

大学生手机使用情况调研报告例文

大学生手机使用情况调研报告 1

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提高,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 2

手机作为我们日常生活中的一个常用的交流工具，在现代生活中，也扮演着越来越重要的作用，同样，也很少有人会离开手机。因此在中国手机市场的发展潜力是巨大的，国内外手机的各个品牌都想在中国这个巨大的市场上分得一杯羹。而作为大学生的我们正是这些手机商家们所重点关注并开发的领域——

关键词：手机 中国 大学生

一、调查报告概述

本次论文调查报告以重庆&&大学主校区学生为主，以问卷形式给出，由于正值暑假，采访对象主要是在相同宿舍(男：北4. 女：北6.)

二、问卷调查结果分析

(一)、调查对象比例分析 XY 男 女

大一 0(0.00%) 0(0.00%)

大二 4(9.30%) 6(17.65%)

大三 29(67.44%) 25(73.53%)

大四 10(23.26%) 3(8.82%)

小计 43 34

由图可以看出，调查的对象主要集中的大三的学生中，这是因为大三的学生比较具有代表性，大三的学生对大一和大二的学生的消费观念及购买观念都

有很深刻的影响，又不同于大四的学生，面临工作，需要更好手机，对手机的求更是不一样。大三的学生在校收到大学的氛围影响比较大，其价值观和消费观更是带有隆重的大学生特点。所以，选择大三的学生更能够代表此次调查的目的性，更能够反映数据的意义。

此次调查中，大三的学生占到了 70%，使得更加具有代表性，其使用的手机类型，使用的工具和方式都能够比较准确的体现一个大学学生的所需。其中，我们可以知道，男女比例是相对稳定的。这样的结果也是问卷准确性的要求。（二）、男女对手机款式的要求分析

男女存在比较显著的审美观和价值观的差异，所以研究男女对手机的需求，不仅仅是有助于市场的发展，同时有利于培养各自的消费态度和增进对异性的需求了解。

由图可以看出，男女对不同手机款式的需求是大不一样的。其中，男生对于直板手机的需求占到了 62.79%，而对于翻盖手机的使用却是 2.33%，女生却有 14.71% 的女生使用翻盖手机。使用滑盖手机的比例男生是：18.6%，女生是：

23.53%。相对而言，女生的滑盖使用者多于男生。触屏手机的使用者男生比女生多 5% 左右。

我们可以看出，男女对于直板手机的偏好是差不多的。但是对于翻盖手机的喜欢却是大不一样的，女生比男生更加偏爱翻盖手机。在其他方面，男生都要比女生多。

（三）、男女对于 3G 手机的使用偏好

男女对于 3G 手机的使用态度也是不一的，并不是手机什么最先进就会都喜欢，所以对于大学生这一比较理性的消费者，购买是否是 3G 的手机也是值得分析。

由图看出，在男女生中，男生和女生使用 3G 手机的人数明显不如没有使用的人，造成这一现在的原因是多方面的：1、对 3G 手机不理解，没有形成消费购买意识。2、当前现状不需要，认为 3G 手机并不会给自己的学习生活产生多大影响。3、现在的经济能力不允许自己使用比较昂贵的 3G 手机。4、认为中国的网络通信技术不足以支持所谓的 3G，消费者购买没有多大使用价值。5、其他原因造成其没有购买使用。

其中，男生使用 3G 手机的人数明显比女生多，这说明在女生的心目中，3G 并不是一个非常重要的概念，而对于比较追求科技时尚的男生 3G 所代表的意义就比较重要了。在没有使用 3G 手机的学生中，同样是女生比较多。女生在电子产品的追求方面是不如男生，这是一个明显的问题。加大 3 品的宣传力度，尤其是在女生心目中形成深刻印象成为该市场领域的非常重要的措施。

（四）、对于 3 品和功能使用的对比

或许有人购买了 3 品，但是其对于 3 品功能的使用情况却是不一的，这是值得分析的，既是对该市场发展的一个探索，更是对大学生消费者的购买意识的认知培养。买了，没有用，还不如不买。或者只是因为爱面子。这是个特别的话题，这里不说明了。XY 是

有 8(38.10%)

没有 13(61.90%)

小计 21

XY

有 6(10.71%)

没有 50(89.29%)

