

最新市场调研报告简单版(通用5篇)

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

市场调研报告简单版篇一

桌面游戏简称“桌游”。起源于德国，目前在上海、北京、广州等大城市内已经出现，并且都已到了成熟阶段，发展状态也非常好，这说明桌游项目是可以发展的。而现在重庆整个大学城内这种形式的益智桌游还没有出现，也就是市场一片空白。能抢先占领这个市场那么发展前景就非常大。而重庆作为我国最年轻的直辖市，其发展势头更是不可小觑。

桌游产业在我国尚属于新兴行业，发展潜力较大，势头较足，并且属于第三产业，获得国家政策支持，有利于我国产业结构调整，有利于转变我国经济发展方式，有利于发挥“消费”在三驾马车中对经济的拉动作用。

（一）调查的目的和意义

通过这次对大学城桌游的市场调查分析，确定桌游产业在重庆大学城的发展程度及分布布局，了解重庆大学城桌游消费能力。为创办实体桌游吧提供可靠市场分析数据。对大学城现有桌游吧的经营模式所存在的问题进行修正和创新，在实践中予以证明并做出改进。总结出大学城地方特色桌游企业经营管理的科学方法，并以此为基础探索出桌游企业的新型经营模式，促进桌游企业的发展，从而对市场的良性科学发展做出贡献。

（二）调查的内容

目前大学城各高校学生玩桌游的性别比例及游戏偏好。人们每次玩桌游的持续时间。人们玩桌游的原因及目的。大学城桌游吧收费和其他附加产品的调查、简餐的味道价格、周边手办的配套销售、饮料零食等等。大学城桌游吧整体店面环境。（包括桌游吧服务员专业技能、服务态度、整个桌游的游戏气氛，桌游硬件设施情况等等）。

（一）大学城各高校学生玩桌游的性别比例及游戏偏好

我们对大学城益智桌游发展潜力的调查数据进行进一步的分析：此次发放问卷300份，有效问卷266份，有效率88.7%。在喜欢玩桌游的人群中，74%的消费者为男性，26%的消费者为女性，所以在大学城桌游市场开发中应开发更多符合男性口味的游戏。有约14%的消费者年龄在20岁以下；约54%的在20-22岁之间，约32%的在23岁以上。所以在大学城桌游市场开发中应主要考虑年龄为20-22的消费群体，以便能最大程度的迎合消费群体口味。

（二）大学城各高校学生玩桌游的持续时间

据调查显示，人们每次玩桌游的时间有57%的玩家每次玩桌游时间为1-3小时，28%不足一小时，14%在3-6小时之间，1%在6小时以上。可见多数人玩桌游的时间在1-3小时内。说明桌游并不会像网络游戏那样使人沉迷其中，影响人们正常的工作或学习生活。

（三）大学城现有桌游吧收费和其他附加产品的调查

关于人们玩桌游的价钱范围的分析显示：有一半的消费者在30元以内，而30-50元内的消费也占了一定的比例，50元以上和其他消费的比重也不低。可见，人们消费还是比较经济的，但是也有一半人不计较消费的高低，这应该和人们团体消费或在娱乐而不计较费用有关。这说明桌游吧结合其他量贩式饮品小吃零食等复合式经营有较宽利润来源和较高利润

收入，有较高的发展价值。

（四）大学生玩桌游理由的调查分析

人们选择玩桌游的理由多数人认为玩桌游可以锻炼自己逻辑思维能力和判断力，同时也是同学交友聚会的好选择。其次是消遣时间的较好方式，少数人认为玩桌游费用不高，性价比好，相对于酒吧、ktv、打牌等休闲娱乐方式更健康也更经济实惠。由此可知，玩桌游的理由很多，但不管怎么样，大家都认为桌游是一种较好的休闲娱乐方式。

（五）大学城现有桌游吧整体店面环境

通过我们实地走访，大学城专业的桌游吧寥寥无几，普遍被经营者当成副业，与咖啡厅，台球室等其他休闲娱乐场所混合经营。桌游吧没有鲜明主题，店面装修简陋，缺乏创意，桌游硬件设施没有跟上当前主流水平，桌游游戏种类也不多。由此可以桌游产业在大学城发展还极不成熟，需要一个地标性桌游吧的诞生，带动大学城桌游产业的优化发展，而这对于我们既是机遇也是挑战。

