

2023年产品设计市场调查报告 产品市场 调查报告(大全7篇)

在经济发展迅速的今天，报告不再是罕见的东西，报告中提到的所有信息应该是准确无误的。通过报告，人们可以获取最新的信息，深入分析问题，并采取相应的行动。下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

产品设计市场调查报告篇一

化工是我市支柱产业□20xx年限额以上化工生产企业实现销售收入1306亿元，化工(不含石油)经济总量和行业竞争实力在全省各地市中均居第一位，在全国也具有举足轻重的地位。根据市领导关于产业结构调整讲话精神，加快推进我市化工产业布局调整，已经刻不容缓。

全市现有化工园区或化工生产集中区26个，其中临淄5个(含齐鲁化工区)、桓台4个、张店6个、淄川3个、周村2个、博山2个、沂源1个、高青1个(规划中)、市高新区2个，化工园区或集中区座落于省级以上开发区内的有10个。

(一)产业布局散乱，缺乏统一规划。我市化工企业数量多，居全省首位，且危险化学品生产企业数量占全省近一半。规模小，除齐鲁公司外□20xx年销售收入过10亿元的企业仅有10家，规模以上的企业529家，规模以下的企业近900家。聚集度差，全市1400家企业中仅有603家在化工园区或化工集中区内，其它约800家企业则分散在全市各村镇，安全、环保隐患大。城企交错，“工业围城”现象较为突出。

(二)化工专业园区少，基础设施配套不完善。我市经省级和省级以上批准的化工或与化工相关的工业园区较少，且多数为综合工业园区，没有明确的化工专业园区规划，部分园区

没有统一的污水处理设施，我市在历史发展中形成了一些化工集中区，但缺少统一规划，有些只是企业相对集中，环保设施薄弱或基本没有，有的离城区或居民区较近，这些企业的发展已经对周边大气及地下水造成污染。

(一)结合城市发展规划，科学规划化工产业布局。提高城市规划水平，统一规划城市建设和工业布局特别是化工产业布局，科学规划布局好工业区，避免出现新的“工业围城”、“污染围城”。

(二)高起点规划现有工业园区，提高园区配套功能。我市现有的省级以上工业园区是我市今后化工发展的主要载体，将承担新企业、新项目建设和老企业搬迁的重任，需高度重视，超前科学规划。其它省级工业园区应在园区内单独规划设立化工专业园区，并加快建设完善水、电、汽、污水处理排污等公用配套设施。

(三)规范化工集中区，促其尽快发展为化工专业园区。对远离城区、村庄且聚集企业较多的集中区保留下来，规范发展，但需要抓紧建设污水集中处理等设施，提高配套能力，促其尽快发展成为化工专业园区；对离城区或村庄较近、企业又不多的集中区建议通过提高安全、环保标准等措施逐步关停；对已在城区的化工集中区如张店城区东部化工区，市里需尽快出台有关政策使企业迁出。

(四)制定政策，引导化工企业加快入驻化工园区或化工集中区。我市应制定相应优惠政策，促进现有化工园区或集中区外的企业逐步入驻化工园区或化工集中区。对规模较大的化工企业，只要有完善环保设施、“三废”达标排放，且符合产业政策，可以保留发展，甚至可以以这些企业为龙头发展化工园区。

(五)新建化工企业必须进化工园区或化工集中区。化工产业园区一体化、规模化发展，是国内外公认的符合化工产业自

身特点的最佳发展模式。我市应明确规定：今后新建化工生产企业或化工项目，一律进入指定的. 化工园区或化工集中区，并对投资规模、项目水平等做出相应规定，凡不在化工园区或集中区建设化工项目，工商、安监、环保、节能和行业主管部门应一律不再审批。

产品设计市场调查报告篇二

这些问题，都可以在经销商那儿得到答案。

对于做灯的人来说，达美照明在山西可谓家喻户晓，山西达美运营中心渠道经理刘斌介绍，达美照明作为商业照明传统品牌，发展势头非常强势，尤其是进入led时代，达美照明推出的产品深受大家认可，前三季度销量就突破了200万元大关，受到大家欢迎的产品有dd32筒灯系列□dc418cob射灯系列□dd31cob筒灯系列等等，而且达美照明推出了平板筒灯开始流入市场。

刘斌称介绍，达美推出的新品非常好，在推广过程中受到了消费者以及经销商的认可，但是要想让新的产品在市场上得到成熟发展，是要通过时间来衡量的。

今年，达美照明每个月销量都有提升，目前客户群体还在增加当中，通过前三个季度来看，第四季度随着达美产品的完善，受欢迎程度会更高，销量也有明显提升。

靓度照明山西运营中心从20xx年成立至今，目前已经成为山西最大的批发商之一。

据介绍，靓度照明的产品是以筒灯、射灯为主，在太原乃至山西市场上性价比极高，批发量非常大，尤其今年10月份推出的小透镜天花灯，一个天花灯有6个灯珠，每个灯珠足功率0.5w□6个下来也是3w□但是外形更加美观大方，比同等3w3颗珠子的要亮，进入市场就受到了极大的关注，每天

