

# 最新村卫生室调研汇报材料 环境卫生调查报告(模板5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 村卫生室调研汇报材料篇一

多少年来,汉字一直是我们中华民族的文化渊源,是地球上特有的语言,与其他语言有着很大的区别。在科技飞速发展的今天,许多人平时经到等工具,很少动手写字,渐渐的开始对汉字产生了陌生感,很多非常容易的字却不会写或者写错。今天,我就对错别字进行了调查,现汇总如下。

第一件让我想到有关错别字的事,就是小时候的我和几乎所有小朋友都会犯的错误。记得那时我上二年级,能说一口流利的汉语,但却有很多都不会写。当时最让我头疼的,就是“再、在”这两个兄弟了。虽然它们长得完全不一样,但我还是总写错。该用“在”的时候,我却用成了“再”,爸爸妈妈和老师还为这件事情说过我好几次呢。不过我现在长大了,我终于分清了他们兄弟两个,也就不会犯这样的错误了。

有一次,我在看书时,发现了一个“愈来愈美”这样的词。当时我就很纳闷:“愈来愈美”不应该是“越来越美”吗,难道他们写错啦?怀着这样的一种心态,我跑去问妈妈这是怎么回事。妈妈说:“这两个词只是写法不同,但意思是一样的,并不是他们写错了。”我这才恍然大悟:原来中国的汉字真是奥妙无穷!

现在小学生写错别字的原因大部分是受了网络的影响,才导致

了他们因为练习少而写错别字。也有一些学生在空余时间经常玩游戏而不多看看书,他们见得少了,自然也不会知道。

我建议有空余时间,大家尽可能的多看看书。遇到不会写的字要积极的询问或查字典,这样就可以很有效的避免错别字的出现了。只有不写错别字,我们中华民族的历史文化才能健康发展下去,中华民族的历史文明才能发杨广大。

## 村卫生室调研汇报材料篇二

xxx中心前身为xxx[]隶属于xx[]成立于xxx年,根据国务院《关于发展城市社区卫生服务的指导意见》(国发[xx]10号)[]xxx城市社区卫生服务机构考核评估标准》,在xx卫生局的指导下,于xx年转型为xx社区卫生服务中心,属政府举办的非经营性公益事业单位。在xxx党委的安排部署下,学习实践活动从xx年x月x日开始,于x月下旬基本结束,历时半年时间。以“加快推进全科保健医疗事业转型工作,建设一流社区卫生服务中心”为主题,以破解发展难题、实施新的社区医疗工作模式为重点,圆满完成了学习实践活动的各项任务。

xx社区卫生服务中心采取多种形式,搞好学习培训。一、参加了xx组织的党员干部xxx大会;二、参加了xxx在深入xxx联系点进行的学习实践科学发展观专题xx活动;三、组织党员集中培训学习了《科学发展观重要论述摘编》和《深入学习实践科学发展观活动领导干部学习文件选编》三本必读书目及胡锦涛同志等中央领导一系列重要讲话精神;四、多渠道收集“科学发展观”和“社区医疗改革”等方面资料并制做成剪报,从中吸取各地成功经验及做法;五、参加了xxx厅在xx举办的xx社区服务管理人员培训班[]xxx举办的“社区卫生服务从业人员岗位培训班”;六、深入到中心下属xxx社区卫生服务站和xxx药房xxx实地调研。

他们围绕查找影响和制约中心科学发展的突出问题,以及党

性党风、医德医风方面群众反映强烈的突出问题，一、召开了在职职工、离退休职工和社区居民参加的“我为社区医疗事业科学发展献一策”座谈会。二、在广泛开展调研的基础上形成了xx方面调研课题，分别为：“依据□xxx医药卫生体制改革近期重点实施方案(-)医改方案》全力建设xxxx社区卫生服务中心”、“如何提高社区医疗运营和管理效能”□“xxxx”等课题，领导班子成员每人负责xx到xx个课题进行调查研究。通过深入调研，初步查找出了影响和制约中心科学发展的政策、职能、人才、资金、设施等方面的突出问题。

xxx社区卫生服务中心抓住百姓“看病难、看病贵”这一民生热点问题，认真研究国家、省、市关于建设社区卫生服务中心的有关文件精神，在本中心的建章立制上狠下功夫，一、形成了包括：职业道德规范与行为准则，中心机构及科室工作制度，社区卫生中心各岗位职责，社区医疗操作规程等一大批中心管理运营的制度成果并且汇编成册，组织全体职工进行学习。二、创新制定党员考核评估机制，把党员的党性概括为政治素质、集体精神、带头示范、联系群众四方面，每个方面都有具体的评判标准。在职工中产生了很好的示范效应。三、修改完善了党支部理论学习制度、项目目标管理责任机制、人才引进培养机制、绩效考核机制。

