大学生手机使用情况调研报告规范

大学生手机使用情况调研报告 1

一、调查目的

为了了解当下大学生使用的手机的价位、选取手机的着重点、手机的品牌、等情况进行了本次的问卷调查，以便分析当下大学生在手机消费方面的消费倾向和消费行为，从而了解大学生消费群体的手机市场发展情况。

二、调查背景

随着科技的发展和经济的飞越成长，全国的经济面貌焕然一新，人民生活水平迅速提高。社会信息化进程加快，高新科技产品成为了消费热点，手机作为一种方便快捷通讯工具已经逐步走进了现代生活的各个领域。

走在校园中，随处可见大学生一边走路一边拿着款式不同的手机打电话或者发信息，这已然成为了一种生活方式，手机成为了生活中不可或缺的物品。面对越来越离不开手机的大学生群体而言，大学生手机的使用已经成为一种值得研究的现象。

三、调查内容

本次问卷调查的主要内容包括大学生手机使用的品牌、手机使用的时间、用处、价格以及每月的话费等情况。

四、调查概况

调查对象：本次的调查对象选取为所有在校大学生

调查时间：11 月 5 日——11 月 10 日

调查方式：本次问卷采取网络问卷的调查方法，将问卷通过 QQ 等社交平台发放进行随机抽样。采用网络问卷，更能提高效率，减少调查工作量。电子版调查问卷使用电子邮箱发给大家，无需分配问卷，数据统计便捷。

五、问卷的设计

本次问卷调查采用的是网络问卷的调查方式，所以选取了腾讯问卷平台制作平台，这样可以方便的将问卷的'链接分享到平时使用的腾讯社交软件上面，而问卷的问题主要是围绕大学生使用的手机的品牌、价格等方面设计的。

六、问卷回收情况

本次问卷填写数量 52 份，有效填写 37 份

七、调查结果分析

1、使用手机品牌和选取手机的注重点分析：

调查结果显示当代大学生中使用苹果手机、小米、oppo 的手机比较多，大部分购买苹果手机的用户是因为苹果的功能，而选择小米和 oppo 的则更加看重手机的性价比，除此之外，大学生选择手机有 35.1%的人表示很在意网速，也就是说大学生使用手机其实还是更加偏向于娱乐上网，但是总体上来说大学生买手机更加注重性价比，也就是说虽然当下大学生在手机方面的消费能力比较强但是也显得比较的理性化。

2、手机使用时间及用途分析

54.1%的人表示在初中就开始接触手机了，而手机对于大学生来说主要用途是上网和联系家人朋友，但是有 67.6%的大学生每天使用手机的时间都是在三个小时以上，说明手机在大学生的生活中已经是相当于生活必需品了，且时间主要花费在上网等娱乐项目上面，可见手机对于大学生来说算是一种排忧解闷的主要途径。

3、手机的购买途径和获取途径分析

调查数据显示 59.5%的大学生的手机都是来源于父母，仅仅 21.6%的人的手机是自己赚钱买的，在购买途径上面 73%的选择手机专卖店购买手机，由此可见当下大学生的经济并不独立，手机使用的费用主要是父母承担，并且选择购买手机的途径大多都选择比较保守的专卖店购买。

4、话费费用以及手机心里价格分析

根据调查数据显示仅有8。1%的大学生每月的话费超过了150元，并且35.1%的大学生表示自己心里最理想的手机价格在20xx——2500元之间，根据调查的结果显示可证明大学生这种没有收入或者说是低收入的人群的消费能力并不高。

八、结论

通过以上的调查结果分析，可以发现当下大学生选择手机主要会考虑手机的性价比和手机的功能等方面，并且学生对手机的心里价格主要在 20xx——2500 元之间，所以如果要进入、拓展大学生手机消费市场，应该从产品的性价比、功能、价格定位等多方面满足不同经济条件的大学生的需求。但是要进入这个市场的话可能会比较的困难，手机普及的同时大学生的消费能力不足，也就是说不能跟上市场产品的更新换代，且大学生购买手机的途径比较单一固定，所以如果真的要打入这个市场是相对比较困难的。

