# 2024年调研报告格式(精选15篇)

作者：深秋的回忆 更新时间：2024-03-26

*在当下这个社会中，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。那么什么样的报告才是有效的呢？下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢!调研报告格式篇一为认真贯彻中央、省、州关于机构改革工作的有关部署，按照《机构改革方案》精*

在当下这个社会中，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。那么什么样的报告才是有效的呢？下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢!

**调研报告格式篇一**

为认真贯彻中央、省、州关于机构改革工作的有关部署，按照《机构改革方案》精神，根据中共省委办公厅省人民政府办公印发《关于深化市场监管等领域综合行政执法改革的实施意见》的通知文件要求，结合实际，在巩固前期改革成果的基础上，继续深化综合行政执法体制改革，与县级机构改革统筹推进、同步实施，进一步加大执法机构优化整合力度，提高执法效能。按照中央省市对综合执法体制改革的政策规定要求，我县稳妥有序地推进综合执法体制改革工作。

（一）优化配置执法资源，凝聚执法合力。坚持相对集中、优化整合的原则，将县相关部门的行政执法职责整合，组建县综合行政执法局，为县政府工作部门，负责全县综合行政执法的组织实施、综合协调和监督考核等相关工作。按照成熟一批，划转一批的原则，目前已划转到位自然资源管理（含规划执法）、城市管理、文化市场（除旅游执法）等执法职能，下一步，将按照中央、省、州有关要求，将生态环境、文化市场、交通运输、农业、市场监管等五领域的执法队伍逐步划转到综合行政执法局，逐步实现“一个部门一个机构管执法；成立综合执法大队，实行跨部门跨领域综合执法；有效解决了多头执法和推诿扯皮问题。

（二）完善执法体制机制，提高执法效能。坚持无缝衔接、协同高效，拟出台了《综合行政执法实施办法（试行）》，建立联席会议、信息共享、案件移送等行政执法与业务主管部门、刑事司法部门的协调配合机制，构成事前预防、事中检查、事后查处有机结合的长效监管机制；实行“局队合一”体制，统一以主管部门名义执法，压实对主管部门履行行政执法职责和加强队伍建设的职责；对执法规范、执法协作、执法监督、执法保障等方面作出明确规定，进一步理顺职责权限和运行机制，提高了行政执法效能。

（三）加强力量配备，优化人员编制。一是改变以往的重审批轻监管的管理方式，把更多行政资源从事前审批转到加强事中事后监管上来，并按照“编随事走、人随编走”的原则有序整合执法队伍，将人员编制向执法岗位倾斜。二是严把人员进口关，全面清理规范临时人员和编外聘用人员，严禁使用辅助人员执法。三是对执法队伍编制底数进行锁定管理，严禁挤占、挪用本应用于公益服务的事业单位编制，确保有足够的资源履行综合执法职责。四是按照“老人老办法、新人新办法”的原则，对干部职工作出妥善安排，不搞断崖式的精简分流人员。

（四）规范运行机制，提高执法效能。一是全面清理规范精简执法事项，实行行政执法事项清单管理制度，并依法及时动态调整。二是全面落实执法职责制，严格限制自由裁量权，建立健全权责明晰的监管执法职责体系和职责追究机制，大力提升执法效能。三是建立健全综合行政执法沟通协调机制、联席会议制度、案件移送制度、联动协作机制，加强执法协同，降低执法成本，构成执法合力。四是加快建设执法队伍，实行持证上岗和资格管理，提高执法人员业务本事和综合素质。五是加强综合执法经费保障，严格执行罚缴分离和收支两条线管理制度，规范执法程序和执法行为。

（一）现行管理体制有待进一步理顺。一是新组建的综合行政执法局与上级管理部门之间工作关系尚未理顺。我县把分属于不一样部门的执法职责和执法队伍整合到新组建的综合行政执法局后，原部门不再行使被划转的执法权，而州级又未组建综合行政执法机构，所以，各部门为了对应上级主管部门下达的工作任务和执法要求，在工作中仍与新组建的综合行政执法局存在较多职责交叉和衔接合作问题。二是管与罚界限不明晰，执法效果难以维持。实施综合行政执法改革后，行业审批、日常监管等管理职责在行政审批和行政主管部门，行政处罚权在综合行政执法部门。有的部门还混淆了管理和执法的性质，将监管职能转移到执法层，以罚代管，将压力过度集中于末端执法环节，导致管理权限和处罚权限简单割裂，前期管理跟不上，执法效果难以维持，管理和执法效率双低下，容易出现管理真空，造成新的推诿扯皮。

（二）缺乏有力的法律法规支撑。综合执法机构具备法律法规授权是实行综合执法的大前提。目前，我国有关综合执法的依据散见于《行政处罚法》《行政强制法》中部分授权性条款规定以及国务院制定的关于推进相对集中行政处罚权工作的一系列通知和决定中，各地综合执法机构的管理模式、执法范围不尽相同。

（三）综合执法横向联动配合不够。一是综合行政执法部门与职能部门之间信息共享不够。目前，信息资源共享平台尚未建立，综合执法机构与职能部门的信息不对称，影响了执法效率。尤其是在住建、规划、国土等领域，职能部门掌握着许可、验收、办证等关键信息，对违建案件的查处多来自群众举报或日常巡查，导致综合执法较为被动。二是执法机构与司法部门联动不够。综合执法部门在实际执法过程中常需要申请公安、法院协助强制执行。可是，公安警力和法院执行力量有限，申请程序复杂、环节多，造成部分阻碍执行公务的案件处理不及时，或部分申请执行的综合行政执法案件不能及时执行到位，这就削弱了综合执法的效力。

（四）综合执法队伍管理有待优化。一是综合执法人员数量不足，不能满足执法基本需求。县级普遍存在行政编制少的问题，虽然县级执法机构数量多，可是执法人员严重不足。大部门执法机构均为参公事业编制，有部门执法机构还是事业编制。随着城市框架拉大，城镇化工作不断推进，执法任务越来越重，所需执法人员也越来越多。此外，部分领域的执法专业性技术和专业知识要求较高，而职能部门存在只将执法职能下放，往往未将与这些执法职能相关的专业人员、设备、经费及时下放的现象，这就造成综合执法职责与现有执法力量不匹配。二是综合执法人员身份多样，不利于统一管理。在县级综合执法队伍中，不仅仅有行政编制人员、参公人员，事业编制人员，还有很多的工勤身份人员。这是因为在综合执法体制改革中，是按“编随事走，人随编走”的原则进行划转，同时为了维护改革的稳定，对部门的执法机构连人带编制整体进行划转。这样就造成了机构性质和人员身份的不一样。另一方面，执法人员身份多样，且来自不一样执法领域，缺乏综合执法学习和培训。综合执法要将多项行政执法职能同时聚合在一个部门，而不一样部门执法事项的执法依据、流程、处罚措施，甚至执法文书等都要求各异，这对于执法人员的本事素质是一项很大考验。

（一）理顺现行管理体制。一是省、州各有关行政主管部门在加强系统内部工作指导的同时，还要加强对综合行政执法部门的工作指导。如平日要加强对县级综合执法机构人员的法律法规知识和业务工作培训学习，指导并组织协调系统内各级行政管理部门做好与综合执法机构之间的工作衔接，减少不必要的工作量。二是改革应结合县级政府权力清单和职责清单“两单融合”工作共同推进。省、州相关部门应按照现行法律法规、规章要求，对各县（市、区）划转综合执法机构执法权问题进行研究和指导，异常是生态环境、文化市场、交通运输、农业、市场监管等五领域监管工作职责的部门应依法明确县级部门划转职权的标准和范围，统一授权或委托执法职权的样本，便于各县（市、区）执行操作。

（二）健全完善综合执法方面的法律法规。明确上位法，让综合行政执法工作有法可依。可经过从国家层面制定一部全国性的综合执法领域法律法规，打破部门立法惯例，从更高层次明确综合执法的职责定位以及执法主体、权限范围、执法程序等，厘清综合执法机构与各职能部门的关系，明确各层级政府的职责权限，坚决杜绝法外设权，从而促进综合执法工作依法推进、协调发展。

（三）加强行政执法与司法衔接。建立综合行政执法机构与公安机关、检察机关、审判机关信息共享、案情通报、案件移送制度，实现行政处罚和刑事处罚无缝对接。完善案件移送标准和程序，细化并严格执行执法协作相关规定。

（四）利用大数据手段加强综合执法机构和人员的规范化管理。推行“智慧执法”模式，充分利用先进的大数据手段加强对综合执法人员的业务培训和管理；建立持证上岗制度，并配备与执法任务相匹配的装备和设施，提高执法人员的法律素质、业务素质和执法水平。设置合理的执法人员的年龄结构，扩大执法人员新录用渠道，随着执法人员的新旧交替，引入高素质的专业执法人员，逐步提高执法人员素质。此外，利用综合治理平台、执法记录仪等手段，加强执法监督。严格执行处罚与收缴分离的法定原则，树立规范执法的良好形象。

**调研报告格式篇二**

2、客户（委托人）

3、调研公司

4、日期

内容目录

1、章节标题和副标题，附页码

2、图表目录

3、附录目录

执行性摘要

1、目标的简要陈述

2、调研方法的简要陈述

3、主要调研结果的简要陈述

4、结论与建议的简要陈述

5、其他相关信息（如特殊技术、局限、背景信息）

分析与结果（详细）

1、调查基础信息

2、一般性的介绍分析类型

3、表格与图形

4、解释性的正文

结论与建议

调查方法

1、研究类型、研究意图、总体的界定

2、样本设计与技术规定

a、样本单位的界定

b、设计类型（概率性与非概率性，特殊性）

3、调查问卷

a、一般性描述

b、对使用特殊类型问题的讨论

4、特殊性问题或考虑

5、局限

a、样本规模的局限

b、样本选择的局限

c、其他局限（抽样误差、时机、分析等）

附录

1、调查问卷

2、技术性附录（如统计工具、统计方法）

3、其他必要的附录（如调查地点的地图等）

如何撰写市场调研报告

调查报告是整个调查工作，包括计划、实施、收集、整理等一系列过程的总结，是调查研究人员劳动与智慧的结晶，也是客户需要的最重要的书面结果之一。

它是一种沟通、交流形式，其目的是将调查结果、战略性的建议以及其他结果传递给管理人员或其他担任专门职务的人员。

因此，认真撰写调查报告，准确分析调查结果，明确给出调查结论，是报告撰写者的责任。

1．题页

题页点明报告的主题。包括委托客户的单位名称、市场调查的单位名称和报告日期。调查报告的题目应尽可能贴切，而又概括地表明调查项目的性质。

2．目录表

3．调查结果和有关建议的概要

这是整个报告的核心，匝简短，切中要害。使阅读者既可以从中大致了解调查的结果，又可从后面的本文中获取更多的信息。

有关建议的概要部分则包括必要的背景、信息、重要发现和结论，有时根据阅读者之需要，提出一些合理化建议。

4．本文(主体部分)

包括整个市场调查的详细内容，含调查使用方法，调查程序，调查结果。对调查方法的描述要尽量讲清是使用何种方法，并提供选择此种方法的原因。

在本文中相当一部分内容应是数字、表格，以及对这些的解释、分析，要用最准确、恰当的语句对分析作出描述，结构要严谨，推理要有一定的逻辑性。

在本文部分，一般必不可少地要对自己在调查中出现的不足之处，说明清楚，不能含糊其辞。必要的情况下，还需将不足之处对调查报告的准确性有多大程度的影响分析清楚，以提高整个市场调查活动的可信度。

5．结论和建议

应根据调查结果总结结论，并结合企业或客户情况提出其所面临的优势与困难，提出解决方法，即建议。对建议要作一简要说明，使读者可以参考本文中的信息对建议进行判断、评价。

6．附件

附件内容包括一些过于复杂、专业性的内容，通常将调查问卷、抽样名单、地址表、地图、统计检验计算结果、表格、制图等作为附件内容，每一内容均需编号，以便查寻。

市场调研报告格式

在品牌推广之前，第一步必须进行的是对目标市场的了解、分析和研究。市场调查报告，或称市场研究报告、市场建议书是广告文案写作的一个要件。阅读市场调研报告的人，一般都是繁忙的企业经营管理者或有关机构负责人，因此，撰写市场调查报告时，要力求条理清楚、言简意赅、易读好懂。

一、市场调查报告的格式一般由：标题、目录、概述、正文、结论与建议、附件等几部分组成。

（一）标题

标题和报告日期、委托方、调查方，一般应打印在扉页上。

。

（二）目录

目录

１、调查设计与组织实施

２、调查对象构成情况简介

３、调查的主要统计结果简介

４、综合分析

５、数据资料汇总表

６、附录

（三）概述

概述主要阐述课题的基本情况，它是按照市场调查课题的顺序将问题展开，并阐述对调查的原始资料进行选择、评价、作出结论、提出建议的原则等。主要包括三方面内容：

第一，简要说明调查目的。即简要地说明调查的由来和委托调查的原因。

第二，简要介绍调查对象和调查内容，包括调查时间、地点、对象、范围、调查要点及所要解答的问题。

第三，简要介绍调查研究的方法。介绍调查研究的方法，有助于使人确信调查结果的可靠性，因此对所用方法要进行简短叙述，并说明选用方法的原因。例如，是用抽样调查法还是用典型调查法，是用实地调查法还是文案调查法，这些一般是在调查过程中使用的方法。另外，在分析中使用的方法，如指数平滑分析、回归分析、聚类分析等方法都应作简要说明。如果部分内容很多，应有详细的工作技术报告加以说明补充，附在市场调查报告的最后部分的附件中。

（四）正文

正文是市场调查分析报告的主体部分。这部分必须准确阐明全部有关论据，包括问题的提出到引出的结论，论证的全部过程，分析研究问题的方法，还应当有可供市场活动的决策者进行独立思考的全部调查结果和必要的市场信息，以及对这些情况和内容的分析评论。

（五）结论与建议

结论与建议是撰写综合分析报告的主要目的。这部分包括对引言和正文部分所提出的主要内容的总结，提出如何利用已证明为有效的措施和解决某一具体问题可供选择的方案与建议。结论和建议与正文部分的论述要紧密对应，不可以提出无证据的结论，也不要没有结论性意见的论证。

（六）附件

附件是指调查报告正文包含不了或没有提及，但与正文有关必须附加说明的部分。它是对正文报告的补充或更祥尽说明。包括数据汇总表及原始资料背景材料和必要的工作技术报告，例如为调查选定样本的有关细节资料及调查期间所使用的文件副本等。

