

最新调研报告部分(精选6篇)

报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

调研报告部分篇一

为了运用所学习的专业知识来了解会计核算的工作流程和管理办法，加深对会计工作的认识，将理论联系与实践，培养实际工作能力和分析解决问题的能力，达到学以致用目的，为今后更好地工作打下坚实的基础。我们于20xx年1月6——20xx年2月10日对台州市、舟山市、诸暨市、义乌市等中小型企业中的会计岗位进行了实践调查。

二、调查总结

会计工作岗位，是指一个单位会计机构内部根据业务分工而设置的职能岗位。在会计内部设置一些会计工作，可以减轻会计工作的工作量，提高会计工作的工作效率和工作质量，有利于内部牵制和管理，明确会计工作的分工。各会计工作岗位相辅相成，共同围绕着公司经济而运作。

会计工作在提高经济在企业的经营管理中起着重要的作用，其发展动力来自两个方面：一是社会经济环境的变化；二是会计信息使用者信息需求的变化。

(一)、调查结果及分析

通过调查得知，大学学历占的比例较大，其次是高中。这说明会计专业对学历的要求相对还不是很高。大学生在这一领域竞争力相对较强。男女比例方面，男女比例为2：3。可以

看出，女性占大多数。工作年限方面，一年的很少且基本都是担任出纳，5年以下所占比例较多，其次是6-20xx年的。其中，会计年限越久一般担任的岗位级别越高。这印证了那句“会计越老越吃香”。取得的会计职业技能程度方面，取得会计从业资格证与初级会计师证的较为多数，中级会计师证次子，高级和注会的较少甚至没有，并且资历越老所取得的证书等级越高，这反应出当今社会还是缺乏高端顶尖人才和工作经验丰富的人才。通过调查发现，国有企业和外资企业对会计人员学历要求较高，而私营企业与个体经营户对学历则没有特别要求。从数据中得出，学历较低并且经历较少的人在公司中一般担任出纳等会计员，而学历较高经验较丰富的则担任会计师或高级会计师，其中有一部分人则任职较多。刚刚步出校园的大学生及高中生在企业一般担任出纳，月薪1000-20xx元，一般会计员月薪20xx-5000元，高级会计师月薪较高，5000元以上。在问到对目前工作满意度时，30%的人较为满意，认为会计专业前景为较有前途，10%的人不满意，认为无前途，60%的认为还行，安于现状。对于福利的满意度，部分人较为满意，部分人则感觉一般。刚取得从业、初级的人每年都参加会计人员继续教育，资历较老、年龄较大的则没有。调查中，会计人员在实际工作中会计业务处理能力应用是异常突出的，而其它的经济业务处理能力、税务业务处理能力、统计分析能力、审计能力等相应地应用较少。而大部分人则表示愿意接受在财会范围内的岗位调整。

通过对会计人员的交流，他们认为在任职的基本要求中，专业知识和职业道德是比较重要的，其次就是专业的从业资格证以及诚实守信客观公正的态度，由此可以说明，现在大多数的会计从业人员中，都是具备了职业道德和专业知识为主的。

(二)、感受

通过这次的调查，我们学到了很多，也了解到了很多关于自己专业在社会就业方面的需求情况。

我们还对财会人员做了访谈记录，记录如下：

1、 中小企业会计专业人员应具备哪些方面的知识？

受访者普遍认为财务会计、成本会计、税务、审计、职业道德、信息系统是基层会计岗位所必需的知识要素。

2、 会计专业人员应具备哪些方面的岗位职责？

受访者认为最重要的是专业技能分别是会计核算能力、成本计算能力、纳税申报能力、会计软件应用能力、财务分析能力。

3、 会计专业人员除专业技能外, 还应具备哪些方面的技能？

受访者认为会计专业人员还需要职业品行、计算机技能、语言交流能力、人际关系、分析性/批判性思维、知识更新能力、团队合作、决策能力等。被调查的会计从业人员则认为人际关系、分析性/批判性思维在专业教学中重视不够。从中总结出了以下几点，也希望供大家参考。