由上述调查结果可知，大学城益智桌游产业的发展任重而道远，很多桌游吧经营者认为这是一个门槛较低的产业，却因桌游吧设计、美工、推广以及桌游产品的更新、引进出现问题，导致大学城桌游产业的不成熟及相关配套设施的不完善，没有办法为大学城消费者提供专业的桌游体验。

由此，应该学习国外先进桌游经营和设计理念。设计出益智桌游吧自己的主题特色，为大学城玩家打造出不一样的桌游体验，为玩家提供专一化的桌游服务；提高桌游吧服务员的专业技能素养，培养固定客源，活跃桌游吧氛围，将其打造成一个良好的益智交友、休闲娱乐平台。

总的来讲，益智桌游作为一个国内新引进的产业，普及程度

还远远不及网络游戏，所以它不会像网游那样一夜之间积累起无数财富，但是作为一个线下的益智娱乐产业，她的发展是包裹在浓厚的历史渊源之中，顺应了历史发展潮流，与网络游戏的注重节奏，缺乏养分相比，其有着更厚重的含义。它有着自己的路要走，虽不能一跃千里，却可以一步一个脚印。作为一种新型的娱乐产业，它对益智休闲有着自己的诠释方式。

市场调研报告简单版篇二

壁纸又被称为墙纸，是专门对墙面进行装修，对单调墙面进行装修，使整个空间富有立体感。在众多壁纸中，壁布是一个极其特殊的品种，其表层往往由编织物覆盖。壁纸具有多种颜色，本身又具有环保特性，在装饰时很容易出现立体感。在世界上许多国家，壁纸都被广泛用于装修。

(1) 装饰效果强烈

随着现代工业进步，壁纸可以生产各种各样的方案，将各种各样的生产方案相互搭配，满足人们不同需求。在这种模式下，小朋友可以安装动画壁纸，而在公共场所又可以安装简约壁纸。只要搭配得体，按照消费者的喜好，可以随心所欲地进行设置。

材质安全环保

壁纸的成分主要由纸浆、天然材质和路面等因素组成。其中，在壁纸中还加入纤维或者真丝，使得壁纸更加豪华。随着环保理念深入人心，各个家庭在进行装修时更加注重使用环保材料。而使用环保材料制成的壁纸更加具有透气性，而且款式很多，韧性很大，非常适用于家庭装修。

(3) 应用范围较广

壁纸可以适用于墙壁木材等基础材料上，并且适用的场合非常繁多，可以与室内的其它装饰进行搭配。壁纸可以在整个房间里通用，也可以作为一个点缀在房间中使用，使用用途非常广泛。

(4) 壁纸功能繁多

按照现代工业生产的壁纸质量较好，具有保护墙面的功效。通过消费者需求，可以在生产中加入不同成分以保护墙面发霉、生菌和发热。一些壁纸甚至具有防火的功能。

(一) 研发方面

壁纸本身就是艺术品，壁纸外观对于消费者而言是最直接影响因素。为了使壁纸可以得到更好市场销路，增强壁纸研发至关重要，甚至可以说是壁纸企业的核心竞争力。然而，在现在壁纸行业中，越来越多的壁纸企业采用抄袭方式进行生产。在20xx年时，壁纸行业因为知识产权案件而提起的诉讼轰动整个行业，这也使得越来越多的企业拿起法律武器保护自身知识产权。

(二) 生产方面

目前，我国已经超过拥有几百条壁纸生产线，而且每年仍以保持30%的速度递增，这已经表明我国成为全球巨大的壁纸消费国。但是在壁纸生产过程中，我国大量设备依旧靠进口，这也制约了我国壁纸行业发展。在进口过程中，壁纸生产设备昂贵，保养和维修费用更加昂贵，这就使得设备更新速度非常缓慢，严重影响了壁纸行业技术更新。

(三) 市场方面

我国目前壁纸行业，一些人认为部分消费者对壁纸行业具有错误认识，以及壁纸行业在自身宣传上力度不够，导致了整

个中国壁纸市场消费不及国际水平。还有一些人认为运行历史较短，行业规则不健全，整个市场的透明度对消费者非常低，使消费者对壁纸产品信任不够，直接影响了壁纸市场的发展。

