# 手机问题调查范文21篇

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2025-03-11

*手机问题调查范文 第一篇>关键词：手机使用调查、外显因素、主观因素、调查显示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、>实验程序：调查人员在20xx年5...*

**手机问题调查范文 第一篇**

>关键词：

手机使用调查、外显因素、主观因素、调查显示

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、

>实验程序：

调查人员在20xx年5月26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）

>结果：

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！

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。

**手机问题调查范文 第二篇**

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

>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。

**手机问题调查范文 第三篇**

>一、调查题目：

关于大学生上课玩手机的调查

>二、案例重现：

案例二：因寂寞无聊四川八成大学生上课玩手机

噼噼啪啪！大学课堂上少闻“沙沙”写字声，手机按键声却不绝于耳……记者获悉，四川师范大学成都学院的师生们近日就此在省内各高校展开了一项专项调查，结果令人震惊不已，竟有的大学生坦承每天上课其心思都在玩手机而无心听课！如今的大学生究竟怎么了？

针对这一现状，四川师范大学成都学院出台新规，明确禁止大学生在课堂上玩手机的行为，一旦发现，任课教师也要连带受罚！据悉，此项规定在全国高校中尚属首次。

**手机问题调查范文 第四篇**

一、前言：

二、市场调查的原因及背景：

中国是全球最大的移动通信市场，截至20xx年底，国内手机用户数已接近亿，稳居全球第一。我国用户对移动通信的有效需求持续加大，加上手机对固定电话替代性竞争加剧，手机用户数增长加快。

\_统计显示，截至20xx年9月底，我国手机普及率达到每百人35部。按照每月300万至500万户的增长规律，目前手机用户数已逾亿户。

随着市场的扩张，手机普及率不断提高，更新换代速度加快，销售价格逐步走低，行业竞争日趋白热化，从而使得对消费者行为和顾客价值的关注成为业内企业获得和保持竞争优势的重要途径。

三、调查分析：

.中国手机市场特点

核心技术缺乏

中国的手机企业在20xx年展现了强劲的发展势头。根据有关部门发布的数据，20xx年上半年国内市场累计销售的万台手机，其中国产品牌手机的份额第一次超过了国际品牌，达到55%。波导股份公司和TCL公司已经进入国内手机市场销量前三名，波导半年销售超过600万台，以的市场份额领先于摩托罗拉();TCL销售500万台，市场份额，位居第三。但核心技术的缺乏导致新产品推出的速度慢，产品间没有明显差异化和清晰的市场定位。摩托罗拉和诺基亚极力推广彩信手机、彩屏手机和GPRS手机时，国内手机厂商只有望洋兴叹。其二由于核心技术的缺乏，国内手机难以健全产品线，中高档的市场定位受到技术的挑战。在20xx年10月份诺基亚发布了七款新产品，三星也推出三款主打新产品，都基于MMS,彩屏和GPRS技术，而国内手机厂商一般每年仅能推出3-5款新产品。

重视手机外观设计

在手机外形上，国外品牌像诺基亚、西门子则一直坚持着直板的欧美风格，而国产手机大多采用了亚洲人更喜欢的折叠翻盖式，吸引了不少消费者。核心技术一直是制约国产手机发展的一大障碍，国产厂商主要是从韩国引进机型，贴牌生产，因而丧失了很大一部份利润空间，目前国产厂商更多的是在软件方面进行研发，包括手机的外观、功能等，以此吸引消费者。

产品更新速度加快

快速将概念“市场化”是诺基亚手机成功的关键因素之一。速度竞争包括新产品的推出速度和占领市场的速度之所以越来越重要，在于:

一是客户需求变化太快; 二是新产品生命周期缩短，目前一款新的手机的市场生命周期平均不足五个月;

三是激烈的价格竟争，速度可以减小价格竞争冲击;四是速度是回击竞争对手的最佳办法;五是速度取得在位优势，容易成为市场热点，领导市场走向这是一个“快鱼吃慢鱼”的时代。

营销竞争越来越激烈

在目标市场选择上，国外品牌已经开始从大城市向小城市转移，进军二三线市场，而国产品牌则在继续巩固现有市场的基础上，开始从农村向城市包围。总之，共同的目标都是为了最大限度的占领市场。在产品策略上，国外品牌依然保持高中低端产品全线进攻，并在高端市场引领潮流的策略，而国产品牌则开始了对低端产品的研发，因为相对于高端手机，中低档手机的市场容量更大，据估计至少占整个市场25%的份额。在渠道策略方面，国外品牌也已经开始借鉴国产品牌的经

