

# 2023年调研报告排版格式要求 商品调研报告格式商品调研报告格式要求(优秀5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，报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢！

## 调研报告排版格式要求篇一

为贯彻落实市委、市政府关于创建省级文明卫生城市的战略部署，充分发挥各部门的职能作用，按照市爱国卫生委员会的具体要求，受市xx局委托，我处迅速组织力量，落于20xx年8月24日至26日对城区范围内的26个商品市场进行了为期3天的调查，总的来看，环境卫生工作有喜有忧，但形势不容乐观。现将有关情况汇报如下：

### 一、城区商品市场环境卫生组织现状

据调查，我市目前共有各类商品市场26个，总营业面积130762m<sup>2</sup>。其中大中型商品市场4个(xx大市尝xx大市尝xx大市尝xx大市场)、农贸市场11个。城区商品市场共有管理人员200余人，其中，专职清洁员120人。从性质上看，事业性管理的商品市场有8家，占30.8%；民营型商品市场16家，占61.5%；股份制商品市场1家，占3.8%。空壳市场1家，占3.8%。4个商品市场配有垃圾站，5个商品市场配有垃圾桶，9个商品市场对厕所每天进行冲洗，9个商品市场有污水管并与市政污水管连接，13个商品市场有公厕，3个商品市场建立了绿化带，15个商品市场聘有保洁员，9个商品市场由环卫部门代运垃圾，11个商品市场每天进行卫生清扫，6个农贸市场有家禽宰杀场地，并每天进行冲洗，1个商品市场对生鲜经营

场地每天冲洗，1个商品市场有肉食类保鲜设施，1个商品市场熟食饮食经营人员办有健康证，5个商品市场有专门的物业管理机构。特别值得一提的是：南贸西街(区xx局南侧)马路市场(未计入全市26个商品市场内)，该马路市场既无专门的管理机构，也无固定的管理人员。但见有人收费，却无人进行管理和清扫，致使市场内臭气熏天，污水横流，垃圾成堆。环境卫生令人堪忧。

近年来，城区各商品市场管理机构，围绕经济发展需要，把环境卫生工作作为一项重点工作来抓；采取了一系列措施和办法，为经营者和消费者创造了一个良好的环境卫生条件。如xx市尝xx市尝xx市场等，在环境卫生整治方面做了大量工作，相应的卫生设施配备齐全，每年从收取的门面、摊位和卫生费中拿出部分资金用于环境卫生的整治。聘请了专门的保洁员，并做到每天对场地、厕所、排水沟、家禽屠宰场地等卫生角落进行清理，确保了垃圾及时得到清运。xx区市场服务中心为改变市场环境，先后对xxx市尝xxx市场进行大规模的改造，使市场环境得到全面升级。但也有少量商品市场由于没有人员管理，也没有相应的环卫硬件设施，业主自发组织请人打扫卫生。如xxx农贸市场，该市场已整体拍卖，正在改建，原来业主自发组织对市场内环境进行清扫。还有xxx建材市场，该市场原属区农委管辖，由于建筑商离开，致使物业无人管理，业主也是自发组织请人对场地卫生进行打扫。

## 二、存在的主要问题

一是少数商品市场对卫生工作重视不够；二是卫生投入不足，卫生死角多；三是商品市场周边发展不平衡，易受影响；四是周边环境有待进一步加强和规范；五是绿化率普遍低下，大多数商品市场没有绿化带；六是个别商品市场环境卫生服务工作走过尝标准低、人员素质有待提高；七是环境卫生监督力度不够；八是熟食饮食经营人员办理健康证的不多；九是多个商品

市场防尘防蝇设施为零;十是治安问题比较严重，经常有被盗现象。

### 三、对策及建议

(一)、提高认识，加强领导。商品市场环境卫生组织好坏，关系到我市省级卫生文明城市的创建，有关部门要通力合作，认真履行职责，切实把市委市政府有关文件精神落到实处。

(二)、积极服务，建立绿色通道。环境卫生管理有关部门要对商品市场熟食、饮食经营人员进行督查，对没有办理健康证的经营人员，采取上门服务，不符合条件的坚决取缔。

(三)、继续完善城市环境卫生管理制度。对商品市场的环境卫生保持24小时清洁，积极加大环境卫生的投入，建立健全环境卫生各项规章制度。

(四)、建立绿化带。对有条件的商品市场要逐步进行改造或创建绿化带和公共绿地，提高商品市场的绿化覆盖率。

(五)、切实加强市场内的治安管理，建立群防群治、联防联控机制，为经营者和消费者创造一个良好的安全环境。

(六)、建议有关部门对南贸西街马路市场坚决予以取缔，彻底清除城区内的卫生死角，同时就近规划兴建一个农贸市场，以方便这一带的居民生活。

(七)、建议市政府从每年的城市建设配套费中拿出一部分资金用于城区商品市场环境卫生组织的改造和建设，使我市商品市场环境卫生组织真正有一个彻底的改观。

### 关于商品市场调研报告范文

商品交易市场作为商品流通的一种组织形式，发挥着集散商

品、形成价格、传递消息、服务产销、配置资源的重要作用。近年来，伴随着宏观经济持续较快发展，湖南省商品交易市场逐步发展壮大，成为人民群众日用消费品和生产、建设所需物资的重要集散地，在促进国民经济持续发展及方便城乡居民生活，扩大城乡就业等方面发挥了重要作用。

## 一、我省商品交易市场基本情况

湖南省商品交易市场已形成了遍布城乡的市场网络，商品市场体系日趋完善。20xx年，全省商品交易市场2597个，总摊位数55.48万个，营业面积1834.20万平方米，实现成交额3543.43亿元。其中亿元以上商品交易市场320个，总摊位数19.84万个，营业面积1036.78万平方米、成交额2969.65亿元，分别占全部商品交易市场总数的12.32%、35.76%、56.52%、73.81%。

(一)大型市场规模扩展，发展迅速。据统计，我省成交额5亿元以上的市场96家，占全部市场个数的3%，实现成交额2465.71亿元，占全部市场总成交额的81.4%。其中，5-10亿元商品交易市场有46家；10-100亿元的商品交易市场有44家；100亿元以上的商品交易市场有6家，分别是：长沙市红星实业集团有限公司农副产品大市场、湖南钢材大市场、湖南高桥大市场、湖南省三湘南湖大市场、中南汽车世界大中南汽车贸易公司、湖南九华钢材物流园。全省商品成交额在10亿元以上的商品交易市场实现成交额2130.15亿元，增长25.6%。100亿元以上商品交易市场实现成交额1219.59亿元，增长25.9%。显示出湖南大型市场规模不断扩大，规模化发展的趋势明显。

(二)市场门类齐全，专业市场占优势。经过多年发展，目前全省已建成一批涵盖工业原材料、日用消费品、农副产品和生产要素等专业性和综合性较强的市场，形成了以专业市场为主，综合市场和其他市场为辅，门类齐全、协调配套、各具特色的商品市场体系。全省2597个商品市场中，综合市场

