

2023年手机消费行为调查报告 手机消费的调查报告(精选10篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。那么，报告到底怎么写才合适呢？下面是小编为大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟！

手机消费行为调查报告篇一

为了更好地节约电话费，不同的消费者有不同的方式。ip电话是消费者的首选方式，它被绝大多数手机用户认为是节约长途电话费的最佳方法；其次，短信作为节约话费的一种方式也得到了广泛的应用，这部分比例为73.3%；除此之外，44.7%的被调查对象认为话费套餐是节约话费的一种方式，这部分用户大体上是一些高端用户群体。二成半的被调查对象认为上网价格太高；四成多的人认为如果解决了上网速度、上网资费、网络内容等问题，一定会用手机上网。

手机若想在市场上被消费者认可，一个重要的特点就是功能的实用性，本次调查显示，用户认为最实用的功能是来电/接听时间显示，选择这部分比例的用户占63.9%，其次是多种铃声，占50.8%，这也反映了用户对手机个性化的要求。同时，选择中文输入的用户比例为47.9%，由于短消息方便易用和可以节约话费，42.9%的被调查对象认为群发短信也是比较实用的功能。

随着数据业务得到越来越广泛的应用，服务内容逐多样化，手机传递移动图像或多媒体方面的应用将成为可能。因此，彩屏手机将得到消费者的青睐。本次调查显示，61.4%的被调查者认为手机应用彩色显示屏非常有必要，25.3%的人认为无所谓手机是否是彩色显示屏，只有13.3%的人认为没有必要。这说明在手机的功能性逐渐完善的情况下，在色彩方面给人以不同的感受的彩屏手机将更能吸引消费者的目光，获得消

费者的喜爱。

手机消费行为调查报告篇二

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，还记得前几年，拥有一部属于自己的手机，是一件很了不起的事。但是20世纪的今天，却不同了，在学校里，手机几乎是人手一部的通讯工具，接着是中学生，小学生，父母为了跟儿女得到第一时间的联络，纷纷给儿女们买起手机来，有得学生身上还有两部手机呢。特别是近两年，随着手机价格的下降、短信服务的开通和各种手机sim卡的出现，手机不再是一种高身份的象征或遥不可及的梦想，而是成为一种较为普及的通讯工具。

这次调查主要是有针对性地就购买手机的心态、中学生拥有手机的总体利弊以及校园实现手机普及这一社会现象的正常与否和影响中学生购买决策的因素等。调查采用问卷形式，抽样调查，共发出调查问卷100份，成功回收93份。

调查中发现，80%的同学已经拥有一部属于自己的手机，就算暂时还没购买手机的同学，其中大部分人认为学生很有必要有一部手机。其理由是：首先，便于联系，这既包括自己联系亲人，也包括同学朋友联系自己。

调查发现中学生所购买的手机品牌基本上都是洋品牌，摩托罗拉，索尼爱立信，诺基亚倍受中学生青睐，三者共占调查总数的55%。而国产手机问津者很少，如国产王牌tcl波导，所购者也不多，两者共占12%，可见中学生在手机品牌上基本倾向于洋品牌。

主要来源于父母的约为，的中学生是自己打工挣的钱，是勒紧裤腰带从生活费中挤出来的，是别人送的，基本上不存在向别人借钱或银行贷款购买手机的现象。

学生是追求个性的群体，在手机的使用上也不例外，近48%的学生中意拍照手机，有的学生使用下载的流行音乐作为铃声。随着彩屏和摄像手机的普及率上升，学生也开始更多的使用下载图片或者自己拍摄的图片，甚至自己制作的图片作为待机图片。

一半是海水一半是火焰——学生使用手机的利弊

由于中学生处于性格塑造时期，思想不稳定，情绪波动大，易受外界环境影响等特征，使得他们的消费存在一定程度的盲目性，手机的使用存在一定的负面影响，在分析使用手机不利的影晌中，主要体现在影响上课、造成不好的消费习惯、浪费钱，比例分别为、 、 ，而认为没有坏处的比例为。这也反映出学生学习与社交活动之间存在矛盾，如何处理好这种矛盾则需要社会正确引导。

