# 手机消费情况报告总结范文(共20篇)

来源：网络 作者：雪海孤独 更新时间：2025-05-07

*手机消费情况报告总结范文 第一篇一、大学生消费的特点大学生作为社会消费的一个特殊群体，有着不一样于社会其他消费群体的消费心理和行为。据调查，我们能够苏醒的看出大学生消费存在着以下特点。1、消费观念复杂，感性消费占上风大学生没有经济来源，经济...*

**手机消费情况报告总结范文 第一篇**

一、大学生消费的特点

大学生作为社会消费的一个特殊群体，有着不一样于社会其他消费群体的消费心理和行为。据调查，我们能够苏醒的看出大学生消费存在着以下特点。

1、消费观念复杂，感性消费占上风

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本钱进行衡量。大学生没有构成完全的，稳定的消费观念，自控本事不强，多数消费都是受媒体宣传引诱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。据调查目前在校大学生中有30%具有手机但对手机的消费存在着很大的盲目性。具有手机的大学生中，一部份有通讯的需要，且家庭经济条件答应;另外一部份有通讯需要，可是家庭经济条件负担不起的情景下“趋前”消费;还有一部份是既无通讯需要又无家庭经济条件负担的“奢侈”消费。而“奢侈”消费则是由大学生消费的示范效应，攀比心理致使的。

2、学生对品牌的虔诚度很高

大学生消费在必须程度上会相信自我的真实体验，假如使用某种品牌产品产生好的体验，就会坚持使用，从而逐渐构成固定偏好，终究构成使用习惯，坚持对此产品良好的虔诚度。比如洗发水，感性熟悉上的气味清香，质量好，效果明显，都会促使他们继续使用下往。

3、消费偏向多样化

21世纪是物资生活与精神生活日趋丰富的时代，当代的大学生们已不再满足于宿舍、教室、图书馆三点一线的单调生活。文娱、运动、手机、电脑和新型的it产品都成了大学生消费的热门。大学生的消费已显现明显的多元化趋势。假如经济条件答应，大部份学生会往旅游，往歌厅、酒吧消费，或是购买电脑，手机、mp3，反映出大学生具有走出学校、融进社会、具有高质量生活的渴看。调查报告范文

二、大学生消费的结构和层次分析

大学生的钱“从哪里来，到哪里往”经过调查发现，在生活费来源方面，有75%的同学依托父母，13%的同学依托贷款，8%的同学取得了奖学金，9%的同学经过打工补贴平常开消，另有1%的同学还需减免学费。因而可知，同学们主要的经济来源是父母，但来源趋向于多元化。但生活费不包括学杂费和住宿费等，要是这个“大头”加上往，来自父母的比例将更高，能够这么说，大学生基本上还是以一个纯消费者的身份出此刻社会的舞台上。

对大学生的消费往向题目，调查证明大学生的生活费主要用于衣食住行，消费金额较大的比如手机、电脑、各类培训其实不含在其中。而手机已成为大学生主要消费品，这从下头分析中能够看出。

手机已成为现代人必不可少的交换工具，高校学生是手机使用普及率最高的人群之一。调查证明，烟台大学有的大学生具有手机，年级越高，手机的普及率也越高，如大一刚进校唯一6%的学生具有手机，而大四学生中具有手机者已高达82%，远远高于社会群体手机均匀具有率。约有83%的大四学生明确表示，购买手机主要是为了方便找工作。固然手机的`主要功能是通话，但大学生们使用最多的是短消息功能。在选择手机时，他们以为价格在1000元至1800元之间的手机最受青睐。

所以，大学生消费结构显现出类似于正立锥形的结构。家庭比较富裕的同学位于锥形的上端，他们具有电脑、名牌手机等珍贵物品;家庭清贫的同学则处于锥形的下端，他们常常要靠勤工助学或贷款来维持大学正常生活;其他同学则位于锥形的中间，他们衣食无忧，生活水平居中。同时，从以上的分析能够苏醒的看出，从锥形的上端到锥形的下端顺次下降，这也鲜明的体现了大学生消费的层次性。

三、大学生消费对家庭和社会的影响

大学生消费直接影响着家庭。作为一个纯消费者，均匀每一年约一万元的用度对一个家庭来讲，可谓是重中之重了。就拿普通家庭三口人来讲，满足一个大学生一年的消费将花往家庭收进的大部份，异常对农村的家庭而言，愈甚。固然由于经济的发展，农村和城市居民的收进都得到了相应的提高，生活水平得到改善，家庭用于大学生消费的比重普遍降落，但降落缓慢且比重之大已是某些家庭所难以承受的。一个大学生的消费占到城市家庭收进的45%左右，异常是农村，可占到80%~90%。无疑，目前大学生的消费已给学生及其家庭造成了很大的经济压力，异常一些贫困家庭，在调查中我发现，三高校各有20%的同学需要经过申请助学贷款来完成大学四年的学业，他们连自我的生活都难以保证，更不用说这近万元的用度了。由于山东省经济算中等发达，其居民收进水平比大学生家庭的收进水平还要低一些。所以实际比重可能比这个数目还要偏高一些，影响可谓深远。

大学生的消费特点和消费行为决定了大学生消费的影响不只局限于家庭，市场上的很多消费都与大学生息息相干，大学生消费已直接影响着整个消费市场和国民经济。目前，大学生消费市场已构成，这是高等教育发展的结果，也是社会主义市场经济发展的必要。它已成为我国社会主义市场经济的一个有机组成部份，随着社会的发展，高等教育的普及，它将会发挥更大的作用。

四、有关大学生消费的几点提议

大学生消费不单单关系到自我、学校，并且还是关系到整个社会的题目。现从个人、学校、社会三方应对大学生消费提出几点提议。

**手机消费情况报告总结范文 第二篇**

>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状况、使用效果以及消费状况，掌握手机在大学的销售状况和市场前景，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

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

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资料，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透过无错测试后，我将其上传到我朋友租用的虚拟主机空间。

**手机消费情况报告总结范文 第三篇**

>一、课题的调查背景：

随着生活水平的提高，以及科学技术水平的发展，手机越来越成为大众的通信工具。在我国移动电话发展的二十多年里，取得了令人瞩目的成绩。据国家工业和信息部日前发布的报告显示，伴随着20xx年第一季度我国再增加了3000万个手机用户，截止到3月底，中国手机用户已达亿。根据该增长率推算，我国的手机用户总数在今年5月将突破9亿大关。