九、总结

成就与收获：通过本次的问卷调查，对大学生手机消费市场有了一个简单的了解，认识到了大学生手机消费倾向、对手机的需求等，也可以看出如果要进入这个市场是多么的不容易。

不足：本次问卷调查的不足主要凸显在问卷填写的数量不够多，收集到的数据不够多，也就导致了调查结果分析会显得没有足够的代表性，缺乏足够的说服力。

大学生手机使用情况调研报告 2

引言

1 、由于经济迅速发展，人们生活水平不断提高，腰包开始鼓起来了。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和家里、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 、手机作为 20 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，手机的优越性有某些方面已经超过了报纸、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。

3 、收买手机的大学生越来越多，而且更换手机的频率越来越快，因为大学生是对新事物新潮流反应最快的群体，因此，了解他们推手机的各种不同偏好以及他们的`消费倾向和各种需求有必要的，所以这次调查主要针对大学生群体，从而了解大学生对手机的偏好、选择，了解手机的市场需求及其发展方向

一、调查目的

准确了解大学生手机消费背景、动机、特点及每月手机话费消费情况，把握大学生手机费消费的心理特征和行为导向，发现手机消费中存在的问题，并提出解决方案和建议。

二、调查对象

石家庄邮电职业技术学院大学生。

三、调查方法

1、网上资料调查——上网或看书收集相关资料作为参考、借鉴。

2、拦截调查——在校园内对过往的学生进行询问。

3、访谈调查——走访同学或朋友获取更丰富、深入的信息。

4、问卷调查——向各年级学生共发放问卷500份。

四、调查的主要内容

1、大学生手机拥有率。

2、大学生购买手机的动机。

3、大学生总体每月手机话费多少。

4、大学生话费一般用于哪方面。

5、大学生手机使用的时间。

6、大学生手机功能的使用。

五、调查程序

1、制作问卷500份。

2、分发调查问卷，在石家庄邮电职业技术学院随机分发调查问卷。

3、问卷整理与分析。

4、撰写调查报告。通过问卷调查，访谈调查以及资料调查，总结调查资料后完成调查报告。

六、具体安排

1、确定调查主题及设计好较为可行的问卷，时间为一天。

2、进行实践调查，每天查完后进行小组讨论，时间为两天。

3、实习资料整理，起草市场调查报告，时间为一天。

4、对报告进行修改、打印、提交，时间为一天。

大学生手机使用情况调研报告 3

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，好像在前几年，拥有一部属于自己的手机，是一件很了不起的事，也是一件很值得炫耀的事，不过这都是大人们的事而已，大学生、中学生.....想也别想!但是在社会日新月异的今天，在大学里，手机几乎是人手一部的通讯工具，大学生拥有自己的喜欢的一部手机不再是很遥远的事。越来约年轻化的手机，无论从功能到外表都发生了质的变化，但是，价格却成反比，这对消费者来说无疑是一个买机好时期，所以不少学生赶上了这好时期，拥有了属于自己的手机。特此，我专门进行了这项调查活动。其调查结果具体分析如下：

一、大学生手机拥有和需求状况：

调查数据显示，在被访者中 80%的学生拥有手机。在没有手机的学生中 10%学生将会在近期购买手机。从这些数据可看出：随着高科技的发展和人们生活水平的进步，手机在大学里已不再是新鲜的玩意儿了，已经普及化了。大学生的消费已经成为手机市场中一个不容忽视的消费者群。

二、使用哪个牌子的手机

在调查中发现，大学生最喜爱的品牌是诺基亚，40%的人使用的是这款手机。很显然，诺基亚占据了绝对领先的位置，与其他品牌拉开了不小的距离。而排名第二位的是索尼爱立，亮丽的外形与实用的功能是不少人选择的重点;第三位是三星，三星虽然拥有高技，接着是摩托罗拉、西门子等品牌，波导是唯一进军一线阵容的国内品牌，tcl紧随其后。

