

大学生手机市场调查问卷报告(精选5篇)

报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，通过报告，人们可以获取最新的信息，深入分析问题，并采取相应的行动。下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

大学生手机市场调查问卷报告篇一

(一) 调查目的：通过了解大学生手机使用情况，为手机销售商和手机制造商提供参考，同时为大学生对手机消费市场的开发提供一定的参考。

(二) 调查对象：在校生

(三) 调查程序：

1、设计调查问卷，明确调查方向和内容；

2、进行网络聊天调查。随机和各大学的学生相互聊天并让他们填写调查表；

3、根据回收网络问卷进行分析，具体内容如下：

(2) 根据各个同学对手机功能的不同要求，对手机市场进行分析；

根据以上整理的数据，我进行数据分析，得出结论：学生手机市场是个很广阔的具有巨大发展潜力的市场。

(一) 根据学生手机市场份额分析

(二) 学生消费群的普遍特点

作为学生我对这个群体做了一些了解，对于我们共同的特点进行分析，得出手机市场应该针对不同学生群体开发产品或进行针对性的营销手段，才能够抢占市场。下面我们就来对学生群体的特点来进行分析：

1、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；

4) 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，喜爱名牌产品；

（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。

手机市场调查报告5

进入信息时代，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

(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9月

4、调查区域：东莞职业技术学院

5、调查实施：

(1)小组成员聚集在选定的校园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1000元以下占19%；手机价格在1000-20xx元之间，占58%；手机价格在20xx-3000元之间，占16%少数的手机价格在3000元以上，占7%。

(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、短号来节省话费，被调查者一个月的手机费用大约30元以下占15%；在30-50元之间占56%；50-100元的各占20%；手机费用在100元以上的所占的比比较小，为9%。

(五) 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52%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14%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100%。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15%一个很高的数字。

大学生手机市场调查问卷报告篇二

近几年来，手机的更新换代越来越快，人们更换手机也越来越频繁。特别是随着手机的逐渐普及，手机机的功能非常强大，他除了打电话发短信的功能以外，还可以下载多方应用软件，看电影、听音乐、玩游戏等，还可以用它来查看天气等，功能非常齐全。手机已经逐步融入人们的生活。大学生是一个使用手机非常重要的群体，基本上有80%以上的学生都会持有一部手机，甚至有许多大学生的日常生活已经离不开手机。使用手机上网、社交、了解信息，俨然已成为他们生活中不可缺少的一部分。因此，我们的问卷调查主要针对的是在校大学生对于使用手机的情况收集到的相关数据的分析，分析大学生手机消费状况，然后总结分析得出结论并提出相关建议。

通过了解大学生手机使用情况，为手机销售商和手机制造商提供参考，同时为大学生对手机消费市场的开发提供一定的参考。

1. 设计调查问卷，明确调查方向和内容；
2. 进行网络发放问卷调：通过qq群，qq空间，微信向同校好友发放问卷。
3. 根据回收网络问卷进行分析。

xx技术学院的在校大学生

问卷的制作□xx

问卷的发放□xx

问卷的整理分析□xx

大学生手机市场调查问卷

同学您好！首先感谢您能参与此次问卷调，我是xx经贸职业技术学院x国经三班的一名学生，现进行一次关于在校学生手机市场的问卷调查，以便获得需要的相关信息。以下问题，所得到的信息，不会泄露给第三方！希望您能在百忙之中抽出一点宝贵时间完成以下问卷。谢谢合作！

