# 需求调研报告范文8篇

来源：piedai.com 作者：撇呆范文网 更新时间：2024-03-21

*在日常工作或学习中，我们经常会遇到要写调研报告的情况，调研报告的撰写需要准确记录研究过程和数据收集方法，以下是职场范文网小编精心为您推荐的需求调研报告范文8篇，供大家参考。需求调研报告范文篇1飞机是人类迄今制造的最为复杂、技术含量最高的产品*

在日常工作或学习中，我们经常会遇到要写调研报告的情况，调研报告的撰写需要准确记录研究过程和数据收集方法，以下是职场范文网小编精心为您推荐的需求调研报告范文8篇，供大家参考。

需求调研报告范文篇1

飞机是人类迄今制造的最为复杂、技术含量最高的产品。一架大飞机由300～500万个零件组成，且因其众所周知的原因，零件的复杂程度和近似严酷的品质要求，将吸纳大量高技术高品质装备参与其中。

大飞机对机床的需求，首先因其属新兴产业，涉及到我们以前未曾涉足的领域，赐予机床工具行业全新的发展机遇。其次，大飞机由于其大，原有的部分制造设备将不能够满足其对规格的要求。第三，大飞机包括整个民机范畴由于其自有的商业性质，在安全性、经济性、环保性、舒适性、适航性等方面均有其特殊的要求和标准，原有的部分制造设备将不能够满足其零件的加工技术要求。第四，随着材料工业的发展，越来越多的新材料、高技术复合材料被飞机制造业采用，需要与之相适的制造装备应对。第五，为提高安全可靠性，尽量减少零件总数设计思想下的采用整体制造技术，是目前世界航空制造业的发展趋势，无疑对机床的品种、功能和性能提出了新的要求。第六，上述五方面只是航空制造业本身对机床的直接需求，实际上，航空制造业是一个与其他行业密切相关的行业，涵盖了机械、电子、材料、冶金、仪器仪表、化工等几乎所有的工业门类，由此引发的关联需求也将是一个很大的市场，同样应予高度关注。

航空工业对机床的要求之高几近涵盖了现代机床的全部最新成果，这也是国产机床难以进入其核心制造的原因所在。机床行业应紧紧抓住航空工业进入黄金发展期的难得机遇，大力提升产品的技术含量和制造水平，为我国航空工业的大发展尽到我们的努力和责任。

飞机零件种类繁多，按照机体结构件和发动机零件两大类对机床的需求分述如下。

需求调研报告范文篇2

一、前??

随着世界的发展，汽车行业已成为世界一大经济支柱产业，汽车行业的发展主导了世界工业的前行。正值建国\_\_周年暨东风汽车公司建厂四十周年之际，结合现有的专业需求和未来的就业前景计划，我们参加了中国地质大学（北京）大学生暑假社会实践，赴湖北\_\_市东风专用汽车有限公司进行调研。

东风汽车公司（前身为中国第二汽车制造厂）始建于1969年，是中国汽车行业三大集团之一。主营业务覆盖乘用车、商用车、发动机、零部件、装备等方面。经过近四十年的发展建设，公司已拥有实力强大的研发体系、制造体系和覆盖范围广泛的分销和售后服务网络体系，形成了“立足湖北，辐射全国”的事业布局。主要厂区分布在\_\_、襄樊、武汉、广州四大基地。除此之外，公司还在上海、广西柳州、江苏盐城、四川南充、河南郑州、新疆乌鲁木齐、辽宁朝阳、浙江杭州、云南昆明等地设有分支企业。

近年来，东风汽车公司根据汽车产业发展趋势和自身规模实力的定位，确立了建设“永续发展的百年东风，面向世界的国际化东风，在开放中自主发展的东风”的发展愿景，并相应提出了“打造国内最强、国际一流的汽车制造商；创造国际居前、中国领先的盈利率；实现可持续成长，为股东、客户、员工和社会长期创造价值”的事业梦想。目前，公司各项事业已进入全面快速的新阶段，新的发展也必将为中国汽车工业做出新的更大贡献。

此次我们调研了东风汽车公司的一个子公司，即东风专业汽车有限公司。该厂主要生产商用车等各种标准车厢及特定车厢，厂内效益与东风其他厂相比属中下水平，在\_\_市团委及东风专业汽车有限公司领导的帮助下，我们对该厂现状及发展前景进行了考察，活动进展顺利。

