# 四川消费文化形态调查（范文模版）

来源：网络 作者：玄霄绝艳 更新时间：2024-06-13

*第一篇：四川消费文化形态调查（范文模版）四川消费文化形态调查Survey of Sichuan consumer culture□ 暨南大学新闻与传播学院 张山竞四川，属中国西南内陆，西有青藏高原相扼，东有三峡险峰重叠，北有巴山秦岭屏障，...*

**第一篇：四川消费文化形态调查（范文模版）**

四川消费文化形态调查

Survey of Sichuan consumer culture

□ 暨南大学新闻与传播学院 张山竞

四川，属中国西南内陆，西有青藏高原相扼，东有三峡险峰重叠，北有巴山秦岭屏障，南有云贵高原拱卫，形成了闻名于世的四川盆地。四川历史悠久，至今已有4500余年文明史，自古以来四川就享有“天府之国”的美誉。

四川的消费文化呈现其独特的区域特点和消费习惯，本文从四川的地域文化和消费者的消费状态出发，去考察四川消费文化形态的全貌。四川区域文化与消费文化

1.巴蜀文化与消费文化

成都是蜀、重庆为巴，它们所代表的文化即为巴蜀文化，是华夏文化的一个分支，以成都、重庆为中心，包括盆地西部及陕南、滇北一带。

四川盆地在地形上为“四塞之国”，古代交通甚为困难，故李白发出 “蜀道之难，难于上青天”的感叹。这一封闭地形在一定程度上导致了巴蜀文化的封闭性。但正是因为如此，又反过来激励起巴蜀先民向外开拓、努力改善自身环境的决心和勇气。于是，环境与文化相交融，造就了巴蜀先民封闭中有开放、开放中有封闭的历史个性。随着时代的推移，开放和兼容成为巴蜀文化最大的特色。

在经济发展和消费方面，四川比东部沿海城市落后，却又是西部的商业文明中心。成都市场作为西部商业大市场的一个主要制高点之一，不仅引领西南市场，还对西部地区产生巨大的影响力。开放与兼容同样也是四川消费市场的重要特点。

2.休闲文化与消费文化

以茶馆为文化符号的休闲文化，吸引着世人的目光，“成都 ——一个来了不想离开的城市”精准地概括了四川的休闲文明。四川人骨子里就渗透着对于生活的从容与闲适。他们喜欢摆龙门阵，喜欢接触大自然，满足于现实的生活并且懂得享受生活，乐于在休闲活动上消费。

成都人喜爱户外游乐，大文豪苏东坡曾有“蜀人游乐不知还”的诗句。穿竹林、走石径、过小桥、观花木盆景、吃农家饭菜，每人一天花费一二十元，就可休闲娱乐一天。人们把这种以农家庭院为载体的旅游形式“农家乐”。这种将第一产业和第三产业有机结合形成的乡村旅游业态，如今已遍及成都城郊和乡村，基本形成了以农家乐、乡村酒店、全国农业旅游示范点、旅游古镇为主要产品的乡村旅游产业业态。

3.盆地意识与消费文化

四川盆地优越的气候和丰富的物产，造就了今日的成都和今日的成都人，自古以来，由于交通的不便，成都对外交往始终都不频繁，受外界的干扰较少，这既有利于形成独特的成都文化，但同时又不利于成都学习和借鉴外界先进的思想和文化。

由于长期封闭自守，成都人养成了安于现状、小富即安的心态，他们一般不愿出远门，到外面去发展，这除了对外面的世界缺乏了解外，更多的是长期养成的惰性在作怪。成都也有许多年轻人受不了成都悠闲懒散的气氛，主动走出盆地，但大多数把仅有的激情散尽之后，因受不了外面的苦和累，转了一圈，还是觉得成都好，又回来了。