通过学习实践活动，大家对科学发展观的科学内涵、精神实质和根本要求有了更深刻的理解，进一步深化了推动科学发展的共识。全体职工一致认为：加快社区卫生工作转型是推动科学发展的首要任务，大力提高社区卫生服务六位一体功能，(即：预防、医疗、保健、健康教育、康复、计划生育技术指导)是推动科学发展的重要途径，使广大群众小病不出社区即可得到最大的医疗卫生服务是推动科学发展的根本目的。

在学习实践活动中□xxxx社区卫生服务中心把新建xxx门诊楼项目建设工作作为中心进一步发展的破题之选，推动科学发

展的重要抓手。今年投入xxx万元新建xxx社区医疗门诊楼一座，从而解决了xxx不合理□xx简陋狭小、各项设施老化等困扰中心发展的根本性问题。

通过开展学习实践活动□xxx社区卫生服务中心的党员干部更加注重党性修养和医德医风的养成，更加注重主观世界的改造，工作作风明显转变，宗旨意识和群众观念明显增强。

中心社区医疗办公室面向xx个辖区发放了“xx优惠卡”，实现“xxx”□同时居民只要持卡就诊便能享受到药费、检查费xxx至xxx的优惠，进行健康体检者也仅收取xxx元，并且在xxx公益医疗卫生机构中首次取消了沿用多年挂号费，把真正的实惠让给了广大群众。他们多次参加xxx组织的下乡义诊活动；认真为居民普及各种常见病、慢性病预防保健知识和甲型流感知识；为xxx名中小學生进行健康体检；为街道办事处所管辖的xxx育龄妇女进行免费体检；为中心所管辖的xxxx个社区xxx万多居民进行入户走访调查、建立健康档案。他们还竭尽所能为患病学子、贫困居民、受灾地区群众奉献爱心，勇于承担起应有的社会责任，办好群众普遍期待的实事好事□xx月，xx社区卫生服务中心被xxx评为优秀xxx医疗服务单位，下属xxx社区卫生服务站亦被评为xxx服务站；中心下属xxx被xxx评为xxx□被xxx评为xxx□成为xxx最信赖的药店之一。

该中心预防保健科及时为辖区儿童进行预防接种，建卡率达到xxx□五种疫苗首针接种及时率在xxx以上，第一类疫苗xx接种，微机系统管理率xx□产后访视率xx以上□x岁以下儿童系统管理率达到xx□xx岁以下保健覆盖率xx□并多次被xxx卫生局评为预防接种先进单位，深深赢得了辖区居民的信赖。

### 村卫生室调研汇报材料篇三

为进一步加强社区卫生服务工作，我们对xx市社区卫生服务

工作情况进行了调研。现将有关情况报告如下。

xx市社区卫生服务工作始于xx年。目前，全市城区共有平义、解放、桂花、金江4家社区卫生服务中心和幸福镇公立医院(正转型为社区卫生服务中心)。总建筑面积15500平方米，床位数300张，装备医疗卫生设备697台(件)，共有医务人员325人，其中：正式在编职工162人，临聘人员163人；副高级职称4人、中级职称44人、初级职称187人；硕士研究生学历1人、本科学历30人、大专学历169人、中专及以下80人。经转型培训取得合格证的30人。按户籍人口计算，从xx年开始划拨基本公共卫生服务经费□xx年20元/人□xx年25元/人□xx年28元/人□xx年30元/人，至xx年市财政共计补助2638.4万元，其中：基药补助398.83万元，运行补助359.48万元，公共卫生经费1980.09万元。

(一)社区卫生服务网络基本建成□xx年，分别完成人民医院原东城分院及城北分院转型为解放、平义社区卫生服务中心工作，标志xx市社区卫生服务机构网络初步形成。通过灾后重建，市、乡(镇)、村(社区)三级医疗卫生服务网络全面建成，社区卫生服务体系进一步得到完善。据统计，全市共建有社区卫生服务中心5个，下辖35个社区卫生服务站和14个村卫生站，服务范围覆盖了主城区38个社区及9个自然村，服务总人口近30万，其中：户籍人口19.77万、流动人口近10万。

(二)健康宣传教育广泛开展。采取广播、电视、报纸和宣传资料等多种形式开展宣传，通过家庭医生服务、健康港湾、送健康进社区进家庭、开设健康宣传栏等加强宣传，提高了广大居民的健康常识和自觉防病意识□xx年以来，社区卫生服务机构(含幸福镇卫生院)共建立30支家庭医生小分队，开展各类宣传活动180余场，发放各类宣传资料30余万份。

