

数据分析报告(模板14篇)

在撰写情况报告时，我们应该注意使用简洁明了的语言和结构，以确保信息的传达和理解。在情况报告中，要注重事实依据，避免主观偏见和不准确的描述，确保报告的客观性和可信度。最新发布的情况报告指出，全球气候变化对农业产生了深远的影响。

数据分析报告篇一

本次生鲜电商报告从百分点全网商品画像中提取了数十万条消费者的网络购物行为记录和6万多条生鲜产品的数据，借助机器学习、分类训练等模型，对生鲜产品进行品类打通和类目划分，深入探寻消费者对生鲜电商的态度以及在发展中需要关注和改进的环节，为行业发展和企业进步提供数据支撑。

数据分析报告篇二

(1) 起步兴起期（时间、首批代表作、产品特征）

(2) 平稳发展期（时间、代表作、产品特征、需求状况）

(3) 整合提升期（时间、代表大盘、产品及战略理念、需求状况）

2. 近年来区域住宅（商业）市场供求分析

开发办）

(3) 价格变化（各类房产项目的价格及涨幅：经济适用房、多层住宅、高层住宅、

别墅、高档公寓、写字楼、商业用房）（数据来源：统计局）

3. 区域住宅（商业）市场的发展特点

□1□

(2) (3) (4) 分析) (5)

政府对市场的管理调控力强（相关房地产政策及区域房产政策的出台及作用）市场体系逐步完善（主要包括出现多层次的供应房及二手房的发展）

4. 区域住宅（商业）市场格局（根据市场状况将城市划分为几个区域版快，再根据版快进行分析）

例：东部版快（发展背景：区域状况、交通、配套、规划；楼盘特点：该板块内的楼盘共性；销售情况：价格、交房、档次、销售率）

数据分析报告篇三

税款

1、酒店财务部提供数据(单位：人民币万元)：

2、分析(要求：由财务部进行分析)

a□已完成指标采取过哪些有效措施：

b□未完成指标原因分析：

c□与去年同期相比(含同期及年累计)上升及下降原因分析：

d□在未完成指标的情况下，下一步准备采取哪些措施(以下将作为下个月分析重点)：

e□尚需要酒店管理公司及集团其他部门配合的工作：

数据分析报告篇四

(一)20xx年1月米订mss酒店运营数据排名topxx(按照当月订单量排序)

分析：

1、数据显示□topxx中月订单都超过了300单。订单排名方面；海门东恒盛以xx46单位居第一；湖北星球国际大酒店以1147单位列第二；好逸smart酒店(春熙店)以835单获得第三名。

2、排名榜中酒店类型有高星级酒店也有中档酒店、经济型酒店，说明移动端营销适合各类型酒店。

3、从总订单量及会员重购率来看，排行榜中有60%的酒店会员重购率超过10%，说明移动端用户会员消费习惯培养成熟后，更容易提升会员重购率，培养忠诚客户。

(二)酒店新秀分析

速8酒店上海松江车墩影视城店和7天酒店临平店为米订mss新合作酒店□mss月订单量分别为346单和310单，重购率分别达到了25.64%和10.87%。经过调查分析，原因在于以下几点：

2、酒店管理层重视，团队执行力强；

3、设置有效的管理措施和激励机制，激励全员参与配合。

(三)会员分析

数据显示□20xx年1月份会员新增量排名情况是，张家港沙洲湖酒店以671人获得第一名；南昌瑞颐大酒店和合肥辰茂和平

酒店分别以380人、226人分获第二名、第三名。数据显示前五名的会员增长人数超过100人。其中速8酒店上海松江车墩影视城店以xx2人位列第四名，作为一家经济连锁酒店，有与其他大牌星级酒店相比，有后来者居上的潜力和趋势。

通过对系统访问量和会员增加量两个维度进行相关数据分析，总体来看系统访问量与会员增加量关联性较强，而且是呈正相关。移动端的关键是系统访问量的转化，访问量越大，会员转化率也越大。

(四) 会员重购率分析

注：重购率=消费酒店项目2次及2次以上的会员数/总会员数

数据显示：会员重购率排名中排名前三位的是云顶之星上海店、海门东恒盛国际大酒店、湖北星球国际大酒店，重购率分别是40.00%、26.45%、26.30%。排名前五位的重购率都超过了25%。

通过以上可以得知：发展会员，做好会员营销，是酒店移动互联网直销的核心点，同时也说明仅仅有会员数量不够，如何提升会员重购率才是根本，也是酒店提高订单量和收益的重要保障。

