

普通话普及情况调查报告(精选9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。通过报告，人们可以获取最新的信息，深入分析问题，并采取相应的行动。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。

普通话普及情况调查报告篇一

前言：

随着新年的到来，对我们来说，除了能享受到一个愉快的假期外，最让我们兴奋的莫过于还能收到大人们给的“压岁钱”。随着人们生活水平的提高，“压岁钱”的数目也是有所增加，一个春节下来，成百上千的“小富翁”大有人在。但由于压岁钱来得过于容易，所以我们花起来无所顾忌，大手大脚。种种现象无不提醒我们，“压岁钱”也应正确恰当的对待使用。春节期间，我们调查了一些学生，试图了解这个我们共同关心的话题。

调查主题：

压岁钱如何利用？

调查目的：

让我们从小学会如何理财，不乱花钱. 养成节俭的好风气。

调查人数：

30人

调查方式：

上门访问. 上网查询. 打电话问同学和亲戚. 问卷调查。

数据统计分析：

1. 压岁钱情况：经过统计知道所调查的人的压岁钱平均约是1971元/人，接近xx元。但是实际30人中只有5人超过xx元，所以每个人的压岁钱差异很大。从表中也可以看出，压岁钱在400元—800元之间占大多数，当然仍有少部分人所得的压岁钱处于较低水平，整体比较不均匀。
2. 使用情况：压岁钱的利用很广泛，这可说明现在人们的生活丰富多彩。在学习方面占的比例最大（50%）。但仍有一部分中学生乱花钱，用于毫无意义的花费上。
3. 反映问题：调查数据中显示，压岁钱最多的高达29500元，而最少的仅有90元，相差约327.78倍，结果令人大吃一惊。这与各自的家庭环境，甚至与各自的家庭社会关系都可能有着比较密切的联系。说明了国家政策仍存在不足与漏洞，需进一步改善。而对于取得较大成绩的政策则需继续加大力度响应. 支持。政府. 领导和家庭富裕者也要多多帮助贫困者，争取全社会进步。
4. 个人看法：中学生的压岁钱多方面利用，说明当代中学生已远远不满足于学校. 图书馆. 家庭三点一线的生活圈子，但也正因为花费压岁钱的范围广了，他们往往无度的花费金钱，有的只顾吃. 喝. 玩. 乐，反而不懂得珍惜来之不易的幸福生活，这无疑是令人觉得可悲和遗憾的。

理财小贴士（压岁钱使用的建议）：

一. 学会储蓄方法：如果我们从小培养储蓄的习惯，经过一段时间，就能学会理财知识，

这种办法既对我们的成长有益，又对将来步入社会显得非常

必要。

二. 用压岁钱买份保险：现在保险公司都开办儿童保险业务，入保者不仅有人身意外伤害保障，还有保险期满后的保险金给付；不仅在被保险人考上大学时可领到教育助学金，而且可得到保险费。保险有保值. 增值的功能，这是一项理想的投资，使我们能得到实实在在的保障。

三. 计划安排好压岁钱的使用：建立了一个小账本，把压岁钱记上，用于我们在学习上的费用支出，让其计划管理，比如交学费. 买书. 购买学习文具. 购买电脑等，这样会使我们养成把钱用在有计划安排上的好习惯。

四. 孝顺从小事做起：当长辈或亲友过生日时，可从我们的压岁钱中抽出一部分买份小礼物，以表达自己的孝心，同时可培养我们的良好品德和人际交往能力。

五. 让世界变成美好人间：关注公益事业，到孤儿院看望身世可怜的`儿童？用压岁钱给他们购买一些日常生活用品和学习用具，让爱的光辉普照大地，这是我们培养自己爱心的一个好办法。

六. 当回投资者：社会实践经验对于我们来说是必不可少的，这对我们以后走向社会起着重要作用。用一部分压岁钱做做小生意（例如寒假在花市卖小饰品等），锻炼锻炼自己的胆量和适应社会的能力，这无疑不失为一个好的选择。

