

最新产品研发阶段品质部工作 产品研发阶段调研报告(优质5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。相信许多人会觉得范文很难写？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

产品研发阶段品质部工作篇一

2月18-20日，省发展改革委沈卫国主任率委国民经济综合、产业协调、高技术产业和地区经济等处室负责人及工作人员赴宣城市调研开发区工作。调研组在宣城市召开了承接产业转移示范区建设座谈会，实地考察了宣城经济开发区、宣州经济开发区、广德经济开发区、广德新杭经济开发区、郎溪经济开发区、郎溪十字经济开发区和宣城市的市政建设。现将有关情况报告如下。

一、宣城市开发园区基本情况

宣城市现有省级经济开发区13个(含筹建)，其中：国家核准的省级经济开发区4个，分别为宣城经济开发区、宣州经济开发区、宁国经济开发区和广德经济开发区，核准面积平方公里；省政府批准筹建的省级经济开发区9个，分别为郎溪经济开发区、泾县经济开发区、绩溪生态工业园区、旌德经济开发区、宣州狸桥经济开发区、宁国港口生态工业园区、郎溪十字经济开发区、广德新杭经济开发区、泾县云岭经济开发区，9个筹建省级经济开发区批准规划面积平方公里。

近年来，宣城市抢抓机遇、先行先试，以打造开发区载体建设为抓手，以招商引资和项目建设为突破口，努力把区位优势转化为优势，把后发彰显为先行，承接产业转移取得显著成效，开发园区建设各具特色，如火如荼，已经成为区域经济发展

的重要增长极。，全市13个省级开发区(含筹建)实现工业增加值亿元，占全市；完成固定资产投资总额亿元，占全市；完成财政收入亿元，占全市。

(一)承接产业转移的主要做法

在实地参观和座谈中，宣城市委、市政府高度重视开发区发展，不断创新承接产业转移的新方法、好做法给我们留下深刻印象，具体可以概括为“六新”：

1. 出台承接产业转移新政策。

在省委、省政府《关于加快推进皖江城市带承接产业转移示范区建设的若干政策意见》基础上，宣城市制定了含金量较高、操作性较强的《关于促进承接产业转移示范区建设的若干政策意见》40条。其中：市本级产业投资专项基金2亿元已基本到位，运作方案正在拟定；企业运营应急互助资金3000万元也已基本到位。市财政从起连续6年每年投入不少于1亿元的专项资金用于市开发区建设。市委、市政府出台了《关于加快“飞地经济”发展的意见》，积极探索发展“飞地经济”。广德县还出台了《广德县承接产业转移加快发展二十条》、《广德县加快新型电子元器件产业发展奖励扶持办法》、《广德县pcb产业园发展扶持政策》。郎溪县用足用活省示范区建设“40条”政策，充分运用先行先试权，结合该县实际，分产业、分行业制定优惠扶持政策，强化政策引导和产业导向。

2. 突出集群补链招商新方法。

在承接产业转移过程中，宣城市注重“产业链招商，集群式承接”，多措并举促进产业集聚。一是补链配套招商。在全面分析本地主导产业上下游及其关键环节的基础上，编制产业需求目录，开展针对性招商，促进产业集聚。二是委托合作招商。通过委托商会、工商联、龙头企业等，采取定向招

商、驻点招商等形式，利用客商的人脉资源等承接产业集群。三是园区合作共建。先后建立了宣城玉环机电产业园、郎溪经都产业园等合作共建园区，整体承接对方产业集群。四是设立专项资金。市国投公司、希达公司(国有独资)各出资1-2亿元，专门用于宣城开发区重大产业项目的跟进投资。郎溪县按照“四个招商、三个紧盯、五个不招”的总体思路，把整体对接、集群承接作为重点用力方向，主攻重点区域和重点领域，大力度开展集群式招商，注重产业链招商，推动和实现“平行转移”和“反梯度转移”，取得了明显成效。全年新引进项目678个，实际到位内资115亿元，增长114%。其中亿元以上项目82个。落户十字经济开发区、总投资273亿元的郎溪(中国)经都产业园一期已开工建设。

