# 2024年大学生手机使用情况调查报告(15篇)

来源：网络 作者：繁花落寂 更新时间：2024-07-15

*在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。大学生手机使用情况调查报告篇一您好！非常感谢您在繁忙中抽空填写这...*

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**大学生手机使用情况调查报告篇一**

您好！非常感谢您在繁忙中抽空填写这个调查问卷。

本问卷旨在调查大学大学生手机上网的基本情况，由于问卷填写不完整会使您的问卷作废，因此请不要遗漏任何一题。若无注明，均为单选，您只须在您认为合适的答案的标号上面“√”即可。

本调查问卷所得数据仅供科研使用，将会严格保密、不需署名，您可以放心填写。谢谢您的支持，祝您就业顺利！

1．您的性别：男（）女（√）

2．您来自：城市（）农村（√）

3．您的年级：大一（）大一以上（√）

4．您的专业是：文史类（√）理工科类（）

5．您的家庭月收入：

20xx以下（）20xx—5000（） 5000—10，000（√）10，000以上（）

6．您一个学期的生活费是：

20xx以下（）20xx—4000（√）4000—10，000（）10，000以上（）

7．您用计算机上网的网龄大概有\_8\_\_年。

8．您在学校有联网的电脑吗？有（√）没有（）

9．您的手机是：智能机（）非智能机（√）

10．您对手机功能的要求：

打电话+发短信（）打电话+发短信，有上网功能更好（√）

打电话+发短信，必须有上网功能（）

11．您了解gprs和3g的区别吗？不了解（√）知道一点（）比较清楚（）

12．您的手机有没有开通3g？有（）没有（√）

13．您的手机有没有开通gprs？有（√）没有（）

（若此题选择没有，就不必填写后面的问卷。）

14.您用手机上网的网龄大概有多长？

1年一下（）1—2年（√）3—4年（）5年及以上（）

15．请问您的gprs包月的流量大小是：

10m（√）30m（）50m（）50m以上（）

16．您每个月gprs的流量使用情况：

几乎没用（）用不完（√）基本用完（）不够用（）远远不够用（）

17．您每天用手机上网的情况：

几乎不上（）应急时偶尔上（）较固定的时间会上（√）一有空就上（）

18．您一般何时用手机上网？（可多选）

上课时（）上床睡觉前（）等/坐公交车时（√）开会时（）应急查找信息时（√）其他（）

19．您觉得手机上网的经历是：

非常没劲（）没劲（）一般（）有趣（√）非常有趣（）

20．您平均每天用手机上网时间大约多少？

半小时以下（√）半小时—1小时（）1—2小时（）2小时以上（）

21．您平均每天用计算机上网时间大约多少？

1小时以下（）1—2小时（）2—4小时（√）5小时以上（）

22．如果您的手机无法上网了，您会在什么时去修：

不修了（）1个月内去修（√）1周内去修（）2-3天内去修（）当天去修（）

23．您一般用手机上网主要的活动有哪些？

选项浏览信息查找资料查找地图看小说

玩网络游戏

（包括qq农场等游戏）

购物看视频听音乐聊天收发邮件上论坛上社区网站下载电子书下载歌曲下载铃声下载软件

没有√√ √ √

√ √ √

很少√√

少√ √

一般√ √√ √

多√

很多

**大学生手机使用情况调查报告篇二**

一、大学生购买手机的动机

考虑经过对问卷调查的分析，对大学生的手机消费动机明确，消费欲望强化，大学生逐渐形成了具体的购买动机。大学生的消费动机可以分为一下几种：

1、求质量与实用的购买动机。据调查显示，大学生消费者在购买手机时，最注重的还是质量与实用功能：多数的被调查者表示，好用与耐用是最重要的；此外，还有部分的人认为手机的售后服务质量是关键的。

2、求新款式新功能的购买动机。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65％的学生希望拥有为“大学生量身订做的手机”。其次手机的内部功能，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。

3、求方便的购买动机。调查得知绝大部分的大学生消费者购买手机的真正目的在于方便与家人、朋友、同学、用人单位联系。

4、求价格廉价的购买动机。当价格在他们能够接受的范围内，他们会选择购买他们中意的新款手机。

二、大学生对品牌的概念

这也是手机商们最想知道的问题，到底哪个手机商拥有的顾客最多呢？根据我们的调查，最多人使用的手机牌子是——诺基亚，调查显示一共有57％的人使用这款手机，耐用是它的一个最大卖点，而不断扩张的功能也使不少人选择它；而排名第二位的是索尼爱立信，虽然使用者人数却是诺基亚的三分之一，即总人数的19％，但它的市场份额有不断扩大的趋势，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，占16％，三星虽然拥有高技术，但价钱却令不少学生消费者望而却步；其他品牌则仅占总数的百分之一二。可见诺基亚这一世界手机销售商果然不负众望，霸占了头位。 80%以上使用诺基亚手机的大学生还表示，下次还选诺基亚。

三、大学生对手机价格的敏感程度

64%的大学生能接受的价格区间在1000——20xx元之间，11%的大学生能接受的价格在1000元以下，16%愿意考虑20xx——3000元的手机，其余9%则能够接受更高的价格。以上数据表示，大学生普遍接受的价格区间为1000——20xx元。

四、大学生手中手机的样式选择的标准

问卷结果显示，59%被调查者使用的手机是直板机，27%使用的是滑盖机，14%使用翻盖机。主要原因是，在同一档次上，直板机相对要便宜100~300余元，这是影响被调查者购买此种手机的主要原因。此外，各大手机厂商都把低端机型做成直板机，并且此种手机外观简洁，外表美观，功能实用。作为还没有收入的大学生，直板机自然是首选。75%的被调查者使用手机的是彩屏，15%被调查者使用手机的是灰度屏，5%的是黑白屏。

五、大学生对主流手机功能期望

对未来手机功能的期望中，mp4播放功能当之无愧的位列首位，比例为36％。分析被调查者对这项问题的回答可以发现，他们对未来手机应增加哪些功能好像并不十分感兴趣。此外对手机增加游戏功能期望达20%、照明功能为16％、语音拨号占12%。

六、其他数据

在手机使用调查中，73%的同学使用手机的主要用途是发短信，21%的同学用于打电话。由于手机更新快，追求时髦的人总会频频更换手机。在对我校同学的调查中，多数同学更换手机都在一年以上，只有13%的同学一年换一次。80%的同学选择移动，其中30%的同学开通gprs。

七、结论与建议根据调研的一些主要数据，可以反映出我校目前大学生手机消费市场的一些基本特征，如下所示：

1、大学生手机消费仍在以跳跃式的曲线增长，消费量趋向在一定时间内会有较大幅度的增加。

2、在未来的手机消费中，性别、年级之间的差距会逐渐缩小。

3、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，服务有待于改善。

4、品牌手机在大学生手机消费市场中占据有一定的优势。

由此可见，当代大学生对科技产品的认识与购买不再是盲从，而是自主的选择，随着认识的加深，对于“新潮”的追随比起改革初期显得理智、透彻，体现了物质与意识的辨证统一！科技的发展再次证明了，科学技术是第一生产力。手机这一科技产品在实践中得到人们的认可，而品牌上的选择则是各自需求，品牌的建立也并不是一朝一夕的事，而是质量与信誉的结合。大学生属于纯消费群体的性质决定了大学生手机的购买与消费。矛盾是发展的动力，由于人们对科技产品的需求不断上升，使得生产产家不断开发新产品，手机的功能，外观在不断的完善。大学生对新技术的掌握能力也相对提高，为适应社会主流，科技不断向前发展，手机的使用不再是单单的打电话，90年代的手机已经被人们所遗忘。社会发展着进步着，实践证明了手机这一科技产品为人们开发利用，并将随着社会进步而前进。

**大学生手机使用情况调查报告篇三**

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己的看法和建议，引导大学生用正确的消费行为和观念面对奢侈品。

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，经济能力尚未独立，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，培养大学生形成科学、理性、文明、责任的新消费理念，促使他们成为 新消费运动 的践行者、推动者，具有积极的现实意义

为了对大学生奢侈品消费情况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况的问卷调查。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、消费支出情况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，但我们可以窥一斑而知全貌。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。

通过上表可以看出，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一定的必然性，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，这些问题必将在一定程度上得到改善。

通过上表看出，在支配生活费方面，有7人认为自己很节俭;16人认为自己刚好;15人认为自己有些浪费;而4人认为自己严重超支。在购买奢侈品资金来源方面，有16人是自己挣钱购买;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，经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，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。由于消费能力有限，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，我们不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，我们比较注重自己的形象，追求品位和档次，虽然不一定买名牌，但质量显然是我们非常关注的内容。

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己的消费结构和状况，没有这个习惯的制约，使大学生的盈亏状况不同，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。从未思考过钱应该怎么花、花多少，而且消费的随意性很强，面对有奖销售、打折等促销手段容易冲动，不知不觉就把钱都花了大学生手机消费情况调查报告工作报告。在调查中，只有24.39%的大学生选择先存一定数额的钱，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，由此可以看出制约其消费的是家庭经济状况。另外，城市大学生遇到自己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己来买。这是个值得深思的问题，对不同物品的选择反映了其不同的心理

