# 2024年网购调研报告总结(优秀14篇)

来源：网络 作者：清风徐来 更新时间：2024-07-16

*报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。网购调研报告总结篇一大学生是新新人类，对新鲜事物比较好奇，为了揭开网购的...*

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

**网购调研报告总结篇一**

大学生是新新人类，对新鲜事物比较好奇，为了揭开网购的真实面目，让更多的人了解网购，对在校大学生进行此次调研。

1、调研对象:青岛理工大学经贸学院(由于调研的困难性，选取了本学院进行调研)

2、资料收集方法:采用问卷调研方法调研。向所取得的样本中的个体发放《大学生网上购物问卷调研》了解学生关于上网购物基本情形和情况。

3、调研方法：对经贸学院的全部学生(限于三年级以下)进行分层，分成大一，大二，大三三层，在总体中抽取容量为60的样本，在每层中进行系统抽样，根据每层样本量占总体的比重，在三层中分别抽取容量为22，22，16的样本。随机选定某一学号后，间隔10进行抽样，得到样本。

(调研问卷附在最后一页)

1、通过对样本中网购人数的调研，得到以下数据：大一学生样本中有9人进行网购，在该层中的比例为56.25%;大二的有15人，占该层的68.18%;大三的有11人，占该层的50%。

以95%的把握推断经贸学院中网购人数比例范围为45.36%～70.44%

2、在没有在网上购物的同学中，有近50%的同学认为网购不安全，而在有过网购行为的同学中有97%的同学觉得网购值得信任。另外，在前者中有92%的人会尝试网上购物。

3、在网购人群中，因为节约费用而选择网购的占网购人数的62%，还有一部分同学是出于好奇和寻找新奇商品而选择网购。在众多的购物网站中，消费者该如何选择呢?有48.57%的网购者会把网站商品是否齐全作为他们选择购物网站的主要标准。其中，淘宝网名列前茅，有87.3%的同学选择在淘宝购物。

4、大家都在网上买些什么呢?经调研，数码产品位居榜首，占到总消费的37.7%，其次是服装27.87%，在网上买书也是个不错的选择，占到总数的19.67%。相比之下，由于食品的特殊性(保鲜等问题)，却几乎无人在网上购买食品。

5、本次调研中，还对同学们的网购消费水平进行了调研，有42%的同学每季网购一次，每月一次和每年一次的同学分别占总体的25.8%和27.5%。还有4.7%的网购达人平均每周一次。每次购物的平均交易金额在100以下和100～500之间的人数都占总数的42.8%，其他金额范围分布较少。

6、在网购过程中，难免会遇到一些困难，其中主要困难是商品描述不清楚，达到45%，其次是商品数目繁多和网站太多，网上市场太杂乱(21%)，网购市场有待进一步提高。

五、调研结果总结

通过上述的调研报告，说明大学生在网上购物还不是很普及，但潜在很大的发展空间。阻碍他们开始网购的主要是安全因素，只要他们认为网购值得信任了，网购的方便，省时，商品齐群等优点一定会吸引绝大多数的\'人开始网购。目前，人们在网上消费的商品种类具有一定的局限性，网购要想得到更快更好的发展，就要优化购物体系，打破这种局限。

购物网站是一个很好的平台，他能让我们实现资源共享，在网上我们可以找到最便宜的，质量最好的，最时尚的商品，坐在家里就可以买到世界各地的商品，未来网购一定会成为人们的主要购物形式之一。

附件：

20xx年大学生网上购物调研问卷

1.您是否听说或接触过网上购物?

说明：如果您选择“a”或者“b”选项，请只回答第2、3题

a从来没听说过

b听说过但没有接触过

c偶尔在网上购买物品

d经常在网上购买物品

2.您没有网购经历的原因是什么?

a网购流程太复杂

b网购不安全

c其他

3.如果您没有网购经历，那么您接下来会考虑尝试网购吗?

a会b可能会c不会

4.您经常登陆哪个购物网站?

a淘宝b易趣c拍拍d当当e其他

5.你选择网上购物的理由是?

a节省时间、节约费用

b操作方便

c寻找稀有商品

d出于好奇，有趣

e追求时尚

6.您认为购物网站哪些最吸引您?

a打折优惠

b节日促销

c商品种类齐全

d商品介绍全面

e其他

7.在网上购物你经常选择的产品?

a图书b服装c化妆品d礼品e数码产品f食品

8.您平均一次购物金额大约在?

9.您对网上购物是否信任?

a非常信任b信任c一般d不信任e非常不信任

10在网上购物过程中，有无受骗经历?

a有b没有

11.您在网上购物的频率?

a每周一次b平均每月一次c平均每季一次d平均每年一次

12.您在网上购物遇到的主要困难是什么?

a商品描述不清楚

b品种类和网站数目太多

c面复杂，不易操作

d站速度太慢

e算方式

**网购调研报告总结篇二**

随着互联网的发展，网购视乎成为了大学生的日常了，接下来是为大家搜集的大学生网购调研报告，供大家参考，希望可以帮助到大家。

我在很久以前就听说了“网购”这个词，淘宝网更是家喻户晓的知名网站。人们对于网购这种购物形式众说纷纭，在我身边的大多数人都觉得网购存在很大的风险，也很少人真正尝试过。我一直都对网购很感兴趣，很好奇，在今年春天我开始了我的“网购生涯”。从那以后，身边的同学也纷纷开始了网购。后来网购成了我生活中的一部分，什么东西都喜欢从网上买。像我这样喜欢网购的大学生有多少呢?因此我选了这个主题。

一、调研目的大学生是新新人类，对新鲜事物比较好奇，为了揭开网购的真实面目，让更多的人了解网购，对在校大学生进行此次调研。

二、调研对象及方法

1、调研对象: 青岛理工大学经贸学院(由于调研的困难性，选取了本学院进行调研)

2、资料收集方法: 采用问卷调研方法调研。向所取得的样本中的个体发放《大学生网上购物问卷调研》了解学生关于上网购物基本情形和情况。

3、调研方法：对经贸学院的全部学生(限于三年级以下)进行分层，分成大一，大二，大三三层，在总体中抽取容量为60的样本，在每层中进行系统抽样，根据每层样本量占总体的比重，在三层中分别抽取容量为22，22，16的样本。随机选定某一学号后，间隔10进行抽样，得到样本。

三、调研的内容：

(调研问卷附在最后一页)

四、调研结果分析

1、通过对样本中网购人数的调研，得到以下数据：大一学生样本中有9人进行网购，在该层中的比例为56.25%;大二的有15人，占该层的68.18%;大三的有11人，占该层的50%。

以95%的把握推断经贸学院中网购人数比例范围为45.36%～70.44%

2、在没有在网上购物的同学中，有近50%的同学认为网购不安全，而在有过网购行为的同学中有97%的同学觉得网购值得信任。另外，在前者中有92%的人会尝试网上购物。

3、在网购人群中，因为节约费用而选择网购的占网购人数的62%，还有一部分同学是出于好奇和寻找新奇商品而选择网购。在众多的购物网站中，消费者该如何选择呢?有48.57%的网购者会把网站商品是否齐全作为他们选择购物网站的主要标准。其中，淘宝网名列前茅，有87.3%的同学选择在淘宝购物。

4、大家都在网上买些什么呢?经调研，数码产品位居榜首，占到总消费的37.7%，其次是服装27.87%，在网上买书也是个不错的选择，占到总数的19.67%。相比之下，由于食品的特殊性(保鲜等问题)，却几乎无人在网上购买食品。

5、本次调研中，还对同学们的网购消费水平进行了调研，有42%的同学每季网购一次，每月一次和每年一次的同学分别占总体的25.8%和 27.5%。还有4.7%的网购达人平均每周一次。每次购物的平均交易金额在100以下和100～500之间的人数都占总数的42.8%，其他金额范围分布较少。

6、在网购过程中，难免会遇到一些困难，其中主要困难是商品描述不清楚，达到45%，其次是商品数目繁多和网站太多，网上市场太杂乱(21%)，网购市场有待进一步提高。

五、调研结果总结

通过上述的调研报告，说明大学生在网上购物还不是很普及，但潜在很大的发展空间。阻碍他们开始网购的主要是安全因素，只要他们认为网购值得信任了，网购的方便，省时，商品齐群等优点一定会吸引绝大多数的人开始网购。目前，人们在网上消费的商品种类具有一定的局限性，网购要想得到更快更好的发展，就要优化购物体系，打破这种局限。

购物网站是一个很好的平台，他能让我们实现资源共享，在网上我们可以找到最便宜的，质量最好的，最时尚的商品，坐在家里就可以买到世界各地的商品，未来网购一定会成为人们的主要购物形式之一。

附件：

2024年大学生网上购物调研问卷

1.您是否听说或接触过网上购物?

说明：如果您选择“a”或者“b”选项，请只回答第2、3题

a从来没听说过

b听说过但没有接触过

c偶尔在网上购买物品

d经常在网上购买物品

2.您没有网购经历的原因是什么?

a网购流程太复杂

b网购不安全

c其他

3.如果您没有网购经历，那么您接下来会考虑尝试网购吗?

a会 b可能会 c不会

4.您经常登陆哪个购物网站?

a淘宝 b易趣 c拍拍 d当当 e其他

5.你选择网上购物的理由是?

a节省时间、节约费用

b操作方便

c寻找稀有商品

d出于好奇，有趣

e追求时尚

6.您认为购物网站哪些最吸引您?

a打折优惠

b节日促销

c商品种类齐全

d商品介绍全面

e其他

7.在网上购物你经常选择的产品?

a图书 b服装 c化妆品 d礼品 e数码产品食品 f

8.您平均一次购物金额大约在?

