# 关于酒的调研报告7篇

来源：piedai.com 作者：撇呆范文网 更新时间：2024-03-25

*调研报告可以帮助解决问题和挖掘机会，调研报告是调研工作的文字载体，是实施一项措施的书面说明，职场范文网小编今天就为您带来了关于酒的调研报告7篇，相信一定会对你有所帮助。关于酒的调研报告篇1关于举报我校附属眼耳鼻喉科医院王正敏院士涉嫌学术不端*

调研报告可以帮助解决问题和挖掘机会，调研报告是调研工作的文字载体，是实施一项措施的书面说明，职场范文网小编今天就为您带来了关于酒的调研报告7篇，相信一定会对你有所帮助。

关于酒的调研报告篇1

关于举报我校附属眼耳鼻喉科医院王正敏院士

涉嫌学术不端行为的调查报告

学术规范字(20xx)6a号

一.事件经过

复旦大学学术规范委员会于20xx年2月日收到由复旦大学纪律检查委员会转来的实名举报，质疑我校附属眼耳鼻喉科医院王正敏院士及其领导的听觉医学中心团队有学术不端行为，包括：王正敏本人的瑞士苏黎世大学博士学位造假、三本学术专著和专利涉嫌抄袭、院士申报材料中涉嫌多处造假、谎报，他和合作者已发表的论文存在一稿多投和一图多用、任意篡改实验结果等学术不端行为。举报信并附有《新语丝》网站上的两篇化名文章《发现中科院院士王正敏犯有严重学术不端情况》和《中国科学院院士王正敏的假博士学位》。(关于王正敏合作者的调查报告见复旦大学学术规范委员会“关于举报我校附属眼耳鼻喉科医院陈兵等涉嫌文章一稿两投等行为的调查报告”。)

20xx年2月29日，我规范委员会指定两名委员负责调查，3月15日，致函眼耳鼻喉科医院学术委员会，要求其在30天内将调查结果，以书面报告给校学术规范委员会。

4月5日，眼耳鼻喉科医院召开了医院学术委员会会议，应到委员15人，实到13人。会议内容：①向该学术委员会全体委员通报本案的事由和下一步工作计划;②确定调查组成员，即日起开始调查工作。规范委员会两名联系委员全程参加了会议。

20xx年4月1日，规范委员会启动调查工作，对王正敏“博士学位”和“一稿两投”的问题进行查证。规范委员会于4月5日及4月6日，分别约谈被举报人和举报人。王正敏对相关问题作了说明。举报人又于4月6日和26日两次对举报内容进行了书面补充说明。

20xx年4月16日，眼耳鼻喉科医院学术委员会召开第二次会议，应到委员10人(除应回避者外)，实到会9人，1人请假。两位规范委员列席会议。4月26日，眼耳鼻喉科医院学术委员会就王正敏等涉嫌学术不端问题的调查结果向我规范委员会递交了调查报告。

20xx年4月23日举报人通过电子邮件，向学校学术规范委员会举报王正敏学术著作抄袭的问题。

20xx年6月5日，眼耳鼻喉科医院学术委员会召开全体委员会议，就举报所称王正敏院士20xx年申报院士时三本个人专著涉嫌抄袭国外名著一事进行专题讨论。并递交了调查报告。

二、调查情况和结果

(一) 关于王正敏的博士学位问题

举报人认为，“王正敏当年(1979)在瑞士苏黎世大学只是临床的专科培训，根本不是去读大学，其论文博士没有学历，它和博士是两个不同的学位概念。”举报人提供的书面证据是：由苏黎世大学校长和医学院院长共同签名授予王正敏医学博士的德文证书复印件，以及由苏黎世大学医学院院长翻译的该证书英文复印件，在英文复印件上写明“发给医学博士学衔(issue the title of a doctor of medicine)”。另外，王正敏在苏黎世大学时的导师ugo fisch于20xx年8月11日在其所写书籍《颅底显微外科》的中文版序中的话也是：“获苏黎世大学1982届博士学衔。”即英文原文是title of doctor 而非 degree of doctor。所以认为，王正敏以学衔冒充学位，属于学历造假。

王正敏则对举报人的指责予以反驳，他的理由是：“我在1980年6月至1982年6月，由国家派遣作为与瑞士国交换留学生到瑞士苏黎世大学附属苏黎世州立医院耳鼻喉科学习。两年中，我在该院耳鼻喉科主任fisch教授指导下，从事实验研究，参与临床，修完学业课程，完成医学博士论文，通过论文答辩，而被授予苏黎世大学医学博士学位。”他提供了一些相关材料，包括：博士论文、苏黎世大学外国留学生学生证、苏黎世大学研修留学生(读博)课程修读登记表、fisch 建立的著名国际显微外科基金会“学报”、王正敏苏黎世大学学位证书，以及国家教育部留学服务中心20xx年4月3日为王正敏的学位证书出具的《国外学历学位认证书》(教留服认瑞士[20xx]00029号)。该认证书称：“王正敏1980年6月至1982年5月在瑞士苏黎世大学(universitaet zuerich)从事眼鼻咽喉科学专业研究，向大学提交学位论文，并通过考核与审查，于1982年5月获得该校颁发的医学(论文)博士学位证书”。“经核查，苏黎世大学系瑞士正规高等学校。王正敏所获博士学位证书表明其具有相应的学历，经查无误。”

规范委员会认为，国家教育部留学服务中心的认证在国内应该具有权威性，因此王正敏的博士学位不存在造假行为。

(二) 关于王正敏作为合作者之一发表的论文存在“一稿二(多)投”的问题

举报人认为，以下论文均存在“一稿二(多)投”的问题：

中、英三组论文的一稿二投 ：包括：①以陈兵为第一作者和通信作者、王正敏为合作者之一的《a correlation study of endoneurial fluid pressure and electroneurography of the facial nerve》(orl, 20xx; 67: 113-118)与陈兵、王德辉、王正敏《面神经液压与面神经电图的相关性研究》(中华耳鼻咽喉科杂志 20xx;38：268-271); ②《中耳加压治疗豚鼠内淋巴积水》(梁琴、迟放鲁，中华航海医学与高气压医学杂志，20xx;11：198-202)与《effects of hyperbaric therapy on function and morphology of guinea pig cochlea with endolymphatic hydrops》(fang-lu chi, qin liang, and zheng-min otology & 20xx; 25: 553–558)，后一篇英文论文中有王正敏的署名。

而被举报人根据国际医学期刊编辑委员会(icmje)制定的《生物医学期刊投稿的统一要求》(中华医学会的刊物也遵循此原则)，将其归结为“以另一种文字再次发表，特别是在其他国家的再次发表，是正当的”，即属于“重复发表”或“二次发表”，而非“一稿二投”。

但是中华医学会杂志社20xx年“关于一稿二投和重复发表问题的处理原则”(以下简称《处理原则》)中，对二次发表规定了以下条件：(1)作者应事先征得两个刊物编辑部的同意，负责二次发表的刊物应得到首次发表文稿的复印件、单行本或原稿。(2)首次发表距二次发表的时间至少为1周(双方编辑部经协商者例外)。(3)二次发表的目的是针对不同的读者群，往往以发表简化的版本为宜。(4)二次发表的内容应真实反映首次文稿的数据和解释。(5)应在二次发表文稿的文题页脚注中向读者、审稿人和文献收录机构说明该文已全部或部分发表过，并注明首次发表文稿的文献出处。

经调查核实后认为：上述三篇二次发表的论文，均没有满足该《处理原则》中的(1)、(5)二条，而且后文也没有引用前文。所以这种做法应该属于学术不规范。但上述重复发表之事，均发生在上述《处理原则》还未明确之时，故可不以违反《处理原则》论。然而他们“二次发表”在国外orl和otology & neurotology杂志上的论文，显然是违背了两个国外刊物的投稿准则，即：“收到的稿件被明确的理解为它没有同时被其他任何出版物所考虑(接收)。”因此按国际学术界的惯例，后发表的三篇英文论文必须作撤稿处理。

2、多篇中文论文中存在学术违规问题

举报人所指的多篇中文论文，实际是以陈兵为第一作者、王正敏为合作者之一的5篇论文：①《病理状态下面神经内压微创测量的实验研究》(耳鼻咽喉-头颈外科杂志, 1998;5：235-238);②《面神经损伤后面神经内压的变化》(中华耳鼻咽喉科杂志, 1998;33：338-340);③《面神经内压与面神经wallerian 变性》(上海医科大学学报，20xx;27：339-342);④《面神经液压与面神经电图的相关性研究》(中华耳鼻咽喉科杂志，20xx;38：268-271);⑤《面神经内压微创测量的实验研究》(临床耳鼻咽喉科杂志，1999，13:273-275)。

经核查，其中论文①和②，从实验材料、方法、结果、讨论以及参考文献等各环节上看，可以认定为同一篇论文(例如前一篇论文237页上的“附表”与后一篇论文339 页上的“表2”完全一样)“两篇文章相同程度达85%甚至90%以上”，可以认定其为一稿二投。

举报人称重复使用相同的图来发表论文是指：论文③中341页上的图1，是对论文④中270页上图1进行右下方截图后再顺时针旋转180度所得; 论文③中第341页的图2, 是对论文④第270页上图2的右上方截图后再顺时针旋转180度所得; 论文③、④中的图2，其实与发表在orl杂志中的图片也是相同的，但是对文中图片的注释不同，即在orl文中，对此图的注释为“面神经损伤后1周”，而在论文③、④中则注释为“面神经损伤后3天”，对同一张图片有两种不同的时间注释，前后矛盾，属于任意编纂实验结果。

被举报人陈兵的解释是：中文论文①、②和③三篇文章中尽管有关神经内压部分数据有交叉，但每一篇文章的研究角度并不相同，是同一实验在不同研究阶段的实验成果，并不存在“一稿多投”。而发表于20xx年orl杂志的文章，与中文论文③、④在图2的注释时间点上有出入，其可能的原因是在英文翻译过程或编辑校对过程中的工作失误，说明校对过程欠仔细，未能及时发现，并对其作改正，并不是任意编纂实验结果。

