# 美容人才调研报告范文(汇总6篇)

来源：网络 作者：独酌月影 更新时间：2024-04-01

*美容人才调研报告范文1一、xx市粮油批发市场的现状粮食批发市场是整个粮食市场的一个重要环节，也是粮食生产者、经营者和消费者之间的一个“三通”，更是粮食宏观调控的一个重要载体。十一届三中全会以来，xx市粮食市场日益发展起来，形成了一些初级粮食...*

**美容人才调研报告范文1**

一、xx市粮油批发市场的现状

粮食批发市场是整个粮食市场的一个重要环节，也是粮食生产者、经营者和消费者之间的一个“三通”，更是粮食宏观调控的一个重要载体。十一届三中全会以来，xx市粮食市场日益发展起来，形成了一些初级粮食批发市场，这些市场的兴起为建立社会主义粮食市场经济体系奠定了一定基础。实践证明，这种粮食市场经济新机制，在社会主义市场经济建设过程中发挥了积极作用，但作为统一市场体系还没有真正形成，还没有真正发挥其在社会主义市场经济中举足轻重的作用，主要表现在以下二个个方面:

1. 市场规模小，主要是一些外来米船自主采购批发，另外有一部分本地的粮食商贩的另售兼营批发。xx市是一个吃的稻麦不种，种的杂粮不吃的一个粮食差入地区，全市本地110多万人口吃粮，以及工业、饲料、种子等用粮食交易达30万吨。这与主要靠米船和一些小粮贩来经营粮食批发业务的现状极不协调。

2. 没有一个专业的粮食批发市场市场。改革开放的九十年代，xx市曾在县城建设过一个粮食批发专业市场，当时也曾红火一阵，但因缺少资金继续投入，管理措施不到位等原因，渐显潇条，最后关门改作他用。

二、 存在问题及原因

1. 市场投资不能得到政策的支持。批发市场享受不到农发行贷款，在其他商业银行贷款还得银行存款抵押，所以就没有商品资金。这些对市场建设和交易的制约作用显而易见的。

2. 外部环境与市场现状脱节。我国特有的国情、粮油商品的特殊地位与现有批发市场的普通“身份”之间形成了明显脱节，粮食说起来重要，做起来就不重要了。这种市场定位不准确的情况从客观上造成了现有批发市场缺乏对客户的组织、吸纳能力和约束能力，从而窒息了市场自身充分发展的能力。

3. 市场发展不平衡，受地域、交通等客观条件制约，发展缓慢;市场服务功能不完善由于市场自身规模的限制，影响了按公开、公平、公正的原则组织交易活动的能力，市场的辐射力和吸引力没有充分发挥的余地。拍卖、协商买卖、组合成交、约定成交和代理成交的交易形式有名无实，实现市场发现价格、平抑价格的功能也只能是纸上谈兵。

4. 市场法规建设滞后，全市还缺少粮食市场管理的专门规章，市场监管比较薄弱。没有统一管理、领导粮食市场的机构，不利于粮食统一市场体系的形成。粮食市场建设法律法规缺乏，不能给粮食市场的健康发展带来保证，使得那些曾经进入市场的客商纷纷“离场”，回归到粮食市场开放初期那种“四处开花”、“场外购销”的老路上去，许多一度很红火的批发市场冷落下来，场内交易量小，场外交易却十分红火。

三、 对今后工作的建议

1. 加大投入，加快市场基础设施升级改造和粮食物流设施建设， 树立服务意识，完善服务功能 要通过行业指导和政策扶持，使现有市场上水平、上档次，与不断扩大的交易需求和不断提升的服务要求相适应。进一步完善服务功能，提高服务质量，切实为进场交易的客户服务，实行信息、交易、结算、运输、交割、商务处理全流程服务。完善市场功能，增强辐射能力，积极探索产销直挂、连锁经营、配送、贸工农一体化经营等新的流通方式。还可以建立高效、灵活的调控机制，以利于政府调控下市场形成粮食价格机制的建立。

2. 强化市场管理，规范交易行为加快市场建设，建立健全粮食市场交易规则，提供公开公正的交易场所，改善交易条件，克服目前粮食交易无章可循、零乱无序和有法不依的现象。依靠和配合工商行政管理部门强化市场管理，管好、管住收购市场，严格实行粮食批发准入制度。

