# 需求分析报告(优秀13篇)

来源：网络 作者：寂静之音 更新时间：2025-05-31

*“报告”使用范围很广，按照上级部署或工作计划，每完成一项任务，一般都要向上级写报告，反映工作中的基本情况、工作中取得的经验教训、存在的问题以及今后工作设想等，以取得上级领导部门的指导。那么报告应该怎么制定才合适呢？下面是小编带来的优秀报告范...*

“报告”使用范围很广，按照上级部署或工作计划，每完成一项任务，一般都要向上级写报告，反映工作中的基本情况、工作中取得的经验教训、存在的问题以及今后工作设想等，以取得上级领导部门的指导。那么报告应该怎么制定才合适呢？下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢!

**需求分析报告篇一**

本文中，主要针对工程机械出租的各项步骤、以及设计系统的广义意义进行了分析，从而根据各部分不同的需求阐明了本系统使各个功能模块相连接并实现工作、统计的作用。

1.1编写目的。

在计算机科技的飞速发展的21世纪，软件系统以及英特网也在不断融入我们的生活。然而在工程机械出租领域，设备的种类、数量越来越多，设备管理所涉及的是巨大的系统工程，由于企业出租规模大、管理涉及面广，又是造成统计、管理不到位都将给企业的正常经营带来一定的影响，所以如何利用先进的网络技术和优异的计算机软件系统更有效的收集、处理这些设备的租借，同时建立以现代信息化为核心的管理体制，减轻相关人员人工对租借管理及数据处理的负担，完成一个工程机械设备管理系统就变得尤为重要。

1、信息交互要求。

软件系统要求利用一一切租赁操作作为输入，通过数据收集计算达到处理的目的。

2、附加影响要求。

3、功能的实现要求；

在满足客户的要求下，设计人员、开发人员需要根据本文参考相关需求程度，做出相应的软件系统设计。

1.2项目来源。

操作简便、价格低廉的特性赢得了全国广大用户的青睐。目前用户已遍及全国所有省份、自治区、直辖市；用户遍及电子、电器、医药、服装、建筑、物资、化工、商贸、超市、旅游、机械、建材、科技、通讯等各类企业公司，同时拥有大量机关、事业单位、学校、研究所等机关事业型单位用户。

随着管理自动化的程度越来越高，大部分任务都直接由各种设备来完成，因此利用先进的计算机技术来管理，提高人机工作的效率成为了一项重要手段。

1.3项目风险。

本项目中，不同身份的工作人员需要对各自负责的工作及出发点等承担一定的风险。

任务提出者需要对项目的完成进度以及设计需求的整体方向负责，产品是否为大众所接将成为任务提出者所要负担的风险。

软件开发者需要对统计、收集、计算的相关程序编码是否正确承担责任，对运行软件后的一切技术上的风险承担一定的风险。

产品使用者在完成交易过后的使用过程中，需要对自己的一切操作负责，相应的需要承担软件系统在使用过程中因操作不当崩溃的风险等。

1.4文档约定。

本文的正文部分以宋体、小四为主要格式，行间距为1.5倍行距，各个主要题头的格式为黑体、四号。

本文档所涉及的一些专业术语及英文缩写如下：

acess:microsoftofficeaccess（前名microsoftaccess）是由微软发布的关联式数据库管理系统。它结合了microsoftjetdatabaseengine和图形用户界面两项特点，是microsoftoffice的成员之一。其实access也是微软公司另一个通讯程序的名字，想与procomm以及其他类似程序来竞争。可是事后微软证实这是个失败计划，并且将它中止。数年后他们把名字重新命名于数据库软件。access在的时候成为了计算机等级考试中的计算机二级的一种数据库语言并且因为它的易学易用的特点正逐步取代传统的vfp成为二级中最受欢迎的数据库语言。

运行，并且更名为visualfoxpro。目前最新版为visualfoxpro9.0，而在学校教学和教育部门考证中还依然延用经典版的visualfoxpro6.0。在桌面型数据库应用中，处理速度极快，是日常工作中的得力助手。

数据：泛指表示一个指定的值或条件的数字、符号（或字母）等。数据是表示信息的，但这种表示要适合传输、分析和处理。此处，常把数据当作信息的同义词。

container：container类是icontainer接口的默认实现。容器是封装和跟踪零个或更多个组件的对象。在此上下文中,包容是指逻辑包容,而不是直观包容。

数据源：提供某种所需数据的原始媒体。

c/s结构：即大家熟知的客户机和服务器结构。它是软件系统体系结构，通过它可以充分利用两端硬件环境的优势，将任务合理分配到client端和server端来实现，降低了系统的通讯开销。

1.5预期读者和阅读建议。

开发人员。

用户。

项目经理。

租赁方。

开发人员需要根据本文详细计划产品的开发，并且以达到最好的人机结合和为企业创造一定的经济效益为主要目的；用户需要熟知本文所描述的产品计划，以对产品有一定的了解，在之后的操作过程中才能有一定的熟练度，不以至于出现错误操作；项目经理则可以按照此文档安排项目进度以及工作经费等相关、租赁方需要对本文有一定的.了解，至少熟悉工作流程以及系统需要达到的目的，从而更好地配合出租厂商做好统计、记账、处理数据的相关方面的工作。

1.6产品范围。

本产品适用于为工程项目出租机械设备的相关公司，由于大型施工设备租赁市场处于发展过程中存在着租赁企业数量多且规模小、效益差、恶性竞争严重等问题，本产品意在于协助每个工程机械设备出租公司合理地优化相关工作。

1.7参考文献。

2产品分析。

2.1产品的状况。

工程机械设备管理系统提供了对基础信息录入、机械设备出车单录入、挖掘机回车单录入、员工登记录入、加油登记录入等的模式录入和表格界面录入。录入信息时可能会出现相同的信息，为了避免重复录入部分字段设置了辅助录入功能，只需输入几项即可完成录入功能，操作方便快捷，可以很大的提高工作效率。

本系统将不是产品系列中的下一成员，也同时还不是成熟产品所改进的下一代产品，但是现有应用软件却不能成为它的替代品(升级产品)，所以这是一个新型的、自主型的产品。

2.2产品的功能。

根据上述分析，可以将本系统的各项子系统功能陈列如下：

1．基础信息管理系统：

2．机械设备调度管理系统：

3．压路机管理系统：

本系统主要负责运行压路机回车单、某机械设备期间统计、期间统计查询及相关方面的工作。

4．装载机管理系统：

本系统主要对装载机回车单、某机械设备期间统计、期间统计查询做相关的程序的管理。

5．重型半挂管理系统：

本系统主要对装载机回车单、某机械设备期间统计、期间统计查询做相关的程序的管理。

6．客户管理系统：

本系统主要负责记录并统计、处理客户的还款、组织客户统计表、检查并记录机械设备状态等工作。

7．员工管理系统：

本系统提供一个员工信息服务系统，可以实现员工登记、事故登记、员工考勤、员工生日提醒。

8．加油管理系统：

本系统的作用在于加油登记、加油统计、余油统计；

9．配件管理系统：

本系统主要处理配件信息、配件入库、维护领料、配件库存、旧件回收、采购申请单、采购申请明细。

10．保养审验管理系统：

本系统的作用是对设备做保养登记、对设备审验进行登记、设备审验提醒、对保养期间查询等。

11．企业与产品检索系统：

本系统可以实现在线查询企业和产品信息，可以按多种方式进行查询；

12．在线调查系统：

本系统可以实现在线调查功能，对用户进行各种情况的调查。

2.3用户类型和特性。

本系统的用户主要由以下人员组成：

1、工程机械出租管理部人员：此类人员负责的是对公司内部机械设备出租，并对其出租明细做一个详细的录入，需要时可以读取相关信息。

2、机械设备保管部门人员：负责对公司内出租的工程机械设备做定期的管理与保养，并且负责设备的出纳。

编写本文档所参考的资料如下：

[1]《施工机械信息化管理的研究[j]科技情报开发与经济》王健.11。

[2]《工程机械产品图库管理信息系统的研究[j]工程机械》贺尚红.5。

[3]《开发新一代设备信息管理系统》龚元明1995.6。

[4]《数据库基础与应用[m]》成先海..

[5]《软件工程[m]》.程成，陈霞.，2025。

**需求分析报告篇二**

（一）一、教材分析及cai创意：

（多种媒体的选用、重难点部分的可视化、问题解决过程中的交互策略等）。

本章进入生态系统的学习，首先要学习生物与环境的关系。本节有很多代表适应方式和生物关系的名词，容易混淆，有必要引入cai使这些关系具体形象，让学生容易理解，深化记忆。另外种群数量变化规律曲线的得出也是比较难的,引入cai,给予动态的解释,创意:。

