

市场调查报告（范文六篇）

本站小编为你整理了多篇相关的《市场调查报告(范文六篇)》，但愿对你工作学习有帮助，当然你在本站还可以找到更多《市场调查报告(范文六篇)》。

第一篇：市场调查报告

一 专业建设与区域经济发展

随着社会的发展，旅游业在城市经济发展中的产业地位迅速提升、经济作用逐步增强，20xx年，我国国内旅游人数达21亿人次，比上年增长10.6%；国内旅游收入1.26万亿元，增长23.5%；入境旅游人数1.34亿人次，增长5.8%；入境过夜旅游人数5566万人次，增长9.4%；旅游外汇收入458亿美元，增长15.5%；出境旅游人数5739万人次，增长20.4%；全国旅游业总收入1.57万亿元，增长21.7%。并成为中国经济的支柱产业。根据世界旅游组织的研究结果，预计到20xx年，中国将成为世界第一大旅游目的地，年接待1.37亿人次的入境旅游者，同时出境人数将达1亿，位列世界第四。

山东是中国旅游资源大省，拥有两处世界级自然和文化遗产，12个优秀旅游城市，1A-4A级旅游景区(点)114家，国家级和省级旅游度假区16家，星级饭店500余家，旅行社1373家，其中国际旅行社64家。20xx年，山东省旅游业再创历史新高，实现旅游总收入有望达到3000亿元，旅游业已发展成为全省国民经济的支柱产业，正向建设旅游强省和旅游主导产业的宏伟目标迈进。

济宁市作为山东省重要的对外开放城市、工业中心城市和四大区域中心城市之一，是东方儒家文化和华夏文化的发祥地，历史悠久，文物古迹众多，旅游资源独具特色。《济宁市旅游业发展第十二个五年规划纲要》提出了新的发展目标与总体战略，以保护和弘扬民族文化为主题，推进人文资源与自然资源的有机融合，以培育国际知名品牌为核心，提升旅游产业发展的国际化水平，以区域合作为重点，积极发挥旅游集散地功能，发挥旅游业“保增长、调结构、惠民生、促和谐、优环境、塑形象”等综合功能，以优化结构、提质增效为主线，

有效整合旅游资源和要素，把济宁建设成文化旅游名城。到 20xx 年末，旅游总收入达到 535 亿元，年均增长 18%；国内旅游接待 6032 万人次，年均增速 15%；国内旅游收入达到 508 亿元，年增速 18%；入境旅游人数达到 59 万人，年均增速 15%，旅游外汇收入达 4 亿美元，年均增速 18%。

随着济宁市旅游市场及产品开发的发展，旅游业从业人员需求不断增长，济宁市现有旅游业从业人员 6 万余人。20xx 年济宁市人才市场信息和济宁市旅游局行业管理科统计显示，旅游业人才供需比为 0.63: 1，高层次旅游业人才供需比更是达到 0.32: 1，明显旅游业人才供不应求。为完成济宁市旅游产业发展目标和远景规划，需要我们加大旅游人才培养和的力度，培养一批具有丰富知识门类和创新思维的复合型人才。为解决我市旅游领域技能人才严重匮乏的实际问题，我院设置旅游管理专业，为本市培养综合素质高、专业能力强的旅游业应用型人才就变得十分迫切和必要。另外，旅游专业毕业生就业前景广阔，可就职于旅行社、涉外酒店、旅游景区、旅游交通部门等行业部门，为地方经济发展做出贡献。

