生消费者的消费心理欲望增强，经济发展水平的提高，使得手机的商品市场生命周期缩短，手机更新换代的速度加快，使得学生消费者的消费活力被激发出来，大大强化了他们对新、奇、美的追求。而家庭收入的增加，则进一步加强了他们消费的信心，再加上现在科技的飞速进步，各种功能都在手机中慢慢体现出来，导致大学生手机换代快。另外我们调查更换手机的原因的结果显示有75.5%的同学因为新手机外观好、样式新、功能全才更换手机。

八、结论与建议

根据调研的一些主要数据，我们可以清楚地得出以下结论：

随着科技的不断进步，经济的不断发展，人们生活水平的不断改善和提高，学生消费者的消费心理欲望增强，手机商品的市场生命周期缩短，手机更新换代的速度加快。多数大学生对手机有极大的心理需求，他们注重手机的款式，注重手机的质量及功能，而且他们也是品牌的忠实拥护者。另外，学生消费者比较喜新厌旧，一旦有推出功能更完善的手机他们

就会对自己所拥有的手机产生不满。从中我们可以看出，手机消费已经成为了一种时尚。学生消费者的确是一个不容忽视的消费群体，并且随着时间的推移，这一特殊的消费群体将越来越表现出其巨大的消费潜力。

因此，提高对他们的注意，加紧开发这片新市场，对于各大手机厂商脱离困境，打破瓶颈，将会起到积极的促进作用。就此，提出几条建议以供参考：

第一，继续推行中低档手机路线，专为学生消费者开发、设计，功能可以不是很全，但必须具备一些学生消费群体比较喜欢的基本功能，特别是在款式、造型及颜色等方面能够吸引学生的手机，这对抓住学生消费者无疑是很好的办法。

第二，对手机销售商来说，在销售地点选择上，主要将手机放在离学校较近的手机大卖场和自己的品牌专卖店里销售；在促销上，选择赠送学生喜欢的礼物的方式；在定价上，则选择中低档价格。第三，对品牌的广告代理商来说，强调品牌的情感因素而淡化品牌的功能区别因素，请那些年轻而又充满活力的明星作为自己的形象代言人，赋予手机充满青春活力、积极向上的品牌特征。

第四，在广告宣传渠道上，要力争做到范围广，传播面全。特别要重视的是，随着网络的发展，特别是在大学生里，上网已开始普及化了，这一宣传渠道绝不容忽视。

附：

关于大学生手机消费调查问卷

随着社会经济的发展，信息化趋势日益加强。在校大学生使用手机日趋频繁，对于收集的消费也持有不同的态度。为了深入了解我校大学生手机消费的状况，特此展开此次调查，希望你能配合调查。

