2023年蒙牛市场分析报告(实用9篇)

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。掌握报告的写作技巧和方法对于个人和组织来说都是至关重要的。这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

蒙牛市场分析报告篇一

为推进径山镇美丽乡村建设工作，进一步实现“全域景区化”，不断提升我镇新农村建设水平，保持清洁、生态、和谐自然风貌，根据区委《关于深入开展美丽乡村建设的实施意见》（区委[20xx]27号）及《径山镇关于全面开展美丽乡村建设的实施意见》（径镇委[20xx]63号）等文件精神，结合我镇实际，特制定径山镇农村市场化保洁方案。

（一）镇境内有省道1条，共7公里；县级以上公路7条，共33公里；乡道13条，共69公里，总计109公里。

（二）全镇辖13个行政村2个社区274个村民小组区域。（不含集镇）

（一）全镇主要道路和次要道路109公里，由镇统一招标进行市场化保洁。

（二）村庄内区域保洁由村自行招标进行市场化保洁。

(一)主要道路和次要道路由城管服务中心牵头负责实施环卫保洁考核。

（二）村庄内区域环卫保洁考核由村对物业公司进行考核。同时镇将每季度对村进行环卫保洁考核。具体考核方式由四

部分组成：

三是每季由村组织以问卷调查形式下发到各村党员、群众代表，由他们对各村日常保洁情况进行评价，镇相关部门对评价真实情况进行抽查核实，并量化计入每季考核成绩，占总分20%；四是由镇妇联按庭院整治考核细则，进行不定期考核，量化成绩计入每季考核成绩，占总分10%。年终成绩为四个季度考核总分的平均分（总分为100分）。

各村在实施市场化保洁的前提下（以招标文件为准），在区财政25元/人/年补助基础上，镇财政给予每个村最高20万元/年补助，具体补助金额依据年终考核结果计发。对于不实行市场化保洁的村，不享受该补助政策。

村级市场化保洁资金实行“区补助、镇配套、村补差”资金保障机制。区下拨的“清洁绿化余杭”补助资金，按照农业局相关文件足额下拨。

对于区镇两级资金尚有缺口的村，缺口部分资金，由村进行补差。不得因资金缺口而停止市场化操作，或者降低环卫保洁、垃圾清运标准。

（一）市场化运作。将镇域范围内各区域的环卫保洁、垃圾清运等工作，通过公开招投标，交给专业化企业来负责，全面推进市场化保洁机制。实行管保分离，实现养护作业市场化、专业化、精细化，提高保洁质量和资金使用效率。

（二）标准化作业。由中标的专业化企业负责制定标准化的作业流程和保洁标准，经镇政府审核通过后，在全镇范围内执行标准化的环卫保洁、垃圾清运工作流程、管理机制，落实专业的管理队伍，形成标准化管理体系。

建立社会监督机制，调动社会力量参与监督。落实村级监督力量，在各村主要位置设立公示牌（公示内容包括保洁企业

名称、联系电话、保洁内容、保洁频率、举报电话等）、聘请义务监督员（主要由热心村民担任，负责日常巡查保洁成效工作）。加强对保洁单位日常工作监管，努力营造全民参与良好氛围。

镇级监督员建议在区、镇两级人大代表中选择部分人大代表担任。

对村落、庭院也进行考核、评比最美庭院、最美村落、最美道路。

蒙牛市场分析报告篇二

公司设置专门机构负责新产品的市场销售策划方案调研、开发、制定营销策 略、销售方案，用市场销售方案经济观念全面打造白酒第一终端网络。配备市场销售方案管理和财务人员，打破传统的用人机制，从社会上招聘若干名业务精英。确 定区域市场销售方案业务代表、业务主管、业务主任、业务经理，组成专业的营销团队，建立重点市场销售方案销售分队，对客户实行专人管理，对单品实行承包销 售，在新产品上市前完成营销团队的组合。

由于老产品的价格透明、结构老化，难以满足消费者的需求，也难以支撑高昂的营销费用，产品无法形成市场销售方案优势，因此，需要开发组合产品。

1、按白酒的香型来开发，力求产品个性化明显，使其成为主打品牌。

2、按白酒的度酒开发产品，形成高中低度系列产品。

3、有针对性的开发产品，在销售过程中不断进行市场销售方案调查，跟进产品，达到产品结构的最佳组合。

4、按市场销售方案价格来开发产品，建立合理的产品价格体系。

对原有的经销商网络进行有效的整合，先帮助原有的经销商进行助销，掌握第一手资料，摸清市场销售方案底细。为下一步营销工作打好基础。新产品上市工作可按下列销售方案策划步骤向市场销售方案推进。

1、确立主攻市场销售方案，建立可行的县级目标市场销售策划方案，制定市场销售方案开发规划。销售人员直接为一级商服务，由一级商对业务人员进行考核，在销售 区域市场销售方案选择信誉良好的酒店、商超、商店，对产品进行全面集中铺市。打造样板市场销售方案，力争市场销售方案的铺货率达到80%以上。通过一个月 的铺市后，强化和筛选客户，确定一、二级客户，建立和完善客户的档案。

