

2023年市场调查报告书(优质5篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。报告的格式和要求是什么样的呢？下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢！

市场调查报告书篇一

直接深入生产厂家及销售点，实地了解。接受消费者咨询及反映，走访专家及食品卫生管理部门，在市区内全面铺开。

品种为矿泉水、纯净水、离子水等共计3个类型18个品牌。

在这次历时10余天的调查活动中，发现市场上使用桶装饮用水水桶存在着“白水

桶”、“黑水桶”、“绿水桶”等多色水桶。

经过专家认定和食品卫生管理部门负责人鉴别认为：“黑水桶”“绿水桶”是用回

收的旧塑料制作的；

这些回收塑料不仅来自旧光盘、一次性塑料包装材料，有的甚至是从医院回收的一次性输液管。用这种原材料制作的水桶，会不断释放出多种有害物质，即使装上合格的水也会造成新的污染；

因质量差、价格低，加上桶装饮用水市场激烈的价格竞争，这种桶在市场上占有相当大的比例。

调查结果表明：几个大水厂的“黑桶”已基本淘汰，“黑桶”使用比例很小；

两个新上市的水，没有发现“黑桶”；

其它一些水厂的“黑桶”使用率比较高。市消协提醒消费者选择透明度比较好，耐性强的桶装水。拒绝“黑桶”，保护

健康。目前市场流通中比较好的水桶品牌是“邦业”“养生圆”“原创”“冷风口”。

驻马店市消费者协会

二0xx年八月二十六日

市场调查报告书篇二

大学阶段是人生的关键阶段，任务艰巨，而且要求很高，常常“陷入个人问题的矛盾之中不能自拔”，经常感到“压抑”，“烦躁”，学习不能进入状态。这样的学生是很难保质保量的完成学习任务的。与此同时，市场经济要求大学生具有较强的适应性，社会对大学生的要求又很高，不仅是对能力的要求，而且是对素质的要求。在此情况下，心理健康状况比较差的学生只会无所适从。所以，从2007年6月18日到2007年7月6日，我们公共管理系开始了三周社会调查实习。此次我们小组所选的课题是“关于大学生心理健康的调查”使用了抽样调查的方法，采取问卷调查的方式。调查的对象是：淮工，师专，职大，最后以调查报告的方式总结和汇报这次的调查活动。

通过社会调查实习，将本学期所学习的《社会调查课程》知识运用到实践操作过程中，将理论与实践相结合，在巩固理论知识的基础上，深入大学之中发现一些问题，从而能为当今大学生解决一些实际问题，提高大学生的社会适应能力。

此次我们对大学生心理健康问题的调查，主要分以下三步骤进行：

- 1、 根据实际需要选择调查课题并且确定课题，然后制定调查方案，设计调查问卷。

- 2、 发放与回收调查问卷，并对问卷进行统计与分析。
- 3、 对调查结果进行讨论研究并整理统计分析，撰写调查报告并做好本次调查实习的总结工作。

大学阶段面临着目标的选择，社会角色与个性意志，理想与现实，自我成熟感与自控能力之间的矛盾，加上在新的历史条件下日益激烈的竞争，许多大学生不得不承受巨大的心理压力，这种压力如果应对得不好，会对大学生的思想、学习、工作等方面产生不良影响，甚至成为能力发挥和身心健康的障碍。健康的心理状态和良好的心理素质是一个人全面发展所必须具备的条件和基础。大学生的心理健康状况对其学习能力、思想素质的提高以及人生价值的实现都有着至关重要的作用。

所以我们在选择问卷调查的对象上都是在附近三所大学生里的学生随机调查的。本次调查共发放问卷100份，回收100份，回收率达100%。问卷回收后，经过我们组成员统计，总结，做成了科学的调查报告。其中男生42人，女生58人，比例基本符合我校实际情况，保证了数据的真实客观。

分析过此份问卷后，我们可以清晰地了解到心理健康是大学生成才的基础，是大学生掌握文化科学知识的重要保证，有了良好的心态，不仅能取得好的学习效果，而且有益于终身的发展，如果离开良好的心理培养，就不能培养出具有先进文化知识的合格大学生。因此，心理健康教育不仅是提高大学生整体素质的要求，而且也是大学生全面发展，成为“四有”人才的重要保证和基础。但是就此问卷我们可以看出目前大学生的心理健康存在一些问题。比如独生子女与非独生子女；城镇学生与农村学生，他们心理基本都各不相同。所以我们有必要对大学生存在的心理问题以及解决途径等几方面作深刻的分析和阐述。

市场调查报告书篇三

调查报告一般由标题和正文两部分组成。

(一)标题。标题可以有两种写法。一种是规范化的标题格式，即发文主题加文种，基本格式为关于的调查报告、关于的调查报告、调查等。另一种是自由式标题，包括陈述式、提问式和正副题结合使用三种。

(二)正文。正文一般分前言、主体、结尾三部分。

1.前言。有几种写法：第一种是写明调查的起因或目的、时间和地点、对象或范围、经过与方法，以及人员组成等调查本身的情况，从中引出中心问题或基本结论来；第二种是写明调查对象的历史背景、大致发展经过、现实状况、主要成绩、突出问题等基本情况，进而提出中心问题或主要观点来；第三种是开门见山，直接概括出调查的结果，如肯定做法、指出问题、提示影响、说明中心内容等。前言起到画龙点睛的作用，要精练概括，直切主题。

2.主体。这是调查报告最主要的部分，这部分详述调查研究的基本情况、做法、经验，以及分析调查研究所得材料中得出的各种具体认识、观点和基本结论。

3.结尾。结尾的写法也比较多，可以提出解决问题的方法、对策或下一步改进工作的建议；或总结全文的主要观点，进一步深化主题；或提出问题，引发人们的进一步思考；或展望前景，发出鼓舞和号召。

市场调查报告是经济调查报告的一个重要种类，它是以科学的方法对市场的供求关系、购销状况以及消费情况等进行深入细致地调查研究后所写成的书面报告。其作用在于帮助企业了解掌握市场的现状和趋势，增强企业在市场经济大潮中的应变能力和竞争能力，从而有效地促进经营管理水平的提

