

# 数据分析报告(优质10篇)

报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗?下面是小编为大家整理的报告范文,仅供参考,大家一起来看看吧。

## 数据分析报告篇一

一缕春风溢满了我们数据部每角落,不知不觉中已经来我们公司有一年多了,我任职数据部一名数据统计员,每一项工作都与业务部有相连,跟进业务部日常行程、每天销售业绩、发生意销售、目标及占比跌幅店铺信息、物料赞助跟进等等就是我的工作。在婷姐的带领下和诸位同事的合作中学到很多东西,慢慢的全面把握了公司的数据准确性和保密性,这对我的职业生涯具有非凡意义,使我打下了坚实的基础。

回顾这一年多时间,工作经验、社会交流等等一切都是从头开始,从无到有,从有到会,从会到熟;这一过程都离不开公司领导的带领和个人的努力,这一年是感恩的一年,真心感谢公司给我提供磨练自己的机会,更感谢公司领导一直以来对我的信任与栽培!

渐渐的,我体会到和摸索出一些总结和感想:

总结:

一。团队的合作是完成工作的前提。做一份能令领导满意的数据表格不单单是自己一个人闭门造车所能造出来的,需要合理的意见和适当的帮助,自己的制表思路是要在前人的启发下才能发挥出色。

二。精准的数据需要懂得数据的理念和要求,数据的运用。

做数据表格是给人一种一目了然的清晰感，怎样把公司的数据信息及时传达公司领导、客户及客户主任尤为重要。准确的数据表格是给领导和客户的第一印象，是直接影响整份表格的进度。信息是及时、全面反映整个企业的精神面貌和工作动态，这就要求及时，迅速，对各部门上报的信息进行整理、加工，对发生的大事对各部门进行催报，使信息管理工作更加规范到位。

三。善于总结，懂得吸取经验。经验是在实际工作中得到的，把握了经验工作自然就是事半功倍。刚开始做数据表格时，只知道一味的按部就班，缺少灵活性，表格表达不清晰。后来经过不断的摸索，领悟到表格有很多功能是值得我们去参谋的，运用vlookup、sumif等常用公式，让自己变得灵活而具有战斗力。表达最美的效果，这种感觉是要在长期的工作经验中积累起来的。

四。善于沟通，避免出错。做数据表格是在第一份原始资料的基础上做出来的，第一份原始资料就是小马做的数据报表，做数据时遇到什么不明白的需请教，因此信息传递是很重要的，我们要保持信息的畅通性就必须善于沟通，否则出现差错，前功尽弃。所以，一边工作一边总结经验是百利而无一害的。

感想：

一：数据部是实现自己理想和展现自己技能的平台。能把自己所学知识运用出来是一件值得庆幸的事，安分守己，把自己的工作出色完成对公司是一种责任，对自己是一种交代。

二。认识了很多新同事，交流广泛，知识面丰富了。新的环境必然有新的事物，接收新的事物必然有新的认识，新的认识必然有新的数据理念思想，对自己的专业知识和认识更上一层楼。

三。去旧迎新，迎接新的挑战，自我提升，给自己定下目标□20xx年是奋斗的一年，一年可以实现很多事情，可以改变很多事情，是选择继续奋斗还是碌碌无为，关键在于自己的行动。只有行动万事皆成事实，所以我给自己定下了三个目标：1.全面提升自己，工作能独当一面。这样就能提高工作效率，不会延误工作进度。2数据能精确化，提高效率。3.保持一颗上进心，永不熄灭。

最后，祝愿大家新春如意，事业有成，开开心心过一个好年。

述职人：

20xx年xx月xx日

## 数据分析报告篇二

本月新增量中，高层建筑面积新增95.94万<sup>2</sup>，而小高层建筑由于增量较少，反而抵不上销量，两者权衡因此出现存量下跌的状况，也即小高层建筑本月新增量为零，且小高层存量消化了15.84万<sup>2</sup>。根据多方面数据综合分析，高层建筑本月销量和增量都有如此大的量可能有集中备案和报批因素。别墅出现增量则是新政以前的项目的后续工程。

### 2. 不同面积段新增量分析

从上图可以看出本月各个面积段的增量中，140<sup>2</sup>以上的占50%以上，而综合市场因素分析，本月新增项目中并没有如此大的体量，因此本月新增数据依然存在集中备案因素，导致各面积段新增量数据较高。而91-120<sup>2</sup>面积段销售量大于新增量，使得该面积段的存量下跌。