1)用图片引导学生回答生物生存的环境里有哪些非生物因素。

2)用动画展示生物对非生物环境的适应性，如生物怎样运用保护色。

3)用动画展示成语中的生物关系，如“螳螂捕蝉黄雀在后”。

4)用动画展示种群繁衍的数量变化和环境影响。

5)种群数量规律曲线的生成有动态的分步骤的过程，有控件控制。

6)课件有互动的部分。也有练习部分巩固学生对本课重难点的掌握。

二、教学内容分析：（目标以及重点、难点等）。

本节学习生物与环境的关系,包括三个方面:1生物与非生物环境的关系,2生物与生物之间的关系,3种群的数量变化规律及其应用.教学目标:。

1)知道生物的生存环境包括非生物环境和生物环境。

2)了解非生物环境（水、阳光、温度）对生物的影响，并能举例说明。

3)能够举例分析每种生物都生活在他所适应的非生物环境中，知道适应具有相对性。

4)知道保护色、警戒色、拟态等适应的方式，能够区别三者的不同并进行相关的判断。

5)能够举例说明生物和生物之间的关系，包括种内关系和种间关系。

6)知道什么是种群，认识到种群的数量变化规律。

7)了解种群数量变化规律对人类生产实践活动的重要意义。

教学重点：

1)非生物环境（水、阳光、温度）对生物的影响。

2)保护色、警戒色、拟态等适应的方式。

3)生物和生物之间的关系。

4)种群及其数量变化规律。

教学难点：

1)区别保护色、警戒色、拟态三者的不同。

2)能够辨别生物之间的关系，包括种内互助、种内竞争、种间竞争、贡生、寄生、捕食。

3)能够运用种群数量变化规律解释相关现象。

三、学习对象特点分析：（年龄特征、认知水平等）。

本课件的使用对象为初二学生（大约14岁）。该年龄段的学生有强烈的求知欲望，对各种新鲜事物好学好问，并富于想像。但是他们的学习积极性还是与兴趣挂钩。枯燥抽象的理论知识很可能会失去他们对课堂的注意。因此课件要生动形象，能抓住他们的好奇心，利用他们的观察力，有意识地引发和激励他们发现问题，提出问题，在此过程中加强他们的观察力。另外，初二学生已具有一定的分析能力和生物基础常识，但自主学习能力还不构，所以课件要注意设置引导和设问，让学生有探索总结的过程，以培养他们的学习能力。

四、拟定开发工具及技术难点分析：（效果描述等）。

authorware：主要的开发软件。课件成品有静态的图片展示，配有简单的文字说明，使枯燥抽象的名词变得具体，浅显易懂。课件的第三部分有动态的规律分析，要让学生清楚明白种群规律曲线是怎么得来的。

flash：主要用在第二部分。讲解生物与生物之间的关系时，用动画演示“螳螂捕蝉黄雀在后”或“鹬蚌相争渔翁得利”中的生物关系。第三部分种群的数量变化规律，也要用动画展示生物繁衍的数量变化和环境等外界因素的影响。

难点：种群数量变化规律曲线的动态演示，flash制作。

五、设备条件要求：

普通设备,windows2000/xp系统即可,鼠标键盘可进行正常操作.能够运行authorware,flash等常用软件。

六、存在的困难及拟解决方法：（人员、时间、经费等）。

刚接触authorware和flash，对该软件不熟悉,制作过程中会遇到技术问题，期待老师的指导和小组的共同探究。

软件画面制作的精美程度是个挑战，要提高自己的审美能力。

（二）一、调查目的以怀化学院为例，了解大学生英语学习现状，调查他们的英语学习需求，对英语新课程发展提出建议。

二、调查范围。

怀化学院外语系09级4、5班。

三、调查对象。

有至少八年以上英语学习基础的大学生、有至少三年以上英语教学经验的老师。

四、调查方法。

1、访谈对部分怀化学院外语老师和学生进行访谈。访谈内容涉及英语教师、教材、学习策略、学习环境（课内外学习环境）四个方面。

3、任务分析。

五、成果。

1、背景概述。

近年来，我系英语专业四级、八级过级率逐年上升，学生应对考试的能力不断提高，然而，学生的实战应用能力却相形见绌。归其原因，主要是受到考试过级率的影响，教学者教学形式单一，教师唱独角戏，满堂灌，教与学双边活动难以开展等现象比较突出。

2、调查结果分析-----学生的英语学习需求整体情况分析。

a、学生对英语教师的需求主要有以下几个方面：

a、教师的基本功要扎实知识要渊博，教师要严而有道，以身作则。

b、希望教师采用灵活多变的教学方法。

c、希望和教师建立良好的师生关系。

由此可见，学生对英语教师的语言基本功、知识水平、教学方法方面、有着相当高的要求；学生希望老师在教学过程中以身作则，树立榜样；学生更喜欢老师经常激励他们；同时学生期待与老师建立良好的师生关系。

b、学生对教材的需求主要有以下几个方面：

a、希望教师在教学过程中教学内容不要固定在教材本身，要及时补充鲜活的内容；

b、希望教材内容能有助于提高他们的交际能力。

通过调查我们发现学生对教材的内容的真实性、实用性、趣味性、知识性和教材对交际能力的培养的要求很高。教师在教材的选择和使用上应注意趋利而避弊，在固定教材上增补一些新的教学材料。另外，固定教材容易使教材的内容过时，不能反映外语。实际的现状，并且还会造成教材的难度与学生实际水平脱节的现象授课时和班级过大等因素的限制，如何充分利。

c、学生对学习策略的需求。

通过调查我们发现有:。

小部分学生还不能有效地使用适合自己的英语学习策略；大部分学生认为教师对学生进行英语学习策略培训有必要，还有一部分学生能够经常反思自己的英语学习，探索适合自己的学习方法，但效果不理想，希望求助于英语教师。

4、学生对学习环境的需求。

通过调查我们发现绝大多数同学都意识到积极参加课堂活动对英语学习的重要性，从而说明了学生对课堂学习环境的期望值很高；超过三分之二的学生在课堂上存在不同程度的紧张和焦虑，经访谈发现：学生害怕被点回答问题，担心回答问题出错，自信心不够强，表演欲不够强这一点也能解释学生为什么对来自老师同学的支持和鼓励的需求强烈。同时大多数学生喜欢和同学进行合作学习，绝大多数学生认可自主。学习的平台在英语学习中的作用，对于英语课外活动的学生认可度和满意度还不高。

六、结论与启示。

通过本次调查，我们了解了不同英语水平的学生在对英语教师、教材、学习策略、学习环境等有关因素的需求情况，发现在英语教师、教材、学习动机等方面上高低水平学生无显著性差异，在对学习策略和学习环境的需求上高低水平学生存在着显著性差异，我们得到了以下启示：

1、英语教师应经常对非英语专业学生进行学习策略培训，培养和提高学生运用学习策略的意识，从而有助于学生个性化学习方法的形成和学生自主学习能力的发展。

2、优秀的老师应当能选择教材，活用教材，跳出教材，发展教材。

3、教师应该在课堂上创设一个轻松惬意的语言学习环境，满足不同水平学生的需求，并把焦虑降低到最低限度。学校在课外要组织丰富多彩的英语活动，数量和质量并重。

**需求分析报告篇三**

我生性是比较胆小的。对于安全，特别是生产安全，估计得从我参加工作的那年说起。08年一毕业，我便被分配到位于甘肃山沟里面的一个水电站做施工。在这里，平生第一次深刻知道安全对于生产，对于自身，对于内心的重要性。

记得美国犹太裔人本主义心理学家亚伯拉罕?马斯洛（abrahammaslow）就提出，人对于安全的需求在需求层次理论金字塔中是先于生理需求（身体基本需求）社交需求（社会关系的需求）自我实现需求及尊重需求，属于最基本的需求。是的，人工作是为了活着，或是为了养家糊口，或是为了十几年的教育能够学有所用，或是为了实现自己的社会价值，但所有的所有的目的，都是在自身安全的前提下实现的。

由于我的生性胆小，所以第一次接触这种立体式庞杂的施工现场时，我是以一个初入者的身段带着强大的融入式需求来接受目前这份工作的，虽然在繁杂立体式的施工现场有很多对自身安全造成困扰的问题，但是我得面对。因为我来自农村，又学了工程测量这门专业，除此之外，作为一个刚毕业的学生，我还能干吗？第一次在下面悬空的钢筋网上走自己还是很害怕的，第一次背着仪器箱子在垂直的几十米高简易爬梯上上下内心也是颤抖的，第一次在全无遮护的布着钢轨仅能容下双脚宽的20多米高的吊车预制梁上走过内心是带着与命运抗衡的决心的，我记得从那上面走过后，我觉得这辈子我都不再从类似这样的地方走过，对我来说这简直是在高空走钢丝绳，即使我们有年长的前辈在上面如履平地。恐惧跟大意绝对是安全生产事故中最危险的两种心态。这两种心态在心态中处于两个极端，也许我处于这端，而我的那位前辈处于那端。而从哲学讲，两种似乎都不可取。要讲究适度原则，也就是说，我得有着适度的心态去衡量这件“高空走钢丝”事件。那段时间里，我有种特种兵接受三月集训的感觉，挑战我的空间作业极限，还有心理极限。当然这确实是我必须面对的，由于作业环境限制，我们通常不得不在很近的平面距离里背负仪器利用简易且有限的条件及工具通过上下攀爬的方式来抵达目的地。哪怕平面距离只有几米远。而我得慢慢调整我的心态来适应，得调整我的身体敏捷程度来适应。因为再复杂的施工现场，安全的投入往往是繁琐的，可能是循环往复的，成本昂贵且占用大量时间的，在工期紧张的时段里，这些有时会显得铺张。要与之适应的，则是自身身体的灵活性以及心态的正常适度性。所以，那个时候的我，从很大一部分，只能增加自身的适应能力，而无能迁就于其他形式。而我就是如此慢慢适应过来的，在复杂的环境中，有了眼疾手快，心态坦然，泰山崩于前面不改色的气度了。这大概就是为了适应常规生产，自身心态适应中回归理性的过程吧。

后面的几年时光里，我确实被历练的坦然地多。对于安全防范的意识也是越来越提高了。那些不安全的地方我是坚决不去的。但是身边并不因为我的适应性而不出现些安全事故了。在我从业的几年了，身边的安全事故出了好多起。高空坠落的，溺水的，为了生活付出生命代价的比比皆是。生产是存在安全隐患的，从远古时期到今。从部族协作狩猎开始，从生产石器开始，我们的祖先就不得不面对生产中存在的安全隐患及问题。在战争中，我们也在为保存自身实力而进行着各种安全方面的考虑与措施。

