

教学工作调研报告(汇总10篇)

在当下这个社会，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，报告到底怎么写才合适呢？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

教学工作调研报告篇一

健身，早已不再是一项高不可攀的梦想，而成为了人们日常生活中不可或缺的一部分。然而，由于健身方式的多样性和市场的泛滥，让人们陷入了选择困难症，不知道如何选择适合自己的健身方式。为了更好地了解健身市场的现状和人们的需求，我们进行了一次健身调研。在这次调研中，我们深入了解了健身的各种形式，并通过分析对比和调查问卷的结果，得出了一些有价值的结论和心得体会。

首先，我们调研了常见的健身方式，包括健身房、瑜伽、游泳、慢跑等。通过与参与者交流和观察，我们了解到不同的健身方式有不同的优势和适用人群。健身房提供了各种各样的器械和设备，适合那些喜欢自由选择的人群。而瑜伽则更适合注重身心平衡和伸展的人群。游泳和慢跑则是适合注重心肺功能和耐力的人群。通过这次调研，我们明白了不同人对健身的需求各异，没有一种方式适合所有人。

其次，我们通过调查问卷了解了人们对于健身的态度和需求。结果显示，大部分人参与健身的目的是为了保持健康和塑造身材。同时，也有一部分人借助健身来减压和放松心情。在选择健身方式时，价格和地点成为了最主要的考虑因素。此外，大部分参与者还希望能够有专业的教练指导和一对一的训练服务。通过这一结果，我们清楚地认识到，提供多元化的健身方式，并注重提供个性化的服务，将会更好地满足人们的需求。

然后，我们进一步分析了目前健身市场的发展趋势。通过市场调研和参观各个健身场所，我们发现，健身行业正处于高速发展的阶段。健身房日益增多，瑜伽馆和游泳馆也纷纷涌现。与此同时，一些新型的健身方式也开始受到人们的喜爱，比如智能健身和线上健身课程。这些新兴的健身形式往往能够更好地满足快节奏现代生活下人们健身的需求。同时，健身产业链也逐渐健全，各类健身器械和健身装备也不断创新，为健身提供更多可能。

最后，我们总结了这次调研的心得体会。通过这次调研，我们对各种健身方式有了更深入的了解，并清楚了解到不同人有不同的健身需求。同时，调查问卷的数据也为我们揭示了人们对健身的态度和期望，提醒我们在健身服务中注重个性化需求。最重要的是，我们认识到健身行业正在快速发展，并在不断创新和改进。因此，作为健身行业从业者，我们应该持续关注行业的动向，不断学习和改进，以更好地满足人们日益增长的健身需求。

综上所述，通过这次健身调研，我们对健身市场的现状和人们的需求有了更深入的了解。我们清楚地认识到不同的健身方式适合不同的人群，并意识到个性化服务的重要性。同时，我们也认识到健身行业正在快速发展，为人们提供更多选择和可能。作为从业者，我们应该持续关注行业的发展，不断改进和创新，以更好地满足人们日益增长的健身需求。只有这样，我们才能够为人们提供更好的健身体验，促进健康的生活方式的普及。

教学工作调研报告篇二

天津滨海职业学院简介：

天津滨海职业学院是一所经天津市政府批准，国家教育部备案的独立设置的国办全日制高等职业技术学院，始建于1958年。

学院地处天津滨海新区的中心——塘沽，紧邻天津港区、天津港保税区、天津经济技术开发区、塘沽海洋高新技术开发区，学院现有两个校区，占地1000亩，建筑面积14万平方米，教学、科研、实习、实训、生活、文体活动设施齐备，图书馆藏书30万册，另有电子图书30万册。建有百兆出口、主干千兆光缆覆盖广播系统、有线电视系统、电话系统、网络系统、监控系统的校园网，有力支持了学院教学、科研及管理信息流，提高了教育、教学管理水平。

校园绿草成茵、渠水和林带环绕、环境优美，人文气息浓郁。学院面向全国27个省市招生，目前有本专科在校生1万人，其中全日制在校生6000多人。学院的目标任务是：顺应时代发展，适应社会需要，改革人才培养模式，提高教育教学质量，依托区域经济发展，立足天津滨海新区，面向天津，服务全国，为生产、建设、管理、服务一线培养具有综合素养和专门技能的高等应用型人才。把学院建成一所地域特点突出、高职特色鲜明、地区一流、全国先进的示范性职业学院。

一、调查概况

20xx年xx-xx月份期间，我利用休闲时间走访天津滨海职业学院进行实地调研。由于我本职工作在天津滨海职业学院，对学校的体育概况调研起来比较便利，期间我主要是对大一、大二学生羽毛球运动锻炼情况进行研究，通过调查研究，对天津滨海职业学院羽毛球运动开展现状有了初步了解。

二、调查目的

了解天津滨海职业学院羽毛球运动开展现状、发展羽毛球对学生的影响、存在的问题等。

三、调查方法

我采用的调查方法有实地调查法、访谈调查法、个案调查法

等。

四、调查结果与分析

通过调查我了解到天津滨海职业学院羽毛球运动开展现状以及存在的不足，和急需改进的地方。

1、淄博实验中学体育课开展现状

天津滨海职业学院对体育课实行选课制度，大一年级学生实行班级教学制度，主要是对学生进行健康体适能教学为主。另外还在课程中拿出专门的课程对学生进行第九套广播体操的教学与练习。大二年级的每个学生每个学期可以根据自己的爱好选修足球、篮球、乒乓球、健美操、网球、排球、太极拳七项体育运动中的一项并拿出一定课程对学生进行身体素质锻炼。由于大三年级学生就业压力较大，大三年级学生的体育活动形式比较自由，没有固定的形式，主要是走出教室有组织的活动为主。

可以看出天津滨海职业学院体育课主要是进行学生身体素质锻炼为主，以学习体育专项技能为辅。这与天津滨海职业学院校训建设“崇德尚能、学以致用”不开，当前阶段学校还是以学生的就业为导向。

