# 推荐消费者权益保护学习心得模板汇总

来源：网络 作者：翠竹清韵 更新时间：2024-12-18

*推荐消费者权益保护学习心得模板汇总一当代大学生是未来社会建设的栋梁，引导他们继续保持艰苦朴素、勤俭节约的消费观念，反对奢侈浪费、盲目攀比、过高消费等不良消费风气，加强大学生健康的消费观念的培养与塑造，在当前构建节约型社会的大环境下具有非常重...*

**推荐消费者权益保护学习心得模板汇总一**

当代大学生是未来社会建设的栋梁，引导他们继续保持艰苦朴素、勤俭节约的消费观念，反对奢侈浪费、盲目攀比、过高消费等不良消费风气，加强大学生健康的消费观念的培养与塑造，在当前构建节约型社会的大环境下具有非常重要的意义。

大学这几年，大学生需求不断扩张的发展时期，因而特别想以新异的消费形象，向社会展示自身成长成熟。他们希望通过消费上的新潮、时尚、前卫来展示青春的活力，显现自我的能力与价值，以脱颖而出的发展机会。有的大学生认为，“社会在发展，消费是动力便在注重经济价值的现代化社会中引起公众的刮目相看，获得更多，追求前卫和引领社会消费潮流也是大学生对社会进步的贡献。”

提高大学生生活质量，促进大学生健康成长，不仅是学校和家长的愿望，同时也是国家和社会关注的问题。在某种意义上说，发展大学生消费文化不仅可以丰富大学生生活，还可以以消费促生产，带动经济的持续增长。但在充分肯定大学生消费积极因素的同时，也不能不看到大学生在消费中的一些偏差，如：不善于理财的赤字消费，高于家庭或负收入水平和支付能力的早熟消费，偏信广告的盲目消费，追求虚荣的炫耀消费，不考虑自身实际情况、只求和别人一样的攀比消费，暴殄天物的奢侈消费等。

二、调查目的

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。

关键词：大学生;消费行为;消费心理

三、调查对象及调查方法

1.调查对象：在校大学生

2.数据收集方法：随机抽样调查

3.调查方法：采用问卷调查方式，并于网上发放，收回数据进行分析解读。

四、调查问卷内容及结果

(附调查问卷及原始数据)

五、调查结果分析

总体状况，当前大学生的消费构成主要分为，基本生活费，学习类消费，形象类消费(服饰装扮，化妆用品等)，休闲娱乐消费(休闲、健身、旅游、娱乐等)，人际交往消费(人情往来、恋爱)及投资类消费等方面。经数据分析，当今大学生除基本生活消费外，以上数据表明，当代大学生在日常生活中，除基本伙食等日常生活消费外，

形象及休闲娱乐类消费比重较大，而学习投资类消费比例甚小，这在一定程度上也反映了大学生更加倾向于享受型等消费，而忽视了自身精神层面的提高。

由表2分析可得出，对于他们每个月所能得到的总生活费，14.1%的学生集中在300-500之间，500—1000之间的约为60.9%，20.3%的学生集中在1000-15000之间，高消费人群(1500以上)约占4.7%的比例。这在一定程度上说明了目前大学生的消费情况较为合理，但高、低不同消费水平也有存在。

统计数据结果显示，79.7%的学生更倾向于在现实中购物，仅20.3%的学生习惯于网上购物。而有网购经历的学生网购年限及对网购的满意程度均有较大差别，其中大多数学生的网购经历多在三年以内，网购满意程度一般。这也反映了大学生对网络购物的信任程度还有待进一步提高。

质量、价格、外观、品牌等因素成为大学生购物的主要影响因素，但同时也会受到情绪、他人意见等因素的影响，这说明大学生充满的是感性和理性混存的消费观。而对于流星雨时尚的追求似乎更是一个令人彷徨的十字路口。适度的追求是合理的。但过分攀比，盲目追求会对大学生消费心理产生不良影响。

调查发现，大学生主要的经济来源是家里提供。这种情况是当代中国大学生的普遍情况。其中一小部分学生也通过勤工俭学来承担自己的部分日常消费。大部分学生的消费有大体计划，但都没有实施或坚持，而且他们对自身消费现状的看法也存在很大的差异性。对于自身的消费现状，有超过二分之一的人表示较为满意，也有相当一部分人表示不满意，并想要尝试改变。