三、质量、服务最好的品牌

调查结果显示，消费者对知名品牌的企业产品质量普遍表示认可，诺基亚、摩托罗拉、三星等品牌形象较好，消费者认可度较高。国内外品牌在这方面差距较小，国外品牌只是个别产品的认可度高于国产品牌。国内品牌中波导成绩斐然，但拉开其他品牌的差距也越来越小。排名中，tcl、夏新、联想难分高低。

四、选择手机考虑的主要因素

消费者对质量的要求最高，手机是日常的通讯工具，如果质量不好，将会给消费者带来极大的不便。另外，由于大学生都是年轻人，他们对手机的外观款式要求也较高，其次是多铃声，大容量的电话本，彩屏，双屏。娱乐方面有游戏，gprs 上网，播放 mp3，可更换外壳，红外线接口等。

五、目前使用手机的价格

调查发现，目前绝大多数读者的手机价格在800--1500，大学生购买手机还是以实用为主。只有10%的消费者表示会选择800元以下的手机，也有部分消费者购买1500以上的高价位手机。

六、在什么时候拥有自己的手机

随着生活水平的改善和手机的价格下调，使不少大学生拥有了自己的手机，50%人开始在上大学的时候拥有自己的手机。但是获得手机的途径中家人购买的占 45%;自己购买占 51%;朋友赠送占 3%。以上调查表明，现在越来越多的大学生的消费水平有所提高，能够满足他们的额外消费。

七、购机地点

调查发现，消费者购买手机的地点较为集中，大体上分布在手机大卖场和品牌专卖店，他们认为手机大卖场或品牌专卖店的销售人员素质相对较高，手机售后服务也不错，因而容易赢得消费者的信任，另外，大卖场的价格优势也是一个重要因素。

八、大学生对手机功能的评价

在现有功能中，来电/接听电话时间和中文输入功能分别位列消费者最看重功能前两位，每天都有成千上万的短信飞遍校园内外，这也是大学生手机资费的重要组成部分，因此许多同学都定了包月短信。

大学生收集调研报告二：

本研究旨在通过对大学生手机消费情况的调查,探讨影响当代大学生购买决策的因素.为此,我们主要采用网络问卷法对在校大学生进行了调查,结合对 xx 各商家的访问,通过综合分析得出结论:影响大学生购买决策的因素主要分为两个方面:第一,外显因素即手机本身特点(

外观,质量,价格);第二,潜在因素即品牌(公司形象,知名度,广告),销售方式(服务态度,购买的物理环境),流行时尚.

一、调查时间：x 年 xx 月 xx 日——x 年 xx 月 xx 日

二、调查对象：在校大学生

三、调查方式：网络问卷

四、调查方法：

自己制作调查问卷，通过 e-mail 发送给认识的朋友，并请他们转发给熟识的同学进行调查。通过回复统计数据进行分析。

五、调研统计人：xx

结果与讨论：

调查数据统计分析：

本次调查共有 xxx 人参加并且完成了问卷，有效回复率为 90%.并且参加调查的朋友具有很高的.随机性，保证了本次大学生手机调研具有一定普遍意义。我们主要针对大学生手机拥有和需求状况、学生手机的使用要求分析、学生手机族的消费动力分析、学生手机族的消费动机分析、学生手机族的目标确立分析 5 个方面进行数据统计和分析并最后给出结论。

在接受调查的 xxx 名大学生中，涵盖了从大一到大三的样本，性别构成上基本持平，其中女性占 xx%，男性比例是 xx%。

1.大学生手机拥有和需求状况：

你现在是否拥有手机?

调查数据显示，在被访者中有 xx%的学生拥有手机。同时 xx%的学生将会在近期更换手机。在没有手机的学生中，xx%学生将会在近期购买手机。

从这些数据可看出：随着人们生活水平的提高，手机在大学里已不再是新鲜事物了，已开始普及化了。大学生已经成为手机市场中一个不容忽视的消费者群体。

你获得手机的途径是?