2、羽毛球运动开展

羽毛球运动主要是在大一、大二年级中开展。由于学校体育课程中没有开设羽毛球选项课，只是以兴趣小组和个人活动为主要活动形式，学生之间的羽毛球技术水平参差不齐，且大多以娱乐为主，水平不高。

3、开展羽毛球对学生的影响

现代羽毛球运动1870年起源于英国，后来盛行于西欧及美洲。

一开始它是一项贵族运动，但随着后来的逐渐普及，到今天已成为一项大众喜爱的体育项目。能达到全身健身效果。有人说羽毛球运动是一项能够让人眼明、手快、全身得到锻炼的体育项目，我觉得这种说法非常贴切。

羽毛球运动具有上手容易的特点使得学生的学习积极性比较高，调查中我发现有的学生在课间休息时间通过羽毛球来调节学习节奏，这种现象每天都在发生，尤其是在灯光球场的羽毛球场地上。这对学生学习和就业压力调节有一定积极的作用。

能与学校的场地设施有关系，没有场地学生的积极性提不起来。

羽毛球有一定的健身作用，运动中锻炼者需要运用手腕和手臂的力量握拍和挥拍，还要充分活动踝关节、膝关节、胯关节等部位，做出滑步、垫步和弓箭步等各种步态，所以对于全身肌肉和关节的锻炼也是很充分的。在捡球、接球的过程中，不断的弯腰、抬头等动作，使腰部、腹部的肌肉也能得到充分锻炼。所以该校开展羽毛球运动对学生身体健康有积极作用。

4 、开展中的不足

首先体现在没有适合的场地，天津滨海职业学院只有灯光球场四片羽毛球室外场地，没有室内羽毛球运动场所，这无疑给体育课程开展羽毛球带来一定的不便。例如：讲一些关于羽毛球的战术方面的技术时很难示范，更难去组织练习，还有无法开展正式一点的羽毛球教学比赛等。其次，没有器材，需要学生自己备羽毛球拍和球，学校器材室有羽毛球球拍，但是基本不对学生开放且存在一定安全隐患，球拍的拍头和拍柄接触不牢固，我在调研期间有一次学生挥拍时拍头被甩向对面同学，拍柄还留在手中。第三，对天津滨海职业学院学生进行体育教学的教师的调查发现，在该校中10位体育教

师只有一个羽毛球专项毕业，多数教师对羽毛球主要是通过自学来完善自己的技能，全校范围内开展羽毛球教学困难很大，也容易出现学生羽毛球技能和知识掌握比体育老师多的情况，这将使得羽毛球教学质量会大打折扣，影响羽毛球教学任务。在这些问题上我认为天津滨海职业学院开展羽毛球运动条件不够成熟，或者说天津滨海职业学院不具备开展羽毛球运动条件。但是从一个角度看，学校如果将羽毛球放在一个以学生自学为主、教师指导为辅的前提上，条件还是有的，调查中我发现，该校有羽毛球专业毕业的体育教师，有自己的羽毛球团体组织，热爱羽毛球运动的学生人数众多，其中有一部分学生接受过羽毛球系统的学习。

的教师都接受过各个项目的系统学习。

这些不足制约者羽毛球运动在天津滨海职业学院的发展，还可能导致羽毛球运动在学生中渐渐失去热爱群体，所以改变这些不足对天津滨海职业学院羽毛球发展是当务之急。首先要修建一部分室内羽毛球场，开始可以修一些简易上网球场，以后逐渐改善。其次把羽毛球教师进行系统的羽毛球培训，这一点还是比较容易实现的。还要购买一批高质量的羽毛球器械，防止教学中安全事故的发生。

五、调查总结

通过这次调查，基本了解到了天津滨海职业学院羽毛球运动的开展现状，羽毛球在天津滨海职业学院学生中对学习和就业的作用以及开展羽毛球教学在天津滨海职业学院存在的不足。较好的完成了此次调查的目的。需要强调的天津滨海职业学院羽毛球运动组织开展还存在这诸多问题，这些问题需要慢慢去解决，但是继续改观的问题希望有关部门能尽快改善。

由于作者水平有限，调查中存在的不足希望读者可以予以改正。在此，对配合和帮助我调查的学生、老师和同学的帮助

与支持表示衷心的感谢。

教学工作调研报告篇三

手机在我国从贵族向平民的转变实在太快了。截止到20xx年底，我国手机拥有量达到1.44亿户，位居世界第一，并且一直在以每月新增500万用户的高速度在增长。

中国手机市场正成为全球手机厂商必争之地。各种性能、各种品牌、各种价格的广告让我们眼花缭乱，本期调查的目的便是为了帮助业内人士及消费者认清手机市场发展特点与趋势。

调查时间□20xx年1月28日

调查主题：手机消费

调查执行：北京鹰之健企业形象策划中心

文字整理：刘增禾

调查说明：

本次调查使用网上调查、入户访问、媒体问卷回收的方式进行。整个调查通过网络、报纸等媒体以广大消费者参与调查的形式在全国范围内进行。

本次调查共采集样本245205个，有效样本243260个，问卷来自全国各地，参加活动的包括国家公务员、在校学生、公司员工、个体劳动者等各行各业的从业者。

调查结果：

被调查对象电话费节约方式

不知道6.8%

话费套餐44.7%

给对方发短信73.3%

拨打ip电话75.6%

被调查对象手机更换的频率

半年左右3.4%

半年至一年12.8%

一年至两年24.4%

两年以上7.2%

没有换过52.2%七成多的被调查对象把短信作为节约话费的一种方式;五成多的被调查对象从未换过手机，由于中国移动和中国联通早期应用的都是gsm网络，联通新建的cdma网络在20xx年1月8日刚刚开始试商用，原电信长城发展的cdma用户仅为60万用户。因此，现中国大部分手机用户选择的都是gsm制式的手机。本次调查显示，97.4%的用户使用gsm手机，1.4%的人选择cdma手机，选择gprs手机的被调查对象最少，只有1.2%。

