

2023年调研报告万能(模板7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，报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

调研报告万能篇一

人大代表是人民代表大会的基础，代表作用发挥如何，决定着人大工作的质量和水平。当前，在县镇基层代表中还存在着代表意识不够强，履职能力不够高，代表作用没有充分发挥等问题，笔者认为，提升代表履职能力，发挥代表作用应当从以下几个方面努力：

一、强化学习培训，提高培训实效。学习培训是提高思想认识，改善知识结构，提升履职水平的重要途径，是强根本，利长远的基础性工程，在代表的学习培训上，一是增强培训的针对性。要根据代表自身特点，结合工作实际，有针对性把《宪法》以及《地方组织法》、《选举法》、《代表法》等与代表履职密切相关的各项法律法规、人大制度的基本理论、人大工作的基本程序、提出议案和建议、代表活动等方面的知识作为培训的重点，通过培训，增强代表意识、责任意识和法律意识。

。三是提升培训的时效性。要根据时代要求和工作需要，适时组织代表加强对党的路线方针政策、党委和人大会议精神的学习，使代表及时将会议精神贯彻到履职当中，提高代表的政治敏锐性。四是保证培训的经常性。要研究制定有利于提高代表素质，发挥代表作用的长效培训机制。通过探索建立代表培训档案的形式，把代表的学习培训贯穿于代表任期的全过程。总之，要通过培训，不断提高代表的主人翁意识和责任感，变被动履职为主动作为。二、着眼提升能力，增

强代表素质。光有履职的热情，缺乏履职的本领，代表作用是难以发挥的。当前，要通过学习交流、履职培训、参与活动等形式，努力提高代表的“三种能力”。

一是提高分析问题的能力。要引导代表从战略和全局的高度看问题，从事情的表象看本质，在理论、实践的基础上，提出有价值、有深度的意见建议。

二是提高调查研究的能力。要鼓励和支持代表开展调查研究，尽力为代表开展调查研究提供条件。要培养代表调查研究的好习惯，帮助代表掌握调查研究的方法，提高调查研究的质量和水平。

三是提高综合表达能力。要通过组织代表学习和活动，增加知识积累和丰富工作经历，提高代表的语言文字和口头表达能力，使代表对民意的反映和对县镇发展意见建议说得清，说得准，把话说在有用处，建议提在点子上，真正发挥代表在推动发展中的主人翁作用。

一是实行工作通报制度。“一府两院”及相关部门应尽量扩大政务公开度，通过规范的程序和形式，采用纸质媒介、网络、短信等平台，定期将工作情况寄发给代表，使其充分、及时地了解政情。

二是建立人大代表列席人大常委会会议、参与常委会工作制度。要坚持和完善人大代表列席人大常委会会议制度，逐步扩大代表参会的人数、范围。有计划地邀请代表参加人大常委会组织的各项视察、调研和执法检查活动，扩大代表对社情、政情的知晓率。

三是扩大代表对重大事项决策的参与程度。“一府两院”及有关部 门在作重大决定，特别是涉及群众切身利益的决定前，召开听证会、论证会、评议会，都要邀请人大代表参与，广泛听取代表意见，了解群众要求。

四、创设活动载体，搭建履职平台。代表活动是人大代表执行代表职务，发挥代表作用的有效载体。一要丰富代表活动内容。要围绕经济社会发展大局和人民群众关心的热点、难点问题，搞好活动主题设计，丰富活动内容，在活动中发挥代表作用。二要创新活动形式。要按照方便代表参与，简单灵活多样，能够激发代表活力的原则，采取集中活动和分散活动相结合等形式，不拘一格，开展代表活动。三要建设代表之家，创设履职平台。根据人大代表分布情况，按照就近便利原则，充实完善代表小组活动室，建设代表之家，实行“三公开，四统一”（即：公开代表信息、公开接待制度、公开接访职责，统一选民接待日、统一制作代表名片、统一代表小组活动次数，季度不少于一次，统一登记办理督办和反馈选民提出的问题和建议。），保证代表活动有阵地，履职有舞台。

五、完善监督激励机制，激发代表履职热情。

一是建立代表履职情况通报制度。要加强代表学习履职情况的督促指导，建立代表履职登记制度和履职情况季检查年通报制度，对代表任期内参加活动、专题审议、提出建议、开展视察等情况每年向选民和选举单位予以通报，使代表置于社会、选民和原单位的监督之下。

二是建立健全监督制度。制定代表履职目标管理考核制度，每年由代表小组组织对代表履行职责情况进行考核，将考核结果同代表是否胜任职务相挂钩，杜绝代表干与不干一个样、干好干坏一个样的现象。

三是建立代表履职激励制度。制定符合法律的代表履职测评办法，对履行职务成绩突出的代表，县镇人大每年给予其物质和精神奖励，对不作为的代表采取谈话、劝勉等形式，促其履职作为，同时，要加强对代表先进事迹的宣传，使代表履职既有压力、更有动力。四是建立联系代表选民制度。制作《代表联系选民手册》，明确每位代表的重点联系户和重点

