

# 最新商业调查报告(模板5篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。

## 商业调查报告篇一

为加快服务业发展，提高商业特色街的品位，打造姜堰贸易服务新形象，市政协经济科技委员会会同市发展计划局、三产办、贸易局、工商局、工商联组成联合调查组，利用一个多月的时间，对姜堰城区的贸易现状，特别是商业特色街的发展情况进行了专题调研。在调查活动中，我们深入街区，走访业主，召开了10多个座谈会，走访了6个街区的近百家经营户，就如何加快城区贸易发展步伐，如何打造商业特色街，广泛地听取意见，研讨商业特色街建设的优惠政策和有效措施，现将有关情况报告如下：

改革开放以来，城区贸易发展迅猛，商业、供销系统的十大商场在商贸发展中起着主导作用。进入新世纪，随着市场经济体制日趋完善，国有资本逐步退出，国有商场纷纷转制，个体私营企业已成为姜堰城区贸易发展的主力，且发展势头良好。城区贸易的格局也随之发生了一些变化，除西大街仍然是城区贸易的黄金地段外，在其他主次干道上产生了一些新兴的商贸区，形成了经营特色，产生了一定的市场效应。在特色街的形成中政府、经营者、消费者发挥了相应的作用，推动了特色街的形成和发展。

1、政府搭台，企业唱戏，推动了商业服务业的发展。改革开放以来，市委、市政府坚持经济建设这个中心不动摇，狠抓第一要务，一、二、三产业协调发展。召开了服务业工作会议和餐饮工作会议，研究部署推动第三产业发展的政策措施，

制订了加快个体私营经济发展的暂行办法，加大流通企业改制力度，重视三产统计工作。这些举措有力地推动了城区商业服务业的发展，企业数量不断增多，规模不断扩大，第三产业增加值在国内生产总值中的比重不断提高。

2、部门配合，合理引导，促进了商业特色街的形成。市三产办公室协调指导全市第三产业的发展，市贸易局跳出原先的管理模式，由管理国有集体商业贸易企业转变为服务全市社会商业，积极探索引导全市商业服务企业发展的新路。旧城改造步伐的加快，为商业特色街的形成提供了载体。建设部门对迎宾东路地段的开发面向社会自然人拍卖，开经营城市之先河，促成了迎宾东路餐饮一条街的形成。各种优惠政策的实施和城市管理力度的加大以及经营城市的理念，都对城区商业特色街的形成起到了积极的促进作用。

3、业主要求，利益驱动，形成了商业特色街的雏形。同类商品或关联商品经营户的适当集中是市场经济条件下资源的合理配置。在调查中，广大经营户非常赞成集中经营，希望政府有所作为。利益的驱动也使经营户向特色街集聚，商业特色街初具雏形。

装饰材料一条街——通扬中路。专业从事装璜、装饰材料、装璜五金等门类的企业88家，占入驻企业的47%。这些企业规模较大的有2——3家，相对比较集中，是居民购买装璜、装饰材料的首选，年销售额在一亿元以上。

通讯器材一条街——振兴中路。经营通讯器材的商家多数集中在振兴中路的西侧，共有经营户21家，占入街企业的33%。各家销售的手机品牌、机型、价格均大同小异，他们之间除了销售价格的竞争外，服务质量特别是售后服务也是他们竞争的主要内容，年销售额在4000万元左右。移动、联通姜堰分公司迁出后，通讯器材一条街的规模和人气都受到了一定的影响，有的商家正缩小规模，不少经营业主有随迁经营的意向。

五金电器一条街——人民中路。从事农用配件、工业小五金以及工业电器的企业88家，占入驻企业的47%，苏常电器和黎明电器的进入，增加了该街的经营规模，现已成为具有一定规模的工业物资市场，并逐步形成了专业街，年销售额在一亿元左右。目前，由于二运公司的南迁和人民中路的拓宽，一定程度上影响了这条街工业电器、物资经营户的销售。

摩托车一条街——人民南路。从新西桥至汽车站，摩托车经营户有7家，占入街企业的10%。这些企业大多是私营，除少量品牌有雷同外，各家都有自己的品牌，品牌竞争是主要特色，年销售额在4000万元左右。

美食一条街——迎宾东路。在街道的东段，集聚着12家私营餐饮企业，占入街企业的35%。这些企业都有一定的规模，且装璜讲究，风格各异，一家紧挨一家，特色十分明显。从服务内容上看，有中餐、西餐、排档，还有特色餐饮，如肥牛城等。年销售额在3000万元左右。

服装一条街——迎宾西路。迎宾西路的店面房大多数被个体工商户购买，经过几年的发展，这条街的服装经营已成为主要特色。目前经营服装的个体户有57家，占入街企业数的63%。年销售额在1000万元左右。