高。

市场调查报告可以从不同角度进行分类。按其所涉及内容含量的多少，可以分为综合性市场调查报告和专题性市场调查报告；按调查对象的不同，有关于市场供求情况的市场调查报告、关于产品情况的市场调查报告、关于消费者情况的市场调查报告、关于销售情况的市场调查报告以及有关市场竞争情况的市场调查报告；按表述手法的不同，可分为陈述型市场调查报告和分析型市场调查报告。

与普通调查报告相比，市场调查报告无论从材料的形成还是结构布局方面都存在着明显的共性特征，但它比普通调查报告在内容上更为集中，也更具专门性。

市场调查报告的内容结构一般由如下几部分组成：

(一) 市场调查报告的标题

标题是市场调查报告的题目，一般有两种构成形式：

市场调查报告标题文章式标题，即用概括的语言形式直接交待调查的内容或主题，例如《全省城镇居民潜在购买力动向》。实践中，这种类型市场调查报告的标题多采用双题（正副题）的结构形式，更为引人注目，富有吸引力。例如《竞争在今天，希望在明天全国洗衣机用户问卷调查分析报告》、《市场在哪里天津地区三峰轻型客车用户调查》等。

(二) 市场调查报告的引言

引言又称导语，是市场调查报告正文的前置部分，要写得简明扼要，精炼概括。一般应交待出调查的目的、时间、地点、对象与范围、方法等与调查者自身相关的情况，也可概括市场调查报告的基本观点或结论，以便使读者对全文内容、意义等获得初步了解。然后用一过渡句承上启下，引出主体部

分。例如一篇题为《关于全市xxxx年电暖器市场的调查》的市场调查报告，其引言部分写为“xx市北方调查策划事务所受xx委托，于2020年3月至4月在国内部分省市进行了一次电暖器市场调查。现将调查研究情况汇报如下：用简要文字交待出了调查的主体身份，调查的时间、对象和范围等要素，并用一过渡句开启下文，写得合乎规范。这部分文字务求精要，切忌罗嗦芜杂；视具体情况，有时亦可省略这一部分，以使行文更趋简洁。

这部分是市场调查报告的核心，也是写作的重点和难点所在。它要完整、准确、具体地说明调查的基本情况，进行科学合理地分析预测，在此基础上提出有针对性的对策和建议。具体包括以下三方面内容：

市场调查报告情况介绍：市场调查报告的情况介绍，即对调查所获得的基本情况介绍，是全文的基础和主要内容，要用叙述和说明相结合的手法，将调查对象的历史和现实情况包括市场占有情况，生产与消费的关系，产品、产量及价格情况等表述清楚。在具体写法上，既可按问题的性质将其归结为几类，采用设立小标题或者撮要显旨的形式；也可以时间为序，或者列示数字、图表或图像等加以说明。无论如何，都要力求做到准确和具体，富有条理性，以便为下文进行分析和提出建议提供坚实充分的依据。

市场调查报告分析预测：市场调查报告的分析预测，即在对调查所获基本情况进行分析的基础上对市场发展趋势作出预测，它直接影响到有关部门和企业领导的决策行为，因而必须着力写好。要采用议论的手法，对调查所获得的资料条分缕析，进行科学的研究和推断，并据以形成符合事物发展变化规律的结论性意见。用语要富于论断性和针对性，做到析理入微，言简意明，切忌脱离调查所获资料随意发挥，去唱信天游。

市场调查报告营销建议：这层内容是市场调查报告写作目的

和宗旨的体现，要在上文调查情况和分析预测的基础上，提出具体的建议和措施，供决策者参考。要注意建议的针对性和可行性，能够切实解决问题。

以《关于全市xxxx年电暖器市场的调查》一文为例，该市场调查报告的主体部分写为：

据调查，国内以电暖器为主要产品的生产企业为数不多，大约30多家。xxxx年，这些企业电暖器总产量约240.19万台。其中年产量超过10万台的主要有广东美的家电厂、宁波天工实业公司八家企业。这八家企业电暖器总产量约209.53万台，占国内电暖器总产量的87.24%。具体数字见表一(略)

以上情况表明：虽然电暖器行业目前处于起步阶段，但生产集中程度都非常高。特别是产量排行第一的广东美的家电厂，其产量超过国内总产量的四分之一，在本行业中处于明显的垄断地位。

据对北京、大连、沈阳、济南、杭州、武汉六个城市的27家大商场的调查。xxxx年总销量约为71000台。其中，销量超过5000台的有大连商场、大连百货大楼五家商场，年销售总量约44447台，占27家销售总量的62.2%。具体数字见表二(略)

以上情况表明：与电暖器生产的高度集中类似，电暖器销售的集中程度也非常高。这种现象一方面反映了电暖器市场正处于开发阶段，大部分商场都把电暖器作为试销商品经营，把电暖器作为主要商品经营的为数甚少；另一方面，虽然经销电暖器获得成功的商场数量不多，但这些成功者的事实至少说明，电暖器极具市场潜力，具有良好的发展前景。

3. 各种品牌的竞争(略)

4. 市场分析与展望(略)

产品与建筑面积、供热面积的分析，产品生产和销售情况的分析(略)

5. 几点建议(略)

产品调查是市场调查的主要内容之一。产品市场调查报告的行业性、专业技术性很强。其内容一般包括：产品的品牌、质量、款式、功能、价格、技术、服务、消费，及对产品的评价、意见、要求、产品的市场销售、市场展望等。上述市场调查报告范文侧重于对产品的生产、销售、品牌等情况的介绍，运用数字分析、对比、排位等方法分析，尤其是第四部分对影响产品销售的建筑面积、供热面积等深层背景进行分析，并进行预测，使文章更有力度，在此基础上所提出的对策和建议，必然显得理据充实，说服力强。

结尾是市场调查报告的重要组成部分，要写得简明扼要，短小有力。一般是对全文内容进行总括，以突出观点，强调意义；或是展望未来，以充满希望的笔调作结。视实际情况，有时也可省略这部分，以使行文更趋简炼。

调研报告格式种类及相关调研报告的写法

不同种类的调研报告，其调研报告格式与写法总体上大致相同，但由于强调的重点和要求不完全一样，因此，每种调研报告格式的写法也有一定的区别。下面，对几种常用调研报告格式及调研报告的写法分别作一些简要介绍。