店面的出货量都不低于几百件。

从靓度照明山西运营中心颜敏琦处了解到，靓度每个月都会有新品上市，有些产品只要进入市场就会供不应求。

这也表明了靓度照明的研发团队是非常有优势的，消费者对靓度照明也是非常认可。“无论新品还是旧品，靓度出品全是好的产品”，颜敏琦说道。

据不完全统计显示3w的led球泡灯在10元左右比较能被消费者接受，7元左右的led灯泡销量最好，“雪莱特”3w球泡价格恰好在7元左右。

1.5—2元左右的球泡卖一段时间由于返修率极高就很少有人问津了。

据刚从广州回来的经销商朋友讲，0.65元的球泡在不久也可以看到了。

看来，并不是价格越低越好，大多数消费还是比较理性的，在寻求最高的性价比，价格太低，怕质量不好，市面上1.5元左右的led球泡灯灯体一般都是采用塑壳，几乎没有散热功能，光源采用国产led灯珠，这种产品性能不稳定，能用半年就不错了。

河北雪莱特总代理谢永智说：代理led球泡灯，我最关注的还是产品性能、质量、价格、品牌度和推广力度等，就如我代理的雪莱特led球泡，无论是外观、品质还是品牌度上都比较有优势。

现在led球泡品牌众多，市场混乱，但整体来说，还是传统品牌的led球泡更具优势。这些品牌不仅产品质量有保障，而且性价比较高。每个消费者都希望能保证品质的情况尽量买到价格低的产品。

因此，如果led球泡灯的在保证质量的情况下，将价格控制在10元以下，消费更容易接受，销量也会更好。而对于价格过高的产品，消费者不是很容易接受。

另外，还有一个是品牌意识，如果品牌比较好，价格稍微贵一点，也是比较让人容易接受的，毕竟，质量有保证，买着放心。

第4季度来临，为了增加销量，经销商们还在想尽办法做最后的挣扎。大多数经销商采取的措施是降价大促销，让利消费者，甚至有的经销商对于库存太多的、不受顾客喜欢的灯具实行“给钱就卖”。

近日，笔者走访了沈阳各大灯具市场，与诸多经销商一起探讨第4季度如何做活市场的问题，当问及在诸多吸引消费者的措施中，是否会选择增加新品这类措施时，众多经销商表示了不同的看法。

基本上的情况是，新加入行业的经销商敢于尝试，灯饰行业的老行家表现畏惧；形成规模的大商家继续前进，本来规模就不大的小夫妻店早早打起了“甩货”战术。

作为介入灯饰行业多年的老商户，沈阳亮美佳灯饰经销处总经理王新表示，虽然灯饰行业今年不太景气，自己的生意也多多少少受了一些影响，即便是销售淡季来临了，自己也会选择继续引进最新产品，因为如果自己不舍得投入，就有可能陷入恶性循环的尴尬境地，到明年旺季到来，再想搞活买卖就没那么简单了。

尽管现在就之前相比，每天的销量降低了，但是就总体产品来说，新引进的几款产品销量所占比重还是很大的。的确，笔者也在亮美佳灯饰商行里看看，几款旧灯已经下架，替换上去了几款最新的现代简约灯饰。

同时，笔者也紧着采访了位于沈阳亮美佳灯饰商行对面的小个体商铺，店长表示，年前不准备再引进新产品了，因为今年库房压货太多了，现在已经有点入不敷出了，想想继续进货，心里真的有点胆怯。

随即，笔者采访了张士灯具城今年秋季刚刚成立的阳城灯饰，总经理李宁洲表示，作为新成立的商户，现在一切还处于探索摸索期，追求一个“新”字，本来就没有多少库存，因此现在只要遇到适合自己店铺风格和主题的灯饰就会积极引进来，“这样才能抓住顾客的眼球嘛”，李宁洲说。

11月4日，笔者走访了亚浦耳照明陕西总代理刘彦刚。据他介绍，他与长城电工、亚浦耳携手6年了，亚浦耳led灯丝灯自去年6月份进入西安市场以来，市场反响强烈。

亚浦耳灯丝灯凭借其类似白炽灯的外形特点、360度全方位发光的光效性能、高散热、质保两年等产品优势，短短几个月时间，先后与高端卖场内的水晶灯、欧式灯及云石灯商户携手合作，快速打开市场局面，抢占市场制高点。

亚浦耳led灯丝灯主要包括3w□1.8w□3.6w等系列产品，其中6wled灯丝灯销量稳定，基本上每个月的销量维持在50万元左右□led灯片灯涵盖1.8w-12w的全系列产品；另有led新品即将上市，所研发的led新品内置驱动将被压缩在灯头尾部，新品更具产品优势，终端已开始大量下单。目前公司已申请多项专利产品，也希望亚浦耳led灯丝灯成为代替白炽灯的终极产品。

由于led新品面临前期市场推广及业务人员的知识培训，需要厂家投入大量研发及人工成本费用，前期仅为量产阶段；今年4月中旬才开始加大陕西市场的推广力度。

目前□6wled灯丝灯的价格大概29元/个，受众群体多为高端

消费者，亚浦耳物流中心虽处同泰批发市场，但批发量还没有真正做起来，仍以零售主打市场；西安高端市场如灯玛特灯饰生活广场、大明宫钻石店、红星美凯龙等卖场内80%的高端水晶灯、欧式灯、云石灯及小部分中式灯商户均与亚浦耳合作，成交率达50%。

产品设计市场调查报告篇三

汽车电器主要包括：起动机、继电器、火花塞、汽车线束、汽车灯具、电池等产品，供应给新车配套和售后市场。随着近年来中国汽车市场的快速增长和汽车保有量的快速扩张，汽车电器市场蕴含着巨大的商机。

