

# 2024 大学生手机调研报告

## 大学生手机调研报告 1

### 摘要:

随着社会信息化进程的加快,高新科技产品成为消费热点,手机就是其中的代表之一。大学生也作为一个潜在的消费群体,两者越来越多的受到关注。本次调查旨在通过对大学生手机使用情况的调查,对大学生手机使用,包括品牌、价格、主要使用功能、消费等情况进行探讨。

关键字: 手机 使用调查 手机消费

### 绪论

随着社会信息化进程的加快,高新科技产品成为消费热点,手机就是其中的代表之一。大学生也作为一个潜在的消费群体,两者越来越多的受到关注。前几年,拥有一部属于自己的手机,是一件很了不起的事,而如今随着生活水平的改善,手机的普及率开始升高,且使用者范围也开始扩张。无论从功能到外表都是一个大飞跃,手机市场竞争日渐激烈,各种手机功能越来越全面,但是价格也越来越便宜,这对消费者来说无疑是一个买机好时期,所以不少学生赶上了这好时期,拥有了属于自己的手机,校园手机普及率大幅提高,而且越来越年轻化,特别是大学生,其手机使用及更换更是普遍与频繁。

### 一、调查目的

准确了解大学生手机消费背景、动机、特点及每月手机话费消费情况，把握大学生手机费消费的心理特征和行为导向，发现生手机消费中存在的问题，并提出解决方案和建议。

## 二、调查对象

xxxx 学院大学生

## 三、调查方法

- 1、 问卷调查——向各年级学生共发放问卷 200 份
- 2、 访谈调查——走访同学或朋友获取更丰富、深入的信息
- 3、 资料调查——上网或看书收集相关资料作为参考、借鉴

## 四、调查的主要内容

- 1、 大学生手机拥有率
- 2、 大学生购买手机的动机
- 3、 大学生总体每月手机话费多少
- 4、 大学生话费一般用于哪方面

## 五、调查程序

- 1、制作问卷 200 份
- 2、分发调查问卷，在湖南涉外经济学院随机分发调查问卷。
- 3、问卷整理与分析。
- 4、撰写调查报告。通过问卷调查，访谈调查以及资料调查，总结调查资料后完成调查报告。

## 大学生手机调研报告 2

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: xx 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。



3. 大学生对手机的要求不仅仅停留在以往能用就行的简单层面上，开始向多方面的需求转变，要求有更多的使用功能、更好的手机售后服务、大品牌等，加上现在刚刚开始发展的 3G 网络，也要求手机厂商即时研发，对手机更新换代。

4. 大学生月生活费水平直接影响大学生群体的手机消费能力。大部分大学生所需要的手机为中低档手机，价位合适，功能实用为主，其消费能力制约了对高档手机的购买力。但是随着经济的发展与科技含量的提高，大学生群体对高档手机的需求会慢慢增大，同时厂商也应推出适合大学生消费的高档手机，刺激大学生群体的购买欲望。手机使大学生的日常生活更加方便了，因此手机拥有量在大学生中的使用很普遍，并且手机还有很大的提升空间，还有一定的潜在市场，并且这种增加的趋势在一定程度上仍将继续下去。

5. 大学生购买手机所关注的因素的按重要程度排序依次为实用性、价格、娱乐功能、手机辐射、便携性。因此，厂家需要在保证质量和较低价位的情况下，研发扩展手机功能，贴近大学生群体的消费需求，符合大学生群体的口味，让别人明显感觉到这就是大学生专属手机。

### 八. 建议

1. 根据学生的消费特征推出合适学生的机型，在信息渠道的建设上进一步加大力度，确保市场信息的准确传递，方便与消费者沟通。

2. 继续推行中低档手机路线，专为学生消费者开发、设计，具备一些学生消费群体比较喜欢的基本功能，特别是在款式、造型及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。

3. 尝试推广合适大学生消费群体的高端机型，抓住个别消费者的需求。 4. 注重品牌效应，提升品牌形象，品牌美誉度是最好的口碑，品牌优势在竞争中有着很大的优势。九. 在调研中存在的问题

在市场调研活动中遇到了许多问题，以下是我们对于这次调研的总结：

首先，调查问卷。在设计调查问卷每个问题选项的个数没有合理的规划，为统计数据增添了一定的困难。

其次，对于问卷的设计考虑方面不够全面，缺少了关于问卷的填写说明。最后，抽样调查范围不够全面。合理的调查本应采取针对不同年级采取分层抽样，但是我们的数据绝大多数都来自于大一、大二的同学，使调查结果有了一定的局限性。

今后的调研活动中，会注意吸取这些教训，以更加完善。

### **大学生手机调研报告 3**

本研究旨在通过对大学生手机消费情况的调查,探讨影响当代大学生购买决策的因素.为此,我们主要采用网络问卷法对在校大学生进行了调查,结合对 xx 各商家的访问,通过综合分析得出结论:影响大学生购买决策的因素主要分为两个方面:第一,外显因素即手机本身特点(

外观,质量,价格);第二,潜在因素即品牌(公司形象,知名度,广告),销售方式(服务态度,购买的物理环境),流行时尚.

