

2023年调研报告格式及 调研报告格式(模板9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，写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

调研报告格式及篇一

目录依次由企业调查报告的章、节、小节、参考文献、附录等的序号、名称和页码组成。目录内容应简明扼要。

目录二字(三号宋体、加黑)上空一行，下空二行为第一章等等。

章、参考文献、附录均采用四号宋体、加黑，节、小节等小标题及所有页码均采用五号宋体。

章、节、小节的排列示例如下：

第一章这里是第一章的名称

1.1这里是第一章第一节的名

1.1.1这里是第一章第一节第一小节的名

企业调查报告中所用符号(包括缩写词等)都应说明其含义、单位(或量纲)。

在该页的开始，采用四号宋体、加黑、居中打印符号说明四字。每个符号说明占1~2行，符号后面是破折号。含义与单位之间用逗号，最后是句号。每页排1~2列，如果2列排不开，

再另取一页。

正文是企业调查报告的核心部分，占主要篇幅，一般由标题、文字段落、图、表和公式五个部分构成。实事求是，准确完备，合乎逻辑，层次分明，简练可读。

正文的编写格式如下。

1. 标题

每章的标题采用三号宋体、加黑、居中打印；章下空二行为节，采用四号宋体、加黑、居中打印；节下空一行为小节，采用小四号宋体、加黑、左起打印。换行后，采用小四号宋体打印文字段落。

2. 图

图题采用中英文对照，中文在上，英文在下。中文字体为五号楷体，英文字体为五号timesnewroman且第一个英文单词的首字母大写。图题紧接图的下一行左起打印。图中的标注一律采用英文。被引用的图应在图题右上角用方括号标出参考文献序号。

图号按章顺序编号，例如，图3.2(英文为fig.3.2)即为第三章第二图。如果图中含有几个不同部分，应将分图号(如图3.2.1表示图3.2的第一个分图)居中标注在分图下一行，并在图题下列出各部分内容(不写英文)。

绘图必须工整、清晰、规范。其中机械零件图按机械制图规格要求；示意图应能清楚反映图示内容；对于照片，如有必要，应在右下角给出放大标尺；试验结果曲线图应制成方框图。

应将图尽可能置于某页的开始或结尾，并且在图之前的文字段落中有如图x.x的字样。

3. 表

表的编排，一般是内容和测试项目由左至右横读，数据按内容或项目依序对齐竖排。表中只用长度相同、粗细适中的横线(居中)，禁止使用竖线。

表按章顺序编号，如表5.4为第五章第四表。编号的后面空一格，居中打印表的简短确切的标题，且置于表的上方。在中文表标题和表之间，居中打印英文表标题，如table5.4xxxxxxxxx中、英文标题分别采用五号楷体timesnewroman

表内的缩写词和符号等，必须与文字段落中的一致。各符号的单位应尽可能标出。表内不宜用同上、同左等类似词，一律填入数字或文字。表内空白处代表无此项内容。

如果数据已绘成曲线图等，可不再列表。

应将表尽可能置于某页的开始或结尾，并且在表之前的文字段落中有如表x.x的字样。

4. 数学、物理和化学式

数学、物理和化学式在正文中另起一行打印。式的序号按章顺序编排，如(4.2)表示第四章的第二式，并标注在该式所在行(当有续行时，应标注于最后一行)的最右边。

较长的式，另行居中横排。如果式必须转行，只能在+、-、...处转行，上下式尽可能在等号=处对齐。

按正文中参考文献出现的先后顺序用阿拉伯数字在方括号内连续编号，同时，所列的参考文献都应在正文中出现。

视具体情况，将参考文献序号作为上角标，或作为文字段落

的组成部分。如某某人[1, 3, 7~9]对此作了研究、数学模型见文献[1, 5, 9~12]。

参考文献中每条项目应齐全。文献中的作者不超过三位时全部列出;超过三位时只列前三位,后面加等字或etal作者姓名之间用逗号分开,在等字或etal前加逗号;中外人名一律采用姓在前、名在后的著录法。著录时应特别注意各国人的姓名写法,如法国人、德国人、荷兰人、葡萄牙人和巴西人的姓前有词头或冠词。名可以缩写为首字母(大写),但不加编写点。

参考文献的第一页编排是先空一行、采用三号宋体加黑居中打印参考文献四字,再空一行,采用五号宋体、左起、悬挂缩进、依次打印参考文献。

参考文献的著录格式示例

1. 连续出版物

序号作者.题名.刊名,出版年份,卷号(期号):引文所在的起始或起止页码

2. 著作

3. 企业调查报告集

4. 企业调查报告

5. 专利

序号专利申请者、题名、专利国别,专利文献种类,专利号、出版日期

6. 技术标准

序号起草责任者、标准代号，标准顺序号-发布年，标准名称、出版地：出版者，出版年

附录是作为企业调查报告主体的补充部分，并不是必要的。

1. 下列内容可以作为附录编于企业调查报告后：

(2) 由于篇幅过大或取材于复制品而不便于编入正文的材料；

(3) 某些重要的原始数据、数学推导、计算程序、框图、结构图、注释、统计表、计算机打印输出件、重复性数据图表等。

2. 附录中的有关格式

企业调查报告的附录依次为附录a□附录b□附录c等编号。如果只有一个附录，也写成附录a□采用三号宋体、加黑、居中打印附录a□在附录a下一行，采用三号宋体、加黑、居中打印附录的题名。

在附录题名下空一行，采用五号宋体打印附录正文。如果有小标题或更低一级的标题，则采用五号宋体、左起、加黑打印a.1或a.1.1□在每一小标题的上面空一行。

附录中的图、表、式的编号与正文分开，即将a□b□c或取代编号中章的序号。例如图a.1□表b.2□式(c.3)分别表示附录a中的第1个图、附录b中的第2个表、附录c中的第3个式。