(三)基层卫生管理体制逐步完善。健全了分级管理服务体制、机制。卫生行政主管部门负总责，对相关工作进行安排和组

织协调，市公共卫生服务指导中心负责对全市基层单位公共卫生工作进行指导、考核，社区卫生服务中心负责对辖区内的社区卫生服务站进行管理和业务指导。

(四) 公共卫生服务工作全面启动。共计为辖区居民建立规范化电子档案177733份，建档率99.85%；为16604名65岁以上老年人免费进行了健康管理；免费为7071名高血压、3629名糖尿病、1197名重型精神病患者建立规范化健康档案；免费开展0-6岁儿童保健1932人次，孕产妇保健7973人次；免费提供公众健康咨询达97622人次。

(五) 社区卫生服务补偿机制初步建立。为减轻群众医疗负担，所有社区卫生服务机构都确定为社保定点医疗机构□xx年开始，均执行国家基本药物制度，对社区常用药品实行“零差价”销售，政府对机构运行缺口实施补偿。公共卫生服务均等化实行政府购买□xx年项目经费为30元/人，主要由中央、省□xx市和本级补助构成(其中：国家20元，省级1.78元□xx市4.22元□xx市4元)。卫生局每年对各社区的工作进行考核，按照户籍人口和考核成绩及时划拨相关经费。

从调研情况看，全市社区公共卫生服务工作取得了明显成绩。但与人民群众医疗卫生需求和卫生事业的发展要求比，社区卫生服务体系在整体推进中还存在不小的差距。表现在：

(一) 对社区卫生服务思想认识不到位。一是不少群众尤其是城乡居民健康意识淡薄，并且受收入水平所限，“无病早预防、有病早治疗”等医疗保健观念尚未形成，小病不及时医治，致使社区卫生资源得不到充分利用，职能得不到有效发挥。二是对基层卫生工作的重要地位、作用的宣传上还不够细致深入，加之政府对基层卫生投入不足、医疗卫生资源相对匮乏，群众的就医习惯和对社区卫生机构的不配合、不信任感尚未根本消除。据调查了解□xx□xx年，xx市公共卫生服务满意度第三方测评连续两年排名xx市末尾。

(二) 公共卫生专项经费投入不足。近年来，市政府逐步加大了社区卫生投入，但尚未形成稳定的投入增长机制，公共卫生服务专项经费明显不足。此外，目前xx市开展公共卫生服务所需经费核定是按户籍人口测算的，流动人口没有计算在内，给本来就十分紧张的运行成本带来不小的压力。

(三) 医疗卫生资源配置不尽合理。一是市乡村三级卫生机构之间医疗卫生资源配置不合理。尽管社区公共卫生服务体系已基本建立并不断健全，但城乡之间、大小医院之间、中心(站)之间医疗资源配置差距较大，城区大医院人满为患、社区卫生服务中心(站)门可罗雀的问题没有根本解决，“看小病不出社区”的目标难以实现。二是医疗卫生资源分布不尽合理。有的社区卫生中心地理位置较偏，交通不便，如金江、桂花社区卫生中心地处城乡结合部，由于医疗行业内部竞争的加剧和群众就医观念等因素的制约，进一步挤压了社区卫生中心的生存空间。三是基层卫生机构医疗条件相对落后。近年来，社区卫生服务机构硬件建设有了较大的提升和改善，但医疗设备设施简陋、陈旧，缺少心电□b超、cr□dr等所必须的医疗仪器和设备，有的社区卫生服务中心甚至连最基本的检测设备都没有，一些常规检查还是停留在手工操作阶段，很难对病人及时做出正确的诊断和治疗□xx市大部分社区卫生服务站(室)，规模小、设备简陋、药品种类少。

(四) 相关配套政策措施还不够完善。一是社区医疗卫生机构基本用药品种少。基药实施后，由于受到药品目录限制，一些常见病、多发病无法在基层得到治疗，一些特色专科因缺乏药品支撑，业务开展受到影响。二是基层医疗卫生体制改革滞后。目前由于社区医疗卫生机构仍然是走市场化的路子，社区卫生机构出于生存需要，片面追求经济效益，为生存忙运转，重医疗轻预防，重医疗服务轻公共卫生服务，以药养医的现状没有根本改变，非营利性的公共卫生服务得不到应有的重视，社区卫生机构“六位一体”(健康教育、预防、保健、康复、计划生育技术服务和常见病、多发病的诊疗服务)