调查收获：

1. 现在人们的生活水平有了很大的提高，实施了社会主义新农村的国家政策，改善了人们的生活质量，取得了巨大的收益。同时，富裕者应多帮助生活贫困的人，全社会关爱。

2. 社会经济腾飞的同时，现在人们的生活愈加丰富多彩，所

以压岁钱的利用范围比较广，自由使用一部分压岁钱？用于自己想做的事情，既满足了我们精神上的渴望，也让我们从中得到了快乐。但学做人首先要学理财，而如何合理支配压岁钱正是对这样一个人生问题的考验. 锻炼与学习过程。

3. 无论压岁钱怎样利用，都决不能浪费，大手大脚的，买一些没用的东西，毕竟那可都是爸爸妈妈的血汗钱所交换得来的啊！

节约是我们中华民族的美德，让我们合理利用压岁钱，通过压岁钱的使用以培养我们的良好生活习惯和正确的理财意识。

普通话普及情况调查报告篇二

班级：七（6）班

调查组组长. 第一执笔人：刘喆

关于压岁钱的课题研究调查报告

单位：衢州市实验学校

执笔人：刘喆

[内容摘要]过年长辈给晚辈压岁钱是我国的传统，压岁钱的风俗源远流长。平时的生活中，我们发现身边的孩子都是有压岁钱的，大家对压岁钱的想法都不一样，对压岁钱的支配方法也有所不同，但是有相当一部分的孩子们没有把钱用在刀刃上，对此，我们展开了对与孩子们如何对待和使用压岁钱进行了调查。

[关键词]压岁钱

一. 问题的提出

1. 为何选择研究“压岁钱”？

2. 研究的目的与意义。

本课题的研究目的与意义如下：在平时的生活中，我们发现身边的孩子都是有压岁钱的，当然大家对压岁钱的看法都是不一样的，对压岁钱的支配方法也有所不同；有的用在学习上，而有的则用在上网吧，去游戏厅，去买一些没有用处的物品。有相当一部分的孩子们没有把钱用在该用的地方，而是去做一些无谓的浪费。因此，通过本课题的研究与探讨，对于端正孩子们的自我经济意识，培养孩子的自我理财能力，使我们自觉养成勤俭节约的好习惯，初步形成正确的金钱观和价值观；并且现在有些孩子认为长辈们给压岁钱是理所当然的，而没有体会到长辈们对于我们的爱，所以借此机会使孩子们明白，长辈们对晚辈的美好祝福，就显得很有现实意义。

二. 研究问题的背景

压岁钱的意义

过一宵，便可以随意使用。”清人也有这样的诗写“压岁钱”：“百十钱穿彩线长，分来再枕自收藏，商量爆竹谈箫竹，添得娇儿一夜忙。”

压岁钱由压祟除邪的作用演变成对儿童的新年馈赠，由于只是几枚铜钱，价值不大，仍属于一种象征性礼物，内中贯注的是我国“礼轻人意重”的传统送礼观。后来，随着社会的发展，压岁钱由铜钱而纸币，由小额纸币而大额纸币，“钱”的份量越来越重。近些年来，有的小孩子在一个春节可以拿到几千元压岁钱。这么多钱，鲁迅当年所期盼的买“小鼓.刀枪.泥人.糖菩萨”，是远远花不掉的。“商量爆竹谈箫竹”，也用不了它的零头的。压岁钱在这里逐渐发生变异，金钱的含金量越来越超越情意的含金量，这是正常的’发

展呢，还是非正常的异化呢？值得民俗学家们去探讨。

也有人改弦易辙，提出这样新观点：一方面，压低给小辈的压岁钱标准，还压岁钱以象征性礼物的属性；另一方面，向现在少有收入的老辈送压岁钱，让本为爱幼的压岁钱增添敬老的含义，使压岁钱在体现“父慈”情意的同时，也流淌着“子孝”的脉脉深情。我以为，这有助于匡正“爱幼不尊老”的社会之弊，吻合现代社会健康发展的需要。

压岁钱与其它节日风俗一样，是一条不停息的长河，伴着时代的变迁，岁月的推进，必然要在变化中继承，在继承中发展。不过，发展变化有变好的，也有变坏的。我们要对坏的变化叫停，要为好的变化鸣锣开道。