二、市场调查报告的内容

市场调查报告的主要内容有；

第一，说明调查目的及所要解决的问题。

第二，介绍市场背景资料。

第三，分析的方法。如样本的抽取，资料的收集、整理、分析技术等。

第四，调研数据及其分析。

第五，提出论点。即摆出自己的观点和看法。

第六，论证所提观点的基本理由。

第七，提出解决问题可供选择的建议、方案和步骤。

第八，预测可能遇到的风险、对策。

产品构思和调研报告的参考格式

1.产品构思

说明产品的主要功能是什么，产品如何开发，谁购买和使用产品，如何销售。

2.市场调查

说明市场发展历史和趋势，市场总额与份额统计等。

3.政策调查

调查与本产品相关的政策。

4.同类产品调查

调查同类产品功能、质量、价格，以及主要优点和主要缺点。

5.竞争对手调查

调查各竞争对手的市场状况，以及他们在研发、销售、资金、品牌等方面的实力。

6.用户调查

调查一些老用户和潜在用户，记录他们的需求与建议。

可行性分析报告的参考格式

1.市场分析

（1）分析市场发展历史与发展趋势，说明本产品处于市场的什么发展阶段；

（2）本产品和同类产品的价格分析；

（3）统计当前市场的总额，竞争对手所占的份额，分析本产品能占多少份额。

（4）产品消费群体特征，消费方式以及影响市场的因素分析。

2.政策调查

（1）分析有无政策“支持”或者“限制”；

（2）分析有无地方政府（或其它机构）的“扶持”或者“干扰”。

3.技术和时间分析

（1）从技术角度分析本产品“做得了吗？”，“做得好吗？”；

（2）按照正常的运作方式，开发本产品并投入市场还来得及吗？

（3）预算中的人员能及时到位吗？

（4）预算中的软件硬件能及时到位吗？

4.成本－收益分析

（1）估计总成本；

（2）估计总收益。

分析

（1）我们的强项是什么？我们如何利用这些强项？

（2）我们的弱项是什么？我们如何减少这些弱项的影响？

（3）市场为我们提供什么样的机会？我们如何把握这些机会？

（4）什么威胁着我们的成功？我们如何有效地对付这些威胁？

6.其它

例如知识产权分析

（1）分析是否已经存在某些专利将妨碍本产品的开发与推广；

（2）分析本产品能否得到知识产权保护，如何获得？

房地产项目可行性研究分析报告写作格式

第一部分项目总论

1.项目概况

1.1项目名称

1.2项目建设单位

1.3项目位置（四至范围）

1.4项目周边目前现状

1.5项目性质及主要特点

1.6项目地块面积及边界长

1.7研究工作依据

1.8研究工作概况

2.可行性研究结论

2.1市场分析预测

2.2项目地块分析

2.3项目规划方案

2.4项目工程进度

2.5投资估算及资金筹措

2.6项目财务与经济评价

2.7项目综合评价结论

3.主要技术经济指标表

4.项目存在问题与建议

第二部分项目背景

1.项目提出背景

1.1项目所在区域商业发展情况

1.2所在区域政策、经济及产业环境

1.3项目发起人及发起缘由

2.项目发展概况

2.1已进行的调查研究项目及成果

2.2项目地块初勘及初测工作情况

2.3项目建议书编制、提出及审批过程

3.项目投资的必要性

第三部分市场研究

1.市场供给

1.1所在区域内商业用房现有供给量及结构情况调查

1.2所在区域内商业用房未来供给量及结构情况调查

1.3其他替代性产品供给量情况调查研究

2.市场需求

2.1所在区域内商业用房的租用情况调查

2.2所在区域内在售商业用房销售情况调查

2.3其他替代性产品租售情况调查

3.市场价格

3.1所在区域内商业用房销售价格情况调查

3.2所在区域内商业用房租赁价格情况调查

4.市场预测

4.1未来该区域内商业用房需求预测

4.2销售及租赁价格预测

5.市场推销

5.1推销方式及措施

5.2产品推销费用预测

第四部分项目研究

1.地块特征分析

1.1项目区位分析

1.2项目

交通分析

1.3项目人流分析

1.4项目周边规划

2.项目swot分析

2.1项目优势分析

2.2项目劣势分析

2.3项目机会分析

2.4项目威胁分析

3.项目定位方案

3.1项目产品方案

3.2主要功能建筑规模

3.3主要技术经济指标

第五部分投资估算

房地产项目一般采用分项估算法，然后进行汇总，其主要内容包括：

1.土地费用

2.前期工程费用

3.建筑安装工程费用

4.基础设施建设费用

5.公共配套设施建设费用

6.管理费用

7.销售费用

8.财务费用

9.各种税金支出

10.其他成本支出估算

第六部分开发进度

第七部分资源供给

1.资金筹集与使用计划

2.建筑材料的需要量、供应计划和采购方式

3.施工力量组织计划

4.项目施工期间的动力、水电等供应

5.项目竣工投入使用后水、电、气、通讯等的供应

第八部分财务评价

1.获利性评价

1.1成本利润率

1.2销售利润率

2.效率评价

2.1经营比率

2.2资金利用率

3.信誉评价

3.1流动比率

3.2杠杆比率

4.静态获利分析

4.1投资收益率(r)

4.2投资回收期(pt)

5.动态获利分析

5.1财务净现值（fv）

5.2财务净现值率(fvr)

第九部分风险评价

1.盈亏平衡分析

2.敏感性分析

2.1变动因素一

2.2变动因素二

第十部分综合评价

1.经济评价（定性）

2.社会评价（定性）

3.环境评价

4.存在问题与建议

5.总体结论及建议

报告的结构体系应包括，调研目的、调研方法、调研范围以及数据分析在内的一系列内容。这种体系基本上在每个同类型的报告中都适用，因此，此处不做更详细的说明，以下内容主要针对数据分析结论的表现方法。

关于数据分析的部分，通常情况下是采用图表表示的。图表是最行之有效的表现手法，它能非常直观的将研究成果表示出来。在将调研的分析结果变成令人信服的图表之前，首先要谨记，它只是一种传递和表达信息的工具，使用它的重要原则是“简单、直接、清晰、明了”。每个图表只包含一个信息，图表越复杂，传递信息的效果就越差。

在实际操作中，各种表格、组织图表、流动图表、矩阵等都被大量的运用到报告中，但总的来说，以下几种图表形式是最常用的：柱状图表、条形图表、饼形图表、线形图表。

使用图表的目的在于：将复杂的数据变成简单科、清晰的图表，让人能够一目了然的了解数据所表达的涵义。那么，如何选择不同类型的图表来表现不同类型的数据？首先，我们应先明确数据所表达的主题，然后确定可能使用的图表类型。

通常我们的研究数据所体现的关系是：频率分布、成分、时间序列、项类或相关性。要表达一个主题明确的数据，可能会有多种图表形式。但是，哪种是最能将数据表达清楚的呢？这就要求我们的主题(即图表标题)突出重点，点明主题。让我们来看一个例子，这个例子能将以上的意思，表达的非常明确。

这里的标题描述了图表的内容范围，大多数读者在看了这个图表后，都会把注意力集中到城西，认为图表的主题是“城西是绝大多数的消费者可能选择的区域”。但是，制图者可能是想表达“选择城北和城东的消费者较少，但随着城市建设的进行，将具有较大的发展潜力”。为了使读者将注意力集中在我们希望他注意的数据上，所以，我们可以在一般标题后附加一个重点标题：城北和城东将有更大的发展潜力。

既然已经确定了要表达的重点，那么接下来就是要明确数据间的相互关系，若是表示占频率分布、对比等关系，则除线形图表以外的其它几种基本图表格式都可以使用；在实际工作中可根据具体需要进行选择。总之，条形图表应该是应用最广的类型，而柱状图表是用得最多的另一种类型，这两种图表基本占整个报告中图表总数的半数左右；而线形图表和饼形图表的使用则应相对减少，更多的是将各种综合运用，如线形图表加上柱状图表，或饼形图表加上条形图表。

在用图表表达数据的同时，还要注意一些细节的处理。比如：使用柱状图表和条形图表时，柱体之间的距离应小于柱体本身；在说明文字较多时，用条形图表表示更清晰，便于读者辨认；在使用饼形图表时，应在标明数据的同时，突出数据的标识。即：同时使用数值与数据标识。

在我们进行过程中，请记住：选择和使用图表不是一个绝对精确的科学，所以你会注意到一些比较自由的限定词，如：总的来说、大多数情况、绝大多数、少数情况等等。所有这些都说明必须根据你的判断来怎样设计出最好的图表。另外，要完成一份合格的报告不能只是单纯的使用图形，还应根据实际情况尽可能的使用一些表格来丰富整个报告形式，使其不致太过单一。

一份合格而优秀的报告，应该有非常明确、清晰的构架，简洁、清晰的数据分析结果，其中的含义是需要在实际工作过程中去体会，自己加以总结。一份合格的报告不应该仅仅是简单的看图说话，还应该结合项目本身特性及项目所处大环境对数据表现出的现象进行一定的分析和判断，当然一定要保持中立的态度，不要加入自己的主观意见。另外，通常的市场调研报告都会有一个固定的模式，我们应该根据不同项目的不同需要，对报告的形式、风格加以调整，使市场调研报告能够有更丰富的内涵。

**调研报告格式篇三**

一个项目的好坏，主要还是看标题，标题是市场调研报告的题目，一般有两种构成形式：

2、市场调研报告标题——文章式标题，即用概括的语言形式直接交待调研的内容或主题，例如《中国小包装食用油 行业分析及预测报告 》。实践中，这种类型市场调研报告的标题多采用双题（正副题）的结构形式，更为引人注目，富有吸引力。例如《xx—20xx年中国毛纱线市场竞争力调研及发展趋势研究报告》。

引言也很重要，引言又称导语，是市场调研报告正文的前置部分，要写得简明扼要，精炼概括。一般应交待出调研的目的、时间、地点、对象与范围、方法等与调研者自身相关的情况，也可概括市场调研报告的基本观点或结论，以便使读者对全文内容、意义等获得初步了解。然后用一过渡句承上启下，引出主体部分。用简要文字交待出了调研的主体身份，调研的时间、对象和范围等要素，并用一过渡句开启下文，写得合乎规范。这部分文字务求精要，切忌罗嗦芜杂；视具体情况，有时亦可省略这一部分，以使行文更趋简洁。

这部分是市场调研报告的核心，也是写作的重点和难点所在。它要完整、准确、具体地说明调研的基本情况，进行科学合理地分析预测，在此基础上提出有针对性的对策和建议。具体包括以下三方面内容：

市场调研报告——情况介绍：市场调研报告的情况介绍，即对调研所获得的基本情况进行介绍，是全文的基础和主要内容，要用叙述和说明相结合的手法，将调研对象的历史和现实情况包括市场占有情况，生产与消费的关系，产品、产量及价格情况等表述清楚。在具体写法上，既可按问题的性质将其归结为几类，采用设立小标题或者撮要显旨的形式；也可以时间为序，或者列示数字、图表或图像等加以说明。无论如何，都要力求做到准确和具体，富有条理性，以便为下文进行分析和提出建议提供坚实充分的依据。

市场调研报告——分析预测：市场调研报告的分析预测，即在对调研所获基本情况进行分析的基础上对市场发展趋势作出预测，它直接影响到有关部门和企业领导的决策行为，因而必须着力写好。要采用议论的手法，对调研所获得的资料条分缕析，进行科学的研究和推断，并据以形成符合事物发展变化规律的结论性意见。用语要富于论断性和针对性，做到析理入微，言简意明，切忌脱离调研所获资料随意发挥，去唱“信天游”。

市场调研报告——营销建议：这层内容是市场调研报告写作目的和宗旨的体现，要在上文调研情况和分析预测的基础上，提出具体的建议和措施，供决策者参考。要注意建议的针对性和可行性，能够切实解决问题。

**调研报告格式篇四**

目录依次由企业调查报告的章、节、小节、参考文献、附录等的序号、名称和页码组成。目录内容应简明扼要。

目录二字(三号宋体、加黑)上空一行，下空二行为第一章等等。

章、参考文献、附录均采用四号宋体、加黑，节、小节等小标题及所有页码均采用五号宋体。

章、节、小节的排列示例如下：

第一章这里是第一章的名称

1.1这里是第一章第一节的名称

1.1.1这里是第一章第一节第一小节的名称

企业调查报告中所用符号(包括缩写词等)都应说明其含义、单位(或量纲)。

在该页的开始，采用四号宋体、加黑、居中打印符号说明四字。每个符号说明占1～2行，符号后面是破折号。含义与单位之间用逗号，最后是句号。每页排1～2列，如果2列排不开，再另取一页。

正文是企业调查报告的核心部分，占主要篇幅，一般由标题、文字段落、图、表和公式五个部分构成。实事求是，准确完备，合乎逻辑，层次分明，简练可读。

正文的编写格式如下。

1.标题

每章的标题采用三号宋体、加黑、居中打印;章下空二行为节，采用四号宋体、加黑、居中打印;节下空一行为小节，采用小四号宋体、加黑、左起打印。换行后，采用小四号宋体打印文字段落。

2.图

图题采用中英文对照，中文在上，英文在下。中文字体为五号楷体，英文字体为五号timesnewroman，且第一个英文单词的首字母大写。图题紧接图的下一行左起打印。图中的标注一律采用英文。被引用的图应在图题右上角用方括号标出参考文献序号。

图号按章顺序编号，例如，图3.2(英文为fig.3.2)即为第三章第二图。如果图中含有几个不同部分，应将分图号(如图3.2.1表示图3.2的第一个分图)居中标注在分图下一行，并在图题下列出各部分内容(不写英文)。

绘图必须工整、清晰、规范。其中机械零件图按机械制图规格要求;示意图应能清楚反映图示内容;对于照片，如有必要，应在右下角给出放大标尺;试验结果曲线图应制成方框图。

应将图尽可能置于某页的开始或结尾，并且在图之前的文字段落中有如图x.x的字样。

3.表

表的编排，一般是内容和测试项目由左至右横读，数据按内容或项目依序对齐竖排。表中只用长度相同、粗细适中的横线(居中)，禁止使用竖线。

表按章顺序编号，如表5.4为第五章第四表。编号的后面空一格，居中打印表的简短确切的标题，且置于表的上方。在中文表标题和表之间，居中打印英文表标题，如table5.4xxxxxxxx。中、英文标题分别采用五号楷体、timesnewroman。

表内的缩写词和符号等，必须与文字段落中的一致。各符号的单位应尽可能标出。表内不宜用同上、同左等类似词，一律填入数字或文字。表内空白处代表无此项内容。

如果数据已绘成曲线图等，可不再列表。

应将表尽可能置于某页的开始或结尾，并且在表之前的文字段落中有如表x.x的字样。

4.数学、物理和化学式

数学、物理和化学式在正文中另起一行打印。式的序号按章顺序编排，如(4.2)表示第四章的第二式，并标注在该式所在行(当有续行时，应标注于最后一行)的最右边。

较长的式，另行居中横排。如果式必须转行，只能在+、-....处转行，上下式尽可能在等号=处对齐。

按正文中参考文献出现的先后顺序用阿拉伯数字在方括号内连续编号，同时，所列的参考文献都应在正文中出现。

视具体情况，将参考文献序号作为上角标，或作为文字段落的组成部分。如某某人[1，3，7～9]对此作了研究、数学模型见文献[1，5，9～12]。

参考文献中每条项目应齐全。文献中的作者不超过三位时全部列出;超过三位时只列前三位，后面加等字或etal作者姓名之间用逗号分开，在等字或etal前加逗号;中外人名一律采用姓在前、名在后的著录法。著录时应特别注意各国人的姓名写法，如法国人、德国人、荷兰人、葡萄牙人和巴西人的姓前有词头或冠词。名可以缩写为首字母(大写)，但不加编写点。

参考文献的第一页编排是先空一行、采用三号宋体加黑居中打印参考文献四字，再空一行，采用五号宋体、左起、悬挂缩进、依次打印参考文献。

参考文献的著录格式示例

1.连续出版物

序号作者.题名.刊名，出版年份，卷号(期号)：引文所在的起始或起止页码

2.著作

3.企业调查报告集

4.企业调查报告

5.专利

序号专利申请者、题名、专利国别，专利文献种类，专利号、出版日期

6.技术标准

序号起草责任者、标准代号，标准顺序号-发布年，标准名称、出版地:出版者，出版年

附录是作为企业调查报告主体的补充部分，并不是必要的。

1.下列内容可以作为附录编于企业调查报告后：

(2)由于篇幅过大或取材于复制品而不便于编入正文的材料;

(3)某些重要的原始数据、数学推导、计算程序、框图、结构图、注释、统计表、计算机打印输出件、重复性数据图表等。

2.附录中的有关格式

企业调查报告的附录依次为附录a，附录b，附录c等编号。如果只有一个附录，也写成附录a。采用三号宋体、加黑、居中打印附录a。在附录a下一行，采用三号宋体、加黑、居中打印附录的题名。

在附录题名下空一行，采用五号宋体打印附录正文。如果有小标题或更低一级的标题，则采用五号宋体、左起、加黑打印a.1或a.1.1。在每一小标题的上面空一行。

附录中的图、表、式的编号与正文分开，即将a、b、c或取代编号中章的序号。例如图a.1、表b.2、式(c.3)分别表示附录a中的第1个图、附录b中的第2个表、附录c中的第3个式。