联系人，促进代表与选民的密切联系。五是健全代表建议办理工作机制。建立健全代表建议、批评和意见办理办法，严把代表建议转交、办理、答复关口。实行代表建议办理问责制，使代表提出的建议件件有回音，事事有落实，激发代表履职正能量，发挥代表的积极作用。

调研报告万能篇二

垃圾调研是了解城市垃圾分类情况的一种重要手段，开展垃圾调研可以直观地展现城市垃圾分类的现状，有助于发现问题，加强垃圾分类的宣传和教育，提高居民对垃圾分类的认识和意识。最近，我们实地调研了垃圾分类情况，并撰写垃圾调研报告，收获颇丰，有一些心得体会，下面进行总结。

第二段：介绍调研过程，对垃圾分类进行解析

我们调研了多个小区和商业区，深入了解了当地居民对垃圾分类的掌握情况和实际操作情况。通过调查，我们发现一些通病：一是居民对于垃圾分类的重要性认知不足；二是居民对垃圾分类的分类标准不清楚；三是居民对于垃圾分类的实际操作存在一些问题。同时我们也采访了多名小区和商业区的管理者和维护人员，了解他们在日常管理工作中所遇到的困难和问题，以及对垃圾分类工作的建议和期望。

第三段：分析难点，探讨解决途径

我们认为，居民对于垃圾分类的重要性认知不足是相对重要的一点。解决这个问题的途径是加强宣传和教育的力度。我们可以在社区或小区内设置垃圾分类宣传牌、悬挂宣传标语等，提高居民的垃圾分类意识。同时，在社区或小区内举办垃圾分类知识讲座等，从各个方面向居民详细介绍垃圾分类知识，使他们充分认识到垃圾分类的重要性和必要性。

第四段：探讨优化方案，提出建设性意见

我们发现，居民对于垃圾分类的实际操作存在一些问题，例如分类不当、分类混乱等等。解决这个问题的途径是加强日常管理和监督力度。我们建议管理者和维护人员应该加强对市民的指导和督促，及时发现和纠正居民的垃圾分类不正确、混乱等行为。此外，可以采取一些奖励措施，激励居民参与垃圾分类行动，提高居民的积极性和主动性。

第五段：总结心得体会，展望未来

通过这次垃圾调研，我们深入了解了当地居民对垃圾分类的掌握情况和实际操作情况，发现了一些问题和难点，提出了相应的解决途径和建设性意见。我们认为，垃圾分类工作是一项长期而艰巨的工作，需要全社会的共同努力才能取得实质性的进展，预祝我们的垃圾分类工作能够不断取得新的进步，创造更美好的未来。

调研报告万能篇三

作为一名管理学专业的学生，在专业学习的过程中，我们不仅是要学习理论知识，还要学会将理论知识运用到实际工作中。为了更好地了解企业内部的运营状况，我们特地展开了一次国企调研，这次调研让我对国企有了更加深入的了解，同时也让我对未来的职业选择有了更好的规划。

第二段：调研背景

我们此次进行国企调研的原因是，我们希望了解国有企业的运营状况、管理模式、产品质量和市场竞争力。我们选择的调研对象是大型国有企业之一的中石油集团，通过前期的了解，我们知道该公司是国内最大的石油龙头企业，涉及领域广泛，并且在加强自身管理的同时也积极推动自身的创新发展。同时，我们也知道调研过程会充满挑战，因为我们需要克服语言交流、设备使用和数据采集等方面的困难。

第三段：调研过程

在实际调研中，我们需要多方面的工具和技能。我们首先进行了文献调查，借助网络、图书馆等资源，对中石油的历史、发展和管理模式等做了大量的了解。其次，我们在实地调查中采用了问卷和访谈的方法，通过与中石油的管理人员和员工进行交流，了解了他们对公司管理、创新发展和国有企业竞争力等方面的看法。最后，我们还进行了数据分析，通过统计、分析等手段对大量的企业数据进行深入的剖析，以更好地了解中石油的经营状况。

第四段：调研收获

通过这次国企调研，我对中石油在国有企业中的重要性和实际运作有了更深入的认识。同时，我也学到了许多关于企业运营与管理知识，更重要的是，我意识到一个企业的发展不仅仅要有资金和技术的支持，更需要有良好的企业文化和管理思维。中石油的管理模式和企业文化令我深感启迪，他们注重企业价值观和企业文化的建立，并通过建立各种培训和奖惩制度等手段，提高员工的工作能力和自我认知，提升企业整体的竞争力。

第五段：总结

通过这次国企调研，让我对国企这一特殊的企业类型有了更深刻的认识。我们不仅要关注企业的资产规模和业绩增长，更要注重企业的文化、管理和创新，这是企业成长和发展的关键。同时，我也认识到企业管理不是一蹴而就的工作，需要不断修炼和提高。作为一名学生，我们能做的是在这一过程中学习、进步、成长，不断提升自己，以更好的姿态投身于未来的职业生涯。