的功能难以发挥。

(五)社区医疗卫生队伍建设亟待加强。一是基层医疗卫生机构人才匮乏，临聘人员比例过高，部分社区卫生服务中心临聘人员总数超过正式职工人数，自养压力过大。二是基层医务人员专业结构不合理。在全市社区卫生服务中心的325名医务人员中，中高级职称48人、仅占15%，初级职称、无职称和无学历232人、占71%。低职称、低学历人员，成为了xx市基层医疗卫生人才队伍的主要工作力量。三是激励机制不够健全和完善。实行药品零差价后，社区卫生中心收入不增反降，严重挫伤了医务人员的经济利益和工作积极性。由于收入偏低，队伍极不稳定，自身生存和发展能力较弱。

(六)重大疾病防控形势依然严峻。一是重大传染性疾病防治形势严峻，如性病、艾滋病等性传播疾病呈快速上升趋势。二是慢性非传染性疾病的威胁日益加重，如恶性肿瘤、心脑血管疾病、糖尿病等慢性病患者人数持续上升。三是食品安全形势不容乐观，交通事故、群体性伤害事件时有发生，对公共卫生工作提出了更高的要求。

社区医疗卫生服务工作涉及千家万户，是人民群众最关心、最直接、最现实的民生问题。大力发展社区卫生服务工作是政府义不容辞的责任。

(一)进一步提高对社区卫生服务工作的认识。一是加强社区卫生工作的组织领导。要站在全局的高度，充分认识社区公共卫生服务的重要性，认真落实各项政策、措施，切实改善社区卫生服务环境，不断提升市乡村三级公共卫生服务网络的服务能力和水平。二是强化社区卫生服务中心的功能定位。坚持公益性原则，加强领导、明确分工、强化宣传，确保社区卫生服务各项政策落实到位。三是进一步加大宣传力度。采取各种有力措施，引导群众合理就医，形成全社会齐抓共管的良好局面，促进全市社区卫生服务中心建设持续快速健康发展。



(二) 建立稳定的社区卫生服务投入和补偿机制。一是按照城乡社区公共卫生服务体系建设的要 求，将社区卫生经费纳入财政预算，并随着财力的增长逐步增加投入。二是建立健全公共卫生服务经费投入长效机制。公共卫生服务经费应由政府全额“买单”，单独进行核算，以确保中央、省□xx市、xx市四级以服务人口为基数，按照3：2：2：3比例配套的补偿资金落实到位。三是对照xx市城市社区卫生单位设备配置标准，加大对医疗卫生基本建设资金和设施、设备购置的投入力度，努力改善基层卫生机构就医环境和就医条件。四是在积极争取专项资金的同时，鼓励和引导社会资金参与社区卫生机构建设，努力形成投资主体多元化、投资方式多样化的办医格局。

(三) 强化公共卫生资源的有效整合。一是按照全市经济社会发展要求，结合人口分布状况以及城乡发展规划，科学制定并实施基层卫生事业发展的中长期规划。二是加大城乡统筹，优化整合、合理配置医疗卫生资源，完善医疗卫生服务功能和布局，建立多层次、全覆盖的基本医疗卫生保障体系。三是建立完善双向转诊制度。以推行社区“首诊”为突破口，建立分级医疗制度，对不同的卫生机构进行分工、定位和分级治疗。要健全社区卫生服务机构与大医院之间的互利合作机制，促进患者分级就医，合理转诊，真正做到“小病在社区、大病进医院、康复回社区”。四是加强社区卫生服务的标准化信息化建设，进一步发挥中医药在社区卫生服务中的优势作用。

(四) 加强社区卫生服务队伍建设。一是认真执行并落实社区卫生服务中心按每万名居民配备2—3名全科医生、1名公共卫生医生。全科医生与护士的比例按1：1的标准配备，其他人员不超过社区卫生服务中心编制总数的5%的政策规定。二是强化在职医护人员的业务培训和后续教育。借助大医院、医大和中医药大学等平台，有计划、有步骤选派人员到上级单位学习、进修，不断提高在岗人员的素质和专业技术水平。三是制定吸引人才到社区卫生机构工作的有关政策。积极鼓

励中高级医护人员、卫生志愿者队伍以及大中专院校毕业生，到基层卫生机构参与服务，并按照有关文件要求，认真兑现其在职称评定等相关方面的政策。完善绩效考核评价机制，切实提高社区卫生服务人员的福利待遇。

(五)创新大医院领办社区卫生服务中心工作机制。要积极探索大医院领办社区卫生服务中心的试点，充分发挥大医院的医疗技术优势，不断满足群众的基本卫生服务需求。要加大财政投入，基本医疗部分应实行差额补助，公共卫生经费应由市财政全额“买单”，让广大群众真正享受医疗改革成果，实现基本医疗的均等化和公共卫生的同质化。

