

最新大学生使用手机调查报告总结 大学生使用手机调查报告(模板8篇)

撰写竞聘报告是展示个人能力和价值的有效途径。以下是小编为大家整理的优秀开题报告，其中包含了丰富的研究思路和创新观点。

大学生使用手机调查报告总结篇一

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：

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。

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，紧随其后。

调查结果显示，消费者对知名品牌的企業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，夏新、联想难分高低。

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。

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。

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，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。

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。

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。

随着生活水平的提高，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究，而且都集中在计算机专业和通信专业。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。

大学生使用手机调查报告总结篇二

近些年来，通信业成为我国发展最快的行业之一，其发展对我国社会经济的推动有着十分深远的意义。由于经济迅速发展，人们生活水平不断提高，21世纪手机技术不断成熟，各种手机品牌也如雨后春笋般涌现出来。随着4g网络的不断发展，人们对于手机的要求也越来越多。作为一名通信专业的学生，我觉得有必要了解现在大学生对于各种智能手机的使用情况，掌握大学生对于未来通信的期待。

调查人员：

调查时间：

调查地点：教室、餐厅、公寓楼

调查对象：在校大学生

调查方法：调查人员于xx年3月10日中午在教室、餐厅、公寓楼随机选取有空闲时间的同学，帮助填写大学生智能手机使用情况的调查问卷（调查问卷详见附件）。

在此次调查中，我们主要就大学生使用手机的品牌、价格、质量、系统、时长、运营商等几方面进行调查研究，抽样调查将近300人，收回有效问卷大概273份。

在我们此次的调查结果中，在大学生手机品牌的使用方面，小米以23.1%居于第一位，苹果以18.95%屈居第二，三星则以17.3%位列第三。第四位是占有率7%的华为。而联想、htc、vivo等品牌的占有率各在5%上下。其余品牌如中兴、魅族、索尼、酷派、金立、oppo等占据剩余20%左右。

在手机价格方面，大学生手机的平均价格在2700元左右。其中20xx元以下的为25.4%、20xx元到3000元的为36.1%，3000元到5000元的为30%，而5000元以上的有6%左右的人。由此可见，现在的大学生买手机也没有盲目的追求高价格。并且，相较于价格而言，多数大学生还是比较看中手机的功能以及外形。调查显示，有36%的同学表示在购买手机时，会优先考虑手机的功能，有32%的同学表示比较注重手机的外形，还有另外的27%的同学则会较为看重价格。

而在手机的性能方面，超快的运行速度是大学生比较向往的，有32%的同学选择了此项，而高像素、大屏幕也同样成为大学生注重的两个方面，入选率均超过了20%。巨大内存以及优良音质则分列第四、第五位。

在每日使用手机的时长方面，绝大多数的同学每天使用手机的平均时间为2~5小时，有不足10%的同学平均每天使用手机

在5个小时以上。而大学生都在使用手机做些什么呢？在我们的调查中，使用手机上个各种社交软件，如微信、人人、微博等交友平台的同学有254人，以巨大优势位居榜首，浏览网页以85%的使用率位居第二位，玩游戏则以78%位于第三位，除此之外，利用手机网上购物、听音乐、看视频的同学也超过了60%，而喜欢用手机看小说的同学也有50%以上。

目前智能手机的系统主要有四种，其中，最受大学生喜爱的系统为android系统，选择率为68%，其次为苹果的ios系统，占有率为27%，而windows系统的占有率为4%，来自加拿大的blackberry os 仅有1%。

另外，在大学生当中，目前使用4g的同学占19%，使用2g到3g的同学有81%。

在对于未来手机的期待方面，无线充电、人机互动以较高的选择率排在了第一、二位，另外，大学生对于未来一些个性化的应用程序也存有较大的期待。

在此次调查中，我们发现了一些与我们预期的并不太相同的结果。这两年，在我们的印象中iphone似乎已经是“街机”的角色，苹果似乎是随处可见。但是，在我们的调查结果中，目前使用苹果手机的大学生人数不如这两年异军突起的小米，而纵观小米手机能够在大学生中如此“吃香”的原因，最为重要的一点就是它的超高性价比，作为国产手机的佼佼者，小米手机以其出色的双核处理器、适合国人使用的miui界面以及较为便宜的价格迅速俘获了一大批“米粉”的心。而位居第二的苹果手机，机身设计简单、时尚，性能上追求卓越，加上独有的ios操作系统，也是如今大学生的垂青的对象。而三星手机在性能、速度上一直声色俱佳，外观无可匹敌，反应速度也是最快的。另外，在智能手机逐渐普及化的今天，像华为、中兴、联想、vivo等品牌也能够很好的抓住商机，在大学生手机市场中占有一席之地。另外，在关于手机价格的

调查中可以发现，现在的大学生还是相对的理性消费，不会特意的去买价格很高的手机，更多的是看重手机的性能、功能，以及自己喜欢的外观。总的来说，其实不管手机品牌如何，用户追求的一直都是更好的体验，能够更舒心、更方便的使用手机，所以，快速的运行速度、高像素、大屏幕成为了现在大学生最为注重的，这也反映了现在大学生较快的生活节奏，以及喜欢自拍，分享生活的理念。

随着生活质量的不断提高4g时代正在到来。但在大学生当中，目前使用4g的人数不算多，我认为，这是因为目前大学生正面临改更新换代，很多人都在赶往4g的路上。在这一次的改革中android系统的手机的价格相对低廉，而iphone仍然属于较高价位，相比来说，千元左右的android手机优势比较明显，所以这也是大学生更多选择android手机的原因。