调研报告万能篇四

- 1、 庆华公司每天进口煤碳约5000吨左右，给酒钢一半铁路运输，自己一半汽车运输。
- 2、 在策克口岸边上新建两个货物监管库，酒钢、庆华各1个，可以对外开放，所有进出口货物都要经由这两个监管库通过，才能进出关。
- 3、 汽运车辆每车都有庆华公司与蒙古当地政府办理的运管单，车辆不用挂两地牌照，只挂国内的即可。
- 4、 酒钢铁路货运站，目前只由酒钢一家用，不对外，如果我们需要，要直接与酒钢接触。国家修的一条铁路附线计划08年底通车（呼铁局、首钢、包钢、庆华企业都有投资），由策克关口至额济纳旗，通车后应该可以对外。
- 5、 加拿大艾文豪公司、蒙古国的马克公司，目前都在额济纳旗口岸办办手续。
- 6、 中国策克口岸距蒙古国西伯库伦口岸约500米左右，庆华公司的煤矿距策克口岸约80公里左右，每吨约27元。策克口岸至乌斯太镇约750公里左右，每吨约159元。乌斯太镇至乌海约20公里。
- 7、 拉煤车每车应装35吨，实装50吨，每超载1吨罚款60元，每车罚款900元，由司机缴纳。

调研报告万能篇五

根据区委、区政府统一部署要求，近期专题对我区现代都市农业发展现状、存在问题以及今后的思路和工作重点等问题进行调研，现将有关情况报告如下：

在合肥4个城区中，包河区农村区域最大、农村人口最多，目前全区仍有100多平方公里的农村区域和近10万农民，是全市城区农村面积和农业人口第一大区。近年来，我们坚持以合肥现代化滨湖大城市建设为统揽，加快推进农村经济融入城市经济，农村形态转化为城市形态，广大农民转变为城市居民，取得明显成效：农村基础设施日趋完善。城市基础设施加快向农村区域延伸，“村村通”工程基本完成，农村安全饮用水工程快速推进，农业生产区域基本形成了“田成方、林成网、路相通、渠相连、旱能灌、涝能排”的现代农业基础格局。生态休闲旅游业蓬勃发展。成功举办春色滨湖旅游节、大圩葡萄节和龙虾美食文化节等节庆活动，在全省创响旅游农业品牌。全面开展绿化大会战，人居环境明显改善，生态环境日趋良好。大圩镇先后荣获“国家农业旅游示范点”、“安徽省首批农家乐示范点”、“安徽省生态建设示范点”、“安徽省环境优美乡”等称号。新农村建设全省领先。“徽派风格、现代水乡、生态果园、都市农庄”的新农村建设彰显特色，沈福、磨滩、董城等10个村被评为省、市示范点，大圩镇荣获“全国社会主义新农村建设试点乡镇”称号。开展以“清洁家园、绿化乡村”专项行动，实施文明乡村建设四年规划，村容村貌显着改善。农业结构逐步优化。加快推进农业内部结构调整，形成葡萄、蔬菜、瓜果、苗木、花卉、龙虾等六大优势产业。深入实施农业标准化工程，全区主要农产品均被认定为国家或省级无公害农产品。坚持以项目开发推动结构调整，大圩土地整理、牛角大圩农业综合开发等重点项目加快实施。但对照现代化滨湖大城市建设的高标准、高要求，我区都市农业发展还存在一些差距和不足，主要表现在：农业发展正处于由城郊型农业向都市型农业的转型期，方式上存在着粗放农业与精致农业共存的现状，区域上存在着点线基地现代农业与区域传统农业反差的矛盾；农村经济发展仍然存在组织化程度较低、基础设施薄弱、水环境污染等问题，难以适应现代都市农业发展的需求；农民市民化转型进程相对缓慢与城市化进程快速推进的矛盾日显突出。

统筹解决好“三农问题”，构建与合肥现代化滨湖大城市相适应的都市农业产业体系和新型城乡关系，是当前及今后一段时期摆在我们面前的一项重要任务。落实到具体工作，下一步重点实施6大工程：

适应滨湖大城市建设对环境容量的高标准要求，把都市农业作为现代化滨湖大城市的生态板块，加快建设以湖区文化为特色的生态服务高地，努力把包河建设成为中国最美的湖区。继续深入开展“绿化大会战”，大力实施“五个一”工程，彰显包河区“滨水生态、绿色氧吧、城市花园”的特色与亮点。加强区域内水环境综合治理，深入推进巢湖河流综合整治专项行动，加大治污力度，强化重点污染企业治理，做到达标排放；推进十五里河、塘西河、巢湖沿岸的人工湿地和生物净化设施建设，逐步在集中居住点推开。大力发展生态农业和循环农业，强力推进农业标准化，狠抓无公害农产品示范基地建设，争创国家、省级农业标准化品牌，增强农业的可持续发展能力。加强生态文化建设，引导城乡广大群众牢固树立生态文明观念，培育保护生态环境的生活方式和消费模式，营造保护生态环境的社会氛围。