(六)高度重视公共卫生工作。近年来□xx市重大疾病防治工作取得了明显成效，但威胁人民群众身体健康和生命安全的因素仍然存在。对此，市政府及卫生部门在今后的工作中要继续强化公共卫生无小事的理念，筑牢卫生防疫的第一道防线，工作中绝不能出半点差错和纰漏。加强对广大人民群众卫生防疫知识的普及、宣传和教育，继续加大对重点人群、重点场所的监控，做好传染病疫情的`监测和报告，有效预防和杜绝突发公共卫生事件的发生。

## 村卫生室调研汇报材料篇四

这学期，学校各个楼层的水房进行了装修，并在楼内建造了教师专用厕所，减少了学生厕所的'人数，还在厕所内放了一些手纸，供我们使用……但有些同学竟利用学校为我们提供的条件来破坏环境，于是我对此事做了调查。

我利用下课时间对水房、厕所以及操场做了环境检查，发现厕所内满地手纸，水房里满地是脏水和脚印，操场上更是垃圾遍地。

1、有些同学有侥幸心理，见四周没有人注意他，便随手把手里的垃圾扔在了地上，然后若无其事地离开。

2、厕所中，有些同学发现学校在厕所里放的手纸后，便抽出许多来玩。还有些同学往厕所里扔空瓶子，造成下水道堵塞。

通过调查和分析，我得出了以下结论：

1、有些同学心理素质不好，动不动就“大闹学校”。

2、有些同学没有环保概念，用手纸于，而且一次拿一大堆，还往地上乱扔。

3、一些同学认为把垃圾扔进垃圾桶太麻烦，就养成了往地上扔垃圾的坏习惯。

4、一些同学认为水房里没人管，便胆大包天地在水房里拿拖布打闹。

同学们破坏校园的环境的行为就摆在眼前，难道我们能袖手旁观吗？

希望老师抽出时间对学生进行教育，让同学们手拉手一起维护校园环境。校方也要加强管理，派一些值周生在厕所、水房和操场监督同学们对学校环境的爱护。

## 村卫生室调研汇报材料篇五

根据《精品购物指南》2000年的一项调查显示：影响消费者购买卫生巾的因素有：价格、广告、朋友的介绍、包装、促销、生产厂家等。

另据《女性月刊》2003年的一项调查显示，影响购买的第一因素是广告的推荐，第二是朋友的推荐，第三是长期使用的感觉，第四是包装的精美程度等。

从这两个调查中分析，在购买的心理上，年轻女性对新品牌

较为敏感，受广告影响较大，抱着好奇心使用，品牌忠诚度不高。

在产品选择上，据调查有73%的女性会在经期感到局部皮肤瘙痒，这多是不透气卫生巾的原因。

2003年1月《中国质量报》报道，据实验室研究显示，一条通过卫生检验合格的卫生巾在使用两小时后，细菌的数量就会骤增到10<sup>7</sup>~10<sup>12</sup>个。因此，权威专家呼吁，卫生巾使用2个小时就必须更换，以减少大量细菌在与身体的亲密接触中“乘虚而入”，侵害健康。

我国自从上个世纪1980年代引进第一条卫生巾生产线，发展到现在已有300多家企业，1000多条生产线，年产量2600万箱，也由单一的普通型发展到日用型、夜用型、药物保健型、旅游型等。在形状上，也分为长方形、圆头型、哑铃型、护翼型等，这些从方方面面来满足妇女的不同需求。

目前，卫生用品正朝两个趋势发展：1、外用护理品仍占据消费者主流市场，但产品更新将趋于提高其舒适度。2、将突破以吸收经血为主的传统用途，而被赋予更多与女性相关的特殊功能。比如，彩色卫生巾，能够自动监测排卵期，调节经期情绪的个性化卫生巾等。

具体表现为精力旺盛，兴趣广泛，热情努力，积极向上，富有朝气和理想；但感情易冲动，神经易兴奋，好赌气、争斗；认识能力迅速提高，突出表现为逻辑思维能力大大提高，尤其是创造性思维。但由于知识、经验较缺乏，看问题易带片面性。这一阶段还伴随着一些迷茫、躁动和起伏，甚至有些偏执。

就生理上来讲，处在青春期，女性体内的生长激素开始协调和发挥它的作用。由于生理周的期到来，身上的某些部位已经发生了明显的变化，从而产生心理的变化。

消费心理：青春、时尚是她们的特征，也是她们购物的标准和追求的目标。

关键词：朝气、活力、希望、好奇、迷茫、梦想、另类

年龄段为24——39岁之间，她们的特征是：

不易受外界影响，较有自主性，这类女性的主要背景特征是：年纪以中青年为主，收入较高，个人月收入一般在2000元以上；文化程度上包含中等文化和高等文化；职业则以专业技术人员、医生、教师、公司职员、企业管理人员为主，也包括一部分家庭妇女。