3. 统筹兼顾，加强协调。粮食批发市场是物流、商流、资金流汇聚的场所，涉及到多部门、多行业，粮食行政管理部门要抓紧协调有关部门，加强政策的衔接与落实，及时研究制定和调整完善相关的实施意见，促进粮食批发市场的发展。政府要对符合国家规划和地方规划要求的粮食市场给予重点扶持，在市场基础设施建设、进场交易客户税费、物流运输等方面给予优惠政策。

**美容人才调研报告范文2**

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7月至8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20xx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

(一)样品类属情况。在有效样本户中，工人320户，占总数比例;农民130户，占总数比例;教师200户，占总数比例;机关干部190户，占总数比例;个体户220户，占总数比例;经理150户，占总数比例;科研人员50户，占总数比例;待业户90户，占总数比例;医生20户，占总数比例;其他260户，占总数比例。

(二)家庭收入情况。本次调查结果显示，从本市总的消费水平来看，相当一部分居民还达不到小康水平，大部分的人均收入在1000元左右，样本中只有约的消费者收入在20xx元以上。因此，可以初步得出结论，本市总的消费水平较低，商家在定价的时候要特别慎重。

>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、白酒消费多元化。

(1)从买白酒的用途来看，约的消费者用来自己消费，约的消费者用来送礼，其余的是随机性很大的消费者。

买酒用于自己消费的消费者，其价格大部分在20元以下，其中10元以下的约占，10～20元的占，从品牌上来说，稻花香、洋河、汤沟酒相对看好，尤其是汤沟酒，约占，这也许跟消费者的地方情结有关。从红酒的消费情况来看，大部分价格也都集中在10～20元之间，其中，10元以下的占，价格档次越高，购买力相对越低。从品牌上来说，以花果山、张裕、山楂酒为主。

送礼者所购买的白酒其价格大部分选择在80～150元之间(约)，约有的消费者选择150元以上。这样，生产厂商的定价和包装策略就有了依据，定价要合理，又要有好的包装，才能增大销售量。从品牌的选择来看，约有的消费者选择五粮液，的消费者选择茅台,另外对红酒的调查显示，约有的消费者选择40～80元的价位，选择80元以上的约。总之，从以上的消费情况来看，消费者的消费水平基本上决定了酒类市场的规模。

(2)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。

(3)顾客忠诚度调查表明，经常换品牌的消费者占样本总数的，偶尔换的占，对新品牌的酒持喜欢态度的占样本总数的，持无所谓态度的占，明确表示不喜欢的占。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。

(4)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：

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：

泰福大酒店是大家最看好的，约有的消费者选择它，其次是望海楼和明珠大酒店，都是，然后是锦花宾馆。调查中我们发现，云天宾馆虽然说是比较好的，但由于这个宾馆的特殊性，只有举办大型会议时使用，或者是贵宾、政府政要才可以进入，所以调查中作为普通消费者的调查对象很少会选择云天宾馆。

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，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，喜欢火锅的约占，在对季节的调查中，喜欢在夏季吃火锅的约有，在冬天的约为，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。

>三、结论

1、本市的居民消费水平还不算太高，属于中等消费水平，平均收入在1000元左右，相当一部分居民还没有达到小康水平。

2、居民在酒类产品消费上主要是用于自己消费，并且以白酒居多，红酒的消费比较少，用于个人消费的酒品，无论是白酒还是红酒，其品牌以家乡酒为主。

3、消费者在买酒时多注重酒的价格、质量、包装和宣传，也有相当一部分消费者持无所谓的态度。对新牌子的酒认知度较高。

4、对酒店的消费，主要集中在中档消费水平上，火锅和海鲜的消费潜力较大，并且已经有相当大的消费市场。

(一)市场调查报告——以科学的市场调查方法为基础

在市场经济中，参与市场经营的主体，其成败的关键就在于经营决策是否科学，而科学的决策又必须以科学的市场调查方法为基础。因此，要善于运用询问法、观察法、资料查阅法、实验法以及问卷调查等方法，适时捕捉瞬息万变的市场变化情况，以获取真实、可靠、典型、富有说服力的商情材料。在此基础上所撰写出来的市场调查报告，就必然具有科学性和针对性。

