

# 2023年手机调研报告总结 写手机市场调研报告(优秀8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。报告的格式和要求是什么样的呢？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

## 手机调研报告总结篇一

随着人们生活水平的提高，手机消费群体也在不断扩大。现代社会手机不再是个别人物身份的象征，也不再是大人物的专用，年轻人，尤其是大学生俨然成为了一新的消费群体。越来越多的商家也开始把大学生作为手机购买群中最重要的消费群体之一，开始为大学生量身制作很多款适合学生的手机。手机作为信息传播新媒介，已经成为大学生日常必备的通讯工具，手机对大学生生活、学习及健康都产生了深刻的影响。

本次调查就大学生手机品牌的使用情况和选机时考虑的因素及大学生对自己未来手机品牌期望等方面进行了调查。我们小组于20xx年4月2日至6月16日对江汉大学在校学生进行调查。通过小组成员按一定比例随机发放电子版问卷进行调查，以此来了解大学生手机品牌使用情况，对电子商品的促销可起作用。

## 二、引言

手机作为一个二十世纪末的产物，它的发展初期作为一个简单通讯工具，走到现在成为一个新的信息携带者，手机优越性在某些方面已经超过报纸、杂志等信息载体。手机在大学生中已不再是奢侈品，几乎是人手一部的. 通讯工具，大学生

拥有一部自己喜欢的手机已不再是很遥远的事情了，越来越年轻化的手机无论从功能到外表都发生了质的变化。购买手机大学生越来越多而且更换手机也越来越快。手机已经是我们日常生活中不可或缺电子产品，大学生已经成为手机市场中一个不可忽视的消费群体，他们对于手机的选择往往有不同的想法，本小组专门对大学生手机机型选择进行调查。

### 三、调查目的：

- 1、通过调查了解大学生的手机使用情况和手机消费情况。
- 2、了解大学生手机的获取来源和主要用途。
- 3、分析手机对大学生各方面的影响。
- 4、了解大学生对手机各方面性能的要求

### 四、调查内容

- 1、调查项目：大学生与手机的调研报告
- 2、调查方法：问卷调查
- 3、调查范围：江汉大学。
- 4、调查对象：江汉大学在校学生（以大一、大二和大三学生为主，大四学生实习）
- 5、调查地点：江汉大学宿舍楼。
- 6、调查时间：20xx年4月2日——16日。

### 五、调查进程：

- 1、开会讨论调查的主题和方式。通过讨论确定从大学生的手

机来源、主要用途、消费方式、对大学生的影响等方面进行。

## 2、设计问卷：

程婉莹代西墙：搜集调研所需要的资料并加以整理。

李佳伟汤永：选定主题初步设计问卷题目。

葛衡汪毅辉：请部分好友进行试卷测试，分析题目是否具有客观性和代表性。谢绽姘缙田：最后确定问卷题目，进行问卷调查，将调研结果进行分析整理。缙兴婕柳汀松：根据问卷结果制作分析报告。

## 六、调查结果与分析

大学生手机市场调查问卷—自定义查询

作者：不再木头人时间[]20xx年6月16日

调查背景：参考资料

调查方法：问卷调查

开始时间[]20xx-4-2

结束时间[]20xx-6-16

样本总数：187份

原始数据来源[]/report/=本报告分析内容：自定义查询

本报告样本筛选规则：

本报告包含样本数量：187份

数据与分析：

第1题您的性别[单选题]

## 手机调研报告总结篇二

8月中国手机市场在售机型数量达到1272款，较上月微幅增长15款，参与竞争的厂商数量较上月增加两家。国产厂商再度成为新品的主力军和市场的焦点，锤子和奇酷的新品为手机界带来新的玩法，更加注重以差异化来赢得市场。