二、调查过程

7月7日上午，与\_\_市团委有关人员取得联系，向他们介绍我们此次社会实践的活动安排及希望达到的目的，得到他们的大力支持，市团委组织部蒋部长给我们开出了介绍信，并与东风专用汽车有限公司相关负责人沟通协商，并得到他们的支持，下午，对即将展开的调研活动安排就绪。

7月9、10日，由东风专用汽车有限公司负责我们在厂内活动的工作处负责人喻娇通知安排，在厂内一名老工人和一名技术工人的带领及讲解下参观了厂房，结合我们机械专业的特点特别对工厂内部车铣铇磨等各项工艺的操作近距离观摩，并认真听工作人员讲解各工艺的原理、操作要求、创新点等。

7月13日，在喻娇同志的安排下和厂内老领导进行了座谈。不同于我们在网上查找的资料，听这老一辈人讲述他们的创业史，更加体会到东风汽车公司发展、改革的艰辛与不易。

7月14、15日，和该厂已退休的老职工聊天并从中得到关于东风的信息，从职工的口中了解到了东风的另一面，以及他们对东风的热情和奉献，对领导阶层的意见和建议，使我们了解的东风更全面，更真实。

7月16日，对东风专用汽车有限公司的调研工作告一段落。我们对厂内职工进行了自然灾害防御宣传资料并进行宣讲，结合湖北\_\_当地地质情况，我们重点讲解了泥石流的防御。

三、东风专用汽车有限公司发展历程（四个阶段）

第一阶段：艰苦创业阶段

时间：20世纪60年代末至70年代末

第二阶段：发展辉煌阶段

时间：20世纪80年代至90年代初期

20世纪80年代至90年代初期是二汽快速发展、成绩较为辉煌的时期。这一时期，二汽抓住改革开放的先机，大胆探索，勇于创新和实践，挣脱传统体制的束缚，使企业迅速发展壮大。这一时期，二汽汽车产量每年以一万辆的速度递增，综合实力跃居行列之首，并连续多年排入全国工业企业十强的行列。

第三阶段：改革调整阶段

时间：20世纪90年代中前期至20世纪末

20世纪90年代前期、中期至20世纪末，是东风公司的改革调整期。1993年之后，国内经济体制转轨、市场转型，需求结构发生重大变化，企业自身产品和体制、机制不相适应的矛盾充分暴露，日显突出，社会负担日益沉重，导致生产经营和经济效益不断下滑，使东风公司面临前所未有的困难和压力。

在对影响企业生存和发展的国内外大环境进行深刻分析和重新认识的基础上，东风公司下决心实施全面战略调整。其核心内容是：拓宽产品谱系，优化组织结构，创新企业制度。在此期间，公司一方面以轻轿建设为主攻方向，开展第三次创业，拓宽产品品种系列；另一方面，为适应经济体制转轨要求，以建设现代企业体制为目标，全面推进企业内部改革。公司按照“集中调控、分散经营”模式改革管理体制，对二级单位充分授权，相应进行了一系列管理方面的规范和整顿，以债转股为契机，建立起法人治理机构。

需求调研报告范文篇3

20\_\_年主要经济指标实现两位数增长。根据公开的数据，中国航空工业集团20\_\_年实现总收入1660亿元，同比增长12.31%，实现利润和收益72亿元，同比增长11.58%，与1999年的不足400亿元相比，实现翻两番增长(尽管该数据属于中国航空工业集团，但可视为是我国整个航空工业的数据)。

20\_\_年主要经济指标继续呈现稳步发展态势。中国航空工业集团公司20\_\_年1～9月总收入、利润同比分别增长11.43%和34.85%，增幅均高于中央企业和军工集团平均水平，综合效益指数同比提高2.7个百分点。

