

# 2023年超市市调报告范例(大全10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？下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 超市市调报告范例篇一

20xx年的暑期，本人回家应聘了加多宝凉茶的促销。在为期一个月的实践中，学到了超市的管理与运营。得到了锻炼又学到了课本之外的知识，增长了自己的见识。我们也用自己辛勤的劳动为北京华联超市尽了自己微薄之力。在第一次面试培训中，还算顺利的通过，但是收获之一：态度一定要端正，在第一次的面试中时间性非常重要。以下就是我工作的每日安排和实践总结。

北京华联综合超市股份有限公司为北京华联集团下属上市公司，是一家全国性扩张的超市连锁企业，主营大型综合连锁超市和生鲜超市，在全国19个省市均拥有店面，向顾客提供物美价廉，品质优良的生鲜、食品、百货等民生必需品，经营品项达六万多种。生鲜业务作为经营的核心，公司建立了生鲜商品基地及生鲜加工配送中心，直接采购上柜，保证了生鲜商品价格低廉、新鲜美味。公司还建立了全国连锁超市的网络信息系统，实现全国门店销售数据的‘实时通讯，为加强预测及正确决策提供保障。

在我省(青海省)西宁市长江店，为bhg生活超市，经营品项上万余种□bhg生活超市拥有生鲜商品基地及生鲜加工配送中心，直接采购上柜，保证质量。

每天我的上班时间10：00—19：00，工作主要就是做好加多宝凉茶的上货及销量，另外协助超市里其它员工上货。上货

的原则就是“先进先出”，这样保持超市里物品的不过期。还要定期对于台面进行擦拭，保持清洁。另外在活动期间还要做好关于赠品的发放及时到公司去领取，在特殊时期做好活动主题的宣传：全国领先的红罐凉茶改名加多宝。

## 超市市调报告范例篇二

10多天来，我跑了一些超市和商家，仔细观察了消费者购物的情况，并询问了一些消费者，总结如下：

不同年龄、不同职业、不同收入水平的消费者，有着不同的购物习惯和消费需求，我认为精明的商家在经营过程中要不断的揣摩各种消费群的心理变化和需求变化。

1、品牌偏好明显，受文化需求的影响大于价格上的'诱惑。高收入群体多为高学历、高品位、高消费需求的“三高”消费群体，易于接受新事物和大品牌，并会由此产生相应的品牌偏好。他们往往会为了追求一个“男人的世界”，而不惜购买一条昂贵的“金利来”领带。在“株百”5楼的品牌专卖店，我发现消费者大多是有一定经济基础的人，他们买一套上千元的衣服、一条数百元的领带眉都不皱，因为他们看中的是品牌。

2、购买数量较大，购买频率和次数较少。高收入群体忙于工作，因而他们在生活上表现出极大的不规律性。除周末以外，逛街购物对他们来说只能是一种“奢侈”。但是若进商场购物，他们购买的数量很多，从吃的、喝的到用的，一消费就是数百元。据了解，这种“集中购物”的消费者并不少，在周末购物群中占了很大的比例。

3、购物期望值较高。高收入消费者受其社会地位的影响，在购物时也期望商家能给予其特殊的关照，比方如售前服务和售后服务方面等等。我访问过几个公司白领，他们一致认为，购物时他们最重视的是商家的服务态度。

1、注重价格。很多人都有过手头拮据的经历，没钱的日子，他们总不得已掐算着一分一厘的支出。对低收入消费群而言，在这方面表现得尤为突出。用最少的支出满足尽可能多的消费需求是他们最为“奢侈”的美好愿望。在调查中，我发现商场的特价处，大多数是低收入群。因为对他们来说，低价是实惠。新入驻的“新一佳”就以这样的实惠吸引了众多的市民。

2、注重质量。目前，城市里的低收入群中的代表是下岗工人。在调查中，我发现下岗工人的消费习惯远远不同于农村消费者。因为他们曾经是都市里令人钦羡的工薪一族，他们曾经乐于购物、精于购物，他们已经具有了消费过程中的自我保护意识和对健康生活、营养饮食的追求。即使他们为了节俭而去购买肉菜市场里的低价肉菜，但他们仍然担忧肉菜的质量，并渴盼“放心肉菜”的到来。因为质量是实在，东西在便宜的同时还要中用、中吃。

3、购物数量少，购物频次多。下岗工人尤其是其中的家庭主妇，生活很有规律，每天基本上是按时起、按时睡，按时买东西，按时看电视……他们的单次购物数额很小，但是购物频次很多，有时一天就会发生数次购买行为。

## 做好市调，提升竞争力

一次好的市调，可以提升本身的竞争力，掌握自己的方向，了解竞争者的动态，做到知己知彼，百战不殆。

零售业，一个商品平凡不能平凡的商品交易场所，她带给的人们的一些期望，没有负于其它行业。如何在这一块新型的圣地发挥商品的潜能，如何驾驭商品的成功之帆？这就要学会如何做到商品正确市调，做好市调可以分为以下几点：

妈妈菜蓝商品：也称主妇商品，这种商品的价格如有轻微的变动有些顾客即有相当的关注。顾客对这种商品的价格敏感

度最高。同时在销售时应注意此类商品的质量。例：生鲜的商品更应注意鲜度及陈列的量感，妈妈菜蓝商品是每家店以生鲜为主，一般是用来吸引顾客，走低价位及市场鲜度较强的商品，此类商品市调时要非常注意价格的幅度。

