

一、调查的目的和好处

随着经济的发展和水平的提高,人们的消费观念发生了很大的变化。大学生,作为即将步入社会的特殊群体,其消费状况已经不容忽视,消费心理和消费行为也受到越来越多的社会关注。为了了解大学生的消费状况,找出影响其消费行为的因素,从而引导非理性消费,帮忙大学生树立正确的人生观和价值观,我们透过发放调查问卷和采访的方式,对天津商业大学大一、大二、大三、大四的学生进行调查。

二、问卷调查统计结果及分析

本次调查共发放调查问卷 400 份,其中有效问卷 360 份,有效率为 90%。透过调查结果显示,大一、大二学生消费状况比较相似,大三、大四消费状况有必须的趋同性。

(一) 大一、大二消费状况统计结果及分析

调查结果显示,每月生活费用在 900 元以上的占 30%,每月生活费在 600—900 元的占 50%,每月生活费在 300—600 元的占 18%,月生活费在 300 元以下的占 2%。这些学生中生活费主要用于:饮食、购买衣服、手机费、恋爱、购买学习资料。其中这些大学生生活费的主要 _____ 94%靠父母带给, 4%靠做兼职, 2%靠奖学金, 0%靠其他途径取得生活费。

1、饮食消费

饮食消费是大学生每月生活费用的主要支出,其中有定期聚餐的学生占 80%。大一、大二学生由于功课比较少,没有考研和就业的压力,因此与同学聚

费用超过 90% 的学生每次聚餐费用在 150 元以上。

2、购买衣服消费

“爱美之心，人皆有之”，大学生对自我着装的要求也越来越高。30% 的学生每月用于购买衣服的费用在 200 元以上，46% 的学生用于购买衣服的费用在 150—200 元，20% 在 100—150 元，4% 在 50—100 元，0% 在 50 元以下。越来越多的大学生追求名牌和档次，期望自我受到更多的关注。女生买衣服的宗旨一般是款式时尚，有个性，有档次，而且买衣服的次数很频繁，大多数衣服只要不喜欢就不会再穿了。男生则不一样，大多数学生每月买衣服的次数不多，但费用却很高。在调查中“当您进行某项消费时，思考最多的因素是”，60% 的学生选取该商品的档次。期望自我在群体里受到更多的关注，和自我的同学攀比，是越来越多大学生的消费心理。

3、手机费

调查结果显示，40% 的学生每月手机费在 50—100 元，26% 在 100 元以上，20% 在 30—50 元，13% 在 30 元以下，1% 没有手机。其中这些学生的手机费用大部分用于发信息和上网费用。“老师讲课的质量直接决定这个月的流量”，很多学生本末倒置，在上课时光，用手机上网，浏览网页。但这些学生并非查阅与学习有关的资料，而是和好友聊天和看 QQ 空间。大一、大二的学生专业课较少，像形式与政策、马克思课等便成了这些大学生“休闲和娱乐之地”。

4、恋爱消费

大学生中恋爱消费的比例不断上升，无论社会还是学校，都对大学生恋爱采取认同的态度，部分学生家长甚至鼓励孩子去谈恋爱。在问卷中，“您每月与恋爱相关的支出是多少”，70% 的学生每月恋爱支出在 200—300 元。但这些学生中生活费都是_____于父母。

5、购买学习资料的费用

调查结果显示，“您每月用于购买学习资料及用品的费用是多少”这一问题中，70%的学生在50元以下，20%的学生在50—100元，6%的学生在100—150元，3%的学生在150—200元，1%的学生在200元以上。大一、大二的学生还没有明确自我的人生目标，对于学习的投资还比较少。