作为一名合格的会计人员需具备以下几点：(1)一定要具有良好的专业素质，职业操守以及敬业态度。(2)要有严谨的工作态度。(2)牢固的财务基础知识和专业知识把基础理论知识学扎实(3)广泛的知识面要坚持学习。但不能只学习和会计有关的知识，还要学习与经济相关的知识。(4)掌握会计电算化，不断提高英语水平(5)具备良好的沟通能力，良好的综合素质。

我想，真正要做好一名会计人员，也不仅仅是以上几点那么的简单。在这个纷繁复杂的社会上，我们需要的就是坚守自我，定好自己位置，不随波逐流。“学会做事，学会做人”，这句话说起来很简单，去做好，却很难。

理论应用一定要在实践的基础上，而我们在面对时间必须在

学习理论的前提下才可以更好的完成。所以我们不但要学好专业课，还要抓住任何实习机会加强实践经验，真正的把理论和实践相结合。再者就是社会中，人际关系有时真的比工作能力还要重要，良好的人际能给我们的工作带来顺利，带来成功，带来机遇。在工作中把每个人都当作良师益友，那么才有可能在工作中收获的更多。

不管毕业后我们在世界的哪个角落，不管我们从事的是什么工作，每个人都应该有所坚持的东西，有自己的信仰，踏踏实实的走好人生的每一步。

(三)、对学院教学的建议

培养适合社会需求，理论功底与实践能力强、综合素质较高的复合应用型人才。强化电算化会计，专业课每门课程配套模拟实训，与企业联合办学。

调研报告部分篇二

近年来，随着科技的发展和信息的高速传播，问卷调研作为一种常用的调研方法，逐渐在各行各业得到应用。作为一名市场调研员，我有幸参与了一次问卷调研项目，并担任了调研报告的撰写工作。通过这次经历，我深刻体会到了问卷调研的重要性和价值，并从中获得了一些经验和心得。

首先，在进行问卷调研前，我们需要明确研究目的和问题。只有明确了研究目的和问题，才能更加有针对性地设计问卷，从而获得有意义的数据。在我参与的调研项目中，研究目的是了解消费者对某个新产品的需求和态度。因此，在设计问卷时，我们注重涵盖产品的特点、品牌认知、购买意愿等方面的问题，以全面了解消费者的需求。通过这一过程，我意识到研究目的和问题的明确对于问卷调研的重要性，也深刻理解了问卷调研中问题设计的关键性。

其次，在进行问卷调研时，我们还需要考虑样本的选择与分布。样本的选择直接关系到调研结果的可靠性和代表性。在这次调研中，我们采取了随机抽样的方式选择样本，同时还考虑了样本的性别、年龄、职业等因素的分布情况，以确保样本的代表性。同时，在收集和分析数据时，我们也注意到对于不同群体的数据进行细分和比较，从而更好地洞察问题背后的规律。通过这一过程，我深刻认识到样本的选择和分布对于调研结果的重要性，并且意识到合理利用样本分析，可以更好地揭示问题的本质。

第三，问卷调研中的数据收集和分析是决定调研报告质量的关键环节。在这次调研中，我们通过在线平台进行了问卷的发放，并设定了一定的答题时间，以便更好地掌握数据的真实性。在数据分析方面，我们首先进行了数据清洗和整理工作，排除掉无效或重复的数据，然后使用统计软件进行了多方面的数据分析，包括频率分析、相关性分析等。通过这一过程，我深刻认识到数据的准确性和充分性对于调研报告的重要性，并且掌握了一些基本的数据分析方法。

第四，问卷调研报告的撰写是将调研结果转化成行动的重要环节。在撰写报告时，我们注重简明扼要地呈现调研结果，并结合实际情况提出解决问题的建议和措施。在这次调研中，我们不仅总结了消费者对新产品的需求和态度，还提出了改进产品设计和促销策略的建议，以期提高产品市场竞争力。通过这一过程，我深刻认识到调研结果只有转化成具体行动，才能真正发挥其价值和意义。