三. 研究的设计。

1. 调查对象的抽取。本次研究的调查对象大部分为学生，低年级与高年级以及未入学的小朋友各占一定的比例。以这个比例作为调查的对象原因是，一方面不同的年龄段年龄差距比较大，而且方便比较年龄的大小与压岁钱的多少之间的关系；另一方面调查的对象一般来说都是收压岁钱的而不是发压岁钱的。

2. 问卷的设计。根据研究的总目标和有关的设想，我们的问卷设计了共10个问题，为自填问卷，内容包括对压岁钱的意义分析，对压岁钱的支配方法等。该问卷经过了几次修改和试用后最终正式用于研究中。

3. 说明研究人员组成与分工。

小组名称：衢州市实验学校七（6）调查组

组长：刘喆

小组成员：刘喆胡丹胡越蒋璐瑶吴周幸子余畅

指导老师：无

查找资料：胡越。

实地调查：刘喆胡丹胡越蒋璐瑶吴周幸子余畅

资料整理：刘喆

调查报告：刘喆

四. 调查方法. 调查过程和调查结果

本次研究主要研究方法：问卷调查法为主。是以问卷的形式随机抽取人员调查。通过网络. 文献. 多媒体技术为基础的信息技术作为研究手段，对人们采用当面访问. 问卷调查. 经验总结. 对比分析等方法 and 手段，进行多方位研究。

五. 结果与资料分析。

结合问卷调查的结果分析情况。

(1) 你过节时都能收到长辈给你的压岁钱吗？

a能b不能c不一定

情况：本题共调查了40个人，共34人选a□占了总数的85%，1人选b□占了总数的2.5%，5人选c□占了总数的12.5%。

(2) 你一般都能收到多少压岁钱？

a1000元以内b1000元~3000元

c3000元~5000元 d5000元以上

所示：

(3) 你有对压岁钱自由支配的权利吗？

a有 b没有 c不一定

情况：本题共调查了34人，共15人选a□占了总数的44.1%，9人选b□占了总数的26.5%，10人选c□占了总数的29.4%，比例如下图所示：

(4) 你对长辈给压岁钱是否认为是理所当然的？

a是 b不是

情况：本题共调查了36人，共12人选a□占了总数的33.3%，24人选b□占了总数的66.7%。

(5) 随着年龄的增长你的压岁钱会随之减少吗？

a会 b不会

情况：本题共调查了37人，共14人选a□占了总数的37.8%，23人选b□占了总数的62.2%。

(6) 你认为长辈给压岁钱的目的是什么？有什么作用？

a为了让我们开心过节 b代表着一种长辈对晚辈的希望

c保佑孩子在新的一年里健康吉利

情况：本题共调查了40人，共11人选a□占了总数的27.5%，18人选b□占了总数的45%，11人选c□占了总数的27.5%，比例如

下图所示：

普通话普及情况调查报告篇三

姓名：

专业：

由于经济迅速发展，人们生活水平不断提高，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，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，有人说，当今大学生的三大件是手机、mp3、数码相机。这是有道理的，手机在当代大学生中普遍是不足为奇的。大学生使用手机已经成了一种新的消费理念。

因此，了解他们对手机的各种不同偏好以及他们的消费倾向和各种需求是很有必要的。

（一）调查目的：这次调查主要针对大学生群体，全面了解手机在大学生中使用的状况。

（二）调查时间：20xx—12—1

（三）调查对象：高校大学生若干人

（四）调查方法：采用网上调查问卷的形式与电子邮件问卷的形式相结合的调查方法。

1. 大学生手机拥有和需求状况：

调查数据显示，在被访者中80%的学生拥有手机。在没有手

机的学生中10%学生将会在近期购买手机。从这些数据可看出：随着高科技的发展和人们生活水平的进步，手机在大学里已不再是新鲜的玩意儿了，已经普及化了。大学生的消费已经成为手机市场中一个不容忽视的消费者群。