大部分被调查者表示，我们的这次问卷调查引起了他们对自身消费状况的重视，他们将更加注重和强化自身良好的消费意识和消费行为，培养自身良好的消费习惯，这将对大学生树立科学、理性、合理、成熟的消费观念有重要意义。

六、调查结果总结

通过以上调研结果可以看出，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：

⒈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。

2消费差异日趋明显

一是来自农村的学生的消费构成相对简单、总体消费水平也较低。二是来自城市的学生的总体消费水平要相对高于农村的学生，同时，消费构成也相对多样化。这在很大程度上说明了经济发达与否，不仅影响着当前大学生的消费水平，也影响着当前大学生们的消费构成和消费理念。

3大学生消费成多元化态势

从调查结果来看，我们不难发现当前大学生消费除满足其基本生活外，在服饰、化妆用品等形象消费和ktv、旅游等休闲娱乐类消费和日常交际支出都呈不断上升的趋势。可见大学生的消费取向向多元化发展。

4大学生更注重时尚性消费

学生思想活跃，对新事物有强烈的求知欲，喜欢追求新潮，并敢于创新，消费的趋附性强，形象及娱乐消费占全部消费额的比重较大。5储蓄观念淡薄，理财意识需培养

调查显示，大部分学生的消费都已超出计划范围，甚至有些同学还需要向别人借用生活费，略有剩余的同学也想着如何把剩余的钱花完，只有个别同学有储蓄和投资的意识。可见，当前大学生的理财意识需提高和加强。

**推荐消费者权益保护学习心得模板汇总二**

随着社会的发展，现代社会的人离不开消费，消费与人们生活水平的高低息息相关。自1994年我国实施《中华人民共和国消费者权益保护法》以来，消费者权益保护工作越来越受到社会各界的重视。然而，目前消费者权益受到损害的情况还是有发生，因此开展了关于xx市居民消费者权益保护现状的问卷调查。

（1）通过此次调研活动，发现当地居民遇到的有关消费权益的问题，了解当地居民消费权益保护现状，调查其关于消费权益保障方面的意识情况；

（2）通过这次的调研活动，帮助居民认识自己依法具有的消费权益，提高居民维护消费权益的意识；保障当地居民的消费权益；

（3）为当地政府、司法所了解当地居民消费权益问题、保障居民消费权益工作的开展提供数据资料，有利于政府、司法所采取相应措施建设和谐的消费环境；

（4）通过司法所访谈，获取当地居民消费权益保护状况以及维护消费权益的法律途径的相关信息，让居民学会多途径地解决消费者权益问题。

调查方式：于20xx年7月13日-7月17日通过不记名问卷调查的形式对一部分消费者进行了问卷调查。

调查对象：xx市大坪镇居民

调查亮点：问卷调查表分为实体消费卷和网络消费卷两种。

为了解与掌握消费者权益保护的现状，开展了xx市居民消费者权益保护现状的问卷调查。问卷调查表分为实体消费卷和网络消费卷两种，本文分别对实体消费调查与网络消费调查进行了深入的归纳、总结与分析。消费者权益受侵的主要原因包括：法规不完善，惩罚力度不够；维权成本高、风险大；调解成本高，无正规仲裁机构。最后提出了维护消费者权益的建议：完善消费诉讼制度，简化诉讼程序；加大执法力度，加强对法律实施的监督检查；建立健全消费者投诉网络体系和消费者协会建设；不断强化消费者自身权益保护意识。

1、调查目的与目标的针对性。随着社会的发展，现代消费呈现出了高端化、网络化的特点，同时，消费与人们生活更加的密切。尽管目前我国消费者权益保护工作越来越受到社会各界的重视。但是，还在很大程度上存在着一定的问题。本调查是为了解与掌握消费者权益保护的现状，寻找与分析问题的所在，并且探寻相应的对策。调查针对xx市居民消费者，开展权益保护现状的问卷调查，其针对性与目标指向性十分的明确。

2、调查人群的代表性与可接受性。本次调查选取的是xx市大坪镇居民，选取的对象属于中层群体，里面既包括了xx市的现代居民，也有比较传统式的消费者，涵盖了不同的层次，因此更具代表性。同时，这里的居民，人情好，对于公益事业十分的热心，目标的选取能够很好的保障问卷调查的实现，增强了问卷的数据的真实性与有效性。

