

2023年大学生使用手机的调查问卷结果 大学生手机使用情况调查报告(精选8篇)

青春是人生中最活力四溢的时刻，我们应该充满热情和勇气去面对挑战。青春是一个充满激情和勇气的阶段，如何绽放自己的光芒？青春总结是我们对过去时光的整理，是对自我的认知和反思。

大学生使用手机的调查问卷结果篇一

为了了解当下大学生使用的手机的价位、选取手机的着重点、手机的品牌、等情况进行了本次的问卷调查，以便分析当下大学生在手机消费方面的消费倾向和消费行为，从而了解大学生消费群体的手机市场发展情况。

二、调查背景

随着科技的发展和经济的飞越成长，全国的经济面貌焕然一新，人民生活水平迅速提高。社会信息化进程加快，高新技术产品成为了消费热点，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。

对于二十一世纪的大学生来说，在这个信息飞跃的时代，手机几乎人手一部，走在校园中，随处可见大学生一边走路一边拿着款式不同的手机打电话或者发信息，这已然成为了一种生活方式，手机成为了生活中不可或缺的物品。面对越来越离不开手机的大学生群体而言，大学生手机的使用已经成为一种值得研究的现象。

三、调查内容

本次问卷调查的主要内容包括大学生手机使用的品牌、手机使用的时间、用处、价格以及每月的话费等情况。

四、调查概况

调查对象：本次的调查对象选取为所有在校大学生

调查时间□20xx年11月5日——20xx年11月10日

调查方式：本次问卷采取网络问卷的调查方法，将问卷通过qq等社交平台发放进行随机抽样。采用网络问卷，更能提高效率，减少调查工作量。电子版调查问卷使用电子邮箱发给大家，无需分配问卷，数据统计便捷。

五、问卷的设计

本次问卷调查采用的是网络问卷的调查方式，所以选取了腾讯问卷平台制作平台，这样可以方便的将问卷的链接分享到平时使用的腾讯社交软件上面，而问卷的问题主要是围绕大学生使用的手机的品牌、价格等方面设计的。

六、问卷回收情况

本次问卷填写数量52份，有效填写37份

七、调查结果分析

1、使用手机品牌和选取手机的注重点分析：

调查结果显示当代大学生中使用苹果手机、小米□oppo的手机比较多，大部分购买苹果手机的用户是因为苹果的功能，而选择小米和oppo的则更加看重手机的性价比，除此之外，大学生选择手机有35.1%的人表示很在意网速，也就是说大学生使用手机其实还是更加偏向于娱乐上网，但是总体上来说大学生买手机更加注重性价比，也就是说虽然当下大学生在手机方面的消费能力比较强但是也显得比较的理性化。

2、手机使用时间及用途分析

54.1%的人表示在初中就开始接触手机了，而手机对于大学生来说主要用途是上网和联系家人朋友，但是有67.6%的大学生每天使用手机的时间都是在三个小时以上，说明手机在大学生们的生活中已经是相当于生活必需品了，且时间主要花费在上网等娱乐项目上面，可见手机对于大学生来说算是一种排忧解难的主要途径。

3、手机的购买途径和获取途径分析

调查数据显示59.5%的大学生的手机都是来源于父母，仅仅21.6%的人的手机是自己赚钱买的，在购买途径上面73%的选择手机专卖店购买手机，由此可见当下大学生的经济并不独立，手机使用的费用主要是父母承担，并且选择购买手机的途径大多都选择比较保守的专卖店购买。

4、话费费用以及手机心里价格分析

根据调查数据显示仅有8.1%的大学生每月的话费超过了150元，并且35.1%的大学生表示自己心里最理想的手机价格在20xx——2500元之间，根据调查的结果显示可证明大学生这种没有收入或者说是低收入的人群的消费能力并不高。

八、结论

通过以上的调查结果分析，可以发现当下大学生选择手机主要会考虑手机的性价比和手机的功能等方面，并且学生对手机的心里价格主要在20xx——2500元之间，所以如果要进入、拓展大学生手机消费市场，应该从产品的性价比、功能、价格定位等多方面满足不同经济条件的大学生的需求。但是要进入这个市场的话可能会比较的困难，手机普及的同时大学生的消费能力不足，也就是说不能跟上市场产品的更新换代，且大学生购买手机的途径比较单一固定，所以如果真的要打