1、您的性别（ ）

A. 男 B. 女

2、您所在的年级（ ）

A. 大一 B. 大二 C. 大三

3、您购买手机的费用来自（ ）

A. 家里 B. 自己通过打工所得 C. 其他

4、您目前为止使用过几个手机（ ）

A. 1部 B. 2部 C. 3部 D. 3部以上

5、您购买手机的目的是（ ）

A. 方便与家人或朋友联系 B. 学习需要 C. 其他

6、您的手机更换频率（ ）

A. 半年至一年 B. 一年至两年 C. 两年以上 25.5% D. 从未换过

7、在您选购手机或者您有选购的机会时，您会优先考虑下面哪几个因素（ ）

A. 性能 B. 价位 C. 品牌 D. 流行趋势

8、您最能接受的手机价位是（ ）

A. 1000元以下 B. 1000—1500元 C. 1500—2000元 D. 2000元以上

9、你正在使用的手机款式？

A. 直板 B. 旋转 C. 滑盖 D. 其他

10、以下手机颜色中您最喜欢哪一种（）

A. 白色 B. 黑色 C. 银色 D. 其他

11、请按顺序选择您所喜欢的手机品牌（选三者以内）：（）

A. 摩托罗拉 B. 诺基亚 C. 索尼爱立信 D. HTC E. 三星 F. OPPO G. 联想 H其他

12、您使用手机进行沟通最主要的目的是（可多选）（）

A. 日常交流 B. 上网更加方便； C. 及时获得信息 D. 联系亲友 F. 其他

13、你对手机的了解渠道是什么？（可多选）（）

A电视； B报纸； C网络； D同学朋友之间的互相交流； E宣传活动； F卖场广告； G其他

14、你的手机费用主要用在什么方面？（）

A. 短信 B. 电话 C. 上网 D 其他

15、你更换手机的原因主要是什么？

A. 外观好、款式新 B. 用起来更方便 C. 消费能力高
D. 身份地位的象征 E. 从众心理 F. 尝尝鲜

16、您每个月话费支出是（）

A. 30元以下 B. 30—50元 C. 50—70元 D. 70元以上

17、您现在的手机系统是（）

A. Android B. IOS C. Symbian D. 其他

消费心理学调研报告 篇2

一. 大学生消费的特点

1. 理性消费，注重实际效益

目前虽然大部分大学生没有经济来源，生活费用多靠父母供给，但大多数人已形成独立意识和社会意识，在生活费用方面能够进行理性的思考，不再全凭个人喜好乱买东西，而会从客观实际方面考虑是否实用，是否急需等问题。大多数大学生虽未真正体会到社会的艰辛，但在心智上都已基本成熟，会为辛勤劳作的父母着想，明白他们的付出，懂得珍惜父母的血汗钱。

2. 热衷网购多于外出购物

信息急速发展的时代，电脑成为了我们生活中必不可少的物品。近几年，网络快速发展，网上交易成了最普通也最便利的途径。随着网上银行、支付宝等网上付费工具的日臻完善，很多大学生更偏爱于网购。只要鼠标轻轻一点，交易便完成了，而且还会有人把我们要买的物品送货上门，不用出门，不用挤人群，如此轻松的购物方式，吸引了很多大学生消费者。然而我们在看到网购的便利时却忽略了它的弊端。网购使我们越来越宅，缺乏与人面对面的交流，也让我们挑选货物、讨价还价的能力日益减弱，不利于大学生进入社会后的发展。

二. 大学生消费存在的问题及影响

（一）大学生消费状况存在的问题

根据调查结果显示，大学生的消费主要用于基本生活消费，学习消费和休闲娱乐消费。就这几个方面而言，调查显示，60%的大学生平均每月生活费在1000元以上，每月的学习花费主要集中在20到50元，而每月休闲娱乐消费集中在100到300元，有聚餐习惯大学生平均每月还要多用掉50到150元，至于每月伙食费，被调查者均在300元以上，主要集中在500到600元和600元以上。由此我们可以看出，大学生的消费状况存在着一些问题。

第一点，大学生消费结构不合理。休闲娱乐消费和聚餐所花费用几乎要占去每月生活费的30%，且普遍高于花在学习上的费用。

第二点，大学生自控能力较差。调查显示，有30%的大学生在所热衷的东西方面会控制不住大肆花钱，有40%的同学在平时花钱时欠考虑，没有想到这是父母的血汗钱。

（二）大学生消费的影响

大学生不是孤立的，他们始终和家庭与社会相关联。大学生的消费无疑会给家庭和社会带来许多影响。

就家庭而言，从问卷调查可以看到，91%的大学生主要的消费来源是家里父母给。而大学的学费和基本的生活费用已经不是一笔小数目，加之大学生的其他诸如娱乐类的需求，无疑会给家庭带来更大负担。而且现今的大学生普遍爱攀比，常购买一些高档通讯工具。手机，电脑都要买，衣服还要买名牌的，而家长因为很爱孩子不想让孩子在同学之中“丢脸”，也是尽量迁就满足孩子，家长自己却节衣缩食，这是一种值得反思的现象。

就社会而言，市场看准了大学生的消费心理和需求，大学生市场应运而生。比如大学刚开学时学校统一发放的手机卡，各种各样

的吸引大学生的手机套餐。市场上的名牌服装，皮包，还有各种多功能的看起来很酷的手机和电脑，都抓住了大学生的眼球和胃口。一些娱乐性的场所例如KTV等，满足了大学生的娱乐需求。