二、相关行业、企业或事业单位调研

为加强我院的示范专业建设，推进旅游管理专业人才培养模式的改革，办出专业特色，扩大办学规模，提高人才培养质量。根据学院对重点专业建设的总体思路，按照学院对示范专业建设的安排和要求，20xx 年 8 月至 20xx 年 3 月期间，旅游管理专业教学团队对旅游管理专业人才需求状况展开一次较大规模的社会调查。主要采用现场调研法、查阅资料法、问卷法、访谈(座谈)法、电话访谈法等方法，对山东省境内部分旅游企业，旅游管理部门，与旅游产业发展相关联的产业行业主管部门、专家，旅游专业开办较好的旅游职业院校，以及周边地区旅游市场比较成熟的旅游企业及相关人力资源网站进行调研，其中走访企业 93 家。本次调研主要了解本专业对应区域内相关产业发展现状和相关行业或企业的社会需求，了解掌握相关企业岗位设置及人才需求，了解岗位的典型工作任务和对人才知识、能力、素质的要求，了解掌握企业用工情况和人才市场人才需求情况，了解掌握毕业生适

应胜任岗位工作情况，探索建立适合计算机应用技术专业的科学、合理、有效的社会人才需求调研和毕业生质量跟踪调查机制。

本次调查内容涵盖了企业概况，企业需要人才的类型，企业是否已与国内高校、科研院所开展合作办学及项目合作，企业是否有员工教育和培训的专项经费，员工参加继续教育的方式，企业是否认为经济效益与单位的员工的思想素质成正比，思想素质和技术、技能对于企业的经济效益那个更重，企业希望我院开设的专业有哪些等。另外企业未来四年人才需求情况，包括专业或岗位、预计需求人才数量、学历、人才来源等内容也作为我们这次调查的重点。了解企业状况、了解企业对人才需求情况，可使我们的人才培养有的放矢。

(一)旅游行业的人力资源基本情况

1、旅游企业数量、人员规模及地域分布情况。此次调查的旅游企业(单位)共93家，从业人数6016人。其中：旅游行政管理部门5家，从业人数55人；教育培训单位3家，从业人数89人；旅行社49家，从业人数365人；旅游宾馆22家，从业人员3546人；车船公司1家，从业人员10人。同“九五”之初的96年相比，在近10年的时间，我市旅游企业数量增加了77家，年均增长28.6%，直接从业人数增加了5000余人，年均增长28.9%，不仅行业规模不断壮大，而且行政管理机构逐步健全，形成了网络化管理，县(市)区旅游企业分布更加合理，门类齐全，为旅游业规模化经营、产业化发展奠定了基础。

2、从业人员性别、年龄结构。全行业从业人员总数6016人，其中男性2599人，女性3417人，分别占总数的43.2%和56.8%。25岁以下的为2436人，26~35岁以下的为1846人，分别占总数的40.5%和30.7%，两项占总数的71.2%。从性别结构来看，男女比例协调，女性高于男性13.6个百分点，符合旅游服务业的社会劳动力性别差异特点，有利于旅游业的发展；从年龄结构来看，属于年轻化，而且年龄构成也较合理，便于新老交替和经验的传授传递。

3、从业人员知识结构及培训情况。本科学历为518人，专科学历为1040人，中专及高中1994人，分别占总数的8.6%、17.3%、33.1%，三项总和占总数的59%，超过从业人员总数一半。其中旅游

专业的为 1166 人，占高中以上学历人数的 32.8%。从知识结构上看，学历和旅游专业的从业人数在逐年提高，人员素质较以往有大幅度提高。熟悉外语和一般掌握的人员分别为 1079 人和 2103 人，分别占总数的 17.9% 和 35%，两项合计占总数的 52.9%，比例虽然不算小，但实际运用外语的能力达不到这个水平，行业内真正懂得外语的人才还很缺乏。

4、从业人员的来源及流动。岗位工作三年以上的为 3462 人，占总数的 57.5%，超过半数。院校直接进入的为 2258 人，其他行业进入的为 2958，业内交流的为 800 人，分别占总数的 37.5%、49.1%、13.3%，可以看出，近半数是从其他行业转到旅游行业的，而行业内交流的数量很小。这一方面说明旅游业的发展吸引了大量其他行业人员的加入，安置了不少下岗职工，另一方面表明我们行业内人员交流不是很大，尤其是管理人员的交流更少。

