# 水果店的调研报告7篇

来源：piedai.com 作者：撇呆范文网 更新时间：2024-04-22

*调研报告是调研事情的文字载体，是推行一项项目的文件参考，调研报告是一种详尽记录研究、分析和发现的文档，旨在提供全面的信息，以下是职场范文网小编精心为您推荐的水果店的调研报告7篇，供大家参考。水果店的调研报告篇1一、调查说明为了了解本市居民在*

调研报告是调研事情的文字载体，是推行一项项目的文件参考，调研报告是一种详尽记录研究、分析和发现的文档，旨在提供全面的信息，以下是职场范文网小编精心为您推荐的水果店的调研报告7篇，供大家参考。

水果店的调研报告篇1

一、调查说明

为了了解本市居民在水果市场的消费情况，特进行此次调查。调查时间9月24日至25日。调查方式为问卷式访问调查。本次调查的样本总数是200人。调查工作结束后，对调查数据进行了整理分析与总结，调查报告如下：

二、调查目的

了解消费者对水果的需求，喜欢程度和对未来水果市场发展的看法。将调查结果结合当前实际对水果市场做出相应调整，从而满足消费者不断增长的需求和要求，实现扩大水果市场的目的。

三、调查对象的基本情况

样品类属情况：在有效样本中女性120人，占总比例60%；男性80人，占总比例40%。个人收入情况：500以下占总比例10%；500~1500占总比例10%；1500~3000占总比例70%；3000~4500占总比例5%；4500以上占总比例5%。本次调查结果显示，本市总的消费偏低，商家在定价时要根据消费者的收入情况慎重定价。

四、调查小组组员介绍

乐员芳(组长)程红萍龙芳宋春婷王芳魏伏花吴丽吴鹏谢明英

五、调查范围

东华理工北区，洪客隆，抚河，步步高，东华理工南区附近。

六、调查内容

1.水果总类：苹果、枇杷、山竹、葡萄、榴莲、芒果、香蕉、荔枝、火龙果、柑橘。

2.喜欢的水果；

3.喜欢水果的原因；

4.购买水果时担心的问题；

5.每周用于购买水果的支出；

6.哪个季节购买水果更频繁；

7.对水果的依赖程度；

8.购买是水果最注重什么。

9.促销和广告对水果销售的影响

10.水果以后的发展前景

七、调查结果

1.我们可以通过许多促销方式提高水果销售量，比如水果打折、会员卡、抽奖等。

2.大部分消费者还是愿意购买环保水果产品。

3.消费者对于新产品还是充满好奇，都会尝试购买。

4.季节也会影响消费者购买水果以及水果的销售量和价格。

5.通过此次对市场各类水果的调查，我们可以明确看到，水果消费市场的前景相对来说还是比较优越的。关键是我们要抓住消费者的消费心理，解了消费者的需求。不同的的消费者在不同的季节对水果的各类的产品有不同的需求，那么要去满足消费者的实际的需求。从调查数据显示来看，显然，苹果,香蕉的市场占有率相对其他水果品种较高，葡萄,芒果等类产品相对较低，但是还是同样很受消费者青睐。其他类水果，比如荔枝和柑橘所占比例各达10.266%和14.073%。

6、.水果是是补充人体机能的重要的物质之一，消费者必不可少得需求。对一系列数据分析，目前的水果市场发展空间很大，但前提是要去了解消费者的消费心理，消费需求，对各类水果做出一些符合当前市场的措施调整，尽可能的缩小各类水果比例，改进水果质量，从而提高消费者对产品的忠诚度。岁的年龄段；

7.在所调查的消费者人群中，消费者喜爱水果的程度的年龄段从大到小依次为：18岁到30岁，30岁到45岁，18岁以下；

百分之四十。而当他们购买水果时，最注重的还是质量第一，其次便是口味和价格。由此可以出五十至一百之间的消费者还是比较少的。

随着现代农业的高科技发展，农药残留的问题也越来越受到大家的重视。其次便是水果的不新鲜问题。

12.消费者在路边摊购买水果的比例是的，占百分之二十八。因为路边摊比超市会更方便

水果店的调研报告篇2

随着我国经济的持续发展，我国居民的实际收入将大幅度提高，人们的购买力也将逐步提高，水果也将在人民的生活中扮演着越来越重要的作用。有助于广大市民水果消费，提高水果销量。

一、调查基本总况

本次调查由我们小组7个组员共同完成。调查内容涉及每月生活费、每次水果消费额、水果购买地点、购买水果的频率以及对水果的各类要求等项目。调查采取由调查人员网上发放调查问卷的方式进行，共发放调查问卷100份，回收100份，有效问卷100份，问卷有效率为100%。本小组最后对调查资料进行汇总和分析，得出了一系列调查结果。

二、调查数据分析

1、对被调查者性别的分析

在100份有效问卷中，被调查者中男性有22名，女性有78名，很明显女性比较喜欢水果，这也是符合客观实际的。

2、对被调查者喜欢吃水果的程度的分析

图2：被调查者喜欢吃水果的程度条形统计图

从图2中 我们可以看出喜欢吃水果的人居多，所以水果市场的前景还是一片大好的。

3、对被调查者购买水果的最佳季节的分析

图3：对被调查者购买水果的最佳季节的条形统计图

在调查中，有32%的消费者会选择在夏季购买水果，但这并不是表示在其他三季不买任何水果，也有21%表示无所谓。这说明也有一部分人不会因为季节的转化，从而影响对水果的购买。况且，各个季节都有特色水果，而且现在科技发达，反季节水果已经见怪不怪了。随着消费者的经济水平的提高，水果已经成为日常生活的必备品。

4、对被调查者经常购买的水果的分析

图4：对被调查者经常购买的水果的柱状图

消费者对水果的消费基本以常见产品为主，如图4，24%的消费者选择苹果，12%的消费者选择香蕉，14%的消费者选择橘子和菠萝，8%的消费者选择芒果，10%的消费者选择梨子，剩余18%的消费者选择其他。这表明越常见的水果越能被消费者接受，在新鲜度、价格方面有一定的优势，因而在当地有较大的市场份额。

5、对调查者每周用于购买水果的生活费的分析

图5：对调查者每周用于购买水果的生活费的柱状图

从图5中我们可以看出不同的工作人群的购买程度都不一样，消费水平较高的相对于水果这一栏花费较多。50%的消费者回答每周水果消费在10-20元，34%的消费者回答每周的水果消费在20-40元，

这可以看出：这一人群经济收入较好，对生活质量要求较高;其余的两项所占比例较小。

6、对周围水果店的价格的分析

图6：对周围水果店的价格的饼状图

从图6中可以看出，48%的消费者认为价格一般，47%的消费者认为价格偏高，只有少数消费者认为偏低。而其中认为价格偏高的将近一半，这可能跟季节还有我们水果店的客户群有关。

7、对被调查者购买水果时，最看重的因素的分析

图7：对被调查者购买水果时，最看重的因素的柱状图

从图7中可知，有50%的消费者最看重水果的新鲜度，35%的消费者看重价格，13%的消费者看重环境，2%的消费者看重服务态度。从中可以看出，新鲜度是消费者购买水果首先考虑的因素，其次是价格和环境。

