

# 关于市场调查报告模板汇总 5 篇

## 市场调查报告 篇 1

为促进全县水果流通工作，解决全县水果销售问题，特别是橙类水果销售难的问题，及时掌握外地水果销售市场情况，畅通我县橙子销路，学习借鉴外地先进的销售经验及做法，20\_\_年4月14日~19日，县委、县政府组织流通办人员及县内水果销售大户代表等一行人赴长沙、武汉、郑州、岳阳四城市进行水果销售市场调查和学习。现将调查、学习活动情况汇报如下：

### 一、调查学习目的

这次调查学习的目的是在我县水果习惯于销售南方城市的基础上，尚未打开北方城市销售市场，为此对北方四城市的水果销售市场作一个调查。同时掌握去年我县水果大篷车北方行反馈情况。目前，我县水果销售已面临严峻形势，特别是橙子销售，全县还有4万2千多吨未售出，习惯销售的南方城市现在市场不尽人意，很有必要拓开北方市场。鉴于此，县委、政府果断决策，派出以水果流通办刘崇卿为组长，以县流通办人员和县内水果销售大户代表等为成员组合成7人的调查小组，赴长沙、武汉、郑州、岳阳等北方城市调查水果销售情况，及时掌握外面水果市场行情，针对我县具体情况，提出对我县水果销售的建议，解决全

县水果(尤其是橙子)销售困难问题,确保农业增效、农民增产增收,推动果农种植的积极性,促进全县经济健康发展。

## 二、调查活动的基本情况

这次活动,从4月14日早上出发,4月19日凌晨回到恭城,历时6天,到了三省(湖南、湖北、河南)四城市(长沙、武汉、郑州、岳阳),行程近万里。对四城市7个水果批发市场的销售行情进行了调查。我们的调查方式主要是通过对当地市场的销售批发门面老板经营情况进行实地查看、询问;二是与当地销售大户座谈,请他们介绍情况;三是向当地摊位经销商发放我们恭城水果情况宣传资料,并对当地果商宣传我们的优质果品;四是请当地果商品尝我们恭城的橙子样品果,针对销售大户,我们还赠送橙子给他们做销售样品,在当地进行宣传;五是请当地市场管理部门人员、销售果商代表为我们提建议。

(一)4月14日下午,我们到达长沙市,找到当地市工商行政管理局,得到他们的支持,当日下午看了4个临时摊点。15日上午,在市工商局市场分局殷副局长的陪同下,对长沙市2个最大批发市场——马王堆果品批发市场、红星果品批发市场进行调查。马王堆市场位于市中心地段,红星市场位于市南部。我们在马王堆市场走访了31个摊点,在红星市场走访了22个摊点。这两大市场水果品种繁多,尤以时鲜水果西瓜、芒果、菠萝、枇杷、早李、苹果、梨为多,当地脐橙量大,胡柚多,还有部分沙

田柚、椪柑及冰糖橙、甘蔗等。两个批发市场尚未见新会橙销售摊位。当地脐橙批发价为 0.5~0.7 元/斤，胡柚批发价为 0.4 元/斤，而时鲜水果西瓜达 2.0 元/斤。当地果商品尝了我们的新会橙后，一致认为口感、甜度都不错，就是果太小，不是品牌果，没有市场竞争力。

(二) 16 日上午至下午三时对武汉市的二大果品批发市场——汉口区黄家墩华中果品批发市场、武昌区沙湖水果批发市场进行调查。两个市场上的水果品种基本与长沙情况类似，不同的是在这两大市场中潮州柑、胡柚好卖，销售量大。潮州柑价格达 1.3 元/斤，胡柚价格达到 0.5 元/斤，市场主导果品仍是苹果，西瓜。西瓜的价格已达 2.1 元/斤。在沙湖果品市场上有恭城椪柑销售，但品牌标明为永春芦柑，价格 1.0 元/斤，市场上也出现了恭城柿饼，价格 1.3 元/斤左右，但市面上仍未见新会橙销售。当地果商品尝了我们的样品果后，一样认为口味不错，就是果子没有看相，上不了档次，同时果皮难剥。建议我们要分级包装，并进行打腊装扮，同时他们愿意帮我们试销果品，余辉老板准备叫他弟弟过恭城购一车 20 吨样果回武汉试着卖，看能不能让市民接受，打开市场。

(三) 16 日晚上到达郑州。17 日上午在当地市场管理部门张建东所长陪同下，对郑州市华中物流中心水果市场进行了调查。该市场由于是淡季，水果品种明显不如长沙、武汉市市场丰富。

主要以苹果、胡柚、梨、冰糖柑为主，芒果、菠萝、椰子、西瓜等南方水果占领了半个市场。市面上未见有新会橙销售。通过向当地最大的销售商师建华老板了解情况。我们的新会橙品味不错，就是果型太小，包装太差，没有市场吸引力。师老板建议在分级包装，用不同类型的纸箱包装，不能太大箱，同时要进打腊包装，提升水果的档次。近期，他准备派人到恭城看果，试装车回去销售。

