

最新调查报告格式及要求(精选8篇)

通过撰写实践报告，可以帮助我们深入理解和掌握实践过程中的经验和教训。范文五：尊敬的公司管理层，我非常感谢您对我的关怀和指导。我在公司的工作历程中积累了宝贵的经验和知识。但是，因为个人职业发展的需要，我决定辞去对公司的工作。

调查报告格式及要求篇一

市场调查报告、市场预测报告都是市场经济的产物，都是以市场为特定对象而撰写的调查报告。市场调查报告，是运用科学的方法，有目的、有计划、系统的收集、整理、研究市场营销情况、供求规律及影响其发展变化的各种因素，作出结论而形成的书面报告。市场预测报告，是在市场调查的基础上，运用预测理论和方法，对市场发展前景进行科学的分析、推测、判断，并将其过程和结果撰写成的书面报告。

一、市场调查报告、市场预测报告的特点

市场调查报告、市场预测报告都属于调查报告的范畴，因此，它们不但具有调查报告的基本特点，还有着各自自身的特点。在写作过程中，重视和掌握这些特点是相当重要的。

（一）市场调查报告的特点

1、针对性。针对性是市场调查报告的灵魂，主要包括两方面：第一，市场调查报告必须以市场活动为对象，有的放矢地说明或解决某一问题；第二，市场调查报告必须明确阅读对象。因为生产经营者与商品消费者所要求和关心的问题是不尽相同的。如果既不明确解决什么问题，又不明确读者对象而撰写市场调查报告，就是盲目而毫无意义的。

2、新颖性。市场调查报告应紧紧抓住市场活动的新动向、新

问题，引用一些人们未知的通过调查研究获得的新发现，提出新观点，形成新结论。只有突出“新”的报告，才有使用价值，才能达到指导企业市场营销活动的目的。不要把众所周知的、常识性的或陈旧的观点和结论作为市场调查的成果。

3、时效性。当今世界已进入信息时代，市场竞争更加剧烈，企业在生产经营中必须掌握准确、及时、系统的经济资料，对市场变化迅速作出反应，并对未来状况加以预测，才能在竞争中取胜。因而，要顺应瞬息万变的 market 形势，市场调查报告必须讲究时间效益，做到及时反馈。市场调查报告只有及时到达使用者手中，使经营决策跟上 market 形势的发展变化，才能发挥其作用。

（二）市场预测报告的特点

1、情报性。市场预测报告总是根据市场的过去、现在，预见市场的未来。它包含着重要的经济信息，能提供必要的情报资料，其情报性主要表现在两方面：一方面最灵敏、最全面地记录和反映经济活动的最新动态，内容丰富而准确，有实用价值；另一方面它以最快的速度传递经济决策部门和经济管理部门的信息，反映迅速而及时，讲究时效。情报性是市场预测报告的生命和力量所在。

2、系统性。市场预测是一个复杂的工作系统和 work 程序，尤其是宏观预测，更需要进行系统性的调查和分析研究。因为，现在社会经济活动不是孤立的、相互封闭的，而是联系的、相互影响的，预测是对社会各种经济活动 and 经济关系的分析、综合和比较。经济活动自有其本身的活动系统，不进行系统性研究，系统性活动中蕴藏着的本质规律就无法去揭示。所以，系统性是经济预测的基本特点之一，同时也是市场预测报告的基本特点之一。

3、科学性。市场预测报告必须坚持科学的态度，严格运用科学的研究方法，否则，它就无法得出科学的态度，严格运用

科学的研究方法，否则，它无法得出科学的结论，更谈不上科学地指导实践。因此，首先要运用科学的调查方法，将普遍调查、抽样调查、典型调查、重点调查与文字资料的全面点有科学的预测结论；预见未来经济发展的基本趋势，以利于科学地指导经济活动。

（三）市场调查报告与预测报告的同异

市场调查报告与预测报告，都是市场调研成果的集中体现、市场信息的重要载体，又都具有新闻的成分和报告的属性。尽管市场调查报告、市场预测报告落脚点不同，但都以调查为基础，借助信息渠道，全面掌握市场动态及其发展变化趋势对于完善生产经营的管理，提高企业的社会、经济效益，都有着重要的指导作用。但两者还有着明显的区别：

1、写作目的不同。市场调查报告的写作目的，一般是为了解过去、总结经验，认识现状，发现问题，指导现实的生产经营活动；而市场预测报告是着眼于未来，在调研的基础上认识未来，以寻求企业的生存与发展之路，为经济决策提供依据，使企业赢得生产经营管理的主动权。

2、反映对象不同。市场调查报告是反映市场的过去和现状，反映市场经济活动中的经济状况与条件；而市场预测报告则是通过大量具体现实材料的归纳、分析、推理、判断来反映市场未来的变化和趋势。这种变化和趋势又是尚未形成的经济现象。

3、内容侧重点不同。这是二者最主要的区别，市场调查报告侧重于调查，反馈市场信息；而市场预测报告侧重于预测，揭示市场趋向。

综上所述，两者既有联系，又有区别。有将两者并列在一起行文的市场调查预测报告，如《对移动电话市场的调查和预测》。这样的报告往往“预测”是行文的主要目的，“调

查”是预测的前提和基础；依据调查结果进行定性定量的科学预测，得出的结论和提出的建议应该说比较可信，有说服力。

二、市场调查报告、市场预测报告的作用

（一）市场调查报告的作用

随着社会的信息化，市场经济的迅速发展，人们迫切要求及时了解经济形势、市场变化。市场调查报告，能对市场经济提供有效的导向作用，对生产经营管理者摄取信息、分析问题、制定决策和编制计划以及控制、协调、监督等方面都起积极的作用。最主要有以下三点：