随着年龄的增大，她们会承担越来越多的社会责任，这个阶段的女性，会去更多的关注自己的言行举止，对减肥、美容、流行的文化进行更多的关注，对于比较隐私的卫生巾类用品，会追求一种流行，勇于尝试，并逐渐形成自己的一些喜好，甚至对某些产品产生品牌忠诚度。同时，这是女人人生的一个重要阶段，要谈恋爱，要结婚、要生孩子，工作可以不断的调换，但逐渐追求的是一种平稳。

另外，她们基本形成自己对问题、对社会的一种看法，并对自己的一些决策产生较大影响，其消费方式也从最初的狂热激情演变为比较务实的消费方式。在性格构成上，变单一为多样。在普遍认为消费需要必要的经济条件的同时，不同职业、不同收入的各类女性又都普遍追赶新潮、追求时尚的现象也反映出女性非理性消费的特点。

消费心理：逐渐由冲动消费向理性消费过度，由无计划消费向有计划消费过度。

关键词组：逐渐成熟、理性消费、独立意识增强、性格多样化

年龄段为35——45岁，她们的特征是：

购物计划性较强，同时购物的感性成分也较大，不容易受打折、促销等外界因素的影响，对品牌有一定的忠诚度。部分女性每月收入高达2000-2500元，文化程度相对分散，职业分布上，以无业人员、城市一般职工、个体工商业者、管理人员等。

随着经济收入的增加和妇女地位的提高，中年女性往往掌管着家庭生活的日常经济开销，并在购物活动中同时充当多种角色。在家庭生活用品的消费中，在一般情况下她们既是消费行为的决策者、执行者、影响者，同时又是使用者。消费行为多以能否满足生活的实际需要(即实用)为前提，比起其他年龄段的女性，特别是青年女性，她们更讲实惠。

消费心理：习惯于使用某一品牌，忠诚度较高，讲究实惠，根据需要购买。对打折、赠送也会产生冲动性购买。

关键词：成熟、讲究实惠、理性

从以上消费群体的研究，可以看出，女性消费者更易受环境的影响，容易被说服，这与女性的心理特征相吻合，同时，也为厂家如何开展营销活动提供了依据。

针对三种女性的特点，可以在产品销售上突出不同的诉求点，来引发他们的购买欲望。对购物冲动型的女性，可用时尚、潮流、青春等因素打动她们；对自主随意型的女性，可用高品位、高质量、良好的购物环境等因素来打动；对计划型的女性，则可从物美价廉、经济实惠等方面来打动。

营销是一个系统的工程，只是在营销过程中要寻求和同类产品的不一样，并进行科学的规划。实际上就是要与众不同，当大家都是土豆时，你可以是地瓜或者是胡萝卜，但千万也别是土豆。如果你是土豆，在消费者眼里，你肯定排在后面。

如果你是地瓜，那消费者一下子就把你排在前面了。这就是差异化的结果。

针对卫生巾类市场，如何寻求差异化？虽然现在的营销法则已从4p向4c的转变，表明企业已经逐渐把制胜的关键定位在消费者身上，逐渐把视消费者为“上帝”的抽象理念真正应用于具体的营销实践中。但消费者是真正的上帝吗？不一定，所以，我们还是要真正的关注消费者，去理解他，去满足他，只有如此，才可在市场上立于不败之地。

央视的调查中，消费者为什么对卫生巾产生疑问？这说明一个问题，就是现在的消费者越来越理性，对自己使用的产品越来越想了解的更多，只有对产品了解，才能够放心的使用。这是消费者消费心理成熟的表现，但绝大部分消费者还是非理性的，因此，谁能取悦“上帝”，谁就能获得“上帝”的恩赐；而谁能最好地取悦“上帝”，谁就能销售更多的产品，取得更多的发展机会。

第二种表现则是易受到人为气氛的影响。大部分女性都有过受到促销人员的诱导而发生不当购买产品的经历。一些女性认为，女性在这一方面是天性，一听促销小姐说可以改变自己某些方面的先天不足，说有多好的效果，就会想“说不定是真的”，不如买回去试一试，不试一试怎么知道，很难控制的。因而“最终不免都会上一两次当”，很多人面对销售人员的讲解时，“听着听着就走不动了，买下来就发现其实根本不管用”。

另外，朋友的影响力也不容忽视。“和朋友逛街受朋友影响”而购买或消费了本来不打算或不需要的产品或服务。我们很难指望一个面对同伴热心捧场、百般赞扬的女性仍然能够保持理智。