而对安全问题的诠释，最具具体化，最让人好理解的无外乎便是举例说明了。这在我们安全培训教育及安全教育视频中也无不比比皆是。而所以的事故中大意似乎是其发生的大多数原因。我遇到的第一次人身伤亡事故还是在我所在的工地，一名的工人在8米高的泄流冲砂闸上游胸墙上拆卸模板的过程中，因为安全绳脱钩造成自身连同模板坠落，在送往医院后因伤势过重抢救无效身亡。这起事故中，安全意识淡薄，钩挂安全绳仅仅用来应付项目部安全监察，留于形式，是事故发生的主要原因。也有人因醉酒在靠近水库的公路步行跌入已经蓄水的水库溺水身亡的，这种事故原因无异于酒驾了，只是威胁的仅是自身安全罢了。在后面的项目中，也有在施工现场雨后攀高导致盆骨骨折的，也有晚上夜行无意堕入水池溺亡的。所有这些，无外乎大意。看来我这小心翼翼的心态，胆小的生性还是能够让人无时无刻绷紧安全的神经的。这一点我还是比较庆幸。

单位还是经常举办安全知识培训的，项目部及现场还是在醒目地段及危险地段有安全标示的。在新的安全生产法颁布后，单位从上到下以严谨的态度还组织了我们学习，考试，竞答，用各种方式将安全生产理念，方法植入每个职工的每一根神经与血管中。宣传方式也从刚开始的严禁式转换到后来的提醒式，甚至还有戏谑式。最典型的就是比如从标语写“禁止酒驾”，“禁止不带安全帽”，“禁止私拉乱接电源”等变成了“高高兴兴上班，安安全全回家”的温馨提醒式再到网络上贴出“为了防止别人娶你老婆，打你孩子，花你抚恤金，请注意安全”的戏谑式安全标语，说明安全的形式正以多样化的形式深入到社会中，在这社会发展中是好事。

再完善的标语，在完善的生产教育和法律都得靠我们自身每天每时每刻的践行，不然都无异于空谈。还是那句话：工作，不管是为了活着，或是为了养家糊口，或是为了十几年的教育能够学有所用，或是为了实现自己的社会价值，但所有的所有目的，都是在自身安全的前提下实现的。

**需求分析报告篇四**

需求分析活动其实本来就是一个和客户交流，正确引导客户能够将自己的实际需求用较为适当的技术语言进行表达（或者由相关技术人员帮助表达）以明确项目目的的过程。这个过程中也同时包含了对要建立的网站基本功能和模块的确立和策划活动。所以项目小组每个成员、客户甚至是开发方的部门经理（根据项目大小而定）的参与是必要的。而项目的管理者在需求分析中的职责有如下几个方面：

1、负责组织相关开发人员与用户一起进行需求分析。

2、组织美术和技术骨干代表或者全部成员（与用户讨论）编写《网站功能描述书（初稿）》文档。

3、组织相关人员对《网站功能描述书（初稿）》进行反复讨论和修改，确定《网站功能描述书》正式文档。

4、如果用户有这方面的能力或者用户提出要求，项目管理者也可以指派项目成员参与，而由用户编写和确定《网站功能描述书》文档。

5、如果项目比较大的话，最好能够有部门经理或者他授权的人员参与到《网站功能描述书》的确定过程中来。

二、完整的需求调查文档记录体系。

在整个需求分析的过程中，将按照一定规范的编写需求分析的相关文档不但可以帮助。

目成员将需求分析结果更加明确化，也为以后开发过程中做到了现实文本形式的备忘，并且有助于公司日后的开发项目提供有益的借鉴和模范，成为公司在项目开发中积累的符合自身特点的经验财富。

需求分析中需要编写的文档主要是《网站功能描述书》，他基本上是整个需求分析活动的结果性文档，也是开发工程中项目成员主要可供参考的文档。为了更加清楚的描述《网站功能描述书》往往还需要编写《用户调查报告》和《市场调研报告》文档来辅助说明。各种文档最好有一定的规范和固定格式，以便增加其可阅读性和方便阅读者快速理解文档内容，相关规定将在本文后面讨论。

三、向用户调查些什么。

在需求分析的工程中，往往有很多不明确的用户需求，这个时候项目负责人需要调查用户的实际情况，明确用户需求。一个比较理想化的用户调查活动需要用户的充分配合，而且还有可能需要对调查对象进行必要的培训。所以调查的计划安排：时间、地点、参加人员、调查内容，都需要项目负责人和用户的共同认可。调查的形式可以是：发需求调查表、开需求调查座谈会或者现场调研。调查的内容主要如下：

1、网站当前以及日后可能出现的功能需求。

2、客户对网站的性能（如访问速度）的要求和可靠性的要求。

3、确定网站维护的要求。

4、网站的实际运行环境。

5、网站页面总体风格以及美工效果（必要的时候用户可以提供参考站点或者由公司向用户提供）。

6、主页面和次级页面数量，是否需要多种语言版本等。

7、内容管理及录入任务的分配。

8、各种页面特殊效果及其数量（js,flash等）。

9、项目完成时间及进度（可以根据合同）。

10、明确项目完成后的维护责任。

调查结束以后，需要编写《用户调查报告》，《报告》的要点是：

1、调查概要说明：网站项目的名称；用户单位；参与调查人员；调查开始终止的时间；调查的工作安排。

2、调查内容说明：用户的基本情况；用户的主要业务；信息化建设现状；网站当前和将来潜在的功能需求、性能需求、可靠性需求、实际运行环境；用户对新网站的期望等。

3、调查资料汇编：将调查得到的资料分类汇总（如调查问卷，会议记录等等）。

四、市场调研活动内容。

通过市场调研活动，清晰的分析相似网站的性能和运行情况。可以帮助项目负责人更加清楚的构想出自己开发的网站的大体架构和模样，在总结同类网站优势和缺点的同时项目开发人员可以博采众长开发出更加优秀的网站。

但是由于实际中时间、经费、公司能力所限，市场调研覆盖的范围有一定的局限性，在调研市场同类网站的时候，应尽可能调研到所有比较出名和优秀的同类网站。应该了解同类网站的使用环境与用户的诧异点、类似点，同类产品所定义的用户详细需求（需要公司或者项目负责人有一定的关系）。市场调研的重点应该放在主要竞争对手的作品或类似网站作品的有关信息上。市场调研可以包括下列内容：

1、市场中同类网站作品的确定。

2、调研作品的使用范围和访问人群。

3、调研产品的功能设计（主要模块构成，特色功能，性能情况等等）。

4、简单评价所调研的网站情况。

调研的目的是明确并且引导用户需求。

对市场同类产品调研结束后，应该撰写《市场调研报告》主要包括一下要点：

1、调研概要说明：调研计划；网站项目名称、调研单位、参与调研、调研开始终止时间。

3、可采用借鉴的调研网站的功能设计：功能描述、用户界面、性能需求、可采用的原因。

4、不可采用借鉴的调研网站的功能设计：功能描述、用户界面、性能需求、不可采用的原因。

5、分析同类网站作品和主要竞争对手产品的弱点和缺陷以及本公司产品在这些方面的优势。

6、调研资料汇编：将调研得到的资料进行分类汇总。

五、清晰的需求分析输出——《网站功能描述书》：

在拥有前期公司和客户签订的合同或者是标书的约束之下，通过较为详细具体的用户调查和市场调研活动，借鉴其输出的《用户调查报告》和《市场调研报告》文档，项目负责人应该对整个需求分析活动进行认真的总结，将分析前期不明确的需求逐一明确清晰化，并输出一份详细清晰的总结性文档――《网站功能描述书（最终版）》以供作为日后项目开发过程中的依据。

《网站功能描述书》必须包含以下内容：

1、网站功能。

2、网站用户界面（初步）。

3、网站运行的软硬件环境。

4、网站系统性能定义。

5、网站系统的软件和硬件接口。

6、确定网站维护的要求。

7、确定网站系统空间租赁要求。

8、网站页面总体风格及美工效果。

9、主页面及次页面大概数量。

10、管理及内容录入任务分配。

11、各种页面特殊效果及其数量。

12、项目完成时间及进度（根据合同）。

13、明确项目完成后的维护责任。

综上所述，在网站项目的需求分析中主要是由项目负责人来确定对用户需求的理解程度，而用户调查和市场调研等需求分析活动的目的就是帮助项目负责人加深对用户需求的理解和对前期不明确的地方进行明确化，以便于日后在项目开发过程中作为开发成员的依据和借鉴。

（二）一、首次调研面积及户型选择意向分析。

1、时间：2025年4月5日。

2、地点：繁华路段，沿街门面、行政机关单位、事业单位、陌生拦截等处选择样本。

3、调研方式：问卷填写、深度访谈。

4、发出问卷：80份，有效问卷68份。

5、样本人群基本情况。

家庭人数：

文化程度：大专以上12人中学（含高中、初中、中专）40人其他16人。

工作单位：经商或个体户36事业或行政单位20其他1。

2收入状况：

6、户型结构选择。

从图中可以看出，客户对房型结构的选择中，三房两厅的占到高达40%的份额，加上18%的四房两厅和18%的三房一厅，合计占到76%的份额，只有不占1/4的人选择两房或其他户型。

7、户型面积选择。

从图中可以看出，客户选择110—130平方米的比例占到35%，与上图中三房两厅40%的比例类似；90—150平方米的比例合计占到81%，加上150平方米以上13%，全部占到总份量的94%，90平方米以下的仅占到6%。

二、2025年5月份客户面积选择意向分析。

数量（组）301255616651455137。

1客户在提示作用下，除14%的客户选择其他户型外，86%的客户都能在120—150平方米之间选到满意的户型。

三、2025年6月份客户面积选择意向分析。

数量（组）242049324120164361306。

客户在提示作用下，选择120平方米以上的占到80%，在其他20%的客户中，除部分选择复式户型的以外，选择其他户型的只有不足20%。

四、2025年7月客户对户型面积的意向分析。

客户量56344715811。

5需要130—150平方米的客户超过40%，而120—130平方米客户占30%，两者合计占到70%左右，是县城购房的主力目标客户群体。复式楼的需求量也在13%，是县城高端购房人群之一。90—110平方米的人群占到9%左右，可以看作县城购房群体的补充目标人群。