近年来，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。在学校里，手机几乎是人手一部的通讯工具，无论是大学生，还是中学生，父母为了跟儿女得到第一时间的联络，纷纷为儿女们买起手机，有的学生身上还有两部手机。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、课题的调查目的：

随着工业化的发展，在工业产品的附加值构成中，纯粹的制造环节所占的比重越来越低，而服务业特别是生产性服务业中维护保养、物流与营销等服务所占比重越来越高，使得在价值链中，利润发生了从中间加工制造环节向上下游服务环节转移的趋势。这一趋势在家电行业也越来越明显。在家用电器专业连锁销售的企业中，有些具有一定规模的大企业，不仅把销售作为主营业务，而且开始把家用电器维修服务作为主营业务，通过股份制、特许加盟连锁经营的形式，深入到维修服务市场，力求抓住市场新的盈利契机，从而促进了家电维修服务业的快速发展。

但是学生在选购手机的过程中，也越来越注重手机的使用是否方便这一方面，如手机的菜单是否方便简单，手机的功能是否全面、方便实用等。阅读更多：专项税收执法监察情况调查报告中学生手机调查报告农合社发展状况调查报告新农村建设公益设施使用状况调查报告

积极发挥行业协会在人才服务中的作用。联合\_门成立全县人才劳务中介机构行业协会，加强监督指导，发挥其在行业自律、沟通协调等方面的作用。加强人才市场与其他行业协会的沟通与合作，发挥各类行业协会在行业人才技能培训、技术交流、信息收集以及消除行业无序竞争方面的积极作用，充实和完善人才市场的服务功能。

1、了解手机在大学生市场中的使用情况。

2、了解消费者选择手机的重点，给下一步公司制造新型手机指明道路，制定下一阶段新计划。

3、了解男女对手机需求的差别。

4、了解大学生了解手机的渠道。

5、了解产品更新换代周期，学生热卖手机所处阶段。

营销人才匮乏，营销手段相对落后。葡萄酒消费是需要长时间培养和引导的，在这方面各葡萄酒品牌普遍重视不够。目前，长春市各葡萄酒厂商的销售队伍建设还有待提高，营销人才匮乏和缺少葡萄酒专业知识是葡萄酒市场开发和宣传推广方面普遍存在的问题。促销和宣传也仅停留在传统的的手段上，缺乏创新;在促销上普遍采用的是搭赠、买赠、降价、堆头、开瓶费等手段;宣传上除了地产的通化和长白山经常利用电视等媒体进行广告拉动外，其它品牌鲜见。所有品牌对酒店服务员的培养上都欠缺，大多数品牌只注重给予酒店服务员开瓶费促进其销售积极性，忽略了栽培、帮助、教育其学习葡萄酒专业知识，比如葡萄酒种类、饮用方法、如何开酒等。

6、帮助企业做好定价策略。

7、了解销售中存在的问题。

8、与其他竞争品牌相比存在的缺点。

**手机消费情况报告总结范文 第四篇**

今年全球手机销售量将达亿部，比去年增长9%。ABI Research表示，该成长速率可望持续维持至20xx年，届时全球手机销售量规模将达17亿部，亚太地区的中国、印度与印尼，将是支持此一成长率的最重要来源。ABI Research表示，亚太区已经是全球手机最重要的区域性市场，去年亚太区手机销售量贡献度已达38%，中国虽然是亚太区中最重要市场，不过印度与印尼的贡献度也不容小觑。以印度市场为例，估计今年手机市场将达亿部，比去年8430万部成长24%，远逾全球平均成长率。

>一、手机消费者分析：

在手机的品牌知名度和美誉度的分析中，国产手机明显落后与国外手机品牌;而在品牌健康度分析中，西门子、熊猫和飞利浦已经处于品牌坟墓线之下。除了索爱(质量因素排第二位)以外，用户喜爱品牌的最重要原因都是\_质量\_因素。选择\_值得信赖\_和\_功能全\_的因素也被排在前面，三星、西门子和索爱的手机的\_外观好\_的因素排到了第三位。

从消费者的用户特征分析中表明，高端手机用户一般为商务人士，而中低端手机用户有一定比例的年轻人(包括学生)。

>二、目前我国手机行业特征：

1)行业内厂商竞争非常激烈.。

我国目前有将近40家手机生产厂商。20xx年，摩托罗拉共生产3750万部手机，销售量为1872万部，市场占有率为27%;诺基亚生产3229万部，销售1135万部，其市场占有率为17%;西门子生产了1155万部，有291万部出售，市场占有率为。这些是较早进入中国市场的，因此占有的市场份额也相当大。还有如韩国三星，其在20xx年进入中国市场就吸引了很多的消费者，顺利进入总销量的前十名。如此多的国外知名厂商与国内生产厂商形成了市场割据的局面。

2)存在一定的替代产品压力。

>三、我国手机行业宏观环境因素分析：

1)政治—法律因素

具体说来，有些政府行为对企业的活动有限制性作用，但有些政府政策对企业有着指导和积极的影响。按照中国加入世贸组织的承诺，20xx年12月11日中国取消了对外商投资商业企业在地域，股权和数量等方面的限制，从而使国内零售市场容量迅速扩大，各行业的竞争空前激烈。

2)经济因素

一般说来，在宏观经济大发展的情况下，市场扩大，需求增加，企业发展机会就多。从20xx年开始，我国\_的宏观调控目标主要集中在四个方面：1，国内生产总值的增长数度2，物价总水平3，城镇失业率或就业水平4，国际收支平衡状态。我国目前手机普及率大约为13%，相比发达国家的30%还有很大的距离，但我国的手机用户正在呈巨大的上升趋势，对手机的需求也愈演愈烈。20xx年底，我国手机用户规模已达3亿户。如此大的市场潜力吸引了大量的生产厂商进入手机行业。

