

2024 市场营销情况调研规范

市场营销情况调研 1

随着社会信息化进程的加快，高新科技产品成为消费热点，手机作为其代表之一，而大学生也作为一个潜在的消费群体，两者越来越多的受到更多的关注。本次调研重点分析了影响大学生购买决策的因素。

- 一、调查目的：了解手机在大学生中使用的状况及其购买原因
- 二、调查对象：大学生
- 三、调查样本：百名大学生
- 四、调查时间：20xx 年 11 月 05 日——20xx 年 11 月 07 日
- 五、调查方式：网络问卷 传统问卷
- 六、调查地点：黄淮学院
- 七、调研统计人：黄淮学院中文系广电 0801Bxxx 小组
- 八、调查数据统计分析：

本次调查共有 100 人参加并且完成了问卷，有效回收率为 90%。并且参加调查的朋友具有很高的随机性，保证了本次调研具有一定普遍意义。我们主要针对大学生手机拥有和需求状况、学生手机的使用要求分析、学生手机族的消费动机分析、学生手机族的目标确立分析 5 个方面进行数据统计和分析并最后给出我们小组的综合建议。

在接受调查的 100 名大学生中，涵盖了从专一到大四的样本，性别构成上也基本持平，其中女性占 47%，男性比例是 53%。

1、大学生手机拥有和需求状况：

调查数据显示，在被访者中有 90% 的学生拥有手机。同时 16% 的学生将会在近期更换手机。从这些数据可看出：随着人们生活水平的提高，手机在大学里已不再是新鲜事物了，已基本普及。大学生已经成为手机市场中一个不容忽视的消费者群体。

2、现在使用哪个牌子的手机？

到底哪个手机商拥有的顾客最多呢？想必这是手机商们最关心的问题。最多人使用的手机牌子是——诺基亚，在调查中，一共 36% 的人使用这款手机，耐用是它的一个最大卖点，而不断扩张的功能也使不少人选择它；而排名第二位的是索尼爱立信，虽然使用者人数却是诺基亚的一半，即总人数的 18%，但它的市场份额有不断扩大的趋势，亮丽的外形与实用的功能是不少人选择的重点；第三位是三星，占 13%，三星虽然拥有高技术，但价钱却令不少学生消费者望而却步；接着是天语和 OPPO 均占 6%；苹果占 3%；摩托罗拉占 2%；接着是联想和国产牌子，均是占总人数的 1%。

3、你获得手机信息的途径是？

网络占总调查人数的 42%，电视广告占 31%，朋友介绍占 21%，宣传片占 5%；来历不明占 1%，以上调查表明，随着信息化的发展，网络已成为大家获得信息的主要渠道，这说明手机生产商和销售商在校园里所做的宣传还不是很充分。

4、你选择手机着重哪方面？

在调查中表明，外型是大学生选择手机时最着重的方面，占 44%；但新人类并非一味追求外表漂亮的，“内涵”也很重要，所以手机功能和质量也占有一席之地，分别占 40%和 38%；其次着重的则是价格，看来现在的大学生还是比较看重实际的；接着，品牌和售后服务占 34%；待机时间和音效均占到了 26%；颜色和重量分别占了 13%和 6%；其它方面也占 2%。

5、在手机价格的调查中，我们发现消费者比较倾向于 1000 元至 1500 元的价位，其比例高达 43%。另外，有 31%的消费者表示会选择 1000 元以下的手机。当然，也有部分消费者购买高价位手机，其中，选 1500 至 20xx 元的消费者占 17%，20xx 元以上的占 9%。

6、对消费者购买手机地点的调查发现，消费者购买手机的地点较为集中，大体上分布在手机大卖场和品牌专卖店，其比例分别为 56%和 38%，其它的只占 6.5%。手机是高科技产品，大家对其功能和质量的要求又比较看重，而手机大卖场或品牌专卖店的销售人员素质相对较高，因而容易赢得消费者的信任。此外手机大卖场的价格优势也是学生朋友们考虑的重要因素。

从以上的分析中，我们应该清楚地看到学生消费者的确是一个不容忽视的消费群体，并且随着时间的推移，这一特殊的消费群体越来越表现出其巨大的消费潜力。因此，提高对他们的注意，加紧开发这片新市场，对于各大手机厂商脱离困境，打破瓶颈，将会起到积极的促进作用。就此，我们提出了几点建议：

