

# 大学生市场调研报告 5 篇

(经典版)

编制人： \_\_\_\_\_  
审核人： \_\_\_\_\_  
审批人： \_\_\_\_\_  
编制单位： \_\_\_\_\_  
编制时间： \_\_\_\_年 \_\_\_\_月 \_\_\_\_日

## 序言

下载提示：该文档是本店铺精心编制而成的，希望大家下载后，能够帮助大家解决实际问题。文档下载后可定制修改，请根据实际需要进行调整和使用，谢谢！

并且，本店铺为大家提供各种类型的经典范文，如总结报告、策划方案、条据文书、合同协议、应急预案、规章制度、心得体会、教学资料、作文大全、其他范文等等，想了解不同范文格式和写法，敬请关注！

**Download tips: This document is carefully compiled by this editor. I hope that after you download it, it can help you solve practical problems. The document can be customized and modified after downloading, please adjust and use it according to actual needs, thank you!**

Moreover, our store provides various types of classic sample essays, such as summary reports, planning plans, documentary evidence, contract agreements, emergency plans, rules and regulations, insights, teaching materials, essay summaries, and other sample essays. If you would like to learn about different sample formats and writing methods, please pay attention!

## 大学生市场调研报告 5 篇

当我们致力于撰写调研报告时，应以求真务实的态度对待，确保内容的准确性与可靠性，调研报告可以帮助组织更好地了解市场趋势和竞争环境，下面是本店铺为您分享的大学生市场调研报告 5 篇，感谢您的参阅。

### 大学生市场调研报告篇 1

大学生是一个使用智能机非常重要的群体，基本上有 80% 以上的学生都会持有一部智能机，甚至有许多大学生的日常生活已经离不开智能机。使用智能手机上网、社交、了解信息，俨然已成为他们生活中不可缺少的一部分。因此，我们的问卷调查主要针对的是在校大学生对于使用智能机之后与传统机有那些改变以及对生活的影响。

调查目的：通过对大学生选择智能手机的原因的了解，了解大学生对于使用智能手机之后与传统手机之间有那些改变以及对生活的影响。

#### 一、实践过程及其内容介绍：

首先，我对淘宝网进行了各方面的了解，并搜集整理了大量的关于手机的信息，基本上对于手机的类型，分类，功能及市场销售状况等有了一定的了解，并运用了随机抽样的方式对周边同学的手机种类进行了划分，我的目的就是了解现阶段中国人民对于手机的偏好及手机市场存在的一些问题进行分析，为大家今后买手机指明一条道路，防止奸商哄抬物价或者是以次充好。实践过程中虽然我和人接触的机

会比较少，但是我接触了很多卖手机的淘宝卖家及二手手机市场还有深圳手机批发市场的卖家，他们了解很多买家不清楚的内幕，这些资料非常的宝贵，至少今后我来买手机的时候不会上当受骗，但是对于中国手机市场，我只能用混乱来形容。

经过一个假期手机的洗礼，我已经从一个手机白痴变为了一个对手机市场有一定了解的狡猾的买家，下面就是我的分析结果。

## 二、调查结果分析

### 1. 以下是淘宝网上大部分有销售量的品牌手机

从表格的数据可以看出，国内知名的品牌，至少是从淘宝上可以找得到的品牌来看，国内有 12 个品牌，国际有 11 个品牌，可以说国内手机厂商在国人的心中还是有一定的地位的，至少从品牌的数量角度分析，国内的厂商还不错。但是我们再来分析，国内厂商，专注于手机行业的厂商有酷派，金立，步步高，魅族，小米共 5 家，国际厂商专注于手机行业的有诺基亚，黑莓，摩托罗拉，htc 共四家，我们发现，国内专注于手机研发生产的这 5 家企业几乎都是小厂家，而国际的这几个厂商几乎个个都是响当当的名字。这一轮，国际厂商完胜。

### 2. 各品牌销售比例

国内品牌手机 10 年的销量，所以尽管想魅族小米等手机在国人中的口碑还不错，但是和国际一线大厂比较差距还是非常明显的。希望国内品牌手机继续努力。

### 3. 在售种类比较

但是从卖手机的角度看，品牌旗下产品数量对于销量上是有很大

影响的，当然苹果除外。

#### 4. 从价格层面上分析

国际品牌行货通常在 3000 元左右的价位，国内手机的价位在 1500 左右，而之所以国际品牌销量如此之大，和水货有很大关系，水货国际手机基本在 20XX 左右，性能出众，而国内品牌的代表，现在是魅族和小米，小米 1999，魅族新款是 2999，已经和国际品牌持平，因此虽然国人叫好，但是并不是非常的好卖。

