# 产品预测调研报告范文大全(合集23篇)

来源：网络 作者：独影花开 更新时间：2024-04-11

*产品预测调研报告范文大全1家具不仅是一种简单的功能物质产品，而且是一种广为普及的大众艺术，它即要满足某些特定的用途，又要满足供人们观赏，使人在接触和使用过程中产生某种审美快感和引发丰富联想的精神需求。 所以说，家具既是物质产品，又是艺术创作...*

**产品预测调研报告范文大全1**

家具不仅是一种简单的功能物质产品，而且是一种广为普及的大众艺术，它即要满足某些特定的用途，又要满足供人们观赏，使人在接触和使用过程中产生某种审美快感和引发丰富联想的精神需求。 所以说，家具既是物质产品，又是艺术创作，这便是人们常说的家具二重特点。 家具的类型、数量、功能、形式、风格和制作水平以及当时的占有情况，还反映了一个国家与地区在某一历史时期的社会生活方式，社会物质文明的水平以及历史文化特征。 家具是某一国家或地域在某一历史时期社会生产力发展水平的标志，是某种生活方式的缩影，是某种文化形态的显现，因而家具凝聚了丰富而深刻的社会性。

调研时间：

20XX年5月20日

调研地点：

xx家居广场

调研目的：

通过家具市场的实地调研，了解家具设计风格、材料、结构以及人们对家具的喜好偏向。

调研内容：

家具构成要素

家具的构成要素大致可分为四种：材料、结构、造型、功能。家具功能是基础是推动家具发展的动力；结构是主干，是实现功能的基础。这四种因素互相联系，又互相制约。

1、材料

材料是构成家具的物质基础，在家具的发展史上，从用于家具的材料上可以反映出当时的生产力发展水平。除了常用的木材、金属、塑料外，还有藤、竹、玻璃、橡胶、织物、装饰板、皮革、海绵等。然而，并非任何材料都可以应用于家具生产中，家具材料的应用也有一定的选择性，其中主要应考虑到下列因素。

（1）加工工艺性。

（2）质地和外观质量。

（3）经济性

（4）强度。

（5）表面装饰性能。

2、结构：

结构是指家具所使用的材料和构件之间的一定组合与联接方式，它是依据一定的使用功能而组成的一种结构系统。它包括家具的内在结构和外在结构，内在结构是指家具零部件间的某种结合方式，它取决于材料的变化和科学技术的发展。如金属家具、塑料家具、藤家具、木家具等都有自己的结构特点。

另外，家具的外在结构直接与使用者相接触，它是外观造型的直接反映，因此在尺度、比例和形状上都必须与使用者相适应。例如座面的高度、深度、后背倾角恰当的椅子可解除人的疲劳感；而贮存类家具在方便使用者存取物品的前提下，要与所存放物品的尺度相适应等。按这种要求设计的外在结构，也为家具的审美要求奠定了基础。

3、造型：

家具的外观形式作为功能的外在表现，具有认识功能，因此，具有信息传达和符号义；还能发挥其审美功能，从而产生一定的情调氛围，形成一定的艺术效果，给人以美的享受。

4、功能：

可把家具产品的功能分为四个方面，即技术功能、经济功能、使用功能与审美功能。 家具分类:

（一）此次调研的家具按风格主要分为：古典家具和现代家具

（二）按地域主要分为：东亚家居、东南亚家具、地中海家具、北欧家具、西欧家具、北美家具、拉丁美洲家具、非洲家具等

（三）按材质主要分为：木质家具、金属家具、玻璃家具、石材家具、 藤制家具、布艺家具、皮革家具等

（四）按 应用角度主要分为：室内家具、室外家具（城市家具）

（五）按功能角度可以分为：坐具、床、柜子、桌椅等

（六）按档次角度可以分为：高档家具、中高档家具、中档家具、中低档家具等等

一、此次调研的家具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。

1、现代家具

a、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。

b、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大胆鲜明对比强烈的色彩布置以及刚柔并举的选材搭配。

2、欧式古典家具

欧式古典家具主要分为“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）重雕工：“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）偏艳色：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。

3、中式家具：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。

二、家具设计应符合人体工程学

家具不是只要好看就行，还要使用起来舒适方便。家具产品本身是为了使用的，所以家具设计中的尺寸造型色彩及其布置方式都必须符合人体各部分活动规律，以便达到安全、实用、方便、舒适、美观的目的。

现代家具的设计特别强调与人体工程学相结合。人体工程学人体工程学是一门“研究人在某种工作环境中的解剖学、生理学和心理学等方面的各种因素，研究人和机器及环境的相互作用，研究在工作中、家庭生活中和休假时怎样统一考虑工作效率、人的健康、安全和舒适等问题的科学”。人体工程学已广泛应用于现代的工业产品设计，在家具设计中的应用也正日趋成熟。因此，良好的家具设计可以减轻人的劳动、节约时间、使人身体健康、心情愉悦，而良好的家具设计得益于正确地使用人体工程学原理。

调研总结： 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。对我以后的学习和设计有很大的帮助。

**产品预测调研报告范文大全2**

不锈钢制品生产是从五金制品行业衍生而来的，具有200多年的悠久历史。二十世纪九十年代很多五金制品企业及时向不锈钢行业转型发展，打造不锈钢器皿制造业。广东作为我国最大的不锈钢厨、餐具等家用器具出口基地，生产企业主要集中在广州市、潮安县、揭阳市、汕头市、江门新会区、中山市、南海市、云浮市、阳江市及其周边地区。

不锈钢制品发展现状：

进入21世纪，广东不锈钢家用器具出口突飞猛进，出口额由1999年的亿美元增加到20xx年的亿美元。据海关统计，20xx年广东不锈钢家用器具出口量首次突破20万吨，达万吨，产品出口至全球六大洲117个国家和地区，主要出口欧美市场。20xx年分别出口欧盟和美国市场亿和亿美元，两者占出口总额的。出口企业已达738家，其中出口额超过千万美元的企业已有12家。入世五年来的年均增幅为，出口额年年攀升。据行家估测，现在欧洲平均每100人至少有4人使用被授予“中国不锈钢餐厨具之乡”称号的云浮市新兴县的不锈钢餐具。

广东不锈钢制品的出口及产业发展存在的问题

广东不锈钢制品产业虽然具有产业大、产品多、链条长、后劲足、有名气等特点。但是，仍然存在一些微观因素，导致在出口贸易中频繁出现贸易摩擦与退货、遭遇国外的反倾销调查等现象。

1.质量管理欠佳

20xx年12月，广东省工商行政管理局对三季度省内流通领域销售的不锈钢制品进行的监测显示，接受抽查的52批次不锈钢厨具中，合格16批次，不合格比例为，而耐腐蚀能力不合格率为。令人尴尬的是：发展迅速的不锈钢厨具，接受检测时使用的依然是1995年的轻工业标准，而且只有不到70%的合格率。质量标准偏低严重影响了产品的出口，使进口商退货的风险增大。

2.研发和自主创新能力不足

目前，广东不锈钢制品进入了生产制造成本上升、报酬递减的新阶段，这主要是：企业自主创新能力不足，产品模仿多于创新，多数产品是对国际、国内市场产品的模仿，抢占市场先机的拳头产品不多，市场竞争力不强，技术含量低，产品差异化程度低，恶性低价竞争严重，产品总体上技术含量不高，档次不高，产品结构调整较慢，使得与国内先进地区相比差距较大，更难与国外同行竞争，整个产业的利润空间缩小不能健康发展。

3.企业规模相对较小

受出口退税利益的驱动，不锈钢制品厂数量与日俱增。目前广东不锈钢企业有几万家，但企业上规模的为数不多，绝大多数仍处于家庭式经营、手工作坊式生产状态，且经营分散，技术、资金不足，难以与国内上海、浙江等产区的规模企业竞争，与国际的名牌企业就更相差甚远。企业管理水平低，多数企业尚未建立起与市场经济要求相适应的现代企业组织制度，父子兵、夫妻档的管理模式俯拾即是。企业缺乏长远发展战略，企业布局和结构不合理，存在短期行为。

广东不锈钢制品产业发展的对策

促进和加快广东不锈钢产品行业的可持续发展，应注意以下方面：

1.推进自主创新

不锈钢行业的市场容量大，但竞争激烈程度却丝毫未减：下有大量小规模企业的价格战，上有“双立人”等国际品牌，企业的生存空间在哪里?大多数专家认为绝招就是研发，如云浮市新兴县科艺彩色不锈钢有限公司的彩色不锈钢工艺技术，将银光闪闪的不锈钢产品变得多姿多采，填补了国内空白，达到了国外同行业的先进水平;凌丰集团采用指纹识别技术研制开发的不锈钢指纹锁系列产品达到国际先进水平，被美国空军中央司令部看中使用，同时作为高科技产品出现在好莱坞的科幻大片中。

