

# 大学生服装市场调查报告

## 一、 调查主题:

在校大学生服装业消费需求和供应状况调查及市场前景预测。

## 二、 大学生服装消费调查背景:

随着经济社会的纵深发展,我们大学生作为社会特殊的消费群体正受到越来越大的关注,由于大学生年龄较轻,群体较特别,他们有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。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,都对他们的消费有很大影响。特殊群体自然有自己特殊的特点,同时难免存在一些非理性的消费甚至一些消费的问题。他们的消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响他们世界观的形成与发展,大学生消费具有多样化,复杂性等特点。作为大学生消费的重要组成部分的服装消费,几乎是大学生日常消费中的除食品消费外最重要的消费开支。因此通过对大学生的服装消费的调查和研究,我们可以及时把握大学生消费的最新动向,对我们引导大学生树立正确的消费观念,以及对整个针对学生服装生产销售产业提供参考。处于以上的目的我们进行了以下针对大学生服装消费的调查报告。

## 三、大学生服装消费调查概况

### (一) 调研目的

通过对大学生服装消费的调查,了解大学生日常服装消费和日常消费情况,进而引导大学生树立正确的消费观,以及对整个针对学生服装生产销售产业提供参考。

### (二) 目标群体

在校大学生,包括大一到大三三个年级。

### (三) 调研方法

本次调研采取问卷调查,通过调研人员的问卷发放,对在校的三个年级的同学进行随机调查。

### (四) 问卷整理

在问卷调查结束之后,由组长组织组员对问卷的内容进行分析,得出具体的能够反映调研主题的数据,然后对数据再进行分析,预测大学生服装销售行业的前景,以及对大学生的服装消费以及服装生产厂家提出一些合理化、科学化的建议。

## 四、调查问卷分析

1. 性别构成根据调查的样本统计,在调查中男生占 50%,女生占 50%。

2. 购衣周期:一星期购衣一次的占 2%,一个月购衣一次的占 12%,两个月购衣一次的占 27%,一季度购衣一次的占 59%。通过此项调查可以得出受访者的购衣频率。大多数的同学是一季度买一次衣服,这说明大部分大学生的购衣频率并不是太高。

3. 对自己服装消费状况的感觉:觉得高的不知所措的占 4%,觉得较高的占 28%,觉得刚好的占 53%,觉得低的一塌糊涂的占 2%。由此可以得出有一半以上的同学对自己的服装消费较满意,并且他们对自己的服装消费也比较理性。但还有 30% 多的同学觉得自己的服装消费较高。

4. 服装搭配:此项调查是关于大学生是否注重服装的搭配问题,结果显示,很注重的占 15%,一般的占 62%,不太注重的占 17%,不注重的占 6%。由此可以得

出对于服装搭配，大学生还是一般注重的。

5. 服装类型:根据调查显示，喜欢休闲型的占 65%，喜欢运动型的占 19.5%，喜欢时尚型的占 9.5%，喜欢职业装的占 1.5%，喜欢其他类型的占 4.5%。由此可见，休闲型的服装在大学生服装消费中所占的比重是最大的。分析其原因，从购衣考虑因素中我们得知衣服的舒适度是主要的原因，而休闲型的服装恰好满足了大学生在这一方面的需求。并且一般大学生在大三之前很少出席一些比较正式的场所，所以职业装的比重就比较低了。

6. 服装对个人形象的重要性：认为很重要的占 30%，认为比较重要的占 54%，认为一般的占 15%，认为不重要的占 1%。这项调查说明大部分大学生认为服装对个人形象还是比较重要的，这也就进一步的说明大学生注重服装的质量、舒适度的原因了。

## 五、调查结论总述

根据各个调查员的调查以及上述的问卷分析，由于受访的大学生家庭情况不同，大学生的生活费也高低不等，从而在服装消费上的表现也就参差不齐。有少数家庭条件优越的同学服装消费较为奢侈，追逐名牌，且购买服装的周期很短，花费很高。大多数的同学购买服装的态度较为理性，能够自己实际的经济状况来确定购买，并且购买服装更趋于舒适、实用，对品牌的追捧也并不那么热切，购衣时机也往往在换季之时，购买服装的周期较长，多为一个季度，且花费中等。还有一小部分同学，因为家庭条件比较贫困，经济实力有限，服装消费的水平很低。但其中有部分同学的消费观念不是十分的理性，因为爱面子、爱慕虚荣而喜欢攀比，即使经济实力有限，在服装上的消费也颇高。除此之外，同学们多因为季节变化而带动对服装的消费需求，同时也比较看重价格、款式，对那些打折的品牌服装比较青睐。