(五) 酒店类型分析

从酒店类型来看□topxx中星级酒店在占比60%，经济连锁酒店和精品连锁酒店各占20%。虽然星级酒店所占比例仍然较高，但是经济连锁酒店作为后起之秀，发挥自身优势，利用移动互联网正在奋起直追。这也说明了无论哪一类型酒店，只要积极拥抱移动互联网，利用移动营销工具做好运营，就能获得较高收益。

数据分析报告篇五

20xx年人口变动抽样调查数据显示，全国14~29岁青少年共有311,217,923人，占总人口的24.25%。其中男性158,338,086人，女性152,879,837人，分别占总人口的12.34%和11.91%，性别比为103.57。14~35岁青少年共有465,259,674人，占总人口的36.25%。其中男性235,453,157人，女性229,806,517人，分别占总人口的18.34%和17.90%，性别比为102.46。

2. 青少年人口性别年龄构成

分性别年龄结构反映的是男女不同性别人口的年龄分布情况。20xx年中国青少年分性别人口的年龄分布基本一致，无论是男性还是女性，在其总人口中都是30~35岁人口所占比例最高，其次是14~20岁人口。人口年龄结构在20~30岁之间出现凹陷，除了自然的人口变动规律(如受人口惯性发展的影响)以外，与该年龄人群的漏报也有较大关系。因为这一年龄段人群处于流动活跃时期，而流动人口的漏报是统计中很难避免的。同时，我国军人也主要集中在这个年龄段，而军人人数是不在统计数据中反映的，这也加大了凹陷的程度。

3. 青少年人口分布状况

人口的分布状况主要由地区构成和城乡构成两项指标来衡量。20xx年第五次人口普查时，14~29岁的青少年人口广东省为最多，达2900万人，西藏最少，仅为82万人。各省市青少年占总人口的比重集中在24.01~34.03%区间范围内，广东省比重最高，达34.03%，最低的为江苏省，占24.01%。14~35岁的青少年人口数分布与14~29岁的青少年人口数分布接近，比重略有差异。各省之间青少年人口差异与各省总人口和它们过去的生育率、死亡率、迁移率的变化都有密切关系。

20xx年14~29岁青少年人口31,122万人，居住在城市的

有7817万人，占青少年人口的25.12%，居住在镇的有4718万人，占15.16%，居住在乡的有18,587万人，占59.72%。14~29岁青少年人口城镇化水平40.28%略低于我国40.53%的城镇化水平。14~35岁青少年人口46,526万人，居住在城市的有12,165万人，占青少年人口的26.15%，居住在镇的有7234万人，占15.55%，居住在乡的有27,127万人，占58.31%。14~35岁青少年人口城镇化水平41.69%又略高于全国平均水平。

4. 青少年人口的迁移

20xx年第五次人口普查时，我国迁移人口有12,466,250人，其中14~29岁6,749,193人，占迁移总人口的54.14%，14~35岁8,396,246人，占迁移总人口的67.35%。迁移原因以务工经商、学习培训、婚姻迁入为主，占迁移总人口的七成之多(见图1-3a和图1-3b)□从全国迁移情况来看，学习培训、分配录用、婚姻迁入、务工经商主要是以青年人口为主，均占80%以上。

5. 青少年人口的受教育状况

随着我国社会经济的发展，受教育程度普遍提高，14~29岁青少年人口有98.33%受过小学以上教育，14~35岁青少年人口比例略低一点(97.14%)，但仍以初中教育程度为主，分别占55.13%和50.34%。这与青少年正处于学习求知年龄不无关系。从全国总人口受教育情况来看，青少年人口受教育程度明显好于其他年龄人口，初中以上各级文化程度人口中，14~29岁人口基本占40%左右，14~35岁人口基本占60%左右。

6. 青年人口的婚姻状况

青年人正处于组建家庭时期，15~29岁青年未婚人口占64.03%，有配偶占35.53%，随着年龄的增长，有配偶的比例逐渐增大，15~35岁青年未婚人口占43.36%，有配偶

占55.02%。青年人口婚姻关系比较稳定，无论是在15~29岁青年人口中还是在15~35岁青年人口中，丧偶、离婚和再婚有配偶的比例都非常低，分别为0.7%和1.62%。