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。

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。我们其采访内容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。通过调查得知，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约，该买的就买能省的就省，不买奢侈品， 科学消费 绿色消费 。

**大学生手机使用情况调查报告篇四**

手机作为现代社会的主要通讯工具在社会中的普及率已经越来越高，甚至一些初中生和小学生都已经配有手机，而手机对我们的影响也越来越大，已经逐渐的演变为我们的生活必需品，一天不带手机就总觉得好像缺什么东西，做事也不够专注，总觉得会有人联系我们，一直在纠结“如果那人找不到我怎么办？”“会不会耽误什么事啊？“其实手机可能一直没什么动静，根本没人找你。现在我们上课基本都会带手机，经常会有人在上课时觉得手机震动了，赶紧掏出来看一下，根本就是错觉。随着信息技术的发展和完善，通讯方式也越来越方便快捷。因为手机的方便性，也越来越成为人们生活中不可缺少的一部分，在我们的大学生活中，手机也扮演了很重要的角色，而且随着手机功能的增多，手机已不再是简单的通讯工具了，而且还扮演着许多重要的角色，如娱乐，信息查询等。面对人们生活水平的提高和技术的发展，手机的价格也相应的下降了许多，对于上大学的我们来说，大部分人都不是本市人，而且还需要寄宿在学校，为了更方便的跟家人沟通，跟同学们交流，几乎上人手一部，手机在我们大学生活中非常的普及。

我们小组做这次调查报告的目的是了解手机给大学生生活上带来了哪些影响，当然包括正面和负面的影响，希望由此引起学校，家长和大学生本人的重视，引导大家正确的使用手机，最大限度的消除手机给我们带来的负面影响。就此，我们小组在我们学校（河南工业大学）对80人做了“手机对大学生生活的影响”的调查。下放调查问卷80份，收回78份，有效率为97.5%，参与调查的学生都是拥有手机的人。

摘要：手机对大学生生活的影响调查报告分为分三部分，一部分是学生调查报告，另一部分是手机对大学生生活的影响调查报告的实数据分析，最后是结合调查报告，对当代大学生提出的一点关于使用手机的一点建议。

为了了解手机对大学生的影响程度以及大学生对手机的依赖程度，引导大家正确的利用手机资源，更好的利用手机方便自己的学习和生活，我组对我系三个年级做了“手机对大学生生活影响“的问卷调查。下发问卷100份，收回95份，回收问卷的有效率为100%。

调查指出：有70%的人在去教室上课时会经常带着手机，而上课从不带手机的只有1%；有大约18%的人手机几乎24小时不离身，一定要在自己伸手可触的地方，年级越高，此类人所占比重越大；整体来说，年级越高每天玩手机的时间却越长；绝大部分人在睡觉前都要玩手机，聊天、看网页、游戏等；随着手机功能的日益增多，手机也不仅仅是用来打电话发短信，还可以用来上网、听歌、玩游戏、帮助学习、方便生活等；有59%的人认为如果有一天没有手机生活会变的无聊、枯燥，只有17%的认为生活完全不变。

由此可以看出现在的大学生对手机的依赖性很强，手机无形中已经渗透到我们的生活学习中，对我们的生活学习造成很大影响，这其中有有利的影响，当然也有不利的一面。

手机可以方便我们和家人朋友联系；可以利用手机上网查些学习资料；用手机上的字典查英文单词，有助于学习英文；可以查询各类生活信息，如客车、列车的出行信息；在外旅游时，可以利用手机上的导航应用指引方向……

影响学习效率，无形中缩短了学习时间；手机辐射比较大，对身体健康有一定影响；长时间对着手机屏幕，会影响视力；晚上玩手机太晚，影响睡眠质量，减少了休息时间……

任何事物都有两方面，手机对大学生的影响也是有利有弊，重要的是我们养成一个良好的使用手机的习惯，放大其有利的一面，缩小其不利的一面，充分发挥其有利作用，更好的学习、生活。

根据此次问卷调查明显可以看出，高年级的人对手机的依赖性更大，我认为其原因有以下几点：

1. 刚开始大学生活的大一新生对大学生活充满了新奇，高中的学习习惯还多少有些影响，而大二、大三的人则是人称的“老油子“，学习？有的懒得学，有的因为听不懂不想听，上课就靠玩手机度日

2. 大一刚开学大家喜欢在一起聊天、互相认识一下或是逛街，总之有很多事，学长学姐们却对这些兴致缺缺，没了自己当初的激情

3. 课外活动比较少，学校没有多少很吸引人的活动、比赛，吸引大家参加，这样周末和课余就比较无聊

4. 没有良好的学习氛围和学习习惯，比较多的用手机来打发时间

当问到手机主要用来干什么时，50%的人选择上网，约12%的人用来看电子书，另外只有28%是打电话，而在联系方式中，通话，发短信，聊q飞信和人人所占的比例几乎相同。所以大家对手机功能的普遍要求就是接打电话，发短信，并且能够上网，有通讯功能和娱乐功能等。随着科技的发展，人们对手机功能的要求也在不断地增加，他们更希望手机除了能够打打电话，交流感情外，还能够给我们带来娱乐，了解外界的信息等。当提到多长时间往家里打一次电话时，50%以上的人是一星期一次，较少部分的人选择半月一次或一个月一次。这个结果说明手机对于大学生人际交往方面有着重要的影响力，缩短了人与人之间的空间距离，有助于大学生扩大交往范围，对保持一定的人际关系，良好的友谊方面有积极的影响。而手机上网看新闻了解国家大师，社会百态。可见，使用手机，有利于增加大学生对实施的动态把握，对社会趋势的把握，增加他们的社会责任感，自觉地当成社会生活中的一份子。

在对不同年级调查时，使用手机的情况也不一样，大一的新生因为课业较少，空余时间较多，所以玩手机时间比较长，而且他们刚从高中迈入大学，联系同学，和家里打电话的次数也相应的比大二大三的多，话费也花费的比较多。大三的学生要忙着考研，学习任务比较重，玩手机的时间大大的缩减了很多，打电话，上网也相应的少很多。对于男女生，男生因为对新闻，球赛等比女生更加关心，所以绝大多数的男生用手机上网的时间比女生长，而女生更加的倾向于用手机来看看小说，发发短息等。

经过调查结果显示，手机的普遍使用是必然的，他的普及与功能的增多，它带来的方便性与实用性是毋庸置疑的。但是如何使用它，让它对我们的生活更有用也是需要我们注意的。防辐射的措施：

一、接通瞬间将手机远离头部。

二、长话短说，每天使用手机累计通话时间不应超过1~2小时。

三、尽量少打出电话。

四、左右耳交替。

五、弱信号区少通话。

六、尽量用耳机。

七、尽量不在电量低时接打电话。

八、尽量不要充电时打电话。

九、睡觉时不要把手机放在枕头边。

最值得我们大学生学习注意的，我们必须锻炼自己的自制力，让自己更有效的控制自己的行为，不让自己过分的依赖手机，抵制手机带来的负面影响。同时，学校也可以出一些规定，如：教室不能带手机等来督促学生们学习，让手机在带来便利的同时，也不减低手机对大学生的不利影响，让大学生形成良好的使用手机的习惯，不仅要克服自身对手机的依赖性，也取决于自身所处的生活环境和学习氛围，所以，需要自身和学校的共同努力，学校可以多举办一些活动和比赛，帮助大家减低对手机的依赖性，减轻手机对大家的不利影响。

**大学生手机使用情况调查报告篇五**

本研究旨在通过对 大学生手机使用情况的调查，对我校学生手机使用，包括品牌、价格、主要使用功能、消费等情况进行探讨。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。为此， 我们主要采用问卷法对广州大学城部分同学进行调查。对调查报告进行分析得出结论：我校学生对手机要求及功能消费主要分为两方面： 第一， 外显因素即手机本身特点 （品牌 ， 功能 ，价格); 第二，主观因素即手机使用（用途、消费）。

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，而大学生也作为一个潜在的消费群体，两者越来越多的受到关注.