红色商品：顾客对此类商品的价格敏感度次之，这一类商品销量一般比妈妈菜蓝那一类商品销量大，价格也一般比妈妈菜蓝商品高些。此类商品一般都适应中层消费者。所以对此类商品要注重品牌及质量，这种商品也称之为价格商品，畅销品排行榜上经常有此类商品。绿色商品：顾客对绿色商品的价格敏感度最低。

市调完商品后要做商品的整理，要将营业额商品.毛利商品.敏感性商品.季节性商品.形象商品区别，做一次整理。包括排面和价格。

我们市调的对象称之为竞争者。

- 1、禁止与竞争者店的保安，卖场人员起冲突。
- 2、遇有状况随时报告主管。
- 3、不可以公开在竞争者店里抄价格、撕价格牌等。
- 4、必须注意安全。
- 5、准备好充分的市调工具：笔、纸、秘录机、手机、小灵通等必备工具。
- 6、市调对公司的形象以及毛利、营业额都有影响，所以做调必须有足够的人员。办事员、营业员、组长等都要定时参加。各部门课长：至少一个月2-3次，生鲜课长每周保证1-2次。

1、竞争者的卖场布置、商品陈列。

- 2、竞争者的商品包装、规格、品牌等。
- 3、竞争者的服务品质。
- 4、竞争畅销品，促销选品等。
- 5、了解什么是妈妈商品、红色商品、绿色商品等。

总结：一次完善的市调你会注意到我们的很多商品属于畅销商品还是属于滞销商品，可以让你在最短的时间里调整你的商品。

### 超市市调报告范例篇三

这是福州职业技术学院的唯一的超市。它的商品的价格普遍比校外贵，而且生活用品的质量普遍比校外的差。不过由于只有一家所以他的生意还是很不错的。始终没有面临倒闭的危机。在校外有两家其竞争对手，且在学校对面是闽江学院。闽江学院里有四、五家的超市，其超市里的商品的质量和价格比学校的要好的多，所以大多数学生都会到闽江学院那去消费。

超市位于福州大学城福州职业技术学院，主营：食品、饮料、水果、杂货等等。其超市服务态度恶劣，收银状况混乱。商品价格偏高，造成大量顾客流失。且、目前为止店老板并未有下调商品价格的打算，店老板认为学校就只有这一家的超市，生意总不会亏本。

本调研项目目的在于了解本区大学生的消费习惯和消费观念。

- （一）抽样范围对一到三号宿舍楼全体同学进行调研。
- （二）抽样方式消费者问卷调研采取了简单随机抽样方式

（三）调研方法消费者问卷采取了留置问卷、个别访谈的调研方式

了解福州职业技术学院的学生的消费习惯和消费观念，了解消费者对福州职业技术学院的超市的建议和评价。

## 第二部分福州职业技术学院的超市的运营环境

### 一、调研结果分析

#### （一）消费者基本情况

#### （二）消费者的购买力与购买水平

在被调研的对象中，有67.7%的对象的可自由支配的金额在200到300元之间，消费额以及消费结构表明，大部分调研对象的消费水平处于中等的消费水平。有27%的人到超市是去购买食品，而有46.6%消费者是为了购买日用品与个人护理品。

#### （三）消费者购物行为情况

### 二、经营的有力条件和风险

#### 有利的条件

（一）地理位置优越；环境比较干净；在学校里独家经营无人竞争；顾客来源多且稳定；

#### 风险

（二）在校外还有一些竞争对手且，学校对面的闽江学院的超市竞争力度更加强大，不仅价格比学校超市低且商品的质量也比较好。

由上图可反映有以得知：福州职业技术学院的学生对校超市

的食物处于一种极度不满意的情况下，在调研中有学生反映说在校超市买的食物有发霉的和过期的。因此对学校的食物颇为抵触和反感。百分之四十二的学生在校内购买杂货，多数同学表示这是因为距离较近和学校只有这一家超市的缘故。还有一部分同学表示无所谓的态度。百分之五的同学不再校超市内购买电器，据了解是由于校超市的电器用四五天就要换一个，多数听那个雪白哦是这个钱花不起，还不如去校外买个既便宜质量又好的。

### 第三部分校超市的几点建议

#### 一、在服务上

首先，应该开设培训课程，对服务员形象以及服务操作方面进行培训，提高服务员的素质，要求员工真正地做到“顾客就是上帝”

#### 二、在内部结构上

科学合理地摆放商品，更加方便顾客选购不同的商品。

#### 三、对部分商品进行降价处理，薄利多销；

总之，作为本区校模最大、集散程度最高的超市，不仅需要齐全的商品，很先进的物流水平，还应有良好的服务设施，优秀的服务质量，很高的商业信誉和便利的交通条件等。这些都要通过周边经济环境的发展需要、建设条件以及超市全体员工的长期努力才能取得。

因此建议超市可以像校外的一些超市取取经，比如扩大超市面积和增加商品。

比如熟食和生菜还有新鲜的面包之类。

这样可以增加学生对超市的满意度和认同感。以后想买东西的后就会在第一时间想到回超市去买东西这样无形中就相当于给超市做广告。

在这些日子中我明白了，许多的道理和积累了许多的几样的我想我以后除了学校之后就不会因为类是的事情感到不知冲何处入手。

以上就是我福州职业技术学院的超市的调研报告。

我个人认为我们学校超市应该加强超市的管理，简化超市的收费模式，可以采用类是学校餐卡的模式进行运营。

## 超市市调报告范例篇四

最近，我们在锦州市高新区渤海大学附近采用随机抽样、问卷调查方式，对以学生为主要对象，也包括少数附近居民、公司职员、个体户等不同年龄、职业和收入的百名消费者进行了调查，并在此调查基础上进行了汇总分析，因为选址在大学校园，所以学生群体是本次调查和分析的主要对象，目前在大城市，水果消费的比例连年攀升，已本接近整个市民餐桌膳食搭配比例的0.5，水果消费人群也从过去的以孩子、老人为主演变成全民皆“吃”的新兴消费潮流。随着量的上升，人们开始追求消费的质量和品味。水果专卖业逐步得到市场认可。比大超市便宜，比地摊诚信，价格有竞争力，这是水果专卖店成功的3大因素。然而，在激烈的市场竞争中，商家还想高人一等，还需要一些技巧，这样水果连锁店就产生了，其中，专业与服务就十分重要了。为此，走访货源市场及对店铺周边居民消费情况的了解十分重要。此项市场调查结果显示如下：

