

2023年干货市场调研报告(模板5篇)

随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。那么什么样的报告才是有效的呢？下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟！

干货市场调研报告篇一

（一）加强领导。从短时间看，建设一个市场经济效益不是很高，但从长远角度看，建设市场是方便广大群众生产生活、促进县域经济发展的大事、实事和好事。政府应将市场建设工作列入“十一五规划”，列入年度政府经济工作要点，成立组织，明确牵头领导，加强协调督办，给乡镇政府和计划、商务、城建、国土资等县直相关部门明确具体工作目标，把市场建设、市场发展提到重要议事日程。应把市场建设提到与社会主义新农村建设并重的位置，谋划、支持、投入、建设。

（二）大力发展专业市场。兴隆县年产楂10万吨、苹果1万吨、板栗万吨、梨2万吨、其他果品2万吨；全县170多家果品加工企业年生产各种果品产品12万吨。应立足全县果品资源优势着力建设系列专业市场：一是在板栗、苹果、梨、楂主产区如半壁镇、挂兰峪镇、青松岭镇、六道河镇建设四至五个果品（板栗、苹果、梨、楂）交易市场，使买卖双方通过市场直接购销、合同订购、农村经纪人经营等形式交易，解决果农卖果难问题。可对现有的车道峪果品批发市场、承德市利顺鸿商贸有限公司（厂址在八卦岭乡）等进行改建、扩建，增设地磅、库房、供水、供电等设施，同时增强吸引力，发挥市场的吞吐作用。二是在县城或县城周边建设一个以楂系列制品为主的农副产品交易市场，为全县的果品生产企业提供一个销售果品产品的平台。三是应研究制定优惠政策，积极引导，融通社会资金，推进多主体、多元化的投资进程，大

力培育农村市场经纪人，建立果品行业协会，促进市场繁荣。四是应大力扶持专业市场发展。东区建材批发市场在县委政府的大力支持下稳步发展，但在调查中了解到其经营难度依然不小，政府应进一步研究制定政策，创造宽松发展空间，扶持尽快发展，早日成为专业市场典范。

（三）扩大集贸市场建设规模。目前全县的集贸市场的规模、档次及对毗邻地区的辐射和影响作用始终没有大的突破。车道峪果品批发市场、半壁建材市场虽经几年的培育，到目前仍未形成规模，始终没出现商户云集、交易旺盛的繁荣景象；半壁、挂兰峪、兰旗营市场上市人数、日成交额等均已初具规模，亟待改扩建，改市场建商场，迁摊进厅，变这些市场为高中低档商品丰富、县内县外商户云集、价格合理、功能齐全的综合性市场。

（四）将市场建设纳入小城镇建设总体规划。进一步明确乡镇、市场建设服务中心及相关部门的职责，协调各有关部门形成合力，共同促进市场的建设和发展。目前各部门对市场的建设和发展没有给予足够的重视，各自的职责任务不够明确，有待各级政府牵头组织协调各个相关部门解决市场建设中存在的各种问题。

（五）协调配合，进一步优化外部环境。市场能否发展取决于经营者的经济效益大小，在市场发展的初期政府应该实行一定的优惠政策，吸引广大的经营者参与，把市场“养”起。应制定切实可行的优惠政策，为市场加快发展创造条，税务、工商、动检、卫生、水务等部门，在征收税、费时应对市场经营人员给予适当的优惠；公安、交通等部门为参市经商车辆设立“绿色物流通道”，为市场繁荣活跃提供有利条。

（六）下大力气取消公路集市，净化交通环境，消除安全隐患。政府应尽快研究方法，对临近公路集市（如南天门、牛圈子、小子庄、车道峪、三道河、孙杖子、车河堡等市场）进行选址搬迁，所在乡镇应因地制宜，尽快拿出搬迁方案，

安排合适的场地，采取多种投资形式建市场、办市场，及早将路边市场搬迁到安全地段，消除路边市场的交通安全隐患。

（七）加强市场管理。县政府投入资金筹建了县城中心市场，本应该彻底取缔市外市场，净化交通环境，使卫生状况得到根本扭转，经营秩序井然有序，然而调查中了解到的情况不尽如人意，建议合理规划布局市场建设，科学分行划市，合理安排摊位，下力气取缔中横街两边经营店铺、占道经营摊点，分行规划，入市经营。要明确早、夜市具体时间并划定地点，非划定区域坚决不准店外经营，禁止超时限摆摊设点经营。要安排适当数量的管理人员，加强对市场秩序的日常管理，不能只收摊位费却疏于管理。交通、城管、工商等职能部门要各司其职，加强巡查，加大监管力度，强化对集贸市场的监管，打击欺行霸市等各种违法违经营行为，维护良好的市场秩序。

