

# 思想道德与法治心得体会大学(精选5篇)

“报告”使用范围很广，按照上级部署或工作计划，每完成一项任务，一般都要向上级写报告，反映工作中的基本情况、工作中取得的经验教训、存在的问题以及今后工作设想等，以取得上级领导部门的指导。掌握报告的写作技巧和方法对于个人和组织来说都是至关重要的。下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 手机市场调查报告篇一

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

（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。

## 三、当前存在的问题

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。

#### 四、建议

通过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。

## 手机市场调查报告篇二

(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：

(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

(二)学生消费群的普遍特点

(一)品牌状况分析

1、品牌发展过程

1987年，在广东正式开通了蜂窝式移动通信业务，从此我国开始进入移动通信时代，也标志着一个庞大的移动电话市场的开放。

“城头变幻大王旗”，随着手机市场消费需求的不断扩大和市场竞争激烈程度的日趋增加，中国手机市场的品牌格局发展至今已经有了极大的变化，从其发展情况来看，主要经历了以下几个阶段：

第一阶段，摩托罗拉一支独秀。

摩托罗拉借助在中国寻呼机市场的影响力，率先进入中国手机市场，在当时，中国引进的移动通讯设备几乎都是摩托罗拉的设备，这一时期，摩托罗拉在中国市场独领风骚，市场份额高达80%以上关于手机市场调查报告关于手机市场调查报告。摩托罗拉在当时主要以“专业、高科技”形象出现，其推广诉求点侧重于技术的先进性和高科技所带来的生活便利性，企图建立行业标准，并将自身品牌定义为行业代言人。

第二阶段，摩托罗拉、爱立信和诺基亚三国演义。

如诺基亚5110，在当时就以高档的手机产品，中档的手机价格，创造了一个手机神话，市场份额急剧上升，最终在后来

居上，成为中国手机市场的大哥大。

这一阶段手机品牌的竞争主要体现为三大品牌之间激烈的市场争夺战，所占市场份额高达80%以上，至于飞利浦、西门子、阿尔卡特、索尼等多个品牌虽然也进入手机市场，但是只能瓜分不到20%的市场份额关于手机市场调查报告工作报告。在这一阶段末期，进入新千年，爱立信开始出现危机，市场地位急速下滑，使得“三国演义”格局变为“两雄争霸”。

值得注意的是，1998年开始，国产品牌开始登上中国手机市场竞争舞台，进入市场短，品牌影响力微弱，产品本身也没有什么竞争力，在当时几乎没有什么市场地位。国产手机在当时还处于学习、积累的阶段。

### 手机市场调查报告篇三

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8.89亿。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。

- 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。

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。

1、在校大学生。

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情况，以及对现在手机各种常见情况的看法等。调查问卷包括脑海中的第一手机品牌和现在使用的手机品牌，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颜色，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。

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。

3、从网上摘抄的进40道问题进行筛选，对每道题进行分析，根据4ps的原则进行筛选，经过筛选留下了11道题。

4、第一阶段：问卷开始。上午在学校附近选择男女大学生进行问卷，发放300份问卷，回收290份(根据学生对手机的价位，

男生女生对手机需求的异同点，产品更新换代的周期，学生换手机的原因，学生了解手机的渠道，学生对手机各个方面要求的主次，以及对未来手机市场的期许，以及学生喜欢哪种促销方式调查) 第二阶段：问卷的整理和汇总。

将男生和女生的女问卷分开进行分层处理总共290份有效问卷，有100份女生问卷190份男生问卷。

按比例分析此次调查数据，本次调查共290人参加并且完成了问卷，均来自在校学生，参加调查的同学具有很高的随机性，保证了本次大学生手机调研具有一定普遍意义。我们主要针对市场调查问卷的处理与分析、产品市场供求现状分析、企业销售现状分析、产品品、销售环境分析、销售比较分析、消费者分析等多个方面进行数据统计和分析并提出建议。

身处信息时代的我们，网络进入了千家万户，人们受网络的影响

越来越大，特别是作为新一代的大学生更是如此，从上面可以看出又相当大的一部分大学生都是从网络中了解手机信息的，也有相当大一部分学生在与朋友交流中了解收集信息，企业应充分利用网络宣传产品，同时在消费者中树立良好的企业形象。