四川消费者的生活形态

四川具有悠久的历史文化，古有三星堆，汉有司马相如，李白“诗仙”和“三苏”故里在四川。

四川人很讲究吃的艺术，中国民间一直有“吃在四川、味在成都”之说，川菜为全国四大著名菜系京、川、苏、粤之一，川菜特点注重调味，有辣椒、花椒、胡椒、豆瓣、姜、葱、蒜，味醇厚，尤以麻辣清鲜见长，风格多样，素有“一菜一格，百菜百味”之称。成都的火锅时刻在翻新，玩出了无数花样。烧鸡公、啤酒鸭、兔火锅、土灶火锅、鱼头火锅、鹅肠火锅、酸萝卜鱼头火锅„„还冒出许多火锅的变种来，比如连锅、烧锅、汤锅、冷锅等等。

成都地处盆地中心，物产丰富，商旅如云，文星荟萃，加之这里在整个历史长河中少有战乱之虞，因此成都人舍得在吃上花功夫。一个城市如果对饮食文化异常讲究，那么也就能充分证明这个城市的居民是非常善于享受生活的。成都人好吃、会吃、精于吃，可谓吃出了情趣，吃出了文化，吃出了财富，吃出了水平。“民以食为天”这句话在成都算是得到了淋漓尽致地体现。从骨子里说，川菜就是成都人边吃边玩弄出来的成果，即然玩就要有花样，要求有变化，并因此变得前所未有的丰富绚烂，滋味无穷。

四川人好玩，喝茶聊天，逛街购物，聚餐，外出游玩，打麻将等是其主要的休闲方式。

“四川茶馆甲天下，成都茶馆甲四川。”以休闲著称的成都人，喝茶是首要的，正所谓吃饭事小，喝茶事大。在成都，茶馆是消磨时光的好去处。龙门阵是成都人的一项嘴上功夫，但龙门阵更多的是在茶馆里慢慢摆的。闲时，邀朋友三四去茶馆，各自叫上一杯自己喜欢的茶，或竹叶青，或峨眉毛峰，或蒙顶甘露，或西湖龙井，或碧潭飘雪，家事国事天下事，便如茶水一样悠悠荡开。杯中的茶渐渐泡淡，龙门阵却愈摆愈“浓”，愈摆愈有味道。四川的消费文化特点

四川消费者消费行为的传播路线，一般是以成都为起点，然后向四周扩散。所以，观察四川消费者行为特征，主要就是观察成都消费者的行为特征。

1.品牌意识：既有对喜欢的品牌的坚持也有对新进入品牌的包容

四川消费者喜欢多元化的选择习惯，既有对喜欢的品牌的不断支持也有对新进入品牌的包容，调查显示，对于喜欢的品牌有73.5%的消费者表示会一直使用，同时有40％的成都居民表示他们愿意尝试新的品牌，他们那种乐于接受新产品和新品牌的消费习惯，使得消费者立足于品牌忠诚的同时，也不断游离地选择其他品牌产品。这种消费习惯，为新的品牌和产品进入四川市场提供了相对较低的进入成本。

2.时尚意识：开放的消费心态，追逐时尚消费

四川消费者在消费行为普遍表现为开放包容的消费心理，他们没有排外情结，喜欢时尚型消费方式。有近四成的人喜欢追求流行，希望被认为是时尚的人。四川消费者在消费行为上并没有“盆地意识”，这些都为时尚类消费品进入成都市场提供了很好的条件。

3.外部信息：认同媒体引导，乐于传播消费信息

四川人喜欢阅读报刊，无论是公务员，还是普通百姓，甚至登三轮车的师父，都有长期阅读报刊的习惯，人们对报纸上的新闻总是津津乐道。人们关注媒介信息，认同媒介传播的正反信息，并相互传播媒介信息。

消费者对广告的态度比较积极，有61.5%的消费者认为广告是生活中必不可少的东西，购买商品时广告是重要参考，同时也注重周围人的意见，口碑传播的影响力不容小觑。

4.价格影响：价格敏感度高，打折销售颇受欢迎

四川消费者对价格比较敏感，他们喜欢“侃价”并从中获得“成功”的快感，而且对于搞促销活动的产品比较感兴趣，近70％的成都消费者愿意接受打折销售，赠送小礼品，有奖销售等也是部分成都人愿意接受的促销方式。