这类调研报告格式，主要用于反映某一地区、某一领域或某一事物的基本面貌，目的在于报告全面的情况，为决策者制定方针政策、规定任务、采取措施提供决策依据和参考。这类调研报告格式常用于向上级报告工作，如党委、人大、政府和政协机关，以及部门和单位领导下基层了解面上情况后所写的调研报告，多用于此类调研报告格式。这类调研报告格式的写法偏重于反映客观情况，分析研究的成份相对少一

些，一般也不要求提出理论性的主题思想。在写作过程中，这类调研报告格式的标题，一般要点明是关于什么单位或者地区、什么问题的调查。其前言一般是介绍调查的缘由、目的、时间、地点、范围和方式等。由于这类调研报告格式的主体内容涉及面一般都比较宽，因此，这类调研报告格式在写作上往往采用横向结构。如综合反映一个地区的情况，可从经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、组织领导等若干方面来撰写；如反映某一方面情况，则可分为基本概况、主要成绩、突出问题等若干层次。当然，每个大的部分中还可以分为若干小的问题来写。

这类调研报告格式，主要用于对先进典型进行深入调查分析后，提炼出成功的经验和有效措施，以指导和推动面上的工作。因此，这类调研报告格式写法主要包括：基本情况、突出成绩、具体做法、主要体会等。这类调研报告格式的标题一般要反映主题。前言大多采用概述主要成绩、发展变化，并提示基本经验的写法。主体部分需要充分展开，不仅要写具体做法，而且要写切身体会；不仅要写感性认识，而且要上升到理性认识。这两方面是相辅相成、缺一不可的，没有具体做法，体会就是空的；不上升到理性认识，感性认识就难以具有广泛的指导意义和推广价值。结尾可以归纳全文、强调主旨，或者指出不足、展望未来。在行文的语气上，经验调研报告格式与经验总结不同，经验总结用第一人称，行文语气必须谦虚，而调研报告则用第三人称，可以热情赞扬，以促进经验的推广。

这类调研报告格式，主要是用于报告和评价新生事物，帮助人们提高对新生事物的认识。新生事物往往代表着事物的发展趋势，因此，在写作这类调研报告格式时要抱着满腔热情的态度给予充分肯定和积极支持。这类调研报告格式写作的特殊性上，都缘于一个新字，不仅要说明新生事物的孕育、产生和发展过程，而且要指出它的背景，也就是说要指出它是在什么样的环境和条件下产生的，经历了什么样的发展过程，遇到了那些矛盾、困难和问题；不仅要说明它的性质和特

点，而且要指明它的作用和意义，包括对其发展前景的预测和未来发展方向的展望。由于新生事物处于不断发展和完善的过程中，往往不够成熟，甚至存在某些弱点和不足，所以在结尾时，一定要如实地指出它需要进一步完善的地方和可能带来的新问题，以便进一步改进和完善。

这类调研报告格式，又可细分为两种：一种是为了研究解决工作中存在的缺点和问题，以及不良倾向等而撰写的调研报告，其目的在于揭示问题、反映情况，而不在于追究责任者。另一种是为了处理违法乱纪事件或严重事故等而撰写的调研报告，这一类调研报告格式的写法不仅要确凿的事实分清是非，而且要弄清性质、分清责任，提出解决和处理的具体意见。揭露问题的调研报告格式上，标题往往多采用揭露式的，有的标题甚至还带有一定的感情色彩，如《主城区违法建筑触目惊心》，这一个标题，不仅表明了调研报告的主旨，而且也表明了作者对这一问题的态度，能够起到强烈的警示与提示作用，吸引读者的眼球。主体部分所反映的如果是一个具体事件，一般采用纵向结构；如果反映的是一种倾向和状况，多采用横向结构。在叙述完问题的主要事实后，要写出问题产生的原因、性质和危害程度。结束语有的可呼吁对问题予以重视或关注，有的可扼要提出解决办法或处理意见。

这类调研报告格式，通常是用于对某一历史现象或某一历史事件进行重新调查，用确凿的事实，揭示历史真相，作出正确的评价，以还历史的本来面目。如为平反历史冤假错案所写的调研报告，就属于这种调研报告格式。这类调研报告格式的政策性和针对性较强，反映的事件往往也比较复杂。这类调研报告格式上，正文的内容一般包括三个方面：一是事实的本来面目；二是被歪曲的情况；三是纠正和处理的意见。在这类调研报告格式在写作时，事实真相与被歪曲的情况相矛盾的地方，尤其要叙述清楚，要说明事实被歪曲的原因和有关的责任者。写处理意见时，态度要明确，办法要具体。如果问题正在处理和解决中，就要把进展情况写出来；如果尚有阻力，就要把问题尖锐地提出来，敦促有关部门尽快予以解

决。

这类调研报告格式，主要用于研究探讨某项政策或工作，以统一认识，提出解决问题的办法。当然，也可以用于在作出某项决策之前，进行可行性调研，这类调研报告格式的特点是具有较强的探索性和论证性。这类调研报告的写作虽然取材广泛，但总是针对某个现实问题，或者紧紧围绕党委与政府的中心工作展开，通过研究和分析大量系统的材料，探索解决问题的办法和途径，有时还要与不同的意见展开商榷和争鸣。

这类调研报告格式上，标题大多数采用直述主旨的方式，当然也可以采用提问的方式作标题，如《打开宝岛的金钥匙在那里?关于海南岛开发建设的调查》，这种标题，如果运用得当，既可以准确反映主旨，又能对读者产生较强的吸引力。其前言，一般是提出要探讨、解决的问题及研究此问题的意义。如果对问题有不同的认识，则要把各方面的主张摆出来。研讨性调研报告格式提出的往往是新观点、新见解，所以在主体中，不仅事实材料要充足有力，而且还要进行充分的论证，必要时，还应对不正确的意见进行批驳。这就要求对这类调研报告格式上，把立论和驳论有机结合起来。但不管是立论，还是驳论，都要以事实材料为基础，切记不要偏离到抽象或空洞的理论证明上去。此外，由于调研报告的目的是探讨解决问题，所以应采取平和的、商榷的语气，切忌冷嘲热讽。这类调研报告上，结束语可采取归纳全文，强调主旨的方法，也可以采用提出需要进一步探讨解决问题的方法来结尾。

调查附记又称为调查后记，虽然也是一种文体，但没有独立性，在调研报告格式上，它依附于原件而存在。在有些情况下，如果知情者所提供的材料比较具体实在，并能充分说明问题，这时便以原件为主，在原件后附上调查附记或后记，起证明情况的作用。