本次调查中，68.6%的用户选择中国移动，31.4%的用户选择中国联通。调查显示的用户比例与中国移动与联通的实际用户比例大致相符。

此次调查显示，中国的手机市场仍以国外品牌为主，中国国内品牌手机份额依旧很小，市场占有率不足7%，仍无法与国外厂商抗衡。

此次调查中，半年左右换一次手机的用户比例为3.4%，这部分基本为高收入或对手机时尚比较敏感的客户；半年至一年换手机的用户比例为12.8%，一年至两年换手机的用户比例为24.4%，在换手机的用户中，一至两年换一次手机的用户的比例为最高；两年以上换手机的用户比例为7.2%。从未换过手机的用户比例为52.2%。

手机若想在市场上被消费者认可，一个重要的特点就是功能的实用性，本次调查显示，用户认为最实用的功能是来电/接听时间显示，选择这部分比例的用户占63.9%，其次是多种铃声，占50.8%，这也反映了用户对手机个性化的要求。同时，选择中文输入的用户比例为47.9%，由于短消息方便易用和可以节约话费，42.9%的被调查对象认为群发短信也是比较实用的功能。

随着数据业务得到越来越广泛的应用，服务内容逐多样化，手机传递移动图像或多媒体方面的应用将成为可能。因此，彩屏手机将得到消费者的青睐。本次调查显示，61.4%的被调查者认为手机应用彩色显示屏非常有必要，25.3%的人认为无所谓手机是否是彩色显示屏，只有13.3%的人认为没有必要。这说明在手机的功能性逐渐完善的情况下，在色彩方面给人以不同的感受的彩屏手机将更能吸引消费者的目光，获得消费者的喜爱。

手机辐射对人体的影响程度尚在研究之中，目前尚未有全面、权威的科学结论。但与手机带给人们沟通上的方便相比，大部分用户对手机辐射表现出了较为包容的态度，本次调查显示，28.6%的被调查对象能接受手机辐射，48.3%的人选择无所谓，不能接受的人相对较少，比例为23.1%。

虽然认为移动互联网是未来的必然趋势，但至今，手机上网在速度、价格、内容提供、费用等方面仍不能令消费者满意，这其中，上网速度是制约用户上网的最主要因素，没有了速度，手机上网的快捷便无从谈起，其次上网价格太高也是一

条重要的原因，手机上网收费包括通信费和信息费，如果按照现行收费标准，手机上网查询一条新闻信息，最少也要支付一分钟四毛钱的话费，因此有25.4%的被调查对象选择这一因素，同时，现在移动互联网内容还不够丰富，同时屏幕太小也是制约用户上网的重要原因，这使得浏览一些内容非常不方便，15.1%的被调查对象选择此因素，最后一个原因就是现在没有形成一个合理的运营商[icp][isp]的价值链体系，许多移动icp对移动互联网内容建设持谨慎的态度，内容太少，用户自然提不起兴趣。

由于价格的不断下调，手机现已不再是奢侈品，当各个品牌的手机功能相差无几时，手机的外观设计与时尚品位就成为左右人们购买行为的第一要素；同时，品牌对人的影响也深入人心，对购买行为的影响不可小视。本次调查显示，39%的消费者认为时尚是影响购买行为的因素，认为品牌是影响购买行为因素的用户比例为30%，人们十分看重的价格与功能现已退居其次，分别占被调查者20%与11%的比例。

生活在信息时代，人们获取信息的方式多种多样，对于手机信息的获取方式人们更倾向于可以全面充分获取信息的媒体。本次调查显示，可以快捷、全面地收集到手机各种信息的互联网在手机宣传中起到了举足轻重的作用，40.3%的人选择互联网来了解的手机信息，这说明互联网正在对传统媒体形成有力的冲击；人们了解手机的第二个途径是报纸，占32.7%，选择电视的比例为14.5%，仅居第三位？这可能是因为电视广告主要是应用于品牌推广或某种型号的广告宣传，它时间较短，不可能全面介绍某种手机价格、性能等诸多方面。其他广告方式，如杂志与广播与它们相比还有一定的差距，选择杂志的被调查比例为10.3%，选择广播的被调查者最少，仅为2.1%。

为了取得更好的市场占有率，获取更多利润，手机销售商在促销方面煞费苦心，花样繁多。本次调查显示，在所有促销手段中，价格上的实惠仍然是让消费者最为动心的方式，

有38.8%的被调查对象选择这一方式，在所有促销方式中居于首位；其次送礼品也颇得消费者青睐，35.4%的被调查对象选择这一方式；再次，折价换购这一变相降价方式也得到了一部分消费者的欢迎，选择这部分被调查对象的比例为11.1%；与运营商捆绑销售的比例为8.4%，最后，抽奖的比例最低，为6.4%。这说明，越是实实在在的优惠手段，越能打动消费者。

由于居民收入水平提高，移动电话价格不断下调，人们对于手机的价格承受能力逐渐增强。在手机价位方面，人们并非单纯强调低价格手机或追求高档新潮手机。本次调查中20xx至3000元价位占到41.8%，居第一位；34.6%的人购买1000到20xx元价位的手机；除此之外各个价位的被调查者比例都低于10%，1000元以下和3000元以上的总和只有23.6%。可见，中档手机是未来用户选购的主要对象，1000—3000元是绝大部分消费者比较认可的价位。半数多的用户认为手机应具备蓝牙功能；四成多的人认为应该单向收费在技术飞速发展的今天，用户已不满足于手机现有语音与网络功能，人们希望它能具备更多的功能：51.3%的用户认为手机应具备蓝牙功能，希望手机具备即时翻译功能的有50%，有37.1%和24.7%的人认为手机应具备mp3播放功能或收音机功能，认为手机可用来照明的人有20.1%，希望手机能玩游戏的人有20.1%，看来，消费者要求手机不仅仅是一种通信工具，而应该是一种娱乐工具以作日常消遣。用户新需求的提出，一方面给手机厂家带来了新的商机，另一方面也给厂家的技术革新带来挑战。