(四) 销售方面

目前我国壁纸行业的销售模式是由厂家生产，再由代理商进行代理，最终由经销商卖给消费者的运营模式。这一模式久经考验，是一款比较成熟的商业模式。但是，随着近些年经济迅速发展，通货膨胀不断提升，加上互联网市场经济的到来，使得这种传统的模式越来越受到质疑。

近些年来，随着我国房地产行业不断发展，尤其是一线房地产涨幅普遍过大，经销商的店铺租金直线上涨，同时也带动了原材料和人工成本的不断上涨，许多壁纸生产业厂家上调了出厂价格。在这种情势下，经销商的利润变得非常微薄，严重影响了经销商继续从事壁纸经销的信心。同时随着互联网商务的到来，许多经销商在网上开设店铺，这也使得经销商之间的竞争更加剧烈，市场环境更加残酷。

(五) 服务方面

在壁纸销售过程中，壁纸企业并不是将产品销售就完成了整个营销过程。按照我国民族性格，很多有资产、有地位的人不愿意自己亲手进行壁纸安装体力劳动，他们更希望通过花钱雇人完成这项劳动。壁纸安装具有一定难度，对技术要求相对较高，所以壁纸安装一般由壁纸企业进行。但是，我国很多壁纸企业仍然以产品销售作为自身企业目标，对于壁纸安装等服务没有及时跟进，使得很多客户不愿意购买壁纸，极大打击了壁纸市场的进一步发展。

(六) 行业标准

现在的壁纸行业还非常混乱，许多进口商品只是有外文标记，而没有按照国家法律规定进行中文标识，这给监管部门监管带来许多不便，在出现质量问题时，无法找到最终的责任承担者。一些小企业一味抄袭他人作品，恶意降低价格，扰乱市场环境。还有一些企业不能提供环保商品，而且商品的售后服务明显不到位。以上种种现象都因为壁纸行业还没有一个统一的标准。为了使壁纸行业可以得到更好发展，我国应当积极建立壁纸统一标准，使壁纸业可以规模化、集团化发展。

我国壁纸行业的改进趋势，笔者认为可以从以下几方面入手。

(一) 提高产品创新能力

为了提高国内壁纸的原创能力，就必须加强自主研发，而自主研发环节最重要的角色就是设计师，提高产品创新能力其实就是提高设计师创新能力。为了培养出更好的设计师，我们可以通过以下几种方式：

第一，加强与国际设计师的合作。艺术没有国界，加强国内设计师与国外设计师的合作，可以提升国内设计师的设计水平，以设计出更好适用于国内市场的壁纸。

第二，以艺术类高校进行合作，成立专门的壁纸设计工作室。这样的做法可以直接为壁纸行业培养输送人才，为我国壁纸行业发展打下坚实基础。

(二) 加速设备原料自主化

为了更好地提升我国壁纸行业竞争力，除了对设计师进行培训外，我们还需要对壁纸原材料设备进行自主化经营，逐步淘汰国外产品，实现壁纸原材料全面国产化。为了实现这一目标，我们应当不断加强工艺技术创新；另外，我们还需要加强工艺人才培养。

(三) 健全行业协会职能

为了使壁纸行业可以得到更好发展，建立壁纸行业协会，使其可以树立中国壁纸行业准则，加强市场准入，提升现有企业竞争力，从根本上扭转我国壁纸行业落后的局面。

市场调研报告简单版篇三

汉中市xx年上半年反腐倡廉工作调研报告xx年月，我带领执法监察室、监察综合室的同志赴汉中就汉中市xx年上半年反腐倡廉工作情况进行调研，先后到城固、南郑县和汉中市建筑工程交易大厅、外商投资服务中心、审改办等单位了解情况，调研情况如下：

今年以来，汉中市纪检监察机关认真贯彻中央纪委和省纪委全会精神，标本兼治、惩防并举，有力地推动了全市反腐倡廉各项工作的整体协调发展，取得了阶段性成效。

领导干部廉洁自律工作得到加强。汉中市各级按照中省纪委全会精神，认真开展对领导干部廉洁自律规定的监督检查。清理违规购买超标车辆，涉及县处级干部人；清理领导干部违反规定兼任国有企业领导职务人；清理领导干部收受礼金、有价证券万元，其中县级领导名；开展警示训诫防线工作，对名领导干部进行了提醒、诫勉、训诫谈话，其中处级干部人；落实了纪委负责人同下级党政主要负责人的谈话制度，共谈话人，其中县级干部人。

