

最新大学生手机市场需求情况调查 大学生手机消费的调查报告(通用7篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

大学生手机市场需求情况调查篇一

一. 调查目的:

随着社会逐渐步入信息化时代,手机已经成了我们越来越不可或缺的东西,对于手机的使用已经越来越频繁,它与我们的生活息息相关。现在在校园里,手持手机边走边通话的大学生已是屡见不鲜了,大学生拥有手机的比例亦相当之高。手机潜在消费群有低龄化的趋势,可以说青少年是一个巨大的市场。在这种大背景下,拥有无穷消费潜力的特殊消费群体——学生已经成为手机消费市场中一支不容忽视的生力军。我们小组通过对福建师范大学学生手机消费进行调查,分析了调查的结果,并对今后手机的发展趋势作了一个构想,并为手机营销商提供一些建议。

二、调查方式:

网络问卷

三、调查对象:

微信□qq好友随机抽取

四、调查时间:

20xx年11月

五、调查过程：

1. 被调查者：研究者随机在福建师范大学发放编制好的调查问卷。共发放问卷60份，回收有效问卷60份，其中，男生33人，女生23人。

2. 数据整理：将回收的问卷进行分类、整理、统计和计算，最后得出市场调查报告的原始数据。

3. 数据分析：

第三题：通过对数据的分析我们发现，男女同学在能接受的手机价格范围上有显著差异。其中，男生中有21人选择了1000以上，2人选择了500-1000. 而女生中，有22人选择了1000以上，10人选择了500-1000, 1人选择了500以下。由此可以看出，男生的手机消费价位较女生高。这可能是由于女生在生活上比较精打细算，而男生则不太重视节俭。当然，受样本容量的限制，也可能得出的结论是补准确的。

六、大学生手机消费的特点：

通过对数据的分析，我们发现，有以下几题，调查者的选项具有明显的倾向性，能够在一定程度上体现当代大学生手机消费的特点。

第三题中，有76.8%的调查者选择了1000以上，可见这一价格应该是大学生现今所能暂时承当的。随着经济的发展，大学生的消费水平也提高一个层次，手机很大程度上是一个大学生的门面，因此，大家不惜对手机进行比较大的投入。第五题中，有75%的调查者选择了随身携带手机。这说明，在大学生中，随身携带手机很普遍，离不开手机，作为大学生中的一员，我切实感觉到现在周围用大屏幕直板手机的同学越来越

越多了，包括我自己。

七、结论：

随着科技的不断进步，经济的不断发展，人们生活水平的不断改善和提高，学生消费者的消费心理欲望增强，商品的市场生命周期缩短，特别是在通信领域，手机更新换代的速度加快。多数大学生对手机有极大的心理需求，他们注重手机的款式，注重手机的质量及功能，而且他们也是品牌的忠实拥护者。学生消费者比较喜新厌旧，一旦有推出功能更完善的手机他们就会对自己所拥有的手机产生不满。从中我们可以看出，手机消费已经成为了一种时尚。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将越来越表现出其巨大的消费潜力。从调查数据我们可以得出以下结论：

1. 手机消费仍以外国产品为主导，国内手机还有待于进一步的改进与提高，服务待于完善。国产品牌手机需要在质量上做足功夫，外观需要创新，而不是一味地模仿，国产品牌手机还需要提高技术含量，掌握核心技术，拥有自主知识产权。只有拥有自己的特色，国产手机才可能在当前白热化的竞争中占一席之地。
2. 品牌手机在大学生手机消费市场占据有一定的优势。据调查分析，目前大学生使用的手机主要以苹果居多，大学生也是比较注重品牌的。可见，大品牌对市场起主导作用，小品牌只能填补市场的空隙。品牌在手机消费起着相当大的作用。
3. 大学生对手机的要求不仅仅停留在以往能用就行的简单层面上，开始向多方面的需求转变，要求有更多的使用功能、更好的手机售后服务、大品牌等，加上现在刚刚开始发展的3g网络，也要求手机厂商即时研发，对手机更新换代。
4. 大学生月生活费水平直接影响大学生群体的手机消费能力。

大部分大学生所需要的手机为中低档手机，价位合适，功能实用为主，其消费能力制约了对高档手机的购买力。但是随着经济的发展与科技含量的提高，大学生群体对高档手机的需求会慢慢增大，同时厂商也应推出适合大学生消费的高档手机，刺激大学生群体的购买欲望。手机使大学生的日常生活更加方便了，因此手机拥有量在大学生中的使用很普遍，并且手机还有很大的提升空间，还有一定的潜在市场，并且这种增加的趋势在一定程度上仍将继续下去。

