

社会责任报告包含哪些内容(实用6篇)

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。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。

社会责任报告包含哪些内容篇一

本次上海市场区域调研目的是：

调查了解上海终端市场瓜子品牌竞争情况

调查了解上海市场终端陈列特点

调查了解上海市场消费者购买瓜子习惯

调查了解上海市场徽派炒货基本分布

调查了解上海市场消费者对炒货品牌基本认知

调查了解上海市场炒货价格分布

调查了解xx食品（炒货）在上海市场竞争状况

二、调研手段

终端陈列访问

消费者网上调研

消费者终端沟通

园区员工调研

三、调研区域

芳华路：联华超市（中）、好德超市□cvs□

杨高南路：易初莲花杨高南路店（大）

徐家汇：华联吉买盛（大）

徐家汇：太平洋小超市

华夏东路：易初莲花川沙店（大）

华夏东路：华联吉买盛川沙店（大）

三灶浜路：联华□cvs□□桥弄百货店、陈家易购超市□cvs□□秀丽百货店

城丰路：孙城商店、志军商店、华夏超市□cvs□

川沙路：上海农工商川沙店（大）

张江路：上海农工商张江店（中）

张江路：上海联华超市（小）

陆家嘴：易初莲花陆家嘴店（大）

潍坊西路与南泉西路交叉口：世纪联华（大）

社会责任报告包含哪些内容篇二

调查报告是对社会某一现象或者某一问题的调查之后的书面报告。

由于社会发展状况、现行经济条件、法律机制还未完善以及个人思想固定等诸多因素，**区女性在求职就业方面仍然处于相对劣势地位，面临行业限制、待遇偏差、不公平竞争等问题。为了改变这种不合理现状，需要在国家政策、立法规范、监察保障、职业指导及培训、转变个人思想观念等多个方面发挥作用，为实现女性公平就业、稳定发展创造条件。现对**区女性就业现状及成因进行了调研，并提出一些建议，仅供参考。

一、**区女性就业困难的现状

就业是民生之本，实现就业是女性保障自身经济地位和家庭和谐的基础，随着社会经济压力的增加，家庭对女性的要求也越来越严格，女性不再享有作为家庭主妇的单一角色，无论年龄大小、或者是受教育程度高低，绝大部分女性都愿意出来寻找工作，或者自主创业，做些小生意赖以糊口，融入社会实现自立，可是能有机会发展的只占少数。目前，女性就业主要存在以下几个方面的问题：

(一) 女性就业择业选择范围狭窄

调查显示，女性就业范围比较狭窄，从行业分类来看，女性就业集中度较高的还是制造行业，其次是服务行业，受传统观念的影响，我区各大小企业还是偏向于男性求职者，提供给女性就业的岗位固定，可发展的机会寥寥无几。

女性就业求职中普遍遭遇用人单位岗位少、门槛设置高、用人单位要求苛刻等歧视性障碍，一些用人单位每逢裁员总是先拿女职工开刀。受年龄和技能所限，大龄女性的再就业尤显艰难，男女就业比例极不合理。目前门槛最低、需求量最大的是制造行业，对女性文化、素质要求不高，但是劳动强度大，上班时间长，工资普遍不高，尤其是服装行业，长时间的高强度工作以及不见增长的工资待遇使得女性求职者望而却步，如果不想办法突破的话，我区服装行业将大规模陷入低潮，

长期处于招工困难的情况。

(二) 待遇不公，不平等竞争

在职场中重男轻女现象十分突出，除了行政办公人员、礼仪公关、服务等行业比较青睐女性外，其它岗位大多数是男性主宰。尤其不公平的现象表现在男女同工不同酬的方面，在同样的岗位上男职工的工资待遇普遍比女职工高，价值评价不合理，各企业给女性职工提供的培训和再提升的机会也比较少，在向上竞争自我提高的机会面前女性依然处于不利地位。

(三) 黄金年龄女性好就业，剩女无人问津

今年来，我区人力资源市场进行招聘的大小企业中，面对女性求职者开放的企业招聘条件也没有全部放开，不少企业使用女职工只聘用处于黄金年龄的女性，要不就是20-25岁，一旦面临结婚生子问题，企业就以各种理由解聘；要么就是年龄在25-30岁，已经结婚成家可以稳定下来。所谓的接受教育程度越高、越容易找工作、越不易被单位解聘的真理其实并不适用。在我区数百位30岁以上的女性求职者中，通过调查可以发现越是文凭低，要求低的女性求职者更容易找到工作，其余的女性如果没有专业化的技能或者特长，越调整不了心态，不知所措，陷入困境中。

