

目 录

项目 1 行业文案调查	1
项目描述	1
项目目标	1
项目要求	1
项目任务书	3
任务书	4
合作与任务分工	7
总结、分析与考核	8
子项目 1.1 制订活动方案	9
子项目 1.2 实施市场调查活动	19
子项目 1.3 撰写与汇报行业报告	22
项目 2 实地调查	45
项目描述	45
项目目标	45
项目要求	45
项目任务书	46
任务书	47
合作与任务分工	49
总结、分析与考核	50
子项目 2.1 制订实地调查方案	51
子项目 2.2 问卷设计与访谈对象确认	69
子项目 2.3 实施市场调查活动	82
子项目 2.4 整理分析数据	87
项目 3 市场预测分析	100
项目描述	100
项目目标	100
项目要求	100

项目任务书	101
任务书	102
合作与任务分工	103
总结、分析与考核	104
子项目 3.1 市场前景估计	105
子项目 3.2 市场定量预测	110
子项目 3.3 资产与利润依存关系分析	113
子项目 3.4 创业决策	116
子项目 3.5 撰写与汇报行业调查报告	119

项目 1 行业文案调查



项目描述

当今社会各个行业的竞争激烈。因此，行业分析和市场分析越来越重要。很多公司都急切想对自己所从事的行业进行行业分析和市场分析，以得到正确的分析方案，掌握行业和市场先机，使自己的企业快速发展。

我们该如何进行行业分析？如何清楚地了解某个行业的发展状况以及它所处的行业生命周期位置？并据此做出正确的投资决策？下面，我们将向大家介绍如何进行行业文案调查。



项目目标

了解文案调查法的实施方式和原则。

了解调查活动方案的基本结构。

掌握市场调查方案的基本结构。

掌握设计市场调查方案的主要内容。

完成一份行业分析调查报告。



项目要求

备选行业表

序号	行业名称	序号	行业名称
1	电气机械及器材制造业	4	工艺品及其他制造业
2	通信设备制造业	5	造纸及纸制品业
3	文教体育用品制造业	6	农副食品加工业

序号	行业名称	序号	行业名称
7	交通运输设备制造业	12	金属制品业
8	饮料制造业	13	印刷业和记录媒介的复制
9	家具制造业	14	橡胶制品业
10	烟草制品业	15	医药制造业
11	有色金属冶炼及压延加工业	16	通用设备制造业

1. 在以上 16 个工业行业中，选择一个你熟悉或关注的行业并完成以下调查任务。

2. 在国家统计局网站查找 2003 年 1 月到 2013 年 1 月该工业行业规模以上企业个数、主营业务收入、资产总计、负债合计、利润总额 5 组数据。

3. 在网站上找到关于该工业分行业的发展状况描述，找到有利发展因素至少 3 条、不利因素至少 3 条、发展趋势描述至少 3 条。

4. 寻找该工业分行业知名企业 3 家，写出企业名称、发展历程、企业经营模式及近 3 年主营业务收入、利润总额、资产总额。

5. 归纳出该工业分行业赢利的基本模式，如资产利润率水平、销售利润率（利润总额与主营业务之比）水平、销售队伍占企业人数的比重、营销方式等。

6. 利用 Excel 绘制该工业企业个数和利润总额 10 年发展折线图。

7. 编制一份不少于 3000 字的行业分析报告。

8. 用不少于 10 张的幻灯片课件进行小组汇报。

9. 时间要求：4 周。

网络空间

在中华人民共和国国家统计局网站查找统计数据。

<http://www.gzxmsj.com:8080/scdc/s/?s=w002>



项目任务书



笔记

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

行业文案调查任务书

目 录

- ☐ 任务书
- ☐ 合作与任务分工
- ☐ 总结、分析与考核

小组 名称	职务	组长	成员	成员	成员	成员	成员	成员
	姓名							
	总分							

学院名称：_____ 院系名称：_____

年级：_____ 级 专业：_____ 班级：_____

任务名称	行业文案调查	完成时间		成果形式	报告、课件 图表、照片
任务说明	1. 任务基本要求 在以下 16 个工业行业中，选择一个你喜欢的行业完成调查。				
	序号	行业名称	序号	行业名称	
	1	电气机械及器材制造业	9	家具制造业	
	2	通信设备制造业	10	烟草制品业	
	3	文教体育用品制造业	11	有色金属冶炼及压延加工业	
	4	工艺品及其他制造业	12	金属制品业	
	5	造纸及纸制品业	13	印刷业和记录媒介的复制	
	6	农副食品加工业	14	橡胶制品业	
	7	交通运输设备制造业	15	医药制造业	
	8	饮料制造业	16	通用设备制造业	
	项目具体要求				
	项目	要求			
	行业介绍	主要表述行业内容、企业发展基本状况，200~300 字。			
	企业个数	在国家统计局网站查找 2003~2013 年 10 年该工业行业规模以上企业个数。			
	主营业务收入	在国家统计局网站查找 2003~2013 年 10 年该工业行业规模以上主营业务收入。			
资产总计	在国家统计局网站查找 2003~2013 年 10 年该工业行业规模以上资产总计。				
负债合计	在国家统计局网站查找 2003~2013 年 10 年该工业行业规模以上负债合计。				
利润总额	在国家统计局网站查找 2003~2013 年 10 年该工业行业规模以上利润总额。				
重点企业	寻找该行业 3 家重点企业。				
重点企业概况	企业名称、组织机构、发展简历、经营模式、企业文化、企业地位。				
企业数据	企业近 3 年主营业务收入、利润总额、资产总额。				
行业发展	寻找该行业 3 条以上发展机遇、3 条以上发展困难、3 条以上发展趋势。				
销售方式	寻找该行业采取的主要营销方式，分析每种销售方式在本行业中的实施利弊。				

任务说明	竞争比例	归纳出该工业分行业赢利的基本模式，如资产负债率、资产利润率水平、销售利润率（利润总额与主营业务之比）水平。																								
	工业折线图	利用 Excel 绘制出该工业企业个数和利润总额 10 年发展折线图。																								
	行业折线图	利用 Excel 绘制出该工业分行业企业个数和利润总额 10 年发展折线图。																								
	行业报告	撰写一份不少于 3000 字的行业分析报告。																								
	课件要求	用不少于 10 张幻灯片课件进行小组汇报。																								
2. 完成本任务需要具备的知识和能力 网上查询能力：能运用政府公开网站、行业网站和企业网站，寻找能代表或影响行业发展的关键因素。掌握常用的工具软件，掌握书籍查找、报告检索方法；了解什么是调查，调查方法有哪些，这些方法都有什么特点，什么时候用，怎样用。 3. 知识获取渠道 《市场调查与预测》主教材、相关参考书籍、相关网站。 4. 完成时间 4 周。																										
项目分解	本项目分为三个子项目实施： - 子项目一 制订活动方案。 - 子项目二 实施市场调查活动。 - 子项目三 撰写与汇报行业报告。																									
建议学习的程序和方法	<table border="1"> <thead> <tr> <th>步骤</th><th>工作内容</th><th>基本方法</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>接受任务</td><td>了解任务的内容、要求</td><td>教师讲解，自主学习</td></tr> <tr> <td>团队讨论</td><td>确定存在的问题、方法等</td><td>讨论，教师指导</td></tr> <tr> <td>任务分工</td><td>对任务进行分解，分工完成</td><td>讨论，组长确认</td></tr> <tr> <td>开展调研</td><td>查阅、调查相关资料、网站</td><td>对网站、书籍资料进行调查</td></tr> <tr> <td>数据收集</td><td>整理收集的数据</td><td>按照任务要求收集数据</td></tr> <tr> <td>形成报告</td><td>对行业情况进行分析、研讨</td><td>形成文字报告、课件、附件</td></tr> <tr> <td>汇报评价</td><td>自评，讲演互评，总结</td><td>代表讲演，自评、总结</td></tr> </tbody> </table>		步骤	工作内容	基本方法	接受任务	了解任务的内容、要求	教师讲解，自主学习	团队讨论	确定存在的问题、方法等	讨论，教师指导	任务分工	对任务进行分解，分工完成	讨论，组长确认	开展调研	查阅、调查相关资料、网站	对网站、书籍资料进行调查	数据收集	整理收集的数据	按照任务要求收集数据	形成报告	对行业情况进行分析、研讨	形成文字报告、课件、附件	汇报评价	自评，讲演互评，总结	代表讲演，自评、总结
步骤	工作内容	基本方法																								
接受任务	了解任务的内容、要求	教师讲解，自主学习																								
团队讨论	确定存在的问题、方法等	讨论，教师指导																								
任务分工	对任务进行分解，分工完成	讨论，组长确认																								
开展调研	查阅、调查相关资料、网站	对网站、书籍资料进行调查																								
数据收集	整理收集的数据	按照任务要求收集数据																								
形成报告	对行业情况进行分析、研讨	形成文字报告、课件、附件																								
汇报评价	自评，讲演互评，总结	代表讲演，自评、总结																								