3)技术因素

技术因素不但指那些引起时代革命性变化的发明，而且还包括与企业生产有关的新技术，新工艺，新材料的出现，发展趋势及应用前景。技术的变革在为企业提供机遇的同时，也对它构成了威胁。从去年年底多普达推出686并在市场上推广成功后，国内手机生产厂商就不约而同地把目光锁定在高端智能手机。如何更好提高手机质量，并在质量方面有更大的技术进步已成为所有厂商所面临的重大问题。

4)社会因素

变化中的社会因素影响社会对企业产品或劳务的需求，也能改变企业的战略选择。随着消费者的价值观的改变，对生活质量的更高要求，消费者不仅在手机质量上的注重，还要在手机的外观，质感的追求及娱乐上的要求更加关注。如何迎合消费者的口味又是一大难题。

>四、我国手机行业竞争分析：

目前我国手机产销比已出现负增长。手机产能供大于求的情况会持续。20xx年前十个月生产手机亿台，同比增长49%，而新增的手机用户不到5000万。总销量在前十名的手机厂商是诺基亚，摩托罗拉，西门子，波导，TCL，爱立信，三星，康佳，飞利浦和夏新。国内手机厂商由于技术，资金，规模上的局限性，没有给国外手机厂商带来局代的冲击，只有依靠其本土化，低价策略来赢得市场份额。

1) 行业新加入者的威胁加大。市场中的品牌越来越多，国外品牌看中中国市场的巨大消费，纷纷在中国投资建厂。

2) 现有竞争者之间的竞争程度愈演愈烈。国外手机凭借其质量优势占据巨大的市场份额，国产手机依据价格优势也占领了半壁江山。

3) 替代产品的威胁增加。小灵通用户数量的增加加剧了与手机用户市场的竞争。

4) 购买商讨价还价的能力加强。消费者对手机市场信息的充分了解提高了讨价还价的能力。

5) 供应商讨价还价的能力。核心技术的发展影响了供应商的供货质量。

>五、我国手机行业的优势分析：

1)国产手机在价格方面有着巨大优势。以其低价格策略迎合了一些消费者的心理。但消费者追求的是物美价廉的产品。市场上没有卖不出去的东西，只有定价不对的东西。手机厂商应在这一点下功夫。国产手机的价格竞争优势虽然具有威胁性，但是不具有长久性。国产手机要真正从国外手机品牌的阴影下走出来仅仅靠价格优势是不够的。 2)国产手机厂商与国外厂商在渠道和服务上存在明显的差别甚至是优势。质量是前提。价格是基础，而服务就如同一个企业的后勤保障。国产手机从商家直接到店分销模式是从家电的渠道销售模式上演变过来的，而国外手机是层级分销模式。这就使国产手机厂商有更大的利润空间。

>六、我国手机行业存在的主要问题分析：

1) 高端技术风险，对国内手机厂商而言，高端手机能否救局，能否再创辉煌，市场仍然充满着变数。

2) 库存问题，20xx年，国内需求仅为6000万部，加上出口总量，总数也不会超过2亿部，而库存已高达20xx万部。照这样看来，国产手机库存明显偏高，产量过剩。

3) 出口限制，国产手机的出口存在很大的制约。虽然TCL，波导等国内手机生产厂商在积极地开拓海外市场，但出口方面仍然很薄弱。

4) 渠道压力，随着终端为王时代的来临以及城镇市场的凸显，改进营销流程，调整模式已成为市场发展的必然选择。

5) 信任危机，如何建立健全售前，售中，售后的服务体系，解决信任危机是目前国产手机产商需要处理的重要问题。

七、我国手机行业存在的主要问题的解决方案：

1) 手机生产技术水平。如今进入3G时代，国产手机厂商必须掌握关键技术才提高能在长期竞争中获胜。

2) 开拓新兴市场，农村市场的`潜力不容忽视，开拓农村新市场是削减库存的重要手段。

3) 寻求差异化优势促出口，国产手机厂商可以借鉴日韩企业进入国际市场的经验，采用差异化战略，即通过差异化产品取胜。

4) 打造高效的营销渠道，如“一站式”的服务，“扁平化”的营销模式。营销渠道建设的好，也可以在一定程度上弥补与国外品牌的质量差异，有利于国产品牌竞争力的增强。

5) 加强服务体系建设，对于自行营销的手机产商来说，应该建立完善的服务体系，以售后服务为基础，增值服务为补充，并配备专业人才，才能巩固客户群。

>八、我国手机行业发展新方向：

差异化竞争是手机连锁的发展方向。手机厂商应追求内“忧”外“焕”。差异化竞争不仅深化了买断、包销的力度，也丰富了产品的结构;同时，促进了门店服务水准和服务质量的提升，令企业与消费者的距离拉得更近，产品和服务更贴近消费者需求。“差异化竞争”的关键是细分市场，针对一定的消费群体采取特定的营销策略。随着手机市场竞争的加剧，单个企业销量逐渐走低的情况下，价格战愈演愈烈，手机零售利润一路下降。在这样的背景下，必须创新营销模式，走“差异化”竞争之路才能赢得新的利润空间，这是大势所趋。如果继续一味降价，损害的不仅是整个行业的健康发展，也很容易把企业引向灭亡之路。分析人士认为，进入20xx年，3G的步伐越来越近，手机渠道出现明显的转型。几大运营商与厂家合作采取的捆绑销售模式逐渐流行，而单纯的销售模式已经无法适应新的市场环境。如果不积极主动地调整营销策略，就必然会被市场所淘汰。在这一市场环境下，专业的手机零售企业必须及时创新，寻找到适合自身发展的新模式，才能持续发展下去。而调整自身资源，充分利用外部资源，推行“差异化竞争”，细分市场，使产品和服务更贴近消费者需求，无疑是最好的出路。

**手机消费情况报告总结范文 第五篇**

大学生日常消费情况的调查报告

>一、调查背景

随着社会经济的快速发展，大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越大的关注。由于大学生年龄较轻、社会经验少、群体特别，他们有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。消费观念的超前和消费实力的滞后，都对他们的消费有很大影响。大学生的消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响他们世界观的形成与发展，进而对他们一生的品德行为产生重要的影响。因此，关注大学生消费状况，把握大学生消费的心理特征和行为导向，培养和提高大学生们的“财商”，在当前就成为当代大学生们共同关注的课题，也是教育部门以及全社会都必须重视的课题，这对形成大学生们正确的人生观、价值观起到积极重要的作用，更对整个社会消费产生不可忽视的影响力。

