# 2024年市场调查报告格式(优秀10篇)

来源：网络 作者：落花时节 更新时间：2024-06-05

*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。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟!市场调查报告格式篇一为深入分析我市园区企业用工趋势，积极主动地为企业提供服务，近...*

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。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟!

**市场调查报告格式篇一**

为深入分析我市园区企业用工趋势，积极主动地为企业提供服务，近日，市人社局组成调查小组，对全市各工业园区企业展开了用工情况调查。连日来，调查小组深入各地工业园区，通过发放填写调查表、问卷表、召开座谈会等方式开展现场调查，对企业用工数量、用工需求、劳动合同签订情况、工资和福利待遇、参加社会保险情况和劳动生活条件等进行了详细的调查和统计，较全面地掌握了园区企业用工情况。接下来，将在此基础上，形成专题调研报告，针对企业用工需求提出切实可行的措施，对企业改进自身条件，增强吸引力提出了可行性建议。

一季度扶持就业困难对象就业成效明显

今年以来，我市继续加大就业困难对象就业帮扶工作力度，开展了“就业援助月”、“春风行动”等一系列就业服务专项行动，积极落实就业扶持政策，着力解决就业困难人员就业问题。通过调查摸底，充分掌握就业困难人员的动态，具体了解其面临的实际困难和就业需求，提供有针对性的政策咨询、职业指导和就业信息服务，帮助其就业。一季度，共计帮助下岗失业人员再就业3752人，完成全年目标任务的41.7%，其中，实现就业困难对象再就业1866人，完成全年目标任务的62.2%。

市就业局以作风整肃力促经办能力提升

广安市就业服务管理局近日组织召开了干部作风整肃工作会议，认真学习了中国共产党广安市委、市人力资源和社会保障局相继下发的《关于开展干部队伍作风整肃工作的实施意见》，并对开展干部作风整肃工作作了重要部署。会议强调，20xx年是全市人力资源和社会保障系统经办能力提升年，全市就业服务系统要以干部作风整肃工作为抓手，围绕“庸、懒、软、散、浮、奢、梗”七个方面的着力整治，深化延伸“创先争优”和创建优质服务窗口活动，促进干部职工始终保持脚踏实地、勤勉敬业、奋发有为的精神状态，始终发扬使命为责、实干为本、奉献为荣的优良作风，树立作风清新、服务优质、执法文明、廉洁高效的部门形象。

我市失业保险基金抗风险能力进一步增强

截止4月15日，我市各区市县失业保险基金存款余额已全部上解到市级收入户，失业保险基金统筹层次实现真正意义的市级统筹，基金抗风险能力进一步增强。

去年以前，我市失业保险基金统筹层次为县级，统筹层次低、基金规模小、调剂能力弱，一定程度上制约了失业保险制度功能的发挥。为进一步规范失业保险工作，切实保障人民基本生活，增强基金抗风险能力，去年底市政府出台了《关于印发广安市失业保险市级统筹办法的通知》，失业保险基金统筹层次提升为市级，全市统一参保范围和对象，统一缴费比例，统一缴费基数核定标准，统一确定待遇项目和标准办法。

今年初，由市审计、人社、财政部门工作人员组成的工作组对全市失业保险基金帐务进行了清理。目前，各地的失业保险基金存款余额已全部上解到市级失业保险基金统筹基金收入户，全市失业保险各项工作正式进入市级统筹程序。

**市场调查报告格式篇二**

标题是市场调查报告的题目，一般有两种构成形式：

文章式标题：即用概括的语言形式直接交待调查的内容或主题，例如《全省城镇居民潜在购买力动向》。实践中，这种类型市场调查报告的标题多采用双题(正副题)的结构形式，更为引人注目，富有吸引力。例如《竞争在今天，希望在明天全国洗衣机用户问卷调查分析报告》、《市场在哪里天津地区三峰轻型客车用户调查》等。

引言又称导语，是市场调查报告正文的前置部分，要写得简明扼要，精炼概括。一般应交待出调查的目的、时间、地点、对象与范围、方法等与调查者自身相关的情况，也可概括市场调查报告的基本观点或结论，以便使读者对全文内容、意义等获得初步了解。然后用一过渡句承上启下，引出主体部分。例如一篇题为《关于全市20xx年电暖器市场的调查》的市场调查报告，其引言部分写为：xx市北方调查策划事务所受xx委托，于20xx年3月至4月在国内部分省市进行了一次电暖器市场调查。现将调查研究情况汇报如下：用简要文字交待出了调查的主体身份，调查的时间、对象和范围等要素，并用一过渡句开启下文，写得合乎规范。这部分文字务求精要，切忌罗嗦芜杂;视具体情况，有时亦可省略这一部分，以使行文更趋简洁。