3. 打造承接产业转移新载体。

产品研发阶段品质部工作篇二

性别构成比例中服装消费者以女性居多，女性人口占总体的76%，男性为24%。

年龄构成中年龄以21—25岁者最多，占调查总数的52%，而16—20岁的人群占26%，剩下的218%人群均为25岁以上。

(2)、消费者的购买力及消费水平

调查资料显示，河源地区对于服装的购买力及消费水平属于中等偏下，这点可以从每次消费的情况可以反映出来。

(3)、消费者购买行为情况

消费者在购买服装的时候，关于对折扣感兴趣的情况，被调查者所作出的反映是：非常感兴趣占了24%，比较感兴趣的人群有417%，一般的为208%，剩下的135%表现的态度为无所谓。

（4）、对河源服装市场状况评价及经营建议

征对河源市场的情况，要进行刺激消费。除此之外还要强调自己的品牌体系。

由此可以得出，消费者身边的朋友是一鼓不可忽视的群体。

现代市场营销的发展，已不是单纯的为销售而销售的过程，营销管理与营运服务已是现代品牌营销取胜的根本，必须运用现代营销品牌运作的管理体系，营销的核心是管理与监控。

在营销内部的管理与监控中，充分应用数据信息化对市场走势、货品的上柜、分销、零售、库存及业务人员的业绩进行监控与分析。

无论是公司发展计划和目标，还是营销内部的运作，都必须在目标计划的范围内执行其责任，只有在规范有序、标准的程序下，品牌的营销才能达到理想的目标。

品牌的市场推广和策划是现代市场发展的基本条件，无论品牌的推广，还是终端卖场零售、促销，都应在统一的策划下展开，如陈列方式、导购技巧、橱窗陈设、店面形象等。

因此我们需加强以下几方面的重点工作：巩固现有市场，维护出口秩序；共享潜在市场；创新新的市场；实行标准化战略。

产品研发阶段品质部工作篇三

一、行业现状

汉鼎分析认为：目前国内有机蔬菜市场的现状及特点：

1. 购买有机蔬菜的消费者组成

购买有机蔬菜的消费者中教师、科研人员企事业单位干部、国家公务员和私企职员占了86%，证明文化水平的高低与对有机食品的认同呈正比关系。

2. 对“有机”、“绿色”、“无公害”三种安全食品的区别的了解很了解和不了解各占五分之一左右，而比较了解和基本了解的各占约三分之一。说明盲目购买有机蔬菜的消费者很少，这与一年前报道的在北京和上海的有机蔬菜市场调研中大部分购买者都不太了解，甚至根本不了解的结果相比，已经有了极为明显的进步。当然，必须强调的是，即使在那些认为自己很了解和比较了解三种安全食品区别的消费者中，实际上有很大一部分并不能真正说出三者的区别来。他们最通常的回答是：有机食品不使用农药和化肥，对于有机食品关于转基因、转换期、缓冲带、轮作、跟踪体系、加工、储存、运输、认证、销售证等方面的知识几乎还是空白。

3. 购买有机蔬菜的频率

只要消费者有需求，价格能接受，产品信得过，有机蔬菜是很容易形成一个固定的消费人群的。

4. 对品种的选择和对品种多样性的需求

虽然几乎所有的消费者都只关心价格和需要，并没有对某些品种提出特别的要求，但对品种的多样性方面则要求比较高。他们的心理是，凡是普通菜场上供应的蔬菜品种，有机蔬菜也应该有，这样的反应应该说是有机蔬菜市场发展初期的特定情况。

