# 论文报告模板范文手机消费优选23篇

来源：网络 作者：琴心剑胆 更新时间：2025-01-30

*论文报告模板范文手机消费 第一篇调查对象：大学一年级、二年级学生调查人：袁悠悠、郑慧梅、张园园、张苗苗 调查方法：抽样问卷调查调查分工：问卷有小组四人设计，经讨论后确定(见附件1)。有小组四人在不同地点发放问卷，数据统计有小组四人完成，小组...*

**论文报告模板范文手机消费 第一篇**

调查对象：大学一年级、二年级学生

调查人：袁悠悠、郑慧梅、张园园、张苗苗 调查方法：抽样问卷调查

调查分工：问卷有小组四人设计，经讨论后确定(见附件1)。有小组四人在不同地点发放问卷，数据统计有小组四人完成，小组私人并对统计结果进行讨论总结得到以下感想，并有袁悠悠执笔完成初稿，经小组讨论后修改成文。

本次问卷调查共发放问卷100份，回收95份，回收率95%，其中大一53份，大二42份，男生占，女生占;理工类学生占,文科占.调查遵循全面性、随机性、真实性、合理性和科学性的原则。并对调查结果做了正确的处理和详细的分析，并对得出的结果提出了可行的建议。

消费是社会在生产过程中的一个重要环节，也是最终环节。它是指利用社会产品来满足人们各种需求的过程。消费又分为生产消费和个人消费，前者是指物质资料生产和生活劳动的使用和消耗;后者是指人们把生产出来的物质资料和精神产品用于满足个人生活需求的行为和过程，是生产过程以外执行生活的只能，它是恢复人们劳动力和劳动力再生产不可缺少得条件。通常讲的消费是指个人消费。生产决定消费，消费反过来影响生产。因为只有在消费中产品才成为现实的产品，冰川造出了新的生产需求。但生产的目的并不是为了消费，例如资产阶级就是以剥削雇佣工人所创造的剩余价值作为目的，这就决定了我们的消费被限制子一个很小的范围内。同时社会主义生产的目的就是为了满足人民日益增长的物质文化生活的需求，这就消除了生产和消费的对抗矛盾关系，并且消费也成为推动整个社会发展的强大动力。

消费市场中，大学生最为一个特殊的群体，消费状况受到家庭和社会条件的影响。这次我们对虎溪校区的在校大一大二学生的消费状况作了调查，并在具体的消费方面做了详细的统计。整体上消费出现多样化的特点。消费观念和消费结构也各有不同。通过这次调查可以对他们的心理特征、行为习惯和行为特点有一些基本的认识，同时也可以暴露出一些非理性的消费现象。希望能通过此次问卷调查能够培养和提高他们的消费观念和理财观念，引导并一同事我们走行健康消费的道路。

问题一：大学生的基本月消费额大体上不高，但也有少数消费额令人担忧。

(1) 消费额的比例:本次调查400元以下的消费者占

—600元占—800元的占25%，800以上的占，其中男女比例基本上为1:1。(由问题一可知)

结论分析：通过以上数据我们可以得知大学生的消费节约意识不是都很强，因为我们的消费资金主要是来自于家庭收入，少数是来自于自己的兼职，大家都知道可怜天下父母心：他们不可能让自己的孩子在学校因为资金问题而影响自己的学习，所以一般他们都会给较为充足的钱，可是有些同学正是因为有了这样的想法之后而不加节制的花钱。同时另一方面还能反映出大学生的自我调控能力还不是很强。无论是在校内还是在校外，他们看见自己喜欢的东西一般大约有一般的人都会选择购买，这个结论也可以从问卷中的问题反映。(第九题中，选是的占，否的占)所以正是因为有了这样的随意性，导致了一部分人的消费额的增多;同时又因为现代交流技术的发达，各种社会活动的增加，城市生活的氛围的蔓延和大学生心理、生理的成长的开始。所以不可避免的谈恋爱等诸多情况的出现均造成了部分人的消费额增多。整体上还是令人满意的，因为在400—600之间的还是有很大一部分的同学。反映出了大部分的同学消费观念还是可以的。毕竟我们大部分人都已经在逐渐成熟，认识到挣钱不容易，因此他们在消费的时候还是比较谨慎的。

他们尽量会选择那些物美价廉的商品，而不是一味的追求高品牌。因此消费整体上还是令人满意的，个别情况有待改进。

(2) 消费额的分配问题，由问题2、3、10、11、13、15

可以得出。消费得主要方面仍然是以吃饭和衣物为主。吃饭的比例占,衣物占，其他生活消费占其中生活消费又包括精神消费和生活消费，手机消费和心理消费。

**论文报告模板范文手机消费 第二篇**

大学生的消费是社会消费的重要组成部分，他们在现代社会的消费观念、生活方式、流行时尚的影响下，消费心理和消费行为往往产生彼此间的相互影响，并形成特有的群体消费心理特征。本文试图通过对当代大学生的消费行为和消费心理的分析，提出与之相适应的消费教育，以使大学生形成科学的消费观念。

随着社会经济的纵深发展，大学生消费行为的外部环境发生了深刻变化，他们的消费心理与消费行为与以前相比也发生了根本性的改变。他们已成为引导消费潮流的一股重要力量，因此，关注大学生消费状况，把握大学生消费的心理特征和行为导向，实行与之相适应的消费教育，就显得尤为重要。

当代大学生的消费行为

抑制不住的情感消费

大学生是一个特殊的消费阶层，其消费行为体现出追求新潮、时尚、情趣的特点，相对其他群体而言则带有更多的情感因素。因为他们不仅希望商品能够在实用性方面满足人的需要，还希望商品能让人在使用和观赏中获得精神的愉悦与心理的满足。一般来说，大学生更愿意购买能使自己的情感需求得到限度满足的商品，他们的消费行为更注重感官的满足。其次，大学生的自主独立性逐渐增强，依附和从众心理不断减低。

在这种心理的影响下，大学生在购买商品的过程中，情感和直觉因素起着相当重要的作用。当情感和理智相撞击时，一般偏重于情感，容易感情用事。某种商品只要符合个人需要和兴趣，引起肯定的情感，便会形成对商品的偏爱和追求之心;反之，就会产生一种否定和抵触的情感，对商品厌恶、拒绝。

行不由衷的形象消费

今天的莘莘学子们已不再是两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书的儒生，他们追求新颖，需求多样，引领消费时尚;他们活泼感性，率性而为，消费却不免冲动。在物质生活与精神生活丰富多彩的时代里，在表现自我，彰显个性的今天，他们比任何一个群体，比过去的任何一个时候更重视、在意自己的外表形象，并为此不惜代价。

此外，我们还应该看到，人力资源的过剩和就业压力的加大，也是大学生们重视形象消费的原因之一。在相关法律法规不健全的情况下，一些用人企业和单位采取年龄歧视和相貌歧视的用人政策。

例如，在许多公司和单位的招聘广告中，公开宣布不招35岁以上的应聘者，有的连身高和长相也有苛刻的、超出工作角色所需要的限制。于是，为了延缓衰老、掩盖形象缺点、增加形象魅力，身在象牙塔和即将走出象牙塔的大学生们不得不重视形象消费。

躁动的需求消费行为的心理成因

现在的大学生年龄大都在20岁左右，不少都是独生子女，他们从小生活在较舒适的环境、条件下，心理应变及承受能力都较差，外界的变化会对其心理产生较大的影响。大学生消费也是在一定的心理因素作用下进行的。

大学生正处于人生的青年时期，这一阶段的消费心理又有其自身的心理发展特征和发展规律。在青年期，随着身体的发育，他们的抽象思维能力、记忆能力、感知能力、对环境的认识和适应能力均获得了较大发展，个性基本形成。

与这些心理发展状况相适应，青年大学生的消费心理也独具特点：由于自身广博的知识面，因而在消费时追求知识性;由于对新鲜事物的热衷，在消费时会追求时尚性、潮流化，强调美观大方;由于个性强烈，在消费时会情绪行动，即兴即买，冲动性购买往往多于计划性购买;由于富有创造性，也会在消费时注重个性，追求与众不同。

虽然大学生经济尚未独立，但他们已具有独立的购买能力，在购物时自身意志力较差，只要兜里有钱就会迫不及待地购买自己喜欢的东西。这些特点反映在消费心理和购买行为上，就是：

1、追求新奇。大学生没有成年人较重的工作、社会、家庭压力，真正可以放开束缚随心所欲的进行一些消费，追求自己喜欢的东西，而新奇的产品ZUI能引起他们的注意，有些学生达到了不奇不要，无奇不买的地步，甚至到了追求怪异商品的阶段。

2、强调美感。即要求商品的美学价值能与自己的审美观点相一致。

3、追逐时尚。生理与心理的渐趋成熟使得大学生开始追逐成年人的社会游戏，而时尚活动莫过于是ZUI接近的生活方式，时尚本身也更能引起他人的广泛关注，又正好契合大学生想引起他人注意的心理特征。因而追逐时尚，不仅是各种不同类型社会成员的消费特征，也同样符合大学生的心理需求。

