

2024 手机消费市场情况调研

手机消费市场情况调研 1

前言：

20xx 年 5 月国产手机市场上，联想随着自家 K900 的上市成功收获两成以上的市场关注度稳坐国产手机冠军宝座，同时这款旗舰新品也成为国产手机市场最大的黑马，自身关注度直线上升的同时，也拉动联想品牌关注度快速增长，不但让联想在整体手机市场超越诺基亚跻身亚军位，而且在国产手机市场的领先优势也进一步突出。

摘要：本次调查主要就联想手机在大学校园的购买行为、使用情况和满意度进行问卷调查，并对结果进行分析。

关键词：联想手机、大学生、购买动机、满意度

一、小组成员及安排

（一）、小组成员：李江涛、何永逵、虞友建、罗瑞忠

（二）、人员安排：罗瑞忠负责问卷设计、虞友建和何永逵负责问卷调查以及结果统计，李江涛负责结果分析并写调研报告。

二、调查背景

目前，大学生对手机性能的要求越来越高，而且对于选择手机的理念也存在很大的不同，那么我们学校对联想手机的选择观念又是怎样的呢？下面我们对一部分学生进行了调查。

三、调查目的

调查同学们对于联想手机选择的态度和要求，以及他们实际上对联想手机功能的应用是否满意。

四、调查概况

(一)、调查时间：20xx年6月27日

(二)、调查地点：广西科技大学

(三)、调查方式：本次调查采用随机问卷调查的方式对南北区的学生进行调查。共发40份回收40份，回收率100%

(四)、被调查者：广西科技大学学生

(一)、目标顾客群体特征分析

目前大学生基本都有手机，而且喜爱的手机品牌没有一边倒的偏向某个品牌。从问卷统计的结果和受访者的观点来看在性能差别不大的情况下大学生更中意外观较而且比较独特的手机。图一显示近一半的学生偏好于800-1500价位的手机。因为这个价位手机的配置跟得上主流，有较高的性价比。而从图二可以看出近一半学生主要靠家人的支持才购买，当然兼职的也占两成。

综合统计的结果来看，大学生由于经济来源不多主要偏好于中低档手机，而安卓手机给他们提供了最佳的选择。而得益于当今网络的发达大部分学生会通过网络去了解自己感兴趣的设备。因而网络宣传对联想来说是扩大大学生手机市场

的途径之一。在调查过程中不少受访者表示如果自己不急着换手机就会在商家搞活动的时候才买。而活动的优惠和赠送则是他们选择商家的主要标准，如果是在电商购买，则电商的信誉会是他们考量的第一要素。

大学生是一个很有活力和弹性的消费群体，特别是女生，当她们发现自己的

手机落伍时，购买新手机的念头会一直存留在脑海中，直到目标实现为止。值得一提的是虽然近年来不少国产手机品牌以及出色的性价比赢得了大学生的喜爱，但是其货源的紧张，很难满足消费者的需求。而作为大厂商，联想在这方面具有很大的优势。

（二）、大学生购买行为分析

学生购买手机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，87.5%的学生是通过网上获得与手机相关信息。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。

当前大多数学生的手机主要分布于中低档，从统计结果来看手机的质量问题

成为他们购买新手机的主要动机。由于联想采用机海战略因而从动机上看，市场前景很大。手机的颜色也是大学生购买手机时的参考因素之一，黑色和白色是主流选择。

性价比是大学生选择手机最重要的参考，就目前来看联想 K860i 和 S820 以及 P770 具有较高的性价比。当然同价位的国产手机也有很高的性价比，所以抛开品牌忠诚度，促销活动才能让联想手机进一步扩展大学生手机市场。

从调查的结果看多数大学生的购买行为属促销反应购买，还有一部分属影响购买。在购买之前他们大多为征求同学和朋友的意见，以此同时他们也会上网了解手机的情况，一般情况下，手机的缺点是他们上网查询的首要任务。

