

# 手机消费调查报告总结 手机消费调查报告 (实用5篇)

在经济发展迅速的今天，报告不再是罕见的东西，报告中提到的所有信息应该是准确无误的。报告的格式和要求是什么样的呢？下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 手机消费调查报告总结篇一

近年来，中国经济发展速度迅猛，人民的生活水平日益提高，其中成年人的消费问题成为社会舆论话题。现在独生子女越来越多，很多家长都疼爱自己的孩子，因此总是满足孩子的要求。（家长也是很无奈。）青少年花钱的开销结构：

零花钱是青少年可以在很大程度上都是自主支配的开销，尤其能够体现出他们的消费意愿和倾向。调查结果显示，他们的零花钱开销结构有三个最为显著的方面：一是购买书型这是开销最主要的部分（累计占72.4，排第一位）其中用于购买课外书报的支出大于用于购买学习辅助书籍的支出；二是购买体育娱乐方面的高科技产品，如cd/音乐磁带，电脑软件/电子游戏软件，以及vcd/dvd/影带（累计占52%排第二位）；三是购买零食/饮料（占48%，排第三位）。学习；求知和迷恋新奇事物是青少年时期人们的主要特点。因此，用于精神追求或生理需要的支出占据了说要方面，而购买零食/饮料也是青少年的身心特点的表现。

当今青少年在人际交往方面，表现出了更多的独立化，成人化的特征等等，喜欢名牌服装是越来越多的青少年的心理需求。而这种心理又是对服装的作用的认识为基础的。“对于人靠衣装”这句话有多大的程度的合理性？调查表明：11.9%的被调查者认为“非常合理”，49.6%的人认为“较为合理”，表示中性的“一般”态度的人数比例为29.1%而有5.1%人认为

较不合理，1.9%认为“极不合理”，另有2.4%认为“不清楚”。总体上看，当今的青少年对于人的外在层面的东西给予了极大的重视；应该说这与对人的内在层面的东西的重视并非对立的，而且在后面我们还将看到，这种对外在方面的强调是自我取向性质的，即主要是为了使自己有良好的心理感受。