最后，在进行问卷调研时，与受访者的沟通和反馈是至关重要的。为了确保问卷的准确性和受访者的真实反馈，我们设立了一对一面谈环节，并对受访者的问题进行了解答。通过与受访者的沟通和反馈，我们不仅获得了更加准确和全面的数据，也更好地理解了受访者的需求和意见。通过这一过程，我意识到与受访者的良好沟通对于问卷调研的重要性，并借此提高了自己的沟通与交流能力。

综上所述，问卷调研作为一种常用的调研方法，对于获取市场信息和了解消费者需求具有重要意义。通过这次问卷调研项目，我深刻体会到了问卷调研的重要性和价值，并从中获得了一些经验和心得。希望今后能够继续加强自己在问卷调研方面的能力和技巧，为市场调研工作的开展作出更大的贡献。

调研报告部分篇三

在进行问卷调研报告心得体会之前，我们先来了解一下什么是问卷调研。问卷调研是一种常见的数据收集方法，通过向受访者发放问卷并获取他们的答案来收集数据。问卷调研可以用于多种目的，如了解受众需求、评估市场潜力、探索观念和态度等。它能够提供大量的信息，并在较短的时间内完成数据收集，因此被广泛应用于学术研究、市场营销、社会调查等领域。

第一段：问卷设计的重要性

问卷设计是一项十分重要的任务。一个好的问卷应该能够收集到真实可靠的数据，并且能够精确地回答研究者的问题。在进行问卷设计时，我们需要考虑到目标受众的特点和需求，选择合适的问题类型和问卷格式，并确保问题的准确性和清晰度。此外，问卷设计还需要注意问题的顺序和逻辑性，以及避免出现冗长和重复的问题。只有充分考虑这些因素，我们才能设计出有效可行的问卷。

第二段：问卷调研的实施过程

在实施问卷调研时，我们需要确定目标受众，并选择恰当的调研方法。问卷可以通过面对面访谈、电话调查、网络调查等方式进行发放。根据实际情况，我们可以选择单一的调查方法，也可以结合多种调查方式。在问卷发放过程中，我们需要善于沟通和交流，并将问题解释清楚，以确保受众能够

准确理解问题的意思并提供真实的答案。此外，我们还需要采取适当的措施来保证问卷的准确性和可靠性，比如匿名调查和随机样本选取等。

第三段：问卷调研中的常见问题

在进行问卷调研过程中，我们可能会遇到一些常见的问题。例如，许多受众可能会出于各种原因选择不回答某些问题，这可能导致数据的不完整性和代表性不足。此外，在许多问卷中，一些问题可能会引起受众的困惑或反感，从而导致答案的不准确性。为了解决这些问题，我们需要认真倾听受众的声音，并根据他们的反馈进行相应的修改和改进。在问卷设计和实施过程中，我们还需要注意一些细节，比如问卷长度和语言表达的准确性等。

第四段：问卷调研报告的意义

问卷调研报告对于研究者来说是非常重要的。通过对收集到的数据进行整理和分析，我们可以得出一些有价值的结论和推论，帮助我们更好地了解受众需求和市场潜力。此外，问卷调研报告还可以为决策者提供参考，帮助他们做出明智的决策。通过及时发布调研报告，我们还可以获得反馈和意见，进一步改进和完善我们的研究。

第五段：问卷调研心得体会

通过参与和实施问卷调研，我深刻体会到了问卷调研的重要性和实施过程中的困难与挑战。在设计问卷时，我们需要充分考虑目标受众的需求和特点，确保问题的准确性和清晰度。在实施问卷调研时，我们需要善于沟通和交流，并采取适当的措施来保证数据的准确性和可靠性。在编写问卷调研报告时，我们需要对数据进行适当的整理和分析，从中获取有价值的信息。同时，我们也需要不断总结反思，根据反馈和意见进行相应的改进和完善。通过不断学习和实践，我们可以