8、对被调查者一般会选择在哪购买水果的分析

图7：被调查者一般会选择在哪购买水果柱状图

图8表明有41%的消费者选择超市，24%的消费者选择水果店，18%的消费者选择水果市场，17%的消费者选择水果摊。大多数消费者选择到超市和水果店购买，这主要是超市和水果店环境好，水果种类比较多且全，选择余地大，进货渠道正规，水果质量能得到保证。而选择在水果摊购买的主要是因为消费者下班时或买菜时顺便购买一些水果，比较方便。

同时从这份问卷调查中我们还了解到吸引消费者购买水果中水果的质量占52%，价格占25%。普遍的消费者认为水果的价格太高了，价格低点较能被消费者接受。还有在购买水果的是，消费者发现水果的质量存在问题，例如：大部分的水果不能保证新鲜，可能是当天没有卖完，或者保鲜措施没有做到位等;有些水果店为了提高利润，进购带有急速的反季节水果，这对消费者身体是大大不利的。

还有，从调查问卷中可知，问及“如果在你周围开设一间配送上门的水果店”，40%和37%的消费者会经常性或偶尔的光顾，只有2%的消费者不会去，21%的消费者无所谓。从中可以看出，如果可以的

话消费者希望水果店可以提供上门送货这一服务。这也是一个商机。

三、总结与建议

总结

从我们的问卷调查图表中的数据可以知道，有超过一半的消费者都会购买水果且频率还很频繁。且大都中意一些常见的，价格适当的，质量好的，新鲜的水果，因此，商家可以从这几个方面来考虑，或许可以增加销售量。并且，现在多数消费者经常食用各类水果，半数以上的消费者认为水果是人体必须的营养品。因此，水果的市场销售前景是很好的。

建议

一、 调节同类水果的结构，合理发展早熟、晚熟品种，避免果成熟期的集中导致了水果上市的高度集中，使得水果季节性供大于求非常严重，果品销售不畅。

二、 大力发展水果加工工业，提高水果的附加值，从而增加水果的销路，减少市场上鲜果的过剩，增加农民收入。

三、 发展水果贮藏业，调节水果的季节供求变化，提高果农的收入。

四、 加快国内市场的信息灵敏度，调节国内各地的水果疏通，减 少水果的地区价格差，使买卖双方都受益。

调查基本情况

调查人员： 李林雪、陈洁、于云进、贾淑清、张晴、胡定洁、蔡思瑶

报告撰写人：陈洁、于云进 调查时间：20xx年3月 发放问卷分数：100 回收问卷分数：100 回收率：100%

水果店的调研报告篇3

市场是城市经济社会发展中满足百姓基本生活必需品的主要供应场所，作为价格主管部门，我们有责任规范其收费行为。为将政府支出转化为真正的百姓得益，我局对全区56个菜市场的各类收费开展了调查清理，拟定了相应措施。并围绕菜市场租金、摊位费收取的合理定位等内容对33个菜市场进行了抽样调查，并掌握了基本情况。

一、菜市场的租金概况

从全区较有代表性的33个菜市场抽样调查看，市场日平均租金0.996元/每平方米，其中标准化菜市场25家，占75.8%，日平均租金1.045元；非标准化8家，占24.2%，日平均租金0.845；如以肇嘉浜路为界，浜北、浜南、中环线以外地区划分，则浜北地区9家，日平均租金1.193元；浜南地区16家，日平均租金0.975元；中环线以外地区8家，日平均租金0.80元。从中可见，地区差比较明显，浜北地区与中环线以外地区日租金平均价差近0.40元，标准化与非标准化菜市场日租金价差在0.20元。所以，如果租金不分地区、不分条件设施而制定统一标准则缺乏合理性，因此，需要有区别制定每平方米日租金的上限。

二、菜场内摊位租金现状

摊位租金是比较棘手的问题，摊主经营的行业不同形成不同的摊位价格。由此，我们根据不同的主副食品类别，分别对36个菜市场的猪肉、蛋品、水产(河鲜、海鲜)、蔬菜、豆制品、禽(活禽、分割禽)、水果行业的3667个摊位租金作了调查，在摊位总数中，猪肉占8.5%、摊位平均价格为1154元，蛋品占2.5%、摊位平均价格为740元，水产占15.4%、摊位平均价格中河鲜1286元、海鲜807元，蔬菜占41.7%、摊位平均价格为623元，豆制品占4.7%、摊位平均价格为928元，禽占4.6%、摊位平均价格活禽2054元、分割禽818元，水果占4.3%、摊位平均价格为1036元。在这主要的七类行业摊位中，由于经营主体的不同、地段不同，摊位所处的市口不同，摊位费的价格也存在差异。以猪肉摊位为例，浜北地段平均价格为1378元/月，浜南地段平均价格为1010元/月，中环线以外平均价格为1245元/月；同为浜北地段，猪肉摊位标准化菜市场平均价格为1420元，非标准平均价格仅为1042元；同一市场中，场内房间的猪肉摊位与一般猪肉摊位自然存在差距，这种差别同样表现在其他六类主副食品的摊位费租金上，由此可见，菜市场摊位费较为复杂，各种不平衡不能简单制定一个固定的摊位标准。

三、设想与对策

1、菜市场设定租金限定。菜市场的场地资源多数为公建配套的国有资源，场地的布局充分体现了以居民生活对菜市场的需求为规划原则的，对掌握管理这些资源的各个部门来讲，应充分认识到菜市场与居民生活密切相关且具有支配性地位的特性，应从利民的角度考虑，而不应只将其看作是获取更多的利益的渠道。基于这一认识，凡国有的公建配套资源可以定一个统一的菜市场租金标准，该标准不得高于同一地区菜市场租金的社会平均水平。以这次抽样调查的33个菜市场平均租金价格来计，日平均租金为0.996元/平方米。尽管浜北、浜南日平均租金价差为0.218元，但年租金价差也仅2300多元。所以，我们认为区域内租金规定不宜再细分，对公建配套的菜场以每平米1.00元为区内菜市场租金最高上限，下浮不限。这对标准化菜市场具有扶持作用，租金的积累倘若以五年为计，就具有对菜市场进行再改造的能力，实现良性循环。而除此之外的社会经营者自行开辟的菜市场租金则不设规定。

2、菜市场摊位费问题。我们认为，应首先对租赁摊位的经营商品要有规定，也就是说，上述的猪肉、蔬菜等七类行业的品种要占一定比例。据抽样调查情况看，36个菜市场中七类行业所占摊位比例平均为81.7%，这基本符合要求。七类行业在每家菜市场的比例尽管有所不同，但总体上大同小异。如果打造一个数学模型，可以细分至每个行业的商品所占比例，但考虑地区层次、供求的差别，不宜细分规定。菜市场摊位价格制定，由于差别大，比较复杂、也比较棘手，以调查情况而言，既存在地区差、规模差、模式差、经营主体差，还存在场内摊位的市口差、品种差等等。为解决菜场内房间摊位与一般摊位的价差问题，我们考虑两个办法：(1)根据地段、标准化与非标准化制定一个基准价，允许上浮比例。据调查了解，房间摊位经营者一般租赁费在1500元/月左右，猪肉最高在1900元/月，但不具代表性。一般而言，场内房间摊位的租赁基准价定在1500元则具有可行性。考虑标准化菜市场创建成本及鼓励方向，允许其房间摊位的租赁费在基准价上上浮20%。场内一般摊位中，若以调查的平均租赁价为依据，租赁费(标准化柜台)上限分别可以设置为：猪肉摊位1000元(剔除房间租赁价)、蛋品摊位750元、水产摊位海鲜800元(河鲜均为房间)、蔬菜摊位平均价格600元，豆制品摊位920元，分割禽820元(活禽均为房间)，水果摊位1050元。这一基准价，最大的不足是平均摊位价淹没了市场设施的差异与管理规范与否的区别，一些非标准化的、低于平均摊位价的菜市场从中反而得益，不利于菜市场的发展趋势。(2)由价格部门根据菜市场的运行成本，以街道为单位申报，由经委与价格部门联合成立审核小组对每一菜市场中七类主要行业的摊位费逐一审核定价。这一做法的益处是准确性适中，既能对菜市场的成本和盈余情况进行一定的控制，也能使政府为发展菜市场的支出得到更有效的掌握。