验，采用包销制。例如，摩托罗拉在华南地区就采取了省级包销的模式。

.消费者心理动机分析

手机不只是单纯的科技装置，手机是一种社会化的商品，其使用往往反映出 社会范畴或社会经济群体的差异，受社会经济基础、社会结构的制约，也塑造新的行为模式。手机以青少年与年轻群体为主要用户，反映出年龄在消费中的差异;富有阶层的炫耀型消费与收入较低阶层持有率较低的现象反应阶级或收入的差异;市场上针对女性设计、制造、营销，以及手机广告传递、塑造的女性印象反应出性别的差异。

.手机市场用户关注分析

手机品牌关注分析

随着科技的发展，曾经高高在上的手机正在成为非常普及的消费产品,而手机产品的同质性要求手机生产商赋予其产品更多的附加价值，这使得品牌竞争成为了手机市场上的主流，因为只有用强有力的品牌，才能建立品质一流与值得信赖的公司形象。品牌带来的是用户的认同，在更新换代越来越快的移动通讯市场上，抓住老用户有时候比拓展新用户还重要。所以对各手机企业来说，只有品牌才是核心竞争了，才是永恒的价值所在，必须让自己的品牌超越产品!

**手机问题调查范文 第五篇**

调查课题：山农大东校区10级新生主体领导意识的调查研究

一、调查背景

随着社会的发展，现代社会对公民的主体领导意识有越来越高的要求，现在学生特别是大学生成为推动社会经济发展的一支不可忽视的重要的特殊群体，现在大学生就业压力进一步加大，所以在学校加强学生领导意识的培养成为一种趋势。

二、调查目的

通过对山农大东校区的学生的领导意识情况和影响因素的调查研究，探求现代大学生领导意识形成的一般模式，为日后大学新生活动的组织和人才素质培养方案的改善奠定基础，同时作为地区个案，对于社会学、领导学和行为组织学的理论建设也有一定的考价值。

三、调查对象

山东农业大学东校区10级入学新生 分析单位：个人

四、调查内容和工具

调查内容：大学入学新生的主题领导意识

调查工具：问卷调查、访谈卡片(见附件)

物质条件：录音笔、手机

五、调查方式、方法及具体实践

调查方式：直接调查为主结合间接调查、抽样调查和个案调查

调查方法：问卷法为主、结合访谈法、观察法

资料分析方法：统计分析、结合理论分析

1、以问卷调查为主，具体实施方法如下：

在完成调查问卷的设计和制作的相关工作后，就可以开展具体的问卷调查了。把调查问卷平均分发给被调查人，统一选择早晚自习这段时间开始进行调查(因为这段时间学生们集中在教室内，便于调查开展，能够给本次调查节约时间和成本)。

调查员在进入教室后说明来意，并特别声明在调查结束后将赠送被调查者一份精美礼物以吸引被调查者的积极参与、得到正确有效的调查结果。调查过程中，调查员应耐心等待，切不可督促。调查员可以在当地当时收回问卷，也可以第二天收回(不建议)。

2、以访谈为辅助调查，具体实施方法如下：

由于调查形式不同，对调查者所提出的要求也有所差异。调查员在访谈前要事先做好充分的的准备、列出调查所要了解的所有问题。调查员在访谈过程中应占据主导地位，把握着整个谈话的方向，能够准确筛选谈话内容迅速的做好笔记以得到真实有效的调查结果。

**手机问题调查范文 第六篇**

大学生使用手机调查报告

一、调查方案

(一)调查目的：通过了解大学生手机使用情况，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：

(三)调查程序：

1.设计调查问卷。

(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

大学生手机使用情况调查问卷

同学您好：

请问你可以帮我做个调查嘛？

您的手机牌子是什么?

a.诺基亚b.三星 d.国产 e.其他

您购买手机的场所是?

**手机问题调查范文 第七篇**

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：

20xx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补准确的。

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承当的。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。

**手机问题调查范文 第八篇**

如今社会的发展越来越快，信息在这其中起了决定性的作用。手机作为一个20世纪末的新事物，从她发展的雏形期作为一个简单的通讯工具，走到现在成为一个新的信息载体，在某些方面的优越性已经超过了报纸等其他的媒体。成为了第四媒体。现在越来越多的人已经将手机作为一个随身必备的物品。而作为当代主力军的大学生们，拥有手机更不是一件稀奇事。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，本人做了关于小于手机的调查报告。

>一、 调查目的

了解手机在大学生中的普遍情况、使用效果以及消费情况。

>二、 调查对象

科学校区的学生

>三、 调查时间

20xx年5月3日——20xx年5月10日

>四、 调查方式

观察法和随机访问

>五、 调查内容

主要调查了在校大学生所使用的手机品牌、手机功能、消费情况等等。

>六、 调查结果

（1） 大学生使用手机情况及品牌分布

在被调查的大学生中，所有人都拥有自己的手机，由此可以看出，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。就品牌来看，使用品牌比较复杂，诺基亚较多。