城区商业特色街初具雏形，且发展势头良好，但是，由于诸多原因，商业特色街发展还存在着诸多问题和矛盾，亟待研究解决。主要体现在四个方面：

- 1、商业特色街缺少规划。一是城市规划不到位。城市规划没有充分考虑城区商业特色街的建设，与商业特色街的发展不相适应，无论是特色街的布局，还是特色街的功能配套都存在着诸多问题，致使城区商业特色街的发展受到一定的限制。二是经营的店面房偏小。房地产开发商在设计和建设店面房时，为了追求利益的最大化，往往设计门面小，进深大，又不是框架结构的店面房，导致城区店面房偏小，且又无法扩

大。政府缺乏有效的调控，没有把开发商与特色街经营有机地结合起来，致使特色街经营规模受到一定的限制，难以扩展。三是城区商贸发展缺乏专业规划。迄今为止，城区商贸业发展缺乏整体规划，更没有商业特色街发展规划，除了现有的几条自由发展起来的商业特色街初具雏形外，大多数商业企业零星分散，形不成市场效应，形不成商业特色。这种商贸发展状况，既不利于城区商贸业的发展，也不利于人民群众购物，更不利于提升城区商贸业的品位，与城市的新形象不相协调。

2、城区商贸缺乏规模和特色。一是城区商业特色街的经营规模普遍较小。增加值约占城区商贸增加值总额的三分之一。商业特色街缺少大企业、大商场，大酒店的支撑，带动作用不强。二是商业特色街特色不特，同类企业聚集度不高，6条商业特色街入街总数超50%的街道只有服装一条街。品牌效应不强，低档次的商品多，高档次的品牌商品少。有的特色街由于受到城市管理规定的限制，制约了经营和业务的拓展。如通扬中路装璜装饰材料、人民中路的五金电器、迎宾东路的美食经营等。三是同品种经营，竞争不够规范。众多经营门店由于经营范围、品种档次、商品结构、经营方式雷同，缺乏特色，一方面形不成以质取胜的格局，经营的商品档次太低，难以满足消费者的购买欲望，导致购买力向外分流，另一方面为了拉顾客，抢生意，相互之间竞相杀价，或以次充好，蒙骗顾客。结果是牺牲服务和档次换取生存空间。四是缺少一、二产业的强有力的支撑。我市的一、二产业发展还不快，工业、农业的产品没有对商贸流通形成有效的支撑，一、二产业职工的收入没有明显的提高，预期收入不确定，制约着消费需求，也制约着贸易的发展。

3、软硬环境建设制约了特色街的发展。一是区域规划建设要求不明确，影响了特色街规划建设。如迎宾东路按统一格式砌好后，多数房主设计开设饭店，也就形成了现在的美食街，但由于规划没有事先按其功能设计操作间，业主们以搭建棚披应付，既不符合卫生要求，又受到城市管理的制约，原街

道化粪池是以住宅楼标准设计，远不能适应开设饭店的排放要求，经常出现堵塞外溢现象。让业主们非常头疼。二是城市管理的一些规定没有考虑到商家的经营和发展需要。如通扬中路经营装璜装饰材料的业主反映，该街原是328国道，交通十分便利，姜堰的装璜装饰材料一直辐射到海安、东台、兴化戴南等地，后来由于城区禁止车辆进入，停车曝光、罚款，他们的货进不来，出不去，辐射无从谈起，只能做本地生意。三是执法部门执法检查频繁过度，商家疲于应付。业主普遍反映，机关各部门执法检查的比较多，而上门宣传政策、法规的少，他们迫切希望政府部门及时宣传政策法规，纠正不规范的经营行为，以减少对商家极不情愿的处罚。四是政府承诺的诚信度不高，影响了投资者的积极性。一些市外投资企业反映，招商引资项目谈的时候地方各级官员给予了高度重视，显示出非常的热心，答应了很多优惠条件，但是投资到位后，原有的热情不见了，政府或部门承诺的优惠政策难以到位，如减免税收、规费，他们期望能够承诺兑现。五是少数部门、少数机关干部为群众服务、为商家发展服务的意识还不强，门难进，脸难看的现象并未根除，能办的，可以快办的，就是拖着不办的现象时有发生。六是商业特色街各项功能设施不够配套。停车场、昼夜自动银行、电信以及特色街的基本配套设施仍不能与商业特色街的发展相适应。

4、经营者的综合素质亟待提高。一是经营者的文化素质不高。从私营、个体户的文化水平来看，初中、小学文化的占大多数，高中文化的约占10%——20%，大专以上学历的不足10%，小富即安，小富即满的思想比较严重。二是重经营、轻管理的现象普遍存在。大多数业主的主要精力都花在经营环节上，对如何加强管理，做好售后服务很少考虑，一定程度上影响了企业的发展。三是诚信意识不强。以次充好、以假乱真、掺杂掺假、短斤少两等现象还在一些行业中存在，“三包”的规定还没有得到很好的实施，影响了企业和行业的市场信誉度。四是法律意识淡薄。主要表现有：一方面对国家的政策、法律、法规不注重学习，在经营中侵权行为时常发生，不能够较好地维护好消费者的利益；另一方面，一些业主虽