3、菜市场的指导价。免去市场收费、降低市场租金、规范摊位收费标准，理应传导于菜价，最终目的是体现政府关注民生，让百姓得益。在市场经济条件下如何将政府的利民思想转化为百姓的切身利益，我们考虑可以出台副食品行业指导价或菜市场指导价以此规范菜市场内的商品价格。通过区副食品行业协会服务社会、服务政府、服务企业的职能，制定主要副食品的“今日指导价”，各菜市场可根据市场副食品市场行情，对当天的猪肉、水产和蔬菜代表品种实行最高指导价，不得突破。菜市场经营者对每个入场摊主签订《摊主公约》，以协议形式承诺此项规定。副食品代表品种的最高指导价由菜市场经营者根据市场商品行情，加适当毛利于当日公布。代表品种的毛利可作相应规定，如猪肉加10%、水产20%、蔬菜30%。此项举措可在条件较成熟的菜市场先行试点，然后逐步推广。

4、菜市场实行“一费制”。在我们的调查中，菜市场存在着不规范收费现象，既有行政部门的多收费、捆绑式收费，也有经营单位利用行政收费项目向摊主乱收费等。菜市场经营者对摊主分摊的费用也各行其能，因而有必要通过“一费制”的征收，实行统一。在工商管理费、电子秤检验费、除“四害”费、消防、治安联防费等由政府支付情况下，目前来看涉及分摊的费用还有水电费(按表结算)、垃圾清运费、电子秤使用费。这些费用的分摊可以实行摊主进场时的一并结算，实行进场时“一费制”收取。除此之外，不再收取任何分摊费用。另外，对于垃圾清运费，可考虑重新核定基数，从走访邻近的卢湾、闵行、长宁区的菜市场了解到，长宁的玉屏、卢湾的泰康、闵行的黎安菜市场每年“垃圾清运费”上交分别是7000元、19200元、8640元，相比之下，垃圾清运费比我们低的多，考虑到菜市场公益性的特点，可酌情降低其收费基数。

5、菜市场的长效管理。菜市场管理水平参差不齐，入场摊主的个人素质也有差别，导致菜场管理对象相对复杂。如果没有有效的机制，难以形成长效效果，那么，政府从民生利益考虑的资金支出，也就得不到有效落实。面对这种状况，从有效和长效管理的角度考虑，可由区经委牵头制定“区标准化菜市场管理办法”，从标准化菜市场切入，设计符合我区实际的菜市场“管理标准”运行机制，将《标准化菜市场管理办法》的实施细则通过明文规定，组织场长和市场管理人员学习，更具渗透力，使菜市场的管理有章可循，违者按照《细则》处罚，直接触及违规者利益。也可作为标准化菜市场的年终考核依据和非标准化菜市场进行标准化改造的管理标准。此外，仍需保留个别社会力量兴办的菜市场，这对区菜市场的发展和长效管理会起到积极的推动作用。

水果店的调研报告篇4

为促进全县水果流通工作，解决全县水果销售问题，特别是橙类水果销售难的问题，及时掌握外地水果销售市场情况，畅通我县橙子销路，学习借鉴外地先进的销售经验及做法，20xx年4月14日～19日，县委、县政府组织流通办人员及县内水果销售大户代表等一行人赴长沙、武汉、郑州、岳阳四城市进行水果销售市场调查和学习。现将调查、学习活动情况汇报如下：

一、调查学习目的

这次调查学习的目的是在我县水果习惯于销售南方城市的基础上，尚未打开北方城市销售市场，为此对北方四城市的水果销售市场作一个调查。同时掌握去年我县水果大蓬车北方行反馈情况。目前，我县水果销售已面临严峻形势，特别是橙子销售，全县还有4万2千多吨未售出，习惯销售的南方城市现在市场不尽人意，很有必要拓开北方市场。鉴于此，县委、政府果断决策，派出以水果流通办刘崇卿为组长，以县流通办人员和县内水果销售大户代表等为成员组合成

7人的调查小组，赴长沙、武汉、郑州、岳阳等北方城市调查水果销售情况，及时掌握外面水果市场行情，针对我县具体情况，提出对我县水果销售的建议，解决全县水果(尤其是橙子)销售困难问题，确保农业增效、农民增产增收，推动果农种植的积极性，促进全县经济健康发展。

二、调查活动的基本情况

这次活动，从4月14日早上出发，4月19日凌晨回到恭城，历时6天，到了三省(湖南、湖北、河南)四城市(长沙、武汉、郑州、岳阳)，行程近万里。对四城市7个水果大批发市场的销售行情进行了调查。我们的调查方式主要是通过对当地市场的销售批发门面老板经营情况进行实地查看、询问;二是与当地销售大户座谈，请他们介绍情况;三是向当地摊位经销商发放我们恭城水果情况宣传资料，并对当地果商宣传我们的优质果品;四是请当地果商品尝我们恭城的橙子样品果，针对销售大户，我们还赠送橙子给他们做销售样品，在当地进行宣传;五是请当地市场管理部门人员、销售果商代表为我们提建议。

(一)4月14日下午，我们到达长沙市，找到当地市工商行政管理局，得到他们的支持，当日下午看了4个临时摊点。15日上午，在市工商局市场分局殷副局长的陪同下，对长沙市2个最大批发市场——马王堆果品批发市场、红星果品批发市场进行调查。马王堆市场位于市中心地段，红星市场位于市南部。我们在马王堆市场走访了31个摊点，在红星市场走访了22个摊点。这两大市场水果品种繁多，尤以时鲜水果西瓜、芒果、菠萝、枇杷、早李、苹果、梨为多，当地脐橙量大，胡柚多，还有部分沙田柚、椪柑及冰糖橙、甘蔗等。两个批发市场尚未见新会橙销售摊位。当地脐橙批发价为0.5～0.7元/斤，胡柚批发价为0.4元/斤，而时鲜水果西瓜达2.0元/斤。当地果商品尝了我们的新会橙后，一致认为口感、甜度都不错，就是果太小，不是品牌果，没有市场竞争力。