(一) 企业调查报告内容一律采用激光打印机双面打印，在正文中有彩色图形更好。纸张大小为a4复印纸，页边距采用：上2.5cm□下2.0cm□左2.5cm□右2.0cm□

(二) 页码编排：自中文摘要开始，到符号说明，采用i□ii□iii□iv□编排页码；自正文开始，到企业调查报告的最后一页，采用阿拉伯数字编排页码。页码一律采用五号宋体，

置于页面底端外侧。

(三)页眉设置：在页眉的下端画一条双横线(两条横线的间距为0.5mm)[]双横线左、右边距分别为2.5cm和2.0cm[]在单页面双横线的上面采用小五号宋体居中打印河北工业大学工商管理硕士(mba)企业调查报告在双页面双横线的上面采用小五号宋体居中打印企业调查报告题目。除了封面、封二外，其他页面均打印此页眉。

(四)编写企业调查报告时，行间距一般采用1.25倍行距。作者可以根据具体情况做适当调整，但行间距不可太大或太小。

调研报告格式及篇二

2、客户（委托人）

3、调研公司

4、日期

内容目录

1、章节标题和副标题，附页码

2、图表目录

3、附录目录

执行性摘要

1、目标的简要陈述

2、调研方法的简要陈述

3、主要调研结果的简要陈述

4、结论与建议的简要陈述

5、其他相关信息（如特殊技术、局限、背景信息）

分析与结果（详细）

1、调查基础信息

2、一般性的介绍分析类型

3、表格与图形

4、解释性的正文

结论与建议

调查方法

1、研究类型、研究意图、总体的界定

2、样本设计与技术规定

a□样本单位的界定

b□设计类型（概率性与非概率性，特殊性）

3、调查问卷

a□一般性描述

b□对使用特殊类型问题的讨论

4、特殊性问题或考虑

5、局限

a□样本规模的局限

b□样本选择的局限

c□其他局限（抽样误差、时机、分析等）

附录

1、调查问卷

2、技术性附录（如统计工具、统计方法）

3、其他必要的附录（如调查地点的地图等）

如何撰写市场调研报告

调查报告是整个调查工作，包括计划、实施、收集、整理等一系列过程的总结，是调查研究人员劳动与智慧的结晶，也是客户需要的最重要的书面结果之一。

它是一种沟通、交流形式，其目的是将调查结果、战略性的建议以及其他结果传递给管理人员或其他担任专门职务的人员。

因此，认真撰写调查报告，准确分析调查结果，明确给出调查结论，是报告撰写者的责任。

1. 题页

题页点明报告的主题。包括委托客户的单位名称、市场调查的单位名称和报告日期。调查报告的题目应尽可能贴切，而又概括地表明调查项目的性质。

2. 目录表

3. 调查结果和有关建议的概要

这是整个报告的核心，既简短，又切中要害。使阅读者既可以从大致了解调查的结果，又可从后面的本文中获取更多的信息。

有关建议的概要部分则包括必要的背景、信息、重要发现和结论，有时根据阅读者之需要，提出一些合理化建议。

4. 本文(主体部分)

包括整个市场调查的详细内容，含调查使用方法，调查程序，调查结果。对调查方法的描述要尽量讲清是使用何种方法，并提供选择此种方法的原因。

在本文中相当一部分内容应是数字、表格，以及对这些的解释、分析，要用最准确、恰当的语句对分析作出描述，结构要严谨，推理要有一定的逻辑性。

在本文部分，一般必不可少地要对自己在调查中出现的不足之处，说明清楚，不能含糊其辞。必要的情况下，还需将不足之处对调查报告的准确性有多大程度的影响分析清楚，以提高整个市场调查活动的可信度。

5. 结论和建议

应根据调查结果总结结论，并结合企业或客户情况提出其所面临的优势与困难，提出解决方法，即建议。对建议要作一简要说明，使读者可以参考本文中的信息对建议进行判断、评价。

6. 附件

附件内容包括一些过于复杂、专业性的内容，通常将调查问卷、抽样名单、地址表、地图、统计检验计算结果、表格、制图等作为附件内容，每一内容均需编号，以便查寻。

市场调研报告格式

在品牌推广之前，第一步必须进行的是对目标市场的了解、分析和研究。市场调查报告，或称市场研究报告、市场建议书是广告文案写作的一个要件。阅读市场调研报告的人，一般都是繁忙的企业经营管理者或有关机构负责人，因此，撰写市场调查报告时，要力求条理清楚、言简意赅、易读易懂。

一、市场调查报告的格式一般由：标题、目录、概述、正文、结论与建议、附件等几部分组成。

（一）标题

标题和报告日期、委托方、调查方，一般应打印在扉页上。

□

（二）目录

目录

- 1、调查设计与组织实施
- 2、调查对象构成情况简介
- 3、调查的主要统计结果简介
- 4、综合分析
- 5、数据资料汇总表

6、附录

（三）概述

概述主要阐述课题的基本情况，它是按照市场调查课题的顺序将问题展开，并阐述对调查的原始资料进行选择、评价、作出结论、提出建议的原则等。主要包括三方面内容：

第一，简要说明调查目的。即简要地说明调查的由来和委托调查的原因。

第二，简要介绍调查对象和调查内容，包括调查时间、地点、对象、范围、调查要点及所要解答的问题。

第三，简要介绍调查研究的方法。介绍调查研究的方法，有助于使人确信调查结果的可靠性，因此对所用方法要进行简短叙述，并说明选用方法的原因。例如，是用抽样调查法还是用典型调查法，是用实地调查法还是文案调查法，这些一般是在调查过程中使用的方法。另外，在分析中使用的方法，如指数平滑分析、回归分析、聚类分析等方法都应作简要说明。如果部分内容很多，应有详细的工作技术报告加以说明补充，附在市场调查报告的最后部分的附件中。