有1586个，商品成交额为1359.18亿元，占比38.36%。其中，农产品综合市场712个，工业品综合市场88个，其它综合市场777个。专业市场1011个，商品成交额为2184.25亿元，占比61.64%。全省320个亿元市场中，综合市场有121个，商品成交额为1011.11亿元，占比37.8%。其中，农产品综合市场42个，工业品综合市场26个。专业市场达199个，商品成交额为1958.54亿元，占比62.2%；从出租摊位数、营业面积和成交额看，专业市场比重均较高，分别为56.5%、70.2%和66%。

(三)批零市场竞相发展，批发市场为主流。经过近几年的发展，商品交易市场已从单纯的交易主体的聚集场所逐步转向为大批发商、大代理商、大经销商的培育基地，向集中化与规模化经营方式发展，提高了商品交易市场的整体素质和运行效率。由于内部资源的整合，批发经营比重提升□20xx年，全省320个亿元市场中，以批发为主的市场有172个，较20xx年增加25个；以零售市场为主的市场有148个，较20xx年增加32个；批发市场实现成交额2248.46亿元，零售市场实现成交额721.20亿元，分别占亿元市场总成交额的75.7%和24.3%，批发市场成交额占总成交额的比重较20xx年提高7.7个百分点。

(四)长株潭地区主导地位进一步增强。从市场分布看□20xx年，长株潭三市拥有亿元以上商品交易市场129个，实现市场成交总额1968.34亿元，分别占全省同期市场总数的40.3%和市场成交总额的66.3%，市场的集中度及辐射能力进一步显现。处于西部地区的湘西、怀化、张家界、邵阳和永州等五个市州共有亿元市场72个，占市场总数的22.5%；实现成交额451.88亿元，仅占市场总成交额的15.2%。

## 二、我省商品市场存在的问题

近年来，随着城乡一体化发展，城乡居民收入的不断增加，消费环境加速改善和现代物流快速发展等因素的影响，全省商品交易都呈现平稳上涨态势。但是，存在的问题依然不容

忽视，主要表现为：

(一)商业网点规划滞后，且实施难度大。多年来，由于商业网点规划缺乏上位法支持，且未纳入城市总体规划统一实施，导致规划得不到落实。商品市场项目随意上马的现象比较突出，有些项目缺少科学论证，或者是不经过商务行政主管部门审批就立项上马。商业项目雷同，特色不突出，极大地浪费了社会资源，造成了市场的无序发展和恶性竞争。而在新开发区、城郊结合部，商品市场的规划建设则不能很好的满足老百姓的生产生活需要。专业批发市场“有市无场”与“有场无市”并存，一些批发市场在城区，造成交通拥堵、环境脏、乱、差等问题，难有更大的发展空间，而城郊近来兴建的大型专业市场大多处于闲置状态。

(二)市场整体辐射能力较弱，竞争压力加大。全省商品市场发展结构不够平衡，商品市场总体水平不高，各专业市场的扩张受到制约，商品辐射面不广。同时，各市场之间的行业布局不尽合理，市场与市场之间经营的商品有不同程度的交叉和重叠，发展空间难以做大。20xx年，从全省亿元市场经营的商品分类看，以简单、初级、低档的日用消费品、纺织服装鞋帽类和农副产品为主的亿元市场达140家，缺乏高端及特色市场，商品交易市场同质化现象严重，难以带动周边小企业和手工作坊的发展，产业规模难以扩大。并且同一个市场内的商品相似性较大，产品结构单一，由于技术含量低，缺乏协调，因此同一市场内的商户的竞争压力较大。再者，基于当地产业发展起来的市场，还存在着与竞争范围内其他市场的竞争，竞争压力较大。没有产业作依托，势必增加销售成本，减弱商品竞争力，从而进一步制约发展空间。

(三)商品交易市场的管理不完善，消费者权益保护相对薄弱。目前商品交易市场规模大小参差不齐，相当数量的中小型商品交易市场缺乏严格规范的管理，个别市场处于放任自流的现象，致使许多摊位摆设杂乱，经营环境差，违法违章行为比较普遍。特别是部分市场假冒伪劣产品充斥市场，扰乱了市场秩序，也

严重危害和威胁消费者的身心健康。许多商品交易市场的监管随意性很大,许多违规经营的情况以罚代管。消费者利益得不到切实保障的情况时有发生,严重危害到了正常的市场秩序以及消费者对商品交易市场的信心,影响了商品交易市场的持续发展。

(五)新型业态对商品市场冲击大。近几年来,电子商务、专业店、便民店、仓储式商店及购物中心等新型流通业态蓬勃发展,它们运用配送、代理制等现代商业组织形式和规范化流通运作模式,在商品流通领域不断扩大自己的份额,对传统的商品交易市场的发展提出挑战。在这种情况下,商品交易市场如果继续沿用传统经营方式和管理手段,将很难在日益激烈的市场竞争中占据优势。

### 三、进一步促进商品交易市场发展的对策建议

(一)强化三个意识。一是强化大流通意识。流通活,百业兴。商品交易市场是城乡居民日常消费的重要场所,是广大企业产品销售与原材料采购的重要渠道,是服务区域经济发展的重要平台,在引导群众消费、促进商品生产、活跃商贸流通、优化资源配置、方便居民生活、扩大城乡就业、推动经济发展等方面发挥着重要作用。近年来,受素质性、结构性因素影响,我省商品交易市场面临规划引导不够、创新能力不足、转型提升缓慢等问题,又受到连锁卖场、电子商务等现代商贸流通模式和省外部分新型交易市场的挑战。因此,必须充分认识我省商品交易市场提升发展的必要性和紧迫性,更好地发挥其在加快转变发展方式、推进经济转型升级中的重要作用。二是强化规划意识。规划是发展蓝图。好的规划能够有效优化资源配置,具有前瞻性、科学性、统筹性、法定性、稳定性,使空间与产业得以有效拓展和发展。我省要改变商品市场散、小、品质不高的格局,必须要强化规划意识。三是强化开拓意识。俗话说:“舍不得孩子套不住狼”。湖北、浙江等地商品市场建设的一条重要经验就是思想解解放,敢于打破条条框框的束缚,让利、放权、给政策,既要大胆又

要大度。

(二)突出三个抓手。一是抓规划引导。要放眼长远，着眼全省、全国，围绕打造区域性商贸中心的总体目标，将商业网点建设纳入城镇总体规划、产业发展规划和土地利用总体规划，与城镇建设同步规划、同步实施、同步验收。同时要依托现有主题市场、产业基础和优势资源，按照区域经济发展和城市建设总体要求，通过市场布局和调整带动城市经济产业布局的优化，充分考虑商品市场集群化，形成“大市场、大商圈”的格局。二是抓战略项目。以项目促发展，以项目为突破口，突出产业带动能力强的重点市场的建设培育，把重点市场建成上规模、高品位、配套全、设施优，集商品交易、电子商务、现代物流、会展博览、品牌建设于一体的现代化专业市场。三是抓提质改造。通过规划引导、政策扶持，支持现在有条件的商品市场进行提质改造，不断提高完善市场配套设施，提升市场档次；支持将现有分散的小规模同类市场进行资源整合，向市场集群化发展，增强规模效应和综合竞争力。

