

## 市场调研报告怎么写\_市场调研报告范文 5 篇

调研范围及目的，说明本次调研所涉及到的对象和范围，如产品线客户的需求，主要竞争对手等，并陈述各部分调研的具体目的。下面就是本店铺给大家带来的市场调研报告怎么写，希望能帮助到大家！

### 市场调研报告怎么写 1

市场定位准确是取得经营成果的关键

杭州大厦购物中心是杭城著名的大型零售商场之一。几年来在市场竞争中，由于重视调查研究，搞好市场定位，掌握商战主动权取得了明显成果。1993 年杭州大厦购物中心重新装修后，即以中高档定位作为目标市场。为了验证购物中心市场定位是否准确，揭示经营效果与市场定位的相关性，我们开展了商场客源的调查，并通过对顾客的基本情况及其购物动机的统计分析，对上述问题作出一个客观的结论性的判断。

#### 一、调查目的

考察顾客的性别、年龄、居住地、职业和经济收入等关于顾客的基本情况；调查顾客的购物动机。

#### 二、调查方法

1. 调查对象。以来购物中心购物的顾客为调查总体，从中随机抽取 1487 名顾客作为调查的具体对象。

2. 调查问卷。问卷分性别、年龄、居住地、职业、经济收入厦购

物动机 6 个项目。各题均采用封闭式设计，要求调查对象根据实际情况在各题所列的选择项中选取一项，作为对该题的回答。

3. 调查问卷的分发。调查问卷由商场工作人员在商场内随机分发，当场回收。回收率为 100%。

4. 数据处理。：调查问卷数据由 spss 统计软件处理。

### 三、调查结果分析

1. 顾客的性别构成。1487 名调查对象中男顾客 699 人，占总数的 47%，女顾客为 788 人，占总数的 53%。卡方(x<sup>2</sup>)拟合度检验不同性别的顾客人数之间有显著差别(显著性水平为 0.05)。来商场购物的女性顾客明显多于男性顾客。

2. 顾客的年龄组成。如表 1 所示，34 岁以下的顾客 1106 人，占总数的 74.4%；而 35 岁以上的顾客仅有 381 人，占总数的 25.6%。卡方(x<sup>2</sup>)拟合度检验不同年龄顾客人数之间有显著差别(显著性水平为 0.05)。来商场购物的顾客主要是年轻人。

表 1 顾客的年龄组成

25 岁以下	26-34 岁	35-54 岁	55 岁以上
511(34.4%)	595(40.4%)	333(22.4%)	48(3.2%)

(注：表十括号内为该年龄组人数在 1487 名调查对象中所占的百分比数。经下各表相同。)

3. 顾客的居住地分布。如表 2 所示，来自杭州市区的顾客有 956 人，占顾客总数的 64.4%。卡方(x<sup>2</sup>)拟合度检验不同居住地顾客人数之间有显著差别(显著性水平为 0.05)。来商场购物的顾客主要是杭

州市区的顾客。

表 2 顾客的居住地分布

杭州市区 杭州地区县市 省内其他县市 省外

956(64.4%) 173(11.6%) 177(11.9%) 181(12.2%)

4. 顾客的职业分类。如表 3 所示，顾客职业是公司企业职员、事业单位职员和工人的人数分别为 447 人、349 人和 198 人，三种职业的顾客人数占总人数的 66.9%。卡方(x<sup>2</sup>)拟合度检验不同职业顾客人数之间有显著差别(显著性水平为 0.05)。来商场购物的顾客职业主要是公司企业职

员、事业单位职员和工厂工人。

表 3 顾客的职业分类

职业 人数 百分数(%) 职业 人数 百分数(%)

公司企业职员 447 30.1 其他职业 66 4.4

事业单位职员 349 23.5 军人 41 2.8

工人 198 13.3 退休人员 39 2.6

个体经营者 110 7.4 农民 33 2.2

教师 104 7.0 学生 100 6.7

总数 1478 100

5. 顾客的月薪收入。如表 4 所示有 748 人，占总数的 50.3%；在 1001 月薪在 501-1000 元范围内的顾客 x 元范围内的顾客有 376 人，占 25.3%。卡方(x<sup>2</sup>)拟合度检验不同月薪的顾客人数之间有显著差别(显著性水平为 0.05)。有 75.6%的顾客月薪在 501—x 元范围内。

