# 市场调查报告书点评 市场调查报告书启示与建议(三篇)

来源：网络 作者：红尘浅笑 更新时间：2024-07-26

*报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。报告的格式和要求是什么样的呢？这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。市...*

报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。报告的格式和要求是什么样的呢？这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**市场调查报告书点评 市场调查报告书启示与建议篇一**

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：

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。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：

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。

**市场调查报告书点评 市场调查报告书启示与建议篇二**

xx年，韩国新世界在上海开设了第一家在中国的易买得超市，目前，上海易买得已经开设了5家分店。据天津易买得副总经理曹铁透露，新世界近期计划在中国开设25家分店，目标将锁定上海、天津、北京等大城市，形成一个全国范围内的店铺网络。有消息称，易买得将投资至少5亿美元布局中国市场。 作为韩国最大的商业流通集团，韩国新世界集团在中国的连锁零售业选择了合作经营，目前其主要合作伙伴是上海九百和天津泰达。

此次的调查对象是昆山市易买得周边的住户、打工者等，本次调查以随机抽样形式抽出样本45人进行调查研究。

本次调查主要基于以下两个目的：一是花桥市人民对易买得的产品，服务态度等的总体调查，二是通过对在易买得消费者的调查，力图解读现在群众对超市的要求和买东西希望得到的感受。

问卷发放时间为20xx年11月14日(当天完成)，发放方法为在住宅区，超市门口，马路边等地点随机发放。在收回的有效问卷中，职业类型：

服务人员为8人，个体经营户为6人，工人为2人，公务员为1人，离退休人员为5人，农民为2人，农民工为1人，其他为8人，文教卫体人员为2人，学生为8人

男女生比例大概为 6 : 4

(性别，职业类别由问卷第1，2题统计而得)

易买得花桥店坐落于昆山市花桥镇绿地大道269号，是易买得在华东区地区第一家上海以外的门店。易买得花桥店拥有220名员工，另有供应商促销员248名、外包技术人员95人，具有较强的服务能力。商场占据两个楼层，一楼营业面积 4078平方米，主要经营生活日用品，包括化妆品、男女服装、童装、床上用品、文玩具、汽配用品、家电、手机、厨房、洗浴用品等生活必需品;二楼营业面积5280平方米，主要经营食品，包括生鲜商品，休闲食品，调味品、进口食品等品种丰富的商品。由于易买得的韩国投资商背景，卖场还特意组织深受欢迎的韩国特色食品，满足广大顾客的需求。

为方便周围居民，易买得专门在花桥周边的上海地区以及花桥镇等地设计了10条免费班车，包括上海地区的白鹤赵屯线、安亭环线、安亭外环线、黄渡线、华新线;花桥地区的蓬朗线、花桥环线、绿地二十一城环线、陆家线、千灯、石浦线。消费者对易买得超市满意度情况

如果把消费者对质量满意度分为五个等级(1、2、3、4、5 以5最高,1最低)其中等级为1的占4%，等级为2的占13%，等级为3的占45%等级为4的占20%等级为5的占18%，如图一所示其中等级为3的占比最多说明易买得店商品质量还可以。

在品牌方面易买得超市与本市其他超市相比易买得扥表现如图二所示：其中很满意的占13%，满意的占33%一般的占50%不满意的占45%。

有52%的人认为价格可以接受，33%的人认为价格偏高，11%的人认为价格合理，4%的人认为价格无法接受。

易买得超市工作人员服务态度

61%的消费者认为员工服务态度较好，31%的顾客认为员工服务态度一般，13%的顾客认为员工服务态度极好，4%的顾客认为员工服务态度恶劣。

56%的顾客认为结账效率高，7%的顾客认为结账效率偏低，20的顾客认为结账效率一般，7%的顾客认为结账效率低。

54%的人认为应增加路线，13%的人认为应增加乘务员，16%的人认为应增加班次，7%的人认为应改善车内环境，42%的人无所谓。

结论：消费者对易买得的总体满意度相对满意

**市场调查报告书点评 市场调查报告书启示与建议篇三**

（1）规范性：论点是否鲜明，观点是否正确，是否能够反映出实际的问题，对其中某一问题有较深入的理解和认识。

（2）应用性：题材是否具有现实意义和理论价值，结论是否正确合理。

（3）逻辑性：结构是否合理，层次是否分明，逻辑是否严重，记述、分析、论证等方法的运用是否有力。

（4）技术性：能否将调查问卷中的各项指标用定性、定量的结果表示出来，文字表达是否准确、流畅。

市场调查报告是对市场的全面情况，或某一侧面、某一问题进行调查研究之后撰写出来的报告，是针对市场状况进行的调查与分析，因而有着不同于其他报告的特点。

1、针对性：针对性主要包括两方面：a.调查报告必须明确调查目的，报告是为了解决某一问题，或是说明某一问题，因而撰写报告时必须做到目的明确、有的放矢、围绕主题开展论述。b、调查报告必须明确阅读对象。阅读对象不同，他们的要求和所有关心问题的侧重点也不同。

2、新颖性：市场调查报告应紧紧抓住市场活动的新动向、新问题，引用一些人们未知的通过调查研究得到的新发现，提出新观点，形成新结论。

3、时效性：要顺应瞬息万变的市场形势，调查报告必须讲究时间效益，做到及时反馈。只有及时到达使用者手中，使决策跟上市场形势的发展变化，才能发挥调查报告的作用。

切记调查的目标，并体现于报告之中；

报告内容应重点突出；

报告文字应简短中肯，意思表述清楚；

报告的内容应力求客观；

报告内容应加以组织，能给读者在最短的时间内一个全盘的印象；

应具有报告的形式与结构。

1、简单说明调查目的即简要说明调查的由来和委托调查的原因。

2、简单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。

3、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，因此对所用方法进行简短叙述，并说明选用方法的原因。

切忌将分析工作简单化即资料数据罗列堆砌，只停留在表面文章上，根据资料就事论事。简单介绍式的分析多，深入细致的分析及观点少，无结论和建议，整个调研报告的系统性很差，使分析报告的价值不大。只有重点突出，才能使人看后得到深刻的印象。

切忌面面俱到，事无巨细进行分析把收集来的各种资料无论是否反映主题，会使读者感到杂乱无章，读后不知所云。一篇调研报告自有它的重点和中心，在对情况有了全面了解之后，经过全面系统地构思，应能有详有略、抓住主题，深入分析。

报告长短根据内容确定调研报告的长短，要根据调研目的和调查报告的内容而定。对调研报告的篇幅，做到宜长则长。宜短则短，尽量做到长中求短，力求写得短小精悍。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找