结论：

综上所述，在豫北某县购房群体中，最少有60%以上的客户选择120—150平方米的房子，最高达到86%左右的比例。另有10—20%的客户选择150平方米以上的户型。只有不到10%的少量客户需求面积在90平方米左右或以下。

如果公务员小区的房型面积不能按照市场需求状况供应，将产生以下几点影响：

第五，市场供应的商品房都是偏小面积，客户需求都是稍大或较大面积，开发商虽然知道消费者需求，但由于政府限制，不能按市场规律供应满足市场需求的产品，将形成各方均无法满意的局面，将破坏掉构建和谐社会的基础，间接影响到豫北某经济的快速稳定持续发展。

（三）相关资料数据以广州为例分析其人才需求状况，供广大求职者和有兴趣的朋友参考。

一、招聘热度分析。

自金融危机以后我国服装产量的持续低增幅，企业对产量增长的谨慎态度。近来欧盟纺织品服装市场需求低迷、部分市场向竞争对手国转移造成了国内服装企业的发展困境。就今年上半年而言，服装行业的人才需求并不十分给力，反映出服装行业整体发展缓慢。

从上图看，广州服装行业招聘职位数浮动不明显，6月低谷期后，7月略有所回升。业内人士分析认为，外贸形势短期内难有明显起色，但是随着欧美服装消费旺季的来临，第三季度服装出口或将有所回升。预计其人才需求也会有所增加。

二、招聘职位分析。

据百才招聘网数据统计，7月份广州服装行业发布职位超过一万，仅次于上海。其中，美术/设计/创意类职位占29.01%，其次是销售类、经营管理类职位，占比分别为12.40%、11.78%。招聘职位中，以服装设计师、设计助理招聘职位数最多，占比均超过了15%。

三、招聘要求分析。

根据分析，目前服装行业的人才学历要求较其他行业要略低，就广州招聘职位而言，其高中及以下学历占比达28.83%，本科仅占12.42%。从经验要求分析，0——2年、3——5年工作经验者需求量持平，均超40%。可以看出在服装行业人才对经验的要求较学历而言更严格。

四、行业薪酬分析。

根据数据显示，广州服装业整体薪酬水平居中，高薪占比比较小。薪资2025——3999元/月占比最大，达51.20%，万元及以上的月薪仅占比9.63%。这可能与服装行业整体产业性质相关，服装企业工厂员工占比较大，行业整体薪酬分布应该不会有太大的浮动。

**需求分析报告篇五**

此需求规格说明书对《学生信息管理系统》做了全面细致的用户需求分析，明确索要开发的软件具有的功能、性能与界面，是系统分析人员及软件开发人员能清楚地了解用户的需求，并在此基础上进一步提出概要设计说明出和完成后续设计与开发工作。编写该书的目的是为能够更加准确的明白该系统的需要，对所开发的软件的功能、性能、用户界面及运行环境等做出详细的说明。

本说明书的预期读者为客户、业务或需求分析人员、测试人员、用户文档编写者、项目管理人员等。

1.2背景。

1.3术语。

系统采用的是c/s结构，即客户端和服务器架构，示意图如图2-1所示。客户端端提供用户操作界面，接受用户输入的各种操作信息，向服务器发出各种操作命令或数据请求，并接收执行操作命令后返回的数据结果，根据业务逻辑进行相关的运算，向用户显示相应的信息。服务器端接收客户端的数据或命令请求，并请求数据库服务器执行数据库操作得到相应的数据集，对数据集进行相应的处理，然后将数据集或处理后的数据集返回给客户端。

c/s结构：即客户端和服务器架构。

1.4参考资料。

《软件工程导论》。

2.1目标。

项目开发意图：为了方便管理学生信息，加强学生交流，让大家及时了解班级动态，提供一个人性化的便捷管理平台。

应用目标：学生信息管理主要针对自己所在的班级所有学生而制作的管理系统。

作用范围：学生导师、辅导员、管理员、学校管理人员等。

2.2用户特点。

用户要具备电脑的基本操作，懂得上网浏览网页，管理人员要添加、更新、删除信息等操作，学生只有查询、修改基本信息、修改登录密码权限。技术人员要负责数据库的管理、网站的维护。

2.2假定和约束。

假定：开发周期：30天。

约束：时间比较仓促、掌握的专业技能有限、社会经验不足、项目完成经验不足。

3.1功能分析。

3.1.1对功能的分析。

1：学生的需求。

(1)在第一时间查询自己所有的成绩（自己的平均成绩,总成绩）。

(2)查询某一科成绩,该科平均成绩，最高成绩，最低成绩。

(3)打印和下载自己的成绩。

2：老师的需求。

(1)查询某一学生的所有成绩（平均成绩,总成绩）。

(4)对某一科成绩进行统计（及格人数，及格率，不及格人数，不及格率，优秀人数，优秀率，某一分数段的人数）。

(5)录入成绩和修改更新成绩（自己所教授的那一科成绩)。

(6)打印统计出的结果。

3:管理员的需求。

(1)查询某一学生的所有成绩（平均成绩,总成绩）。

(2)查询某一学生某一科成绩,该科平均成绩，最高成绩，最低成绩。

(3)查询某一班级的成绩。

(4)对某一科成绩进行统计（及格人数，及格率，不及格人数，不及格率，优秀人数，优秀率，某一分数段的人数）。

(5)录入成绩和修改成绩。

(6)打印统计出的结果。

(7)用户管理。

(8)数据库管理。

3.1.2对功能的要求。

1．功能划分和描述。

学籍管理、成绩管理、奖惩管理、奖学金管理、困贷管理其下的查询、编辑、插入、删除模块均实现其相应管理的具体功能。

2．进一步功能描述。

模块名称：学籍管理。

输入数据流：学籍控制信息。

输出数据流：学籍返回信息。

简要描述：主要负责学生学号、姓名、性别、出生年月、身份证号码、党团关系、系别、专业、级别、学制方面的信息管理。

块名称：成绩管理。

输入数据流：成绩控制信息输出数据流：成绩返回信息。

3.1.3系统功能层次模块图。

3.2性能分析3.2.1精度。

为了查询完整，尽量让所有相应域包含查询关键字的记录都能查到。由于通常有文件的记录很多，所以本系统采用两种查询：直接查询和模糊查询。

3.2.2容错要求。

为了保障系统能正常运行，尽量使得服务器数据库的数据合法化，以及前台能有效操作和浏览系统。

3.2.3灵活性。

1）当执行查询时，查询完后提供返回按钮可继续查找；

2）用户处于一定时间的“不操作”，服务器可以不再相应对数据库的请求，

除非再次登录；

3.3安全性分析。

1）数据库连接采用jdbc方法进行连接，从而提高数据库的可操作性和安全性；

2）对于某些页面进行强制用户登陆后方能进行操作；

3.4故障处理要求。

软硬件故障：

1）用户使用电脑系统有问题，或者浏览器有问题；

2）数据库建立有问题；

3）内存太小会影响运行速度；

4）对于各类突发事件要注意避免；

3.5其他专门要求。

保密性：数据库要做好保密，避免数据的丢失或者盗取；

间接性：用户的操作界面必须要做到简单明了，不能有太复杂的设置或者操。

作。

可更新性：对于系统可以根据用户需要进行更新，维护等操作，扩展其功能，

并使系统稳定。

第一层。

数据流图(dfd)。

1.1第二层。

4.3数据字典。

5.1设备。

开发建议使用的设备：

从网络传输需网卡，品牌机最好，组装机需性能好一点的，以防对大量操作时出现反应不过来等不良现象。

5.2接口。

软件接口：运行于xp以及更高版本；硬件接口：本系统不需要特定的硬件和硬件接口运行支撑；内部接口：内部接口方面，各模块之间采用函数调用、参数传递、返回值的方式进行消息传递。接口传递的信息将是以数据结构封装了的数据，以参数传递或返回值的形式在各模块间传输。

**需求分析报告篇六**

1.编写目的。

编写该文档是为了分析人工管理企业工资的流程，把人工模式抽象为可在计算机上处理的自动模式，对企业工资的科学管理进行分析与总结，便于开发小组成员对系统整体功能的认识，通过该文档，确定了系统的目的和功能，以及管理的流程和方法，同时也为使用者提供参考。

2.背景。

随着企业的快速发展，企业规模越来越大，在职员工的数量也越来越多，企业工资管理更加的复杂，而工资管理是一项琐碎、复杂而又十分细致的工作，工资计算、发放、核算的工作量很大，一般不允许出错，如果实行手工操作，每月发放工资须手工填制大量的表格，这就会耗费工作人员大量的时间和精力，计算机进行工资发放工作，不仅能够保证工资核算准确无误、快速输出，而且还可以利用计算机对有关工资的各种信息进行统计，服务于财务部门其他方面的核算和财务处理，同时计算机具有着手工管理所无法比拟的优点.例如:检索迅速、查找方便、可靠性高、存储量大、保密性好、寿命长、成本低等。这些优点能够极大地提高人事工资资管理的效率,也是企业的科学化、正规化管理,与世界接轨的重要条件。这就对企业工资管理提出了新的要求，用计算机管理系统来管理企业工资已经成为目前的趋势，使用计算机可以高速，快捷地完成以上工作。在计算机联网后，数据在网上传递，可以实现数据共享，避免重复劳动，规范数据管理行为，从而提高了管理效率和水平。企业工资管理系统便是以计算机为工具，通过对工资管理所需的信息管理，不仅把管理人员从繁琐的数据计算处理中解脱出来，而且优化了管理体系，使其高效化，简易化，智能化，也提高了透明度和互动性。