进一步提高问卷调研的质量和效果，提供更好的数据支持和决策参考。

调研报告部分篇四

为认真贯彻落实关于改进工作作风、密切联系群众的各项规定，着力营造良好的发展环境，进一步打造服务型机关，根据县委、县政府《关于开展机关干部服务企业活动实施方案》的精神，宿松县高岭乡驻企服务组于7月26日进驻宿松县好动人体育用品有限公司，开展了为期半年的驻企服务工作。驻企服务组在了解宿松县好动人体育用品有限公司基本情况的基础上，拟订了驻企工作计划，按活动实施方案要求，深入开展调查研究，主动帮助企业协调解决困难和问题，并就进一步加强和改进企业管理、做好驻企服务工作提出意见和建议，较好地完成了各项工作任务，提高了为企业服务的能力，取得了一定的成绩，现将驻企服务组工作调研总结如下：

(一)传达县服务活动出征动员会议精神。

进驻企业的第二天，驻企服务组立即组织召开了企业负责人及中层管理人员会议，进一步学习了《关于开展机关干部服务企业活动实施方案》，使企业干部职工了解了开展机关干部服务企业活动的目的和意义。在这次会议上，服务组还听取了企业情况介绍、企业安排了服务组驻企服务工作，为做好驻企服务工作奠定了思想基础。

(二)深入企业开展调查研究。

为了有计划地开展驻企调研工作，驻企服务组拟订了调研计划，明确了调研目的、任务和方式，安排了调研日程。调研期间，通过与企业老总谈心、中层管理人员进行座谈、发放员工调查问卷，了解职工生产、生活情况，及福利待遇情况，听取职工的意见和建议。对企业进行了全面系统的了解。

(三) 积极帮助企业协调解决困难和问题。

在调研的基础上，驻企服务组对企业面临的困难和问题进行了梳理，确定由驻企服务组协调解决的问题主要是：裁床管理缺失、土地纠纷、企业用电不足、用工难。

1、裁床管理缺位问题已解决：在了解基本情况(裁床是采用承包的方式进行，承包者只求数量，不求质量)后，通过与企业老板段程林多次沟通，讲解由于裁床管理不到位，出现产品原料不符合标准，色素不对，规格不一，尺码不准等情况，以致大量布料被浪费、后续工序平繁返工，进度缓慢、产品质量严重不达标等一系列问题，增加了企业运行成本，影响了企业形象，更影响企业效益，严重威胁企业生存。通过服务组的分析引导，企业在与承包者进行沟通 and 协商后，改进承包方式基本费加激励机制，这样企业保证了质量，承包者收益得到保障，做到了双赢。

2、土地纠纷问题已解决：企业为办公需要，须在院内建一幢办公楼，但受到附近熊屋组村民的阻挠，认为好动人原租用土地是为了办厂，不是盖办公楼，驻企服务组了解后，会同乡驻村工作组和社坛村委会多次与相关村民组进行沟通，已达成解决意见。

3、企业夏天用电不足问题已得到解决：针对企业用电不足问题，服务组多次向当地党委、政府汇报情况。通过当地党委、政府出面协调，现已将企业主路100千伏安变压器调换成xx千伏安的变压器，缓解了企业用电压力。

4、招工问题积极应对：一是利用电视，标语，对企业招工进行多方位宣传；二是利用各种会议对企业招工进行宣传。

上述困难和问题的相续解决，使企业生产环境得到很好改善。

(四) 完善了企业党建工作。

驻企服务组在积极帮助企业协调解决困难和问题的时候，非常重视企业党建工作。通过服务组自身优势，在乡党委的积极支持下，在企业党建指导员的配合下，使企业党建工作走向正常化发展。

(五) 创造性开展驻企服务工作。

在工作中，驻企服务组不拘泥于上级安排布置的具体工作任务，结合企业实际创造性地开展服务工作。设计了企业发展环境调查问卷、生产经营情况和职工结构调查表，为全面了解公司的发展环境、生产经营情况及职工构成情况，协调解决企业困难和问题奠定了基础。在调研基础上，服务组就进一步加快企业发展、强化安全生产管理、加强企业文化建设、加快推进企业信息化进程和贯彻落实就业政策，以及牢固树立大局意识和服务意识、改进工作方法、帮助企业协调解决困难和问题等提出意见和建议，为政府和企业参考；努力提高自身服务企业的力量。

