

2023年手机使用情况的调查报告总结(大全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？这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

手机使用情况的调查报告总结篇一

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，对大学校园里的手机市场作一次调研。

大学生

网络问卷

网络问卷的优点：

1. 提高效率，减少调查工作量。
2. 调查对象更具随机性。由于是在网上答卷，回答我们答卷的大学生朋友人数最后达到了2350人。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。

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

本次调查共有2350人参加并且完成了问卷，来自一所高校，并且参加调查的朋友具有很高的随机性，保证了本次大学生手机调研具有一定普遍意义。我们主要针对大学生手机拥有和需求状况、学生手机的使用要求分析、学生手机族的消费动力分析、学生手机族的消费动机分析、学生手机族的目标确立分析5个方面进行数据统计和分析并最后给出我们小组的营销建议。

1. 大学生手机拥有和需求状况：

调查数据显示，在被访者中有80%的学生拥有手机。同时23%的学生将会在近期更换手机。在没有手机的学生中，15%学生将会在近期购买手机。从这些数据可看出：随着人们生活水平的提高，手机在大学里已不再是新鲜事物了，已开始普及化了。大学生已经成为手机市场中一个不容忽视的消费者群。

2. 学生手机的使用要求分析

部分消费者对外观款式要求也较高，手机厂商不断推出新款很大程度上是迎合他们的口味，由于大学生都是年轻人。随着人们生活水平的提高，以及持手机者年龄的下降，消费者对价格的敏感度会降低，而对外观款式的要求会更高。

手机使用情况的调查报告总结篇二

为此，我们设计了相关的调查问卷，旨在通过对大学生手机使用情况的调查，包括品牌、价格、手机性能等情况的研究，

推出一款适合大学生消费的新款手机，同时也为大学生提些建议。

通过了解大学生手机使用情况，推出一款适合大学生消费的新款手机，同时也为大学生提些建议。

：在校大学生

：网络问卷

我们这次调查采用了网络问卷形式，共129份问卷，有效问卷129份，完成率达到100%。其中男生占34.88%，女生占56.12%；大一年级的学生占18.6%，大二年级的同学占47.29%，大三年级的学生占29.46%，大四年级的学生占4.65%。

调查内容：主要调查大学生使用手机的品牌，价格，性能等方面的内容，通过问卷的方式，共设置了20道选择题，详见附件一。

（一）、大学生月消费额情况分析

调查显示，大学生月消费600—1500元高达81.4%，1500元以上的仅占7.75%，可见大学生的消费水平趋于中等水平。

（一）、目前大学生手机品牌分析

调查显示，在被调查者中目前使用三星、诺基亚□iphone三个品牌的大学生高达43.41%，几乎占据了一半的份额。同时我们不难发现，有47.29%的大学生使用了其他品牌的手机。在大学生最喜欢的手机品牌方面，有29.46%的学生选择了三星，有31.78%的学生选择了iphone□

（三）、大学生使用的手机的价位分析

数据显示，大学生手机价位在800—2000元占55.04%，这也就是说有一半学生的手机价位是在2000元以下的，可见要开发适合学生消费的新款手机，手机的价位就不可以过高，以免学生消费不起。

（四）有关手机性能的分析

数据显示，在购买手机时有53.49%的大学生首先考虑的是手机自身的功能是否齐全，包括有93.8%同学认为手机应具备上网的功能，有86.05%的同学认为手机还应具备最基本的通讯功能，除此之外，有过半的同学认为手机还应具有游戏，视听娱乐，拍照等功能。在购买手机时，大学生还会考虑手机是否持久耐用，以及手机的信号是否灵敏。这就告诉手机生产商在开发手机时除了要考虑功能齐全之外，还不能忽视手机自身的质量与信号灵敏。

除了上述性能之外，在手机的外观样式方面，有80.62%的学生钟情于触屏，12.4%的学生选择直板；在操作方式上，有高达90.7%的学生选择了触摸屏；在手机操作系统方面，有57.36%的学生选择了安卓系统，有34.88%学生选择了苹果操作系统；在手机操作系统方面，有53.49%的学生选择了4.0英寸，有17.83%的学生选择了3.5英寸，有23.26%的学生选择了5.0英寸；在手机的像素方面，有62.02%的学生选择了800万以上的像素，有17.13%的学生选择了500~800万像素；在手机颜色方面，有31.01%的学生选择了黑色，有55.04%的学生选择了白色，可见黑白两色的手机还是比较受学生欢迎的；在手机外壳方面，有44.19%的学生选择了金属外壳，有24.81%的学生选择了塑料外壳。

（五）、其他数据分析

数据显示，有45.74%的学生多自己目前使用的手机性能感觉一般，有36.43%的同学对自己所使用的手机性能较满意；在售后服务方面，有高达72.87%的同学很注重手机的售后服务；

在是否有必要设计情侣手机方面，有40.31%的学生认为有必要，31.01%的学生认为无所谓；在打算多久更换手机方面，有66.67%的同学表示会在一至三年之间更换手机，在为何更换手机方面，有72.87%的同学表示是为了追求更好地用户体验，更高性能。

根据调研的一些主要数据，可以反映出目前大学生手机使用情况的一些基本特征，如下所示：

- 1、在大学生手机消费中，性别、年级之间的差距会逐渐缩小。
- 2、进一步提高手机的各项功能（例如，多媒体、办公工具、网络软件、数据传输），为大学生提供更多的优质服务。
- 3、加强手机售后服务，有利于提高竞争力。
- 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，大学生作为特殊的消费群体，对手机的消费还是比较客观的，主要表现在手机的价位，手机的性能等方面。对手机生产厂家而言，就需要致力于手机性能，售后服务，以及手机的外观等方面的改善，只有这样，才能在大学生手机消费市场取得一席之地。

手机使用情况的调查报告总结篇三

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。

手机使用情况的调查报告总结篇四

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

（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。

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。

二、问卷结果分析及探讨

（一）大学生使用app类型的调查

手机使用情况的调查报告总结篇五

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