一般调研报告的格式附记都比较简短，在写法上，往往首先是对原件所反映的问题表示明确的看法，并说明经过调查，原件完全属实或基本属实等。接着可以就其中某一关键问题作补充说明或有所强调。必要时也可以指出当事人或单位目前的认识和行动。由于原件所反映的问题，有可能与事件的发展情况不同，可能已圆满解决，或正在解决，或尚未着手解决，因此，调研报告格式上，附记的结束语应针对不同的情况采用不同的写法。

要写出高质量、高水平的调研报告，需要按上述几类调研报告的格式和结构要求谋好篇布好局，还要兼具一定的文字驾驭能力之。

市场调查报告书篇四

模板一：

调查报告一般由标题和正文两部分组成。

(一)标题。标题可以有两种写法。一种是规范化的标题格式，即发文主题加文种，基本格式为关于的调查报告、关于的调查报告、调查等。另一种是自由式标题，包括陈述式、提问式和正副题结合使用三种。

(二)正文。正文一般分前言、主体、结尾三部分。

1.前言。有几种写法：第一种是写明调查的起因或目的、时间和地点、对象或范围、经过与方法，以及人员组成等调查本身的情况，从中引出中心问题或基本结论来；第二种是写明调查对象的历史背景、大致发展经过、现实状况、主要成绩、突出问题等基本情况，进而提出中心问题或主要观点来；第三种是开门见山，直接概括出调查的结果，如肯定做法、指出

问题、提示影响、说明中心内容等。前言起到画龙点睛的作用，要精练概括，直切主题。

2. 主体。这是调查报告最主要的部分，这部分详述调查研究的基本情况、做法、经验，以及分析调查研究所得材料中得出的各种具体认识、观点和基本结论。

3. 结尾。结尾的写法也比较多，可以提出解决问题的方法、对策或下一步改进工作的建议；或总结全文的主要观点，进一步深化主题；或提出问题，引发人们的进一步思考；或展望前景，发出鼓舞和号召。

模板二：

一、市场调查报告的特征

市场调查报告是经济调查报告的一个重要种类，它是以科学的方法对市场的供求关系、购销状况以及消费情况等进行深入细致地调查研究后所写成的书面报告。其作用在于帮助企业了解掌握市场的现状和趋势，增强企业在市场经济大潮中的应变能力和竞争能力，从而有效地促进经营管理水平的提高。

市场调查报告可以从不同角度进行分类。按其所涉及内容含量的多少，可以分为综合性市场调查报告和专题性市场调查报告；按调查对象的不同，有关于市场供求情况的市场调查报告、关于产品情况的市场调查报告、关于消费者情况的市场调查报告、关于销售情况的市场调查报告以及有关市场竞争情况的市场调查报告；按表述手法的不同，可分为陈述型市场调查报告和分析型市场调查报告。

与普通调查报告相比，市场调查报告无论从材料的形成还是结构布局方面都存在着明显的共性特征，但它比普通调查报告在内容上更为集中，也更具专门性。

二、市场调查报告的格式与写法

市场调查报告的内容结构一般由如下几部分组成：

(一) 市场调查报告的标题

标题是市场调查报告的题目，一般有两种构成形式：

市场调查报告标题文章式标题，即用概括的语言形式直接交待调查的内容或主题，例如《全省城镇居民潜在购买力动向》。实践中，这种类型市场调查报告的标题多采用双题(正副题)的结构形式，更为引人注目，富有吸引力。例如《竞争在今天，希望在明天全国洗衣机用户问卷调查分析报告》、《市场在哪里天津地区三峰轻型客车用户调查》等。

(二) 市场调查报告的引言

引言又称导语，是市场调查报告正文的前置部分，要写得简明扼要，精炼概括。一般应交待出调查的目的、时间、地点、对象与范围、方法与调查者自身相关的情况，也可概括市场调查报告的基本观点或结论，以便使读者对全文内容、意义等获得初步了解。然后用一过渡句承上启下，引出主体部分。例如一篇题为《关于全市xxxx年电暖器市场的调查》的市场调查报告，其引言部分写为“xx市北方调查策划事务所受xx委托，于xx年3月至4月在国内部分省市进行了一次电暖器市场调查。现将调查研究情况汇报如下：用简要文字交待出了调查的主体身份，调查的时间、对象和范围等要素，并用一过渡句开启下文，写得合乎规范。这部分文字务求精要，切忌罗嗦芜杂；视具体情况，有时亦可省略这一部分，以使行文更趋简洁。

(三) 市场调查报告的主体

这部分是市场调查报告的核心，也是写作的重点和难点所在。

它要完整、准确、具体地说明调查的基本情况，进行科学合理地分析预测，在此基础上提出有针对性的对策和建议。具体包括以下三方面内容：

市场调查报告情况介绍：市场调查报告的情况介绍，即对调查所获得的基本情况介绍，是全文的基础和主要内容，要用叙述和说明相结合的手法，将调查对象的历史和现实情况包括市场占有情况，生产与消费的关系，产品、产量及价格情况等表述清楚。在具体写法上，既可按问题的性质将其归结为几类，采用设立小标题或者撮要显旨的形式；也可以时间为序，或者列示数字、图表或图像等加以说明。无论如何，都要力求做到准确和具体，富有条理性，以便为下文进行分析和提出建议提供坚实充分的依据。

市场调查报告分析预测：市场调查报告的分析预测，即在对调查所获基本情况进行分析的基础上对市场发展趋势作出预测，它直接影响到有关部门和企业领导的决策行为，因而必须着力写好。要采用议论的手法，对调查所获得的资料条分缕析，进行科学的研究和推断，并据以形成符合事物发展变化规律的结论性意见。用语要富于论断性和针对性，做到析理入微，言简意明，切忌脱离调查所获资料随意发挥，去唱信天游。

市场调查报告营销建议：这层内容是市场调查报告写作目的和宗旨的体现，要在上文调查情况和分析预测的基础上，提出具体的建议和措施，供决策者参考。要注意建议的针对性和可行性，能够切实解决问题。

市场调查报告：

以《关于全市xxxx年电暖器市场的调查》一文为例，该市场调查报告的主体部分写为：

1. 生产情况

据调查，国内以电暖器为主要产品的生产企业为数不多，大约30多家。xxxx年，这些企业电暖器总产量约240.19万台。其中年产量超过10万台的主要有广东美的家电厂、宁波天工实业公司八家企业。这八家企业电暖器总产量约209.53万台，占国内电暖器总产量的87.24%。具体数字见表一(略)