(四) 女性专业技能提升困难

长期以来，由于传统观念地影响，女性享有教育和培训等机会并不公平，接受高等教育的比例更不及男性。尤其在农村，女性放弃接受教育的例子比比皆是，早早就出外打工，为家庭增加收入，知识的缺乏和女性天生的柔弱体制是她们在工作竞争中处于劣势。即使很多高校毕业女性求职者都以找到一份稳定的工作为目标，根本不考虑后期的自我提升和技能培训。

二、**区女性就业困难的原因分析

(一) 主观原因

1、自卑心理：一些女职工在就业中或者就业后享受不到与男职工同等的待遇，享受不到发展和提升的待遇，久而久之固步自封，自认为女性工作能力没有男性强，只能如此。理想信念单薄，出现退化倾向，在家中经济地位低，同时负担养儿育女和照顾老人的重担，对工作的要求和自身的要求都有所降低。

2、吃苦怕累心理：这种状况绝大部分发生在年轻女性求职者当中，尤其在高校毕业生中越见明显，心理不平衡，面对挫折没有能力去解决，树立不起正确的人生观。曾经一段时间各高校女毕业生中流传这样一句话：找个好工作，不如找个好老公，专业知识不好好学，与其奋斗不如找个好男人嫁了，这样的心态何等荒谬。

(二) 客观原因

1、经济利益关系的影响：《中华人民共和国妇女权益保障法》明确规定：任何单位不得以结婚、怀孕、产假、哺乳等为由，辞退女职工或者单方解除劳动合同。但对于经济效益是放在第一位的企业来说，男女不平等的问题便凸现出来，同时担负养儿育女和工作压力的女性求职者面临企业的刁难也无能为力。

2、法律意识的薄弱：我区女性求职者一般不会为自己没有被录用而走上诉道路，即使诉诸相关法律部门，一般也不会获得录用，因为用人单位可以避开性别问题，找到很多不招聘女性的理由。法律依据的不足使国家法律在保护女性权利方面显得有些薄弱。甚至在自己利益受到损害时，大部分女职工还是选择忍气吞声，怕自己因为闹而失去这份工作，出去后更难找到工作，对自己的家庭造成不利的影响。

三、解决**区女性就业困难的几点建议

(一)加强监督管理，改善女性就业者的外部环境

1、明确法律责任、完善法律机制：从现行法律看来，对女性就业权利的保障方面，法律并不完善，很多企业都钻法律的空子，有意地扭曲原意，以各种方法违反和侵犯女性职工的合法权益。利益受损的女职工默默忍受，或者无法有效地追求企业的责任，在一定程度上助长了企业的嚣张气焰，严重损害了法律的严肃性和权威性。**区应进一步对相关法律法规进行细化和综合，完善法律机制，明确企业在聘用女性求职者的过程中相应的法律责任，有凭有据，为女性就业权利的保障提供明确有利的法律依据。

2、加大监督力度，提高维权意识

对于企业是否合法合理用工，**区要加大监督和管理力度，全面构建劳动保障监察网络体系，尤其是面对女职工利益受到侵害的事件进行重点调查，高效快捷地解决问题。同时要维护举报反映者的人身安全，不定期通过宣传和法律讲座等形式逐渐提高女职工的法律意识，鼓励和教育广大女性敢于通过法律手段来维护自己的合法权益。

3、调整政策，平衡企业和求职者两者利益关系

减少女职工的数量或者压低女职工的薪酬待遇，成为用人单位缓和经济压力的应对之策，那么如何合理消化女性用工的成本，使用人单位愿意在平等地条件下接受女性求职者，是我们应当尽力解决的突出问题。政策再好不落实到实处，也就一无是处，我们应该根据现实条件，调整相应的方针，对女性就业集中的行业或者聘用女性达到一定比例的企业，在核定工资和福利成本方面，给予用人单位一定的优惠政策。尤其是女工数量比例最多的服装纺织行业，可以在时间压缩和工资提高方面选择其中一项，缓解用人单位和女职工之间

的矛盾，**区将尽力扶助这些企业继续发展。

(二)发挥区人力资源市场功能，拓宽就业渠道

1、发挥区人力资源市场主动性，为女性求职者提供方便：我们要有效利用市人社局开发的网络系统和求职管理系统，广泛收集用工信息、实现求职、用工信息资源的有效对接；提高工作人员业务能力，为女性求职者提供免费咨询、登记、办证、推荐和职业指导等一站式服务。