(二)16日上午至下午三时对武汉市的二大果品批发市场——汉口区黄家墩华中果品批发市场、武昌区沙湖水果批发市场进行调查。两个市场上的水果品种基本与长沙情况类似，不同的是在这两大市场中潮州柑、胡柚好卖，销售量大。潮州柑价格达1.3元/斤，胡柚价格达到0.5元/斤，市场主导果品仍是苹果，西瓜。西瓜的价格已达2.1元/斤。在沙湖果品市场上有恭城椪柑销售，但品牌标明为永春芦柑，价格1.0元/斤，市场上也出现了恭城柿饼，价格1.3元/斤左右，但市面上仍未见新会橙销售。当地果商品尝了我们的样品果后，一样认为口味不错，就是果子没有看相，上不了档次，同时果皮难剥。建议我们要分级包装，并进行打腊装扮，同时他们愿意帮我们试销果品，余辉老板准备叫他弟弟过恭城购一车20吨样果回武汉试着卖，看能不能让市民接受，打开市场。

(三)16日晚上到达郑州。17日上午在当地市场管理部门张建东所长陪同下，对郑州市华中物流中心水果市场进行了调查。该市场由于是淡季，水果品种明显不如长沙、武汉市市场丰富。主要以苹果、胡柚、梨、冰糖柑为主，芒果、菠萝、椰子、西瓜等南方水果占领了半个市场。市面上未见有新会橙销售。通过向当地最大的销售商师建华老板了解情况。我们的新会橙品味不错，就是果型太小，包装太差，没有市场吸引力。师老板建议在分级包装，用不同类型的纸箱包装，不能太大箱，同时要进行打腊包装，提升水果的档次。近期，他准备派人到恭城看果，试装车回去销售。

(四)17日晚到岳阳市。18日上午对岳阳市花果山水果批发市场调查，该市场与长沙马王堆市场果品情况相似，品种价格不相上下。在这个市场见到了恭城新会橙，但标名为冰糖橙销售，是栗木上枧潘平友老板运过去的。卖价为0.5～0.75元/斤，刚进入市场，销量不是很大。当地的老板还准备到恭城采购水果，想打开岳阳市场。

从四城市七大水果批发市场调查情况可以看出，我县新会橙水果在北方城市还没有打开市场。由于市场上脐橙量大，胡柚、冰糖橙水果丰产，且这类外地水果个头大、包装好，易于市民接受，加上时鲜水果(如西瓜、菠萝、香蕉、早李、枇杷等)冲击着橙类市场，我县新会橙失去了占领市场的先机。面对现在市场情况，必须多方位销售橙子，既要巩固已开发的南方市场，同时也要努力开发北方市场，拉动东、西部市场，形成全面开花的销售局面，推动全县的水果销售。

三、建议

水果的销售与种植是是相辅相成的，种得好了才能卖得好，但关键还在于市场的需求，有了市场才能带来效益，才能提高果农种植的积极性。针对当前我县的水果销售形势，现提出以下几点建议：

(一)转变思想、提高认识，要有销售的紧迫感，认识销售形势的严峻性。

当前我县尚有4万2千吨橙子未销售，果子保鲜期越来越短，天气一变化，果子质量会受影响，时下新鲜水果冲击市场最大，对我县新会橙销售也带来了很多不利因素。因此，我们各级管理部门都应提高认识，要有销售紧迫感，要正确认识到售不出的水果会给果农带来巨大的损失，会打击果农的种植积极性，会造成社会的不稳定。因此一定要在最短时间内群策群力、想方设法，把我县的水果销售出去。

(二)不要有惜售思想。政府和有关部门要通过多种途径加强宣传，引导果农克服低价格不售的观念，不要死咬定一个价格不卖，只要有合适的价格(根据质量定价)即可销售，售出总比不售为好。同时要清楚现在市民对橙子的需求是可有可无，并不是唯一需要的水果，不销售，橙子就会变成垃圾。

(三)注重包装效果、分级售果。一定要从打扮上下功夫(以红色包装最好看)，最好能将果进行认真精选、分级、清洗、打腊、精细包装、绿色包装。这样，价位可以上升，也可以促进销售。政府和有关业务部门要及时提供信息，加强技术指导，正确引导群众分级包装售果。

(四)通过多种途径吸引老板。一定要大力发挥销售协会、销售大户的作用，做到“走出去，请进来”，加强老板间的联系，不要在家等人来买果。

(五)品牌问题。建议政府组织有关部门搞好商标注册、搞水果打蜡生产，同时组织各位老板去搞水果展销，以打响恭城水果品牌。没有形成自己独特品牌，放在同一摊档上，一般消费者都只会感性地从价格、形状上去决定是否购买，很少有消费者能够分清果品品质的优劣。传统的新会橙市场不好，可以打别人的品牌(如冰糖橙)销售。

(六)加大招商引资力度，发展龙头企业。大量的商品果销售不出时，果品的深加工尤显得重要。通过招商引资，发展龙头企业，实现生产、加工、销售一体化。

(七)加强科技管护力度，提高果品质量，增强市场竞争力，增强绿色食品消费观念。为促进销售，保证果品质量，一定要在种植管护环节上下功夫，从花期开始就要进行合理的疏花疏果工作，在使用农药化肥时应按照标准化、无公害以及绿色食品要求进行施肥、用药，多使用农家肥和有机生态肥，保证果子质量。

水果店的调研报告篇5

一、 调查概况

我和同学于20\_\_年10月对学校周围的水果摊、水果店以及校内外的流动商贩进行了关于水果价格调查。

二、 调查目标

1、 各种水果价格大致起伏。

2、 各种水果价格起伏的原因。

三、 调查方法

1、 访问法。对各个水果摊点老板进行访问，向他们了解各种 水果的价格变动及他们了解的原因。

2、 观察法。观察消费者对于水果价格变动所作出的行动。

3、 搜集资料法。通过从网上等一些专业渠道进一步了解在市场流通中水果的价格变化趋势。

四、 调查结果

1、价格调查结果

短期而言，首先，苹果的价格虽然是在稳步上升，但是我们知道苹果是大众型的水果，一年四季都能买到，且价格不会有太大的上升或下降，所以我推测苹果的价格应该就在6—9元之间浮动。 再说香蕉在3月14时价格在4元左右，但随着时间的推移，价格呈现下降趋势，但是毕竟还有它的价值在那里，所以短期内价格应该不会低过2.5元，但如果到了初夏季节香蕉集体上市的时候价格一定会跌得更低，至少低过2.5元。 接下来是草莓，3月是草莓上市的季节，相较于春节期间提早上市的草莓来讲量多一些，同时价格也下降了一些。但是草莓的价格一向是比较高的，所以一直在10元至11元之间徘徊不定。最后是西瓜，我们都知道西瓜大量上市的季节是最炎热的夏天，但是春天也有一些早产出的西瓜流动于市场，虽然看似单价只有3块多一斤，比苹果、梨都便宜，但是西瓜是以个卖的，一个就至少3、4 斤，也就十几块了。而且西瓜在夏天时候的价格一般只有1、2块。所以总的来说西瓜的价格还是比较高的。 较去年同期而言，这4种水果的价格都高于去年的。

2、价格变动原因分析。

短期原因

（1）、苹果和梨这种四季水果价格变动不大，偶尔 一点起伏可能是供货商价格变动导致的。也是因为是四季水果，所以市场需求没有太大的变化。今年在苹果和梨的产区也没有什么大的自然灾害，所以一年四季的供应也较为稳定。在此情况下供求关系对于苹果和梨的价格变动没有太大影响。