在移动电话资费的收取方面，40.9%的人认为应该单向收费，以秒计费的被调查者比例为41.3%，以6秒为时段计费的被调查比例为11.4%，认为应该按分钟计费的用户最少，仅占6.5%。

移动互联网应用方面使手机的多方面应用成为可能，手机已不再是一个简单的通话终端，同时也是一个信息终端、信用终端、娱乐终端。综合分析，用户希望移动互联网可以带来三方面应用：

首先，可以方便地接收网络信息。一方面是e-mail的收发，这或许可以使人们随时随地接收任何图形和文本信息，使人们生活与办公更为轻松，这部分被调查对象的比例为61.7%，居于首位，39.4%的人们希望手机可以实现增值软件下载，38.3%的被调查对象希望手机能查看娱乐新闻；网上购物与生活资讯的比例各为20.6%和19.8%。

其次，实现网上支付功能，作为一个信用终端，使人们购物更加方便、快捷，选择部分的比例为53.7%。

此外，人们希望手机是一个娱乐终端。23.4%的用户希望手机可以下载音乐，14.9%的用户希望应用手机可以进行网上游戏。

与wap上网相比gprs在速度上则要快得多，随着20xx年国内的gprs网络建设，通信行业内曾掀起了一阵gprs的评述热潮。但作为广大手机用户，却并没有表现出十足的热情，只有9.1%的用户对之非常了解，16%的被调查对象选择比较了解，大部分人52.4%的比例对gprs只是一般了解，不了解的人占22.5%，这说明受wap应用的影响，更多的用户对于即将到来的服务不再是一开始就对它抱以过高的期望，而是更多了一份等待的耐心。

教学工作调研报告篇四

随着经济发展的加快，科学技术的进步，人们生活水平的不断提高，新材料、新技术、新设备也随之逐渐完善。灯是我们生活中不可缺少的伴侣，对于我们许多大众来说并不愿意与强烈的灯光打交道，因为强光本身对人体是有害的，为了大家能够在一个节能环保健康的环境下学习与工作。台灯的出现让很多人得到了满意的答案，但是生活中并没有完美的东西，只有适不适合自己的东西，台灯亦如此。它不仅可以给人们带来方便，更扩大了产品的使用范围和使用人群以及市场未来的发展前景。

按照gb7000-1所述，凡是能分配、透出或转变一个或多个光源发出光线的一种器具，并包括支承、固定和保护光源必需的所有部件（但不包括光源本身），以及必需的电路辅助装置和将它们与电源连接的装置。而台灯属于可移动灯具，即在正常使用时，连接电源后能够从一处移到另一处的灯具。

（一）市场上各种台灯

不能拆卸的，通常开关按钮设置在电源线上。这类灯，设计感和装饰性比较强，光的强度也很难调整。，光源往往是与台身结合在一起这种灯具的特点就是简单大方，有很多供选择的颜色方案，很好看，但是光照范围不是很大。这类台灯是可以夹在桌子上，床的栏杆上的，是供在校学生使用的，很方便，唯一不足的就是在停电的时候不能正常的工作。这类台灯是仿生的设计，适合年龄小的学生，会对他们有很大的吸引力，比较可爱。这类灯具是可以很大的角度的变换，满足不同使用者身体尺度不同需要调整之需，可折叠，很方便，简单大方。

（二）台灯发展的市场走势：

目前市场对于台灯的要求可从两个方面划分：

二是多功能性及保健性，无频闪。因此台灯已逐步向组合化、装饰化、情趣化、高效节能环保化方向发展。

组合化：

随着人们生活节奏的加快，一些方便实用、新颖美观的组合台灯正在市场上兴起，有闹钟与台灯组合的，有小型取暖与台灯组合的，有微型电讯与台灯组合的，还有把笔架、方具盒、像片框与台灯组合的等等，使台灯更具有实用性。

装饰化：

装饰化台灯注重装饰效果，体现鲜明的艺术特色，使台灯成为一件具有实用性的艺术品。由于这些台灯不但具有现代工艺性，而且式样多变，工艺精湛，造型也别具匠心。质料上不再是单一塑料制品，还采用不锈钢、铜、玻璃等材料制成，风格各异。有乳白、橘黄、草绿、玫瑰红、湖绿等颜色，消费者可按房间装饰风格及家具风格来选购不同款式、质料的台灯，使台灯与室内布置形成一个完善的艺术整体。

情趣化：

情趣化台灯往往以小巧玲珑、想象丰富等特点而颇受青少年青睐。环保化：按照目前的技术水平和发展趋势，半导体照明普通市场开始启动的时间大约会在20xx年前后，在未来的5至10年内，这种半导体灯具很可能成为下一代照明的主流产品。与此同时面对半导体照明的巨大商机，世界各国纷纷行动，以美国、欧盟等国也纷纷开展半导体照明计划，将半导体灯代入普通的日常照明领域。我国也于去年开始了国家半导体工程，led行业迎来春天。计划到20xx年年底之前的这段时间将是半导体照明工程项目的紧急启动期，从20xx年开始，国家将把半导体照明工程作为一个重大工程进行推动。这也为半导体环保节能台灯的推广应用提拱了良好的发展契机。

（三）调查资料分析：

我在市区人群密集区域做了关于高效节能台灯的问卷调查，调查问卷如下。

尊敬的朋友您好：

我是中山市技师学院的设计系学生，由于课程需要，我想通过这份问卷了解一下您对节能台灯使用方式的调查，本调查属于课程作业的一部分，无任何经济利益，衷心希望能得到您的配合！