大学生手机市场需求情况调查篇二

根据调查显示的数据，可知学生手机族的消费动力处于一个较高水平，造成这一较高的消费动力的原因，据调查，有以下几点：

第一社会经济发展水平的提高，家庭收入的增加，学生消费者的消费心理欲望增强。

第二新经济，新文化，新观念，学生的总体规范发生了极大的变化，这就引起了手机消费的购买决定。

第三信息的极大丰富化，便利化，厂商在手机广告的宣传力度上，对学生消费者的消费动力也有影响。

总的来说，学生手机族的消费动力是在一个高水平上，在这总前提下，就回发展出一系列满足消费动机的目标，从而最终做出购买决定。

三学生手机族的消费动机

经过学习过程对消费的需求，根据学生手机族对手机购买的动机进行了调查，起动机分为以下四种：

第一，实用功能的购买动机. 据调查显示，学生消费者在购买

手机时，最注重的还是质量与实用功能，有79%的被调查者以为好用和耐用是重要的’。而在现阶段在满足人们质量的要求上，对手机功能的要求也很重要。70%的人群希望手机带有摄像□mp3□mp4□红外线和蓝牙等功能，同时也对手机品牌的趋向也很所不同，90%消费群体以为诺基亚，摩托罗拉，三星，索爱等品牌较为认可，而对cect□nec等国产品牌持否定态度，由此可以看出，学生手机族的消费观念越来越趋向于时尚，潮流的发展方向。

第二，外观设计的购买动机。学生消费者在购买手机时，大部分被调查者认为有质量保证的前提下，有60%的人考虑手机的外观设计，有60%的人认为手机的外观设计是影响购买的程度，据调查优0%的人群喜欢大屏幕的手机，先在手机市场中主要有翻盖，直板，滑盖，旋盖几种机型，厂商根据不同的市场需求不断更新换代，推出心肠品使消费者有更多的选择范围，所以在手机的款式，造型，颜色等方面都能够吸引学生，同时，有68%的学生希望拥为“大学生量身订做的手机”，由此可见，手机厂商如果抓住学生这个强大的消费群体，迎合学生的需求，就会给厂商带来更大的效用。

第三，方便的购买动机。根据前面学生手机族的分析，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，有95%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。除此之外也为了方便朋友之间的相互联系据调查，用于联系这方面的购机因素，较为重要，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。

第四，廉价的购买动机。据调查显示，有69%的大学生人群所能承受的手机价格在1000～元之间，手机间隔在2000元以上的购买人群也占有相当多的比例。也就是手，对与大学生他们需要的是不同档次的手机，水者经济的发展，生活水平的提高，学生手机族会根据自身的经济情况购买手机，现在手机

厂商也为学生提供了一种欲付话费赠手机的活动，类似着种分期付款并能用到价格贵，功能全的手机，有53%的人群持赞同意见，如此的消费能缓解购机当时的经济压力. 因此手机厂家需要生产高，中，低档不同档次的手机，以满足大学生手机族的需求，以达到手机厂商和消费者实现双赢的政策.

四手机市场

在被调查者中98%的学生消费群体认为手机作为现代通讯工具是必不可少的，75%的人群认为手机应该每2到3年一换，也有少数一部分世上一族追随世上潮流，追随最新，最炫的手机款式. 因此，这部分人群的手机更换频率就很快. 所以对手机的不同款式的需求量也就大大增加，要提高对此消费群体的关注，家大开发这片新市场，推行各项让利策略及鼓励措施，进一步加深对厂商产品的推广，见回对手机市场起到积极的促进作用.

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，还需要更加深入更加细致的调查，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。

大学生手机市场需求情况调查篇三

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。

大学生手机市场需求情况调查篇四

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，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？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。

附调查问卷

xx年-4-16

xx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

免责声明：本文仅代表作者个人观点,与本网站无关。

大学生手机市场需求情况调查篇五

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。

大学生手机市场需求情况调查篇六

随着生活水平的改善，手机的普及率开始升高。且使用范围也开始扩大，在大学里，手机几乎是人手一部的通讯工具。有的学生身上还有两部甚至多部手机，从以前的“大哥大”到现在的比手掌还小的手机，无论从功能到外表都是一个大飞跃。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。

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，我们小组以问卷形式对我院的全体学生开展了智能手机使用情况的抽样调查报告。

石家庄铁路职业技术学院学生

发放调查问卷

见附录。

过程：问卷由我组成员分别到自习室、学生宿舍、餐厅分发到被调查者手中的。其中在自习室分发问卷是随机的，没有选择特定专业的同学，而到宿舍分则根据预期调查专业而分发，等被调查者填完问卷后由发卷者亲自去收回。在分发问卷过程中，大部分被调查者积极配合我们的工作并很有热情的为我们提供宝贵的意见。