### 一、品牌关注格局

三星夺回冠军位，再度以较大优势领先

8月手机市场上三星重新将冠军位收回囊中，获得17.2%的关注比例，领先华为3.1个百分点。华为、苹果分别以14.1%、13.7%的关注比例分居第二、三位。第二阵营品牌关注度与第一阵营差距较大，oppo以4.8%的关注度领跑第二阵营，但关注比例与苹果相差近9个百分点。整体来看，本月前十五品牌的用户关注集中度进一步下降，本月降至81.5%。

(图) 2015年8月中国手机市场品牌关注比例分布

品牌格局大变动，十二家品牌排名变化

与上个月相比，本月手机品牌关注格局继续发生着大范围的变化。最受关注的十五家品牌中，十二家品牌排名变化，其中三星重新将冠军位置收回囊中，华为滑至第二，oppo、联想、vivo、中兴、索尼移动、大神排名均出现不同位次的上升。

表2015年7-8月中国手机市场品牌关注比例对比

产品：iphone6(全网通) 苹果手机2 苹果iphone6系列以显著优

# 势夺冠

## 二、产品关注格局

### (一)产品系列

苹果iphone6系列以显著优势独占鳌头

从产品系列来看，8月苹果iphone6系列以7.8%的关注比例仍高居榜首，关注比例较上月增长1.2个百分点。三星galaxys6系列及苹果iphone5s系列分居第二、三位。苹果iphone6plus系列及华为荣耀7系列排在第四、第五位。整体来看，第二至第五的四大系列产品关注度差距不大。

(图)2015年8月中国手机市场产品系列关注排名

### (二)产品型号

苹果iphone6(全网通)以明显优势高居榜首

从产品关注来看，本月苹果iphone6(全网通)以6.8%的关注比例仍为最受用户青睐的机型，关注比例较上月增长近1个百分点。三星galaxys6(g9200/全网通)及三星galaxya8(a8000/全网通)分别排在第二、第三位。

国产机型占据九个席位，实力大增

从上榜产品的品牌分布来看，本月十五款机型中国产厂商占据九个席位，实力大大增强。其中华为荣耀7与vivox5pro进入前五。

(图)2015年8月中国手机市场产品关注排名

表2015年8月中国手机市场最受关注的'十五款产品及主要参

数

产品□iphone6(全网通)苹果手机3国产、大屏手机关注度均下滑

### (三) 不同价格段产品结构

- 2000元以下机型关注度累计降3.9个百分点

从价格结构来看，本月售价在1000-2000元价格段的机型仍为用户关注的主流，获得28.5%的关注比例，但较上月小幅下降1.6%。千元以下机型关注度也较上月小幅下降，降至20%以下。-3000元价格段机型关注度小幅涨1.3%。

(图)2015年7-8月中国手机市场不同价格段产品关注对比

### (四) 不同类型产品结构

- 国产、大屏手机关注度均下滑

从手机类型来看，本月智能手机□4g手机关注度与上月基本持平，均微幅下滑0.1%。国产、大屏手机关注度也均较上月分别出现3.1%、2.6%的下滑。四核手机关注度本月突破35%，微涨0.7%。

(图)2015年7-8月中国手机市场不同类型产品关注对比

### (五) 不同屏幕尺寸产品结构

- 5.5英寸以上超大屏手机关注度涨近3个百分点

从屏幕尺寸来看，本月搭载5.1-5.5英寸屏幕的机型仍最受用户关注，获得43.4%的关注比例，但较上月下降4.1个百分点。值得关注的是，5.5英寸以上超大屏手机关注度在停滞了一段

时间之后，本月增长近3个百分点，达到13.2%。

(图)2015年7-8月中国手机市场不同屏幕尺寸产品关注对比

产品□iphone6(全网通)苹果手机4主流品牌：华为手机数量超三星

三、主流品牌分析：

(一)三星、华为品牌关注比例走势

•华为正在成长为三星的强劲对手

zdc监测数据显示，2015年1-8月，三星在前四个月稳居冠军位，但在5月被华为超越，6月短暂夺回冠军位，在7月再度失守，8月重新将冠军位收回囊中。整体来看，华为目前正在带给三星越来越大的压力，三星在高端市场受到苹果的强烈冲击，中低端市场则受到以华为为代表的国产手机阵营的围攻。