（四）正文

正文是市场调查分析报告的主体部分。这部分必须准确阐明全部有关论据，包括问题的提出到引出的结论，论证的全部过程，分析研究问题的方法，还应当有可供市场活动的决策者进行独立思考的全部调查结果和必要的市场信息，以及对这些情况和内容的分析评论。

（五）结论与建议

结论与建议是撰写综合分析报告的主要目的。这部分包括对

引言和正文部分所提出的主要内容的总结，提出如何利用已证明为有效的措施和解决某一具体问题可供选择的方案与建议。结论和建议与正文部分的论述要紧密对应，不可以提出无证据的结论，也不要没有结论性意见的论证。

（六）附件

附件是指调查报告正文包含不了或没有提及，但与正文有关必须附加说明的部分。它是对正文报告的补充或更详尽说明。包括数据汇总表及原始资料背景材料和必要的工作技术报告，例如为调查选定样本的有关细节资料及调查期间所使用的文件副本等。

二、市场调查报告的内容

市场调查报告的主要内容有；

第一，说明调查目的及所要解决的问题。

第二，介绍市场背景资料。

第三，分析的方法。如样本的抽取，资料的收集、整理、分析技术等。

第四，调研数据及其分析。

第五，提出论点。即摆出自己的观点和看法。

第六，论证所提观点的基本理由。

第七，提出解决问题可供选择的建议、方案和步骤。

第八，预测可能遇到的风险、对策。

产品构思和调研报告的参考格式

1. 产品构思

说明产品的主要功能是什么，产品如何开发，谁购买和使用产品，如何销售。

2. 市场调查

说明市场发展历史和趋势，市场总额与份额统计等。

3. 政策调查

调查与本产品相关的政策。

4. 同类产品调查

调查同类产品功能、质量、价格，以及主要优点和主要缺点。

5. 竞争对手调查

调查各竞争对手的市场状况，以及他们在研发、销售、资金、品牌等方面的实力。

6. 用户调查

调查一些老用户和潜在用户，记录他们的需求与建议。

可行性分析报告的参考格式

1. 市场分析

(1) 分析市场发展历史与发展趋势，说明本产品处于市场的什么发展阶段；

(2) 本产品和同类产品的价格分析；

(3) 统计当前市场的总额，竞争对手所占的份额，分析本产品能占多少份额。

(4) 产品消费群体特征，消费方式以及影响市场的因素分析。

2. 政策调查

(1) 分析有无政策“支持”或者“限制”；

(2) 分析有无地方政府（或其它机构）的“扶持”或者“干扰”。

3. 技术和时间分析

(1) 从技术角度分析本产品“做得了吗？”，“做得好吗？”；

(2) 按照正常的运作方式，开发本产品并投入市场还来得及吗？

(3) 预算中的人员能及时到位吗？

(4) 预算中的软硬件能及时到位吗？

4. 成本—收益分析

(1) 估计总成本；

(2) 估计总收益。

分析

(1) 我们的强项是什么？我们如何利用这些强项？

(2) 我们的弱项是什么？我们如何减少这些弱项的影响？

(3) 市场为我们提供什么样的机会？我们如何把握这些机会？

(4) 什么威胁着我们的成功？我们如何有效地对付这些威胁？

6. 其它

例如知识产权分析

(1) 分析是否已经存在某些专利将妨碍本产品的开发与推广；

(2) 分析本产品能否得到知识产权保护，如何获得？

房地产项目可行性研究分析报告写作格式

第一部分项目总论

1. 项目概况

1.1 项目名称

1.2 项目建设单位

1.3 项目位置（四至范围）

1.4 项目周边目前现状

1.5 项目性质及主要特点

1.6 项目地块面积及边界长

1.7 研究工作依据

1.8 研究工作概况

2. 可行性研究结论

- 2.1 市场分析预测
- 2.2 项目地块分析
- 2.3 项目规划方案
- 2.4 项目工程进度
- 2.5 投资估算及资金筹措
- 2.6 项目财务与经济评价
- 2.7 项目综合评价结论
- 3. 主要技术经济指标表
- 4. 项目存在问题与建议

第二部分 项目背景

1. 项目提出背景

- 1.1 项目所在区域商业发展情况
- 1.2 所在区域政策、经济及产业环境
- 1.3 项目发起人及发起缘由

2. 项目发展概况

- 2.1 已进行的调查研究项目及成果
- 2.2 项目地块初勘及初测工作情况
- 2.3 项目建议书编制、提出及审批过程

3. 项目投资的必要性

第三部分市场研究

1. 市场供给

1.1 所在区域内商业用房现有供给量及结构情况调查

1.2 所在区域内商业用房未来供给量及结构情况调查

1.3 其他替代性产品供给量情况调查研究

2. 市场需求

2.1 所在区域内商业用房的租用情况调查

2.2 所在区域内在售商业用房销售情况调查

2.3 其他替代性产品租售情况调查

3. 市场价格

3.1 所在区域内商业用房销售价格情况调查

3.2 所在区域内商业用房租赁价格情况调查

4. 市场预测

4.1 未来该区域内商业用房需求预测

4.2 销售及租赁价格预测

5. 市场推销

5.1 推销方式及措施

5.2产品推销费用预测

第四部分项目研究

1. 地块特征分析

1.1项目区位分析

1.2项目

交通分析

1.3项目人流分析

1.4项目周边规划

2. 项目swot分析

2.1项目优势分析

2.2项目劣势分析

2.3项目机会分析

2.4项目威胁分析

3. 项目定位方案

3.1项目产品方案

3.2主要功能建筑规模

3.3主要技术经济指标

第五部分投资估算

房地产项目一般采用分项估算法，然后进行汇总，其主要内容包括：

1. 土地费用
2. 前期工程费用
3. 建筑安装工程费用
4. 基础设施建设费用
5. 公共配套设施建设费用
6. 管理费用
7. 销售费用
8. 财务费用
9. 各种税金支出
10. 其他成本支出估算