手机消费行为调查报告篇三

进入21世纪的今天，进入信息时代的今天手机已经不是奢侈品二十必需品，科学技术发达的今天手机换代的时间越来越短，手机的功能也层出不穷，让人眼花缭乱，心花怒放，手机无疑是科学技术进步的一面镜子反映出当科学技术给人们带来的便利，手机更是一种年轻人争相攀比的一种载体，也是自己品味的一种表现形式。手机的功能也是由最初的只能带电话发展到发短信彩信，飞信，摄像，录音，字典，上网等等，手机通过各种功能完全的俘虏了我们，让我们不敢想象没有手机的日子会变成什么样子。当我们站在手机广场面对数不胜数的手机种类品牌的时候手机款式的时候我们不能不承认在这个世界上总有那么一款手机在适合我们。在等待着我们。

(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) 观察调研(获取相关的信息)

(2) 问卷调查(定点访问)

(3) 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6月

4、调查区域：

东财梁园

5、调查实施：

(1)小组成员聚集在选定的梁园天桥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)选择适当的时间，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)手机普及情况及趋势分析

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，其中最主要的还是同学之间的互相影响显示：在被调查者中手机的拥有率高达100%。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1500-20xx元之间，占55%；手机价格在1000元以下与1500-20xx元的各占20%；少数的手机价格在5000元以上，占5%。

(二)各品牌手机占有情况

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) 费用的使用情况

调查结果显示，学生的生活费用大部分来自家长。因此，大学生都会通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50-100元之间；30元以下和100-200元的各占15%；手机费用在200元以上的所占的比率较小，为3%。

(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，我们可以发现51、7%的被调查者都表示对现在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。

手机已经在的大学生之间普及开来，玩手机的时间已经成为自己生活的一部分，其中用手机上网的人已经达到手机用户的70%。相对于国产手机人们更喜欢国外好品牌手机，国内的手机在性能和美观质量售后服务上还需要很大的进步。花在手机上的钱占自己总费用的10%一个很高的数字。

亲爱的同学：

您好！我是商外日语专业的学生，为了完成调查报告的作业特，请为我填写这份报告。如今，手机已经成了大学生手中不可

或缺的联系工具。为了更好的了解大学生手机消费状况与市场配置，希望您配合我们根据实际情况回答这份问卷。感谢你的合作！

1、你目前拥有手机吗？

a有b没有，不过很快会买c没有，短期内也不准备买

(若选择a请继续回答；若选择b请直接跳到第8题)

2、你的手机是什么品牌的？

a诺基亚b摩托罗拉c索尼爱立信(索爱) d联想

e波导f三星g或是其他品牌

3、你目前的手机的价位是多少？

4、你对目前的手机满意吗？

a不满意，很想更换b一般，凑合着用

c较满意，适用d很满意，我的最爱

5、你多长时间更换一次手机？

a半年以内b半年至一年c一年以上d从未换过

6、你一个月的手机费用大约是多少？

7、你购买手机的费用来自

a家长b自己通过打工所得c其他

8、你购买手机的目的是

9、在以下列出的各项功能中，根据您的个人看法按重要性依次进行排序：

a□文本短信b□emsc c□彩信d□通话e□无线上网 f□gprs

g□拍照h□数码摄像i□和弦音乐j□彩屏动画

10、在手机质量方面你最注重什么？

a□持久耐用b□信号灵敏c□实用省电d□功能齐全e□其他

11、请将以下几项，根据您在选购手机时在意的程度，按重要性由高到低排序：

a□性能b□价位c□品牌d□服务e □流行趋势

f□外观g□质量h□操作便利性

12、你是否希望手机具有以下哪些功能？

a□蓝牙功能b □即时翻译功能c□ mp3播放功能或收音机功能

d□拍照功能e□能玩游戏

13、你喜欢下列哪种款式的手机？

a□翻盖b □直板c□滑盖d□旋盖e□其它

14、请按顺序选择你所喜欢的手机品牌(选三者即可)

a □摩托罗拉b□诺基亚c □西门子d □索尼爱立信

e□tcl f□三星g□飞利浦h□首信i□厦新

j□科健k□松下l□波导

15、你一般从哪里获得手机资讯?

a□网上b□电视广告c□海报传单d□朋友及同学的谈论

e□街上的一些消费者f□其它

16、你每月的生活费是多少?

