

中学生手机使用情况调查报告研究活动 收获(汇总5篇)

报告是一种常见的书面形式，用于传达信息、分析问题和提出建议。它在各个领域都有广泛的应用，包括学术研究、商业管理、政府机构等。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗？下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。

中学生手机使用情况调查报告研究活动收获篇一

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

中学生手机使用情况调查报告研究活动收获篇二

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！

中学生手机使用情况调查报告研究活动收获篇三

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。

本次调查的对象是该校所有在学校的同学。

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

中学生手机使用情况调查报告研究活动收获篇四

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。

本次调查的对象是该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。

中学生手机使用情况调查报告研究活动收获篇五

报告题目：大学生手机app使用情况调查 系：财经传媒系

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

（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。

一、调查信息

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 19 78 比例% 19.6 80.4 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。

二、问卷结果分析及探讨

（一）大学生使用app类型的调查