综以上调查，中学生首先应该树立适度消费观，其次，中学生要防止盲目消费；第三，中学生要抵制不利于健康的消费内容。

过去人们说“清贫之志不敢忘”，今天，仍要提倡勤劳俭朴的生活观，中学生应当从消费行为上发扬中华民族的传统美德！

## 手机消费调查报告总结篇二

解当代大学生的消费心理 并且加以正确的行为导向 培养大学生的理财能力 在当前成为了大学生自身、教育部门以及全社会都必须重视的课题。

### 一 大学生消费结构调查数据

调查目的 通过分析大学生消费结构,对商家的细分市场定位提供参考

调查采样地点 福建商业高等专科学校

下面是通过本次调查得出的一些详细数据。

96%来自农村的占 4%。可见 大部分贫困学生来自于农村 我国的城

乡差别仍然巨大。而生活奢侈的学生绝大部分来自于城市。

该数据与

中国人目前的收入水平基本吻合 绝大部分中国人家庭夫妇月收入为

2 千元 5 千元 贫困家庭与特别富裕家庭都是少数。一般来讲 贫

困家庭大学生的每月消费支出较少 而特别富裕家庭大学生的生活可

能较奢侈 比如有的学生在校期间购买了 20 多万元的轿车。

元 1000 元占 1000 元 20xx 元占 13% 20xx 元以上占 5%。

由此可见 大部分学生的月平均消费金额为 500 元 1000 元 每月

消费金额超过 20xx 元的只占 5% 社会上一些舆论认为大学生代表着

高消费 代表着奢侈浪费的看法是片面的。

学生通过打工赚取生活费甚至学费。感觉生活费月月有余的学生占

6% 感觉刚好够花的占 感觉不够花的占 。可见接近一

半的当代大学生用钱缺乏计划性 缺乏理财能力。感觉月月有余的学

生中 大一学生占 69% 由此可见大一新生刚进校门时消费项目较少。

而感觉钱不够花的学生中 大一至大四学生分别占 16% 6% 44%

34% 可见随着年级的升高 学生的消费项目逐渐增多 大三时 恋爱

的学生多 感觉钱不够用的学生比例最高。

消费的占 想花就花的占 36% 选择其他的占 46%。可见许多大

学生的消费方式比较随意 缺乏计划性 所以导致钱不够花。

200 元 400 元占 400 元 600 元占 600 元以上占 13%。

每月饮食开支在 200 元以下意味着每天的饮食开支只有 6 元多一点

在目前学校食堂一个炒肉 3 元钱左右的条件下 意味着这样的学生每

顿饭只能打一个菜 每天只能吃一顿肉。而每月饮食开支在 600 元以

上的学生 除了正常的就餐外 几乎天天买饮料喝。

元以下的占 10 元 50 元占 50 元 100 元占 6% 100

元以上占 3%。可见大学生平时买书的并不多 除了一部分考 研、考

各种资格证的学生外 一般不买教科书以外的书。

50 元以下的占 12% 50 元 100 元占 100 元 200 元占

200 元以上占 22% 另外 46%的学生回答没有恋爱。由此可见谈恋爱

的学生 每月在恋爱方面要比其他学生平均多支出 100 元以上。

占 1% 30 元 50 元占 50 元 80 元占 80 元 100 元

话费支出在 50 元 100 元之间。少数学生远程恋爱 煲电话粥 导

致每月话费在 150 元以上。转贴于

论文报告模板范文手机消费 第二十篇

大学生服装消费调查背景

大学生服装消费调查概况

调查问卷分析

调查结论总述

对服装消费与生产的建议

领跑小组

大学生服装消费调查背景

随着经济社会的纵深发展，我们大学生作为社会特殊的消费群体正受到越来越大的关注，由于大学生年龄较轻，群体较特别，他们有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。一方面，他们有着旺盛的消费需求，另一方面，他们尚未获得经济上的独立，消费受到很大的制约。消费观念的超前和消费实力的滞后，都对他们的消费有很大影响。特殊群体自

然有自己特殊的特点，同时难免存在一些非理性的消费甚至一些消费的问题。他们的消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响他们世界观的形成与发展，大学生消费具有多样化，复杂性等特点。作为大学生消费的重要组成部分的服装消费，几乎是大学生日常消费中的除食品消费外最重要的消费开支。因此通过对大学生的服装消费的调查和研究，我们可以及时把握大学生消费的最新动向，对我们引导大学生树立正确的消费观念，以及对整个针对学生服装生产销售产业提供参考。处于以上的目的我们进行了以下针对大学生服装消费的调查报告。

## 大学生服装消费调查概况

### 调研目的

通过对大学生服装消费的调查，了解大学生日常服装消费和日常消费情况，进而引导大学生树立正确的消费观，以及对整个针对学生服装生产销售产业提供参考。

### 领跑小组

### 目标群体

河南城建学院东校区在校大学生，包括大一到大四四个年级。

### 调研方法

本次调研采取问卷调查，通过调研人员的问卷发放，对在校的四个年级的同学进行抽样调查。抽样调查采取分层抽样法，根据四个年级的人数进行分层抽样，以此来收集数据。其中年级人数比例为8：8：3：1(大一：大二：大三：大四)。

### 调研过程

月1日到2日，设计调研方案;3日到5日，设计调研问卷;6日到9日，进行问卷调查;10日到12日，书写调查报告。其中，在问卷调查过程中，不对被访者进行过多的谈论，尽量收集到被访者真实的数据，不对被访者进行诱导或是随便自己进行填写，而且尽量减少被访者受到过多的环境因素的影响。调研结束后留下被访者的电话，以便对调研数据进行验证。调研结束后注明调查员姓名以及调查地点和时间。本小组共发出205份问卷，实际收回204份有效问卷。

## 问卷整理

在问卷调查结束之后，由组长组织组员对问卷的内容进行分析，得出具体的能够反映调研主题的数据，然后对数据再进行分析，预测大学生服装销售行业的前景，以及对大学生的服装消费以及服装生产厂家提出一些合理化、科学化的建议。

## 领跑小组

## 调查效果

在收回的204份问卷中存在4份不认真填写的问卷，其他的效果还可以，大部分问卷还都是认真填写的，这对于问卷的分析和数据的整理都起到了很大的帮助。

## 调查问卷分析

性别构成根据调查的样本统计，在调查中男生占51%，女生占49%。（其中系别以管理系为主，另有土木系与数理系的部分同学）

月生活费：每月生活费在400元以下的占34%，401-500元的占元的占，601-800元的占，800元以上的占。由此可以知道现在大学生的生活水平以及他们的购买力，并且大部分同学的月生活费在500元以下。