这部分是市场调查报告的核心，也是写作的重点和难点所在。它要完整、准确、具体地说明调查的基本情况，进行科学合理地分析预测，在此基础上提出有针对性的对策和建议。具体包括以下三方面内容：

情况介绍：市场调查报告的情况介绍，即对调查所获得的基本情况进行介绍，是全文的基础和主要内容，要用叙述和说明相结合的手法，将调查对象的历史和现实情况包括市场占有情况，生产与消费的关系，产品、产量及价格情况等表述清楚。在具体写法上，既可按问题的性质将其归结为几类，采用设立小标题或者撮要显旨的形式;也可以时间为序，或者列示数字、图表或图像等加以说明。无论如何，都要力求做到准确和具体，富有条理性，以便为下文进行分析和提出建议提供坚实充分的依据。

分析预测：市场调查报告的分析预测，即在对调查所获基本情况进行分析的基础上对市场发展趋势作出预测，它直接影响到有关部门和企业领导的决策行为，因而必须着力写好。要采用议论的手法，对调查所获得的资料条分缕析，进行科学的研究和推断，并据以形成符合事物发展变化规律的结论性意见。用语要富于论断性和针对性，做到析理入微，言简意明，切忌脱离调查所获资料随意发挥，去唱信天游。

营销建议：这层内容是市场调查报告写作目的和宗旨的体现，要在上文调查情况和分析预测的基础上，提出具体的建议和措施，供决策者参考。要注意建议的针对性和可行性，能够切实解决问题。

结尾是市场调查报告的重要组成部分，要写得简明扼要，短小有力。一般是对全文内容进行总括，以突出观点，强调意义;或是展望未来，以充满希望的笔调作结。视实际情况，有时也可省略这部分，以使行文更趋简炼。

**市场调查报告格式篇三**

以《关于全市xx年电暖器市场的调查》一文为例，该市场调查报告的主体部分写为：

据调查，国内以电暖器为主要产品的生产企业为数不多，大约30多家。xx年，这些企业电暖器总产量约240.19万台。其中年产量超过10万台的主要有广东美的家电厂、宁波天工实业公司……八家企业。这八家企业电暖器总产量约209.53万台，占国内电暖器总产量的87.24%。具体数字见表一(略)

以上情况表明：虽然电暖器行业目前处于起步阶段，但生产集中程度都非常高。特别是产量排行第一的广东美的家电厂，其产量超过国内总产量的四分之一，在本行业中处于明显的垄断地位。

据对北京、大连、沈阳、济南、杭州、武汉六个城市的27家大商场的调查，xx年总销量约为71000台。其中，销量超过5000台的有大连商场、大连百货大楼……五家商场，年销售总量约44447台，占27家销售总量的62.2%。具体数字见表二(略)

以上情况表明：与电暖器生产的高度集中类似，电暖器销售的集中程度也非常高。这种现象一方面反映了电暖器市场正处于开发阶段, 大部分商场都把电暖器作为试销商品经营,把电暖器作为主要商品经营的为数甚少;另一方面，虽然经销电暖器获得成功的商场数量不多，但这些成功者的事实至少说明，电暖器极具市场潜力，具有良好的发展前景。

产品与建筑面积、供热面积的分析，产品生产和销售情况的分析(略)

产品调查是市场调查的主要内容之一。产品市场调查报告的行业性、专业技术性很强。其内容一般包括：产品的品牌、质量、款式、功能、价格、技术、服务、消费，及对产品的评价、意见、要求、产品的市场销售、市场展望等。上述市场调查报告范文侧重于对产品的生产、销售、品牌等情况的介绍，运用数字分析、对比、排位等方法分析，尤其是第四部分对影响产品销售的建筑面积、供热面积等深层背景进行分析，并进行预测，使文章更有力度，在此基础上所提出的对策和建议，必然显得理据充实，说服力强。

结尾是市场调查报告的重要组成部分，要写得简明扼要，短小有力。一般是对全文内容进行总括，以突出观点，强调意义;或是展望未来，以充满希望的笔调作结。视实际情况，有时也可省略这部分，以使行文更趋简炼。

在市场经济中，参与市场经营的主体，其成败的关键就在于经营决策是否科学，而科学的决策又必须以科学的市场调查方法为基础。因此，要善于运用询问法、观察法、资料查阅法、实验法以及问卷调查等方法，适时捕捉瞬息万变的市场变化情况，以获取真实、可靠、典型、富有说服力的商情材料。在此基础上所撰写出来的市场调查报告，就必然具有科学性和针对性。

由于市场调查报告是对市场的供求关系、购销状况以及消费情况等所进行的调查行为的书面反映，因此它往往离不开各种各样的数据材料。这些数据材料是定性定量的依据，在撰写时要善于运用统计数据来说明问题，以增强市场调查报告的说服力。关于这点，我们从上述市场调查报告范文中也可略见一斑。