通信行业正在飞速发展，很多大学生都期待着无线充电、人机互动，期待着更加便利、更加人性化的智能手机，这符合大学生如今简单、个性的生活态度，也能看出如今大学生的生活理念正在不断往更新更高的领域发展。

大学生使用手机调查报告总结篇三

【摘要】：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。

关键词：大学生；上课玩手机；调查与分析

在日常生活中常见年轻人低头玩手机的情况，而大学生占了低头族很大一部分。通过这次调查了解上课使用手机这一行为对于大学生的学习影响，以及知晓上课使用手机的不同因素的影响程度，从而得到控制上课使用手机时间的合理方法。同时，为手机应用软件企业以及手机品牌厂商提供一定参考。

20xx年3月25日——20xx年4月5日

武汉地区大学

武汉地区大学生

网络问卷调查

190人

1了解大学生上课使用手机的程度

6了解上课使用手机不同程度的大学生在排名上的分布

7了解大学生对于上课使用手机的自我认知

8了解大学生对于控制上课使用手机的方法的理解程度及看法

通过qq、微信、微博传播网络问卷链接，发放网络问卷，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、手机品牌对于大学生上课使用手机的影响程度分析

我们首先了解了大学生各自使用手机的品牌，通过下图可以看出：目前，大学生使用手机品牌比较分散，不存在集中使

用某品牌的情况。再通过提问品牌是否会影响他们上课拿出手机，得到了比较直观的数据可见品牌（虚荣心理）对于大学生上课使用手机的影响程度很低。

2、大学生在课堂上使用手机的程度调查

通过了解课堂上时大学生的手机置于何处，可以推测出其上课使用手机的可能性，通过调查结果显示：

超过70%以上的大学生会在上课的过程中偶尔将视线放在手机屏幕上，当他们注意力在手机上的时候只能偶尔的接受老师传播的信息，这对于知识的接受一定存在着影响。而课堂上使用手机的功能主要是聊天和刷空间、微博，同时只有22.11%的大学生认为他们在课堂上使用手机进行的事情是需要立刻完成的，可以看出，在课堂上使用手机的功能对于学习的帮助微乎其微，而手机娱乐、交流功能对于大学生上课使用手机的影响程度远远高于办公、学习功能对他们的影响。

3、手机网络和流畅性对于大学生上课使用手机的影响以及大学生对手机依赖性分析

当手机网络信号不好时，你会

上课使用手机，手机卡顿时，你会

调查结果显示当手机信号不好的时候，有46.32%的大学生会选择放弃使用手机，当手机卡顿时，则有45.26%的大学生会选择放弃使用手机，可以看出超过50%的大学生即使手机信号不好、卡顿也坚持在课堂上使用手机，存在对于手机的依赖心理。当依赖心理较强的时候，手机硬件等方面的影响对于大学生上课使用手机的影响较低。

4、课堂因素对于大学生上课使用手机的影响分析

你认为课堂中以下的因素对你上课使用手机的影响程度，是（1无影响 2有一定影响 3有非常重要影响）

可以看出，课程内容、教师特点、课程参与度三个因素对于大学生上课使用手机都能产生很大的影响，而教师个人特点则对于大学生上课使用手机的影响最大，其次是课程内容，最后是参与度。

通过调查分析，可以得出以下几个方面的总结：

1、目前，大学生上课使用手机的现象是十分普遍的，而超过半的大学生课堂上使用手机是因为依赖心理，因为即使在硬件令他们的使用受阻的时候他们依然会坚持使用手机，虚荣心理和实用心理的影响较小。

2、尽管大学生上课使用手机的功能主要是娱乐、交流功能，对于学习本身的帮助微乎其微，但是让他们谈及对于上课使用手机的想法时，他们倾向于强调学习、办公功能。

3、课堂因素对于大学生上课使用手机有着非常重要的影响，在课堂因素中下手增加学生的上课兴趣，能有效控制大学生上课使用手机的情况。同时，也能够看出，大学生对于上课使用手机的原因普遍归结于课堂因素这类外因，而不能从自身内因去分析，寻找内心的解脱和平衡。

4、即使大学生自觉性低，但是大学生反对采取强制措施来控制大学生上课使用手机的现象，他们更倾向于自觉，所以，如果采取强制措施，容易适得其反，应该采取柔和性的措施去激发大学生的自觉性。

1、课程内容客观难以改变，但教学是一教一学双向互动的行为，教师可以改善自己的教学风格，创造更多的机会让学生发出声音，增强课堂上的参与度，提高学生的上课兴趣。

2、既然强制性措施不可取，那么可以采取柔和性的措施去激发大学生的自觉性，可以效仿某高校在大学每间教室设置“手机休息处”的做法，以自愿原则为前提，鼓励大学生上课前自觉将手机放置“手机休息处”，而“手机休息处”可以提供手机充电功能。同时，对于上课使用手机的大学生，老师应该适当的给予提醒。老师也要充分利用大学多媒体设备的开放网络，多创造需要共同探讨的话题的机会，师生可以一起利用电脑上网查询相关资料信息，转移学生的手机依赖，营造共同探讨学习的良好氛围。