从本月各面积段的增量数据来看，前一段时间趋于稳定的供应结构将会有一定调整，主要体现在大面积房型的供应量将会有一定上升。由于国家规定“90<sup>2</sup>以下户型占总量70%”的

硬性指标，因此今后的结构调整仍将是个不得不重视的问题。

### 3. 各区域新增量分析

本月各区域的新增量呈现出参差不齐的现象，武昌区和东西湖区由于几个大盘的推出导致新增量大，而汉阳、洪山等区域也有新项目推出，但新增量依然小于销售量，这反映出目前市场上仍然存在较大需求。

## 数据分析报告篇三

前面板块分析中应涉及到该部分内容，再将该区域目前销售的具体代表项目进行分析，为本项目提供依据。

### 1. 项目所在区域住宅（商业）项目概况

例：

### 2. 项目所在区域的产品特点分析

#### （1）开发规模及配套情况

项目所在区域代表性项目占地面积规模比较

（2）规划设计及户型特点（本区域以什么建筑为主：多层、小高层、高层；建筑风

格以什么为主：欧式、现代；社区文化；环境；项目主力户型情况、分析以何种户型为主）

#### （3）装修标准及智能化系统

### 3. 项目所在区域的销售特点

（1）营销推广特点（通过对济南目前在售楼盘在报纸、电视、

路牌、杂志、工地现

场等不同媒介上所做宣传画面、诉求内容、表达形式等方面的分析，以及对楼盘销售人员、销售场所的包装调查)

4.

## 数据分析报告篇四

财务分析报告是企业财务主管以实际的财务资料为依据，系统地研究分析企业财务运作的应用文书，财务数据分析报告。随着商品流转的不断进行，企业的资金不断循环周转，构成了资金的筹集、运用、耗费和分配等方面的运动，这就是企业的财务活动。企业财务活动的结果，反映在资金来源、资金占用、流通费用、税金、利润等财务指标上，企业的财务分析报告就是对这些指标在一定时期内的完成情况用一定的方法进行综合性地计算和分析，并用书面文字加以阐述。

财务分析报告的作用主要有：通过检查企业在一定时期内的财务计划执行情况和对企业各项财务指标实绩的分析，总结企业经营管理中的经验及教训，并提出具体的工作建议，提出对资金运用、费用开支、利润完成状况的总评价，作为检查、考核企业财务管理优劣的重要依据。它是帮助领导决策、指导企业业务的重要手段。

财务分析报告可分为综合分析、专题分析、简易分析、典型分析、财务预测五种。

综合财务分析报告分为年度和上半年度两种，它全面反映企业的财务活动状况及其成果，并对资金、费用、利润等数据，对主要经济指标的完成状况进行综合分析，从而总结经验教训，对今后工作提出建议。

简易财务分析报告是在一个较短的时期内，通常是季度或月

度，对企业财务活动及经营成果作简要的分析，以发现经营活动和财务资金方面可能存在的问题。

专题财务分析报告是企业经营管理实践中发现某一财务状况对业务经营的开展有很大影响而作出的专门分析。如商品库存结构分析；资金分析；财经纪律状况分析等。

典型财务分析报告是分析与财务活动有关的、重大突出的、有普遍意义的典型事例所写的报告，多数是上级单位或同级财税，金融，工商管理部门编写，常用第三人称。

财务分析报告具有真实性、同比性、议论性等特点。

### （一）真实性

财务分析报告的主要作用是供领导正确决策之用，作为企业健康有序发展之用，因而材料的真实性至关重要。任何虚假的材料都会导致判断的失真，进而导致决策的失误，导致工作的失败。

### （二）同比性

财务状况的优劣，一定与某特定时期的背景分不开，一定与企业发展的某一阶段性分不开，所以，比较法是最为常见的分析方法，尤其是历史上的同比很有必要，这有助于帮助企业找到发展的坐标。

### （三）议论性

财务分析报告的表现手法，侧重在议论，其他的记叙、说明都是为议论服务的，最后的结论也是建立在议论分析基础上的。所以应该不断地夹叙夹议。

## 数据分析报告篇五

### 能源额

- 1、酒店财务部提供数据(单位：人民币万元，百份比)：
- 2、经营分析(要求：由酒店总办牵头各能源责任部门作出分析，(证券交易所挂牌交易□19xx年, 主营业务规模和资产收益率等指标, 在所有商业上市公司中排第一, 进入国内上市企业100强。