(三)提高五种能力。

一是提高市场创新能力。引导重点市场创新交易手段和营销方式，降低交易成本和交易风险，积极推进连锁经营、仓储式平价批发、代理、经销、配送等现代经营方式，建立信息咨询、共同代理、展销展示、配送服务等现代市场功能，把重点骨干市场培育成商品集散中心、商品展示中心、商务活动中心、技术交流中心、信息服务中心和产业引导中心。建立以产业为基础，以市场为依托，集仓储、物流配送、旅游购物、流行趋势发布于一体的市场服务综合体。强化市场助推产业发展功能，依托市场商品信息和采购需求高度集聚的优势，探索市场与产业集群合作机制，提供市场实时动态信息，推动众多服务市场的中小微企业和传统产业转型升级。

二是提高市场信息化能力。加强规划和引导，推动营销网、



物流网、信息网有机融合。加快建设商品交易市场管理信息系统、信息查询公告系统、联网监测监管系统等。鼓励发展适合商品交易市场自身特点的网上交易模式，加快互联网、物联网、云计算、全球定位系统、移动通信、地理信息系统、电子标签等技术的应用，完善交易支付安全认证、移动支付、物流配送等支撑体系，促进有形市场与无形市场融合发展。鼓励主动对接网上市场，积极培育和引进网商，使商品交易市场成为网商采购平台和实物体验平台。鼓励加快建立支付、信用查询、法律咨询等公共服务平台，提升市场软实力。

三是提高市场监管能力。积极完善流通标准化体系，加大标准的制定、宣传与实施力度。启动集贸市场管理办法修编程序，完善市场管理法规。建立适应市场商品特点的知识产权保护和打击假冒伪劣的长效监管机制，实行对市场上市食品、农产品、重要商品的可追溯管理。建立完善执法监督机制，实行部门联合执法，精简执法检查，着力解决职能交叉、多头执法等问题。加快商业诚信体系建设，完善食用信息采集、利用、查询、披露等制度，推动行业管理部门、执法监管部门、行业组织和征信机构、金融监管部门、金融机构信息共享。制定不同类型市场的管理服务标准，鼓励市场所有权与经营管理权分离，建立有资质、有品牌的市场管理公司，打造专业的市场运营管理团队，对市场实施专业化、规范化、标准化管理。鼓励专业的市场管理公司做大做强，通过输出专业管理、专业培训等方式，提升我省商品交易市场整体管理服务水平。

四是提高市场创品牌能力。鼓励市场举办者加强市场品牌注册、经营、管理与宣传，导入企业形象识别系统。指导省内有一定知名度的市场实施知识产权战略，尽快注册服务商标、防御商标等；鼓励市场注册集体商标等，并授权经营户使用；积极支持市场争创驰名商标、省商标、省知名商号，提升品牌知名度；鼓励品牌企业在市场设立总经销、总代理、特约经销等，提高市场上市商品品牌率。

五是提高市场主体综合能力。鼓励市场举办者完善法人治理结构，建立现代企业制度；鼓励有条件的市场举办者进行股份制改造，通过上市融资、发行债券等途径，增强资本实力，提高市场改造提升、对外拓展、兼并收购的能力；鼓励现有品牌市场改变传统的组织管理模式，通过兼并、整合现在各类市场资源，培养组建市场集团公司，采取连锁化、超市化、专业化的经营方式，推进市场的规范化管理。

#### (四) 强化三个保障。

一是组织保障。各级政府要成立由有关部门组织，定期的会商制度，统筹协调流通工作的全局性、战略性以及体制、机制等方面的难点问题，按照分工明确、统一、协调、高效的要求，完善管理体制，强化人员和经费保障。对重大项目，要采取“一企一策”的方式，为项目量身定做服务措施、优惠政策、解决建设难题。

二是要素保障。建设大型市场集群，的要素瓶颈就是土地供应问题。要借鉴武汉汉口北商贸枢纽区的做法，以园区的方式、价格为大型商品市场集群项目供用地。此外，政府应积极搭建融资平台、组织人才培养等措施，为商品市场的发展提供全方位的要素保障。

三是机制保障。首先要完善规划落实机制，将商业网点规划纳入城市总体规划，保证其严肃性、连续性和稳定性，规划部门在制定地块详规是要征询商务部门的意见等机制。其次要完善项目跟踪服务机制。要组织专门班子，开放“绿色通道”，为项目开工、开业提供全方位、高效的政务服务。

(五) 加大政策扶持。一是要加强财税扶持。各地要安排专项资金，采取贴息、奖励、补贴等多种方式，重点支持商品交易市场提升发展，积极支持网上交易平台建设、市场经营管理人才培养等。要从培育市场的角度出发，在市场试营业期给予税费减免。二是要加大金融支持。搭建商品交易市场金

融合作与资本运营平台，拓展商品交易市场融资渠道，构建有利于商品交易市场提升发展的金融支持服务体系。鼓励银行业金融机构针对市场经营特点，创新金融产品和服务方式，开展动产、仓单、商铺经营权、租赁权等质押融资。鼓励金融机构在市场增设服务网点，推动银行卡、电子支付业务等在市场的应用，为市场经营户提供高效、便捷的金融服务。

山东省作为我国农产品流通大省、商品市场建设强省，近年来的发展速度和规模均引人注目。3月13日至16日，谢建辉厅长、吴宜彪副厅长率有关处室及部分市州商务局负责同志一行，赴山东临沂、潍坊两地学习调研，拜访了当地商务主管部门，实地考察了临沂立晨物流有限公司、沂蒙优质农产品交易中心、潍坊市食品谷、潍坊百货集团物流配送中心、寿光市农产品物流园、寿光蔬菜产业集团等企业和项目。现将调研情况报告如下：

## 一、总体情况

山东省是经济大省，也是流通强省，经济总量大，市场体系完善，特别是在农产品流通领域走在全国前列。20xx年，山东省实现社会消费品零售额1.9175万亿元。20xx年青岛、济南、烟台、临沂、潍坊、淄博六市零售额突破千亿元，其中青岛、济南突破2016亿元。全省限额以上批发零售和住宿餐饮企业单位数达到1.54万个，全省商品交易市场达到7839个，其中年交易额亿元以上市场555个，交易额达1.62万亿元。流通业增加值、吸纳就业和对地方财政的贡献率均居第三产业首位。考察中我们深切地感受到，山东省的市场流通体系建设注重主体培育、载体建设和商业模式创新，布局优化、功能完善、特色突出，正在进入一个由数量扩张向质量提升的新时期，临沂、潍坊等地市场建设发展理念之新、创新意识之强、市场与政府作用协调之好，都给我们留下了深刻印象。

1. 专业化程度高。在考察中，我们不仅惊异于山东市场数量的庞大，更感叹其极高的市场专业化程度，尤其是有“中国

市场名城”美誉的临沂。有别于常见的综合性交易市场，在临沂，大到建材、家电、机械设备，小到铅笔、袜子、胶带，都设有专门的批发交易市场。各种专业市场分门别类，接踵林立，形成庞大的市场群，由此带来的集聚效应为临沂商品经济的发展带来巨大的推动效果。目前临沂市中心城区专业批发市场达到101个，辐射全国30多个省、市、自治区，远销20多个国家(低碳生活绿色环保调查报告)和地区□20xx年临沂商城实现商品交易额1772亿元。商城经营产品多达6万个品牌，涵盖小商品、五金、建材、板材、园林机械、劳保用品等27大类，基本覆盖了生产资料和生活资料主要门类。