2、立足社区平台，开发公益性岗位：开发社区就业岗位，是促进女性就业再就业的重要途径，构建社区工作平台，扶持困难女性再就业，应该形成一种长期的援助制度，做好基础工作，实现女性职工失业就业的动态管理。社区具有大量的就业潜力，如社区保洁、保绿、保姆以及居家养老等许多正在开发的岗位，我们要深入社区，发挥各工作站的能动力，有效地利用和引导困难女性求职者就业。

(三)抓紧就业培训，树立正确的就业观念

1、树立正确的就业观念，理解男女平等的内涵：男女平等是指妇女在政治、经济、文化、社会和家庭等方面享有与男子平等的权利，这是社会发展的必然趋势，促使女性走出家门，寻找合适的工作，获取属于自己的经济地位。是否拥有独立的经济权已经影响到女性在社会和家庭中的地位，甚至拥有工作已经不仅仅代表着多一份经济收入，更成为她们自信心的来源，我们要跟女性求职者互动，通过政策和宣传和职业指导培养她们形成正确的就业观念。

2、注重女性职业培训的实用性和有效性：**区目前面对女性职业技能培训的种类还比较少，需要进一步拓宽培训种类，在女职工就业再就业培训中注重质量的原则，以实用性和有效性为主。此外还要关注市场就业需求动向，力求做到供求统一。有效地组织培训。开展大规模、多形式、多门类的新

知识、新技术培训,使女职工在学习与培训中不断提升综合素质,增强竞争能力,拓宽自己的就业渠道。

稳定女性就业再就业是任重而道远的艰巨工程,我们要坚信,在党和国家的关怀下,社会各界密切关注和支持下,广大女性的不断觉悟和自身能力提高下,我区女性必定会以暂新的面貌和较强的实力参与到就业发展中。

社会责任报告包含哪些内容篇三

我在xxxx一家园林设计所做兼职。在实习期间我主要是参观和学习一些公园花坛的设计和花卉的租摆等。实习参观的主要地点是紫荆山公园,在实习期间我不但认识了很多花卉和树种,还了解到一些常见的花卉在园林造景上的应用,花卉可应用于很多方面,可以作为绿篱造景、花坛造景、花镜造景、行道绿化带、小庭园造景、悬垂绿化植物造景等。下面是我通过实习参观后所收集和了解到的花卉在园林造景上的一些应用。

1、绿篱植物及其造景设计

在园林绿化中,把植物密植成行,形成不同形式的树墙或篱状,即是绿篱。它常用来作境界、空间分隔、屏障、或作为花坛、花镜等背景、增添景色、减轻噪音、净化空气、幽静环境的特殊功能。绿篱的类型,依作用可分为隔音篱、防尘篱、装饰篱;依观赏价值可分为常绿篱、花篱、观果篱、采叶篱;依本身高矮形态可分为高、中、矮3个类型;依生态习性可分为常绿篱、半常绿篱、落叶篱等。而在紫荆山公园里比较多应用的是中绿篱。

高绿篱的作用主要用以防噪、防尘、分隔空间之用。它是等距离栽植的灌木或半乔木,单行或双行排列栽植,不通视线,为规则林带。设计高度在120—厘米。常用树木可选择构树、龙柏、法国冬青、大叶女贞、珊瑚树、油茶、桧柏、簸箕柳、

榆树、蜀桧等。

中绿篱在园林建设中应用最广，栽植最多。设计高度在50—120厘米、宽度不超过1米，多为双行几何曲线栽植，起着分隔大景区内风格不同、主景各异的小园、小景的作用，达到增加绿色质感、美化景观、引人入胜的目的。中绿篱宜多营建成花篱、果篱、观叶篱。造篱材料依功能可选栀子、彩叶兰、含笑、木槿、红桑、吊钟花、变叶木、金心女贞、金边珊瑚、小叶女贞、七里香、海桐、大叶黄杨、火棘、枸骨、茶叶等。

矮绿篱用于小庭园、组字及构图案，高度在0.5米以下，宽度在0.4米以内。游人视线可越过绿篱俯目园林中的花草景物。矮绿篱变化性较大，总的要求植株低矮，花、叶、果具有观赏价值，香气浓郁，色彩鲜艳，可变性强。常用的植物有月季、黄杨、赤杨、矮栀子、六月雪、千头柏、万年青、地肤、一串红、彩色草、朱顶红、红叶小檗、茉莉、杜鹃等。

还有常见的花篱是主要种植花灌木，具有较高的观赏价值。常用的树种有六月雪、金丝桃、迎春、金钟花、珍珠梅、绣线菊、黄刺玫、锦鸡儿、月季、米兰、红花檉木、杜鹃、贴梗海棠等。