然懂得经营，但不懂如何维护自己的合法权益，对乱罚款、乱收费的行为，不能据理力争，不敢正面抵制，使自己的正当利益被任意侵害。这样，不仅助长了乱执法、乱收费的行为，而且也妨碍了企业的发展。

城区商业特色街是市场经济发展的产物，是市场对资源配置的结果。创建商业特色街，政府要在尊重市场经济规律的前提下，有所作为。为此，我们建议着重抓好以下几项工作：

1、要进一步强化思想认识力度，切实形成创建商业特色街的共识。

创建商业特色街，是我市发展商贸、搞活流通的重要途径，也是促进我市经济和服务业发展的一个重要亮点。政府及有关部门要在以下几个方面形成共识：

一是创建商业特色街是提升城市形象和商贸业品位的需要，提升城市的形象，离不开商贸业品位的提高，创建商业特色街，就是提升商贸业品位，就是提升城市新形象，打造经济快速发展的良好城市环境。二是创造商业特色街是策应沿江开发、快速发展姜堰经济的需要。通过创建商业特色街，可以密集人气、财气，激活流通，繁荣市场，带动城市其它相关行业的发展，为实现“五年总量翻番，八年全面小康”的目标提供强有力的支撑。三是姜堰作为特殊政治意义的城市，通过创建商业特色街可以放大名人效应，有利于姜堰经济和各项事业的快速发展。四是按照全面小康的标准，通过创建商业特色街可以提高三产增加值在gdp中的比重。通过解放思想统一思想，提高认识统一认识，充分认识创建商业特色街的重要意义，增强创建商业特色街的责任感和紧迫感，不断提高商业特色街的知名度，促进姜堰经济快速发展。

2、要尽快制定商贸行业发展规划，加大城市规划调整力度。规划是发展的蓝图，创建和发展商业特色街首先必须要有科学的规划。规划要有创新思维，明确目标。新城区建设和旧

城区改造时，要充分考虑贸易发展的实际和需要，把城市建设与贸易发展需要结合起来，与贸易企业的发展结合起来，与贸易行业发展规划结合起来，合理地规划好城市发展的蓝图，把黄金市口和黄金路段预留给商业和其他三产行业，以此推动贸易的发展和商业特色街的建设。要抓紧制定贸易行业发展规划。相关职能部门要根据城市建设规划，结合贸易发展的现状和发展趋势，在认真分析本地业态结构的基础上，制定出城区贸易行业发展规划。规划要说明在今后的某一段时间里，城区贸易行业的发展目标、发展方向、发展重点、工作措施。要尽快制定城区商业特色街发展规划。规划要明确城区商业特色街的总体发展目标、建设标准、阶段任务、方法步骤、政策措施。要加强对商业特色街发展的研究，对商业特色街的布局、规模、功能、品位、标准等要做深入的探索，通过探索和建设，使商业特色街真正形成商品特色、品牌特色、形象特色、文化特色和功能特色。规划力求高起点，富规划长实施，这样，不仅政府对贸易行业发展可以实行有效的宏观调控，而且也使业主知晓城区贸易的发展方向和动态，让他们自觉地顺应行业规划，进场、进区、进街开店兴业。

3、要进一步加大招商引资力度，快速推进商贸发展。贸易的发展，商业特色街的建设，要突出抓好招商引资。从姜堰的贸易规模看，总体规模比较小，大型企业屈指可数。商业特色街的情况也是如此，入街经营的企业数量不少，但企业的单个规模太小。再从前期我市招商引资的实践看，在国家没有向外资放开批零市场的情况下，我市有关部门通过招商引资，成功地引进了时代超市、苏果超市、中油公司、上海曹安市场有限公司等一批国内知名的大企业，这不仅使姜堰的贸易规模上了一个档次，促进了贸易的大发展，也为聚集人气，推动特色商业街的建设和发展起到了推动作用。因此，必须进一步加大招商引资力度，通过走出去、请进来、网上招商等方式，吸引市外资金或国内大型企业来姜投资，以迅速扩大贸易企业的经营规模，提升经营品位，促进商贸行业的跨越发展。要注意把招商引资与城区的特色街建设结合起