19xx年, 郑百文在中国股市创下每股净亏2.54元的最高记录□19xx年, 郑百文一年亏掉9.8亿元, 再创中国股市亏损之最□20xx年3月, 郑百文刊登债权人中国信达资产经营公司要求其破产还债的公告, 8月22日起已暂停公司股票的市场交易。

## 数据分析报告篇六

受销售公司的重托, 我代表销售公司向本次职代会报告20xx年上半年的销售工作报告情况及下半年的工作计划安排, 请予以审议。同时诚挚地请各位代表以高度的责任感, 对销售工作报告给以支持、帮助、指导和批评。

xx年是销售公司注册独立法人的第一年, 也是全面贯彻实施矩阵式销售的第二年, 总部领导及各分厂领导乃至集团全体职工都对销售工作给以了极大的支持和关注, 政策调整及后勤保障都在向销售工作倾斜。上半年的工作, 我们概括地说: “喜忧参半, 压力与信心同在”, 喜的是我们顶住了5月份原材料、外协外购件价格持续上涨, 市场无序竞争所带来的压力; 产品销售及货款回收比去年同期明显大幅度增长, 至6月21日, 共完成销售手扶拖拉机93727台, 同比增长16.74%, 柴油机104159台, 同比增长24.84%, 压路机336台, 同比增长-13.81%, 肥料26500吨, 同比增长140.01%, 装载机262台,

挖掘机7台，电动自行车1046辆，旋耕机3237台，同比增长141.03%，收割机20xx台同比增长23.17%，共完成销售回款3.64亿元，同比增长84.77%；同时处理多年积压不良资产1784.22万元。

市场逐步规范，销售人员素质及销售管理水平显着提高；忧的是时间已近过半，产品销售、货款回收比年初我们的目标要求差距很大，这也是我们的压力，但是我们已充分意识到，总部在后勤保障、销售政策上都给了我们最大的优惠和照顾，各区域通过上半年的摸索和经验积累，市场已逐步成熟并规范，这都为下半年的销售工作奠定了坚实的基础，这就是我们的信心。

纵观上半年销售工作情况，没能全面达到总部要求及销售公司的预定目标，辜负了总部领导的期望，也有愧于各厂的大力支持，敬请各位领导及代表予以诚挚的谅解，并继续给以支持和帮助。

分析上半年任务完成原因，有我们内部管理的因素，也有市场客观变化的影响。在内部管理方面，一是我们销售公司的总体管理水平不高，管理手段和管理理念短时间内没能有质的提高，驾驭市场和统揽全局的能力相对较低，在我们要求全面发挥矩阵式销售优势的过程中，针对市场出现的新情况、新问题，应对措施被动，不能创造性地开展销售工作，导致在竞争中没能显示出明显的优势。二是区域人员应变市场能力差，面对激烈而多变的市场竞争，不是想方设法说服我们的代理商或是寻找并突出我们的产品卖点，而是一味地等靠总部或销售公司政策的放松。年初江西市场出现了问题，总部及总公司对市场的规范使得各区域人员陷入迷茫，原有的销售模式从心底被打乱，更多的人缩手缩脚，不能放开去操作、去应对市场；三是产品质量问题再次成为制约销售的重要因素。

06年上半年，装载机仓促形成批量，连续不断的质量问题使



得业务员倾力打开的市场近乎整个丧失，尤其小型装载机，可以说是卖一台退一台，经销商及客户不同程度地失去了信心，相对成熟的压路机产品，大问题不多，小毛病层出不穷，有的一台机器短时间内连续更换零部件达七次之多；就连我们的农机产品也并未按设想的一样，具有明显高出其它厂家产品档次的优势，反而是气孔、砂眼等质量问题较往年上升，许多经销商反映，今年我们的农机产品价格高出许多，而质量却同比明显下降。在外部因素方面，一是春节过后的原材料、外协外购件价格的持续惊人上涨，我们没有作好充分的思想准备，生产组织跟不上，旺季缺货，生产与销售局部脱节，保守地说，因为缺货造成的销售损失不会低于1个亿；二是农机产品短时间内的连续价格上调，使经销商利润减少，积极性下降，更重要的是助长了一些小厂家的竞争水平，不同程度地瓜分了我们的部分市场；三是工程机械销售在四月底以来，国家一系列金融政策和行政干预手段出台来抑制固定资产投资过热，形成“急刹车、硬着陆”的局面，客户购买力下降，加上我们集团推行的分期、承兑加价较高，使代理商及客户一时反应不过来，造成了工程机械销售进展缓慢。