(二)市场调查报告——以真实准确的数据材料为依据

由于市场调查报告是对市场的供求关系、购销状况以及消费情况等所进行的调查行为的书面反映，因此它往往离不开各种各样的数据材料。这些数据材料是定性定量的依据，在撰写时要善于运用统计数据来说明问题，以增强市场调查报告的说服力。关于这点，我们从上述市场调查报告范文中也可略见一斑。

(三)市场调查报告——以充分有力地分析论证为杠杆

撰写市场调查报告，必须以大量的事实材料作基础，包括动态的、静态的，表象的、本质的，历史的、现实的等等，可以说错综复杂，丰富充实，但写进市场调查报告中的内容决不是这些事实材料的简单罗列和堆积，而必须运用科学的方法对其进行充分有力地分析归纳，只有这样，市场调查报告所作的市场预测及所提出的对策与建议才会获得坚实的支撑。

(四)市场调查报告的结尾

结尾是市场调查报告的重要组成部分，要写得简明扼要，短小有力。一般是对全文内容进行总括，以突出观点，强调意义;或是展望未来，以充满希望的笔调作结。视实际情况，有时也可省略这部分，以使行文更趋简炼。

**美容人才调研报告范文3**

社会公德有广义和狭义的理解。广义的社会公德是指：反映阶级、民族或社会共同利益的道德。它包括一定社会、一定国家特别提倡和实行的道德要求，甚至还以法律规定的形式，使之得以重视和推行。狭义的社会公德是特指人类在长期社会生活实践中逐渐积累起来的、为社会公共生活所必需的、最简单、最起码的公共生活准则。它一般指影响着公共生活的公共秩序、文明礼貌、清洁卫生以及其他影响社会生活的行为规范。社会公德是人类社会生活最基本、最广泛、最一般关系的反映。在阶级社会中，尽管存在各种不同阶级的划分，存在着各种不同的分工，但处于同一时代的同一社会环境里的全体社会成员，为了彼此的交往，为了维持社会的起码比活秩序，郡必须遵守为这个时代和这个社会所必需的起码的简单生活规则。

社会公德是指在人们在社会交往和公共生活中公民应该遵守的道德准则。《公民道德建设实施纲要》明确指出，社会公德涵盖了人与人、人与社会、人与自然之间的关系。在人与人之间关系的层面上，社会公德主要体现为举止文明、尊重他人;在人与社会之间的关系层面上，社会公德主要体现为爱护公物、维护公共秩序;在人与自然的关系层面上，社会公德主要体现为热爱自然、保护环境。

作为一名当今社会的在校大学生，我们是当代中国的优秀青年，是国家宝贵的人才资源，是21世纪振兴中华的主力军，这就要求我们不但要有过硬的专业技术，还要有高尚的道德情操，特别在构建和谐社会的时代要求下，我们更应争当道德模范。

在思想道德中，社会公德是最基本的，也是最贴近我们生活实际的。它在第一时间体现一个人的素质涵养，同时又无处不在地伴随我们每一天的生活。针对当今大学生的社会公德状况，我们做了一次社会调查。

总体情况

调查显示，现在大学生社会公德意识整体上比较强。南开大学马克思主义教育学院院长武东生说：今天的大学生是值得肯定的，与八九十年代相比，社会的进步在大学生身上得到了充分的体现。而我们的调查结果显示，有的人对当代大学生的总体评价是思想先进，有知识，有文化，但对知识的应用能力差。只有的人认为当代大学生思想素质好，专业水平高和社会实践报告能力强，有社会责任感。这就表明，在公德认识方面，大学生普遍表现得好。对基本的公德行为和范畴，他们都有比较清晰的认识，但在具体表现的方面还有待提高，而且这种知行脱节现象随着年龄的增长愈趋明显。