撰写市场调查报告，必须以大量的事实材料作基础，包括动态的、静态的，表象的、本质的，历史的、现实的等等，可以说错综复杂，丰富充实，但写进市场调查报告中的内容决不是这些事实材料的简单罗列和堆积，而必须运用科学的方法对其进行充分有力地分析归纳，只有这样，市场调查报告所作的市场预测及所提出的对策与建议才会获得坚实的支撑。

**市场调查报告格式篇四**

市场调查报告是经济调查报告的一个重要种类，它是以科学的方法对市场的供求关系、购销状况以及消费情况等进行深入细致地调查研究后所写成的书面报告。其作用在于帮助企业了解掌握市场的现状和趋势，增强企业在市场经济大潮中的应变能力和竞争能力，从而有效地促进经营管理水平的提高。

市场调查报告可以从不同角度进行分类。按其所涉及内容含量的多少，可以分为综合性市场调查报告和专题性市场调查报告;按调查对象的不同，有关于市场供求情况的市场调查报告、关于产品情况的市场调查报告、关于消费者情况的市场调查报告、关于销售情况的市场调查报告以及有关市场竞争情况的市场调查报告;按表述手法的不同，可分为陈述型市场调查报告和分析型市场调查报告。

与普通调查报告相比，市场调查报告无论从材料的形成还是结构布局方面都存在着明显的共性特征，但它比普通调查报告在内容上更为集中，也更具专门性。

市场调查报告的内容结构一般由如下几部分组成：

(一)市场调查报告的标题

标题是市场调查报告的题目，一般有两种构成形式：

市场调查报告标题文章式标题，即用概括的语言形式直接交待调查的内容或主题，例如《全省城镇居民潜在购买力动向》。实践中，这种类型市场调查报告的标题多采用双题(正副题)的结构形式，更为引人注目，富有吸引力。例如《竞争在今天，希望在明天全国洗衣机用户问卷调查分析报告》、《市场在哪里天津地区三峰轻型客车用户调查》等。

(二)市场调查报告的引言

引言又称导语，是市场调查报告正文的前置部分，要写得简明扼要，精炼概括。一般应交待出调查的目的、时间、地点、对象与范围、方法等与调查者自身相关的情 况，也可概括市场调查报告的基本观点或结论，以便使读者对全文内容、意义等获得初步了解。然后用一过渡句承上启下，引出主体部分。

(三)市场调查报告的主体

这部分是市场调查报告的核心，也是写作的重点和难点所在。它要完整、准确、具体地说明调查的基本情况，进行科学合理地分析预测，在此基础上提出有针对性的对策和建议。

**市场调查报告格式篇五**

1920xx年美商海宁生在上海开设海宁洋行,并用机械方法生产棒冰,这是我国最旱的冷饮厂家。当时产品为圆柱形,日产量只有20xx-3000根。1932年该厂把棒冰模具改为扁长形,棒冰品种除果味外，还生产赤豆、绿豆棒冰、20xxg马口铁听装冰淇淋、320g三色和香草大冰砖及双色纸杯、紫雪糕等。

1948年,该厂转售给伪后勤部(即现益民食品一厂),后又与英商怡和蛋厂合资开设海和有限公司,继续生产以上产品,注册商标为\"美女牌\"。班产棒冰和雪糕12吨,冰淇淋2吨以上。这是解放前我国最大的冷饮厂,产量占全国的70%以上。

许多厂家引进国外先进设备,增加花色品种,年产量达到54.4万吨,此阶段技术引进和技术咨询相当活跃,可称为广泛交流,推陈出新阶段。

第四阶段(1991-现在)

外商纷纷来华投资、合资,联营企业纷纷成立,私营企业涉足,年产量达到120万吨,品种三千多种,此阶段可称为飞速发展阶段。

目前国内冷饮市场三分天下:三资企业占据大部分高档市场,固有企业居中档,大部分乡镇企业、私营企业占领低档市场。广东、北京、上海是目前产销量最集中的三大地区,占全国销量的25%。

冰激凌(冰淇淋)市场特点分析

据20xx年5月23日中国食品报报道，20xx年上海的冷饮年人均消费量为5.08kg，已超过全球人均年消费量1.3kg，从上海市场综合因素的分析，预计今年上海冷饮的年销量将达到7.6万吨，年零售额8.5亿元，特点是消费季节淡化，品牌质量强化，家庭消费扩大化，价格2元以下集中。从全国情况看这也是全国冰淇淋市场的特点。

