

# 2023年大学生对网络的态度心得体会 大学生网络使用情况调查报告(实用5篇)

心得体会是我们在经历一些事情后所得到的一种感悟和领悟。心得体会对于我们是非常有帮助的，可是应该怎么写心得体会呢？以下是小编帮大家整理的心得体会范文，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

## 大学生对网络的态度心得体会篇一

在本次调查中，大学生的网络现状具体表现在以下六点：

### 1、电脑、网络普及程度非常高

有39.7%的同学配有电脑，35.7%的同学天天一般花1—2小时在电脑上，有42.6%的同学为3—4小时。从上网同学的比率可以看出，网络已经成为当代大学生的日常工具之一。基本上所有的同学都感受到网络的存在对现代社会生活的影响以及在日常和工作上的重要性。从各年级的分布来看，并不象一般认为的：大一同学因为对计算机本身的了解中国范例及使用比较生疏，因此决定了对网络的应用率也比较低。事实上，计算机的使用已经低龄化，很多同学在高中已经接触到了计算机，虽然对软件、语言等并没有熟悉的应用，但一提到上网，大多数同学还是非常熟悉的。大二、大三经常接触网络的同学比较固定。也就是说，不常上网的有一部分，经常上网的也总是保持着一定的数量。分析原因在于有些同学由于自己没有电脑，或是专注于学习，有其它事情缠身如打工、谈恋爱等，所以没有时间涉足于网络；而有些同学则因为拥有个人电脑，用起来非凡方便，或是时间较为宽松，所以有较多时间留驻于网络。总体而言，经常上网的学生是比较固定的，占全体同学的40%左右，同学总是与网络保持着比较密切的关系，其中有相当一部分同学已经迷上了网络。

## 2、大学生中对网络的价值利用率不高

网络的应用对于学生而言，主要应放在查找资料、开阔视野等层面上，一些大一的学生也承认，在没有接触到网络之前，在他们的意识中，网络应该是学习的辅助。但是事实上，真正使用网络来查找资料帮助专业学习的同学非常少，即使有也是偶然写论文，甚至是直到交作业时，才到网上找找。调查表明，上网聊天的占34%，上网玩游戏的占28%，上网查资料的占38%。也就是说，有62%的学生在网络里从事与学习工作无关的活动。提及聊天，必然要提qq。在调查的200个学生当中，全部都至少有一个qq号。

上述有关大学生网络调查报告，是一篇表述清楚，文辞简练的文章。

## 大学生对网络的态度心得体会篇二

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，好像在前几年，拥有一部属于自己的手机，是一件很了不起的事，也是一件很值得炫耀的事，不过这都是大人们的事而已，大学生、中学生。想也别想！但是在社会日新月异的今天，在大学里，手机几乎是人手一部的通讯工具，大学生拥有自己的喜欢的一部手机不再是很遥远的事。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，但是，价格却成反比，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。特此，我专门进行了这项调查活动。其调查结果具体分析如下：

### 一、大学生手机拥有和需求状况：

在我的打工生活中，我也明白了许多：在日常的工作中上级欺压、责备下级是不可避免的。虽然事实如此，但这也给我上了宝贵的一课。它让我明白到别人批评你或是你听取他人

的意见时，一定要心平气和，只有这样才能表示你在诚心听他说话。虽然被批评是很难受的，而且要明确表示你是真心在接受他们的批评。因为这样才能在失败中吸取教训，为以后的成功铺路。我们要学会从那里跌倒就从哪里爬起来，这才是我所应该做的。

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。

## 二、使用哪个牌子的手机

在调查中发现，大学生最喜爱的品牌是诺基亚，40%的人使用的是这款手机。很显然，诺基亚占据了绝对领先的位置，与其他品牌拉开了不小的距离。而排名第二位的是索尼爱立，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，三星虽然拥有高技，接着是摩托罗拉、西门子等品牌，波导是唯一进军一线阵容的国内品牌[tcl]紧随其后。

## 三、质量、服务最好的品牌

调查结果显示，消费者对知名品牌的的企业产品质量普遍表示认可，诺基亚、摩托罗拉、三星等品牌形象较好，消费者认可度较高。国内外品牌在这方面差距较小，国外品牌只是个别产品的认可度高于国产品牌。国内品牌中波导成绩斐然，但拉开其他品牌的差距也越来越小。排名中[tcl]夏新、联想难分高低。