（2） 大学生对手机功能的需求

通过调查发现，大学生对手机功能的需求比较统一，因此使用中低端手机的同学占大多数。由此可以看出，随着技术的进步，手机制造的技术不断成熟，手机市场竞争日益激烈，手机的价格不断下降，这个价位的手机的功能已经完全能够满足大多数学生的日常需要，并且大学生的消费观念也开始成熟，对高端手机有很多理性的认识。

**手机问题调查范文 第九篇**

手机的使用调查报告

?? 1、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，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。

2、中国的两大通信公司--中国移动通信与中国联通在通信资费上比较实惠，例如两大通信巨头都开通了校园卡业务为大学生普遍使用手机提供了良好的外部条件。

3、社会社会的发展当今越来越快，经济全球化的进程加快，人们的生活水平不断提高，生活水平提高对信息的需求量大和信息的即时性。手机作为一个20世纪末的新事物，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，手机的优越性在某些方面已超过了报子、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。截至20xx年2月，我国手机用户共亿户。其中大学生也占相当份额。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。

二、大学生手机族的消费动机分析

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：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，购买能力弱等各种因素的影响。

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。大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。由于大学生消费群的成员大多处于19-23岁，这一人生中思想最活跃、最擅变的黄金

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，逐渐使他们形成了求新、求异的消费心理，而这种消费心理直接影响到了他们求新款式新功能的购买动机的产生。

3、求方便的购买动机。根据前

面对大学生手机族的调查与分析，得知90%以上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。对于购买手机与家人联系这一目的，据调查显示，多数大学生手机族的父母均持支持的态度，而这种态度对大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。

4、他们对价格廉价的购买动机。85%的大学生手机族所能承受的手机价格在1000-1600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不可分的联系。这种经济现状直接制约了仍处于依赖性消费阶段的大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，3

**手机问题调查范文 第十篇**

>一、调研目的与概况

近年来，随着社会化进程的加快，经济水平的不断提高，手机在大学生这一群体中有了越来越广泛的使用，购买手机的大学生越来越多，手机的更换频率也越来越快。并且，大学生也属于手机消费的主要群体之一，因此，手机市场在大学中也具有很大的潜力，导致很多手机厂商将手机销售推向校园。我们着重从外显因素出发，分析大学生的购买倾向。为了解手机在大学生中的一些使用状况，购买决策因素，对手机的消费情况和市场前景，我们决定以大学生为调研对象，对大学生手机市场做一次调研，以便能更准确的把握这一市场动向。

1、通过对大学生手机消费情况的调研，全面了解大学生手机消费市场的容量及结构、质量、价格和品牌等内容，为大学生对手机消费市场的开发提供一定的参考。

2、研究消费者的行为与心理，了解大学生手机消费情况与习惯。并了解手机市场结构与市场潜力，了解手机在大学生中的使用情况与潜在的市场需求。

>二、调研对象

在校大学生 三、调研时间

20xx年4月30日到5月4日

>四、调研方法

>五、调研方式

本次问卷调查主要采取校园问卷的方式，共发放问卷60份，回收问卷55份，问卷回收率为91%。其中男生占40%，女生占60%。

>六、调研报告

(一)市场状况分析

近年来，手机在大学生这一群体中广泛普及，学生手机拥有率到达100%。智能手机更新换代迅速，手机市场不断更新。而现在学生使用手机频繁，手机磨损也较为严重，有一些调查显示，很多大学生在2年内会换一次手机。因此，大学生也是手机消费中一个巨大的群体，大家追求时尚与新颖，手机市场在大学生中具有很大的发展潜力。

（二）目前学生手机市场份额分析

根据调查显示，在学生手机市场份额排名靠前的分析，小米、魅族、华为、苹果都是学生手机选择中靠前的。从数据中也可以看出，大学生对国产品牌手机的信赖在加大，对国产手机的的认可度也在提高。

（三）大学生了解手机信息的途径

**手机问题调查范文 第十一篇**

>前言

>一、调查目标

(1)了解中学生使用手机现状

(2)研究使用手机的利弊

>二、调查方法：问卷调查

采用问卷形式，在学生中进行抽样调查。共发出调查问卷200份，初三150份，高中50份。成功收回185份。其中男性占53%，女性占47%

>三、调查结果

问卷调查结果确认（总人数：185）

>四、结果分析

据调查结果显示，在我调查的学生中

1．有％的学生拥有自己的手机。(这足以显示出了现在中学生正处于手机热当中。)手机成了每个人必不可少的通讯设备，成为了学校中普遍见到的用品和谈论话题。

2．有％的同学是家长专门配置的新手机。

3．有％的人为了与家长联系，％的人为了发短信、玩游戏，还有％的人说：“时尚”!