这一部分消费者，可以从两个方面考虑：一是建立系统终端，是为了充分发挥促销员的作用。二是建立受欢迎的公众形象，

是为了能够形成口碑的宣传效应。

第三种表现就是情绪化消费。她们通常“就是发工资的时候，突然感觉自己好像一下子钱多了，然后就会想去逛街，去买一点东西”或者是“习惯发了工资就买服装”。这是一种在特定情绪下的错觉引发的情绪化消费。情绪化的人容易受环境的影响，在终端的布置上要有特点，能够引起她们的注意即可，卫生巾市场，不能把她们做为重点。

而中年女性比较成熟的特点，决定了她们消费行为的理性化。她们常常按照自己的习惯和爱好行动，一般不拘泥于过去的传统，而是顺应潮流，但又不完全受潮流的支配。这是理性消费者的中坚力量，并且，她们有一定的影响力，她们对产品的要求更高，由于具备长期消费的丰富经验，在购买过程中，严格遵少花钱，多办事的原则，货比三家，耐心细致。

对于任何一个产品，是不可能全部“通吃”的，只有锁定目标消费人群，产品定位准确，切中目标人群的需求点，以点带面，通过运做，小产品也能做出大市场。

在众多的产品中，怎样才能突出重围，树立自己的产品个性呢？定位才能解决这个问题。比如，根据众多媒体报道，卫生巾很多不合格，细菌超标，这样给消费者带去很多麻烦，但绝大部分又不愿站出来的心理，可以定位你的产品为“无菌卫生巾”。近来，市场上不是出现一种自动清洁卫生巾吗？它可主动长期有效的抑杀细菌，始终保持卫生巾的自身清洁，并能消除异味，拒绝细菌污染，使卫生巾真正卫生，非药物抑菌方法非常安全，无过敏、无刺激，无毒副作用，适合各种人群使用。

在西方发达国家，妇女卫生巾作为重要卫生用品，由专门的部门管理，并规定必须在药店等特殊渠道销售。可有效地避免卫生巾在物流、销售过程中的污染。我国目前还做不到，但在使用时，女性个人应遵从专家的告诫，在头脑里建立起



防线：即使是再卫生的卫生巾，由于使用不当也会造成“二次污染”。

由于近年来卫生巾市场经过品牌、广告、价格的几轮大战，一些中小企业已被挤出市场，几大品牌竞争日趋激烈。但竞争手段贫乏，而产品的差异化、功能化将是竞争的唯一出路和市场。

如何提出自己的概念，是产品营销过程中的重点。简单的说，概念就是卖点。首先要明白，概念是产品差异化的手段，如服务差异化、渠道差异化、技术、机理、功效、利益、形象等的差异化，在这些当中有一项或者几项能够引起消费者的好奇心，从而调动他们的购买欲望。产品的差异化就是独特的销售主张(usp)□独特的，当然能引起人的关注。要想独树一帜，就要创新。

- 1、你提出的概念是否是独特的，其他产品有没有提出过？
- 2、你提出的概念(即提供给消费者的利益)，消费者能从其它途径获得吗？
- 3、你提出的概念是否有利于传播、沟通，让普通消费者看的懂、听的懂？

因此，产品应立足消费者需求的变化，去顺应他，并从中挖掘出具有前瞻性和经济

如何推出产品概念，塑造产品品牌，是摆在每一家卫生巾类产品厂家面前的一道难题。由于中小企业的投放费用有限，不可能大面积、频繁地广告传播，因此概念必须要有独特的记忆点。

给消费者的利益是什么

在产品传播的过程中，要告诉消费者你的产品好，你首先要描绘出好的那种感觉，那种感觉是什么呢？我觉得可以借鉴保健品的一些传播方式，首先，主诉求要单一，并把你用后的情形描绘出来，在广告传播中，要媒体上讲，要在pop上表现，在终端，要让促销员不断的说，形成一个氛围，大部分消费者就会有从众心理，从而产生购买。用了之后，确实象你说的那样，她不就相信了吗？再者，女性消费者有分享的天赋，她会告诉更多的人。

如脑白金的主诉求润肠通便，改善睡眠，哪些第一批使用者，用后大便的确好了，睡眠的确改善了，他多年的毛病改掉了，他不高兴吗？他一高兴，就告诉和他一样的人。

什么是服务？营销大师科特勒说，服务就是用于出售或连同产品一起出售的利益、活动和满足感。对于卫生巾类产品来说，服务主要体现在终端的促销上，服务促销是为了和目标消费者及相关公众沟通信息，使他们了解企业及所提供的产品，刺激消费需求的营销活动。促销的主要目标是将企业所提供的服务与竞争对手所提供的服务区别开来。具体目标有三点：传递信息；说服；提示。

为了达成目标，要满足消费者的需求。你的服务体现在你能让消费者得到什么？也许只是一句关心的话，也许是你让消费者了解了一个她从来不知道的用途，也许是你尊重每一个消费者，最主要的是你解决了消费者的疑惑，满足了她的需求。只要消费者满意，就是最好的服务。

