# 最新市场调研报告的基本框架(精选9篇)

来源：网络 作者：流年似水 更新时间：2024-05-01

*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。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧市场调研报告的基本框架篇一又称黑叶芋、黑叶观音莲，为天南星科海芋属观叶植物。观音莲为...*

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。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

**市场调研报告的基本框架篇一**

又称黑叶芋、黑叶观音莲，为天南星科海芋属观叶植物。观音莲为多年生草本植物，

天南星科 观音莲

观音莲常用分株繁殖。一般于每年春夏气温较高时，将地下块茎分蘖生长茂密的植株沿块茎分离处分割，使每一部分具有2-3株，然后分别上盆种植。分株时尽量少伤根，同时上盆后宜置于阴湿环境，保持盆土经常湿润，并注意叶面喷雾，以利新植株恢复生长。也可于春季新芽抽长前将地下块茎挖出，将块茎切段分离，用草木灰或硫黄粉对伤口进行消毒防腐，稍晾干后用水苔包扎，或置于通气排水的疏松土壤中，使其长出不定根，抽长新芽。

天南星科 观音莲

呈休眠状态，地上部叶片开始逐渐枯萎，此时须尽量减少浇水量，将其置于温暖、无风的干燥地方，保持盆土适当干燥(只带微湿) 以利安全越冬;如果湿度大，温度低，块茎极易腐烂。

观音莲喜半阴，切忌强光暴晒。在半阴环境下，叶色鲜嫩而富有光泽，叶脉清晰，叶色深绿。如光照太强，容易使叶色暗淡，经至产生日灼，叶面粗糙，叶色灰白，叶脉模糊，叶面有时发生灼伤斑点;但光线太弱也易引起徒长 ，植株生长纤细而易倒伏。在生长旺盛期可根据植株生长情况，每月施1-2次稀薄液肥，并增施磷钾肥，以利植株茎干直立，生长健壮，同时有利于地一块茎生长充实及冬季抗寒越冬。

观音莲长生草原产西班牙、法国、意大利等欧洲国家的山区，喜阳光充足和凉爽干燥的环境，为高山多肉植物，夏季高温时和冬季寒冷时植株都处于休眠状态，主要生长期在较为凉爽的春、秋季节，生长期要求有充足的阳光，如果光照不足会导致株形松散，不紧凑，影响其观赏，而在光照充足处生长的植株，叶片肥厚饱满，株形紧凑，叶色靓丽。浇水掌握“不干不浇，浇则浇透”，避免长期积水，以免造成烂根，但也不能过于干旱，否则植株虽然不会死亡，但生长缓慢，叶色暗淡，缺乏生机。每 20天左右施一次腐熟的稀薄液肥或低氮高磷钾的复合肥。冬季夜间温度不低于5℃，白天在15℃以上，植株能继续生长，可正常浇水，并适当施肥;如果控制浇水，使植株休眠，也能耐0℃的低温。

**市场调研报告的基本框架篇二**

当前，在高中招生中，家长和学生可以根据学校的教育质量、管理水平等自主选择学校，以市场为中心的招生制度正在逐步形成。然而，这种招生制度却导致了招生秩序无序化，招生变成了“抢生”。防城港市的高中学校，在招生时为了既保证学生数量又保证学生质量，有些学校甚至采用不择手段进行竞争，使招生变成了“抢生”，这在同一地区实力相当的学校之间最为明显。这种无序的招生行为给我们的高中教育甚至整个教育过程带来了极大的危害，产生了许多不良后果，社会反映强烈。

如何规范防城港市的高中招生行为，确保招生工作的统一性、严肃性和公正、公平性，使高中招生工作更加符合基础教育课程改革的要求，更加有利于选拔合格新生，更加有利于促进学生全面发展，实现城乡教育公平、均衡、协调发展，是我们的重要课题之一。

本调查基于防城港市的中考考生及考生家长进行研究，通过实证调查，分析他们对中考方案和高中招生政策的了解和看法，以此揭示防城港市高中的招生现状，并针对存在问题提出建议意见，为教育行政部门制定更为完善的高中招生方案提供丰富翔实的材料。

本研究采用问卷调查法，调查时间为20xx年5月到20xx年8月，课题组成员深入到防城港市各初中学校，与中考考生及其家长进行交流。本次调查共发放问卷600份，回收515份，有效问卷477份，问卷的回收率和有效率分别达到93.63%和79.5%，问卷调查有效。

本次调查研究对象为中考考生和考生家长。参与调查的中考考生男生占60%，女生占40%；来自城镇中学的占61.8%，农村中学占38.2%。受访男性家长比例为46.6%，女性家长占比53.4%；69.8%的人年龄集中在40岁至49岁这个阶段，23.5%处于30岁至39岁这个范围；受访家长的孩子在城镇就读的占80.1%，在农村中学就读的占19.9%。被调查人员在性别上较为均衡，年龄结构合理，城乡地域差别较大。

问卷内容包括考生和家长对我市初中毕业升学考试方案、高中招生录取政策、高中招生志愿填报情况的了解，对高中录取制度的看法，并探求考生和家长了解我市高中各校招生信息的主要途径，选择学校的主要原因和考生填报志愿的影响因素。

**市场调研报告的基本框架篇三**

新皮革商厦购置于20xx年8月，20xx年9月20日试营业。建筑面积13892.4平方米，内建档口173个，面积3427.6平方米，库房112个，面积20xx.2平方米，楼高21米，地上四层，地下一层，每层有四个出口，市场设有478个摊位，经营人员1000余人，营业时间8：00-15：00，日客流量20xx余人。在结构上，一楼经营革类制品，二楼经营皮类、杂品和辅料等，三楼经营五金件、鞋底、鞋样、鞋楦等，四楼为库房和办公区，地下一层为停车场。

此次迁移工作受到了市区领导的高度关注，站在宏观的角度，客观的分析了市场发展面临的形势，在整体规划下有序、高效的进行。

1、在迁移的过程中注重以下三个原则：

（1）坚持公开、公平、公正的原则。

（2）保证国家利益与个人利益兼顾的原则。

（3）确保迁移工作稳定，有序进行的原则。

2、在迁移方式上更加注重了人性化

个人永久使用权摊位迁移工作将采取按比例置换或按评估价格等价抵扣和一次性货币补偿三种方式进行。新商厦档口分配出售采取招标的形式，只面对原皮革市场个人永久使用权业主。竞得的新商厦档口权属性不变。新商厦档口招标底价为每平方米28000元。当某个档口标的拍卖单价达到每平方米10万元时，停止竞拍，并以此价格分配出售给竞拍此档口先期办理迁移登记手续的个人永久使用权业主。新商厦档口分配出售后，剩余档口进行出租。

对认购新商厦档口个人永久使用权业主，我公司给予担保，由中信银行提供购买价格的50%贷款（贷款具体事宜，由银行方公布）。

置换的新商厦档口超出原市场个人永久使用权单个摊位的面积，采取招标的形式分配出售。个人永久使用权业主在8月4日-8月6日内，认同评估价格并签订《摊位置换协议书》的，办理新档口竞买资格手续。中标的个人永久使用权业主，需在8月15日前到原皮革鞋料市场四楼会议室交齐全额竞标款。规定期限内没有交纳全额竞标款的，视为主动放弃置换，将收回竞标档口。

年销售额近五亿，全面带动了皮革鞋材行业的发展。

在市场日益发展的同时首要的是要对竞争激烈的市场定期做调研、考察，从中发现：

沈阳皮革鞋料市场经销的产品大多数来自沿海经济发达地区。本地企业生产的产品不占优势，沈阳地区的制鞋企业在技术设备方面基本还是原始的密集型人工小作坊的生产制鞋工艺和办法，生产方式比较原始，缺少科技含量。到本市场采购原材料的生产企业均为中、小制鞋企业，大多都是沈阳及周边地区小手工作坊制鞋厂，随着市场物价的上涨，劳动力和原材料价格上调，生产成本的加大，在激烈的市场竞争中，不得不退出市场或暂停止生产。

据调查了解，我们沈阳本地制鞋企业与南方机械程度很高的制鞋企业生产成本相差30%-40%，北方制鞋成本远远高于沿海地区。从这一点上与经济发达的沿海地区制鞋业相比差距太大。南方制鞋业基本实现代化，流水线的机制生产方式，在技术质量占有绝对优势。

为了尽快扭转现状，皮革商厦领导在市场内部抓管理，走出市场作调研，不断思考、积极调研、精心运作，初见成效，同时也得出了这样两点经验：

1、安全是保障

自动报警监控器一台、烟感探测器330个、手动报警按钮16个、声光报警8个、自动灭火设施分消火栓和喷淋自动灭火系统，两系统完全独立。地下一层有消防蓄水池一个650立方米，楼顶设有高位水箱一个31立方米，自动水喷淋头1063个，市场备有公共灭火器84个。另外，每个业户档口和库房都备有灭火器。消防设施双电源供给，场外备有发电机一台，市场的疏散指示和应急照明齐全，防火分区采用防火墙隔离。消防系统于07年5月通过沈阳市消防检测中心检测，并由市消防技术检测中心出具合格的检测报告。

为确保市场的正常运行和使用，根据具体情况建立了设备设施管理档案，确定了日常管理细则，管理、维修到人；有制定了严格的管理检查制度，层层负责，市场还设有一套完整的巡检系统，共设探点36个。

2、服务是根本

随着我们企业的不断发展，如何做好市场的管理与服务工作，满足广大业户的需求，成为我们所领导重点关注的问题之一。面对此问题，领导认识到物业管理不仅包括管理，还包括服务。只重视管理，缺乏人性化的服务，我们就不能有效的满足广大业户的需求；仅突出服务，管理不到位，就会造成管理与服务工作的脱节。我们应发展的看问题，只有认清管理是我们的根本任务，服务时贯穿于整个管理工作的，只有管理与服务工作两手抓，才能将我们的工作水平真正提高到一个较高的水平。

从内心认识到我们服务对象是广大业户，业户的满足度是衡量服

务水平的标准。因此，一切服务工作都应围绕这个核心。服务水平的好坏直接影响业户对管理的满足程度，影响企业的经济效益，企业的声誉，这就是服务在管理中的重要性所在。

皮革市场经历了百年辉煌以后，如何持续发展，如何做大做强，如何打造成为知名品牌，更好的适应市场经济的快速发展，将是我们今后要面对的课题。为此，作为市场的决策者，对于市场的进一步发展已做出了长远的规划和设想。

1、提升业态，打造品牌市场

不断提升市场业态，采取“走出去，请进来”的方式，更多的引进知名品牌经销商，提高市场的知名度，树立良好的品牌形象，无愧于拥有百年字号的老品牌。根据市场调研考察的结果进行招商引资，针对空闲摊位，做到有目标性地以户引户，决定对新户给予优惠政策。另外我们对摊位进行重新核准，增加了物业费的收入。应该说在这项工作上，我们全体员工付出了很大的努力，能够动脑筋，想办法为增收创收工作做了一些贡献。

2、建立信息平台，提升服务意识

**市场调研报告的基本框架篇四**

随着县域经济的快速稳定发展和城乡人民群众生活水平的不断提高，旅游业的持续兴旺，近几年来xx县餐饮业得到较快发展，已成为居民生活消费需求中发展速度、增长幅度较快的行业。形成了以多种经济成分共同发展的多元化经营格局，为城乡居民和外来旅游者及商务活动提供休闲、就餐、娱乐为一体的服务环境。餐饮业的快速发展，对拉动全县社会消费品零售总额快速增长发挥着重要作用。

(一)基本现状

近几年来，随着城区的科学规划和扩建改造，小城镇建设的快速发展，城市规模迅速扩展，餐饮业依托城市建设发展，按照政府宏观部门的规划引导和自由发展趋势，餐饮业网点主要分布在县城、火车站、洛门等区域。规模较大，从业人员较多，较大的网点有5家，经营情况良好，经济效益可观。经营形式主要以私营企业、个体为主，主要代表性企业有xx政府招待所、杜康饭店、藏龙饭店、映山红饭店、金都大酒店等较高档次的综合性服务网点。这些餐饮业场所内部设施齐全，房间档次分明。

餐饮业随人口城镇化速度的快速稳定发展，呈显出较快的发展趋势，在繁华的商贸流通地段，除了大型的综合性宾馆外，还有海峰饭店、开晟酒店、金龙饭店等酒店，还有一些牛肉面馆、川菜馆、火锅店、饺子馆、包子馆、羊肉馆等小型的大众性餐饮业网点等。全县餐饮业网点据工商部门统计共有453 个，其中，限额以上餐饮企业4户，从业人员达1178人。据县统计局资料表明，餐饮业20xx年实现零售额2.11亿元，同比增长41%。可见餐饮业在我县发展迅速，已成为我县目前消费市场的一大亮点。

(二)餐饮业快速发展显现的特点

1、经营主体显现多元化。随着经济体制改革的深入，餐饮业经济结构发生了明显变化，私营、股份制、连锁店、个体经营企业迅速发展，市场份额逐渐扩大。同时国营企业因多种因素逐步退出，国有餐饮业至此已不复存在。总体上讲，私营企业、个体经营的餐饮业整体规模和档次逐步得到扩大和提高，多元化的经营主体趋势更加明显。

2、餐饮业经营品种不断齐全。在城区既有高档的传统宾馆、饭店、酒店，还有连锁店，既有传统的面馆，还有引进来的兰州牛肉拉面馆、饺子馆、羊肉馆等，街头巷尾的小炒店、小饮食摊点更是星罗棋布，使消费者在种类上有了更多的选择，餐饮业文化也得到了新发展。

3、消费对象群众化。无论是高档宾馆酒店，还是个体经营企业，把消费对象都集中在了大众群体，以大众口味，消费理念和消费水平，适当搭配特色的饮食，以实惠的价格、优良的环境，为大众提供舒适的消费环境来取得支持。

4、“假日消费”快速增长。随着收入水平和消费观念的改变，餐饮业消费增温不止，特别是假日餐饮业消费快速增长，不仅活跃了市场，而且形成了消费的一个新特点。

虽然xx县餐饮业总体规模和数量在逐渐扩大，销售总额逐年增加，但也存在着一些问题，主要是：

1、宏观调控力度不够，经营管理不到位。

(1)除了工商、税务、卫生、食品药品监督、公安等部门的监督管理之外，政府对其他监督力度和作用难以充分体现，又缺乏行业协会的行业管理，行业自律和协调服务作用滞后。

(2)餐饮业行业发展规划和网点布局规划不明显，近几年来基本处于自发的调节和盲目发展的状态，网点建设的随意性比较强，布局不尽合理。

(3)没有行业的标准和规范，大多餐饮业都是参照别的企业标准和规范动作。

2、经营观念落后，整体素质还待提高。

(1)一些酒店，饭店在经营理念、经营模式、管理技术上还没有摆脱传统的影响，企业的经营管理落后，科学化程度不高。

(2)管理人才不足，培训工作跟不上，人才的引进力度不够。

3、大多数餐饮企业的硬件设施陈旧。添置和更换的资金投入极少，某种程度上难以满足消费者的需求，显得服务质量滞后，导致服务质量和服务功能提升很慢。

4、地域性的经济发展和行业内部发展不平衡。使得服务人员的收入水平差异，导致服务人员流动性较大，经过培训掌握了一技之长的人员，随时会奔走他处谋业，新进入人员得重头培训，难以提高服务质量。

同时，也相应影响了企业的凝聚力和职工的向心力。经营业主对送出去培训承担的投资风险较大，失缺了异地交流，引进管理经验，管理技术、服务质量的机会，这些都是服务质量难以快速提升的主要因素。

1、充分发挥政府主管部门的职能作用。合理规划网点建设和规模，引导、监督、管理和协调服务，使餐饮业更加快速发展。

2、成立行业协会并充分发挥行业协会的组织协调服务作用。配合行业主管部门制订行业发展规划，网点设施布局规划，宣传行业的政策、条规，完善行业管理制度等，使行业发展更加规范化，标准化，提升整体经营管理和服务水平。

3、扩大开放，大力引进先进的经营管理人才和管理经验。

(1)大力引进高素质的经营管理人才和管理办法，以现代经营管理理念和经营模式，管理技术从事经营，使经营管理更加科学化。

(2)加强餐饮业的从业人员培训，提高整体素质，培训出高层次的经营管理人才和从事服务的专业技术人才。

(3)引进特色菜，地方名菜，还可以引进西餐，促进中西融合，以满足不同层次的消费者的需求。

(4)引进餐饮业连锁经营。

4、实施品牌工程，发展特色经营。特别是在餐饮业上要创造性地打造名牌，发展特色经营，这种特色的经营策略，是提高餐饮业核心竞争的重要内容。

5、强化管理，引导经营。从宏观上强化部门和行业管理规范，引导餐饮业合理布局网点，规范经营。就餐饮业而言，还要努力强化内部管理，科学化经营，规范化服务。从强化管理，培育和增强企业的凝聚力;促进从业人员的向心力发展，提高企业的发展合力;促进从业人员和服务人员的队员稳定，从而强化内部培训，提高整体服务素质，强化城市的服务功能。

**市场调研报告的基本框架篇五**

相宜本草上市之后的隐忧(一)

2024-11-18 13:21:28 来源: 作者: 【大 中 小】 浏览:69次 评论:0条今年7月底，相宜本草即将上市的消息尘埃落定。这家一跃而起的本土护肤企业，过去4年间其销售收入翻了10倍。但其上市目的、未来战略方向、业绩增长的持续性却遭到投资者质疑有关相宜本草择机上市的传闻频出。但直至今年7月29日，上海环保局公示的一份环保核查，才让外界确知“好事将近”。这家不为人知的本土护肤化妆品企业，几年间已一跃而起。2024年，获得今日资本注资以后，相宜本草的销售收入由2024年的2.17亿元快速增长至2024年的8.2亿元。随着上市消息的传出，公司更是被冠为“国内唯一一家护肤品化妆品的上市公司”。“其实并非什么第一股，现在公司上市，从投行的角度，都希望找出一个区隔同行业的特点。相宜本草的整个团队都是从上海家化（600315 估值,测评,行情,资讯,主力买卖）出来的。” 申银万国分析师王立平对《融资中国》记者表示。

“之前的大跃进背后肯定存在一些问题。因为快速扩张，需要你的生产和渠道迅速跟上。还没企稳，又立马去上市并不见得是件好事。”业内人士说。

营销突破

“欲把西湖比西子，浓妆淡抹总相宜。”2024年，出身中医世家的封帅借用苏轼的名句，植入本草护肤的理念，创办了“相宜本草”品牌。

相宜本草的营销策划无疑是成功的，如今，随处可见其各类电视和户外广告。尤其是相

继赞助、冠名东方卫视《中国达人秀》、《舞林大会》等高收视率节目，使品牌曝光率频增。“相宜本草以前根本不投广告，也没有代言人。近一年多才有宣传，比如去年更改产品包装，品牌方向也做了些调整。” 国内多家风投公司化妆品行业战略顾问冯建军对《融资中国》记者说，“目前化妆品行业的广告费用在成本中占比为7%至20%，相宜本草投入占比跟行业相当。”

公司的转变与风投不无关系。2024年，今日资本以1000万美元风险投资入股相宜本草。虽获得资本的青睐，但公司在业内仍是一家规模不大的小公司。为迅速打开市场，今日资本向其推荐了营销策划专家叶茂中。叶在当时与李光斗、徐大伟并称为21世纪中国广告界的策划三雄。当时，由于叶茂中收费高昂，今日资本为缓解相宜本草的资金压力，还负担了三分之一的服务费。接手后，叶茂中推广出“非传统、快本草”的理念，并于2024年底开始在上海乃至全国进行广告和公关活动的宣传。

“合作并不愉快。叶的一个策划就要收费四、五百万。后来也终止了。”冯建军说。对花大价钱换来的品牌价值效果似乎并不满意。

获得今日资本投资两年后，2024年相宜本草的销售收入达到了7亿元，较2024年的2.17亿元增长两倍多。到2024年，公司销售收入达到8.2亿元。

敏感的投资者开始担心这回稳的增长率。囿于渠道限制的国内化妆品行业，高投入还能

带来多高比例的增长？而更关键的是，对于无同行参照的它来说，上市后发展方向何在？目前，国内的化妆品行业中已有6家上市公司，分别是上海家化、霸王集团()、两面针（600249 估值,测评,行情,资讯,主力买卖）（600249 估值,测评,行情,资讯,主力买卖）、索芙特（000662 估值,测评,行情,资讯,主力买卖）（000662 估值,测评,行情,资讯,主力买卖）、广州浪奇（000523 估值,测评,行情,资讯,主力买卖）（000523 估值,测评,行情,资讯,主力买卖）、美即控股()，青蛙王子()。其中2024年至2024年间上市的三家化妆品公司，均选择了港交所。“香港上市比大陆上市的门槛低一些。大陆这边的上市申请时间较长，监管也严格，出了问题立马来找你。有些在港股上市的企业，如果申请a股可能会被卡。”申银万国分析师王立平对《融资中国》记者表示。而照此前相宜本草高层的公开表示，公司将选择深交所上市。这或将成为近几年来内地首家申请上市的化妆品公司，“美即是在香港上市的，营业收入是7个亿左右，上市才融了6.08亿港元。相宜本草现在收入是8个亿，最多也就融五六亿，非常有限。而且现在它的每年净利率有10%到12%，资金挺充裕。融这么点钱干什么？快速做大现有业务还是资产并购？”业内人士表示。“通过相宜本草的案例可以透析这个行业，没上市之前想上市，上市之后到底干吗？对企业来讲，前面没有教材，大家都是摸着石头过河，所有问题都须决策层考量。美即靠市场占有率、品类领先去上市，实际业绩盘面都不大。上市对企业来讲是一个阶段性的指标任务。新的3年、5年的战略怎么修订，趋向集团化运作还是多元化运作。这是未来大相宜本草或者新相宜本草的考虑方向。”冯建军分析。

相宜本草市场调研

自2024年3月7日成立以来，相宜本草一直不遗余力地诠释“本草护肤”的品牌概念，同时结合中医文化奥妙与智慧的内涵，倡导中草药对皮肤改善的安全性和有效性。但同时可以看到，“本草护肤”已不再只是相宜本草的专属天使。佰草集、可采、西藏红花、美即汉方本草等均大打“本草”概念牌。某业内人士对记者分析，佰草集的价格是相宜本草的2-3倍，且走专卖店销售，是走高端路线的本草。而可采的价格和相宜本草较为接近，但其主要以宣传本草功效为主，在产品的包装上并没有相宜本草的诉求明显。而在渠道竞争方面，相宜本草的对手是美即。“在屈臣氏，相宜本草是争不过美即的，销量差30%左右。相宜本草从面膜、洗面奶、护肤品等一应俱全，而美即主要是面膜，它是面膜冠军。两个品牌的终端销量，美即比相宜本草大得多。相宜本草目前也在做互联网渠道，约占20%，而网店不是美即的主渠道。”冯建军表示。

在竞争如此激烈的市场，相宜本草品牌的市场评价和反应如何？本刊记者亲自前往零售处，对驻足相宜本草货架前挑选询问的消费者进行了粗略调查。(表1)

调查显示，感兴趣的消费者多为年轻女性，她们通常被相宜本草低廉的价格所吸引，并对品牌有褒贬不一的看法。拥有一定品牌忠诚度的女性，会选择超市作为其主要购买渠道，源于一般商超的产品价格低廉，屈臣氏一盒标价89元的四倍蚕丝面膜，在商超仅售59元。目前公司60%的业绩来自于商超模式。

表1：相宜本草潜在用户随机调查表

名称

性别

年龄

职业

使用感受

叶子

女

26岁

网站编辑

润白系列的产品不错，之前朋友送给我一套，用完之后感觉脸部比较光滑，对皮肤无刺激性。包装还比较清新淡雅。

孙瑾

女

24岁

行政助理

用过控油消痘的洗面奶，洗得还比较干净。但是短期内可能不会再次购买了，现在护肤

产品太多了，还想用用其他牌子的产品。

方方

女

27岁

自由职业

自己没有用过相宜本草的产品，是给男朋友买的。这是第一次买，转了一圈看它的价格比卡尼尔、欧莱雅的都便宜，所以买来试试。

小周女

**市场调研报告的基本框架篇六**

社区商业，这一原本以自发式生长存在的商业模式，在城镇化的加速推进下，正在成为城市商业发展的最优选项之一。

为探寻社区居民的基本需求、社区商业呈现的热点和尚存空白，日前，北商商业研究院从北京东、西、南、北和中部选取了和平里社区、芍药居社区、望京社区、通州社区、房山长阳社区、大红门社区等12个有代表性的大型社区做调查。这12个样本中，既有老牌社区，又有通州、房山等新城社区。

根据问卷调查，随着购物习惯的改变，92%的受访对象表示，在家门口购物消费的频次增加，同时会定期到繁华商圈购物消费。在电子商务的迅速渗透下，北京的社区商业，已从功能单一的日杂百货为主，逐步发展为传统的餐饮、超市便利店、生活服务业与新兴的网络购物融合的服务体系。一些小区的夫妻店、传达室或者警卫室都主动或被动地兼职帮小区住户代收快件。

北商商业研究院通过对12个社区居民的调查采访发现，9个社区对连锁餐饮的需求最大，7个社区对家政服务的需求较高，其次是菜店这代表了社区商业整体面临的品牌化程度低的现状，美容美发、洗染、家政、便利店等都存在杂牌军的问题。

其实，北京市一直鼓励连锁经营企业加快向社区发展，鼓励品牌连锁经营企业参与社区商业建设，通过采取收购、兼并、直营连锁或特许加盟等方式整合分散的社区商业资源。早在20\*\*年，物美、京客隆等百余家企业入选市商务委推荐进社区的连锁企业。

调查中发现，在高成本压力和电子商务的冲击下，传统零售业在拥抱电商和下沉社区中找到了两种发展路径。调查中，一个突出的变化是，7—11、吉野家、肯德基等知名传统商业企业的身影开始出现在社区。不过，社区商业的市场培育期会比繁华商圈长，销售规模短期也难与区域中心媲美。但是，社区周边消费频次高，更注重便捷和性价比。

在选取的采访样本中，餐饮在社区商业各业态中占比最高，平均占比达到32%；其次是生活服务类（包含家政、洗染等行业），占比为27.5%；位居第三的是美容美发行业，占比为13.33%。

但是，从调查的各类商业业态看，社区商业发展的自发性特点明显。餐饮业虽然成为社区商业主力军，但是，这些餐饮主要是不知名的小店，不仅更换频率高，服务质量也不稳定。

在对长阳、天通苑等以年轻消费群体为主的新社区调查发现，幼儿教育正在快速扎根社区，最高占比达到9%，成为社区商业业态的新成员。此前很多幼儿教育品牌会选择区域商业中心地带，但是，随着生育高峰的到来，新兴社区的很多年轻住户已经升级为三口之家。巨大的儿童消费市场成为商家掘金的新发力点。可以预测，单独二胎政策落地实施后，幼儿教育将迎来更大市场。另外，随着老龄人口增加以及消费习惯的改变，社区送货上门、家政、代收代缴等服务需求增大。

此外，社区商业的物业主要来源于小区底商，受限于当初开发商的规划设置。这也造成了社区商业缺少规划的问题。

针对社区商业调查发现的问题，北京商报官方微博面向近50万粉丝进行了“帮社区商业出新招”的调查活动。在参加调查的微博网友中，42%的网友对自己居住社区的农产品市场不够满意，其中超过一半的网友认为社区菜市场距离太远，不能满足日常的需求。还有近30%的网友对社区菜市场提供的水果蔬菜品质和价格不满意。

30%的网友不能满足于现有的社区便利店。反映问题较为突出的主要集中在通州、天通苑以及长阳等远郊区县的网友。部分网友反映，社区周围的小便利店和夫妻店商品数量有限，更新不及时。

从便利店的发展规律看，每3000人就需要一家便利店。例如东京，有近3700万人，几大便利店品牌的总数超过了4万家。北京市的常住人口在20\*\*年时就已突破了2024万人，照此计算，北京至少需要6700家便利店。据相关调查显示，北京的便利店还不到2024家，距理想状态下的店铺数量相去甚远。不仅如此，店铺的分布也极不均匀，以7—11官方发布的数据为例，其130多家店铺集中分布在朝阳区、海淀区和东城区，西城区仅有5家，通州区也只有1家，而其他区域则尚未开店。

在调查中我们也发现，在区域中心附近的社区，各类服务设施相对完善，但在部分老小区，由于物业设施和交通限制，一些便民业态无法进入。

**市场调研报告的基本框架篇七**

一、 市场概述

二、 商家格局

苏州空调市场

调研报告

苏州热水器市场调研报告

苏州油烟机、灶具和消毒柜市场调研报告

由于消毒柜行业分散，缺少强势品牌，区域品牌的厂家居多。其中年产量较大、做的比较早的有康宝、万和两家，海尔、帅康、方太也进入消毒柜市场，所以在苏州消毒柜市场上，消费者并没有对哪个品牌的消毒柜产品有特殊的偏好。 本文由第 一·范 文 网整理。

总体来说苏州的消费者在选购油烟机、灶具时第一看重的是品牌、商家的信誉，环境和服务也是影响消费者选购的重要因素。苏州消费者在选购油烟机、灶具时会首选大商场，其中苏州市人民商场股份有限公司占了18%的市场份额，而以永乐、苏宁、五星为代表的连锁性专营店也以其优势占据了这个市场的大部分约62%的份额，其它的份额则由其它商家以及品牌代理商和装潢公司分食。

**市场调研报告的基本框架篇八**

全球的阀门生产企业已经超过了5000家，由于阀门产品中的通用产品制造简单，需求量大，全球的竞争也非常激烈。全球最大的十五家企业没有达到垄断的程度，全球最大的五家阀门公司：tyco、flowserve、emerson、dresser、cooper，全部销售额只占全球市场的12%，再接下来的五家公司：abb、spx、circor、mesto、ksb的全部销售额只能占到4%。总的来看是全球市场占有率在前十五名的企业加起来，其市场占有率不足19%。而作为阀门行业中技术含量较高的控制阀产品则与之相反，目前全球排名前十五的企业占领了全球约85%的市场。

从19世纪控制阀应用在蒸汽机开始直到今天，控制阀已经发展成为全球年产值约为200亿美元的产业，而且随着全球性工业化的发展，保持着稳定的增长。目前全球的控制阀市场如同大部分工业品一样被三个经济体瓜分，分别是美国为代表的北美经济体，以德国、英国、法国为代表的欧盟地区，和以日本为代表的亚太地区。

作为世界上的头号经济强国，美国的阀门工业从二战后初期的全球一半产值下降到现在的30%左右，仍然是全球的最大的阀门供应商。据美国阀门协会统计，美国阀门协会有超过110家企业，年产值超过40亿美元。随着美国公司国际化程度的不断加强，阀门企业开始通过收购本土以及世界其它国家的企业来扩大自己的市场份额，增强竞争力。由于企业之间的收购不断加剧，如今美国的阀门企业多数属于某个超大型跨国公司的一部分。著名的tyco流体控制公司是年度销售额340亿美元的tyco国际的子公司;masoneilan公司是dresser工业公司的一部分，其年销售额超过3亿美元;1984年就在中国开展业务的fisher控制阀由于进入中国较早，其产品已经成为中国教科书的样板，其母公司emmerson集团的销售额已超过140亿美元。

作为欧盟经济体的火车头，德国的经济在二战后得到了迅速的恢复，德国产品凭借其优良的质量迅速占领了欧洲市场，并随着中国的对外开放来到了中国。目前德国的阀门生产企业有170多家，产值超过22亿欧元，其中出口率为50%左右。德国的阀门企业一直保持着中小型私营企业的特点，目前刚刚开始类似美国的企业并购，但还没有形成类似美国的大的跨国公司。德国的控制阀企业多数属于专业性很强的公司，在某一类产品的研究、设计制造方面都有自己的独到之处。samson公司作为德国控制阀行业的领军者，销售额超过4亿欧元，从1909年发明的波纹管开始，一直在控制阀领域保持技术和质量的领先。auma公司是世界上最大的专业生产控制阀用的电动执行器的企业之一，销售额在1.5亿欧元左右，其在电动执行机构上的技术领先使其保持着巨大的竞争优势。

作为世界第二的经济体，日本的阀门企业共有706家，但其中15家的产值占到了整个市场的70%。日本阀门市场的总产值约为6亿美元，控制阀是其出口的主要产品。作为中国的近邻，日本的控制阀企业早在60年代就来到中国，至今为止，日本的控制阀企业是目前国内合资企业的最大的合作外方。yamatake、koso等几家日本最著名的控制阀生产商目前和国内的多家公司进行了合资，其产品由于价格适中，质量较好，迅速占领了国内的中低端市场。同样，在日本本国生产的控制阀在制造质量和技术上领先于合资企业，保持着在高端市场的竞争力。

经过几十年的发展，目前国内生产阀门的厂家约有3000家，从事控制阀专业化生产的不足200家。除少数特殊阀门产品外，现有的产品品种和数量基本能够满足经济发展的需要，但各类阀门的可靠性和使用寿命等技术方面与国外的产品还有较大的差距。国内多数的控制阀生产厂家在上个世纪80年代，先后从德国、美国和日本等国家引进技术，开始合资生产，例如吴忠仪表厂和日本yamatake的合作，鞍山自控股份与德国iwk和日本koso的合作等。与此同时大量的私营和民营企业加入到阀门行业中来，但他们目前的主要方向是通用阀门领域，集中以控制阀为主要产品的还很少。总的来说，国内生产的控制阀集中在技术含量低、使用寿命短、质量一般的水平，有相当一部分产品，特别是一些特殊性能产品，在产品机构上和产品质量上存在较大差距，仍需进口。阀门产品每年进口约2亿美元，其中控制阀占了70%左右。主要包括电站用的高参数控制阀、减压阀和安全阀;石化、冶金用的高参数控制阀及金属密封蝶阀和球阀。随着我国经济的快速发展，我国政府在石油天然气、石化、电力、冶金钢铁、市政等领域的投资持续增长，在有效地推动了国民经济持续发展的同时，也为控制阀行业带来了前所未有的机会，目前国际上知名的控制阀厂商都已经来到中国设厂或建立办事机构。

从控制阀的发展历史来看，控制阀发展的特点有：

1. 控制阀的发展与工业生产过程控制的发展密切相关。例如，单座阀的不平衡力大，不能适应工业生产过程高压差的控制要求，为此，研制了带平衡阀芯的套筒阀;当控制阀噪声已成重要环境污染时，不少具有降噪功能的控制阀和降噪的阀内件应运而生;当工业生产过程对高温、低温和泄漏等有一定要求时，诞生了适应高温和低温的伸长型阀盖和用波纹管密封的阀盖等。

2. 控制阀的发展与提高产品质量，降低原材料消耗等紧密结合，使控制阀产品的品种更新和增加，功能扩展，适应面越来越广。例如，控制阀的品种有单座阀、双座阀、三通阀、角现阀、套筒阀、阀体分离阀、隔膜阀、高压阀、偏心旋转阀、偏心阀板阀、蝶阀、闸阀等;执行机构有气动薄膜执行机构、电液执行机构、齿轮执行机构等;阀门定位器有气动阀门定位器、电气阀门定位器、智能电气阀门定位器等。

3. 控制阀的发展使工业应用更方便、灵活、可靠。控制阀设计计算采用更适合的计算公式;控制阀的安装和维护变得更方便;控制阀阀内件设计，如流路设计、材质选用、降噪设计等，使工业应用面更广泛，使用更可靠。

为了了解控制阀行业发展状况，慧聪行业研究院对业内的生产企业进行了问卷调查。

1. 控制阀企业成立时间和人员规模

我国控制阀生产企业主要分布在浙江、江苏以及北京和天津，公司成立时间都不太长，有一半的企业在5年以内，6-10年的企业占到将近四分之一，控制阀企业成立时间较长的主要是国有企业和外资企业。

2. 控制阀企业类型和性质

在控制阀行业，生产商占75%，经销商占20%。在企业性质上，绝大部分是民营企业，占86%，国有企业和外商独资企业都不到10%。

3. 产品类型及应用行业

从调查结果来看，有30%的企业生产电动执行机构和气动执行机构的控制阀，生产液动执行机构控制阀的企业最少，只有4%。控制阀产品主要应用在化工、电力、石油、天然气行业，应用在造纸和冶金行业也相对较多。

4. 控制阀企业营业规模

从控制阀企业的年营业额来看，有22%的企业年收入在100万以下，年收入超过20xx万的企业只占到10%，从增长速度来看，上规模的国有企业和外资企业的增长速度相对较慢，国内的民营企业增长相对较快，尤其是浙江的控制阀企业，绝大部分企业的增长速度都超过30%。

1. 控制阀的品种多，规格多，参数多

控制阀为适应不同工业生产过程的控制要求，例如温度、压力、介质特性等，有近千种不同规格、不同类型的产品，使控制阀的选型不方便、维护不方便、管理不方便。

2. 控制阀的可靠性差

控制阀在出厂时的特性与运行一段时间后的特性有很大的差异，例如，泄漏量增加、噪声增大、阀门复现性变差等，给长期稳定运行带来困难。

3. 控制阀笨重

给控制阀的运输、安装、维护带来不便，通常，控制阀重量比一般的仪表重量要重几倍到上百倍，例如，一台dn200的控制阀重达700kg，运输、安装和维护都需要动用一些机械设备才能完成，给控制阀的应用带来不便。

4. 控制系统品质差

控制阀的流量特性与工业过程被控对象特性不匹配，造成控制系统品质变差。控制阀的理想流量特性已在产品出厂时确定，但工业过程被控对象特性各不相同，加上降压比变化，使控制阀工作流量特性不能与被控对象特性匹配，并使控制系统控制品质变差。

5. 控制阀噪声过大

工业应用中，控制阀噪声已成为工业设备的主要噪声源，因此，降低控制阀噪声已成为当前重要的研究课题，并得到各国政府的重视。

6. 降低能耗

控制阀是耗能设备，在能源越来越紧缺的当前，更应采用节能技术，降低控制阀的能耗，提高能源的利用率。

**市场调研报告的基本框架篇九**

汉中市xx年上半年反腐倡廉工作调研报告xx年月，我带领执法监察室、监察综合室的同志赴汉中就汉中市xx年上半年反腐倡廉工作情况进行调研，先后到城固、南郑县和汉中市建筑工程交易大厅、外商投资服务中心、审改办等家单位了解情况，调研情况如下：

今年以来，汉中市纪检监察机关认真贯彻中央纪委和省纪委全会精神，标本兼治、惩防并举，有力地推动了全市反腐倡廉各项工作的整体协调发展，取得了阶段性成效。

领导干部廉洁自律工作得到加强。汉中市各级按照中省纪委全会精神，认真开展对领导干部廉洁自律规定的监督检查。清理违规购买超标车辆，涉及县处级干部人；清理领导干部违反规定兼任国有企业领导职务人；清理领导干部收受礼金、有价证券万元，其中县级领导名；开展警示训诫防线工作，对名领导干部进行了提醒、诫勉、训诫谈话，其中处级干部人；落实了纪委负责人同下级党政主要负责人的谈话制度，共谈话人，其中县级干部人。

查办案件工作取得了新的突破。月份，汉中市各级纪检监察机关共受理信访举报件，立案件，结案件，给予党政纪处分人，办案挽回经济损失万元。立案查处的重点案件主要有：汉中市地震局原局长程康破坏投资环境、以权谋私案；南郑县阳春镇原党委书记刘贵正赌博挪用公款案；镇巴县原简池镇党委副书记、人大主任文斌尤挪用公款案；城固县原工商局局长单衍华受贿案；汉中市口腔医院院长张文鸣受贿案等。在查办案件工作中，汉中市各级纪检监察机关重视组织协调，加强案件管理，坚持实事求是，严格依纪依法办案，加强源头治腐工作，提高了办案的政治经济社会效果。

纠正部门和行业不正之风工作取得新成效。汉中市各级纪检监察机关会同有关部门把侵害群众切身利益的问题作为纠风工作的重点，切实进行专项治理。开展整治医药购销工作，县级以上医院全部实行了药品集中招投标采购。减轻农民负担万元，查处涉及农民负担案件件。开展了中小学收费监督检查和专项治理工作，查处教育乱收费案件件，减轻学生负担万元，取消企业乱收费项目个，金额万元。治理公路“三乱”、民主评议行风等工作在巩固成果的基础上均取得了新的进展。

积极开展执法监察，确保政令畅通。汉中市监察机关上半年认真开展治理整顿土地市场秩序工作。会同国土资源等行政主管部门进一步建立健全经营性土地使用权“招拍挂”出让的具体制度，细化工作程序在全市全面推广并严格执行，加大土地市场违法违纪案件查处力度。上半年实行经营性土地招拍挂出让宗亩，涉及资金万元。城固县查处了宝山镇窑村砖厂违规占地案，给予相关责任人的党政纪处分。对西乡县违规出让土地问题进行了查处，对县政府主要负责人进行了诫勉谈话。月份，汉中市对六个县区的高速公路项目征地补偿费的管理使用情况进行了专项检查，对个别地方存在的资金管理不规范、农户补偿费兑付不及时的问题进行了纠正，进一步理顺了机构，强化了制度。

近两个月来，涉及高速公路补偿费问题的群众上访事件明显下降。全面开展行政效能监察工作，切实抓好效能建设六项制度的贯彻和落实。xx年月份，汉中市政府下发了《关于在全市政府机关推行行政效能建设六项制度的通知》，制定了市政府公务员《失职责任追究暂行规定》、《工作态度和效能问题的投诉处理暂行办法》和《机关效能建设绩效考评实施办法》，市政府个工作部门都制定了本部门的首问负责、服务承诺、限时办结等制度。市级各单位和各县区政府均成立了行政效能投诉中心，受理群众对政府行政效能问题的投诉，积极开展整顿机关纪律作风工作。市监察局实行了行政效能投诉事项的转办和催办制度，使每一件反映和举报的问题都能迅速落实和解决。上半年，汉中市共收到效能投诉件次，查处违纪案件件，给予党政纪处分人。积极参加整顿和规范市场经济秩序工作。今年月分，由市纪委、监察局牵头，对汉中市当前投资环境中存在问题及治理对策进行了调研，与个县区个行政执法部门负责人、个区内外企业进行了座谈，通过书面形式对个县投资环境存在的问题进行了专题调查。针对调研发现的问题提出了个方面的治理措施，报送市委、市政府领导作为决策参考。

源头治腐工作成绩突出。根据《xx年陕西省反腐败抓源头工作要点》精神，汉中市重视源头预防和治理工作，继续推进财政管理体制改革，加强资金监管，全面落实“收支两条线”管理制度，加大对“小金库”的清理和查处力度。乡镇街办的会计集中核算制度得到稳步推进，普遍推行了农村合作经济组织中村账乡管监督。政府采购工作实现了监督和执行机构分离。上半年，全市预算外资金上缴财政专户万元，政府采购支出万元，节支率。深入贯彻《党政领导干部选拔任用工作条例》，建立健全干部选拔任用和管理监督机制，干部人事制度改革逐步深化。行政审批制度改革和政务公开工作成绩突出。

总之，上半年，汉中市各级党委、政府和纪检监察机关以“三个代表”重要思想为指导，根据中、省纪委全会和政府廉政工作会的部署，结合本市实际，认真执行党风廉政建设责任制，强化监督检查，狠抓工作落实，全市党风廉政建设和反腐败斗争取得了新的成效。

汉中市在反腐倡廉工作中，加经党风廉政建设宣传和行政审批制度改革及政务公开工作成效明显。

汉中市xx年上半年加强党风廉政宣传，认真开展两个《条例》学教活动。进一步完善“大宣教”工作格局，结合学习贯彻两个《条例》，采取举办培训班、报告会、知识竞赛、文艺汇演等多种形式，强化党风党纪宣传教育，促进了反腐倡廉舆论氛围的进一步形成。运用刘贵正等典型案件，开展警示教育，运用廉勤兼优领导干部进行示范教育，提高了广大党员干部的监督意识和遵纪守法的自觉性和坚定性。举办培训班多期，培训干部多人次，参加全省举办的两个《条例》知识竞赛并荣获第三名。同时，市委举办了全市领导干部两个《条例》培训班，对各县区、各部门党政主要负责同志，纪检监察领导干部和组织部门负责人进行了集中培训。按照《条例》精神，全面检查党员干部在思想作风、工作作风和遵守纪律方面存在的问题，检查资金管理和执行财务制度的情况，检查参与打牌赌博、公款吃喝情况，强化制度建设，加强干部队伍建设，增强拒腐防变和抵御风险的能力。结合党风廉政建设各项工作有针对性地开展两个《条例》学教活动，促进了党风廉政建设和反腐败工作向纵深发展。

结合贯彻《行政许可法》，深入推进行政审批制度改革，强化对权力的制约。从xx年月下旬以来，汉中市认真开展了行政审批制度改革工作。市政府对这项改革高度重视，精心组织，积极推进，坚持市县一盘棋，一抓到底。市县两级同时安排，同时进行，步调一致，标准统一。市上在抓好市本级行政审批制度改革工作的同时，对各县区的审改工作进行了全程督促和精心指导，自xx年月以来，先后召开次全市性审改工作会议，进行了次轮流检查。市审改办专门抽出力量集中时间进行县区项目会审，县区的精简意见都经过市上审查。这些措施促进了县区之间的工作平衡，使各县区能够更加准确统一地把握政策原则，全市整体推进，质量得到保证。其具体作法是：一是由市监察局牵头，从个部门抽调名工作人员集中办公，成立了市审改办，各县区也迅速成立了相关工作机构，认真扎实地开展了学习、培训和宣传。二是在第一轮行政审批制度改革的基础上，深入细致清理摸底，彻底搞清行政审批项目底数，市本级共查找出项，个县区共清理出项。三是按改革的原则逐项分析研究，精心审核，严谨科学地精简审批项目。在第二轮行政审批制度改革中，市级共取消行政审批项目项，精简后保留项，个县区共取消项目项。四是制定了加强取消行政审批相应事项的监管和规范审批行为的措施，为此市审改领导小组印发了《关于做好调整行政审批项目后续工作的通知》规定。月日省审改领导小组咸阳会议召开后，市政府迅速进行了贯彻落实，对当前和今后一个时期的审改工作进行了全面安排部署。目前，汉中市的清理工作进展顺利，各部门陆续将自查自清情况上报市审改办进行审核，各县区第三轮行政审批项目清理精简已全面展开。

检查，制定了进一步规范和深化政务公开工作的意见，把公开和监督机制引入行政权力运作的各个环节，使之成为改进管理方式、提高管理水平的一项具有规范性、强制性的长期运作的基本工作制度。同时，企事业单位的事务公开、厂务公开也均在稳步推行中。

汉中市党风廉政建设和反腐败工作取得了明显成效，但还存在一些值得注意的问题。

个别地方政府和部门领导对执法监察的职能和作用定位不准确，常常把执法监察和执法检查混为一谈，不管是否属于执法监察的职能范围，遇有检查、整改任务或遇到推不动的事，或热点、难点等问题，本来一些职能部门就能解决，却让监察机关介入，致使监察机关参与的活动多、挂名多、检查多，往往使执法监察陷入忙乱被动或疲于应付的局面，也弱化了执法监察职能，使执法监察工作中对深层次一些工作思考不到位、研究不到位、监督检查也不到位。

一些基层单位反映，合署后行政监察职能在实际工作中有些削弱，影响了行政监察工作的开展。

近年来，反腐败抓源头工作得到了各级党委、政府的高度重视。但是个别部门和领导干部在一定程度上存在着认识误区，一提到反腐败就认为是纪检监察机关的事，因此工作主动性不高，具体措施落实的少，工作开展不平衡。建设工程招投标是执法监察的一项重要工作。但在具体监督中，仅仅局限在执行招投标的程序是否合法上。对于泄漏标底、投标单位串标、陪标、工程建设实施中资金监管、随意变更工程质量以及招投标中介代理机构、工程监理、市场管理等问题监督乏力。考查调研中，我们听到对于此项的改革呼声最高，一些部门、特别是基层单位反映强烈。

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