

市场调查报告的写作要求(优质6篇)

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？下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

市场调查报告的写作要求篇一

调查报告内衣作为女性的第二层肌肤可谓名副其实。你有几件内衣？答案也许各有不同，但不能否认，在众多女性的现实生活中，选择一件舒适、美观、便于搭配的内衣是再正常不过的事了。如今的各大商场都设有内衣专卖区，而各服装市场也不乏内衣专卖摊位，这两处场所虽都卖内衣，但却各不相同。

商场：主打品牌吸引忠实消费？近日走访京城某知名商场，刚踏入店门记者已感受到内衣的宣传造势，在一层至三层的滚动扶梯两旁，大幅的内衣产品招贴让人目不暇接，想必不仅是女性，就是对男性消费者也充满巨大吸引力。设在三层的内衣专卖区装饰地柔柔美美，透着一种亲切温和的气息，令人不禁放慢脚步。

在“爱慕”专柜，记者被一位正在选购的女士叫住，帮她参谋一下选购的内衣颜色。据这位沈女士介绍，她选择购买“爱慕”内衣已有8年时间，是“爱慕”的忠实消费者。她自己都数不清买了多少件“爱慕”内衣，选择她的理由主要是非常适合自己的胸型，款式、颜色上都很满意。

导购小姐向记者介绍说，选择“爱慕”品牌的顾客大多知识层次较高，对品牌的忠实度高。作为北京的本土内衣品牌，爱慕进入市场xx年来，赢得了顾客的认知度□xx年还一举拿下

了北京市内衣销售量的第一名。今年“爱慕”内衣的流行色及款型是以紫色、孔雀翎的造型，自由领舞系列为主打。其中又以肉色、兰色、紫色销售的最好。

据了解，随着全民健身运动的开展以及奥运会的召开，运动型内衣今年也大唱主角，运动内衣材质多以莱卡棉为主，像“爱慕”运动系列内衣就以杜邦公司生产的coolmax面料为主，特别适合运动时穿，它具备透气性、跑、跳过程中不容易移位，平时又可当内衣穿，很受年青人的喜爱。

在大商场买内衣的另外一大优势是导购员鼓励消费者试穿，尤其是价位偏高的内衣，导购员会提醒消费者试穿后购买，以免花了钱又不合适。记者在调查过程中还发现各个品牌的销售价格也不尽相同，“爱慕”、“戴安芬”“欧迪芬”等大品牌，内衣价格一般在160元~208元左右，底裤价格在80元~90元左右，顾客在选购过程中主要看重价位合适与否。在记者的随机调查中，顾客因为很喜欢但价位接受不了而放弃的占40%左右，因花色喜欢而杯型不合适的占50%，只购买成套内衣的占20%，其中外国女性选择国产内衣看好了却没有合适杯型的占了80%以上。

市场：外贸货品满足消费者？许多消费者不仅到正规大商场去选购品牌内衣，而且还经常到一些服装市场去淘外贸内衣，理由是国外订单的花色奇特，号码齐全，惟一需要修炼的是一双慧眼识货的本领。

走访位于北京使馆区的一家知名外贸服装市场，这里的购物人群可谓汇聚中外。在该市场的三层内衣专卖区，记者看到了品种繁多的内衣。粗略看了看，大致可分为两类，一类是中小型内衣生产企业的产品，这些内衣大多颜色紧跟流行，款式也较时尚，用料上与品牌内衣却存在差距，生产工艺较之也显得粗糙，惟一的是价格的优势比较明显。据了解，在此购买内衣的多是回头客，从摊主和顾客交流时的语气明显能感觉到这一点。顾客黄小姐来了就询问上次看好的内衣套

装补货了没有，据她介绍，她常来此选购内衣及底裤，尤其对今年流行的粉色蕾丝花边内衣情有独钟。同样的款式在商场的价格令人望而却步，这里的价格却能坦然接受。的确，内衣套装每套50~60元的价格，底裤10~15元的价格真的很令人心动。

在一家专门经销国外订单国内做的内衣摊位，记者看到一位老外在挑选内衣。她用流利的中文告诉记者，她叫索佳，来自乌克兰，是这里的老顾客，她也曾尝试去大商场选购内衣。不久前去了银座、太平洋百货，结果试了许多件，感觉导购小姐都烦了，最终也没买到合适的内衣，只有在这家才能买到适合自己的内衣。她告诉记者三年来全部的内衣都是购自这里。