2、对一级经销商管理的下线客户由业务人员协助管理，实行一、二级客户供货卡管理制度;对一、二级客户印制并发放供货卡。目的是掌握与控制市场销售策划方案货物流向，有效的控制市场销售方案砸价、窜货，彻底杜绝假货的出现。

3、对一、二级经销商的奖励政策进行合理的区分，保护一级经销商，扶植和支持二级客户。视业绩大小奖励二级客户。

4、对客户采取晋级管理的办法。当二级客户业绩达到或超过一级经销商时，二级客户可以直接晋升为一级经销商，享受的待遇随之变化。最终形成强大的、具有拓展能力的销售一、二级网络。

1、配置送货车辆，制作车体形象广告。

2、业务人员统一服装、名片，佩带胸卡。

3、任命业务代表、业务主管、业务主任、业务经理。

4、公司可以掌控的资源统一调度，统一管理。

(一)产品利润分配销售策划方案

合理的分配各个环节的利益关系，做到资源的最大利用，对此，将按照产品价格的空间关系予以层层分配。

1、 制定统一的市场销售策划方案销售价，包括酒店价、商超价、零售店价等，合理分配利润空间，按月返利和年奖励两种形式对经销商进行嘉奖。

2、销售产品进行的 有机组合，制定单品的市场销售方案操作办法。

3、对于阶段性的促销活动按出货的总量设置奖励标准。

4、随着市场销售方案逐步成熟，各个环节上的费用相应的予以减少或者取消。

(二)销售策划方案营销费用的管理;

1、对销售产品采用费用包干的办法，公司承担业务人员的基本工资、出差费用、电话 费用等。

2、车辆费用、办公费用、库房费用。

3、业务人员的待遇采取底薪+提成+奖励的办法予以发放，基本任务保基本工资，业务提成上不封顶。

4、易拉 宝、招贴画、公益性广告等宣传费用。

5、铺市阶段的宣传和造势活动以及阶段性的销售活动产生的费用。

(二)销售策划方案直销工作的步骤;

1、计直销操作办法(一品一策);

2、公开招聘业务人员，进行短期培训，安排具体岗位;

3、制定直销产品上市造势活动方案;

通过直销运营可以有效的对市场销售策划方案进行掌控，对市场销售方案的进行不断的补充和完善，达到太白酒网络的扁平化，为运作大市场销售方案打下坚实的基础。

蒙牛市场分析报告篇三

1.活动时间□2xxx年4月28日（周日）下午2:00-3:00

2.负责部门：大队部

3.活动地点：大操场

4.参加对象：一至六年级少先队员

1.12:30—13:30各“营业”单位准备开张，布置场地

2.14:00—15:00“阅读从身边开始为雅安祈福加油”红领巾图书跳蚤市场

1.班级发动宣传，选举管理人员、工作人员，如管理员、收银员、推销员、联络员等（总数不超过5人，并可在班级内轮流担当）。由班主任进行适当的技术培训。

2.学生整理自己的商品，进行分类标价。

班主任积极做好爱心义卖活动的发动工作,让学生明白爱心义卖的意义，每位学生准备2件以上义卖物品，义卖物品需经家长同意，自愿捐出手中闲置不用但又完好无损的图书、学习

用品、小玩具、小摆设、纪念品作为义卖物品。学生整理自己的商品，进行分类标价，单件商品价格以1——10元人民币为主，班内要有专人进行记录并统计。班级内交易的图书数量要达到总量的90%以上。

3.参加班级要先给自己中队的展位选定名称，制定促销海报、标语、条幅，促销口号等。

1.严格按照规定区域设摊，每班准备几张地垫，每位同学将自己的书、玩具、文具等物捐到班级，再统一拿到市场出售，也可进行物物交换，换得自己想要的物品；出售物品所得30%各班当作班费，70%活动结束后以班级为单位现场捐校爱心基金（德育处）准备的为雅安地震受难同胞捐款箱内；要求班主任对市场的游戏规则等对学生进行正确的引导和教育，不得乱丢垃圾，活动结束后及时清理活动现场。

一年级摊位：大操场南侧，整班出来的时间为14:00，回教室时间为14:30。

二年级摊位：大操场东侧，整班出来的时间为14:10，回教室时间为14:40。

四年级摊位：大操场北侧靠东，整班出来的时间为14:20，回教室时间为14:50。

五年级摊位：大操场北侧靠西，整班出来的时间为14:30，回教室时间为14:50。

六年级摊位：大操场西侧，整班出来的时间为14:40，回教室时间为15:00。

2.活动结束后做好保洁工作，将进行卫生检查。

创意展示奖小摊位的布置及宣传手段别具一格。

乐于奉献奖以上交“红领巾爱心基金”的营业额金额为依据评出。

最佳整洁摊位摊位保洁、有无纠纷等情况。

评委：校长室、教导处、德育处全体人员。

拍照：王照萍，摄像：印海燕。

环境布置：总务处、德育处

蒙牛市场分析报告篇四

：提升超华目前在市场上的知名度，影响力。

收集电动三轮车这个行业十家以上大型电动车企业，调查了解该厂电动三轮车装配的是哪个厂家生产的电机。然后再仔细勘探该厂门口大门的方向的对面（隔路）是否有空间装配广告牌，或者对面是民房那就最好，围墙也可以。

1、这些大厂大都是仅靠路边的，如果在该厂对面得空地上立广告牌，首先就是路政部门肯定不允许还要罚款。但是我坚信没有办不成的事情，一方面花点小钱，另一方面在自己的广告牌上加上一些超华提醒：“警示司机注意安全驾驶，爱护路边花草”等公益宣传字句。这些字句占不了多大空间但是却给了这些路政部门不能清除掉的理由。

2、民房就稍微好办一点，买点礼品，或者给点钱说明来意，就差不多搞定了。选择一面最为合适的位置墙或者空地（主家甘愿同意，不同意再软磨硬泡，实在没招再给点甜头尝尝就定能搞定）量尺寸为后面工作好开展。注：有必要在口头上说明只允许我们这一家放在这个位置，不容忍后者掠夺。需要的话签订合同常年租凭下来也可以。

3、如果是厂矿等企业围墙，这就必须要下点功夫了。向门卫等厂内的工作人员打听该厂老板的个人情况，看这个老板喜好什么，喜欢品茶，送盒茶叶，是个财迷，送个财神爷，或者象征财富的装饰品。是个文人，送两本书、、、、、
有“礼”行遍天下。

1、广告版面必须统一设计根据场地情况规格不同 定尺寸选择什么样的材料。

2、广告版面设计必须选择三家不同的广告公司设计，三选一。

3、版面内容必不可少就是必须要加一句超华自己的广告宣传口号！而且必须凸显这个口号，这个口号的制定我可以帮你斟酌参考！

4、版面的内容必须醒目，第一眼就知道这个是生产电机的企业名字叫超华！

人的购买行为有三个必经过程：第一，知道了解;通过某种方式或者途径知道该种产品的存在;第二，产生购买倾向;在某种必要的情况下需要这种产品满足自己的需要，而首先想到的是自己前边已经知道的产品也就是第一步决定后期的发展;第三，买卖交谈 下决定购买还是放弃。该广告牌的竖立对自己包括企业都是百利而无一害，一方面去厂家订货参观的经销商同行 出来的第一眼看的就是这个广告牌，久而久之肯定有意想不到的收获。还有这个广告牌还可以当做摇钱树，这个位置可以提供给其他想打入这个厂家的供应商做广告，以收取费用盈利！运作得当利润是很可观的！

我最担心和顾虑的一点就是如果广告牌只要竖立一定会遭到给这个厂子供应电机的电机厂家的抵触，会采取一些不道德的破坏行为！所以这一点必须要考虑周全，否则“大意失荆州”蚁穴溃堤！

蒙牛市场分析报告篇五

为规范木材市场秩序，提升木材产品质量，保障重点、民生工程建设质量和消费者的切身利益，在xx年全县木材专项整治的基础上，县人民政府决定继续开展木材市场专项整治工作，并制定如下工作方案。

以规范木材市场秩序、提升木材产品质量和工程建设质量为目标，以落实长效监管机制为保障，充分发挥各有关部门在木材生产、流通、使用环节的监管作用，促进行业自律，督促企业落实产品质量主体责任，为促进我县经济又好又快、更好更快发展及保障改善民生、维持社会稳定作贡献。

（一）加强重点产品的专项执法检查。结合我县实际，切实加强对重点木材产品的执法检查。重点木材产品为：钢材、水泥、建筑用砖、人造板、涂料、防水卷材、电线电缆、电器开关、配电柜、玻璃、建筑扣件、输水管（含家用给排水管、市政、交通钢筋混凝土和塑料排水管）、水工金属结构、预应力电杆、垃圾填埋场建设材料、商品混凝土、道路沥青等直接关系公共安全的产品。

（二）围绕突出问题开展专项执法检查。一是开展对钢筋市场和重点建设工程使用钢材的执法检查，查处热轧带肋钢筋重量偏差超标和非法拉长等问题。二是检查人造板甲醛释放量超标和强度不达标问题。三是检查建筑用砖放射性超标的问题。四是检查建筑扣件安全性能不合格问题。五是查处无生产许可证生产、销售、使用钢筋、水泥、人造板、输水管、水工金属结构等违法行为。对违法企业依法进行处罚并督促整改，对故意违法、情节严重的企业列入黑名单向社会公布。