对没有收入的大学生来说中低档手机更受欢迎，占有很大的优势，由此企业可以相应加大中低档手机的生产与开发。

大多数学生更换手机时间都在2年到4年之间。

从观察中看出诺基亚手机销售人员素质比较低，需要进行专业培训。同时诺基亚应注意销售环境的重要性，与其他品牌形成规模化销售更能彰显自身的性价比。

与国内这两年发展比较快的金立，步步高，朵唯等手机相比

在开发女性手机市场时，应紧跟时尚潮流，开发年度主打产品。

## 手机市场调查报告篇四

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8.89亿。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。

- 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。

1、在校大学生。

2□20xx年4月25日——20xx年5月25日。

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。

全日制大学。

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。

3、从网上摘抄的进40道问题进行筛选，对每道题进行分析，根据4ps的原则进行筛选，经过筛选留下了11道题。

4、第一阶段：问卷开始。上午在校园附近选取男女大学生进行问卷，发放300份问卷，回收290份(根据学生对手机的价位，男生女生对手机需求的异同点，产品更新换代的周期，学生换手机的原因，学生了解手机的渠道，学生对手机各个方面要求的主次，以及对未来手机市场的期许，以及学生喜欢哪种促销方式调查)第二阶段：问卷的整理和汇总。

将男生和女生的女问卷分开进行分层处理总共290份有效问卷，有100份女生问卷190份男生问卷。

按比例分析此次调查数据，本次调查共290人参加并且完成了问卷，均来自在校学生，参加调查的同学具有很高的随机性，保证了本次大学生手机调研具有必须普遍好处。我们主要针对市场调查问卷的处理与分析、产品市场供求现状分析、企业销售现状分析、产品品牌的分析、销售环境分析、销售比较分析、消费者分析等多个方面进行数据统计和分析并提出推荐。

手机品牌比较多样化，但学生群体中诺基亚的用户最多。

从调查能够看出，诺基亚品牌的使用度较高，且使用最多的手机品牌也是诺基亚，因此大卖场可相应的增加诺基亚手机的销售。

身处信息时代的我们，网络进入了千家万户，人们受网络的影响

越来越大，个性是作为新一代的大学生更是如此，从上面能够看出又相当大的一部分大学生都是从网络中了解手机信息的，也有相当大一部分学生在与朋友交流中了解收集信息，企业应充分利用网络宣传产品，同时在消费者中树立良好的企业形象。

对没有收入的大学生来说中低档手机更受欢迎，占有很大的优势，由此企业能够相应加大中低档手机的生产与开发。

大多数学生更换手机时间都在2年到4年之间。

从观察中看出诺基亚手机销售人员素质比较低，需要进行专业培训。同时诺基亚应注意销售环境的重要性，与其他品牌构成规模化销售更能彰显自身的性价比。

与国内这两年发展比较快的金立，步步高，朵唯等手机相比在开发女性手机市场时，应紧跟时尚潮流，开发年度主打产

品。

## 手机市场调查报告篇五

1) 随着移动通信的迅速发展，手机的消费需求也不断增加。20xx年中国手机用户已达1.45亿户，成为世界第一大市场。同期中国内地装配手机8350万部，其中4390万部在国内市场出售。截止到22年6月底，中国的移动电话用户总数到达1.76亿，累计新增用户3135.7万，比去年同期增长50.9%。中国早已成为拥有移动用户最多的国家，并且移动用户的数量坚持快速增长的势头，平均每月以500万户左右的速度递增(见图1)。从用户类型上看，20xx年用户的增长继续以中低端用户为主，其中预付费用户比例到达24.1%。

2) 20xx年中国移动电话用户的增长可坚持在6000万左右，未来3年内仍将以每年6000万左右的速度增长；中国手机生产总量可达9500万台，到20xx年该数字将超过1亿台。《电子工业展望：中国》报告：到20xx年，预计中国的手机用户将突破2.6亿。此外，世界范围的手机制造商将继续将其部分生产外包给中国厂商，所以预计到20xx年，全球40%的手机将在中国制造，与此相比，20xx年仅有20%。这意味着届时中国的手机年产量将高达1.4亿部，成为世界第一生产基地。