3、网上购物的普遍性与网络问卷调研的必要性。首先，互联网形态下的外部大的市场环境日趋成熟，对传统产业的影响不可忽视。随着经济的发展和人们思想意识的逐渐开放，更多的人加入到买电脑上网的行列。网上购物人群迅速扩大，各种网络设施的完善，经济的持续发展及人们生活水平的提高，网上购物已逐渐成为人们热衷的消费方式。其次，网络正在冲击着人们的传统消费习惯和思维、生活方式。越来越多的人们逐渐习惯于到网上查找信息，进行消费。同时网络具有很大的复杂性，信息当中有很多的无效甚至是欺骗性的信息。网络消费者的增多同时要求我们更多的关注这样一个消费群体的权益的保护。

4、问题解决的紧迫性。针对目前消费者的权益的问题，寻找相应的解决策略，压制各种各样的消费者权益的损害已经是当务之急。只有寻找有效的途径尽快的解决问题，才能在最大程度上保护消费者的权益。

5、调查人员的专业性与分析的科学性。调查人员为从事专业研究的专业学生，从问卷的涉及、调研的开展、问题的分析、总结与归纳具有严密性与科学性，并且有着专业的法律、法规知识，从而有效保障了本次调查的合理性与可行性。

6、结论的指导与借鉴性。本次调查的结论，对于相关部门制定基本的地方法规与规章，消费者权益保护部门执法，消费者自身进行权益的保护具有指导与借鉴意义。

在接受本次调查的消费者中派出250份问卷，回收235份，42份问卷无效 193份问卷有效。

（一）实体消费问卷调查表分析

参加问卷调查的学历水平多为初中高中，分别占31%和43.5%，大学及以上31人，占16.1%。

是否遇到过消费者权益受到侵害的情况中126人表示偶尔会遇到，占65.3%，其余为从不和经常。在“哪些领域的消费过程中遭遇过侵权行为”的调查当中，按百分比的多少由高到低依次为：家用电器、食品饮料、手机通讯、医疗医药，在房产住宅以及汽车产品、数码产品当中也时有发生但占比靠后，在投资理财以及其他中占比最少。说明了在家电、食品等必须品当中的侵权是最为严重的。在如“在购买商品或接受服务的过程中，合法权益受到侵害，这种侵害最主要的表现为什么”的调查当中受到较大的经济损失的占62%，受到精神损害的占35%，造成人身伤害的占19%。对“日常消费和享受服务的经历，侵犯消费者权益的现象”的问卷中显示，其中由高到低主要有：假冒伪劣依然横行、虚假广告误导公众、劣质服务比比皆是，食品安全事故多发也是其中一项。对于“是否了解过消费者有哪些权益”调查当中，很了解的很少只有7%，大部分了解的只有29%，说明对消费者自身权益的了解还很不够，这不利于消费者自身的维权。

对于消费者权益宣传工作的看法当中，认为欠妥，宣传力度较弱的占到了61%，说明宣传力度不够，还有待于进一步的加强。“对于侵犯您消费者权益的商家，您会不会投诉”调查当中，显示视情况而定的最多，占71%，只有17%的人表示一定投诉，从不投诉的也有，占到了12%。投诉渠道由高到低的占比依次为商局或者消费者协会，采取法律手段（其中提起诉讼的最多，也有选择上门投诉的），但是数据来看选择忍声吞气，自认倒霉的人也不在少数，但是暴力解决很少，说明现在的消费者以及逐步的趋于理性。“若有有关消费者权益的宣传，您是否愿意参加”的调查当中不愿意很少，说明公众开始重视消费者权益的保护。最后“对于本地消费者权益保护状况，有什么想说”一项的开放调查当中主要有：希望加强对消费权益保护力度，严格执法；尽力加大宣传权益保护知识；希望国家、政府加强食物药品等的监管等。