调查目的

通过调查大学生的日常消费情况，旨在发现当代大学生的消费问题，并提出合理化的建议，因此，其具有很好的社会与现实意义！了解身边同学们的消费习惯也有助于我们小组成员自身建立良好的消费观念,做一名有责任感的大学生。

>二、大学生的消费观念

实用、质量占消费的主导地位

在问卷的第6题的所有答卷中可以看出:大学生消费时主要看中商品的实用价值与质量。在“山寨”货风行的今天，学生并不是盲目地追求品牌或是价格便宜。大学生们站在时代前沿，追新求异，敏锐地把握时尚，惟恐落后于潮流，这似乎是社会对大学生们的传统看法，但我们的调查结果却给出了有力的回击:的同学在消费时看重商品的实用，的同学注重商品的质量，而注重品牌的同学只占。

精神物质消费同步发展

如今的社会是物欲横流，金钱当道，万夫莫开。物质享受欲充斥着一些人的头脑，但是调查结果显示，有的被调查者选择物质和精神方面的消费同步发展，有的受访者选择今后要加强精神方面的消费，只有的同学选择了加强物质方面的消费，另外有的同学对自己今后要加强的消费方面是不确定的，只是凭感觉消费。我们从调查结果中不难看出，大学生的消费方向是趋于良好的。

节约观念永不过时

在调查中，我们了解到大学生大学生都是有一定的节约意识的。约有的同学认为“在一定范围内，应该提倡大学生勤俭节约”，另外还有的同学认为“勤俭节约是一种美德，永远都不会过时”。12%的同学认为没必要节俭。这是一组令人欣慰的数据，说明大学生是知道自身无资金来源这一情况的，这对学生本人来说，无论是从自身素质修养还是个人理财能力的培养都是有很大帮助的。

>三、大学生消费时存在的问题

**手机消费情况报告总结范文 第六篇**

第一部分调查方案设计

一、调查方案

(一)调查目的：

通过调查了解现代大学生的消费状况、结构及消费理念，为大学生合理消费制定标准，做一个理性的消费者，合理的理财，更好的生活。这项调查不仅有利于掌握我院学生的消费概况，对塑造和培养我们良好的世界观体系在当前国情下更具有实际意义。

(二)调查对象：各学校的在校大学生。

(三)调查单位：随机抽取所需的大一、大二、大三样本学生。

(四)调查程序：

1.设计调查问卷、明确调查方向和调查内容。

2.分发调查问卷。随机各学校大一、大二、大三在校男、女学生各50人作为调查单位。

3.根据回收的有效数据进行分析，具体内容如下：

第一，根据样本的生活费数目、用于生活费的不同消费比例、用于娱乐方面的消费比例等数字特征，推断大学生总体分布的相应参数。

第二，根据性别进行男、女学生两个总体生活费均值之差的比较及区间估计。

第三，根据大一、大二、大三学生分类进行三个总体生活费均值之差的比较及区间估计。

第四，根据年级的不同将大一、大二、大三的男、女生各自的生活费均值之差进行比较及区间估计。

第五，收集好完成的调查问卷，整理调查问卷和整合问卷内容，制出能清晰地反应消费心理和行为习惯特点的表格和统计图，并总结出调查结果，写出最终调查报告。

4.调查工作的组织实施计划：

1、本次调查的数据处理工作，在组长统一领导下进行，由本小组成员分类统计，最后统一汇总。

2、调查小组共6人，根据个人专长分工，制定分工明细表。成员分工:

黄秀清负责调查方案策划。罗顺妹负责问卷的发送与回收。李晓霞负责问卷的统计与整理。林聘娣负责核对数据与表格和图表的制作。林霞负责数据的分析。颜巧红负责ppt的制作。

(五)调查时间：xx年x月x日至xx年x月x日。

二、问卷设计

首先，请原谅占用了您一些私人时间。大学生是一个庞大的消费群体，对消费市场有着不容小视的影响。大学生的消费理念势必会影响

消费市场的发展趋向。因此，我们希望就大学生的消费情况进行调查。希望您能认真填写问卷，谢谢您的合作!

**手机消费情况报告总结范文 第七篇**

中学生使用手机的调查报

上学,该不该带手机近年来,在学生中间出现了一种新的时髦,那就是上学带手机.上学带手机,能给同学们带来联络之便,但也有可能影响学习和造成攀比之风,此事究竟利大还是弊大,这期我们就来谈谈这个事儿.

此风当刹

时下,校园颇为时髦的一句话就是:有事给我打手机.特别是家庭条件好的同学,有的竟拥有三四部手机,并越来越时尚.对此,我的立场很坚定,中学生不应该带手机,理由主要有三方面:一,短信闲聊,贻误学业;二,不良信息,污染心灵;三,助长奢侈浪费和盲目攀比之风.首先我们看一下短信闲聊.家长为什么给我们配手机 目的无非是便于我们与家里联系,但大多数同学却用它闲聊,特别是个别同学竟异想天开用于考试作弊.

最后,对于没有独立经济能力的中学生,用手机绝对是一种高消费,而且它又属贵重物品,上体育课或搞其他活动时很容易丢失,再买新的又加重家长的负担.况且有的人好胜心理严重,看到别人有新手机,心里就会有一种不平衡感,就想买更好的手机,长此以往,奢靡攀比之风愈加难绝.◇

学生用手机干什么

这样看来,我觉得除非大家有一天都能够严于律己,端正使用手机的态度,手机才可以走进中学校园.