助人为乐

在社会公共生活中，每个人都会遇到困难和问题，总有需要他人帮助和关心的时候。因此，在社会公共生活中倡导的助人为乐精神，是社会主义道德建设的核心和原则在公共生活领域的体现，也是社会主义人道主义的基本要求。助人为乐是我国的传统美德，我国自古就有君子成人之美、为善最乐、博施济众等广为流传的格言。人有三乐：自得其乐，知足常乐，助人为乐。把帮助别人当成自己最快乐的事情，是博爱的表现，也是社会对大学生的殷切期盼。养成助人为乐的习惯，将是一生受用不尽的精神财富。正所谓赠人玫瑰，手留余香，大学生应当以团结互助为荣，以损人利己为耻，积极参与公益事业，力所能及地关心和帮助他人。

在本次调查当中，对于社会公益活动有的人选择经常参加，有的人选择没兴趣，出于任务，偶尔应付，另外有的人选择不参加。参加公益活动是大学生社会公德的良好表现，它体现了一种无私奉献的精神，一种强烈的社会责任感。对于不太喜欢参与社会公益活动的同学，社会也应该给予积极的鼓励与引导。

当代大学生中，大部分同学很少接触社会，很少涉及世事纷争，也因此保存着那颗原始的善良的感恩之心。在我们的一个关于无偿献血的个人访谈中，接受采访者回答每个问题都干脆利落，毫不犹豫。献血时她自主争先，她觉得这是很有意义的事情。当我们问到：有人说献血很危险，甚至有可能感染疾病，你想过吗?她回答很干脆：没有，没想过。我只觉得我自己身体很好，抽点血没关系，何况还有很多人挣扎在死亡边缘，正等着我们献血来抢救呢!从我们的调查数据中也显示，对于无偿献血，有的同学积极参与，还有的同学想去，但没时间，只有的同学认为这是医院在挣钱，不去献。

文明礼貌

文明礼貌是社会交往中必然的道德要求，是调整和规范人际关系的行为准则，而且体现在日常生活中的细微之处。比如：尊重师长，主动让座等。在我们的调查中，的被调查者在路上见到老师都会主动问好。这说明当代大学生对尊师重教的认知程度较高，且能付诸行动。而在公交车上见到老弱病残时只有的被调查者会积极让座，的人会视情况而定，偶尔让座。这说明广大大学生对让座这一行为都是持肯定态度的，因为二者之和占了，但能始终如一，坚持将道德认知转化在每一件日常小事上的人却只有半数。这说明在新的时代背景下，大学生在文明礼貌这一点上的素质还需提高一个新的档次。

环境保护

环境保护也是社会公德的一个重要组成部分，是大学生义不容辞的责任。随着我们周边环境的日益改善，大学生逐渐意识到爱护公物保护环境的重要性。根据调查了解，当外出制造了垃圾却暂时找不到垃圾箱时，有的同学会找到垃圾箱后再丢，有的人选择随手丢掉，另外有的人可能碍于面子，会找个角落再丢。在不破坏环境卫生这方面，大部分同学还做得不错，即能独善其身。然而对于真正以主人翁的态度来对待环境保护时，我们大学生做得还远不够，即不能兼济天下。比如，当看到地上有垃圾时，只有的人会马上弄干净，而有的人想弄干净但最终没做，其余的人干脆不理它。分析其原因，我们发现现在的大学生爱面子，觉得那些俗规矩太死板了，大家都不去做而我一个人做很别扭，所以在可以选择逃避的时候尽量逃避。对于以上这些现象，我们每一位有责任感的大学生都应该行动起来，不要以为是丢面子的事情，其实往往是那些最要面子的人最没面子。21世纪需要的是弯腰精神，多弯一次腰就给世界多一份洁净。另外，对于校园盛行的课桌文化，我们应持坚决反对的态度。在我们做任何事情前应想想它可能造成的后果与影响，要对自己的行为负责。

遵纪守法

遵纪守法的实践是提高人们社会公德水平的一个重要途径。在社会公共生活领域中，人员构成复杂，素质参差不齐，正常生活秩序可能受到影响，这就需要用纪律与法规来维持。大学生应当全面了解各项法律法规，熟知校纪校规，牢固法制观念，以遵纪守法为荣，以违法乱纪为耻，自觉遵守相关纪律和法规。然而，当代大学生遵纪守法状况并不是很好，安全事故时有发生，考试作弊更是屡见不鲜。在我们关于考试舞弊的调查中，竟有的同学认为舞弊不足为怪，能够泰然处之。在20xx年南京某高校的一次调查中，居然有的人根本不相信有从未作弊的大学生的存在!这反映出的不仅仅是一个学术道德问题，同时也反映出当代大学生的规则意识不强。许多大学生过早的有了世故圆滑、投机取巧的意识。诚然，要改变这一现状不仅要靠社会的正确引导，更主要的还是大学生自己增强思想道德与法律意识，自觉自主地成为一个有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义接班人。

