

2023年商场物业市场调研报告(优质5篇)

报告是一种常见的书面形式，用于传达信息、分析问题和提出建议。它在各个领域都有广泛的应用，包括学术研究、商业管理、政府机构等。报告的格式和要求是什么样的呢？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。

商场物业市场调研报告篇一

每个楼层要有明确的经营主题，其中1f为化妆品，珠宝首饰，国际精品店、折扣店组成的名店街，并设有方便快捷冷饮店，休息场所2f3f4f应引进知名男、女服装品牌，将2f3f4f临街部分设计为通透立面，用大幅透明落地玻璃配以明亮灯光5f可做餐饮、美食。至于负1层可做超市，也规划成童装大卖场，也可做游戏厅，游乐场所，带动人气。

二. 人员管理

商场的人员管理，必须有着一套科学、完善的管理机制。

1. 是加强人事部门管理。应把拥有管理能力和经验的人员调入人事管理部门，并加强培训和教育。
2. 是加强员工管理。要结合商场实际，建立健全员工使用和管理制度，从员工的招聘、培训、使用、考核、奖惩等方面都应建立规章制度，不断实现员工管理的规范化和制度化。
3. 是建立健全用人长效机制。商场可通过建立科学的奖惩机制和员工收入增长机制，充分调动员工的工作积极性，增强员工的归属感，使员工愿意长期留下来工作，甚至还会介绍朋友来工作。

三、商品管理

在商品管理上，商场超市应结合品类组合，以商品部为单位，对员工进行岗位责任制。将商品内部员工进行结对组合，实行专人专岗专品负责制，使每名员工都有明确的工作责任区，负责责任区内的商品陈列、丰满度、商品补订货以及卫生和商品养护等基础管理，通过落实岗位责任制，达到人人关心商品、人人关心销售的良好氛围。

商品的陈列是商场经营管理的一门艺术。

商品陈列得当不仅能促进销售，而且还能给人带来一种艺术的享受。要把握好上柜商品的数量。在量感展示上不要只拘泥于商品数量的多少，而要注重在视觉上使顾客感到商品丰满，通过商品不同的角度与侧面进行组合，增加美观效果，进而达到刺激消费的目的。

四、库存管理

应减少库存，节约成本。

五、安全管理

商场超市规模越大，用电负荷也就越大，如果电线老化、电线短路、超负荷运行等都会给引发火灾事故，因此商场在经营中应定期检查各项安全设施及使用器械，对于老化、陈旧、损坏和过期的电线，应立即修复或更换。同时，定期组织员工学习安全管理知识，不断提升员工安全管理能力和临场应变能力，在发生意外事故时尽量把损失降到最低。还有财物安全，主要是预防盗、抢劫、诈骗等案件。

每个商场要成立专门的安全管理小组，明确分工，落实责任，完善制度，加大奖惩，督促员工依章、依法、依规操作，对于违反安全管理规定的人员坚决给予从早重处理，决不能姑息迁就。“大意失荆州”，安全管理千万不能有丝毫的马虎。

六、广告宣传

应加大广告宣传力度，提高企业知名度。可通过柱面墙体，天台，扶梯两侧，海报，水牌，导示牌，报纸刊登，媒体等多种渠道达到活动策划的目的。进而刺激消费者消费。

商场物业市场调研报告篇二

实地考察、摄影取样

了解商业空间现状，从环境心理学、环境行为学、消费心理等多学科角度出发，对商场布局、铺位之间的关系、人群消费习惯与商品放置位置、功能分区、交通流线等方面进行分析。

大洋百货

对商场内部空间要素（店铺、公共休息区、走廊、洗手间、消防通道等）进行调查，对商场内部色彩、材质的使用进行分析。

概况与基地位置：

概况：大洋百货集团有限公司于20xx年5月注册成立，是在中国大陆专门从事百货零售的台商投资企业。

目前大洋百货在南京、武汉、重庆、西安、福州、苏州、无锡、常州、泉州、湘潭、衡阳、宜昌、石家庄、合肥等14个城市开设有19家店，营运总面积超过72万平方米，集团资产总额达人民币30亿元。