（二）网络消费问卷调查表分析

“在网上购过物吗”的调查结果显示，经常购物的人占34%，偶尔购物的占到了35%，有需要才买的有26%，从未网上购物的仅仅为5%，这明网上购物已经相当的普及了。对于“您是否在网购过程中被骗过，比如买到假货或者是劣质产品”的调查结果当中，经常的占到了7% ，选择偶尔的最多，占到了49%，几乎没的占全部的32% 表示从未的人占12%，说明假货或者是劣质产品还在很大程度上存在。对于“如果网购的东西不符合您的要求，您会选择退货吗”的调查中，选择坚决退货，不会和看情况的三者基本持平。着在很大的程度上滋生了消费者的侵权行为，如果每一个消费者都能够及时的拿起法律武器进行自我维权，侵权行为会受到最大程度的遏制。在对于“如果您网络购物被骗了如何维护自己的权益”一项的调查当中，渠道的选取由高到低依次为：网购网站投诉，自己找买家干涉解决，消费者协会投诉，不投诉，自认倒霉，选择警察局报案以及质检部门举报的人很少，几乎微乎其微。最后“对于本地消费者权益保护状况，您有什么想说的”，主要包括希望网上服务越来越好；希望政府出台相应政策。很少有自身提高基本的法律知识与有效保护的。说明现在的消费者的自身的维权意识还不强。

（一）法规不完善，惩罚力度不够。

保护消费者权益的法律、法规不够完善，对侵害消费者权益行为的惩罚力度不够。“我国《消法》中规定的对违法经营者进行惩罚的大多数条款都是建议性的，就不能有力地起到保护消费者权益的作用。”

（二）维权成本高、风险大。

当发生消费纠纷时，消费者打官司存在两方面的困难，一是由于消费争议的金额一般不大，一场官司要经过复杂的仲裁程序，沉重的费用负担往往弄得消费者筋疲力尽、得不偿失。二是举证责任往往对消费者不利，使消费者在消费纠纷中通常处于弱势地位。“目前《消法》中对于发生消费纠纷时的举证责任没有做专门的规定，按照消费纠纷属于民事纠纷范畴的推论，消费纠纷应当实行\"谁主张、谁举证\"的举证原则。”生产、经营者正好以此为借口而不出鉴定费，致使很多消费纠纷因鉴定费无处可出而无法解决。

（三）调解成本高，无正规仲裁机构。

由于消费者往往处于弱势地位，违法经营者很少会积极主动地配合协商；消费者协会工作人员较少，且无强制执行的权利，因此，调解成功率不高。我国行政执法部门分工不够明确、职责不清，在处理案件上相互推诿。再加上行政机关没有强制执行的权利，所以，行政机关也难以成为消费者依法wei权的靠山。我国目前没有建立消费者权益仲裁制度，实践中很少有消费者通过现有的仲裁机制解决消费者权益纠纷。

维护消费者合法权益是全社会的共同责任，是构建社会主义和谐社会的一个重要方面，提出如下意见和建议：

（一）完善消费诉讼制度，简化诉讼程序。

在消费纠纷中，由于经营者实力雄厚，而消费者势单力薄，因此，为了更好地保护消费者合法权益，应当实行简便易行的程序，强调简易、迅速、经济地解决消费纠纷。“目前我国法律没有根据消费纠纷的特点专设诉讼程序的规定，而将消费纠纷与一般的民事纠纷一起共同适用普通审判程序，不能体现国家对处于弱势地位的消费者的特殊保护。”因此，建议我市司法部门考虑尝试简化诉讼程序，建立小额的消费诉讼法庭，灵活解决消费纠纷；实行巡回法庭办案，独立审判等，以减轻消费者的诉讼之累，激发消费者的诉讼积极性。

（二）加大执法力度，加强对法律实施的监督检查。

“政府及执法部门要切实承担起法律赋予的职责，加强执法队伍建设，严厉打击各种侵害消费者权益的行为，快速审理各种维权案件。”要把食品、药品、涉农市场继续作为维权的重点，要在通讯、医疗、住房、医保、社保、保险、教育等消费领域逐步消除不平等格式条款和“霸王”条款，让消费者“明白”消费。对这些消费领域都要监管到位，不断探索监管关口前移的方式和方法。监测手段，逐级要相互明确，防止推诿和扯皮。