汉德咨询指出，虽然中国汽车市场的增长速度经历了20xx年和20xx“井喷”之后会逐渐放缓，但20xx年仍将保持年均15%的增速。20xx年，中国汽车产销量突破500万辆，成为世界第三大汽车生产国。20xx年1-6月，汽车产量达到281.5万辆，同比增长5%。由于5、6月份汽车市场复苏，各厂商看好，纷纷上调下半年生产计划，预计年产量将达到600万辆。以继电器为例，按照每辆新车平均使用10个继电器，20xx年需要6000万个继电器进行匹配。

在售后市场，20xx年中国民用汽车数量达到2600万辆，年均增长13%，20xx年底达到2900万辆。按照每辆二手车维修平均使用2个继电器，社会维修量按汽车保有量的5%计算，20xx年售后市场需求290万个继电器。据专家预测，到20xx年，中国民用汽车数量将达到6000万辆。这么多车需要售后配件供应，市场多大啊！

中国正在成为世界上最重要的汽车零部件需求市场，那些跨国汽车零部件巨头已经看到了这一巨大的商机，纷纷进入中国市场。

从零部件进口总体情况来看，由于中国加入wto[]进口关税进一步降低，国内汽车产品进口配额增加。与此同时，由于国内汽车市场的大好形势，产销量大幅飙升，但国产零部件不能完全满足国内汽车市场的多元化需求，高端豪华乘用车和专用专用汽车零部件的短缺使得零部件进口迅速增加。但由于汽车电器产品的技术含量相对较低，我国汽车电器元件的整体水平已经基本达到了国产和进口车型的匹配要求。而且有些企业有一定的国际市场竞争力，产品销往海外市场。在上海、浙江、江苏、湖北等地，中国汽车电器产业基地已经形成。

在出口方面，近年来，随着一些外国零部件公司来中国建立合资或独资工厂生产汽车零部件，国内零部件公司也引进技术开发和生产高科技零部件产品，在满足国内市场需求的同时，出口也在增加。目前，中国出口的零部件主要包括万向节、铝轮、刹车、座椅、汽车音响、散热器、汽车电池、汽车线束、汽车铸件等。

其中，汽车电器产品占汽车零部件出口量的20%以上，成为汽车零部件出口的主力军。据不完全统计[]20xx年上半年国内汽车电器企业出口交货值为5.6亿元，同比增长24.2%。一些发达国家和汽车生产国已成为中国汽车电器产品的主要出口国。亚洲、北美和欧洲是中国汽车电器产品的三大出口市场。同时，中东、南美、非洲等一些新兴市场的发展也取得了成效。

1、代理商的业务规模

46%的受访代理商经营汽车电器不超过5年，50%的受访代理商资产不超过50万元。可以看出，目前我国汽车电器企业虽然数量众多，但普遍规模小、运营时间短、实力弱。这些小作坊式企业虽然经营灵活，但无法形成规模效应，也有很多弊端。规模和专业化明显落后，难以形成强势品牌。

2、代理商的经营业绩

目前国内大部分汽车电器代理的经营业绩并不理想。37%被调查代理经营汽车电器的年销售收入不超过50万元，年销售收入不超过100万元的比例高达58%；63%的被调查代理经营汽车电器的毛利率不超过15%。目前，国内汽车电器主要以批发商的形式分销，销售网络松散，专业连锁不足，短期行为强烈，运营成本高，缺乏品牌支撑。因为不能形成统一的经营管理，所以在价格、质量、服务等方面都不能满足消费者。

从本次调查的五大汽车电器产品来看，目前国内代理运营汽车线束的毛利率最高，达到17、86%，其次是火花塞，以及毛利率相对较低的汽车灯具和电池。

3、流通领域汽车电器产品的品牌意识

汽车电气产品

流通领域知名度高的品牌

开头的人

法雷奥、锦州汉纳、长沙电气、博世、湖北神店、摩比斯

汽车灯

海拉，日本小学，博世，飞利浦，欧司朗

乐清果方点七克有仙功寺

ngk□德尔菲、奥特菜

火花塞

ngk□湖南火炬，美国冠军，电装，德尔菲，雷电

蓄电池

赛欧、德尔福、统一、ac德科、博世、松下、日立

4、代理商选择代理商品牌来考虑，希望得到厂家的支持

目前，虽然一些汽车电器代理销售一些质量差、价格低的产品以获取眼前利益，扰乱了市场秩序，导致市场品牌和价格混乱，产品质量良莠不齐，假冒伪劣产品充斥市场。但是大多数代理商在选择品牌的时候，还是把产品质量放在第一位，其次是产品价格和品牌。

根据调查，代理商也渴望为他们提供技术指导和广告支持。

四、国内汽车电器市场现状

虽然中国汽车电器市场的发展潜力是客观存在的，但仍处于粗放型发展的相对早期阶段，存在许多亟待整合的问题。

1、缺乏强势品牌

目前国内汽车电器企业很多，但普遍规模小，实力弱。这些小作坊式企业虽然经营灵活，但无法形成规模效应，也有很多弊端。规模和专业化明显落后，难以形成知名品牌。

2、发展能力有待进一步提高

中国家电市场也普遍缺乏人才，企业实力弱，发展能力弱。随着汽车行业的快速增长，在汽车制造商适应性改进和发展的不断加快以及新产品的推出的推动下，对汽车电气企业参与汽车制造商产品的同步开发提出了新的要求，以满足汽车制造商的适应性发展需求。

3、商业模式落后

目前，国内汽车电器主要以批发商的形式分销，销售网络松散，专业连锁不足，短期行为强烈，运营成本高，缺乏品牌支撑。因为不能形成统一的经营管理，所以在价格、质量、服务等方面都不能满足消费者。