推进城市基础设施向南部农村区域延伸，加快农村电网、供水管网、信息网络、商业网点建设，实现城乡资源共享。加强农村公路与城市道路对接，加快推进村庄内部主次干道建设，大力发展农村公共交通，形成结构合理、方便快捷的交通网络。以大圩土地整理项目、牛角大圩农业综合开发项目和万亩大圩防洪达标工程、大小张圩农业综合开发项目为抓手，推进以农田水利为重点的农业基础设施建设，建立供排水、防洪防涝和水生态环境保护体系。继续实施农村人饮安全工程，加快实现村村通自来水，彻底解决农村居民饮水安全问题。

全面启动文明乡村建设四年规划，深入开展以“清洁家园、绿化乡村”为主要内容的村容村貌环境综合整治，继续实施“六清理三绿化”活动，切实改变中远郊腹地农村、城郊

结合部和城中村“脏乱差”面貌，力争通过2年时间的努力，全区所有行政村都建成文明乡村，实现“沟渠净化、道路硬化、环境绿化、路灯亮化、墙面美化、卫生洁化”的目标，村庄环境长效管理的工作机制得到有效完善，形成环境整洁、秩序井然、生态良好、乡风文明的村居新面貌。

加快推进农业生产园区化，不断提高农村产业发展的集聚度，逐步形成集群化、特色化、生态化的农村产业发展新格局。在产业发展上，加快调整农业内部结构，以发展设施农业为重点，推进蔬菜、瓜果、苗木、花卉等农业主导产业集聚发展，同时加快农业与二、三产业的融合，提高农业的附加值和比较效益。在发展方式上，以引导农民流转土地为突破口，大力开展农业招商引资，推进农业适度规模经营，提高土地产出效益，推动农业产业化进程。在发展重点上，重点抓好东大圩、牛角大圩、马圩以及大张圩等4个圩区功能开发，根据各个圩区的产业特色，东大圩着力打造“滨湖后花园”和“中国最美的湖区都市田园”；牛角大圩结合省农业综合开发项目的实施，发展休闲观光农业、绿色设施园艺种植业和高端服务业；马圩以绿色港湾公园建设为龙头，建设集人居、度假、游憩于一体的生态水岸公园。义城镇大张圩以万亩速生林基地为依托，大力发展林种林养经济，着力建设市民休闲度假的天然氧吧。

从营销包河的战略高度，深度挖掘区域农业旅游文化资源，打响“春色滨湖旅游节、大圩葡萄节和龙虾美食文化节”三大节庆旅游品牌。突出城市居民需求，围绕“吃、住、行、游、购、娱”做文章，进一步完善旅游景点基础设施，提升乡村旅游接待能力和水平，注重开发农业休闲娱乐、观光垂钓、采摘体验等旅游产品，延伸开发一批特色鲜明的旅游纪念品、工艺品和礼品，丰富提升乡村旅游的内涵和品位。突出宣传滨湖、营销包河，通过旅游节庆活动的开展，让更多的游客走进滨湖，感受包河日新月异的发展变化和强势崛起的发展潜力。

加快农民素质提升，加强农民专业技能培训，引导农村富余劳动力向建筑业、商贸服务业、农副产品加工业等非农产业和城镇转移，让失地农民接受工业文明、城市文明的洗礼，把农民逐步转化为农业产业工人；加强与农业科研单位、教育机构的联系互动，直接为农民群众提供信息、技术、营销等服务，提高农业生产和营销水平；通过宣传引导、教育培训和培育典型，切实提升农家乐服务人员的专业素质，提高旅游接待的层次和水平；培育扶持农民专业合作社，引导协会组织自我发展、自我管理、自我完善、自我服务，延长农业产业的链条，提高农业生产专业化、组织化程度。

调研报告万能篇六

在现代社会中，随着人口的不断增长和生活水平的提高，垃圾总量和处理难度不断增加，因此对于垃圾的调研也越来越受到人们的关注。最近，我和一些同学一起进行了一次垃圾调研，深入了解了垃圾的来源、分类、处理和回收等方面的现状和问题，收获颇丰。

第二段：垃圾来源和分类

我们在调研中发现，垃圾来源主要有家庭、餐饮、商场和学校等，在不同的来源中，垃圾的种类也不同。其中，厨余垃圾和可回收物是比较常见的两类垃圾。对于这些垃圾的分类和处理，也存在不少困惑和担忧，一些人对于垃圾分类的意义和效果存在误解。

第三段：垃圾处理现状及问题

在调研中我们了解到，目前垃圾处理的主要方式还是填埋和焚烧，但这些方法都不是十分理想。比如，填埋可以直接处理垃圾，但会占用大量的土地资源和污染环境；而焚烧也能减少垃圾量，但也会产生大量的二氧化碳等污染物。因此，如何寻找更加环保的垃圾处理方法，以及如何推广和普及垃

圾分类，都是现在我们需要思考和解决的问题。

第四段：回收利用垃圾

在调研中，我们也了解到垃圾分类和回收利用的重要性。垃圾分类可以让可回收物得到更好的利用，比如旧书、旧衣服等可以进行二次利用，以降低资源浪费。在 market 需求的驱动下，垃圾回收业也在近年蓬勃发展。我们了解到，有些人通过垃圾回收甚至获得了可观的经济收益，这也说明回收利用垃圾的经济价值是存在的。