总之，上半年的销售工作可以说是历尽艰辛，喜忧参半，重要的是我们得以吸取教训和总结经验。回顾上半年的销售，我们主要做了以下几方面工作：

销售工作制度逐步健全，绩效考核体系稳步完善而合理。

xx年是销售政策全面大幅度调整的一年，农业机械、工程机械、肥料等执行不同的销售政策、并根据不同的回款方式执行不同的价格和销售提成，根据总部的销售管理制度，销售公司以办公室为主，及时对费用及提成系数进行了测算，先后制定出台了《业务员薪给加级管理办法》、《费用报销审批制度》、《工程服务人员、三包司机、业务司机薪金费用管理办法》等十余项适合20xx年销售实际的配套管理制度。

考核改变了过去的单一任务考核形式，实行以效益为中心，

即以产品销售和货款回收为主，兼顾资金管理、市场开发等七项指标在内的绩效考核，通过对业绩的考核累加，使业务员分级分等，按级按等加薪，形成一种相对永久性的激励。

2、严格规范市场运作，强化业务员忠诚度教育，着手培育的销售铁军已现雏形。

针对05年个别市场出现的不规范现象，销售公司主动并配合总部出台了系列规范措施。在费用控制上采取定向区域包干、权力下放、总公司调控；在风险防范上继续推行风险金保障制度和区域分片联保、业务员互保制度；对不规范合同、潜在风险合同，加大审批把关力度；配合纪委成立了市场核查清理领导小组，定期对区域的自查自纠进行督促和检查。

xx年销售公司重点强化全体业务员的忠诚度教育，培育销售队伍成为懂经营、善管理、求实效、讲奉献、作风严谨、团结一致的**销售铁军**，从业务员的日常行为开始到业务运作、市场谈判都严格按制度按规定要求及考核。我们在不同场合以不同形式，深入贯彻学习《棋行天下》中著名人物董明珠的销售理念及对企业的忠诚，强化培训业务人员的销售技巧、业务能力及提高对企业的忠诚度。6月1日，首期46名销售骨干人员封闭式脱产强化培训班已开始按计划军训及学习，将为**销售铁军**的培育起到先锋模范作用。

3、初步确立了以办公室为核心的销售信息中心，销售工作的灵活性和针对性大幅度增强。

根据矩阵式销售模式的特点，销售公司确立了以销售办公室为核心的信息中心，辐射各市场区域及后勤处室，从计划提报、生产组织、业务发货到市场销售、服务反馈，办公室积极协调各部门进行，通过办公室及时收集市场反馈的销售信息、产品质量、同行业产品市场状况以及售后服务等各种情况，汇总后报有关领导及部门，为领导决策调整及销售工作改进提供客观真实的参考，同时把集团生产情况及产品改进

或总部决策等信息反馈到市场，便于市场灵活调整销售策略。信息中心的确立，使市场信息及总部决策在第一时间内汇融，销售的灵活性和针对性大幅度增强。

4、销售工作中严抓内勤管理，严格区域考核，军事化管理与人性化管理相结合。

面对错综复杂的市场变化，面对纷繁交错的市场业务，销售公司通过严抓内勤管理及严格区域考核来弥补我们产品质量、价格、品牌无明显优势的不足。后勤处室严格按目标卡中的关键绩效考核指标考核，各区域按市场七项指标考核。5月份报请总部同意，对连续三个月销售业绩完成较差的区域，已有12位经理9位副经理被降级降职使用。在实行严格管理的同时，销售公司内部也大力推行人性化管理，结合总部对销售的优惠和照顾，我们自五月份开始推行集体出差迎往接送制；对xx年孩子高考的销售业务员，我们召开了慰问座谈会，每个考生发送了纪念品。

5、销售工作较成功地推行了目前国内较先进的厂、商、银联合经销模式。

在工程机械销售全国性银行按揭停止，工程机械销售受阻的情况下，我们与武汉道远公司、广东发展银行湖北分行经过探讨论证，三方相互多次的深入考察，成功地推行了厂、商、银联合销售模式。此销售模式弱化了三方风险，提高了生产厂的生产组织能力，有利于减少库存，实现订单式生产，更能促进产品销售，在局部地区提高产品市场占有率乃至垄断该市场。