观赏绿篱的横断面可剪成长方形、正方形、梯形、球形、弧形，顶部纵断面可以是直线、波浪形或阶梯式等等。通过刻意修剪，能使绿篱型体各异，图纹美与线条形式美结合，高低起伏与终端艺术造型完美结合。通过修剪，使绿篱不断更新，长久地保持生命活力及艺术价值。

2、花坛植物及其造景设计

花坛是将同期开放的多种花卉，或不同颜色的同种花卉，根据一定的图案设计，栽种于特定规则式或自然式的苗床内，以发挥群体美。它是公园、广场、街道绿地以及工厂、机关、

学校、大草坪中央等绿化布置中的重点。

花坛的种类可根据花坛的形状、性质、布置方式、植物材料、观赏季节等特点进行分类。如根据花坛的形状可分为圆形花坛、带状花坛、平面花坛和立体花坛等；根据植物材料可分为一二年生草花花坛、球根花坛、五色草花坛(毛毡花坛)等。依布置方式的不同，分为以下两种：

1、花丛花坛(盛花花坛)。就是集合几种花期一致、色彩调和的不同种类的花卉，配置成的花丛花坛。它的外形可根据地形呈自然式或规则式的几何形等多种形式。而内部的花卉配置可根据观赏的位置不同而各异。如四面观赏的花坛一般是中央栽植植株稍高的种类、四周栽植株较矮的种类；单面观赏的花坛则前面栽植较矮的种类，后面栽植较高的植株，使其不被遮掩。但是，必须注意使植株高低层次清楚、株型相近、花期一致、色彩协调。一般以一二年生草花为主，适当配置一些盆花。常用草花有一串红、福禄考、矮血轮、矮牵牛、金盏菊、邹菊、三色堇、孔雀草、万寿菊、石竹、美女樱、千日红、百日草、雨衣甘蓝等一二年生草花和风信子、郁金香、球根鸢尾、小菊、满天星、四季海棠等球根、宿根花卉。

2、模样花坛(毛毡花坛)。此种花坛是以色彩鲜艳的各种矮生性、多花性的草花或观叶草本为主，在一个平面上栽种出种种图案来，看去犹如地毯。花坛外形均是规则的几何图形。花坛内图案除用大量矮生性草花外，也可配置一定的草皮或建筑材料，如色砂、磁砖等，使图案色彩更加突出。这种花坛是要通过不同花卉色彩的对比，发挥平面图案美，所以，所栽植的花卉要以叶细小茂密、耐修剪为宜。如半枝莲、香雪球、彩叶草、石莲花和五色草等。其中以五色草配置的花坛效果最好。在模样花坛的中心部分，在不妨碍视线的条件下，还可选用整形的小灌木、桧柏、小叶黄杨以及苏铁、龙舌兰等。当然也可用其它装饰材料来点缀，如形象雕塑、建筑小品、水池和喷泉等。模样花坛既可独立成为一个整体，又可分散在两侧成带状。但图案纹样要朴素大方，色彩鲜艳、

简洁明快。此类花坛除平面式之外，还有龟背式、立体花篮式和花瓶式等。

由于各种花卉都有一定的花期，要使花坛一年四季有花，就必须根据季节和花期，经常进行更换。每次更换都要按照绿化施工养护中的要求进行。花坛更换的常用花卉介绍如下：

1、春季花坛：以4—6月开花的一二年生草花为主，再配合一些盆花。常用的种类有：三色莲、金盏菊、雏菊、桂竹香、矮一串红、飞燕草、月季、瓜叶菊、早金莲、大花天竺葵、天竺葵、筒蒿菊、紫罗兰、荷包牡丹、风信子、花毛茛、郁金香、蔓锦葵、石竹类、鸢尾类、铁炮百合、大花亚麻、雏叶翦夏萝、芍药等。

2、夏季花坛：以7—9月开花的春播草花为主，配以部分盆花。常用的有：石竹、百日草、半枝莲、一串红、矢车菊、美女樱、风仙、大丽花、翠菊、万寿菊、高山积雪、地肤、鸡冠花、扶桑、五色梅、蜀葵、射干、美人蕉、天人菊、唐菖蒲、姬向日葵、萱草类、矢车菊、玉簪、鸢尾、百合、卷丹、桔梗、晚香玉、葱兰、宿根福禄考等。夏季花坛根据需要可更换一二次，也可随时调换花期过了的部分种类。

3、秋季花坛：以9—10月开花的春季播种的草花并配以盆花。常用花卉有：早菊、一串红、荷兰菊、滨菊、翠菊、日本小菊、雁来红、乌头、百日草、鸡冠、风仙、万寿菊、醉蝶花、紫茉莉、大丽花及经短日照处理的菊花等。配置模样花坛可用五色草、半枝莲、香雪球、彩叶草、石莲花等。

4、冬季花坛：常用羽衣甘蓝及红甜菜作为花坛布置露地越冬。

而在紫荆山公园里面，我就看到了不少的花坛，在正门前有2个小型花坛，以杜鹃为主。而进入正门就看到了有带状花坛，主要以月季等花色鲜艳的一二年生花卉，中间是以太阳花为主的带状花坛，使人一进入就感受到精致、愉快的感觉。色

彩鲜艳，主要以红、黄、橙为主色，搭配和谐，具有较高的观赏价值。

在实习期间我深感所学习到的知识的局限性。更为我在校期间没有认真学习专业课知识而感到懊恼。所以我总结了一套最基本的学习方法。

- 1、讲课前提前预习；
- 2、课后要复习，尤其是一些重要的理论和常见的花卉种类的相关知识；
- 4、通过网络了解花卉学方面相关的前沿的内容；
- 5、多交流，多讨论。

应该拓展教学内容，强化能力的培养，拓展园林花卉综合应用能力，通过实习实践加强能力的培养，培养新型应用人才，满足地方经济行业服务的需求。

以前觉得所谓的园艺专业就是对各种花的认识、欣赏和了解，学习一些花卉种植、经营的概念等，认为它只适合于花卉种植及开花店等专业人士所学习，与我们的将来的就业等没有任何的关系。但自从学习了园艺技术以来，对它本身的概念和内容都有了一个全新、深刻的认识，了解到了它不单纯是一门研究花卉的装饰与应用、市场营销等基础知识的学科，它还主要研究花卉的分类、植物学习性、生态学特征、生长发育规律、生长发育与环境条件的关系、繁殖方法、栽培管理技术、栽培设施以及病虫害防治等专业内容。在大学期间的学习虽然已经结束了，可这些知识在我们的生活中仅仅是一个开始，在今后的工作和生活中，我们要利用所学知识继续不断地研究和探索，在实践过程中去逐渐加深对园艺专业的认识 and 了解，然后进行更多的创新和补充。

最后感谢我系所有老师对我们这两年来教育和关心，我们在学校所学的知识将会一生受用。

社会责任报告包含哪些内容篇四

纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。在今年的暑期，社里为我们提供了绝好的机会，派遣多位年轻编辑分赴北京、上海等地，去当地的书店实地了解图书的销售情况，去零距离接触读者，了解他们的想法，去向营业员和销售主管学习讨教，收集他们对于相关图书的销售和策划编辑的意见和建议。

七月十日，在王鹏主任和韩政道老师的带领下，我、杨康、阮征一行五人抵达上海，开始了上海暑期调研。每个城市，有它的固有的地域特性，导致每个城市的销售情况各异，影响销售的元素各异，图书的各种构成属性的重要性次序也就轻重有别。分析上海市场的销售情况，可以作为深化上海市场开拓工作的参考，或作为各大城市总体分析的个案素材。

以下将暑期市场调研实践的感知，针对我社主要产品的营销，比较市场同类产品的市场状况，总结我社的强势，并对可能存在的不足作出浅陋的分析。

一、实习考察工作概况

上海实习考察小组，分别在上海书城（邢荣勤）、东方书店（杨康）、上海书城淮海路店（阮征）进行了为期五十天的考察和调研。在书店期间，协助少儿柜组进行配货、新书收货上架、整理书架、维持秩序等日常工作，在服务读者的同时，向他们询问购买图书的原因，促销我社的少儿图书，并了解相关图书读者喜好的原因，或不喜欢的缘由。

每日的工作结束回到住处之后，我们三人将各自当日的见闻感受，说出来，共同分享，继而讨论市场反馈的相关问题，相互鼓励，共同提高。

二、少儿动漫类图书市场情况

动漫图书一直是少儿柜组最热最火爆的柜台，每日均有成百上千的儿童读者前来翻阅和购买。

在目前的动漫书架，我社出版的《虹猫蓝兔七侠传》和《虹猫仗剑走天涯》系列动漫书，仍能畅销。此外，童趣出版公司的《喜羊羊与灰太狼》《羊羊运动会》系列也风头正劲，与“虹猫蓝兔”不分轩轻，每日均可销售100余本。