2. 市场化程度高。在建设市场的过程中不少同志常常感慨政府部门不知该如何定位，面临“一抓就死，一放就乱”的困局。山东省在这方面有好的经验。各地在市场建设上坚持“政府引导和市场运作相结合，以市场为主”的原则，其商品市场的市场化程度非常高。临沂商城、潍坊市食品谷、寿光市农产品物流园等大型项目，政府不直接投资，只在用地、交通、环境等方面加以规划，前三年大幅让利，地方税收和规费基本都返还给企业，大力招商引入民营资本建设市场。而市场的建设以及建成后的运营都完全按照市场化规律运作，政府仅仅提供公共服务和市场监管。被临沂市民所津津乐道的“五先五后”的临沂经验，则更具体的诠释了临沂市场化程度如此之高的原因所在。这“五先五后”即：一是先成市后建场。即在传统集贸市场或群众自发形成市场的地方建市场。二是先繁荣后规范。市场开业之初，允许业户“先上车后买票”，经营一段时间再办理手续，并逐步规范其经营行为，以市养市。三是先综合后分离。将市场内具备进一步扩大经营规模、具有一定发展潜力的商品，从原来的市场中分离出来，新建专业市场。四是先分散后集中。把分散在各地、经营户较多、具有较强发展后劲的行业集中起来新建市场，依此方式先后建起了日化、副食品、汽车零配件、建材等批发交易区。五是先简易后提高。根据需求和市场繁荣的程度以及经营者的承受能力，逐步向建设高档次市场的方向发展。较高的市场化程度带来了商业繁荣和市场兴

盛，但也不可避免的会影响到市场的公益性和政府的调控手段，如何在二者之间达成平衡，这也是我们所共同面对和需要破解的新课题。

3. 集约化程度高。在项目建设上注重规模效益，重视产业集聚，实现集群发展。沂蒙优质农产品交易中心、潍坊市食品谷、寿光农产品物流园等项目都摒弃了传统项目的单一功能，而是形成集展示、交易、加工、仓储、配送、办公以及生活配套服务等为一体的多功能、多业态集聚的超大型园区。如寿光农产品物流园，即是寿光市政府进行产业整合的工程，园区占地总面积就高达3000亩，总投资达20亿元，可实现年蔬菜、水果及农副产品交易量100亿公斤，可以提供了数千个商业机会和近万个人才岗位。园区包括蔬菜果品交易区、蔬菜电子商务交易区、农资交易区、农产品加工区、物流配送区及配套服务区六大功能区。寿光农产品物流园项目的建设，推动寿光当地农业产业结构调整，提升寿光蔬菜在国际市场的竞争力，在寿光形成一个完整的蔬菜产业链效应，极大的推动寿光的经济发展。而这种复合型、多功能大型园区的建设，既实现了产业集聚，带动上下游产业互通联动；又形成了规模效应，多个业态组团发展，对当地经济发展的贡献值更高。

4. 配套化程度高。物流配套是商品市场发展的依托。山东作为全国重要的农产品基地，其农产品物流水平很高。20xx年，山东省农产品物流总额达到5245.9亿元。尤其是农产品冷链物流在国内处于地位，拥有350多万吨冷库、140家冷链物流企业，低温储运能力超过400多万吨，占全国的45.5%。果菜、肉水产品冷链流通率分别达到19%、16%和13%左右。强大的物流能力支撑农产品市场迅速发展，而日益壮大的市场又为物流企业带来货源，促进物流企业向规模化、专业化、现代化发展，从而提高了整个市场的流通效率，实现互惠双赢。同时，山东也非常注重应用现代技术改造提升传统市场。注重电子信息技术在市场各个环节的应用，实现市场管理信息化、交易网络化、结算电子化，鼓励和支持专业市场通过与第三

方平台合作、自建平台等方式，积极发展电子商务，实现有形市场和无形市场的良性互动发展。如潍坊家政服务中心，就通过搭建智能化、信息化、现代化的综合性民生服务平台，整合商户，构建网络，可以实现线上订货，线下配送，服务对象涵盖各行各业，真正实现惠民、便民。

## 二、湖南与山东的差距

应当看到，尽管目前我省商品交易市场取得了一定成效，但总体尚处在起步阶段，大项目不多，发展方向不明，自然禀赋条件和规模成本效益都面临诸多压力，但理念、思路上的差距是最主要的。

1. 思想观念上有差距。与山东相比，我省干部思想不够解放，思路不够开阔，对商贸物流、市场流通的重要性认识不够深刻。只注重生产，而忽视流通的传统观念急待转变。没有流通市场和商贸物流的发展，我省的经济发展就难以摆脱“土货难出、外货难进”的尴尬局面。没有大商贸、大市场、大物流的带动，我省的农业生产就难以实现产业升级，规模提升。根据测算，流通业增加值每增加1个百分点，可带动gdp增长0.13个百分点，拉动消费增长1.03个百分点，并带动经济结构的优化和升级。而山东农业产业化的大发展正得益于以流通促生产的总体战略；得益于以潍坊、临沂以及聊城三大综合性农产品交易市场为骨干，各地特色农产品专业市场为补充，覆盖全省及周边地区、辐射全国的农产品“产地+集散”批发市场集群；得益于现代化、高效率、大规模的农产品物流建设。正是受益于市场流通带动产业发展的成功经验，使政府让利、工业让地、社会让路的市场优先发展、商贸放水养鱼、流通带动产业的经济模式成为各级政府领导和上上下下、方方面面的共识。

2. 整体规划上有差距。山东各地都非常注重规划的引导作用。在临沂我们专程参观了临沂城市规划展，大到城市总体功能分区，小到城市商业网点布局，临沂市都聘请专家团队经过

科学论证，制定了完整的规划蓝图。临沂市还专门把商务主管部门纳入城乡建设规划委员会，建立商贸流通规划与城乡建设、土地利用总体规划衔接机制。采取规划约束下严格配套建设、政府部门购买、产权置换、租金补贴等多种措施，落实商业和综合服务设施面积不低于10%的政策规定。政府部门严格按照规划，按进度扎实推进，从而避免了重复建设和项目冲突。而我省目前还没有流通产业发展的整体规划，也缺乏市场体系的建设规划，更谈不上商品市场网点规划商务部门一票否决制。