5.现场气氛：注重购物现场气氛，从众消费特征明显

四川人爱凑热闹，购物消费往往也喜欢凑热闹。货卖堆家——商超的堆场促销有时候能够吸引集中关注，从众心理在此时导致消费者的自我判断能力降低，冲动购买行为成为突破购买计划的基本理由。有45.6％的人对商店里的促销品有购买冲动，近40％的人会冲动地购买一些并不需要的东西。所以，也有很多商家利用这种心理制造“人气”进行促销，例如，安排一些“消费者”在人群中“发表意见”，诱导消费者产生从众心理动机，从而达到促进销售的目的。

6.消费意识：自我意识较强，喜欢“零打扰”的购物方式

四川消费者的自我决策意识比较强。他们在消费购物行为中强调自我，十分乐于自我决策，喜欢到大型商超和连锁店去购物，比如家乐福、好又多、北京华联、摩尔百盛、红旗连锁、互惠连锁、人人乐等等。当然，他们也喜欢去大型商场，比如人和春天百货、人民百货（原来的人民商场）、太平洋百货、王府井百货、百货大楼等等。一般而论，消费者在“逛”的时候，不喜欢服务员的“打扰”和“热情服务”。所以，一些大型商超有时候即使出现消费者去“找”服务员的情况，消费者也不会出现“抱怨”的心理。正因为如此，有的商场超市要求服务员微笑着和消费者保持一定的距离，如果没有消费者的需要，服务员不能主动与消费者搭话。

7.购买偏好：对方便食品和休闲食品非常感兴趣

四川发达的餐饮业，给更多的人提供了“不做饭”的理由，为方便食品和休闲食品提供了发展的肥沃土壤。“懒得做饭”，往往成为一个人在家、年轻人购买和消费方便食品和休闲食品的完全理由。诸如康师傅、统一等方便面，在四川市场有很大的消费者群体；各类饼干、膨化食品、各种小食品在四川市场也能够找到自己的目标市场。四川的媒体消费

1.电视媒体消费

四川市场的电视媒介，分为三个层次：四川省级电视媒介、成都市级电视媒介、二级市场电视媒介。

占领成都市场，在电视媒介选择上可以分为有线电视和无线电视两个层面。成都市场的有线电视媒介又分为省级有线电视和成都有线电视，市场覆盖面基本一致。成都市属无线电视主要是指15频道和33频道，市场覆盖面为成都市行政区域及其周边地区大约3000多万人。

征服二级市场，如果要体现品牌价值可以选择四川卫视。如果讲究品牌传播的实际利益，则以二级市场电视媒介为主要选择对象。

2.报纸媒体消费

成都人爱读报，茶馆、龙门阵、报纸，成都人的日常生活，缺一不可，可见报纸在成都人生活中的地位，有一位成都朋友曾经说过他家就订了三份报纸，每天都会从头到尾的看完，即使有重复的新闻，还是那么津津乐道。所以，向来被人称为有“盆地意识”的成都人，也能够坐知天下事。

四川都市报市场上，《成都商报》、《成都晚报》、《华西都市报》、《天府早报》四报占据主流。其中《成都商报》在成都市场上占据了主导地位，《华西都市报》则在川西和重庆占有率更高一些。

成都报刊市场上，近年来生活类报刊发展势头强劲，《成都商报》在成都处于绝对领先地位，在7份日报和周报中，市场占有率高达三分之一以上，《新潮生活周刊》在市场份额中也处于明显的领先地位，和《成都商报》有些差距，但超越其他三份都市报的市场份额。《成都商报》和《新潮生活周刊》两媒体累计份额高达58%以上，市场集中程度比较高。两报分别代表成都都市报和成都周报抢占成都市场。

四川消费市场的主要特征是，休闲文化及消费理念占主导，认同媒体引导，消费者对价格敏感，包容性强。对任何一个品牌而言，要进入四川市场，必然要依据四川消费文化的这些特点，根据四川消费者的消费习惯和消费理念，寻找最合适的市场和营销战略。

