

最新党费使用管理情况 大学生零花钱使用情况调查报告(实用5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

党费使用管理情况篇一

随着人们生活水平的提高，家长给小学生的零花钱已呈愈来愈多的态势。同学们是怎么运用这些零花钱的呢？我在班里调查了10名同学（男6名，女4名）调查的内容和结果如下。

调查的内容是：

- 1、你一天约有多少零花钱？
- 2、你用这些零花钱来干什么？

根据调查统计，这10名同学是这样来支配零花钱的：有一位上网吧已经两年了有五位天天用来买零食吃；有1位把零花钱存着，已赞有500多元了；有两位同学主要用于买课外读物看。

从上面的数据，不难看出，能注意积攒且正确运用零花钱的同学只有3名，占调查人数的30%；而其余7名同学（占70%）只知道用零花钱来“吃喝玩乐”了。

究其原因主要有：

- 1、不知道父母的钱来的不容易，只知道没钱伸手向家长要，花钱如流水。

2、吃零食已成了习惯，如吸毒那样已有瘾了

3、吃零食，有的包装上有奖，获奖后感到刺激、好玩，而上网心里感到舒服。

从家长和学校来找原因，主要有：

2、有的学校校内就有小卖部，这为学生买零食提供了方便；

3、有的老师缺少对对学生进行勤俭节约、艰苦奋斗方面的教育。

通过这次调查，我认为很有必要正确引导同学们运用零花钱。如果把零花钱大都用于买零食吃上，不仅对自己的成长无益，还对人的身体有害，特别长期食用那些“三无”产品，有百害而无一利。因此，我建议：

1、家长给孩子的零花钱要节制、有计划，要与孩子多交流、多沟通，引导孩子把零花钱用在“刀刃”上，可积攒起来用于订报刊、买课外读物看；用于买必要的学习文具，用于捐助别人等。

2、老师可利用班会、中队会等，召开“我是这样花零花钱的”的演讲比赛或专题讨论会，以引导学生认识钱来之不易和学会正确理财。

3、校园内如有小卖部，应只卖学习文具和必要的饮料，不卖零食，以净化校园环境

4、学校不应该让同学们把零食带入校园。

党费使用管理情况篇二

1976年4月1日，苹果公司由几名年轻人创立。

几十年几经风浪的苹果公司在1996年重新由乔布斯掌舵之后，它在电子科技领域的创新动作就不曾停止，它先后推出了ipod□imac等象征着新时代的电子产品，给众多消费者带来了新的电子科技的体验。

苹果公司在2007年1月9日推出iphone掀起了数字通信领域的消费高潮，随后陆续推出的iphone系列产品，尤其是ipone4及之后的ipone4s更是几乎成为一种新时代的新时尚，街头巷尾都能望见它的身影。

2013年9月21日凌晨，苹果公司宣布推出iphone5s和iphone5c两款新的iphone系列手机，这掀起了世界范围内的iphone购买潮，无数人不惜排长队只为了拥有这款电子通信界的新宠。