### 一、调查时间：

xx 年 xx 月 xx 日——xx 年 xx 月 xx 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、调研统计人：

xx

### 结果与讨论：

#### 调查数据统计分析：

本次调查共有 xxx 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 xxx 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 xx%，男性比例是 xx%。

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

你获得手机的途径是？

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

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
- ②中抵挡产品较受欢迎
- ③购机地点较集
- ④手机用途比较统一
- ⑤手机费用普遍较低
- ⑥良好的服务态度和购机环境

## 大学生手机调研报告 4

摘要：

随着社会信息化进程的加快,高新科技产品成为消费热点,手机就是其中的代表之一。大学生也作为一个潜在的消费群体,两者越来越多的受到关注。本次调查旨在通过对大学生手机使用情况的调查,对大学生手机使用,包括品牌、价格、主要使用功能、消费等情况进行探讨。

关键字：手机 使用调查 手机消费

绪论

随着社会信息化进程的'加快,高新科技产品成为消费热点,手机就是其中的代表之一。大学生也作为一个潜在的消费群体,两者越来越多的受到关注。前几年,拥有一部属于自己的手机,是一件很了不起的事,而如今随着生活水平的改善,手机的普及率开始升高,且使用者范围也开始扩张。无论从功能到外表都是一个大飞跃,手机市场竞争日渐激烈,各种手机功能越来越全面,但是价格也越来越便宜,这对消费者来说无疑是一个买机好时期,所以不少学生赶上了这好时期,拥有了属于自己的手机,校园手机普及率大幅提高,而且越来越年轻化,特别是大学生,其手机使用及更换更是普遍与频繁。

一、调查目的

准确了解大学生手机消费背景、动机、特点及每月手机话费消费情况,把握大学生手机费消费的心理特征和行为导向,发现生手机消费中存在的问题,并提出解决方案和建议。

## 二、调查对象

xxxx 学院大学生

## 三、调查方法

- 1、 问卷调查——向各年级学生共发放问卷 200 份
- 2、 访谈调查——走访同学或朋友获取更丰富、深入的信息
- 3、 资料调查——上网或看书收集相关资料作为参考、借鉴

## 四、调查的主要内容

- 1、 大学生手机拥有率
- 2、 大学生购买手机的动机
- 3、 大学生总体每月手机话费多少
- 4、 大学生话费一般用于哪方面

## 五、调查程序

- 1、 制作问卷 200 份
- 2、 分发调查问卷，在湖南涉外经济学院随机分发调查问卷。
- 3、 问卷整理与分析。
- 4、 撰写调查报告。通过问卷调查，访谈调查以及资料调查，总结调查资料后完成调查报告。

### 大学生手机调研报告 5

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

(一) 调查对象:

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

(二) 结果百分比数据分析:

95%的大学生手机价格在 3000 元以下。

71%的大学生拥有一台手机。

37%的大学生一天使用手机的时间为 1—3 小时。

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

30%的大学生一个月的话费为 30—50 元。

71%的大学生手机使用年限在三年以下。

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

51%的大学生晚上睡觉会保持手机开机。

69%的大学生在晚上睡觉前玩手机较多。

73%的大学生最初买手机的'目的是为了联系方便。

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



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

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

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

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

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

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

## 大学生手机调研报告 6

## 引言

1、由于经济迅速发展，人们生活水平不断提高，腰包开始鼓起来了。21世纪手机技术不断成熟，生产手机的成本不断降低，这就为手机的普及创造了条件。大学生远离家乡求学需要和家里、朋友联系，需要一个通信工具，而手机的价格便宜且方便，这就成为大学生的首选电子产品。

2、手机作为20末的新事物，它的发展初期作为一个简单的通讯工具走到现在成为一个新的信息携带者，手机的优越性有某些方面已经超过了报纸、杂志等信息载体、现在越来越多的人已经将手机作为一个随身必备的物品。

3、收买手机的大学生越来越多，而且更换手机的频率越来越快，因为大学生是对新事物新潮流反应最快的群体，因此，了解他们推手机的各种不同偏好以及他们的`消费倾向和各种需求有必要的，所以这次调查主要针对大学生群体，从而了解大学生对手机的偏好、选择，了解手机的市场需求及其发展方向

### 一、调查目的

准确了解大学生手机消费背景、动机、特点及每月手机话费消费情况，把握大学生手机费消费的心理特征和行为导向，发现手机消费中存在的问题，并提出解决方案和建议。

### 二、调查对象

石家庄邮电职业技术学院大学生。

### 三、调查方法

1、网上资料调查——上网或看书收集相关资料作为参考、借鉴。

。

2、拦截调查——在校园内对过往的学生进行询问。

3、访谈调查——走访同学或朋友获取更丰富、深入的信息。

4、问卷调查——向各年级学生共发放问卷 500 份。

#### 四、调查的主要内容

1、大学生手机拥有率。

2、大学生购买手机的动机。

3、大学生总体每月手机话费多少。

4、大学生话费一般用于哪方面。

5、大学生手机使用的时间。

6、大学生手机功能的使用。

#### 五、调查程序

1、制作问卷 500 份。

2、分发调查问卷，在石家庄邮电职业技术学院随机分发调查问卷。

3、问卷整理与分析。

4、撰写调查报告。通过问卷调查，访谈调查以及资料调查，总结调查资料后完成调查报告。

#### 六、具体安排

1、确定调查主题及设计好较为可行的问卷，时间为一天。

2、进行实践调查，每天查完后进行小组讨论，时间为两天。

3、实习资料整理，起草市场调查报告，时间为一天。

4、对报告进行修改、打印、提交，时间为一天。

## 大学生手机调研报告 7

### 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

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/777153066136006165>