三. 大学生消费心理分析

摘要：消费心理是指消费者在购买行为全过程中发生的一系列心理活动，它是消费者对客观消费对象与其自身主观消费需求的综合反映。心理学家按照它发生的先后将其概括为认识过程（感觉、知觉、记忆、思维、想象）、感情过程和意志过程三方面。消费心理从认识过程经历情感过程直至发展到意志过程，是一个消费购买的决策过程。作为一名新时代的大学生，我们要有合理的消费心理和消费观念。通过这次问卷调查，在对我校大学生消费行为进行分析后得出，当代大学生的消费既有其合理性和特殊性，同时又明显存在着消费行为和消费心理上的误区。

（一）消费心理

1. 炫耀心理：即对自尊的需要，过分地注重自身的形象，过度地表现自己，其实质是一种超越自己客观价值的自己虚构。主要表现为通过购买名牌、贵重商品来达到宣传自己、夸耀自己的目的。对物质生活的高欲望——
追名牌，逐流行。最突出的现象是部分大学生以拥有各类名牌作为炫耀自己的资本，用富裕的物质生活来充实美化自己。据调查，绝大多数大学生的消费来源是家里父母给的，在娱乐方面的花费远远超出在学习方面的消费，交际应酬花费可观。

2. 从众心理：个体受群体其他多数人的影响，而在知觉判断信仰行为等方面服从大多数人的标准的心理状态。出于归属的需要，大学生渴望得到大家的认可和尊重，融入到集体中，其消费心理受到参考消费群体的影响，而与群体的消费习惯一致。据调查结果显示，几乎所有的大学生都有定期出去聚餐的习惯或请朋友吃饭的行为，大学校园中自然而然形成了“生日热”、“旅游热”、“老乡会”等各种形式的聚餐。而随着信息技术的发展，网购成为了为一种潮流，大部分大学生相较于外出购物更热衷于网购。

3. 攀比心理：在群体活动中，总是想超过他人的一种心理状态。受社会物质消费的不良影响，在群体模仿消费中出现的压倒对方以求独领风骚的畸形心理，是大学生强烈好胜心的副产物。不仅仅是名牌服装、名牌首饰、名牌包包之间的攀比，现今最突出的要数名牌手机、名牌电脑的大比拼，不少同学甚至常不顾自己家庭条件，为满足虚荣心，购买高档的电子产品，追求个性化，超前消费，从而造成不必要的浪费。

4. 求异心理：即表现自己和体现个性。大学生的自己意识日益加强，强烈地追求独立自主，在做任何事情时，都力图表现出自己个性。这一心理特征反映在消费行为上，就是喜欢购买一些具有特色的商品，而且这些商品最好是能体现自己的个性特征，对那些一般化、不能表现自己个性的商品，他们一般都不屑一顾。比如有的女大学生为了追求个性，穿超短裙、吊带衫；有的男大学生顶着个爆炸头、鸡窝头更胜者是五颜六色的彩虹头在校园四处游荡。

5. 求实心理：在生活消费中，从自身的需求出发，符合实际，讲究实惠。这是一种理智的消费，是事实求是的消费，对个人和社会都有利，是

值得大大提倡的。调查报告显示，还是有许多大学生在购买商品时，比较注重的是质量和价格；对于自己热衷度低的东西方面，几乎所有大学生都不会因控制不住自己而大肆花钱；而且大部分大学生的消费主要用于基本生活消费，对于自己想要买的某样东西在钱不够时会想到自己存钱而不是像父母要钱。

（二）行为偏颇的原因

1. 当今时代，大学生生活在“没有围墙”的校园里，与社会保持着密切乃至全方位的接触，在日常生活中潜移默化得就会受到社会上享乐主义、拜金主义、奢侈浪费等不良社会风气的影响。

2. 都说父母是孩子的第一任老师，那么父母在日常生活消费中的原则和立场就是子女最初始的仿效对象。有些父母本身消费观念存在误区，那么很自然的，他们孩子的消费观念中也存在一些恶劣的地方。