除此两大畅销系列之外，江苏少儿社从上海电影制片厂购买了众多传统动画片的图书出版权，如《大闹天宫》《葫芦娃》《哪吒闹海》等，因文化底蕴充足，目前也是市场精品。而《中华儿女》等传统畅销书，则因供货不足、不连贯，小读者虽仍然喜爱，但书店已不再配货；《秦时明月》《小鲤鱼历险记》等创新动漫，融入了穿越、传奇与古典等多种元素，也颇受读者欢迎。

我社的“虹猫蓝兔”与童趣的“喜羊羊”平分天下，此一格局目前尚很难打破。但根据市场和读者的反映，“虹猫蓝兔”系列的卡片极易损坏，从而导致该书成为“废书”；而“虹猫仗剑走天涯”系列的卡片，柜员在进新书时，就已经拆下，小读者翻书时，因不见卡片，购书意愿又有所下降。建议再印“七侠传”时，可将卡片等同“走天涯”系列的卡片处理，同时，在图书的封面或封底打上“随书附赠卡片一张”的字样。

而《虹猫仗剑走天涯》，因“七侠传”而火爆，小读者一度很追捧，当该系列出书速度太慢，未能同步跟上电视剧的速度，进而在电视上已经看完，图书仍然未能出版面世，从而错失销售的黄金时机。截止实习结束之时，该系列10—15册刚刚上架。

另外，我社的《奇奇颗颗历险记》《憨八龟》《小卓玛》仍能

“畅销”，《福娃五连环》虽在浙少社《福娃奥运漫游记》的强大压力之下，每日均能有数本销售。

综观市场以及我社的动漫书，我社在该市场仍占有较大的份额，有较强的影响力。但市场的变化和竞争却更加激烈。我社除了要加强开发衍生产品、提高出版和供货速度外，仍然需要继续开发寻找优秀的动漫作品。哪怕如《小卓玛》《憨八龟》等不能畅销的产品，也足以占有市场，能够有效阻截其他出版社的市场争夺，并在对市场占有绝对优势的情况下，引进优秀动漫作品，继续打造畅销品种。

除动漫之外，浙少社的少儿探险《冒险小虎队》则十分畅销，目前已经达到1600万册的销售数字，同时，该书衍生品种“成长版”“超级版”“小说版”也十分热销。目前，由于浙少社同步推出充足的衍生图书，市场上的几本模仿书，销量皆很差。据销售主管称，此图书的模仿品种，很难销售。

儿童文学类图书，仍然是杨红樱的作品一统天下，同时，秦文君、伍美珍、曹文轩的作品，皆有不俗的业绩，上海本土作家所著《非常小子马鸣加》因受到当地教育系统推荐，也很热销。而因以上主要作家作品的大量覆盖，其他作家的作品，销量皆不理想。

我社的“小樱桃”系列，在我抵达上海书城之前，因被覆盖，被挤到角落，读者很难发现；后来我将该系列四本书拿到杨红樱“马小跳”系列的畅销书架，销量明显，每日皆可售出2—3套。相对于“马小跳”系列的二十余种，我社的品种规模太小，难以形成品牌效应。针对于此，可以继续引进“小樱桃”系列，或者开发其他类似的优秀作品，作为重点工程，大规模推出，抢占市场的一席之地。

我社在低幼图书市场占有传统优势，但随着各种新技术新材料的广泛应用，多种国际性品牌的引进，我社有必要进行再次整合与转型。

我社的数个品种，在低幼类图书市场均占有绝对优势。

“泡泡书”系列八种，引起新时代出版社等多家出版社的模仿跟进；我社的泡泡书，因进入市场较早，使用材料较佳，一直占据优势，但因为品种较少，新时代出版社模仿我社，推出了一个系列20多个品种，如我社的动物类，他们分为大动物和小动物两类，在细化市场方面，该社给我们带来了不小的冲击。幸运的是，我们已经及时地推出了十元每本的异型泡泡书，再次成功地走在了国内同行的前列。对于该系列图书，我的看法是：加大品种内容的细分，根据不同读者的需求，细分内容，大规模推出，争取垄断市场。

宝宝膝盖书、卡片也是我社的传统优势，但也面临品种不全，甚至个别品种断货的困境。我社卡片因品种不全，现绝对优势已经不复存在。吉林美术社、广州出版社、江西美术社、中国人口社等多家出版社均在强食该市场。在定价上、设计上、内容品种的细分以及规模上，我社应抓紧开发，继续研发新的品种，内容上不断更新，夺回这个不错的市场。

左右脑开发，我社是较后进入市场，但因为定位准确，内容科学，后来居上，在市场上也有不俗的表现。挂图和低幼识字、入园准备一本通、入学准备一本通等，均受市场的欢迎。

综观该低幼图书市场，我社所开发的几个品种，目前都有极强的市场竞争力，但在整个市场中，我社的现有产品规模太小，品种开发不全，销量较好的产品可以继续研发衍生图书，供货也要保证及时通畅。在该市场，我社的拼音读物和英语学习读物十分欠缺，而针对低幼群体的总体品种偏少，另外，图书的码洋偏低，在希望扩大码洋和收入的大中城市书店，低码洋不占有优势，建议可分为高低码洋的品种开发。

异型书，异型卡片，异型膝盖书，在上海书城，由于码洋较低，且不易摆放，而不受柜员青睐。

三、青春文学与校园文学图书市场情况

青春文学和校园文学图书，在上海书城二楼文学类书架销售。此一市场，竞争最为激烈，市场化程度最高，而我社又不占有传统优势。但因我社与青春文学的龙头公司——贝榕和聚星天华合作，而后来居上，特别是“聚星天华”书系，在青少年读者群很受青睐。

我社的《心跳恋爱社》自七月初上架以来，平均日销售5本，远高于同期的21世纪的《1王9帅12宫》的日均3本。《脱线天使的恋爱魔咒》《王子养成计划c□等系列图书销量俱佳，均排在我社图书销量的前列。

对于此类图书，目前书城被聚星公司在各个不同出版社的大量同类书覆盖，也是目前校园文学特别是少女文学市场，最受欢迎的品类。究其畅销因素，作者在目标读者群中的知名度是一关键因素，而图书的装帧设计和包装，则是图书销量的最重要保障。

分析比较贝榕公司与聚星公司的营销模式，贝榕公司更注重作者知名度的打造，直接反映在其营销过程中注重作者的包装宣传和产品内容的精益求精，而聚星公司则侧重图书的外形包装设计以及内容的流水线生产，其在营销中多注重图书设计外的小礼品赠送和作家签售等一线推销。

建议我社可继续深化与该类公司的业务合作，在与不同的民营公司的合作中，汲取养分，形成我社独特的运作方式。

青春类图书有很多种类型很多种题材，最近都很热销，如穿越、历史戏说、恐怖小说、探险、疼痛青春、魔幻、奇幻、科幻等，品种繁多，市场竞争也十分激烈。此类图书影响营销最重要的两点是：炒作和包装。

我社已经在少女文学领域涉入，并进入90后概念的包装和炒

作，对于今后我社在该领域的前进方向，我认为，我们可以在做好做细已有的领域的同时，瞄准有能力操控的选题方向，逐步推进，分食此一巨大市场。

此类图书的销售属性，很重要一方面是在包装装帧设计上，依目前我社自身的设计创意能力，可能与市场流行风格还有很大的差距。我们可以在此方面加大投入，挖掘设计人才，开拓设计公司、工作室等资源，提高设计能力，最终力争引领未来的时尚潮流。

四、教辅类图书市场情况

在上海书城销售的教辅类图书，主要为二类教辅。面向小学生的《心算口算速算》系列，销量极佳，但供货缓慢，经常断货，而且品种版次不新，包装达不到浙少社、中少社同类书的精美。

社会责任报告包含哪些内容篇五

核心提示：按功能性把购物中心的业态分为零售、餐饮、娱乐休闲、服务4大业态。本文将对购物中心的零售、餐饮、休闲娱乐业态配比及购物中心投资模式进行解析，并附有案例。

一、业态构成

按功能性把购物中心的业态（专题阅读）分为零售（专题阅读）、餐饮、娱乐休闲、服务四大业态。统计中国10余家大型购物中心业态构成显示，目前国内购物中心各功能性业态的比重分别为：零售64%、餐饮20%、休闲娱乐12%、服务5%。

与东南亚购物中心的业态构成：零售52%、餐饮18%、娱乐休闲20%、服务10%相比，目前国内大型购物中心的零售业态的比重与国际标准相比高12%。而娱乐休闲及服务业态与国际标准相比分别低8%、5%。这表明，与国外成熟购物中心相比，

国内购物中心的业态结构不尽合理，尤其是娱乐休闲、服务等目的性消费业态较为单一，缺乏具有娱乐性和趣味性的项目。

二、各业态分析

1. 零售业态分析

从不同类型购物中心的零售业态组成看，都市型购物中心55.3%的零售业

态以品牌专卖店为主，其次为超市12.9%；区域型购物中心35%的零售业态为百货主力店，其次为家居广场8%；社区型购物中心26.4%的零售业态为百货，其次为超市24.9%。