表 4 顾客的月薪收入

市场调研报告怎么写 2

21 世纪之初，我国政府大力鼓励发展原创，并推进动漫产业向市场化和国际化迈进，并将动漫业发展为大国强国作为终结目标，开始了我国动漫产业稳步健康发展之路，

由于我国动漫产业在发展模式上几经周折，产业发展举步维艰。在我国目前的动漫市场份额中，日本动漫占 60%，欧美动漫占 29%，中国原创动漫仅占 11%，近 90%的中国动漫市场份额被国外动漫产品垄断。

近年来，随着经济全球化不断发展，必然带来文化全球化的推进，当前，经济与文化的结合紧密的程度，已超过了历史任何一个时期，文化已成为经济竞争的最高形式。我国人口众多，仅动漫主要受众人群的青少年就有 3.7 亿，如果受众人群向中老年人扩展，我国喜好动漫人群还会扩大，随着经济发展和人们生活水平提高，仅国内需求就可以支撑动漫产业较好地发展，加上在国际动漫市场份额不断扩大，将为我国动漫产业发展提供巨大空间。x 年我国动漫产业总体规模已达 200 亿元，预计 x 年动漫产业总规模可达 250 亿元。按中国庞大的青少年和儿童消费群体测算，未来几年里，中国动漫产业至少有 1000 亿元的潜在市场空间，因而被称为 x 期间的“新金矿”。

下面的数从一个侧面说明了这种潜力。据统计，1993 年到 x 年，我国国产动画片总产量仅为 4.6 万分钟，而 x 年一年的产量就达到 2.18 万分钟，x 年产量为 4.27 万分钟。到 x 年，我国动画片总产量

增至 10 万分钟，今年更有望突破 12 万分钟。

目前，中国人有近 5 亿直接阅读漫画或收看动画片，从而使中国成为世界上最大的动漫消费市场。但与庞大的市场相比，中国的动漫产业还欠发达。不过，近年来，国家和政府对国产动漫加大扶持，同时，中国已经有几百所设有动画专业的院校，培养了大批动漫人才。这些都成为了促进我国动漫产业快速发展的有利条件。按国家规定的全国省级、副省级电视台三年内全部开通少儿频道的要求，到三年后，全国电视台每天需要 5000 分钟、全年需要 180 万分钟的动画节目，国产动画产业年产值将在 1000 亿元人民币以上，我国将在 5~x 年内，确保动漫产业产值占到 gdp 的 1%。这个 1%算下来就是 x 多亿人民币。由此看，动漫产品具有庞大的消费市场和巨大的发展空间。

动漫产业包括创作、制作媒体传播产品的产业和设计生产与动漫相关的周边或衍生产品的产业。本报告详尽描述了中国动漫行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对动漫需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对动漫行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助动漫企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、中国动漫协会等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。

本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从

理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。这是我中心经过市场调查和数据采集后，由专家小组历时一年时间精心制作而成。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

x 电脑艺术设计 2 班

市场调研报告怎么写 3

市场调研是市场调查与市场研究的统称，它是个人或组织根据特定的决策问题而系统地设计、搜集、记录、整理、分析及研究市场各类信息资料、报告调研结果的工作过程。下面是本店铺整理的市场调研报告写作方法与范文。欢迎阅读。

在品牌推广之前，第一步必须进行的是对目标市场的了解、分析和研究。市场调查报告，或称市场研究报告、市场建议书是广告文案写作的一个要件。阅读市场调研报告的人，一般都是繁忙的企业经营管理者或有关机构负责人，因此，撰写市场调查报告时，要力求条理清楚、言简意赅、易读易懂。

一、市场调查报告的格式一般由：标题、目录、概述、正文、结论与建议、附件等几部分组成。

(一)标题

标题和报告日期、委托方、调查方，一般应打印在扉页上。

关于标题，一般要在与标题同一页，把被调查单位、调查内容明

确而具体地表示出来，如《关于哈尔滨市家电市场调查报告》。有的调查报告还采用正、副标题形式，一般正标题表达调查的主题，副标题则具体表明调查的单位和问题。如：《消费者眼中的棗读者群研究报告》。

## (二) 目录

如果调查报告的内容、页数较多，为了方便读者阅读，应当使用目录或索引形式列出报告所分的主要章节和附录，并注明标题、有关章节号码及页码，一般来说，目录的篇幅不宜超过一页。例如：