9.您对网上购物是否信任?

a非常信任 b信任 c一般 d不信任 e非常不信任

10在网上购物过程中，有无受骗经历?

a有 b没有

11.您在网上购物的频率?

a每周一次b平均每月一次c平均每季一次d平均每年一次

12.您在网上购物遇到的主要困难是什么?

a商品描述不清楚

b品种类和网站数目太多

c面复杂，不易操作

d站速度太慢

e算方式

**网购调研报告总结篇三**

在读的大学生

本次通过采用网上向qq好友发放问卷调查形式，发放问卷份数为100份。

随着高科技的迅速发展，网络迅速普及，在互联网带动电子商务的同时,新的购物方式也是层出不穷,上网人数不断的上升，人们对上网购物的热情大大加强，而大学生是这些网上购物人中不可或缺的一个群体，所以，我对在校大学生进行网络购物调查研究。

通过此次调查有助于了解大学生的网上购物情况，从中可以分析当代大学生的消费结构，并了解当前大学生对网上购物的看法，态度等状况。

调查内容：

1.大学生网上购物的所占比例多少;

2.大学生网上购物的产品有哪些;

3.大学生网上购物消费水平;

4.大学生对网上购物的弊端有怎样的看法和态度。

根据问卷调查结果显示:在被调查的人中,有网上购物的经历占比例为75%。男生在网上购物中所占比例为75%，女生在网上购物群体所占比例为25%。互联网在男生中普及程度高于女生，男性更加敢于冒险和追求新的事物。

表1.在校大学生网上购物的普及程度所占比例

(1)有网络购物的经历75%

(2)无网络购物的经历25%

从表1中我们可以看出在校大学生网上购物的普及率达到75%，从而说明我们在校大学生对新兴事物有很好的接受能力。大部分学生已经开始接触网上购物的形式，这将给我们电子商务带来很大的发展。还为了了解大学生网上购物的基本情况，对他们网上购物的商品种类进行统计分析。

表2.在校大学生网上购物产品的种类

购物种类

服饰37%

电子产品5%

化妆品9%

书籍26%

游戏卡点13%

送礼物6%

其它4%

表2中表明：

网上购买服饰占比例最高，说明大学生在大学中越来越注重外表方面的打扮，也许外观在某种程度上会影响大学生的以后前途。其次到购买书籍，表明以学习为主。依次递减为游戏卡点，化妆品，送礼物，电子产品。

同时调查了解了大学生的网上购物消费水平，结果如下：

表3.大学生网上购物消费水平

每次平均消费金额所占比例

50元以下18%

50元到100元49%

100元到200元23%

200元以上10%

有上表可知有49%的大学生平均消费金额在50元到100元，其次是100元到200元的占到23%，大学生网上购物消费金额在50元以下的占到18%，再者消费金额在200元以上的也能达到10%，这说明在校大学生的消费水平比较高，同时也表明他们会购买一些档次比较高的产品。而消费金额在200元以上的比例比较低，说明在校大学生在追求新鲜事物时比较理性。

然而为了更加了解在校大学生对网上购物的看法和态度,从问卷调查中可以看出对网上购物存在缺陷的看法有:管理混乱占到比例为15%，学们怕网上购物存在很多欺骗情况和虚假宣传占到56%,说明很多大学生对网上购物存在的很大欺诈行为表示担忧。

有的大学生对消费者的保护力度不够占13%,也是在较大程度下影响大学生网上购物的热情。认为对中间环节的管理有待加强占10%,有待于加强其力度。其它的看法和态度占6%。因此我们作为消费者要注意有意识的通过各种渠道维护我们自身的权益。

调查总结：

通过此次调查，我们了解了一些大学生网上购物的相关情况，比如他们主要购买的产品有哪些，网上购物消费水平，对网上购物存在的缺陷有着怎样的态度和看法等等。整体而言，在校大学生的消费水平要高，他们不仅注重商品的价格和质量，而且也很看重品牌。我们大学生在这种这种网络迅速发展，交通便利，资源充沛的环境下得到熏陶，在网上搜索品牌，了解各信息，对好的品牌有更深的认可。

但是网上购物也存在着很多弊端，如存在很多欺诈情况以及宣传虚假，管理混乱，对消费者的保护力度不够等等。这就不仅要求我们国家的相关部门制定相关的法律法规来维护我们消费者的合法权益，同时也需要我们大学生要保护好自身的利益。

**网购调研报告总结篇四**

随着网络普及，电脑成本的不断下降，网上购物已经从当时雾里看花遥不可及的状态，变成了当今最火爆，最适合上班族、年轻族群购物口味的一种购物方式。网上购物已经慢慢地从一个新鲜的事物逐渐变成人们日常生活的一部分，冲击着人们的传统消费习惯和思维、生活方式，以其特殊的优势而逐渐深入人心。大学生作为对网络最敏感的人群，他们对网上购物行为接受很快，是未来购物市场上的潜在用户。通过对大学生网络购物的调查，了解并寻求大学生购物的趋向以及大学生的购物标准等问题。研究大学生网上购物行为并对其进行分析，了解当代大学生对网络购物的消费态度，正确指导大学生网上购物消费行为，以及未来对网购发展潜力的期望。

淘宝、支付宝、商家信誉、旺旺——这些词语如今是大学生的常用语，在校园里、在宿舍里，怎样买到物美价廉的好东西，也是每天都能听到的`讨论。再看看那些快递公司每天中午就像开展销会一样，在学校里摆开一长串各式各样的邮件。求乐、求廉、求方便是大学生网上购物的主要消费动机，男女消费动机存在显著差异。男生比较看重便捷，而女性更加重视价格。从网上买来一件商品自己是否满意，除了商品本身外，支付方式、商家信誉、运送满意度也是影响总体满意度的几个重要方面。

但是还有许多同学不懈于或者不愿尝试网上购物，主要心理障碍因素是：产品的品牌、价格、质量、可靠性、保质期等方面，以及网站上同类产品的信息丰富程度、可筛选性、可对比性是否能够达到购买者的预期标准。此外，网上交易的安全性、方便与否也是影响因素。男生更多怀疑的是网站信息的可靠性，而女生则更多怀疑的是网上购买产品的质量。

因此，网上购物对于大学生而言的利弊是同时存在的，我们将就此类问题进行简述与分析。

（一）调研方案

1、目的：随着互联网的飞速发展，网上购物正以越来越强的力度冲击着各国的消费群体。作为大学生的我们更是不可忽视的进行网购的庞大群体。通过本次调查了解大学生网上购物消费的基本情况，为大学生网上购物的开发提供一定的参考。

2、地点：xx的部分高校

3、对象：部分高校的在校本科生

4、方法：网上问卷调查（发放问卷xxx份，有效问卷xxx份，）

5、时间：xxxx年xx月xx号——xxxx年xx月xx号

**网购调研报告总结篇五**

调查人：

调查时间：20xx年2月21日至20xx年3月2日

调查地点：云南省景洪市

调查对象：在校大学生（包括大一到大三的学生）

引言

在我国，受网络影响最深、最广的莫过于有较高文化层次的大学生，作为最先接受新技术的群体，大学生对电脑和互联网更是情有独钟。据cnnic于20xx年1月发布的《第二十一次中国互联网络发展状况统计报告》显示，我国网络购物者从年龄来看以18~24岁的为最多(43.6%)。而从网络购物者的文化程度来分析，上网购物的大学生已经达到总数的49.3%。

作为“高触网”的大学生，随着网络和电子商务的发展，他们成为网络购物群体中的主体。他们往往扮演者引领社会消费趋势的角色，尽管在校期间没有收入来源，在消费能力上受到了限制，但大部分学生3年之后都会获得一份高于社会平均水平的收入。所以在校大学生一旦突破了资金的限制，将会成为社会主要的消费群体，其在校期间的消费行为会代表未来几年的消费趋势。基于这样一种思考，我们对在校大学生进行问卷调查，以期了解当代大学生网络购物的主要特征。

正文

淘宝、支付宝、商家信誉、旺旺——这些词语如今是大学生的常用语，在校园里、在宿舍里，怎样买到物美价廉的好东西，也是每天都能听到的讨论。但是其中也分为了两派，一派人热衷于网络购物，而其他人则对网络购物有一定的顾虑。针对于这种现象的出现，我们进行了小范围的市场调查，并得出以下结论。

一、大学生网络购物的简介

阻碍大学生进行网上购物的主要心理障碍因素是：产品的品牌、价格、质量、可靠性、保质期等方面，以及网站上同类产品的信息丰富程度、可筛选性、可对比性是否能够达到购买者的预期标准。此外，网上交易的安全性、方便与否也是影响因素。男生更多怀疑的是网站信息的可靠性，而女生则更多怀疑的是网上购买产品的质量。求乐、求廉、求方便是大学生网上购物的主要消费动机，男女消费动机存在显著差异。男生比较看重便捷，而女性更加重视价格。从网上买来一件商品自己是否满意，除了商品本身外，支付方式、商家信誉、运送满意度也是影响总体满意度的几个重要方面。因此，网上购物对于大学生而言的利弊是同时存在的，我们将就此类问题进行简述与分析。

二、调查方案与结果

（一）调查方案

1、调查目的：

通过对大学生网络购物的调查，了解并寻求大学生购物的趋向以及大学生的购物标准等问题。

2、调查方法：

通过口头询问，访谈等方式对大学生进行调查、研究。

3、调查对象：

在校大学生（包括大一至大三的学生）。

（二）调查结果

1、大学生网络购物的各特征分析

1）大学生网络购物的性别特征

经过调查，发现进行网络购物的男生略多于女生，男生运用网络的频繁程度明显高于女生，对于一些网络知识的了解程度也好于女生，这可能是导致进行网络购物的男生多于女生的原因之一。

2）大学生网络购物的年龄特征

网购频繁的人群。

3）大学生网络购物的支付力特征

大学生的基本生活花费大都是来源于家庭的供给，因此，大学生的消费水平也必须与其家庭情况相符合。大家的生活费基本上都是集中于400~800之间，过高或过低的人只占较少的一部分，因此，大家在必备的一些花费外，才会去考虑进行一些额外的消费。

2、大学生网络购物的原因分析

1）不尝试网络购物的原因

调查显示，没有尝试网络购物的大学生，其不选择网络购物的原因并不是不会，或是对网络购物了解的比较少，多数原因集中于其对网站的不信任，怕受骗上当，质疑网络的安全性，担心网上付款环节等。而质量、信息搜索以及订购等都是在消费者进行的时候才能切身体会的。因此，诸多原因的存在让很多人不愿意尝试进行网络购物。

2）进行网络购物的原因

通过访谈，多数有过网络购物经历的人表示，他们选择网络购物的原因主要是有时效性、便利性、价格低以及商品的多样性。大学生选择网络购物多是看好了其便利的特性，网络购物更方便，更能够节约成本，同时也可以获得更加丰富的商品信息。