购衣周期：一星期购衣一次的占2%，一个月购衣一次的占12%，两个月购衣一次的占27%，一季度购衣一次的占59%。通过此项调查可以得出受访者的购衣频率。大多数的同学是一季度买一次衣服，这说明大部分大学生的购衣频率并不是太高。

每次购衣的花费：

表1. 夏冬装购衣花费比例表

元以下

元以上

元以下

元以上

领跑小组

从表1中可以很明显的看出夏装的价格大部分处于51-100元这个区间，冬装大部分处于101-200元这个区间。由此可见，服装花费在月生活费中所占的比重相对来说也不算是太高，但还有部分人的服装消费过高。

对自己服装消费状况的感觉：觉得高的不知所措的占4%，觉得较高的占28%，觉得刚好的占53%，觉得低的一塌糊涂的占2%。由此可以得出有一半以上的同学对自己的服装消费较满意，并且他们对自己的服装消费也比较理性。但还有30%多的同学觉得自己的服装消费较高。

购衣方式：



# 手机消费调查报告总结篇三

贵州大学南区在校本科生

我们的调查问卷内容主要有王威力提出，有其他三位成员审查修改。在分发调查问卷时我们分工合作，分发近二百张调查问卷。并由分发人员收回。小组讨论研究调查问卷的数据总结和分析。经过近一周的时间将调查问卷整理完毕。由小组讨论调查报告侧重总结的消费问题的哪些方面。最后由袁莉执笔完成调查报告。小组分工明确，配合默契，大大提高了工作效率。

当前不断变化的市场中，大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越多的关注。由于大学生年纪轻，缺乏经验，充满青春的活力并同时具备了一定的购买能力，因而他们有着不同于社会其他消费阶层的群体的消费心理以及行为。首先大学生有着比较旺盛的消费需求，而反观另一方面，他们尚未获得经济上的自主与独立，消费受到家庭准许的很大的制约。消费观念的超前以及消费实力的相对滞后，是这一群体不同于其他群体的问题所在。为了更加清晰的了解这个问题，我进行了对大学生消费状况的一次调查。

这次问卷共发放183份，收回有效问卷166份。以身边同学及朋友为主要调查对象。

1、经过问卷调查，有7%的同学一个月的生活费标准在1000元以上，而500-1000元及300-500元的人数占了相当的比例，这一结果和我预先的想象相差不多，说明我们学校的学生普遍消费能力在周围学校大学生也占平均水平地位。

2、关于支出的具体内容上我们看到，用于饮食及娱乐两项的结果分别占了前两位，而选择用于通讯的支出与用于交际的花费的人数基本持平，并有具体数字我们可以看出，越来越多的同学把相当多的钱花在了娱乐享受以及与人的联络沟通

之上，这说明饮食上的消费比重正在日益的降低当中，相比之下，现在的大学生用于学习方面的钱实在是非常的少，这跟不良的学习风气以及社会的影响都有密不可分的联系。

3、送第三题的调查结果中我们可以看出，当代大学生的经济来源85%左右仍然是来自家庭父母的供给，当然也有很多的学生选择了走出校园，挑选了一些自己力所能及的工作作为兼职，这除了贴补自己的花费外参加更多的社会实践也是促成这点的重要原因之一。还有部分人是利用学校的助学金和奖学金供自己的生活费用。

4、在第四题中我们不难发现当代大学生对于消费的认识还是很浅薄的，有很多是消费冲动型，见什么好自己喜欢什么就买什么。当然也有相当一部分人是经过精打细算只买自己的学习和生活中的必需品。我们应该向这些同学学习。

5、在第五题中，关于网络购物的问题则让我们对大学生现今的消费有了更加全面的了解。我们发现，几乎大部分的学生都进行过网络购物的活动，虽然在具体数额上差距还非常大，但这确实清晰的预示了网络购物在未来无法阻挡的发展趋势。