第六部分开发进度

第七部分资源供给

1. 资金筹集与使用计划
2. 建筑材料的需要量、供应计划和采购方式
3. 施工力量组织计划
4. 项目施工期间的动力、水电等供应

5. 项目竣工投入使用后水、电、气、通讯等的供应

第八部分财务评价

1. 获利性评价

1.1 成本利润率

1.2 销售利润率

2. 效率评价

2.1 经营比率

2.2 资金利用率

3. 信誉评价

3.1 流动比率

3.2 杠杆比率

4. 静态获利分析

4.1 投资收益率(r)

4.2 投资回收期(pt)

5. 动态获利分析

5.1 财务净现值[fv]

5.2 财务净现值率(fvr)

第九部分风险评价

1. 盈亏平衡分析

2. 敏感性分析

- 2.1 变动因素一

- 2.2 变动因素二

第十部分综合评价

1. 经济评价（定性）

2. 社会评价（定性）

3. 环境评价

4. 存在问题与建议

5. 总体结论及建议

报告的结构体系应包括，调研目的、调研方法、调研范围以及数据分析在内的一系列内容。这种体系基本上在每个同类型的报告中都适用，因此，此处不做更详细的说明，以下内容主要针对数据分析结论的表现方法。

关于数据分析的部分，通常情况下是采用图表表示的。图表是最行之有效的表现手法，它能非常直观的将研究成果表示出来。在将调研的分析结果变成令人信服的图表之前，首先要谨记，它只是一种传递和表达信息的工具，使用它的重要原则是“简单、直接、清晰、明了”。每个图表只包含一个信息，图表越复杂，传递信息的效果就越差。

在实际操作中，各种表格、组织图表、流动图表、矩阵等都被大量的运用到报告中，但总的来说，以下几种图表形式是最常用的：柱状图表、条形图表、饼形图表、线形图表。

使用图表的目的在于：将复杂的数据变成简单、清晰的图表，让人能够一目了然的了解数据所表达的涵义。那么，如何选择不同类型的图表来表现不同类型的数据？首先，我们应先明确数据所表达的主题，然后确定可能使用的图表类型。

通常我们的研究数据所体现的关系是：频率分布、成分、时间序列、项类或相关性。要表达一个主题明确的数据，可能会有多种图表形式。但是，哪种是最能将数据表达清楚的呢？这就要求我们的主题(即图表标题)突出重点，点明主题。让我们来看一个例子，这个例子能将以上的意思，表达的非常明确。

这里的标题描述了图表的内容范围，大多数读者在看了这个图表后，都会把注意力集中到城西，认为图表的主题是“城西是绝大多数的消费者可能选择的区域”。但是，制图者可能是想表达“选择城北和城东的消费者较少，但随着城市建设的进行，将具有较大的发展潜力”。为了使读者将注意力集中在我们希望他注意的数据上，所以，我们可以在一般标题后附加一个重点标题：城北和城东将有更大的发展潜力。

既然已经确定了要表达的重点，那么接下来就是要明确数据间的相互关系，若是表示占频率分布、对比等关系，则除线形图表以外的其它几种基本图表格式都可以使用；在实际工作中可根据具体需要进行选择。总之，条形图表应该是应用最广的类型，而柱状图表是用得最多的另一种类型，这两种图表基本占整个报告中图表总数的半数左右；而线形图表和饼形图表的使用则应相对减少，更多的是将各种综合运用，如线形图表加上柱状图表，或饼形图表加上条形图表。

在用图表表达数据的同时，还要注意一些细节的处理。比如：使用柱状图表和条形图表时，柱体之间的距离应小于柱体本身；在说明文字较多时，用条形图表表示更清晰，便于读者辨认；在使用饼形图表时，应在标明数据的同时，突出数据的标识。即：同时使用数值与数据标识。

在我们进行过程中，请记住：选择和使用图表不是一个绝对精确的科学，所以你会注意到一些比较自由的限定词，如：总的来说、大多数情况、绝大多数、少数情况等等。所有这些都说明必须根据你的判断来怎样设计出最好的图表。另外，要完成一份合格的报告不能只是单纯的使用图形，还应根据实际情况尽可能的使用一些表格来丰富整个报告形式，使其不致太过单一。

一份合格而优秀的报告，应该有非常明确、清晰的构架，简洁、清晰的数据分析结果，其中的含义是需要在实际工作过程中去体会，自己加以总结。一份合格的报告不应该仅仅是简单的看图说话，还应该结合项目本身特性及项目所处大环境对数据表现出的现象进行一定的分析和判断，当然一定要保持中立的态度，不要加入自己的主观意见。另外，通常的市场调研报告都会有一个固定的模式，我们应该根据不同项目的不同需要，对报告的形式、风格加以调整，使市场调研报告能够有更丰富的内涵。

调研报告格式及篇三

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。陈述式如《教学反思实效性研究实验调查》，提问式如《为什么要进行教学反思实效性研究》，正副标题结合式，正题陈述调查报告的主要结论或提出中心问题，副题标明调查的对象、范围、问题，这实际上类似于“发文主题”加“文种”的规范格式，如《提高教师教学反思质量××××教学反思实效性研究的调查报告》等。

正文一般分前言、主体、结尾三部分。

1、前言。有几种写法：第一种是写明调查的起因或目的、时

间和地点、对象或范围、经过与方法，以及人员组成等调查本身的情况，从中引出中心问题或基本结论来；第二种是写明调查对象的历史背景、大致发展经过、现实状况、主要成绩、突出问题等基本情况，进而提出中心问题或主要观点来；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。