17、你所了解的话费节约方式

a□不知道b □话费套餐c □给对方发短信d□拨打ip电话

基本资料:

姓名: 性别:

专业: 学校:

再次感谢你的合作!

手机消费行为调查报告篇四

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：

网络问卷

三、调查对象：

微信□qq好友随机抽取

四、调查时间：

20xx年11月

五、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60份，其中，男生33人，女生23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。

3. 数据分析：

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。

六、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。第五题中，有75%的调查者选择了随身携带手机。这说明，在大学生中，随身携带手机很普遍，离不开手机，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。

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苹果居多，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。

手机消费行为调查报告篇五

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，还记得前几年，拥有一部属于自己的手机，是一件很了不起的事，而且，还是大人们的事而已，大学生、中学生……想也别想！但是20世纪的今天，却不同了，在学校里，手机几乎是人手一部的通讯工具，接着是中学生，小学生，父母为了跟儿女得到第一时间的联络，纷纷给儿女们买起手机来，有得学生身上还有两部手机呢，那更不用说手机电话卡了。从以前的“水壶”到现在的只有手掌大的手机，

无论从功能到外表都是一个大飞跃，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，而且越来越年轻化。特别是近两年，随着手机价格的下降、短信服务的开通和各种手机sim卡的出现，手机不再是一种高身份的象征或遥不可及的梦想，而是成为一种较为普及的通讯工具。

这次调查主要是有针对性地就购买手机的心态、中学生拥有手机的总体利弊以及校园实现手机普及这一社会现象的正常与否和影响中学生购买决策的因素等。调查采用问卷形式，抽样调查，共发出调查问卷100份，成功回收93份。在性别构成上基本持平，其中男性占52%，女性所占比例是48%。经过对调查问卷结果的统计，其结果分析如下。

调查中发现，80%的同学已经拥有一部属于自己的手机，就算暂时还没购买手机的同学，其中大部分人认为在学里很有必要有一部手机。其理由是：首先，便于联系，这既包括自己联系亲人，也包括同学朋友联系自己。

1、手机的品牌、价格、档次及考虑因素

调查发现中学生所购买的手机品牌基本上都是洋品牌，摩托罗拉，索尼爱立信，诺基亚倍受中学生青睐，三者共占调查总数的55%。而国产手机问津者很少，如国产王牌tcl波导，所购者也不多，两者共占12%，可见中学生在手机品牌上基本倾向于洋品牌。中学生所购手机价格基本在xx——3000元之间，约占总数的76%，高于3000元和低于xx元共占20.30%，1000元以下的低档手机则无人问津。调查还发现决定中学生购买手机的主要因素是手机的质量，其次是价格和外观。

2、资金来源

主要来源于父母的约为71.19%，8.26%的中学生是自己打工挣

的钱，11.23%是勒紧裤腰带从生活费中挤出来的，9.32%是别人送的，基本上不存在向别人借钱或银行贷款购买手机的现象。

3、忽如一夜春风来——校园里的手机消费情况

调查显示，选用充值卡在大学生中仍占大多数，这样可以保证每月的话费保持在本人可控制的范围内，集中在每月50元至120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。短信息已经成为目前大学生通信的重要手段。

4、购机目的及交往对象

学生是追求个性的群体，在手机的使用上也不例外，近48%的学生中意拍照手机，34.0%的学生使用下载的流行音乐作为铃声。随着彩屏和摄像手机的普及率上升，学生也开始更多的使用下载图片或者自己拍摄的图片，甚至自己制作的图片作为待机图片。

5、手机的使用情况

(1) 更新频率低

中学生在手机的更新上持比较谨慎的态度，超过半数的同学在这学期间没有更换的打算。这主要是因为中学生购买手机的经济来源主要是由家里承担，因此父母不允许子女频繁地更换手机。但是我们从中学生能承受的手机价格中可以发现，虽然xx元左右的手机目前仍占在校大学生需求的最大比例，但随着他们日益参与到社会实践中直至参加工作，大多数同学的未来目标更倾向于高于3000元的高档手机，更多的可支配收入将成为满足他们需求的经济保证，他们也将成为中高档手机的潜在消费群。昂贵的话费依然是在校学生手机族的