查办案件工作取得了新的突破。月份，汉中市各级纪检监察机关共受理信访举报件，立案件，结案件，给予党政纪处分人，办案挽回经济损失万元。立案查处的重点案件主要有：汉中市地震局原局长程康破坏投资环境、以权谋私案；南郑县阳春镇原党委书记刘贵正赌博挪用公款案；镇巴县原简池镇党委副书记、人大主任文斌尤挪用公款案；城固县原工商局局长单衍华受贿案；汉中市口腔医院院长张文鸣受贿案等。

在查办案件工作中，汉中市各级纪检监察机关重视组织协调，加强案件管理，坚持实事求是，严格依纪依法办案，加强源头治腐工作，提高了办案的政治经济社会效果。

纠正部门和行业不正之风工作取得新成效。汉中市各级纪检监察机关会同有关部门把侵害群众切身利益的问题作为纠风工作的重点，切实进行专项治理。开展整治医药购销工作，县级以上医院全部实行了药品集中招标采购。减轻农民负担万元，查处涉及农民负担案件件。开展了中小学收费监督检查和专项治理工作，查处教育乱收费案件件，减轻学生负担万元，取消企业乱收费项目个，金额万元。治理公路“三乱”、民主评议行风等工作在巩固成果的基础上均取得了新的进展。

积极开展执法监察，确保政令畅通。汉中市监察机关上半年认真开展治理整顿土地市场秩序工作。会同国土资源等行政主管部门进一步建立健全经营性土地使用权“招拍挂”出让的具体制度，细化工作程序在全市全面推广并严格执行，加大土地市场违法违纪案件查处力度。上半年实行经营性土地招拍挂出让宗亩，涉及资金万元。城固县查处了宝山镇窑村砖厂违规占地案，给予相关责任人的党政纪处分。对西乡县违规出让土地问题进行了查处，对县政府主要负责人进行了诫勉谈话。月份，汉中市对六个县区的高速公路项目征地补偿费的管理使用情况进行了专项检查，对个别地方存在的资金管理不规范、农户补偿费兑付不及时的问题进行了纠正，进一步理顺了机构，强化了制度。

近两个月来，涉及高速公路补偿费问题的群众上访事件明显下降。全面开展行政效能监察工作，切实抓好效能建设六项制度的贯彻和落实。xx年月份，汉中市政府下发了《关于在汉中市政府机关推行行政效能建设六项制度的通知》，制定了市政府公务员《失职责任追究暂行规定》、《工作态度和效能问题的投诉处理暂行办法》和《机关效能建设绩效考评实施办法》，市政府个工作部门都制定了本部门的首问负责、服

务承诺、限时办结等制度。市级各单位和各县区政府均成立了行政效能投诉中心，受理群众对政府行政效能问题的投诉，积极开展整顿机关纪律作风工作。市监察局实行了行政效能投诉事项的转办和催办制度，使每一件反映和举报的问题都能迅速落实和解决。上半年，汉中市共收到效能投诉件次，查处违纪案件件，给予党政纪处分人。积极参加整顿和规范市场经济秩序工作。今年月分，由市纪委、监察局牵头，对汉中市当前投资环境中存在问题及治理对策进行了调研，与个县区的行政执法部门负责人、个区内外企业进行了座谈，通过书面形式对个县投资环境存在的问题进行了专题调查。针对调研发现的问题提出了个方面的治理措施，报送市委、市政府领导作为决策参考。

源头治腐工作成绩突出。根据《xx年陕西省反腐败抓源头工作要点》精神，汉中市重视源头预防和治理工作，继续推进财政管理体制改革，加强资金监管，全面落实“收支两条线”管理制度，加大对“小金库”的清理和查处力度。乡镇街办的会计集中核算制度得到稳步推进，普遍推行了农村合作经济组织中村账乡管监督。政府采购工作实现了监督和执行机构分离。上半年，全市预算外资金上缴财政专户万元，政府采购支出万元，节支率。深入贯彻《党政领导干部选拔任用工作条例》，建立健全干部选拔任用和管理监督机制，干部人事制度改革逐步深化。行政审批制度改革和政务公开工作成绩突出。