分工时间安排：

a□资料搜集：耿娴20xx年4月1日~3日。

b□拟订报告：张月20xx年4月4日~6日。

c□实施调研：于树红20xx年4月7日。

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%的同学选择步步高手机，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，这样必定造成浪费现场。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，故造成攀比心理。

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，这样必定造成成绩的下降。

3、长时间的面对手机导致身体健康问题

随着智能手机内游戏等软件的不断开发，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。一要让学生了解手机危害，主动减少使用手机的时间；二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。

总的说来，学生手机族的使用是维持在一个较高水平上的，随着生活水平的改善，手机的普及率开始升高。且使用范围也开始扩大，在大学里，手机几乎是人手一部的通讯工具。有的学生身上还有两部甚至多部手机，从以前的“大哥大”到现在的比手掌还小的手机，无论从功能到外表都是一个大飞跃。所以应该正确处理学习与手机的关系，要了解手机危害，主动减少使用手机的时间。

附录（调查问卷）

1、性别a男b女

2、专业系别：

3、你为什么选择智能手机？

a娱乐性强b功能强大c朋友都在用d受广告影响e工作和学习需要f其他

4、你现在拥有智能手机吗？

a有b没有

5、你选择手机时更注重的是什么？

a品牌b价格和系统配置c外观d价格

6、你会选择国产手机吗？

a会b不会

7、你认为国产手机存在哪些不足？

a质量不过关b款式过时c功能太少d其它

8、你购买手机时所能接受的价格是多少？

9、你喜欢下列哪种款式？

a翻盖b直板c滑盖d其它

10、你一般从哪里获得手机资讯？

a网上b电视广告c海报传单d其它途径

11、在你的同学当中，使用手机的人数占多少？

a极少b30%左右c50%左右d大部分e几乎所有f不知道

12、你用的手机品牌？

a苹果b三星c华为d联想e诺基亚f其他

大学生手机市场需求情况调查篇七

本研究旨在通过对大学生手机使用情况的调查，对我校学生手机使用，包括品牌、价格、主要使用功能、消费等情况进行探讨。为此，我们主要采用问卷法对广东交通职业技术学院a栋部分宿舍同学进行调查。对调查报告进行分析得出结论：

我校学生对手机要求及功能消费主要分为两方面：第一，外显因素即手机本身特点（品牌，功能，价格）；第二，主观因素即手机使用（用途、消费）。

关键词：手机使用调查、外显因素、主观因素、调查显示

1引言：

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。

方法：

2.1被试：

广东交通职业技术学院a栋部分宿舍同学，其中男生68人，女生32人

2。 2实验程序：

调查人员在20xx年5月26日晚随机选取在宿舍有空的同学，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）

2. 3结果：

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，外形美观，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。

附：

大学生手机使用情况调查

一． 选择题

1. 你在什么时候拥有自己的手机？

a.小学b.初中c.高中d.大学

2. 现在使用哪个牌子的手机？

a.诺基亚b.三星c.摩托罗拉d.索爱

e.松下f. tcl g. lg h.西门子

i.飞利浦j.波导k.其他品牌

3. 你获得手机的途径是？

a.家人购买b.自己购买c.亲朋赠送d.其他途径

4. 你选择手机着重哪方面？

a.外型b.功能c.价格d.其他方面

5. 您的手机价格：

6. 你心目中最理想的手机应该有以下哪些功能？

a.多和弦铃声b.播放mp3 c.彩屏d.其他功能

7. 是否开通过gprs□主要用途？

a.是，没什么q聊而已□ b.是，看些文章图片c.听过但没用过d.其他

8. 每个月的手机费用大概是多少？

a. 50以下b. 50以上100以内c. 100以上d.没留意过

9. 你的手机sim卡是什么公司的？

a□移动b.联通c.其它

10. 你多久换一次手机？

a.一个月内b.半年c.一年d.一年以上

11. 在手机质量方面你最注重什么：

a.信号灵敏b.实用省电c.功能齐全d.其他

12. 你的手机一般用途是？

a□发信息b.上网 c.打电话d.当时钟

13. 是否有试过手机交友？

a.有，经常b.有，偶然c.无试过d.不知道有这种服务

14. 喜欢哪种话费优惠？

a.包月送短信b.单向收费c.免月租d.其他

15. 你喜欢哪种颜色的手机？

a.银白色b.红色c.黑色d.蓝色e.其他颜色

16. 你如何看待利用手机缴交网上消费费用？