4．惊人的是，有％的同学把手机带到学校来，并且大多学生把手机放在口袋里。

5.更令人吃惊的是居然有的学生认为手机不会影响学习。

>五、中学生是用手机利与弊（评价学生带手机）

1、手机作为高科技产物，确实可以给我们带来许多生活上的方便，学生可以通过手机及时与家长联系，也可以向老师汇报学习等。

评论：学校已经安装了IC卡电话，与家长及时联系汇报学习难道非用手机不可？

2、与以前同学多交流，可以保持原有的关系；与现在的同学多交流，可以增进友谊,遇到疑难问题时,可以用手机进行讨论。

评论：“与以前同学多交流，与现在的同学多交流”拜托，这也多交流，那也多交流，哪里有那麽多的时间。现在学生学习十分紧张，我们作为学生，就应该把绝大部分时间拿来学习文化知识。

3、一些手机的拍摄功能，可以随时拍下一些有意义有价值的东西。

评论：这也算“利”呀~！明明就是耽误学习吗。

4/里面的闹钟装置,可以随时使用.

评论：手机最少也要100多元，一个闹钟才多少钱呀！

5、通话记录功能,手机不像家里的电话一样不在家的时候别人打电话来不知道,在手机里是有记录的。方便查阅。

评论：我再强调一下，我们是学生，那里会有那么多与人联系我们6手机的本身小儿玲珑，占很小的面积可以随身携带。评论：如果不携带，根本就不占“面积”

7、当学生外出游玩或在其他地方遇到危险时可以及时向家长，老师或警察求助。

评论：外出游玩可以带，但在学校不可以带。上学又不是游玩

8可以向老师汇报学习情况,疑难问题也可及时找老师请教,在学校遇到困难也可跟老师反映。

评论：可以用IC卡电话！

以上所说的“利”的确是手机的方便之处。但绝不是中学生使用手机的利。而下边所说的弊才是针对中学生而言的。

1、助长学生攀比成风。每到课余时间或放学以后，一些学生就会围在一起，相互“切磋”手的款式和功能。校园里的手机越来越多，档次也越来越高，对那些没有手机的学生很容易造成心理上的不平衡。在攀比之风的影响下，有些学生开始盲目追逐，因为手机更新换代十分迅速，外形、功能都日新月异，学生会炫耀自己的家境，父母地位。这样会让学生把父母当成靠山,不思进取。

2、不良信息，玷污心灵。许多垃圾或不良信息会影响到孩子，比如不健康的信息或者中奖信息等等，况且孩子的警惕心理也不是很高，容易受骗。

3、在部分场合下，手机还有作弊的功能，中考已经下了禁令：严禁将手机带入考场。

4、若有不良行为的学生会发生偷盗现象，影响校园治安，有手机的中学生也成为一些犯罪分子欺骗和抢劫的对象。

5、手机对人有辐射。

许多广告只说手机有多少多少先进功能，却从未提对人体伤害。青少年正处在生长发育的黄金阶段,如果因为手机而对身体伤害,岂不追悔莫及。

6、短信聊天，影响休息，贻误学业。多数家长反映，孩子用手机谈论学习的内容少，用于同学之间联系或发短信的多。有些学生甚至用手机谈恋爱，使家长极不放心。

7、额外增加父母负担。在学校进行的抽样调查显示，学生购买手机的资金全部直接或间接来自于父母，另外，还有每月几十元到上百元不等的话费也需要家长掏腰包。

>六、结语

中学生使用手机，一言蔽之，就是弊大于利。但为什么学校无论用什么办法都不能制止学生使用手机呢？其原因就在，现在的青少年的思想道德建设做得不够。在以往的学习中，学校、老师及家长过分的注重学生的学习成绩，而对青少年的思想教育所做甚少。以至于大部分青少年没正确的人生观，价值观。说到底就是不能分辨是非，不知道自己该做什么，不应该做什么。

我觉得学校一方面要做好“禁机”的工作。另一方面要加强学生的思想道德建设，做好引导，帮助学生树立正确的价值观！

**手机问题调查范文 第十二篇**

为了取得更好的市场占有率，获取更多利润，手机销售商在促销方面煞费苦心，花样繁多。本次调查显示，在所有促销手段中，价格上的实惠仍然是让消费者最为动心的方式，有的被调查对象选择这一方式，在所有促销方式中居于首位；其次送礼品也颇得消费者青睐，的被调查对象选择这一方式；再次，折价换购这一变相降价方式也得到了一部分消费者的欢迎，选择这部分被调查对象的比例为；与运营商捆绑销售的比例为，最后，抽奖的比例最低，为。这说明，越是实实在在的优惠手段，越能打动消费者。