（三）继续加大国家产业政策的执法力度。按照《国务院关于进一步加强淘汰落后产能工作的通知》（国发□xx□7号）要求，继续保持对“地条钢”的高压态势，继续严厉打击非法生产“地条钢”和用“地条钢”轧制建筑用钢材的违法行为。

依据《水泥工业产业发展政策》（国家发改委□xx□第50号令）和工信部《水泥行业准入条件》的要求，对水泥工业产业政策执行情况开展执法检查，在政府领导下，淘汰关闭规模孝设备简陋、消耗大、不具备生产、销售、租赁木材能力的企业。

（四）明确分工，划定职责，深入开展木材产品行业整治。质监部门负责生产环节，工商部门负责流通环节，住房和城乡建设、交通运输、水利建设等工程建设部门负责使用环节专项整治工作。

县质监局：要结合当地实际情况，确定木材区域重点整治产品，在政府领导下，与有关工作部门紧密配合开展集中整治，坚持“打与治、治与扶、扶与建”相结合的工作方针，严把生产源头关，由重点抓打假治劣向打假治劣和扶优扶强并重转变，推动木材生产企业产品质量的提高。

县住房和城乡建设局：重点加强县内重点建设工程及保障性住房使用木材的整治工作，进一步完善招标及物资采购、工程质量监管等制度，严防无生产许可证产品、劣质不合格产品进入建设工程，确保建设工程质量安全。

县工商局：加强对重点木材交易市尝销售门市经营行为和交易秩序的整治，从严查处流通领域假冒伪劣木材违法行为，依法取缔无照经营，推进木材流通企业诚信体系建设。

县环保局：要切实开展对家具、人造板、水泥建筑材料生产企业废气、废水、废渣排放达标情况的环境监管工作，重点加强颗粒物污染防治工作。

县水利局：要对在建的水利建设工程开展排查，完善工程物资采购、严防无证产品、劣质不合格原材料进入建设工程；与质监部门密切配合严厉查处无生产许可证生产、加工、使用水工金属结构、输水管等违法违规行为。

县交通运输局：加强对在建工程原材料质量监管，进一步完善工程物资采购、工程质量监管制度，加大巡查力度，督促建设施工单位严格按照相关工程技术规程施工。与有关工作部门配合，严厉打击偷工减料、使用无生产许可证产品、劣质不合格产品等违法违规行为。

县工业和信息化局：要严格按照《人民政府关于进一步加强淘汰落后产能工作证的意见》（黔府发□xx□3号），制定措施确保xx年完成淘汰落后产能目标任务，督促有关工作部门做好木材行业落后产能企业的关停及主体设备、生产线的拆除等工作。

县发展和改革局：要继续推动相关行业协会开展“诚信经营“示范创建活动，制定行规行约，开展行业信用建设，逐步提高企业信用水平。

全县木材市场专项整治分四个阶段进行：

第一阶段：安排部署阶段（5月25日至6月10日）。各乡镇、有关工作部门按照各自职责制定专项整治工作方案，召开工作会议，对木材进行摸底排查。

第二阶段：集中整治阶段（6月11日至7月31日）。各乡镇、有关工作部门按照本方案确定整治重点开展集中统一行动。有关工作部门要做到令行禁止、密切配合，建立上下联动、部门联动、区域联动的工作机制，集中解决行业性、区域性问题，促进区域经济和优势行业健康发展。县质监、工商、住房和城乡建设、交通运输、水利等牵头部门要做好专项整治的指导、协调工作。

第三阶段：督查抽查阶段（8月1日至8月31日）。在开展集中统一行动的基础上，对集中整治情况开展督查和抽查，认真分析专项整治存在的薄弱环节及问题，并逐一提出整改意见督促限期整改。对违法行为要坚决按照法律法规的相关规定

严肃查处，绝不姑息。为确保整治工作取得实效，县人民政府成立县木材市场专项整治工作领导小组，其组成人员如下：

领导小组下设办公室在县质监局，龙明章同志兼任办公室主任，杨清华同志兼任副主任。县木材市场领导小组负责组织开展木材市场专项整治督查和抽查工作。

第四阶段：整改提高和总结阶段（9月1日至10月25日）。各乡镇、有关工作部门建立长效监管机制，分析总结专项整治情况，并于10月25日前将总结情况报送县木材市场专项整治工作领导小组办公室。

（一）加强领导，精心组织。县人民政府成立县木材市场专项整治工作领导小组，由分管副县长任组长，有关部门负责人为成员。各乡镇、有关工作部门也要及时成立相应的组织机构，切实加强对木材市场专项整治工作的领导。

（二）加强沟通协调，建立联席会议制度。县木材市场专项整治领导小组办公室每月召开一次联席工作会议，通报工作开展情况，协调相关政策，研究和安排部署下一阶段专项整治工作，采取措施解决专项整治工作中存在的问题。县人民政府根据专项整治工作开展情况，定期或不定期听取专项整治工作汇报，研究解决专项整治工作中存在的重大问题。

（三）建立举报制度。各乡镇、有关工作部门要设立木材专项整治箱，完善消费者投诉举报平台，对消费者投诉及时受理。

（四）落实责任追究制度。各乡镇及有关工作部门要切实把木材产品质量和安全纳入重要议事日程，加强研究，及时掌握情况，精心部署，开展督促检查。对在专项整治工作中，重视不够、工作开展不力、经费不落实的要进行问责，对失职渎职、包庇纵容制假售假活动的相关责任人要坚决严肃查处。

（五）加强宣传，营造声势。要加大对木材市场专项整治宣传工作的力度和深度，充分运用广播、电视、网络等宣传方式，有步骤、有重点的开展宣传活动，对大案要案、涉及群众健康、安全的案件要及时进行报道；对整治工作阶段性进展情况进行跟踪报道。

（一）县质监、工商、住房和城乡建设等牵头单位要结合实际制定木材市场专项整治工作方案，找准木材突出问题，明确整治重点，采取针对性的工作措施，在政府的领导下，认真组织实施，整治面要达到100%。

（二）在执法检查中发现涉案产品货值巨大、违法情节严重或造成严重后果的，按照法律、法规移送公安机关，并及时报告当地政府和上级主管部门。县工商、住房和城乡建设、环保、交通运输、水利等部门每月28前将木材市场专项整治情况上报县木材市场整治领导小组办公室，并于10月20日前将木材市场专项整治总结和有关报表报送到县木材市场专项整治领导小组办公室，大案要案等重要情况随时报送。

关于市场营销方案范文汇编五篇

关于市场营销方案范文汇编八篇

市场调查方案

实用的市场方案范文锦集五篇

蒙牛市场分析报告篇六

烟草市场营销是行业发展的关键问题，因此对零售商的管理也十分关注。然而，由于零售商分布广泛，管理起来难度较大，会出现网点布局不科学，对零售商的控制力度有限以及“访销配送”未达到真正的目的等问题。本文在研究营销渠道中零售商管理问题的基础上，提出了改进措施，以期对

零售商进行科学、合理的管理。

烟草市场；营销渠道；零售商

在《烟草专卖法》中对零售商进行了规定，必须持证经营，且只能从当地的烟草公司相关机构进行批发，这就说明个人不能随意销售卷烟，在供货体制也体现出了专卖，正因为如此，目前地方对零售商的管理一般是行政管理，而涉及到的经济管理较少。因为零售商和烟草公司的利益并没有太多的联系，造成烟草公司对零售商的管理模式并不太重视。但是，最近几年来，烟草公司的服务趋向于让终端客户满意，对不同零售业态的管理也开展更加关注，并将零售环节作为营销的延伸纳入到整个营销活动中来，加强了对零售商的管理，也给予了明确定位，对于烟草营销渠道的建立和发展发挥了重要作用。

1.零售网点布局不合理随着烟草行业网络建设的不断发展，烟草公司也通过多种形式来控制终端市场，不仅具有加盟连锁店，还有零售自营店，但是这样的规划和发展也出现新的问题。一是对零售户的管理不到位，有些紧俏烟供应不足时，还是有零售商从系统外进货来处理；二是对城乡网点布局不平衡，重视对整个城市系统的零售网点布局，却没有关注农村日益增长的消费能力，卷烟供应不足，造成市场比较混乱，假烟横行；第三，一些繁华地段的零售商过于集中，造成了过于激烈的竞争，为了销售而采用降价处理的方法。这些现象的出现都是因为对零售商的管理不到位导致的，有些也是很难监测的。

2.缺乏对零售商的管控目前烟草公司与零售商合作还处于一种合作共赢的状态，没有将两者的利益真正联系起来，所以在对零售商的控制上也表现的不足。对于加盟店，烟草公司在门面的装修和标志上做了规划，但没有对其完全控制，对于加盟店违规的现象，也仅仅是取消其授权的处罚。因此，对烟草公司来说，取消加盟店不仅仅是惩罚了经营者，同时

也对自己的资源造成了浪费，利益问题是烟草公司不得不思索的重要课题。

3“.访销配送”没有达到真正的目的“访销配送”是一种新型的配送方式，通过电话订货、上门送货等现代化的订货方式管理，达到有效控制零售终端的目的，但是这种是基于全国范围的大物流的建设考虑的，行政管理的模式让很多地区出现了地方保护主义，以至于目前“访销配送”仅仅是局限于电话订货和送货的方式，无法与真正的目的相融合，严重影响了烟草行业大配送的进展。

1.加大对加盟店的控股比例在专卖体制下，我国烟草公司的零售商主要以三种形式出现，一种就是烟草公司注资成立的自营店，一种是与烟草公司采取合伙经营方式的加盟店，再一种就是取得烟草专卖许可证的社会网络店。从三种零售商的发展来看，加盟店是今后网络建设的主要方向，店铺专营能够有效的向最终消费者推送卷烟，资金回收的速度较快。因此，烟草公司要与加盟店形成利益与风险共享的机制，这样避免培育多年的加盟店随意转行，降低烟草公司的经济损失。另外，烟草公司对加盟店进行专门管理，设置专门的’监督人员，避免了销售假烟的情形，同时可以在外树立烟草公司规范管理的形象。

2.适当增加直营店的数量直营店就是烟草商业企业注资成立的直接经营的零售店，与加盟店有着很大的区别，但是都是作为零售终端出现在消费者面前。当然，建设网络化的零售终端要遵循一定的规律，直营店运用的是连锁的经营理念，目前来看，有一定的成效。烟草公司对直营店进行统一管理，不仅建立良好的企业形象，还对产品的稳定销售具有促进作用。另外，消费者可以到直营店获得更准确的信息，为企业的进一步发展提供了思路。因此，在一些发展比较快速的城市，可以增加一些直营店的数量，以更加的提升卷烟产品的宣传。

3. 做好无证零售户的清户工作虽然实行许可证经营已经一段时间了，但是市场上仍然有无证经营的零售户，这些零售户的存在不仅打乱了市场营销的规范，烟草公司在清户过程中还需要不断投入人力、物力。就是对已经获得许可证的零售户进行检查和监督，一旦发现不合规范的情形就需要根据实际情况进行处理。只有在不断规范经营秩序，才能让营销环境变得更加科学。

综上所述，烟草企业的营销渠道目前主要表现在三种形式，加盟店、直营店和办理许可证的零售户，但是管理过程中也存在着不规范的现象，如何加强对零售商的管理是优化营销渠道的重要课题。因此，烟草企业不仅强化了加盟店的管理，也对直营店进行指引，还要及时对无证零售户进行清户处理，对不合格的零售户及时检查，从而更加规范营销环境，促进企业健康有序发展。

[2]孙景云. 烟草企业市场营销中存在的问题及对策[j].现代经济信息,20xx(3):88.

[3]周雪玲. 试论企业市场营销渠道的管理策略研究[j].中国外资,20xx(09).

[4]姜英美. 英中小企业市场营销渠道创新的策略研究[j].中国商贸,20xx(02).

[5]林海峰. 浅析当前市场营销渠道沟通模式的构建[j].知识经济,20xx(18).

蒙牛市场分析报告篇七

为规范木材市场秩序，提升木材产品质量，保障重点、民生工程建设质量和消费者的切身利益，在xx年全县木材专项整治的基础上，县人民政府决定继续开展木材市场专项整治工

作，并制定如下工作方案。

以规范木材市场秩序、提升木材产品质量和工程建设质量为目标，以落实长效监管机制为保障，充分发挥各有关部门在木材生产、流通、使用环节的监管作用，促进行业自律，督促企业落实产品质量主体责任，为促进我县经济又好又快、更好更快发展及保障改善民生、维持社会稳定作贡献。

（一）加强重点产品的专项执法检查。结合我县实际，切实加强对重点木材产品的执法检查。重点木材产品为：钢材、水泥、建筑用砖、人造板、涂料、防水卷材、电线电缆、电器开关、配电柜、玻璃、建筑扣件、输水管（含家用给排水管、市政、交通钢筋混凝土和塑料排水管）、水工金属结构、预应力电杆、垃圾填埋场建设材料、商品混凝土、道路沥青等直接关系公共安全的产品。

（二）围绕突出问题开展专项执法检查。一是开展对钢筋市场和重点建设工程使用钢材的执法检查，查处热轧带肋钢筋重量偏差超标和非法拉长等问题。二是检查人造板甲醛释放量超标和强度不达标问题。三是检查建筑用砖放射性超标的问题。四是检查建筑扣件安全性能不合格问题。五是查处无生产许可证生产、销售、使用钢筋、水泥、人造板、输水管、水工金属结构等违法行为。对违法企业依法进行处罚并督促整改，对故意违法、情节严重的企业列入黑名单向社会公布。

（三）继续加大国家产业政策的执法力度。按照《国务院关于进一步加强淘汰落后产能工作的通知》（国发□xx□7号）要求，继续保持对“地条钢”的高压态势，继续严厉打击非法生产“地条钢”和用“地条钢”轧制建筑用钢材的违法行为。依据《水泥工业产业发展政策》（国家发改委□xx□第50号令）和工信部《水泥行业准入条件》的要求，对水泥工业产业政策执行情况开展执法检查，在政府领导下，淘汰关闭规模小、设备简陋、消耗大、不具备生产、销售、租赁木材能力的企业。

（四）明确分工，划定职责，深入开展木材产品行业整治。质监部门负责生产环节，工商部门负责流通环节，住房和城乡建设、交通运输、水利建设等工程建设部门负责使用环节专项整治工作。