(一)企业调查报告内容一律采用激光打印机双面打印，在正文中有彩色图形更好。纸张大小为a4复印纸，页边距采用：上2.5cm、下2.0cm、左2.5cm、右2.0cm。

(二)页码编排：自中文摘要开始，到符号说明，采用i、ii、iii、iv、编排页码;自正文开始，到企业调查报告的最后一页，采用阿拉伯数字编排页码。页码一律采用五号宋体，置于页面底端外侧。

(三)页眉设置：在页眉的下端画一条双横线(两条横线的间距为0.5mm)，双横线左、右边距分别为2.5cm和2.0cm。在单页面双横线的上面采用小五号宋体居中打印河北工业大学工商管理硕士(mba)企业调查报告在双页面双横线的上面采用小五号宋体居中打印企业调查报告题目。除了封面、封二外，其他页面均打印此页眉。

(四)编写企业调查报告时，行间距一般采用1.25倍行距。作者可以根据具体情况做适当调整，但行间距不可太大或太小。

**调研报告格式篇五**

调研报告要用能揭示内容中心的标题，具体写法有以下几种：

(1)调研报告标题――公文式标题。这类调研报告标题多数由事由和文种构成，平实沉稳，如《关于知识分子经济生活状况的调研报告》;也有一些由调研对象和“调查”二字组成，如《知识分子情况的调查》。

(2)调研报告标题――一般文章式标题。这类调研报告标题直接揭示调研报告的中心，十分简洁，如《本市老年人各有所好》。

(3)调研报告标题――提问式标题，如《“人情债”何时了》。这是典型调研报告常用的标题写法，特点是具有吸引力。

(4)调研报告标题――正副题结合式标题，这是用得比较普遍的一种调研报告标题。特别是典型经验的调研报告和新事物的调研报告的写法。正题揭示调研报告的思想意义，副题表明调研报告的事项和范围，如《深化厂务公开机制创新思想政治工作方法―――关于武汉分局江岸车辆段深化厂务公开制度的调查》。

**调研报告格式篇六**

2、一般写法

标题可以有两种写法。一种是规范化的标题格式，即“发文主题”加“文种”，基本格式为“××关于××××的调查报告”、“关于××××的调查报告”、“××××调查”等。另一种是自由式标题，包括陈述式、提问式和正副题结合使用三种。陈述式如《教学反思实效性研究实验调查》，提问式如《为什么要进行教学反思实效性研究》，正副标题结合式，正题陈述调查报告的主要结论或提出中心问题，副题标明调查的对象、范围、问题，这实际上类似于“发文主题”加“文种”的规范格式，如《提高教师教学反思质量××××教学反思实效性研究的调查报告》等。

正文一般分前言、主体、结尾三部分。

1、前言。有几种写法：第一种是写明调查的起因或目的、时间和地点、对象或范围、经过与方法，以及人员组成等调查本身的情况，从中引出中心问题或基本结论来；第二种是写明调查对象的历史背景、大致发展经过、现实状况、主要成绩、突出问题等基本情况，进而提出中心问题或主要观点来；第三种是开门见山，直接概括出调查的结果，如肯定做法、指出问题、提示影响、说明中心内容等。前言起到画龙点睛的作用，要精练概括，直切主题。

2、主体。这是调查报告最主要的部分，这部分详述调查研究的基本情况、做法、经验，以及分析调查研究所得材料中得出的各种具体认识、观点和基本结论。

3、结尾。结尾的写法也比较多，可以提出解决问题的方法、对策或下一步改进工作的建议；或总结全文的主要观点，进一步深化主题；或提出问题，引发人们的进一步思考；或展望前景，发出鼓舞和号召。

文化需求是社会人的一般需求。根据马斯洛的需求层次理论，人有生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求五类，依次由较低层次到较高层次。当新生代农民工物质需求逐步得到满足时，其他方面的需求就会被激发出来，文化需求显得相当突出。

新生代农民工文化需求现状分析

1、新生代农民工对文化娱乐生活的需求。文化作为一种符号传递着新生代农民工的精神状态。新生代农民工已经由生存理性转变到社会理性，物质已经不再是他们唯一的需求，他们的文化精神需求同样迫切。但是由于经济原因，农民文化消费能力不强；另外，包括政府部门在内的社会各界，对新生代农民工的文化需求未给予足够的重视和关注，把农民工的需求排斥在外，其文化娱乐生活极其单调。调查显示，新生代农民工休闲娱乐方式主要停留在睡觉、听广播等较为原始、低级的娱乐方式上。即使有的农民工开始接触网络等较现代化的娱乐方式，他们也大多把网络作为打发时间的工具（聊天、看电影等），而没有有意识地利用网络在信息传递、文化提升、人际交往等方面的重要功能。新生代农民工相对单调的文化生活致使他们在价值观上也呈现出保守、落后的特征，大大不利于其市民化进程。

2、新生代农民工对专业技能的需求。学好一门过硬的技术是大部分新生代农民工最强烈的愿望。新生代农民工的文化水平比传统农民工虽然有了显著提高，但因为没有一技之长，他们即使有心摆脱出卖苦力的低级打工状态，也普遍感到心有余而力不足。新生代农民工融入城市生活的第一个“坎”，就是求职过程中的技术门槛，他们普遍陷入一种“技术困境”。另一方面随着产业的升级，城市现在紧缺技术工人，但求职农民工80%没有任何技能，远远满足不了市场要求。虽然新生代农民工已经有了初步的学习意识，但由于学习成本较高以及收益的不稳定性，对于学什么、怎么学，却还存在着很多迷惘和认识上的误区。

3、新生代农民工对科学文化知识的需求。虽然新生代农民工文化水平较传统农民工文化水平有显著提高，但是其平均受教育年限却远远低于城市从业人员，这种差距与农村城市化的进程不相适应。新生代农民工要想真正融入城市，就要不断学习，接受新知识、新技能，从根本上适应农民到市民角色的转变。随着新生代农民工维权意识的逐渐增强和自我意识的觉醒，他们要想顺利地争取自己的权利，必须有相应的法律知识和文化知识与之相匹配，他们的实践需要决定了他们对文化知识的渴求。另外，许多农民工在城市遭受到了缺乏科学文化知识带来的困惑和失望，有些把希望寄托在了下一代身上，希望子女能够接受良好的教育，从而改变自己的命运。

新生代农民工文化需求原因分析

1、新生代农民工受教育程度相对较高，学习欲望强烈。新生代农民工与上一代农民工相比，文化水平都比较高，基本上是初中以上，还有一部分是高中生，甚至有些接受过中专或高技类课程培训，知识面、信息来源比较广。同时在工作过程中，新生代农民工的学习热情较高，知识可以改变命运这种观点在新生代农民工中得到最广泛的认同。他们不仅仅自己有着强烈的学习欲望，而且对下一代也寄予很大的期望。对知识的渴望使新生代农民工对文化供应提出了更高的要求，现有的文化状况远远不能满足新生代农民工的文化需求。

2、新生代农民工对城市的认同度较高，土地意识淡化。新生代农民工自身特性变化和技能素质提升，加上农地制度变迁使得他们新生代农民工的乡土社会认同在减弱，他们大多数人往往直接从学校进入外出务工行列，有的还是在城里跟着打工父母成长起来的，对于现代产业规律的熟悉程度远高于传统农业。同时，他们极力谋求对城市社会的认同，在经历了城市生活及文化氛围的熏陶之后，更感觉到城乡社会的差距，从而表现出对城市社会更强烈的向往。他们不管各种制度性的障碍仍然存在，转变就业观念、生活方式、消费方式，积极主动地融入城市生活。新生代农民工对城市生活的向往和对文明生活的追求对传统的思想观念、双重制度和限制政策提出了挑战。

3、新生代农民工职业期望值较高，立足长远发展。新生代农民工进城务工的目的，更多的不是为了生存而是为了谋求发展。他们有较强的拼搏意识和进取精神，有自己的思想，甚至有明确的职业规划。他们不仅仅满足于挣钱来改善家庭生活，而是要求有所发展。他们更看重个人的能力和机会，相信只要通过个人努力拼搏就能获得成功。在争取待遇、谋求更大发展空间上，这一代农民工要求更加直接。一些新生代农民工刻苦学习专业技术，以提高就业的竞争能力。他们把务工当做学习、提高、适应的过程，希望通过自身的努力，实现从农民到工人到更高社会层次的生存方式与人生道路的转变。这要求政府和社会必须重视新生代农民工对知识和专业技能的渴求，满足他们的发展需要。

满足新生代农民工文化需求的对策建议1、多方推进，丰富新生代农民工文化生活。尽管新生代农民工的生活方式已经和城市居民差异不大，但在精神上，他们仍独自结成了一个群体，这个群体和城市文化似乎有些格格不入。要满足新生代农民工的文化需求，使他们尽快融入城市文化，需要政府、社会、企业和农民工自身共同努力。

一是发挥政府的主导作用。政府是丰富农民工文化生活的主导者，要把丰富农民工文化生活纳入公共服务范畴，不断增强公共服务的职能。

二是企业要充分发挥农民工的主体作用。要根据农民工的需要层次，增加文化活动设施，丰富农民工的业余文化生活。同时，要组织农民工开展丰富多彩的业余文化活动，激发农民工的参与热情。

一是要对他们进行科学文化知识培训。根据新生代农民工比较年轻、受教育水平较高、接受能力较强等特点，通过建立和完善多层次新生代农民工教育培训体系，使他们学习现代科学文化知识，并通过多层次教育体系来引导和组织新生代农民工接受就业和创业培训，提高其综合素质和职业技能水平。同时开展职业道德教育，把他们培养成为既熟练掌握职业技能，又具有良好职业道德的新型劳动者。

二是扩大新生代农民工的社交面，加强与其他群体尤其是城市居民的互动交流。要利用社区、街道办及其他社会团体等资源优势组织丰富多彩的活动，在交流和互动中增进了解，促进融合，从而使新生代农民工在思想观念、行为方式、文明素养等方面受到潜移默化的影响。同时，也使城市居民纠正对新生代农民工的偏见，消除歧视，以平等的心态看待并接纳他们。

三是加大对农民工教育培训的投入。通过政府主导，社会团体辅助等方式整合现有的教育培训资源，充分发挥各类教育培训机构和工青妇组织的作用，积极探索政府、企业与社会共同推进农民工教育和培训的新路径，多渠道、多层次、多形式开展农民工职业培训和素质教育，不断提高农民工整体素质。

工会组织在企业存在的基本职责就是维护好企业员工的合法权益。目前，工会组织还有很多不尽人意的地方，需要我们用时间去改进、去创新、去完善，相信经过岁月的洗礼，企业的工会组织将能够更加的发挥它的职能，为员工更好的服务。近几年来，工会工作取得了一定的进展。不过这与党和群众的要求还有一定的距离。本文主要是通过对新形势下企业工会工作这一重心进行阐述，分析了企业工会工作现状，总结了新形势做好工会工作的措施。

（一）工会组织的地位未摆正

一方面。部分机构或者组织在进行重组编制、精简机构与定编定员等企业、组织和机构内部改革中，机构或者组织的政党领导未能够了解到工会组织的作用，对工会组织的重要性了解不透彻，在处理工会工作方面总是应付了事、这些都为工会组织参与决策有了很大的阻碍力，部分企业、组织和机构在审议改制方案与交流安置方案的阶段，总是将所拟定的方案提前上交给职工代表，部分企业、组织和机构针对群众的不满与意见等，避免通过各种工会机构与组织来商议解决，而是通过行政手段来进行干预，给予解决，长此以往，企业、组织和机构对工会的信任度就会大打折扣，使得工会组织形同虚设。另一方面，工会组织缺乏民主监督，很多的监督权受到了行政的压抑，工会未能够很好的行驶权利，部分企业、组织和机构内部在劳动合同、薪金待遇等方面出问题，工会不能够及时的拟定方案给予解决，也不能够对此事行使监督权，部分企业、组织和机构内部的绩效考核、评比等为能够做到公开、公平、公正，群众和员工无法进行有效监督，这些都是工会组织的地位未摆正的结果。

（二）工会组织未将作用发挥到极致

部分国有企业、组织和机构内部的工会成员基本上都是由党委任命，工会干部由于受到行政的限制，在企业、组织和机构内部构建了领导与被领导的关系，这些都会工会行使权利，履行职责起到了很大的制约性。另外，部分工会成员身兼数职，缺乏时间和精力去精力去深入研究工会内容，更多时候是为了应付。与此同时，部分工会受到整个企业、组织和机构的经营状况、生产状况等的影响，对于经济实力较弱或者是经营不周的企业、组织和机构工会开展的各项活动基本上无法开展，当工人的合法权益受到影响或者薪金出现问题，工会根本维护职工的权益，对国有企业、组织和机构尚且如此，在部分私有企业、组织和机构就更加突出。

（三）工会组织在维权上面底气不足

随着经济的发展，人们对工会的认识有了一定的提升，所以，企业、组织和机构工会的组建与行使权力等支持力度有所增加，不过这与《条例》内容相比，依然显得较为薄弱，部分企业、组织和机构的工会成员也达到专职人员的水平，部分企业、组织和机构未能够定时定期的召开职工大会，部分企业、组织和机构内部工会在提意见时，显得较为被动，更无法提及集体合同制，部分企业、组织和机构内部创建了工会机构，但是缺乏制度与经费，种种因素都使得工会维权工作难以持续开展。另外，一些企业、组织和机构过于重视人才，对于一些高技术、高学历的人员给予较高的薪酬，而对于底层员工则给较低的薪金，底层员工的收入较少，他们觉得不合理、不公平，找工会要求涨工资，但是工会又不能够直接给予其干预行政决策，这让工会组织也显得左右为难。

（一）明确自身责任、抓住矛盾解决关键问题

要想工会行使权力，前提条件是有一个规范、科学的工会组织，工会组织的构建尚应该按照《工会法》《劳动法》的相关要求来制定，并制定起“横到边、竖到底”的网络体系。接下来工会组织的每个成员都应该清楚的了解到自己的职责所在，并与党组织形成互动，保持密切联系，使得工会组织能够真正为职工的权益着想，在工会成员的选拔上要本着公平公正公开的原则，选拔一些能力强、热爱工会、思想前卫、有较强的开拓精神的人才担任工会领导干部，使得工会群体不断壮大。最后，完善和制定科学、规范的企业、组织和机构内部工会制度，使得企业、组织和机构工会工作都能够有原则、有目的的开展，并各司其职、责任明确、和谐运转。

（二）加大维护职能，专注维护职工的合法权益

前面已经提到过了，现阶段，我国很多企业、组织和机构过于重视人才，对人才的渴求较为迫切，所以很多企业、组织和机构出现了两极化，即学历高、技术高的那类人员工资较高，而低学历、车间工作人员的薪金则较低，在这些涉及到个人利益的问题上容易产生矛盾和冲突，那么工会企业、组织和机构就应该针对这种情况，解决好员工的利益冲动，对于企业、组织和机构内部的困难户、低收入户给予维护，保证这些员工的合法权益，解决员工的困难与问题，给予员工帮助和关心，只有稳住员工的心，让员工的合法权益得到保障，工会才算发挥了应尽的职责，这些企业、组织和机构才能稳步、健康发展。

（三）改革、创新工作手段，拓展视野、与时俱进

科技在进步，经济在发展，那么企业、组织和机构工会工作也应该认清形势，不断的改进与创新自己的工作手段，保证经济机构趋于多样化发展道路，才能够在知识经济中存活下来，时代的发展为工会组织提出了新的要求。首先，工会成员应该进一步学习相关法律法规，了解相关政策和制度，吸取经验教训，掌握最佳工作方式，以此来维护这些企业、组织和机构内部职工的合法权益，自己知法懂法的同时，为员工灌输依法办事、依法维权的思想，定期开展相关法律知识的学习互动与演讲，才能够鼓励员工讲实话、办实事。同时，工会的领导干部还应该深入基层，了解底层员工的家庭、经济状况，并与员工进行有效沟通，尽最大努力帮助他们解决各种麻烦和问题，发挥自己的主观能动性，提升他们的共组积极性，尽可能的满足职工的需求，落实好工会组织的基本职能。