在iphone如此火爆的背景下，我们小组决定对苹果公司的iphone产品在北京范围内消费者展开调查。

根据目前苹果公司iphone用户迅速扩大，本次研究主要包括以下两个方面：

- 1、苹果市场状况、市场份额、竞争对手状况
- 2、消费者行为及原因，消费者行为习惯和态度、消费者产品策略

1、网络问卷调查

数据收集方法：为了满足真实性和可比性，将问卷试题放到网络问卷星上，透过邮件□qq链接等方法发放问卷，以便了解消费者信息。

2、人员发放问卷调查

数据收集方法：针对校园人员发放调查问卷，了解北京高校校内学生苹果消费者行为状况。

研究区域：北京地区

被访者条件：年龄不限，月收入在3500以上及在校学生，学历不限。

1、北京高校校内随机抽取

2、北京地区透过qq查找出北京地区各个区域的部分qq号码，并用qq邮件方式按比例发放网络问卷。

从理论上讲，样本量越大，抽样误差越少，结果代表性就越好，在思考时间和费用因素的同时，采用以下样本抽查：

校内发放问卷30份，网络问卷星发放问卷70份。合计共100份。

1、调查人数中苹果用户所占比

分析：调查结果显示苹果用户人数比非苹果用户人数多说明在被调查地区苹果手机与同等产品相比市场占有率较高并且从数据上看苹果手机的普及率也比较高。

2、被访问者性别比例与年龄分布

分析：从图中能够看出北京地区苹果用户中女性所占比例更高必须程度说明女性偏爱苹果手机一些，而且从年龄分布看苹果手机更受年轻青睐是苹果手机消费的主力军，其他年龄段则用户数则较少些。

3、被访者了解苹果手机的渠道

4、苹果手机在被访者心中的品牌形象。（）（多选）

5、被访者的购买动机

分析：结果证明，追求时尚玩游戏是消费者的主要购买动机。
[]对于苹果其他功能并不是有很强的欲望。

6、被访者购买渠道

分析：图上证明苹果手机用户主要是在体验店、网上购买手机，或者是透过海外代购。其他渠道所占比例较少，有待开发。

7、被访者购机所遇到的问题

8、苹果手机与被访者之前所购其他手机相比的优势（多选）

分析：苹果与其他手机相比优势在于外观时尚操作便捷功能实用合理

9、被访者使用苹果手机最常用的功能

分析：从上可知在被访者中苹果手机基本被用来玩游戏以及拍照通讯。（）

10、手机出现问题被访者解决办法

分析：被访者基本都是透过专卖店服务厅去维修

11、是否以前或者以后向亲朋好友推荐苹果手机

分析：多数人可能会或者以后会向亲朋好友推荐苹果手机

12、被访者对未来苹果的期盼（开放问题）

调查问卷2（不是苹果用户详情见附件）

1、被访者的亲朋好友使用苹果手机的人数

2、访者以前或此刻使用的品牌（多选）

分析：从图中能够看出苹果的最主要的竞争者是三星

3、被访者使用过的最合心意的手机产品、原因

分析：从这两个图能够看出喜欢三星、诺基亚的用户较多而原因也是主要因为价

格实惠操作便捷、侧面的反映出苹果在这两方面有所缺陷

4、被访者亲朋好友使用的手机品牌

5、被访者对苹果手机的了解

6、被访者不购买苹果手机的原因

分析：消费者不购买苹果产品的主要原因是由于苹果手机价格过高、不喜欢

7、调查结果分析、推荐

从两个调查问卷结果能够发现。就市场份额看，苹果手机的市场在各款手机里所占的比例还是比较大的，但市场竞争状况依然不容乐观形式严峻各手机品牌商如三星、索尼、htc等对苹果威胁很大。如三星，在不是苹果用户里头大概有百分之30多的比例被访者选取的三星与苹果进有力的竞争。问卷结果显示购买苹果产品的客户主要是觉得苹果品牌高端形象好，时尚美观，但苹果的价格高这导致了许多客户没有选取苹果手机，而且苹果手机的购买渠道比较单一很多在体验店买、没有挖掘开发出别的渠道发挥其他渠道的促销作用。因此我们推荐适当的降价一些可能能起到一些促销作用、并且

要完善渠道加大对广告宣传，更好的利用好其他渠道的。改善售后服务，增强客户的满意度。

8、调查问题反思

透过这次调查我们将许多书本上的理论知识运用到了实践不再空洞，这些平时觉得可有可无的东西真到了实践当中是多么宝贵实用。自己切身去体会加深我们对市场调研的认识，更体会到了作为一个市场调研人员应当具备些什么素质。虽然学习到了很多但还是有很多方面的不足，事前的准备不充分没有设计好一个完善的问卷方案，并且调查问卷的发放数量有限区域范围较小直接导致调研的结果不是很客观、比较片面。