3、大学生对购物网站的选择

1）获知渠道

从调查结果来看，大学生获知购物网站信息的渠道主要是通过朋友介绍、网站介绍、网上广告、网络连接、电视报纸杂志广告等。大学校园中，人口比较密集，全国各地的人都有，年龄比较相近，所以消费趋向也比较相像，使得大学生消费时，在室友、同学、老乡、朋友的影响下，很容易出现从众的行为。

2）选择原因

网站的选择通常看的是该网站的知名度、信誉、信用等。大学生有着较清晰的品牌意识，对知名度高，信誉好的产品信任度和青睐度比较高。所选择的网站也大多集中在几个比较大型的网站，比如淘宝网、易趣网。

4、大学生网络购物的购买行为特征

1）购买的商品类型或服务类型

从调查结果来看，大学生在网上最常购买的商品和服务包括服装鞋帽、书刊、在线充值、票务/教育服务等。通过中国互联网络信息中心的调查，网上购买的商品和服务主要是书刊、服装鞋帽、数码音像制品、化妆品及个人护理用品等。这些商品和服务体现了大学生在生活、学习和文化娱乐等各个方面的消费。书刊的质量风险不大，运输方便，因此，大学生网上购买服装的比例增多，说明大学生对网络的信任度高于普通市民。

2）购买频率和购买金额

通过调查，大学生网络购物的频率多数集中于每三个月一次，但是也有少数人每一个月会有一次网络购物。而在购买金额方面，则有普遍集中于100~300元，购买的金额与上述所说的大学生主要购买的商品和服务类型相吻合。

3）价格期望

从调查结果来看，大多数的进行网络购物的大学生选择的多是那些比商场价格低30%以下的商品。由此看来，对大学生而言，影响其是否进行网络购物的主要因素并不是价格。大学生的消费观念较理性，不仅关注商品的价格和质量，而且有着较清晰的品牌意识，对知名度高、信用度好的产品信任度和青睐度比较高。

4）付款方式

调查结果显示，绝大多数进行网络购物的大学生选择的是第三方支付或网上支付。由于电子支付的状况已得到一定的改善，大部分大学生对于网上支付的安全性比较放心。

5、大学生对于网络购物的评价

1）网上购物的担心因素

通过对商品的质量品质、付款安全性、售后服务、配送的及时性等问题的评价相比较，经常进行网络购物的大学生对于商品质量品质的问题的担忧率是最高的，而对于售后服务和配送的及时性问题的评价相对比较低。而没有网络购物经验的人则对于网络的安全性顾虑得较多，而在有过网上购物经验的大学生中已建立了基本的信任，因此，初次的网络购物体验非常重要。

2）需要改善的方面

调查结果显示，商品的质量品质、售后服务、配送的及时性、安全性等问题多次被谈及，尤其是质量品质与售后服务问题，表现的尤为严重，所购得的商品与自己想象中的反差过大，而售后服务又不能得以保证，这对于大学生而言是比较关注的问题。

3）未来购买意愿

对于网络购物，绝大多数的大学生的购买欲望还是比较浓厚的，除去一些不可避免的因素，网络购物确实有一定的可行性，方便、商品种类多样、价格低等优点都是吸引大学生进行网络购物的主要因素。

4）网络购物的前景

绝大多数的大学生认为网络购物的前景广阔，发展空间大，易于被接受。

三、结论

1、 大学生网上购物的潜力巨大

虽然经济条件约束着大学生的消费行为，无法开展更多的网络购物活动，但进入社会后，他们将成为中高收入的人群，其购买力也将有所提高。因此，大学生的购买力不能仅是局限于他们目前的实际购买量，而应该将目光集中于其终身价值，固定的收入将提升他们的消费力，他们参与电子商务活动的潜力是巨大的。

2、 大学生网络购物的市场已形成

由调查结果可以看出，大学生上网已经普及，大学生每天上网的时间一般为1~5小时，多数人对于网络依赖性较强。而在网络购物的人群中，大学生又占有一定的数量，学生之间的宣传与交流必将促使进行网络购物的人群扩大。

3、 购物首选网站高度集中

大学生购物首选的网站多会集中于几个网站，例如：拍卖网、淘宝网、易趣网、卓越网等。由于这几个网站的知名度高、信誉度高，这就促使了大学生将购物的首选网站定于其中。较清晰的品牌意识是大学生在网站选择方面的主要决定因素。

**网购调研报告总结篇六**

调查时间：20xx年2月21日至20xx年3月2日

调查地点：云南省景洪市

调查对象：在校大学生（包括大一到大三的学生）

在我国，受网络影响最深、最广的莫过于有较高文化层次的大学生，作为最先接受新技术的群体，大学生对电脑和互联网更是情有独钟。据cnnic于2024年1月发布的《第二十一次中国互联网络发展状况统计报告》显示，我国网络购物者从年龄来看以18~24岁的为最多(43.6%)。而从网络购物者的文化程度来分析，上网购物的大学生已经达到总数的49.3%。

作为“高触网”的大学生，随着网络和电子商务的发展，他们成为网络购物群体中的主体。他们往往扮演者引领社会消费趋势的角色，尽管在校期间没有收入来源，在消费能力上受到了限制，但大部分学生3年之后都会获得一份高于社会平均水平的收入。所以在校大学生一旦突破了资金的限制，将会成为社会主要的消费群体，其在校期间的消费行为会代表未来几年的消费趋势。基于这样一种思考，我们对在校大学生进行问卷调查，以期了解当代大学生网络购物的主要特征。

淘宝、支付宝、商家信誉、旺旺——这些词语如今是大学生的常用语，在校园里、在宿舍里，怎样买到物美价廉的好东西，也是每天都能听到的讨论。但是其中也分为了两派，一派人热衷于网络购物，而其他人则对网络购物有一定的顾虑。针对于这种现象的出现，我们进行了小范围的市场调查，并得出以下结论。

阻碍大学生进行网上购物的主要心理障碍因素是：产品的品牌、价格、质量、可靠性、保质期等方面，以及网站上同类产品的信息丰富程度、可筛选性、可对比性是否能够达到购买者的预期标准。此外，网上交易的安全性、方便与否也是影响因素。男生更多怀疑的是网站信息的可靠性，而女生则更多怀疑的是网上购买产品的质量。求乐、求廉、求方便是大学生网上购物的主要消费动机，男女消费动机存在显著差异。男生比较看重便捷，而女性更加重视价格。从网上买来一件商品自己是否满意，除了商品本身外，支付方式、商家信誉、运送满意度也是影响总体满意度的\'几个重要方面。因此，网上购物对于大学生而言的利弊是同时存在的，我们将就此类问题进行简述与分析。

（一）调查方案

1、调查目的：

通过对大学生网络购物的调查，了解并寻求大学生购物的趋向以及大学生的购物标准等问题。

2、调查方法：

通过口头询问，访谈等方式对大学生进行调查、研究。

3、调查对象：

在校大学生（包括大一至大三的学生）。

（二）调查结果

1、大学生网络购物的各特征分析

1）大学生网络购物的性别特征

经过调查，发现进行网络购物的男生略多于女生，男生运用网络的频繁程度明显高于女生，对于一些网络知识的了解程度也好于女生，这可能是导致进行网络购物的男生多于女生的原因之一。

2）大学生网络购物的年龄特征

现今，大学生的年龄一般集中在18~24岁的范围内，而18~22岁居多。经过对大学生网络购物的调查，我们可以看出，大二、大三的学生进行网络购物的人数要多于大一，且网络购物的次数同样要对于低年级。因此可以看出，网龄对于进行网上购物同样有着一定的影响，高网龄的人群同时也是进行网购频繁的人群。

3）大学生网络购物的支付力特征

大学生的基本生活花费大都是来源于家庭的供给，因此，大学生的消费水平也必须与其家庭情况相符合。大家的生活费基本上都是集中于400~800之间，过高或过低的人只占较少的一部分，因此，大家在必备的一些花费外，才会去考虑进行一些额外的消费。

2、大学生网络购物的原因分析

1）不尝试网络购物的原因

调查显示，没有尝试网络购物的大学生，其不选择网络购物的原因并不是不会，或是对网络购物了解的比较少，多数原因集中于其对网站的不信任，怕受骗上当，质疑网络的安全性，担心网上付款环节等。而质量、信息搜索以及订购等都是在消费者进行的时候才能切身体会的。因此，诸多原因的存在让很多人不愿意尝试进行网络购物。

2）进行网络购物的原因

通过访谈，多数有过网络购物经历的人表示，他们选择网络购物的原因主要是有时效性、便利性、价格低以及商品的多样性。大学生选择网络购物多是看好了其便利的特性，网络购物更方便，更能够节约成本，同时也可以获得更加丰富的商品信息。

3、大学生对购物网站的选择

1）获知渠道

从调查结果来看，大学生获知购物网站信息的渠道主要是通过朋友介绍、网站介绍、网上广告、网络连接、电视报纸杂志广告等。大学校园中，人口比较密集，全国各地的人都有，年龄比较相近，所以消费趋向也比较相像，使得大学生消费时，在室友、同学、老乡、朋友的影响下，很容易出现从众的行为。

2）选择原因

网站的选择通常看的是该网站的知名度、信誉、信用等。大学生有着较清晰的品牌意识，对知名度高，信誉好的产品信任度和青睐度比较高。所选择的网站也大多集中在几个比较大型的网站，比如淘宝网、易趣网。

4、大学生网络购物的购买行为特征

1）购买的商品类型或服务类型

从调查结果来看，大学生在网上最常购买的商品和服务包括服装鞋帽、书刊、在线充值、票务/教育服务等。通过中国互联网络信息中心的调查，网上购买的商品和服务主要是书刊、服装鞋帽、数码音像制品、化妆品及个人护理用品等。这些商品和服务体现了大学生在生活、学习和文化娱乐等各个方面的消费。书刊的质量风险不大，运输方便，因此，大学生网上购买服装的比例增多，说明大学生对网络的信任度高于普通市民。

2）购买频率和购买金额

通过调查，大学生网络购物的频率多数集中于每三个月一次，但是也有少数人每一个月会有一次网络购物。而在购买金额方面，则有普遍集中于100~300元，购买的金额与上述所说的大学生主要购买的商品和服务类型相吻合。