在这里，希望我们所有太原理工大现代科技学院的全体学生一起遵守社会公德。

**美容人才调研报告范文4**

调查时间：20××年6月18号

调查地点：上海

调查项目：艺术作品、画廊

今天一大早我们就赶去上海，天气很闷，还一直下着雨，去的匆匆忙忙，但回来的时候收获还是很大的，调查做的很好，艺术作品市场调查报告。

第一站到达的是上海美术馆，在里面看了许多艺术家的作品，这对我们学艺术的人来说，像是得到了甘露，那些艺术家的作品对我们而言是一种情操的陶衍。在美术馆看每个书法家或是画家的作品的时候，我都想从中去寻找他们自己的风格，想看懂那些画的价值在什么地方，借此来提高自己对画的观赏能力。而这里令我感到遗憾的是，我没能看到现代艺术的展览，我想像我们现在这样的年轻人对现代艺术应该多少都会有点兴趣，我希望下次去的时候能看到这样的展览（题外话了）。其中，我对一个摄影师里的作品感到很不可思议，我不知道为什么那样的作品也可以展览，因为我觉得我也可以拍出那样的东西。当然，这是因为我对摄影了解甚少，所以不知道它的可看之处，我也不知道它真正有的“东西”是什么？

下午，我们去了一个画廊，我对那里的第一映像便是很艺术，很美，虽然不知道用什么词形容，但当时想到就是艺术这个词。到里面就看到了很多画家风格迥异的画，各有各的优点，我都很喜欢。

我记得在那里有个艺术家用废铁的再利用，做出了很多希奇古怪的东西，很好看，我还在那里留影了呢。我真的很喜欢，那写用实体做出来的东西很有感觉，他们把他们的灵感，意境，作品背后的意义都融合在一起，把它们表现出来。有机会，我也真的很想尝试一下。

这次的市场调查很开心，收获很多。

**美容人才调研报告范文5**

调查时间：20\_\_年9月9号

调查方式：问卷调查、去灯饰城看

调查地点：合肥伊赛特阿超灯饰、望湖美家居

目的:为了了解市场上灯具的实际情况,以及人们对于现有灯具的使用感想和对未来灯具市场的期望。前言：灯是人类征服黑夜的一大发明。19世纪前，人们用油灯、蜡烛等来照明，这虽已冲破黑夜，但仍未能把人类从黑夜的限制中彻底解放出来。自从爱迪生发明了灯泡，人类才开始真正的光明，它的出现，意味着人们又有了一轮太阳，人们的活动不再受到黑夜制约了，赢得了更多的时间为社会制造财富。随着社会的不断发展，人们对于灯具的要求越来越高，不仅要满足最基本的照明功能，还要造型好看，环保节能等。所以市场上的灯具种类越来越多，越来越完善。

1.对于购买灯具的用途，大部分人们都是选择照明与装饰两者结合的。这说明以后的灯具市场都应该以照明与装饰相结合的灯为主题。

2.对于灯具所使用的材料，其中以水晶、玻璃、木材、金属占大多数，选择水晶的最多，有27%的人选择了，其中大部分都是女性，说明外表明亮，闪闪发光，晶莹剔透的水晶灯在市场中做主导作用。所以在材料的选择上应该充分考虑消费者的喜好。。

3.卧室中喜欢的灯具调查里选择吊灯和床头灯的最多。卧室是人们活动时间最长的空间，所以灯具选择与灯光设计很重要，因此人们考虑更多的就是造型精美的吊灯或便于阅读的床头灯

4.调查客厅中喜爱的吊灯造型，大部分的人选择了简约型，选择流线型的也不少，少数人选择了雕塑型和趣味型的。从这中间可以看出现在人们的审美更趋向的是简单明快的。

5.以后灯具设计中所希望有的附加功能，46%的人们选择了亮度可调，25%的人们选择了驱蚊功能。表明了不管是什么环境下的灯具设计，照明都应该与环境相结合。这值得我们更进一步的去研究，以后的灯具设计应该考虑到这些方面，努力改善这些地方。

