

# 2023年手机使用情况的调查报告(实用6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。那么报告应该怎么制定才合适呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

## 手机使用情况的调查报告篇一

在当今互联网发展迅速的情况下，更多的大学生对手机能否上网有一定要求，调查显示70%的大学生希望手机带有上网的功能。另外对带有游戏的要求占35%，照相也是一种需求大的功能，大约有60%的大学生要求手机能带照相，还有40%的大学生乐于手机能带mp4.

## 手机使用情况的调查报告篇二

手机依赖这个现象随着手机的普及越来越受到关注，国内外也有一些学者对这一现象做了研究，但对于在校大学生的手机依赖状况研究却十分寥寥。我课题组就杭州部分高校的在校大学生进行了题为“在杭高校大学生手机依赖状况”的调查，通过对近千份问卷的分析研究，我们认为手机依赖现象在高校中已是一个普遍存在的现象，并将随着手机使用的频繁功能的发达，而引发出更多的问题，作为学校必须正视这一现象，并制定相应的防治办法。随着社会逐渐步入信息化时代，手机的使用已经越来越频繁，大学生拥有手机的比例亦相当之高，而且使用非常频繁，部分甚至对手机已经产生严重的依赖，在无法使用手机或忘记携带手机时，常会出现如烦躁不安言语粗俗情绪低落抑郁寡欢等不良情绪，而这种现象实际上已经是手机依赖症的表现。这不禁让我们联想到网瘾初成时的情况，手机会不会成为继网瘾之后又一个对大学生产生巨大危害的现象呢？为了解大学生手机依赖症的发

生现状及其不良影响，为今后开展相应的研究提供科学依据，我们对在杭高职院校学生使用手机情况进行了问卷调查。报告如下：

### 对象与方法：

(1) 调查对象：主要是杭州地区高校的学生。包括浙江医学高等专科学校，浙江机电职业技术学院，浙江金融职业技术学院，浙江商业职业技术学院的在校学生。

(2) 研究方法：采用整群随机抽样方法进行调查，调查采用自行设计的问卷，内容包括手机使用的一般情况，个人生活状态和手机使用心理3个方面。发放问卷1000份，回收有效问卷955份，有效率为95.5%。问卷题型为等级性选择题。

### 结果与分析：

(1) 问卷一般情况：在955份有效问卷中，调查对象年龄在18~24岁，其中男性为370人，占39.7%，女性为585人，占61.3%。手机拥有率高达98.95%，近一半的受调查者（49.74%）是在进入大学后才开始使用手机的。

(2) 手机使用基本情况上：57.59%的受调查者认为手机作用非常大，是离不开的；71.2%的受调查者认为手机最大的吸引力“方便与他人沟通”。受调查者认为手机最主要的三项作用分别是：通话（85.86%），短消息（85.34%），上网（52.36%）。

(3) 在手机消费方面：大部分的受调查者表示（79.06%）从未换过手机或要用坏才换手机；而在选择手机方面53.93%的受调查者选择10001500价位的机型，62.83%的选择国产品牌；92.76%的受调查者每月话费在100元以下，仍有39.27%的受调查者觉得花费消费太多，占了生活费好一部分。

(4) 在手机依赖症候的问题上，我们一共设计了13个相关问题，选项a—b—c—d的给分分别是4—3—2—1分，涉及了调查者手机使用情况手机对生理心理影响情况：受调查者中，平均每天使用手机3小时以上的，占45.55%。有35.08%的受调查者每月的短信量在200-400条，每月短信量在800条以上的有21.47%。有65.45%的受调查者在教室里会将手机调成震动；在上课时收到短消息，有33.51%的受调查者会忍不住掏出来看看，有46.07%的选择视具体情况而定；当问及与人聊天时是否会因短信而打断聊天，有60.73%的受调查者选择视情况而定；被问及是否会有发短信发到手指发麻这个问题时，有6.81%的受调查者表示“经常有”，27.75%的表示“偶尔会”；被问及是否存在长期使用手机后会出现头晕，恶心，精神不振等现象时，有6.81%的受调查者选择“经常会”；被问及是否手机没带在身上时就会出现缺乏安全感，焦虑，暴躁等情绪时，有47.12%的受调查者表示“会”，其中有10.99%的表示“感觉强烈”；被问及是否一段时间手机没响就会感到不适，并下意识的查看手机时，只有30.37%的受调查者表示“无感受，无行为”，其余的69.63%均会表现出“有感受”或者“有行为”，而两者兼而有之的达到了23.56%；当问及是否会出现手机响了的错觉时，“有此错觉”的占到了55.5%，“经常有此错觉”的占到了11.52%；有49.74%的受调查者偶尔会有写字时突然忘记了写法，需要用手机的拼音查了后才知道该如何写，经常有的占8.38%；46.07%的受调查者表示自己只能记住5个以内的电话号码，记住10个以下的占到了72.77%；在被问及是否有发短信时可以侃侃而谈，但面对面时却无话可讲的情况时，60.21%的受调查者选择“有”。

