

简单的市场分析报告



目录

- 市场概述
- 市场分析方法
- 目标市场选择
- 竞争策略
- 市场趋势与预测
- 结论与建议



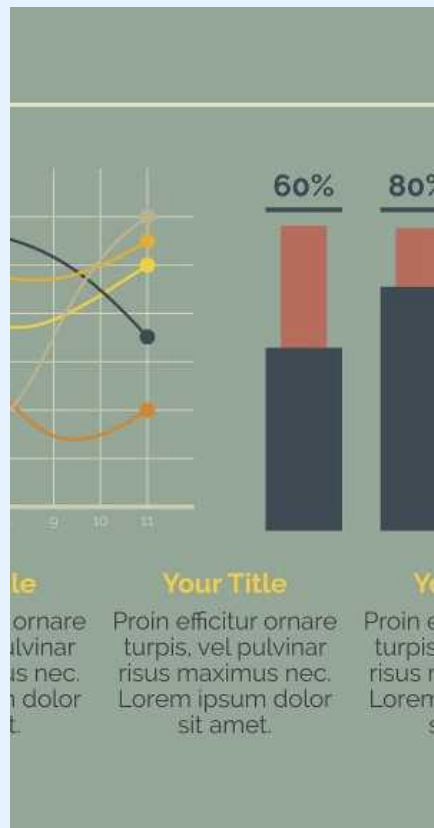
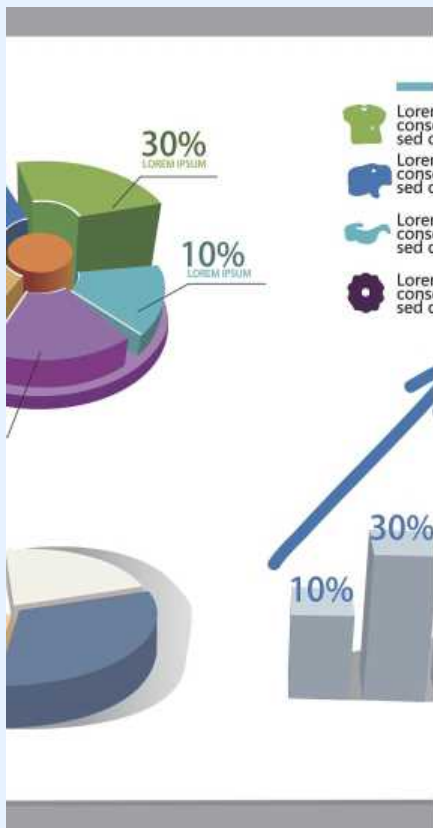
01