来，在已具特色雏形的街区内，引进一、二家大型企业进驻，以提高特色街的人气，让特色街更具特色，借以弥补城区特色街的入驻企业规模小、品位差、档次低的不足。

4、要进一步加强软环境建设力度，营造商贸业发展宽松环境。软硬环境建设是一个不断深化、永不停止的课题，必须常抓不懈。一要强化机关工作人员的服务意识。机关干部要深入到广大的私营、个体工商户中间，主动帮助他们解决经营中的困难和问题，适时地提供企业所需的各种服务，改变过去的那种检查多、服务少，罚款多、管理差的状况，真正让机关干部成为私营经济发展的“知情人”和“贴心人”，营造亲商、安商、富商的氛围，创造良好的招商引资社会环境。二要实行政务公开。明确政务公开的内容，包括办事规则、办事程序、执法依据、审查过程、处理结果等等，一方面是向群众宣传国家政策、法律法规，让群众自觉遵守，一方面是主动接受社会、群众监督的过程。三要加大改革扶持和引导力度。政府及职能部门要研究制定相关政策、规定，维护商家的利益。要考虑业主进货、送货的问题，进专业特色街的激励措施等。四要修订完善招商引资优惠政策。无法优惠的措施不必承诺，可以给予的优惠政策，建议采用政府文件形式明确，直接发至外来投资企业和相关部门，由相关部门照此办理，审批手续再由内部补办，使服务形式从外来投资企业要我实施优惠政策，变为我要为外来投资企业兑现承诺。五要继续改善环境。姜堰城市道路建设步伐加快，美化和亮化工程建设要跟上去，力求把城市建设得更亮更美。

5、要进一步加大教育培训力度，努力提高经营者的综合素质。一是要针对私营业主素质低，经营管理知识缺乏的问题，分期分批组织业主进行企业管理、市场营销、法律法规等知识的培训，提高他们经营管理的能力，增强他们守法经营的自觉性，为企业发展壮大打下良好的基础。二是要组织他们外出参观学习，学习知名企业的管理经验，了解他们的创业历程和成就，激发私营业主的发展热情和斗志，树立只有扩大规模，壮大实力，才能在市场上立足，按部就班，坚守摊头，



必然会被市场所淘汰的观念。三是要动员社会力量开展对员工的技能培训。贸易企业是分流下岗工人和安置待业青年的一个重要途径，特别是广大下岗职工和待业青年自主经商的也比较多，这些人中，普遍文化水平较低，服务不规范、技能较差，不能够适应企业发展的需要，且人数众多，要加强培训，必须动员社会各方面的办学力量，举办各类技能培训班，提高职工的服务技能和服务水平。四是要加大法律宣传的力度。司法部门要改进普法宣传方式，主动把国家的法律法规送到广大私营业主的手中，悉心指导，耐心灌输，让法律法规人人皆知，并成为自觉行动。

6、要进一步强化组织领导力度，推动城区商贸再上新台阶。建议市委、市政府成立由分管领导牵头的创建商业特色街领导小组，统筹规划、全面协调影响商业特色街发展的主要问题，研究促进商业特色街发展的政策措施。有关业务主管部门要将创建商业特色街工作列入议事日程，明确分管责任人，成立相关机构，制定城区商业特色街发展规划，并把特色街工作作为年度工作目标的重要方面，一同布置，一同考核。有关职能部门要加强协调，对灯箱、路牌提出统一标准和样式，提出创建文明街道、无假货一条街、价格信用一条街的标准，指导商业特色街在创建工作中求突破。有关人民团体要加强特色街的组织建设，要试点成立街道商会，发挥群众组织的自治功能，共同推动特色街的发展。要有条不紊地推进商业特色街的建设和命名工作。一是把西大街打造成姜堰的“南京路”。在对街道的南侧开发时，不要急于求成，要寻求知名商家来开发经营。随着城市中心的西移，即将开发的西环路要提前规划，开发中的罗塘路应规划为西大街的延长线，用作进驻大型企业和大型超市，使西大街和罗塘路成为城区贸易的黄金大道。二是对基本具备商业特色街条件，符合政府规划的街道予以命名。从城区已初具商业特色街雏形的几条街道的情况看，迎宾东路可命名为美食街。迎宾西路可命名为服饰街。通扬中路可命名为装璜装饰材料街。没有定形的街道暂缓命名。如人民中路由于道路的拓宽和二运的南迁，经营五金电器的企业可能也要迁移；振兴中路的通讯

器材也具备了一定的规模，但由于移动、联通公司相继迁出后，振兴中路的人气、销量都不如以前，业主们有随大公司迁移的可能；人民南路经营摩托车的业主有7家，占入街企业总数的10%，且销量与通扬中路的几家销量差不多，特色不够明显。这些街道虽然暂缓命名，但是对其特色要规划好。三是对正在开发中的街道要提前规划。如正在开发中的南大街和即将开发的北大街，规划时要根据市场需求，结合姜堰历史上的“老字号”和周边的人文环境来综合考虑，打好“老字号”品牌。南大街地处姜堰中学和图书馆的附近，可建成文化、休闲商品一条街；北大街的东侧与古建筑保护区毗邻，可考虑建设一条徽商茶叶街，以增强与古建筑保护区的协调，西侧为方便旅游者购物，可建成旅游商品一条街。此外，对城市新区建设规划要统筹考虑，从而有计划地开发建设。四是注意改善特色街的经营环境。如美食街的化粪池及污水处理装置以及各经营户操作间的问题，这些问题得不到解决，势必影响到业主的经营，影响到特色街的发展，认真研究这些问题的症结，并切实加以解决，商业特色街一定会拥有灿烂的明天。