个性与文明树立科学的消费观念

在大学生消费问题上，我们已不能再像从前一样，用简单的对或错来作为评价标准，更无法用老一套的教育方式以期达到抑制大学生的个性消费。我们应关注大学生消费状况，把握大学生消费的心理特征和行为导向，实行与之相适应的消费教育，这样才能使大学生自觉自愿地做到科学适度消费。

第一，发展个性消费

正如世界上没有完全相同的两片树叶一样，世界上也没有个性完全相同的两个人。因为个性的不同，所以不同的消费者在现实生活中表现出来的消费行为也迥然不同。更何况是处于彰显个性时期的大学生们。在购买力允许的前提下，我们应该发展其个性消费。

第二，消除不良消费

消费所追求的内心满足是永无止境的。在消费过程中，大学生们往往从感情、心情出发，喜怒哀乐都能成为他们消费的理由。他们往往有消费的冲动却缺乏消费的理性，他们有着消费的随意却缺乏消费的算计。因此，应该在大学生中倡导一种文明行为，加强自身修养，抵制畸形消费，消除不良消费。

第三，提倡适度消费

适度消费是指在保证大学生的自然生理需要的基础上，在不超出家庭的经济承受能力的前提下所进行的消费。现在的大学生大部分是独生子女，家长从小把孩子视为家庭生活重要的照顾对象，对自己子女的消费基本上实行满足供应的政策，再苦也不能苦孩子。而对于远离家长过独立生活的他们，基本上都没有理财的经验。

这就造成有些学生追求高消费，盲目追求档次、品牌，存在攀比心理，形成了一种不健康的消费方式，甚至个别学生不能体谅家庭的困难，以各样的借口欺骗家人寄钱用于自己不必要的消费。这些不健康的现象，与学生家长对子女的娇惯与纵容，使学生养成了乱花钱的毛病关系重大。因而，倡导适度消费，必须对大学生进行国情、校情、家情教育。学校与家长都要对学生的消费加以科学的指导，以使大学生的消费步入健康的轨道。

第四，倡导消费文明

消费文明即强调健康向上的精神文化，反对不健康或有害的精神文化消费;强调绿色消费，反对不利于保护生态环境的消费行为。通过倡导消费文明，陶冶大学生的情操，增加知识与技能。因而，通过倡导消费文明，使大学生建立科学的消费价值观，弄清什么是正常的、适度的、健康的消费;什么是有害身心健康的不良消费，从而正确地评价和选择自己的消费行为。

从表面上看，消费是个人行为，但从更深的意义上说，消费心理、消费意向、消费意识、消费嗜好、消费行为是社会精神文明的体现。所以，应该在大学校园里形成良好的消费\*，帮助大学生树立适应时代潮流的、科学正确的消费观。

**论文报告模板范文手机消费 第三篇**

现在的在校大学生正是目前社会普遍关注的“90后”，是当前社会舆论的焦点话题：有的说他们是贪慕虚荣、有的说他们是依赖性的一代。那么，这些大学生走进校园开始独立生活后，实际的消费观念和思想行为是否真像人们说的那样：大手大脚、不知节俭、无独立意识呢?

为了更好地掌握大学生的思想动态，了解他们的实际消费状况，观察大学生独立适应社会环境和社会生存能力，我们决定以问卷调查的形式进行。

调查结果显示，我国大学生的消费行为总体趋于理性、合理。虽然他们生长在优越的物质条件下，但并没有因此就养成贪慕虚荣的生活习惯和思想行为，而是脚踏实地理性地过着大学生生活，适度消费，即使在恋爱消费中也充分显示出大学生的独立、自爱、自强的思想意识。因此，此次调查的实施，对社会关注大学生消费行为和思想意识有着非比寻常的意义。

大学生的消费行为，直接影响他们的人生观和价值观，对他们的学习、生活乃至日后的工作成才都有着重要的影响。学术界对大学生消费行为的研究通常有两个视角:一是基于消费心理的大学生消费行为研究; 二是基于特定商品的大学生消费行为研究。

1. 基于消费心理的大学生消费行为研究

从消费心理研究消费行为重点分析消费者的心理过程, 一般采用的研究工具是价值系统。价值观与消费者行为有着密切的关系,价值观在消费者行为学研究领域的重要作用也得到了众多专家和学者的认可。

2. 基于特定商品的大学生消费行为研究

这类研究主要聚焦于大学生对不同商品的功能属性的偏好以及购买使用习惯等。在研究方法上,这类研究主要采用描述性统计分析方法揭示大学生消费行为和特征,以定量研究为主。选择特定商品研究大学生消费行为的优点是研究结论贴近市场、实践性强。本文试图吸收上述两方面理论的优点,将大学生消费心理和特定商品结合起来分析大学生消费现状和特点。

一、调查目的：

1.调查当代大学生的实际消费与自身条件之间的联系”及冲突;

2.调查当代大学生消费的合理规划性、理性成熟性;

3.调查当代大学生消费结构和主要消费项目及消费心态及各人心目中理想的消费状况。

4.实地调查之后做出分析总结规划，能够真实反映武汉市大学生消费状况，为大学生消费提供合理的参考方案。

二、调查方法及数据分析

(一)调查方法：采用随机问卷调查(调查问卷在末尾)

设计电子版的调查问卷，随机选择了原意填写问卷的120人进行，问卷内容是根据大学生消费的相关情况自行设计，经修改后形成，问卷题型主要采用选择题的形式。问题大致包括家庭经济状况、生活费来源状况、自我消费结构的评价及谈谈自身条件与自我消费合理性的联系等，问题随机提出，在交谈中获取有效信息。

(二)数据分析

1.月消费总额贫富差距大。大学生总体的月消费额主要集中在700元～900元和900元～1100元这一幅度，少于500元或多于1100元的两极分化现象比较少。而备案贫困生的消费额基本是少于500元。贫困生的生活标准与消费能力与普通学生差距相当大。

2.饮食方面开销大。无论是否贫困生，饮食开支在消费总额中占了绝大部分，这是符合健康的消费构成的。调查发现，大学生中还兴起一股外出聚餐和请同学吃饭的热潮，这方面的开支虽然不算大，但也是造成大学生消费高的一个原因，这说明大学生已经逐渐有了社会交际方面的消费。

**论文报告模板范文手机消费 第四篇**

>一、调查目的：了解手机在大学生中的状况

近年来，随着手机在校园里的普及，越来越多的手机厂商把目光投向了校园这一潜在的巨大市场。为了了解手机在大学生中的普遍情况、使用效果以及消费情况，掌握手机在大学的销售情况和市场前景，我们决定以大学生为调查对象，对校园里的手机市场作一次调研。

>二、调查对象：大学生

>三、调查项目和调查表：（见附件1――问卷）

>四、调查时间：20xx年10月01日——20xx年10月25日

1.提高效率，减少调查工作量。我们制作的电子版调查问卷使用平台开发，并挂在朋友的个人主机空间上，无需印刷，无需人工分派问卷

3.数据统计便捷。我专门设计了一个调查数据统计页面，对调查数据进行自动的跟踪统计，主要有人数统计，占同类选项百分比统计等

>六、调查方法：

1.由调查小组成员共同协商确定问卷内容，以书面文件形式确定，交由本人进行制作成电子版调查问卷。

2.电子问卷制作完成并通过无错测试后，我将其上传到我朋友租用的虚拟主机空间。

**论文报告模板范文手机消费 第五篇**

大学生消费的特点

大学生作为社会消费的一个特殊群体，有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。据调查，我们可以清醒的看出大学生消费存在着以下特点。

消费观念复杂，感性消费占优势

大学生没有经济来源，经济独立性差，消费没有基础，经济的非独立性决定了大学生自主消费经验少，不能理性地对消费价值与成本进行衡量。大学生没有形成完整的，稳定的消费观念，自控能力不强，多数消费都是受媒体宣传诱导或是受身边同学影响而产生的随机消费，冲动消费。这也正是大学生消费示范效应的结果。据调查目前在校大学生中有30%拥有手机但对手机的消费存在着很大的盲目性。拥有手机的大学生中，一部分有通信的需要，且家庭经济条件允许;另一部分有通信需要，但是家庭经济条件负担不起的情况下 趋前 消费;还有一部分是既无通信需要又无家庭经济条件负担的 奢侈 消费。而 奢侈 消费则是由大学生消费的示范效应，攀比心理导致的。

学生对品牌的忠诚度很高

大学生消费在一定程度上会相信自己的真实体验，如果使用某种品牌产品产生好的体验，就会坚持使用，从而逐步形成固定偏好，最终形成使用习惯，保持对此产品良好的忠诚度。比如洗发水，感性认识上的气味清香，质量好，效果明显，都会促使他们继续使用下去。

消费倾向多样化

世纪是物质生活与精神生活日益丰富的时代，当代的大学生们已不再满足于宿舍、教室、图书馆三点一线的单调生活。娱乐、运动、手机、电脑以及新型的IT产品都成了大学生消费的热点。大学生的消费已呈现明显的多元化趋势。如果经济条件允许，大部分学生会去旅游，去歌厅、酒吧消费，或是购买电脑，手机、MP3，反映出大学生具有走出校园、融入社会、拥有高质量生活的渴望。

