思修数据图表分析汇总

谈巾格：

分析：（本次分析更倾向于大一学生，受填表人群影响）：1.超过55%的大学生的经济来源仍然是家长，且金额较高（远远超过城市必需生活保障：200-300）——大部分大学生无法做到经济自由。2.超过50%的大学生会在消费时考虑性价比，当月已支出金额等因素。——大部分大学生能做到较理性消费（由于题目量限制，未做进一步调查以确定理性程度。）3.超过80%的大学生将月余的钱花费在享受型消费上——绝大部分大学生在目前阶段更偏向于玩乐，享受。

万星岑：

分析：1.约三分之二大学生不记录或仅记录部分消费情况——大部分大学生不会有规划且全面地做消费记录

2.仅一成大学生会直接购买网红商品，近八成选择货比三家——绝大部分大学生会通过自己的评判选择消费，不会盲目跟风

3.八成大学生不使用借贷产品——绝大部分大学生无预支消费的习惯（可能与大学生无大额消费、家长承担部分大额消费、经济未完全独立等因素有关）

周建军：

19题分析.（1）调查显示有两成的大学生在选择日常生活用品的时候会认为高价的东西品质会更加好，但价格并不是衡量品质的唯一标准，在品牌效应和广告费用的加持下会使部分商品价格远远高于其价值，但仍有两成的学生认为价格高品质好，由此可以看出部分大学生的消费心理是比较单纯的，容易被资本套路，被表象迷惑，追求价格上的“虚荣心”。

（2）产生这种心理的原因之一便是我们的物质生产力跟不上我们心理需求的水平。

（3）可行的解决方法：对商品价值有自己的判断，不盲目跟风消费、根据自身消费水平选购、了解同类商品的价格价值

11题、14题（1）调查显示45%的学生生活费在500-1500，39%的大学生生活费在1500-2000.而在每月可能借用金额选项中（借贷产品），32%的人选择了300-1000，这相当于大部分人生活费的20%-50%。对于学生我们大部分人经济来源只有父母，相当于生活费的20%-50%的借款我们几乎没有能力偿还，这种过度的超前消费攀比心理与盲目消费息息相关。体现出当代大学生的金钱意识不够成熟，对支配大额金额的掌握不成熟，这也与部分中国父母对孩子的金钱教育缺失有关。

曾宇歆：

1.当代大学生普遍具有自由消费的心理，即存在根据自我心情与状态消费的现象。从调研题目8、9、15分析：超过半数的学生具有较为自由的消费状态，接近一半的学生在平时饮食中能够接受偶尔的放肆消费，说明许多大学生的消费理念还是以自我为中心，依据个人喜好、心情等内在因素决定自我消费。

2.多数大学生的科学理财观念薄弱。从调研题目3、4、6分析：70%学生有过冲动消费的经历，半数多的学生没有养成的消费记录习惯并且很多消费不具有规划性，以上现象的发生可表明学生们对资金的去向不了解，极大可能对金钱数量没有清晰的概念。

3.消费结构多样化。从调研题目7分析：巴拉巴拉

4.理性消费仍是主流。从调研题目17、18分析：绝大多数学生面对网红产品时不会选择跟风，也有半数同学在看到心意产品时能够控制自己的消费欲望。

5.性价比和质量是许多学生主要看重的方面。从调研题目10、16分析：巴拉巴拉

田凯升：

**根据图表可以看出一半学生的月消费在500—1500，1500—2000的人也不在少数，极少人的消费超过2000元。接近九成的学生不会使用花呗等借贷产品，说明每月的预支出还是满足需求的。并且多数学生在购买商品时会货比三家，看评论，做对比，找出性价比最高的商品，克制冲动消费。说明大学生有了初步的节省意识。大学生的消费占比最大的是饮食方面的，说明消费还算合理，用于基本生活的维持。**

游杰：

分析：从4题和6题和9题可以看出大学生消费习惯并不算好，大部分人并不会专门规划自己的消费，而记录自己消费的习惯更差，这就导致了大学生大部分人偶尔会产生高消费，从而部分人会使用借贷产品，我认为这是消费习惯的不好导致的。就大学日常生活而已，我相信无特殊情况大家应该是不会用到借贷产品的。

王枭：

**1大学生对于消费的态度。**

**问卷中对于大学生是否存在冲动消费的调查结果显示：****高达94%的大学生或多或少都存在冲动型消费问题，说明大学生普遍容易受到外界环境诱导，从而进行无意识、无计划的不理智消费，这一点从侧面说明当代大学生心境变化剧烈，对新产品有浓厚兴趣，较多考虑商品外观和个人兴趣，易受广告宣传的影响，活泼好动，注意力易转移，兴趣易变，审美意识强，易受商品外观和包装的影响。**

**提供的解决方法：每次消费前先思考十秒钟，想清楚自己是否真的需要要，它的价格是否与它的价值相匹配。**

**2大学生的消费水平。**

**调查结果显示45.87%的大学生的月消费在500—1500￥的正常水平范围内，但仍存在13%左右的人群月均消费在2000￥以上，根据西南大学的消费水平，该部分人群存在过度消费问题，进一步分析性别数据得出该部分人中女生数量是男生数量的两倍，说明女生的高消费人数占比高于男生，分析原因：1女生在家长处更易争取到更多的生活费。2女生相较于男生会花更多的钱在化妆品以及衣服首饰上。**

提供的解决方法：合理控制消费，做到量入为出，适度消费。

3大学生的消费结构。

调查结果显示约75%的大学生将一月的生活费主要花在了吃饭与购物上，并且更主要是在于吃饭，说明大一学生目前消费处在基础合理水平，没有或者是很少在其他的除了吃饭以外的方面花太多钱。消费结构较为合理。