3）价格期望

从调查结果来看，大多数的进行网络购物的大学生选择的多是那些比商场价格低30%以下的商品。由此看来，对大学生而言，影响其是否进行网络购物的主要因素并不是价格。大学生的消费观念较理性，不仅关注商品的价格和质量，而且有着较清晰的品牌意识，对知名度高、信用度好的产品信任度和青睐度比较高。

4）付款方式

调查结果显示，绝大多数进行网络购物的大学生选择的是第三方支付或网上支付。由于电子支付的状况已得到一定的改善，大部分大学生对于网上支付的安全性比较放心。

5、大学生对于网络购物的评价

1）网上购物的担心因素

通过对商品的质量品质、付款安全性、售后服务、配送的及时性等问题的评价相比较，经常进行网络购物的大学生对于商品质量品质的问题的担忧率是最高的，而对于售后服务和配送的及时性问题的评价相对比较低。而没有网络购物经验的人则对于网络的安全性顾虑得较多，而在有过网上购物经验的大学生中已建立了基本的信任，因此，初次的网络购物体验非常重要。

2）需要改善的方面

调查结果显示，商品的质量品质、售后服务、配送的及时性、安全性等问题多次被谈及，尤其是质量品质与售后服务问题，表现的尤为严重，所购得的商品与自己想象中的反差过大，而售后服务又不能得以保证，这对于大学生而言是比较关注的问题。

3）未来购买意愿

对于网络购物，绝大多数的大学生的购买欲望还是比较浓厚的，除去一些不可避免的因素，网络购物确实有一定的可行性，方便、商品种类多样、价格低等优点都是吸引大学生进行网络购物的主要因素。

4）网络购物的前景

绝大多数的大学生认为网络购物的前景广阔，发展空间大，易于被接受。

1、大学生网上购物的潜力巨大

虽然经济条件约束着大学生的消费行为，无法开展更多的网络购物活动，但进入社会后，他们将成为中高收入的人群，其购买力也将有所提高。因此，大学生的购买力不能仅是局限于他们目前的实际购买量，而应该将目光集中于其终身价值，固定的收入将提升他们的消费力，他们参与电子商务活动的潜力是巨大的。

2、大学生网络购物的市场已形成

由调查结果可以看出，大学生上网已经普及，大学生每天上网的时间一般为1~5小时，多数人对于网络依赖性较强。而在网络购物的人群中，大学生又占有一定的数量，学生之间的宣传与交流必将促使进行网络购物的人群扩大。

3、购物首选网站高度集中

大学生购物首选的网站多会集中于几个网站，例如：拍卖网、淘宝网、易趣网、卓越网等。由于这几个网站的知名度高、信誉度高，这就促使了大学生将购物的首选网站定于其中。较清晰的品牌意识是大学生在网站选择方面的主要决定因素。

**网购调研报告总结篇七**

凭借互联网无地域限制的优势，消除了产品、服务供应商和需求者之间地点与距离相关的障碍，我国经济正逐渐成为以互联网、通信技术为基础的新经济。

现在越来越多的人为了方便节约时间，网上购物越来越贴近人们的生活。b2c、c2c模式在降低运营成本、方便快捷等方面的优势，大大降低了企业和个人的行业进入门槛，一时间网商如雨后春笋般纷纷涌现。网络购物的兴起，正悄然改变着社会的商业结构和生活方式。网上购物已经从当时雾里看花遥不可及的状态，变成了当今最火爆，最适合上班族、年轻族群购物口味的一种购物方式。网上购物已经慢慢地从一个新鲜的事物逐渐变成人们日常生活的一部分，冲击着人们的传统消费习惯和思维、生活方式，以其特殊的优势而逐渐深入人心。大学生作为对网络最敏感的人群，他们对网上购物行为接受很快，是未来购物市场上的潜在用户。

二、调查目的

这次大学生网上购物调查研究目的是研究大学生网上购物行为并对其进行分析，了解当代大学生对网络购物的消费态度，正确指导大学生网上购物消费行为，以及未来对网购发展潜力的.期望。

三、调查对象和方法

1、调查对象:\*\*\*学院学生。

2、资料收集方法:采用问卷调查方法调查。发放《大学生网上购物调查问卷》，了解了大学生关于上网购物的基本情况。

本次调查实际发放问卷200份，回收问卷200份，有效问卷176份，有效率88%。

四、调查结果及其分析

1、大学生网上购物潜力巨大。

通过本次调查显示，有网上购物经历的大学生占68%。而没有网上购物经历的大学生，其中只有7.8%的人没有浏览过购物网站。不难看出大学生在网上购物的市场潜力是巨大的!说明大学生对网上购物这一行为能够接受，并且接受的比较快。

2、大学生网购群体特征：性别特征。

调查结果显示，有68%的大学生有网购经验，而其中女生网购群高于男生。女生对于购物的欲望更为强烈，对美更为追求，女生对服饰等较为热衷，而男生则相对倾向于电子产品。

3、网购原因分析

(1)、网络中的商品比较丰富。相比现实社区活动区域的局限性,网络作为虚拟的社区,有“无限”的空间和领域,在这个“无限”的空间中人们可以通过网络商店来寻找自己想要购买的商品和服务。网络虚拟社区空间的无地域、无国界的特点,导致网络购物也突破了地域、国界的界限,使消费者可以通过网络购买到自己生活的社区难以买到的商品。(2)、网络中商品价格相对低廉。

在网络中出售的商品通常要比传统商场的商品价格低一些,调查数据显示,学生比较关注的几种商品,服饰是折扣最大的,能达到50%以上;其次是电子产品,平均折扣在40%;折扣最小的是书籍,一般只便宜20%-30%。网上中的商品低价的原因就在于网络可以省去传统商场无法省去的一些费用,例如场地租金、员工的工资等。因此网络商品的附加费用比较低,商品的价格也就低了。低廉的价格正是吸引大学生这个“纯消费”群体乐意参与网络购物的重要原因。

(3)网络购物的快捷便利。

快递公司的迅速发展,促使了网络购物的繁荣。现在的快递公司不仅仅局限于传统的邮局,新出现了很多快递机构,例如宅急送、申通快递、圆通快递、中通快递、天天快递等等。这些快递公司的出现加速了网络购物的发展,使网络消费变得更加便利和快捷。一个方面减轻了商店的促销和分销的压力,另一方面也方便了消费者购物。消费者只需在网上挑选商品,剩下的事情就由商家和快递公司来完成,无需消费者亲自到商店中购买。而且网络商店24小时的开放,更大程度上方便了顾客,不会受到营业时间的限制,大学生更适应这种新式的购物方式。

(4)网络购物的群体认同感。

网络购物作为一种新兴的购物方式,从它的兴起到慢慢成熟,网络购物人数在不断的增加。但由于网络购物的限定性,网络购物的消费者相对而言还是少数,人们对网络消费还是感觉很新奇,网络购物者也会把自己同其他群体分离开来,形成一个特殊的群体。特别是大学生,个性使他们更喜欢“标榜”自己,从而更加注重网络购物所带来的特殊群体的认同感。

五、网购过程中存在的问题

1、网上商家的信誉问题

由于商品交换是经由网络这种无形的媒介来流通，不可避免的就会出现一些不法商家利用网络的弱点及人们对网上购物的不充分了解做一些违法的勾当，对消费者的利益造成危害。所以，受到传统的消费观念影响的人们宁愿到传统商场去购物。

2、网上购物的支付方式问题

目前银行卡支付仍在一定程度上制约着网络购物的发展，通过网络进行购物的同学，很多人愿意选择银行卡支付的方式。但由于提供银行卡支付的商家要向银行支付一定的费用，所以对于利润很低的商品，商家就有可能无利可图，因此，商家就不愿意或者禁止客户在网上通过银行卡支付方式来购买这些商品。再者是网络安全问题。在网络购物中，大学生对网络安全也有很大担忧，诸如个人信息、交易过程中银行账户密码、转账过程中资金的安全等问题。所以建议大家选用货到付款的方式来支付。

文档为doc格式

**网购调研报告总结篇八**

在读的大学生

本次通过采用网上向qq好友发放问卷调查形式，发放问卷份数为100份。

随着高科技的迅速发展，网络迅速普及，在互联网带动电子商务的同时，新的购物方式也是层出不穷，上网人数不断的上升，人们对上网购物的热情大大加强，而大学生是这些网上购物人中不可或缺的一个群体，所以，我对在校大学生进行网络购物调查研究。

通过此次调查有助于了解大学生的网上购物情况，从中可以分析当代大学生的消费结构，并了解当前大学生对网上购物的看法，态度等状况。

1。大学生网上购物的所占比例多少；

2。大学生网上购物的产品有哪些；

3。大学生网上购物消费水平；

4。大学生对网上购物的弊端有怎样的看法和态度。

根据问卷调查结果显示：在被调查的人中，有网上购物的经历占比例为75%。男生在网上购物中所占比例为75%，女生在网上购物群体所占比例为25%。互联网在男生中普及程度高于女生，男性更加敢于冒险和追求新的事物。

表1。在校大学生网上购物的普及程度所占比例

（1）有网络购物的经历75%

（2）无网络购物的经历25%

从表1中我们可以看出在校大学生网上购物的普及率达到75%，从而说明我们在校大学生对新兴事物有很好的接受能力。大部分学生已经开始接触网上购物的形式，这将给我们电子商务带来很大的发展。还为了了解大学生网上购物的基本情况，对他们网上购物的商品种类进行统计分析。

表2。在校大学生网上购物产品的种类

购物种类

服饰37%

电子产品5%

化妆品9%

书籍26%

游戏卡点13%

送礼物6%

4%

表2中表明：

网上购买服饰占比例最高，说明大学生在大学中越来越注重外表方面的打扮，也许外观在某种程度上会影响大学生的以后前途。其次到购买书籍，表明以学习为主。依次递减为游戏卡点，化妆品，送礼物，电子产品。