由于居民收入水平提高，移动电话价格不断下调，人们对于手机的价格承受能力逐渐增强。在手机价位方面，人们并非单纯强调低价格手机或追求高档新潮手机。本次调查中，20\_至3000元价位占到，居第一位；的人购买1000到20\_元价位的手机；除此之外各个价位的被调查者比例都低于10%，1000元以下和3000元以上的总和只有。可见，中档手机是未来用户选购的主要对象，1000—3000元是绝大部分消费者比较认可的价位。

半数多的用户认为手机应具备蓝牙功能；四成多的人认为应该单向收费。

在移动电话资费的收取方面，的人认为应该单向收费，以秒计费的被调查者比例为，以6秒为时段计费的被调查比例为，认为应该按分钟计费的用户最少，仅占。

**手机问题调查范文 第十三篇**

近年来，随着时代的发展和人们的生活水平的不断提高，手机已经逐渐从一种奢侈品变为人们日常生活中普通的通讯工具，手机的消费群越来越广，校园也正在成为手机消费的巨大城市，中学生中的手机一族也越来越多，我们对校园手机问题作了以下调查：

>一、校园使用手机的现象及调查分析。

在能不能用手机这个问题上，有的家长认为现在成年人手机已经普及了，孩子们用手机是一种趋势，孩子有了手机，就相当于家长放出去的风筝，给孩子身上绑了一根线，可以控制孩子的行踪，如果给孩子买张电话卡，给家长打电话的主动权就掌握在孩子手里，有时孩子回家晚了，家长不放心，又无法取得联系，只能干着急。而孩子多数贪玩，玩起来就忘了给家长打电话，因此，有些家长宁肯自己生活上节俭一些，也要给孩子花这个钱，而在学校，学生大部分时间是用于娱乐玩耍的，都普通存在上课期间发短消息的情况，手机在学校真实的使用状况可见一斑。

>二、校园使用手机的危害分析。

第一、它滋长了学生间盲目追求时尚的虚荣心理，造成学生间的攀比。

第二、心智尚不成熟的学生往往会被各种不良手机信息所迷惑。

第三、加重家长经济负担。

第四、手机用多了，会产生手机依赖症，具体表现在手机没带在身边就心烦意乱，无法正常学习。

第五、中学生玩手机还会中毒。

第六、产生不安全因素。

第七、可能会诱使学生犯罪。

>三、应对校园手机问题的措施和建议。

1、校园禁机令。

我认为，手机作为科技进步带给人类的新工具，本身并无利弊对错，进入校园后出现的负面影响，进一步暴露了学生规则意识，缺乏学校德育的老问题，学校一纸禁令虽然只能在表面上解决问题，但在还没有找到合适的，更好的处理办法前，还是十分需要这一纸禁令的，毕竟学校老师面对的还是一群没有多少自制度力的学生。

2、加强学校德育教育，提升学生思想素质。

如果要彻底解决手机问题，我觉得最根本的是要整体提升学校德育水平，要培养学生的规则意识，公德意识和自律意识，让学生具备自律意识，以健康文明的心态使用手机。不然，科技越发展，科技数码产品应越多越新颖。

总之，这是一个十分棘手而又重要的问题，解决这一问题，学生们要学会自律，学校要加强引导，而家长们也要极力配合，我想只要三方合力，手机不再成为学校大害，也不会影响课堂学习状况，而是成为学生辅助学习方便生活的好工具。

**手机问题调查范文 第十四篇**

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;

(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

大学生手机使用情况调查问卷

同学您好：

打扰一下，帮我填一个表可以吗?为了了解在校大学生对手机消费的需求，我特地展开了此次的调查活动，希望您在百忙之中抽出宝贵时间帮我完成这份市场调查.，将您的选项填入括号中。

1.您目前拥有手机吗? ( )

a.有 b.没有

2.您的手机牌子是什么?

a.诺基亚 b.摩托罗拉 c.三星 d.索尼爱立信 f.夏新 g.其他( )

3.您购买手机的场所是?