**第二篇：农村文化消费调查**

农村文化消费调查

-----社会调查论文-----

学院：化学科学学院 校区：南岭校区 班级：00083

团队名称：天南地北四人组 队员：修 成（吉林）李逢国（陕西）吴集钱（江西）黎立桂（广西）

联系方式：暂无

改革开放以来，我国农村发生了翻天覆地的变化，在物质生活满足的同时，精神生活是如何发展的呢？他们的消费观念是否有所转变呢？请随我们的调查来探讨这个问题。寒假期间我们四人组在各自的家乡走门串户展开了一项农村文化消费的调查。我们深入到了农村的最底层，从他们口中直接获得了这份资料。

一、农村文化消费的地域差异

本次调查是由我们四个来自不同省份的同学组成的调查小组完成的，四个同学分别来自吉林、陕西、江西和广西，天南地北，覆盖地域很广，可以说每个人的调查报告都在一定程度上代表了他们所在地区或省份目前的文化消费现状，是可以反映一定的社会现实的。

我们针对这次的调查报告作了深入的分析，其中存在的文化消费的地域差异令人吃惊。从文化消费的多样性、合理性来说，北 方优于南方，西部优于东部。北方的农村每年开展像放电影、扭秧歌、锣鼓赛等各种形式的文化活动较多；而南方的文化活动则较少，只有像过年时候开展一些舞狮之类的活动，平时则很少有集体的文化活动。我国的西部则是文化活动比较丰富的地区。西部农村的人们所开展的文化活动形式多样，内容丰富，从唱《秦之声》到扭秧歌，从二胡到戏剧表演，应有尽有。而东南部也是一个集体文化活动开展相对较少的地区，农村里的文化生活内容也大多只限于打扑克、看电视、下棋之类的个别活动。

产生地域性差异的原因很多，我想经济和文化渊源是起着很大的作用的。南部的广西和东南部的江西，由于自然条件的原因，经济发展比较缓慢，农民们的物质生活水平还未得到很大的提高，基本都是刚解决温饱问题，故大部分收入仍花费在吃和穿两方面上。故对文化消费的投入较少。而我国的西部和北部则是有着浓重的文化氛围的地区，一到冬天基本就是闲着，不像南方的亚热带地区的农民长年在忙碌着，故能有时间开展各类文化活动。我国的西部虽然经济仍是经济欠发达地区，但这里渊远流长的文化对生活在这里的每个人都产生了深刻的影响，在这样的文化氛围中长大的人当然对文化活动有着特殊的感情。因而我们对今天的西部人们的令人可喜的文化消费现状也就不足为怪了。

二、文化消费的年龄差异

在调查过程中，不同年龄段的村民对上述十个问题的回答情况表现出明显的差异，尤其表现在对文化娱乐内容的选择上，例如 对电视和广播节目，老年人普遍喜欢戏曲类、文艺类节目《秦之声》、《戏曲大观园》、《戏谜乐园》等，而青少年则对此类节目没表现出太多的兴趣，而对电视剧、足球、篮球、新闻等节目表现出兴趣。同时青少年收听广播的人数明显少于中老年，但在看书方面又远远多于中老年。对文化消费的投入中青年也明显高于老年人，而参加那些民俗文化活动的积极者则往往是那些中老年，青少年则少得可怜。调查中，大多数青年人反映村里的民俗如秧歌、锣鼓、社火等太落伍，没新鲜感，但更希望村里能组织像《农村青年歌手大赛》之类的新的文化娱乐活动。谈及对文化消费的发展趋势，绝大多数人都持乐观态度，从上述不同年龄段村民所反映的情况中也暴露出一些农村文化消费的问题，如文化娱乐方式单一，缺乏创新，不能满足不同年龄段、不同文化层次村民的需求。

三、严酷的现实

农村人们生活水平现在是比以前提高了很多，同时文化消费水平也在逐步提高，但是事实上我们现在农村文化消费投入还是相当少的，其中原因主要有以下几点：

1．人们对物质的需求远远不能满足，也就是说，经济上根本就不允许有更高的文化消费投入。现在农村盛行的一句话是“一个萝卜一个坑，哪有钱去搞什么文化消费。有钱还不如吃好点。”正因为如此，长期以来，农村文化这一块很少有人重视。2．在农村人们文化水平普遍较低，对一点新型的文化观念难以 接受，同时由于电视在农村的基本普及，一些传统的文化活动也正慢慢的减少，以前本来在农村特别盛行的各地民俗文化活动也由于现代年青人的不踊跃参与而逊色了不少。