笔记

其他要求	1. 学习小组一般不少于 4 人，不超过 7 人。 人数太少起不到小组学习的作用，往往 1 个人就能影响甚至决定小组活动的成败，人数太多容易推诿和懒散。 2. 小组成员一般要固定。 整个课程学习就是一系列活动组成，人员变化容易影响工作进程。 3. 小组分工最好相对固定。 小组最好指定专门照相的人，应注意抓拍一些活动情景。最好指定专门整理和保存资料的人，本课程最重要的内容就是收集资料、整理资料，特别是三个项目的资料要结合使用。
------	--



合作与任务分工

 笔记

序号	任务分解	工作内容、要求	完成时间	责任人
变动记录				
	组长审核意见： 组长签名：			

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



总结、分析与考核

完成任务总结	1. 完成任务情况总结 2. 印象深刻事迹描述 3. 存在的问题与解决方案 4. 收获与体会 5. 自我评价与勉励
团队意见	组长签名:

子项目 1.1 制订活动方案



学习指南

项目	行业文案调查	子项目名称	制订活动方案	参考学时	4 学时
学习内容	1. 学习相关知识 2. 组建学习小组 3. 分工完成方案 4. 活动方案汇报				
学习目标	1. 专业能力 (1) 掌握市场调查基本工作流程 (2) 掌握文案调查基本技术 (3) 了解市场调查项目分析方法 2. 方法能力 (1) 具有学习小组组建能力 (2) 具有网络查找能力 (3) 具有 Word 文档排版和 PPT 演示文稿设计能力 3. 社会能力 (1) 提高团队合作能力 (2) 训练沟通协调能力 (3) 锻炼语言表达能力 (4) 训练逻辑思维能力				
学习重点与难点	1. 学习重点 (1) 市场调查基本步骤 (2) 文案调查的概念、特点 (3) 数据处理基本过程 2. 学习难点 (1) 小组分组设计 (2) 小组讨论过程控制				
学习方法	小组讨论法、团队汇报法				



工作表 1.1.1 组长评价表

项目 1		行业文案调查				
子项目 1.1		制订活动方案				
工作方式						
序号	工作步骤		表现描述			
1						
2						
3						
4						
5						
6						
个人评价						
姓名	评价描述				评价分数	
团队评价 (每项 20 分)	工作流程 的正确性	队伍组建 的高效性	调查员的 招聘培训	知识运用 的科学性	调查实施 的真实性	综合评价
总体评价						
团队名称			组长签字			年 月 日

工作表 1.1.2 行业调查表

全国 _____ 行业 _____ 年至 _____ 年

项目		序号	1	2	3	4	5	6	7	8	9
		年份									
工业行业企业个数											
工业行业主营业务收入											
工业行业资产总计											
工业行业负债合计											
工业行业利润总额											
行业企业个数											
行业主营业务收入											
行业资产总计											
行业负债合计											
行业利润总额											

整理人签名: _____

复核人签名: _____

组长签名: _____



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



笔记

工作表 1.1.3 重点企业调查表

企业名称		调查类别			
企业法人		企业地址			
企业简介					
企业组织结构					
企业业绩	项目	2010 年	2011 年	2012 年	
	主营业务收入 (万元)				
	利润总额 (万元)				
	资产总额 (万元)				
企业经营模式					
企业文化					
企业影响力					
小组讨论结论					
小组感悟					
经办人签字		审核人签字		组长签字	



主体教材

学习“子项目 1.1 制订活动方案”10—11 页“支你一招”。

工作表 1.1.4 行业发展讨论提纲

项目	讨论内容			提出人	资料来源
发展机遇	1.				
	2.				
	3.				
	4.				
	5.				
困难与瓶颈	1.				
	2.				
	3.				
	4.				
	5.				
对策与措施	1.				
	2.				
	3.				
	4.				
	5.				
发展趋势	1.				
	2.				
	3.				
供应链描述					
结论					
小组感悟					
参与人签字					
经办人签字		组长签字		年 月 日	

 **主体教材**

学习“子项目 1.1 制订活动方案”10—11 页“支你一招”。

工作表 1.1.5 小组汇报评价表

项目：制订活动方案

组别	发言人	思路	项目规划	仪态仪表	课件制作	提问	最终分数
评委会组别：						评委签名：	

注：1. “组别”填写组名。“思路”主要体现学习目的的明确性、项目的实用性和活动性。“项目规划”主要体现整个方案运行的科学性、可行性和完整性。“仪态仪表”主要体现发言人的态度、表达水平、声音洪亮程度与举止得体程度。“课件制作”即课件的精美性、表达的科学性。每项按照满分 100 分评价。

2. 最终分数采取百分制评价方法，对被评价者进行全面评价。各组分数不能相同，至少相差 2 分，最低不低于 60 分。



某大学手机市场调查活动方案

一、前言

手机是信息时代不可替代的通信工具，中国手机在 2010 年就突破 7 亿部，市场容量巨大。

为配合某品牌手机扩大在某大学的市场占有率，评估该大学手机营销环境，制定相应的营销策略，对该大学手机市场进行调查大有必要。

本次市场调查将围绕市场环境、消费者、竞争者进行。

二、调查目的

详细了解某大学手机市场各方面情况，为该产品在某大学的扩展制订科学合理的营销方案提供依据。

(1) 全面摸清各企业品牌在消费者中的知名度、渗透率、美誉度和忠诚度。

(2) 全面了解本品牌及主要竞争品牌在某大学的销售现状。

(3) 全面了解某大学主要竞争品牌的价格、广告、促销等营销策略。

(4) 了解某大学消费者手机消费的观点、习惯。

三、调查内容

市场调研的内容要根据市场调查的目的来确定。市场调研分为内、外调研两个部分，此次市场调研主要运用外部调研，其主要包括以下内容。

(一) 行业市场环境调查

(1) 某大学手机市场的容量及发展潜力。

(2) 某大学该行业的营销特点及行业竞争状况。

(3) 学校教学、生活环境对该行业发展的影响。

(4) 当前某大学手机种类、品牌及销售状况。

(5) 某大学该行业各产品的经销网络状态。

(二) 消费者调查

(1) 消费者的手机购买情况（购买过什么品牌、购买地点、选购标准等）与消费心理（必需品、偏爱、经济、便利、时尚等）。

(2) 消费者对手机各品牌的了解程度（包括功能、价格、包装等）。

(3) 消费者对品牌的意识、对本品牌及竞争品牌的观念及品牌忠诚度。

(4) 消费者平均月开支及消费比例的统计。

(5) 消费者对理想手机的描述。

(三) 竞争者调查

(1) 主要竞争者的产品与品牌优势、劣势。



- (2) 主要竞争者的营销方式与营销策略。
- (3) 主要竞争者市场概况。
- (4) 主要竞争者的经销网络状态。

四、调研对象及抽样

因为手机在高校的普遍性，全体在校学生都是调查对象，但因为家庭经济背景的差异，全校学生月生活支出还是存在较大的差距，导致消费购买习惯的差异。因此，他（她）们在选择手机的品牌、档次、价格上都会有所不同。为了准确、快速地得出调查结果，此次调查采用配额抽样法：先按系部大小配额，然后再进行随机抽样。此外，分布在某大学校内外的各经销商、专卖店也是本次调查的对象，因其规模、档次的差异性，采用判断抽样法。

具体情况如下：

消费者（学生）：500 名，其中住公寓的学生占 90%。

经销商：10 家，其中校外 9 家。

五、调查员的要求、培训

（一）要求

- (1) 仪表端正、大方。
- (2) 举止谈吐得体，态度亲切、热情。
- (3) 具有认真负责、积极的工作精神及职业热情。
- (4) 具有把握谈话气氛的能力。
- (5) 经过专门的市场调查培训，专业素质良好。

（二）培训

培训必须以实效为导向。本次调查人员的培训采用举办培训班、集中讲授的方法，针对本次活动聘请有丰富经验的调查人员面授调查技巧、经验，并进行思想道德方面的教育，使之充分认识到市场调查的重要意义，培养他们强烈的事业心和责任感，使其端正工作态度、作风，激发他们对调查工作的积极性。

六、人员安排

根据调研方案，在某大学及市区进行调研的人员有三种：调研督导、调查人员、复核员。具体配置如下：

调研督导：1 名。

调查人员：20 名（其中 14 名对消费者进行问卷调查，6 名对经销商进行深度访谈）。

复核员：1~2 名，可由督导兼职，也可另外招聘。

如有必要还将配备辅助督导（1 名），协助进行访谈、收发和检查问卷与礼品。问卷的复核比例为全部问卷数量的 25%，全部采用电话复核方式，复

核时间为问卷回收后的 24 小时内。



七、市场调查方法及具体实施

1. 对消费者以问卷调查为主

在完成市场调查问卷的设计与制作以及调查人员的培训等相关工作后，就可以开展具体的问卷调查了。把调查问卷平均分发给各调查人员，统一选择午餐或晚餐后这段时间开始进行调查。调查员在进入各宿舍时要说明来意，并特别声明在调查结束后将赠送被调查者一份精美礼物，以鼓励被调查者积极参与，以得到正确有效的调查结果。调查过程中，调查员应耐心等待，切不可督促。记得一定要求学生在调查问卷上写明姓名、所在班级、寝室、电话号码，以便以后的问卷复核。调查员可以在当时收回问卷，也可以第二天收回。

2. 对经销商以深度访谈为主

由于调查形式的不同，对调查者所提出的要求也有所差异。对经销商进行深度访谈的调查者（访员）相对于实施问卷调查的调查者而言，其专业水平要求更高一些。因为时间较长，调查员对经销商进行深度访谈之前一般要预约好时间，并承诺赠予一份精美礼品作为留念。访谈前调查员要做好充分的准备，列出调查所要了解的所有问题。调查者在访谈过程中应占据主导地位，把握整个谈话的方向，准确筛选谈话内容并快速做好笔记，以得到真实有效的调查结果。

八、调查程序及时间安排

市场调研大致来说可分为准备、实施和结果处理三个阶段。

（1）准备阶段：一般分为界定调研问题、设计调研方案、设计调研问卷或调研提纲三个部分。

（2）实施阶段：根据调研要求，采用多种形式，由调研人员广泛地收集与调查活动有关的信息。

（3）结果处理阶段：将收集的信息进行汇总、归纳、整理和分析，并将调研结果以书面的形式——调研报告表述出来。

在客户确认项目后，有计划地安排调研工作的各项日程，用以规范和保证调研工作的顺利实施。按调研的实施程序，可分七个小项对时间进行具体安排。

1	调研方案、问卷的设计	4 个工作日
2	调研方案、问卷的修改、确认	2 个工作日
3	项目准备阶段（人员培训、安排）	1 个工作日
4	实地访问阶段	4 个工作日
5	数据预处理阶段	2 个工作日
6	数据统计分析阶段	2 个工作日
7	调研报告撰写阶段	2 个工作日

九、经费预算

序号	费用名称	额度（元）
1	策划费	
2	交通费	
3	调查人员培训费	
4	访谈费	
5	问卷调查费	
6	统计费	
7	报告费	
总计		

十、附录

参与人员：
项目负责人：
调查方案、问卷的设计：
调查方案、问卷的修改：
调查人员培训：
调查人员：
调查数据处理：
调查数据统计分析：
调查报告撰写：
调查计划书撰写：

子项目 1.2 实施市场调查活动



学习指南

项目	行业文案调查	子项目名称	实施市场调查活动	参考学时	4 学时
学习内容	1. 学会分工 2. 学会查找行业数据 3. 学会搜集重点企业资料 4. 学会行业分析 5. 完成活动汇报				
学习目标	1. 专业能力 (1) 掌握数据搜集技术 (2) 掌握行业基本状态 (3) 了解行业分析方法 2. 方法能力 (1) 掌握头脑风暴法 (2) 具有网络查找能力 (3) 具有 Word 文档排版和 PPT 演示文稿设计能力 3. 社会能力 (1) 提高团队合作能力 (2) 训练沟通协调能力 (3) 锻炼语言表达能力 (4) 训练逻辑思维能力				
学习重点与难点	1. 学习重点 (1) 了解整个工业行业和分行业基本数据 (2) 了解重点企业基本状态 (3) 数据处理基本过程 2. 学习难点 (1) 行业分析 (2) 小组讨论过程控制				
学习方法	网络学习法、小组讨论法、团队汇报法				

工作表 1.2.1 工作单

项目 1		行业文案调查					
子项目 1.2		实施市场调查活动					
工作方式							
序号	工作步骤				使用资源		
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
团队评价 (每项 20 分)	工作流程 的正确性	任务分配 的合理性	组员工作 的认真性	行业数据 的完整性	企业数据 的准确性	综合评价	
总体评价							
团队名称		组长签字		教师签字		年 月 日	

子项目 1.3 撰写与汇报行业报告



学习指南

项目	行业文案调查	子项目名称	撰写与汇报 行业报告	参考学时	4 学时
学习 内容	1. 学会数据处理 2. 学会行业分析 3. 学会撰写行业报告 4. 学会学习总结 5. 完成报告汇报				
学习 目标	1. 专业能力 (1) 具有数据处理能力 (2) 具有行业分析能力 (3) 具有报告撰写能力 2. 方法能力 (1) 具有数据分析能力 (2) 具有网络查找能力 (3) 具有 Word 文档排版和 PPT 演示文稿设计能力 3. 社会能力 (1) 提高团队合作能力 (2) 训练沟通协调能力 (3) 锻炼语言表达能力 (4) 训练逻辑思维能力				
学习重点 与难点	1. 学习重点 (1) 处理数据 (2) 撰写报告 (3) 讨论汇报 2. 学习难点 (1) 行业分析 (2) 报告撰写				
学习 方法	网络学习法、小组讨论法、团队汇报法				

[illegible][illegible]

工作表 1.3.2 小组汇报评价表

项目：撰写与汇报行业报告

组别	发言人	思路	规划	仪表仪态	课件制作	提问	最终分数
评委组别：							评委签名：

注：1. “思路”主要体现学习目的的明确性、活动性。“规划”主要体现整个方案的科学性、可行性和完整性。“仪表仪态”主要体现发言人的态度、表达水平、声音洪亮程度与举止得体程度。“课件制作”即制作的精美性、表达的科学性。每项按照 100 分满分评价。

2. 最终分数采取百分制评价方法，对被评价者进行全面评价。各组分数不能相同，至少相差 2 分，最低不低于 60 分。

工作表 1.3.3 组长评价表

项目 1		行业文案调查				
子项目 1.3		撰写与汇报行业报告				
工作方式						
序号	工作描述				评价	
1						
2						
3						
4						
5						
6						
个人评价						
姓名	评价描述				评价分数	
团队评价 (每项 20 分)	工作流程 的正确性	任务分配 的合理性	组员工作 的认真性	数据处理 的完整性	报告撰写 的科学性	综合评价
总体评价						
团队名称			组长签字			年 月 日

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



S 市建筑材料行业调查分析报告

一、项目市场调研

（一）项目研究背景

近几年来，由于 S 市人居环境魅力的强劲拉动作用，以及“住在 S”城市品牌价值的提升，再加上 S 市经济的快速持续发展，都使得 S 市房地产业持续升温，年均房产开发面积都在 500 万平方米左右。S 市房地产业的强劲发展带动了 S 市建筑行业的发展，建筑行业的发展为建筑材料租赁市场提供了较大的发展空间。

为了了解 S 市建筑材料租赁市场的总体情况，为将要进入该市场的新公司提供一些支持和帮助，受用户委托，某市场研究公司进行了本次关于 S 市建筑材料市场的专项探测性市场研究。

（二）项目研究基本情况

1. 研究目的

了解 S 市建筑材料租赁市场的基本经营状况，探查建筑公司对建材租赁公司的要求和建议，为即将进入建材租赁行业的新公司提供客观的数据支持和依据。

2. 研究内容

本次 S 市建筑材料市场研究的研究内容主要包括以下四个方面。

- （1）了解 S 市 2008 年建筑行业的总体发展态势及规模。
- （2）了解目前 S 市建筑材料租赁市场的整体状况。
- （3）了解 S 市建筑公司材料租赁状况。
- （4）了解 S 市建筑公司对租赁公司的要求和建议。

3. 调研计划与安排

表 1 调研计划与安排

时间	工作内容
6 月 3 日	调查提纲的设计
6 月 4 日	调查提纲的试调查
6 月 5 日	调查提纲的确定；调查对象、样本量的确定
6 月 6 日	二手资料的收集
6 月 7 日	访问 S 市土地规划局及相关专家
6 月 8 日—6 月 13 日	进行正式市场调查
6 月 14 日—6 月 15 日	数据处理、统计资料分析
6 月 16 日—6 月 22 日	撰写报告、打印报告
6 月 23 日	向客户提交报告

4. 执行情况

由于本次调查属于工业产品市场调查，所以主要采用深层访问、专家访谈和电话访问的调查方法。调查对象为 S 市的建筑公司和建筑材料租赁公司。调查的有效样本总量为 13 个，其中 8 家建筑公司为 S 市建筑公司，2 家为荣成市建筑公司，其他 3 家为 S 市建材租赁公司，样本比率约为 8 : 2 : 3。

5. 样本的具体分布情况

(1) 建筑公司。

W 市昌邑建筑公司，S 市鸿安建筑公司，中建七局第二建筑有限公司，S 市长青房地产建筑公司，中建八局第二建筑有限公司，S 市毕家疃建筑公司，S 市环翠建筑公司，W 市双利建筑公司，S 市西郊建筑公司，W 市第一建筑公司。

(2) 建筑材料租赁公司。

S 市明光租赁公司；S 市宏源租赁公司；S 市福源租赁公司。

(三) 项目研究基本结论

1. 近几年建筑行业的繁荣推动了建材租赁市场的发展

建筑行业是我国重要的支柱产业之一，是国民经济的重要物质生产部门，它与整个国家的经济发展、人民生活的改善有着密切的关系。建筑业对国民经济的发展有巨大的推动作用。高速发展的国民经济、不断提高的居民收入水平以及改善居住条件的潜在巨大需求，也成为支撑建筑行业平稳发展的基础力量。中国正处于从低收入国家向中等收入国家发展的过渡过程中，建筑行业的快速增长对国民经济增长的贡献也很大，近年来，其增加值占 GDP 的比重达 7%，从业人数占全社会从业人数的 5%。

S 市的建筑业在整体建筑行业的宏观环境影响下，受“住在 S”城市品牌的影响，建筑行业的发展也非常迅速和繁荣。通过对 S 市土地规划局、S 市统计局的访问，S 全市 2008 年的建筑施工面积为 682.4 万平方米。

本次调查结果显示，10 个被调查项目 2008 年的总建筑施工面积约为 37.3 万平方米，由此可以推算出 S 市建筑材料租赁市场的年使用总量：钢模板的年使用总量约为 45.74 万平方米，竹胶板的年使用总量约为 36.04 万平方米，钢管的年使用总量约为 3.50 万吨，扣件的年使用总量约为 574.1 万个。

此外，S 市经济实力较强的大中型建筑公司通常都倾向于自己购买建筑材料，只有在建筑材料周转非常紧张的时候才会从外部租赁公司租赁建筑材料。这样规模的建筑公司主要有 S 市鸿安建筑公司、S 市西郊建筑公司以及 S 市环翠建筑公司。而经济实力比较弱一些的建筑公司通常会选择直接租赁建筑材料。

根据调查，目前 S 市钢模板市场平均租赁价格为 0.17 元 / 平方米 · 天，竹胶板的市场平均购买价格为 36.83 元 / 平方米，钢管的市场平均租赁价格为 5 元 / 吨 · 天，扣件的市场平均租赁价格为 0.012 元 / 个 · 天。

与此同时，调查结果表明，建筑公司一个 6000 平方米工程的施工工期平

均为 6~7 个月。根据建筑施工工期，我们推测建材租赁的使用周期大约比施工工期少 1 个月，也就是 5~6 个月的时间。

2. S 市建筑材料租赁市场比较繁荣

本次调查结果显示，S 市建筑材料租赁市场发展态势良好，目前 S 市有 40~60 家建材租赁公司。我们访问了 3 家建材租赁公司，他们目前的租赁产品没有太多的闲置，大多数都已经租赁出去。因此，可以说目前 S 市建材租赁市场处于供略小于求的局面。通过调查我们还得知，建材租赁行业也有淡旺季之分，一般来说 1~2 季度为建材租赁旺季，4 季度为建材租赁淡季。

三家建材租赁公司对钢模板、钢管、扣件这三种产品的市场租赁价格的报价如表 2 所示。

表 2 建材租赁公司报价

租赁公司名称	钢模板报价	钢管报价	扣件报价	现货量
S 市明光租赁公司	没有钢模板	4.5 元 / 吨 · 天	0.01 元 / 天 · 个	没有现货
S 市福源租赁公司	没有钢模板	4.5 元 / 吨 · 天	0.01 元 / 天 · 个	少量现货
S 市宏源租赁公司	几乎没有钢模板	4.8 元 / 吨 · 天	0.012 元 / 天 · 个	少量现货

在调查中我们发现，S 市建材租赁公司拥有钢模板的数量比较少，只有一些比较大型的租赁公司，如 S 市的鸿安建筑公司和环翠建筑公司钢模板的数量比较充足（以前大量购置）。这些比较大型的租赁公司主要对内出租给自己下属的建筑公司，而且很少有不能满足下属建筑公司需求而从建筑材料租赁市场租赁的情况。与此同时，规模比较小的建筑公司出于成本和施工质量等因素的考虑，会逐渐用竹胶板取代钢模板，所以我们认为钢模板在建材租赁市场上的需求量正在逐渐萎缩，钢模板有被竹胶板替代的趋势。

从上述租赁公司的报价以及访问过程中我们可以感觉到，真实的租赁价格可能会略低于租赁公司的报价，租赁公司也承诺在价格上可以有少许的优惠。

通过调查我们还了解到，如果按照去年和今年的建筑业发展情况来预测，大多数建筑公司认为 S 市建租赁市场前景良好。但由于建筑行业受国家宏观调控影响比较明显，所以建材租赁市场的不稳定因素仍然存在。

3. 建筑公司要求建材租赁公司提供良好的产品和服务

本次调查结果显示，建筑公司在选择建材租赁公司时主要考虑以下几个方面的因素。

（1）价格。建筑公司认为产品的租赁价格是他们最关注的因素，在各个

租赁公司提供产品基本相同的情况下，产品的租赁价格是建筑公司在选择租赁公司时最关键的要素。

（2）质量。建筑公司除了对价格非常敏感之外，对租赁产品的质量也极为看重，由于施工过程经常会因为所租赁的建筑材料质量不合格而发生安全事故，因此租赁公司的产品质量也是建筑公司在选择租赁公司时一个很重要的影响因素。

（3）服务水平。由于租赁公司在产品的租赁价格、质量上的同质化现象日益明显，因此服务水平就成了区分各个租赁公司的重要因素。建筑公司在重视价格和质量的同时，对建材租赁公司所提供的服务也越来越关注，他们希望租赁公司能够提供良好的服务，其主要包括提供运输服务、送货及时、整个租赁程序要实行规范化管理、退货方便等。

（4）常年的合作关系。建筑公司在选择租赁公司时，十分看重与租赁公司的常年合作关系，这种关系的形成是建立在相互信任和合作的基础之上的，是日积月累逐渐形成的，这种关系有时候会起到事半功倍的效果。

（5）公司的资质、规模。建筑公司对建材租赁公司的资质和规模也十分看重，他们更愿意从资质高、规模大的租赁公司租赁产品，这能够为工程施工提供更为安全的保证。

（6）产品的安全标准和丰富性。建筑公司认为租赁公司应该提供符合国家安全技术标准的产品，而且所提供的产品种类应该更加丰富，从而能够满足不同施工项目的要求。

调查结果还显示，如果有新的租赁公司加入建材租赁行业，大多数建筑公司会考虑从新的建材租赁公司租赁产品。

总体来说，建材租赁公司只有提供优质的产品和服务才能赢得建筑公司的青睐，才能赢得市场，获得发展。

4. 建筑公司对新的建材租赁公司提出了比较高的要求

本次调查结果显示，S市的建筑公司对将要加入建材租赁市场的新公司提出了比较高的要求。

（1）对新的租赁公司地理位置的要求。大多数建筑公司希望租赁公司离自己的建筑工地距离比较近，以便节省运输费用和获得更加及时的服务。

（2）建筑公司希望新的租赁公司的价格定位应该略低于目前租赁市场的价格水平。

（3）建筑公司对新的租赁公司在服务方面也提出了比较高的要求，要求新的租赁公司诚信经营，而且要对整个租赁过程进行规范化管理。

（4）建筑公司对新的租赁公司产品的要求也比较高，希望产品质量达到国家安全技术标准，并且做到品种齐全。

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

二、S 市建筑材料租赁市场环境分析

(一) 产品展示

1. 钢模板

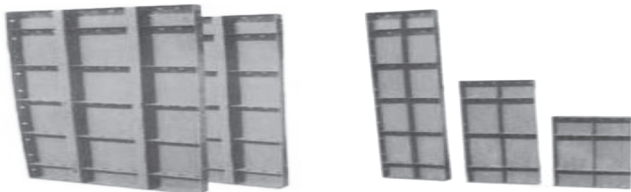


图 1 钢模板

2. 竹胶板

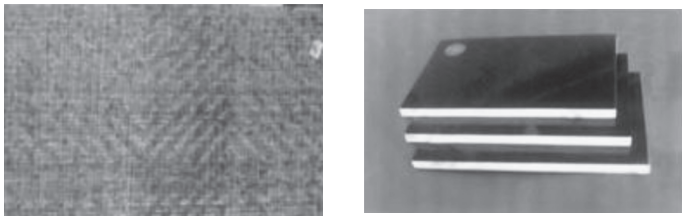


图 2 竹胶板

3. 钢管

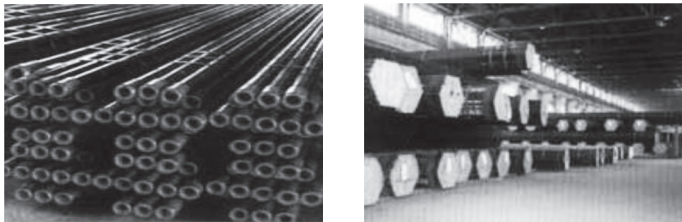


图 3 钢管

4. 扣件

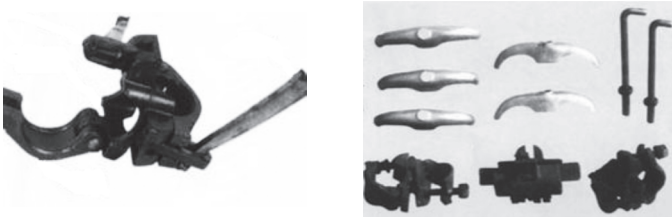


图 4 扣件

在进行初步调查时我们获知，在 S 市建筑材料市场上正在发生一种变化，那就是钢模板正在被竹胶板所替代。这种替代的趋势比较明显，主要原因有：①甲方要求建筑施工单位使用；②竹胶板在一定程度上能提高建筑质量；③政府相关部门积极引导；④竹胶板自身的优良特性。

竹胶板强度高、韧性好，幅面宽、拼缝少，而且比钢模板重量轻，单模面积大，施工方便，适用于高层建筑中的水平模板、剪力墙、垂直墙板、高架桥、立交桥、大坝、隧道和梁柱模板等；同时还因为竹胶板对保护环境、保护森林有巨大作用，所以国家建设部把竹胶板作为一种新型模板推广应用。

因此，我们在进行正式调查访问时，将竹胶板作为新的调查内容。

（二）需求量分析

1. 2008 年 S 市全市建筑施工面积分析

近几年来，随着 S 市经济快速持续的发展，以及受“住在 S”城市品牌和“人居环境”魅力的影响，S 市的建筑行业发展十分迅速。通过对 S 市土地规划局和 S 市统计局的调查采访，我们了解到 S 市在近年内房地产建筑面积一直处于上升的趋势，2008 年 S 全市的建筑施工面积为 682.4 万平方米（表 3）。

表 3 2005 年—2008 年 S 市建筑面积及增长率

年度	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年
建筑施工面积	251.3 万平方米	312.9 万平方米	442.4 万平方米	531.1 万平方米	682.4 万平方米
增长率	21%	24.5%	41.4%	20%	28.5%

2. 2008 年 S 市四种建筑材料年使用量分析

根据本次调查测算，2008 年 S 市建筑材料的年总使用量如下。

钢模板的年使用总量 = 被调查项目钢模板的使用量之和 × S 全市建筑施工面积 ÷ 被调查项目建筑施工面积

$$= 2.50 \text{ 万平方米} \times 682.4 \text{ 万平方米} \div 37.3 \text{ 万平方米} \\ = 45.74 \text{ 万平方米}$$

竹胶板的年使用总量 = 被调查项目竹胶板的使用量之和 × S 全市建筑施工面积 ÷ 被调查项目建筑施工面积

$$= 1.97 \text{ 万平方米} \times 682.4 \text{ 万平方米} \div 37.3 \text{ 万平方米} \\ = 36.04 \text{ 万平方米}$$

钢管的年使用总量 = 被调查项目钢管的使用量之和 × S 全市建筑施工面积 ÷ 被调查项目建筑施工面积

$$= 1914.4 \text{ 吨} \times 682.4 \text{ 万平方米} \div 37.3 \text{ 万平方米} \\ = 3.50 \text{ 万吨}$$

扣件的年使用总量=被调查项目扣件的使用量之和 × S 全市建筑施工面积 ÷ 被调查项目建筑施工面积

$$\begin{aligned} &= 31.38 \text{ 万个} \times 682.4 \text{ 万平方米} \div 37.3 \text{ 万平方米} \\ &= 574.1 \text{ 万个} \end{aligned}$$

3. 2008 年 S 市建筑材料租赁市场需求量分析

根据样本调查测算出三种建筑材料租赁量占总使用量的比重分别为：钢模板 27.2%、钢管 40.8%、扣件 44.6%。

钢模板租赁市场需求量=钢模板总使用量 × 钢模板租赁占总使用量的比重

$$\begin{aligned} &= 45.74 \text{ 万平方米} \times 27.2\% \\ &= 12.44 \text{ 万平方米} \end{aligned}$$

钢管租赁市场需求量=钢管总使用量 × 钢管租赁占总使用量的比重

$$\begin{aligned} &= 3.50 \text{ 万吨} \times 40.8\% \\ &= 1.43 \text{ 万吨} \end{aligned}$$

扣件租赁市场需求量=扣件总使用量 × 扣件租赁占总使用量的比重

$$\begin{aligned} &= 574.1 \text{ 万个} \times 44.6\% \\ &= 256.05 \text{ 万个} \end{aligned}$$

4. 小结

S 市建筑行业的繁荣和发展带动了 S 市建材租赁市场的快速升温。建筑材料租赁市场除了与整体的建筑行业繁荣状况紧密联系外，受钢材价格起落的影响也比较大。钢材价格的上涨将会使建筑公司考虑购置成本而减少建筑材料的购买，从而转向建筑材料的租赁，进而扩大对建材租赁的需求量。

根据 10 个调查项目结果及以上的数据分析，我们得出结论：目前 S 市建材租赁市场目前正处于一个供小于求、繁荣发展的阶段，市场发展趋势良好。

此外，通过对 S 市区以外的建筑公司的调查发现，其建筑材料租赁市场基本没有被开发。

（三）建筑公司购买行为分析

建筑公司作为建材租赁市场的消费者，它的购买行为将直接影响到建材租赁公司的发展。建筑公司在选择建材租赁公司时主要考虑以下几方面的因素。

1. 价格

建筑公司在选择建材租赁公司时首先考虑产品的租赁价格，他们认为建材租赁公司的产品租赁价格应该定位在合理的范围内。

2. 质量

随着国家对建筑行业安全技术标准的不断规范，建筑公司对建材租赁公司所提供产品的质量非常看重，建筑公司为了避免产品质量不合格造成的安全事故，更愿意选择产品质量好的建材租赁公司。