- 1、获取经济预测的信息。市场调查报告所掌握的. 市场的历史、现状及其发展变化的轨迹，提供企业进行经济预测的可靠信息。
- 2、提供企业决策的依据。市场调查报告所提供的准确的市场动态信息，可直接为企业决策提供依据，从而产销需求对路，避免竞争中的风险。
- 3、推动企业改善经营管理。市场调查报告有助于正确认识市场，推动企业改善经营管理；遵循经济规律，提高经济计划的制订水平。

（二）市场预测报告的作用

1、市场预见作用。现代企业时刻处于激烈的竞争之中，要想在竞争中立于不败之地，只能使组织行为更加自觉，更加科学，使组织具有远见卓识，而市场预测就是市场供求变化的晴雨表，它可以帮助社会组织和企业增强早期报警意识，洞察市场变化趋向，提前进行生产经营策划，增强市场竞争能力。

2、生产导航作用。在市场经济条件下，企业生产经营首先要面对市场，摸清市场需求和公众需要，然后才能根据市场需求确定生产经营的目标。只有这样，生产出的产品才会适销对路，才会为企业创造利润，并拓宽市场、占领市场。任何不首先预测市场需求而盲目地进行生产经营，都逃脱不了失败的命运。

3、消费指导作用。市场预测报告不仅有利于企业的生产经营决策，而且有利于公众的自觉消费。市场预测可以和促销广告相互配合，为企业有意识地影响公众的消费心理，进一步起到指导公众自觉消费的作用。以利于造成消费——生产——市场供求的良性循环。

市场调查、预测的内容与方法

一、市场调查的内容

市场的广阔和复杂，决定了市场调查的内容广泛和丰富，但不同企业和不同行业、相同企业在不同时期对市场调查的内容会因需要不同而有所侧重和选择。市场调查的内容主要涉及以下四个方面：

1、社会环境调查。企业的生存和发展是以社会环境为条件的。社会环境包括政治、法律、经济、科技、社会文化、地理气候诸环境，这些社会环境构成了市场存在着某些不可控制的因素，企业的生产经营必须与之相协调、适应。在市场经济条件下，企业的自主权将得到充分的保证，但必须符合国家政策、法规和客观调控的要求，以及国际惯例和准则的规定；了解科技、社会文化发展对企业生产经营的制约和影响；了解地理、气候等因素对人们生活起居、消费习惯、资源开发的制约和影响。只有这样，才能制定出切实可行的生产经营决策，在市场竞争中牢牢掌握主动权。

2、市场需求调查。在市场经济条件下，市场需求是指以货币

为媒介，表现为有支付能力的需求，即通常所称的购买力。购买力是决定市场容量的主要因素，是市场需求调查的核心。此外，由于市场是由消费者所构成的，因此，只有对消费人口状况进行研究，对消费者多种不同的消费动机和行为进行把握，才能更好地为消费者服务，开拓市场的新领域。

3、市场供给调查。市场供给是指全社会在一定时期内对市场提供的可交换商品和服务的总量。它与购买力相对应，是市场需求得以实现的物质保证。企业在生产经营过程中除了要掌握市场需求情况外，还必须了解整个市场货源状况，包括货源总量、构成、质量、价格和供应时间等一系列情况，必须对本企业的供应能力和供应范围了如指掌。只有这样，才能及时生产和组织到适销对路的商品，避免积压和脱销。

4、市场营销活动调查。现代市场营销活动不再是简单的、彼此分割的营销活动，而且包括商品、寂静价、分销渠道和公关促销在内的营销组合活动。因此，市场营销活动要围绕这些组合活动展开，其主要内容包括：商品实体、包装、价格、销售渠道、广告、产品寿命周期和竞争对手状况等。

（二）市场调查的方法

市场调查的方法很多，按其选择的对象划分，可分为市场普查、抽样调查、典型调查和重点调查；按其目的划分，可分为探测法、描述法和因果关系法；按其调查形式划分，又可分为询问法、观察法、资料法，以及现在流行的头脑风暴法和德尔菲调查法。这些调查方法可以单独使用，也可以合使用。使用的调查方法，主要取决于调查的内容。

市场调查的方法与撰写的一般性调查报告所采用的调查方法基本相同，第二章对调查方法已作了专门阐述，这里不再赘述。

随着市场经济的迅速发展，市场更为广阔而双复杂，市场调

查的方法也在不断创新。就目前市场调查，经常使用问卷调查和实验调查，以求“调查”的广度和深度。问卷调查，实施方便，使用范围广，有利于对资料进行统计处理和定量分析；既节省调查时间，又提高调查效率。实验调查，比较科学、准确、可信度高，但实验中的可变因素难以掌握，必须做好实验调查的设计，严格把握实验条件，才能保证实验效果的可靠性。