以上情况表明：虽然电暖器行业目前处于起步阶段，但生产集中程度都非常高。特别是产量排行第一的广东美的家电厂，其产量超过国内总产量的四分之一，在本行业中处于明显的垄断地位。

2. 销售情况

据对__、大连、沈阳、济南、杭州、武汉六个城市的27家大商场的调查。xxxx年总销量约为71000台。其中，销量超过5000台的有大连商场、大连百货大楼五家商场，年销售总量约44447台，占27家销售总量的62.2%。具体数字见表二(略)

以上情况表明：与电暖器生产的高度集中类似，电暖器销售的集中程度也非常高。这种现象一方面反映了电暖器市场正处于开发阶段，大部分商场都把电暖器作为试销商品经营，把电暖器作为主要商品经营的为数甚少；另一方面，虽然经销电暖器获得成功的商场数量不多，但这些成功者的事实至少说明，电暖器极具市场潜力，具有良好的发展前景。

3. 各种品牌的竞争(略)

4. 市场分析与展望(略)

产品与建筑面积、供热面积的分析，产品生产和销售情况的分析(略)

5. 几点建议(略)

产品调查是市场调查的主要内容之一。产品市场调查报告的行业性、专业技术性很强。其内容一般包括：产品的品牌、质量、款式、功能、价格、技术、服务、消费，及对产品的评价、意见、要求、产品的市场销售、市场展望等。上述市场调查报告侧重于对产品的生产、销售、品牌等情况的介绍，运用数字分析、对比、排位等方法分析，尤其是第四部分对影响产品销售的建筑面积、供热面积等深层背景进行分析，并进行预测，使文章更有力度，在此基础上所提出的对策和建议，必然显得理据充实，说服力强。

(四) 市场调查报告的结尾

结尾是市场调查报告的重要组成部分，要写得简明扼要，短小有力。一般是对全文内容进行总括，以突出观点，强调意义；或是展望未来，以充满希望的笔调作结。视实际情况，有时也可省略这部分，以使行文更趋简炼。

调研报告格式种类及相关调研报告的写法

不同种类的调研报告，其调研报告格式与写法总体上大致相同，但由于强调的重点和要求不完全一样，因此，每种调研报告格式的写法也有一定的区别。下面，对几种常用调研报告格式及调研报告的写法分别作一些简要介绍。

1. 反映基本情况的调研报告格式

这类调研报告格式，主要用于反映某一地区、某一领域或某一事物的基本面貌，目的在于报告全面的情况，为决策者制定方针政策、规定任务、采取措施提供决策依据和参考。这类调研报告格式常用于向上级报告工作，如党委、人大、政府和政协机关，以及部门和单位领导下基层了解面上情况后所写的调研报告，多用于此类调研报告格式。这类调研报告格式的写法偏重于反映客观情况，分析研究的成份相对少一些，一般也不要求提出理论性的主题思想。在写作过程中，

这类调研报告格式的标题，一般要点明是关于什么单位或者地区、什么问题的调查。其前言一般是介绍调查的缘由、目的、时间、地点、范围和方式等。由于这类调研报告格式的主体内容涉及面一般都比较宽，因此，这类调研报告格式在写作上往往采用横向结构。如综合反映一个地区的情况，可从经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、组织领导等若干方面来撰写；如反映某一方面的情况，则可分为基本概况、主要成绩、突出问题等若干层次。当然，每个大的部分中还可以分为若干个小的问题来写。

2. 总结典型经验的调研报告格式

这类调研报告格式，主要用于对先进典型进行深入调查分析后，提炼出成功的经验和有效措施，以指导和推动面上的工作。因此，这类调研报告格式写法主要包括：基本情况、突出成绩、具体做法、主要体会等。这类调研报告格式的标题一般要反映主题。前言大多采用概述主要成绩、发展变化，并提示基本经验的写法。主体部分需要充分展开，不仅要写具体做法，而且要写切身体会；不仅要写感性认识，而且要上升到理性认识。这两方面是相辅相成、缺一不可的，没有具体做法，体会就是空的；不上升到理性认识，感性认识就难以具有广泛的指导意义和推广价值。结尾可以归纳全文、强调主旨，或者指出不足、展望未来。在行文的语气上，经验调研报告格式与经验总结不同，经验总结用第一人称，行文语气必须谦虚，而调研报告则用第三人称，可以热情赞扬，以促进经验的推广。

3. 反映新生事物的调研报告格式

这类调研报告格式，主要是用于报告和评价新生事物，帮助人们提高对新生事物的认识。新生事物往往代表着事物的发展趋势，因此，在写作这类调研报告格式时要抱着满腔热情的态度给予充分肯定和积极支持。这类调研报告格式写作的特殊性上，都缘于一个新字，不仅要说明新生事物的孕育、

产生和发展过程，而且要指出它的背景，也就是说要指出它是在什么样的环境和条件下产生的，经历了什么样的发展过程，遇到了那些矛盾、困难和问题；不仅要说明它的性质和特点，而且要指明它的作用和意义，包括对其发展前景的预测和未来发展方向的展望。由于新生事物处于不断发展和完善的过程中，往往不够成熟，甚至存在某些弱点和不足，所以在结尾时，一定要如实地指出它需要进一步完善的地方和可能带来的新问题，以便进一步改进和完善。

4. 揭露问题的调研报告格式

这类调研报告格式，又可细分为两种：一种是为了研究解决工作中存在的缺点和问题，以及不良倾向等而撰写的调研报告，其目的在于揭示问题、反映情况，而不在于追究责任者。另一种是为了处理违法乱纪事件或严重事故等而撰写的调研报告，这一类调研报告格式的写法不仅要确凿的事实分清是非，而且要弄清性质、分清责任，提出解决和处理的具体意见。揭露问题的调研报告格式上，标题往往多采用揭露式的，有的标题甚至还带有一定的感情色彩，如《主城区违法建筑触目惊心》，这一个标题，不仅表明了调研报告的主旨，而且也表明了作者对这一问题的态度，能够起到强烈的警示与提示作用，吸引读者的眼球。主体部分所反映的如果是一个具体事件，一般采用纵向结构；如果反映的是一种倾向和状况，多采用横向结构。在叙述完问题的主要事实后，要写出问题产生的原因、性质和危害程度。结束语有的可呼吁对问题予以重视或关注，有的可扼要提出解决办法或处理意见。

