# 开展活动调研报告7篇

来源：piedai.com 作者：撇呆范文网 更新时间：2024-04-15

*对于调研报告，大家一定要遵照上级的命令，制定出可以执行的调研计划，调研报告的撰写通常需要对数据的搜集、整理和分析，确保结论基于可验证的证据，以下是职场范文网小编精心为您推荐的开展活动调研报告7篇，供大家参考。开展活动调研报告篇1一、调查目的*

对于调研报告，大家一定要遵照上级的命令，制定出可以执行的调研计划，调研报告的撰写通常需要对数据的搜集、整理和分析，确保结论基于可验证的证据，以下是职场范文网小编精心为您推荐的开展活动调研报告7篇，供大家参考。

开展活动调研报告篇1

一、调查目的

大学生是新新人类，对新鲜事物比较好奇，为了揭开网购的真实面目，让更多的人了解网购，对在校大学生进行此次调查。

二、调查对象及方法

1、调查对象： 青岛理工大学经贸学院（由于调查的困难性，选取了本学院进行调查）

2、资料收集方法： 采用问卷调查方法调查。向所取得的样本中的个体发放《大学生网上购物问卷调查》了解学生关于上网购物基本情形和情况。

3、调查方法：对经贸学院的全部学生（限于三年级以下）进行分层，分成大一，大二，大三三层，在总体中抽取容量为60的样本，在每层中进行系统抽样，根据每层样本量占总体的比重，在三层中分别抽取容量为22，22，16的样本。随机选定某一学号后，间隔10进行抽样，得到样本。

三、调查的内容：

（调查问卷附在最后一页）

四、调查结果分析

以95%的把握推断经贸学院中网购人数比例范围为45。36%～70。44%

2、在没有在网上购物的同学中，有近50%的同学认为网购不安全，而在有过网购行为的同学中有97%的同学觉得网购值得信任。另外，在前者中有92%的人会尝试网上购物。

3、在网购人群中，因为节约费用而选择网购的占网购人数的62%，还有一部分同学是出于好奇和寻找新奇商品而选择网购。在众多的购物网站中，消费者该如何选择呢？有48。57%的网购者会把网站商品是否齐全作为他们选择购物网站的主要标准。其中，淘宝网名列前茅，有87。3%的同学选择在淘宝购物。

4、大家都在网上买些什么呢？经调查，数码产品位居榜首，占到总消费的37。7%，其次是服装27。87%，在网上买书也是个不错的选择，占到总数的19。67%。相比之下，由于食品的特殊性（保鲜等问题），却几乎无人在网上购买食品。

6、在网购过程中，难免会遇到一些困难，其中主要困难是商品描述不清楚，达到45%，其次是商品数目繁多和网站太多，网上市场太杂乱（21%），网购市场有待进一步提高。

五、调查结果总结

通过上述的调查报告，说明大学生在网上购物还不是很普及，但潜在很大的发展空间。阻碍他们开始网购的主要是安全因素，只要他们认为网购值得信任了，网购的方便，省时，商品齐群等优点一定会吸引绝大多数的人开始网购。目前，人们在网上消费的商品种类具有一定的局限性，网购要想得到更快更好的发展，就要优化购物体系，打破这种局限。

购物网站是一个很好的平台，他能让我们实现资源共享，在网上我们可以找到最便宜的，质量最好的，最时尚的商品，坐在家里就可以买到世界各地的商品，未来网购一定会成为人们的主要购物形式之一。

开展活动调研报告篇2

大学生旅游市场调研报告课程名称：\_\_

市场调研与报告班级：\_\_

市场营销三班小组成员：\_\_

指导教师：\_\_

目录摘要

一、引??

二、研究方式与方法

（一）研究方式

（二）研究方法

三、研究结果分析

四、局限与警告

（一）局限

（二）警告

五、结论与建议

（一）结论：大学生旅游市场特征

（二）建议：大学生旅游市场开发策略8

摘要：此调研报告以\_\_职业技术学院的学生为调研对象，运用直接访谈法和调查问卷法进行随机调查并统计相关数据进行分析，挖掘大学生旅游需求，开发大学生旅游市场提供可行建议。

在调研中，我们主要调查了大学生的旅游意向，旅游消费方式，旅游制约因素，旅游地点和时间选择等问题。

数据搜集后，我们统计好数据并用excel软件进行数据分析，统计调查结果。调研结果显示，大学生旅游市场，前景广阔，有很大的市场潜力，我们选择性的为旅行社提供了一些可行性的营销建议，希望能对发大学生旅游市场提供帮助，更好的推动旅游业的发展。

由于资金、人员、时间等多方面的限制，我们的样本代表性存在不足，结果具有一定局限性。

从数据分析我们得出以下结论：

a、大学生对价格有较高大的敏感性，价格成为影响大学生旅游决策的主要因素。

b、在饮食方面，大部分大学生对饮食的要求并不高，干净卫生、价格适中是前提，其次是营养全面。

c、大部分大学生有着强烈的旅游需求，出游频率较高。

d、学生旅游动机主要集中在丰富人文知识，陶冶情操，包括享受自然风光，了解异地的历史古迹，体验异地民俗民风，开拓眼界等，其次是娱乐放松、希望结识新的朋友等。

e、大学生是个特殊的群体，崇尚自由，自我意识较强，且时间充足，因此更喜欢灵活自主且经济实惠的自助游。

从结论中我们得出以下建议：

a、提升传统旅游附加值，结合电子商务，形成大学生旅游的新模式。

b、推出多种符合大学生需求的旅游产品。如：修学旅游、体育旅游、探险旅游、生态旅游。

一、引??