经规范委员会的对比后确认：中文论文①和②，确实如举报人所说的内容高度重复，可认定其为一稿二投。论文③、④和orl论文中，有一图多用的学术不规范行为。中、英文论文中存在图片标注时间不符的问题，因其不涉及论文的核心问题，故认同被举报人所说的因工作粗心而造成的笔误。

(三) 关于抄袭国外专著的问题

举报人称，以下三本著作均存在“抄袭”的问题。

举报人称，王正敏的专著《耳显微外科》(1989年，上海科学技术文献出版社出版)，实际上是抄袭其导师 fisch于1980年出版的《tympanoplasty and stapedectomy: a manual of technology(鼓室成形术和镫管切除术：技术手册》一书和 fisch、douglas mattox等合著于1988年出版的另一本专著《microsurgery of the skull base(颅底显微手术)》的内容，“书中仅图片一项就抄袭了100多幅。”此外，王还将该专著拆为14篇文章，在由自己担任主编的《中国眼耳鼻喉科杂志》杂志上发表。20xx年又把这些文章冒充成正式论文放入院士申报材料中。”

但王正敏称：该书的“许多章节，在介绍、评论和讨论手术和其他有关方面引用fisch作品时，均指名原著作人fisch的姓名及其作品专有名称。” 而事实上，他在文字叙述中的表述不能说明他对国外作者的工作以及图的来源作了明确的注释或引用。例如用这样的叙述：“fisch于1980年报告torp(plastipore)102例术后一年气骨导差在0-10db占%。读者根据书中的原话是不可能认识到他书中的图1-25是采用了fisch专著中的原图。而且王正敏的这本书没有列出任何参考文献。

本学术规范委员会经调查后确认： 王正敏编著的《耳显微外科》中，至少有58幅图同u .fisch于1980年出版的专著《tympanoplasty and stapedectomy: a manual of technology》中的图雷同; 王在该书中共有解剖图170幅，其中与fisch两本英文版书中的图相同者为62幅，占王书图片的36%，其第一章中的全部58幅图，均来自fisch的1980年书中的25幅图, 另外4幅与fisch的1988年书中雷同，所有涉嫌抄袭的图片累计占据篇幅为26页，约占该书294页的9%: 王正敏在该书中所有重新描绘图，与原图相比仅线条形式略有差别; fisch的原著版权页上写明：“(出版社)保留所有权利，包括出版、发行、销售以及翻译的权利。受本书版权所保护的所有工作在未得到出版方书面允许的情况下，不能被以任何方式复制或抄袭，或用任何绘图、电子、机械的方法复印、记录、磁带存储等” ，而且该书还专门写明“58幅图是由ivan glitsch所作”。

举报人称，王正敏主编的《颅底外科学》(1995年，上海科学技术出版社出版)抄袭 fisch和 mattox的专著《microsurgery of the skull basel(颅底显微手术)》。

经调查后确认：王正敏主编的《颅底外科学》也存在“参考绘图”现象，如第146页图5-40 a、b就分别和 fisch和 mattox上述专著第431页图6-13b和第430页图6-12、图6-13a雷同。该书有图182幅，未发现一张图直接注明其出处。全书未附有参考文献，不符合对他人著作的引用或注释的规范。

举报人称，王正敏所著的《王正敏耳显微外科学microsurgery of the ear》(20xx年，上海科技教育出版社出版)一书，抄袭 fisch、 may、 linder于1994年出版的专著《tympanoplasty, mastoidectomy, and stapes surgery》。

王正敏称其“在介绍、评论和讨论手术和其他有关方面引用fisch作品时，均指名原著作人fisch的姓名及其作品专有名称。”而对fisch的工作以及图的来源不作明确的注释或引用。

经调查后确认：王正敏在该书中也同样存在上述“参考绘图”现象，如第123页，图9-9至9-13就分别和 fisch等所著专著第17页图9a-c、第18页图9d、9e雷同。该书的总论、第一篇到第六篇的末尾共列出354篇次参考文献，但其中没有一篇是fisch的论文或著作。

眼耳鼻喉科医院学术委员会于20xx年6月5日召开全体委员会议，就举报所称王正敏院士20xx年申报院士时三本个人专著涉嫌抄袭国外名著一事进行专题讨论。会议经过投票一致认为“举报所及的王正敏院士的三本书籍不存在抄袭行为”，并认为“举报所及王正敏院士三本书籍中的部分源自国外专著的图片尽管相似，但都经过了重新绘制;三本书籍中在序言或正文章节的引言部分都提及国外专著的作者fisch教授”。

20xx年7月4日，眼耳鼻喉科医院11名耳鼻喉科医生联名向学术规范委员会提交“对王正敏院士的三本书引用部分fisch作品图解的说明”，提出“经仔细查阅王正敏教授的《耳显微外科》(1988年出版)、《颅底外科学》(1994年出版)及《王正敏耳显微外科学》(20xx年出版), 发现在上述三本书的许多章节，在介绍、评沦和讨论手术和其它有关方面引用fisch作品时,均指明原著作人fisch的姓名及其作品专有名称;除此之外，在其他章节的多个页面中也多次引用fisch作品专有名称及相关图解(修改重绘)，但为简明见不再重复注明fisch的名字。”该“说明”还列表例举了王正敏上述三本书中“引用作品(含相关图解)的名称内容”、原作者名字和对应的页数。“说明”还提出：“这三本书中涉及的颞骨解剖图及手术图另有画师参考fisch著作中部分耳手术解剖图重绘,不是直接拷贝。人体解剂及手术时所见的结构其实是类似或者是相同,所以画师绘之不可能有大的变动,故粗看似乎相同的,但线条及比例有所不同,其中还有所变动。”

应校学术委员会的要求,校学术委员会医学部于20xx年7月5日举行了关于王正敏学术著作插图是否违反学术道德一事征求意见的专题会议。到会委员就学术规范委员会所提供的材料进行了对比，并查阅了原始书籍，经过讨论，达成以下共识： 关于王正敏的三本专著中，尤其是20xx年的《王正敏耳显微外科学》专著与 fisch教授英文原著插图高度相似或雷同的问题。医学部委员们认为,医学学科中的人体解剖及外科手术图解如以线条图描绘，除因畸形、变异等特殊情况外，在形态上均大同小异，绘图的差异也主要表现在线条的粗细，轮廓透视的大小等。在王正敏的三本专著中，尤其是20xx年的《王正敏耳显微外科学》专著中，其插图均根据原著进行了重画，这也是国内其他主要著作中被采用的通常做法，而且当年出版社也接受这一做法，并予以出版，因此不被认为为抄袭。关于王正敏著作的插图与fisch教授英文原著的关系问题。鉴于fisch教授是王正敏教授的导师，双方长期来保持着师生情谊，且 fisch教授对王正敏教授在中国推动发展耳显微外科学深感满意。涉嫌被抄袭的fisch教授本人还为20xx年《王正敏耳显微外科学》撰写了英文前言，在前言中fisch教授明确写道 “the surgical procedures described in the book are illustrated with care and in great detail facilitating the reader’s understanding and the selection of the adequate way to solve difficult surgical ” (中译文:在本书中仔细并细心地用图解(根据英华大词典翻译)描述了手术过程，从而促进了读者了解并选用恰当的方法解决困难的外科手术问题)”，这表明 fisch教授认同并肯定王正敏教授的插图，未持异议。到会委员通过无记名投票一致认为，对所举报的有关三本学术专著的插图内容：不属于抄袭。

20xx年7月15日学校聘请三名校外专家对王正敏著作是否涉嫌抄袭进行鉴定。专家认为，举报信件中有一条涉嫌“文字抄袭”，内容为解剖学描述。王正敏的中文描述(约100字)，与ugo fisch著作中的英文描述类似。这在解剖学阐述中是有可能存在的，且不涉及创新观点、新技术、新发现的抄袭。王正敏《耳显微外科》(1989年)、《颅底外科学》(1994年)和《王正敏耳显微外科学》(20xx年)三本著作中的附图与ugo fisch 著作中的附图相似，涉嫌抄袭，但与图片相关的正文未被举报有抄袭现象。亦即没有涉及对fisch的学术观点、理论或手术技术的抄袭。根据fisch为《王正敏耳显微外科学》(20xx年)所写的序言，可以理解为fisch对该书引用他的附图是知情并表示赞赏的。在上述三本著作中，未能逐图标注原图出处和参考文献，说明作者王正敏教授和相关出版社在出版规范上还不够规范，应予指出。但不能认为这属于学术剽窃。

学术规范委员会认为：按国际上公认的学术规范和版权原则，在论著中采用他人著作的原图，应取得原作者书面同意书以及原出版社的书面许可，并在相应的图注和参考文献中说明其出处。但王正敏编著的《耳显微外科》(1989年出版)一书，采取对国外原著图片重新描画的做法，使用了大量插图，且未直接注明出处，但该书的出版是在我国《著作权法》(1990年)颁布之前，对其作学术不规范的认定，则必须考虑当时的历史情况(反驳：历史的具体情况请看网页：，此文明确告知，在1986年的时候，我们国家颁布了一个《民法通则》，在这个《民法通则》里首次明确了公民和法人可以享有著作权。后来到了1990年，《中华人民共和国著作权法》，就是新中国的第一部《著作权法》正式颁布实施。所以想用所谓《著作权法》在1990年颁布为由为王正敏减轻罪责是徒劳的)。而王正敏主编的《颅底外科学》(1995年出版)和王正敏著的《王正敏耳显微外科学》(20xx年出版)中，均发现对国外原著图片重新描画，且未一一对其直接注明出处的现象，今天看来这种做法在学术规范上是不妥的。

至于王正敏将《耳显微外科》一书中的部分内容写成知识性的介绍或讲座式文章，发表在《中国眼耳鼻喉科杂志》上，符合该杂志的要求或规定，在学术上不存在违规行为。

三、调查结论

1、关于博士学位问题

王正敏提供的医学博士学位证书，最终获国家教育部留学服务中心认定，故举报人质疑王伪造学历的问题是不存在的。(反驳：王正敏没有获得苏黎世大学的博士学位，这是有铁证的——他的老师fisch教授已经给我证明，我们去年7月就已要求复旦大学学术规范委员会去函苏黎世大学，取得官方证据，但复旦大学不予采纳。同时，王正敏一直设法弄到我国教育部的官方证明，但开始时由于不符合教育部学位认证的基本条件被拒，后来他通过何种关系于今年四月方才弄到这份我国教育部的证明(值得追查!)，对此我们不予认可，唯有瑞士苏黎世大学的官方证明才能说明一切!)