总之，上半年，汉中市各级党委、政府和纪检监察机关以“三个代表”重要思想为指导，根据中、省纪委全会和政府廉政工作会的部署，结合本市实际，认真执行党风廉政建设责任制，强化监督检查，狠抓工作落实，全市党风廉政建设和反腐败斗争取得了新的成效。

汉中市在反腐倡廉工作中，加经党风廉政建设宣传和行政审批制度改革及政务公开工作成效明显。

汉中市xx年上半年加强党风廉政宣传，认真开展两个《条例》学教活动。进一步完善“大宣教”工作格局，结合学习贯彻两个《条例》，采取举办培训班、报告会、知识竞赛、文艺汇演等多种形式，强化党风党纪宣传教育，促进了反腐倡廉舆论氛围的进一步形成。运用刘贵正等典型案例，开展警示教育，运用廉勤兼优领导干部进行示范教育，提高了广大党员干部的监督意识和遵纪守法的自觉性和坚定性。举办培训班多期，培训干部多人次，参加全省举办的两个《条例》知识竞赛并荣获第三名。同时，市委举办了全市领导干部两个《条例》培训班，对各县区、各部门党政主要负责同志，纪检监察领导干部和组织部门负责人进行了集中培训。按照《条例》精神，全面检查党员干部在思想作风、工作作风和遵守纪律方面存在的问题，检查资金管理和执行财务制度的情况，检查参与打牌赌博、公款吃喝情况，强化制度建设，加强干部队伍建设，增强拒腐防变和抵御风险的能力。结合党风廉政建设各项工作有针对性地开展两个《条例》学教活动，促进了党风廉政建设和反腐败工作向纵深发展。

结合贯彻《行政许可法》，深入推进行政审批制度改革，强化对权力的制约。从xx年月下旬以来，汉中市认真开展了行政审批制度改革工作。市政府对这项改革高度重视，精心组织，积极推进，坚持市县一盘棋，一抓到底。市县两级同时安排，同时进行，步调一致，标准统一。市上在抓好市本级行政审批制度改革工作的同时，对各县区的审改工作进行了全程督促和精心指导，自xx年月以来，先后召开次全市性审改工作会议，进行了次轮流检查。市审改办专门抽出力量集中时间进行县区项目会审，县区的精简意见都经过市上审查。这些措施促进了县区之间的工作平衡，使各县区能够更加准确统一地把握政策原则，全市整体推进，质量得到保证。其具体作法是：一是由市监察局牵头，从个部门抽调名工作人员集中办公，成立了市审改办，各县区也迅速成立了相关工作机构，认真扎实地开展了学习、培训和宣传。二是在第一轮行政审批制度改革的基础上，深入细致清理摸底，彻底搞

清行政审批项目底数，市本级共查找出项，个县区共清理出项。三是按改革的原则逐项分析研究，精心审核，严谨科学地精简审批项目。在第二轮行政审批制度改革中，市级共取消行政审批项目项，精简后保留项，个县区共取消项目项。四是制定了加强取消行政审批相应事项的监管和规范审批行为的措施，为此市审改领导小组印发了《关于做好调整行政审批项目后续工作的通知》规定。月日省审改领导小组咸阳会议召开后，市政府迅速进行了贯彻落实，对当前和今后一个时期的审改工作进行了全面安排部署。目前，汉中的清理工作进展顺利，各部门陆续将自查自清情况上报市审改办进行审核，各县区第三轮行政审批项目清理精简已全面展开。

检查，制定了进一步规范和深化政务公开工作的意见，把公开和监督机制引入行政权力运作的各个环节，使之成为改进管理方式、提高管理水平的一项具有规范性、强制性的长期运作的基本工作制度。同时，企事业单位的事务公开、厂务公开也均在稳步推行中。

汉中市党风廉政建设和反腐败工作取得了明显成效，但还存在一些值得注意的问题。

个别地方政府和部门领导对执法监察的职能和作用定位不准确，常常把执法监察和执法检查混为一谈，不管是否属于执法监察的职能范围，遇有检查、整改任务或遇到推不动的事，或热点、难点等问题，本来一些职能部门就能解决，却让监察机关介入，致使监察机关参与的活动多、挂名多、检查多，往往使执法监察陷入忙乱被动或疲于应付的局面，也弱化了执法监察职能，使执法监察工作中对深层次一些工作思考不到位、研究不到位、监督检查也不到位。

