

2023年市场调研工作报告 市场调研报告(模板6篇)

“报告”使用范围很广，按照上级部署或工作计划，每完成一项任务，一般都要向上级写报告，反映工作中的基本情况、工作中取得的经验教训、存在的问题以及今后工作设想等，以取得上级领导部门的指导。优秀的报告都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟！

市场调研工作报告篇一

党的十六大和十六届三中全会通过全面分析形势、认真总结经验、深刻认识规律,为了更快更好发展工业企业,提出树立和落实“坚持以人为本,树立全面、协调、可持续的发展观,促进经济社会和人的全面发展”。树立和落实科学发展观,对工业企业战线来说,首要和关键在于切实转变企业经济增长的方式,通过建设工业园区,促使企业持续、快速、协调、全面、良性发展,这对杞县致力于工业崛起和振兴至关重要。现就杞县工业园区的发展情况调研报告如下:

杞县现有工业园区两处,一处名称为杞县水东民营工业园区,一处为杞县西关工业园区。

杞县水东民营工业园区始建于20xx年初,位于杞县县城东侧,紧临106国道,规划占地面积5000亩,建成占地面积20xx亩。截止20xx年2月,园区基础设施总投资7000万元,主要资金来源是自筹,园区路、水、电已经建设完工,土地利用主要采取租赁方式。

xx年园区企业共实现销售收入20000万元,实现利税3000万元。

杞县西关工业园区,位于杞县县城西侧,紧临县城,始建

于20xx年，规划占地面积1500亩，现建设占地面积1500亩。截止20xx年2月，园区基础设施总投资5500万元，主要资金来源是自筹，园区路、水、电各项设施建设均已竣工，土地利用主要采取租赁方式。

县委、县政府在工作指导上突出“工业强县”，以主要精力抓好工业发展；相关部门和领导围绕各自职责，结合实际，积极主动地服务和支持工业园区建设。

一是分类推进园区建设。继续抓好水东民营工业园区建设，重点抓好西区工业园建设，有条件的乡镇因地制宜建设地方特色工业小区，积极发展区域特色经济。

二是加快结构调整，实行产业聚集。充分利用比较优势，加大产业结构调整力度，重点培育粮食机械、化肥、纺织、面粉加工、大蒜深加工等产业。通过资源整合，拉长产业链，实行龙头企业带动等方式调整结构，加快产业聚集。

三是努力增强园区融资功能。各工业园区强化“园区经营”的创新理念，积极推行公司制的市场化运作方式，探索和形成“政府组织推动，财政扶持启动，土地批租滚动，内资外资联动”的投资格局。

四是加强政策扶持。进一步完善和落实工业园区优惠政策，出台新的扶持政策，对重点园区实行“一区一策”，加快建立园区“一条龙”的便捷服务体系，吸引更多的项目落户园区，壮大园区产业规模，发挥规模效应，使之成为功能齐全，环境优美、体制先进、管理高效的新型工业园区。

我县工业园区经过几年的发展，已具备了一定的规模，在部分行业具有一定的比较优势，但与周边县市相比、与新型工业化的要求还有一定差距，在经济运行中还存在一定的困难和瓶颈制约因素，其主要表现：

1、工业园区企业总量不大，结构层次和水平偏低。从规模上看，企业规模普遍较小，产值超亿元的企业仅有2家。从结构上看，规模化、集约化程度不高，缺乏具有较强带动能力的大企业、大集团；企业技术水平不高，创新思想不强，产品档次偏低，资源产品、初级产品及工艺落后的产品仍占主导地位。

2、工业园区基础设施建设需进一步完善；园区管理应进一步规范；规划应进一步科学化、合理化；优惠政策需进一步加强落实。

3、企业资源利用水平不高，可持续发展能力不强。我县是农业大县，其农业资源储量在全国有一席之地，由于农产品深加工能力不强，部分企业资源浪费严重，再加上我县污染企业较多，工业污染显现，可持续发展压力增大。

4、工业园区内企业规模偏小，带动能力不强。我县规模企业仍以小型企业和分散状态为特色，行业不集中，既缺乏具有较强带动能力的大企业、大集团，也缺少具有广泛影响的知名品牌。