1、在市场上您喜欢的台灯材料是？

a金属b塑料c木材d玻璃e其他

2、您认为现有台灯普遍出现的问题有？

a刺眼b亮度不可调节c费电d其他

3、您认为现有台灯都有哪些使用方面？

a学习b日常生活 c工作d其他

4、您使用的台灯灯泡类型是？

a□节能灯b□led灯c□日光灯 d□其他

5、您希望台灯应该有哪些功能？

a节能高效 b绿色环保 c可调节式 d其他

6、您喜欢的台灯操作方式是？

a□拉绳b□按钮c□旋钮d□触摸 e□遥控

7、您喜欢何种结构形式的台式灯？

a□可伸缩式 b夹式c□弯曲式d□折叠式 e□挂式

8□led台灯作为一种真正的护眼节能无辐射台灯，您能接受的价格是？

a□100以下b□150左右c□200左右d□300以上

9、您对现有台灯的不满意在哪些方面？

10、您理想中的台灯的样子或形式是？

11、您购买台灯看重的方面是哪些？

谢谢您的参与！

经过调查，调查结果如下：

（1）拿出台灯，插好电源问题：

1、电源线太多，不好分辨

2、线太长不好隐藏，容易绊倒；线太短位置有限，不能达到合理位置需求

3、电源线折弯处易老化，容易发生危险

4、步骤繁琐

（2）打开电源问题：

1、环境黑暗时不宜找到开关

2、开关有声响

3、开关经常切换易坏

（3）调节亮度问题：

1、有的台灯不能调节亮度

2、亮度范围需要考究，最大值有时太刺眼

3、有的灯光颜色不合理

(4) 使用问题:

- 1、晚上灯光容易吸引蚊虫
- 2、灯光范围控制不合理
- 3、有时灯光影响工作平面，手的阴影会影响工作
- 4、长时间使用会眼睛疲劳

(5) 关闭电源问题:

- 1、关闭后太黑，不适应

(6) 维护问题:

- 1、灯罩上部容易落灰
- 2、灯罩内部不好清理
- 3、有的灯头不好替换（找不到合适的灯头）

- 1、位置合理
 - 2、易识别打开电源
 - 3、取消或增强开关声音
 - 4、可增加夜光功能
- 1、调节方式合理调节亮度
 - 2、灯光范围
 - 3、灯光颜色

- 1、防蚊虫
- 2、灯光强度适中使用
- 3、灯光方向合理
- 4、解决眼睛疲劳问题

- 1、易清洁
- 2、易更换灯头维护
- 3、灯头规格统一
- 4、开关耐用

(1) 功能

a□无线控制

b□开关的夜光功能

c□开关易识别度

d□开关声音

e□灯光调节器

f□防蚊虫

g□灯光范围

h□灯光颜色

i□灯光强度

j□灯光方向

k□解决眼睛疲劳

l□清洁难度

m□灯头更换方式

n□灯头选择

(2) 功能性分布图重要性543210123nbefghilcjkmad45
意性

随着时代的变迁，经济的发展，科学技术的进步，人们的生活水平也在不断的提高。灯的产生，给我们带来光明，在现时代中，灯是我们不可或缺的部分。“台灯”是众多的生活产品中最为融入生活当中的物品，同时具备装饰的功用。台灯的出现让很多人得到了满意的答案，但是生活中并没有完美的东西，只有适不适合自己的东西。为此，针对读写台灯我对它展开了一系列的调查。

大多数人在挑选灯具时注意力是在灯具的外形上，外观质感是产品给予人的第一印象，尤其是市场上有相同功能的产品实在是太多了，大多数消费者并没有办法仔细分辨不同产品间功能的细微差异，此时材质意向的喜好度便足以影响消费者的欲望。当灯具的光透过材质，所造成的照明程度会影响感觉舒适性、情景的塑造等等感觉。各种客户群体在选择台灯时，更是以自身感受的喜好为主。除了考虑良好的照明效果、高质感的品味以及塑造良好的气氛之外，个性化的感觉、便宜的价格等都是消费者的首选。

台灯：是不落地的有座灯具，主要放在茶几、书桌、工作台、

床头柜等家具上作局部照明，其造型更是不胜枚举，也是室内环境不可缺少的陈设之一。

目前市场对于台灯的要求可从两个方面划分：

一个是追求个性化，是主人个性及爱好的体现；

二是多功能性及保健性，无频闪。因此台灯已逐步向组合化、装饰化、情趣化、环保化方向发展。

组合化：随着人们生活节奏的加快，一些方便实用、新颖美观的组合台灯正在市场上兴起，有闹钟与台灯组合的，有小型取暖与台灯组合的，有微型电讯与台灯组合的，还有把笔架、方具盒、像片框与台灯组合的等等，使台灯更具有实用性。

这款灯的设计灵感源自于michaeljackson经典舞蹈中的定格动作，简单，利落，帅气。

这款的灯的设计偏向宫廷风格，复古流苏，伞型灯罩，营造出一种无与伦比的摩登时尚风格。

这款灯的外形采用金属结构，给人一种都市的冷感美，配合柔和的灯光，却让人感到温暖，冷感与柔和的相结合，不会让人产生矛盾之感，却意外的协调。

这类台灯是仿生的设计，适合年龄比较小的学生，会对他们有很大的吸引力，比较可爱。

这是一款创意台灯，模仿水滴下来的效果，很有趣味性，但是灯光比较暗淡，使用场所比较窄，光的强度也很难调整。

这是一款比较普遍的台灯，被普罗大众所接受，简单中缺又不失优美。

这款灯是一盏原创灯，一个小小的纸箱中刻意雕画出一盏台灯的模样，简单中却又不失原创。

这款灯的设计理念就是“简便”，简单的线条却又不失优雅，灯杆可针对自身的选择进行调节。

教学工作调研报告篇五

是对某项工作、某个事件、某个问题，经过深入细致的调研后，将调研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研情况的一种文书。调研报告体现写实性、针对性和逻辑性。