3. 政策引导上有差距。山东省人民政府出台了《关于加快商贸流通业发展的意见》(鲁政发[20xx]19号)，其中明确指出，要加强对商贸流通业在用地、财税和金融等方面的扶持力度。调整城市用地结构，增加商贸流通用地比例。城市改造建设中应优先配建物流配送中心、商品交易市场、零售卖场等商业设施，确需新增建设用地的设施，各级政府应重点支持。对农产品批发市场和农产品仓储设施建设用地参照工业用地或仓储用地对待。“十二五”时期，省级服务业发展引导资金每年按30%的规模，专项用于支持商贸流通业发展。对总部设在山东省的跨区域经营的直营连锁企业，可申请实行向所在地主管税务机关统一申报缴纳增值税。同时，山东省狠抓政策落实，并进行专项督察。以名成集团建设的中国食品谷·中凯冷链物流园项目为例，潍坊市政府虽然没有直接投资，但以28万/亩的略高于工业用地的价格向名成集团转让土地1120亩，同时承诺三年之内企业缴纳的增值税全额返还。通过这些优惠政策吸引名成集团为潍坊带来直接投资40亿元，该项目建成后，将成为拥有总建筑面积128万平方米，60万吨容量冷库群的综合性、现代化、一站式的农副产品冷链物流综合服务平台。我省在政策的制定及落实上，尚有待加强。

4. 骨干企业培植上有差距。山东省非常重视培植骨干企业，并注重发挥骨干企业的示范带动作用，从而推动整个行业发展。目前山东全省有销售额过50亿元的商贸流通企业53家，过百亿的6家，11家企业入选全国连锁百强。山东一方面鼓励

商贸流通企业充分发挥资本运作、资源配置、技术创新和市场拓展等优势，以资产、品牌、管理为纽带，通过参股、控股、兼并、收购等方式，实现跨行业、跨地区、跨所有制经营。一方面鼓励和引导业态相同、商圈相叠、实力相近的优势企业强强联合，培养了一批核心竞争力强、主业突出的大型商贸流通企业。在临沂市，我们了解到，临沂商城之所以得以兴旺，很大程度上是得益于临沂本地发达的第三方物流的支持。临沂市政府通过扶植立晨、荣庆、金兰、天源等一批第三方物流龙头企业，带动整个临沂物流业发展，降低了物流成本，使临沂成为囊括鲁南苏北、辐射全国的商品集散地，包括济南在内的周边城市货物都要到临沂集散周转，极大的带动了整个临沂市的流通业发展。仅临沂立晨物流有限公司一家，就可以调用运输车辆2016余辆，形成了覆盖全国23个省份的运输网络，并拥有仓储总面积24.89万平方米，总量在山东省位居前列，年运输货物总价值超千亿元。而我省在骨干企业的培植方面，缺乏政策支持。对行业龙头企业的扶植力度不够，未能有效发挥龙头企业的带动作用。

5. 市场建设上有差距。山东省现有商品交易市场7839个，其中年交易额亿元以上市场555个，经营面积3650万平方米，摊位总数38.4万个。20xx年山东省对全省2016家商品市场进行实地调查，仅这2016个市场就完成商品交易额1.62万亿元，其中亿元以上市场成交额7424亿元。而我省现有商品交易市场2589个，其中年交易额亿元以上市场290个，经营面积1651万平方米，摊位总数56.2万个，年交易额2573.5亿元。从这组数据的对比，我们可以清晰的看到我省在市场数量、市场规模以及年交易额上的差距。而山东商品交易市场的专业化细分以及市场集聚布局，更是给我们留下了深刻的印象，仅临沂市中心城区就集聚了101家专业批发市场，以西郊批发市场为中心，中心集聚倾向明显。这种专业细分和市场集聚带来的规模效应使得临沂商品交易市场一年的商品交易额就高达1772亿元，达到我省全年市场交易额的68.9%。值得我们学习借鉴。



### 三、几点建议

1. 坚持做好整体规划。临沂市的发展经验中，其中重要一条就是做好规划，把商务主管部门纳入城乡建设规划委员会，建立商贸流通规划与城乡建设、土地利用总体规划衔接机制。而我省的流通产业要得到健康有序发展，必须做好顶层设计，制定好整体规划。我们要认真调研，根据我省省情，紧扣我省商贸流通实际和发展趋势，紧紧依靠基层和企业的创造性，适应保障和改善民生的客观要求，科学制定《流通产业发展整体规划》、《市场体系建设规划》、《现代服务业发展规划》，以及湘菜、湘酒、居民服务业、商贸物流业、再生资源回收利用等产业集群的发展规划。在制定规划的过程中，要注意与城建、规划、国土、发改等部门加强沟通交流，确保规划的可行性，尤其是要推进商贸流通规划与城乡发展规划同步。

2. 高位推动，落实责任。各级政府要成立高层次现代流通工作领导小组，统筹协调流通工作中全局性、战略性以及体制、机制等方面的难点问题，对相关部门和各级政府进行目标考核。按照分工明确、权责统一、协调高效的要求，完善管理体制，强化基层人员和经费保障。

3. 做好典型示范，抓好项目带动。近年来，通过我们积极争取，我省先后被列为全国二手车交易市场升级改造项目试点省份、肉类蔬菜流通追溯体系建设试点省份、屠宰厂(场)标准化改造试点省份、品牌促进体系建设示范省试点项目、全国农产品现代流通综合试点省份。长沙市被列入现代服务业建设试点和中小商贸服务平台项目试点，娄底市被列入再生资源试点。我们要把握好这些试点机会，以项目为抓手，周密安排，扎实推进。在农产品现代物流和现代商贸服务业等方面打造亮点，形成突破，做好典型示范，带动全省商贸流通大发展。

4. 集中政策重点推进。各个内贸处室加强联动，认真梳理近

年国家和省里一系列促进流通业发展的政策，集中政策投放到优势项目上，并加强督查，确保落实。整合中央和地方财政资金，集中财力解决关键环节的突出问题，加强公益性流通设施建设。注重培育市场主体，培植区域性辐射企业，扶植商贸物流龙头企业、打造区域性骨干市场。

5. 大力培育市场主体。一是加快培育大型商贸流通企业。支持流通企业跨区域兼并重组，加快资源整合，尽快形成一批拥有自主品牌和知识产权，主业突出、核心竞争力强的大型流通企业集团。进一步加大招商引资力度，争取更多有实力的国内外商业巨头落户湖南投资创业。培育发展步步高、友阿集团、万商红、大汉物流、快乐购、湖南国药、老百姓、长沙马王堆、红星集团、万容科技等20家年销售额过100亿的大型商贸流通企业。二是大力支持中小微商贸流通企业发展。扶持和促进中小微商贸企业走专业化、特色化发展之路，充分发挥其便利消费、繁荣市场、吸纳就业的作用。三是着力打造商贸流通企业品牌。重点培育一批优势明显、具有发展潜力的服务品牌企业，在住宿业、餐饮业、居民服务业、物流业打造一批品牌企业，鼓励“老字号”企业做大做强。支持流通企业培育驰名商标和商标品牌营销。为湖南产品做好市场开拓，精心组织实施“名品进名店”和“湘品出湘”工作，打造湖南特色产品品牌。

6. 加快电子商务发展。瞄准前沿、高位起步、多点支持、高效运营，创新流通方式，推动电子商务快速发展。加强企业信息化建设，扶植一批电子商务骨干企业，加速信息互通。推进平台服务商、在线销售商、配送服务商、金融服务商高效合作。大力提倡网络诚信，建立网商信用档案。实施电子商务示范工程，培育和吸引一批有影响力的电商企业，打造电子商务示范基地、城市。