（2）、对于香蕉和西瓜而言，3月是上市量较少的 季节。供给量少了，不能满足市场的需求，导致价格上涨。古语有云：物以稀为贵。价格就自然水涨床高了。

（3）、北京的天气四季分明，套用一句话就是“一 年四季随机播放”。这在一定情况下也对水果的价格有一定影响。3月14日前后气温较低，在9度至17度之间。而香蕉、梨作为凉性水果在3月14日前后应该卖得并不好，此条同时应用于消暑水果-西瓜。而4月7日和4月11日前后天气较为晴好，最高温能达到22度。所以这4种水果的销量都有所上升。

（4） 、由于节日的影响。节日对于苹果的影响最为大，我们都知道圣诞节前后，苹果的价格大幅度上升，仅仅一个苹果可以卖到5到15元不等，比平常的价格超出10倍多，所以在这几天前后苹果的变动幅度是最大的。长期原因，由于经济的进一步发展，通货膨胀的加剧，我国近两年的物价一直处于上涨的趋势，尤其是北京的物价上涨尤为高，其中当然包括水果价格的上涨。

（1）、人工成本上涨。据相关资显示：水果劳动力的成 本也在不断上涨。据央行统计，只是20\_\_年职工工资就上涨了14%。水果的生长、物流、销售都是需要人工投入的，所以，水果价格也随之上涨。

（2）、能源价格上涨。93号汽油已经突破了8元大 关，且石油价格还是一个上升趋势。这对于需要长途运输的水果行业来说也是一个不小的成本压力。

据北京水果批发、零售两大市场行情的监测显示:批发市场水果上市总量不足；零售市场销售日益走旺。综合全国水果市场交易状况及价格走势分析，近期水果交易量上涨，价格走强。质量上乘的价格居高不下，质量差的价格再低，购买者寥寥无几。北京市场棚产水蜜桃、京红、14号、绿化9等鲜桃刚在市场露面，质量好，价格均在高位运行，而露地的由于质量欠佳，价格低。造成这种情况的原因主要是:

一、国产水果上市量缺口较大。首先，受不特定因素影响，海南、广东、广西香蕉、荔枝外销受阻。水果上市量源头性减少，水果价格隐性上涨。其次，水果生产订单制度的施行，使水果生产规模缩小，名果普遍实行订单生产，订多少、生产多少，无形中水果的生产总量随订单而变化，上市量随之减少。

二、水果质量提升较快。目前上市时令水果大都采用有机化生产，无化肥、无农药残余等优点，如京红、14号等有机鲜桃市场零售价格14元/公斤。北京市场地产鲜桃主要是温棚、冷棚等设施化生产，控肥、控水优质有机果率高，市场认知度高，价格优势也较强。从长远看，市场价位低的时令水果将被淘汰出局，低附加值的水果无法进入市场。

三、进口水果价格反弹较快。西柚、葡萄柚、澳柑、澳橙、红提、香蕉等价格上涨幅度明显。

今年春末夏初北方高温，南方多雨，对水果的开花、坐果影响很大。据对主产区损失的匡算，产量损失为7％左右。受此影响，水果的商品率、优质率都将不同程度的下降，优质水果价格将上扬，价格两极分化明显。加之受国际市场水果价格阵性强势的双向拉动，水果市场运行提速势在必行，水果价格也随之高位前行。

(一)品种对水果价格的影响水果品种的好坏对价格有很大的影响品种比较优良以及特色的品种不仅价格高而且销售的也会很快。

(二)质量对价格的影响水果质量的好坏体影响水果价格比如果形比较均匀以及颜色比较鲜艳的水果会受到消费者的喜爱而果形奇形怪状颜色也比较暗淡的水果则不会受到消费者的喜爱。

(三)商品化处理对价格的影响上商品化的处理中相对来说混装的水果果品会销售的慢一些而分级的则会受到消费者的喜。

(四)品牌对价格的影响经过调查发现品牌水果在消费者心中占有信赖感因此品牌水果相较于其他水果会销售的比较快即使价格相比其他水果高一些也会颇受消费者喜爱。

(五)供求状况对价格的影响最近几年虽然水果产业的迅速发展但是水果贮藏保鲜技术以及加工能力还说不是很成熟因此有很多的水果品种在上市高峰期会出现供大于求的现象使得水果的价格降低。

水果店的调研报告篇6

一、调查概况

我于20xx年3月至4月对学校周围的水果摊、店以及校内的流动商贩进行了关于水果价格调查。

二、调查目标

1、各种水果价格大致起伏。

2、各种水果价格起伏的原因。

三、调查方法

1、访问法。对各个水果摊点老板进行访问，向他们了解各种

水果的价格变动及他们了解的原因。

2、观察法。观察消费者对于水果价格变动所作出的行动。

四、调查结果

1、价格变动现象

由上表可以得出以下结论。短期而言，首先，苹果的价格虽然

是在稳步上升，但是我们知道苹果是大众型的水果，一年四季都能买到，且价格不会有太大的上升或下降，所以我推测苹果的价格应该就在6―9元之间浮动。

再说香蕉在3月14时价格在4元左右，但随着时间的推移，价格呈现下降趋势，但是毕竟还有它的价值在那里，所以短期内价格应该不会低过2.5元，但如果到了初夏季节香蕉集体上市的时候价格一定会跌得更低，至少低过2.5。

接下来是草莓，3月是草莓上市的季节，相较于春节期间提早上市的草莓来讲量多一些，同时价格也下降了一些。但是草莓的价格一向是比较高的，所以一直在10至11之间徘徊不定。最后是西瓜，你我都知道西瓜大量上市的季节是最炎热的夏天，但是春天也有一些早产出的西瓜流动于市场，虽然看似单价只有3块多一斤，比苹果、梨都便宜，但是西瓜是以个卖的，一个就至少3、4斤，也就十几块了。而且西瓜在夏天时候的价格一般只有1、2块。所以总的来说西瓜的价格还是比较高的。较去年同期而言，这4种水果的价格都高于去年的。

2、价格变动原因分析。

短期原因

（1）苹果和梨这种四季水果价格变动不大，偶尔一点起伏可能是供货商价格变动导致的。也是因为是四季水果，所以市场需求没有太大的变化。今年在苹果和梨的产区也没有什么大的自然灾害，所以一年四季的供应也较为稳定。在此情况下供求关系对于苹果和梨的价格变动没有太大影响。

（2）对于香蕉和西瓜而言，3月是上市量较少的季节。供给量少了，不能满足市场的需求，导致价格上涨。古语有云：物以稀为贵。价格就自然水涨床高了。

（3）重庆的天气变化很快，套用一句话就是“一年四季随机播放”。这在一定情况下也对水果的价格有一定影响。3月14日前后气温较低，在9度至17度之间。而香蕉、梨作为凉性水果在3月14日前后应该卖得并不好，此条同时应用于消暑水果-西瓜。而4月7日和4月11日前后天气较为晴好，最高温能达到22度。所以这4种水果的销量都有所上升。

长期原因，我国近两年的物价一直处于上涨的趋势，其中当然包括水果价格的上涨。

（1）人工成本上涨。据相关资料显示劳动力的成本也在不断上涨。据央行统计，只是20xx年职工工资就上涨了14%。水果的生长、物流、销售都是需要人工投入的，所以，水果价格也随之上涨。