调研报告格式及篇四

大部分大学生认为中国传统节日是具有深远意义的，是值得倡导并隆重举行的，比如说“端午节”是纪念我们伟大的爱国英雄——屈原的；还有部分大学生认为对中国传统节日的了解程度不是很高，不明白部分节日的意义，所以表示不是很提倡，有的人甚至表示对中国传统节日都不是很了解，在调查中我发现很多人不能完全说出中国传统节日有哪些，有些竟然表示不知道“端午节”这个节日。

二、当代大学生对西方国家节日的了解及重视程度

部分大学生认为要与西方国家“接轨”，要学习西方的先进科技及文化，就必须接受西方国家的文化及节日传统；大多数人表示对于西方国家的节日既不能说完全摒弃，也不能说是完全不接受，中西方文化的交流和融合并不代表是否定某一方，而是两者的融合，对于节日这一问题而言，他们表示

可以接受，但不会去隆重庆祝，毕竟那是别人的节日。

三、大学生热衷外国节日的主要原因

由于对我国文化、民族传统知识的欠缺以及盲目从众崇洋媚外的心理导致部分大学生对外国节日表现出“狂热”的态度，中国文化博大精深，而当代大学生从小就被社会定位为为了考试而拼命学习的一类人，大部分时间都用来“钻研”那些课本知识以应付考试，忽视了对中国传统文化知识的了解，错误的认为科技、经济等某方面优于中国的部分西方国家就是自己的偶像，从而导致崇洋媚外，热衷于外国的文化教育及服饰等各种东西，当然西方国家的节日也成为他们青睐的对象。

四、调查中出现的令人“匪夷所思”的问题

在调查时与部分大学生的交流中，发现了极少部分大学生的一些令人无奈又“匪夷所思”的观点。

1、建议给中国传统节日重新“易名”

极少部分大学生由于对西方国家的过度崇拜，竟然给部分中国传统节日加上一个类似于西方节日名字的名字，比如“中国情人节”，更令人无语的是有人建议将“清明节”改名为“中国鬼节”。

2、部分人表示“不承认”中国有些传统节日

部分人认为当“节日”的概念被“假日”替换以后，是节日就应该有假期，可是中国的很多节日都没有放假时间，这样一来，他们觉得这些节日不能算是真正意义上的节日，从而忽视甚至不承认那是中国传统节日。他们表示这样的节日犹如“食而无味”，所以不愿接受。

五、保护中国传统节日文化遗产刻不容缓

在调查中，少量大学生对韩国申报端午祭为世界文化遗产的成功这一事件表示义愤填膺，他们认为中国人民应注重保护自己的文化遗产，对于**年韩国申报中国的“端午节”为他们的节日这一事件，我们应该予以重视，对于这些非物质文化遗产，我们每个中国人都应该去重视，保护中国传统节日等非物质文化遗产刻不容缓。

六、结论与建议

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。

七、附录

由于我的调查时口头形式的，所以没有统计初详细的数据，该报告只是反映了调查中出现的显著问题，故不能作为有力的论据。

调研报告格式及篇五

一个项目的好坏，主要还是看标题，标题是市场调研报告的题目，一般有两种构成形式：

2、市场调研报告标题——文章式标题，即用概括的语言形式直接交待调研的内容或主题，例如《中国小包装食用油 行业分析及预测报告》。实践中，这种类型市场调研报告的标题多采用双题（正副题）的结构形式，更为引人注目，富有吸引力。例如《□xx—20xx年中国毛纱线市场竞争力调研及发展趋势研究报告》。

引言也很重要，引言又称导语，是市场调研报告正文的前置部分，要写得简明扼要，精炼概括。一般应交待出调研的目的、时间、地点、对象与范围、方法与与调研者自身相关的情况，也可概括市场调研报告的基本观点或结论，以便使读者对全文内容、意义等获得初步了解。然后用一过渡句承上启下，引出主体部分。用简要文字交待出了调研的主体身份，调研的时间、对象和范围等要素，并用一过渡句开启下文，写得合乎规范。这部分文字务求精要，切忌罗嗦芜杂；视具体情况，有时亦可省略这一部分，以使行文更趋简洁。

这部分是市场调研报告的核心，也是写作的重点和难点所在。它要完整、准确、具体地说明调研的基本情况，进行科学合理地分析预测，在此基础上提出有针对性的对策和建议。具体包括以下三方面内容：

市场调研报告——情况介绍：市场调研报告的情况介绍，即对调研所获得的基本情况介绍，是全文的基础和主要内容，要用叙述和说明相结合的手法，将调研对象的历史和现实情况包括市场占有情况，生产与消费的关系，产品、产量及价格情况等表述清楚。在具体写法上，既可按问题的性质将其归结为几类，采用设立小标题或者撮要显旨的形式；也可以时间为序，或者列示数字、图表或图像等加以说明。无论如何，都要力求做到准确和具体，富有条理性，以便为下文进行分析和提出建议提供坚实充分的依据。

市场调研报告——分析预测：市场调研报告的分析预测，即在对调研所获基本情况进行分析的基础上对市场发展趋势作出预测，它直接影响到有关部门和企业领导的决策行为，因而必须着力写好。要采用议论的手法，对调研所获得的资料条分缕析，进行科学的研究和推断，并据以形成符合事物发展变化规律的结论性意见。用语要富于论断性和针对性，做到析理入微，言简意明，切忌脱离调研所获资料随意发挥，去唱“信天游”。

市场调研报告——营销建议：这层内容是市场调研报告写作目的和宗旨的体现，要在上文调研情况和分析预测的基础上，提出具体的建议和措施，供决策者参考。要注意建议的针对性和可行性，能够切实解决问题。