（二）大三、大四消费状况统计结果及分析

与大一、大二有所不一样的是，大三、大四学生在学习资料方面的投资要远远高于大一和大二学生。大三、大四的学生多数为自我设定了确定的人生目标（考研、攻读各种资格认证、英语过级考试等等）。调查结果显示，70%的学生用于购买学习资料及用品的费用在150—200元，20%的学生在200元以上，10%的学生在150元以下。在饮食消费方面，大三、大四学生比大一、大二学生少，大部分学生都选取在校内食堂就餐，聚餐状况较少。此外，大三、大四学生的手机费用也比大一、大二学生少很多，原因在于大部分大三、大四学生有电脑，很少用手机上网，而且上网大多数是查阅与学习相关的资料。

（三）大学生消费观念和消费心理分析

在大学生消费中，理性消费和非理性消费并存。

1、大部分大一、大二学生存在非理性消费的现象。聚餐、恋爱、追求名牌和时尚是永但是时的话题。作为大学生这个阶段，大学生的交友动机十分强烈，人际关系网更宽，外出、聚会、出游等活动也越来越多。而这些都需要有一个相对足量的物质基础作为保障，并能够为自我所支配，才能得以实现。大学生应搞好人际关系没有错，但把大部分费用用于请客吃饭的做法实在不可取。大学生在恋爱方面的投入也很多，大学生恋爱呈现两方面的特征：一方面他们拥有独立的思想 and 行为潜力，期望自我安排自我的事情，但同时大部分大学生又都没有独立的经济潜力，不得不在必须程度上依靠家长；另一方面，在大学里，许多人认为“大学恋爱是一门必修课”，甚至有家长鼓励自我的孩子去恋爱。但是，大学生们在恋爱过程中的消费通常多是缺乏理智的、冲动的。同时，随着时代的发展，

每个月少则几百元，多则上千元。这笔消费在大学生每月消费中占据着很大的比重。虽然大多数的大学生承认，为了追求情感需要必须的物质投入。但在现实中，却经常的难以理性把握适度消费的原则。大学生站在时代的前沿，追求新异，唯恐落后于时代的潮流，从而引起一大部分非理性的互相攀比消费。大学期间，有着强烈的被尊重的需要，害怕自我的着装和生活质量被同学嘲笑，所以靠穿名牌、请客吃饭来显示自我的生活档次和追求。这是自我的“虚荣心“在作祟。而攀比心理则是由好胜心引起的，同学穿什么牌子的衣服，自我就必须买，不管这件衣服有多贵，这是一种缺乏自信的表现。这些学生很自卑，常常觉得自我不如别人，靠攀比来填补心理的空缺。

2、大三、大四学生中理性消费是主流。他们更多的注重改善自身的学习条件，满足对于精神文化的需要。根据调查显示，70%的学生用于购买学习资料及用品的费用在150—200元，20%的学生在200元以上，10%的学生在150元以下。经过2—3年的大学生活，这些学生已经明确了自我的人生方向，把大部分的经历用于加强自身潜力锻炼和提高自身的文化修养上方。其中，大三、大四学生中考做兼职来满足自我生活的学生要远远多于大一、大二学生。他们把兼职当做锻炼潜力和将自我所学的理论知识应用于实践的良好机会。

（四）对大学生消费的意见和推荐

1、增强独立意识，克服攀比情绪、攀比心理的构成。首先，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，给自我理性的定位。大学生的确需要竞争意识，但并不是所有的事物我们都需要争，生活上次于别人，并不可耻。在以寄生性消费为主的大学生中，培养独立的理财潜力、科学的价值观应是当务之急。可透过心理咨询、课外沟通的方式与学生进行交流，以遏制部分学生的攀比心理和近乎失控的消费。

2、加强“新消费理念”的引导和教育、在大学校园构成良好“新消费”氛围。

应对大学生的消费现状及消费教育的误区，作为学校，就应主动地加入到倡导、宣传、教育“新消费运动”的队伍中来，重视对学生进行“新消费理念”的培养及教育，加强对大学生“新消费理念”的指导力度。将“新消费教育”作为一项科普知识纳入学校基础教育、素质教育中，列入学校的教学计划中，向大学生倡导“健康、节约、环保、职责”的新型消费理念，倡导合理、适度的消费行为和消费模式。以扭转大学生消费中错误的价值观和消费方式，使他们作为消费者，在消费行为中能够具有目的性、计划性和职责感，学会科学消费、理性消费。

