

最新手机使用调查结果 大学生使用手机 调查报告(优质10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。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

手机使用调查结果篇一

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，tcl紧随其后。

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。

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。

手机使用调查结果篇二

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，更不是必需品，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。感谢你的合作！

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，按重要性由高到低排序：

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!

手机使用调查结果篇三

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%的被调查者认为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上销售;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。

手机使用调查结果篇四

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,是够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们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，而尽管有这么多个应用，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。

手机使用调查结果篇五

四、调查方式与计划安排

本调查采用线上及线下调查问卷对学生进行调查

具体安排为：

a: 确定调查主题及设计好较为可行的问卷, 时间为一天

b: 进行实践调查, 每天调查完后进行小组讨论, 时间为两天

c: 实习资料整理, 起草市场调查报告, 时间为一天

d: 对报告进行修改, 并打印提交, 时间为一天

五、调查内容与结果分析

关于现代大学生手机使用情况的调查问卷

q1:购买手机时你最注重？

1、性能是大学生首先所看重的占72.22%，也就是说，大学生在购买手机时，最注重的是性能。

2. 图形中还显示品牌也是大学生们所关注的。大学生本来就是一个消费群体，因此在购买手机时，他们不得不先考虑性能与品牌因素。

3. 另外，还有一大部分注重外观、功能、服务、待机时间。大学生在购买手机时，大部分认为在质量性能有保证的前提下，首先考虑的是手机的外观设计，如形状、大小、厚薄、材料、颜色等。其次，手机的内部功能，如是否支持中文输入、是否支持无线上网，是否支持语音拨号、是否具备免提功能等。购买时会优先考虑性能可靠、款式新颖、色彩时尚、功能够炫的手机。

q2:对自己的手机有多少的了解？

1、 由图表可知，对手机性能了解情况一般的占了53.7%，较多的占35.19%。

2、 总体来说，大家对手机的了解还是蛮多的，选择什么样的手机，拥有什么样的性能，是我们购机时的第一考虑，所以才买了自己喜欢的手机。

手机使用调查结果篇六

调查地点：

调查对象：

调查课题：关于当代大学生手机使用情况的调查情况

现在的青年学生，是“低头族”的代表。那么，大学生对手机使用的状况如何？手机对大学生产生了怎样的消极影响？对此，我们以**大学为例展开了调查。

一、通过调查我们可以看出，**校大学生仅有11%是大学以后有的手机，其中只有1%的学生没有更换过手机，有72%的学生更换至少3部。可见，手机已经是大学生必需用品。

二、大学生的手机主要用于联络好友、浏览网页，玩手机游

戏和查资料等。其中只有7%的学生多用手机查资料，3%的学生仅用于玩游戏，绝大部分是用手机聊天，短信、微博、微信□qq等通讯功能。可见，少数学生仍沉迷在手机游戏中，其中有22%的同学安装至少3个游戏以上，这对于他们的学习是会带来影响的。

三、有近66%的学生每天使用在3个小时以上。有32%的学生习惯于使用手机。可见部分同学已经对手机有了依赖性。

四、有13%的学生有时会产生手机震动的错觉；51%的学生有睡前刷空间、微博和朋友圈的现象，也说明学生对的依赖性程度。

五、74%的同学希望手机更加智能，便捷。也有7%的学生希望手机只能打电话，发信息即可。

从以上的分析中，我们可以看出，由于手机功能的不断增加，给学生的学习带了负面影响，不仅是依赖手机的问题，还表现在过度沉迷于网络。

通过调查，学生在手机使用方面存实存一些不良现象，主要表现在：占用日常生活时间较多，对手机有了某种程度的依赖，却忽视手机的学习功能，沉迷手机游戏更重要的是，一些网聊和游戏会分散学生们的学习精力，希望大学们能够正确认识，不再依赖手机。

手机使用调查结果篇七

通过本次调查，我小组对相关关系人有如下建议：

此我国国产品牌手机要想获得持续的发展，还需要从以下几个方面入手：

在厂商的策略行为中，由技术研发而导致的新产品的竞争，

实质上比现存产品价格上的边际变化的竞争更为重要。因此手机生产商应该切实考虑用户体验，不断创新功能设计，以满足用户的需要。

根据我们对手机的调查显示，消费者对手机产品最关注的还是质量问题，特别是发展中国家消费者，在买手机的时候，质量因素是他们首要考虑的。因此国内品牌的手机生产应该建立严格的质量管理流程，确保产品的质量。

目前消费者对国外品牌具有比国内品牌更高的认知度和信任度。虽然事实上国产手机无论是在质量和技术上都已经有了很多的提升，但是消费者对国内品牌手机的认知度还是很低，这就要求我们国内品牌手机要加快品牌建设，塑造品牌内涵，有长远的品牌发展规划。

在手机竞争上，丰富的营销手段可成为争夺市场的有利武器。厂家可采用捆绑销售、积分兑换等多种形式来丰富营销手段可以有效地将不同层次的终端制造商以及电信运营商联系在一起。

根据上面的分析，我们不难看出目前手机中端的需求量很大，存在很大的空间，因此我国国产手机可以调整战略，走中端。除此以外，目前国内还有很多边远地区、农村等对低端手机的需求还是相当可观的，加上更换新机的，国内厂商要尽量争取这些边远山区、农村的'份额。