小计

56

X=是否使用 3G 手机 Y=是否使用 3G 手机功能

从中可以看出，购买了 3G 手机的同学，其使用了 3G 功能的微乎其微，购买了 3G 手机却没有使用功能的人占了大半。这是大家对 3G 了解不够，或者大家不需要。3G 市场是个很有潜力的市场，也是电子产品，尤其是手机的发展方向，对于培养消费者的消费意识显得相当重要。对于大学生使用 3G 功能都是如此，对于其他的普通消费者更少。

（五）、对于手机品牌偏好的分析

大学生是个比较讲究个性和流行的消费群体，因此在手机的购买上突出的显示出了个人的特点。对于购买不同品牌的手机，其原因不一，这里不做深入讨论，只是对于手机的份额做出一定解释说明。

在接受调查的学生中，有 41.6% 的学生选择诺基亚，后面是三星，占到了 19.5%，索爱手机占到 11.7%。这些是名牌手机，其使用者相当的多，这是很正常的。大学生对于更多的，比如苹果，黑莓等手机的购买使用比较少，这也是这些高端手机缺失市场。相对于学生，使用这些手机是很奢侈的，也没有多少必要。因为手机在很短的时间内就会更新换代，学生购买手机通常不会局限在长时间使用，而是出于新潮等原因，这些我们后面会讨论到。这里，使用国产手机的人数也不少，同时使用非品牌机的人数也是不少，这说明大学生使用手机不仅仅是为了品牌，也会因为其他的原因购买。由于数据容量较小，所以得到的结果显得很单薄，但是也是具有代表性的。

（六）、购买手机价格的分析以及男女对手机价格的偏好分析

由问卷可以看出，我们对手机的价格分成了不同的档次，对于每个价位，大学生的偏好是不一样的。且男女对于手机的价格更是不一样。我们将对男女的不同进行检验判断，分析比较。

大学生手机使用情况调研报告 3

一、调研背景与目的

随着科技的不断进步和移动互联网的飞速发展，手机已经成为大学生日常生活中不可或缺的重要工具。为了更深入地了解大学生群体的手机使用习惯与偏好，本报告基于一项针对大学生的手机使用调研，旨在分析大学生的手机使用现状、需求以及对手机品牌和功能的偏好，为手机厂商、移动应用开发者及相关行业提供参考依据。

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法。问卷调查主要面向全国各地的大学生，通过网络平台发放，共收集有效问卷 XX 份。深度访谈则选取了部分具有代表性的大学生进行面对面交流，以获取更具体、深入的信息。