7. 青年人口生育状况

青年人口不同于老年人口和少年儿童人口，随着其生理和心理的发育成熟，开始组建家庭哺育后代。从生育的年龄分布来看，青年正处于生育高峰期。根据20xx年全国人口变动抽样调查数据计算，全国一般生育率为38.01‰，总和生育率为1.4‰，29岁组累计生育率为1164.79‰，35岁组累计生育率为1375.93‰。

8. 青少年人口死亡状况

青少年人口处于风华正茂、生命力旺盛、死亡率水平最低时期。青年人口死亡率随着年龄的增长略有增长，但增长幅度不大，基本在0.28~1.38‰的小区范围内波动增长。根据20xx年全国人口变动抽样调查数据计算，全国死亡率水平为6.05‰，青少年人口死亡率远远低于全国平均水平，14~29岁的死亡率仅为0.85‰，14~35岁的死亡率为0.95‰。

9. 青年人口的民族状况

我国是一个多民族国家，在960万平方公里土地上居住着56个民族，每个民族都有自己的青少年人口。20xx年第五次人口普查时，汉族仍是我国的主体民族，14~29岁青少年人口中有90.58%为汉族，9.42%为少数民族；14~35岁青少年人口中汉族比例略高，为91.09%，少数民族占8.91%。少数民族中壮族、满族、回族、维吾尔族、苗族、彝族、土家族、蒙古族、藏族人数最多，人口比例均占0.5%以上。

数据分析报告篇六

货源、客源、物流、竞争策略等方面需要进一步的优化，借助大数据打通运营、执行、物流等环节有望成为方案之一。

虽然生鲜电商获得了用户、市场乃至资本的认可，但行业发展仍存在一些掣肘，需要在发展中解决和完善，在货源、客源、物流、竞争策略等方面都需要进一步的优化，上图是物流因素的具体分析。

生鲜电商掌握大量的交易数据和用户，通过对数据金矿的挖掘，可以充分了解消费、了解市场，为企业和行业的优化升级提高支撑，上图是通过大数据对生鲜产品进行画像以及产品关联推荐的示意图。

社交媒介的作用日益突出，尤其对于快速发展的新兴行业，关注舆论热点，了解产品、对手、品牌、行业等层面的信息可以做到知己知彼，百战不殆。

数据分析报告篇七

第一，农村电商已常态化，市场竞争进行第三个阶段，重点在产品供应链上。如何让农产品电商化，具备利用电子商务进行销售的前期条件完善，如产品包装、策划、标准化、存储方式、可持续供给、运输等，实现农村电商提档升级触及农户，也就是电商生态链在农村的打造成为重点。

第二，城市供配系统通过电商方式将农村与城市进行有效链接。城市配送植根于打通“城市物流最后一公里”的解决方案，解决乡村振兴中货品进出的高效多样的问题将是重要抓手之一。

第三，品牌推动的农产品溢价将在农村电商中大放异彩。在“传统”的电商模式之外，会员制、预售制、众筹、认领

等形式必将会更深一步融入电商，电商也将从“卖产品”慢慢过渡到“卖生活方式、卖情怀、卖格调”，社群电商将更加聚焦精准人群，发力细分市场。

第四，大数据驱动下的生产方式发生变化。大数据平台的建立和使用，可以将原始零散的低密度价值数据经过过滤、分析，建立模型，供决策使用，提前预测市场发展方向，有效提升效率，降低成本。

数据分析报告篇八

对于药店，储存大量的常用药品是必不可少的工作，随之而来的对药品的数据信息管理和储存成为了令人头疼的问题，在接到货源后，工作人员需要统计药品产地和价格的信息，为以后的货源供给地，用合理的价格出售药物，是至关重要的工作。

2、单位存在的问题。

由于货物种类、名称众多，在短时间内分析好相关数据几乎不可能，大量的数据，依靠人力或是非数据统计软件进行统计工作，事倍功半。严重影响药店的正常进货，出售药品的工作。

数据分析报告篇九

在数据分析岗位一年以来，在公司部门领导和党支部的的正确领导下，认真贯彻执行党的各项方针、政策，紧紧围绕公司开展的“积极主动谋发展，务实奋进争一流”的主题实践活动，深入学习实践科学发展观，全面完成了各项工作目标，现简单的向领导汇报一下我一年来的工作情况。