3．现在农村年轻人对于物质追求远远的超过文化追求。而且有一种现象就是，年轻人非常不赞同传统的一些文化活动，觉得没啥意义，但又不开展创新的文化生活，这样不仅农村文化没有进步，反而把传统的一些东西给丢了。

四、可喜的收获

我们发现吹拉弹唱等具有浓郁民族特色的文化样式在农村依然活跃着，它传承着我们中华民族的文化精神。我们在调查也可喜的看到农村文化消费出现了些新气象，一些具有现代特点的东西逐渐走进了农家，电话、字画甚至鲜花在农家已不是稀奇的东西了。这反映了农村改革开放后的变化。另外，农民们更渴望的是一些科学文化知识、法律知识，这也反映出时代在变，人的思想观念也在变，农民们在试图与社会沟通，也说明了农民们还是对文化消费充满渴望与企盼的。他们虽然文化水平比较低，但对美好生活的向往和憧憬与大家是无分别的。

五、正确的引导

农民们在迎接新物质浪潮的时候还没有作好充分的心理准备，在可喜收获的背后隐藏一点儿不尽如人意的东西。农村的文化消费还欠缺一点指导性的思想，有一些低品位的东西混在里边，利用农民们识别能力相对薄弱来牟取私利。调查中我们发现了一些 很低级的打油诗如《莫生气》、《夫妻诀》之类被当作名诗堂而皇之置于客厅之上，还有一些用英文写的壁画，明显的印刷错误还高居卧室之中。

农民的文化层次很低，当他们接触新文化的时候就需要一些引导，按国家规定，乡镇都要有文化站，但如今的文化站大多数是没有的，即使偶尔有的也是只有一块牌子罢了。文化站应该是农村文化的一块阵地，为农民们的文化消费提供正确的指引，如今看来这块阵地基本已经丢了。其次是各地方电视台应多开展一些贴近农民生活的栏目，为迷茫中的人们提供指导。

六、总结

文化消费从某个侧面反映了一个人的精神生活。一个人的精神生活是否充实、是否有品位，都能从他的文化消费的形式和内容上找到答案。我国改革开放以来的经济迅速发展，使我们的物质文化生活水平得取了较大的提高，但是与物质消费的强劲发展形成鲜明对比的是人们的文化消费水平却没有多大的变化。这也许是我们大多数人只注重于物质生活，而导致了精神?quot;饥饿“。我们精神文明建设的进步，有赖于我们每一个人的努力。今后只有注重对文化消费的投入，同时对其进行必要的指导，使其能与迅速发展的物质文明相适应，真正实现”两个文明\"的双丰收。

**第三篇：大学生网购消费形态调查问卷最终稿1**

大学生网购消费形态调查

尊敬的各位同学：

您好！我们是家具与艺术设计学院 09级广告学一班的同学对大学生网购消费的形态调查。我们想更多的了解大学生网购情况，希望你能从百忙之中能抽出时间来，参与我们此次的问卷调查，请根据您的自身情况如实填写。感谢您的支持与合作！