2. 大学生如何获得手机信息：

道虽然受地理因素的制约，但来源还是较为广泛，一定程度上保证了手机消费者与市场的联系性。

3. 学生手机的使用要求分析：

选择手机时，消费者考虑的主要因素依次为：质量30%，外型19%，价格18%，功能18%，品牌11%，广告宣传2%，其它方面也占2%。根据以上调查做出如下分析：

1手机的质量：在手机质量方面持久耐用约为34%，信号灵敏为42%，实用省电的为22%，辐射较低的占24%。

2外型设计及内部功能：男生偏爱直板和翻盖的手机，而女生则对滑盖的手机情有独钟。从外观上看手机的外观设计，如形状、大小、厚薄、材料、颜色等受到关注。同时，有部分学生希望拥有为“大学生量身订做的手机”。从内部功能上看手机铃声获得第一位，彩屏荣居第二位；第三位是大容量电话本（500条以上），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），在娱乐方面，照相，录像，播放mp3、mp4、可更换外壳、gprs、cdma上网和收音机，蓝牙和红外线、可下载游戏、语音拨号等功能均具备。备忘录现在的年轻人记忆也越来越好了，所以不用备忘录了；以上是大学生们对手机功能的需求。

3手机价位：在手机价格的调查中，比较倾向于1000元至1500元的价位，其比例高达44.5%。另外，有29%的消费者表示会选择1000元以下的手机。当然，也有部分消费者购买高价位

手机，其中，选1500至20xx元的消费者占15%□20xx元以上的占12%。

4大学生喜爱的手机品牌：调查报告中显示最受大学生们喜爱的手机莫过于诺基亚手机，索尼爱立信手机，摩托罗拉手机了。诺基亚手机结实抗摔，抗震，不易损坏，而且价格也很合理，诺基亚的直板手机简单轻便，更是大学生们的首选。索爱手机是女孩们的最爱，调查报告中提到尤其是喜欢音乐，拍照的可爱女生们，价格跟诺基亚一样也是大学生们承担的起的，索爱漂亮的外形设计，几乎完美的音质，清晰的拍照功能是吸引大学生们的最重要的因素，精致的索爱滑盖手机挂在胸前更给女孩们增添了几分帅气。摩托罗拉手机也同时具备了以上两款手机的优点，超强的信号也给摩托罗拉手机加了几分，翻盖的摩托让男孩们装酷的心里得到了一定的满足。

以上三种手机品牌是大学生调查报告中提到的最受学生欢迎的手机，当然也不是说其他的手机就不受大学生们的关注，三星□lg等大品牌同样也会倍受青睐，它们的精致外表，超强大的各种功能也深深吸引了学生们的眼球，只是他们的价格比较高，并不是大部分大学生所能接受的。另外国产手机也逐渐的被大学生们所接受，天语，波导，联想等也开始出现在学生们的手中。

5广告宣传渠道：要力争做到范围广，传播面全。特别要重视的是，随着网络的发展，特别是在大学生里，上网已开始普及化了，这一宣传渠道绝不容忽视。

6求便购买动机：根据前面对学生手机族的分析，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，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。

在这一阶段，学生手机族所做的大部分工作在于评价与选择。在学生手机族的购买动机产生之后，为了进一步满足需求，他们会开始收集与购买有关的信息。在调查中发现，37.5%的学生是通过网上获得与手机相关信息的。但一般情况下，所收集到的产品信息会出现重复、相异、相反或抵触的情况（例如，同档次同功能不同品牌手机之间的重复，同款手机不同商家的不同定价，印象中的手机信息与实际了解到的信息不符），这样，就可能形成多种可供选择的购买方案。因此，学生手机族就需要对这些方案进行比较，要对各种信息进行加工、整理分析，综合评价各款手机的各种要素（如性能、价格、质量、款式等），去伪存真，去弱存强，筛选出购买符合自己需求的手机时所要考虑的主要要素，评价择优，确定出具体目标。

从以上的分析中，我们清楚地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。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，将会起到积极的促进作用。

就此，我们提出几条营销建议以供参考：

1. 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较喜欢的基本功能并且款式、造型、颜色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。
2. 对手机销售商来说，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；在促销上，选择赠送学生喜欢的礼物的方式；在定价上，则选择中低档价格。

3. 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、积极向上的品牌特征。

4. 在销售渠道的竞争方面，厂商应寻求与零售商“背靠背”的战略伙伴关系。抓紧强而有力的大经销商，给予有利的支持，使其战斗力更上一个档次，在此基础上，将分销预算向零售商尤其是手机专卖点重点投放，并推行各项让利策略及鼓励措施，加深厂商与零售商的凝聚力，以便零售商对厂商产品的推广。