大学生消费的结构和层次分析

大学生的钱 从哪里来，到哪里去? 通过调查发现，在生活费来源方面, 有75%的同学依靠父母，13%的同学依靠贷款，8%的同学获得了奖学金，9%的同学通过打工补贴日常开销，另有1%的同学还需减免学费。由此可见, 同学们主要的经济来源是父母，但来源趋向于多元化。但生活费不包括学杂费和住宿费等，要是这个 大头 加上去，来自父母的比例将更高，可以这么说，大学生基本上还是以一个纯消费者的身份出现在社会的舞台上。

对于大学生的消费去向问题，调查表明大学生的生活费主要用于衣食住行，消费金额较大的比如手机、电脑、各类培训并不含在其中。而手机已成为大学生主要消费品，这从下面分析中可以看出。

手机已经成为现代人必不可少的交流工具，高校学生是手机使用普及率最高的人群之一。调查表明，烟台大学有的大学生拥有手机，年级越高，手机的普及率也越高，如大一刚入校仅有6%的学生拥有手机，而大四学生中拥有手机者已经高达82%，远远高于社会群体手机平均拥有率。约有83%的大四学生明确表示，购买手机主要是为了方便找工作。虽然手机的主要功能是通话，但大学生们使用最多的是短消息功能。在选择手机时，他们认为价格在1000元至1800元之间的手机最受青睐。

因此，大学生消费结构呈现出类似于正立锥形的结构。家庭比较富裕的同学位于锥形的上端，他们拥有电脑、名牌手机等贵重物品;家庭贫寒的同学则处于锥形的下端，他们往往要靠勤工助学或贷款来维持大学正常生活;其他同学则位于锥形的中间，他们衣食无忧，生活水平居中。同时，从以上的分析可以清醒的看出，从锥形的上端到锥形的下端依次降低，这也鲜明的体现了大学生消费的层次性。

大学生消费对家庭和社会的影响

大学生消费直接影响着家庭。作为一个纯消费者，平均每年约一万元的费用对于一个家庭来说，可谓是重中之重了。就拿普通家庭三口人来说，满足一个大学生一年的消费将花去家庭收入的大部分，特别对于农村的家庭而言，更甚。虽然由于经济的发展，农村和城市居民的收入都得到了相应的提高，生活水平得到改善，家庭用于大学生消费的比重普遍下降，但下降缓慢且比重之大已经是某些家庭所难以承受的。一个大学生的消费占到城市家庭收入的45%左右，特别是农村，可占到80%~90%。无疑，目前大学生的消费已经给学生及其家庭造成了很大的经济压力，特别一些贫困家庭，在调查中我发现，三高校各有20%的同学需要通过申请助学贷款来完成大学四年的学业，他们连自己的生活都难以保证，更不用说这近万元的费用了。由于山东省经济算中等发达，其居民收入水平比大学生家庭的收入水平还要低一些。所以实际比重可能比这个数目还要偏高一些，影响可谓深远。

大学生的消费特点和消费行为决定了大学生消费的影响不只局限于家庭，市场上的很多消费都与大学生息息相关，大学生消费已直接影响着整个消费市场和国民经济。目前，大学生消费市场已经形成，这是高等教育发展的结果，也是社会主义市场经济发展的必要。它已经成为我国社会主义市场经济的一个有机组成部分，随着社会的发展，高等教育的普及，它将会发挥更大的作用。

有关大学生消费的几点建议

大学生消费不仅仅关系到自己、学校，而且还是关系到整个社会的问题。现从个人、学校、社会三方面对大学生消费提出几点建议。

**论文报告模板范文手机消费 第六篇**

大学生消费调查报告虽然除了家庭供给外，多数大学生都没有直接的收入来源，但昨天新生代市场监测机构副总经理马旗戟说，不同于一般公众的认知，当代大学生具有较强的消费能力。他们每学期的平均收入为4919元，支出为4819元，而经常性负债消费的大学生比例超过10。同时，国家xxx公布的数据显示，中国平均每人的年度可支配收入在8000至9000元之间。而将大学生在两个假期的支出计算在内，我国大学生每年的平均消费支出已经在一万元以上。为此，不少高端消费品进入了大学生的消费图谱。其中，60的人拥有手机;27的人拥有电脑;20的人拥有PDA;12的人拥有MP3。

大学生已经具有明显的品牌偏好。调查显示，首位是“喜欢购买具有独特风格的产品()”，其次就是“单纯追求流行、时髦与新奇的东西()”。此次调查也清晰地反映出，在23类先锋品牌中，非内地品牌占了近一半。在电脑、手机、数码相机等消费上，基本都是外国品牌的天下。在休闲运动消费方面，阿迪达斯与耐克的魅力不减，而李宁与安踏也在大学生中赢得了一席之地。

本次调查覆盖中国34个重点城市，126所高校、近1万名大学生，研究结论可推及34个城市的约一千万大学生。

**论文报告模板范文手机消费 第七篇**

随着我国经济的不断发展，我国的国民收入与国民支出的不断增加。大学生作为一特殊的消费群体，在消费上呈现出许多自身所独有的特点，这一状况的出现受多种因素的影响，当然也与大学生自身存在的消费观念密不可分。为了了解当代大学生消费的真实现状，我们从生活费用的来源、分配及利用状况，购物心态，消费水平和急停收入状况等方面，进行了一次“大学生消费情况调查”。

使大学生认知自己的行为的对错，提高意识且提出适应的政策。

另外我们也对大学生消费的状况以及心理因素作了相应的调查，并从社会原因分析了大学生消费的外在因素。最后，由于大学生属于心理，生理，社会经验的转型期，正确引导他们的消费观念也是非常重要的。通过本文的调查分析，我们希望能给广大的大学生消费者提供有意义的帮助和指导。

调查时间：

调查地点：

调查对象：本科生

我们的调查问卷内容主要有王威力提出，有其他三位成员审查修改。在分发调查问卷时我们分工合作，分发近二百张调查问卷。并由分发人员收回。小组讨论研究调查问卷的数据总结和分析。经过近一周的时间将调查问卷整理完毕。由小组讨论调查报告侧重总结的消费问题的哪些方面。最后由袁莉执笔完成调查报告。小组分工明确，配合默契，大大提高了工作效率。

正文：

一、问题的提出

当前不断变化的市场中，大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越多的关注。由于大学生年纪轻，缺乏经验，充满青春的活力并同时具备了一定的购买能力，因而他们有着不同于社会其他消费阶层的群体的消费心理以及行为。首先大学生有着比较旺盛的消费需求，而反观另一方面，他们尚未获得经济上的自主与独立，消费受到家庭准许的很大的制约。消费观念的超前以及消费实力的相对滞后，是这一群体不同于其他群体的问题所在。问了更加清晰的了解这个问题，我进行了对大学生消费状况的一次调查。

二、问卷情况

这次问卷共发放183份，收回有效问卷166份。以身边同学及朋友为主要调查对象。

三、问卷分析

1、经过问卷调查，有7%的同学一个月的生活费标准在1000元以上，而500-1000元及300—500元的人数占了相当的比例，这一结果和我预先的想象相差不多，说明我们学校的学生普遍消费能力在周围学校大学生也占平均水平地位。

2、关于支出的具体内容上我们看到，用于饮食及娱乐两项的结果分别占了前两位，而选择用于通讯的支出与用于交际的花费的人数基本持平，并有具体数字我们可以看出，越来越多的同学把相当多的钱花在了娱乐享受以及与人的联络沟通之上，这说明饮食上的消费比重正在日益的降低当中，相比之下，现在的大学生用于学习方面的钱实在是非常的少，这跟不良的学习风气以及社会的影响都有密不可分的联系。

3、送第三题的调查结果中我们可以看出，当代大学生的经济来源85%左右仍然是来自家庭父母的供给，当然也有很多的学生选择了走出校园，挑选了一些自己力所能及的工作作为兼职，这除了贴补自己的花费外参加更多的社会实践也是促成这点的重要原因之一。还有部分人是利用学校的助学金和奖学金供自己的生活费用。

4、在第四题中我们不难发现当代大学生对于消费的认识还是很浅薄的，有很多是消费冲动型，见什么好自己喜欢什么就买什么。当然也有相当一部分人是经过精打细算只买自己的学习和生活中的必需品。我们应该向这些同学学习。

**论文报告模板范文手机消费 第八篇**

一、前言：

消费，是生活方式的重要组成部分。大学生，作为一个特殊的消费群体，在当前的经济生活，尤其是在引领消费时尚、改善消费构成方面起着不可替代的作用。同时，他们的消费现状、消费特点在一定程度上折射出当代学生的生活状态和价值取向。作为当代莘莘学子中的一员，作为深切关注中国经济发展的大学生之一，本着对中国经济的深切关注，通过我们小组的深入调查和收集数据，我们完成了这份《调查报告》 ，并力图从消费意向、消费意识和消费心理上解读目前西南政法大学的大学生们的消费现状和消费趋势。也许我们的数据不够权威，也许我们的分析不够准确，但我们有自己的角度， 自己的眼光，自己的方法。它代表我们自己的声音。希望广大读者和所有关心大学生消费的人们，能够通 过这份调查报告去把握当前大学生的消费趋向，解读大学生消费的新理念。