3.功能定义。

（1）员工基本信息的添加，修改，删除，查找和辅助查询。

（2）工资标准设定功能。具体包括工资，出行费，医疗保险,养老金，水电费，其他费用，补贴，奖金标准的设定。

（3）工资信息浏览。

（4）员工工资表创建。

（5）工资调整管理。

（6）工资统计。

为完善系统管理功能，增加工资系统用户管理功能，包括系统用户数据的添加，修改和删除。教职员工为系统普通用户，只能运行系统个人工资查询功能；系统管理员则能运行系统所有功能，从而有效保证系统数据的安全性。

4.功能描述。

用例模型。

顺序模型（管理员查询工资）。

活动模型(登陆)。

4.1员工基本档案信息管理功能描述：

凡属于本部门的员工，都需要对其基本的档案信息做好记录存储处理。以方便高级管理人员时时的了解或查阅其员工基本信息。对员工基本信息的操作包括添加信息、修改信息、查询信息，同时在数据库中要形成员工基本信息表。

4.2工资管理功能描述：工资计算：

误输、错误输入智能提示引导用户录入数据的正确性。要形成的数据库中的表为员工工资信息表。

工资统计分析：

对员工工资数据计算完后，同时要将工资信息统计分析，如汇总统计，工资项目明细数据的汇总等，又分为对员工个人工资统计分析、部门工资统计分析、月份工资统计分析、季度工资统计分析、年工资分析统计。

4.3工资查询功能描述：

在查询这个模块里，系统能支持用户在客户端按照各种不同的字段名称进行工资信息的查询。同时，迅速的响应用户的查询请求，不同级别的人系统会根据其权限级别的大小享有不同程度的功能。不同级别的人不能越权进行操作。在查询过程中，为避免由于在同一时刻里访问人数过多造成响应缓慢时，每登录的一个用户，系统记数器自动加一，当记数大于峰值时，系统弹出对话框提示用户进行等待，从而有效的避免了系统在查询过程中快速响应的优点。

4.4系统维护：

2．设置系统使用用户及口令、权限的级别，对公司不同要求用户授不同权限，可限制一次性访问数据库用户数量。对每个访问数据库的登陆用户有日志记录。由系统管理员维护。在系统运行过程中，数据库管理员在系统运行过程中，还可以即使的进行系统数据的更改，如：对员工工资数据的更改，对工资项目计算方式的更改，定期做好系统数据的备份操作、还原、清理等。

5.非功能性需求：5.1可靠性。

1．可恢复性。

每月都要对工资结算，要求系统能够持续可靠运行，3．容错性。

当员工不能识别，应能够给予提示。

5.2可支持性。

1．可适应性。

人员的权限会根据企业的变化而调整，系统应该能够方便配置调整。还存在一些其他的配置要求，如打印格式、查询项目等，对此需要进一步分析。

5.3可行性。

1.评价标准。

e.是否具有界面灵活，操作简单的特点。

6.用例说明。

本系统的设计目标是能够对大型企业员工的基本信息和工资信息进行添加和修改，根据个人信息将工资分为职务工资，职称工资和其他工资。能够调整工资标准和员工信息，也能够调整其他工资项目，根据需要对教职员工基本信息和工资信息的查询，本系统能够生成各个月的工资表，能够打印报表方便保存和管理，还包括对系统的一些基本操作功能，比如为完善系统管理功能，增加工资系统用户管理功能，系统应该包括系统用户数据的添加，修改和删除。员工为系统普通用户，只能运行系统个人工资查询功能；系统管理员则能运行系统所有功能，从而有效保证系统数据的安全性，系统应该具有简单，易用，小巧，经典的特色，应该能够对企业工资管理进行优化，使其系统化，高效化，智能化。并保证工资管理的准确性，简易性，为企业财务人员提供便利。

7．1性能需求。

上的数据均能实现信息的互通，及共享。当服务器移植到其他的系统平台，如：linux平台下时，同样能和其他的系统进行数据存取同步，不会出现系统之间互不兼容的情况，系统支持多系统之间的互连互通，系统有巨大的强健性。

7．2运行需求。

系统在进行数据的录入、计算、统计的时候，能将数据精确到小数点后三位小数。系统接收到用户的操作命令后（如：计算处理、查询等），能迅速的响应其操作请求，响应时间不超过1秒。在同一时间，系统还提供支持至少10个客户端进行同一个操作请求的响应。

系统可移植较强，在不同的平台下运行，均不会影响系统的稳定性。同时，支持在客户端安装不同操作系统、浏览器版本，均不会影响系统的运行。

7．3安全需求。

得到恢复。同时，系统提供强大的容错性能，当一台服务器发生故障时，系统能自动切换到另外一台服务器上，从而保障服务器能长时间的提供系统的运行支持。在输入数据时，如果用户输入的数据不符合系统的要求，则系统自动提示错误信息，并要求用户重新输入，直到输入完全正确时才允许进行下一步的操作。

系统开发基于c#的开发，界面直观、简洁，人机交互性强。基于表单和弹出式窗口的数据录入方式，菜单点击的方式操作。用户使用时，只要是按照格式和要求填入信息，系统在后台响应用户操作过程。让用户在最短时间里，不需要经过专门培训，就可以轻松上手使用。

7．5其他需求。

数据不管是在企业内部之间传输，还是公司与分公司之间进行远程数据传输时，防止数据被不法分析任意的修改和破坏，只有对信息解密的人员才能最终读取数据信息。这样，能最大程度的防止数据在传输过程的安全保密性。

8.总结。

在第一阶段总体分析的基础之上，我们小组进在系统需求过程中，主要是围绕着系统数据流程图和数据字典这两个方面展开文档的编辑工作。当然，在需求分析过程中，我们对系统的功能需求、性能需求、可靠性等方面做了进一步的描述，这为我们进行下一步设计阶段的顺利进行做好铺垫的工作。

**需求分析报告篇七**

以怀化学院为例，了解大学生英语学习现状，调查他们的英语学习需求，对英语新课程发展提出建议。

二、调查范围。

怀化学院外语系09级4、5班。

三、调查对象。

有至少八年以上英语学习基础的大学生、有至少三年以上英语教学经验的老师。

四、调查方法。

1、访谈对部分怀化学院外语老师和学生进行访谈。访谈内容涉及英语教师、教材、学习策略、学习环境(课内外学习环境)四个方面。

3、任务分析。

五、成果。

1、背景概述。

近年来，我系英语专业四级、八级过级率逐年上升，学生应对考试的能力不断提高，然而，学生的实战应用能力却相形见绌。归其原因，主要是受到考试过级率的影响，教学者教学形式单一，教师唱独角戏，满堂灌，教与学双边活动难以开展等现象比较突出。

2、调查结果分析-----学生的英语学习需求整体情况分析。

a、学生对英语教师的需求主要有以下几个方面：

a、教师的基本功要扎实知识要渊博，教师要严而有道，以身作则。

b、希望教师采用灵活多变的教学方法。

c、希望和教师建立良好的师生关系。

由此可见，学生对英语教师的语言基本功、知识水平、教学方法方面、有着相当高的要求;学生希望老师在教学过程中以身作则，树立榜样;学生更喜欢老师经常激励他们;同时学生期待与老师建立良好的师生关系。

b、学生对教材的需求主要有以下几个方面：

a、希望教师在教学过程中教学内容不要固定在教材本身，要及时补充鲜活的内容;。

b、希望教材内容能有助于提高他们的交际能力。

通过调查我们发现学生对教材的内容的真实性、实用性、趣味性、知识性和教材对交际能力的培养的要求很高。教师在教材的选择和使用上应注意趋利而避弊，在固定教材上增补一些新的教学材料。另外，固定教材容易使教材的内容过时，不能反映外语。实际的现状，并且还会造成教材的难度与学生实际水平脱节的现象授课时和班级过大等因素的限制，如何充分利。

c、学生对学习策略的需求。

通过调查我们发现有:。

小部分学生还不能有效地使用适合自己的英语学习策略;大部分学生认为教师对学生进行英语学习策略培训有必要，还有一部分学生能够经常反思自己的英语学习，探索适合自己的学习方法，但效果不理想，希望求助于英语教师。

4、学生对学习环境的需求。

通过调查我们发现绝大多数同学都意识到积极参加课堂活动对英语学习的重要性，从而说明了学生对课堂学习环境的期望值很高;超过三分之二的学生在课堂上存在不同程度的紧张和焦虑，经访谈发现：学生害怕被点回答问题，担心回答问题出错，自信心不够强，表演欲不够强这一点也能解释学生为什么对来自老师同学的支持和鼓励的需求强烈。同时大多数学生喜欢和同学进行合作学习，绝大多数学生认可自主。学习的平台在英语学习中的作用，对于英语课外活动的学生认可度和满意度还不高。

六、结论与启示。

通过本次调查，我们了解了不同英语水平的学生在对英语教师、教材、学习策略、学习环境等有关因素的需求情况，发现在英语教师、教材、学习动机等方面上高低水平学生无显著性差异，在对学习策略和学习环境的需求上高低水平学生存在着显著性差异，我们得到了以下启示：

1、英语教师应经常对非英语专业学生进行学习策略培训，培养和提高学生运用学习策略的意识，从而有助于学生个性化学习方法的形成和学生自主学习能力的发展。

2、优秀的老师应当能选择教材，活用教材，跳出教材，发展教材。

3、教师应该在课堂上创设一个轻松惬意的语言学习环境，满足不同水平学生的需求，并把焦虑降低到最低限度。学校在课外要组织丰富多彩的英语活动，数量和质量并重。

**需求分析报告篇八**

旅游借助互联网，能够解决传统旅游业不能解决的适应游客行、吃、住、游、玩一体化的需求；同时还由于旅游也作为一个整体的商业生态链，涉及到旅行服务机构、酒店、景区、交通等等，利用互联网可以将这些环节连成一个统一的整体，进而可以大大提高服务的水平和业务的来源。一方面，互联网为传统旅游业提供新的机遇及提高服务水平和运作水平的手段，另一方面，大多数没有开展网上业务的中小旅行社则面临严峻的挑战。

