

总结调研报告 市场调研报告总结(通用5篇)

在当下这个社会，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

总结调研报告篇一

改革开放以来，我国的经济建设有了长足的发展。人民的生活水平显著提高，“衣、食、住、行”中排在第一位的就是“衣”，人们对服装的要求更是一日千里，从颜色到款式，再到品牌，不同的消费群体、不同的消费心理形成了不同的消费层次。

一 服装市场的消费者是一个庞大的消费群体

目前中国大陆的人口近13亿。服装消费者是一个绝对数量巨大的群体。这个数字是对中国服装消费者群体庞大特征最有说服力的描述。消费者数量是任何行业都必须考虑的影响因素，对于服装业更是尤其重要。我国是传统上的服饰消费大国，所谓的“大”，正是来自于人口数量，它是作为服装行业前景重要的评估依据。不仅于此，国民经济的增长也为服装市场的消费提供了物质上的可能。也就是说，当我们在考虑中国这个拥有近13亿人口的消费群体时，考虑的不再是人人有衣穿的问题，而是满足当前人们不断提升的审美与服饰文化的要求。我国所拥有的是一个具备相当购买能力及旺盛的购买欲望需求强大的消费群体。

二 服装市场的消费者是一个复杂的群体

消费者的购买行为受收入水平、地理区域、民族习惯、宗教

信仰、文化传统以及社会发展水平等客观条件的影响，并同时与个体的年龄层次、教育程度、审美趣味、消费目的等主观因素密切相关。中国是个具有古老历史、悠久传统、幅员广阔、民族为多的国家，其服饰消费者在上述种种方面的巨大的差异就表现在服饰消费诉求上的千差万别。因此，除了拥有庞大的绝对数量之外，也是一个极为复杂的群体。从购买力分析，在我国，同时存在着从富裕、小康到温饱多个不同层次的服饰消费群体。如果以地区为标准做粗略的划分，基本表现为总体购买力和购买欲望由东南向西北递减。

以天津消费者为例，天津市民的收入水平差异较大，因此显示出消费行为的显著差异。研究市场可以发现，在高中低各层次价格带上，消费者对服装品牌和风格种类的要求区别较大，低收入水平消费者对服装的价格要求偏重讲究“经济实惠”；中等收入水平的消费者注重服装既要美观舒适又要价格合理、易于接受；高收入水平消费者则有很大不同，他们讲究品牌档次、要求服装能够显示其身份品位而忽视价格的高低。因此就要求服装市场的错位经营，以满足各层次消费者的不同需求。

不同的地区差异引起的消费行为差异程度也随消费者收入水平的高低而变化：在中下层消费者中，它表现的较为突出，但在上层消费者中却并不明显，这是一个共性问题，目前居于高价位的品牌如sprit、elle、polo、fendi、bcbg、maxmara等，其在京津两地的销售业绩和人气程度并没有太大区别。在上层消费群体里，区域差异的影响并不能引起多少消费行业上实质性的不同。无论在哪里，他们的消费都会集中在那些标示着高贵和财富顶级品牌的范围里。

消费目的的不同也会影响消费者的购买行为。对于服饰消费者说，自己穿着和送礼是两个最基本的消费目的。当送礼成为目的时，消费者的选择标准就很可能集中在价格这一个因素上了。在这种特殊的消费行业中，常规的消费者划分原则就会完全被颠覆，即便是很穷困的人也有可能购买几倍于其

消费能力的服饰商品，以求“体面过人”的效果。

以上种种可能引发消费行为差异的因素都是可分辨和可预期的，适宜被用来作为例制定生产和营销计划的主要依据及参考，行业厂商应引起足够的重视。

三 服装消费市场的消费者是一个心理逐渐成熟的群体

服装消费者的消费心理逐渐成熟的群体，这是飞速变化中的国情导致的必然结果。表现在：

第三、生活方式的变化使消费者对于服装种类的需求呈飞速上升的趋势。其速度之快，使得现有的服装商品每一刻都显现出某种程度的单一和过时。这种变化加快了国内服装市场的专业化细分，宴会服、婚礼服、休闲服、职业套装等等已经成为市场上的常规门类。可以想见在未来的服装市场上，针对性越明确的产品将越受欢迎。