大学生使用手机调查报告总结篇四

进入21世纪的今天，进入信息时代的今天手机已经不是奢侈品二十必需品，科学技术发达的今天手机换代的时间越来越短，手机的功能也层出不穷，让人眼花缭乱，心花怒放，手机无疑是科学技术进步的一面镜子反映出当科学技术给人们带来的便利，手机更是一种年轻人争相攀比的一种载体，也是自己品味的一种表现形式。手机的功能也是由最初的只能带电话发展到发短信彩信，飞信，摄像，录音，字典，上网等等，手机通过各种功能完全的俘虏了我们，让我们不敢想象没有手机的日子会变成什么样子。当我们站在手机广场面对数不胜数的手机种类品牌的时候手机款式的时候我们不能不承认在这个世界上总有那么一款手机在适合我们。在等待着我们。

(一)调查目的

- 1、了解大学生的消费习惯(消费档次、品牌偏好、购买关心要素、选购意向，影响购买决策的因素)。
- 2、了解大学生对手机产品的心理需求，获取有关消费者对手机产品的重要信息(看法、建议)。
- 3、手机产品市场现状与潜力分析，了解手机销售市场竞争的情况，潜在市场的客量(潜在消费者的接受程度和挖掘市场的

空白份额)

(二) 调查方法及基本情况

为了真实地反映出大学生的手机消费状况，确保调查结果的真实性、客观性，从而使我们准确地推出大学生市场的潜力方面的情况，本次调查确定方法和原则如下：

1、调查方式：

(1) 观察调研(获取相关的信息)

(2) 问卷调查(定点访问)

(3) 焦点小组访谈(收集经验，看法)

2、调查对象：

(1) 在校大学生：问卷调查(60份)

(2) 手机经销商：访谈提纲(3份)

3、调查日期□20xx年6月

4、调查区域：

东财梁园

5、调查实施：

(1) 小组成员聚集在选定的梁园天桥人流量比较大的几个点，对大学生进行问卷形式的拦截调查。(共60份问卷)

(2) 选择适当的时间，去选定的几家手机店对这几家店的经营商进行焦点小组访谈。(共3份访谈提纲)

(3)对调查所得到的资料以及数据进行统计、分析，并进行综合处理。

(一)手机普及情况及趋势分析

电视、报纸、杂志、网络、电台、店堂、车体广告铺天盖地，宣传无处不在，各大手机厂商与广告商们的努力，其中最主要的还是同学之间的互相影响显示：在被调查者中手机的拥有率高达100%。从调查中我们还可看出：大多数学生手机族所能承受的手机价格在1500-20xx元之间，占55%；手机价格在1000元以下与1500-20xx元的各占20%；少数的手机价格在5000元以上，占5%。

(二)各品牌手机占有情况

在众多手机品牌中诺基亚所占的比例是最高的，为40%，而且它的款式比较简单，在市场上能够购买到不同的诺基亚型号的外壳，款式新颖容易购买外在装饰品。位居第二的是索爱，这款手机有直板、翻盖等多种款式，深得大家的喜爱；而其它的品牌如联想、三星、摩托罗拉等共占46、7%。在此次调查中我们发现学生使用手机的品牌比较复杂，使用诺基亚的人数最多，其他的如摩托罗拉、索尼爱立信、联想、三星等的拥有率也较高。

(三)购买手机的目的

对手机使用目的的调查发现，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，多数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。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。也有少部分的人是受到周围朋友的影响。

(四) 费用的使用情况

调查结果显示，学生的生活费用大部分来自家长。因此，大学生都会通过办理各种套餐来节省话费，67%的被调查者一个月的手机费用大约在50-100元之间；30元以下和100-200元的各占15%；手机费用在200元以上的所占的比率较小，为3%。

(六) 手机满意度的分析

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。经济发展水平的提高，使得商品的市场生命周期缩短，手机更新换代的速度加快。手机产品的市场生命周期的缩短，使得学生消费者的消费活力被激发出来，大大强化了他们对新、奇、美的追求。而家庭收入的增加，则进一步加强了他们消费的信心。在此次调查中，我们可以发现51、7%的被调查者都表示对现在拥有的手机的满意度为一般，甚至有13、3%的被调查者表示不满意。

手机已经在的大学生之间普及开来，玩手机的时间已经成为自己生活的一部分，其中用手机上网的人已经达到手机用户的70%。相对于国产手机人们更喜欢国外好品牌手机，国内的手机在性能和美观质量售后服务上还需要很大的进步。花在手机上的钱占自己总费用的10%一个很高的数字。

大学生手机消费市场调查问卷

亲爱的同学：

您好！我是商外日语专业的学生，为了完成调查报告的作业特，请为我填写这份报告。如今，手机已经成了大学生手中不可或缺的联系工具。为了更好的了解大学生手机消费状况与市场配置，希望您配合我们根据实际情况回答这份问卷。感谢您的合作！

1、你目前拥有手机吗？

a□有b□没有，不过很快会买c□没有，短期内也不准备买

(若选择a□请继续回答；若选择b□请直接跳到第8题)