**手机问题调查范文 第十五篇**

>调查说明：

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xx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，xx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。

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。

**手机问题调查范文 第十六篇**

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)

**手机问题调查范文 第十七篇**

>一、课题提出的背景：

随着社会的发展，通讯工具日新月异，拥有一部手机已不是一件新鲜事，不仅老年人使用手机比比皆是，连小学生也不乏其人，家长给孩子配手机原因各种各样，但出发点都是好的，也确实达到了他们的目的，但孩子毕竟是孩子，手机在给他们带来便利的同时，也存在着负面影响，我们认为有必要从小学生使用手机的利与弊以及必要性等方面展开研究。

>二、该课题调研的目的、意义：

通过对小学生使用手机现状进行调查，分析小学生使用手机的科学性和必要性，给家长和学生提出一些相关的要求，给广大的家长朋友们一个参考意见，克服在使用手机过程的一些问题和盲点。使学校、家庭对此做出更为科学、更为合理的安排，以促进学生更加健康、和谐地发展。

>三、研究内容

1．本校小学生使用手机的数量；

2．家长给孩子使用手机的目的；

3．小学生使用手机的利与弊；

4．小学生使用手机是否要禁止；

>四、研究方法

1、问卷调查法

2、走访座谈法

>五、调查分析

1、本校拥有手机的人数

通过询问每班班主任，统计全校学生中，70个左右学生有手机，这些同学中，主要集中在四——六年级，特别是五六年级。有几个同学虽没有自己的手机，但遇到要紧事家长也会让孩子带着。

2、购买手机的心态

给每位有手机的学生以及家长发放了问卷调查，共68份，回收65份，发现家长100%都为了方便联系，而学生也很乐意接受父母的安排，因为这样既方便了联系，而且觉得这样很时尚，很神气。

3、手机的用途

（1）回收的65份问卷中，有65位同学，是联系父母使用的，如有的向家长汇报动向，有的询问放学后到奶奶家吃饭还是回自己家等。

（2）有23位是与同学联系,增进友谊,把烦恼和同学讲,减轻压力，学习上交流,共同进步。这主要是高段学生。

（3）有56位同学有时要打打游戏。

4、购买手机的资金来源

有63位是父母给的，其中48位是新买的，15位是父母用下的。还有2位是亲友送的。

5、校园里的手机消费情况

调查显示，在学生手机族中，每月手机费用普遍较低。学生手机消费每月在20元至40元之间。短信费所占月通话费比例在逐步提高，60％左右的同学每月短信费都超过了话费总额的30％，甚至有四分之一的同学每月的短信费占话费总额的60％以上。

6、学生使用手机的利弊

在本校中高段学生中，随机抽取了50位家长与学生进行问卷调查，发现家长赞成小学生使用手机的有18位，不赞成的有28位，还有4位无所谓。学生中有19位赞成，反对13位，18位无所谓。对于手机使用的利弊各有说辞，下面是双方的观点。

益处：

（1）方便家长与孩子的联系

有时父母工作忙了照顾不过来，给孩子买个手机，可以随时询问他下课后没按时回家的原因；还可以问他在外面时都在做些什么；和哪些同学在一起。有时春游结束后也能联系家长接送等。

（2）增进与同学的友谊

有些学生认为，现在同学之间有事联系经常用短信，有时节日到了发个短信祝福，能增进友谊，如果没有手机，与同学之间的联系就会减少。

（3）锻炼动手动脑能力

手机有很多功能，哪怕是打游戏，也能锻炼一个人的反应能力，有助于开发思维。

（4）适应时代潮流

部分家长认为，现在是科技化、信息化的社会，应该让学生们从小享用科技带来的方便。手机作为当今社会普遍的通讯工具，早该在小学普及，难道还要等到上中学、大学时，学生还把手机当成新鲜玩意儿？

弊端 ：

（1）是不必要的消费

在校学生由于生活圈较为固定，没有必要，可能会是一种物质的浪费，额外增加父母负担。在学校进行的抽样调查显示,学生购买手机的资金全部直接或间接来自于父母,另外,还有每月话费也需要家长掏腰包，对于经济条件并不宽裕的家庭来说,给孩子买手机等于是给家长增添了新的负担.

（2）助长学生攀比心理

每到课余时间或放学以后,一些学生就会围在一起,相互\_切磋\_手机的款式和功能。对那些没有手机的学生很容易造成心理上的不平衡。在攀比之风的影响下,有些学生开始盲目追逐。

（3）影响学生学习

如上课时手机铃声影响课堂秩序，也影响到其他同学学习。短信聊天,影响休息,贻误学业。

（4）手机辐射对身体健康有害

英国《星期日泰晤士报》发表的一份研究报告提醒人们，由于青少年的耳朵和颅骨比成年人更小、更薄，因此，孩子在使用手机时，大脑中吸收的辐射比成年人要高出50%。而一位从事职业病防治的教授也表示，青少年的免疫系统较成人脆弱，因而特别容易受到手机辐射的影响。手机辐射会对脑部神经造成损害，引起头痛、记忆力减退和睡眠失调。而手机游戏也有可能使孩子耳聋，一般来说，85分贝就有可能损害听力，当把手机放在耳边时，有些游戏的伴音比喷气式飞机发动机旁边的噪音还大，大大超过120分贝的痛苦极限。为健康着想，人们尤其是儿童应该尽量减少手机的使用。