我国航空工业将进入黄金发展期。首先，大飞机项目列入《国家中长期科学和技术发展规划纲要(\_\_-\_\_)》16个重大专项，确立了发展民机产业、开拓民机市场进而成为航空大国和航空强国的基本发展战略，表明了国家发展以大飞机为代表的民用航空器的坚定意志和决心。20\_\_年我国航空工业体制大改革，航空一、二集团合并为中国航空工业集团，新组建中国商业飞机有限公司，则是国家为实现这一战略构想而作的重大努力和尝试。民机产业将以此为起点在我国形成一个新兴的产业，这个新兴产业蕴藏有巨大的潜力和商机。据波音公司20\_\_年最新预测，中国未来\_\_需要新飞机3770架，总价值4000亿美元。具有我国自主知识产权的arj21-700支线飞机，至今虽然处在适航取证阶段，但已有订单240架，也是一个很好的证明。大客机及支线飞机只是民机分类中的一部分，民机范畴不仅包括大型干线客货运输机和支线飞机的商用类飞机，同时还包括广泛用于工业、农业、林业、渔业、矿业、建筑业等诸多领域以及医疗卫生、抢险救灾、气象探测、海洋监测、科学试验、遥感测绘、教育训练、文化体育、公务飞行、私人航空、旅游观光等领域的通用类飞机。在这些领域，对飞机的应用需求随经济的快速发展与日俱增，飞机的应用领域将得到进一步的扩展。第二，自主创新成果累累。以歼10、歼11、枭龙、飞豹、猎鹰、山鹰、k8以及直8、武直10等为代表的新型先进军机、教练机和武装直升机将成为我军装备的主力。arj-700、新舟60、新舟600、新舟700等支线飞机以及直9、直11和ec120等多用途直升机的研发制造也取得重大进展，已经或即将推向市场。这些成果为我国航空工业的发展奠定了坚实的基础。第三，航空发动机研发制造瓶颈获得重大突破。昆仑、秦岭、太行等航空发动机的最新研制成果，已经或即将终结长期制约我国航空工业发展的瓶颈，国产飞机使用国产发动机的时代已经来临。航空发动机虽是飞机的一个部件，但确是最核心的皇冠上的钻石，该项技术的突破对我国航空工业的发展具有决定性的意义。第四，国际合作前景广阔，国际市场潜力巨大。世界民机生产的惯例是全球采购，虽然目前的国际金融危机对我国航空工业的转包生产产生了不利影响，但国际航空运输业的发展前景依然乐观，其快捷方便的特点也是其他运输业所不能取代的。我国的航空产品具有物美价廉的特点，特别适合发展中国家的需求。以k8教练机为例，截止到目前累计出口300余架，手持订单150余架，价值人民币50余亿元，满足企业三年生产需求，且国庆60周年阅兵之后，全球订单呈现迅速增长之势。

大飞机总体投入将达2000亿元。据中国商业飞机有限公司有关负责人介绍，大飞机项目3～5年内将投入600亿元，其中300亿元作为前期研发费用，另300亿元将用于能力建设，而到最终投放市场，相关投入总体上将达到2000亿元，相当于三峡工程的总投资。如此庞大的投资规模还并不是中国航空工业投入的全部，还有承担大型运输机任务的中国航空工业集团的投资以及用于军机和多种通用飞机的投资费用。一个新兴的快速发展中的蕴藏着巨大发展潜力的产业，其投资规模应该是十分巨大的，回顾比较我国进入wto之后汽车工业的投资规模，也不难得出这样的结论。

需求调研报告范文篇4

一、前??

现在大学生的日常生活开支已不仅满足于吃、穿，而是更加注重自己的形象了。 尤其是女大学生逐渐意识到了护肤的重要性，她们对护肤品的需求在日益攀升。大学生作为一个特殊的群体，无论是从消费人群还是购买力而言，校园市场都是一个不容忽视的庞大市场。因此，为了更清晰、全面地了解大学生对护肤品认识及使用情况评价，我们做了这样一次关于相宜本草的调查。本次调查主要是针对南京信息职业技术学院在校女大学生护肤品的消费使用情况进行调查分析，了解女大学生对护肤品的需求，并对女大学生的品牌认知度和购后满意程度等进行市场调查。

上海相宜本草化妆品有限公司成立，创立“相宜本草”中草药护肤品牌。

相宜本草的由来是中医强调的“标本兼治”理念，它与上海中医药大学基础医学院的长期合作，将汉方本草和现代科技相结合， 开发出一系列功效卓著，使用安全本草护肤品。

二、调查目的和意义

(一)调查目的

1、全面了解南京信息职业技术学院女大学生对相宜本草护肤品的认知和使用情况 。

2、全面分析南京信息职业技术学院女大学生对相宜本草护肤品购后满意度评价情况。

(二)调查意义

针对南京信息职业技术学院女大学生对相宜本草护肤品认知及购后满意度评价调查情况，为该产品的销售制定更好的营销策略，开拓大学生市场，提高产品的销售量。

三、调查的内容和具体项目

(一)消费者

1、消费者统计资料：(生活费、护肤品消费水平、品牌认知度)