(图)2015年1-7月中国手机市场三星、华为品牌关注比例走势

(二)三星、华为产品结构对比

•华为产品数量超三星

zdc监测数据显示，8月华为在售机型的数量达到123款，较三星多出10款，特别是在千元以下、2001-3000元以及3001-4000元机型上，华为产品数量优势显著。但在5000元以上高端机型上，华为目前没有布局。

(图)2015年8中国手机市场三星、华为产品结构对比

总结：

从阵营来看，国际厂商阵营以三星和苹果为代表，并占据着高端市场的制高点，同时也将大部分的手机利润揽入怀中。国产手机阵营则在中低端市场不断攫取市场份额，未来市场利润或将成为手机厂商考虑的重点。

## 手机调研报告总结篇三

### 一、999感冒药的特点：

- 1、999感冒灵作为非处方药，可以更大程度的推向农村，城镇
- 2、在感冒药市场上具有很好的影响力
- 3、同比其他品牌的感冒药，它疗效更显著，信赖度更高
- 4、999感冒灵的广告效应力度很强，在各个电视台频繁播出，刺激了患病人群的购买力
- 5、999感冒灵的价格也适中，人们易于接受
- 6、它主要是通过药店，医院销售，销售途径较窄。

### 二、消费者分析：

#### 1、消费者基本特征分析：

- 1)、在购买感冒药上不受职业、收入限制，目标受众广泛。
- 2)、在产品认知方面受广告(特别是电视广告)影响大，但是在购买决策上，医生建议、营业员推荐甚至店堂陈列对消费者影响很大，部分消费者将感冒药作为家庭常备药品。
- 3)、在选择预防感冒药上以中成药为主，



4)、女性对待感冒比男性对待感冒较为谨慎；父母为儿童选择感冒药以中成药为主。

5)、消费者不受职业、文化程度、收入等方面的限制。

6)、购买儿童感冒药品主要看重微甜口味及液体剂型。

## 2、影响消费者购买决策的主要因素分析

1)、产品功效：产品功效是消费者选择产品时的第一考虑因素，因为对于感冒药来说，消费者在购买它时目的性很明确——为解除某些症状或预防某些疾病而购买。

2)、口碑传播：如果消费者身边的亲友有服用经验并稍做推荐，其对购买决策的影响是所有广告宣传所无法企及的。

3)、广告宣传；广告宣传是消费者认知产品的重要途径，并对消费者的购买行为有着极其重要的引导作用，特别是对于儿童类药品的广告引导，效果相当明显。

## 手机调研报告总结篇四

了解手机在大学生中的状况近年来，随着手机在校园里的普及，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。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。

大学生

（见附件1——问卷）

10月01日——10月25日

## 网络问卷

为了使调查具有普遍性，我们放弃了传统的书面问卷形式，而采用制作电子版问卷在网络上进行调查的方式。

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天左右的时间轻松突破1000人，最后达到了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内容，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通过无错测试后，我将其上传到我朋友租用的虚拟主机空间。

3、动员调查小组所有成员进行广泛宣传，宣传方式

主要有二：

一是让自己的朋友上网回答调查

二是在论坛上发布信息，让论坛上的网友帮忙回答

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

## 手机调研报告总结篇五

随着社会信息化进程的加快，高新科技产品成为消费热点，

手机就是其中的代表之一。大学生也作为一个潜在的消费群体，两者越来越多的受到关注。本次调查旨在通过对大学生手机使用情况的调查，对大学生手机使用，包括品牌、价格、主要使用功能、消费等情况进行探讨。