这表明：品牌专卖店已成为都市型购物中心的主力零售业态，百货、超市及专业卖场已成为区域型及社区型购物中心的主力零售业态。

2. 餐饮业态分析

从不同类型购物中心的餐饮业态组成看，都市型购物中心39.6%的餐饮业态以中餐为主，其次为美食街34.7%；区域型购物中心60.3%的餐饮业态为中餐，其次为东南亚餐10.8%；社区型购物中心51%的餐饮业态为中餐，其次为快餐23%。

这表明：都市型购物中心的餐饮业态日渐休闲化，区域型购物中心的餐饮业态日渐商务高档化，而社区型购物中心在提供大众餐饮满足社区居民消费需求的同时，低档次的快餐也成为发展重点。

3. 娱乐休闲业态分析

从不同类型购物中心的娱乐休闲业态组成看，都市型购物中

心的娱乐休闲业态以影院为主；区域型购物中心的娱乐休闲业态以儿童乐园、电影院□ktv为主；社区型购物中心的娱乐休闲以ktv□电影院、儿童乐园为主。

这表明，从目前看，中国购物中心的娱乐休闲业态发展较为单一，缺乏趣味性、娱乐性、以及适合室内游乐的大型游艺项目，儿童游乐及电影院是最常见的休闲娱乐业态。

三、模式分析

购物中心在我国的发展还处于起步阶段，其投资模式也因开发商的专业水平、资金实力、发展战略的不同而不同。目前我国购物中心主要投资模式有“统一开发、分割销售、返租经营”和“租售结合”两种。

1. “统一开发+分割销售+返租经营”

购物中心开发商将项目开发建设完之后，把项目分割成若干小的商铺在市场上出售，在销售时由管理商与商铺投资者签订返租协议，将商业物业交由经营商做统一招商、管理，投资者每年可以收取固定的投资回报。返租合同的期限短的一般为3—5年，长的达到；而回报率一般为6%—9%。

2. “租售结合”

购物中心“租售结合”投资模式是在“分割销售、售后返租”投资模式的基础上进化而来的。

其总体操作思路是：开发商在购物中心项目开发的过程中，将整个项目的一部分商铺出售，以收回投资成本（开发商在出售商铺时，一般都和商铺投资者签订返租协议，取得已出售商铺的管理权，以便对整个项目进行业态规划），然后组建购物中心管理公司或聘请专业管理公司来对购物中心进行出租经营、管理，以赚取后期的营运利润和支付商铺投资者

的收益。

社会责任报告包含哪些内容篇六

上海社会科学院日前发布“上海未成年人成长发展状况调研报告”显示，上海仍有近两成小学生、四成初中生和近七成的高中生认为作业负担过重，尤其六成以上高中生在晚上11点后才能睡觉，同时一些家庭存在亲子互动不足的情形。

该调查由上海市精神文明办、上海社科院社会学研究所共同完成，共采集有效样本15745份，通过分析学生睡眠时间、上学通勤时间、做作业时间等，向社会展示上海中小学生的这一天。

调查显示，上海七成以上中小学生在6点半之前起床，而高中生起床时间最早，6点之前起床的小学生、初中生、高中生比例分别为5.4%、15.05%和17.72%。分析认为，高中生起床时间更早是因为高中上课时间较早，此外也与上海高中面向全市范围招生，高中生通勤时间更长有关，而总体上看，上海中小学生学习通勤时间较理想，72.77%的学生在半小时内就可到校。

睡眠方面，也是高中生“压力山大”。报告指出，上海超六成的中小学生在晚上10点之前睡觉，小学生中，这一比例达到88.58%，但高中生的睡眠时间集中在晚10点之后，其中11点至零点之前睡觉的比例为39.97%，零点及之后睡觉的比例达到23.53%。高中生起得最早，睡得最晚，睡眠不足的问题较为突出。

这一现状的形成自然与课业负担相关。报告显示，上海超过七成的小学生和超过六成初中生能在2小时内完成作业，但能在这一时间内完成的'高中生不到三成。更需关注的是，表示作业需花3至5小时完成的小学生、初中生和高中生比例分别为7.12%、10.52%和20.2%。专家指出，减轻中小学生学习过重课

业负担仍是当前教育改革要重点聚焦的问题。

调查还发现，父母受教育程度越高，家庭亲子互动时间也越长。专家表示，中国家庭对亲子互动重要性的认识正在提高，这有助于培养孩子的自信，激发内在潜能，促进健康成长。