2、你的手机是什么品牌的？

a□诺基亚b□摩托罗拉c□索尼爱立信(索爱)d□联想

e□波导f□三星g□或是其他品牌

3、你目前的手机的价位是多少？

4、你对目前的手机满意吗？

a□不满意，很想更换b□一般，凑合着用

c□较满意，适用d□很满意，我的最爱

5、你多长时间更换一次手机？

a□半年以内b□半年至一年c□一年以上d□从未换过

6、你一个月的手机费用大约是多少？

7、你购买手机的费用来自

a□家长b□自己通过打工所得c□其他

8、你购买手机的目的是

9、在以下列出的各项功能中，根据您的个人看法按重要性依次进行排序：

a□文本短信b□emsc□彩信d□通话e□无线上网f□gprs

g□拍照h□数码摄像i□和弦音乐j□彩屏动画

10、在手机质量方面你最注重什么？

a□持久耐用b□信号灵敏c□实用省电d□功能齐全e□其他

11、请将以下几项，根据您在选购手机时在意的程度，按重要性有高到低排序：

a□性能b□价位c□品牌d□服务e□流行趋势

f□外观g□质量h□操作便利性

12、你是否希望手机具有以下哪些功能？

a□蓝牙功能b□即时翻译功能c□mp3播放功能或收音机功能

d□拍照功能e□能玩游戏

13、你喜欢下列哪种款式的手机？

a□翻盖b□直板c□滑盖d□旋盖e□其它

14、请按顺序选择你所喜欢的手机品牌(选三者即可)

a□摩托罗拉b□诺基亚c□西门子d□索尼爱立信

e□tclf□三星g□飞利浦h□首信i□厦新

j□科健k□松下l□波导

15、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□朋友及同学的谈论

e□街上的一些消费者f□其它

16、你每月的生活费是多少？

17、你所了解的话费节约方式

a□不知道b□话费套餐c□给对方发短信d□拨打ip电话

再次感谢你的合作！

大学生使用手机调查报告总结篇五

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：

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。

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。

调查结果显示，消费者对知名品牌的企業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。

大学生使用手机调查报告总结篇六

关于社会对大学生的评价、需求及期许的调查

济南

8月4号—8月10号

张良帅

为了解大学生就业的实际情况，有针对性地搞好宣传教育工作，指导大学生顺利就业，我们展开了一系列的社会调查，接下来将对大学生就业问题进行一定的研究和论述。

一、基本情况

1、对象与方法

1.1对象

前期对济南众高校学生随机进行问卷调查，共发放调查问卷150份，回收有效145份，有效回收率96.7%；后期对济南市民随机进行问卷调查，共发放调查问卷1000份，回收有效调查问卷849份，有效回收率84.9%。对“驭风行”大学生创业联盟经理岳建昌先生就大学生就业问题进行采访。

1.2方法

调查采用自制的问卷调查表，随机抽取济南不同高校的学生和不同地区的居民，由我团队全体队员亲自发放，以无记名方式填写，现场回收。问卷内容包括被调查人的工作状况、对大学生的评价、期望等。采访使用手机进行现场录像和照相的方式对“驭风行”大学生创业联盟经理岳建昌先生进行访问。

1.3统计方法

对收集到的调查表逐一进行核查，以表格的形式进行相关统计分析并存档。将采访的录像、录音和照片资料进行存档。

2、整理结果

前期部分（8月4日—8月5日）

在大学生自评部分中，有61%的学生对前的就业形势持较乐观态度，认为现在的形势虽然严峻，但积极争取，就业应该不难。有28%的学生认为形势严峻，就业困难。另有一部分学生对当前的就业形势表示了不了解，对此尚持观望态度。在调查过程中我们发现男生对就业问题多数持较乐观态度，女生则对现在形势了解更多。

后期部分（8月6日—8月10日）

在统计后期群众调查问卷时，为了方便统计，便于比较，故

根据工作单位性质的不同，将被调查人群分为五类，依次是a 合资企业□b国有企业□c事业单位□d民营企业，分别进行统计处理。

2.1 合资企业

被调查人群中，在合资企业工作的有100人，基本涵盖了所有的行业。其中，有56%的人认为用人单位招聘员工时最看重本科毕业生的能力是沟通能力，也有53%的人认为是团结能力。有接近一半的被调查者认为本科生最有待提高的能力和素质是责任心和团结精神。30%以上的人认为大学生的创新能力、承受压力能力、学习能力、沟通能力和自我管理能力和有待提高。

在被问及目前本科毕业生在踏上工作岗位前最欠缺的职业教育时，有43%的被调查者认为是职业生涯规划指导，39%的被调查者认为毕业生应进行行业背景知识教育，有16%的被调查者选择“职业礼仪培训”，还有13%的被调查者选择“职业道德教育”。至于大学生正确的职业取向，被调查者的观点都比较一致。有80%以上的被调查者认为大学生应选择适合自己并能提升自己能力的工作。

2.2 国有企业

关于本科生最有待提高的能力和素质，一半以上的被调查者选择了“责任心”，还有36.5%、33.1%、39.2%、31.8%的被调查者分别选择了“创新能力”、“团队精神”、“承受压力能力”和“自我管理能力和”。有接近一半的被调查者认为当今应届毕业生不能胜任工作的主要原因是社交能力不够，各有三分之一的被调查者认为是创新能力不够和协作意识不够导致应届毕业生不能胜任工作。

目前，本科毕业生在踏上工作岗位时，往往因缺乏职业教育而不能胜任工作，有九成的被调查者认为本科毕业生应接受

行业背景知识、职业道德教育和职业生涯规划指导等培训。有一半的被调查者认为大学生应选择适合自己的工作和可能提升自己能力的工作。在谈到毕业生就业面临的主要困难时，一半的被调查者选择了“对企业岗位专业知识缺乏了解”。