1、消费季节淡化

在美国、欧州、日本等发达国家冰淇淋早成为四季畅销的食品，在我国最先出现淡季不淡，冬季冷饮销售兴旺要算是东北的市场。这主要是我国东北虽然冬天气候寒冷，但室内温度高，气候干燥，对冷饮的需求量仍然大。我们常说东北的冷饮有两个旺季(夏季和冬季)，现在随着人们生活水平的提高，在全国各地冬天吃冰淇淋已成为一种新的时尚。

2、品牌质量强化

随着人们对健康和自我保护意识的增强，广大消费者选购冷饮更加理性。人们不仅要注意冷饮要符合卫生和质量标准，而且要选购名牌产品，让自己吃得安全、健康、放心。上海冷饮生产企业优胜劣汰的市场竞争中，已从1994年130家减少到去年43家，预计今年将会减少到40家以内。经过8年的市场筛选，上海益民一厂的光明牌、联合利华公司的和露雪与蔓登琳品牌、内蒙古伊利集团的伊利爱贝品牌、雀巢福乐公司的雀巢和圣麦乐品牌、冷狗公司的冷狗品牌、大唐公司的思诺贝品牌脱颖而出，占有了上海80%的冷饮市场(见表5，20xx年旺季上海冷饮销售额排行榜)。这些企业的共同特点是面向大众，推出针对市场不同对象的符合不同层次的有高、中、低档的冷饮，适应上海市场多元化的需求。

3、家庭消费扩大化

近年来，全国各地尤其是各大城市，消费品的流通渠道已经发生剧变，以大卖场、超市、便利店为主要代表的新型商业态已取代了过去传统杂货店。居民的购买习惯也有了很大的改变，从超市、大卖场和冷饮批发点带回自己喜爱的冷饮供全家享用，这种现象在上海蔚然成风。超市、大卖场和冷饮批发点成了消费者购买价格便宜、实惠冷饮的主要场所。据上海一份最新的消费者调查显示，有57%的消费者在购买冷饮时喜欢在超市、大卖场和便利店中购买，而在冷饮批发站和路边小店购买的分别占39%和31%(见表6，上海消费者购买冷饮场所调查统计表)。这充分说明新型商业态已成为冷饮购买的主要场所。

4、价格向二元以下集中

为了迅速拉动市场，降价销售是一个有效的\"杀手锏\"。和露雪旗下的产品与去年相比平均降幅达40%，如可爱多，去年售价为4元，而今年为2.5元，百乐宝去年2元，今年仅售1元，一份对今年上海市场流通的冷饮零售价格调查统计显示(见表7，上海冷饮价格调查统计表)，一元以下的产品占到40.9%，一元-二元占到23.1%，从中发现低于2元的品种占到总品种的64%，是冷饮市场的主体。

冰激凌(冰淇淋)行业发展趋势

1、冰淇淋产量呈缓慢上升趋势，市场前景广阔

根据我国国民经济的发展和市场需求的调查分析，可以认为我国冰淇淋市场未来五年的增长速度为5-6%。由于冷饮市场受不确定因素影响大，尤其是天气因素，冷饮是靠天吃饭的产品，与天气变化关系十分密切，因此出现不规律波动的可能性较大，但总体来讲冰淇淋产量是缓慢上升趋势，市场前景广阔，预计到20xx年市场规模达到200万吨，市场总销售额约为120-160亿元。

2、追求质量与品牌，创新求发展

对冰淇淋市场来说，影响消费者购买行为的主要因素是口味和价格。随着国民经济的发展，人民生活水平的提高，消费心理的日益成熟，质量和品牌对消费者购买行为的影响越来越强，因此，中、高档产品占据总消费量的比例将不断提高，低档产品所占比例是下降趋势。

产品创新会给企业注入活力，满足消费者的需求。儿童、青年男女是冰淇淋消费的主要群体，创新产品一方面可以满足孩子们的好奇心理，另一方面可以通过加入一些营养保健成分增加营养功能的需求。创新要新、奇、特。20xx年上海冷饮推出的新品可谓众多。光明推出新品20种，和露雪推出新品17种，伊利推出新品17种。总体上讲反映?quot;三新\"、即新工艺、新口味、新包装。伊利的\"冰工厂\"、\"滚雪球\"，光明的芦荟冰淇淋，和露雪的\"千层雪\"广受市场欢迎。国内外知名企业都有自己的新产品、自己的品牌。这样才能立足于市场。使自己处于不败之地，和露雪成功的公式是：国际品牌+国际质量+本土生产=竞争中获胜。