大洋百货经营团队来自海峡两岸三地，管理层平均百货经营年资超过16年以上，具有丰富实践经验，是一群精通百货经营与管理的专业技术团队。公司坚持服务至上，务实创新的

经营方针，为消费者营造独具特色、舒适服务的购物环境，为广大商家打造国际一流的高效经营平台，为开发商创造巨大的物业增值空间，为地方增加大量就业机会及税收。

随着我国内需的扩大，大洋百货集团正积极在全国扩张，拓展方向以直辖市、各省省会城市及地级市为主，并根据不同的市场规模和消费能力区分为三种类型的主题百货，分别是“精品百货”、“时尚百货”和“生活百货”。预计未来每年将约以4—5家新店在全国拓展，预计至20xx年，大洋百货将在全国开设19家以上的大型百货连锁店，使大洋百货辐射拓展至全国各主要城市，届时大洋百货将成为中国最大及最成功的百货龙头企业之一。

1、领导流行、展现品位 大洋百货将领导流行并树立高级形象，让消费者感受高品位、高格调的全方位消费服务。

2、诚信至上、维护信誉 大洋百货同时兼顾家庭全方位需求，提供全系列商品及服务，满足广大消费者的生活需求，并保证消费者购买的商品绝无假货，绝对可以放心使用。

3、顾客至上、创新服务 大洋百货的另一项承诺是以顾客需求为导向，注重服务品质，本着优质服务顾客的理念，使大洋百货的购物环境成为白领阶层时尚女性的唯一选择。

基地位置：

衡阳市大洋百货位于解放大道与蒸湘南路交汇处，是正向路与解放路的十字路口。十字路口作为道路转换的结点，无论是车行还是人行至此处都面临视觉系统的转换，从单一双向道路转换为四面拓展的伸展空间，立于此的建筑无论以何种形式存在就其本身而言已具有了标志性。其北面是莲湖广场，南面是宇元国际，西面是财富大厦，东面是宇元万象城。地理位置绝佳。

商场物业市场调研报告篇三

丹东新一百于 20xx 初开业，以中档为主、高档为辅，曾是丹东地区最大的综合性、多元化的购物广场。地下一层：文化、办公用品。地上五层分别为：功能精品馆、时尚流行馆、绅士名品馆、名媛淑女馆、家居生活馆等。

新玛特：于 2008. 11. 27 日开业，是目前丹东地区经营档次最高、商品品牌最全、设施设备最优、购物环境最好的现代化大型百货购物中心。地下一层为大型超市和健康美食馆，经营食品和烟酒等；地上五层分别经营为仕女名品、靴鞋名品、珠宝化妆、绅士服饰、钟表眼镜、运动休闲服饰以及儿童、家居用品等。同时，药房、餐饮等配套设施一应俱全。

二、商场布置

商场的布置本身就是一种宣传，它可以成为顾客对商场的第一印象。例如：丹东新一百的内部布置倾向于简单大方，店中的宣传看板、pop 海报、特卖标识牌、pop 手绘纸与新玛特相比少一些，并且采用单排吊旗，简洁但略显严肃、单调。

反之新玛特商场的风格则显得活泼、热情、活力四射，单从大门处就可见一斑，运用的色彩鲜艳夺目，正如：“活力绽放，开启缤纷生活”。内部多采用新玛特惯用的“新玛特粉”，使整个内部格调显得生动明丽。采用多排吊旗，绿色植物随处可见。时下临近圣诞节，多家店铺内都置有装扮好的圣诞树，带给人一种节日的氛围，为商场平添几分生动。但微有不足的是可能由于商场的装修刚结束不久，地面上还有残留的粉尘，尽管保洁人员不住地做清洁，但地面仍略显不洁。

三、员工形象

为了体现商场的定位不同、形象不同，两个商场的员工在着

装上也大不相同。新一百的服装为藏蓝色，与之严谨、简洁的形象相匹配。但是整体着装不是十分整齐，有个别员工的配饰较夸张。新玛特的服装为“新玛特蓝”，与商场内的粉色相互映衬，有一种提升内部空间亮度上的感观影响。员工的着装统一整齐。在调查的过程中，我以顾客的身份与这两个商场的销售人员交流，她们大部分都能微笑待客，使用基本的礼貌用语。

但也有不足之处，在新一百，有几个店员在疯闹，也有的几个人在一起聊天。新玛特也有销售人员倚柜台、蹬柜台、聊天等现象。希望我们的千盛百货开业之后能够减少甚至是杜绝这种现象的发生，因为这种行为有损我们商场的形象。

四、商品的管理

新一百商场的商品给人留下了便宜的印象。根据对比，其实该商场的商品并没有便宜多少。主要原因是商场常打出了促销的口号，其促销手段包括了会员卡的积分换奖品、抽奖、降价等，取得了一定的效果。商品的品种多、样式丰富。但每一种数量却不多，给消费者提供了这样的信息：商品紧俏，欲购从速。另外，应节的食物提供的也很及时。商品价格采用了奇零定价与整数定价的方法较多。商品的陈列按价格分类陈列尤其明显。此举多用在礼品和廉价商品上。