（2）能源价格上涨。93号汽油已经突破了8元大关，且石油价格还是一个上升趋势。这对于需要长途运输的水果行业来说也是一个不小的成本压力。

五、心得体会

随着人们生活水平的提高们生活越来越老离不开水果，人们对于水果的认识也越来越深，现在又一个意识就是至少一天一个水果。基于以上原因，水果行业也必将有很大的发展。但是水果的价格还是需要稳定。如要稳定就要求供求相当、减少天灾带来的影响，同时还要控制人工、能源等的价格影响。

水果店的调研报告篇7

水果市场是指一区域内用于销售蔬菜、瓜果、水产品、禽兽、肉类及其制品、豆制品、熟食、土特产等各类农产品和食品的以零售经营为主的固定场所。现在的菜市场已经不完全是那种自发形成的马路市场，而是相当一部分的菜市场是政府为了满足人们的生产生活需要而建立的固定区域。菜市场与人们的生活是息息相关的。当前，在“保增长、保民生、保稳定”以及“农贸小市场，民生大工程”的政策与号召下，大力推动布局合理、设施完善、经营规范的农贸市场建设，对于降低流通成本，方便和促进居民消费，稳定就业，促进社会和谐发展有重要作用。但我们知道理想是美好的，现实是残酷的，当前菜市场远远没有达到我们预想的状态，许多问题依然存在，例如人们提到菜市场想到的不是菜市场的井然有序，价格公允，以及相关部门管理得有多么的好，菜市场有多么的干净等等。可能我们经历的菜市场依然是那种比较脏乱，没有什么秩序，更严重的是我们一进菜市场就会感到一股难闻的味道，甚至于有一种再也不想进菜市场的冲动。针对这些问题，为全面、准确的掌握市区菜市场的基本情况，以及存在的主要问题，以便针对性地提出解决措施，我们对我们附近阳逻菜市场展开了一次调研，现将有关情况报告如下。

一、 调查目的

掌握市区菜市场的基本情况，以及存在的主要问题，以便针对性地提出解决措施。

二、 调查对象

分布在阳逻的三个菜市场，即分别是阳逻平江集贸市场、中商附近菜市场和中百附近菜市场。三个菜市场其中阳逻平江集贸市场和中商附近是由政府规定设立，但中百附近的菜市场是由当地的老百姓自发地在哪里摆摊，卖一些蔬菜之类的东西，虽然也会有耻在哪里管理，但仍然很混乱。

三、 调查时间

xx年x月x日上午星期六以及12日的早上

四、调查方式

由于考虑到菜市场人潮太过拥挤以及卖家也会忙着照顾自己的生意，根本没有时间来完成一份问卷调查，所以我们小组成员采用的是一问一答式的方法，既有我们提出问题，有随机抽到的大妈或者哥哥姐姐回答，其中刚好那天遇到耻在哪里对菜市场的秩序进行维持，我们也就政府方面提出了一些问题。可以说问题的回答或多或少的反映了一些问题，也得到他们积极热心的回答，还有一些照片的获取也是一门见证。所提出的问题见附页。

五、调查内容

主要是了解附近群众对菜市场的看法，出于什么样的考虑将菜市场设在这里，菜市场设在这个地方设立有什么样的优点以及缺点，以及菜市场平常是怎样进行管理的，还有就是早上那一阵人流后残留的垃圾该如何处理等等。这些内容可能包含的不是特别的全面，但每一个视角看到的是不一样。

六、调查结果

上面都是对此次调查菜市场的简单介绍，下面看看此次调查我们所获得的结果：

(一) 菜市场所存在的基本问题

首先当前经济发展带来我国集贸市场的发展，但存在问题如下：

一、 集贸市场发展现状之市场规划布局不适应城市发展要求

近几年来，中国经济的迅猛发展，给各级各地城市建设注入了充足的马力，城市市容环境改造建设在全国各地如火如荼地进行，传统破旧的城中村式集中居住区正迅速地被宽敞美观的高大楼盘所取代，原有的市场布置格局也在一次次爆破推倒声中被一点点地分割、支离，有的甚至被迫彻底让位于道路改造、开发建设。遍地开花的新型小区开发建设，也没有及时将集贸市场建设纳入整体规划进行统筹建设，集贸市场生存发展的空间不断被挤占压缩，出门上市购物难的问题在新建居民小区内不断凸显了出来。仅以汉阳区为例，目前全区共有23个有形集贸市场，它们大部分布于钟家村及二桥这两个传统人口密集区，而汉阳大道、鹦鹉大道两侧及永丰、江堤两乡相对较少。这种过分饱和与相对不足的市场布局，不仅使我区集贸市场生存发展陷入“有市无场”和“有场无市”的尴尬境地，也导致了自然集市、占道经营、推车串巷叫卖的现象在一些人口密集生活区依然存在，既有损于文明和谐的城市形象，也影响到政府开发新区、建设新汉阳等重大战略目标的顺利实施。

二、集贸市场发展现状之市场硬件设施残缺破旧，改造难度大

作为我国社会经济发展的历史见证者，城市集贸市场大多是在改革开放初期，紧贴传统居民区周围自然形成，并先后经马路市场和大棚市场发展而来，有着近30年的历史。由于受当时社会经济、生产力发展水平等条件所限，市场硬件建设设施简陋、结构单一、功能不全的弊端重重。市场内上下水管道设计不合理，长期得不到有效疏浚，用水供给不畅，地下污水横流，又加之温控、除尘、保洁等配套设施不全，食品经营卫生环境脏乱差问题突出，人和食品极易交叉感染，食品经营卫生安全状况令人堪忧。近几年，各地政府虽然加大了对集贸市场实行“农改超” 的升级改造力度，但从已改超集贸市场的整体效果上看，无论是市场硬件设施改造，还是内部功能布局，都还处于低层次建设水平。“臭气熏天、污水横流、夏季如蒸笼、冬季如冰窟”的市场环境状况没有得到根本性扭转。一些地方市民群众尖锐指出：集贸市场已成为与城市现代化氛围反差最大的场所之一，是现代化都市中的一个不和谐音符。

三、集贸市场发展现状之市场管理创新不够，与现代化的管理要求差距明显

传统城市集贸市场大多经历过国有企业的转向转型，已形成了多元化的市场结构体系，现场管理人员也多半是从原来的经营管理队伍中分离而来。一方面，他们拥有丰富的管理经验，但另一方面，他们也过分依赖这种老经验、老做法，再加上自身年龄过大、精力不及和知识结构陈旧的劣势，使得市场管理人员啃老本思想严重，思想上的守旧导致了管理方法创新上的严重匮乏。虽然，一些新建市场在引进先进管理人才和改进管理方法上，有了一些新的思路和创举，但迫于投资贷款过重的经济压力，创新之举难以长期维继，甚至不得不又转过头来，重新采用投资少、见效快的传统管理手段。市场经营管理水平与强势抢夺市场份额的超市、商场相比，差距日趋加大。

四、集贸市场发展现状之经营者整体素质较低，跨跃式发展受制约

集贸市场经营者多是农村富余劳动力和城市下岗失业人员，年龄相对偏高，文化水平普遍较低，法律法规和食品安全意识十分淡漠，唯利是图思想严重。他们对作为市场主体对象所应承担的自责己任认识不足，短斤少两、欺诈消费和销售未经检测、检疫食品等非法经营行为在市场内时有发生，这类一味追求眼前既得利益的不义之举，无异于杀鸡取卵，既有悖于文明经商、诚信服务的市场氛围形成，也给整个市场的繁荣发展增加了无形的阻力和巨大的社会成本，市场萎缩带来的苦果最终还得由市场经营者自己来埋单。