5. 考察历史事实的调研报告格式

这类调研报告格式，通常是用于对某一历史现象或某一历史事件进行重新调查，用确凿的事实，揭示历史真相，作出正确的评价，以还历史的本来面目。如为平反历史冤假错案所写的调研报告，就属于这种调研报告格式。这类调研报告格式的政策性和针对性较强，反映的事件往往也比较复杂。这

类调研报告格式上，正文的内容一般包括三个方面：一是事实的本来面目；二是被歪曲的情况；三是纠正和处理的意见。在这类调研报告格式在写作时，事实真相与被歪曲的情况相矛盾的地方，尤其要叙述清楚，要说明事实被歪曲的原因和有关的责任者。写处理意见时，态度要明确，办法要具体。如果问题正在处理和解决中，就要把进展情况写出来；如果尚有阻力，就要把问题尖锐地提出来，敦促有关部门尽快予以解决。

6. 研究探讨性的调研报告格式

这类调研报告格式，主要用于研究探讨某项政策或工作，以统一认识，提出解决问题的办法。当然，也可以用于在作出某项决策之前，进行可行性调研，这类调研报告格式的特点是具有较强的探索性和论证性。这类调研报告的写作虽然取材广泛，但总是针对某个现实问题，或者紧紧围绕党委与政府的中心工作展开，通过研究和分析大量系统的材料，探索解决问题的办法和途径，有时还要与不同的意见展开商榷和争鸣。

这类调研报告格式上，标题大多数采用直述主旨的方式，当然也可以采用提问的方式作标题，如《打开宝岛的金钥匙在那里？关于海南岛开发建设的调查》，这种标题，如果运用得当，既可以准确反映主旨，又能对读者产生较强的吸引力。其前言，一般是提出要探讨、解决的问题及研究此问题的意义。如果对问题有不同的认识，则要把各方面的主张摆出来。研讨性调研报告格式提出的往往是新观点、新见解，所以在主体中，不仅事实材料要充足有力，而且还要进行充分的论证，必要时，还应对不正确的意见进行批驳。这就要求对这类调研报告格式上，把立论和驳论有机结合起来。但不管是立论，还是驳论，都要以事实材料为基础，切记不要偏离到抽象或空洞的理论证明上去。此外，由于调研报告的目的是探讨解决问题，所以应采取平和的、商榷的语气，切忌冷嘲热讽。这类调研报告上，结束语可采取归纳全文，强调主旨

的方法，也可以采用提出需要进一步探讨解决问题的方法来结尾。

7. 调研报告格式调查附记

调查附记又称为调查后记，虽然也是一种文体，但没有独立性，在调研报告格式上，它依附于原件而存在。在有些情况下，如果知情者所提供的材料比较具体实在，并能充分说明问题，这时便以原件为主，在原件后附上调查附记或后记，起证明情况的作用。

一般调研报告的格式附记都比较简短，在写法上，往往首先是对原件所反映的问题表示明确的看法，并说明经过调查，原件完全属实或基本属实等。接着可以就其中某一关键问题作补充说明或有所强调。必要时也可以指出当事人或单位目前的认识和行动。由于原件所反映的问题，有可能与事件的发展情况不同，可能已圆满解决，或正在解决，或尚未着手解决，因此，调研报告格式上，附记的结束语应针对不同的情况采用不同的写法。

要写出高质量、高水平的调研报告，需要按上述几类调研报告的格式和结构要求谋好篇布好局，还要兼具一定的文字驾驭能力之。

市场调查心得体会

市场调查计划书

市场调查习题

市场调查课程标准

市场调查计划

市场调查报告书篇五

调查报告一般由标题和正文两部分组成。

(一)标题。标题可以有两种写法。一种是规范化的标题格式，即“发文主题”加“文种”，基本格式为“××关于××××的调查报告”、“关于××××的调查报告”、“××××调查”等。另一种是自由式标题，包括陈述式、提问式和正副题结合使用三种。

(二)正文。正文一般分前言、主体、结尾三部分。

1. 前言。有几种写法：第一种是写明调查的起因或目的、时间和地点、对象或范围、经过与方法，以及人员组成等调查本身的情况，从中引出中心问题或基本结论来；第二种是写明调查对象的历史背景、大致发展经过、现实状况、主要成绩、突出问题等基本情况，进而提出中心问题或主要观点来；第三种是开门见山，直接概括出调查的结果，如肯定做法、指出问题、提示影响、说明中心内容等。前言起到画龙点睛的作用，要精练概括，直切主题。

2. 主体。这是调查报告最主要的部分，这部分详述调查研究的基本情况、做法、经验，以及分析调查研究所得材料中得出的各种具体认识、观点和基本结论。

3. 结尾。结尾的写法也比较多，可以提出解决问题的方法、对策或下一步改进工作的建议；或总结全文的主要观点，进一步深化主题；或提出问题，引发人们的进一步思考；或展望前景，发出鼓舞和号召。

市场调查报告是经济调查报告的一个重要种类，它是以科学的方法对市场的供求关系、购销状况以及消费情况等进行深入细致地调查研究后所写成的书面报告。其作用在于帮助企

业了解掌握市场的现状和趋势，增强企业在市场经济大潮中的应变能力和竞争能力，从而有效地促进经营管理水平的提高。

市场调查报告可以从不同角度进行分类。按其所涉及内容含量的多少，可以分为综合性市场调查报告和专题性市场调查报告；按调查对象的不同，有关于市场供求情况的市场调查报告、关于产品情况的市场调查报告、关于消费者情况的市场调查报告、关于销售情况的市场调查报告以及有关市场竞争情况的市场调查报告；按表述手法的不同，可分为陈述型市场调查报告和分析型市场调查报告。

与普通调查报告相比，市场调查报告无论从材料的形成还是结构布局方面都存在着明显的共性特征，但它比普通调查报告在内容上更为集中，也更具专门性。

市场调查报告的内容结构一般由如下几部分组成：

(一) 市场调查报告的标题

标题是市场调查报告的题目，一般有两种构成形式：

市场调查报告标题——文章式标题，即用概括的语言形式直接交待调查的内容或主题，例如《全省城镇居民潜在购买力动向》。实践中，这种类型市场调查报告的标题多采用双题(正副题)的结构形式，更为引人注目，富有吸引力。例如《竞争在今天，希望在明天——全国洗衣机用户问卷调查分析报告》、《市场在哪里——天津地区三峰轻型客车用户调查》等。