第一。继续推行中低档手机路线，专为学生消费者开发、设计功能不是很全，但具备一些学生消费群体较喜欢的基本功能并且款式、造型、颜色等方面能够吸引学生的手机，这对抓住学生消费者无疑是很好的办法。

第二。对手机销售商来说，在销售地点选择上，主要将手机放在离学校较近的手机大卖场和自己的品牌专卖店里销售；在促销上，选择赠送学生喜欢的礼物的方式；在定价上，则选择中低档价格。

第三。对品牌的广告代理商来说，强调品牌的情感因素而淡化品牌的功能区别因素，请那些年轻而又充满活力的明星作为自己的形象代言人，赋予手机充满青春活力、积极向上的品牌特征。

第四。在广告宣传渠道上，要力争做到范围广，传播面全。特别要重视的是，随着网络的发展，特别是在大学生里，上网已开始普及化了，这一宣传渠道绝不容忽视。

结论：通过对这次问卷调查，得到一些比较准确的第一手数据，根据数据进行科学的分析，得出了大学生使用手机的一些情况，和一些较为普遍的现象。但是并没有就此进行更深的研究与讨论。这次调查透过对大学生使用手机情况的四个主要方面的调查，较为全面的分析了大学生的使用手机的基本情况，其中得出 5 个结论：（1）中低端手机在大学生中最为普遍（2）大学生在手机上的日常消费支出增多（3）大学生对短信和上网功能使用率远远超过了通话功能（4）大学生的消费观念日趋成熟（5）大学生对手机增值业务普遍关注度不断提升。

总的来说，这次调查研究达到了预期的调查目的，较为全面地考察了影响大学生手机消费的因素。不过，在问题深入探讨研究方面还是欠缺的。主要原因是理论支持还是不够，谨以这次调查作为一次经验积累，为更深一层次的调查打下基础。

市场营销情况调研 2

一、产业背景分析

调查显示，我国人才市场对市场营销人才的需求状况，总体表现为：一方面，深受企业欢迎的高技能、高素质的适用型专业人才，非常短缺，缺口很大；另一方面，一般销售人员无人问津，大量积压。

截至 20xx 年底，我国生产型企业至少需要营销从业人员 180 万，每一家企业平均需要 10 名营销从业人员。特别是珠三角经济发达地区的国有、民营、外资等企业，需求尤其旺盛，而且呈大幅度增长趋

势。随着我国经济的高速发展，这种趋势还会更加明显，同时对专业
人才要求培养也提出了更高要求。

20xx年6月11日，成都市人力资源和社会保障局发布了《20xx年成都市重点产业和新兴产业人才开发目录》。《目录》指出，成都市人才以专业技术人才为主，经营管理高层次人才偏少。技术研发、生产技能和市场营销岗位需求为人才需求主体，经营管理类岗位高层次人才需求旺盛。《目录》也列举了成都目前人才非常紧缺的岗位，市场营销员位居第一。

四川宜宾作为我省的白酒金三角的重要组成部分，国家对白酒产业非常重视，对白酒营销人员的需求量很大、此外宜宾有着得天独厚的旅游优势国内出名的蜀南竹海、兴文石海等旅游景点需要大量的旅游营销人才，其需求非常可观。我们可以抓住宜宾本地大力发展白酒产业的机遇大力培养专业型营销人才。

二、行业背景调查

我们通过对宜宾戎州商会、创维、沃尔玛、宜潭酒业、殴芮、科讯网络、建国汽贸、成都良木缘咖啡、两岸咖啡等行业和公司的走访调查，宜宾本地、西南地区、东南沿海对营销人才需求非常大，其需求层次丰富，从基层的促销员到营销职业经纪人，有的公司甚至开出年薪10万的高薪到我院选拔营销精英人才，因此营销专业发展前景非常好。

针对以上企业的调查结果，我们做出了统计和分析，本专业毕业生可在商品流通行业、工业企业、房地产、金融保险等企业工作，从事市场调研、市场开发、营销策划、产品销售、客户管理、销售管理