调研报告格式及篇六

为认真贯彻中央、省、州关于机构改革工作的有关部署，按照《机构改革方案》精神，根据中共省委办公厅省人民政府办公厅印发《关于深化市场监管等领域综合行政执法改革的实施意见》的通知文件要求，结合实际，在巩固前期改革成果的基础上，继续深化综合行政执法体制改革，与县级机构改革统筹推进、同步实施，进一步加大执法机构优化整合力度，提高执法效能。按照中央省市对综合行政执法体制改革的政策规定要求，我县稳妥有序地推进综合行政执法体制改革工作。

（一）优化配置执法资源，凝聚执法合力。坚持相对集中、优化整合的原则，将县相关部门的行政执法职责整合，组建县综合行政执法局，为县政府工作部门，负责全县综合行政执法的组织实施、综合协调和监督考核等相关工作。按照成熟一批，划转一批的原则，目前已划转到位自然资源管理（含规划执法）、城市管理、文化市场（除旅游执法）等执法职能，下一步，将按照中央、省、州有关要求，将生态环境、文化市场、交通运输、农业、市场监管等五领域的执法队伍逐步划转到综合行政执法局，逐步实现“一个部门一个机构管执法；成立综合执法大队，实行跨部门跨领域综合执法；有效解决了多头执法和推诿扯皮问题。

（二）完善执法体制机制，提高执法效能。坚持无缝衔接、协同高效，拟出台了《综合行政执法实施办法（试行）》，建立联席会议、信息共享、案件移送等行政执法与业务主管部门、刑事司法部门的协调配合机制，构成事前预防、事中检查、事后查处有机结合的长效监管机制；实行“局队合一”体制，统一以主管部门名义执法，压实对主管部门履行

行政执法职责和加强队伍建设的职责；对执法规范、执法协作、执法监督、执法保障等方面作出明确规定，进一步理顺职责权限和运行机制，提高了行政执法效能。

（三）加强力量配备，优化人员编制。一是改变以往的重审批轻监管的管理方式，把更多行政资源从事前审批转到加强事中事后监管上来，并按照“编随事走、人随编走”的原则有序整合执法队伍，将人员编制向执法岗位倾斜。二是严把人员进口关，全面清理规范临时人员和编外聘用人员，严禁使用辅助人员执法。三是对执法队伍编制底数进行锁定管理，严禁挤占、挪用本应用于公益服务的事业单位编制，确保有足够的资源履行综合执法职责。四是按照“老人老办法、新人新办法”的原则，对干部职工作出妥善安排，不搞断崖式的精简分流人员。

（四）规范运行机制，提高执法效能。一是全面清理规范精简执法事项，实行行政执法事项清单管理制度，并依法及时动态调整。二是全面落实执法责任制，严格限制自由裁量权，建立健全权责明晰的监管执法职责体系和职责追究机制，大力提升执法效能。三是建立健全综合行政执法沟通协调机制、联席会议制度、案件移送制度、联动协作机制，加强执法协同，降低执法成本，构成执法合力。四是加快建设执法队伍，实行持证上岗和资格管理，提高执法人员业务本事和综合素质。五是加强综合执法经费保障，严格执行罚缴分离和收支两条线管理制度，规范执法程序和执法行为。

（一）现行管理体制有待进一步理顺。一是新组建的综合行政执法局与上级管理部门之间工作关系尚未理顺。我县把分属于不一样部门的执法职责和执法队伍整合到新组建的综合行政执法局后，原部门不再行使被划转的执法权，而州级又未组建综合行政执法机构，所以，各部门为了对应上级主管部门下达的工作任务和执法要求，在工作中仍与新组建的综合行政执法局存在较多职责交叉和衔接合作问题。二是管与罚界限不明晰，执法效果难以维持。实施综合行政执法改革

后，行业审批、日常监管等管理职责在行政审批和行政主管部门，行政处罚权在综合行政执法部门。有的部门还混淆了管理和执法的性质，将监管职能转移到执法层，以罚代管，将压力过度集中于末端执法环节，导致管理权限和处罚权限简单割裂，前期管理跟不上，执法效果难以维持，管理和执法效率双低下，容易出现管理真空，造成新的推诿扯皮。

（二）缺乏有力的法律法规支撑。综合执法机构具备法律法规授权是实行综合执法的大前提。目前，我国有关综合执法的依据散见于《行政处罚法》《行政强制法》中部分授权性条款规定以及国务院制定的关于推进相对集中行政处罚权工作的一系列通知和决定中，各地综合执法机构的管理模式、执法范围不尽相同。

（三）综合执法横向联动配合不够。一是综合行政执法部门与职能部门之间信息共享不够。目前，信息资源共享平台尚未建立，综合执法机构与职能部门的信息不对称，影响了执法效率。尤其是在住建、规划、国土等领域，职能部门掌握着许可、验收、办证等关键信息，对违建案件的查处多来自群众举报或日常巡查，导致综合执法较为被动。二是执法机构与司法部门联动不够。综合执法部门在实际执法过程中常需要申请公安、法院协助强制执行。可是，公安警力和法院执行力量有限，申请程序复杂、环节多，造成部分阻碍执行公务的案件处理不及时，或部分申请执行的综合行政执法案件不能及时执行到位，这就削弱了综合执法的效力。

（四）综合执法队伍管理有待优化。一是综合执法人员数量不足，不能满足执法基本需求。县级普遍存在行政编制少的问题，虽然县级执法机构数量多，可是执法人员严重不足。大部门执法机构均为参公事业编制，有部门执法机构还是事业编制。随着城市框架拉大，城镇化工作不断推进，执法任务越来越重，所需执法人员也越来越多。此外，部分领域的执法专业性技术和专业知识要求较高，而职能部门存在只将执法职能下放，往往未将与这些执法职能相关的专业人员、