一些基层单位反映，合署后行政监察职能在实际工作中有些削弱，影响了行政监察工作的开展。

近年来，反腐败抓源头工作得到了各级党委、政府的高度重

视。但是个别部门和领导干部在一定程度上存在着认识误区，一提到反腐败就认为是纪检监察机关的事，因此工作主动性不高，具体措施落实的少，工作开展不平衡。建设工程招标投标是执法监察的一项重要工作。但在具体监督中，仅仅局限在执行招标投标的程序是否合法上。对于泄漏标底、投标单位串标、陪标、工程建设实施中资金监管、随意变更工程质量以及招投标中介机构、工程监理、市场管理等问题监督乏力。考查调研中，我们听到对于此项的改革呼声最高，一些部门、特别是基层单位反映强烈。

市场调研报告简单版篇四

社区商业，这一原本以自发式生长存在的商业模式，在城镇化的加速推进下，正在成为城市商业发展的最优选项之一。

为探寻社区居民的基本需求、社区商业呈现的热点和尚存空白，日前，北商商业研究院从北京东、西、南、北和中部选取了和平里社区、芍药居社区、望京社区、通州社区、房山长阳社区、大红门社区等12个有代表性的大型社区做调查。这12个样本中，既有老牌社区，又有通州、房山等新城社区。

根据问卷调查，随着购物习惯的改变，92%的受访对象表示，在家门口购物消费的频次增加，同时会定期到繁华商圈购物消费。在电子商务的迅速渗透下，北京的社区商业，已从功能单一的日杂百货为主，逐步发展为传统的餐饮、超市便利店、生活服务业与新兴的网络购物融合的服务体系。一些小区的夫妻店、传达室或者警卫室都主动或被动地兼职帮小区住户代收快件。

北商商业研究院通过对12个社区居民的调查采访发现，9个社区对连锁餐饮的需求最大，7个社区对家政服务的需求较高，其次是菜店这代表了社区商业整体面临的品牌化程度低的现状，美容美发、洗染、家政、便利店等都存在杂牌军的问题。

其实，北京市一直鼓励连锁经营企业加快向社区发展，鼓励品牌连锁经营企业参与社区商业建设，通过采取收购、兼并、直营连锁或特许加盟等方式整合分散的社区商业资源。早在20**年，物美、京客隆等百余家企业入选市商务委推荐进社区的连锁企业。

调查中发现，在高成本压力和电子商务的冲击下，传统零售业在拥抱电商和下沉社区中找到了两种发展路径。调查中，一个突出的变化是，7—11、吉野家、肯德基等知名传统商业企业的身影开始出现在社区。不过，社区商业的市场培育期会比繁华商圈长，销售规模短期也难与区域中心媲美。但是，社区周边消费频次高，更注重便捷和性价比。

在选取的采访样本中，餐饮在社区商业各业态中占比最高，平均占比达到32%；其次是生活服务类（包含家政、洗染等行业），占比为27.5%；位居第三的是美容美发行业，占比为13.33%。

但是，从调查的各类商业业态看，社区商业发展的自发性特点明显。餐饮业虽然成为社区商业主力军，但是，这些餐饮主要是不知名的小店，不仅更换频率高，服务质量也不稳定。

在对长阳、天通苑等以年轻消费群体为主的新社区调查发现，幼儿教育正在快速扎根社区，最高占比达到9%，成为社区商业业态的新成员。此前很多幼儿教育品牌会选择区域商业中心地带，但是，随着生育高峰的到来，新兴社区的很多年轻住户已经升级为三口之家。巨大的儿童消费市场成为商家掘金的新发力点。可以预测，单独二胎政策落地实施后，幼儿教育将迎来更大市场。另外，随着老龄人口增加以及消费习惯的改变，社区送货上门、家政、代收代缴等服务需求增大。