对手机依赖症了解情况：有40.31%的受调查者听说过“手机依赖症”，而被问及在大学生中是否存在手机依赖症时，有62.83%的受调查者表示“存在”。在13个相关问题中，最高得分为46分，最低得分为14分，平均为31.8分。得分39分者，即每题的平均分达到3分，我们认为出现了较为明显的手机依赖症状，共有146人得分36分，占到受调查者的15.29%。在全部调查中，而各项超出平均分的分别有819人，即有519人有偶尔出现手机依赖相关症状的现象，占总数的85.76%。

## 手机使用情况的调查报告篇三

为进一步掌握我校学生智能手机使用情况，深入了解智能手机对大学生的影响，以点代面的收集大学生使用智能手机情况的第一手资料，为研究大学生智能手机消费的市场现状、市场潜力、流行趋势和手机选购等方面的状况，我以问卷形式对江苏理工学院的全体学生开展了智能手机使用情况的抽样调查报告。

1、智能手机的使用覆盖率很高，同时选择购买智能手机的原因各有不同

在回答“您是否拥有智能手机”时，有94%的同学回答有，只有6%的同学没有，说明智能手机在大学生这个市场中的覆盖率已经很高。在问“为什么选择智能手机时”，同学们的选择各有不同，其中选择娱乐性强的原因高达88.29%，其次是功能强大和朋友都在使用，他们分别是82.97%和65.95%，再有是43.62%受广告影响和27%因为外观漂亮，最少的是工作学习需要，它只有5.32%，从而可以看出大学生选择手机的原因各有不同。

2、就购买智能手机时而言，被调查的同学大多注重品牌意识，并愿选择高价位的手机

调查的同学在回答“您选择智能手机时更关注哪一点”，37.23%的同学选择品牌，其次是价格和系统配置，但是它们与品牌先比，所选比例还是相差很多，价格只占17.02%，外观只有8.51%，其他例如价格和售后服务都有，但只占相当少的比例。其原因：一是品牌机一般都包含了其他方面的要求，比如品牌机的像素、播放功能一般都比较较好；二是品牌机的价格较高，能够满足他们对价格的要求。

3、多种智能手机品牌混杂，以三星和苹果占大学生手机市场最多

在回答“您购买智能手机时最青睐哪个品牌”时，三星无疑成为同学们最青睐的品牌，它的比例是30.92%，其次是苹果，它占29.78%，也有13.83%的同学选择步步高智能机，其他的比例都相对较少，这表明同学们使用的智能机品牌较多，三星和苹果的市场占有率最多。

4、目前还未使用智能手机的同学，绝大多数是智能手机的潜在客户

75%的同学在回答“如果您要换手机，将来是否会换智能手机”时都回答是，这说明他们想购买智能手机，只是因为某些原因没有购买而已，所以他们绝大部分是智能手机的潜在客户。

### 1、攀比浪费现象比较突出

有一部分同学会随着智能机的更新而更换手机，这样必定照成浪费现场。同时智能手机的品牌和价位又让有些同学认为是贫富的象征，故照成攀比心理。

### 2、玩手机时间过长影响学习成绩

同学们在购买智能手机时是因为它的娱乐性较强，目前，同学们每天对着手机的时间不断加长，甚至在上课时还玩手机，这样必定照成成绩的下降。

### 3、长时间的面对手机导致身体健康问题

#### 3财经应用文

随着智能手机内游戏等软件的不开发，使一些同学不免沉迷于手机游戏，导致一些健康问题，主要有睡眠质量问题，手指会因为长时间的触摸与滑动而有酸痛感，同时感觉视力疲劳，这些健康问题现象越来越突出。

## 1、加强学生的思想教育工作，使之形成正确的价值观、人生观

学校应关注学生的思想发展路线，积极采取措施，正确引导学生思想观念发展，避免学生出现攀比浪费的不良思想作风。一是要加强教育建设，开设思想教育课程；二是要不断监督考察学生的思想状况，及时纠正错误的思想观念；三是要鼓励学生努力学习先进的思想精神，以艰苦朴素为荣，以骄奢浪费为耻。