虽然联想手机在中国所占市场为国内手机第一，但是不可否认的是由于做电脑出身，部分学生对联想的认识停留在电脑层面，当别人提到联想手机时，他们就会认为联想手机有些山寨无法和手机出身的品牌相比。因此，外在因素对于他们购买联想手机是很重要的。

（三）、顾客满意度分析

在调查过程中我们重点就联想手机的使用者进行询问，40%的学生认为联想

手机的质量一般，但是相对于国产小厂质量还是有保障的。四叶草的 UI 和性能问题是学生们认为联想手机两个重要的不足（这当然包括对联想手机不太了解的同学，因为联想手机近期的机型性能都是中上）。此外，受访者表示发热问题是他们最头疼的，在调查过程中大部分安卓设备的受访者均受此困扰，因此这不单是联想手机的问题。待机时间方面联想手机均还不错，信号也不错，没有其出现他手机的信号门。

在售后服务方面联想手机的使用者还是挺满意的，他们希望能够增加保修期和在校内开设维修站（和联想电脑一起）。在手机功能方面，使用者均表示满意，内置的应用都很好。

综合来说，联想手机在大学生心中的印象一般，但是随着市场份额的扩大，联想手机的影响力会越来越大，有不少学生表示下一次会考虑购买联想手机。

六、SWOT 分析

就调查的结果我们做一个联想手机的校园市场 SWOT 分析

（一）、S（优势）

1、联想手机能借助联想集团的品牌优势，加大宣传，大学生用户会对联想手机的高科技和服务有认同，现在联想手机在校园的认知度正在逐步扩大，近期推出的手机也有很好的市场反响和用户好评。

2、出色的性价比，虽然国产手机多以性价比为卖点，但是凭借联想的品牌影响力再加上低价会有不少的优势。

3、产品的特色功能和售后服务相对于不少国产手机来说优势明显。

4、民族品牌，在调查过程中民族品牌被认为是一个很大的优势。

5、货源充足，作为大厂家，联想基本没有货源问题。

（二）、W(劣势)

1、音质，相对于魅族、OPPO 等厂家联想在音质上要逊色不少。而调查结果显示大学生对影音和摄影的要求很高。

2、设计，联想手机虽然性价比出色但是在产品的设计上并不是很给力。还有在定制的 UI 界面可以改改，60%学生表示联想四叶草的 UI 比较难看。

3、优化，联想手机的优化相对于小米魅族等手机品牌来说并不是很好。

（三）、O（机会）

1、占有率，从调查的结果来看联想手机市场占有率还是很大的，作为国内第一厂商联想完全有实力推出影音娱乐很强的设备。

2、云服务，云服务在未来手机的发展中会占有很重要的地位，联想目前对出的云服务还不完善，还有很多待提高的地方，做好云服务会有很大的优势。

（四）、T（威胁）

1、国产手机在不断崛起，高配置和低价格成为迅速占有市场的法宝，联想的竞争压力正在不断扩大。没有创新很可能走下神坛。

2、外国品牌如三星和 IPhone 的地位视乎很难撼动，在大学校园市场，他们的设备很受欢迎。

七、建议

（一）、加大联想手机的宣传力度，比如赞助晚会、运动会、新生开学。

（二）、推出主打影音和拍照功能的手机

（三）、继续优化手机并完善售后服务。

（四）、在销售渠道的竞争方面，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，加深与零售商的凝聚力，以便零售商对厂商产品的推广。

八、结论

根据问卷调查的一些主要数据，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、安卓手机成为主流，手机的价格是最重要的。

2、在未来的手机消费中，性别的差距会逐渐缩小。

3、联想手机还需要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，联想手机的认知度还不够高。

由此可见，当代大学生对手机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”的追随比起功能手机时代显得理智、透彻。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。联想手机在大学校园市场上要做的还很多。

手机消费市场情况调研 2

一、调查方案

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

（二）调查对象：在校生

（三）调查程序：

- 1、设计调查问卷，明确调查方向和内容；
- 2、进行网络聊天调查。随机和各大学的学生相互聊天并让他们填写调查表；
- 3、根据回收网络问卷进行分析，具体内容如下：