3) 赛迪顾问调查证明，尽管首次购机的用户占据主体地位(70.5%)，手机市场的增长依然主要来源于此，随着中国移动和中国联通的移动新业务的不断开发与应用，手机更新换代所占的份额也在逐步加大，到达29.5%，构成了市场发展的新动力。

20xx年4月底中国手机市场份额排行前五名数据来源：赛迪顾问20xx年5月

1) 用户年龄分布

从移动电话用户的年龄层来看，21-25岁、26-30岁、31-35岁的消费者是移动电话的三支重度消费群，年来一向分占前三名，三者的比例之和在20xx年底更是到达70%以上；这三支消费群中尤以21-25岁、26-30岁两支消费群为主，其比例之和在20xx年已到达46%，占据整个消费群中最多的一部分；31-35岁段的用户群虽有所下降，但不容忽视，从调查数据显示仍占有20.6%的比例。20岁以下用户群的比例三年来虽一向在增长，但由于其所占的比例很小且增长缓慢，在未来几年仍将不可能成为明星用户群。

## 手机市场调查报告篇六

(一)手机市场调查目的

(二)手机市场调查对象

(三)手机市场调查程序

1、设计手机市场调查问卷，明确调查方向和内容；

2、进行网络聊天调查；

3、根据回收网络问卷进行分析。

第二部分手机市场调查数据分析

(一)根据使用者机市场份额分析；

(二)使用者消费群的普遍特点

6月2日，市场研究公司idc发布了它对全球手机市场的跟踪调查报告。

报告显示，全球手机市场与去年同期相比增长了11、3%，这

个增长率低于idc之前预期的13.3%的增长率。全球功能手机的销售下降了4%，主要原因是美国、西欧和日本的用户更加青睐智能手机。idc手机技术及发展趋势高级分析师雷蒙·莱曼说：“这并不是什么新的趋势，因为在过去的几个季度，智能手机一直是推动增长的引擎。但考虑到投资者文件里不断增长的数据和躺在他们公文包里的各种不同款式的智能手机设计方案，目前的销售态势的确是一个标志性的转折点。”

据悉，与去年同期相比，苹果iphone手机的销售额跃升了142%。三星手机的销售额与去年相比增长了10%。zte手机的销售额增长了36%。而lg手机的市场则下降了18.9%。

idc同时提供了较为详细的地区性的分析报告

在亚洲太平洋(601099)地区，第二季度增长缓慢的主要原因是诺基亚手机在中国的库存量大大增加。苹果手机在中国的大幅增长则归功于中国人对iphone4的强劲需求。同时，东南亚地区的一些本土品牌，如csl、nexian、q-mobile和wellcom等智能手机品牌在销售上获得了增长。中国生产的低端手机在印度和东南亚也获得了一定的市场份额。在日本，地震与核辐射影响一直持续到了4月和5月。因为零部件的短缺，手机的生产量大幅下降，消费者们的需求难以满足，生产商们不得不在6月份推出新的手机款式。

在加拿大成功获取了最大的市场份额，这得归功于三星、摩托罗拉、htc和lg四个品牌的手机。与此同时，北美地区对功能手机的需求持续下滑，但人们对语音服务和快速通信设备依然保持着兴趣。北美地区总的发展方向是朝向智能手机的，据idc预测，功能手机在北美的市场会越来越小。

在西欧，从第一季度开始，手机市场就处于持续的下跌状态。功能手机的市场份额在下降，智能手机销售额的增长也变慢。



在第三季度的产品发布之前，手机制造商和运营商纷纷降低库存量。对于以功能手机为主打产品的生产商来说，智能手机的高销售量也无法完全弥补功能手机市场的疲软状态。

在埃及和其他阿拉伯国家，尽管由于内乱，手机市场受到了负面的影响，但cema(加拿大电器制造商协会)的市场成绩与上一年相比依然表现出好的态势。三星手机在这个地区占有一定的市场份额，中国品牌的手机销量也在持续扩大。

## 手机市场调查报告篇七

(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:在校大学生

(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：

(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e□cectf□夏新g□其他()  
( )

3、您购买手机的场所是?

a□商场

b□专卖店

c□网上订购

d□其他()

4、您喜欢的手机牌子是什么?

a□诺基亚b.摩托罗拉c.三星d.其他()

5、购买手机，您认为合适的价位是多少?

