# 最新市场调研报告心得感悟 市场调研报告心得体会(九篇)

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-10-19

*当我们备受启迪时，常常可以将它们写成一篇心得体会，如此就可以提升我们写作能力了。我们如何才能写得一篇优质的心得体会呢？以下是小编帮大家整理的心得体会范文，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。市场调研报告心得感悟 市场调研报告心得体会篇一...*

当我们备受启迪时，常常可以将它们写成一篇心得体会，如此就可以提升我们写作能力了。我们如何才能写得一篇优质的心得体会呢？以下是小编帮大家整理的心得体会范文，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

**市场调研报告心得感悟 市场调研报告心得体会篇一**

详细陶瓷市场分析

为了解陶瓷市场现状、消费者状况与消费心态、市场的未来发展等问题，我对目前陶瓷消费市场进行了资料收集分析，从中我对国内外陶瓷市场的概况及消费者的行为特征有了初步的了解。

(1) 国内市场分析 当前世界上建筑陶瓷年总产量约43亿平方米，，连续几年跃居世界第一，可以说，是名符其实的生产消费大国。然而产品质量、品种、档次、配套能力与世界发达国家相比，还有一定的差距。 通过近几年的发展，产生了一些如东鹏等国产名牌产 品。同时，部分国际品牌垂涎中国市场的巨大蛋糕，以三高(高品质、高品位、高价格)定位(尤其是处于顶级的范思哲)，纷纷进入中国高端市场。国内瓷砖市场形成了高、中、低三个档次的市场格局。

一方面，意大利、西班牙进口瓷砖品牌，范思哲、埃米等占据高价位、高利润的高端市场，他们在努力坚守高端市场的同时，也开始开拓中端市场。

另一方面，东鹏、蒙娜丽莎等国产品牌，在国内中档市场占有相当大的份额，同时，东鹏等积极开发高端产品，冲击高端市场，挑战进口洋品牌。

(2)国外市场分析

欧洲主要为高端市场，而我国瓷制品的普遍质量远不及国际高端。然而，在金融危机的冲击下，国外市场开始把目光转向物美价廉的中国出口瓷。这将成为我们打入国际市场的一大契机。亚洲主要为中低档市场，发达国家极力利用资本输出将产业转移到我国，这将变相的把我国变成加工地，并且造成极大污染。此外，金融危机使得美元贬值，出口收影响很大，产业平衡木由出口转向内销。通胀使得物品普涨15-20%燃油价格大涨，影响制瓷成本。人民币的大幅升值(约5-10%)这对出口打击是相当大的。 但是，可喜的是：20\_\_年，在国际金融危机爆发以及全球经济增速下滑不利因素影响下，我国陶瓷进出口依然保持了一定的增长。根据海关统计，20\_\_年我国陶瓷进出口总金额84.8亿美元，比上年(下同)同比增长19.86%。其中出口金额80.31亿美元，同比增长20.93%进口金额4.48亿美元，同比增长3.44%。：

节约能源和原材料消耗，并做到物尽其用。对环境有污染的废气(so2、co、co2、nox及烟尘等)尽量要少。 对人类有害的废水(含铅、镉、汞、铬等重金属元素)尽量要少。 对人类身体不利的放射性物质不存在。 提倡生产自洁、抗菌、杀菌等保健功能的陶瓷。 粉尘、游离二氧化硅尽量要少。 噪音、热散失尽量要少。生产和工作环境要清洁、干净、舒适。关于行业发展的趋势：交易形成整合场所：一是交易向大型专业市场和综合市场的专业市场群集中，一是市场上会出 现一些经营大户，向贸易公司转型的趋势也已经初露端倪，实际上现在的总代理、总经销正在市场里面孵化，从而形成共享资源、降低成本、提高效率的多赢局面。厂商一体化加快：这样将会使强者更强、弱者更弱。陶瓷企业市场渠道的好坏，取决于拥有多 少优质经销商的总和。只有把企业和经销商捆绑在一起，有利同享、有难同当，经销商才会全力推广你的产品，才会把市场通道建立成一个健康的渠道。市场竞争全球化：有评论称，陶瓷业的市场竞争已经形成国际化趋势。各大档次市场竞争都十 分激烈。