### （一）对被调查者性别的分析

调查人员对出入水果店的一百名人员进行了询问，其中女



性79名占79%，男性21名，占21%。从此数据可以看出，购买水果的大多数为女性消费者，因此水果超市可以针对女性，比如多购进女性喜欢的水果，水果超市搞活动可以针对女性人群。

## （二）对被调查者卖水果频率的分析

从表中我们可以看出，人们卖水果的频率还是很频繁的，这对于商家来说是个好消息。

## （三）对被调查者每次购买水果价钱的分析：

从表中我们可以看出，可能由于消费群体主要是学生，所以消费水平不是很高，当然和符合学生身份，所以水果店的价格要适中，不宜偏高。

## （四）你对目前水果价格的看法

从表中可以看出，很多人还是任务水果价格偏高，这一方面可能个季节有关，另一方面可能也说明了学生的消费能力有限。水果是易坏一烂物品，所以要调整适当的价格，薄利多销，以争取最大利润。

## （一）总结

并开创新的服务模式，在这样的基础上打造行业代表性的品牌，这对于提高市场占有率具有很好的推动作用。随着人们生活水平的提高，人们不再满足于吃饱穿暖，水果在市场上具有坚实的客户基础。目前该行业尚未规范，处于低迷状态，对于这种情况我们的媒体宣传应该对受众提出实实在在的利益点且对竞争对手施加压力，同时让竞争对手和想开水果超市的人加盟进来，加强市场竞争力，扩大市场空间。

1、在大学城附近的选址很正确，是不会亏损的，因为他的消

费群体比较固定，适合长期发展，水果店的消费群体大多数是附近学生，学生没有什么生活压力，很容易拉动水果店生意。

2、水果店的价格定位也是比较准确的，水果店的主要顾客是学生，虽然没有什么生活压力，但是经济来源依然靠家庭，只有固定的生活费，他们一般不会选择花太多的钱买水果，所以适中或偏低的价格比较合适。

3、调查表明，超过一半的同学经常买水果，但是有人反映很多水果店环境不好，所以我们可以在水果店环境方面做点文章，以吸引顾客。

## （二）建议

1、水果店在进货时最好种类多一点，数量少一点。对于顾客常买的多进，不常买的少进。

2、加强宣传力度，提高服务质量，增强顾客凝聚力。我们应该利用宣传、设摊和流动销售等方式，让顾客放心食用、再次食用。

3、找到便宜合适的货源，减少成本，是最直接的获利方式。

4、学会储存，水果是易变质物品，科学的储存方式，能给我们减少很多不必要的浪费。“水果超市开的多，黄的也多，有人认为，水果超市开成连锁就一定赚钱，但事实上，由于选址及同行竞争的原因，连锁水果超市也同样不能逃离赔钱的命运。很多连锁店之所以挺着不黄，不过是为了维持这个品牌的形象而已。”

莫清风：“随着我国人民生活水平的提高，水果已经和蔬菜一样，成为家庭的必需品。但并不意味着，开水果超市是唯一的创业途径。”“年轻人是水果的主要消费群，又容易接

受网络购物，而且许多人因工作和身体的原因无法亲自去挑选水果，如果在小区里成立一个水果店，通过网上预订送水果上门的方式应该很有市场。”莫清风认为，随着城市化进程的推进及网络的普及，他对网上水果店这种经营模式非常看好。

## 超市市调报告范例篇五

### 2对对大润发超市社会调研过程简述

为了更加清晰的了解现实生活中市场诚信度的现状和商家对于诚信重要性的认识程度，本人选择了当地一家较大型超市（大润发超市）进行了调查。

锦州大润发超市位于古塔区阜康路，实行开架售货，顾客自助服务，广泛利用定量包装，明码标价，分类摆放，适合一次购买较多的商品，电子计算机一次结算营业，商品价格相对低廉，并购、配送、销售实行连锁经营，具有多功能服务的现代零售超市。目前就整个锦州市场来看是百姓购物的首选去处。在我做调查的两天中，超市门口车水马龙，顾客们你来我往，和其他超市相比生意要兴隆的多，其经营产品也比其他商店要齐全，小到日用百货，大到家电，可以说是应有尽有。

于11月29日至30日分别选取了上午9:00—11:00、下午2:00—4:00以及晚上6:00—8:30对前来该超市购物的100名顾客发放了问卷，问卷涉及到了消费者在购物过程中可能出现的一些问题，如有以次充好，假冒伪劣产品现象，售后服务和服务态度如何等。当消费者得知是关于超市的调查时都很积极的配合，这一过程进展的很顺利。同时，我还随机对超市内分管不同货区的8名售货员进行了问卷调查，所问问题大体和所问消费者的问题相同，意在察看二者答案是否一致，从侧面反映该超市的诚信度现状。在收回的100份调查问卷中，有76位是经常来此超市购物的。在这76份问卷中，有5