随着社会发展，人们生活水平的提高，旅游消费逐渐成为人们的消费热点。中国的旅游人数在1994年到20\_\_年间共增长了3.56倍，达2610万；而且增长速度不断加大。在旅游市场中，大学生是整个旅游市场中独立的一部分。

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，具有更多的冒险精神和追求理想，这些因素促成了大学生的旅游热。随着我国高等教育规模的不断扩大，当今全国高校数量已达2000多所，在校生人数超过2000万人，可见中国的大学生旅游是一个巨大的市场。

同时，国内的旅行社达1. 9万个，大学生旅游市场属于完全竞争的买方市场，竞争非常激烈；而大学生相对与其他群里而言，较少选择通过旅行社途径旅游。此次调查以\_\_职业技术学院的大学生为调查对象，目的在于：为了解大学生旅游市场状况提供最直接、最有效的数据，为旅行社提供可行的建议，挖掘大学生潜在需求，开发大学生旅游市场。

二、研究方式与方法

(一）研究方式：采用问卷调查的方法，对\_\_职业技术学院的学生进行了随机抽样调查，同时结合访谈法，内容涉及被调查者的个人基本情况、旅游时间，旅游动机、旅游产品偏好，出游方式等。调查共发放纸质问卷60份，网络问卷54份，共回收问卷114份，回收率达100%。在本次调查中，受访在校大学生男生47人，占样本总数的41.23 %，女生人数67人，占样本总数的58.77 %。

（二）研究方法：采用文献资料、问卷调查、直接访谈法和数理统计的方法。

三、研究结果分析

（一）旅游时间图1阻碍大学生出游原因图图2大学生出游频率图图3大学生旅游限制条件图调查结果显示，不定期旅游的学生人数比例为48.25%，每学期至少出游一次的学生人数比例为23.68%。说明大部分大学生有着强烈的旅游需求，出游频率较高。在限制出游的条件中，有61.4%的学生是因为闲暇时间不够而放弃出行，并在访谈中很多学生也提到出于经济因素的考虑，他们不愿意在外逗留时间太长。所以应该多进行短期旅游，不定时的开展大学生优惠旅游活动。

图4旅游地范围图图5旅游动机图调查显示，对待旅游目的地的选择。占样本总数98.25%的112人偏向于全国各地，选择省内的有44人，占样本总数的38.6%，选择市内的有25人，占样本总数的21.93%，周边省市游共32人，占样本总数的28.07%。在访谈过程中，大学生偏好于名山大川、园林景区、海滨沙滩等自然景观，调查结果表明，大学生旅游动机主要集中在丰富人文知识，陶冶情操，包括享受自然风光，了解异地的历史古迹，体验异地民俗民风，开拓眼界等，其次是娱乐放松、希望结识新的朋友等。在旅游产品偏好上，自然旅游资源上在校大学生旅游产品的开发设计中应该占据重要地位。对旅游目的地的选择表明大学生旅游已不再局限于市内，而拓宽到省内、全国游，反映出在校大学生的旅游需求与决策的变化趋势。

（二）旅游决策影响因素图4阻碍大学生出游原因图图5饮食需求图图6花费情况图图7向往住宿地图调查结果显示，学生对价格有较高大的敏感性，价格成为影响大学生旅游决策的主要因素。74.56%的学生认为外出旅游，首先会考虑的就是价格，其次依次是住宿、饮食、交通等。44.74%的大学生认为住宿是旅行中花费最多的，57.02%的大学生偏好商业名宿，81.58%的大学生更注重价格，选择当地民宿和青年旅社，只有极少数的学生选择拥有豪华、完善配套设施的星级酒店。在饮食方面，大部分大学生对饮食的要求并不高，干净卫生、价格适中是前提，其次是营养全面。当然，如果旅游目的地有独特的风味小吃和饮食，则是他们的首选。

（三）旅游方式图10出游方式图图11出游人员图在出游方式上，32.46%的学生选择自助游，24.56%的学生选择旅行社包价旅游。可见，大学生是个特殊的群体，崇尚自由，自我意识较强，且时间充足，因此更喜欢灵活自主且经济实惠的自助游。大部分学生不喜欢随团旅游，一是因为受经济条件所限，二是因为旅行社提供的旅游产品在服务质量、服务水平上难以满足学生的需要，针对大学生这一消费群体的旅游项目极少。在出游同伴的选择上，70。18 %的学生选择与同学和朋友结伴而行，，愿意单独出游的9.65 %。这说明大学生出游具有明显的群体性，更希望与同龄人沟通，进行独立的社会活动。

四、局限与警告

（一）局限：在调查的过程中，由于我们的宣传力度不够，以至于回收的样本数量太少，问题也比较片面，建议也比较少，不够深入，没有从深层次了解大学生真正的想法，得到较好的建议。

问卷投放范围比较窄，填写问卷的人群主要存在于大一、大二之间。

（二）警告：在以后，在涉及此方面的调研，应注意以上问题。

五、结论与建议

（一）结论：大学生旅游市场特征大学生旅游市场是旅游市场的一个特殊细分市场，它具有较明显的消费群体特征雷同的特点，这使企业在开发的过程中易于降低开发成本。但同时它还有着区别于其他旅游细分市场的特征。

1、注重价格，讲究性价比，相对更加重视旅游经历。根据调查显示，大学生对价格较为敏感，74.56%的学生认为外出旅游，首先会考虑的就是价格，其次依次是住宿、饮食、交通等。旅游过程中对物质要求不高，讲究经济实惠，特别是吃、住方面只要得到基本满足即可。

2、旅游目的地的选择以短期、自然风景类为主。此外，大学生对外面的世界充满好奇，更加重视旅游过程中的经历和感受。调查显示，绝大多数大学生旅游动机为丰富人文知识，陶冶情操；因此，体验型，学习型、探险性的旅游产品需要进一步开发。

3、出游方式多以自助群体为主。大学生自我意识较强，更喜欢灵活自主且经济实惠的白助游，同时，大学生出游具有明显的群体性，更希望与同龄人沟通，进行独立的社会活动。

（二）建议：大学生旅游市场开发策略对大学生旅游市场开发建议采取，现有市场以新产品为开发策略，采用差异化市场策略，推出多种信息产品和服务，并配以多种宣传促销旅游市场开发建议采取。

1、提升传统旅游附加值，结合电子商务，形成大学生旅游的新模式。大学生对电子商务的运用有巨大的潜在需求，旅行社应针对大学生群体，推出电子商务模式提升服务的附加值。同时，提出“大学生体验旅游”的概念，如社团主题活动与旅游的结合、朋友与旅游的结合、假期社会实践与旅游的结合。对热点就业城市的考察与旅游的结合等，以此为切入点，亮出独有的模式，吸引大学生群体的试用与体验，从而形成使用电子商务的新习惯。

2、推出多种符合大学生需求的旅游产品。推出多种有特色的旅游产品，满足大学生旅游者的需要，这是从根本上有效地开发大学生旅游市场的途径。基于大学生心理和生理的特点，以下旅游产品值得关注：

a、修学旅游：许多大学生把闲暇时间作为增长知识、开阔视野的时机，他们出游常常带着—定的学习目的。旅行社可设计一些学习目的较强、能增进社会实践经验和开拓眼界的修学旅游，如英语学习的夏令营、革命根据地的考察游、少数民族地区的文化采风游等等。

b、体育旅游：大学生精力充沛，活泼好动，多数酷爱体育运动，可根据这— —特点开展具有健身和娱乐性的旅游活动，如滑雪、游泳、冲浪、沙滩排球、真人cs等。

c、探险旅游：大学生追求个性化，好奇心重，喜欢进行探险或令人惊心动魄的旅游活动。旅行社在安全有保障的条件下，可开展漂流、攀岩，探秘、户外野营等探险旅游活动，大学生可向旅行社租赁器材设备等。

d、生态旅游：新时代的大学生环保意识很强，许多高校还成立了环保社团。旅行社针对大学生崇尚自然、保护环境的心态，设计生态旅游产品。

开展活动调研报告篇3

幼儿园妇女节观察记录《三八节，妈妈们的节日》《三八节，妈妈们的节日》是一篇幼儿园妇女节观察记录，孩子们开心的笑脸也感染到了我，和一群天真的孩子在一起真的感到很幸福。

3月8日是妇女节，这天就是妈妈们的节日，幼儿园是个女性大集体，这个节日就显得尤为重要。我是第一次过真正意义上的妇女节，以前当这个节日到来时，我总觉得这个节日与我是无关的，我一直认为做了妈妈的女人才能过这个节日，看来以前的我还是很幼稚的。工作后的我就是大人了，不再是学校中的孩子了，也就名副其实的成了一名小妇女了。

我曾问过小朋友：你知道三八妇女节是什么节日？有些孩子很聪明的就回答出是妈妈的节日，而仍有部分小朋友似乎没有这个概念，说不出个所以然来。

于是我就对孩子们说：三八妇女节是妈妈的节日，妈妈这么辛苦的照顾你，在过不久就要到这个节日了，你们准备送妈妈什么礼物呢？孩子们最纯真的反应就是给妈妈吃好吃的，买东西送给她，其他的小朋友想不出到底送什么东西给妈妈于是就坐在一旁听着有意见的小朋友说。而我就帮着小朋友们想办法:或许妈妈不要求宝宝们买东西送给她，宝宝们可以自己做贺卡送给妈妈，在贺卡的封面画上最美的画，妈妈看了一定会喜欢，你们也可做一个乖宝宝，让妈妈放心的去上班，回家后宝宝们可以帮助妈妈做些家务，做一个孝敬宝宝，妈妈会高兴的认为宝宝长大了！等到节日到的那天一定要给妈妈一个惊喜，除了妈妈要过节日，奶奶、外婆、阿姨、姑姑都要过节日的哦。

不错，保持这种状态一定可以。周六的庆祝活动大家玩的很高兴，游戏非常有趣，充分锻炼了我们的身体，而且通过游戏也增进了大家的友谊，我们支持友谊第一，比赛第二的口号，我们不追求有多好的成绩，我们注重的是姐妹之间的感情。

孩子们开心的笑脸也感染到了我，和一群天真的孩子在一起真的感到很幸福！

开展活动调研报告篇4

一、企业文化培训阶段

通过公司的企业文化培训我深刻体会到公司始终本着“以人为本”的管理理念，在为顾客提供良好服务的同时也尽心尽力地从员工的角度出发，为每一名员工都提供一个良好的工作环境。我觉得公司的企业文化培训可以让一个员工更好地了解公司的基本概况，能够提升一个个员工的归属感，特别是百丽国际始终倡导一种一个口号“百丽人一个人”的管理理念，这会让每个员工都有种加入大家庭的感觉。经过企业文化培训我了解到百丽国际创立于1992年的3月8日成立的，之所以选择这个特殊的日子是因为公司的也无主要以女鞋为主，而这一天又刚好是广大妇女的生日，从这一点就可以看出百丽国际“以人为本”的服务理念。20\_\_年5月2日这个日子对于每一个百丽人来说都是一个值得纪念的日子，因为这一天百丽上市了，从此成了一个强大的上市公司，从\_\_年开始百丽的业务就突飞猛进，在女鞋市场一直名列前茅。百丽国际的用人原则也是值得很多公司学习的，那就是“能者上，平者让，庸者下”，为了能更好地发挥每个员工的绩效作用，百丽采用的是公平化的业绩与考试相结合的考核方式，基于这种理念，百丽办公室有百分之九十的员工都是从一线提拔上来的。