6、销售工作成功地举办了第一阶段的产品巡展暨用户座谈会，战略意义巨大而深远。

上半年，销售公司较成功地在山东、河北、山西、河南、湖北、安徽、上海七个地区组织召开了产品巡展及用户座谈会，

会议效果显著，各生产厂主要领导及技术质量人员参加了会议，对我们的产品改进、质量提高起到了督促作用，通过展会，企业形象及产品知名度得到很大提高，厂商关系得以深化和稳固。

xx年的下半年将是决定我们能否全面完成年初预定目标的关键半年，综合来看，自5月下旬以后，钢铁煤炭等原材料价格回落，通过集团质量月活动的实施与全员参与质量改进，各种产品质量稳步提高；装载机、挖掘机的生产工艺也渐趋成熟，产品质量及货源供应有了一定保证；各区域市场逐步成熟并规范，业务员素质和技能显着提高，销售队伍纯洁净化，战斗力增强。这些都为我们全面完成下半年的销售工作奠定了坚实的基础。外部因素方面，国家将从宏观政策上保证国民经济不低于7.9%的增长率，上半年因各种原因关闭或暂停的工程将陆续启动，国家“三农”政策也步入实质性阶段，从这些角度上说，全面完成年初制定的9个亿的销售目标，我们是充满信心的！

为了确保下半年的销售工作计划落到实处，我们将重点开展如下几方面工作：

1、强化领导干部职能，全面发挥矩阵式销售工作优势。

下半年，我们将通过上半年的业绩考核，选拔推荐有能力、威望高、懂经营、善管理的年轻人员充实到领导岗位，充分发挥他们的领导才能，强化团队意识，使其管辖的区域各种产品销售均衡增长；我们将根据销售实际情况及优势互补的原则，适当调整分管副总的分管范围，突出区域销售特点，加大销售与生产协调力度，切实体现桥梁纽带作用，使矩阵式销售优势得以充分发挥。

2、在销售工作中适时调整销售策略，实施灵活多样、适应市场变化的销售模式。

销售的命脉在于市场，而市场的命脉是变化。把握市场命脉，就是能有应对市场变化的策略和措施，固守一成不变的销售政策，只有坐以待毙。我们将在总部的支持下，适时根据市场变化调整销售策略，个别市场个别对待，个别情况个别对待，只要有利润，只要有利于市场或是企业利益，不论大小，坚决运作，尽全力使业务员的努力化为有效的订单。

3、在销售工作中继续加强业务员培训，优胜劣汰，精减冗员，坚定信心培育销售队伍成为一支铁军。

我们已付印被誉为“最完美的企业员工培训读本”的《没有任何借口》一书，人手一册。利用销售淡季，继续第二轮、第三轮销售人员封闭式培训，强化业务人员执行力、服从性及忠诚度教育，引导员工凭着对企业的忠心，对工作负责的“红心”开展营销工作，时时事事把企业利益放在首位，在维护企业利益的大前提下，出于公心，踏实做事，在为企业创造利益的同时体现自己的人生价值。当今首先教育业务员学会做人，人格魅力是销售成功的重要因素，热忱、恒心、自信、勇气和积极的态度能感染客户；其次教育大家信赖自己的产品，并对产品知识了如指掌；第三要求业务员充分了解市场，善于去收集市场的点点滴滴，因为每一个细微的环节都可促成销售机会；第四要学会弄清客户购买的真正原因，并有针对性的交流；第五教会业务员推销产品前先要推销个人，用笑容去广结人缘；第六做一个咨询员，而不只是销售员，通过互相探讨，让客户自发产生购买动机；第七销售要以“双赢”做前提，不强迫别人购买，能尽量站在对方角度考虑；第八通过教育，对于一心多用，脚踏两只船，不能全心全意开展销售工作的人员坚决予以剔除销售队伍；对于有位却无为，或是狂妄自大、居功自傲、不知进取甚或扰乱市场、阻碍他人发展的区域干部坚决予以调换，必要时报请总部调离销售公司。

4、在销售工作中严格奖惩兑现，保障后勤供应，确保广大销售人员时刻以高昂的斗志迎战市场。

国家的宏观调控政策，使得工程机械这个行业可能在近期内难以恢复，我们得接受这个事实，现在做销售很难，市场需求是急剧下滑，回款更是个严重问题，这就需要我们赶快想办法，找到新的市场机会，培育新的市场，并帮助用户寻求施工机会。另外，还将努力争取做好厂商银联合销售这一模式，来扩大我们的市场份额，我相信社会是不会停止前进步伐的，只是像海潮有起有落，把握好市场发展的规律，制定出适应市场的销售政策，市场一定会给我们好的契机的。