位认为该超市有以次充好和缺斤短两现象，占被调查人数的6.58%；对该超市售后服务满意的顾客高达71位，占总人数的94.74%。在对该超市的信赖与满意程度一项中，有48位对此超市“非常满意”，有30位填“满意”，有15人填“一般”，仅有7人填“不满”。

在个别走访时，我听到了这样一个故事，由于采购员的不慎，该超市采购了一批存放时间较长的鸡蛋，在相关负责人察觉以后，发现鸡蛋已卖出了一多半。秉着诚实信用的原则，为了弥补自己的过失，该店第二天便向顾客们公开道歉，并做出了“凡于昨日在本超市购买鸡蛋者，凭小票均可重新获得新鲜鸡蛋一份”的承诺。这件事让当地的居民很惊讶，也很感动，但留给他们更多的则是“这样的超市值得我们信赖”！

### 3大润发超市经营存在的问题分析

#### 3.1 市场定位雷同，没有经营特色

在锦州这个小城市市就有好几家大型超市，但是这些超市无论在经营的商品，还是服务、价格、开放时间都极为相似，没有自己的经营特色。

#### 3.2 人力不足，影响到产品销售

在人员服务方面，没有安排到位，时常一个服务员促销品种繁多的商品，消费者得不到较好的服务，待遇不高，人才流动率强，这样生意也不会好到哪儿去。

#### 3.3 质量差别大且不稳定

#### 4.1 增加售后服务人员的数量，提高员工素质

对于大件商品做到送货上门，对于有质量问题的商品，不论其购买时间长短，都能做到及时的维修或者是更换，做

到“服务周到”，“一流的服务，超值的产品”是超市最大的吸引力，员工是面对面与顾客打交道的群体，他们素质的高低直接影响超市的声誉，必须培训，制度化管理，企业文化的培育等多种手段来提供员工素质，留住人才。树立“加强服务与创新，努力提高顾客满意度”的经营理念。

#### 4.2保持良好的购物环境，管理规范

地面整洁干净，店牌的设置，室内的灯光，气温适宜，员工的一个微笑，都可能成为顾客光顾的理由。除了购物区域外，资本实力强大的企业最好还要有娱乐的地方。如今超市更多的是卖一种文化，而人们购物成了一种享受。商品定价要合理，货物摆放要规范，同类产品摆放在同一地区，同一品牌商品摆在同一地方。

#### 4.3实行明码实价，价格合理

### 超市市调报告范例篇六

本次调查活动为吉之岛超市现场问卷调查。共计下发调查问卷60份，回收有效问卷60份，回收率100%。

#### （一）超市冷冻食品已深刻影响消费者生活

冷鲜肉、乳饮品、冰激凌·····各式各样的冷冻食品走进消费者的生活，潜移默化地影响着消费者的饮食习惯。据调查，方便是超市冷冻食品吸引消费者的最大因素，约有80%的消费者选择。可见，超市冷冻食品因其方便独特优势在消费者日常生活中扮演了不可或缺的角色。

#### （二）安全成为选购的首要因素

冷冻食品涉及范围广泛，每个种类品种繁多，消费者在选择时也有诸多考虑。本次调查结果显示，安全是消费者选购这

一类产品的首要因素，有90%以上的消费者表示在超市购买冷鲜食品之前会查看剩余保质期，并且85%以上的消费者表示不会购买外表已经解冻的冷鲜食品。

### （三）超市对冰袋保鲜的宣传管理尚待提高

超市对冰袋的宣传不容忽视，宣传到位与否直接影响顾客购买冷冻食品到家时的质量优劣。调查结果显示，70%的消费者不清楚超市有提供冰袋。可见，超市要进一步加强冰袋的宣传。

### （一）提高冷冻食品质量

生产企业要加强内部管理，严把冷冻食品原材料质量关，不断加大科技含量，改进加工技术，不断健全冷藏链，将消费者对冷冻食品“简捷、方便”的单纯认识逐步改变成“环保、绿色、美味、营养、安全、卫生”食品的最佳选择。零售企业要严把进货关，严格按照冷冻食品标准存放管理，不断提高冷冻食品购买吸引力。

### （二）加大冷冻食品知识宣传

部分消费者对冷冻食品的理解还仅限于“省时省力”的层面上，对于冷冻食品的营养价值、选择标准等还不够了解。行业协会、相关媒体应加强对冷冻食品知识的宣传，注重对消费者进行冷冻食品认知的教育引导；经营者在经营的同时也应加大对冷冻食品知识的宣传。消费者在选购冷冻食品时要多了解冷冻食品的相关知识。

### （三）养成健康的消费习惯

冷冻食品在规定的保存条件下可以有效地防止营养成分流失，但是冷冻速率太慢、冻结温度不够低、解冻后再冷冻等情况会造成食品细胞不同程度的破坏，从而造成营养成分损失。

为此，消费者在购买冷冻食品后应正确保存和食用。如：按照冷冻食品规定温度存放；解冻时，以温度不高、缓慢融化为宜，否则将造成汁液流失，最好在0℃—10℃下完全融解。

## 超市市调报告范例篇七

超市是一种多部门、实行顾客“自我服务”方式的零售商店，亦称“自选商场”。超市的主要特点是货架自主开放、收银电子化、实行商业管理方式。随着城市经济的日益发展，特别是社会购买力的不断增强，超市凭借其在价格、质量、管理、服务等各方面的优势，正在逐渐被广大消费者所接受，并在整个商业领域所占的比重越来越大。但是目前在税收管理过程中，就如何加强对超市税收的管理还存在手段、技术与管理等诸多方面的不足，各超市的财务管理水平和质量参差不齐，依法纳税的思想意识还有待于提高。税务机关对超市的征收管理、税收监控难度很大。因此规范超市税收管理、杜绝偷税行为的发生，是我们必须深思和面对的新课题。