注：在您认为满意的答案上√

1、您的性别b

A 男B 女

2、您的年级c

A 大一B 大二C 大三D 大四

3、您每个月生活费范围是？b

A 500元以下B 500-1000元C 1001-1500元D 1501-2024元 E 2024-2500元F 2501-3000元G 3000元以上

4、您在网上购物的平均月消费额度？b

A 100元以下B 101-300C 301-500

D 501-800E 801-1000F1000以上

5、您上网购物的频率？c

A 0次/月B 1-2次/月C 3-4次/月D 5次以上/月

6、您在网上经常购买的是哪类商品？（多选，不超过3个）bc

A 化妆品B 生活用品C 服装类D 书籍、音像类

E 数码产品F 鲜花礼品类G 食品类H 虚拟货币 I 其它

7、您认为网上购物有什么优点：（多选，不超过3个）abd

A物美价廉,商品价格低B可以在家逛商场,订货不受限制

C 获得较大量的商品信息,可以买到当地没有的商品

D 省时省力,十分方便E 搜索简单

F 时下网购的趋势,纯属好奇，尝试G其他

8、您经常在哪个网站购物？f

A 京东网上商城B 品牌官方网站C 卓越亚马逊

D 当当网E 拍拍网F 淘宝网G 易趣网H 其它

9、您选择某一网站购物原因（多选，不超过3个）ag

A 网站知名度高B 品种齐全C 价格低廉

D 购买程序简单E 质量及退货有保障F 商店的级别 G 成交记录/评价H 其它

10、您有网购吃亏受骗的经历吗?a

A 有B 没有

11、您觉得网上购物的不足之处？（多选，不超过3个）fi

A 支付不安全B 产品信息不够详细

C 实际商品与网上不同D 支付流程繁琐

E 物流带来的不便F 容易存在网上欺骗行为 G 退换不方便交易有风险H 程序复杂，不易操作 I 物品试用不方便J 其他

非常感谢您的参与！谢谢！

郝丽娜、庄敏、李雅超、何谢葳

2024年12月

**第四篇：大学生生活形态与消费状况调查问卷**

大学生生活形态与消费状况调查问卷 亲爱的同学：

您好！我是武汉工程大学的学生。我们正在进行一项有关大学生生活形态与消费状况的研究，期望得到您的帮助。本问卷以不计名的形式进行，问题不涉及您的隐私，务请照实回答。下面将列出一系列问题，若无特殊说明，每一问题只能选一个答案；若要求选择多项答案或排序，题目后面都有注明。谢谢合作！

1．请问您是在校大学生吗？（）

A.是B.否(备注:选择B,则终止调查)

2.请问您在一个月内接受过任何调查吗？（）

A.接受过B.没有(备注:选择A,则终止调查)

3.请问您平均每周有几节课（）

A.10节以内B.10-15节C.15-20节D.20节以上

4.周一至周五您平均每天有多少自由支配的时间()（吃饭、睡觉、上课、做作业时间除外）

A.3小时以内B.3-5小时C.5-7小时D.7小时以上

5.您如何利用周一至周五这些自由支配的时间？（）（可多选）

A.自习B.上网C.打游戏D.逛街E.兼职F.看碟G.运动H.参与校内活动I.其他

6.请问您周末有几节课？（）

A.没有课B.2节C.3节D.4节E.4节以上

7.您周末通常如何度过？（）（可多选）

A．逛街B.短途旅行C.回家D.上自习E.做兼职F.看碟

G.运动H.上网I.参与校内活动J.其他

8.您平均每周锻炼\_\_\_\_\_\_次？

9.可自由支配的时间您通常和谁一起度过（）（可多选）

A.普通同学B.好朋友C.恋人D.家人E.独自度过

10.请问您有几个朋友？（）

A.0个B.1个C.2个D.3个E.3个以上

11.您的朋友通常是哪些人（）（可多选）

A.同性别同学B.同性别网友C.异性同学D.异性网友E.其它\_\_\_\_\_\_\_\_\_（请注明）

12.您的朋友圈里最流行的话题是：()

