# 大学生生活费调查报告

在中国，大学生作为一个庞大而特殊的群体，她们引领潮流、追求时尚，是我国的主要消费群体。

1. **前言：**

随着经济社会的纵深发展，在大众传媒影响力日益扩展的背景下，当代大学生作为社会中一个比较特殊的消费群体，具有比较特殊的消费心理。他们既是当前消费主体之一，有着独立的消费意识和消费特点，也是未来中国消费的主力和消费潮流的引导者，他们的消费观念更为直接的受到名人/影视作品等的影响。大学生针对奢侈品的消费特征通常被认为具有双重性：一方面，他们在占用社会资源方面居于劣势，经济能力尚未独立，消费受到很大的制约；另一方面，又有着旺盛的消费需求和相对超前的消费观念。这两方面的矛盾使得他们的消费行为存在不少问题。大学生的奢侈品消费状况、消费观念与消费模式，对未来我国经济的发展，奢侈品消费文化的构建都会产生极其重要的影响。为真实了解当代大学生奢侈品的消费水平、状况，把握大学生奢侈品消费的心理特征和行为导向，培养大学生形成科学、理性、文明、责任的新消费理念，促使他们成为新消费运动的践行者、推动者，具有积极的现实意义。

1. **调查目的**

大学生消费问题正逐年为高校及国人所重视，作为收入很少的学生群体其购买力却在逐年增加，奢靡攀比之风日益增长，其消费结构和消费能力是否合理发人深省，我既是以此为出发点，以问卷调查及采访等形式确定高校大学生奢侈品消费情况调查与分析为课题的社会实践，其意义和目的在于通过对部分高校的实地调研及调查、研究、分析。

1. **采访概况及分析**

为了对大学生奢侈品消费情况有比较全面准确地了解，我们开展了研究。并对商丘工学院在校大学生进行了奢侈品消费情况的问卷调查。本次调查共发放问卷45份，收回有效问卷45份，有效率为100%。其中男性大学生占53%，女性大学生占47%。

调查问题主要包括客观选择题，设计费的经济来源、月消费状况、消费支出情况及其消费观等多个方面。旨在让同学们了解当代大学生的消费、理财。本次调查虽然抽样比例较小，但我们可以窥一斑而知全貌。现将我们对商丘工学院的大学生消费的基本状况调查总结如下。

通过上表可以看出，在关于在校大学生月平均花销状况一栏的调查中，600元以下的有12人；600—1000元的有13人；1000—1500元的有12人；1500元以上的有4人。可见，大学生的消费差距增大，两极分化也比较分明，这在我国当前剧烈转型的社会大背景下有一定的必然性，但我们相信，随着社会的发展和人民生活水平的进一步提高，这些问题必将在一定程度上得到改善。

通过上表看出，在支配生活费方面，有7人认为自己很节俭；16人认为自己刚好；15人认为自己有些浪费；而4人认为自己严重超支。在购买奢侈品资金来源方面，有16人是自己挣钱购买；9人家长购买；8人有活动奖励经历；12人属于其他来源。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，经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，这使我们每月可支配的钱是固定的，大约在300—800元之间，家境较好的一般也不超过1500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，我们会尽量搜索那些价廉物美的商品，但也有一部分同学追求时尚会购买一些奢侈品。无论是在校内还是在校外，当今大学生的各种社会活动都较以前增多，加上城市生活氛围、开始谈恋爱等诸多因素的影响，我们不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，我们比较注重自己的形象，追求品位和档次，虽然不一定买，但质量显然是我们非常关注的内容。

在购买类型方面，冲动型的占38%，理智型的占44%，盲目型的占18%，这说明大学生并没有完全清楚自己的消费结构和状况，没有这个习惯的制约，使大学生的盈亏状况不同，见到热衷的东西，半数以上的人却表现出较弱的自我控制性。当然毕竟是同龄人，消费中自然也表现出了不少相同点。

据调查，37。40%的同学在拿到一个时期的生活费时，不会做什么安排，随意取用。占调查调查人数的大多数大学生无预期的计划和目标。从未思考过钱应该怎么花、花多少，而且消费的随意性很强，面对有奖销售、打折等促销手段容易冲动，不知不觉就把钱都花了。在调查中，只有24。39%的大学生选择先存一定数额的钱，剩下的当作此时期生活费，所以说大学生储蓄观念并不强。 　　由调查不难看出，城镇比乡村的大学生消费要高些，但这主要决定于城乡传统的家庭收入落差，由此可以看出制约其消费的是家庭经济状况。另外，城市大学生遇到自己想买的东西但没钱会向家里要或找朋友借，而农村大学生则干脆不买或存钱自己来买。这是个值得深思的问题，对不同物品的选择反映了其不同的心理。在对消费的态度和顾虑方面，农村大学生的行为也体现了中国的老话穷人的孩子早当家，他们消费原则多是能省则省，10人一个月要进行一次奢侈品的消费；13人三个月会进行一次；9人一年进行一次；也有13人要经过长久的计划后才会做出是否要进行消费的决定。