2.3 事业单位

就目前本科生而言，51.0%的被调查者认为不能胜任工作的主要原因是社交能力不够，39.4%的被调查者认为是缺乏创新能力。从调查数据分析可知，接近一半的被调查者认为应届本科毕业生素质较好，35.4%的被调查者的意见是一般。当谈及大学生正确的职业取向时，绝大多数被调查者表示出了明确的态度，那就是适合自己的工作和可能提升自己能力的努力的工作。

现在毕业生面临的困难很大，其中52.4%的被调查者认为毕业生对企业岗位专业知识缺乏了解在大学生中，被调查者还认为兼职的确重要，但与学习相比，还是学习更加重要。

2.4 民营企业

经过调查，本科毕业生之所以不能胜任工作，大部分被调查者认为是大学生的能力不够造成的。被调查者对本科毕业生职业素质的评价普遍为较好或一般。在职业教育方面，大部分被调查者选择了“行业背景知识”和“职业生涯规划指导”。超过半数的被调查者认为兼职十分重要，也有部分被调查者认为学习要比兼职重要。

在于被调查的人群谈论中，很多人对于大学生的道德素质存在很大质疑，有些在职毕业大学生在道德方面尚有欠缺。有数据中看也能反映这一点。而职业生涯规划方面也有不足。

二、大学生就业存在的主要问题

从分析结果可以看出，大学生就业难既有自身的原因，又有社会的原因。

自身问题：自己能力不足、价值观错误、没有职业生涯规划或者规划错误、有规划但是没有为此做出努力等。

社会问题：现在中国还是发展中国家，处于向发达国家过渡的阶段，劳动力密集向高科技过渡，但是大企业、高科技企业、规模企业偏少，更多的是小企业、劳动密集型企业，在这些企业中薪资水平都比较低。而大家都知道培养一个大学生需要发很多钱，但企业的薪资又低就影响了大学生的就业。国家大量扩招大学生是为了提高整个国家的国民素质也是为了应对未来一定阶段内的社会发展，但是目前我们国家社会的发展还远远达不到那个阶段，所以也造成了大学生数量和社会需要不对等的情况。

三、对策与建议

由于造成大学生就业难题的原因是多方面的，切实解决大学生就业难题是一个系统工程，需要用人单位、大学生、高校及社会共同努力。

1、用人单位的对策

首先，用人单位要树立科学的人才观，改变唯经验论、唯学历论，摒弃用人歧视，鼓励人人都作贡献，人人竞相成才。其次，选人标准要合理。用人单位要根据自身规模、性质、发展状况、岗位实际，制定相关岗位说明书，细化岗位职责，按照岗位的要求，制定合理选人标准，确定招聘人员质与量。第三，确定科学招聘程序。要确定招聘考核的程序，制定考核内容，在按程序进行考核后，择优录用。

2、大学生应对就业难题的对策

首先，努力提升自身的综合素质，包括素质与能力。其次，加强社会实践。大学生可利用假期积极参加社会实践，将所学的理论知识与实际工作相结合，提高处理实际问题的能力，积累工作经验。第三，正确就业定位。当前大学生求职择业应当面对现实，根据市场实际状况更新观念，转换思路，到最适合自己的岗位上工作，而不应过分关注工资水x及地理位置等，只有这样才能充分发挥自己的聪明才智，最终实现人生价值。第四，借助各种渠道，把握就业机会。

3、高校提高大学生就业对策

首先，应该努力提高办学水x□其次，不断进行教育改革，高校必须以市场为导向，紧密联系经济社会发展的实际情况，加快调整高校专业结构，合理配置教育资源，以培养适销对路的人才。第三，建立完善大学生就业服务体系。高校要尽快建立和完善集教育、管理、指导和服务等功能于一体的毕业生就业指导和服务体系。

4、社会及x其他对策

应对大学生就业问题还须x社会共同努力。首先□x社会必须进行相应总体性调整。其次，扩大毕业生入伍人数，扩大研究生招生规模。

活动总结

社会实践活动给生活在都市象牙塔中的大学生们提供了广泛接触群众、了解群众的机会。从中学到了很多书本上学不到的东西，汲取了丰富的营养，理解了“从群众中来，到群众中去”的真正涵义，认识到只有到实践中去、到群众中去，把个人的命运同社会、同国家的命运联系起来，才是青年成长成才的正确之路。

“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行”。社会实践使同学们

找到了理论与实践的最佳结合点。尤其是我们学生，只重视理论学习，忽视实践环节，往往在实际工作岗位上发挥的不很理想。通过实践所学的专业理论知识得到巩固和提高。就是紧密结合自身专业特色，在实践中检验自己的知识和水x□通过实践，原来理论上模糊和印象不深的得到了巩固，原先理论上欠缺的在实践环节中得到补偿，加深了对基本原理的理解和消化。

大学生使用手机调查报告总结篇七

调查人员专业：计算机信息管理

调查地点□xxxx

调查时间□20xx年4月

调查方式：问卷调查

被调查者□xx大学学生

访问缘由：随着经济的发展，人们生活水平不断提高。通信技术不断进步，手机日益成为人们生活中不可或缺的一部分。拥有手机不再是少数人的专利了，大学生普遍拥有手机并不稀奇了，大学的手机市场也成为了手机商瞄准的一个不可忽视的市场。