1、财务核算不真实。多数超市财务管理极不健全，账务情况混乱。许多超市账目设置不规范，有的没有往来账，有的没有库存账，有的往来账核算混乱，同时普遍存在现金交易量大和大额坐支现金现象。所以，在检查中也很难从其资金流量、银行对账单中找到突破口。超市纳税多少，直接取决于记账收入的多少，而目前各类超市在追求最大利润目标的驱动下，记账收入不实成为最便捷的偷税方式。绝大多数超市不同程度地隐瞒其销售收入。主要表现在：一是原始单据不真实，以银行进账单替代原始凭证；二是原始单据不完整，缺乏有效的原始单据，日报单保存极不完整，三是账面反映的开票收入与实际情况差距大。

2、擅自修改系统数据。目前大部分超市商品均以计算机为依托，通过计算机网络终端(收银台)将商品名称、数量、单价、金额等数据传送至网络服务器进行管理。该服务器存储的各类数据既是各收银台每班商品销售结算和商场超市会计核算

的原始依据，也是税务部门计税依据。但大部分超市存在删除电脑中经营数据资料的现象，从而隐匿真实数据，进行虚假申报，达到偷逃税款的目的。

3、另设单独收款机收款。在超市管理系统外单独设收款机，不进入计算机网络终端并单独记账，隐瞒收入。超市中租柜经营比较普遍，租赁经营者大部分为个体工商户，他们设立不联网的收款机收取货款，销售数据不进入计算机网络终端，销售额则根据自己意愿上报超市。上报的销售一般只有实际经营额的几分之一或者更少。另外如名烟名酒、高级滋补品等高档物品一般超市另设专柜，销售后不走联网收款机付款也很普遍，它们是直接在柜台上交付现金。另设专柜开据发票，多采用手工开票或单机开票，对不需开票的则可以瞒报销售。另外，对赠送的产品则直接到设置的专柜提取，一些企业将商品当福利发给职工，这些也不进入超市管理系统，不入销售。

4、商品损失不作处理。对于开架售货方式经营的超市来说，丢失商品是不争的事实。如某超市开业8个月，丢失商品价值达50万元之多。同时像蔬菜、肉类、副食品保质期较短，腐烂、变质、过期等现象经常会发生。但超市在盘点时没有按规定作账务处理，或者账面根本就不反映。税务机关也没有能力为其盘点。

5、其他收入不作销售。其他业务收入包括：场地租赁收入：向租赁经营者收取的租赁场地租金；进店费：是供应商获取进店经营资格而交纳的费用，只是对新供应商适用；赞助费：即节日、店庆赞助，在节假日、店庆日，商场超市通常会组织较大规模的促销活动，必然要支付大量的广告费、降价促销费用；海报费：是商场超市为供应商的商品进行促销宣传而收取的一项费用；销售返利：超市完成厂家或供应商销售目标后获取的利润。这些收入超市往往不反映在收入账上，而是另行记载。



1、加强税法宣传，提高纳税意识。针对超市纳税人的知识结构和心理特征，要利用办培训班、纳税辅导等形式，全方位、多层次、多渠道地强化税法宣传和培训，使纳税人深层次地学习、了解税收法律法规和财务知识，提高依法纳税的自觉性。

3、全面安装税控装置，提高税收控管手段。要加强税控装置的推广力度，实现所有超市进入税控管理，所有经营业务进入税控机管理，所有数据进入税控存储；要加大对税控装置的检查力度，对未按规定使用税控装置的，或擅自修改系统数据的，从严查处。要充分掌握和利用税控装置的数据信息，通过税控装置的有效控制，促进超市行业税收管理质效的不断提升。

4、加强调查分析、掌握第一手资料。税收管理员要加强对超市税收的调查分析，通过多种手段、多种渠道。加强涉税信息的采集，如进一步对超市的经营面积、雇工人数、投资额、地段、人流量等有关数据进行实地调查和采集，掌握超市纳税人真实的经营和税收情况，对超市租赁柜台或承租经营情况要了如指掌。对采集好的超市数据，要充分利用“一户式”资料，对该数据进行全面、科学分析，通过运用相关模型和会计、统计原理，对超市的销售收入、应纳税额进行测算，测算数据和企业的申报数据进行相互比对，把差异较大的企业作为实行纳税评估或实地调查的对象，进一步加强税收管理。

5、建立长效机制促管理。要对超市税收管理取得良好成效的基础上，实施全方位、全过程的监控，全面掌握超市行业内部税收监控数据，建立分户管理台账和定期巡查制度，建立和健全超市行业税收管理的长效管理机制，全面提高超市税收管理质量，堵塞征管漏洞，不断推进超市行业税收管理科学化、精细化。

6、加强对超市的税务稽查。要定期对超市税收进行检查，严

查重罚不依法纳税、偷逃税款行为。构成犯罪的，要坚决移送司法机关处理。要公开曝光多次偷逃税、性质恶劣的纳税人，借助社会舆论和新闻媒体的力量，打击偷逃税行为，形成依法纳税的良好氛围，促进行业健康发展。