入这个市场是相对比较困难的。

九、总结

成就与收获：通过本次的问卷调查，对大学生手机消费市场有了一个简单的了解，认识到了大学生手机消费倾向、对手机的需求等，也可以看出如果要进入这个市场是多么的不容易。

不足：本次问卷调查的不足主要凸显在问卷填写的数量不够多，收集到的数据不够多，也就导致了调查结果分析会显得没有足够的代表性，缺乏足够的说服力。

十、附件

大学生使用手机的调查问卷结果篇二

通过调查了解我校在校同学所使用的手机数量，手机品牌和手机的价位，以便了解其对手机市场的行情。对我校同学的消费倾向及消费行为进行分析，为手机生产企业制定营销策略，提供客观依据。

本次调查的对象是该校所有在校的学生。

调查方法及抽样方法

采用网上调查问卷的形式与电子邮件问卷的形式相结合调查方法。

随着生活水平的改善和手机的价格下调，使不少大学生拥有了自己的手机，但在他们大部分中，究竟是什么时候开始拥有自己的手机的？在调查中发现，1998年拥有自己手机的人只占总调查人数的15%；而1999年也不见有什么起色，只有总调查人数的13%；但在xx年时，一切却改变了，有26%人开始

拥有自己的手机，还记得那时候，刚好是手机竞争风暴，各手机商纷纷降价，很多人都是在那时候买的；不过更厉害的是在xx年，有30%的人拥有自己的手机，可见需求成上升趋势。到底哪个手机商拥有的顾客最多呢？马上揭出我们的谜底，最多人使用的手机牌子是——诺基亚，在调查中，一共有36%的人使用这款手机，耐用是它的一个最大卖点，而不断扩张的功能也使不少人选择它；而排名第二位的是索尼爱立信，虽然使用者人数却是诺基亚的一半，即总人数的18%，但它的市场份额有不断扩大的趋势，亮丽的外形与实用的功能是不不少人选择的重点；第三位是三星，占13%，三星虽然拥有高技术，但价钱却令不少学生消费者望而却步；接着是摩托罗拉和西门子均占6%；阿尔卡特占3%；飞利浦占2%；与飞利浦占人数比相等的是索尼；接着是nec和国产牌子，均是占总人数的1%。可见诺基亚这一世界手机销售商果然不负众望，霸占了头位，而其他牌子也不甘示弱，拥有一定的支持者。

xx年-4-16

xx年年x月x日

各位同学你们好：

感谢您在百忙之中来参加我们的调查活动，我们很荣幸的邀请你作为我们的调查对象，相信你一定会配合我们的工作，在此表示衷心感谢。

1、您的性别是？

a 男 b 女

2、您所在的系部是？

3、您现在使用哪个牌子的手机？

4、你使用的手机是平板的、华盖还是翻盖的？

a□平板的 b□华盖 c□翻盖的

5、在什么时候拥有自己的手机？

a□初中时 b□高中时 c□上大一时 d□到现在还没有

免责声明：本文仅代表作者个人观点,与本网站无关。

大学生使用手机的调查问卷结果篇三

为了了解当下大学生使用的手机的价位、选取手机的着重点、手机的品牌、等情况进行了本次的问卷调查，以便分析当下大学生在手机消费方面的消费倾向和消费行为，从而了解大学生消费群体的手机市场发展情况。

随着科技的发展和经济的飞越成长，全国的经济面貌焕然一新，人民生活水平迅速提高。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。

走在校园中，随处可见大学生一边走路一边拿着款式不同的手机打电话或者发信息，这已然成为了一种生活方式，手机成为了生活中不可或缺的物品。面对越来越离不开手机的大学生群体而言，大学生手机的使用已经成为一种值得研究的现象。

本次问卷调查的主要内容包括大学生手机使用的品牌、手机使用的时间、用处、价格以及每月的话费等情况。

调查对象：本次的调查对象选取为所有在校大学生

调查时间：11月5日——11月10日

调查方式：本次问卷采取网络问卷的调查方法，将问卷通过qq等社交平台发放进行随机抽样。采用网络问卷，更能提高效率，减少调查工作量。电子版调查问卷使用电子邮箱发给大家，无需分配问卷，数据统计便捷。

本次问卷调查采用的是网络问卷的调查方式，所以选取了腾讯问卷平台制作平台，这样可以方便的将问卷的链接分享到平时使用的腾讯社交软件上面，而问卷的问题主要是围绕大学生使用的手机的品牌、价格等方面设计的。

