

中学生手机使用情况调查方案(通用5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

中学生手机使用情况调查方案篇一

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。

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？

中学生手机使用情况调查方案篇二

随着科技的不断进步，经济的不断发展，人们的消费水平不断提高，期中手机消费也日益变大，大学生已悄悄成为新的消费人群。越来越多的商家也开始把大学生作为手机购买群中最重要的消费群体之一，现在的大学生基本上是人手一部智能手机，方便和家里联系。手机作为信息传播新媒介，在大学生生活的各个方面得到应用。手机自身的功能作用是不用质疑的，但是大学生课堂上使用手机成为一种普遍现象，这对正常的教学秩序产生了冲击，而且对大学生的理想信念、价值取向、思维方式与个性心理等方面也都产生着一定的影响。

大学生；上课玩手机；调查与分析

针对大学生课堂使用手机的现象普遍，所以要查找大学生课堂上使用手机频繁的原因，针对原因提出合理可行的解决方案。

20xx年4月8日——20xx年4月15日

东华理工大学广兰校区

对象：东华理工大学的大一、大二的学生，其中男生占42%，女生占58%

纸介质问卷调查

100人

学生上课玩手机的原因，上课玩手机对自己和他人听课产生影响以及老师对课堂内学生玩手机的态度和学生是否采取了相应的措施来管理课堂上使用手机等等。

在学校校园里和第三教学楼随机发放问卷，共发出问卷100份，收回100份，其中有效份100份，然后用相应的统计方法对其进行了数据整理和分析。

男女比例

1、针对大学生在课堂上的玩手机情况与表现进行分析

课堂上玩手机频率

如果你在上课玩手机一般会玩多长时间？

从数据中可以得知，在100位随机调查的调查者中，仅有3%的人上课没玩过手机，有12%的学生近乎整节课都在玩手机，这个数据不禁让我们感到震惊。下面我们继续来看看学生们在各种课程上玩手机的情况：

你一般是在什么课上会玩手机？

在该问题中，有将近73.73%的人在全校公选课上玩手机，19.5%的人在必修课的公选课上玩手机，只有6.8%的人在必修课的专业课上玩手机。从中可以看出大部分人在公选课上玩手机，仅仅只有少部分人在专业课上玩手机，说明大部分人还是重视专业课的。

2、大学生在课堂上玩手机的不同情况与原因分析

从数据圆饼图中可以清楚地看到，在100位参加调查问卷的大学生中，表示促使自己在课堂上去玩手机的主要原因为“上课无聊”的占全部调查人数40%。单一的填灌式的教学方式显然在现今的大学课堂上并不能得到现今大学生们的亲睐，这就造成了厌学心理与抵触心理，久而久之，必然会潜移默化，一上课就想起手机来。

3、大学课堂上学习风气与学生的想法是有内在原因

在课堂上，教学过程中，学生却在下面睡觉，玩手机或者自娱自乐，这本身就是对在讲台上的老师的不尊重。但是，学生是怎么想的呢？也让偶们看看一组调查数据：

在课上玩手机时，你怕不怕被老师发现？

老师是否有过劝你不要玩手机？

你对自己上课玩手机，内心深处会有一种内疚的感觉吗？

如果你在课上看到同学玩手机，你心里会怎么想？

上课时间听到同学的手机屡次响，你会觉得这位同学怎样？

69%的同学认为只是有一些同学上课玩手机，但没有同学认为身边没有玩手机的同学，61%的调查者认为同学上课玩手机是正常的，这说明大学生上课玩手机现象已经非常普遍且他们对上课玩手机这一现象觉得很平常。而且当手机响时，69%的学生认为该行为对老师和同学不礼貌。26%的学生对该行为已经习惯，只有5%的学生会提醒或指责该学生数据表明多数人认为上课手机铃响是一种冒犯行为，建议同学上课时要调成静音。从数据也可以推断出上课带手机人数不少，且铃响的次数比较多。

4、大学生在课堂上玩手机与他们对手机过分依赖是否有关

假如让你三天不带手机，你会感觉怎么样？

你对手机的需求？

你觉得要怎样才能使你放弃在课堂上玩手机？

你觉得上课玩手机的利弊呢？

我们发现73%的学生把上课玩手机归因为老师课堂不够生动有趣。15%的学生把上课玩手机归因为基础课程无用，认为删掉这些课程对3%的调查者归因为缺乏老师管教。9%的调查者认为上课不玩手机是不可能的老师的课堂不够生动有趣是学生玩手机的主因，超过三分之二的人可以在有趣的情况下不玩手机。基础课无用是学生上课玩手机的一大因素。部分学生是手机控，无法摆脱手机。一小部分学生缺乏自律，需老师管理。可见多数人把自己上课玩手机归因为外部因素（课堂不够生动或老师管理不够）。少部分人对手机形成依赖。可以推断大部分学生还不是对手机很依赖，只要及时制止并采取一些有效的措施，可以减少上课玩手机的人。

1、规范大学生课堂上使用手机行为

学校为实现教学秩序的有序性、教学效果的成效性，可制定相关规章制度。加大管理力度，规范大学生课堂上手机的使用，尽可能避免大学生在课堂上使用手机影响教学质量。管理部门可采取强制要求与倡议相结合的原则，要求任课老师对学生在课堂上使用手机的不良现象予以制止与教育，在教室、食堂等人员宜集中的海报栏开展“不将手机带入课堂”、“我们需要安静的学习环境”等倡议活动。净化课堂教学风气，提高教学质量。

2、正确引导大学生上课使用手机行为

教育“宜疏不宜堵”，关键还是要整体提升学校的德育水平，让在校大学生具备自律意识，以健康、文明的心态使用手机。对手机这一现代通信工具在大学生市场的发展，有必要正确地加以认识，才能有利于大学生的健康成长。学校仅用没收、禁用等方式来处理，显得过于简单。随着科技的发展，会有越来越多的高科技产品涌入校园，如何对待它们是学校要认真思考的问题，要完全禁止学生使用手机很难做到，倒不如引导学生合理使用，正确对待手机在校园中的现象。

3、积极提倡教师改变原有教学观念与态度

老师应该增加其上课的趣味性与互动性，而不是照本宣科地上课，这样可以提高学生上课的积极性与兴趣度，从而达到活跃课堂气氛的目的。老师还应对自己课堂上存在的使用手机的情况进行劝阻，要有一定的惩罚措施，减少学生课上使用手机的现象。

4、丰富大学生课堂上的内容及课余文化生活

课堂上教师授课内容精彩丰富形式多变，不单调吸引学生注意力，使得课堂气氛活跃，学生听课质量提升，把注意力从手机上转移到正确的方向。在课后组织一些社团活动、大学生科技大赛等活动。学校还可以结合大学生的个性特点，开展一些针对性强的活动。例如，设立关手机日、倡导文明使用手机论坛等活动，让大学生在参与中接受教育，在丰富多彩的校园文化生活中减少对手机的依赖，养成理性使用手机的好习惯，进而保证在课堂上减少玩手机情况。

中学生手机使用情况调查方案篇三

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和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。

中学生手机使用情况调查方案篇四

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。

中学生手机使用情况调查方案篇五

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。

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。

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□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。

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。