

大学生手机消费调研报告规范

大学生手机消费调研报告 1

本研究一共发放问卷 63 份，有效率 100%。本次调查主要针对我校各专业各年级的大学生，对问卷原始数据大致归类后，经统计计算百分比进行分析：

（一）调查对象：

男生 45%，女生 55%，大一 6%，大二 74%，大三 19%，大四 1%。
经管 18%，化工 15%，外国语 1%，文学院 16%，物电 7%，计科 7%，政法 8%，教科 8%，新传 10%，数学 10%。

（二）结果百分比数据分析：

95%的大学生手机价格在 3000 元以下。

71%的大学生拥有一台手机。

37%的大学生一天使用手机的时间为 1—3 小时。

49%使用时间为 5 小时以上；话费的使用情况较均等，各阶段都比较平均，其中最大百分比。

30%的大学生一个月的话费为 30—50 元。

71%的大学生手机使用年限在三年以下。

96%的大学生上课玩手机，其中 52%玩手机较频繁；绝大多数大学生认为上课玩手机影响学习，会在和别人在一起时使用手机。

51%的大学生晚上睡觉会保持手机开机。

69%的大学生在晚上睡觉前玩手机较多。

73%的大学生最初买手机的'目的是为了联系方便。

60%的大学生大学认为手机对于他们非常重要；只有 7%的大学生会每天给父母打电话。基本情况如上所示。

随着手机的使用越来越普遍，大学生的手机使用情况日益引起人们的关注。调查发现，越来越多的大学生沦为低头族，沉迷于手机不可自拔，他们上课下课玩手机，几乎时时刻刻都离不开手机，情况十分让人担忧。当然还是有很大一部分大学生对手机的使用时十分理性的，他们上课不玩手机，合理安排玩手机的时间，经常和父母打电话。针对以上情况，谨对大学生的手机使用提如下几点建议：

一、购买手机时应选择中低价位的手机，切勿在手机的品牌上攀比，大家都是大学生，都是在花父母的钱，攀比心理实在没必要。

二、合理安排使用手机的时间，不宜在上课学习时分心玩手机，及时将手机静音关网都是很好的办法。

三、使用手机的同时注意眼睛的休息保护，玩一段时间，注意停下来休息一下眼睛，活动活动身体。

四、使用手机的过程中，注意发挥手机的积极作用，使它给我们的学习生活带来更多的积极帮助。

五、多多和父母沟通，多和他们打电话，以缓解父母的思念之情。当然，我们的调查也存在许多的不足。由于人员物资有限，导致样本选取较小，范围也较小，可能导致许多数据不是十分的准确。由于我们也只是学生，许多问题的思考和设置也会有不成熟的地方。不过，这是我们整个小组尽全力做出的调查报告，对于不足之处，我们会改正和弥补。

大学生手机消费调研报告 2

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。

大学生手机消费调研报告 3

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。

大学生手机消费调研报告 4

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%，飞利浦 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。

大学生手机消费调研报告 5

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：

10 月 01 日——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 A、ET 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

大学生手机消费调研报告 6

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。

大学生手机消费调研报告 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。

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/877102105150006165>