4、市场秩序混乱

目前，国内汽车电器市场的经营环境并不理想，没有正常的竞争环境，主要表现为缺乏行业标准，从业人员素质相对较低，市场品牌和价格混乱，产品质量参差不齐，假冒伪劣产品较多，价格、品牌和企业之间恶性竞争，产品同质化严重，缺乏自己的强势品牌，规模太小。

动词[verb的缩写) 汽车电器行业的发展方向

汉德咨询指出，国内汽车市场消费的快速持续升温为汽车电器行业的发展提供了巨大的商机，国内外企业争夺市场的线索逐渐显现。因此，业内人士指出，为了迎接跨国公司的挑战，国内汽车电器行业必须以连锁化和国际化为发展方向。

1、“一站式”连锁经营

连锁经营有以下优势：可以很大程度上集中有限的资源和闲置资金，以较小的投入换取较大的利润；宣传投入少，可以利用主力店的品牌扩张；更接近消费层；可以争取更低的产品价格；能够获得产品的代理权；可以从厂家获得更多的保护性支持。

2、专业化和国际化

专业化和国际化代表了国内汽车电器行业的另一个发展方向。前者是由该行业复杂的产品技术类型和未来市场细分的必然结果决定的。后者符合整个汽车行业汹涌澎湃的国际化趋势。目前，广东、浙江、江苏等省的汽车电器企业已经形成了较

为成熟的生产基地。同时，国内企业具有产品更新快、人工成本低的优势。如果政府和行业组织能够积极引导，他们完全有资格和能力参与国际竞争。

汽车电器的销售和生产策略应考虑以下关键因素：

- 1) 汽车厂商的设计趋势，比如经济型与豪华型的比例；
- 2) 汽车电气系统的技术发展，如更多采用电气化控制系统；
- 4) 争取多客户来源与其发展性质的关系，如汽车产地与电器产地的长期合作关系；
- 5) 制定汽车电器生产计划的敏感度，比如改变生产不同类型汽车电器的快速反映度，包括交货快，成本低。

总之，国内汽车电气企业应该抓住巨大的发展机遇。汽车工业的加速发展导致了汽车电器需求的快速增长，我国汽车电器企业面临着最后也是最关键的发展机遇。与此同时，中国汽车电器行业也面临着实力雄厚的国外同行的挑战。因此，规模经营、连锁经营、品牌经营成为当务之急。

handing consulting认为，从长期趋势来看，汽车电器产品的设计风格逐渐趋向于时尚、前卫。要真正走向国际化，配件终端超市和维修服务店将是未来汽车电器的主要栖息地。特许连锁经营将成为未来经销商的主要发展思路；从市场竞争的角度来看，未来肯定会有终端市场“大鱼吃小鱼”现象，未来汽车电器供应的区域垄断行为将长期存在，在一定程度上加速了批发商的萎缩。

企业不应局限于眼前利益，而应着眼长远，明确发展战略，制定发展规划；要加强生产经营标准化，注重品牌建设，迅速提升企业形象；与上游汽车厂商合作，形成战略合作伙伴，形成供应链联盟；实施产品差异化和个性化战略，避免同质

化和恶性竞争。

产品设计市场调查报告篇四

首先让我们来看一下一月份数码摄像机产品品牌榜的情况，同数码相机市场多家厂商平分市场的情况略有不同。在dv产品中数码电子领域的霸主索尼在这里占有绝对优势。凭借着雄厚的资金支持，索尼的产品在性能研发方面要领先于其他厂商，因此反映在产品性能上优势明显。同时，索尼在数码摄像机领域产品种类繁多同时还不时有新品上市，能够不断吸引消费者的注意。在此次调查中，索尼的dv产品凭借着三十六个百分点的市场关注度排在了品牌榜的首位。

除索尼之外，还有几个厂商在这方面有着出众的研发实力，他们分别是松下、三星以及jvc。虽然论产品种类这些品牌还无法同索尼相媲美，但是单论主流产品性能方面他们旗下的产品也都非常出色，在技术水平上可以与索尼相抗衡。这次调查中这三个品牌产品的市场关注度也都超过了十个百分点，分别以百分之十四、百分之十三以及百分之十的关注度比例分列二到四名。

此外还有一些品牌的产品凭借着出色的产品性能也占据了一定的市场关注度。这些品牌分别是佳能、夏普、东芝、日立以及理光他们所占的市场关注度比例分别从八个百分点到两个百分点不等。除上述品牌之外，其他品牌的产品能够获得的市场关注度极为有限，这次调查表明其他品牌产品的总体关注比例仅为百分之四。

不同像素产品市场关注程度对于数码摄像机而言，产品的像素等级直接影响到产品的呈像质量，因此这一指标往往会成为人们选购这类产品时的首选因素。然而由于显示设备以及存储介质的限制，一般一款一百万像素等级的数码摄像机产品已经完全能够满足人们的需要。因此，反映在产品市场关注情况方面，一百到两百万像素等级的dv产品占有着绝对的

优势。在这次调查统计中，这类产品获得了四十七个百分点的市场关注度，排在各类像素产品之首。

此外，由于价格方面的限制，一百万像素以下等级的dv产品也得到了不少消费者的认可。从上面的统计结果中可以看出，这类入门级低端产品的市场关注程度也很高，达到了三十八个百分点。可见消费者在选购这类产品时表现的还是非常理智的，实用性以及高性价比才是他们追求的重点。