我们认为，要做好驻企服务工作，必须牢固树立大局意识、服务意识，切实做好以下几项工作：

(一) 要牢固树立大局意识和服务意识。

驻企服务组要按照县委的统一部署，围绕促进全县工业经济健康快速发展，紧扣服务主题，结合企业实际，落实促进企业发展的各项措施，切实为企业排忧解难，努力提高自身服务企业的力量。当好宣传员、调研员和协调员，圆满完成驻企服务各项工作任务，不负县委的重托，让服务企业满意。

(二) 要有计划地开展服务工作。

进驻企业后服务组要在了解企业基本情况的基础上，根据驻企工作总体要求，因地制宜制订驻企工作计划，明确具体工作任务、统筹安排工作时间，提高服务工作效率。驻企工作

结束后还要及时进行总结，肯定工作成绩、找出工作中存在的问题和不足，提出今后改进服务工作的具体措施。要深入开展调查研究，掌握第一手材料。调查研究开始前要拟订调研计划，明确调研重点，合理安排调研日程。调研可采取听取情况介绍、走访有关部门和人员、召开专题座谈会、设计调查问卷等方式进行。

(三)要因企制宜做好服务工作。

对企业需要解决的困难和问题要做到心中有数，针对不同的问题，采用不同的解决办法。明确哪些困难和问题需要服务组帮助协调解决，哪些企业可以自己解决。对需要服务组帮助协调解决的问题进行分类排队，明确哪些需要马上解决，哪些可以以后解决；哪些当地可以解决，哪些需要上级统筹解决。在协调解决困难和问题过程中，要注意与政府有关部门进行协商，充分听取企业的意见，做到扶助不代替、到位不越位、帮忙不添乱。

(四)要创造性开展服务工作。

根据调查了解和掌握的情况，服务组应当有针对性提出一些有利于改善企业发展环境和企业经营管理方面的意见和建议，供企业和政府参考。利用服务组成员政策信息灵、社会交际广、专业知识丰富等优势，帮助企业切实解决一些特殊的困难和问题。

(五)要建立为企业服务的长效机制。

依托信息网络在政府和企业之间建立一条绿色服务通道，以便企业及时了解有关政策信息，政府及时掌握企业有关情况，提高政府协调解决企业实际困难和问题的实效性。虽然xx年县高岭驻企服务组工作即将结束，但是为企业服务活动却没有结束。对于驻企服务期间尚未解决的困难和问题，服务组要继续跟踪，帮助协调解决。

调研报告部分篇五

第一段：问卷调研报告的重要性

问卷调研报告作为数据分析的工具，具有重要的研究意义。首先，通过问卷调研可以了解到受访者的真实想法和行为，帮助研究者揭示现象背后的原因和规律。其次，问卷调研可以帮助研究者快速收集到大量的数据，并在短时间内进行有效的分析和整理。再次，问卷调研还可以帮助研究者提前了解受众的需求和偏好，为后续的相关工作提供参考。

第二段：问卷调研的设计与实施

问卷调研报告的质量和准确性依赖于问卷的设计和实施。在设计环节，研究者需要明确研究目的、问题的引导和选项的设定，以保证问题的准确性和有效性。同时，问卷在实施过程中应该考虑到受访者的心理障碍和应对策略，才能保证问题的真实回答。因此，研究者需要对问卷进行充分的测试和修改，在实施前提前进行充分的准备。

第三段：问卷调研结果的分析与整理

问卷调研结果的分析与整理是问卷调研报告的重要环节。在分析过程中，研究者应该根据问题的类型和目标，选择合适的分析方法，比如百分比分析、均值分析、回归分析等。同时，还应该注意结果的可靠性和可解释性，提取出有意义的结论，指导后续的研究和实施过程。在整理过程中，研究者需要将数据以图表或表格的形式清晰地呈现出来，以方便读者的查看和理解。

第四段：问卷调研报告的价值和应用前景

问卷调研报告由于其严密的设计和系统的分析，具有广泛的应用前景。首先，问卷调研报告可以帮助企业了解市场需求

和消费者的行为习惯，指导产品的开发和推广。其次，政府和社会组织可以通过问卷调查报告了解公众的态度和意见，以便制定相应的政策和措施。再次，问卷调查可以帮助学术界了解社会和心理现象的变化和趋势，为相关学科的研究提供数据基础。