2、消费者对于相宜本草品牌的使用情况---是否听说过、用过，满意度如何以及功效是否更能吸引消费者。

(二)市场

1、相宜本草在校园市场上所占的份额

2、消费者需求及购买力情况

3、相宜本草品牌的市场前景预测

(三)竞争者

1、大学生热衷的护肤品品牌所占的市场份额

2、了解各竞争品牌的销售优势

四、调查范围

南京信息职业技术学院

五、调查方法

考虑到此次调查工作涉及面广，因此拟采用随机抽样的方法，并拟定样本数为200人。调查方法我们主要采用问卷调查法，鉴于此我们专门制定了一套问卷调查方案。我们采用入户实地调查方法。

六、资料分析方法

主要采用e\_cel数据分析及通过图表形式反映情况

七、进度安排

3月28日 制定市场调查策划

3月29日上午 制定调查问卷

3月29日下午----31日上午 实施调查

3月31日下午 数据统计和处理

4月1日上午 撰写市场调查报告

八、经费预算

打印调查问卷200张\_0、1元/张=20元

备用资金10元

九、最终成果形式

市场调查报告

十、附录

需求调研报告范文篇5

3～5轴龙门镗铣床、5轴龙门镗铣床带a/c轴(主轴转速6000～8000r/min用于加工黑色金属;15000～24000r/min电主轴用于加工铝合金;主电机功率20～75kw;定位精度0.02mm)。未来需求规格趋大，要求工作台尺寸达5000mm20000mm以上。主要用于梁类、壁板和框类零件的加工。

五轴联动定梁龙门移动式仿形复合加工中心。两个侧铣头围绕a轴摆动范围12，摆动的定位精度16，重复定位精度6。专用于机翼大梁的加工。

工作台为(2000～4000)mm(800～2000)mm的立加和数控立铣。(主轴功率50kw;主轴转速6000～8000-15000r/min)主要用于机翼纵墙、半框、翼肋、接头类零件的加工。

工作台可翻转式台面尺寸为2200mm4000mm的5轴卧加，主要用于加工原需在龙门镗铣床上加工的中规格高精度零件。

5轴高架龙门式型材铣床。通过宽度1000mm，主轴转速30000～40000r/min。

(520～1200)mm(2000～4000)mm车铣复合加工中心。用于加工起落架主支柱和缓冲支柱。

蒙皮拉伸机和蒙皮滚弯成形机。蒙皮拉伸机拉力1000t，下工作台外廓尺寸4000mm610mm，上工作台行程2000mm。蒙皮滚弯成形机加工板料最大尺寸12000mm12mm，板料最小弯曲半径120mm。此外还需三辊校平机和型材拉弯机等。

发动机结构件加工所需机床(以国产某型大推力涡扇发动机为例)。

数控立车和数控精密立车。卡盘直径1000～最大车削直径最大车削高度1000mm;主轴功率60kw;定位精度(最高)\_、z=0.008mm;重复定位精度(最高)\_=0.0035mm、z=0.005mm。

数控卧式车床。规格800～16001000～1500mm;定位精度(最高)z=0.01mm、\_=0.0075mm;重复定位精度(最高)z=0.008mm、\_=0.006mm。

数控立式圆台磨床。工作台定位精度0.006mm;重复定位精度0.003mm。

立式加工中心。工作台500-20001000-1600mm;定位精度(最高)\_、y、z=0.005mm;重复定位精度\_、y、z=0.003mm。

立卧转换加工中心。加工范围1000mm1350mm;定位精度\_、y、z=0.01mm;重复定位精度\_、y、z=0.005mm。

四坐标立卧转换加工中心。工作台1000mm1000mm;主轴转速15000r/min;定位精度0.008mm;重复定位精度0.004mm。

带b轴的四坐标立卧转换加工中心。工作台900450mm;b轴摆动范围90定位精度\_、y、z=0.01mm;b轴0.002c轴0.003重复定位精度\_、y、z=0.005mm;b轴0.001c轴0.002。

带a轴的四坐标立卧转换加工中心。数控转台a轴摆动范围+16～120各线性轴定位精度0.006mm;各线性轴重复定位精度0.003mm;主轴转速15000r/min;主轴功率45kw。