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，还不够深入，尤其是理论支持还不够。谨以本调查为以后的研究作下铺垫。

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。总之，手机将成为今后决定人类社会快速发展的核心技术之一，快速、持续、健康地成长。

普通话普及情况调查报告篇四

现在生活条件越来越好，现在的小学生几乎都有零花钱。即使当地经济仍较紧张，但都能看到我周围的学生每天都在用零花钱。放学前后，校门口及附近的小店总是挤满了买东西的同学。他们有的买零食，有的买玩具，还有的买本子……

那他们的零花钱是从哪里来的？又是怎么支配的？使用得是否合理？为此，我对本班34位同学进行了调查，主要从以下四方面说明：

1、调查目标：了解现在的小学生零花钱的来源；了解现在的小学生对零花钱的支配；以及了解家长对现在的小学生使用零花钱的看法，方便学校对现在的小学生进行德育教育，引导学生正确、有效地使用零花钱。

2、调查内容：在当今社会中，物质显得愈加重要。而现在的小学生也同样作为一个消费者，他们也不例外。为了更清楚地了解他们对零花钱的使用情况，我主要是调查了他们的零花钱的来源、零花钱的用途以及家长对学生拥有、使用零花钱的看法等。

3、调查对象：实验小学六年级1班的34名学生，5位家长和学校里的4位教师。

4、调查方法：为了更好的进行此次的调查，我主要是使用文献资料法了解我班学生家庭的基本情况，确定留守学生数量；同时还使用了观察法，利用课前课后对他们使用零花钱情况进行调查；最后还通过问卷调查法，采访了个别家长和教师。

1。我通过对五位家长进行问卷调查分析之后，发现大多数家长是在当孩子需要的时候给孩子零花钱，少数家长以孩子的优势及奖励的形式给孩子零花钱，并且家长希望他们的孩子把钱用在学习上，不允许孩子乱花钱行为。

2。我通过对四位老师进行问卷调查分析后，老师认为给孩子零花钱是必要的，但要限量。给他们零花钱既可以培养他们的理财观，又可以丰富他们的业余生活。

9。3%的学生是亲戚朋友给的；6%的学生是家长以学生的优势及奖励的形式给的。而在零花钱的支配上，14%的学生把零花

钱交给父母储存；30%的学生用零花钱买学习用品；15%的学生把零花钱用在网吧和娱乐；35%的学生用于买零食和玩具等。

由此可看出，只有30%的学生对自己零花钱的使用是比较有规划的。造成这种现象，通过我调查分析，得出以下几点：

1. 现在学生家庭基本条件都不错，家长每天给孩子几块钱的零花钱根本不在意。同时一些留守儿童由于家长出远门谋生，加上父母出于对孩子的爱，都会给一些零花钱。

2. 得到的钱太容易，同学们就不会去想怎么花钱，平时花钱时，没有计划，甚至大手大脚，大部分浪费在不该花的方面。

3. 家长太溺爱，太相信自己的孩子，只管给钱，不问怎么花钱，导致学生缺乏理财概念，消费随意，未能更有效地使用零花钱。

4. 学校对学生也缺少相应的勤俭节约，艰苦奋斗方面的教育。

1、家长应控制给孩子的零花钱的数目。即使家里经济很宽松，也不能多给。家长应让孩子明确：零花钱也应该用在刀口上，如买学习用品、乘车，或在肚子饿、口渴时买些充饥解渴的食物等。

2、家长应该经常了解孩子零花钱的使用情况。从以上的调查情况看，家长没有对孩子零花钱的使用情况进行追踪，这是导致孩子乱花钱的主要原因。平时对孩子多家管教，如果发现孩子乱花钱多花钱，应及时制止，并讲一些节俭花钱的好处，理财小窍门等等，让孩子有“家长挣钱不容易，我不能随便花钱”的意识。

书本上所没有的道理，用零花钱时当然就会多想一想了。这也能较快地锻炼孩子，增长他们生活的见识和本领。

4、培养孩子一定的理财观念。如使用之前可以先制定开销计划：今天你需要多少零花钱？分别用来干什么？等等。这样可让孩子及早养成计划用钱的习惯。当然父母有时还得“旁敲侧击”地“调查”孩子的钱是否如他自己计划的那样去用了，避免孩子为多领零花钱而撒谎，预防、杜绝一些孩子从小在外随意借钱的问题。