7. 加强市场配套建设。推动商品市场整合、升级、改造。构筑涵盖信息技术、现代物流、展示展销、旅游购物、金融服务、价格引导等功能的综合性交易市场。加强市场预选分级、

加工配送、包装仓储、检验检测等设施设备配套建设。改造升级一批具有公益性的农产品流通基础设施，打造一批具有示范性的辐射广、服务优的骨干市场。

## 关于商品市场调研报告精选

### 一、我市商品市场的现状

#### 1、商品市场蓬勃发展，经营门类齐全，品位不断提升

全市现有商品市场337个，建筑面积207万平方米，分别比xx年增长10%和109%。其中：生产资料市场27个，专业批发市场27个，农贸市场41个，综合性市场242个。芦淞服饰市场群更是由1989年的1个市场发展发展到1995年十几个市场再到xx年的43个市场，建筑面积从1989年的4800平方米猛增到73.5万平方米；商品市场档次逐年提高，芦淞服饰市场由最初的地摊式市场到鸟笼式市场再到宽敞门面式市场，部分市场已发展到集办公、服装展示、网上购物等为一体的现代化大窗橱。

2、商品市场在商贸流通中的作用不断扩大。全市商品市场xx年实现成交额103.57亿元，占全市社会消费品零售总额比重超过65%；市场成交过3000万元的市场有50多个，名列全省第一，有21个市场成交额过亿元，商品市场是我市商贸流通的主力军，其现实地位和作用不容忽视。

4、商品市场为社会提供了大量就业机会。全市337个商品市场共有从业人员15.6万人，其中安排下岗职工近十万人。

### 二、我市商品市场存在的主要问题

1、商品市场布局不合理。一是区县之间发展不平衡。芦淞区、荷塘区、攸县商品市场较多，而石峰区、天元区、\*\*县商品市场数量很少。芦淞区有商品市场79个，占全市的近四分之一。二是市场空间布局不合理，全市93个专业市场，其中在

城市83个，农村仅10个；城市专业市场又集中在芦淞区，芦淞区专业市场有63个，占全市专业市场的67.8%，大半江山坐落芦淞，石峰区除住宅产品市场、天元区除建材市场外，几乎没有象样的专业市场。

2、组织化程度低。我市商品市场基本是各自为营，市场之间缺乏联系，商流、物流、资金流、信息流不能相互流动，互通有无；我市虽有过亿元市场21家，但大而不强，没有组建一个市场集团。组织化程度低导致市场之间，经营户之间恶性竞争，互相拆台现象严重，无法与国内外组织严密的商业巨人竞争。

3、没有产业作依托，市场辐射功能不能充分发挥。我市专业市场数量不少，但除服饰市场外大都销售额不大，市场销售的绝大部分是外来产品，服饰市场销售的服饰80%以上来自沿海城市和武汉，本地生产有服饰所占比重很小，没有产业作依托，势必增加销售成本，减弱商品竞争力，从而进一步制约发展空间。

造成以上问题的根本原因是商品市场规划滞后，政府部门宏观调控乏力，商品市场建设管理主体虚位，仍然存在多头审批现象，这种状况与我国加入世贸组织后的新形势变化要求极不相适应。加入世贸组织，我国于去年12月11日取消对外商对商业批发、零售和物流业的限制，为减少国外商业“航母”的冲击，需要采取国际通用的办法，对大型商业设施的设立必须进行规划和管理。目前，\*\*市已开始着手开展这方面的工作。

### 三、下阶段商品市场建设的发展思路

1、大力发展现代批发市场，奠定区域商贸中心地位。

没有现代化的专业批发市场就没有现代化的商贸城市。批发市场仍然是21世纪我国商品流通的主渠道。\*\*发展批发市场

有条件和基础：批发经销以远远超过零售经销，尤其是近几年来，限额以上批发业突飞猛进，成为我市经济的一个亮点；芦淞区服饰市场等批发市场已形成品牌，具有较强的辐射力；良好的区位优势 and 交通优势奠定了便捷的运输体系。发展批发市场的原则是：以结构调整为主线，以代理经销、仓储式配送、电子商务为业态，以发展、壮大市场的依托产业为核心，改造、提升现有批发市场，适当发展新兴、配套市场。

## 商务政工科对商品市场调研报告

重点要选择一批上规模、上档次的市场进行“两改一提”，重中之重是芦淞服饰市场群的“两改一提”，巩固其“龙头”地位，建设成为区域性、全国性的经销中心。

一是以集约化、集团化经营为方向，按现代企业制度要求，全面完成市场改制，组建公司制，实现集约化、集团化经营。尽快完成芦淞服饰有限公司的组建，改变业主多元化(40多个产权单位)、恶性竞争、粗放经营的局面。

二是加强市场硬件改造，加强软件升级，营造适合本批发市场的交易环境和市场形象特色，为商户提供个性化、专业化服务，形成更具价值的“无形市场”。

三是把市场改造与市场物流整合结合起来，强化与物流配送和电子商务技术的结合。结合资产重组，成立专业性的物流公司，建立多层次的配送、代理体系，重构市场的营销网络，推动批发市场由以摊位式经营为主向以配送、代理经营为主转变，由分散的个体经营向建立公司制经营转变，由传统交易向现代化交易转变。

四是有目的地引导建立一些“源头型”专业批发市场。如原提出的在荷塘区建立一个大的家具批发市场，并带动家具制造业的发展。

## 2、以流通带动产业，促进产业与市场联动。

以市场兴产业，以产业带市场，形成产业与市场共同繁荣的局面，这是许多城市成功的做法。义乌、石狮的崛起，靠的就是商贸与工业企业的良性互动。我市批发市场还缺乏强有力的产业支撑。以芦淞服饰市场群为例，市场销售的产品80%以上产自沿海城市和武汉，本地生产服饰所占比重很少。服饰产业发展滞后的原因是辅料市场如面料、拉链、扣子、配饰等市场还没有形成，设计、开发、制造落后，仓储、配送、流通没有形成链条。市场没有产业作依托，销售成本势必增加，市场竞争力减弱，市场辐射功能不能充分发挥，从而进一步制约了市场的发展空间。

发展市场的依托产业，扩大\*\*产品的市场占有率，是市场转型、升级的核心工作。政府和市场要把它作为一项共同的任务来抓。

一是以芦淞服饰批发市场为品牌，以芦淞服饰工业园为依托，以良好市场环境为诱力，引进由外地生产的品牌来发展生产。

二是支持现有的企业进行结构调整，加大项目投入、技术改造、设备更新，以提高产品质量和科技含量，打造出几个全国知名的品牌，形成知名度。同时，积极引导民间资本和有实力的经销大户，依托自己的营销网络，走“工贸一体化”道路。