2、关于论文投稿问题

王正敏为合作者之一所发表的几篇中文论文中，有些论文内容高度重复，另有几篇论文中曾使用相同的内容或图表，属于重复发表，但王正敏本人均称其是在他毫不知情的情况下被列为论文的合作者。(反驳：王正敏说“毫不知情”，想抵赖，复旦大学就允许了!?)但王正敏在事后申报科学院院士过程中，又将上述某些论文列入申报材料之中而未对其作任何说明，这种做法在学术态度上也不是实事求是的。(反驳：“不是实事求是”，太轻了吧，分明就是欺骗吗。)

3、关于书籍中的引用问题

按国际上公认的学术规范和版权原则，在作品中采用他人著作的原图，应取得原作者书面同意书以及原出版社的书面许可，并在相应的图注和参考文献中说明其出处。但王正敏编著的《耳显微外科》、王正敏主编的《颅底外科学》和王正敏著的《王正敏显微外科学》三本著作中，在未取得国外著作版权的同意下，对其原著图片采取重新描画的做法，使用了大量插图，且未注明出处，这种做法尽管不属于学术剽窃(反驳：这句关键的结论与前面认定的事实完全不合逻辑，是学校包庇袒护王正敏的最好明证!)，但是不符合国际公认的学术规范。至于举报信中所提及的“文字抄袭”，因其内容为解剖学描述，不属于抄袭。

四、处理意见的建议

所有有王正敏署名、涉及内容重复发表的论文均不能作为科研成果列在个人简历和各种申报材料中;因发表这些论文而获得的科研奖励应予以收回。(反驳：难道由此获得的各种奖励、荣誉，特别是骗取的中科院院士称号不应该收回吗?)

王正敏必须就《耳显微外科》、《颅底外科学》和《王正敏耳显微外科学》专著中，未经标注采用英文原著中图片的学术不规范行为(反驳：这样严重的系列的剽窃造假行为，复旦大学只轻描淡写地用学术不规范一笔带过，看来中国的学术界可以以此扬名世界了。)，向原作者做出书面道歉。今后对这些书籍的重印或再版，必须严格遵循我国目前所制定的学术规范。眼耳鼻喉科医院学术委员会，应将本调查报告通知上述著作的出版社。(反驳：王正敏本人剽窃造假，不仅在学术上属于严重违规，更已属于违法，他应该向上述三本书的出版社，更应包括被抄袭的国外著名出版社进行道歉，接受相应的处罚)

王正敏应当就在院士申报论文材料中存在不实事求是的做法向中国科学院做出说明。(反驳：王正敏在院士申报材料中竟然有65篇文章属于欺诈，学校却不予公开表态，在此处却用这样的语句来为他遮掩，这能够让群众满意吗?此其一。其二，所谓“存在不实事求是的做法”，实为欺骗，这样严重的欺骗，已看过事实的院士们用“史无前例”来形容，可复旦大学却可以这样的敷衍上级组织，敷衍公众，我们根本无法理解。其三，难道这样一起严重的学术欺诈案，一起早已引发舆论和民众关注的社会公众事件，能够允许王正敏或者复旦大学与中科院进行私了吗?王正敏本人必须就此事件公开向社会公众和各级组织作出公开的说明，接受社会公众和舆论媒体的共同监督)

眼耳鼻喉科医院学术委员会和医院领导应该督促被举报人落实以上处理意见的建议，并且将本报告向全院医师和研究生通报，进行一次端正学风、遵守学术规范的教育。

复旦大学学术规范委员会

20xx年8月19日

关于酒的调研报告篇2

为积极应对日益增长的人口老龄化问题，提高老龄人口健康服务能力，满足“老有所医、老有所养”的基本需求，近年来，我区积极探索“医养结合”服务模式，取得了初步成效。

一、工作进展及成效

（一）探索医养结合体系建设，推动资源优势互补。

按照国务院及省市人民政府关于加快推进医养结合的指示精神，区政府制定了《关于推进医疗卫生与养老服务相结合的实施方案（试行）》，待政府常务会研究通过。按照方案，大力推进卫生和养老服务资源整合：一是支持有条件的医疗机构开设老年病区、老年护理床位；二是推动有条件的养老机构与医疗机构举办医养结合联合体；三是鼓励辖区内部分医院转型为养老护理院；四是推进基层医疗卫生机构与社区居家养老服务有机结合；五是支持养老机构按相关规定申请设立医务室或护理站，提高养老机构提供基本医疗、护理服务的能力。

截至目前，区民政部门管理养老机构11个，设养老床位1186张（其中批准新民医院开设老年护理床位300张）。区卫生部门核批了乐年长者之家等3家社区养老机构内设医务室、护理站，区民政部门牵头组织我区6家养老机构与市一院建立了医养结合联合体，初步实现养老机构基本医疗卫生服务全覆盖。

（二）创新医养结合服务模式，构筑居家养老服务基础。

依托社区卫生服务机构基层优势，建立以家庭医生为主的“点对点”健康服务体系。家庭医生服务团队主动深入社区和家庭，通过实施“积分制”、“健康储蓄银行”、“粉丝签约”和老年人健康俱乐部等形式，对社区老年人实施分级分类健康管理。截至今年5月底，全区组建57个家庭医生服务团队，签约服务3．8万余户7．8万余人，其中60岁以上老年人4．3万余人。

建立以“医联体”为专业技术支撑的“个性化”健康服务体系。各社区卫生服务中心分别与市一院、省针灸医院建立“医联体”，把综合医疗专家和中医康复专家纳入到家庭医生服务团队，开展“个性化”签约服务。今年4月，双岗中心创新组建 “2+2”家庭医生专业服务团队，成立了老年人健康管理、高血压病、糖尿病和脑卒中康复4个专业服务小组，已与56位居家老人签订了有偿签约服务包，以满足多元服务需求。

（三）丰富医养结合服务内涵，建立机构养老服务机制。

为强化养老机构中集居老人的健康保障，从今年6月起，区属各社区卫生服务中心与辖区养老机构建立固定服务关系：一是每季度主动上门对养老机构开展1次健康教育讲座，对老年人进行常规健康体检，并指导康复治疗。二是与养老机构建立24小时服务热线，对常见病、多发病随时进行上门诊疗。三是接收老人住院治疗和康复，根据康复情况及时转回养老机构。四是老人享受慢病选择性药物免费治疗等卫生惠民政策。20xx年以来，我区高血压和2型糖尿病免费发药人次分别达8．9万人次、4．3万人次，免费金额达310余万元，其中老年人发药比例占98%以上。

二、存在困难和问题

随着人口老龄化持续发展，老年人的健康和养老是当今社会发展面临的一大问题，而解决健康和养老问题最有效的手段就是医养结合。从全国范围看，医养结合是一个新兴课题，都处于积极探索中。实际工作中主要存在以下困难和问题：

（一）医养结合服务需求与承载力不对称。据统计，20ｘｘ年全国60岁以上老年人口占总人口比重超过16．1%，而且每年处于上升趋势；预计20xx年超过20%，20xx年超过30%，并于20xx年达到近34%的水平。我区20xx年60岁以上老年人8．4万人，达到全区户籍人口的17%，老龄化趋势与全国同步。而我区在养老机构养老的不足800人，基本上是一些患病、失能、失智等需要长期医疗、护理、康复和生活照料的老年人，绝大多数老人包括“失独”、“独残”等计生特殊群体选择居家养老。庞大的养老和老年人医疗服务需求，给现行养老和健康体系带来严重挑战，已成为全社会不可回避的问题。

（二）医养结合行业管理体制不完善。目前养老机构由民政部门设置审批和管理，社区养老和居家养老服务由街居负责，医疗服务由卫计部门主管，医保支付政策由人社部门制定。由于制度、行政职能和资金分割等因素，各相关部门在实施医养结合时存在行业壁垒、职责交叉、业务交织等情况，其分而治之的格局势必造成医疗和养老资源相互阻隔，难以做到目标一致，优势互补，协调统一和横向整合，老人的医养统一问题难以得到有效保障。

（三）医养结合机构定性定位不明确。从实际服务看，完整功能的医养结合机构既不能完全替代养老机构，也不能替代医疗机构，应该有其鲜明的特点和需求群体，在设置审批上也必须进一步明确标准体系和审批部门。按现行政策，完整的医养结合机构审批权归属不明确，即使同一投资主体在设置医疗机构和养老机构时分别由卫生和民政部门审批，运行机制相对独立，没有解决医养结合到底姓“医”还是姓“养”的问题。

（四）医养结合医保支付政策仍然保守。以疾病医疗为中心的现行医保支付政策，对老年人的健康管理、疾病预防、早期诊疗、家庭医生签约服务、家庭病房等医疗健康服务项目均未出台相关支付标准。即便是最新出台的医养结合病床医保支付办法，对老年人的患病病种有明确规定，且病种数较少。可以说，当前医保支付政策不同程度地遏制了医养结合服务业的发展，需要进一步放开。