- 1、继续走手机价格中低档的路线。
- 2、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；采用多样化的促销方式。
- 3、在广告宣传渠道上，要力争做到范围广，传播面全。
- 4、在销售渠道的竞争方面，寻求与厂商建立合作的战略伙伴

关系。

对于大学生消费者来说：

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；
- 2、求新款式新功能的购买动机；
- 3、求方便的购买动机；
- 4、求价格廉价的购买动机。

一般情况下，大学生手机族的这四种消费动机相互交织，共同推动他们的消费行为进一步的发生。

我团队建议大学生应当以质量和实用而不是品牌为选择手机的标准；对国内手机品牌加大信任；选择与自己的经济状况相匹配的手机，不盲目攀比。

目前我国手机的现状是集中度很高，是典型的寡占，而进入壁垒又很高，潜在企业和刚进入新企业有一定的门槛。在我国手机上，国外知名品牌的份额在一半以上，国内品牌手机的份额跟其相比还差了一大截，主要是因为品牌知名度不够以及核心技术缺乏。那么在这个消费者需求越来越高，对各种娱乐型、时尚型等新功能手机颇为青睐的背景下，国产手机要想在上有所作为就应该要加大研发力度，加强质量管理，塑造产品品牌，提高产品知名度，同时在营销上下功夫，丰富营销手段。只有克服了“技术”和“品牌”两块硬板，国内品牌手机才能在市场上有所作为。同时消费者也需要调整观念，切合实际，选择与自己相匹配、最适合自己的产品。只有多方共同努力我国手机市场才能健康发展，在竞争中取得领先地位，争创一流！

手机使用调查结果篇八

随着生活水平的改善，手机的普及率逐年升高，使用者的范围也逐步扩大。现在，高中在校生携带手机的越来越多。为全面了解我校学生校园内携带手机及使用情况，了解他们的真实想法与做法，4月21日，校教育处组织了《学生校园内携带使用手机情况问卷调查》。本次调查共发放问卷4500份，实收有效答卷3850份，问卷上不要求填写任何个人信息，确保了调查结果的真实性。调查结束后我们对调查问卷进行了认真的统计，分析研究。

在校园内携带手机的学生共占52.83%，22.73%的学生一直带或经常带手机。在手机的存放问题上，25.12%的学生放在宿舍，20.75%的学生选择随身携带但上课关机，还有4.13%的学生选择随身携带上课也开机，即在携带手机群体中，随身携带的占近50%。由此看出，我校学生手机持有率较高，使用较频繁，对部分学生来说，手机已经成为他们生活中非常重要的一部分且造成消极影响。

(1) 在携带手机的作用方面，53.04%的学生认为可有可无，3.82%的学生认为手机只是满足个人虚荣心的需要，36.81%的学生认为非常有用。另外，有6.62%的学生认为没有任何的积极作用。

(2) 在对待学生校园内携带手机的看法上，25.90%的学生选择家长支持，选择家长坚决反对的占21.95%，47.64%的学生选择家长认为无所谓，还有4.49%的学生认为家长是因为孩子看到同学带极力要求没有办法才为其购买手机。

(3) 关于手机的消费问题，价值500元以上的手机占大多数，其中1001元以上的占12.75%。每月的消费金额21以上的占9.06%，即18%左右的携带者月消费超过21元。

以上统计显示，大部分学生认为手机并不会对生活学习产生

积极的影响，部分学生购买手机仅为满足个人虚荣心的需要。而手机对于没有经济能力的中学生来说，算是一种高消费，这样的购买动机势必引起同学之间的互相攀比心理，影响学生的身心健康发展，也给家庭经济带来不必要的负担。

中学生使用手机用于家庭联系的占48.49%，用于和校内同学、校外人员联系占10.61%。有15.9%的同学收发过无聊x□并有2.99%的学生通过手机接触淫秽等不健康信息。从这项统计来看，手机的使用对部分学生的生活、学习带来负面影响。学生主要任务应该是学习，不必要的x□电话，势必会分散其学习的精力，最终导致学习成绩的下降。不健康的信息更是直接影响学生的身心发展。

56.13%的同学认为公用电话太少，不能满足学生需求；22.51%的学生表示从来不使用校园内的公话。针对这一问题，学校将适度增加公用电话数量，充分满足学生需要。

综合调查结果来看，我校学生在使用手机的动机和用途上均存在一些问题，其危害性主要有：部分学生上课时间开机，违规使用手机，扰乱课堂秩序，影响教学，也是对老师、同学的不尊重；学生使用手机不利于良好心理品质的形成；高中生正处于性格塑造时期，思想不稳定，情绪波动大，易受外界环境影响等特征，使得他们的消费存在一定程度的盲目性，学生使用手机，会造成攀比的心理，不利于良好消费习惯的养成；更重要的是，学生现阶段的主要任务是学习，不必要的x□电话，会分散他们的精力，影响学习成绩。

为了学生的身心健康发展，同时又能确保学生和家长联系方便，建议学校在校园内增设公用电话。学生不再携带手机进入学校。

手机使用调查结果篇九

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：

关键词：手机使用调查、外显因素、主观因素、调查显示

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：

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

调查人员在xx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—xx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。大学生属于纯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。

手机使用调查结果篇十

手机使用调查、外显因素、主观因素、调查显示

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）

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。大学生属于纯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，使得生产厂家不断开发新产品，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。

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ftclglgh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：

a□1000以内 b□1000—1500 c□1500—20xx d□20xx以上

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