三是出台扶持市场配套产业发展的政策、措施，加快建立、完善支撑产业发展的平台，如服饰产业发展所需要的辅料市场、仓储设施、研发设计中心、服饰展示中心等外部平台。

## 3、推进农贸市场超市化，提升城市品位。

随着城市现代化的加快，人民对市场建设更高的要求，传统

的农贸市场、菜市场的种种弊端表现得越来越明显：一是无法形成产业化、连锁化、规范化的经营模式；二是脏、乱、差现象屡禁不止，严重污染所在地环境，影响居民的生活、工作；三是一些集贸市场成了假、劣、伪、冒产品藏身之地；四是偷税漏税行为难以控制；五是无法增加就业。传统农贸市场、菜市场的改造、升级势在必行。

## 商务政工科对商品市场调研报告

第四、改造、替代与升级成功的关键是投资方有利可图，消费者得到实惠，现在的经营者能够妥善安置。

## 调研报告排版格式要求篇二

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。

(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》。

## 调研报告排版格式要求篇三

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。

调研报告的正文包括前言、主体和结尾三部分。

### (1) 前言

调研报告的前言简要地叙述为什么对这个问题(工作、事件、人物)进行调查;调查的时间、地点、对象、范围、经过及采用的方法;调查对象的基本情况、历史背景以及调查后的结论等。这些方面的侧重点由写作者根据调研目的来确定，不必面面俱到。

调研报告开头的方法很多，有的引起读者注意，有的采用设问手法，有的开门见山，有的承上启下，有的画龙点睛，没有固定形式。但一般要求紧扣主旨，为主体部分做展开准备。文字要简练，概括性要强。

### (2) 主体

这是调研报告的主干和核心，是引语的引申，是结论的依据。这部分主要写明事实的真相、收获、经验和教训，即介绍调查的主要内容是什么，为什么会是这样的。主体部分要包括大量的材料——人物、事件、问题、具体做法、困难障碍等，内容较多。所以要精心安排调研报告的层次，安排好结构，有步骤、有次序地表现主题。

调研报告中关于事实的叙述和议论主要都写在这部分里，是



充分表现主题的重要部分。一般来说，调研报告主体的结构大约有三种形式：

综合式结构。这种调研报告形式兼有纵式和横式两种特点，互相穿插配合，组织安排材料。采用这种调研报告写法，一般是在叙述和议论发展过程时用纵式结构，而写收获、认识和经验教训时采用横式结构。

调研报告的主体部分不论采取什么结构方式，都应该做到先后有序，主次分明，详略得当，联系紧密，层层深入，为更好地表达主题服务。

### (3) 结尾

结尾是调研报告分析问题、得出结论、解决问题的必然结果。不同的调研报告，结尾写法各不相同，一般来说，调研报告的结尾有以下五种：对调研报告归纳说明，总结主要观点，深化主题，以提高人们的认识；对事物发展做出展望，提出努力的方向，启发人们进一步去探索；提出建议，供领导参考；写出尚存在的问题或不足，说明有待今后研究解决；补充交代正文没有涉及而又值得重视的情况或问题。

总之，调研报告结尾要简洁有力，有话则长，无话则短，没有必要也可以不写。

## 调研报告排版格式要求篇四

(一)对六个调研小组的全体成员进行现场培训。

(二)分析实地调研状况和预调研得到的一线资料。

(三)进一步微调、完善调研方法与工具，为下一步实地调研

打好基础。

为了预测调研的情况，及时发现调研内容的不足之处和培训参与调研人员的调研能力，使他们熟悉调研过程，调研组首先进行了预调研工作。为了达到预调研的目的，预调研所采用的方法与内容是和正式调研一致的，主要包括三个方面：问卷调查、访谈和课堂观察与录像。

## (一) 问卷调查

问卷调查包含五个方面的问卷：实习生问卷、实习学校学生问卷、实习学校主管教育实习校长问卷、实习学校指导教师问卷和语数外学科专业教师知识问卷(包括中学教师和师范生两种)。通过广泛的收集数据，和同类样本间与不同样本间的横纵对比，研究分析此次教育实习的效果与存在的问题。

问卷调查样本抽取原则是：实习生问卷的调研样本为所有调研学校的所有实习生；实习学校学生问卷的调研样本是每个县域块内各选择一所初、高中学校，每校抽取两个班级(不同年级，有实习生工作的班级)；实习学校主管教育实习校长问卷的调研样本是实习学校主管教育实习的校长1人；实习学校指导教师问卷的调研样本为县域内实习学校的所有实习学校指导教师；语数外学科专业教师知识问卷的调研样本为参与问卷调查的数语外专业的实习生和指导教师。

根据样本抽取原则，把样本确定为：实习生问卷的预调研样本为在永吉七中实习的我校全部实习学生，共十五人；实习学校学生问卷的预调研样本为永吉七中两个班的学生；实习学校主管教育实习校长问卷的预调研样本永吉七中副校长；实习学校指导教师问卷的预调研样本为永吉七中的所有指导教师；语数外学科专业教师知识问卷的预调研样本为参与以上问卷调查的数语外专业的实习生和指导教师。

## (二) 访谈

访谈的对象包括四部分：实习生访谈、实习学校指导教师访谈、实习学校学生访谈和实习学校主管教育实习校长访谈。访谈的内容是访谈者依据访谈提纲上的内容进行访谈，主要分三大块内容：基本情况访谈、教育心理访谈和教育技术访谈。

访谈样本的选择原则是：实习生访谈对象为每校选择3-5名不同专业实习生，实习学校指导教师访谈对象为每校2-3名指导教师(其中要有班主任指导教师)，实习学校学生对象样本为选择6-8个学生进行访谈，实习学校主管教育实习校长访谈对象为实习学校主管教育实习的校长1人。

根据样本选择原则，把样本确定为：实习生访谈对象为在永吉七中实习的我校实习生，实习学校指导教师访谈对象为永吉七中的一名女英语教师，实习学校学生访谈对象为永吉七中的六名学生(三男三女)，实习学校主管教育实习校长访谈对象为永吉七中副校长。由于此次预调研目的之一是为了培训参加调研的全体成员，因此进行访谈的学生都是有过访谈经验的或者之前受过访谈方面培训的，其余参加访谈的调研组成员则是见习这些访谈者访谈，向他们学习访谈的方法与技巧，吸取经验。