第五段：结尾

通过这次垃圾调查，我们认识到垃圾分类和处理的重要性，以及对于垃圾问题的深入思考。我们呼吁全社会，从个人做起，养成正确分类和处理垃圾的意识，共同推动垃圾处理的可持续发展。希望通过这篇文章能够引起更多人的关注和重视，共建绿色家园。

调研报告万能篇七

发展旅游，首先要有一个明确的定位，定位是发展旅游的方向。镇处在古城与剑门雄关之间，发展旅游的基础让人感到振奋，乃至震撼，它的旅游市场远远超乎我们的预料。和老观、妙高、河溪、河楼、桥楼、水观这些有发展旅游基础的乡镇都应该纳入我们的旅游统计、布局中。现结合镇的情况，谈以下几方面的问题：

区位优势，它是指跨国企业在投资区位上所具有的选择优势。也就是说可供投资地区是否在某些方面较国内优势，投资区位的选择要受到生产要素和市场的地理分布、生产要素和运输成本、投资环境等诸因素的影响。镇的区位优势是非常明确的。

（一）区位优势体现之处于三大景区的中心带

镇在升钟湖、古城、剑门雄关的中心地带，这三大客源市场缔结处。现在，升钟湖、剑门关、古城已成为川东北的三个重要的旅游目的地，古城更是独占鳌头，而位居三者之间的镇可谓是左右逢源了。

去年创5a□开国际文化旅游节，在起步非常大的基础上，旅游市场就发展起来了；剑门关今年创5a□六月份要开国际文化旅游节，同样，剑门关的旅游市场也会很快热起来的。目前剑门关和古城，在做旅游产品、线路的时候，特别是针对外省和海外市场这部分，一直联系紧密，相互追赶。夹在这个中间地带，这个区位优势是非常明显的。

（二）区位优势体现之升钟湖——抓好两大优势，扎实夯实根基

升钟湖虽说比剑门关、古城要次一点。但它已经有一定的市场。发展旅游的方向与升钟湖是一致的，我们可以比着它、顺着它来做。就升钟湖的渔家平台来说，它们的档次太低，环境也很差，并且它有个最大的弱点——钓台不临水。我们湖岸线那么长，可设钓台的地点很多，恰恰能解决这个问题，这是我们的优势之一。升钟湖的规划起点本来就不高，现在要想重新来做很难。我们已经认识到它的不足或欠缺的地方，现在来做规划就能扬长避短，肯定做的比升钟湖好，这是我们的优势之二。抓住这两大优势，打下扎实的根基，为发展镇旅游做好准备。

（三）区位优势体现之交通——立足交通便利，依靠群众推动

302线马上升级为国道，它的道路会有一些的改善，在5年之内，会有很大变化，所以它的可进入性也会增强。从剑门关到飞凤镇，或者从飞凤镇到剑门关再到思依、、古城，是现

成的成型旅游线路，所以说这个区位优势也已经具备了。目前，镇党委确定的这个发展旅游的基础理论是成立的。

发展旅游仅有区位优势和便利的交通条件是远远不够的，还需要靠群众来推动。要想发动群众一起做旅游，必须先统一思想。我们要开党委会统一班子成员的思想，开村上干部、群众会统一思想。我们要站在一定的高度，把区位优势、旅游的前景给他们讲懂、讲够、讲透，只有他们的思想通了才会理解你、支持你。

所有的休闲旅游一定要以观光旅游作为基础。我们要把休闲旅游和观光旅游相结合，在观光的基础上做休闲旅游。

观光旅游，首先要养眼。而养眼要靠什么？靠色彩，靠奇观。奇观从哪里来？从我们已有的自然资源和文化资源中体现。

（一）自然资源的利用。

1、湖的利用

一个地区要成为旅游目的地，要想游客来，你一定要有核心的吸引物。实质上，我们现在已经有了客源市场，有了市场效应。那么我们的核心吸引物在哪里？水，观水。

说到观水就联想到船。目前湖上的船很有实用性，但不美观。而旅游需要的是什么呢？是情调。情调就要有一定的装饰，要美观。所以船的形状、装饰、功能都要改进。另外，湖面上景观没什么特色，不丰富、色彩不鲜艳，我们要打造出“水”的特色，一定要在这方面下功夫，我们可以种花。据了解，有一种花，它的花朵儿很大，花开时，有一股香味，沁人心脾，她就是当地的七里香。种植七里香不仅丰富了河岸的色彩，还具有当地特色，很有代表性。除了种花，我们还可以种其他的。根据镇的地理地貌，我们可以种植芦苇。就拿一个区域，浅水区种上芦苇。一片的芦苇，一望无际的

芦苇在风中轻轻摇曳，几只水鸭穿梭其中，亦真亦幻，这不是很诗情画意嘛！

2、山地的利用

镇地形地貌很有特点，它和思依完全不一样。镇一眼望去，全是地，地势平坦，视野很开阔。我们可在路旁设观景台，供游客下车观光田园风光，拍照留影。头年底种油菜花，第二年的3月它就开花了。春天的时候，黄橙橙的一片，很有春的气息。

我们现在从山上做起。今年麦子收割后，全种上高粱。据了解，目前高粱的产量、收入比红薯、小麦都高。而且高粱收割了，可酿酒。酿出的酒我们给它贴个标签——“烧酒”或是“女儿红”。这个酒的由来很简单，就是因为是女将，她亲手酿酒犒赏将士，自己也喜欢喝酒。本来20元/斤，标签一贴就是50元/斤。高粱杆呢，可做扫帚，也能编织出工艺品。秋天，满山遍野是火红的高粱，很漂亮。对于摄影爱好者来讲，一张照片带来的宣传效果是不可估量的。高粱一收，地就空起了，它种上油菜。种油菜、榨油是我们当地的传统，一动员群众就能接受，油菜花便宜、好种，刚抽苔可做菜待客，结籽又可榨油，一栽就有效果。自然资源对于山地来讲就是高粱和油菜花这两种农作物。

另一个就是花，花这个必须要有的。花耐旱，不喜水。高段山和湖岸边上都要有花，沿水几十公里全是照眼的鲜花，它就是一个奇观。摄影爱好者就络绎不绝地赶过来了，他们赶过来想摄影，必定要坐船，那么，我们就要求必须配一个导游。这样湖上面是美女，下面是花。水上行舟，人面鲜化相映红，非常漂亮。所以说，花的种植一定要集中，面积不用太大。十几二十亩就很具气势了。旅游是做出来的，沿着这条路做，就一定会做出来的。

（二）、文化资源的利用

旅游景区、景点必须要有文化来充盈。文化是旅游的灵魂，是它的核心，是它最大的特色。

1、举“孝”

镇要发展旅游，必须要有自己的文化。蜀中花韩娥不就在我们这儿么？这是多好的品牌啊！我们就以孝女为核心，打造“孝”文化。在目前中国传统文化遗失的很严重的背景下，孝文化是一个永远也不会褪色的主题。古时候早上起来要请安，晚上睡觉要问好，给父母端洗脚水等等，这都是我们当地的传统。怎么突出这个孝文化？就要抓住“孝”字。在中华民族传统的文化领域里面，我们就弘扬一个字——“孝”。针对目前“孝”字的丧失或遗失，我们就打“孝”文化这张牌，扛起中华民族“孝”字的这杆大旗来。把这个孝文化放到传统文化、民族文化大的背景下考虑问题，它的定位就高了；这就不仅仅是在镇提出的，而是在中华民族传统文化的高度上提出的。

那么怎么把“孝”文化凸显出来？在不同的区域，它有不同的特点，有不同的表现方式。但是，它有个共同的特点：就是孝对父母、长辈。尊长敬祖，源远流长，生生不息。我们要打造这个文化，就一定要把这个文化做到极致。我们现在就从党委班子开始宣传下去。如：我不能回家，就给爸妈打个电话，每周回去给父母煮一顿饭。先从我们这个班子开始做下去，然后村干部、党员带头做起，谁也不能，也不会反对。而且，要做到什么程度？要给它规定几个仪式、几个议程，就像开会一样：先做什么，再做什么。当大家都这样做了，养成了习惯，这个孝文化就完成了，形成了。

别人来看什么？看我们怎么尽孝。比如，农家乐。再忙到时间你给说客人说，对不起，你们先等一下，我给老祖宗上个香。这是上香时间，菜等下上。”他绝对不会因为你菜端迟了而感到不高兴。他会来看你怎么给老祖宗上香，他会觉得这个东西太可贵了。“孝”文化要从老百姓身上得到体现。

2、拜“孝”

镇有庙和祠，这是孝文化的载体，也是见证。庙，从庙建筑的特色来讲，很一般。我们也没有经费去重修，先不管它。但你还是要把清洁卫生打扫干净，里面的布置要庄严肃穆一些。用香火钱买一些绸带挂上去，塑像、观音像这些都没有关系。但有一条，要让老百姓拜，让他们记住：拜干什么？拜是拜她的孝。到这个地方做什么？拜孝！拜她就是教育大家要孝顺，上行下效，儿孙们也会跟着受教益的。

另外，祠也不要动它。把它墓前的墙撤除，把墓碑亮出来就行了。我们要庙上拜像，坟前拜墓。这也是拜孝，是拜传统文化。我们老百姓给游客宣传时，要讲清楚：我们拜拜什么？就是要拜孝，拜传统文化。如果有人举报，我们要也可以解释清楚：就是老百姓现在已经把化身成神，而我们要把他们心中已成神的还原成人，还原传统文化；引导他们走正道，不要走邪路。同时要考证韩娥生于哪一天，死于哪一天，生前有哪些行孝事迹。

3、品“孝”

我们在田野里种植花，把它做成中国最大的“孝”字。面积不够可以把这两块地结合起来看，就是一个“孝”字。这都是可以创造的。全世界的人来这里干什么？就是来拍“孝”。这个完全可以做出来。还有大家前面提到的福、禄、寿这些和孝有关的也能做。