5、企业融资难、贷款难等要素的约束仍然存在，制约着工业园区的快速发展。

（一）制定加大舆论宣传力度政策措施，营造良好的工业园区发展氛围

（二）抓好园区内项目建设。我们紧紧围绕项目建设这个中心，狠抓项目的落实工作。

（三）进一步加强服务意识，加大对企业的服务力度

（四）加快结构调整速度，实行产业逐步聚集

（五）加强企业家队伍建设，打造企业管理创新

（六）在科学规划，合理布局，高效管理基础上，为企业入园提供良好的投资和生产环境。城建、土地、交通、供电、工商、税务等部门对入园企业积极配合，大力扶持，落实各项优惠政策。

一是要推进工业园区建设，继续抓好水东工业园区和西区工业园建设，有条件的乡镇因地制宜建设地方特色工业小区，积极发展区域特色经济。

二是必须努力增强园区融资功能。各工业园区要强化园区经营的创新理念，积极推行公司制的市场化运作方式，探索和形成政府组织推动，财政扶持启动，土地批租滚动，内资外资联动的投资环境。

三是必须加强政策扶持。只有进一步完善和落实工业园区优惠政策，出台新的扶持政策，对重点园区实行一区一策，加快建立园区一条龙的便捷服务体系，吸引更多的项目落户园区，壮大园区产业规模，发挥规模效应，才能使之成为功能齐全，环境优美、体制先进、管理高效的新型工业园区。

四是要发展循环经济，组织企业清洁生产。循环经济强调最有效利用资源和保护环境，走新型工业化道路，加快工业化进程，必须坚持可持续发展。

市场调研工作报告篇二

龙卡贷记卡是xx信用卡中的主打产品，是一个知名度较高的品牌。随着我国经济的快速增长，生活水平不断提高，消费者的消费水平和消费观念都有了显著的变化。有着消费透支及现金透支功能的龙卡贷记卡是符合当前的消费潮流的。但在银行业中现在也有着这样的格局，同业竞争激烈并且金融产品都有惊人的相似之处。在这种行业环境下，龙卡贷记卡

有着怎样的市场占有率。对此问题，我们将展开一系列的市场调研活动，将针对龙卡贷记卡的知名度，美誉度及忠诚度等“三度”进行深入的调研。现拟如下市场调研策划方案。

调研目的

- 1、龙卡贷记卡在贷记卡市场上有多少的市场占有率，在客户心中的“三度”程度如何。
- 2、贷记卡市场的竞争格局及发展潜力。
- 3、各竞争对手对贷记卡市场所采取的各种竞争策略。
- 4、龙卡贷记卡与同类产品之间的同异度。

调研活动将以以上四点为调研目的，并侧重于第一个目的的深入调查。通过这四个方面的调研，对于龙卡贷记卡所面临综合营销环境将有个比较全面和深入的了解。

调研方向

- 1、针对宏观环境，将主要了解现今消费者的消费水平及消费观念和消费潮流的发展趋势。并相比国内外的消费格局和国家的相关政策等。
- 2、对于竞争对手的行业环境调查，主要调查三大国有银行，兼顾其他股份制银行，并参考国外银行。
- 3、龙卡贷记卡该产品本身的情况及xx所具备的各种要素，是对于微观环境的'把握。

调研将分别从xx三个环境，进行全方位的调查，力求做到知己知彼。

调研范围

- 1、有条件成为贷记卡用户者及贷记卡现有客户。
- 2、一般的银行客户。

前者主要调查贷记卡的市场需求量，后者调查贷记卡的消费环境。以前者为主，后者为辅。

调研工具及措施

关于对龙卡贷记卡内外两种环境及市场的调研，将采取多种调查方法相结合的混合调查进行，以求做到全面和深入，做到对信息的收集和分析的准确性、真实性。

一、对于宏观环境及行业竞争格局和中观环境的调查将以收集二手资料及实地调查为主。

1、收集二手资料（网络收集）

对于目前的消费环境和其他银行对于贷记卡市场所采取的营销手段及其他贷记卡产品的产品特性将通过上网查询，访问各银行网点及收集各行的宣传资料等进行二手资料的整理、了解。