3. 高校思想政治教育对大学生消费观教育还没有形成足够的重视，在教学中对大学生消费观的教育指导不够认真，对大学生的消费心理和消费行为的研究也不够充足。

四. 有关大学生消费的几点建议

大学生消费不仅仅关系到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：

1. 对于大学生而言，要树立自己合理的消费观念，理智地对待自己的消费，克服攀比情绪。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。还应加强合理储蓄的观念，增强独立意识，培养和加强理财能力。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。

2. 学校应加强对大学生消费观念培养。目前，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，对大学生消费观的教育指导不够。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. 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。在很大程度上，大学生的过度消费是因为市场上缺乏自己经济条件相适应的商品造成的。因此，只有打造一个适合大学生群体的市场，才能改善大学生的消费情况，并带动高校周边经济的发展。

总而言之，只有个人、学校、社会三方面共同努力，才能真正改变当前大学生的消费模式。

总结

综合上述情况，我们可以看出大学生的消费心理总体上处于成长健全期。他们在不吝于学习消费，也肯投入大把的娱乐花销；他们会向父母要钱，也有自己的收入来源；他们有时会疯狂购物，却鲜少大肆花钱。因此我们可以说大学生充满的是感性而略掺有理想思考的消费观。对于流行于时尚的追求似乎更是一个令人彷徨的十字路口——

适度追求是合理的，但过分的攀比会产生危险的影响。故而作为大学生，我们需要克服攀比心理，树立适应时代潮流的科学的消费观，确立正确的人生准则；其次，我们需要增强独立意识，培养和加强理财能力，正确认识和使用金钱规律。要只，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更是至关重要。于公于私，我们都要形成健康的消费心理和良好的消费习惯。

消费心理学调研报告 篇3

（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。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) 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。

消费心理学调研报告 篇4

一、大学生对旅游消费的看法和目的

这次调查的学生中有38%认为旅游可有可无，也有11%并不支持旅游，其余51%很支持旅游。而这些大学生中有大部分人旅游的目的在于欣赏风景、增长见识，其次是为了要缓解压力、放松心情，很好有人是纯粹性质的玩，还有一部分人是为了找熟人和朋友玩。

二、大学生旅游的地点和时间

据调查显示，有48%的人比较喜欢水乡古镇，其次是名胜古迹，占总人数的41%，而红色旅游革命区并不受看好，基本没人愿意去。在出游的时间上，大学生们偏好暑假和节假日。双休日和寒假并没多少人愿意在那时

出游。一方面是因为双休日时间比较紧，另一方面是因为寒假比较冷，而且有新年。

三、大学生旅游的方式和旅游信息的来源

在调查中，大学生的出游方式有56%选择自助游，占了很大部分。其次是和朋友结伴出游，占34%。选择跟旅游团的有20%，相对来讲，年轻人选择自助游的还是挺多的。而合朋友一起出游

既有个伴又可以增进感情。大学生旅游信息的来源有58是来源于网络，40%来源于亲友介绍，而咨询旅行社并不受大学生欢迎。

四、大学生一般旅游时间长度和旅游花费

有绝大多数的大学生选择的旅游时间长度为2-4天，占总人数的69%，6天以上基本没人，1-2天的占25%。由此可以看出大学生倾向于中短途旅游。

五、大学生旅游的平均花费和其月平均生活费

有43%的学生旅游花费在500元以下，有45%的学生花费在500-1000元，有10%的花费在1000到2020元，还有2%花费在2020元以上。而他们的生活费有52%的人是在500-1000元，500元以下的有25%，1000到2020元的占21%，还有2%人月生活费在2020元以上。

六、大学生旅游费用的来源以及对大学生旅游影响最大的因素

据调查，大学生旅游费用大多源于家庭支持，所占比例为53%，用的是生活费和平时节俭的占16%，靠打工赚取旅游经费的占5%，靠奖

学金的就更少了，只占2%。在大学生们看来资金是影响他们旅游的最大因素，其次是时间，而其他两样因素所占比例差不多。

通过调查分析，我们可以看出大学生出游一般都选择在暑假和节假日，他们倾向于中短途旅游，其经费大多源于家庭的支持，他们出游的目的更偏向于精神上的享受。由于大学生没有独立的经济能力，消费水平偏低。应该根据优惠的价格来吸引学生。也可以根据学生这一身份来定一些学生价。