第一，依托古城这个平台。古城游客今年目标已经突破600万，黄金周古城每天容纳了10万人次，但购票人数只占古城旅游人数的三分之一，分流的空间很大。（）如果古城的百分之一或者说是千分之一的客源分散到镇，也会让你们忙不过来，效果是很明显的。而你们的设施设备也只能接纳那么多人，多了就会把镇弄得乱糟糟的。

第二，依托升钟湖这个平台。升钟湖是最大、最切合实际、最见效益的平台。在升钟湖钓鱼节到来时，我们可以在它的各个出入口立个广告牌，把湖的产品推出去，就会产生立竿见影的效果。

第三，依托剑门关这个平台。目前我们所针对的平台，以钓鱼为基础，升钟湖是首先，古城次之。那么我们长远的发展目标，就是要把的这个核心特点——“孝”真正做到位，把“孝”做到民族文化的高度上去了，它就不仅仅是镇的特色，他就是我们这整个景区的另外一个非常有特点的景区，剑门关平台也就借上了。

1、水产品

我们的水资源，关联的就是水产品了；水产品就是鱼。我们现在卖鱼，要抓住升钟湖国际钓鱼节这个契机，以“花木鲶”为主去他那里卖。“花木鲶”是我们的一个特色。市政府可先设计包装，在食品药品监督管理局批个许可证。鱼腌制后包装一打，湖花木鲶就出来了。有了花木鲶，可以做花木鲫鱼、花木草鱼等系列产品。游客钓的鱼吃不完怎么办？我们可以帮他腌制，要么带走，要么速递。服务周到，回头客也就多了。这也是一种营销手段。

2、山货特产

剑阁、青川、秦岭一带的山货，老百姓都自己去卖，就随便摆个地摊，没有包装，没标识，这就是三流产品。我们这也是山区，可以把野猪、野鸡、野兔、豆腐干制作出来，注册上品牌，设计个包装，就又是一个产品出来了。只要形成了产业链，很快就会有市场效应。还可以把核桃拿来做个产品，打个包装，就叫核桃。核桃不够可以去周边收购，把周边的老百姓也带动起来了。

产品的规划重点要抓住我们的山、水、农产品的特点来做文

章，把各产品的包装设计的精美、精致一些。当然，我们必须先把产品规划思路做好。产品规划思路这就需要把老同志、支部书记召集起来开座谈会，把他们的建议、意见一条一条的记录出来，产品也就跟着出来了。规划好了的产品除了可以在镇销售，还可以进入古城旅游市场乃至进超市。

1、“节”

任何一个地方的旅游，他都离不开活动。一个精彩的活动，对一个品牌的设计，对客人的吸引力，起到关键的作用。我们可以把“三八”节，“女生”节，“女儿”节和节或孝女节联系起来。广元有“女儿节”，镇可以做“节”，先从本镇做起，再到去做这个活动，祭祀。的一个特点和现代网络流行的“女汉子”结合起来。有了网络，可以面对世界。只要抓住网络，很快就宣传出去了。活动在先做起来，党委没钱，像房地产、企业等，多拉赞助。先把活动做起来，节的时候，可以找几个老外来做宣传广告。现在中国崇洋媚外之风盛行，他们看到外国人都来了，自然而然也就来了。

2、渔家乐

渔家乐，我们做渔家乐。渔家风情一条街，渔家风情小镇院，沿湖岸可打造渔家风情小院。我们川东民居的特色就是土墙的打造。游客平常没有看到的東西感兴趣，有新奇感。我建议，把麦秆子扶在墙上。做下一步规划的时候，把这个作为特色来规划。我们在设计这个建筑的时候，要有远见。它的每个细节都是一种艺术，一种独具魅力的风格。渔家乐风情这条街所有的`建筑都要有特色，有情调。目前的风情，要看的有情趣，有格调。

3、“烤鱼节”

升钟湖九月开国际钓鱼节，此时距中秋很近，我们就顺势弄个烤鱼节。选块场地，举办烤鱼节。皓月当空，一堆篝火，

一场剧，加上我们的渔家风情，游客唱歌跳舞，与姑娘共舞，就会促使他们想起人。剧就找当地老百姓来演，一定要有自己的特点。白天在升钟湖钓鱼，晚上就到镇烤鱼、看剧、吃鱼。这样，看剧可以收钱，烤鱼、吃鱼都可以收钱，进餐馆又可以收钱，从而大大促进了镇的经济繁荣。