1、由于经济迅速发展，人们生活水平不断提高，21世纪手机技术不断成熟，生产手机的成本不断降低，这就为手机的普及创造了条件，大学生远离家乡求学需要跟家里和朋友联系，需要一个通信工具，而手机的价格便宜且方便这就成为大学生的首选电子产品。

2、中国的两大通信公司--中国移动通信与中国联通在通信资费上比较实惠，例如两大通信巨头都开通了校园卡业务为大

学生普遍使用手机提供了良好的外部条件。

3、社会社会的发展当今越来越快，经济全球化的进程加快，人们的生活水平不断提高，生活水平提高对信息的需求量大和信息的即时性。手机作为一个20世纪末的新事物，它的发展初期作为一个简单的通讯工具，走到现在成为一个新的信息携带者，手机的优越性在某些方面已超过了报子、杂志等信息载体。现在越来越多的人已经将手机作为一个随身必备的物品。截至20xx年2月，我国手机用户共5.65亿户。其中大学生也占相当份额。有人说，当今大学生的三大件是手机、mp3、数码相机。这是有道理的，手机在当代大学生中普遍是不足为奇的。

考虑经过对问卷调查的分析，对大学生的手机消费动机明确，消费欲望强化，大学生逐渐形成了具体的购买动机。大学生的消费动机可以分为以下几种：

1、求质量与实用的购买动机。据调查显示，大学生消费者在购买手机时，最注重的还是质量与实用功能：39%的被调查者表示，好用与耐用是最重要的；此外，还有9%的人认为手机的售后服务质量是关键的。形成这一购买动机的原因，除了受他们最基本的消费需求：工作需要与家人联系的影响外，很大程度上还在于受他们依赖性消费的程度较大及自身缺乏经验，购买能力弱等各种因素的影响。

2、求新款式新功能的购买动机。学生消费者在购买手机时，大部分被调查者认为在质量保证的前提下，首先考虑手机的外观设计，如形状、大小、厚薄、材料、颜色等。同时，有65%的学生希望拥有为“大学生量身订做的手机”。其次手机的内部功能，如是否支持中文输入、是否支持wap、是否支持语音拨号、是否具备免提功能等。且多数被调查者均明确表示，选购时会优先考虑质量可靠、设计轻巧、款式新颖、色彩时尚、功能够炫的手机。大学生手机族这一购买动机的产生，与学生消费者特殊的消费心理是分不开的。由于大学

生消费群的成员大多处于19-23岁，这一人生中思想最活跃、最擅变的黄金青春期，热情、开朗、奔放、崇尚自由的率直个性，现代社会生活条件的极大改善，科学技术的高速发展，各种观念、思潮的风起云涌，赋予了他们强烈的冒险精神与实践精神，对于新事物、新观念的关注与学习，逐渐使他们形成了求新、求异的消费心理，而这种消费心理直接影响到了他们求新款式新功能的购买动机的产生。

3、求方便的购买动机。根据前面对大学生手机族的调查与分析，得知90%以上的大学生消费者购买手机的真正目的在于方便与家人、朋友、同学、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，多数大学生手机族的父母均持支持的态度，而这种态度对大学生手机族购买动机的产生具有直接的推动作用。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。

4、求价格廉价的购买动机。85%的大学生手机族所能承受的手机号码价格在1000-1600元之间。也就是说，他们需要的是中低档的手机。总的说来，此动机的产生与我国综合国力不强，人均消费水平偏低有着密不可分的联系。这种经济现状直接制约了仍处于依赖性消费阶段的大学生手机族的消费能力，从而导致了他们在选择手机时通常会把眼光放在中低价格的机型上。另外，为了达到经济实用的目的，他们通常还会选择免月租或月租较低的充值卡来使用。但值得注意的是，此种求廉的购买动机并非只是一味的追求低价，以省钱为目的，更多时候只要价格达到了大学生手机族心中“合理”的低价时，动机就产生了。

一般情况下，大学生手机族的这四种消费动机不是独立存在的，而是相互交织，共同推动他们的消费行为进一步的发生。实际上，对于消费者来说，消费动机的产生才意味着消费手段、消费目标等一系列消费心理和消费行为的发生，这对于大学生手机族来说也不例外。因此，大学生手机族四种相互交织的消费动机在得到发展以后，紧接着结合在动机上行动

希望得到的结果，就会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。

手机的时尚和品牌成为当代大学生选择的主要标准。当各个品牌的手机功能相差无几的时候，手机的外观设计与时尚品位就成为人们购买的重要因素。同时品牌对人的影响也深入人心，对购买行为的影响不可轻视。

大学生是一个追求时尚，追求名牌的团体，所以新款流行的手机是受同学们的欢迎的，例如国外的诺基亚、摩托罗拉、爱立信，索爱等手机是非常受欢迎的手机品牌，但是功能颇多价格便宜的国产手机也受同学们的青睐。

很多大学生为了买一款流行的手机节衣俭食，严重影响了个人的身体健康，更有同学发展到了盗窃他人的钱财的程度。所以大学生在购买手机时不要只看是否是名牌，看到他人拥有名牌手机而自己眼红盲目买下与自己的经济不相匹配的名牌手机。选手机也应根据自己的经济状况，不要为了虚荣而增加自己的经济负担。这也是与当代大学生的正确消费观的相违背的。