广州大学城同学，其中男生70人，女生30人 。

调查人员在20xx年11月5日晚 随机选取 在宿舍有空的同学，请自愿辅助调查的同学 填写自制 大学生手机使用情况调查报告（ 本问卷主要 是手机相关问题16道选择题）

选择题

1.你在什么时候拥有自己的手机？

a.小学b.初中c.高中d.大学

2 ．现在使用哪个牌子的手机？

a.诺基亚、b.三星、c.摩托罗拉、d.索爱

e.苹果f.其他

3 ．你获得手机的途径是？

a.家人购买b.自己购买c.亲朋赠送d.其他途径

4.你选择手机着重哪方面？

a.外型b.功能c.品牌d.其他方面

5.您的手机价格：

a.1000 以内b.1000-20xxc.20xx-3000d.3000 以上

6.你心目中最理想的手机应该有以下哪些功能？

a.照相b.播放 mp3c.触屏d.其他功能

7.是否开通过 gprs ，主要用途？

a.是，没什么 q 聊而已b.是，看些文章图片c.听过但没用过d.其他

8 ．每个月的手机费用大概是多少？

a.50 以下b.50 以上 100 以内c.100 以上d.没留意过

9 ．你的手机 sim 卡是什么公司的？

a ．移动b.联通c.电信d.其它

10 ．你多久换一次手机？

a.两年b.半年c.一年d.两年以上

11.在手机质量方面你最注重什么：

a.信号灵敏b.实用省电c.功能齐全d.其他

12.你的手机一般用途是？

a ．发信息b.上网c.打电话d.当时钟

13.是否有试过手机交友？

a.有，经常b.有，偶然c.无试过d.不知道有这种服务

14.喜欢哪种话费优惠？

a.包月送短消息b.单向收费c.免月租d.其他

15.你喜欢哪种颜色的手机？

a.银白色b.红色c.黑色d.蓝色e.其他颜色

16.你如何看待利用手机缴交网上消费费用？

a.好，很方便b.不好，不安全c.未试过，不清楚

本研究一共发放问卷100份，有效回收率为 82 %.对问卷原始数据大致归类后， 经统计计算百分比进行分析：

作为一种相对奢侈的消费品，手机正为越来越多的高校学子所拥有。 在对我校100名同学的调查中，60%的同学在大学才开始使用手机，20%在高中就开始使用。并且几乎所有同学的手机都是由家人购买的。手机使用调查报告显示，同学对手 机要求及功能消费主要有：

1）外显因素 ： 大多数同学都购买品牌机，即诺基亚、索爱、摩托罗拉、三星等！由于科技日新月异，不少小产家也加入到市场的竞争中来，很多以其廉价，“功能全”等因素吸引消费者，但从质量上看，小产家的产品在科技质量保证上始终不如大品牌。调查显示，32%的同学注重手机的功能，34%的同学注重手机的外型，21%的同学注重手机的价格。这也就是同学们宁挑贵的不买烂的，始终支持大品牌的原因。在调查中显示：50%的同学选择诺基亚这一牌子！近几年，诺基亚公司以其产品：质量好，外行美观，价格适中赢得消费者的青睐！在 外显因素 中，同学们选择手机的价位在1000-20xx居多，多和弦铃声，彩屏，带摄象头，也正是这价位手机的特点，很多同学也选择了其他功能，市场也推出了附带mp3的手机，由于电脑的普及，高内存手机的产生是社会趋势！

2）主观因素： 在调查报告中，手机服务商主要有：移动、联通、电信。有人说，大学就是动感地带，这也就决定了很多同学选择了移动，短消息息包月。主观因素调查报告中，80%的同学选择移动，其中 30%的同学开通gprs，gprs 是移动公司推出的一种可以用手机上网的服务，调查显示，开通gprs的同学主要用于q聊或看文章图片。而相对大多数同学也只是了解有这样的一个服务！ 由于大学生无固定收入来源，购买。

手机的费用来自于家长的支持。大学生属于纯消费群体的社会特征，决定了他们的手机消费水平。 调查显示，56%的同学每个月手机费用大概在50以上100以内，仅有7%的同学月手机费用超过100元！71%的同学选择包月送短消息套餐服务，6%的同学选择单向收费，8%的同学选择免月租。对于手机交友，74%的同学还未试过，对与网上通过手机缴交费用的服务，调查显示78%的同学认为不好，不安全。的确，不少网址都套了陷阱，以前就有些同学尝试，结果在无意中多了很多付费的项目，导致换卡换户。在手机使用调查中，73%的同学使用手机的主要用途是发短消息，21%的同学用于打电话。由于手机更新快，追求时髦的人总会频频更换手机。在对我校同学的调查中，多数同学更换手机都在一年以上，只有13%的同学一年换一次。当然，这些都是由我们学生共有的性质决定的，家庭背景也是很重要的一个方面！

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100％的学生拥有手机。同时26％的学生将会在近期更换手机，61％学生想更换手机。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，早已普及。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40.25%，其他的如摩托罗拉15.00%,爱立信17.25%，苹果6.25%，三星13.75%，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上网。

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。

由以上统计可见，当代大学生对科技产品的认识与购买不再是盲从，而是自主的选择，随着认识的加深，对于“新潮”的追随比起改革初期显得理智、透彻，体现了物质与意识的辨证统一！科技的发展再次证明了，科学技术是第一生产力。手机这一科技产品在实践中得到人们的认可，而品牌上的选择则是各自需求，品牌的建立也并不是一朝一夕的事，而是质量与信誉的结合。大学生 属于纯消费群体 的性质决定了大学生手机的购买与消费。矛盾是发展的动力，由于人们对科技产品的需求不断上升，使得生产产家不断开发新产品，手机的功能，外观在不断的完善。大学生对新技术的掌握能力也相对提高，为适应社会主流，科技不断向前发展，手机的使用不再是单单的打电话，90年代的手机已经被人们所遗忘。社会发展着进步着，实践证明了手机这一科技产品为人们开发利用，并将随着社会进步而前进。

但从分析结果可以看出,也有一部分在校学生由于过度使用手机,而产生了一些心理和生理方面的问题,也就是网络上所说的手机依赖症的表现。这必须充分引起大家的重视,手机依赖不但影响学生学习、生活,更有可能引起不良心理状态,甚至是心理疾病,所以必须进行干预和控制。而言行之有效的方法,可以参考借鉴。建议如下:

(1)通过第二课堂进行宣传、教育,让学生知晓“手机依赖”的危害,并养成良好的使用习惯;

(2)鼓励学生与朋友联系多采用其他方式,如书信往来,直接见面等,逐步脱离对手机的依赖;

(3)适当参加有益的身心活动,加强与人之间的直接交流,增强自己的自信心;

(4)提供相应的心理咨询途径,并引入相关检测量表,为一些症状明显学生提供心理援助,当依赖症比较严重时,应当寻求心理医生的指导,及时到医院就诊,以免情况恶化;

(5)提升学生自我保护意识,发现自身或者同学有相关依赖现象时,应及时求助于心理教师;

(6)对于已经形成手机依赖的人,则应通过监督、治疗,逐步减少非必要的使用时间,尽量使自己有一个适应的过程,从而达到减少症状,摆脱依赖的目的。

**大学生手机使用情况调查报告篇六**

由于经济迅速发展,人们收入不断提高,逐渐开始追求高品质生活。此时手机技术也正在不断成熟,生产手机的成本不断降低,这就为手机的普及创造了条件。大学生远离家系乡求学需要跟家里和朋友联系,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。

手机作为现代信息科技的一个产物，在人们的生活中越来越重要。大学生使用手机已经成了一种新的消费热点，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。因此了解大学生对手机的各种不同偏好以及他们的消费倾向和这种需求是很有必要的。我们决定以大学生手机市场调查的基本情况，进行一次深入的手机市场调研。这样，既可以开发一片手机市场，又可以增加对大学生现在的消费情况的了解。

1、明确手机在大学生心中的品牌认知与竞争程度。

2、了解大学生对手机产品的心理需求，获取有关消费者对手机产品的重要信息。

3、了解东营职业学院学生所使用的手机品牌、款式、价位等。了解他们的心理需求，以及对手机的消费观念和消费行为。

4、了解手机在大学时群体中的结构及其潜在的市场需求

5、了解手机市场的行情，为手机销售商制定营销策略，提供客观依据

1、大学生对手机使用功能的要求及颜色的选择。 2、学生购买手机时主要的考虑因素 3、大学生购买手机可以承受的价格 4、大学生手机拥有和需求情况 5、大学生对手机品牌的认知度

6、大学生对手机款式、款式、外型、画面质量的要求。 7、大学生对各类手机价格的态度。 8、大学生购买手机的主要用途

调查对象：东营职业学院在校学生

调查地点：东营职业学院餐厅、图书馆、教学楼、宿舍门口等。

1、搜集调查资料采用抽样调查法

2、到学生宿舍内、用问卷调查法取得所需信息。

1.调查的男女比例分析

在手机需求方面，男生的需求要比女生强烈。 2.受访者手机品牌倾向分析

大学生是比较讲究个性和流行的消费群体,

因此在手机购买商凸显了个人特

点。接受调查的同学中大部分同学选择三星65人、苹果83人，接下来是其他品牌的手机小米、oppo、vivo、联想等品牌。还有小部分人选择中兴、诺基亚、索尼等其他手机。因此学生们还是比较喜欢品牌的。尤其是国外的知名品牌，比如三星、苹果。

3、受访者所能接受的价位

由图可以看出，价格在1000—1500之间存在最大的消费人群，比例高达34%，而购买2500元以上的比例只有24%，说明价格越高购买人数越少，反应大学生的消费水平有限。

4、受访者购买手机时所考虑的因素

（1）调查显示，学生消费者在购买手机时最注重的还是手机的性能、价格、品牌款式、及服务。大部分的被调查者认为好用和耐用才是最重要的，在保证质量的前提下，还要优先考虑手机的外观设计是否符合流行趋势。当然也有不少的同学认为购买手机时也会受到各种商业广告的影响。

（2）购买的场地

（1）根据上表所示绝大部分的人会选在手机大卖场，上部分人会选在百货

商城、营业厅、家电商场和网络商城，手机专卖店可信度会比其他地方要高，毕

竟是学生以防受骗。

根据调研的一些主要数据，可以反映出我校目前大学生手机消费市场的一些基本问题，如下所示：

1、大学生手机消费仍在以跳跃式的曲线增长，消费量趋向在一定时间内会有较大幅度的增加。在未来的手机消费中，性别、年级之间的差距会逐渐缩小。

2、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，服务有待于改善。在大学生手机消费市场中国外高端品牌手机占据有一定的优势，一部分大学生追求高端品牌，而这些高端品牌同时也是价格不菲。

3、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。学生消费者的消费心理欲望增强，特别是在通信领域，手机更新换代的速度加快，导致多数大学生对手机有极大的心理需求，他们大都注重手机的款式，注重手机的质量及功能。

4、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。因此，提高对他们的注意，加紧开发这片新市场，对于各大手机厂商脱离困境，打破瓶颈，将会起到积极的促进作用。

通过对此次实践调查的研究、统计分析，我们提出如下建议： （一）、对大学生的建议

1、作为一名大学生，应该合理利用手机这一通讯工具，不能将其作为同学间互相攀比的玩物。我们应该放正自己的态度，规范自己的消费行为，培养及形成正确的消费观念。现今是知识经济和科学技术快速进步的时代，电子产品的更新换代速度是非常快的，我们应放眼于未来，树立全局的观念。对于消费，不能一味的追求时尚、新潮、贪图一时的消费快感而进行盲目消费，要做到只消费适合自己的、实用的物有所值、物美价廉的产品。

2、同时，我们在手机的使用过程中也要规范自己的行为，做到知道自己该在什么时候、什么地点、用什么方式使用手机，懂得尊重课堂、尊重他人、尊重自己，做到合理文明使用手机，一起构建和谐健康校园。

（二）、对手机销售商的建议

1、如今大学生的生活水平、手机拥有水平普遍较高并且具有一定的消费能力，对于手机消费市场有着巨大的消费潜力，将是中低端手机市场的消费的主力军。手机制造商应针对学生群体开发出更多符合这个群体特征的中低端新产品，手机销售商应着力向学生群体推荐中低端的手机，以实现更好的销售业绩。

2、大学生对手机的质量较为重视，注重手机的实用性以及传统常用功能的实际表现，力求物有所值，物美价廉。针对大学生市场的消费特征以及大学生的消费心理手机厂商应该着重于开发功能齐全、实用性高、传统常用功能（如音乐、照相、上网、通话）强大的产品以满足该群体的消费偏好和消费需求。注重手机的设计风格、款式，主要适用在中低端价位。

3、大学生手机消费时在众多的卖场影响因素中最在意的是卖场的服务；对于产品的品质保障和售后服务比较重视，其中有最关心售后服务的保障。针对上述情况，手机销售商应该在卖场的因素中着力打造最优质的服务，为消费者提供美妙的消费享受，同时重视其他卖场条件的打造 ；对于手机的售后服务，手机生产厂商和手机销售商应该着力于努力做好售后服务，最重要的是给消费者以品牌及售后的保障。

附件1：调查问卷设计

摩擦，摩擦，换手机的时代

——东营职业学院大学生手机使用和需求调查

亲，你好！我们是东营职业学院经管学院13级商企2班的学生。在咱们的校园中，手机已经渗透了各个角落，成为我们生活的一个重要组成部分。为此，我们就东营职业学院大学生手机使用情况和需求进行调查，方便手机经销商为你提供更贴心的服务。请圈出符合你的选项，或者写出你的实际情况。调查所得信息仅供本次调研使用，我们将会为你保密。我们真诚感谢您抽出宝贵的时间填写这份问卷。愿你学业进步，生活愉快！

专业 年级 性别 1、你一般用手机来做什么？（ ）（可多选）。

a、打电话 b、微信 c、玩游戏 d、听音乐 e、看视频 f、玩游戏 g 、拍照 h、其他 2、你在选择手机时最注重的因素是什么？（ ）

a、价格 b、品牌 c、性能 d、售后 e、质量 f其他 3、你最喜欢哪种尺寸的屏幕？（ ）

a、3.4英寸以下 b、3.5—4.0英寸 c、4.1—5.3英寸 d、5.4—6.3英寸

4、你最喜欢的手机品牌是（ ）

a、诺基亚 b、三星 c、联想 d、苹果 e、小米 f、华为 g、中兴 h、索尼 i、oppo j、vivo k、其他 5、你喜欢的手机颜色是（ ）

a、白色 b、黑色 c、灰色 d、银白色 e、黄色 f、蓝色 g、粉红色 h、红色 i、绿色 j、其他 6、你最注重手机的什么功能？（ ）（可多选）

a、上网 b、待机时间 c、游戏 d、通话 f、拍照 g、听音乐 h、看视频 i、录像 l其他 7、购买手机你认为合适的价位是多少？（ ）

a、500元以下 b、500——1000元 c、1000——1500元 d、1500——2500元 e、2500元以上

8、你购买手机时，最注重手机的哪些方面？（ ）（可多选） a、品牌 b、功能 c、款式 d、音效 e、质量 f、价格 g 、外观 h、网络制式 i、待机时间

j、售后服务 k、其他

9、你一般去哪里买手机？（ ）

a、手机专卖店 b、百货商城 c、移动、联通、电信营业厅 d、大型家电商场 e、购物网站 h、其他 10、你认为最具有吸引力的手机促销方式是（ ） a、买手机赠话费 b、抽奖活动 c、赠送手机相关配件 d、现场折价 e、节假日打折购买 11、你最认可的售后服务方式是（ ）

a、热线电话 b、销售商回访 c、客户代表座谈 d、定期检查维修 e、其他

14、你每个月的数据流量一般是多少（ ）

a、30m以下 b、30——80 m c、80——150 m d、150 m以上 12、一天中你使用手机的时间是多少（ ）

a、一小时以内 b、1——3小时 c、3——6 小时 d、6小时以上 13、你现在使用的手机是4g吗？

14、你认为手机还应该具备哪些功能？

再次谢谢你的合作

**大学生手机使用情况调查报告篇七**

主观因素： 在调查报告中，手机服务商主要有：移动、联通、电信。有人说，大学就是动感地带，这也就决定了很多同学选择了移动，短信息包月。主观因素调查报告中，80%的同学选择移动，其中 30%的同学开通gprs，gprs 是移动公司推出的一种可以用手机上网的服务，调查显示，开通gprs的同学主要用于聊天工具或看文章图片。而相对大多数同学也只是了解有这样的一个服务！ 由于大学生无固定收入，购买手机的费用来自于家长的支持。大学生属于纯消费群体的社会特征，决定了他们的手机消费水平。 调查显示，56%的同学每个月手机费用大概在50以上100以内，仅有7%的同学月手机费用超过100元！71%的同学选择包月送短信套餐服务，6%的同学选择单向收费，8%的同学选择免月租。对于手机交友，74%的同学还未试过，对与网上通过手机缴交费用的服务，调查显示78%的同学认为不好，不安全。的确，不少网址都套了陷阱，以前就有些同学尝试，结果在无意中多了很多付费的项目，导致换卡换户。在手机使用调查中，73%的同学使用手机的主要用途是发短信，21%的同学用于打电话。由于手机更新快，追求时髦的人总会频频更换手机。在对我校同学的调查中，多数同学更换手机都在一年以上，只有13%的同学一年换一次。当然，这些都是由我们学生共有的性质决定的，家庭背景也是很重要的一个方面！

由以上统计可见，当代大学生对科技产品的认识与购买不再是盲从，而是自主的选择，随着认识的加深，对于“新潮”的追随比起改革初期显得理智、透彻，体现了物质与意识的辨证统一！科技的发展再次证明了，科学技术是第一生产力。手机这一科技产品在实践中得到人们的认可，而品牌上的选择则是各自需求，品牌的建立也并不是一朝一夕的事，而是质量与信誉的结合。大学生 属于纯消费群体 的性质决定了大学生手机的购买与消费。矛盾是发展的动力，由于人们对科技产品的需求不断上升，使得生产产家不断开发新产品，手机的功能，外观在不断的完善。大学生对新技术的掌握能力也相对提高，为适应社会主流，科技不断向前发展，手机的使用不再是单单的打电话，90年代的手机已经被人们所遗忘。社会发展着进步着，实践证明了手机这一科技产品为人们开发利用，并将随着社会进步而前进。

附：

大学生手机使用情况调查

一．选择题

1. 你在什么时候拥有自己的手机？

a. 小学 b. 初中 c. 高中 d. 大学

2 ．现在使用哪个牌子的手机？

a. 诺基亚 b. 三星 c. 摩托罗拉 d. 索爱

e. 松下 f. tcl g. lg h. 西门子

i. 飞利浦 j. 波导 k. 其他品牌

3 ．你获得手机的途径是？

a. 家人购买 b. 自己购买 c. 亲朋赠送 d. 其他途径

4. 你选择手机着重哪方面？

a. 外型 b. 功能 c. 价格 d. 其他方面

5. 您的手机价格：

a. 1000 以内 b. 1000-1500 c. 1500-20xx d. 20xx 以上

6. 你心目中最理想的手机应该有以下哪些功能？

a. 多和弦铃声 b. 播放 mp3 c. 彩屏 d. 其他功能

7. 是否开通过 gprs ，主要用途？

a. 是，没什么 聊天而已。 b. 是，看些文章图片 c. 听过但没用过 d. 其他

8 ．每个月的手机费用大概是多少？

a. 50 以下 b. 50 以上 100 以内 c. 100 以上 d. 没留意过

9 ．你的手机 sim 卡是什么公司的？

a ．移动 b. 联通 c. 其它

10 ．你多久换一次手机？

a. 一个月内 b. 半年 c. 一年 d. 一年以上

11. 在手机质量方面你最注重什么：

a. 信号灵敏 b. 实用省电 c. 功能齐全 d. 其他

12. 你的手机一般用途是？

a ．发信息 b. 上网 c. 打电话 d. 当时钟

13. 是否有试过手机交友？

a. 有，经常 b. 有，偶然 c. 无试过 d. 不知道有这种服务

14. 喜欢哪种话费优惠？

a. 包月送短信 b. 单向收费 c. 免月租 d. 其他

15. 你喜欢哪种颜色的手机？

a. 银白色 b. 红色 c. 黑色 d. 蓝色 e. 其他颜色

16. 你如何看待利用手机缴交网上消费费用？

a. 好，很方便 b. 不好，不安全 c. 未试过，不清楚

**大学生手机使用情况调查报告篇八**

x年x月x日——x年x月x日

在校大学生

网络问卷

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。

结果与讨论：

调查数据统计分析：

本次调查共有167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167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53.3%，男性比例是46.6%。

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89%的学生拥有手机。同时45%的学生将会在近期更换手机。在没有手机的学生中，71%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。

现在使用哪个牌子的手机?

这是手机商们最想知道的问题，到底哪个手机商拥有的顾客最多呢?马上揭出我们的谜底，最多人使用的手机牌子是--诺基亚，在调查中，一共有40%的人使用这款手机，耐用是它的一个最大卖点，而不断扩张的功能也使不少人选择它;而排名第二位的是索尼爱立信，虽然使用者人数却是诺基亚的一半，即总人数的22%，但它的市场份额有不断扩大的趋势，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，占15%，三星虽然拥有高技术，但价钱却令不少学生消费者望而却步;接着是摩托罗拉和西门子均占6%;阿尔卡特占3%;飞利蒲占2%;接着是tcl和国产牌子，均是占总人数的1%。

可见诺基亚这一世界手机销售商果然不负众望，霸占了头位，而其他牌子也不甘示弱，拥有一定的支持者。可见需求成上升趋势。

你获得手机的途径是?

家人购买的占总调查人数的45%;自己购买占51%;朋友赠送占3%;来历不明占1%。

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

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中抵挡产品较受欢迎

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%,索尼爱立信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100200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。在被访中，有进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。

⑦良好的服务态度和购机环境

配合度检验结果表明：被试者大都倾向选1米或是0、5米;和选沉默的、微笑的倾向较为明显。;和喜欢拥有柔和音乐的购机环境。

分析：

大学生其有自身生理和心理的特点，发展心理学认为：在生理方面，大学生大脑的活动特点是兴奋性与抑制性处于平衡状态，这为大学生能有效地控制自己的行为提供了基础。在心理特点方面大学的思维方式以辨证逻辑思维为主，不再凭一时冲动盲目消费，他们会从多个角度去权衡得失后再作出决定。

3、学生手机族的消费动力、动机分析：

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。

第二、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。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”。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19-25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、新观念的关注与学习，逐渐形成了他们求新、求异的消费心理，而这种消费心理直接影响到了他们求新购买动机的产生。

第三、求便购买动机

根据前面对学生手机族的分析，得知大多数学生消费者购买手机的真正目的在于方便与家人、朋友、用人单位联系。对于购买手机与家人联系这一目的，据调查显示，多数学生手机族的父母均持肯定态度，而这种态度对学生手机族购买动机的产生具有直接的推动作用。另外，还有部分临近毕业的大学生怕漏过任何招聘信息的压力，也推动了此种购买动机的产生。

第四、求廉购买动机

大多数学生手机族所能承受的手机价格在1000-1500元之间。也就是说，他们需要的是中低档的手机。总的说来，此动机的`产生与我国综合国力不强，人均消费水平偏低有着密切联系。这种经济现状直接制约了仍处于依赖性消费阶段的学生手机族的消费能力，从而导致了他们在选择手机时通常会把眼光放在中低价格的机型上。另外，为了达到经济实用的目的，他们通常还会选择免月租或月租较低的充值卡来使用。但值得注意的是，此种求廉的购买动机并非只是一味的追求。

一般情况下，学生手机族的这四种消费动机不是独立存在的，而是相互交织，共同推动他们的消费行为进一步的发生。实际上，对于消费者来说，消费动机的产生才意味着消费手段、消费目标等一系列消费心理和消费行为的发生，这对于学生手机族来说也不例外。因此，学生手机族四种相互交织的消费动机在得到发展以后，紧接着结合在动机上行动希望得到的结果，就会发展出一系列满足消费动机的目标，从而最终做出购买决定。

4、学生手机族的目标确立分析：

在学生手机族的购买动机产生之后，为了进一步满足需求，他们会开始收集与购买有关的信息。在调查中发现，37、5%的学生是通过网上获得与手机相关信息的。但一般情况下，所收集到的产品信息会出现重复、相异、相反或抵触的情况(例如，同档次同功能不同品牌手机之间的重复，同款手机不同商家的不同定价，印象中的手机信息与实际了解到的信息不符)，这样，就可能形成多种可供选择的购买方案。因此，学生手机族就需要对这些方案进行比较，要对各种信息进行加工、整理分析，综合评价各款手机的各种要素(如性能、价格、质量、款式等)，去伪存真，去弱存强，筛选出购买所要考虑的主要要素，评价择优，确定出具体目标，包括具体商品的品牌、规格、性能、价格等因素在内。一般地，这一目标可以是具体的最终目标，也可以是抽象的最终目标，也就是说，他们购买手机的目的可以是真正地为了保持与他人的联系，也可以是为了炫耀或得到某一参照群的认可。另外，可以肯定的是，最终目标的确立不是直接一步实现的，最为常见地，是建立一系列子目标，逐步导致最终目标的实现。

结论：

总的来说，本调查是成功的，达到了预期的目的。较为全面地考察了影响大学生手机消费的因素。不过，还不够深入，尤其是理论支持还不够。谨以本调查为以后的研究作下铺垫。手机已经渗透到大学生的日常生活学习中，并与电脑网络一样是大学生生活中不可缺少的一部分。在手机的相关使用和消费中，大学生充分体现不过也有不足之处，在某些方面，大学生因为缺乏经验，还是不能理智的思考，在手机的使用及消费中没有过于详细的计划，在学习与娱乐中并没有找到切合自己的平衡点，结果浪费了自己的精力与财力。在学习方面，大学生的自主学习的能力还很弱，因该有意识的进行自我训练，以达到自身能力的提高。通过对这次小范围的问卷调查，得到一些比较准确的第一手数据，根据数据进行科学的分析，得出了大学生使用手机的一些情况，和一些较为普遍的现象。但是并没有就此进行更深的研究与讨论。这次调查透过对大学生使用手机情况的四个主要方面的调查，较为全面的分析了大学生的的使用手机的基本情况，其中得出7个细分结论。

(1)低端手机在大学生中最为普遍

(2)大学生在手机上的日常消费支出较多

(3)大学生对短信功能使用率远远超过了通话功能

(4)大学生的消费观念比较成熟

(5)多数大学生对手机的使用停留在基础的应用上

(6)大学生对手机增值业务普遍不关注

(7)大学生对手机前沿科技知之甚少

**大学生手机使用情况调查报告篇九**

随着信息化时代的到来，手机正以破竹之势占据着我们的生活，对其使用频率也越来越高。而大学生作为其中一个巨大的潜在消费群体，在引领消费时尚、改善消费构成等方面都发挥着不可替代的作用。因此，了解当代大学生手机消费情况对手机行业的发展具有重要意义。本次调查采取网上设计、发布问卷的方式，对大学生的手机消费情况进行调查，再而分析和研究大学生手机消费特点，最后提出营销建议。

通过调查在校大学生所使用的手机品牌及价位、更换手机所注重的因素，了解大学生手机消费市场的行情，进而分析大学生手机消费的特点和倾向，为手机生产企业提供可靠的营销建议。

本次调查主要针对在校大学生群体，从手机使用品牌及价位、更换手机频率及原因、更换或购置手机所注重的因素等方面，了解大学生手机消费情况。

调查方式：网上问卷调查

调查对象：所有在校大学生

调查时间：20xx年11月08日—11月16日

调查问卷：大学生手机消费情况调查

本次关于大学生手机消费情况的调查问卷共回收71份有效问卷。其中男生24人，女生47人，具体调查情况如下：

（1）在校大学生所读年级的数据分析

在本次调查结果中，大二大三学生所占比重较大，分别是39.4%、52.1%；大一、大四学生所占比重相对较少，均为4.2%。

（2）在校大学生每月生活费的数据分析

选项

小计

百分比

500元以下（含500元）

7

9.9%

500—1000元（含1000元）

35

49.3%

1000—20xx元（含20xx元）

24

33.8%

20xx元以上

5

7%

从表格数据中可以看出，大部分的在校大学生的消费能力并不高，主要集中在中等水平。

（3）在校大学生目前拥有手机数量的数据分析

据调查数据显示，74.6%的在校大学生拥有一部手机，21.1%的在校大学生拥有两部或两部以上的手机，也有4.2%的在校大学生没有手机。总体而言，大部分的在校大学生拥有一部手机，也从一定程度上可以看出大学生所能承受的消费能力有限。

（4）在校大学生对手机品牌注重程度的数据分析

在本次调查中，74.6%的在校大学生对于手机品牌的注重程度为一般，19.7%的在校大学生非常注重手机品牌。由此可以看出，绝大多数的在校大学生不太注重于手机品牌，属于理性消费的范畴；有小部分的在校大学生非常看重手机品牌，可能是由于“面子工程”所导致。

（5）在校大学生目前手机使用品牌的数据分析

据调查数据显示，大部分的在校大学生目前所使用的手机品牌为国产机，其中vivo占25.4%，oppo占23.9%，小米占12.7%，也有21.1%的在校大学生目前手机使用品牌为苹果。从总体上看，国产机占据了大学生手机消费的主导地位，对高档手机的需求并不高。

（6）在校大学生手机更换频率及最近一次更换手机原因的数据分析

据调查数据显示，40.8%的大学生是在手机用坏的情况下更换，手机使用达到一定年限进行更换的在校大学生分别有：一年期限为25.4%、两年期限为28.2%，由此可以折射出大部分在校大学生手机消费偏节俭，不会在手机消费上做过多的浪费。也有小部分大学生更换手机是在周围同学都更换了某一款手机的情况下，不难看出，大学生手机消费具有从众消费的特点。

（7）在校大学生购买手机所能接受价格的数据分析

选项

小计

百分比

1500元以下（含1500元）

23

32.4%

1500—3000元（含3000元）

41

57.7%

3000元以上

7

9.9%

从表格数据中可以看出，绝大多数的大学生对手机消费并不高，更趋向于“平民化”，这与在校大学生的生活费和消费能力是有很大关联的。

（8）在校大学生在选购手机时考虑因素的数据分析

本题采用多选题形式对在校大学生在选购手机时所考虑的因素进行调查。从调查结果中可以明显看出，在校大学生在选购手机时对手机的价格、功能、外观款式、硬件配置更为注重，从中可以看出大学生选购手机更注重于实用性，对手机外观款式的需求反映出大学生追求时尚的消费特点。

（9）在校大学生购买手机更偏向于哪种促销方式的数据分析

据调查数据显示，在校大学生更偏向于现场打折、送相关配件的促销方式，这也从一定程度上折射出在校大学生因为消费能力的有限，所选择的消费方式也更节约。

（10）在校大学生了解手机信息常用渠道分析

根据调查数据显示，52.1%的在校大学生会通过上网查询去了解手机信息。由此可以看出，在校大学生在互联网技术的影响下，会通过上网查询去了解所要购买手机的相关信息，从侧面反映出在校大学生追求快捷性消费的特点。

大学生消费群体是一个不容忽视的消费群体，随着时间的推移，这一特殊消费群体将会表现出巨大的消费潜力。根据调查数据分析，可以得出以下结论：

1.在校大学生对手机的消费主要取决于所能承受的消费能力，对所购买手机的接受价格在1500—3000元左右。

2.在校大学生目前所使用的手机大多为国产机，可以看出国产机占据大学生手机市场的主导地位。

3.在校大学生更换手机通常是在手机损坏或者丢失的情况下，且更换频率低，购买手机时选择有促销活动时再去购买，这是大学生消费节俭的表现。

4.在校大学生选购手机时更注重实用性，其次，外观款式也是在校大学生购买手机时不能忽视的因素。

5.绝大多数在校大学生通过上网查询了解手机信息，体现出大学生手机消费追求新颖和快捷性，另外，根据大学生具有从众消费的特点，商家可以适当地进行推广活动，抓住某一需求的同时刺激更多的消费者需求。

1.根据在校大学生的消费特征推出适合大学生使用的价格适中、功能齐备的手机机型。

2.尝试推广合适大学生消费群体的高端机型，抓住个别消费者需求。

3.在保证利润的前提下进行一定的促销活动，满足大学生节俭需求的同时获取利润。

4.完善手机自身的性能功能和售后服务，以更加完善的功能和服务吸引大学生消费。

本次市场调研活动相对来说比较成功，达到了预期目的，较为全面的了解到大学生手机消费情况。但在本次调研过程中也存在一些不足，如调查范围不够全面，调查结果具有一定的局限性，所获得数据不能有效代表所有在校大学生的手机消费情况。在今后的调研活动中我也会吸取这次的经验和教训，努力将下次做到更好。

**大学生手机使用情况调查报告篇十**

内容摘要：随着社会的发展、科技的进步、生活水平的大大提高。走进大学的校园随处可见拿着手机听歌聊天的同学们。目前大学生拥有手机的数目迅猛增加。

本文以在校的大学生为对象，在大学生群体中一调查问卷的方式，调查了当前大学生对手机的依赖程度。基于以前学者的研究———大学生已经患上了 “手机依赖症” 的观点，本文通过自制调查问卷，对大学生们使用手机的目的，时长，以及使用心理进行调查，分析其成因以及对学生自身和学校方面提出一些建议。使学生拥有健康的生理及心理素质，更好为社会做出贡献。

关键词：大学生；手机依赖；对策建议

手机依赖症：

基本概念 、 手机依赖是指由于某种原因过度地滥用手机而导致手机使用者出现生理或心理上的不 适应的一种现象。有研究者认为界定手机成瘾的标准体现在三个方面:一是对手机的滥用,不 该用的时候也频繁使用;二是手机过多地影响生活、 工作和学习;三是停机或手机不在身边时, 身体会出现一系列的不适反应,包括生理和心理反应。也有专家强调“手机成瘾者”严重时 会出现手脚发麻、心悸、头晕、冒汗、肠胃功能失调等症状。 手机幻听大致表现为担心手机会响，每半小时看一次手机；手机无来电，却能“听”到手 机铃声；无论手机放在哪里，都觉得手机在响铃或振动；手机来电时异常紧张，甚至心跳加速。

现在手机成为通讯的工具，集多种功能与一身。除了方便人们之间的联系，并且获取到大量的信息外，还可以通过游戏，音乐等娱乐丰富我们的生活。现在 的大学生们几乎人手一台手机，而且是多功能的手机，这对我们带来很多的方便，可是这毕竟跟网络一样对我们来说是一把双刃剑。针对现在的大学生使用手机非常频繁，甚至手机不离手机的情况，做了一个调查，以便分析这种现象的成因并改善。

（一）调查时间：20xx年7月----8月。

（二）地点：大学。

（三）对象：在校的大学生。

（四）方法：首先自主设计问卷，然后将其上传至“问卷星”专业的问卷调查网站，并

将链接广泛发 “问卷星”专业的问卷调查网站 送给各位同学，收集数据，并进行深入分析。

内容大概为同学们对手机使用的时间，原因，以及使用的心理进行了解。

（一）你的性别?

本次的调查报告以男女比例差不多为二分之一分配。

（二）使用手机的主要目的?

选项

小计

比例

方便联系 工作需要 上网 玩游戏 其他

34 1 6 1 2

77.27% 2.27% 13.64% 2.27% 4.55%

现在大学生们使用手机的目的还是以方便联系为主，但是以上网为目的的占到了13.64%，玩游戏的也有2.27%。一以这些数据看来手机对我们的负面影响还是存在的，它像网络一样是一把双刃剑，看到它给我们带来好处的同时也要注意危害。

根据数据体现大学生们使用手机都有一定历史了,而且使用时间特长的比例也不少.所以很多人都是在上大学之前就拥有自己的手机的.使用手机的习惯不是一日就形成的.

（四）你觉得手机是否丰富你的课余生活?

(五)你的手机通常放在哪里?

(六)你无聊的时候会不会第一时间找手机?

(七)你一天玩手机的时长?

(八)长时间玩手机你会觉得?

选项

小计

比例

头晕 无聊 兴奋 其他

9 30 1 4

20.45% 68.18% 2.27% 9.09%

(九)你认为手机在你生活中扮演怎样的角色?

在这几个问题中可以分析得到：手机在同学们的心中地位是重要的，大多数认为它是必需品，并且丰富了我们的课余生活。虽然长时间玩手机会觉得无聊并且会

**大学生手机使用情况调查报告篇十一**

（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；

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查报告篇十二**

姓名：

专业：

由于经济迅速发展，人们生活水平不断提高，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，也随之遍布了大学校园的角角落落，走在校园中，随处可见同学们一边走路一边拿着款式不同的手机打电话或者发信息，这是一种新的潮流，新的时尚，也是新时代生活方式，有人说，当今大学生的三大件是手机、mp3、数码相机。这是有道理的，手机在当代大学生中普遍是不足为奇的。 大学生使用手机已经成了一种新的消费理念。

因此，了解他们对手机的各种不同偏好以及他们的消费倾向和各种需求是很有必要的。

（一） 调查目的：这次调查主要针对大学生群体，全面了解手机在大学生中使用的状况。

（二）调查时间：20xx—12—1

（三）调查对象：高校大学生若干人

（四）调查方法：采用网上调查问卷的形式与电子邮件问卷的形式相结合的调查方法。

1。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。

2。大学生如何获得手机信息：

主要是依靠上网，随着我校校园网的开通，上网越来越便利，手机信息的获得约有58%来自于网络，28%是通过朋友或家人，通过报刊杂志和手机店的比例都为24%，广告和电视媒体的比例均为17%。从以上数据可以看出我校的手机信息渠

道虽然受地理因素的制约，但来源还是较为广泛，一定程度上保证了手机消费者与市场的联系性。

3。学生手机的使用要求分析：

选择手机时， 消费者考虑的主要因素依次为：质量30%，外型19%，价格18%，功能18%，品牌11%，广告宣传2%，其它方面也占2％。根据以上调查做出如下分析：

1手机的质量：在手机质量方面持久耐用约为34%，信号灵敏为42%，实用省电的为22%，辐射较低的占24%。

2外型设计及内部功能：男生偏爱直板和翻盖的手机，而女生则对滑盖的手机情有独钟。从外观上看手机的外观设计，如形状、大小、厚薄、材料、颜色等受到关注。同时，有部分学生希望拥有为“大学生量身订做的手机”。从内部功能上看手机铃声获得第一位，彩屏荣居第二位；第三位是大容量电话本（500条以上），现在的大学生对手机的要求还是先漂亮后实用，接着是双频（或以上），在娱乐方面，照相，录像，播放mp3，mp4，可更换外壳，gprs、cdma上网和收音机，蓝牙和红外线、可下载游戏、语音拨号等功能均具备。备忘录现在的年轻人记忆也越来越好了，所以不用备忘了；以上是大学生们对手机功能的需求。

3手机价位：在手机价格的调查中，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20xx元的消费者占15%，20xx元以上的占12%。

4大学生喜爱的手机品牌：调查报告中显示最受大学生们喜爱的手机莫过于诺基亚手机，索尼爱立信手机，摩托罗拉手机了。诺基亚手机结实抗摔，抗震，不易损坏，而且价格也很合理，诺基亚的直板手机简单轻便，更是大学生们的首选。索爱手机是女孩们的最爱，调查报告中提到尤其是喜欢音乐，拍照的可爱女生们，价格跟诺基亚一样也是大学生们承担的起的，索爱漂亮的外形设计，几乎完美的音质，清晰的拍照功能是吸引大学生们的最重要的因素，精致的索爱滑盖手机挂在胸前更给女孩们增添了几分帅气。 摩托罗拉手机也同时具备了以上两款手机的优点，超强的信号也给摩托罗拉手机加了几分，翻盖的摩托让男孩们装酷的心里得到了一定的满足。

以上三种手机品牌是大学生调查报告中提到的最受学生欢迎的手机，当然也不是说其他的手机就不受大学生们的关注，三星，lg等大品牌同样也会倍受青睐，它们的精致外表，超强大的各种功能也深深吸引了学生们的眼球，只是他们的价格比较高，并不是大部分大学生所能接受的。另外国产手机也逐渐的被大学生们所接受，天语，波导，联想等也开始出现在学生们的手中。

5广告宣传渠道：要力争做到范围广，传播面全。特别要重视的是，随着网络的发展，特别是在大学生里，上网己开始普及化了，这一宣传渠道绝不容忽视。

6求便购买动机： 根据前面对学生手机族的分析，得知大多数学生消费者购买手机的真正目的在于方便与家人、朋友、用人单位联系。对于购买手机与家人联系这一目的，据调查显示，多数学生手机族的父母均持肯定态度，而这种态度对学生手机族购买动机的产生具有直接的推动作用。另外，还有部分临近毕业的大学生怕漏过任何招聘信息的压力，也推动了此种购买动机的产生。

在这一阶段，学生手机族所做的大部分工作在于评价与选择。在学生手机族的购买动机产生之后，为了进一步满足需求，他们会开始收集与购买有关的信息。在调查中发现，37。5％的学生是通过网上获得与手机相关信息的。但一般情况下，所收集到的产品信息会出现重复、相异、相反或抵触的情况（例如，同档次同功能不同品牌手机之间的重复，同款手机不同商家的不同定价，印象中的手机信息与实际了解到的信息不符），这样，就可能形成多种可供选择的购买方案。因此，学生手机族就需要对这些方案进行比较，要对各种信息进行加工、整理分析，综合评价各款手机的各种要素（如性能、价格、质量、款式等），去伪存真，去弱存强，筛选出购买符合自己需求的手机时所要考虑的主要要素，评价择优，确定出具体目标。

从以上的分析中，我们清楚地看到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越来越表现出其巨大的消费潜力。因此，提高对他们的注意，加紧开发这片新市场，对于各大手机厂商脱离困境，打破瓶颈，将会起到积极的促进作用。

就此，我们提出几条营销建议以供参考：

1．继续推行中低档手机路线，专为学生消费者开发、设计功能不是很全，但具备一些学生消费群体较喜欢的基本功能并且款式、造型、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。

2．对手机销售商来说，在销售地点选择上，主要将手机放在离学校较近的手机大卖场和自己的品牌专卖店上销售；在促销上，选择赠送学生喜欢的礼物的方式；在定价上，则选择中低档价格。

3．对品牌的广告代理商来说，强调品牌的情感因素而淡化品牌的功能区别因素，请那些年轻而又充满活力的明星作为自己的形象代言人，赋予手机充满青春活力、积极向上的品牌特征。

4．在销售渠道的竞争方面，厂商应寻求与零售商“背靠背”的战略伙伴关系。抓紧强而有力的大经销商，给予有利的支持，使其战斗力更上一个档次，在此基础上，将分销预算向零售商尤其是手机专卖点重点投放，并推行各项让利策略及鼓励措施，加深厂商与零售商的凝聚力，以便零售商对厂商产品的推广。

总的来说，本调查是成功的，达到了预期的目的较为全面地考察了影响大学生手机消费的因素。不过，还不够深入，尤其是理论支持还不够。谨以本调查为以后的研究作下铺垫。

手机已经渗透到大学生的日常生活学习中，并与电脑网络一样是大学生生活中不可缺少的一部分。在手机的相关使用和消费中，大学生充分体现了年轻人的敢于尝试新鲜事物，勇于创新，张扬个性的优点。不过也有不足之处，在某些方面，大学生因为缺乏经验，还是不能理智的思考，在手机的使用及消费中没有过于详细的计划，在学习与娱乐中并没有找到切合自己的平衡点，结果浪费了自己的精力与财力。在学习方面，大学生的自主学习的能力还很弱，因该有意识的进行自我训练，以达到自身能力的提高。总之，手机将成为今后决定人类社会快速发展的核心技术之一，快速、持续、健康地成长。

**大学生手机使用情况调查报告篇十三**

随着生活水平的改善，手机的普及率开始升高。且使用范围也开始扩大，在大学里，手机几乎是人手一部的通讯工具。有的学生身上还有两部甚至多部手机，从以前的“大哥大”到现在的比手掌还小的手机，无论从功能到外表都是一个大飞跃。而大学生作为一个特殊的群体，他们接受新的事物和想拥有高新产品的欲望比较强烈，尤其是在手机使用方面更为突出，此次的调查研究与分析正是对当前的大学生手机使用情况的进一步了解。

为进一步掌握我校学生智能手机使用情况，深入了解智能手机对大学生的影响，收集大学生使用智能手机情况的第一手资料，

为研究大学生智能手机消费的市场现状、市场潜力、流行趋势和手机选购等方面的状况，我们小组以问卷形式对我院的全体学生开展了智能手机使用情况的抽样调查报告。

石家庄铁路职业技术学院学生

发放调查问卷

见附录。

过程：问卷由我组成员分别到自习室、学生宿舍、餐厅分发到被调查者手中的。其中在自习室分发问卷是随机的，没有选择特定专业的同学，而到宿舍分则根据预期调查专业而分发，等被调查者填完问卷后由发卷者亲自去收回。在分发问卷过程中，大部分被调查者积极配合我们的工作并很有热情的为我们提供宝贵的意见。