本次问卷填写数量52份，有效填写37份

1、使用手机品牌和选取手机的注重点分析：

调查结果显示当代大学生中使用苹果手机、小米□oppo的手机比较多，大部分购买苹果手机的用户是因为苹果的功能，而选择小米和oppo的则更加看重手机的性价比，除此之外，大学生选择手机有35.1%的人表示很在意网速，也就是说大学生使用手机其实还是更加偏向于娱乐上网，但是总体上来说大学生买手机更加注重性价比，也就是说虽然当下大学生在手机方面的消费能力比较强但是也显得比较的理性化。

2、手机使用时间及用途分析

54.1%的人表示在初中就开始接触手机了，而手机对于大学生来说主要用途是上网和联系家人朋友，但是有67.6%的大学生每天使用手机的时间都是在三个小时以上，说明手机在大学生们的生活中已经是相当于生活必需品了，且时间主要花费在上网等娱乐项目上面，可见手机对于大学生来说算是一种排忧解难的主要途径。

3、手机的购买途径和获取途径分析

调查数据显示59.5%的大学生的手机都是来源于父母，仅

仅21.6%的人的手机是自己赚钱买的，在购买途径上面73%的选择手机专卖店购买手机，由此可见当下大学生的经济并不独立，手机使用的费用主要是父母承担，并且选择购买手机的途径大多都选择比较保守的专卖店购买。

4、话费费用以及手机心里价格分析

根据调查数据显示仅有8.1%的大学生每月的话费超过了150元，并且35.1%的大学生表示自己心里最理想的手机价格在20xx——2500元之间，根据调查的结果显示可证明大学生这种没有收入或者说是低收入的人群的消费能力并不高。

通过以上的调查结果分析，可以发现当下大学生选择手机主要会考虑手机的性价比和手机的功能等方面，并且学生对手机的心里价格主要在20xx——2500元之间，所以如果要进入、拓展大学生手机消费市场，应该从产品的'性价比、功能、价格定位等多方面满足不同经济条件的大学生的需求。但是要进入这个市场的话可能会比较的困难，手机普及的同时大学生的消费能力不足，也就是说不能跟上市场产品的更新换代，且大学生购买手机的途径比较单一固定，所以如果真的要打入这个市场是相对比较困难的。

成就与收获：通过本次的问卷调查，对大学生手机消费市场有了一个简单的了解，认识到了大学生手机消费倾向、对手机的需求等，也可以看出如果要进入这个市场是多么的不容易。

不足：本次问卷调查的不足主要凸显在问卷填写的数量不够多，收集到的数据不够多，也就导致了调查结果分析会显得没有足够的代表性，缺乏足够的说服力。

大学生手机使用情况的调查报告3

通过调查了解我校在学校同学所使用的手机数量，手机品牌

和手机的价位，以便了解其对手机市场的行情。对我校同学的消费倾向及消费行为进行分析，为手机生产企业制定营销策略，提供客观依据。

本次调查的对象是我校所有在学校的学生。

采用网上调查问卷的形式与电子邮件问卷的形式相结合调查方法。

随着生活水平的改善和手机的价格下调，使不少大学生拥有了自己的手机，但在他们大部分中，究竟是什么时候开始拥有自己的手机的？在调查中发现，拥有自己手机的人只占总调查人数的15%；而也不见有什么起色，只有总调查人数的13%；但在xx年时，一切却改变了，有26%人开始拥有自己的手机，还记得那时候，刚好是手机竞争风暴，各手机商纷纷降价，很多人都是在那时候买的；不过更厉害的是在xx年，有30%的人拥有自己的手机，可见需求成上升趋势。到底哪个手机商拥有的顾客最多呢？最多人使用的手机牌子是诺基亚，在调查中，一共有36%的人使用这款手机，耐用是它的一个最大卖点，而不断扩张的功能也使不少人选择它；而排名第二位的是索尼爱立信，虽然使用者人数却是诺基亚的一半，即总人数的18%，但它的市场份额有不断扩大的趋势，亮丽的外形与实用的功能是不少人选择的重点；第三位是三星，占13%，三星虽然拥有高技术，但价钱却令不少学生消费者望而却步；接着是摩托罗拉和西门子均占6%；阿尔卡特占3%；飞利浦占2%；与飞利浦占人数比相等的是索尼；接着是nec和国产牌子，均是占总人数的1%。可见诺基亚这一世界手机销售商果然不负众望，霸占了头位，而其他牌子也不甘示弱，拥有一定的支持者。