干货市场调研报告篇二

今年2月，范仲淹、伍子胥、泰伯、白居易等八位苏州历史名贤的铜铸雕塑像在火车站南广场正式落成。此前不久，坊间两桩争议则来自金鸡湖畔的_裸女椅子_及_吐舌老子像_雕塑。时间再追溯至20xx年，在竹园路，城市雕塑《合力》被悄悄拆除……作为公共艺术中最为普通人熟知的一种，城市雕塑的被喜爱与被吐槽，似乎都很容易被彰显与放大。

上世纪八十年代以来，在自由开放的艺术创作氛围下，苏州城中亮起了一大批优秀的城雕艺术作品——这些立于街头、广场或其它公共空间的城市雕塑，用专属于自身的雕塑语言，回顾着苏州的过去，解释苏州的现在，同时想象这个城市的未来。

勾勒不同时代的苏州风貌

走在观前街、平江路或者环古城护城河地带，不时能看见

以历史人物、传统民俗、重大历史事件为题材的城市雕塑，这些雕塑好像史书上的插图，又宛若精致的历史文化名片，向老苏州人、向慕名而来的四方游客，展示着苏州不同时代的风土人情。

今年2月，范仲淹、伍子胥、泰伯、白居易等八位苏州历史名贤的铜铸雕塑像在火车站南广场正式落成。作为这组群雕的设计者，中国雕塑院院长吴为山给苏州交上了一份完满的答卷。从题材上来说，八位先贤均是本土历史长卷中具有杰出贡献的代表人物，他们或是吴地文化的开化之祖，或为政苏州、创设郡学。从表现形式来看，雕塑的创作风格大多写意夸张。例如，伍子胥是2520xx年前古城苏州的建设者，因而他的造型既像苏州的拱桥，又像苏州的城门；白居易的雕塑线条柔美飘逸，婉转出唐代诗人潇洒不羁的典型气质。_每一尊雕塑都像一座巨峰，他们像山石般凝固在那里，是文化的化石_，吴为山说。有人给出这样的评价：这组古代名贤雕塑仿佛融入了苏州人文山水之魂，形态各异、俊采星驰，既沉淀着内敛浑雄的历史感，又流溢着江南水乡的诗意与灵动。苏州火车站地区综合改造指挥部负责人说，选择在火车站南广场竖立8尊历史文化名人雕塑，就是为了展现苏州的历史文化元素。

承载普通人的生活乐趣

苏州古城区内从来不缺休闲游玩的空间，也从来不缺有生活趣味的雕塑。旧时，私家园林是专门作为巨富商贾、达官贵人之间串访、游玩的游憩场所，而街市如玄妙观、阊门等全城重大节日聚集中心则是普通市民的日常游憩场所。这一时期，古城之内的每一座园林就像一件大型精雕，每一座小桥都是重要的街头雕塑，彰显着苏州的个性。

随着古城区开始向居住、商业、休闲、娱乐等功能转变。这一时期，古城区内城市雕塑所处空间由道路入口转向公园、街头绿地等公共开放式空间，雕塑形式也日渐多样化，公共

空间中，雕塑对人心理上的调整、缓和的需求越来越大。

20xx年苏州观前街改造，在步行街景观塑造上增加了体现地方文化特征的雕塑_荡观前的村姑_等，每天都会有市民和游人与它们亲切牵手。姜竹松认为这类写实性真人大小的雕塑很不错，_它们在展示传统商业文化的同时，考虑到了商业街空间格局不是很大的特点，所以雕塑尺寸也不大，再加上不设围栏，可供大家拍照、合影，有很强的沟通作用_。

在观前街区，以传统民俗为题材的雕塑向四方游客传递着苏州不同时代的生活风情。一座《吆喝的摊贩》的雕塑取材于上世纪三、四十年代的糖粥摊，过去苏州有一只卖糖粥的器具叫_骆驼担_，可把灶具、碗盘、食物全放在担子上。小贩一边挑着担一边敲着梆子，发出_笃笃笃_的声响，孩子们听见声音就知道_卖糖粥_的来了，有民谚_笃笃笃，卖糖粥_。在艺术家姜竹松看来，这类写实性的雕塑再现了苏州人的生活细节和活动场景，同时也伴有一点民俗文化和商业文化的气息。

工业园区在建设之初就利用国外规划的先进理念，对城市区域空间进行了系统的布局。这其中，雕塑在休闲游憩的空间组织中起着决定性的作用，几乎所有的休闲旅游场所都是以雕塑为中心载体来组织，雕塑在整个空间中体现出移步换景的视觉效果。进入21世纪后，园区雕塑正式进入系统化发展阶段，雕塑的配置更贴近环境和生活。