我们将申请总部按20xx年销售政策兑现业务员应得奖励，在以后的工作中，只要是按政策按规定该给予奖励的，及时给予造发奖金；对于违犯销售规章制度、弄虚作假、图谋私利的进行严格处罚，情节严重的报人力资源部处理。奖罚严明的同时，对业务人员给以无微不至的后勤供应，在总部给予业务员家属内退和减少工作时间的的基础上，对于日常家庭或个人工作中确有困难的，公司将由办公室协调在第一时间内帮助解决，确保解除他们的后顾之忧，让他们全身心投入到销售工作中，时刻以高昂的斗志迎战市场。

5、加大外贸业务运作，扩大外贸出口份额，使其成为销售工作大的增长点。

下半年总公司将加大对集团青岛进出口有限公司的业务运作考核，扩大产品外贸出口份额。根据目前的情况，除去出口集团各种产品，外贸公司在其他产品方面的业务也在逐步发展：我们已经开始为中国重汽集团在菲律宾市场上代理出口特种车辆，为江苏雷华公司代理塑料加工设备，涉及日本、意大利、美国等多个国家，还与日本一家公司洽谈，拟代理进口日本产的各型号汽油机，力争使外贸出口成为今年销售工作的大的增长点。

6、在销售工作中提高产品质量，强化三包服务，增强产品市场竞争力。

产品质量是我们销售取胜的法宝，三包服务更是不可忽视的重要内容，三包服务的质量，将直接影响着销售，我们将再增设一部800三包服务热线电话，三部热线同时实行16小时值班；加强工程技术三包人员的培训及考核，培养他们成为集压路机、装载机、挖掘机维修为一体的多面手；健全各市场区域的维修服务站，做到有投诉，就有处理，有处理就有满意，真正实现以顾客为关注焦点，从而提高产品的市场竞争力。

各位代表，面对着宏伟而鼓舞人心的计划目标，销售公司全体人员充满了信心，充满了斗志，我们将在总部的英明决策和大力支持下，同舟共济、众志成城、群策群力、全力以赴夺取销售工作的全面胜利！

谢谢大家！

## 数据分析报告篇七

主要说明企业基本情况、本期企业生产经营业务的主要经济指标完成情况等，如产量、营业额、销售量等实际完成额及同比增减值，工作报告《财务数据分析报告》。

计算反映企业发展能力状况的财力评价指标有：销售增长率，资本积累率，总资产增长率，三年资本平均增长率；三年销售平均增长率。

将这些指标与标准指标及上年同期值相比计算增减值，并从以下几方面分析生产经营中取得的业绩和存在的问题及原因：一是经营环境变化的影响，主要分析企业生产经营内、外部条件变化的影响；二是营业范围调整及影响；三是需披露的其他业务情况和事项的影响等。从中找出主要影响因素，并说明企业取得成绩的主要原因是什么，说明企业经营中出现问题与困难的原因是什么，使企业明确今后的发展方向。

## （二）盈亏指标分析

- 1、对利润表所反映的本期实际利润数与计划数及上年同期实际数进行对比，分析利润实现情况及增减值。本期实现利润（亏损）总额是多少，比计划及上年同期数增减额及增减率；分析本期实际利润总额构成情况，其中：主营业务利润、其他业务利润、营业外收支等情况与计划数及上年同期数的增减额及增减率是多少。
- 2、计算净资产收益率、总资产报酬率、主营业利润率、成本费用利润率等盈利能力分析指标，并用标准值与上年同期值相比计算增减值。
- 3、根据分析与计算结果，分析评价企业盈利能力的强弱，并从主营业务收入同比增减额的影响、成本费用同比增减额影响、其他业务利润、营业收支净额等因素分析其对本期利润的影响程度，查找导致盈利能力增强（减弱）的原因。