3、企业规模化、大型化的趋势

我国冰淇淋行业的发展已逐步进入成熟，经过几年的市场竞争，优胜劣汰，各大中城市和地区的冰淇淋有的会被合并，有的被淘汰，如上海从1994年的130家减少到现在的40家。河南的南阳地区原来冷饮厂家有几十家，现在只剩下两家，规模都达到日产60吨的中型企业。随着改革开放的深入，加入世贸组织后，一些国外知名品牌公司将会继续步和露雪和雀巢公司的后尘，凭借雄厚的资本优势和著名的国际品牌，加之先进的管理经验和营销手段，迅速进入中国市场，给国内企业造成很大压力和威胁，也迫使国内企业规模化、大型化的趋势加快发展。

4、市场竞争激烈，人才守键

目前国内冰淇淋市场三分天下，外资企业独霸高档市场，他们以设备、技术和经济实力优势，在国内冰淇淋行业具有巨大潜力，联合利华作为在财富全球500强中排名前列的跨国公司，全年总销售额超过520亿美元，是世界第一大冰淇淋制造商，和露雪是最大的国际品牌，凭借其著名品牌，先进的设备、技术，大规模的投入和本地化经营，使得公司在竞争激烈的市场得到蓬勃发展。国内以伊利、蒙牛等大型企业以丰富的奶源、优质的原料，生产满足广大消费者需求的中低档产品，他们的产品也几乎遍布于全国各地。据1999年统计，全国前八名厂商的总产量约25万吨，不到全国市场规模的20%，而占全国市场销售量80%以上的冷饮生产厂商为各地的中小企业，产品以低档和少量中档产品，价格便宜，产品在本地或有限的周边地区销售，为地方性品牌，产品质量不稳定，对于大多数中小民营企业来讲，由于技术基础差，品牌知名度不够，要在长期竞争激烈的市场中生存发展必须引进技术力量，加强经营管理。随着市场竞争的激烈，人才显得越来越重要，有一位企业家?quot;企业以产品为本，产品以质量为本，质量以人才为本，人才以精神为本\"为座右铭，由此可见，企业要在竞争的大潮中求生存，求发展，必须广泛吸收技术开发，经营管理等个方面，展望未来的发展，市场的竞争就是潜力。20xx中国国际(上海)冰淇淋工业展览会将于20xx年11月30-12月2日隆重开幕。

**市场调查报告格式篇六**

市场调查报告的内容结构一般由如下几部分组成：

标题是市场调查报告的题目，一般有两种构成形式：

市场调查报告标题公文式标题，即由调查对象和内容、文种名称组成，例如《关于20xx年全省农村服装销售情况的调查报告》。值得注意的是，实践中常将市场调查报告简化为调查，也是可以的。

市场调查报告标题文章式标题，即用概括的语言形式直接交待调查的.内容或主题，例如《全省城镇居民潜在购买力动向》。实践中，这种类型市场调查报告的标题多采用双题(正副题)的结构形式，更为引人注目，富有吸引力。例如《竞争在今天，希望在明天全国洗衣机用户问卷调查分析报告》、《市场在哪里天津地区三峰轻型客车用户调查》等。

引言又称导语，是市场调查报告正文的前置部分，要写得简明扼要，精炼概括。一般应交待出调查的目的、时间、地点、对象与范围、方法等与调查者自身相关的情况，也可概括市场调查报告的基本观点或结论，以便使读者对全文内容、意义等获得初步了解。然后用一过渡句承上启下，引出主体部分。

这部分是市场调查报告的核心，也是写作的重点和难点所在。它要完整、准确、具体地说明调查的基本情况，进行科学合理地分析预测，在此基础上提出有针对性的对策和建议。

**市场调查报告格式篇七**

策划之前，第一步必须进行的是对目标市场的了解、分析和研究。市场调查报告，或称市场研究报告、市场建议书是广告文案写作的一个要件。阅读市场调研报告的人，一般都是繁忙的企业经营管理者或有关机构负责人，因此，撰写市场调查报告时，要力求条理清楚、言简意赅、易读好懂。

(一)标题

标题和报告日期、委托方、调查方，一般应

打印在扉页上。

关于标题，一般要在与标题同一页，把被调查单位、调查内容明确而具体地表示出来，如《关于哈尔滨市家电市场调查报告》。有的调查报告还采用正、副标题形式，一般正标题表达调查的主题，副标题则具体表明调查的单位和问题。

(二)目录

目录

1、调查设计与组织实施

2、调查对象构成情况简介

3、调查的主要统计结果简介

4、综合分析

5、数据资料汇总表

6、附录

(三)概述

概述主要阐述课题的基本情况，它是按照市场调查课题的顺序将问题展开，并阐述对调查的原始资料进行选择、评价、作出结论、提出建议的原则等。主要包括三方面内容：

第一，简要说明调查目的。即简要地说明调查的由来和委托调查的原因。

第二，简要介绍调查对象和调查内容，包括调查时间、地点、对象、范围、调查要点及所要解答的问题。

第三，简要介绍调查研究的方法。介绍调查研究的`方法，有助于使人确信调查结果的可靠性，因此对所用方法要进行简短叙述，并说明选用方法的原因。例如，是用抽样调查法还是用典型调查法，是用实地调查法还是文案调查法，这些一般是在调查过程中使用的方法。另外，在分析中使用的方法，如指数平滑分析、回归分析、聚类分析等方法都应作简要说明。如果部分内容很多，应有详细的工作技术报告加以说明补充，附在市场调查报告的最后部分的附件中。