（四）加强自身建设，模范职工之家

加强工会自身建设，就是要坚定不移地走中国特色社会主义工会发展道路，把公司工会建设成为在党委的领导下与员工同呼吸、与时代共进步的党政离不开、广大员工信赖的名副其实的职工之家。

1、规范工会制度。工会组织还应该强化自身的组织建设，并制定与完善各种制度，首先，应该在规定的时间段内召开相应的工会委员会会议，还应该在第一时间段内将向上级传达组织的工作要求，积极的对于工会中的一些法律制度与条例等进一步进行改进与优化，增强工会干部的工作能力，并让工会人员能够按照工会制度办事。

2、提升干部素质。工会结合当前实际，对工会干部进行培训教育，重点加强政治理论、法律法规的学习，不断增强工会干部的综合能力，努力造就一支善管理、懂法规、善维权的“复合型”工会干部队伍。一是转变干部工作作风，提高干部服务水平，努力做到为职工群众诚心诚意办实事，尽心竭力解难事，坚持不懈做好事。二是增强创新意识，根据各级党组织不同时期的工作重心和重点工作，确定工会工作的目标与方向，大力改正与工作开展不相适应的思想观念、思维方式和工作方法，不断破解工作实践中遇到的各种难题。

3、开展创优活动。工会组织按照上级要求，深入开展“创先争优”活动。以“创建学习型组织，争做知识型职工”为载体，积极推进工会职工与普通职工的交流和协作，提高岗位技能素质，引领广大工会职工争做“创新能手”，争创“创新型班组”、“文明班组”，激发了工会职工获取知识、更新知识的积极性、主动性和创造性，增强了工会职工的学习能力、创新能力、竞争能力和创业能力。

（五）开展培训教育，提高职工技能

职工是企业文化建设的主体，工会始终把企业文化建设作为工会工作的一项重要内容，针对实际制定出了文化建设工作规划，有组织、有计划的分步实施，自上而下形成企业文化建设的工作新格局，引导职工自强不息，追求更高目标，达到追求卓越的境界，在日常工作中工会充分发挥了贴近职工、组织职工的特点和优势广泛开展丰富多彩、健康有益、职工喜闻乐见的多种文体活动，克服了职工生活相对较枯燥的实际，丰富了职工的业余文化生活，提高了职工的文化素养和生活质量，陶冶了职工的情操，增强了职工的凝聚力和向心力，推进了精神文明建设。使大家在紧张的工作之余，身心得到了愉悦，从而能以更饱满的热情、更健康的心态投入到工作中去。

1、加强培训教育，提高职工素质。工会组织充分发挥联系职工的桥梁纽带作用，在学习科学发展观期间，通过各种形式把学习科学发展观的必要性和意义传达到职工中去，提高职工的思想素质，让广大职工转变观念，认清形势，统一思想，增强了学习和工作的自觉性，在公司上下掀起了学习践行科学发展观的热潮。同时，工会还定期召开学习先进职工会议，交流先进工作经验，弘扬劳模精神，激发职工工作热情，利用各种渠道对先进模范进行表彰和宣传，形成一股劳动光荣、奉献伟大的时代新风气。

2、举办文体活动，丰富文化生活。举办丰富多彩的文体活动，提高职工的文化素质。近年来，工会组织的篮球、乒乓球、羽毛球、象棋比赛层出不穷；戏曲、歌舞、小品文艺会演连年不断。这些活动深受职工的欢迎，在参与过程中增强了职工的凝聚力、向心力和集体荣誉感，锻炼了他们的团队协作能力，推动了精神文明建设。

3、“以人为本”，切实为职工群众做实事、办好事。一是在日常工作中，工会应积极与各国企沟通协调，利用重大节假日，开展一些贴近群众生活的文体活动，陶冶了职工的情操，鼓舞了职工士气，丰富职工群众的业余文化生活。同时，还组织编排一些主题鲜明，积极向上的节目参与到其中，起到宣传教育的意义。另外，还认真抓好职工书屋的建设工作。确保职工群众在娱乐中提升自己，争做知识型人才。同时，还应借助工会搭台，大力开展技术比武、岗位练兵等活动，充实群众生活，提高他们的工作技能。通过开展三德教育倡导职工职业道德新风尚活动，进一步提升职工职业修养素质。二是坚持以人为本的管理理念，努力营造团结、向上、温暖、健康、和谐、快乐的职工之家。加强企业文化构建，有助于凝聚人心，弘扬企业精神。三是大力开展送温暖、扶贫助困活动。组织人员深入基层基本摸清各单位工会工作的现状，并对困难职工进行重新调查摸底，重新建立困难职工帮扶机制。针对辖区内困难职工的不同情况，工会还积极为其排忧解难。通过年中和其它节假日进行走访、慰问，为困难职工送去组织的关爱。

**调研报告格式篇七**

标题可以有两种写法。一种是规范化的标题格式，即“发文主题”加“文种”，基本格式为“××关于××××的调查报告”、“关于××××的调查报告”、“××××调查”等。另一种是自由式标题，包括陈述式、提问式和正副题结合使用三种。陈述式如《教学反思实效性研究实验调查》，提问式如《为什么要进行教学反思实效性研究》，正副标题结合式，正题陈述调查报告的`主要结论或提出中心问题，副题标明调查的对象、范围、问题，这实际上类似于“发文主题”加“文种”的规范格式，如《提高教师教学反思质量××××教学反思实效性研究的调查报告》等。

正文一般分前言、主体、结尾三部分。

1、前言。有几种写法：第一种是写明调查的起因或目的、时间和地点、对象或范围、经过与方法，以及人员组成等调查本身的情况，从中引出中心问题或基本结论来；第二种是写明调查对象的历史背景、大致发展经过、现实状况、主要成绩、突出问题等基本情况，进而提出中心问题或主要观点来；第三种是开门见山，直接概括出调查的结果，如肯定做法、指出问题、提示影响、说明中心内容等。前言起到画龙点睛的作用，要精练概括，直切主题。

2、主体。这是调查报告最主要的部分，这部分详述调查研究的基本情况、做法、经验，以及分析调查研究所得材料中得出的各种具体认识、观点和基本结论。

3、结尾。结尾的写法也比较多，可以提出解决问题的方法、对策或下一步改进工作的建议；或总结全文的主要观点，进一步深化主题；或提出问题，引发人们的进一步思考；或展望前景，发出鼓舞和号召。

**调研报告格式篇八**

二、目录

目录依次由企业调查报告的章、节、小节、参考文献、附录等的序号、名称和页码组成。目录内容应简明扼要。

目录二字(三号宋体、加黑)上空一行，下空二行为第一章等等。

章、参考文献、附录均采用四号宋体、加黑，节、小节等小标题及所有页码均采用五号宋体。

章、节、小节的排列示例如下：

第一章这里是第一章的名称

1.1这里是第一章第一节的名称

1.1.1这里是第一章第一节第一小节的名称

三、符号说明

企业调查报告中所用符号(包括缩写词等)都应说明其含义、单位(或量纲)。

在该页的开始，采用四号宋体、加黑、居中打印符号说明四字。每个符号说明占1～2行，符号后面是破折号。含义与单位之间用逗号，最后是句号。每页排1～2列，如果2列排不开，再另取一页。

四、正文

正文是企业调查报告的核心部分，占主要篇幅，一般由标题、文字段落、图、表和公式五个部分构成。实事求是，准确完备，合乎逻辑，层次分明，简练可读。

正文的编写格式如下。

1.标题

每章的标题采用三号宋体、加黑、居中打印;章下空二行为节，采用四号宋体、加黑、居中打印;节下空一行为小节，采用小四号宋体、加黑、左起打印。换行后，采用小四号宋体打印文字段落。

2.图

图题采用中英文对照，中文在上，英文在下。中文字体为五号楷体，英文字体为五号timesnewroman，且第一个英文单词的首字母大写。图题紧接图的下一行左起打印。图中的标注一律采用英文。被引用的图应在图题右上角用方括号标出参考文献序号。

图号按章顺序编号，例如，图3.2(英文为fig.3.2)即为第三章第二图。如果图中含有几个不同部分，应将分图号(如图3.2.1表示图3.2的第一个分图)居中标注在分图下一行，并在图题下列出各部分内容(不写英文)。

绘图必须工整、清晰、规范。其中机械零件图按机械制图规格要求;示意图应能清楚反映图示内容;对于照片，如有必要，应在右下角给出放大标尺;试验结果曲线图应制成方框图。

应将图尽可能置于某页的开始或结尾，并且在图之前的文字段落中有如图x.x的字样。

3.表

表的编排，一般是内容和测试项目由左至右横读，数据按内容或项目依序对齐竖排。表中只用长度相同、粗细适中的横线(居中)，禁止使用竖线。

表按章顺序编号，如表5.4为第五章第四表。编号的后面空一格，居中打印表的简短确切的标题，且置于表的上方。在中文表标题和表之间，居中打印英文表标题，如table5.4xxxxxxxx。中、英文标题分别采用五号楷体、timesnewroman。

表内的缩写词和符号等，必须与文字段落中的一致。各符号的单位应尽可能标出。表内不宜用同上、同左等类似词，一律填入数字或文字。表内空白处代表无此项内容。

如果数据已绘成曲线图等，可不再列表。

应将表尽可能置于某页的开始或结尾，并且在表之前的文字段落中有如表x.x的字样。

4.数学、物理和化学式

数学、物理和化学式在正文中另起一行打印。式的序号按章顺序编排，如(4.2)表示第四章的第二式，并标注在该式所在行(当有续行时，应标注于最后一行)的最右边。

较长的式，另行居中横排。如果式必须转行，只能在+、-、、、处转行，上下式尽可能在等号=处对齐。

五、参考文献

按正文中参考文献出现的先后顺序用阿拉伯数字在方括号内连续编号，同时，所列的参考文献都应在正文中出现。

视具体情况，将参考文献序号作为上角标，或作为文字段落的组成部分。如某某人[1，3，7～9]对此作了研究、数学模型见文献[1，5，9～12]。

参考文献中每条项目应齐全。文献中的作者不超过三位时全部列出;超过三位时只列前三位，后面加等字或etal作者姓名之间用逗号分开，在等字或etal前加逗号;中外人名一律采用姓在前、名在后的著录法。著录时应特别注意各国人的姓名写法，如法国人、德国人、荷兰人、葡萄牙人和巴西人的姓前有词头或冠词。名可以缩写为首字母(大写)，但不加编写点.。

参考文献的第一页编排是先空一行、采用三号宋体加黑居中打印参考文献四字，再空一行，采用五号宋体、左起、悬挂缩进、依次打印参考文献。

参考文献的著录格式示例

1.连续出版物

序号作者.题名.刊名，出版年份，卷号(期号)：引文所在的起始或起止页码

2.著作

3.企业调查报告集

4.企业调查报告

5.专利

序号专利申请者.题名.专利国别，专利文献种类，专利号.出版日期

6.技术标准

序号起草责任者.标准代号，标准顺序号-发布年，标准名称.出版地:出版者，出版年

六、附录

附录是作为企业调查报告主体的补充部分，并不是必要的。

1.下列内容可以作为附录编于企业调查报告后：

(2)由于篇幅过大或取材于复制品而不便于编入正文的材料;

(3)某些重要的原始数据、数学推导、计算程序、框图、结构图、注释、统计表、计算机打印输出件、重复性数据图表等。

2.附录中的有关格式

企业调查报告的附录依次为附录a，附录b，附录c等编号。如果只有一个附录，也写成附录a。采用三号宋体、加黑、居中打印附录a。在附录a下一行，采用三号宋体、加黑、居中打印附录的题名。

在附录题名下空一行，采用五号宋体打印附录正文。如果有小标题或更低一级的标题，则采用五号宋体、左起、加黑打印a.1或a.1.1。在每一小标题的上面空一行。

附录中的图、表、式的编号与正文分开，即将a、b、c或取代编号中章的序号。例如图a.1、表b.2、式(c.3)分别表示附录a中的第1个图、附录b中的第2个表、附录c中的第3个式。

七、其他要求

(一)企业调查报告内容一律采用激光打印机双面打印，在正文中有彩色图形更好。纸张大小为a4复印纸，页边距采用：上2.5cm、下2.0cm、左2.5cm、右2.0cm。

(二)页码编排：自中文摘要开始，到符号说明，采用i、ii、iii、iv、编排页码;自正文开始，到企业调查报告的最后一页，采用阿拉伯数字编排页码。页码一律采用五号宋体，置于页面底端外侧。

(三)页眉设置：在页眉的下端画一条双横线(两条横线的间距为0.5mm)，双横线左、右边距分别为2.5cm和2.0cm。在单页面双横线的上面采用小五号宋体居中打印河北工业大学工商管理硕士(mba)企业调查报告在双页面双横线的上面采用小五号宋体居中打印企业调查报告题目。除了封面、封二外，其他页面均打印此页眉。

(四)编写企业调查报告时，行间距一般采用1.25倍行距。作者可以根据具体情况做适当调整，但行间距不可太大或太小。

八、范文

企业调查报告1

为了更好的了解企业文化的本质及其作用，本人于x年x月至x月x日通过访问法，资料搜集法对xxxx科技有限公司进行调查。总体来说企业文化，很广泛从多方面对于企业的发展提出理念，对于人才的要求有独到的见解。然而企业的文化管理方面的存在一些问题，就这些问题而展开分析，并提出改进的建议。

xxxx科技有限公司成立于20xx年，位于xx市福田区益田路，法定代表人是刘某某，注册资本(万元)100，公司的经营范围：兴办实业(具体项目另行申报);服装设计，国内商业、物资供销业(不含专营、专卖、专控商品);计算机系统集成;弱电工程设计;计算机软件、硬件产品的开发与设计;微波产品、电子产品的技术开发及销售(不含限制项目)。

(一)以品质为基础

公司逐步健全推行质量保证体系，在管理上坚持：优秀人才、优秀品质、优秀服务。产品的质量是我们的诚信。推行：零缺陷服务，为用户提供满意度。

(二)以创意为发展

勇于创新，创新是高科技公司的灵魂，是企业保持旺盛生命力的基础，是取得竞争优势、立于不败之地的法宝。时刻虚心学习、永远大胆创新，是每一个员工的责任。

(三)以成果分享为共同目标

一个成功的企业，只有不断的分享，在此过程中也要不断的接受批评，而管改进自我，以优秀的成果造福客户。服务客户、服务社会。

一个企业的文化体现在管理上。对于以上企业文化的分析，发现企业文化在管理方面的存在一些问题：

(一)企业的管理制度不够健全

企业文化中可以看出，对于企业利益与品质的保证较多的，相对而言对与员工利益的保证就十分欠缺。比例过分的失调，很显然只有的体制实行起来，不能灵活应对，涉及范围太校现在市场发展迅速，而企业不能够与时俱进，对于制度给予相应的改善。陈旧的制度导致员工工作缺乏动力，也使得许多员工也抱着混口饭吃的态度工作。很多员工认为自己在公司的发展空间小，不能够很好的体现自身的价值，在企业文化中也提到了优秀人才但是根据调查很多人都没有受企业任何专业的培训。这也暴露的体制不能够很好实施的缺点。

(二)公司员工对企业文化认识不足

很多公司员工认为企业文化，那是公司高层的事情，与自己没有多大的利益关系。也不会想花时间在这上面。更多是考虑与自己利益相关的事情。公司在企业文化上的宣传力度很欠缺，在调查过程中也有高层说到：现在工作繁忙，很难有时间去做文化建设的宣传和配合工作，对于如何宣传企业文化感到束手无策。还有些人认为企业子要效率好，那么企业文化就会自然形成。这也是现在阶段绝大多公司的想法。