三、调研结果

1、手机使用现状

(1) 几乎所有大学生都拥有智能手机，且平均每天使用手机时长超过 X 小时。

(2) 大学生使用手机的主要功能包括社交、娱乐、学习、购物等，其中社交功能使用频率最高。

(3) 多数大学生表示，手机已成为他们获取信息、沟通交流的主要渠道。

2、手机品牌偏好

(1) 苹果、华为、小米等品牌在大学生中拥有较高的知名度和认可度。

(2) 苹果以其高品质、高性能、时尚的设计吸引了大量大学生用户，尤其是高端用户群体。

(3) 华为和小米则以其高性价比、丰富的功能和良好的用户体验获得了广泛的认可。

3、手机功能需求

(1) 拍照功能成为大学生最关心的手机功能之一，他们希望手机能够拍摄出清晰、高质量的照片和视频。

(2) 手机的续航能力和运行速度也是大学生关注的重点，他们希望手机能够持久耐用、流畅运行。

(3) 除此之外，大学生还关注手机的屏幕质量、外观设计、存储容量等方面的功能需求。

4、手机应用使用习惯

(1) 微信、QQ、微博等社交应用是大学生使用频率最高的手机应用。

(2) 短视频、直播、游戏等娱乐应用也受到了大学生的喜爱。

(3) 学习类应用如在线教育平台、学术资料库等也逐渐成为大学生手机中的必备应用。

5、手机消费观念

(1) 大多数大学生在购买手机时会考虑性价比，追求物有所值。

(2) 同时，也有一部分大学生愿意为高品质、高性能的手机支付更高的价格。

(3) 在购买手机时，大学生会关注手机的品牌、口碑、功能等因素。

四、结论与建议

1、结论

(1) 大学生对手机的需求呈现多元化趋势，不仅关注手机的外观设计和性能表现，还注重手机的功能实用性和性价比。

(2) 社交功能仍然是大学生使用手机的主要需求之一，但娱乐、学习等方面的需求也在逐渐增加。

(3) 苹果、华为、小米等品牌在大学生中具有较高的知名度和认可度，但其他品牌仍有较大的市场机会。

2、建议

(1) 手机厂商应持续提升手机的拍照功能和续航能力，以满足大学生对高品质照片和持久耐用的需求。

(2) 针对不同需求的大学生群体，推出具有差异化功能和价格定位的手机产品。

(3) 加强品牌建设和口碑管理，提升大学生对手机品牌的认知度和忠诚度。

(4) 移动应用开发者应关注大学生的实际需求和习惯，开发更符合他们需求的应用产品。

大学生手机使用情况调研报告 4

随着社会信息化进程的加快，高新科技产品成为消费热点，手机作为其代表之一，而大学生作为一个潜在的消费群体，两者越来越多的受到关注。一个学校可以带动一片区域经济的发展，尤其是那些走在市场前沿的新产品，诸如手机，MP3 等代表当今高新技术的产品既能迎合大学生的需要又能体现大学生的时代气息。本文首先通过对大学生的手机消费的调查，在而分析和研究大学生的手机消费特点，提出营销建议。

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: 纸质问卷

三、调查对象: 随机抽取福建师范大学学生 60 人。

四、调查时间: xx 年 xx 月 xx 日

五、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
2. 小组成员在尽可能广的范围内发放问卷
3. 调查完成后，由全体小组成员对调查统计数据进行分析
4. 写调查报告

六、调查过程：

1. 被调查者：研究者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 56 份，其中，男生 23 人，女生 33 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。（见附录二）

3. 数据分析：

(1) 男女生差异：对总体数据做性别上的差异性 T 检验，发现，在第三题、第十二题上，男女生存在显著差异。

表一男女生差异 T 检验显著的题目情况

T Sig

第三题 2.211 0.031

第十二题 -2.440 0.018

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不准确的。

。

第十二题：通过对数据的分析我们发现，男女同学在能接受的手机最低内存方面有差异。其中，男生中 1 人选择 128MB 以下,11 人选择 512MB,7 人选择 1G,4 人选择 1G 以上。有女生中有 2 人选择 128MB 以下，4 人选择 512MB，13 人选择 1G，14 人选择 1G 以上。可见，女生对内存的要求显著高于男生。据我们分析，可能是由于女生喜欢用手机自拍，所以需要更大的内存。

(2) 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 76.8%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担当的。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。第四题中，有 75%的调查者选择了直板手机。这说明，在大学生中，直板手机成为了最流行的款式。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。

第五题中，有 51%的调查者选择了欧美手机。可见，欧美手机还是占领了很大的市场。这可能是由于欧美国家科技比较发达，并且在质量上注重精益求精，因而赢得大学生们的信赖。

第六题中，有 57.1%的调查者表示曾经用过诺基亚手机。这与我们的预期也是一致的。这反应出一定的品牌效应。可见，诺基亚手机在各大品牌中的口碑是最高的。

第七题中，有 51.8%的调查者表示，更换手机的频率在一年以上。可见，大学生们还是比较节俭的，不会在手机消费上过于浪费。

第十一题中，有 57.1%的调查者表示，能接受的手机像素在 200 万到 500 万。可见，大学生对手机的照相功能是有一定需求的。当然，像素越高越好，当往往，像素的增高伴随的是手机价位的提升，因此，大家要在价格和像素之间做出权衡，200 万到 500 万这一中等水平成为了大家的普遍选择。

第十三题中，有 55.4%的调查者表示，喜欢触屏手机。触屏手机是近几年来科技的发展出现的新兴功能的手机。可见，大学生紧跟潮流，走在时尚的前沿。

第十四题中，有 53.6%的调查者表示，购买手机考虑的首要因素是实用性。可见，只有光线的外表，华而不实的手机，不是大学生想要的。一款能吸引大学生的手机，综合实力要过硬。

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诺基亚居多，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。

3. 大学生对手机的要求不仅仅停留在以往能用就行的简单层面上，开始向多方面的需求转变，要求有更多的使用功能、更好的手机售

后服务、大品牌等，加上现在刚刚开始发展的 3G 网络，也要求手机厂商即时研发，对手机更新换代。

4. 大学生月生活费水平直接影响大学生群体的手机消费能力。大部分大学生所需要的手机为中低档手机，价位合适，功能实用为主，其消费能力制约了对高档手机的购买力。但是随着经济的发展与科技含量的提高，大学生群体对高档手机的需求会慢慢增大，同时厂商也应推出适合大学生消费的高档手机，刺激大学生群体的购买欲望。手机使大学生的日常生活更加方便了，因此手机拥有量在大学生中的使用很普遍，并且手机还有很大的提升空间，还有一定的潜在市场，并且这种增加的趋势在一定程度上仍将继续下去。

5. 大学生购买手机所关注的因素的按重要程度排序依次为实用性、价格、娱乐功能、手机辐射、便携性。因此，厂家需要在保证质量和较低价位的情况下，研发扩展手机功能，贴近大学生群体的消费需求，符合大学生群体的口味，让别人明显感觉到这就是大学生专属手机。

八. 建议

1. 根据学生的消费特征推出合适学生的机型，在信息渠道的额建设上进一步加大力度，确保市场信息的准确传递，方便与消费者沟通。

2. 继续推行中低档手机路线，专为学生消费者开发、设计，具备一些学生消费群体比较喜欢的基本功能，特别是在款式、造型及颜色等方面能够吸引学生的手机，这对抓住学生消费者无疑是很好的办法。

3. 尝试推广合适大学生消费群体的高端机型，抓住个别消费者的需求。 4. 注重品牌效应，提升品牌形象，品牌美誉度是最好的口碑，品牌优势在竞争中有着很大的优势。九. 在调研中存在的问题

在市场调研活动中遇到了许多问题，以下是我们对于这次调研的总结：

首先，调查问卷。在设计调查问卷每个问题选项的个数没有合理的规划，为统计数据增添了一定的困难。

其次，对于问卷的设计考虑方面不够全面，缺少了关于问卷的填写说明。最后，抽样调查范围不够全面。合理的调查本应采取针对不同年级采取分层抽样，但是我们的数据绝大多数都来自于大一、大二的同学，使调查结果有了一定的局限性。

今后的调研活动中，会注意吸取这些教训，以更加完善。

大学生手机使用情况调研报告 5

一、调查方案

(一) 调查目的：通过了解大学生手机使用情况，为手机销售商和手机制造商提供参考，同时为大学生对手机消费市场的开发提供一定的参考。

(二) 调查对象：在校生

(三) 调查程序：

1. 设计调查问卷，明确调查方向和内容；
2. 进行网络聊天调查。随机和各大学的学生相互聊天并让他们填写调查表；

3. 根据回收网络问卷进行分析，具体内容如下：

(1) 根据样本的购买场所、价格及牌子、月消费分布状况的`均值、方差等分布的数字特征，推断大学生总体手机月消费分布的相应参数；

(2) 根据各个同学对手机功能的不同要求，对手机市场进行分析；

二、问卷设计

根据以上整理的数据，我进行数据分析，得出结论：学生手机市场是个很广阔的具有巨大发展潜力的市场。

(一) 根据学生手机市场份额分析

根据调查显示，在学生市场份额排名靠前的品牌中，学生市场份额偏高的品牌有诺基亚 36%、摩托罗拉 18%、三星 25%等，这几个品牌无一例外都是主要以低端机冲击市场，目前国产品牌在学生市场中认可度也在不断提高。

(二) 学生消费群的普遍特点

作为学生我对这个群体做了一些了解，对于我们共同的特点进行分析，得出手机市场应该针对不同学生群体开发产品或进行针对性的营销手段，才能够抢占市场。下面我们就来对学生群体的特点来进行分析：

1. 学生消费群的普遍特点：

- 1) 没有经济收入；
- 2) 追逐时尚、崇尚个性化的独特风格和注重个性张扬；
- 4) 学生基本以集体生活为主，相互间信息交流很快易受同学、朋友的影响。
- 5) 品牌意识强烈，喜爱名牌产品。

大学生手机使用情况调研报告 6

近几年来，手机的更新换代越来越快，人们更换手机也越来越频繁。特别是随着智能机的逐渐普及，智能机的功能非常强大，他除了手机固有打电话发短信的功能以外，还可以下载多方应用软件，看电影、听音乐、玩游戏等，还可以用它来查看天气等，功能非常齐全。智能机已经逐步融入人们的生活。以下是大学生智能手机市场调研报告，欢迎阅读。

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

从表格的数据可以看出，国内知名的品牌，至少是从淘宝上可以找得到的品牌来看，国内有 12 个品牌，国际有 11 个品牌，可以说国内手机厂商在国人的心中还是有一定的地位的，至少从品牌的数量角度分析，国内的厂商还不错。但是我们再来分析，国内厂商，专注于手机行业的厂商有酷派，金立，步步高，魅族，小米共 5 家，国际厂商专注于手机行业的有诺基亚，黑莓，摩托罗拉，HTC 共四家，我们发