3、对于社会而言，要用心开拓大学生消费市场，从产品的种类、价格、服务多方面满足不一样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。

三、结论

总之，大学生是国家未来消费方向的引导者，帮忙大学生树立正确的消费观念，从而构成正确的世界观和价值观应是当今学校教育的重要资料。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，大学生消费才会朝健康方向发展。

一、前言

淘宝、支付宝、商家信誉、旺旺——这些词语如今是大学生们的常用语，在校园里、在宿舍里，怎样买到物美价廉的好东西，也是每天都能听到的讨论，再看看那些快递公司每天中午就像开展销会一样，在宿舍楼下摆开一长串各式各样的邮件。但是还有许多同学不懈于或者不愿尝试网上购物，阻碍他们的原因是什么

他们的购物动机、购买物品特点又是什么男女大学生在网上购物有什么样的区别阻碍大学生进行网上购物的主要心理障碍因素是：产品的品牌、价格、质量、可靠性、保质期等方面，以及上同类产品的信息丰富程度、可筛选性、可对比性是否能够达到购买者的预期标准。此外，网上交易的安全性、方便与否也是影响因素。从网上买来一件商品自己是否满意，除了商品本身外，支付方式、商家信誉、运送满意度也是影响总体满意度的几个重要方面。因此，网上购物对于大学生而言的利弊是同时存在的，我们将就此类问题进行简述与分析。

二、明确调研方案

随着网络普及，电脑成本的不断下降，网上购物已经从当时雾里看花遥不可及的状态，变成了当今最火爆，最适合上班族、年轻族群购物口味的一种购物方式。网上购物已经慢慢地从一个新鲜的事物逐渐变成人们日常生活的一部分，冲击着人们的传统消费习惯和思维、生活方式，以其特殊的优势而逐渐深入人心。大学生作为对网络最敏感的人群，他们对网上购物行为接受很快，是未来购物市场上的潜在用户。然而，近年来，根据消协统计，网购成为增长行最快的投诉热点之一。网络诈骗层出不穷，商品也不总是物美价廉，卖家中也出现了因一句差评而线下“追杀”买家的现象，服务质量差强人意，现准备在大学生中展开调查。

三、确定调研目标

当今的大学生是新新人类，有青春阳光、追求时尚的心理特点，而网上购物的时尚性和快捷性正符合大学生的心理特点。为了了解当今青年大学生的网上消费的情况，更好的发展大学生良好的健康的消费观念，以及了解大学生网上购物行为以及他们对网购的看法，对南京邮电大学通达学院大学生进行了网上购物情况调查。

四、制定调研计划

4.1 调查对象：

南京邮电大学通达学院学生

4.2 调查问卷设计：

问卷内容包括消费结构和消费理念两大部分。问卷结构采用选择题与开放式问题形式进行调查。

4.3 调查方式：

采用自编网上购物消费观问卷进行随机问卷调查，在本院发放调查问卷，共发出 100 份，回收率 100%

五、调查结果统计与分析

5.1 大学生网购群体分析

本次参与调查问卷人中女生为 59 人，占总人数的 59% 男生人数为 41 人，占总人数的 41%。其中，有网购经历的人数为 90 人，占总体的 90%，无网购经历的人数为 10 人，仅占总体的 10%。可见，随着网络的普及、发展，人们购物的方式也发生了极大的

转变，参与网购的人越来越多，特别是年轻消费者群体的大学生，其中男生较少网购

女生追求时尚，对网购的好奇心要大于男生，并且网络上缤纷的各种商品最能吸引女生的目光，这是女生网购人数要多于男生的主要原因。相比之下，男生天性不爱购物，网购对他们的吸引力相对女生而言要小得多，因此导致他们的网购人数所占比例甚小于女生，而无网购经历人数甚多于女生。