对于两百到三百万像素以及三百万以上像素级的高端专业产品来说，现在大多数消费者的选择还不在这些产品身上，这类产品只属于特定的专业发烧级用户去选择。这两类产品的市场关注度情况分别为六个与九个百分点。不同光学变焦倍数产品市场关注度。

下面再让我们来看一下不同光学变焦倍数的数码摄像机产品的市场关注度情况如何。一款产品光学变焦的倍数越大，就能够保证再不损失图像质量的情况下拍摄到更远的距离。因此对于每一个消费者来说都希望去选择一款更高光学变焦倍数的产品，但是这也意味着更高的资金投入，所以对于大部分普通消费者来说，一款具有十倍或十二倍光学变焦能力的dv产品已经足够用了。

这次调查统计的结果也能够客观的反映出上面所提到的问题，具有十倍光学变焦能力的dv产品在这一段时间内还是具有极高的人气，所占的市场关注度已经超过了半数以上，达到了五十四个百分点之多。可见大多数消费者在选购dv产品时还是本着够用就好的原则，而并非一味追求高性能。

除此之外，十二倍光学变焦能力的dv产品的市场关注程度也很高，在这次统计中占据了三十三个百分点的关注度份额。而相比起来，拥有十六倍以上光学变焦的产品所受到的关注度是成反比例的增长态势。其中十六倍产品关注度为百分之六，二十和二十二倍产品的关注度分别为百分之三和百分之

二。

十大最受关注产品

在本次十大最受网友关注dv产品排名中，索尼一个品牌就有四款产品入榜，这也从侧面反映出索尼产品在种类以及性能方面还是具有一定的优势的。在这些产品之中索尼最新的dcr-pc350e所受到的关注度最高，这款产品采用了331万像素的单ccd□具有10倍光学变焦能力以及120倍数码变焦，使用了顶级的卡尔蔡司的vario-sonnart透镜。其自上市以来就广受消费者的关注，这次更是以二十四个百分点的关注度荣登产品榜的首位。

排在此次产品榜第二和第三位的数码摄像机分别是jvc新品gz-mc500和另一款索尼的产品dcr-hc15e□这两款产品获得的网友关注度比例分别为十七个百分点和十五个百分点，同样表现的非常出色。

另外还有两款产品的关注度也都达到了十个百分点以上，这两款产品分别为jvc的gz-mc200以及佳能的optura400□所占的关注度比例分别为百分之十一和百分之十。排名这次十大产品后五位的分别是佳能elura80□索尼hdr-fx1□松下gs200□三星vp-d6050si□索尼dcr-dvd7□这五款产品所得到的关注度从百分之七到百分之三不等。

产品设计市场调查报告篇五

20xx年以来，中国户外用品市场一直在经历着一个产业调整期，期间无论是品牌还是渠道都在经历着不同程度的洗牌与重组。一部分产业成员在此过程中受到了不同程度的冲击，但从行业整体发展来看却是产业自身逐步完善，进而进入下一个发展阶段的必然过程。

20xx年以来，户外行业在很大程度上出现了回暖和调整的态势，各主要品牌均已在战略高度找到了自我定位，新生的中小品牌也找到了自我发展的途径；渠道方面经过网络销售的调整，整体构架更加趋于合理化和完善化；同时，户外行业的外延也在不断扩大，为市场带来了更多基础消费群体。

现实情况表明中国户外产业已经进入调整期末期，预计在20xx年秋冬季进入尾声□20xx年的具体行业数据也在印证着上述观点。

1. 户外用品市场构成

依据产品与户外运动的切合度，我们将户外用品市场划分为四部分组成：

- 1) 由专业户外品牌构成的核心户外市场。专业户外品牌是指那些植根于户外行，其主要收入来自于户外产业的品牌和公司。
- 2) 拥有户外产品的体育品牌：是指其主线产品为传统体育产品，但其产品线的一部分已经包含了户外产品，但尚未成为其主导产品的品牌。例如阿迪达斯、耐克、李宁、安踏等。
- 3) 拥有户外产品的时尚与休闲品牌：是指其主线产品为时尚与休闲产品，但其产品线的一部分已经包含了户外产品，但尚未成为其主导产品的品牌。例如lotto□jeep□camel active等。
- 4) 拥有户外产品的低端消费市场品牌。例如，迪卡侬旗下的quechua以及麦德龙、沃尔玛等超市中销售的诸多户外品牌。

我们将户外用品市场划分成四部分，有助于我们分析研究市场的变化，看清户外市场的全貌，特别是对市场投资

者，“明确边界的统计数据才有参考价值”。

本报告以核心户外用品市场为研究分析的重点；为了便于读者区分，我们将整体户外市场称为“泛户外市场”。

20xx年国内泛户外市场规模达484.8亿元

与20xx年对比□20xx年泛户外市场的突出特征是，“体育户外市场”的份额呈上升趋势，这与20xx年以来国内体育用品市场结束调整，进入新一轮增长周期密切相关。

20xx年低端户外市场的整体份额基本与上年相同，但是，由于迪卡侬在过去两年的快速增长，在低端户外市场内的份额明显上升，占比超过30%。

2. 核心户外用品市场

核心户外用品市场是整个户外市场的一部分，也是户外产业的核心力量所在，深入研究这部分市场情况的意义对行业的重要性是不言而喻的。

20xx-2016国内核心户外市场规模 20xx-2020预测数据

20xx年国内核心户外市场规模达到184.4亿元，较上年增长1.84%，增速继续放缓，但已接近谷底。预示着行业即将渡过调整期，进入下一个上升期。

与20xx年度的情况相似，传统意义上的大品牌对20xx年的增幅共享依然有限，大多数单个品牌增幅趋向于零，个别还出现小额负增长。增加的部分，一方面是由新兴的以网络渠道为主的品牌带来的，另一方面是由个别市场调整战略更加成功的品牌带来的。