、保险推销、市场分析与预测、销售网点建设、销售渠道管理等工作

。

三、行业技术应用调查

（一）行业通用技术使用调查

（调查行业普遍使用的成熟技术或工艺情况，找出其关键技术。

该项调查主要为专业骨干课程和核心课程的确定提供依据）

（二）行业未来技术使用调查

（调查行业未来会使用的新技术、新工艺。该项调查主要为专业的拓展课程或者选修课程提供依据。）

四、人才需求调查

（一）企业的岗位配置

调查宜宾四海通电讯有限责任公司营销类岗位情况：

（二）岗位的人才结构调查

就所调查的四海通电讯公司来看，对职称基本没有要求，只对学历有明确要求

（三）人才需求分析

就所调查的四海通电讯有限责任公司为例，其基层人员对中、高级技能人才需求不高，但涉及到管理工作的岗位基本都需求中、高级技能人才，在基层人员中拥有初级技能的人员拥有较好的发展前景且上手很快属于该公司最喜欢的求职者。

目前该公司营销类岗位中中、高级技能人才有 200 多人（一般左右的促销人员都具有中级或以上的技能），但应该公司没有明确要求各岗位晋升标准中没有关于职称的要求，因此不太好确定具体具有中、高级技能的人数。考虑企业发展、新老交替等因素，该公司需求至少 100 以上的具有中、高级技能的人才。特别是基层岗位需要大量的具有中、高级技能的人才提升企业销售、策划、服务的能力，进而提升企业利润，给企业带来更大的发展。

在所有营销类技能中，因该公司主要从事手机销售业务，因此对于销售、销售管理技能中、高级人才需求最为旺盛，其次为客户关系管理技能中、高级人才，对营销策划技能中、高级人才需求最少。而这种人才需求状况也基本符合市场对市场营销专业学生技能的需求状况。

（四）区域人才培养情况分析

目前全国开办市场营销专业的院校达到 1290 所，在校生的规模超过 50 万人。有数据表示，我国市场营销专业学生的对口就业率达到 96%以上，市场营销专业的就业前景良好。市场营销专业应届毕业生就业率远远高于全国大学生就业平均水平。四川省高职院校开办有市场营销专业的学校如下：（非全免统计）表 四川省高职院校同类专业布点及招生人数统计表

五、我校市场营销专业的基础和优势

20xx年四川省教育厅正式批准我院招收3年制高职生。目前连续招收8届学生。目前专业师资队伍中拥有讲师三名，33%的教师具有研究生学历、硕士学位。经过8年的努力工作，市场营销专业在专业建设、课程体系设计、教学资源库建设、精品课程、实验室建设和校外实训基地建设上取得了长足的进步，已形成了完备的教学、实训体系。

1、专业人才培养模式改革有一定基础

市场营销发展迅猛，市场瞬息万变，为了适应市场对营销人才的需求，我院市场营销专业形成了“以工带学”的人才培养模式。让学生在顶岗实习中，掌握最实战的营销技能，为学生的就业、创业打下坚实的基础。目前我专业与欧芮、沃尔玛、创维正在进行深度合作，通过工学结合取得了良好的效果，学生与企业反映良好。

2、课程体系及课程建设取得一定成效

本专业已经完成《市场营销精品课程》建设，陈琪老师自编精品教材1本，完成实践试题卷库2门，完成试题库2门，另外还有2门试题库正在建设中。

3、顶岗实习的示范优势

市场营销专业积极与沃尔玛、欧瑞、创维、康佳等国际、国内知名企业合作，大量提供顶岗实习机会，既充分给学生提供理论联系实践的机会，同时又给学生带来大量的工作经验，而且也为学生就业提

供了较好的平台，每年 11 月左右市场营销专业学生就基本提前完成就业工作。企业对市场营销专业学生的评价也较高。

五、能力素质调查

营销专业学生主要从事产品销售、销售管理、营销策划等相关工作，从事此类工作必须具备一定的能力，以下使我们从相关公司做调查统计后得出的相关职位需要的能力素质，详情见下表。

六、学生职业成长过程调查

我们从事教育不仅仅是教授学生专业知识，更要培养学生今后的发展潜力，以下是我们经过走访多家合作企业后得出的学生成长过程的调查总结。

1、学生入职首要岗位及其他入职岗位（新手）

我专业学生入职后首要岗位是从事产品销售，其主要工作是接待客户，向客户介绍产品，并将产品销售给顾客，另外做一定的售后服务。

2、2—3 年岗位

学生毕业后 2—3 年后已经成为销售骨干了，此时他们将得到公司重用从而开始进入销售管理岗位，但是由于工作经验有限毕业生所能从事的主要是基层的销售管理工作，比如门店店长，此工作主要是管理 1—2 店的管理工作，带领员工一起创造销售业绩。

