

小米调查表 小米手机市场调查报告(优质5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

小米调查表篇一

(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；

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？

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：

a.智能手机 b.拍照手机 c.音乐手机 d.普通手机

9、您的手机主要用来？

a.打电话 b.发信息 c.玩游戏 d.上网

10、您现在或曾经使用哪些手机功能？

a.文字短信 b.彩信 c.手机摄影 d.无线上网 e.下载游戏

11、您将来会尝试使用哪些手机业务与手机功能？

12、您觉得手机对你的生活来说：

a.很重要 b.比较重要 c.一般 d.比较不重要 e.一点都不重要

13、您作为顾客，希不希望厂家配送配套的手机套、手机链？

a.希望 b.不希望

14、您希望手机厂商提供什么样的服务？

a.校内维修 b.学生专卖店 c.手机专卖店

15、请简单描述您理想中的手机

第二部分 数据分析

根据以上整理的的数据，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

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36%、摩托罗拉18%、三星25%等，这几个品牌无一例外都是主要以低端机冲击市场，目前国产品牌在学生市场中认可度也在不断提高。

（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；

（二）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。

小米调查表篇二

(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;

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□cect f□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

小米调查表篇三

（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；

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？

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：

a.智能手机b.拍照手机c.音乐手机d.普通手机

9、您的手机主要用来？

a.打电话b.发信息c.玩游戏d.上网

10、您现在或曾经使用哪些手机功能？

a.文字短信b.彩信c.手机摄影d.无线上网e.下载游戏

11、您将来会尝试使用哪些手机业务与手机功能？

12、您觉得手机对你的生活来说：

a.很重要b.比较重要c.一般d.比较不重要e.一点都不重要

13、您作为顾客，希不希望厂家配送配套的手机套、手机链？

a.希望b.不希望

14、您希望手机厂商提供什么样的服务？

a.校内维修b.学生专卖店c.手机专卖店

15、请简单描述您理想中的手机

第二部分数据分析

根据以上整理的的数据，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

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36%、摩托罗拉18%、三星25%等，这几个品牌无一例外都是主要以低端机冲击市场，目前国产品牌在学生市场中认可度也在不断提高。

（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；

（二）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。

学生购买手机的特点主要有：

1、选购要求为时尚、实用和低价

小米调查表篇四

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。此次调查主要透过问询，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。

一、小组成员□XXXXXXXXXXXXXXXXXX

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：

1、问卷打印费用：0.2元/份*50份=10元2. 调查报告打印费用：0.1元/张*10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状况调查

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状况，更好地打开手机市场，我们特地开展此次调查活动，期望您给予支持和帮忙。

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 不明白 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资料：

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

小米调查表篇五

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，也随之遍布了大校园园的角角落落，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人物身份的的象征，也不再是大人物的专用，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、推荐）。
- 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状况，潜在市场的客量（潜在消费者的理解程度和挖掘市场的空白份额）

（二）调查方法及基本状况

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状况，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）
- （2）网络搜索（搜索必要的二手资料）
- （3）观察调研（获取相关的信息）
- （4）问卷调查（定点访问，拦截 访问）
- （5）焦点小组访谈（收集经验，看法）

2、调查对象：

(1) 在校大学生：问卷调查(60份)

(2) 手机经销商：访谈提纲(3份)

3、调查日期□20xx年xx月

4、调查区域：

(1) 圭塘校区各所大学：浙江理工大学、浙江工商大学、浙江财经学院、浙江金融职业学院等。

(2) 圭塘校区：各家手机专卖店，手机大卖场

(3) 延安路：各家手机卖店，手机大卖场

5、调查实施：

(1) 小组成员聚集在选定的几所大学，分工合作，选定适当的时间，以及人流量比较大的几个点，对大学生进行问卷形式的拦截调查。（共60份问卷）

(2) 选取适当的时间，去选定的几家手机店对这几家店的经营商进行焦点小组访谈。（共3份访谈提纲）

(3) 对调查所得到的资料以及数据进行统计、分析，并进行综合处理。

（一）手机普及状况及趋势分析

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。电视、报纸、杂志、网络、电台、店堂、车体……广告铺天盖地，宣传无处不在，各大手机厂商与广告商们的努力，使得通信领域（主要是手机市场）的信息极大的丰富化、