（5）不良信息玷污孩子心灵

手机上的“黄段子”、可下载的\_、大量“中大奖” ”的不良短信都是对孩子身心健康的威胁。

7、教师的观点

采访了本校20名教师，3名认为，如果确实非常有必要，而且学生自控能力比较强的，允许带手机。其余都不赞成，原因是：

**手机问题调查范文 第十八篇**

经过长时间的观察分析研究发现，中低年龄层手机普及率的增长要明显高于中年层的居民，而且，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。现在的大学校园、高中校园里，手持手机边走边通话的大学生、高中生已是屡见不鲜了，甚至在沿海及东部发达地区某些初中生、小学生中也出现了许多“吃螃蟹”者，且这股手机潮仍有愈演愈烈之势。作为全球市场容量最大、最有潜力的中国市场，国产品牌手机与外资品牌手机的争夺战也愈演愈烈。在这种大背景下，无收入、无职业却拥有无穷消费潜力的特殊消费群体——学生手机族，已经成为手机消费市场中一支不容忽视的生力军。学生手机市场逐步成为一块新的大，越来越多的厂商已经开始关注学生消费群体并觊觎这块大蛋糕。那么手机厂商到底该采取什么样的策略才能在学生手机市场上叱咤风云呢？下面是对本校大学生作出的调查研究，了解大学生对于手机的消费情况以及潜在的需求。

>一、市场状况分析

（一）市场容量和潜力

校园的学生群体当中，大学生、准大学生群体是目前学生消费群体的主力军。目前学生手机年消费量约在50万部左右，约占市场总消费量的8、2%，虽然还不能说对手机市场起着举足轻重的作用，但这一特殊的消费群体具有群体所不具备的优点和潜力，抓住这块市场，对于厂商来说大有裨益。首先是因为群体的规模较大和增长速度较快。随着近几年来各地高校的不断扩招，目前全国每年新增大学生超过了250万，高校在校生人数得到了快速的发展，今年在校生人数将接近900万，而这些年龄段在18—25岁的年轻人正是手机消费的主要群体。此外，大学生基本以集体生活为主，相互间影响大、信息交流快，这就非常利于进行集中式的促销活动，与在其他的市场上做促销相比，同样的促销投入能得到更好的回报，尤其是对一些进入市场不久、知名度不高的手机品牌来说，往往能起到事半功倍的作用。

根据国家部《20\_年教育事业统计主要结果及分析》显示，20\_年全国学生数共有31879万人，其中全国普通、成人高等学校本科、高职（专科）在校生达万人；整个高中阶段教育共有学生万人；全国普通高\_有学生万人。直至20\_年每年这些数据都在大幅增加。目前，学生的基数是很大的，我们应该好好发掘这个潜在的巨大市场。

随着手机市场首次购机比重的逐渐萎缩，每年近250万的入校新生和近200万毕业生的大学生市场就显得尤为重要，他们将是以后首次购机人群稳定的主要组成部分。此外，大学生群居性、集中性购买的特点非常利于商家们进行季节性的重点促销，能得到更高的投入产出比；年轻人勇于尝试的个性化特点也给了一些手机中小品牌与大品牌竞争的机会。目前的大学生用户就是将来的中高端用户，抢占大学生市场，不但能提升现在的市场占有率，也是在抢占未来中高端用户的心理市场。

由以上分析，我们可以得出结论：学生手机市场是个很广阔的具有巨大发展潜力的市场。

（二）目前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34%、摩托罗拉21%、三星11%等，这几个品牌无一例外都是主要以中低端机冲击市场，目前国产品牌在学生市场中认可度也在不断提高。众多手机厂商与经销商都认为中低价位款式造型又比较时尚的手机就是学生手机，但是这是否就成为学生的最佳选择，是否就能够真正满足学生的潜在需求了呢？下面我们对学生消费群的特点来做一分析，或许我们能够发现什么。

>二、消费者分析

（一）学生消费群的普遍特点

针对目前的学生手机市场这块大蛋糕，我们怎样才能够从众多商家中夺得更多的的份额呢？我们只有针对大学生的特点进行分析，进一步地细分，找出大学生们的潜在需求和市场空白，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；