大学生使用手机的调查问卷结果篇四

通过调查了解我校在学校同学所使用的手机数量，手机品牌和手机的价位，以便了解其对手机市场的行情。对我校同学

的消费倾向及消费行为进行分析，为手机生产企业制定营销策略，提供客观依据。

本次调查的对象是我校所有在学校的学生。

调查方法及抽样方法采用网上调查问卷的'形式与电子邮件问卷的形式相结合

大学生使用手机的调查问卷结果篇五

通过调查了解我校在学校同学所使用的手机数量，手机品牌和手机的价位，以便了解其对手机市场的行情。对我校同学的消费倾向及消费行为进行分析，为手机生产企业制定营销策略，提供客观依据。

本次调查的对象是我校所有在学校的学生。

调查方法及抽样方法采用网上调查问卷的形式与电子邮件问卷的形式相结合

大学生使用手机的调查问卷结果篇六

年级专业:13级汉语言文学

学号: 131603215

姓名: 林许

提交日期□20xx年12月15日

学生姓名林远成绩

评语:

评阅教师（签名）年月日

目录

（一）大学生使用app类型的调查.....	5
（二）如果有一款为您推荐学校基本信息、校内及周边购物、 餐饮、租房及娱乐场所信息的手机应用，您愿意下载吗..	6
（三）大学生通常使用手机的时间段.....	7
（四）大学生关于手机使用时间情况调查.....	7
（五）大学生对软件付费情况调查.....	8
（七）手机app对与人实际交流影响.....	9
（八）对手机app发布信息的信任程度.....	9
（九）手机app对于他们交流的影响.....	10
（十）手机app对财产安全的影响.....	10
（十一）手机app对外出活动的影响.....	10
三、大学生在使用手机应用方面存在的问 题.....	10
四、对于大学生使用手机存在的问题提出几点建 议.....	11

大学生手机app使用情况调查报告

内容摘要：

社会发展着进步着，实践证明了手机这一科技产品为人们开发利用□app在大学生生活中越来越重要。鉴于此，我们以大学学生为研究对象进行研究，研究内容主要包括经常使用的手机软件类型，如果有一款为您推荐学校基本信息、校内及周边购物、餐饮、租房及娱乐场所信息的手机应用是否愿意下载，希望通过自己学校的手机应用看到什么功能，一天中，使用常用软件所占据的时间，是够愿意为应用软件付费，付费可以接受的价格区间，在校大学生认为手机app体验哪些是非常重要的，一般通过何种渠道获得手机软件，使用哪些应用商店提供的手机软件，使用手机app的主要目的等。

关键字：大学生手机app正确处理

科技不断向前发展，为适应社会主流，手机的使用不再单单是打电话，在移动互联网市场积极发展的情况下，各种手机应用□app□相继推出。现在从手机游戏到手机工具、从新闻查看到百科收录、从资讯分享到社区讨论，手机应用几乎占领了我们生活的方方面面。但是虽然各种手机应用不计其数，但真正能够融入我们生活的应用却寥寥无几。

我组调查研究包括大学生，对于手机的消费也持有不同的态度主要目的是在于了解大学生手机应用状况，以促使他们树立正确的手机应用观，合理应用，正确的处理学习和手机应用的关系。这能控制大学生渐渐成为手机控的数量，并引导大学生正确的人生观与价值观。这也为学校的管理和大学生的心理状况给出一些建议与分析，并能进一步指导大学体制的变革与学生心理状况的培养。

调查时间□20xx年11月27日——20xx年12月10日

调查地点：问卷网

调查对象：大学生

性别

男女人数1978比例%19.680.4调查方式：采取随机调查方式

调查内容：这次调查主要涉及大学生关于app类型、大小等相关问题。

（一）大学生使用app类型的调查

大学生手机使用情况的调查报告6

21世纪的今天，却不同了，在大学里，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，有的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。因此，不少的手机商纷纷推出新款产品来吸引着这潮流一族，那到底哪个手机商勇占上峰呢？而新新人类们所期盼的手机功能又是什么呢？抱着这些疑问，我们设立了一大学生手机使用情况有奖调查。