二、解决方案。

网站系统解决方案提供商必须有足够的能力和经验帮助广大中小型的旅行社走上电子商务的道路，同时，其提供的解决方案还必须能够同时满足复杂的b2b和b2c需求，并在稳定性、可用性、可管理性等方面具有优势。而对于中小企业业务一直占有很大比重的恩派瑞网络来说，它的解决方案也是切实体现这种需求，并且对于规模更大的网站也有相应的备选方案。

为了降低单个旅游企业的营销推广费用，更好地利用旅游公共营销推广体系进行推广，旅游推广中心应为游客和企业设计一系列旅游指南，在推出推广的过程中，看能否得到旅游企业的广泛认同。旅游网站的各种应用，集成了新闻发布管理、网站内容管理、酒店预订管理、线路预订管理、会议预订管理、机票预订、留言薄管理、广告发布管理、自助友情链接、天气预报、注册会员、旅游论坛、订单管理等多套系统，以及完善的强大的后台管理操作，无愧于全套解决方案的名称。它也大限度地实现了管理自己网站的梦想，只要会操作浏览器，就能够管理自己的网站。

三、网站定位。

1.地区性：北京旅游门户网。

2.权威性：通过与各协会的合作，定格使此站的行业权威性；

4.网站风格：既已定位为门户，虽应当风格以大众化为主，但由于主题的特殊性，因此我以为网站设计风格应结合网民的浏览习惯，功能上以大众化方式进行操作，页面设计上应当在具备大众化的同时，加以设计特色，让此网站与一般网站不同，刺激网民的视觉。明确了网站的定位，再根据所涉及的栏目进行可行性分析。

四、经营模式。

（1）景点、农家院、旅游线路等方面的信息；

（2）旅游常识、旅游注意事项、旅游新闻、货币兑换、旅游目的地天气、环境、人文等信息以及旅游观感等。

需求分析活动其实本来就是一个和客户交流，正确引导客户能够将自己的实际需求用较为适当的技术语言进行表达（或者由相关技术人员帮助表达）以明确项目目的的过程。这个过程中也同时包含了对要建立的网站基本功能和模块的确立和策划活动。所以项目小组每个成员、客户甚至是开发方的部门经理（根据项目大小而定）的参与是必要的。而项目的管理者在需求分析中的职责有如下几个方面：

1、负责组织相关开发人员与用户一起进行需求分析。

2、组织美术和技术骨干代表或者全部成员（与用户讨论）编写《网站功能描述书（初稿）》文档。

3、组织相关人员对《网站功能描述书（初稿）》进行反复讨论和修改，确定《网站功能描述书》正式文档。

4、如果用户有这方面的能力或者用户提出要求，项目管理者也可以指派项目成员参与，而由用户编写和确定《网站功能描述书》文档。

5、如果项目比较大的话，最好能够有部门经理或者他授权的人员参与到《网站功能描述书》的确定过程中来。

二、完整的需求调查文档记录体系。

在整个需求分析的过程中，将按照一定规范的编写需求分析的相关文档不但可以帮助。

目成员将需求分析结果更加明确化，也为以后开发过程中做到了现实文本形式的备忘，并且有助于公司日后的开发项目提供有益的借鉴和模范，成为公司在项目开发中积累的符合自身特点的经验财富。

需求分析中需要编写的文档主要是《网站功能描述书》，他基本上是整个需求分析活动的结果性文档，也是开发工程中项目成员主要可供参考的文档。为了更加清楚的描述《网站功能描述书》往往还需要编写《用户调查报告》和《市场调研报告》文档来辅助说明。各种文档最好有一定的规范和固定格式，以便增加其可阅读性和方便阅读者快速理解文档内容，相关规定将在本文后面讨论。

三、向用户调查些什么。

在需求分析的工程中，往往有很多不明确的用户需求，这个时候项目负责人需要调查用户的实际情况，明确用户需求。一个比较理想化的用户调查活动需要用户的充分配合，而且还有可能需要对调查对象进行必要的培训。所以调查的计划安排：时间、地点、参加人员、调查内容，都需要项目负责人和用户的共同认可。调查的形式可以是：发需求调查表、开需求调查座谈会或者现场调研。调查的内容主要如下：

1、网站当前以及日后可能出现的功能需求。

2、客户对网站的性能（如访问速度）的要求和可靠性的要求。

3、确定网站维护的要求。

4、网站的实际运行环境。

5、网站页面总体风格以及美工效果（必要的时候用户可以提供参考站点或者由公司向用户提供）。

6、主页面和次级页面数量，是否需要多种语言版本等。

7、内容管理及录入任务的分配。

8、各种页面特殊效果及其数量（js,flash等）。

9、项目完成时间及进度（可以根据合同）。

10、明确项目完成后的维护责任。

调查结束以后，需要编写《用户调查报告》，《报告》的要点是：

1、调查概要说明：网站项目的名称；用户单位；参与调查人员；调查开始终止的时间；调查的工作安排。

2、调查内容说明：用户的基本情况；用户的主要业务；信息化建设现状；网站当前和将来潜在的功能需求、性能需求、可靠性需求、实际运行环境；用户对新网站的期望等。

3、调查资料汇编：将调查得到的资料分类汇总（如调查问卷，会议记录等等）。

四、市场调研活动内容。

通过市场调研活动，清晰的分析相似网站的性能和运行情况。可以帮助项目负责人更加清楚的构想出自己开发的网站的大体架构和模样，在总结同类网站优势和缺点的同时项目开发人员可以博采众长开发出更加优秀的网站。

但是由于实际中时间、经费、公司能力所限，市场调研覆盖的范围有一定的局限性，在调研市场同类网站的时候，应尽可能调研到所有比较出名和优秀的同类网站。应该了解同类网站的使用环境与用户的诧异点、类似点，同类产品所定义的用户详细需求（需要公司或者项目负责人有一定的关系）。市场调研的重点应该放在主要竞争对手的作品或类似网站作品的有关信息上。市场调研可以包括下列内容：

1、市场中同类网站作品的确定。

2、调研作品的使用范围和访问人群。

3、调研产品的功能设计（主要模块构成，特色功能，性能情况等等）。

4、简单评价所调研的网站情况。

调研的目的是明确并且引导用户需求。

对市场同类产品调研结束后，应该撰写《市场调研报告》主要包括一下要点：

1、调研概要说明：调研计划；网站项目名称、调研单位、参与调研、调研开始终止时间。

3、可采用借鉴的调研网站的功能设计：功能描述、用户界面、性能需求、可采用的原因。

4、不可采用借鉴的调研网站的功能设计：功能描述、用户界面、性能需求、不可采用的原因。

5、分析同类网站作品和主要竞争对手产品的弱点和缺陷以及本公司产品在这些方面的优势。

6、调研资料汇编：将调研得到的资料进行分类汇总。

五、清晰的需求分析输出——《网站功能描述书》：

在拥有前期公司和客户签订的合同或者是标书的约束之下，通过较为详细具体的用户调查和市场调研活动，借鉴其输出的《用户调查报告》和《市场调研报告》文档，项目负责人应该对整个需求分析活动进行认真的总结，将分析前期不明确的需求逐一明确清晰化，并输出一份详细清晰的总结性文档――《网站功能描述书（最终版）》以供作为日后项目开发过程中的依据。

综上所述，在网站项目的需求分析中主要是由项目负责人来确定对用户需求的理解程度，而用户调查和市场调研等需求分析活动的目的就是帮助项目负责人加深对用户需求的理解和对前期不明确的地方进行明确化，以便于日后在项目开发过程中作为开发成员的依据和借鉴。

当然一次成功的需求分析不仅需要项目负责人甚至是客户等所有项目相关人员的共同努力，还和公司的能力范围有一定关系。需要说明的是本文所述的需求分析活动内容是建立在较为理想的基础上的。由于各个公司现实情况的不同，读者可以根据自身情况不一借鉴吸收利用。重要的是能构根据本公司的情况，系统的规范此类文档做好保存和收集，相信对公司以后其他网站项目的进行以及公司自身实力的增强都会有很大帮助。

**需求分析报告篇九**

珠海网佳科技有限公司。

2.建议在市场调研前，先熟悉本报告要求内容，以便开展针对性的调研工作；

3.在填写过程中对本报告内容有任何疑问，请向项目管理工程师咨询，我们将随时为您提供服务。

珠海高凌信息科技有限公司正文::。

**需求分析报告篇十**

(多种媒体的选用、重难点部分的可视化、问题解决过程中的交互策略等)。

本章进入生态系统的学习，首先要学习生物与环境的关系。本节有很多代表适应方式和生物关系的名词，容易混淆，有必要引入cai使这些关系具体形象，让学生容易理解，深化记忆。另外种群数量变化规律曲线的得出也是比较难的,引入cai,给予动态的解释,很有必要.

cai创意:。

1)用图片引导学生回答生物生存的环境里有哪些非生物因素。

2)用动画展示生物对非生物环境的适应性，如生物怎样运用保护色。

3)用动画展示成语中的生物关系，如“螳螂捕蝉黄雀在后”。

4)用动画展示种群繁衍的数量变化和环境影响。

5)种群数量规律曲线的生成有动态的分步骤的过程，有控件控制。

6)课件有互动的部分。也有练习部分巩固学生对本课重难点的掌握。

二、教学内容分析：(目标以及重点、难点等)。

本节学习生物与环境的关系,包括三个方面:1生物与非生物环境的关系,2生物与生物之间的关系,3种群的数量变化规律及其应用.