三、对策和建议

针对当前人口发展现状、老龄化发展趋势及存在的问题，发展医养结合将会是一项重要的民生工程。当前，在积极实践和探索的基础上，政府的主要任务是：基本建立医养结合体制机制，完善医养结合政策法规体系，多元化、多途径形成医养结合服务网络，为老年人提供生命过程中各个时期所需的可负担的公共服务。为此提出如下意见和建议：

（一）发挥政府主导作用，做好医养结合顶层设计。

一是出台意见，分类明确定位。各级政府要从上而下出台实施意见，成立领导小组，明确部门职责和牵头单位，形成工作合力。要根据不同类型，分类明确医养结合机构姓“医”或姓“养”的问题。凡是养老机构开设医疗诊室由民政部门为主管单位；凡是医疗机构增设养老机构，由卫生行政部门为主管单位；凡是以医疗、护理、康复为主的护理院（完整功能的医养结合机构）增设养老床位，由卫生行政部门为主管单位。以上三种形式医养结合机构，同级民政、卫生行政部门要相互备案，并针对老年人群“医”或“养”的不同需求，做好入院引导和合理分流。

二是配套政策，建立运行机制。卫生行政、民政、人社等多部门尽快联合出台相关政策，对医养结合养老机构审批准入、行业管理、人才队伍建设、政府购买服务等方面给予支持。规划、房产部门要出台相关规定，在新建的一定规模的社区中同步规划建设医疗、养老配套用房。要积极改革医保政策，将完整功能的医养结合机构优先纳入医保定点范围，将医养结合服务项目、居家养老诊疗费用逐步纳入医保报销范围，消除行业障碍和“瓶颈”。

（二）坚持多元资本发展，完善医养结合服务体系。

积极探索社会资本参与机制。建立和完善社会资本发展医养结合的扶植政策，引入专业医养结合品牌企业入驻。规划、土地、财税等部门为社会资本举办医养结合型养老机构在规划布局、土地使用、财政补贴、税费减免等方面出台优惠政策，有步骤、有规划地吸引更多的社会力量和民间资本参与医养结合养老服务。

加快医疗养老机构转型升级。鼓励二级以下医疗机构增设医养结合病床或转型为医养结合机构；提高养老机构内设医疗护理科室覆盖率；推进基层医疗卫生机构与养老服务的有机融合，开展签约服务；鼓励综合性医院与养老机构建立“医联体”，实行对口支援、双向转诊、医护培训等。要坚持政府主导、社会力量参与的原则，为计生“失独”、“独残”家庭及农村“五保”户提供基本医疗和养老服务保障。

（三）加强专业队伍建设，强化医养结合保障措施。

一是完善专业人才培养、评聘和使用机制。民政、人社和卫生等部门应加大养老专业服务人才的培养培训力度，加强对医养结合机构中的医生、护士、管理人员和护理员的培训；鼓励专业院校毕业生到医养结合机构从事养老服务工作，并给予相应的特殊岗位补贴；养老机构内设医疗机构及其医护人员在资格认定、职称评定、技术准入等方面，与其他医疗机构同等对待，激发医护人员的工作热情和积极性。

二是建立人员岗位配套政策。对政府主导的医养结合型医疗机构，合理增加护工型人员岗位，保障基本服务需求；对医养结合型养老机构，合理增加医护人员岗位，提高医疗服务能力。对社会力量举办的医养结合机构，根据投资规模合理核定医疗技术岗位、护工岗位和一般服务性岗位，并根据多部门考核情况，通过政府购买服务的形式予以基本保障。

（四）强化行业监管考核，确保医养结合取得成效

推进医养结合是深化医药卫生体制综合改革，聚焦健康产业发展，推进健康xx建设的创新之举，必由之路。在大力发展医养结合服务的同时，各相关部门要依据职责分工，加强监管，加大对违法违规行为的执法查处力度。探索建立医养结合服务质量评估制度和退出机制，定期组织有关方面专家或者委托第三方专业机构，进行综合绩效评估。评价结果作为政府购买服务和对机构奖惩的重要依据，确保政府资金投入发挥最大效益，医养结合护理质量和服务水平得到稳步提升，老年人群的满意度得到较大提高。

关于酒的调研报告篇3

自20\_\_年7月，踏上这神圣的三尺讲台开始，我已经在教师这个工作岗位上兢兢业业的工作了三整年，我在这三年里，经过自身的努力钻研，经过前辈的指导和引领，我不再是以往充满学生气息的新教师，我在教育教学道路上不断成长，以下是我的成长分析报告

一、心中有“爱”：教师成长的灵魂

教师要成长，首先必须让自我的职业梦想得到升华。在回答“我为什么要当教师”这样的问题的时候，假如一个教师仅仅把它看成一种谋生手段――事实上这样的教师不在少数――那么他倒不如及早放弃，去从事更适合自我发展的其他工作。陶行知先生说：“爱是一种伟大的力量，没有爱就没有教育”。教师工作是一种艺术，教师的使命是去塑造一个个有灵魂的生命，而不是去装配硬邦邦的机器零件。这一根本特点，决定了教师不可能仅仅依靠理论和技术来工作，也就是说教书育人的工作必须有“灵魂”，这个灵魂就是“爱”。教育的最有效的手段就是“爱的教育”，有了爱，教师才有灵魂。

我在平时的教育教学中，能够做到爱学生、爱自我、爱职业、爱思考、爱创新……其中最根本是爱学生，爱学生、理解学生、从学生的需要来思考问题，这是教师成长的基点。脱离了学生的需要，孤立地谈教师发展是没有意义的，更不会有好的效果。如果我们去用心观察就不难发现，哪一个优秀教师不是把学生成长作为自身职业发展的出发点我们常说“教学相长”，其中也有这样一层意思，就是教师的成长是建立在学生成长和发展基础上的。不爱学生，教师就不可能爱事业;不爱事业，教师也就很难在教学实践中用心思考、追求创新。如果一个教师不是用口号，而是能像爱自我的子女一样关爱每一个学生，学生健康成长和全面发展的需求就会成为教师本人的需求。

二、职业规划：教师发展的蓝图

教师的专业成长需要一个明确的目标，无论这个目标是一个偶像还是一个综合的模型，还是经过自我的分析思考后定下来的一系列子目标，最关键的是它要能“看得见”，能真正激励着自我去努力，模糊的目标几乎等于没有目标。阅读教育大师的作品、了解同时代教育名家的思想、观察分析优秀教师的成长案例等都是构成明确成长目标的有效方法。

有了目标之后自然要寻找通往目标的路径，目标越明确这个路径也越容易找到。实际上目标和路径两者是互相影响的，并且在实践过程中，目标和路径也总会有不一样程度的调整。在选择目标和规划实施计划的时候，目标的逐层分解、具体的时间表、可能遇到的困难、自我激励和内省、获取帮忙等策略都是必要的。需要异常指出的是，教师个人的职业发展规划应当跟学校教学的需要和整体发展规划结合起来，这样才能相互促进、并能及时得到帮忙和监督。另起炉灶的做法往往事倍功半。

我从05年进入庐阳中学以后，第一年给自我定的目标是：钻研新课程理念，努力在教学实践中贯彻实施，真正能够做到学生为主体，让学生在起始年级能够热爱历史学科，激发他们的学习兴趣。第二年，我的目标是，在教育教学走上正轨后，多阅读教育教学理论，勤做教学反思和积累，要发表一篇区级论文。第三年，是我第一次经历初三复习迎考，毫无经验的我决定在这一年努力探索贴合学校学生学情的一套高效低负的复习策略。为学校的首届辉煌拼搏。而今，已是我的第四年教学生涯，我仍然被安排在毕业班，我对自我的目标就是，吸收上届经验，弥补过去的不足，争取历史学科能够取得更大的提高。

每一阶段，每一年的目标，看似很小，但仅有从阶段性目标做起，才能实现我们心中更长远的目标。

三、且学且思：教师发展的路径

孔夫子说“学而不思则罔，思而不学则殆”，教师的成长多成同样离不开“学”和“思”两个字。教师要发展，不能闭门造车、孤陋寡闻，而要有开放的心态和学习的习惯，不断进行理论学习，留心借鉴他人的成功经验。“学”能够向书本学、向前辈学，也能够向同行学、向学生学……总之，“三人行必有我师”，只要留意，生活工作中能够学习的地方处处都是。

从教以来，我从不放过一次学习的机会，无论是学校教师开设的公开课，还是区级，市级的各项教研活动，我都进取参加，认真听课学习，参与研讨。在每年的假期，我都报名参加继续教育。在教研的道路上，我虽然还没有很大的建树，可是确实经过参加各级教研活动，开阔了我的思路，学习到了经验，找到了自我的不足，正是这样，我才能不断成长。

四、用“心”实践：教师成长的落脚点

“学”来的理论、“思”得的感悟，都需要在教学实践中来验证其价值。无论是读书、参加培训还是借鉴他人经验，都必须跟自我的教学实践紧密结合。一方面，任何一项理论都有其适用的条件和局限，理论是否有价值只能在实践中逐渐得到验证。另一方面，教育活动的复杂性和灵活性决定了我们无法依靠某一两种理论来解决所有问题，教师必须在教学实践中不断积累，不断反思。在实践中实现理论的价值，实践中借鉴他人经验的精华，实践中构成独特的教育思想和教学风格。

人们长说学无止境，其实教学也是这样，教无止境，在教育教学的道路上，我们还有很长的路要走，还有很多的目标要实现，我们的成长步伐一刻不容停滞，这需要我们总结过去，规划未来，踏踏实实从做好每一天的工作开始。

关于酒的调研报告篇4

一、调查 概况

我于xx年9月份，对我实习的一所省重点中学的学生的学习心理状况进行了调查，通过调查研究，对中学生的学习心理有了初步的了解，为准确地把握当前中学生的学习心理动向，深化教学改革，加强教育教学的针对性，提高教育教学的实效性，探索实施素质教育的新路子，提供了客观依据。