二、市场预测的内容和方法

（一）市场预测的内容

市场预测的内容很广泛，既有从国家宏观经济管理部门角度进行的宏观市场预测，又有从企业角度进行的微观市场预测，其主要内容至少包括以下几方面：

- 1、市场需求预测。市场需求预测是预测消费者、用户在一定时期、一定市场范围内，有货币支付能力的某种商品的需求。包括质和量两方面：从质的方面预测，以解决“需求什么”；从量的方面预测，以解决“需求多少”。
- 2、商品资源预测。商品资源预测是进入市场的商品资源总量及其构成和各种具体商品市场可供量的变化趋势的预测。它同需求预测结合起来，可以预见未来市场需求矛盾的变化趋向。只有在摸清商品资源的基础上，预测出各种产品的发展前景，才能结合市场需求的变化较精确地预测市场供求关系的发展趋势，作出了正确的经营决策。
- 3、供求动态预测。供求动态预测是商品供求平衡状况的预测。从宏观角度看，主要是：社会商品零售可供总额和社会商品购买力总额之间平衡与否的预测；社会零售商品量（可供量）大类商品构成与社会商品购买力投向是否平衡的预测。从微观角度看，主要是：各类商品的可供量与需求量，以及品种、规格、花色、款式、型号的供需之间平衡的状况的预测。

4、价格变化预测。价格变化，最主要的是由商品的价值量变化引起的，同时价格又是调节市场供求比例关系的手段，因而供求关系是影响价格变化的重要因素。而价格变化，反过来又影响市场供求关系的变化。因此，市场预测必须研究劳动生产率、生产成本、利润的变化以及市场供求关系的发展趋势对价格的影响，并反过来预测价格的变化对市场需求可能带来的变化与发展趋势。

5、商品生命周期预测。商品生命周期是指商品在市场上的销售历程和持续时间，即商品在市场上经历试销、增销、饱和、减销直至退出市场的全部地程。其预测应从供求两个方面综合分析影响商品生命周期的因素；并在此基础上，对某商品所处生命周期的不同阶段可能延缓的时间，以及各阶段之间的转折点，特别是需求和销售的饱和点作出定性、定量的推断和估计。

6、商品销售预测。商品销售预测是从企业角度预测本企业未来商品销售的前景，为企业确定生产经营计划和销售措施提供依据。企业的销售量大小主要取决于市场占有率，而影响市场占有率高低的主要因素是企业本身生产经营条件和企业竞争对手的生产经营能力。所以，在预测企业未来销售前景时，必须对市场占有率的变化趋势作科学的预测。

（二）市场预测的方法

市场预测的方法名目繁多，据国外统计已有上百种，常用的也有20多种。至今没有统一的分类方法，最为常见的分类是把市场预测分为定性预测和定量预测两大类。

1、定性预测法。定性预测法。也叫判断分析。即凭借人们在市场活动中获得的经验、知识和综合分析能力，通过对有关资料的分析推断，对未来市场发展趋势作出性质和程度的判断、估计和测算。传统的预测方法有领导人员判断法、专业人员分析和相关分析法等。

定量预测涉及数学运算比较复杂，目前在我国企业开展的市场预测中没有广泛采用。我们结合数理统计、市场营销等专业课的学习，理解和掌握运用定量预测的方法。在这里不予展开阐述。值得强调的是，在使用定量预测方法进行预测时，要与定性预测的方法结合起来，才能取得良好的效果。

市场调查报告、市场预测报告的结构与写法

一、市场调查报告的结构与写法

市场调查报告与一般调查报告的结构与写法基本相同，只是市场调查报告多数表现为新闻性更强，写法更为灵活。

（一）标题

市场调查报告的标题，有的在正标题之外还加上副标题或眉题。标题形象、生动、醒目，具有强烈的吸引力。因其类似新闻标题，常见于报刊。如《安于“小”，专于“小”，发展“小”——温州小商品市场生意红火》、《从“牛棚”走向世界——江苏森林集团创名牌之路》、《“上帝”都到哪儿去了》。值得注意的是，尽管标题形式不一，标题中的调查区域、文种可以省略，但调查对象一般不能省去。

（二）导语

市场调查报告的导语写法灵活多样，不少导语尤其讲求新闻彩。有的开头观点明确，使人一目了然，如“××牌收银机，在京市场的拥有、使用情况的调查，我们认为它在北京不具备市场竞争能力，原因主要从以下几方面阐述……”有的开头提出问题，引人关注思考，如“每逢过年，中国人的头等大事就是置‘年货’。如今赶上年根儿，商场的景象却令人‘心寒’。那么‘上帝’都到哪儿去了？……”在选择开头方法时，应根据调查报告的种类、目的、资料及调查报告的篇幅要求等情况，适当选择。但不管怎样，总要围绕着为

什么进行调查、怎样进行调查和调查的结论如何这几具问题做文章。

（三）主体

主体是报告的核心部分，其写作的成败决定着报告质量的高低和作用的大小。市场调查报告多数是专题调查报告，或反映市场环境，或反映市场需求，或反映市场供给，或反映市场营销情况。写作时都要真实地反映客观事实，但这不等于对事实的简单罗列，应该有所分析、提炼。主要有三种方法：第一，先对调查数据资料及背景资料作客观的介绍。然后在分析部分阐述对情况的看法、观点的分析；第二，首先提出问题，然后再分析问题，目的在于找出解决问题的办法；第三，先肯定事物的一面，由肯定的一面引申出分析部分，又由分析到引出结论，循序渐进。

在主体部分，分析是市场调查报告的主要组成部分，往往要对资料进行质和量的分析；通过分析，了解情况，说明问题，解决问题。分析有三类情况：第一类，原因分析。这是对问题的基本成因进行分析。如高档酒楼买卖渐稀，大众饭店日渐红火这一现象的分析；××商品滞销、××公司破产原因的分析。第二类，利弊分析，这是对事物在市场活动中所处地位、作用等进行利弊分析。第三类，预测分析。这是对事物的发展趋势和发展规律做出的分析。如对××市居民住宅需求意向的调查，通过居民家庭人口情况、住房现状、收入情况以及居民对储蓄的认识、对分期付款购房的想法等，对××市居民住房需求意向进行分析。

总之，市场调查报告的主体部分，要有情况，有分析，有建议，材料翔实、观点鲜明，层次清楚。分析是重点，既不要简单化，又不是面面俱到；应有详有略，抓住主题，深入分析。

二、市场预测报告的结构和写法

市场预测报告根据预测目的和特征的差别，可以分为许多种类：宏观、微观，定性、定量，长期、中期、短期，以及其他各种具体的分类市场、具体分类产品或商品的预测。

这些预测报告的写作各具特色，长短不一，既可作为经济应用文体，向有关部门发出，又可用新闻文体方式见诸报端。因此，它们在写作上不宜做过多硬性要求，使用起来非常灵活。

（一）标题

市场预测报告是调查报告的一种特殊形式。其标题也与调查报告的标题形式基本相同，只是公文式调查报告的标题很少标出调查时限，而预测报告一般应标出预测时限，如《上市公司中期业绩预测》、《上海市19家电市场预测报告》。文章式标题一般不标“预测”文种名称，却有预测的意思，如《年中欧经贸关系的走势与展望》、《房地产市场的倾向》。

为了吸引读者阅读市场预测报告，帮助读者把握预测报告的内容，其标题要求简洁明快，多种多样。但是标题不能没有“预测目标”，它是预测的基本点，也是标题的必备条件。

（二）导语

市场预测报告的导语，一般是简要地介绍预测的缘由、范围、对象等；也有的是概述预测的主要内容、观点或数据，以领起下文；有的将上述两者结合在一起，作比较全面的介绍；也有的不要前言，而将其内容放在主体中去说明。

（三）主体

市场预测报告的主体，是预测报告的主要部分。一般要具体、详细地写出“概况”、“预测”、“建议”三方面的内容。

1、概况。这是预测的基础。主要用叙述的方法，也常结合运用恰当的数字、图表来帮助说明。情况的介绍要根据预测对象的特点，从预测分析的需要出发，做到客观、全面、准确，而又有重点。

2、预测。这是报告的核心。它是在深入分析预测对象的过去和现在的情况基础上，形成的对预测对象未来前景的估计。预测要准确，这是最重要的。要准确，“概况”的介绍符合实际，仅仅是一个前提条件。在分析概况提供的事实和数据时，还要注意选择科学的分析、预测方法和计算方法。要运用辩证法，从事物的各种因素的联系中去看问题，切不可偏概全或被现象掩盖本质。

3、建议。这是根据对预测对象未来前景估计，而提出的应变措施。建议应当具体、实在、可行，真正能为解决未来发展趋势中出现的问题，指明方向，提供办法。

市场预测报告中的“概况”、“预测”、“建议”有着严密的逻辑关系的三部分。它们互为因果、有机统一。三者在一篇文章中可以各自独立自成层次，也可以根据需要适当合并，顺序也可以变化。目前，常见于报刊的一种市场预测报告，没有具体、详细的预测过程和定量分析的预测手段，直接鲜明预测的结论。如《1999年上市公司中期业绩预测》，全文没有导语和结语。作者用六个小标题，直接标出所测六个行业的股市行情（中期业绩），内容阐述，没有具体的分析、预测，仅有相关因素，说明预测的依据。

总之，市场预测报告中，概况、预测、建议三部分之间的变化形态与兼容形式很多，须根据内容表述的需要灵活掌握，巧妙安排。其结构要严谨、富于逻辑性和层次感。市场预测报告一般采用叙述和议论的表达方式，叙述要概括，议论要深刻、高屋建瓴，结论应深刻精辟。此外，报告往往要运用大量的数字及图表，对数字应力求精确、对图表应力求直观、通俗而易懂。

调查报告格式及要求篇二

市场调查报告，就是根据市场调查、收集、记录、整理和分析市场对商品的需求状况以及于此有关的资料的文书。换句话说就是用社会主义市场经济规律去分析，进行深入细致的调查研究，透过市场现状，揭示市场运行的规律、本质。主要包括以下几种：

市场需求调查报告

主要内容包括产品销售对象的数量与构成，消费者家庭收入水平，实际购买力，潜在需求量及其购买意向，如消费者收入增加额度、需求层次变化情况，消费者对商品需求程度的变化、消费心理等。

市场供给调查报告

主要内容包括商品资源总量及构成，商品生产厂家有关情况，产品更新换代情况，不同商品市场生命周期的阶段，商品供给前景等。

商品销售渠道调查报告

主要内容包括渠道种类与各渠道销售商品的数量、潜力，商品流转环节、路线、仓储情况等。

商品价格调查报告

主要内容包括商品成本、税金、市场价格变动情况，消费者对价格变动情况的反映等。

市场竞争情况调查报告

主要内容包括竞争对手情况，竞争手段，竞争产品质量、性

能、价格等。

调查报告格式及要求篇三

调查报告一般由标题和正文两部分组成。

(一) 标题。

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。

(二) 正文。

正文一般分前言、主体、结尾三部分。

1、前言。

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。

调研报告格式与要求【2】

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》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

调查报告格式及要求篇四

本篇，提供了调查报告的格式及要求，感兴趣的朋友请参考下文：

[格式及要求]

也称引言，即调查报告的开头部分。一般简要介绍调查的背景、意义、目的，要解决的问题，调查的时间地点、对象范围、方式方法等。以叙述说明为主，简短概括，洗练清楚。

可分三个层次：情况、分析、建议。

一、(根据内容自拟标题)

情况部分，主要是对情况的描述和说明。应将调查获得的材料归纳整理后，从几个方面来表述(站好角度)。

二、(根据内容自拟标题)

分析部分，是对调查得来的上述情况进行分析研究，是全篇的核心所在。要有论点(应导出几个论点)、有分析(运用经济理论与方法进行分析)。

三、（根据内容自拟标题）

建议或措施部分，是市场调查报告的落脚点，是进行市场调查的目的所在。应结合现实，有针对性地提出建议或措施。

附：字体

一、（四号黑体）

1.（小四号黑体）

(1)（五号宋体）

正文（五号宋体）

一文到这里就全部结束了，本文提供了调查报告的格式及要求，可以参考这个思路。

调查报告格式及要求篇五

（封皮）

小组成员名单：

目录

（通常包括以下几部分）

第一部分：背景说明（这部分和调查计划书内容雷同）

一、调查目的

二、调查方法

三、调查实施

第二部分：调查结果（重点部分）

通过用图表、数字或文字说明，对问卷中的问题进行分析。通常要对问卷中的每一问题进行说明。

第三部分：基本结论（结论和建议，本次调查得出哪些总结论，对以后有何建议。）

第四部分：附件（调查问卷）

1、下面是一范文，大家可以学习下，但是没有图表。后面还附有他们本次调查的问卷。

随着现代生活水平的提高，居民收入逐渐增多，手中的闲余资金也相应增加。如何利用好这些闲余资金，使其保值增值，就成了市民十分关心的问题。为使广大市民对投资理财有一个客观的认识，应《威海晚报》之邀特做此投资调查。

（一）调查目的

此次“威海市居民投资意向调查”主要研究以下几个方面的问题

1、了解居民投资状况

目前投资方向

投资在总资产中所占比例

投资时关注的信息

获得投资信息的途径

影响投资决策的因素

投资所遇到的主要问题

2、了解居民投资意向

对目前投资收益的满意状况

重新选择投资的方向（期望投资）

对各类投资的综合评价

（二）项目执行情况

本次调查历时一个月□20xx/11/27□20xx/12/27□□

此次调查的范围是威海市区，被访者定义为在威海市居住或工作时间超过一年的居民。

调查实施时间为12月7日至8日，调查方法为街头拦截式访问。根据实际情况，我们按照威海市的人口流动分布以及地域分布，选取街头拦访调查点8个。

此次调研发放问卷220份，收回217份，有效问卷为185份，问卷有效率为85.3%。调查实施自始至终都进行了严格的质量控制，督导员（由调研所核心成员担任）对调查过程进行了全过程检查、督导，并对完成的问卷进行了100%的检查，实施主管对验收后的问卷进行了30%的复核。

数据处理和制图、制表使用spss和excel软件。

（三）被访者基本情况

在185个有效样本中，男性为122个，女性为63个，男女比率

约为2: 1。

被访者职业分布广泛，但主要集中在个体工商业者（28.1%）、一般职工职员（26.5%）和企业中高级管理人员（21.6%）。

本次调查对象的收入水平处于中上等水平，其中家庭月收入为800—3000元的被访者占70.9%，3001元以上的为23.2%。

（图表略）

（一）威海市居民投资基本状况

1、居民目前投资方向：“储蓄”、“保险”是主流作为一种较为传统和稳妥的投资方式，“储蓄”在威海市居民的投资方向上有绝对的优势，有77.3%的被访者在该方面有一定数额的投资。而“保险”在近几年被当作一种新型的理财方式已经被相当数量的人接受，在本次调查中，有50.8%的被访者有该方向的投资。另外，“期货”、“实业投资”和“房地产”也占有相当的份额，分别有24.9%、22.7%和20.0%的被访者在这些方面有资金投入。

在年龄结构上，除却上述结论，在各个年龄层都有相对于其他年龄层的较为突出的投资方向。35岁以下的被访者对“外汇”有投资的比例（8.3%）明显高于其他（2.2%）；36~45岁的被访者对于“实业”相对青睐（33.3%）；而46~55岁的被访者则对“债券”（11.5%）和“房地产”（26.9%）的热情相对较高。（图表略）

2、居民投资在总资产中所占比例：份额相当可观本次对于“投资在总资产中所占比例”的调查中，我们发现，多数居民都将一部分为数不小的资产进行投资，用钱生钱，提高自己的资产总量。其中，投资份额为20%以下的被访者仅有21.4%，而占到21%~50%比例的有接近一半（47.1%），投资份额多于一半（51%~80%）的被访者有22.5%，与相当少的基本持平，而将几乎全部的资产（81%~100%）都用来投资的被

访者只有6%。投资数额的大小取决于很多因素，个人的偏好、总资产的数目、宏观环境的变化等等都是原因，对此，我们将在以下的调查结论中进行进一步的解释。（图表略）

3、居民选择投资方向的信息依据：利益第一本次调查中，被访者在选择投资时，最重视的因素是投资方式的“利润回报情况”，有66.5%的被访者选择了此项。很显然，投资的直接目的就是取得利润回报，因此虽然是“利益第一”，但也是无可非议的正当理由。同时，有43.2%的被访者选择了“政府的政策法规”，理性的投资者当然要重视客观的外部环境的因素。另外，“行情走势”也被作为一种重要的参考影响着投资者的决策，有36.8%的被访者支持此项。而投资者们对相关的“投资咨询机构的信息”则持不信任的态度，仅有5.9%的被访者选择了此项。（图表略）

在对不同收入层次的被访者的进一步研究中，我们发现，家庭月收入在20xx~5000元的被访者对“政府的政策法规”的参考度最低，只有38.0%；而家庭月收入在5000元以上的被访者则对“利润回报”更加重视，他们中有78.9%择了这一项。（图表略）

而在不同年龄层次中，年龄在46~55岁的被访者更重视“政府的政策法规”（53.8%），在清一色的“利益第一”中显得从容和理性。（图表略）

同时，投资者在这个方面也存在性别上的差异：女性对于“行情走势”的信任度（52.4%）要远远高于男性（28.7%）。看来，女性的判断相对于男性来说更加依赖比较直接和表面的信息。（图表略）

4、投资者获得投资信息的途径：电视、报刊杂志是主要渠道电视作为中国老百姓最普及的娱乐休闲方式，无疑是所有信息传播的最好媒介，投资信息也不例外。在本次调查中，有65.9%的被访者是通过“电视”来了解各种投资信息的。另

外，有50.3%的被访者选择了从“报刊杂志”上获取投资信息。

“亲戚朋友介绍”（30.3%）和“网络”（27.6%）是另外两个较受青睐的信息获取途径。他人的亲身体会可能是最令人信服的参考信息，但是又因为个人的差异性又不可尽信。而“网络”作为时髦而有效的媒介是效率较高的信息渠道之一。（图表略）

性别差异在这里仍有所体现。在上面结论的基础上，女性在对“各种专业投资机构”的信任度（15.9%）明显高于男性（8.2%）。她们更容易将信任赋予所谓“专业人士”。（图表略）

我们的进一步研究结论还显示，在以上的信息获取途径中，年龄差异也很明显。35岁以下的被访者对“报刊杂志”和“网络”的钟情要高于其他年龄段的被访者。年轻的他们是不会放过这两种既时尚又有效的信息渠道的。而对36~45岁的被访者来说，他们对于“亲戚朋友介绍”的依赖度要远远高于其他的年龄层。他们正处于事业的高峰期，社交圈广阔，从这个途径获取信息也比其他年龄层的人来得方便而可靠。

5、影响投资决策的因素：“预期回报”和“自有资金状况”唱主角

在问及“影响投资者做出投资决策的主要因素”时，有接近半数的被访者选择了“预期利润回报”（51.4%）和“自有资金状况”（44.9%）。利润的因素在与投资相关的方面总是占据了十分重要的位置；而对自身因素的分析也是投资者理性的另一个表现。还有一部分被访者选择了“个人偏好”（28.6%）和“投资环境”（27.0%）。现代人的个性鲜明在投资方面也有体现。（图表略）

6、投资时遇到的主要问题：信息不对称让投资者挠头在本次调查中，“投资信息是否及时以及可信度问题”使投资者最

为头疼，有44.3%的被访者选择了此项。信息不对称现象存在于各个领域，并且对决策的正确性的影响很大。在投资方面，这个问题仍然存在。同时，对“个人理财能力”的不自信也是影响投资者作出投资决策的障碍之一，有39.5%的被访者被这个问题所困扰。（图表略）

（二）威海市居民的投资意向

1、投资者对目前投资状况的满意度：多数投资者持乐观态度。

本次调查显示，61.1%的被访者对目前的投资状况是满意的，而仅有38.9%的被访者表示悲观。

2、重新选择投资的方向（期望投资）：“房地产”和“实业投资”翻身。

在问及目前投资状况不满意的被访者“如果您重新进行投资会选择什么投资方向”时，有42.5%的被访者选择了“房地产”，同时有30.1%的被访者选择了“实业”，都大大高于现有投资中的比例。而在现有投资中比例很大的“储蓄”和“保险”，此次都表现平平，未能吸引投资者的目光。

对于这种结果，首先是由于投资者身处威海这样一个“最适合人类居住的城市”，面对不断飙升的房价，无法抗拒这样一个投资的黄金产业；而“实业投资”也同样是由于其较高的回报率赢得了更多的关注；同时又因为“储蓄”和“保险”都具有风险低收益也低的特点，投资者不必在这两个领域调整。

3、对各类投资的综合评价：“房地产”和“实业投资”赢得高分。

在本次调查的被访者对各种投资形式做的根据收益与风险的综合评价中，“房地产”赢得了最高分3.60分（满分为5分），

紧随其后的是“实业投资”，得分为3.51分，这些较为具体的实物性的投资兼有收益高和风险小的特点，是公认的最优秀的投资领域。而其他的如“储蓄”、“保险”、“基金”、“外汇”和“债券”都得到了一般的评价，得分在2.50分左右。另外“股票”和“期货”因其高风险得分较低，只分别得到了2.28分和2.12分。

（一）关于各种投资方式的思考

储蓄和保险这两类较为传统和常规的投资方式已经丧失了一种强烈的吸引力，投资者渐渐将目光远离了它们而转向新的领域。如何在旧瓶里装新酒是个难题。

储蓄的相对平静和低调同国家的宏观调控政策是息息相关的，在目前的扩大内需的大环境下恐怕难以有新的起色。但是换个角度，这未必是一件坏事。居民们将资金从银行中转移出来，无论是于己于国都是有积极意义的。投资意识的改变标志着居民整体上经济头脑的转换，而其对我国经济发展所起到的积极作用也将在今后的一段时间内给老百姓带来实惠。

对于保险业来说，这样的调查结果既说明了保险观念在老百姓心目中根深蒂固的地位，也说明了其后劲不足。因此，保险业的改革势在必行。另外，在中国加入wto这样一个大背景下，面对国际保险业大鳄的挑战，本土的保险业也将不得不进行自身的完善和改进。而这样的局面势必带给保险业许多动力，也必将潜移默化的给老百姓们的投资意识中为保险又增加了一枚重重的砝码。房地产和实业投资的热度非常，本次调查的结果已经很明确的表明了这一点。房地产在投资者中的人气是与威海的客观环境分不开的。这给房地产开发商的启示在于，房子盖好了并不只是用来住的，也是可以用来升值的。因此在楼盘的促销中可以以此作为一种新的卖点，吸引广大投资者的投资性消费。而对于实业投资，可能更多的要靠投资者们自身对机遇的敏锐性和运作能力了。

在本次调查中，股票和期货这两类风险较大的资本运作的投资方式在广大市民的头脑中已经不是理想的投资方式了。这与我国的资本运作机制的规范和完善有很大的关系。暴利的机会越来越少，投资者们也就理性的选择了放弃。债券、基金和外汇等其他的形式则还未深入老百姓的头脑，这些方式由于收益不高、不易操作或者概念相对模糊而未能成为主流的投资形式。因此对于这些投资方式的推广和宣传是下一步可以做的工作。

（二）关于投资决策的思考

市民们对于每一项投资方式的关注，主要集中于“预期利润回报”上，这也符合投资的最根本的目的，也是最客观的信息。而其他的外部信息诸如“政府的政策法规”和“行情走势”的影响也是不容忽视的。但恰恰就是这些投资者最关心的问题成为了他们在进行投资决策时遇到的最大的问题。因此，各媒体，特别是电视和报刊杂志这些最受投资者关注的媒体，要加强对各种投资信息的发布和进行一些大方向上的指导，相信可以使投资者的眼界更加清晰。“个人理财能力”也是投资者遇到的问题之一，而同时“个人偏好”又是投资者作出投资决策的主要依据之一。投资者们一方面对自己的能力持怀疑态度，另一方面又根据自己的主观意愿进行投资，这可能是造成投资失败的主要原因之一。因此，投资者要及时而主动的为自己充电，提高自己的决策能力，不要一味的跟着感觉走，要用客观而理性的给自己找路。

（三）关于投资专业机构的思考

本次调查中，“投资专业机构”提供的关于投资的信息和决策建议都没有得到投资者们的认可。这个行业的年轻和弱小可能是造成这种结果的原因。因此，这些专业机构应当尽快扩大自己的影响，在投资这个广阔又具潜力的市场上找到自己的空间；同时还要争取与政府的密切关系，根据政策及时调整自己的经营方式和理念，以达到与投资者双赢的结果。

在调查中，女性对于这类专业机构的信任度要远远高于男性，所以他们可以把女性作为突破口，逐步的吸引大众的目光。

调查问卷：

威海市居民投资状况调查

尊敬的女士 / 小姐 / 先生：

您好！我们是山东大学威海分校市场调研所的访问员，正在进行一项有关威海市居民投资状况的调查，想请教您一些看法。您的回答正确与否无关紧要，请客观陈述您的观点。我们保证对您的个人资料完全保密，敬请放心。请您在百忙之中抽出一点时间，给予合作，非常感谢！
开始时间:结束时间:访问长度:访问地点:

甄别问题□s□□请问您在威海的居住时间超过一年了吗？ .

1、是（继续访问） 2、否（结束访问，表示感谢）

正式问题：

q1□请问您目前在哪些方面投资？（可多选）

1、储蓄 2、保险 3、外汇 4、股票 5、期货 6、各种债券 7、房地产

8、实业投资 9、基金 10、其它_____

q2□请问您的投资在您家庭总资产中所占的比例大约是_____

q3□您在投资时比较关注的信息有哪些？（最多三项）

1、市场机遇 2、政府的政策条例 3、行情走势 4、利润回报情

况

5、宏观经济形势报告6、咨询机构的信息7、其他_____

q4□您是从哪些途径搜集投资信息的？（最多三项）

q5□您认为影响您做出投资决策的主要因素有哪些？（最多三项）

q6□您在投资中遇到的问题主要有哪些？（最多三项）

q7□您对目前投资的效益是否满意？

1、是（跳答第九题）2、否（继续回答）

q8□如果您重新进行投资，你会选择什么投资方向？

1、储蓄2、保险3、外汇4、股票5、期货6、各种债券7、房地产

8、实业投资9、基金10、其它_____

q9□请对您了解的各种投资方式作一下评价。（由低到高分别由1---5分表示，根据投资的收益与风险综合评价）

b2.请问您的年龄？

1. 35岁以下2. 36—45岁3. 46—55岁5. 56岁以上

b3.请问您的职业？

1、机关/事业单位干部2. 教师3. 科研、技术人员4. 企业管理人员/厂长经理

1. 800元以下元

5. 2501—3000元元

7. 4501—5000元

调查报告格式及要求篇六

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。

调查报告格式及要求篇七

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___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。

一、__市__科技有限公司概况

___科技有限公司成立于20__年，位于__市福田区益田路，法定代表人是刘某某，注册资本（万元），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）。

二、公司企业文化的简要介绍

（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：

三、____科技有限公司企业文化管理问题及其原因

（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。

四、完善__市__科技有限公司的企业文化管理的建议

（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。

（二）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____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。

调查报告格式及要求篇八

人们多有这样的经历：一大盒礼品，拆开一看，大部分是用泡沫塑料填充的；去商店买一支牙膏或一盒玩具，售货员会用一个小塑料袋包装；去快餐店吃快餐，服务员会递给你一份用塑料盒装的饭菜；去农贸市场，可以收集到一大堆塑料袋，蔬菜、水果、肉类、米面无一不用塑料袋装给你，甚至