同时调查了解了大学生的网上购物消费水平，结果如下：

表3。大学生网上购物消费水平

每次平均消费金额所占比例

50元以下18%

50元到100元49%

100元到200元23%

200元以上10%

有上表可知有49%的大学生平均消费金额在50元到100元，其次是100元到200元的占到23%，大学生网上购物消费金额在50元以下的占到18%，再者消费金额在200元以上的也能达到10%，这说明在校大学生的消费水平比较高，同时也表明他们会购买一些档次比较高的产品。而消费金额在200元以上的比例比较低，说明在校大学生在追求新鲜事物时比较理性。

然而为了更加了解在校大学生对网上购物的看法和态度，从问卷调查中可以看出对网上购物存在缺陷的看法有：管理混乱占到比例为15%，学们怕网上购物存在很多欺骗情况和虚假宣传占到56%，说明很多大学生对网上购物存在的很大欺诈行为表示担忧。

有的大学生对消费者的保护力度不够占13%，也是在较大程度下影响大学生网上购物的热情。认为对中间环节的管理有待加强占10%，有待于加强其力度。其它的看法和态度占6%。因此我们作为消费者要注意有意识的通过各种维护我们自身的权益。

通过此次调查，我们了解了一些大学生网上购物的相关情况，比如他们主要购买的产品有哪些，网上购物消费水平，对网上购物存在的缺陷有着怎样的态度和看法等等。整体而言，在校大学生的消费水平要高，他们不仅注重商品的价格和质量，而且也很看重品牌。我们大学生在这种这种网络迅速发展，交通便利，资源充沛的环境下得到熏陶，在网上搜索品牌，了解各信息，对好的品牌有更深的认可。

但是网上购物也存在着很多弊端，如存在很多欺诈情况以及宣传虚假，管理混乱，对消费者的保护力度不够等等。这就不仅要求我们国家的相关部门制定相关的法律法规来维护我们消费者的合法权益，同时也需要我们大学生要保护好自身的利益。

**网购调研报告总结篇九**

随着互联网的发展，网购视乎成为了大学生的日常了，接下来是小编为大家搜集的大学生网购

调研报告

，供大家参考，希望可以帮助到大家。

我在很久以前就听说了“网购”这个词，淘宝网更是家喻户晓的知名网站。人们对于网购这种购物形式众说纷纭，在我身边的大多数人都觉得网购存在很大的风险，也很少人真正尝试过。我一直都对网购很感兴趣，很好奇，在今年春天我开始了我的“网购生涯”。从那以后，身边的同学也纷纷开始了网购。后来网购成了我生活中的一部分，什么东西都喜欢从网上买。像我这样喜欢网购的大学生有多少呢?因此我选了这个主题。

大学生是新新人类，对新鲜事物比较好奇，为了揭开网购的真实面目，让更多的人了解网购，对在校大学生进行此次调研。

1、调研对象: 青岛理工大学经贸学院(由于调研的困难性，选取了本学院进行调研)

2、资料收集方法: 采用问卷调研方法调研。向所取得的样本中的个体发放《大学生网上购物问卷调研》了解学生关于上网购物基本情形和情况。

3、调研方法：对经贸学院的全部学生(限于三年级以下)进行分层，分成大一，大二，大三三层，在总体中抽取容量为60的样本，在每层中进行系统抽样，根据每层样本量占总体的比重，在三层中分别抽取容量为22，22，16的样本。随机选定某一学号后，间隔10进行抽样，得到样本。

(调研问卷附在最后一页)

1、通过对样本中网购人数的调研，得到以下数据：大一学生样本中有9人进行网购，在该层中的比例为56.25%;大二的有15人，占该层的68.18%;大三的有11人，占该层的50%。

以95%的把握推断经贸学院中网购人数比例范围为45.36%～70.44%

2、在没有在网上购物的同学中，有近50%的同学认为网购不安全，而在有过网购行为的同学中有97%的同学觉得网购值得信任。另外，在前者中有92%的人会尝试网上购物。

3、在网购人群中，因为节约费用而选择网购的占网购人数的62%，还有一部分同学是出于好奇和寻找新奇商品而选择网购。在众多的购物网站中，消费者该如何选择呢?有48.57%的网购者会把网站商品是否齐全作为他们选择购物网站的主要标准。其中，淘宝网名列前茅，有87.3%的同学选择在淘宝购物。

4、大家都在网上买些什么呢?经调研，数码产品位居榜首，占到总消费的37.7%，其次是服装27.87%，在网上买书也是个不错的选择，占到总数的19.67%。相比之下，由于食品的特殊性(保鲜等问题)，却几乎无人在网上购买食品。

5、本次调研中，还对同学们的网购消费水平进行了调研，有42%的同学每季网购一次，每月一次和每年一次的同学分别占总体的25.8%和 27.5%。还有4.7%的网购达人平均每周一次。每次购物的平均交易金额在100以下和100～500之间的人数都占总数的42.8%，其他金额范围分布较少。

6、在网购过程中，难免会遇到一些困难，其中主要困难是商品描述不清楚，达到45%，其次是商品数目繁多和网站太多，网上市场太杂乱(21%)，网购市场有待进一步提高。

通过上述的调研报告，说明大学生在网上购物还不是很普及，但潜在很大的发展空间。阻碍他们开始网购的主要是安全因素，只要他们认为网购值得信任了，网购的方便，省时，商品齐群等优点一定会吸引绝大多数的人开始网购。目前，人们在网上消费的商品种类具有一定的局限性，网购要想得到更快更好的发展，就要优化购物体系，打破这种局限。

购物网站是一个很好的平台，他能让我们实现资源共享，在网上我们可以找到最便宜的，质量最好的，最时尚的商品，坐在家里就可以买到世界各地的商品，未来网购一定会成为人们的主要购物形式之一。

附件：

2024年大学生网上购物调研问卷

1.您是否听说或接触过网上购物?

说明：如果您选择“a”或者“b”选项，请只回答第2、3题

a从来没听说过

b听说过但没有接触过

c偶尔在网上购买物品

d经常在网上购买物品

2.您没有网购经历的原因是什么?

a网购流程太复杂

b网购不安全

c其他

3.如果您没有网购经历，那么您接下来会考虑尝试网购吗?

a会 b可能会 c不会

4.您经常登陆哪个购物网站?

a淘宝 b易趣 c拍拍 d当当 e其他

5.你选择网上购物的理由是?

a节省时间、节约费用

b操作方便

c寻找稀有商品

d出于好奇，有趣

e追求时尚

6.您认为购物网站哪些最吸引您?

a打折优惠

b节日促销

c商品种类齐全

d商品介绍全面

e其他

7.在网上购物你经常选择的产品?

a图书 b服装 c化妆品 d礼品 e数码产品 f食品

8.您平均一次购物金额大约在?

9.您对网上购物是否信任?

a非常信任 b信任 c一般 d不信任 e非常不信任

10在网上购物过程中，有无受骗经历?

a有 b没有

11.您在网上购物的频率?

a每周一次b平均每月一次c平均每季一次d平均每年一次

12. 您在网上购物遇到的主要困难是什么?

a商品描述不清楚

b品种类和网站数目太多

c面复杂，不易操作

d站速度太慢

e算方式

**网购调研报告总结篇十**

随着科技的发展，计算机硬件价格每一天都在波动，新的产品不断更新换代，生产厂商为了吸引消费群体，不断推出各种优惠活动；许多大学生对计算机各部件功能及整体功能的认知水平还较低，甚至对一些部件根本不了解，这也给个别销售者以可趁之机，利用高价格、低配置欺骗消费者；一些消费者对自己需要用的配置功能不够了解，而买到不需要的高价格高配置的产品，在不久产品更新换代时价格大幅下跌而感觉后悔不已；有些消费者因为不够了解所需商品，而买到比自己需要的配置低的产品，从而给自己的工作生活带来极大地不便。

我国的软件产业从80年代中期开始发展，现已成为一个重要产业部门，是高新技术产业部门的主要生力军之一。我国软件业发展主要表现为：软件开发研究已从软件人员独立进行步入到软件开发组协作开发的阶段；软件项目已成为投资大、收益高的系统工程项目。

软件业发展需要有一个良好的环境。从我国软件业的发展因素看：首先，软件人才相对较为丰富，十几年的软件发展历程造就了一大批国内软件人才，这些人才不仅发展着民族软件事业，也成为国外软件本地化发展的主要力量。其次，国内经济的快速发展以及internet与计算机的普及极大地推动了中国软件产业的发展，政府大力推行的国民经济信息化建设为软件和信息服务业带来良好的发展机遇，使国内计算机硬件市场高速发展，也造就了潜在的软件市场。国家主导的信息化进程为中国软件业的发展创造了巨大的软件需求，成为软件业发展的主要推动力量之一。

近期，中国软件市场呈现出了一些新的变化和特点。经过对国内软件市场的追踪研究和分析，对近期软件市场的总体状况和特点分析总结如下：

首先，软件企业从业务到运作全方位地受到互联网的影响，软件企业纷纷调整策略，以各种方式向互联网靠拢；其次，市场活动频繁，在年度开始以来，大部分厂商都致力于策划、开展市场推广活动，推行新理念，发布新产品，同时注重开展市场研究活动。同时，我们注意到，不仅仅是国外大厂商，国内厂商对市场研究的投入也明显加大；第三，与x年同期相比，软件产品的广告和新闻传播投放结构发生了明显的变化，尤其是操作系统的广告投放量和新闻传播频次，比去年同期有了大幅度的增加，主要是linux与windows的广告宣传数量猛增所带动；第四，软件价格继续走低，软件的低价风潮不断，软件产品的降价行为似乎已经成为厂商使用的常规武器，新上市的产品或者直接定价较低，或者采用各种手段变相降价；第五，x年上半年以来，财务及管理类软件签约行为较多，由此可以看出国内企业的信息化脚步正在加快。如：开恩签约南通醋酸纤维有限公司erp二期实施工程，和佳与河南太行振动机械股份有限公司达成协议，和佳erp将作为河南太行振动机械股份有限公司的cims项目的核心产品；南京新中大签约南京奶业和锦州港务集团；浪潮国强集团与山东德棉集团的签约，s公司与青岛海信计算机有限公司达成协议，提供整套erp系统，恩佳(scala)的商业管理解决方案公司与武汉nk电缆公司签订协议，等等；第七， linux的影响和响应者日益增加，虽然目前尚缺乏大规模的应用，但linux受到了产业界的极大重视，众多的it厂商对linux广阔的市场前景充满信心，越来越多的软件厂商积极向linux方向发展。同时，iinux的应用也在逐步展开。厂商与业界开始把目光投向如何进一步推进linux的发展策略上来；第八，x年春节前后的一段时间以来，人才流动十分频繁，除去常规性的人才流动因素以外，互联网公司对人才的吸引起到了推波助澜的作用，软件公司也在相当程度上受到了冲击，人才流失现象较为严重；第九，年初的时候，由于学生寒假和中国传统节日春节的双重作用，是游戏和娱乐类软件的旺季，市场兴隆，取得了不错的销售成绩；最后，政府对打击盗版的重视程度日渐提高，正版软件产品的价格有所降低，消费者的正版意识逐步提高，这些积极因素在很大程度上弘扬了正版软件的销售和使用打击了盗版行为，但距离盗版现象被彻底杜绝还有很大的差距，盗版现象依然十分猖撅。