7、调查分工

主要调查人：赵鹤鸣

项目负责人（人工）：万朋宁项目调查人（网络）：崔金调查活动分工状况：

方案设计和制定：章国强万朋宁

方案执行：人工发放和回收问卷：张海宝网络问卷调查发放和回收：崔金数据回收：赵鹤鸣

数据分析：万朋宁张海宝章国强数据汇总：崔金

附件：

调查问卷【1】

请问您是苹果手机的用户吗？是

1、您的性别_____

2、您的年龄_____

3、你是透过哪些渠道了解苹果手机的？

a网络b体验店c报刊杂志d电视报道e亲友推荐f其他

4、你认为苹果是一个怎样的品牌【可多选】

a高端时尚b科技智能c奢华昂贵d简朴大众e其他

a一个月以内b一个月到半年c半年到一年d一年到两年e两年以上

5、您购买苹果手机的期望是什么【】

a仅仅是通讯b玩app的游戏c看视频方便d追求时尚e拍照f其他

6、您是透过怎样的方式购得苹果手机的？【】

a网上购买b苹果实体体验店购买c透过朋友海外购买d透过充话费送手机行动获得

e其他7、您购机时遇到了什么问题【】

a产品供应不足b产品质量问题c物流配送不及时d价格上让人有些无法理解

e其他8、您认为苹果手机与您之前的手机相比有哪些优点？

a外观时尚美观b功能实用合理c操作便捷流畅

d应用丰富搞笑e待机时间充裕f其他

9、您使用苹果之后会经常使用什么功能？

10、当你的苹果手机出现问题你是怎样解决的【】

a去专卖店服务厅b自己修理c去周边的维修店

d不要了e其他

11、您是否以前或者即将向您的亲朋好友推荐苹果手机【】

a是b否

12、您的亲朋好友中没有购买苹果手机的原因有（可多选，请排序）

□□

a价格过高b不喜欢苹果产品c操作不方便d性价比低

e其他13、您期望苹果手机未来在哪方面能够有所改善？

调查问卷【2】

请问您是苹果手机用户吗？否

1□

2、您的性别_____您的年龄_____

3、您的亲戚好友中使用苹果手机的人数【】

a没有b较少c较多d全部

4、您以前使用过什么品牌的手机？（可多选，请按照使用顺序排

序) 【】

a三星bhtcc诺基亚d摩托罗拉e小米fg

g其他5、在您使用过的手机中，您认为哪一品牌的手机最合您的心意？

□□

a三星bhtcc诺基亚d摩托罗拉e小米fg

g其他6、您为什么觉得这一品牌的手机合您心意？ 【】

a操作方便b价格实惠c购买便捷d设计人性化e时尚潮流

7、同价格区间中，你会选取什么手机？ 【】

8、您的亲朋好友都使用什么品牌的手机？（可多选，多选请排序） 【】

a三星bhtcc诺基亚d摩托罗拉e小米fg

g其他9、您对苹果手机的了解有多少？ 【】

a一点都不了解b仅仅一点c较多了解d完全了解

10、您不购买苹果手机的原因是 【】

a价格过高b性能不够c不喜欢d使用不方便f□其他

e其他11、苹果手机做了什么改善您才会觉得更能理解？

党费使用管理情况篇三

由于经济迅速发展，人们收入不断提高，逐渐开始追求高品质生活。此时手机技术也正在不断成熟，生产手机的成本不断降低，这就为手机的普及创造了条件。大学生远离家系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。

现在手机已渐渐不再是个别人物的身份的象征，也不再是大人们的专用，年轻人，尤其是大学生已悄悄成为新的消费人群。越来越多的商家也已开始把大学生作为手机购买群中最重要的消费群体之一，开始为大学生量身订做了很多款适合大学生使用的手机。手机，作为一种重要的联络手段，一种高端科技产品，一种时尚的象征和身份的标志，手机在校园里普及率已经超乎人们的想象。

购买手机的大学生越来越多，而且更换手机的频率也越来越快，因为大学生是对新事物和新潮流反应最快的一个群体。因此，了解他们对手机的各种不同偏好以及他们的消费倾向和各种需求是很有必要的，所以这次调查主要是针对大学生群体，从而了解大学生对手机的偏好选择，了解手机的市场需求及其发展方向。本次调研主要在我校，通过问卷调查方式针对我校学生手机使用情况、手机选择、偏好情况，消费特征等方面进行了较为细致的调查，取得了较为全面的信息资料，对我校的学生手机使用和消费情况有了大致的了解。