5.2 大学生网购行为分析

①网购的频率、时间：

大学生每月网购的频率，大多为有特殊需要时使用网上购物，也有些大学生网购太过频繁，不够合理。从未网购的占了少数 10%，偶尔网购的占了 30%，经常网购的占了 60%。由此可知：在大学生网购的过程中，有部分的大学生有明确的购买目标或有明确的购买需求，但也有部分的大学生，在浏览购物中耗费了大量不必要的时间。

对于网购的频率和时间，一部分大学生的选择较为合理性，所花费的时间精力较少，对网购的关注程度不至于太过沉沦。但也有一部分的大学生在网购时，没有把握好时间与金钱的投入。

②网购的商品类型：

通过分析调查问卷，女生网上购物时主要选择服装类、化妆品和食品类，而男生网上购物的主要产品是数码电子类，也选择服装类。女生对衣服和化妆品类比较感兴趣，男生对数码电子产品有浓厚的兴趣，此外男生玩网络游戏的人数比较多，因此会网上购买虚拟游戏币。当然，男生女生都有一部分人选择网上购买图书。由于通达学院距离市区书店比较远，周围缺少大规模的书店，网购图书也成为通达学院大学生购买书籍的一种重要方式。

目前银行卡支付仍在一定程度上制约着网络购物的发展，通过网络进行购物的同学，很多人愿意选择银行卡支付的方式。但由于提供银行卡支付的商家要向银行支付一定的费用，所以对于利润很低的商品，商家就有可能无利可图，因此，商家就不愿意或者禁止客户在网上通过银行卡支付方式来购买这些商品。再者是网络安全问题。在网络购物中，大学生对网络安全也有很大担忧，诸如个人信息、交易过程中银行账户密码、转账过程中资金的安全等问题。所以建议大家选用货到付款的方式来支付。

5.3 商品信息问题

由于购买者对网络上的商品的了解只能通过图片和文字描述来完成，而有些商家对商品的描述语言模棱两可，容易使人对商品的认知产生歧异。当购买者根

拿到商品后，就会投诉商品与自己订购的不一致。而且与传统购物相比，网络购物退换商品是一件相对麻烦和有成本风险的事情。另外尽管商品信息发布很快，但商品不能及时到位。很多商品信息上网后，购买者能够看到，却无法立刻购买到，这主要是因为信息在网上发布，但是供货商仍然是传统企业。传统企业的商品配送无法和互联网信息同步，所以会产生信息快于商品的现象。

5.4 商品的配送问题

传统购物一般是在选好商品后，就可以直接付费拿走，而网络购物就需要一个订货后的等待过程。所以目前社会上出现了很多物流公司，他们在为网络购物者送货上起到了很大的作用。在目前的商品配送上，就同城配送而言，最快的一般需要一个小时，最长的则需要两天时间。如果购买者需要的东西很急，网络购物一般就不适合。

六、大学生网络购物存在问题的解决对策

1、加强对商家的管理。

(1) 加强网络商品的管理。调查发现，很多大学生喜欢购买一些品牌商品，所以在网上购买，就是看中了网络商品的价格低，但是虚假商品的掺入使大学生受到欺骗，从而失去了对网络购物的兴趣。因此必须加强对网络商品的质量的管理与鉴定，确保商品的真实性。

(2) 加强商家信誉度的管理。根据调查，很多购物都设立了信誉度的测评。比如淘宝会员在淘宝网每使用支付宝成功交易一次，就可以对交易对象作一次信用评价。在交易中作为卖家的信用度分为20个级别，级别越高，信誉度越高，大学生在网上购物的过程中就可以通过信誉度来确定购买哪个商家的产品。

(3) 加强法律法规的建设。伴随着网络购物的迅速发展，有关于这方面的法律法规建设的步伐却显稍慢，中国涉及到网络购物方面的纠纷主要依靠《合同法》、《消费者权益保护法》、产品质量保护法等法律调整，而没有一部全国性的专门