随着世界软件环境的不断发展，以及中国经济实力的不断壮大，中国软件市场的发展趋势主要体现在：

第一，品牌集中度上升，成为激烈市场竞争的必然趋势。巨大的市场潜力和良好的产业发展环境，已经开始吸引了大量的国内外市场进入；第二，应用需求成为软件产品技术的发展趋势。随着软件产业的发展和用户需求的成熟，主流技术将会得到广泛应用，产品技术的差异性减小，以应用需求为核心将成为产品技术发展的重点；第三，嵌入式软件成为操作系统市场发展的驱动力，。系统及网络管理软件需求不断升温。随着大型系统网络基础设施和应用系统建设的不断完 善，如何有效管理和合理利用系统资源也就成为亟待解决的问题。需求的重点也将由主机管理、存储管理和网络管理等基础架构管理，转向服务管理和业务优化；第四，企业管理软件与电子商务软件市场快速成长。我国有多万家企业 ，信息化建设为软件产业的发展创造了非常广阔的市场空间。与此相对应，电子商务建设对软件的需求也越来越迫切，中小企业对软件产品和服务的需求比重增加，信息安全产品供给结构由局部走向整体。目前我国50%的中小企业还没有配备计算机，仅有%的中小企业开展了不同程度的信息化建设。预测x年中小企业it应用市场规模将增长%。从产品结构看，中小企业it市场结构也会由\"硬\"趋\"软\"。最后，服务竞争成为软件市场竞争的关键手段，增值化和e化是软件市场渠道发展的主要方向。

基于对各软件细分市场的关键成功因素的分析，对中国软件企业竞争优势的评估，以及借鉴其他国家发展软件产业的经验教训，可以考虑分三个阶段发展软件产业。

寻然，发展应用软件需要在成熟先进的平台软件之上进行，否则将面临阻碍应用软件技术产业化的一系列问题：稳定性、售后服务、兼容性等。鉴于此原因，如何在此阶段与跨国公司，特别是专于开发操作系统的公司共同合作，形成互利互惠的合作关系即成为了重要课题。我国的一些软件企业在这些方面走得比较快，例如深圳金碟在制造业信息化中与微软操作系统的合作使得其企业资源管理(erp)软件迅速地形成了中国自主的知识产权核心技术和产品；这些合作模式值得其他软件企业借鉴。

第二阶段，重点发展出口型软件服务，尤其是软件外包出口业务。经过第一阶段的实践、发展和积累，中国软件企业的基本技能应能得到提高和完善，它们将具备较高水准的软件架构设计能力和软件项目管理能力；同时也培养出大批有实战经验的管理和技术人才，从而大大增强在软件服务的国际市场中的竞争力。中国应在第二阶段发展包括软件外包出口业务在内的出口型软件服务。当然，此类业务的发展将面临来自于印度的严峻的挑战；这里不但有人才质量的挑战，还有是知识产权保护问题。只有知识产权真正能够得到有效的执法才能使我国的软件企业赢得来自国外的外包订单。

第三阶段，发展系统软件、办公类软件和软件开发工具，全方位地参与国际竞争。经过前两个阶段的发展，中国的软件企业将掌握领先的技术能力和世界一流的管理能力，在第三阶段全方位地进入国际市场。

总体来看，中国的软件业发展空间很大，市场发展前景很乐观。政府在改善软件企业发展环境方面又有了实质性的进展，为大力支持高新科技产业发展，我国将对科技创新项目和企业赋予更多的财税优惠，其中包括考虑对软件产品的增值税从17%降至6%，有些产品更可实行零增值税制度。这一政策的实施将极大地促进软件企业尽快度过成长期，发展壮大起来，走向产业化。规模化的发展道路。由政策对软件产业特别是国内软件企业的大力扶持也可以看出，政府将软件发展成为支柱产业、主导产业的决心正在一步步落实。

计算机的硬件系统通常有“五大件”组成：输入设备、输出设备、存储器、运算器和控制器。

输入设备：将数据、程序、文字符号、图象、声音等信息输送到计算机中。常用 的输入设备有，键盘、鼠标、数字化仪器、光笔、光电阅读器和图象扫描器以及各种传感器等。

输出设备：计算机的运算结果或者中间结果打印或显示出来。

常用的输出设备有：显示器、打印机、绘图仪等。

存储器：将输入设备接收到的信息以二进制的数据形式存到存储器中。存储器有两种，分别叫做内存储器和外存储器。

运算器：是完成各种算术运算和逻辑运算的装置，能作加、减、乘、除等数学运算，也能作比较、判断、查找、逻辑运算等。

控制器：是计算机机指挥和控制其它各部分工作的中心，其工作过程和人的大脑指挥和控制人的各器官一样。

cpu制造工艺的趋势是向密集度愈高的方向发展。密度愈高的ic电路设计，意味着在同样大小面积的ic中，可以拥有密度更高、功能更复杂的电路设计。现在主要的180nm、130nm、90nm、65nm、45纳米。最近inter已经有32纳米的制造工艺的酷睿i3/i5系列了。而amd则表示、自己的产品将会直接跳过32nm工艺(20xx年第三季度生产少许32nm产品、如orochi、llano)于20xx年中期初发布28nm的产品（名称未定）。

gpu（显卡）制造工艺的趋势是向密集度愈高的方向发展。密度愈高的ic电路设计，意味着在同样大小面积的ic中，可以拥有密度更高、功能更复杂的电路设计。微电子技术的发展与进步，主要是靠工艺技术的不断改进，使得器件的特征尺寸不断缩小，从而集成度不断提高，功耗降低，器件性能得到提高。芯片制造工艺在1995年以后，从0.5微米、0.35微米、0.25微米、0.18微米、0.15微米、0.13微米、0.09微米，再到主流的65 纳米、55纳米、40纳米。

综观当今主板市场，各路诸侯纷纷推出各自看家产品以此来吸引广大消费者。目前的主板市场仍是intel领头，各兼容厂商跟进的局面。放眼未来，随着intel 820等新系列主板和amd k7主板的出现，主板市场将更有一场好戏。

**网购调研报告总结篇十一**

随着互联网的日益更新，人们消费模式逐渐选择了不出户门的网上消费。传统的购物方式也正在转向网络方面发展，出现了\"网购\"这种越来越受欢迎的新型消费方式，而对于现代大学生我饿眼，网上购物更是成为购物方便、便宜、快捷的一大购物形式。大学生网上购物已成为大学生生活的一部分，成为大学生日常生活的课题。

1、问卷的发放

发放了30份调查问卷，有效的回收率为100%。通过调查，利用统计方法分析我校大学生的网购情况，并提供一点意见和建议。

2、问卷的内容

问卷的内容包括大学生对网购的经历和利弊的看法两个部分，问题大致包括，是否有网购经历、网购的原因、对网购的熟悉程度、选择的商品类型、传统购物方式与网购得比较和网购的信誉度问题以及对于网购前景的看法。

(一)大学生网购总体概况

统计结果表明：60%的学生没有网购的经历，而40%的学生是有过网购经历的。

(二)对于有过网购经历的学生来说：

对于有过网购经验的同学而言，网购它充分的满足了现代人多变的购物需求，足不出户，轻点几下鼠标就能在家等着所选购的产品送货上门了，方便是它的一个显著特点。它还具有丰富的促销、特价、秒杀、团购等活动，通过庞大的互联网作为宣传媒介，传播速度快。具体统计如下：

1、对网购的熟悉程度

2、大学生在网上一般购买什么样的商品

(三)对于没有网购经历的学生而言：

然而，对于没有经验的学生来说，网购也存在着相当大的弊端，消费者很难从图片和简单的文字介绍中了解到产品的特征和性能。此外，网购下单的流程也比较复杂，包括注册、开通网银等手续比较复杂。而且，并不是所有的尚品在网站购买都比卖场便宜，从产品覆盖面来讲，网购还具有局限性。

1、我对学生没有进行网购的原因进行了一项分析，结果表明，24.08%的同学是因为商品原因，18.52%的同学是因为诚信问题，11.11%的同学因为货款支付，少数人因为物流问题而未进行网购，大约占3.70%，也有22.22%的人是因为售后服务，当然还有些人是由于其他原因而没有进行过网购。

2、关于传统购物与网上购物的比较，相当一部分同学认为传统购物要优于网上购物，也有少部分人无法确定他们的优劣。

(四)网上购物随着网络的日益更新变得越来越普遍，当代大学生对于网上购物的前景问题也有各种看法，绝大多数人认为网上购物的发展空间很大，约占76.67%。

网购的优势：

它充分的满足了现代人多变的购物需求，足不出户，轻点几下鼠标就能在家等着所选购的产品送货上门了，而且不用租赁昂贵的店面，同时部分网购采用零库存方式(网站只负责招揽生意和传递订单)，没有库存压力，因此网上购物的商城拥有比传统卖场更低的成本，售价自然更为低廉。除此之外，网购还具有丰富的促销、特价、秒杀、团购等活动，通过庞大的互联网作为宣传媒介，传播速度快。传统卖场除了五一、十一等大型节假日促销外，此类活动较少。实惠也非常明显。在产品配送上，网购一般都是送货上门，货到付款，消费者只需要坐在家里等着就可以了。发展至今，网购也拥有自己正规的售后服务体系，充分保障消费者的权益。