结语：问卷调查报告作为一种常用的数据收集和分析方法，对于研究者来说具有重要的价值。通过良好的设计和实施，研究者可以获得准确的数据和分析结果，为后续的研究和实施提供指导。同时，问卷调查报告的应用前景也非常广阔，可以帮助企业、政府和学术界了解更多的信息和趋势。因此，我们应当重视和发展问卷调查的能力，并善于利用问卷调查报告来开展自己的工作和研究。

调研报告部分篇六

(1) 调研由来 由于超市自有品牌商品在价格和品质上的优势很明显，小到纸巾、纸杯、面包、饮料，大到食用油和床上用品，品种繁多的自有品牌商品在零售市场悄悄蔓延。国内本土超市的自有品牌市场潜力巨大，同样面临这外来超市的竞争压力，我国超市自有品牌商品将以何种趋势发展，我国超市自有品牌发展的制约因素在哪、这些问题都有待解决。所以对超市自有品牌商品消费者的认知情况调查十分有意义。

(2) 研究目的 本次的调研其目的是了解长春市内大型超市自有品牌商品的拥有情况，消费者对超市自有品牌的任职情况和消费情况进行调查，以掌握市场自有品牌在我国的现状，并以此为基础对未来超市自有品牌在我国的发展情况进行预测。

(3) 调研的基本说明 本次调研的对象是长春市内各个大型超市自有品牌，内容是了解其拥有情况和消费者认知购买情况，主要应用观察法和询问法进行调研。时间是从6月30日到7月18日，小组成员有侯杰、贾冰雪、金嘉黎、陆璐、薛丽

五五人，均为市场营销专业的在校学生。

通过这次调研我们发现超市主要品牌商品在中国市场潜力巨大，相比之下外来大型连锁超市的自有品牌别本土的大型超市自有品牌做的要好。但总体来讲超市对自己的自有品牌商品宣传力度不够，消费者对超市自有品牌的认知度较低。针对以上问题我国本土超市要尽快壮大自己的实力，招揽自有品牌产品研发上的人才，积累实力和经验，扩大子的自有品牌商品找国内的销售量。尤其在自有品牌商品的宣传上要着重加大力度。

1. 文案调研成果分析

(1) 自有品牌渐成超市竞争法宝：自有品牌在国内已经有很长的时间，但是做得好的还是像家乐福、沃尔玛、易初莲花、屈臣氏等外资零售商。在国外，自有品牌能够占到销售的40%—50%，毛利率相当高，自有品牌将成为零售商最终的竞争领域。在国内自有品牌商品利润空间巨大，前景看好，国内有实力的大型超市要加大自有品牌商品的研发与销售抢夺这一利润。

(2) 自有品牌商品商机巨大：自有品牌商品的销售正成为连锁零售企业销售方式的新趋势，将成为超市重要的利润来源，对于刚刚介入自有品牌商品销售的本土超市来说，发展空间广阔，蕴藏着巨大商机。在商业竞争日益激烈、零售业利润增长有限的情形下，发展自有品牌成为商家降低成本、提高利润有效途径之一。一般商家都可以选择从那些消费频率较高、销售价格不高、市场份额较大的商品开始做起，这样利于提高消费者对产品的认知度。得到消费者的认可后，就会拥有一些固定消费人群。目前大多数本土连锁超市对自有品牌的开发仍处于尝试和萌芽阶段，这反映在超市中自有品牌商品数量不是很多，自有品牌涉及的品种所占比重比较小，销售量也不大，真正有了自有品牌效应的商家也不多。”据分析，一方面，与欧美的成熟市场相比，国内市场经济发展

的时间还很短，本土零售企业的规模有限，还没有形成超级连锁，开店数量和经营规模上还没有形成真正的竞争优势。另一方面，国内零售企业在自有品牌的产品研发上缺乏人才、实力和经验，目前主要集中在一些简单的低端产品上。从研发到营销，这是一项复杂的工程。只有当零售商从研发做起，掌握了网点资源、市场信息、有效消费者等一系列资源之后，产品才会畅销。