教学目标:。

1)知道生物的生存环境包括非生物环境和生物环境。

2)了解非生物环境(水、阳光、温度)对生物的影响，并能举例说明。

3)能够举例分析每种生物都生活在他所适应的非生物环境中，知道适应具有相对性。

4)知道保护色、警戒色、拟态等适应的方式，能够区别三者的不同并进行相关的判断。

5)能够举例说明生物和生物之间的.关系，包括种内关系和种间关系。

6)知道什么是种群，认识到种群的数量变化规律。

7)了解种群数量变化规律对人类生产实践活动的重要意义。

教学重点：

1)非生物环境(水、阳光、温度)对生物的影响。

2)保护色、警戒色、拟态等适应的方式。

3)生物和生物之间的关系。

4)种群及其数量变化规律。

教学难点：

1)区别保护色、警戒色、拟态三者的不同。

2)能够辨别生物之间的关系，包括种内互助、种内竞争、种间竞争、贡生、寄生、捕食。

3)能够运用种群数量变化规律解释相关现象。

三、学习对象特点分析：(年龄特征、认知水平等)。

本课件的使用对象为初二学生(大约14岁)。该年龄段的学生有强烈的求知欲望，对各种新鲜事物好学好问，并富于想像。但是他们的学习积极性还是与兴趣挂钩。枯燥抽象的理论知识很可能会失去他们对课堂的注意。因此课件要生动形象，能抓住他们的好奇心，利用他们的观察力，有意识地引发和激励他们发现问题，提出问题，在此过程中加强他们的观察力。另外，初二学生已具有一定的分析能力和生物基础常识，但自主学习能力还不构，所以课件要注意设置引导和设问，让学生有探索总结的过程，以培养他们的学习能力。

四、拟定开发工具及技术难点分析：(效果描述等)。

authorware：主要的开发软件。课件成品有静态的图片展示，配有简单的文字说明，使枯燥抽象的名词变得具体，浅显易懂。课件的第三部分有动态的规律分析，要让学生清楚明白种群规律曲线是怎么得来的。

flash：主要用在第二部分。讲解生物与生物之间的关系时，用动画演示“螳螂捕蝉黄雀在后”或“鹬蚌相争渔翁得利”中的生物关系。第三部分种群的数量变化规律，也要用动画展示生物繁衍的数量变化和环境等外界因素的影响。

难点：种群数量变化规律曲线的动态演示，flash制作。

五、设备条件要求：

普通设备,windows2000/xp系统即可,鼠标键盘可进行正常操作.能够运行authorware,flash等常用软件。

六、存在的困难及拟解决方法：(人员、时间、经费等)。

刚接触authorware和flash，对该软件不熟悉,制作过程中会遇到技术问题，期待老师的指导和小组的共同探究。

软件画面制作的精美程度是个挑战，要提高自己的审美能力。

**需求分析报告篇十一**

1、结合20\*\*年度公司经营指标及部门指标达成状况，找出差距，为20\*\*年度公司及部门指标的完成提供针对性的培训支持。

2、通过调查，了解员工对培训的认同度及建议或意见，以便20\*\*年度公司培训更加有效。

3、通过调查，了解员工实际培训需求，帮助员工提高综合素质，更好的体现个人价值。

二、培训调查实施的思路、方法和过程。

（一）思路和方法。

思路：从中基层开始调查，再对高层进行访谈。

方法：高层员工：采用访谈法和绩效分析法。

中基层员工：采用问卷调查法。

生产工人：采用抽样访谈法和观察法。

（二）过程。

1、中高层。

（1）制定访谈提纲，确定访谈对象。

（2）实施访谈。

首先访谈高管，获取公司经营目标完成情况及暴露出的问题、20\*\*年公司业务重点、对各部门负责人的期望、个人的培训需求及对公司培训工作的整体建议等信息。

2、中基层。

各部门负责调查本部门所有相关人员，整理汇总好培训需求汇总表后，上交人力资源部。

3、生产工人。

生产工人大多集中于生产部、结合对班组长采用的访谈法和在生产现场的观察法，提取一线培训需求。

三、培训需求调查统计结果及分析。

（一）中高层。

1、高层。

提出了20\*\*年公司发展产品质量的重要性及学习车间管理、生产工艺流程的必要性，以及公司成本核算体系的完善，公司员工执行力和集体荣誉感淡薄等问题。分析了各部门存在的问题及对各层级人员的期望和要求。

培训需求：主要是学习起重机专业知识及其相关业务，()外出参观开阔视野，提高统筹和洞察力。

2、中层。

（1）设计系统需求：主要是专业技能和管理类培训。访谈中，普遍反映基层设计人员专业基础较差，主任级设计师的沟通能力需提高。

（2）非设计系统需求：主要是管理类培训，如领导能力、团队建设、人力资源管理等；另外需提升业务能力、增加对产品的了解。

（二）基层。

根据各部门递交的部门培训需求汇总表，提取关键项，图表如下：

1、培训需求信息。

（1）你认为个人20\*\*年以下哪些方面需要提升？

2、培训认同度。

（1）您认为公司对培训工作的重视程度如何？

（3）目前您所接受的公司或部门组织的培训在数量上您认为怎么样？

3、培训的组织和安排。

（1）鉴于公司的业务特点，您认为最有效的三种培训方法是什么？

（2）您认为过去一年内举办的培训课程哪些地方有待改进？

（3）以下讲师授课风格及特点，您比较看重哪一点？

（5）您希望的或者所能接受的培训的频率是怎样的？

a、培训需求：大多数员工需求集中在岗位专业技能、人际关系及沟通技能、个人自我管理技能等方面。

b、重视程度：90%的员工认为公司对培训工作是比较重视的，且认为培训对自己有帮助。

c、培训数量：约94%的员工认为现在公司或部门组织的培训，每月一或半月一次比较适合。

d、培训方式：员工认为最有效的三种培训方式分别为：外培、内培、外聘内训，建立网络平台及部门内部组织经验交流与分享次之。设计系统、工艺等部门建议多采用外出参观考察的方式，开阔视野。

e、培训形式：除讲授外，希望多融入角色扮演、案例研讨等，让员工参与其中。

f、培训讲师：除有较强实战经验外，希望能以丰富的案例辅助课堂教学。

（三）生产工人。

生产工人20\*\*年的培训重点依然在专业技能和安全两方面。安全类要多融入真实的事故案例，提高安全意识。

四、20\*\*年培训重点及工作改进。

（一）20\*\*年培训重点。

高层：洞察力、统筹力及开阔视野类，以外训、参观考察为主。

中层：领导能力、团队建设、业务能力、管理技巧和方法等管理类培训。设计系统以专业技术类和管理类培训相结合，专业技术类以系统内部培训为主，结合外出参观考察。

基层：岗位专业、沟通协调等基本知识和技能培训；班长要加强管理理念和人员管理方面的培训，以内训为主。设计人员要加大专业技术方面的培训，除每月技术系统内部组织培训、交流外，重点邀请技术水平较高的工程师进行授课。

结合公司20\*\*年实际情况，真正做到“苦练内功”，公司将分批组织车间管理实务、绩效管理实务以及心态方面等培训，以提高员工工作效率和综合技能。

（二）20\*\*年培训工作改进。

（1）培训形式：除讲授、光盘等方式外，针对管理类课程融入角色扮演、案例研讨等，让员工参与其中；针对生产工人技能类培训，多采用现场实操演练的方法。

（2）讲师培养：提高讲师专业化水平，多组织课程开发、ppt制作技巧、授课技巧等方面的培训，同时组织内部讲师交流分享会，交流授课经验及心得体会。

（3）课程开发：针对通用类课程充分调动内部讲师积极性，鼓励进行课程开发，并适当发放奖励，进行课程评审，组建课题库。

（4）培训时间：除了晚上时间培训外，可尝试周六下午进行培训。

（5）加大专业技术类培训：专业技术类培训主要由各部门自行组织，要求各部门上报20\*\*年度培训计划，人力资源部给予支持并进行监控。

**需求分析报告篇十二**

（2025年4月-2025年9月）。

为进一步提高计生服务水平，构建和谐社会，创造良好的人。

口环境，上半年的基础上入户调查，与群众座谈，采集需求信息，进行审核分类、汇总分析，现将2025年度下半年群众需求信息收集分析如下：

2025年下半年共采集群众需求信息16条，信息源涉及育龄群众22人次。其焦点主要集中在政策法规、宣传教育、生殖保健和避孕节育、三生服务五个方面。

二、具体分析。

（一）政策法规。共计7条，占信息总量的43.7%。提出需。

要了解奖励扶助、少生快富、优惠政策落实等法规知识及相关问题；了解独生子女奖励政策；询问解除合同后如何办理计划生育移交手续的。

说明，群众更多的了解与自己密切相关的计生政策法规，需要加以认真解决和调查落实。

科学、文明、进步的生育文化观念；改进宣传教育方式、丰富宣传内容。

表明，育龄群众通过人口学校宣传渠道，获得优生、优育、避孕节育、政策法规、致富信息等内容。因此，加强宣传阵地建设，改进宣教形式，增强宣传教育的针对性、实效性、多样性，仍是我们今后宣传教育工作的出发点和落脚点。

（三）生殖保健和避孕节育。共计5条，占信息总量的31.3%。了解妇科常见病的防治与治疗的；需求落实放环措施后如何保健的；要求了解如何避免环脱落、带环怀孕以及身体不适能否取环的。希望了解性病、艾滋病防治相关知识的；了解更年期健康知识的。

望，必须从满足群众个性化需求入手，继续开展好知情选择工作。

（四）三生服务。共计2条，占信息总量的12.5%。要求在生产、生活方面予以帮助申请低保的；要求给予危房改造的。说明，在今后要不断提高计生困难家庭的生活水平和生活质量，使计生困难家庭享受改革发展成果。