6、您购买手机的主要用途是用来什么?

a□发短信

b□打电话

c□打游戏

d□其他

7、您购买手机首先考虑的问题是？

a□外形

b□功能

c□价格

d□品牌

e□其他

8、若您要更换手机，在经济条件允许的前提下，您最想使用下列哪种类型的手机

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

## 手机市场调查报告篇八

了解手机在大学生中的状况

手机市场作一次调研，。

大学生

（见附件1-问卷）

20xx年10月01日——20xx年10月25日

网络问卷

为了使调查具有普遍性，我们放下了传统的书面问卷形式，而采用制作电子版问卷在网上进行调查的方式。这样做的好处是显而易见的：

2、调查范围更广，调查对象更具随机性。由于是在网上答卷，没有空间和时间的限制，回答我们答卷的大学生朋友人数在20天左右的时间简单突破1000人，最后到达了1237人，并且这些参加我们调查的朋友来自全国各地。这个数字是由调查页面自动跟踪生成的’。

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。

4、调查完成后，由全体小组成员对调查统计数据进行分析

## 5、撰写调研报告

# 手机市场调查报告篇九

班级： 姓名：

引言□20xx年6月份在南平市江滨路、四鹤、马坑路口、八一路对联想手机的市场销售进行了一次调查。此次调查主要通过问询，调查问卷，网上调查等方法对以上所说的几个人流量相对大的地方展开调查其目的一方面了解联想手机在南平市手机市场上的份额，另一方面为了发现其强大的竞争对手，了解南平市手机市场的发展，还有就是为以后的手机销售市场策略制定计划。

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

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。

## 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:

a□手机卖场b□宣传册c□网络d□电视台广告e□其他

9、觉得联想是哪种档次的手机:

a□中低档手机b□中档手机c□中高档手机

10、联想让您选择的因素:

a□音乐功能强大b□品牌信誉高c□外形时尚d□性价比高

11联想的售后服务如何:

a□非常好b□很好c□一般12可以接受的手机价位:

13、喜欢的手机外形：

a□直板 b□翻盖 c□触屏 d□滑盖

感谢您的合作！祝您身体健康，事业顺心！

问卷主要对各用户的使用感受、品牌忠诚度进行了调查。报告主要结论如下：

对手机的男性需求比女性需求大，大家热衷于国外的手机，像诺基亚、索爱、摩托罗拉等这些知名品牌而对国内品牌，像步步高、联想□oppo热衷度不高，在选择手机时，倾向于音乐手机和智能机的选择。在购买手机时最先考虑手机的外观，价格，产品质量和品牌知名度。

在对手机外形上的选择差异不大。

下面是从调查数据中得到的有关联想手机的主要问题的相关信息报告：

### 1、联想手机用户所用产品价格分布

联想手机用户中，使用1001-20xx元中端产品的比例占一半以上，为81.3%。调查者中使用联想千元以下低端产品的用户比例累计为12.5%，而使用3000元以上高端联想手机的用户比例较低，6.3%。

### 2、联想手机用户购买联想手机的原因排行

在为什么购买联想手机的原因选择上，音乐功能强大成为用户选择联想手机的首要原因，81.3%的用户选择因此原因。可见，联想的质量是其获得市场份额的有力保证。

因为功能强而选择联想手机的用户比例在三成以上，可见，

业内领先的技术及产品功能以及外观设计有吸引力是联想获得用户认可的另一大利器。其他原因，诸如品牌名气大、性价比高、等原因的选择比例相对较低。

联想手机的使用者对于联想的品牌和手机的认知度都是比较高的。同时对于联想客服的工作人员的服务态度也非常的肯定。服务质量很好。

### 3、认为手机最需要改进的地方

对手机电池续航能力不足感到最不满意，因此用户在选择联想产品最需要改进的地方时，选择电池续航能力的比例均为最大。功能成为两大用户群体认为需要改进的第二大方面。

### 4、用户忠诚度

使用过与未使用过联想手机的用户未来对联想品牌选择倾向对比

联想品牌的比例高达50.7%，而未曾使用过联想手机的用户未来选择联想品牌的比例仅为13.9%。可见使用过联想手机的用户忠诚度较从未使用过联想手机的用户忠诚度明显高很多。