(三)在建立企业文化上没有良好的沟通平台

公司自身对于企业文化的了解十分的欠缺，以利益为第一，员工对企业目标缺乏具体的了解，没有形成企业的共同价值观，危机而感缺乏，企业的归属感不强，时常表现出持才傲物、工作上由于分工不太合理，出现了互相推工作的情况，经常以很忙来拒绝参加院内的文娱活动，同事间往往只存在工作关系，缺乏润滑。中层领导班子的管理能力问题突出，院中层领导班子成员大多是由专业技术拔尖的员工担任，他们的普遍特点是工作压力、工作责任越来越多，管理任务繁忙，对于管理上的知识没有系统的学习和研究。所以导致了企业与员工矛盾重重。

(一)企业管理制度的完善

管理制度要形式多样，机制灵活，却又不失威信。涉及企业本身的利益以及员工的利益。注重管理水平的提高，贯彻落实各项规章制度，同时要取得全体员工的一致认可，追踪全球最新技术、经营管理理念。给予员工不断的培训、深造机会，激发工作热情和创新活力。坚持以人为本，广为接纳和储备具有先进管理经验和技术专长的科技人员，形成良好的人才知识结构，为企业创造更多财富。

(三)加强对于企业文化的宣传

首先明确企业的奋斗目标，召集员工对于企业文化的共同学习，使其对于企业文化有深入的了解。不定期询问员工意见，还可以同时创业企业文化特色如:人本文化特、色整体文化特色、创新文化特色、求实文化特色、服务文化特色等，让员工参与其中。找到属于自己的文化特色。使企业文化深入人心。

(三)建立双向沟通的模式，让员工与企业间形成良好沟通

企业对于自身的文化要有深入的了解。对于员工要给予人性化的管理，不定期了解员工对于企业的看法，认真的考虑或者采取接纳。让员工对于企业有较强的归属感，企业对于员工给予更多积极的关注，可以公开的鼓励员工，挖掘他们的潜在的能力。在节假日给予适当的问候。开展各种活动，拉近员工与企业之间的距离。良好的沟通与合作使企业内运作顺畅，增加效益。

以上是我通过对于xxxx科技有限公司在企业文化方面调查之后的所感。通过这次的调查过程认识到企业文化实质是以企业管理哲学和企业精神为核心，凝聚员工归属感、提高积极性和创造性的人本管理理论。优秀的企业文化应该是以人为本、以价值观塑造为核心的文化管理，是对人的管理与对物的管理的有机结合。一个企业具有良好的企业文化才能在现在商业场上立于不败之地。

**调研报告格式篇九**

1.报告正文一般分调研的总体情况介绍，分析问题的主、客观原因和制约、影响因素，解决问题的思路、对策和可行性，结论等四大部分。

2.报告字数不低于3000字。

3.报告题目一般不超过25个字，要简练准确，可分两行书写。

4.作者处于报告题目正下方，须写明系部、专业、年级、姓名；有指导教师可注明。

**调研报告格式篇十**

标题

调研报告要用能揭示资料中心的标题，具体写法有以下几种：

(1)调研报告标题——公文式标题。这类调研报告标题多数由事由和文种构成，平实沉稳，如《关于知识分子经济生活状况的调研报告》;也有一些由调研对象和“调查”二字组成，如《知识分子情景的调查》。

(2)调研报告标题——一般文章式标题。这类调研报告标题直接揭示调研报告的中心，十分简洁，如《本市老年人各有所好》。

(3)调研报告标题——提问式标题。如《“人情债”何时了》。这是典型调研报告常用的标题写法，特点是具有吸引力。

(4)调研报告标题——正副题结合式标题。这是用得比较普遍的一种调研报告标题。异常是典型经验的调研报告和新事物的调研报告的写法。

正题揭示调研报告的思想意义，副题证明调研报告的事项和范围，如《深化厂务公开机制创新思想政治工作方法———关于武汉分局江岸车辆段深化厂务公开制度的调查》。

正文

调研报告的正文包括前言、主体和结尾三部分。

(1)前言

调研报告的前言简要地叙述为什么对这个问题(工作、事件、人物)进行调查;调查的时间、地点、对象、范围、经过及采用的方法;调查对象的基本情景、历史背景以及调查后的结论等。这些方面的侧重点由写作者根据调研目的来确定，不必面面俱到。

调研报告开头的方法很多，有的引起读者注意，有的采用设问手法，有的开门见山，有的承上启下，有的画龙点睛，没有固定形式。但一般要求紧扣主旨，为主体部分做展开准备。文字要简练，概括性要强。

(2)主体

这是调研报告的主干和核心，是引语的引申，是结论的依据。这部分主要写明事实的真相、收获、经验和教训，即介绍调查的主要资料是什么，为什么会是这样的。主体部分要包括很多的材料———人物、事件、问题、具体做法、困难障碍等，资料较多。

所以要精心安排调研报告的层次，安排好结构，有步骤、有次序地表现主题。

调研报告中关于事实的叙述和议论主要都写在这部分里，是充分表现主题的重要部分。一般来说，调研报告主体的结构大约有三种形式：

综合式结构。这种调研报告形式兼有纵式和横式两种特点，互相穿插配合，组织安排材料。采用这种调研报告写法，一般是在叙述和议论发展过程时用纵式结构，而写收获、认识和经验教训时采用横式结构。

调研报告的主体部分不论采取什么结构方式，都应当做到先后有序，主次分明，详略得当，联系紧密，层层深入，为更好地表达主题服务。

(3)结尾

结尾是调研报告分析问题、得出结论、解决问题的必然结果。不一样的调研报告，结尾写法各不相同，一般来说，调研报告的结尾有以下五种：

对调研报告归纳说明，总结主要观点，深化主题，以提高人们的认识;对事物发展做出展望，提出努力的方向，启发人们进一步去探索;提出提议，供领导参考;写出尚存在的问题或不足，说明有待今后研究解决;补充交代正文没有涉及而又值得重视的情景或问题。

总之，调研报告结尾要简洁有力，有话则长，无话则短，没有必要也能够不写。

**调研报告格式篇十一**

调查报告格式一般如下：

一、概念与特点

调查报告是对某项工作、某个事件、某个问题，经过深入细致的调查后，将调查中收集到的材料加以系统整理，分析研究，以书面形式向组织和领导汇报调查情况的一种文书。

调查报告有以下几个特点：

（一）写实性。调查报告是在占有大量现实和历史资料的基础上，用叙述性的语言实事求是地反映某一客观事物。充分了解实情和全面掌握真实可靠的素材是写好调查报告的基础。

（二）针对性。调查报告一般有比较明确的意向，相关的调查取证都是针对和围绕某一综合性或是专题性问题展开的。所以，调查报告反映的问题集中而有深度。

（三）逻辑性。调查报告离不开确凿的事实，但又不是材料的机械堆砌，而是对核实无误的数据和事实进行严密的逻辑论证，探明事物发展变化的原因，预测事物发展变化的趋势，提示本质性和规律性的东西，得出科学的结论。

二、分类

调查报告的种类主要有以下几种：

（一）情况调查报告。是比较系统地反映本地区、本单位基本情况的一种调查报告。这种调查报告平方根是为了弄清情况，供决策者使用。

（二）典型经验调查报告。是通过分析典型事例，总结工作中出现的新经验，从而指导和推动某方面工作的一种调查报告。

（三）问题调查报告。是针对某一方面的问题，进行专项调查，澄清事实真-相，判明问题的原因和性质，确定造成的危害，并提出解决问题的途径和建议，为问题的最后处理提供依据，也为其他有关方面提供参考和借鉴的一种调查报告。

三、写法

调查报告一般由标题和正文两部分组成。

设实践思考》等。作为公文，最好用规范化的标题格式或自由式中正副题结合式标题。

（二）正文。正文一般分前言、主体、结尾三部分。

1．前言。有几种写法：第一种是写明调查的起因或目的、时间和地点、对象或范围、经过与方法，以及人员组成等调查本身的情况，从中引出中心问题或基本结论来；第二种是写明调查对象的历史背景、大致发展经过、现实状况、主要成绩、突出问题等基本情况，进而提出中心问题或主要观点来；第三种是开门见山，直接概括出调查的结果，如肯定做法、指出问题、提示影响、说明中心内容等。前言起到画龙点睛的作用，要精练概括，直切主题。

2．主体。这是调查报告最主要的部分，这部分详述调查研究的基本情况、做法、经验，以及分析调查研究所得材料中得出的各种具体认识、观点和基本结论。

3．结尾。结尾的写法也比较多，可以提出解决问题的方法、对策或下一步改进工作的建议；或总结全文的主要观点，进一步深化主题；或提出问题，引发人们的进一步思考；或展望前景，发出鼓舞和号召。

一、环境调查报告

近年来，随着地区经济的迅猛发展，环境污染问题也越来越严重，防止环境污染，保护环境，维持生态平衡，已成为社会发展的一项重要举措，也是每个公民应尽的义务。

以下是实地调查出来的报告：

造成环境污染的污染源是：1、公共厕所排出的粪便散发出难闻的气味，让人恶心。2、工厂排出的废水又黑又臭，还浮着一些秽物。3、工厂排出的废气很刺鼻，会散发到小镇的各个角落。4、化肥厂排出的气体中含有粉尘、铅、煤灰等对人体有害的物质。5、公园的草坪上常有游人丢弃的垃圾，既不卫生，又影响市容。

造成环境污染的污染物是：废水、废气、粪便、腐肉、塑料袋、木筷，垃圾等。

污染物对环境和生物有很大的危害：使空气变得浑浊，对人的肺部有很大危害；生活垃圾处理不好会滋生细菌，严重影响人的健康；污水会影响生活水，直接侵害人体。

看了这么多，你是不是对目前的环境有些忧虑呢？对，环境与我们的生活密切相关，保护环境卫生从我做起，从现在做起：不随地吐痰；不乱扔垃圾；拒绝使用一次性木筷；废弃电池和塑料袋要处理好；多植树造林，不践踏草坪；不污染水源。保护环境，我们责无旁贷！

二、环境卫生调查报告

于2015年8月24日至26日对城区范围内的26个商品市场进行了为期3天的调查，总的来看，环境卫生工作有喜有忧，但形势不容乐观。现将有关情况汇报如下：

一、 城区商品市场环境卫生现状

据调查，我市目前共有各类商品市场26个，总营业面积 130762㎡。其中大中型商品市场4个（xx大市场、xx大市场、xx大市场、xx大市场）、农贸市场11个。城区商品市场共有管理人员200余人，其中，专职清洁员120人。从性质上看，事业性管理的商品市场有8家，占30.8％；民营型商品市场16家，占61.5％；股份制商品市场1家，占3.8％。空壳市场1家，占3.8％。4个商品市场配有垃圾站，5个商品市场配有垃圾桶，9个商品市场对厕所每天进行冲洗，9个商品市场有污水管并与市政污水管连接，13个商品市场有公厕，3个商品市场建立了绿化带，15个商品市场聘有保洁员，9个商品市场由环卫部门代运垃圾，11个商品市场每天进行卫生清扫，6个农贸市场有家禽宰杀场地，并每天进行冲洗，1个商品市场对生鲜经营场地每天冲洗，1个商品市场有肉食类保鲜设施，1个商品市场熟食饮食经营人员办有健康证，5个商品市场有专门的物业管理机构。特别值得一提的是：南贸西街（区xx局南侧）马路市场（未计入全市26个商品市场内），该马路市场既无专门的管理机构，也无固定的管理人员。但见有人收费，却无人进行管理和清扫，致使市场内臭气熏天，污水横流，垃圾成堆。环境卫生令人堪忧。

近年来，城区各商品市场管理机构，围绕经济发展需要，把环境卫生工作作为一项重点工作来抓；采取了一系列措施和办法，为经营者和消费者创造了一个良好的环境卫生条件。如xx市场、xx市场、xx市场等，在环境卫生整治方面做了大量工作，相应的卫生设施配备齐全，每年从收取的门面、摊位和卫生费中拿出部分资金用于环境卫生的整治。聘请了专门的保洁员，并做到每天对场地、厕所、排水沟、家禽屠宰场地等卫生角落进行清理，确保了垃圾及时得到清运。xx区市场服务中心为改变市场环境卫生，先后对xxx市场、xxx市场进行大规模的改造，使市场环境卫生工作得到全面升级。但也有少量商品市场由于没有人员管理，也没有相应的环卫硬件设施，业主自发组织请人打扫卫生。如xxx农贸市场，该市场已整体拍卖，正在改建，原来业主自发组织对市场内环境进行清扫。还有xxx建材市场，该市场原属区农委管辖，由于建筑商离开，致使物业无人管理，业主也是自发组织请人对场地卫生进行打扫。

二、存在的主要问题

一是少数商品市场对卫生工作重视不够；二是卫生投入不足，卫生死角多；三是商品市场周

边发展不平衡，易受影响；四是周边环境有待进一步加强和规范；五是绿化率普遍低下，大多数商品市场没有绿化带；六是个别商品市场环境卫生服务工作走过场、标准低、人员素质有待提高；七是环境卫生监督力度不够；八是熟食饮食经营人员办理健康证的不多；九是多个商品市场防尘防蝇设施为零；十是治安问题比较严重，经常有被盗现象。

三、对策及建议

（一）、提高认识，加强领导。商品市场环境卫生好坏，关系到我市省级卫生文明城市的创建，有关部门要通力合作，认真履行职责，切实把市政府有关文件精神落到实处。

（二）、积极服务，建立绿色通道。环境卫生管理有关部门要对商品市场熟食、饮食经营人员进行督查，对没有办理健康证的经营人员，采取上门办证服务，不符合条件的坚决取缔。

（三）、继续完善城市环境卫生管理制度。对商品市场的环境卫生保持24小时清洁，积极加大环境卫生的投入，建立健全环境卫生各项规章制度。

（四）、建立绿化带。对有条件的商品市场要逐步进行改造或创建绿化带和公共绿地，提高商品市场的绿化覆盖率。

（五）、切实加强市场内的治安管理，建立群防群治、联防联动机制，为经营者和消费者创造一个良好的安全环境。

（六）、建议有关部门对南贸西街马路市场坚决予于取缔，彻底清除城区内的卫生死角，同时就近规划兴建一个农贸市场，以方便这一带的居民生活。

（七）、建议市政府从每年的城市建设配套费中拿出一部分资金用于城区商品市场环境卫生的改造和建设，使我市商品市场环境卫生真正有一个彻底的改观。

市场调查报告格式及范文

市场调查报告是在对目标市场了解、分析及研究的基础上做出的，一般是为企业的经营管理者或者是相关机构负责人阅读的，因此，在写市场调查报告时，一定要要言简意赅、条理清晰。调查报告是方法、手段，一定要通过这些资料为决策提供依据。

一、市场调查报告格式

市场调查报告的格式一般由：标题、目录、概述、正文、结论与建议、附件等几部分组成。

(一)标题

标题和报告日期、委托方、调查方，一般应打印在扉页上。

关于标题，一般要在与标题同一页，把被调查单位、调查内容明确而具体地表示出来，如《关于哈尔滨市家电市场调查报告》。有的调查报告还采用正、副标题形式，一般正标题表达调查的主题，副标题则具体表明调查的单位和问题。

(二)目录

目 录

1、调查设计与组织实施

2、调查对象构成情况简介

3、调查的主要统计结果简介

4、综合分析

5、数据资料汇总表

6、附录

(三)概述

概述主要阐述课题的基本情况，它是按照市场调查课题的顺序将问题展开，并阐述对调查的原始资料进行选择、评价、作出结论、提出建议的原则等。主要包括三方面内容：

第一，简要说明调查目的。即简要地说明调查的由来和委托调查的原因。

第二，简要介绍调查对象和调查内容，包括调查时间、地点、对象、范围、调查要点及所要解答的问题。

第三，简要介绍调查研究的方法。介绍调查研究的方法，有助于使人确信调查结果的可靠性，因此对所用方法要进行简短叙述，并说明选用方法的原因。例如，是用抽样调查法还是用典型调查法，是用实地调查法还是文案调查法，这些一般是在调查过程中使用的方法。另外，在分析中使用的方法，如指数平滑分析、回归分析、聚类分析等方法都应作简要说明。如果部分内容很多，应有详细的工作技术报告加以说明补充，附在市场调查报告的最后部分的附件中。