A.与学习有关B.穿着打扮C.兼职赚钱D.运动E.明星八卦F.国家形势

13.当学习或生活遇到不顺心的事或压力，您最可能怎样应对？（）

A.转移（通过娱乐、游戏、读书淡忘）B.宣泄（哭、倾诉、写信、日记）

C.压抑（喝酒、睡觉、假装高兴）D.顺其自然

E.努力想办法解决问题F.心理咨询，寻求帮助

14.您对学习有兴趣吗？（）（选C、D直接跳至16题）

A.完全无兴趣B.基本无兴趣C.比较有兴趣D.十分有兴趣

15.令您对学习失去兴趣的最主要原因是什么？（）

A.学习压力太大B.感情受到打击C.对所学专业无兴趣D.所学专业无前途E．痴迷网络F.周围的同学厌学G.其他

16.请问您每周上网的时间大约为（）

A.小于7小时B.7-12小时C.12-17小时D.大于17小时

17.请问您上网经常做的活动是（）（可多选）

A.搜资料做作业B.聊天C.收发邮件D.浏览充电E.游戏F.购物G.看电影/电视剧H.其他\_\_\_（请注明）

18.请问您比较感兴趣的网络信息是？（）（可多选）

A.新闻B.与专业相关C.时尚D.运动E.经济F.军事G.其他

19.下列常见的信息来源，按照您获取信息时对其依赖程度进行排序。（序号越小表示依赖性越强）

A.校内宣传栏/海报\_\_\_\_\_\_\_\_\_

B.广播\_\_\_\_\_\_\_\_\_

C.口碑\_\_\_\_\_\_\_\_\_

D.校园BBS\_\_\_\_\_\_\_\_\_

E.因特网\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

F.电视\_\_\_\_\_\_\_\_\_

G.户外广告\_\_\_\_\_\_\_\_\_

H.报纸\_\_\_\_\_\_\_\_\_

J．杂志\_\_\_\_\_\_\_\_\_

K.手机\_\_\_\_\_\_\_\_\_

20.请问您多长时间去一次书店（）

A.1周B.2周C.2-4周D.1-2个月E.一学期F.从未去过

21.请问您喜欢哪种类型的图书（）

A.小说B.传记C.专业类D.哲学类E.散文类F.杂志G.其他

22．您对于现在的生活状态满意吗？（）

A.很不满意B.不满意C.一般D.满意E.很满意

23.您希望自己将来从事的职业是（）

A.政府部门B.企业职员C.老板D.教师E.科研人员F.其他\_\_\_\_（请注明）

24.请将下列影响产品选择的因素，根据您购物时考虑的优先次序排序。（序号越小表示越会优先考虑）

A.品牌\_\_\_\_\_

B.价格\_\_\_\_\_

C.质量\_\_\_\_\_

D.款式\_\_\_\_\_

E.产地\_\_\_\_\_

F.购物场所 \_\_\_\_\_

G.口碑\_\_\_\_\_

25．您经常去的购物场所是（）（可多选）

A.大型购物商场B.超市C.小卖部D.路边摊E.网络F.专卖店G.其他\_\_\_\_（请注明）

26．您平均多久进行一次网上消费？（）

A.每周两次以上B.每周1-2次C.半个月一次D.一个月一次E.半年一次F.一年一次

27．您选择网上购物的理由是什么？（）（可多选）

A.方便快捷B.价格便宜C.品种齐全D.性价比高E.追求时尚F.其他G.其他

28.您一般在网上购买哪些产品？（）（可多选）

A.服饰B.电子产品C.食品D.护肤、化妆用品E.图书F.玩具G.其他

29.您认为品牌代表的是（）（可多选）

A.质量好B.价格高C.身份象征D.品味E.给人自信

F.成就感G.服务好H.其他\_\_\_\_(请注明)