（三）建立健全消费者投诉网络体系和消费者协会建设。

当前我国经济社会发展和改革开放正处在一个关键时期，消费者权益保护工作也出现了许多新的情况和问题，现在消费者面临的商品与服务品种及项目越来越多，其合法权益受到侵害的机率和投诉率也会相应增加。消协作为广大消费者投诉的主要受理机构，要认真履行《消法》赋予的职能，积极协调和处理消费纠纷，并努力把投诉的站点扩展伸延到农村、社区、学校、商场等，为消费者投诉开辟“绿色通道”。

（四）不断强化消费者自身权益保护意识。

近年来，由于政府与消协部门的大力宣传，广大人民群众的自我消费保护意识不断强化。这方面的宣传今后还要长期坚持下去。要克服\"消费安全是当事者的事\"，克服\"事不关己，高高挂起\"的思想，参与到保护消费者权益的大行动中来。同时，政府和消协部门要坚持对经营者进行长期宣传教育，自觉维护法律尊严，保护消费者的权益。“经营者自身也要建立保护消费者权益监督机制，把好商品质量关和服务质量关，力争在自身范围内解决质量上存在的隐患和问题。”

总的来说，我国的消费者权益保护工作在一定程度上还是得到了消费者的认可，但是要真正实现消费者的合法权益得到很好的保护，具体工作依然非常艰巨，通过调查发现无论在实体还是在网络的消费当中都存在一定的问题。本文通过调查，归纳总结查找了相关的原因，并相应的提出了具体的可操作性的建议。希望对消费者以及消协的立法、维权等多方面有一定的借鉴意义。但是此次调查仅仅面向部分消费者，看法难免片面。但是有一点是确定的只有消费者自身不段的提升维权意识，真正的去维权，才能使得自己的合法权益得到合法的保护，消费者权益保护的状况会得到较大的改观。

随着社会经济的纵深发展，大学生作为社会中的一个特殊的消费群体，其消费观念的塑造和培养直接地影响其世界观的形成与发展，进而影响其一生的品德行为。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，培养和提高财商，就成为高校的重要课题。

1、消费方式已经进入网络电子时代

随着社会经济的飞跃发展，社会消费方式已经从原来单一的现金交易向现金、信用卡、支票等多样化的交易方式转变，使人们的生活方式更趋方便快捷。当代大学生是青年人中的佼佼者，有着开放的思想意识，从不落后于时代的发展。那么在消费方式上是怎样的状况呢？在调查中发现，作为特殊的消费群体，当代大学生的消费方式已经进入了网络电子时代。许多大学生都有校园ic卡、交通ic卡、银行取款卡、上网卡甚至运动健身卡等，刷卡时代使大学生的消费行为潇潇洒洒，用某些同学的话来说，就是卡一刷，钱就花。

2、消费多元化倾向

21世纪是物质生活与精神生活丰富多彩的时代，步入这一时代的大学生们不再满足于宿舍、教室两点一线的单调生活，尽管书籍仍是主要的消费对象，但已不是首选的，更不是唯一的消费项目。大学生的消费已呈现明显的多元化趋势，手机、旅游、电脑、影音娱乐是大学生的消费热点。调查中，当问及在经济条件许可情况下，最想做的事情是什么时，大部分学生选择了旅游，其次是买电脑，反映出大学生具有想走出校园、融入社会与自然、拥有高质量生活的渴望。

3、理性消费是主流

价格、质量、潮流是吸引大学生消费的主要因素。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消费观念。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，其经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，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1000元，而这笔钱主要是用来支付饮食和日常生活开销的。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，因此会尽量搜索那些价廉物美的商品。无论是在校内还是校外，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，谈恋爱等诸多因素的影响，不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，他们更会注重自己的形象，追求品位和档次，虽然不一定买名牌，但质量显然是非常重要的内容。

**推荐消费者权益保护学习心得模板汇总三**

摘要：为了解当代大学生奢侈品消费状况，对商丘工学院在校大学生进行了调查研究，主要从大学生的消费水平、奢侈品观念、奢侈品消费心理和看法等方面展开，并且针对大学生消费现状提出自我的看法和提议，引导大学生用正确的消费行为和观念应对奢侈品。

关键词：商丘工学院在校大学生;奢侈品;消费情景;调查报告

一、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，经济本事尚未独立，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，培养大学生构成科学、理性、礼貌、职责的新消费理念，促使他们成为“新消费运动”的践行者、推动者，具有进取的现实意义