之所以开展此项调查，主要基于以下两个目的： 一是通过对当前西南政法大学大学生的消费状况的调查，以得出 21 世纪初的重庆市大学生的消费构成、消费意向以其影响其消费构成的主要因素。二是通过对西南政法大学的抽样调查，力图解读当前全国高校大学生们的消费理念、消费意识以及消费心理等。

二、调查结果及其分析：

的生活费给予数量大多是刚好合适的。家长在给予孩子生活费时也充分考虑了自己孩子的实际情况。但在下一个问题中，我们发现，46%的学生在消费时完全没有计划，想花就花型，30%是能省就省，也没有合理的消费计划，只有24%的学生是在有计划地消费，有良好的消费习惯，这说明当代大学生急需培养良好的消费习惯，养成计划消费的习惯。而问及在自己热衷的方面是否会抑制不住花钱时，共72%表示会或有时会，也体现了大学生的不理智消费。值得庆幸的是接下来的问题，您消费注重什么的，有56%的学生都表示注重质量，表明了理性消费的心理，但仍然有20%的学生注重价格低廉，12%的注重品牌或时尚。而在书籍购买方面，绝大多数也表示购买过但并不多，只有18%是经常购买，还有2%表示从未购买，这类学生应当多多读书了。关于娱乐场所的消费，则有32%的表示经常去，64%表示有时去，4%表示从未去过，没有人表示经常去。接下来我们又对同学的消费计划记录做了提问，没有人表示对自己的消费做很详细的记录，但62%的学生都是有记录的，也有38%的同学完全没有记录过自己的消费。而在消费计划方面，48%的学生表示有过计划，但伸缩较大，表明大家还是有想做计划的想法，只是执行上有难度，也有34%的同学表示自己完全没有计划，12%的表示有时会有计划，还有6%表示有计划并能按计划执行。最后，我们问了各学生对自己的消费情况是否满意绝大多数表示满意或基本满意，14%表示不满意或非常不满意。表明绝大多数学生并没有强烈想要改变自己消费习惯的想法。

**论文报告模板范文手机消费 第九篇**

>调查时间：

>调查地点：

>调查对象：贵州大学南区在校本科生

我们的调查问卷内容主要有王威力提出，有其他三位成员审查修改。在分发调查问卷时我们分工合作，分发近二百张调查问卷。并由分发人员收回。小组讨论研究调查问卷的数据总结和分析。经过近一周的时间将调查问卷整理完毕。由小组讨论调查报告侧重总结的消费问题的哪些方面。最后由袁莉执笔完成调查报告。小组分工明确，配合默契，大大提高了工作效率。

>一、问题的提出

当前不断变化的市场中，大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越多的关注。由于大学生年纪轻，缺乏经验，充满青春的活力并同时具备了一定的购买能力，因而他们有着不同于社会其他消费阶层的群体的消费心理以及行为。首先大学生有着比较旺盛的消费需求，而反观另一方面，他们尚未获得经济上的自主与独立，消费受到家庭准许的很大的制约。消费观念的超前以及消费实力的相对滞后，是这一群体不同于其他群体的问题所在。问了更加清晰的了解这个问题，我进行了对大学生消费状况的一次调查。

>二、问卷情况

这次问卷共发放183份，收回有效问卷166份。以身边同学及朋友为主要调查对象。

>三、问卷分析

1.经过问卷调查，有7%的同学一个月的生活费标准在1000元以上，而500-1000元及300500元的人数占了相当的比例，这一结果和我预先的想象相差不多，说明我们学校的学生普遍消费能力在周围学校大学生也占平均水平地位。

2.关于支出的具体内容上我们看到，用于饮食及娱乐两项的结果分别占了前两位，而选择用于通讯的支出与用于交际的花费的人数基本持平，并有具体数字我们可以看出，越来越多的同学把相当多的钱花在了娱乐享受以及与人的联络沟通之上，这说明饮食上的消费比重正在日益的降低当中，相比之下，现在的大学生用于学习方面的钱实在是非常的少，这跟不良的学习风气以及社会的影响都有密不可分的联系。

3.送第三题的调查结果中我们可以看出，当代大学生的经济来源85%左右仍然是来自家庭父母的供给，当然也有很多的学生选择了走出校园，挑选了一些自己力所能及的工作作为兼职，这除了贴补自己的花费外参加更多的社会实践也是促成这点的重要原因之一。还有部分人是利用学校的助学金和奖学金供自己的生活费用。

4.在第四题中我们不难发现当代大学生对于消费的认识还是很浅薄的，有很多是消费冲动型，见什么好自己喜欢什么就买什么。当然也有相当一部分人是经过精打细算只买自己的学习和生活中的必需品。我们应该向这些同学学习。

**论文报告模板范文手机消费 第十篇**

>一、前言

>二、市场调查活动总结

(一)调查目的

1、了解大学生的消费习惯(消费档次、品牌偏好、购买关心要素、选购意向，影响购买决策的因素)。

2、了解大学生对手机产品的心理需求，获取有关消费者对手机产品的重要信息(看法、建议)。

3、手机产品市场现状与潜力分析，了解手机销售市场竞争的情况，潜在市场的客量(潜在消费者的接受程度和挖掘市场的空白份额)

(二)调查方法及基本情况

为了真实地反映出大学生的手机消费状况，确保调查结果的真实性、客观性，从而使我们准确地推出大学生市场的潜力方面的情况，本次调查确定方法和原则如下：

1、调查方式：

(1)观察调研(获取相关的信息)

(2)问卷调查(定点访问)

(3)焦点小组访谈(收集经验，看法)

2、调查对象：

(1)在校大学生：问卷调查(60份)

(2)手机经销商：访谈提纲(3份)

3、调查日期：20XX年6月

4、调查区域：

东财梁园

5、调查实施：

(1)小组成员聚集在选定的梁园天桥人流量比较大的几个点，对大学生进行问卷形式的拦截调查。(共60份问卷)

(2)选择适当的时间，去选定的几家手机店对这几家店的经营商进行焦点小组访谈。(共3份访谈提纲)

(3)对调查所得到的资料以及数据进行统计、分析，并进行综合处理。

>三、市场调查结果分析

(一)手机普及情况及趋势分析

**论文报告模板范文手机消费 第十一篇**

一、调查方案

(一)调查目的：

通过调查了解现代大学生的消费状况、结构及消费理念，为大学生合理消费制定标准，做一个理性的消费者，合理的理财，更好的生活。这项调查不仅有利于掌握我院学生的消费概况，对塑造和培养我们良好的世界观体系在当前国情下更具有实际意义。

(二)调查对象：各学校的在校大学生。

(三)调查单位：随机抽取所需的大一、大二、大三样本学生。

(四)调查程序：

1.设计调查问卷、明确调查方向和调查内容。

2.分发调查问卷。随机各学校大一、大二、大三在校男、女学生各50人作为调查单位。

3.根据回收的有效数据进行分析，具体内容如下：

第一，根据样本的生活费数目、用于生活费的不同消费比例、用于娱乐方面的消费比例等数字特征，推断大学生总体分布的相应参数。

第二，根据性别进行男、女学生两个总体生活费均值之差的比较及区间估计。

第三，根据大一、大二、大三学生分类进行三个总体生活费均值之差的比较及区间估计。

第四，根据年级的不同将大一、大二、大三的男、女生各自的生活费均值之差进行比较及区间估计。

第五，收集好完成的调查问卷，整理调查问卷和整合问卷内容，制出能清晰地反应消费心理和行为习惯特点的表格和统计图，并总结出调查结果，写出最终调查报告。

4.调查工作的组织实施计划：

1、本次调查的数据处理工作，在组长统一领导下进行，由本小组成员分类统计，最后统一汇总。

2、调查小组共6人，根据个人专长分工，制定分工明细表。成员分工:

黄秀清负责调查方案策划。罗顺妹负责问卷的发送与回收。李晓霞负责问卷的统计与整理。林聘娣负责核对数据与表格和图表的制作。林霞负责数据的分析。颜巧红负责PPT的制作。

(五)调查时间：\_\_\_\_年\_\_月\_\_日至\_\_\_\_年\_\_月\_\_日。

二、问卷设计

首先，请原谅占用了您一些私人时间。大学生是一个庞大的消费群体，对消费市场有着不容小视的影响。大学生的消费理念势必会影响

消费市场的发展趋向。因此，我们希望就大学生的消费情况进行调查。希望您能认真填写问卷，谢谢您的合作!

