

# 2023年鞋子市场调查报告总结 市场调查 报告(模板9篇)

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 鞋子市场调查报告总结篇一

为了深入了解本市居民家庭在酒类市场及餐饮类市场的消费情况，特进行此次调查。调查由本市某大学承担，调查时间是20xx年xx月至xx月，调查方式为问卷式访问调查，本次调查选取的样本总数是xx户。各项调查工作结束后，该大学将调查内容予以总结，其调查报告如下：

一、调查对象的基本情况。

二、专门调查部分。

(一) 酒类产品的消费情况。

1、白酒比红酒消费量大。分析其原因，一是白酒除了顾客自己消费以外，用于送礼的较多，而红酒主要用于自己消费；二是商家做广告也多数是白酒广告，红酒的广告很少。这直接导致白酒的市场大于红酒的市场。

2、白酒消费多元消费化。

(1) 购买因素比较鲜明，调查资料显示，消费者关注的因素依次为价格、品牌、质量、包装、广告、酒精度，这样就可以得出结论，生产厂商的合理定价是十分重要的，创名牌、求质量、巧包装、做好广告也很重要。

(2) 顾客忠诚度调查表明，经常换品牌的消费者占样本总数的32.95%，偶尔换的占43.75%，对新品牌的酒持喜欢态度的占样本总数的32.39%，持无所谓态度的占52.27%，明确表示不喜欢的占3.4%。可以看出，一旦某个品牌在消费者心目中形成，是很难改变的，因此，厂商应在树立企业形象、争创名牌上狠下功夫，这对企业的发展十分重要。

(3) 动因分析。主要在于消费者自己的选择，其次是广告宣传，然后是亲友介绍，最后才是营业员推荐。不难发现，怎样吸引消费者的注意力，对于企业来说是关键，怎样做好广告宣传，消费者的口碑如何建立，将直接影响酒类市场的规模。而对于商家来说，营业员的素质也应重视，因为其对酒类产品的销售有着一定的影响作用。

## (二) 饮食类产品的消费情况。

本次调查主要针对一些饮食消费场所和消费者比较喜欢的饮食进行，调查表明，消费有以下几个重要特点：

1、消费者认为最好的酒店不是最佳选择，而最常去的酒店往往又不是最好的酒店，消费者最常去的酒店大部分是中档的，这与本市居民的消费水平是相适应的，现将几个主要酒店比较如下：

2、消费者大多选择在自己工作或住所的周围，有一定的区域性。虽然在酒店的选择上有很大的随机性，但也并非绝对如此，例如，长城酒楼、淮扬酒楼，也有一定的远距离消费者惠顾。

3、消费者追求时尚消费，如对手抓龙虾、糖醋排骨、糖醋里脊、宫爆鸡丁的消费比较多，特别是手抓龙虾，在调查样本总数中约占26.14%，以绝对优势占领餐饮类市场。

4、近年来，海鲜与火锅成为市民饮食市场的两个亮点，市场

潜力很大，目前的消费量也很大。调查显示，表示喜欢海鲜的占样本总数的60.8%，喜欢火锅的约占51.14%，在对季节的调查中，喜欢在夏季吃火锅的约有81.83%，在冬天的约为36.93%，火锅不但在冬季有很大的市场，在夏季也有较大的市场潜力。目前，本市的火锅店和海鲜馆遍布街头，形成居民消费的一大景观和特色。

## 鞋子市场调查报告总结篇二

在接受调查的7715名读者中，已经有4618人购买了笔记本电脑，占据59.86%的份额，电脑市场调查报告。接近六成的数字，说明中国笔记本电脑市场的开拓已经到了一个比较深入的阶段，厂商已经不再适宜继续用简单的铺货达到完成销售的目的，必须采用个性化、区别对待的方式应对目前各个不同特性消费群体的需求，了解他们对于产品配置、外观设计、功能等方面的要求。

在接受调查的7715名读者中，有1460人选择“最近准备购买”，占据18.92%的比例；选择“准备一年内购买”购买的为1250人，占据16.20%。以上两个部分的占比总量为35.12%，这也是当前厂商们需要着重发力的人群。

选择“最近一年内不准备购买”选项的有387人，占比5.02%。

### 二、品牌印象

目前国内电脑品牌已经不像十年前那般“万马奔腾”了，不过品牌数量却也不少，一般用户寻常能见到的笔记本电脑品牌大致有30多个，加上一些少为人知的地方性品牌的话，总体数量就会达到150个左右。如果算上国内一些接近于山寨厂商的品牌的话，恐怕总数将会达到上千个。

本次的笔记本电脑市场调查中，比特网选择了国内最为知名的联想、thinkpad、戴尔、惠普、华硕、索尼、宏碁等品牌，

总数不多，一共只涉及了七个品牌，另外加了一个“其他”的选项。之所以没有设立太多的选项，主要是我们担心过于细分会影响到调查数据的质量——用户可能会因此从中选择自己正在使用的产品厂家，而不是列举出自己心仪的笔记本电脑品牌。

在总共的7715个调查问卷中，有1808人选择了联想，占比为23.43%。我们不能不承认联想在国内的巨大成功，无论台式机，还是笔记本电脑，联想品牌都在市场上摧朽拉枯，弥漫出一种舍我其谁的气概。联想的成功不是偶然的，该公司对于国内市场用户的需求把握是下了大工夫的，对于各种不同应用需求的用户群，联想都推出了精心定制的产品，并辅以相应的市场策略和手段进行全方位、大范围的宣传，这也就难怪会有那么多用户心属联想，接下来选择thinkpad（注：本次调查比特网将联想与thinkpad分开来做）的有1468人，占比为19.03。这个数字一点不令人吃惊——thinkpad毕竟曾经是市场上最引人向往的笔记本电脑品牌，“大黑”、“小黑”成为永恒经典，在被联想收购纳入旗下后——thinkpad得到了很好的传承和发扬，在国内市场上的影响力日渐增加，成为多数用户购买笔记本电脑之前的首要选择之一。

联想品牌和thinkpad品牌占据的总量为42.46%，接近了总数的一半，由此可见“大联想”在国内笔记本电脑市场上的威力，联想在国内的品牌经营上是非常成功的。

戴尔以1196票、15.50%的占比，成为本次品牌影响评选中的第三名。最近几年来，戴尔在国内笔记本电脑市场的动作越来越大，产品系列的推出也是煞费苦心，我们能够明显看出戴尔在迎合国内笔记本电脑用户上所下的决心，一批具有“中国特色”的产品不断推向市场，从而也赢得了用户的极大认可。

本次调查有13.90%的占比，总计1072人选择惠普作为印象最

深刻的笔记本电脑品牌，相信对于惠普这样的知名品牌，这样的结果是无可无不可之间：虽然在国际电脑市场上，惠普是最大的笔记本电脑厂商，但是在中国市场上，联想和thinkpad在当前却是难以逾越的铁闸。至于戴尔，本身就是与惠普难分伯仲的对手，区区1.60%的差距并不能完全印证两者品牌之间的高下。

自从问世之后，华硕笔记本电脑在市场上声名鹊起，精致的做工、优秀的工业设计，媲美日式产品的制造工艺，着实赢得了一大批忠实的拥趸。因此，在本次调查中，共有825人选择了华硕作为印象最深刻的笔记本电脑品牌，占比为10.69%，对于华硕来说，这应该是一个不错的结果。

老牌厂商索尼排在本次调查的第六，一共有562人选择了索尼，占比为7.28%。以索尼为代表的日系品牌一贯给人一种高贵的印象，精致的设计、时尚的做工，无一不体现出精益求精的理念，其中尤以索尼vaio系列为甚。不过由于价格高昂、使用人群限制以及市场策略略显保守的缘故，日系品牌在国内市场的认知度多年来落后于国产品牌和美国品牌。

最近一年来，宏碁在国际笔记本电脑市场的份额不断上扬，甚至威胁到惠普、戴尔等国际厂商，在国内宏碁笔记本电脑也不断攻城略地，令其他竞争者为之侧目。然而，从本次品牌调查来看，却只有占比4.87%、总共376人选择宏碁作为印象最深刻的笔记本电脑品牌，这一点令我们稍感意外，不过由此也说明，尽管现在宏碁的市场推广和销售颇具声色，但是在国内的品牌维护和推广上，宏碁还有很多工作要做。

## 鞋子市场调查报告总结篇三

本站后面为你推荐更多市场调查报告！

根据市局开展集贸市场调研工作的指示精神，在武昌质监分局的统一领导下，我区集贸市场调研小组走访了水果湖菜市

场、丁字桥菜市场、大成路集贸市场等多处具有典型性的农贸集市。现将调研情况列举如下：

## 一、武昌区集贸市场的发展现状

- 2、整体布局较为合理，市场与居民区衔接较为紧密。
- 3、硬件设施较为完善，基本能满足农产品商贸流通的需要。
- 4、市场管理方式侧重于传统领域，管理、服务工作的创新性有待加强。
- 5、市场规模、市场功能与城乡居民需要、农村经济结合紧密。
- 6、集贸市场存在着“一管就死，放手便活”的不正常现象。
- 7、“农改超”进展较慢。

## 二、武昌区集贸市场运行中的问题

- 1、缺乏统一的监督各市场的上级机构和行之有效的协调机制。

自从工商部门与市场服务中心分家以后，城区各市场由于上级机构的不同，各自为阵，没有一个统一的上级机构对其管理。在这种令出多门的情况下，从宏观层面监管各市场行为，收集市场信息，实行宏观调控的难度加大。这种现状，不利于集贸市场的整体发展。

- 2、马路集市的兴盛，阻碍了正规集贸市场的正常发展。

据菜市场负责人反映，马路市场在道路旁摆摊设点，存在着严重的交通隐患；因无专人监管，食品卫生安全也得不到充分保证，短斤少两现象严重；其随意摆放、乱丢乱弃，给市容市貌也造成了不良影响。尽管城管部门一再打击，这些马路市场仍是“春风吹又生，”其不受约束的必展对正规市场

的运转造成了严重影响。

3、各集贸市场定位单一，经营粗放，缺乏特色定位和精细包装。

在我们走访的各集贸市场的过程中，发现销售的商品和经营方式趋于雷同，均为面向大众的简单的菜品交易，缺乏自身的特色定位。除了在少数市场看到带有乡土特色的地方小吃外，其余市场皆为菜品的大众化销售，从包装到交易方式都较为粗放，这固然是考虑到主要消费群及其经济能力的原因，但在可行的范围内挖掘自己的民俗内涵，实行特色化经营，吸引更多消费者，促进市场的繁荣，这是完全可以做到的。

4、购物环境不佳，脏、乱、差现象未彻底改观。

武昌各集贸市场发展到今天，硬件设施均有了较大改善，但由于经济实力的制约和运行机制的不完善，购物环境仍然不尽如人意。当调研组到某市场的畜区禽时，扑鼻而来的臭味让人晕眩，行走在摊位之间更须小心翼翼，东一堆鸡毛，西一滩下水，肮脏恶臭，让人心生怯意。这种情状虽不能根除，但只要完善一下工作流程，是可以得到改善的。还有，市场外围马路的拥堵极为严重，乱拉线接电现象较多，隐患重重，一旦发生不测，警车，消防车均难以进入，这种现状给人民的生命财产安全造成了重大隐患，是必须要加以解决的。

5、市场自身建设受到较多制约，如硬件落后、资金缺乏等。

此次调研的市场中，除部份集贸市场为框架式结构，硬件设施较为先进外，其余市场的硬件状况仍有待改进，菜市场只有一张门，交通不太便利，各商贩为寻求顾客关注，偏向于把摊位设在门口，造进入门处拥堵不堪，市场中后部空置，该市场管理方表示，如能在市场再开一张门，对自身发展大有好处，但因资金制约和涉及到民房拆迁（居民自用房边上的小杂屋），该设想难以实施。又如市场的“场内空，场外

乱”的现状，如果不进行提质改造的话，终究是安全生产的隐患。

### 三、对发展、规范集贸市场的建议

#### 1、设立统一的管理机构，建立顺畅的协调机制。

在各市场的上级主管部门共同协商的基础上，建立一个统一的管理机构，开展日常工作。该机构实现“机构、职责、财务、人员”四分离，开展独立运作，其主要职能是：负责市场物业的经营管理和设施维修、改造及资产管理；开发市场资源，搞好市场交易，促进市场繁荣；开展多种经营，为市场经营者提供经营条件和信息、储运、生活等方面的有偿服务；搞好环境卫生和消防安全，规范市场管理。建立顺畅的协调机制，解决因缺乏统一管理而出现的各种问题，促进城区集贸市场的又好又快发展。

#### 2、探讨“服务进社区”的新途径，解决马路市场存在的问题。

马路市场存在着诸多的不足，城管部门也进行了多次整顿，但效果仍不明显，马路市场依旧或明或暗地存在。我们可以调整思路，认可其存在的某些合理性因素，如对居民生活的便利，对农民增收的益处等。在统一规划下，在城区某些地段划出专门的区域供其经营，并通过市场管理机构、工商、城管等部门的监管，维持正常的交易秩序。同时，可把这些小市场的管理权划给该区域内有一定实力的大市场，形成“大带小”的市场格局，使统一管理和“服务进社区”互不冲突，方便群众与商贩，实现双赢。

#### 3、各集贸市场集思广益，在面向大众的基础上，实行特色经营。

各集贸市场进一步突出自身特色，实行错位经营，实现共同繁荣。如特色菜市场可根据其历史悠久、建筑古朴、民俗气



息浓厚的特点，强化具有乡土特色的商品经营，如家常泡菜、霉干菜、特色小吃等。通过这些产品来吸引顾客，形成品牌效应来促进自身的发展。其他集贸市场也可调整自己的思路，通过某些菜品的种类齐全、价格较低来吸引特定消费群，提高自己的人气和知名度。

## 鞋子市场调查报告总结篇四

在注重素质教育的今天，社会实践活动一直被视为高校培养德、智、体、美、劳全面发展的跨世纪优秀人才的重要途径。暑期社会实践活动是学校教育向课堂外的一种延伸，也是推进素质教育进程的重要手段。它有助于当代大学生接触社会，了解社会。同时，实践也是大学生学习知识、锻炼才干的有效途径，更是大学生服务社会、回报社会的一种良好形式。多年来，社会实践活动已在我校蔚然成风。

大学是一个小社会，我们不再是象牙塔里不能受风吹雨打的小花了，通过社会实践的磨练，我们深深地认识到社会实践是一笔财富。在实践中可以学到在书本中学不到的知识，它让你开阔视野、了解社会、深入生活、回味无穷。俗话说：一份耕耘，一份收获。

社会是一所更能锻炼人的综合性大学，只有正确的引导我们深入社会，了解社会，服务于社会，投身到社会实践中去，才能使我们发现自身的不足，为今后走出校门，踏进社会创造良好的条件；才能使我们学有所用，在实践中成才，在服务中成长，并有效的为社会服务，体现大学生的自身价值。今后的工作中，是在过去社会实践活动经验的基础上，不断拓展社会实践活动范围，挖掘实践活动培养人才的潜力，坚持社会实践与了解国情，服务社会相结合，为国家与社会的全面发展出谋划策。坚持社会实践与专业特点相结合，为地方经济的发展贡献力量为社会创造了新的财富。坚持社会实践与大学生课外科技学术研究相结合，培养和提高大学生学术科研能力与水平，因此我们积极地参与了进去。

实践人员:苏州科技学院 外语系 英语专业 孔瑜

实践目的: 增加自己的阅历, 作为一名文科生, 平日实践的机会甚少, 需要更多的体验, 更多的经历。通过亲身体验社会实践让自己更进一步了解社会, 在实践中增长见识, 锻炼自己的才干, 培养自己的韧性, 更为重要的是检验一下自己所学的东西能否被社会所用, 自己的能力能否被社会所承认。想通过社会实践, 找出自己的不足和差距所在。

实践时间□20xx-8-6——20xx-8-19

实践单位: 环球旅行社

实践职务: 电话回访员

实践课题: 旅游服务市场调查报告

课题背景: 旅游已逐渐成为人们娱乐生活中不可缺少的一部分, 人们除了能享受到旅游过程中的惬意与放松, 其实更多的是对生活的体味。炎炎夏日, 酷暑难熬, 各大中小学校早已放假。在众多的学生中, 他们为了过一个有意义的暑假, 纷纷去各地、各处游览观光, 以充实自己的知识, 提高自己的修养, 拓宽自己的眼界。因此, 我选择了环球旅行社, 在实践的同时进行旅游服务市场调查报告:

去年以来, 新的休假制度形成的春节、“十一”、“五一”三个假日旅游“黄金周”, 极大地刺激了人民群众的旅游热情, 国内旅游空前火爆, 自去年国庆至今年春节、“五一”, 接连出现了公众旅游消费热的几个高潮。假日旅游有力推动了省旅游业及铁道、交通、民航和餐饮、商业等相关行业的发展, 刺激了消费, 拉动了内需, 增加了财政收入, 满足了公众的旅游需求, 丰富了节假日生活, 对提高人们生活水平、繁荣地方经济, 发挥了积极重要的作用, 受到全社会的普遍欢迎和关注。假日旅游带动假日经济大发展, 其主要表

现在：

（一）假日旅游带动旅游业的发展。由于假日旅游的迅速升温，旅行社生意红火，各地宾馆饭店频频告急。

（二）假日旅游带动民航交通业的发展。据测算，交通费在旅游花费中所占比例最高可以达到70%以上，铁路、民航、公路以及水运已成为假日旅游最大的受益者。

（三）假日旅游带动零售业的发展。假日旅游带动旅游消费已趋明朗化，消费者正在逐渐形成假日消费的习惯。因此，假日商场的火爆可以说是假日旅游推动零售业追上国际潮流的表现。

（四）假日旅游带动餐饮的发展。无论是“五一”、“十一”，还是元旦春节，许多城市、许多景点，出现人流如潮、疯狂热卖的火爆场面，不少酒楼、餐馆、快餐店要排队预约。而且，游人在饮食过程中，还可领略全省各地的饮食文化。

（五）假日旅游带动休闲娱乐业的发展。假日旅游的启动和生活水平的提高，使城镇居民的消费模式逐渐向休闲娱乐转变。休闲娱乐不仅让游客参与各种游乐设施和娱乐活动，体验其中的知识与乐趣，而且以休闲娱乐为载体，将休闲文化、体育运动等形式与游乐主题融为一体，使“娱”变得丰富多彩，满足了游客休闲、娱乐、健身的愿望。调查显示，节假日50%的人考虑外出旅游，在外出旅游的人群中，64.8%参与人休闲娱乐。为了适应这一新的需求，各地兴起了许多休闲娱乐行业，如茶馆、陶吧、酒吧、迪吧、氧吧、健身房、射击、水上运动、网球、高尔夫和跳舞机等，到了节日这些地方都是处处爆满。

另外，假日旅游还带动金融业、网络电信业、农牧业和建筑制造业的发展。

虽然假日旅游火爆，由于旅游业涉及面广，关联性强，因此，假日旅游还存在以下几个方面的问题：（1）通知放假时间太迟；（2）受到旅游交通的制约；（3）热点旅游区住宿床位供不应求；（4）个别宣传媒体误导消费者。据最近的一次调查显示，五分之一的受访者对随团旅游表示不满意，不满意的原因主要来自导游和旅行社方面。对于没有随团出游的受访者，旅游费用以及旅行社的信誉仍是主要的影响因素。

## 鞋子市场调查报告总结篇五

××市位于××省西南部，长江中下游北岸，市区人口57万，城区面积550平方公里□xx年，全市生产总值429.64亿元，增长12.6%；财政收入38.17亿元，增长13%，其中地方财政收入19.55亿元，增长8.4%。

××曾是××省会城市，自古就是商业贸易重镇，长江沿岸重要商埠，是近代较早的对外通商口岸，曾以农产品出口为最，也是近代徽商的重要发祥地。改革开放以来，××一些专业市场得以恢复，全市的商贸市场经历了一个由低档次、低水平的马路地摊到集约化、规模化、专业化、信息化发展的过程后，依托物流配送和第三方物流，催生培育了几个专业市场和商贸主导企业，已形成综合市场与专业市场、大型购物中心与便民店、专业店与商业街、农村连锁店与社区便利店竞相发展的新格局。各类大宗生产资料基本实行了集团化经营，日用消费品、药品、书刊、快餐已被规模化的物流配送中心连锁经营所取代。特别是形成了几个大的批发市场，仅在××市区就有××光彩大市场、××汽车零件工业城、××国际汽车城、钢材大市场、烟草物流配送中心等。其中，××开发区物流园区的光彩大市场居全国十大工业市场第六位□xx年交易额达130亿元，实现税收1亿多元。

随着流通产业的发展，××市的物流产业规模和特色日渐凸显。截止xx年底，××大型物流园区建设投入资金逾10亿元，半数项目已在十五期间开工建设并投入使用。主要有：开发

区综合物流园区、港口物流园区、农副产品物流园区、第三方物流园区，另有以企业为主的配送基地或中心□xx年底止，已注册的物流企业有数十家，形成了一定的产业规模。××市委、市政府已计划十一五期间物流园区的建设投资总额达到20亿元。现在建的物流园区有总投资为9.5亿元的××港口物流园区，投资5亿元的华东国际农业大市场。

××市物流园区和各类批发市场着眼于国际、国内两个市场，建设起点高，具有一定的信息化程度；入驻企业多，管理较为规范，能为商家提供一站式的服务需求；辐射力强，辐射可达皖鄂赣毗邻地区，起到了长三角与内地产品及商品流动的节点作用，同时对皖鄂赣三省周边地区社会商品的流通起到了二传手的作用，在当地经济发展中具有重要的地位。

## 二、光彩大市场的建设和运作方式

××市光彩大市场是由市政府开发、××南翔集团建设运作的，是一个以商品批发、分销为先导，集仓储、配送、电子商务、商品加工等多种功能于一体的区域性商贸物流中心。该市场地处××市开发区黄金腹地，规划面积为3000亩，计划建筑面积150万平方米，总投资将达14亿元。整个工程分四期建设，自1998年9月动工以来，现已完成三期建设，四期可望年底全部建设完成并投入运营。光彩大市场全部投入运营后，市场年交易额可达200亿元，实现税收2亿元，安排6万人就业。

光彩大市场的建设开发，其主要作用是：

（一）提升了城市形象□xx年三期工程完成投入运营后，跃入全国十大工业市场的第八位，成为××市的一张名片。

（二）提供了一条重要的就业途径。到xx年底，大市场吸纳3万人就业。

（三）对当地经济发展起到拉动作用。拉动了周边土地价格的上升，土地价格从五年前的10万元/亩以内上升到了50万元/亩；拉动了商品房价格的上升，商品房价格从五年前的630元/平方米上升到了1800元/平方米；拉动了第三产业的发展，建筑、装潢、餐饮等第三产业的收入，比市场开发前增长15倍；对当地财政贡献比较大，市场全部运营后，年实现税收2亿元。

光彩大市场的建设，得到了市政府的大力扶持：

一是舆论宣传。市政府对园区的建设大造舆论，广泛宣传推动，形成了优先发展物流产业的共识，并作为招商引资项目积极推介，在全国各地开展宣传造势，吸引外地客商的关注。

二是舍得投入。园区内的土地平整、水、路、电、气、通讯、电视等六通一平基础设施全部由政府投资，连同征地费每亩土地成本达到了25万元，而以7万元的价格出让给企业建设开发。

三是税收优惠。入市经营工商户产生的税收，采取先征后返的办法，三年内凡地方税收和所有规费给予返还，以此形成洼地效应，集聚众商家入市经营。

四是优化环境。一方面设立管委会，负责园区内的管理和协调工作；另一方面派驻市政府办事机构，在工商注册、税务登记等办理相关手续方面提供高效、优质的一站式服务。同时，规范市场管理，将各类物流企业集中到物流园区经营，统一发证，制定标准，设立管理机构，实行严格管理。

## **鞋子市场调查报告总结篇六**

现在童装行业的竞争也是十分激烈的，根据消费者的需求和消费习惯提前做好童装市场的细分有利于商家准确地制定自己的经营方向和策略。

## 细分市场的作用

细分市场可以帮助经营者寻找市场机会、准确把握方向、制定适宜的发展策略。因为通过市场细分，可以了解各细分市场中顾客的需求及满意度，若某一细分市场中，顾客的需求未得到满足，或满意度较低，就说明该市场存在机会。可见，细分市场是商战中发现良机、拓展生存空间的有力手段。

细分市场还可以使开童装店者以最低的成本取得最大的经济效益。因为只有细分市场才能准确选取目标市场，才可以有的放矢地采取适当的市场营销手段，从而以最少的经营费用取得最大的经营效益。

## 影响细分市场的因素有哪些呢？按地理区域细分

这是指开童装店者按照消费者所在的地理位置来细分市场，具体要素包括国家、地区、城市、城市规模、自然环境、气候条件、交通运输条件等。地理区域细分的主要依据是：处在不同地理位置的消费者，对于同一类产品通常会有不同的需要和偏好，他们对企业的产品、价格分销渠道、广告宣传等营销手段的反应也各有不同。

开童装店者在进行地理细分时，不仅要注意各个分市场的特点及其潜力，而且要注意开业成本随选择的目标市场所发生的变化，开童装店者应选择最能发挥自身优势的、效益较高的地理位置。

## 按人群特征细分

这是指开童装店者按照人的因素进行市场细分。包括作为人的自然特征和社会特征，如年龄、性别、职业、收入、受教育程度等，因为这些因素通常都是会影响消费者的需求、偏好和产品的使用率。

## 按心理特征细分

这是指开童装店者按照消费者的心理特征来进行市场细分的。心理因素十分的复杂，包括生活方式、个性、家孩子取向以及对商品服务方式的感受或偏爱、多商品价格反应的灵敏程度等。

## 按购买行为细分

这是指开童装店者按照消费者的购买行为进行细分，主要包括购买动机、追求的利益、使用频率、忠诚度等。

# 鞋子市场调查报告总结篇七

一般来说，市场调查的内容极为复杂，范围极为宽广，从不同的角度出发，就会对市场调查的内容和范围有不同的理解。但是，如果我们只从广告运作的规律考虑的话，市场调查的内容和范围还是基本确定的，主要有：市场环境调查、广告主企业经营情况调查、广告产品情况调查、市场竞争性调查、消费者调查等几项内容。

### （一）市场环境调查

市场环境调查是以一定的地区为对象，有计划地收集有关人口、政治经济、社会文化和风土人情等情况，在现代市场经济中，市场营销受着市场环境的影响。因此，对市场环境的分析研究，就成为广告策划和创意的重要课题。

市场环境调查的主要内容有：

#### 1、人口统计

主要包括：目标市场的人口总数、性别、年龄段、文化构成、职业分布、收入情况、以及家庭人口、户数与婚姻状况等。



通过对这些数据的统计分析，为确定诉求对象、诉求重点提供依据。

## 2、社会文化与风土人情

主要包括：民族、文化特点、风俗习惯、民间禁忌、生活方式、流行时尚、民间节日、宗教信仰等内容。对这些进行分析，可以为确定广告的表现方式和广告日程提供了事实依据。

## 3、政治经济

主要包括：国家的法律法规、方针、政策、重大政治活动、政府机构情况、社会发展水平、工农业发展现状、商业布局等内容。这是制定产品策略，市场营销策略和进行广告决策的依据。

### （二）广告企业经营情况调查

广告企业经营情况调查是指对广告的历史现状、规模及行业特点、行业竞争能力等情况的调查。

其目的是为广告策划和创意提供依据，从而有效地实施广告策略，强化广告诉求。主要内容：

1、企业历史：主要了解广告企业是新企业或是老企业，在历史上有过什么成绩，其社会地位和社会声誉如何等。

2、企业设施和技术水平：主要了解生产设备和操作技术是否先进，发展水平如何。

3、企业人员素质：主要包括人员的知识构成、技术构成、年龄构成、人员规模、科技成果、业务水平、工作态度、工作作风等情况。

4、经营状况和管理水平：包括企业经营的成绩如何、企业组

织结构和工作制度是否健全、工作秩序是否良好有序、企业的市场分布区域、流通渠道是否畅通，以及公关业务开展情况等。

5、经营管理方法：包括企业经营的生产目标、销售目标、广告目标，以及实现上述目标采取什么样的经营举措、经营方式等。

### （三）产品情况调查

产品调查是市场调查的一个重要内容，以其类产品为调查主题，从产品的诸方面性质入手，就可以确定此类产品是否在市场上适销，提出指导性意见，为企业的营销战略和广告策划提供参考。

产品调查的主要内容有：

1、产品生产：包括广告产品的生产的历史、生产过程、生产设备、制作技术和原材料使用，以便掌握产品工艺流程和质量。

2、产品性能：主要考察产品的功能，与同类产品比较的突出长处，此外还包括产品的外形特色规格、花样、款式和质感以及装潢设计等。

3、产品类别：广告产品是属于生产资料还是消费品。又是其中的哪一类，生产资料主要类型有：原料辅料、设备工具、动力。消费品的主要类别有：日常用品、选购品和特购品。只有分清类别，广告设计和广告决策才有针对性，广告媒体选择才能准确适当。

4、产品生产周期：指产品在市场的销售历史，产品的生产周期分为五个阶段，即引入期、成长期、成熟期、饱和期和衰退期。产品处于不同的生命周期，其生产工艺水平不同，消

费者需求特点不同，市场环境情况也不同，因而所要采取的广告策略就应不同。

5、产品服务：在现代市场经济中产品服务是影响销售的重要内容，尤其是耐用消费品和重要生产设备。

产品服务包括：销售服务与售后服务。

销售服务包括：代办运输、送货上门、代为安装、调试培训操作人员等。

售后服务包括：维修、定期保养。

这方面的宣传也是增强消费者对广告产品信任感的重要方面。

#### （四）市场竞争调查

市场经济的原则之一便是公平竞争，现代商品的市场产品竞争愈演愈烈，所谓“商场如战场”在市场竞争性调查中，重点查明市场竞争的结构和变化趋势，主要竞争对手的情况以及企业产品的竞争成功的可能性，在广告创业的竞争性调查中还要了解广告市场竞争的状况，各种广告手段与效果分析以及提出新广告策划的可能思路，通过这种调查性分析寻找到最有希望的产品销售突破口，寻找到最佳的广告创意。

市场竞争性调查的主要内容：

1、产品的市场容量：包括生产经营同类产品的竞争等相目、规模、市场占有率及变化特点。

2、竞争对手的销售服务和售后服务方式、消费者的评价。

3、竞争对手的生产经营管理水平，尤其是销售的组织状况、规模和力量、销售渠道选择方式。

4、各竞争者所采用的广告类型与广告支出等等。

### （五）消费调查

是一种极为重要的大事，由于可口可乐公司了解人们在一杯饮料中加入几块冰的数据，该公司便掌握了美国餐厅饮料及冰块的需要量，可见对消费者群体进行调查研究，对企业来说，是多么重要。

市场调查针对的消费者，包括工商企业的用户和社会个体消费者，通过对消费者购买引来的调查，来研究消费者的物质需求，购买方式，购买决策，为确定广告目标的广告策略提供依据。

消费者调查的主要内容有：

1、消费者的风俗习惯、生活方式、不同类型的消费者的性别、年龄职业、收入水平购买能力以及对产品商标和广告的态度与认识。

2、产品的使用对象属于哪一个阶层，消费者对产品的品情、质量、供应数量、供应时间、价格、包装以及服务等方面的意见和要求，潜在客户对产品的态度和要求，以及消费群体对新产品的需求趋势。

3、影响消费的因素。包括购买动机、购买能力、购买习惯等因素。

购买动机——指推动消费者购买某种商品的念头，只有找准是什么样念头促成了消费者的购买作为，才有可能使广告宣传做到有的放矢。

购买能力——是指消费者在感情动机和理智动机的支配下而对某商品的注意、兴趣、购买欲望购买的能力，研究购买能

力是制定广告战略的不可缺少的重要内容。

购买习惯——即消费者日常在何时何地以及如何购买的问题。一般情况下，消费者购买商品的时间选择是有规律的，比如：有人常常在星期日到街上购买，有人则常常中午或晚上购物，再如，季节交换、节日来临、发工资等，都是影响购买作为的因素，了解这些情况，可为广告时机、地域的选择提供有价值的参考。

## 调查程序

- (1) 确定调查目标；
- (2) 拟定调查计划；
- (3) 设计调查表；
- (4) 实地调查；
- (5) 统计分析调查资料；
- (6) 提出调查报告。

## 广告市场调查的目的1、产品定位

通常市场调查，可以将某种商品的市场位置加以确定。通过这种产品定位进而推导出产销策略定位，并且做出产品的广告定位，可见，市场调查的一个重要原因就是使广告的定位更切合实际，扩大产品的知名度和美感度，进而巩固产品的市场。

## 2、选择广告策略

广告策略是多种多样的，没有固定的或专一的模式。确定以何种广告策略表达营销的目的，归根结底在于对市场的符合

实际的了解，只有通过对市场的分类与对市场的不同层次消费群体的分析，才能提出有针对性的广告策略，没有深入的市场调查，具体有效的广告策略便无法制定，所以广告调查是选择广告策略的前提和手段。

### 3、确定广告媒体的方式

不同的商品，不同的消费者，不同的消费区域和时机，其广告媒体方式能起到促销作用都是不同的，市场调查可以使广告策划者根据不同的市场行情，消费走势，及社会文化的背景条件，确定最适当的广告媒体方式，以最有效地达到推销促销的目的。

### 4、寻求最佳的广告诉求点

“消费者是上帝”这一商界格言，说明了消费者在现代市场经济中所处的重要地位，对于广告活动来说，广告策划者也必须十分关注对消费者的研究，消费者的消费态度，消费方式是受多种因素制约的，某类商品的推销，关键就在于寻求最佳的广告诉求点，这是广告管理策划的集中体现。因此，市场调查的目的，就是通过广泛深入市场调查，确定广告的最佳诉求点，达到与消费者的良好沟通，从而促进市场的运转。

### 5、确定广告时机

广告时机的选择，是广告策划的重要内容，也是广告媒体选择程序中的重要步骤，广告的时机选择不是主观随意的，从根本上来说要服从市场的变化和消费者需要，所以市场调查的一个目的就是把握最佳广告推出最佳时期，以便收到事半功倍的效果。

比如：以前给大家举过的日本螺索服装公司“黑色雪衣”广告时机的把握的案例，就是建立在市场调查的基础上的成功

案例。

调查要求：

广告市场调查是一项目的性、实践性十分突出的工作，无论是对企业的决策者，还是对广告的策划来说，都是十分重要的。没有经过市场调查的产品，是不宜轻易生产经营的，没有对市场进行调查分析及预测，广告策划与创意也是无根据的、盲目的，不可能收到预想的广告收益。因而，市场调查的基本要求，就是企业的全部营销战略（其中重要的手段之一就是广告）都要服从市场（消费者）的需要和要求，主要有几下方面：

### 1、广告市场调查必须经常性的进行

市场本身就是一个千变万化，错综复杂的动态系统，这就要求市场调查必须有步骤地经常进行，没有及时的和经常市场调查就不可能及时地观察市场变化和市场出现的新情况、新趋势、新特点。企业也就不能及时采取应变措施，其结果不但新产品难以打开销路，就算名噪一时，十分抢手的产品也会因此而逐渐失去竞争力变成滞销，产品无法销售，所以必须确立市场调查的长远规划，建立适应的工作制度，真正发挥市场调查在营销广告策划与创意中应有的功效。

### 2、广告市场调查必须有目标地进行

广告市场调查能否成功最主要的取决于市场调查目标确立，市场调查的目标主题相关，派生出广告策划的主导思想，因而市场调查的最重要的方式就是提出目标，更是以预测市场发展的趋向为目标，就会产生出不同的市场调查方案，依据不同的市场调查方案，构思新的广告方针和策略。

虽然市场调查目标有总体目标与具体目标的层次上的差别，但都要求和广告策划的主题紧密结合起来，只有与市场调查

的目的相关，才能有的放矢。采取广告的各种策略，也只有重视并抓住市场调查目标，才能使广告策划发挥其拥有的功效。

### 3、广告市场调查必须遵循精确性原则。

广告市场调查的精确性原则是其本身提出来的，市场调查的专对的对象越宽泛，市场信息的越复杂，市场的发展变化越迅速，就越要求市场调查科学精确。

广告市场调查的精确性包括三个方面的内容

(1) 在调查方法上无论采取定比方法或是定量方法，都要使调查的第一手资料真实可靠，尽可能符合市场发展的实际。

(2) 在调查材料的概括分析上，必须采取从现象进入本质的科学抽象方法，从而使广告市场调查出的结论更科学、更合理。

(3) 在广告策划和广告策略中，市场调查与广告手段的一体化关系表明广告的目标必须适合市场发展的规律，使营销战略建立在更扎实更牢固的基础上。

(4) 市场调查人员必须有良好的素质。

市场调查是一项长期的艰苦的复杂的工作，具体承担这项工作的人素质能力不仅关系到市场调查的成败，也关系到广告策划思路能否取得实效，这就要求市场调查人员应当具备较高的文化素质、思想修养和良好的工作作风，因为市场调查者面对的是大量客观的市场信息，一个调查者应当懂得如何去搜集资料，去什么地方搜集资料，并有能力对资料进行及时的整理、分析和研究，所以具备一定对综合信息的决策能力和预测能力，这是对市场调查人员最起码的要求。



## 调查方法

广告市场调查的方法，是指在进行调查时，用以发掘资料来源，搜集整理资料信息，实现市场调查目的进而确定广告策划的各种途径和方法。

### 1、市场普查法

市场普查法是以市场总体为调查对象的一种调查方法，是为了了解市场某种现象在一定时空上的情况而进行的一次全面调查，这种调查方法的基本特点，是具备有全面性、精确性、相对稳定。市场普查法通常是由专门的普查机构来主持，需要组织统一的人力和物力，确定调查的标准时间，提出调查的要求的和计划，由于市场普查法的侧重点是宏观的，它本身包含着很多具体内容，因此它也是实际调查中运用较少的一种。

例如：“飘逸”营养浴液利用市场普查法制定的广告策划，便是一个成功的事例。北京丽源化学总厂在为其产品“飘逸”营养浴液进行广告策划时，首先从宏观上全面调查产品涉及的客源情况，获得了大量有价值的材料。

(1) 从企业自身条件看，“丽源”采用的是日本华姿技术，在全国同行业中占有优势。

(2) 从市场情况分析看：浴液产品，销路一般，但经过市场普查了解，消费者只愿意购买大瓶包装的，讲求实用，而小包装的产品则更适合于高档以上的各类宾馆。

(3) 从消费者情况来看：人们大都有对浴液产品的性能尚不认识，加之居住条件较差，很多家庭还没有自己的卫生间设备，浴液产品难以普遍进入寻常百姓家。

通过全面的市场普查，“丽源”提出了符合实际情况的产品

定位，即一方面把重点放在城乡各类宾馆上，另一方面加强广告宣传，特别是引导消费者认识此类产品的性能和特点，北京丽源厂的经验表明，通过市场普查，熟悉产品市场情况，做到心中有数，在此基础上，制定切实可行的广告策划，是产品成功的关键。

## 鞋子市场调查报告总结篇八

长堤路、白龙路、新埠桥——三条“巨龙”的“激情碰撞”，“汇”出了海甸岛的一个“黄金三角地带”，而坐落于这个“三角区”旁的白沙菜市场，凭借其优越地理区位，成为这一带居民不可或缺的“物质生活中心”。人们的一日三餐不仅可以在此购置，就连其他的生活必需品，在市场的商业街上也都应有尽有。从菜市场到一个小型集市再发展到如今规模不小的市场过程中，先后带动了餐饮店、茶店、理发店等的兴起和发展，从而在市场旁形成了一条商业街。正是由于二者的相辅相成，才极大满足了当地居民的日常物质需要，所以对于当地居民而言，以白沙菜市场为中心的商业区，在他们的日常生活中已占据了极其重要的地位，白沙菜市场至今仍是居民物质生活中一颗摧燦的明珠。

处于菜市场内和商业街的餐饮店，包括一些小型的早点摊位，供应当地大多数居民的早点，因此这些食店的卫生安全至关重要。但据笔者了解，除了茶店和一些中型的食店外，剩下的小型摊点的卫生状况令人担忧：有的生产环境阴暗、潮湿，设备简陋，卫生条件明显不合标准；有的就餐环境置于闹市之中，食品的安全卫生不能得到保证。在主市场内卫生的管理做得很好，已经武装到“海陆空”。在“浩瀚”的地面上，人工挖开了许多条纵横交错在一起的小沟渠，仿佛一张巨大的渔网撒开在地面上。菜市场的屋顶是由多块巨大的铝板拼装成的，并且在每一边“屋檐”下都接了一段狭长的u形槽。而槽口正对着地下的排水口。这样一落千丈，无论是来自地面的“千军万马”，还是从天而降的“天兵天将”，都被“腾飞”在天地间的两条“巨龙”给降服了。污水的及时排放避

免了蚊虫的大量滋生。特别值得一提的是市场的菜行配置。根据“污染由少到多”的原则，在第一入口处是几乎不产生垃圾的副食行，如佐料、蛋类、豆乳类。接下来是菜行、肉行、鱼行和活禽行。合理的菜行分布不仅减少了污染的空间，而且极大地方便了人们选购物品。

为了减轻进入菜市场的车、货流量，方便居民购物，在菜市场始建之时，就同时修建了一个停车场，其他入口处都设有横杆，禁止车辆的进入。停车场的对面，是市场办公室兼保安处。它扮演着处理交易双方纠纷及保护市场内人员的重要角色，是维护市场秩序的“钢铁战士”。但百密终有一疏，在看似到位的市场管理下，却存在着多处明显的安全隐患。在菜行的后方，留有相当于一行摊位的空地。但这里摆放的既不是新鲜的蔬菜，也不是可口的熟食，而是杂七杂八地堆放着编织网、蔑筐、塑料桶等。这些易燃物常常堆得超过人头。这一市场死角自然成为蚊蝇的“天堂”，且存在火灾隐患。但不知市场管理人员是否意识到这一点，一旦由此而引发了火灾，顷刻间就可以使菜市场变成人间“地狱”。而假若有一天真的要面对突如其来的灾难，人们在此时最容易想到的“救星”——灭火器，笔者在市场的明显位置上也仅找到了两个。安全隐患不仅存在于市场内，在市场门口的上方，电线凌乱地交杂在一起。有的电线多处已被缠上了厚厚的绝缘胶布，这说明了这些电线早已老化。而同样处在菜市场门口的总电闸箱，它的安装高度也过矮，而与其毗邻的就是一家杂货店。“火”与“火药”的如此“亲密接近”，危险一触即发。

另外，市场也存在着用电浪费的现象。市场内的灯管每天都要亮到早晨九点半以后。大量使用塑料袋也是市场亟须根治的另一顽疾。市场内使用的塑料袋的价格一般都在0.7-1元之间，价格低廉，但都并非属于环保型产品。尤其是有色塑料袋，它对于食物的危害性更大。但前去购买一日三餐用品的居民，几乎都只能用有色塑料袋来装购买的食物。

海南夏季很长、每到夏天，阳光总会和我们“亲近”许多。漫长炎热的夏季，是人体消耗最大的时候。夏天气温高，出汗多，饮水多，胃酸被冲淡，消化液分泌相对减少，消化功能减弱致使食欲不振，加上天热人们贪吃生冷食物，容易造成胃肠功能紊乱。因此，夏季食物的选择和搭配尤为重要，食物一般宜清淡、苦寒和易于消化。

据笔者观察，随着高温酷暑天气的到来，菜市场上瓜类蔬菜、鱼肉、鸭肉等食物的销售量明显增加，居民在这段时间内都较多地选择利于消热解暑的食品。

白沙菜市场若要求得更好的发展，安全问题是首要解决的，对于前文提及的安全隐患和管理漏洞，笔者就此提出了以下的解决方案。

“放心饮食”——虽然大多数食店、茶店分布在商业街上，不属于市场的管辖范围。但市场只要对自己内部的饮食店严把质量关，为顾客提供一个干净整洁的就餐环境，创造出优于外部食店的饮食条件，那么就可以吸引更多的居民来此就餐，而市场内部的食店也能让顾客吃上一顿营养好、质量高的早餐。

“安全购物”——这要以“规范摊主行为”为主，不准菜行摊主乱弃腐菜败叶；不准肉行摊主乱放刀、板等危险物品。总之，市场要根据各行当的特点、实际情况来规范摊主们的行为。而市场本身，也要对菜市场的建筑结构，设施等进行定期检查和维修。此外，市场还可以统一购进环保型塑料袋，减少有色塑料袋的使用。费用可由市场和摊主平摊，这样就做到了摊主、市场共同对消费者负责共同营造一个良好的交易环境。

另外，菜市场还可以展开软件方面的攻势：在市场内设立宣传栏。重点向顾客介绍一些生活小常识，如防火和安全用电等，永远都要把居家安全的话题放在首位；市场亦可以根据季

节的变化来提醒消费者选购适宜的食品；“教您一手”厨房时刻等，都可以搬上宣传栏。而目的只有一个，就是要让菜市场走“亲民化”道路，更加贴近老百姓的日常生活，赢得更多消费者的青睐。

硬件的改进和打造的“软件品牌”，不仅会使白沙菜市场继续保持住它“物质生活中心”的地位，而且还会使这颗明珠更加耀眼夺目！

## 鞋子市场调查报告总结篇九

20xx年10月16日

建马特/马鞍

新型装饰涂料、新型板材、新型壁纸

调查目的:通过对各种新型墙面装饰材料的市场调查，了解新型涂料、板材、壁纸等材料的优缺点。及时结合课本知识相结合，深刻了解新型材料在现实生活中的运用。同时了解新型材料的前景和装饰流行趋势。

墙体涂料主要分为两种:内墙涂料和外墙涂料。在如今越来越重视舒适环境和环保观念的影响下。无甲醛、放水、释放负离子等新型涂料应运而生。下面就是我们看到的几种新型涂料:

### 一、负离子内墙漆

1、持续释放负离子:采用最新负离子发生技术，能够持续释放对人体有益的负离子;权威检测表明，鲜呼吸健康墙面漆释放负离子的浓度，如同置身于大森林。

2、净化空气:科学实验表明，负离子除了有益健康外，还能

够有效去除室内多种有害气体，尤其对新装修家庭室内环境中的游离甲醛除解作用明显；气味清新，更胜天然。

3、舒缓身心：采用科学配方及欧洲先进技术，添加的e8ii(芬多精)成份，在漆膜干燥后能够持续释放；具备安定提神，舒缓身心的作用，让您尽享安祥与静谧。

4、超级耐擦洗：采用优质进口乳液，不掉粉，不褪色；漆膜经多次擦洗后不留痕迹，手感细腻柔滑；耐反复擦洗。

5、防霉抗藻：具有优越的防霉抗藻功能；能够长时间保持墙面为亮丽本色。

## 二、“高性能弹性”外墙墙面漆

“高性能弹性”外墙墙面漆是一种集弹性厚浆中层漆和带色面漆功能于一体的纯丙烯酸外墙墙面漆，具有极佳的防水性能和极佳的弹性，可抵抗和覆盖墙体细微开裂。

## 三、“硅丙耐候”外墙墙面漆

“硅丙耐候”外墙墙面漆是采用当今世界先进的涂料技术开发的一种具有优异综合性能的优质高档有机硅改性丙烯酸外墙漆。

## 四、调湿涂料：

这种涂料是以吸水树脂为主要成膜物，配以各种特殊粉料调制而成的一种功能性涂料，具有特殊的调湿功能，在室内过于干燥是能释放出水分，保持一定的湿度，给人以清新自然的感觉，并且具有一定的保健功能，属于环保绿色涂料。

## 五、灭虫涂料：

这是一种可以代替驱蚊药的涂料，环保灭虫乳胶漆遮盖率高，

附着力强、高雅华贵、装饰效果突出，同时还具有独特的灭虫功能，它对环境友好，无任何有害影响，灭虫功能可长达5年以上。

## 六、高级荧光乳胶漆：

这是一种具有白天吸收光能，夜间可发出柔和荧光的神奇功能的涂料，每天可持续发光6小时，发光功能可维持4年不变，是一种豪华的新型装饰材料。

## 七、多彩花纹涂料：

这是一种能使墙壁立刻变成一幅图画涂料，它有效地克服了壁纸有接缝，不是擦洗的老大难文艺，只需要一次喷涂即可形成多种色彩层次，不但造型新颖，色泽优美，而且花纹奇异、附有变化，很有艺术气氛和效果。

在装饰过程中板材是必不可少的，有何新型环保的板材呢？下面由我来介绍两种给大家：

### 一、实木颗粒板

所谓的实木颗粒板，其实是以刨花板的工艺生产的板材，是刨花板的一种属于均质刨花板。

均质刨花板的学名叫定向结构刨花板，是一种以小径材、间伐材、木芯、板皮、枝桠材等为原料通过专用设备加工成长40mm□70mm□宽5mm□20mm□厚0.3mm□0.7mm的刨片，经干燥、施胶和专用的设备将表芯层刨片纵横交错定向铺装后，经热压成型后的一种人造板。

大亚均质刨花板将刨片通过先进的单通道干燥机进行干燥处理后，膨胀系数小，防潮性能非常好，其刨片实行的是定向层层铺装，所以它的内部内部质地均匀，比普通刨花板和粉

状的密度板握钉力、抗弯压性、稳定性都要要强。

## 二、秸秆颗粒板材

秸秆板材具有强度高、幅面大、防火、防潮、防水性好等特点。秸秆板材和秸秆门所生产的定向结构板相比市场上可以见到的各类人造板强度更大，性能更加稳定，应用范围也更加广阔，可用于木结构房屋、集装箱底板、出口设备包装箱、水泥磨板、取代了传统的胶合板。

它不含甲醛的特性在中国家装市场上具有很强的竞争力。而这种优质的环保秸秆板材和秸秆门是以一年生的农业废弃物麦秸为原料生产的定向结构板。

在已经建成的国际最先进的ossb麦秸秆板材生产线，设计年产量为6万立方米，据不完

全估计，仅此一项可消耗秸秆4万吨；同时可以减低二氧化碳排放4万吨；以每吨秸秆回收价400元为准，回收秸秆将平均为每户农民增收15%。以实际有力地措施协助各地政府节能减排、加强农秸秆综合利用产业化建设。

## 一、织物布面壁纸

织物布面的壁纸主要是用丝、毛、棉、麻等纤维为原料织成面层，以纱布或纸为基材，因此彻底杜绝了影响健康的不良因素，安全系数高。其中无纺墙布是用棉、麻等天然纤维或涤纶合成纤维，经过无纺成型、上树脂、印制彩色花纹而成的一种新型高级饰面材料，极富弹性。

此外，这种壁纸具有较好的隔音效果以及阻燃和环保的性能  
共4页：

## 二、草编壁纸



草编壁纸即以草为原料，加工制作而成的壁纸。它是由草、麻、葛、竹、藤、木、叶等天然材料干燥后压粘于纸基上，无毒无味，吸音防潮，保暖透气，自然质朴，乡土气息浓郁。

### 三、. 纯纸壁纸

纯纸壁纸主要是由草、树皮及现代高档新型天然加强木浆(含10%的木纤维丝)加工而成，粘贴技术简易，不易翘边、起泡，无异味，环保性能高，透气性强，是儿童房壁纸很好的选择。

### 四、. 硅藻土壁纸

硅藻土是由生长在海湖中的植物遗骸堆积数百万年变迁而成。由于硅藻土自身有无数细孔，可吸附分解空气中的异味，因此，硅藻土壁纸具有吸湿、透气、防霉、除臭的功能，可以广泛应用于居室、书房、客厅等房间。

### 五、布基壁纸，铺装自然

布基壁纸是选用高档纱布与聚脂材料及天然的材料制成，效果自然，质感与布比较接近，铺装起来也很自然，给人以温馨的感觉。

### 六、液体壁纸

液体壁纸漆顾名思义就是装饰效果像壁纸的一种漆，该产品早已在欧美风行多年，成为居家、工程装饰的最佳材料。近几年来，壁纸漆产品开始在国内盛行，受到众多消费者的喜爱，成为墙面装饰的最新产品，是一种新型的艺术装饰涂料。通过专有模具，从而在墙面上做出风格各异的图案。该产品主要取材于天然贝壳类生物壳体表层，粘合剂也选用无毒、无害的有机胶体，是真正天然的、环保的。

经过几个小时的市场调查让我们了解到新型材料的诸多新功能、新特点、新优势，也亲自看到装饰材料的装饰效果及其功效。但是我们也看到新材料的缺点与不足，既然是新材料所以它的市场占有率并不是很高，很多新的功能并没有被人们所认可与熟知。由于材料制作工艺复杂所以价格较为昂贵，普通老百姓消费不起。但是随着社会的前进和发展，人们的环保意识不断的提高。相信新型材料在今后的建筑的装饰上面将会普遍出现和使用。