(3) 中国超市自有品牌发展的制约因素：首先连锁企业核心领导人重视程度不够！虽然每一个连锁企业的核心领导人都会这样说：“我们非常重视自有品牌，自有品牌是我们未来发展的希望所在，是我们未来的核心利润所在，是我们未来的核心竞争力所在……”。但是国内连锁百强企业，设立独立的自有品牌发展部的很少，负责人素质不够，在资金、人力、物力等资源的投入上与连锁企业其它重点部门相比很少。其次公司的核心领导人对自有品牌存在错误思想和认识。

多国内连锁企业核心领导人认为自有品牌就是简单的在产品上面贴一张标签，没有多少技术含量，认为自有品牌不需要也没有必要太多投入，因为当前状况下就有不错的收益！还有一部分核心领导人认为建立品牌需要大笔的资金，大量的人力和物力，连锁企业不具备这样的条件！还有一部分连锁企业的核心领导人宁愿花费几十万、上百万引进一个优秀的店长、采购总监，也不愿意花十多、二十万引进一个品牌经理！在这样的思想下，做好自有品牌只不过是美好的愿望罢了！

- 行业主要上下游产业的供给与需求情况，主要原材料的价格变化及影响因素

- 行业当前的市场容量、市场规模、发展速度和竞争状况

- 客户需求分析：消费者及下游产业对产品的购买需求规模、议价能力和需求特征等

- 进出口市场：行业产品进出口市场现状与前景

调研报告讲求事实。它通过调查得来的事实材料说明问题,用事实材料阐明观点,揭示出规律性的东西,引出符合客观实际的结论。调研报告的基础是客观事实,一切分析研究都必须建立在事实基础之上,确凿的事实是调研报告的价值所在。因此,尊重客观事实,用事实说话,是调研报告的最大特点。写入调研报告的材料都必须真实无误,调研报告中涉及的时间、地点、事件经过、背景介绍、资料引用等等都要求准确真实。一切材料均出之有据,不能听信道听途说。只有用事实说话,才能提供解决问题的经验和方法,研究的结论才能有说服力。如果调研报告失去了真实性,也就失去了它赖以存在的科学价值和应用价值。

调查报告的主要内容是事实,主要的表现方法是叙述。但调研报告的目的是从这些事实中概括出观点,而观点是调研报告的灵魂。因此,占有大量材料,不一定就能写好调研报告,还需要把调研的东西加以分析综合,进而提炼出观点。对材料的研究,要在正确思想指导下,用科学方法经过“去粗取精,去伪存真,由此及彼,由表及里”的过程,从事物发展的不同阶段中,找出起支配作用的、本质的东西,把握事物内在的规律,运用最能说明问题的材料并合理安排,做到既要弄清事实,又要说明观点。这就需要在对事实叙述的基础上进行恰当的议论,表达出论文的主题思想。议论是“画龙点睛”之笔。调研报告紧紧围绕事实进行议论,要求叙大于议,有叙有议,叙议结合。如果议大于叙,就成议论文了。所以要防止只叙不议,观点不鲜明;也要防止空发议论,叙议脱节。夹叙夹议,是调研报告写作的主要特色。

调研报告的语言简洁明快,这种文体是充足的材料加少量议论的,不要求细腻的描述,只要有简明朴素的语言报告客观情况。但由于调研报告也涉及可读性问题,所以,语言有时可以生动活泼,适当采用群众性的生动而形象的语言。同时注意使用一些浅显生动的比喻,增强说理的形象性和生动性。

但前提必须是为说明问题服务。

1、按服务对象分，可分为市场需求者调研报告(消费者调研报告)、市场供应者调研报告(生产者调研报告)。

2、按调研范围分，可分为全国性市场调研报告、区域性市场调研报告、国际性市场调研报告。

3、按调研频率分，可分为经常性市场调研报告、定期性市场调研报告、临时性市场调研报告。

4、按调研对象分，可分为商品市场调研报告、房地产市场调研报告、金融市场调研报告等。