消费心理学调研报告 篇5

一、前言

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。就食品消费而言，大学生有其自己的特点，为了调查清楚大学生的食品消费问题，我们决定在身边的同学中进行一次食品消费的调研，弄清楚大学生要花多少钱在食品上，花的是否合理，是否必须，如果不合理应该怎么改进。

二、问卷情况

我们于12月25日到27日之间，对我们身边的同学进行了随机的问卷调查，共发放调查问卷24份，收回有效问卷22份。调查的大部分为女生，所以此次的调查目标为在校女大学生。

调查问卷见附录，包含一份结果分析表格。

三、数据统计和分析

1、总消费额

统计结果表明，消费额主要集中在400——800之间，200——400之间也占有一定的比率，但较少，而两个极限a. 200以下和d. 800以上都比较少，比较符合正态分布。对于一个纯消费群体而言，消费总额在400——800之间是正常的，其他区间符合正态分布。在设计问题的时候，考虑到我们学校的学费较高，所以大家在其他的花费上相对而言会比较节省一点，所以设计的数值没有太高的。通过这已数值的调查，证实了我的想法，在高额的学费下，大家的其他花费相对而言会减少。这也从侧面反映出，现在的大学生，除了伸手问家里要钱之外，还懂得了体谅父母，懂得了节省。

2、饮食消费

由数据表上可以看出，饮食支出主要在200——300元之间，相对而言是一个较低的数值。调查的主要对象为女生，相对而言，饭量比较小，所以在吃饭消费上比较少；再者，女生都要保持身材，所以在吃的上面花费的较少。这也从侧面反映了一个现象，减肥观念在大学生校园的流行，致使在校女生都偏瘦。在调查的过程中，观察到，被调查的女生，普遍比较瘦。这也可以反映出我校女生的消费情况。

消费地点大都在学校食堂，小餐厅点菜的和外面餐馆的相对比较少，在这些地方就餐的原因，大部分是因为方便，其他的各占一部分，由数据可以看出，我校的大学生对面子看得还不是很重，没有选“c有面子”的。

3、零食的消费

零食是女生生活中不可缺的一项内容，有的女生甚至以零食为主食，不按正常的时间就餐，只是拿零食来解决了事，可见零食在女生的生活中的占的份量。

零食的每天支出主要在1——3元之间，就我预期的而言，是一个比较合适的数字，其他各区间都占有一定的比例，3——6元和10元以上的人基本持平，可见，对于一些人而言，零食是所有消费支出中占的比重较大的一部分。但是就假设的，“如果不买零食是否有盈余”的这一问题上，可以看出，大多数的人会有少部分的盈余，其他的则成正态分布，可见，对女生而言，零食也仅仅是有钱时的消费品，而不是必需品。

主要购买的零食是蔬菜水果类，调查的过程中，问过一些人为什么选这一项，比较多的回答是“水果有营养，含有较多的维生素”，也有的是因为吃水果就不用吃饭了，可以保持较好的身材；奶制品也占有一定的份额。就调查结果而言，出乎我的意料，膨化食品没有选的，主要选择的是一些有营养价值的水果和奶制品，能够从侧面反映出我校学生的购买特点。

就购买地点而言，主要是就近原则，选择b学校超市的占了大部分，还有一部分的同学选择外出去大型超市购买，原因是品种比较多，质量有保证。在选购零食时，主要是依据个人喜好购买，受外界的影响较小，可以看出，现在的学生大多数是理性购买。

四. 更进一步的思考

综合以上的数据我们可以看出，“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。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，他们像鸡尾酒一般拉开层次，并且区分程度相对稳定。这种经济上的差异和分层不仅取决于他们不同的价值取向、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在消费方面是有一些共性的特点的。

1、理性消费是主流

价格、质量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，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”，他们会尽量搜索那些价廉物美的商品。

在吃的方面上，力求便宜有营养，不浪费过多的钱在面子问题上，而且在购买零食上，更突出了理性消费的一面，不受外界的影响，以自己的喜好为出发点。

2、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

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/218125062036007
005](https://d.book118.com/218125062036007005)