1、您的性别？

男

女

2、您所在年级？

大一

大二

大三

3、您觉得手机在您的日常生活中重要吗？

非常重要

一般

完全不重要

4、您选择手机时考虑的主要因素？（多选）

质量

外观

价格

功能

品牌

售后服务

5、您平均一天有多长时间在使用手机

小于1小时

1—3小时

4—5小时

6小时以上

6、您通常在以下哪些场合使用手机？（多选）

乘坐交通工具时

在教室上课

自习时

晚上休息前

用餐聚会时

平时走路时

其他

7、您经常使用的智能手机功能是什么？（多选）

通讯

网络聊天

娱乐

浏览网页

电子书

其他

8、您在学习生活中遇到不懂的问题,会第一时间拿出手机上网搜索答案吗？会

不会

9、您每月的基本生活费在以下哪个范围？

500元以下

20xx元以上

10、您一个月的平均通话费用（包括月租）为：

20元以下20—50元

50—100元

100—150元

150元以上

11、您话费主要花费在哪方面？（多选）

发短信

通话

网络

娱乐

其他

12、您认为哪一项花费可以减少？

发短信

大学生手机市场调查问卷报告篇三

一、背景调查的目的

二、背景调查的意义

1、本次背景资料的调查是制定谈判计划和战略的依据

2、本次背景调查也是谈判双方沟通的纽带

三、背景调查的时间：2012年10月22号

四、背景调查的地点：广东深圳南山区

五、背景调查对象：联众有限责任公司

一、商务谈判的环境因素

商务谈判是在一定的客观条件下进行的，各种客观环境因素都可能对谈判产生影响和作用。因此，谈判人员应当熟悉与本次谈判有关的各种环境因素，并根据这些因素的发展变化，调整自己的谈判目标和谈判策略。

影响商务谈判的环境因素很多，诸如政治形势、经济状况、法律规定，商业习惯、社会风俗、文化背景、宗教信仰、基础设施、人员素质、地理位置、气候条件等，都可能在某种程度上对谈判产生影响。

（一）政治环境

深圳是全国经济中心城市，是中国大陆经济效益最好的城市之

一、深圳是中国经济改革和对外开放的“试验场”，率先建立起比较完善的社会主义市场经济体制，创造了世界工业化、城市化、现代化史上的奇迹，是中国改革开放近30年辉煌成就的精彩缩影。新形势下，中央和省对深圳的发展高度重视。中央要求深圳经济特区要继续发挥在改革开放和自主创新中的重要作用，做到不自满、不松懈、不停步，加快发展、率先发展、协调发展，强调深圳经济特区是全国的一面旗帜。

（1）深港合作。以共同打造具有国际竞争力的“深港创新圈”为载体，全面合作、互利共赢，当好粤港澳合作的先行区。

（2）高对外开放水平。一是积极实施“走出去”战略。主动参与国际竞争，争取在国际竞争中的主动地位，进一步提升深圳企业和产品的国际竞争力，大力扶持航母型企业，打造深圳本土跨国公司群。二是积极申报设立保税港区和航空港保税物流园，争取尽快开展保税区转型发展试点工作。三是

积极探索建设境外经贸合作园区。

和香港、首尔、洛杉矶、伦敦、纽约等为学习追赶目标，在经济发展、自主创新、城市建设管理、社会管理、法治水平、文化软实力、生态建设、民生福利等方面积极学习追赶世界先进城市，力争在优势领域取得向世界先进城市看齐的历史性突破。

（二）法律制度。

在深圳所进行商务谈判时所签订的协议能否如实履行，谈判能否成功，不仅取决于方法与技术，更重要的是谈判是否依据已经确定并被公认的行为规范法律，如果依据法律，其结果必然具有约束力。显然，在一切社会活动中，法在当代，商务谈判已成为经济活动不可缺少的一环。

（三）宗教信仰。

深圳市宗教信仰活动场所概况，南区是深圳发展较快的一个区，此区居民的宗教信仰比较复杂，对此，目前还缺乏调查研究，南山区传统上庙宇众多，神灵较杂。由于当地居民信仰虔诚，处地偏远，受政治影响较小，解放后，虽经多次运动，这些庙宇不少虽也遭受破坏，但相对保留完好。改革开放后，这些寺庙因为统战等原因，以文物保护的名目得到翻新或者重建而生存下来，经过不断的整修和扩张，成为目前深圳民间宗教信仰活动的主要场所。

（四）商业习惯

争对手，获得交易机会的目的”也就是回扣，则是法律明令禁止的。还有就是格式合同，格式合同是商人将某些不断重复的简单的交易内容，以书面形式固定下来，以供将来订立合同时参考。现代社会许多物品的生产都采取大量制造和大宗交易的方式，许多交易活动不断重复进行，且大多数公用

事业服务有既定的要求，因此，在公用事业行业，格式合同被广泛应用，已成为一种商业习惯。有奖销售也是深圳市的一种商业习惯，有奖销售作为一种商品促销形式，有奖销售俯首皆是，已成为被大众所普遍使用的一种商业习惯。