在这次调查中，一共有100人参加了此次调查，此次调查分六部分，分别是：现在使用哪个牌子的手机？在什么时候拥有自己的手机？获得手机的途径？选择手机着重哪方面？最常用的输入法？心目中最理想的手机应该有哪些功能？我们就这六部分提出了一系列的问题，下面就看看大学生们的调查结果。

这是手机商们最想知道的问题，到底哪个手机商拥有的顾客最多呢？马上揭出我们的谜底，最多人使用的手机牌子是——诺基亚，在调查中，一共有36%的人使用这款手机，耐用是它

的一个最大卖点,而不断扩张的功能也使不少人选择它;而排名第二的是索尼爱立信,虽然使用者人数却是诺基亚的一半,即总人数的18%,但它的市场份额有不断扩大的趋势,亮丽的外形与实用的功能是不少人选择的重点;第三位是三星,占13%,三星虽然拥有高技术,但价钱却令不少学生消费者望而却步;接着是摩托罗拉和西门子均占6%;阿尔卡特占3%;飞利浦占2%;与飞利浦占人数比相等的是索尼;接着是nec和国产牌子,均是占总人数的1%。可见诺基亚这一世界手机销售商果然不负众望,霸占了头位,而其他牌子也不甘示弱,拥有一定的支持者。

随着生活水平的改善和手机的价格下调,使不少大学生拥有了自己的手机,但在他们大部分中,究竟是什么时候开始拥有自己的手机的?在调查中发现,拥有自己手机的人只占总调查人数的15%;而也不见有什么起色,只有总调查人数的'13%;但在20xx年时,一切却改变了,有26%人开始拥有自己的手机,还记得那时候,刚好是手机竞争风暴,各手机商纷纷降价,很多人都是在那时候买的;不过更厉害的是在20xx年,有30%的人拥有自己的手机,可见需求成上升趋势。

家人购买的占总调查人数的45%;自己购买占51%;朋友赠送占3%;来历不明占1%,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。

处于新生代的新人类们,无论何时何地均追求外表时髦,所以,手机也难逃厄运,在调查中表明,外型是大学生选择手机时最着重的方面,占44%;但新人类并非一味追求外表漂亮的,“内涵”也很重要,所以手机功能也占有一席之地,占40%;而最少着重的则是价格,看来现在的大学生还是比较着重实际的。

记得有个笑话是这样的:一次朋友在为一位来面试文员的职位的女孩面试时,我的朋友问到,你打字一分钟有多少个字?女孩回答,电脑打字很慢,但用手机发短信却很快。虽然,大

家觉得这是个笑话，但是，它却实实在在的反映了在现在的信息时代中，短信是新人类们必不可少的联系方法。当短信如此沸腾的同时，跟此最有联系的当然是输入法，用拼音的占70%;用笔画的占27%;用英文的却少的可怜，只占1%，可见中国人离不开的还是汉字啊!英文的使用者，不用问了，肯定是读英语系的占的比率最高。

从以上一些事中，可见手机的使用需求是越来越大了，也因此，开拓了另一个市场，手机装饰品市场，但，跟需求成正比的，当之无愧的是手机的功能，随着使用者的需求，手机的功能也变得越来越完善了，但，什么功能才是大家心目中最理想的呢?且看我们的调查，多***铃声占以70%的票数获得第一位，彩屏与第一位差1%，荣居第二位;第三位是大容量电话本(500条以上)，占票数65%;排名表明，现在的大学生对手机的要求还是先漂亮后实用，接着是双频(或以上)占64%;在娱乐方面，播放mp3占60%;可更换外壳占55%;gprs和收音机均占49%;备忘录占47%，现在的年轻人记忆也越来越好了，所以不用备忘了;红外线接口占44%;可下载游戏占43%;语音拨号占29%。以上是大学生们对手机功能的需求。

手机是人们的通讯工具，但随着时代的发展，它开始变成一样既实用又漂亮的装饰品，手机的发展市场是乐观的，但无论在价格、外表和功能上竞争却是激烈的，无疑这对消费者来说，却是好事一桩，作为消费者的我们，还是静观其变坐着看戏吧!