企业要积极运用高新技术改造、提升不锈钢产业。以企业为主体，建立健全产品开发研究机构，实现技术和产品升级换代，提高产品质量、档次和市场竞争力。积极鼓励和引导上规模的企业建立自己的产品研发中心，引进先进的生产技术，建设技术创新体系，通过技术创新推动产业结构的优化和技术水平的升级。

2.改善企业的经营管理

全面提高质量管理。积极引导推行ISO9000系列质量管理体系、ISO14000系列环境管理体系，倡导企业开展相关的国际产品质量认证和生产管理认证。引导基础薄弱的中小型企业建立基础标准体系，严格按照标准组织生产，鼓励有条件的企业采用国际标准。企业应努力提高产品质量，在质量上杜绝进口商的退点、退货。

3.继续开拓国外市场

建立不锈钢家用器具出口的多元化市场，避免市场过分集中在一两个国家，避免在相当短的时间内对一个国家出口增长过快。广东不锈钢制品出口市场对美国的依赖性很大，一旦美国经济波动，进口需求减少，必然对广东与美国之间不锈钢贸易往来产生冲击。因此，我们要未雨绸缪，做好防范和应对措施，发展多元化市场，尽量将可能遭受的不利影响降至最低。

发展出口产品的多元化是扩大出口量的捷径，它既可以分摊企业的经营风险，也刺激了企业的自主创新。外商对产品的需求往往也是多品种、小批量或成配套供应，供货期要求短。企业要适应这一趋势，发挥和强化广东作为我国最大的不锈钢家用器具出口基地的优势，做到快捷、有序和高效地组织生产。

**产品预测调研报告范文大全3**

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常鉴于此，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。

(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常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～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，想打开岳阳市常

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常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癣分级、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。

**产品预测调研报告范文大全4**

一、 市场建设情况：

该市场坐落于周村309国道与正阳景观大道交汇处，东临滨博高速公路，西连新长途汽车站，南靠胶济铁路，北接济青高速公路。是由淄博浦新置业有限公司投资兴建的大型不锈钢专业市场，被市、区政府确定为20xx年服务业重点建设项目和商贸流通一号工程。市场有三个部分组成——商铺区、仓储加工区、辅助办公区。市场总占地440亩，总建筑面积23万平方米，分一、二期工程开发建设，一期工程占地141亩，投资亿元人民币，建筑面积万平方米，于20xx年6月17日开工建设,已于20xx年底竣工。一期工程共建设商铺352间，已对外售出200余间。办公综合楼面积13588平方米。两座仓储加工车间，面积23692平方米。二期工程计划占地面积280亩，建筑面积万平方米，计划投资亿元,主要建设不锈钢仓储加工车间。

二、市场运营情况：

据调查，自20xx年9月市场竣工后，市场开办单位重点开展了招商招租工作。经过一年多的工作，目前市场已初具规模。截止20xx年3月29日，已入驻开业的商铺达到187家，商铺入驻率已超50%。其中市场开办单位预留的商铺基本全部入住。市场聘请了专业的物业管理公司进行管理。工商行政管理部门已在市场内设立了工作室，专门为市场提供有关服务。入住市场较大的企业有：无锡大明不锈钢有限公司、青岛浦金(浦项)钢材有限公司、无锡浦新不锈钢有限公司、中国台湾建昌不锈钢有限公司、淄博伟业不锈钢公司、淄博方正不锈钢有限公司、淄博鲁信不锈钢有限公司等等。

此外，作为市场配套设施的两座仓储车间，已投入使用，并引进四条大型不锈钢加工生产线，于20xx年4月份5日安装调试完成。另一座仓库作为市场的公用仓库免费提供给入驻的不锈钢业户存放货物。

三、市场优势分析：

(一)市场位置优越、环境较好、发展前景看好。

市场座落于周村区的黄金地段，南邻周村长途汽车站，309国道贯穿其中，距济青高速8公里、滨博高速仅有3公里，交通便利，位置优越。同时，周边已形成了周村龙马不锈钢市场、周村天河不锈钢市场、旱码头不锈钢市场、赵家庄不锈钢市场等五家不锈钢专业市场，500多家不锈钢加工、销售商户聚集在这一区域，成为了江北最大的不锈钢及其配件产品集散地，市场前景十分看好，预计经过2-3年的培育发展，市场将更加成熟，市场交易额进一步扩大，必将成为当地稳定、持续的经济增长点。

(二)市场商铺租金低，成为吸引大多数商户入驻的主要因素。

据了解，目前市场内平均一家面积为150平方米的商铺(上下两层)，三年租金为4万元(包含1万元入驻履约保险金)，而在我区其他不锈钢市场，相同面积的商铺年租金一般在3万-4万元。较大的租金差异吸引着周边不锈钢专业市场经营业户入驻经营。

(三)市场建有大型仓库，方便商户储存加工货物。

市场内两处大型仓储式加工车间，为入驻商户储存、加工提供了极大的方便，也为商家之间调货提供了便利条件，在很大程度上解决了其他市场有门店无仓储的弊端，深受广大商户的欢迎。

四、市场经营中存在的主要问题：

(一)税收方面：

商户普遍反映税率较外地专业不锈钢市场偏高。据商户反映，当前不锈钢销售行业已进入微利时代，竞争十分激烈。现在我区国税部门实行的不锈钢行业按销售额的的税率纳税，商户普遍感到较高。与之相比，如无锡南方不锈钢市场的实际纳税利率仅为。由于外地税率较低，很多业户在这里看好货，到外地开^v^，以达到合理避税的目的。这样不仅使我们市场税源流失，而且也很难吸引外来客户进入我们市场经营，尤其是一些大客户。给市场招商带来很大的困难。

(二)资金方面：

据商户反映，由于经营不锈钢需要大量的资金，依靠自身资金很难做大做强，急需金融部门的支持。现在商户反映普遍存在融资难、贷款难问题。据市场开办单位介绍，去年他们与工商银行、建设银行、中国银行协调抵押贷款事宜，但是由于贷款利率、担保方式、财务成本等方面的原因，一直没有达成一致意见。随后与齐商银行进一步协调，现在确定，齐商银行已经开展了小范围内较小额度的质押贷款试点工作。现在这项工作远远不能满足大多数商户融资、贷款的需求，制约着商户经营规模的扩大，从而制约市场的快速红火起来，广大商户急切期盼多家金融机构进驻市场，采取质押贷款的融资手段，以解广大商户资金缺乏的燃眉之急。

(三)配套设施方面：

据商户反映，市场内仓库管理、运营方式落后。市场仓库为公用、敞开式管理模式，由于仓库管理人员的职能分工等原因，仓库进出库时间采取早8点，晚6点的作息时间，且星期六、星期日正常休息，货物进出不太方便。这些因素严重制约了货物的正常进出，影响了商户的贸易行为。

(四)物业管理费用方面：

多数商户反映物业、卫生等市场管理费用偏高。据了解，该市场的物业管理，有专门的物业管理公司来管理运营，由于市场商户入驻率较低，因此，每户分摊物业费用较高。现在市场每家商户的物业收费标准：每月每平方米1元。卫生费：每月每平方米1元，如每家商户按150平方米面积计算，一个月最少要缴纳物业、卫生费用200-250元，再加上水电等其他费用，一般都在300-400元，商户反映负担较重。

(五)市场对外宣传方面：

市场对外宣传投入不够，市场的影响力和知名度还不够。市场大户入驻较少，龙头带动作用和在外的影响力较小。从调查摸底情况看，现在入驻市场经营的商户中，从周村天河不锈钢市场、龙马不锈钢市场、赵家庄不锈钢市场迁入的老经营商户，占到入驻商户的85%以上，外来的客户较少。市场内仅有青岛浦项集团公司一家不锈钢生产企业入驻，缺乏大客户入驻，影响了市场的档次和知名度。

五、对市场发展的对策和建议：

(一)制定优惠政策，本着放水养鱼的思路，积极扶持市场发展。

一是政府出面协调税务部门，在市场培育发展时期，采取较低浮动税率的方式，积极扶持培育市场。可以借鉴无锡不锈钢市场的税收政策，先培植扶持市场发展。二是认真落实区政府制定的关于北方不锈钢市场的税收政策，即：市场运营的前两年免收地方财政留用支配的一切税费，后三年减半收取地方留用支配的一切税费。这部分费用全部返还入住市场商户。三是协调有关职能部门搞好服务，协助市场开办单位积极招商，使该市场尽快红火起来。

(二)协调金融部门，解决融资难题。

政府出面协调有关金融部门，可借鉴江苏无锡东方不锈钢市场贷款模式，采取五户联包贷款、仓库货物抵押贷款、股权质押贷款等多种融资方式，为广大商户解决资金难题。

(三)改变仓库管理模式，采取自动化、信息化管理模式。

市场开办单位指派专人管理仓库，调整仓库作息时间，采取24小时值班制度，随时为入驻商户提供仓储方便。同时，采取自动化、信息化管理手段，安装打卡机、监控摄像头等有效设备，对进出货物登记打卡，登记每个商户、每笔货物进出仓库的有关信息，真正为商户提供高效、方便、快捷的仓储服务。

(四)降低市场管理费用，减轻业户经济负担。

市场开办单位可以协调市场物业管理公司，适当降低物业、卫生等相关管理费用，发挥市场低价位、高品质服务的优势，吸引更多的商户入驻，放水养鱼，进一步扩大市场的影响力和辐射力。

(五)加大对外宣传力度，增加市场的知名度。

市场开办单位要加大对外广告宣传，要制定对外宣传规划和策划，以“周村北方不绣刚市场”作为整体招牌，统一对外宣传。同时要加大宣传投入，增加市场的知名度。政府有关职能部门要发挥职能作用，帮助市场开办单位招商引资，吸引更多的钢厂以及省内外不锈钢经营大户进场经营。促使市场尽快活跃起来。

**产品预测调研报告范文大全5**

济南市绿色农产品消费行为调查报告

山东财经

目录

一：基本情况介绍

3

二：调查对象分析

3

三：对济南市农产品购买状况和对农产品现状的感受

四：对绿色农产品态度和绿色农产的认识

五：对绿色农产品态度和绿色农产的认识

六：影响绿色农产品的消费的原因

七：推广绿色农产品知识的途径和发展绿色农产品市场的方法

八：从调查结果来看，可以看出以下几个问题

九：营销建议

十：附录：调查问卷

十一：参考书目

4 5 6 7 8 9 9 10 11

一：基本情况介绍

调查目的：了解济南市绿色农产品目前的消费状况，预测绿色农产品的发展前景。本文从绿色农产品本身，消费者对绿色农产品的认识，以及社会上对绿色农产品的评价等方面综合分析绿色农产品在未来的发展状况。

调查对象：济南市市民

调查方式：现场发放问卷调查

调查地点：泉城广场

此调查主要针对目前济南市市民对绿色农产品的认识，购买现状，问题意见，以及对绿色农产品的期望等方面进行分析。得出绿色农产品的现状和未来的发展状况。对绿色农产品的发展做出建议和指导。发放问卷86份，有效问卷80份。

二：调查对象分析。

图一，被调查者性别 图二，被调查者年龄段 图三，被调查人群学历层次

从调查结果来看，本次调查对象绝大多数为高中以上学历，占到92%，其中60%为大学以上学历（图三），这就决定了调查结果偏向于反映知识层次较高的人对绿色农产品的认识和需求。

图四，被调查者家庭收入状况

同时，67%的被调查者家庭收入3000元以上（图四），这说明中高层收入居民对农产品安全较关注。 4 三：对济南市农产品购买状况和对农产品现状的感受。

图五，被调查者农产品购买地点调查

从购买状况来看，有48%的人选择农贸市场购买绿色农产品，38%的人选择超市购买农产品，13%的人选择农产品专卖店购买，只有关1%的人选择在路边小摊购买（图五）。这说明绝大多数人都不再选择路边小摊这种安全保障最差的地方购买农产品。

图六，被调查者对农产品安全态度

从市民对农产品安全感受状况来看，有84%的人对济南市农产品的安全现状感到担忧，只有关16%的人对农产品安全状况表示不在意和不担忧，这说明农产品安全现状已经到了一个另人堪忧的地步。绿色农产品有着巨大的发展前景。 5 四：对绿色农产品态度和绿色农产的认识。

图七，被调查者是否优先购买绿色农产品

图八，消费者购买农产品时消费者是否会注意农产品标志

调查结果显示，有32%的人多数会选择优先购买绿色农产品，有44%的人会偶尔优先购买绿色农产品，24%的人则对是否优先购买绿色农产品不在意（图七）。这说明绿色农产品虽然有了一定的市场地位（图八），但是由于人们对其认识不足，还有相当多的人不会多数情况下优先购买绿色农产品。

图九，消费者对绿色农产品认识

调查还发现有74%认为绿色农产品具有安全健康的功能（图九），所以绿色农产品应重点着力于满足这一功能。如果不向消费者展示出绿色农产品这一功能，消费者将不会考虑购买。

6 五：绿色农产品的消费状况和产品的要求。

图十，绿色农产品的消费情况

从调查结果来看，绿色农产品消费状况占到总消费水平50%以上的只有9%，占到30%—50%的有30%（图十），都是较小部分，其余的人绿色农产品消费状况则在总消费状况中占有较小比重。

图十一，影响消费者对绿色农产品购买的主要因素

同时绝大多数人把质量和品牌看成影响购买绿色农产品的重要因素，分别占到49%和32%（图十一）。这说明目前农产品的消费状况还仅仅局限于小部分人群。要扩大绿色农产品的消费，就要大力宣传绿色农产品的安全作用，同时树立品牌意识，这样才能使更多的消费者选择购买绿色农产品。

7 六：影响绿色农产品的消费的原因。

质量，这是影响绿色农产品消费的首要因素，绝大多数消费者认为绿色农产品的质量应该比一般农产品有更多的保障（图十一）。是他们购买时重点考虑的因素。

图十二，消费者对农产品价格的接受程度

价格要求，在满足绿色农产品质量的前提下，绝大多数的消费者都希望绿色农产品的价格能保持在比一般农产品高50%的范围以内（图十二）。

图十三，购买农产品时消费者是否会注意绿色农产品标志

品牌。良好的有信誉的品牌，也是影响消费者购买绿色农产品的重要因素（图十三）。 8

图十四，影响消费者选择购买场所原因

购买场所，大多数消费者会优先选择近便的场所购买农产品（图十四），所以绿色农产品也应广设销售点，方便广大消费者，满足他们的需求。

七：推广绿色农产品知识的途径和发展绿色农产品市场的方法。

图十五，消费者对绿色农产品的了解渠道

**产品预测调研报告范文大全6**

全面建设小康社会最艰巨最繁重的任务在于农村，中央提出要更加关注农村、关心农民、支持农业，要把“三农”问题作为全党工作的重中之重。十七届三中全会通过了《^v^中央关于推进农村改革发展若干重大问题的决定》，加快推进社会主义新农村建设，大力推动城乡统筹发展，如何提高农民增收，关键在于保证农村农产品生产、销售顺利进行。20\_年暑期，四川农业大学农学院“三下乡”社会实践雅安市农产品调研服务队就雅安市农产品情况进行了一个比较全面的调查，团队一行15人从7月11到7月15日调查了雅安市雨城区、名山县、芦山县、天全县等地。调查的主要内容包括农村农产品生产投入情况、农业技术利用情况、农产品销售情况等

调研地概述

雅安市位于川藏、川滇公路交会处，距成都120公里，是四川盆地与青藏高原的结合过渡地带、现代中心城市与原始自然生态区的结合过渡地带，面积15314平方千米，人口153万，设雨城区和芦山县、名山县、天全县、荥经县、宝兴县、汉源县、石棉县7县。地形呈北、西、南地势高，东部地势较低的地理格局。雅安属亚热带湿润季风气候类型，年均降雨量1800毫米左右。有耕地面积142．5万余亩，河谷平坝一带较为集中，水利条件好，可大面积种植水稻。丘陵地带盛产玉米、土豆、豆类等杂粮，宝兴、石棉的杂粮比重较大。

雨城区概况

雨城区位于四川盆地西缘，青衣江中游，处于川藏、川滇西公路交汇处。东西宽34公里，南北长63公里，地势呈南北长条形，西南高，东北低。气候温和。全区气候类型，除少数高山区外，基本属于亚热带湿润季风气候区。20\_年粮食作物播种面积达到11662公顷，全年粮食总产量65804吨；油料产量3422吨；茶叶产量5598吨。

名山县概况

名山县位于成都平原西南边缘。幅员面积平方公里，人口万，辖9镇11乡。东距成都90公里，西临雅安13公里。属亚热带季风性湿润气候区。气候温和，雨量丰沛，无霜期长，四季宜耕，植被茂然。年均降雨1500毫米，225个雨日，夜雨占80%。名山制定了保护环境、生态强县的可持续发展战略，大力发展退耕还林、生态农业、绿色产业。名山传统农作物有水稻、小麦、玉米、油菜，盛产茶叶等主要农产品。

芦山县概况

芦山县位于四川盆地山区西缘，雅安市东北部，属盆周山区县。县境地势由西北向东南倾斜，幅员面积平方公里。县城至雅安市区31公里，至成都市区156公里。20\_年底，全县辖6个镇、9个乡、80个村、586个村民小组。全

县总人口118052人。芦山属亚热带气候，四季分明，雨量充沛，气候宜人，冬无严寒，夏无酷暑。

天全县概况

天全县位于四川盆地西缘，县境内地貌呈深中切割，地势西北高，东南低。中间地带多为丘陵，河谷两侧有少数小平坝，为县内的主要农耕区。气候类型是以亚热带季风气候为基带的山地气候。年平均气温15．1℃，降水量由东到西随高度递增，年平均降雨量达1660毫米。全县土地总面积2394平方公里，其中耕地面积136922亩（田57730亩，地79192亩），林地面积143488公顷，水域面积3741公顷，其余为草地、园地、交通用地、矿山及其他用地面积。全县土壤复杂多样，自然土壤划分为水稻土、潮土、紫色土、黄壤、高山寒漠土等10种类型。

**产品预测调研报告范文大全7**

虽然中国的汽车电器市场发展潜力客观，但目前还处于比较初级的粗放型发展阶段，存在不少问题，迫切需要整合。

1、缺乏强势品牌

目前我国汽车电器企业数目众多，但是普遍规模偏小，实力不强。这些小作坊式的企业虽然经营灵活，但是由于无法形成规模效应，也产生了许多弊病，规模化、专业化程度明显落后，很难形成知名品牌。

2、开发能力有待进一步提高

中国电器市场也普遍缺乏人才，企业实力不强，开发能力较弱。随着汽车工业的快速成长，在整车企业适应性改进开发和新产品推出不断加快的带动下，对汽车电器企业参与整车企业产品同步开发，满足整车厂适应性开发需求提出了新的要求。

3、经营模式落后

4、市场秩序混乱

目前国内汽车电器市场的经商环境很不理想，没有正常的竞争环境，主要表现为缺少行业标准，从业者素质相对较低，市场品牌、价格混乱，产品质量良莠不齐，假冒伪劣产品较多，价格、品牌、企业之间恶性竞争，产品同质化严重，没有自己的强势品牌以及规模过小等问题。

**产品预测调研报告范文大全8**

为了更好的设计我们公司的产品，我们对北京市的银行信贷产品做了初步的调研。现将调研情况报告如下：

>一、调研时间

>二、调研对象

北京市银行信贷产品

>三、调研方式

以个人贷款和企业贷款为主

>4、调研内容

10月8日我们将北京市的中资银行做了收集：中国民生银行、中国邮政储蓄银行、华夏银行、交通银行、招商银行、兴业银行、中信银行、光大银行国家性在京银行，以及XX发展银行、浦东发展银行、广发银行、渤海银行、浙商银行、XX银行、XX银行、上海银行、北京银行、北京农商银行地方性在京银行，10月9日-12日我们分为两组分别以个人房贷、车贷、个体工商户、中小企业的身份对所收集的18家银行的信贷产品做了调研，经过两次晨会的总结与探索调研，将调研结果进行总结分析如下：

>(1)银行信贷产品的共同点：

所调研银行的信贷业务绝大多数以个人(公司)名下的房产做抵押，以基准年利率的20-30%上浮为标准，按息月付到期一次性付本的还款方式，为银行提供个人的身份证、户口本、结婚证(有配偶);公司的基础资料、财务资料，向银行提出房产评估值的50-70%的XX年以下的贷款申请，银行根据申请条件以及贷款方的信用条件对其进行1-5周的审核后为贷款方为个人(公司)提供贷款业务，并提供后期跟踪服务;除个别银行外基本不做股权融资。

>(2)银行信贷产品的不同点：

>1.贷款额度：

(1)光大银行、招商的申请额度可以在房产抵押的基础上追加其他担保方式进行三方联保或个人信誉度的优质性申请到房产价值的120%。

(2)如果贷款人在中国邮政储蓄银行有信用卡，可以在银行放款标准上追加一万元的贷款。

>2.抵押或质押物：

(1)交通银行可以以商标权、注册权、专利权为质押作为贷款的申请条件。

(2)北京农商银行房产作抵押时须提供第三方同意居住证明。

(3)华夏银行必须是贷款人名下有两套房产。

(4)上海银行抵押的房产必须是贷款人本人或配偶的。

(5)XX银行

>3.个人消费贷：

(1)北京农商银行只做出国留学贷;

(2)渤海银行做房子的装修贷。

>4.产品的特色：

(1)浙商银行可以为客户提供贷款年限内的循环贷，同一房产同一公司法人个人和公司名义的二次贷(贷款额度不得超过规定值)，以及在本行有存款的积分贷(积分可以抵消利息)。

(2)交通银行为客户提供了智融通、信融通、创业一站通、投融通四种产品。

>5.适宜人群：

(1)中国民生银行的经营贷针对类似大红门服装市场或中关村电子市场如e世界之类的商圈市场，还有一种是协会如江苏协会、XX协会，很少做散客的(有店铺三联保或五连保的可以)。

(2)XX发展银行、广发银行只针对大型公司。

(3)XX银行针对由本行指定的小型企业做的联合担保的企业。

**产品预测调研报告范文大全9**

国际市场调研报告的主要特点：

(1)涉及范围广大。它涉及了不同社会制度下的各个不同的流通领域的国际市场，还涉及贸易、技术、劳务等不同内容的国际市场。因此，要通过各种不同的信息渠道搜集占有材料，才能编出、编好国际市场调研报告。

(2)变化频率很高。国际市场受世界政治、经济、科学、技术、自然条件等诸多因素制约，具有变化多端的特点。这就需要编制者采用现代化的通信联系手段，将国际市场上的信息情报很快传播开来，为制订营销决策和外贸计划提供依据。

(3)市场竞争激烈。国际市场上竞争激烈，几乎各国都想以自己的优质商品占领市场。为了竞争需要，一些商业信息需要保密，给搜集、占有国际市场上的信息情报增加了难度。这就要求编制者要千方百计地猎取那些真实的、有价值的、最新市场信息，并尽快把它们编制出来，传递出去，真正发挥国际市场调研报告的作用。

**产品预测调研报告范文大全10**

>一、背景概况

随着经济的发展，人们生活水平的提高，食品尤其是果蔬的安全和质量日益受到人们的广泛重视。冷链是确保食品安全，提高人们生活质量的重要手段。但是在我国冷链这一块发展比较缓慢，没有先进的技术和设备，果蔬损失相当严重，是美国的15倍，尤其在运输中的环节损耗，由于需要二次装卸还有运输中没有很好的制冷，使得果蔬质量下降，很多发生质变，造成了极大的损失。因此合理的优化运输方法和运输设备是亟待解决的问题，这对解决运输问题，和我国农产品远销，以及降低农产品损耗和保持农产品质量具有重要的意义。

近年来，随着我国经济的发展，人们的生活水平、消费水平、消费层次不断提高，人们对食品的消费需求从温饱型向营养调剂型转变，国内消费的肉、蛋、奶、鱼、果蔬等主要农副产品需求量迅速增加，国内生鲜产品市场已基本建立，供给量正逐年上涨。此外，随着农产品贸易的快速增长，包括水产品、畜产品、果蔬在内的生鲜产品在出口农产品总量中占相当比重。20xx年，我国出口畜产品达36亿美元，家禽产品达亿美元，水产品达亿美元，同比增长值分别为、和;出口蔬菜680万吨，同比增长;出口水果万吨，同比增长。国内外市场对生鲜产品需求的扩张，引发了对于专业化、一体化的生鲜品冷链物流需求的释放。

生鲜产品保鲜期短，极易腐烂变质，因此物流过程中必须使用专门的冷藏设施和冷藏运输工具，而且还要对产品进行必要的保鲜处理。由于在整个物流过程中对于温度的控制要求极高，运输、仓储、装卸、包装等环节的管理难度和操作难度都比较大。在我国，目前冷链发展尚处于起步阶段和国外发达国家相比差距很大。

由于长期以来我国的流通领域发展滞后，冷库资源和冷藏运输资源相对短缺，生鲜产品供应链和物流管理技术落后，国内80%以上的生鲜商品还是采用常温流通手段。常温链容易导致产品质量不稳定、生命周期短，不仅使生产者利益受损对消费者饮食安全构成隐患还造成巨额浪费。以农产品为例，我国是果蔬生产大国，年蔬菜产量超过亿吨，水果产量超过亿吨，位居世界前列。

然而据统计，由于保鲜流通环节的落后，我国每年大约有8000万吨果蔬腐烂，占果蔬总产量的20%-40%,浪费总资金达800亿人民币高居世界榜首。显然，传统的生鲜产品的流通方式已很难满足市场发展的需要，效率低下的生鲜物流系统也已成为我国生鲜产品流通的瓶颈。另外，目前随着人民生活水平的提高，人们对食品安全卫生也提出了更高的要求，这些因素都将刺激着高效率、专业化、一体化的冷链物流迅速发展。

>二：调研的目的及内容

(一)调研的目的：

(1)、了解周谷堆农产品市场的现状。

(2)、了解农产品的组成，和与其相关的信息，比如产地、价格、运输方式等。

(3)、了解农产品损失的主要原因和损失造成的影响。

(4)、了解周谷堆农产品仓储方式，以及其存在的问题。

(5)、分析周谷堆的现状找出存在问题，并提出优化方案和措施。

(二)调研的内容：

(1)、了解周谷堆农产品市场的现状，对市场现状进行实地的考察。了解市场的组成，以及存在的问题。

(2)、对市场的农产品种类进行调查，以及各自的产地、销售地。

(3)、对周谷堆的农产品进行采样调查，对其生产地、销售地、运输工具、运输方式、批发价、零售价等的调查。

(4)、对农产品的损失进行调查。了解其损失的主要原因和损失造成的影响。

(5)、对农产品的仓储方式进行调查，分析其主要有哪些仓储方式，及其仓储效果。

(6)、对周谷堆的信息化现状进行调查。

>三、调研的基本情况

1.市场现状

合肥周谷堆农产品批发市场以本省特色农产品品种加外省调入的品种形成多品种、价格平稳、交通便捷、服务周到、收费低廉等优势，使市场辐射范围不断扩大，场内农产品平均日成交量近600万公斤、成交额2500多万元，并形成了“买全国、卖全国”的流通局面，成为区域重要的农产品集散中心、价格形成中心、信息发布中心，作为踞皖之中的“大菜篮子”。

水果交易市场：水果交易市场是周谷堆市场建立最早的市场，经过市场十多年来的滚动发展建设，目前已由初期的占地6000平方米发展成为占地28000平方米，经营品种从单一到多样化，场内汇集了南北中名特优水果，国内品种应有尽有，并且有部分国外精品水果在市场上市，日平均交易量100万公斤以上，为周边区域最大的水果批发交易市场。

蔬菜交易市场：蔬菜交易市场是合肥周谷堆农产品批发市场三大专业特色市场(蔬菜、水果、水产品)之一，也是市场发展的龙头部分，现占地40000平方米，建有电子地磅、电子结算系统等现代化管理设施及手段。日成交量200-250万公斤以上，交易品种达一百多个，货源来自省内周边地区及全国各大蔬菜生产基地，除满足合肥市及周边地区居民的生活消费需求外，还辐射到省内各地及省外的湖北黄梅、江西九江、河南商城等地，交易辐射半径达400公里范围，实现了“买全国，卖全国”的流通局面，成为远近闻名的“大菜篮子”。

水产品交易市场：水产交易业务自1996年开拓引进以来，经过十几年的发展，经营品种从单一的淡水鱼类，发展为集淡水、特水、海水产品及冷冻水产品等多种交易为体的综合型水产交易市场。目前水产市场占地18000平方米，繁荣兴旺，品种齐全，价格平稳，日平均交易量100万公斤，现已发展成为安徽省最大的水产品交易市场。

畜禽肉类交易市场：畜禽肉类交易市场占地10000平方米，建设有目前省内较为先进的轨道吊挂式交易设施，配备了专用预冷库和冷藏库，交易设施齐全，经营环境优越。肉类市场采用现代化的电子结算交易模式，整个交易流程实行无货币化，保证了买卖的公平、公开，也确保了双方的资金安全。

综合零配交易区：20xx年新建成开业的综合零配区是以零售及加工配送为主的交易区域，该区域整合了牛羊肉、腌腊制品、冷冻品交易业务，新引进了海产品、贝类及高档精品鱼类新业务，成为市场业务发展的一个亮点。

粮油干货交易市场：粮油干货市场总占地55000平方米，经营全国各地主、杂粮、油料、东西调料、南北风味，以及禽蛋等，品种繁多，价格平稳。

2.信息化现状

农产品质量安全检测中心

检测中心：周谷堆农产品质量安全检测中心占地200多平方米，下设：化学实验室、定量定性分析室以及农药残留快速检测室和农产品质量安全管理办公室，配备专业检测人员和农产品质量监督员。装备有原子荧光光度仪、气相色谱仪(进口)、液相色谱仪(进口)、64通道大容量农残速测仪等检测仪器。目前可对农产品农药和兽药残毒进行精确的定性定量分析。可检测出有机磷、有机氯、氨基甲酸酯类农药残毒;砷、汞、铅、镉等有害重金属残留;孔雀石绿、结晶紫、氯霉素、瘦肉精等兽药残留物质。

全场电子监控系统，担负不间断监控、录制各种事故状况的任务，对保障市场的交易秩序，打击欺行霸市、偷盗、打架斗殴等行为起到了良好的监管作用。

肉食市场建成了国内较为先进的轨道吊挂式交易设施，采取现代化的电子结算交易模式，方便了客户交易，也提升了市场管理水平和档次。

20xx年6月1日，周谷堆蔬菜电子结算系统建成并成功运行，实现了IC卡结算模式，成为农产品批发市场交易模式的一次革命，彻底改变了沿用多年的对手交易方式。

一次性结算系统是蔬菜市场及水果市场农产品入门登记采用的收费系统，该系统针对卖方一次性结清所需的交易费用。系统与60吨地磅相连，系统自动调出已存取的车辆信息，进场时按重量收取交易费，操作简单，方便。

这些是周谷堆市场现有的信息化设备，但是并没有被普遍的利用。周谷堆的信息化还存在一下一些问题：

**产品预测调研报告范文大全11**

项目时间：20\_-02到至今

项目名称：20\_--20\_年我国动力电池行业市场分析与前景预测报告

项目描述：项目介绍根据公司产品的发展情况，结合公司的发展战略，搜集、整理动力电池应用领域的 行业信息与资料，分析宏观经济环境变化与行业发展趋势对公司发展战略布局的影响，提出产品发展及策略建议，主要针对动力电池行业概况、动力电池企业市场份额占有情况、新能源汽车配套电池及材料情况、上下游市场竞争格局、消费者市场情况、行业发展投资趋势等多方面研究分析与前景预测。我的职责1、合理规划报告调研与撰写工作，制定调研与撰写周期； 2、根据公司战略要求，结合市场调研经验，列出各个板块的初定提纲； 3、有针对性进行各个板块的市场信息与数据统计收集； 4、根据市场数据进行数据模型建立； 5、根据前期调研、中期数据统计与建模与后期内容编排与调整的结果，编写市场调研报告，作为领导决策依据，提出相关的建议和预测结论。

**产品预测调研报告范文大全12**

近年来随着高校大学生人数的迅速增加,高校市场成为许多商家的必争之地，而随着人民生活水平的提高，现今的大学生们几乎是人手一部手机。为了尽快占领这一市场，通信运营商们可谓是使尽了浑身气力。其中，中国移动和中国联通在之间的竞争显得尤为激烈,他们不仅在技术方面、产品业务方面、广告宣传方面针锋相对,而且在目标市场也是你争我夺,互不示弱。两家公司纷纷推出新产品，新理念来占领学生市场。中国联通推出的3g品牌“wo”在校园市场上攻城略地，抢占了移动相当大的市场。即在满足消费者需求的前提下，实现联通g3校园市场占有率的最大化，使中国联通成为3g时代校园市场领先者。

作为行政管理专业的一名学生，我有幸参加了联通公司举办的暑期实践调研活动，通过实践调研，了解了联通企业日常工作开展情况和以服务产品为特点的诸多产品的特质，对于更好的实行行政管理积累了非常好的经验。下面将实践调研活动开展情况报告如下：