（五）社会习俗

（六）财政金融状况

大学生手机市场调查问卷报告篇四

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

xx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

2了解心理因素（实用、虚荣、强迫等）对于大学生使用手机的影响程度

3了解功能因素（娱乐、交流、工作等）对于大学生使用手机的影响程度

4了解课堂因素（教师、内容、参与度等）对于大学生使用手机的影响程度

5了解硬件因素（网络、流畅性等）对于大学生使用手机的影响程度

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。

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，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

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

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看法时，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。

大学生手机市场调查问卷报告篇五

随着生活水平的提高，以及科学技术水平的发展，手机越来越成为大众的通信工具。在我国移动电话发展的二十多年里，取得了令人瞩目的成绩。据国家工业和信息部日前发布的报告显示，伴随着20xx年第一季度我国再增加了3000万个手机用户，截止到3月底，中国手机用户已达8.89亿。根据该增长率推算，我国的手机用户总数在今年5月将突破9亿大关。

近年来，越来越多的手机厂商把目光投向了校园这一潜在的巨大市场。在学校里，手机几乎是人手一部的通讯工具，无论是大学生，还是中学生，父母为了跟儿女得到第一时间的

联络，纷纷为儿女们买起手机，有的学生身上还有两部手机。为了了解手机在大学生中的普遍情况、使用效果以及消费情况，掌握手机在大学的销售情况和市场前景，我们决定以大学生为调查对象，对校园里的手机市场作一次调研。

随着工业化的发展，在工业产品的附加值构成中，纯粹的制造环节所占的比重越来越低，而服务业特别是生产性服务业中维护保养、物流与营销等服务所占比重越来越高，使得在价值链中，利润发生了从中间加工制造环节向上下游服务环节转移的趋势。这一趋势在家电行业也越来越明显。在家用电器专业连锁销售的企业中，有些具有一定规模的大企业，不仅把销售作为主营业务，而且开始把家用电器维修服务作为主营业务，通过股份制、特许加盟连锁经营的形式，深入到维修服务市场，力求抓住市场新的盈利契机，从而促进了家电维修服务业的快速发展。

积极发挥行业协会在人才服务中的作用。联合劳动保障部门成立全县人才劳务中介机构行业协会，加强监督指导，发挥其在行业自律、沟通协调等方面的作用。加强人才市场与其他行业协会的沟通与合作，发挥各类行业协会在行业人才技能培训、技术交流、信息收集以及消除行业无序竞争方面的积极作用，充实和完善人才市场的服务功能。

- 1、了解手机在大学生市场中的使用情况。
- 2、了解消费者选择手机的重点，给下一步公司制造新型手机指明道路，制定下一阶段新计划。
- 3、了解男女对手机需求的差别。
- 4、了解大学生了解手机的渠道。
- 5、了解产品更新换代周期，学生热卖手机所处阶段。

营销人才匮乏，营销手段相对落后。葡萄酒消费是需要长时间培养和引导的，在这方面各葡萄酒品牌普遍重视不够。目前，长春市各葡萄酒厂商的销售队伍建设还有待提高，营销人才匮乏和缺少葡萄酒专业知识是葡萄酒市场开发和宣传推广方面普遍存在的问题。促销和宣传也仅停留在传统的手段上，缺乏创新；在促销上普遍采用的是搭赠、买赠、降价、堆头、开瓶费等手段；宣传上除了地产的通化和长白山经常利用电视等媒体进行广告拉动外，其它品牌鲜见。所有品牌对酒店服务员的培养上都欠缺，大多数品牌只注重给予酒店服务员开瓶费促进其销售积极性，忽略了栽培、帮助、教育其学习葡萄酒专业知识，比如葡萄酒种类、饮用方法、如何开酒等。