**市场调研报告心得感悟 市场调研报告心得体会篇二**

一、基本情况

1、产品情况

消费者更加追求服装的质量 (面料、版型及做工)。

结合调查结果，男装需求的个性化、差异化主要反映在服装面料、版型、及做工上，这将逐渐改变过去产品同质化的现象。特别是近年来流行的休闲、复古风以及对环保面料、功能性产品的需求，让男装市场的细分更加明确。相比面料而言，突出个性化设计更加重要，而原创风格品牌对消费者的影响力会越来越大。从营销的角度来看，石家庄市场品牌男装产品的面料呈现趋同化状态。面料运用上均钟情于天然材质，麻、棉、丝则是首选。男装都有了防缩水、耐磨、防虫蛀、抗静电等功能。西服的面料强调进口，采用毛料、仿毛类面料，质地细腻的哔叽和花呢组织中加入传统典雅的细条纹，新颖的人字纹复合组织、席纹组织中加入明暗相间的宽条纹，突出表面的肌理，展现服装立体感和动感的凸条效果。另外，棉或亚麻与锦纶混纺的条纹西装面料占有一定的比例;t恤产品以桑蚕丝、牛奶丝、丝光棉等面料为主，强调透气性;衬衫以棉织面料为主，大量使用纤维之王的棉织物，包括精纺棉、捻纱棉和丝光棉。

商务休闲款式的产品比例加大。

虽然石家庄市场各品牌男装产品的款式相对较为趋同，但是整体的款式变化更加趋向于休闲化。各品牌的款式风格更加趋向于以时尚、风格、经典、精品为主，以满足目标客户的个性化需求和时尚要求，具有较高的附加价值。

西服以合体的单排三粒扣、四粒扣经典西服，领位上移的平驳领和小枪驳领西服，侧开衩、单开衩，明袋、暗袋，针迹明显的拱针款式为主，重点体现在宽条纹，细条纹，斜条纹，横条纹，竖条纹齐等时尚条纹面料的运用上。衬衫、t恤的款式中条纹和方格的产品居多。

二、值得企业关注的问题

前面所提及的产品、渠道、价格、促销四方面都对品牌男装的销售有着不同程度上的影响。但是，单个企业若要寻找、制定营销策略还是应该运用swot的方法从自身企业出发结合整体外部的情况进行更加详细的分析，才能找出品牌制胜的要素，同时拟定出合理的营销策略。我们以下的分析是针对在特定的条件下，初次购物的消费者进行的研究。通过我们调查得出的对影响其购买决策因素的梳理，希望能够给进驻石家庄商场的新的品牌男装企业一些启示。

调查数据显示，七成以上的消费者都较熟悉一些国外服装品牌，而倾向于国内品牌的多不足半数。品牌知名度越高，其购买的人群范围越广，如耐克、阿迪达斯、kappa、等国际品牌，而李宁、七匹狼、雅鹿、波司登、鄂尔多斯等国内知名品牌也成为消费者心目中国内品牌的代表。

然而从上面各表的统计却看出，消费者虽然对一些男装品牌很熟悉，真正实际买过的却很少，这又在一定程度上说明了品牌男装的广阔市场前景，造成这一结果的原因是多方面的，首先，目前人们的消费水平还不是很高，消费观念还有待进一步提高;其次，人们对于目前品牌男装的质量水平还不是很满意，品牌男装的发展路程还有很长路要走;另外，男装品牌的营销手段还是相对较单一，这是应受到更多男装企业、商家注意甚至重视的问题。 六、调研总结

在当今市场大环境下，本地区的男装品牌消费与一些发达地区仍有不晓得差距，但相信本地区的男装品牌市场会发展的越来越好，现今，本地区的品牌男装企业、商家也在不断努力，争取更好的市场局面。

**市场调研报告心得感悟 市场调研报告心得体会篇三**

一、调查目地

详细了解青海民大学生在烧烤市场上的相关信息，为“烧烤地带”烧烤店在青海民大的发展制定科学、合理的营销方案，助其更好的发展。

二、调查对象与调查单位

1、调查对象：青海民大所有学生调查单位：样本中的每一个学生

三、调查内容

(一)行业市场环境调查

1、青海民大烧烤市场的容量及发展潜力烧烤行业的营销特点及行业竞争状况

(二)消费者调查

1、消费者的消费偏好、消费频率、消费额

2、消费者对烧烤的相关提议

(三)竞争者调查

1、主要竞争者的优、劣势主要竞争者的营销方式与营销策略

四、调查问卷(附后)