>一、实践调研目的

社会实践活动的根本目的在于更好的了解和认识目标企业生产全貌，以联通企业为例，作为通信行业的领先者，联通行业在同行业发展中始终处于领头雁的地位。其以优质的服务产品为主打品牌，经过多年深耕，已经积累了大量的消费者注意力。 但是对于服务产品的特性，即便是专业学生也未必能够完全的解释。服务产品是与有形产品对应的一种产品存在形式，从学理分析看，服务产品是指“劳动者运用一定的设备和工具为消费者提供服务产生的结果”。服务产品也是具有使用价值的，其生产出来主要是为了满足消费者的通讯需求。此次实践调研目的便是基于这种特点的分析，引导实践者更好的理解服务产品的特征。

>二、实践步骤和方法

>三、实践调研内容

服务产品营销概念：服务营销策略，是“基于目前市场的发展提出的一种具体的营销策略观念，它包含了两个方面的内容：其一，就企业性质来说，服务本身就是其产品;其二，作为一种营销策略方式，服务就是企业的服务营销策略手段，始终贯穿于其营销策略的全过程。服务营销策略已进入全面化、多样化的时代，要想在市场竞争中立于不败之地，企业就要整体努力，灵活利用服务营销策

略各种营销策略来创造竞争优势，这样才能在竞争中赢得胜利”。

服务产品营销特征：从产品的性质来看，区别于常见的有形物体，服务产品由于服务是无形的，这给顾客判断带来了很大的困扰。即客户很难通过一般的判断方法判断服务产品服务质量的好坏和效果的强弱，这种区别于常见的判断方法，不像有形产品那样可以通过五官的触碰可以得出和塑造，而是将更多地根据服务设施和环境等有形物品来进行判断，如服务场所温馨、舒适，服务人员专业、礼貌等。

服务营销的本质在于更准确的平衡需求的方法：服务是一个行动或性能,而不是客户可以保留一块有形商品,服务当需求超出容量时,客户会感到失望离开,因为没有库存提供支持,它不容易可以运送到更高层次的需求的地方,至少在短期内,当需求大于供给时,增加服务能力(如设备、设施和训练有素的人员)是非常困难的。

顾客直接参与服务的生产过程：传统的生产完全排除客户管理在生产过程中的作用,公司的员工是管理对象,而不是客户。这种参与是要求企业改变服务生产过程和服务营销策略方法来满足客户的不同需求。正是因为人们成为该产品的特点,我们需要坚持与客户的互动营销策略原则,及时响应客户的需求。

>四、心得体会

经过此次实践调研活动，我终于认识到学校与社会相差之大，学校只是我们步入社会的温床，而实践才能真正体会到社会竞争力的大小。不做不知道，就连一个小小的业务员，也需要百般的磨练才能将工作真正做得水到渠成。工作对每一个人的要求都是很高的，看似平时简单的动作或言语，也许正是因为这样，你可能得到或者失去一个客户对你的信任和满意。细节决定成败，正是这一论断的鲜明佐证。精工此次实践调研活动，我主要有以下心得体会：

首先，礼仪是开展电信服务业务的前提和基础。微笑服务是我们大力提倡的， 联通服务人员在与客户交谈的同时必须保持微笑，不管客户对你提出什么刁难的问题，始终得认清自己的立场，坚持自己的原则，并很有耐心的为他们解释一些不懂的地方。即便最终没有完全成功，最起码客户对你的服务态度会有很高的评价，这样也是宣传自己、宣传公司的一种好方法。

其次，要培养较强的逻辑思维能力和语言组织能力。

每一次面对顾客，对服务者的口才也是一种很好的锻炼。并不是你能说就行，必须得会说，要懂得因人而异。不是每个人都喜欢话多的人，所以要抓住他们的弱点和优点。及时方便的推广并扩大自己的业务，并建立良好的合作（人缘）关系。

再次，培养敏锐地观察能力是取得成功的必须。

每一个客户都有其弱点和优点，要善于抓住这一点，利用他们这方面的心理取得客户的满意。但需要强调的是要本着诚信的原则，并做到不欺瞒顾客，不夸大事实，做到真实、真诚、真切地为客户服务。同时，还要善于总结，前期大量接触消费者和用户，都是为了以后更好接触用户打基础，服务人员言谈举止、道德修养的提升，都会对工作的开展起到非常重要的促进作用。

**产品预测调研报告范文大全13**

>一 调查背景

随着我国经济的快速发展，人们生活水平的提高和收入的大幅度增长，个人对所增长的财富如何进行更好的管理与运用，越来越多成为人们所关注的热点问题。老百姓手中的闲钱多起来了，理财不仅成为人们生活得一部分，也成为了商业银行新的竞争点。就此，我以中国农业银行的理财产品作为调查对象，对银行理财产品做了调查。

>二 调查目的

为了了解目前银行理财产品的类型，以及居民的理财需求，对银行理财产品的认识和关注程度。我进行了一次对中国农业银行（温江支行营业部）理财产品投资情况的调查，根据调查结果得出结论，分析总结存在的问题，并提出相应的建议。

>三 银行个人理财产品主要类型

首先，在了解中国农业银行推出的理财产品之前，让我了解一下银行理财产品有哪些分类。目前，对于银行理财产品的分类，有不同的标准。

1. 根据风险和收益特征，可以分为保证收益产品，保本浮动收益产品和非保本浮动收益产品。

保证收益理财产品的收益是固定的，到期后就可以获得协议上规定的收益，反之为非保证型。非保证型又分为保本浮动收益理财产品和非保本浮动收益理财产品。保本浮动收益理财产品是指银行按照约定向客户保证本金支付，本金以外的投资风险由客户承担，并依据实际投资收益情况确定客户实际收益的理财产品，反之就是非保本型。一般银行的非保本浮动收益型的风险仅次于储蓄风险，是追求稳定收益的稳健型客户的最佳选择。

2. 根据投资币种的不同，可以分为人民币理财产品，外币理财产品和双币理财产品。如外币理财产品只能用美元、港币等外币购买，人民币理财产品只能用人民币购买，而双币理财产品则同时涉及人民币和外币。

而人民币理财产品根据其投资方向和领域的不同，可以分为债券类理财产品，信托类理财产品，结构性理财产品，代理境外理财产品(QDII型)

债券型——投资于货币市场中，投资的产品一般为央行票据与企业短期融资券。因为央行票据与企业短期融资券个人无法直接投资，这类人民币理财产品实际上为客户提供了分享货币市场投资收益的机会。

信托型——投资于有商业银行或其他信用等级较高的金融机构担保或回购的信托产品，也有投资于商业银行优良信贷资产受益权信托的产品。

结构型——是运用金融工程技术、将存款、零息债券等固定收益

产品与金融衍生品（如远期、期权、掉期等）组合在一起而形成的一种新型金融产品，其承担的风险也相对较大。

代理境外理财产品——所谓QDII，即合格的境内投资机构代客境外理财，是指取得代客境外理财业务资格的商业银行。QDII型人民币理财产品，简单说，即是客户将手中的人民币资金委托给合格商业银行，由合格商业银行将人民币资金兑换成美元，直接在境外投资，到期后将美元收益及本金结汇成人民币后分配给客户的理财产品。

>四 中国农业银行理财产品介绍

农行理财产品主要有“本利丰”、“安心得利”、“安心快线”、“汇利丰”、“境外宝”五大系列，满足保守型、谨慎型、稳健型、进取型和激进型等类型投资者的不同需求，具有收益较高、期限灵活、安全稳健、适合广泛的特点。

下面，我选择“本利丰”作为农行理财产品的代表，介绍其品牌背景，产品功能和购买须知三方面的内容。

1. 品牌介绍

“本利丰”理财产品，是指由农业银行自主发起的，以农业银行投资于银行间债券市场、优质企业信托融资项目和货币市场的金融资产为支撑，向公众发售的具有较高收益的保本理财产品。产品类型分为保证收益型和保本浮动收益型。

2. 产品功能

① 本金保障：“本利丰”产品具有稳健、安全的特点，致力于在保障投资者本金100%安全的基础上获得较高的收益。

② 高安全性：“本利丰”产品主要投资于低风险、高信用等级的央票、债券、票据、优质企业信托融资项目等金融资产，安全性高，投资稳健。

③ 适合广泛：保本保收益型“本利丰”产品适合包括保守型、谨慎型、稳健型、进取型和激进型在内的所有5种类型个人投资者和企业投资者。

保本浮动收益型“本利丰”产品适合包括谨慎型、稳健型、进取型和激进型在内的所有4种类型个人投资者和企业投资者。

④ 期限灵活：“本利丰”系列理财产品投资期限为14天至两年不等，并已实现滚动发售。客户可根据自身对理财期限的需求选择适合的产品，并可实现资金在不同期限产品的有益循环，实现财富连续增值。