二、调查的具体目标和方法

（一）具体目标

1、中学生的学习心理现状

2、当前中学生的学习心理特点

3、当前中学生的学习心理成因及对策

（二）调查方法

学生问卷，内容涵盖教育价值观、学习态度、学习需求和学习目的四个方面。问卷调查在六中学进行，共发问卷80份，回收有效问卷70份，接近理想的高效样本数。

三、调查结果

对学生问卷调查分析，中学生的学习心理具有明显的时代特征。

（一）中学生的学习心理现状分析

1、教育价值观

调查显示，大部分中学生具有较为明确的教育价值观。74％的学生认为学习的作用是提高自身素质，10％的学生认为学习的作用是为了考大学，16％的中学生没有考虑。

调查还显示，中学生的教育价值观带有显著的经济社会特征。他们认为，青年人的经济收入与受教育程度成正比，其中65％的学生认为大学生挣钱多，25％的学生认为高中毕业生挣钱多，8％的学生认为初中毕业生挣钱多。

2、学习态度

调查结果表明，67％的学生对学习的热情较高，24％的学生对学习的热情中等，9％的学生害怕学习。这与他们“考大学”意识淡化是相一致的，值得注意的是，害怕学习的学生数占相当份额。而且，我们在调查中还发现，90％的学生都有自己“最讨厌的课程”。学生害怕学习或讨厌某些课程的根本原因，一是与教师的教学方法紧密相关；二是与该课程的实用价值紧密相关。调查结果显示，86％的学生对与现实生活联系紧、实用性强的语文、数学、物理、化学热情较高，而对学术性较强的历史、地理、生物、英语不感兴趣。在学生讨厌的课程中，英语是初中的核心课程之一，有45％的学生认为“英语对于我们以后的生活几乎没有用处”。

3、学习习需求

当前，“特长”是师生共同关心的热门话题，在调查中我们发现，大部分学生对“特长”有正确的认识，其中，92％的学生有自己感兴趣的目标，且有52％的学生希望得到教师的指导。同时，78％的学生希望学到较多的、实用的科技知识，使之能对他们以后的生活工作有所帮助。

4、学习目的

调查结果表明，对于高中毕业后的打算，99％的学生有读大学愿望。

（二）当前中学生的学习心理特点

调查显示，当前中学生的学习心理与以往的中学生的学习心理相比，有明显不同。

教育价值趋向多元化、务实化、功利化。

他们中的大部分人已经认识到了教育的重要价值在于帮助他们提高自己的综合素质，使他们掌握生存、生活所需的基本的文化科学知识，以增强自己在未来社会的竞争能力。在此基础上，部分家庭经济条件较好且成绩优秀的学生则致力于追求更高等的教育。

中学生的教育价值观的另外两个特点是务实化和功利化。中学学生越来越强烈地追求未来教育输出的经济价值，他们中的很多人从经济的角度去衡量所学课程的价值，继而决定自己在不同课程上的努力程度。他们要求课程教学更多地联系生活和生产实践，渗透更多的实用技术。

我们知道，由于年龄和学识的制约，中学生的认知、分析、判断等能力既不成熟又不稳定。事实上，相当多的中生的教育价值观是迷茫的。其原因在于：一是越来越多的大学生难以就业，从而使他们对考大学失去信心；二是学术性较强的中学文化课程难以满足学生对职业技术的需求，难以使他们产生学习的内在刺激和利益驱动。这些原因使越来越多的学生厌学。

关于酒的调研报告篇5

根据师教育局通知要求，我们依据调研提纲，就我校教中小学教师队伍建设情况进行了认真调研。从调研情况看，近年来，在各级政府和教育主管部门的重视下，我校中小学教师队伍建设取得了较大的成绩。中小学教师队伍及时得到补充，教师队伍结构不断得到改善，教师队伍的整体素质进一步提升，优秀人才的培养与选择机制不断完善。现将调研具体情况报告如下。

一、基本情况

我校现有中小学教师122人，其中：小学59人，中学63人。教师队伍结构情况

1、组成结构：现有在编教师122人，其中小学59人，初中63人；近三年新进教师21人，其中小学11人，初中10人。

2、学历结构：初中教师中本科学历38人，专科学历25人，分别占教师总数的60.3%，39.8%；小学教师中本科及以上学历12人，专科学历42人，分别占教师总数的20.3%，71.2%。

3、性别结构：初中教师中男25人，女38人，分别占教师总数的39.7%，60.3%；小学教师中男15人，女45，分别占教师总数的25.4%，76.3%。

4、年龄结构：初中教师中30周岁以下33人，31-40周岁12人，41-50周岁17人，51周岁1人，分别占教师总数的52.4%，19%,27%，1.5%；小学教师中30周岁以下27人，31-40周岁14人，41-50周岁14人，50周岁4人，分别占教师总数的45.8%，23.8%,23.8%，6.8%。

5、专业技术职务结构：中学教师中中高9人，中级14人，初级31人,未评职称9人，分别占教师总数的14.2%，22.2%,49.2%,14.2%。小学教师中中级26人,小高150人，未评职称10人，占教师总数的44%,39%,17%。

二、近年来在教师队伍建设及管理方面的主要做法和经验

（一）坚持正面教育，营造人才队伍成长环境，切实加强专业技术人才队伍建设及管理工作

1、加强师德教育，提高专业人才队伍的师德水平。每学期我校都举办为期一周的教师培训班，集中开展政治业务学习，提高师德水平。

2、严把专业技术人才队伍职务晋升条件审查关，努力打造高质量的人才队伍。近年来，我们严格按照《兵团中小学教师系列专业技术资格标准条件》规定，认真审查申报晋升专业技术人员的基本条件、申报条件、教育教学条件和教研、科研条件，侧重审核其思想表现、工作实绩和从事教科研能力，并制订了相应的实施细则，对违反师德规定的，教育管理不到位“发生重大安全责任事故的”，教学工作“备、教、改未完成教学任务的或教学质量考核不合格的”，予以一票否决，坚持不予申报，有效地遏制了职评工作中只讲申报条件，不讲思想表现、工作实绩和教科研能力，弄虚作假的不正之风，从而净化了人才队伍风气，使专业技术职务评审工作真正成为教育人才队伍成长的有力推手，促进了教育人才队伍健康成长。

3、依规开展专业技术职务评聘分开工作，完善人才队伍建设与管理机制。

一是上级文件要求，制订了《二十二团专业技术岗位聘用实施方案》，依据根据上级部门核定的编制内进行定编、定岗位职数。

二是制定专业技术职务考核办法对专业技术人员进行量化考核，择优聘用的原则，对专业技术人员德、能、勤、绩方面进行量化打分，从高分到低分，择优聘用。通过阳光操作、规范有序操作、人性化操作，让“能者上”，“庸者让”，激发了教师的创造性和进取心，优化了人才队伍的成长环境。

4、加强教师队伍岗位管理。近年来，学校依据《二十二团中小学教师考核办法》，抓紧抓实教职工考勤、岗位责任制按学期考核及教学质量考核工作，依规兑现奖惩，不断增强教师的职业意识和责任意识，充分调动广大教师的工作积极性和主动性。

（二）搭建平台，正确引领，促进骨干教师队伍的成长

1、确立培养机制。二十二团中学校每年都开展一次青年教师课堂教学评优活动，以及教学能手评选活动。通过层层选拔，对有发展前途的教师，定向给予指导和培养。近年来，我校先后有4名教师在垦区和师以上教师教学大赛中获奖，我们依据师文件有关标准将6人作为农二师骨干教师重点培养。

2、搭建发展平台。

一是让他们承担各级课题研究及教学试验工作，让他们有施展才能的舞台，专业成长的通道。近年来，我校由中学数学教师承担的国家级教科研项目有1个，现在已顺利结题。

二是每学期至少安排一次校间教学观摩活动。学校每学期都开展一次教学观摩活动，组织老教师上观摩示范课，开展教学评议活动，通过同行互动合作，解决其教学过程中存在教育理念、教学方式方法等方面存在的问题，促进其专业成长。

3、推荐中青年骨干教师参与各级组织的培训，让他接受系统理论学习，提高其理论素养。近年来，我们共推荐5名教师参加国家级教师观摩培训。组织10名教师参加兵团级教师观摩培训，组织75名教师参加教师教育技术能力网络培训。

（三）完善制度，落实措施，扎实抓好教师继续教育工作

近几年来，我们按照有关规定，积极开展中小学教师继续教育、学历教育、现代教育技术培训和新课程培训。成立了领导组，制订教师继续教育工作计划及检查评估细则，认真开展教师继续教育工作。

1、抓教师学历层次的提高工作。鼓励教师参加自考、函授等形式的在职进修，学校在课程安排上予以时间保障。近年来，有16名教师取得了本科学历。

2、加强教学研讨活动。认真开展集体备课、上公开课、同行听课等业务学习活动，着力提高教师的业务能力。学校将教师参加教研活动情况纳入教师必须完成的教学工作内容，期末开展检查考评，并将考评结果与教师年终考核挂钩。

3、认真开展校本培训。

一是按照“坚持结合教学改革学习，坚持结合教育教学实践案例学习，坚持结合出现的问题学习”的原则，要求教师自修，做到“四个一”，即：教师个人每学期要制定一份学习发展计划，写一本教育学习笔记（不少于5000字），读一本教育名著，写一本教后反思录（不少于10篇）。

二是研训结合，开展培训活动。要求学校开展业务学习每周不少于一次。

4、积极落实师级集中培训任务。所有教师按要求参加了师级集中培训，学校按规定给参训教师报销有关费用。

5、抓好校本科研，提高教师教科研水平。学校要求每个教研组至少有一个校级课题，人人都要有教科研任务。明确校长责任，公开考核办法，确保任务的落实。

6、大力开展信息技术培训工作。为了使广大教师掌握现代信息技术，充分发挥学校网络和农村远程教育工程的作用，学校组织教师积极参加师“英特尔未来教育”培训以及学校自行组织计算机技术培训。目前，教师都能够应用信息技术与本学科课程整合进行授课。