**论文报告模板范文手机消费 第十二篇**

>调查人员：余波

>调查人员专业：计算机信息管理

>调查地点：XX市政法大学

>调查时间：20xx年10月

>调查方式：问卷调查

>被调查者：XX市政法大学学生

>访问缘由：随着经济的发展，人们生活水平不断提高。通信技术不断进步，手机日益成为人们生活中不可或缺的一部分。拥有手机不再是少数人的专利了，大学生普遍拥有手机并不希奇了，大学的手机市场也成为了手机商瞄准的一个不可忽视的市场。

>一、手机能风靡大学校园的背景

1、由于经济迅速发展，人们生活水平不断提高，21世纪手机技术不断成熟，生产手机的成本不断降低，这就为手机的普及创造了条件，大学生远离家乡求学需要跟家里和朋友联系，需要一个通信工具，而手机的价格便宜且方便这就成为大学生的首选电子产品。

2、中国的两大通信公司--中国移动通信与中国联通在通信资费上比较实惠，例如两大通信巨头都开通了校园卡业务为大学生普遍使用手机提供了良好的外部条件。

3、社会社会的发展当今越来越快，经济全球化的进程加快，人们的生活水平不断提高，生活水平提高对信息的需求量大和信息的即时性。手机作为一个20世纪末的新事物，它的发展初期作为一个简单的通讯工具，走到现在成为一个新的信息携带者，手机的优越性在某些方面已超过了报子、杂志等信息载体。现在越来越多的人已经将手机作为一个随身必备的物品。截至20xx年2月，我国手机用户共亿户。其中大学生也占相当份额。有人说，当今大学生的三大件是手机、mp3、数码相机。这是有道理的，手机在当代大学生中普遍是不足为奇的。

>二、大学生手机族的消费动机分析

考虑经过对问卷调查的\'分析，对大学生的手机消费动机明确，消费欲望强化，大学生逐渐形成了具体的购买动机。大学生的消费动机可以分为一下几种：

1、求质量与实用的购买动机。据调查显示，大学生消费者在购买手机时，最注重的还是质量与实用功能：39%的被调查者表示，好用与耐用是最重要的;此外，还有9%的人认为手机的售后服务质量是关键的。形成这一购买动机的原因，除了受他们最基本的消费需求：工作需要与家人联系的影响外，很大程度上还在于受他们依赖性消费的程度较大及自身缺乏经验，购买能力弱等各种因素的影响。

2、求新款式新功能的购买动机。学生消费者在购买手机时，大部分被调查者认为在质量保证的前提下，首先考虑手机的外观设计，如形状、大小、厚薄、材料、颜色等。同时，有65%的学生希望拥有为“大学生量身订做的手机”。其次手机的内部功能，如是否支持中文输入、是否支持wap、是否支持语音拨号、是否具备免提功能等。且多数被调查者均明确表示，选购时会优先考虑质量可靠、设计轻巧、款式新颖、色彩时尚、功能够炫的手机。大学生手机族这一购买动机的产生，与学生消费者特殊的消费心理是分不开的。由于大学生消费群的成员大多处于19-23岁，这一人生中思想最活跃、最擅变的黄金青春期，热情、开朗、奔放、崇尚自由的率直个性，现代社会生活条件的极大改善，科学技术的高速发展，各种观念、思潮的风起云涌，赋予了他们强烈的冒险精神与实践精神，对于新事物、新观念的关注与学习，逐渐使他们形成了求新、求异的消费心理，而这种消费心理直接影响到了他们求新款式新功能的购买动机的产生。

3、求方便的购买动机。根据前面对大学生手机族的调查与分析，得知90%以上的大学生消费者购买手机的真正目的在于方便与家人、朋友、同学、用人单位联系。对于购买手机与家人联系这一目的，据调查显示，多数大学生手机族的父母均持支持的态度，而这种态度对大学生手机族购买动机的产生具有直接的推动作用。另外，还有部分临近毕业的大学生怕漏过任何招聘信息的压力，也推动了此种购买动机的产生。

4、求价格廉价的购买动机。

85%的大学生手机族所能承受的手机价格在1000-1600元之间。也就是说，他们需要的是中低档的手机。总的说来，此动机的产生与我国综合国力不强，人均消费水平偏低有着密不可分的联系。这种经济现状直接制约了仍处于依赖性消费阶段的大学生手机族的消费能力，从而导致了他们在选择手机时通常会把眼光放在中低价格的机型上。另外，为了达到经济实用的目的，他们通常还会选择免月租或月租较低的充值卡来使用。但值得注意的是，此种求廉的购买动机并非只是一味的追求低价，以省钱为目的，更多时候只要价格达到了大学生手机族心中“合理”的低价时，动机就产生了。

一般情况下，大学生手机族的这四种消费动机不是独立存在的，而是相互交织，共同推动他们的消费行为进一步的发生。实际上，对于消费者来说，消费动机的产生才意味着消费手段、消费目标等一系列消费心理和消费行为的发生，这对于大学生手机族来说也不例外。因此，大学生手机族四种相互交织的消费动机在得到发展以后，紧接着结合在动机上行动希望得到的结果，就会发展出一系列满足消费动机的目标，从而最终做出购买决定。

**论文报告模板范文手机消费 第十三篇**

大学生日常消费情况的调查报告

>一、调查背景

随着社会经济的快速发展，大学生作为一个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、社会经验少、群体特别，他们有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。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。大学生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，进而对他们一生的品德行为产生重要的影响。因此，关注大学生消费状况，把握大学生消费的心理特征和行为导向，培养和提高大学生们的“财商”，在当前就成为当代大学生们共同关注的课题，也是教育部门以及全社会都必须重视的课题，这对形成大学生们正确的人生观、价值观起到积极重要的作用，更对整个社会消费产生不可忽视的影响力。

调查目的

通过调查大学生的日常消费情况，旨在发现当代大学生的消费问题，并提出合理化的建议，因此，其具有很好的社会与现实意义！了解身边同学们的消费习惯也有助于我们小组成员自身建立良好的消费观念,做一名有责任感的大学生。

>二、大学生的消费观念

实用、质量占消费的主导地位

在问卷的第6题的所有答卷中可以看出:大学生消费时主要看中商品的实用价值与质量。在“山寨”货风行的今天，学生并不是盲目地追求品牌或是价格便宜。大学生们站在时代前沿，追新求异，敏锐地把握时尚，惟恐落后于潮流，这似乎是社会对大学生们的传统看法，但我们的调查结果却给出了有力的回击:的同学在消费时看重商品的实用，的同学注重商品的质量，而注重品牌的同学只占。

精神物质消费同步发展

如今的社会是物欲横流，金钱当道，万夫莫开。物质享受欲充斥着一些人的头脑，但是调查结果显示，有的被调查者选择物质和精神方面的消费同步发展，有的受访者选择今后要加强精神方面的消费，只有的同学选择了加强物质方面的消费，另外有的同学对自己今后要加强的消费方面是不确定的，只是凭感觉消费。我们从调查结果中不难看出，大学生的消费方向是趋于良好的。

节约观念永不过时

在调查中，我们了解到大学生大学生都是有一定的节约意识的。约有的同学认为“在一定范围内，应该提倡大学生勤俭节约”，另外还有的同学认为“勤俭节约是一种美德，永远都不会过时”。12%的同学认为没必要节俭。这是一组令人欣慰的数据，说明大学生是知道自身无资金来源这一情况的，这对学生本人来说，无论是从自身素质修养还是个人理财能力的培养都是有很大帮助的。

>三、大学生消费时存在的问题

**论文报告模板范文手机消费 第十四篇**

>一．调查目的：

随着社会逐渐步入信息化时代,手机已经成了我们越来越不可或缺的东西，对于手机的使用已经越来越频繁，它与我们的生活息息相关。现在在校园里，手持手机边走边通话的大学生已是屡见不鲜了，大学生拥有手机的比例亦相当之高。手机潜在消费群有低龄化的趋势，可以说青少年是一个巨大的市场。在这种大背景下，拥有无穷消费潜力的特殊消费群体——学生已经成为手机消费市场中一支不容忽视的生力军。我们小组通过对福建师范大学学生手机消费进行调查，分析了调查的结果，并对今后手机的发展趋势作了一个构想，并为手机营销商提供一些建议。

>二、调查方式：

网络问卷

>三、调查对象：

微信，QQ好友随机抽取

>四、 调查时间：

20xx年11月

>五、 调查过程：

1.被调查者：研究者随机随机在福建师范大学发放编制好的调查问卷。共发放问卷60份，回收有效问卷60份，其中，男生33人，女生23人。

2.数据整理：将回收的问卷进行分类、整理、统计和计算，最后得出市场调查报告的原始数据。

3.数据分析：

第三题：通过对数据的分析我们发现，男女同学在能接受的手机价格范围上有显著差异。其中，男生中有21人选择了1000以上，2人选择了500-1000.而女生中，有22人选择了1000以上，10人选择了500-1000,1人选择了500以下。由此可以看出，男生的手机消费价位较女生高。这可能是由于女生在生活上比较精打细算，而男生则不太重视节俭。当然，受样本容量的限制，也可能得出的结论是补准确的。

>六、大学生手机消费的特点：

通过对数据的分析，我们发现，有以下几题，调查者的选项具有明显的倾向性，能够在一定程度上体现当代大学生手机消费的特点。

第三题中，有的调查者选择了1000以上，可见这一价格应该是大学生现今所能暂时承当的。随着经济的发展，大学生的消费水平也提高一个层次，手机很大程度上是一个大学生的门面，因此，大家不惜对手机进行比较大的投入。 第五题中，有75%的调查者选择了随身携带手机。这说明，在大学生中，随身携带手机很普遍，离不开手机，作为大学生中的一员，我切实感觉到现在周围用大屏幕直板手机的同学越来越多了，包括我自己。

