

# 最新调研报告的格式 调研报告格式(优秀9篇)

报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 调研报告的格式篇一

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\*\*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。

## 调研报告的格式篇二

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，既简短，又切中要害。使阅读者既可以从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、易读易懂。

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详尽说明。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、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。

## 调研报告的格式篇三

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《20xx—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。

## 调研报告的格式篇四

(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)

## 调研报告的格式篇五

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。

## 调研报告的格式篇六

### 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使权利，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素养素质。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。

## 调研报告的格式篇七

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》。

## 调研报告的格式篇八

### 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table 5.4 xxxxxxxx 中、英文标题分别采用五号楷体 times new roman

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+、-、 $\cdot$ 、 $\div$ 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并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，很难有时间为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数公司的想法。

### (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，时常表现出恃才傲物、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。

## 调研报告的格式篇九

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

1-1 这里是第一章第一节名称 1

1 1-1-1 这里是第一章第一节第一小节的名称 1

### 三、符号说明

专题研究报告中所用符号(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

正文是专题研究报告的核心部分，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 times new roman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 table 5.4 xxxxxxxx中、英文标题分别采用五号楷体 times new roman

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+、-、 $\cdot$ 、 $\div$ 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]。

6 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 **et al** 作者姓名之间用逗号分开，在 等 字或 **et al** 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. 专题研究报告集

### 4. 专题研究报告

### 8 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

## 六、附录

附录是作为专题研究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专题研究报告后:

(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

专题研究报告的附录依次为 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。

10 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)专题研究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，到专题研究报告的最后一页，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)专题研究报告 在双页面双横线的上面采用小五号宋体居中打印 专题研究报告题目。除了封面、封二外，其他页面均打印此页眉。

(四)编写专题研究报告时，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。

例子：

河北工业大学工商管理硕士(mba)

专题研究报告

报告题目

作者姓名

指导教师姓名：

报告提交日期：

年 月

教 授 河北工业大学 年 月 13