家人购买的占总调查人数的 xx%;自己购买占 xx%;朋友赠送占 xx%;来历不明占 xx%。

以上调查表明，现在越来越多的大学生的消费水平提高，部分学生有稳定的收入以满足他们的消费。

2.学生手机的使用要求分析：

①最重质量

②中抵挡产品较受欢迎

③购机地点较集

④手机用途比较统一

⑤手机费用普遍较低

⑥良好的服务态度和购机环境

大学生手机使用情况调研报告 4

一、调查目的：

近些年来，通信业成为我国发展最快的行业之一，其发展对我国社会经济的推动有着十分深远的意义。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，各种手机品牌也如雨后春笋般涌现出来。随着 4G 网络的不断发展，人们对于手机的要求也越来越多。作为一名通信工程专业的学生，我觉得有必要了解现在大学生对于各种智能手机的使用情况，掌握大学生对于未来通信的期待。

二、调查过程：

调查人员：

调查时间：

调查地点：教室、餐厅、公寓楼

调查对象：在校大学生

调查方法：调查人员于 xx 年 3 月 10 日中午在教室、餐厅、公寓楼随机选取有空闲时间的同学，帮助填写大学生智能手机使用情况的调查问卷（调查问卷详见附录）。

三、调查结果：

在此次调查中，我们主要就大学生使用手机的品牌、价格、质量、系统、时长、运营商等几方面进行调查研究，抽样调查将近 300 人，收回有效问卷大概 273 份。

在我们此次的调查结果中，在大学生手机品牌的使用方面，小米以 23.1%居于第一位，苹果以 18.95%屈居第二，三星则以 17.3%位列第三。第四位是占有率 7%的华为。而联想、HTC、vivo 等品牌的占有率

各在 5%上下。其余品牌如中兴、魅族、索尼、酷派、金立、OPPO 等占据剩余 20%左右。

在手机价格方面，大学生手机的平均价格在2700元左右。其中20xx元以下的为25.4%，20xx元到3000元的为36.1%，3000元到5000元的为30%，而5000元以上的有6%左右的人。由此可见，现在的大学生买手机也没有盲目的追求高价格。并且，相较于价格而言，多数大学生还是比较看中手机的功能以及外形。调查显示，有36%的同学表示在购买手机时，会优先考虑手机的功能，有32%的同学表示比较注重手机的外形，还有另外的27%的同学则会较为看重价格。

而在手机的性能方面，超快的运行速度是大学生比较向往的，有32%的同学选择了此项，而高像素、大屏幕也同样成为大学生注重的两个方面，入选率均超过了20%。巨大内存以及优良音质则分列第四、第五位。

在每日使用手机的时长方面，绝大多数的同学每天使用手机的平均时间为2~5小时，有不足10%的同学平均每天使用手机在5个小时以上。而大学生都在使用手机做些什么呢？在我们的调查中，使用手机上个各种社交软件，如微信、人人、微博等交友平台的'同学有254人，以巨大优势位居榜首，浏览网页以85%的使用率位居第二位，玩游戏则以78%位于第三位，除此之外，利用手机网上购物、听音乐、看视频的同学也超过了60%，而喜欢用手机看小说的同学也有50%以上。

目前智能手机的系统主要有四种，其中，最受大学生喜爱的系统为Android系统，选择率为68%，其次为苹果的iOS系统，占有率为27%，而Windows系统的占有率为4%，来自加拿大的BlackBerry OS仅