经调查旅游管理专业人才需求趋势体现如下三个特点：

首先强调专业技能的实用性：高职高专院校培养的旅游专业人才，其定位非常明确，即满足实用性的要求，是一种技能型人才。技能型应成为旅游专业人才的重要特点。那么，从行业需求来看，无论是旅行社，还是酒店，缺乏的主要是掌握实际工作技能的一线操作人员。旅游专业的毕业生经过一段时间的锻炼，可望成为中级导游、宾馆、旅行社中基层岗位的生力军。为此，我们在专业课程设计中，尽可能地加大实训课的课时量，以强化技能性训练力度。

其次强调专业知识的综合性：前已述及，从事旅游工作的不仅需要具备服务技能的相关知识和能力，而且要掌握旅游法律法规、经营管理、资源文化、经济财务方面的专业知识，只有这样才能胜任本职工作。“一专多能”已成为旅游行业对其从业人员的基本要求。可以说，知识面越宽，就越能适应实际工作的需要。旅游专业课程体系所呈现的宽泛性正是为了适应这一需求趋势。

最后体现就业渠道的广泛性：由专业技能的实用性和专业知识的综合性，决定着旅游管理专业的就业渠道具有广泛性特征。新闻媒体和人才市场时有“白领好求，蓝领难找”的用人信息。我们所进行的

市场调查也表明，大多数用人单位急于聘用具有实际操作能力的旅游专业人才，对这类人才的需求量呈逐年上升的趋势。我们培养的旅游管理专业人才的需求是旅游队伍中的“蓝领”。从某种意义上讲，蓝领较白领更具有实在的使用价值。专业人才市场对蓝领的需求量远远超过白领。另一方面，专业知识的综合性也为就业开辟了更为广阔的领域和渠道。旅游专业培养的学生既具备服务技能方面的知识，同时还具备一系列相关专业知知识，如旅游法律法规、企业管理、营销策划等。

(二)旅游管理专业对应的职业岗位和职业资格证书分析

通过对休闲旅游企业进行调研，对毕业生进行跟踪调查，在专业建设指导委员会论证的基础上，归纳出本专业的初级岗位、发展岗位与高级岗位，分别确定了如下6个岗位。

表1 旅游管理专业职业岗位分析表

职业岗位职业资格证书

初级岗位导游国家导游证

休闲运动服务岗康乐服务员

酒水操作与服务岗调酒师、茶艺师

发展岗位计调与外联岗国家导游员、旅游咨询师

休闲旅游产品策划与营销岗策划师、营销师

VIP 客人服务岗“英国管家”资格证书

高级岗位休闲旅游项目管理人力资源管理师

休闲旅游企业管理岗

(三)旅游人才的需求分析

1、缺乏高层次的旅游从业人员。近年来济宁市的旅游专业人才有所增加,但从总体上看,旅游专业人才所占比例小,缺乏中高层次的专业人才。由于缺乏高层次的规划、管理、开发人才,济宁市的旅游资源未能得到很好的开发利用。

2、小语种导游比较紧缺。随着与周边国家的交流与合作越来越密切,到周边国家旅游或周边国家到中国旅游的游客越来越多,急需一大批掌握韩语、日语等小语种语言的导游。但目前既懂小语种语言又经过

旅游专业培养的人才极少,远远满足不了市场需要。

3. 旅游市场从业人员素质不容乐观。各地区旅游业发展及从业人员素质差距大,欠发达地区从业人员文化素质偏低。由于一些旅游服务人员的思想业务素质不高,还出现了“一流的服务设施,三流的服务质量”,“上等的绝美佳景,等外的服务态度”之怪状。一些高品位、高等级的人文旅游资源,在一些水平不高的导游员的解说下黯然失色。