2、实地查询

在初步了解各行产品（贷记卡）的情况后，再进行人员实地到各行网点进行询问办理，以做到对资料有更为深入的掌握。

二、对于龙卡贷记卡及xx要素的调研将通过内部调查了解。

1、翻阅内部资料

利有在xx实习之便，翻阅xx龙卡贷记卡有关详细的资料，对

龙卡贷记卡深入了解，不懂之处可请教xx员工，从而对于所要调研的产品会有完整的熟悉。

2、现场观察

通过现场观察，了解xx员工是如何办理龙卡贷记卡业务，及xx人员是如何对待该项业务（通过调查问卷深化落实）及采取何种营销策略的。

1、调查问卷

设计一份完整的问卷，对于银行客户进行随机抽样调查和重点调查，分别对贷记卡客户和非贷记卡客户进行调查。

2、访问法

对于来办理龙卡贷记卡及询问龙卡贷记卡情况和办一般其他业务的银行客户进行现场访问，并通过观察客户们是如何对待使用龙卡贷记卡情况的。

分别通过收集二手资料、现场观察及问卷调查待市场调研工具，采取相应的调查措施，全面收集整理市场信息。

调研步骤

1、调研时间安排

3月1日---3月10日小组成员商讨调研策划方案，并拟定具体方案。

3月11日---3月20日按照调研方案开展实地调查。

3月21日---3月30日针对调查所收集的信息，进行综合分析整理，作出总结，撰写市场调研报告。

2、调研人员及地点

调研人员：共xx人， xx

调查地点：将分别对xx三地进行调研。

3、具体安排

(1)、上网收集第二手资料，五人共同参与，并对收集的资料相互交流分析（二天）。

(2)、共同商定调查问卷的设计，共两份，一份为客户调查，一份为内部调查（二天）。

(3)、实施问卷调查并走访其他银行。（三天）

(4)、利用上班时间，现场进行观察调查。

通过拟定方案和实施方案两个阶段的进行，对于银行卡市场调研策划方案

市场调研工作报告篇三

组长□xx

成员□xxx□xxx□xxx□xxx□xxx□xx□xxx

目录

周密的调研计划3

市场营销环境4

市场竞争环境分析5

消费者行为分析7

牙膏市场主要竞争者的分析10

佳洁士与高露洁10

传统国产牙膏：两面针，田七，冷酸灵，黑妹，蓝天六必治14

新兴市场中的主力军：黑人□lg竹盐，纳爱斯；全面武装的中外合资牙膏：中华21

纳爱斯牙膏的市场营销组合24

纳爱斯牙膏产品分析25

纳爱斯的定价分析26

纳爱斯分析29

牙膏市场细分分析30

纳爱斯产品改革31

纳爱斯牙膏广告分析34

纳爱斯促销分析36

纳爱斯的公关策划39

纳爱斯的渠道分析41

附录：

云南白药牙膏营销分析44

纳爱斯集团简介45

分工安排46

周密的调研计划

确定牙膏市场为调研目标。起步阶段：

1、《市场营销》课本的通读，基础知识的扫盲，据作业要求，对书中第八章：目标市场营销战略，第九章：竞争性市场营销战略，第十章：产品策略，第十一章：与包装策略，第十二章：低价策略，第十三章：分销策略，第十四章：促销战略作为此次调研的重点，将各个章节分配给组员，列出提纲。

目的：完善基础知识。

2、计划对高露洁，佳洁士，黑人，中华，冷酸灵，黑妹，两面针，六必治，安利□lg竹盐，纳爱斯，田七，云南白药进行网上资料收集，内容包括：正负面新闻，营销策略，牙膏市场现状，产品特色。