1. 调查的男女比例分析

2. 受访者手机品牌倾向分析

大学生是比较讲究个性和流行的消费群体，因此在手机购买商凸显了个人特点。接受调查的同学中有25%的同学选择三星，接下来是其他品牌的手机，苹果占22.5%□htc占15%，诺基亚和摩托罗拉分别占12.5%，其他的占7.5%。可以看出使用品牌

机的同学还是占多数的，尤其是国外的知名品牌，比如三星、苹果。

3、受访者所能接受的价位

由图可以看出，价格在1000—20xx之间存在最大的消费人群，比例高达35%，而购买3000元以上的比例只有15%，说明价格越高购买人数越少，反应大学生的消费水平有限。

4、受访者购买手机时所考虑的因素

调查显示，学生消费者在购买手机时最注重的还是手机的性能、价位及服务。大部分的被调查者认为好用和耐用才是最重要的，在保证质量的前提下，还要优先考虑手机的外观设计是否符合流行趋势。当然也有不少的同学认为购买手机时也会受到各种商业广告的影响。

根据调研的一些主要数据，可以反映出我校目前大学生手机消费市场的一些基本问题，如下所示：

1、大学生手机消费仍在以跳跃式的曲线增长，消费量趋向在一定时间内会有较大幅度的增加。在未来的手机消费中，性别、年级之间的差距会逐渐缩小。

2、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，服务有待于改善。在大学生手机消费市场中国外高端品牌手机占据有一定的优势，一部分大学生追求高端品牌，而这些高端品牌同时也是价格不菲。

3、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。学生消费者的消费心理欲望增强，特别是在通信领域，手机更新换代的速度加快，导致多数大学生对手机有极大的心理需求，他们大都注重手机的款式，注重手机的质量及功能。

4、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。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，将会起到积极的促进作用。

通过此次实践调查的研究、统计分析，我们提出如下建议：

（一）、对大学生的建议

1、作为一名大学生，应该合理利用手机这一通讯工具，不能将其作为同学

间互相攀比的玩物。我们应该放正自己的态度，规范自己的消费行为，培养及形成正确的消费观念。现今是知识经济和科学技术快速进步的时代，电子产品的更新换代速度是非常快的，我们应放眼于未来，树立全局的观念。对于消费，不能一味的追求时尚、新潮、贪图一时的消费快乐而进行盲目消费，要做到只消费适合自己的、实用的物有所值、物美价廉的产品。

2、同时，我们在手机的使用过程中也要规范自己的行为，做到知道自己该在什么时候、什么地点、用什么方式使用手机，懂得尊重课堂、尊重他人、尊重自己，做到合理文明使用手机，一起构建和谐健康校园。

（二）、对手机销售商的建议

1、如今大学生的生活水平、手机拥有水平普遍较高并且具有一定的消费能力，对于手机消费市场有着巨大的消费潜力，将是中低端手机市场的消费的主力军。手机制造商应针对学生群体开发出更多符合这个群体特征的中低端新产品，手机销售商应着力向学生群体推荐中低端的手机，以实现更好的

销售业绩。

2、大学生对手机的质量较为重视，注重手机的实用性以及传统常用功能的实际表现，力求物有所值，物美价廉。针对大学生市场的消费特征以及大学生的消费心理手机厂商应该着重于开发功能齐全、实用性高、传统常用功能（如音乐、照相、上网、通话）强大的产品以满足该群体的消费偏好和消费需求。注重手机的设计风格、款式，主要适用在中低端价位。

3、大学生手机消费时在众多的卖场影响因素中最在意的是卖场的服务；对于产品的品质保障和售后服务比较重视，其中有最关心售后服务的保障。针对上述情况，手机销售商应该在卖场的因素中着力打造最优质的服务，为消费者提供美妙的消费享受，同时重视其他卖场条件的打造；对于手机的售后服务，手机生产厂商和手机销售商应该着力于努力做好售后服务，最重要的是给消费者以品牌及售后的保障。