市场概述





定义与范围



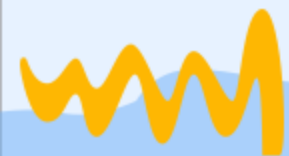
定义

市场是商品和服务交易的场所，由买家和卖家构成。



范围

市场可以根据地理、行业、消费者群体等因素进行划分，不同市场具有不同的特点和规则。





市场结构与类型

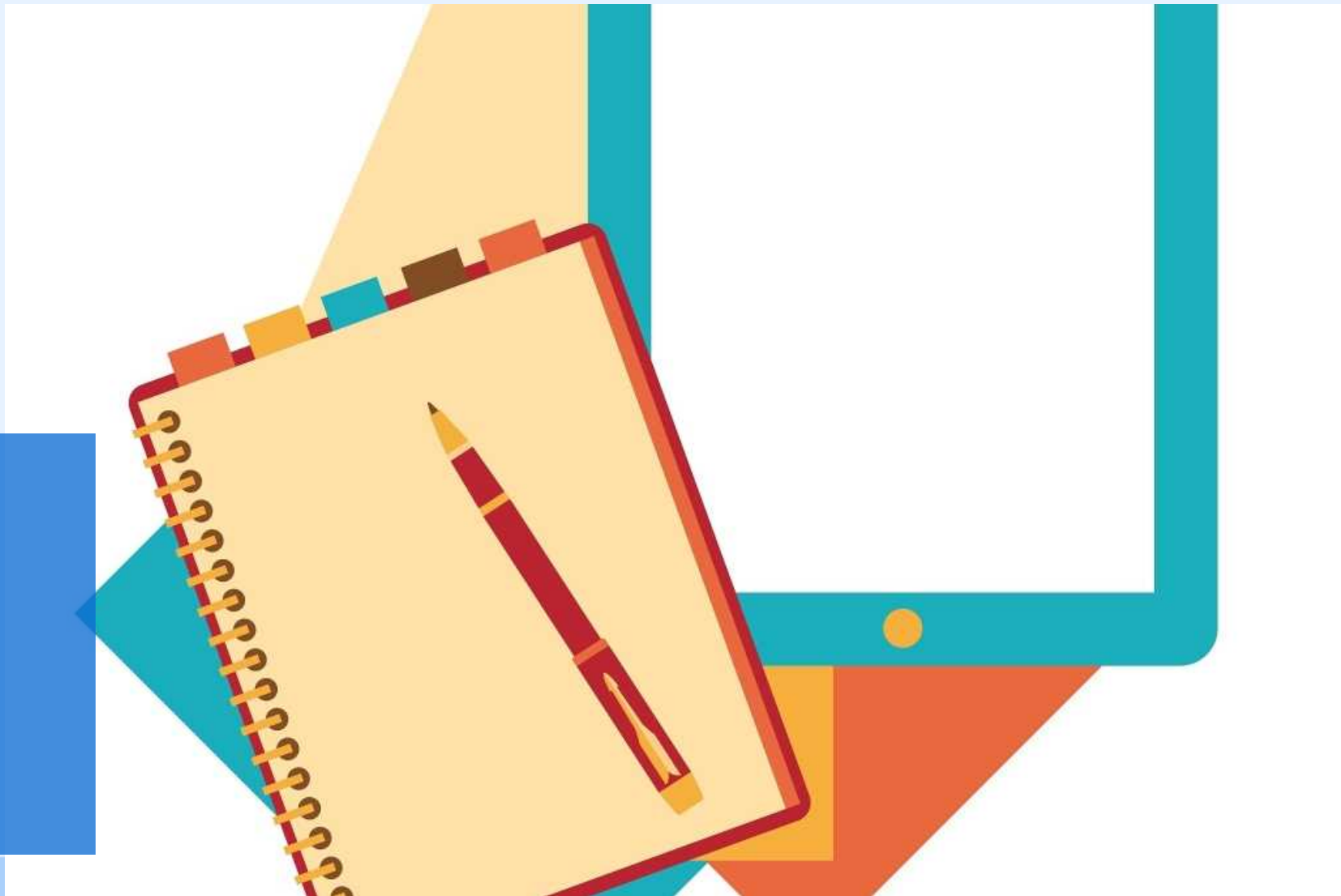


市场结构

市场结构可以根据竞争程度和垄断程度进行分类，包括完全竞争、垄断竞争、寡头垄断和完全垄断等。

市场类型

市场可以根据交易方式、交易对象等进行分类，如消费品市场、工业品市场、金融市场等。





市场发展历程



01



早期市场



早期的市场通常是集市的形式，买卖双方直接交易。

02



现代市场



现代市场通常是通过互联网、交易所等平台进行交易，市场规模和交易量都大大增加。

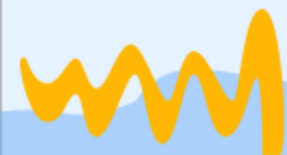
03



未来市场



未来市场将更加智能化、数字化和全球化，交易方式和交易对象也将更加多样化。



02

市场分析方法





SWOT分析



01

总结词

SWOT分析是一种战略分析工具，通过对企业或产品的优势（Strengths）、劣势（Weaknesses）、机会（Opportunities）和威胁（Threats）进行评估，为企业制定战略提供依据。

02

优势

识别企业或产品在市场中的竞争优势，如品牌知名度、技术实力、成本优势等。

03

劣势

分析企业或产品在市场中的不足之处，如产品质量问题、品牌形象不佳、缺乏创新能力等。

04

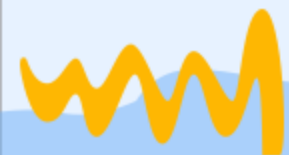
机会

寻找市场中的发展机遇，如新兴市场需求、政策支持、技术创新等。

05

威胁

识别市场中的潜在风险和威胁，如竞争对手的威胁、政策变化、经济波动等。





PEST分析



总结词：PEST分析是一种宏观环境分析工具，通过对政治（Political）、经济（Economic）、社会（Social）和技术（Technological）四个方面进行分析，为企业制定战略提供依据。