此外，社区商业的物业主要来源于小区底商，受限于当初开发商的规划设置。这也造成了社区商业缺少规划的问题。

针对社区商业调查发现的问题，北京商报官方微博面向近50万粉丝进行了“帮社区商业出新招”的调查活动。在参加调查的微博网友中，42%的网友对自己居住社区的农产品市场不够满意，其中超过一半的网友认为社区菜市场距离太远，不能满足日常的需求。还有近30%的网友对社区菜市场提供的水果蔬菜品质 and 价格不满意。

30%的网友不能满足于现有的社区便利店。反映问题较为突出的主要集中在通州、天通苑以及长阳等远郊区县的网友。部分网友反映，社区周围的小便利店和夫妻店商品数量有限，更新不及时。

从便利店的发展规律看，每3000人就需要一家便利店。例如东京，有近3700万人，几大便利店品牌的总数超过了4万家。北京市的常住人口在20**年时就已突破了2000万人，照此计算，北京至少需要6700家便利店。据相关调查显示，北京的便利店还不到2000家，距理想状态下的店铺数量相去甚远。不仅如此，店铺的分布也极不均匀，以7—11官方发布的数据为例，其130多家店铺集中分布在朝阳区、海淀区和东城区，西城区仅有5家，通州区也只有1家，而其他区域则尚未开店。

在调查中我们也发现，在区域中心附近的社区，各类服务设施相对完善，但在部分老小区，由于物业设施和交通限制，一些便民业态无法进入。

市场调研报告简单版篇五

调查目的：了解郑汴路市场的整体收进水平和消费者对小户型的认知和接受程度(凤凰城购房消费支撑力度)

调查方法：分层随机抽样(不同年龄层)和分块随机抽样

调查范围：郑汴路东建材市场、灯饰市场、管材市场、名优建材市场、商品大世界

调查时间□20xx.4.14

郑州，银基批发市场和郑汴路建材市场是贸易比较密集的两大大板块，这里聚集了数以万计的大小商贩，他们收进不菲，他们尽大部分是外地人，他们是郑州房地产消费的主力军。了解这一人群的收进水平、消费习惯将对房地产的投资有一定的指导意义。

20xx.4.14□动力公司市场部走访了郑汴路建材市场，对小户型的市场消化力做了调查，而这些建材市场的小老板们对此漠不关心，或拒不作答，说明消费者对房地产市场敏感度不够。消费疲软，市场敏感度不高，纯小户型在郑汴路这块市场远景严重。

对建材市场调查发现：

- 1、大部分员工租房住，潜伏客户存在；市场潜能比较大，但需要推广的本钱较高
- 2、大部分员工来自外地或郊县，收进水平偏低，消费力不足
- 3、小户型需求弹性非常大，对价格非常敏感
- 5、外地人居多，他们辛劳拼搏，假如要买屋子的话，更喜欢一步到位
- 6、商展为上下两层，一般下面做门面，上面做仓库和员工宿舍
- 7、四周都市村庄较多，租务市场一般80—150元/月
- 8、作为首次购买者，最重要的还是价格
- 9、他们讨厌郑汴路目前的工作和居住环境，他们寻求方便、

安逸、清静

10、相当一部分是河南总代理，无须过多的现场销售

13、对60—80平米的两室较感爱好，这部分需求将转化为有力的市场动力

14、凤凰城着名度不高，口碑不好

15、外地商人对郑州的发展较失看，但郑汴路的升值布满信心

郑汴路建材市场蕴涵了较大的市场潜力，随着郑东新区的开发和郑汴路大卖场的形成，郑汴路升值的远景就会更加明朗化，故前期概念的炒作成功与否直接决定了项目的运作的好坏，“留意力经济”的时代，捉住了消费者的眼球，侵占了客户的意念，就意味着成功！

2) 郑汴路板块高档楼盘云集，已经同未来大道板块一样，成为身份、财富的象征。凤凰城应借此概念，实现品牌形象的转变。

3) 正在形成的“大卖场”商务区能直接带动凤凰城二期的投资价值，甚至有可能使凤凰城二期成为“大卖场”的附属配套。该局面一旦形成，销售将高屋建瓴，出现爆抢局面。

4) 凤凰城项目二期有巨大的升值空间与既得便利

a□111国道的东迁，郑汴路东段将成为郑州东区的`财富中转站。有“东之中”或“东区发动机”的本质地位。郑汴路商圈早已成为百万富翁的制造厂。但是这样的自然地产需求上风，却让建业、英协、百合花苑等一批高、中档楼盘风光占尽，而我方楼盘以“中原地产大低震”的角色，不仅没有收获自然的地段上风，而且为二期、三期制造了品牌障碍。这