第四、社会热点、流行文化、国际潮流都促使消费者的审美口味不断地变化。近二十年来，中国经济水平的显著提高使人们不再局限于服装的实用需求，开始关注服装的装扮自我、表达自我等更深层作用。他们对新生事物和时尚潮流的接受和消化速度都令人咋舌，但同时也不乏对自身传统的偏爱和坚持，从某种程度上说，几乎是难以捉摸的。

第五、消费者正在日益变得成熟。繁荣的市场和发达的资讯为他们提供了最好的速成服装教育课程。越来越多的人开始摆脱轻信、盲从的消费习惯，逐步认识到自己的真正需求，对服饰风格、款式以及质量价格比都已经具备了更好的嗅觉和判断力。有见于此，了解他们的爱好，然后给他们最好的选择，将是企图进入中国服装市场的厂商的唯一正确途径。

总结调研报告篇二

建筑调研报告总结：

一、项目背景

本建筑调研报告旨在通过对特定建筑项目的详细分析，探讨建筑设计、施工、材料等方面的内容，为相关人员提供参考和指导。

二、调研方法

本次调研采用了文献资料分析、现场观察和访谈等方法。文献资料包括建筑设计图纸、施工记录、相关规范等；现场观察主要对建筑外观、内部布局、材料使用等方面进行了观察；访谈则主要对建筑设计师、施工负责人、材料供应商等进行了深入交流。

三、调研结果

1. 建筑设计

建筑设计师在设计过程中充分考虑了周围环境、地形地貌等因素，采用了与周围建筑风格相协调的设计风格，同时注重了建筑的功能性和实用性。设计师在设计中还充分考虑了建筑的使用需求和未来发展。

2. 施工材料

建筑主要采用了环保材料，如绿色混凝土、新型墙体等，同时注重了材料的耐久性和经济性。在施工过程中，施工团队还对材料的使用进行了合理规划，最大限度地提高了材料的利用率。

3. 施工工艺

在施工过程中，施工团队注重了施工工艺的合理性和先进性，采用了先进的施工技术和设备，如自动化施工设备、机器人等，提高了施工效率和质量。

四、结论和建议

本次调研发现，建筑项目在设计、施工、材料等方面均存在一些问题，如建筑设计缺乏创新、施工工艺落后等。针对这些问题，我们提出以下建议：

1. 建筑设计方面：建议设计师在设计中充分考虑建筑的功能性和实用性，同时注重与周围环境的协调。
2. 施工材料方面：建议采用更加环保的材料，同时注重材料的耐久性和经济性。
3. 施工工艺方面：建议采用更加先进的施工技术和设备，提高施工效率和质量。

五、参考文献

- [1] 《建筑设计与施工》
- [2] 《建筑材料与施工应用》

总结调研报告篇三

建筑调研报告总结：

一、引言

本次调研旨在深入了解指定建筑项目的相关背景信息，包括

其历史、用途、设计、结构等方面。通过对该建筑进行全面的分析和研究，以期为未来的建筑设计和发展提供有益的参考和启示。

二、研究方法

1. 文献查阅：收集与该建筑相关的历史、文化、建筑风格等方面的资料，并进行综合分析。
2. 实地考察：对建筑进行实地考察，了解其外观、布局、设施等方面的实际情况。
3. 专家访谈：与相关领域的专家进行沟通交流，获取他们对该建筑的评价和建议。