现代大道建成通车，把更多生活性的主题雕塑引入到道路绿化系统中，利用这些城市雕塑来组织空间，增强空间与人的互动交流。随着金鸡湖完全成为新城区的城市湖泊，环金鸡湖的城市休闲旅游景观带已初步建成，如_猩猩指路_、_狗追和尚_、_三口之家_和_放鹅女_等。后来，金鸡湖成为当今中国开发最成功的城市湖泊景观，并形成了环金鸡湖的城市雕塑走廊。金鸡湖畔密集的香樟林上鲜绿的芽，绵延不断的草坪上上摇摇摆摆学步的稚童，一直延伸到湖边的宽阔广场上奔

跑着的风筝少年，这些，全都洋溢着生活的乐趣。

写下城市发展的新注脚

伫立在金鸡湖西畔的雕塑《圆融》是苏州工业园区的城市符号，它像一个动态扭转的古钱币，外圆内方，语言简洁，两种彼此矛盾的元素共存于一体，时刻向世人昭示兼容并蓄、和谐为本的独特情怀。这座出自新加坡著名雕塑家孙宇立先生之手的作品，也体现了传统与现代、科技与人文的互融和共生，蕴含了中国和新加坡双方密切合作、相辅相成、相互交融的深意，显示出开放包容的时代精神和_崇文睿智，开放包容，争先创优，和谐致远_的苏州精神。

耸立在中央公园的《合作》是一件标志性雕塑，它以大红与银白的强烈对比、锐利的直角和敦厚的圆弧之间的和谐结合，将关于中新合作的丰富理念以极其简洁的方式直觉地表现出来，令每一位来到园区的人为之眼睛一亮。这座雕塑来自艺术家沈建国先生，他曾说_虎丘塔和北寺塔都带有标志性雕塑的性质，而在古典园林里随处可见的太湖石，则可以看作最古老也最现代的城雕_，带有舶来品意味的城市公共雕塑可以在苏州历史里找到深刻的渊源，妙哉。

和老城区雕塑作品的传统手法不同，新区和工业园区的雕塑作品更具现代化和多元化，色彩运用上也更为潇洒和大胆。

这些带有主旋律意味的雕塑作品，不仅装点了城市环境，还得到了广大老百姓的喜爱。每逢好日子，总是有花车绝尘而来，身披婚纱的新娘挽着新郎来到这座雕塑前摄影留念，把这包含着丰富意蕴的雕塑作品与自己的喜日结成永恒的一瞬，表达有情人_百年好合_的强烈愿望。雕塑作品的主题能够在人民的日常生活中得到美妙的延伸，无疑是对艺术家最权威的肯定和褒奖。

干货市场调研报告篇三

电话：_____

传真：_____

地址：_____

邮编：_____

乙方：_____ (以下简称乙方)

电话：_____

传真：_____

地址：_____

邮编：_____

甲、乙双方本着平等互利、长期合作的原则，经友好协商，就开展机柜租用等事宜签订以下合同。双方申明，双方都已理解并认可了本合同的所有内容，同意承担各自应承担的权利和义务，忠实地履行本合同。

第一条合同术语定义

除非本合同中下文另有明确规定的含义，用于本合同的下列术语定义如下：

干货市场调研报告篇四

从目前全县市场的整体情况看，存在的问题主要有两个方面：一是建设滞后，二是管理不到位。具体表现在：

（一）发展原始，功能不全。近几年，除了县城加大了投资力度，逐步实现可由市场向商场转变外，其他集贸市场仍是上世纪八、九十年代建设的“集市”，挂兰峪市场、半壁市场、蓝旗营市场、车河堡市场、六道河市场等市场有院落、有棚台等基本设施，其他市场大部分只有个“场”，商户赶集“打地摊”是很普遍的现象。从市场的功能上讲，除了县城市场外，其他市场仅仅发挥了当地群众在农副产品、流动商贩在部分生活必需品交易上的功能，在以销促产、发展产业园区、促销原产地产品、宣传本地名优特新产品等方面上的功能没有得到有效发挥。

（二）专业市场建设滞后。目前全县的4个专业市场只有兴隆县建材市场和车道峪果品批发市场有场地、有设施，而车道峪果品批发市场由于市场设施不完善及果农交易习惯等因素影响，不能积极吸引果农及购买水果的商户进场交易，果品批发的功能没有充分发挥出；平安堡煤炭市场和西关劳务市场名义上被称作“专业市场”，但既无投资主办单位，更没有场地、设施及管理人员，还不能称为名副其实的专业市场，与香河家具、辛集皮毛等专业市场相比更是天地之别，不可同日而语。

（三）卫生状况普遍堪忧。由于市场管理人员少，虽然也想了许多管理办法，但在落实中难度很大，鞭长莫及，管理跟不上，加之管理人员缺乏管理手段的刚性，造成摊位乱摆，废弃物满地乱扔，环境卫生太差。县城中心市场、半壁市场普遍存在这种状况。