## 手机使用调查手机消费

随着社会信息化进程的加快，高新科技产品成为消费热点，手机就是其中的代表之一。大学生也作为一个潜在的消费群体，两者越来越多的受到关注。前几年，拥有一部属于自己的手机，是一件很了不起的事，而如今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。无论从功能到外表都是一个大飞跃，手机市场竞争日渐激烈，各种手机功能越来越全面，但是价格也越来越便宜，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，校园手机普及率大幅提高，而且越来越年轻化，特别是大学生，其手机使用及更换更是普遍与频繁。

准确了解大学生手机消费背景、动机、特点及每月手机话费消费情况，把握大学生手机费消费的心理特征和行为导向，发现生手机消费中存在的问题，并提出解决方案和建议。

## XXXX学院大学生

- 1、问卷调查——向各年级学生共发放问卷200份
- 2、访谈调查——走访同学或朋友获取更丰富、深入的信息
- 3、资料调查——上网或看书收集相关资料作为参考、借鉴

- 1、大学生手机拥有率
- 2、大学生购买手机的动机

3、大学生总体每月手机话费多少

4、大学生话费一般用于哪方面

1、制作问卷200份

2、分发调查问卷，在湖南涉外经济学院随机分发调查问卷。

3、问卷整理与分析。

4、撰写调查报告。通过问卷调查，访谈调查以及资料调查，总结调查资料后完成调查报告。

## 手机调研报告总结篇六

(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□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

## 手机调研报告总结篇七

指导教师：路晓兰

小组成员：程婉莹代西墙葛衡

李佳伟汤永汪毅辉

谢绽姘筠田筠兴婕

柳汀松

20xx年6月16日

## 目录

随着人们生活水平的提高，手机消费群体也在不断扩大。现代社会手机不再是个别人物身份的象征，也不再是大人们的专用，年轻人，尤其是大学生俨然成为了一新的消费群体。越来越多的商家也开始把大学生作为手机购买群中最重要的消费群体之一，开始为大学生量身制作很多款适合学生的手机。手机作为信息传播新媒介，已经成为大学生日常必备的通讯工具，手机对大学生生活、学习及健康都产生了深刻的影响。

本次调查就大学生手机品牌的使用情况和选机时考虑的因素及大学生对自己未来手机品牌期望等方面进行了调查。我们小组于20xx年4月2日至6月16日对江汉大学在校学生进行调查。通过小组成员按一定比例随机发放电子版问卷进行调查，以此来了解大学生手机品牌使用情况，对电子商品的促销可起作用。

手机作为一个二十世纪末的产物，它的发展初期作为一个简单通讯工具，走到现在成为一个新的信息携带者，手机优越性在某些方面已经超过报纸、杂志等信息载体。手机在大学生中已不再是奢侈品，几乎是人手一部的通讯工具，大学生拥有一部自己喜欢的手机已不再是很遥远的事情了，越来越年轻化的手机无论从功能到外表都发生了质的变化。购买手机大学生越来越多而且更换手机也越来越快。手机已经是我们日常生活中不可或缺电子产品，大学生已经成为手机市场中一个不可忽视的消费群体，他们对于手机的选择往往有不同的想法，本小组专门对大学生手机机型选择进行调查。

- 1、通过调查了解大学生的手机使用情况和手机消费情况。
- 2、了解大学生手机的获取来源和主要用途。
- 3、分析手机对大学生各方面的影响。
- 4、了解大学生对手机各方面性能的要求