## 四、选择手机考虑的主要因素

消费者对质量的要求最高，手机是日常的通讯工具，如果质量不好，将会给消费者带来极大的不便。另外，由于大学生

都是年轻人，他们对手机的外观款式要求也较高，其次是多铃声，大容量的电话本，彩屏，双屏。娱乐方面有游戏□gprs上网，播放mp3□可更换外壳，红外线接口等。

## 五、目前使用手机的价格

亳州市位于皖西北边陲，黄淮平原南端。西北部与河南省接壤，西南部与阜阳市毗连，东部与淮北市、蚌埠市相倚，东南部与淮南市为邻。辖涡阳、蒙城、利辛三县和谯城区，国土面积8522.58平方公里，占全省总面积的6.08%；耕地60.19万公顷。全市人口530.02万，其中少数民族8.2万人。

调查发现，目前绝大多数读者的手机价格在800——1500，大学生购买手机还是以实用为主。只有10%的消费者表示会选择800元以下的手机，也有部分消费者购买1500以上的高价位手机。

## 六、在什么时候拥有自己的手机

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，50%人开始在上大学的时候拥有自己的手机。但是获得手机的途径中家人购买的占45%；自己购买占51%；朋友赠送占3%。以上调查表明，现在越来越多的大学生的消费水平有所提高，能够满足他们的额外消费。

一种以在校大学生和毕业大学生的特殊群体为创业主体的创业过程。随着近期我国不断走向转型化进程以及社会就业压力的不断加剧，创业逐渐成为在校大学生和毕业大学生的一种职业选择方式。

## 七、购机地点

调查目的：在我国，随着经济的发展和科技的进步，大学生的消费支出逐年增加，且增幅越来越大，大学生已成为不容

忽视的特殊消费群体。本次调查主要是了解目前我校大学生消费状况及消费心理，分析学生的消费构成，引导树立正确的消费观念，养成良好的消费习惯，调查发现，消费者购买手机的地点较为集中，大体上分布在手机大卖场和品牌专卖店，他们认为手机大卖场或品牌专卖店的销售人员素质相对较高，手机售后服务也不错，因而容易赢得消费者的信任，另外，大卖场的价格优势也是一个重要因素。

## 八、大学生对手机功能的评价

随着社会经济的飞跃发展，社会消费方式已经从原来单一的现金交易向现金、信用卡、支票等多样化的交易方式转变，使人们的生活方式更趋方便快捷。当代大学生是青年人中的佼佼者，有着开放的思想意识，从不落后于时代的发展。那么在消费方式上是怎样的状况呢？在调查中发现，作为特殊的消费群体，当代大学生的消费方式已经进入了网络电子时代。许多大学生都有校园ic卡、交通ic卡、银行取款卡、上网卡甚至运动健身卡等，“刷卡”时代使大学生的消费行为潇潇洒洒，用某些同学的话来说，就是“卡一刷，钱就花”。

在现有功能中，来电/接听电话时间和中文输入功能分别位列消费者最看重功能前两位，每天都有成千上万的短信飞遍校园内外，这也是大学生手机资费的重要组成部分，因此许多同学都定了包月短信。

随着生活水平的改善，手机的普及率开始升高，而且使用者范围也开始扩张，还记得前几年，拥有一部属于自己的手机，是一件很了不起的事，而且，还是大人们的事而已，大学生、中学生……想也别想。但是20世纪的今天，却不同了，在学校里，手机几乎是人手一部的通讯工具，接着是中学生，小学生，父母为了跟儿女第一时间联络，纷纷给儿女们买起手机来，有得学生身上还有两部手机呢，那更不用说手机电话卡了。

在对电子货币的调查中，仅有1人在网上使用过电子货币。本科生中仅有9人表示对此作过专门的研习，而且都集中在计算机专业和信息通信专业。研究生中也仅有4人表示自己曾钻研过此类问题。另有10人表示对此很有兴趣，这个数字是相当低的，仅占总人数的2%。电子商务是一个跨学科领域，在涉及到电子商务发展的关键问题——金融电子化与贸易安全上，电子专业、法律专业的学生有独特的优势，但尚未引起经济管理专业的重视。就目前而言，真正认识到电子货币与自己已经很近的学生并不多，对此投入很大精力的学生更少。