五、调查时间和调查期限

调查时间：20\_\_.11.1――20\_\_.11.31 (三)调查期限:20\_\_.3.1――20\_\_.7.1具体进度安排：

1、20\_\_.3.1――20\_\_.3.31准备阶段：调查方案、问卷的设计20个工作日;调查方案、问卷的修改，确认10个工作日。

2、20\_\_.4.1――20\_\_.5.31实施阶段：到调查地点进行问卷调查。

3、20\_\_.6.1――20\_\_.6.30结果处理阶段：问卷资料处理10个工作日;统计分析5个工作日;报告撰写10个工作日;论证阶段5个工作日。

六、调查地点

青海民大校园

七、调查方式与方法

1、调查方式：抽样调查调查方法：访问法

八、调查资料的整理与分析方法

审核、数据录入、数据分析等

九、提交报告的方式

交一份专题性报告

十、经费预算

1、问卷费50元;

2、统计费：20元;

3、报告费:30元;

总计：100元

**市场调研报告心得感悟 市场调研报告心得体会篇四**

大学调研报告：

1调查报告的基本情况，包括调查对象、目的、方式等。

2调查结果介绍。综合调查报告内容，依照不同问题进行梳理。

3调查报告的启示和解和结论。

4调查报告所反应问题的解决方案或建议。

学生从小学一路走到大学，然后大学毕业面临择业。一直以来从一所学校进入到另外一所学校，虽然周围的变了，身边的人变了，但是性质没有变，始终是接受老师传授的知识。而大学毕业踏入工作岗位，变得不仅是身处的环境，身边的人，最重要的是生活的主体内容的性质变化。毕业大学生们要从相对纯净的校园进入到五光十色的社会，从随意性很大的课堂生活进入到不能旷工、不能怠工且在专业性、技术性都有诸多要求的工作岗位上。生活内容性质的转变，周围环境的变化，以及怎样应对错综复杂的人际关系，这对刚刚毕业的大学生来说都是一个心理上的巨大磨练，都有一个漫长的心理蜕变的过程。

大学调研报告范文

一、新鲜感和逃避心理

大学生以往生活的环境是相对比较封闭的校园和家庭，毕业之后进入工作岗位面对的就是在各方面都比较开放的社会生活。一部分大学生对新的生活模式，新的生活环境充满新鲜感和好奇，对社会生活抱有过高的期望。这部分大学生会在刚开始接触工作的时候精神头十足，可一旦在工作中遇到实际困难，就会造成很大的心理落差。还有一部分大学生对社会身份的转变不能很好的掌握，看不惯社会生活中形形色色的世俗，无法很好的处理工作中上下级以及同事之间错综复杂的人际关系，从而对工作产生厌恶的情绪，负面情绪长时间得不到正确的调整，久而久之就会形成心理障碍。工作不能得心应手，人际关系上不能突破，一部分大学生会把现在的工作生活与过去作为学生的校园生活进行比较，觉得校园生活简单美好，想要重新回到校园借此逃避现实。这种不能正确的面对现实的心态被称为逃避心理。针对这种心理大学生要做好对自我心态的调节，面对困难找到原因，找到解决的办法，而不是一味的用不切实际的想法来逃避现实。

二、自卑和自负

自卑心理和自负心理是两个对立的极端。这两种心理都是不正确的，都会影响毕业大学生的身心健康。毕业大学生以前所在的学校是一个相对纯净的环境，没有太多的利益纠葛以及人情世故。进入到工作以后也就意味着进入了社会生活。工作中首先面临的是工作内容的实际操作，大学生之前在学校所学习掌握的知识在实际的应用中并不是很理想，这给大学生的心理上就造成了一个打击。其次在工作中要面对的还有自己的领导、同级同事、以及下属，在处理这三层人际关系上，没有社会实践仅靠书本上的理论知识是根本不可能实现的。人际关系处理不好，同样会导致大学生自卑心理的形成。自卑是缺乏自信心的表现，树立信心是战胜自卑心理的关键。毕业大学生刚刚踏入岗位在陌生环境陌生模式下产生的自卑心理并不是一般意义上真正的自卑。这种自卑心理只要稍加调试很快就能转变成一股力量，成为成功的推动力。不能熟练的工作是因为刚刚入职，需要一段时间的磨合，给自己树立信心，在工作上多加练习，尽快的掌握。这种自卑心理也会随着对工作环境的熟悉，工作内容的掌握而消失。不要太早的放弃，给自己一点信心，也给自己一个机会。善于发掘、利用自身的“资源”改变自己适应环境......

当代大学生面临着相当严峻的就业形势，这场经济危机不仅影响了世界各国的经济，还导致即将走向工作岗位的各校大学生带来了相当大的影响，面对危机我们应该何去何从呢?

全国大学扩招后，大学生就业难的问题已经是一个不争的现象，且有可能走向越来越难的趋势。

这个方面和国际经济形势有很大关系，另一方面和中国经济结构体制和教育改革落后有关，更和当今大学生的就业观滞后有关，针对这一社会现象进行各方面的调查，问题涉及大学生就业期望，就业素质的自我评价，高校就业指导工作，择业与就业的影响等方面，旨在对大学生就业期望与实际就业的相关问题进行实证研究，为高校就业指导和人才培养提供资料与对策研究依据调查结果呈现出以下几个问题。一多数学生对于务实有新的认识，就业期望趋向现实，主要表现在工作单位，工作区域等方面。

我们大学生的择业观正在发生变化，他们变的冷静理智，据国家工商总局统计，年我国的中小企业已经达到100万家，占全部企业的99%，中小企业和民营企业也是我们大学生的主力军，其企业具有更多的创新和更新能力，我国加入wto后对大学生求职择业带来了更多的机会......

**市场调研报告心得感悟 市场调研报告心得体会篇五**

调研人员：``````

一. 调研背景

随着社会生活水平的提高，很多家长把越来越多的心思放

在了对孩子的教育上，希望为他们从小就营造一个良好的环境。家长对孩子的各个方面都给予了极大地关注，他们也逐渐意识到玩具在孩子的一生中起的重要作用。玩具不仅有传递社会文化，娱乐、审美和益智的功能;还可以激发儿童游戏的动机，支撑游戏开展，促进游戏水平的提高。 孩子的玩具应该是按儿童成长阶段制作而成的，并且它应是适合儿童各个年龄阶段的东西。但如今，儿童玩具市场的玩具种类又是五花八门。就有很多的家长对这对此感到迷茫。不知道应该为自己的孩子选择怎么的玩具。中国14岁以下的少年

儿童及婴幼儿人口接近3亿多人，占全国人口的25%。其中城市儿童有8,000万人，构成了一个庞大的玩具消费群体。近年父母已普遍认同玩具能启发儿童智力的观念，加上现代家庭绝大多数都只有一个孩子，父母均乐意花费在孩子身上。 玩具市场发展迅猛，不单仅仅是儿童玩具还有成年人的玩具及老年人玩具，可见玩具越来越受人们的青睐。足以证明玩具市场存在很大的发展空间。有资料表明，目前中国有6,000家玩具制造商，其中99%生产儿童玩具，而据中国玩具协会的估计，中国的成人玩具市场仅青年需求一年就达500亿元人民币左右。所以只要能够在玩具店选址、产品、销售技巧、客户上都能够把握好，那就肯定有前景，而且创业成本相对会较低。

二. 调研目的

了解市场上存在的各类玩具的基本种类，了解家长购买玩具的原则和标准，看看市场上有没有符合这些家长消费者的需求。

玩具是将日常生活中的一些健身娱乐或休闲玩耍的项目,通过巧妙构思、设计，创作成为有趣的玩具，将智力发展和体能焕发融于高尚而愉悦的游戏中。

网络发卷之前调查结果表明：人们在为孩子选购玩具时除应考虑开发智力、实用、经济等因素外，还要特别重视玩具的安全与卫生。据儿童医学专家介绍，每年都有大量的儿童因玩玩具不当，造成对孩子身体乃至生命的伤害。因此，所有的被访儿童家长表示他们会把玩具的安全与卫生作为选购玩具的首要因素之一。

三. 调研步骤

1、选择目标市场

现如今，我国对农村实行减免农业税，大部分地区小学，初中减免学费，这无疑又给玩具市场增加了新的发展空间。

面对世界玩具市场的新形势，中国的玩具民族化，产

业化道路充满了机遇和挑战，为了更好的生存和发展下去，从玩具制造大国转变向制造强国显得尤为重要。选择农村儿童中低档次玩具市。

各种玩具在农村市场的占有率

结论

农村消费对象仍然以传统的玩具类型为主，35%的农村消费者愿意购买电动型玩具，28%的农村消费者愿意购买拼装型玩具，24%的农村消费者愿意购买中低档次的毛绒、布制类玩具。

中国玩具协会最新的调查显示，在中国城乡居民的消费支出中玩具消费平均约占年消费的5%，而随着玩具向高檔化、智慧化和系列化发展，其比例将呈加快提升的态势

目标市场选择依据:1、农村儿童玩具市场占总玩具市场的主

**市场调研报告心得感悟 市场调研报告心得体会篇六**

调研内容：

本次市场调查，我们深入天津各大服装和面料卖场，对其中的各类服装和面料的材料、纱线种类、面料颜色、做工、服装款式等具体的且和人们在日常生活中息息相关的各方面进行细致和深入的调研，以进一步了解现今的服装和面料的流行趋势和消费者的选择方向，更好的帮助企业和学校选择今后前进方向。

调研背景：

第一章 随着科技的高速发展，人们对穿着和装饰的追求也越来越高。消费者对于服装的选择已不再是在保暖和合适的阶段了，在选择这些日常纺织品时更多的会从多方面进行考虑，例如，服装款式、类别、舒适性以及一些特殊的性能等以及家居纺织品面料的质量、外观、花型和健康指标等。同时在当今社会另一个环保趋势的推动下，“低碳”在今后的生活中也会更加的冲击人们对日常服装面料的选择趋势。作为衣食住行中的“衣”，也在有着一种新模式。而对服装面料以及家居面料的要求上面也开始更加的注重是否环保。

第二章 前不久的经济危机对于纺织业特别是我国的纺织业来说是一个不小的打击，对于新的经济环境，我国服装以及家居面料行业也开始有了新的改革，市面上的服装和面料也必将有一番翻天覆地的变化。

第三章 作为纺织专业的学生来说，了解这些纺织品的现状对于我们将来进入企业，快速适应工作和胜任工作以及预测市场流行趋势和掌握服装材料应用有着重要的作用。

调研时间：

9月13日至9月15日。

调研地点：

滨江道、大胡同、轻纺城。

调研对象：

当前市面上流行的服装款式和面料以及家居面料的常用材料以及首选组织结构、风格分类以及主流图案色彩搭配和花型等。

调研结果及其分析：

一.流行色的调查：

所谓流行色，是指在一定时期和地区内，被大多说人所喜爱或采纳的几种或几组时髦的色彩。她是在一定时期、地区的政治、经济、文化环境，和人们心理活动等因素综合作用下产生的。

对于大多说人来说，流行色是一个非常时尚的名词。人们在选择服装时首先要看的往往是颜色，而流行色往往成为了那些追求时尚个性一族的首选。可见掌握当前的流行色并预测下一年的流行色对于服装制作以及选择服装是多么的重要。

简约是现今服装的主要风格，这样的风格自然带动了纯白色的流行，通过我们调查我认为：在09年白色将已上升趋势继续流行，深浅变化的蓝色将成为20\_\_主要流行色;橙色和桔红色的搭配，将形成一种矛盾的组合;流行了几季的玫紫色将继续在流行色中占一席之地，但在表现上将更趋于冷峻，并成为蓝色的重要补充;绿色系在明度和纯度上会进一步提升;而金色和银色将成为比较重要的点缀，使纺织品更具金属感，不同色相都将已近白色系作为基本基调，继续传达服装简约唯美的风格。

没有妖艳的色彩，全是朴素完美的单色。雪样纯净的白色，被时间腐蚀了的米色、米黄色、灰白色;氧化了的绿色;浪漫的粉红色，千百惠女装轻描淡写的几笔却是简约唯美贴切的诠释。

雅戈尔男装清新的白色、浪漫的粉红、高雅的米黄弥漫着朦朦胧胧的绅士风度。

再来看看充满青春气息的美特斯邦威，无论是纯粹的单色(即使是单色却也是灰灰的泛着丝丝白色)还是几种亮色灰色的搭配都是那么亲切放在一起又如此自然而和谐，有如阳光一样柔和。

从真维斯中我们也能发现米白色、明亮的绿色、灰灰的蓝色、冷峻的玫紫色~~~如同经过时间的洗礼逐渐退色逐渐接近白色而显得更加明亮温馨!

来看看运动装，从这里也能感觉到白色简约的风格。彬彬适中、别致、隐秘的蓝色，呈现出清晰与模糊，粗狂与秀美，面与线的融合风格!

从上面几张照片大体能感觉到今年的流行趋势，几乎每件服装都能找到蓝色的身影，蓝色势必将成为09年的主要流行色其效果将变得适中、别致、隐秘。在09年不同色度的近白色系是一种重要基调体现出简约唯美的风格，无论是套装还是自由搭配，一身白色打扮将成为时尚前沿：橙色和桔红色的搭配，将形成一种矛盾的组合;海军蓝、灰银色与其他火热的色彩构成了这一主题，令人联想到2024年北京奥运足球场上的红、黄、绿条：玫紫色将以冷峻的面孔继续流行并成为蓝色的重要补色，米黄色将成为点缀的亮色，所有优雅的色彩都可作为玫紫色的配色：绿色系在明度和纯度上会进一步提升，以强调视觉和触觉的精致感受。而金色和银色将成为比较重要的点缀，使纺织品更具金属感。