便利化了，在这种强烈的外部刺激的作用下，学生手机族的消费动力也得到了提高。据此次调查资料显示：在被调查者中手机的拥有率高达98.3%。从调查中我们还可看出：大多数学生手机族所能承受的手机价格在1000-1500元之间，占55%；手机价格在1000元以下与1500-2000元的各占20%；少数的手机价格在2000元以上，占5%。也就是说，他们需要的是中低档的手机。

（二）各品牌手机占有状况

在众多手机品牌中诺基亚所占的比例是最高的，为40%，而且它的款式比较简单，在市场上能够购买到不同的诺基亚型号的外壳，款式新颖容易购买外在装饰品。位居第二的是索爱，这款手机有直板、翻盖等多种款式，深得大家的喜爱；而其它的品牌如联想、三星、摩托罗拉等共占46.7%。在此次调查中我们发现学生使用手机的品牌比较复杂，使用诺基亚的人数最多，其他的如摩托罗拉、索尼爱立信、联想、三星等的拥有率也较高。

（三）购买手机的目的

对手机使用目的的调查发现，大多数学生消费者购买手机的真正目的在于方便与家人、朋友、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，多数学生手机族的父母均持肯定态度，而这种态度对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。也有少部分的人是受到周围朋友的影响。

（四）费用的使用状况

调查结果显示，学生的生活费用大部分来自家长。因此，大学生都会透过办理各种套餐来节省话费，67%的被调查者一个月的手机费用大约在30—60元之间；30元以下和60-100元的各

占15%；手机费用在100元以上的所占的比率较小，为3%。

（五）学生手机使用的分析

由于学生消费群的成员大多处于18-23岁，这一人生中思想最活跃、最善变的黄金青春期，热情、开朗、奔放、崇尚自由的率直个性。

据调查显示，学生消费者在购买手机时，最注重的还是质量与实用功能：40.1%的被调查者表示，好用与耐用是最重要的；此外，还有23.3%的人认为手机的功能齐全是关键。大部分被调查者认为在质量保证的前提下，首先思考手机的外观设计，如形状、大小、厚薄、材料、色彩等，且多数被调查者均明确表示，选购时会优先思考质量可靠、设计轻巧、款式新颖、色彩时尚、功能齐全的手机。也有少部分的被调查者表示受到了各种商业广告对他们的影响比较大。

（六）手机满意度的分析

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，手机更新换代的速度加快。手机产品的市场生命周期的缩短，使得学生消费者的消费活力被激发出来，大大强化了他们对新、奇、美的追求。而家庭收入的增加，则进一步加强了他们消费的信心。在此次调查中，我们能够发现51.7%的被调查者都表示对此刻拥有的手机的满意度为一般，甚至有13.3%的被调查者表示不满意。

根据调研的一些主要数据，我们能够清楚地得出以下结论：

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，个性是在通信领域，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。从中我们能够看出，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。

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，将会起到用心的促进作用。就此，我们提出几条营销推荐以供参考：

第一，继续推行中低档手机路线，专为学生消费者开发、设计，功能不是很全，但具备一些学生消费群体比较喜欢的基本功能，个性是在款式、造型及色彩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。

第二，对手机销售商来说，在销售地点选取上，主要将手机放在离校园较近的手机大卖场和自己的品牌专卖店里销售；在促销上，选取赠送学生喜欢的礼物的方式；在定价上，则选取中低档价格。

第三，对品牌的广告代理商来说，强调品牌的情感因素而淡化品牌的功能区别因素，请那些年轻而又充满活力的明星作为自己的形象代言人，赋予手机充满青春活力、用心向上的品牌特征。

第四，在广告宣传渠道上，要力争做到范围广，传播面全。个性要重视的是，随着网络的发展，个性是在大学生里，上网已开始普及化了，这一宣传渠道绝不容忽视。