(四) 17日晚到岳阳市。18日上午对岳阳市花果山水果批发市场调查，该市场与长沙马王堆市场果品情况相似，品种价格不相上下。在这个市场见到了恭城新会橙，但标名为冰糖橙销售，是栗木上枳潘平友老板运过去的。卖价为0.5~0.75元/斤，刚进入市场，销量不是很大。当地的老板还准备到恭城采购水果，想打开岳阳市场。

从四城市七大水果批发市场调查情况可以看出，我县新会橙水果在北方城市还没有打开市场。由于市场上脐橙量大，胡柚、冰糖橙水果丰产，且这类外地水果个头大、包装好，易于市民接受，加上时鲜水果(如西瓜、菠萝、香蕉、早李、枇杷等)冲击着橙类市场，我县新会橙失去了占领市场的先机。面对现在市场情况，必须多方位销售橙子，既要巩固已开发的南方市场，同时也要努力开发北方市场，拉动东、西部市场，形成全面开花的销售局面，推动全县的水果销售。

### 三、建议

水果的销售与种植是相辅相成的，种得好了才能卖得好，但关键还在于市场的需求，有了市场才能带来效益，才能提高果农种植的积极性。针对当前我县的水果销售形势，现提出以下几点建议：

(一)转变思想、提高认识，要有销售的紧迫感，认识销售形势的严峻性。

当前我县尚有4万2千吨橙子未销售，果子保鲜期越来越短，天气一变化，果子质量会受影响，时下新鲜水果冲击市场最大，对我县新会橙销售也带来了许多不利因素。因此，我们各级管理部门都应提高认识，要有销售紧迫感，要正确认识到售不出的水果会给果农带来巨大的损失，会打击果农的种植积极性，会造成社会的不稳定。因此一定要在最短时间内群策群力、想方设法，把我县的水果销售出去。

(二)不要有惜售思想。政府和有关部门要通过多种途径加强宣传，引导果农克服低价格不售的观念，不要死咬定一个价格不卖，只要有合适的价格(根据质量定价)即可销售，售出总比不售为好。同时要清楚现在市民对橙子的需求是可有可无，并不是唯一需要的水果，不销售，橙子就会变成垃圾。

(三)注重包装效果、分级售果。一定要从打扮上下功夫(以红色包装最好看)，最好能将果进行认真精选、分级、清洗、打腊、精细包装、绿色包装。这样，价位可以上升，也可以促进销售。政府和有关业务部门要及时提供信息，加强技术指导，正确引导群众分级包装售果。

(四)通过多种途径吸引老板。一定要大力发挥销售协会、销售大户的作用，做到“走出去，请进来”，加强老板间的联系，不要在家等人来买果。

(五)品牌问题。建议政府组织有关部门搞好商标注册、搞水果打蜡生产，同时组织各位老板去搞水果展销，以打响恭城水果品牌。没有形成自己独特品牌，放在同一摊档上，一般消费者都只会感性地从价格、形状上去决定是否购买，很少有消费者能够分清果品品质的优劣。传统的新会橙市场不好，可以打别人的品牌(如冰糖橙)销售。

(六)加大招商引资力度，发展龙头企业。大量的商品果销售不出时，果品的深加工尤显得重要。通过招商引资，发展龙头企业，实现生产、加工、销售一体化。

(七)加强科技管护力度，提高果品质量，增强市场竞争力，增强绿色食品消费观念。为促进销售，保证果品质量，一定要在种植管护环节上下功夫，从花期开始就要进行合理的疏花疏果工

作，在使用农药化肥时应按照标准化、无公害以及绿色食品要求进行施肥、用药，多使用农家肥和有机生态肥，保证果子质量。

## 市场调查报告 篇 2

锂离子电池：是一种二次电池(充电电池)，它主要依靠锂离子在正极和负极之间移动来工作。在充放电过程中， $\text{Li}^+$ 在两个电极之间往返嵌入和脱嵌：充电时， $\text{Li}^+$ 从正极脱嵌，经过电解质嵌入负极，负极处于富锂状态；放电时则相反。电池一般采用含有锂元素的材料作为电极，是现代高性能电池的代表。

锂电池材料主要由正极材料、负极材料、隔膜和电解液四大材料组成，此外还有电池外壳。

锂电池产业链经过二十年的发展已经形成了一个专业化程度高、分工明晰的产业链体系。

正负极材料、电解液和隔膜等材料厂商为锂离子电池产业链的上游企业，为锂离子电芯厂商提供原材料。

电芯厂商使用上游电芯材料厂商提供的正负极材料、电解液和隔膜生产出不同规格、不同容量的锂离子电芯产品；模组厂商根据下游客户产品的不同性能、使用要求选择不同的锂离子电芯、不同的电源管理系统方案、不同的精密结构件、不同的制造工艺等进行锂离子电池模组的设计与生产。