1. **调查结果**

通过调查得知，现实消费来源31人为其他来源（包括家庭供给、奖学金、半工半读等），而同学们理想的消费来源为兼职的只14人，这里面有几个原因：1，兼职不容易找到。2，有些同学认为花父母的钱天经地义，现在大学生最主要的是学习，并不是出去做兼职，这一部分人忽略了一点：在大学里做兼职不仅能赚钱补贴自己的生活费，还可以在社会上学习很多学校里学不到的东西，锻炼了自己的社会实践能力，何乐而不为呢？

我组也同时采取了访谈法的方式进行调查，对大一同学进行随机采访。我们其采访内容包括月平均消费水平、经济来源、消费用途、消费习惯、奢侈品消费理念以及对自身奢侈品消费的看法等。通过调查得知，他们平均一月消费大约在550元左右，这其中包括了日常生活用品、伙食费、零食费、电话费、交通以及上网的费用，其中三分之一人并没有用于奢侈品的花销。这是一种良好的消费心态，他们对消费奢侈品的看法是要坚持勤俭节约，该买的就买能省的就省，不买奢侈品，科学消费绿色消费。

1. **大学生奢侈品消费状况原因与分析**

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奢侈品消费观念。当前大学生在奢侈品消费的错误观念等问题，既与社会大环境的负面影响有关，也与家庭、学校教育缺乏正确引导有关。今天的大学生生活在没有围墙的校园里，全方位的与社会接触，当某些大学生受到享乐主义、拜金主义、奢侈浪费等不良社会风气的侵袭时，如果没有及时得到家长老师及学校领导的正确引导，容易形成心理趋同的倾向。当学生家庭可以在经济上满足较高的消费条件时，这些思想就会在潭门的消费行为上充分体现。更糟糕的是，有些家庭状况不允许高消费的学生，为了满足自己的消费\*及心理，做出一些有悖社会道德设置是违法的事。另外也有一些原因决定了当代大学生奢侈品消费的观念与行为：

其一，价格、质量、潮流是吸引大学生消费的主要因素

其二，社会建设范畴中缺少大学生勤俭节约生活消费观的内容。 　　（一）在校大学生奢侈品消费结构的特性： 　　1）奢侈品消费结构的地区不平衡性 　　2）年级不同而导致奢侈品消费观和消费结构的不同 　　3）性别不同导致奢侈品消费结构的差异 　　（二）大学生奢侈品消费结构中存在的问题： 　　1）消费差巨拉大，出现两极分化 　　2）奢侈品消费结构不合理，存在攀比心理 　　3）人际交往奢侈品消费增多（攀比心理作怪）

1. **问题分析及解决**

针对大学生奢侈品消费结构中存在的问题，我们应从以下四个方面进行改善和解决：社会方面、学校方面、家庭方面、个人方面。

1. 社会方面

相对于发达国家而言，我国大学生的理财仍是一个非常薄弱的环节。大学生作为独立的个体，持币的额度越来越大，支配金钱的空间愈来愈宽泛。然而，对于大学生而言，一方面他们绝大部分人还不能拥有更多的金钱，另一方面他们的消费\*则越来越大。可这二者之间的矛盾以及理财观念的淡薄，通常使他们对待金钱没有一个正确的认识，对于科学理财更是知之甚少。

（二）学校方面

学校重视培养大学生正确的消费意识和理财观念社会： 　　（1）学校可设立专门的理财教育课堂，对大学生的消费观念和消费习惯进行辅导和培训，让他们早日树立正确科学的理财观念。 　　（2）对追求时髦和赶潮流的学生，应给予高度重视。

（三）家庭方面 　　家庭应变无私奉献为适度供给，父母扩无私奉献助长了有些大学生奢侈浪费之风。过分溺爱，导致自理能力低下，过分依赖他人。做到勤俭持家。

（四）个人方面 　　强化大学生自身的管理和监控 　　（1）钱要花在刀刃上。 　　（2）学会记帐和编制预算。 　　（3）遵守一定的生活消费和理财原则。 　　（4）严禁杜绝攀比、追星、过分追求时尚与个性。

1. **结束语**

通过这次调查，我们基本掌握了当代大学生奢侈品消费心理趋势及现状。大学生的基本生活消费大体上是现实的、合理的。但离散趋势明显，个体差异大，这主要是生源来自全国各地，由于家庭情况的不同和消费习惯的差异造成的。

　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。

在以寄生性消费为主的大学生中，培养独立的理财能力、科学的价值观和信用概念应是当务之急。总之，我们希望所有大学生都能静下来想想自己的消费合理吗，有多少用于购买奢侈品，这些奢侈品对我们有什么积极意义吗？更希望社会各界都能从实处关心大学生，用社会的力量引导大学生健康合理的奢侈品消费，为我们未来栋梁的茁壮成长保驾护航。

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。只有在学生、家庭、学校和社会的共同关注和共同努力下，

**调查人：刘宁宁**  **调查时间：2018-10-5**