针织内衣分汗布、棉毛和绒布三类，具体品种包括棉毛衫裤、汗衫、背心、短裤、全成型内衣及面料等。xx年规模以上企业内衣产量为亿元(港币39亿6,180万元)。根据中国针织工业协会调研统计，全社会内衣生产90亿件以上。从19xx年到xx年的20年，中国针织内衣产量增长倍。

近几年，大陆内衣市场空前繁荣，从三重保暖、空气层、柔软棉、高支纱、真丝、仿毛、仿麻、麻类改性、羊毛内衣、牛奶丝内衣以及彩棉、天丝、丙纶细旦内衣、絮片类保暖内衣到近两年兴起的大豆蛋白纤维内衣、调整体形内衣、美体内衣等均在持续引导消费，有的还产生热烈的轰动效应。各种保健型、功能性针织内衣的增长使市场琳琅满目。

内衣是近年来纺织品服装市场最受消费者关注的品类(大类产品)之一。根据全国商业资讯中心统计。19xx年以来全国大型零售商场针织品类年均销售增长均超过12%。xx年内衣裤增长%。xx年增长%。中国内衣出口量及出口额年增长均超过10%。xx年中国出口针织内衣(含男式、女式内衣)达到亿件，同比增长%;金额亿美元，增长%。

织内衣行业经过上世纪90年代以来的产业结构调整，出现了繁荣现象，涌现出三枪、即发、爱帝、铜牛、海林、元首等为代表的具有国内、国际市场竞争力较高的品牌和企业，产品集中度较高，产品质量较好。三枪、布利杰、即发等品牌在境外注册，知名度逐步提升。三枪的保暖内衣、调整体形内衣、ab的棉+莱卡(氨纶)、抗菌保健系列，元首的弹力罗纹，即发的双丝光双烧毛内衣、甲壳素纤维内衣等产品在国内都曾经或正在引导市场。在执行产品标准方面，一批优势企业加快同国际市场接轨步伐，纷纷通过iso9000系列、iso14000环境体系认证，主要产品获得绿色环保认证。为适应竞争需要，不少企业产品标准高于行业标准和国际(包括对产品要求较高的国家和地区)标准，包括缩水变形、色牢度、抗起球、透气性、保暖率等项指标，中国针织行业竞争力正不断增强。

尽管中国一些针织企业在品种开发、产品标准等一些领域达到国际先进水平，但从整个行业看，总体水平仍然较低，产品档次参差不齐，水平差距很大。中国针织品与国际先进水平相比，无论在材质、设计，还是营销、品牌知名度方面，都存在较大差距，制约整个行业的发展。如面料、原料创新力度不够；产品舒适性、环保性还有待改进；设计款式与规格不适应国际潮流；营销手段不足，市场秩序有待进一步改善和提高；品牌国际知名度不高等。

中国广东、福建、浙江等地许多针织企业以来料加工，来样加工等方式加工国际名牌内衣(许多国外品牌在中国加工)，生产量大，质量也达到客户要求。但由于营销与设计较落后等原因，影响中国自身品牌国际竞争力。

内衣行业应以走新型工业化道路总体目标和要求为指导，充分发挥科技是第一生产力的作用，加大技改和科技投放，采用新原料、新工艺、新技术，开发新产品，提高产品档次和附加值，重点扶持一批国内外市场竞争优势明显的品牌，推动名牌战略的实施，全面提升行业综合实力。

同时，中国针织行业要重视确立内衣行业在国内市场的优势(不仅是量而且是质和品牌)，特别要重视高档市场与国外品牌的竞争。以国际先进水平为目标，以产品为导向，推进营销和品牌战略。

舒适性是内衣永恒的主题，绿色环保、功能、装饰性，是满足各种消费群体、消费结构的发展方向。充分利用各种天然纤维(以棉为主，包括毛、麻、丝)、改型天然纤维的同时，充分利用新型化纤，特别是差别化纤维原料开发具有舒适、功能性等特性的内衣产品是今后产品开发的必然趋势。比如，在普通织物中加入少量氨纶，可使内衣柔和贴身，穿着舒适美观。超细旦涤纶和丙纶内衣，有较好的吸湿、透气、柔软滑爽及提高保暖性特点。超细旦丙纶纤维还具有疏水导汗，且易洗快干。莫代尔等新型高科技纤维内衣具有真丝般的光泽，良好的导湿功能，穿着、洗涤、外观都优于普通化纤、棉制内衣。还有大豆蛋白纤维，其特点是手感舒适，美观，适合与棉毛丝等原料混纺。新原料将有力地推动内衣行业品种开发。