三、调研结果

1. 建筑背景信息：该建筑建于19世纪，是当时为数不多的新式建筑之一。其设计受到当时欧洲建筑风格的影响，具有较高的艺术价值。
2. 建筑用途：该建筑最初作为商业用途，后来曾用作学校、图书馆等不同的公共设施。目前，该建筑仍然被用作图书馆，服务于社区的广大读者。
3. 建筑结构：该建筑的结构主要为砖石结构，立面设计独特，采用多种建筑元素，如拱门、窗框等。内部布局合理，设施齐全，为读者提供了良好的阅读环境。
4. 建筑价值：该建筑在社区中具有重要的文化价值，是社区历史和文化的的重要组成部分。同时，该建筑在建筑学上也具有一定的研究价值，对于现代建筑的发展和创新具有一定的启示作用。

四、结论

通过对该建筑进行深入的调研和分析，我们得出以下结论：该建筑具有重要的历史和文化价值，是社区文化的重要组成部分；该建筑的结构和设计仍然具有一定的先进性，对于现代建筑设计具有一定的参考价值；该建筑仍然存在一些问题，如设备老化、维修维护等，需要得到足够的关注和重视。

总结调研报告篇四

在中国现有的经济形势下，物价上涨对居民家庭产生了一定程度的影响。近年来我国蔬菜价格波动频繁，损害了农民及消费者的切身利益，同时对部队的伙食保障造成了一定影响。

在日常生活中，蔬菜对人们的健康有着重要的影响，影响其价格变动的因素有很多，价格波动给消费者和销售者，乃至生产者会带来什么影响呢？基于这些需求，本次调查主要针对北京香山周边市场及超市蔬菜价格进行调查。

(二) 调查目的

(1) 调查哪几种蔬菜的价格波动最大或最频繁 (2) 调查影响蔬菜价格波动的主要因素

(三) 调查意义

深入市场调查研究，获取最真实、最前线的市场信息，了解蔬菜的价格波动给生产者、销售者和消费者带来的影响有着重要的意义。

二、调查时间、地点及方法

(1) 时间□ 20xx年寒假期间任意抽取十天 (2) 地点：北京香山红旗村菜市场

(3)方法：主要采用采访式调查及抽样调查 三、调查结果
果(一)茄果类蔬菜

茄果类蔬菜是当下消费者的首选蔬菜，此次调查重点

由图可以看出茄果类蔬菜(茄子、青椒、番茄)价格波动趋势大致

相同，总体来看青椒价格略高于茄子和番茄，在春节前后达到一个峰值，但总体价格基本稳定。根据大家的反应价格偏高。

(二)瓜果类蔬菜 主要调查了以下三类

其结果与茄果类相似，说明节日对市场的需求比较旺盛。

(三)绿叶菜类

绿叶菜主要对芹菜、叶用莴苣、菠菜进行了调查，调查结果如下

绿叶菜类蔬菜中芹菜(此处指水芹)价格基本稳定在2.5元/500g,主要由于芹菜在市场上占有量少，消费量少，且在调查期间其市场占有率未发生明显变化;莴苣的变化不大，且受节日影响大;菠菜价格相对低廉，但市场需求大。

另外我还对蒜薹、土豆、大白菜等易储存的蔬菜进行了调查，发现其价格变化不大。说明了市场对这类蔬菜的一个价格规律。但据大家反映，这类蔬菜一年一个样。

四、结论和建议

(一)采取有效措施，稳定水蔬菜的产销

1. 各级蔬菜有关主管部门应该立即行动起来，把防止价格大涨大落作为当前的重要工作，加强与有关部门的沟通和联系，及时反映菜农在生产、销售方面的困难和问题，支持蔬菜基地、龙头企业、专业合作社开展农超对接和蔬菜直供社区活动，努力帮助菜农打通各种“关节”，让菜农生产收益有保障，让消费者得到实惠。

2. 引导农户调整种植结构，实行订单生产。把当前紧急缓解措施与长远规划结合起来，针对天气长期严重干旱的情况，指导蔬菜主产区衔接春夏果菜生产茬口，科学安排全年种植计划，保障市场蔬菜均衡供应。加强对当前市场销路好、需求量大的番茄、辣椒、茄子、苦瓜等棚室蔬菜管理，调整白菜、包菜、莴笋、西葫芦、芹菜、大葱等品种错峰上市时间，缓解集中上市卖难压力。帮助菜农调整产品结构，扩大订单生产，腾出茬口抓紧培植早熟大白菜、香菜、菠菜等蔬菜品种。