## （三）资金指标分析

- 1、通过资金结构比例分析，分析本期资产负债表、利润表等报表中各项目的构成比例，以行业比例和上年同期项目比例相比较，将增长分析与结构分析结合起来，判断各项目构成比例的合理性、科学性。
- 2、对企业资产的营运能力进行分析，评价企业资产管理效率情况。其评价的指标主要包括：总资产周转率、流动资产周转率、固定资产周转率、存货周转率、应收账款周转率。如通过对应收账款周转率的分析，可以得出企业应收账款变现速度的快慢及管理效率的高低。如果周转率高则表明：收账速度快，账龄较短，资产流动性强，短期偿债能力强，可以减少收账费用及坏账损失。同时借助应收账款周转期与企业信用期限的比较，还可以评价委托加工单位的信用程度，调整原订的信用条件，制定出相应的收账政策。对固定资产周



转情况的分析，可以知道固定资产的利用率是否合理，固定资产结构是否恰当。

3、计算企业的偿债能力情况，其主要指标有：速动比率、流动比率、资产负债率、产权比率等。

4、指标变动差异分析，将本期各项指标计算结果与标准值及上年同期值比较，找出变动较大或不正常的指标作为重点分析对象，揭示运行中存在的问题及原因。

#### （四）国有资产保值增值指标分析

1、衡量国有资本保值增值情况指标是国有资本增值率，通过对该指标进行分析，能充分体现对国有资产的保护，能及时、有效发现侵蚀国有资产的现象，反映国家投入资本的保全性和增长性。

2、一般认为资本的保值增值率越高，表明企业的资本保全越好。当保值增值率达到100%时为保值，超过100%时为增值，若小于100%则表明国有资本减值，说明国有资产受到了侵蚀、流失、损失等，没有实现资本保全。

3、根据国有资本保值增值实现的程度，分析其原因，特别是对没有实现资本保值的要高度重视，查找漏洞，研究对策。

## 数据分析报告篇八

中国拥有世界上最为庞大的青少年人口群体。统计表明□20xx年中国14~35岁人口有4.65亿，占总人口的36.25%。对于任何社会来说，青少年都是民族的未来与希望。中国社会正处于改革开放的时代，现在的青少年是变革的弄潮儿、受益者和风险承担者，他们正在经历着我国社会经济等方面的重大变革，发展变化的速度很快。客观、准确地了解和掌握青少年的现状，才能从实际出发，制定有效的政策，从而正确引

导青少年，把青少年一代培养成为有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义新人。本报告主要是依据统计数据对近年来中国青少年发展状况进行分析，所采用的数据均为撰写本报告时(截至20xx年7月31日)中国青少年发展状况指标体系中各项指标所能获得的最新数据。在本报告中青少年采用14~29岁和14~35岁两种年龄统计口径。

## 数据分析报告篇九

生鲜电商代表更高效的模式，收入提升、消费升级、技术进步和资本介入促进了发展。

电商是促进农业进步发展的重要手段之一，生鲜由于其自身价值以及运输、仓储等特性，更适宜发展电子商务。相对于传统的生鲜模式，生鲜电商缩短了整个产业链，避免了传统模式下各个环节的运输、存储等步骤，减少了损耗，同时生鲜电商作为产业链中的核心，供求双方的信息传递和沟通更加顺畅。

近年来城镇居民人均可支配收入逐年提升，恩格尔系数呈现下降态势，人们的生活水平不断提高；消费的升级，人们对产品的需求层次也在不断递进，生鲜电商符合了人们的消费趋势，迎来爆发期是水到渠成。同时物流的进步和资本的介入也促进生鲜电商的发展升级。

## 数据分析报告篇十

原理与思路：

市场研究与市场推广是市场营销的两个步骤，二者相互关联，不可或缺。前者通过详尽的市场调查，采集相关市场数据，并运用科学的方法加以分析，从而准确把握宏观市场及区域市场的供需状况，深入了解国家政治经济政策对房地产市场的影响，科学的预测市场走向、竞争对手及竞争形式，最终

确定准确合理的市场定位；而后者则根据前者的研究成果——市场定位——解决市场推广中的具体措施，如价格策略，销售策略，广告宣传策略，促销手段的组合策略等。简言之，前者是基础，后者为前者逻辑结论。体系与方法：

市场调研报告将从宏观和微观两个层面展开，宏观方面包括：宏观经济形势，产业政策向导，房地产项目开发、销售情况，产品自身与市场营销的所处阶段与具体特征；微观方面包括：项目所在区域的自然、经济及人文状况，区域市场的供应及需求分析。

## 第一部分宏观区域分析

### 一、区域社会经济发展状况

#### 1、区域概况(网上资料或统计局)

##### (1)(2)(3)(4)

地理位置(位置、所辖区域、面积、市区面积)