数控缓进给磨床。工作台1\_\_00mm;砂轮主轴转速50～8000r/min;定位精度0.005mm;重复定位精度0.002mm。

数控线切割机。工作台定位精度\_、y、z=0.01mm;重复定位精度\_、y、z=0.005mm。

电火花蜂窝磨床。工作台定位精度\_、y、z=0.01mm;重复定位精度\_、y、z=0.005mm。

卧式五轴加工中心。工作台1000mm1000mm;a轴范围180b轴范围360定位精度\_、y、za、b轴;重复定位精度\_、y、za、b轴。

立式五轴加工中心。工作台1200mm800mm;\_/y/z行程800mm/500mm/630mm;定位精度\_、y、zb、c轴;重复定位精度\_、y、z0.002mm。

精密双主轴车铣复合加工中心。\_/y/z行程400mm/200mm/650mm;第一主轴转速30000r/min;背主轴转速5000r/min;铣主轴转速6000r/min;b轴摆动角度范围+95～-110刀库容量30把;各线性轴定位精度0.006mm;各线性轴重复定位精度0.003mm。

车铣复合加工中心。\_/y/z行程630mm/320mm/500mm;b轴摆动角度范围-10～+100a轴转速(车模式/铣模式)3000/150(rmin-1)。

滚丝机。最大滚压直径80mm。

数控超精密车床。棒料最大直径主轴转速范围0～5000r/min;刀位数8把;\_/z轴行程180mm/400mm;定位精度\_、z=0.004mm;重复定位精度\_、z=0.004mm;加工圆度0.4m。

多级电脉冲小孔加工机床。规格0.5～3mm，深15mm;行程400mm300mm275mm;定位精度\_、y、z、w=0.02mm;a、c、f=20重复定位精度\_、y、z、w=0.012mm;a、c、f=20。

数控电火花高速小孔机床。\_/y/z/w行程=800mm/630mm/300mm/300mm;定位精度\_、y、z、w=0.02mm;b轴=20/360重复定位精度\_、y、z、w=0.01mm;b轴=10/360。

五轴叶片加工中心。主轴转速12000r/min;\_/y/z行程800mm/500mm/630mm;b轴摆动范围-40～+95a轴摆动范围360。

数控坐标镗床。工作台(540～900)mm(320～720)mm;定位精度(最高)0.002mm;重复定位精度(最高)0.001mm。

数控立式圆台磨床。规格定位精度0.005mm;重复定位精度0.002mm。

四、发电工业

需求调研报告范文篇6

为了对家具有更深刻的认知，我们进行了一次家具市场的调研，在家具卖场中仔细观察家具细节构造，并且进行了现场写生。通过这次的活动，我们对家具的材料，造型风格都有了更为细致的了解。

首先报告一下对材料认知。此次调研的家具城里的家具按材料主要分为：实木家具、软体家具、藤编竹家具、板式家具、钢木家具等。实木家具主要有两种形式：一种是纯实木家具。即指所有材料都是未经再次加工的天然实木材料，不使用任何人造板制成的家具。另一种是仿实木家具。从外观上看是实木家具，木材的自然纹理、手感及色泽都和实木家具一模一样，但实际上是实木和人造板混用的家具。种类主要有；榉木、柚木、枫木、橡木、水曲柳、榆木、杨木、松木等。我写生的几组家具多是仿实木家具，材料主要有，刨花板，贴膜，桦木贴面，丙烯酸清漆，硬质纤维板，玻璃板，abc塑料等等。实木为材料的家具很有原始的、自然的美感。而软体家具主要指的是以海绵、织物为主体的家具。软体家私属于家私中的一种，包含了休闲布艺、真皮、仿皮、皮加布类的沙发、软床。软体家具的特点就是环保、耐用、舒适。软体家具因色彩清雅、线条简洁，适合置于各种风格居室，显示出独特魅力。藤编竹家具就是以毛竹为主要材料制作支架，在支架上用藤皮缠绕、编织而构成的各种家具，特点是精巧、轻便、坚实、耐用，春夏秋冬，四季皆宜，是我国民间广泛使用的家具之一。板式家具是指由中密度纤维板或刨花板进行表面贴面等工艺制成的家具，是以人造板为主要基材，是板件为基本结构的拆装组合式家具，全部经表面装饰的人造板材加五金件连接而成的家具。特点有：可拆卸，造型富于变化，外观时尚，不易变形，质量稳定，价格实惠等等，在宜家的卖场中，这种家具占主要地位，这也是宜家家具的一个特点。还有钢木家具，主体结构以木材（包括人造板）为板面基材，以钢材为骨架基材，配合制成的各种家具，这种家具的特点：简单的几何结构、简单的钢木组合和简单的色彩表现，表达了钢木家具对简约之风。此次在宜家家具的市场调研有幸见识了不少多种材料制作而成的家具，带给我有关对新材料的思考也比较多。家具材料并不只是单一的局限于木质，还有金属材料以及其它如塑料贴面板，玻璃，镜子等多种材料。新时期的材料加工制作的家具给人耳目一新的感觉。这也是在好多方面木质家具是不可比拟的。