1、调查项目：大学生与手机的调研报告

2、调查方法：问卷调查

3、调查范围：江汉大学。

4、调查对象：江汉大学在校学生（以大一大二和大三学生为主，大四学生实习）

5、调查地点：江汉大学宿舍楼。

6、调查时间□20xx年4月2日——16日。

7、调查组织：程婉莹代西墙葛衡

李佳伟汤永汪毅辉

谢绽姘约田约兴婕

柳汀松

1、开会讨论调查的主题和方式。通过讨论确定从大学生的手机来源、主要用途、消费方式、对大学生的影响等方面进行。

2、设计问卷：

程婉莹代西墙：搜集调研所需要的资料并加以整理。



李佳伟汤永：选定主题初步设计问卷题目。

葛衡汪毅辉：请部分好友进行试卷测试，分析题目是否具有客观性和代表性。谢绽姘纒田：最后确定问卷题目，进行问卷调查，将调研结果进行分析整理。纒兴婕柳汀松：根据问卷结果制作分析报告。

大学生手机市场调查问卷—自定义查询

作者：不再木头人时间[]20xx年6月16日

调查背景：参考资料

调查方法：问卷调查

开始时间[]20xx-4-2

结束时间[]20xx-6-16

样本总数：187份

原始数据来源[]/report/=本报告分析内容：自定义查询

本报告样本筛选规则：

本报告包含样本数量：187份

数据与分析：

第1题您的性别单选题

## 手机调研报告总结篇八

当代大学生消费状况调查报告——以西南科技大学为例摘要：

改革开放以来，我国在经济、政治、教育等方面取得了举世瞩目的成就，人民生活水平显著提高，人们的消费观念和消费方式也有很大变化！对于大学生而言，大学期间是需求不断扩张的发展时期，因而特别想以新异的消费形象，向社会展示自身成长成熟。他们希望通过消费上的新潮、时尚、前卫来展示青春的活力，显现自我的能力与价值，以便在注重经济价值的现代化社会中引起公众的刮目相看，获得更多脱颖而出的发展机会。在调查中，有的大学生认为，“社会在发展，消费是动力，追求前卫和引领社会消费潮流也是大学生对社会进步的贡献。”

提高大学生生活质量，促进大学生健康成长，不仅是学校和家长的愿望，同时也是国家和社会关注的问题。在某种意义上说，发展大学生消费文化不仅可以丰富大学生生活，还可以以消费促生产，带动经济的持续增长。但在充分肯定大学生消费积极因素的同时，也不能不看到大学生在消费中的一些偏差。

靠借贷维持而不计偿还能力的超前消费，高于家庭或负收入水平和支付能力的早熟消费，偏信广告的盲目消费，追求虚荣的炫耀消费，不考虑自身实际情况、只求和别人一样的攀比消费，暴殄天物的奢侈消费等。因此，如何理性看待当前大学生的消费情况，如何正确引导大学生的消费观念，家庭和学校乃至社会在这过程中又应该充当什么样的角色，已是关系到当代大学生消费观念等多方面健康发展的关键。

## 1、消费状况调查数据

(1) 家庭平均月收入。经调查，家庭平均月收入在1000元以下的学生占23%，1000元~5000元占67%，5000元~10000元占7%，10000元以上3%。其中家庭月收入在1000元以下的学生来自城市的占4%，来自农村的占96%。可见，大部分贫困学生来自于农村，我国的城乡差别仍然巨大。而生活奢侈的学生绝大部分来自于城市。该数据与中国人目前的收入水平基本吻合：

绝大部分中国家庭夫妇月收入为2千元~5千元，贫困家庭与特别富裕家庭都是少数。一般来讲，贫困家庭大学生的每月消费支出较少，而特别富裕家庭大学生的生活可能较奢侈，比如有的学生在校期间购买了20多万元的轿车。这在我们学校是实实在在存在的。

占4%。由此可见，大部分学生的月平均消费金额为500元~1000元，每月消费金额超过20xx元的只占4%，社会上一些舆论认为大学生代表着高消费，代表着奢侈浪费的'看法是片面的。