随着科技与经济的发展，手机的使用功能不断增加和不断变得完善。已经由有原来的单一性变为集照相机、mp3、mp4等功能为一体的'综合性手机。

1、对现有功能的评价

在现有功能中，来电/接听电话时间及日期显示和中文输入功能分别位列消费者最看重功能前两位，入选的比例分别高达76.03%和62.29%，这充分说明手机功能使用性对消费者的重要性。在是断信息在校园中是很畅通的，每天都有成千上万的短信畅通，这也是大学生手机资费的重要组成部分，在调查中可以看到绝大多数同学都订了短信5元包，10元包，20元包每个月。

。对这项功能感兴趣的读者比例只有26.77%和19.49%，倒是不怎么被重视的录音功能受到读者的肯定。看来厂家在今后推出新的功能是要充分考虑到实用性。大学生考虑最多的还是实用，实用就行但功能多那就更好。

2、大学生对未来手机功能的期望

对未来手机功能的期望中mp3播放功能当之无愧的位列首位，比例为34.53%。分析被调查者对这项问题的回答可以发现，他们对未来手机应增加哪些功能好像并不十分感兴趣，因为对这一项问题回答的综合比例都不高，没有超过40%，不知道是不是被调查者更加希望厂家能完善现有功能，充分挖掘现有功能以便带给用户最大限度的便利。这其中对手机增加游戏功能、照明功能及其他有用功能的选择比例最低，都不超过10%。

对于广大大学生手机用户来说关心的资费计费时长和费用，本次调查得出的结论也基本能反映出用户在这方面的看法。有51.84%的用户希望移动电话能以秒为计费单位，只有6.73%的人认为按分钟为计费单位可以接受。由两组接近的数字表明有19.62%和21.82%的用户比较冷静地反映出他们希望计费单位以5秒或10秒为一个计费时段。

对于近期敏感的关于手机上网收费具体费用承受能力，本次调查结果表明每分钟能承受在0.1元以内的人数占到59.96%，也就是说有六成的消费者希望手机上网费用能定在每分钟一角人民币以内，这个价格才不至于使他们与无线上网这一“未来最有发展前途”的新事物擦肩而过。

1、彩屏直板机的使用者最多

问卷结果显示，93%被调查者使用的手机是直板机，只有7%使用的是折叠机，主要原因是，在同一档次上，直板机相对折叠机要便宜100~300余元，这是影响被调查者购买此种手机的

主要原因。此外，各大手机厂商都把低端机型做成直板机，并且此种手机外观简洁，外表美观，功能实用。作为还没有收入的大学生，直板机自然是首选。75%的被调查者使用手机的是彩屏，15%被调查者使用手机的是灰度屏，5%的是黑白屏。80%被调查者认为自己选择此种的最主要原因还是视觉因素，因为他们认为彩屏视觉显示效果比黑屏的要理响，所以大部分买手机时选择彩屏。86.4%的被调查者使用gsm网络且是中国移动的用户，他们认为gsm网络技术成熟，使用人多，相对其他网络稳定；使用cdma的只占的被调查者的13.7%，资费相对便宜是他们选此网络的主要原因。

2、发短信的人比打电话的人多

100%的被调查者认为自己手机使用最多的功能是短信，原因也只有一个：费用低。78%的被调查者每日短信量在10条以上。60%的被调查者每月的通话费用在十元以内，且平均每个电话只有一分钟左右。而另一方面80%的被调查者认为，如果通话的费用与短信相同的话，自己会更多的用手机打电话。因为与通话相比，短信的弱势也相当明显，60%被调查者认为短信速度慢且表达容易有误。

3、选择手机标准不一

84%的被调查者认影响他们选择为哪种手机的主要因素是广告宣传，其中又有70%的人经常看报纸上和杂志的还有网上的手机广告。

在不考虑价格因素的情况下，100%的男同学被调查者认为自己购买手机会首先考虑它的功能，比较看重手机的性能因素；而认为自己会首先考虑功能的女同学被调查者仅有49%，51%认为自己会首先考虑手机样式及外观。

在将来你希望自己手机所拥有的功能是什么，这一问题上，92%的被调查者选择了游戏，计算器，闹钟，日程表等基

本功能;85%的被调查者选择了彩屏, 和旋铃声的功能[7];30%认为三防功能, 可更换外壳比较重要;10%来电防火墙, 免提通话等;92%选了收音机□mp3□数码摄相。

从以上的分析中, 我们应该清楚地看到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越来越表现出其巨大的消费潜力。因此, 提高对他们的注意, 加紧开发这片新市场, 对于各大手机厂商脱离困境, 打破瓶颈, 获得高额利润将会起到积极的促进作用。就此, 我提出几条营销建议以供参考。

1、继续走手机价格中低档的路线, 专为学生消费者开发、设计功能不必要求很全, 但具备一些学生消费群体较喜欢的基本功能并且款式、造型、颜色等方面能够吸引学生的手机, 这对抓住学生消费者无疑是相当好的办法。

2、对手机销售商来说, 在销售地点选择上, 主要将手机放在离学校较近的手机大卖场和自己的品牌专卖店里销售;在促销上, 选择赠送学生喜欢的礼物的方式[8];在定价上, 则选择中低档价格。

3、品牌的广告代理商来说, 强调品牌的情感而淡化品牌的功能, 请一些年轻而又充满活力的明星作为自己的形象代言人, 赋予手机充满青春活力、积极向上的品牌特征。在广告宣传渠道上, 要力争做到范围广, 传播面全。特别要重视的是, 随着网络的发展, 特别是在大学生里, 上网已开始普及化了, 这一宣传方式不可忽视。