## 2、正确处理学习与手机的关系，使手机成为学习的工具

在当前手机大革命的时代，学校应努力改进教学方法，使课堂更加生动有趣，吸引学生的注意力。同时老师也应将强课堂管理，严格要求学生认真听课，提高听课效率。学生也应明白学校与老师的良苦用心，积极配合，努力改正上课玩手机的不良习惯。

## 3、充分了解手机危害，使学生树立健康意识

政府教育部门和学校应加强合作，大力宣传手机的危害，增加健康教育投资。一是要让学生了解手机危害，主动减少使用手机的时间；二是要增加健康运动的课程，以能提高身体素质的趣味体育运动代替手机游戏；三要培养学生的运动兴趣，使学生有一项体育强项。

## 手机使用情况的调查报告篇四

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。

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。

随着生活水平的提高和手机的价格下调，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。

xx年-4-16xx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？

a□经贸系b□艺术系c□文传系d□电机系e□农技系f□食动系g□计算机系

3、您现在使用哪个牌子的手机？

a□诺基亚b□索尼爱立信c□三星d□摩托罗拉e□西门子f□国产g□其他的牌子

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

6、你获得手机的途径是？

a□自己挣钱买的b□父母花钱给买的c□朋友送的d□赠送得的

7、你选择手机着重哪方面？

a□功能b□款式c□价钱d□牌子

8、你最常用的输入法是什么？

a□拼音输入法b□五笔输入法c□英文输入法

9、你心目中最理想的手机应该有以下哪些功能？

a□拍照b□mp3c□mp4□d□多种游戏

10、你对自己的手机还满意吗？

a□满意b□一般c□不满意

11、您更新手机的周期的是多长时间？

a□半年b□一年c□一年以上d□用到坏为止

12、您目前拥有多少部手机？

a□一部都没有b□一部c□两部d□两部以上

13、您所购买的手机价格是多少钱？

14、您经常用手机打电话还是发信息？

a□打电话的多b□发信息的多c□两者都有

15、您每月的话费是多少钱？

组员：梁晓燕

第二组组长：谢敬花

季振彬陆斌芳顾城

高小雪张留洋

目录

调查情况简析

一、前言

## 二、大学生手机消费现状分析

### 三、调查问卷分析

#### （一）受访者手机拥有情况分析

- 1、受访者所买手机渠道分析
- 2、受访者所用通讯类型分析
- 3、受访者更换手机的原因
- 4、受访者手机更换时间分析
- 5、受访者手机更换意愿分析

#### （二）受访者购机时的影响因素

- 1、受访者对手机的了解渠道分析
- 2、受访者对手机品牌倾向的分析
- 3、受访者所承受的手机价位分析
- 4、受访者所选喜爱的手机款式分析
- 5、受访者对手机使用功能需求的分析
- 6、受访者喜欢的促销手段分析
- 7、受访者购买手机时主要考虑的因素分析

#### （三）受访者资料

- 1、调查的男女比例分析

2、所在年级状况分析

3、受访者手机平均月消费分析

四、综述

## 手机使用情况的调查报告篇五

近年来，随着我国社会的进步，经济的发展，信息化进程的不断加快和提高，高新科技产品成为人们使用和消费的热点。手机作为其中的代表之一，也不断地被人们关注和亲睐。而大学生作为一个特殊的群体，他们接受新的事物和想拥有高新产品的欲望比较强烈，尤其是在手机使用方面更为突出，此次的调查研究与分析正是对当前的大学生手机使用情况的进一步了解。

本次调查主要以某一高校的不同学院的同学作为调查对象，通过问卷的形式较全面的了解当代大学生手机的使用情况。

经过问卷调查基本了解，手机在大学生中使用广泛，几乎每一位大学生都有一部手机。大多的大学生开始使用手机的时间是高中，占被调查人数的60%，有34%的大学生是在大学才开始使用手机的，更有5%的同学在初中就开始使用手机。

在当今互联网发展迅速的情况下，更多的大学生对手机能否上网有一定要求，调查显示70%的大学生希望手机带有上网的功能。另外对带有游戏的要求占35%，照相也是一种需求大的功能，大约有60%的大学生要求手机能带照相，还有40%的大学生乐于手机能带mp4

当代的手机功能齐全，大学生们使用手机主演用于通讯、上网浏览网页、听歌看电影、照相和看小说，它们分别占了调查人数的70%、76%、31%、29%和28%。

大学生手机消费占了生活费的一部分，但总的来说，大学生手机的消费都不是很高。经调查：一个月消费20元以下的占了8%，更多的人消费20-50元，它们占了60%；其他的在50-100元之间的有23%；100元以上的有8%。