现，国内专注于手机研发生产的这 5 家企业几乎都是小厂家，而国际的这几个厂商几乎个个都是响当当的名字。这一轮，国际厂商完胜。

2. 各品牌销售比例

国内品牌手机 10 年的销量，所以尽管想魅族小米等手机在国人中的口碑还不错，但是和国际一线大厂比较差距还是非常明显的。希望国内品牌手机继续努力。

3. 在售种类比较

但是从卖手机的角度看，品牌旗下产品数量对于销量上是有很大影响的，当然苹果除外。

4. 从价格层面上分析

国际品牌行货通常在 3000 元左右的价位，国内手机的价位在 1500 左右，而之所以国际品牌销量如此之大，和水货有很大关系，水货国际手机基本在 20xx 左右，性能出众，而国内品牌的代表，现在是魅族和小米，小米 1999，魅族新款是 2999，已经和国际品牌持平，因此虽然国人叫好，但是并不是非常的好卖。

5. 手机种类分析

中国的手机主要分为两类，及水货和行货，水货机基本是从香港亚太欧

洲偷运而来，没有关税，相对于国内行货价格上有一定的优势，但是此类机器通常没有保修，对于追求稳定的用户不适用，但是中国的. 经济发展水平导致水货手机明天比行货手机受欢迎。

6. 卖家分析

目前，国人买手机通常是三个渠道，各大商场如国美苏宁等手机卖场，二是一些电子市场，如珠海的湾仔沙电脑城，第三个就是淘宝等电子商务网站。国美苏宁等卖场只出售行货手机，质量可靠，售后服务周到。电子市场几乎不出售行货手机，而且国人也没有去那里买行货手机的习惯，往往奸商都出现在那里。淘宝等电子商务网站亦是如此，商家通常打出保真等字样。

7. 手机成本分析

各大卖场的手机通常是厂家直供货，售价较高，但是由于所交税费较多，成本也较高，利润空间并不是很大，加之售后服务所占比例也很大，使得行货手机销售量始终不温不火。电子市场卖的水货手机售价较为低廉，进货成本也较低，因为没有关税的影响，通常，水货卖家是在固定地点提货，以箱为单位，不查手机质量，一次拿走，这样价格较低，而电子市场卖家的通常做法是在手机按照成色进行分类之后，拿去深圳进行外壳的翻新，这其中有一种特殊的机型叫做韩版机或是某国家的定制手机，这类手机通常是中国人去到外国之后的违约机，几乎可以说是零成本，我们可以看到，很多电子市场的韩版机叫价在 20xx 左右，比其他港版欧版手机要便宜 300-500 元，但是利润空间是最大的，当然这类手机的中文支持是有问题的，所以网上的各大手机论坛里面就出现了各种制作汉化的牛人团队，其实多半就是一些电子市场和淘宝商家雇来的人才，目的是促进韩版机的销售。

淘宝等电子商务网站的手机与电子市场所售机型属于同类，由于网络店铺开店成本较低，所以手机价格会比实体店来得低些，但是由于监管等问题，这类店铺里的机器成色质量参差不齐，其中深圳的店铺最多，在走访深圳手机市场的卖家的时候，卖家告诉我，手机只要电路板没有换过，其实就算是质量比较过关的手机，所谓的全新原电等只是一种说辞，电池上面的时候痕迹用电笔一抹就干干净净了，外壳磨损了，换一个山寨的外壳，一两个月只能是没人会发现的，而往往好一点的手机屏幕所占的成本较高，深圳商家会选择把原装的屏幕拆下来单卖，换成成本低廉的山寨屏幕，普通消费者根本发现不了，这也是为什么淘宝店铺中同样的水货手机不同店铺差价会在 500 元以上的原因。而在二手手机市场，手机的手机通常更为低廉，很多卖家不屑于翻新的伎俩，所以同种成色的机器，二手手机实体店的手机价格会比淘宝上免的翻新机低 500 元左右。

三、 购买建议

资金充足的买家建议购买大型商场的行货手机，质量更有保证，而在只能及充斥的时代，建议购买高端一些的产品，这类产品的在两年之内是不会被淘汰的，资金不是很充足的买家可以考虑国内品牌的手机，如魅族小米华为中兴等，这类手机价格也相对较低，性能较国际大厂有缺陷，但是普通玩家是体会不出来的，而像魅族小米这种专注一款手机的厂家是值得推荐的，其优化更加完善，当然这类厂家硬

件质量一般，相比来说联想的硬件更为过硬，但是系统优化做的一般，

大学生手机使用情况调研报告 7

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。

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/347104034150006165>