二、神秘顾客调查阶段

神秘顾客调查是我们作为一名顾客去亲身体验公司的一线服务，从中发现问题并提出解决方案。作为一个神秘顾客我们深刻体会到品牌的巨大作用，体验到了上市公司的高标准、高质量的服务。但同时我们也发觉公司存在一些问题：如迎宾打招呼过于生硬、机械，甚至没有迎宾和送宾;二拍一、多对一的服务意识差，常常忽略顾客;缺乏主动性，被动介绍产品;没有做到跟踪服务，对试穿效果没有进行赞美;缺乏微笑服务、团队协作性有待加强;专业知识比较薄弱;蹲式服务不够规范，甚至没有主动采用蹲式服务等。针对以上问题我们也提出了些解决方案：培训或各种竞赛时加强对二拍一意识的宣导，进行现场演练;同时灌输蹲式服务的重要性;加强产品知识的培训、举办竞赛;实行岗位责任制，加强店长的宣导、帮带、监督作用;举办各种团队活动增强团队意识、协作能力;把发现的问题分阶段重点抓、重点解决。同时从神秘顾客调查的42项中了解到了原来当一名导购员不是这么简单的，对一名合格的导购员有了一定的概念。

这对之后的销售工作以及营运工作有一定的帮助，让我们能够清楚的明白作为一名导购员应该做什么，怎么做以及不应该做什么。在神秘顾客调查的过程中，还体验到了团队的精神，体验了收获的过程。让我们明白团队协作的重要性。在作为顾客体验的时候明白了导购员服务是很重要的，有时候顾客所买的就是服务。从调查中也学到了很多东西，比如服务八项规范、皮料的护理、怎样向顾客介绍卖点等等，虽然还只是纸上谈兵，但能站在顾客的角度去看问题，为接下去的店铺实习以及营运工作做了很好的准备。

三、实习导购阶段

在我们这种没有任何实践经验的实习生印象中，做销售应该是件很轻松的工作，顾客来了就上前搭理两句，又没人管又没人看的，对顾客嘛，看自己的心情，好的话和你多聊两句。但是当自己身在其职时才体会到个中的滋味。上班时，就算心情再不好，也要学会整理自己的情绪，收起那份苦脸，然后以最甜美的笑容来迎接客人。而销售技巧则是另一大学问。首先，从顾客进门开始，要先打量顾客，从其穿着打扮及言谈举止初步的判断顾客的品味，接着根据你的判断推荐适合她的产品。不过，要达到这种境界，需要实践的锻炼与经验的积累，绝不是一朝一夕即可练就的。做为一名销售人员，遇到蛮横不讲理的顾客是在所难免的。由于工作性质的特殊性，可能要比常人有更多的忍耐力与包容心。同时我们在店铺实习时了解了一线的具体操作流程，pos系统的运用，基本的皮料辨别与护理，三包的相关内容等，在一线积累的经验为我们后期到办公室实习奠定了基础。

四、营运主管实习阶段

作为一名营运主管我们必须得明确自己的定位问题，始终保持一种理念那就是作为一名营运主管必须把把自己的工作重心放在一线店铺身上，必须得时刻关注员工动态，做好人员的安排。作为一名营运主管在下店之前必须得明确下店的`目的：帮助店铺员工发现店铺所存在的问题并协助他们一起改进或者是把自己当作一名店员，协助店员一起完成工作。而在下店的时候主管需特别注意巡店流程(调整状态、店外观察、进店打招呼、反馈店外观察信息、实地检查、填写主管巡店卡、沟通与反馈、激励离店、上报巡店情况、后期跟进)中的店外观察，只有通过店外观察我们才能清楚这几店铺需要改进的问题，因为这是时才能反映一个店铺的真实状态。还需要注意与店长、店员的沟通技巧让他们能心甘情愿地接受主管反映的问题，还需要注意后期的跟进，这样才能使一家店铺真正进步。

五、陈列培训实习阶段

在陈列培训阶段，我们的师傅会比较注重培养一个人的自主处理事情的能力，所以每次下店都是叫我们自己一个人去抽查。主要分为三个方面：

第一，下店抽查员工的产品知识，通过下店抽查员工的产品知识首先可以了解到员工的产品知识掌握情况，;其次不仅可以锻炼我这个新人的勇气，树立自信心，还可以让我们对渐渐地掌握产品知识。

第二，检查陈列细节的维护问题，通过检查成列维护深刻体验到细节决定一切的思想。同时也发现每个店铺都存在一些共性问题，针对这些问题我做成了ppt报告以利于后期个店铺的改进。

第三，参加现场培训，这是我们无奈第一次作为一名讲师来培训别人，这样的方式充分锻炼了本人的勇气，树立自信心并且深刻体会到要做好一次培训必须时刻注意时间的把控问题还有现场气氛的把控的重要性。

