**实践教学中期检查报告表**

**学院: 计算机科学与工程学院 专业班级:计科22-1 团队名称:雷亚卢卡利亚 团队编号:3**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 实践题目 | 零零后大学生的消费行为调研 | | |
| 组长 | 陈政 | | |
| 成员 | 仇会铠、邴英茹、公蕊、谷京京、李家豪、王梦、陈春艳、王岩松、李欣怡、吴庆菲、韩亚霖 | | |
| 指导教师 | 王志华 | 电话 | 15969859282 |
| 大学生作为未来社会的建设者和领导者，其消费行为不仅反映了个人的价值观念和生活方式，也对整个社会的经济发展和文化建设产生着深远的影响。深入调研零零后大学生的消费行为，揭示其消费结构、消费心理和消费习惯，分析其中存在的问题，并提出相应的教育和引导策略。这对于培养大学生科学合理的消费观念，促进其健康成长具有重要的现实意义。  在迄今为止的调研中，我们已经进行了问卷调查和对问卷数据分析，对零零后大学生的消费行为进行了定量分析。本报告将对前一阶段的调研活动进行总结，展示我们的主要发现和阶段性成果，并针对调研过程中遇到的问题提出改进措施。  一、开展调研的主要活动  在调研的初期阶段，我们广泛搜集并分析了与零零后大学生消费行为相关的文献资料。通过这一过程，我们构建起研究的理论框架，明确研究的方向和重点。文献综述不仅帮助我们理解了当前大学生消费行为的研究现状，而且为我们的问卷设计和访谈提纲提供了理论支持。我们特别关注了消费心理、消费动机以及消费行为与社会价值观之间的关联。  基于文献综述的理论基础，我们设计了一份包含定量和定性问题的问卷，全面收集零零后大学生的消费行为数据。问卷内容覆盖了消费来源、消费结构、消费偏好、消费态度等多个维度。为了确保问卷的广泛性和代表性，我们采用了在线问卷平台进行分发，并结合了社交媒体和校园墙等多种渠道。  收集到的问卷数据需要通过科学的数据分析方法进行处理和解读。我们使用问卷星自带工具和Python Pandas进行了数据清洗，Excel等统计软件进行描述性统计分析，最后使用Python Matplotlib进行数据可视化，得到了直观的数据。  二、形成的研究观点和阶段性成果  1. 调查结果呈现  通过数据发现，大学生的月收入为1500-1999 元的占比较高，为 41.03%。而在收入来源上，大学生的收入来源于父母的占比最高，为 59.43%，而有 32.55% 的大学生在父母给予的基础上会自己赚取一定的生活费。  大学生的消费支出主要集中在食品、生活用品及服务、服饰鞋帽这三个方面，也有部分大学生会在医疗保健、教育文化娱乐和交通通信等方面有消费支出。食品占比最高，为 42.70%，大学生在食品上的支出主要包括校内食堂、外卖、校外就餐以及网购。生活用品及服务排名第二，占比为 24.06%，服饰鞋帽排名第三，占比为 22.55%，除去日常吃饭的开销外，大学生购买最多的就是生活用品和衣帽，以保障 基本的生理需求。医疗保健占比为 9.86%，教育文化娱乐占比为 9.47%，在基本的生理需求得到保障后，大学生便会对身体健康和自我提升有所追求。调研发现，大学生在追求自我提升的方面主要集中在专业技能、兴趣爱好和语言能力等方面。居住占比为0.98%，大部分大学生是住校的，所以在这个部分的支出占比较低。  2. 消费情况分析  （1）消费水平普遍较高，消费主动性强  大多数大学生凭借家里提供的生活费，可以维持普遍较好的消费水平，即每月消费基本都  在一千元以上。一些学生为了购买自己喜欢的商品，或进一步提升消费水平，会选择以勤工俭学的形式增加额外收入，这使得大学生的消费等级长期维持在较好程度。还有一些学生即便不缺少对商品或服务真正的消费需求，也会在接触到商品或服务的宣传广告时，被其内容所吸引而开始消费。  （2）网络消费占比高  当代大学生是网络购物的主要客户群体。