设备、经费及时下放的现象，这就造成综合执法职责与现有执法力量不匹配。二是综合执法人员身份多样，不利于统一管理。在县级综合执法队伍中，不仅仅有行政编制人员、参公人员，事业编制人员，还有很多的工勤身份人员。这是因为在综合执法体制改革中，是按“编随事走，人随编走”的原则进行划转，同时为了维护改革的稳定，对部门的执法机构连人带编制整体进行划转。这样就造成了机构性质和人员身份的不一样。另一方面，执法人员身份多样，且来自不一样执法领域，缺乏综合执法学习和培训。综合执法要将多项行政执法职能同时聚合在一个部门，而不一样部门执法事项的执法依据、流程、处罚措施，甚至执法文书等都要求各异，这对于执法人员的本事素质是一项很大考验。

（一）理顺现行管理体制。一是省、州各有关行政主管部门在加强系统内部工作指导的同时，还要加强对综合行政执法部门的工作指导。如平日要加强对县级综合执法机构人员的法律法规知识和业务工作培训学习，指导并组织协调系统内各级行政管理部门做好与综合执法机构之间的工作衔接，减少不必要的工作量。二是改革应结合县级政府权力清单和职责清单“两单融合”工作共同推进。省、州相关部门应按照现行法律法规、规章要求，对各县（市、区）划转综合执法机构执法权问题进行研究和指导，异常是生态环境、文化市场、交通运输、农业、市场监管等五领域监管工作职责的部门应依法明确县级部门划转职权的标准和范围，统一授权或委托执法职权的样本，便于各县（市、区）执行操作。

（二）健全完善综合执法方面的法律法规。明确上位法，让综合行政执法工作有法可依。可经过从国家层面制定一部全国性的综合执法领域法律法规，打破部门立法惯例，从更高层次明确综合执法的职责定位以及执法主体、权限范围、执法程序等，厘清综合执法机构与各职能部门的关系，明确各层级政府的职责权限，坚决杜绝法外设权，从而促进综合执法工作依法推进、协调发展。

（三）加强行政执法与司法衔接。建立综合行政执法机构与公安机关、检察机关、审判机关信息共享、案情通报、案件移送制度，实现行政处罚和刑事处罚无缝对接。完善案件移送标准和程序，细化并严格执行执法协作相关规定。

（四）利用大数据手段加强综合执法机构和人员的规范化管理。推行“智慧执法”模式，充分利用先进的大数据手段加强对综合执法人员的业务培训和管理；建立持证上岗制度，并配备与执法任务相匹配的装备和设施，提高执法人员的法律素质、业务素质和执法水平。设置合理的执法人员的年龄结构，扩大执法人员新录用渠道，随着执法人员的新旧交替，引入高素质的专业执法人员，逐步提高执法人员素质。此外，利用综合治理平台、执法记录仪等手段，加强执法监督。严格执行处罚与收缴分离的法定原则，树立规范执法的良好形象。

调研报告格式及篇七

1. 报告正文一般分调研的总体情况介绍，分析问题的主、客观原因和制约、影响因素，解决问题的思路、对策和可行性，结论等四大部分。
2. 报告字数不低于3000字。
3. 报告题目一般不超过25个字，要简练准确，可分两行书写。
4. 作者处于报告题目正下方，须写明系部、专业、年级、姓名；有指导教师可注明。

调研报告格式及篇八

二、目录

目录依次由企业调查报告的章、节、小节、参考文献、附录

等的序号、名称和页码组成。目录内容应简明扼要。

目录二字(三号宋体、加黑)上空一行，下空二行为第一章等等。

章、参考文献、附录均采用四号宋体、加黑，节、小节等小标题及所有页码均采用五号宋体。

章、节、小节的排列示例如下：

第一章这里是第一章的名称

1.1这里是第一章第一节名称

1.1.1这里是第一章第一节第一小节的名称

三、符号说明

企业调查报告中所用符号(包括缩写词等)都应说明其含义、单位(或量纲)。

在该页的开始，采用四号宋体、加黑、居中打印符号说明四字。每个符号说明占1~2行，符号后面是破折号。含义与单位之间用逗号，最后是句号。每页排1~2列，如果2列排不开，再另取一页。

四、正文

正文是企业调查报告的核心部分，占主要篇幅，一般由标题、文字段落、图、表和公式五个部分构成。实事求是，准确完备，合乎逻辑，层次分明，简练可读。

正文的编写格式如下。

1. 标题

每章的标题采用三号宋体、加黑、居中打印;章下空二行为节,采用四号宋体、加黑、居中打印;节下空一行为小节,采用小四号宋体、加黑、左起打印。换行后,采用小四号宋体打印文字段落。

2. 图

图题采用中英文对照,中文在上,英文在下。中文字体为五号楷体,英文字体为五号timesnewroman且第一个英文单词的首字母大写。图题紧接图的下一行左起打印。图中的标注一律采用英文。被引用的图应在图题右上角用方括号标出参考文献序号。

图号按章顺序编号,例如,图3.2(英文为fig.3.2)即为第三章第二图。如果图中含有几个不同部分,应将分图号(如图3.2.1表示图3.2的第一个分图)居中标注在分图下一行,并在图题下列出各部分内容(不写英文)。