63%的大学生能接受的价格区间在500——1000元之间，10%的大学生能接受的价格在500元以下，27%愿意考虑1000——20xx元的手机，没有能够接受更高的价格的同学。以上数据表示，大学生普遍接受的价格区间为500——1000元。

对于对潮流的追随，不同的人有不同的观点。经过调查，有12%的大学生认为追潮很时尚，有21%的人则表示要看情况，大多数人则觉得没必要，占了57%，有少量的11%保持沉默。

面对长时间使用手机对自己的伤害问题，大家都有很多想法。但主要的伤害有着几种：手机辐射、影响视力和占用时间，分别占了被调查人数的45%、30%和40%，另外只有9%的人觉得长时间使用手机没什么伤害。

经过调查，大学生更换手机的原因主要是因为手机坏了或者丢了，他们占63%和52%，追随潮流而换手机的比较少，约占5%，有其他原因而换手机的占了3%。

从这项的调查显示，当代大学生对手机的需求不盲目，比较理性。有72%的的大学生对手机的要求是经济实用，有10%的追求价格低廉的手机，要求功能齐全的有22%，仅有5%的同学认为品牌之上。

本次调查是以问卷的形式向在校大学生咨询他们使用手机的情况，经过大量调查数据的研究、分析，我们可以从中得到当代大学生使用手机是非常理性和现实的。追求潮流和高价位手机的大学生所占的比例是非常少的，不盲目、不奢侈是他们的特征，也能充分了解手机带来的便利和危害，由此可见，当代大学生使用手机是健康的。

# 手机使用情况的调查报告篇六

本次调研共发放问卷120份，计回收问卷111份，回收率92.5%。其中有效问卷100份，样本分布结构大一7人、大二43人、大三36人、大四14人，男生比例59%，女生41%。并在问卷的基础上走访了两院的手机店及儋州移动、联通通信公司，从总体上了解手机市场的相关信息，调研的具体结果大致如下：

## 一手机普及情况及趋势分析

针对学校的手机普及情况我们通过电话调研的方式进行了初步的统计，每个班级少的有3-4部，多的则达到10部以上，被调查者中周围朋友使用手机较多的占27%，一般的则占到了58%。根据本次调研数据乐观估计我校学生的手机拥有量可能在800-1000部左右，即每7-8个学生中就有1个人拥有手机。手机已从原来身份和地位的象征开始作为一种便捷的通讯工具为学生所广泛接受。

随着手机价格的大幅度下降与入网费的取消，再加上移动、联通公司通过变相的单相收费、各种打折、免月租、集团卡等优惠活动的推出，导致手机的通讯资费进一步降低，使得大多数人都能够消费得起以往只有大款才消费得起的手机。同时生活条件的改善导致部分学生的月生活费用也相应提高，除基本的生活支出外可支配费用的增加也促使他们开始考虑手机消费。因此手机拥有量还有较大的提升空间，这种增加的趋势在一定程度上仍将继续下去。

## 二各品牌手机占有情况

目前我校学生使用的手机主要以摩托罗拉和诺基亚居多，两者分别占被调查者的28%和27%，其次三星和西门子也拥有一定数量的支持者，分别占被调查者的15%和9%，而国产手机则主要集中在波导、tcl两大品牌，但其占有率也仍然不高，分别只有5%、7%，其它的小品牌占有率更低。这样的品牌结构可

归结为两句话：大品牌主导市场，小品牌填补市场空隙。

但随着其淡出手机生产，新型机推出不多等多方面的原因致使其市场占有率逐年下降。相反三星、西门子等外国公司凭借技术优势，适时推出新产品符合学生使用，因此在学生中也占有了一定的市场。而国内的手机品牌知名度虽然也有所提高，但终因为质量、款式等的制约而受到限制。

### 三现有用户具体分析

从性别上看，目前的手机现有消费者仍以男性为主，根据问卷显示数据男女比例为：59：41。

#### 月生活费性别

%50%32%5%5%59%41%

#### 大一 大二 大三 大四

%43%36%14%

从年级上看现有的手机消费改变了以往大四学生占据主要份额的状况，大

大三的学生开始后来居上占了较大的份额，其功用也由原来单一的联系工作开始向多方面转变，如联系朋友、恋爱需要等，其中大多数是前者与朋友联系的需要，约占了调查总数的75%。大一的新生手机拥有数量相对较少，这并不意味着新生的手机消费潜力不大，相反新生在非手机用户手机消费的潜市场当中占有相当的份额。新生主要是由于地缘、用途及费用方面的考虑而暂时性的没有购买手机，其购买意向却仍相当强烈。在我们访谈过程中大多数新生都在寻求手机购买的机会。