政治：评估国家政策、法律法规对企业或产品的影响。



经济：分析宏观经济形势、市场需求对企业或产品的影响。



社会：研究社会文化、人口结构对企业或产品的影响。



技术：评估新技术、新发明对企业或产品的影响。





五力模型



总结词

五力模型是一种产业环境分析工具，通过对潜在进入者、替代品、供应商、购买者和现有竞争者五个方面的分析，为企业制定竞争策略提供依据。



潜在进入者

评估潜在进入者对企业或产品的威胁程度。



替代品

分析替代品对企业或产品的竞争压力。



供应商

研究供应商的议价能力对企业或产品的影响。



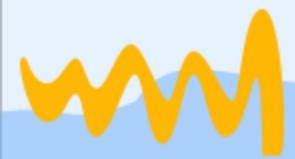
购买者

评估购买者的议价能力对企业或产品的影响。



现有竞争者

分析现有竞争者的竞争态势和策略。





竞争者分析



01

总结词

竞争者分析是对竞争对手的战略、能力、弱点和市场表现进行深入研究的分析方法，旨在了解竞争对手的优势和劣势，从而制定有效的竞争策略。

02

对手战略

研究竞争对手的市场定位、产品组合和营销策略等。

03

对手能力

评估竞争对手的技术实力、生产能力、销售渠道等。

04

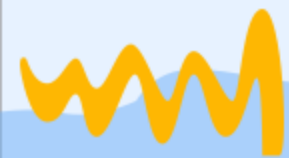
对手弱点

寻找竞争对手的不足之处，如产品质量问题、品牌形象不佳等。

05

市场表现

分析竞争对手的市场份额、销售业绩、客户满意度等指标。



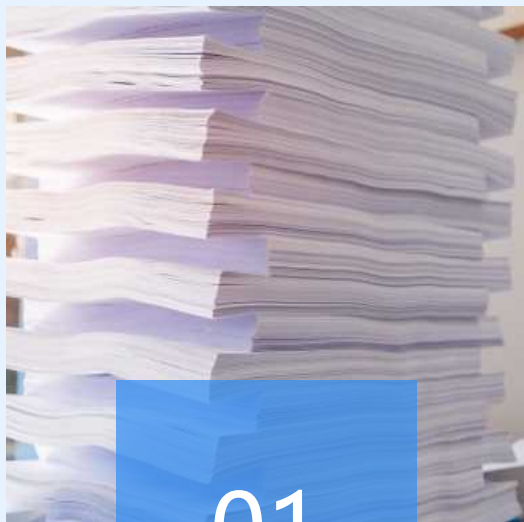
03

目标市场选择





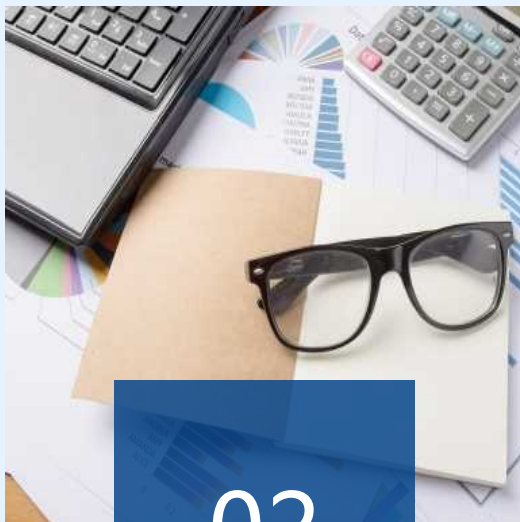
市场细分



01

按照产品类型

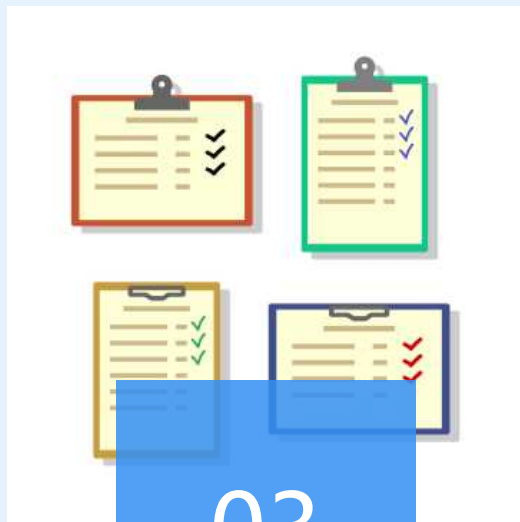
将市场按照产品类型进行划分，
如电子产品、服装、食品等。



02

按照消费者群体

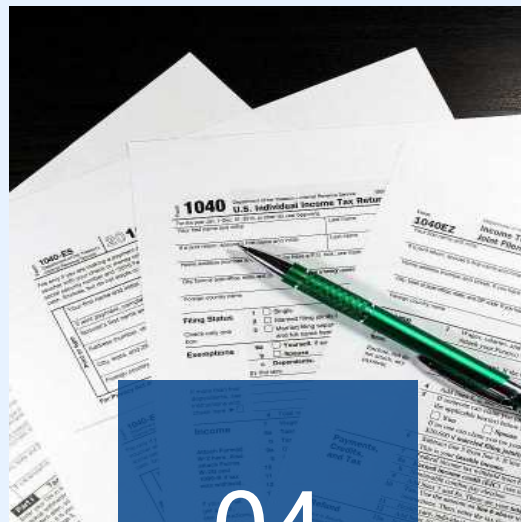
将市场按照消费者群体进行划分，
如年轻人、老年人、男性、
女性等。



03

按照地理位置

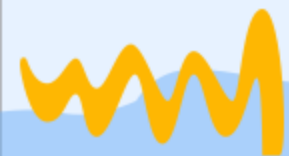
将市场按照地理位置进行划分，
如城市、乡村、南方、北方等。



04

按照消费水平

将市场按照消费者的消费水平
进行划分，如高端、中端、低
端市场。



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/757031004054006100>