我们就这样扭着升钟湖钓鱼节做旅游，把这个副产业做起来。目前按着这个思路，这两个节一做，人气就有了，乡村旅游业就火了，这个节能做多大我们就做多大。他们有钓鱼节，我们有烤鱼节；他们有升钟湖，我们有湖。我们要打文化这张牌，先要从这个湖开始，全叫湖，不叫升钟湖，湖，多么有文化内涵的一个名字！你说我叫错了，来找我打官司。这样没关系，越炒作越好。可能以后就不晓得它叫升钟湖，而只知道它叫湖。在营销上一定要秉承一个理念：我们一定要将品牌做大。比如说：古城创5a□古城借力丽江古城，把这张牌打出去。现在，我们湖就借力升钟湖。出名的是谁？这个东西要抓紧。升钟湖在那边做，我们就在这边做。你们钓鱼，我就烤鱼。你说升钟湖，我偏说是湖。升钟湖不能与湖比文化，几下就把推出去了。所有的钓鱼人就都知道这边还有个烤鱼节，有个湖，达到一夜成名的效果。

1、红高粱马上要做规划。

2、烤鱼节做出策划。

3、规划方案。概念规划，具体的东西由镇充实。

4、统一思想，开党委会的统一思想，开乡干部统一思想，开群众会统一思想。利用群众的力量，把前景推广好了，老百姓才会跟着做事，才能配合推动旅游的发展。

5、旅游定位。旅游定位是发展旅游的整体思想，先在党委班子统一思想，然后村镇干部统一思想，共产党员统一思想，全村全镇老百姓统一思想。思路决定出路，思想统一了，就

好做事了。你只要把这个思想的前景推好了，老百姓再来跟你做事就方便的多了。而且，这个思想天天要讲，大小会都要讲，把我们的想法灌输给群众，引导群众统一口径。把山上的老百姓带下来看，一年的收入只有10几万，你不能给他说实话，一定要在这个基础上说多点；说个20、30万。把老百姓笼络过来，他们眼界一开，心里一动；我们党委政府就好做事了。

1、新型宣传渠道

新型宣传渠道即网络宣传。一是广电网，二是电信网。目前看来，广电还是不错的，它还能满足上传视频、图片等信息。可以和广电探讨、磋商一下。电信网，通过电信拉个网，把每一个渔家乐都链接起来，让你24小时都能看到美景。日出，每天日出时，我就对着那个初升的太阳照。日落的时候也对着晚霞照。把渔人打鱼、游人赏花拍下来，传到网上去，很方便，效果也不错。

网络宣传一定要跟上去。可以炒作一个鲶。可以炒作一个新闻：“镇湖发现一个新奇品种—花木鲶。”花木鲶是什么？它是韩娥从小养过的一种鱼，叫花木鲶。有的人搞怪，请个专家来确认，结果一验证，就是一条鲶鱼。都是鲶鱼，我们非要叫它花木鲶，是湖特有的一种鲶鱼，这是一个地方的文化习俗。建立这个渠道后，我们一定要好好利用。

2、传统的宣传渠道

一是在古城高速路出入口靠宣传画宣传；二是通过旅游局的各个宣传渠道做宣传。我局免费做一系列的宣传画，通过微信推出几期镇的特写；在局举办的各个活动上把镇放上去宣传；在免费扫一扫赢大奖的活动中，设置一栏免费到镇品尝花木鲶的奖项；各个有led的景点、酒店播放歌等。

发展旅游，一定要有足够的资金。首先我们必须做好调研，

总结升钟湖、南部在旅游方面的盈亏，归纳总结其经验。其次利用群众，招引大企业来投资，做好宣传、营销等工作。资金整合有以下几个渠道：

1、老百姓融资。现在老百姓手头上都有些资金，能否与老百姓沟通让他们融资。

2、风险投资。有个风险投资栏目，各企业家、大学生、创业人谈他们做的规划。通过这个平台去操纵。我们也可以去大胆的尝试。一方面融合资金，另一方面也是对镇的一种宣传。

3、招商引资。我们有了前期的规划，构想，尝试，宣传，影响；现在招商就容易的多了。有了名气，资金来的就快了。另外，招商引资最重要的一点就是利益。怎么让他看到利益，先要让他看到市场的前景，看到目前市场的基础。当他看到人满为患的时候，他就会投资。这是市场化的作用。

1、环境要洁净。在旅游方面，卫生是很讲究的。当然要把卫生做好，作为一个农村能做到这样就是极致，让人感到这家人特别爱干净，这就是特点，就是亮点。这个服务流程的细节要做好，给人留下优质的服务印象。农家乐它是一种自己给自己服务的模式。他不像宾馆，要规定餐具怎么摆。要利用“孝”文化，弄个特有的服务程序、服务特点，但必须统一的服装，基本的要求一定要做到。

2、菜味要纯正。农家菜主要是做鱼。针对做鱼进行专业培训，另外一定要菜品多样，味道鲜美。配菜就弄些甜菜，野菜有特色的乡村菜。

立单行道标示牌。在来的这条大路上立个单行道标示牌，驾驶员一看，主要是外来车辆的驾驶员一看单行道，他就过来了，走这里下去，从那儿上来。就可以解决错车的这个问题了。

定位标识即口号。这个口号要针对“孝”文化来做。孝在哪里，孝在；钓鱼，鱼在哪里？鱼在。比如“万亩高粱，千顷鱼塘。”口号怎么喊，喊出去要与众不同，喊出去要有特点。而且这个思路要贯穿整个旅游发展区。