(四) 旅游人才的培养状况

1、专业设置单调,开发不全面。济宁市高等院校所开设的旅游类专业主要是旅游管理和旅游英语,中等学校开设的专业主要有饭店服务与管理、旅行社服务与管理以及烹饪等。高等教育的专业设置中缺乏诸如旅游营销、旅游电子商务、旅游商品开发与设计、旅游环境保护等符合社会实际需要、适应旅游业新的发展趋势的专业。

2、人才培养定位不准确,人才规格偏离市场需求。一些学校旅游专业教育的人才培养目标定位不准确,人才培养方案没能很好地体现旅游市场需求,有的课程设置过于宽泛,有些缺乏针对性,缺少相应的实践环节,培养出来的学生眼高手低,有些则偏重实践操作技能的训练,而轻视职业道德和职业素质的养成,致使培养的人才存在着知识结构不合理,偏离行业要求,以至于出现了如此尴尬的局面:一方面旅游管理部门和旅游企业缺少高层次的专业人才与管理人才,另一方面学校培养出来的人才面临就业难的困境。

3、教育经费投入不足,实训条件较差。一些院校均是近年才开设旅游类专业的,由于在校生少等原因,对旅游专业建设的投入力度不够大,致使许多院校旅游专业的办学条件较差,尤其是实训条件极差,“两张床位就办酒店管理专业”的现象不在少数。

4、师资力量薄弱,缺乏双师型骨干教师。济宁市现有一些高等职业院校开办的旅游专业是在外语、历史、经济管理等专业的基础上组建起来的。因此,相当部分旅游专业的师资自然也是从这些专业中产生,导致了师资力量先天不足,教师的知识结构不尽合理。即便是近些年新进的教师,大多数也是直接从高校到高校,过于偏重理论,缺少实战经验。师资队伍中缺乏高学历、高职称、双师型的骨干教师。

5、旅游从业人员的培训进修机会少,继续教育有待进一步加强。旅游从业人员极少有机会参加各种专业培训进修,导致旅游从业人员的知识得不到及时更新,素质得不到持续提高,能力得不到进一步增强。

第二篇：市场调查报告

一、宏观环境分析

(一)、经济环境

我国目前处于经济快速发展的阶段,人们的消费水平不断提高,但是发展的速度各个地区不尽相同,因此,服装行业各个层次的稳步协调发展是大势所趋。我国积极融入经济全球化的发展大潮,以及国家对服装产业的支持使服装产业的发展成为必然。

服装产业是我国政府高度重视且支持发展的产业,为此,政府专门出台相关政策和法律法规对服装产业进行引导。如:

惠及轻纺行业发展的国六条国务院通过纺织业和装备制造业振兴规划;最近国务院通过的纺织工业振兴规划;纺织服装出口退税率提至15% 等等。

(二)、社会文化环境

1、社会环境

社会是人群生活所组成的各种组织体及行为规范与态度的集合。不同团体对服装的需求不同。如:家庭生活休闲装;学术团体校服等;公益团体文化衫;体育团体运动服;职工职业套装等。

2、文化环境

中国是个具有古老历史、悠久传统、民族众多的国家,服饰消费者在种种方面存在巨大差异。因此,为满足不同需求的人群的消费,服装生产者必须提供各式各样的服装。

(三)、政治和法律环境

党的十五大明确建设有中国特色的社会主义市场经济,这就要求服装企业既要用法律保护自己的正当权益不受侵害,另一方面企业必须严格按照法律,进行规范经营。国家法律对环境的更多干预,亦要求服装企业要重视环境,减少三废污染。

