# 最新行业调研报告格式(优秀8篇)

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2024-04-09

*报告是一种常见的书面形式，用于传达信息、分析问题和提出建议。它在各个领域都有广泛的应用，包括学术研究、商业管理、政府机构等。那么什么样的报告才是有效的呢？下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。行业调研报告格式篇一一、行业简介...*

报告是一种常见的书面形式，用于传达信息、分析问题和提出建议。它在各个领域都有广泛的应用，包括学术研究、商业管理、政府机构等。那么什么样的报告才是有效的呢？下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。

**行业调研报告格式篇一**

一、行业简介

化工行业为化学原料及化学制品制造业的简称，是国民经济中的重要组成部分。根据《国民经济行业分类》（gb/t4754-20\*\*）对化学原料及化学制品制造业的描述，化工行业具体可分为：基础化学原料制造、肥料制造、农药制造、涂料、油墨、颜料及类似产品制造、合成材料制造、专用化学品制造、日用化学产品制造等众多与民众生活细细相关的产业。

20\*\*的金融危机严重影响了化工行业，受需求减少和市场悲观的影响，各个企业的产销量持续下降，大部分企业出现了严重亏损。不过20\*\*年以来，由于经济整体回暖，需求恢复性增长及原材料成本上涨带动产品价格上涨，企业开工率普遍上升等因素化工行业利润回升势头明显，企业亏损额大幅降低，多数企业逐步扭亏为盈。

二、化学原料及化学制品制造业运行现状

至20\*\*年2月，我国从事化学原料及化学制品制造业的企业共有22757家，从业人员达到1200万人，累计产品销售收入达到4190.59亿元。虽然经历了20\*\*年国际金融危机的影响但是至20\*\*年2月，从事该行业的企业增加到28547家，但是从业人员相比20\*\*年初略有减少，不过累计产品销售收入也达到了5753.35亿元。产业资产累计更是从20\*\*年2月的22081.14亿元达到了20\*\*年2月的30722.06亿元。

20\*\*年以来，我国化学原料及化学制品制造业资产规模和销售收入等均较上一年同期有显著提高。据统计，1~2月，行业累计实现产品销售收入5753.55亿元，同比增长42.97%，增速比上年同期上升了50.36%。至20\*\*年6月，我国化学原料及化学制品制造业的总资产、企业数以及从业人员同比都有显著增加。行业规模正在迅速发展壮大。

由于宏观经济持续回升的影响，20\*\*年的第一季度，我国的化学原料及化学制品制造业累计工业销售产值为8621.51亿元，同比增长42.15%，增速比去年同期上升46.32%。

20\*\*年第一季度，随着上游原材料价格的回升以及劳动力成本的增加，化学原料及化学制品制造业成品销售总额同比显著增加，但是由于企业提高产品销售价格企业效益也得到了一定程度的提高。大多数企业逐渐摆脱经济危机的影响，进入正常的发展轨道。

随着形式的好转，投资者的信心也逐渐增强，20\*\*年第一季度，我国化学原料及化学制品制造业累计固定资产投资为938.43亿元，同比增长16.30%,增幅比去年同期下降了24.30%，增幅低于同期制造业投资总额增幅，这可能与国家对于产能调整的宏观调控有关。

总体来说，经过了数十年的发展，我国的化学原料及化学制品制造业已经具有相当

的规模，虽然经过了20\*\*年的金融危机的影响但是现在已经全面复苏。随着金融危机对相关行业的影响逐渐消退，可以预见，在未来的几年，我国的化学原料及化学制品制造业一定遇到一个更大的发展机遇。

三、行业主要产品市场供求分析

20\*\*年一季度，化学原料及化学制品制造业的产品产量呈现持续快速增长的局面，绝大多数重点产品的产量显著增加。虽然产品产量的增加有上年同期产量较低的因素影响但是不可否认的是由于经济环境的改好、产品价格的上升的因素刺激着企业开工率的加速回升。相比于20\*\*年全年的增速，今年第一季度提高明显，这也有下游产业复苏，产品需求增大等因素的影响。

根据调查显示，20\*\*年一季度，化工类产品中以无机碱和部分有机产品的产量增速较快，如浓硝酸、电石、精甲醇和冰醋酸产量同比增速均在30%以上，精甲醇和冰醋酸的产量增速甚至分别达到70.4%和42.4%，二上面同期两种产品增速均为负值。但是在产量普遍增加的大环境下也有像合成橡胶、合成纤维聚合物之类的产品产量出现了微量的下降。

20\*\*年第一季度，世界经济已经停止下滑势头，逐渐企稳复苏，我国外贸总体环境趋于改善，化工行业进出口贸易也出现了恢复性增长。20\*\*年第一季度，我国化工行业进出口总额为579.2亿元，同比增长51.6%，相比于去年同期的负增幅有了很大的进步。但是整体来说进口大于出口，出现了较大的贸易逆差。这可能是因为世界经济的复苏速度慢于国内经济的恢复，同时经济危机也导致了一部分国际设置了贸易壁垒。但是从长远来讲，进出口贸易的复苏和发展势头不可阻挡。从地域上来看，由于传统区域发展的倾斜，东部沿海省市的进出口量远大于中西部地区，但是随着西部大开发的进行，相信西部的化学原料及化学制品制造业也会迅速发展。

20\*\*年第一季度，由于能源和大宗原材料的价格大幅上涨、产品需求加快恢复已经宏观经济预期向好，化工产品的价格总水平得以继续提高，但是部分产品价格上升较为缓慢，产品价格低于预期，仍有上升的空间。

四、重点地区产业运行现状

由于化学原料及化学制品制造业需要有充足的原料供应、稳定的市场需求、丰富廉价的劳动力、宽裕的市场环境、便利的交通运输等要素，所以在油田煤矿分布丰富，社会发展迅速的东部沿海地区化学原料及化学制品制造业发展迅速。20\*\*年一季度，我国化学原料及化学制品制造业累计实现产品销售5753.35亿元，其中累计销售前五名的省（市、区）是江苏、山东、广东、浙江、上海，其累计实现产品销售收入合计约占全国总额的比重为60.29%。同时这些地区对产品的消耗也占了全国总量的很大比重。

煤炭资源，丰富廉价的劳动力，在加上国家对中西部地区的政策支持，相信不久的将来中西部的化学原料和化学制品制造业一定会得到迅猛发展。

五、市场竞争现状

截止至20\*\*年2月份，全国共有从事化学原料和化学制品制造业的企业共有28000余家，这其中按照企业规模可以分为大型企业、中型企业和小型企业。企业数目呈现金字塔形，同时企业的常量、销售额、利润等也呈现金字塔形。

20\*\*年第一季度，在全国的化学材料和化学制品制造业的累积销售收入中，大型企业占的比例约为20%，中型企业约占30%，最大的比重来自于众多的小型企业，约占全国总销售额的一般左右。而比较利润，20\*\*年第一季度，大型企业的利润额占到全国该行业利润总额的12.5%，中型企业占到35.5%，小型企业只占到52%。由此可见，大型企业的生产销售成本较高，单位销售所带来的利润远低于国内平均水平，而中型企业却相反，利润率较高。

化学原料和化学制品制造业在过去的二十年间一直处在高速发展的快车道上，企业数目一直持续增长，特别是经历了20\*\*年金融危机以后，会有更多的资金投入到该行业之中，是必要加剧行业间的竞争。但是作为一个与国民生活、工农生产息息相关的行业，只要坚持正确的发展道路，明确定位就一定可以得到更大的发展。

六、行业发展环境和市场展望

由于该行业在国民生产生活中的重要作用，国家对于化学原料和化学制品制造业进行了较强的政策控制。一方面扶持大型企业，坚持产能优化淘汰落后产能，实现低碳工业，另一方面又进行了地域倾斜，重点照顾了欠发展的中西部地区。

20\*\*年1月12日，发改委发布《促进中部地区崛起规划》。该规划为中部6省市的化学原料和化学制品制造业的发展指明了方向提出了要求。同时也对一些中部地区的重点项目给予了充分的支持。该规划的发布将促进中西互动、优势互补、相互促进、共同发展的新格局的形成。这也是中部地区发展化学原料和化学制品制造业的一个绝好机会。

20\*\*年以来，经过国家积极的宏观调控，很好的消除的经济危机对我国化学原料和化学制品制造业的恶劣影响。从20\*\*年第一季度的数据来看，我国的化学原料和化学制品制造业已经度过了最艰难的时期，开始反弹。这是一个化工企业有弱变强振兴复苏的过渡时期。在将来化工业的前景会是很光明的。

但是也应该看到，美好的前景下经济危机也暴露了化学原料和化学制品制造业一些问题。如何调整产业结构，如何节约产能，降低能耗，如何应对国际市场的萎缩，如何面对愈加残酷的竞争，这些都需要我们的企业认真思考做足准备。

（二）

玩具生产加工是\*\*市的传统特色产业，随着外向型经济的发展，玩具行业与国际行情的依存度逐年加大，截止20\*\*年底，全市从事外贸玩具生产企业达257家。但今年以来，随着国际金融危机的不断加深以及国内经济运行矛盾加大，\*\*市玩具企业也陷入了前所未有的困境。

一、\*\*市玩具行业运行现状

1、出口大幅下降。受国际市场需求那一世小说网穿越小说网言情小说网免费小说网减弱、人民币升值、原材料价格和劳动力成本上升等因素影响，\*\*市玩具行业形势严峻，出口销售呈持续负增长态势。从五家玩具样本企业调查数据看，今年1-9月份全部销售收入为8656万元，比去年同期下降43.8%，其中免抵退销售收入5321.1万元，同比下降达51.8%。如降幅最大的盐城彩虹工艺品有限公司，20\*\*年1-9月份免抵退销售收入5481.5万元，而今年1-9月份免抵退销售收入仅468.4万元，比去年同期净减少5013万元，降幅高达91.5%。

2、效益负向增长。今年以来，该市玩具企业经营效益大幅下滑。从5家样本企业调查看，1－9月份利润总额呈负增长态势。由于该市玩具企业大部分均兼做纺织品，从8月份开始，纺织品出口退税率提高了2个百分点，加之部分企业已基本消化了前期订单，新的订单价格有所上升，因此，9月份，企业的利润总额回升，然而累计亏损仍十分严重。如前面提及的盐城彩虹工艺品有限公司1－9月份累计亏损人民币206.8万元，其中9月份赢利0.93万元，而去年1－9月份赢利123.09万元。用该企业负责人的话说：从事玩具行业20多年，第一次遭遇到如此巨大的困难。

3、入库税金骤减。今年以来，玩具企业入库税金较上年同期下降较为严重。从五户玩具样本企业看，今年1－9月份累计入库增值税和企业所得税413.99万元，其中免抵调库收入为271.49万元，而上年同期入库税款和调库数分别为905.11万元和746.44万元，降幅分别达54.26%和63.63%。

4、企业关停严重。该市玩具行业大多系中小企业，对政策和环境应变能力相对较弱，抗风险能力较差。随着国内外经济环境趋紧，企业生产经营每况愈下。一些为大企业提供配套服务的小型玩具加工企业，一方面自身不断上升的`成本因素难以消化，加之上游企业拖欠资金严重，引发大量的加工型小玩具企业退出了市场竞争，截止20\*\*年9月底，该市已有约三分之一的玩具企业关停。

尽管玩具企业举步维艰，但现存的大多数企业仍选择艰难的负亏经营，其主要原因：一是玩具行业属劳动密集型企业，一旦企业停产，熟练工人将大量外流；二是企业停产将失去长期以来建立的客户群，这对企业将是致命的。因此，从20\*\*年11月1日起调高玩具商品的出口退税率的税收政策，对出口玩具企业无疑是雪中送炭。

二、玩具企业面临困境的主要原因

进口商品需求则大幅减少。如\*\*市创意工艺品有限公司3月份出口美国一笔50万美元玩具，而美国进口商已于近期宣布破产，导致该笔货款将无法收回。

2、汇兑损失继续扩大。玩具行业属劳动密集性产业，出口最大的优势在于价格低廉，行业平均利润率仅2—3%，因此，对汇率的变化非常敏感。汇改以来，人民币相对美元累计升值达21%，以外贸生产为主的玩具企业利润被汇率波动吞噬严重。今年以来，为防范美元的持续贬值，不少玩具企业改由相对坚挺的欧元结汇，然而，下半年欧元的汇率下跌严重并超过同期的美元，欧元汇率由年初的11跌至目前的8.94，去年以美元计价的玩具企业损失惨重，而今年改由欧元计价同样遭受重大损失。

3、贸易壁垒频增。今年以来，欧盟、美国、日本等近40个国家和地区纷纷出台新安全环保标准，特别是美国《20\*\*年消费品安全改进法案》中玩具“含铅禁令”和“强制第三方认证”的通过并生效，进一步提高了玩具的准入门槛，玩具出口的检测费用大幅飙升，使得国内玩具行业雪上加霜。如，过去一份检测报告能多批次使用，而现在要对每一批合同、每一种玩具的所有用料和零配件进行分次检测，仅此一项较过去平均增加费用10倍以上，约人民币10万元。

4、经营成本上升。去年以来，玩具企业的经营成本增速惊人，主要表现在两个方面：一是原材料大幅上涨。如截止今年月底，玩具常用的面料毛绒和短毛绒每米增加了0.5—1元，pp棉每吨上涨200元，pe袋每吨上涨3000元。以\*\*市神龙玩具有限公司20\*\*年全年用量来测算，300万米毛绒用量和500吨pp棉用量就增加成本300多万元。二是人工成本大幅增加。20\*\*年新《劳动合同法》正式实施，明确了最低工资保障和劳动用工报酬，从而规范了企业用工行为。而该政策的出台对于劳动用工欠规范的小型玩具企业来说，劳动力成本则增加可观。\*\*市属非廉价生产区，新《劳动合同法》实施后，仅工伤和养老金保险两项费用就增加1980元/人，加之今年以来工人正常的调增工资，截止9月份，辖内玩具企业用工成本平均增加26.5%。如：现有工人280人的\*\*市创意工艺品有限公司，那一世小说网穿越小说网言情小说网免费小说网去年劳动力成本为292万元，经预测今年将达到400万元，年增长约37%。

5、出口退税率下调。20\*\*年7月，国家将玩具产品出口退税率由13%降至11%，玩具企业颇受冲击。从五户样本企业办理的出口退税情况，今年1－9月份仅办理出口退税170.55万元，而去年同期为842.92万元，退税数仅占去年的五分之一。因此，今年11月1日起开始实施的玩具行业提高出口退税率至14%的举措，对于支持玩具企业通过降本增利克服经营困难，增强企业抵御市场风险能力，必将起着积极的作用。

三、玩具企业生存和发展的对策与建议

为应对国际金融危机加深的挑战和解决经济运行中的突出问题，党中央、国务院果断决策，酝酿并实施积极的财政政策和适度宽松的货币政策，进一步加大扩大国内需求，这无疑将给艰难中的中小企业带来发展的转机。政府、企业和税务部门三家都要积极行动起来。

值等对企业生产经营和进出口市场所造成的影响，引导企业及时采取应变措施，调整经营策略。二要加强企业的风险监测。对玩具行业经营方向的变化、经营者的思想动态、生产经营发生重大变化的，要及时进行跟踪管理，分析、提醒和引导企业防范经营风险。三要加强市场规范和监管。特别要防止物价过快上涨，以及搭车涨价、乱涨价等现象的发生，使物价保持在合理水平，为出口企业生产经营创造良好的外部环境。

企业—调整经营策略，强化内部管理。如何应对复杂多变的国内外形势，迅速走出困境，关键还在玩具企业自身对营销策略的把持。一是扩大营销视野，寻求全球市场。该市的玩具产品主要以出口欧美市场为主，建议在保留欧美市场的同时，积极寻求新兴出口市场，向大洋洲、非洲等国家地区进军。与此同时，要积极拓展国内市场，要抓住国内消费升级的契机，不断开辟新的国内市场，为内需提供新的产品和服务。二是主动应对变化，调整对外议价。调查中发现，该市部分较大的老玩具企业在目前全球经济动荡情形下，既不敢接受国外新客户的订单，对老客户又不敢冒然议价，因此不仅丧失了新客户群，也错失了通过产品议价形式与上下游客户共担风险的机会。三是加快自主创新，提高产品档次。企业应注重内部管理挖潜，通过加大科技投入、优化产品结构，增加玩具产品附加值和档次，变贴牌产品为自有产品，以此来提高自身的竞争力。

税务部门—强化纳税服务，帮助企业摆脱困境。一是提供税收政策服务。在最新的出口退税、增值税转型等政策解读方面，在企业调整产品结构、更新技术过程中发生的机器设备更新、高新技术研发、库存产品处理等涉及税收优惠政策的问题上，国税机关要积极主动为企业提供政策性指导。二是简化优化办税流程。要切实加快出口退税审核审批以及退税的进度，为玩具出口企业提供充足的资金保证；三是努力提供特色服务。如：建立出口退税申报提醒制度，按月发布即将到期海关电子信息，提醒企业及时按期申报；加快退税频率，可能的情况下实行每月多次退库的办法等等，以优质的服务千方百计帮助玩具企业渡过难关。

一、行业概况

1、行业简介 行业名称：

1、市场容量

2、市场增长率、需求增长率 3、产品的技术水平 4、产品品种

5、竞争者数量及进出壁垒

竞争方式（价格、质量、服务、品牌）、激烈程度 2、新进入者的威胁

进入壁垒（政策、特许、自然垄断、规模经济、资金、技术、资源供应）

行业分析报告

3、供应链分析

上游-行业状况、资源供应状况、供应品可替代性及重要性、供应者集中度； 本行业对供应商的依赖度分析（行业需要的技能、资源、利润来源是否与供应商关系密切）

供应商对本行业的依赖度分析（供应商成功需要的资源、利润来源是否与本行业关系密切，供应商的替代性，本行业是否是唯一的采购者）

4、替代产品的可替代性分析

行业产品替代品的种类、涉及行业；

替代品替代行业产品的规模、增长率；

替代品与行业产品的优劣比较、替代性分析（技术上和成本上的可替代性）

五、行业发展的影响因素

1、行业对资源和技术的要求（资金密集型、劳动密集型、技术密集型）

2、行业技术发展趋势、技术进步前景

3、国家宏观政策对于行业的影响（鼓励、限制、无影响）

4、行业技术发展趋势

国际技术走向、发展前景分析

国际技术领先的国家、公司的名称、简介、技术领先之处

国内技术水平、发展趋势、与国外的技术差距

国内技术领先公司的名称、简介、技术领先之处

5、其他可能存在的制约因素（资源约束、环保要求、其他要求）

六、行业主要厂商分析

1、基本情况

公司名称，公司股权结构，公司资产规模，公司业务范围，公司主要产品。

2、高层经理情况

董事会、总经理、副总经理等主要成员姓名、年龄、背景资料

3、公司财务分析

公司近年主要财务指标及财务报表，财务状况分析

4、公司业务分析

公司业务类别，收入结构，各业务利润率水平，公司利润来源分析

1

行业分析报告

5、公司人力资源分析

人力资源分析：员工数、人员构成、技术人员比例等

6、公司发展前景

公司发展方向、战略前景、战略目标

说明：本模板列出行业资料收集、行业分析的思路和框架，分析员可按照此框架开展工作，也可在此基础上做针对行业特点的局部结构调整。

2

市场调查报告是在对目标市场了解、分析及研究的基础上做出的，一般是为企业的经营管理者或者是相关机构负责人阅读的，因此，在写市场调查报告时，一定要要言简意赅、条理清晰。调查报告是方法、手段，一定要通过这些资料为决策提供依据。

一、市场调查报告格式

市场调查报告的格式一般由：标题、目录、概述、正文、结论与建议、附件等几部分组成。

(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。

二、市场调查报告的内容

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。

市场调查报告写作范文

[例文] ××市居民家庭饮食消费状况调查报告

为了深入了解本市居民家庭在酒类市场及餐饮类市场的消费情况，特进行此次调查。调查由本市某大学承担，调查时间是2024年7月至8月，调查方式为问卷式访问调查，本次调查选取的样本总数是2024户。各项调查工作结束后，该大学将调查内容予以总结，其调查报告如下：

一、调查对象的基本情况

(一)样品类属情况。在有效样本户中，工人320户，占总数比例18.2%;农民130户，占总数比例7.4%;教师200户，占总数比例11.4%;机关干部190户，占总数比例10.8%;个体户220户，占总数比例12.5%;经理150户，占总数比例8.52%;科研人员50户，占总数比例2.84%;待业户90户，占总数比例5.1%;医生20户，占总数比例1.14%;其他260户，占总数比例14.77%。

(二)家庭收入情况。本次调查结果显示，从本市总的消费水平来看，相当一部分居民还达不到小康水平，大部分的人均收入在1000元左右，样本中只有约2.3%的消费者收入在2024元以上。因此，可以初步得出结论，本市总的消费水平较低，商家在定价的时候要特别慎重。

二、专门调查部分

(一)酒类产品的消费情况

1、白酒比红酒消费量大。分析其原因，一是白酒除了顾客自己消费以外，用于送礼的较多，而红酒主要用于自己消费;二是商家做广告也多数是白酒广告，红酒的广告很少。这直接导致白酒的市场大于红酒的市场。

2、白酒消费多元化。

(1)从买白酒的用途来看，约52.84%的消费者用来自己消费，约27.84%的消费者用来送礼，其余的是随机性很大的消费者。

买酒用于自己消费的消费者，其价格大部分在20元以下，其中10元以下的约占26.7%，10～20元的占22.73%，从品牌上来说，稻花香、洋河、汤沟酒相对看好，尤其是汤沟酒，约占18.75%，这也许跟消费者的地方情结有关。从红酒的消费情况来看，大部分价格也都集中在10～20元之间，其中，10元以下的占10.23%，价格档次越高，购买力相对越低。从品牌上来说，以花果山、张裕、山楂酒为主。

价位，选择80元以上的约5.11%。总之，从以上的消费情况来看，消费者的消费水平基本上决定了酒类市场的规模。

(2)购买因素比较鲜明，调查资料显示，消费者关注的因素依次为价格、品牌、质量、包装、广告、酒精度，这样就可以得出结论，生产厂商的合理定价是十分重要的，创名牌、求质量、巧包装、做好广告也很重要。

(3)顾客忠诚度调查表明，经常换品牌的消费者占样本总数的32.95%，偶尔换的占

43.75%，对新品牌的酒持喜欢态度的占样本总数的32.39%，持无所谓态度的占52.27%，明确表示不喜欢的占3.4%。可以看出，一旦某个品牌在消费者心目中形成，是很难改变的，因此，厂商应在树立企业形象、争创名牌上狠下功夫，这对企业的发展十分重要。

(4)动因分析。主要在于消费者自己的选择，其次是广告宣传，然后是亲友介绍，最后才是营业员推荐。不难发现，怎样吸引消费者的注意力，对于企业来说是关键，怎样做好广告宣传，消费者的口碑如何建立，将直接影响酒类市场的规模。而对于商家来说，营业员的素质也应重视，因为其对酒类产品的销售有着一定的影响作用。

(二)饮食类产品的消费情况。

本次调查主要针对一些饮食消费场所和消费者比较喜欢的饮食进行，调查表明，消费有以下几个重要特点：

1、消费者认为最好的酒店不是最佳选择，而最常去的酒店往往又不是最好的酒店，消费者最常去的酒店大部分是中档的，这与本市居民的消费水平是相适应的，现将几个主要酒店比较如下：

泰福大酒店是大家最看好的，约有31.82%的消费者选择它，其次是望海楼和明珠大酒店，都是10.23%，然后是锦花宾馆。调查中我们发现，云天宾馆虽然说是比较好的，但由于这个宾馆的特殊性，只有举办大型会议时使用，或者是贵宾、政府政要才可以进入，所以调查中作为普通消费者的调查对象很少会选择云天宾馆。

2、消费者大多选择在自己工作或住所的周围，有一定的区域性。虽然在酒店的选择上有很大的随机性，但也并非绝对如此，例如，长城酒楼、淮扬酒楼，也有一定的远距离消费者惠顾。

、消费者追求时尚消费，如对手抓龙虾、糖醋排骨、糖醋里脊、宫爆鸡丁的消费比较多，特别是手抓龙虾，在调查样本总数中约占26.14%，以绝对优势占领餐饮类市场。

4、近年来，海鲜与火锅成为市民饮食市场的两个亮点，市场潜力很大，目前的消费量也很大。调查显示，表示喜欢海鲜的占样本总数的60.8%，喜欢火锅的约占51.14%，在对季节的调查中，喜欢在夏季吃火锅的约有81.83%，在冬天的约为36.93%，火锅不但在冬季有很大的市场，在夏季也有较大的市场潜力。目前，本市的火锅店和海鲜馆遍布街头，形成居民消费的一大景观和特色。

三、结论和建议

(一)结论

1、本市的居民消费水平还不算太高，属于中等消费水平，平均收入在1000元左右，相当一部分居民还没有达到小康水平。

2、居民在酒类产品消费上主要是用于自己消费，并且以白酒居多，红酒的消费比较少，用于个人消费的酒品，无论是白酒还是红酒，其品牌以家乡酒为主。

3、消费者在买酒时多注重酒的价格、质量、包装和宣传，也有相当一部分消费者持无所谓的态度。对新牌子的酒认知度较高。

4、对酒店的消费，主要集中在中档消费水平上，火锅和海鲜的消费潜力较大，并且已经有相当大的消费市场。

(二)建议

1、商家在组织货品时要根据市场的变化制定相应的营销策略。

2、对消费者较多选择本地酒的情况，政府和商家应采取积极措施引导消费者的消费，实现城市消费的良性循环。

**行业调研报告格式篇二**

随着全球经济一体化进程的加快，世界各国已经越来越深刻地认识到，要想在未来经济竞争中占有一席之地，要想使综合国力增强，一方面需要高层次的创新人才，另一方面更需要大批有文化、有知识、能够将先进科技成果转化为现实生产力的高素质的技术、技能型高级人才。重视和发展高等职业教育，已经成为世界各国提高劳动者素质和实现现代化的迫切要求。

我校平面设计专业自20xx年开办以来已有9年办学历史，目前14级学生在校外实习，15级学生有5个班，面对日益剧烈的人才竞争及平面设计人才高素质、现代化的要求，提高平面设计人才的职业化教育综合水平至关重要。

二、调研目的及意义

本次调研的目的是了解我国计算机平面设计相关产业发展现状和未来发展 趋势，明确经济建设与社会发展对本专业人才的需求情况，更好地把握办学方向，找准人才培养定位，了解职业能力，获取岗位工作任务，合理开发课程与教学内容，落实实践教学条件和教师培养方向，为探索适合本专业高职层次专业教学课程体系奠定基础。通过调研，为计算机平面设计专业教学指导方案的编写工作提供基础资料和依据，使本专业能更好地为区域经济服务。

三、调研对象

调研对象主要有计算机平面设计相关企业、开设同类专业的职业院校和培训机构。 企业方面：对北京、天津、上海、山东、山西、浙江等多家用人企业进行了问卷调查、参观考察和走访座谈，接受调研的企业涉及广告公司、室内装饰公司、网络推广和运营公司、摄影机构、印刷公司、报社等，这些公司经营内容不尽相同，但是都与计算机平面设计息息相关。

勤 学 知 礼 负 责 守 纪

构进行了问卷调研或参观考察，接受调研的学校主要涉及计算机平面设计专业平面广告设计与制作。

四、调研方法

参与本次调研的共有8名老师，这些老师均为本专业的授课教师，项目组成员分别采用了文献查询、问卷调查、专题会议、走访座谈、参观考察等方法，进行扎实有效、切合实际的调研工作。

为了方便调研工作的开展，将项目组成员划分为8个课题小组，每个课题小组选定一位老师作为课题负责人。项目总负责人根据调研的任务和内容，起草拟定了调查问卷的相关问题，分别涉及企业人才需求调查、计算机平面设计专业毕业生情况调查、计算机平面设计专业在校生情况调查等，经专家审核修改后发放给调研人员，开展调研工作。

五、调研内容

首先感谢您能花时间和精力来认真填写这份问卷，该问卷调查意在获取当代平面设计人才需求情况和工作岗位具备的能力素质需求情况，调查结果为长清区职业中专平面设计专业课程设置的改进提供价值依据，希望您提供宝贵的信息和意见。

**行业调研报告格式篇三**

随着市场竞争的日益激烈，行业市场调研成为了企业制定战略和决策的重要依据。近期，我有幸参与了一份行业市场调研报告的撰写工作，并深刻认识到了该过程对企业发展的重要性。在这次经历中，我深感市场调研不仅是搜集数据和信息的过程，更是一种全面了解和洞察市场的过程。在撰写报告的过程中，我积累了不少心得体会，下面将与大家分享。

首先，在进行行业市场调研报告撰写之前，必须进行全面的市场调研工作。市场调研是了解市场环境和行业现状的重要手段，只有深入了解市场需求和竞争对手的情况，才能够为企业提供真实可靠的市场分析和建议。在我们的调研报告中，我们聚焦于目标市场的规模、增长趋势、市场份额和竞争对手等方面进行了深入调查。通过与行业内专家的交流、访谈，我们不仅拥有了第一手的市场信息，还对行业未来的发展趋势有了较为清晰的认识。这些全面的调研工作为最终的报告撰写提供了坚实的基础。

其次，在撰写行业市场调研报告时，要注重数据的准确性和客观性。数据是报告的核心，也是决策者制定战略和决策的重要依据。因此，在数据收集和整理上应尽量使用科学的方法和可靠的数据来源，避免主观臆断和误导性数据的介入。在我们的调研报告中，我们借助大数据分析工具对市场份额、销售额、用户画像等数据进行了准确的统计和分析。同时，我们也运用了客观的市场调研方法，如问卷调查和实地观察，以获取真实的市场数据和用户反馈。只有准确的数据才能使报告更有说服力，为企业提供正确的判断和决策。

第三，在撰写行业市场调研报告过程中，要注重对市场机遇和挑战的评估。市场调研的目的就是为了帮助企业了解市场的机遇和挑战，并为其提供相应的策略和建议。因此，在报告中必须对市场趋势、未来发展和竞争对手的优势进行详细评估和分析。在我们的报告中，我们不仅对市场的增长潜力进行了分析，还对市场发展的主要因素和趋势进行了研究。同时，我们还对竞争对手的产品、价格、渠道等方面进行了深入剖析，以帮助企业更好地把握市场机遇和规避挑战。

第四，在撰写行业市场调研报告时，要注意报告的清晰结构和简练表达。一份好的报告应该以简洁明了、重点突出的方式进行呈现，以便决策者能快速理解和吸收。在我们的报告中，我们采用了分章节、分重点的方式撰写，并利用图表和数据图示的方式展示结果和分析。通过这种方式，我们不仅提高了报告的可读性，还使决策者更好地理解和使用我们的调研结果，为企业的发展提供了有力的支持。

最后，行业市场调研报告的撰写是一个团队合作的过程。每个组员都要承担一定的任务和责任，并与其他成员进行紧密合作和协调。在我们的团队中，我们明确了每个成员的角色和任务，并进行了有效的沟通和协作。每个组员都能够充分发挥自己的优势，最终形成一份全面准确的调研报告。团队合作不仅提高了报告的质量，也培养了我们的团队协作能力和沟通能力。

通过这次行业市场调研的经历，我深刻体会到了市场调研对企业发展的重要性。只有深入了解市场需求、把握市场机遇和挑战，才能制定出确切的发展策略和决策。同时，在撰写报告过程中，要注重数据的准确性和客观性，以及报告的结构和简洁表达。最重要的是，团队合作和协作能力是撰写一份优秀调研报告的关键因素。这次经历不仅使我对市场调研有了更深入的认识，也提高了我的团队合作和沟通能力，为我未来的职业发展奠定了坚实的基础。

**行业调研报告格式篇四**

企业物流仍然是全社会物流活动的重点，专业化物流服务需求已初露端倪。

随着买方市场的形成，企业对物流领域中存在的“第三利润源”开始有了比较深刻的认识，优化企业内部物流管理，降低物流成本成为目前多数国内企业最为强烈的愿望和要求，并成为当前全社会物流活动的重点。

与此同时，专业化的物流服务需求已经出现且发展势头极为迅速。其中在中国从事生产、销售及采购活动的跨国公司和国内优势企业对专业化物流服务的需求发展迅速，成为带动我国物流产业发展的一个十分重要的市场基础。此外一些新兴的经济领域，如私营企业、快速服务行业以及电子商务领域等，也产生和存在着一定规模的物流服务需求。

我国经济中出现的许多物流企业，主要由三部分构成，一是国际物流企业，这些国际物流公司一方面为其原有的客户跨国公司进入中国市场提供延伸物流服务，另一方面，针对中国市场正在生成和发展的专业化物流服务需求提供服务。

二是由传统运输、储运及批发贸易企业转变形成的物流企业。它们依托原有的物流业务基础和在客户、设施、经营网络等方面的优势，通过不断拓展和延伸其物流服务，逐步向现代物流企业转化。

三是新兴的专业化物流企业。这些企业依靠灵活的竞争策略和对专业化物流的认识，在市场竞争中发展较快，成为我国物流产业发展中一个不容忽视的力量。

在物流企业不断涌现并快速发展的同时，多样化的物流服务形式也有了一定程度的发展。一方面围绕货运代理、商业配送、多式联运、社会化储运服务、流通加工等物流职能和环节的专业化物流服务发展比较迅速。另一方面是正在起步的系统化物流服务或全程物流服务，即由物流企业为生产、流通企业提供从物流方案设计到全程流程的组织与实施的物流服务。

目前我国已经在交通运输、仓储设施、信息通讯、货物包装与搬运等物流基础设施和装备方面取得了长足的发展，为物流产业的发展奠定了必要的物质基础。

在储运设施方面，我国目前已经建成了由铁路运输、公路运输、水路运输、航空运输和管道运输5个部分组成的综合运输体系，运输线路和场站建设方面以及运输车辆及装备方面都有较大的发展。在仓储设施方面，除运输部门的货运枢纽和场站等仓储设施外，我国商业、物资、外贸、粮食、军队等行业中的仓储设施相对集中，近年来发展比较迅速，年投资规模出现了快速增长趋势。

在信息通讯方面，目前我国已拥有电信网络干线光缆超过30万公里，并已基本形成以光缆为主体，以数字微波和卫星通讯为辅助手段的大容量数字干线传输网络，其覆盖范围包括全国地市以上城市和90%的县级市及大部分乡镇，并与世界主要国际信息网络连通。此外edi、erp、mrp、gps等一些围绕物流信息交流、管理和控制的技术也得到了广泛的应用，在一定程度上提高了我国物流信息管理水平，促进物流效率的提高。

在包装与搬运设施方面，现代包装技术和货物搬运技术在我国已有广泛的应用，在一定程度上改善了我国物流活动中的货物运输的散乱状况和传统的手工搬运方式，并且带动了包装、搬运等机械设备制造业的发展。

目前深圳、北京、天津、上海、广州、山东等地政府极为重视本地区物流产业发展，并已开始着手研究和制定地区物流发展的规划和有关促进政策。其中，深圳市已明确将物流产业作为支持深圳市二十一世纪经济发展的三大支柱产业之一，并初步制定了物流产业发展的策略；北京市就物流产业发展所需要的物流设施系统进行了比较全面的研究和规划；天津市也根据其城市功能定位和物流经济发展的需要正在积极研究制定天津现代物流发展纲要。

中央政府有关部门，如国家经贸委、国家计委、交通部、外经贸部等，也从不同角度关注着我国物流产业的发展，并积极地研究促进物流产业发展的有关政策。

物流业已成为国际经济体系的重要组成部分。现代物流是经济全球化的产物，也是推动经济全球化的重要服务业。近年来，世界现代物流业呈稳步增长态势，欧洲、美国、日本成当前全球范围内的重要物流基地。

中国物流行业起步较晚，随着国民经济的飞速发展，物流业的市场需求持续扩大。进入21世纪以来，在国家继续加强和改善宏观调控政策的影响下，中国物流行业保持较快增长速度，物流体系不断完善，行业运行日益成熟和规范。

xx年中国物流业持续快速发展，物流需求规模进一步扩大，物流业增加值较快增长，社会物流总费用增速加快，与gdp比率略有上升。全国社社会物流总费用为45406亿元，同比增长18。2%，增幅比xx年提高4。7个百分点。

xx年，雨雪冰冻和汶川地震两大自然灾害，北京奥运交通限行和环境整治，油价剧烈波动和燃油税出台，都对物流业带来影响，特别是国际金融危机对物流业的冲击。在严峻形势下，中国物流业增速放缓，但行业总体发展仍保持增长。xx年12月，国家海关总署、财政部、国家税务总局和外汇局联合发文，正式批准设立上海西北物流园区等17个保税物流中心，进一步推动国内物流园区的发展壮大。

当前国际金融危机对中国宏观经济的影响仍在持续，中国宏观经济增速趋缓，物流行业遭受一定冲击。但随着政府各类“扩内需、保增长”政策的陆续出台，中国经济有望继续保持平稳较快增长，物流行业的市场前景也开始逐步好转，农村物流、零售业物流等细分市场成为投资热点。

“xx”乃至未来更长时期，中国物流产业将进入更高层次的发展阶段，并呈现一些新的发展趋势与特征。第一，伴随着国民经济的快速稳定发展，物流产业规模将继续快速扩张。第二，与经济结构和产业布局调整相适应。物流产业的集中度进一步提升。第三，随着物流市场的进一步扩大，物流产业内的`分工将越来越细。第四，物流服务方式日益多样化。以现代信息技术、运输技术、管理技术为基础的集成化、一体化物流服务将得到更为广泛的应用。第五，物流产业技术进步与创新步伐加快，现代化水平进一步提升。第六，合作互动将成为物流产业实现规模扩张、协调发展的重要途径。第七，物流产业发展的制度环境日趋规范，市场秩序与环境条件进一步优化。

物流业需求呈扩张趋势。经济增长需由主要依靠投资、出口主动拉动，依靠消费、投资、出口协调拉动转变；需由主要依靠第二产业主动带动，依靠第一、第二、第三产业协同带动转变。经济发展的热点地区在国际上是由发达国家向发展中国家转移，在国内是由东部沿海地区向中西部转移。这两个“转变”和“转移”，带来了物流需求“量”的扩张和“质”的提升。

企业物流社会化与专业化趋势明显。在市场的激烈竞争压力下，越来越多的制造企业开始从战略上高度重视物流功能的整合和物流业务的分离外包。企业物流的专业化趋势也相当明显，几乎所有大型连锁企业都在力图优化自己的专业供应链。制造企业对第三方物流提出的面向高端的物流服务需求，要求物流企业能够提供专业化的解决方案和运作模式。

主要表现为传统服务的整合和专业化服务的创新。普通型的低端服务利润会越来越薄，而创新型业务、增值型服务和适合客户需要的特色服务将获得更大发展空间，专业化物流的发展会更加深入。制造、商贸企业对供应链管理的重视，将会推动物流企业向专业领域渗透，加速与供应链上下游的联动。物流企业针对客户个性化的需求，大力发展增值型、创新型业务，自主物流服务的品牌价值越来越重要。

物流市场细分化与国际化的趋势明显。各行业物流的规模、结构和要求不同，其物流需求的速度、成本和服务也有很大差别，这就加速了物流市场的细分化。中国的物流市场正在成为国外企业关注的重点，投资的热点。一些国际化的企业将加快并购国内企业，完善在中国的网络布局，国内的物流网络逐步成为全球供应链网络的一部分。面临国际化竞争，国内大型物流企业将随着中国产品和服务走出国门。

区域物流呈集聚与扩散之势。区域物流集聚的“亮点”有：一是围绕沿海港口形成的“物流区”。二是围绕城市群崛起的“物流带”，如成、渝地区的综改试验区，“两型社会”试点的武汉城市群和湖南长株潭地区。三是围绕产业链形成的物流圈，如青岛的家电、长春的汽车、上海的钢铁、汽车和化工等。区域物流扩散的“热点”有：一是东部沿海地区物流服务向中西部地区渗透和转移；二是农产品进城和日用工业品及农用生产资料下乡推动的城乡“双向物流”，带来由城入乡的现代物流方式的扩散；三是大量依靠国外进口的资源型企业由内地向沿海外迁，以优化产业布局。

物流基础设施建设与整合的趋势明显。交通运输设施建设得到加强，中转联运设施和综合运输网络布局逐步完善；多式联运将得到发展，物流设施的系统性、兼容性将大大提高；市场机制在资源的整合、功能的拓展和服务的提升上将发展作用；各地加快物流聚集区建设，在大中城市周边和制造业基地附近和交通枢纽将合理规划、改造和建设一批物流园区和配送中心。

随着许多信息技术在物流领域中的广泛应用和物流企业信息密集程度的提高，物流从业人员的知识水平和技能水平也随之发生变化。这就对物流人才的培养和物流从业人员的培训提出了较高要求。政府应当拓宽教育和培训渠道，鼓励行业协会、企业和大专院校开展多方面、多层次培训工作，并加快培育物流领域信息技术的研究和开发人才。

目前，我国已经有一些成功应用物流供应链管理软件的企业，也有一批发展迅速的物流先进企业。这些企业在应用信息技术方面有许多经验和教训，应当认真总结，为更多企业更好地利用信息技术提供示范。

**行业调研报告格式篇五**

按照党的群众路线教育实践活动要求，到我县企业进行了为期1天的基层调研活动，重点对我县优势特色产业橡胶输送带产业进行了调研，就其发展现状、存在问题和对策建议进行了认真梳理、研究。现将具体情况报告如下：

我县橡胶机带业起步于上世纪七十年代，在历经三十多年的发展后，初步实现了产业集聚、规模扩张、龙头壮大。近几年，作为支柱产业，我县橡胶机带业抓住有利时机，不断加强高新产品的研发力度，提高产品的科技含量，加快产业结构和产品结构调整，整个行业实现了飞跃式的发展。截至20xx年，橡胶行业有主营及配套企业104家，从业人员9300余人，固定资产总值达22.5亿元。实现总产值45亿元，同比增长27%；增加值12.1亿元，同比增长18.2%；利税3.98亿元，同比增长9.9%。

其主导产品为输送带，包括普通输送带、强力（尼龙）输送带、耐热输送带、阻燃输送带、耐酸碱输送带、耐油输送带、传动带及环型输送带、花纹输送带、食品输送带、止水带、提升带、波纹“裙边”挡边输送带等近百种规格。另有托辊、铁托辊、缓冲托辊、槽型支架、滚筒及其它输送机械及其配件等产品。

在不断增长的市场需求的推动下，部分企业为提高产量与质

量，淘汰了一批落后、高耗能设备，新上了一批较为先进的生产设备，技术和生产力上都有所提升，产量不断增加，发展后劲强大。其中，xxxxxxxxx这五家企业的年产量占全国会员企业生产总量的20%，较之20xx年的18%提高了2个百分点；xxxxx的年产值逾亿元。

与此同时，我县橡胶行业正在逐步走向品牌化。其中，有中国驰名商标2个(xx、xxxx)、省著名商标1个（xxxx），河北名牌2个（xxx、xxx），省优质产品3个（xxx、xxx、xxx）。

1．成本不断增加，利润空间逐渐缩小

原材料价格大幅度上升，工人工资不断上调，产成品价格上调幅度受限，致使利润空间不断缩减。受国际市场橡胶、石油价格的影响，天然胶、合成胶、助剂等价格大幅度上升，据了解，近期丁苯胶价格上涨40%，天然胶价格上涨35%，原辅材料价格总体上扬20%左右。与此同时，因橡胶行业工作环境较差、企业间存在恶性竞争，工人流动频率很快。为遏制工人流动，各企业均采用提高工酬的方法，以致用工成本不断增加。以xxxx胶带为例，20xx年上半年用于支付工人工资的费用比20xx年增加140万元。

据调查，我县橡胶机带行业的产成品价格上涨幅度约为15%，远远低于成本价格的涨幅，各企业利润空间大幅度缩小。

因此在经济利益的带动下，一些企业为节约成本、实现利益最大化，依然使用陈旧、落后的设备，生产技术含量低的产品，不利于产品结构的优化升级以及产品质量、档次的提升。

与此同时，因劳动力成本不断增加，企业多愿意雇佣低素质的职工。很多职工缺乏一定的职业道德，习惯随着工资变化而不断跳槽，严重影响企业生产稳定，更不利于产品质量、产量的保证。

3.同行竞争激烈，影响企业发展

产品的过度接近，导致橡胶机带企业在市场份额、用工等方面均有重叠。为争取最大的市场份额，企业之间存在一定的恶性竞争，比如最大程度的降低成本以求低价销售，由此导致产品质量不高、档次无法提升，企业仅能在低档次上苦苦挣扎、勉强维持、后劲不足等问题。为遏制工人流动，留住高级技术职工，各企业纷纷提高工资，增加了用工成本的同时，也在一定程度上影响了生产的稳定、产品的质量，不利于企业科学、合理、有序发展。

4. 企业融资困难，技术创新需加强

地企业在技术上仍相对落后。在自主产权方面，各企业申请专利的数量仍在零的边缘上徘徊。

5.土地制约项目落地

土地依然是制约企业项目落地的瓶颈。橡胶行业拥有104家主营及配套企业，一些企业新上项目的土地指标少，影响项目开工。仅今年xxxx特级再生胶循环经济、金岳输送机带2个项目就需土地800亩，而目前仅落实征地220亩，落实土地指标120亩。还有3个项目无法落地。

1.加强技术革新，促推产品高档化

科学技术是第一生产力。加强技术改造，购买先进的生产设备，寻求高素质的技术型人才，促推产品由低端向高端转变，实现产业结构的调整，产品结构的优化。

2.企业规模化发展，销售网络化、国际化

我县橡胶产业企业存在规模小、重复建设、浪费资源的情况，需要进行有效地企业兼并，以实现行业规模化发展、增强企业竞争力、实现资源优化利用。

社会化营销网络正在逐步完善和扩展。通过网络销售不仅可以扩大国内销售渠道、拓宽信息渠道，还可以与国外企业直接联系，开拓海外市场。在这方面，xxxx、xxxx先人一步，现已有多张国外订单。

3.品牌化是方向，争取上市是途径

强化品牌意识、树立企业品牌。以品牌促销售、带生产，用品牌争取客户信任、稳定客户流，实现产品档次提升，企业长远发展。与此同时，因企业存在资金短缺问题，争取上市，实现快速融资便成为橡胶行业企业应考虑的首选问题。

1.力促企业转变运营模式，推动企业加速规模化

我县橡胶机带产业的运营模式较为落后，与现今先进的运营模式脱节。为解决这个问题，企业应该搞好企业规划，配套优秀的管理人才，学习先进的管理理念，整合、优化管理层次，学习、运用与市场相适应的运营模式。与此同时，政府需要通过宏观调控，兼并重复建设的小企业，关闭严重浪费资源、经济效益差的企业，促推企业朝向集群、规模化发展。

2.充分发挥橡胶协会的作用，着力提升行业前景与效益 充分发挥协会的杠杆作用，积极联系原材料供应商，实现企业集中、低价、高质购买原辅材料；在各企业间建立职工资料公开表，争取通过与企业沟通、协议以降低各企业对跳槽工人的接受率，从而帮扶企业控制工人工资的上涨幅度、控制职工流动频率；组织专业人员，建立综合各企业信息的网站平台，为企业宣传、销售提供更宽阔的渠道；进行行业人才培训，加强技术推广，培养、扶持重点企业。

3.拓宽企业融资渠道，支持重点企业上市

企业上市有利于打造品牌、提升企业核心竞争力、促推企业繁荣发展。

**行业调研报告格式篇六**

目前在我国，传媒业是一个典型的朝阳产业，从发展趋势上看，也是一个高收入弹性产业。在我国传媒业目前还只能说处于发展的初期，未来的市场空间很大，能支持该产业在一个较长的时期内保持较高的发展速度，有很大的发展潜力。

传媒业虽然技术性和资金方面的进入障碍不高，但行业的管制程度较高，政策性的进入障碍较大，因而，该行业一般能得到较高而且比较稳定的收益。

目前我国传媒业的市场化程度还不高，但市场化是一个趋势，在市场化的过程中，我国企业将可能面临西方跨国公司越来越大的进入压力。由于该产业的市场区域性特征比较明显，以及在世界各国，传媒业都属于政府管制程度较高的产业，因此，在国内市场，我国企业不会处于竞争的不利地位无论对于全球广告业，还是对于中国广告业，目前都是一场全新变革的序幕。

广告业的发展总是离不开特定的社会历史环境。不同的时代提出不同的问题，广告业正是在解决时代所提出的问题中不断地发展。近观近年来广告业的变化，有这样几个趋势是非常突出的。进入21世纪以来，全球广告业一直在持续增长，但稳中有变。根据实力传播的报告，20xx年全球广告业的总营业额为3308.33亿美元，20xx年为3650亿美元，20xx年为3607.48亿美元，20xx年为3860亿美元。

20xx年全球的广告支出较上一年相比，又创新高，当年突破4000亿美元，达到4036.63亿美元。在广告业稳定增长的表层下面，实际上正酝酿着一场深刻的变革。变革的根本动因是新媒体的高速发展。

20xx年，全球网络广告的支出增幅在22%以上。其中美国网络广告收入达到了125亿美元，超越了户外广告和商业类杂志广告，首次与广播媒体并肩而立。

日本的互联网的广告费为2808亿日元，虽然仅占日本广告费总额的4.7%，但增幅惊人，比上年增长了54.8%。韩国网络广告市场总收入达到6.9亿美元，比上年增长30.8%。以网络广告为代表的新媒体广告正在全力冲击着传统媒体广告的影响力，成为广告业中的新贵。在新媒体面前，电视、报纸、杂志、广播等媒体已经沦为传统媒体，正在渐渐褪去往日的辉煌，站在选择的十字路口上。越来越多的广告主表示将增加在网络广告上的投入，这就意味着传统媒体的广告份额将明显下降，而首先受到打击的将是杂志、直接邮寄品和报纸等传统的广告媒体。媒体的转型意味着广告业的转型。未来广告业的发展取决于广告业能否应对媒体在新世纪的革命性的变化。

这是一个真正复杂的时代。广告业要重新证明自己的价值，必须要做更复杂的事。对企业而言，解决同消费者沟通的问题，仍然是最重要的问题。广告业的价值，就在于能否在新的环境下，用新的作业模式有效地与消费者沟通，影响消费者。

一个显著的变化在于，在新的作业模式中，广告作品的创意当然重要，但更重要的是，如何通过创意，使得广告传播成为一种活动，而且能使这种活动渗透进媒体的节目内容中去，甚至媒介也是有限的，最关键的是，充分利用每一个接触点，与消费者进行深入的沟通。也就是说，广告日益成为内容，媒介日益成为接触。所以，置入式广告、虚拟广告、活动营销、公共关系等形式在这个阶段具有了极为重要的意义。

19世纪末，广告发展史上出现的第一个对广告的定义是关于商品的新闻。在21世纪，人们对广告的希望似乎又回到了广告发展的原初阶段，进入内容，成为引人注目的关于商品的新闻。但这是在更高阶段的回归。广告业的新的价值，就在于通过自己的专业服务，使广告活动既能产生常规的影响，更具有新闻性，为媒体所关注，渗入媒体的内容之中。

在这个复杂的时代，并购成为广告公司抵御风险、实现盈利的主要手段，全球广告业的垄断的趋势进一步加剧。

**行业调研报告格式篇七**

1.04年~15年9月房地产施工建筑面积与水泥用量

2.06年~15年9月份市内四区土地成交总量分析

3.20xx年截止9月份市内四区出让土地详细信息

4.20xx年市内四区开工楼盘信息

5.房地产与水泥

6.房地产与建筑施工有资质企业数量分布情况

1.本地水泥企业：

1.1水泥生产企业

1.2、本地水泥生产企业现状：

2.外地水泥企业

(一)销售策略：

1、非商品砂浆水泥需求：

1.1、工程项目选择策略：

1.2、样板工程策略：

1.3、重大工程参与策略：

1.4、品牌竞争策略：

1.5销售区域界定：

1.6销售渠道界定：

1.7工程项目信息收集渠道：

2.商品砂浆水泥需求：

2.1销售区域：

2.2销售渠道：

2.3商品砂浆企业选择策略

2.4促销策略：

2.5赊销策略：

3.其他策略

3.1大连天瑞水泥发展的借鉴策略

3.2参股商品砂浆生产企业策略

3.3市场定位策略

(二)、战术要求

\*\*销售公司\*总及集团\*总你们好：

由于我此前对水泥行业很不了解，经过最近一段时间的调查和学习，对水泥行业有了进一步的认识了解，下面我从房地产市场概况开始向各级领导汇报。

1.04年~15年9月房地产施工建筑面积与水泥用量

上表是房地产建筑工程结构性水泥用量，即商品混凝土的水泥用量，计算依据为c30强度42.5号350kg/方,占用量30%;32.5号380kg/方,占用量70%,单位建筑面积需要混凝土为0.5方,180kg/平.

非结构性即砌筑、抹灰、地面沙浆水泥用量，根据上海经验，单位建筑面积需要0.29/吨砂浆,大致需要水泥40kg。单位建筑面积混凝土的用量大约是砂浆用量的3.4倍。

20xx年大连本地水泥企业实际销售598万吨水泥，本市销售504万吨，出口4万吨，外埠销售90万吨，房地产水泥需求占62.65%,是绝对水泥需求大户,依此可大致推断出大连市的各年水泥用量。

2.06年~15年9月份市内四区土地成交总量分析

从上表中可以分明看出,15年四区土地出让量,急剧下降,原因其一是四区土地量经过几年连续高速开发,已经非常有限,其二是15年7月份开始房地产开发明显放缓,投资非常谨慎.土地出让量急剧下降,从一个侧面可以说明房地产开发进入秋冬季节,对水泥行业的影响是非常大的.

合计出让土地总量为88.89公顷,合计建筑面积：2104071万平,大致混凝土需要水泥37.87万吨，砂浆需要水泥8.42万吨,合计需要46.29万吨.这16个项目,绝大部分15年没有开工,预计在09年开工,其中甘区8块，沙区4块，中山2块，高心园区和西岗各一块，合计16块土地.

截止15年9月大连市内区域土地出让数量分布情况(平)

截止15年9月大连市内区域出让土地对应建筑面积数量分布情况(平)

甘井子和沙河口区各开工6个楼盘，中山和西岗各开工一个楼盘，合计14个楼盘，合计建筑面积170.19万平。其中大部分工程砂浆水泥需求，体现在09年，但工作需要马上进行。详细信息不再陈述。

20xx年市内四区新开工楼盘建筑面积分布情况(平)

5.房地产与水泥

房地产建筑工程对水泥的需求分为两个阶段：结构性需求和非结构性需求。商品混凝土水泥需求，政府经过几年推散禁现的贯彻落实，已经完成全部供、需、控的结构调整;商品砂浆水泥需求，随着政府强制推散禁现的不断贯彻落实，供、需、控的结构已经发生翻天覆地的变化，对水泥生产企业的销售，既是一个严峻的市场考验，也是一个难得的市场机遇。对水泥销售人员而言，如何快速适应政策变化，导致需求渠道变化带来的根本性影响来说，特别对老水泥销售人员是一个严峻的挑战和考验，对水泥销售新人是个新的市场机遇。

5.1结构性需求阶段：商品混凝土对水泥的需求，约占房地产水泥需求的82%

商品混凝土水泥需求，全部集中在搅拌站，大连市合计有72家搅拌站，20xx年市全行业销售混凝土1159万方，合计使用水泥400万吨多一点，大连四区搅拌站多集中在甘区，其中最大的是彤阳建材07年销售60万方，15年预计销售100万方，大约用水泥37万吨，主用水泥为五岛其次为小野田和金山，第二是金广集团的金和，主用水泥为金山，第三等级的有龙亿、永兴、阿尔宾等。从销售角度说，这部分水泥选择的决定权集中在各个搅拌站决策人手中，按照我公司的分工是商品混凝土管理部负责。

5.2非结构性需求阶段：砂浆对水泥的需求，约占房地产水泥需求的18%

5.2.1政策的供需影响

关于在建设工程中限期禁止现场搅拌砂浆的通知摘要：

1、禁现要求：

1.1自20xx年8月1日起，凡位于中山区、西岗区、沙河口区的建设工程，禁止现场搅拌砂浆，必须采用商品砂浆。

1.2、自20xx年7月1日起，凡位于甘井子区、高新技术园区、开发区的城市规划区域内的建设工程，禁止现场搅拌砂浆，必须采用商品砂浆。

1.3、自20xx年7月1日起，凡位于旅顺口区、金州区、长兴岛临港工业区城市规划区域内的建设工程，禁止现场搅拌砂浆，必须采用商品砂浆。

1.4、其他区(市)县城市规划区域内的建设工程，应开展采用商品砂浆试点的工作，具体禁现时间另行确定关于水泥市场的调研报告工作报告。

2.位于禁现区域内的建设工程，禁止在施工现场堆放用于现场搅拌砂浆的砂子、水泥等。

根据通知要求，中山区、西岗区、沙河口区的建设工程水泥需求，从销售角度需求主体发生变化，由原来的建筑商需求，改为商品砂浆生产企业需求，其他区域暂进入过度阶段，虽然目前没有完全禁现化，但是完全商品砂浆生产企业需求，只是时间问题。

5.2.2大连商品砂浆生产企业目录

截止到20xx年8月4日，已经备案的企业有16家

1、大连中源建筑材料有限公司普通预拌砂浆

2、大连龙亿建筑材料有限公司普通预拌砂浆

3、大连金和混凝土制品有限公司普通预拌砂浆(金广集团)

4、大连君发混凝土有限公司普通预拌砂浆

5、大连砼鑫混凝土有限公司普通预拌砂浆

6、大连亚田商品混凝土普通预拌砂浆

7、大连汉拿混凝土有限公司普通预拌砂浆(大连水泥集团参股)

8、大连亚细亚混凝土有限公司预拌砂浆(大连水泥集团参股)

9、大连长城混凝土制造有限公司普通预拌砂浆

10、大连五洲混凝土有限公司预拌砂浆

11、大连辽渔建设集团有限公司普通预拌砂浆

12、大连铁龙混凝土有限公司普通预拌砂浆(中铁)

13、大连基业混凝土有限公司普通预拌砂浆

14、大连韬盛工程材料有限公司普通预拌砂浆

15、大连保税区大孤山商品混凝土有限公司预拌砂浆

16、大连嘉隆混凝土有限公司预拌砂浆

上述企业具备生产条件，其产品经法定检测机构检验合格，并具备完备的检测报告。

5.2.3存在问题

我公司对主城区的市场分工，根据市场现行状况，20xx年7月1日后，存在交叉状况，商品混凝土和商品砂浆全部上是同一个企业，那么两个部门的销售人员，去攻关同一个企业，存在诸多问题，请各位领导参考。

5.2.4水泥市场销售格局的变化

5.2.5.建筑工程水泥需方和水泥供应方式的变化趋势与建筑工程密切相关的水泥用户，主要包括以下5类：1.建筑施工企业，2.混凝土制品生产企业，3.水泥中间商，4.混凝土搅拌站，5.商品砂浆厂。随着国家和地方推散、禁现政策的落实和建筑装饰施工技术水平的提高，第一类用户使用袋装水泥的数量将很快减少;第二类用户使用散装水泥的比例将持续增长;第三类用户对水泥的需求量将逐渐减少;第四类用户使用散装水泥的数量将稳定增长，且不再使用立窑水泥;第五类用户数量将迅速增加，散装水泥的需求量也会相应增长。

5.3房地产与水泥需求的关系

建筑面积与水泥的关系：行业内经验上按照325号和425号各占50%推算，在大连已经不适用，政府文件明确规定自20xx年6月1日起全面停止325号水泥的生产，并预留1个月时间消耗掉325号水泥，如此水泥使用最低标号为425号，另外在主城区，砖混结构已经明文禁止，因此主要就是剪力墙和框架两种建筑结构，以上两个因素必定对水泥的用量产生一定的影响，经验上单位建筑面积水泥使用量在160~200kg，因此参考180kg/o相对准确一些，这就是建筑面积与水泥的关系，由此可以掌握一定规模的房地产开发项目使用水泥的数量。注意这里的水泥只是混凝土需求,砂浆水泥需求约40kg/o.

6.1房地产企业

6.2建筑施工企业

6.3房地产行业与水泥相关的企业数量分布情况。

**行业调研报告格式篇八**

繁荣兴盛的服务业一直是红山区经济发展的特色和优势，服务。近年来，红山区紧紧抓住新型工业化、城镇化进程加快和消费结构升级的机遇，深入贯彻落实自治区、赤峰市促进第三产业发展的有关政策政策措施，将加快服务业作发展为全区的重点工作列入议事日程。不断突出重点，优化结构，创新机制，强化落实，使我区服务业保持了快速健康的发展态势。

20xx年我区第三产业实现增加值37.2亿元，20xx为45.6亿元，20xx年为52.4亿元，年均增长17.4%。20xx年上半年，我区实现地区生产总值63.2亿元,同比增长15%。其中第三产业实现增加值29.1亿元，同比增长10.7%。第三产业内部各行业均衡协调发展，批零餐饮业、交通运输邮电业、金融保险业、房地产业及其它服务业保持良好的增长势头，现代物流业、信息服务业等新兴第三产业也保持较快的发展速度，为优化我区服务业产业的结构起到了积极的推动作用。消费品市场稳中趋旺，今年1-6月份全社会消费品零售总额24.8亿元，比去年同期增长19.3%。其中批发零售贸易业实现21.1亿元，同比增长19.5%；餐饮业实现3.2亿元，同比增长19.2%；其它行业实现0.5亿元,同比增长13.5%。

二、红山区促进服务业发展的\'主要经验做法

（一）举全区之力搞好红山物流园区建设

多年来，红山区的服务业发展始终处于层次低、规模小、布局散，新型业态发展缓慢的状态。为了转变发展方式、提升产业层次、推动区域经济协调发展，根据红山区地处中心城区信息流、资金流、商品流和车流相对集中这一特点，运用供应链管理与现代物流理念，于20xx年6月正式启动了内蒙古红山物流园区建设。目前园区建设已累计投入资金23.8亿元，全面启动5100亩规划区范围内的建设，建成区面积达到3800亩。共引进各类企业118家，其中73家已经建成并投入运营，完成各类建筑面积68万平方米，形成了以物流配送、汽车贸易、建材交易、货物仓储同步发展的经营格局，工作报告《服务》。20xx年上半年，园区实现交易额26.2亿元。预计全年可实现交易额55亿元，税收1.2亿元，安置就业达到1万人。

一是将规划先行作为首要原则。作为自治区批准立项的首家大型物流园区，红山物流园区在建设初期就确定了“高起点规划，高标准建设，高门槛招商，高水平发展”的工作思路。聘请国内资质较高的中交协物流研究院制定了园区可研及建设规划，园区由最初规划建设面积5000亩计划总投资15亿元，调整为7500亩计划总投资35亿元。基本服务半径约为500公里，主要方向的服务距离超过1000公里。是集运输、仓储、包装、流通加工、配送、信息处理于一体，辐射蒙冀辽的综合性物流园区。

二是不断优化政策环境。认真落实赤峰市人民政府《关于赤峰市中心城区物流产业园区建设的若干意见》和赤峰市人民政府办公厅《关于红山经济开发区、红山物流园区规划建设审批及有关优惠政策问题的会议纪要》所提出的各项优惠政策，制定了针对红山物流园区简化建设项目审批程序的配套措施（赤红政发20xx【102】号），全力推进红山物流园区项目建设。优惠的扶持政策为园区的发展增添了活力，同时，各相关部门按照各自职能为园区的建设和发展给予了大力支持，林业、国土部门先后完成林地审批5019亩、土地审批4488亩；发改、财政、商务、金融等部门在为园区争取产业项目扶持资金方面做了大量工作，有效地缓解了园区建设资金紧张问题。各部门积极配合形成合力，为园区的顺利发展起到了重要的推动作用。

三是坚持发挥政府主导作用。红山区委、区政府在园区基础设施建设、服务等各方面，积极发挥主导作用。一是投资5.9亿元，完成了3800亩范围内“七通一平一监控”基础设施建设，共建设道路27条，总长度21公里，总面积46万平方米。20xx年，园区三期首批620亩路网工程开工建设，共建设道路5条，总长度2.3公里，形成了“筑巢引凤”的良好局面。二是建成了行政综合办公楼，将工商、税务、公安、物业等部门引入园区联合办公，实行“一体化管理”和“一站式服务”，为企业提供了方便、快捷的服务，全面提高了办事效率。三是完善了园区配套基础设施建设，投资580万元，建设了专业物流信息平台系统。启动建设了占地70亩集商务、会展等功能于一体的商务广场，满足商户产品会展需求。同时在广场北侧新建一处8400平方米的信息中心综合楼，满足信息中心发展的空间需求，进一步提高了园区管理和服务水平。四是进一步整合了城区物流资源，将城区内近120家配货站全部引入园区，实现了区外长途运输、市内短途运输及城市配送的有效衔接。

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