绘图必须工整、清晰、规范。其中机械零件图按机械制图规格要求;示意图应能清楚反映图示内容;对于照片,如有必要,应在右下角给出放大标尺;试验结果曲线图应制成方框图。

应将图尽可能置于某页的开始或结尾,并且在图之前的文字段落中有如图x.x的字样。

3. 表

表的编排,一般是内容和测试项目由左至右横读,数据按内容或项目依序对齐竖排。表中只用长度相同、粗细适中的横线(居中),禁止使用竖线。

表按章顺序编号,如表5.4为第五章第四表。编号的后面空一格,居中打印表的简短确切的标题,且置于表的上方。在中文表标题和表之间,居中打印英文表标题,

如table 5.4xxxxxxx中、英文标题分别采用五号楷体timesnewroman

表内的缩写词和符号等，必须与文字段落中的一致。各符号的单位应尽可能标出。表内不宜用同上、同左等类似词，一律填入数字或文字。表内空白处代表无此项内容。

如果数据已绘成曲线图等，可不再列表。

应将表尽可能置于某页的开始或结尾，并且在表之前的文字段落中有如表x.x的字样。

4. 数学、物理和化学式

数学、物理和化学式在正文中另起一行打印。式的序号按章顺序编排，如(4.2)表示第四章的第二式，并标注在该式所在行(当有续行时，应标注于最后一行)的最右边。

较长的式，另行居中横排。如果式必须转行，只能在+、-、、处转行，上下式尽可能在等号=处对齐。

五、参考文献

按正文中参考文献出现的先后顺序用阿拉伯数字在方括号内连续编号，同时，所列的参考文献都应在正文中出现。

视具体情况，将参考文献序号作为上角标，或作为文字段落的组成部分。如某某人[1, 3, 7~9]对此作了研究、数学模型见文献[1, 5, 9~12]。

参考文献中每条项目应齐全。文献中的作者不超过三位时全部列出；超过三位时只列前三位，后面加等字或etal作者姓名之间用逗号分开，在等字或etal前加逗号；中外人名一律采用姓在前、名在后的著录法。著录时应特别注意各国人的姓名

写法，如法国人、德国人、荷兰人、葡萄牙人和巴西人的姓前有词头或冠词。名可以缩写为首字母(大写)，但不加编写点。

参考文献的第一页编排是先空一行、采用三号宋体加黑居中打印参考文献四字，再空一行，采用五号宋体、左起、悬挂缩进、依次打印参考文献。

参考文献的著录格式示例

1. 连续出版物

序号作者. 题名. 刊名, 出版年份, 卷号(期号): 引文所在的起始或起止页码

2. 著作

3. 企业调查报告集

4. 企业调查报告

5. 专利

序号专利申请者. 题名. 专利国别, 专利文献种类, 专利号. 出版日期

6. 技术标准

序号起草责任者. 标准代号, 标准顺序号-发布年, 标准名称. 出版地: 出版者, 出版年

六、附录

附录是作为企业调查报告主体的补充部分，并不是必要的。

1. 下列内容可以作为附录编于企业调查报告后：

(2) 由于篇幅过大或取材于复制品而不便于编入正文的材料；

(3) 某些重要的原始数据、数学推导、计算程序、框图、结构图、注释、统计表、计算机打印输出件、重复性数据图表等。

2. 附录中的有关格式

企业调查报告的附录依次为附录a□附录b□附录c等编号。如果只有一个附录，也写成附录a□采用三号宋体、加黑、居中打印附录a□在附录a下一行，采用三号宋体、加黑、居中打印附录的题名。

在附录题名下空一行，采用五号宋体打印附录正文。如果有小标题或更低一级的标题，则采用五号宋体、左起、加黑打印a.1或a.1.1□在每一小标题的上面空一行。

附录中的图、表、式的编号与正文分开，即将a□b□c或取代编号中章的序号。例如图a.1□表b.2□式(c.3)分别表示附录a中的第1个图、附录b中的第2个表、附录c中的第3个式。

七、其他要求

(一) 企业调查报告内容一律采用激光打印机双面打印，在正文中有彩色图形更好。纸张大小为a4复印纸，页边距采用：上2.5cm□下2.0cm□左2.5cm□右2.0cm□

(二) 页码编排：自中文摘要开始，到符号说明，采用i□ii□iii□iv□编排页码；自正文开始，到企业调查报告的最后一页，采用阿拉伯数字编排页码。页码一律采用五号宋体，置于页面底端外侧。

(三) 页眉设置：在页眉的下端画一条双横线(两条横线的间距

为0.5mm)[]双横线左、右边距分别为2.5cm和2.0cm[]在单页面双横线的上面采用小五号宋体居中打印河北工业大学工商管理硕士(mba)企业调查报告在双页面双横线的上面采用小五号宋体居中打印企业调查报告题目。除了封面、封二外，其他页面均打印此页眉。

(四)编写企业调查报告时，行间距一般采用1.25倍行距。作者可以根据具体情况做适当调整，但行间距不可太大或太小。

八、范文

企业调查报告1

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xxxx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。

xxxx科技有限公司成立于20xx年，位于xx市福田区益田路，法定代表人是刘某某，注册资本(万元)100，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)。

(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：

(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，时常表现出恃才傲物、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。

(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技术专长的科技人员，形成良好的人才知识结构，为企业创造更多财富。

(三) 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xxxx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。

调研报告格式及篇九

调研报告要用能揭示内容中心的标题，具体写法有以下几种：

(1) 调研报告标题——公文式标题。这类调研报告标题多数由事由和文种构成，平实沉稳，如《关于知识分子经济生活状况的调研报告》；也有一些由调研对象和“调查”二字组成，如《知识分子情况的调查》。

(2) 调研报告标题——一般文章式标题。这类调研报告标题直接揭示调研报告的中心，十分简洁，如《本市老年人各有所好》。

(3) 调研报告标题——提问式标题，如《“人情债”何时了》。这是典型调研报告常用的标题写法，特点是具有吸引力。

(4) 调研报告标题——正副题结合式标题，这是用得比较普遍的一种调研报告标题。特别是典型经验的调研报告和新事物

的调研报告的写法。正题揭示调研报告的思想意义，副题表明调研报告的事项和范围，如《深化厂务公开机制创新思想政治工作方法——关于武汉分局江岸车辆段深化厂务公开制度的调查》。