## 商业调查报告篇二

不经意间□20xx年已悄然离去。时间的步伐带走了这一年的忙碌、烦恼、郁闷、挣扎、沉淀在心底的那份执着令我依然坚守岗位。

### 20xx年项目业绩

从元月至12月末的十二个月里，销售业绩并不理想，共销售住房80套，车库及储藏间57间，累计合同金额1563700，已结代理费金额计仅21889整。

### 20xx年工作小结

元月份忙于年度总结、年度报表的核算工作；2月份接到公司

新年度工作安排，做工作计划并准备9号楼的交房工作；3、4、5月份进行9号、12号楼的交房工作，并与策划部刘老师沟通项目尾房的销售方案，针对某楼盘的尾房及未售出的车库、储藏间我也提出过自己的一些想法，在取得开发商同意后，6、7月份某楼盘分别举办了“南昌县小学生书画比赛”和“南昌县中学生作文大赛”，在县教育局的协助下，希望通过开展各项活动提高中磊房产的美誉度，充实某楼盘的文化内涵，当然最终目的还是为销售起推波助澜的作用，遗憾的是在销售方面并没有实现预想中的效果，但值得欣慰的是活动本身还是受到了业主及社会各界的肯定。8、9月份接到公司的调令，在整理某楼盘收盘资料的同时，将接手碧水华庭的销售工作。当我听说这个消息时真是欣喜若狂，初进公司就是维多利亚华庭招聘销售人员，第一个接触的项目也是维多利亚华庭，而在公司的整体考虑后我却被分配到某楼盘。没能留在维多利亚华庭做销售一直是我心中的遗憾，现在我终于能在维多利亚华庭的续篇——碧水华庭项目工作，我觉得公司给我一个圆梦的机会，那段时间我是心是飞扬的，多么令人不愉快的人，在我眼中都会变得亲切起来；为了能在规定时间内将某楼盘的收盘账目整理出来，我放弃休假，甚至通宵工作，可收盘的计划在开发商的坚持下还是无疾而终。10月份我游走在碧水华庭和某楼盘之间：维多利亚华庭的尾房销售、碧水华庭的客户积累、某楼盘的二期交付……我竭尽全力做好两边的工作，虽然辛苦但我觉得一切都那么令人愉快。我不知道该说意想不到，还是该说意料之中，碧水华庭项目另换他人的变化令我从峰顶跌到谷底，总之我花了许多时间来调整自己的状态，来接受这个事实。11、12月份持续尾房销售工作，培训员工，与开发商协商收盘，解决客户投诉。

## 20xx年工作中存在的问题

- 1、某楼盘一期产权证办理时间过长，延迟发放，致使业主不满；
- 3、年底的代理费拖欠情况严重；

4、销售人员培训(专业知识、销售技巧和现场应变)不够到位;

5、销售人员调动、更换过于频繁,对公司和销售人员双方都不利;

在与开发商的沟通中存在不足,出现问题没能及时找开发商协商解决,尤其是与李总沟通较少,以致造成一度关系紧张。

## 20xx年工作计划

新年的确有新的气象,公司在莲塘的商业项目——星云娱乐城,正在紧锣密鼓进行进场前的准备工作,我也在岁末年初之际接到了这个新的任务。因为前期一直是策划先行,而开发商也在先入为主的观点下更为信任策划师杨华;这在我介入该项目时遇到了些许的麻烦,不过我相信通过我的真诚沟通将会改善这种状况。

新年计划:

1、希望某楼盘能顺利收盘并结清账目。

2、收集星云娱乐城的数据,为星云娱乐城培训销售人员,在新年期间做好星云娱乐城的客户积累、分析工作。

3、参与项目策划,在星云娱乐城这个项目打个漂亮的翻身仗。

4、争取能在今年通过经纪人执业资格考试。

新的一年已来临,我又投入新一轮的紧张工作,其中有与同行的竞争、与同事的竞争,更有与自己的竞争。希望猪年能够圆满结束某楼盘销售的工作,猪年成为新项目的经理,为公司创造更多的财富。

祝愿某楼盘所有销售人员身体健康、共同进步!

祝愿公司在新的—年中，生意兴隆、财源广进!