## 超市市调报告范例篇八

随着我国经济的发展及人民生活水平的提高，学生的消费水平也大大的提高。江西财经各大校园超市间的竞争日趋强烈。超市满意度也成为各商家关注的焦点。超市的顾客满意度是关于企业过去、现在和未来业绩的一个基础性评价指标。累积的顾客满意度以顾客满意度和经济回报之间的联系为焦点，驱使超市从提高顾客满意度的角度来研究顾客满意度的基本理论。顾客满意度是一种从消费者角度客观进行评价的一种手段，并一直被作为判断一个超市是否具有竞争优势的一种度量方法，也被作为度量商业经济运行健康状况的晴雨表。发现企业存在的经营和管理上的问题，使超市管理者能够做出更好的策略方案，提高市场竞争力。

而校园超市针对的对象是大学学生，由于其消费者有一定的特殊性。所以在服务上和其他的超市是有不同的。我们不可以照搬一般超市的经营模式。但也有一定的共性。所以我们要借鉴一般超市的优秀模式，但也要针对性，总而言之，适合就可。因此，我们通过研究校园超市顾客满意度及其影响因素，把服务做到更到位。为了让大学生消费更加快捷方便，挖掘校园消费的潜在消费人群，进行商品的正确定位，基于此，我们对校园超市的消费进行调查。

为了加强校园超市与其主要顾客群体学生的沟通，本次调查首先通过市场调查了解超市各因素如商品价格，商品种类，超市环境，服务态度等在学生消费者心里的重要性程度，以便于了解在校大学生的消费观念和消费习惯。再者，通过市场调查了解当前客户(学生)对目前高校超市的主要映像，包括对商品质量价格，工作人员服务态度等的看法。以及学生

对高校超市在经营上和管理上的一些问题的看法。收集学生消费者对超市的建议，便于广大的高校超市针对消费者的反馈及时对自己的经营进行改善，争取获得买卖双方的互利共赢。

我们主要通过调查问卷的方式进行此次调研，调查主要涉及到各项指标的重要性调查和满意度调查。根据消费心理学原理，结合市场调研特点和实践，顾客满意度调研指标体系一般应包括以下几个变量：

(1)商品特征。对商品特征的印象是超市满意度的核心，顾客对商品的感知度，对顾客满意度起决定性的作用。商品特征主要包括商品质量、商品价格、商品种类这几个方面。

(2)服务状况。顾客对超市服务的感知应来自两个方面：一是超市员工的服务状况，主要表现在员工服务态度。二是超市服务状况。包括服务环境以及便利项目等。

(3)购物环境。超市购物环境直接影响到消费者的购物情绪。调研指标一般应包括：环境卫生、购物氛围(空气、灯光、音乐)、进出线路、购物安全等。

(4)信誉情况。超市处理意外退货事件的态度和方法，以及促销活动承诺的礼品等的发放情况。或者对宣传内容的负责程度，都属于超市的信誉情况。

(5)货源情况。校园超市对学生消费种类的满足情况，是否能及时补充货源，充分满足消费者购买需求。

我们小组采用的方法主要为观察法、问卷法、交谈法和模型法。在调查过程中，通过与被调查对象进行交谈，运用自己的感官或录音录像等辅助手段，分析调查对象的语言行为以及心理活动规律，从而得出相应的变量关系，进行控制变量实验，构建模型。在问卷结束后，从收回的问卷调查中整理信

息并导出已经建好的excel表格,剔除回答不完整、不符合或者相互矛盾的无效问卷的数据,重新建立有效数据的excel表格,将数据导入spss统计数据分析软件进行处理,构建简单模型。最终得出可靠结论。

调研对象以江西财经大学本科在校生为主要调研对象。大学生调研合作意向和配合度会比较高;他们是我高校超市的消费主体。高校超市也是我校学生主要获取生活用品的场所。在购物中会有比较细致的观察和独特的购物体验,可能会提出比较有用的建议,反馈给各个超市,便于他们改进和改善。在提供超市管理的改进意见的同时,提高学生自身购物体验的美好度以及商品质量。因此本次调研是十分有价值的。

并且本次调研对象设定为江财高校学生,所以主要调查蛟桥校区三个大家熟悉的校园超市,南区为民超市,北区21栋新舸超市,以及财大购物广场。

为了严格控制我们的调研进度,保证调研计划的顺利完成,我们制定了我们小组的调研进度表,遵照调研进度表展开我们的调研。

调研计划进度表

调研阶段具体日期工作内容

计划阶段10.24查找调研计划资料

10.25—10.27撰写调研方案

10.28—10.29设计调研问卷

实施阶段10.30—10.31打印问卷

11.2采购礼品

11.8—11.9发放问卷采集信息

报告阶段11.10—11.11录入数据

11.13—11.14查找资料分析数据

11.15—11.18构建模型

11.19—11.24撰写调研报告

本次调研人员为小组成员：谌丽萍，李倩，宋燕存，刘志伟，兰欣，由谌丽萍为本次调研负责人。小组成员分为三组，分别在三个超市地区向在校学生发放问卷。其中兰欣，刘志伟一组在为民超市发放；李倩，宋燕存在财大购物广场发放问卷；谌丽萍在21栋超市进行问卷发放。各小组人员在被调研人员配合填写问卷后发放相应的礼品(陶瓷饰品)。在问卷调查过程中，小组成员应着装得体，态度谦和，亲切，把握好谈话氛围，举止有度，打造一个良好的调研小组形象。

本次调研主要在三校园超市摆点，所以初步预计发放问卷400份，其中财大购物广场200份，21栋超市100份，南区卫民超市100份，为期两天。预计有效回收问卷为一百份，所以主要预算如下：