一题目必须在二期项目得到扭转。

b□郑东新区的辐射效应。

郑东新区的开发将使郑州的中心东移，郑汴路地产板块位于老城区与新城区的支撑地带，配套齐全，生活便利的条件将给郑汴路东段带来一次前所未有的商机。而凤凰城项目恰恰位于这一板块的中心。

二)劣势

1)、 凤凰城可售资源由三种不同的物业形态组成，这三种物业形态的目标群是完全不同的置业目的。尤其是一期多层现已进进尾盘阶段，可售资源仅850万元，房源主力是159平米的五、六楼3室2厅。

目前，通常142平米的面积即能做出比较舒适的4室2厅，大户型并非市场的主力所在，由于总价原因，总面积在150以上的多层户型五楼以上是最难卖的户型。并且此类房源还要和四周金色年华、金色港湾、百合花苑、东方明花园甚至建业、英协等东南板块几乎所有的楼盘相竞争。尤其是850万元的大户型现房可售资源，不能放任由二期带一期(通常小户型带不动100平米以上的大户型)，不能全力以赴主打现有房源(总房源有限，导致营销资源总量较少)，也不能先做二期树品牌，在形成二期胜局后再做一期尾房。这对营销工作是一个巨大的挑战。

2)凤凰城二期离郑汴路较远，从售楼部到社区要经过嘈杂的市场，很难形成良好的看房通道。凤凰城一期、二期又被青年路所分隔，很难形成整体楼盘感觉，有“只是两栋临街楼”的印象。

3)凤凰城二期和张庄一墙之隔，有都市村庄的形象，物业安全系数较低，居住环境嘈杂，仅靠硬件设施，很难形成高档

楼盘形象。

4) 与二期相比，一期楼盘素质高、售价低，形成凤凰城二期销售心理价位抗性。

5) 非现房，不符合商户即买即住的消费心理。

6) 非独立厨房，做饭起居不方便，这与目前郑汴路商户想改变天天吃大排挡的愿看不符。

三)、机会

1) 商展的拆迁，原本居住在商展二楼的商户另谋居所，导致租房市场更加火爆。郑汴路商圈约4000户商户，2万人的庞大消费群体将突显凤凰城二期的投资价值。因势利导，单纯商展拆迁形成的居住需求，即可成为凤凰城二期主力客源。

2) 挖掘市场。郑汴路商圈商展仓库资源紧张，从用度角度考虑，商户、店员在二楼居住很不划算。动员较大的商户从商展的二楼搬出来，到凤凰城置业，开拓新市场。

3) 郑汴路各市场竞争激烈，大鳄级商户正在形成，这些商户为了稳定企业中的骨干气力和支属，已开始为他们购置总价较低的房屋。这些房屋通常位于商展四周，以便于商户们无严格意义上放工的生活工作需求，而凤凰城二期恰恰符合商户们的这一需求。

4) 大卖场”的整合，将对大鳄形成推波助澜，凤凰城二期有可能成为“大鳄”的商务配套。

a) 小户型的特性导致目标客户对居住环境要求不高。凤凰城二期配套不全，居住环境嘈杂的抗性可以弱化。

b) 凤凰城二期产品总价低，置业风险小。由于郑汴路商圈租

房市场火爆，且本楼盘有“大卖场”作依托，购房、租房需求恒久存在，物业几乎不可能贬值，也比较轻易转手或出租，这非常符合外地商人置业心理。

c)凤凰城二期应该说具有充足的客户资源，消费的中坚气力是建材市场中的商户，故推广中可采取展单的形式为主，报纸广告、广播广告为辅的媒体策略，节约大量的推广本钱。

d)小户型现房阶段户型劣势一览无余，故期房从另一方面说是一种上风。

e)以大卖场做依托，诱导郑州房东投资市场，这部分客源很难成为凤凰城二期销售的中坚气力。

f)郑东新区建成需历时20年之久，总投资20xx亿元，其中一期总投资156亿元，在5年内完成。这将给郑汴路巨大的市场机会。