消费者买卫生巾的目的是使用，不是送礼。那么，消费者为什么要买你的产品？那是因为你的产品的利益与同类不一样，你真真正正做到了为消费者着想，你的差异化正好满足了消费者的那种需要。

1) 产品可从三个方面来做，首先要突出产品的使用功能。这就要求企业在产品开发、产品设计时，始终把核心产品放在

首位，要根据其用途和性质，确保使用功能的实现。卫生巾的用途是干什么的？从使用特性上来分，有日用的，夜用的等；从结构特性上来分，有标准型即传统的无护翼，无防漏凹道的普通型，护翼型，还有导流槽型等；从功能上分，有药物保健型，抗菌型等。

其次强化产品质量。吸引消费者的最好办法是过硬的产品质量。在价格一定的情况下，产品质量越好，越会受到欢迎；在质量相同的前提下，价格越低销量会越大。

其次产品设计也非常重要，货卖一张皮，说的就是外包装，无论是直接以青年女性为消费主体的产品，还是以中年女性为主要购买决策者或购买执行者的产品，都要高度重视美观大方这一要求，尤其要在美的同时，强调大方，使之美而不艳，奇而不特。事实证明，这样的商品最受女性的青睐。

2) 价格是影响消费者购买行为最重要的因素，新产品刚投放市场时，产品定价不要高于消费者的预期价格。当然，为了使企业也能够接受这一价格，事先须做必要的价格测试。

3) 广告年轻女性对新品牌较为敏感，受广告影响较大，常常抱着好奇心来使用，品牌忠诚度不是很高；她们年轻、有朝气、活泼好动，虽然大部分只有中等收入水平，但人数众多，购买力巨大，是一个不容忽视的消费群体。不过她们兴趣转移快，品牌忠诚度不够强，一旦出现新品牌，马上又会去试用。因此对这部分女性，广告必须有新意才能引起她们的兴趣，博取她们的好感，使她们中的大部分人成为忠诚的购买者。合理的运用报纸、杂志、广播、电视等社会媒体，把有关的信息提前告诉消费者，这样才能对她们的购买行为起到较大的影响作用。作为卫生巾这种快速流转的消费品，终端的宣传广告起着很大的作用，如pop展示牌等。

4) 营销方式其具体方式有：第一，普通渠道的强势终端建设，第二，加盟合作专卖店的形象推广，第三，k/a店的堆头展示，

第四，第三渠道的开发，比如学校售点，直销网络的建设，关系营销等。厂家根据自己的实力，选择不同的营销方式。比如中小企业□k/a店就可以不做，而加强普通渠道的终端铺货和第三渠道的开发等。

5) 促销方式。(1) 实证促销。要用事实说话，提供足以使其信服的证据。否则，仅靠漂亮的词句是不起作用的。如某卫生用品公司在路演过程中，为了说明产品质量好，不会漏水，就现场把卫生巾上倒进了水，很形象的说明了问题。(2) 赠品促销。在出售商品时，附赠给顾客一定的额外物品，符合消费者以较少的货币支出获得更多消费利益的心理，因而会收到明显的促销效果。即使赠品价值不高，也会受她们的欢迎。(3) 情感促销。很多消费者一旦对某一企业或某一商品产生偏爱，便会在较长的时间里成为它的忠实顾客。(4) 试用。很多单价高、使用年限长的贵重消费品厂家，允许顾客试用一段时间，若不满意可退货，满意则办理购买手续。这样做可以从根本上免除消费者购物的后顾之忧，坚定其购买的决心；而作为卫生巾这样的产品，价格低，使用频率较高，赠送试用完全可以；(5) 让利销售。根据商品需求量与商品销售价格呈相反方向变动的需求规律，将那些需求弹性高、市场潜力大的商品以低于正常的价格出售，这样便既可通过薄利多销，达到增加总利润的目的，又可迎合青、中年女性购买物美价廉商品的心理需要，并招致更多的中年女性消费者。

性的概念，满足消费者的需求。好的概念，如何传播，是树立品牌的关键。卫生巾市场经过几十年的发展已非常成熟，消费者对卫生巾的功用早已十分熟悉。卫生巾不是什么新生事物，因而如果再去介绍产品功能，无异于画蛇添足，同时也势必造成传播费用的流失；技术的发达使得同类产品同质化程度越来越高。如果我们再去诉求卫生巾的产品特点，势必与其他知名品牌造成正面冲突，在广告上被动，而且会被其它知名品牌所淹没；采用与其他同类产品相同的广告手法，只会增加消费者和观众的反感，不利于产品品牌形象的塑造。