中学生带手机不好

一同学说,要是我有一部手机,即使上课不敢玩,心里肯定也老想着上面那些有趣的东西,说不定趁老师不注意时,就会偷偷地拿出来玩.这样听课,成绩怎能上去 再说,要是上课前忘了关机,在课堂上铃声响了,既影响同学听课也打扰老师讲课,事后绝对没有好果子吃.我有一个小学时的同学,先是把她爸爸淘汰给她的手机带到学校去炫耀,摆酷,后来就迷上了发短信,学习一落千丈.有一次在课堂上跟比她高一年级的男生发短信谈恋爱,被老师逮了个正着.老师把收缴的手机交给她爸爸,看着上面乱七八糟的短信,她爸爸真是后悔莫及.另外,带着手机上学,恐怕也不是很安全.有时带一两百元钱去学校交,妈妈都是千叮咛万嘱咐:不要丢了呀,不要在外面把钱掏出来呀,等等.手机那么贵,万一不小心丢了怎么办 。

英国全国辐射防护委员会调查报告指出，儿童的神经系统正处于发育阶段，头部比成人更易吸收辐射，因此可能更易受手机所害。委员会主席威廉.斯图尔特爵士建议，儿童还是尽量少使用手机为好，应改用书信和固定电话来降低对辐射的吸收。“我们需要谨慎从事，毕竟还不能断定手机对健康没有影响，”他说。有研究表明手机辐射可导致脑部非恶性肿瘤的产生、认知能力的下降或DNA损伤，但需要进一步研究证实。

据Chinabyte消息，专家指出，特别容易受到低水平非热辐射的伤害，因为儿童的免疫系统正处于发育时期，他们的头颅与成人相比，不仅小，而且薄。因此儿童打手机可能导致记忆受损、失眠等健康问题。

医学专家指出，人体实际上是一个相当敏感的电气化学组织，微波对身体的影响与无线电受到干扰十分相似。微波对身体细胞的稳定性影响很大，主要作用于神经系统，可能导致头痛、记忆缺失和失眠。

就在专家发表此项研究结果之前，英国政府决定拨款700万英镑，成立一个专家小组，对手机的潜在危险进行研究。这个专家小组将由英国政府官员、脑外科专家和世界卫生组织的科学专家组成。

手机冲击波

我们的校园生活,毕竟是上课时间占绝大多数,而大部分带手机的同学,在上课时间即使不关机,也无法接听或拨打手机.这就让手机在很大程度上成了摆设;一旦下课,几步之遥的磁卡电话价钱便宜,也完全能让个别有急事的同学及时解决问题.这样看来,手机的通讯功能利用率就非常低了.

那么吸引众多同学带手机的原因是什么呢 大概还是手机上的其他功能吧.彼此间有事没事发几条短信,闲来换一条铃声,摆弄一下小游戏,或者买些饰品给它们装扮一番,都是手机一族常做的事.这些本也无可厚非,但其带来的负面影响却不能小觑.手机的更新换代越来越快,功能也越来越全面,这手机不带还好,带到学校就成了攀比的砝码.你有三十二和弦,我就要新款彩屏;你手机能录音,我能数码拍照.一时间,校园内手机竟成为流行趋势的风向标.这样一来,最直接的\_受害者\_就是我们的父母了.心甘情愿也好,被死缠烂磨不得已而为之也好,但普通百姓家庭恐怕还没有能隔三岔五更新手机的能力吧.且不说艰苦朴素这些人人皆知的大道理了,便是从个人家庭来看,多作攀比也是有百害而无一利的.

更可怕的是,手机往往会接到许多不良信息,各种带色笑话,无聊谩骂充斥其中,至于用中奖等圈套行骗的更是比比皆是,防不胜防.心智尚不成熟的我们能有把握不被诱惑,不为所动吗使用手机是社会发展的必然

**手机消费情况报告总结范文 第八篇**

>一、课题的调查背景：

随着生活水平的提高，以及科学技术水平的发展，手机越来越成为大众的通信工具。在我国移动电话发展的二十多年里，取得了令人瞩目的成绩。据国家工业和信息部日前发布的报告显示，伴随着20xx年第一季度我国再增加了3000万个手机用户，截止到3月底，中国手机用户已达亿。根据该增长率推算，我国的手机用户总数在今年5月将突破9亿大关。

近年来，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。在校园里，手机几乎是人手一部的通讯工具，无论是大学生，还是中学生，父母为了跟儿女得到第一时间的联络，纷纷为儿女们买起手机，有的学生身上还有两部手机。为了了解手机在大学生中的普遍状况、使用效果以及消费状况，掌握手机在大学的销售状况和市场前景，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、课题的调查目的：

1、了解手机在大学生市场中的使用状况。

2、了解消费者选取手机的重点，给下一步公司制造新型手机指明道路，制定下一阶段新计划。

3、了解男女对手机需求的差别。

4、了解大学生了解手机的渠道。

5、了解产品更新换代周期，学生热卖手机所处阶段。

6、帮忙企业做好定价策略。

7、了解销售中存在的问题。

8、与其他竞争品牌相比存在的缺点。

>三、调查对象和调查时间：

1、在校大学生。

2、20xx年4月25日――20xx年5月25日。

>四、调查方式：

1、设计发放调查问卷，组织访谈，访问在校大学生，了解他们对手机的需求状况，以及对此刻手机各种常见状况的看法等。调查问卷包括脑海中的第一手机品牌和此刻使用的手机品牌，便于了解人们是否会购买自己心目中既定的手机品牌产品;还有喜欢的手机款式与色彩，意向中手机的价位等利于卖场做出准确的决策;了解手机的渠道，购买手机的场所，喜欢的货架类型，决定购买的促销活动等利于卖场改变营销策略。

>五、调查地点：

全日制大学。

>六、调查的实施：

1、首先确定调查主题与调查目的。

2、商讨问卷从哪些方面入手，应从问卷中得到哪些信息。

**手机消费情况报告总结范文 第九篇**

经过以下调研结果能够看出，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：

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。大学生没有构成完整的，稳定的消费观念，自控本事不强，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。拿手机产品来说，目前，有手机的大学生中，一部分有通信的需要，且家庭经济

当今社会正面向多元化发展，新知识的爆炸式增长、新技术的迅速推广对日常生活的深入影响，使时尚的构成和流行更快捷，同时具有更鲜明的主题和更人性化的表现形式，并因而成为大学生日常生活和社会活动中具有象征性和大众化的色彩和基调。“今朝有酒今朝醉”，似乎日渐成为一种时尚。“负翁”、“月光族”随之大批涌来。在我们的学校中，昔日的“风声、雨声、读书声”中，又夹杂进了“手机声声”。为了解我校在校大学生目前的消费状况，为我校明确确定贫困生标准供给可靠参考资料，同时为我校学工处开展学生的教育引导工作供给第一手资料，学生工作信息中心特开展此次调研。