目的：资料汇总，使每个组员，对牙膏市场大致了解，开阔眼界，因为如果不对主要牙膏即竞争者进行了解，就不能做出合理的市场调研。

3、第一份针对牙膏市场的问卷出炉。目的：根据已知的牙膏知识，理论联系实际第二阶段：

1、对第一份问卷进行分析

2、确定对纳爱斯牙膏进行市场营销组合的制定3、针对纳爱斯牙膏的的第二份问卷出炉

4、由于我们我们对市场营销组合具体还并不是很明了，所以

先开展对高露洁，佳洁士，黑人，中华，冷酸灵，田七，黑妹，蓝天六必治，竹盐纳爱斯，云南白药的进行市场营销策略和产品种类的分析，根据先前的资料的收集。

5、确定具体分配对纳爱斯市场营销组合的工作分配，如下表

6. 对上文提及的11种牙膏经行实地调查，具体内容为产品现实品种，价格，大小超市对某一品牌的产品选择，为纳爱斯提供参考。

最后阶段：

1、纳爱斯的问卷分析完成

3、发觉纳爱斯的营销策略有待改善，我们针对产品，促销，广告，价格进行战略调整，明确思路。最终结果：论文完成。

市场营销环境

目前，中国牙膏市场明显区分出三大阵营：

第一阵营是由佳洁士、高露洁组成的“外资军团”，该军团目前占据55%左右的市场份额，实力最为强劲——近年来，高露洁、佳洁士等外资巨头不断进行自上而下的产品梯队建设，一边巩固自己在高端市场几近垄断的地位，树立高端品牌形象；一边不断推出新品，放低产品价格，向中低端市场渗透，获得更大的发展空间和更多的实际利润。目前，外资巨头已经形成了多档次、多类别、多功能的全系列产品体系。

第二阵营是由两面针、冷酸灵、田七、黑妹、蓝天六必治等本土领军品牌组成的“传统国货”。该军团目前占据25%左右的市场份额。大多数本土牙膏的产品过于低端化进而造成对品牌认知上的严重低档化。当外资巨头向低端渗透，与本土品牌在同等价位上竞争时，受众自然更倾向于选择洋品牌。

因为，受众经过洋品牌多年潜移默化的品牌教育，已经形成了洋品牌品质高、有档次的心理认知。

第三阵营是近年来崛起的中华（第三）、黑人（第四）、纳爱斯、云南白药、lg等组成的新兴品牌，该阵营有外资、合资；也有本土企业，它们都通过细分市场、差异化营销成功走出了第三条发展道路。

最后10%左右的市场，被众多杂牌牙膏组成的“杂牌军”所瓜分，随着市场的日益成熟，这些杂牌牙膏的生存空间已大幅萎缩。

分析：我们调查的结果基本上与事实相符，外资品牌占据63%的份额，新兴市场

的牙膏占据12%，其余由传统国产牙膏统治

市场竞争环境分析

当前我国牙膏市场的竞争主要表现在一下方面：1、价格：

价格竞争有所增强；国际企业力推低端产品，因其在高端市场已经进入饱和程度，但低端市场对其来说是完全空白的市场。发展策略在创新产品、投放广告的基础上，转向降低成本、降低价格等方面。以高露洁为代表的洋品牌走高开低走的市场策略，依靠降价和不断推出低价位产品的方式来竞争低端市场，形成残酷的价格战。

从区域和价格上看，

在中心城市，牙膏市场是由外资名牌和国产名牌占据。大众消费的价格区间是3~4元/支，以高露洁、佳洁士、中华组成的第一集团军占据了3元以上超过80%的市场份额，形成高度垄断。

市场调研工作报告篇四

班 级□ 20xx级1班

指导老师:

学 生:

学 号:

20xx年12月13日

商业街就是由众多商店、餐饮店、服务店共同组成，按一定结构比例规律排列的商业繁华街道，是城市商业的缩影和精华，是一种多功能、多业种、多业态的商业集合体。商业街规模大小不一，和经营的商品的类型有关，比如，经营服装的商业街和经营建材的商业街其规模可能会有较大的差别。但商业街的规模必须体现市场需求和所经营的商品适合的经营规模。如果一个商业街盲目追求规模效应，那么商业街将会面临市场承载力不够引发的经营困境，所以对于商业街的市场定位和结构设计是非常重要的。在大学城这种高消费人流量密集的商业街尤其要对顾客的需求有一个明确的了解。商业街的市场定位一旦出现偏差就会导致商业街的衰退所以我针对大学城商业街的市场定位，规划设计了一份调查报告。

要求详细了解大学城商业街的消费者组成部分，消费者对其的认知程度以及大学城商业街内的店铺竞争及其销售情况，为大学城商业街做出准确的市场定位。

1. 了解大学城商业街的消费者主要构成
2. 对于主要消费人群有针对性的调查其消费结构
3. 了解消费者对大学城商业街的各种店铺的评价

4. 全面了解消费者对于大学城商业街的不同店铺的支持程度

银行、水果店、超市、风味餐饮店的支持率排在前列，73%的项目的支持率超过

50%。支持率低于50%的项目是ktv□咖啡、体育用品、眼镜店、洗衣房、数码港，因为这些项目并不是必备性商业同时wi-fi也是吸引学生就餐或消费的重要手段。当前吸引学生消费的主要因素也是我们所必须了解的，各种各样的商家吸引大学生购物，消费的手段不一样。但是在我看来吸引当前大学生消费的主要因素任然是价格，质量，潮流。讲求实体，理性消费任然是大多数大学生的消费观念。在购买商品的时候大学生多数是本着经济实惠的原则，在消费时也会兼顾到实惠的高标准。我们新建商业项目是满足学生的生活需要的配套设施，定位优先应该放置学生所需要的餐饮，商业零售，生活服务，引进大众品牌符合学生的消费特点，物美价廉，适合中低消费水平。