政治环境是指企业市场营销活动的外部政治形势,对企业的影响

主要表现为国家政治所制定的方针政策。如人口政策，能源政策，物价政策，财政政策，货币政策等。

《品质经营和公共产品安全管理法》明确规定：对用于家庭消费的服装产品之安全管理体系进行修改，追加关于间接接触皮肤类服装产品中甲醛等有害化学物质的安全检查，强化产品的安全标准，由原先仅局限于未满 24 个月的婴儿服装和内衣产品中甲醛等于害物质的管理扩大到所有服装产品中甲醛等有害化学物质的安全检查，同时在原有基础上新增加了儿童服装产品和成人用接触性服装产品的安全品质标志，这对我国服装出口带来了一定的冲击。为此，检验检疫部门提醒服装出口企业：一是对台的贸易新政要进行详细了解，对照新规定及时做好生产和出口准备；二是提高对服装类产品的检测自控力，尤其是新规所要求和涉及项目的检测，力争所有出口纺织服装产品均能满足国王法规要求，避免遭受严重损失。

二、行业环境分析

中国是世界上最大的服装消费国，同时也是世界上最大的服装生产国，但中国服装产业整体发展很不平衡。广东、江苏、浙江、山东、福建、上海等东南沿海省份所生产的产品占据了全国 80% 以上的市场份额。而中西部地区的服装产业则还非常的落后。各服装企业之间的竞争也还停留在比较低层面上，主要还停留在价格、款式等方面的竞争，绝大多数服装企业的产品销售还是以批发市场的大流通为主。而近年来服装企业的品牌意识虽然不断加强，但中国服装行业目前还只有有限的几个中国驰名商标，还缺乏真正意义上的国际服装品牌，主要还是通过低成本优势在与国际品牌进行竞争。

中国服装行业最为成熟和稍微具备国际竞争力的当属男装和羽绒服、休闲装，这片领域诞生了玉情儿、杉杉、雅戈尔、波司登、雪中飞等众多的知名品牌，集中了好几家上市公司，他们品牌实力较强，规模和竞争力都处于服装行业前列。而女装、童装、睡衣等市场则相对发展还不成熟，强势领导品牌还很缺乏。

近二十年是服装业发展的机遇和挑战之年，从世界工厂中国制造，逐渐向中国设计转变，中国服装产业经历了不同寻常，但充满机遇的 20

年。在经历了产品经营、品牌经营、资本经营和资源经营四个阶段之后，已经或正在实现由家庭作坊向工厂式管理、由工厂式管理向集团化管理、由集团化管理向股份制管理的跨跃，形成了大规模生产能力。

这当中，竞争和产业整合的力量对产业的发展越来越关键，中国服装业品牌价值的彰显首先表现在整合的态势上，整合包括制造企业整合，也包括终端和中间渠道。

目前，中国服装行业正走在品牌整合、终端销售模式创新的两端强化的道路上，担负分销功能的渠道的整合是肯定是及终端整合之后的行业热点。本文主要在于阐述中国服装行业的产业结构，对于行业价值链发展的趋势和中心不作为重点。但有一点是明确的：渠道不整合，品牌肯定无规模。

中国服装产业正面临着越来越高的挑战，各种新型贸易保护和发达国家绿色标准门槛的提高，使中国服装产业继续走粗放型老路的利润空间越来越小。与此同时，我国周边发展中国家的劳动力成本比我国更低，产品结构又与我国大体相同，目前有一些粗加工产品的竞争力已经超过了我国。

服装产业的发展包含两个方面：一是服装的加工与生产；二是服装的营销。因此生产和营销将直接决定行业的兴衰。我国服装产业入世后面临的挑战主要有技术挑战、人才挑战、企业竞争力挑战、行业综合竞争力挑战。因此，全面提高企业的竞争力是我国服装行业应对入世最重要的对策。

三 消费者分析

(一)、服装市场的消费者是一个庞大的群体

一我国是传统上的服饰消费大国，所谓的大，正是来自于人口数量，它是作为服装行业前景重要的评估依据。不仅于此，国民经济的增长也为服装市场的消费提供了物质上的可能。也就是说，当我们在考虑中国这个拥有近 13 亿人口的消费群体时，考虑的不再是人人有衣穿的问题，而是满足当前人们不断提升的审美与服饰文化的要求。我国所拥有的是一个具备相当购买能力及旺盛的购买欲望需求强大的消费群体。