4、在销售渠道的竞争方面, 厂商应寻求与零售商坚持合作的战略伙伴关系。抓紧强而有力的大经销商, 给予支持, 使其销售能力再上一个档次, 在此基础上, 将分销计划向零售商尤其是手机专卖点重点投放, 并推行各项让利策略和鼓励措施, 加深厂商与零售商的凝聚力, 以便使零售商对厂商产品的推广销售。

大学生使用手机调查报告总结篇八

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app在大学生生活中越来越重要。鉴于此，我们以沈阳师范大学学生为研究对象进行研究，研究内容主要包括在校大学生手机上安装应用的数量，经常使用的手机软件类型，是否愿意为应用软件付费，付费可以接受的价格区间，一天中，使用常用软件所占据的时间，一般通过何种渠道获得手机软件，使用哪些应用商店提供的手机软件，使用手机app的主要目的等。以及，当代大学生对正确处理我们的日常生活与手机app的关系有什么好的建议。

大学生手机app正确处理

科技不断向前发展，为适应社会主流，手机的使用不再单单是打电话，在移动互联网市场积极发展的情况下，各种手机应用app相继推出。现在从手机游戏到手机工具、从新闻查看到百科收录、从资讯分享到社区讨论，手机应用几乎占领了我们生活的方方面面。但是虽然各种手机应用不计其数，但真正能够融入我们生活的应用却寥寥无几。

我组调查研究包括沈阳师范大学的全体学生，对于手机的消费也持有不同的态度主要目的是在于了解大学生手机应用状况，以促使他们树立正确的手机应用观，合理应用，正确的处理学习和手机应用的关系。这能控制大学生渐渐成为手机控的数量，并引导大学生正确的人生观与价值观。这也为学校的管理和大学生的心理状况给出一些建议与分析，并能进一步指导大学体制的变革与学生心理状况的培养。

调查时间 20xx年xx月xx日——20xx年xx月xx日

调查地点：沈阳师范大学

调查对象：沈阳师范大学大一到大四的大学生及研究生为研究对象，具体如下表

所在学校 发放问卷（人） 收回问卷（人） 回收率（%） 有效率（%）

沈阳师范大学 100 99 99% 97%

类别 人数 比例%

性别 男 19 19.6

女 78 80.4

年级 大一 9 9.2

大二 41 42.3

大三 20 20.6

大四 25 25.7

研究生 2 2.2

调查方式：采取随机调查方式

调查内容：这次调查主要涉及大学生关于app类型、大小、及卸载等相关问题。

（一）大学生使用app类型的调查

大学生关注资讯的还是比较少的，大多都是使用通讯、教育学习类和影音类的app，可见大学生对国家资讯关注程度不够而对娱乐类资讯关注的比较多。

由此可见，男生女生在选择手机app上也是存在差距的。女生主要使用生活服务类及购物类的app，男生则主要使用游戏类app，男女生兴趣不同，在app的使用情况上体现的很明显。

（二）、大学生通常使用手机的时间段

由图可以看出，大半的大学生通常在夜间21：00——00：00使用手机，夜间睡眠不足，严重影响了学生日常学习与生活。

（三）、以后大学生能否离得开app

绝大多数大学生认为生活中离不开app，较少部分认为是可以离开app的，由此可知，随着科技的发展，智能手机的普及，app也越来越成为生活中重要的组成部分。

（四）、大学生关于手机使用时间情况调查

三分之一的同学每天玩手机达5小时以上，由此可见，大多大学生使用手机时间是比较长的，表明大学生对于手机依赖程度强。

（五）大学生对软件付费情况调查

从图可知多数大学生都是愿意为app付费的，他们并不介意为手机软件付费。但并不愿意在app方面花费太多钱的，表明大学生对于在手机应用花销方面的支配还是比较谨慎的。

通过以上的一系列数据，我组采用数学方法对这些数据进行相应估算。我组研究者发现，超过一半的当代大学生手机上有15个以上的应用，而尽管有这么应用，但是常用的软件类型主要是聊天交友类，图片影音类和教育类。当代大学生主要通过手机聊天交友类app进行相互之间的信息传播。图片影音类的app成为当代大学生主要的娱乐方式。而且绝大部分

同学是不愿意为手机软件付费的，即使付费大学生可接受的价格区间也基本维持在1—3元左右。大学生浪费在手机使用方面的时间多于五小时占一半，而且近一半的学生都在夜间使用手机，可见大学生对手机应用依赖严重，影响了学生们的正常的学习与生活。

当代大学生对手机app应用产生过度依赖，并且呈现出一种病态的态势，因此，正确引导当代大学生使用手机app处理好手机应用和生活的关系是十分有必要的。我组调查者通过此次调查研究对当代大学生合理使用手机应用软件提出以下建议。

加强自身的道德和文化修养，养成良好的自律意识，严格要求自己，不要过度依赖，增强自制力，大学生应充分利用app的优势，进行学习和丰富课内外知识，了解国家资讯，减少游戏时间，发挥其便利性作用，真正做到自己是自己手机的主人。

学校应该营造良好的学校氛围，为学生成长提供良好的外部动力。举办趣味性较强的活动，例如：48小时远离app活动，让同学们体验没有app的大自然；增强课堂教学的趣味性，改善大学生课堂玩手机的现象。