3. 市场集中度

通过对核心市场主要大品牌的持续统计，我们发现近年来市场集中度变化并不明显。在一定程度上体现出了市场的限定性倾向。

虽然个别品牌由于种种原因失去了部分市场地位，但其留下的市场空白往往瞬间就会被新品牌一一而不是其他大品牌一一填补。出现这种状况的主要原因在于各大品牌相互错位兼容的市场定位，这种现状在很大程度上是能够保持中国户外市场在相当一段时间内保持市场集中度相对稳定，整体产品保持一个平稳的发展态势。

市场集中度统计

有关对中国户外品牌的统计，需要说明以下几点：

第三，对于部分具有国际身份的品牌，我们一般情况下按其市场所在地进行国别分类统计。

1. 核心户外品牌数量的变化趋势

核心户外品牌数量的变化趋势

2. 品牌市场份额

品牌市场份额图

由于品牌数量与市场实际活跃品牌数量并不一致，以上统计仅作为市场参考。

1. 户外渠道构成，以及演化趋势

户外用品销售渠道主要包括三部分，百货商场渠道、专业户外店（街边店）和网络销售渠道。

渠道变化进程仍然在继续，对市场产生深远影响。

在过往20余年的演化过程中，市场首先经历了商场店的快速崛起，其后是网销的崛起。在这两次崛起中，都有“远见者”，先行一步，抓住机遇，使品牌得到快速发展。

在下一步的渠道发展过程中，渠道的类型将更加多元化和多样化，通过不同类型的跨行业合作，也将产生更多样化的渠道销售类型，并因此产生更加复杂的渠道的竞争业态。

2.20xx年各销售渠道市场份额及20xx年预测。

20xx年各销售渠道市场份额及20xx年预测份额图

20xx年街边店占比21%，商场店占比63%，网络占比达到16%。

由于户外用品中绝大多数产品属于“拎包式购物”模式，因此能够很好地适应网络销售模式。网络销售模式的比例还将继续增大。

不过，从全行业零售变化来看。国内一二线城市在20xx年年底基本已经完成商圈转变过程，即由核心商圈模式向社区化商圈的转变。户外零售模式也随之发生了一些细微的变化。一方面导致店铺数量的小幅增加，但另一方面却未能实现单店零售额的整体提高。

随着商圈模式的成型，户外用品强调体验性的特征将逐步凸显出来。这一点为街边店模式的未来发展留下了一部分空间，但需要进行整体模式的相关调整的资源整合。

产品设计市场调查报告篇六

调查产品的知名度和消费者情况调查，以及消费者对“金冠牌营养片”的认知程度。同时，通过市场调查，向公众宣传企业的经营理念、企业文化、产品价值等。调查对象是购买“金冠牌营养片”的顾客。

XXX

1、事前调查内容：运用访问法(深度面谈或gfi)调查清楚以下几个主要问题：

(1)您喜欢”金冠牌营养片”吗?为什么?

(2)“金冠牌营养片”的独特卖点是什么?

(3)您的“金冠牌营养片“的心理价位是多少钱?

(4)您是否喜欢“金冠牌营养片”的包装风格?为什么?

(5)您是否愿意继续购买“金冠牌营养片”?是否愿意推荐给他人?

2、主调查内容：(调查问卷附后)

调查方法：

抽样方法：

调查日期：

时间：

地点：

1、事前调查：9月1日—9月15日，

2、主调查：9月16日—11月30日，

调查人员劳务费：50元/天，

交通费：10元/天，共100名调查人员，

问卷印刷：1000元，

赠品/宣传资料：2万元，

总计：2.6万元

(1)9月1日—9月5日，设计主要调查问卷、调查表，策划经理负责安排，销售主管安排调查人员的培训。

(2)9月6日—9月15日，寻找顾客代表，进行访谈，获得主要调查指标。

(3)9月16日—11月30日，各地经销点进行问卷调查，随机抽样，

(4)12月1日—12月5日，回收数据整理，数据分析，结果汇报

人口统计特征，频度分析，简单回归分析

“金冠牌营养片”市场调查问卷

内容需要下载文档才能查看

(1)您是否购买过“金冠牌营养片”这个品牌?是()否()

(2)“金冠牌营养片”的独特卖点是?营养功能()保健功能()治疗功能()

(4)您为什么喜欢“金冠牌营养片”的包装风格?独特醒目()显得有档次()显得专业化()易于携带()开启方便()便于储藏()

(5)您喜欢”金冠牌营养片”吗?是()否()

(6)您是否愿意继续购买“金冠牌营养片”吗?是()否()

(7) 是否愿意推荐给他人?是()否()

请填写您的个人信息:

姓名:

年龄:

性别:

职业:

家庭成员人数: 2人以下() 2人() 3人或以上()

受教育程度: 高中以下() 高中() 大学()

家庭月收入: 1千元以下() 1千—2千() 2千—3千() 3千—4千()
4千—5千() 5千以上()

谢谢你的参与, 我们非常感激, 请留下你的姓名

地址:

电话:

我们将开展赠礼品和送惊喜活动。

产品设计市场调查报告篇七

通过此次市场调查, 了解设计中的调查研究, 掌握调查内容与方法, 并在实际的产品设计中能够熟练运用市场调研的相关知识及方法进行信息采集、信息分析整理, 以确立正确的设计项目, 为整个产品设计过程的正确运行打下坚实。

数码产品——相机、电脑□mp3□手机等。

20xx年02月18日至20xx年02月19日

驻马店各大数码商场

进行实地调查，网络调查，收集相关资料。

通过参观各大商场，了解当今数码行情和产品的设计特点。

（一）、数码简介：

数码技术又被称为数字技术，因为其核心内容就是把一系列连续的信息数字化，或者说是非连续化。在电子技术中，被传递、加工和处理的信号可以分为两大类：一类信号是模拟信号，这类信号的特征是，无论从时间上还是从信号的大小上都是连续变化的，用以传递、加工和处理模拟信号的技术叫做模拟技术；另一类信号是数码信号，数码信号的特征是，无论从时间上或是大小上都是离散的，或者说都是非连续的，传递、加工和处理数码信号的叫做数码技术。与模拟技术相比，数码技术具有以下一些特点：

（1）在数码技术中一般都采用二进制，因此凡元件具有的两个稳定状态都可用来表示二进制。故其基本单元电路简单，对电路中各元件精度要求不很严格，允许元件参数有较大的分散性，只要能区分两种截然不同的状态即可。这一特点，对实现数字电路集成化是十分有利的。

（2）抗干扰能力强、精度高。由于数码技术传递加工和处理的是二值信息，不易受外界的干扰，因而抗干扰能力强。另外它可用增加二进制数的数位提高精度。

（3）数码信号便于长期存贮，使大量可贵的信息资源得以保存。

（4）保密性好，在数码技术中可以进行加密处理使一些可贵

信息资源不易被窃取。

(5) 通用性强，可以采用标准化的逻辑部件来构成各种各样的数码系统。

(二) 数码产品分类介绍

1. 数码相机

数码相机市场调研分析

调研显示，卡片相机依然主导数码相机市场，其市场人气达42.66%之多，卡片相机以其小巧轻便的造型和操作简单等特色赢得了市场的青睐。单反相机也有17.30%的市场人气，而长焦相机则以14.99%的成绩紧随其后；广角相机和家用相机则分别拿到14.47%和10.58%的成绩。

1)、卡片相机

a□卡片相机介绍：卡片相机在业界内没有明确的概念，仅指那些小巧的外形、相对较轻的机身以及超薄时尚的设计是衡量此类数码相机的主要标准。主要特点：卡片数码相机可以不算累赘地被随身携带；而在正式场合把它们放进西服口袋里也不会坠得外衣变形；女士们的小手包再也不难找到空间挤下它们；在其他场合把相机塞到牛仔裤口袋或者干脆挂在脖子上也是可以接受的。虽然它们功能并不强大，但是最基本的曝光补偿功能还是超薄数码相机的标准配置，再加上区域或者点测光模式，这些小东西在有时候还是能够完成一些摄影创作。至少你对画面的曝光可以有基本控制，再配合色彩、清晰度、对比度等选项，很多漂亮的照片也可以来自这些被“高手”们看不起的小东西。卡片相机的优点为时尚的外观、大屏幕液晶屏、小巧纤薄的机身，操作便捷。他的缺点为手动功能相对薄弱、超大的液晶显示屏耗电量较大、镜头性能较差。

b□卡片相机产品介绍：

卡西欧ex-z800

配置方面：

卡西欧数码相机ex-z800

作为一款专门为可爱女生量身定做的数码相机，小巧轻薄的外观搭配六种清新糖果色彩，让每个女生都忍不住惊呼“超萌”。秉承卡西欧相机一贯的高性能，此款ex-z800有着让人惊艳的内在配置，不仅搭载exilim 5.0引擎和超解像技术，更配备了26mm广角、4倍光学变焦镜头；1/2.3英寸ccd感光元件和2.7英寸的23万像素lcd屏。卡西欧ex-z800所带的“自拍模式”，为爱自拍的小女生带去了福音。

外观方面：

a.机身包装外壳沿用了卡西欧exilim的传统红黑色调，简单大方。大卡包装盒，内部结构仅仅有条，冲冲保护下卡西欧ex-z800静静的躺在盒中□ex-z800 的机身颜色选择相当多，分别有蓝、桃红、银、黑、黄、粉红，迎合了不同玩家的喜好。

b.从机身正面来看，卡西欧ex-z800整体较之前的z2300而言，显得更为硬朗。四四方方的棱角复古中略带一丝男人般的阳刚。镜头左侧设有硕大的闪光灯，在弱光环境下拍摄，能起到很好的补光作用。

c. 卡西欧ex-z800采用27-108mm 镜头，虽然27mm 不算超广角，但4 倍变焦的焦段也算实用。而且它新增了超解像变焦功能，相机会推测和修补轮廓与景物的边缘，能把光学变焦倍率扩大大约1.5 倍，让ex-z800 可达到6 倍变焦。

d.机身背面搭载了一块2.7英寸lcd液晶显示屏，更方便用户拍摄和取景构图。再来看lcd显示屏右侧，方形五维导航键并不多见，编者亲身体验了下，按键非常柔和舒适，方形设计让手较大的人操作起来也更为舒适。

e.机身侧面设有隐藏式usb接口，位于机身肩部偏下方，复合人体工程学，使用户开启更方便。机身顶部还是传统的变焦环，快门，电源开关以及auto按键，简单纯粹不张扬。

d.机身底部主要是三角架接口与存储卡、电源插槽。此次卡西欧ex-z800配备了一款700毫安时可充电锂电池，出色的续航能力给外出工作你带来便利。同时卡西欧ex-z800也支持sd卡存储介质，做为目前主流存储介质，用户可放心将每张照片交由“它”来保管。