县质监局：要结合当地实际情况，确定木材区域重点整治产品，在政府领导下，与有关工作部门紧密配合开展集中整治，坚持“打与治、治与扶、扶与建”相结合的工作方针，严把生产源头关，由重点抓打假治劣向打假治劣和扶优扶强并重转变，推动木材生产企业产品质量的提高。

县住房和城乡建设局：重点加强县内重点建设工程及保障性住房使用木材的整治工作，进一步完善招标及物资采购、工程质量监管等制度，严防无生产许可证产品、劣质不合格产品进入建设工程，确保建设工程质量安全。

县工商局：加强对重点木材交易市场、销售门市经营行为和交易秩序的整治，从严查处流通领域假冒伪劣木材违法行为，依法取缔无照经营，推进木材流通企业诚信体系建设。

县环保局：要切实开展对家具、人造板、水泥建筑材料生产企业废气、废水、废渣排放达标情况的环境监管工作，重点加强颗粒物污染防治工作。

县水利局：要对在建的水利建设工程开展排查，完善工程物资采购、严防无证产品、劣质不合格原材料进入建设工程；与质监部门密切配合严厉查处无生产许可证生产、加工、使用水工金属结构、输水管等违法违规行为。

县交通运输局：加强对在建工程原材料质量监管，进一步完善工程物资采购、工程质量监管制度，加大巡查力度，督促建设施工单位严格按照相关工程技术规程施工。与有关工作部门配合，严厉打击偷工减料、使用无生产许可证产品、劣质不合格产品等违法违规行为。

县工业和信息化局：要严格按照《人民政府关于进一步加强淘汰落后产能工作证的意见》（黔府发□xx□3号），制定措施确保xx年完成淘汰落后产能目标任务，督促有关工作部门做好木材行业落后产能企业的关停及主体设备、生产线的拆除等工作。

县发展和改革局：要继续推动相关行业协会开展“诚信经营“示范创建活动，制定行规行约，开展行业信用建设，逐步提高企业信用水平。

全县木材市场专项整治分四个阶段进行：

第一阶段：安排部署阶段（5月25日至6月10日）。各乡镇、有关工作部门按照各自职责制定专项整治工作方案，召开工作会议，对木材进行摸底排查。

第二阶段：集中整治阶段（6月11日至7月31日）。各乡镇、有关工作部门按照本方案确定整治重点开展集中统一行动。有关工作部门要做到令行禁止、密切配合，建立上下联动、部门联动、区域联动的工作机制，集中解决行业性、区域性问题，促进区域经济和优势行业健康发展。县质监、工商、住房和城乡建设、交通运输、水利等牵头部门要做好专项整治的指导、协调工作。

第三阶段：督查抽查阶段（8月1日至8月31日）。在开展集中统一行动的基础上，对集中整治情况开展督查和抽查，认真分析专项整治存在的薄弱环节及问题，并逐一提出整改意见督促限期整改。对违法行为要坚决按照法律法规的相关规定严肃查处，绝不姑息。为确保整治工作取得实效，县人民政府成立县木材市场专项整治工作领导小组，其组成人员如下：

领导小组下设办公室在县质监局，龙明章同志兼任办公室主任，杨清华同志兼任副主任。县木材市场领导小组负责组织开展木材市场专项整治督查和抽查工作。

第四阶段：整改提高和总结阶段（9月1日至10月25日）。各乡镇、有关工作部门建立长效监管机制，分析总结专项整治情况，并于10月25日前将总结情况报送县木材市场专项整治工作领导小组办公室。

（一）加强领导，精心组织。县人民政府成立县木材市场专项整治工作领导小组，由分管副县长任组长，有关部门负责人为成员。各乡镇、有关工作部门也要及时成立相应的组织机构，切实加强对木材市场专项整治工作的领导。

（二）加强沟通协调，建立联席会议制度。县木材市场专项整治领导小组办公室每月召开一次联席工作会议，通报工作开展情况，协调相关政策，研究和安排部署下一阶段专项整治工作，采取措施解决专项整治工作中存在的问题。县人民政府根据专项整治工作开展情况，定期或不定期听取专项整治工作汇报，研究解决专项整治工作中存在的重大问题。

（三）建立举报制度。各乡镇、有关工作部门要设立木材专项整治举报箱，完善消费者投诉举报平台，对消费者投诉及时受理。

（四）落实责任追究制度。各乡镇及有关工作部门要切实把木材产品质量和安全纳入重要议事日程，加强研究，及时掌握情况，精心部署，开展督促检查。对在专项整治工作中，重视不够、工作开展不力、经费不落实的要进行问责，对失职渎职、包庇纵容制假售假活动的相关责任人要坚决严肃查处。

（五）加强宣传，营造声势。要加大对木材市场专项整治宣传工作的力度和深度，充分运用广播、电视、网络等宣传方式，有步骤、有重点的开展宣传活动，对大案要案、涉及群众健康、安全的案件要及时进行报道；对整治工作阶段性进展情况进行跟踪报道。