(二) 市场调查报告的引言

引言又称导语，是市场调查报告正文的前置部分，要写得简明扼要，精炼概括。一般应交待出调查的目的、时间、地点、

对象与范围、方法等与调查者自身相关的情况，也可概括市场调查报告的基本观点或结论，以便使读者对全文内容、意义等获得初步了解。然后用一过渡句承上启下，引出主体部分。例如一篇题为《关于全市x年电暖器市场的调查》的市场调查报告，其引言部分写为“xx市北方调查策划事务所受xx委托，于2019年3月至4月在国内部分省市进行了一次电暖器市场调查。现将调查研究情况汇报如下：”用简要文字交待出了调查的主体身份，调查的时间、对象和范围等要素，并用一过渡句开启下文，写得合乎规范。这部分文字务求精要，切忌罗嗦芜杂；视具体情况，有时亦可省略这一部分，以使行文更趋简洁。

这部分是市场调查报告的核心，也是写作的重点和难点所在。它要完整、准确、具体地说明调查的基本情况，进行科学合理地分析预测，在此基础上提出有针对性的对策和建议。具体包括以下三方面内容：

市场调查报告——情况介绍：市场调查报告的情况介绍，即对调查所获得的基本情况介绍，是全文的基础和主要内容，要用叙述和说明相结合的手法，将调查对象的历史和现实情况包括市场占有情况，生产与消费的关系，产品、产量及价格情况等表述清楚。在具体写法上，既可按问题的性质将其归结为几类，采用设立小标题或者撮要显旨的形式；也可以时间为序，或者列示数字、图表或图像等加以说明。无论如何，都要力求做到准确和具体，富有条理性，以便为下文进行分析和提出建议提供坚实充分的依据。

市场调查报告——分析预测：市场调查报告的分析预测，即在对调查所获基本情况进行分析的基础上对市场发展趋势作出预测，它直接影响到有关部门和企业领导的决策行为，因而必须着力写好。要采用议论的手法，对调查所获得的资料条分缕析，进行科学的研究和推断，并据以形成符合事物发展变化规律的结论性意见。用语要富于论断性和针对性，做到析理入微，言简意明，切忌脱离调查所获资料随意发挥，

去唱“信天游”。

市场调查报告——营销建议：这层内容是市场调查报告写作目的和宗旨的体现，要在上文调查情况和分析预测的基础上，提出具体的建议和措施，供决策者参考。要注意建议的针对性和可行性，能够切实解决问题。

以《关于全市x年电暖器市场的调查》一文为例，该市场调查报告的主体部分写为：

据调查，国内以电暖器为主要产品的生产企业为数不多，大约30多家。x年，这些企业电暖器总产量约240.19万台。其中年产量超过10万台的主要有广东美的家电厂、宁波天工实业公司……八家企业。这八家企业电暖器总产量约209.53万台，占国内电暖器总产量的87.24%。具体数字见表一(略)

以上情况表明：虽然电暖器行业目前处于起步阶段，但生产集中程度都非常高。特别是产量排行第一的广东美的家电厂，其产量超过国内总产量的四分之一，在本行业中处于明显的垄断地位。

据对北京、大连、沈阳、济南、杭州、武汉六个城市的27家大商场的调查，x年总销量约为71000台。其中，销量超过5000台的有大连商场、大连百货大楼……五家商场，年销售总量约44447台，占27家销售总量的62.2%。具体数字见表二(略)

以上情况表明：与电暖器生产的高度集中类似，电暖器销售的集中程度也非常高。这种现象一方面反映了电暖器市场正处于开发阶段，大部分商场都把电暖器作为试销商品经营，把电暖器作为主要商品经营的为数甚少；另一方面，虽然经销电暖器获得成功的商场数量不多，但这些成功者的事实至少说明，电暖器极具市场潜力，具有良好的发展前景。

3. 各种品牌的竞争(略)

4. 市场分析与展望(略)

产品与建筑面积、供热面积的分析，产品生产和销售情况的分析(略)

5. 几点建议(略)

产品调查是市场调查的主要内容之一。产品市场调查报告的行业性、专业技术性很强。其内容一般包括：产品的品牌、质量、款式、功能、价格、技术、服务、消费，及对产品的评价、意见、要求、产品的市场销售、市场展望等。上述市场调查报告范文侧重于对产品的生产、销售、品牌等情况的介绍，运用数字分析、对比、排位等方法分析，尤其是第四部分对影响产品销售的建筑面积、供热面积等深层背景进行分析，并进行预测，使文章更有力度，在此基础上所提出的对策和建议，必然显得理据充实，说服力强。

结尾是市场调查报告的重要组成部分，要写得简明扼要，短小有力。一般是对全文内容进行总括，以突出观点，强调意义；或是展望未来，以充满希望的笔调作结。视实际情况，有时也可省略这部分，以使行文更趋简炼。

调研报告格式种类及相关调研报告的写法

不同种类的调研报告，其调研报告格式与写法总体上大致相同，但由于强调的重点和要求不完全一样，因此，每种调研报告格式的写法也有一定的区别。下面，对几种常用调研报告格式及调研报告的写法分别作一些简要介绍。

这类调研报告格式，主要用于反映某一地区、某一领域或某一事物的基本面貌，目的在于报告全面的情况，为决策者制定方针政策、规定任务、采取措施提供决策依据和参考。这类调研报告格式常用于向上级报告工作，如党委、人大、政府和政协机关，以及部门和单位领导下基层了解面上情况后

所写的调研报告，多用于此类调研报告格式。这类调研报告格式的写法偏重于反映客观情况，分析研究的成份相对少一些，一般也不要求提出理论性的主题思想。在写作过程中，这类调研报告格式的标题，一般要点明是关于什么单位或者地区、什么问题的调查。其前言一般是介绍调查的缘由、目的、时间、地点、范围和方式等。由于这类调研报告格式的主体内容涉及面一般都比较宽，因此，这类调研报告格式在写作上往往采用横向结构。如综合反映一个地区的情况，可从经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、组织领导等若干方面来撰写；如反映某一方面的情况，则可分为基本概况、主要成绩、突出问题等若干层次。当然，每个大的部分中还可以分为若干个小的问题来写。