#### 5. 手机种类分析

中国的手机主要分为两类，及水货和行货，水货机基本是从香港亚太欧

洲偷运而来，没有关税，相对于国内行货价格上有一定的优势，但是此类机器通常没有保修，对于追求稳定的用户不适用，但是中国的经济发展水平导致水货手机明天比行货手机受欢迎。

#### 6. 卖家分析

目前，国人买手机通常是三个渠道，各大商场如国美苏宁等手机卖场，二是一些电子市场，如珠海的湾仔沙电脑城，第三个就是淘宝等电子商务网站。国美苏宁等卖场只出售行货手机，质量可靠，售后服务周到。电子市场几乎不出售行货手机，而且国人也没有去那里买行货手机的习惯，往往奸商都出现在那里。淘宝等电子商务网站亦是如此，商家通常打出保真等字样。

#### 7. 手机成本分析

各大卖场的手机通常是厂家直供货，售价较高，但是由于所交税费较多，成本也较高，利润空间并不是很大，加之售后服务所占比例

也很大，使得行货手机销售量始终不温不火。电子市场卖的水货手机售价较为低廉，进货成本也较低，因为没有关税的影响，通常，水货卖家是在固定地点提货，以箱为单位，不查手机质量，一次拿走，这样价格较低，而电子市场卖家的通常做法是在手机按照成色进行分类之后，拿去深圳进行外壳的翻新，这其中有一种特殊的机型叫做韩版机或是某国家的定制手机，这类手机通常是中国人去到外国之后的违约机，几乎可以说是零成本，我们可以看到，很多电子市场的韩版机叫价在 20XX 左右，比其他港版欧版手机要便宜 300-500 元，但是利润空间是最大的，当然这类手机的中文支持是有问题的，所以网上的各大手机论坛里面就出现了各种制作汉化的牛人团队，其实多半就是一些电子市场和淘宝商家雇来的人才，目的是促进韩版机的销售。

淘宝等电子商务网站的手机与电子市场所售机型属于同类，由于网络店铺开店成本较低，所以手机价格会比实体店来得低些，但是由于监管等问题，这类店铺里的机器成色质量参差不齐，其中深圳的店铺最多，在走访深圳手机市场的卖家的时候，卖家告诉我，手机只要电路板没有换过，其实就算是质量比较过关的手机，所谓的全新原电等只是一种说辞，电池上面的时候痕迹用电笔一抹就干干净净了，外壳磨损了，换一个山寨的外壳，一两个月只能是没人会发现的，而往往好一点的手机屏幕所占的成本较高，深圳商家会选择把原装的屏幕拆下来单卖，换成成本低廉的山寨屏幕，普通消费者根本发现不了，这也是为什么淘宝店铺中同样的水货手机不同店铺差价会在 500 元以上的原因。而在二手手机市场，手机的手机通常更为低廉，很多卖

家不屑于翻新的伎俩，所以同种成色的机器，二手手机实体店的价格会比淘宝上免的翻新机低 500 元左右。

### 三、购买建议

资金充足的买家建议购买大型商场的行货手机，质量更有保证，而在只能及充斥的时代，建议购买高端一些的产品，这类产品的在两年之内是不会被淘汰的，资金不是很充足的买家可以考虑国内品牌的手机，如魅族小米华为中兴等，这类手机价格也相对较低，性能较国际大厂有缺陷，但是普通玩家是体会不出来的，而像魅族小米这种专注一款手机的厂家是值得推荐的，其优化更加完善，当然这类厂家硬件质量一般，相比来说联想的硬件更为过硬，但是系统优化做的一般，手机作为我们日常生活中的一个常用的交流工具，在现代生活中，也扮演着越来越重要的作用，同样，也很少有人会离开手机。因此在中国手机市场的发展潜力是巨大的，国内外手机的各个品牌都想在中国这个巨大的市场上分得一杯羹。而作为大学生的我们正是这些手机商家们所重点关注并开发的领域——

关键词：手机 中国 大学生

#### 一、调查报告概述

本次论文调查报告以重庆&&大学主校区学生为主，以问卷形式给出，由于正值暑假，采访对象主要是在相同宿舍（男：北 4. 女：北 6.）

#### 二、问卷调查结果分析

##### （一）调查对象比例分析

X y

男 女

大一 0 (0.00%) 0 (0.00%)

大二 4 (9.30%) 6 (17.65%)

大三 29 (67.44%) 25 (73.53%)

大四 10 (23.26%) 3 (8.82%)

小计由图可以看出，调查的对象主要集中的大三的学生中，这是因为大三的学生比较具有代表性，大三的学生对大一和大二的学生的消费观念及购买观念都

有很深刻的影响，又不同于大四的学生，面临工作，需要更好手机，对手机的求更是不一样。大三的学生在校收到大学的氛围影响比较大，其价值观和消费观更是带有隆重的大学生特点。所以，选择大三的学生更能够代表此次调查的目的性，更能够反映数据的意义。

此次调查中，大三的学生占到了 70%，使得更加具有代表性，其使用的手机类型，使用的工具和方式都能够比较准确的体现一个大学生的所需。其中，我们可以知道，男女比例是相对稳定的。这样的结果也是问卷准确性的要求。

## (二) 男女对手机款式的不同要求分析

男女存在比较显著的审美观和价值观的差异，所以研究男女对手机的需求，不仅仅是有助于市场的发展，同时有利于培养各自的消费态度和增进对异性的需求了解。

由图可以看出，男女对不同手机款式的需求是大不一样的。其中，

男生对于直板手机的需求占到了 62.79%，而对于翻盖手机的使用却是 2.33%，女生却有 14.71%的女生使用翻盖手机。使用滑盖手机的比例男生是：18.6%，女生是：

23.53%。相对而言，女生的滑盖使用者多于男生。触屏手机的使用者男生比女生多 5%左右。

我们可以看出，男女对于直板手机的偏好是差不多的。但是对于翻盖手机的喜欢却是大不一样的，女生比男生更加偏爱翻盖手机。在其他方面，男生都要比女生多。

### （三）男女对于 3g 手机的使用偏好

男女对于 3g 手机的使用态度也是不一的，并不是手机什么最先进就会都喜欢，所以对于大学生这一比较理性的消费者，购买是否是 3g 的手机也是值得分析。

由图看出，在男女生中，男生和女生使用 3g 手机的人数明显不如没有使用的人，造成这一现在的原因是多方面的：

- 1、对 3g 手机不理解，没有形成消费购买意识。
- 2、当前现状不需要，认为 3g 手机并不会给自己的学习生活产生多大影响。
- 3、现在的经济能力不允许自己使用比较昂贵的 3g 手机。
- 4、认为中国的网络通信技术不足以支持所谓的 3g，消费者购买没有多大使用价值。
- 5、其他原因造成其没有购买使用。

其中，男生使用 3g 手机的人数明显比女生多，这说明在女生的



心目中，3g 并不是一个非常重要的概念，而对于比较追求科技时尚的男生 3g 所代表的意义就比较重要了。在没有使用 3g 手机的学生中，同样是女生比较多。女生在电子产品的追求方面是不如男生，这是一个明显的问题。加大宣传力度，尤其是在女生心目中形成深刻印象成为该市场领域的非常重要的措施。

#### （四）对于 3 品和功能使用的对比

或许有人购买了 3 品，但是其对于 3 品功能的使用情况却是不一的，这是值得分析的，既是对该市场发展的一个探索，更是对大学生消费者的购买意识的认知培养。买了，没有用，还不如不买。或者只是因为爱面子。这是个特别的话题，这里不说明了。Xy 是

有 8 (38.10%)

没有 13 (61.90%)

小计 21 Xy

有 6 (10.71%)

没有 50 (89.29%)

小计 56

X=是否使用 3g 手机 y=是否使用 3g 手机功能

从中可以看出，购买了 3g 手机的同学，其使用了 3g 功能的微乎其微，购买了 3g 手机却没有使用功能的人占了大半。这是大家对 3g 了解不够，或者大家不需要。3g 市场是个很有潜力的市场，也是电子产品，尤其是手机的发展方向，对于培养消费者的消费意识显得相当重要。对于大学生使用 3g 功能都是如此，对于其他的普通消费者

### （五）对于手机品牌偏好的分析

大学生是个比较讲究个性和流行的消费群体，因此在手机的购买上突出的显示出了个人的特点。对于购买不同品牌的手机，其原因不一、这里不做深入讨论，只是对于手机的份额做出一定解释说明。

在接受调查的学生中，有 41.6% 的学生选择诺基亚，后面是三星，占到了 19.5%，索爱手机占到 11.7%。这些是名牌手机，其使用者相当的多，这是很正常的。大学生对于更多的，比如苹果，黑莓等手机的购买使用比较少，这也是这些高端手机缺失市场。相对于学生，使用这些手机是很奢侈的，也没有多少必要。因为手机在很短的时间内就会更新换代，学生购买手机通常不会局限在长时间使用，而是出于新潮等原因，这些我们后面会讨论到。这里，使用国产手机的人数也不少，同时使用非品牌机的人数也是不少，这说明大学生使用手机不仅仅是为了品牌，也会因为其他的原因购买。由于数据容量较小，所以得到的结果显得很单薄，但是也是具有代表性的。

### 大学生市场调研报告篇 2

摘要：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

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。

## 一、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～

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

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

(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

#### (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趋前消费；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。

## 二、问题的解决思路及办法

### 1、家庭、学校、社会多方引导

(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的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！

## 2、在校大学生应提高自身意识

(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

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/848021020014007006>