二 发展趋势

根据调查和分析，汉鼎得出如下结论和建议

1. 在国内有机食品市场发展的初期，采取专卖店的形式销售有机食品是一种正确的选择。这样做可以减少销售的中间环节，降低有机食品的成本，提高消费者对有机食品的兴趣和购买力。
2. 有机食品的专卖店应当首先开设在知识层次和消费层次相对较高的居民区，这样做有利于对有机食品的宣传，也有利于吸引消费者。但有机食品不是“贵族食品”，收入水平比较低的消费者也对有机食品产生了浓厚的兴趣，只要有有机食品发展到一定程度，价格渐趋合理，有机食品专卖店就可以逐渐向其他居民区扩展，吸引和服务更多的消费者。
3. 目前对有机食品的宣传力度相当弱，相当一部分消费者是在看到专卖店或看到货架上的有机产品后才知道有这样安全的食品。而且多数人并不了解有机食品与绿色食品和无公害食品的区别。因此有机食品的从业者应当努力做好广告和宣传工作，各级政府也应当投入更多的注意力，积极鼓励和支持有机食品的发展，为有机食品的生产、加工和贸易者提供各种优惠政策。
4. 从消费者对有机蔬菜品种的需求上看，消费者普遍反映品种不够，因此，有机食品的生产者和贸易者应当尽量扩大他们的生产和贸易品种，以满足不同层次和不同要求的消费者的需求。
5. 各类有机食品专卖店(包括有机食品的其他类型的销售单位)都应当配备具有一定有机农业和有机食品知识，可以向顾客解释和宣传有机农业和有机食品的营业员和经理。有机食品作为一种新生事物，很多消费者需要在了解了产品的特点和功能后才会购买。
6. 多数消费者表示，有机蔬菜的口感明显比常规蔬菜好，这对有机蔬菜的生产者和贸易者来说是一种很积极的鼓励因素，建议有机农业的专家就此现象展开研究，找出口感变好的理

论基础，使有机蔬菜的生产更具目的性，从而生产出更受广大消费者欢迎的有机蔬菜来。而且有机蔬菜口感的改善，对其他有机食品也有借鉴意义，只要掌握了原理，积极实践，其他有机食品也同样应该能够比常规食品的口感好。

7. 获得适当的利润应该只是从事有机食品事业的目的之一，而不是唯一。有机食品的生产者，尤其是贸易者一定要处理好生产、消费与价格的关系，从消费者的实际结构和消费者的消费水平考虑，结合生产和运行成本，合理定价。还要对有机食品价格在本地区的长期发展趋势和最终定位有正确的估计和充分的思想准备，才能确保有机食品市场持久、稳定和健康地发展。达到经营者和消费者“双赢”的效果。

8. 在国民经济不断向上发展，国内对安全食品的需求日益增加的形势下，有机食品是一种很有发展前途的安全食品，只要生产者、加工者、贸易者、消费者、政府相关部门和社会各方面共同努力、积极支持，以有机蔬菜为先锋食品的有机食品事业必定能够快速、稳健地发展。

产品研发阶段品质部工作篇四

市场调研报告的内容结构一般由以下几部分组成：

（一）市场调研报告的标题

标题是市场调研报告的题目，一般有两种构成形式：

市场调研报告标题——文章式标题，即用概括的语言形式直接交待调研的内容或主题，例如《全省城镇居民潜在购买力动向》。实践中，这种类型市场调研报告的标题多采用双题（正副题）的结构形式，更为引人注目，富有吸引力。例如《竞争在今天，希望在明天——全国洗衣机用户问卷调研分析报告》、《市场在哪里——天津地区三峰轻型客车用户调研》等。

（二）市场调研报告的引言

引言又称导语，是市场调研报告正文的前置部分，要写得简明扼要，精炼概括。一般应交待出调研的目的、时间、地点、对象与范围、方法等与调研者自身相关的情况，也可概括市场调研报告的基本观点或结论，以便使读者对全文内容、意义等获得初步了解。然后用一过渡句承上启下，引出主体部分。例如一篇题为《关于全市20**年电暖器市场的调研》的市场调研报告，其引言部分写为“xx市北方调研策划事务所受xx委托，于20**年3月至4月在国内部分省市进行了一次电暖器市场调研。现将调研研究情况汇报如下：”用简要文字交待出了调研的主体身份，调研的时间、对象和范围等要素，并用一过渡句开启下文，写得合乎规范。这部分文字务求精要，切忌罗嗦芜杂；视具体情况，有时亦可省略这一部分，以使行文更趋简洁。