6、帮助企业做好定价策略。

7、了解销售中存在的问题。

8、与其他竞争品牌相比存在的缺点。

在欧美市场上，由于当地企业技术较为先进，竞争对手实力都是比较强的，联想并不能以技术和产品取得胜利。此时一个好的市场战略就显得无比的重要。联想在欧美等一些比较成熟的市场，针对大客户这一方面建立起差异化的营销策略，采取适合大客户的营销策略和产品设计。联想的差异化战略也是对ibm公司大客户战略的一种延续。联想的差异化战略还针对特定人群，例如，迷你笔记本是目前笔记本市场最受欢迎的一类产品，联想采用迷你笔记本创新营销模式，其ideapads9/s10主要定位于大学生和年轻白领，提供了有线□wifi□“蓝牙”和移动上网等4种网络连接方式，可轻松实现“永远在线”。通过稳固特殊消费群体，联想占领了海外的部分市场。联想通过在海外市场上选择差异化战略使自身走向国际化。

但是幼儿园的老师也有满肚子的苦水。据说，如果孩子

幼儿园做游戏多了，认字识数少了，就会有家长找上门来提意见，“我让孩子到这里来是受教育的，不是来玩的”。

1、在校大学生。

2□20xx年**月**日——20xx年**月**日。

1、设计发放调查问卷，组织访谈，访问在校大学生，了解他们对手机的需求情况，以及对现在手机各种常见情况的看法等。调查问卷包括脑海中的第一手机品牌和现在使用的手机品牌，便于了解人们是否会购买自己心目中既定的手机品牌产品；还有喜欢的手机款式与颜色，意向中手机的价位等利于卖场做出准确的决策；了解手机的渠道，购买手机的场所，喜欢的货架类型，决定购买的促销活动等利于卖场改变营销策略。

全日制大学。

第一类是果汁含量仅为5%-10%的低浓度果汁饮料。在这一阵营内，以统一“鲜橙多”、康师傅“每日c”果汁和可口可乐“酷儿”为代表；另一类是屈臣氏的“果汁先生”和养生堂推出的“农夫果园”，它们共同的特点都是复合果汁，一般由胡萝卜汁和其他几种果蔬原汁调和，再制成30%浓度的果汁。

1、首先确定调查主题与调查目的。

2、商讨问卷从哪些方面入手，应从问卷中得到哪些信息。

3、从网上摘抄的进40道问题进行筛选，对每道题进行分析，根据4ps的原则进行筛选，经过筛选留下了11道题。

随着这些高端产品的快速普及，提高维修技工的技术水平迫在眉睫。目前，康佳与重庆电子职业技术学院合作建立了国内首家家电维修技术培训基地，长期合作，培养3年制专业维

修技术、服务管理人才。据了解，康佳还计划在明年再寻求3-5家大专院校的合作。

加强商业网点规划，合理布局老年消费者购物场所。目前，我省绝大部分市州没有专门的老年人用品商店，个别市州仅有的老年人专用商店的商品品种单不齐全，激不起老年人的消费欲望。为缓解老年人消费不方便的困难，建议合理布局老年人专用商店，同时在大超市内开辟老年人用品专柜，满足老年消费者购买吃穿用等生活必需品需要，缓解老年人消费不方便难题。

4、第一阶段：问卷开始。上午在学校附近选择男女大学生进行问卷，发放300份问卷，回收290份(根据学生对手机的价位，男生女生对手机需求的异同点，产品更新换代的周期，学生换手机的原因，学生了解手机的渠道，学生对手机各个方面要求的主次，以及对未来手机市场的期许，以及学生喜欢哪种促销方式调查) 第二阶段：问卷的整理和汇总。

加强供应，组织丰富商品应市。老年人消费需求具有多样性和广泛性，厂家和商家要研究老年消费者的消费习惯、消费心理和消费特点，针对老年人的需求，开发适合老年人的商品供应市场。如穿的方面，针对老年人的体型、体质和审美需求，开发不同花色、品种、款式和颜色的服装鞋帽，适合不同层次老年消费者的需要。吃的方面，针对老年人对保健的需要，开发多品种的低糖、低盐、低脂、低油的食物和保健品，满足老年人健康长寿的需要。用的方面，开发功能简单、操作方便、标识清晰的保健器材、手机、耐用小家电等，让老年人安享科技进步的成果。商务部门应该加大对老年人专用商品的供应工作，确保老年人消费需求。

将男生和女生的女问卷分开进行分层处理总共290份有效问卷，有100份女生问卷190份男生问卷。