买一头蒜、一块姜，也会用一只小塑料袋装起来。塑料制品给我们的生活带来的许多方便，而且价钱也便宜。但是，你可曾想过，它在为人们提供方便的同时，也给人们带来了一场白色灾难。

为此，寒假，我进行了多方面的调查研究，查阅各种资料，并进行分析总结。

1、我在塘墩路上，姜怡婷家门前的一个垃圾箱口统计了一下，半小时扔大大小小的包装袋、快餐盒与塑料制品的次数：早上总共扔了210次；中午扔了105次；而晚上也扔了95次，这仅仅是一个垃圾箱，一天之内废弃的塑料如此多，不难想象全国乃至整个地球上废弃的塑料，将是一个天文数字。

2、我在龙井路的一家小快餐店里打听到：他们一天中能卖掉快餐250份左右，每份快餐至少需要塑料快餐盒2个，也就是一天至少用掉塑料快餐盒500个。

3、延续第二项调查，我又走访了纸坊镇工商所。工商所的叔叔热情地接待了我。我了解到：我们镇共有大大小小的快餐店200家左右。照这样计算，仅纸坊镇，一天所产生的废弃塑料快餐盒就多达1万个左右。

4、我去了新华书店，学校的图书室查阅资料，但关于白色污染这方面的资料非常少，看来，我们得找另外的办法。

5、我又去了环卫所。环卫所的叔叔告诉我，在我们纸坊镇，每天有300多名环卫工人为城区的环境卫生辛勤地工作着。在那里，我还了解到了白色污染的真正组成，并初步了解了白色污染危害。

6、为了摆脱困难，在哥哥姐姐的帮助下，我利用网络进行研究。在网上我寻找到了一片广阔的空间，使我们对白色污染有了更为深刻的认识。这对我撰写调查报告起到了很大的帮

助。

白色污染已成为一个众所周知的新型名词。那么，到底什么是白色污染呢？白色污染主要指白色的发泡塑料饭盒，各种塑料袋，农用地膜等给环境造成的污染。白色污染物的主要成分为：聚乙烯(pe)□聚氯乙烯(pv)□聚丙烯(pp)□聚苯乙烯树脂(ps)□在这些污染物中，还加入了增塑剂，发泡剂，热稳定剂，抗氧化剂等。

- 1、许多企业对于生产过程中产生的白色垃圾没有科学地处理，放任自流。
- 2、我国现有的法律对塑料包装废弃物的处理，没有制定出过硬的相关法规。
- 3、塑料垃圾没有得到妥善的管理和处置，垃圾没有实行分类收集，能回收回的没回收利用。
- 4、尽管在创建省级文明卫生城镇的口号下，我们的城区变得整洁得多了，但是总的来讲，但人们的环保意识比较淡薄，滥用和随意乱倒塑料制品现象相当普遍。

(一)视觉危害：

散落在环境中的塑料废弃物对破坏了市容景观。如散落在自然环境、街头巷尾、江河湖泊的一次性发泡塑料餐具和漫天飞舞或悬挂枝头的超薄塑料袋，给人们的视觉带来不良刺激。

(二)潜在危害：

- 1、塑料地膜废弃物在土壤中大面积残留，长期积累，造成土壤板结，影响农作物吸收养分和水分，导致农作物减产。
- 2、抛弃在陆地上或水中的塑料废弃物，被动物当作食物吞食

后，会导致动物死亡。

3、进入生活垃圾中的塑料废弃物质量轻、体积大，很难处理。如果将它们填埋，会占用大量土地，而且，在很长一段时间内难以分解。

4、使臭氧层变薄。

我对使臭氧层变薄这一危害尤其感兴趣。因为塑料废弃物一般存在于地面，而臭氧层存在于天空中，两者相隔那么遥远，怎么会有关系呢？经过翻阅资料，查阅书籍并问了一些教师得出：白色污染经过太阳的照射而把塑料中大量的毒物排入大气层，大气层上面是臭氧层，这样使臭氧层的气体逐渐变薄。我们大家都知道太阳是一种温度可达到上万度的天然发光和发热的大火球。

当钢铁还未靠近它几千米，就已经化为气体。这么高的温度怎能不破坏地球？为了地球不受到大幅度破坏，臭氧层可真是立了大功了。当太阳辐射时，它便挺身而出，挡住了一次又一次的攻击。可由于白色污染确实破坏了臭氧层，使它变薄，这将会是地球巨大的危机。

通过这次调查活动，我了解到：随着工农业生产的迅速发展，为人类创造了前所未有的巨大物质财富的同时，也付出了沉重的代价。生态的破坏、环境的污染对人类生存和发展已经构成了严重威胁。每当大风刮起时，空中就弥漫着黄色的粉尘，有时在空中还飞舞着白色塑料袋。因此，解决环境问题已成为刻不容缓的重大任务。

我们江夏区纸坊镇，虽然每天都有300多名环卫工人日日夜夜与白色污染作着斗争。但是，改变这种状况，光靠环卫工人的努力是远远不够的，还必须提高我们大家的环保意识。环境的污染和破坏不是一个人造成的，所以保护环境应该是全社会的行为。我们每个人都有保护环境的义务。

同时，我也懂得了：我们是社会的主人，改善环境，保护环境，是我们这代人义不容辞的责任和义务。我们应该努力增强环保意识，节约资源。如果人人破坏，天天破坏，就会变成垃圾场；如果人人环保，天天环保，就能创造一个美好的世界。让我们携起手行动起来，共同努力保护好地球我们共同的家园。