调研预算如下：

一、礼品费： $1\text{元}/\text{例} \times 100\text{例} = 100\text{元}$

二、问卷印刷费：消费者问卷： $0.5\text{元}/\text{份} \times 400\text{份} = 200\text{元}$

三、问卷编码、录入费： $0.1\text{元}/\text{份} \times 500\text{份} = 100\text{元}$

共计： $100+200+100=400\text{元}$

根据我们的调研计划，设计出如下调查问卷：

## 关于高校超市满意度问卷调查

亲爱的同学：

您好！我们是来自工商管理学院的学生。我们现在正在进行一项关于学生对学校超市满意度的调查。很想听听您宝贵的意见，目的是要更好地了解校园超市的商品、服务、购物环境等方面是否能满足大家的日常生活需要，从而进一步地服务于在校学生，对于您的回答我们可以完全保密。希望您能积极参与，调查要耽误您一些时间，请您谅解。谢谢您的支持与合作！

1. 您所在的校区：

2. 您所在的年级

a.大一 b.大二 c.大三 d.大四

3. 您的性别

a.男 b.女

4. 您每月的生活费为

a. 600—1000 b. 1000—1500

b. 1500—20xx d. 20xx以上

5. 您经常去的超市

a.南区为民超市

b. 21栋新舸超市

c .财大购物广场

d其他超市

6. 您每月用于超市的消费为

a.50以下b. 50—100

c. 100—150 d.150—200

e. 200以上

7. 您一般每周光顾校园超市几次

a.基本不去b.5—10次

c .10—15次d.15次以上

8. 您选择校内超市的主要原因(多选题)

a.出行方便b.价格便宜

c .服务态度好d.品种齐全e .其他

9. 对校园超市的总体满意程度怎样

a.非常满意b.满意

c .说不清d.不满意

e.非常不满意

10. 您对校园超市产品种类的满意度怎样

a.非常满意b.满意

c .说不清d.不满意

e.非常不满意

11. 您对学校超市产品价格的满意度

a.非常满意b.满意

c .说不清d.不满意

e.非常不满意

12. 您对校园超市产品质量的满意度

a.非常满意b.满意

c .说不清d.不满意

e.非常不满意

13. 您对校园超市购物环境的满意度

a.非常满意b.满意

c .说不清d.不满意

e.非常不满意

14. 是否在校园超市遇到退货的问题，若遇到，当时服务员的态度是怎样的



a.热情主动地为您解决b.问题没有解决

c .没有遇到过退货问题d.虽然问题解决，但冷冰冰的爱理不理

15. 您认为校园超市应该考虑改进哪些服务变化(多选题)

a.商品陈列b.购物环境

c .商品价格d .人员服务

e .促销活动

16. 您对校园超市促销活动的满意度

a.非常满意b.满意

c .说不清d.不满意

e.非常不满意

17. 您对学校超市货到通畅情况的满意度

a.非常满意b.满意

c .说不清d.不满意

e.非常不满意

18. 请您对以下选项，在您心目中，影响您选择在某超市购买的重要程度进行排序(写字母即可)

a.商品质量b.商品价格c.商品种类d.服务态度e.购物环境

## f.货源充足情况

排序：

19. 您认为校园超市在哪些方面需要改进

非常感谢您的参与！

## 超市市调报告范例篇九

据新华社信息合肥5月19日电（记者王正忠代群）

2002年9月，在农业大省安徽，出现了一种新的农资经销形式。以农资经营、农技服务和农产品收购为主要内容的“农家福”农资连锁超市，首先进入巢湖市农资市场，开创了全国农资连锁经营的先河。

短短两年时间，安徽农家福超市已覆盖全省18个县（区），开办572家乡镇连锁店，占有全省的一半农资市场，销售收入达5.8亿元；经营范围已涵盖化肥、农药、种子等6大类600多个品种，其中肥料25个，种子138个，农药401个，农民进了超市基本上能买回自己想买有农资，不用再跑第二趟。今年，农家福的目标是把农家福网络发展到全省各县、乡镇，实现销售收入30亿元，为全省农民节约开支近10亿元。

向农民提供带有“技术附件”的新农资是“农家福”的最大特色。与别的农资经销商不同的是，“农家福”超市坚持以免费技术服务带动农资营销的理念，把农技服务作为农资产品的“技术附件”。“农家福”在每个连锁店均设有专家坐诊，开设咨询热线，免费向前来咨询的农民提供技术咨询和田间技术服务，切实做到“围绕经营搞服务，搞好服务促经营”。经过两年多的探索，“农家福”超市的已初步建立起总部、县公司、连锁店、示范户四级农技服务体系，以“农家福报”和“农技简报”为依托，以农技代表为纽带，

重点落实农民田间课堂、科技赶集、农事处方、示范户和农技110等农技服务活动，把农技服务与产品销售、新产品推广、新技术开发有机的结合起来，为农户提供最专业、最周到、最及时的农技服务。

无为凤凰桥乡双鲁村农家福的科技示范户蒋少平说：“有了技术人员指点，种田就是不一样！”在农家福技术代表帮助下，他知道了什么是科学种田，并与其他5户农民种起11个品种的优质油菜。他说，以往没人指导，新出来的好品种往往自家不放心种，只能种些老品种、大路货，卖不上好价钱。

过去，农资生产与销售脱节，农资供应和农技服务是“两张皮”，无法给农民提供一条龙服务。一些农民对良莠不齐的农资产品辨别力差，即使买到好东西，也不会用，影响到一些优质农资产品的使用和推广。农家福农资连锁超市不但货真价实，还以专业技术为农民提供售前、售中、售后全程服务，通过各种方式让农民增产增收。在产前，开展多种形式的技术培训，总部有农技服务中心，特聘省内知名的栽培、植保、土肥等20多名专业人员当技术顾问，编制有关技术资料，组织技术咨询和技术培训，指导连锁店店主和农民选择优良品种、合理施肥、科学用药等。仅2004年就举办技术课堂500多场次，开展科技赶集活动近600场次，新建科技示范户2000多户，编发农技资料60多万份，接受农民咨询近70万人次。在产中，实行专家“坐堂咨询”和技术代表下乡服务和回访制度。各县都聘请1—2名农技专家坐堂当“庄稼医生”和一支10多人组成的农技服务队，每人配备手机和摩托车，农民遇到技术难题，只需一个电话，技术专家就会直奔田间，现场解决问题。