2)、单反相机：

a]单反相机介绍：

单反，就是指单镜头反光，即slr]这是当今最流行的取景系统，大多数35mm照相机都采用这种取景器。在这种系统中，反光镜和棱镜的独到设计使得摄影者可以从取景器中直接观察到通过镜头的影像。因此，可以准确地看见胶片即将“看见”的相同影像。该系统的心脏是一块活动的反光镜，它呈45°角安放在胶片平面的前面。进入镜头的光线由反光镜向上反射到一块毛玻璃上。早期的slr照相机必须以腰平的方式把握照相机并俯视毛玻璃取景。毛玻璃上的影像虽然是正立的，但左右是颠倒的。为了校正这个缺陷，现在的眼平式slr照相机在毛玻璃的上方安装了一个五棱镜。

这种棱镜将光线多次反射改变光路，将影像其送至目镜，这时的影像就是上下正立且左右校正的了。取景时，进入照相机的大部分光线都被反光镜向上反射到五棱镜，几乎所有slr

照相机的快门都直接位于胶片的前面，取景时，快门闭合，没有光线到达胶片。当按下快门按钮时，反光镜迅速向上翻起让开光路，同时快门打开，于是光线到达胶片，完成拍摄。然后，大多数照相机中的反光镜会立即复位。

b□数码单反相机主要特点：

单反数码相机特点就是可以交换不同规格的镜头，这是单反相机天生的优点，是普通数码相机不能比拟的。另外，现在单反数码相机都定位于数码相机中的高端产品，因此在关系数码相机摄影质量的感光元件的面积上，单反数码的面积远远大于普通数码相机，这使得单反数码相机的每个像素点的感光面积也远远大于普通数码相机，因此每个像素点也就能表现出更加细致的亮度和色彩范围，使单反数码相机的摄影质量明显高于普通数码相机。

c□单反相机存在的问题

反光镜带来了一些问题：

a.拍摄照片的瞬间，取景器会被挡住。由于被遮挡的时间只是刹那间的的事情，因此这对于立即复位的反光镜来说并不是什么主要问题。但是，又引出了一些偶然性问题。例如，在使用频闪光拍摄时，将不能通过取景器看到频闪装置是否闪光正常。

b.反光镜运动的噪声。这在需要安静的场所这可能会成为重要问题。由于测距取景式照相机中没有突然阻挡光路的移动反光镜，所以不会产生这种噪声。

c.相机的震动，即由反光镜的翻起动作所造成的照相机整体的运动。假设用1/500秒的快门速度 进行拍摄，那么不必担心。这种震动不至被察觉。但是，如果以较低的快门速度拍摄一幅精确照片的话，比如在微弱的光线下使用远摄镜头进

行拍摄时，这种震动对成像就可能很成问题。使用slr取景存在的问题：

如果我们想使用f/32这样的小光圈进行拍摄，而光圈f/32允许进入镜头的光线是非常微弱的，这会导致取景器中看到的影像也很暗淡，可能会难以聚焦，甚至根本无法进行聚焦。实际上slr的解决方案相当巧妙，它会先使用镜头的最大孔径让我们完成取景和聚焦，按下快门时，镜头的光圈会立刻。

d产品介绍：

佳能550d

配置方面：佳能550d(18-55)有效像素约1800万的新型cmos图像感应器和高性能的digic 4数字影像处理器的搭载，实现了精细且高画质的成像iso感光度可在iso 100-12800范围内进行选择，而且也能够在低噪点的高iso感光度拍摄。背面液晶监视器约104万点，采用了画面长宽比为3:2的3.0"清晰显示宽屏液晶监视器。另外eos 550d机身背面主要按钮的大型化设计，提高了相机的操控性。

外观方面：佳能550d的手柄长度相对于500d而言又略有一点点增加，手柄四周的蒙皮面积也被进一步拓展。由此带来的是佳能550d在握持手感上的小幅度提升。佳能550d的屏幕是其另一个亮点，3.0英寸、104万像素的参数虽然和500d近似，但是550d的屏幕不但在比例上首次做成了更加适合照片、视频浏览的3:2比例，并且在饱和度、对比度以及层次感上，佳能550有明显改进。

2、电脑一体机：

1) 简介：一体机电脑，又称一体化电脑、电脑一体机。是由一台显示器、一个电脑键盘和一个鼠标组成的电脑。由于芯

片、主板、内存等都集成在显示器背后，显示器就是电脑的主机，因此只要将键盘和鼠标连接到显示器上，机器就能使用。随着无线的技术进步，现在一些中高档一体机的键盘、鼠标与显示器可实现无线链接，机器上是完全不需要连线的。这就解决了一直为人诟病的台式机线缆多而杂的问题。

相比传统的台式电脑，一体机电脑的设计更符合城市居住环境狭窄和现代人的审美要求。而且现在很多一体机电脑已经集成电视卡，一体机电脑可以代替电视。但是，随着网络电视电影的普及，集成电视卡的一体机电脑卖座率不高。

2) 优缺点: