

最新情况调研报告能够比较系统的反映本地区的基本情况(大全6篇)

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。掌握报告的写作技巧和方法对于个人和组织来说都是至关重要的。这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

情况调研报告能够比较系统的反映本地区的基本情况篇一

xx镇是京山县南部门户重镇，处在大洪山与江汉平原的过渡地带，属丘陵地貌，版土面积215.2平方公里，辖25个村（场），6724农业户，2.8万多农民，耕地面积6.9万亩。早稻种植面积3.2万亩，中稻种植面积3.1万亩，晚稻种植面积3.4万亩，全镇全年水稻种植面积9.7万亩。获“全国万亩水稻机插秧核心示范区”，获“荆门市水稻生产全程机械化示范乡镇”。

近年来，由于国家农机具购置补贴惠农政策的利好因素，各级党委、政府“强基础，重民生，促发展”的重要决策引导，从到是农村农业机械化快速发展时期，从小型手扶拖拉机、大型联合收割机到手扶式插秧机□xx镇的农业机械拥有量有了跨越式发展。截止6月底，全镇插秧机从的70台增加到今天的560多台□xx镇的插秧机保有量在全省乡镇中是位居第一。全镇现有大型联合收割机165台，大型旋耕机135台，小型手扶拖拉机（配套小旋耕器）多台，现有排灌台（点）1200处，全镇农业机械总动力5.6万千瓦。全镇现有农机专业合作社4个。全镇小麦机收率达92%，早稻、中稻机耕机整率达93%，早稻机插面积达1.9万亩，中稻机插面积达1.3万亩，机插率达51%。全镇上半年机械作业平均率达78.6%，水稻生产主要

环节基本实现了全程机械化作业。

1、农业机械利用率低，农机具维修保养不到位。

“有机户无田种，无机户种田难”。这种现象使得农机具的利用率不高，建议鼓励无机户把农田“托管”给有机户，推动土地流转，让农机大户变成种粮大户，让有产业的农民不再为自己的几亩田操心，轻装上阵，专心自己的产业。还有一种情况是由于农机具没有得到很好的维修保养，在农忙正准备作业时“趴窝”，也降低了机械利用率，建议农业机械销售商增加售后服务，特别是享受国家惠农补贴资金的农机具，不是“一卖了之”就完事了。

2、农机合作社的社会效益不强。

xx镇现有“亲农”、“源发”、“银华”等多个农机专业合作社，但合作社社员一般都是单兵作业，个人结算，各自为战。合作社战斗力不强，凝聚力不够，制度不完善，建议本着农机户自愿，组建有特色、小巧型农机专业合作社，以“托管”、“代管”本组、本村的闲散田为主，实行规范化、规模化农业机械作业，增加经济效益和社会效益。

3、国家农机购置惠农补贴指标太少。

因国家政策的利好因素，加上大型收割机4-5年就要淘汰，所以现在农村购买各类农机具的热情持续高涨。以今年第一批农机具购置补贴为例，全镇有48位农户申请购买大型联合收割机，而落实享受国家惠农政策购买大型联合收割机农户只有20人。建议向农机大户、科技示范户倾斜农机具惠农补贴政策，实行“普补”，以实际购机、实地作业、服务周边农户，得到认可后，再“以奖代补”奖励购机户，间接提高农机具利用率。

4、乡镇农机公益服务中心力量单薄。

在京山县的综合机构改革中，乡镇农业机械管理站撤销，成立“农机服务中心”，人员由9人减少到1人，人员身份也转变成社会聘用人员。乡镇农机人员是负责基层农机推广的最前线，为千家万户服务，而随着科学技术的发展，农机产品的科技含量越来越高，特别是水稻机插秧新技术，要求农机与农艺的高度结合，这些都对服务人员提出更高的要求。建议增加农机经费投入，改善办公条件，定期组织乡镇农机服务人员参加各类培训，系统提升乡镇农机服务人员的综合业务素质和服务能力。

5、农村农业基础综合配套设施老化。

乡镇农村的机耕道还是上世纪70年代修的，经过这些年使用，已是残缺不全，有些大型农机具根本到不了农田，只能是“望田兴叹”。农村的水渠也是老化漏水，难以畅通，而机插秧是薄水浅插、栽后回水，这样就对水源有一定的要求，这些问题都严重抑制了农机化的发展。建议抓住新农村建设的机遇，把农村机耕道、水渠网络建设纳入新农村建设规划中，没有现代农业的机械化，也就没有真正意义上的新农村。

情况调研报告能够比较系统的反映本地区的基本情况篇二

2022年9月

南山街道人大工委

为深入开展“聚民意惠民生”行动，南山街道人大工委组织选区代表深入中鼎模具、德特威勒等企业，就企业用工情况开展专题调研。

一、基本情况

今年以来，南山园区企业多措并举克服疫情等因素影响，全力保障正常生产，主要表现在：一是用工保障激励机制初步构建。全市成立了市就业工作领导小组办公室，形成了市政府主要领导亲自抓、人社部门具体抓、成员单位配合抓的工作格局。出台了《关于鼓励高校毕业生到企业工作的意见》