(四)正文

正文是市场调查分析报告的主体部分。这部分必须准确阐明全部有关论据，包括问题的提出到引出的结论，论证的全部过程，分析研究问题的方法，还应当有可供市场活动的决策者进行独立思考的全部调查结果和必要的市场信息，以及对这些情况和内容的分析评论。

(五)结论与建议

结论与建议是撰写综合分析报告的主要目的。这部分包括对引言和正文部分所提出的主要内容的总结，提出如何利用已证明为有效的措施和解决某一具体问题可供选择的方案与建议。结论和建议与正文部分的论述要紧密对应，不可以提出无证据的结论，也不要没有结论性意见的论证。

(六)附件

附件是指调查报告正文包含不了或没有提及，但与正文有关必须附加说明的部分。它是对正文报告的补充或更祥尽说明。包括数据汇总表及原始资料背景材料和必要的工作技术报告，例如为调查选定样本的有关细节资料及调查期间所使用的文件副本等。

市场调查报告的主要内容有;

第一，说明调查目的及所要解决的问题。

第二，介绍市场背景资料。

第三，分析的方法。如样本的抽取，资料的收集、整理、分析技术等。

第四，调研数据及其分析。

第五，提出论点。即摆出自己的观点和看法。

第六，论证所提观点的基本理由。

第七，提出解决问题可供选择的建议、方案和步骤。

第八，预测可能遇到的风险、对策

**市场调查报告格式篇八**

市场调查报告，就是根据市场调查、收集、记录、整理和分析市场对商品的需求状况以及与此有关的资料的文书。下面是小编为大家带来的市场调查报告格式范文，欢迎阅读!

标题是市场调查报告的题目，一般有两种构成形式：

市场调查报告标题——文章式标题，即用概括的语言形式直接交待调查的内容或主题，例如《全省城镇居民潜在购买力动向》。实践中，这种类型市场调查报告的标题多采用双题(正副题)的结构形式，更为引人注目，富有吸引力。例如《竞争在今天，希望在明天——全国洗衣机用户问卷调查分析报告》、《市场在哪里——天津地区三峰轻型客车用户调查》等。

引言又称导语，是市场调查报告正文的前置部分，要写得简明扼要，精炼概括。一般应交待出调查的目的、时间、地点、对象与范围、方法等与调查者自身相关的情况，也可概括市场调查报告的基本观点或结论，以便使读者对全文内容、意义等获得初步了解。然后用一过渡句承上启下，引出主体部分。例如一篇题为《关于全市2024年电暖器市场的调查》的市场调查报告，其引言部分写为：“xx市北方调查策划事务所受xx委托，于2024年3月至4月在国内部分省市进行了一次电暖器市场调查。现将调查研究情况汇报如下：”用简要文字交待出了调查的主体身份，调查的时间、对象和范围等要素，并用一过渡句开启下文，写得合乎规范。这部分文字务求精要，切忌啰嗦芜杂;视具体情况，有时亦可省略这一部分，以使行文更趋简洁。

这部分是市场调查报告的核心，也是写作的重点和难点所在。它要完整、准确、具体地说明调查的基本情况，进行科学合理地分析预测，在此基础上提出有针对性的对策和建议。具体包括以下三方面内容：

市场调查报告——情况介绍：市场调查报告的情况介绍，即对调查所获得的基本情况进行介绍，是全文的基础和主要内容，要用叙述和说明相结合的手法，将调查对象的历史和现实情况包括市场占有情况，生产与消费的关系，产品、产量及价格情况等表述清楚。在具体写法上，既可按问题的性质将其归结为几类，采用设立小标题或者撮要显旨的形式;也可以时间为序，或者列示数字、图表或图像等加以说明。无论如何，都要力求做到准确和具体，富有条理性，以便为下文进行分析和提出建议提供坚实充分的依据。

市场调查报告——分析预测：市场调查报告的分析预测，即在对调查所获基本情况进行分析的基础上对市场发展趋势作出预测，它直接影响到有关部门和企业领导的决策行为，因而必须着力写好。要采用议论的手法，对调查所获得的资料条分缕析，进行科学的研究和推断，并据以形成符合事物发展变化规律的结论性意见。用语要富于论断性和针对性，做到析理入微，言简意明，切忌脱离调查所获资料随意发挥，去唱“信天游”。