3.2调查对象

大学城商业街附近客人分析单位：个人

3.3调查工具

问卷调查（见附件）

3.4调查程序及时间安排

2、实施阶段：培训调查员的语言举止， 打印调查报告，准备小礼物

市场调研工作报告篇五

集成吊顶是整合了扣板模块、取暖、排气和照明等模块的整

体天花装修，不仅是原有吊顶装修的升级，也迎合了未来智能装修的潮流。在集成吊顶行业内，利润空间是非常可观的。集成吊顶行业发展受冷，甚至连业内一二线品牌也或多或少的染了点“风寒”。以下是20xx年我国集成吊顶市场调研分析：整体下行。

集成吊顶五金菲薄的利润，以及剧烈的竞争，一些中小集成吊顶五金企业纷繁将集成吊顶五金产物出口欧美国度。从中山查验检疫局古镇做事处调查到，古镇上半年集成吊顶和电光源出口报检达6529批次，出口金额2.13亿美元，同比增进辨别为27.7%和42%。

明显，集成吊顶五金曾经覆盖的“暴利营销”已垂垂成为浮云。走访了杭城沈半路的集成吊顶五金市场，将集成吊顶五金“没钱赚”的状况一探求竟。

国家出台的一系列按捺房价的政策，让房地产市场遇冷，没人买房，也没人装修，何谈买灯？据调查，本年集成吊顶五金行业似乎落空了往日的“嚣张专横”，五金灯饰照明需求分明削减，日发卖额与之前比拟差良多。

走访集成吊顶五金市场时分，发现遍及集成吊顶什么牌子好的五金门店都是“灯火透明”。“假如不开灯，消费者就很难看到集成吊顶五金的最终结果，所认为吸引消费者，都邑将一些抢手引荐的集成吊顶五金产物翻开。当然这就意味着得承当比拟高的电费。”

很多品牌集成吊顶五金经销商透露表示，市场蒙受蚕食，利润迫近边缘。的集成吊顶五金市场细分化越来越分明，很多顾客常常问道，该选择水晶灯光源照样节能灯□led灯胆，在款型上也是要求各别。这就催生了诸多无品牌的作坊式集成吊顶五金趁虚而入，固然外形炫酷，然则大都运用寿命不长，并且不平安，而价钱则是他们争夺集成吊顶五金市场的最佳杀手锏。

业界人士透露表现：“集成吊顶五金行业并不见多大利润，所以从其它行业来看，运营集成吊顶五金只能说是相当大的利润空间。”明显，昂贵的店面月租、伙计工资、装修、水电等等，固然挣得多，然则整个集成吊顶五金店面的根本开支，这里也只能享用“猛进大出”的快感罢了。

集成吊顶五金的价钱遍及在200元以上，并有相当一局部的集成吊顶五金标价在几千元甚至数万元之间，更有单个品类售价高达10万元以上。但是发现，在详细操作方面，标价已显得毫无实践意义，大都集成吊顶五金发卖人员都透露表现可以赐与6~9折优惠。

“因为遭到集成吊顶五金市场是暴利行业的影响，良多消费者都还遵照着上一年的砍价准则，即先砍价一半再挤失落其30%~40%的价钱水分，如此，就没剩下几多利润了”。

市场调研工作报告篇六

xx自古以来就是国内服装产业的主要供应地，也是国外的主要服装加工基地，随着服装产业的快速发展□xx产生了各种综合的、专业的批发市场。经过二十多年的发展变迁□xx已建成全世界最密集的批发市场群落之一，成为全国、乃至全世界最大的服装流通基地。目前□xx已形成以白马为龙头的流花板块及以沙东有利为龙头的沙河板块的服装批发市场。

流花板块主要有xx白马服装批发市场、黑马服装批发市场、流花服装批发市场、红棉步步高时装广场、天马大厦服装广场□xx市xx区天龙服务总汇□xx服装会展中心、茉莉阁时装批发商场□xx市越秀区新星服装批发商场。