>七、结论：

随着科技的不断进步，经济的不断发展，人们生活水平的不断改善和提高，学生消费者的消费心理欲望增强，商品的市场生命周期缩短，特别是在通信领域，手机更新换代的速度加快。多数大学生对手机有极大的心理需求，他们注重手机的款式，注重手机的质量及功能，而且他们也是品牌的忠实拥护者。学生消费者比较喜新厌旧，一旦有推出功能更完善的手机他们就会对自己所拥有的手机产生不满。从中我们可以看出，手机消费已经成为了一种时尚。学生消费者的确是一个不容忽视的消费群体，并且随着时间的推移，这一特殊的消费群体将越来越表现出其巨大的消费潜力。从调查数据我们可以得出以下结论：

1.手机消费仍以外国产品为主导，国内手机还有待于进一步的改进与提高，服务待于完善。国产品牌手机需要在质量上做足功夫，外观需要创新，而不是一味地模仿，国产品牌手机还需要提高技术含量，掌握核心技术，拥有自主知识产权。只有拥有自己的特色，国产手机才可能在当前白热化的竞争中占一席之地。

2.品牌手机在大学生手机消费市场占据有一定的优势。据调查分析，目前大学生使用的手机主要以苹果居多，大学生也是比较注重品牌的。可见，大品牌对市场起主导作用，小品牌只能填补市场的空隙。品牌在手机消费起着相当大的作用。

**论文报告模板范文手机消费 第十五篇**

通过以下调研结果可以看出，大学生的基本生活消费和心理整体上是现实的、合理的，但离散趋势明显，个体差异大。主要归纳为以下几个方面：

大学生消费有其不理性的一面

大学生没有经济来源，经济独立性差，消费没有基础，经济的非独立性决定了大学生自主消费经验少，不能理性地对消费价值与成本进行衡量。大学生没有形成完整的，稳定的消费观念，自控能力不强，多数消费都是受媒体宣传诱导或是受身边同学影响而产生的随机消费，冲动消费。这也正是大学生消费示范效应的结果。拿手机产品来说，目前，有手机的大学生中，一部分有通信的需要，且家庭经济当今社会正面向多元化发展，新知识的爆炸式增长、新技术的迅速推广对日常生活的深入影响，使时尚的形成和流行更快捷，同时具有更鲜明的主题和更人性化的表现形式，并因而成为大学生日常生活和社会活动中具有象征性和大众化的色彩和基调。“今朝有酒今朝醉”，似乎日渐成为一种时尚。“负翁”、“月光族”随之大批涌来。在我们的校园中，昔日的“风声、雨声、读书声”中，又夹杂进了“手机声声”。为了解我校在校大学生目前的消费状况，为我校明确确定贫困生标准提供可靠参考资料，同时为我校学工处开展学生的教育引导工作提供第一手资料，学生工作信息中心特开展此次调研。

调研时间：20xx年11月27日---20xx年12月15日

调研对象：校本部外语学院、水土学院、经管学院等九个学院

调研方式：问卷调研

调研情况：此次调研共发放问卷380份，回收376份，回收率高达98、95%，数据真实，可信度高。此次调研，主要针对学生的消费心理、消费意向、消费意识、消费嗜好等方面展开调研。

调研结果及分析：

一、 消费去向：

从上图中可以看出，在学习方面，我校学生的花费主要在购书上。由于学校发放的教材只是基本教材，并不能满足学生的需求。所以在学生的消费去向中，购买教学参考书、英语等级考试等书目占了一定比重。

在消费去向中的通讯费中，大一和大四的学生占的比重最大。对于大一新生，由于刚来到大学，对于生活环境、学习环境、人际交往环境都很陌生，存在着种种不适应，同时对于大学中开放式的学习方式不习惯，总喜欢和自己以前的好朋友、老同学交换信息、交流意见。而大四的学生的通讯费主要是联系工作。

在恋爱消费方面，有些同学有着固定的“爱情投资”。“爱情需要浪漫，而浪漫需要消费”，但是没有资金是浪漫不起来的。无论对于男生还是女生，都是需要消费的。对于男生，需要给女生买单，送礼物。同时，“士为知己者死，女为悦己者容”，女生的恋爱消费主要是用在化妆品、首饰上。

另外，在恋爱中，双方都共同支出的一个方面是在衣着打扮上，名牌成为一种标志。“只买贵的，不卖对的”，有相当一部分人持有这种观点。在现在这个社会，恋爱是合理的，但对于恋爱中的种种不合理消费值得我们深思。

对于恋爱中的消费来源，有的是由“家里特别提供”的;有的是“从生活费中支付”的;有的是来自“勤工俭学”的;有的是来自“奖学金”的。总之，无论是从哪方面支出，都占了不小的比重。只是比重的不同于大学生的看待社会的角度有关，更与家庭对大学生恋爱的看法有关。

**论文报告模板范文手机消费 第十六篇**

随着社会经济的发展，人们的消费水平也在不断的提高，大学生的消费结构和消费习惯也发生了巨大的变化。大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越多的关注，他们的消费结构和习惯，对未来主要社会消费群体的消费情况有着直接的影响和反射作用，因此关注当前大学生的消费情况是很必要的。为了把握大学生生活消费的心理特征和行为导向，并帮助培养大学生健康的消费意识，引导他们建立合理的消费结构和形成良好的消费习惯，我们小组做了一次有关大学生消费情况的调查。

问卷的设计

制作问卷时，我们力求所选题目确切、简洁、针对性强，并遵守以下几点原则：

一、问卷主题明确，所有设问都必须与主题有关;

二、语言简明准确，以免影响理解和答问;

三、问卷项目由浅入深，并注意相互间的联系，使被调查者可以连贯作答;

四、设问切合实际，充分考虑被调查者的差异;

五、设问事先考虑到能对问题结果做适当分类和解释，使所得资料便于做交叉分析;

六、调查表的设计充分考虑可接受性。

大学生消费情况调查问卷分析

一、调查的基本情况

**论文报告模板范文手机消费 第十七篇**

随着生活水平的改善，手机的普及率开始升高，且使用者范围也开始扩张，还记得前几年，拥有一部属于自己的手机，是一件很了不起的事。但是20世纪的今天，却不同了，在学校里，手机几乎是人手一部的通讯工具，接着是中学生，小学生，父母为了跟儿女得到第一时间的联络，纷纷给儿女们买起手机来，有得学生身上还有两部手机呢。特别是近两年，随着手机价格的下降、短信服务的开通和各种手机SIM卡的出现，手机不再是一种高身份的象征或遥不可及的梦想，而是成为一种较为普及的通讯工具。

这次调查主要是有针对性地就购买手机的心态、中学生拥有手机的总体利弊以及校园实现手机普及这一社会现象的正常与否和影响中学生购买决策的因素等。调查采用问卷形式，抽样调查，共发出调查问卷100份，成功回收93份。

调查中发现，80%的同学已经拥有一部属于自己的手机，就算暂时还没购买手机的同学，其中大部分人认为学生很有必要有一部手机。其理由是：首先，便于联系，这既包括自己联系亲人，也包括同学朋友联系自己。

>1、手机的品牌

调查发现中学生所购买的手机品牌基本上都是洋品牌，摩托罗拉，索尼爱立信，诺基亚倍受中学生青睐，三者共占调查总数的55%。而国产手机问津者很少，如国产王牌 TCL、波导，所购者也不多，两者共占12%，可见中学生在手机品牌上基本倾向于洋品牌。

>2、资金来源

主要来源于父母的约为，的中学生是自己打工挣的钱，是勒紧裤腰带从生活费中挤出来的，是别人送的，基本上不存在向别人借钱或银行贷款购买手机的现象。

>3、购机目的

学生是追求个性的群体，在手机的使用上也不例外，近48%的学生中意拍照手机，的学生使用下载的流行音乐作为铃声。随着彩屏和摄像手机的普及率上升，学生也开始更多的使用下载图片或者自己拍摄的图片，甚至自己制作的图片作为待机图片。

>4、手机的使用情况

一半是海水一半是火焰——学生使用手机的利弊

中学生使用手机会引起社会的争议，主要是因为手机作为高端消费产品，在校学生由于生活圈较为固定，没有必要，可能会是一种物质的浪费。其二是容易造成不好的消费习惯，同时影响学习，作为当事人我们应该如何看待这个问题的呢？

由于中学生处于性格塑造时期，思想不稳定，情绪波动大，易受外界环境影响等特征，使得他们的消费存在一定程度的盲目性，手机的使用存在一定的负面影响，在分析使用手机不利的影响中，主要体现在影响上课、造成不好的消费习惯、浪费钱，比例分别为、、，而认为没有坏处的比例为。这也反映出学生学习与社交活动之间存在矛盾，如何处理好这种矛盾则需要社会正确引导。