## 商业调查报告篇三

20xx年1月11日

石家庄银座商场，东尚购物广场

商场的商业空间的空间氛围营造、中庭设计、商场外部的便民设施、照明设计

发放调查问卷给商场的顾客

通过收回发放给商场顾客的调查问卷的分析以及问一些朋友的意见，分析不同性别，不同年龄，不同阶层等对于商业空间的意见及建议，以及商业空间中的中庭设计给顾客心理上的感受，还有商业空间外部的休息和遮阳设施是否有其必要性，进一步了解并认识到应该注意的问题，在以后的设计中提供借鉴与帮助。

前言：商场主要目标是吸引各种类型的过往顾客停下脚步，吸引他们进店购买。一个商场空间设计的成功与否将决定其商品销量与盈利的多少，一个好的商场商业空间的合理设计有助于维护商场形象，可以促进商品的销售。

我们都很清楚一个商场成立的主要目的是为了销售商品，从而取得盈利，对商场的设计是为了更好的将商品推销出去，从而获得更大的利润。只有最大限度的利用好有限的空间，将商品以最佳的状态的展现给消费者，才能够获得理想的效果，吸引消费者。

运用好的不同店铺的的关联作用是一切活动的开始。它指的

是哪种类型的商品可以摆放在一起展示给顾客，这样做的目的是为了最大限度的利用货架与通道组成的营业空间引导顾客更加快捷而高效的浏览到商品。比如，衣服的店铺在一起，鞋子类的店铺在一起等等。通过摆放互相有共同之处的商品，不至于让顾客眼花缭乱，还可能让顾客选中本来没想要买的商品。

境交通），而喜欢自由行走自由浏览。所以我们应该依靠巧妙的设置货柜来吸引顾客自由的穿行。

随着现代生活水平的提高与人们消费水平、消费观念的提升，人们对商场的空间设计的要求也越来越高，消费的不仅仅是单一的商品，同时也需要身心上的愉悦。

不仅是商场的内部环境能够吸引顾客去商场消费，商场从它的橱窗设计到室内的空间设计，其本质都是在营造一种空间氛围，让消费者能够真实的体会到该商品给他带来的美好的感觉。如果把一个商场看作一本杂志，那么橱窗就是这本杂志的封面。毫无疑问，引人注目充满创意的橱窗能够起到促销的作用，精心布置的橱窗不仅能够把消费者引入店内，而且还强化了商品的品牌形象，它既是一种广告手段，又吸引顾客深入了解店内商品的情况。

通过收回的问卷调查，20-40岁之间的企业职员对于中庭设计还是比较看重的，关注较多的；40-60岁之间的中老年人相对不太关注中庭空间的设计，所以，一个商场的定位什么年龄段的人，对于中庭的设计参考也是很重要的，其次还有商场外部的卫生间设置和休憩遮阳设置，有10%的人认为无所谓，90%的人认为有必要设置，说明，一个好的商业空间不仅要把商场内部安排合理，还要把商场外部也安排的更人性化，以吸引更多的隐形顾客。

照明设计首先是为了满足消费者观看商品的需要，提供舒适的视觉环境，其次是运用照明手段渲染气氛，创造特定的艺

术氛围。

3、合理的照明能充分显示商品的高级感。任何商品在某个特定的光线下，都能体现出特殊的艺术美感，商品高档高级，主要是通过特定的光线来体现，这种特定光线的实现，需要有相应的灯光。

文档为doc格式

## 商业调查报告篇四

为了解高速公路建设领域发生商业贿赂的关键环节、岗位、人员、手段及表现形式，制作本问卷调查表。此表作为调查摸底阶段的一项重点工作，认真组织填写报项目部治理商业贿赂领导小组办公室。

1、您认为公路建设领域下列环节中哪个环节最容易发生商业贿赂行为？

(1) 项目招投标

(2) 工程转包分包

(3) 工程设计变更

(4) 设备材料采购

(5) 质量监督

(6) 公路经营权转让

除上述六个环节以外，您认为公路建设领域还有哪些环节容易发生商业贿赂行为？

- (1) 项目业主
- (2) 施工业主
- (3) 设计单位
- (4) 监理单位
- (5) 中介组织
- (6) 社团组织
- (7) 行政审批机关
- (8) 其他岗位人员

- (1) 项目前期工作
- (2) 工程设计变更(人为增加工程量，提高工程单价)
- (3) 项目招投标(围标、串标、泄漏标)
- (4) 工程转包分包(层层转包，抽取管理费)
- (5) 设备材料采购(通过贿赂行为，允许不合格工程存在)
- (6) 工程质量监督
- (7) 公路经营权转让
- (8) 行政审批、违规审批
- (9) 其他

4、您对公路建设领域治理商业贿赂工作有哪些建议？



5、您对项目部大宗物资采购工作治理商业贿赂工作有哪些建议？

## 商业调查报告篇五

坐落在北京东三环上紧邻国贸的双井地区，是因cbd商圈的扩张而崛起的外延商圈——向北一公里既是cbd核心地标国贸，南面毗邻上世纪八十年代初建成的北京老牌纯居住型社区——劲松，其得天独厚的地理优势而受到商业地产的青睐，日益成为一个频繁见诸于媒体和广告的地标商圈。