3. 服务水平

服务水平、服务态度现在已经成为建筑公司在选择建材租赁公司时主要考虑的因素，而且这一因素在今后租赁市场的发展中将会变得越来越重要。

4. 客户关系

良好的客户关系对于建材租赁公司的发展是非常重要的，很多建筑公司在租赁产品时更愿意向常年合作的租赁公司租赁产品。

此外，租赁公司的资质、规模以及所处的地理位置都是建筑公司所关注的因素，这三个因素也可以在一定程度上影响建筑公司对租赁公司的选择。

（四）竞争对手分析

调查结果表明，目前 S 市建材租赁市场上租赁公司的数量为 40~60 家，规模较大的建材租赁公司有 S 市的 ×× 建筑公司、×× 建筑公司、×× 建筑公司、×× 建筑公司等；此外规模相对较小，但在租赁市场上比较活跃的租赁公司有 ×× 租赁公司、×× 租赁公司、×× 租赁公司、×× 租赁公司等。近一两年来，在 S 市建材租赁市场上，来自于河北唐山一带的建材租赁公司发展迅速，占了不少的市场份额，其主要原因是河北唐山一带是钢管等建筑材料的原产地。

目前 S 市的大多数建材租赁公司属于中小型规模的公司，进入租赁市场的时间不等，都有相对稳定的客户，在客户关系管理方面有先入优势。由于早进入租赁市场的租赁公司的购置成本已经基本收回，因此它们可以承受比较低的租赁价格，这些会对新的建材租赁公司产生一些不利的影响。

但是，目前多数建筑材料租赁公司也在以下一些方面存在不足之处，例如，在租赁程序管理方面不是十分规范，随着市场竞争的不断加剧，在管理方面欠缺的租赁公司的发展将会受到制约；多数建筑材料租赁公司尚未树立起市场观念和服务意识；公司的产品经过多年的周转和使用，出现不同程度的损耗，在同等价格水平下，建筑公司则愿意使用新租赁公司的产品。以上这些因素都为将要加入建筑材料租赁市场的新租赁公司提供了良好的市场机会。

（五）政策法律

近年来，建筑材料租赁市场秩序比较混乱，大量不合格的钢管、扣件流入施工工地，施工单位不严格按标准规范使用钢管、扣件，严重危及建筑施工安全生产。

温家宝总理曾对建筑行业安全生产做出过批示：“关键在于严肃执法，追究事故责任者的法律责任，要从源头上堵住劣质建材的生产流通渠道，并开展一次专项整治工作。”根据国务院领导的重要批示及国家质检总局等九部委联合下发的《关于开展建材市场专项整治工作的通知》（国质检执联〔2003〕256 号）的有关要求，建设部、国家质检总局、国家工商总局决定将建筑施工用钢管、扣件专项整治作为今年建材市场专项整治的重点内容，在全国范围内立即开展建筑施工用钢管、扣件专项整治工作，规定如下。

(1) 钢管、扣件租赁单位必须取得工商行政管理部门颁发的营业执照，必须购买有产品标识和产品质量合格证明的钢管、扣件；对出租的钢管、扣件必须质量合格并具有质量保证书和检测证明；对出租的钢管、扣件，要与租用单位签订质量协议，租赁单位对其质量负责；对施工单位返还的产品应进行检测，并标明检测日期和产品的使用次数，合格产品按批次分类入库，不合格的应及时报废销毁。

(2) 施工单位要严格按国家标准规范搭建施工脚手架，必须购买、租用具备产品生产厂家生产许可证、产品质量合格证明、检测证明和产品标识的钢管、扣件；钢管、扣件使用前应按有关技术标准的规定，按批次进行抽样，送法定检测单位检测，经检测不合格的钢管、扣件一律不得使用；要对工地拟使用的钢管、扣件进行清查，对没有生产许可证、产品质量合格证及劣质的钢管、扣件，一律清出施工现场，坚决不准使用；已搭设的脚手架，要认真做好检测加固工作，施工结束拆除后，对钢管、扣件进行检测，不符合要求的严禁再次用于工程。

(3) 加强钢管、扣件的质量检测工作。要充分发挥钢管、扣件质量检测机构在生产、流通、使用等环节的质量检测作用，保证检测结果的科学性。

国家不断强化建筑行业的安全标准，各建筑公司对钢管、扣件等建筑材料的质量要求在逐步提高，这既为拟进入建筑材料行业的新公司提供了市场机会，同时也对各租赁公司提出了更高的要求。

三、可行性分析及结论

(一) 定性分析

今年以来，国家为了抑制经济过热，实行宏观调控政策，建筑行业发展的不稳定因素仍然存在。钢材价格直接影响新租赁公司的购置成本，近年来钢材价格不断波动，这些都对租赁公司发展产生不利的影响。但是伴随着 S 市经济持续增长，再加上“国际人居奖”品牌的拉动作用，我们预计 S 市建筑行业的发展仍然具有一定的潜力，这仍将会为 S 市建材租赁市场的发展提供较大的空间。

在 S 市建材租赁市场上，钢模板的使用量逐渐减少，而竹胶板由于其重量轻、施工方便，将逐步取代钢模板。对竹胶板、钢管、扣件的需求量随着建筑行业的发展而不断增加，这都为建材租赁公司的发展提供了机会。

通过对 S 市建材租赁市场的调查，我们认为目前 S 市的建材租赁市场处于一个供小于求的市场状况，市场发展趋势良好，预计将要加入该行业的新租赁公司可以获得合理的投资回报。

(二) 定量分析

1. 预计项目最大可投入规模

由于竹胶板的消费方式属于一次性耗材消费，各建筑公司一般都选择直接购买，所以我们在核算投入时，不把竹胶板列入核算范围之内。在前

期市场调查、分析的基础上，预计三种建筑材料租赁市场的年总需求量如表 4 所示。



表 4 三种建筑材料租赁市场的预计年需求量

建材名称	钢模板	钢管	扣件
总需求量	12.44 万平方米	1.43 万吨	256.05 万个

根据目前 S 市建材租赁市场的发展态势，新公司如果现在加入 S 市建材租赁市场，根据一般规律和经验，我们预计并假设：经过公司的正确决策和营销努力，公司市场占有率为 10%。如果根据这一市场份额推算，新公司预计需要购置的三种建材数量以及所需投入的资金量如表 5 所示。

表 5 新公司需购置的建材数量及资金量

建材名称	钢模板	钢管	扣件	合计
单位价格	145 元 / 平方米	3600 元 / 吨	4.2 元 / 个	—
购置数量	1.24 万平方米	0.14 万吨	25.6 万个	—
资金量	179.8 万元	504.0 万元	107.5 万元	791.3 万元

以上推算结果表明，预计新租赁公司在满足市场 10% 需求量的前提下，最大投入资金量可以达 791.3 万元。（注：此处的资金投入量中不包括厂房、设备等固定资产的投入以及营销费用、管理人员的工资等其他方面的费用）。

根据以上分析，可以认为：资金投入量在 791.3 万元以下的规模内，市场需求应该是充分的。

2. 预计项目最大可收入规模

建筑材料租赁市场存在租赁淡旺季的情况，因此我们按照租赁周期为 180 天 / 年来核算收入，结果如表 6 所示。

表 6 新公司预计年收入

建材名称	钢模板	钢管	扣件	合计
租赁数量	1.24 万平方米	0.14 万吨	25.6 万个	—
租赁价格	0.17 元 / 平方米 · 天	5 元 / 吨 · 天	0.012 元 / 个 · 天	—
预计收入	37.9 万元	126.0 万元	55.3 万元	219.2 万元