在专题调研环节，各系部处室要力求做到四个一：

设计一个方案：精心设计调研方案，将调研的提纲、调查问卷、时间、人员和执笔人安排好。

强化一个责任：调研由选题负责人领题，相关科室配合。

解决一些问题：针对当前学院发展过程中存在的一些瓶颈问题，通过认真调研，提出破解难题的办法和对策。

体现一个特色：突破以往开展调研的固有模式，在调研方式、解决问题的办法对策等方面突出探索性和创新性。

调研报告一般由标题和正文两部分组成。

（一）标题。本次调研报告要求规范化的标题格式，即“发文主题”加“文种”，基本格式为“××关于××××的调研报告”、“关于××××的调研报告”、“××××思考（建议、分析、对策研究）”等。

（二）正文。正文一般分前言、主体、结尾三部分。

1. 前言。前言起到画龙点睛的作用，要精练概括，直切主题。有几种写法：第一种是写明调研的起因或目的、时间和地点、对象或范围、经过与方法，以及人员组成等调研本身的情况，从中引出中心问题或基本结论来；第二种是写明调研对象的历史背景、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，直接概括出调研的结果，如肯定做法、指出问题、提示影响、说明中心内容等。

2. 主体。这是调研报告最主要的部分，这部分详述调研研究的基本情况、做法、经验，以及分析调研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，引发人们进一步思考；或展望未来，发出鼓舞和号召。

1、字数。字数控制在3000字左右。

2、书写顺序。标题、系(部)名称、负责人姓名、正文。

3、格式及字体字号。

(1) 标题：宋体二号

(2) 系(部)名称、负责人姓名：楷体三号

(3) 正文：仿宋三号

(4) 正文序号一般不超过三个层次：

第一层标题为黑体，样式为“一”

第二层标题为楷体，样式为“（一）”

第三层标题为仿宋加粗，样式为“1”

教学工作调研报告篇六

我国是世界最大的丝绸产品生产国和出口国，占有70%以上的国际市场份额。近年来，由于沿海发达地区的土地资源减少和劳动力价格不断上扬，南方桑蚕主产区出现了产量萎缩趋势，植桑养蚕的传统格局正在被打破，国家农业部、商务部和财政部多次下发文件，支持全国开展“东桑西移、南蚕北移”工程建设，还相继抢购一空出台了支持中西部地区植桑养的优惠政策。我县应抓住这一机遇，从促进农业结构战略性调整出发，大力发展集生态效益、经济效益和社会效益为一体的桑蚕产业，推动农村经济登上新台阶。

拥有省内科研指导优势。1958年成立了黑龙江省蚕业研究所、蚕蜂技术指导总站和天蚕保护管理站，在东部山区、半山区开始生柞蚕，目前年产柞蚕5000吨，还开发了每公斤价格高达3000美元的稀有天蚕丝生产，是国家重要的柞蚕生产基地。多年来，我省一直致力于桑蚕生产科研，并取得了显著成效。省蚕业研究所历时二十多的培育成功了“龙桑一号”抗寒蚕树新品种，在我省北纬49度以南地区栽培实验获得成功，使我省发展桑蚕生产有了可靠的种质保障。同时，哈尔滨鑫森淼公司成功选育出了适合北方地区的“龙一”速生、丰产、叶质优良、适应性较强的桑树品种，现已养蚕20张，单产49公斤，总产茧量达980公斤，产值24000元，纯收入21000元。欧亚达集团有限公司、哈尔滨森宇蚕业公司、讷河等地已在筹备组建桑蚕缫丝企业，产业链条完备。

我县植桑养蚕资源富集。我县属温带大陆性季风气候，耕地面积大，土壤有机质含量丰富，且我县半山区地貌特征更加适宜发展桑蚕产业发展，据初步统计我县可栽植柞蚕林和柞矮林的山地约 公顷。目前，已有闫家、大八浪等乡镇开展了柞蚕养殖生产活动，有着较好的产业基础。同时，我县农村劳动力资源丰富，桑蚕业是劳动密集型产业，中老年和妇女

劳动力就可以操作和管理，因此在我县具有广阔的发展前景。

桑蚕生产具有较高经济效益、生态效益。桑、蚕一身都是宝，所有物质都具有广泛用途。桑树是阔叶乔木，还可作为生态建设和声调美化树种，果实桑椹既可作为水果，又可加工食品饮料，桑叶可加工保健茶。蚕的所有东西（含排泄物）都可以通过精深加工成为保健食品和药品，属市场稀缺资源。主产品生丝与丝制品在国际市场上一直供不应求，出口额逐年增长，价格不断攀升。桑蚕生产具有生长周期短、投入少、市场风险小的特点，效益十分可观。栽植一亩桑树一次性投入成本约600元，但可利用期为30—60年。从第二年开始可养1张蚕，1亩地纯收入就在500元左右。第三年养1.5张，产值1400元，纯收入1000元。养一期蚕的生产周期仅为28天，年投入产出比为1：6，与玉米、大豆的年纯收入比分别为4.2：1、2.6：1。我县生产的桑蚕单茧抽丝长度在1200—1800m，南方单茧抽丝长度仅在600—1000m，茧层率高于全国2个百分点，上车茧率高于全国3个百分点，解舒率高于全国2个百分点，解舒丝长比全国平均丝长多110米，舒解度好，丝质洁白光亮，走俏国内外市场。

国家提出“东桑西移、南蚕北移”后，我省中西地区已纷纷制定规划，出台优惠政策，引导和鼓励农民植桑养蚕。对此，我县应调蓄重视，认真研究，把桑蚕生产作为全县农村经济发展的一项新举措，统筹规划，因地制宜，加快发展。