党费使用管理情况篇四

（一）学生消费群的普遍特点：

- 1) 没有经济收入；
- 2) 追逐时尚、崇尚个性化的独特风格和注重个性张扬；
- 3) 学生基本以集体生活为主，相互间信息交流很快易受同学、朋友的影响。
- 5) 品牌意识强烈，喜爱名牌

（二）学生消费者购买手机的准则和特点

通过调查大学生购买手机主要考虑因素是时尚个性化款式、

功能、价格、品牌等，这也成为学生购买手机的四个基本准则。在调查中表明，大学生选择手机时最看重的是手机的外观设计，如形状、大小、厚薄、材料、颜色等，占65%；但大学生也并非一味追求外表漂亮，“内涵”也很重要，所以手机功能也占有一席之地，占50%；其次看重的是价格，而较少看重的是品牌，看来现在的大学生还是比较看重实际的。

学生购买手机的特点主要有：

1、选购要求为时尚、实用和低价

要大部分学生来选购自己真正喜欢的手机是不现实的，所以学生手机族只有委屈一下自己，主要把眼光放在了低价位而且有时尚感、造型好看具有较好功能的手机上。既要时尚、实用又要便宜，对于手机和学生来说，这种条件的筛选都是极为苛刻的，要求在各个方面的寻求最佳结合点。

2、由于方便而购买手机

根据调查显示，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，而这种态度对学生购买手机行为的产生具有直接的推动作用。另外，还有部分大四的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。

但是学生在选购手机的过程中，也越来越注重手机的使用是否方便这一方面，如手机的菜单是否方便简单，手机的功能是否全面、方便实用等。

3、作为年轻一代存在一定的攀比心理；

爱面子和喜欢攀比是年轻人的特点，这也表现在学生对手机的选购上。学生选购手机，品牌问题也成为其考虑的一个因

素。很多同学经常在一起谈论手机，那么那些手机档次较低或没有手机的同学就会觉得没有面子，而欲买手机的同学就想买个好于其他人的手机。这种手机的消费心理实际上不仅仅只存在于学生手机市场中，在所有年轻人的手机市场中都是比较突出的。

4、大学生购买手机的主要目的；

5、大学生希望手机提供的利益：

学生的天职就是学习，所以学生都希望手机能为自己的学习带来方便——在调查中，有72%的同学在“希望产品提供的利益”中选择“能够提供与学习有关的功能，例如电子词典、学习计算器等”，这些可以为学生学习提供方便，也是学生所希望的物有所值。

（三）大学生对手机的品牌和功能的要求；

1、学生对手机品牌的选择；

根据调查75%的学生比较喜欢诺基亚，虽然目前他们没有经济能力去买，但只要他们走上社会，具有了经济能力，他们就会去买自己喜欢的品牌手机，这对于诺基亚手机是一次好的机会，但同时也有挑战。

2、我理想的手记是质量效果，都要好，能上网聊天

第三部分大学生手机市场分析

一、近年来大学生手机市场情况

近年来大学生手机一直是摩托罗拉、爱立信、诺基亚三个品牌在竞争。爱立信和诺基亚在进入大学生手机市场之初，由于当时摩托罗拉占据整个市场主导，也就成为了大学生首选

的手机品牌。而诺基亚在进入市场之初，品牌影响力不够，产品线不如摩托罗拉丰富，但在推广中一直都注重塑造时尚有个性的品牌形象，并且推出的每款机型都为精品，在市场上几乎都可以成为主流机型。如诺基亚5110，在当时就以高档的手机产品，中档的手机价格，创造了一个手机神话，因此现在也就成为了大学生购买手机的首选品牌。