有 1%。另外，在大学生当中，目前使用 4G 的同学占 19%，使用 2G 到 3G 的同学有 81%。

在对于未来手机的期待方面，无线充电、人机互动以较高的选择率排在了第一、二位，另外，大学生对于未来一些个性化的应用程序也存有较大的期待。

四、调查结果分析：

在此次调查中，我们发现了一些与我们预期的并不太相同的结果。这两年，在我们的印象中，iPhone 似乎已经是“街机”的角色，苹果似乎是随处可见。但是，在我们的调查结果中，目前使用苹果手机的大学生人数不如这两年异军突起的小米，而纵观小米手机能够在大学生中如此“吃香”的原因，最为重要的一点就是它的超高性价比，作为国产手机的佼佼者，小米手机以其出色的双核处理器、适合国人使用的 MIUI 界面以及较为便宜的价格迅速俘获了一大批“米粉”的心。而位居第二的苹果手机，机身设计简单、时尚，性能上追求卓越，加上独有的 iOS 操作系统，也是如今大学生的垂青的对象。而三星手机在性能、速度上一直声色俱佳,外观无可匹敌,反应速度也是最快的。另外，在智能手机逐渐普及化的今天，像华为、中兴、联想、vivo 等品牌也能够很好的抓住商机，在大学生的手机市场中占有一席之地。另外，在关于手机价格的调查中可以发现，现在的大学生还是相对的理性消费，不会特意的去买价格很高的手机，更多的是看重手机的性能、功能，以及自己喜欢的外观。总的来说，其实不管手机品牌如何，用户追求的一直都是更好的体验，能够更舒心、更方便的使用手机，所以，快速的运行速度、高像素、大屏幕成为了现在大学生最为注重的，这也反映了现在大学生较快的生活节奏，以及喜欢自拍，分享生活的理念。

随着生活质量的不断提高，4G 时代正在到来。但在大学生当中，目前使用 4G 的人数不算多，我认为，这是因为目前大学生正面临改更

新换代，很多人都在赶往 4G 的路上。在这一次的改革中，Android 系统的手机的价格相对低廉，而 iPhone 仍然属于较高价位，相比来说，千元左右的 Android 手机优势比较明显，所以这也是大学生更多选择 Android 手机的原因。

通信行业正在飞速发展，很多大学生都期待着无线充电、人机互动，期待着更加便利、更加人性化的智能手机，这符合大学生如今简单、个性的生活态度，也能看出如今大学生的生活理念正在不断往更新更高的领域发展。

大学生手机使用情况调研报告 5

摘要：

随着社会信息化进程的加快,高新科技产品成为消费热点,手机就是其中的代表之一。大学生也作为一个潜在的消费群体,两者越来越多的受到关注。本次调查旨在通过对 大学生手机使用情况的调查，对大学生手机使用，包括品牌、价格、主要使用功能、消费等情况进行探讨。

关键字：手机 使用调查 手机消费

绪论

随着社会信息化进程的加快,高新科技产品成为消费热点,手机就是其中的代表之一。大学生也作为一个潜在的消费群体,两者越来越多的受到关注。前几年，拥有一部属于自己的手机，是一件很了不起的事，而如今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。无论从功能到外表都是一个大飞跃，手机市场竞争日渐激烈，各种手机功能越来越全面，但是价格也越来越便宜，这对消费者来说无疑是一个买机好时期，所以不少学生赶上了这好时期，拥有了属于自己的.手机，校园手机普及率大幅提高，而且越来越年轻化，特别是大学生，其手机使用及更换更是普遍与频繁。

一、调查目的

准确了解大学生手机消费背景、动机、特点及每月手机话费消费情况，把握大学生手机费消费的心理特征和行为导向，发现生手机消费中存在的问题，并提出解决方案和建议。

二、调查对象

xxxx 学院大学生。

三、调查方法

1、 问卷调查——向各年级学生共发放问卷 200 份。

2、 访谈调查——走访同学或朋友获取更丰富、深入的信息。

3、 资料调查——上网或看书收集相关资料作为参考、借鉴。

四、调查的主要内容

1、 大学生手机拥有率。

2、 大学生购买手机的动机。

3、 大学生总体每月手机话费多少。

4、 大学生话费一般用于哪方面。

五、调查程序

1、制作问卷 200 份

2、分发调查问卷，在湖南涉外经济学院随机分发调查问卷。

3、问卷整理与分析。

4、撰写调查报告。通过问卷调查，访谈调查以及资料调查，总结调查资料后完成调查报告。

大学生手机使用情况调研报告 6

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、设计调查项目和调查表：

四、调查时间：

xx 年 10 月 01 日——xx 年 10 月 25 日

五、调查方式：

网络问卷

为了使调查具有普遍性，我们放弃了传统的书面问卷形式，而采用制作电子版问卷在网络上进行调查的方式。这样做的好处是显而易见的：

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 asp、net 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