调研时间：\_\_年11月27日---\_\_年12月15日

调研对象：校本部外语学院、水土学院、经管学院等九个学院

调研方式：问卷调研

调研情景：此次调研共发放问卷380份，回收376份，回收率高达，数据真实，可信度高。此次调研，主要针对学生的消费心理、消费意向、消费意识、消费嗜好等方面展开调研。

调研结果及分析：

一、消费去向：

从上图中能够看出，在学习方面，我校学生的花费主要在购书上。由于学校发放的教材只是基本教材，并不能满足学生的需求。所以在学生的消费去向中，购买教学参考书、英语等级考试等书目占了必须比重。

在消费去向中的通讯费中，大一和大四的学生占的比重最大。对于大一新生，由于刚来到大学，对于生活环境、学习环境、人际交往环境都很陌生，存在着种.种不适应，同时对于大学中开放式的学习方式不习惯，总喜欢和自我以前的好朋友、老同学交换信息、交流意见。而大四的学生的通讯费主要是联系工作。

在恋爱消费方面，有些同学有着固定的“感情投资”。“感情需要浪漫，而浪漫需要消费”，可是没有资金是浪漫不起来的。无论对于男生还是女生，都是需要消费的。对于男生，需要给女生买单，送礼物。同时，“士为知己者死，女为悦己者容”，女生的恋爱消费主要是用在化妆品、首饰上。

另外，在恋爱中，双方都共同支出的一个方面是在衣着打扮上，名牌成为一种标志。“只买贵的，不卖对的”，有相当一部分人持有这种观点。在此刻这个社会，恋爱是合理的，但对于恋爱中的种.种不合理消费值得我们深思。

对于恋爱中的消费来源，有的是由“家里异常供给”的;有的是“从生活费中支付”的;有的是来自“勤工俭学”的;有的是来自“奖学金”的。总之，无论是从哪方面支出，都占了不小的比重。只是比重的不一样于大学生的看待社会的角度有关，更与家庭对大学生恋爱的看法有关。

**手机消费情况报告总结范文 第十篇**

一、消费现状分析

(一)、总体消费水平一般，局部出现两级分化

从本次调查结果来看当今大学生消费水平较过去已有了较大改善，的同学月生活费在300元以下,47%的生活费在300-500元之间,有 的月生活费在500-1000元,同时月生活费在1000以上(包括1500或者更高)的占到。近百分之七十()的同学月生活费用在500以内，同时有的认为周围同学消费状况比较符合实际，应该说总体处于一般水平。但同时也有近百分之十的同学月开销超过1000元，局部出现了两级分化情况，但在是由大学这种现象普遍性不高。

于此同时，和其它高校相比较，本校学生的消费水平偏低，平均水平在502元左右[①]，其中同学表示在购物时在乎价格水平，也在一定层面体现了这个问题。

(二)、消费多元化特征显著

(三)、部分出现超支现象

虽然大学生的消费有了很大改善,消费方向也有了变化,生活方式呈现多元化。但由此也带来了一些不必要的问题。曾有人将大学生比作逃离了牢笼的小鸟,没有约束,只有自由,如今一想的确如此,调查结果表明51%的同学曾有过甚至经常向他人借钱的记录。

(四)、经济独立意识淡薄

据调查，高达的被访同学的主要生活资金基本来源于父母，说明了绝大多数的大学生暂时不具备独立的经济来源。只有的同学通过打工和勤工助学缓解家庭的经济负担(但同时我们了解到其中有近5%的同学每月打工收入超过300元，这是一个很好的现象)。的同学希望通过自己的力量(打工或者奖助学金)满足自己的日常开销，这是当代大学生渴求自身经济独立的强烈愿望的体现，但迫于各种原因，只有的同学将之付诸实践。

(五)、理财能力亟待提高

不少同学表示自己不善于理财或者根本就没有理财的观念，对于生活费没有什么安排，表示“想用就用，没有数码安排”，对自己月开销数目没有一个明确的概念， “反正就是这样花，不够了就向家里要。”比较少(仅占)的同学会每个月给自己攒点钱，以备不时之需。但大概40%的同学没有预算或者消费计划，情况堪忧。

与此同时，作为消费计划的一项重要工作——消费记录，也只有的同学完整落实，而绝大多数同学没有详细的消费记录，处于无计划消费状态，这不利于开销的合理控制以及良好消费习惯的培养。

(六)、追求品牌时尚、个性潮流

在这次的调查中“五大件”的拥有率非常高，有的同学有mp3或者mp4，手机拥有率更是高达，此外近四成的学生有电子词典(基本是用于外语学习)。电脑拥有率为，其中高年级学生电脑拥有率高于此数字。另外被大家视作奢侈品的cd、psp游戏机以及数码照相机、摄像机等数码一族也成为不少学生的追求。通过计算，同时拥有mp3、手机、电脑三件的比例为。

随着信息技术的高速发展以及数码产品的实用性、功能性，越来越多的年轻人追逐此类产品，一般月均生活费在1000元以上的同学在时尚的数码消费品上开销占比例较高。

**手机消费情况报告总结范文 第十一篇**

从表面上看，消费是个人行为，但从更深层的意义上说，消费心理、消费意向、消费意识、消费嗜好是一种精神文化现象。从这一意义上说，校园里出现的不良消费所造成的消极影响是不容忽视的。它不仅加重了学生家长的经济负担，影响了家长和学生的感情;还在某种程度上扭曲了校园人际关系，影响了正常的教学秩序;对学生个人来说，这一时期形成的道德观念可能会影响他一生的消费行为，并且与其人生观、价值观、健全人格的形成和完善密切相关。所以，中国当代大学生消费问题值得重视，而且刻不容缓!