(四)正文

正文是市场调查分析报告主体部分。这部分必须准确阐明全部有关论据，包括问题的提出到引出的结论，论证的全部过程，分析研究问题的方法，还应有可供市场活动的决策者进行独立思考的全部调查结果和必要的市场信息，以及对这些情况和内容的分析评论。

(五)结论与建议

结论与建议是撰写综合分析报告的主要目的。这部分包括对引言和正文部分所提出的主要内容的总结，提出如何利用已证明为有效的措施和解决某一具体问题可供选择的方案与建议。结论和建议与正文部分的论述要紧密对应，不可以提出无证据的结论，也不要没有结论性意见的论证。

(六)附件

附件是指调查报告正文包含不了或没有提及，但与正文有关必须附加说明的部分。它是对正文报告的补充或更祥尽说明。包括数据汇总表及原始资料背景材料和必要的工作技术报告，例如为调查选定样本的有关细节资料及调查期间所使用的文件副本等。

二、市场调查报告的内容

市场调查报告的主要内容有;

第一，说明调查目的及所要解决的问题。

第二，介绍市场背景资料。

第三，分析的方法。如样本的抽取，资料的收集、整理、分析技术等。

第四，调研数据及其分析。

第五，提出论点。即摆出自己的观点和看法。

第六，论证所提观点的基本理由。

第七，提出解决问题可供选择的建议、方案和步骤。

第八，预测可能遇到的风险、对策。

市场调查报告写作范文

[例文] ××市居民家庭饮食消费状况调查报告

为了深入了解本市居民家庭在酒类市场及餐饮类市场的消费情况，特进行此次调查。调查由本市某大学承担，调查时间是2001年7月至8月，调查方式为问卷式访问调查，本次调查选取的样本总数是2000户。各项调查工作结束后，该大学将调查内容予以总结，其调查报告如下：

一、调查对象的基本情况

(一)样品类属情况。在有效样本户中，工人320户，占总数比例18.2%;农民130户，占总数比例7.4%;教师200户，占总数比例11.4%;机关干部190户，占总数比例10.8%;个体户220户，占总数比例12.5%;经理150户，占总数比例8.52%;科研人员50户，占总数比例2.84%;待业户90户，占总数比例5.1%;医生20户，占总数比例1.14%;其他260户，占总数比例14.77%。

(二)家庭收入情况。本次调查结果显示，从本市总的消费水平来看，相当一部分居民还达不到小康水平，大部分的人均收入在1000元左右，样本中只有约2.3%的消费者收入在2000元以上。因此，可以初步得出结论，本市总的消费水平较低，商家在定价的时候要特别慎重。

二、专门调查部分

(一)酒类产品的消费情况

1、白酒比红酒消费量大。分析其原因，一是白酒除了顾客自己消费以外，用于送礼的较多，而红酒主要用于自己消费;二是商家做广告也多数是白酒广告，红酒的广告很少。这直接导致白酒的市场大于红酒的市场。

2、白酒消费多元化。

(1)从买白酒的用途来看，约52.84%的消费者用来自己消费，约27.84%的消费者用来送礼，其余的是随机性很大的消费者。

买酒用于自己消费的消费者，其价格大部分在20元以下，其中10元以下的约占26.7%，10～20元的占22.73%，从品牌上来说，稻花香、洋河、汤沟酒相对看好，尤其是汤沟酒，约占18.75%，这也许跟消费者的地方情结有关。从红酒的消费情况来看，大部分价格也都集中在10～20元之间，其中，10元以下的占10.23%，价格档次越高，购买力相对越低。从品牌上来说，以花果山、张裕、山楂酒为主。

价位，选择80元以上的约5.11%。总之，从以上的消费情况来看，消费者的消费水平基本上决定了酒类市场的规模。

(2)购买因素比较鲜明，调查资料显示，消费者关注的因素依次为价格、品牌、质量、包装、广告、酒精度，这样就可以得出结论，生产厂商的合理定价是十分重要的，创名牌、求质量、巧包装、做好广告也很重要。

(3)顾客忠诚度调查表明，经常换品牌的消费者占样本总数的32.95%，偶尔换的占

43.75%，对新品牌的酒持喜欢态度的占样本总数的32.39%，持无所谓态度的占52.27%，明确表示不喜欢的占3.4%。可以看出，一旦某个品牌在消费者心目中形成，是很难改变的，因此，厂商应在树立企业形象、争创名牌上狠下功夫，这对企业的发展十分重要。

(4)动因分析。主要在于消费者自己的选择，其次是广告宣传，然后是亲友介绍，最后才是营业员推荐。不难发现，怎样吸引消费者的注意力，对于企业来说是关键，怎样做好广告宣传，消费者的口碑如何建立，将直接影响酒类市场的规模。而对于商家来说，营业员的素质也应重视，因为其对酒类产品的销售有着一定的影响作用。

(二)饮食类产品的消费情况。

本次调查主要针对一些饮食消费场所和消费者比较喜欢的饮食进行，调查表明，消费有以下几个重要特点：

1、消费者认为最好的酒店不是最佳选择，而最常去的酒店往往又不是最好的酒店，消费者最常去的酒店大部分是中档的，这与本市居民的消费水平是相适应的，现将几个主要酒店比较如下：

泰福大酒店是大家最看好的，约有31.82%的消费者选择它，其次是望海楼和明珠大酒店，都是10.23%，然后是锦花宾馆。调查中我们发现，云天宾馆虽然说是比较好的，但由于这个宾馆的特殊性，只有举办大型会议时使用，或者是贵宾、政府政要才可以进入，所以调查中作为普通消费者的调查对象很少会选择云天宾馆。

2、消费者大多选择在自己工作或住所的周围，有一定的区域性。虽然在酒店的选择上有很大的随机性，但也并非绝对如此，例如，长城酒楼、淮扬酒楼，也有一定的远距离消费者惠顾。

、消费者追求时尚消费，如对手抓龙虾、糖醋排骨、糖醋里脊、宫爆鸡丁的消费比较多，特别是手抓龙虾，在调查样本总数中约占26.14%，以绝对优势占领餐饮类市场。

4、近年来，海鲜与火锅成为市民饮食市场的两个亮点，市场潜力很大，目前的消费量也很大。调查显示，表示喜欢海鲜的占样本总数的60.8%，喜欢火锅的约占51.14%，在对季节的调查中，喜欢在夏季吃火锅的约有81.83%，在冬天的约为36.93%，火锅不但在冬季有很大的市场，在夏季也有较大的市场潜力。目前，本市的火锅店和海鲜馆遍布街头，形成居民消费的一大景观和特色。

三、结论和建议

(一)结论

1、本市的居民消费水平还不算太高，属于中等消费水平，平均收入在1000元左右，相当一部分居民还没有达到小康水平。

2、居民在酒类产品消费上主要是用于自己消费，并且以白酒居多，红酒的消费比较少，用于个人消费的酒品，无论是白酒还是红酒，其品牌以家乡酒为主。

3、消费者在买酒时多注重酒的价格、质量、包装和宣传，也有相当一部分消费者持无所谓的态度。对新牌子的酒认知度较高。

4、对酒店的消费，主要集中在中档消费水平上，火锅和海鲜的消费潜力较大，并且已经有相当大的消费市场。

(二)建议

1、商家在组织货品时要根据市场的变化制定相应的营销策略。

2、对消费者较多选择本地酒的情况，政府和商家应采取积极措施引导消费者的消费，实现城市消费的良性循环。

调研报告概念

对某一情况、某一事件、某一经验或问题，经过在实践中对其客观实际情况的调查了解，将调查了解到的全部情况和材料进行“去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里”的分析研究，揭示出本质，寻找出规律，总结出经验，最后以书面形式陈述出来，这就是调研报告。

调研报告的核心是实事求是地反映和分析客观事实。调研报告主要包括两个部分：一是调查，二是研究。调查，应该深入实际，准确地反映客观事实，不凭主观想象，按事物的本来面目了解事物，详细地占有材料。研究，即在掌握客观事实的基础上，认真分析，透彻地揭示事物的本质。至于对策，调研报告中可以提出一些看法，但不是主要的。因为，对策的制定是一个深入的、复杂的、综合的研究过程，调研报告提出的对策是否被采纳，能否上升到政策，应该经过政策预评估。

调研报告格式

1、 文章题名

文章题名应简明、贴切，能概括文章的内容，一般不超过20个字。

2、 作者署名

作者署名应使用真名，如为团体作者的执笔人可标注于篇首页地脚处。

3、 摘要

摘要应客观地概括论文的主要内容和观点，篇幅不超过200个字。

4、 关键词

关键词为反映论文主题概念的词或词组，具有检索价值。一般为3~6个。

5、 作者简介

作者简介为主要作者的姓名、出生年月、性别、所在院（系、所）和专业，置于篇首页地脚处。

6、 正文

正文为调研报告的主体部分，不少于4000字（不含调研基本情况部分）。根据所在村的调研基本情况提出问题、分析问题、解决问题。调研报告内容分为调研基本情况介绍、调研分析、思考建议和农户家庭案例（不少于一个）四部分。

7、 注释

篇名和作者注释置于首页地脚处。文内对特定内容的注释置于当页下（脚注），按在论文中出现的先后顺序用1，2，3每页单独排序。

8、 参考文献 置于正文末，主要参考文献著录格式如下：

著作：标注顺序:责任者/文献题名/出版者/出版时间/页码。

示例：赵景深：《文坛忆旧》，北新书局，1948年，第43页。

期刊：标注顺序:责任者/文献题名/期刊名/年期(或卷期，出版年月) 。

示例：何龄修:《读顾诚〈南明史〉》,《中国史研究》1998年第3期。

学位论文、会议论文等：标注顺序:责任者/文献标题/论文性质/地点或学校/文献形成时间/页码。

9、字体与字号

题目：黑体 四号 居中

作者名字：宋体 四号 居中

摘要、关键词、参考文献：宋体 小四号 加粗

摘要、关键词、参考文献内容：宋体 小四号

作者简介、注释：宋体 小五号 加粗

作者简介、注释内容：宋体 小五号

正文：宋体 小四号

如何写好调研报告

第一，必须掌握符合实际的丰富确凿的材料，这是调研报告的生命。丰富确凿的材料一方面来自于实地考察，一方面来自于书报、杂志和互联网。在知识爆炸的时代，获得间接资料似乎比较容易，难得的是深入实地获取第一手资料。这就需要眼睛向下，脚踏实地地到实践中认真调查，掌握大量的符合实际的第一手资料，这是写好调研报告的前提，必须下大功夫。

第二，对于获得的大量的直接和间接资料，要做艰苦细致的辨别真伪的工作，从中找出事物的内在规律性，这是不容易的事。调研报告切忌面面俱到。在第一手材料中，筛选出最典型、最能说明问题的材料，对其进行分析，从中揭示出事物的本质或找出事物的内在规律，得出正确的结论，总结出有价值的东西，这是写调研报告时应特别注意的。

第三，用词力求准确，文风朴实。毛泽东的《湖南农民-运动考察报告》是很好的典范。写调研报告，应该用概念成熟的专业用语，非专业用语应力求准确易懂。通俗应该是提倡的。特别是被调查对象反映事物的典型语言，应在调研报告中选用。目前，盲目追求用词新颖，把简单的事物用复杂的词语来表达，把简单的道理说得云山雾罩、玄而又玄，实际上是学风浮躁的表现，有时甚至有“没有真功夫”之嫌。

调研报告一般是针对解决某一问题而产生的。报告需要陈述问题发生发展的起因、过程、趋势和影响。如果用词概念不清，读者就难以了解事物的本来面目，也就达不到解决问题的目的。尤其是政策调研报告，用词准确有助于政策决策者迅速准确地理解调研报告的内容，有利于政策制定和调整的正确性。

第四，逻辑严谨，条理清晰。调研报告要做到观点鲜明，立论有据。论据和观点要有严密的逻辑关系，条理清晰。论据不单是列举事例，讲故事，逻辑关系是指论据和观点之间内在的必然联系。如果没有逻辑关系，无论多少事例也很难证明观点的正确性。结构上的创新只是形式问题，不能把主要精力放在追求报告的形式上。调研报告的结构可以不拘一格。

第五，要有扎实的专业知识和思想素质。好的调研报告，是由调研人员的基本素质决定的。调研人员既要有深厚的理论基础，又要有丰富的专业知识。一项政策往往涉及到国民经济的许多方面，并且影响到不同的社会群体，只有具备很宽的知识面，才能够深刻理解国家的大政方针，正确判断政策所涉及的不同群体的需要；才能看清复杂事物的真实面目。恩格斯说过：如果现象和本质是统一的，任何科学都没有存在的价值了。调研人员一定要具备透过现象洞察事物本质的能力。这源于日积月累，非一朝一夕之功。

第六，要对人民有感情，对事业、对真理有追求。任何事物都是一分为二的，调研报告带有一定程度的主观性。作者所处的立场决定了报告的主题和观点，也决定了报告素材选取的倾向性。巴金说，“不是我有才能，而是我有感情”。深入实际搞调研，一定要有为老百姓、为国家解决问题的强烈愿望和感情。

事物的产生和发展都遵循一定的规律，调研报告的写作过程实际上也是探索事物发生发展规律的过程。报告的论点和论据一定要符合自然规律和社会规律，而不是追随潮流，迎合某些群体的需要。这就需要调研人员非常敬业，具有不懈追求真理的精神。

如何撰写市场调研报告

调查报告是整个调查工作，包括计划、实施、收集、整理等一系列过程的总结，是调查研究人员劳动与智慧的结晶，也是客户需要的最重要的书面结果之一。

它是一种沟通、交流形式，其目的是将调查结果、战略性的建议以及其他结果传递给管理人员或其他担任专门职务的人员。

因此，认真撰写调查报告，准确分析调查结果，明确给出调查结论，是报告撰写者的责任。

1．题页

题页点明报告的主题。包括委托客户的单位名称、市场调查的单位名称和报告日期。调查报告的题目应尽可能贴切，而又概括地表明调查项目的性质。

2．目录表

3．调查结果和有关建议的概要

这是整个报告的核心，匝简短，切中要害。使阅读者既可以从中大致了解调查的结果，又可从后面的本文中获取更多的信息。

有关建议的概要部分则包括必要的背景、信息、重要发现和结论，有时根据阅读者之需要，提出一些合理化建议。

4．本文(主体部分)

包括整个市场调查的详细内容，含调查使用方法，调查程序，调查结果。对调查方法的描述要尽量讲清是使用何种方法，并提供选择此种方法的原因。

在本文中相当一部分内容应是数字、表格，以及对这些的解释、分析，要用最准确、恰当的语句对分析作出描述，结构要严谨，推理要有一定的逻辑性。

在本文部分，一般必不可少地要对自己在调查中出现的不足之处，说明清楚，不能含糊其辞。必要的情况下，还需将不足之处对调查报告的准确性有多大程度的影响分析清楚，以提高整个市场调查活动的可信度。

5．结论和建议

建议要作一简要说明，使读者可以参考本文中的信息对建议进行判断、评价。

6．附件

附件内容包括一些过于复杂、专业性的内容，通常将调查问卷、抽样名单、地址表、地图、统计检验计算结果、表格、制图等作为附件内容，每一内容均需编号，以便查寻。

调研报告范文一

关于大学生传统民族节日意识的调查报告

前言

随着时代的发展，中国与西方国家的交流日趋频繁，中西方文化的差异也渐渐统一化，这就造成很多人淡化了中国传统节日文化而注重外来节日，像2月14日的“西方情人节”、4月1日的“愚人节”、12月25日的“圣诞节”等西方国家节日在中国变得相当流行，而中国传统的节日像农历5月初5的“端午”等节日却被我们中国人淡化了。就此问题，我对西安部分高校的部分在校大学生做了关于中国传统民族节日意识的调查，现就调查结果做以下分析报告。