何典：

分析：1.由第10题可知，超过三分之二的大学生在购买商品时更倾向于购买性价比高的物品。说明性价比是大部分大学生购买商品的重要标准，也间接表明了大部分大学生在消费时是比较理性的。

2由16题和20题可知，大部分大学生在购买商品之前都会比较关注网上的评论和消费指南，说明他们在消费时都会存在避免踩雷的谨慎心理，但这种心理很有可能会被网上的一些不良商家所利用，通过控制舆论来影响他们的消费。

严中圣：

1.从暂有数据来看，超半数的大学生目前无明确规划消费的习惯，且时常会因外界因素如商业鼓吹，活动促销，攀比心理等产生有冲动性消费的倾向。

2.受经济来源基本都是家长固定供应的影响，大学生的消费往往受限，所以当代大学生消费时往往还是会从性价比和质量两方面入手考虑，理性消费仍然还是主流的观念.

3.大学生物质消费过多，精神消费匮乏，大多数大学生的主要开支集中于购物和饮食，一定程度上忽视了精神食粮的培育吸收。

匡芷媛：

1.调查发现，218人中偶尔冲动性消费的人占比较大，而从来没有冲动性消费的人非常少，可见当代大学生存在冲动性消费现象

2.对于目前的消费状态，大多数人较为自由，可以偶尔接受高消费，一部分人理性消费，做好消费合理计划，而极少数人严格控制消费，不超出预算范围。从某种意义上来说，这可以说明我国大学生经济条件不差，但由于我们采集的大多是来自于大一的学生，而这部分学生的生活费来自于父母，因此，当代大学生消费状态与结构不佳

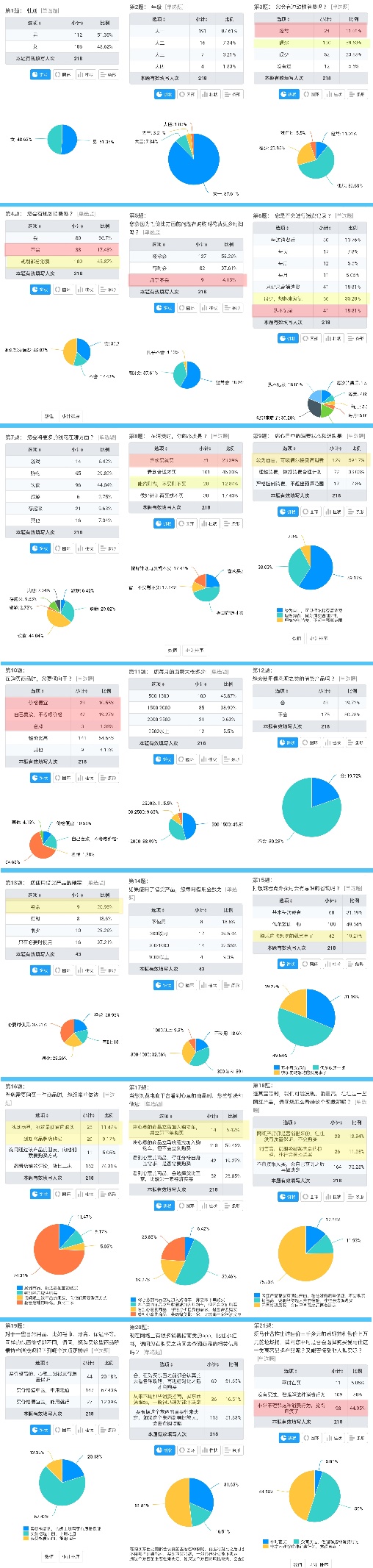
3.对于高奢品牌产品，一半学生没有买过，但是能够理解，一部分学生非常不能理解，觉得很奇怪，但有极少数的学生平时在买，虽然可能是由于学生经济条件的不同而导致的想法不同，但是由于目前的生活费并非完全有自己辛苦赚得，因此可看作部分学生消费冲动

曾磊：

数据分析结论：

1. 在购买非高科技类产品时，近七成的大学生倾向于购买价格适中的产品，二成的大学生倾向于购买价格高的，一成的学生倾向于买价格便宜的。可见，由于价格因素，多数大学生愿意自己放低对日常用品的要求，而追求更高的性价比。只有少数的学生觉得日用品能用就行，愿意购买价格更低的，另外少数的学生对日常用品的品质有着绝对高的要求，愿意多花钱寻求保障。这体现出价格和品质都是影响大学生消费的因素，二者并重的消费理念在大学生中是主流。
2. 超百分之八十的大学生都在使用消费指南类app，其中又有近一半的学生每次购物前都会使用。只有不到百分之二十的学生没有使用过这类app，并且在购买时能迅速做出决定。这反映出，整体而言，当今，大多数大学生在消费品质上的有着越来越高的追求，愿意为购买到好的商品而多花时间。并且，新一代大学生群体非常适应在网络作用下商品品质更加透明化这一趋势。通过网络媒体了解商品是大学生选择商品时的常见行为，网络媒体对大学生的消费已经有着十分重大的影响。
3. 对于奢侈品，百分之九十五的大学生没有购买经历，并且其中有一半的人表示难以理解购买奢侈品的行为。这反映出，没有固定收入的大学生，经济上往往难以承受奢侈品的购买，大学生中奢侈品的市场十分薄弱。并且，可见奢侈品品牌对大学生的消费心理的影响并不太大，多数大学生对奢侈品购买需求并不强烈，部分甚至排斥购买奢侈品。一定程度上可见，奢侈型炫耀型的消费在大学生中并不是主流，绝大多数大学生的消费还是趋向于求实化质朴化。

谢华建：红色半透明为不健康 黄色半透明为亚健康 未标记为健康

（见群文件）