（一）县质监、工商、住房和城乡建设等牵头单位要结合实际制定木材市场专项整治工作方案，找准木材突出问题，明确整治重点，采取针对性的工作措施，在政府的领导下，认真组织实施，整治面要达到100%。

（二）在执法检查中发现涉案产品货值巨大、违法情节严重或造成严重后果的，按照法律、法规移送公安机关，并及时报告当地政府和上级主管部门。县工商、住房和城乡建设、环保、交通运输、水利等部门每月28前将木材市场专项整治情况上报县木材市场整治领导小组办公室，并于10月20日前将木材市场专项整治总结和有关报表报送到县木材市场专项整治领导小组办公室，大案要案等重要情况随时报送。

市场调查方案

实用的市场方案范文汇总六篇

蒙牛市场分析报告篇八

这次旅游行业价格行为专项检查由省物价局统一组织部署，我市物价局负责组织落实我市范围内的检查工作，我市重点检查的单位详见附表。

20xx年3月，物价局会同旅游局对相关的旅游单位进行旅游行业价格行为检查。

《国家发展改革委关于开展旅游行业价格行为专项检查的通知》所列的四项检查内容，具体为：

（一）旅游行业经营者是否以低于成本的报价招徕游客，是否存在以“零负团费”、“特价”等虚假的或者使人误解的价格宣传、招徕和组织接待游客的行为。

（二）旅游行业经营者提供服务是否存在擅自缩短旅游时间、

遗漏旅游景区、减少服务项目、降低服务标准等变相涨价行为，销售商品是否存在虚假打折，质价不符等价格欺诈行为。

（三）旅游景区门票价格是否执行政府定价或政府指导价，优惠、减免措施是否落实；是否存在强行销售联票、强制代收保险费以及其他乱加价、乱收费行为。

（四）旅行社、旅游景区、宾馆酒店、餐饮购物、休闲游乐等与旅游相关经营者是否按规定进行明码标价。

请各单位积极配合做好本次旅游行业价格行为专项检查工作，市物价局将加强协调、组织好旅游行业价格行为的专项检查工作。通过提醒、告诫等方式，加大宣传力度，及时纠正违法违规行为，并指导旅游业规范明码标价，倡导明码实价，主动防范价格违法。提升旅游业的整治效果。

市场调查方案

实用的市场方案范文汇编八篇

实用的市场方案范文锦集五篇

蒙牛市场分析报告篇九

为进一步加强对我区燃气市场的管理，维护燃气市场秩序和社会稳定，保证人民群众生命和财产安全，根据有关法律法规及文件要求，对全区燃气市场进行一次全面清理整顿。为做好这项工作，特制定本方案。

一、指导思想

以党的十六大精神为指针，以国家和省、市有关要求为指导，以《××省燃气管理条例》等相关法律法规为依据，以保障燃气安全、维护燃气市场经营秩序为目的，进一步提高全社

会的安全意识和经营者守法经营的自觉性，推动我区燃气市场管理工作向法制化、规范化和健康有序、方便安全的方向发展。

二、清理整顿范围

城区内所有从事燃气经营（包括生产、运输、储存、输配、供应等）及燃气燃烧器具安装维修的单位、个人及燃气用户。

三、清理对象及内容

（四）单位或个人无燃气燃烧器具安装维修企业资质从事燃气器具安装维修业务；

（五）非法建（构）筑物占压燃气管线。

四、整顿对象及内容

（二）燃气企业管理规章制度和应急抢险预案不健全，安全消防设施不完备。

（三）燃气企业经销的燃气质量不符合标准或计量误差大于规定标准；

（五）液化石油气贮罐站储罐等压力容器未定期检验和注册登记；

（十二）液化石油气钢瓶运输车违章运输；

（十五）燃气燃烧器具安装维修企业未按规范和标准安装燃气器具或安装未经检测的燃气燃烧器具。

五、清理整顿步骤

（一）宣传动员阶段：9月5日至9月15日

（二）清理整顿阶段：9月16日至10月20日

（三）验收总结阶段：10月21日至10月31日

六、组织领导

为保证清理整顿燃气市场工作的顺利实施，区政府决定，成立全区清理整顿燃气市场工作领导小组。

组长：××区政府副区长

副组长：××区政府办主任

××区建设局局长

成员：××区建设局党委副书记

××区安全办主任

××区质量技术监督局局长

××区公安分局副局长

××区交通局副局长

领导小组办公室设在区建设行业管理站，主任由××兼任，副主任由×××成员单位有区建设局、区安全办、区质量技术监督局、区公安分局消防大队、区公安局治安科、区交通局运管处。联系电话：××，联系人：×××。

为便于社会群众监督，区清理整顿燃气市场工作领导小组办公室设立投诉电话，号码为：××××。

市场调查方案

实用的市场方案范文汇总五篇

实用的市场方案范文汇总九篇

关于市场方案范文汇总七篇

跳蚤市场方案范文合集七篇