（三）市场调研报告的主体

这部分是市场调研报告的核心，也是写作的重点和难点所在。它要完整、准确、具体地说明调研的基本情况，进行科学合理地分析预测，在此基础上提出有针对性的对策和建议。具体包括以下三方面内容：

市场调研报告——情况介绍：市场调研报告的情况介绍，即对调研所获得的基本情况介绍，是全文的基础和主要内容，要用叙述和说明相结合的手法，将调研对象的历史和现实情况包括市场占有情况，生产与消费的关系，产品、产量及价格情况等表述清楚。在具体写法上，既可按问题的性质将其归结为几类，采用设立小标题或者撮要显旨的形式；也可以时间为序，或者列示数字、图表或图像等加以说明。无论如何，都要力求做到准确和具体，富有条理性，以便为下文进行分析和提出建议提供坚实充分的依据。

市场调研报告——分析预测：市场调研报告的分析预测，即

在对调研所获基本情况进行分析的基础上对市场发展趋势作出预测，它直接影响到有关部门和企业领导的决策行为，因而必须着力写好。要采用议论的手法，对调研所获得的资料条分缕析，进行科学的研究和推断，并据以形成符合事物发展变化规律的结论性意见。用语要富于论断性和针对性，做到析理入微，言简意明，切忌脱离调研所获资料随意发挥，去唱“信天游”。

市场调研报告——营销建议：这层内容是市场调研报告写作目的和宗旨的体现，要在上文调研情况和分析预测的基础上，提出具体的建议和措施，供决策者参考。要注意建议的针对性和可行性，能够切实解决问题。

市场调研报告（一）

为了改造、提升玉林城区各大专业市场，重塑玉林商贸形象，促进玉林商贸业进一步繁荣发展，根据区委、区政府的部署，由区建设局牵头，工商、税务派员参与组成建材市场调研工作组，于11月25日—27日对玉林市建材市场进行了专项调研。调研以走访、实地考察等形式进行。两天来调研组分别走访了玉州区国家税务局第三分局、玉州区地方税务局第三所、玉州区工商局环北工商所、玉林市市场开发服务中心环北市场服务部、以及搪瓷瓷砖、卫生洁具、建筑钢材、水暖器材等业主各十户，实地考察了玉林市建材市场。现将调研情况汇报如下：

一、市场的基本情况玉林市建材市场，原名玉林建材家具市场，由玉林市市场开发服务中心于一九九五年五月投资兴建，并负责管理。市场是集建筑材料、摩托车销售于一体大型综合性市场，是玉林市人民政府规划建设的重点项目之一。

产品研发阶段品质部工作篇五

由于超市自有品牌商品在价格和品质上的优势很明显，小到

纸巾、纸杯、面包、饮料，大到食用油和床上用品，品种繁多的自有品牌商品在零售市场悄悄蔓延。国内本土超市的自有品牌市场潜力巨大，同样面临这外来超市的竞争压力，我国超市自有品牌商品将以何种趋势发展，我国超市自有品牌发展的制约因素在哪、这些问题都有待解决。所以对超市自有品牌商品消费者的认知情况调查十分有意义。

（2）研究目的

本次的调研其目的是了解长春市内大型超市自有品牌商品的拥有情况，消费者对超市自有品牌的任职情况和消费情况进行调查，以掌握市场自有品牌在我国现状，并以此为基础对未来超市自有品牌在我国的发展情况进行预测。

（3）调研的基本说明

本次调研的对象是长春市内各个大型超市自有品牌，内容是了解其拥有情况和消费者认知购买情况，主要应用观察法和询问法进行调研。时间是从6月30日到7月18日，小组成员有侯杰、贾冰雪、金嘉黎、陆璐、薛丽丽五人，均为市场营销专业的在校学生。