### 目 录

- 1、调查设计与组织实施
- 2、调查对象构成情况简介
- 3、调查的主要统计结果简介
- 4、综合分析
- 5、数据资料汇总表
- 6、附录

## (三) 概述

概述主要阐述课题的基本情况，它是按照市场调查课题的顺序将问题展开，并阐述对调查的原始资料进行选择、评价、作出结论、提出建议的原则等。主要包括三方面内容：

第一，简要说明调查目的。即简要地说明调查的由来和委托调查的原因。

第二，简要介绍调查对象和调查内容，包括调查时间、地点、对

象、范围、调查要点及所要解答的问题。

第三，简要介绍调查研究的方法。介绍调查研究的方法，有助于使人确信调查结果的可靠性，因此对所用方法要进行简短叙述，并说明选用方法的原因。例如，是用抽样调查法还是用典型调查法，是用实地调查法还是文案调查法，这些一般是在调查过程中使用的方法。另外，在分析中使用的方法，如指数平滑分析、回归分析、聚类分析等方法都应作简要说明。如果部分内容很多，应有详细的工作技术报告加以说明补充，附在市场调查报告的最后部分的附件中。

#### (四) 正文

正文是市场调查分析报告的主体部分。这部分必须准确阐明全部有关论据，包括问题的提出到引出的结论，论证的全部过程，分析研究问题的方法，还应当有可供市场活动的决策者进行独立思考的全部调查结果和必要的市场信息，以及对这些情况和内容的分析评论。

#### (五) 结论与建议

结论与建议是撰写综合分析报告的主要目的。这部分包括对引言和正文部分所提出的主要内容的总结，提出如何利用已证明为有效的措施和解决某一具体问题可供选择的方案与建议。结论和建议与正文部分的论述要紧密对应，不可以提出无证据的结论，也不要没有结论性意见的论证。

#### (六) 附件

附件是指调查报告正文包含不了或没有提及，但与正文有关必须附加说明的部分。它是对正文报告的补充或更详尽说明。包括数据汇

总表及原始资料背景材料和必要的工作技术报告，例如为调查选定样本的有关细节资料及调查期间所使用的文件副本等。

## 二、市场调查报告的内容

市场调查报告的主要内容有：

第一，说明调查目的及所要解决的问题。

第二，介绍市场背景资料。

第三，分析的方法。如样本的抽取，资料的收集、整理、分析技术等。

第四，调研数据及其分析。

第五，提出论点。即摆出自己的观点和看法。

第六，论证所提观点的基本理由。

第七，提出解决问题可供选择的建议、方案和步骤。

第八，预测可能遇到的风险、对策。

产品构思和调研报告的参考格式

### 1. 产品构思

说明产品的主要功能是什么，产品如何开发，谁购买和使用产品，如何销售。

### 2. 市场调查

说明市场发展历史和趋势，市场总额与份额统计等。

### 3. 政策调查

调查与本产品相关的政策。

### 4. 同类产品调查

调查同类产品功能、质量、价格，以及主要优点和主要缺点。

## 5. 竞争对手调查

调查各竞争对手的市场状况，以及他们在研发、销售、资金、品牌等方面的实力。

## 6. 用户调查

调查一些老用户和潜在用户，记录他们的需求与建议。

## 市场调研报告怎么写 4

### 一、市场概述

- 宝马和奥迪两大品牌联合所占市场份额进一步扩大，其他品牌受其影响市场关注份额有所减少，奥迪在本月上升较为明显。

- 厂商关注度方面，一汽奥迪和华晨宝马仍然是争夺冠军的两大热门厂商，但本月一汽奥迪迅速拉开了与华晨宝马的差距，以较为明显的优势取胜。

- 3.0l 排量和 2.5l 排量的中大型车市场关注份额有所回落，本月合计所占市场份额不足五成，宝马 5 系仍然是最受消费者关注的车系。

- 消费者的关注度集中在采用三厢车车体结构和配备了 at(自动变速器)的中大型车身上，在各自的领域均有很高的市场关注份额。

### 二、研究的基本情况

#### (一)研究目的及内容

#### 1、了解消费者对汽车的消费现状及汽车市场的消费特点

(1)、通过调研了解消费者在购买汽车时所考虑的因素价格配置

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/895341020234012003>