不足之处表现：电器，瓷器等流动性不大的商品的货价上积满了尘灰，给顾客留下了不好的印象。建议定时进行清理和擦拭；电器闲置空箱不要摆在过道上阻碍顾客采购。食品区应提高商品新鲜感的陈列，清理快过期的食品以及长时间摆放的食品。

五、客流量分析

对测试数据的分析发现，客流量的规律有以下几点：

1、与典型的超市客流量三峰分布规律不同，商场的客流量呈双峰分布，这是因为商场营业到深夜，而人们也在晚餐后到商场购物。

2、一般，周末客流量峰值出现在10:00~11:00、14:30~15:30、18:30~19:30，工作日客流量峰值出现在10:00~11:00、14:30~16:30、18:30~20:00。周末全天的平均客流量约相当于一整天中峰值客流量的71.1%，工作日全天的平均客流量相当于一整天中峰值客流量的64.5~77.1%。从此结果可以看出，工作日和周末相比，上午客流量峰值出现时间一致，而下午则持续较长。原因在于周末人们不上班，因此选择下午购物的人数增加。

3、对于工作日来说，下午客流量峰值小于晚间，而对于周末则相反。这是因为周末在家休息的人一部分选择了下午购物，而不是象平常一样晚间购物。

这次市场调查，于我而言是对培训期间所学理论知识的一次升华，也对我以后能快速的进入基层管理工作这一角色有很大帮助，同时警醒，应避免很多常见的问题。它山之石，可以为错；它山之石，可以攻玉。

商场物业市场调研报告篇四

一、调研时间：

二、调研成员：

三、调研方式：

实地考察、摄影取样

四、调研目的：

了解商业空间现状，从环境心理学、环境行为学、消费心理等多学科角度出发，对商场布局、铺位之间的关系、人群消费习惯与商品放置位置、功能分区、交通流线等方面进行分析。

五、调研对象：

大洋百货

六、调研内容：

对商场内部空间要素（店铺、公共休息区、走廊、洗手间、消防通道等）进行调查，对商场内部色彩、材质的使用进行分析。

概况与基地位置：

概况：大洋百货集团有限公司于2002年5月注册成立，是在中国大陆专门从事百货零售的台商投资企业。

目前大洋百货在南京、武汉、重庆、西安、福州、苏州、无锡、常州、泉州、湘潭、衡阳、宜昌、石家庄、合肥等14个城市开设有19家店，营运总面积超过72万平方米，集团资产总额达人民币30亿元。

大洋百货经营团队来自海峡两岸三地，管理层平均百货经营年资超过16年以上，具有丰富实践经验，是一群精通百货经营与管理的专业技术团队。公司坚持服务至上，务实创新的经营方针，为消费者营造独具特色、舒适服务的购物环境，为广大商家打造国际一流的高效经营平台，为开发商创造巨大的物业增值空间，为地方增加大量就业机会及税收。

随着我国内需的扩大，大洋百货集团正积极在全国扩张，拓展方向以直辖市、各省省会城市及地级市为主，并根据不同

的市场规模和消费能力区分为三种类型的主题百货，分别是“精品百货”、“时尚百货”和“生活百货”。预计未来每年将约以4—5家新店在全国拓展，预计至2012年，大洋百货将在全国开设19家以上的大型百货连锁店，使大洋百货辐射拓展至全国各主要城市，届时大洋百货将成为中国最大及最成功的百货龙头企业之一。

1、领导流行、展现品位 大洋百货将领导流行并树立高级形象，让消费者感受高品位、高格调的全方位消费服务。

2、诚信至上、维护信誉 大洋百货同时兼顾家庭全方位需求，提供全系列商品及服务，满足广大消费者的生活需求，并保证消费者购买的商品绝无假货，绝对可以放心使用。

3、顾客至上、创新服务 大洋百货的另一项承诺是以顾客需求为导向，注重服务品质，本着优质服务顾客的理念，使大洋百货的购物环境成为白领阶层时尚女性的唯一选择。

基地位置：

衡阳市大洋百货位于解放大道与蒸湘南路交汇处，是正向路与解放路的十字路口。十字路口作为道路转换的结点，无论是车行还是人行至此处都面临视觉系统的转换，从单一双向道路转换为四面拓展的伸展空间，立于此的'建筑无论以何种形式存在就其本身而言已具有了标志性。其北面是莲湖广场，南面是宇元国际，西面是财富大厦，东面是宇元万象城。地理位置绝佳。