接着是对家具造型设计的认知。随着社会的发展，近些年来，生产技术水平和住房条件都在逐步的提高改善。人们对于家具的需求，不仅仅只是单纯的功能需求，也有审美的需求。人们对家具的品种式样和内在质量同步要求，并且要求越来越高。人们的审美观念发展成为，兼容文化审美内涵追求个性审美意味，充分体现人的自身价值与室内居住环境的融合与统一。宜家家居的家具，造型多是简洁中透着雅致，并且方便大批量生产，而且设计中充分考虑了空间的运用，符合现在住房面积紧张的现状需求。家具构造形式较多，且以组合形式方向发展较多。人们面对住房日趋拥挤的今天，会有“怎样在能够在有限的空间里进行布置，能够充分的利用空间”的问题，而宜家的家具就很好的考虑了这个问题。现代的社会有太多的潮流以及所谓的新潮设计，综合起来很难有一个标准进行衡量并判定。

此次调研的宜家家居城里的家具按风格主要分为现代家具、欧式古典家具、中式家具等。现代家具的特点是简洁明快、实用大方。因为“极简主义”的生活

哲学普遍存在于当今大众流行文化中。它依靠新材料、新技术加上光与影的无穷变化，追求无常规的空间解构，运用大胆鲜明对比强烈的色彩布置，以及刚柔并举的选材搭配，充分诠释了明快之美。本次调研写生的时候，我便选择了一组现代风格的衣橱，简单雅致，很舒服的感觉。欧式古典家具则主要分为“巴洛克式家具”和“洛可可式家具”，后期又出现了比较简洁的“新古典家具”，他们主要有三方面的特点：

1．讲究装饰：不管是“古典”还是“新古典家具”，常可看到各式绣布、流苏及铆钉等装饰品。

2．线条复杂，重视雕工：“巴洛克式家具”都有复杂而精美的雕刻花纹；“洛可可式家具”虽然也很注重雕工，但线条就较为柔和一些；而“新古典家具”的线条则更为明快一些，主要以嵌花贴皮来呈现质感。

3．偏好鲜艳色系：尤其是“巴洛克式家具”色彩都很强烈，其中又以金色为其主色，多用镀金或以金箔来装饰，显得金碧辉煌；“洛可可式家具”的色彩较为柔和，米黄、白色的花纹图案是其主色；“新古典家具”色彩较偏向暖色系，如原木色等。中式家具的特点是在室内布置、线形、色调以及家具、陈设的造型等方面，吸取传统装饰“形”、“神”的特征，以传统文化内涵为设计元素，革除传统家具的弊端，去掉多余的雕刻，糅合现代西式家居的舒适，根据不同户型的居室，采取不同的布置。我印象较深的是一组中式的厨房家具，实木的家具，很有原始的朴质美感，但又结合了现代家具所需的功能，设计的非常好。

以上为此次调研的总结报告，通过这次的调研，我对家具的材料、结构，工艺、尺寸，以及室内各种家具之间大小比例的设计等有了进一步直观，深刻的认识。家具是室内设计中的一个重要组成部分。室内设计的目的是创造一个更为舒适的工作、学习和生活的环境，在这个环境中包括着顶棚、地面、墙面、家具及其它陈设品，而其中家具是陈设的主体。由此可见家具的设计在整个室内空间的重要性，作为室内专业的学生，我们要了解这一点，深刻的认识家具，才能更好处理空间，本次调研，感触颇深。

需求调研报告范文篇7

摘要：在生活水平日益提高的今天，在提倡素质教育的今天，在家长对孩子的要求越来越高的今天，假期辅导越来越成为一个火热的话题，各种辅导班更是屡见不鲜。假期中，中小学生参加各种各样的补习班，对学生和家长等都产生了重大的影响。因此，通过针对学生、家长和老师等主体，以调查问卷以及走访的形式进行实践调研，我们得到了相关数据，并对假期辅导火热的原因及影响进行了分析；在此基础上，进行了深入的剖析和研究，反映出了更深层的实际情况，提出了相关建议，最终得到了此份实践成果。