结束语：

百丽暑期社会实践奖学金活动为我们几个在校大学生搭建了通往知名企业实践学习的平台，更为重要的是百丽让我们用各种形式形式来回顾、思考和提升自己在参与社会实践过程中的收获和成长，并利用自己的专业知识为企业发展把脉和提出解决良方。在实习过程中，我们针对自己体会和感受，及对百丽的现状，从不同角度总结，为企业提出可行性建议和意见，获得了百丽公司相关人员的肯定。对于在校大学生来说，在具备了一定的理论知识之后，我们缺少的往往只是一个实践的平台。

而通过这种校企合作的形式，我们可以得到锻炼，弥补这方面的不足，为将来步入职场做好准备。在实习的过程中，我们学会了以一个职场人的身份来定位自己，要求自己。更重要的是，通过实习的机会，我们懂得了如何把理论运用于实际，用理论来指导实践。同时我们也尽自己所能为公司提出可以改进的建议，为公司更好地发展贡献自己的一份光和热。此次暑期社会实践活动真正实现了“校企合作”的学校与企业的双赢。

开展活动调研报告篇5

从4月13日开始，宁夏银川金凤区农机局组织专人，深入到乡镇农机站、村、农机企业，召开了由农机销售大户、维修大户、农机手及有关部门负责人参加的座谈会，听取了基层农机管理人员和农机从业人员的意见和建议，对基层关心的有关问题进行了当场解答，宣传了有关农机化发展的政策和法规，摸清了该县农机化发展的现状及存在的主要问题，并探讨分析了需要上级出台的优惠政策。

1 金凤区农机化工作现状

1.1农机装备总量持续增长，机械化作业能力显着增强

近年来，金凤区农机推广成效显着，农机总动力迅猛增加，截止\_\_年底全县农机总动力25.60万千瓦，农机总值1.90亿元，分别比\_\_年增长6.80%和9.20%;新增各类农机具1 872台(套)。农机装备水平相应提高，主要体现在：一是大型、多功能机械越来越多地走进千家万户，受到农民群众青睐;二是产中机械迅速得到普及，农机已取代牲畜成为产中作业的主力，并出现了一批专门从事农机作业的专业户;三是机械更新改造力度加快，一些尝到农机甜头的农机大户开始注重机械的更新换代。农机装备水平的提高、功能的改进，促进了农机化作业能力的进一步增强。\_\_年全县小麦机播、机耕、联合机收三项机械化作业水平分别达到85%、95%、80%，小麦生产已基本实现机械化。此外，玉米生产机械化也走上良性发展轨道，当前全县玉米联合收获机保有量已达24台，玉米联合机收面积有相当程度地增加。

1.2农机作业经济效益、社会效益日益显??

随着农机化事业的发展，越来越多的农机户享受到丰厚的回报，仅以小麦联合收割机跨区作业为例，200台机械一季作业就可创收300万元，经济效益相当可观。农机已成为农民增收致富、农业、农村发展的一条重要途径。

1.3农机安全监管力度不断增强，平安农机建设成效显??

\_\_年以来，金凤区农机局坚持立足源头抓农机安全生产，积极为机手保驾护航，优化环境服务，推动了农机安全监理工作的健康开展。一是强化了农机手教育培训，加强了乡镇(街道)农机站、村级组织建设。二是坚持源头治理与田检路查相结合，强化监督管理，坚持重心下沉，工作前移，主动上门为机手服务的同时，深入农机作业场所，查究违章行为，创造了良好的农机安全监管氛围。三是“文明监理，优质服务”活动深入开展。为更好地服务涉农对象，根据工作实际、业务特点和农机季节制定灵活的工作措施，对在三夏、三秋农忙季节、瓜果蔬菜销售季节以及参与水利、道路、城市改造和重点项目建设的农用车辆，在确保安全的前提下，一路绿灯。在优化环境问题上，他们始终把握方向，超前考虑，落实到位，提高了工作效率，随时倾听群众意见，有针对性地改进不足，取得了服务质量上的新跨越。

2 当前金凤区农机化发展中存在的困难及问题

虽然金凤区的农机化事业获得了长足发展，保持了健康快速发展的良好态势，但他们仍需清醒地看到，该县农机化发展仍存在诸多困难、问题，突出表现在：

2.1农机阵地建设还需要进一步巩固。部分乡镇农机站的办公场所被挤占、挪用，致使正常的业务工作无法有序运转，农机科技推广后劲不足，服务职能有待改进，政府资金和政策扶持力度仍需加强。2.2 该县农业机械化大多局限于传统耕、耙、播收等产中服务，服务产业链有待延伸，需在农产品深加工机械化和产后服务上大做文章。

2.3农机手安全意识相对淡薄，农机安全生产形势仍相当严峻，存在着一定隐患。

2.4农机装备结构还需进一步优化。目前存在的较为突出的问题是农机装备结构还不是十分合理，小型机具多、大型机械少;功能单一型机具多、复合式多功能机械少;动力机械多、配套机具少，成为制约发展现代化大农业的瓶颈，玉米收获机械亟需发展。

2.5农机化投入不足，农机推广、培训缺乏经费;农机作业市场混乱，管理不力;农机服务组织化程度低;对农民购机支持资金不足，农民购置大型农机仍较困难。

3 农机惠农补贴资金助力“三农”发展

在实地调研中，他们深切感受到农民对农机补贴政策的高度赞誉。\_\_年以来，中央、省农机购置补贴我县资金：\_\_年20万元、\_\_年20万元、\_\_年60万元;市级创新示范工程资金：\_\_年8万元、\_\_年7万元、\_\_年8.60万元、\_\_年8.70万元，市级农机购置补贴资金8万元，通过实施农机财政购置补贴项目，使该县玉米机械联合收获和秸秆还田技术迈出了可喜的步伐，取得了新的进展。在项目实施过程中，他们严格按照省、市、县政策要求，广泛宣传发动，严格程序，做到实施方案公开、报名程序公开、报名结果公开，阳光操作，公平公正，达到了政府放心、领导满意、群众欢迎。