6、在第六至九题关于大学生消费习惯的调查中，我们发现具有以存钱、记账为代表的良好的消费习惯的学生数量占的比例未达到三分之一的比例，而有下一阶段消费计划的人数也不足二分之一，而对于自己的消费大多数同学则表示没什么感觉，只有小部分人总结为比较节俭。我们不难总结出目前学生们的科学消费意识还很淡泊，对于自己消费的管理还是存在很大的疏漏。

综合以上的结果我们可以看出，大学生虽然作为一个特殊的消费群体，但有着自己已具备规律的消费结构、习惯以及发展方向，只要我们能够冷静分析，必然能够更加理性的控制自己的消费。

质量、价格、外观是吸引大学生消费的主要因素。从调查结果来看，讲求实际、理性的消费仍是当前大学生主要的消费观念。据了解，在购买商品时，大学生们首先考虑的因素是商品的质量。这是因为中国的大学生经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，这使他们每月可支配的钱是固定的，大约在600-800元之间，家境较好的能达到1000元以上，而这笔钱主要是用来支付饮食、日用品及日常社交活动开销的。由于消费能力有限，大学生们在花钱时往往十分谨慎，力求花得值，追求性价比高的商品。无论是在校内还是在校外，由于同龄人、城市时尚气息以及恋爱等诸多因素的影响，他们比较注重自己的形象，追求品位和档次，虽然不一定买名牌，但商品的价格一定得配得上它的质量。

据调查，在大学校园中，月消费相对高的同学的月消费可比月消费相对低的同学的月消费高出35倍，其原因是，家庭收入越高，对学生的经济供给越多，构成大学生消费的一种特殊的奢侈格局，主要表现在旅游、电脑、手机、社交娱乐等方面的消费上。可见，大学生的消费差距增大，两极分化也比较分明，这在我国当前剧烈转型的社会大背景下有其一定的必然性，我们也应该在大学生的教育中逐步改善这一问题。

在调查过程中显示，一些同学为了拥有一款最流行的手机，情愿节衣缩食，甚至牺牲自己的其他必要开支来满足这一不切实际的愿望；有些同学为了一双名牌运动鞋，为了一套名牌化妆品或者一件名牌衣服，不惜向别人借钱甚至偷钱以满足自己的欲望等，都可以反映出一些学生不懂得量入而出，而虚荣心的驱使又极易形成无休止的虚荣心，同时为了所谓的面子，大学校园里的攀比心理也是异常的严重，别人没有的，自己得有；别人有的，自己的得是最好的。

构建节约型社会是我国十一五规划的重要任务之一。构建节约型的消费模式是解读节约型社会的一个重要方面。用节约型的消费理念引导消费方式的变革，在全社会树立节俭、文

明、适度、合理的消费理念，大力倡导节约风尚。当代大学生是未来社会建设的栋梁，加强大学生健康的消费观念的培养与塑造，在当前构建节约型社会的大环境下具有非常重要的意义。要正确引导大学生养成健康消费心理和行为，可以从以下几个方面着手：

引导大学生在考虑个人消费时不忘传统观念，科学规划安排，使自己的消费水平与家庭的收入水平相适应。当然，在社会主义市场经济条件下，从不断推动社会经济发展和繁荣市场这个角度看，需要鼓励大学生进行积极、合理消费。如果不考虑个人经济状况和支付能力，盲目追求奢侈的消费模式是十分有害的。思政教育工作者要及时客观的分析社会上的消费主义现象，引导学生形成积极的心态，不依赖父母而进行奢侈消费而应该自强、自立的作一个清醒的消费者。

通过这次调查，我们基本掌握了当代大学生消费心理趋势及现状。大学生的基本生活消费大体上是现实的、合理的。但同时也存在着许多的问题，如攀比心理、不合理消费、不理性消费，这主要是生源来自全国各地，由于家庭情况的不同和消费习惯的差异造成的。大学生中，培养独立的理财能力、科学的价值观应是当务之急。我们有理由相信，在社会各方面的共同努力下，中国当代大学生一定会形成一种更合理，更现实的消费观。

## 1、消费的理性化需求

享受与潮流已变成吸引大学生消费的主要因素。从调查的结果来看，大学生的消费观念与消费习惯，需要调整以及改善。所以我提出了消费的理性化需求。题目虽然说起来很大，但做起来却需要我们从细处着手。比如对自己每天的消费情况进行记录，以方便自己查找超支消费的原因。也要同时做好对未来消费的计划与打算，做到心中有数，不能由着兴趣不加节制的扩大自己的消费，从而导致自己的消费脱离了自己的生活档次。这两点在一定程度上也能保证自己在个人的生