**论文报告模板范文手机消费 第十八篇**

手机在我国从贵族向平民的转变实在太快了。截止到XX年底，我国手机拥有量达到亿户，位居世界第一，并且一直在以每月新增500万用户的高速度在增长。

中国手机市场正成为全球手机厂商必争之地。各种性能、各种品牌、各种价格的广告让我们眼花缭乱，本期调查的目的便是为了帮助业内人士及消费者认清手机市场发展特点与趋势。

调查时间：XX年1月28日

调查主题：手机消费

调查执行：北京鹰之健企业形象策划中心

文字整理：刘增禾

调查说明：

本次调查共采集样本245205个，有效样本243260个，问卷来自全国各地，参加活动的包括国家公务员、在校学生、公司员工、个体劳动者等各行各业的从业者。

调查结果：

被调查对象电话费节约方式

不知道

话费套餐

给对方发短信

拨打ip电话

被调查对象手机更换的频率

半年左右

半年至一年

一年至两年

两年以上

没有换过七成多的被调查对象把短信作为节约话费的一种方式;五成多的被调查对象从未换过手机

**论文报告模板范文手机消费 第十九篇**

大学生日常消费情况调查报告

随着社会的发展 大学生作为社会新生的消费群体 其消 费观突出地显示了其世界观的形成发展情况 进而对品格产生 影响。正因为如此 大学生的日常消费情况值得社会关注 了

解当代大学生的消费心理 并且加以正确的行为导向 培养大 学生的理财能力 在当前成为了大学生自身、教育部门以及全 社会都必须重视的课题。

一 大学生消费结构调查数据

调查目的 通过分析大学生消费结构,对商家的细分市场定

位提供参考

调查采样地点 福建商业高等专科学校

调查时间 20\_ 年 12 月 20 日——20\_ 年 12 月 25 日 调查问卷 共发问卷 250 份 收回 216 份 回收率达 根据调查结果 生成以下报告

下面是通过本次调查得出的一些详细数据。

>1.家庭平均月收入。经调查 家庭平均月收入在 1000 元以下的

学生占 18% 1000 元 5000 元占 66% 5000 元 10000 元占 12% 10000

元以上 4%。其中家庭月收入在 1000 元以下的学生来自城市的占 2% 来自农村的占 98%。家庭月收入在 10000 元以上的学生来自城市的占

96%来自农村的占 4%。可见 大部分贫困学生来自于农村 我国的城

乡差别仍然巨大。而生活奢侈的学生绝大部分来自于城市。该数据与

中国人目前的收入水平基本吻合 绝大部分中国人家庭夫妇月收入为

2 千元 5 千元 贫困家庭与特别富裕家庭都是少数。一般来讲 贫

困家庭大学生的每月消费支出较少 而特别富裕家庭大学生的生活可

能较奢侈 比如有的学生在校期间购买了 20 多万元的轿车。

>2.月平均消费金额。月平均消费金额 500 元以下的占 500

元 1000 元占 1000 元 20\_ 元占 13% 20\_ 元以上占 5%。

由此可见 大部分学生的月平均消费金额为 500 元 1000 元 每月

消费金额超过 20\_ 元的只占 5% 社会上一些舆论认为大学生代表着

高消费 代表着奢侈浪费的看法是片面的。

>3.每月的生活费。大学生的生活费主要来自于家庭 也有一部分

学生通过打工赚取生活费甚至学费。感觉生活费月月有余的学生占

6% 感觉刚好够花的占 感觉不够花的占 。可见接近一

半的当代大学生用钱缺乏计划性 缺乏理财能力。感觉月月有余的学

生中 大一学生占 69% 由此可见大一新生刚进校门时消费项目较少。

而感觉钱不够花的学生中 大一至大四学生分别占 16% 6% 44%

34% 可见随着年级的升高 学生的消费项目逐渐增多 大三时恋爱

的学生多 感觉钱不够用的学生比例最高。

>4.消费方式。大学生在消费时选择能省则省的占 有计划

消费的占 想花就花的占 36% 选择其他的占 46%。可见许多大

学生的消费方式比较随意 缺乏计划性 所以导致钱不够花。

>5.每月的饮食开支。每月饮食开支在 200 元以下的学生占 8%

200 元 400 元占 400 元 600 元占 600 元以上占 13%。

每月饮食开支在 200 元以下意味着每天的饮食开支只有 6 元多一点

在目前学校食堂一个炒肉 3 元钱左右的条件下 意味着这样的学生每

顿饭只能打一个菜 每天只能吃一顿肉。而每月饮食开支在 600 元以

上的学生 除了正常的就餐外 几乎天天买饮料喝。

>6.平常购买学习资料的钱。大学生每学期购买学习资料的钱 10

元以下的占 10 元 50 元占 50 元 100 元占 6% 100

元以上占 3%。可见大学生平时买书的并不多 除了一部分考研、考

各种资格证的学生外 一般不买教科书以外的书。

>7.每月与恋爱相关的开支。在每月与恋爱相关的开支中 选择

50 元以下的占 12% 50 元 100 元占 100 元 200 元占

200 元以上占 22% 另外 46%的学生回答没有恋爱。由此可见谈恋爱

的学生 每月在恋爱方面要比其他学生平均多支出 100 元以上。

>8.平均每月电话费。平均每月电话费支出在 30 元以下的大学生

占 1% 30 元 50 元占 50 元 80 元占 80 元 100 元

占 32% 100 元 150 元占 10% 150 元以上占 6%。大多数大学生的电

话费支出在 50 元 100 元之间。少数学生远程恋爱 煲电话粥 导

致每月话费在 150 元以上。转贴于

**论文报告模板范文手机消费 第二十篇**

大学生服装消费调查背景

大学生服装消费调查概况

调查问卷分析

调查结论总述

对服装消费与生产的建议

领跑小组

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。

大学生服装消费调查概况

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。

领跑小组

目标群体

河南城建学院东校区在校大学生，包括大一到大四四个年级。

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，对在校的四个年级的同学进行抽样调查。抽样调查采取分层抽样法，根据四个年级的人数进行分层抽样，以此来收集数据。其中年级人数比例为8：8：3：1(大一：大二：大三：大四)。

调研过程

月1日到2 日，设计调研方案;3日到5日，设计调研问卷;6日到9日，进行问卷调查;10日到12日，书写调查报告。其中，在问卷调查过程中，不对被访者进行过多的谈论，尽量收集到被访者真实的数据，不对被访者进行诱导或是随便自己进行填写，而且尽量减少被访者受到过多的环境因素的影响。调研结问束后留下被访者的电话，以便对调研数据进行验证。调研结束后注明调查员姓名以及调查地点和时间。本小组共发出205份问卷，实际收回204份有效问卷。

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。

领跑小组

调查效果

在收回的204份问卷中存在4份不认真填写的问卷，其他的效果还可以，大部分问卷还都是认真填写的，这对于问卷的分析和数据的整理都起到了很大的帮助。

调查问卷分析

性别构成根据调查的样本统计，在调查中男生占51%，女生占49%。(其中系别以管理系为主，另有土木系与数理系的部分同学)

月生活费：每月生活费在400元以下的占34%，401-500元的占元的占，601-800元的占 ，800元以上的占。由此可以知道现在大学生的生活水平以及他们的购买力，并且大部分同学的月生活费在500元以下。

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。

每次购衣的花费：

表1.夏冬装购衣花费比例表

元以下

元以上

元以下

元以上

领跑小组

从表1中可以很明显的看出夏装的价格大部分处于51-100元这个区间，冬装大部分处于101-200元这个区间。由此可见，服装花费在月生活费中所占的比重相对来说也不算是太高，但还有部分人的服装消费过高。

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。

购衣方式：

**论文报告模板范文手机消费 第二十一篇**

本次调研共发放问卷120份，计回收问卷111份，回收率。其中有效问卷100份，样本分布结构大一7人、大二43人、大三36人、大四14人，男生比例59%，女生41%。并在问卷的基础上走访了两院的手机店及儋州移动、联通通信公司，从总体上了解手机市场的相关信息，调研的具体结果大致如下：

>一手机普及情况及趋势分析

针对学校的手机普及情况我们通过电话调研的方式进行了初步的统计，每个班级少的有3-4部，多的则达到10部以上，被调查者中周围朋友使用手机较多的占27%，一般的则占到了58%。根据本次调研数据乐观估计我校学生的手机拥有量可能在800-1000部左右，即每7-8个学生中就有1个人拥有手机。手机已从原来身份和地位的象征开始作为一种便捷的通讯工具为学生所广泛接受。

>二各品牌手机占有情况

目前我校学生使用的手机主要以摩托罗拉和诺基亚居多，两者分别占被调查者的28%和27%，其次三星和西门子也拥有一定数量的支持着，分别占被调查者的15%和9%，而国产手机则主要集中在波导、TCL两大品牌，但其占有率也仍然不高，分别只有5%、7%，其它的小品牌占有率更低。这样的品牌结构可归结为两句话：大品牌主导市场，小品牌填补市场空隙。

在印象调查中，一百名手机用户中分别有84%和79%的被访者对诺基亚与摩托罗拉的印象最深，这两个品牌也保持了较大的优势。这一方面与它们产品自身的质量、功能、科技含量有着密切关系，同时也是两者巨大的广告经费投入的结果。而原本处于三强之一的爱立信，虽然有着本身积累起来的长期品牌优势，但随着其淡出手机生产，新型机推出不多等多方面的原因致使其市场占有率逐年下降。相反三星、西门子等外国公司凭借技术优势，适时推出新产品符合学生使用，因此在学生中也占有了一定的市场。而国内的手机品牌知名度虽然也有所提高，但终因为质量、款式等的制约而受到限制。