一． 当代大学生对中国传统节日的了解和重视程度

大部分大学生认为中国传统节日是具有深远意义的，是值得倡导并隆重举行的，比如说“端午节”是纪念我们伟大的爱国英雄——屈原的；还有部分大学生认为对中国传统节日的了解程度不是很高，不明白部分节日的意义，所以表示不是很提倡，有的人甚至表示对中国传统节日都不是很了解，在调查中我发现很多人不能完全说出中国传统节日有哪些，有些竟然表示不知道“端午节“这个节日。

二． 当代大学生对西方国家节日的了解及重视程度

部分大学生认为要与西方国家“接轨”，要学习西方的先进科技及文化，就必须接受西方国家的文化及节日传统；大多数人表示对于西方国家的节日既不能说完全摒弃，也不能说是完全不接受，中西方文化的交流和融合并不代表是否定某一方，而是两者的融合，对于节日这一问题而言，他们表示可以接受，但不会去隆重庆祝，毕竟那是别人的节日。

三． 大学生热衷外国节日的主要原因

由于对我国文化、民族传统知识的欠缺以及盲目从众崇洋媚外的心理导致部分大学生对外国节日表现出“狂热”的态度，中国文化博大精深，而当代大学生从小就被社会定位为为了考试而拼命学习的一类人，大部分时间都用来“钻研”那些课本知识以应付考试，忽视了对中国传统文化知识的了解，错误的认为科技、经济等某方面优于中国的部分西方国家就是自己的偶像，从而导致崇洋媚外，热衷于外国的文化教育及服饰等各种东西，当然西方国家的节日也成为他们青睐的对象。

四． 调查中出现的令人“匪夷所思”的问题

在调查时与部分大学生的交流中，发现了极少部分大学生的一些令人无奈又“匪夷所思”的观点。

1. 建议给中国传统节日重新“易名”

极少部分大学生由于对西方国家的过度崇拜，竟然给部分中国传统节日加上一个类似于西方节日名字的名字，比如“中国情人节”，更令人无语的是有人建议将“清明节”改名为“中国鬼节”。

2. 部分人表示“不承认”中国有些传统节日

部分人认为当“节日”的概念被“假日”替换以后，是节日就应该有假期，可是中国的很多节日都没有放假时间，这样一来，他们觉得这些节日不能算是真正意义上的节日，从而忽视甚至不承认那是中国传统节日。他们表示这样的节日犹如“食而无味”，所以不愿接受。

五． 保护中国传统节日文化遗产刻不容缓

在调查中，少量大学生对韩国申报端午祭为世界文化遗产的成功这一事件表示义愤填膺，他们认为中国人民应注重保护自己的文化遗产，对于2015年韩国申报中国的“端午节”为他们的节日这一事件，我们应该予以重视，对于这些非物质文化遗产，我们每个中国人都应该去重视，保护中国传统节日等非物质文化遗产刻不容缓。

六． 结论与建议

通过该调查发现，当代大学生对中国传统文化尤其是传统节日的重视程度较为欠缺，这是由于对我国文化知识及传统观念的缺乏而导致的。我希望当代在校大学生能加强对我国传统文化的学习了解，树立良好的人生观、价值观，用行动去证明自己的爱国热情。

七． 附录

由于我的调查时口头形式的，所以没有统计初详细的数据，该报告只是反映了调查中出现的显著问题，故不能作为有力的论据。

调研报告范文二

大学生消费状况调查报告

调查时间：------

调查地点：------

调查对象：------

一、问题的提出

当前的消费市场中，随着经济社会的纵深发展，我们大学生作为社会特殊的消费群体，我们的消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响我们世界观的形成与发展，进而对我们一生的品德行为产生重要的影响。因此，关注大学生消费状况，把握大学生生活消费的心理特征和行为导向，培养和提高我们的“财商”，在当前就成为我们当大学生作为一个特殊的消费群体正受到越来越大的关注。由于大学生年龄较轻，群体较特别，有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。一方面，有着旺盛的消费需求，另一方面，尚未获得经济上的独立，消费受到很大的制约。消费观念的超前和消费实力的滞后，都对大学生的消费有很大影响。特殊群体自然有自己特殊的特点，同时难免存在一些非理性的消费甚至一些消费的问题。为了调查清楚大学生的消费问题，我们决定在身边的同学中进行一次消费的调研。

二、问卷情况

见附录一、

本问卷共发放150份，收回有效问卷146份。发放以我们周围的.同学为主。

三、数据统计和分析

1．总消费额

2．恩格尔系数

由表中数据可看出，饮食方面支出居于250-350的人数最多，“吃饭消费”占总消费的比例较高，因此，大学生这一群体的恩格尔系数较高，这可能是这一群体的特点。虽然考虑到，数据受限于学校的物价水平，但还是可以反映大学生消费支出的大概情况。

3、通讯开支

4．打工目的方面个电话时间较短。即使考虑到目前的手机普及率，大家这方面的消费还是比较的合理。 最高的选项是增长社会经验，可以看出，大部分人做家教的目的不在于经济方面，而只是为增加社会阅历，由这点也可以看出大家普遍的经济状况较好，有足够的资金应付日常支出。

5．生活资金来源及家庭收入

九成以上的被调查者资金主要是由父母或家庭提供这个数据还是说明了一些问题，这种情况是大学生的普遍情况。很多社会因素我们无法改变，但是我们需要关注的是，很多人居然认为这是天经地义的事，即使做家教，也不是为了减轻父母的负担，或是尽早经济独立，大家经济独立意识之差可见一斑。

6．自我评价

结果显示，71%的被调查者认为花销较大，与自己的预期不符。可是，大家又一直保持着这种花费势头，这也算是大学生消费心理脆弱的一定表现。

四．思考

综合以上的数据我们可以看出，大学生目前正受到社会的影响，具有多种经济状况和消费能力的个体，区分程度相对稳定。但是大学生作为一个群体在消费方面是有一些共性的特点。

a、当代大学生消费新概念

1.理性消费是主流

价格、质量、潮流是吸引大学生消费的主要因素。从调查结果来看，讲求实际、理性消费仍是当前大学生主要的消费观念。据了解，在购买商品时，大学生们首先考虑的因素是价格和质量。这是因为中国的大学生与国外的不同，经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，这使我们每月可支配的钱是固定的，大约在300-800元之间，家境较好的一般也不超过2000元，而这笔钱主要是用来支付饮食和日常生活用品开销的。由于消费能力有限，大学生们在花钱时往往十分谨慎，力求“花得值”，我们会尽量搜索那些价廉物美的商品。无论是在校内还是在校外，当今大学生的各种社会活动都较以前增多，加上城市生活氛围、开始谈恋爱等诸多因素的影响，我们不会考虑那些尽管价廉但不美的商品，相反，我们比较注重自己的形象，追求品位和档次，虽然不一定买名牌，但质量显然是我们非常关注的内容。

2．追求时尚和名牌是不老的话题

即使在取消高考年龄限制之后，20岁左右的青年仍是大学校园的绝对多数，我们站在时代前沿，追新求异，敏锐地把握时尚，惟恐落后于潮流，这是我们的共同特点。最突出的消费就是使用手机。当代大学生们的消费中普遍增加了手机的消费项目。本次调查中发现学生手机拥有率已达到每班不低于60%。此外，电脑及相关消费也是我们的追求，小至一张几十元的上网卡，大至电脑都是当代大学生的宠物，用计算机系同学的话来形容，我们简直就把电脑当成自己的“情人知己”。再次是发型、服装、饰物、生活用品，大学校园中都不乏追“新”族。调查资料也印证了这一点，就所占比例来看，“是否流行”紧随价格、质量之后，成为大学生考虑是否购买的第三大因素。至于名牌产品，当问到“如果经济许可，会否购买名牌产品”时，80%的学生表示肯定。以上充分体现了大学生对追求高品质、高品牌、高品位生活的需要。

b、当代大学生消费状况存在的问题

1．储蓄观念淡薄，财商需培养和加强

财商”一词的提出者罗伯特清崎曾经说过：“财商与你挣了多少钱没关系，它是测算你能留住多少钱以及能让这些钱为你工作多久的能力。”在调查中，当问及对“财商”概念的认识时，很多同学表示陌生。当问及一学期结束后经济情况如何时，大部分同学都坦然承认自己的消费已经超出计划范围，甚至有些同学还需要向别人借回家的路费，略有剩余的同学也想着如何把剩余的钱花完，只有极个别同学有储蓄的意识。可见，当前大学生的财商需要培养和加强。

2．消费差距拉大，出现两极分化

在关于月平均消费一栏的调查中，有15.2%的同学在400元以下“有点痛苦”的生活线上坚持学业；有28.3%的同学在400-550元之间“勉强过得去”，有34.4%的同学在550-900元之间“稍为有点爽”，有14.6%的同学在900-1400元之间“比较自由”；有7.5%的同学月消费1400元以上可以说是“跟着感觉走”——无忧无虑。可见，大学生的消费差距增大，两极分化也比较分明，这在我国当前剧烈转型的社会大背景下有一定的必然性，但我们相信，随着社会的发展和人民生活水平的进一步提高，这些问题必将在一定程度上得到改善。

3．消费结构存在不合理因素，女生更为突出

大学生的生活消费从20世纪70年代至今，至少有一个方面是共同的，即消费的主要组成部分以生活费用和购买学习资料、用品为主。在生活费用中，饮食费用又是重中之重，按照青岛地区的物价水平，以学生在校每天消费十元左右用于基本饮食需要来估计，学生每月净饮食费需300元左右。

我们惊奇地发现，在被调查的197名女生中，83.7%饮食费用在300元以下，有的为了保持苗条身材控制自己的食欲，有的为了节约支出不顾营养需要净选择廉价的饭菜；而192名男生中也只有66.4%达到标准。当问及他们是否研究过自己的营养结构问题时，比如对“一杯奶养起一个民族”说法的认同时，90%的同学表示认可，但不怎么在意。当我们把饮食结构不合理的问题在调查中指出的时候，他们当中，尤其是女同学很多都承认自己对健康饮食知识了解不够。

4．过分追求时尚和名牌，存在攀比心理

在调查中，一些同学指出，为了拥有一款手机或者换上一款最流行的手机，有的同学情愿节衣缩食，甚至牺牲自己的其他必要开支；有些男同学为了一双名牌运动鞋，有些女同学为了一套名牌化妆品或者一件名牌衣服，不惜向别人借钱甚至偷钱以满足自己的欲望等，都可以反映出一些学生不懂得量入而出，而虚荣心的驱使又极易形成无休止的攀比心理。

5．恋爱支出过度

在调查中我们发现，一部分谈恋爱的大学生每月大约多支出100-300元左右，最少的也有50元左右，最高的达到1000元（比如送名贵礼物给对方）。他们大多承认为了追求情感需要物质投入，经常难以理性把握适度消费的原则。这是让人感到忧虑的方面。有趣的是，传统意义上谈恋爱的费用支出一般由男方承担的局面已经完全被打破，而出现三种情况，即男方全部承担、男女方共同承担和女方主动全部承担，女生的恋爱支出甚至有超过男方的情况。传统与现代生活方式在当代大学生中被充分演绎。

c、当前大学生消费心理和行为偏颇的原因分析

当前大学生在消费上出现无计划消费、消费结构不合理、攀比、奢侈浪费、恋爱支出过度等问题，既与社会大环境的负面影响有关，也与家庭、学校教育缺乏正确引导不无关系。今天的大学生生活在“没有围墙”的校园里，全方位地与社会接触，当某些大学生受到享乐主义、拜金主义、奢侈浪费等不良社会风气的侵袭时，如果没有及时得到学校老师和父母的正确引导，容易形成心理趋同的倾向，在校风建设上注重塑造和强化学生良好的消费意识和消费行为，培养学生良好的消费习惯，这是高校思想政治教育一个非常重要的内容。

d、引导大学生养成健康消费心理和行为的建议

世界，我们离工业化发达国家的距离还很遥远。当代大学生是未来社会建设的栋梁，引导大学生继续保持艰苦朴素、勤俭节约的消费观念，反对奢侈浪费、盲目攀比、过高消费等不良消费风气，加强大学生健康的消费观念的培养与塑造，在当前国情下具有非常重要的意义。要正确引导大学生养成健康消费心理和行为，可以从以下三个方面着手：

1．加强对大学生消费心理和行为的调查研究。我们认为今后老师应当重视和加强对大学生消费状况的关注，注重研究我们的消费心理与行为，从中发现问题和解决问题，帮助我们养成健康消费心理，形成正确的消费观。

2.培养和加强大学生的财产管理能力，指的是一个人在财务方面的智力，即对钱财的理性认识与运用。专家指出，财商的概念是与智商、情商并列的现代社会三大不可缺少的素质，也是现代教育不可忽略不宜回避的话题。可以这样理解，智商反映人作为一般生物的生存能力，情商反映人作为社会生物的生存能力，财商反映人作为经济人在经济社会里的生存能力。财商主要包括两方面的内容：其一，正确认识金钱及金钱规律的能力；其二，正确运用金钱及金钱规律的能力。我们建议老师围绕这两方面的内容，在“两课”教学活动中设计生动活泼的教学形式以达到教育目的。

3．大学生良好消费风气应该成为良好校风的重要组成部分良好校风是师德师风和学生学习、生活作风的有机组合。其中学生的消费心理和行为是体现学生生活作风的体现。

五、分析

当前大学生在消费上出现无计划消费、消费结构不合理、攀比、奢侈浪费、恋爱支出过度等问题，既与社会大环境的负面影响有关，也与家庭、学校教育缺乏正确引导不无关系。

1,今天的大学生生活全方位地与社会接触，当某些大学生受到享乐主义、拜金主义、奢侈浪费等不良社会风气的侵袭时，如果没有及时得到学校老师和父母的正确引导，容易形成心理趋同的倾向，当学生所在家庭可以在经济上满足较高的消费条件时，这些思想就会在他们的消费行为上充分体现。

3,学校教育环境对学生消费观念培养的重要影响作用。可事实求是，高校思想政治教育对学生消费观教育还没有形成足够的重视。对大学生消费心理和行为研究不足 “两课”教学中对大学生消费观的教育指导不够。由于对大学生的消费心理和行为了解不够全面和客观以及课程设置等因素，与人生观、劳动观、金钱观、国情观等重要思想观念紧密相关的消费观的专题教育在思想品德修养课中没有充分开展，从而也难以达到真正的指导目的。

另外，校风建设范畴中普遍缺少倡导大学生勤俭节约生活消费观的内容。大学生的消费心理和行为除了在个人喜好、穿着打扮等较少方面比较注重突出个性以外，他们对于时尚品牌、基本生活用品、生活费用的额度等主要消费内容都具有群体从众心理。高校校风主要体现的正是学生的群体心理和行为特征。在校风建设上注重塑造和强化学生良好的消费意识和消费行为，培养学生良好的消费习惯。

六、结论与建议

综合以上分析，我们可以看出大学生的消费心理总体上处于成长健全期。他们在质量、价格、品牌、情绪等诸多影响购买的因素里面，他们首先考虑质量的因素，但更注重品牌与情绪的影响。因此可以说大学生充满的是感性而略掺有理性的消费观。而对于流行与时尚的追求似乎更是一个令人彷徨的十字路口。适度的追求是合理的。但过分的攀比会产生危险的影响。

那么对于大学生在消费中产生的问题，我们能提出什么建议：

1．增强独立意识，培养和加强理财能力

a，正确认识金钱及金钱规律的能力；b，正确运用金钱及金钱规律的能力。

2．克服攀比情绪

树立适应时代潮流的、正确的、科学的价值观，逐渐确立正确的人生准则，给自己理性的定位。

通过这次调研，我们基本掌握了当代大学生消费心理趋势及现状。大学生的基本生活消费大体上是现实的、合理的，但离散趋势明显，个体差异大。在以寄生性消费为主的大学生中，培养独立的理财能力、科学的价值观应是当务之急。

3．形成大学生良好消费风气

良好校风是师德师风和学生学习、生活作风的有机组合。其中学生的消费心理和行为是体现学生生活作风的重要部分。一旦良好的消费习惯得到培养和加强，就会对良好校风的塑造起促进作用，并形成校风助学风的良性循环。因此，应该把大学生良好消费心理和行为的培养作为校园文化建设的重要组成部分。在校园文化建设中设计有关大学生健康消费理念的活动专题，并且持之以恒，以大学生良好的消费心理和行为促进良好生活作风的形成，进而促进良好学风、校风的巩固与发展。

附录一：

大学生消费状况调查问卷

为了了解我校大学生的消费问题，我们决定在身边的同学中进行一次消费的调研，请尽量如实填写.