市场调查报告——营销建议：这层内容是市场调查报告写作目的和宗旨的体现，要在上文调查情况和分析预测的基础上，提出具体的建议和措施，供决策者参考。要注意建议的针对性和可行性，能够切实解决问题。

当今和未来的国际国内竞争，说到底是人才的竞争。当前，欠发达地区人才工作面临新的机遇和挑战。从国际上看，随着经济全球化的发展，人才全球化趋势进一步增强，发达国家凭借强大的经济和科技实力，以优厚的条件在全球范围内加紧吸引人才，包括我国在内的很多发展中国家已成为一些发达国家争夺人才的重要战场，而且现在有急剧蔓延到欠发达地区的倾向，这对我们无疑是一个新的挑战。从国内看，我国加入wto后，人才问题引起各地普遍重视，从欠发达地区看，人才资源特别是高中级人才和专门人才的大量外流，以及现有人才的年龄老化、素质滑坡，已使传统的人才优势逐步丧失，而新的人才优势尚未培育起来，人才队伍建设和人才工作与全国平均水平相比，存在着较大的差距。作为欠发达地区，在激烈的人才争夺战中，如果不加大力度做好人才的培养、吸引、使用工作，那么，在当今和未来的竞争中，我们就将处处被动挨打，并对经济社会发展产生深远的影响。为此，一定要在人才问题上增强忧患意识和危机意识，充分认识人才工作形势的严峻性和紧迫性，增强做好人才工作的历史责任感和使命感，把人才工作提高到战略高度上来研究和部署。

长期看来，虽然中国人才资源配置市场化的进程已展开，并取得了举世瞩目的成果，但由于诸多因素的制约，我国人才的市场化程度还不够高，存在以下几个问题。

一、户籍制度的制约。因为现行的户籍制度，很多毕业的大学生考虑到落实户口，很多人不愿意到私营企业里找自己合适的工作，尤其是北京、上海等大城市落户仍然受到严格限制，这些都严重地制约了人才的跨地域流动，成为影响人才要素市场的重要因素。

二、人事档案制度改革的滞后。传统的人事档案管理制度与我国经济社会发展的不适应之处主要表现在：单一的国有单位人事档案管理模式不适应多种所有制经济组织并存的新形势;现行的“人档分离，收费管理”的流动人员档案管理办法不符合建立统一开放的人才市场的需求;而且传统人事档案的采集利用制度也不符合“国家尊重和保障人权”的要求。

三、人事制度改革尚未完全到位。但是由于全民所有制事业单位专业技术人员与管理人员的辞退、辞职的暂行规定与公务员辞职、辞退的暂行规定的不完善之处，影响了国家机关与事业单位人员的出口，造成了想出去的人出不去，不胜任的人该走却走不了的局面，这些都导致了人才市场供需主体难以完全到位，人才市场运行机制不够健全，市场供求、价格、竞争机制对人才资源配置的调节作用不能充分发挥。

四、人才市场管理体制没有完全理顺。就全国范围而言，很多地方还没有建立起人才流动与人才市场活动的执法检查制度，未对人才流动与人才市场活动实行日常即时性的监督管理，人才市场的就业歧视、职业安全、权益保护问题突出，影响了人才市场的健康发展。相关内容得知，我国人才总量每增长1%，拉动经济增长1.28%,20xx年专业技术人才至少缺1746万报告统计分析表明，人才发展与经济发展有着高度的相关性。从年均增长速度方面考察，1978年至20xx年，人才总量的增长速度年均为7.34%，实际经济总量gdp的增长速度年均为9.38%，经济增长对人才总量增长的弹性系数为1.28，即人才总量每增长1%，拉动经济增长1.28%。

**市场调查报告格式篇九**

调查报告一般由标题和正文两部分组成。

(一)标题。标题可以有两种写法。一种是规范化的标题格式，即“发文主题”加“文种”，基本格式为“xx关于xxxx的调查报告”、“关于xxxx的调查报告”、“xxxx调查”等。另一种是自由式标题，包括陈述式、提问式和正副题结合使用三种。

(二)正文。正文一般分前言、主体、结尾三部分。

1.前言。有几种写法：第一种是写明调查的起因或目的、时间和地点、对象或范围、经过与方法，以及人员组成等调查本身的情况，从中引出中心问题或基本结论来;第二种是写明调查对象的历史背景、大致发展经过、现实状况、主要成绩、突出问题等基本情况，进而提出中心问题或主要观点来;第三种是开门见山，直接概括出调查的结果，如肯定做法、指出问题、提示影响、说明中心内容等。前言起到画龙点睛的作用，要精练概括，直切主题。

2.主体。这是调查报告最主要的部分，这部分详述调查研究的基本情况、做法、经验，以及分析调查研究所得材料中得出的各种具体认识、观点和基本结论。

3.结尾。结尾的写法也比较多，可以提出解决问题的方法、对策或下一步改进工作的建议;或总结全文的主要观点，进一步深化主题;或提出问题，引发人们的进一步思考;或展望前景，发出鼓舞。

**市场调查报告格式篇十**

市场调査报告一般由标题、正文、结尾三部分组成。

文章式标题一般都需指明市场调査的结论或发展的趋势。如xx省进口洗衣机销路不佳”、“阿拉伯妇女喜欢真丝印花绸”，都直接揭示了文章的主要内容，显得精练而又准确。见诸于报刊的市场调蜜报告，其标题往往具有新闻性，在简洁、准确的基础上力求鲜明、生动、结尾是市场调査告的最后一部分，即“落款”。应注明调査单位引人关注。如“拉萨人争购小太阳”是对阳能产品在西藏地区前景预测的文章标题，既准确地反映了市场的情况和今后的发展趋势，又具有动感和形象美，到了很好的效果。

市场调査报告的标题为单行和双行两种类型。

1)、单行标题。单行标题可分为公文式标题和一般的文章式标题。公文式标题由调查的时间期限、地域范围、调査的对象和文章的种类四个因素构成。其特点是简洁明确。

2)、双行标题。双行标题是文章式标题与公文式标题的有机结合。

正文是市场调查报告的主体部分，它往往由前言和主体两部分构成，有的也可省略前言。

1)、前言，即正文的开头。其所写内容大致包括调查的具体时间、地点、对象、方法及效果等;也可以简要介绍调查报告的主要内容及观点。要做到简明扼要，条理清晰，使读者在没有接触正文的主体之前，就对报告的基本内容、方法和意义有个初步了解，以便更好地阅读下文。

2)、主体部分，主要包括调查的具体情况和调查者本人的观点，依据顺序逐次写出调查情况、具体论述、最后建议。

1、调查情况，一般包括历史性情况和当前情况。引用历史情况，主要是为了总结过去的.经验和教训，说明其发展的延续性，及其对当前和未来的影响。重点应放在对当前情况的介绍，如实反映调查对象的现状现貌。这部分的表述可以灵活机动，既可以一目了然，以“条款式”逐条列出，分别叙述;也可以归类写出。由于在这部分里，材料庞杂，信息量大，因此，可以采用多种形式表述，必要时还可以借助于表格或图解。不仅内容要丰富，还要做到条理清晰，并科学、合理地揭示出其内在联系，这不是那么容易的事。所以，在写这部分内容时，不但要多搜集资料，而且要使其恰到好处地得到运用，达到全面具体介绍的目的。

2、具体论述，就是根据上面所介绍的各种情况，进行缜密的推理，从而发现市场运动的规律。论述可长可短，但要针对性强、逻辑性强，而不能牵强附会。

3、最后建议，在论述以后，要适当地提出一些合理化建议。这些建议可以分条写出，具体说明；也可以不作具体解释地笼统写出。但要注意这些建议的可行性，因为这将直接影响企业的经营决策。

名称或调查者本人姓名，同时注明调查报告的写作时间。

市场调査报告的写作要求和技巧与其他公文写作有某些相通之处，但也有它自己的特点，概括来讲，主要有以下几点：

撰写市场调查报告不是凭空编造，不是想当然，而是要用事实说话。因此，在动笔写报告之前，就首先要做好准备工作。准备工作的第一步就是要亲自去市场调查。正所谓“没有调査就没有发言权”，要想写出科学、实用的市场调查报告，必须掌握第一手材料，这是一个特别关键的环节。准备工作的第二步就是在获得大量材料的基础上，去粗取精，去伪存真，把主要的、有代表性的材料提炼出来，使这些有用的资料活生生地印在自己的脑海中。准备工作的最后一步就是构思并列出提纲。在列提纲时，可以从不同思路多列出几个，然后进行分析比较，从中挑选出最好的。

科学、合理、实用是写作市场调查报告的基本要求。如果不具备这三个特点，那么，一篇市场调查报告就没有任何价值，甚至会误导决策者，给企业或其他经济部门带来损失。为此，调査报告的撰写者本人首先就要具有严谨的学风。不浮夸，不偏倚，不歪曲事实，这是写出一篇上乘的市场调査报告的前提。

市场调査报告不是个人日记，不是只给作者本人看的，它是给决策层领导看的。既然是给别人看的，就要让人能看懂，并给人一种阅读时的轻松感。否则，通篇条理不清，行文不畅，东扯一句，西拉一句，就会给人一种读起来很累的感觉，最终别人也不明白你要说明什么，这样的报告无疑是失败的。

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