用户分析：

主要服务两类人：

●手机公司：

■愿望：更好的了解顾客的评价与态度

■消费观念：能花相对少的资金购买持久的，先进的系统

■经济能力：依据公司规模有财务限制，不过能承担绝大部分产品

■其他：科技公司，有强大的研发能力。

●手机用户

■愿望：希望对现有的手机市场产品有个较全面的认识，购买到心仪的产品

■消费观念：买到价格实惠，并且先进，持久，好用的手机产品

■经济能力：有生活费额度限制，但消费需求和冲动消费潜力大，尤其是价格不多的小商品；