二、大学生手机未来发展方向

未来社会，在大学生手机消费市场，两类基于智能手机的应用将获得发展，一方面是基于定位服务的应用，另一方面是随着3g网络的不断部署，包括hsdpa网络的推出，流媒体的应用会越来越多，像电视方面的应用。这意味着手机平台也将成为媒介融合的一个平台，因此，对于未来大学生手机市场的发展方向的认知，必须在媒介融合的前提下。在这样的趋势下，手机媒体将不再是报纸、广播或电视的简单延伸，而是各种传统媒体形态在无线网络环境下的一种全新整合。要迎接这样一个时代的到来，必须顺应媒介融合、产业融合趋势，在体制、观念、业务模式等方面做出全面变革。

总结

作为中国手机市场容量最大、最有潜力的手机市场。在这种大背景下，无收入、无职业却拥有无穷消费潜力的特殊消费群体——大学生手机族，已经成为手机消费市场中一支不容忽视的生力军，手机的经销商应该注重这点，根据学生对手机的要求，进行有目的有方向的推出，力求更大的打开这一消费市场。

党费使用管理情况篇五

调查地点□xx

调查对象□xxx

调查方式：口头问答作记录

在本次调查中我们发现有83%的同学都是在中学时期开始使用电脑的，且初中略多于高中，而在小学和大学以后才开始使用电脑的人基本持平。在每天使用的时间上，有42.37%同学是在1-3小时，35.59%的同学在1小时以下，18.64%的同学在3-5小时，3.39%的同学则在五小时以上，由此我们发现同学对于使用电脑上网的时间的把握程度还是很不错的，然而也存在6.78%的同学表明自己是想控制上网时间但一上网就忘记的。在调查中我们特别做了一个关于网络游戏兴趣的调查，有49.16%的同学对游戏不感兴趣，且没有人陷入其中无法自拔，而且在平时用电脑上网的用途调查中我们也发现玩游戏的人是不多的，大部分的同学主要是看电影听音乐、查资料、以及聊天交友，接下来则是浏览新闻、收发邮件玩博客，只有极少的人在网上购物，仅次于玩游戏的比例。所以大学生多是使用电脑娱乐，用于查资料和学习的是不多的。

学生们对电脑们对电脑的利用程度和效果应该是有待提高的。在调查中有37.78%人认为他们对电脑的使用是没有达到预期，基本就用于玩了；只有27.11%达到了预期并对于自己是很有帮助的。而且大学生对于自己使用电脑的状况评价也不高，只有18.64%的人认为大学生用电脑来学习，其他人都认为大学生使用电脑娱乐（聊天、游戏）。可见，大学生对电脑的利用状况堪忧，有效的利用很少，成为一种资源浪费。

6.78%的成绩是有大幅下降的，有23.73%是有稍微下降的，也有8.47%是认为自己的成绩是有稍微提高的。所以，通过调查结果来看，有超过60%的同学使用电脑后对学习是没有影响的，也没有会因使用电脑后大幅提升。综合来看，对电脑的使用虽然没有对学习产生太大的影响，但是电脑目前还没有成为帮助大学生学习的学习工具。

在调查中，大学生对电脑的使用是不够充分的，是不能帮助学业和个人能力的发展的。而且大学生对于自己利用电脑的

程度以及效果的评价也是很低的，认为是用来学习的人几乎微乎其微，这个问题是我们应该予以重视的。既然我们发现了自己使用电脑的问题，我们就要重视起来，在日常生活中注意到这些方面看清主要矛盾，对于电脑的利用程度的提高刻不容缓。

综合的从调查结果中可以看出，大学生对电脑的使用还是十分频繁的，而且电脑处在一个与同学的学习生活息息相关的位置上。当代大学生对于使用电脑上网的时间是有一定自制能力的，能够掌控好自己的时间，以致不会怎么影响到自己的学业。但是面对对于电脑的利用方面上，利用率是不高的，多数人使用电脑都是用于上网娱乐方面，而上网查资料和学习电脑知识和常用软件方面的是极少的一部分。所以我们可以看出，虽然电脑没有成为我们学习生活中的阻碍，但是大学生也没有真正利用好电脑的功能使其成为我们的学习工具。