最大烦恼(25.42%),其次是担心被偷,占1/5,另外占用时间多占11.23%,怕被人骚扰,的占15.04%,以及款色不流行占11.65%。

手机消费行为调查报告篇六

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，潜在市场的容量（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）
- （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，拦截进行访问）

手机消费行为调查报告篇七

本研究旨在通过对大学生手机消费的调查，探讨影响当代大学生购买决策的因素。为此，我们主要采用问卷调查的方式对西北大学和西北工业大学两所高校进行调查，并结合对xi和新沂市部分商家的走访，通过分析得出影响大学生购买决策的因素主要分为两个方面：第一，显性因素是手机的特性(外观、质量、价格)；第二，潜在因素是品牌(企业形象、知名度、广告)、销售方式(服务态度、购买的物理环境)、时尚。

随着社会信息化的加快，高科技产品成为消费热点，手机是其代表之一，大学生是潜在的消费群体，两者都越来越受到关注。一所学校可以促进一个地区经济的发展，尤其是那些走在市场前沿的新产品，比如手机、mp3等代表当今高新技术

的产品，既能满足大学生的需求，又能反映大学生的时代。因此，笔者进行了部分调查。

2.1 受访者：

通过随机抽样，研究者调查了西部大学和西部工业大学的150名学生，其中男生68人(45.2%)，女生82人(54.8%)。

2.2 实验程序：

笔者要求志愿者在校园内自行填写手机问卷(该问卷主要涵盖手机本身、服务和购买的物理环境、广告和品牌效应三个方面。共有16个话题，随机排序，其中1个无关话题。同时，笔者还收集了本市各大手机店的相关信息。

本研究共发放问卷150份，有效回收率为90%。对问卷原始数据进行粗略分类后，用图表进行分析。

3.1 top100(见表1):表1手机特性调查

从表中的数据可以看出，从手机的特点来看，受访者更喜欢信号灵敏、功能齐全的型号。

从以上数据中，作者发现大学生比名人更信任统计数据和专业人士。

上述选项的结果表明，不同品牌的选择态度存在显著差异。

手机消费行为调查报告篇八

市场营销建议：

- 1、根据学生的消费特征推选出适合学生的机型，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

与消费者的沟通。

2、加强cdma[]gprs网络的相关技术和配套服务，以绿色环保、通信无阻等特点为卖点，加大促销的力度，引导学生的消费需求。

3、进一步提高信息服务、通信服务，确保通信的顺畅，为消费者提供更多多功能的优质服务。

4、加强手机销售渠道的建设，开通配套的通信服务，保障销售的顺利进行。

手机消费行为调查报告篇九

随着社会的发展，时代的进步，信息化进程的加快，手机作为高新科技产品之一，是人们受到越来越多的关注，而大学生作为一个巨大的消费群体，对手机市场起到一个不容忽视的作用.因此，对大学生手机消费情况进行了深刻调查，通过这次问卷调查.得到了比较准确的数据，并根据数据进行了科学分析，得出了大学生使用手机的一些情况和较为批边的现象，其调查结果如下：

一大学生使用手机的基本情况

根据调查显示，在大学校园内有98%的人群使用手机，只有极少数1%的人没有手机，其中在使用手机的人群中有13%的人有两部手机，出现这种现象的有9%的人是临近毕业的大学生，这些群体主要是为了不漏过任何招聘信息，能和用人单位时刻保持联系.同时不同的人群对手机电话费用的支出也不尽相同，据调查，每月手机费用支出在100以下的占73%，每月消费在100以上的占27%.在这些手机费用的支出中对短信功能的使用远远超过了通话功能，大多数人群的每月短信费用占总费用支出的2/3，同时也有26%的人群利用手机上网，可见，

大学生对手机前沿科技知识越来越了解了，对手机的消费和如何利用手机功能为自身创造价值方面显示的越来越成熟.从以上的分析中，可以清楚的看到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越来越表现出其巨大的消费潜力.