在20xx年以前，双井地区是集合了北京齿轮总厂、北京重型汽车制造厂、北京建筑机械厂、北京重型机械厂等工厂的重工业工厂区。20xx年，富力地产投资32亿元拿下了广渠门外东五厂地块建设北京富力城，这在当时是建国后公开招标的最大地块。随后双井地区的价值逐渐为房地产界所重视，从广渠门、双井一直延伸到东四环大郊亭桥一线，陆续开发了富力城、富力公馆区、九龙花园、苹果社区、乐成公馆、外企公寓、百环家园、广渠家园、金港国际、珠江帝景等新楼盘，尤其是贯穿东三环沿线的10号线地铁在20xx年开通，结合本就理想的地面公交体系，形成了换乘便利四通八达的交通网络，推动双井地区商务生活、休闲娱乐随之升级，对区域外的消费形成了巨大吸引。

十年华丽蜕变之后的双井地区，云集着富力中心、富力双子座、东环国际大厦、乐成中心、优士阁等甲级写字楼，尤其是隔三环矗立的富力广场、乐成中心已然成为新地标与北面的建外soho楼群鼎足而立，购物中心、娱乐场所如ume和麦乐迪以及星级酒店点缀其间。富力城、富力公馆区、苹果社区、乐成公馆、外企公寓、首府会、金茂府等星罗棋布的高档楼盘意味着庞大的消费人群和消费实力，商圈东北角的苹果社区进驻了今日美术馆和众多艺术品机构。

双井商圈位于cbd商圈的南部，是随着cbd商圈的发展而崛起的外延商圈。传统意义上的双井商圈界定为：百子湾路以南，华威南路和松榆南路以北，东南二环以东，东南四环以西所包括的区域。该区域包括双井、劲松、潘家园和南磨房的一部分，约12平方公里。

贯穿东三环沿线的10号线地铁开通之后，双井地区形成以地铁站为圆心辐射地面的商业和交通网络。记者就以双井站为原点，以步行15分钟的距离，向东南西北各延伸1公里来界定本次调查范围为：

北至百子湾路铁路闸道处；

南至八棵杨中街(与10号线地铁终点站劲松站的中线)；

西至广渠门外大街富力公馆区(未来7号线地铁站)；

东至九龙山(2.95, 0.03, 1.03%)(西大望与广渠路交界路口)。

在此区域内的地产项目和零售业态(家电连锁、百货、超市卖场、便利店等)包括：

从调查可以看出，作为住宅与商务混搭的双井地区，配套设施已经完备，从最早的餐饮、家电、超市等瞄准居家需求而形成的社区商业形态，到如今鳞次栉比的写字楼和服务于更多更广泛人群的大型购物广场、酒店、文化娱乐设施。

随着分别坐落于三环路两侧富力广场购物中心和乐成购物中心的全面运营，商圈内高档百货业态的环境和品质得到了显著提升。以富力广场为例，zara、c&a等服装类快时尚、家电、家具等专卖店和全城热恋、施华洛世奇、ckj、g-star、massimo dutti、港丽餐厅等时尚知名品牌的进驻，拉动广场近年销售业绩迅速增长。“环境很好，很敞亮，牌子多，逛街、吃饭、看电影，还是蛮方便的。”家住附近的李女士对记者说。

本次调查数据显示，目前双井商圈拥有超市大卖场2家，分别是营业面积12000平方米以上、地理位置明显，拥有大型停车场的家乐福双井店和与地铁站地下贯通的世纪联华双井店；此外还有富力bldg乐成bhg这样的精品超市，和屈臣氏、万宁等特色超市作为与大卖场差异化的补充。

记者在工作日晚7时左右走访家乐福双井店，此时店内客流仍然较密集，生鲜、奶制品的促销也很有吸引力。家乐福收银员小李表示：在这家店经常能碰到外国人。“他们买的都是生活用品，都是住在附近的人，可能就在双井附近上班吧。”

来自上海的世纪联华超市面临着两站地之外的外资零售巨头家乐福超市的竞争。事实上，世纪联华在超市行业中并无明显竞争优势。记者随机采访附近写字楼上班的王小姐，“去的次数不多，收银台开的太少，排队时间长。平时都在离写字楼更近的7-11买东西，去富力广场逛街、吃饭。”。

比较引人注意的是，在双井地铁站到广渠路九龙山大约1平方公里的范围，国内知名的家电连锁企业内密集开设门店多达5家，包括：大中电器双井店、大中电器广渠路店、苏宁电器[微博] (6.19, -0.03, -0.48%)西大望路店、国美电器[微博]双井店，同时在富力广场购物中心的5层有苏宁精品店suning elite正在营业。门店之间价格战激烈，每逢节假日各种品牌促销活动轮番登场。

suning elite的门店经理表示，“这个店的发展和我们的预期还是比较一致的，开业当年就已经能够盈利了，客户忠诚度很高，平均每位客人购买商品的数量是苏宁其他店面的一倍。”