二、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，其消费结构和消费本事是否合理发人深省，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景调查与分析”为课题的社会实践，其意义和目的在于经过对部分高校的实地调研及调查、研究、分析。

三、采访概况及分析

为了对大学生奢侈品消费情景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景的问卷调查。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、消费支出情景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，但我们能够窥一斑而知全貌。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。

经过上表能够看出，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必须的必然性，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，这些问题必将在必须程度上得到改善。

经过上表看出，在支配生活费方面，有7人认为自我很节俭;16人认为自我刚好;15人认为自我有些浪费;而4人认为自我严重超支。在购买奢侈品资金来源方面，有16人是自我挣钱购买;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，大学生们首先研究的因素是价格和质量。这是因为中国的大学生与国外的不一样，经济来源主要是父母的资助，自我兼职挣钱的不多，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。由于消费本事有限，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，我们不会研究那些尽管价廉但不美的商品，相反，我们比较注重自我的形象，追求品位和档次，虽然不必须买名牌，但质量显然是我们十分关注的资料。

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我的消费结构和状况，没有这个习惯的制约，使大学生的盈亏状况不一样，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。从未思考过钱应当怎样花、花多少，并且消费的随意性很强，应对有奖销售、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，仅有24.39%的大学生选择先存必须数额的钱，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，由此能够看出制约其消费的是家庭经济状况。另外，城市大学生遇到自我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我来买。这是个值得深思的问题，对不一样物品的选择反映了其不一样的心理。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。

四、调查结果

经过调查得知，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)，而同学们梦想的消费来源为兼职的只14人，那里面有几个原因：1，兼职不容易找到。2，有些同学认为花父母的钱天经地义，此刻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仅能赚钱补贴自我的生活费，还能够在社会上学习很多学校里学不到的东西，锻炼了自我的社会实践本事，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。我们其采访资料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。经过调查得知，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俭，该买的就买能省的就省，不买奢侈品，“科学消费”“绿色消费”。

五、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。今日的大学生生活在没有围墙的学校里，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教师及学校领导的正确引导，容易构成心理趋同的倾向。当学生家庭能够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，为了满足自我的消费欲望及心理，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俭生活消费观的资料。

其三，大学生深受社会影响其深、大部分学生消费属理性

(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)年级不一样而导致奢侈品消费观和消费结构的不一样

3)性别不一样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

4)奢侈品消费趋势的不合理性(例如：“攀比心理作怪”)

六、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。

(一)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十分薄弱的环节。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欲望则越来越大。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。

(3)对于贫困的学生，学校要多关心，多供给勤工助学岗位，多关注生活状况，学习状况。给予帮忙，不歧视，塑造和谐学校生活。

(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，导致自理本事低下，过分依靠他人。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)遵守必须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。

七、结束语

经过这次调查，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，由于家庭情景的不一样和消费习惯的差异造成的。在以寄生性消费为主的大学生中，培养独立的理财本事、科学的价值观和信用概念应是当务之急。总之，我们期望所有大学生都能静下来想想自我的消费合理吗，有多少用于购买奢侈品，这些奢侈品对我们有什么进取意义吗更期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。

**推荐消费者权益保护学习心得模板汇总四**

借款人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称甲方)

身份证号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

户籍地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

现住地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

贷款人：\_\_\_(以下简称乙方)

地址：

借款人在本市\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (售货单位)购买\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，向贷款人申请借款。根据《银行个人消费贷款试行办法》，贷款人经审核同意向借款人提供本合同项下贷款，经双方协商一致，签订本合同，以资共同遵照执行。

贷款金额及支付

一、贷款金额人民币(大写)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元整。

二、贷款支付的先决条件：借款人办妥贷款担保手续。

三、借款人在此委托贷款人，在办妥全部贷未手续之日起的5个营业日内将上述贷款金额全数以借款人购买耐用消费品名义划入商品销售单位在银行开立的账户。

借款用途

四、借款专项用于《个人消费贷款申请书》(编号为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ )所载购买公司所售耐用消费品。 贷款期限

五、本合同项下贷款期限\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_月，自\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_日起至\_\_\_\_\_\_\_\_年月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日止。遇合同借款日期与借款凭证记载日期不一致的，以借款凭证载明的日期为准。