网购劣势：

消费者很难从图片和简单的文字介绍中了解到产品的特征和性能。此外，网购下单的流程也比较复杂，包括注册、开通网银等手续比较复杂。而且，并不是所有的商品在网站购买都比卖场便宜，从产品覆盖面来讲，网购还具有局限性。不愿使用网上购物的人则表示，最担心的是商品质量难以保证。其次，传统的消费文化理念也使多数人更愿意在商场购物。同时，对于具有购物欲望的消费者来说，无法预先体验商品也是一大壁垒。除此之外，网络交易的安全性又是隐患，网民最担心被人恶意侵犯隐私和被人偷盗银行账号和密码。

不过，尽管网上购物存在着利弊的两面性。但是只要消费者能够仔细识别网上物品的真伪，把握购物的分寸，正确合理地参与网络购物的流程，那么大部分的问题就可以得到有效的避免。

**网购调研报告总结篇十二**

为了积极响应\_、中央文明办、教育部、共青\_和全国学联关于深入开展社会实践，加强和改进大学生思想政治教育的号召，结合\_中央《关于进一步加强和改进大学生思想政治工作的意见》，响应“进一步深化社会实践与课堂教学相结合，与专业实际相结合”的号召，我系暑期社会实践领导小组针对具体情况，充分利用学生在校期间所学的专业知识，组织部分在校生对漯河市中小企业信息化状况进行调研。

长期以来，第一产业作为我省乃至整个中部地区的主导产业，在整个中部崛起过程中发挥着不可替代的作用。加快中部发展，实现中部崛起，关键是发挥中部特有的优势，把优势转化为生产力。漯河是中国内陆经济特区，是全国首批“中国食品名城”，当地企业充分利用地理优势和政策优势，发展食品加工业，产业的发展状况在全国。目前，漯河的食品加工业形成了粮食深加工、肉类精加工、果蔬加工、饮料制造四大主导产业体系。食品工业成为漯河市的经济支柱和主导产业。

随着经济全球化步伐的加快，“以信息化带动工业化，以工业化促进信息化，走新型工业化道路”的趋势越来越明显，企业的信息化建设已成为势不可挡的时代潮流，加强企业信息化工作，促进企业大发展势在必行。为此，我系暑期社会实践活动小分队深入漯河中小企业，对其信息化发展现状及趋势进行调研。

(一)调研的目的：

1、贯彻十六届四中全会和十届\_二次会议政府工作报告中，关于“中部崛起”的精神，以及十六届四中全会《\_中央关于加强党的执政能力建设的决定》所提出的共建和谐社会的要求。

2、响应\_中央《关于进一步加强和改进大学生思想政治工作的意见》中“进一步深化社会实践与课堂教学相结合、与专业实习相结合”的号召，使在校大学生获得一个实际运用所学知识的机会，理论与实践相结合，通过实践完善理论知识，并提高自身综合素质。

3、通过对漯河市中小企业信息化发展状况的调研，总结提高，广泛推广，以推动中小企业信息化进程，从而提高企业的经济效益，增强中部工业产业的核心竞争力。

(二)调研的内容：

1、赴实地进行考察，精心选择典型企业，深入企业，开展实地调研活动。

2、依靠专业优势，进行信息的收集、提炼、分析，为企业提供技术、数据与资料支持。

3、引导企业走“新型工业化道路”的经济发展模式，对企业职工普及信息化的相关知识，用信息化改造传统企业，引导企业走信息化道路。

4、本着“突出重点，有效帮扶，技术援助，总结提高“的原则，为企业的信息化提供实例，帮助企业实现产业信息化，树立科学化、信息化的发展方向。

5、通过社会实践基地这个平台，与企业长期联系，建立合作关系，实现人才交流与科技交流。

(一)漯河市中小企业信息化开展现状

从企业类别来看，被调研的21家企业中，有19家为工业企业，占总数的90%。在工业企业中，食品制造有16家，占所调查工业企业的90%以上。从企业规模来看，规模的企业是漯河市雪健集团有限公司，其年销售额为24000万元;规模最小的为漯河市瑞博塑胶有限公司，其年销售额为100万元。从企业性质来看，所调查的中小企业全部是民营股份制企业。

1.中小企业信息化软硬件设施基本配备

**网购调研报告总结篇十三**

xx年7月19日2时57分，湖南省邵阳市境内沪昆高速公路1309公里33米处，一辆自东向西行驶运载乙醇的车牌号为湘a3zt46轻型货车，与前方停车排队等候的车牌号为闽by2508大型普通客车（以下简称大客车）发生追尾碰撞，轻型货车运载的乙醇瞬间大量泄漏起火燃烧，致使大客车、轻型货车等5辆车被烧毁，造成54人死亡、6人受伤（其中4人因伤势过重医治无效死亡），直接经济损失5300余万元。

事故发生后，党中央、国务院领导同志高度重视，马凯副和杨晶、郭声琨、王勇国务委员等领导同志先后作出重要批示，要求做好事故救援和善后工作，尽力减少人员伤亡，尽快查明事故原因，依法依规严肃追责，要汲取事故教训，采取有力措施，进一步加强道路交通安全和危化品运输安全监管，全面排查整治安全隐患，严防重特大事故发生。

遵照党中央、国务院领导同志的重要批示要求，依据《安全生产法》和《生产安全事故报告和调查处理条例》（国务院令第493号）等有关法律法规规定，20xx年7月21日，国务院批准成立了由国家安全监管总局、公安部、监察部、交通运输部、全国总工会、湖南省人民政府有关负责同志等参加的国务院沪昆高速湖南邵阳段7?19特别重大道路交通危化品爆燃事故调查组（以下简称事故调查组），开展事故调查工作。事故调查组邀请最高人民检察院派员参加，并聘请了公安、交通、消防、车辆、质检、化工、塑料加工等方面的专家参加事故调查工作。

事故调查组按照四不放过和科学严谨、依法依规、实事求是、注重实效的原则，通过现场勘验、调查取证、检测鉴定、研究试验、专家论证、综合分析等，查明了事故发生的经过、原因、人员伤亡和直接经济损失情况，认定了事故性质和责任，提出了对有关责任人和责任单位的处理建议，并针对事故原因及暴露出的突出问题，提出了事故防范措施建议。现将有关情况报告如下：

基本情况

事故车辆和驾驶人情况。

湘a3zt46轻型货车及其驾驶人。

（1）车辆情况。

肇事车辆湘a3zt46轻型货车厂牌型号为福田牌bj5043v9cea-c型，《道路机动车车辆产品及其生产企业公告》中车辆类型为篷式运输车。机动车整备质量2.72吨，最大设计总质量4.495吨；核定载货量1.58吨，实际装载乙醇6.52吨。机动车登记所有人为周未荣（女，1964年出生，湖南省岳阳县人），注册登记日期为20xx年3月22日，登记时载明车辆类型为轻型仓栅式货车，检验有效期至20xx年3月31日。20xx年3月26日在长沙市芙蓉区交通运输局办理道路运输证，经营范围为普通货运，有效期至20xx年4月10日，事故发生时已过期，未取得危险货物道路运输资格。该车实际使用人为周未荣的儿子，长沙大承化工有限公司法定代表人周添。

该车辆在购进时仅有货车二类底盘，未随车配备货厢，后在长沙市芙蓉区安顺货柜加工厂加装了右侧有一扇侧开门的货厢，同时将后轴钢板弹簧厚度从11毫米增加到13毫米，在货厢前部设置有一个容积1.06立方米的夹层水槽，在货厢左侧下部前、后各安装一个方形箱体并在箱体内加装了卸料泵和阀门，前方形箱体的阀门与夹层水槽连接；在货厢下部加装了与夹层水槽及方形箱体内的阀门连接的铁管，后方形箱体的阀门通过铁管与夹层水槽连通。为运输乙醇，周添在长沙市芙蓉区振兴塑料厂定制了一个长宽高分别约为3.5米、1.5米、1.8米的用聚丙烯板材焊接的方形罐体，用方钢框架将罐体加固置于货厢内。车辆前脸及货厢左右两侧、后部均喷涂有洞庭渔业的字样。

（2）驾驶人情况。

刘斌，湘a3zt46轻型货车驾驶人（在事故中死亡），男，1986年出生，湖南省涟源市人。20xx年5月13日在湖南省娄底市公安局交通警察支队初次取得机动车驾驶证，准驾车型b2，有效期至20xx年5月13日。20xx年5月28日在娄底市道路运输管理处取得道路运输从业资格证，从业资格类别为普通货物运输，有效期限至20xx年5月27日。未取得道路危险货物运输从业资格证。

闽by2508大客车及其驾驶人。

（1）车辆情况。

闽by2508大客车厂牌型号为宇通牌zk6127h型，核载53人，事发时实载56人（其中儿童3名、幼儿1名）。机动车登记所有人为福建莆田汽车运输股份有限公司城厢分公司（以下简称城厢分公司），注册登记日期为20xx年10月21日，检验有效期至20xx年10月31日。20xx年10月22日在福建省莆田市交通运输局办理道路运输证，有效期至20xx年12月31日，经营范围为省际班车客运、省际（旅游）包车客运，经营线路为福建莆田涵江汽车总站至四川宜宾客运站，沿途无停靠站点。城厢分公司根据福建莆田汽车运输股份有限公司（以下简称莆田公司）授权将该车及福建莆田至四川宜宾线路承包给余让雄，承包期限自20xx年10月28日至20xx年10月31日。

（2）驾驶人情况。

贾安奎（在事故中受伤，后因伤势过重于8月11日医治无效死亡），男，1976年出生，福建省莆田市人。1996年4月30日在四川省宜宾市公安局交通警察支队初次取得机动车驾驶证，准驾车型a1a2，有效期至20xx年4月30日。20xx年5月4日在宜宾市公路运输管理处取得道路运输从业资格证，有效期至20xx年5月3日。

彭骏昌（在事故中死亡），男，1963年出生，四川省自贡市人。1988年10月13日在四川省宜宾市公安局交通警察支队初次取得机动车驾驶证，准驾车型a1a2，有效期至20xx年10月13日。20xx年4月22日在四川省自贡市交通运输管理处取得道路运输从业资格证，有效期至20xx年4月22日。