随着经济的增长，社会的进步，人们对内衣的要求不仅注重质量、款式，而且追求时尚、品牌、个性化。内衣市场潜力巨大，前景广阔。

市场调查报告的写作要求篇二

为了解公司是否满足顾客当前和未来的需求和期望，公司组织了本次顾客满意度调查，期待不断改进产品质量、服务质量，持续改进质量管理体系的有效性，持续提高顾客的满意度；依据公司《综合管理手册》关于顾客满意度调查规定，进行顾客满意度调查及分析。

20xx年7月底，公司销售部策划实施顾客满意度的方式，组织了本公司的顾客满意度调查，向有长期合作关系的顾客发放10份《顾客满意度调查表》，至8月15日回收完毕，共回收10份，

回收率100%，依据顾客满意度调查规定，确认本次调查有效。收到顾客填写的调查表后，针对综合评价或单项评价分数较低的具体情况，销售部责成有关部门进行了原因分析，提出并落实了整改措施，并以适当的方式向顾客做了信息反馈。

1、此次调查的10家顾客的满意度统计，顾客满意的占100%。

2、顾客建议共计：规格小、口味类型少、太油腻、太甜、促销、更新品种慢、包装档次低。

1、顾客关于产品开发方面的建议，转交生产部设计开发负责人。纳入开发参考资料。

2、调查问卷的内容和格式应改进，难以了解顾客对产品质量的详细反馈信息以及顾客关于交付和售后服务的感受等。

市场调查报告的写作要求篇三

一、时间□20xx年xx月xx日（星期一）

二、地点：杭州市沈半路91号，杭州灯具市场。

三、调研要求：学生自愿选定一种灯具产品类型进行具体调研，也可以对照明环境和光环境的某方面特点进行调研。通过对灯具市场及产品的调研，深入了解照明要素和灯具产品的功能、形态特点，为后续的专业设计做准备。自备相机、纸、笔等工具。

以下为备选的调研范围，也可以自己选择调研对象和范围。

按形式和风格：传统灯饰、欧风灯饰、简约灯饰、趣味灯饰、前卫灯饰??

按制作材料：金属、石材、木材、竹材、纸、皮革、布、塑

料、玻璃、陶瓷??

按装饰效果：灯具的质感、颜色、肌理、光色??

四、考察要求：

1、学生依据自己的考察成果，制作ppt文件，进行8~10分钟的汇报，介绍自己的考察成果。

建立独立文件夹，文件夹名为“学号姓名”，包括内容□ppt文件。以

班级为单位和后期专业设计一起刻盘上交。

五、汇报时间：

六、集合时间、地点：1月7日上午9：00校门口

市场调查报告的写作要求篇四

(一)调研目的：通过了解大学生手机使用情况，为手机销售商和手机制造商提供参考，同时为大学生对手机消费市场的开发提供一定的参考。

(二)调研对象：在校生

(三)调研程序：

1、设计调研问卷，明确调研方向和内容；

2、进行网络聊天调研。随机和各大学的学生相互聊天并让他们填写调研表；

3、根据回收网络问卷进行分析，具体内容如下：

(2)根据各个同学对手机功能的不同要求，对手机市场进行分析；

大学生手机使用情况调研问卷

根据以上整理的数据，我进行数据分析，得出结论：学生手机市场是个很广阔的具有巨大发展潜力的市场。

(一)根据学生手机市场份额分析

(二)学生消费群的普遍特点

作为学生我对这个群体做了一些了解，对于我们共同的特点进行分析，得出手机市场应该针对不同学生群体开发产品或进行针对性的营销手段，才能够抢占市场。下面我们就来对学生群体的特点来进行分析：

1、学生消费群的普遍特点：

1)没有经济收入；

2)追逐时尚、崇尚个性化的独特风格和注重个性张扬；

3)学生基本以集体生活为主，相互间信息交流很快易受同学、朋友的影响。

4)品牌意识强烈，喜爱名牌产品；

(三)学生消费者购买手机的准则和特点

通过调研大学生购买手机主要考虑因素是时尚个性化款式、功能、价格、品牌等，这也成为学生购买手机的四个基本准则。在调研中表明，大学生选择手机时最看重的是手机的外观设计，如形状、大小、厚薄、材料、颜色等，占65%；但大学生也并非一味追求外表漂亮，“内涵”也很重要，所以手