一、虚心学习，不断提高政治素质和业务水平。

作为一名党员和公司的一分子，具备良好的政治和业务素质是做好本职工作的前提和必要条件。一年来，我一方面利用工作和业余时间认真学习了科学发展观、十一届全国人大二次会议和xx在中纪委十七届三次全会上的讲话精神，进一步提高了自己的党性认识和政治水平；一方面虚心向周围的领导、同事学习工作经验、工作方法和相关业务知识，取人之长，补己之短，加深了与各位同事之间的感情，同时还学习了相关的数据库知识，提高了自己在数据分析和处理上的技术水平，坚定了做好本职工作的信心和决心。

二、踏实工作，努力完成好领导交办的各项工作任务。

一年来，在主管的带领和同事们的支持下，自己主要做了以下几项工作：

一是认真做好各项报表的定期制作和查询，无论是本部门需要的报表还是为其他部门提供的'报表。保证报表的准确性和及时性，并与报表使用人做好良好的沟通工作。并完成各类报表的分类、整理、归档工作。

二是协助主管做好现有系统的维护和后续开发工作。包括topv系统和多元化系统中的修改和程序开发。主要完成了海关进出口查验箱报表、出口当班查验箱清单、驳箱情况等报表导出功能以及龙门吊班其他箱量输入界面、其他岗位薪酬录入界面的开发，并完成了原有系统中交接班报表导出等功能的修改。同时，完成了系统在相关岗位的安装和维护工作，保证其正常运行。

三是配合领导和其他岗位做好各种数据的查询、统计、分析、汇总工作。做好相关数据的核实和上报工作，并确保数据的准确性和及时性。

四是完成领导交办的其他工作，认真对待，及时办理，不拖延、不误事、不敷衍，尽力做到让领导放心和满意。

三、存在的不足和今后的努力方向

一年来，在办公室领导和同事们的指导帮助下，自己虽然做了一些力所能及的工作，但还存在很多的不足：主要是阅历浅，经验少，有时遇到相对棘手的问题考虑欠周密，视角不够灵活，缺乏应变能力；理论和专业知识不够丰富，导致工作有时处于被动等等。

针对以上不足，在今后的工作中，自己要加强学习、深入实践、继续坚持正直、谦虚、朴实的工作作风，摆正自己的位置，尊重领导，团结同志，共同把办公室的工作做细做好。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

数据分析报告篇十

20××年，我镇狠抓了信息的核对工作，基层基础建设有了新的提高。具体做法如下：

- 1、对人口全员库中空项信息择录出来，逐村采集信息，并对其进行修改，修改工作正在进行。

2、做好了育龄妇女信息系统的数据库维护工作。在做好全员库的日常维护的同时，我们对全员库进行核对、确保全员库的真实性和可靠性。

(二) 主要问题

- 1、怀孕信息掌握不够全面、及时。
- 2、照顾再生一孩换发证工作不够及时。
- 3、对计划生育优惠政策宣传不到位。

数据分析报告篇十一

1、掌握应对策略，对班级测试指数高的项目因子，即不要迷信测试、也要适时调节：针对班级整体发挥集体的作用，有意识的开展班级活动，充分利用班级骨干，也要充分给重点学生创造活动平台。

2、各类因子指向的学生应对策略建议：深入了解学生的生活背景及家庭状况，必要时对家长提出建议；对学生要有针对性的关注和关心，更重要的是针对性的安排谈话和活动，做学生忠实的倾听者，加强认知指导。

综上所述，本次测试具有一定的可信度，可以为班主任及家长提供一些培养学生心理健康的依据，同时说明学校心理健康教育课程的开设具有一定积极作用，班主任的工作方式对学生的心理健康也起着重要的作用，学校教学的设计要最大限度的适合学生的知识基础，这也有利于学生心理健康的发展。

数据分析报告篇十二

原理与思路：

市场研究与市场推广是市场营销的两个步骤，二者相互关联，不可或缺。前者通过详尽的市场调查，采集相关市场数据，并运用科学的方法加以分析，从而准确把握宏观市场及区域市场的供需状况，深入了解国家政治经济政策对房地产市场的影响，科学的预测市场走向、竞争对手及竞争形式，最终确定准确合理的市场定位；而后者则根据前者的研究成果——市场定位——解决市场推广中的具体措施，如价格策略，销售策略，广告宣传策略，促销手段的组合策略等。简言之，前者是基础，后者为前者逻辑结论。体系与方法：

市场调研报告将从宏观和微观两个层面展开，宏观方面包括：宏观经济形势，产业政策向导，房地产项目开发、销售情况，产品自身与市场营销的所处阶段与具体特征；微观方面包括：项目所在区域的自然、经济及人文状况，区域市场的供应及需求分析。