大学生手机使用情况的调查报告7

当代大学生群体已成为手机消费的重要主体。手机在大学生中的重要性也逐步体现，我团队试图通过了解大学生对手机态度，为手机销售商和制造商提供参考，同时对大学生在手机方面的选择给予一定建议。

本次调研通过调查问卷形式共回收有效问卷200份，其中书面

问卷50份，网络问卷150份，通过统计得出大学生在使用手机时间，对品牌效应的看法，注重哪些功能等方面的结论，由于样本容量较小，选择地区为经济相对发展较好地区，因此对于数目庞大的手机使用者来说，代表性方面具有一定的局限性。

通过本次调查，我小组对相关关系人有如下建议：

此我国国产品牌手机要想获得持续的发展，还需要从以下几个方面入手：

在厂商的策略行为中，由技术研发而导致的新产品的竞争，实质上比现存产品价格上的边际变化的竞争更为重要。因此手机生产商应该切实考虑用户体验，不断创新功能设计，以满足用户的需要。

根据我们对手机的调查显示，消费者对手机产品最关注的还是质量问题，特别是发展中国家消费者，在买手机的时候，质量因素是他们首要考虑的。因此国内品牌的手机生产应该建立严格的质量管理流程，确保产品的质量。

目前消费者对国外品牌具有比国内品牌更高的认知度和信任度。虽然事实上国产手机无论是在质量和技术上都已经有了很多的提升，但是消费者对国内品牌手机的认知度还是很低，这就要求我们国内品牌手机要加快品牌建设，塑造品牌内涵，有长远的品牌发展规划。

在手机竞争上，丰富的营销手段可成为争夺市场的有利武器。厂家可采用捆绑销售、积分兑换等多种形式来丰富营销手段可以有效地将不同层次的终端制造商以及电信运营商联系在一起。

根据上面的分析，我们不难看出目前手机中端的需求量很大，存在很大的空间，因此我国国产手机可以调整战略，走中端。

除此以外，目前国内还有很多边远地区、农村等对低端手机的需求还是相当可观的，加上更换新机的，国内厂商要尽量争取这些边远山区、农村的份额。

- 1、继续走手机价格中低档的路线。
- 2、在销售地点选择上，主要将手机放在离学校较近的手机大卖场和自己的品牌专卖店里销售；采用多样化的促销方式。
- 3、在广告宣传渠道上，要力争做到范围广，传播面全。
- 4、在销售渠道的竞争方面，寻求与厂商建立合作的战略伙伴关系。

对于大学生消费者来说：

大学生的消费动机可以分为以下几种：

- 1、求质量与实用的购买动机；
- 2、求新款式新功能的购买动机；
- 3、求方便的购买动机；
- 4、求价格廉价的购买动机。

一般情况下，大学生手机族的这四种消费动机相互交织，共同推动他们的消费行为进一步的发生。

我团队建议大学生应当以质量和实用而不是品牌为选择手机的标准；对国内手机品牌加大信任；选择与自己的经济状况相匹配的手机，不盲目攀比。

目前我国手机的现状是集中度很高，是典型的寡占，而进入壁垒又很高，潜在企业和刚进入新企业有一定的门槛。在我

国手机上，国外知名品牌的份额在一半以上，国内品牌手机的份额跟其相比还差了一大截，主要是因为品牌知名度不够以及核心技术缺乏。那么在这个消费者需求越来越高，对各种娱乐型、时尚型等新功能手机颇为青睐的背景下，国产手机要想在上有所作为就应该要加大研发力度，加强质量管理，塑造产品品牌，提高产品知名度，同时在营销上下功夫，丰富营销手段。只有克服了“技术”和“品牌”两块硬板，国内品牌手机才能在市场上有所作为。同时消费者也需要调整观念，切合实际，选择与自己相匹配、最适合自己的产品。只有多方共同努力我国手机市场才能健康发展，在竞争中取得领先地位，争创一流！

大学生使用手机的调查问卷结果篇七

考虑经过对问卷调查的分析，对大学生的手机消费动机明确，消费欲望强化，大学生逐渐形成了具体的购买动机。大学生的消费动机可以分为以下几种：

1、求质量与实用的购买动机。据调查显示，大学生消费者在购买手机时，最注重的还是质量与实用功能：多数的被调查者表示，好用与耐用是最重要的；此外，还有部分的人认为手机的售后服务质量是关键。

2、求新款式新功能的购买动机。学生消费者在购买手机时，大部分被调查者认为在质量保证的前提下，首先考虑手机的外观设计，如形状、大小、厚薄、材料、颜色等。同时，有65%的学生希望拥有为“大学生量身订做的手机”。其次手机的内部功能，如是否支持中文输入、是否支持wap、是否支持语音拨号、是否具备免提功能等。且多数被调查者均明确表示，选购时会优先考虑质量可靠、设计轻巧、款式新颖、色彩时尚、功能够炫的手机。