这类调研报告格式，主要用于对先进典型进行深入调查分析后，提炼出成功的经验和有效措施，以指导和推动面上的工作。因此，这类调研报告格式写法主要包括：基本情况、突出成绩、具体做法、主要体会等。这类调研报告格式的标题一般要反映主题。前言大多采用概述主要成绩、发展变化，并提示基本经验的写法。主体部分需要充分展开，不仅要写具体做法，而且要写切身体会；不仅要写感性认识，而且要上升到理性认识。这两方面是相辅相成、缺一不可的，没有具体做法，体会就是空的；不上升到理性认识，感性认识就难以具有广泛的指导意义和推广价值。结尾可以归纳全文、强调主旨，或者指出不足、展望未来。在行文的语气上，经验调研报告格式与经验总结不同，经验总结用第一人称，行文语气必须谦虚，而调研报告则用第三人称，可以热情赞扬，以促进经验的推广。

这类调研报告格式，主要是用于报告和评价新生事物，帮助人们提高对新生事物的认识。新生事物往往代表着事物的发展趋势，因此，在写作这类调研报告格式时要抱着满腔热情的态度给予充分肯定和积极支持。这类调研报告格式写作的特殊性上，都缘于一个“新”字，不仅要说明新生事物的孕育、产生和发展过程，而且要指出它的背景，也就是说要指

出它是在什么样的环境和条件下产生的，经历了什么样的发展过程，遇到了那些矛盾、困难和问题；不仅要说明它的性质和特点，而且要指明它的作用和意义，包括对其发展前景的预测和未来发展方向的展望。由于新生事物处于不断发展和完善的过程中，往往不够成熟，甚至存在某些弱点和不足，所以在结尾时，一定要如实地指出它需要进一步完善的地方和可能带来的新问题，以便进一步改进和完善。

这类调研报告格式，又可细分为两种：一种是为了研究解决工作中存在的缺点和问题，以及不良倾向等而撰写的调研报告，其目的在于揭示问题、反映情况，而不在于追究责任者。另一种是为了处理违法乱纪事件或严重事故等而撰写的调研报告，这一类调研报告格式的写法不仅要确凿的事实分清是非，而且要弄清性质、分清责任，提出解决和处理的具体意见。揭露问题的调研报告格式上，标题往往多采用揭露式的，有的标题甚至还带有一定的感情色彩，如《主城区违法建筑触目惊心》，这一个标题，不仅表明了调研报告的主旨，而且也表明了作者对这一问题的态度，能够起到强烈的警示与提示作用，吸引读者的眼球。主体部分所反映的如果是一个具体事件，一般采用纵向结构；如果反映的是一种倾向和状况，多采用横向结构。在叙述完问题的主要事实后，要写出问题产生的原因、性质和危害程度。结束语有的可呼吁对问题予以重视或关注，有的可扼要提出解决办法或处理意见。

这类调研报告格式，通常是用于对某一历史现象或某一历史事件进行重新调查，用确凿的事实，揭示历史真相，作出正确的评价，以还历史的本来面目。如为平反历史冤假错案所写的调研报告，就属于这种调研报告格式。这类调研报告格式的政策性和针对性较强，反映的事件往往也比较复杂。这类调研报告格式上，正文的内容一般包括三个方面：一是事实的本来面目；二是被歪曲的情况；三是纠正和处理的意见。在这类调研报告格式在写作时，事实真相与被歪曲的情况相矛盾的地方，尤其要叙述清楚，要说明事实被歪曲的原因和有关的责任者。写处理意见时，态度要明确，办法要具体。如

果问题正在处理和解决中，就要把进展情况写出来；如果尚有阻力，就要把问题尖锐地提出来，敦促有关部门尽快予以解决。

这类调研报告格式，主要用于研究探讨某项政策或工作，以统一认识，提出解决问题的办法。当然，也可以用于在作出某项决策之前，进行可行性调研，这类调研报告格式的特点是具有较强的探索性和论证性。这类调研报告的写作虽然取材广泛，但总是针对某个现实问题，或者紧紧围绕党委与政府的中心工作展开，通过研究和分析大量系统的材料，探索解决问题的办法和途径，有时还要与不同的意见展开商榷和争鸣。这类调研报告格式上，标题大多数采用直述主旨的方式，当然也可以采用提问的方式作标题，如《打开宝岛的“金钥匙”在那里？——关于海南岛开发建设的调查》，这种标题，如果运用得当，既可以准确反映主旨，又能对读者产生较强的吸引力。其前言，一般是提出要探讨、解决的问题及研究此问题的意义。如果对问题有不同的认识，则要把各方面的主张摆出来。研讨性调研报告格式提出的往往是新观点、新见解，所以在主体中，不仅事实材料要充足有力，而且还要进行充分的论证，必要时，还应对不正确的意见进行批驳。这就要求对这类调研报告格式上，把立论和驳论有机结合起来。但不管是立论，还是驳论，都要以事实材料为基础，切记不要偏离到抽象或空洞的理论证明上去。此外，由于调研报告的目的是探讨解决问题，所以应采取平和的、商榷的语气，切忌冷嘲热讽。这类调研报告上，结束语可采取归纳全文，强调主旨的方法，也可以采用提出需要进一步探讨解决问题的方法来结尾。

调查附记又称为调查后记，虽然也是一种文体，但没有独立性，在调研报告格式上，它依附于原件而存在。在有些情况下，如果知情者所提供的材料比较具体实在，并能充分说明问题，这时便以原件为主，在原件后附上调查附记或后记，起证明情况的作用。一般调研报告的格式附记都比较简短，在写法上，往往首先是对原件所反映的问题表示明确的看法，

并说明经过调查，原件完全属实或基本属实等。接着可以就其中某一关键问题作补充说明或有所强调。必要时也可以指出当事人或单位目前的认识和行动。由于原件所反映的问题，有可能与事件的发展情况不同，可能已圆满解决，或正在解决，或尚未着手解决，因此，调研报告格式上，附记的结束语应针对不同的情况采用不同的写法。

要写出高质量、高水平的调研报告，需要按上述几类调研报告的格式和结构要求谋好篇布好局，还要兼具一定的文字驾驭能力之。