总的来说20\_\_年流行色表现形式将不会太夸张，主要以宁静、精致，柔和、简约为基调，在其他表现形式的配合下必定带我们走进一个唯美、温馨、静谧的10年。

在这次实地调研中，我受益颇多。不仅对于当前的服装市场的整体趋势有了一定的把握，而且在调查中极大的丰富了我的实践能力和分析能力。市场是企业行动的风向标，市场的需求决定了企业今后的方向，我们现在的调查可以为我们以后毕业进入企业做一个很好的铺垫，同时也为我们今后学习和实践提供了一个很好的先例。

**市场调研报告心得感悟 市场调研报告心得体会篇七**

土地是人类社会生存发展的基础，既是重要的资源，也是重要的资产，还是政府调控经济的重要杠杆。近年来，随着市场经济的不断发展和土地使用制度改革的不断深化，随着各级党委政府对土地管理工作的不断加强，我国的土地市场建设获得了较大发展，土地资本运营已成为土地管理工作的重要课题。\_\_\_\_是一个较为贫困落后的山区县，人多地少，耕地后备资源不足，加大土地使用制度改革力度，加快国有土地资本运营显得尤为重要。20\_\_年下半年实施县乡机构改革，新组建\_\_\_\_县国土资源局，在县委、县政府的正确领导和上级业务主管部门的大力支持下，我局围绕中心，服务大局，以提高土地对可持续发展的保障能力为目标，坚持资源保护与资产管理并重，建立健全土地收购储备各项制度，加大国有土地储备交易工作力度，严格执行经营性用地“招拍挂”出让规定，土地市场的培育发展和规范管理工作取得了一定的成效。

一、 \_\_\_\_土地市场建设的现状

近年来，我国土地使用制度改革在不断深化，如何盘活土地，抓好土地储备交易工作成为经营城市的一大课题。为此，我们按照县委政府的统一部署，创新工作思路和方法，在改造旧城、开发新城工作中，为实现政府垄断土地一级市场，在完善土地储备交易制度方面结合县情做了大量艰苦细致的工作。

(一)成立机构 建章立制

土地收购储备制度的产生是政府垄断土地一级市场、调控土地二级市场的内在需求，也是深化土地有偿使用制度改革的必然结果。由于我县城镇规模较小，布局分散，城区基础设施不完善，城市建设资金短缺，过去长期实行无偿、无期限的土地使用制度，大部分存量国有土地以划拨方式进行转让，非法入市现象严重，应征土地出让金随意减免现象时有发生，造成大量国有土地资产流失，政府难以发挥宏观调控的作用，也为土地交易中的“暗箱操作”提供了瘟床。针对这一情况，为全面贯彻落实国务院《关于加强国有土地资产管理的通知》(国发[20\_\_]15号)和国土资源部《招标拍卖挂牌出让国有土地使用权规定》(国土资源部第39号令)等文件精神，依法规范土地市场，确保政府对土地一级市场的高度垄断。20\_\_年8月，我县成立了土地储备交易中心，隶属\_\_\_\_县国土资源局，定编5人，主要从事土地征收征用、土地收购、土地储备、国有建设用地出让等工作。

确定土地收购储备中心是接受县政府委托实施国有土地资本运营工作的法定机构，代表县政府对城镇国有土地实行统一征收、储备、经营和管理，做到“一个渠道进水、一个池子蓄水、一个龙头放水”。同时，结合我县实际，制定出台了《\_\_\_\_县国有土地收储运营管理暂行办法》、《\_\_\_\_县国有土地收储运营程序》和《\_\_\_\_县土地使用权交易市场管理暂行办法》等制度，为规范有序地实施土地储备交易提供了保障。

(二)清理整治土地市场，优化土地储备交易环境

20\_\_年2月20日，国土资源部召开土地市场秩序电视电话会议，下发相关通知，针对一些地方土地管理松驰，制度不健全，土地市场混乱问题，决定在全国范围开展土地市场秩序治理整顿。为优化土地储备交易环境，我县以进一步治理整顿土地市场秩序为契机，抓好土地市场秩序治理整顿，促进土地市场建设，进一步深化土地使用制度改革，明确划拨供地范围，切实抓好经营性土地招标拍卖挂牌出让工作。自20\_\_年以来，我县就完善土地储备交易机制，加大土地市场配置力度，连续推出了一系列举措。结合我县实际，下发了《\_\_\_\_县政府关于加强国有土地资产管理的通知》，坚持统一规划、统一征用、统一开发、统一管理、统一出让的土地管理“五统一”的原则;根据土地市场的变化，及时修改我县的城镇规划区基准地价，并就土地储备范围、土地储备工作程序、储备土地的处置程序等内容进一步明细化、规范化;相继出台《关于加强城镇规划区内土地管理的通告》、《关于加强土地市场秩序管理、严禁非法买卖土地转让土地的通告》，坚决冻结县城区内建设用地的供应和审批，查处非法买卖、转让土地。一系列文件的出台，为搞好土地收购储备和规范土地市场提供了法律法规支持。