因此,建立和完善网络购物方面的相关法律法规,就赔偿责任承担主体、合同模式、权利与义务、纠纷处理机制、赔付途径等做出规定,具有十分重要的意义。

2、倡导大学生网络理性消费。

(1) 选择良好的购物。大学生在网络购物的时候尽量选择一些自己熟知的,信用度较高的,尽可能的不要选择新。

(2) 选择良好的商家。大学生在购物的时候首先查看商家的信用等级,开店的时间长短,以及差评情况。

(3) 选择优质的商品。网络中的商品的价格很不统一,同一种商品价格有很多种,因此,大学生在网络购物的过程中一定要学会货比三家,寻找质量最好的、价格最低的商品。

(4) 选择合适的支付方式。在购买商品时,一定要采用保险的支付方式,比如利用支付宝、安付通等这些经过第三方支付的方法,这样可以充分的保证大学生消费者的权益。

(5) 加强自我保护意识。大学生在网络购物时,一定要学会鉴别商家的真实性和信誉度,与卖方多进行沟通,充分的了解了商家和商品的基础上才进行商品的购买,学会用法律的武器来保护自己的利益。

七、报告结论

1、大学生网上购物前景广阔

大学生虽然受经济条件的约束,在校期间无法开展更多的网上购物活动,但其参加工作之后将会在很大程度上成为社会中中高收入的群体。所以,大学生的价值也绝不仅仅局限于他们目前的实际购买量,而在其终身价值,一旦有了固定的收入,他们参与电子商务活动的潜力是巨大的。此次问卷调查也支持这一结果,37.8%的被调查学生有过网上购物经历;83.7%的大学生网络购物者明确表示在未

;69%没有尝试过网络购物的大学生也表示今后
会进行网络购物。

2. 大学生网上购物市场已经形成

由调研我们可以看出，大学生上网已经普及，大学生每天上网的平均时间普遍为 1 小时~5 小时，这些人群对网络可谓相当依赖，同时，在曾经有过网上购物经验的人群里 86%的购物者对其进行的网上购物是基本满意的，说明至少有 86%的人对网上购物是能够接受。以上数字告诉我们，面对大学生的网上市场已经形成，正等待商家去开发。

3. 购物首选比较集中

调查结果显示，大学生购物首选集中在几个。在每一类中，大学生的选择都集中在某几个知名度非常高的。这种现象在拍卖中表现得更为明显，150 位选择拍卖的学生中有 129 位选择了淘宝，只有 21 位学生选择了其他。另外，目前中国 B2C购物数量已超过 1 个，但调查结果却显示大学生们网上购物的首选主要集中在卓越、当当等几个中。门户类的得票也基本上被网易、新浪二大门户瓜分。

4. 网购和传统购物的对比

虽然说网上购物有很多的优势，在此将不一一例举了，而传统的购物形式还是不可替代的。比如去买衣服、鞋子，以及自己没有用过的化妆品之类的东西，需要自己本人亲自去试了才确定要买，这样的商品，人们一般情况下还是会选择传统购物。

电子商务的快速发展给网购带来新的革命，新的生机，也是将来购物发展的趋势。

摘要：

随着信息化时代的到来，手机正以破竹之势占据着我们的生活，对其使用频率也越来越高。而大学生作为其中一个巨大的潜在消费群体，在引领消费时尚、改善消费构成等方面都发挥着不可替代的作用。因此，了解当代大学生手机消费情况对手机行业的发展具有重要意义。本次调查采取网上设计、发布问卷的方式，对大学生的手机消费情况进行调查，再而分析和研究大学生手机消费特点，最后提出营销建议。

一、调查目的

通过调查在校大学生所使用的手机品牌及价位、更换手机所注重的因素，了解大学生手机消费市场的行情，进而分析大学生手机消费的特点和倾向，为手机生产企业提供可靠的营销建议。

