

2023年调研企业前期工作报告(实用5篇)

“报告”使用范围很广，按照上级部署或工作计划，每完成一项任务，一般都要向上级写报告，反映工作中的基本情况、工作中取得的经验教训、存在的问题以及今后工作设想等，以取得上级领导部门的指导。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。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。

调研企业前期工作报告篇一

第三稽查局实施行业性专业化稽查，对甘井子区和旅顺口区所辖的建材企业35户进行了纳税检查，到目前为止，已经全部结案，有问题补税户13户，罚款7户。合计补征增值税83.5万元、企业所得税34.8万元，加收滞纳金13.5万元，罚款19.4万元，滞补罚合计151.2万元。从比率上来看，有问题户率达到37%，处罚户率为20%，处罚（数额）率为16.4%。

一、所查建材企业的基本情况

从经济性质分，在所查的35户企业中，以有限责任公司居多，共有26户，其中私营有限责任公司11户，其他有限责任公司15户；另外国有企业4户、合资企业2户、集体企业2户、股份制企业1户。按经营的产品分，从事建材批发零售的商贸企业12户，混凝土生产企业9户，建材生产企业8户，水泥生产企业3户，石灰石生产企业2户，油漆生产企业1户。从经营规模来看，年销售额千万元以上的企业有20户，其余企业年销售额在三百万元到千万元之间。从增值税销售收入负担率来看，混凝土企业由于按照简易办法征收，负担率为6%；石灰石企业的负担率为7%；建材生产企业的负担率在6%以上；水泥生产企业的平均负担率仅为2%；油漆生产企业负担率7%；建材经销企业的负担率为1d3%□

二、检查过程中发现的问题

（一）增值税方面

1、查补前后增值税负担率比较

2、发现的主要问题

调研企业前期工作报告篇二

我镇企业大多仍沿用家族式管理方式，这一管理方式为企业建立之初的生存与发展曾做出过很大贡献。但是，在当前形势下，特别是在企业发展的中期，这一管理方式往往容易转化为消极的阻滞，容易造成经营效率的低下和激励机制的偏颇。下面是关于2019年乡镇工业企业调研工作报告全文：

2019年是我镇加快推进城乡一体化进程，实现经济社会跨越发展的重要一年。镇党委、政府立足大局，审时度势，提出了“工业强镇、科技立镇”的发展战略，同时积极开展“企业服务年”及“项目建设提升年”活动，把发展工业经济摆在空前突出的位置，要求全镇上下全力以赴抓好抓实抓出成效。为认真落实镇党委、政府的战略部署，为我镇工业经济健康发展提供决策依据，我对全镇工业企业进行了调研，先后深入小浪底无纺布公司、济郑矿业公司等数十家重点企业，就企业经营情况、人员结构、行业态势、面临的发展瓶颈等问题，进行了全面的调查了解。现将具体情况汇报如下：

我镇企业经过近几年的发展，积累了一定的基础，并初具规模。目前，我镇共有企业23家，其中规模以上企业3家，固定资产1.2亿元，2019年，全镇企业共实现利税103.9万元，其中中国税61.6万元、地税42.3万元。从以上数据可以看出，我镇的工业经济基础依然十分薄弱，面临的形势极其严峻，突出表现在企业个头小、数量少、底子薄、财税贡献率低、抗

风险能力弱、缺乏行业影响力等方面，工业对地方经济的支撑作用没有充分发挥。而且，就现有的几家企业来看，也存在很多薄弱环节和不足之处，具体表现在：

一是产业结构层次较低。我镇企业大多集中在加工制造业这种传统的劳动密集型产业上，其产品大多停留在简单制作的水平上。相当数量的企业技术装备水平低，产品质量、产品附加值低。二是重复建设，重复投入。由于我国消费品市场和资金市场的不成熟，容易形成短时期内的消费热点，短期的利润促使大量资金迅速涌入，在这个过程中，政府也缺乏宏观的经济引导，此后随着生产能力的扩大，需求趋于饱和，在此情况下，企业不得不展开低水平的竞争。三是产业关联度低。在纵向合作上，即在关联的企业之间，没有建立起合作关系，缺乏统一的技术和质量标准；在横向合作上，即在生产相同或类似产品的企业之间缺乏明确的市场分工，没有在信息、人员培训等方面共享社会资源。例如我镇的一定数量的砖厂，就存在制造水平低，重复建设，关联度低等问题。

究其原因，一是多数企业主要集中在生产基础产品的产业上，这些产业对企业的规模、技术、资金、劳动力素质的要求都不高，产业的进入壁垒低，生产经营以“低质跑量”为主，在消费的短期热点中，容易造成持续上项目而形成行业的恶性竞争。二是从产品价值链的角度看，我镇仍处于赢利较少的生产制造环节，而利润丰厚的研发、设计以及市场营销、品牌推广等环节基本没有涉及。三是由于大量企业处于高度专业化分工状态，其固定资产专用程度较高，一旦出现全行业衰退或企业亏损，经营者也很难使设备转用或转卖，所以企业只能艰难维持经营，或偷工减料以求降低成本，使市场上产品质量不断退化。这种局限于中低档生产制造环节，处于产品价值链的低端部分，缺乏自主品牌和市场影响力，企业所获得的附加值和利润偏低就是必然结果了。

我镇企业大多没有自己的核心技术和知识产权，只是以目前市场上极为普遍的甚至于落后的技术作为生产工艺，品牌意

识不强。由于自主创新能力不足，缺乏对技术创新投入的力度，产品更新换代缓慢，仅仅依靠低价取胜。这在我镇企业中是极其普遍的现象，调查的这些企业中，大部分只有1-2名技术人员，有的甚至没有技术人员，这造成了企业缺乏发展后劲，缺少自己的核心竞争力，在经历短暂的辉煌后，发展动力不足，甚至会出现消亡的现象。

究其原因，一是企业起点低、实力小，大多缺乏自主创新能力，绝大部分企业都没有自己工艺人员，更别提研发人员。就经济大环境来看，以技术研发为主体的人才倒三角的高新技术企业往往具有更强的活力和潜力。二是高素质的专业技术人才和经营管理人才太少，员工素质普遍较低，大多数人只有初中及以下的文化程度。三是缺乏公共的技术创新平台，不能使企业有效的和高校等科研单位直接挂钩，把最新的技术成果直接转化为生产力。四是大型公司为了保持其技术优势，一般都把核心技术和关键工艺严格控制在内部，我镇企业很难获得相关资料。例如我镇德利煤化有限公司就难以获得附加值很高的针状焦的生产工艺。

我镇企业大多仍沿用家族式管理方式，这一管理方式为企业建立之初的生存与发展曾做出过很大贡献。但是，在当前形势下，特别是在企业发展的中期，这一管理方式往往容易转化为消极的阻滞，容易造成经营效率的低下和激励机制的偏颇。同时，大部分企业主小农意识严重，“小富即安、小进即满”的心态制约了企业的进一步发展。调查中发现，部分企业完全有可能通过融资等手段进一步扩张，但由于担心怕“外人”来分蛋糕，为了避免风险，企业只愿维持现状，不想再去进一步发展。

究其原因，一是价值观错位。管理者将企业存在的价值看成是家族利益最大化的载体，而不是上升到更高的社会价值层面，“私利”与“功利”相混淆，促使思想陷入封闭，拒绝改变，导致企业管理僵化。二是思维僵化。由于长期以来受小农文化熏陶，固步自封、志得意满、看问题的片面性决定

了无法在瞬息万变的经济浪潮中作出及时的改变。

目前,银行出于对降低信贷风险的考虑,对企业申请贷款的条件较为严格,一般都要求贷款企业提供连带担保或财产抵押,又由于抵押财产变现难等风险因素,银行一般不接受财产抵押。信誉度较高的企业为了避免资产风险,大多不愿意提供贷款担保。加之我镇企业由于规模小、实力弱、信用等级低等原因,一般很难找到稳定畅通的融资渠道,从而造成了贷款难、融资难、担保难的问题。例如我镇的德利煤化有限公司和鼎泰精化实业有限公司等就存在着不同程度的融资问题。