二、 \_\_\_\_土地市场建设存在的主要问题

我县的土地市场建设正处于发育起步阶段，经过五年多的培育和规范，虽然取得了一定的进展，但也存在一些问题。

一是市场机制配置土地资源的基础性作用还未得到充分发挥，出让供地、招标拍卖挂牌出让供地的比例还有待提高。由于行政行为和部门利益驱动，在发展经济、企业改制和招商引资等方面供地操作不够规范，低价出让、甚至减免出让金的现象依然存在，影响了市场机制配置土地资源作用的充分发挥。

二是土地市场管理的法律法规和各项制度有待进一步落实，政府对土地市场的宏观调控还有待加强。土地市场发展的前提是政府控制土地供应总量，但社会上部分人员国土资源政策、法律意识淡薄，违法占地、随意占用耕地的现象屡禁不止，少数开发商与乡(镇)、村违法私自签订用地协议圈占土地搞建设，多头分散供地久治不绝，影响了政府对土地供应宏观调控的实施和耕地保护。

三是由于我县是一个较为贫困落后的山区县，年供地量不大，竞争力不强，加上收购土地的资金无来源，财政提供不了专项周转金，银行贷款困难，造成收储资金无着落，从客观上给土地“招拍挂”工作带来了一定的制约。

**市场调研报告心得感悟 市场调研报告心得体会篇八**

调查时间：20\_\_年5月24日

调查对象：海口市区南亚家乐福，红城湖家乐福，国兴大润发，五指山路汇婴岛，府城医院周边，琼山人民医院周边，国贸大润发

调查人员：\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_

调查目的：通过市场调查，初步了解海口的婴童销售网点分布，海口婴童店基本状况，店内产品类别及经营品牌情况，海口婴幼儿奶粉品牌类别价格及其市面表现

调查目标：具体掌握家乐福，大润发内奶粉品牌、价格、促销信息，导购;观察掌握所调查婴童店位置，面积，店内布局，店内活动物料;店内各品类主要品牌，主推品牌及其价格，促销信息

调查方法：

1，在大卖场，每个人负责三个品牌的价格及促销信息，重点保持沉默，伪装自己

2，在婴童店，两个人一组，男女搭配，,两组一起配合调查，先进入一组，之后再进入一组，每组负责一个大类的品牌，促销信息，主推品牌，然后汇总，重点伪装夫妻要逼真，多问多看

3，品牌认识：通过店内询问和网络查询，认识市场上各个奶粉品牌

调查意义：通过这次调查，对海口的婴童销售网点有了一定的认识，对海口婴童店的店面有了进一步的了解，对海口婴幼儿奶粉市场有了初步掌握

调查结果：

一、婴童店调查结果及建议：

调查结果：

1， 在模式上方面， 婴童店非常相似，都是婴童产品的零售场所，都在走连锁路线进行扩张，都进行会员制服务，都有送货上门服务，在产品系列上均为多品牌上柜，主推利润高的品牌，婴幼儿奶粉都作为主要盈利系列，并且都有自己主推的羊奶品牌。

2， 在地理位置上，这些婴童店铺的选址主要分为两种，一种是妇产医院旁，一种是在临近居民区的街道旁，店铺的面积有大有小，均以位置为重，面积大小次之。在装修方面，均用简单的门头，朴实的刷白等进行低成本装修。

3， 在店内的产品系列方面，均以中低档次为主，名牌与普通品牌兼顾。奶粉方面，四大品牌之外，均有高端昂贵的进口奶粉，羊奶粉品牌混杂，进口国产均有，奶粉品牌陈列多。纸尿裤，妈咪宝贝、帮宝适、好奇、安儿乐等名牌遍及每家店，但也有不少国内品牌，如艾尚秀，家乐婴，飞爱等;衣物、鞋、帽等品牌品牌混杂，相似度不高。