三、教育人才队伍建设及管理方面存在的问题及成因

1、结构不合理，整体水平还不高。

一是年龄结构不合理。我校教师队伍中30周岁以下的教师初中占教师总数52.4%，小学占45.8%。40岁以下教师86人，占教师总数的70.4%。

二是知识结构不合理，老教师中大多是通过函授、自考等形式取得合格学历的，知识水平较低，教育观念陈旧，难以接受当前教育改革发展的要求。

2、分布不合理，学科不配套。语文、英语、政史等科目的教师较多，而数学、体育、生物、地理等科目缺少专业教师。

3、教师福利待遇低，人才流失严重。教师负担重，身心得不到保障，加之经费所限无法开展正常体检，健康问题严重，近两年我校

就有名青年教师积劳成疾，英年早逝，令人痛惜。还有一名教师患重病在家休养。至于城市教师享受的各类奖金、补贴等，团场则教师望尘莫及，地方学校和公务员不交养老金，师直学校交养老金有补贴，团场学校全额上交养老金。教师的成就感得不到体现，影响了教师队伍的稳定。近三年来，我镇有2名教师通过考研、参加公务员考试调出,有12名教师调往地方学校，有6名教师辞职到地方学校。对建设高素质的农村教育人才队伍带来了很大的冲击。

4、糖厂小学有48名学生，安排6名教师，致使我校学科教师不足。

5、教师能出能进和机制还未完全建立。评聘分开、竞聘上岗等措施也只是在经济收入、工作岗位等方面作一些调整，“铁饭碗”还未打破，不少人仍然缺乏危机感。

6、领军人才数量不足。师级以上学科带头人、教学能手、骨干教师数量缺乏。

四、今后教师队伍建设及管理方面的工作举措和工作建议

我校在未来3至5年内，根据团场发展的总体要求，结合我校实际，着力建立一支与我校办学规模、人才培养和未来发展相适应、数量足够、素质优良、结构合理、相对稳定的师资队伍。亟待解决的问题

1）要求教育局及人事局及时调入（招录）紧缺专业教师，以满足目前的教学需要。特别是及时补充紧缺学科的教师。

2）抓在职教师的培训提高，提高教师的学历层次。根据教育部教师队伍建设学历要求规定，要求广大教师本着教什么学什么的原则，积极参加函授、自考等形式的在职学习，尽快使小学教师达专科学历，初中教师达本科学历的比例有较大提升。

3）抓好继续教育工作，提高教师的教育教学业务素质。认真贯彻落实中小学教师开展第三轮继续教育学习精神，要求教师积极参加假期继续教育集中培训工作，抓好校本培训工作，全面完成第三轮继续教育各项培训计划，切实提高教师的教育教学水平。

4）大力实施“新教师培养工程”。制定新教师三年培养计划，制定相关激励措施。采用骨干带教、专家讲座、技能评比、观摩研讨等多形式的培养方式，有步骤地开展新教师的岗位培训，促使他们尽早胜任、尽快成长。

5）实施青年骨干教师梯队培养计划。开展青年骨干教师后备人选的培养工程建设，完善培养机制，注重激励、考核机制。注重培养过程，保证数量，提升专业内涵，形成青年骨干教师的群体。

4、加强团场教师队伍建设的建议

1要不断提高团场教师福利待遇。团场教师与城市教师工作条件相比较还较差，福利待遇较城市教师低，造成教师队伍不稳定。建议要从人本化管理出发，提高团场教师工资待遇（尤其是养老金缴纳问题）、改善其生活工作条件，充分调动农团场教师的积极性，确保团场教师“分得下、留得住、教得好”。

2加大师直学校和团场学校教师交流的力度。希望师直教师通过开展“支教”、“结对帮扶”等形式的送教下团场活动，让优质教育资源向团场渗透，实现优质教师资源共享，促进团场学校教师教育理念、教学方式方法的转变。

3适当提高团场学校教师配备比例，尽快配齐学科紧缺教师，解决教师短缺问题，更好的落实课程计划的实施，推进素质教育的开展。

4要大力推进教育系统的人事制度改革，实现人才的合理有序流动，保证团场学校必要的编制需求。建立师直学校选派优秀教师支教帮扶机制，带动团场教师教学业务水平的提高，促进教育均衡发展。

5要改革团场学校教师培训形式。结合团场教育的实际，开展一些送教下团场，贴近教育教学实际的教学指导活动，增强培训的针对性和实效性，切实解决团场教师教育理念陈旧、教学方法落后、教学水平低的问题，切实提高团场教师的专业素养。

关于酒的调研报告篇6

随着我们的生活水平不断提高，旅游消费变得越来越热，出外旅游已成为我们生活中必不可少的部分。在旅游群体当中，大学生是整个旅游市场的一个重要而又独立的组成部分。大学生作为社会的一个特殊群体，具有一定的经济独立能力和自我生活能力，有相对宽松的时间，这些促成了大学生旅游热。

马上又一届毕业生毕业了，对于美好的大学生活就这样结束了，我想知道他们会不会选择以毕业旅游来终结这一段美好的时光呢所以，在5月的时候我通过在问卷星做了一个调查问卷，向大学生做了相关的调查。此次调查的目的在于了解当今大学生对毕业旅行的看法以及他们所喜欢的旅行方式。为了解大学生毕业旅游市场状况提供最直接最有效的数据。同时通过对调查结果分析，为大学生的毕业旅游市场开发提供可行的建议。本次调查了111位在校大学生，对此调查报告总结如下：

一、调查的基本情况

1、对象的基本情况：本次调查中的111位 大学生，其中男生38人，占总人数的34.23% 女生73人，占总人数的65.77%，专业也涵盖 很多，比如会计、旅游管理、计算机、药学、 、烹饪等50多个专业。不论男女，不论专业，大家对毕业旅游都是很喜欢的，在接受调查的大学生中，86.49%的学生表示有毕业旅游的意向，只有少数的13.51%的学生表现出没有毕业旅游意向。至于选择是在毕业前还是在毕业后旅游，两个选择的比例相差无几。

2、旅行形式选择情况：受调查者中对于毕业 旅游会选择和谁一起去，有几种不同的回答，选 择与自己的好友一起出游的人数较多，比例为 47.75%，第二多的为情侣，比例为29.73%，第 三为班级、舍友，比例为9.01%，很少人选择个人出游，比例为4.5%。对于选择什么样的出游方式，95.5%的同学选择自助游，只有4.5%的同学选择跟团游。

3、旅游目的地选择情况：对于毕业旅游选择去什么地方游玩，不同的同学有不同的选择，选择周边游的同学占总人数的12.61%，选择出市游的占21.26%，选择出省游的有63.06%，选择出国游的占2.7%。其中出市游的主要的选择有桂林、北海等;出省游的主要有浙江、云南、北京等;出国游的主要有美国、法国、韩国等。而对于旅游景点的类型的选择，大学生们比较喜欢的是游览一些自然山水，民俗风情文化，城市观光就没那么喜欢了。

4、旅行的交通、时间、住宿情况：

受调查的大学生毕业旅游大多选择的交通是火车，其次为汽车，接下来是飞机。而选择的天数较多的为4-6天，其次为6-8天。至于住宿方面，大多学生选择经济型旅馆，也有选择星级的酒店。

二、调查情况分析

根据接受调查的大学生的调查结果显示，大多数的大学生都有毕业旅游的意向，很多大学生都是喜爱旅游的，但是作为大学生，现在还没有达到能自己赚钱的阶段，还没有什么能力去做自己想做的事，所以大多数学生表示限制他们不能去旅游的最大因素是钱，也有表示是没有时间，还有的表示是没有人一起去，也有的表示有很多因素，不能单一的解释，总之钱是比较关键的因素之一。同样时间在他们看来也是因素之一，在毕业之前可能要学习，没那么多连续的时间去玩，而在毕业之后又因为要找工作，或许会更没有时间去玩，所以在选择什么时间去毕业旅游，两种选择的比例差不多，没有多大的区别。

大学生还是比较喜欢人多一起出去游玩的，所以他们在出游的时候基本上都是会邀请同学或是朋友一起去，很少选择自己一个人出游。而且他们选择的交通工具也基本选择乘坐火车和汽车，这两种交通工具费用比较低，比较符合大学生的资金情况。大学生因为钱的问题，在住宿方面也会选择便宜的经济型旅馆。由于大学生是比较喜欢自由，不受束缚的，所以他们比较喜欢自助游，自己想玩什么就玩什么，想去哪就去哪，不想受到约束。同样，他们喜欢游山玩水，喜欢游玩一些有特色的，好玩的地方，同样也喜欢一些刺激的东西，显示年轻人的青春洋溢，充满朝气。

从调查结果来看，除了学旅游专业的同学对旅行社比较了解之外，很多其他专业的同学都不怎么了解，除了知道一些比较知名的旅行社，比如：中国国际旅行社、中国青年旅行社等，至于其他的旅行社他们是一点也不了解。所以表明大学生对旅行社的关注度不够，表明他们不太愿意跟旅行社合作去游玩，他们向往的是自由的形式。

三、结论和建议

(一)结论

1、大学生的毕业旅游意向很强，但是其中有很多因素制约着这种意向的实现，比如说钱，时间，同伴。

2、大学生向往的是那种自由，没拘束的游玩方式，体现着他们的那种不羁的，浪漫的，活跃的特性。

3、大学生在出游的时候会选择比较经济实惠的一些交通工具，住宿条件，以及游玩方式。

4、大学生是很大的一个群体，他们是旅游市场比较重要的一部分，他们会给旅游 市场带来很多的新鲜东西。

(二)建议

旅行社应该把握好大学生这个群体，好好制定一些符合大学生的路线，或是一些旅游策略，这些线路的设计要符合大学生的特性，尽量满足他们对旅游的需求。同样旅行社也要加强对本旅行社的宣传程度，让更多的人了解旅行社，这样人们才能与旅行社有更好的合作。