机功能也占有一席之地，占50%;其次看重的是价格，而较少看重的是品牌，看来现在的大学生还是比较看重实际的。

市场调查报告的写作要求篇五

团队成员□XXXXXX

一、调研背景介绍

为此，本调研小组展开了此次关于大学生奶茶市场的调研计划，同时以山科大后街皇家奶茶店为例，具体调研其在山科附近奶茶市场的竞争地位以及优劣势。并与其竞争对手进行研究比较分析。

以下是避风塘-皇家奶茶店的有关情况简介：

皇家奶茶店隶属于避风塘奶茶有限公司，是一家以绿色健康休闲饮品为主打的特许经营连锁机构，致力于打造全新的饮品形态，将传统奶茶与健康文化溶合一体，为消费者提供更健康、更具活力的特色饮品。

二、调查人员□XXXXXX

三、调查对象□XXXXXXX

四、调查时间□XXXXXX

五、调查目的：

对校内及周边奶茶店的市场现状和投资可行性进行调查分析，为奶茶店投资和更好发展做好导向工作。

六、调查方式：问卷式、访谈法、资料法、观察法等。

附件一—eba创意管理大赛问卷调查表

附件二：访谈内容

七、调查内容：

- 1、奶茶店销售现状调查
- 2、奶茶店销售环境调查
- 3、消费者对奶茶或奶茶店的相关看法调查
- 4、奶茶店投资分析调查

八、实施过程及各成员分工

(组长)孙道帅：策划活动进程及活动任务分工，定期召集成员讨论研究，并将各成员的获得的数据资料汇总分析，制作成型调查报告。

(组员)张晶：搜集调查问卷和调查报告的格式及内容方面的有关资料，并结合实际情况引入格式。

刘国龙：主要负责宣传方面的内容，如门面、宣传方式等方面的调查。并调查各项物品的市场价格，统计分析销售收入问题。

李晓桐：负责调查问卷填报和统计的实施及对店主进行访谈，并对奶茶店的相关情况进行调查。

李泽健：对奶茶店物品准备及投资情况做了相关统计，通过观察法对其销售现状调查。

九、调查结果与分析

(一) 销售现状

1、经营模式：即产即销型。

优点：保证产品质量，博得顾客好感与放心，减少浪费。

缺点：效率低。

2、销售方面的分析：

优点：

(1) 该奶茶店是避风塘连锁机构，属知名品牌，具有较强的品牌效应。

(2) 该店为顾客发放积分卡，无论大杯小杯，每集够10杯可免费获赠一杯相同规格的奶茶，吸引消费者。

(3) 店老板雇佣在校学生做钟点工，为学生提供实践机会，提高学生的实践能力，间接拉动产品销售。

(1) 产品虽是名牌，但是，与其他奶茶店相比竞争力不足，没有鲜明亮点吸引消费者，胜过其他店铺。

(2) 价格方面：与其他奶茶店的价格相同，顾客没有理由必须选择此家奶茶店。(小杯2元，大杯3元)

(3) 宣传方面：本店虽然推出特色的莲子粥，但是鲜有人买，而且很多消费者因盛放莲子粥的怪异容器而退避三舍，更不用说走近消费。另外，本店的门面太小、不够鲜亮，不能吸引消费人群，甚至很多人都不知道有此家店铺。除积分卡外无其他优惠方式。

(4) 奶茶喝到最后，剩下的沉降的部分(如珍珠、椰果等)不能饮用干净，造成了不必要的浪费，一份的量微不足道，但是

大量的浪费，着实会造成资金的流失。

(二) 销售环境

1、店址分析：地理位置不佳，位于美食街的西侧角落，有很多的人不会注意到该处店铺，为自己的经营销售带来不便。但是在供电供水方面还算没有困难。

2、店面实用面积：大约4平方米，与其他一些店铺相比展露出明显的不足。经营店铺较小导致顾客不能坐下歇息，无法坐下品尝产品，最终不能很好的品尝该产品，只是匆匆喝掉作罢，为自己以后的销售堵上了后路。

3、竞争者分析：在美食街和学校周围有很多类似奶茶店，与其他店铺相比，该店没有特别突出的地方，而且门面面积和销售品种单一，导致更没有太大的竞争力，因此，如我们所见，该店销售状况明显不如别家。