《关于实施“三津英才”六大行动计划打造人才高地的意见》《宁国市企业用工服务目标管理考核办法》《关于实施人才强市战略着力推进县域经济高质量发展的若干措施》等系列文件，人才引进与企业用工的保障激励机制初步构建。二是用工平台载体建设渐显成效。开展企业用工保障服务攻坚年行动，组建“人社服务专员”队伍，为企业提供“一企一策”招工用工服务。常态化开展“2+n”招聘会，创新招聘模式，打通劳动力供求双方最后“一公里”，外来人员来宁务工的输入渠道进一步拓宽。三是服务企业用工能力不断增强。大力推进新媒体平台建设，建成了“一网一微一端一平台”。制定了《宁国市新办企业规范劳动用工指引》，主动加强与企业的信息对接，及时掌握企业用工需求，发挥驻外人才站的招才引智作用，稳步推进产学研合作，不断加大技能人才的培养力度。四是企业高度重视文化建设。如中鼎集团建设hcc幸福文化圈，通过文化圈建设，共创和谐、快乐、积极、向上的班组文化，让员工收获物心双幸福，从而打通企业文化“最后一公里”。德特威勒作为外资企业，主动健全党群组织，积极推行“工建促党建，工建带青妇”模式，从健全工会组织入手，为党员和优秀青年、女职工搭建作用发挥、展现先进性平台。自项目实施后，企业用工情况得到明显改善。

二、存在问题及原因

调研发现，目前企业用工缺口依然较大。调研中10家企业用工缺口773人，9月份山核桃季约达到2500人。其中一线操作工、技术熟练工短缺严重。主要原因：一是保障措施落实到位。目前各园区与企业职工生产生活密切相关的配套基础设施建设总体滞后，蓝领公寓、人才公寓总体数量不足，园

区三产服务业和公共服务业供给有限，一定程度上增加了企业的招工难度。同时，受财力、高铁等多种因素影响，叠加周边大城市“虹吸”效应，“本地人才留不住、外地人才引不来”的状况短期内难以得到根本扭转。二是职业教育发展不充分。根据《国家中长期教育改革和发展规划纲要》高中与中职1:1的招生比例，安徽材料工程学校每年计划招生数应在1500人左右。调研发现，该校近三年实际招生数仅为1000人左右。其中85%左右的毕业生选择参加对口高考，直接就业的毕业生不超过100人，能为企业所用的毕业生少之又少。三是服务联动机制不健全。全市市、乡（镇）、村三级劳动就业服务网络尚未完全形成，尤其是处在中间环节的乡镇人社所力量不足，影响了整体工作效果。同时，由于人力资源市场建设起步较晚，目前人力资源公司，普遍规模不大，市场调节能力有限。四是企业主体责任不明确。部分企业存在观念差异，对运用现代管理模式加强企业管理认识不高，对构建和谐劳动关系重视不够，对企业文化、工作环境、职业培训、福利待遇和精神需求等方面研究不深，投入不足，导致员工归属感和获得感不强，稳定性较差。

三、几点建议

（一）进一步转变用工理念。一方面，各级各部门要始终坚持以人民为中心的发展思想，充分认识做好企业用工工作对于促进就业、改善民生和推动发展的重要意义。要坚持高位推动，做好顶层设计，通过建立联席工作会议等机制，及时研究解决存在困难与问题。要引导支持企业加快“机器换人”，促进产业转型和技术升级，努力让技术红利替代人口红利，成为推动企业持续发展和促进产业优化升级的动力之源。另一方面，企业要强化主体责任意识，树立现代企业人力资源核心价值观，将用工问题纳入企业生产经营、发展方向和文化定位等整体规划，并在用工活动中营造“尊重员工、理解员工、善待员工”的浓厚氛围，切实增强员工的认同感和归属感。

（二）进一步优化用工环境。一要完善政策保障体系。要在认真学习借鉴先发地区成功做法的同时，结合宁国实际，出台有效措施，推动刚性落实，真正将人才引进、内部挖潜和引凤还巢“三大工程”落到实处。二要增强园区服务功能。以中德制造小镇建设为引领，加快推进“产城一体化”，把优化服务业空间布局与解决工业园区产业提升相结合，突出职工住宿、餐饮、购物、出行、文化、休闲、就医和就学等方面，切实加快园区综合配套服务设施建设，不断完善园区功能，提升园区承载，切实增强工业园区的吸引力和向心力。三要加强企业文化建设。要高度重视企业文化建设，适当安排培训、宣传、体育、娱乐等经费投入，定期开展文化体育和休闲娱乐活动，不断提升职工的幸福感和获得感。要加强企业党团、工会和妇委会组织建设，发扬企业民主，融洽员工关系，培养企业精神，营造拴心留人的良好环境。

（三）进一步夯实用工平台。一要完善市场服务平台。要加快推进人力资源输入基地建设，不断优化招工网点布局，重点围绕云贵川等劳动力富余省份，加强宣传，精准对接，着力提高劳务输入的组织化程度。要切实规范全市劳务派遣市场，培育集招工、培训、使用、维权为一体的人力资源服务公司，加强研判，因企施策，稳步提高用工服务的市场化水平。二要筑实职教培训平台。进一步明确职业教育服务地方经济发展的办学方向和功能定位，促使职业教育规模、专业设置与全市经济社会发展需求相适应。同时，通过加快校企实践培训基地建设，鼓励引导大中型企业采取订单培训、定向培训和委托培训等多种形式，深化产教融合，推动校企合作。要不断提高技能型人才社会地位与待遇，切实增强职业教育吸引力。三要构建信息联动平台。要依托信息化和大数据，推广应用“互联网+”用工理念，突出企业用工需求信息、劳动力市场供给信息、学校人才培养信息和劳动力就业去向信息等，构建全市企业用工信息管理平台，完善企业用工储备库建设，努力提升全市企业用工信息化管理水平。

南山
部分
企业
用工
数据

企业名称	企业用工数	缺口数	外地工人占比	年龄结构	大专以上文化占比			
35周岁以下		50 周岁以上						
中鼎（南山园区）	4302 （一线职工）	480	18.29%	23.78%	65.25%	10.97%	3.39%	
保隆	2850	130	31.70%	29.20%	45.90%	24.90%	22.50%	
德特威勒	1330	40	11.28%	27.22%	66.02%	6.76%	16.54%	
天成	889	50	6.20%	18.79%	51.63%	29.58%	12.60%	
大荣	210	10	11.42%	11.43%	44.76%	43.81%	12.38%	
金诺	252	30	24.60%	9.92%	32.94%	57.14%	5%	
九鼎	120	10	5%	5%	33.5	45.50%	11%	
宏宇	480	8	32%	25.60%	61.50%	12.90%	8.20%	
东坡	530	5	30%	20%	40%	10%	20%	
华丰	180	10	4%	11%	33.33%	56.11%	16.67%	

企业用工调研报告

劳务派遣用工调研报告

企业用工情况分析

企业调研报告

情况调研报告能够比较系统的反映本地区的基本情况篇三

——关于崧厦露营产业的情况调研

随着我国居民人均gdp突破1万美元、中产阶级的崛起以及消费观念的改变，旅游消费日趋个性化和多元化。尤其是2020年疫情发生后，出境游、跨省游受限，开放的环境，创新性十足，又能亲近自然的露营游被越来越多的人接受，成为休闲度假的热门之选，在社交媒体的催化下更是呈现爆发式增长。网络数据显示，露营搜索量连续三年大幅增长，热度从一线城市向二三四线城市蔓延。今年五一小长假，露营更是爆火，有草地的地方就有帐篷。与之相适应，更多特色化、多样化的产品被应用到旅游发展中，促进露营产业及带动产业迅猛发展。以崧厦为例，据市场监管局数据显示，2020年崧厦新注册的户外休闲相关企业102家，2021年116家，2022年1-4月已达68家，同比增幅超40%，预计2022年将突破200家。面对爆发式增长的户外用品市场需求，如何在后疫情时代，抓住消费热点，拓宽发展路径，进一步梳理完善了未来崧厦产业发展的思路，前段时间，我们通过走访多家户外用品企业，发放调查表等方式，就崧厦露营产业发展情况进行了深入调查，现将相关情况汇报如下：

一、发展的现状

崧厦伞业始发于上世纪60年代，起步早、发展快，已形成较好的产业基础。全街道现有制伞企业1400余家，伞业专业村18个，从业人员4.5万人，年产各类成品伞6.5亿把以上，

产业规模超120亿元，产品畅销国内城市，并出口远销至美国、欧洲、日本、新加坡等国家和地区。近几年来，越来越多的企业逐渐向企业关联新兴行业如休闲、旅游、户外用品等方面拓展，崧厦发展露营产业具有以下三个优势。

（一）产业链完整。崧厦由企业发展起来的户外用品行业已形成原材料供应、产品设计、制造、检测、营销等全流程产业链。本地社会化配套体系完善，从面料、骨架、纤维制品等原材料采购，到织造、印染、缝纫、丝网印刷、拉丝、制管、喷塑等工序加工，均可在本地一站式完成。企业之间相互依存、企业与劳动者之间用工灵活密切，自发形成“半小时服务配套圈”，能够迅速适应生产需求。

（二）具有一定规模。崧厦户外用品产业有20年左右的发展历史，是跟着户外旅游兴起的。现有250余家相关企业，年产值约18亿元。产品包含沙滩伞、钓鱼伞吊床、睡袋、户外桌椅等。疫情之前整个行业形态以代工为主，国外销售占比较大，疫情之后国内增长较快。

（三）成熟的产业工人队伍。企业与其他工业产业相比，机械化、自动化水平总体较低，特别是规模较小的企业，基本属于家庭作坊式的手工业，从业人员较多。经过多年的发展，崧厦目前已拥有4万多名左右的产业工人，这些人员以缝纫工为主，就业方式灵活，与户外用品，特别是帐篷、天幕、睡袋等生产需要的产业工人种类相一致。在当前劳动力日益紧张的形势下，崧厦发展露营产业具有得天独厚的人力资源优势。

二、存在的主要问题

后疫情时代，崧厦露营产业除受原材料如铁矿石、钢材、铝、pvc等不断涨价，劳动力及运输成本不断上升影响外，还有以下三方面的困难和问题。

（一）市场渠道单一。崧厦的户外产品主要以贴牌为主，几乎都是订单式跑量生产，主要为骆驼、迪卡侬、三只小驴、探险者等品牌供货。国外市场占比60%，国内市场占比40%。这种简单的来样加工生产方式不但严重地影响了企业家拓展市场的思想，还让生产与营销等高附加值环节相脱离，不能直面市场消费需求，也就不能精准市场定位，导致知名度难以提升，赚取的也只是廉价劳动力的加工费，且随着劳动力成本的不断上升，利润空间持续受到挤压。

（二）同质竞争严重。崧厦整个露营产业偏向传统露营市场，企业单体研发薄弱，产品科技含量低，且在原材料、工艺、配件等方面无标准体系，质量把控不严，导致品质低端。目前，产品主要为便携式帐篷、睡袋及户外沙滩伞等，恒洋、佳旺旅游、盛源旅游、杰立户外、高步旅游等部分企业开始试水天幕等品类。总体来看，露营产业进入门槛低，企业投资少，生产设备简单，尤其低端产品加工体系技术很普通、成熟，产品高度同质化，导致行业内竞争的低价化。

（三）龙头企业和品牌缺失。崧厦目前已涌现出友谊菲诺、天玮雨具等具有一定影响力的企业，且友谊菲诺也已着手在一、二线城市布局户外用品销售。但总体来看，崧厦露营产业还处在起步阶段，没有如义乌“原始人”等具有产业链整合能力的龙头企业，甚至没有周边谢塘“探险者”等自主品牌。龙头企业和品牌建设的缺失直接意味着市场主动权的丧失，导致崧厦企业在生产经营过程缺失话语权，后果是利润空间被无限地压缩，且长期处于被动的、任人摆布的地位。

三、发展的思路

从宏观的维度看，国内露营行业还处在初期阶段，渗透率还很低，有专家估计不到1%，而日本有10%的人参与露营，美国更是高达15%，且人均一年会有四次以上的露营需求。从时间的维度看，发达国家的今天就是我们的未来，加上中国人口的体量又特别大，露营产业发展空间很大。崧厦企业能否抓

住这一机遇，主动适应经济发展新常态和大众消费新特点，深入挖掘内涵，加快结构调整，提升产品附加值，把发展露营产业作为地方经济发展，填补企业淡季，引导全民“创新创业”，实现共同富裕的主要抓手。

（一）政府引导、政策激励。一要出台扶持政策。尽早出台《加快上虞伞艺小镇培育建设若干政策意见》。优先保障露营项目用地。对列入区级以上重点项目且当年度生产设备、网络软硬件等投资额在100万元以上的露营企业，给予40%的补助。对通过使用营销引流工具的露营电商企业，按照实际支付金额的50%予以补助。对年线上销售收入超过500万元的露营产品电子商务企业，一次性给予5万元补助。对新引进的知名露营品牌企业，按经营面积每年最高给予20万品牌运营补助。二要加快伞艺小镇建设。高质量推进总规划面积3.47平方公里，核心范围1平方公里的伞艺小镇建设，重点推进跨境电商园项目建设，为露营产品销售提供平台支撑。三要发挥行业协会作用。充分发挥商会作用，通过行业协会加强与外地户外用品协会的联系与沟通，建立“政府、协会、企业”三位一体的紧密联系型友好关系，及时了解行业动态，增强产业竞争力，真正形成基地优势、行业优势和市场优势。

（二）龙头培育、产业整合。一要培育龙头企业。培育现在具有一定规模和优势的企业，从横向整合开始，整合先进技术、人才、品牌、渠道等核心资源，扩大市场势力，从而增加对市场价格的控制力，获得更高的利润，逐步成为能够自主研发产品、具有市场开拓能力、站在市场前沿、能引领市场，能够肩负起促进地区经济发展重任的龙头企业。二要开展横向整合。初期可学习义乌的“原始人”模式（仅生产电滋炉，销售端整合了露营产业的各个品类），嵊厦企业可在生产帐篷的基础上，销售端整合露营全产业链进行销售。具有一定实力后，再通过服务下游（消费者）、整合上游（要求上游按照我们的要求来生产）、并购中游（找机会并购掉同类企业）等方式，整合从产品设计、仓储运输、原料采购到订单处理、批发经营和终端零售的全产业链条，降低交易

成本，把上游的原材料生产，中游的深加工，下游的零售终端全部掌握在自己的手里，从而在市场整体竞争中和与消费者互动上取得主动和领先地位，形成战略竞争优势。三要加大产业合作。在有一定基础后，开展多元化经营，如加强与产业链之外的横纵联合，加强与旅游业、服装、户外休闲、会展、娱乐、广告等产业链平台的对接与合作，开辟新的利润增长点。

（三）争创品牌、提升价值。一要推广区域品牌。对“中国伞城”区域品牌进行策划包装和市场化运作，增加并突出露营产品内容，加大宣传推广力度，同时，倡导企业在成品吊牌中印“崧厦·中国伞城”区域商标，让露营产品带着“地方名片”走出地方，面向全国，甚至走向世界。增强产业的凝聚力、辐射力，将特色转化为竞争优势。二要争创企业品牌。目前崧厦仅有中国驰名商标仅1件（友谊菲诺），省著名商标4件，要鼓励更多企业申报国家级、省级名牌。引导企业将眼光放远，积极开发新产品，创科技型企业，鼓励企业学会国际、国内市场“双腿”走路，踏踏实实、持之以恒地创建品牌，实现从无牌、贴牌到有牌、品牌生产的转变，从而提高企业规模档次。三要塑造产品品牌。目前国外户外用品品牌主要有北面、哥伦比亚、始祖鸟等，国内主要有探路者、骆驼、牧高笛等。崧厦要根据自身基础和优势，鼓励有条件的企业深入市场调查，了解消费者对品牌的心理需求，根据不同人群对帐篷、睡袋等的功能、款式、设计、面料、质量等偏好，通过细分市场的选择，新颖创意设计和精湛生产工艺制造，精准定位服务人群和产品档次，走出一条差异化发展之路，凸现品牌个性和产品的核心价值，打造自主品牌，增加产品附加值和知名度。

（四）多维展示，拓展渠道。一要设立产品展示区。将一江两岸景观带，曹娥江旅游度假区城南公园、皂李湖周边，虞南管溪两岸等适合展示的区域，作为崧厦户外用品精品展示区，用最直观的方式向社会、公众展示崧厦露营用品；鼓励有条件的企业设立专门的产品展示区。二要探索“营地+”模

式。通过“营地+景区”、“营地+田园”、“营地+研学”、“营地+体育”、“营地+玩乐”、“营地+演艺”等模式，全方位，多角度展示崧厦露营产业，并不断创新新的模式，走多样化的发展道路。三要多渠道并举。如代理渠道模式和批发商、代理商合作模式、扁平化渠道模式(连锁经营)、商场或购物中心或酒店的店中店模式等。

(五) 数字赋能、共创未来。一要搭建平台，在企业大脑中植入露营产业相关数据和信息。持续为企业输出ip□文创、创新要素等精准便捷的信息、人才和技术保障，助力企业向价值链更高的研发设计端和品牌营销端精准发力。二要植入手机。要充分利用新媒体平台，全方位拓展抖音、快手、小红书等线上销售渠道，不断生产更多的内容，开发各种有价值、有趣、好玩的露营新玩法，吸引精准客户，制造精神爽点，找到最低成本的传播路径，实现最小的拓客成本。以更大的格局，更高的视野，明白产品只是入口，我们最终经营的是人群，并利用好人群为我们的产品进行传播。三要培育人才。采取引进、发现、培养等方式，吸引年轻又有创新能力的优秀人才，也可通过与对方合作的方式，运用数字化工具，共同拓展国际、国内市场。通过“线上反哺线下”，即线上培育品牌、打开销售渠道，从而快速带动线下销售，以最经济的形式打造崧厦露营产业可信度和提升市场占有率，真正实现数字赋能。

产业调研报告

产业结构调整调研报告

银产业调研报告

火锅产业调研报告

生猪产业调研报告

情况调研报告能够比较系统的反映本地区的基本情况篇四

xx是一个典型的农业县，全县辖四乡四镇，104个村委（社区），767个自然村，总人口38.54万人，农业人口36.49万人，现有农业劳力21.81万人，农村剩余劳动力7.83万人。

按照市委市政府和市劳促会关于做好劳务产业工作的统一安排、部署及市劳促会《关于召开促进会二届五次常务理事会的通知》要求，我县下发了《关于对全县劳务产业工作进行调研的通知》，要求县劳促会、县产业办对高良乡、葵山镇进行调研，各乡镇对辖区2~3个村委会进行调研，通过半个多月深入调查了解，据实填写“县农村劳动力转移就业情况调查表”、到乡镇和村委会座谈、与个别在家务农的村民交流和电话调查个别外出务工农民的基本情况等形式，针对农村劳动力就业类型、方式、区域、收入等展开调查，掌握了第一手资料，根据《省农村劳动力转移就业特别行动计划》要求，结合实际对农村劳动力转移就业所面临的困难与问题做了全面的分析研究，提出了如何增强就业能力、提高农民工素质等方面的措施和下一步工作意见。

县和省大多数县市一样，遭遇了罕见的特大旱灾，全县50万亩农作物受灾，成灾49万亩，绝收面积达46万亩。全县8个乡镇90个村委会287个自然村8.987万人、4.88万头大牲畜饮水困难，旱灾直接经济损失2.685亿元。为了力保人畜饮水、抓好大春生产，县委政府一方面采取多种措施抗大旱保民生，一方面组织动员培训农村劳动力使其转移就业，将此作为特旱年份的“特别行动”。

针对严重的旱灾实际，我县将“特别行动计划”作为促进农民增收的重要举措来抓，迅速开展调研活动，在掌握基本情况的前提下，提出“旱灾损失劳务补”的思想，采用“因地制宜，分类指导”方法，狠抓农村劳动力转移就业技能培训，

提高农民工的务工技能，不断拓宽农村劳动力转移输出渠道，将此作为组织实施《省农村劳动力转移就业特别行动计划》的突破口。

（一）工作目标

在贯彻落实“特别行动计划”工作中，提出劳务产业在年初任务的基础上，新增转移农村劳动力1万人，确保综合收入比上年增长13%，达4.7亿元以上，人均工资性收入增加150元。

（二）调研基本情况

为了有针对性地做好“特别行动”工作，全面完成各项目标任务，县劳促会、产业办按照省、市、县要求，通过调研，基本掌握了劳务产业及农村劳动力的基本情况。

近三年来，我县累计转移输出农村劳动力6.8万人，转移农村劳动力3.80万人，其中：县内转移1.93万人，县外转移输出1.87万人；三年间累计培训农村劳动力4.35万人，其中：实用技术培训2.93万人，绿色证书培训0.45万人，其它培训0.97万人；实现劳务收入7.86亿元。劳务产业工作促进了全县经济社会的发展和社会主义新农村的建设步伐。

如高良乡，全乡有农业人口25511人，农村劳动力15230人，几年来平均每年有6000~7000劳动力到县内外、省内外打工。据统计，今年春节以来，已外出打工的劳动力6000余人（包括往年外出打工未返乡的3000余人）。春节后外出打工2738人，其中，有序输出转移154人，自发转移2584人，年龄结构为：16~40岁的2304人，40~50岁的372人，50岁以上的62人。文化结构为：小学文化以下1915人，初中文化618人，高中中专113人，大专以下文化28人，参加系统培训的131人，县内209人，省内437人，省外209人。从事一产业215人，二产业1429人，三产业951人。

又如村委会，全村委会有10个自然村795户，3362人，农村劳动力1600人，春节后已外出打工700人，外出打工的劳动力占全村委劳动力的43%。蚌别村小组壮族青年熊玉兴外出打工几年后，学到了一技之长，走上了公司的管理层，不仅回家新建了20万元的小洋房，还带走该村40多名青壮年到该公司打工。新安村是村委会的一个纯瑶族自然村，也是一个贫困村，全村150户，该村几年来平均每户都有一个劳动力到外地打工，几年的外出打工。该村打工回家新建了10~20万元的新砖瓦房70所。瑶族青年邓庭芳是该村的特困户，邓庭芳携带妻子到上海、江苏打工三年，带回10万元资金回家自己动手新建了一幢20万元洋房，摆脱了贫困。

（三）主要做法及措施

1、加强领导，转变作风

县、乡、村三级劳务产业工作领导小组作为“特别行动计划”实施主体，主要领导亲自抓，分管领导具体抓，坚持做到责任到人，任务到人，认识到位。劳动保障、农业、扶贫、工会、妇联、共青团等部门，密切配合，齐抓共管，形成了统分结合、各尽其责的良好局面。

2、加大宣传、工作力度，确保“特别行动计划”圆满完成

按照县委政府的统一安排部署，全县劳务产业各职能部门充分发挥自身优势，积极开展了一系列转移就业活动。县劳动和社会保障局利用节假日，在全县个乡（镇）举办了12场农村劳动力输出现场招聘会，送岗到乡村。县劳务产业办、县总工会、妇联、共青团利用节假日到各乡（镇）发放招工信息、培训信息和举办招聘活动13场，动员农村劳动力在大旱之年走出家门，外出务工，增加收入。县劳务产业办、县劳动和社会保障局、县总工会、妇联联合开展“万人春风行”活动，共开展专项招聘活动9场，共招聘企业工人283人，主要输送到福建、广东等地。截止4月15日，全县新增转移农村

劳动力5945人，其中县外输出1958人，县内转移3987人，完成全年计划数的84.4%。

3、加大培训力度，提高劳动者素质

为进一步提高农村劳动力的整体素质，实现“转得出、稳得住”的目标，县农广校、县职业中学、县农机校等培训机构积极组织各类培训，努力提高农民工的就业技能。到4月15日，全县共培训农村劳动力16698人，其中，职业学历培训1792人，职业技能培训1546人，实用技术培训11534人。

4、加大投资力度，为农村劳动力转移输出创造良好的条件

我县在财政十分困难的情况下，多方筹资，加大对农民工的培训和输出及宣传支持，为推进农村劳动力转移就业创造了良好的条件。

县农村劳动力转移就业工作在县委政府各项有力措施的推动下，得到有序发展。但也存在着一些不容忽视的特点和问题。

(一)投入不足

由于我县财政及其困难，难以配套转移、培训经费，导致工作开展困难较大。

(二)思想认识有待进一步统一

部分干部群众对农村劳动力转移就业“特别行动计划”认识不到位，对劳动力转移输出工作开展能拖就拖，有放任自流的态度，整体配合协调有待进一步改善。

(三)务工人员的整体素质有待提高

由于国家对技能培训标准还比较低，培训数量还比较少，体力型输出还占较大比例，劳动力整体素质有待提高。

(四) 劳动力市场及信息网络建设亟待加强

劳动力市场及信息网络建设投资少、进展慢，劳动力市场供求信息的收集与发布，主要依靠接传真、打电话、看消息、发通知等方式，远远不能适应市场经济的需要，更不能达到与用工单位、企业快速连接的目的。

(一) 加强领导，进一步提高对做好劳务产业工作的认识

各级各部门要加强领导，提高认识，全力以赴实施好扶贫、劳动、农业部门的各类劳动力培训项目，积极配合做好组织动员工作，让每户劳力都参加培训，掌握一点技能，力争实现“剩余劳动力有一个转移一个”的目标。

(二) 加大投入，为农村剩余劳动力的转移创造条件

面对新情况，要做好“特别行动计划”，让农民走出家门，实现稳定增长，不加大财力投入是无法实现的。应持续较大幅度地增加对“特别行动计划”的投入，为抗大旱保稳定提供基础条件。

(三) 建立和完善农村劳动力就业培训教育制度

我县农村劳动力资源丰富，但整体素质不高，难以形成人力资本。这种状况如不改变，势必阻碍农村剩余劳动力转移的进程。结合正在开展的各类劳动力培训项目，整合各方面有关农村劳动力职业教育资源，建立比较完善的农村劳动力就业教育与培训体系。大力发展农村文化教育事业，提高劳动力素质，增强就业竞争能力。改革农村教育体制，在普及农村基础教育的同时，大力发展职业技术教育，开展劳动力就业培训，积极推广实用技术教育。同时应根据农业资源开发利用及农业现代化要求，有效地对农村劳动力分层次、分专业、分类型的一体化培训，综合提高他们的素质技术，给更多的人创造就业条件。

情况调研报告能够比较系统的反映本地区的基本情况篇五

研究课题：

木材

摘要：

举例几种木材，分析其性质，比较与其他板材不同之处。

前言：

调研木材，了解木材，以面对面的方式认识木材，到建材市场或木材市场观察。

正文：

随着科技的发展，木材的质量和种类也逐渐增多，在选购木材的同时要先了解木材，结合所需，选择更适合的木材的种类很多，不同的木材使用的方向也不同，有装饰类的木材，是用天然木材刨切或旋切成厚0.2-1cm的薄片，经拼花后粘贴在胶合板、纤维板、刨花板等基材上制成。这种材料纹理清晰、色泽自然，是种较高级的装饰材料。微薄木贴面板：用水曲柳、柳按木、色木、桦木等旋切成0.1-0.5mm厚的薄片，以胶合板为基材胶合而成，其花纹美丽，装饰性好钙塑板，铝塑板这种板材轻质、隔声、隔热、防潮。主要用于吊顶、墙面的面材。钙塑板铝塑板饰面三夹板：省事又便宜多层板，又叫三夹板和三合板，层数不同叫法不同，它的优劣主要看原料。现在家装中使用的主要是饰面三夹板，即在工厂中已经将非常薄的实木饰面贴在三夹板上。饰面三夹板使用方便，价格也便宜。

像柳安木材质的轻重适中，结构略粗，易于加工，胶结性能

好，干燥过程稍有翘曲和开裂现象，多是用来做三合板或五合板。

杉木：材质松轻，易干燥，易加工，切面粗糙，强度中等，易劈裂，胶着性能好，是目前用得较普遍的中档木材。

水曲柳：材质略硬，花纹美丽，耐腐、耐水性能好，易加工，韧性大，胶结油漆，着色性能好，具有良好的装饰性能，是目前装饰材料中用得较多的一种木材。

木材的种类决定了其作用，

细木工板：防潮效果好，不能直接刷漆可以做家具和包木门及门套、暖气罩、窗帘盒等，其防水性能好。

集成板：不易变形，这是一种新兴的实木材料，采用优质进口大径原木精深加工而成，像手指一样交错拼接的木板。可以直接上色、刷漆，要比细木工板省去一道工序。

密度板：密度板也叫纤维板。是以木质纤维或其他植物纤维为原料，施加脲醛树脂或其他适用的胶粘剂制成的人造板材，按其密度的不同，分为高密度板、中密度板、低密度板。密度板由于质软耐冲击，也容易再加工。在国外，密度板是制作家私的一种良好材料，但由于国家关于密度板的标准比国际的标准低数倍，所以，密度板在我国的使用质量还有待提高。刨花板：刨花板又称碎料板，是利用施加胶料和辅料或未施加胶料和辅料的木材或非木材植物制成的刨花材料等经干燥拌胶(如木材刨花、亚麻屑、甘蔗渣等)，热压而制成的薄板。其中包括甘蔗渣刨花板，渐变结构刨花板等。有很好的装饰性。