究其原因,一是金融体制规定严格的融资条件和企业融资条件的先天不足,客观上决定了企业融资处于劣势。由于我国缺少一个多层次的、能够为广大企业融资服务的资本市场,现有资本市场的高门槛使绝大多数企业难以跨越。二是企业融资手段单一,信心不足。从广义上讲,融资也叫金融,就是货币资金的融通,当事人通过各种方式到金融市场上筹措或贷放资金的行为。融资手段应该是多种多样的,如积极利用民间资本,寻求风险投资,吸纳入股资金等,而目前我镇企业融资往往盯着商业银行贷款这一方面,从而造成融资手段单一,融资困难。三是镇党委、政府对企业融资困境认识不足。资金匮乏是我镇企业面临的一个突出问题,镇党委、政府应高度重视企业融资难问题,出台政策,扩宽渠道,切实解决企业发展的资金问题。

调研企业前期工作报告篇三

不久前,福建省总工会女职工部对省内244家非公企业和1397名女职工进行了问卷调查。结果表明,加班加点现象依然严重,报酬低且劳动强度大,而且女职工缺乏法律维权意识,自我保护能力较差。特殊权益屡屡受侵??调查表明,非公企业在保障女职工特殊权益方面虽然取得了一定的进展,但也存在一些不容忽视的问题。??女职工文化素质较低,缺乏法

律维权意识。非公企业外来务工女性大多来自农村，她们只想趁年轻多挣些钱，就业中即使遇到不公正对待甚至身心受到伤害时，多数也是忍气吞声。接受问卷调查的1397名女职工中，对国家有关女职工特殊权益保护法律法规一点都不了解的占27.2%，许多人不知道自己拥有哪些权利，无法判断自身的权益是否受到侵害，不敢向企业提出合法正当的要求。

??合同内容不规范，社会保障制度不健全。在调查的企业中，制定女职工特殊权益专项集体合同的占45.9%。虽然部分企业签订了集体合同和劳动合同，但有的合同内容不规范甚至违法，条款中缺少女职工合法权益和特殊权益保护的内容。在被调查的企业中，社保5种保险费都缴纳的占60.2%，5种保险费都不缴纳的占10.7%。

??加班加点现象严重，报酬低且劳动强度大。不少非公企业工作1个月才休息1天，逢生产旺季为了赶订单甚至通宵达旦加班，并以计件工资作为规避加班加点工资的手段。调查数据显示，244家企业中有近半数企业的102名女职工怀孕后因不堪工作重负而自行离开企业；接受调查的228名处于已婚待孕期的女职工，打算怀孕后离开企业的'就有175人，占76.8%。

??一些女职工“四期”保护得不到落实，生育保险覆盖面低。女职工在经期、孕期、产期、哺乳期仍有部分人从事国家规定的第三级体力劳动强度或禁忌从事的劳动。企业劳动设施简陋，部分非公企业经营者受经济利益驱使，重生产、轻保护，劳动条件恶劣，缺乏职业病安全保护措施，致使一些女职工长期处在有职业危害的环境中作业，个别女职工因此患上了白血病、贫血、神经性等疾病。建立源头维护机制是根本。

??福建省总工会女职工部认为，女职工特殊权益之所以存在许多问题，主要原因是，部分非公企业经营者法律意识淡薄，甚至有法不依，对女职工特殊权益保障极不重视，为追求高额利润，肆意降低女职工劳动保护成本投入，使女职工特殊权益保护法律法规成为一纸空文；非公企业外来务工女性大部分来自经济欠发达地区，从主观上缺乏对自身合法权益保护的意识和要求；非公企业工会女职工组织发挥作用不够，女职委主任绝大多数都是兼职的新手，且经常流动更换，自身又处于受雇地位，不敢大胆开展工作和维护女职工合法权益；缺乏有力的法律制

约机制和执法保障机制，存在有法不依、执法不严、违法难究的现象。对此，福建省总女职工部指出，首先，要建立源头维护机制，强化女职工权益维护的法律保障。要及时解决有关法律法规滞后问题，尽快修改完善《劳动法》、《妇女权益保障法》、《女职工劳动保护规定》等，并制定有关配套地方法规，从源头上维护保障女职工的合法权益。同时要进一步加强政府与工会联席会议制度、完善劳动关系三方会议制度、全面推行平等协商集体合同等制度，努力构建以立法参与和制定政策参与为主要目标的宏观维权机制，实现以集体合同规范劳动合同，以工资集体协商规范工资支付，以加强安全生产管理保护职工在生产中的安全健康，着力解决涉及女职工特殊权益的问题。其次，各级工会及女职工委员会要积极参与涉及女职工权益法律法规、政策的制定，会同有关部门督促企业将女职工劳动权利、劳动报酬、劳动保护、劳动标准、劳动安全、特殊权益等内容纳入集体合同，并对履行情况进行监督；帮助指导做好女职工与企业签订劳动合同工作，使所在企业在劳动关系的建立、运行、监督、调处上有章可循，逐步完善女职工权益维护的法律保障。另外，要更好地发挥工会女职工组织作用，最大限度地把非公企业的女职工特别是外来务工女性吸纳到工会中来，为维护女职工的合法权益提供组织保障。同时注意加强对非公企业工会女职工干部的培训，提高其工作能力和维权水平，使她们在女职工维权工作中发挥更大的作用。

调研企业前期工作报告篇四

为贯彻落实市委、市政府关于创建省级文明卫生城市的战略部署，充分发挥各部门的职能作用，按照市爱国卫生委员会的具体要求，受市_局委托，我处迅速组织力量，落于20_年8月24日至26日对城区范围内的26个商品市场进行了为期3天的调查，总的来看，环境卫生工作有喜有忧，但形势不容乐观。现将有关情况汇报如下：

一、城区商品市场环境卫生现状

据调查，我市目前共有各类商品市场26个，总营业面积130762m²。其中大中型商品市场4个(大市尝_大市尝_大市尝_大市场)、农贸市场11个。城区商品市场共有管理人员200余人，其中，专职清洁员120人。从性质上看，事业性管理的商品市场有8家，占30.8%;民营型商品市场16家，占61.5%;股份制商品市场1家，占3.8%。空壳市场1家，占3.8%。4个商品市场配有垃圾站，5个商品市场配有垃圾桶，9个商品市场对厕所每天进行冲洗，9个商品市场有污水管并与市政污水管连接，13个商品市场有公厕，3个商品市场建立了绿化带，15个商品市场聘有保洁员，9个商品市场由环卫部门代运垃圾，11个商品市场每天进行卫生清扫，6个农贸市场有家禽宰杀场地，并每天进行冲洗，1个商品市场对生鲜经营场地每天冲洗，1个商品市场有肉食类保鲜设施，1个商品市场熟食饮食经营人员办有健康证，5个商品市场有专门的物业管理机构。特别值得一提的是：南贸西街(区_局南侧)马路市场(未计入全市26个商品市场内)，该马路市场既无专门的管理机构，也无固定的管理人员。但见有人收费，却无人进行管理和清扫，致使市场内臭气熏天，污水横流，垃圾成堆。环境卫生令人堪忧。

近年来，城区各商品市场管理机构，围绕经济发展需要，把环境卫生工作作为一项重点工作来抓;采取了一系列措施和办法，为经营者和消费者创造了一个良好的环境卫生条件。如_市尝_市尝_市场等，在环境卫生整治方面做了大量工作，相应的卫生设施配备齐全，每年从收取的门面、摊位和卫生费中拿出部分资金用于环境卫生的整治。聘请了专门的保洁员，并做到每天对场地、厕所、排水沟、家禽屠宰场地等卫生角落进行清理，确保了垃圾及时得到清运。_区市场服务中心为改变市场环境卫生，先后对_x市尝_x市场进行大规模的改造，使市场环境卫生工作得到全面升级。但也有少量商品市场由于没有人员管理，也没有相应的环卫硬件设施，业主自发组织请人打扫卫生。如_x农贸市场，该市场已整体拍卖，正在改建，原来业主自发组织对市场内环境进行清扫。还有_x建材市场，该市场原属区农委管辖，由于建筑商离开，致使物

业无人管理，业主也是自发组织请人对场地卫生进行打扫。

二、存在的主要问题

一是少数商品市场对卫生工作重视不够；二是卫生投入不足，卫生死角多；三是商品市场周边发展不平衡，易受影响；四是周边环境有待进一步加强和规范；五是绿化率普遍低下，大多数商品市场没有绿化带；六是个别商品市场环境卫生服务工作走过尝标准低、人员素质有待提高；七是环境卫生监督力度不够；八是熟食饮食经营人员办理健康证的不多；九是多个商品市场防尘防蝇设施为零；十是治安问题比较严重，经常有被盗现象。

三、对策及建议

(一)、提高认识，加强领导。商品市场环境卫生好坏，关系到我市省级卫生文明城市的创建，有关部门要通力合作，认真履行职责，切实把市委市政府有关文件精神落到实处。

(二)、积极服务，建立绿色通道。环境卫生管理有关部门要对商品市场熟食、饮食经营人员进行督查，对没有办理健康证的经营人员，采取上门服务，不符合条件的坚决取缔。

(三)、继续完善城市环境卫生管理制度。对商品市场的环境卫生保持24小时清洁，积极加大环境卫生的投入，建立健全环境卫生各项规章制度。

(四)、建立绿化带。对有条件的商品市场要逐步进行改造或创建绿化带和公共绿地，提高商品市场的绿化覆盖率。

(五)、切实加强市场内的治安管理，建立群防群治、联防联控机制，为经营者和消费者创造一个良好的安全环境。

(六)、建议有关部门对南贸西街马路市场坚决予以取缔，彻

底清除城区内的卫生死角，同时就近规划兴建一个农贸市场，以方便这一带的居民生活。

(七)、建议市政府从每年的城市建设配套费中拿出一部分资金用于城区商品市场环境改造和建设，使我市商品市场环境真正有一个彻底的改观。

产品市场调研报告5

一、易买得超市基本情况

易买得超市是韩国新世界集团旗下的大型连锁综合超市，这家韩国零售业巨头正准备在中国迅速扩张。据易买得相关负责人提供的资料显示，新世界集团是韩国最大的商业流通集团，拥有百货商场和大型综合超市等业态。目前，易买得超市在韩国拥有70家门店，占有韩国市场32%的市场份额，门店数和销售额均超过了沃尔玛和家乐福在当地市场的总和。

19__年，韩国新世界在上海开设了第一家在中国的易买得超市，目前，上海易买得已经开设了5家分店。据天津易买得副总经理曹铁透露，新世界近期计划在中国开设25家分店，目标将锁定上海、天津、北京等大城市，形成一个全国范围内的店铺网络。有消息称，易买得将投资至少5亿美元布局中国市场。作为韩国最大的商业流通集团，韩国新世界集团在中国的连锁零售业选择了合作经营，目前其主要合作伙伴是上海九百和天津泰达。

二、调查背景

(一)调查对象

此次的调查对象是昆山市易买得周边的住户、打工者等，本次调查以随机抽样形式抽出样本45人进行调查研究。

(二) 调查目的

本次调查主要基于以下两个目的：一是花桥市人民对易买得的产品，服务态度等的总

体调查，二是通过对在易买得消费者的调查，力图解读现在群众对超市的要求和买东西希望得到的感受。

三、调查问卷回收情况

本次问卷调查是针对昆山市花桥易买得超市在当地的满意度情况，通过详细的数据反映易买得在市民心目中的位置。内容涉及：消费者对商品质量、收银员速度、商品价格、品牌种类的满意度；消费者对商场服务态度、商场促销活动的评价；消费者将商场与心目中的商场进行对比的情况；消费者对心目中商场的构想。本次调查采用“随机抽样”的方法选取消费者。本次调查回收的问卷共100份。其中有效问卷45份，无效问卷55份，有效率为45%。以随机抽样的调查方法以及二手资料收集并进行分析。

问卷发放时间为11月14日(当天完成)，发放方法为在住宅区，超市门口，马路边等地点随机发放。在收回的有效问卷中，职业类型：

男女生比例大概为6:4。(性别，职业类别由问卷第1，2题统计而得)

四、昆山市易买得环境分析

易买得花桥店坐落于昆山市花桥镇绿地大道269号，是易买得在华东区地区第一家上海以外的门店。易买得花桥店拥有220名员工，另有供应商促销员248名、外包技术人员95人，具有较强的服务能力。商场占据两个楼层，一楼营业面积4078平方米，主要经营生活日用品，包括化妆品、男女服装、童装、

床上用品、文玩具、汽配用品、家电、手机、厨房、洗浴用品等生活必需品;二楼营业面积5280平方米,主要经营食品,包括生鲜商品,休闲食品,调味品、进口食品等品种丰富的商品。由于易买得的韩国投资商背景,卖场还特意组织深受受欢迎的韩国特色食品,满足广大顾客的需求。

为方便周围居民,易买得专门在花桥周边的上海地区以及花桥镇等地设计了10条免费班车,包括上海地区的白鹤赵屯线、安亭环线、安亭外环线、黄渡线、华新线;花桥地区的蓬朗线、花桥环线、绿地二十一城环线、陆家线、千灯、石浦线。

五、消费者对易买得超市满意度情况

(一) 商品质量满意度情况

如果把消费者对质量满意度分为五个等级(1、2、3、4、5以5最高,1最低)其中等级为1的占4%,等级为2的占13%,等级为3的占45%等级为4的占20%等级为5的占18%,如图一所示其中等级为3的占比最多说明易买得店商品质量还可以。

(二) 品牌方面满意情况

在品牌方面易买得超市与本市其他超市相比易买得表现如图二所示:其中很满意的占13%,满意的占33%一般的占50%不满意的占45%。

(三) 价格方面满意情况

有52%的人认为价格可以接受,33%的人认为价格偏高,11%的人认为价格合理,4%的人认为价格无法接受。

(四) 易买得超市工作人员服务态度

52%的消费者认为员工服务态度较好,31%的顾客认为员工服

务态度一般，13%的顾客认为员工服务态度极好，4%的顾客认为员工服务态度恶劣。

(五) 结账效率满意程度情况

66%的顾客认为结账效率高，7%的顾客认为结账效率偏低，20%的顾客认为结账效率一般，7%的顾客认为结账效率低。

(六) 免费接送方面那些需要改进

22%的人认为应增加路线，13%的人认为应增加乘务员，16%的人认为应增加班次，7%的人认为应改善车内环境，42%的人无所谓。

结论：消费者对易买得的总体满意度相对满意

调研企业前期工作报告篇五

婚嫁市场相对不那么让人熟知，但事实上婚嫁产业才是真正的闷声发大财。据中研普华发布的《-中国婚庆市场发展态势及投资策略研究报告》显示，，我国因婚礼当日而产生的消费接近3000亿元，将上升到5000亿元。预计到，全国的婚庆行业营业额大概达到7500亿-8000亿元。婚庆经济已成为消费市场一个新的增长点。

然而，面对潜力巨大的市场，国内婚庆行业的发展仍然面临诸多问题，最显著的表现在于我国婚庆行业尚无领军企业，缺乏全国性的大品牌。从目前来看，消费者的需求呈现多样化，“私人定制”和“一站式服务”将成为行业发展的方向。