2、调查范围更广，调查对象更具随机性。由于是在网上答卷，没有空间和时间的限制，回答我们答卷的大学生朋友人数在 20 天左右的时间内轻松突破 1000 人，最后达到了 1237 人，并且这些参加我们调查的朋友来自全国各地。这个数字是由调查页面自动跟踪生成的。

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。

3、动员调查小组所有成员进行广泛宣传，宣传方式主要有二：一是让自己的朋友上网回答调查，二是在论坛上发布信息，让论坛上的网友帮忙回答

4、调查完成后，由全体小组成员对调查统计数据进行分析

5、撰写调研报告

七、调查数据统计分析：

本次调查共有1237人参加并且完成了问卷，来自全国16个省市67所高校，并且参加调查的朋友具有很高的随机性，保证了本次大学生手机调研具有一定普遍意义。我们主要针对大学生手机拥有和需求状况、学生手机的使用要求分析、学生手机族的消费动力分析、学生手机族的消费动机分析、学生手机族的目标确立分析5个方面进行数据统计和分析并最后给出我们小组的营销建议。

1、大学生手机拥有和需求状况：

调查数据显示，在被访者中有68%的学生拥有手机。同时26%的学生将会在近期更换手机。在没有手机的学生中，61%学生将会在近期购买手机。从这些数据可看出：随着人们生活水平的提高，手机在大学里已不再是新鲜事物了，已开始普及化了。大学生已经成为手机市场中一个不容忽视的消费者群。

2、学生手机的使用要求分析

①最重质量

选择手机时,消费者考虑的主要因素依次为：质量 21%，外型 19%，价格 18%，功能 18%，品牌 11%，售后服务 9%，广告宣传 2%，其它方面也占 2%。其中，消费者对质量的要求最高，手机是日常的通讯工具，如果质量不好，将会给消费者带来极大的不便。

另外，部分消费者对外观款式要求也较高，手机厂商不断推出新款很大程度上是迎合他们的口味，由于大学生都是年轻人。随着人们生活水平的提高，以及持手机者年龄的下降，消费者对价格的敏感度会降低，而对外观款式的要求会更高。

②中低档产品较受欢迎

在手机价格的调查中，我们发现消费者比较倾向于 1000 元至 1500 元的价位，其比例高达 44.5%。另外,有 29%的消费者表示会选择 1000 元以下的手机。当然，也有部分消费者购买高价位手机，其中，选 1500 至 xx 元的消费者占 15%，xx 元以上的占 12%。

③购机地点较集中

对消费者购买手机地点的调查发现，消费者购买手机的地点较为集中，大体上分布在手机大卖场和品牌专卖店，其比例分别为 56%和 38%，其它的只占 6.5%。手机是高科技产品，普通消费者难以了解其功能是否完善、质量是否可靠，他们只好以销售人员的信用和专业知识作为判断标准，而手机大卖场或品牌专卖店的销售人员素质相对较高，因而容易赢得消费者的信任。此外手机大卖场的价格优势也是学生朋友们考虑的重要因素。

④手机品牌比较复杂

在此项调查中我发现，使用诺基亚的最多，占 46.25%，其他的如摩托罗拉 15.00%,爱立信 6.25%，西门子 6.25%，三星 13.75%，菲利浦 5.00%，其他的有 7.50%。

⑤手机用途比较统一

大学生使用手机用途较统一，在已有手机用户中，多数用于联系亲友，占 67.7%。还有少数只是跟着大家走(受周围人影响的)和追赶时尚的，各占 9.8%。家长方面认为，手机是用于方便和孩子联系的，学生手机族的手机 58、0%都是家长掏钱买的。同样学生也认为有了手机可以方便与亲友进行沟通，以维系家人及朋友的感情。