5、鼓励学生自己存钱，给自己交学费，买学习用品，这样既能减轻父母的负担，也能让孩子更有效得使用零花钱。

6、老师可利用班会，召开主题班会，以引导学生认识钱来之不易和学会正确理财。

小学生零花钱使用情况调查报告2

现在，我发现有许多现在的小学生总会带一些零花钱来校外的小卖部里去买东西吃或买玩具玩。可是，这些同学的零花钱是从哪里来的呢？因此我为此事作了一份调查报告。

我利用这个周末的时间调查了一下同学们，他们有的说：“是同学的。”有的说：“是我的。”可是，这些同学说的是真的，还是假的呢？我决定去问问这些同学的家长。他们有的回答：“我没有给她钱呀！”也有的回答：“哦，怪不得我给他坐车钱，他还是那么迟才回来，原来他把钱拿去买别的东西了。”根据我的调查，我发现去偷爸爸妈妈的钱的有百分之二十，在地上捡到钱不交给老师的同学有百分之五十，妈妈给他的坐车的钱，却用来买别的东西的同学有百分之三十。

1、在这些经常带钱来学校买东西的同学当中，四、五、六年级的同学占百分之三

十。他们大多数是因家长给他们的车钱或给他们在学校订学习资料的钱来买外面的垃圾食品。

2、有些同学是去偷爸爸、妈妈的钱，他们趁没人时再去偷的，这样使现在的小学生养成非常不好的行为习惯。

现在的小学生的零花钱主要是从这些地方得来的：

1、有的学生在地上拣到钱不给老师，而是去买一些垃圾食品。

2、有的学生让别人请客所以有了钱。

3、爸爸、妈妈给他们的搭车钱，他们却用来买些垃圾食品。

大量的事实告诉我们，现在的小学生手上的钱，大部分都不是父母给他们的，而是他们自己偷偷地拿来买东西的。

现在的小学生从小就有这种不良习惯，会影响现在的小学生的一生。所以我希望家长必须得把这件事好好地处理，不能再让现在的小学生发生这种事了。

普通话普及情况调查报告篇五

手机使用调查、外显因素、主观因素、调查显示

随着社会信息化进程的加快，高新科技产品成为消费热点，手机作为其代表之一，而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。

调查人员在20xx年5月26日晚随机选取在宿舍有空的同学生，请自愿辅助调查的同学填写自制大学生手机使用情况调查报告（本问卷主要是手机相关问题16道选择题）

本研究一共发放问卷100份，有效回收率为82%、对问卷原始数据大致归类后，经统计计算百分比进行分析：

作为一种相对奢侈的消费品，手机正为越来越多的高校学子

所拥有。在对我校100名同学的调查中，60%的同学在大学才开始使用手机，20%在高中就开始使用。并且几乎所有同学的手机都是由家人购买的。手机使用调查报告显示，同学对手机要求及功能消费主要有：

1) 外显因素：大多数同学都购买品牌机，即诺基亚、索爱、摩托罗拉、三星等！由于科技日新月异，不少小产家也加入到市场的竞争中来，很多以其廉价，“功能全”等因素吸引消费者，但从质量上看，小产家的产品在科技质量保证上始终不如大品牌。调查显示，32%的同学注重手机的功能，34%的同学注重手机的外型，21%的同学注重手机的价格。这也就是同学们宁挑贵的不买烂的，始终支持大品牌的原因。在调查中显示：50%的同学选择诺基亚这一牌子！近几年，诺基亚公司以其产品：质量好，外行美观，价格适中赢得消费者的青睐！在外显因素中，同学们选择手机的价位在1000—20xx居多，多和弦铃声，彩屏，带摄像头，也正是这价位手机的特点，很多同学也选择了其他功能，市场也推出了附带mp3的手机，由于电脑的普及，高内存手机的产生是社会趋势！