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

(2) 根据各个同学对手机功能的不同要求，对手机市场进行分析；

二、问卷设计

大学生手机使用情况调查问卷

三、数据分析

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

(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；

(三) 学生消费者购买手机的准则和特点

通过调查大学生购买手机主要考虑因素是时尚个性化款式、功能、价格、品牌等，这也成为学生购买手机的四个基本准则。在调查中表明，大学生选择手机时最看重的是手机的外观设计，如形状、大小、厚薄、材料、颜色等，占 65%；但大学生也并非一味追求外表漂亮，“内涵”也很重要，所以手机功能也占有一席之地，占 50%；其次看重的是价格，而较少看重的是品牌，看来现在的大学生还是比较看重实际的。

手机消费市场情况调研 3

近年来，随着手机行业的快速发展，国产品牌手机在国内也占据了一席之地。对于一家国产品牌的批发销售商来说，初期要去品牌公司实地考察，收集信息，查看货源。或者是通过网络，让对方公司发来图片以及关于手机的各方面信息。当了解各方面的信息后觉得合适后便可以决定合作。

在过程中，批发商需要宣传自己销售的品牌。作为天津市唯一的美富通批发代理商，需要自己制作宣传单和报价单。在前期推广中，先向老顾客推广，当品质得到老顾客的肯定时便开始扩展业务，逐渐向新客户推销。该代理商作为天津市唯一的美富通代理商，有效的避免了该品牌的价格战，防止销量下降。该代理商的销售途径主要有两种，包括客户来实体店购买，以及业务员外出推销。

一、外出推销

三四年前，国产品牌市场景气，乡镇的零售商会到市区的实体店拿货，而现在需要主动去乡镇推销送货。因为整个市场正在趋近饱和，而来自其他大品牌的竞争压力又十分强烈，例如小米，联想等品牌。拿联想手机来说，今年销量突飞猛进，由于它的安卓系统的低端机也只需四五百块，与其他国产品牌机价位相似。联想的战略是前几年基本不盈利，每台手机利润都十分低。然后价格战略来排挤出其他国产手机，再在后来慢慢抬价。而且现在消费者的心理是更加趋向于大品牌手机，因为大品牌有质量保证，有支持 3G 等高科技保证。因此现在批发市场的许多批发商选择外出推销这一途径扩大销量，避免利润下滑。

外出推销内容包括给有订单的零售店送货、回收并检查需要维修的手机，送回维修好的手机，发掘新的零售店并向其推销和售卖自己的手机。

在接触了许多不同的零售店之后，本人发现不同的零售店销量好坏很明显。销量高的店铺装修得大气，手机摆放整齐规整，环境舒适适合顾客挑选和购买，店员积极性强，地理位置中心等。

而对于批发商的销售人员来说，他们需要根据不同地方的人的喜好推销产品，抓住客户的心理。对于老客户需要多忍让，以保证长期的合作。当向新客户推销时，可以利用异性相吸的特质，用女推销员去向男客户介绍和推销产品，同理对待女顾客等等。

外出推销这一策略给许多批发商带来了不菲的收入和好处。一来顾客喜欢批发商亲自送货上门，可以为他们得到货源减少不少精力。二来许多零售商起初并不知晓一些国产品牌机，挖掘乡镇的零售商便大大的扩展了客户群。三来外出销售可以弥补实体店销量下降的缺憾，稳定了每月的营业额。

但是外出销售并不是长久之计，同时许多销售路线也应该做出适应的调整。在了解中，该批发商的一些销售路线上的店家有定期来市区的实体店拿货，因此这些路线应该取消以减少成本开支。同时，外出销售时不应该只是盲目的推销产品，以卖出产品为最终目的，而是应该和顾客建立稳定长久的关系，那么久而久之顾客也会愿意亲自上门取货。最后，外出销售是一个既耗人力也耗财力的事情，批发商不仅要开额外的工资给外出员工，补贴油费，还减少了实体店的人手。