切实加大宣传组织力度。有关部门应通过各种媒体广泛宣传植桑养蚕的好处，引导基层干部群众把发展桑蚕生产做为深化农业结构调整、增加农民收入的大事来抓。将我县桑蚕生产纳入到有组织、有目标、有序生产和产业化经营的轨道上来。明确桑蚕生产组织推广工作牵头部门，统一规划和组织全县桑蚕生产。强化与省内桑蚕技术研发和推广机构的联系，并在工作经费和必要的设施设备上给予支持。充分发挥农业、林业部门的职能作用，为桑蚕开发搞好服务。

利用和发挥植桑养蚕大户典型示范作用，推动全县桑蚕业快速健康发展。

狠抓优质蚕茧基地建设。按照优质茧基地的建设标准，高起点、高质量建立优质高产桑蚕基地示范片（点）。在重点乡镇建立优质高产示范区，统一桑园栽植模式，统一优良品种，统一技术服务指导。

大力推进科技兴蚕。一是积极引进推广桑蚕新品种。在发展新桑园中，积极把好种苗磁，主选耐寒性强、适宜在北方生长的桑苗。二是大力普及桑蚕适用技术。业务主管部门应认真总结推广桑园高产高效栽培技术、蚕茧优质高产综合配套技术。三是加强桑蚕技术质量标准和操作规程，建立示范区，使桑蚕开发初期就纳入到标准化生产轨道。四是加强乡镇、村级服务网络建设。通过各乡镇农技推广中心的把持与配合，扩大新品种、新技术的推广。

农业标准化等项目给予支持。金融部门对基地农户和龙头企业应给予信贷支持。

教学工作调研报告篇七

近年来，随着物流行业的迅猛发展，叉车作为一种重要的物料搬运工具，越来越受到企业的关注。为了了解叉车市场的现状以及满足企业搬运需求的具体要求，我参与了一次对叉车市场的调研工作。在这次调研中，我对叉车的种类、功能特点和市场竞争状况有了更深入的了解，并对叉车购买时的选择策略有了一定的认识。

首先，我了解到叉车的种类的多样性。根据叉车的驱动方式和搬运方式，叉车主要分为内燃叉车和电动叉车两大类别。内燃叉车适用于室外工作环境，具有搬运能力强、续航能力高的特点；而电动叉车则适用于室内工作环境，具有零排放、低噪音的特点。在实际调研中，我发现内燃叉车在工业园区

和港口码头等场景下有更广泛的应用，而电动叉车在仓储、商超和制造业等行业受到更多的青睐。

其次，我了解到叉车的功能特点。叉车作为一种专业的物料搬运工具，必须具备稳定的运行性能和高效的工作效率。在调研中，我了解到叉车的载重能力、提升高度、行驶速度等重要指标与其功能强弱直接相关。同时，叉车还具备易操作、安全稳定、节能环保等特点，这些都是企业在购买叉车时需要重点关注的因素。在选择叉车时，应根据企业的具体搬运需求和工作场景，综合考虑各种功能特点，以找到最合适的叉车型号。

第三，我了解到叉车市场的竞争状况。叉车市场的竞争主要体现在品牌间的角逐和产品技术的创新上。在市场上，国际知名叉车品牌如丰田、日立、雷克、三菱等占据了一定的市场份额，其产品性能和质量较为可靠。同时，国内一些知名品牌如长城、厦工、秦川等也在叉车市场上崭露头角。这些品牌不仅通过提升产品技术，增加功能特点，还通过降低价格和提供完善的售后服务来吸引客户。在这个竞争激烈的市场环境中，企业在购买叉车时需要了解市场动态，选择有竞争力的品牌和产品。

第四，我了解到叉车的购买选择策略。在调研中，我发现企业在购买叉车时，应根据搬运需求、工作环境和预算等因素来选择最适合的叉车型号。同时，应考虑到叉车的质量、价格、售后服务等因素，以确保购买的叉车能够满足企业的实际需求。除此之外，购买叉车还需要注意一些细节，如签订明确的合同、了解产品保修和售后保障等。总之，选择合适的叉车是企业提高搬运效率和降低物流成本的关键。

最后，这次叉车调研使我深刻认识到叉车在物流行业中的重要地位和作用。叉车的种类繁多，功能特点各异，企业在购买叉车时需要全面考虑各种因素。同时，叉车市场竞争激烈，品牌间的差异化和创新是吸引客户的关键。购买叉车需要综

合考虑搬运需求、工作环境、预算等多方面因素，并选择有竞争力的品牌和产品。只有在合适的叉车的辅助下，企业才能顺利进行物料搬运工作，提高工作效率和降低运营成本。这次调研使我对叉车市场有了更深入的了解，为今后的物流工作提供了宝贵的参考。

教学工作调研报告篇八

健身已经成为现代人追求健康和美丽的主要方式之一。为了了解健身市场的趋势和用户需求，我参与了一次健身调研，并对其结果感到非常有启发。在这篇文章中，我将分享我对这次调研的心得体会。

首段：引言

现代人越来越注重身体健康和美貌，健身这一方式成为人们追求理想身材的首选。为了了解市场上的健身产品和服务，我参加了一次健身调研。这次调研的结果给我带来了很多启示，让我对健身有了更深入的了解。

第二段：市场调查的结果

通过这次调研，我了解到健身市场正处于快速增长的阶段。越来越多的人开始关注自己的健康，并愿意为此付出努力和金钱。在调研中，我们发现大多数人希望找到一个全面的健身方案，包括锻炼、饮食和心理健康等多方面的指导和支持。此外，调研结果还显示，高效和便捷的健身方式备受欢迎，人们更倾向于选择灵活的时间和地点进行锻炼。

