# 市场调查分析分配

#### (一) 项目基本情况分析

#### (二) 宏观环境分析

1、经济环境调查

宏观经济的整体走势，以及未来发展趋势（宏观经济状况是否景气，直接影响目标人群的购买力）。大的国家政策方针（十三五、十九大、万众创新等等）

2、政策、法律环境调查

调查微景观科技创新方面的业务、开展本项目有关政策法律信息，了解国家对于本业务的支持力度（微景观方面、大学生创新创业方面），有什么管理措施、手段和扶持政策（柯桥、绍兴和杭州三地政府政策，以及浙江省的相关政策）。同时了解当地政府对于执行有关国家法律法规和政策的力度，判断对本次创业项目有何有利和不利的影响。

3、行业环境调查。

微景观的发展状况、发展趋势、行业规则及行业管理措施。调查国内及本地区的发展状况，植物选择、设计手法、国际国内流行趋势和先进的技术，本行业的行业规范和管理制度有哪些。

#### 三、市场需求调查分析

**市场调查分析(柯桥、绍兴和杭州三地)**

1、微景观行业的年销售量、盈利值，相关公司的数量、规模、分布情况

2、对于植物盆栽以及室内小摆件的需求量，有无相同或相类似的产品（带传感器的微景观摆件），如果有市场占有率是多少

**市场需求趋势调查（目标人群20-30岁年轻群体，尤其是女性）**

1、市场对本类产品和后期互动服务项目的长期需求态势

2、产品和服务项目是逐渐被人们认同和接受，需求前景广阔，还是逐渐被人们淘汰，需求萎缩。（相关的数据）

3、本产品和服务项目从技术和经营两方面的发展趋势如何

#### 四、 顾客情况调查

**顾客需求调查**

1. 平时购买微景观或盆景的顾客大都是些什么人（或社会团体、企业）
2. 顾客希望从中得到那方面的满足和需求（如效用、心理满足、技术、价格、交货期、安全感等）
3. 市面上的微景观产品（或交互、平台服务项目）能够或者为什么能够较好地满足他们某些方面的需要等

**顾客的分类调查**

1、重点了解顾客的数量、分布、大致年龄范围、性别、消费特点、用钱标准，重点关注本项目的目标顾客

2、掌握他们的详细资料（对本产品和服务项目的需求程度，购买动机、购买心理、使用习惯）

3、如果是某类企业和单位的话，应了解这些单位的基本状况，如购买类似产品的渠道、采购管理模式，联系电话、办公地址等。

#### 五、 竞争项目调研

1、竞争板块分析：

竞争对手定位、竞争对手地理位置分布情况（包括交通条件、面向人群、销售价格、销

售率、销售模式等）

2、竞争项目个案分析（待后期完成）

#### 六、市场销售策略调查

1、调查了解目前市场上经营相关产品或开展某种服务项目的促销手段、营销策略和销售方式主要有哪些

2、如销售渠道、销售环节，最短进货距离和最小批发环节，广告宣传方式和重点，价格策略

3、有哪些促销手段，有奖销售还是折扣销售

#### 七、 对市场的判断分析（最终总结）