大学生的服装消费层次差别较大，两极化现象也较为突出，但从整体上来说，大学生的服装消费还是比较理性的。

## 六、对服装消费与生产的建议

### （一）对大学生服装消费的建议

首先，因为两极化的存在，所以大学生一定得树立良好的消费观念，不要只顾着攀比、超前消费，迷失了自己人生的方向与目标。其次，服装对个人形象的影响固然重要，但是任何的才能都不是通过服装甚至外表才能表现出来的。只要我们注重自己的仪表与道德素质修养，穿着再平常的服装我们也是高尚的人。

### （二）对服装生产厂家的建议

基于以上分析的结论，建议服装生产厂家应根据大学生的实际情况来制定生产规模和营销策略：

第一，大学生无经济来源，多数是靠父母提供，基于此，厂家生产的服装定价不宜过高，要让大学生得以接受。诚然不同地区的生活水平是不同的，厂家也可以对所要进入市场所在的地区进行调研，了解一下当地的消费水平，进而进行定价销售。

第二，大学生正值双十年华，内心本来就喜欢休闲时尚类型的服装，所以厂家可以在服装的款式、面料以及做工等方面入手，进行一下更深层次的市场调研来了解大学生更喜欢的服装类型的特点。

### 领跑小组

第三，大学生购衣多是由男女友、朋友、同学等陪同，建议厂家生产一些特别服装，如情侣装、兄弟装等可供两人或多人穿的组合装。并且还要在宣传方面

做好工作，如此可增加销售的连锁性。

第四，在换季之时，也正是大学生购衣高峰期，应加大营销力度，采取种种优惠活动，抓住大学生的购衣需求时机，进行打折、赠送等促销活动。

附件：

## 大学生主题服装调查问卷

### 数据与分析：（单选题）

- 1、请问您的性别是：男（☐） 女（☐） （写“是”）
- 2、您平均每个月的生活费是：（☐）  
A、500 元以下 B、500-1000 C、1000-2000 D、2000 元以上
- 3、您平均每隔多久购买一次衣服：（☐）  
A、一星期 B、一个月 C、两个月 D、一季度
- 4、您购衣的时间一般为：（☐）  
A、新货上市 B、促销打折 C、换季 D、其他
- 5、您喜欢的服装类型是：（☐）  
A、休闲型 B、运动型 C、时尚型 D、职业装 E、其他
- 6、您对服装品牌的喜爱度：（☐）  
A、很喜欢 B、喜欢 C、一般 D、无所谓
- 7、您最喜欢什么颜色的服装：（☐）  
A、黑色 B、白色 C、红色 D、蓝色 E、灰色 F、黄色 G、其他
- 8、您购买衣服的主要原因是：（☐）  
A、适应季节变化 B、衣服出现问题 C、追求潮流 D、其他
- 9、您购买服装一般采取什么方式：（☐）  
A、品牌服装店 B、街边小店 C、网购 D、路边地摊
- 10、您更喜欢哪一种促销方式：（☐）  
A、打折 B、赠送赠品 C、限时抢购 D、积分兑换
- 11、吸引您购买服装的促销方式是：（☐）  
A、新货上市 B、换季打折 C、节假日促销打折 D、想买就买
- 12、您选择一件衣服更注重的是：（☐）  
A、价格 B、风格 C、实用性 D、面料 E、质量 F、看着喜欢就买 G、其他
- 13、是什么驱使你去购买一件衣服：（☐）  
A、潮流 B、价格便宜 C、生活必须 D、款式风格 E、看到了就买了
- 14、您每季度用于服装购置的费用为：（☐）  
A、100 以下 B、100—300 C、300—500 D、500 以上
- 15、一般情况下您可接受的单件服装的价格为：（☐）  
A、50 元以下 B、50—100 元 C、100-200 元 D、200 元以上
- 16、款式/设计：（☐）  
A、很重要 B、重要 C、一般 D、不重要 E、很不重要
- 17、面料：（☐）  
A、很重要 B、重要 C、一般 D、不重要 E、很不重要
- 18、品牌：（☐）

A、很重要 B、重要 C、一般 D、不重要 E、很不重要

19、服装的颜色：（）

A、很重要 B、重要 C、一般 D、不重要 E、很不重要

20、购买时的服务水平：（）

A、很重要 B、重要 C、一般 D、不重要 E、很不重要

21、价格：（）

A、很重要 B、重要 C、一般 D、不重要 E、很不重要

22、穿着舒适度：（）

A、很重要 B、重要 C、一般 D、不重要 E、很不重要

23、您觉得服装对个人形象的重要性：（）

A、很重要 B、比较重要 C、一般 D、不重要

24、您觉得您现在服装消费情况怎么样：（）

A、高的不知所措 B、较高 C、刚好 D、较低 E、低的一塌糊涂

25、您觉得大学生服装消费现状如何？