2) 主观因素：在调查报告中，手机服务商主要有：移动、联通、电信。有人说，大学就是动感地带，这也就决定了很多同学选择了移动，短信息包月。主观因素调查报告中，80%的同学选择移动，其中30%的同学开通gprs□gprs是移动公司推出的一种可以用手机上网的服务，调查显示，开通gprs的同学主要用于q聊或看文章图片。而相对大多数同学也只是了解有这样的一个服务！由于大学生无固定收入来源，购买手机的费用来自于家长的支持。

大学生属于纯消费群体的社会特征，决定了他们的手机消费水平。调查显示，56%的同学每个月手机费用大概在50以上100以内，仅有7%的同学月手机费用超过100元！71%的同学选择包月送短信套餐服务，6%的同学选择单向收费，8%的同学选择免月租。对于手机交友，74%的同学还未试过，对与网

上通过手机缴交费用的服务，调查显示78%的同学认为不好，不安全。的确，不少网址都套了陷阱，以前就有些同学尝试，结果在无意中多了很多付费的项目，导致换卡换户。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。当然，这些都是由我们学生共有的性质决定的，家庭背景也是很重要的一个方面！

由以上统计可见，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。

普通话普及情况调查报告篇六

由于经济迅速发展，人们生活水平不断提高，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，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，有人说，当今大学生的三大件是手机□mp3□数码相机。这是有道理的，手机在当代大学生中普遍是不足为奇的。大学生使用手机已经成了一种新的消费理念。

因此，了解他们对手机的各种不同偏好以及他们的消费倾向和各种需求是很有必要的。

（一） 调查目的：这次调查主要针对大学生群体，全面了解手机在大学生中使用的状况。

（二） 调查时间□20xx—12—1

（三） 调查对象：高校大学生若干人

（四） 调查方法：采用网上调查问卷的形式与电子邮件问卷的形式相结合的调查方法。

1、大学生手机拥有和需求状况：

调查数据显示，在被访者中80%的学生拥有手机。在没有手机的学生中10%学生将会在近期购买手机。从这些数据可看出：随着高科技的发展和人们生活水平的进步，手机在大学里已不再是新鲜的玩意儿了，已经普及化了。大学生的消费已经成为手机市场中一个不容忽视的消费者群。

2、大学生如何获得手机信息：

道虽然受地理因素的制约，但来源还是较为广泛，一定程度上保证了手机消费者与市场的联系性。

3、学生手机的使用要求分析：

选择手机时， 消费者考虑的主要因素依次为：质量30%，外

型19%，价格18%，功能18%，品牌11%，广告宣传2%，其它方面也占2%。根据以上调查做出如下分析：

1手机的质量：在手机质量方面持久耐用约为34%，信号灵敏为42%，实用省电的为22%，辐射较低的占24%。

2外型设计及内部功能：男生偏爱直板和翻盖的手机，而女生则对滑盖的手机情有独钟。从外观上看手机的外观设计，如形状、大小、厚薄、材料、颜色等受到关注。同时，有部分学生希望拥有为“大学生量身订做的手机”。从内部功能上看手机铃声获得第一位，彩屏荣居第二位；第三位是大容量电话本（500条以上），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），在娱乐方面，照相，录像，播放mp3、mp4、可更换外壳、gprs、cdma上网和收音机，蓝牙和红外线、可下载游戏、语音拨号等功能均具备。备忘录现在的年轻人记忆也越来越好了，所以不用备忘录了；以上是大学生们对手机功能的需求。

3手机价位：在手机价格的调查中，比较倾向于1000元至1500元的价位，其比例高达44.5%。另外，有29%的消费者表示会选择1000元以下的手机。当然，也有部分消费者购买高价位手机，其中，选1500至2000元的消费者占15%，2000元以上的占12%。

4大学生喜爱的手机品牌：调查报告中显示最受大学生们喜爱的手机莫过于诺基亚手机，索尼爱立信手机，摩托罗拉手机了。诺基亚手机结实抗摔，抗震，不易损坏，而且价格也很合理，诺基亚的直板手机简单轻便，更是大学生们的首选。索爱手机是女孩们的最爱，调查报告中提到尤其是喜欢音乐，拍照的可爱女生们，价格跟诺基亚一样也是大学生们承担的起的，索爱漂亮的外形设计，几乎完美的音质，清晰的拍照功能是吸引大学生们的重要因素，精致的索爱滑盖手机挂在胸前更给女孩们增添了几分帅气。摩托罗拉手机也同时具备了以上两款手机的优点，超强的信号也给摩托罗拉手机