手机消费行为调查报告篇十

根据调查显示的数据，可知学生手机族的消费动力处于一个较高水平，造成这一较高的消费动力的原因，据调查，有以下几点：

第一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.

第二新经济，新文化，新观念，学生的总体规范发生了极大的变化，这就引起了手机消费的购买决定.

第三信息的极大丰富化，便利化，厂商在手机广告的宣传力度上，对学生消费者的消费动力也有影响.

总的来说，学生手机族的消费动力是在一个高水平上，在这总前提下，就回发展出一系列满足消费动机的目标，从而最终做出购买决定.

三学生手机族的消费动机

经过学习过程对消费的需求，根据学生手机族对手机购买的动机进行了调查，起动机分为以下四种：

第一，实用功能的购买动机.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，有79%的被调查者以为好用和耐用是重要的'.而在现阶段在满足人们质量的要求上，对手机功能的要求也很重要.70%的人群希望手机带有摄

像mp3、mp4、红外线和蓝牙等功能，同时也对手机品牌的趋向也很不同，90%消费群体以为诺基亚，摩托罗拉，三星，索爱等品牌较为认可，而对cect、nec等国产品牌持否定态度，由此可以看出，学生手机族的消费观念越来越趋向于时尚，潮流的发展方向。

第二，外观设计的购买动机. 学生消费者在购买手机时，大部分被调查者认为有质量保证的前提下，有60%的人考虑手机的外观设计，有60%的人认为手机的外观设计是影响购买的程度，据调查有0%的人群喜欢大屏幕的手机，先在手机市场中主要有翻盖，直板，滑盖，旋盖几种机型，厂商根据不同的市场需求不断更新换代，推出心肠品使消费者有更多的选择范围，所以在手机的款式，造型，颜色等方面都能够吸引学生，同时，有68%的学生希望拥为“大学生量身订做的手机”，由此可见，手机厂商如果抓住学生这个强大的消费群体，迎合学生的需求，就会给厂商带来更大的效用。

第三，方便的购买动机. 根据前面学生手机族的分析，得知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，有95%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。除此之外也为了方便朋友之间的相互联系据调查，用于联系这方面的购机因素，较为重要，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。

第四，廉价的购买动机. 据调查显示，有69%的大学生人群所能承受的手机价格在1000~元之间，手机间隔在2000元以上的购买人群也占有相当多的比例. 也就是手，对与大学生他们需要的是不同档次的手机，水者经济的发展，生活水平的提高，学生手机族会根据自身的经济情况购买手机，现在手机厂商也为学生提供了一种欲付话费赠手机的活动，类似着种分期付款并能用到价格贵，功能全的手机，有53%的人群持赞同意见，如此的消费能缓解购机当时的经济压力. 因此手机厂

家需要生产高，中，低档不同档次的手机，以满足大学生手机族的需求，以达到手机厂商和消费者实现双赢的政策。

四手机市场

在被调查者中98%的学生消费群体认为手机作为现代通讯工具是必不可少的，75%的人群认为手机应该每2到3年一换，也有少数一部分世上一族追随世上潮流，追随最新，最炫的手机款式。因此，这部分人群的手机更换频率就很快。所以对手机的不同款式的需求量也就大大增加，要提高对此消费群体的关注，家大开发这片新市场，推行各项让利策略及鼓励措施，进一步加深对厂商产品的推广，见回对手机市场起到积极的促进作用。

总的来说，本调查是成功的，达到了预期的目的，较为全面地考察了影响大学生手机消费的因素。不过，还需要更加深入更加细致的调查，手机已经渗透到大学生的日常生活学习中，并与电脑网络一样是大学生生活中不可缺少的一部分。在手机的相关使用和消费中，大学生充分体现了年轻人的敢于尝试新鲜事物，勇于创新，张扬个性的优点不过也有不足之处，在某些方面，大学生因为缺乏经验，还是不能理智的思考，在手机的使用及消费中没有过于详细的计划，在学习与娱乐中并没有找到切合自己的平衡点，结果浪费了自己的精力与财力。在学习方面，大学生的自主学习的能力还很弱，因该有意识的进行自我训练，以达到自身能力的提高。