贷款利率

六、本合同贷款月利率现为\_\_\_\_\_\_‰。本合同约定利率执行期为一年，期满后贷款人根据本合同约定的贷款期限和当时的利率水平确定下一年的利率。

贷款偿还

七、本合同项下的贷款本息，采取扫月等额还款方式，分期9月)归还，借款人授权贷款人在贷款发生的次月起每月二十日从借款人在贷款银行开立的活期储蓄存款账户扣收或由借款人在贷款发生的次月起每月二十日前银行本贷款发放行还款，直至所有贷款本息、费用清偿为止。

八、现每月还款本息额人民币(大写)\_\_\_\_\_\_\_\_\_万\_\_\_\_\_\_\_仟\_\_\_\_\_\_\_\_佰\_\_\_\_\_\_\_\_\_拾\_\_\_\_\_\_\_\_\_元\_\_\_\_\_\_\_\_\_角\_\_\_\_\_\_\_\_分。本合同约定每月还款本息额执行期为一年，期满后根据贷款剩余本金、贷款剩余期限和当时的利率水平确定下一年的每月还款本息额。

提前还款

九、借款人可以提前还款：

(一)借款人提前归还未到期贷款本金的，应至少提前三个银行工作日书面通知贷款人，该书面通知送达贷款人处即为不可撤消。贷款人在该月×日至该月最后一个工作日内办理提前还款手续。

(二)借款人经贷款人同意可一次性提前归还全部积欠本金，利随本清。贷款人不计收提前期的利息，也不退还或减免按原合同利率已收取的贷款利息。

十、有下列情况之一项或几项发生时，贷款人有权要求借款人提前归还全部贷款本息，借款人无条件放弃抗辩权：

(一)借款人违反本合同之任何责任条款。

(二)借款人发生因不能履行本合同义务之疾病、事故、死亡等和担保人发生因不能履行本合同义务之合并、重组、解散、破产等影响借款人、担保人完全民事行为能力与责任能力之情况。

(三)借款人或担保人涉入诉讼、监管等由国家行政或司法机关宣布的对其财产的没收及其处分权的限制，或存在该种情况发生的可能的威胁。

(四)借款人与耐用消费品销售单位发生退回全部商品之情况。

合同公证

十一、贷款人和借款人在本合同签订后，贷款人认为必要时，在贷款人指定的公证机关办理具有强制执行效力的借款合同公证，如借款人不履行还款义务，且累计三个月未能按期如数还款的，贷款人有权向有管辖权的人民法院申请强制执行，借款人自愿接受执行，于此情况下不再适用本合同第九章规定。

十二、同时办理个人住房贷款和本贷款的公证费用由贷款人负担。

十三、单独办理本贷款的公证费用由借款人负担。

违约责任

十四、借款人未按期偿还贷款本息的，贷款人对其欠款加收每日万之的逾期罚息。

十五、借款人连续三个月未偿还贷款本息和相关费用，并且担保人未代借款人履行偿还欠款义务的，贷款人有权终止借款合同，并向借款人、担保人追偿，或依法处分抵押(质)物。

十六、借款人申请贷款时提供的资料不实或未经贷款人书面同意，擅自将抵押(质)物出售、出租、出售出借、转让、交换、赠予、再抵押或以其它方式处置抵押(质)物的，均属违约，贷款人有权提前收回贷款本息或处置抵押(质)物，并有权向借款人或担保人追索由此造成的损失和发生的相关费用。

十七、与耐用消费品销售单位因质量原因发生纠纷时，不得以此为理由不归还贷款本息。

合同纠纷的处理

十八、本合同履行期间如有争议，双方先协商解决。协商不成的，应向贷款人所在地的人民法院提起诉讼。

附则

十九、本合同及其附悠扬的任何修改、补充均须经双方协商一致并订立书面的协议方为有效。

二十、本合同经贷款人法定代表人或其授权代表签名并加盖公章，借款人签名并加盖私章后与贷款担保合同一并生效，至借款人将本合同项下全部应付款项清偿时终止。

二十一、本合同正本一式五份，合同双方及抵(质)押登记机关、担保人、公证机关各执一份，副本按需确定。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

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！