今天，当一对新人在婚礼上相互承诺，说出“我愿意”的同时，他们至少要为梦幻婚礼支付10万元人民币。

数据显示，，结婚成本起步价已达到约10万元。上海人结婚

成本20提高到23万元，北京、上海、深圳等大城市结婚成本也已经超过了20万元。在一些乡镇，婚礼当天婚礼主持团队的费用均价也已达1万元，价格直逼城市婚庆费用。而名人名流的花费更是动辄数百万，上千万。

然而，婚庆行业成为一个新兴行业不过是最近的事情。上世纪70年代结婚需要三大件：手表、自行车、缝纫机，总花费约六七百元。80年代末，租婚车、摆婚宴、拍照、置办家具等共约3000元就可以办婚礼。90年代末，进入商品房时代，结婚成本也相应提高至2万—3万元不等。而踏入21世纪，社会经济快速发展，包括置办家具、婚纱摄影、婚庆礼仪和蜜月旅游在内的结婚成本也涨至4万—5万元不等。

作为一场婚礼的标准配件，婚礼策划、婚纱采购、婚纱摄影、婚宴服务“四大要件”必不可少。除此之外，新婚消费带动40多个关联行业发展，如家电、家具、床上用品、市内装修、房地产、汽车、银行保险等。婚庆产业链，充满了巨大潜在商机。

在业内人士看来，婚庆行业目前仍然处于不成熟的状态。

“通常说一个行业不成熟，是指这个行业处在‘两低一无’状态。即市场准入门槛低，市场集中度低。‘一无’，即没有强势领军品牌。中国的婚庆行业处于‘两低一无’状态。”行业内人士告诉记者。

现阶段，中国婚庆从业企业的规模普遍较小，婚庆从业者素质参差不齐。例如，从从业平均人数来看，全国各城市的婚庆企业的平均从业人员均很少，婚礼策划企业平均每家从业人员10人左右，婚纱摄影企业平均每家40-60人。20的数据显示，全国有超过2万家的婚庆公司。目前尚缺乏全国性的品牌，更没有一家婚庆上市公司。

正因为“两低一无”，婚庆行业经常爆出各种投诉，而且被

视为暴利行业，利润可以达到50%以上。

婚庆市场每年数千亿元的规模，吸引了越来越多的资本投身其中，出现了越来越多的婚庆企业。另一方面，消费者的需求越高，对婚庆行业提出的要求也越来越高。业内专家认为，随着消费者越来越理性，信息越来越透明，传统的婚庆服务公司生存空间越来越小。

“初，婚礼现场的布置非常简单，现在则要求婚庆hellokitty等主题婚礼，越来越个性化。20初，摄影摄像用家用dv，但现在必须用大机，高清，单反都要用，对设备和拍摄技术都会要求。以前一场婚礼只用三首五首音乐，主持词每场都一样，只要换个名字，换一张婚纱照，就用在下一场婚礼。现一场婚礼要用到十几二十首，要求专业的灯光特效，主持人还要配合婚庆公司和新人沟通，据主持人的描述写稿。新人对化妆师的要求越来越高。”

在有7年主持经验的广州婚礼主持david大卫看来，婚庆行业的专业化程度越来越高。与此同时，从业人员的素质越来越高，以前是阿姨、伯伯在从事这个行业。现在越来越多的高学历人才，包括研究生、海归都加入到这个行业。消费者对婚庆行业的认同度越来越高。

据市场调查报告显示，中国婚庆产业是一个朝阳产业，具有极大的发展空间。未来的婚庆市场将更加完善，一些地域性的出名婚庆企业将陆续出现，企业的规模将越做越大，婚庆产品服务将向分工更加细化和一条龙服务方向发展。

婚庆产业链各个环节比较分散，婚纱摄影、婚宴酒店、交通旅游、首饰礼品、婚纱礼服等各个环节都呈现着单打独斗的状态。新人举办一场婚礼，往往疲于奔波比价。而相关供应商也难以规模化发展。婚庆行业的一个重要趋势是往产业链整合的方向发展，由此产生了很多提供一站式婚庆服务的企业。