二、实体店

在实体店，管理起着至关重要的作用，其中包括：

1. 对于手机资源，需要控制货源，不能产生囤货现象。因为手机是一种发展迅速的科技产品，例如从单核进化到双核只需要几年时间，假如有囤货，便会影响营业额。

2. 了解货品售卖的情况，哪些货销量好，哪些销量不好，进行相应的进货调整。需要一定的市场调研，向零售商了解信息，进行反馈。

3. 在软件方面，对推销员以及售后员的管理。售后员需要及时有效的为客户解决手机问题。推销员的服务态度很十分重要，需要有服务至上的思想，提高顾客回头率。及时反馈顾客信息，例如当发现某些老客户近期减少光顾次数时，应该打电话向他们询问原因，并寻找自身原因。顾客流失的原因可能有：其他品牌的竞争，自身服务问题，手机价格不合理，零售商自身销量下降等。

因此作为批发商应该主动承认自己的过错，不可盲目坚持自己的观点。应该用笑脸对待客户，态度很关键。

4. 对欠账、拖帐的处理。应该规定不欠账的理念并向客户灌输此思想。若已经欠账，需要提前约定还账期限。若到规定日期依旧欠账，就需要催帐。催帐时需要强硬的态度，用相互理解的态度和观念，让顾客明白做生意是相互信任的关系，并且双方都希望能够长期保持合作，所以可以给欠账的顾客再一次信任。但若不严格控制欠账，欠账便会成为普遍现象，资金链便会发生困难，生意运转也会产生困难。

在保证顾客不欠账上，也可以运用其他有效方式，例如给予顾客承诺，若他们不欠账，每台手机的单价下降一定的数额。反正欠账最终还是要还账的，那么此等方法可以使对方的购买成本降低，顾客何乐而不为。并且如果批发商被欠账，资金无法回转，品牌机销售下降或无法运转，对于零售商的手机售后等服务也是损失。所以不欠账对双方都是有利的。

对于一个成功的国产小品牌批发代理商来说，成功的因素包括善于和客户沟通、有效的管理以及及时的服务（售后）等多方面。需要做到面面俱到，一个都不能少。

三、总结

对于国产手机的发展前景，现在还难以下定论。然而，当前的情况是国产品牌手机依然拥有着庞大的消费群体。国产手机以其低廉的价格和不赖的外观以及一些必备的功能得到了许多中低消费者的喜爱。然而随着手机产业的迅速发展和手机更新换代的速度，中低端机价格走低，以及人们消费能力在不断的提高，国产手机必须在技术上得到进步和突破才能不被其他大品牌挤出市场。而对于一个成功的手机销售商来说，宣传、管理、推销一样都不能少。只有保持了品牌——代理——零售这条线的质量，才算是好的市场营销。

手机消费市场情况调研 4

随着社会信息化进程的加快，高新科技产品成为消费热点，手机作为其代表之一，而大学生也作为一个潜在的消费群体，两者越来越多的受到更多的关注。本次调研重点分析了影响大学生购买决策的因素。

一、调查目的：了解手机在大学生中使用的状况及其购买原因

二、调查对象：大学生

三、调查样本：百名大学生

四、调查时间：20xx 年 11 月 05 日——20xx 年 11 月 07 日

五、调查方式：网络问卷 传统问卷

六、调查地点：黄淮学院

七、调研统计人：黄淮学院中文系广电 0801Bxxx 小组

八、调查数据统计分析：

本次调查共有 100 人参加并且完成了问卷，有效回收率为 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综合建议。

在接受调查的 100 名大学生中，涵盖了从专一到大四的样本，性别构成上也基本持平，其中女性占 47%，男性比例是 53%。

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 90% 的学生拥有手机。同时 16% 的学生将会在近期更换手机。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，已基本普及。大学生已经成为手机市场中一个不容忽视的消费者群体。

2、现在使用哪个牌子的手机？

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/695241303322011341>