>三现有用户具体分析

从性别上看，目前的手机现有消费者仍以男性为主，根据问卷显示数据男女比例为：59：41。

月生活费性别

以下300-500 500-700 700-900 900以上男女

50% 32% 5% 59% 41%

大一 大二 大三 大四

7% 43% 36% 14%

从年级上看现有的手机消费改变了以往大四学生占据主要份额的状况，大三的学生开始后来居上占了较大的份额，其功用也由原来单一的联系工作开始向多方面转变，如联系朋友、恋爱需要等，其中大多数是前者与朋友联系的需要，约占了调查总数的75%。大一的新生手机拥有数量相对较少，这并不意味着新生的手机消费潜力不大，相反新生在非手机用户手机消费的潜市场当中占有相当的份额。新生主要是由于地缘、用途及费用方面的考虑而暂时性的没有购买手机，其购买意向却仍相当强烈。在我们访谈过程中大多数新生都在寻求手机购买的机会。

从个人月收入上看，月生活费的多少也直接影响我校学生手机消费的变动。我校绝大部分学生的月生活费都在300-500之间，这一层次的学生手机消费者不在少数，占了本次问卷样本的50%，但月生活费在500以上的高消费者也占了42%，有10%的人达到了700以上。

**论文报告模板范文手机消费 第二十二篇**

主要内容：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，我们的消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响我们世界观的形成与发展，进而对我们一生的品德行为产生重要的影响。因此，关注大学生消费状况，把握大学生生活消费的心理特征和行为导向，培养和提高我们的“财商”，在当前就成为我们当代大学生共同关注的课题。关键词：大学生 消费 心理 方法 行为 核心提示5月8日至15日，本人通过对云南省昆明市昆明理工大学的全日制在读本、专科学生进行调查和收集数据，从消费意向、消费意识和消费心理上一定程度解读了目前大学生们的消费现状和消费趋势。

此次调查共发放调查问卷50份，收回有效问卷50份，其中本科类院校学生30人，专科类院校学生20人;男生25人，女生25人，男女比例约为1∶1。

调查结果一

吃饭穿衣花钱最多

相关数据：大学生的消费支出中，食物支出占41%，衣物支出占

调查和数据结果显示：当前大学生的消费构成主要集中在基本生活费(衣、食、住、行)，学习消费(学费、书籍杂费、考证费、电脑等)，休闲娱乐消费(休闲、健身、旅游、娱乐等)以及人际交往消费(人情往来、恋爱)等四大方面。其中，在昆明理工大学大学生的消费内容主要集中在食物支出和衣物支出两大方面，其中食物支出占41%，衣物支出占。其他方面，休闲娱乐占，与学习相关的各方面支出占。尽管食物支出仍是当前在校大学生的主要支出之一——约的被访者的食物支出约占总生活费的四成，约的被访者的食物支出约占总生活费的五成——但另一方面，大学生们走出校园食堂到外面聚餐的费用也在与日俱增，麦当劳、肯德基以及一些价格不菲的特色小吃已成为当前大学生尤其是校园情侣们经常光顾的地方。根据结果分析，作为大学生，作为即将步入社会的成年人，他们更加注重自己的外在形象。在这方面，女生的消费水平要高于男生，在被调查的女生中，近三成拥有价格在300元以上的品牌服装。

调查结果二

恋爱花费每月百元

相关语录：馒头就咸菜，省钱谈恋爱

如今，“馒头就咸菜，省钱谈恋爱”已成为不少校园爱情男主角的忠实信条。“尽管我们俩出去玩都十分节省，每个月还是要花费100多元钱的。”某一名大二男生说，他和女朋友都是农村的，而且是初中同学，尽管经济不宽裕，但两人要是出去玩，买个糖葫芦、冰淇淋还是经常的。“其实，有很多大学生都在谈恋爱，只不过有的人不愿意承认而已。”另一大学生说，有些学生之所以“保密”工作做得好，主要是担心万一走不到一起，会遭到同学笑话或非议。据调查结果显示，仅有不到两成(19%)的学生承认有男(女)朋友，其中有30%的“男主角”每月在女友身上的投入约有200元。据调查结果显示，对于恋爱费用的来源，有的是由“家里特别提供”的，有的是来自“勤工俭学”，更多的是从“生活费中支付”的。

调查结果三

聚会聚餐最高数千

相关语录：同学过生日、考试得高分、当了学生干部、入了党、评上奖学金、比赛获奖等都要请客，要不人家会说你不够交情、不上路人情消费因为其形式多样和不确定性而相对难以统计。据统计结果显示，近六成大学生在各种形式的聚会聚餐中每年要花费500元左右，近三成的大学生这类花费在800元左右，更有极少数人每年要花费上千元甚至数千元。

消费态度

过半学生愿意打工

相关数据：当生活费透支时，有61%的同学愿意节约开支或自己打工赚取“我来上学就已经花费了很多钱了，咋好意思再向父母伸手要钱呢。”某一大学生说，自己家是农村的，经济条件本来就很一般，再加上自己上学花钱，家里都快承受不了了，自己说啥也不愿意向父母再伸手了。她告诉我，自己经济上的“额外”收入，都是她平时做兼职挣的。“我宁愿去打工，也不愿意再向家里要钱。”另一大学生说，有时候，一不小心，生活费用都花超了，只好向同学或亲戚借点，等到了假期，自己再找份工作，挣点钱补“窟窿”。调查中，我了解到，像这样的大学生占很大比例，调查数据也表明，的学生存在生活费超支的现象，甚至一学期的生活费在两三个月花光的情况也屡见不鲜。这在一定程度上说明了在个人理财方面，当前的大学生是较为冲动和盲目的。而当生活费透支时，只有不到一成()的同学愿意张口向父母索取，的同学愿意借同学或朋友的，大部分()的同学更愿意节约开支或自己打工赚取。

经济来源

大多学生要靠父母。

相关数据：目前，的大学生还是把家庭供给作为最主要的经济来源。尽管大学生消费已经呈现出多样化的趋势，但调查结果显示，目前的大学生还是把家庭供给作为最主要的经济来源。

“尽管爸爸、妈妈都是工薪族，但还是尽最大努力供我上学。”昆明理工大学大三某一学生说，看到父母为自己上学花费很多，心里也感觉很是愧疚，但毕竟自己还没有上班，不能挣钱。假期打工挣的那点钱，贴补一下平常的生活还行，要是自己供应自己上学，确实十分困难，“没有办法，只能靠老爸、老妈了。”他说，只要自己能上班挣钱了，会全力回报父母的。调查结果显示，大学生这一群体在经济消费水平、消费构成上存在着巨大差距和差别，其中年消费最高的达到13500元，而年消费最低的只有1800元，年消费支出均值为元(不包括学杂费和住宿费)，这其中有的大学生把家庭供给作为最主要的经济来源。据分析有63%倾向于冲动型消费，女生在这方面的比例远远高于平均水平，有30%多认为自己属于精打细算型消费，认为自己属于今朝有酒今朝醉型消费，而大部分(55%)的大学生则说不清自己到底属于哪种类型的消费者。

总述(分析报告)：大学生多数是自进入大学开始，才更多的拥有选择消费的自主权。有了更多消费自由的同时也面临着一些问题。能否处理好，将关系到整个大学生活。消费的安排直接的影响生活的质量，毕竟学生的经济来源主要是来自家长，基本都是有限定的。不合理的消费会打乱个人的生活秩序，影响学习生活。同时，大学生的消费行为，直接体现了其生活观、享乐观、人行价值等价值观，这对他们的学习、生活乃至日后工作、成才都有着重要影响。加强对大学生的消费教育，帮助他们走出消费误区，引导他们树立正确的消费观念，已是高校德育工作的重要组成部分。消费支出来源来源 父母 亲友 贷学金 奖学金 困难补助 勤工俭学 其它.大学生的支配额也已逐年增长。但对周围同学的消费选择也进行了调查，仍然发现大学生还是没有走出一些消费的误区 主要有——误区之一：消费的盲目性。部分学生消费没有计划，随意性很强。曾有调查说：(1)的学生，竟不知道每月、每学期要花或花了多少钱，从未思考过钱是怎样花的，反正没了回家去拿，家里人给的时候也无定数，这类学生以城镇女孩居多;(2)有了钱就大手大脚地乱花一气，把本是几个月的生活费一块儿花，接下来只得过拮据日子，要么向家里求援，要么东挪西借;(3)在该买什么与不该买什么上没有主见，看到别人买啥自己也“随波逐流”，结果是钱花了于己用处却不大，造成了不小的浪费。

针对这种盲目性消费的内在分析：由个性觉醒而引起的消费自主心理。对学生来讲，大学时期是一个独立性与依赖性并存的阶段。伴随着自我意识觉醒而来的，他们在物质生活和精神生活中强烈的自我支配要求。当代大学生大都是改革开放后才成长的，环境的塑造，使他们无论在思想上、生活上、学习上，还是在人际交往上，都有自己特有的看法、想法和情感。家长和教师会明显

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！