商场物业市场调研报告篇五

丹东新一百于20xx初开业，以中档为主、高档为辅，曾是丹东地区最大的综合性、多元化的购物广场。地下一层：文化、办公用品。地上五层分别为：功能精品馆、时尚流行馆、绅士名品馆、名媛淑女馆、家居生活馆等。

新玛特：于2008.11.27日开业，是目前丹东地区经营档次最高、商品品牌最全、设施设备最优、购物环境最好的现代化大型百货购物中心。地下一层为大型超市和健康美食馆，经营食品和烟酒等；地上五层分别经营为仕女名品、靴鞋名品、珠宝化妆、绅士服饰、钟表眼镜、运动休闲服饰以及儿童、家居用品等。同时，药房、餐饮等配套设施一应俱全。

商场的布置本身就是一种宣传，它可以成为顾客对商场的第一印象。例如：丹东新一百的内部布置倾向于简单大方，店中的宣传看板□pop海报、特卖标识牌□pop手绘纸与新玛特相比少一些，并且采用单排吊旗，简洁但略显严肃、单调。

反之新玛特商场的风格则显得活泼、热情、活力四射，单从大门处就可见一斑，运用的色彩鲜艳夺目，正如：“活力绽放，开启缤纷生活”。内部多采用新玛特惯用的“新玛特粉”，使整个内部格调显得生动明丽。采用多排吊旗，绿色植物随处可见。时下临近圣诞节，多家店铺内都置有装扮好的圣诞树，带给人一种节日的氛围，为商场平添几分生动。但微有不足的是可能由于商场的装修刚结束不久，地面上还有残留的粉尘，尽管保洁人员不住地做清洁，但地面仍略显不洁。

为了体现商场的定位不同、形象不同，两个商场的员工在着装上也大不相同。新一百的服装为藏蓝色，与之严谨、简洁的形象相匹配。但是整体着装不是十分整齐，有个别员工的配饰较夸张。新玛特的服装为“新玛特蓝”，与商场内的粉色相互映衬，有一种提升内部空间亮度上的感观影响。员工的着装统一整齐。在调查的过程中，我以顾客的身份与这两个商场的销售人员交流，她们大部分都能微笑待客，使用基本的礼貌用语。

但也有不足之处，在新一百，有几个店员在疯闹，也有的几个人在一起聊天。新玛特也有销售人员倚柜台、蹬柜台、聊天等现象。希望我们的千盛百货开业之后能够减少甚至是杜

绝这种现象的发生，因为这种行为有损我们商场的形象。

新一百商场的商品给人留下了便宜的印象。根据对比，其实该商场的商品并没有便宜多少。主要原因是商场常打出了促销的口号，其促销手段包括了会员卡的积分换奖品、抽奖、降价等，取得了一定的效果。商品的品种多、样式丰富。但每一种数量却不多，给消费者提供了这样的信息：商品紧俏，欲购从速。另外，应节的食物提供的也很及时。商品价格采用了奇零定价与整数定价的方法较多。商品的陈列按价格分类陈列尤其明显。此举多用在礼品和廉价商品上。

不足之处表现：电器，瓷器等流动性不大的商品的货价上积满了尘灰，给顾客留下了不好的印象。建议定时进行清理和擦拭；电器闲置空箱不要摆在过道上阻碍顾客采购。食品区应提高商品新鲜感的陈列，清理快过期的食品以及长时间摆放的食品。

对测试数据的分析发现，客流量的规律有以下几点：

1、与典型的超市客流量三峰分布规律不同，商场的客流量呈双峰分布，这是因为商场营业到深夜，而人们也在晚餐后到商场购物。

2、一般，周末客流量峰值出现

在10:00~11:00. 14:30~15:30. 18:30~19:30，工作日客流量峰值出现在10:00~11:00. 14:30~16:30. 18:30~20:00。周末全天的平均客流量约相当于一整天中峰值客流量的71.1%，工作日全天的平均客流量相当于一整天中峰值客流量的64.5~77.1%。从此结果可以看出，工作日和周末相比，上午客流量峰值出现时间一致，而下午则持续较长。原因在于周末人们不上班，因此选择下午购物的人数增加。

3、对于工作日来说，下午客流量峰值小于晚间，而对于周末则相反。这是因为周末在家休息的人一部分选择了下午购物，

而不是象平常一样晚间购物。

这次市场调查，于我而言是对培训期间所学理论知识的一次升华，也对我以后能快速的进入基层管理工作这一角色有很大帮助，同时警醒，应避免很多常见的问题。它山之石，可以为错；它山之石，可以攻玉。