在全国集贸市场存在的问题中，经过我们小组的实地调查、亲身经历，总结出来武汉阳逻地区菜市场出现的以下问题：

一.布局不合理，市场基础设施薄弱，建设水平不高，基础设施是农贸市场管理和建设的硬件，但市场最突出的问题是硬件设施问题，顶棚式市场结构，通道式摊位格局，狭小节约型摊位设计，活禽宰杀没有专门设计，熟食摊位没有防蝇设施、水产摊位设计排水不科学，导致场内“脏、乱、差”现象严重。

二.马路市场猖獗，影响市容市貌。目前对农贸市场的管理是多方面多层次的，一些经营者打“时间差”，“候鸟型”马路市场到特定时间把摊点搬到沿街人行道上经营，形成移动式或马路市场，农贸市场管理者和耻局部门也以向马路市场经营者收取一定费用了事，从而在一定程度上默认了马路市场的“合法化”。

三.摊位费租赁收费标准与市场现状不适应。随着城市建设日新月异，城市框架不断扩大，城市居民日益增多，居民对农贸市场的需求与日俱增，但目前阳逻与城市建设相配套的市场网点建设相对滞后，现有的农贸市场存在先天的布局缺陷，已不能适应城市化的发展需要和居民的消费需求。

四.市场法制环境差，管理不到位。阳逻农贸市场管理工作，虽然由耻、工商、环卫等单位根据各管辖职能各司其职，但由于缺乏具体、全面专业的市场管理办法，职责不明确，管理工作受局限。市场管理部门职能交叉，市场发展环境不优，一些职能部门重收费、轻管理、不服务，加重了市场业主和经营户的负担，扰乱了市场的正常经营秩序，而且在很大程度上制约了市场的繁荣。

五.卫生情况不好，脏乱差，臭味很大，存在乱摆乱放现象严重，没有固定摊位，耻没有进行人性化管理，以驱赶式的方法解散摊主，人们素质有待提高，偶尔会发生争吵事件，污染严重，影响附近居民生活，设施简陋，投入不足，农贸市场改造提升难度大，管理落后，规范化程度低，市场环境不容乐观，行政管理混乱。

(二)菜市场存在问题的原因

随着我地城市化建设的不断推进，居民生活条件的改善，人民群众对生活服务质量的要求越来越高，农贸市场在合理布局、设施配套，日常监管，食品安全等方面出现不少矛盾和问题。针对上面提及的问题，我瞄纳的原因主要有如下几点：

1、政府方面是主要原因。

第一，政府部门对农贸市场监管难度大。少数政府职能部门与政府官员认为农贸市场已收取了市场设施租赁费，足以维持其正常运转，无需财政投入。事实上，农贸市场经营属于低收益甚至亏损经营的公益事业。同时，农贸市场是各种农产品、副食品、水产品等商品集中交易的场所，由于经营主体复杂多样，尤其是文化程度、法律意识、文明意识等普遍偏低，对食品安全问题未引起足够的重视，对监管部门的监管存在躲避和应付的心理，使得农贸市场监管人员的监管压力大，存在畏难情绪。农贸市场商品来源复杂、销售快捷、销路多样等客观原因使得工商部门事前介入和事后监管的难度增加。而工商部门在监管干部人手方面的缺乏，加之其他监管任务重，不利于强势的执法合力形成。

第二，城区农贸市场监管财政投入相对不足。由于财政投入的相对不足，市场经营单位无能力投入，以营利为目的的企业不愿投入，导致农贸市场的发展与城市建设的发展不同步、不协调。农贸市场的建设滞后于城市建设，不利于城市整体发展。

第三，城区农贸市场监管执行力弱。近年来，农贸市场方面的监管制度比较多，但落实效果不太明显。据调查，农贸市场普遍存在监管人员不足的问题，且不重视对市场监管员的管理培训和继续教育。同时监管人员的独立性不强，家族式管理问题突出，绝大多数农贸市场监管人员与市场开办者都有些沾亲带故的关系。在人才培训方面，难以进行公平公正的权利制衡机制。因此，即使地方政府热衷于制定各类农贸市场监管制度，这些制度大多也只能写在纸上、挂在墙上、喊在嘴上，不能有效地执行，导致农贸市场监管效果不佳。

第四，城区农贸市场监管法律法规不完善。由于农贸市场管理立法层面的缺失，城区农贸市场的市场准入和主体地位模糊，《农贸市场登记证》与市场经营人员的营业执照不符，直接导致农贸市场开办单位职责不清、农贸市场开办者与进场经营者之间的法律关系不明确，从而使工商部门无法开展具有针对性的监管措施并落实开办方的违法责任，大大削弱了监管力度。

2、农贸市场规划滞后且不尽合理。农贸市场和群众日常生活息息相关，所以市场的布局规划选址应考虑居民住宅区的规模分布，在尽可能方便群众到农贸市场采购菜品的同时，兼顾周围居民的生活环境舒适程度和经营者的经济效益问题。从我地目前的情况来看，一是农贸市场的规划严重滞后，设置不合理，二舒划之初盲目追求经济效果、不切实际，使现在存在的问题难以扭转，利益牵扯复杂，难以整治。

3、农贸市场内部设施简陋、设计不合理。市场“脏、乱、差”一直是居民对市场的普遍评价。这几年虽经市场主管单位努力，但改进却不大。一是设施简陋，功能不健全。本地市场最突出的问题是硬件设施问题：棚顶式市场结构、通道式摊位格局，面积狭小的节约型摊位设计是我地农贸市场设计特色。这些市场商位设计不合理。活禽宰杀没有专门设计，熟食商位设计没有防蝇设施，水产商位设计排水不科学等等。由于内部设计不合理，导致场内“脏、乱、差”现象严重，经营户和消费者怨声载道。

4、片面追求经济效益，市场管理混乱。农贸市场是带有公益性功能的农副产品交易场所，一些市场投资者只注重经济效益，造成了市场的无序和混乱。一是一些市场主办者社会责任意识不强。在日常管理中重收费、轻管理、轻责任，把注意力集中在摊位费的收取上。对市场内环境卫生、占道、搭建、扩摊或流动经营等行为视而不见，使脏、乱、差现象普遍存在。二是一些市场主办者只注重眼前利益，经营理念陈旧，短期行为严重，几乎不进行必要的市场维修，对市场的发展缺少竞争、创新的意识，这在一定程度上制约了农贸市场的提升改造、更新换代。三是外部利益群体的介入，造成市场管理无序。

5、场内经营业主、市场经营主体整体素质不高。目前在市场经营的基本上是个体工商户、私营业主，其人员构成比较复杂，文化素质相对较低。一是经营者缺少必要的商品知识、法律知识，食品安全存在隐患，且大量无证经营;二是经营者与市场业主的矛盾时有发生，由摊位安排、市场环境等原因引起，往往影响市场的消费者正常消费;三是场内经营方式传统单一，多是小规模小本经营，经常侵害消费者权益导致矛盾，致使广大消费者对菜市场的满意度不高。