去年8月中旬的一天，巢湖巨兴乡农民刘传仁到“农家福”设在当地的专家咨询台，向专家求援，说他家的棉田叶子大面积变黄，用药治不下去。正在坐诊的专家二话不说，骑上摩托车，带着刘传仁直奔他家的棉田。专家到地里一看，原

来不是虫害，而是棉花发生了枯黄萎病，当即开出了抗枯灵，并指导用药方法。过了三天，棉花的病情就有了好转，刘传仁十分高兴。

帮富服务，让农民省心。“农家福，富农家”，这是徽商“农家福”在发展农资连锁经营时推出的响亮口号，意在让农民不仅能获得周到的服务，同时能得到更多的实惠，让农资流通方式的创新与农民的切身利益息息相关，为解决安徽“三农”问题发挥应有的作用。这帮助农民尽快致富，他们在产后着重解决农民的卖难问题，如实行棉花订单生产。巢湖是我国重要的产棉基地，但过去棉花质量差，销路不好。“农家福”超市开办以后，确定每年主推1—2个优质棉种，实行订单生产，仅去年就收购、加工籽棉200多万公斤，收购皮棉2000吨。现在，在连锁区域内引进棉花无土育苗栽培技术，经过示范和推广，已得到农民的普遍认同。这项技术的大面积推广，不仅为农民节省了大量的劳动时间，降低劳动强度，还为农民节约生产成本30%以上。2年多的实践证明，这种模式不仅使农民得到了实惠，而且也为地方政府解决了不少难题，超市本身也取得了较好的经济效益。

安徽省为探索新型农村农资市场而创办的徽商“农家福”农资连锁超市，以价廉、质好、技术服务周到的经营理念，赢得了农民的普遍欢迎，被农民称之为“三心”（放心、称心、省心）店。

## 超市市调报告范例篇十

根据我们的调查我们学校的超市和小卖部一共有八家这样，而我们调查的响当当是一家竞争实力很强的超市，地理位置是在学院正中间，占地面积有28平方米（差不多一个教室这么大这样），优越的地理位置不但方便上课的学生买零食和早餐，而且还方便东西校区的学生买日用品。其中响当当的商品价格和其他超市商店价格比较起来较为廉价、产品多样

化，来这里消费的主要在早上的早餐和下午的运动后购买水和晚上购买的生活用品和夜宵。还有刷饭卡也是成为了我们提升客源增加销量的原因之一，他们都是图带卡方便，和一种较为新奇的付款方式。

## 1、需求量的分析

通过了我们的调查可知响当当超市主要购买情况为：购买“零食饮料”占52%，而“生活用品”占42%，说明了消费者购买的商品主要是零食、饮料和生活日用品，而少部分的香烟和其他的商品。从分析中得到消费者对响当当超市的需求量还蛮大的，其原因为本店的商品的价格较适合学生的消费水平，商品齐全多样性颇为受到部分学生的欢迎。

## 2、需求要求分析

从购物时要考虑的因素同学主要考虑的是商品的价格合理还有距离近便捷其他因素影响不大，他们也建议搞些促销活动还有圣诞进些贺卡和抱抱熊礼物的货。

## 4、需求原因

期待会收到礼物的惊喜。

“偶尔购买”的占54%，而“频繁少购”占38%，说明了地理位置占了主要的原因大多数都是上课下课时间购买商品的多，而且是饮食类的多。响当当还有一个刷饭卡购物业务可以拉拢更多的顾客群，同学们一般刷卡的比例是60%，更加说明这项业务是有业绩的。我们想弄个网上购物帮送货上门，而赞同的只有24%，76%是“不赞同”和“无所谓”，所以业务也就不肯能成立。

学校共有八个这样的小卖部和超市，跟我们竞争的超市有优势的原因是他们的地理位置好接近宿舍楼，有些同学就是为

了方便。而最主要的原因还是同学们的月消费承受能力了，所以我们的商品价格平价得到了部分的顾客群就是这样。

## 1□s优势

拥有良好的市场定位，在校园中间，距离近便捷，环境舒适，方便上课同学购买零食和早餐，商品的价格廉价适合学生消费，且超市毗邻运动场，消费者可以迅速的买到饮料解渴。还有刷饭卡的付款方式方便了一些没带钱和零消费不足的同学。

## 2□w劣势

间限制和影响，场竞争力大，地租金贵，还有受到地理位置的影响，里各个宿舍过于偏远，物品的种类有待增加。

## 3□o机会

拥有特殊的市场需求，还拥用自己的消费特色（刷饭卡）。

## 4□t威胁

市场竞争力激烈，市场占有率少，地理位置有些缺陷等。

从以上分析得知，根据学生的消费水平响当当可以多办一些促销活动提高知名度，还可以赞助一些学校的活动树立品牌形象。响当当的饮食和生活用品销售得很好，所以可以利用这一优点来扬长补短。除此之外，响当当还可以在合适的节日进些礼物、贺卡或者抱抱熊之类的，面向更好的有利的市场，还有。最后，希望响当当可以采纳我们同学们好的意见，越办越好！