4， 婴童店促销的方式非常类似，打折，送赠品，积分，有新意的促销手段很少，均以价格为主要手段进行竞争。

感想及建议：

1， 长期的领先需要在各个方面突出于其他婴童店，这种突出不仅表现在门头的设计方面，也体现在服务的细致上，更体现在健瑞尔能够提供的超值服务上，即使是同样的模式下，我们要做的就是把每一项服务做的比其他店好。因此，我认为店铺内应该人性化布置，充分站在顾客的角度上，完善我们的各项疏忽之处，如微笑迎接，设置椅子，干净整洁，摆放有序，免费店内试用，免费提供咨询服务等。

2， 从长远来看，健瑞尔需要建立属于自己的长远优势，本组任务，公司有必要建立属于自己的品牌和属于自己的顾客群!1，在门头方面，可以适当的添加led显示屏，夜晚也会格外耀眼,2;建立海口最专业的婴幼儿，利用锁住高端客户群，提供增值服务3;巩固客户群，影响非常长远;建立属于自己的婴幼儿专业摄影部门，配合销售做婴幼儿免费摄影活动。

3， 在店内各品类的品牌选择上，健瑞尔需要进行尽量多的品牌进行运营，而且在品牌的选择上要做到非常慎重，走品牌推动发展的道路，坚持主推自己的品牌

4， 在活动营销方面，应做好全年的活动策划规划，力度大小分清楚，不然会陷入一场活动刚过，又一场又开始，而且好多都是重复性的活动，一年下来，就比较混乱调查设计不足之处及改进方法：

1，调查目标多且比较模糊，没有细化，没有重点，如调查促销信息应该包括，堆头大小，堆放时间，主推品牌六一活动内容，活动时间等，这应该是重点

2，在卖场一次进入的人数过多，导致拥挤，同时多人用手机抄录，效率降低，容易暴露目标

3，分组方面应将所有人分为2批，第一批调查结束应迅速记录下来，找出遗漏之处，交给第二批应重点地进行补充调查，人数太少，无法记住价格及促销信息等细节方面

调查中遇到的问题：

1，在调查家乐福、大润发之前，没有做好奶粉品牌统计工作，导致工混乱，影响了结果的完整性和准确性

2， 在调查门店时，由于导购跟的近，难以记住店内主推品牌的价格信息，仅能记住店内布局，及各品类的品牌组成

3，在店铺调查的时间仓促，和导购深入交流的时间短，未了解到其门店的经营状况，及其对主推品牌的讲解

调查后的感想：

1，调查前应做好准备工作，这样调查起来效率更高，结果更完美，调查应该突出重点，目标不要太多，但要细化。

如在调查卖场方面，提前搞清楚其品牌组成，从而提前分配任务，次即可调查清晰，调查的重点应该是品牌排列情况、品牌价格，品牌包装，品牌宣传重点，促销具体信息，导购配置情况，每日销量信息;在针对店铺的调查方面，我认为一次调查不够，需要至少三次调查，才能清晰，而且每一次调查的对象和方法都要不同，第一次得由4-5个人快速进入，从而将该店的各类别品牌组成及数目多少记录下来，第二次是重点针对其每个品类的主推品牌进行价格和促销信息的了解，第三次是以会员身份适当购买商品，长期深入的进行摸底调查，深入了解其营业额，利润情况，店铺租金大小每期活动重点等信息。

2，坚持调查，其实可以学习到许多东西， 因为每次去卖场或者其他店铺，都有许多感触，而且是不同方面，并结合不断的总结，可以学习许多东西。

**市场调研报告心得感悟 市场调研报告心得体会篇九**

牙膏市场调查方案

1、调查目的

为了了解大学生在选择牙膏，以及牙膏品牌的了解程度方面的情况，主要包括以下内容：

1、了解学生喜欢的牙膏品牌，以及目前正在使用的牙膏。

2、了解学生对于牙膏功效、口味、膏体的选择倾向。

3、了解学生对于牙膏价格，促销方式的偏好程度。

4、了解学生对于迅速美白牙膏的看法。

众所周知，佳洁士、高露洁、中华牙膏的市场份额在整个牙膏行业的市场份额特别的大，其它品牌也在不断的努力提高市场占有率，因此有必要对于消费者的消费偏好进行分析，从而制定更加合理的营销策略。

2、调查内容

1、在生活区中发放调查问卷，了解同学对于牙膏的消费的情况，以及选择牙膏的因素有哪些。

2、了解同学对于各大品牌的认知程度，以及对于新品牌的了解程度。

3、调查对象及样本分析

1、调查对象：陕科大在校生。

2、样本分析：一共调查了24份问卷

4、调查问卷(见附件)

5、调查时间

\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

6、调查地点

\_\_\_\_生活区

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找