活水平下有个尽量好的享受水平。

## 2、拒绝奢侈品的消费

目前有的家庭收入很高，对学生的经济供给也较多，构成这部分大学生消费的一种比较奢侈的格局，主要表现在旅游、娱乐以及电子产品等方面的消费上。这点在我们的调查中也得到了充分的体现。可见，大学生的消费结构需要调整，当然这种情况的发生也是与我国当前剧烈转型的社会大背景的必然性有一定联系。作为一个学生我们应该为自己、为家庭负责，减少那些只为虚荣心而存在的不良消费。

## 3、调整消费结构

中国大学生的生活消费从20世纪的70年代至经济高速发展的前几年，有一个方面是一直在传承的，即大学生消费的主要组成部分以饮食费用和购买学习资料、用品为主体。而在最近几年消费结构的失衡，不仅反映了学习风气的恶化，也反映了人心的浮躁与社会对于大学生消费心理的影响。我们必须加以调整来使之适应我们的. 消费水平。

## 4、杜绝攀比心理，不过分追求时尚

现实中为了拥有一款手机或者换上一款最流行的相机，有的同学情愿节衣缩食，甚至减少自己的其他必要开支，又例如有些男同学为了一双名牌运动鞋，有些女同学为了一套名牌化妆品或者一件名牌衣服，不惜向别人借钱以满足自己的欲望，都可以反映出学生们不懂得量入而出，而虚荣心的驱使又极易形成无休止的攀比心理，从而导致恶性循环的生成，所以我们必须杜绝自己的攀比心理。而对于不过分追求时尚，我们大学生本来就应该以学习为主，这些次要的东西本就不应该成为每天最让我们操心的事。而在这方面的改进必然有助于大学生好的消费习惯的养成。

# 手机消费调查报告总结篇四

20xx年1月28日

手机消费

XXX

刘增禾

本次调查使用网上调查、入户访问、媒体问卷回收的方式进行。整个调查通过网络、报纸等媒体以广大消费者参与调查的形式在全国范围内进行。本次调查共采集样本245205个，有效样本243260个，问卷来自全国各地，参加活动的包括国家人员、在校学生、公司员工、个体劳动者等各行各业的从业者。

由于中国移动和中国联通早期应用的都是gsm网络，联通新建的cdma网络在20xx年1月8日刚刚开始试商用，原电信长城发展的cdma用户仅为60万用户。因此，现中国大部分手机用户选择的都是gsm制式的手机。本次调查显示，97.4的用户使用gsm手机，1.4的人选择cdma手机，选择gprs手机的被调查对象最少，只有1.2。

本次调查中，68.6的用户选择中国移动，31.4的用户选择中国联通。调查显示的用户比例与中国移动与联通的实际用户比例大致相符。

此次调查显示，中国的手机市场仍以国外品牌为主，中国国内品牌手机份额依旧很小，市场占有率不足7，仍无法与国外厂商抗衡。

此次调查中，半年左右换一次手机的用户比例为3.4，这部分基本为高收入或对手机时尚比较敏感的客户；半年至一年换手

机的用户比例为12.8，一年至两年换手机的用户比例为24.4，在换手机的用户中，一至两年换一次手机的用户的比例为最高；两年以上换手机的用户比例为7.2。从未换过手机的用户比例为52.2。

手机若想在市场上被消费者认可，一个重要的特点就是功能的实用性，本次调查显示，用户认为最实用的功能是来电/接听时间显示，选择这部分比例的用户占63.9，其次是多种铃声，占50.8，这也反映了用户对手机个性化的要求。同时，选择中文输入的用户比例为47.9，由于短消息方便易用和可以节约话费，42.9的被调查对象认为群发短信也是比较实用的功能。

随着数据业务得到越来越广泛的应用，服务内容逐多样化，手机传递移动图像或多媒体方面的应用将成为可能。因此，彩屏手机将得到消费者的青睐。本次调查显示，61.4的被调查者认为手机应用彩色显示屏非常有必要，25.3的人认为无所谓手机是否是彩色显示屏，只有13.3的人认为没有必要。这说明在手机的功能性逐渐完善的情况下，在色彩方面给人以不同的感受的彩屏手机将更能吸引消费者的目光，获得消费者的喜爱。