6.对于灯具使用过程中问题的调查，被灯具难清洗和难换灯泡问题所困扰的占大多数。所以以后的灯具应该本着消费者能更方便使用的角度去设计，彻底让消费者能无所顾虑的选购。

带着这些调查结果，我们决定去市场看看。去伊赛特的阿超灯饰那天，很不巧的天气很不好，下了很大的雨很冷，加上路又找不着，当时真叫一个惨啊!去了后逛了那的所有灯饰店，因为伊赛特以买家具为主所以灯饰店面不是很多。但是灯具的风格很齐全，欧式的，中式的，现代的，简约的等等。伊赛特的产品属于中高档的，价钱偏高，所以去那购买的顾客不是很多，寥寥数人吧。第二天我们又去了望湖美家居和红星美凯龙，不过红星美凯龙没有灯具店面。望湖美家居的灯饰很多，风格齐全。不过有点鱼龙混杂的感觉，什么品牌的灯具都有。但是价钱还是比较实惠的，灯具的造型也很漂亮，款式也是齐全的，属于实惠经济型的。所以顾客很多，每一家都有顾客在看。两家商场比较，发现伊赛特的灯具质量明显的高于望湖美家居的，真是一分价钱一分货的。

伊赛特的水晶灯很多，不过都是价格不菲。这两组吊灯都是水晶灯，在灯光的照射下很耀眼。水晶虽然是仿的，但是近距离的观看还是很精致。这两组灯非常的大气，用的水晶很多，投影是很漂亮的，所以价格昂贵。一般的商品房是不会用这种灯，只有别墅或者酒店大堂才会用到。

这张图片上的水晶灯有一定的趣味性，有三个一样大小的用水晶组合成的圆球型，让我想到小时候经常吃的糖葫芦，能让我勾起以前的美好回忆，不过这个吃了可是会搁着牙。这样的灯挂在家里会很漂亮。幻想一下在自己家里夜晚只开着它，然后躺在沙发上，看着它投射在墙上、窗幔上、玻璃窗上的投影，看着它与外面的夜色融为一体，喝着自己爱喝的咖啡，放空大脑，发发呆、想想小心思，偶尔傻笑一下。这会是一件多么惬意的事情啊!虽然这一切都很美好，但是现实是这种灯具很昂贵，所以不是每个人都愿意去购买的。如果价格能更合理，人们应该会能更好的享受生活。

这是一个水晶烛台式的壁灯，是欧式风格的灯具。上面的蜡烛型的灯泡是主要发光体，做成蜡烛的样子，模拟蜡烛的燃烧。不过比真的蜡烛要方便了很多，省去了换蜡烛的繁琐，降低了成本，也更好清洁了。把它安装在镜面上，通过镜子的照映更加的晶莹剔透了。开灯后的效果更好看，镜面的反射加上镜子对灯饰的照映，会人产生一种进入另一个时间的错觉。

水晶闪闪发光，晶莹剔透，开灯后更是流光四射，所以很多女性朋友都爱。虽然它很难清洁，但是它的美征服了很多女性的心。在问卷调查中对于灯具材料的选择，选择水晶的最多，不论是年轻的小姑娘还是中年女性。因为每个女人心中都有一个公主梦，水晶灯就是做公主梦时必有的。现在市场上的水晶灯很多，虽然质量好坏不一，但是可以满足更多的女人。

根据问卷调查的结果知道对于灯具的造型，人们更喜欢简约型。

这两张图片上的灯具都是属于简约型的。左边是现代风，右边是中国风。虽然是两种截然不同的风格，但是造型都是属于简约型。这两个灯具虽简单但是却

很大气，比较百搭的。灯光都是柔和的暖色调，给人温馨感。这样的灯放在家里能使人放松，更适合家居环境。我想这样的灯具应该会比较受消费者的喜欢，所以市场上这样的灯具还是比较多的，能够让消费者尽情的挑选。