本调查旨在分析大学生特别是贫困生大学生的消费行为，了解他们目前的消费情况，以期挖掘潜在的问题，并提出相应有效的改善措施，促进大学生养成良好的消费习惯，树立科学合理的消费观。

一、对象与方法

1.对象：笔者对华南理工大学、暨南大学、华南师范大学、广东外语外贸大学、华南农业大学、汕头大学、广东技术师范学院、广东商学院、广东工业大学、北京师范大学珠海校区等面向全国招生的普通高等院校的大学生进行随机性匿名问卷调查和访谈。接受调查共320人，平均年龄岁，平均年级为年级。

3.资料处理：全部原始数据采用exel 20\_进行分析和统计。

二、调查结果与分析

1.月消费总额贫富差距大。大学生总体的月消费额主要集中在350元～500元和500元～800元这一幅度，少于350元或多于1200元的两极分化现象比较少。而备案贫困生的消费额基本是少于350元。贫困生的生活标准与消费能力与普通学生差距相当大。(见图1)

2.饮食方面开销大。无论是否贫困生，饮食开支在消费总额中占了绝大部分，这是符合健康的消费构成的。调查发现，大学生中还兴起一股外出聚餐和请同学吃饭的热潮，这方面的开支虽然不算大，但也是造成大学生消费高的一个原因，这说明大学生已经逐渐有了社会交际方面的消费。

4.“游玩费”、“恋爱费”逐渐增长。随着旅游的概念进入现代消费，大学生也逐渐有了这方面的花费。据了解，大学生平均一年内会出游两次，跟集体出游或是与三两好友同游。另外，调查中占30%的大学生在谈恋爱，他们每月用于恋爱的费用都是200元～350元之高。这是当代大学生中出现的一种不甚合理的消费。学生思想活跃，对新事物有强烈的求知欲，喜欢追求新潮，消费的趋附性强，娱乐消费占全部消费额的比重很大。(具体见图2)

5.先进的消费方式悄然成风。大部分学生购物都喜欢现金消费，三分之一左右的同学喜欢银行卡信用卡消费方式。可见，一些比较先进的消费方式已经进入了大学生的生活中。大大小小的校园卡、银行借记卡会成为大学生钱包里的必备品。学生使用信用卡也逐渐悄然成风。

6.男女生间的消费差异。调查结果显示：现代的大学生中，男女方恋爱支出基本成持平趋势，部分女生恋爱支出还甚至超过了男生。在建立和培养自己人际关系方面，男生的开销远比女生大，而在形象包装方面，女生又会略胜一酬。在对于是否会计划月生活费的这一项调查中，选择有计划的女同学仅为，男同学则为。(具体差异见图3)

7.日常资金来源和家庭收入。调查发现，大学生主要的经济来源是家里提供。其中贫困生勤工俭学的人数比普通学生多出十个百分点。而贫困生对于外出兼职比普通学生有更热切的期望，也会付出更多的努力。可见，贫困生有着更迫切地锻炼自己、早日投入社会的意识。家庭月收入方面，大学生家庭月收入整体上以 1000元～20\_元居多，而贫困生的家庭月收入以500元～1500元居多，有25%还是月收入在500元以下的特困户。(详细可见表)

8.大学生对自身消费现状的看法。无论贫困生还是非贫困生，对于自身的消费现状，三分之一的人表示是觉得刚刚好的，一成的贫困生觉得自身消费现状偏低。而剩下的大部分，都是认为自身的消费现状是偏高的，同学们普遍都有在不知不觉中花了钱的体验，但大多数的同学都没有切实地想过要如何去正视自身消费过高的问题以及想出应对措施，可见，大学生还未养成良好的消费习惯和成熟的消费观。

三、结论与讨论

1.结论

**手机消费情况报告总结范文 第十二篇**

>一、调查时间：

x年x月x日——x年x月x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、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，男性比例是。

>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。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。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，其他的如摩托罗拉,索尼爱立信，西门子，三星，飞利浦，其他的有。

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。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。

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100D200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

**手机消费情况报告总结范文 第十三篇**

手机在我国从贵族向平民的转变实在太快了。截止到XX年底，我国手机拥有量达到亿户，位居世界第一，并且一直在以每月新增500万用户的高速度在增长。

中国手机市场正成为全球手机厂商必争之地。各种性能、各种品牌、各种价格的广告让我们眼花缭乱，本期调查的目的便是为了帮助业内人士及消费者认清手机市场发展特点与趋势。

调查时间：XX年1月28日

调查主题：手机消费

调查执行：北京鹰之健企业形象策划中心

文字整理：刘增禾

调查说明：

本次调查共采集样本245205个，有效样本243260个，问卷来自全国各地，参加活动的包括国家公务员、在校学生、公司员工、个体劳动者等各行各业的从业者。

调查结果：

被调查对象电话费节约方式

不知道

话费套餐

给对方发短信

拨打ip电话

被调查对象手机更换的频率

半年左右

半年至一年

一年至两年

两年以上

没有换过七成多的被调查对象把短信作为节约话费的一种方式;五成多的被调查对象从未换过手机

**手机消费情况报告总结范文 第十四篇**

>一、调查目的

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。

>二、>调查内容

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。

>三、>基本信息

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

>四、数据分析

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、；大一、大四学生所占比重相对较少，均为。

（2）在校大学生每月生活费的数据分析

（3）在校大学生目前拥有手机数量的数据分析 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。

据调查数据显示，的在校大学生拥有一部手机，的在校大学生拥有两部或两部以上的手机，也有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，的在校大学生对于手机品牌的注重程度为一般，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，oppo占，小米占，也有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，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、两年期限为，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

（8）在校大学生在选购手机时考虑因素的数据分析 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。

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

**手机消费情况报告总结范文 第十五篇**

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，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

**手机消费情况报告总结范文 第十六篇**

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

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，的学生集中在300-500之间，500—1000之间的约为，的学生集中在1000-15000之间，高消费人群(1500以上)约占的比例。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。

**手机消费情况报告总结范文 第十七篇**

一、调查结果总结

(一)家庭平均月收入

经调查，家庭平均月收入在1000元以下的学生占10%，1000-3000元占22%，3000-8000元占44%，8000元以上24%。

(二)月平均消费金额

月平均消费金额600元以下的占8%，600-800元占20%，800-1500元占48%，1500元以上占24%。由此可见，大部分学生的月平均消费金额为500-1500元，每月消费金额超过1500元的只占13%，社会上一些舆论认为大学生代表着高消费，代表着奢侈浪费的看法是片面的。