(二) 组织龙头企业扩大蔬菜收购、存贮和加工规模

通过调查结果显示，交通运输、保鲜技术和销售成本是影响蔬菜价格波动的主要因素之一，然后很多农超对接存在缺陷，加之交通不便利，导致蔬菜不能及时运送到各大销售点，同时由于销售点较少，很多居民要远行去购买，这样导致购买量降低或一次性购买较多，最终导致浪费现象严重和市场供求不合理，不利于市场经济的发展。为此，我们建议：

(1) 组织农业产业化龙头企业加大蔬菜的收购和加工规模，重点对滞销的蔬菜多收购、多贮存、多加工，延长产业链条，分散集中上市压力，增加蔬菜附加值，让菜农分享加工和流通环节的利润，最大限度地保障菜农利益；充分利用龙头企业的社会资源，强化与超市、批发市场等的对接，拓宽销售渠道，重点针对当前一些地方蔬菜滞销卖难的菜农，开展不同形式的产销对接活动；指导龙头企业以实现保障市场蔬菜平稳供应菜农增收为目标，引导农户调整产品结构，实行订单生产，促进蔬菜产业持续、健康发展。

(2)增加销售网点，缓解部分蔬菜的滞销。积极配合商务、工商等部门拓展销售渠道，分散集中上市压力，化解卖菜难、买菜贵的矛盾，促进“菜园子”、与“菜篮子”对接。支持大中城市在确保不影响交通、市容，方便市民生活的前提下，因地制宜选择路旁闲路空地、停工工地、停车场或适宜市场长期经营的场所，作为过渡性临时市场或指定摆卖区。鼓励各地根据城市不同地段不同区域居民密集度，适当加快超市、农贸市场、临时市场、小区便民店、早市、夜市等公益性市场的建设和改造。

(三)引导消费者科学消费、理性消费消费者在调节市场经济的过程中发挥着至关重要的作用，但是在日常的消费中，每逢重大节日，城乡居民购买力集中释放，导致部分蔬菜的价格大幅上涨，这样会进一步导致蔬菜市场的销售失调。因此我们建议，政府应加大宣传力度建议消费者科学消费、理性消费，并且倡导“节日效应”，避免此类情况发生，从而保障蔬菜价格波动的相对稳定。

总之，蔬菜的价格对我们的生产和生活有着积极的意义。

总结调研报告篇五

本次建筑调研报告的主题是“传统建筑与现代设计的融合”。我们选择了几个具有代表性的传统建筑，通过实地考察和数据分析，探讨了传统建筑在现代化进程中的价值与挑战。

调研过程中，我们采用了文献资料、实地观察和访谈等方法。通过阅读相关文献，我们了解了传统建筑在现代社会中的地位和作用；通过实地观察，我们深入了解了传统建筑的设计理念和施工工艺；通过访谈，我们了解了建筑师和历史学家对传统建筑的认识和评价。

在调研过程中，我们发现传统建筑在现代社会中的应用越来越广泛，但同时也面临着一些挑战。传统建筑的设计需要考虑现代生活的需求，同时也要考虑到现代技术和材料的影响。此外，传统建筑的保护和传承也是一个重要的问题。

传统建筑在现代社会中的应用越来越广泛，如民宿、文化旅游、城市更新等领域。传统建筑的设计需要考虑现代生活的需求，同时也要考虑到现代技术和材料的影响。此外，传统建筑的保护和传承也是一个重要的问题。

本次调研为传统建筑与现代设计的融合提供了有力的支持，也为未来的建筑设计提供了新的思路和方向。未来，我们需要更加深入地探讨传统建筑在现代社会中的应用，以及如何将传统建筑与现代设计进行更好的融合。

参考文献：

1. 《中国传统建筑设计与现代设计融合研究》
2. 《传统建筑在现代社会中的应用与挑战》
3. 《传统建筑的保护与传承》