### (三) 课堂观察与录像

课堂观察与录像的样本选择原则是：随机抽取有我校实习生实习的班级进行课堂观察与录像的工作。

预调研的课堂观察与录像工作一共记录了三节课，分别是：初中一年一班的地理(授课人：刘伟)，初中一年一班的政治(授课人：吴静)和初中二年五班的英语(授课人：文雅)。

### (一) 预调研的时间和地点

1、时间□20xx年10月8日上午7：30——18：00

2、地点：吉林市永吉县第七中学

(二) 预调研准备工作：

1、分配工作：侯恕安排此次调研的工作分工，提出基本要求。

2、协调工作：向永吉七中学校领导说明调研目的与内容，协商具体的调研事项，得到了校领导的大力支持。

(三) 预调研工作内容：

预调研工作的主要内容有三项：访谈、问卷调查和课堂观察与录像。

1、访谈

(1) 学校主管教育实习领导(此次访谈对象为永吉七中副校长)的访谈，访谈时间为15分。

(2) 我校实习生的访谈，访谈时间大约为15分钟。

(3) 实习学校指导教师访谈(英语，女)，访谈时间约5分钟。

(4) 学生座谈(6人，三男三女)，访谈时间约为5分钟。

2、问卷调查

(1) 学校主管教育实习领导问卷调查，为5分钟，在访谈之前。

(2) 我校实习生的学科能力试题和我校实习生的问卷调查，发15份试题全部收回，调查问卷发15份返回13份。

(3) 实习学校指导教师的调查(学科能力试题和调查问卷)，共持续约一小时。学科能力试题全部做完收回，问卷调查做了10份。

(4) 学生问卷调查(两个班)，每班的问卷平均都用了40分钟。

### 3、课堂观察与录像

共录了三节课的教学录像，分别是：初中一年一班的地理(授课人：刘伟)，初中一年一班的政治(授课人：吴静)和初中二年五班的英语(授课人：文雅)。

#### (四) 下一步调研工作安排：

1、问卷相关部分负责人对问卷调整(周五完成)，周六合卷，周日印出(杨明)。

2、侯恕协调带队老师分组，参与调研的研究生分组(专题负责人分本专业学生，统一调整)。

3、联系六个调研县域的学校带队教师，与调研学校提前协商(张丹)。

4、调研设备落实(李广负责)

5、调研预算(侯恕)、借款(张丹)

6、下周开始进行实时实地调研工作。

#### (五) 预调研材料的简单处理

预调研结束后，为了进一步完善和微调调研的方法与工具，科学有效的进行实地教育调研工作，为下一步实地调研打好基础，课题组成员将收回的问卷、访谈录音和教学录像内容做了一些处理与分析，并对实地调研状况作了分析讨论。

#### (一) 问卷调查的研究结果与分析

在永吉七中领导和我校实习生的积极配合下几乎所有问卷的

完成质量都比较好，而且收回了绝大多数的发放问卷。问卷内容基本真实的反映了教育实习的实际情况，能够达到了调研的目的。但是在问卷调查的过程中我们也发现了一些的问题。实习学校领导问卷、实习生问卷、学生问卷和实习学校指导教师问卷这几类问卷中，只有实习学校领导问卷的问题数量适中，便于回答。实习生问卷、学生问卷和实习学校指导教师问卷的问题数量都较多，但是实习生问卷的问题数量虽然较多却并没有影响实习生的回答。学生问卷的问题一方面问题数量比较多，另一方面其中教育心理的有些问题问得比较晦涩，学生难于理解，因此平均每个学生回答问卷的时间在40分钟左右。实习学校指导教师问卷的问题数量较多也影响了对问题的回答。

## (二) 访谈的研究结果与分析

访谈者依据访谈提纲的内容都进行了访谈，并且能够就一些问题展开提问，进行深度访谈，取得了良好的效果。见习访谈的学生也通过当场观察、学习访谈者的访谈过程，得到了很好的学习机会，对访谈的整个过程有了较为全面和深刻的认识，学会了访谈的一些基本方法与技巧，为调研工作的顺利进行打下了良好的基础。但是有的访谈者虽然就某一个问题的问的较为详细，却忽略掉了一些问题的访谈，尤其是对基本情况的访谈并不全面。

## (三) 课堂观察与录像的研究结果与分析

新授课的录像图像清晰，教学情境反映的较为全面。不仅有对实习生的讲课情况进行录像，还有对学生的上课情况进行录像，而且质量很好，可用性强。但是此次预调研只有新授课的录像，可参考的维度太少，给课堂教学的分析讨论带来不便。

基于以上对预调研结果的分析我们可以看到，尽管课题组成员为教育调研的工作做了充分的准备，使预调研的工作顺利

进行，达到了预期的目的，取得了良好的成果。但是在这个过程中我们也发现了一些问题，需要在后续的工作中改进。为了使实地调研的工作得以顺利进行，取得完满的成果，因此提出以下建议。

### (一)对问卷的建议

由于各类问卷中，只有实习学校领导问卷的问题数量适中，其余问卷的内容都过多，而且学生问卷中教育心理的有些问题学生不能很好的理解。因此建议精简除了实习学校领导问卷的所有问卷的内容，使问题少而精，浅显易懂便于回答。

### (二)对访谈的建议

在访谈的过程中，我们发现访谈者进行访谈时并不能对所有相关问题进行提问，有遗漏的地方。因此，建议访谈者在访谈之前要熟记访谈提纲的内容，对相应部分的问卷内容也要有所了解，使访谈全面深入的进行。

### (三)对课堂观察与录像的建议

课堂观察与录像之前要得到被采访者的教学设计，而且不仅要对学生的新授课进行课堂教学录像，也要对实习生的试讲和指导教师对实习生的指导课进行录像。这样就可以为以后的课堂教学观察与分析提供较为全面的参考依据，完善调研内容。

## 调研报告排版格式要求篇五

调研报告不同于调查报告，那么调研报告怎么写？下面是本站小编整理的调研报告的一般格式与要求，供大家参考。

### 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。

(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》。

## 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



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。

调研报告的正文包括前言、主体和结尾三部分。

### (1)前言

调研报告的前言简要地叙述为什么对这个问题(工作、事件、人物)进行调查;调查的时间、地点、对象、范围、经过及采用的方法;调查对象的基本情况、历史背景以及调查后的结论等。这些方面的侧重点由写作者根据调研目的来确定，不必面面俱到。

调研报告开头的方法很多，有的引起读者注意，有的采用设问手法，有的开门见山，有的承上启下，有的画龙点睛，没有固定形式。但一般要求紧扣主旨，为主体部分做展开准备。文字要简练，概括性要强。

### (2)主体

这是调研报告的主干和核心，是引语的引申，是结论的依据。这部分主要写明事实的真相、收获、经验和教训，即介绍调查的主要内容是什么，为什么会是这样的。主体部分要包括大

量的材料——人物、事件、问题、具体做法、困难障碍等，内容较多。所以要精心安排调研报告的层次，安排好结构，有步骤、有次序地表现主题。

调研报告中关于事实的叙述和议论主要都写在这部分里，是充分表现主题的重要部分。一般来说，调研报告主体的结构大约有三种形式：

综合式结构。这种调研报告形式兼有纵式和横式两种特点，互相穿插配合，组织安排材料。采用这种调研报告写法，一般是在叙述和议论发展过程时用纵式结构，而写收获、认识和经验教训时采用横式结构。

调研报告的主体部分不论采取什么结构方式，都应该做到先后有序，主次分明，详略得当，联系紧密，层层深入，为更好地表达主题服务。

### (3) 结尾

结尾是调研报告分析问题、得出结论、解决问题的必然结果。不同的调研报告，结尾写法各不相同，一般来说，调研报告的结尾有以下五种：对调研报告归纳说明，总结主要观点，深化主题，以提高人们的认识；对事物发展做出展望，提出努力的方向，启发人们进一步去探索；提出建议，供领导参考；写出尚存在的问题或不足，说明有待今后研究解决；补充交代正文没有涉及而又值得重视的情况或问题。

总之，调研报告结尾要简洁有力，有话则长，无话则短，没有必要也可以不写。

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》1998年第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。