沙河板块主要有沙东工业品商场□xx区沙东工业品市场、沙河第一成衣批发市场、沙东第二成衣批发市场、沙河第三成衣分场、长运商业广场小商品成衣批发市场、天宝成衣批发市

场。

此外，还在其他地区有零星的服装批发市场存在。前几年□xx的服装批发市场基本处于异常红火的局面，但是这几年，却逐渐走下坡路。据调查，那些曾以款式新、价格廉而闻名全国的xx服装批发中心，已有五成处于亏损，于是服装批发市场纷纷开始寻找新的出路，他们将设计理念、流行文化、品牌形象、经营理念当作商品来经营作为服装批发业市场发展的新方向，实现从销售低档的“大路货”向品牌经营过渡。各类市场为了在市场竞争激烈的环境下生存下去，纷纷寻找新的出路和经营方式，下面我们将对白马服装批发市场和沙东有利服装批发市场作深入的分析。

（一□xx服装市场

市场概况：白马服装市场是由xx市城市建设开发集团投资建设，市场位于紧邻xx火车站的站南路，现有建筑面积xx平方米，共x层，有x层商场□x写字楼□x层地下停车场□xx白马服装市场开办于19xx年，由xx白马服装市场有限公司经营管理。市场配置中央空调、客货电梯、安全监控系统、消防系统、宽带网等现代设施。商场装饰美观，通道宽敞，附设时装表演广场、储蓄所、商务中心、托运站、停车场、快餐店等配套服务设施□xx服装市场是xx地区规模最大、装修最好、配套最完善、管理最规范、交易量最大的中高档服装市场。在市场内经营的业户有xx多户，既有珠江三角洲地区、浙江、福建乃至全国各地服装企业，也有香港、台湾的厂商。白马服装市场既是中、高档服装的现货批发、零售中心，也是服装品牌连锁加盟中心。批发零售、看样下单、专卖代理、连锁加盟等多种交易方式可供选择。女装、男装，套装、晚装、休闲装、唐装，衬衫、外套、大衣、内衣...品种齐全。

服装市场自开业以来，市场辐射能力不断增强。客商遍布xx等地的全国xx个省市、自治区。近年来辐射面更是越过国界

漫向国际直达五大洲，日均客流量达数万人，年交易额均在xx亿元以上，在xx地区超亿元市场评比中排名第一。

市场以“环境舒心、服务贴心、经营放心、不断创新”为服务质量方针，获得iso9001□2000国际质量管理体系认证，连年获“全市文明市场”、“全省文明市场”、“全国文明市场”及“全省十佳文明市场”、“消费者满意市场”等称号，同时被xx□市政府评为“xx地区百家最佳服务单位”□“xx市文明单位”。

白马服装批发市场的优势：

1、位置优越：

2、交通便利：火车站、省汽车站、流花车站□xx市汽车站近在咫尺。

3、物流运输发达：火车站和南方航空公司均在市场内设有货物托运办事处。

4、人流量大：由于服装批发市场就在xx市交通枢纽地带，在这一区域有巨大的人流，每天人流量数万人次。

5、周边商业氛围好：在白马服装批发市场周围有红棉批发市场、步步高市场、天马市场等。

6、交易方式灵活：服装市场贸易方式灵活，有批发零售、看样下单、专卖代理、连锁加盟等。

7、品种齐全：女装、男装，套装、晚装、休闲装、唐装，衬衫、外套、大衣、内衣等各类服装应有尽有。

8、经营档次较高：服装批发市场主要经营中高档服装。

9、公司资金实力雄厚：公司有着足够的资金能够为市场的不断发展注入资金。

10、稳定的广告投放：每年都会在一些全国性媒体和地方媒体作大量的广告宣传企业形象。

11、经营时间早：服装批发市场于19xx年开业，当时是xx市经营层次最高、经营面积最大的批发市场。

12、服务专业，管理科学：服装批发市场有着一支敬业、负责的专业化队伍。

白马服装批发市场的劣势：

1、周边市场的激烈竞争。在白马服装批发市场周边有红棉棉纺批发市场、步步高批发市场、天马批发市场，这些市场都在瓜分白马服装批发市场的经营份额。

2、服装经营成本在增加。由于现在服装制造成本在增加，导致服装进货价格提高，增加了批发市场经营户的经营成本。