第三段：深入分析

从调研的数据中，我们可以看到健身市场的变化和趋势。更多的人开始重视健康饮食和营养搭配，健身不再仅仅是锻炼身体，还包括了饮食和心理健康。此外，健身方式也在发生

改变，人们更加倾向于选择弹性的健身时间和地点，比如在家里或者参加线上课程。这种方式的灵活性满足了现代人多变的生活需求。

第四段：个人体会

这次调研给我带来了许多启示。首先，我意识到健身已经成为一种生活方式，而不仅仅是锻炼身体的手段。健身需要全方位的支持，包括饮食和心理健康。其次，调研结果也让我对自己的健身方式有了更多的思考。我意识到灵活的健身时间和地点对于持续锻炼的重要性。最后，我还了解到健身市场发展迅速，为提供更高质量和有效性的健身产品和服务提供了巨大的机遇。

第五段：总结

通过这次健身调研，我对健身市场的趋势和用户需求有了更深入的了解。健身已经不再局限于锻炼身体，而是一个全方位的生活方式。灵活的健身时间和地点成为现代人选择健身方式的重要因素，而高效和便捷的健身方式备受欢迎。我相信未来的健身市场会继续快速发展，并为人们提供更多质量更高的健身产品和服务。

教学工作调研报告篇九

最近，我们小组进行了一项关于叉车的调研研究，并撰写了一份详细的报告。通过这次调研，我们深入了解了叉车的应用领域、市场现状以及相关发展趋势。在这篇文章中，我将分享我对叉车行业的思考和心得体会。

第二段：叉车的应用领域与市场现状

叉车作为一种重要的物流工具，广泛应用于仓储、物流、制造业等领域。在我们的调研中发现，目前叉车市场正呈现出

快速增长的趋势。随着物流行业的发展和自动化技术的进步，叉车的需求逐渐增加。特别是在电子商务领域，叉车的需求量大幅增加，成为推动市场增长的主要因素之一。此外，一些新兴的领域，例如冷链物流和智能物流，对叉车的要求也越来越高。

第三段：叉车行业的发展趋势

在调研过程中，我们注意到叉车行业存在几个明显的发展趋势。首先，电动叉车逐渐取代传统的燃油叉车成为主流。电动叉车具有环保、安全、经济等诸多优势，能够满足不同行业的需求，并且随着电池技术的进步，电动叉车的续航能力和使用寿命逐渐提高。其次，智能化叉车迅速发展。通过搭载自动化导航、无线通讯和远程控制技术，智能叉车能够实现自动化作业、提高工作效率，并减少人力成本。此外，对于大型仓储企业来说，自动化的仓储设备也具备了投资的可行性。

第四段：对叉车行业的思考

通过这次调研，我意识到叉车行业面临着巨大的机遇和挑战。一方面，叉车的市场需求不断增加，尤其是在新兴领域和高端市场。这为叉车制造商提供了巨大的发展空间。另一方面，叉车行业也面临来自竞争对手的挑战。许多国内外企业都在积极投资叉车行业，加大研发和创新力度。因此，叉车制造商要不断提升产品质量和技术水平，以保持市场竞争力。

第五段：结语

通过这次叉车调研报告，我对叉车行业有了更深入的了解。叉车作为物流行业的重要工具，市场需求不断增加，并呈现出电动化、智能化的发展趋势。叉车制造商应积极创新，提升产品质量和技术水平，以应对竞争压力。我相信，叉车行业将迎来更广阔的发展空间，为物流行业的发展做出更大的贡献。

贡献。

教学工作调研报告篇十

瓷砖是我们日常生活中不可或缺的建材之一，对于房地产行业来说更是必不可少的装饰材料。为了更好地了解瓷砖市场的发展趋势和消费者需求，我参与了一次瓷砖调研活动，并撰写了调研报告。通过这次调研，我深刻认识到了瓷砖行业的发展现状和未来的挑战。在此，我将与大家分享我在调研过程中所获得的心得体会。

第一段：引入

在经济全球化和城市化的背景下，瓷砖作为建筑装饰材料具有重要的功能和价值。瓷砖不仅耐磨、防水，还能通过不同的颜色和纹理创造出各种不同的装饰效果。为了更好地了解瓷砖市场的发展情况，我们进行了瓷砖调研活动，并撰写了一份详细的调研报告。

第二段：市场现状

在调研过程中，我们发现瓷砖市场呈现出以下几个特点：一是市场需求逐渐增长。随着国内经济的不断发展，人们对于居住环境的要求也越来越高，这为瓷砖市场提供了巨大的机遇。二是市场竞争激烈。由于瓷砖市场的前景广阔，众多企业纷纷进入该行业，竞争异常激烈。三是产品质量参差不齐。由于生产技术、设备、人员等方面的差异，部分企业的产品质量堪忧，这对于整个瓷砖行业的发展造成了一定的影响。

第三段：消费者需求

在市场调研中，我们重点关注了消费者对于瓷砖的需求。我们发现，消费者对于瓷砖的质量、颜色和纹理等方面有着明确的要求。消费者不仅对于瓷砖的耐磨性和防水性要求高，

还追求个性化的装饰效果。因此，瓷砖企业在产品设计和研发上需要更加注重与市场需求的契合，提供符合消费者期望的产品。

第四段：未来挑战

通过本次调研，我们也看到了瓷砖行业未来的挑战。一方面，环保问题成为了瓷砖企业面临的严峻挑战。消费者对于绿色环保的要求越来越高，而一些传统瓷砖产品在生产使用过程中会产生一定的环境污染。另一方面，市场竞争的加剧使得瓷砖企业必须不断提升产品质量和服务水平，才能在激烈的竞争中立于不败之地。

第五段：结论

通过这次瓷砖调研活动，我深刻认识到了瓷砖行业的发展现状和未来的挑战。瓷砖作为建筑装饰材料，具有广阔的市场前景，但同时也面临诸多挑战。只有与市场需求相契合的产品才能获得消费者的认可，企业才能在激烈的竞争中取得成功。因此，瓷砖企业需要加大研发力度，提升产品质量和服务水平，以适应市场的发展需求。同时，环保问题也需要引起瓷砖企业和整个行业的高度重视，通过技术创新和流程改进，减少对环境的负面影响。只有这样，瓷砖行业才能在未来继续保持健康稳定的发展。