近年来，国家实行购机补贴政策，广大农民非常欢迎。在调研中，农机手对购机补贴政策提出了一些意见和建议。他们认为，补贴额度太少，补贴机械种类单一，难以满足农民购机需求，国家对经济欠发达地区在补贴政策上应予倾斜，在补贴机具种类上适当放宽，以利于适合当地实际，群众认可的多功能的`中小型农机具能够进一步普及。广大农机手还希望金融部门在信贷方面给予方便和优惠。

4 金凤区农机化发展需要上级出台的优惠政策

面对当前存在的问题，建议尽快出台一系列有关农机化发展的优惠政策，改变基层农机人员被任意调配的状况。切实增强加快发展的责任感、危机感，进而增强紧迫感与使命感，全面推进该县农机化事业快速健康发展。积极争取上级支持，努力营造宽松的农机科技推广氛围，让上级在财力允许的情况下给购买大型农机的机手提供更多的资金和政策上的扶持。因为：

4.1围绕农村产业结构调整，积极引导该县农机结构实现战略性调整新突破。要下大力气结合该县农民需求、农业实际，制定适合该县生产实际的农机结构调整方案，积极引导农民购置高技术、多功能、多用途的机械，并适当发展其他亟需发展的多样化机械，力争使农机化事业的发展为该县农村产业结构的调整提供强有力的支撑，起到“加速器”的作用，

4.2创新服务模式，改进服务手段，重点在农产品深加工机械化和产后服务上做文章。要有意识地引导农民将购买机械的重点转移到产后服务上来，并积极研发本地适用的农产品加工机械，做好机械的选型定型，注意培植典型，促使产后服务特别是农产品深加工机械化的迅猛发展壮大。

4.3设立农机化推广、培训专项经费;政府协调各有关部门，赋予农机管理部门必要的管理手段，加大对农机作业市场的管理力度，规范农机中介组织行为，维护广大农民和农机手的合法权益;大力扶持农机大户发展，使农机大户成为农机社会化服务体系的重要组成部分;加大对农民购机的政策支持，增加购机补贴金额，出台购机贷款优惠政策，促进农机化事业发展。

开展活动调研报告篇6

手机作为我们日常生活中的一个常用的交流工具，在现代生活中，也扮演着越来越重要的作用，同样，也很少有人会离开手机。因此在中国手机市场的发展潜力是巨大的，国内外手机的各个品牌都想在中国这个巨大的市场上分得一杯羹。而作为大学生的我们正是这些手机商家们所重点关注并开发的领域——

关键词：手机 中国 大学生

一、调查报告概述

本次论文调查报告以重庆&&大学主校区学生为主，以问卷形式给出 ，由于正值暑假，采访对象主要是在相同宿舍(男：北4. 女：北6.）

二、问卷调查结果分析

(一) 、调查对象比例分析 xy 男 女

大一 0(0.00%) 0(0.00%)

大二 4(9.30%) 6(17.65%)

大三 29(67.44%) 25(73.53%)

大四 10(23.26%) 3(8.82%)

小计 43 34

由图可以看出，调查的对象主要集中的大三的学生中，这是因为大三的学生比较具有代表性，大三的学生对大一和大二的学生的消费观念及购买观念都

有很深刻的影响，又不同于大四的学生，面临工作，需要更好手机，对手机的求更是不一样。大三的学生在校收到大学的氛围影响比较大，其价值观和消费观更是带有隆重的大学生特点。所以，选择大三的学生更能够代表此次调查的目的性，更能够反映数据的意义。

此次调查中，大三的学生占到了70%，使得更加具有代表性，其使用的手机类型，使用的工具和方式都能够比较准确的体现一个大学生的所需。其中，我们可以知道，男女比例是相对稳定的。这样的结果也是问卷准确性的要求。 (二) 、男女对手机款式的不同要求分析

男女存在比较显著的审美观和价值观的差异，所以研究男女对手机的需求，不仅仅是有助于市场的发展，同时有利于培养各自的消费态度和增进对异性的需求了解。

由图可以看出，男女对不同手机款式的需求是大不一样的。其中，男生对于直板手机的需求占到了62.79%，而对于翻盖手机的使用却是2.33%，女生却有14.71%的女生使用翻盖手机。使用滑盖手机的比例男生是：18.6%，女生是：

23.53%。相对而言，女生的滑盖使用者多于男生。触屏手机的使用者男生比女生多5%左右。

我们可以看出，男女对于直板手机的偏好是差不多的。但是对于翻盖手机的喜欢却是大不一样的，女生比男生更加偏爱翻盖手机。在其他方面，男生都要比女生多。

（三）、男女对于3g手机的使用偏好

男女对于3g手机的使用态度也是不一的，并不是手机什么最先进就会都喜欢，所以对于大学生这一比较理性的消费者，购买是否是3g的手机也是值得分析。

由图看出，在男女生中，男生和女生使用3g手机的人数明显不如没有使用的人，造成这一现在的原因是多方面的：1、对3g手机不理解，没有形成消费购买意识。2、当前现状不需要，认为3g手机并不会给自己的学习生活产生多大影响。3、现在的经济能力不允许自己使用比较昂贵的3g手机。4、认为中国的网络通信技术不足以支持所谓的3g，消费者购买没有多大使用价值。5、其他原因造成其没有购买使用。