二、调查内容

本次调查主要针对在校大学生群体，从手机使用品牌及价位、更换手机频率及原因、更换或购置手机所注重的因素等方面，了解大学生手机消费情况。

三、基本信息

调查方式：网上问卷调查

调查对象：所有在校大学生

调查时间：11月08日—11月16日

调查问卷：大学生手机消费情况调查

四、数据分析

本次关于大学生手机消费情况的调查问卷共回收71份有效问卷。其中男生24人，女生47人，具体调查情况如下：

(1) 在校大学生所读年级的数据分析

在本次调查结果中，大二大三学生所占比重较大，分别是 39.4%、52.1%；大一、大四学生所占比重相对较少，均为 4.2%。

(2) 在校大学生每月生活费的数据分析

从表格数据中可以看出，大部分的在校大学生的消费能力并不高，主要集中在中等水平。

(3) 在校大学生目前拥有手机数量的数据分析

据调查数据显示，74.6%的在校大学生拥有一部手机，21.1%的在校大学生拥有两部或两部以上的手机，也有 4.2%的在校大学生没有手机。总体而言，大部分的在校大学生拥有一部手机，也从一定程度上可以看出大学生所能承受的消费能力有限。

(4) 在校大学生对手机品牌注重程度的数据分析

在本次调查中，74.6%的在校大学生对于手机品牌的注重程度为一般，19.7%的在校大学生非常注重手机品牌。由此可以看出，绝大多数的在校大学生不太注重于手机品牌，属于理性消费的范畴；有小部分的在校大学生非常看重手机品牌，可能是由于“面子工程”所导致。

(5) 在校大学生目前手机使用品牌的数据分析

据调查数据显示，大部分的在校大学生目前所使用的手机品牌为国产机，其中 vivo 占 25.4%，oppo 占 23.9%，小米占 12.7%，也有 21.1%的在校大学生目前手机使用品牌为苹果。从总体上看，国产机占据了大学生手机消费的主导地位，对高档手机的需求并不高。

(6) 在校大学生手机更换频率及最近一次更换手机原因的数据分析

据调查数据显示，40.8%的大学生是在手机用坏的情况下更换，手机使用达到一定年限进行更换的在校大学生分别有：一年期限为25.4%、两年期限为28.2%，由此可以折射出大部分在校大学生手机消费偏节俭，不会在手机消费上做过多的浪费。也有小部分大学生更换手机是在周围同学都更换了某一款手机的情况下，不难看出，大学生手机消费具有从众消费的特点。

(7) 在校大学生购买手机所能接受价格的数据分析

从表格数据中可以看出，绝大多数的大学生对手机消费并不高，更趋向于“平民化”，这与在校大学生的生活费和消费能力是有很大关联的。

(8) 在校大学生在选购手机时考虑因素的数据分析

本题采用多选题形式对在校大学生在选购手机时所考虑的因素进行调查。从调查结果中可以明显看出，在校大学生在选购手机时对手机的价格、功能、外观款式、硬件配置更为注重，从中可以看出大学生选购手机更注重于实用性，对手机外观款式的需求反映出大学生追求时尚的消费特点。

(9) 在校大学生购买手机更偏向于哪种促销方式的数据分析

据调查数据显示，在校大学生更偏向于现场打折、送相关配件的促销方式，这也从一定程度上折射出在校大学生因为消费能力的有限，所选择的消费方式也更节约。

(10) 在校大学生了解手机信息常用渠道分析

根据调查数据显示，52.1%的在校大学生会通过上网查询去了解手机信息。由此可以看出，在校大学生在互联网技术的影响下，会通过上网查询去了解所要购买手机的相关信息，从侧面反映出在校大学生追求快捷性消费的特点。