纤维板：按容重分为硬质纤维板、半硬质纤维板和软质纤维板3种。硬质纤维板主要用于顶棚、隔墙的面板，板面经钻孔形成各种图案，表面喷涂各种涂料，装饰效果更佳。硬质纤

维板吸声、防水性能良好，坚固耐用，施工方便。

铝扣板：不易变形，可防火、防潮、防静电，吸音隔音，且美观实用。铝扣板表面有冲孔和平面两种。

钙塑装饰板：钙塑装饰板又称钙塑泡沫装饰吸声板，分为一般板和难燃板两种。这种装饰板是用聚乙烯树脂加入无机填料制成，表面有各种凹凸图案或穿孔图案，具有重量轻、保温、吸声、隔热、耐虫、耐水、变形小的特点，外表美观，施工方便，但耐久性及耐老化性稍差。

还有许多功能的板材像防火板防火，塑料复合钢板做墙板和屋面板，芯板抗压强，彩色涂层版也可做墙板等等，也有许多防虫，防潮等木材。

但目前在调研的过程中只是看到一小部分的木材，都是通常长用的木材，较好的木材在木材市场上一般很难看到。

注意事项：

首先要看是否环保，按规定，室内建材的甲醛释放量一定要小于或等于每升1.5毫克，如果超过每升5毫克即为不合标准。其次要看木材含水率，当木材含水率高于环境的平衡含水率时，木材会干燥收缩，反之会吸湿膨胀。木材发生干裂和变形的主要原因是含水率过高或过低。

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

情况调研报告能够比较系统的反映本地区的基本情况篇六

这学期，我们切实按照区教育局、教师进修学校的工作部署，本着“为教师专业成长服务”的原则，以教师的可持续发展为本，以《哈尔滨市中小学教师岗位大练兵手册》为培训重点，侧重教师全员培训和青年教师培训两个层面，采取校本培训、集中培训和自主学习三种形式，做了一些工作，取得了一定成效，现报告汇报如下：

一、校本培训扎实到位。

1、两个落实。

首先人员落实，即分管领导负责，个教研组领导到位，学科科研骨干做好接受培训和培训别人的工作。

其次是机制落实，即落实二级培训机制。进修学校抓分管领导，抓学科骨干的培训；学校则以学科骨干为龙头，负责带动全校培训工作，同时以教研组为单位，全体教师参与培训，实现科研和教研相结合。

2、三个到位。

(1)经费到位：本学期学校投入大量资金，为教师购买大量教育教学用书，用于教师的培训，以保证校本培训的全面落实。

(2)时间到位：学校除了组织教师参加区教师进修学校组织的

集中培训外，学校也在每学期初就制订好校本培训的时间，并按计划认真进行，就算有时在时间上有冲突，学校也会调整培训时间以保证校本培训的总课时。

(3)过程到位：本学期，学校无论是从制定计划，到落实人员，到练习作业和实践过程的考核，全部过程严格按照文件要求，不缩水，不偷工。一步一个脚印，认认真真走过程，踏踏实实做培训。记录过程，做好报告，并严格把好考核关，把培训落实在实处。

二、培训形式丰富多彩。

充分发挥了教研组的合作、交流作用。利用每周的业务学习时间，针对培训中的专题或教学中遇到的疑难问题，各教研组在组长的组织下，开展交流和研讨。开展了以学年组为单位的“百家讲坛”活动，将教师们的学习心得、教学经验、练兵感受以论坛形式诠释，大家互相发表自己的见解，共同探讨、研究、交流。统一认识，解决了教学中的疑难问题，达到了互动、互学、互帮的要求，促进了向“学习型团队”发展。

组织教师对《怎样观课议课》一书重点学习，使教师们对观课议课有了新的理解和认识，提高了业务能力。组织教师进行钢笔字、粉笔字练习。以《岗位练兵手册》为依托，进行全校岗位大练兵活动。

三、青年教师培训行之有效。

为使青年教师迅速成才，加快熟悉教材教法，提高教育教学水平，在以后的教育教学工作中挑起大梁，学校制定了新教师拜师结对活动实施方案。每一位青年教师都有一位指导教师，并签订合同，制订辅导计划，落实辅导措施，定期开展上课、备课、钻研教材等辅导活动。平时努力创造机会，让青年教师通过课堂教学实践活动锻炼能力，提高业务水平。

在培养青年教师迅速成才，使他们成为教学骨干的同时，对学校中热爱教育事业，教学教研能力强的教师加强培训，努力创设机会，推荐他们参加各种培训，外出听课，参加教学研讨活动，对外开课，为这些骨干教师提供了展示自己教学水平机会，提高他们在校内、县内的知名度。学校也涌现出一批具有示范性、先导性的学习骨干教师。她们的教学都具有创新性，别具一格，适合于新一轮课程改革的需要，是深受学生欢迎的课。她们成了我校教师队伍中的骨干力量，带动了全校的课改深入发展，也为全体教师做出了示范。

一学期来，我们充分感受到了教师们的积极进取的激昂热情和乐于接受新思想，敢于实践的创新精神。我们也明白教师的培训工作是一项只有“底线”而没有“上限”的特殊工作，教育教学环境及要求的不断变化更增加了培训工作的难度和效度，为此我们更需要及时报告，不断反思，努力实现师训工作的针对性和实效性。

教师培训情况调研报告3