一．客观题

1．您的月消费额大概为多少（ ）

2.您每月饮食方面支出（包括零食饮料）大概为多少（ ）

3．您每学期学习方面的花费（包括文具、书籍、复印、培训班）（ ）

5. 如果您是女生，您花在服饰和化妆品方面平均每个月的消费（ ）

6. 您每月谈恋爱浪漫气氛“制造费”是多少（ ）

7. 您拥有手机吗？如果有，每个月话费支出为多少？如果没有，请回答下一题。

8. 您每月用于通讯方面的支出为多少（仅限于使用电话卡的情况）（ ）

9. 您是否有打工的经历，如果有，或有此打算，目的是（ ）

a.补贴日用 b.增长社会经验 c.赶时髦 d.渴望独立

e.闲着没事，干就干了

10. 您花费的资金主要来自（ ）

a.学子勤工俭学, b.用休息日在外作家教 c给企业打工 d.主要从家里拿钱，很少自己挣钱 其他：

11.您的家庭月总收入为（ ）rmb

12. 您觉得您现在每月消费情况如何（ ）

a.高得惨不忍睹 b.偏高 c.刚刚好 d.偏低 e.低得一塌糊涂

二．问答

您有没有在不知不绝中花去很多钱的体验？如果有，您觉得这部分花费是否必要？

如果您认为不必要或者很大一部分不必要，您能想出什么办法避免这部分花费么？

e.

-->[\_TAG\_h3]调研报告格式篇十二

(500字以内)

(二)活动的意义和目的

(200字以内)

二、实践活动的主要内容

(一)活动安排：活动内容、时间、地点

(300字以内)

(二)实施地域、受益对象(数量、群体等)

(200字以内)

(三)活动主要内容

(800字以内)

(四)活动解决的问题与社会效益

(500字以内)

三、实践活动的个人感受和体会

(500字以内)

**调研报告格式篇十三**

时光如梭,转眼即逝,不知不觉中中,我们已经来 二中四个半多月了,实习即将结束,在实习的这段时间里,我成长了许多,从一个只懂理论知识的大学生到站上讲台,期间的苦与乐,让我懂得了作为一名教师的应尽的责任。

初到这里,并没有想象中的那么顺利,我没有教上自己的专业课。看到别人有自己的专业课,心里即为他们高兴,同时也羡慕他们。当时我的心情很矛盾,我不知道接下来的日子该怎么办,心想我来实习究竟是为了什么,既然不让我上课,那么在这个学校我还有留下来的价值吗?队友们知道了我的想法之后就开导我,鼓励我，渐渐地,我在他们的影响下找到了自己留下来的理由:我要为自己争取,不管前面的道路多么艰难,我都会坚持。通过这半年的实习,我在很多方面得到了提高。

一.教学方面:回想初登讲台的我,面对80多个学生,我都不知道第一堂课是怎么度过的,当时很紧张,时间掌握不好,不知道如何分配时间,不懂得这堂课的重难点,通过听指导老师的课,并通过和当地有经验的教师交流,我的教学能力得到了提升,慢慢懂得如何分配时间。这学期我虽然没有教上自己的专业课,教了两班的生物,但同样锻炼了我,使我学会了怎样和学生互动,怎样布置作业,什么样的知识适合什么程度的学生。还有,我还意识到一个问题,对于中学生来说,明确给出的重点及问题的答案,让他们记下来并背诵,而不是系统地讲授一遍。原来,初中生还不太具备分析总结的能力,只有在理解的基础上记忆才是最佳的学习方式。另外,只有让他们在愉快的氛围中学到知识,才能达到最佳效果有了这段时间的历练,为我以后找工作奠定了基础。

二.课堂组织管理能力:课堂组织管理是教师的基本功,不善于管理课堂的教师不是好老师。虽然在课堂管理方面,我还存在很多不足,从我自身来说说话声音小就是一大难点,一个班级容量较大的班级,声音起到了很大的作用,不管你讲的再好,如果声音小,那样很难收到预想的效果。有时听见下面有说话的,但始终不知道发生源在哪里,下课后我请教了当地的教师,他告诉我适当的走下讲台,在中间讲课,既可以监督学生,又可以缩短和学生的距离,后来在上课的时候,我的课堂比原来好多了。适当的鼓励学生会使课堂更有活力,一段时间下来,我发现了课堂上严格要求学生,并在日常教学活动中,通过多种方式,督促,鼓励学生履行这些要求。作为实习教师,在与学生的关系上要注意上课下课的区别,比如上课铃响,你走进教室,学生是否起立向你问好?是否有学生不站起来?迟到的学生是否喊报告,得到你的同意后才进来?当你让学生站起来,他们是否服从?至于课下,我们可以像孩子般地和学生同乐,并努力走进其内心世界,只有这样才能真正受到学生的爱戴,建立教师的威信。

三.班主任工作:人们常:当老师难,当班主任更难,尤其是七年级的孩子,刚步入初中,他们在很多方面不适应,课程的增加,环境的改变以及生活上存在的各种问题等等,都落在了班主任的肩上,如何保证孩子可以快乐的学习,快乐的生活,成了我的日常生活。班主任石板工作的直接管理者,直接责任人;班主任时全体学生的组织者,领导者和教育者,是联系班上任课教师的纽带。这半年的实习生活,我担任了124班的班主任工作,在这段期间,我体会到了一个班主任工作是如何的艰苦,复杂而又细致的工作,蕴涵这非常丰富的教书育人的规律,原则和规则,需要实习生在教育实践中体验理解。陶行知说过:如果你不肯向你的学生虚心请教,你变不知道他的环境,不知道它的能力,不知道他的需要。那么,你又再大的本事也不能教导他。每天上课,下课,放学都能和学生在一起,及时的发现他们的问题,解决问题和了解他们的生活,也更利于尽快地了解他们,同时也很快地和他们打成了一片。

担子重才认识到责任大,反过来只有不断提升自己,才能无愧于学生,无愧于家长。有了这段实习的经历,我深刻体会到了教师的责任是多么大,容不得我出现任何的差错,我的一言一行都在影响着学生,我会努力做好自己的本职工作,不管再苦再累,我都无怨无悔。

回想着这些日子的坎坎坷坷,教会了一个道理,不经一番寒彻骨,哪来梅花扑鼻香。有了这段经历,我对未来充满了希望,在以后的日子里我会一直勇往直前。

**调研报告格式篇十四**

近一个月的努力换回一个三等奖，我想说，其实我们可以做得更好。

一开始的时间安排上就有些衔接得不好，该做的事情没有按预想的按时进行，于是后面的事情安排显得紧了，特别是写结论和制作ppt那部分。另外在分工方面也有不少重叠与疏漏，办事的效率大受影响，比如调查问卷的设计和数据分析方面。最后一点还需要注意的是，感觉在这次调研中小组成员的联系还应该再加强的，当然这跟09干事未有电脑干系很大。由于大家都基本没有做过类似的事情，一些疏忽是在所难免的。此外因为上课而没时间、人手方面的欠缺、学生会单方面的时间变动，都对我们工作展开造成了一些影响。以后要更加注重事前的安排计划，即使不能胸有成竹，也要做到心中有数。虽然还是有这些不足，但这些在我们今后的工作中都可以学习改进，总体上我们还是顺利地完成了此次调研。

这一个多月，相信对大家来说，感受应该多少都有一点吧。以前很少有这样的\'一个机会，一群人为一个共同的目标而努力，我们明白自己的所做不仅关系着自己，更关系着小组，明白这一份责任感相信会让我们今后的人生获益匪浅。也是这一份责任感让我们把我们所深深认同的团队合作精神投入到这一次的调研中去，尽管也许我们的合作仍不是很理想。我也看到好多组员身上的优点，印象最深的是素端，那工整的字体永远是我自叹弗如的。除了认真尽责，她在问卷设计、志愿实践还有上台演讲方面所表现的积极与热情，也很让我很感动。很希望大家，当然亦包括我自己，无论在今后的工作中还是将来亲身投入社会生活，都能拥有并保持这一份积极、热情，去应对自己将面对的一些事。或许是我比较小心眼吧，三等并不是我的希望。并不是在强调名次的重要性，我们都不是做调研的人，维权部更不是调研部，名次对我们就仅仅是一个数字，一个反映我们在这次调研中投入的时间精力在我们的努力配合下能达到的完美程度的数字。而这一点在所有的工作中是一致的：通过最有效的配合，让我们的付出发挥最大的效果。所以，如何有效的搭配安排人员，让大家形成一种默契，应该是我们思考的一个重点。感受着大家领完奖的那份快乐，觉得，一个月的付出，值得。

**调研报告格式篇十五**

由『xxx基金』出资支持的建设研究培训项目自启动以来，得到了香港理工大学、民政部社会工作研究中心有关方面的大力支持。基于xx年5月底民政部赴灾区社会工作专家服务队提出的灾区需求评估调研报告，xx年8月15日至21日，民政部社会工作研究中心派马福云、成彦2位同志前往四川理县，对当地乡镇干部和村级干部进行培训需求调查，以进一步完善该培训项目的课程设置，有针对性地开发培训材料，保证基层干部能力的提升。现对调研结果报告如下：

理县位于四川省中部，阿坝州东南部，属典型的高山峡谷地形，是川西北交通要塞和商贸集散市场之 一，总面积4318平方公里，总人口不到5万人，居民以藏、羌、回、汉等民族为主。全县辖4镇9乡，包括杂谷脑镇、米亚罗镇、古尔沟镇、薛城镇、夹壁乡、朴头乡、甘堡乡、蒲溪乡、上孟乡、下孟乡、木卡乡、通化乡、桃坪乡。全县经济以水电、蔬菜、药材及旅游为主。

地震灾害后，在湖南省的援建下，理县灾后重建工作如火如荼。重点工程建设如学校、医院、农村饮水灌溉工程等建设项目基本完成，农房重建及加固工作接近完成，乡村道路、村组道路、户间道路硬化工程，乡村风貌改造，三湘大道建设等项目建设在紧张有序地推进，力争两年内基本完成原定三年建设目标。

本次调研目的是通过对基层干部的调研访谈，了解他们的实际工作现状，了解他们对能力培训的期望，以确定能力建设的具体目标、培训方式、课程内容，并征询其对培训时间、地点的意见建议。

『基层干部』是能力建设培训的对象，经过与理县组织部协调，本次调研主要选取了理县13个乡镇中的7个乡镇：古尔沟镇、朴头乡、杂古脑镇、甘堡乡、薛城镇、通化乡、桃坪乡，有9名乡镇干部和4名村居干部进行了培训需求访谈，其中9名乡镇级干部均为男性，年龄在28-45岁之间，均为大学专科以上文化，其中1人为硕士研究生;4名村居干部也均为男性，年龄在30-45岁之间，均为高中以上学历。

1、灾后主要工作

地震灾害后，乡镇及村居干部的主要工作内容分为三阶段，首先是抢险工作，包括转移安置村民、救援受伤灾民、从倒房中挖掘物资等;其次是救灾工作，包括受灾情况统计、救灾物资发放、组织搭建过渡房、兑现死亡伤残补助、配合医疗队实施救援等;第三是灾后重建工作，包括农房重建及加固以及配合湖南援建队所进行的学校建设、医院建设、三湘大道建设、农村饮水灌溉工程、道路硬化、乡村风貌改造、产业结构调整以及扶贫工作等。

2、工作中的问题

基层干部在灾后重建中面临很多问题和困难，这主要包括：

(1)工作压力过大。调研中被访干部普遍表示目前面临极大的工作压力。理县经济社会发展本来存在很多欠缺，灾后重建有大量繁杂而具体工作要做，但是乡镇级政府工作人员少、工作能力不强，人力资源严重匮乏。原定三年重建任务两年内要完成使得乡镇工作任务倍增，面对各个部门的工作任务和要求，乡镇基层干部疲于奔命，再加上理县属于少数民族聚居地区，高山地带生存环境差，河谷地带耕地短缺等条件的影响，乡镇干部感到极大的工作压力。

(2)身心压力大。繁重的工作任务给基层干部带来了深重的身心压力。我们走访6个乡镇政府的办公楼建设都滞后于当地农房、学校和医院建设，干部工作、办公环境较差，基本没有体育健身设施。乡镇工作人员长时间置身于重建第一线，吃住在办公室，难得回家得到家庭的温暖，特别是大部分干部自家也是受灾户，自家住房的重建他们却无暇顾及，有的得不到家人的理解和支持。地震救灾以来，基层干部都没有休过节假日，每天超时工作，高负荷的工作量和工作强度、低质的生活质量，加之对家人的愧疚使得他们面临极大的身心压力。一些基层干部在工作中表现出的焦虑、愧疚、孤独、失落、抑郁等不良情绪，需要及时进行干预。

(3)工作中的具体问题及困惑：在调研中，被访者具体讲述了他们工作中容易遇到的问题和困惑，这主要集中在：民众对干部排斥不理解及其在民众中信誉度过低问题，重建过程中的征地补偿、拆迁问题，政策执行过程中百姓认可难、配合难问题，产业结构调整的管理、技术问题，干部身心调适问题，基层干部法律法规及专业能力缺乏问题等方面。

3、教育培训需求

尽管重建过程基层干部面临极大压力，但是他们还是对未来充满信心，根据近来工作规划。他们迫切希望得到教育培训支持，这主要包括：

(1)基层管理的政策法规培训;

(2)社区(地区)发展理论、模式及方法培训;

(3)基层管理服务工作的技能技巧培训;

(4)自我缓解压力、疏导心理技能培训;

(5)与发达地区基层干部之间的交流学习;

(6)基层干部通用能力和素质培训;

(7)特定人员培训：例如民政、低保、妇女、计生，以及服务于西部乡村的大学生等;

(8)特定技能培训：例如解决冲突、民事调解、财务管理、村庄规划等。

1、培训时间建议

鉴于理县当前重建工作任务繁重，考虑到工作进度安排，建议将培训时间放在10月底或11月进行，每期10天左右。

2、培训地点建议

为保证受训人员按时、集中、全面得到高质量的培训，调研小组建议将培训地点放在理县以外，九寨沟、成都是可以优先考虑的省内地点。

3、培训对象建议

根据培训方案设计以及调研情况，建议将培训对象定位于县乡基层干部、村居干部两个不同层次的培训对象，建议对两个不同层次的对象分别进行培训。

4、培训方式

鉴于灾区干部目前的身体状况以及身心压力，建议培训与休闲相结合，在课程安排上给学员一些休息时间，在课余安排一些健身娱乐休闲活动，以利于缓解压力，恢复身心健康。

5、培训课程

根据调研结果，干部能力建设培训课程应该包括如下主题：基层法律法规、社区发展与资源开发、基层政府转型(由管理到服务)、心理疏导、政府/民间团体/志愿者的协作、群体需求与服务等。

对于县乡干部增加社会工作服务、危机事件干预、人力与资源管理等;对于村居干部增加社会工作服务技能、生计重建、文化保护传承等。

民政部社会工作研究中心

xx年9月2日

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