重庆休闲地产项目

消费者休闲娱乐消费形态市场调研方案



设计单位

腾博市场研究有限公司

二〇〇六年四月二十六日

第一篇

任务理解

——项目性质与调研意义

——调研目的与调研主题

一、项目性质与调研意义

贵司就一个上千亩的项目做了初步设想与策划，准备对该地块进行休闲地产项目开发。对此，开发商表现出了非常浓厚的兴趣。贵司出于对项目严谨、负责的经营态度，特委托专业市场调研公司就项目需求市场（消费者）进行论证和分析。希望通过调研数据客观反应目标消费者的分布特征、市场容量、消费力、需求偏好等，以此对项目可行性进行论证，并提出准确的项目定位建议。

通过即时性、有步骤地开展市场调查与可行性分析研究，是归避企业投资经营风险的基本方法。

二、调研目的与调研主题

——我们做什么？

1、调研目的

1、通过消费者背景的调查，分析出休闲消费者的分布特征，为本项目提供可供借鉴的参考依据；

2、通过消费者消费行为的调查，分析出休闲消费者的消费力水平，为项目档次定位提供数据分析的依据；

3、通过消费者行为偏好的调查，分析出休闲消费者的需求偏好，为项目开发方向提供参考数据。

2、调研主题

“重庆消费者休闲娱乐消费形态”市场调研。

第二篇

调研设计

——调研内容设计

——调研范围设计

——调研对象设计

——调研方法设计

我们怎样去做？——调查技术设计

- 调查内容为调查目标服务
- 调查方法为调查内容服务

关键词:

调查内容、调查指标、分析指标、调查范围

调查对象、抽样方法、调查方法、质量控制

一、调研内容

根据调研任务板块（调研目的），确定本次调查的具体指标及其分析指标。

分析指标：

市场容量、休闲方式、消费水平、消费者分布特征、消费者结构。

调查指标：

1、消费需求与消费特征

1-1、消费频率、消费金额；

1-2、消费性质与消费决策；

1-3、消费场所及消费态度；

1-1、休闲（不花钱）与消费（花钱）的比例；

1-2、消费者偏好（购物、茶座、娱乐……）与消费选择。

2、消费认知与消费态度

2-1、消费者对重庆综合休闲商业场所的认识；

2-2、消费者对重庆综合休闲商业场所的偏好；

2-3、消费者对重庆综合休闲商业场所的满意度/忠诚度；

2-4、消费者对重庆典型综合休闲商业场所的美誉度。

3、目标消费者对综合休闲商业场所的信息认知渠道及信息影响度

4、目标消费者对综合休闲商业场所的的基本看法与建议

通过“目标消费者”的调查，分析与判断当前重庆休闲娱乐商业场所的经营现状及市场容量，把握重庆消费者消费习惯与需求特点，以及引导与改变消费者消费习惯的主要途径与方法，从而为企业掌握入市时机、制订准确的产品与市场定位、营销定位提供分析依据。

同时，借助以上消费认知与偏好等消费因素调查，我们可以识别出不同档次、类别场所的目标消费群体特征：

- ✓ 年龄特征；
- ✓ 性别特征；
- ✓ 经济收入特征；
- ✓ 职业/职务特征；
- ✓ 居住分布结构；
- ✓ 文化结构特征；
- ✓ ……。

二、调研范围

为此次调查数据能具有地方代表性，建议就***主城九区***（渝中区、江北区、北部新区、渝北区、沙坪坝区、高新区、九龙坡区、南岸区、大渡口区）进行调查。

	渝中区	江北区	北部新区	渝北区	沙坪坝	高新区	九龙坡	南岸区	大渡口	合计
样本量	80	60	30	50	70	40	60	70	40	500

三、调研对象

在空闲时间进行休闲消费的消费者，通过一定的甄别对这类消费者进行筛选：

- ✓ 平时空闲时间进行休闲消费的；
- ✓ 月收入 1500 元以上；
- ✓ 年龄 18 岁~60 岁。

四、调研方法

1、抽样方法：

完全随机抽样。

2、访问方法：

拦截访问。

3、样本量：

样本数量的确定依据：本项目确定样本容量的方法既考虑了“可支配预算法”，也考虑了“经验法”。针对本案的调查更为侧重“针对性”，因此，我们采用概率抽样方法的计划公式如下：

$$n=\frac{z^2p(1-p)}{e^2}$$

其中：n 为样本数量；z 为与选择的置信度相关的标准误差，

当置信度为 95%时，z=1.96；p 为在调查总体中估计的变化率；

e 为可接受的误差。

我们假设重庆主城区休闲消费市场的目标顾客中有 35%基于 2005 年选择休闲场所进行消费，假定 p=35%。同时，我们希望调查在 95%的置信区域，最大误差控制率为 5%。那么根据上述公式可以计算出此次调查所需的样本量为：

$$n=\frac{z^2p(1-p)}{e^2}=\frac{1.96^2\times 35\ (100-35)}{5^2}=350$$

对这部分群体，在回收率的基础上对上述样本量进行较样本更进一步的数量放大，以确保回收的问卷统计数据能更为有效地适应未来一、二年市场发展的动态分析，我们将该部分的定量调查样本量确定为 500 个。

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/328115124126007004