关于酒的调研报告篇7

调研目的:调查红酒在国际市场的各种状况,将l公司的红酒打入

国际市场

调研范围：国际市场

调研方法：观察法、实验法

主要内容摘要：通过深入调查近几年红酒在国际市场的竞争者、购买者，l公司的红酒品牌、价格等各种状况，做好红酒销售的策划等工作，让红酒更好的打入国际市场

主体部分

一、市场分析

1国际经济环境：近几年，红酒在国际市场中一直以较快速度在增长，在国内，一些高消费城市进口红酒的消费量都在不停的增长 2国际文化环境：红酒文化属于外来文化，少数消费者会认为进口红酒是正宗的，但大多数消费者对红酒认知度较低 二、消费者分析

1消费者购买力水平：购买力整体偏低

2消费者购买行为：红酒的第一类消费者是懂酒的人，一般购买高端产品;但大多数消费者都是购买100元左右的进口红酒

3消费量:国内仅一网店月销售量可达14033瓶，国际上法国销量最大，可达11188瓶，占国际总销量的79%，美国销量最小

三、产品分析

a译为&b，红标为低端酒(售价t;100元),蓝标为中低端(售价t;400元)，白标为中高端(售价t;800元)

b译为&b，为高端品牌，只用蓝、白两标，蓝标为售价20xx元左右，白标售价6000元左右或更高 四、价格分析

100元左右的进口红酒是销售的主力，80%的红酒标价在200元以下。500元以上的红酒基本为送礼使用;更高端的产品则适合于懂酒的消费者 五、分销渠道

一般有分销、零售终端和团购直销 六、竞争情况

酒庄红酒价格高、品种少;仓储式超市低于100元的红酒品种多;餐饮行业国内、进口红酒均备的店较少，多数备国内货品;酒店、夜店各国产地红酒均有，价格不等。

结论

红酒消费目前还是中低端产品，即百元内最容易接受，300元左右的产品品种最丰富，竞争最激烈。

进口红酒中，法产所占份额最大，美国红酒占比很小，但市场整体提升空间大，利于进口红酒的发展。

建议

消费者对红酒的认知度低，购买时一般不知如何选择，建议大力推广某品牌的红酒，让大家熟知其优势并购买;建议采用abc销售法，即价格低的为a销售量，价格适中的为b销售量，价格昂贵的为c销售量建立自己独特的产品，吸引独特的消费者以及新兴成长型的消费人群

参考资料 附录1

附录2

一、长春市背景资料

长春市是吉林省的省会，吉林省的综合服务中心，市区人口315万。全市拥有众多的商贸、餐饮等服务机构，其中，星级宾馆、酒店50多家;餐饮业比较发达，有a类店80多家，b类店400多家，c类及以下5000多家;具有一定规模的商场、超市40多家;酒类批发企业700多户;烟酒专卖店800多家。

20xx年，全市社会消费品零售总额实现666亿元，同比增长11%;其中酒类销售额达12亿元以上;城市居民人均可支配收入为11350元，随着收入的增加，长春人的消费质量和消费档次有了明显的提高。长春有着名的一汽集团、长春客车厂、皓月、德大、大成等知名企业，有注册的外资企业3500多家，沃尔玛、可口可乐、百事可乐、大众、西门子、丰田、马自达、住友等世界500强企业有44家在长春落户，这些都有效地拉动了长春市整体消费水平的提升。特别是随着国家振兴东北老工业基地政策实施以来，商贸活动日益频繁;加上电影节、汽博会、农博会、东博会、冰雪节、雕塑展等国内外比较有影响的活动，聚集了人气，活跃了市场流通，给长春市带来了新的消费理念。另外，长春市民有超前消费意识，在衣食住行消费方面追求时尚。以上这些因素和东北人特有的豪爽、热情的性格，决定了长春市人均酒类消费位居全国前列。

二、葡萄酒市场状况

长春市葡萄酒消费市场起步比较晚，但是发展速度比较快。吉林省是全国重点葡萄酒生产地区之一，应该说，地产葡萄酒在长春市场的推广有效地拉动了人们对葡萄酒的消费。中国名牌产品中的葡萄酒品牌吉林省占两种——通化和长白山，一直以来这两种葡萄酒始终在积极运作长春市场，加上张裕等全国性品牌的逐渐渗透，长春市葡萄酒消费量每年都以两位数的速度递增。据不完全统计，去年长春市葡萄酒消费量达到了1、3亿元左右，比20xx年前增长了10倍以上。

(一)、根据近期对长春葡萄酒市场的调查发现，目前该市葡萄酒市场呈现以下十个特点：

1、中高收入人群是葡萄酒消费的主体。长春目前葡萄酒的主要消费群体以收入较高的中青年人为主，主要是公司职员、政府公务员以及商务人士，其所占比例分别为27%、22%、33%，在这部分人群中男女消费比例约为4:6。另外，长春市中高档葡萄酒的消费者一般收入在1800——3000元之间。低档葡萄酒消费群体月收入在1000——1500元，多为30岁以下年轻人和老年人。

2、商超是主要购买场所，家庭是主要饮用场所。调查显示，有65%以上的消费者选购葡萄酒在信誉较好的大型商超，在烟酒专卖店购买的不足20%，这说明消费者的消费意识在加强。消费葡萄酒场合中有60%在家里，10%左右在夜场，餐饮占了30%。家庭消费葡萄酒的比例大的主要原因在于，人们的生活水平提高，保健意识增强，追求时尚的消费理念正在逐步形成;夜场消费主要是啤酒和洋酒，葡萄酒目前受价格和消费习惯的影响，在夜场还只能是配角;餐饮场合饮用葡萄酒量尽管不是很大，但却呈逐年上升趋势，价格在50—130元之间的干红是餐饮店的主流消费。绝大多数消费者认为，目前餐饮场所的葡萄酒品种较少，选择空间小，而且价格比商超和烟酒店至少高出3倍，所以不情愿花大头钱在酒店喝葡萄酒，这也是造成葡萄酒在餐饮场所消费量较小的主要原因。

3、干红消费超过甜酒，冰酒小试锋芒。由于吉林省葡萄酒生产企业的产品多以甜型葡萄酒为主，加上该品类比较适合北方人的口味习惯，因此长时间以来，长春市消费者对甜酒的认可度比较高。20xx年以前，甜型酒的消费量要远远高于干红。但随着央视对通化部分葡萄酒企业三精一水现象的暴光，加上一些厂家对葡萄酒消费知识的宣传引导，干红在葡萄酒市场中所占份额比前几年有较大提升。消费者对干酒的喜爱逐渐加深，对甜酒则开始挑剔，使多数甜酒的销售出现下滑趋势。由于口味习惯原因，虽然甜酒目前在长春仍有一定销量，但与往年相比已存在一定差距，只是认可通化、长白山、威龙、白洋河等一些大品牌产品。这一方面是因为消费者对甜酒质量的怀疑态度增加;另一方面，一些甜酒企业调整市场策略，开始开发干酒以谋求更大利润和发展，加强对消费者干酒意识的培养，从而激发了干酒消费，导致甜酒销售遭遇滑坡。目前，干红的消费量能占到67%，主要以张裕、长城、通化、长白山、王朝为主;甜酒及其它占33%，主要以通化、长白山、威龙、白洋河、农大红和嘉仕年为主;收入水平较高的消费者是干红的主要消费群体。

自从通化葡萄酒股份公司于20xx年推出的雅仕樽冰酒在长春上市以来，在商超和团购消费领域树立起了较高的品牌知名度和美誉度。市场推广方面，通化对其雅仕樽冰酒的宣传始终坚持物以稀为贵的原则，提出了稀有只为非凡人生的广告语，制作精美的冰酒手册附赠在产品中以体现其高端品位，并同时在售后服务方面积极跟进。新华联收购通化葡萄酒公司后又推出两款冰酒，即通化宝石红和珍珠白冰葡萄酒，市场建议零售价为398元/瓶。据厂家介绍，通化冰酒20xx年在长春市场销售达900多万。应该说，长春消费者对冰酒的认知是从通化开始的。目前随着长白山、张裕以及加拿大百喜等在长春市场的陆续上市，冰酒已经成为长春市场高端葡萄酒的典型代表，销售态势良好。

4、国产品牌集中度越来越高，洋品牌暂难成气候。随着国内知名品牌不断进入长春市场，并且加大了终端市场的宣传推广力度，一些没有名气的葡萄酒渐渐失去了终端地位。调查表明，消费者对于葡萄酒品牌的认知度、美誉度和最终的实际购买行为存在一定的相关性。长春葡萄酒消费市场中，品牌消费比较集中，国产的通化、长白山、张裕、长城、王朝、威龙、白洋河、农大红认知度较高，其中通化、长白山、张裕、长城是在无提示情况下被消费者普遍认可的四大首选知晓品牌，市场综合占有率近60%。市场反映如此之好，跟这些品牌的宣传和终端市场的深耕策略分不开。

(1)通化葡萄酒一直是长春市场上的畅销品牌，当地消费者对通化股份的认知度很高。尤其是20xx年9月，新华联控股通化后，于20xx年5月推出了八瓣莲花标识的15款产品，目标直指中高端市场并迅即在长春全面铺市。新通化的战略是要成为东北市场的老大，长春是其主要的目标市场之一。新通化换装后推出的新产品大致可分为冰酒系列、高级干红葡萄酒系列、炫影干红葡萄酒、山葡萄酒系列以及喜庆系列，增加了干酒的品种，并推出1959特制山葡萄酒和两款终端零售价在400多元的宝石红、珍珠白冰葡萄酒，力拓高端市场份额。由于长春市场对通化老产品的青睐，新产品上市至今销售业绩每年都在两位数的比例递增，20xx年更是达到了20xx多万。新通化除了在餐饮和商超方面继续精耕细作外，还加大了特渠等领域的运作，拥有中国名牌、中国驰名商标和吉林地产名牌产品的特殊身份，在政府、企事业单位、团购等领域表现出了很强的竞争优势。