二)服装市场的消费者是一个复杂的群体

消费者的购买行为受收入水平、地理区域、民族习惯、宗教信仰、文化传统以及社会发展水平等客观条件的影响，并同时与个体的年龄层次、教育程度、审美趣味、消费目的等主观因素密切相关。中国是个具有古老历史、悠久传统、幅

员广阔、民族为多的国家，其服饰消费者在上述种种方面的巨大的差异就表现在服饰消费诉求上的千差万别。因此，除了拥有庞大的绝对数量之外，也是一个极为复杂的群体。从购买力分析，在我国，同时存在着从富裕、小康到温饱多个不同层次的服饰消费群体。如果以地区为标准做粗略的划分，基本表现为总体购买力和购买欲望由东南向西北递减。

不同的地区差异引起的消费行为差异程度也随消费者收入水平的高低而变化：在中下层消费者中，它表现的较为突出，但在上层消费者中却并不明显，这是一个共性问题，目前居于高价位的品牌如 SPRIT、ELLE POLO、FENDI、BCBG、MAXMARA、等，其在京津两地的销售业绩和人气程度并没有太大区别。在上层消费群体里，区域差异的影响并不能引起多少消费行业上实质性的不同。无论在哪里，他们的消费都会集中在那些标示着高贵和财富顶级品牌的范围里。

消费目的的不同也会影响消费者的购买行为。对于服饰消费者说，自己穿着和送礼是两个最基本的消费目的。当送礼成为目的时，消费者的选择标准就很可能集中在价格这一个因素上了。在这种特殊的消费行业中，常规的消费者划分原则就会完全被颠覆，即便是很穷困的人也有可能购买几倍于其消费能力的服饰商品，以求体面过人的效果。

以上种种可能引发消费行为差异的因素都是可分辨和可预期的，适宜被用来作为例制定生产和营销计划的主要依据及参考，行业厂商应引起足够的重视。

(三)、消费者需求特点

1、需求两极分化的特点

消费者在购买倾向上开始呈现两极分化的特点，购买力逐步向高价位和中低价位两个区域集中。这种变化可以从市场对服饰类消费品

行已经成为国际上为多顶级服饰品牌的重要新兴市场，大路线的中低价位品牌同样销售看好；

2、消费者对服装种类的需求多样性

生活方式的变化使消费者对于服装种类的需求呈飞速上升的趋势。其速度之快，使得现有的服装商品每一刻都显现出某种程度的单一和过时。这种变化加快了国内服装市场的专业化细分，宴会服、婚礼服、休闲服、职业套装等等已经成

为市场上的常规门类。可以想见在未来的服装市场上，针对性越明确的产品将越受欢迎。

3、服装市场的消费者在服装趋势上追求层次化和个性化

层次化和个性化的服装消费趋势日益明显。消费层次的区分因收入、年龄、地域不同而开始呈现出显著不同的消费特征。往日那种瞬间铺天盖地而来颇有些压倒一切气魄的流行方式似乎已经不再会出现。90年代风靡一时的也叫健美裤的踩脚裤，因穿时裤脚踩在足下始而得其名。当时满街上幼女，少女，少妇，中年妇女，老年阿婆，不论高矮胖瘦，上学上班上街，一人一条，一律黑色深蓝暗红，实在堪称奇观。类似情况放至今日，恐怕只能被讥笑为某学校运动会出场式指定服装。流行方式的多元化，层次化，体现出大众获取信息的途径的日渐开阔。面对资讯，人们的选择余地大了很多，眼界也被打开了。