注：S 三市区的建材租赁价格要略高于表格中的租赁价格。

(三) 可行性分析

通过以上定性分析和定量分析，我们预计新租赁公司的年毛利润率约为 27%，投资回报率比较合理。如果公司选择适当的时机进入租赁市场，我们认为该项目具有可行性。

根据委托方的初步设想，在此以项目投入规模 200 万元为例，对项目投入与产出进行简单分析。

1. 项目投入

通过调查研究，我们建议新租赁公司三种建筑材料的计划购置量如表 7 所示。

表 7 新公司计划购置量

建材名称	钢模板	钢管	扣件	合计
单位价格	145 元 / 平方米	3600 元 / 吨	4.2 元 / 个	—
计划购置量	0.31 万平方米	0.035 万吨	6.48 万个	—
计划投资量	45.4 万元	127.4 万元	27.2 万元	200 万元

注：在实际投资时，考虑到钢模板有逐渐被竹胶板取代的趋势，钢模板的使用量逐渐萎缩，所以新公司在钢模板的实际投入量上要适当减少。

2. 项目收入

考虑到建筑材料的损耗以及闲置等因素，我们在测算新公司租赁收入时，出租量按照计划购置量的 85% 计算，出租周期按 180 天 / 年计算。测算收入如表 8 所示。

表 8 新公司预计年收入

建材名称	钢模板	钢管	扣件	合计
平均出租数量	0.26 万平方米	0.034 万吨	5.51 万个	—
租赁价格	0.17 元 / 平方米·天	5 元 / 吨·天	0.012 元 / 个·天	—
预计年收入	8.0 万元	30.6 万元	11.9 万元	50.5 万元

根据项目投入和项目收入分析：在新租赁公司投入资金 200 万元的情况下，通过努力，项目年投资回报率约为 25%；预计市场占有率可以到达 2.5% 左右。

四、营销建议

综合以上分析，目前建材租赁市场比较繁荣，市场机会也比较多。从企业发展战略的角度来看，新租赁公司现在加入 S 市建材租赁市场可以获得比

较好的发展机会。

新的建筑材料租赁公司应该重视服务和客户关系管理，真正以顾客为中心，把为客户服务真正落到实处；重视营销人员队伍的建设，提高营销人员的素质和能力；灵活运用公关活动，树立公司良好的企业形象，维护和提高公司的声誉。

（一）目标市场

新的租赁公司应该正确确定其目标市场。通过调查，我们建议新租赁公司应该把 S 市中型建筑公司以及外来建筑公司作为其主要的两个目标市场。通过调查我们还发现，S 市目前还没有形成一个相对集中的建筑材料租赁市场，各个租赁公司比较分散，没有形成集群效应，这对建筑公司在租赁产品时造成了不便。

W 市作为 S 市三市中经济实力最强的市，建筑材料租赁市场基本上处于空白状况，新的租赁公司在选择目标市场时可以考虑把业务的辐射范围扩大。据调查，W 市建筑材料租赁公司仅有 2~4 家，租赁市场没有开发出来，但是通过调查访问，建筑公司对租赁公司的需求是存在的（目前 W 市的建筑公司多从 B 市租赁公司租赁产品），但 W 市以下的乡镇对租赁公司的需求量很小。

根据调查我们建议，新的建材租赁公司可以考虑扩大辐射的范围，将商圈半径扩大到 S 市周边地区的市场。

（二）产品和服务

新租赁公司的产品应该做到：质量可靠、品种齐全、货源充足。这三点是建筑公司对租赁公司产品的要求。

租赁公司首先要解决的应该是产品的质量，在产品的购置阶段应该严把质量关，宁可在购置成本上投入多一些，资本回收周期长一些，也不能忽视产品的质量。因为产品的质量是租赁公司的生命，在产品质量上绝对不能出现问题，产品质量的问题将直接影响公司在租赁市场上的声誉，对公司的发展将产生非常重要的影响。

品种齐全和货源充足则要具体考虑租赁公司的规模，在规模允许的情况下，应该充实产品的品种和数量（例如，在 ×× 市调查的时候，建筑公司希望租赁公司能够提供塔吊、搅拌机等产品的租赁服务）。

建筑公司对租赁公司的服务水平提出了比较高的要求，我们建议新的建材租赁公司应该强化服务意识，以优质的服务赢得市场、赢得顾客的青睐。

（三）价格

通过调查，我们了解到影响租赁产品价格的原因主要有：进入租赁市场较早的租赁公司产品的成本已经收回，它们能够承受较低的租赁价格。

极不稳定的钢材价格将影响租赁公司在购置租赁产品时投入的资本的回收期。为此，新的租赁公司在产品价格方面应该略低于或者和市场价格持平，同时应该强化服务意识，因为在同等价格水平上，建筑公司愿意选择服务质量好的租赁公司。同时，租赁公司应该积极维持客户关系，良好的客户关系对



笔记

笔记

于租赁公司的发展起着不可忽视的作用。良好客户关系的建立需要一个长期的相互信任合作的过程，对于信誉比较好的建筑公司可以适当延长付款期限，给予价格优惠以及减免租赁产品时的押金。

（四）广告宣传

新的租赁公司刚刚进入市场的时候，必须在短时间内打出自己的旗号，提高建筑公司对租赁公司的认知度，这对公司的发展至关重要。这需要广告的支持，也需要公司相关人员“跑市场”，广告宣传可以使建筑公司产生对公司的感性认识，而相关人员的介绍则可以给建筑公司一个理性的认识，这需要相关人员认真诚恳地到每一家建筑公司去介绍自己公司，介绍公司的产品。这一阶段无论是公司还是相关人员都需要付出辛苦的努力，但是对于任何一个新租赁公司来说，这种努力是必须的。在公司的起步阶段，广告宣传和相关人员的“跑市场”对公司快速步入正轨非常重要。

报告书写和打印规范

一、文字和字数

除有特殊要求外，作业一般用简化汉语文字撰写，作业的数字根据要求完成。

二、书写及装订

报告按照本规范的要求单面打印，报告裁切后规格为 70g 白色 A4 打印纸，一律左侧装订。

三、字体和字号

· 作业题目	黑体 2 号
· 一级标题	黑体 4 号
· 二级标题	黑体小 4 号
· 三级标题	黑体小 4 号
· 款项	黑体小 4 号
· 正文	宋体小 4 号
· 中文摘要、结论、参考文献标题	黑体小 4 号
· 中文摘要、结论、参考文献内容	宋体 5 号
· 英文摘要标题	Time New Roman 大写粗体小 4 号
· 英文摘要内容	Time New Roman 体 5 号
· 中文关键词标题	黑体小 4 号
· 中文关键词	宋体 5 号
· 英文关键词标题	Time New Roman 粗体小 4 号

主体教材

学习“子项目 1.3 撰写与汇报行业报告”34-36 页“市场调查报告”相关内容。

· 英文关键词	Time New Roman 5 号
· 目录标题	黑体小 2 号
· 目录内容中章的标题	黑体 4 号
· (含结论、参考文献、致谢、附录标题)	
· 目录中其他内容	宋体小 4 号
· 报告页码	页面底端居中、阿拉伯数字 (Times new roman 5 号) 连续编码
页眉与页脚	宋体 5 号居中

四、封面

具体排版规范见封面示例，字体与字号要求如下：

· × × × × 系作业 (设计)	宋体 1 号居中
· 作业题目	黑体 2 号居中
· 专业名称	宋体小 3 号
· 班级名称	宋体小 3 号
· 小组名称	宋体小 3 号
· 组长姓名	宋体小 3 号
· 成员姓名	宋体小 3 号
· 指导教师	宋体小 3 号
· 年 月	宋体 3 号

五、页面设置

页边距标准：上边距为 25mm，下边距为 20mm，左边距为 30mm，右边距为 30mm。

段前、段后及行间距：章标题的段前为 0.8 行，段后为 0.5 行；节标题段前为 0.5 行，段后 0.5 行；标题以外的文字行距为“固定值”23 磅，字符间距为“标准”。

六、摘要

摘要正文下空一行顶格打印“关键词”款项，每个关键词之间用“；”分开，最后一个关键词不打标点符号，英文摘要应另起一页。具体示例见中、英文摘要示例。

七、目录

目录应包括三级标题，目录和正文中的标题题序统一按照“1……、1.1……、1.1.1……”的格式编写，目录中各章节题序中的阿拉伯数字用 Time New Roman 体。