关键词：中小学生 教育 辅导 家长 分析 预测

一、教育辅导机构的市场行业现状

中小机构发展也面临着危机，主要是人才缺乏、教学科研力量的薄弱，抵御风险的能力低下，在经济危机面前很难快速发展。教育培训业将迎来新一轮的洗牌阶段，大机构将出现综合化发展，专业教育机构将突出差异化进行连锁经营，融资后的教育机构为了扩张，将继续收购全国地方大型教育机构，小机构为了生存必须进行改革创新寻求教育蓝海战略。打造发展初期的核心竞争力。从目前的发展状况看，中国的教育培训业尚处于起步阶段，虽然教育培训机构已有近万家，但资金规模超过10亿元的屈指可数。教育培训业，还是一座尚待开发的“富矿”。目前全国品牌化的教育机构像新东方、巨人教育、安博教育、环球雅思等教育培训机构占据英语(论坛)、课外辅导、职业教育等行业领头地位。在20\_\_年到20\_\_年培生出版公司先后并购了华尔街英语和上海乐宁英语，这是国际教育机构强势进入中国教育的一个趋势。而中小机构发展也面临着危机，主要是人才缺乏、教学科研力量的薄弱，抵御风险的能力低下，在经济危机面前很难快速发展。教育培训业将迎来新一轮的洗牌阶段，大机构将出现综合化发展，专业教育机构将突出差异化进行连锁经营，融资后的教育机构为了扩张，将继续收购全国地方大型教育机构，小机构为了生存必须进行改革创新寻求教育蓝海战略。打造发展初期的核心竞争力。 在我国政策背景下，集中表现在对孩子的培养过程中，愿意投入大量时间和金钱。无数家长望子成龙、望女成凤的观念，使得课外辅导市场需求居高不下，尤其是教育欠发达的二三线城市和乡村，教育资源有限，中小学课外辅导市场空间巨大。义务教育阶段对一个学生的未来起到的重要作用，带动了中小学课外辅导市场的发展，使其成为中国民办教育上最大和增速最快的市场之一。近年来，中国教育培训市场呈现强大的资本整合力，据不完全统计，全国中小学课外辅导机构已经10万多家，其中上市机构不下于10家。而仅长沙市中小学课外辅导机构大大小小加起来不下于20\_\_家。

（一）课外辅导市场增长快速

据艾瑞统计，中国中小学课外辅导市场已从20\_\_年的1238亿元增长至20\_\_年的1897亿元，年复合增长率为23.8％，预计到20\_\_年将增长至4472亿元，20\_\_年到20\_\_年的年复合增长率为18.7％。

（二）对经济周期变化不敏感，市场持续走高

中小学课外辅导机构比较特殊的是，它一直贯穿于12年的义务教育过程中。这12年的义务教育往往影响到一个学生一生的前途，因此中小学课外辅导市场和其他民办教育服务相比对经济周期的变化不敏感。据艾瑞统计，中小学课后辅导市场在20\_\_年经济不景气的时候增长了26.4％，远超过了中国整体教育市场同期约7％的增速。教育培训行业中新东方、安博教育、学大教育、学而思教育、环球雅思、龙文教育等在全国市场扩张并购动作也一直没有停止，扩张和并购意味着增大规模效应。

（三）品牌是客户选择的决定因素

在选择中小学课外辅导机构的考虑因素中，中小学课外辅导机构品牌最重要，当没有其他参考因素的情况下，更多的人会根据该机构的品牌宣传度来决定是否参加课外辅导培训。其次分别考虑的因素为：师资、口碑、成本和规模等。课外辅导培训机构的品牌仍是选择培训机构考虑的重中之重。

（四）行业机构参差不齐，服务有待提高

当前国内的中小学课外辅导培训市场部分仍处于地方品牌占主导地位的局面，但是因为中小学课外辅导培训市场所提供的服务，都是围绕中小学基础课程，例如语文、数学、英语等。正是由于课外辅导服务在本质上具有同质性，为课外辅导机构提供了跨区域经营的可能性。实力强大的课外辅导机构，将因为教学质量过硬、师资力量雄厚、管理规范等而获取更大的市场份额，而质量差、规模小、没有核心竞争力的课外辅导机构所面临的将只是倒闭和或被兼并的命运。目前行业现状：缺乏规范及行业准则、竞争混乱、收费较高、因个人原因提出退款往往遭拒等问题相对集中，服务质量有待提高。