4、宣传方面：该店铺门面较小，宣传牌示也是很小的，不能引起消费者的注意，着实是一个缺点。在我国传统节日或西方节日时没有做出相关的宣传(如：在情人节来到时，悬挂类似“将你的他/她一起捧在手心吧!”的牌示)来增加自己的销量。装修不够精美，让人没有想回头的感觉。

5、店内情况分析：店内卫生状况一般，很多原料摆放杂乱；制作奶茶时，工作人员一般是背对消费者在后面制作，制作过程不公开，并且自己店面在此时也很容易被盗；店内的莲子粥容器太大，为本来就不大的店面又增加了些许压力；店员着装不统一，不能体现品牌特色。

市场调查报告的写作要求篇六

随着市场的竞争越来越激烈，消费者对产品质量的要求越来越高，近些年来，奶茶越来越受到广大消费者特别是年轻人

群的追捧，不同形式和风格的奶茶让人眼花缭乱，快捷便利的路边奶茶店在台州市场上遍地开花，其中珍珠奶茶深受市民喜欢，成了火爆街头的大众饮品。通过对消费者的调查了解，从而了解奶茶的发展状况、消费者需求、市场占有率及存在的问题。

调查对象：学校周边普通市民（包括在校大学生）一般情况：这部分人大多在18至30岁之间，其中大概以18—24岁为主要消费群体。

本次调查采取的是随机问卷调查。发放问卷是在学校内随机选择行人当场发卷填写，并当场收回的形式。共发出调查问卷105份，收回100份，回收率达95%。

20xx年5月

主要调查了消费者对奶茶市场的了解，购买奶茶的途径，以及对奶茶店的具体情况的了解等。问卷共向消费者提出了12个问题。

其一，随着生活节奏的加快，方便，简单，快捷的食品受到越来越多消费者的追捧。奶茶遍布各地，消费者在任何地方都能够买得到。同时奶茶较其他食品（泡面等）更为方便，即买即饮，不管是在办公室里，还是在去办公室的路上，消费者都可以随时食用，节省消费者的时间。由于工作和学习的压力，一些消费者没有时间选择或购买自己的早餐或是午餐，奶茶送货上门，为消费者带去了诸多方便。

其二，随着经济的发展，人们对生活得质量越来越高，美味、营养、天然、健康，成为消费者对奶茶的新要求。

其三，在消费方式上，大多数消费者以少量、零星、随机购买为主，习惯于即买即饮的消费者占大部分，经常购买和批量购买的比例较小。此外，休闲消费成为消费者购买奶茶的

一个新特点。

其四，在购买频率上，重度消费者的比例较小，仅有一小部分消费者每天饮用一次或更多；而轻度消费者的比例较大，很多的消费者每周饮用1次或更少。也就是说目前奶茶的固定消费人群较少，市场还有待于进一步培养。

根据对其他品牌的调查我们得知，品牌奶茶加盟店是消费者信得过的品牌，在市场上形成了固定的消费群。悠悠奶茶讲究健康，非常注重奶茶的品质、口感，在选料和制作工艺上严格要求自己，确保产品“原汁原味”，并在口味上不断推陈出新，满足顾客的消费新鲜感。

近两年奶茶在我国大江南北遍地开花，不论城市大小，消费水平高低，也不论男女老少，奶茶成为日常街头的的一个时常显现的亮点，走在繁华的闹市街头，很容易寻找到手里拿着一杯奶茶正细心品享的男女青年的身影。

口感新鲜、味美，奶茶都是现做现卖，由多种可口的原料配成，纯正的奶茶味道非常吸引人，靠大工业生产出来的奶茶是完全不可能与之媲美的。

随着市场的竞争越来越激烈，消费者对产品质量的要求越来越高，原材料价格一涨再涨，加上一些商家为保证利润，不段降低原料品质，导致目前奶茶市场一片混乱。奶茶已经成为了近一段时间来垃圾食品的代名词，通过对消费者的调查了解，真正的原因还是在于奶茶口味的问题。

口味不断推陈出新，变化多，形成众多系列，消费者选择广。仅仅奶茶就有茉香奶茶，咖啡红茶奶茶、麦香红茶奶茶等等，添加物就有珍珠、椰果、苟蒻、水晶等，而雪泡、沙冰、刨冰等只有现做现卖才口味好。

我们应该采取相应的措施：。加大宣传力度，使每个消费者对

我们自己的奶茶店留下深刻的印象;?在消费者购买奶茶时，可以发放宣传册，方便下次购买;在节假日期间推出一系列活动(如发放优惠券、打折等)，提高我们奶茶店的知名度。