目录的具体排版格式见目录示例。

八、正文

正文各部分应拟标题，每部分结束后应另起一页。标题要简明扼要，不应使用标点符号。各部分的层次按照“1……、1.1……、1.1.1……”标识，节或条以下具体款项的层次依次按照“1”“(1)”“①”标识。

九、引文标示

引文标示应全文统一，采用方括号上标的形式置于所引内容最末句的右上角，引文编号用阿拉伯数字置于半角方括号中，用小4号字体，如：“……模式 [3]”。各级标题不得使用引文标示。正文中如需对引文进行阐述时，引文序号应以逗号分隔并列排列于方括号中，如“文献 [1, 2, 6—9] 从不同角度阐述了……”

十、名词术语

全文应统一科技名词术语、行业通用术语以及设备、元器件的名称。有国家标准的应采用标准中规定的术语，没有国家标准的应使用行业通用术语或名称。特定含义的名词术语或新名词应加以说明或注释。

十一、物理量名称、符号与计量单位

物理量的名称和符号应统一，一律采用国务院发布的《中华人民共和国法定计量单位》；单位名称和符号的书写方式应采用国际通用符号。在不涉及具体数据表达时允许使用中文计量单位，如“千克”。表达时刻应采用中文计量单位，如“下午3点10分”，不能写成“3h10min”。在表格中可以用“3:10PM”表示。物理量符号、物理量常量、变量符号用斜体，计量单位符号均用正体。

十二、数字

无特别约定情况下，一般均采用阿拉伯数字。年份一概用4位数字表示。关于小数的表示方法，一般情形下，小于1的数，需在小数点之前加0。但当某些特殊数字不可能大于1时（如相关系数、比率、概率值），小数之前的0要去掉，如“ $r=.26$ ， $p<.05$ ”。统计符号的字形格式，一般除 μ 、 α 、 β 、 λ 、 ε 以及 V 等符号外，其余统计符号一律以斜体字呈现，如 *ANCOVA*，*ANOVA*，*MANOVA*，*N*，*nl*，*M*，*SD*，*F*，*p*，*r* 等。

十三、公式

公式应另起一行居中，统一用公式编辑器编辑。公式与编号之间不加虚线。公式较长时应在“=”前转行或在“+、-、 $\times$ 、 $\div$ ”运算符号处转行，等号或运算符号应在转行后的行首，公式的编号用圆括号括起来放在公式右边行末。

十四、表格

每一个表格都应有表标题和表序号。表序号一般按章编排，如第 2 个大问题第 4 个表的序号为“表 2.4”。表标题和表序之间应空一格，表标题中不能使用标点符号，表标题和表序号居中置于表上方（黑体小 4 号，数字和字母为 Time New Roman 粗体小 4 号）。引用表格应在表标题的右上角加引文序号。表与表标题、表序号为一个整体，不得拆开排版为两页。当页空白不够排版该表整体时，可将其后文字部分提前，将表移至次页最前面。统计表一律采用开口表格的标准格式，具体见公式图表示例。

十五、图

插图应与文字内容相符，技术内容正确。所有制图应符合国家标准和专业标准。对无规定符号的图形应采用该行业的常用画法。

每幅插图应有图标题和图序号。图序号按章编排，如第 1 部分第 4 幅插图序号为“图 1.4”。图序号之后空一格写图标题，图序号和图标题居中置于图下方，用小 4 号宋体。引用图应在图标题右上角标注引文序号。图中若有分图，分图号用（a）、（b）等置于分图下、图标题之上。

图中的各部分中文或数字标示应置于图标题之上（有分图者置于分图序号之上）。图与图标题、图序号为一个整体，不得拆开排版为两页。当页空白不够排版该图整体时，可将其后文字部分提前，将图移至次页最前面。对坐标轴必须进行文字标示，有数字标注的坐标图必须注明坐标单位。

十六、注释

注释是对作业中特定名词或新名词的注解。注释可用页末注或篇末注的一种。选择页末注的应在注释与正文之间加细线分隔，线宽度为 1 磅，线的长度不应超过纸张的 1/3 宽度。同一页类列出多个注释的，应根据注释的先后顺序编排序号。字体为宋体 5 号，注释序号以“①、②”等数字形式标示在被注释词条的右上角。页末或篇末注释条目的序号应按照“①、②”等数字形式与被注释词条保持一致。

十七、参考文献

参考文献的著录应符合国家标准，参考文献的序号左顶格，并用数字加方括号表示，与正文中的引文标示一致，如 [1]、[2]……每一条参考文献著录均以“.”结束。一般而言，具体各类参考文献的编排格式如下：

1. 期刊

[序号] 作者. 文章题目 [J]. 期刊名, 出版年份, 卷号 (期数): 起止页码.

2. 专著

[序号] 作者. 书名 [M]. 其他责任者. 版本项. 出版地: 出版单位, 出版年



笔记

份：起止页码。

3. 会议论文集

[序号] 作者. 文章题目 [C] // 主编. 论文集名. 出版地：出版单位，出版年份：起止页码。

4. 学位论文

[序号] 作者. 论文题目 [D]. 保存地：保存单位，年份。

5. 报告

[序号] 报告者. 报告题目 [R]. 报告地：报告会主办单位，报告年份。

6. 专利

[序号] 专利所有者. 专利名称：专利号 [P]. 发布日期 [引用日期]。

7. 国际、国家标准

[序号] 标准代号. 标准名称 [S]. 出版地：出版单位，出版年份。

8. 报纸

[序号] 作者. 文章题目 [N]. 报纸名，出版日期（版次）。

9. 电子文献

[序号] 作者. 文献题目 [电子文献及载体类型标识]. （更新或修改日期）
[引用日期]. 电子文献的可获取地址。

10. 电子参考文献建议标识

[DB/OL] ——联机网上数据库 (database online)

[DB/MT] ——磁带数据库 (database on magnetic tape)

[M/CD] ——光盘图书 (monograph on CD-ROM)

[CP/DK] ——磁盘软件 (computer program on disk)

[J/OL] ——网上期刊 (serial online)

[EB/OL] ——网上电子公告 (electronic bulletin board online)

具体请参照《信息与文献 参考文献著录规则》(GB/T 77-4-2015)。

十八、附录

作业附录依次用大写字母“附录 A、附录 B、附录 C……”表示，附录内的分级序号可采用“附 A1、附 A1.1、附 A1.1.1”等表示，图、表、公式均依此类推为“图 A1、表 A1、式 (A1)”等。

十九、印刷与装订顺序

作业应按以下顺序装订：封面→中文摘要→目录→正文→参考文献→致谢→附录。

摘 要 (黑体 4)

目前对于 CCD 相机捕获的卫星图像的浏览和动态缩放这个比较棘手的问题的解决方案大多是对原始图像进行分割, 然后分块显示。这些方法实现起来相对比较容易, 开发成本也比较低, 但是局限性非常之大, 使浏览极为不便, 移植性也较差。在本项目中为了解决海量图像方面的这个技术瓶颈, 提出了大容量缓存加无级缩放算法的方案。(宋体 5)

.....

.....

.....

关键词: 关键词 1; 关键词 2; 关键词 3

(黑体 5) (宋体 5)

参考文献 (黑体 4)

[1] 戴军, 袁惠新, 俞建峰. 膜技术在含油废水处理中的应用 [J]. 膜科学与技术, 2002, 22 (1): 59-64.

[2] 毛侠. 情感工学破解“舒服之谜” [N]. 光明日报, 2004-04-17 (B1).

(宋体 5)

.....

目 录 (黑体小 2)

前 言

□□一、调查项目背景.....	1
□□ 1.2 □领域的研究现状.....	1
□□ 1.3 □调查内容.....	2
□□□□ 1.3.1 □ Altera MegaCore 管理和使用.....	5

(一级标题黑体 4 号, 其余宋体小 4)

.....

.....

.....

结论.....	57
---------	----

参考文献.....	59
-----------	----

致谢.....	62
附录.....	72

(结论、参考文献、致谢及附录黑体4号)

××系学生作业(1号宋体居中)
关于××××××的调查报告
(2号黑体居中,标题行间距为32磅)

专业名称: ××× ×××

班级名称: ××× ×××

小组名称: ××× ×××

组长姓名: ×××

成员姓名: ××× ××× ××× ×××

(宋体小3)

二〇××年×月