## 大学生对网络的态度心得体会篇三

调查组成员：周仁刘庆彭玉婷曾泪水

### 一、前言

随着网络技术的发展，电脑对我们的日常生活影响日益增大。网络给我们的生活带来了各种影响，对我们当代大学生来说，电脑使用尤其普遍。通过这个问卷调查，我们了解到当代大学生对电脑的一些使用情况，以及电脑究竟对我们的生活构成了什么样的影响。在这次调查中，我们针对了各个年级，各个专业的部分学生做了问卷调查，通过问卷结果，我们大概了解了大部分大学生生活中网络所占的比例，以及对自己生活所造成的便利与困扰。

就我们个人而言，网络的发展是这个社会发展的必然趋势，我们无法避免，但是怎样去使用互联网，取决于我们自己。我们应当理性上网，让互联网成为我们学习生活的工具，而不应该成为我们堕落的缘由。

### 二、调查方式及样本的选取方法

#### （一）问卷

我们对各个年级，各个专业的学生发放问卷调查表，该问卷旨在了解大学生对网络的使用情况以及网络对大学生的影响。

## （二）问卷内容

详情请看附录。

## （三）调查对象的选取

本次调查随即抽取我校各年级各专业的学生。参加问卷的共有150名学生作为考察样本。我们采取男女相同比例进行问卷调查。

## （四）资料收集整理

本次调查实际发放问卷表150份，回收率146份，回收率96.7%。

# 三、我校学生网络使用情况概述

## （一）我校学生网络使用时间一般过长

大约22%的同学使用时间在三小时以内，大约53.8%的学生使用时间在四到六小时之间，剩下的24.2%的学生使用时间超过六小时。我们对其中一部分同学进行口头调查，周一至周五电脑使用情况普遍比周末时间短。其中不乏有周末通宵上网的同学。

## （二）我校学生上网时间分配情况不容乐观，学习时间过短，游戏娱乐时间占有很大比例

玩游戏所占比例为53.4%，其中男生44.5%，女生8.9%。聊天看电影所占比例41%，女生31%，男生10%。学习所占比例仅12%。

## （三）互联网对我们的生活影响过大，其中积极的消极的同

时存在

92%的同学认为互联网对自己的学习生活又比较大的影响，但是就其积极和消极部分各有所述。普遍认为积极与消极同在。

#### 四、我校学生网络使用原因

##### （一）自身原因

部分学生由于进入大学脱离了父母和学习方面的压力，从而花大把时间在网络娱乐上。禁不住网络的各种诱惑，沉迷于虚拟世界。现代社会很多人都喜欢宅在宿舍，沉浸在自己的世界，由于学生时间比较多，所以学生中出现的宅男宅女现象更为严重。所以上网是宅神们的最佳选择。大学是个群英聚集的地方，许多学生在现实生活中找不到存在感，受着各方面的压力，所以转入虚拟世界，希望从中找到成功的乐趣，这也是为什么玩游戏所占比例最大的原因。

有些同学热爱学习，会利用网络资源来充实自己的知识面，增长自己的见识。

##### （二）外界客观原因

由于大学课程比较少，自由时间比较多，学生的课外活动比较少，自然会选择上网来打发时间。现在网络上出现的信息繁杂，有利于学习生活的一面，另外又有许多不良信息，部分学生自制力不高，容易上当受骗。网络世界得不到有效管制也是使部分同学沉迷网络的一个重大原因。从调查结果看，其中也不缺乏通过电脑学习各方面知识的学生。现代网络获取信息方便快捷，便于学生打破封闭的小世界，从而了解整个国家乃至世界的各方面信息。

[大学生网络使用情况调查报告]



# 大学生对网络的态度心得体会篇四

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：

本次调查的对象是本校所有在校的学生。

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。

更多应届毕业生求职网【调查报告】推荐阅读  
[/diaochabaogao/](#)

## 大学生对网络的态度心得体会篇五

调查目的：

通过调查了解我校在学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学校的学生。

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？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。