其中，男生使用3g手机的人数明显比女生多，这说明在女生的心目中，3g并不是一个非常重要的概念，而对于比较追求科技时尚的男生3g所代表的意义就比较重要了。在没有使用3g 手机的学生中，同样是女生比较多。女生在电子产品的追求方面是不如男生，这是一个明显的问题。加大3品的宣传力度，尤其是在女生心目中形成深刻印象成为该市场领域的非常重要的措施。

（四）、对于3品和功能使用的对比

或许有人购买了3品，但是其对于3品功能的使用情况却是不一的，这是值得分析的，既是对该市场发展的一个探索，更是对大学生消费者的购买意识的认知培养。买了，没有用，还不如不买。或者只是因为爱面子。这是个特别的话题，这里不说明了。 xy 是

有 8(38.10%)

没有 13(61.90%)

小计 21

xy

有 6(10.71%)

没有 50(89.29%)

小计

56

x=是否使用3g手机 y=是否使用3g手机功能

从中可以看出，购买了3g手机的同学，其使用了3g功能的微乎其微，购买了3g手机却没有使用功能的人占了大半。这是大家对3g了解不够，或者大家不需要。3g市场是个很有潜力的市场，也是电子产品，尤其是手机的发展方向，对于培养消费者的消费意识显得相当重要。对于大学生使用3g功能都是如此，对于其他的普通消费者更少。

（五）、对于手机品牌偏好的分析

大学生是个比较讲究个性和流行的消费群体，因此在手机的购买上突出的显示出了个人的特点。对于购买不同品牌的手机，其原因不一，这里不做深入讨论，只是对于手机的份额做出一定解释说明。

在接受调查的学生中，有41.6%的学生选择诺基亚，后面是三星，占到了19.5%，索爱手机占到11.7%。这些是名牌手机，其使用者相当的多，这是很正常的。大学生对于更多的，比如苹果，黑莓等手机的购买使用比较少，这也是这些高端手机缺失市场。相对于学生，使用这些手机是很奢侈的，也没有多少必要。因为手机在很短的时间内就会更新换代，学生购买手机通常不会局限在长时间使用，而是出于新潮等原因，这些我们后面会讨论到。这里，使用国产手机的人数也不少，同时使用非品牌机的人数也是不少，这说明大学生使用手机不仅仅是为了品牌，也会因为其他的原因购买。由于数据容量较小，所以得到的结果显得很单薄，但是也是具有代表性的。 （六）、购买手机价格的分析以及男女对手机价格的偏好分析

由问卷可以看出，我们对手机的价格分成了不同的档次，对于每个价位，大学生的偏好是不一样的。且男女对于手机的价格更是不一样。我们将对男女的不同进行检验判断，分析比较。

开展活动调研报告篇7

一、摘要

目前国内的网上购物市场(以下简称“网购”)已呈现出一派蓬勃之势。大学生凭借其得天独厚的优势和对新鲜事物的敏感度，使得“网购”朝着更加广阔和便捷的道路发展。但是对于“网购”也分为了两派，一派人热衷于网络购物，而其他人则对网络购物有一定的顾虑。针对于这种现象的出现，我们进行了小范围的市场调查，预测出武汉市大学生网购的相关数据，然后进行分析，得出调查结果。根据结果分析出网购存在的一些亟待解决的问题，并提出具体有针对性的改进建议。

二、引??

据中国互联网络信息中心(cnnic)《第十九次中国互联网络发展状况的统计报告》发布的信息，至20\_\_年6月30日，我国内地网民总人数已达3.23亿;其中，经常上网购物的约有3000万人，与去年同期相比，经常上网购物的网民增长50%，显示出这种新的购物方式的潜力。

作为大学生，随着网络和电子商务的发展，他们成为网络购物群体中的主体。他们往往扮演者引领社会消费趋势的角色，尽管在校期间没有收入来源，在消费能力上受到了限制，但大部分学生4年之后都会获得一份高于社会平均水平的收入。所以在校大学生一旦突破了资金的限制，他们将是未来网络的主宰力量，在网络购物方面，他们更具优势。因此，从分析可以看出，大学生是网上购物消费的潜在群体，他们对未来网上购物的发展趋势有重要的影响。而从网络购物者的文化程度来分析，上网购物的大学生已经达到总数的49.3%。基于这样一种思考我们对在校大学生进行问卷调查以期了解当代大学生网络购物的主要特征。

三、正文

(一)调查的背景：

互联网和通信技术的高速发展，使电子商务迅速普及。凭借互联网无地域限制的优势，消除了产品、服务供应商和需求者之间地与距离相关的障碍，我国经济正逐渐成为以互联网、通信技术为基础的新经济。现在越来越多的人为了方便节约时间，网上购物越来越贴近人们的生活，网上购物的模式在降低运营成本、方便快捷等方面的优势，大大降低了企业和个人的行业进入门槛，一时间网商如雨后春笋般纷纷涌现。网络购物的兴起，正悄然改变着社会的商业结构和生活方式。大学生作为对网络最敏感的人群，他们对网上购物行为接受很快，已经成为 网上购物市场上一股不可忽视的力量，对大学生网上购物的原因及满意度进行研究具有商业价值和现实意义。

(二)调查的目的：

通过此次调查有助于了解大学生网上购物情况，从中分析当代大学生对网购的接受程度及消费行为特征，并通过了解当前大学生对网上购物的看法、态度等状况，正确指导大学生网上购物消费行为，以及对我国当前网上购物的现状及网上购物未来的发展提供一些参考建议。