由于大学阶段学生可自由支配的课下时间变多，使得大学生课余生活比较丰富，这也促进了大学生娱乐的需求。从而令大学生的消费方向开始由单一朝多元方向发展。 除了简单的校内外聚餐和日常学习用具的采购外，许多大学生开始接触健身美容，还培养了各种兴趣爱好，这些非必需用品也逐渐成为大学生所认为的“必要消费”。  （3）存在超前消费，但有计划的消费仍然存在  一些大学生在购买商品时，存在虚荣心理，往往会把物品的价格和自身的实际财务状况割裂开来，并在花呗等软件的助长下，出现了超前消费的行为。但也有很多一部分学生会选择计划消费，即提前计划好日常固定支出，并根据自身的经济情况，在保障不降低生活水平的基础上，适当增加消费金额。也有一些学生消费意愿并不强烈，除了日常开销外，并不会产生较多的娱乐消费。  （4）网红消费流行，网络带货不可忽视  部分大学生常常观看抖音、小红书等平台的带货博主，被网红推荐的时尚产品吸引，希望通过购买这些商品来增强自己的时尚感，以在社交群体中获得更多的认同。他们会花费较多的时间和精力关注网红的穿搭风格、美妆技巧等，并试图将其复制到自己的生活中。同时，在遇到需求是首先购买网红博主推荐的产品。值得注意的是，一些大学生观看网红直播是出于“代入感”的原因，这是指，他们将观看网红带货直播当作一种“慰藉”。  三、存在的问题及下一步的改进措施  1. 存在问题  （1）调查问卷分布困难。绝大多数填写是来自于二手群的悬赏填写（通过群发红包请大家帮忙），小部分来自于贴吧、表白墙等平台上，但这些平台的热情并不高。其次是网络社交软件的回收率稍低，以小红书（去中心化平台，较B站、微博等能得到的曝光更多）为例，发帖账号仅能得到十次一下点赞。出乎意料的一点是，由于小组一些成员的交友广泛，还是让我们得到了不少其它院校的数据，例如西安交通大学和上海的几所院校。  （2）数据分析难度超出意料。在原本的计划中，问卷星本身已经足够我们使用，但在后期的数据收集中，我们发现了一些不好的情况：数据重复，有人多次填写，这可能由于不同的二手群有相同的群友，即，一个人参加了多个群聊，在多个群聊里分别填写了问卷；数据无效，有些人填写了无效的数据，或过于偏离实际的数据，例如，月生活费：10000000000，同时开放性问题“已读乱回”，一些人出于有趣的心理给出奇怪的回答。例如，在大学期间最大的消费：买了架C919。  （3）合作沟通，进度同步。有些时候，小组成员在合作时缺少沟通，导致被分配到同一任务的彼此不知晓对方进度，做的任务重复。  2. 改进措施  （1）加强数据分析能力。组员计划学习先进方法，如SPSS、Stata等统计软件。同时学习研究其他优秀研究的数据分析方法，进行模仿学习。对于无法解决的困难，还可以邀请统计学或数据分析领域的同学给予帮助，例如统计专业的学长学姐。  （2）优化合作。加强团队内部沟通，明确分工，避免重复工作。我们将定期举行简单的会议，彼此汇报进度，交流问题。同时利用微信群、QQ群等，保持日常沟通。在平时还可以使用项目管理工具，如Trello或Asana，跟踪任务进度。为避免重复工作，我们计划建立小组的Github仓库，让每个组员都可以及时看到最新进度。  我们对零零后大学生的消费行为进行了深入的调研和分析。通过对文献的综述、问卷的广泛分发、以及问卷数据的科学处理，我们获得了大量宝贵的第一手资料和实证分析结果。揭示了零零后大学生消费行为的主要特点。这对于我们理解当代大学生群体具有重要的价值。  展望未来，我们计划利用访谈法，通过面对面的交谈，深入挖掘大学生消费的深层次心理，并通过科学的数据分析方法，提出更具针对性和操作性的消费教育和引导策略。我们坚信，随着研究的不断深入，我们能够为大学生的健康成长、为社会的和谐发展做出更大的贡献。 | | | |
| 指导老师意见：        签名：  日期： 年 月 日 | | | |

**(此表请正反面打印)**