⑥手机费用普遍较低

在学生手机族中，每月手机费用普遍较低。每月消费在 50 元以下的占 40%，在 100 元以内的占 88%。但也存在一些高消费学生，在 100-300 元内的占 12%，其中 200-300 这一高消费段也占 6%。超过 300 元手机费用的基本没有。

⑦充值卡成为主要服务方式，手机费用主要用于发短信。

在被访者中，有近 82%的是采用充值卡方式。同样，手机费用用于短信服务的占 87%。这充分说明了，学生的消费能力有限。

3、学生手机族的消费动力分析

确切地说，消费动力与消费需求是密切联系的，当一个消费需求出现以后，为满足这种需求的动力也就随之产生了，对此我们不想加以详细论述。从上面各种数据中可以看出学生手机族的消费动力是处于一个较高水平的,造成这一高消费动力的原因，主要有以下几点：

第一、社会经济发展水平的提高，家庭收入的增加，学生消费者的消费心理欲望增强。经济发展水平的提高，使得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达到一周一款。手机产品的市场生命周期的缩短，使得学生消费者的消费活力被激发出来，大大强化了他们对新、奇、美的追求。而家庭收入的增加，则进一步加强了他们消费的信心。

第二、新经济、新文化、新观念，学生消费者的消费行为总体规范发生了极大变化。经济基础决定上层建筑，新的经济必然与新的文化相对应，而新的文化则必然带来新的观念。作为e时代的“e人类”，学生消费者大多受新经济下新文化的影响，具有求新、求奇的消费心理，在这种心理驱使下，他们会对一切感兴趣的新奇事物产生强烈的消费欲望，而这种强烈的消费欲望恰恰正是消费的动力所在。

第三、信息的极大丰富化、便利化，对学生消费者的消费动力也有影响。电视、报纸、杂志、网络、电台、店堂、车体……广告铺天盖地，宣传无处不在，各大手机厂商与广告商们的努力，使得通信领域(主要是手机市场)的信息极大的丰富化、便利化了，在这种强烈的外部刺激的'作用下，学生手机族的消费动力也得到了提高。

总的说来，学生手机族的消费动力是维持在一个较高水平上的，在这种前提下，结合他们以往在消费过程中的学习，就会导致一种或一系列消费动机的发展。

4、学生手机族的消费动机分析

经过学习过程对其消费需求的明确，消费动力的强化，学生手机族逐渐形成了具体的购买动机。学生手机族的消费动机可分为以下四种：

第一、求实购买动机。据调查显示，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，购买能力弱等因素的影响。

第二、求新购买动机。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61%的学生希望拥有为“大学生量身订做的手机”。其次考虑手机的内部功能，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。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。由于学生消费群的成员大多处于18-23岁，这一人生中思想最活跃、最善变的黄金青春期，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、新观念接受速度快。

大学生手机使用情况调研报告7

一、引言

随着科技的快速发展和移动互联网的普及，手机已成为大学生日常生活中不可或缺的一部分。为了深入了解大学生在手机使用与消费方面的习惯，我们进行了此次调研，旨在为手机厂商、电信运营商以及相关企业提供市场参考和决策依据。

二、调研方法

本次调研采用问卷调查和深度访谈相结合的方式，覆盖了不同年级、不同专业、不同地域的大学生群体。问卷设计涵盖了手机品牌偏

好、购买频率、使用场景、功能需求、消费预算等多个方面，以确保调研结果的全面性和准确性。

三、调研结果

1、手机品牌偏好

调研结果显示，大学生在手机品牌选择上呈现多样化趋势。其中，苹果、华为、小米等品牌受到较多大学生的青睐。苹果以其高端的品牌形象、流畅的系统体验和丰富的应用生态赢得了大学生的喜爱；华为则凭借其强大的.研发实力、优质的硬件性能和良好的售后服务赢得了大学生的信任；小米则以其高性价比的产品和活跃的粉丝文化吸引了大量大学生用户。