有人说：如果现在中国所有的服装企业都停产，中国人不用担心没有衣穿。现在各企业所有的库存加起来还都够在市面上卖个两年的。

服装企业做大了，往往是伴随着仓库急剧增大的代价。企业的销售翻了好几倍，帐上的现金却未见增长多少。难怪很多老板说，自己辛苦一年赚来的，都跑仓库里去了。

由于服装季节性明显，且服装产品更新的速度越来越快，库存问题成为最令服装企业头痛的问题之一。不处理吧，积压只会导致更加库存品的更加贬值甚至一文不值。进行低价抛售处理吧，一来那些过季的产品不见得有人要，二来低价抛出去对辛苦建立起来的品牌形象

另外，库存数与企业缺货数量又往往是成反比的，因为服装产品从采购面料到生产都有一定的周期，企业为了使自己的产品在旺季时候有足够的数量可供销售，往往不得不储备大量的货品，这就为库存埋下了隐患。而有些较保守的企业为了减少库存，往往限制货品的生产数量，但一旦该货品畅销起来，却又因为产品供不应求导致缺货而错失销售良机。

编辑

工业项目可行性研究报告是投资工业项目决策前的活动。它是在事件没有发生之前的研究，是对事务未来发展的情况、可能遇到的问题和结果的估计。

目录

1 定义

2 范文要求

3 格式

4 注意事项

1 定义编辑

工业项目可行性研究报告是投资工业项目决策前的活动。它是在事件没有发生之前的研究，是对事务未来发展的情况、可能遇到的问题和结果的估计，具有预测性。因此，必须进行深入的调查研究，充分的占有资料，运用切合实际的预测方法，科学的预测未来前景。

为了结论的需要，往往还需要加上一些附件，如试验数据、论证材料、计算图表、附图等，以增强可行性报告的说服力。可行性研究报告一般由一个总论和几个专题构成。

第一总论。总论即项目的基本情况。在商业计划书，可行性研究报告的编制中，这一部分特别重要，项目的报批、贷款的申请、合作对象的吸引主要靠这一部分。总论的内容一般包括项目的背景、项目的历史、项目概要以及项目承办人四个方面。总论的实质是对项目简明扼要地做一个概述，对项目承办人的形象和思想作相应的描述。在

在一定程度上取决于总论写作质量的好坏。因此，写作时一定要尽心尽力，既要保证总论的内容完整、重点突出，又要注意与后面内容相照应。

第二基本问题研究。可行性研究报告的基本问题研究，是对各个专题研究报告进行汇总统一、平衡后所作的较原则、较系统的概述。项目不同，基本问题研究的内容也就不同。较有代表性的有三个：工业新建项目的基本问题研究，技术引进项目的基本问题研究和技术经济政策基本问题研究。其中，工业新建项目的第一方面是市场研究，着重解决项目新建的必要性问题；第二方面是工艺研究，着重解决技术上的可能性问题；第三方面是经济效益研究，着重解决项目的合理性问题。在具体写作过程中，人们常把这三个问题分成十个专题来写。这十个专题为：市场情况与企业规模，资源与原料及协作条件，厂址选择方案，项目技术方案，环保方案，工厂管理机构和员工方案，项目实施计划和进度方案，资金筹措，经济评价，结论。

2 范文要求编辑

对可行性研究报告的写作要求主要包括以下四个方面：

可行性研究工作对于整个项目建设过程乃至整个国民经济都有非常重要的意义，为了保证可行性研究工作的科学性、客观性和公正性，有效地防止错误和遗漏，在可行性研究中：

(1)首先必须站在客观公正的立场进行调查研究，做好基础资料的收集工作。对于收集的基础资料，要按照客观实际情况进行论证评价，如实地反映客观经济规律，从客观数据出发，通过科学分析，得出项目是否可行的结论。

(2)可行性研究报告的内容深度必须达到国家规定的标准，基本内容要完整具体，应尽可能多地占有数据资料，避免粗制滥造，搞形式主义。

在做法上要掌握好以下四个要点：

①先论证，后决策；

②处理好项目建议书、可行性研究、评估这三个阶段的关系，哪

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/00804500004006136>