3. 购买须知

**产品预测调研报告范文大全14**

一、中国长期短缺的不锈钢市场带动了世界不锈钢的发展

1.对不锈钢的大量需求解决了世界上生产能力过大的问题

上世纪90年代，世界不锈钢工业出现了设备能力过大的情况，市场需求量只占设备能力的75%，与此同时，中国的不锈钢需求高速增长，中国的生产能力却依然徘徊在20xx年前的30万吨左右，特别是板材的生产能力更是与实际需求有很大的差距。长期短缺的中国市场必然要通过大量进口来解决不锈钢的消费，所以中国的进口必然刺激了正处于低潮的世界不锈钢工业，开动他们多余的生产能力来满足中国的需求，以致于中国的不锈钢进口量很快就超过了美国当时的100万短吨(年)，以后又直线上升到近300万吨(年)，使中国连续几年都站在世界最大的不锈钢进口国和最大的不锈钢消费国位置上。

2.活跃的中国不锈钢市场转变了价格低谜的国际市场

一段时期以来，世界不锈钢市场由于设备能力过大的原因，导致了不锈钢价格低迷，到1998年时不锈钢每吨价格也只有1000～1200美元/吨。由于中国市场对不锈钢的大量需求，促进了世界不锈钢价格的上扬，不锈钢由1000美元/吨快速提升到20xx美元/吨，并且在此基础上相对稳定下来，使世界不锈钢市场走出低谷，呈现出一派欣欣向荣的景象。

短缺的中国市场，不仅振兴了世界不锈钢行业，也驱动了国内外对不锈钢项目的投资。应该说，一方面是世界不锈钢为当时中国短缺的市场做出了贡献，另一方面是我们中国的需求拉动了世界不锈钢的发展，又为世界不锈钢的大发展做出了积极的贡献。

二、市场需求也促进了中国不锈钢工业的发展与进步

1.投资国有企业解决了热轧能力不足的问题

为适应当时不锈钢需求的快速发展，“”和“十五”期间(1995～20xx)，国家重视投资不锈钢工业，建成了“南宝北太”两大国有不锈钢生产企业，形成了将近500万吨的生产能力(其中包括400多万吨的热轧能力)，解决了国内板材热轧能力严重不足的问题。

2.合资企业改变了冷轧主要依靠进口的局面

在中国政策的鼓励下，世界上几大不锈钢企业也来中国合资兴办不锈钢企业，如宁波宝新、张家港浦项、上海克虏伯、广州联众等，形成了较大的冷轧生产能力，很快就改变了国内冷轧产品主要依靠进口的局面。

3.民营企业形成200多万吨热带生产能力

由于市场需求的引导，促进了民营企业对不锈钢的积极投资，从初始阶段的低水平生产提高到移植太钢的冶炼技术和大钢铁的连铸及热带开坯技术，由于投资少见效快，目前已经形成了200万吨的热带生产能力，为后续冷轧提供了坯料。

以上三种体制的投资和建设扩大了中国不锈钢生产规模，调整了国内不锈钢产业结构。预计20xx年，中国不锈钢工业将实现几大目标：即产能世界最大，将达到900万吨以上，成为世界第一不锈钢生产大国，基本具备了满足国内不锈钢需求的能力;钢铁结构和板材比将更趋合理：即不锈钢产量占钢铁总产量的份额将从1995年的提升到的世界平均水平，不锈钢的板材比也将由1995年的10%提升到85%;企业将实现规模最大化，如具有300万吨能力的太钢和具有150万～200万吨能力的宝钢等;工艺装备世界一流，太钢、宝钢等国内主要不锈钢生产企业的工艺装备都实现了后现代化，并且具有独创性，为生产优质不锈钢产品提高竞争力奠定了基础。

三、供求的变化形成了中国不锈钢市场新的矛盾

从20xx年开始，中国不锈钢发展出现了一些新的情况，首先是不锈钢需求减缓，增长率明显下降;第二是国内生产能力快速增长，产能加速释放(增长率达到30%以上);第三是进口量不仅没有下降，反而出现较大的上扬趋势。

面对如此的市场状况，我们应该怎样理解和分析。

回顾十几年来中国不锈钢的发展历程，我们曾经对不锈钢需求发展基本都是低估的预测，可是，当快速增长的不锈钢需求已经达到一定水平开始转向平稳发展的时候，却出现了预测中国不锈钢需求将继续高速发展的观点，应该说其中有炒作的因素，如有人提出中国人均不锈钢消费将达到10公斤和10公斤以上的水平，也有人提出可能达到7～8公斤。有资料显示，世界上发达国家不锈钢的人均消费量只有8公斤左右，发展中国家最高消费量是人均公斤，中国目前的人均消费水平已经接近4公斤，从近期发展情况看，可能会达到5～6公斤，这样就超过英国的人均消费水平，相当于20xx年前发达国家的中等消费水平，应该说这种预测是符合客观的，我们如果按人均6公斤计算，中国总的消费量780万吨(年)。所以我们认为高的人均预测对不锈钢市场的发展必然造成不利的因素。事实上，大量的企业库存和社会库存使表观需求量出现了虚高，与实际需求量出现了较大的差距，20xx年 实际需求增长率应该不超过7%～10%，但市场的供应量和表观消费量却超过了20%，因此，在不锈钢市场上就会由于供大于求而出现价格下降，甚至企业亏损的局面。如果能够客观地看清不锈钢发展的背景就会很自然地理解当前的市场状况，同

样也会促使我们实事求是地面对市场，采取相应的措施引导市场回归健康发展的轨道。

四、如何维护和促进中国不锈钢市场的健康发展

面对当前的市场状况，我们应该共同努力实行一些积极有效的行为。

1.不锈钢进口应该相应减缓

由于国内产能迅速释放，在国内占有的比例逐年提高(20xx年是35%、20xx年是50%、20xx年将达到65%)，冷轧产量到20xx年也将达到300万吨的水平，实际的近期需求预计是300万～330万吨，加上民营企业生产的100万吨冷轧带钢，我国的冷轧产能首先出现供大于求;热轧能力也将于20xx年就达到250万吨，20xx年还将继续扩大，短期内也将面临供大于求的状况。所以我们建议应该减少对不锈钢的进口，以提高自给率水平。

2.国内产能应该有控制地释放

鉴于当前的市场状况，我们也建议国内新上的不锈钢企业应该遵循新装备产能应该有3～4年的达产过程的规律，要有控制地释放产能，从战略上考虑对新释放的产能建立相对稳定的供求关系和销售体系。国内的不锈钢企业都应该根据市场的需求采取相应的营销策略，减少由于盲目生产带来的企业亏损和产品过剩。

3.科学引导构筑合理的钢类结构

随着市场的发展和用户对不锈钢性能的进一步了解，目前几大类不锈钢正在市场的调节下逐步向合理的比例发展，如市场对铬锰钢(200系列)的使用开始降低，对铁素体钢(400系列)的使用在不断扩大，奥氏体钢(300系列)将保留一个稳定的比例。我们结合世界的发展看中国的趋势，300系列奥氏体钢应该保持在整个不锈钢消费的50%～60%的水平，400系列铁素体钢应该发展到30%～35%的水平，其他钢类(包括200系列)应该是5%～10%的使用比例，应该说这样的构建适应市场的实际需求，是一个比较合理的结构，可以减少和避免假冒高品质不锈钢等扰乱市场的行为。

当然我们还需要用科学的态度积极的引导市场的发展，既要适应市场需求又要保证不锈钢物尽其用，维护不锈钢的信誉，扩大不锈钢的应用。

4.大力开拓不锈钢市场开发不锈钢的使用领域

保持合理的生产规模和与消费发展相适应的增长速度，应该是不锈钢行业经过前期的大发展后避免出现大起大落，保持稳定健康发展的思路，从目前中国不锈钢的消费发展和生产能力的释放看，产能大于需求已经成为一个定势，所以从总量上进行适时适度的调控，注意市场的供求平衡，取消对再上项目的政策支持等应该成为我们与政府及有关部门的共识。对已经投入和正在建成的产能我们应该采取积极的态度开拓不锈钢市场，努力开发新的消费亮点，扩大国内市场需求和人们对不锈钢的使用。今后的重点应该是城市中一些新的领域和广大农村中农民家庭的使用，要研制出物美价廉的不锈钢向广大农村推广，要开发新兴的中国制造业所使用的不锈钢，开发不锈钢建筑、车辆运输在结构方面的应用，扩大工业用不锈钢的比例。