(三)调查方法和对象：

本次我们主要采取问卷调查法。首先，制作出调查问卷;然后，用随机抽样的方法向主要高校在校大学生发放纸质版问卷，进行问卷调查，然后对问卷进行了统计和分析，最后得出了结论和认识。

(四)调查结果及其分析：

1、大学生网上购物潜力巨大

通过本次调查显示，有网上购物经历的大学生占50%。而没有网上购物经历的大学生，其中只有7.8%的人没有浏览过购物网站。不难看出大学生在网上购物的市场潜力是巨大的!说明大学生对网上购物这一行为能够接受，并且接受的比较快。

2、大学生网购群体的性别特征

本次调查结果显示，有78%的女生曾选择过网上购物，而男生中这一比例却只有62%，明显低于女生。(如图表三所示)这可能是因为女生对新鲜比较感兴趣，喜欢追求时尚;而男生在这方面的需求或认识显然比女生要低，这可能是造成大学男生网购比率比女生低的原因，也反映了男女生不同心理需求。

(1)没有网上购物的原因：

调查显示，在没有购买经历的大学生中，没有尝试网购的主要原因主要有：商品问题、卖家诚信(例：假货，质量差)、货款的支付问题、商品的递送及邮费问题、售后服务问题、网络安全问题、观念难以转变、环境不允许等。其中，有50%认为商品质量低劣，认为售后服务差的占27.30%，有22.70%如此之高的比例认为网络欺诈使她们对网购望而却步。质量差是大学生对网购产品的主要意见。

(2)选择网上购物的原因：

调查显示，在有购买经历的大学生中，尝试网购的主要原因主要有：节约时间、节约费用，方便、送货上门，寻找稀有产品，出于好奇、有趣，时尚、款式新颖，受身边朋友影响，可以货比三家、没有营业员压力。而比例较大的是：节约时间、节约费用，方便、送货上门。

4、 大学生网购行为的特征

(1)购买的商品或服务类型

大学生在网上购买的商品和服务的排名依次是：服装类(78.3%)、图书音像(53.3%)、小饰品(38.3%)、生活用品(26.7%)、数码产品(20.0%)和其他类(5.0%)。

从调查结果来看，服装类、书籍音像类所占比例较大;其次小饰品、生活用品、数码产品也占一定比例。这体现了大学生在网购类型中以生活必需品为主，而且在学习用途(如图书)中所占比例也较大。与网上购物其他类型相比有所不同的是：对网上购买数码产品的接受程度显然还有待提高，其主要原因是：数码产品价值较高，消费者不太信任;由于数码产品的性质和别的商品不太相同，一般购买它时需要见到样品。这可能就是制约网上购买数码产品发展的重要原因。

(2)大学生网购消费金额情况

消费的金额主要是由生活水平所决定，而大学生并没有实际的收入，所以一般的消费金额主要集中在30-60段和60-100段，其中女生偏多。大学生网购消费金额普遍比较低，主要集中在30元-60元和60元-100元，男女生相比，在100-200元之间和200元以上，这两档男生的消费金额高于女生。

(五)网上购物存在的问题与对策：

1、网上购物的薄弱环节

调查显示，无论是否有购物经历的大学生都对网购存在一定的担心因素，他们普遍认为网购在很多方面还有待提高，如商品的质量(66.7%)、商家的售后服务(60.0%)、网上支付安全(46.7%)以及送货速度(31.7%)等以上调查结果说明，大学生在选择网上购物时还不能完全接受，尤其是对网上商品的质量还很不满意，在这方面还希望商家能够提供质量合格并且和网上差别不熟太大的商品;再者，商家不能认为一旦网上商品卖出后就与自身无关，还应提供较好的售后服务，以满足消费者的需求。

2、网上购物存在问题的对策

(1)加强网络商品的管理。调查发现, 很多大学生喜欢购买一些品牌商品, 之所以在网上购买, 就是看中了网络商品的价格低, 但是虚假商品的掺入使大学生受到欺骗, 从而失去了对网络购物的兴趣。因此必须加强对网络商品的质量的管理与鉴定, 确保商品的真实性。

(2)加强商家信誉度的管理。根据调查,很多购物网站都设立了信誉度的测评。比如淘宝会员在淘宝网每使用支付宝成功交易一次, 就可以对交易对象作一次信用评价。在交易中作为卖家的信用度分为20个级别,级别越高, 信誉度越高, 大学生在网上购物的过程中就可以通过信誉度来确定购买哪个商家的产品。

(3)加强法律法规的建设。伴随着网络购物的迅速发展, 有关于这方面的法律法规建设的步伐却显稍慢, 中国涉及到网络购物方面的纠纷主要依靠《合同法》、《消费者权益保护法》、产品质量保护法等法律调整, 而没有一部全国性的专门规范电子商务的法律法规。因此, 建立和完善网络购物方面的相关法律法规, 就赔偿责任承担主体、合同模式、权利与义务、纠纷处理机制、赔付途径等做出规定, 具有十分重要的意义。

四、总结

根据我们这次的调查也可以看出，大学生---这一未来的主要消费群体对网上购物的前景还是很看好的，说明网上购物这个市场还是具有很大开发潜力的，相关网站，企业和商家应提高宣传力度，同时对于网络管理与支付程序等不足加以改进。力求做到尽善尽美，以此吸引更多的潜在客户群体并且增加老客户的忠诚度。不仅让大学生这一群体了解 ，也要让广大民众参与进来，促进网上购物的发展。相信随着我国网络环境的不断改善和网民的不断增加，会有越来越多的企业和个人开展网络购物活动，也会有越来越多的网民加入到网络购物的潮流中来，我国的网络购物市场必定会越来越繁荣。

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