3、求方便的购买动机。调查得知绝大部分的大学生消费者购买手机的真正目的在于方便与家人、朋友、同学、用人单位

联系。

4、求价格廉价的购买动机。当价格在他们能够接受的范围内，他们会选择购买他们中意的新款手机。

二、大学生对品牌的概念

这也是手机商们最想知道的问题，到底哪个手机商拥有的顾客最多呢？根据我们的调查，最多人使用的手机牌子是——诺基亚，调查显示一共有57%的人使用这款手机，耐用是它的一个最大卖点，而不断扩张的功能也使不少人选择它；而排名第二位的是索尼爱立信，虽然使用者人数却是诺基亚的三分之一，即总人数的19%，但它的市场份额有不断扩大的趋势，亮丽的外形与实用的功能是不少人选择的重点；第三位是三星，占16%，三星虽然拥有高技术，但价钱却令不少学生消费者望而却步；其他品牌则仅占总数的百分之一二。可见诺基亚这一世界手机销售商果然不负众望，霸占了头位。80%以上使用诺基亚手机的大学生还表示，下次还选诺基亚。

三、大学生对手机价格的敏感程度

64%的大学生能接受的价格区间在1000——20xx元之间，11%的大学生能接受的价格在1000元以下，16%愿意考虑20xx——3000元的手机，其余9%则能够接受更高的价格。以上数据表示，大学生普遍接受的价格区间为1000——20xx元。

四、大学生手中手机的样式选择的标准

问卷结果显示，59%被调查者使用的手机是直板机，27%使用的是滑盖机，14%使用翻盖机。主要原因是，在同一档次上，直板机相对要便宜100~300余元，这是影响被调查者购买此种手机的主要原因。此外，各大手机厂商都把低端机型做成直板机，并且此种手机外观简洁，外表美观，功能实用。作为

还没有收入的大学生，直板机自然是首选。75%的被调查者使用手机的是彩屏，15%被调查者使用手机的是灰度屏，5%的是黑白屏。

五、大学生对主流手机功能期望

对未来手机功能的期望中mp4播放功能当之无愧的位列首位，比例为36%。分析被调查者对这项问题的回答可以发现，他们对未来手机应增加哪些功能好像并不十分感兴趣。此外对手机增加游戏功能期望达20%、照明功能为16%、语音拨号占12%。

六、其他数据

在手机使用调查中，73%的同学使用手机的主要用途是发短信，21%的同学用于打电话。由于手机更新快，追求时髦的人总会频频更换手机。在对我校同学的调查中，多数同学更换手机都在一年以上，只有13%的同学一年换一次。80%的同学选择移动，其中30%的同学开通gprs

七、结论与建议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特征，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。
- 2、在未来的手机消费中，性别、年级之间的差距会逐渐缩小。
- 3、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。
- 4、品牌手机在大学生手机消费市场中占据有一定的优势。

由此可见，当代大学生对科技产品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”的追随比起改革初期显得理智、透彻，体现了物质与意识的辩证统一！科技的发展再次证明了，科学技术是第一生产力。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。大学生属于纯消费群体的性质决定了大学生手机的购买与消费。矛盾是发展的动力，由于人们对科技产品的需求不断上升，使得生产厂家不断开发新产品，手机的功能，外观在不断的完善。大学生对新技术的掌握能力也相对提高，为适应社会主流，科技不断向前发展，手机的使用不再是单单的打电话，90年代的手机已经被人们所遗忘。社会发展着进步着，实践证明了手机这一科技产品为人们开发利用，并将随着社会进步而前进。

大学生使用手机的调查问卷结果篇八

社会发展着进步着，实践证明了手机这一科技产品为人们开发利用，app在大学生生活中越来越重要。鉴于此，我们以沈阳师范大学学生为研究对象进行研究，研究内容主要包括在校大学生手机上安装应用的数量，经常使用的手机软件类型，是否愿意为应用软件付费，付费可以接受的价格区间，一天中，使用常用软件所占据的时间，一般通过何种渠道获得手机软件，使用哪些应用商店提供的手机软件，使用手机app的主要目的等。以及，当代大学生对正确处理我们的日常生活与手机app的关系有什么好的建议。

大学生 手机app 正确处理

科技不断向前发展，为适应社会主流，手机的使用不再单单是打电话，在移动互联网市场积极发展的情况下，各种手机应用(app)相继推出。现在从手机游戏到手机工具、从新闻查看到百科收录、从资讯分享到社区讨论，手机应用几乎占领了我们生活的方方面面。但是虽然各种手机应用不计其数，

但真正能够融入我们生活的应用却寥寥无几。

我组调查研究包括沈阳师范大学的全体学生，对于手机的消费也持有不同的态度主要目的是在于了解大学生手机应用状况，以促使他们树立正确的手机应用观，合理应用，正确的处理学习和手机应用的关系。这能控制大学生渐渐成为手机控的数量，并引导大学生正确的人生观与价值观。这也为学校的管理和大学生们的心理状况给出一些建议与分析，并能进一步指导大学体制的变革与学生心理状况的培养。

调查时间□20xx年xx月xx日——20xx年xx月xx日

调查地点：沈阳师范大学

调查对象：沈阳师范大学大一到大四的大学生及研究生为研究对象，具体如下表

所在学校	发放问卷(人)	收回问卷(人)	回收率(%)	有效率(%)
------	---------	---------	--------	--------

沈阳师范大学	100	99	99%	97%
--------	-----	----	-----	-----

类别	人数	比例%
----	----	-----

性别 男	19	19.6
------	----	------

女	78	80.4
---	----	------

年级 大一	9	9.2
-------	---	-----

大二	41	42.3
----	----	------

大三	20	20.6
----	----	------

大四	25	25.7
----	----	------

研究生 2 2.2

调查方式：采取随机调查方式

调查内容：这次调查主要涉及大学生关于app类型、大小、及卸载等相关问题。

(一)大学生使用app类型的调查

大学生关注资讯的还是比较少的，大多都是使用通讯、教育学习类和影音类的app[]可见大学生对国家资讯关注程度不够而对娱乐类资讯关注的比较多。

由此可见，男生女生在选择手机app上也是存在差距的。女生主要使用生活服务类及购物类的app,男生则主要使用游戏类app,男女生兴趣不同，在app的使用情况上体现的很明显。

(二)、大学生通常使用手机的时间段

由图可以看出，大半的大学生通常在夜间21：00--00:00使用手机，夜间睡眠不足，严重影响了学生日常学习与生活。

(三)、以后大学生能否离得开app

绝大多数大学生认为生活中离不开app[]较少部分认为是可以离开app的，由此可知，随着科技的发展，智能手机的普及[]app也越来越成为生活中重要的组成部分。

(四)、大学生关于手机使用时间情况调查

三分之一的同学每天玩手机达5小时以上，由此可见，大多大学生使用手机时间是比较长的，表明大学生对于手机依赖程度强。

(五) 大学生对软件付费情况调查

从图可知多数大学生都是愿意为app付费的，他们并不介意为手机软件付费。但并不愿意在app方面花费太多钱的，表明大学生对于在手机应用花销方面的支配还是比较谨慎的。

通过以上的一系列数据，我组采用数学方法对这些数据进行相应估算。我组研究者发现，超过一半的当代大学生手机上有15个以上的应用，而尽管有这么多个应用，但是常用的软件类型主要是聊天交友类，图片影音类和教育类。当代大学生主要通过手机聊天交友类app进行相互之间的信息传播。图片影音类的app成为当代大学生主要的娱乐方式。而且绝大部分同学是不愿意为手机软件付费的，即使付费大学生可接受的价格区间也基本维持在1-3元左右。大学生浪费在手机使用方面的时间多于五小时占一半，而且近一半的学生都在夜间使用手机，可见大学生对手机应用依赖严重，影响了学生们的正常的学习与生活。

当代大学生对手机app应用产生过度依赖，并且呈现出一种病态的态势，因此，正确引导当代大学生使用手机app处理好手机应用和生活的关系是十分有必要的。我组调查者通过此次调查研究对当代大学生合理使用手机应用软件提出以下建议。

加强自身的道德和文化修养，养成良好的自律意识，严格要求自己，不要过度依赖，增强自制力，大学生应充分利用app的优势，进行学习和丰富课内外知识，了解国家资讯，减少游戏时间，发挥其便利性作用，真正做到自己是自己手机的主人。

学校应该营造良好的学校氛围，为学生成长提供良好的外部动力。举办趣味性较强的活动，例如：48小时远离app活动，让同学们体验没有app的大自然；增强课堂教学的趣味性，改

善大学生课堂玩手机的现象。