三、收获。

通过运用计划生育优质服务运行机制入户指导计划生育工作，推进计生整体水平。

一是不断满足群众的需求。结合群众需求，建立健全了公示。

公开、监督检查、过错责任追究、首问责任、承诺服务和群众来信来访等制度，规范了工作职责。

二是提高了工作质量。通过开展计划生育优质服务，我们。

克服了工作中的盲目性和随意性，依靠科学的管理理论、程序和方法，使管理服务处于受控制状态，使工作步入科学化、规范化、制度化的轨道，以达到保证和提高管理质量或服务质量的目的。三是加强了锻炼，提高了水平。运用优质服务运行机制，以严谨务实的工作态度、科学的工作方法，对群众提出的需求信息进行分析，使计生干部学会了怎样了解问题、分析问题、解决问题，并为群众需求开展服务，夯实了基础，提高了工作水平。

四、需求信息给予我们的启示。

一是进一步完善计划生育优质服务工作运行机制。继续按照“收集信息—科学决策—组织实施—考核评估”的4步工作法，以群众需求为导向，解决群众关心的重点、难点问题，提高工作效能，实现决策目标、执行责任、考核监督的制度化；广泛开展计划生育调查活动，实现计生管理服务的规范化，形成独具韩集特色的计划生育全面质量管理体系。

二是坚持优化服务环境，提高群众满意度。针对全镇计生工作者，有计划、有步骤地抓好法规、政策的学习。不断增强管理服务水平和质量；进一步加强技术优质服务工作，健全完善便民利民体系，开展以技术服务、亲情救助为内容系列服务，帮助群众排忧解难，维护公民的生育权、知情选择权、获得服务权和参与监督权，满足群众日益增长的多样化需求。

三是坚持建立完善利益导向机制，打造福利计生。落实好计生干部的报酬、奖励、优惠等待遇。完善对计划生育家庭奖励、优先、优惠、救助、扶持、保障等政策。面向计划生育贫困家庭，依托全镇建立的社会救助、社会保障和社区服务三大体系，引导群众自觉实行计划生育。让人民群众和计划生育家庭享受到改革发展的成果。

四是继续开拓创新。创新是工作的动力和活力，是做好新时期计生工作的生命力，这就要求我们计生工作者要不断更新观念，不断学习新知识，不断研究新问题，不断探索新思路，不断开阔新眼界，不断拓展工作新领域，不断关注群众新需求，把工作做到群众心坎上，推动全镇整体计生工作再上新水平，实现人与自然的和谐发展。

麻尼寺沟乡计划生育工作站。

二o一0年十月十日。

**需求分析报告篇十三**

旅游借助互联网，能够解决传统旅游业不能解决的适应游客行、吃、住、游、玩一体化的需求；同时还由于旅游也作为一个整体的商业生态链，涉及到旅行服务机构、酒店、景区、交通等等，利用互联网可以将这些环节连成一个统一的整体，进而可以大大提高服务的水平和业务的来源。一方面，互联网为传统旅游业提供新的机遇及提高服务水平和运作水平的手段，另一方面，大多数没有开展网上业务的中小旅行社则面临严峻的挑战。

二、解决方案。

网站系统解决方案提供商必须有足够的能力和经验帮助广大中小型的旅行社走上电子商务的道路，同时，其提供的解决方案还必须能够同时满足复杂的b2b和b2c需求，并在稳定性、可用性、可管理性等方面具有优势。而对于中小企业业务一直占有很大比重的恩派瑞网络来说，它的解决方案也是切实体现这种需求，并且对于规模更大的网站也有相应的备选方案。

为了降低单个旅游企业的营销推广费用，更好地利用旅游公共营销推广体系进行推广，旅游推广中心应为游客和企业设计一系列旅游指南，在推出推广的过程中，看能否得到旅游企业的广泛认同。旅游网站的各种应用，集成了新闻发布管理、网站内容管理、酒店预订管理、线路预订管理、会议预订管理、机票预订、留言薄管理、广告发布管理、自助友情链接、天气预报、注册会员、旅游论坛、订单管理等多套系统，以及完善的强大的后台管理操作，无愧于全套解决方案的名称。它也大限度地实现了管理自己网站的梦想，只要会操作浏览器，就能够管理自己的网站。

三、网站定位。

1.地区性：北京旅游门户网。

2.权威性：通过与各协会的合作，定格使此站的行业权威性；

4.网站风格：既已定位为门户，虽应当风格以大众化为主，但由于主题的特殊性，因此我以为网站设计风格应结合网民的浏览习惯，功能上以大众化方式进行操作，页面设计上应当在具备大众化的同时，加以设计特色，让此网站与一般网站不同，刺激网民的视觉。明确了网站的定位，再根据所涉及的栏目进行可行性分析。

四、经营模式。

1.信息内容。

（1）景点、农家院、旅游线路等方面的信息；

（2）旅游常识、旅游注意事项、旅游新闻、货币兑换、旅游目的地天气、环境、人文等信息以及旅游观感等。

（3）与旅游相关的产品和服务信息，以及各种优惠、折扣。

（4）农家院、汽车租赁服务的检索和预定等。

2.服务功能。

（1）从服务功能看，不同的旅游网站的服务功能包括：

旅游信息的汇集、传播与交流。

旅游信息的检索和导航。

旅游产品和服务的在线销售，包括票务、饭店、餐饮、汽车、旅游组团等。

（2）个性化定制服务，通常是由访问者定义一个账户（用户名和密码），然后登录，然后网站会提供类似下面的一些功能选项：

客户基本信息：如姓名、电话、电子邮件、住址、信息等。

信用卡信息：如卡号、有效期、卡的类别等。

旅游需求：如用户最希望何时开始旅游；最喜欢租用那种类型的汽车；最愿意住在什么样的农家院等。这些信息反映了旅游线路的选择标准，服务器在存储了这些信息之后，就会根据这些信息帮助客户寻找相关的服务信息，并且这些信息可以随时进行修改和删除。

修改账户密码：密码遗忘时的提醒。

（3）作用：

可以避免在预定过程中重复填写相同的信息，提高预定效率。

积累客户的消费量，以此作为促销奖励的依据。

更有针对性地推送旅游信息，特别是当客户没有找到满意的解决方案时，可以委托服务器监视和跟踪，当有符合标准的信息出现时，及时用电子邮件的方式提醒客户。

根据选择的目的地，提供当地的天气、人文环境、旅游特色等信息。

3.如何获利。

（1）网站信息量大，信息质量高，能够获得较高的访问率，以此吸引网络广告。

（2）提供网上交易功能，从中获得收益。目前在网上销售的产品和服务主要有景点、农家院预定、组建旅行团、旅游物品等。为旅游服务单位提供网上展示服务，收取服务费用。

五、成本。

建设和维护一个网站的主要费用有：

域名注册费：要拥有独立的域名，就需要每年缴纳网站注册费。

网站维护人工费：网站在设计阶段主要需要软件编程、页面美工设计和内容编辑。维护阶段起码需要内容编辑，如果设计时没有包含自动新闻更新系统，则还需配备网页设计人员。

根据目标框架整理出站点的内容框架以及逻辑结构图。

我们将根据企业的要求，设计出网站的大体框架及逻辑结构图。并把整个定位方案制作成方案书交给企业审批。

目前一个要求不高的企业网站，价格大概在3000到12000之间。

大型信息站是以信息为主，信息带动流量，用流量带动广告收入。其中广告收入占绝大比重。这些网站无疑有很大的资金和门户的支持，强大的后备力量。

他们的成本，大部分在全国各地的代理商分销以及铺天盖地的广告上。旅行社建立网站最常见的是花钱在网络公司制作一个动态网站，这是第一个成本。但与后边的成本比起来，网站建设的费用确是九牛一毛了。后边的成本就是一个巨大的吸血鬼---搜索引擎竞价排名。我暂不谈竞价的种种弊端，光是在成本上分析。

分析一个经典案例，如果成本是100元，利润是10元。那么就有10%的利润。我们把成本削减10元，成本节约90。节约下的部分就是利润。那么利润是20元。翻了一倍。成本削减20元下去，那么利润就三倍。

当然，我们不能一味的去削减成本，但我们应该找到一个平衡点，使利润最大化。怎样控制利润最大化呢？我是这样做的。

首先，网站建设成本不可省。硬件和软件必须齐全。两台服务器是必须的，一个美工，三个技术，两个编辑，7个接待。其次，与整个公司分摊的房租水电办公等费用，进行削减。

最重要的成本控制出现了，那就是网站推广的问题。

刚开始，我们策划将50%的精力用来免费的推广上。但那些常规的推广方式收效甚微。

接下来，我开始竞价，先通过渠道，拿到较低折扣的竞价资源。如百度、yahoo、google等大的搜索引擎我都获得了第一手的渠道。这样，在竞价成本上首先控制下来至少10%。竞价开始后，我自己操作后台，将对我业务很重要的关键字排名在9—11位之间（百度：倒数第一或者右侧第一的位置，价格便宜，点击率可以）。但我发现并不象我预期那样获得良好的点击效果。因为搜索引擎是有地区投放功能的。对于旅游网站来说，地域性很明显。我们是异地服务，抢占当地的市场。而当地的网站只选择在当地进行竞价。一个新的思路！把几个最重要，点击量最大的关键字放在第一位然后再依次往后移动，在第五位和第十位的时候效果最好！~这是个平衡的过程，需要有耐心去不断尝试。这样，成本上第七比第一位点击率低了，但销售上却接近饱和状态。太棒了。说明的我利润比以前又翻了。组团旅行社，将竞价区域限制在当地吧。要自己慢慢试你出多少钱可以排到比较好的排名。

其实，旅游网站应该依靠实体资源来做才能可持续发展。如国内最大的携程网，他的网络广告肯定不如ebay那么铺天盖地，但为什么这么知名？因为他在全国每个地区都建立了地面网络资源。这个实体网络让携程落地生根发芽。下次我会谈怎样让你的网站“落地生根”。

针对异地服务面临的种种问题，如诚信度、异地资源互换、销售资源互换等，我也会尽快讲一讲我的想法。

成本控制上，还有一点就是网站上所用的服务。如农家乐、景点实时查询预订、门票、天气信息，信息采集、等等！完全可以通过技术接口实现。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找