3）具有求新、求奇的消费心理，对一切感兴趣的新奇事物产生强烈的消费欲望，对新产品新技术反应极其敏感，易于接受新事物；

4）渴求、需要更多的情感沟通与交流；

5）物品的使用大多“喜新厌旧”；

6）主要任务是应付繁重的学习，各方面的压力较大；

7）生理上正处于生长发育阶段；

8）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；

9）品牌意识强烈，喜爱名牌产品；

10）对家庭购买的影响力越来越大；

**手机问题调查范文 第十九篇**

>引言：

近十年来，不论全球手机市场还是中国手机市场，诺基亚都占据着最大的市场份额，其产品使用人数之多、覆盖范围之广令其他品牌望尘莫及。尽管与诺基亚差距悬殊，但其他品牌并未放慢追赶的脚步。特别是联想手机在南平市的发展更是突飞猛进

>一、小组成员：

XXXXXXXXXXXXXXX

>二、人员安排：

XXX负责滨江路问卷调查。XXX负责四鹤问卷调查XXX负责马坑路问卷调查。XXX负责八一路问卷调查。XXX负责数据的处理分析和报告的撰写。

>三、资金预算：

问卷打印费用：元/份X50份=10元2.调查报告打印费用：元/张X10张=1元总计：11元

>四、问卷样本：

联想手机南平市场的消费者需求情况调查

您好：随着市场竞争日趋激烈，消费者需求呈多样化。为了了解联想手机在南平市场的消费者需求情况，更好地打开手机市场，我们特地开展此次调查活动，希望您给予支持和帮助。

1、您的性别是:

A、男性

B、女性

2、您目前使用的手机品牌是:

A、国内品牌(步步高、联想、联想等)

B、国外品牌(诺基亚、索爱、摩托罗拉等)

3是否会推荐周围的人使用联想:

A、会

B不知道

C、不会

4、您喜欢哪种类型的手机

A、音乐手机B、智能手机C、商务手机

5、购买手机之前最先关注的是哪方面内容：

A、品牌知名度B、价格C、功能D、外观E、售后服务F、产品质量

6、购机希望的促销活动：

A、价格优惠B、赠送手机配件C、买手机送话费

7、是否了解联想音乐手机：A、了解B、没有

8、对联想手机的了解主要的途径：

**手机问题调查范文 第二十篇**

>一、研究背景及市场概述

第一手调查数据，ZDC撰写了《20\_年中国苹果iPhone用户使用调查研究报告》，以期能够为市场各方提供参考依据及策略支持。

注释：苹果iPhone用户是指正在使用美国苹果公司自20\_年6月至今所上市的iPhone系列任何一款产品的用户。

报告关键数据：

的苹果iPhone用户年龄分布在18-30岁之间。

的苹果iPhone用户拥有本科及以上学历。

的苹果iPhone用户居住在二线及以上城市。

苹果iPhone用户中从事销售职业的用户比例最大，为。

的苹果iPhone用户的职位为普通员工。

的苹果iPhone用户目前使用的机型是苹果iPhone 4 16GB。

的苹果iPhone用户通过中国联通营业厅购买iPhone。

的苹果iPhone用户使用中国移动通信业务，使用中国联通业务。的苹果iPhone用户月资费水平较低，在100元以下。苹果iPhone月资费水平跟其所处职位直接相关。

苹果iPhone用户基本属性研究

Ⅱ 报告摘要

1、 iphone使用者以男性居多

2 、iphone使用者一般20岁左右居多、

3、 iphone使用者以本科生为主

4、 iphone使用者以发达城市为主

**手机问题调查范文 第二十一篇**

>调查对象：

小学生、大学生、成年人、老年人。

>调查内容：

手机使用情况。

小学生甲：“我有手机，手机可好了。可以帮助我解决难题，还可以打游戏，让我心情放松，缓解学习压力。可是我自控力太差，学习一落千丈，自己沉迷于手机，无法自拔。”

小学生乙：“我没有手机，但我的爸爸妈妈有手机，每次我写完作业可以玩玩了一次不过瘾，玩两次才够，但玩第三次时，爸爸妈妈就不让我玩了，我就会不择手段去玩，比如在被子里偷玩，躲到厕所玩，从而眼睛近视。”

大学生：“手机对我们来说太好，不仅可以在短时间内知道作业，还能向老师提出不会的问题，到了晚上，宿舍里的四个人，一人一个手机，有的打游戏，有的聊天，有的刷抖音，到了早上再睡觉，早上的课能逃就逃，能不上就不上。”

成年人：“手机是个好东西，工作群就在手机上，通知也十分快，在第一时间内知道，工作效率也提升了。在业余时间里，可以看知乎，听听音乐，放轻一下自己的压力。”

老年人：“手机是我们生活的一部分，有的人在手机上跳广场舞，有的人在手机上做农业工具，有的人在手机看新闻，可以做到不出户了，知天下呀！手机真是丰富了我们的老年生活啊！”

>总结：

手机是双面刃，用好了可以帮助我们，用不好了，你只是手机的猎物，总而言之，适度用手机，合理安排时间，不沉迷于手机。

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！