(2)长白山葡萄酒作为吉林省葡萄酒行业骨干企业和知名品牌，一直很重视长春市场的渠道开发建设，多年来不断通过地方强势媒体加大品牌宣传力度，并多次组织消费者开展参观企业活动。公司还于去年将营销总部由吉林蛟河迁址长春，总经理亲自抓长春市场，在原有干酒、甜酒基础上，自主研发的冰酒也在市场上初显端倪。值得一提的是，长白山的五味子干红在长春红酒市场一花独放，出现供不应求局面，目前市场价格一涨再涨，供应价格已超过百元，但并没有阻挡住消费热情，单品销售额也在千万以上。

张裕：调整产品主推方向，增加商超产品陈列

(3)张裕1997年在长春设立办事处开始进行市场运作，是进入较早的外来葡萄酒品牌之一，奠定了张裕品牌在长春的知名度和影响力，尤其是解百纳，在一些长春消费者心目中已是高级干酒的代名词。目前张裕长春主销品种由甜型酒逐渐转为干红系列、钓鱼台、卡斯特、级别酒、年份酒、味美思等，黄金冰谷冰酒近期也已上市。张裕在渠道促销方面采取搭赠为主、特价为辅、分阶段性的促销手段，在酒店还派驻了30名促销员，费用由厂家和经销商共同承担;销售模式为厂家办事处arr;经销商arr;终端，同时借助一些直营渠道，实行会员销售。根据经销商提供的资料，张裕20xx6年在长春的零售额达1700万。张裕确定了向国际化品牌迈进，要做到葡萄酒中的五粮液，在此思路的指导下，逐渐砍掉了低端甜酒，现在甜酒很少只有几款而且终端价格都在20元以上。以前张裕在长春市场夜场渠道一直没有专业的产品，现在开发3款产品主要针对夜场，产品已到长春，即将运做到夜场，并由一家经销商来经营。在经销商方面，随着企业的整体思路的提升和产品结构的变化，其在选择经销商上也在逐渐提高层面和要求，同时和经销商更加融合的发展，利益、责任同承担更加明显。张裕在长春销售额每年都在2位数的增长，尤其是酒店销售增长迅猛，让经销商感到了品牌的无形潜力和魅力。

(4)长城葡萄酒三个产地品牌在长春都有销售，其中以华夏长城销售最好，年实现销售在400多万。这与其市场开发力度是密不可分的。华夏长城长春市场的运作由北京紫禁红商贸公司完成，20xx年紫禁红在长春成立吉林省分公司全面进军长春。华夏长城从商超、餐饮、夜场三个渠道入手，通过细化市场结构的方式进行渗透，并侧重于对消费者的引导和习惯培养。烟台长城主要依靠经销商运作，主销为商超和烟酒专卖店渠道，由于厂商都没有市场投入，因此渠道过于单一，市场覆盖率较小，全凭自然走量，年销售在300多万。沙城长城与前两处产地相比市场表现要逊色许多，年销售也就100多万，主要原因在于厂家和经销商在市场拓展上缺乏力度。由于中粮集团正处于渠道整合期，许多经销商都表现出观望的态度，市场动作较少，销售额增长幅度不大。

(5)洋葡萄酒品牌在长春市场较少，市场上也比较鲜见，主要散落于个别夜场和个别商超，暂时还难以形成气候。

5、中档产品是消费主流。从价位来看，在商超和烟酒零售店等零售场所，消费者主要选择价位在20-50元的干红。在所有葡萄酒品系中，干红最受欢迎，调查中56%的人认可干红。这充分说明了中档干红葡萄酒是目前长春市场的主流消费产品。喜欢甜酒的消费者有83%的人选择价位在10—30元之间，而且会选择品牌知名度较高的产品，通化、长白山、农大红、威龙、白洋河、嘉仕年认可度较高。10元以下产品主要是老年人和收入较低消费群体，而且以桶装为主。

6、社区便利店和农贸市场以桶装为主。在走访的近30家社区便利店和农贸市场酒类摊床发现，这些销售场所的葡萄酒主要以10元以下的低端产品为主，塑料桶装比较常见，而且100%为吉林省地产品，多为不知名商品，包装比较粗糙。这一渠道较为混乱，许多产品号称全汁，售价极低，三精一水不乏其中，欺骗消费者，牟取暴利。尽管价格便宜，但销售状况并不理想。

7、淡旺季销售明显。长春是四季分明的城市，酒类消费季节性比较突出，一般而言，春、夏、秋和春节期间啤酒消费量较大;春、秋、冬三季是白酒消费旺季;葡萄酒消费主要集中在春节、端午节、中秋节、情人节、母亲节等重要节日期间，而以春节期间最为集中，能占全年消费量的30%以上。春节期间除了个人消费外，作为礼品酒和团购用量较大，并呈逐年上升趋势，首选礼品装和整箱购买是显着特点。

8、葡萄酒经销商分散且销售规模较小。目前长春市酒类批发企业中，经营葡萄酒的不足40户，而且专营葡萄酒的更是很少，年销售量普遍较小，年销售额超过1000万的经销商几乎没有，多数在100万以下。大多数经销商都是以经营白酒为主，以葡萄酒经营为辅，借用白酒销售渠道，靠自然走量。

9、各品牌市场覆盖率差距大。尽管通化、长白山、张裕、长城等葡萄酒品牌知名度高，但是各品牌市场综合覆盖率最高的也不足60%。长白山和通化由于属于本地企业，在长春采取的是直营、代理、分销三者结合模式，因此市场覆盖率相对较大。通化、长白山、张裕、长城、威龙、白洋河、嘉仕年在大型商超的覆盖率较高，平均能达到98%以上。而烟酒专卖店渠道只有通化、长白山相对较好，能达到60%以上，其它品牌不足30%;威龙、白洋河只做商超渠道，烟酒店几乎为零。长春餐饮渠道比较特殊，多数葡萄酒消费量比较好的a类和b类店都被一些包店商买断，因此所有品牌的葡萄酒都不能把这些店百分之百覆盖，能否进入这些酒店由包店商决定。由于进店门槛较高，加上帐期、促销、消费量低等因素，因此许多葡萄酒经销商对酒店并不看好，也就造成了各酒店葡萄酒品牌较少，价格较高。相对来讲，通化、张裕、长白山在餐饮场所比较常见，长城、王朝也有销售;而威龙、白洋河、农大红、嘉仕年根本不做餐饮渠道。

10、营销人才匮乏，营销手段相对落后。葡萄酒消费是需要长时间培养和引导的，在这方面各葡萄酒品牌普遍重视不够。目前，长春市各葡萄酒厂商的销售队伍建设还有待提高，营销人才匮乏和缺少葡萄酒专业知识是葡萄酒市场开发和宣传推广方面普遍存在的问题。促销和宣传也仅停留在传统的的手段上，缺乏创新;在促销上普遍采用的是搭赠、买赠、降价、堆头、开瓶费等手段;宣传上除了地产的通化和长白山经常利用电视等媒体进行广告拉动外，其它品牌鲜见。所有品牌对酒店服务员的培养上都欠缺，大多数品牌只注重给予酒店服务员开瓶费促进其销售积极性，忽略了栽培、帮助、教育其学习葡萄酒专业知识，比如葡萄酒种类、饮用方法、如何开酒等。

(二)影响消费者选择葡萄酒品牌的主要因素：

调查表明，影响其购买葡萄酒的因素有许多种，但最重要的是口感和产品知名度。在被调查者中，有75%的人认为口味是主要因素，它也是决定消费者是否重复消费的重要条件，好的葡萄酒饮用后给人的感觉很愉悦，是一种美的享受;有73%的消费者认为，知名度高的品牌其产品质量有保证，尤其是商务人士和公务员比较突出，在选择品牌上通化、长白山、张裕、长城提及率最高;调查中对价格敏感的占43%，这部分消费者主要是中低收入人群而且主要是个人消费。许多消费者表示，葡萄酒是近几年才走入寻常百姓家的，随着社会的发展，人们生活水平的提高，以及保健意识不断增强，葡萄酒越来越被认知。这两年媒体上经常报道某些葡萄酒不合格，让消费者无所适从。因此，口感、品牌和价格是影响葡萄酒消费的三大因素。

(三)小结

调查表明，目前葡萄酒在长春酒类市场中所占市场份额很小，刚刚超过10%;但是随着各葡萄酒厂商的努力和媒体的传播，消费者在选择葡萄酒时不再盲从，对品牌越来越关注。从消费量上看，目前长春葡萄酒市场大有潜力可挖，各葡萄酒厂商在市场运作上还未真正成熟完善起来，为葡萄酒制定新的的营销方略势在必行。调查表明，目前葡萄酒的主要消费群体是收入较高的中青年人，这部分人的消费心理已基本成熟，消费更加理性，对产品的内涵和文化底蕴更加关注，但对葡萄酒的消费知识还比较匮乏。

加强销售管理和销售队伍建设是当前葡萄酒厂商做好市场的前提。良好的销售管理和一支优秀的销售队伍是任何营销方案能够顺利实施的基础，甚至可以说，是否能够具备良好的销售管理和一支优秀的销售队伍，直接决定了各品牌葡萄酒的销售额。开发市场必须重视销售渠道、销售网络建设，葡萄酒厂商如何良好地引导和管理终端渠道，将直接关系到市场的成败。目前长春葡萄酒市场尽管增长速度比较快，但是消费者对于葡萄酒的认识、葡萄酒的消费行为都还是处于一个相对不成熟的阶段。各厂商在进行市场拓展工作时，应当采取产品销售与知识营销相结合的策略，以产品销售工作为中心，以知识营销的理念推动产品销售，并以此与消费者建立起稳固的战略性营销关系，使顾客成为各品牌葡萄酒的忠实消费者。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com