30．通常您在购买哪些产品时会注重品牌？（）（可多选）

A.服饰B.电子产品C.食品D.护肤、化妆用品E.玩具F.培训G.其他

31.您拥有以下电子产品中的哪些？（）（可多选）

A.电脑B.打印机C.数码相机D.MP3E.MP4F.手机G.CD机 H.PSP/NDS/GBAI.PS3/PS2/WiiJ.数码摄像机K.电子词典L.都没有

32.您购买以上电子产品的动机是什么？（）（可多选）

A.时尚B.兴趣爱好C.利于学习D.生活必需品

33.您收入的来源是（）（可多选）

A.家庭提供及亲戚支助B.兼职及勤工助学C.奖学金D.助学贷款E.其他

34.您每月的生活费大概是：（）

A、1000元

35．您每学期学习方面的花费（学费除外，包括文具，书籍，复印，培训等）大约为（）

A.200元以下B.200—300元C.301—400元D.401—500元E.500元以上

36.您一个月的生活费中，饮食方面（包括零食饮料）支出大概为（）

A.250元以下B.250—350元C.351—450元

D.451—600元E.600元以上

37.您是否有出去聚餐或请朋友吃饭的行为（）（选B直接跳至40题）

A.是B.否

38.假如有，平均每月用于这方面的花费是（）

A.50元以下B.50—100元C.101—150元D.151—200元

39.您和朋友聚餐的场所是（）（可多选）

A.食堂炒菜窗口B.学校附件的小餐馆C.中档餐馆D.自助餐厅E.高档餐厅

40.您每月通讯方面的支出（手机费，电话卡，话吧等）是（）

A.50元以下B.50—100元C.101—200元D.200元以上

41.您每学期用于旅游方面的花费是（）

A.100元以下B.100—200元C.201—300元

D.301—400元E.401—500元F.500元以上

42.您平均每月的上网支出（上网查资料，浏览，聊天，游戏等）是（）

A.10元以下B.10——50元C.51——100元D.100元以上E.包年网线

43.您每学期用于购买服装的费用是（）

A.300元以下B.300-600元C.600-900元D.900-1200元E.1200元以上

44.您有使用信用卡的习惯吗？

A.没有信用卡B.很少用信用卡C.常用信用卡D.只要有POS机都刷信用卡

45.您的生活费月底有余额会怎么做？（）

A.存入银行B.马上花光C.转入下月生活费D.用于投资E.没有余额 非常感谢您的参与！请留下您宝贵的个人资料，以作分析之用。

您的性别:（）A.男B.女

您所在的学校:\_\_\_\_\_\_\_\_

您所学的专业:（）

A.理科B.工科C.文科D.经管类

E.医科F.农科G.师范类H.其他

您所在的年级:（）A.大一B.大二C.大三D.大四

您的血型是：（）A.A型B.B型C.AB型D.O型E.其他

您家庭的生活地域:（）A.省会城市B.地级市C.县级市D.城镇D.农村

您来自的区域是：（）A.东部地区B.中部地区C.西部地区D.其他

您的年龄是：\_\_\_\_\_\_\_\_岁

**第五篇：四川农业大学学生消费习惯情况调查**

四川农业大学学生消费习惯情况调查 调查时间＿＿＿调查地点＿＿＿＿＿＿＿＿调查者＿＿＿＿＿ 亲爱的朋友：

您好！我们是来自四川农业大学园艺（观赏方向）09级3班的马克思主义基本原理概论社会实践小组，为了了解我校学生消费习惯，特进行此项调查。烦请您在百忙中协助我们完成这份问卷的填写。此次调查采用不记名问卷形式，调查结果只用于统计，对调查资料保密。您在填写问卷时，只需按真实情况填答。填写时请在所选答案前的方框“○”内打“√”，或在空栏里填写。感谢您的支持与合作！

园艺（观赏方向）09级3班

1.您所在的年级：

A.大一B.大二C.大三D.大四

2.您认为大学生每月生活费多少合适：

A.400以下B.400～500C.600～700D.700以上

3.您每月的电话费是多少：

A．10-30元B.30-50元C.50元以上

4.您每个月大部分生活费除了吃饭用在：

A.买衣服鞋子B.买护肤品化妆品C.买书D其他＿＿＿

5.您比较喜欢哪种消费方式：

A.上门推销B.自己去店里购物C.网上购物

6.您的消费习惯：

A．事先做好消费计划B.能省则省C.毫不在乎

7.您在购买商品时，更注重商品的哪些方面：

A．价格B.质量C.售后服务D.其他

8.您是否会在闲暇时间通过打工赚取生活费或零用钱：

A．一直都会B.偶尔一两次经历C.从不

9.您光顾网吧,酒吧,KTV等娱乐场所的频率：

A．从来不去B.偶尔去一次 C.经常去

10.您认为雅安的生活水平高吗：

A.较高B.一般C.较低

11.您对现在的消费情况是否满意？你认为该如何提高个人的理财能力？

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找