总之，比起整个钢铁工业来，不锈钢是一个近十几年快速发展起来的新产业，面对当前的新形势需要我们有一个乐观的态度并能够冷静客观地对待供大于求的局面，在自给率逐年提高的情况下，通过降低成本，降低消耗，提高产品质量来提高企业和产品的竞争力，国家也应该加大对不锈钢的宏观调控，合理控制总量，协调好进出口比例并逐步减少进口。希望通过大家的努力，中国在成为不锈钢生产大国的同时也成为一个不锈钢强国。

**产品预测调研报告范文大全15**

一、调查背景

为了了解在校大学生的对于目前市面上的理财产品的需求情况，熟悉大学生的理财理念，我们组织了这次问卷调查。

二、调查组织

调查时间：

20xx年4月1日——20xx年4月3日

2.调查对象：

在校大学生

3.报告完成时间：

20xx年4月3日

三、调查与研究方法

此次研究的数据及相关资料主要通过问卷调查的方法取得，在研究方法上主要采用定量分析与定性分析相结合的方法。

1.抽样的方法

此次调查采用随机抽样方法

2.问卷的设计

问卷由8个问题构成，主要涉及大学生生活费是否够用，剩余的钱如何分配，有没有理财观念，是否了解诸葛理财等问题。

四、结果与分析

1.数据结果分析

（1）大学生一般没有剩余的钱，有55%的人没有剩余的钱，甚至还不够花。30%会剩余一部分钱留下当下个月生活费。15%的大学生会留有钱做部分投资。

（2）大部分大学生没有理财观念，也对理财不感兴趣。意识较浅薄

（3）在此次的调查对象中，有21人已经注册了诸葛理财占总人数的40%.当然我本人也参与了投票。

2.发现的问题分析

（1）大学生对诸葛理财缺乏深度认识。诸葛理财作为一种新型的理财方式，首先需要被人们认识及了解。只有对诸葛理财有一定的了解以后，人们才会去考虑是否使用诸葛理财。很多人因为不知道什么是诸葛理财、怎么使用诸葛理财及诸葛理财的用处等方面，对诸葛理财持待定或否定的态度，这一定程度上减少了用户对诸葛理财的使用，并制约了其未来发展。

（2）大学生缺乏理财知识。大部分的人在会将一部分闲钱放置在银行卡里面，但真正想利用起来这看似不起眼的闲置资金的人却很少。有的人认为没必要浪费时间和精力在这上面。

（3）人们对诸葛理财缺乏安全感。诸葛理财使用率不高的主要原因在于人们受其安全方面的影响。人们考虑安全问题主要有两个方面，第一是诸葛理财的投资风险，人们想确定投资后会不会亏损；第二是诸葛理财账号受木马、病毒等原因被的安全问题，人们关心的是被后在诸葛理财丢失的资金能否追回或有人担保。这两个问题在被解决之前，诸葛理财不能给人们带来安全感。

（4）诸葛理财方式过于单一。因为诸葛理财在20xx年7月刚推出，所以在功能等方面还不够完善。让人们在对资金进行投资理财时，没有更多的选择方面。从这一点上，诸葛理财做的不够到位，不同的客户群体对资金理财的要求也不一样，单一的投资方式让用户没有选择的机会，很容易造成现有用户的流失及影响有投资意向的用户。

五、相关建议

1.倡导理财，帮助养成理财习惯。

**产品预测调研报告范文大全16**

苹果iPad出货量预计同比增长47% 20\_平板电脑行业格局及投资前景预测

Apple Watch或可打断噩梦？20\_智能手表市场投资前景分析及供需格局

罗永浩直播半年赚近4千万 20\_中国直播电商企业超378万家

蚂蚁集团估值缩水高达1万亿元 中国金融科技行业发展前景预测

**产品预测调研报告范文大全17**

学习之前，先“说”分析

从年报工作结束后的四月份，到年报准备工作开始前的十月份，把每个月后两周的星期五“拿”出来，作为机关工作人员“业务学习日”，是昌平局队近年来“提高统计能力、优化工作技能”的措施之一。

邀请国家^v^、北京市^v^、国家^v^北京调查总队的领导和专家讲授统计专业知识，邀请区委、区政府职能部门的领导解读重要区情，是昌平局队“机关学习日”的主旋律。而在每一首主旋律演奏之前安排一段小插曲：用10分钟左右时间，由1～2位年轻人上台演讲，以期锻炼当众讲话能力、交流工作生活感悟、提高业务授课质量、展示幻灯制作水平，则是坚持了两年多的“节目”。

交流视角，各有千秋

虽是小插曲，但“各有千秋”的交流视角， 像音频一样流入工作伙伴耳中……

“思路”很重要。在对数据资料进行初步加工和整理的基础上，围绕分析主题，对报告思路进行梳理，是加工统计分析报告的重要步骤之一。工业投资科何世亮在交流时，重点介绍了“统计数据与区情是否吻合、分析测度时选择哪些指标、怎样由表及里层层探析”的加工思路。

“程序”应讲究。中关村科技园区昌平园统计所娄富清在交流时把“统计分析的程序”作为实践成果，对“确定选题、拟定提纲、搜集资料、编制图表、系统分析、撰写报告”的加工顺序和过程进行了介绍。

“心态”要端正。城北统计所白梦晗展示了一个非常重要的思维视角：统计所是区政府统计部门的派出机构，统计分析产品要提供给镇（街道）领导，分析写作质量直接影响和代表政府统计部门的形象。因此，要端正写作心态，保证写作质量。

“热点”需捕捉。统计产品的使用价值很大程度上在于选题。要想让选题价值独具，就必须捕捉社会“热点”。农业经济统计科王凤华围绕“区域、行业、企业”各层面热点捕捉与分析报告选题角度进行了交流。

“境界”可分享。撰写统计分析报告的实践过程可以得到一种“境界”的享受，就像近代学者王国维归纳的那样：“昨夜西风凋碧树，独上高楼，望尽天涯路”；“衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴”；“众里寻他千百度，蓦然回首，那人却在灯火阑珊处”。这是住户调查科梁盛胜与大家分享的独到感受。

写作体会，大有嚼头

撰写分析报告，体会点点滴滴。越是身边的工作伙伴、普通的工作同行，他们介绍的写作心路和实践体会才越有参考价值、越有嚼头，因为这些交流内容在教科书上是看不到的。

分析文字应做到“老妪能解”。相传唐代诗人白居易每作一首诗就念给老年妇女听，力求使诗文明白易懂。白梦晗受这个典故启发，写完初稿后就让“业外”人士，有时是让自己的母亲看一看，看不明白的地方及时进行修改，把分析文字通俗易懂作为润色重点是她的体会之一。

**产品预测调研报告范文大全18**

>一、调查背景

随着我国经济的快速发展，人们生活水平的提高和收入的大幅度增长，个人对所增长的财富如何进行更好的管理与运用，越来越成为人们所关注的热点问题。手中的闲钱也逐渐多起来，理财便成了居民生活的一部分，同时也成为商业银行新的竞争点。

>二、调查目的

为了了解居民的理财需求，了解居民对理财产品的认识，主要投资哪些理财产品，也为了更好的了解居民对理财产品的关注程度。因此，我们俩个进行一次对安阳居民银行理财产品投资情况的调查，根据调查结果得出结论，分析总结存在的问题，并提出相应的建议。

>三、银行个人理财产品的主要类型

目前，对于银行理财产品的分类有不同的标准，根据风险和收益特征，可以分为保证收益理财产品、保本浮动收益理财产品和非保本浮动收益理财产品；根据投资币种不同，可以分为人民币理财产品、外币理财产品和双币理财产品。而人民币理财产品根据其投资方向和领域的不同，可以分为债券类理财产品、信托类理财产品、结构性理财产品、代客境外理财产品（QDII）和新股申购类理财产品 。

1.债券类理财产品。债券型理财产品主要投资于国债、央行票据、政策性金融债等非信用类工具，也投资企业债、企业短期融资券、资产支持证券等信用类工具，其风险一般来自利率风险、汇率风险、流动性风险等。

2.信托类理财产品。信托类理财产品主要是投资于商业银行或其他信用等级较高的金融机构担保或回购的信托产品，也有投资于商业银行优良信贷资产受益权信托的产品。

3.结构性理财产品。结构性理财产品也称为挂钩型理财产品，是运用金融工程技术将存款、零息债券等固定收益产品与金融衍生品组合在一起而形成的一种新型金融产品。

4.代客境外理财产品（QDII）。 QDII型人民币理财产品，是指取得代客境外理财业务资格的商业银行

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！