手机辐射对人体的影响程度尚在研究之中，目前尚未有全面、权威的科学结论。但与手机带给人们沟通上的方便相比，大部分用户对手机辐射表现出了较为包容的态度，本次调查显示，28.6的被调查对象能接受手机辐射，48.3的人选择无所谓，不能接受的人相对较少，比例为23.1。

虽然认为移动互联网是未来的必然趋势，但至今，手机上网在速度、价格、内容提供、费用等方面仍不能令消费者满意，这其中，上网速度是制约用户上网的最主要因素，没有了速度，手机上网的快捷便无从谈起，其次上网价格太高也是一条重要的原因，手机上网收费包括通信费和信息费，如果按照现行收费标准，手机上网查询一条新闻信息，最少也要支

付一分钟四毛钱的话费，因此有25.4的被调查对象选择这一因素，同时，现在移动互联网内容还不够丰富，同时屏幕太小也是制约用户上网的重要原因，这使得浏览一些内容非常不方便，15.1的被调查对象选择此因素，最后一个原因就是现在没有形成一个合理的运营商□icp□isp的价值链体系，许多移动icp对移动互联网内容建设持谨慎的态度，内容太少，用户自然提不起兴趣。

虽然应用手机上网现在还存在诸多缺点，但它随时随地可以得到有用的资讯这一点仍然非常具有吸引力，所以现在消费者对于是否应用手机上网还持观望态度。本次调查中，非常明确表示会用手机上网。

## 手机消费调查报告总结篇五

时代在发展，随着科学技术的不断更新，人民生活水平的不断提高，手机也逐渐成为人们日常生活中必不可少的通信工具。对手机的研究，我组成员一致认为先从手机消费方面开始调查。

商务人士由于工作需要，要求手机能高速上网，收发电子邮件，接入企业内部，网上银行，网上证券，信息定制，交通定位等等。商务人士一般出席的场合都比较正规，太过精致小巧的手机显得不够稳重。摩托罗拉6288刚刚推出的时候，请万科老总王石做代言人，主要消费对象就是像王石一类的企业管理层和高级白领阶层。所以商务手机要求要有耐久的电量，大容量电话本（分组查询功能）和移动互联网功能，稳定的通话信号，和良好的抗老化能力，高频运用，录音功能，语音拨号等都是必不可少。同时，商务人士也希望能够娱乐，所以，短信□kjava□zava□mms□彩信等增值业务也是少不了的。从某种程度上说，大手机在商务人士间流行，意味着电信消费时代的开始。

非商务人士主要指时尚一族。这一族主要出于娱乐和沟通需



要，要求手机能下载图片，听音乐，看电影，拍照片，玩游戏，即时聊天等等。所以，很多人钟爱大手机。比如说，刚理了一个很酷的发型，拿出手机来拍张照片发给朋友们。而这些功能的实现，都离不开一个大的手机屏幕和键盘。为此，彩色手机，视频手机，超大屏幕手机在时尚一族中很流行。在日本韩国，彩色大屏幕手机卖的最好，深受18~24岁年轻人的偏爱。另外，时尚一族多为年轻人，喜欢标新立异，与众不同。“周围的人都用小手机，我的大手机就会显得很另类特别，会引得更多人注意。”所以，去年，一波导[tcl]等为首的国产大手机，一举突破国内30%的市场份额。

当然也有很多人喜欢小手机。这几年手机越做越小，越做越精巧[20xx]年全球最轻手机是99克。今年，全球最轻手机重量不到60克。热闹大街上，时常可以看到一些女孩把小巧时尚的手机挂在胸前。有一款国产双屏手机，甚至做得仅比麻将牌稍微大一点。所以一般女士较多会宠爱小手机。她们要求外形小巧，时尚。如小灵通，因为没经常外出，单向收费，外壳新颖，很适合本分人士。她们常运用于文本短信，聊天上。

总而言之，手机已逐渐成为当今的一种时尚，不同的消费群体，选用不同款式和功能的手机，同时体现消费者与众不同的个性。