第一部分宏观区域分析

1、区域概况（网上资料或统计局）

□1□□2□□3□□4□

地理位置（位置、所辖区域、面积、市区面积）

城市性质及地位（城市的历史、文化、所占的重要地位）城市规模（城市用地规模、人口规模）

城市总体布局（城市格局、所含区、规划方向、突出特色）

2、区域经济发展概况（数据来源统计局）

列柱状图

（2）人均可支配收入及增长，消费性支出及增长、平均工资

1、项目区域位置与自然概况

(1) 项目所在区域概况 (项目所在区域是大区域的什么地带、占有什么地位、起到

什么作用) 附: 项目地块位置图

(2) 区域位置 (项目具体位置、占地及位置优势) (3) 区域景观条件 (项目所在区域景观)

2、项目与城市主要商业区及就业区的联系分析

(1) 项目所在区域的交通情况 (项目周边的快速路、主干路、次干路、支路; 项目

周边的公交线路; 项目到达市中心的乘车路线及时间)

(2) 主要商业区、就业区的分布及与项目的关系

3、城市规划对项目开发的影响

(1) 区域整体规划概况 (2) 项目周围规划概况 (3) 规划对项目的影

1、经济发展、人均收入及支出消费 2、项目的区位优势 3、项目的交通优劣势

4、大规划与项目周边的小规划对项目的影

第二部分区域房地产的市场分析

1. 区域住宅 (商业) 市场的发展回顾及概况

(1) 起步兴起期 (时间、首批代表作、产品特征)

(2) 平稳发展期（时间、代表作、产品特征、需求状况）

(3) 整合提升期（时间、代表大盘、产品及战略理念、需求状况）

2. 近年来区域住宅（商业）市场供求分析

开发办）

(3) 价格变化（各类房产项目的价格及涨幅：经济适用房、多层住宅、高层住宅、

别墅、高档公寓、写字楼、商业用房）（数据来源：统计局）

3. 区域住宅（商业）市场的发展特点

□1□

(2) (3) (4) 分析) (5)

政府对市场的管理调控力强（相关房地产政策及区域房地产政策的出台及作用）市场体系逐步完善（主要包括出现多层次的供应房及二手房的发展）

4. 区域住宅（商业）市场格局（根据市场状况将城市划分为几个区域版快，再根据版快进行分析）

例：东部版快（发展背景：区域状况、交通、配套、规划；楼盘特点：该板块内的楼盘共性；销售情况：价格、交房、档次、销售率）

前面板块分析中应涉及到该部分内容，再将该区域目前销售的具体代表项目进行分析，为本项目提供依据。

1. 项目所在区域住宅（商业）项目概况

例：

2. 项目所在区域的产品特点分析

(1) 开发规模及配套情况

项目所在区域代表性项目占地面积规模比较

(2) 规划设计及户型特点（本区域以什么建筑为主：多层、小高层、高层；建筑风格以什么为主：欧式、现代；社区文化；环境；项目主力户型情况、分析以何种户型为主）

(3) 装修标准及智能化系统

3. 项目所在区域的销售特点

(1) 营销推广特点（通过对济南目前在售楼盘在报纸、电视、路牌、杂志、工地现场等不同媒介上所做宣传画面、诉求内容、表达形式等方面的分析，以及对楼盘销售人员、销售场所的包装调查）

4.

1. 调查问卷内容（附表）

2. 问卷调查说明及统计分析内容： 3. 问卷统计分析结论

数据分析报告篇十三

回顾2015，这是不平静的一年，酒店旅游行业发生了众多事情。酒店之间收购之战，当酒店产品被迫下架；当ota控制酒

店低价竞争;当酒店支付高佣金低报价;当酒店被ota逼着选边站队;受伤的总是酒店和客户?新的一年该怎么办?做强直销渠道才是硬道理,无论这个世界怎么变换□ota怎么折腾,酒店都能在大浪中站稳。

2016年1月,新的一年新的开始,米订商学院继续为酒店运营者们倾情奉献中国酒店业移动互联网(典型)运营数据分析,为您剖析酒店互联网微营销的问题;为您分析移动互联网时代酒店的发展思维和营销方向以让更多酒店了解最新移动互联网营销产生的效果和作用,掌握行业发展动态。

二、中国酒店移动互联网1月份(典型)运营数据分析

(一)2016年1月米订mss酒店运营数据排名top15(按照当月订单量排序)

分析:

- 1、数据显示□top15中月订单都超过了300单。订单排名方面;海门东恒盛以1546单位居第一;湖北星球国际大酒店以1147单位列第二;好逸smart酒店(春熙店)以835单获得第三名。
- 2、排名榜中酒店类型有高星级酒店也有中档酒店、经济型酒店,说明移动端营销适合各类型酒店。
- 3、从总订单量及会员重购率来看,排行榜中有60%的酒店会员重购率超过10%,说明移动端用户会员消费习惯培养成熟后,更容易提升会员重购率,培养忠诚客户。

(二)酒店新秀分析

速8酒店上海松江车墩影视城店和7天酒店临平店为米订mss新合作酒店□mss月订单量分别为346单和310单,重购率分别达到了25.64%和10.87%。经过调查分析,原因在于以下几点:

- 2、酒店管理层重视，团队执行力强；
- 3、设置有效的管理措施和激励机制，激励全员参与配合。

(三) 会员分析

数据显示：2016年1月份会员新增量排名情况是，张家港沙洲湖酒店以671人获得第一名；南昌瑞颐大酒店和合肥辰茂和平酒店分别以380人、226人分获第二名、第三名。数据显示前五名的会员增长人数超过100人。其中速8酒店上海松江车墩影视城店以162人位列第四名，作为一家经济连锁酒店，有与其他大牌星级酒店相比，有后来者居上的潜力和趋势。

通过对系统访问量和会员增加量两个维度进行相关数据分析，总体来看系统访问量与会员增加量关联性较强，而且是呈正相关。移动端的关键是系统访问量的转化，访问量越大，会员转化率也越大。

(四) 会员重购率分析

注：重购率=消费酒店项目2次及2次以上的会员数/总会员数。

数据显示：会员重购率排名中排名前三位的是云顶之星上海店、海门东恒盛国际大酒店、湖北星球国际大酒店，重购率分别是40.00%、26.45%、26.30%。排名前五位的重购率都超过了25%。

通过以上可以得知：发展会员，做好会员营销，是酒店移动互联网直销的核心点，同时也说明仅仅有会员数量不够，如何提升会员重购率才是根本，也是酒店提高订单量和收益的重要保障。

(五) 酒店类型分析

从酒店类型来看，top15中星级酒店在占比60%，经济连锁酒店和精品连锁酒店各占20%。虽然星级酒店所占比例仍然较高，但是经济连锁酒店作为后起之秀，发挥自身优势，利用移动互联网正在奋起直追。这也说明了无论哪一类型酒店，只要积极拥抱移动互联网，利用移动营销工具做好运营，就能获得较高收益。

三、米订观点

在移动互联网时代，利用移动互联网工具，发展会员，提高会员重购率才是移动互联网营销的核心。无论是星级酒店还是经济连锁酒店，工具都是公平公正的；酒店移动互联网营销关键在于运营，只有高层重视，全员参与，运营人员懂方法，会操作，才能落地转化为结果。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

[销售数据分析统计范文](#)

[饭店绩效数据分析范文](#)

[用户行为数据分析](#)

大数据专业前景分析

博客的数据分析

大数据就业前景分析

血缘关系数据的分析论文

小学科学实验数据分析论文

数据的分析教学设计

数据分析主管岗位职责标准

数据分析报告篇十四

20××年下半年，我镇将继续按照区人口计生委、镇党委、镇政府的工作部署，迎检好“创建全国计划生育优质服务先进县”评估验收。结合我镇的计生工作实际，对我镇的计生统计工作重点要抓好以下几项工作：

- 1、排查摸底，进一步掌握孕情信息。我镇育龄妇女的孕情、育情等掌握不及时，不准确的问题还十分突出。信息排查是一项影响全局的工作，必须引起重视，加大排摸力度，切实提高信息掌握率。
- 2、强化管理，减少流动人口违法生育。要把工作的着力点和着眼点放在流动人口管理工作上，最大限度地减少流动人口违法生育。
- 3、进一步加强业务培训，提高基层计生干部的业务知识，减少统计数据的漏报、瞒报、错报现象，努力提高统计信息的准确率，切实把计生统计工作提高到新水平。

4、建立机制，尽量减少因服务工作不到位等因素引起的违法生育。对已到法定婚龄的女青年逐个进行排摸，不管是否已婚或已育，要把每个个案信息摸清楚，从而进一步摸清恋情、婚情、孕情、育情，牢牢掌握工作主动权，从中增加出生数，减少违法生育，向未领结婚证、无审批等违法生育中要回计划生育率。