(三)每月的生活费

大学生的生活费主要来自于家庭，也有一部分学生经过打工赚取生活费甚至学费。感觉生活费月月有余的学生占6%，感觉刚好够花的占，感觉不够花的占。可见接近一半的当代大学生用钱缺乏计划性，缺乏理财本事。

(四)消费方式

大学生在消费时选择能省则省的占，有计划消费的占，想花就花的占36%，选择其他的占46%。可见许多大学生的消费方式比较随意，缺乏计划性，所以导致钱不够花。

(五)每月的饮食开支

每月饮食开支在600元以下的学生占12%，600-800元占20%，800-1000元占38%，1000元以上占30%。每月饮食开支在600元以下意味着每一天的饮食开支仅有20元左右，在目前学校食堂价格条件下，这样的学生基本上吃不到多少肉。而每月饮食开支在600元以上的学生，除了正常的就餐外，几乎天天买饮料喝。

(六)平常购买学习资料的钱

大学生每学期购买学习资料的钱，200元以下的占36%，200-300元占34%，300-600元占16%，600元以上占14%。可见大学生平时买书的并不多，除了一部分考研、考各种资格证的学生外，一般不买教科书以外的书。

(七)每月与恋爱相关的开支

在每月与恋爱相关的开支中，选择单身的占50%，选择100元以下占5%，100-300元占21%，300元以上占24%。由此可见谈恋爱的学生，每月在恋爱方面要比其他学生平均多支出200元以上。

(八)当手中有余钱时最愿意选择的消费项目

**手机消费情况报告总结范文 第十八篇**

一、前言

进入了二十一世纪，社会信息化进程加快，高新科技产品成为了消费热点，手机作为其代表之一，日益普及。手机消费正由贵族化向平民化方向演进，手机生命周期正由成长期向成熟期迈进。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，大学生手机消费已经成了一种新的消费理念。

随着科技的不断进步，经济的不断发展，人们的消费水平不断提高，其中的手机消费也日益变大，手机已渐渐不再是个别人物的身份的象征，也不再是大人们的专用，年轻人，尤其是大学生已悄悄成为新的消费人群。越来越多的商家也已开始把大学生作为手机购买群中最重要的消费群体之一，开始为大学生量身订做了很多款适合大学生使用的手机。手机，作为一种重要的联络手段，一种高端科技产品，一种时尚的象征他身份的标志，手面在校园里的普及率已经超乎人们的想象。

(一)调查目的

1、了解大学生的消费习惯(消费档次、品牌偏好、购买关心要素、选购意向，影响购买决策的因素)。

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(看法、建议)。

3、手机产品市场现状与潜力分析，了解手机销售市场竞争的情况，潜在市场的客量(潜在消费者的接受程度和挖掘市场的空白份额)

(二)调查方法及基本情况

为了真实地反映出大学生的手机消费状况，确保调查结果的真实性、客观性，从而使我们准确地推出大学生市场的潜力方面的情况，本次调查确定方法和原则如下：

1、调查方式：

(1)文案调研(获取重要的一手资料)

**手机消费情况报告总结范文 第十九篇**

>一、调查背景

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。

>二、调查目的

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

>三、调查内容

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

>四、调查对象和调查地点

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。

>五、调查方式和方法

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。

>六、调查结果及分析

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

**手机消费情况报告总结范文 第二十篇**

一、问题的提出

当前的消费市场中，随着经济社会的纵深发展，我们大学生作为社会特殊的消费群体，我们的消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响我们世界观的形成与发展，进而对我们一生的品德行为产生重要的影响。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，培养和提高我们的“财商”，在当前就成为我们当大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越大的关注。由于大学生年龄较轻，群体较特别，有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。一方面，有着旺盛的消费需求，另一方面，尚未获得经济上的独立，消费受到很大的制约。消费观念的超前和消费实力的滞后，都对大学生的消费有很大影响。特殊群体自然有自己特殊的特点，同时难免存在一些非理性的消费甚至一些消费的问题。为了调查清楚大学生的消费问题，我们决定在身边的同学中进行一次消费的调研。

二、问卷情况

本问卷共发放150份，收回有效问卷146份。发放以我们周围的同学为主。

三、数据统计和分析

1.总消费额

统计结果表明，消费额主要集中在400——800，对纯消费群体，我们觉得这个结果略低。我们认为，合适的人数分布峰值应该出现在500——800区间，其他区间大概符合正态分布

2.恩格尔系数

由表中数据可看出，饮食方面支出居于250-350的人数最多，“吃饭消费”占总消费的比例较高，因此，大学生这一群体的恩格尔系数较高，这可能是这一群体的特点。虽然考虑到，数据受限于学校的物价水平，但还是可以反映大学生消费支出的大概情况。

3、通讯开支

随机问卷得到的结果，拥有手机的同学居然占到被调查总人数的100%，可见大学校园手机的普及率之高。月花费高于50元的占到43%，已经接近一半。以我们的感觉，似乎大一的时候电话方面支出较多，而大二除了极个别人外似乎这方面的支出锐减，而我们的数据也基本反映了这个特点，，接近八成的同学每月都很少打电话，或每

4.打工目的方面个电话时间较短。即使考虑到目前的手机普及率，大家这方面的消费还是比较的合理。

最高的选项是增长社会经验，可以看出，大部分人做家教的目的不在于经济方面，而只是为增加社会阅历，由这点也可以看出大家普遍的经济状况较好，有足够的资金应付日常支出。

5.生活资金来源及家庭收入

九成以上的被调查者资金主要是由父母或家庭提供这个数据还是说明了一些问题，这种情况是大学生的普遍情况。很多社会因素我们无法改变，但是我们需要关注的是，很多人居然认为这是天经地义的事，即使做家教，也不是为了减轻父母的负担，或是尽早经济独立，大家经济独立意识之差可见一斑。

6.自我评价

结果显示，71%的被调查者认为花销较大，与自己的预期不符。可是，大家又一直保持着这种花费势头，这也算是大学生消费心理脆弱的一定表现。

四.思考

综合以上的数据我们可以看出，大学生目前正受到社会的影响，具有多种经济状况和消费能力的个体，区分程度相对稳定。但是大学生作为一个群体在消费方面是有一些共性的特点。

a、当代大学生消费新概念

1.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，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20\_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。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。

2.追求时尚和名牌是不老的话题

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！