6、马路集市的兴盛，阻碍了正规集市贸易的正常发展。一是马路市场在道路旁摆摊设点，大量人流车流滞留拥挤，长时间内无法疏散，存在着严重的交通隐患。二是因无人监管，食品安全卫生也得不到充分保证，缺斤少两现象严重。三是随意摆放，乱丢乱弃，给市容市貌也造成了不良影响。尽管耻部门一再打击，这些马路市场仍是“春风吹又生”，其不受约束的发展对正规市场的运转造成了严重影响。 (三)解决措施建议

认识性的问题。要解决这些问题，首先要对其有一个正确的认识。抓好农贸市场整治，是落实科学发展观在工商实践中的具体体现，政府部门必须责无旁贷，必须要占有主动权和话语权，把整治当成展示自身形象和履职尽责的舞台。要想完成任务，一是要举旗子，明责任，抓落实，强监管。建章立制，定人，定位，定目标，定责任，定标准，定时限。二是要城乡一体，同等对待。向一圈层看齐，实现城乡同等服务，同等标准规范。三是要抓住重点，以点带面;抓住难点，攻关克难;抓住弱点，主动跟进。四是要通过整治，实现“一箭多雕”。通过整治同时要达到市场“三化”建设标准(即标准化、制度化和规范化)，要落实好六大类食品(即五榖根茎类、蛋豆鱼肉类、蔬菜类、水果类、油脂类、奶类)市场准入，要夯实预防公共卫生事件基础和市场分类监管基础。

抓住三个关键点

一是举好政府的旗子，安排好政府各部门分牵头工作。

农贸市场整治，工商部门牵头。但工商一家不能“包打天下”，他需要得到市级领导的支 持和帮助，需要得到政府各部门的通力配合和协作。为此，工商局应在事先取得市级领导肯定和认可的前提下，成立农贸市场环境整治工作领导小组，小组成员由工商局来制定，把目标管理下达到各有关部门，把各部门农贸市场监管职责作进一步的明确，实现工商牵头，集体联动，全面整治的目标。同时要求政府各部门要有计划方案，并定期组织工作进度通报，定期组织召开工作例会，汇报进展情况等。

二是要牢牢抓住市场开办方，指导其管理好市场。

沟通受理的浓缩。必须要解决好市场责任人的认识问题，才能督促其属下市场开办方落实责任，主动规范。为此，工商局要召集各个市场上企业老总和市场开办方座谈，晓之以理，动之以情。告知其城乡环境综合整治是一项长期性的任务，是城乡统筹的具体举措。企业和市场开办方不仅是抓物业管理，更重要的是要履行好市场第一责任人责任，对市场环境、证照、安全、计量、维权、卫生等有督促和管理责任，对市场内的硬件和软件设施有建设和维护责任。告知其企业和政府抓好责任落实就会实现目标一致，互利双赢的目标。

知己知彼，百战不殆。组织市场开办方培训，帮助市场开办方掌握经营户有六大心理弱点，即经营户视钱财如生命，怕停止经营，怕耻的喇叭点名批评，怕扣钱，怕写检查，怕执法部门查处或扣押其物品等;消除市场开办方心理顾虑，即不要怕当前规范市场的困难重重，不要怕企业老总不支持，不投入，不要怕经营户找你扯皮闹事，不要怕没有政府部门给你撑腰打气;要建立规范的农贸市场，一是市场开办方要同经营户签协议或合同。二是要建立经营户保证金管理制度。三是在市场内实行分区管理，建立管理骨干制度。四是成立市场巡查队，履行违规违纪扣缴保证金制度，彻底解决市场内的经营户出摊占道问题和市场外的流动摊贩叫卖情况。五是建立管理骨干培训制度，保证骨干队伍建设水平。六是立柱子，划区位，专人管理，解决秩序混乱和车辆乱停乱放问题。

三是教会工商工作人员如何监管好市场。

同样的，首先还是要解决好认识性问题，不能把农贸市场监管推向其它政府部门或企业，要站稳脚跟，找准切入点和突破口，主动出击。要依据监管和服务相结合，责任和落实并举的原则制定方案措施。要教方式方法，帮助工商所建立“一对一”帮扶制度，把人员分到市场，分到各个区位，明确责任和标准，抓好检查督促。帮助工商工作人员分析市场，掌握市场开办方五怕心理特点。一怕其被政府各部门或有关媒体曝光。二怕政府部门联合整治，联合逗硬。三怕经营户被处罚或通报，对其市场形象有损。四怕经营户集体找事，无法开展工作。五怕市场规范化建设排名靠后。要求市场开办方同工商部门签订责任书;建立目标管理制度;适时组织市场开办方培训;指导完善三化建设标准和市场内经营户索证索票和台账制度管理;帮助其实现划区管理，定点停放，解决出摊占道问题;监管好市场开办方和市场内经营户的经营行为等。

落实到具体实处建议

第一、设置统一的管理机构、建立顺畅的协调机制

在各市场的上级管理部门共同协商的基础上，建立一个统一的管理机构，开场日常工作。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、信息、储运、和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，促进农贸市场的又好又快发展。

第二、探讨“服务进社区”的新途径，解决马路市场存在的问题。

马路市场存在诸多的不足，耻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的存在。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，在某些地段划出专门的区域提供其经营，并通过市场管理机构、工商、耻等部门的监管，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。

第三、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，梅干菜，特色小吃等，通过某些菜品来吸引顾客，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。

第四、优化购物环境，使脏、乱、差现象得到根本改观。

集市上畜禽区的脏乱现象，并非完全不可解决的。管理方可与物业部门协商，每隔一定的时间，派出专门人外运垃圾，保证交易区的清洁;同时加强对废弃物的回收与利用，如鸡鸭毛等。通过统一的管理与商贩的自觉维护，保持购物环境的优良。至于对集贸市场的混乱状况的整顿，有关部门须加大工作力度，加强宣传教育，惩戒某些违规商贩，重建市场秩序，促进其正常发展。

第五、通过政策扶持，引进资金，加快市场的市场的升级改造。

加大对市场的政策扶持，如根据经济形势，减少某些税费的征收，对某些商品的生产进行补助等，通过这些措施提高商户经营的积极性，促进市场的健康发展。同时，大力引进资金，采取投资者出资金，政府给政策的方式，对现有集贸市场进行硬件升级。在空地新建菜市场，使市场布局更合理，运行更顺畅，人民群众的生活更方便。

七、总结与体会

根据以上的基本情况，我得出以下几点结论：

菜市场远远没有达到我们预想的状态，建设井然有序的菜市场仍然任重道远，这需要政府相关部门，以及人民群众的积极热烈支持。只要政府管理得当，民主不过分剥夺人们的合法权利，多为老百姓考虑，而且在管理的过程中民主的方式远远比实行强制的措施更好，还有就是老百姓多多支持政府的工作，不可盲目的反对。

菜市场的建设应该充分结合当地的实际，什么样的路段是否该设都应调查清楚，就拿阳逻来说菜市场主要是由居民居住以及主要交通干道人流来设立的。

体会：通过这次调查实践，我们锻炼了自身的能力以及了解了社会实事，什么是都不能仅靠一些官方的报告，自己实际了解到的更重要。通过阳逻这个小地方我们看到的仅仅是一小部分，但是从小的地方，我们也可以掌握大的方向。菜市场存在的问题也是大同小异的，希望此次的调查能或多或少的反映一些问题，也希望通过政府和人民的配合支持能将菜市场建设的更好。

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