按照四川省交通运输厅道路运输管理局《关于道路运输从业人员从业资格证有效期延期的通知》（川运驾便〔20xx〕7号），由于从业资格证编码规则的调整，为不影响道路运输从业人员的正常从业活动，将原从业资格证有效期延长180天，贾安奎、彭骏昌从业资格有效期分别延长至20xx年11月3日和20xx年10月22日。

事故单位情况。

长沙大承化工有限公司。该公司成立于20xx年8月3日，法定代表人周添，注册资本人民币20万元，具有乙醇等危险化学品的经营许可资格，有效期至20xx年12月1日，经营方式为批发（无自有储存和运输）。公司共有员工15名，其中安全管理人员1名。该公司自20xx年3月份开始一直使用湘a3zt46轻型货车运输乙醇。

莆田公司。该公司成立于20xx年，注册资本人民币8000万元，总资产5.05亿元，具有从事道路旅客运输的运营资质，公司下设城厢分公司等21个二级单位。闽by2508大客车隶属于城厢分公司，城厢分公司不具备独立法人资格，由莆田公司授权独立经营，公司现有客运车辆71台、客运线路26条。

相关涉事单位情况。

长沙市新鸿胜化工原料有限公司。该公司成立于20xx年4月23日，法定代表人李齐平，实际控制人戴飞鸿，注册资本人民币500万元，具有乙醇等危险化学品的经营许可资格，有效期至20xx年10月23日，经营方式为储存经营。公司共有员工50名，其中安全管理人员6名。该公司无自有储存场所，自20xx年4月起租赁长沙市液化石油气发展有限公司的场地及储存设施，储存乙醇、甲醇、酮类等物料。本次事故中轻型货车所运乙醇系长沙大承化工有限公司从该公司购买并充装。

北汽福田汽车股份有限公司诸城奥铃汽车厂。该厂成立于20xx年10月20日，是北汽福田汽车股份有限公司直属的商用车制造工厂，经营范围包括制造、销售轻型汽车、低速货车、农用机械、拖拉机及配件、模具、冲压件、机械电器设备及进出口业务等。本次事故中肇事的轻型货车用于加装货厢的货车二类底盘系在该厂生产。

长沙市胜风汽车销售有限公司。该公司成立于20xx年9月7日，法定代表人刘幸福，注册资本人民币100万元。经营范围包括汽车（不含小轿车）、农用车、机械设备及配件的销售，代办机动车上牌，不包括货车二类底盘的销售。本次事故中肇事的轻型货车用于加装货厢的货车二类底盘系该公司出售。

长沙市芙蓉区安顺货柜加工厂。该厂系民营企业，经营者为彭吉安，经营范围包括货柜加工、销售及维修服务。该厂未列入《道路机动车辆生产企业及产品公告》，不得从事汽车生产及改装。本事故中肇事的轻型货车在该厂进行了加装货厢、更换钢板弹簧等改装。

长沙市芙蓉区振兴塑料厂。该厂是一家无照经营的私营塑料罐体加工厂，经营者为唐谷云，肇事的轻型货车所用的聚丙烯材质方形罐体系在该厂制作。

长沙市翔龙城西机动车辆检测有限公司。该公司原名为望城县机动车辆检测站，20xx年2月7日变更为长沙市翔龙城西机动车辆检测有限公司，法定代表人为喻英军，注册资本人民币150万元。具有湖南省质量技术监督局颁发的计量认证证书和机动车安全技术检验机构检验资格许可证，检验产品/类别为机动车安全技术检验（四轮及四轮以上）。20xx年3月18日肇事轻型货车在该公司进行了注册登记检验，整车检验结论为合格（建议维护）。

湖南长沙汽车检测站有限公司。该公司成立于1994年3月26日，法定代表人为龚乐群，注册资本人民币50万元。具有湖南省质量技术监督局颁发的计量认证证书和机动车安全技术检验机构检验资格许可证，检验产品/类别为机动车安全技术检验（四轮及四轮以上）、机动车安全技术等级评定（四轮及四轮以上）。20xx年3月10日肇事轻型货车在该公司进行了在用机动车检验，整车检验结论为合格（建议维护）。

事故道路情况。

事故发生路段位于湖南省邵阳市境内沪昆高速公路1309公里33米处，东西走向，双向四车道，水泥混凝土路面，小客车限速12公里/小时，其他车辆限速100公里/小时。事故发生地点在由东向西车道，第第二行车道宽均为3.7米，应急车道宽2.9米，道路线形为左向转弯，弯道半径20xx米，超高值2%，自东向西下坡坡度0.5%。

事发地点7月19日凌晨1时至4时为晴天，能见度20-10.5千米，温度24.9-24.0摄氏度，空气湿度90%-95%。凌晨3时风速为2.5米/秒，风向为东北风。

事故发生经过和应急处置情况

事故发生前路段状况。

月19日1时12分（本次事故发生前1小时45分钟），在沪昆高速公路1312公里450米处，一辆自西向东行驶的空油罐车冲过中央隔离护栏，与自东向西行驶的一辆大型客车和一辆小型客车发生刮碰并起火，造成1人死亡，双向交通中断，出现车辆排队。湖南省高速公路交警在自东往西方向距事故点300米以外，实施临时交通管制，禁止车辆进入事故现场路段，并安排一辆警车在自东往西方向距离车流尾端500米外向来车方向，随滞留车辆的延长，适时移动警车，通过闪警灯、鸣警笛、喊话方式示警。至本次事故发生时，自东向西方向车道内排队车辆约400辆，排队长度约3.1公里。

事故发生经过。

月18日6时45分，由贾安奎、彭骏昌驾驶的闽by2508大客车载1名乘客从福建省长乐市营前镇出发（未按规定到莆田涵江汽车总站进行安全例检和办理报班手续），车辆未按核准路线行驶，行经沈海高速、厦蓉高速，沿途在福建、江西境内上下客9次。22时26分，沿炎睦高速进入湖南省境内，此时车上共有乘客54人，后再无人员上下车。19日2时57分，贾安奎驾驶大客车到达沪昆高速公路1309公里33米处时，因前方临时交通管制停于第一车道排队等候。

月18日17时，刘斌驾驶湘a3zt46轻型货车在位于湖南省长沙县的长沙新鸿胜化工原料有限公司土桥仓库充装6.52吨乙醇，运往武冈县湖南湛大泰康药业有限公司，行经长沙绕城高速公路、长潭西高速公路，22时45分进入沪昆高速公路。

月19日2时57分，湘a3zt46轻型货车沿沪昆高速公路由东向西行驶至1309公里33米路段时，以每小时85公里的速度与前方排队等候通行的闽by2508大客车发生追尾碰撞，致轻型货车运载的乙醇瞬间大量泄漏燃烧，引燃轻型货车、大客车及前方快车道上排队的车牌号为粤f08030小型越野车、右侧行车道上排队的车牌号为浙a98206重型厢式货车和赣e38950/赣e4537挂铰接列车，造成大客车52人死亡、4人受伤，轻型货车2人死亡，重型厢式货车和小型越野车各1人受伤，5辆车被烧毁以及公路设施受损。

应急处置情况。

事故发生后，湖南省高速公路交警、邵阳市消防官兵迅速赶到事故现场进行处置。接报后，湖南省人民政府主要负责同志和有关负责同志赶赴现场，成立了事故救援处置工作组，指导救援和善后处置工作。湖南省、邵阳市、隆回县公安、消防、交通、安监、卫生等部门人员迅速赶赴现场全力开展应急处置工作。由国家安全监管总局、公安部、交通运输部有关负责同志组成的工作组，于事发当天赶到事故现场，指导协调地方政府做好事故处置和善后工作。

**网购调研报告总结篇十四**

敬爱的党组织：

您好!

在人生事业的舞台上,每个人都在自觉不自觉地扮演着各自的角色。\_员的角色是什么?是工人阶级和广大劳动群众中的先进分子,是具有共产主义觉悟的先锋战士。近两年，我国有很多的天灾人难，看到了解放军战士竭尽全力救援灾民，看到了无数\_员发扬了先锋带头做用,全心全意为人民服务,不怕牺牲。历史如镜，可以鉴往知今，悠悠五千年的中华文明已经在新时代淀积为勤奋勇敢、自强不息的民族精神，中国\_的风雨历程，使曾经的星星之火变成无数人心中不灭的火炬。

这段时间里，我也一直能认真学习的知识，使自己向光荣的中国\_靠拢，\_\_\_\_的重要讲话，使我深刻地认识到，我们的党能够严格要求自己，在新的历史时期对党提出了更高的要求，使我们的党真正成为中国人民的领路人，使我对党、对祖国的未来充满信心。四月底，几位院长找我谈话，说准备调我去医务科工作，我思想上毫无准备，作为一名有着十多年临床经验的儿科医师，我有点割舍不下对业务不断摸索钻研的感情，但既然是医院工作的需要，我想作为一名要求进步的青年，应该接受医院组织的分配，而且我暗下决心，要干，就要干好，认真学习和摸索新的岗位职责，把医务科的工作做好，不辜负院领导对我的信任，不仅如此，业务知识还要挤时间继续钻研，将行政工作与业务能力的提高有机地融合在一起，争取做到医务行政工作和业务能力的提高两不误。

我们每个人都在一定岗位上承担着各自不同的任务，却都与医院的发展直接相关。通过学习，让我更加深刻体会到爱岗敬业 、一丝不苟、自我做起、扎扎实实干好本职工作，无论事情大小，都应认真对待，谨慎处理，深化像对待亲人一样对待每一位患者，像做好自家事一样做好每一项工作的服务理念，才能更好的帮助别人减轻痛苦，重获健康。一名党员的作用，对于党和人民的事业来说，就像一台机器上的小螺丝钉，螺钉虽小，作用却不可低估。按照党的要求，党员是实践社会主义核心价值体系的模范，社会主义荣辱观的自觉实践者，社会和谐的积极促进者。

在学习中，使我了解到在医务工作中要善于发现问题，勤于思考问题，敢于提出问题，客观地思考与分析，合理妥善解决问题，对医院发展有利问题多想多做，树立良好的党员形象，起到积极向上的作用。

经过了长期的锻炼和思考，对党的认识不断加深。随着自己思想的逐渐成熟，我深深地感受到，我找到了自己的信仰，我一定要成为一名\_员为共产主义、为祖国、为人民奉献我的全部，把自己的一生都献给崇高的无产阶级事业。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn