# 最新数据报告怎么做(十四篇)

来源：网络 更新时间：2024-06-21

*随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧数据报告怎么做篇一首先，要有一个好的框架，跟盖房子一样，好的分析肯定...*

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

**数据报告怎么做篇一**

首先，要有一个好的框架，跟盖房子一样，好的分析肯定是有基础有层次，有基础坚实，并且层次明了才能让阅读者一目了然，架构清晰、主次分明才能让别人容易读懂，这样才让人有读下去的欲望；

第二，每个分析都有结论，而且结论必须要明确，如果没有明确的结论那分析就不叫分析了，也失去了他本身的好处，因为你本来就是要去寻找或者印证一个结论才会去做分析的，所以千万不要忘本舍果；

第三，分析结论不要太多要精，如果能够的话一个分析一个最重要的结论就好了，很多时候分析就是发现问题，如果一个一个分析能发现一个重大问题，就到达目的了，不要事事求多，宁要仙桃一口，不要烂杏一筐，精简的结论也容易让阅者理解，减少重要阅者（通常是事务繁多的领导，没有太多时间看那么多）的阅读心理门槛，如果别人看到问题太多，结论太繁，不读下去，一百个结论也等于0；

第四、分析结论必须要基于紧密严禁的数据分析推导过程，不要有猜测性的结论，太主观的东西会没有说服力，如果一个结论连你自我都没有肯定的把握就不要拿出来误导别人了；

第五，好的分析要有很强的可读性，那里是指易读度，每个人都有自我的阅读习惯和思维方式，写东西你总会按照自我的思维逻辑来写，你自我觉得很明白，那是因为整个分析过程是你做的，别人不必须如此了解，要明白阅者往往只会花10分钟以内的时间来阅读，所以要思考你的分析阅读者是谁？他们最关心什么？你务必站在读者的角度去写分析邮件；

第六，数据分析报告尽量图表化，这其实是第四点的补充，用图表代替超多堆砌的数字会有助于人们更形象更直观地看清楚问题和结论，当然，图表也不要太多，过多的图表一样会让人无所适从；

第七、好的分析报告必须要有逻辑性，通常要遵照：1、发现问题--2、

总结

问题原因--3、解决问题，这样一个流程，逻辑性强的分析报告也容易让人理解；

第八、好的分析必须是出自于了解产品的基础上的，做数据分析的产品经理本身必须要十分了解你所分析的产品的，如果你连分析的对象基本特性都不了解，分析出来的结论肯定是空中楼阁了，无根之木如何叫人信服？！

第九、好的分析必须要基于可靠的数据源，其实很多时候收集数据会占据更多的时间，包括规划定义数据、协调数据上报、让开发人员提取正确的数据或者建立良好的数据体系平台，最后才在收集的正确数据基础上做分析，既然一切都是为了找到正确的结论，那么就要保证收集到的数据的正确性，否则一切都将变成为了误导别人的努力；

第十、好的分析报告必须要有解决方案和推荐方案，你既然很努力地去了解了产品并在了解的基础上做了深入的分析，那么这个过程就决定了你可能比别人都更清楚第发现了问题及问题产生的原因，那么在这个基础之上基于你的知识和了解，做出的推荐和结论想必也会更有好处，而且你的老板也肯定不期望你只是个会发现问题的人，请你的那份工资更多的是为了让你解决问题的；

十一、不要害怕或回避“不良结论”，分析就是为了发现问题，并为解决问题带给决策依据的，发现产品问题也是你的价值所在，相信你的老板请你来，不是光让你来唱赞歌的，他要的也不是一个粉饰太平的工具，发现产品问题，在产品缺陷和问题造成重大失误前解决它就是你的分析的价值所在了；

十二、不要创造太多难懂的名词，如果你的老板在看你的分析花10分钟要叫你三次过去来解释名词，那么你写出来的价值又在哪里呢，还不如你直接过去说算了，当然如果无可避免地要写一些名词，最好要有让人易懂的“名词解释”；

十

三、

最后，要感谢那些为你的这份分析报告付出努力做出贡献的人，包括那些为你上报或提取数据的人，那些为产品作出支持和帮忙的人（如果分析的是你自我负责的产品），肯定和尊重伙伴们的工作才会赢得更多的支持和帮忙，而且我想你也不是只做一锤子买卖，懂得感谢和分享成果的人才能成为一个有素养和受人尊敬的产品经理。

**数据报告怎么做篇二**

随着20xx年钟声的临近，20xx年的工作即将进入尾声。在这个特殊的时点，总结过去的工作，计划未来，就显得尤为重要!在过去的时间里，本人在公司各级领导的正确领导下，在同事们的团结合作和关心帮助下，较好地完成了20xx年的各项工作任务，在工作能力和思想政治方面都有了更进一步的提高。现将20xx年取得的成绩和存在的不足总结如下：

一、思想政治表现、品德修养及职业道德方面

20xx年以来，本人认真遵守劳动纪律，按时出勤，有效利用工作时间;坚守岗位，需要加班完成工作按时加班加点，保证工作能按时完成。爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心。积极主动学习专业知识，工作态度端正，认真负责地对待每一项工作。

二、工作能力和其它方面

我的工作岗位是数据与产品支持，准确和效率一直都是我的工作宗旨。工作内容大体分为四块：

1. 在月初关账期间，要保证各地提报的非派费用和仓租、外包工、叉车租金分摊的准确性与及时性，同时不仅需要审查数据内容填写的规范性，还需要确认各地是否已经提报。汇总完数据后要进行初步分析，将不符合提报要求的费用提取出来并联系提报人进行确认，并判断是否应该提报。将数据提交给结算部门后，结算在核销的时候会有疑问，这些疑问也需要我来进行跟进与反馈。

2. 关账结束后要进行合同外议价的分析，这部分分析分为同一线路同一承运商派车次数大于3次的分析和有合同但走合同外议价的分析两部分，前者分析的目的是为了考虑是否要与此线路签合同，而后者的分析目的是更新完善合同的报价。

3. 结束合同外议价的分析工作，则需要进行单个to负毛利的分析，该分析数据主要来源于工盘，包括收入明细，成本明细，派车分摊和租车分摊。分析完成需要将结果发给对应的运输经理，查明产生亏损的原因，并提出合理的建议。

4. 在以上三部分工作内容如期进行的时候，全月不定时穿插项目初步分析，此部分内容主要使用者为项目经理、客户经理等。

三、存在的不足

总结20xx来的工作，虽然取得了一定的成绩，自身也有了很大的进步，但是还存在着以下不足：

一是工作方式上还只是按部就班，虽然融入了一些自己的看法和改进，但还未提高到更高的层面，没有从管理层的角度去看待问题。

二是由于工作性质，与区域的负责人和调度员会有频繁的联系，但还不能很好的沉着面对，所以沟通交流能力还需要进一步的加强。

三是知识储备还不够，还需要更广泛的学习与增长经验，成为多方面的人才。 四、20xx年的工作打算

20xx年我将进一步发扬优点，改进不足，拓宽思路，求真务实，全力做好本职工作。打算从以下几个方面开展工作：

一是加强工作统筹。根据公司领导的年度工作要求，对全年的工作进行具体谋划，明确内容、时限和需要达到的目标，把各项工作有机地结合起来，理清工作思路，提高办事效率，增强工作实效。

二是加强工作作风培养。始终保持良好的精神状态，发扬吃苦耐劳、知难而进、精益求精、严谨细致、积极进取的工作作风。

三是作为运输总部与区域对接人员之一，一言一行都代表着公司的形象。不仅在工作上必须做到精确、严谨，而且在行为品德上要严格要求自己，树立良好的个人形象。所以我要加倍努力的工作为了公司的发展做出自己的贡献。

1.数据挖掘分析报告模板

2.不良分析报告模板

3.部门问题分析报告模板

4.项目分析报告模板

5.问题分析报告模板

6.养老分析报告模板

7.事故分析报告模板

8.共产党员材料分析报告模板

9.行业市场分析报告模板

10.地块可行性分析报告模板

**数据报告怎么做篇三**

数据分析报告样本

今年年初以来公司在总经理的领导下，积极生产，各项工作都取得了一定的成绩，特别是通过坚持贯彻iso9001：2024标准，使公司的管理更上了一个台阶，现将我们收集的部分数据进行分析以供领导决策。

201x年签订了项目合同13项，完成11项，2项项目在进行中，验收工程一次合格率100%，完成的11项工程项目顾客满意率超过95%。

系统集成部多次组织技术人员和项目经理、施工人员学习国家标准和行业规范，严格按照程序文件和作业指导书的要求组织设计和施工。

工程项目的实施都严格按照国家标准规范进行，确保为用户提供满意的、高质量的工程项目和优质的售后服务。从部门负责人到项目经理以至每一位员工都自觉地将分解到的质量目标融入到日常工作之中，涉及到的每一个环节都得到较好的.控制，由不理解到形成自觉的行动，按程序文件要求做已经在尉然成风，发现问题不遮、不掩、不护，采用自检、互检和专检活动，促进质量意识和企业文化深入人心，调动了每一位员工的积极性，上下形成一个共识，我们的工程要做成为顾客最满意的工程。

中国建设银行辽中近海支行综合布线系统项目、中国建设银行辽宁省分行、后台处理中心综合布线系统项目、中国建设银行沈阳彩霞支行综合布线系统项目、中国建设银行沈阳三好街支行综合布线系统

项目、建行大东支行莱茵河畔自助银行综合布线系统项目都是一次验收合格交付的，工程项目符合用户和行业标准的要求，得到了用户的赞扬和好评，提高了公司的经济效益和企业现代管理水平，至今没有发生顾客投诉等问题。

华汇人寿保险股份有限公司办公设备采购项目、中国建设银行辽宁省分行网点网络设备采购项目都是一次验收合格交付，客户对我们公司提供的服务十分满意。

交付的大连泰山热电有限公司网络信息安全整改项目，提高了泰山热点系统运行效率，保证了系统的安全性，为系统正常运行发挥了重要作用。

部门采购人员今年按要求对供方进行了评价，确定了合格供方，到目前为止这些供方提供的产品、原材料质量稳定，未发生因原材料质量问题而影响产品质量的事故，应继续对这部分供方加强控制，监督他们加强产品、原材料的质量管理，确保供应合格的产品、原材料。

今年我公司共评价供方 10家，实际与我我厂发生业务关系的为 10 家，实现了供方评价率100%。

自1月份以来，各供应商进货质量状况如下：

从上述情况分析，共发生进货33批次，经进货检验全数合格，实现了进货检验合格率100%。

部门质检人员按照《检验和试验程序》坚持对采购货物、半成品、成品进行质量检验，对不合格品按照《不合格品审理程序》进行处理，不让不合格品留到下道工序或出公司。

部门材料核算人员和库管人员坚持对每月的库存进行统计汇总，保证数据的准确性。

经统计分析公司售后服务单，顾客满意度调查为97%，超过公司95%的质量目标。

上述数据反映了公司通过建立、实施质量管理体系所取得的成绩，我们将通过数据分析，发扬成绩，改进不足，进一步把质量管理工作搞得更好。

**数据报告怎么做篇四**

一、药品流通行业发展概况

（一）发展概述

2024年国家医药卫生体制改革继续向纵深推进，在《全国药品流通行业发展规划纲要（2024-2024年）》的指导下，行业结构调整效果逐步显现，发展方式不断优化，行业集中度和流通效率均有所提升，企业基于现代医药物流和互联网技术的创新业务取得新突破，药品流通行业销售规模与经济效益稳步增长，总体呈现持续向好的发展态势。

（二）运行分析

1、整体规模

2024年,药品流通市场规模稳步提高。全年药品流通行业销售总额13036亿元，同比增长16.7%，增速较上年同期下降1.8个百分点，其中药品零售市场2607亿元，扣除不可比因素同比增长12%，增幅回落4个百分点。

截至2024年底，全国共有药品批发企业1.63万家；药品零售连锁企业3107家，下辖门店15.26万个；零售单体药店27.11万个；零售药店门店总数达42.37万个。

图12009-2024年药品流通行业销售趋势

2、效益情况

2024年，全国药品流通直报企业主营业务收入9873亿元，同比增长17%，增幅回落3个百分点；实现利润总额202亿元，同比增长16%，增幅回落0.5个百分点；平均毛利率6.7%，同比下降0.2个百分点；平均费用率5.1%，同比下降0.1个百分点；平均利润率1.7%，同比下降0.2个百分点。

3、销售品类与对象结构

按销售品类分类，药品类销售居主导地位，销售额占七大类医药商品销售总额的73.8%；其次为中成药类，占15.2%；中药材类占3.6%，医疗器械类占3.3%，化学试剂类占1.2%，玻璃仪器类占0.1%，其他类占2.8%。

图22013年全行业销售品类结构分布

据中国医药商业协会典型样本城市零售药店2024年品类销售统计，零售药店销售额中的药品（包括化学药品、中成药和中药饮片）销售占主导地位，占零售总额的77.6%；()非药品销售占22.4%。

图32013年典型样本城市零售药店销售品类结构分布

按销售对象分类，2024年对批发企业销售额为5620亿元，占销售总额的43.1%，比上年降低2个百分点；纯销（包含对医疗终端、零售终端和居民的销售）为7415亿元，占销售总额的56.9%，比上年增加2个百分点。

4、销售区域结构

2024年，全国六大区域销售总额比重分别为：华东39.2%、华北18.7%、中南20.7%、西南12.4%、东北5.3%、西北3.7%；其中华东、华北、中南三大区域销售额占到行业销售总额的78.6%，同比下降0.8个百分点。

2024年，销售额居前10位的省市依次为：北京、上海、广东、江苏、浙江、安徽、山东、重庆、天津和四川，10省市销售额占全国销售总额的64.6%，同比下降1.6个百分点。

5、所有制结构

规模以上药品流通企业中，国有及国有控股企业主营业务收入6246亿元，占药品流通直报企业主营业务总收入的63.3%，实现利润115亿元，占直报企业利润总额的57.1%；股份制企业主营业务收入2546亿元，占直报企业主营业务总收入的25.8%，实现利润59亿元，占直报企业利润总额的29.3%。此两项数字说明，国有及国有控股企业、股份制企业占居行业发展的主导地位。

6、配送结构

2024年，药品批发直报企业商品配送货值8087亿元，其中自有配送中心配送额占80.2%，非自有配送中心配送额占19.8%，非自有配送中心配送额同比增加1.6个百分点；物流费用96亿元，其中，自主配送物流费用占81.9%，委托配送物流费用占18.1%，委托配送物流费用占比与上年基本持平。

物流费用占企业三项费用（营业费用、管理费用、财务费用）总额的16.4%，与上年相比降低了1.5个百分点，占营业费用的比例为30.5%，与上年相比增加了0.7个百分点。

图62013年药品批发直报企业商品配送结构

图72013年药品批发直报企业物流费用结构

7、行业资本运作情况

药品流通企业虽属于传统行业，但由于未来存在巨大的整合空间，所以资本市场也给予了较高的估值水平，剔除海王星辰、桐君阁和南京医药三只市盈率较高的公司之后，其余十二家公司的市盈率平均在35倍左右。

按照2024年最后一个交易日的收盘价计算，15家药品流通上市公司的市值总和为1885.04亿元，其中百亿市值以上的企业有6家，分别是国药控股、上海医药、九州通、国药一致、华东医药和中国医药，其中国药控股和上海医药的市值超过400亿元。

2024年，药品流通上市公司的投资并购活动仍然十分活跃，并购企业数量达到66个，涉及金额54亿元，在医药类上市公司兼并重组数量上连续4年居首位。

8、对gdp、税收和就业的贡献

2024年全国社会消费品零售总额为23.44万亿元，第三产业增加值为26.22万亿元。全年，药品流通行业销售总额占社会消费品零售总额的5.6%，占第三产业增加值的5.0%，均同比增长0.2个百分点。

2024年全国药品流通直报企业纳税额48.96亿元，全行业从业人数约为500万人。

二、药品流通行业发展的主要特点

（一）药品流通市场规模增速趋稳

2024年全国总人口持续增长，自然增长率为4.92‰，60周岁及以上人口占比达14.9%，人口结构的变化为药品流通市场的增长提供了稳定的市场环境。

同时，2024年各级政府对城镇居民医保和新农合参保者的每人每年补助标准由2024年的240元提高到280元，扩大了对这部分经济支付弱势人群的医疗保障程度，为药品使用提供了增长基础。基层医改在实施基本药物制度的同时进行了配套的综合改革，初步建立了基层医疗卫生机构运行新机制，有利于医药行业的健康发展。

同时，医保对医药卫生支出的控制政策更加严格，基层医疗机构用药规模的增幅也逐步趋于稳定，药品终端销售将处于平稳增长的阶段。2024-2024年药品销售市场规模总体虽呈增长态势，但增速已从24.6%逐步递减到16.7%。

（二）大型药品批发企业主营业务收入增长较快

从增长速度来看，前100位药品批发企业主营业务收入同比增长20.1%，其中前10位企业主营业务收入同比增长22.9%，前50位企业主营业务收入同比增长20.9%，均超过行业增长的平均水平。

年度主营业务收入100亿元以上的药品批发企业有12家，比上年增加2家；50-100亿元的有11家，比上年增加4家；10-50亿元的有75家，比上年增加1家。

从行业市场占有率来看，2024年前100位药品批发企业主营业务收入占同期全国医药市场总规模为64.3%，比上年提高0.3个百分点，其中前三位药品批发企业占29.7%，比上年提高0.9个百分点；主营业务收入100亿元以上的批发企业占同期全国医药市场总规模的44.5%，比上年提高3个百分点，50-100亿元之间的批发企业占6.4%，与上年基本持平，10-50亿元之间的批发企业占13.1%，比上年下降3个百分点。

图8不同规模药品批发企业主营业务收入占同期全国市场总规模情况

（三）药品零售市场结构调整缓慢

2024年药品零售市场规模总体呈现增长态势，但由于更多医疗机构实施药品零加成政策削弱药店价格优势、医院药房社会化低于预期、医药电商快速增长挤压市场空间等原因，使得药店传统业务增长空间收窄，零售市场规模扩张放缓。

据统计，2024年前100位药品零售企业销售额占零售市场总额的28.3%。其中前5位企业占9.0%，前10位企业占14.4%，前20位企业占18.5%，前5位企业、前10位企业、前20位企业以至前100位企业占零售市场总额比重较上年均有不同程度下降。

前100位药品零售企业的销售额底线为1.32亿元，销售额超过10亿元的企业有16家，其中销售额超过50亿元的有3家，30-40亿元的有4家，20-30亿元的有3家，10-20亿元的有6家。零售药店连锁率为36.01%，比上年提高1.4个百分点。

图92009-2024年零售药店数量

（四）现代医药物流建设投入持续扩大

随着相关政府主管部门先后颁布医药物流的行业标准和新版gsp，2024年各药品流通企业继续加大在物流建设上的投入，加快发展现代物流和第三方物流业务。

据统计，直报企业自有配送中心数量同比增长8.4%，自有配送中心仓储面积同比增长9.9%。一些最新物联网技术和高位货架、ptl（pickingtolight-电子标签拣货系统）、自动分拣系统等高科技产品得到广泛应用。

以中国医药集团总公司、华润医药商业集团公司、上海医药集团股份有限公司、九州通医药集团有限公司为代表的一批大型企业，逐步建立起全国医药物流分销配送网络；一批区域性龙头企业也同样拥有了区域物流中心枢纽及区域配送中心网络，最后一公里药品供应保障体系进一步得以完善。

（五）创新型业务模式呈现多样化

面对市场高度同质化的竞争局面，药品流通企业勇于创新，积极探索发展多种营销及服务模式。对上游供应商，提供个性化和差异化服务，与其共同开发市场；对下游客户，开展医院药品供应链创新服务，采取提供增值服务、二维条码建设、药房合作等模式。同时，自身也发展了专业分销、高端药品直送、深度分销等商业模式。

据统计，2024年在全国药品流通直报企业中，具有第三方医药物流资质的批发企业有80家；具有食品药品监管部门颁发的开展第三方药品物流业务确认文件的专业医药物流企业有62家；开展物流延伸服务的企业有51家；承接药房托管的企业有48家；承接医院药库外设的企业有14家。

2024年8月，商务部组织专家遴选了47个代表性较强、效果较好的医药物流服务延伸项目，作为第一批医药物流服务延伸示范项目向全行业推广，引导医药物流服务延伸向更高层次发展。

（六）电子商务平台发展迅速

2024年是药品电子商务平台加速发展的一年。具有条件的一些公司借助电子商务平台整合业务渠道，向供应链客户提供更多的增值服务，降低运营成本、提高交易效率，实现了线上与线下业务经营的共同发展。

据统计，截至2024年底，全国具有互联网交易资质的企业共有202家，与上年末相比增加85家，其中b2b(与其他企业进行药品交易)53家、b2c(向个人消费者提供药品)138家，第三方平台11家。药品流通直报企业中，拥有互联网药品交易服务资格证书的有53家，2024年网上交易额超过千亿元，其中b2b交易额占比超过90%。

三、2024年药品流通行业发展趋势预测

进入2024年，国内外宏观经济环境均面临增长放缓的压力，预测药品流通行业销售增幅将继续趋缓，行业微利化的特征将成为常态；但政府对医药卫生投入加大、全民医保、人口老龄化、单独二胎放开、慢病需求增大、人均用药水平提高以及大健康领域消费升级等利好因素，都会对药品流通行业发展起到支撑作用。

2024年，药品流通行业销售总额保持持续增长的基本面没有发生变化，大中企业将继续加快兼并重组的步伐，批零一体化药品流通业态结构逐渐主导医药市场。同时，伴随着医药物流和互联网技术的不断发展，药品电子商务模式与传统商业模式融合的速度将会加快。医药市场高度同质化的竞争局面，将倒逼药品流通行业发展进入全面提升软实力的时代。

（一）企业的兼并重组仍将持续

2024年结构调整仍是行业改革发展的主线。药品流通行业主管部门以贯彻落实《国务院关于进一步优化企业兼并重组市场环境的意见》（国发[2024]14号文）为契机，将继续鼓励企业兼并重组、做大做强，提高行业集中度，鼓励药品流通企业利用产业基金、上市融资、引进外资等多种方式加快兼并重组步伐，努力提高行业组织化水平，实现规模化、集约化经营。

同时，2024年6月1日起实施的新版《药品经营质量管理规范》（gsp），既提高了对企业经营质量管理要求，增强了流通环节药品质量风险控制能力，又推动了大型医药批发和零售连锁企业对小散企业的兼并重组。一些小散企业将被兼并，或被削减经营范围，或转型为生活性、生产性服务企业，或被淘汰出局，使得药品流通领域中散、小、乱等现象得到一定的遏制。

（二）现代医药物流网络将进一步健全

在商务部《全国药品流通行业发展规划纲要（2024-2024年）》的引导下，随着行业集中度的进一步提高和新版gsp的全面实施，现代医药物流进入建立体系、形成网络的发展阶段。

具有实力的企业将继续加大在物流建设方面的投入，广泛采用先进物流设备与技术，提高流通效率，提升物流服务能力；一些全国性集团公司或区域性龙头企业将逐渐形成现代医药物流体系及多仓协同配送网络，全力打造现代医药物流升级版的管理模式。

同时，药品流通行业与信息、金融、交通运输、设备制造等行业的跨界融合将筑就新的药品流通生态系统，开展医药产业链之间的服务延伸与合作，共同向安全、快捷、可及的现代医药物流保障体系和创新经营服务模式转型；第三方医药物流将快速发展，体现出专业化管理特色。

（三）零售企业面临新的市场机遇和挑战

公立医院改革破除“以药养医”，取消药品加成，降低终端药价，将使零售企业价格方面的优势进一步弱化。而社区医疗与新农合这两大医改重点投入的医疗保障项目，也挤占了零售企业相当一部分市场。

为在激烈的医药市场竞争中求得生存和发展，医药零售连锁企业不断挖掘市场潜力，顺应消费升级时代消费者对品牌产品价值认同的理性回归潮流，各类零售企业加大品牌产品营销力度，不断创新服务内涵，着力加强个性化药学服务和高值药品直送服务，提高顾客满意度。同时，围绕大健康产业开展多元化经营与服务也为今后零售企业的发展提供了空间。

（四）电子商务将对行业格局产生较大影响

目前，互联网药品电子商务呈现快速发展态势。各大药品流通企业普遍构建或整合集分销、物流、电子商务集成服务模式以及数据处理的现代化智能化服务平台，成为推动药品流通增值服务的新载体。在零售药店领域中，除网上药店销售逐年扩大外，移动互联网技术的普及和应用，正在促进电子商务与传统零售药店服务模式的相互融合。

为支持互联网药品销售，国家食品药品监督管理总局正在研究出台《互联网食品药品经营监督管理办法》，将为互联网药品电子商务和传统药品零售业态的发展和格局调整带来较大的影响。

（五）人才队伍配备结构将出现相应变化

药品流通行业兼并重组和转型升级步伐的不断加快，行业人才需求的结构将出现相应调整与变化。从整体上看，行业人才队伍将向高素质、高技能、复合型的人才配备模式转变。

药品批发企业在传统的岗位构成基础上，将大大增加对现代物流管理人才，特别是药品冷链物流管理人才的需求，并更加青睐具有供应链管理意识的职业经理人、采购经理人和提供智能化解决方案的网络信息处理技术人才。

药品零售业态在继续吸引和培养大批执业药师从事药店专业工作的同时，开始注重营养师、护理师等专业技术人员的配备，为开展多元化经营和为大健康消费群体提供有价值的人才储备。

**数据报告怎么做篇五**

今年年初以来公司在总经理的领导下，积极生产，各项工作都取得了一定的成绩，特别是通过坚持贯彻iso9001：2024标准，使公司的管理更上了一个台阶，现将我们收集的部分数据进行分析以供领导决策。

201x年签订了项目合同13项，完成11项，2项项目在进行中，验收工程一次合格率100%，完成的11项工程项目顾客满意率超过95%。

系统集成部多次组织技术人员和项目经理、施工人员学习国家标准和行业规范，严格按照程序文件和作业指导书的要求组织设计和施工。

工程项目的实施都严格按照国家标准规范进行，确保为用户提供满意的、高质量的工程项目和优质的售后服务。从部门负责人到项目经理以至每一位员工都自觉地将分解到的质量目标融入到日常工作之中，涉及到的每一个环节都得到较好的控制，由不理解到形成自觉的行动，按程序文件要求做已经在尉然成风，发现问题不遮、不掩、不护，采用自检、互检和专检活动，促进质量意识和企业文化深入人心，调动了每一位员工的积极性，上下形成一个共识，我们的工程要做成为顾客最满意的工程。

中国建设银行辽中近海支行综合布线系统项目、中国建设银行辽宁省分行、后台处理中心综合布线系统项目、中国建设银行沈阳彩霞支行综合布线系统项目、中国建设银行沈阳三好街支行综合布线系统

项目、建行大东支行莱茵河畔自助银行综合布线系统项目都是一次验收合格交付的，工程项目符合用户和行业标准的要求，得到了用户的赞扬和好评，提高了公司的经济效益和企业现代管理水平，至今没有发生顾客投诉等问题。

华汇人寿保险股份有限公司办公设备采购项目、中国建设银行辽宁省分行网点网络设备采购项目都是一次验收合格交付，客户对我们公司提供的服务十分满意。

交付的大连泰山热电有限公司网络信息安全整改项目，提高了泰山热点系统运行效率，保证了系统的安全性，为系统正常运行发挥了重要作用。

部门采购人员今年按要求对供方进行了评价，确定了合格供方，到目前为止这些供方提供的产品、原材料质量稳定，未发生因原材料质量问题而影响产品质量的事故，应继续对这部分供方加强控制，监督他们加强产品、原材料的质量管理，确保供应合格的产品、原材料。

今年我公司共评价供方 10家，实际与我我厂发生业务关系的为 10 家，实现了供方评价率100%。

自1月份以来，各供应商进货质量状况如下：

从上述情况分析，共发生进货33批次，经进货检验全数合格，实现了进货检验合格率100%。

部门质检人员按照《检验和试验程序》坚持对采购货物、半成品、成品进行质量检验，对不合格品按照《不合格品审理程序》进行处理，不让不合格品留到下道工序或出公司。

部门材料核算人员和库管人员坚持对每月的库存进行统计汇总，保证数据的准确性。

经统计分析公司售后服务单，顾客满意度调查为97%，超过公司95%的质量目标。

上述数据反映了公司通过建立、实施质量管理体系所取得的成绩，我们将通过数据分析，发扬成绩，改进不足，进一步把质量管理工作搞得更好。

**数据报告怎么做篇六**

一、实习时间：20xx年8月27日—20xx年12月6号

二、实习地点：xx市xx-x数据录入处理公司

三、实习目的：提高专业知识与实战技能，加强综合素质,把学校里学到的专业知识运用到实践中去.提高自己的综合能力.改善自身的缺点，能够尽早的接受工作及生活带来的种种挫折与困难，更明白清楚的认定在这个高科技与残酷竟争的年代里，社会需要什么人才，公司需要什么人才。为更好的适应社会生活做好准备，从而为尽早实现自己的理想奠定坚实的基喘…

四、实习情况简介：经学校安排，本人于20xx年27号—20xx年12月6号，进行了岗位实习的工作，内容为数据录入。对于数据录入这项工作。要完成它需要好几个部门才能完成。完成它的投资资本很大。而对于我们这个数据公司来说是做最后部门的完成。

五、实习内容：在xx-x数据录入公司足足实习有三个月。

我所从事的工作特点是：按照上级给员工的工作量能够准确、按时的打完，并能以最快的速度交给顾客。

岗位工作职责：做为本公司的一员，在工作岗位上必需做到认真，细心，集中全力投入工作当中，不懂就要积极的去问，尽可能的把错误率降归到最低，使自己提高工作的速度。

岗位工作规范：在岗员工必需经上级批准，方可录入相关内容，必需遵守员工手则。

工作纪律要求：未经经理或主管批准，绝对不允许本公司员工带外人到公司及宿舍。更不能迟到、早退、上班时间，不能接打听电话，互相打闹，要专心做好手头工作。

xxx数据录入公司成立于20xx年，它是一家专业的数据录入公司。虽然公司开的并不是很大，现全职录入员有四十多人，主管有四年的录入经验，具有良好的敬业精神和团队精神。这几个月的实习经验告诉我们，价格已经不是赢得客户的唯一优势，更重要的是产品的数据质量、严格的数据保密措施、公司的诚信、以及品牌的服务。

在数据录入领域，持续一致的质量水平是最大的挑战。xx-x是把质量管理作为服务客户的生命线，质量是我们的最重要的承诺，也是录入行业生存和发展的生命线……数据准确无误是客户和公司最为关注的环节。公司采用了多种措施来保证客户数据的安全和准确性。例如：每一本要录入的内容，必需要两个人才能完成，一个人负责录a，一个人负责录b，然后放到规定的文件夹里，最后，由专门负责校对的人开始对以上两遍相同的内容进行校对。公司专有一套程序来检查，核实我们所录的数据。这套软件功能很多，在校对时不仅能纠正我们两方各自错在哪，还是谁对谁错、在我们录时后究竟是谁多录了，还是少录了，这都会看的一清二楚。还有，它能显示我们的错误率，公司有这样的一条规定，如果员工录的数据错误码率超过100%公司就会扣一半的工作量，因此工资自然而然的减少了。

我们员工只需要把数据按照一定的卡，一定的号，对照着录上去，不仅要速度快，数据准、更要精确。

我们录的数据基本很相似，每一产次回来的卷子，顾客都会把相关的模板递给我们有关管理人员手中，然后在主管和老员工的帮助下，逐渐对模板，数据录入的方法，有所了解。从而能加快工作的效率。每本卷子的价格都不一样。就拿我们公司平常接收的那种卷子来说，市场叫这种卷子为可乐卷。它分这乡村版和城市版。无论是乡版还是成市版，它又分为碳酸，和非碳酸两种。从封皮就可以判断是碳酸，还是非碳酸，如果是红皮的话，它就是碳酸，如果是蓝皮的话，它就是非碳酸。

它外表就像我们所说的那种书一样，有封皮、图案、还有城市名。每一本分为四个模板，又称四个部分。每一个部分，是一个价钱，价格完全不同。我在公司主要是负责录第一部分，也就是说在这四个部分里，第一部分价钱算是比其它部分价钱多点。因为第一部分比较难打，数据多。我一天差不多能打150本，连上加班。每一个模板只能输入相对的数据，不能输入其它的数据。我学过的模板大概有5653、5692-30、ts、fs、3253、2857、5958、5773-oe、5772-r5、5736、5960、5990-oe等等……以上这些模板，它的价钱都不一样，内容格式也不一样。在这个公司里多多少少学到了点东西，就如小键盘，刚开始也只能上五六十个,正确率上不到80%,而经过一个星期的培训我打小键盘的速度能上一百五十多个,相对正确率也能达到98%。从中我明白了一个道理：“持之以恒是我们每个人走向成功的必要原则。

实习总结：

经过这段时间的认识实习，我收获了很多。走出这个公司，感受外面的世界，才真正体会到社会竟争的现实性和残酷性。曾经我如井底蛙，笼中鸟，丝毫感受不到社会工作的复杂与艰辛。在学校学到的知识好少，没有实际操作经验和技能，书本上的理论和知识与现实有很大的差距。虽然所学的专业并不是关于数据方面的，但我认识到数据录入虽是一个新兴产业，具有很大的发展空间和市场潜力，前景非常可观。但是，它又是一种艰辛的行业，社会上需求更多的是实际操作人员，而管理层人才往往需求较少。因此，在这段期间我除了应具备扎实的专业知识外，还应该培养吃苦耐劳、团结协作的精神，这对我今后的工作非常有帮助。

志当存高远，事应求卓越，前途是光明的，道路是曲折的，我相信在公司领导的指导下，同事们的帮助中，自身认真的学习，一定能更深入了解公司的指导方针，提升业务水平!

**数据报告怎么做篇七**

一、需求分析

1、程序所实现的功能；

2、程序的输入，包含输入的数据格式和说明；

3、程序的输出，程序输出的形式；

4、测试数据，如果程序输入的数据量比较大，需要给出测试数据；

5、合作人及其分工

二、设计说明

1、主要的数据结构设计说明；

2、程序的主要流程图；

3、程序的主要模块，要求对主要流程图中出现的模块进行说明

4、程序的主要函数及其伪代码说明；

5、合作人设计分工。

三、上机结果及体会

1、合作人编码分工

2、实际完成的情况说明；

3、程序的性能分析，包括时空分析；

4、上机过程中出现的问题及其解决方案；

5、程序中可以改进的`地方说明；

6、程序中可以扩充的功能及设计实现假想；

说明：

1、如果程序比较大，可以将设计说明分为概要设计和详细设计两部分。概要设计主要负责程序的流程、模块、抽象数据类型设计；详细设计负责程序的数据类型定义和主要函数的说明。

2、设计说明中，不需要写出代码或者模块的详细代码，只需要写出主要函数的伪代码说明。

**数据报告怎么做篇八**

项目数据分析

南京融捷项目数据分析事务所简介了某企业的例子

(1)项目数据分析报告简介：

项目数据分析报告是“项目数据分析师”以客观的态度和谨慎的作风，通过科学的市场调研，运用专业的分析方法，秉承公正的原则，对项目的可行性进行全方位的分析及评估，为投资方的决策提供科学、严谨的依据，降低项目投资的风险，主要服务对象为中小型企业、国内外银行、投融资公司、政府组织等机构。

(2)项目数据分析报告内容：

项目数据分析报告的主要内容包括：项目提出的背景、项目基本情况（建设内容、建设规模、投资总额、市场前景、经济效益、社会效益、地理位置、交通条件、气候环境、人文环境、优惠政策等）、项目存在的问题、项目的战略分析、项目的管理架构分析、项目预测分析（市场、收入、成本）、财务分析（获利能力、偿债能力、发展能力）、不确定性分析、风险分析、结论和建议等。

(3)项目数据分析报告案例：

某企业项目数据分析报告案例样本

目录

第一章 项目概述

此章包括项目介绍、项目背景介绍、主要技术经济指标、项目存在问题及建议等。

第二章 项目市场研究分析

此章包括项目外部环境分析、市场特征分析及市场竞争结构分析。

第三章 项目数据的采集分析

此章包括数据采集的内容、程序等。

第四章 项目数据分析采用的方法

此章包括定性分析方法和定量分析方法。

第五章 资产结构分析

此章包括固定资产和流动资产构成的基本情况、资产增减变化及原因分析、自西汉结构的合理性评价。

第六章 负债及所有者权益结构分析

此章包括项目负债及所有者权益结构的分析：短期借款的构成情况、长期负债的构成情况、负债增减变化原因、权益增减变化分析和权益变化原因。

第七章 利润结构预测分析

此章包括利润总额及营业利润的分析、经营业务的盈利能力分析、利润的真实判断性分析。

第八章 成本费用结构预测分析

此章包括总成本的构成和变化情况、经营业务成本控制情况、营业费用、管理费用和财务费用的构成和评价分析。

第九章 偿债能力分析

此章包括支付能力分析、流动及速动比率分析、短期偿还能力变化和付息能力分析。

第十章 公司运作能力分析

此章包括存货、流动资产、总资产、固定资产、应收账款及应付账款的周转天数及变化原因分析，现金周期、营业周期分析等。

第十一章 盈利能力分析

此章包括净资产收益率及变化情况分析，资产报酬率、成本费用利润率等变化情况及原因分析。 第十二章 发展能力分析

此章包括销售收入及净利润增长率分析、资本增长性分析及发展潜力情况分析。

第十三章 投资数据分析

此章包括经济效益和经济评价指标分析等。

第十四章 财务与敏感性分析

此章包括生产成本和销售收入估算、财务评价、财务不确定性与风险分析、社会效益和社会影响分析等。 第十五章 现金流量估算分析

此章包括全投资现金流量的分析和编制。

第十六章 经营风险分析此章包括经营过程中可能出现的各种风险分析。

第十七章 项目数据分析结论与建议

第十八章 财务报表

第十九章 附件

**数据报告怎么做篇九**

如何做好一份数据分析报告

现有数据分析报告当中存在一些问题，我们对现有的数据分析报告当中的问题进行分析，来找到如何做出更高质量的数据分析报告。

一、基础数据的采集缺乏科学依据

基础数据的采集对于整个数据分析报告具有非常重要的意义，基础数据采集的科学性决定了这个数据分析报告是不是有使用价值。只有当数据采集具有科学性、客观、严密的逻辑性时，建立在这样的数据分析基础之上的经济效益评价、现金流量分析以及数据分析结论才具有现实的价值和意义。一般来说，当拿到一个项目时我们首先会结合项目的特点来进行基础数据分析，一个项目刚形成，从无到有的时候，基础数据一般采用一手的数据，因为它没有历史的轨迹来遵循，所以用一手数据资料来进行分析。一手数据的采集方法比如：问卷调查、观察、抽样技术等等，来对一手数据进行分析。通常对拥有大量的历史数据的项目如服装业等，数据采集可借鉴同等的规模或一些历史数据，以他为基础来进一步研究和分析。同时也可借鉴行业公开的资料、网上资料、统计的年鉴等等来进行分析。从现有的数据分析报告来看，很多基础的数据就是简单的摆在那里，没有数据来源，数据提示，没有对基础数据严谨的分析。

作为数据分析报的使用方而言，拿到这样的报告会对于报告的科学性提出质疑。

二、数据分析的过程缺乏逻辑性，论证的结论不具备系统性 很多数据分析报告一般都是前面是一堆数据，后面是一个结论。当真正的研究数据和结论时，是结果单一，数据和结论找不到必然的联系，要不就是只有一个结论，比如对净现值、内部收益率做出说明等等。作为专业的数据分析报告，必须充分的考虑每一个数字科学来源的基础上运用定量的模型来对数据进行分析，一步步推导到数据的结论上。

例如，一个项目不确定性分析，风险概率分析

（一）、 什么是影响这个项目的风险点，这些风险因素就是我们通常意义上的不确定性分析的模型来做

（二）、在这样的风险因素基础上，哪一些风险因素对投资项目的效益有重大影响，这些因素通过敏感性分析可以找出来。

（三）、找出这些风险因素下一步就是分析，这些影响效益的风险点出现的概率有多大？

三步分析完之后，风险对于这个项目的影响就显露出来，到这个时候只是数据分析的第一步工作。有一些数字和比率出现在报告上，更重要的在于结论，针对于这样的分险因素和风险变量（不可避免的），作为数据分析报告必须能搞提出来如何在项目的操作中

有效的防范这些风险。这样的风险点的提出和风险因素的防范对于报告的使用者来说是有意义的。

三、现有的数据分析报的结论单一，仅仅对于项目的可行性和计划性进行研究

建立在定量研究的基础上的数据分析报告和分析师还需要对于整个项目的战略规划提供一些更有价值得东西，包括项目中对于总投资的一些建议。比如总投资规模一定的情况下资金来源于自有资金、借贷资金；借贷资金和自有资金的比例或他的融资安排，如何能确保成本最低。进一步项目的分析，如现金流量的分析可站在项目的角度也可站在投资人的角度，这时候在投资人的角度分析时是自有资金流量表；在项目是否盈利的角度分析时就是全投资的现金流量分析，不同的现金流量表可以对项目和投资人提供一些有价值的结果。

四、数据分析报告现有的形式多

可以表现为商业计划书形式、项目的可行性的研究等，根据委托方的要求操作。作为立项的依据，数据分析报告就是项目的可行性研究报告的形式。从项目的融资角度分析，作融资的依据可以叫做商业计划书形式。从数据分析角度来说，对于委托方而言，可研报告和商业计划书存在不独立性。政府审批项目会委托咨询公司等专业机构进行项目研究，而更多的立项报告的可研报告分析和委托方式一致的，这样的报告带有一(来自: 海达 范文 网:数据分析报告)定的目的性和倾向性。从数据分析

角度来说坚持数据的独立性、客观性、公正性是这个行业的最基准的要求。

五、数据分析报告的特点

（一）、 独立性

（二）、 定量研究的分析方法

（三）、 严谨和逻辑性

（四）、 战略规划性

（五）、 在格式上的规范性

（一）、独立性

报告必须独立于委托方、报告的使用方，这样的报告才不会有倾向性。定量研究的分析方法，一个从无到有的项目缺乏历史数据，但不可能独立于享有的经济活动或脱离现有的经济生活。对于这些项目我们采取定性的研究，通过一些专家的论坛、德尔菲法、市场问卷调查等等方法来对于这个项目的市场需求基础数据进行估算，估算的结果再进行定量分析，定向和定量相结合，最终定量化。拿到项目时，有一个总的投资金额、成本效益的分析，首先看项目是在微观经济的角度分析还是在国民经济的角度分析，还是社会经济角度分析，确立着眼点后再进行基础数据的采集，找到适合项目的定量分析方法。进一步通过项目所在行业的特点对于成本和费用做出基础的判断。经济效益用我们学过的模型来进行评判，包括对方

案的选择采取我们能够使用的方法。

（二）、严谨和逻辑性

意味着数据分析报告要有科学的逻辑性，基础数据是怎么来的？有什么依据？对于说明判断又有什么样的依据？有什么样的依据做立足点？基础数据得到后对收入预测判断有什么样的依据？收入预测出来后成本预测是怎么出来的？成本费用的基础数据是怎么样得到的？一步一步进行判断。

（三）、战略规划性

战略规划性越来越成为数据分析报告质量的一个基础要求。当你的数据分析报告能对你的委托方的战略规划进行策划和梳理得时候，数据分析报告的价值就体现出来了。

（四）、在格式上的规范性

格式上要做规范，要有严谨性、专业性和责任性。

（五）、在整体思路明确后一定要涉及到总投资的研究

1、总投资的概念不同的要求有不同的涵盖面，对于项目数据分析而言，我们的投资包括建设投资、建设期利息、流动资金的全部投入，需要和国家现行的规模投资范围相区别。

2、拿到项目时要进行收益的预测，要分清项目是什么样的项目，是新的还是有大量历史数据的项目，决定我们采用的数据模型是建

**数据报告怎么做篇十**

随着社会经济发展水平越来越高，人们从原先的一味追求物质生活，到开始慢慢地重视精神生活。人们对书的需求也越来越大，读书也成为人们日常生活中的一部分，我公司图书销售逐年呈快速增长趋势。但是随着电子设备的不断发展，电子书占去了一部分纸质图书的销量，而且纸质图书盗版横行，加之消费结构的变化，使得部分品种的销售出现下滑。

一、原因分析

从客观上说，既有人们需求内容的丰富、结构的变化，也有图书形式的增加、市场竞争加剧；从主观上分析，既有销售渠道、销售方式的因素，也有图书品种、服务质量的原因。下面主要从消费者的需求上分析一下我公司图书增、减变化的原因。

㈠销售增长品种及原因：

1、文艺、科幻、侦探县疑：有利于缓解人们的工作、生活和学习的压力。

2、中国古典小说：与古典电视剧的热播有关。

3、漫画技法：社会需要全面发展的人才，家庭、学校 对学生艺体重视的结果。

4、社科、婚姻家庭、女性读物：人们生活压力大、社会关注度高。

5、公务员考试、经济考试：公务员成为热们职业，社会上公务员考试的人数逐渐增多。

5、地图、地理旅游：由于经济发展、人们生活水平提高，越来越多的人有条件去旅游。

㈡销售降低品种及原因：

1、股票：近年股市低迷所致。

2、保险：人们收入水平有限、保险意识不强。

3、酒店管理：我市大型、规范化管理的酒店较少，认识不够。

4、古董、玉器：市场发展不够、关注人群较少。

5、质量、物流、物业管理：物流、物业发展滞后，对质量的认识和重视也远远不够。

二、改进措施：

㈠加大节假日黄金时间的促销力度；

㈡增加现场订书、快递服务的功能；

㈢扩大营销渠道，建立完善网络购书平台，实现送书上门，购书打折，品类齐全的网络购书服务。

㈣改善服务态度，加强上岗人员培训，形成顾客满意的完整服务体系；()端正服务态度，认真倾听消费者的抱怨和建议，有效改善；设立读者信息箱，对提出建设性的意见进行奖励；对于查超图书不方便问题，如有条件可以增多导购咨询人员或安装电脑自动查询系统；建立服务投诉相挂钩的体系，建立健全科学的绩效考核体系。

㈤改进书店环境：尽量减少这种不必要的嘈杂：到书店倾听消费者的声音，关注消费者在书店中所需要的环境；整顿在书店长时间席地而坐的行为；规范卖场内的指示、标志；播放优美的轻音乐；科学陈列，科学设置书店内部色彩和合适的温度。

㈥强化图书市场的管理力度，坚决打击盗版、盗印的非法出版物和音像制品，维护消费者的合法权益。

\*\*年\*\*月\*\*日

**数据报告怎么做篇十一**

中国拥有世界上最为庞大的青少年人口群体。统计表明，20xx年中国14～35岁人口有4.65亿，占总人口的36.25%。对于任何社会来说，青少年都是民族的未来与希望。中国社会正处于改革开放的时代，现在的青少年是变革的弄潮儿、受益者和风险承担者，他们正在经历着我国社会经济等方面的重大变革，发展变化的速度很快。客观、准确地了解和掌握青少年的现状，才能从实际出发，制定有效的政策，从而正确引导青少年，把青少年一代培养成为有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义新人。本报告主要是依据统计数据对近年来中国青少年发展状况进行分析，所采用的数据均为撰写本报告时(截至20xx年7月31日)中国青少年发展状况指标体系中各项指标所能获得的最新数据。在本报告中青少年采用14～29岁和14～35岁两种年龄统计口径。

青少年人口状况指标

1.青少年人口总数及比重

20xx年人口变动抽样调查数据显示，全国14～29岁青少年共有311，217，923人，占总人口的24.25%。其中男性158，338，086 人，女性152，879，837人，分别占总人口的12.34%和11.91%，性别比为103.57。14～35岁青少年共有465，259，674 人，占总人口的36.25%。其中男性235，453，157人，女性229，806，517人，分别占总人口的18.34%和17.90%，性别比为 102.46。

2.青少年人口性别年龄构成

分性别年龄结构反映的是男女不同性别人口的年龄分布情况。20xx年中国青少年分性别人口的年龄分布基本一致，无论是男性还是女性，在其总人口中都是30～35岁人口所占比例最高，其次是14～20岁人口。人口年龄结构在20～30岁之间出现凹陷，除了自然的人口变动规律(如受人口惯性发展的影响)以外，与该年龄人群的漏报也有较大关系。因为这一年龄段人群处于流动活跃时期，而流动人口的漏报是统计中很难避免的。同时，我国军人也主要集中在这个年龄段，而军人人数是不在统计数据中反映的，这也加大了凹陷的程度。

3.青少年人口分布状况

人口的分布状况主要由地区构成和城乡构成两项指标来衡量。20xx年第五次人口普查时，14～29岁的青少年人口广东省为最多，达2900万人，西藏最少，仅为82万人。各省市青少年占总人口的比重集中在24.01～34.03%区间范围内，广东省比重最高，达34.03%，最低的为江苏省，占 24.01%。14～35岁的青少年人口数分布与14～29岁的青少年人口数分布接近，比重略有差异。各省之间青少年人口差异与各省总人口和它们过去的生育率、死亡率、迁移率的变化都有密切关系。

20xx年14～29岁青少年人口31，122万人，居住在城市的有7817万人，占青少年人口的25.12%，居住在镇的有4718万人，占 15.16%，居住在乡的有18，587万人，占59.72%。14～29岁青少年人口城镇化水平40.28%略低于我国40.53%的城镇化水平。 14～35岁青少年人口46，526万人，居住在城市的有12，165万人，占青少年人口的.26.15%，居住在镇的有7234万人，占15.55%，居住在乡的有27，127万人，占58.31%。14～35岁青少年人口城镇化水平41.69%又略高于全国平均水平。

4.青少年人口的迁移

20xx年第五次人口普查时，我国迁移人口有12，466，250人，其中14～29岁6，749，193人，占迁移总人口的54.14%，14～35岁8，396，246人，占迁移总人口的67.35%。迁移原因以务工经商、学习培训、婚姻迁入为主，占迁移总人口的七成之多(见图1-3a和图1-3b)。从全国迁移情况来看，学习培训、分配录用、婚姻迁入、务工经商主要是以青年人口为主，均占80%以上。

5.青少年人口的受教育状况

随着我国社会经济的发展，受教育程度普遍提高，14～29岁青少年人口有98.33%受过小学以上教育，14～35岁青少年人口比例略低一点 (97.14%)，但仍以初中教育程度为主，分别占55.13%和50.34%。这与青少年正处于学习求知年龄不无关系。从全国总人口受教育情况来看，青少年人口受教育程度明显好于其他年龄人口，初中以上各级文化程度人口中，14～29岁人口基本占40%左右，14～35岁人口基本占60%左右。

6.青年人口的婚姻状况

青年人正处于组建家庭时期，15～29岁青年未婚人口占64.03%，有配偶占35.53%，随着年龄的增长，有配偶的比例逐渐增大，15～35岁青年未婚人口占43.36%，有配偶占55.02%。青年人口婚姻关系比较稳定，无论是在15～29岁青年人口中还是在15～35岁青年人口中，丧偶、离婚和再婚有配偶的比例都非常低，分别为0.7%和1.62%。

7.青年人口生育状况

青年人口不同于老年人口和少年儿童人口，随着其生理和心理的发育成熟，开始组建家庭哺育后代。从生育的年龄分布来看，青年正处于生育高峰期。根据20xx年全国人口变动抽样调查数据计算，全国一般生育率为38.01‰，总和生育率为1.4‰，29岁组累计生育率为1164.79‰，35岁组累计生育率为1375.93‰。

8.青少年人口死亡状况

青少年人口处于风华正茂、生命力旺盛、死亡率水平最低时期。青年人口死亡率随着年龄的增长略有增长，但增长幅度不大，基本在0.28～1.38‰的小区间范围内波动增长。根据20xx年全国人口变动抽样调查数据计算，全国死亡率水平为6.05‰，青少年人口死亡率远远低于全国平均水平，14～29岁的死亡率仅为0.85‰，14～35岁的死亡率为0.95‰。

9.青年人口的民族状况

我国是一个多民族国家，在960万平方公里土地上居住着56个民族，每个民族都有自己的青少年人口。20xx年第五次人口普查时，汉族仍是我国的主体民族，14～29岁青少年人口中有90.58%为汉族， 9.42%为少数民族;14～35岁青少年人口中汉族比例略高，为91.09%，少数民族占 8.91%。少数民族中壮族、满族、回族、维吾尔族、苗族、彝族、土家族、蒙古族、藏族人数最多，人口比例均占0.5%以上。

**数据报告怎么做篇十二**

1、清楚业务目标

2、查看数据报表表现

3、发现问题

4、分析原因

5、提出建议

6、测试/实验

7、实施

首先要明白没有目标也就无所谓分析，其次分析的时候要注重关联，细分，以及数据的背景信息，同时可采用鱼骨分析法分析原因类型，注意的是问题的80%可能只是20%的原因造成，找出主要问题，提出建议，不要忘了做测试，有时候原因可能不是想象中的，所以需要通过测试来验证你的假设，最后如果实验结果满意就进一步具体实施，不满意再来一边。

**数据报告怎么做篇十三**

数据分析报告顾名思义肯定是要有数据来说话的，这是资料站为您准备的销售数据分析报告，希望你喜欢！销售数据分析工作涉及到销售成本分析（包括原材料成本、制造损耗、运输成本等）、销售利润分析（包括纯利润和毛利润）、客户满意度分析、客户需求分析等。

要进行销售数据分析，主要是统计和分类，必须借助一些工具，单靠人基本是无法完成的，尤其是客户较多或产品比较多的情况下，更是困难。最简单的方法是使用excell，把数据都输进去，然后统计，分类，生产图表，这样就对数据有个比较直观的了解。或者是使用erp软件或其他一些管理软件，更简单，直接就可以生产图表。然后利用一些统计学的知识对这些数据图表进行分析，了解销售状态，做出决策。下面是写作销售数据分析报告的方式方法。

一、销售数据模型之维度

二、销售数据模型之指标

三、零售数据模型之分析方法

1、abc分析

abc分析法又称帕雷托分析法，也叫主次因素分析法。它是根据事物在技术或经济方面的主要特征，进行分类排队，分清重点和一般，从而有区别地确定管理方式的一种分析方法。由于它把被分析的对象分成a、b、c三类，所以又称为abc分析法。

abc分析通过用于对一段时间商品销售情况的分析，可以为商品管理提供依据。评估一个商品的销售情况好坏的指标有以下三种：销售额、销售数、毛利。单一用哪个指标进行分析都不够准确，所以对这三个指标同时进行分析，也就是给这三个指标一定的权重。比如销售额占x%；销售数占y%；毛利占z%。则该报表的显示形式如下：

其中：综合值=销售额\*x%+销售数\*y%+毛利\*z%；x%+y%+z%=1；分类结果显示ab或者c；

按照所计算的综合值进行排序，观察累计综合值%的变化情况，将累计额百分数为20%以前的这些商品标记为a类，进行重点管理，采取的策略为对相关品的引进；将累计额百分数在20%—90%之间的商品标记为b类，进行一般管理；将最后的累计额为10%的商品进行淘汰管理。

根据货品管理及销售的情况，对abc理论进行了一定的变化，这样对零售业的商品管理来说更具有一定的操作性。

2、比较分析

比较分析，也称为对比分析，就是同一个指标在同一类对象的不同实体或同一实体在不同维度上进行对比，从而得出有价值的决策信息的一种方法。非常简单，但直观易懂，在实际中应用非常普遍。同比，也叫同期比，表示和去年同一时间段的比较。

环比，表示本月和上月的比较。一般比较分析会结合图形分析，使得结果更加明显。

3、比率分析

从形式上看，比率分析是指两个指标相除。按指标和实体范围的不同，常用的有以下几种类型：

1、同一实体、同一指标，在不同时间的比率。如销售额增长率等。

2、同一类实体、同一指标，在同一时间的比率。如毛利贡献度、销售额占比等。计算方法是单一实体的指标除以所有实体的指标之和。

3、同一实体、不同指标，在同一时间的比率。如毛利率，周转率等等。这类比率都有特定的商业含义。

4、20—80分析

20—80分析来源于“二八原则”，也叫二八定律或20/80原则，意思是在任何一组东西中，最重要的只占其中一小部分，约20%；其余80%尽管是多数，却是次要的。

在零售业中，可以根据同一类实体在同一指标间进行二八分析；从而选出需要重点管理的对象（20%部分）。一般应用比较广泛的分析对象包括：库存商品（按库存金额进行分析）；商品（按销售额或者毛利进行分析）；供应商（按销售额或毛利进行分析）；客户（按销售额或毛利进行分析）。

5、排序分析

排序分析方法是在销售数据分析中常用的一种方法，就是按照某一指标或某几个指标按照从大到小或者从小到大的顺序排列，这种分析方法的好处在于清晰地让分析者知道最多或最少的实体情况。一般排序分析应用在以下几种情况：

1、同一实体、同一指标在不同时间的排序情况，如某一商品在一个月销售额排序情况；

2、同一类实体、同一指标在同一时间的排序情况，如小类中所有商品在今天的销售额排序；

3、同一实体、同一时间、多个指标排序情况（由主次排序因素组成），比如商品先按销售额排序、再按毛利排序；

4、分组排序分析，如按照供应商分组，对供应商所供应商品的销售额进行排序。

6、动态分析

动态分析法是根据在一段时间内的数据变化，通过计算各种动态分析指标来描述现象发展变化的过程和结果，进而揭示现象发展变化的速度、趋势及规律性，并依此可对现象未来发展做出预测的统计分析方法。

动态分析的指标按其分析应用的情况和计算方法不同可分为两大类，一类是通过将各期发展水平进行平均所形成的，包括平均发展水平、平均增长量、平均发展速度和平均增长速度；另一类是通过发展水平之间的对比计算形成的，包括增长量、发展速度和增长速度等。

发展趋势分析方法是基于动态分析中的一种，分为中短期趋势分析与预测方法、长期趋势分析与预测方法、季节变动分析与预测方法。

7、图形分析

图形分析的方法是利用图形的直观效果来展现查询结果数据，分析图形包括：饼状图、柱状图、折线图、区域图等。从图形分析的方法来说，一般有以下三种方法：

1、对比图示法

通过用图形表现出数据之间的比较关系；

2、曲线图示法

一般用曲线图示法来表明某一实体某个指标的数据发展趋势。

3、因果图示分析法

用因果图示分析法把影响分析问题的诸多因素用图形表现出来，这样就很容易看出主次要因素。一般来说，图形分析是与其他分析结合起来进行分析的，使读者更加清晰、易懂。

8、相关分析

相关分析是分析两组随机变量间线性密切程度的统计方法，是两变量间线性相关分析的拓广。其方法用以决定是否可以从其它的变量衡量预测另一主要变量的情形，通过衡量两个随机变量之间“直线关系”的方向与强弱程度来判断这两个变量间的相关性。 在零售业中，相关分析可以应用于以下几种情况：

1、同一实体，不同指标间进行相关分析；比如供应商的销售额与费用的关系；商品的数量与销售额的相关关系；

2、同类实体的同一指标的相关关系，比如供应商间销售额的影响关系；

3、不同实体，不同指标间的相关关系；比如员工数量与企业销售额间的关系；

9、回归分析

回归分析（regression analysis）是研究一个变量y与其它若干变量x之间相关关系的一种数学工具，它是在一组实验或观测数据的基础上，寻找被随机性掩盖了的变量之间的依存关系。通过回归分析，可以把变量间的的复杂的、不确定的关系变得简单化、有规律化。回归分析一般有线性回归分析、非线性回归分析、多元线形回归分析，一般最常用的就是一元线形回归分析。

回归分析作为相关分析的研究方法，同样，在零售业可以对以下情况进行分析：

1、同一实体，不同指标间进行相关分析；比如供应商的销售额与费用的关系；商品的数量与销售额的相关关系；

2、同类实体的同一指标的相关关系，比如供应商间销售额的影响关系；

3、不同实体，不同指标间的相关关系；比如员工数量与企业销售额间的关系；

10、方差分析

一个复杂的事物，其中往往有许多因素互相制约又互相依存。由于各种因素的影响，研究中的数据呈现波动状，造成波动的原因可分为两类，一类是不可控的随机因素，另一类是研究中施加的对结果形成影响的可控因素。方差分析的思想就是通过数据分析找出对该事物有显著影响的因素，各因素之间的交互作用，以及显著影响因素的最佳水平等。

11、平衡分析

所谓平衡就是各个互相联系的因素之间，在数量上保持一定的合理的对应关系。平衡分析法是分析事物之间相互关系的一种方法。它分析事物之间发展是否平衡，揭示出事物间出现的不平衡状态、性质和原因，指引人们去研究积极平衡的方法，促进事物的发展。统计平衡分析的主要方法有编制平衡表和建立平衡关系式。

零售业中一般应用的指标包括：

损益平衡点=门店总费用÷毛利率，损益平衡点越低，表示获利时点越快；损益平衡点越高，表示获利时点越慢。

损益平衡点与销货额比=损益平衡点÷销货净额

比率若小于1，表示有盈余，比率越小，盈余越多；比率越大于1，表示有亏损，比率越大，亏损越多。

12、因素分析

因素分析法是用来测定受多种因素影响的某种经济现象总变动中各个因素的影响的方向和影响程度的一种统计分析方法。常见的因素分析方法有以下三种：

1、相关联因素分析法

本方法不是借助于数字模型，而是根据相关因素的性质，表明其数量变化对所研究现象变动的影响关系与制约关系，从本质上讲属于经验方法。比如员工的努力程度正向影响商品的销售额；

2、相乘因素分析法

通过数据间相乘关系来测定各影响因素对某种经济现象总变动的方向和程度所产生的影响；一般采用通过固定一个因素，来观察另一个因素对结果的影响程度。比如：销售收入=销售数量\*商品单价；

3、相加因素分析法

对于某一经济现象的影响是由于其总体内部的各个组成部分（或构成因素）变动影响的结果。如：商家的销售额=门店1销售额+门店2销售额++门店n销售额；

13、结构分析

结构分析法又称为组分

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