（四）市场建设缺少规划。一是市场布局不合理。三道河到南天门0公里的距离区间被就设有三道河、蓝旗营、半壁、小子庄、车道峪、八仙沟、牛圈子、南天门等8个集市，集日重叠，规模小，不便管理，市场秩序乱。二是市场内分行划市不规范。县政府千方百计投资筹建了县城中心市场，但市场内设置摊位的经营范围缺乏统一要求，租赁摊位的经营业户自行确定经营项目，造成行市划分不清，经营秩序混乱。

（五）公路市场存在安全隐患。兴隆县的0个集贸市场有2个建在各个级别的公路附近，每逢集日一些经营者便挤占公路摆摊设点，消费者乱停车辆，影响了正常的公路交通秩序，同时存在严重的交通安全隐患。特别是孙杖子、三道河、半壁、小子庄、八仙沟、牛圈子等公路市场常常引发交通堵塞。

（六）早、夜市秩序混乱。早、夜市的出现确实方便了县城周边农户和广大消费者，但没有专人管理，商户没有取得相关的证照，摆摊随意性强，没有有效规划和具体时间地点界定，造成秩序乱，污染重，同时存在严重的食品安全隐患。

（七）市场外摆摊设点堵塞交通现象严重。受市场外人流多，销货收益大的吸引，大多经营业户不愿入场经营，纷纷在市场外争抢地盘，形成有市场无人进的现象。县城中心市场、半壁市场等场内场外参半，内有摊、外有点的现象尤为严重，影响市容，堵塞交通。

干货市场调研报告篇五

最近，护康医院遇到了一个难题，需要作为人员的我们为其医院做出一份详细的策划书。虽然护康综合医院是一家好医院，但其比在同一地区的医院规模都小，而且缺乏名气。单单在这一地区就要和20多家医疗机构竞争。因此，针对医院的这一情况，我们通过对医疗市场概况的调查，对护康医院背景的了解。制定出一个策划方案，使医院找到自己的市场定位，以其独到的特点吸引病人入住。在这次策划中，我们将采取公益性公共关系模式，主要以服务性、公益性的社会活动来获取公众群体对医院的了解与信任。我们也会借助媒体的力量，提高医院的认知度、美誉度、和谐度、吸引患者。对此，我们有信心让护康医院被公众熟知。

医疗事业是国民生计中不可缺少的行业，他的发展水平直接关系到国民的身体素质水平，因此，他历来都是国家的发展重点。护康医院就是在这样的大背景下成立的。护康医院不

是国营医院，它是一家民营医院。但其为病人提供的医疗服务一流，护理人员的态度友善、和蔼，医疗设备也是一流的。医院的规模虽小，但灵活机动，可以及时的满足病患的需求，使病人享受到人性化的医疗环境。来了这家医院的病人，都认为这家医院很好。但这家医院比在同一地区的其他医院的名气小，不被大众熟知，这是这家医院的经营者最近的困扰。

通过护康医院经营者孙伟成通过对病人的交谈，收集了一些社区里其他医院的资料。了解其他医院的概况。

(1) 大学健康中心：能为每个人提供特殊护理、专门护理和基础护理服务。

(2) 力生综合医院：一家大型且享有盛誉的医院，它的声誉很好，除非发生重大悲剧，不然很难动摇它在社区里的地位。

(3) 慈善医院：以其优秀的外伤中心闻名，被大众认可。

(1) 知名度的提高

护康医院对公众群体而言，不是非常熟悉和了解的，除了在护康医院治疗过的病人对医院有所了解，医院的知名度不高。所以我们的首要目标是让大众知道护康医院。

(2) 吸引患者入住护康医院

在公众熟悉护康医院的基础上，吸引更多的患者选择护康医院，入住护康医院。更好的使护康医院被公众知道。

为了让公众熟悉护康医院，让护康医院在该地区建立良好的知名度、美誉度、和谐度，此次策划我们将选择公益性公共关系模式。从医院的市场营销、向公众进行医疗知识教育、新闻媒介这三方面进行策划。

1、医院市场营销

在医院工作中引入市场营销职能，是公共策划中的新视角。市场营销这个词语对医生来说，马上就会想到、游说、宣传。但医院注意的是非营利性的服务，公众要评价这些服务到底给他们带来什么好处就需借助市场营销。

(1) 针对病人，护康医院不仅要关心病人在医院的一切活动，更要关心病人出院后的情况。要有系统的信息反馈程序，如正式的调查、患者小组会等。

(2) 收集当地公众对医院的要求，接受公众的倡议，医院与公众直接接触，让公众直接感受到医院的服务。制作关于医院的卡片向公众发放。

2、医院向大众进行医疗知识教育

现在的大众，对健康越来越看重，对自己的身体越来越重视。所以大众对医疗知识越来越想了解。安排医院在公共场所进行医疗知识教育，能使公众更好的知道护康医院。

活动安排：