2、购买频率与消费预算

大多数大学生表示，他们会在手机出现故障或性能无法满足需求时考虑更换手机。此外，部分大学生也会因为新款手机的发布或促销活动而选择更换手机。在消费预算方面，大部分大学生的手机消费预算在2000元至5000元之间，少数追求高端品牌的大学生则会选择更高价位的手机。

3、使用场景与功能需求

大学生在使用手机时，主要涉及到通讯、社交、娱乐、学习等多个方面。其中，通讯和社交是大学生使用手机最为频繁的场景，他们希望通过手机与亲朋好友保持联系，分享生活中的点滴。在功能需求方面，大学生普遍关注手机的拍照性能、屏幕显示效果、电池续航能力以及系统流畅度等方面。此外，随着在线学习和远程办公的兴起，大学生对于手机的学习和工作功能需求也逐渐增加。

4、运营商选择与套餐偏好

在运营商选择上，大学生普遍关注网络覆盖、资费优惠以及服务质量等方面。其中，中国移动因其广泛的网络覆盖和优质的服务质量受到了大学生的广泛认可。在套餐选择上，大学生普遍倾向于选择包含大量流量和免费通话时长的套餐，以满足他们在社交、娱乐和学习等方面的需求。

四、结论与建议

结论

本次调研结果显示，大学生在手机使用与消费方面呈现出多样化、个性化的趋势。他们在选择手机时，既关注品牌、性能等硬件因素，也关注拍照、续航等实际使用需求。同时，大学生对于运营商的选择也更加注重网络覆盖和服务质量。

建议

针对以上调研结果，我们提出以下建议：

（1）手机厂商应针对不同需求的大学生用户群体推出定制化产品，以满足他们在品牌、性能、拍照等方面的不同需求。

（2）电信运营商应进一步提升网络覆盖和服务质量，同时推出更多符合大学生需求的套餐和优惠活动，吸引更多用户。

（3）高校可以加强与手机厂商和电信运营商的合作，为大学生提供更多优惠和便利，同时加强对大学生手机使用习惯的教育和引导，帮助他们树立正确的消费观念和使用习惯。

大学生手机使用情况调研报告 8

大学生是一个使用智能机非常重要的群体，基本上有 80%以上的学生都会持有一部智能机，甚至有许多大学生的日常生活已经离不开智能机。使用智能手机上网、社交、了解信息，俨然已成为他们生活中不可缺少的一部分。因此，我们的问卷调查主要针对的是在校大学生对于使用智能机之后与传统机有那些改变以及对生活的影响。

调查目的：通过对大学生选择智能手机的原因的了解，了解大学生对于使用智能手机之后与传统手机之间有那些改变以及对生活的影响。

一、 实践过程及其内容介绍：

首先，我对淘宝网进行了各方面的了解，并搜集整理了大量的关于手机的信息，基本上对于手机的类型，分类，功能及市场销售状况等有了一定的了解，并运用了随机抽样的方式对周边同学的手机种类进行了划分，我的目的就是了解现阶段中国人民对于手机的偏好及手机市场存在的一些问题进行分析，为大家今后买手机指明一条道路，防止奸商哄抬物价或者是以次充好。实践过程中虽然我和人接触的机会比较少，但是我接触了很多卖手机的淘宝卖家及二手手机市场还有深圳手机批发市场的卖家，他们了解很多买家不清楚的内幕，这些资料非常的宝贵，至少今后我来买手机的时候不会上当受骗，但是对于中国手机市场，我只能用混乱来形容。

经过一个假期手机的洗礼，我已经从一个手机白痴变为了一个对手机市场有一定了解的“狡猾”的买家，下面就是我的分析结果。

二、 调查结果分析

1. 以下是淘宝网上大部分有销售量的品牌手机

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
如要下载或阅读全文，请访问：
https://d.book118.com/296124240220010240