锂离子电池产业链的下游应用包括消费电子产品、电动交通工具和工业储能等，产业链结构图如下：

## 二 锂电池行业生命周期

锂电池的容量比高，重量轻，循环次数多，材料环保，被广泛应用于消费电子、动力和储能市场。近年来，随着智能手机的普及以及新能源汽车的兴起，锂电池市场需求快速增长，从业企业、电池产能产量持续增加，从行业生命周期的阶段来看，锂电池行业目前正处于快速成长期。

锂电池行业成长期阶段主要呈现以下几个特点：

- 1、需求持续快速提升；
- 2、应用领域不断扩大；
- 3、各项标准、各项工艺尚不统一；
- 4、从业企业不断增加；
- 5、产品价格持续下降；
- 6、规模优势企业逐步体现。

## 三 锂电池材料行业市场现状

### 1、正极材料



20\_\_-20\_\_年，锂电池正极材料增长主要由手机、平板、移动电源等带动，但历年增速呈下滑态势，由此说明数码市场增速开始趋于饱和。20\_\_年，受新能源汽车动力电池爆发带动，正极材料市场增长强劲，20\_\_年，中国正极材料产量达 11.3 万吨，同比增长 49%。

随着新能源汽车需求量的不断快速增加，锂电池需求亦将快速增长，然消费电子领域饱和度提高，锂电池需求增速放缓。整体来看，20\_\_年，中国正极材料产量增速将有所放缓，全年产量将达\_\_万吨。

## 2、负极材料

负极材料技术相对比较成熟，且其集中度较高，产能由日本向中国转移比较明显。目前负极材料以碳素材料为主，占锂电池成本较低，在国内基本全面实现产业化。从区域看，中国和日本是全球主要的产销国，动力电池企业采购负极主要来自于日本企业。

20\_\_年，全球负极材料总体出货量为 11.08 万吨，同比增长 29.59%。其中中国负极材料的出货量达到 7.28 万吨，同比增长 41.1%，占比高达 66%。近几年，随着中国生产技术的不断提高，中国又是负极材料原料的主要产地，锂电负极产业不断向中国转移，市场占有率不断提高。

### 3、隔膜材料

从全球锂离子电池隔膜市场来看，目前世界上只有美国、日本、韩国等少数几个国家拥有行业领先的生产技术和相应的规模化产业。20\_\_年，全球隔膜出货量为 \_\_.5 亿平米，同比增长 42.67%，其中湿法隔膜为 9.06 亿平，占比 58.53%；中国隔膜出货量 6.28 亿平米，同比增长 49.5%，其中，湿法隔膜产量仅为 2.38 亿平米，同比增长 90.5%。中国国产隔膜仍以干法为主，但是湿法出货量增速正在加快。

### 4、电解液

20\_\_年，全球电解液整体产量为 11.1 万吨，同比增长 34.3%；中国电解液产量为 6.9 万吨，同比增长 52.7%；从增长速度来看，中国电解液产量的增长速度明显高于全球。

### 四锂电池材料技术特点及技术趋势

锂离子电池产业需要多项技术整合，包括电化学技术，生产技术、电子技术、材料开发技术等。锂离子电池不仅在理论上需要不断开发，对生产要求也相当高，必须要借助良好的设备和厂房条件以及高素质的技术工人，才能生产出合格的锂离子电池。

从原材料的技术壁垒上看，锂离子电池行业技术上隔膜 > 正极材料 > 电解液 > 负极材料。但目前一直阻碍锂离子电池产业化应用发展的战略核心问题是正极材料，一方面正极材料在锂离子电

池中所占成本最高，降低正极材料的成本利于锂离子电池推广应用，另一方面正极材料是锂离子电池电化学性能的决定性因素，目前正极材料尚不能完全满足下游电动交通工具和工业储能领域的大规模应用要求。

正极材料是锂离子电池最为关键的原材料，不同的正极材料性能各有利弊，根据下游产品的需求，选择的正极材料品种不尽相同。消费类电子产品领域锂离子电池正极材料的性能需求侧重锂离子电池能量密度和安全性，钴酸锂为目前消费类电子产品锂离子电池主要的正极材料；动力电池正极材料的性能需求为高电压、高能量、高功率和宽温度范围，磷酸铁锂、锰酸锂、三元材料是目前动力锂离子电池正极材料的主要原材料，其中三元材料是未来动力电池正极材料的趋势；在动力电池方面，钛酸锂是新的发展方向。

负极材料技术与市场均较为成熟，主要以碳素材料为主，石墨类负极材料在负极材料中处于绝对主流的优势。常规石墨负极材料的倍率性能已经难以满足锂离子电池下游产品的需求。在消费类电子产品方面，需要提高电池的能量密度，以硅-碳(Si-C)复合材料为代表的新型高容量负极材料是未来发展趋势。

隔膜的生产技术壁垒最高，市场上的隔膜材料主要是以聚乙烯(PE)、聚丙烯(PP)为主的聚烯烃类隔膜。未来隔膜行业发展趋势是更轻薄、更安全。随着锂离子电池在消费类电子产品、电动

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/605104041241012003>