加了几分，翻盖的摩托让男孩们装酷的心里得到了一定的满足。

以上三种手机品牌是大学生调查报告中提到的最受学生欢迎的手机，当然也不是说其他的手机就不受大学生们的关注，三星□lg等大品牌同样也会倍受青睐，它们的精致外表，超强大的各种功能也深深吸引了学生们的眼球，只是他们的价格比较高，并不是大部分大学生所能接受的。另外国产手机也逐渐的被大学生们所接受，天语，波导，联想等也开始出现在学生们的手中。

5广告宣传渠道：要力争做到范围广，传播面全。特别要重视的是，随着网络的发展，特别是在大学生里，上网已开始普及化了，这一宣传渠道绝不容忽视。

6求便购买动机：根据前面对学生手机族的分析，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，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。

在这一阶段，学生手机族所做的大部分工作在于评价与选择。在学生手机族的购买动机产生之后，为了进一步满足需求，他们会开始收集与购买有关的信息。在调查中发现，37.5%的学生是通过网上获得与手机相关信息的。但一般情况下，所收集到的产品信息会出现重复、相异、相反或抵触的情况（例如，同档次同功能不同品牌手机之间的重复，同款手机不同商家的不同定价，印象中的手机信息与实际了解到的信息不符），这样，就可能形成多种可供选择的购买方案。因此，学生手机族就需要对这些方案进行比较，要对各种信息进行加工、整理分析，综合评价各款手机的各种要素（如性能、价格、质量、款式等），去伪存真，去弱存强，筛选出

购买符合自己需求的手机时所要考虑的主要要素，评价择优，确定出具体目标。

从以上的分析中，我们清楚地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。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，将会起到积极的促进作用。

就此，我们提出几条营销建议以供参考：

1. 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较喜欢的基本功能并且款式、造型、颜色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。
2. 对手机销售商来说，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；在促销上，选择赠送学生喜欢的礼物的方式；在定价上，则选择中低档价格。
3. 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、积极向上的品牌特征。
4. 在销售渠道的竞争方面，厂商应寻求与零售商“背靠背”的战略伙伴关系。抓紧强而有力的大经销商，给予有利的支持，使其战斗力更上一个档次，在此基础上，将分销预算向零售商尤其是手机专卖点重点投放，并推行各项让利策略及鼓励措施，加深厂商与零售商的凝聚力，以便零售商对厂商产品的推广。

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，还不够深入，尤其是理论支持还不够。谨以本调查为以后的研究作下铺垫。

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。总之，手机将成为今后决定人类社会快速发展的核心技术之一，快速、持续、健康地成长。

普通话普及情况调查报告篇七

调查目的：

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。

调查对象：

本次调查的对象是我校所有在校的学生。

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。

调查结果分析

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。

普通话普及情况调查报告篇八

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调查报告5

主观因素：在调查报告中，手机服务商主要有：移动、联通、电信。有人说，大学就是动感地带，这也就决定了很多同学选择了移动，短信息包月。主观因素调查报告中，80%的同学选择移动，其中30%的同学开通gprs。gprs是移动公司推出的一种可以用手机上网的服务，调查显示，开通gprs的同学主要用于聊天工具或看文章图片。而相对大多数同学也只是了解有这样的一个服务！由于大学生无固定收入，购买手机的费用来自于家长的支持。大学生属于纯消费群体的社会特征，决定了他们的手机消费水平。调查显示，56%的同学每个月手机费用大概在50以上100以内，仅有7%的同学月手机费用超过100元！71%的同学选择包月送短信套餐服务，6%的同学选择单向收费，8%的同学选择免月租。对于手机交友，74%的同学还未试过，对与网上通过手机缴交费用的服务，调查显示78%的同学认为不好，不安全。的确，不少网址都套了陷阱，以前就有些同学尝试，结果在无意中多了很多付费的项目，导致换卡换户。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。当然，这些都是由我们学生共有的性质决定的，家庭背景也

是很重要的一个方面！

由以上统计可见，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。

普通话普及情况调查报告篇九

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。

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