3、未来 3—5 年岗位

学生毕业 3—5 年后，有相当的营销管理经验了，具备了从事营销策划的能力，可以从事活动的总体促销、策划、推广工作。

4、未来 6—8 年岗位

学生毕业 6—8 年后已经非常熟悉工作流程了，也非常熟悉业务，通过几年锻炼已经能胜任更高级的管理工作，比如片区经理，此工作主要是管理公司一个片区的经营管理工作。

5、10 年以后的岗位

10 年后毕业生通过各方面的锻炼，业务能力、综合能力得到很大提高，有能力从事更大范围的销售管理工作，比如区域经理，管理几个片区，指导各位片区的销售工作，负责人员的培训选拔等工作。

七、结论

通过市场调查，我们得出市场营销专业学生有着广泛的就业前景，通过多与市场接触调查了解，开发新课程，将企业的培训课程引进学校，通过校企合作，我们能培养出优秀的职业经理人。

市场营销情况调研 3

一、产业背景分析

调查显示，我国人才市场对市场营销人才的需求状况，总体表现为：一方面，深受企业欢迎的高技能、高素质的适用型专业人才，非常短缺，缺口很大；另一方面，一般销售人员无人问津，大量积压。

截至 20xx 年底，我国生产型企业至少需要营销从业人员 180 万，每一家企业平均需要 10 名营销从业人员。特别是珠三角经济发达地区的国有、民营、外资等企业，需求尤其旺盛，而且呈大幅度增长趋势。随着我国经济的高速发展，这种趋势还会更加明显，同时对专业人才要求培养也提出了更高要求。

20xx年6月11日，成都市人力资源和社会保障局发布了《20xx年成都市重点产业和新兴产业人才开发目录》。《目录》指出，成都市人才以专业技术人才为主，经营管理高层次人才偏少。技术研发、生产技能和市场营销岗位需求为人才需求主体，经营管理类岗位高层次人才需求旺盛。《目录》也列举了成都目前人才非常紧缺的岗位，市场营销员位居第一。

四川宜宾作为我省的白酒金三角的重要组成部分，国家对白酒产业非常重视，对白酒营销人员的需求量很大、此外宜宾有着得天独厚的旅游优势国内出名的蜀南竹海、兴文石海等旅游景点需要大量的旅游营销人才，其需求非常可观。我们可以抓住宜宾本地大力发展白酒产业的机遇大力培养专业型营销人才。

二、行业背景调查

我们通过对宜宾戎州商会、创维、沃尔玛、宜潭酒业、殴芮、科讯网络、建国汽贸、成都良木缘咖啡、两岸咖啡等行业和公司的走访调查，宜宾本地、西南地区、东南沿海对营销人才需求非常大，其需求层次丰富，从基层的促销员到营销职业经纪人，有的公司甚至开出年薪10万的高薪到我院选拔营销精英人才，因此营销专业发展前景非常好。

针对以上企业的调查结果，我们做出了统计和分析，本专业毕业生可在商品流通行业、工业企业、房地产、金融保险等企业工作，从事市场调研、市场开发、营销策划、产品销售、客户管理、销售管理、保险推销、市场分析与预测、销售网点建设、销售渠道管理等工作。

三、行业技术应用调查

（一）行业通用技术使用调查

（调查行业普遍使用的成熟技术或工艺情况，找出其关键技术。该项调查主要为专业骨干课程和核心课程的确定提供依据）

（二）行业未来技术使用调查

（调查行业未来会使用的新技术、新工艺。该项调查主要为专业的拓展课程或者选修课程提供依据。）

四、人才需求调查

（一）企业的岗位配置

调查宜宾四海通电讯有限责任公司营销类岗位情况：

（二）岗位的人才结构调查

就所调查的四海通电讯公司来看，对职称基本没有要求，只对学历有明确要求

（三）人才需求分析

就所调查的四海通电讯有限责任公司为例，其基层人员对中、高级技能人才需求不高，但涉及到管理工作的岗位基本都需求中、高级

技能人才，在基层人员中拥有初级技能的人员拥有较好的发展前景且上手很快属于该公司最喜欢的求职者。

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/996232002015010241>