二、国内中小学课外辅导行业市场各种模式发展状况

（一）大班授课：

是传统的授课方式，面对面授课，每个教室通常有超过30个学生。但是，这种形式因其效率低下，缺乏针对性，正呈现逐渐下降趋势。据艾瑞统计 20\_\_年，这种大班授课模式的市场规模为265亿元，并预计在未来一段时间内其市场份额将继续下降。

（二）小班教学：

采取面对面授课方式每个教室通常有10-30个学生。班级人数较少使得老师能够更好的关注每一位学生并更能适应每个学生的需求。据艾瑞统计 20\_\_年，这种小班教学模式的市场规模达1046亿元，并预计未来五年年复合增长率将达19.3％。

（三）个性化一对一辅导：

随着中国高收入家庭数量的增多和人们对个性化一对一辅导需求的增加，这种以学生的具体情况和需求为基础的个性化辅导服务近年来不断增加。据艾瑞统计20\_\_年，一对一的个性化辅导市场规模达562亿元，并预计未来五年年复合增长率将达20.0％。

（四）网络课程：

通过网站提供预先录制或直播的教学视频并提供相关的学习资料。网络课程因不受地理和时间限制有着更为广泛的学生群体。据艾瑞统计20\_\_年，网络课程的市场规模达24亿元，并预计在未来五年其年复合增长率将达40.2％。

三、市场行情分析（根据查询二手资料数据法）

（一）目前中小学生参加课外辅导班的数量情况

在所有被调查的学生中，有76.6%的同学参加了课外辅导班。其中，初中学生参加的比重最高，接近九成，占88.1%；而小学生参加课外辅导班的比重不到七成，为67.4%；高中生为77.4%。从数量上看，有近三分之一的被调查学生参加了一个辅导班，参加两个课外辅导班的占26.1%，有22.7%的学生参加三个及

三个以上的辅导班，可以看出，参加两个及以上课外辅导班的人数将近一半，说明在大多数中小学生的日常学习生活中，课外辅导起到相当重要的辅助作用。调查还显示，另有不到四分之一的学生没有参加任何课外辅导班。

（二）参加课外辅导班的类型

经过数据分析发现：

选择语、数、物、化等纯文化类课程补习的远超过其他类型，占44.1%，几乎撑起了课外辅导的半边天。

选择第二位的是各类证书或考级培训班，占13.6%；

位列第三的则是音乐舞蹈类，占12.1%；

接下来依次是各类学科竞赛班，8.0%；

艺术绘画类，7.4%；

体育运动类，5.5%；

作业辅导，5.0%；

科学活动类，2.5%；

其他包括棋类、外语类、记者班等的占1.8%。

需求调研报告范文篇8

新的一年开始了，红包频频地进入了同学们的口袋，装得鼓鼓的。可是几乎每天都有同学来到文具店，出来的时候口袋瘪了，手上却是空空如也。他们究竟是到文具店做什么呢?

调查

每天上学放学，经过文具店，我都会刻意地观察观察。同学们进出文具店人流最多为早上、中午、下午和晚上。平均每个时间段会有45个同学买零食，一天下来一个文具店就有一百多个人买零食，每天约有三百多元进了商贩的口袋。算上所有靠近学校的店铺，每天约有六百多人买零食，浪费了一千多元!这是一个多大的数字啊!

分析

1.同学们爱吃的零食大多名字新颖，外表奇特，如：五杂串、豆腐干、“蒜”你狠……而经过加工的小吃，味道更是无与伦比。

2.这些零食制作材料包含着许多杂质，吃多了容易产生腹泻、胃疼、呕吐、厌食，甚至是因零食包含成分激素过多而身体提前发育、弄坏身体的情况。

结论

小学生购买零食的主要原因有：

1.因零食味道好而瞒着父母拿，甚至是偷钱来买零食。

2.因父母过度放纵而肆无忌惮地购买零食品尝。

3.因家庭富裕而请客，请同学吃零食。

大量的事实告诉我们，大多数同学挥金如土，在品尝美味零食的同时，也把父母赚钱的辛苦抛到了九霄云外。

建议

药监局局部应当加强监督情况，禁止商贩在销售垃圾食品，与商贩签订合约，制定一些具体措施，做到售卖垃圾食品必罚，举报销售者必赏。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com