城市性质及地位(城市的历史、文化、所占的重要地位)城市规模(城市用地规模、人口规模)

城市总体布局(城市格局、所含区、规划方向、突出特色)

#### 2、区域经济发展概况(数据来源统计局)

列柱状图

(2)人均可支配收入及增长，消费性支出及增长、平均工资

### 二、区位分析

#### 1、项目区域位置与自然概况

(1) 项目所在区域概况 (项目所在区域是大区域的什么地带、占有什么地位、起到

什么作用) 附：项目地块位置图

(2) 区域位置 (项目具体位置、占地及位置优势)

(3) 区域景观条件 (项目所在区域景观)

## 2、项目与城市主要商业区及就业区的联系分析

(1) 项目所在区域的交通情况 (项目周边的快速路、主干路、次干路、支路；项目

周边的公交线路；项目到达市中心的乘车路线及时间)

(2) 主要商业区、就业区的分布及与项目的关系

a□cbd(中央商务区) (所处位置与项目距离、时间)

b□crd(中心商业区) (所处位置与项目距离、时间)

c□cid(科技商务中心区) (所处位置与项目距离、时间)

d□分析项目与上述区域的关系

## 3、城市规划对项目开发的影响

(1) 区域整体规划概况

(2) 项目周围规划概况

(3) 规划对项目的影晌

## 三、区域分析结论

- 1、经济发展、人均收入及支出消费
- 2、项目的区位优势
- 3、项目的交通优劣势
- 4、大规划与项目周边的小规划对项目的影响分析

## 第二部分区域房地产的市场分析

### 一、区域住宅(商业)市场的发展状况

#### 1. 区域住宅(商业)市场的发展回顾及概况

- (1) 起步兴起期(时间、首批代表作、产品特征)
- (2) 平稳发展期(时间、代表作、产品特征、需求状况)
- (3) 整合提升期(时间、代表大盘、产品及战略理念、需求状况)

#### 2. 近年来区域住宅(商业)市场供求分析

(1) 市场供应方面(近年来的施工面积及增长)(数据来源: 房地产开发办)

(2) 市场需求方面(近年来的销售面积及增长, 销售总额)(数据来源: 房地产

开发办)

(3) 价格变化(各类房产项目的价格及涨幅: 经济适用房、多层住宅、高层住宅、

别墅、高档公寓、写字楼、商业用房)(数据来源: 统计局)

### 3. 区域住宅(商业)市场的发展特点

(1)

(2) (3) (4) 分析) (5)

政府对市场的管理调控力强(相关房地产政策及区域房产政策的出台及作用)市场体系逐步完善(主要包括出现多层次的供应房及二手房的发展)

4. 区域住宅(商业)市场格局(根据市场状况将城市划分为几个区域版快, 再根据版快进行分析)

例: 东部版快(发展背景: 区域状况、交通、配套、规划; 楼盘特点: 该板块内的楼盘共性; 销售情况: 价格、交房、档次、销售率)

## 二、项目所在区域的房地产特性

前面板块分析中应涉及到该部分内容, 再将该区域目前销售的具体代表项目进行分析, 为本项目提供依据。

### 1. 项目所在区域住宅(商业)项目概况

例:

### 2. 项目所在区域的产品特点分析

(1) 开发规模及配套情况

项目所在区域代表性项目占地面积规模比较

(2) 规划设计及户型特点(本区域以什么建筑为主: 多层、小高层、高层; 建筑风

格以什么为主：欧式、现代；社区文化；环境；项目主力户型情况、分析以何种户型为主)

(3) 装修标准及智能化系统

### 3. 项目所在区域的销售特点

(1) 营销推广特点(通过对济南目前在售楼盘在报纸、电视、路牌、杂志、工地现

场等不同媒介上所做宣传画面、诉求内容、表达形式等方面的分析，以及对楼盘销售人员、销售场所的。包装调查)

(2) 从营销策略层面看：宣传主题、主诉内容、销售控制

(3) 从营销执行操作层面来看：销售场所、样板房、销售服务、人员素质

(4) 售价情况：集中销售均价、最低价格、最高价格、销售率

(5) 客户特点：主要区域客户来源、档次、目的、原因

三、典型个案(详细介绍区域内主要项目的特点或区域内最成功的案例

### 四、区域市场需求调查分析

1. 调查问卷内容(附表)

2. 问卷调查说明及统计分析内容：

3. 问卷统计分析结论