(3) 每月的生活费。大学生的生活费主要来自于家庭，也有一部分学生通过打工赚取生活费甚至学费。感觉生活费月月有余的学生占6%，感觉刚好够花的占51.5%，感觉不够花的占42.5%。可见接近一半的当代大学生用钱缺乏计划性，缺乏理财能力。感觉月月有余的学生中，大一学生占69%，由此可见大一新生刚进校门时消费项目较少。而感觉钱不够花的学生中，大一至大四学生分别占16%，6%，44%，34%，可见随着年级的升高，学生的消费项目逐渐增多，大三时恋爱的学生多，感觉钱不够用的学生比例最高。

(4) 费方式。大学生在消费时选择能省则省的占10%，有计划消费的占32%，想花就花的占54%，选择其他的占4%。可见许多大学生的消费方式比较随意，缺乏计划性，所以导致钱不够花。

2. 大部分，这是符合健康的消费构成的。调查发现，大学生中一直存在一股外出聚餐和请同学吃饭的热潮，这方面的开支虽然不算大，但也是造成大学生消费高的一个原因，这说明大学生已经逐渐有了社会交际方面的消费。

(6) 平常购买学习资料的钱。大学生每学期购买学习资料的钱，10元以下的占41.5%，10元~50元占49.5%，50元~100元占6%，100元以上占3%。可见大学生平时买书的并不多，除了

一部分考研、考各种资格证的学生外，一般不买教科书以外的书。

(7) 每月与恋爱相关的开支。本次调查遗漏了恋爱开支，但据我们调查过程中口头了解到：在每月与恋爱相关的开支中，选择50元以下的占12%，50元~100元占4.5%，100元~200元占15.5%，200元以上占22%，另外46%的学生回答没有恋爱。由此可见谈恋爱的学生，每月在恋爱方面要比其他学生平均多支出100元以上。

(8) 平均每月电话费。平均每月电话费支出在20~30元以下的大学生占20%，30元~50元占38%，50元~80元占36%，80元以上占6%。大多数大学生的电话费支出在50元~100元之间。少数学生远程恋爱，煲电话粥，导致每月话费在150元以上。

(9) 每月用于上网的平均消费金额。大学生每月用于上网的平均消费金额在10元以下的占8%，10元~30元的占21%，30元~50元的占39%，50元以上的占32%。由此可见大部分学生都只是适当的上网，沉迷于网络游戏的学生并不是想象中的那么多。

(10) 当手中有余钱时最愿意选择的消费项目。29.5%的大学生选择吃喝，24%选择旅游，17.5%选择穿着打扮，16%选择上网吧，7%选择储蓄，5%选择买书，1%选择其他。可见民以食为天，吃喝还是主流。爱美之心人皆有之，大学生们也重视自己的穿着打扮，追求时尚成为部分学生的副业。还有很多人选择外出观光旅行，可见大学生已经成为青年旅游者中的主体。迪厅、ktv等娱乐方式也正日渐受到大学生们的宠爱。

(11) 采用哪种方式进行消费。大部分学生购物都喜欢现金消费，三分之一左右的同学喜欢银行卡信用卡消费方式。可见，一些比较先进的消费方式已经进入了大学生的生活中。大大小小的校园卡、银行借记卡会成为大学生钱包里的必备品。学生使用信用卡也逐渐悄然成风。但与此同时也有许多同学是选择在学校周边的商业区购物。

(12) 男女生间的消费差异。调查结果显示：现代的大学生中，男女方恋爱支出基本成持平趋势，部分女生恋爱支出还甚至超过了男生。在建立和培养自己人际关系方面，男生的开销远比女生大，而在形象包装方面，女生又会略胜一酬。在对于每月支出是否有预算有计划的这一项调查中，选择有计划的女同学为42%，男同学则为37.1%。

(13) 日常资金来源和家庭收入。调查发现，大学生主要的经济来源是家里提供。其中贫困生勤工俭学的人数比普通学生多出十个百分点。而贫困生对于外出兼职比普通学生有更热切的期望，也会付出更多的努力。可见，家庭较贫困的学生有着更迫切地锻炼自己、早日投入社会的意识。