市场的灯具很多，能充分满足消费者的需求。不论是风格，还是价位，都能满足不同层次的顾客。但是现有灯具大部分都只是起到照明与装饰的作用。像问卷调查到人们在购买灯具也是希望灯具具有其他附属功能，例如亮度可调、驱蚊功能、闹钟功能等等。虽然现在有些灯具已经做到了亮度可调，但是却不普及。驱蚊功能和闹钟功能等都是很少见，几乎没有。对于人们在使用灯具时所出现的难清洗，漏电等现象。灯具的质量不行，不能长时间的使用。灯具的产品价位、品质参差不齐，无准确定位。这些都是以后灯具市场的发展方向以及灯具设计师该努力的地方。解决这些问题，为人们更大程度的带去方便。

总结：这次调查中所感受一切都是我们的宝贵经验，相信有了这些经验在以后的学习中一定是有帮助的。就像问卷调查时遇到的困难，有了这次的经验，下次再做这种事的时候会更自信，也会更好的处理了。也让我们明白了做什么事都是不容易的，所以别人有困难或者小要求的时候就尽量的去帮助别人。只要不伤害自己，就应该伸出援助之手。其实这是一个利人又利己的事情。

市场的灯具虽然很多，很丰富。但是不统一，杂乱无章的，没有一个系统的管理。应该提高市场的竞争力，促进商家之间的协作与竞争。国家可以在一些政策或者法律上运用积极的手段，避免商家间的恶性竞争，促使灯饰市场氛围更好，更和谐。这样老百姓才能从中受到更大的利益。通过这次调查让我明白灯饰不仅用于照明，还要体现它的功能，要让灯更好的融于家居环境中，让人们更好的享受美好生活。了解了灯饰市场的不足和灯饰未来的发展之路，知道了灯具设计该向哪些方面努力。在这次的调查中还发现人们对于节能环保这一方的要求依然不高，更多关注的是造型和价格。在能源日益减少的时代，是不行的。虽然节能的灯具价格会比较高，但是我们要本着可持续发展的战略发展就必须提高节能环保方面的觉悟，做到以后每个人购买灯具时注重的都是节能方面。

我的调查不一定科学，我的观点不一定正确，但是这些都是我自己的收获。对于我自己今后的发展都是有帮助的，不管以后从事什么职业，都会有帮助的。因为这不仅仅是一次灯具设计的作业，也是一个人对待一件事情的态度的作业。应谨记以后无论做什么都要认真尽全力。

**美容人才调研报告范文6**

市场调研报告的构成要素与写作要求市场调研报告没有一种固定的结构，要因调研项目的不同而有所差异。一般而言，市场调研报告包括标题、目录、摘要、调查概况、调查结果、结论与建议、附录等部分。

>1、标题

标题页也可以是报告的封面，它需要体现出一种专业形象并引起读者的兴趣。一般封面的内容包括调研的题目或标题；调研机构的名称；项目负责人的姓名及所属机构；报告完稿的日期。一般封面设计的整体风格应该严肃、精致。

>2、目录

目录是报告中各项内容的完整一览表，可以方便读者有选择性地阅读其中的内容，篇幅最好不要超过一页。

>3、摘要

摘要是调研报告极其重要的一部分内容，企业决策者和用户可能首先阅读这一部分内容，在其中应对调查活动所获得的主要结果作高度的概括，篇幅一般不要超过报告内容的十分之一。

>4、调查概况

在调查概况中要交代调研者为什么做这项调研，调研人员做了什么，以及怎样得出的结果。这些问题实际上是通过3个部分交代出来的：调研背景、调研目的和调研方法。调研背景部分应简单介绍调研的背景资料和相关信息；调研目的应叙述为什么要进行该项调研；调研方法部分的内容是介绍资料来源和抽样程序。

>5、调查结果

调查结果提供调研人员收集到的所有相关事实和观点，内容应该力求客观，具体包括数据图表资料、相关文字说明、推论，以及对调研结果产生的原因分析等。

>6、结论与建议

结论与建议部分的内容是调查报告的精华所在，在这一部分研究人员要说明调查得到了哪些重要结论；根据调查结论，企业决策者应该采取什么措施。这部分内容有时也可以与调查结果合并到一起。

>7、附录

附录的内容一般是与调研直接相关的资料，如问卷、信息来源、统计方法等。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！