五、结论

大学生消费群体是一个不容忽视的消费群体，随着时间的推移，这一特殊消费群体将会表现出巨大的消费潜力。根据调查数据分析，可以得出以下结论：

1. 在校大学生对手机的消费主要取决于所能承受的消费能力，对所购买手机的接受价格在 1500—3000 元左右。

2. 在校大学生目前所使用的手机大多为国产机，可以看出国产机占据大学生手机市场的主导地位。

3. 在校大学生更换手机通常是在手机损坏或者丢失的情况下，且更换频率低，购买手机时选择有促销活动时再去购买，这是大学生消费节俭的表现。

4. 在校大学生选购手机时更注重实用性，其次，外观款式也是在校大学生购买手机时不能忽视的因素。

5. 绝大多数在校大学生通过上网查询了解手机信息，体现出大学生手机消费追求新颖和快捷性，另外，根据大学生具有从众消费的特点，商家可以适当地进行推广活动，抓住某一需求的同时刺激更多的消费者需求。

六、建议

1. 根据在校大学生的消费特征推出适合大学生使用的价格适中、功能齐备的手机机型。

2. 尝试推广合适大学生消费群体的高端机型，抓住个别消费者需求。

3. 在保证利润的前提下进行一定的促销活动，满足大学生节俭需求的同时获取利润。

4. 完善手机自身的性能功能和售后服务，以更加完善的功能和服务吸引大学生消费。

七、调查活动总结

本次市场调研活动相对来说比较成功，达到了预期目的，较为全面的了解到大学生手机消费情况。但在本次调研过程中也存在一些不足，如调查范围不够全面，调查结果具有一定的局限性，所获得数据不能有效代表所有在校大学生的手机消费情况。在今后的调研活动中我也会吸取这次的经验和教训，努力将下次做到更好。

4

调查时间：

11月调查地点：河南工业大学

调查对象：

河南工业大学的在校大学生

调查人：

调查分工：

申琪——负责调查问卷的起草和调查，还草和调查

查干扎那——负责调查问卷的起草和调查

报告正文：

前言：

据身边大多数同学透露，各自的家庭收入情况有很大的差距，，不同的家庭有不同的收入状况。，家同收入高低阶层也是具有很大的分化，而现今大学生面对的多方面的消费需要。社会的多元化让现在的大学生所面对个各种各样的需求

形形色色，五彩缤纷。而根据相关调查大学生的消费情况所面临的也是多方面的。因此，我们认为关于大学生家庭收入的问题是不容忽视的，我们想要通过此次的调查，了解更多当今社会存在的问题，并阐述自己针对此问题的看法。

我们小组经过几次的讨论决定关于此次的调查形式为问卷调查，时间为 11 月，调查对象是本校（河南工业大学）的在校大学生，我们基本上是对大一大二以及大三的学生进行的调查，本小组的人员组成为申琪，惠亦飞，陈奕仰，通过对大学生家庭收入的调查，我们觉得在大学生当中，贫富差距还是存在的，并且和农村，家庭观念，时代背景等都有很大的相关性，针对这些问题我们也提出了自己的建议。

主体：

1、关于调查表的综述

这次调查的人群中，比较多的是来自大三的同学，也有一部分是其他年级的。调查中发现，绝大多数的大学生的月生活费是 500—1000，极少数的大学生生活费会低于 500 或者高于 1000. 由此我们可以猜想到，大多数大学生家里经济状况大致稳定在温饱和小康中，少数略贫穷或者富裕。

而大多数家里的月收入不超过 5000，这个和大学生们的生活费相比较，我们可以发现，每个大学生家里是多么支持自己的孩子上大学。也许对于我们上一辈的人来看，只有上了大学，有了丰富的知识，才能有出入，以后工作能赚大钱。我们对比家庭成员中最高收入与最低收入的差距时发现，一般都会超过 1000—5000 人民币，说明家里总是有个赚钱比较多的，而他往往就是大学生未来毕业要超过的那个目标吧。另外，我们发现，在大学里做过兼职的人很少，往往只有那么家里的确比较清贫的学生回去赚额外的生活费。另外一个原因就是，家里希望孩子能把时间多花在学习上，而不是什么打工。

值得一提的是，大家对政府扶助贫困户的做法几乎都是大力支持，也许是因为这个对减小贫富差距还是有一定的作用的。

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/898034100055006062>