与传统的居住型社区相比，双井商圈内的商业气息浓郁，与写字楼和白领生活息息相关的商业配套设施比较齐全。区域内共有4家24小时7-11便利店、35家左右的社区便利店，工作

节奏快，需要经常加班的白领可以通过便利店满足日常生活品的随机消费，而且在写字楼周边或者底商都有机票代理点。

商圈内与高档社区关系紧密的家居零售业态相对匮乏，只有百安居一家单一品牌的家居卖场，形成了一定的市场空白。不过这与双井地区交通早晚高峰的拥堵，停车位紧张有很大关系，而且从双井向东延伸至东四环大郊亭，便有红星美凯龙这样的大型家居购物广场，可能是导致其他家居卖场谨慎进入双井核心地区的原因。

“社区”是一个舶来的概念，西方学者最初将其定义为一种由同质人口组成的具有价值观念一致、关系密切的富有人情味的社会群体，其可能是处于同一地理区域，也可能不是。引入我国以后，其往往是作为一个地理概念和社会管理工具而存在。社区的人口特征和经济结构决定了其社区内占主流的价值取向，而这一取向也就决定了什么样的商业能够在这一社区内生存。

随着经济和社会的变迁，北京城市社区布局也不断调整，双井就是在这一盘整过程中形成的特征鲜明的新兴社区。富力城、苹果社区、乐成公馆、外企公寓等社区均为单价处于35000—40000元/平方米价格区间的高端住宅，入住该区域住宅的业主多为中高收入阶层，有着“高收入、高消费、高品位”的共性，对该区域的商业发展提供了稳定的高阶层消费支撑。

富力viva商业运营中心推广部的负责人在接受记者采访时表示：目前富力中心写字楼入驻率接近100%，有50多家公司进驻，富力广场出租率也接近100%，有接近200家商户。富力广场的消费人群覆盖了周边写字楼上班人群、社区居民，同时因其交通方便，地铁交通的客流也不容忽视。

逐年增长的白领、金领商务人群和外籍人士，相似的学历、工作和生活背景，决定了其相似的生活方式和需求，更加凸

显出了这一社区的性格和价值取向。消费行为特征可概括为以下4点：

1. 高档社区云集，消费客流稳定，
2. 消费相对高端，商家经营稳定，
3. 消费人流众多，消费力水平高，
4. 业态复合多元，区域活力四射。

从cbd目前的情况看，无论是从写字楼本身还是区域的相关配套，以及交通都形成了一定的饱和，密度相当之大。作为一个老牌商圈，cbd区域不断向外扩，随着中央电视台、北京电视台的东迁，cbd东线已扩展到大望路区域甚至更东边，北部已基本与燕莎区域相接壤。随着北京cbd商业地产新供应的断顿，地处cbd南面的双井地区满足了大批cbd外溢的商业需求，已成为目前发展潜力最大的区域之一。

理论上讲，对于双井这样人口密度高的大型商务居住复合区域，多元化的零售业态才能够更好的适应和把握这一区域内的新一轮商机。从西方发达国家的经验来看，专业店数量多、分类细，是零售市场的主体业态之一，也是人们追求高品质生活的重要购物场所之一。

富力viva的发言人在接受记者采访时表示：一个商圈无论大小，总是要有一定的丰富度才能吸引消费者，这个丰富度既包含了品类的多样化，同时也包含了同一品类或同一业态下的多品牌，这样才能让消费者有选择权。不同的消费者有不同的偏好，喜欢不同的购物环境，这就需要商业地产项目不断了解目标消费群自然属性及其购买偏好、消费能力的基础上，调整自身定位，逐步适应市场，满足消费者需求。以精品超市为例，方便性很重要，富力广场的blt开业以后业绩在逐月提升，而一街之隔的乐成bhg的生意也没有下降。这也从

侧面印证了区域内仍有待挖掘引导的消费潜力。目前富力广场还有个别店铺在调整中，未来主要会发展一些有设计特色的、个性化的时尚品类。

随着两广路的多次拓宽，双井东南侧占地面积为52893平方米，总建筑面积近331276平方米的冠城名敦道的全面入住，预计未来会给双井地区带来更多利好，尤其值得一提的是正在建设中的地铁7号线将为双井区域进一步促进人流、财富的积聚，获得更大的动力。

商圈内人口和消费水平的提高，个性化、特色化、专业化、方便化需求快速上升，商业物业已形成积聚态势。在此利好背景下，零售业应瞄准业态多元和差异化下功夫，通过商品和服务定位的差异化，多业态经营，优势互补，既吸引人气，又能降低整体经营成本，提高利润率和抗风险能力，来把握商圈内巨大的发展机遇。