分工时间安排：

a、资料搜集：耿娴20xx年4月1日~3日。

b、拟订报告：张月20xx年4月4日~6日。

c、实施调研:于树红20xx年4月7日。

1、智能手机的使用覆盖率很高，同时选择购买智能手机的原因各有不同在回答“您是否拥有智能手机”时，有94%的同学回答有，只有6%的同学没有，说明智能手机在大学生这个市场中的覆盖率已经很高。在问“为什么选择智能手机时”，同学们的选择个有不同，其中选择娱乐性强的原因高达88.29%其次是功能强大和朋友都在使用，他们分别是82.97%和65.95%，再有是43.62%受广告影响和27%因为外观漂亮，最少的是工作学习需要，它只有5.32%，从而可以看出大学生选择手机的原因各有不同。

2、就购买智能手机时而言，被调查的同学大多注重品牌意识，并愿选择高价位的手机调查的同学在回答“您选择智能手机时更关注哪一点”37.23%的同学选择品牌，其次是价格和系统配置，但是它们与品牌先比，所选比例还是相差很多，价格只占17.02%，外观只有8.51%，其他例如价格和售后服务都有，但只占相当少的比例。其原因：一是品牌机一般都包含了其他方面的要求，比如品牌机的像素、播放功能一般都比较好；二是品牌机的价格较高，能够满足他们对价格的要求。

3、多种智能手机品牌混杂，以三星和苹果占大学生手机市场最多在回答“您购买智能手机时最青睐哪个品牌”时，三星无疑成为同学们最青睐的品牌，它的比例是30.92%，其次是苹果，它占29.78%，也有13.83%的同学选择步步高能机，其他的比例都相对较少，这表明同学们使用的智能机品牌较多，三星和苹果的市场占有率最多。

4、目前还未使用智能手机的同学，绝大多数是智能手机的潜在客户75%的同学在回答“如果您要换手机，将来是否会换智能手机”时都回答是，这说明他们想购买智能手机，只是因为某些原因没有购买而已，所以他们绝大部分是智能手机的潜在客户。

1、攀比浪费现象比较突出

有一部分同学会随着智能机的更新而更换手机，这样必定照成浪费现场。同时智能手机的品牌和价位又让有些同学认为是贫富的象征，故照成攀比心理。

2、玩手机时间过长影响学习成绩同学们在购买智能手机时是因为它的娱乐性较强，目前，同学们每天对着手机的时间不断加长，甚至在上课时还玩手机，这样必定照成成绩的下降。

3、长时间的面对手机导致身体健康问题

随着智能手机内游戏等软件的不断开发，使一些同学不免沉迷于手机游戏，导致一些健康问题，主要有睡眠质量问题，手指会因为长时间的触摸与滑动而有酸痛感，同时感觉视力疲劳，这些健康问题现象越来越突出。

1、加强学生的思想教育工作，使之形成正确的价值观、人生观学校应关注学生的思想发展路线，积极采取措施，正确引导学生思想观念发展，避免学生出现攀比浪费的不良思想作风。一是要加强教育建设，开设思想教育课程；二是要不断监督考察学生的思想状况，及时纠正错误的思想观念；三是要鼓励学生努力学习先进的思想精神，以艰苦朴素为荣，以骄奢浪费为耻。

2、正确处理学习与手机的关系，使手机成为学习的工具在当前手机大革命的时代，学校应努力改进教学方法，使课堂更加生动有趣，吸引学生的注意力。同时老师也应将强课堂管理，严格要求学生认真听课，提高听课效率。学生也应明白学校与老师的良苦用心，积极配合，努力改正上课玩手机的不良习惯。

3、充分了解手机危害，使学生树立健康意识政府教育部门和学校应加强合作，大力宣传手机的危害，增加健康教育投资。一要让学生了解手机危害，主动减少使用手机的时间；二要增加健康运动的课程，以能提高身体素质的趣味体育运动代替手机游戏；三要培养学生的运动兴趣，使学生有一项体育强项。

总的说来，学生手机族的使用是维持在一个较高水平上的，随着生活水平的改善，手机的普及率开始升高。且使用范围也开始扩大，在大学里，手机几乎是人手一部的通讯工具。有的学生身上还有两部甚至多部手机，从以前的“大哥大”到现在的比手掌还小的手机，无论从功能到外表都是一个大飞跃。所以应该正确处理学习与手机的关系，要了解手机危害，主动减少使用手机的时间。

附录（调查问卷）

1、性别a男b女

2、专业系别：

3、你为什么选择智能手机？

a娱乐性强b功能强大c朋友都在用d受广告影响e工作和学习需要f其他

4、你现在拥有智能手机吗？

a有b没有

5、你选择手机时更注重的是什么？

a品牌b价格和系统配置c外观d价格

6、你会选择国产手机吗？

a会b不会

7、你认为国产手机存在哪些不足？

a质量不过关b款式过时c功能太少d其它

8、你购买手机时所能接受的价格是多少？

a 1000￥以下b1000-20xx￥c20xx-3000￥d3000￥以上

9、你喜欢下列哪种款式？

a翻盖b直板c滑盖d其它

10、你一般从哪里获得手机资讯？

a 网上b电视广告c海报传单d其它途径

11、在你的同学当中，使用手机的人数占多少？

a极少b30％左右c50％左右d大部分e几乎所有f不知道

12、你用的手机品牌？

a苹果b三星c华为d联想e诺基亚f其他

**大学生手机使用情况调查报告篇十四**

通过调查了解我校在学校同学所使用的手机数量，手机品牌和手机的价位，以便了解其对手机市场的行情。对我校同学的消费倾向及消费行为进行分析，为手机生产企业制定营销策略，提供客观依据。

本次调查的对象是我校所有在学校的学生。

采用网上调查问卷的形式与电子邮件问卷的形式相结合调查方法。

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，但在他们大部分中，究竟是什么时候开始拥有自己的手机的？在调查中发现，1998年拥有自己手机的人只占总调查人数的15%；而1999年也不见有什么起色，只有总调查人数的13%；但在xx年时，一切却改变了，有26％人开始拥有自己的手机，还记得那时候，刚好是手机竞争风暴，各手机商纷纷降价，很多人都是在那时候买的；不过更厉害的是在xx年，有30%的人拥有自己的手机，可见需求成上升趋势。到底哪个手机商拥有的顾客最多呢？最多人使用的手机牌子是诺基亚，在调查中，一共有36％的人使用这款手机，耐用是它的一个最大卖点，而不断扩张的功能也使不少人选择它；而排名第二位的是索尼爱立信，虽然使用者人数却是诺基亚的一半，即总人数的18％，但它的市场份额有不断扩大的趋势，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，占13％，三星虽然拥有高技术，但价钱却令不少学生消费者望而却步;接着是摩托罗拉和西门子均占６％；阿尔卡特占３％；飞利浦占２％；与飞利浦占人数比相等的是索尼；接着是nec和国产牌子，均是占总人数的１％。可见诺基亚这一世界手机销售商果然不负众望，霸占了头位，而其他牌子也不甘示弱，拥有一定的支持者。

**大学生手机使用情况调查报告篇十五**

调查时间：20xx年7月8日

调查地点：

调查对象：

调查课题：关于当代大学生手机使用情况的调查情况

前言：现在的青年学生，是“低头族”的代表。那么，大学生对手机使用的状况如何？手机对大学生产生了怎样的消极影响？对此，我们以\*\*大学为例展开了调查。

调查结果与分析：

一、通过调查我们可以看出，\*\*校大学生仅有11%是大学以后有的手机，其中只有1%的学生没有更换过手机，有72%的学生更换至少3部。可见，手机已经是大学生必需用品。

二、大学生的手机主要用于联络好友、浏览网页，玩手机游戏和查资料等。其中只有7%的学生多用手机查资料，3%的学生仅用于玩游戏，绝大部分是用手机聊天，短信、微博、微信、qq等通讯功能。可见，少数学生仍沉迷在手机游戏中，其中有22%的同学安装至少3个游戏以上，这对于他们的学习是会带来影响的。

三、有近66%的学生每天使用在3个小时以上。有32%的学生习惯于使用手机。可见部分同学已经对手机有了依赖性。

四、有13%的学生有时会产生手机震动的错觉；51%的学生有睡前刷空间、微博和朋友圈的现象，也说明学生对的依赖性程度。

五、74%的同学希望手机更加智能，便捷。也有7%的学生希望手机只能打电话，发信息即可。

从以上的分析中，我们可以看出，由于手机功能的不断增加，给学生的学习带了负面影响，不仅是依赖手机的问题，还表现在过度沉迷于网络。

总结：通过调查，学生在手机使用方面存实存一些不良现象，主要表现在：占用日常生活时间较多，对手机有了某种程度的依赖，却忽视手机的学习功能，沉迷手机游戏更重要的是，一些网聊和游戏会分散学生们的学习精力，希望大学们能够正确认识，不再依赖手机。

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